

วารสารวิชาการคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สจล.
ฉบับที่ 33 ปี 23 พ.ศ. 2564 ISSN: 2673-0456 (Online)
คณะสถาปัตยกรรม ศิลปะและการออกแบบ
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
เลขที่ 1 ซอยฉลองกรุง 1 แขวงลาดกระบัง
เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร
E-mail: journal.archkmitl@gmail.com
http://www.arch.kmitl.ac.th

โทรศัพท์ 0-2329-8365
0-2329-8000-99 ต่อ 3551

ที่ปรึกษา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อันธิกา สวัสดิ์ศรี คณบดี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีรยา ชุมสาย ณ อยุธยา รองคณบดี
รองศาสตราจารย์ ดร.กิตติชัย เกษมศานต์ ผู้ช่วยคณบดี
รองศาสตราจารย์จันทน์ เพชรานนท์
คณบดีคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และศิลปกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยพะเยา
รองศาสตราจารย์วิวัฒน์ เตมียพันธ์ อาจารย์พิเศษ

บรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ญาดา ขวาลกุล
อาจารย์ประจำ คณะสถาปัตยกรรม ศิลปะและการออกแบบ สจล.

กองบรรณาธิการ (ภายนอก)

รองศาสตราจารย์ ดร.ชัยศ อิชฎีวรินทร์
มหาวิทยาลัยศิลปากร
รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฏฐิณี กาญจนารักษ์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
รองศาสตราจารย์ ดร.นิรัช สุดสังข์
มหาวิทยาลัยนครสวรรค์
รองศาสตราจารย์ทีศประไพ สาระสาคิน
มหาวิทยาลัยรังสิต
รองศาสตราจารย์อารยะ ศรีกัลยานบุตร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ณัษฐา เรืองวรรณศักดิ์
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติอร ศิริสุข
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนนพร มั่นคง
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนะ จิระพิวัฒน์
มหาวิทยาลัยศิลปากร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุญอนันต์ นทกุล
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพ็ญศักดิ์ สุวรรณทัต
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

กองบรรณาธิการ (ภายใน)

รองศาสตราจารย์กนกณา คำโสภี
คณะสถาปัตยกรรม ศิลปะและการออกแบบ สจล.
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิงสิริห์ แวขวาญ
คณะสถาปัตยกรรม ศิลปะและการออกแบบ สจล.
อาจารย์ ดร.วิช ครอบประเสริฐ
คณะสถาปัตยกรรม ศิลปะและการออกแบบ สจล.
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปณาย ไชยรัตนานนท์
คณะสถาปัตยกรรม ศิลปะและการออกแบบ สจล.
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.แซ มังกรวงษ์
คณะสถาปัตยกรรม ศิลปะและการออกแบบ สจล.
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วัชรธร เพ็ญศิธร
คณะสถาปัตยกรรม ศิลปะและการออกแบบ สจล.

ผู้ช่วยบรรณาธิการ

นางศิริรัตน์ มีโชน
นางวรัญชลี คุณมี

ปกโดย

น.ส.วรัญญา เขาว์สุโข
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วัชรธร เพ็ญศิธร

พิสูจน์อักษรและจัดหน้า

รองศาสตราจารย์ ดร.กิตติชัย เกษมศานต์ (ที่ปรึกษา)
นางศิริรัตน์ มีโชน
นางวรัญชลี คุณมี

กำหนดออก

ปีละ 2 ฉบับ (เดือนมกราคม-มิถุนายน)
(เดือนกรกฎาคม-ธันวาคม)

บทบรรณาธิการ

บทบรรณาธิการเล่มที่ 33 ปี 23 พ.ศ. 2564

วารสารวิชาการคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง เป็นสื่อกลางเผยแพร่องค์ความรู้เพื่อเสริมสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องเป็นเวลา 23 ปี จัดพิมพ์ 2 ฉบับต่อปี โดยการตรวจสอบจากผู้ทรงคุณวุฒิอย่างเป็นระบบมีเนื้อหาครอบคลุมองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องตั้งแต่การออกแบบสถาปัตยกรรม การออกแบบชุมชนเมือง การวางผังภาคและเมือง ภูมิสถาปัตยกรรม การออกแบบอุตสาหกรรม สถาปัตยกรรมภายใน ตลอดจนการศึกษาและวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิตและการอยู่อาศัย

วารสารวิชาการฉบับนี้ ประกอบด้วย บทความวิชาการทั้งสิ้น 13 บทความ ดังนี้ 1) การแปรเปลี่ยนของพื้นที่ทางสถาปัตยกรรมในย่านปากคลองตลาดบนความสัมพันธ์กับแนวคิดของการอยู่อาศัยและการใช้ประโยชน์: บทนาสู่การศึกษาสถาปัตยกรรมขยับ-ปรับ-เคลื่อน 2) รูปแบบเรือนช่วงตั้งถิ่นฐานถาวรของชาวอุรุกรลาไวย์ในชุมชนบ้านไต่ะบาทหลิว จังหวัดกระบี่ 3) ร้านกาแฟในบทบาทการเป็นเครื่องมือสร้างสรรค์ย่านเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว 4) การเสริมศักยภาพขององค์ประกอบภูมิทัศน์เพื่อเอื้อต่อกิจกรรมออกกำลังกายในสวนละแวกบ้าน 5) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการคงอยู่ของชุมชนนางเลิ้ง กรุงเทพมหานคร 6) Evaluation of Isometric Shade and Shadow Projection Methods used in the Technical Drawings of Traditional Thai Architecture Pedestal Moulding: The Interior Architecture Students Case Study 7) การเสนอแนะแนวทางการออกแบบสถาปัตยกรรมภายในพื้นที่การเรียนการสอนในศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก สังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กรณีศึกษาจังหวัดนครราชสีมา 8) ปัจจัยด้านข้อมูลและคุณภาพของเว็บไซต์ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้เว็บไซต์เพื่อการออกแบบภายใน กรณีศึกษานักศึกษาศาสาสถาปัตยกรรมภายใน 9) การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์ศิลปะพื้นบ้านสำหรับนักท่องเที่ยว 10) ผลของระบบเชื่อมต่อโครงสร้างด้วยวิธีการเข้าไม้เพื่อการออกแบบของเล่นในทัศนะของผู้เชี่ยวชาญ 11) การประยุกต์ใช้สัญญารูปสัตว์มงคลจีนในการออกแบบเครื่องประดับ 12) สีที่สะท้อนบุคลิกภาพการออกแบบกราฟฟิกเพื่อนำเสนอจุดขายสินค้าสะดวกซื้อ 13) การสร้างมายาคติการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ที่ซ่อนเร้นในสื่อบันเทิง

กองบรรณาธิการหวังเป็นอย่างยิ่งว่าวารสารวิชาการฉบับนี้ จะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาองค์ความรู้ในวงวิชาการและวิชาชีพทางด้านสถาปัตยกรรมศาสตร์ การออกแบบ และศิลปกรรม และนำไปต่อยอดพัฒนาการเรียนการสอนรวมถึงการประกอบวิชาชีพได้อย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้กองบรรณาธิการขอขอบพระคุณทั้งผู้ทรงคุณวุฒิ นักวิชาการทุกท่าน รวมถึงคณะผู้บริหารของคณะฯ และสถาบันฯ ที่สนับสนุนการจัดทำวารสารวิชาการฉบับนี้ หากมีข้อบกพร่องประการใด กองบรรณาธิการขออภัยไว้เพื่อจักได้นำไปปรับปรุงต่อไป

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ญาดา ขวาลกุล
บรรณาธิการ

การเปลี่ยนแปลงของพื้นที่ทางสถาปัตยกรรมในย่านปากคลองตลาด บนความสัมพันธ์ กับแนวคิดของการอยู่อาศัยและการใช้ประโยชน์: บทนำสู่การศึกษาสถาปัตยกรรม ขยับ-ปรับ-เคลื่อน	1
A Transformation of Space in Pak Khlong Talad Concerning Concept of Dwelling and Usability of Space: An Introduction to Mobile Architecture Study พิมพ์กคณิจ ปริสัณณุตานนท์ อภิรติ เกษมสุข พิมพ์ศิริ ประจสาร	
รูปแบบเรือนช่วงตึกถิ่นฐานถาวรของชาวอุรักลาโว้ยในชุมชนบ้านโต๊ะบาหลิว จังหวัดกระบี่	15
Patterns of Urak Lawoi Vernacular Houses During the Permanent Settlement in Baan Toh – Baliew community, Krabi province อัมพิกา อ่ำลอย	
ร้านกาแฟในบทบาทการเป็นเครื่องมือสร้างสรรค์ย่านเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว	29
Coffee Shop as a Creative Tool for The District to Promote Tourism ธนพร พันธุ์นรา	
การเสริมศักยภาพขององค์ประกอบภูมิทัศน์เพื่อเอื้อต่อกิจกรรมออกกำลังกาย ในสวนละแวกบ้าน	45
Enhancing the Potential of Landscape Elements to Facilitate Exercise Activities in Neighbourhood Parks พรชัย จิตติวิสุรัตน์ ฐปณี รัตนถาวร	
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการคงอยู่ของชุมชนนางเลิ้ง กรุงเทพมหานคร	59
Factors Influencing the Existence of Nang Loeng Community, Bangkok ปิ่นทาวริย์ ชูตระกูล กฤตพร ห้าวเจริญ	
Evaluation of Isometric Shade and Shadow Projection Methods used in The Technical Drawings of Traditional Thai Architecture Pedestal Moulding: The Interior Architecture Students Case Study	71
Wirayut Kuisorn	

การเสนอแนะแนวทางการออกแบบสถาปัตยกรรมภายในพื้นที่การเรียนการสอน ในศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก สังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กรณีศึกษาจังหวัดนครราชสีมา The Guideline of Interior Architectural Design of Teaching and Learning Space in Local Administrative Child Development Center: Case Studies of Nakorn Ratchasima Province วิศณี ไชยรักษ์ ขวัญจิต รัตนวรรณกุล พงษ์ศักดิ์ ลอยฟ้า	86
ปัจจัยด้านข้อมูลและคุณภาพของเว็บไซต์ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้ เว็บไซต์เพื่อการออกแบบภายใน กรณีศึกษานักศึกษาสาขาสถาปัตยกรรมภายใน Factors of Website Data and Website Quality That Affect the Satisfaction of Using a Website for Interior Design, Case Study: Interior Architecture Students วีระยุต ขุ้ยศร	100
การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์ศิลปะพื้นบ้านสำหรับนักท่องเที่ยว Souvenir Product Design Based on Folk Art Identities for Travelers สุชาติ อิมสำราญ พรเทพ เลิศเทวศิริ อินทิรา พรหมพันธุ์	115
ผลของระบบเชื่อมต่อโครงสร้างด้วยวิธีการเข้าไม้เพื่อการออกแบบของเล่นในทัศนะ ของผู้เชี่ยวชาญ The Effect of Structural Jointing System Using Wood Jointing Assembly Method for Toy Design from the Expert's Point of View พรเทพ เลิศเทวศิริ	130
การประยุกต์ใช้สัญลักษณ์รูปสัตว์มงคลจีนในการออกแบบเครื่องประดับ The Application of Auspicious Chinese Animal Signs to Jewelry Design ปัทมาสน์ พิณนกุล	145
สีที่สะท้อนบุคลิกภาพการออกแบบกราฟิกเพื่อนำเสนอจุดขายสินค้าสะดวกซื้อ The Colors Reflect the Graphic Design Personality to Present the Selling Points of Convenience Goods วัชรธร เพ็ญศิริธร	159
การสร้างมายาคติการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ที่ซ่อนเร้นในสื่อบันเทิง Construction of Underlying Myths of Tourism Inspired by Movies in Entertainment Media ชนะใจ ต้นไทรทอง สันติธร ภูริภักดี	175

การเปลี่ยนแปลงของพื้นที่ทางสถาปัตยกรรมในย่านปากคลองตลาดบนความสัมพันธ์กับแนวคิดของการอยู่อาศัยและการใช้ประโยชน์: บทนำสู่การศึกษาสถาปัตยกรรมขยับ-ปรับ-เคลื่อน

A Transformation of Space in Pak Khlong Talad Concerning Concept of Dwelling and Usability of Space: An Introduction to Mobile Architecture Study

พิมภักคณิจ ปริสัญญุตานนท์¹ อภิรดี เกษมสุข² พิมลศิริ ประจางสาร³

Phimphakanit Parisanyutanon¹ Apiradee Kasemsook² Pimolsiri Prajongsan³

Received: 29/06/2021

Revised: 18/10/2021

Accepted: 10/11/2021

บทคัดย่อ

เป็นที่ทราบกันว่า สถาปัตยกรรมนั้นมีความสัมพันธ์กับมนุษย์และบริบทเป็นหลัก การพัฒนาสถาปัตยกรรมจึงเป็นไปเพื่อการตอบสนองความต้องการของมนุษย์ และความสอดคล้องกับสภาพแวดล้อม ด้วยเหตุนี้ สถาปัตยกรรมจึงต้องการ “คุณสมบัติ” บางประการ เพื่อเพิ่มความสามารถในการสนองประโยชน์ของการอยู่อาศัยอันเป็นพื้นฐานของการดำรงชีวิต และนำไปสู่การพัฒนาแนวคิดทางสถาปัตยกรรมที่กล่าวว่า ความชั่วคราว หรือ คุณสมบัติใดก็ตามที่สามารถทำให้สถาปัตยกรรมหลุดเป็นอิสระจากความถาวร คือ คุณสมบัติอันพึงมีของสถาปัตยกรรมที่สร้างขึ้นเพื่อสนองต่อพฤติกรรมมนุษย์

จากแนวคิดดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแนวคิดของการอยู่อาศัย (Concept of Dwelling) และการใช้ประโยชน์ของพื้นที่ทางสถาปัตยกรรม (Usability of Space) ซึ่งเชื่อมโยงกับความชั่วคราวในสถาปัตยกรรมที่อธิบายผ่านกลุ่มคุณสมบัติการเปลี่ยนแปลง (Transformation Attribution) โดยตั้งสมมติฐานว่า หากการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่ทางสถาปัตยกรรมแตกต่างกัน จะส่งผลต่อแนวคิดของการอยู่อาศัย และการใช้ประโยชน์ของพื้นที่ทางสถาปัตยกรรมอย่างไร นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังมีความสนใจที่จะสืบหาวิธีการหรือแนวคิด ในการใช้อธิบายอัตลักษณ์ของสถาปัตยกรรมซึ่งประกอบด้วยคุณสมบัติการเปลี่ยนแปลงนี้ หรือ ที่จะเรียกในงานวิจัยนี้ว่า “สถาปัตยกรรมขยับ-ปรับ-เคลื่อน” หรือ “*Mobile Architecture*”

ในการตอบจุดประสงค์ของการวิจัยดังกล่าว ผู้วิจัยจึงได้กำหนดให้การเปลี่ยนแปลงของพื้นที่ทางสถาปัตยกรรม เป็นตัวแปรอิสระ และแนวคิดของการอยู่อาศัยและการใช้ประโยชน์ของพื้นที่ทางสถาปัตยกรรมเป็นตัวแปรตาม โดยมีสถาปัตยกรรมถาวรที่มีอยู่เดิม เป็นตัวแปรควบคุม และทำการวิเคราะห์ความเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มตัวแปรในงานวิจัยนี้ โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์ (*coefficient*) เพื่อนำมาเปรียบเทียบ และสังเคราะห์ผลที่ได้ นำไปใช้หาความสัมพันธ์ และอธิบายแนวคิดของสถาปัตยกรรมขยับ-ปรับ-เคลื่อน ซึ่งผู้วิจัยจะนำผลสรุปมาอภิปรายความสอดคล้องของแนวคิดที่ได้จากงานวิจัยนี้กับแนวคิดสถาปัตยกรรม-ขยับ-เคลื่อนที่มีผู้กล่าวไว้ รวมไปถึงการนำเสนอแนวทางในการศึกษาวิจัยหัวข้อนี้ต่อไป ซึ่งผู้วิจัยสนใจที่จะพัฒนาต่อเป็นหัวข้อวิทยานิพนธ์ของการศึกษาปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาสถาปัตยกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

คำสำคัญ: สถาปัตยกรรมขยับ-ปรับ-เคลื่อน พื้นที่ทางสถาปัตยกรรม การเปลี่ยนแปลงทางสถาปัตยกรรม
แนวคิดของการอยู่อาศัย การใช้ประโยชน์ของพื้นที่ทางสถาปัตยกรรม

¹⁻³ สาขาสถาปัตยกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

Architecture Program, Faculty of Architecture, Silpakorn University

ผู้นิพนธ์ประสานงาน อีเมล: phimpknt.p@gmail.com

Abstract

It is generally accepted that architecture is mainly related to humans and context. To develop architecture is to respond to the need of humans and to harmonize with the environment. As a result, architecture requires some “attribution” to enhance the ability that serves dwelling, which is the basis of living. It leads to the progress of architectural ideas about impermanence or any attribution that sets architecture free from permanence. This is the idea every architecture for human behavior should have.

Regarding the above-mentioned idea, the researchers attend to study a relationship between the Concept of Dwelling and Usability of Space, which concerning impermanence in architecture that describes through Transformation Attribution. Moreover, the research hypothesis is that different transformations of space can affect the Concept of Dwelling and Usability of Space. In addition, the researchers are interested to find the process or concept that explains the identity of this transformative architecture or “Mobile Architecture”.

To answer the research objective, the researchers assign a transformation of space to be an independent variable, whereas Concept of Dwelling and Usability of Space is a dependent variable, and an existing immobile architecture is a controlled variable. The researchers seek a relationship between these variables through the analysis and addresses a coefficient for the comparison results. The outcome is later synthesized and proceeded to find a relationship as well as an explanation of Mobile Architecture that leads to a discussion of how Mobile Architecture in this research coordinates with the other previous definitions of Mobile Architecture. This is including of a further study of method, which the researchers aim to develop to be a Ph.D. dissertation in Doctor of Philosophy Program in Architecture, Faculty of Architecture, Silpakorn University.

Keywords: Mobile Architecture, Space, Transformation of Architecture, Concept of Dwelling, Usability of Space

1. บทนำ

การจำแนกประเภทสถาปัตยกรรมนั้นทำได้หลายวิธี หนึ่งในนั้นคือ การจำแนกด้วยคุณสมบัติที่ประกอบอยู่ในสถาปัตยกรรม ซึ่งทำให้สถาปัตยกรรมนั้นหลุดออกจากสิ่งถาวร กลายเป็นสิ่งชั่วคราวที่สามารถขยับเขยื้อน เคลื่อนไหวได้ ณ เวลาหนึ่ง ซึ่งในงานวิจัยนี้ จะเรียกสถาปัตยกรรมประเภทนั้นว่า “สถาปัตยกรรมขยับ-ปรับ-เคลื่อน” หรือ “*Mobile Architecture*”

อ้างอิงจากแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับสถาปัตยกรรมขยับ-ปรับ-เคลื่อน ฟิลิป จอดิดิโอ (Jodidio, 2011) ได้กล่าวไว้ใน *Temporary Architecture Now!* ว่า โดยแก่นแท้แล้ว อาคารนั้นมีความชั่วคราวเป็นพื้นฐาน ไม่ว่าอาคารนั้นจะถูกสร้างขึ้นด้วยวัสดุคุณภาพดี ตั้งอยู่บนตำแหน่งที่ตั้งในภูมิประเทศที่เหมาะสม หรือสอดคล้องกับภูมิอากาศเพียงใดก็ตาม ฉะนั้น คำว่าถาวร (*Permanent*) ในการก่อสร้างอาคารหนึ่ง จึงดูเหมือนถูกเชิดชูขึ้นมาเพื่อแก้ปัญหาบางอย่างในเชิงเศรษฐศาสตร์การก่อสร้างเท่านั้น ส่วนในแง่ของความหมายเชิงรูปทรง (*Form*) หน้าที่ใช้สอย (*Function*) หรือแม้แต่ความคิด (*Idea*) ของผู้คนที่ มีต่อสถาปัตยกรรม ก็ปรากฏแนวคิดที่ว่า ความถาวรในสถาปัตยกรรมนั้น เป็นอุปสรรคต่อบริบท ผู้อยู่อาศัย ตลอดจนการใช้ประโยชน์ ด้วยเหตุนี้ โยนา ฟรายด์แมน (Yona Friedman) จึงได้นำเสนอแนวความคิดเรื่อง “*Mobile Architecture*” ซึ่งหมายถึง “สถาปัตยกรรมที่สามารถปรับเปลี่ยนโครงสร้างและการใช้งานได้สอดคล้องกับความต้องการ” ผ่านการนำเสนอ “*เมืองลอยฟ้า (Spatial City)*” ซึ่งประกอบด้วยโครงสร้างที่สามารถเคลื่อนย้าย ปรับเปลี่ยน และยืดหยุ่นให้เข้ากับพฤติกรรมผู้ใช้งานได้ โดยฟรายด์แมนมีความเชื่อว่า แนวคิดทางสถาปัตยกรรมนี้สามารถตอบสนองกับความต้องการของผู้ใช้งานได้ดีกว่าสถาปัตยกรรมที่เกิดขึ้นมาก่อนหน้านั้น (Friedman, 1959)

แนวคิดเกี่ยวกับสถาปัตยกรรมที่ปราศจากความถาวรนี้ ยังเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของมนุษย์ที่มีความเคลื่อนไหว ยืดหยุ่นไปตามสภาวะแวดล้อม โรเบิร์ต โครเนนเบิร์ก ได้กล่าวว่า เมื่อมนุษย์ได้ย้ายจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง จะมีพฤติกรรมที่สัมพันธ์กับพื้นที่ทางสถาปัตยกรรมใน 2 ลักษณะ คือ การนำวัตถุที่แสดงความเป็นเจ้าของ (*Possession*) ติดตัวไปด้วย และอีก

ประการ คือ การสร้างความเป็นเจ้าของที่ระบุการมีตัวตนในพื้นที่ จึงอาจกล่าวได้ว่า มนุษย์มีความต้องการ “ความรู้สึกการเป็นบ้าน (A Sense of Home)” “ความปลอดภัย (Security)” ตลอดจน “ความรู้สึกคุ้นเคย (Familiarity)” (Kronenburg, 2010) ด้วยเหตุนี้ จึงอาจกล่าวได้ว่า สถาปัตยกรรมและพื้นที่ทางสถาปัตยกรรม ควรได้รับการออกแบบให้มีความสามารถในการเปลี่ยนแปลงได้ เพื่อตอบสนองความต้องการดังกล่าว

อย่างไรก็ดี นอกจากการนำเสนอคุณสมบัติชั่วคราว และความสามารถที่เหมาะสมในการตอบสนองพฤติกรรมและการเคลื่อนย้ายของมนุษย์ในสถาปัตยกรรมยับ-ปรับ-เคลื่อน ผู้วิจัยยังไม่พบว่า มีการนำเสนอวิธีการหรือแนวคิดในการนิยามสถาปัตยกรรมแบบยับ-ปรับ-เคลื่อน ที่ทำให้เข้าใจได้ตรงความหมาย ด้วยเหตุดังกล่าว ผู้วิจัยจึงเสนอว่า ควรมีการสร้างเครื่องมือในการอธิบายสถาปัตยกรรมยับ-ปรับ-เคลื่อน ผ่านการเปลี่ยนแปลง (Transformation) ซึ่งในงานวิจัยนี้ จะใช้เรียกแทนคุณสมบัติที่ปรากฏในสถาปัตยกรรมยับ-ปรับ-เคลื่อน โดยในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ทดลองตั้งคำถามเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของคุณสมบัติของสถาปัตยกรรมยับ-ปรับ-เคลื่อนกับมนุษย์ว่า หากการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่ทางสถาปัตยกรรมแตกต่างกัน จะส่งผลอย่างไรต่อแนวคิดของการอยู่อาศัย และการใช้ประโยชน์ของพื้นที่ทางสถาปัตยกรรม นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังต้องการศึกษารูปแบบของพื้นที่และการใช้ประโยชน์ของพื้นที่ทางสถาปัตยกรรม ว่าสามารถย้อนกลับมาอธิบายแนวคิดของสถาปัตยกรรมยับ-ปรับ-เคลื่อนได้หรือไม่ อย่างไร ทั้งนี้ เพื่อนำไปสู่การอธิบายอัตลักษณ์ คุณสมบัติ ตลอดจนคุณลักษณะสถาปัตยกรรมยับ-ปรับ-เคลื่อน ที่มีระเบียบแบบแผน อันนำไปสู่การเชื่อมโยงและการขยายขอบเขตความรู้ที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎีทางสถาปัตยกรรมในลักษณะเดียวกันนี้ ให้มีความชัดเจน และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้อย่างดียิ่งขึ้น

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

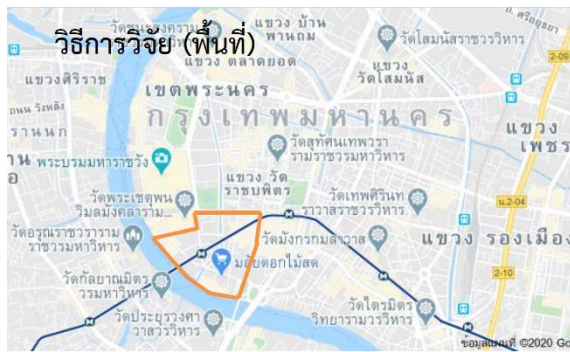
2.1 เพื่อค้นหาความสัมพันธ์ระหว่างการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่ทางสถาปัตยกรรม กับแนวคิดของการอยู่อาศัย และการใช้ประโยชน์ของพื้นที่ทางสถาปัตยกรรมภายใต้บริบทที่หลากหลาย

2.2 เพื่อศึกษารูปแบบของพื้นที่และการใช้ประโยชน์ของสถาปัตยกรรม และนำมาอธิบายแนวคิดของสถาปัตยกรรมแบบยับ-ปรับ-เคลื่อน

3. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

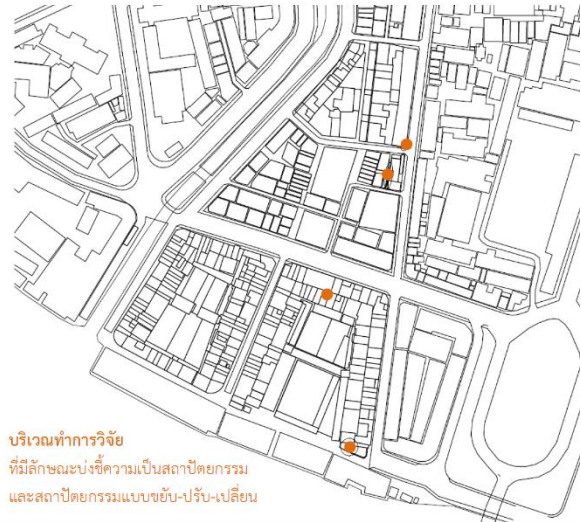
3.1 แนวคิดการวิจัย

ผู้วิจัยได้คัดเลือกพื้นที่วิจัยในย่านปากคลองตลาดซึ่งเป็นย่านเก่าที่มีการใช้สอยอย่างเข้มข้น และมีพลวัตมาตั้งแต่อดีตจนกระทั่งปัจจุบัน โดยได้คัดสรรกรณีศึกษาผ่าน 1) จำนวนของพื้นที่ที่มีความจำกัดในการใช้ประโยชน์ 2) ความหลากหลายของพฤติกรรมอยู่อาศัย และพื้นที่ทางสถาปัตยกรรมและอาคารที่มีการใช้งานแบบผสมผสาน (Mixed-use) ที่มีจำนวนเพียงพอสำหรับการศึกษา 3) ลักษณะพื้นที่ทางสถาปัตยกรรมที่มีปมหลังในมิติประวัติศาสตร์ และมีการสืบทอดบริบทแวดล้อมมาจนกระทั่งปัจจุบัน นอกจากนั้น ยังมีการนำแนวคิดทางสถาปัตยกรรมมากำหนดกรอบการศึกษา โดยประกอบด้วย 1) พื้นที่ทางสถาปัตยกรรม (Space) 2) การโอบล้อม (Enclosure) 3) การอยู่อาศัย และการครอบครองพื้นที่ในมิติของผู้อยู่อาศัย (Dweller) ทั้งที่เป็นมนุษย์ และสัตว์เลี้ยง ตลอดจนการจัดวางเฟอร์นิเจอร์ (รูปที่ 1)



การเลือกพื้นที่วิจัย

เกาะรัตนโกสินทร์ชั้นกลาง-สนามไชย-ศรีเพชร-ปากคลองตลาด



บริเวณทำการวิจัย

ที่มีลักษณะบ่งชี้ความเป็นสถาปัตยกรรม
และสถาปัตยกรรมแบบขยับ-ปรับ-เปลี่ยน

รูปที่ 1 การใช้แนวคิดการวิจัยเพื่อคัดเลือกพื้นที่วิจัย
ที่มา: ภาพถ่ายบนจาก Google Map (2021)

3.2 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยหรือการศึกษา

ในการวิจัยนี้ ผู้วิจัยเลือกศึกษาเฉพาะองค์ประกอบสำคัญของสถาปัตยกรรม คือ พื้นที่ทางสถาปัตยกรรม (Space) อันประกอบด้วยแนวคิดของการอยู่อาศัย (Concept of Dwelling) และการใช้ประโยชน์ของพื้นที่ทางสถาปัตยกรรม (Usability of Space) มาเป็นกรอบในการศึกษาและวิเคราะห์การแปรเปลี่ยนทางสถาปัตยกรรม (Transformation in Architecture) เพื่อนำไปสู่การพัฒนาเครื่องมือในการศึกษาความเป็นสถาปัตยกรรมแบบขยับ-ปรับ-เคลื่อนต่อไป ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยเห็นว่า ควรมีการอธิบายคุณสมบัติการแปรเปลี่ยน (Transformation Attribution) เพื่อให้เข้าใจความหมายที่จะใช้ในงานวิจัยนี้

1) การเปลี่ยนแปลง (Changeability) คือ การเปลี่ยนแปลงการใช้ประโยชน์พื้นที่ทางสถาปัตยกรรม อันเนื่องมาจากแนวคิดของการอยู่อาศัย ทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนได้อย่างยั่งยืน (Sustainable Adaptability) ซึ่งปรากฏอยู่ในรูปแบบของ รูปทรง (Form)

2) การตอบสนอง (Responsiveness) คือ การที่พื้นที่ทางสถาปัตยกรรม สามารถตอบสนองต่อปัจจัยอันผันผวนในการอยู่อาศัย และตอบรับกับเป้าหมายการใช้ประโยชน์ในการอยู่อาศัยของผู้ใช้งาน

3) การปรับเปลี่ยน (Adaptability) คือ การเปลี่ยนแปลงรูปลักษณะ (Morphology) ของวัตถุประดิษฐ์ (Artifact) ทางสถาปัตยกรรม โดยการเปลี่ยนเปลี่ยนนั้นจะต้องเป็นผลจากการเปลี่ยนแปลงซึ่งสมควรกับเวลา เป็นผลลัพธ์ของวิวัฒนาการทางสถาปัตยกรรมอันถือเป็นเอกลักษณ์ทางสังคม เป็นผลิตภัณฑ์ทางเทคโนโลยี และเป็นวิถีปฏิบัติ (Verma, 2020)

ในงานวิจัยนี้ จะอธิบายการปรับเปลี่ยนว่า คือ การเปลี่ยนแปลงรูปลักษณะของสถาปัตยกรรม ที่เป็นเอกลักษณ์ของสังคมนั้นจะเห็นได้ว่า คุณสมบัติ 3 ประการ ดังกล่าวมาข้างต้นนั้นมีความเชื่อมโยงกันในเชิงกายภาพ (Physical) เนื่องจากกล่าวถึง “รูปลักษณะ” และ “วัตถุประดิษฐ์” อย่างไรก็ดี ผู้วิจัยมีความเห็นว่า มีอาจแบ่งแยกความสำคัญของคุณสมบัติแห่งการเปลี่ยนแปลงเชิงกายภาพเป็นลำดับก่อนหรือหลังได้อย่างชัดเจน แต่มีความเห็นว่า ความสัมพันธ์ระหว่างคุณสมบัติแห่งการเปลี่ยนแปลงเชิงกายภาพนี้จะต้องประกอบด้วยคุณสมบัติอย่าง

น้อย 1 ข้อเสมอ นอกจากนี้ ยังมีปัจจัยบางอย่าง เช่น เวลา เข้ามาทำให้การทำงานของคุณสมบัติในสถาปัตยกรรม มีความชัดเจน จนทำให้สถาปัตยกรรมถาวรนั้น ถูกเปลี่ยนแปลงไป โดยอาจจำแนกเวลาที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลง ได้ 2 กลุ่ม คือ “ระยะยาว (Long-term)” ที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ของยุค (Generation) หรือการปฏิวัติ (Revolution) ทางวัฒนธรรมและสังคม ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงรูปลักษณ์ของสถาปัตยกรรม เกิดเป็นการปรับเปลี่ยน อย่างยั่งยืน (Sustainable Adaptability) และ “ระยะสั้น (Short-term)” ซึ่งเกิดการปรับเปลี่ยนขึ้นในทันทีทันใด (Rapid Adaptability) เพื่อตอบสนองต่อเป้าหมายที่เกิดขึ้นในเวลานั้น

4) การพกพาเคลื่อนย้าย (Portability) เกิดขึ้นจากการเคลื่อนย้ายและขนส่งของชิ้นงาน เพื่อให้เกิดการใช้งาน ได้ทันทีทันทีเมื่อไปถึงยังตำแหน่งที่ตั้ง โดยที่บางครั้งวิธีการขนส่งก็ถูกผนวกเข้ากับโครงสร้างถาวรของอาคารด้วย อย่างไรก็ตาม ส่วนประกอบที่สำคัญที่สุดของคุณสมบัติการพกพาอาจเป็นปฏิกิริยา (Reaction) ซึ่งเกิดกับผู้ได้รับประสบการณ์ในการใช้ สถาปัตยกรรม ซึ่งในทางปฏิบัติ การที่คนจะสามารถตอบสนองต่อความชั่วคราวที่อยู่ในโครงสร้างโดยคิดว่า สิ่งนั้นเป็นสิ่งถาวร ดูเหมือนว่าจะซับซ้อนเกินอธิบาย (Kronenburg, 2008)

สำหรับงานวิจัยนี้ การพกพาเคลื่อนย้าย จะแบ่งเป็น 2 รูปแบบ คือ โครงสร้างหรือส่วนประกอบของ สถาปัตยกรรมถูกเคลื่อนย้ายหรือขนส่ง และปฏิกิริยาของผู้ใช้งานที่มีต่อการใช้สถาปัตยกรรมว่า เป็นของชั่วคราวและถูก เคลื่อนย้ายไปได้

5) การเคลื่อน (Movability) จำแนกออกเป็น 2 หมวดหมู่ คือ

5.1) การเคลื่อนซึ่งถูกจำกัด (Contained Movement) ซึ่งมีใช้หมายถึงการเคลื่อนของสถาปัตยกรรม หากแต่เป็นดวงตา จิตใจ ร่างกาย หรือแรงเคลื่อน ที่มีต่อสถาปัตยกรรม

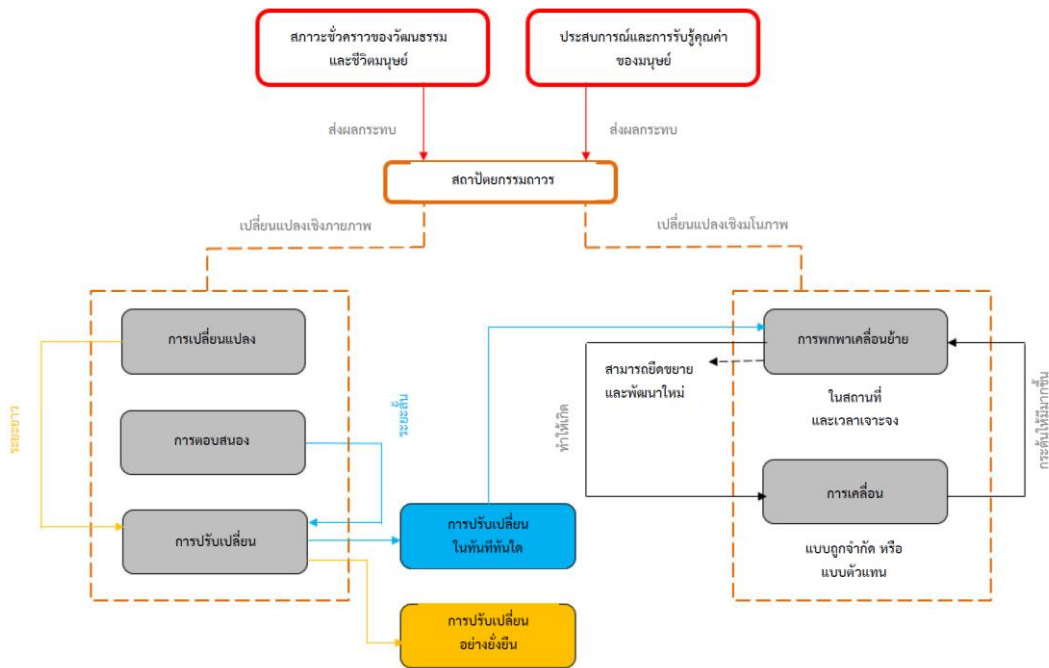
5.2) การเคลื่อนซึ่งเป็นตัวแทน (Represented Movement) หมายถึง การเคลื่อนซึ่งเกี่ยวข้องหรือลงตา ว่าสถาปัตยกรรมมีการเคลื่อนไป

การเคลื่อนในสองหมวดหมู่ นี้ จะทำงานด้วยกันเสมอ จึงอาจกล่าวได้ว่า คุณสมบัติการเคลื่อนในทาง สถาปัตยกรรมน่าจะเป็นผลจากประสบการณ์ในการรับรู้ทางสถาปัตยกรรมเช่นเดียวกันกับคุณสมบัติการพกพาเคลื่อนย้าย (Hardy, 2011) ในงานวิจัยนี้ การเคลื่อนจะต่างจากการพกพาเคลื่อนย้าย โดยการเคลื่อนเป็นได้ทั้งแรงเคลื่อนที่เกิดต่อ สถาปัตยกรรมจริง และการเคลื่อนที่ลงว่า สถาปัตยกรรมเคลื่อนไป

แม้ว่าคุณสมบัติการพกพาเคลื่อนย้าย และการเคลื่อนจะสามารถนำมาอธิบายความสัมพันธ์กับคนในเชิงปฏิกิริยา ตอบสนอง และสามารถนำมาจำแนกเป็นหมวดหมู่ได้ ผู้วิจัยก็เห็นว่า กลุ่มคุณสมบัตินี้มีนัยความเป็นมโนภาพ เนื่องจาก ประกอบด้วยประสบการณ์และความคิดของมนุษย์ ซึ่งยากที่จะวัดค่าหรือแปลความหมายได้ นอกจากนั้น เวลา ยังคงเป็นปัจจัย สำคัญในการทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างการพกพาเคลื่อนย้าย และการเคลื่อนเป็นไปในรูปแบบของวัฏจักร กล่าวคือ การ พกพาเคลื่อนย้ายที่เกิดขึ้น ณ สถานที่หนึ่ง ในช่วงเวลาหนึ่ง จะต้องประกอบด้วย การเคลื่อน ทั้งที่เป็นแบบถูกจำกัดและแบบ ตัวแทน เพื่อทำให้ความสามารถของการยืดขยาย (Expandable) และการพัฒนาใหม่ (Redeployable) เพิ่มขึ้น และ กลับไปส่งผลให้การเคลื่อนมีมากขึ้น (Corkett, 2014) กระบวนการนี้อาจเชื่อมโยงถึงการเพิ่มพูนประสบการณ์และการรับรู้ คุณค่าทางสถาปัตยกรรมของคนในช่วงเวลาอันจำกัด ด้วยเหตุนี้ คุณสมบัติการปรับเปลี่ยนที่เกิดขึ้นในทันทีทันใด (Rapid Adaptability) ที่สามารถตอบสนองต่อเป้าหมายที่เฉพาะเจาะจงกับเวลาใดเวลาหนึ่ง จึงถูกจัดให้อยู่ในกลุ่มคุณสมบัติของการ เปลี่ยนแปลงทางกายภาพ ที่สามารถส่งผลให้เกิดการพกพาเคลื่อนย้าย ตลอดจนความสามารถในการเคลื่อน

จากการอธิบายคุณสมบัติทั้งเชิงกายภาพและมโนภาพ อาจกล่าวโดยสรุปได้ว่า คุณสมบัติการแปรเปลี่ยนของสอง กลุ่มนี้ต่างมีความสัมพันธ์กับเวลา ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการกระตุ้นให้เกิดกระบวนการที่สถาปัตยกรรมถาวรถูกทำให้แปร เปลี่ยนไปเป็นสถาปัตยกรรมแบบยืด-ปรับ-เคลื่อน ทั้งนี้ ต้องเป็นไปตามเงื่อนไขของความเหมาะสมต่อบริบทหรือสถานการณ์ โดยปราศจากการสูญเสียอัตลักษณ์ (Identity) หรือ แนวความคิด (Concept) (Parmar, 2017) กระบวนการแปรเปลี่ยน ของสถาปัตยกรรมถาวรไปเป็นสถาปัตยกรรมยืด-ปรับ-เคลื่อนนั้น จึงเริ่มขึ้นด้วยบริบทซึ่งประกอบด้วยสภาวะชั่วคราวของ วัฒนธรรมและชีวิตคน และประสบการณ์และการรับรู้คุณค่าของมนุษย์ โดยทั้งสองปัจจัยนี้ ส่งผลให้สถาปัตยกรรมถาวรถูก เปลี่ยนแปลงไปในเชิงกายภาพและมโนภาพ ตามลำดับ การเปลี่ยนแปลงซึ่งเป็นคุณสมบัติเชิงกายภาพ อาจเกิดขึ้นเป็นอันดับ แรก เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงเป็นเวลานาน จึงก่อให้เกิดการปรับเปลี่ยนที่ยั่งยืนซึ่งแสดงออกมาผ่านรูปลักษณ์ของสถาปัตยกรรม ส่วนการตอบสนองนั้นอาจเกิดควบคู่ไปพร้อมกับการเปลี่ยนแปลง อย่างไรก็ตาม การตอบสนองที่มีประสิทธิภาพจะต้องสามารถ ตอบรับกับเป้าหมายที่มีและปัจจัยที่ผันผวน ฉะนั้น การตอบสนองจึงต้องเกิดในระยะสั้น รวดเร็ว และต้องการการปรับเปลี่ยน ในทันทีทันใด เพื่อให้สามารถกระตุ้นประสบการณ์และการรับรู้ทางสถาปัตยกรรมที่ส่งผลต่อความคิดและปฏิกิริยาของมนุษย์ ต่อการแปรเปลี่ยนทางสถาปัตยกรรมเชิงมโนภาพ ซึ่งประกอบด้วยคุณสมบัติการพกพาเคลื่อนย้าย และ การเคลื่อน (รูปที่ 2)

โดยสรุป จึงอาจกล่าวได้ว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของสถาปัตยกรรม ต้องประกอบด้วยกรอบของบริบทและผู้ใช้งาน โดยมีเวลา เข้ามาทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเชิงกายภาพ หรือ มโนภาพ ในสถาปัตยกรรมนั้น



รูปที่ 2 กระบวนการแปรเปลี่ยนจากสถาปัตยกรรมถาวรไปเป็นสถาปัตยกรรมชัยบ-ปรับ-เคลื่อน

ต้นข้าว ปาณินท์ ได้กล่าวถึงพื้นที่ทางสถาปัตยกรรม (Space) ในคนและความคิดทางสถาปัตยกรรม (ปาณินท์, 2553) ว่า จุดกำเนิดของพื้นที่ทางสถาปัตยกรรมในยุคแรกนั้นอาจเกิดจากการถักทอห่อหุ้มร่างกายด้วยเครื่องนุ่งห่ม ทำให้เกิดเป็นผืนของผนัง และพัฒนาต่อเป็นวัสดุที่คงทนถาวรมากขึ้น แต่ยังคงลักษณะความเป็นผนังโดยมีเสาเป็นโครงสร้างในการยึดหรือรองรับการเชื่อมผนังเข้าด้วยกันอีกที แนวคิดเกี่ยวกับพื้นที่ทางสถาปัตยกรรมดังกล่าวนี้ถูกนำเสนอโดย กอตต์ฟรีด เซมเปอร์ (Gottfried Semper) สถาปนิกและนักทฤษฎีในศตวรรษที่ 19 ซึ่งมีอิทธิพลต่อนักทฤษฎีคนอื่น ๆ ในยุคนั้น และปรากฏว่ามีการพัฒนาทฤษฎีสำคัญ 2 ทฤษฎี โดยอดอล์ฟ ฮิลเดบรันด์ (Adolf Hilderbrand) นักทฤษฎีสถาปัตยกรรม และออกุสต์ ชมาร์ซอว์ (August Schmarsow) นักประวัติศาสตร์ศิลปะ ซึ่งได้นำเสนอความคิดว่า หัวใจของการสร้างสรรค์งานสถาปัตยกรรม คือ “พื้นที่ทางสถาปัตยกรรม” หรือ “การสร้างพื้นที่จากสัญชาตญาณการครอบครองพื้นที่ และการสร้างความสัมพันธ์ของมนุษย์” ในข้อสรุปของชมาร์ซอว์นั้น พื้นที่ทางสถาปัตยกรรมเกิดจากการขอบเขตของพื้นที่ที่สัมพันธ์กับการรับรู้ของมนุษย์อันประกอบด้วยวัตถุ การเคลื่อนไหว และวัตถุประสงค์ จึงอาจกล่าวได้ว่า พื้นที่ทางสถาปัตยกรรมเกิดจากสัญชาตญาณพื้นฐานของมนุษย์ในการสร้างพื้นที่ และการแสวงหาตำแหน่งและจุดอ้างอิงของตนที่สัมพันธ์กับสิ่งอื่น ๆ ในโลก

งานเขียนชิ้นหนึ่งของมาร์ติน ไฮเดกเกอร์ (Martin Heidegger) ที่มีชื่อภาษาอังกฤษว่า “Building Dwelling Thinking” เป็นงานเขียนได้รับอิทธิพลจากแนวคิดเรื่องการรับรู้พื้นที่ทางสถาปัตยกรรมของมนุษย์ของชมาร์ซอว์ งานชิ้นนี้ตั้งคำถามเกี่ยวกับความหมายของการสร้างสภาพแวดล้อมของคน การอยู่อาศัย และความสัมพันธ์ระหว่างสถาปัตยกรรมและสรรพสิ่งต่าง ๆ ในโลก ซึ่งต้นข้าว ปาณินท์ อธิบายว่า การอยู่ (Dwelling) นั้น ไม่ได้จำกัดอยู่กับการอยู่อาศัยในบ้าน แต่รวมไปถึงการครอบครองพื้นที่ของมนุษย์ในสภาพแวดล้อมทุกรูปแบบ นอกจากนั้น พื้นฐานความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์และสัญชาตญาณในการอยู่ก็ยังคงเกี่ยวพันกับความคิด 3 ประการที่สำคัญ คือ ความคิดเกี่ยวกับ “ตำแหน่ง (Location)” “ขอบเขต (Boundary)” และ “ความเป็นเจ้าของ (Belonging)” ซึ่งสำหรับไฮเดกเกอร์นั้น การเข้าใจความหมายของการอยู่อาศัยจะต้องเกิดก่อนการสร้าง เมื่อมนุษย์เข้าใจความต้องการและธรรมชาติของการอยู่แล้ว มนุษย์จึงสร้างได้อย่างมีความหมาย จากคำอธิบายนี้ อาจกล่าวได้ว่า การสร้างที่มีความหมายสำหรับการอยู่อาศัยต้องเกี่ยวข้องกับธรรมชาติการอยู่อาศัยของคน ที่มีความผูกพันทั้งในแง่การใช้สอยเชิงกายภาพ และในแง่บทบาทเชิงสัญลักษณ์กับสถาปัตยกรรม เช่น การปักยึด หรือวางสิ่งใดลงบนผืนดิน เพื่อกำหนดตำแหน่ง และได้พื้นที่ที่เพียงพอต่อการประกอบกิจกรรมและการดำรงชีวิต รวมไปถึงการสร้างสภาพแวดล้อมขึ้น เพื่อประกอบกับความรูสึกว่า ตนเป็นส่วนหนึ่งกับสถานที่หรือกิจกรรมในสถานที่นั้น

4. วิธีการวิจัย

อ้างอิงถึงข้อสรุปเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการแปรเปลี่ยนของสถาปัตยกรรมว่า ต้องประกอบด้วยกรอบของบริบทและผู้ใช้งาน โดยมีเวลา เข้ามาทำให้เกิดการแปรเปลี่ยนในสถาปัตยกรรม ผู้วิจัยจึงกำหนดให้บริบท ผู้ใช้งาน และเวลารวมทั้งสถาปัตยกรรมถาวรที่มีอยู่ หรืออาคารเดิม เป็นเกณฑ์ในการคัดเลือกบริเวณวิจัย

จากการสำรวจภาคสนามพบว่า ในย่านปากคลองตลาดมีบริเวณวิจัยที่สอดคล้องกับเกณฑ์ในการคัดเลือกบริเวณวิจัยจำนวน 4 จุด โดยทั้งหมดมีลักษณะร่วม ดังนี้

- เป็นพื้นที่ที่มีทำเลที่ตั้งอยู่ติดกับเส้นทางทางสัญจร ทั้งทางเดินเท้า (Pedestrian) และ ถนน (road) (รูปที่ 3)
- เป็นพื้นที่ที่มีทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้กับตลาด ได้แก่ ตลาดส่งเสริมการเกษตรไทย (A) และ ตลาดดอกไม้ยอดพิมาน (B) ในระยะไม่เกิน 50 เมตร (รูปที่ 3)

- มีลักษณะเป็น "โครงสร้าง" (structure) มีขนาดเล็กและแคบ ประกอบด้วย หลังคา และเสาที่ทำหน้าที่โอบล้อมและสร้างพื้นที่ โครงสร้างทั้งหมดถูกประกอบ (assembly) ขึ้นอย่างง่าย ๆ ด้วยวัสดุที่ผู้อยู่หามาได้เอง เช่น ผ้าใบ แผ่นโพลีคาร์บอเนต รม โดยใช้เชือกไม้ หรือท่อนเหล็ก โดยประกอบขึ้นอย่างไม่เน้นความสวยงาม ความเป็นระเบียบ ความเข้ากันได้ของวัสดุ หรือวิธีการเชื่อมต่อวัสดุต่างชนิดเข้าด้วยกัน และใช้เฟอร์นิเจอร์ หรือเครื่องอำนวยความสะดวกในการอยู่อาศัย เป็นตัวกำหนดขอบเขตพื้นที่ใช้สอยภายใน (จุดที่ 1: รูปที่ 4) (จุดที่ 2: รูปที่ 5) (จุดที่ 3: รูปที่ 6) (จุดที่ 4: รูปที่ 7)

- มีการอยู่อาศัยจากการพบผู้อยู่อาศัย (dweller) หรือวัตถุแสดงความเป็นเจ้าของ เช่น เครื่องอุปโภค-บริโภค เสื้อผ้า หรือสัตว์เลี้ยง (จุดที่ 1: รูปที่ 4) (จุดที่ 2: รูปที่ 5) (จุดที่ 3: รูปที่ 6) (จุดที่ 4: รูปที่ 7)

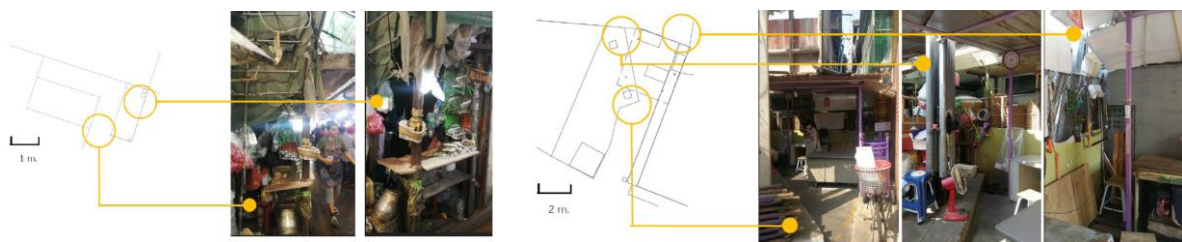
- มีการใช้งานในพื้นที่แบบทั้งวันและเป็นช่วงเวลา โดยผู้อยู่อาศัย และผู้จร (visitor)



รูปที่ 3 แผนที่แสดงบริเวณวิจัยที่สัมพันธ์กับอาคารเดิมและบริบทของตลาด



รูปที่ 4 และ รูปที่ 5 บริเวณวิจัยจุดที่ 1 และ จุดที่ 2



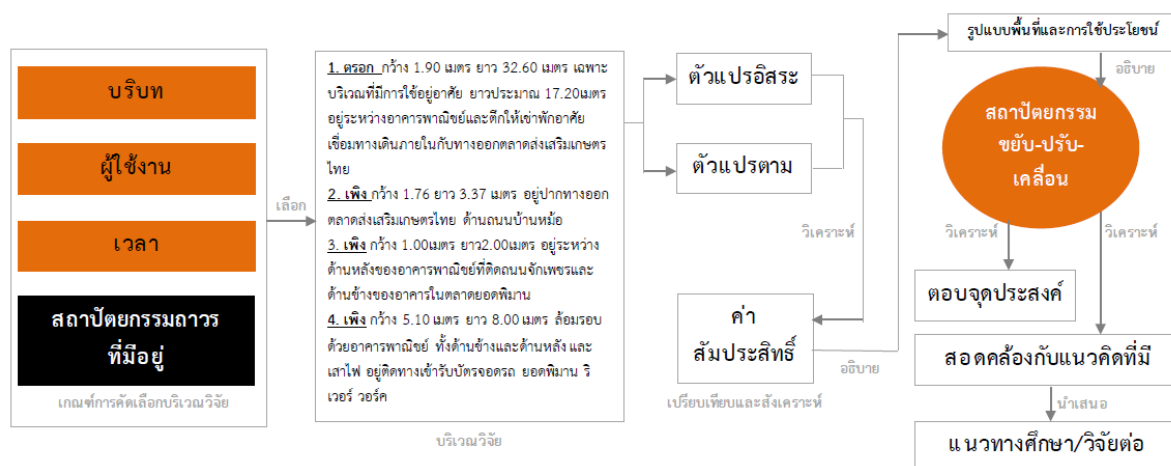
รูปที่ 6 และ รูปที่ 7 บริเวณวิจัยจุดที่ 3 และ จุดที่ 4

เพื่อตอบจุดประสงค์ของการวิจัยข้อแรกที่ว่า ความสัมพันธ์ระหว่างการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่ทางสถาปัตยกรรม กับ แนวคิดของการอยู่อาศัย และการใช้ประโยชน์ของพื้นที่ทางสถาปัตยกรรมภายใต้บริบทที่หลากหลายเป็นอย่างไร ผู้วิจัยจึงได้ กำหนดตัวแปรขึ้นมา 3 ประเภท โดยให้คุณสมบัติการเปลี่ยนแปลงของสถาปัตยกรรม อันได้แก่ “การเปลี่ยนแปลง (Changeability)” “การตอบสนอง (Responsiveness)” “การปรับเปลี่ยน (Adaptability)” “การพกพาเคลื่อนย้าย (Portability)” และ “การเคลื่อน (Movability)” ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญอันแสดงถึงลักษณะชั่วคราวของ “สถาปัตยกรรม แบบขยับ-ปรับ-เคลื่อน” เป็นตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ในการวิจัย เพื่อวิเคราะห์ว่า หากการเปลี่ยนแปลงของ พื้นที่ทางสถาปัตยกรรมต่างกัน จะทำให้ตัวแปรตาม (Dependent Variables) หรือ แนวคิดของการอยู่อาศัย อันได้แก่ ที่ตั้ง ขอบเขต และความเป็นเจ้าของ และการใช้ประโยชน์ในพื้นที่ทางสถาปัตยกรรม ได้รับผลกระทบอย่างไร และมีปัจจัยอื่นใด ที่ ส่งผลต่อแนวคิดของการอยู่อาศัย และการใช้ประโยชน์ของพื้นที่ทางสถาปัตยกรรม อีกหรือไม่ โดยมีตัวแปรควบคุม (Controlled Variables) เป็นสถาปัตยกรรมถาวรที่มีอยู่ (Existing Immobile Architecture) เพื่อเป็นพื้นฐานในการ วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม

เมื่อได้กรอบและตัวแปรของการวิจัยแล้ว ผู้วิจัยจึงได้ลงพื้นที่วิจัยเพื่อสำรวจและการบันทึกข้อมูลเชิงกายภาพ ได้แก่ การบันทึกภาพเพื่อนำมาอ้างอิง การวัดระยะการเข้าถึงและการวัดขนาดบริเวณวิจัย และการสัมภาษณ์ผู้ที่อยู่ในบริเวณวิจัย

ในการวิเคราะห์ความเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มตัวแปรในงานวิจัยนั้น ผู้วิจัยได้เลือกวิธีการให้คะแนนคุณสมบัติการ เปลี่ยนแปลงของสถาปัตยกรรมเป็นค่าสัมประสิทธิ์ (coefficient) จากนั้นนำค่ามาวิเคราะห์เปรียบเทียบ และสังเคราะห์ผลของ กลุ่มตัวแปรนั้นออกมาเป็นรูปแบบของการใช้ประโยชน์พื้นที่ทางสถาปัตยกรรม เพื่อนำไปใช้อธิบายแนวคิดของสถาปัตยกรรม

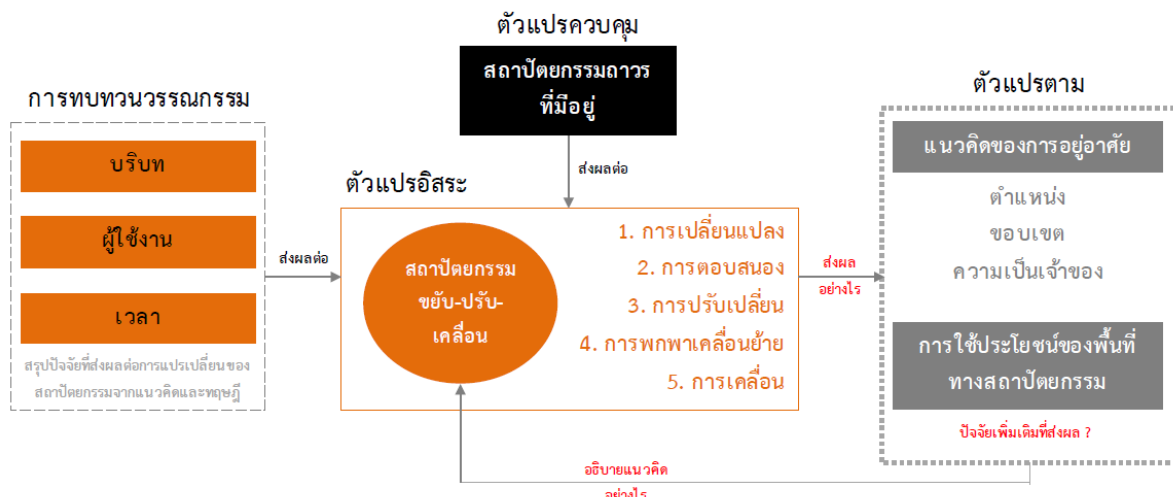
ขยับ-ปรับ-เคลื่อน อันนำไปสู่การสรุปผลวิจัย ซึ่งจะตอบข้อคำถามจากจุดประสงค์ของงานวิจัยที่ว่าด้วยการค้นหาความสัมพันธ์ระหว่างการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่ทางสถาปัตยกรรม กับแนวคิดของการอยู่อาศัย และการใช้ประโยชน์ของพื้นที่ทางสถาปัตยกรรมภายใต้บริบทที่หลากหลาย จากนั้น นำรูปแบบของพื้นที่และการใช้ประโยชน์ของสถาปัตยกรรม ไปมาอธิบายแนวคิดของสถาปัตยกรรมแบบขยับ-ปรับ-เคลื่อน โดยในขั้นตอนการอภิปราย ผู้วิจัยจะนำผลสรุปมาวิเคราะห์ความสอดคล้องกันกับแนวคิดสถาปัตยกรรม-ขยับ-เคลื่อนที่มีผู้กล่าวไว้ รวมไปถึงการนำเสนอแนวทางในการศึกษาวิจัยหัวข้อในลักษณะเดียวกันนี้ต่อไป (รูปที่ 8)



รูปที่ 8 วิธีการวิจัย

การนำทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงทางสถาปัตยกรรมมาใช้ในการณศึกษา

จากการศึกษากรอบแนวคิดทฤษฎีทางสถาปัตยกรรมซึ่งอธิบายการศึกษาพื้นที่ทางสถาปัตยกรรม และการอยู่อาศัย รวมไปถึงการอธิบายความหมายของกลุ่มคุณสมบัติการเปลี่ยนแปลงของสถาปัตยกรรม อันได้แก่ การเปลี่ยนแปลง การตอบสนอง การปรับเปลี่ยน การพหุภาคีเคลื่อนย้าย และการเคลื่อน ซึ่งผู้วิจัยสนใจในการทำความเข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่ทางสถาปัตยกรรม กับแนวคิดของการอยู่อาศัย และการใช้ประโยชน์ของพื้นที่ทางสถาปัตยกรรม ผู้วิจัยจึงใช้แนวทางของการศึกษาความเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มตัวแปรมาเป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ โดยกำหนดให้ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) คือ “คุณสมบัติการเปลี่ยนแปลงของสถาปัตยกรรม (Transformation Attribution)” ตัวแปรตาม (Dependent Variables) คือ “แนวคิดของการอยู่อาศัย (Concept of Dwelling)” และการใช้ประโยชน์ในพื้นที่ทางสถาปัตยกรรม ซึ่งสะท้อนการประกอบกิจกรรมและความสามารถในการใช้ประโยชน์ของพื้นที่ทางสถาปัตยกรรม ภายใต้การเปลี่ยนแปลงของสถาปัตยกรรม และตัวแปรควบคุม (Controlled Variables) คือ “สถาปัตยกรรมถาวรที่มีอยู่เดิม (Fixed Existing Architecture)” (รูปที่ 9) เพื่อวิเคราะห์ว่า ความสัมพันธ์ระหว่างการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่ทางสถาปัตยกรรม กับแนวคิดของการอยู่อาศัย และการใช้ประโยชน์เพื่ออยู่อาศัย ในแต่ละบริเวณเป็นอย่างไร และสามารถนำไปอธิบายแนวคิดของสถาปัตยกรรมขยับ-ปรับ-เคลื่อนได้อย่างไร



รูปที่ 9 ความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มตัวแปรในงานวิจัย

การวิเคราะห์ทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงทางสถาปัตยกรรมในกรณีศึกษา

ในการวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดให้บริเวณวิจัยทั้ง 4 จุด ซึ่งคัดเลือกจาก 1) การตั้งอยู่ในบริบทของตลาดและมีอาคารเดิมโอบล้อม 2) มีผู้ใช้งาน คือ ทั้งที่มีผู้อาศัย ผู้จร และ วัตถุแสดงความเป็นเจ้าของ 3) เวลาที่ผู้ใช้งานใช้ในการประกอบกิจกรรมทางการอยู่อาศัย เป็นหน่วยวิจัย (*Unit of Analysis*) ของการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่ทางสถาปัตยกรรม กับแนวคิดของการอยู่อาศัย และการใช้ประโยชน์ของพื้นที่ทางสถาปัตยกรรม

เพื่อตอบสมมติฐานของการวิจัยว่า การแปรเปลี่ยนที่แตกต่างของพื้นที่ทางสถาปัตยกรรม จะส่งผลกระทบต่อแนวคิดของการอยู่อาศัย และการใช้ประโยชน์ของพื้นที่ทางสถาปัตยกรรม ตาม รูปที่ 9 ผู้วิจัยจึงทดลองวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม โดยกำหนดเกณฑ์การให้ค่าสัมประสิทธิ์ของคุณสมบัติการแปรเปลี่ยนของพื้นที่ทางสถาปัตยกรรม จาก 1) ขนาดพื้นที่บริเวณวิจัย 2) ลักษณะการถูกโอบล้อมโดยอาคารเดิมที่มีอยู่ 3) จำนวนผู้ใช้งานใน 24 ชั่วโมง 4) ระยะเวลาการใช้งานใน 24 ชั่วโมง 5) ระยะเวลาในการใช้งานอย่างต่อเนื่อง โดยเกณฑ์เหล่านี้ ถูกกำหนดขึ้นจากปัจจัยที่ส่งผลต่อการแปรเปลี่ยนของสถาปัตยกรรม คือ บริบท ผู้ใช้งาน และเวลา

ค่าสัมประสิทธิ์มีตั้งแต่ 1-4 โดยที่

- | | |
|-------------------------------|----------------------------------|
| 1 หมายถึง มีคุณสมบัติระดับต่ำ | 2 หมายถึง มีคุณสมบัติระดับกลาง |
| 3 หมายถึง มีคุณสมบัติระดับสูง | 4 หมายถึง มีคุณสมบัติระดับสูงมาก |

จากเกณฑ์การให้ค่าสัมประสิทธิ์ของคุณสมบัติการแปรเปลี่ยนของพื้นที่ทางสถาปัตยกรรม ใน ตารางที่ 1 จะเห็นได้ว่าการแปรเปลี่ยนของพื้นที่ทางสถาปัตยกรรมปรากฏมากที่สุดภายในบริเวณวิจัยที่ 1 ตามด้วยบริเวณวิจัยที่ 2 และบริเวณวิจัยที่ 4 ส่วนบริเวณวิจัยที่ 3 มีการปรากฏของการแปรเปลี่ยนของพื้นที่ทางสถาปัตยกรรมน้อยที่สุด เมื่อวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างการแปรเปลี่ยนเชิงกายภาพ จาก รูปที่ 2 จะพบว่า คุณสมบัตินี้ทั้งหมดนั้นมีความแปรผันตามกันเสมอ กล่าวคือ หากการเปลี่ยนแปลงมีค่าเท่าใด การตอบสนองและการปรับเปลี่ยน ก็จะมีค่าเท่ากัน ส่วนการแปรเปลี่ยนเชิงโมโนภาพ จะมีความสัมพันธ์กันแบบค่อนข้างจะผกผันกัน อาจจะเป็นเพราะว่า ทั้งการพหุพาเคลื่อนย้ายและการเคลื่อนนั้น ต่างมีคุณสมบัติบางประการที่ไม่สามารถวัดออกมาได้อย่างเป็นรูปธรรม ต้องอาศัยข้อมูลทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ เข้ามาเป็นเครื่องมือในการวัดค่า หรือเป็นเครื่องกำหนดระดับว่า มากหรือน้อย

ตารางที่ 1 การเปลี่ยนแปลงของพื้นที่ทางสถาปัตยกรรมในบริเวณวิจัยที่ 1, 2, 3 และ 4

บริเวณ วิจัย	ขนาด พื้นที่ (ตาราง เมตร)	การถูก โอบ ล้อม (ด้าน)	จำนวน ผู้ใช้งาน ใน 24 ชั่วโมง (คน)	ระยะเวลา การใช้ งานใน 24 ชั่วโมง (ชั่วโมง)	สัดส่วน ผู้ใช้งานต่อ ขนาดพื้นที่ ใน 1 ชั่วโมง	การเปลี่ยนแปลงของพื้นที่ทางสถาปัตยกรรม					
						กายภาพ			มโนภาพ		
						การ เปลี่ยนแปลง	การตอบ สนอง	การปรับ เปลี่ยน	การพกวา เคลื่อนย้าย	การ เคลื่อน	เต็ม 20
1	61.94	2	720	24	2.06	4	4	4	1	4	17
2	5.93	1	3	12	1.98	2	2	2	3	3	12
3	2.00	3	1	12	2.00	1	1	1	1	1	5
4	13.60	2	3	8	4.53	2	2	2	1	4	11

เมื่อพิจารณาบริเวณวิจัยที่ 1 ด้วยเกณฑ์การให้ค่าสัมประสิทธิ์ของคุณสมบัติการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่ทางสถาปัตยกรรม จะเห็นได้ว่าเป็นบริเวณที่มีขนาดพื้นที่ใหญ่มากที่สุด มีผู้ใช้งานมากที่สุด และมีระยะเวลาการใช้งานเต็ม 24 ชั่วโมง เนื่องจากกว่า บริเวณวิจัยนี้ มีทั้งร้านขายของชำ และห้องน้ำสาธารณะที่เปิดตลอด 24 ชั่วโมง เพื่อให้บริการผู้คนในตลาด และยังมีพื้นที่พักอาศัยของพนักงานเก็บเงินห้องน้ำแทรกอยู่อีกด้วย จึงทำให้บริเวณวิจัยนี้ ต้องการการเปลี่ยนแปลง การตอบสนอง และการปรับเปลี่ยนในระดับสูงอยู่เสมอ เนื่องจากมีผู้ใช้งานตลอดเวลา ทั้งที่เป็นผู้อยู่อาศัย ซึ่งมีวันละประมาณ 4 คน และผู้จรออีกประมาณวันละ 716 คน จาก รูปที่ 6 จะเห็นได้ว่า บริเวณวิจัยนี้ มีลักษณะเป็นตรอก หน้ากว้างแคบ แต่ยาวอยู่ระหว่างด้านหลังและด้านข้างของอาคารพาณิชย์ ด้วยลักษณะของพื้นที่เช่นนี้ ประกอบกับกิจกรรมในพื้นที่และสัดส่วนผู้ใช้งานต่อขนาดพื้นที่ใน 1 ชั่วโมง ยังพอเพียงพอต่อการเกิดพื้นที่ส่วนบุคคล (Personal Space) จึงเอื้อให้การเคลื่อนของผู้ใช้งานมีระดับสูงมาก แต่ในทางกลับกัน การพกวาเคลื่อนย้ายก็อยู่ในระดับต่ำ เนื่องมาจากการที่มีผู้มาใช้งานพื้นที่เสมอ ตลอดจนส่วนประกอบของลักษณะของการถูกโอบล้อมด้วยรูปด้านอาคารพาณิชย์ที่ทำจากคอนกรีตนั้น ก็ทำหน้าที่เป็นส่วนหนึ่งของส่วนประกอบอันถาวรของบริเวณวิจัยนี้ (รูปที่ 10)

ในบริเวณวิจัยที่ 2 ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์ของคุณสมบัติการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่ทางสถาปัตยกรรมมากเป็นอันดับสองนั้น มีขนาดพื้นที่ค่อนข้างเล็ก เมื่อเทียบกับจำนวนผู้ใช้งานทั้งหมด 3 คน ที่เป็นครอบครัวเดียวกัน เดินทางมาจากท้องที่อื่นและมาเช่าบริเวณวิจัยนี้ เพื่อใช้เป็นที่พักจากงานในตอนกลางวัน หรือ เตรียมตัวเดินทางกลับไปยังที่พักถาวรของตน โดยมีการใช้งานประมาณ 12 ชั่วโมงต่อวัน มีผู้จรมาพูดคุยบ้างเป็นครั้งคราว จึงทำให้ระดับการเปลี่ยนแปลง การตอบสนอง และการปรับเปลี่ยน มีค่าปานกลาง ในทางกลับกัน ระดับการพกวาเคลื่อนย้ายและการเคลื่อนมีค่าสูง เนื่องมาจากลักษณะของการถูกโอบล้อมจากด้านข้างตึกแถวเพียงด้านเดียว รวมไปถึงรายละเอียดของการยึดตัวโครงสร้างกับพื้นที่ที่โครงสร้างตั้งอยู่ก็มึน้อย ทำให้บริเวณวิจัยที่ 2 นี้ มีลักษณะความเป็นของชั่วคราว พร้อมจะถอดและประกอบใหม่ หรือเคลื่อนย้ายได้ทุกเมื่อ (รูปที่ 11)



รูปที่ 10 บริเวณวิจัยที่ 1



รูปที่ 11 โครงสร้าง บริเวณวิจัยที่ 2



รูปที่ 12 บริเวณวิจัยที่ 4



รูปที่ 13 บริเวณวิจัยที่ 3

บริเวณวิจัยที่ 4 ซึ่งได้ค่าสัมประสิทธิ์ของคุณสมบัติการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่ทางสถาปัตยกรรมรองลงมาเป็นอันดับที่สาม มีความแตกต่างของสัดส่วนผู้ใช้งานต่อขนาดพื้นที่ใน 1 ชั่วโมง เมื่อเทียบกับบริเวณวิจัยอื่นโดยสิ้นเชิง กล่าวคือ ถูกใช้งานเพียง 8 ชั่วโมง ซึ่งน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับในบริเวณวิจัยอื่น แต่เมื่อคำนวณสัดส่วนผู้ใช้งานต่อขนาดพื้นที่ใน 1 ชั่วโมง กลับพบว่า

สูงกว่าบริเวณอื่น 2 เท่า ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงได้ให้ค่าสัมประสิทธิ์ของการเคลื่อนอยู่ในระดับสูงมาก ในทางกลับกัน เหตุที่ผู้วิจัยให้ค่าสัมประสิทธิ์ของการพกวาเคลื่อนย้ายในระดับต่ำ เป็นเพราะว่า เมื่อพิจารณาลักษณะของการถูกโอบล้อมที่เกิดจากรูปด้านและด้านหลังของอาคารพาณิชย์ และการใช้เหล็กเป็นโครงสร้างในการก่อสร้าง ทำให้ลักษณะของความถาวรปรากฏขึ้น (รูปที่ 12) ส่วนค่าสัมประสิทธิ์ของการเปลี่ยนแปลง การตอบสนองและการปรับเปลี่ยน ที่ผู้วิจัยได้ให้ค่าในระดับปานกลางนั้น เนื่องด้วย บริเวณวิจัยนี้มีผู้ใช้งานอย่างมากเพียง 3 คน อาจเป็นเพราะ ใช้สำหรับผู้มีหน้าที่รับผิดชอบดูแลที่จอดรถ จึงไม่พบว่า มีผู้จรรอื่นมาใช้งานบริเวณนี้

บริเวณวิจัยที่ 3 เป็นบริเวณที่มีค่าสัมประสิทธิ์ของคุณสมบัติการแปรเปลี่ยนของพื้นที่ทางสถาปัตยกรรมน้อยที่สุด เมื่อพิจารณาจากเกณฑ์การให้ค่าสัมประสิทธิ์ของคุณสมบัติการแปรเปลี่ยนของพื้นที่ทางสถาปัตยกรรม จะเห็นได้ว่า การถูกโอบล้อมของบริเวณนี้ มีมากที่สุด คือ 3 ด้าน นอกจากนั้น ด้วยขนาดเพียง 2 ตารางเมตร แม้ว่า จะเพียงพอต่อการใช้งานของผู้ใช้งานที่มีเพียง 1 คน ซึ่งใช้งาน 12 ชั่วโมง แต่ก็ไม่เอื้อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง การตอบสนอง และการปรับเปลี่ยนในพื้นที่ทางสถาปัตยกรรมนั้น ผู้วิจัยจึงได้ให้ค่าสัมประสิทธิ์ของคุณสมบัติการแปรเปลี่ยนของพื้นที่ทางสถาปัตยกรรมเชิงกายภาพในระดับต่ำทั้งหมด ส่วนค่าสัมประสิทธิ์ของคุณสมบัติการแปรเปลี่ยนของพื้นที่ทางสถาปัตยกรรมเชิงมโนภาพ อันได้แก่ การพกวาเคลื่อนย้าย และการเคลื่อนนั้น ผู้วิจัยได้ให้สัมประสิทธิ์ระดับต่ำทั้งคู่ เนื่องมาจากลักษณะการถูกโอบล้อมด้วยอาคารพาณิชย์ทั้ง 3 ด้าน แม้ว่า ตัวโครงสร้างจะทำจากวัสดุเหลือใช้และประกอบกันอย่างไม่ค่อยปะติดปะต่อกันก็ตาม (รูปที่ 13)

5. ผลการวิจัย

เพื่อตอบสนองมติฐานของการวิจัยว่า การแปรเปลี่ยนที่แตกต่างกันของพื้นที่ทางสถาปัตยกรรม จะส่งผลต่อแนวคิดของการอยู่อาศัย และการใช้ประโยชน์ของพื้นที่ทางสถาปัตยกรรม ผู้วิจัยจึงเห็นว่า ควรนำองค์ประกอบของแนวคิดของการอยู่อาศัย และประเภทการใช้ประโยชน์ของพื้นที่ทางสถาปัตยกรรม มาร่วมวิเคราะห์เพิ่มเติมด้วย จาก ตารางที่ 2 แนวคิดของการอยู่อาศัยจำแนกเป็น 3 ข้อ คือ 1) ตำแหน่ง ซึ่งผู้วิจัยกำหนดให้เชื่อมโยงกับสัญลักษณ์ในพื้นที่นั้น 2) ขอบเขต ซึ่งจะเชื่อมโยงกับระยะกว้าง ยาว และสัดส่วน (Figure) ของพื้นที่ทางสถาปัตยกรรม 3) ความเป็นเจ้าของ ซึ่งจะเชื่อมโยงกับวัตถุที่แสดงความเป็นเจ้าของ และการมีตัวตนในพื้นที่ ที่อธิบายผ่านการมีปฏิสัมพันธ์กันระหว่างผู้อยู่อาศัย และผู้จร

เมื่อวิเคราะห์คู่กับการให้ค่าสัมประสิทธิ์ของคุณสมบัติการแปรเปลี่ยนของพื้นที่ทางสถาปัตยกรรม ใน ตารางที่ 1 ทำให้เห็นความสัมพันธ์ว่า การแปรเปลี่ยนของพื้นที่ทางสถาปัตยกรรมในพื้นที่วิจัยนั้น จะส่งผลต่อแนวคิดของการอยู่อาศัย และการใช้ประโยชน์ของพื้นที่ทางสถาปัตยกรรม เมื่อ

- มีสัญลักษณ์ในพื้นที่ชัดเจน ให้ทราบว่า ตำแหน่งที่ตั้งของพื้นที่นั้นอยู่ที่ใด
- มีขอบเขตของพื้นที่ที่ถูกกำหนดขึ้นด้วยการโอบล้อมของสถาปัตยกรรมถาวรไม่เกิน 2 ด้าน และขอบเขตนั้นจะต้องเอื้อให้เกิดการเคลื่อนในระดับสูงมาก เป็นนัยสำคัญ
- ปรากฏการมีปฏิสัมพันธ์กันระหว่างผู้อยู่อาศัยและผู้จร ที่มีส่วนสำคัญในการสร้างตัวตนในพื้นที่ และความเป็นเจ้าของพื้นที่ให้กับทั้งสองฝ่าย ทำให้ในบริเวณนั้น เกิดกิจกรรมการมีปฏิสัมพันธ์ซ้ำ ๆ เป็นระยะเวลานาน ก่อให้เกิดการปรับเปลี่ยนอย่างยั่งยืนในพื้นที่ทางสถาปัตยกรรม และเกิดการเปลี่ยนแปลงรูปลักษณะของสถาปัตยกรรม ที่เป็นเอกลักษณ์ของสังคมนั้น
- มีการใช้ประโยชน์พื้นที่ทางสถาปัตยกรรมที่หลากหลายและมีการสอดแทรกของการใช้ประโยชน์ที่ต่างกัน

ตารางที่ 2 ความสัมพันธ์ระหว่างแนวคิดของการอยู่อาศัย ประเภทการใช้ประโยชน์ของพื้นที่ทางสถาปัตยกรรม และการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่ทางสถาปัตยกรรม

บริเวณ วิจัย	แนวคิดของการอยู่อาศัย						ประเภทของการ ใช้ประโยชน์พื้นที่ ทาง สถาปัตยกรรม	ค่า สัมประสิทธิ์ การ แปรเปลี่ยน (เต็ม 2 คะแนน)
	ตำแหน่ง	ขอบเขต			ความเป็นเจ้าของ			
	สัญลักษณ์ ในพื้นที่	ความ กว้าง (เมตร)	ความ ยาว (เมตร)	ลักษณะของ พื้นที่	วัตถุประสงค์ เป็นเจ้าของ	การมีตัวตน ในพื้นที่		
1	ป้ายบอก ทางไป ห้องน้ำ	1.90	32.60	สี่เหลี่ยมผืนผ้า	เฟอร์นิเจอร์ เครื่องอุปโภค- บริโภค เสื้อผ้า	มี	ให้บริการ ค่าขาย และอยู่อาศัย	17
2	ป้ายบอก ทางเข้า ตลาด	1.76	3.37	สี่เหลี่ยมผืนผ้า	เฟอร์นิเจอร์ เครื่องอุปโภค- บริโภค เสื้อผ้า สัตว์เลี้ยง	มี	อยู่อาศัย	12
3	ไม่มี	1	2	สี่เหลี่ยมผืนผ้า	เฟอร์นิเจอร์ เครื่องอุปโภค- บริโภค	ไม่มี	ให้บริการ	5
4	ชุมชนมิตร จอตลอด	5.10	8.00	สี่เหลี่ยมผืนผ้า	เฟอร์นิเจอร์ เครื่องอุปโภค- บริโภค	ไม่มี	ให้บริการ	11

นอกจากจุดประสงค์ในการค้นหาความสัมพันธ์ระหว่างการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่ทางสถาปัตยกรรม กับแนวคิดของการอยู่อาศัย และการใช้ประโยชน์ของพื้นที่ทางสถาปัตยกรรมแล้ว ผู้วิจัยก็มีความมุ่งหมายจะศึกษาารูปแบบของการอยู่อาศัย และนำมาอธิบายแนวคิดของสถาปัตยกรรมแบบขยับ-ปรับ-เคลื่อน เพื่อตอบจุดประสงค์การวิจัยประการที่สอง

อ้างอิงถึงการให้เกณฑ์ในการคัดเลือกบริเวณวิจัย อันประกอบด้วย บริบท ผู้ใช้งาน และเวลา ที่ทำให้ได้ลักษณะร่วมของบริเวณวิจัยทั้งหมด 5 ข้อ คือ

1. เป็นพื้นที่ที่มีทำเลที่ตั้งอยู่ติดกับเส้นทางทางสัญจร ทั้งทางเดินเท้า (Pedestrian) และ ถนน (road)
2. เป็นพื้นที่ที่มีทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้กับตลาด (market) ในระยะไม่เกิน 50 เมตร
3. เป็น "โครงสร้าง" (structure) มีขนาดเล็กและแคบ ประกอบขึ้นอย่างง่าย ๆ ด้วยวัสดุที่ผู้อยู่อาศัยได้เอง แต่มีคุณภาพของการโอบล้อมอยู่ และใช้เฟอร์นิเจอร์ หรือเครื่องอำนวยความสะดวกในการอยู่อาศัย เป็นตัวกำหนดขอบเขตพื้นที่ใช้สอยภายใน

4. มีการอยู่อาศัย คือ มีผู้อยู่อาศัย (dweller) หรือ วัตถุประสงค์ความเป็นเจ้าของ เช่น เครื่องอุปโภค-บริโภค เสื้อผ้า หรือ สัตว์เลี้ยง

5. มีการใช้งานในพื้นที่แบบทั้งวันและเป็นช่วงเวลา โดยผู้อยู่อาศัย และ ผู้จร (visitor)

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์กลับไปยังลักษณะร่วมเหล่านี้ โดยได้พบข้อสรุปที่จะอธิบายรูปแบบของการอยู่อาศัยว่า

1) ต้องอยู่ในบริบทที่เอื้อต่อการเข้าถึง (Accessibility) และการสัญจร (Circulation) 2) ต้องประกอบด้วย การกำหนดการใช้งาน (Programming) ที่สัมพันธ์กับบริบท 3) ต้องมีโครงสร้างที่สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่ทางสถาปัตยกรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเชิงกายภาพ 4) ต้องมีการอยู่อาศัยในระยะเวลาที่มากกว่าครั้งวัน หรือ 12 ชั่วโมง 4) ใน การอยู่อาศัยนั้น จะต้องประกอบด้วยผู้อยู่อาศัย และผู้จร ซึ่งมีปฏิสัมพันธ์ที่สอดคล้องกับบริบท

จากการวิเคราะห์ จะเห็นได้ว่า บริบท เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมากต่อรูปแบบของการอยู่อาศัย แต่ก็ต้องอาศัย ปัจจัยของผู้ใช้งาน กิจกรรมของผู้ใช้งาน และเวลา ตลอดจนปัจจัยด้านโครงสร้างที่ต้องสามารถปรับเปลี่ยนได้ในเชิงกายภาพ เมื่อนำมาเชื่อมโยงกับแนวคิดของสถาปัตยกรรมแบบขยับ-ปรับ-เคลื่อนที่ประกอบด้วยคุณสมบัติการเปลี่ยนแปลง ซึ่งทำให้ สถาปัตยกรรมถาวร กลายเป็นสิ่งชั่วคราว ณ เวลาหนึ่ง ก็พบว่า จะมีความสัมพันธ์ต่อเมื่อมีปัจจัยและเงื่อนไข ดังนี้

1) มีการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่ทางสถาปัตยกรรมที่สามารถตอบสนองต่อบริบท ทั้งในเชิงการสัญจรและเข้าถึง การกำหนดการใช้งาน (Programming) และพฤติกรรมผู้ใช้งาน 2) บริบทต้องมีมิติที่หลากหลายในเชิงสังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรม จึงเอื้อต่อการปรากฏของสถาปัตยกรรม-ขยับ-ปรับ-เคลื่อน 3) รูปทรงของสถาปัตยกรรมต้องประกอบขึ้นจาก โครงสร้างที่ปรับเปลี่ยน 4) การอยู่อาศัยที่จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต้องประกอบด้วยผู้อยู่ ผู้จร วัตถุประสงค์ความเป็นเจ้าของ และเวลาที่ใช้ในพื้นที่

6. การอภิปรายผล

ในตารางที่ 3 ซึ่งเป็นการอภิปรายผลของงานวิจัยนี้ มุ่งเน้นในสองส่วน คือ ความสอดคล้องกันระหว่างแนวคิดของสถาปัตยกรรมชัย-ปรับ-เคลื่อนที่ได้จากงานวิจัยกับแนวคิดมีผู้กล่าวไว้ และการนำเสนอแนวทางในการศึกษาวิจัยหัวข้อในลักษณะเดียวกันต่อไป

ตารางที่ 3 ความสอดคล้องกันระหว่างแนวคิดของสถาปัตยกรรมชัย-ปรับ-เคลื่อนที่ได้จากงานวิจัยกับแนวคิดมีผู้กล่าวไว้

แนวคิดจากงานวิจัย	แนวคิดของ Jodidio, 2011	แนวคิดของ Friedman, 1959	แนวคิดของ Kronenburg, 2010	แนวทางศึกษาต่อ
การแปรเปลี่ยน ทั้งเชิงกายภาพและมโนภาพ	ไม่มีการกล่าวถึง	เน้นที่การปรับเปลี่ยนซึ่งเป็นคุณสมบัติเชิงกายภาพ	ต้องการความยืดหยุ่น	ศึกษาระดับความสำคัญของการแปรเปลี่ยน
องค์ประกอบทางสถาปัตยกรรม เช่น พื้นที่ โครงสร้าง หรือรูปทรง	อาคารต้องประกอบด้วยโครงสร้าง แต่ไม่จำเป็นว่าวัสดุจะต้องเป็นอย่างไร	โครงสร้างต้องตอบสนองกับความต้องการของผู้ใช้งาน	พื้นที่ทางสถาปัตยกรรมต้องตอบสนองความรู้สึกการเป็นบ้าน ความปลอดภัย และคุ้นเคย	พัฒนาการศึกษาในเชิงลึกเฉพาะองค์ประกอบ
การตอบสนองต่อบริบท	ไม่จำเป็น	ตอบสนองผู้ใช้งาน	ไม่มีการกล่าวถึง	ศึกษาความสัมพันธ์ของบริบทกับโครงสร้างและพื้นที่
บริบทที่มีมิติหลากหลาย	ไม่จำเป็น	ไม่มีการกล่าวถึง	ไม่มีการกล่าวถึง	ศึกษาหน้าที่ใช้สอย (Function) เพิ่ม
รูปทรงต้องเกิดจากโครงสร้างที่แปรเปลี่ยนได้	โครงสร้างชั่วคราว	โครงสร้างที่ปรับเปลี่ยนและสอดคล้องกับความต้องการ	ไม่มีการกล่าวถึง	ศึกษาหน้าที่ใช้สอย (Function) เพิ่ม
มีแนวคิดของการอยู่อาศัย (ตำแหน่ง ขอบเขต และ ความเป็นเจ้าของ) ร่วมด้วย	ไม่มีการกล่าวถึง	ไม่มีการกล่าวถึง	เมื่อเคลื่อนย้ายไปที่ใหม่จึงต้องการแนวคิดของการอยู่อาศัย	ทดลองตั้งสมมติฐานที่กลับกัน

7. กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบพระคุณอาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัยทั้งสองท่าน คือ รองศาสตราจารย์ ดร. อภิรดี เกษมสุข และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พิมพ์ศิริ ประจวบสาร ที่กรุณาให้แหล่งข้อมูลในการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับงานวิจัยนี้ตลอดจนข้อเสนอแนะอันเป็นประโยชน์ และขอขอบคุณครอบครัวตลอดจนภักยาณมิตรที่เป็นกำลังใจในการสนับสนุนการทำงานวิจัยนี้ให้สำเร็จลุล่วง

เอกสารอ้างอิง

- ตันข้าว ปาณินท์. (2553). *คนและความคิดทางสถาปัตยกรรม*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์สมมติ
- Philip Jodidio. (2011). *Temporary Architecture Now!*. Köln: Taschen
- Yona Friedman. (1959). *Pro Domo*. Barcelona: ActarD Inc.
- Tom Corkett. (2014). *New Portable Architecture. Designing Mobile & Temporary Structures*. China: Promopress
- Robert Kronenburg. (2008). *Portable Architecture: Design and Technology*. Berlin: BIRKHÄUSER
- Adam Hardy. (2011). *The Expression of Movement in Architecture*. Retrieved from: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13602365.2011.598698>
- Robert Kronenburg. (2010). *Adaptable Architecture-Flexible Dwelling*. Pescara: Pescara journal Piano Progetto Città. Retrieved from: https://www.academia.edu/35672709/Adaptable_Architecture_Flexible_Dwelling
- Sushant Verma. (2020). *Responsive to Adaptive- The shifting trends in Architecture*. USA: Arch2o. Retrieved from: <https://www.arch2o.com/responsive-to-adaptive-the-shifting-trends-in-architecture/>
- Richa Parmar. (2017). *Know About the Transformation of Building in Architecture*. India: GharPedia. Retrieved from: <https://gharpedia.com/blog/transformation-of-building-in-architecture/>

รูปแบบเรือนช่วงตั้งถิ่นฐานถาวรของชาวอุรักลาโว้ยในชุมชนบ้านโตะบาหลิว จังหวัดกระบี่

Patterns of Urak Lawoi vernacular houses during the permanent settlement in Baan Toh – Baliew community, Krabi province

อัมพิกา อมลอย¹
Aumpika Amloy¹

Received: 31/05/2021

Revised: 12/10/2021

Accepted: 10/11/2021

บทคัดย่อ

บทความนี้มุ่งศึกษารูปแบบเรือนช่วงตั้งถิ่นฐานถาวรของชาวอุรักลาโว้ยในชุมชนบ้านโตะบาหลิว ซึ่งเป็นเรือนที่ปรากฏในช่วงที่พวกเขาไม่สามารถใช้เรือแบบดั้งเดิมเป็นพาหนะในการย้ายถิ่นฐานไปตามแหล่งอาหารอีกต่อไป ทำให้เกิดคำถามว่า รูปแบบเรือนช่วงตั้งถิ่นฐานถาวรเหล่านี้มีลักษณะอย่างไร และมีปัจจัยใดบ้างที่เกี่ยวข้อง สมมติฐานการวิจัย คือ วัฒนธรรมของผู้คนมีอิทธิพลต่อลักษณะของที่อยู่อาศัย และไม่ใช่ว่าสิ่งหนึ่ง ดังนั้นเมื่อชาวอุรักลาโว้ยเปลี่ยนจากวิถีชีวิตเร่ร่อนทางทะเลมาสู่การตั้งถิ่นฐานถาวร รูปแบบที่อยู่อาศัยของพวกเขา แสดงถึงการปรับพื้นที่อยู่อาศัยให้เหมาะสมกับวัฒนธรรมเฉพาะของตน และวัฒนธรรมของกลุ่มคนในดินแดนใหม่ วิธีการศึกษาเป็นงานวิจัยภาคสนาม กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยการกำหนดคุณลักษณะขึ้น เพื่อเป็นบรรทัดฐานในการคัดเลือก ผลการศึกษาพบว่า รูปแบบเรือนช่วงตั้งถิ่นฐานถาวร เป็นการผสมผสานระหว่างเรือนแบบดั้งเดิมกับเรือนตามสมัยนิยมเข้าด้วยกัน สะท้อนการปรับตัวตามกระแสสังคมที่เปลี่ยนแปลงความนิยมไปตามกาลเวลา นำไปสู่การเพิ่มปัจจัย และเงื่อนไข เพื่อตอบสนองการอยู่อาศัย ทำให้รูปแบบที่อยู่อาศัยแปรเปลี่ยนไปจากเดิม แต่ยังคงแสดงถึงความต่อเนื่องของภูมิปัญญาในการปลูกสร้าง ซึ่งพวกเขาสืบทอด และปรับใช้ให้เหมาะสมกับบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป ส่วนปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบเรือน ประกอบด้วย 1) การใช้เครื่องมือประมงของคนกลุ่มอื่น 2) การสะสมสิ่งของ และอาหาร 3) การอาศัยอยู่ร่วมกันของครอบครัวย่อยหลายครอบครัว 4) การรับเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาในการดำเนินชีวิต 5) การรับเอาวัฒนธรรมของคนต่างถิ่นเข้ามาปรับใช้ในพื้นที่อยู่อาศัย และ 6) การนับถือความเชื่ออื่น ๆ ร่วมกับการนับถือความเชื่อดั้งเดิม

คำสำคัญ: การตั้งถิ่นฐานถาวร เรือนชาวเล ชาวอุรักลาโว้ย สถาปัตยกรรมพื้นถิ่น นิเวศวิทยาวัฒนธรรม

Abstract

This article aims to study the patterns of Urak Lawoi vernacular houses during the permanent settlement in the Baan Toh – Baliew community. These houses appeared when they could no longer use traditional boats to migrate to food sources—causing the question of what does the house patterns of the sample group? Including what factors do relate? The research hypothesis is that people's culture influences the characteristics of their houses, and it is not a standstill. Therefore, when the Urak Lawoi people switch from a nomadic lifestyle to a permanent settlement, their houses represent the adjustment of the living area to suit their specific culture and the culture of the people in the new land. The research method was a field survey, selecting the sample by the purposive sampling method with precise conditions selected as the criteria. The result shows that the patterns of Urak Lawoi vernacular houses during the permanent settlement blend a traditional and modern house, reflecting the adaptation of the social trend that changes its popularity over time and leading to an increase in factors and conditions to respond to the living. They

¹ สาขาวิชาภูมิสถาปัตยกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Department of landscape architecture, Faculty of architecture, Chiang Mai University

ผู้นิพนธ์ประสานงาน อีเมล: aumpikhala@gmail.com

are causing the patterns of houses to change from the original. Nevertheless, it still shows the continuity of wisdom in the building, which they inherit and adapt to suit the changing context. The related factors are 1) the use of fishing tools by other groups of people, 2) the collection of things and food, 3) cohabitation of many sub-families, 4) adoption of modern technology into their lives, 5) adoption of foreign cultures in the living space, and 6) respect for other beliefs.

Keywords: Permanent Settlement, Sea Nomad Dwelling House, Urak Lawoi Ethnic Group, Vernacular Architecture, Cultural Ecology

1. บทนำ

การศึกษาลักษณะการตั้งถิ่นฐาน และการก่อรูปที่อยู่อาศัยของชาวเลที่ผ่านมา สามารถจำแนกตามแบบแผนการดำรงชีพออกเป็น 3 ช่วง ได้แก่ ช่วงที่ 1 ช่วงวิถีชีวิตเร่ร่อนทางทะเล เป็นช่วงที่มีการใช้เรือแบบดั้งเดิมเป็นพาหนะในการย้ายถิ่นฐานไปตามแหล่งอาหาร จึงมีการตั้งถิ่นฐานชั่วคราวอยู่ ณ บริเวณใดบริเวณหนึ่งในช่วงเวลาสั้น ๆ ขึ้นอยู่กับฤดูกาล โดยเฉพาะอิทธิพลของลมมรสุม ซึ่งในฤดูมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ ชาวเลใช้เรือแบบดั้งเดิมเป็นทั้งพาหนะ และที่อยู่อาศัย ส่วนในฤดูมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ มีปลุกสร้างที่อยู่อาศัยชั่วคราวบนชายฝั่งก่อเกิดเป็นเพิงพัก โดยการหีบฉวยสิ่งที่อยู่ใกล้ตัวมาดัดแปลงเป็นที่อยู่อาศัยบนพื้นที่ปลอดภัยจากภัยธรรมชาติ

ช่วงที่ 2 ช่วงแรกตั้งถิ่นฐาน เป็นช่วงที่มีการดำรงชีพตามวิถีชีวิตเร่ร่อนทางทะเลกระทำได้อย่างขึ้น สามารถจำแนกลักษณะการตั้งถิ่นฐานของชาวเลออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ ได้แก่ กลุ่มที่ 1 ชาวเลที่สามารถย้ายถิ่นฐานไปตามแหล่งอาหาร ยังคงใช้วิถีชีวิตเร่ร่อนทางทะเล ส่วนกลุ่มที่ 2 ชาวเลที่ไม่สามารถย้ายถิ่นฐานไปตามแหล่งอาหาร จึงหันมาตั้งถิ่นฐานชั่วคราวบนชายฝั่ง โดยมีการก่อตั้งชุมชนขนาดเล็กเป็นหลักแหล่ง และมีการพัฒนาที่อยู่อาศัยก่อเกิดเป็นกระท่อมที่มีลักษณะแข็งแรงขึ้น สามารถตอบสนองต่อการใช้สอยในการดำเนินชีวิต เพื่อรองรับการอยู่อาศัยที่ยาวนานมากขึ้น

ส่วนช่วงที่ 3 ช่วงตั้งถิ่นฐานถาวร เป็นช่วงที่ไม่สามารถใช้เรือแบบดั้งเดิมเป็นพาหนะในการย้ายถิ่นฐานไปตามแหล่งอาหารอีกต่อไป ถือว่าเป็นจุดสิ้นสุดของการดำรงชีพตามวิถีชีวิตเร่ร่อนทางทะเล จึงมีการก่อตั้งชุมชนที่มีความหนาแน่นของจำนวนประชาชนมากขึ้น และมีการพัฒนาที่อยู่อาศัยก่อเกิดเป็นเรือน เพื่อตอบสนองต่อวิถีชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม นอกจากนี้มีลักษณะแข็งแรงแล้ว ยังมีความหลากหลายของรูปทรง และการจัดวางพื้นที่ใช้สอย กล่าวได้ว่า เมื่อชาวเลเริ่มตั้งถิ่นฐานในระยะเวลาที่นานขึ้น ชุมชนเกิดการขยายตัว ส่งผลให้วิถีชีวิตเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม จึงมีการพัฒนาที่อยู่อาศัยจากเรือมาสู่เพิงพัก กระท่อม และเรือน ตามลำดับ ในระยะแรกยังคงเป็นการปลูกสร้างอย่างง่าย ๆ สามารถตอบสนองต่อการใช้สอยในการดำเนินชีวิต ภายหลังมีการพัฒนาที่อยู่อาศัย เพื่อรองรับการอยู่อาศัยที่ยาวนานมากขึ้น สะท้อนวิถีชีวิตที่เปลี่ยนไปในทิศทางที่มั่นคง และสะดวกสบายขึ้น (อัมพิกา อ่ำลอย, 2562)

พื้นที่ตั้งของชุมชนบ้านโต๊ะบาหลิว จังหวัดกระบี่ ประกอบด้วย 1) แหล่งกำบังภัยธรรมชาติ 2) ชายฝั่งที่มีความลาดชัน และร่องน้ำที่เหมาะสมกับการจอดเรือ 3) พื้นที่ราบที่ไม่มีน้ำท่วมถึงเป็นประจำ และ 4) พื้นที่ป่า ซึ่งเป็นแหล่งทรัพยากรธรรมชาติที่มีความสำคัญต่อการดำรงชีพ (เมธิรา ไกรนที, 2552) คุณลักษณะดังกล่าวสอดคล้องกับภูมิปัญญาในการเลือกที่ตั้งชุมชนของชาวอุรักลาโว้ย (นฤมล อรุโณทัย, พลาเดช ณ ป้อมเพชร, อุษา โคตรศรีเพชร, กิ่งแก้ว บัวเพชร และจิระวรรณ บรรเทาทุกข์, 2557) พื้นที่แห่งนี้ จึงเป็นแหล่งทำมาหากิน และแหล่งที่อยู่อาศัยของชาวอุรักลาโว้ยในพื้นที่ศึกษามาตั้งแต่ช่วงวิถีชีวิตเร่ร่อนทางทะเล ช่วงแรกตั้งปักฐาน และช่วงตั้งถิ่นฐานถาวร (อาภรณ์ อุกฤษณ์, 2532)

ในสถานการณ์ปัจจุบัน เมื่อการเข้าถึง และใช้ประโยชน์ทรัพยากรธรรมชาติของชาวอุรักลาโว้ยอย่างที่เคยกระทำมา เป็นไปได้ยากขึ้น รวมทั้งพื้นที่อยู่อาศัยของพวกเขาก็ตั้งอยู่ในเขตการปกครองของอำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ ได้รับการพัฒนาเข้าสู่ความทันสมัย โดยเฉพาะการส่งเสริมให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญของทะเลอันดามัน ทำให้ธุรกิจการท่องเที่ยวเข้ามาครอบครองแหล่งทรัพยากรธรรมชาติอย่างเป็นกิจจะลักษณะ ชาวอุรักลาโว้ยในพื้นที่ศึกษาจึงเป็นกลุ่มที่ได้รับผลกระทบ โดยเฉพาะปัญหาเรื่องที่ดิน และความมั่นคงในที่อยู่อาศัย นำไปสู่การปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตดั้งเดิม เพื่อให้สามารถดำรงอยู่ได้ท่ามกลางกระแสความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น (นฤมล อรุโณทัย และคณะ, 2557)

ดังนั้นการศึกษาสถาปัตยกรรมพื้นถิ่นของบทความนี้ จึงเป็นการขยายขอบเขตการศึกษาในประเด็นรูปแบบเรือนช่วงตั้งถิ่นฐานถาวรของชาวอุรักลาโว้ยในพื้นที่ศึกษา ซึ่งเป็นเรือนที่ปรากฏภายหลังการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตครั้งสำคัญ เนื่องจากมีการตั้งถิ่นฐานถาวรบนชายฝั่ง และไม่สามารถใช้เรือแบบดั้งเดิมเป็นพาหนะในการย้ายถิ่นฐานไปตามแหล่งอาหารอีกต่อไป โดย

มีปัญหานำวิจัย คือ รูปแบบเรือนช่วงตั้งถิ่นฐานถาวรมีลักษณะอย่างไร และมีปัจจัยใดบ้างที่เกี่ยวข้อง องค์ความรู้รวมทั้งหลักการอันเป็นผลจากบทความนี้ นำไปสู่ความเข้าใจในคุณค่าของการใช้พื้นที่อยู่อาศัยของชาวอูรักลาไวก์ในพื้นที่ศึกษา ซึ่งจะ เป็นประโยชน์ต่อเนื่องในการอนุรักษ์ และพัฒนาต่อไป รวมทั้งผลการศึกษา นำไปสู่การสร้างความรู้ และการเติมเต็ม ช่องว่างของการศึกษาชาวเลในประเทศไทย โดยเฉพาะการศึกษาสถาปัตยกรรมพื้นถิ่นในกลุ่มชาติพันธุ์ชาวอูรักลาไวก์ให้ กว้างขวาง และสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

- 2.1 เพื่อศึกษาลักษณะทางกายภาพของชุมชนบ้านโต๊ะบาหลิว จังหวัดกระบี่
- 2.2 เพื่อศึกษารูปแบบเรือนชาวอูรักลาไวก์ในชุมชนบ้านโต๊ะบาหลิว จังหวัดกระบี่
- 2.3 เพื่ออธิบายปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบเรือนช่วงตั้งถิ่นฐานถาวรของชาวอูรักลาไวก์ในชุมชนบ้านโต๊ะบาหลิว จังหวัดกระบี่

3. แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

กรอบแนวคิดหลักในการวิจัยนี้ คือ การพิจารณาสถาปัตยกรรมในฐานะเป็นวัฒนธรรมทางวัตถุอย่างหนึ่งที่เกิดจากการสรรค์สร้างของมนุษย์ วัฒนธรรมทางวัตถุในที่นี้ คือ ที่อยู่อาศัยของชาวอูรักลาไวก์ ซึ่งจะเป็นอย่างไรรั้น ย่อมเป็นผลมาจาก ปัจจัยแวดล้อม ทั้งสิ่งแวดล้อมธรรมชาติและวัฒนธรรม นำไปสู่การมองวัฒนธรรมในลักษณะที่เป็นพลวัต คือ มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ไม่ใช่สิ่งที่หยุดนิ่ง หากแต่มีการปรับตัว และเปลี่ยนแปลงไปโดยลำดับ (วีระ อินพันทัง, 2559) สอดคล้อง กับกรอบแนวคิดทางมานุษยวิทยาที่นำมาใช้ คือ นิเวศวิทยาวัฒนธรรม (Cultural Ecology) เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ ระหว่างสภาพแวดล้อม และเทคนิคที่ใช้หาประโยชน์จากสภาพแวดล้อม รวมทั้งแบบแผนพฤติกรรม และเทคนิคที่มนุษย์ใช้หา ประโยชน์จากสภาพแวดล้อม ตลอดจนผลกระทบที่แบบแผนพฤติกรรมหนึ่งส่งไปถึงส่วนอื่น ๆ ของวัฒนธรรม (ชนัญ วงษ์ วิชาค, 2530)

คำว่า “นิเวศวิทยาวัฒนธรรม” เกิดจากการผสมกันของคำว่า “นิเวศวิทยา” ซึ่งเป็นศาสตร์ที่เริ่มแพร่หลายขึ้นใน คริสต์ศตวรรษที่ 20 มุ่งเน้นที่การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพืช และสัตว์ ส่วนคำว่า “วัฒนธรรม” ซึ่งมีนักวิชาการให้ ความหมายไว้หลายประการ สามารถสรุปได้ว่า เป็นระบบทางสัญลักษณ์ซึ่งสมาชิกของสังคมตกลงว่าจะใช้ร่วมกัน (Office of the Royal Society) กล่าวได้ว่า แนวคิดนิเวศวิทยาวัฒนธรรมเป็นการนำกรอบแนวคิดนิเวศวิทยามาใช้ในการศึกษาเรื่องราว เกี่ยวกับมนุษย์ โดยการปรับตัวของมนุษย์ย่อมมีความแตกต่างจากสัตว์ เนื่องจากขึ้นอยู่กับเงื่อนไขทางวัฒนธรรม (ปริญญา มรรคสิริสุข และวีระ อินพันทัง, 2563)

สำหรับการศึกษากลุ่มผู้ยังชีพด้วยการเก็บหาของป่า และล่าสัตว์ (Hunting and Gathering Society) ที่ผ่านมานั้น สามารถสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับวิถีชีวิต การตั้งถิ่นฐาน และระบบการยังชีพที่สัมพันธ์กับวิถีชีวิตเร่ร่อน ซึ่งเป็นรูปแบบดั้งเดิมที่ มีความสำคัญ และสามารถแสดงถึงอัตลักษณ์ของกลุ่มคนแต่ละกลุ่ม เนื่องจากกลุ่มคนเหล่านี้อาศัยร่วมกับธรรมชาติในลักษณะ ปรับตัวเข้ากับธรรมชาติมากกว่าการเข้าไปเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อม ดังนั้น วิถีชีวิตเร่ร่อนของกลุ่มคนเหล่านี้ จึงไม่ใช่การ อพยพโยกย้ายไปตลอดเวลา หรือเดินทางไปเรื่อย ๆ แต่เป็นผลมาจากการจัดระเบียบทางสังคมที่มีความยืดหยุ่น โดยมีการปรับ ขนาดของกลุ่ม และมีการอพยพโยกย้ายที่สัมพันธ์กับฤดูกาล และความอุดมสมบูรณ์ของแหล่งอาหาร ทั้งนี้ พวกเขามีจุดหมาย ปลายทางที่ชัดเจน โดยมีพื้นที่ทางความเชื่อที่ใช้เป็นฐานอ้างอิงหลักแหล่ง และตัวตน (Sutton & Anderson, 2013)

เป็นที่น่าสังเกตว่า ชาวเลเป็นกลุ่มผู้ยังชีพด้วยการเก็บหาของป่า และล่าสัตว์เพียงกลุ่มเดียวที่กระจายตัวในเขต ชายฝั่งทะเลอันดามัน หรืออีกนัยหนึ่ง คือ “มีทะเลเป็นถิ่นฐาน” ทั้งนี้ การศึกษาผลงานวิชาการที่ผ่านมา พบว่า นักวิชาการได้ อธิบายถึงลักษณะการตั้งถิ่นฐานของกลุ่มผู้ยังชีพด้วยการเก็บหาของป่า และล่าสัตว์ที่กระจายตัวตามบริเวณต่าง ๆ ของแผ่นดิน เป็นส่วนใหญ่ เช่น ชาวกายานที่กระจายตัวบริเวณทางตอนใต้สุดของทวีปอเมริกาใต้ ชาวปิกมีที่กระจายตัวบริเวณลุ่มแม่น้ำซา อีร์ ชาวออบอริจินที่กระจายตัวบริเวณภายในของทวีปออสเตรเลีย ชาวบูซแมนที่กระจายตัวบริเวณทางตอนเหนือของ ทะเลทรายกาลาอารีในทวีปแอฟริกา ชาวมลาบรีที่กระจายตัวบริเวณเทือกเขาสูงในเขตจังหวัดน่าน และแพร่ ชาวมันนิที่ กระจายตัวบริเวณเทือกเขาบรรทัดในเขตจังหวัดตรัง พัทลุง สตูล ยะลา และนราธิวาส เป็นต้น ด้วยข้อจำกัดขององค์ความรู้ที่มี อยู่ ทำให้ไม่สามารถนำไปสู่ข้อสรุปที่ชัดเจนในเรื่องลักษณะการตั้งถิ่นฐานของชาวเล ซึ่งเป็นกลุ่มผู้ยังชีพด้วยการเก็บหาของป่า และล่าสัตว์ที่มีทะเลเป็นถิ่นฐานได้อย่างลึกซึ้ง แม้ว่ากลุ่มคนเหล่านี้จะถูกจัดอยู่ในกลุ่มผู้ยังชีพด้วยการเก็บหาของป่า และล่า สัตว์เหมือนกัน เมื่อมีถิ่นฐานที่แตกต่างกัน ทำให้ลักษณะการตั้งถิ่นฐานมีความแตกต่างกันไปด้วย (อัมพิกา อ่ำลอย, 2562)

4. วิธีการวิจัย เครื่องมือวิจัย และระเบียบวิธีวิจัย

บทความนี้จัดอยู่ในประเภทงานวิจัยเชิงสำรวจที่มีชุมชนบ้านโตะบาหลิวเป็นแหล่งพื้นที่ศึกษา โดยมีขั้นตอนของการศึกษา ดังนี้

4.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน ดังนี้

4.1.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิจากเอกสารต่าง ๆ เกี่ยวกับพื้นที่ศึกษา ทั้งด้านประวัติศาสตร์ ภูมิศาสตร์ และวัฒนธรรมของกลุ่มคนที่อยู่อาศัย รวมทั้งแนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

4.1.2 การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยการกำหนดคุณลักษณะขั้น เพื่อเป็นบรรทัดฐานในการคัดเลือกเรือนกรณีศึกษา คือ เป็นเรือนของชาวอุรักลาไวย์ที่ถูกปลูกสร้างภายหลัง พ.ศ. 2516 ซึ่งเป็นช่วงที่ทางอำเภอเกาะลันตาจัดสรรที่ดินให้แก่ชาวอุรักลาไวย์ตามกระแสพระราชดำริของรัชกาลที่ 9 ถือว่าเป็นจุดเริ่มต้นของการตั้งถิ่นฐานถาวร (อาภรณ์ อุกฤษณ์, 2532) ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ เรือนชาวอุรักลาไวย์ในชุมชนบ้านโตะบาหลิวจำนวน 68 หลังคาเรือน

4.1.3 การเก็บข้อมูลปฐมภูมิด้วยการสำรวจภาคสนาม ประกอบด้วย 4 ขั้นตอนสำคัญ ได้แก่ 1) การเดินเท้าสำรวจทั่วทั้งชุมชน โดยใช้ภาพถ่ายทางอากาศ และแบบสถาปัตยกรรมเป็นเครื่องมือพื้นฐาน เพื่อสร้างแผนผังชุมชน และบันทึกสภาพทั่วไปเป็นภาพถ่าย 2) การสังเกตการณ์ระยะยาว โดยผู้วิจัยสำรวจภาคสนาม จำนวน 6 ครั้ง (ในช่วงเดือนพฤษภาคม 2563 – สิงหาคม 2563) 3) การสำรวจจริงวัดเรือนกรณีศึกษาแต่ละหลังโดยละเอียด โดยบันทึกข้อมูลลงเป็นแบบสถาปัตยกรรม พร้อมทั้งบันทึกสภาพที่ปรากฏเป็นภาพถ่ายประกอบ และ 4) การสัมภาษณ์ผู้อยู่อาศัยด้วยการสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง เพื่อรวบรวมข้อมูลทางกายภาพ และวัฒนธรรมของชุมชน

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน ดังนี้

4.2.1 การวิเคราะห์แผนผัง (Planning Analysis) เพื่อพิจารณาลักษณะทางกายภาพของชุมชนในช่วงตั้งถิ่นฐานถาวร ได้แก่ 1) การเลือกที่ตั้งของชุมชน 2) ลักษณะการตั้งถิ่นฐานของชุมชน 3) การวางผังบริเวณของชุมชน ประกอบด้วย กลุ่มที่อยู่อาศัย และพื้นที่สาธารณะ

4.2.2 การวิเคราะห์รูปลักษณ์ (Morphological Analysis) เพื่อพิจารณาลักษณะทางสถาปัตยกรรมของเรือนกรณีศึกษา ได้แก่ 1) ทิศทาง และการวางผัง 2) รูปทรง และ 3) การจัดวางพื้นที่ใช้สอย

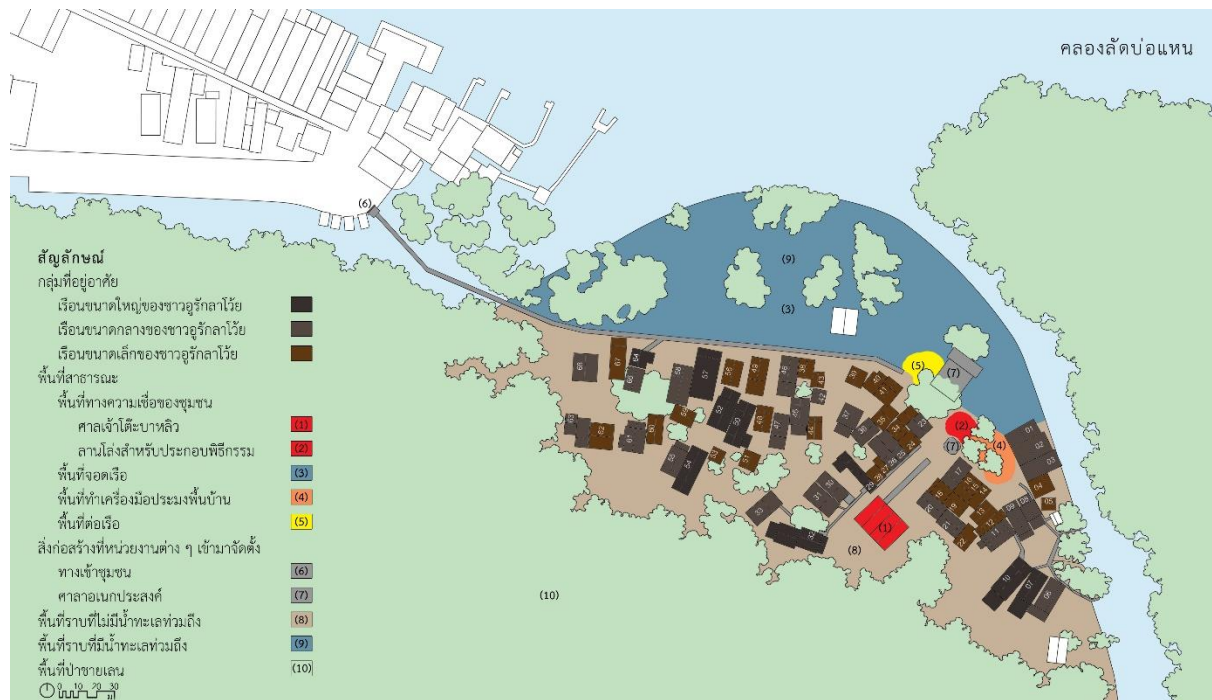
4.2.3 การวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบ (Comparative Analysis) เพื่อพิจารณาลักษณะร่วม และลักษณะเฉพาะของเรือนกรณีศึกษา นำไปสู่การสรุปรูปแบบเรือนช่วงตั้งถิ่นฐานถาวรของชาวอุรักลาไวย์ในชุมชนบ้านโตะบาหลิว จังหวัดกระบี่

4.2.4 การวิเคราะห์ตัวแปร (Factor Analysis) เพื่อพิจารณาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบเรือนช่วงตั้งถิ่นฐานถาวรของชาวอุรักลาไวย์ในชุมชนบ้านโตะบาหลิว จังหวัดกระบี่

5. ผลการวิจัยหรือการศึกษา

5.1 ลักษณะทางกายภาพของชุมชนบ้านโตะบาหลิว จังหวัดกระบี่

ชุมชนแห่งนี้มีลักษณะการตั้งถิ่นฐานแบบเกาะตัวบนพื้นที่ราบที่ไม่มีน้ำทะเลท่วมถึงที่มีอย่างจำกัดในพื้นที่หาดเลน และล้อมรอบด้วยป่าชายเลน ส่วนการวางผังบริเวณของชุมชน สามารถจำแนกออกเป็น 2 ส่วนสำคัญ (ดังรูปที่ 1) ได้แก่ ส่วนที่ 1 กลุ่มที่อยู่อาศัย ตั้งอยู่ด้านในสุด สามารถออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 เรือนขนาดเล็ก จำนวน 32 หลังคาเรือน กลุ่มที่ 2 เรือนขนาดกลาง จำนวน 27 หลังคาเรือน และกลุ่มที่ 3 เรือนขนาดใหญ่ จำนวน 9 หลังคาเรือน รวมทั้งหมด 68 หลังคาเรือน ส่วนที่ 2 พื้นที่สาธารณะ มีลักษณะเป็นพื้นที่เปิดโล่ง ตั้งอยู่ระหว่างกลุ่มที่อยู่อาศัยกับหาดเลน ได้แก่ พื้นที่ต่อเรือ พื้นที่ทำเครื่องมือประมงพื้นบ้าน และพื้นที่ทางความเชื่อของชุมชนที่ถือเป็นพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ของชุมชน โดยเป็นสัญลักษณ์แสดงความเป็นชุมชนชาวอุรักลาไวย์อย่างเด่นชัด (ดาฤณย์ จรูญทอง, 2550) ประกอบด้วย ศาลเจ้าโตะบาหลิว และลานโล่ง กล่าวได้ว่า พื้นที่ศักดิ์สิทธิ์เหล่านี้ตั้งอยู่บนพื้นที่สำคัญของชุมชน กล่าวคือ 1) เป็นพื้นที่ราบที่ไม่มีน้ำทะเลท่วมถึง ซึ่งปลอดภัยจาก น้ำท่วม 2) เป็นพื้นที่ทางด้านตะวันออกในตำแหน่งศูนย์กลางของชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับความเชื่อเรื่องทิศมงคลของชาวอุรักลาไวย์ 3) เป็นพื้นที่ล้อมรอบด้วยป่าชายเลน ซึ่งสามารถใช้เป็นแหล่งกำบังลมมรสุม 4) เป็นพื้นที่เปิดโล่งที่มีความต่อเนื่องกับหาดเลน ซึ่งสามารถรองรับการใช้งาน และการเข้าถึงของชาวอุรักลาไวย์ที่สัญจรด้วยทางเท้า และเรือ (อัมพิกา อ่ำลอย, วีระ อินพัน ทั้ง และชินศักดิ์ ตันพิกุล, 2562)



รูปที่ 1 แผนผังชุมชนบ้านโต๊ะบาหลิว จังหวัดกระบี่ และพื้นที่โดยรอบ
ที่มา: ดัดแปลงจาก อัมพิกา อ่ำลอย (2562)



รูปที่ 2 ลักษณะการตั้งถิ่นฐานของชุมชนบ้านโต๊ะบาหลิว จังหวัดกระบี่
ที่มา: วีระ อินพันทัง, ปริญญา มรรคศิริสุข, อัมพิกา อ่ำลอย, อดิสร ศรีเสาวนันท, เจนยุทธ ล่อใจ และพบสุข ทัดทอง (2563)

มีข้อสังเกตว่า ลักษณะทางกายภาพของชุมชนชาวอูรักลาโว้ยแห่งนี้ มีลักษณะเฉพาะอันสามารถจำแนกหรือระบุความแตกต่างจากชุมชนชาวอูรักลาโว้ยอื่น ๆ ในเกาะลันตาใหญ่ได้อย่างชัดเจน (ดังรูปที่ 2) กล่าวคือ พวกเขามีการสืบทอดภูมิปัญญาในการเลือกที่ตั้งชุมชนของชาวอูรักลาโว้ย โดยเป็นชุมชนเพียงแห่งเดียวในเกาะลันตาใหญ่ที่มีลักษณะการตั้งถิ่นฐานแบบเกาะตัวบนพื้นที่ราบที่ไม่มีน้ำทะเลท่วมถึงในพื้นที่หาดเลน และล้อมรอบด้วยป่าชายเลน ส่วนชุมชนอื่น ๆ สามารถจำแนก

ออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 ชุมชนที่มีการสืบทอดภูมิปัญญาในการเลือกที่ตั้งชุมชนของชาวอุรักลาไวย์ โดยมีลักษณะการตั้งถิ่นฐานแบบเรียงตัวเป็นแนวยาว และขนานกับแนวชายฝั่ง เช่น ชุมชนบ้านหัวแหลมเหนือ ชุมชนบ้านหัวแหลมกลาง เป็นต้น กลุ่มที่ 2 ชุมชนที่มีการเปลี่ยนแปลงลักษณะทางกายภาพ ทำให้ไม่สามารถแสดงถึงความสอดคล้องกับภูมิปัญญาในการเลือกที่ตั้งชุมชนของชาวอุรักลาไวย์ โดยมีลักษณะการตั้งถิ่นฐานที่หลากหลาย และตั้งอยู่บนพื้นที่ห่างจากชายฝั่ง เช่น ชุมชนบ้านคลองดาว ชุมชนบ้านโนไรรู ชุมชนบ้านสังกะอู เป็นต้น

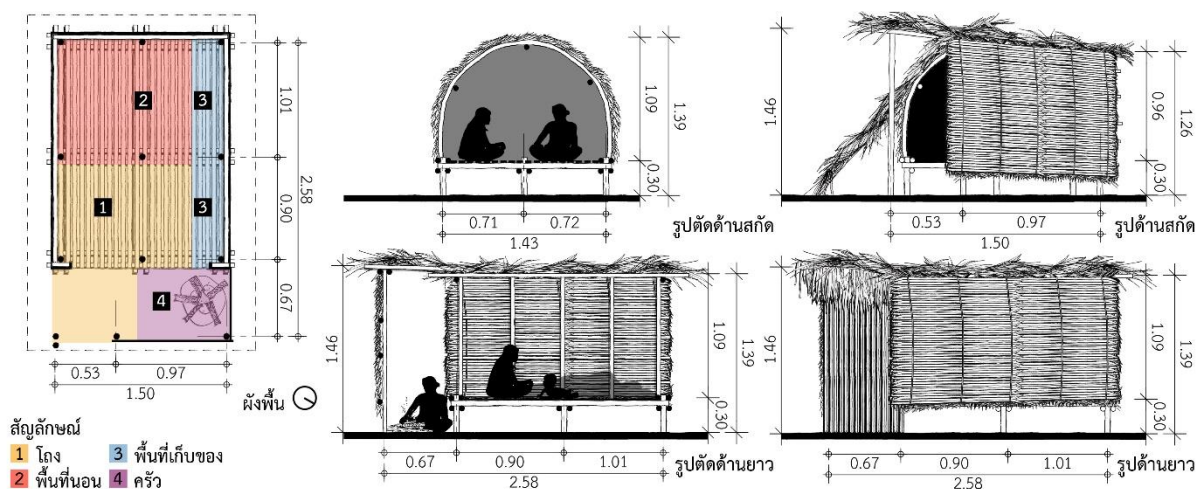
5.2 รูปแบบเรือนในชุมชนบ้านโตะบาหลิว จังหวัดกระบี่

การศึกษาแบบเรือนในพื้นที่ศึกษาอย่างลึกซึ้งนั้น ควรทำความเข้าใจพัฒนาการของรูปแบบที่อยู่อาศัยตั้งแต่ช่วงวิถีชีวิตเร่ร่อนทางทะเลมาสู่ช่วงตั้งถิ่นฐานถาวร โดยจำแนกตามแบบแผนการดำรงชีพออกเป็น 3 ช่วง (อัมพิกา อ่าลอย, 2562) ดังนี้

ช่วงที่ 1 รูปแบบที่อยู่อาศัยช่วงวิถีชีวิตเร่ร่อนทางทะเล ชาวอุรักลาไวย์มีวัฒนธรรมเฉพาะที่สืบทอดจากบรรพบุรุษ เรียกว่า “บักัด” หมายถึง การใช้เรือแบบดั้งเดิม เรียกว่า “ปราฮู อาไว” มีลักษณะเป็นเรือขุดที่มีการใช้ไม้กระดานเป็นวัสดุในการเสริมกราบเรือ ใช้เป็นพาหนะในการย้ายถิ่นฐานไปตามแหล่งอาหาร จึงมีการตั้งถิ่นฐานชั่วคราวอยู่ ณ บริเวณใดบริเวณหนึ่งในช่วงเวลาสั้น ๆ ขึ้นอยู่กับฤดูกาล โดยเฉพาะอิทธิพลของลมมรสุม เมื่อต้องการสร้างที่อยู่อาศัยชั่วคราว พวกเขาจะปลดแผงหลังคาไค้งออกจากเรือ เพื่อยกมาวางบนชายฝั่งในบริเวณที่มีความสอดคล้องกับภูมิปัญญาในการเลือกที่ตั้งชุมชนของพวกเขา จากนั้นเสริมความแข็งแรงด้วยท่อนไม้ที่เก็บหาได้จากละแวกถิ่นฐาน ใช้วิธียึดโยงองค์ประกอบต่าง ๆ ด้วยหวายหรือเถาวัลย์ ก่อเกิดเป็นเพิงพักหลังคาไค้ง (อัมพิกา อ่าลอย และวีระ อินพันทั้ง, 2562)

จากการศึกษาการจัดวางพื้นที่ใช้สอย (ดังรูปที่ 3) พบว่า พื้นที่ภายในมีลักษณะผังพื้นเป็นรูปสี่เหลี่ยม มีพื้นที่ประมาณ 4.00 ตารางเมตร โดยมีองค์ประกอบหลัก 4 ประการ ได้แก่ (1) โถง มีพื้นที่ประมาณ 1.50 ตารางเมตร ตั้งอยู่ด้านหน้าสุด ติดกับทางเข้าหลัก เป็นพื้นที่ต่อเนื่องระหว่างทางเข้าหลักที่ตั้งอยู่ระดับเดียวกับระดับพื้นดิน และพื้นที่อยู่อาศัยซึ่งยกสูงจากระดับพื้นดินประมาณ 1.00 เมตร ใช้เป็นพื้นที่เอนกประสงค์ (2) ครีว มีพื้นที่ประมาณ 1.00 ตารางเมตร ตั้งอยู่ระดับเดียวกับระดับพื้นดินในลักษณะฝั่งตรงข้ามกับทางเข้าหลัก ประกอบด้วย พื้นที่สำหรับนั่งหุงหาอาหาร และพื้นที่สำหรับตั้งเตาไฟ (3) พื้นที่นอน มีพื้นที่ประมาณ 2.00 ตารางเมตร ยกสูงจากระดับพื้นดินประมาณ 1.00 เมตร และมีการปิดล้อม 3 ด้าน ทำให้สามารถรับรู้ถึงความเป็นพื้นที่กึ่งส่วนตัว และ (4) พื้นที่เก็บของ มีพื้นที่ประมาณ 0.50 ตารางเมตร ตั้งอยู่บริเวณด้านข้างใดข้างหนึ่งของเพิงพัก

กล่าวได้ว่า รูปแบบที่อยู่อาศัยช่วงวิถีชีวิตเร่ร่อนทางทะเลของชาวอุรักลาไวย์เป็นผลจากการปรับตัว และปรับพื้นที่อยู่อาศัยให้เข้ากับธรรมชาติเช่นเดียวกับชาวเลกลุ่มอื่น มีข้อสังเกตว่า การตั้งถิ่นฐานชั่วคราวในเกาะลันตาใหญ่ มีข้อได้เปรียบของสภาพทางภูมิศาสตร์ เนื่องจากสามารถใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติที่มีความหลากหลาย ได้แก่ ป่าดิบชื้น ป่าชายเลน และป่าชายหาด อย่างไรก็ตาม พื้นที่แห่งนี้ มักมีน้ำทะเลท่วมถึงในกรณีที่เกิดพายุ ส่งผลให้เพิงพักของชาวอุรักลาไวย์ มีลักษณะเป็นเพิงพักหลังคาไค้ง โดยยกสูงจากระดับพื้นดินประมาณ 1.00 เมตร แสดงถึงการคำนึงถึงความปลอดภัยจากน้ำท่วม (ดังรูปที่ 3)



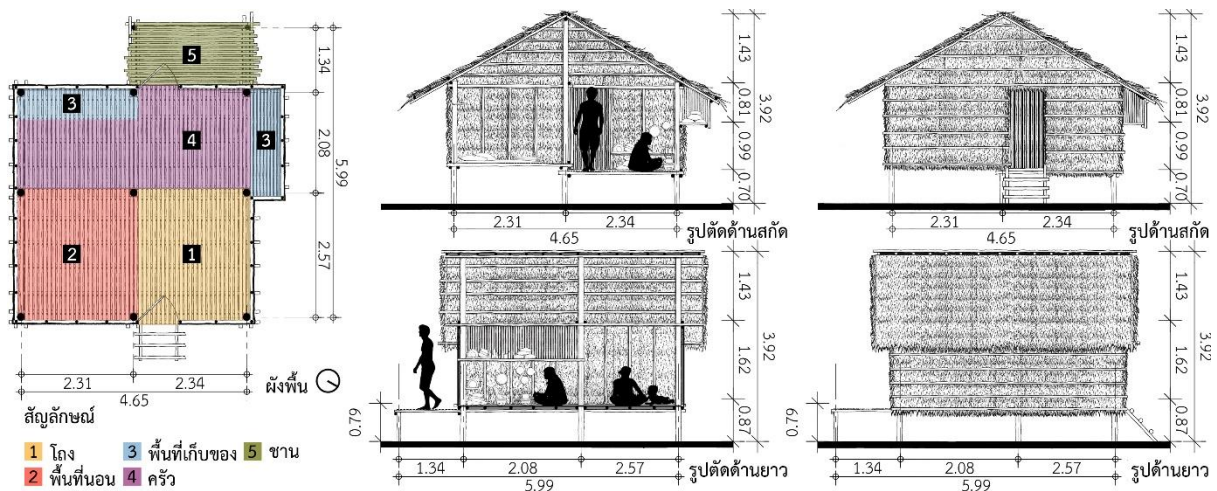
รูปที่ 3 ตัวอย่างรูปแบบที่อยู่อาศัยช่วงวิถีชีวิตเร่ร่อนทางทะเลของชาวอุรักลาไวย์ในชุมชนบ้านโตะบาหลิว จังหวัดกระบี่
ที่มา: ดัดแปลงจาก อัมพิกา อ่าลอย (2562)

ช่วงที่ 2 รูปแบบที่อยู่อาศัยช่วงแรกตั้งถิ่นฐาน เป็นช่วงที่ใช้รูปแบบดั้งเดิมเป็นพาหนะในการย้ายถิ่นฐานไปตามแหล่งอาหารกระทำไต่ยากขึ้น ชาวอูรักลาไวกบางส่วนจึงปรับเปลี่ยนจากวิถีชีวิตเร่ร่อนทางทะเลมาสู่การลงหลักปักฐานในเกาะลันตาใหญ่ ซึ่งถือว่าเป็นเมืองหลวงของพวกเขา โดยมีร่องรอยหลักฐานที่บ่งบอกว่า พวกเขามีการลงหลักปักฐานในพื้นที่แห่งนี้ย้อนไปก่อน พ.ศ. 2500 ได้แก่ สุสาน ศาลบรรพบุรุษ ตำนานความเชื่อเกี่ยวกับสถานที่ ชื่อเรียกสถานที่ต่าง ๆ ในภาษาอูรักลาไวก (นฤมล อรุโณทัย และคณะ, 2557) เมื่อชาวอูรักลาไวกตัดสินใจตั้งถิ่นฐานชั่วคราวบนชายฝั่ง พวกเขาก่อตั้งชุมชนขนาดเล็กเป็นหลักแหล่งบนพื้นที่ปลอดภัยจากภัยธรรมชาติ และมีความสอดคล้องกับภูมิปัญญาในการเลือกที่ตั้งชุมชน (ธนภรณ์ วัฒนสุข, 2557) รวมทั้งมีการพัฒนาที่อยู่อาศัยก่อเกิดเป็นกระท่อมหลังคาจั่ว ยกพื้นสูงจากระดับพื้นดินประมาณ 1.60 - 2.00 เมตร (ดังรูปที่ 4) โดยมีลักษณะแข็งแรง และสามารถตอบสนองต่อการใช้สอยในการดำเนินชีวิต เพื่อรองรับการอยู่อาศัยที่นานมากขึ้น (อัมพิกา อ่ำลอย, 2562) สามารถสรุปคุณลักษณะสำคัญออกเป็น 4 ประการ ได้แก่

- 1) การใช้หลังคาจั่วที่มีความลาดชันประมาณ 30 องศาแทนการใช้หลังคาโค้งแบบเพิงพัก เพื่อเพิ่มพื้นที่ใช้สอยแนวดิ่ง และเพิ่มประสิทธิภาพในการกันแดดกันฝน
- 2) การปลูกสร้างอย่างง่าย ๆ ด้วยวัสดุที่เก็บหาได้จากละแวกถิ่นฐาน แต่มีความแข็งแรง และมีอายุการใช้งานที่นานขึ้น
- 3) การใช้วิธียึดโยงองค์ประกอบต่าง ๆ ในลักษณะคล้ายระบบเสาคาน เพื่อเพิ่มความแข็งแรง
- 4) การขยายพื้นที่อยู่อาศัย โดยขึ้นอยู่กับการเพิ่มขนาดของครัวเรือน สามารถจำแนกออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 กระท่อมขนาดเล็ก ใช้เป็นที่อยู่อาศัยของครอบครัวเดี่ยวที่มีสมาชิกไม่เกิน 3 คน กลุ่มที่ 2 กระท่อมขนาดกลาง ใช้เป็นที่อยู่อาศัยของครอบครัวเดี่ยวที่มีสมาชิกไม่เกิน 5 คน และกลุ่มที่ 3 กระท่อมขนาดใหญ่ ใช้เป็นที่อยู่อาศัยของครอบครัวเดี่ยวที่มีสมาชิก 5 คน ขึ้นไป (อารภรณ์ อุภุชณ์, 2532)

จากการศึกษาการจัดวางพื้นที่ใช้สอย (ดังรูปที่ 4) มีข้อสังเกตว่า พวกเขามีการขยายพื้นที่อยู่อาศัยที่สัมพันธ์กับการเพิ่มขนาดของครัวเรือน โดยมีพื้นที่ประมาณ 28.50 ตารางเมตร แสดงถึงการพัฒนาการจัดวางพื้นที่ใช้สอยที่สอดคล้องกับการทำกิจกรรมในลักษณะการยืน หรือเคลื่อนที่ภายในที่อยู่อาศัยมากขึ้น มีลักษณะผังพื้นเป็นรูปสี่เหลี่ยม มีองค์ประกอบหลัก 5 ประการ ได้แก่

- 1) โถง มีพื้นที่ประมาณ 6.00 ตารางเมตร ยกพื้นสูงจากระดับพื้นดินประมาณ 1.60 - 2.00 เมตร ตั้งอยู่ด้านหน้าสุด ติดกับประตูทางเข้าหลัก ใช้เป็นพื้นที่เอนกประสงค์
- 2) พื้นที่นั่ง มีพื้นที่ประมาณ 6.00 ตารางเมตร เป็นพื้นที่ต่อเนื่องกับโถงในลักษณะผังตรงข้ามกับโถง ยกตัวอย่างเช่น หากโถงตั้งอยู่ทางด้านซ้ายของเรือน พื้นที่นั่งมักอยู่ทางด้านขวาของเรือนเสมอ เนื่องจากตั้งอยู่บริเวณด้านข้างของเรือน จึงเป็นพื้นที่ที่มีการปิดล้อม 2 ด้าน ทำให้สามารถรับรู้ถึงความเป็นพื้นที่กึ่งส่วนตัว
- 3) พื้นที่เก็บของ มีพื้นที่ประมาณ 1.25 ตารางเมตร เป็นพื้นที่ด้านในสุด ตั้งอยู่บริเวณด้านข้างใดข้างหนึ่งของเรือน
- 4) ครัว มีพื้นที่ประมาณ 12.00 ตารางเมตร ตั้งอยู่ด้านในสุด ติดกับประตูทางเข้ารอง ประกอบด้วยพื้นที่สำหรับนั่งหุงหาอาหาร และพื้นที่สำหรับตั้งเตาไฟ ส่วนบริเวณด้านข้างของฝาครัว มีการต่อเติมโครงสร้างเป็นพื้นที่เก็บของ ซึ่งยกสูงจากระดับพื้นโถงประมาณ 0.60 - 0.80 เมตร
- 5) ขาน มีพื้นที่ประมาณ 3.15 ตารางเมตร มีการลดระดับพื้นขานต่ำกว่าระดับพื้นโถงประมาณ 0.20 เมตร ใช้เป็นพื้นที่ซักล้าง และใช้เป็นที่อาบน้ำสำหรับชั้นลงสู่เรือจากที่อยู่อาศัยได้โดยตรง



รูปที่ 4 ตัวอย่างรูปแบบที่อยู่อาศัยช่วงแรกตั้งถิ่นฐานของชาวอุรักลาไวย์ในชุมชนบ้านโตะบาหลิว จังหวัดกระบี่
ที่มา: ดัดแปลงจาก อัมพิกา อ่ำลอย (2562)

กล่าวได้ว่า รูปแบบที่อยู่อาศัยช่วงแรกตั้งถิ่นฐานของชาวอุรักลาไวย์เป็นผลจากการปรับตัว และปรับพื้นที่อยู่อาศัยให้สามารถรองรับการตั้งถิ่นฐานชั่วคราวบนชายฝั่งในระยะเวลาที่นานขึ้น มีข้อสังเกตว่า ชานเป็นพื้นที่ใหม่ ซึ่งปรากฏในที่อยู่อาศัยช่วงแรกตั้งถิ่นฐานเท่านั้น จึงไม่มีความเชื่อมโยงกับเพิงพัก แต่หากพิจารณาในรายละเอียด พบว่า ชานมีความเชื่อมโยงกับพื้นที่เปิดโล่งของเรือแบบดั้งเดิม แสดงถึงการนำพื้นที่เปิดโล่งดังกล่าวมาปรับใช้เป็นพื้นที่เปิดโล่งของที่อยู่อาศัย (ดังรูปที่ 4)

ช่วงที่ 3 รูปแบบที่อยู่อาศัยช่วงตั้งถิ่นฐานถาวร เป็นช่วงที่ไม่สามารถใช้เรือแบบดั้งเดิมเป็นพาหนะในการย้ายถิ่นฐานไปตามแหล่งอาหารอีกต่อไป จึงมีการก่อตั้งชุมชนที่มีความหนาแน่นของจำนวนประชาชนมากขึ้น (พิไลวรรณ ประพฤติ, 2558) และมีการพัฒนาที่อยู่อาศัยก่อเกิดเป็นเรือน เพื่อตอบสนองต่อวิถีชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม นอกจากมีลักษณะแข็งแรงแล้ว ยังมีความหลากหลายของรูปทรง และการจัดวางพื้นที่ใช้สอย (อัมพิกา อ่ำลอย, 2562) สามารถอธิบายรูปแบบเรือนช่วงตั้งถิ่นฐานถาวรของชาวอุรักลาไวย์ในชุมชนบ้านโตะบาหลิว จังหวัดกระบี่ ดังนี้

5.2.1 ทิศทาง และการวางผัง สามารถจำแนกออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่

กลุ่มที่ 1 กลุ่มเรือนที่ใช้ลำน้ำเป็นหลักอ้างอิงในการวางผัง ส่งผลให้การวางเรือนไม่ตรงตามทิศเหนือได้เสมอไป หากแต่เบนไปตามลำน้ำที่มีความคดเคี้ยว

กลุ่มที่ 2 กลุ่มเรือนที่ใช้ทะเลเป็นหลักอ้างอิงในการวางผัง ถือว่าสอดคล้องกับความเชื่อเรื่องทิศทาง และการวางผังที่อยู่อาศัยของชาวอุรักลาไวย์

กลุ่มที่ 3 กลุ่มเรือนที่ใช้เส้นทางสัญจรหลักของชุมชนเป็นหลักอ้างอิงในการวางผัง มีข้อสังเกตว่า เรือนกลุ่มนี้มีทิศทาง และการวางผังแตกต่างจากเรือนกลุ่มอื่น ๆ เนื่องจากข้อจำกัดของที่ดิน ส่งผลให้การวางเรือนคำนึงถึงความเหมาะสมของขนาดของพื้นที่มากกว่าการใช้ทะเลหรือลำน้ำเป็นหลักอ้างอิงในการวางผัง

5.2.2 รูปทรง สามารถสรุปคุณลักษณะสำคัญออกเป็น 5 ประการ ได้แก่

1) การปลูกเรือนยกพื้นสูงจากระดับพื้นดินประมาณ 1.60 - 2.00 เมตร โดยใช้หลังคาจั่วที่มีความลาดชันคล้ายคลึงกับความลาดชันของกระท่อม คือ ประมาณ 30 องศา โดยวัดจากระดับพื้นโล่งถึงระดับใต้เอเส ประมาณ 1.60 - 1.80 เมตร และส่วนที่วัดจากระดับใต้เอเสถึงระดับใต้คอกไก่ ประมาณ 1.30 - 1.50 เมตร เพื่อคลุมพื้นที่อยู่อาศัยทั้งหมด และสามารถกันแดดกันฝน

2) การใช้ฝาเรือนปิดล้อมทั้ง 4 ด้าน โดยมีการทำช่องเปิดบริเวณฝาเรือนมากขึ้น เพื่อเพิ่มการระบายอากาศภายในที่อยู่อาศัย ส่วนประตูเข้าออกตั้งอยู่แนวเดียวกันเสมอ

3) การเปลี่ยนแปลงด้านวัสดุที่ใช้ในการปลูกสร้าง โดยใช้วัสดุที่เก็บหาได้ในละแวกถิ่นฐานร่วมกับวัสดุสมัยใหม่ ยกตัวอย่างเช่น (1) การใช้ท่อนไม้เส้นผ่านศูนย์กลางประมาณ 0.06 - 0.10 เมตร ร่วมกับเสาคอนกรีตสำเร็จรูปเป็นโครงสร้างหลัก (2) การหันมาใช้สะพานไม้ โดยนำท่อนไม้วางพาดกับทางสัญจรแทนการใช้บันไดที่ทำจากไม้แสม ไม้โกงกาง หรือไม้ไผ่ (3) การใช้ไม้กระดานแทนไม้ฟากสับในพื้นที่นอน พื้นที่เก็บของ ส่วนชาน และครัว ยังมีการใช้ฟากสับปูพื้น และ (4)

การใช้วัสดุทำฝาเรือนที่หลากหลายขึ้น ทั้งวัสดุธรรมชาติที่เก็บหาได้ในละแวกถิ่นฐาน คือ จาก และวัสดุสมัยใหม่ได้รับความช่วยเหลือจากหน่วยงานต่าง ๆ เช่น สังกะสี ไม้กระดาน เป็นต้น

4) การสืบสานภูมิปัญญาในการก่อสร้าง โดยใช้วิธียึดโยงโครงสร้างแบบดั้งเดิมร่วมกับการใช้เทคนิคการปลูกสร้างสมัยใหม่

5) การขยายพื้นที่อยู่อาศัย ยังขึ้นอยู่กับขนาดของครัวเรือน โดยการเพิ่มจำนวนจั่วทั้งในด้านยาวและด้านข้างของเรือน นำไปสู่การเพิ่มจำนวนเสาเรือนที่มีจำนวนมากกว่าที่อยู่อาศัยในอดีต

5.2.3 การจัดวางพื้นที่ใช้สอย จากการศึกษาการจัดวางพื้นที่ใช้สอยเรือนของชาวอุรักลาโว้ยในชุมชนบ้านโตะบาหลิว สามารถจำแนกออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่

1) กลุ่มเรือนขนาดเล็ก มีจำนวนทั้งหมด 32 หลังคาเรือน มีพื้นที่เฉลี่ยประมาณ 25.50 – 36.50 ตารางเมตร มีลักษณะผังพื้นเป็นรูปสี่เหลี่ยม มียอดประกอบหลัก 5 ประการ (ดังรูปที่ 5) ได้แก่

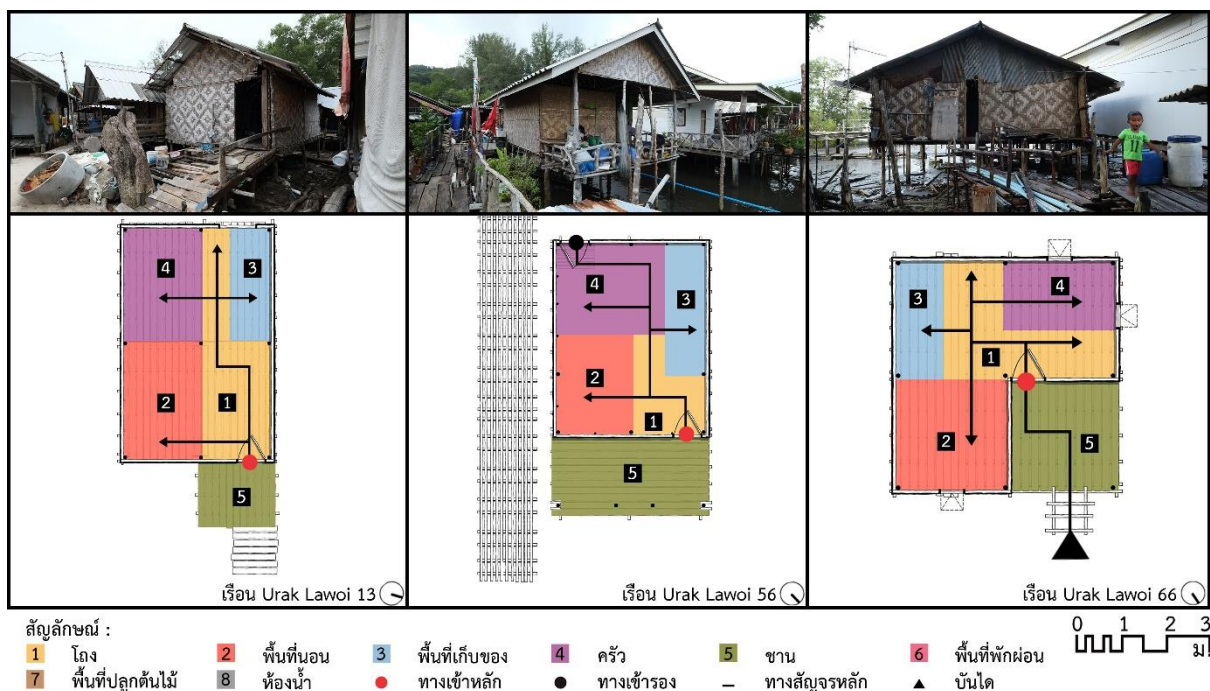
(1) ชานด้านหน้า มีพื้นที่ประมาณ 6.00 – 10.00 ตารางเมตร ยกพื้นสูงจากระดับพื้นดินประมาณ 1.40 - 1.80 เมตร ใช้เป็นพื้นที่อเนกประสงค์ และพื้นที่ต้อนรับแขกผู้มาเยือน

(2) โถง มีพื้นที่ประมาณ 6.00 – 10.00 ตารางเมตร ยกพื้นสูงจากระดับพื้นชานด้านหน้าประมาณ 0.20 เมตร ตั้งอยู่ด้านหน้าสุด ติดกับประตูทางเข้าหลัก ใช้เป็นพื้นที่อเนกประสงค์ และทางสัญจรภายในเรือน

(3) พื้นท่อนอน มีพื้นที่ประมาณ 6.00 – 8.00 ตารางเมตร เป็นพื้นที่ที่มีการปิดล้อม 2 ด้าน ทำให้สามารถรับรู้ถึงความเป็นพื้นที่กึ่งส่วนตัว

(4) พื้นที่เก็บของ มีพื้นที่ประมาณ 4.00 – 6.00 ตารางเมตร ตั้งอยู่บริเวณด้านข้างใดข้างหนึ่งของเรือน

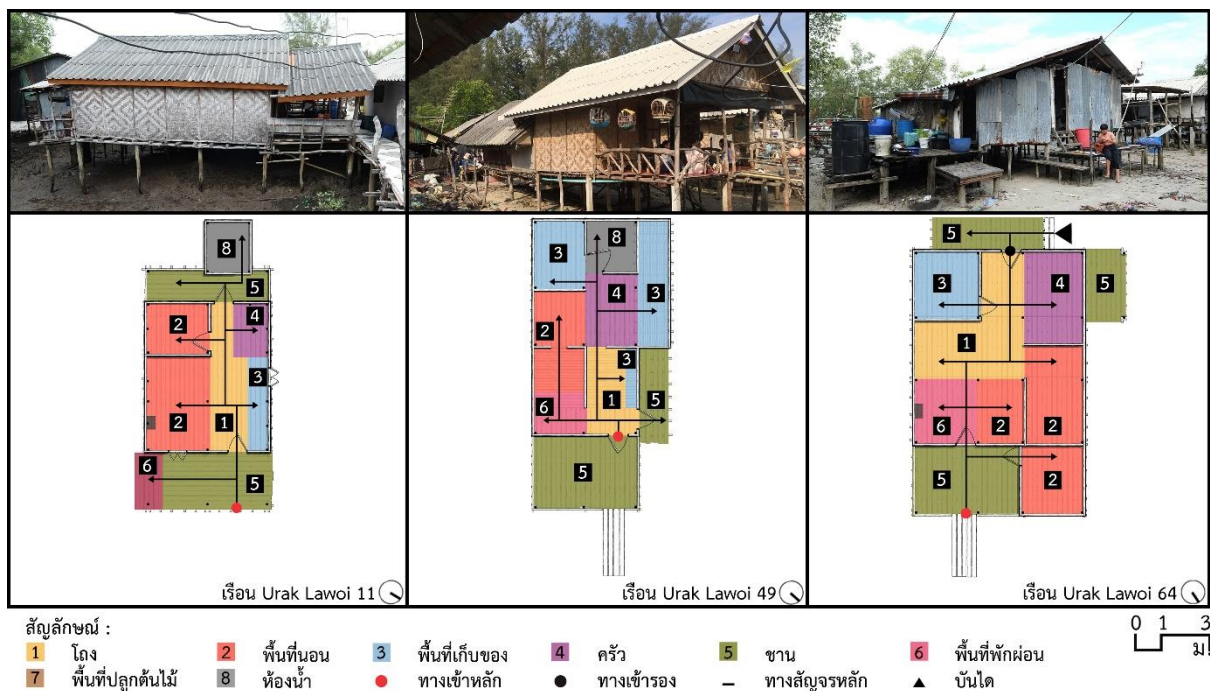
(5) ครัว มีพื้นที่ประมาณ 6.00 – 10.00 ตารางเมตร ตั้งอยู่ด้านในสุด ประกอบด้วย พื้นที่สำหรับนั่งหุงหาอาหาร และพื้นที่สำหรับตั้งเตาไฟ ในเรือนบางหลังยังพบการต่อเติมโครงสร้างบริเวณฝาครัวเป็นพื้นที่เก็บของ ซึ่งยกสูงจากระดับพื้นโถงประมาณ 0.60 – 0.80 เมตร



รูปที่ 5 ตัวอย่างการจัดวางพื้นที่ใช้สอยของเรือนขนาดเล็ก

2) เรือนขนาดกลาง มีจำนวนทั้งหมด 27 หลังคาเรือน มีพื้นที่เฉลี่ยประมาณ 50.50 – 60.50 ตารางเมตร มีลักษณะผังพื้นเป็นรูปสี่เหลี่ยม มียอดประกอบหลัก 8 ประการ (ดังรูปที่ 6) ได้แก่

- (1) ขานด้านหน้า มีพื้นที่ประมาณ 6.00 – 10.00 ตารางเมตร โดยยังคงยกพื้นสูงจากระดับพื้นดินประมาณ 1.40 - 1.80 เมตร ใช้เป็นพื้นที่เอนกประสงค์ และพื้นที่ต้อนรับแขกผู้มาเยือน
- (2) โถง มีพื้นที่ประมาณ 6.00 – 10.00 ตารางเมตร ยกพื้นสูงจากระดับพื้นขานประมาณ 0.20 เมตร ตั้งอยู่ด้านหน้าสุด ติดกับประตูทางเข้าหลัก ส่วนใหญ่ใช้เป็นทางสัญจรภายในเรือน เนื่องจากเรือนส่วนใหญ่มีการแบ่งโถงเป็นพื้นที่พักผ่อน จึงไม่ปรากฏการใช้โถงเป็นพื้นที่เอนกประสงค์
- (3) พื้นที่พักผ่อน มีพื้นที่ประมาณ 4.00 – 6.00 ตารางเมตร เป็นพื้นที่ต่อเนื่องจากโถงที่มีการปิดล้อม 2 ด้าน
- (4) พื้นที่นอน สามารถจำแนกออกเป็น 2 รูปแบบ ได้แก่ รูปแบบที่ 1 พื้นที่นอนที่มีการปิดล้อม 2 ด้าน ทำให้สามารถรับรู้ถึงความเป็นพื้นที่กึ่งส่วนตัว มีพื้นที่ประมาณ 6.00 – 8.00 ตารางเมตร และรูปแบบที่ 2 พื้นที่นอนที่มีการปิดล้อม 4 ด้าน ทำให้สามารถรับรู้ถึงความเป็นพื้นที่ส่วนตัว มีพื้นที่ประมาณ 10.00 – 12.00 ตารางเมตร
- (5) พื้นที่เก็บของ มีพื้นที่ประมาณ 6.00 – 9.00 ตารางเมตร ตั้งอยู่บริเวณด้านข้างใดข้างหนึ่งของเรือน หรือเป็นพื้นที่ที่มีการปิดล้อม 4 ด้าน
- (6) ครัว มีพื้นที่ประมาณ 8.00 – 12.00 ตารางเมตร ขึ้นอยู่กับขนาดของครัวเรือน ตั้งอยู่ด้านในสุด หรือเป็นพื้นที่ต่อเนื่องระหว่างโถงกับห้องน้ำ ในเรือนบางหลังยังพบการต่อเติมโครงสร้างบริเวณฝาครัวเป็นพื้นที่เก็บของ
- (7) ห้องน้ำ มีพื้นที่ประมาณ 3.00 - 5.00 ตารางเมตร
- (8) ขานด้านหลัง มีพื้นที่ประมาณ 12.00 -18.00 ตารางเมตร มีการลดระดับพื้นขานต่ำกว่าระดับพื้นโถงประมาณ 0.20 เมตร ใช้เป็นพื้นที่ซักล้าง



รูปที่ 6 ตัวอย่างการจัดวางพื้นที่ใช้สอยของเรือนขนาดกลาง

3) เรือนขนาดใหญ่ มีจำนวนทั้งหมด 9 หลังคาเรือน มีพื้นที่เฉลี่ยประมาณ 85.50 – 90.50 ตารางเมตร มีลักษณะผังพื้นเป็นรูปสี่เหลี่ยม มีองค์ประกอบหลัก 8 ประการ (ดังรูปที่ 7) ได้แก่

- (1) ขานด้านหน้า มีพื้นที่ประมาณ 20.00 ตารางเมตร ยกพื้นสูงจากระดับพื้นดินประมาณ 1.40 - 1.80 เมตร ใช้เป็นพื้นที่เอนกประสงค์ พื้นที่ต้อนรับแขกผู้มาเยือน และมีการแบ่งพื้นที่ขานด้านหน้าเป็นพื้นที่ปลูกต้นไม้ กล่าวได้ว่า ขานด้านหน้าของเรือนรูปแบบนี้มีขนาดใหญ่ และการใช้สอยที่หลากหลายกว่าขานด้านหน้าของเรือนรูปแบบอื่น

(2) โถง มีขนาดพื้นที่หลากหลาย ขึ้นอยู่กับตำแหน่งที่ตั้ง และวัตถุประสงค์ของการใช้สอย ยกพื้นสูงจากระดับพื้นลานประมาณ 0.20 เมตร ตั้งอยู่ด้านหน้าสุด ติดกับประตูทางเข้าหลัก ใช้เป็นพื้นที่เอนกประสงค์ และทางสัญจรภายในเรือน

(3) พื้นที่พักผ่อน มีพื้นที่ประมาณ 4.00 – 6.00 ตารางเมตร เป็นพื้นที่ต่อเนื่องจากโถงที่มีการปิดล้อม 2 ด้าน

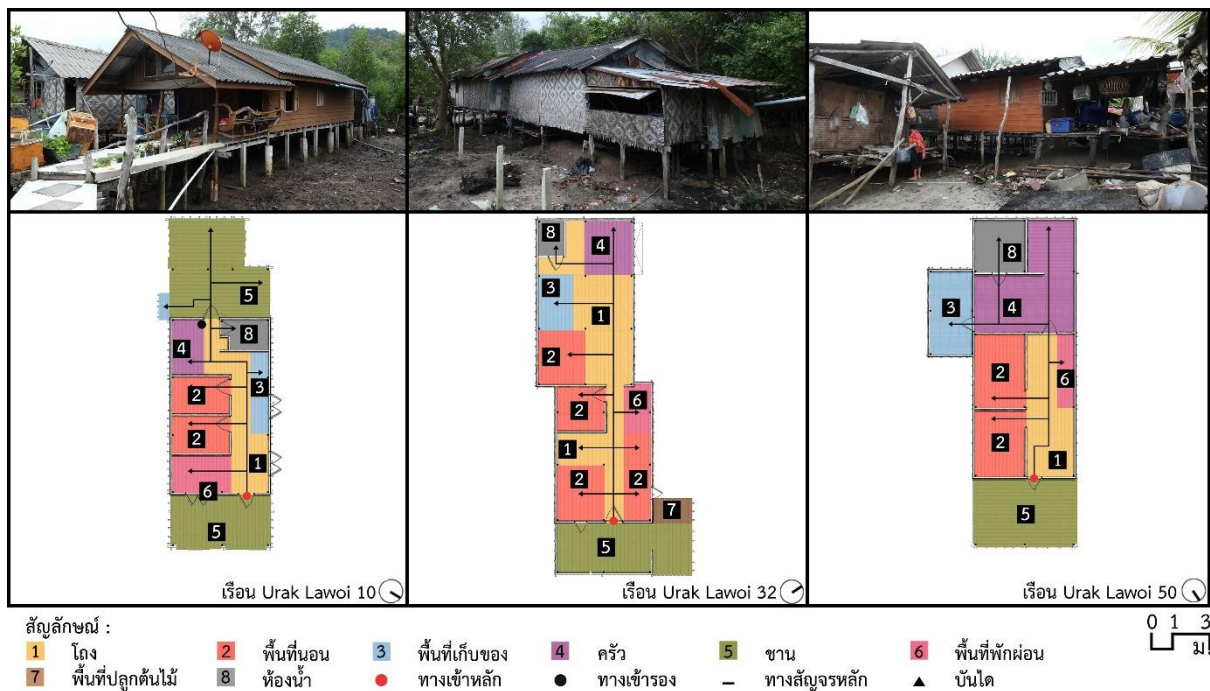
(4) พื้นที่นั่ง มีพื้นที่ประมาณ 10.00 – 12.00 ตารางเมตร เป็นพื้นที่ที่มีการปิดล้อม 4 ด้าน ทำให้สามารถรับรู้ถึงความเป็นพื้นที่ส่วนตัว เนื่องจากเรือนขนาดใหญ่ใช้เป็นที่อยู่อาศัยของครอบครัวขยายที่มีสมาชิกมากกว่า 5 คน จึงพบพื้นที่นั่งตั้งแต่ 2 พื้นที่ขึ้นไป

(5) พื้นที่เก็บของ มีพื้นที่ประมาณ 10.00 – 20.00 ตารางเมตร ตั้งอยู่บริเวณด้านข้างใดข้างหนึ่งของเรือน หรือเป็นพื้นที่ที่มีการปิดล้อม 4 ด้าน

(6) ครัว มีขนาดพื้นที่หลากหลาย ขึ้นอยู่กับขนาดของครัวเรือน ตั้งอยู่ด้านในสุด ในเรือนบางหลังยังพบการต่อเติมโครงสร้างบริเวณฝาครัวเป็นพื้นที่เก็บของ

(7) ห้องน้ำ มีพื้นที่ประมาณ 3.00 - 5.00 ตารางเมตร

(8) ซานด้านหลัง มีพื้นที่ประมาณ 12.00 -18.00 ตารางเมตร มีการลดระดับพื้นขานต่ำกว่าระดับพื้นโถงประมาณ 0.20 เมตร ใช้เป็นพื้นที่ซักล้าง



รูปที่ 7 ตัวอย่างการจัดวางพื้นที่ใช้สอยของเรือนขนาดใหญ่

5.3 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบเรือนช่วงตั้งถิ่นฐานถาวรของชาวอุรักลาโว้ยในชุมชนบ้านโตะบาหลิว จังหวัดกระบี่

ผลจากการวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบ เพื่อพิจารณาลักษณะร่วม และลักษณะเฉพาะของเรือนกรณีศึกษา นำไปสู่การสรุปรูปแบบเรือนช่วงตั้งถิ่นฐานถาวร และการวิเคราะห์ตัวแปร เพื่อพิจารณาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบเรือนช่วงตั้งถิ่นฐานถาวรของชาวอุรักลาโว้ยในพื้นที่ศึกษา สามารถจำแนกออกเป็น 6 ประการ ดังนี้

ประการที่ 1 การใช้เครื่องมือประมงของคนกลุ่มอื่น ทำให้ต้องการพื้นที่เก็บของมากขึ้น นำมาสู่การต่อเติมพื้นที่เก็บของที่มีขนาดใหญ่ขึ้น

ประการที่ 2 การสะสมสิ่งของ และอาหาร นำมาสู่การต่อเติมพื้นที่เก็บของที่มีขนาดใหญ่ขึ้นเช่นกัน บางหลังใช้การกันฝา เพื่อแบ่งสัดส่วนออกจากพื้นที่อื่นอย่างชัดเจน

ประการที่ 3 การอาศัยอยู่ร่วมกันของครอบครัวย่อยหลายครอบครัว นำมาสู่การกันฝาภายในที่อยู่อาศัย เพื่อสร้างความส่วนตัว แสดงอาณาเขต หรือแบ่งสัดส่วนพื้นที่ส่วนตัวออกจากพื้นที่อื่นอย่างชัดเจน เรือนบางหลังมีการต่อเติมพื้นที่ด้านหลังของเรือน ใช้เป็นพื้นที่นอนของญาติที่ร่วมอาศัย

ประการที่ 4 การรับเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาในการดำเนินชีวิต นำมาสู่การแบ่งพื้นที่พักผ่อนออกจากโรง หรือพื้นที่นอนอย่างชัดเจน ส่วนใหญ่ใช้การกันฝา การปิดล้อมด้วยเฟอร์นิเจอร์ การเปลี่ยนวัสดุปูพื้นให้มีความแตกต่างจากบริเวณอื่น

ประการที่ 5 การมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลภายนอกมากขึ้น จึงมีการรับเอาวัฒนธรรมของคนต่างถิ่นเข้ามาปรับใช้ในพื้นที่อยู่อาศัย โดยเฉพาะการติดเรือน และการต่อเติมห้องน้ำบริเวณด้านหลังเรือน ซึ่งเป็นสิ่งใหม่ที่พวกเขาไม่เคยกระทำมาก่อน การใช้ลักษณะสถาปัตยกรรมตามสมัยนิยม เห็นได้จากการใช้เสาเหลี่ยม ฝาตรง การมุงหลังคาด้วยสังกะสี และกระเบื้องลอนคู่ ซึ่งมีคุณสมบัติไม่เหมือนจาก จึงไม่จำเป็นต้องมุงให้มีความชัน ทำให้หลังคาส่วนต่อเติมมีความลาดเอียงน้อยกว่าหลังคาเดิม ตามคุณสมบัติของเทคนิคการปลูกสร้าง และการใช้วัสดุสมัยใหม่

ประการที่ 6 การนับถือความเชื่ออื่น ๆ ร่วมกับการนับถือผี นำมาสู่การก่อเกิดพื้นที่ทางความเชื่อภายในเรือน ส่วนใหญ่มีการตั้งหิ้งบูชาในพื้นที่นอนหรือพื้นที่พักผ่อน โดยหันหน้าหิ้งออกสู่ทิศตะวันออกตามความเชื่อเรื่องทิศมงคลของพวกเขา

6. การอภิปรายผล สรุป และข้อเสนอแนะ

6.1 อภิปรายผล

ความเชื่อเป็นปรากฏการณ์ทางสังคมที่มีลักษณะแตกต่างกันไปในแต่ละถิ่นที่ สะท้อนให้เห็นในระบบระเบียบแบบแผน ประเพณี การประเพณี ปฏิบัติ ตลอดจนการตั้งถิ่นฐาน การปลูกบ้านสร้างเรือน และลักษณะความสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อม เมื่อมนุษย์มีการย้ายถิ่นฐานอพยพจากถิ่นที่เดิมไปตั้งรกรากยังดินแดนห่างไกลออกไป ไม่ว่าจะเป็นด้วยเหตุผลทางเศรษฐกิจ การเมือง หรือเหตุผลทางธรรมชาติ เพื่อความอยู่รอดของเผ่าพันธุ์ มนุษย์ย่อมนำความเชื่อ และประเพณีอพยพติดตามไปยังดินแดนใหม่ด้วย

อย่างไรก็ตาม วัฒนธรรมทางความเชื่อที่ปรากฏในที่อยู่อาศัยของผู้อพยพย้ายถิ่น ไม่ว่าจะเป็นความสำคัญเพียงใด ย่อมต้องมีการผสมผสานของวัฒนธรรมหลักของดินแดนใหม่ ก่อให้เกิดการปรับตัวขึ้น การผสมผสานของระบบสังคม และความเชื่อเหล่านี้เกิดขึ้นอย่างค่อยเป็นค่อยไป ในทิศทางที่ไม่มีผู้ใดกำหนด เป็นการผสมผสานของวัฒนธรรมที่ละเอียดอ่อนเพื่อการอยู่ร่วมกันอย่างกลมกลืน เมื่อกาลเวลาผ่านไปความเชื่อดั้งเดิมมักถูกหล่อหลอมรวมกับระบบความเชื่อใหม่ จนกลายเป็นลักษณะเฉพาะทางวัฒนธรรมของสังคมนั้นที่แตกต่างไปจากทั้งวัฒนธรรมดั้งเดิมในดินแดนภูมิถิ่นเก่า และวัฒนธรรมหลักในดินแดนใหม่ (วีระ อินพันทัง, 2555) สอดคล้องกับลักษณะการก่อรูปเรือนช่วงตั้งถิ่นฐานถาวรของชาวอุรักลาไวก์ในพื้นที่ศึกษาระยะแรก พวกเขาสืบทอดวัฒนธรรมทางความเชื่อที่ให้ความสำคัญกับทะเล ทำให้รูปแบบเรือนในช่วงเวลานี้ มีความสอดคล้องกับการอยู่อาศัยแบบดั้งเดิม เห็นได้จากรูปทรง และการจัดวางพื้นที่ใช้สอยภายในเรือนที่ถูกพัฒนามาจากการก่อรูปเรือนช่วงแรกตั้งถิ่นฐาน (กระท่อม) ในเวลาต่อมา เมื่อมีการรับเอาวัฒนธรรมของคนต่างถิ่นเข้ามาปรับใช้ในพื้นที่อยู่อาศัย ส่งผลให้วัฒนธรรมทางความเชื่อที่ปรากฏในที่อยู่อาศัยถูกลดบทบาท เห็นได้จากการก่อรูปเรือนของพวกเขาที่แสดงถึงการให้ความสำคัญกับพื้นดินมากกว่าทะเล กล่าวคือ นอกจากการใช้เทคโนโลยี และวัสดุสมัยใหม่ในการต่อเติมโครงสร้าง เพื่อเพิ่มพื้นที่ใช้สอยแล้ว ยังมีการปรับพื้นที่เพื่อตอบสนองต่อการใช้สอยที่หลากหลาย จนกลายเป็นเรือนรูปแบบใหม่ที่ปรากฏในช่วงตั้งถิ่นฐานถาวร ส่วนใหญ่เป็นเรือนของชาวอุรักลาไวก์ที่มีรูปแบบการทำมาหากินหลากหลาย ได้แก่ การเก็บหาและล่าสัตว์ทะเล การทำประมงพื้นบ้าน การประกอบอาชีพรับจ้าง

6.2 สรุปผล

บทความนี้ นำไปสู่ข้อสรุปที่ชัดเจนในการอธิบายรูปแบบเรือนช่วงตั้งถิ่นฐานถาวรของชาวอุรักลาไวก์ในพื้นที่ศึกษา ดังนี้

ประการที่ 1 การก่อรูปทางสถาปัตยกรรมของเรือนรูปแบบนี้ ก่อเกิดจากการพัฒนาที่อยู่อาศัย เพื่อตอบสนองต่อวิถีชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม ในแง่ของข้อจำกัดทางสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ และวัฒนธรรม ชาวอุรักลาไวก์จำเป็นต้องสร้างสรรค์พื้นที่ที่มีความเหมาะสมกับการอยู่อาศัย และวัฒนธรรมเฉพาะของตน โดยมีการปรับพื้นที่อย่างหลากหลาย และคุ้มค่ามากที่สุด จึงมีการพัฒนาที่อยู่อาศัยจากเรือนแบบดั้งเดิมมาสู่เพิงพัก กระท่อม และเรือนตามลำดับ

ประการที่ 2 การขยายพื้นที่จากเรือนขนาดเล็กเป็นเรือนที่มีขนาดใหญ่ขึ้น แสดงถึงความสัมพันธ์กับการเพิ่มขนาดของครัวเรือน การขยายพื้นที่ใช้สอยเกิดขึ้นในด้านสกัดเท่านั้น เนื่องจากสามารถกระทำได้ง่าย และสอดคล้องกับข้อกำหนดของพื้นที่อยู่อาศัยที่ไม่เอื้อให้เกิดการขยายพื้นที่ใช้สอยในบริเวณด้านข้าง ทำให้เรือนที่ถูกต่อเติมมีลักษณะยาวกว่าเรือนในอดีต รวมทั้งแสดงถึงภูมิปัญญาในการปลูกสร้างที่สัมพันธ์กับเรือ เนื่องจากการขยายพื้นที่ของเรือเกิดขึ้นทางด้านยาวเช่นกัน พวกเขาจึงสืบทอดองค์ความรู้ดังกล่าวมาปรับใช้ในการปลูกสร้างที่อยู่อาศัยชายฝั่ง

ประการที่ 3 การจัดวางพื้นที่ใช้สอย พบว่า มีความหลากหลายกว่าในอดีต สามารถจำแนกองค์ประกอบหลักของพื้นที่ใช้สอย คือ ใต้ถุน บ้านโด โถง พื้นทึนนอน พื้นที่เก็บของ และครัว ซึ่งพบในเรือนส่วนใหญ่ นอกจากนี้ เรือนแต่ละหลังมีรายละเอียดของการเพิ่มเติมองค์ประกอบอื่น ๆ ที่แตกต่างกัน โดยคำนึงถึงความโปร่งโล่งของเรือน ทำให้เกิดการเชื่อมต่อของพื้นที่ใช้สอยอย่างต่อเนื่อง

กล่าวได้ว่า รูปแบบเรือนช่วงตั้งถิ่นฐานถาวรของชาวอุรักลาไวย์ในพื้นที่ศึกษานั้น เป็นผสมผสานระหว่างเรือนแบบดั้งเดิมกับเรือนตามสมัยนิยมเข้าด้วยกัน สะท้อนการปรับตัวตามกระแสสังคมที่เปลี่ยนแปลงความนิยมไปตามกาลเวลา เนื่องจากพวกเขาไม่สามารถย้ายถิ่นฐานได้อีกต่อไป นำไปสู่การเพิ่มปัจจัย และเงื่อนไข เพื่อตอบสนองการอยู่อาศัย จนมีแบบแผนเป็นปึกแผ่นมั่นคง ทำให้ลักษณะที่อยู่อาศัยแปรเปลี่ยนไปจากเดิม แต่ยังคงแสดงถึงความต่อเนื่องของภูมิปัญญาในการปลูกสร้าง ซึ่งพวกเขาสืบทอด และปรับใช้ให้เหมาะสมกับบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย คือ วัฒนธรรมของผู้คนมีอิทธิพลต่อลักษณะของที่อยู่อาศัย และไม่ใช่มูลเหตุหนึ่ง ดังนั้นเมื่อชาวอุรักลาไวย์เปลี่ยนจากวิถีชีวิตเร่ร่อนทางทะเลมาสู่การตั้งถิ่นฐานถาวร รูปแบบที่อยู่อาศัยของพวกเขา แสดงถึงการปรับพื้นที่อยู่อาศัยให้เหมาะสมกับวัฒนธรรมเฉพาะของตน และวัฒนธรรมของกลุ่มคนในดินแดนใหม่

อย่างไรก็ตาม เมื่อความต้องการพื้นที่อยู่อาศัยที่เพิ่มมากขึ้น ทำให้ภูมิปัญญาในการปลูกสร้างที่อยู่อาศัย และความเชื่อในการปลูกสร้างที่อยู่อาศัยบางประการถูกลดบทบาทลง ได้แก่ การใช้ทะเลเป็นหลักอ้างอิงในการวางผัง การเว้นระยะห่างระหว่างเรือน ส่งผลให้ทิศทางการปลูกสร้างที่อยู่อาศัยไม่สัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมดังเช่นในอดีต และการวางผังกลุ่มที่อยู่อาศัยที่มีความหนาแน่นมากขึ้น นำไปสู่ปัญหาเรื่องที่ดิน และความมั่นคงในที่อยู่อาศัย จึงมีแนวโน้มว่าวัฒนธรรมของชาวอุรักลาไวย์ และชาวเลกลุ่มอื่นอยู่ในภาวะอันตราย และเสี่ยงต่อการสูญสลาย (นฤมล อรุโณทัย และคณะ, 2557)

6.3 ข้อเสนอแนะ

ประการที่ 1 บทความนี้คัดเลือกชาวอุรักลาไวย์ในบ้านโตะบาหลิว เกาะลันตาใหญ่ จังหวัดกระบี่ เป็นกรณีตัวอย่าง ยังมีชุมชนชาวอุรักลาไวย์อีกหลายแห่ง ซึ่งยังไม่เคยมีการศึกษาเกี่ยวกับการอยู่อาศัยภายใต้เงื่อนไขของสิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมอย่างจริงจัง จึงเป็นปัญหา เพื่อการวิจัยในครั้งต่อไปได้เป็นอย่างดี

ประการที่ 2 การศึกษาการปรับพื้นที่อยู่อาศัยของกลุ่มชาวอุรักลาไวย์ที่ตั้งถิ่นฐานห่างจากบริเวณชายฝั่งทะเลอันดามัน และอยู่อาศัยในสถาปัตยกรรมที่เกิดขึ้นใหม่ โดยให้ความสำคัญกับวิถีชีวิตของผู้คนทั้งในฐานะผู้สรรค์สร้าง และผู้ใช้สอยสถาปัตยกรรมมากกว่าพิจารณาในฐานะมรดกทางศิลปสถาปัตยกรรมที่เน้นประเด็นด้านสุนทรียภาพเป็นหลักอย่างที่เคยกระทำกันมา เป็นสิ่งที่น่าจะมีต่อยอดด้วยกระบวนการวิจัยเช่นกัน

เอกสารอ้างอิง

- ชนัญ วงษ์วิภาค. (2530). *นิเวศน์วิทยาวัฒนธรรม*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ดาณัย จรูญทอง. (2550). *ประวัติศาสตร์ชุมชนอุรักลาไวย์เกาะหลีเป๊ะ จังหวัดสตูล ระหว่างปี พ.ศ. 2493 - 2549*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาอักษรศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาประวัติศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศิลปากร).
- ธนภรณ์ วัฒนสุข. (2557). *อุรักลาไวย์การเปลี่ยนแปลงของสังคมสู่พัฒนาการของเรือนพื้นถิ่น: กรณีศึกษาชุมชนแหลมตึกแก หมู่ 4 ตำบลรัชฎา อำเภอมะนัง จังหวัดสตูล*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสถาปัตยกรรมพื้นถิ่น บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศิลปากร).
- นฤมล อรุโณทัย, พลาเดช ณ ป้อมเพชร, อุษา โคตรศรีเพชร, กิ่งแก้ว บัวเพชร และจิระวรรณ บรรเทาทุกข์. (2557). *ทักษะวัฒนธรรมชาวเล ร้อยเรื่องประมาณชาวเล มอแกน มอกลอน และอุรักลาไวย์ ผู้กล้าแห่งอันดามัน*. กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน).
- ปริญญา มรรคศิริสุข และวีระ อินพันทัง. (2563). จาก “นิเวศวิทยาวัฒนธรรม” สู่ “นิเวศวิทยาสถาปัตยกรรม”.
- หน้าจั่ว. (35), B3-B18.
- พิไลวรรณ ประพฤติ. (2558). การศึกษาความยั่งยืนของการดำรงชีพบนเกาะขนาดเล็กของชาวอุรักลาไวย์: กรณีศึกษา

- เกาะหลีเป๊ะ ประเทศไทย. (วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทรัพยากรเกษตรเขตร้อน บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์).
- เมธิรา ไกรนที. (2552). พัฒนาการของการตั้งถิ่นฐานชุมชนอูรักลาไวย์ในพื้นที่ที่เกิดจากมุมมองนิเวศวัฒนธรรม. (วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนามนุษย์และสังคม บัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย).
- วีระ อินพันทั้ง. (2555). เรือนลาวโซ่ง การกลายรูปในรอบสองศตวรรษ. กรุงเทพฯ: อูษาคเนย์.
- วีระ อินพันทั้ง. (2559). สิ่งแวดล้อมสรรค์สร้างพื้นถิ่น: การดำรงและการเปลี่ยนแปลง. หน้าจั่ว. (30), A-127-A-142.
- วีระ อินพันทั้ง, ปริญญา มรรคสิริสุข, อัมพิกา อ่าลอย, อติศร ศรีเสาวนันท, เจนยุทธ ล่อใจ และพบสุข ทัดทอง. (2563). สถาปัตยกรรมพื้นถิ่นไทย. กรุงเทพฯ: สมาคมสถาปนิกสยามในพระบรมราชูปถัมภ์.
- อัมพิกา อ่าลอย. (2562). การตั้งถิ่นฐาน และที่อยู่อาศัยของชาวเลภายใต้บริบทของความเปลี่ยนแปลง. (วิทยานิพนธ์ ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาสถาปัตยกรรมพื้นถิ่น บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศิลปากร).
- อัมพิกา อ่าลอย และวีระ อินพันทั้ง. (2562). สถาปัตยกรรมพื้นถิ่นแบบเคลื่อนที่ของชาวเล: กรณีศึกษา ชาวมอแกนในหมู่เกาะ สุรินทร์ จังหวัดพังงา และชาวอูรักลาไวย์ในบ้านโตะบาหลิว เกาะลันตาใหญ่ จังหวัดกระบี่. เจ-ดี: วารสารวิชาการ การออกแบบสภาพแวดล้อม. 6(2), 2 - 19.
- อัมพิกา อ่าลอย, วีระ อินพันทั้ง และชินศักดิ์ ตัณฑกุล. (2562). ปัจจัยในการตั้งถิ่นฐานชั่วคราวของชาวเลจังหวัดพังงา และ จังหวัดกระบี่. วารสารวิชาการคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สจล. 29(2), 34 - 46.
- อาภรณ์ อุกฤษณ์. (2532). พิธีลอยเรือ: ภาพสะท้อนสังคมและวัฒนธรรมของชาวเล กรณีศึกษาชุมชนบ้านหัวแหลม เกาะ ลันตา จังหวัดกระบี่. (วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชามานุษยวิทยา บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศิลปากร).
- Sutton, M.Q. and Anderson, N. E. (2013). *Introduction to Cultural Ecology (Third Edition)*. Maryland : AltaMira Press.

ร้านกาแฟในบทบาทการเป็นเครื่องมือสร้างสรรค์ย่านเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว Coffee Shop as a Creative Tool for The District to Promote Tourism

ธนพร พันธุ์รา¹
Tanaporn Pannara¹

Received: 31/05/2021

Revised: 25/10/2021

Accepted: 10/11/2021

บทคัดย่อ

บทความฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อชี้ให้เห็นถึงแนวโน้มและเสนอเกณฑ์เบื้องต้นในการพัฒนาย่านจากพื้นที่ร้านกาแฟ และการออกแบบร้านกาแฟสำหรับความมีชีวิตชีวาในเมือง โดยการทบทวนวรรณกรรมรูปแบบร้านกาแฟที่ดึงดูดผู้ใช้งานและตอบสนองการใช้ชีวิตรูปแบบใหม่ ความสัมพันธ์ระหว่างร้านกาแฟกับเมือง และแนวโน้มการท่องเที่ยวร้านกาแฟ และการวิเคราะห์ข้อมูลจากการศึกษาการพัฒนาการท่องเที่ยวพื้นที่ร้านกาแฟจากทั่วโลก ได้แก่ 1) ถนนคิوبا เมืองเวลลิงตัน ประเทศนิวซีแลนด์ 2) ร้านกาแฟ ในประเทศออสเตรเลีย 3) ถนนสายกาแฟ เมืองคังนิง ประเทศเกาหลีใต้ 4) ถนนฟูจิน เมืองไทเป ประเทศไต้หวัน 5) นากะเมกุโระ เมืองโตเกียว ประเทศญี่ปุ่น และ 6) ร้านกาแฟริมทางในนครปารีส ประเทศฝรั่งเศส

ผลจากการศึกษาพบประเด็นที่น่าสนใจ 3 ประการ ได้แก่ 1) ระดับการออกแบบสถาปัตยกรรม เช่น การออกแบบพื้นที่ชั้นล่างเพื่อให้เกิดปฏิสัมพันธ์ภายนอกและภายใน การเพิ่มคุณค่างานสถาปัตยกรรมด้วยการปรับปรุงอาคารใหม่ และการให้ความสำคัญกับการตกแต่งภายในและรูปด้านหน้าร้าน 2) ระดับการออกแบบระดับเมือง เช่น การเอื้อให้เกิดการสัญจรเดินเท้า การสร้างโครงข่ายพื้นที่พาณิชยกรรม การสร้างความมีชีวิตชีวาของเมือง การออกแบบสภาพแวดล้อมและสร้างพื้นที่สีเขียว การมีโอกาสนในการพัฒนาย่านสร้างสรรค์ และการเพิ่มมูลค่าอสังหาริมทรัพย์ 3) ระดับนโยบายการท่องเที่ยว การดำเนินเชิงนโยบายในการสนับสนุนกลุ่มการท่องเที่ยวที่ตอบสนองต่อพฤติกรรมมนุษย์

คำสำคัญ: การพัฒนาย่าน การท่องเที่ยว ร้านกาแฟ พื้นที่สาธารณะ ย่านสร้างสรรค์

Abstract

The purpose of this paper is to identify trends and suggest criteria for urban development from coffee shops and coffee shop design for urban liveliness. Literature review was done by reviewing their characteristics as a public space that attracts users and respond to new lifestyles, the relationship between coffee shops and cities and tourism trends. Case studies in this research were analyzed from café tourism development around the world: 1) Cuba Street, Wellington, New Zealand; 2) Coffee shop in Australia; 3) Gangneung Coffee Street, South Korea; 4) Fujin Street, Taipei, Taiwan; 5) Nakameguro, Tokyo, Japan and 6) Sidewalk Café, Paris, France.

As a result, there are three interesting issues: 1) architectural design level - designing the ground floor for interaction between inside and outside, adding architectural values, and focusing on interior design and façade decoration. 2) Urban design level - designing urban environment and green spaces to encourage pedestrian traffic, opportunities for creative district development, and adding real estate value. 3) Tourism policy level - implementation to assist tourism organizations that respond to human behavior.

Keywords: Urban Development, Travel, Coffee Shop, Public Space, Creative District

¹ สาขาวิชาสถาปัตยกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Department of Architecture, Faculty of Architecture, Chiang Mai University

ผู้นิพนธ์ประสานงาน อีเมล: tanaporn.pann@gmail.com

1. บทนำ

ปัจจุบันร้านกาแฟกลายเป็นพื้นที่ทางสังคมที่ตอบสนองต่อพฤติกรรมการใช้ชีวิตของคนรุ่นใหม่ เป็นพื้นที่สาธารณะที่ทุกคนสามารถเข้าถึงได้ เป็นที่นิยมทั้งคนในท้องถิ่นและคนต่างถิ่น กลายเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางในการเดินทางท่องเที่ยว และเป็นพื้นที่ที่ 3 ให้คนรุ่นใหม่เข้ามาแลกเปลี่ยนประสบการณ์หรือเป็นพื้นที่ทำงาน (ไบเพิร์น แก้วจำปาสี, 2562)

หลายพื้นที่ทั่วโลกที่มีการใช้ความสำคัญจากร้านกาแฟในการออกแบบ สร้างโครงข่ายการพัฒนาและได้รับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในเชิงนโยบายต่าง ๆ ร้านกาแฟกลายเป็นพื้นที่พบกันระหว่างนักท่องเที่ยวและผู้อาศัยอยู่ในเมือง เกิดโอกาสในการแลกเปลี่ยนทางด้านวัฒนธรรม เกิดการนำการท่องเที่ยวร้านกาแฟมาเป็นส่วนหนึ่งในนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวเมือง เช่น ประเทศนิวซีแลนด์และออสเตรเลีย (เกียรติกพร พันวา, 2557)

สถานการณ์ร้านกาแฟในประเทศไทย พบว่า คนไทยมีพฤติกรรมบริโภคกาแฟ มีอัตราการเฉลี่ยการบริโภคกาแฟอยู่ที่ปีละ 300 แก้ว/คน/ปี และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ภาครัฐจึงมีการกำหนดนโยบายเพื่อส่งเสริมธุรกิจร้านกาแฟ โดยมีการจัดทำยุทธศาสตร์กาแฟ ปี 2560-2564 เพื่อให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการค้ากาแฟในภูมิภาคอาเซียน (บุญสม รัชมิโชติ, 2563) ทำให้เกิดการขยายตัวของกลุ่มร้านกาแฟที่มีโอกาสเกิดการสร้างพื้นที่สาธารณะเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวได้ เช่น ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีการเกิดกลุ่มธุรกิจร้านกาแฟมากกว่า 1,000 ร้านจนทำให้เกิดเส้นทางการท่องเที่ยวร้านกาแฟ และมีการศึกษาพบว่าร้านกาแฟในสโตร์บูติกในเมืองเชียงใหม่ มีปัจจัยที่ต้องคำนึงถึงได้แก่ เรื่องการออกแบบลักษณะทางกายภาพของร้านและทำเลที่ตั้ง การเตรียมพื้นที่รองรับยานพาหนะ (ทวิช พงศกรวสุ และเจริญชัย เอกมาไพศาล, 2560) รวมไปถึงร้านกาแฟมีส่วนช่วยให้เกิดความรื่นรมย์และควมมีชีวิตชีวาในเมืองได้ (Gehl, 2010) แต่ในทางกลับกันการขยายตัวของกลุ่มร้านกาแฟ ยังคงพบปัญหาที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่ชุมชนในเรื่องการเข้าถึงและการขยายตัวทางด้านการท่องเที่ยว เช่น ปัญหาการจราจรและพื้นที่จอดรถ การใช้พื้นที่สาธารณะใกล้เคียงที่ยังขาดการจัดการ ก่อเกิดปัญหาในการใช้พื้นที่ตามมา ทำให้ผู้เขียนเล็งเห็นถึงโอกาสความเป็นไปได้ถึงบทบาทของร้านกาแฟในการส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวจึงเกิดการศึกษาร้านกาแฟในการเป็นเครื่องมือสร้างสรรค์ย่านเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

2. วัตถุประสงค์การศึกษา

2.1 เพื่อศึกษาการพัฒนาพื้นที่การท่องเที่ยวกลุ่มร้านกาแฟจากกรณีศึกษาจากต่างประเทศ

2.2 เพื่อเสนอแนะแนวคิดเบื้องต้นในการออกแบบพื้นที่ร้านกาแฟ เพื่อช่วยส่งเสริมควมมีชีวิตชีวาของเมืองในระดับการออกแบบสถาปัตยกรรม ระดับเมือง และการวางแผนนโยบายเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว

3. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

3.1 ร้านกาแฟ ในนิยามความเป็นพื้นที่สาธารณะ

“ร้านกาแฟ (Coffee Shop)” หมายถึง ร้านประกอบการกิจการเกี่ยวกับกาแฟ ผสมผสานรูปแบบภัตตาคารและบาร์เข้าด้วยกัน โดยส่วนใหญ่จะเน้นเครื่องดื่มประเภท ชา กาแฟ ช็อคโกแลต และอาหารว่าง ขนม ไม่มีการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การบริโภคร้านกาแฟนั้นมีบทบาทกับคนทุกกลุ่มมากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่ (เอกศาสตร์ สรรพช่าง, 2560) ทำให้ปัจจุบันรูปแบบร้านกาแฟได้มีการออกแบบที่เปลี่ยนแปลงไปตามพฤติกรรมการใช้ชีวิตในรูปแบบดิจิทัล (Digital) ที่มีการใช้สื่อออนไลน์ (Social Media) ในการแชร์ประสบการณ์ของแต่ละคน ดังนั้นการใช้พื้นที่ร้านไม่ใช่เพียงแค่นั่งรับประทานอาหารเช้าและเครื่องดื่มอีกต่อไป กลับมีการพัฒนาการออกแบบ บรรยากาศร้านให้มีความดึงดูด จัดให้มีมุมสวยงามเพื่อการถ่ายภาพ ทำให้ร้านกาแฟกลายเป็นพื้นที่สาธารณะ พื้นที่ที่สาม (Third Place) (Lukito & Xenia, 2017) พื้นที่กึ่งสาธารณะ (Semi-Public Space) ที่อยู่ระหว่างพื้นที่บ้านและพื้นที่ทำงาน (Green, 2016) หรือพื้นที่ทางสังคมแบบกึ่งทางการ (Informal Social Spaces) ที่เอื้อให้ผู้คนเข้ามาใช้งานเป็นช่วงระยะเวลา การใช้พื้นที่ร้านกาแฟในการทำงานเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศ (Lukito & Xenia, 2017) โดยลักษณะของการเป็นพื้นที่ที่สามของร้านกาแฟ มีรูปแบบดังนี้ (Oldenburg, 1999)

3.1.1 เป็นพื้นที่กลางที่ผู้คนสามารถเข้าออกเมื่อใดก็ได้ตามที่ต้องการ ไม่จำเป็นต้องมีกฎเกณฑ์

3.1.2 การปรับตัวตามระดับทางสังคม ผู้ใช้พื้นที่สามารถเข้ามาใช้ได้อย่างอิสระและสามารถสร้างสังคมได้

3.1.3 กิจกรรมหลักของพื้นที่ คือการสนทนา

3.1.4 สามารถเข้าถึงได้ง่าย และรองรับความต้องการของผู้ใช้งาน

3.1.5 ในพื้นที่จะมีผู้คนเข้ามาใช้งานประจำ ทำให้กลายเป็นจุดดึงดูดให้ผู้คนเข้ามายังสถานที่มากขึ้น

3.1.6 เป็นสถานที่ที่ให้ความรู้สึกอบอุ่นเหมือนบ้าน (Homely Feel) และต้อนรับผู้ใช้งานทุกประเภท

3.1.7 เป็นพื้นที่ที่มีความเป็นธรรมชาติ มีความขี้เล่น (Playful Mode) ไม่มีความตึงเครียด

3.1.8 เป็นพื้นที่ที่ห่างจากบ้าน แต่มีความรู้สึกอบอุ่นและมีบรรยากาศที่เป็นกันเอง

3.2 ความสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรมการนั่งร้านกาแฟและควมมีชีวิตชีวาของเมือง

ร้านกาแฟไม่เพียงแต่ทำหน้าที่ในแง่ของการเป็นพื้นที่สาธารณะภายในร้านเพียงอย่างเดียว แต่ยังมีความสัมพันธ์ระหว่างเมือง ดังเช่น Jan Gehl นักผังเมืองและสถาปนิกชาวเดนมาร์ก ได้กล่าวในหนังสือ Cities for People เกี่ยวกับวัฒนธรรมร้านกาแฟในหลายเมืองที่ให้บริการพื้นที่กลางแจ้ง โดยร้านกาแฟริมทางเดินได้กลายเป็นวัฒนธรรมและอยู่ตามเมืองต่าง ๆ ทั่วโลกทั้งในเขตเมดิเตอร์เรเนียนและประเทศที่มีการพัฒนา ยิ่งหากผู้คนในเมืองมีการอยู่อาศัยที่ดีและมีเวลามากขึ้น ร้านค้าในลักษณะนี้ก็สามารถเกิดขึ้นได้มากขึ้น อิทธิพลจากการท่องเที่ยวทำให้ผู้คนได้เห็นภาพและทำให้วัฒนธรรมในการพักผ่อนหย่อนใจในร้านกาแฟได้แพร่หลายออกไป เสน่ห์ของร้านกาแฟริมทางคือควมมีชีวิตชีวาบนทางเดิน โดยมีกิจกรรมคือการนั่งพักผ่อนหย่อนใจ พัก และมีความเพลิดเพลินกับพื้นที่เมือง เพิ่มการใช้งานภายในเมือง เป็นส่วนช่วยในการเชื่อเชิญให้ผู้คนออกมาทำกิจกรรมต่าง ๆ ในเมืองมากขึ้น (Gehl, 2010)

3.3 แนวโน้มในการท่องเที่ยวร้านกาแฟ และความเปลี่ยนแปลงของย่าน

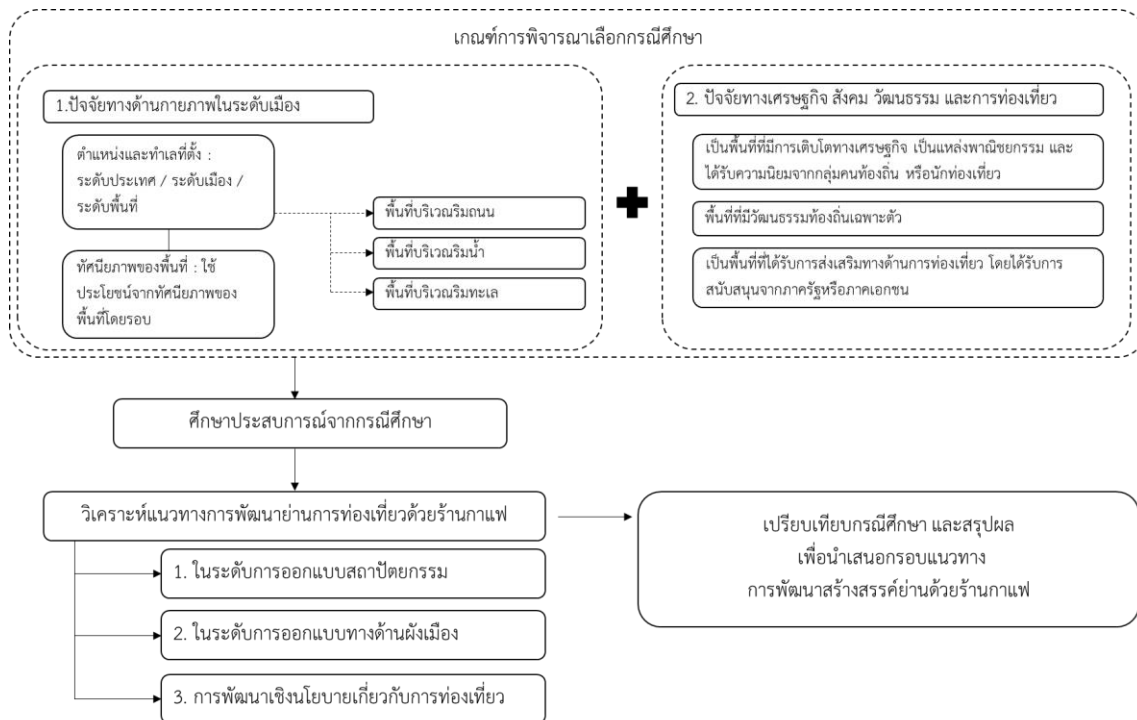
ปัจจุบันร้านกาแฟกลายเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางของการเดินทางและการท่องเที่ยวทั้งจากคนภายในพื้นที่และคนนอกพื้นที่ ด้วยวิธีการใช้ชีวิตที่มีความเปลี่ยนแปลงไป การใช้สื่อออนไลน์กลายเป็นส่วนหนึ่งของการดำรงชีวิตและวัฒนธรรมการกินถือว่าเป็นหนึ่งในวัฒนธรรมที่สำคัญ นักท่องเที่ยวเกิดพฤติกรรมกรรมการบริโภคกาแฟ และใช้ร้านกาแฟเป็นที่ถ่ายทอดพฤติกรรมความเป็นตัวตนยังสถานที่ที่ใช้บริการ (เกียรติกร พันนา, 2557) เป็นที่พักระหว่างทาง เป็นพื้นที่ที่สามารถเข้ามาใช้สิ่งอำนวยความสะดวกได้ และด้วยการออกแบบที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวแตกต่างกันออกไปในแต่ละพื้นที่ มีการใช้งานจากทั้งคนในพื้นที่ (Local People) และนักท่องเที่ยว ทำให้ร้านกาแฟกลายเป็นสถานที่ที่ทำให้เกิดการพบกันระหว่างนักท่องเที่ยวและผู้คนที่อยู่อาศัยในชุมชนเมืองที่นักท่องเที่ยวเดินทางไป เป็นจุดดึงดูดหรือกลายเป็นจุดหมายปลายทาง ซึ่งทำให้เกิดโอกาสในการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม จนหลายประเทศได้นำเอานโยบายการท่องเที่ยวร้านกาแฟ เข้ามาเป็นหนึ่งในนโยบายในการพัฒนาเมืองทางด้านการท่องเที่ยว เช่น นิวซีแลนด์ และออสเตรเลีย (เกียรติกร พันนา, 2557)

ในขณะเดียวกันการท่องเที่ยวร้านกาแฟมีความนิยมอย่างมาก ส่งผลถึงจำนวนร้านกาแฟที่เพิ่มสูงขึ้นและยังส่งผลต่อการเข้าถึงบริเวณย่าน ชุมชนหรือพื้นที่บริเวณใกล้เคียงเพิ่มมากขึ้นด้วย ร้านกาแฟที่อยู่ตามทางเดินได้เข้ามามีบทบาทในภูมิทัศน์เมืองในยุคใหม่ตั้งแต่ในช่วง 2-3 ทศวรรษที่ผ่านมา ทำให้เกิดชีวิตเมืองที่มีความผ่อนคลาย ทำให้เกิดควมมีชีวิตชีวา และเกิดความเพลิดเพลิน สะท้อนให้เห็นความต้องการใหม่ ๆ และวิธีการใช้พื้นที่เมือง (Gehl, 2010) แต่ด้วยความเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ ในกรณีที่เมืองมีความพร้อมจะยิ่งทำให้เกิดการเชื่อเชิญเข้ามาใช้งานเพิ่ม แต่ถ้าหากเมืองไม่พร้อมอาจจะก่อให้เกิดปัญหาตามมา เช่น ปัญหาการจราจรติดขัด ปัญหาที่จอดรถ วิธีการสัญจรเข้าถึงย่าน รูปแบบของย่านที่เปลี่ยนแปลงหรือการใช้พื้นที่ทางเดิน และถนนในบริเวณหน้าพื้นที่ร้านกาแฟที่ส่วนใหญ่จะเป็นพื้นที่ที่ใช้ร่วมกันและมีความเป็นพื้นที่กึ่งสาธารณะ ซึ่งจะส่งผลต่อความน่าอยู่ของเมืองตามไปด้วย เนื่องจากสถาปัตยกรรมและเมืองมีความสัมพันธ์สอดคล้องซึ่งกันและกัน สถาปัตยกรรมจะเอื้อให้เกิดการใช้พื้นที่สาธารณะในเมืองให้เกิดประโยชน์อย่างแท้จริง (อภิษฐา โออินทร์, 2561)

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องทำให้เห็นถึงความเชื่อมโยงจากการเป็นพื้นที่สาธารณะของร้านกาแฟ และนำไปสู่การเป็นกิจกรรมและสร้างความสัมพันธ์กับเมือง สร้างควมมีชีวิตชีวา และเกิดโอกาสในการศึกษาในแง่มุมของการนำไปสู่การใช้ร้านกาแฟเพื่อพัฒนาเป็นเครื่องมือในการช่วยเสริมสร้างย่านและการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

4. วิธีการศึกษา

วิธีการศึกษาในบทความฉบับนี้มีการวิเคราะห์ข้อมูลกรณีศึกษา โดยมีตัวแปรในการเลือกจากปัจจัยเพื่อให้เกิดความครอบคลุมในการเลือกตัวแทนกรณีศึกษา ดังรูปที่ 1



รูปที่ 1 เกณฑ์การพิจารณาเลือกกรณีศึกษาและวิธีการศึกษา

เมื่อได้เกณฑ์การคัดเลือกแล้ว ผู้วิจัยจึงได้คัดเลือกตัวแทนพื้นที่การศึกษา 6 กรณีศึกษา โดยประเมินจากเกณฑ์การเลือกจากตำแหน่งพื้นที่ ลักษณะกายภาพที่แตกต่างกันและข้อสนับสนุนทางด้านปัจจัยทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและการท่องเที่ยวในบริเวณพื้นที่กรณีศึกษา ดังตารางที่ 1 ดังนี้

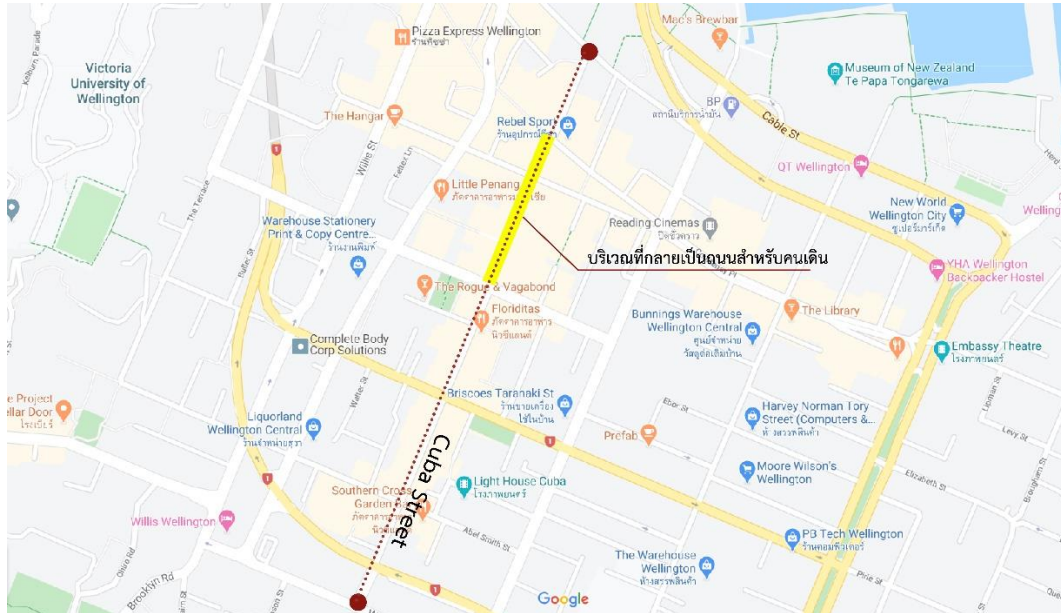
ตารางที่ 1 การคัดเลือกกรณีศึกษา

กรณีศึกษา ปัจจัย	ทวีปออสเตรเลีย		ทวีปเอเชีย		ทวีปยุโรป	
	นิวซีแลนด์	ออสเตรเลีย	เกาหลีใต้	ไต้หวัน	ญี่ปุ่น	ฝรั่งเศส
พื้นที่ศึกษา	ถนนคิวบา เมืองเวลลิงตัน	ร้านค้าแฟเมือง เมลเบิร์นและ เพิร์ธ	ถนนกาแฟคังนิง เมืองคังนิง	ถนนฟูจิน เมืองไทเป	ถนนนาคา เมกุโระ เมือง โตเกียว	ร้านค้าแฟ ริมทางไนนคร ปารีส
1. ลักษณะทาง กายภาพ	พื้นที่ริมถนน	พื้นที่ริมถนน	พื้นที่ริมทะเล	พื้นที่ริมถนน	พื้นที่ริมแม่น้ำ	พื้นที่ริมถนน
2. ปัจจัยทาง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และ การท่องเที่ยว	- มีนโยบายใน การพัฒนาเมือง ด้วยร้านค้าแฟ (เกียรติกร พันทนา , 2557) - เป็นพื้นที่ ประวัติศาสตร์	- มีตลาดกาแฟที่ เติบโตมากและ กลายเป็นส่วน หนึ่งของ การท่องเที่ยว (Moore, 2017)	- เป็นเมืองกาแฟ ของประเทศ เกาหลีใต้ (Seo, 2019) - มีการส่งเสริม การท่องเที่ยว จากภาครัฐและ การจัดกิจกรรม	- เป็นชุมชน ต้นแบบของเมือง ไทเป - มีการรวมกลุ่ม ของร้านค้าแฟ ร้านศิลปะและ สร้างสรรค์ที่ ดำเนินการโดย ภาคเอกชนเป็น หลัก	- เป็นย่านพา- ณิชยกรรมและมี การรวมตัวของ กลุ่มศิลปิน นัก ดนตรี และนัก ออกแบบ - เป็นพื้นที่ที่มี ชื่อเสียงในเรื่อง แฟชั่นแห่งหนึ่งของ เมืองโตเกียว	- มีวัฒนธรรม การดื่มกาแฟมา ยาวนาน - ใช้ร้านค้าแฟ เพื่อเป็นจุด พบปะทางสังคม

5. ผลจากการศึกษา

5.1 ถนนคิวบา เมืองเวลลิงตัน ประเทศนิวซีแลนด์ (Cuba Street, Wellington, New-Zealand)

ร้านกาแฟเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญของวัฒนธรรมการกินและการส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศนิวซีแลนด์ (Weaver, 2019) วัฒนธรรมกาแฟในนิวซีแลนด์เกิดขึ้นในช่วงกลางปี ค.ศ. 1990 ก่อให้เกิดร้านกาแฟริมทาง (Side-Walk Café) ที่เป็นที่ยอดนิยมอย่างแพร่หลายจนกลายเป็นวัฒนธรรมที่เป็นที่ยอมรับ (Pop Culture) เกิดการเพิ่มจำนวนของร้านกาแฟเป็นจำนวนมาก และเชื่อเชิญให้คนเข้ามาท่องเที่ยวมากขึ้น (Hall et al., 2010) ถนนที่มีการใช้ร้านกาแฟเพื่อนำเสนอภาพลักษณ์การท่องเที่ยว (Weaver, 2019) ได้แก่ ถนนคิวบา ในเมืองเวลลิงตัน (Wellington) ดังรูปที่ 2



รูปที่ 2 แผนที่ Cuba Street, Wellington, New Zealand
ที่มา: ดัดแปลงจาก Google Earth (2563)



รูปที่ 3 Cuba Street, Wellington, New Zealand ปี ค.ศ. 1930 (ซ้าย) และการปรับปรุงภูมิทัศน์ถนนปี ค.ศ. 2004 (ขวา)
ที่มา: Sydney Charles Smith (1930) (ซ้าย)
Wellington City Council (2004) (ขวา)

การวิเคราะห์ศึกษาพื้นที่แบ่งออกเป็น 3 ประเด็นหลัก ดังนี้

5.1.1 ระดับสถาปัตยกรรม ถนนคิวบาเป็นพื้นที่ประวัติศาสตร์ของเมืองเวลลิงตัน (Cui, 2019) มีอาคารเก่ากว่า 40 อาคารที่สร้างขึ้นตั้งแต่ในช่วงศตวรรษที่ 19 และได้รับการอนุรักษ์ไว้เป็นอย่างดีจากเหตุการณ์แผ่นดินไหว และมีการผสมผสานระหว่างสถาปัตยกรรมรูปแบบใหม่จนกลายเป็นมิติของพื้นที่ว่างทางวัฒนธรรม (Schembri & Ellingsen, 2013)

5.1.2 ระดับเมือง ถนนคิวบาได้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการเดินทางภายในย่านจากการรองรับรถม้ามาเป็นเส้นทางเพื่อรองรับรถรางในช่วงปี ค.ศ. 1879 หลังจากนั้นจึงได้มีการปรับถนนเพื่อรองรับการใช้รถยนต์ และในช่วงปี ค.ศ. 1969 ถนนคิวบาได้เปิดเส้นทางสำหรับรถยนต์อย่างถาวรและเปิดให้เป็นพื้นที่การค้าขายที่ไร้รถยนต์ (Car-Free Shopping

Area) (Brunt, 2010) กลายเป็นพื้นที่สำหรับเส้นทางเดินเท้าที่เชื่อมพื้นที่ร้านค้ากาแฟ พื้นที่เชิงพาณิชย์กรรมและร้านค้า พื้นที่ทางศิลปะและความคิดสร้างสรรค์ ที่มีการผสมผสานวัฒนธรรมโบฮีเมียน (Bohemian) ดังรูปที่ 3 ซึ่งเป็นวัฒนธรรมดั้งเดิมที่มีมาในพื้นที่ กลายเป็นศูนย์กลางเมืองที่ทำให้เกิดกิจกรรมขึ้นมากมาย (Cui, 2019)

5.1.3 ระดับการพัฒนาเชิงนโยบายเกี่ยวกับย่านการท่องเที่ยว เมืองเวลลิงตันผลักดันให้เมืองเวลลิงตันเป็นจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยววัฒนธรรมกาแฟ การพัฒนาการท่องเที่ยวในเมืองเวลลิงตันมีทั้งการนำเสนอในรูปแบบวิดีโอที่มีใช้ภาพของกาแฟเพื่อสื่อสารความเป็นเมืองเวลลิงตัน ซึ่งจัดทำโดยองค์กรการท่องเที่ยวภายในเมืองเวลลิงตัน Positively Wellington Tourism (PWT) รวมไปถึงการจัดงานเทศกาลและงานศิลปะต่าง ๆ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว (Weaver, 2019)

5.2 การสร้างควมมีชีวิตชีวาของถนนด้วยร้านค้ากาแฟ ประเทศออสเตรเลีย

วัฒนธรรมการดื่มกาแฟและการเข้าร้านค้ากาแฟในประเทศออสเตรเลียมีมายาวนานมาตั้งแต่สมัยศตวรรษที่ 18 จากรายงานการวิจัยการท่องเที่ยวของประเทศไทยออสเตรเลียในช่วงปี ค.ศ. 2015-2016 พบว่า มีการใช้จ่ายไปกับร้านอาหารและเครื่องดื่มไปทั้งหมด 21 เซ็นต์ต่อ 1 ดอลลาร์ออสเตรเลีย (Moore, 2017) ในการวิเคราะห์ศึกษาจากกรณีศึกษาใน 3 ประเด็นหลัก ได้แก่ ในระดับสถาปัตยกรรม ระดับย่าน และระดับการวางนโยบายเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว ดังนี้

5.2.1 ระดับสถาปัตยกรรม ในการออกแบบร้านค้ากาแฟในประเทศออสเตรเลียมีการแข่งขันทางด้านอาหาร เครื่องดื่มจากความต้องการของกลุ่มลูกค้า ผู้ออกแบบจึงได้มีการวางแนวทางเน้นเรื่องความสวยงามภายในร้าน เพื่อสร้างแรงดึงดูดในการใช้งานและทำให้กลายเป็นส่วนหนึ่งของสถานที่ท่องเที่ยว (Moore, 2017)

5.2.2 ระดับเมือง ประเทศออสเตรเลียมีการลงทุนเพื่อสร้างอาคารสาธารณะเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจและการท่องเที่ยว เพื่อเป็นพื้นที่สาธารณะที่มีพื้นที่สำหรับการนั่งทานอาหาร พร้อมกับมีพื้นที่ร้านค้ากาแฟประกอบอยู่ด้วยในทุกแห่ง เช่น อาคาร Darling Square เมืองซิดนีย์ เมืองเมลเบิร์น และโครงการ Elizabeth Quay ในเมืองเพิร์ธ (Moore, 2017) ดังรูปที่ 4

บทความ เรื่อง Flat White urbanism: There must be better ways to foster a vibrant street life (Moore, 2017) ได้กล่าวถึง แนวคิด Flat White Urbanism ที่นักพัฒนาพื้นที่พัฒนาสังหาริมทรัพย์ ใช้ในการทำการตลาดเพื่อสร้างมูลค่าให้กับพื้นที่อาคาร และสภาพท้องถิ่นยังเห็นถึงประโยชน์ของร้านค้ากาแฟในการใช้เพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรมที่เกิดขึ้นบนริมถนน และควมมีชีวิตชีวา เนื่องจากร้านค้ากาแฟส่วนใหญ่จะมีการหันหน้าร้านเข้าหาถนน กระตุ้นการใช้งานในพื้นที่ชั้น 1 ของอาคาร สร้างความปลอดภัยและการดูแลพื้นที่ริมถนนได้

5.2.3 ระดับการพัฒนาเชิงนโยบายเกี่ยวกับย่านการท่องเที่ยว สำนักงานการท่องเที่ยวออสเตรเลียให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวร้านอาหารและเครื่องดื่ม โดยเน้นการส่งเสริมและแนะนำนักท่องเที่ยวว่าในเรื่องกาแฟที่มีความเฉพาะตัวของประเทศ เช่น กาแฟ Flat White ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของกาแฟในประเทศออสเตรเลีย พร้อมกับมีข้อมูลกลุ่มธุรกิจร้านค้ากาแฟในแต่ละเมืองที่เป็นเมืองท่องเที่ยวและเมืองเศรษฐกิจ เช่น เมืองเพิร์ธ เมลเบิร์น ซิดนีย์ แคนเบอร์ราและบริสเบน (Tourism Australia, 2021)



รูปที่ 4 ร้านกาแฟในเมืองเมลเบิร์น และบริเวณ Elizabeth Quay เมืองเพิร์ธ ประเทศออสเตรเลีย

5.3 ถนนสายกาแฟ เมืองคังนิง ประเทศเกาหลีใต้ (Gangneung Coffee Street)

ประเทศเกาหลีใต้มีจุดเริ่มต้นทางด้านวัฒนธรรมกาแฟมาตั้งแต่ช่วงศตวรรษที่ 19 (Moretti, 2017) การขยายตัวของร้านค้ากาแฟในเกาหลีใต้มีมากกว่า 49,000 ร้าน ในเฉพาะเมืองโซล มีร้านค้ากาแฟมากกว่า 18,000 ร้าน (Coffee BI, 2019) ตัวอย่างเมืองที่ได้รับการพัฒนาและการส่งเสริมร้านค้ากาแฟเพื่อการท่องเที่ยว ได้แก่ ถนนสายกาแฟในเมืองคังนิง

ลักษณะดั้งเดิมของเมืองคังนิงไม่ได้เป็นสถานที่กำเนิดหรือมีวัฒนธรรมกาแฟมาตั้งแต่ต้น หลังจากที่มีวัฒนธรรมกาแฟเข้ามาสู่ประเทศเกาหลีและมีความแพร่หลายไปทั่วประเทศ ยุคแรกของร้านกาแฟเมืองคังนิงในช่วงปี ค.ศ. 1980 เริ่มต้นจากการรวมตัวของผู้ที่มาใช้บริการเครื่องขยายกาแฟอัตโนมัติและพักผ่อนกับพื้นที่ริมชายทะเล หลังจากนั้นในช่วงปี ค.ศ. 1998 จึงเริ่มมีการเปิดร้านกาแฟที่ใช้วัตถุดิบคุณภาพดีที่มีกรรมวิธีพิเศษ (Specialty Coffee) ประกอบกับเมืองคังนิงเป็นเมืองขนาดเล็ก ทำให้เกิดข้อดีในการอยู่อาศัย มีค่าครองชีพต่ำกว่าในพื้นที่เมือง มีสภาพแวดล้อมที่ดีและสามารถทำกิจกรรมนันทนาการได้ ทำให้เกิดการอยู่อาศัยในพื้นที่เพิ่มมากขึ้น เมื่อลักษณะการดำเนินชีวิตเปลี่ยนแปลงไปพร้อมกับจำนวนคนที่เยอะมากขึ้นทำให้เกิดการขยายตัวของร้านกาแฟเช่นเดียวกัน และอิทธิพลจากการใช้สื่อต่าง ๆ ทำให้เกิดเป็นจุดเริ่มต้นของการพัฒนาการท่องเที่ยวด้วยกาแฟในเมืองคังนิง ทำให้ปัจจุบันเมืองคังนิงมีภาพลักษณ์เป็นเมืองกาแฟของประเทศเกาหลี (Seo, 2019)

5.3.1 ระดับสถาปัตยกรรม รูปแบบของลักษณะสถาปัตยกรรมของร้านกาแฟในเกาหลีใต้ เกิดจากกลุ่มผู้บริโภคกาแฟ 2 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มการบริโภคกาแฟในชีวิตประจำวัน 2) กลุ่มที่นิยมเข้าร้านเพื่อดื่มด่ำบรรยากาศ (Café Hopping Trend) ซึ่งผู้บริโภคในกลุ่มที่ 2 นี้เป็นกลุ่มที่มีการเติบโตสูงและเป็นกลุ่มที่ให้ความสำคัญกับบรรยากาศ แนวคิดและการตกแต่งเนื่องจากการเข้ามาใช้พื้นที่ร้านกาแฟไม่ใช่เพียงแต่มารับประทานอาหารเพียงอย่างเดียว แต่ใช้เพื่อกิจกรรมพบปะพูดคุย ดังนั้นการตกแต่งร้านหรือรูปแบบของร้านที่มีความโดดเด่นจะสามารถดึงดูดผู้บริโภคได้ (นันทน์ภัส ยชนาโชติทรัพย์, 2562) ทำให้ร้านกาแฟในประเทศเกาหลีใต้หลายแห่งเกิดการออกแบบที่นาดนตรี งานศิลปะ ตัวละคร เน้นในการสร้างบรรยากาศและอารมณ์สุนทรีย์ ทำให้เกิดการตกแต่งและรูปแบบเครื่องเรือนที่หลากหลาย (Moretti, 2017) เช่น ร้านกาแฟในถนนคังนิงตั้งอยู่บริเวณริมชายหาดอันมก (Anmok) แต่ละร้านจะมีการออกแบบร้านให้มีความสูงมากกว่า 1 ชั้นและออกแบบให้เป็นกระจกบานใหญ่หรือมีระเบียง เพื่อนั่งดื่มเครื่องดื่มพร้อมกับชมชมนับบรรยากาศ สภาพแวดล้อมและชมวิวทะเล และมีพื้นที่นำเสนอขั้นตอนการทำกาแฟเป็นพื้นที่โรงงานคั่วกาแฟภายในร้านเพื่อสร้างบรรยากาศเพิ่มเติม (Seo, 2019) ดังรูปที่ 5



รูปที่ 5 ถนนสายกาแฟคังนิง เมืองคังนิง ประเทศเกาหลีใต้
ที่มา: องค์การการส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาหลี (2562)

5.3.2 ระดับเมือง ถนนสายกาแฟเมืองคังนิงมีระยะทางประมาณ 500 เมตร ดังรูปที่ 6 ถนนเส้นนี้มีจำนวนร้านกาแฟกว่า 40 ร้าน ด้วยความนิยมวัฒนธรรมร้านกาแฟนี้ส่งผลต่อการเพิ่มมูลค่าของอสังหาริมทรัพย์บริเวณพื้นที่ (Seo, 2019) เกิดการสร้างอาคารที่มีพื้นที่ใช้สอยที่เกี่ยวข้องกับกาแฟมากมาย เช่น พิพิธภัณฑ์กาแฟ โรงงาน สถาบันอบรมผู้ชงกาแฟ (Barista) ห้องสมุด พื้นที่พักผ่อนหย่อนใจริมชายหาด รวมไปถึงการพัฒนาพื้นที่ทางเดินในช่วงถนนสายกาแฟแห่งนี้เพื่อให้กลายเป็นจุดในการท่องเที่ยวจากเดิมที่เป็นถนนลูกรัง ไม่มีที่จอดรถและไม่มีทางเดิน (Brunhuber, 2018)

5.4.1 ระดับสถาปัตยกรรม ร้านกาแฟหลายร้านในถนนฟูจินมีการตกแต่งร้านแตกต่างกัน เช่น การใช้แสงธรรมชาติ บางแห่งมีการใช้วิธีปรับปรุงอาคารเก่า (Renovate) (Chiang, 2017) ร้านกาแฟหลายร้านในถนนฟูจินให้ความสำคัญกับการตกแต่งพื้นที่หน้าร้านกาแฟและอาคารเพื่อให้เป็นพื้นที่ส่วนหย่อมขนาดเล็ก มีการวางกระถางต้นไม้ น้ำพุขนาดเล็ก เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวและผู้สนใจ (Kastner, 2010)

5.4.2 ระดับเมือง ลักษณะทางกายภาพของถนนฟูจินเป็นพื้นที่ที่มีบรรยากาศสบาย สงบ เหมาะกับการพักผ่อนและการเดิน บริเวณถนนมีต้นไม้ใหญ่ให้ร่มเงาสว่างบรรยากาศที่ดี เป็นถนนที่มีความเขียวขจีที่สุดในพื้นที่ซึ่งมาจากการวางแผนพัฒนาย่านที่อยู่อาศัย Minsheng รวมไปถึงการจัดการระบบสาธารณูปโภคและการนำสายไฟฟ้าลงดินทั้งหมด (Kastner, 2010) ดังรูปที่ 8



รูปที่ 8 บรรยากาศถนนฟูจิน เมืองไทเป ประเทศไต้หวัน

ที่มา: Department of Information and Tourism, Taipei City Government (2017)

5.4.3 ระดับการพัฒนาเชิงนโยบายเกี่ยวกับย่านการท่องเที่ยว ถนนฟูจินเกิดจากกลุ่มธุรกิจที่ผลักดันให้เกิดแหล่งสร้างสรรค์ โดยนำแนวคิดจากประเทศฝรั่งเศสในการสร้างสุนทรียศาสตร์ในชีวิตประจำวัน และสร้างโครงข่ายของการประกอบธุรกิจกระจายตามถนน (Li, 2018) จนในปัจจุบันเริ่มมีการประชาสัมพันธ์จากภาครัฐในการเป็นย่านที่อยู่อาศัยที่มีประวัติศาสตร์และเป็นย่านสร้างสรรค์สำหรับผู้ที่ชื่นชอบงานศิลปะและการหาแรงบันดาลใจ (Tourism Bureau, Republic of China (Taiwan), 2020)

5.5 ย่านนาคาเมกุโระ เมืองโตเกียว ประเทศญี่ปุ่น (Nakameguro, Tokyo, Japan)

ย่านนาคาเมกุโระ (Nakameguro) เป็นย่านทางด้านแฟชั่น (Fashion) ที่มีชื่อเสียง และเป็นพื้นที่ที่อยู่อาศัยใจกลางเมืองโตเกียว มีความโดดเด่นทางด้านสภาพแวดล้อมเนื่องจากมีแม่น้ำเมกุโระ (Meguro River) ไหลผ่านและเป็นจุดในการชมต้นซากุระในช่วงฤดูใบไม้ผลิ (Boontharm, 2015) ในช่วงปี ค.ศ. 1990 กลุ่มศิลปิน นักดนตรีและนักออกแบบในย่านไดคันยามะ (Daikanyama) ซึ่งเป็นย่านทางศิลปะที่อยู่ใกล้เคียงมาเปิดธุรกิจขนาดเล็กของตนเอง (Boontharm, 2015) ทำให้ย่านนี้เต็มไปด้วยพื้นที่พาณิชย์กรรมขนาดเล็ก เช่น ร้านกาแฟ ร้านอาหาร ร้านหนังสือ ร้านขายเสื้อผ้า พื้นที่จัดแสดงผลงานศิลปะ พื้นที่ทางประวัติศาสตร์ พิพิธภัณฑ์ กระจายกระจายในพื้นที่

5.5.1 ระดับสถาปัตยกรรม อาคารหลายแห่งในย่านนาคาเมกุโระใช้วิธีปรับปรุงอาคารใหม่ (Reuse) ปรับเปลี่ยนประโยชน์ใช้สอยจากที่พักอาศัยมาเป็นพื้นที่เชิงพาณิชย์กรรม เช่น บ้านหรือห้องของอาร์ตเมนต์ รูปแบบสถาปัตยกรรมในย่านนาคาเมกุโระสร้างบรรยากาศความสร้างสรรค์เกิดจากการออกแบบรูปด้านหน้าของอาคารอย่างไม่มีอวดจนเกินไป ในการออกแบบมีการเน้นที่พื้นที่ชั้น 1 และวิธีในการสร้างความสนใจจากพื้นที่ถนน ซึ่งพยายามสร้างเกิดการมองเห็นการตกแต่งภายในที่มีบรรยากาศเหมือนบ้าน มีความอบอุ่น เน้นการออกแบบที่เรียบง่าย (Boontharm, 2015) ดังรูปที่ 9



รูปที่ 9 ย่านนาคาเมกูโระ เมืองโตเกียว ประเทศญี่ปุ่น

5.5.2 ระดับเมือง รูปแบบโครงข่ายถนนของย่านนาคาเมกูโระมีสภาพแวดล้อมที่สวยงาม มีพื้นที่สีเขียวอยู่ริมแม่น้ำ การมีกิจกรรมร้านค้าในพื้นที่ก่อให้เกิดการเสริมสร้างคุณภาพของพื้นที่เดิม บริเวณพื้นที่เปิดโล่งริมแม่น้ำเมกูโระเกิดคุณภาพในการออกแบบพื้นที่ภายในที่เชื่อมกับพื้นที่ภายนอก สามารถเกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างคนภายในและคนภายนอกที่ผ่านไปมา มีการใช้อำนวยความสะดวกสำหรับสาธารณะเพิ่มเข้ามา เช่น ม้านั่ง เก้าอี้ เอื้อโอกาสในการสร้างพื้นที่เล็ก ๆ (Pocket Space) เพื่อเพิ่มกิจกรรมการใช้งาน เกิดพื้นที่แลกเปลี่ยนระหว่างผู้ใช้พื้นที่ใหม่ ๆ ในพื้นที่สาธารณะ และมีการจราจรจากยานพาหนะในปริมาณน้อย ทำให้เกิดความรู้สึกปลอดภัยและมีความเข้าใจในการสัญจร (Boontharm, 2015)

5.5.3 ระดับการพัฒนาเชิงนโยบายเกี่ยวกับย่านการท่องเที่ยว ย่านนาคาเมกูโระได้รับการประชาสัมพันธ์จากองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งญี่ปุ่น (JNTO) และสำนักงาน Tokyo Convention & Visitor Bureau ว่าเป็นย่านสวยงามและเป็นย่านที่ขับเคลื่อนวงการแฟชั่น โดยกล่าวถึงกิจกรรมภายในย่านและความเป็นชุมชนที่อยู่อาศัยที่มีเสน่ห์และมีเอกลักษณ์ของเมืองโตเกียว เช่น การเดินเล่นริมน้ำหรือเดินเล่นในซอยต่าง ๆ การรับประทานอาหารในร้านอาหารและร้านกาแฟ และมีการนำเสนอเทศกาลชมซากุระในฤดูใบไม้ผลิ (Nakameguro Sakura Matsuri Festival) ซึ่งจะมีการประดับโคมไฟตามแนวต้นซากุระกว่า 800 ต้นบนความยาวถนนกว่า 4 กิโลเมตร (Tokyo Convention & Visitor Bureau, 2019)

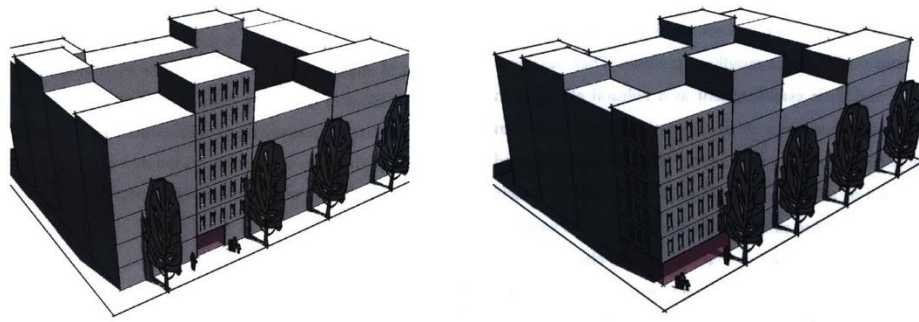
5.6 ร้านกาแฟริมทางในนครปารีส ประเทศฝรั่งเศส (Sidewalk Café, Paris, France)

วัฒนธรรมร้านกาแฟในประเทศฝรั่งเศสมีประวัติศาสตร์ยาวนานตั้งแต่สมัยศตวรรษที่ 17 ในยุคเริ่มแรกนั้นร้านกาแฟทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางในการแลกเปลี่ยนข่าวสาร เป็นรัฐสภาของผู้คน เป็นการเข้าสังคมในยุคนั้น ช่วงยุคศตวรรษที่ 19 ร้านกาแฟเป็นพื้นที่ศูนย์กลางของสังคม (Haine, 1998) เป็นพื้นที่ที่ทุกคนสามารถไปพบปะพูดคุย ผ่อนคลาย พักผ่อนได้อย่างเต็มที่ เพราะพื้นที่อยู่อาศัยของประชากรในปารีสมีขนาดเล็ก พื้นที่อาศัยบางคนที่อยู่ในอพาร์ทเมนต์ที่ไม่มีพื้นที่สนามหรือพื้นที่กลางแจ้ง จึงเลือกใช้พื้นที่ร้านกาแฟเป็นจุดนัดพบเพื่อสร้างพื้นที่ทางสังคม (DesForges, 2019) และมีความสำคัญอย่างมากในการใช้ชีวิตของกลุ่มคนวัยทำงาน ดังรูปที่ 10 ซึ่งมีรูปแบบเป็นร้านริมทางและมีการใช้พื้นที่หน้าร้านบริเวณที่ติดทางเท้า



รูปที่ 10 ร้านกาแฟริมทางในนครปารีส ประเทศฝรั่งเศส
ที่มา: Jackie DesForges (2019)

5.6.1 ระดับสถาปัตยกรรม ร้านกาแฟริมทาง (Sidewalk café หรือ Outdoor Terrace café) จะมีการออกแบบร้านให้มีผนังกระจกบานใหญ่หรือมีประตูที่เปิดกว้าง เพื่อให้คนที่นั่งด้านในสามารถมีโอกาสมองบรรยากาศภายนอกได้ (El Attar, 2016) และมีตำแหน่งที่ตั้งอยู่ในอาคารที่มีรูปด้านหน้าอาคารที่ค่อนข้างสั้นแต่ลึก และบางแห่งอยู่บริเวณมุมริมสุดของกลุ่มอาคาร (Chadios, 2005) ดังรูปที่ 11



รูปที่ 11 ที่ตั้งร้านกาแฟในประเทศฝรั่งเศสที่นิยม ได้แก่ รูปแบบอาคารสั้นแต่มีความลึก (ซ้าย) และรูปแบบมุมอาคาร (ขวา)
ที่มา: Konstantinos Chadios (2005)

5.6.2 ระดับเมือง ร้านกาแฟ Sidewalk café หรือ Outdoor Terraces Café เป็นสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมในการอยู่อาศัยและวิถีชีวิตบนท้องถนนของชาวปารีส (Méheut, 2020) ลักษณะของร้านกาแฟจะมีการจัดโต๊ะและเก้าอี้หันออกสู่ถนนเพื่อให้ผู้คนได้นั่งมองบรรยากาศของถนน สามารถมองดูผู้คนเดินผ่านไปมาได้ สร้างความคึกคักและมีชีวิตชีวาบนพื้นที่ในเมืองและถนน (DesForges, 2019) มีการจัดพื้นที่ถนนกว้าง (Boulevards) และเกิดเป็นพื้นที่ของการเดิน (Promenade) ภายในเขตเมือง (Chadios, 2005) นอกจากนี้ยังมีการใช้พื้นที่การนั่งรับประทานอาหารภายนอกร้านทดแทนพื้นที่จอดรถเดิมเพื่อลดการใช้พาหนะส่วนตัวภายในเมืองลง (Sullivan, 2021) ตัวอย่างร้านกาแฟ Les Deux Magots ในรูปที่ 12 เป็นร้านชื่อดังที่เป็นจุดนัดพบของนักเขียน ศิลปะ นักปรัชญา โดยเป็นอาคารประวัติศาสตร์ พื้นที่ชั้น 1 มีผนังกระจกกว้าง ด้านหน้าของร้านมีพื้นที่สำหรับนั่งโดยใช้เฟอร์นิเจอร์ที่สะดวกสบาย มีหลังคาให้ร่มเงากับพื้นที่นั่งหน้าร้าน การจัดที่นั่งเป็นการหันออกมาสู่ถนน บริเวณพื้นที่ทางเท้ามีความกว้างและใช้วัสดุที่เดินได้อย่างสบาย (El Attar, 2016)



Canopy Trees
Movable umbrellas
Wide pedestrian sidewalk with Comfortable Flooring materials
folded canopy
Non-distractive Signage
Convenient furniture
Transparent Frontage
Historic Building

รูปที่ 12 การวิเคราะห์ร้านกาแฟ Les Deux Magots
ที่มา: Marwa M. El Attar (2016)

5.6.3 ระดับการพัฒนาเชิงนโยบายเกี่ยวกับย่านการท่องเที่ยว เมืองปารีสมีเทศบาลนครปารีส (Ville de Paris) ดูแลนโยบายเกี่ยวกับร้านอาหารที่ใช้พื้นที่สาธารณะในเรื่องการขออนุญาตและดำเนินแนวทางจัดตั้งร้านบนพื้นที่ริมทาง เช่น ในช่วงโรคระบาด Covid-19 ก็ได้มีการเผยแพร่แนวทางจัดที่นั่งภายนอกร้าน เพื่อความปลอดภัยในการรับประทานอาหาร โดยสามารถตั้งโต๊ะอาหารบนท้องถนนได้เพื่อลดความแออัดของร้านและคืนถนนให้กับคนในเมือง และผู้ประกอบการสามารถลงทะเบียนเพื่อขอใช้พื้นที่ท้องถนนได้ตลอดทั้งปีโดยใช้พื้นที่ได้ไม่เกิน 1 ช่องจราจร (Sullivan, 2021) และมีสำนักงาน Paris Convention and Visitors Bureau มีการให้ความสำคัญกับการทำกิจกรรมกลางแจ้ง เช่น การจัดเทศกาล การนั่งทานอาหารในพื้นที่ภายนอกอาคาร พื้นที่สวน รวมไปถึงการมีหน่วยงาน Paris Urbanism Agency (Apur) ที่ดูแลทางด้านการพัฒนาทางผังเมืองโดยสภาเมืองปารีส ในการวิเคราะห์พัฒนากลยุทธ์เมือง

6. การอภิปรายผล

จากผลการศึกษานำไปสู่การสร้างกรอบแนวทาง โดยแบ่งกระบวนการตั้งแต่การออกแบบในระดับสถาปัตยกรรม ไปสู่ระดับเมืองและระดับในการกำหนดนโยบายในการท่องเที่ยว ตามตารางที่ 2 ดังนี้

ตารางที่ 2 กรอบแนวทางการพัฒนาสร้างสรรค์ย่านด้วยร้านค้าแฟ

ระดับ	ประเด็นจากกรณีศึกษา	กรอบแนวทางการพัฒนาสร้างสรรค์ย่านด้วยร้านค้าแฟ
การออกแบบสถาปัตยกรรม	แนวคิดในการออกแบบ	การกำหนดแก่นแนวคิด (Design Theme) ในการออกแบบเป็นจุดเริ่มต้นในการนำเสนอแนวคิดที่สร้างความแตกต่างและความโดดเด่นให้ชัดเจน
	การออกแบบผังพื้นที่และพื้นที่ใช้สอยภายใน	1. ออกแบบผังพื้นที่โดยจัดวางพื้นที่การใช้งานที่เอื้อต่อการเกิดปฏิสัมพันธ์ เช่น การเปิดพื้นที่หน้าร้าน สร้างปฏิสัมพันธ์กับบริบทรอบข้าง 2. กรณีที่เป็นอาคารเก่า สามารถใช้วิธีการออกแบบที่เพิ่มคุณค่าของงานสถาปัตยกรรมเดิมได้ และสามารถเพิ่มมูลค่าของอสังหาริมทรัพย์ได้ 3. กรณีที่สามารถใช้ประโยชน์จากทัศนียภาพรอบข้างได้ ควรคำนึงถึงในการออกแบบเป็นอย่างมาก อาจทำให้เกิดการออกแบบพื้นที่ที่ตอบสนองต่อทัศนียภาพนั้น ๆ ได้ เช่น การออกแบบอาคารให้มีความสูงมากกว่า 1 ชั้น หรือการเปิดระเบียงกว้างเพื่อชมวิว 4. กรณีตำแหน่งร้านที่อยู่ชั้น 1 มีโอกาสเกิดปฏิสัมพันธ์กับพื้นที่บริบทโดยรอบได้มาก เอื้อต่อการเป็นจุดดึงดูดในการใช้งาน ควรสร้างปฏิสัมพันธ์กับพื้นที่ภายนอกเพื่อให้เกิดความเชื่อมโยงระหว่างภายนอกและภายใน (Inside out, outside in) 5. จัดพื้นที่ใช้สอยให้หลากหลาย เพื่อตอบสนองต่อกิจกรรมภายในร้านที่นอกเหนือจากการดื่มกาแฟ หรือการออกแบบพื้นที่ใช้สอยเพื่อรองรับกิจกรรมเสริมอื่น ๆ ที่มีโอกาสเกิดขึ้นได้ เช่น การเรียนรู้การทำกาแฟ การจัดนิทรรศการ
	การตกแต่งและการใช้วัสดุ	1. เลือกใช้รูปแบบเครื่องเรือนหลากหลาย รองรับการใช้งานหลากหลายกิจกรรม 2. เพิ่มปฏิสัมพันธ์ระหว่างภายในและภายนอก โดยการใช้วัสดุหรือประตูเปิดกว้าง 3. ให้ความสำคัญกับรูปด้านหน้าของร้านและพื้นที่ด้านหน้า สามารถตกแต่งด้วยองค์ประกอบที่เชื้อเชิญคน เช่น มีการออกแบบพื้นที่สวนหย่อม 4. ควรสร้างบรรยากาศและส่งเสริมให้ผู้ใช้งานเกิดอารมณ์สุนทรีย์ สามารถนำดนตรีและศิลปะเข้ามาประยุกต์ใช้เพื่อเสริมสร้างบรรยากาศได้ 5. ส่งเสริมประสบการณ์ทางด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นของพื้นที่

ตารางที่ 2 กรอบแนวทางการพัฒนาสร้างสรรค์ย่านด้วยร้านค้าแฟ (ต่อ)

ระดับ	ประเด็นจาก กรณีศึกษา	กรอบแนวทางการพัฒนาสร้างสรรค์ย่านด้วยร้านค้าแฟ
การออกแบบ เมือง	ตำแหน่งที่ตั้ง และลักษณะทาง กายภาพ	1. ตำแหน่งที่ตั้งและลักษณะทางกายภาพของบริบทรอบข้าง มีผลต่อการใช้งานและ ปฏิสัมพันธ์ของคนแตกต่างกันออกไป ได้แก่ - กรณีพื้นที่ร้านค้าแฟที่ตั้งอยู่บริเวณริมถนนหรือทางเดินเท้า จะสามารถสร้าง พื้นที่กิจกรรมที่เชื้อเชิญคนได้มาก หากบริเวณหน้าพื้นที่ตั้งร้านมีทางเท้ากว้าง สามารถ เปิดพื้นที่เพื่อเป็นพื้นที่การเดิน (Promenade) สามารถเพิ่มโอกาสการใช้พื้นที่ สาธารณะบริเวณพื้นที่ถนนได้ - กรณีพื้นที่ร้านค้าแฟที่ตั้งอยู่บริเวณริมแม่น้ำ หรือทะเล สามารถเชื่อมโยงและมี โอกาสในการพัฒนาพื้นที่ส่วนริมน้ำหรือริมทะเล เพื่อรองรับการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ได้ เช่น มีจุดชมวิว หรือมีการจัดสรรสิ่งอำนวยความสะดวก เป็นพื้นที่พักผ่อนหย่อนใจ 2. ใช้ประโยชน์จากทัศนียภาพรอบข้างเพื่อเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ช่วยให้เกิดมิติใน การใช้งานมากขึ้น และเป็นจุดดึงดูดในการเพิ่มระดับความน่าใช้งาน
	การดึงดูดและ การเพิ่ม ประสิทธิภาพ ระดับการใช้งาน พื้นที่สาธารณะ	1. การสร้างกลุ่มร้านค้าแฟในย่านหรือพื้นที่พาณิชยกรรม เปิดโอกาสในการพัฒนา โครงข่ายการเดินเท้าและสร้างโอกาสในการสัญจรด้วยการเดินเท้า 2. การใช้ร้านค้าแฟเป็นเครื่องมือในการช่วยพัฒนาเศรษฐกิจของย่าน เกิดโอกาสการ เพิ่มมูลค่าให้แก่ภัตตาคารหรือพื้นที่โดยรอบ ที่จะส่งผลต่อเรื่องเศรษฐกิจ สังคม การใช้ที่ดินในพื้นที่ได้ และทำเลที่ตั้งมีผลต่อการใช้งานร้าน
	การเดินทางและ เข้าถึงพื้นที่	1. ควรมีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานระบบการคมนาคมและขนส่ง (Infrastructure development) เพื่อให้เข้าถึงพื้นที่ได้มากขึ้น เชื่อมโยงโครงข่ายการสัญจรระหว่าง พื้นที่ และการเพิ่มระดับความสามารถการเดิน (Walkability) ภายในย่าน 2. การจัดระเบียบจราจรและพื้นที่จอดรถในพื้นที่สาธารณะ และในส่วนภาคธุรกิจร้าน กาแฟควรต้องจัดพื้นที่รองรับการจราจรและการเดินทางของกลุ่มผู้ใช้ 3. ลดความเร็วในการจราจร เพื่อให้รู้สึกถึงความปลอดภัยและสัญจรอย่างปลอดภัย
	เพิ่มความมี ชีวิตชีวาของ เมือง	1. ใช้ร้านค้าแฟเป็นจุดดึงดูด (Node) ให้เกิดการรวมกลุ่มทำกิจกรรม 2. สร้างพื้นที่สีเขียวและจัดสภาพแวดล้อมโดยรอบย่าน สร้างร่มเงา หรือมีการเสริมสิ่ง อำนวยความสะดวกสาธารณะ จะทำให้เกิดความเป็นมิตร สร้างโอกาสการใช้งาน
การพัฒนาเชิง นโยบายการ ท่องเที่ยว	การส่งเสริมการ ท่องเที่ยว	1. เน้นนำเสนอกิจกรรม บรรยากาศ จุดเด่น เส้นห์ของพื้นที่ โดยมีการเพิ่มเติมและ ปรับปรุงรายละเอียดให้ทันสมัย เนื่องจากร้านค้าแฟมีความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว 2. วางแผนจัดกิจกรรมหมุนเวียนและสร้างจุดเด่นให้เก๋ย่าน โดยดึงเอาจุดเด่นของ พื้นที่นำมาสร้างกิจกรรม เช่น การจัดงานเทศกาล การท่องเที่ยวเรียนรู้วัฒนธรรม 3. วางนโยบายในการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปโภค
	การสร้างควม ร่วมมือระหว่าง องค์กร	1. การจัดตั้งองค์กรภาครัฐ ดูแลส่งเสริมการท่องเที่ยวย่านสร้างสรรค์ 2. ควรมีหน่วยงานคอยกำกับดูแลในเรื่องกลุ่มธุรกิจที่ต้องการใช้พื้นที่สาธารณะในการ ดำเนินกิจการ และให้คำแนะนำ หรือจัดทำแนวทางในการออกแบบเบื้องต้นเพื่อสร้าง ความเข้าใจแก่ผู้ประกอบการ 3. เปิดโอกาสในการพัฒนาร่วมกันระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนเจ้าของกิจการ เพื่อ ช่วยส่งเสริมทั้งธุรกิจและพัฒนาสภาพแวดล้อมของเมืองไปพร้อมกัน

7. สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

7.1 สรุปผลการศึกษา

จากการศึกษาพบจุดร่วมของร้านค้าแฟที่เป็นพื้นที่สาธารณะ มีการใช้งานหลากหลายและมีการรวมกลุ่มเพื่อ
กิจกรรมที่หลากหลาย โดยมีเรื่องการออกแบบ บรรยากาศ พื้นที่ใช้สอย ทั้งนี้เมื่อเกิดการรวมตัวของกลุ่มร้านค้าแฟในปริมาณ

มากขึ้น ก่อให้เกิดเป็นพื้นที่เครือข่ายและมีแนวโน้มในการเกิดพื้นที่สร้างสรรค์ที่นำพื้นที่ทางศิลปะมาผสมผสาน เกิดการพัฒนาทางด้านโครงข่ายพื้นที่ มีการออกแบบพื้นที่ทางเดิน มีการพัฒนาทางด้านการคมนาคมขนส่ง มีการเพิ่มเติมสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับกลุ่มคนที่เข้ามาใช้ ซึ่งเป็นการเพิ่มระดับความเป็นพื้นที่สาธารณะมากขึ้น ข้อแตกต่างระหว่างกรณีศึกษามีเรื่องลักษณะทางกายภาพ บริบท ท่าเลที่ตั้ง ที่ช่วยก่อให้เกิดมิติการใช้งานที่แตกต่างกันออกไป เช่น 1) พื้นที่ที่อยู่บริเวณริมถนน มีโอกาสในการใช้พื้นที่ทางเดินเท้า หรือการสร้างร้านให้มีปฏิสัมพันธ์กับถนนด้านหน้าร้านได้ 2) พื้นที่ที่อยู่ริมน้ำหรือริมทะเลสามารถใช้ทัศนียภาพเป็นจุดขายให้กับร้านเพื่อดึงดูดกลุ่มคนให้มาใช้งาน สามารถสร้างเครือข่ายพื้นที่สาธารณะริมแม่น้ำได้ 3) พื้นที่ประวัติศาสตร์ สามารถดึงเอามาเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาพื้นที่ได้ การพัฒนาทางด้านการท่องเที่ยวที่ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐเป็นสิ่งจำเป็นในการช่วยประชาสัมพันธ์ หรือมีส่วนช่วยในการส่งเสริมพื้นที่ กรณีศึกษาหลายแห่งประสบความสำเร็จทางด้านการท่องเที่ยวจากนโยบายทางด้านการท่องเที่ยวของภาครัฐ หรือการร่วมมือการพัฒนาพื้นที่ของภาคเอกชน ทั้งนี้ควรจะต้องมีความเข้าใจในเรื่องของกิจกรรมภายในพื้นที่ จุดเด่นหรือจุดดึงดูด วัฒนธรรมของพื้นที่

7.2 ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ออกแบบ

ผู้ออกแบบสามารถสร้างแนวทางการออกแบบร้านกาแฟเพื่อก่อให้เกิดปฏิสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอก โดยกำหนดตั้งแต่แนวคิด การวางพื้นที่ใช้สอย การตกแต่งและการเลือกใช้วัสดุภายในร้าน เพื่อให้เกิดโอกาสในการเชื่อมต่อแลกเปลี่ยนระหว่างพื้นที่สาธารณะด้านนอกอาคารและภายในพื้นที่ร้านด้านในได้ นอกจากนี้ยังคงต้องคำนึงถึงรูปด้านหน้าและพื้นที่ด้านหน้าของร้าน ที่จะเป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการดึงดูดผู้คนเข้ามาใช้งาน

ข้อเสนอแนะสำหรับนักผังเมือง

ในระดับผังเมืองสามารถวางแผนกำหนดการใช้พื้นที่ดิน หรือพัฒนาพื้นที่เพื่อสร้างโครงข่ายของย่านโดยใช้ร้านกาแฟ เป็นจุดดึงดูดกลุ่มคนและสร้างโครงข่ายความเชื่อมโยงกับแหล่งพื้นที่ทางศิลปะ เพื่อพัฒนาเป็นย่านสร้างสรรค์ โดยควรคำนึงถึงการใช้ประโยชน์จากกายภาพของพื้นที่ตั้ง การพิจารณาวิธีการเดินทางและเข้าถึงพื้นที่ สร้างความมีชีวิตชีวา โดยกำหนดกิจกรรมและออกแบบสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับการใช้งานอย่างเหมาะสมควบคู่กันไปด้วย

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้กำหนดนโยบาย

การกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวควรมีหน่วยงานที่ดำเนินการอย่างชัดเจน มีการสนับสนุนการทำงานในแง่การนำเสนอพื้นที่ท่องเที่ยว การจัดกิจกรรมหมุนเวียนให้เกิดความน่าสนใจ และทำงานควบคู่ สร้างความร่วมมือกันกับทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ควรมีการสนับสนุนนโยบายในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน สาธารณูปโภคให้เหมาะสมกับการใช้งาน

ข้อเสนอแนะสำหรับโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวในประเทศไทย

ร้านกาแฟมีโอกาสดำเนินการต่อยอดการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว สามารถนำไปสู่การพัฒนาในรูปแบบการท่องเที่ยวให้เหมาะกับวิถีชีวิตของกลุ่ม ทั้งนี้ควรวางกรอบและทบทวนรูปแบบการพัฒนาให้เหมาะสมกับบริบท เพื่อเอื้อให้เกิดกิจกรรม การสร้างชีวิตชีวา บรรยากาศที่ส่งเสริมพัฒนาการซึ่งกันและกันระหว่างสถาปัตยกรรมและเมืองได้ และควรจะต้องมีการศึกษาแนวทางการพัฒนาอย่างลึกซึ้งต่อไป เช่น เรื่องท่าเลที่ตั้ง วัฒนธรรมในพื้นที่ หรือการศึกษากลุ่มคนในพื้นที่เพิ่มเติม

เอกสารอ้างอิง

เกียรติกร พันนา. (2557). การศึกษารูปแบบวัฒนธรรมกาแฟ ในเขตเทศบาลนครขอนแก่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

รูปแบบเมือง (ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น).

นันทน์ภัส ยชนาโชติทรัพย์. (2562). ธุรกิจร้านกาแฟในเกาหลีใต้. เข้าถึงได้จาก:

https://www.ditp.go.th/contents_attach/577646/577646.pdf

ทวิช พงศกรวสุ และเจริญชัย เอกมาไพศาล. (2560). การศึกษารูปแบบการตลาดบริการของร้านกาแฟสไตล์บูติก: กรณีศึกษาเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. วารสารปัญญาภิวัฒน์. 9(3), 107-119.

ไบเฟิร์น แก้วจำปาสี. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคกาแฟสด ในอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี. วารสารนวัตกรรมการบริหารและการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์. 7(3), 89-106.

บุญสม โชติรัตน์. (2563). ปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟ อินดี้ ในเขตภาคกลางตอนล่างของประเทศไทย. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธนบุรี. 15(2), 137-149.

ลิลลี่ กิตติศรีกังวล. (2559). Fujin Street ถนนสายฮิปสเตอร์ที่สวยงามที่สุดในไทเป. เข้าถึงได้จาก:



- <https://www.soimilk.com/travel/news/slow-life-on-fujin-street-taipei>
เอกศาสตร์ สรรพช่าง. (2560). **ส่องดูเทรนด์กาแฟปีนี้ (1)** เข้าถึงได้จาก:
<https://www.posttoday.com/economy/news/476678>
- อภิขญา โออินทร์ (17 พฤษภาคม 2561). **สุขหัวกันในที่ที่สาม: กระบวนการตามหาชุมชนทางวัฒนธรรมของคนรุ่นใหม่ในเมืองตรัง**. เข้าถึงได้จาก:
<https://medium.com/intermingle-in-trang/โครงการวิจัย-สุขหัวกันในที่ที่สาม-กระบวนการตามหาชุมชนทางวัฒนธรรมของคนรุ่นใหม่ในเมืองตรัง-b437cbc3b8e6>
- Gee. (2561). **5 แนวคิดสร้างสรรค์เปลี่ยนไทเป ให้กลายเป็นเมืองสีเขียว**. เข้าถึงได้จาก:
<https://dsignsomething.com/2018/01/24/5-แนวคิดสร้างสรรค์-เปลี่/>
- Boontharm, D. (2015). Creative Milieux of Fashion and Reuse in Tokyo, Bangkok and Singapore. **Journal of Urban Design**, 20(1), 75-92.
- Brunt, S. (2010). Sounding out the streets: Performance, Cultural identity and Place in Wellington's Cuba street carnival. **Many Voices: Music and National Identity in Aotearoa/New Zealand**, pp.39-49, Cambridge Scholars Publishing, United Kingdom.
- Brunhuber, K. (2018). **A Stroll Down Coffee Street in Coffee City: South Korea's java obsession**. Retrieved from: <https://www.cbc.ca/news/world/coffee-street-south-korea-olympics-1.4529750>
- Chiang, K. (2017). **5 Best Taipei Cafes selected by Fujin Tree Group representative Jay Wu**. Retrieved from: <https://www.herenow.city/en/taipei/article/five-taipei-cafe/>
- Chadios, K. (2005). **The Urban Coffee Shop**. (Master of Science in Architecture Studies, Massachusetts Institute of Technology).
- Coffee BI, (2019). **The South Korean Coffee Market, One of Leading Market in the World**. Retrieved from: <https://coffeebi.com/2019/03/13/south-korean-coffee-market/>
- Cui, T. (2019). **Smell of Cuba Street: Mapping Smells to Understand a Place**. (Master of Design, Massey University).
- DesForges, J. (16 April 2019). **Everything you want to know about the café terraces in Paris**. Retrieved form: <https://www.parisperfect.com/blog/2019/04/cafe-terraces-in-paris/>
- El Attar, M. (2016). **The Emergence of Sidewalk Café in El Korba, Heliopolis**. Retrieved from: https://www.academia.edu/9465816/The_Emergence_of_Sidewalk_Caf%C3%A9s_in_El_Korba_Heliopolis
- Gehl, J. (September 2010). **Cities for People**. Washington DC: Island Press.
- Green, P. (2016). **Public-Private Spaces: How Cafes Could Inspire Place Branding**. Retrieved from: <https://placebrandobserver.com/how-cafes-could-inspire-place-branding/>.
- Haine, S. W. (1998). **The world of the Paris Café: Sociability among the French Working Class, 1789-1914**. Maryland: Johns Hopkins University Press.
- Hall, C. M., Tipler, J., Reddy, R., and Rowling, K.. (2010). Coffee Servicescapes: The Design of Café Culture in New Zealand. **Coffee Culture, Destinations and Tourism**, 23-40.
- Kastner, J. (2010). **The Taipei Area Designed according to United Nations Recommendations**. Retrieved from: <https://taiwanreports.wordpress.com/older-reports-in-english/the-taipei-area-designed-according-to-united-nations-recommendations/>
- Li, S. (2018). **Fujin Tree- The Path to the Far-reaching Future**. Retrieved from: <https://journal.the-readymade.com/post/173988266304/jay-wu-founder-of-fujin-tree-group-fujin>
- Lukito, Y., Xenia, P, A. (December 2017). **Café as Third Place and The Creation of a Unique Space of Interaction in UI Campus**. Retrieved from: https://www.researchgate.net/publication/322281475_Cafe_as_third_place_and_the_creation_of_a_unique_space_of_interaction_in_UI_Campus
- Méheut, C. (11 March 2020). **In Paris, Café Terraces Are an Environmental Battleground**. The New York

- Times.** Retrieved from: <https://www.nytimes.com/2020/03/11/world/europe/paris-terraces-climate-change.html>
- Moore, T. (2017). **Flat white urbanism: there must be better ways to foster a vibrant street life.** Retrieved from: <https://theconversation.com/flat-white-urbanism-there-must-be-better-ways-to-foster-a-vibrant-street-life-78338>
- Moretti, R. (2017). **A Comparative Study of Coffee Culture between Italy and South Korea: An Exploratory Study.** Retrieved from: <https://www.koreascience.or.kr/article/JAKO201712965729481.pdf>
- Oldenburg, R. (1990). **The Great Good Place.** New York: Da Capo Press.
- Sullivan, O. F. (2021). **Paris Will Keep Its Covid-Era Café Terraces.** Retrieved from: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2021-06-15/paris-will-keep-its-covid-era-cafe-terraces>
- Schembri, S., Ellingsen, M. (2013). **Postmodern Cultural Complexities: the Two Worlds on Cuba Street.** Retrieved from: <https://www.acrwebsite.org/volumes/1014499/volumes/v41/NA-41>
- Seo, U. (2019). Coffee tourism as creative tourism: implications from Gangneung's experiences, **A Research Agenda for Creative Tourism.** Cheltenham: Edward Elgar.
- Tokyo Convention & Visitor Bureau. (2019) **Nagameguro Tree tunnels, bars and bookstores-the sophisticated side of the city.** Retrieved from: <https://www.gotokyo.org/en/destinations/southern-tokyo/nakameguro/index.html>
- Tourism Australia. (2021). **Coffee O' Clock in Australia.** Retrieved from: <https://www.australia.com/en-my/things-to-do/food-and-drinks/coffee-o-clock-in-australia.html>
- Tourism Bureau, Republic of China (Taiwan). (2020). **A Shopper's Guide to Taiwan.** Retrieved from: https://eng.taiwan.net.tw/att/files/%E5%8F%B0%E7%81%A3%E6%97%85%E9%81%8A%E6%8C%87%E5%8D%97_%E8%8B%B1%E6%96%87%E7%89%88_%E6%91%BA%E9%A0%81_%E8%B3%BC%E7%89%A9.pdf
- Weaver, A. (2019). **Café Culture and Conservation: Tourism and Urban(e) Experiences in Wellington, New Zealand, Coffee Culture, Destinations and Tourism.** New York: Channel View Publications.

การเสริมศักยภาพขององค์ประกอบภูมิทัศน์
เพื่อเอื้อต่อกิจกรรมออกกำลังกายในสวนสาธารณะ
Enhancing the Potential of Landscape Elements to
Facilitate Exercise Activities in Neighbourhood Parks

พรชัย จิตติวสุรัตน์¹ ฐปณี รัตนถาวร²
Pornchai Jittivasurat¹ Tapanee Rattanathavorn²

Received: 31/05/2021

Revised: 01/10/2021

Accepted: 15/11/2021

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อศึกษาลักษณะสภาพแวดล้อมทางกายภาพของสวนสาธารณะระดับสวนสาธารณะที่ส่งผลต่อกิจกรรมการออกกำลังกาย จำนวน 5 แห่งในเขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ได้แก่ ลานคนเมือง สวนสราญรมย์ สวนอนุสรณ์ สวนมิวมิวยิมสยาม และสวนสะพานปกเกล้า ซึ่งได้คัดเลือกเป็นตัวแทนพื้นที่โล่งแบบต่าง ๆ ตามบริบทของที่ตั้งวิธีเก็บข้อมูลประกอบด้วย 1) การสำรวจลักษณะกายภาพของพื้นที่และกิจกรรมออกกำลังกายที่เกิดขึ้นในพื้นที่ด้วยการสังเกตการณ์ 2) การสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้พื้นที่ด้วยการใช้แบบสอบถามและการสัมภาษณ์โดยสุ่มตัวอย่าง 100 คนจากการประมวลและวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า 1) ลักษณะสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการออกกำลังกายในสวนสาธารณะทั้ง 5 แห่งควรมีการพัฒนาในด้าน (1) ระบบสัญจร (2) พื้นที่ใช้สอย (3) สุนทรียภาพ และ 2) ลักษณะองค์ประกอบภูมิทัศน์ ทั้งองค์ประกอบภูมิทัศน์แข็งและภูมิทัศน์นุ่ม ที่สัมพันธ์กับรูปแบบการออกกำลังกาย สามารถจำแนกเป็น (1) องค์ประกอบหลัก ได้แก่ พื้นแบบแข็ง พื้นแบบยืดหยุ่น และสนามหญ้า (2) องค์ประกอบรอง ได้แก่ ไม้ยืนต้น ไม้พุ่ม ไม้คลุมดิน (3) องค์ประกอบเสริม ได้แก่ องค์ประกอบภูมิทัศน์แข็งประเภทอื่น ๆ จากผลการศึกษาได้เสนอแนวทางดังนี้ 1) การออกแบบสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการออกกำลังกาย ควรใช้หลักการออกแบบภูมิทัศน์ให้เกิดการรับรู้และดึงดูดความสนใจด้วยองค์ประกอบที่มีลักษณะดังนี้ (1) ความเป็นธรรมชาติ (2) ความชัดเจน (3) ความซับซ้อน และ 2) การออกแบบองค์ประกอบภูมิทัศน์ที่ส่งผลต่อการออกกำลังกาย ควรกำหนดให้ (1) องค์ประกอบหลักสามารถรองรับการสัญจรและกิจกรรมออกกำลังกาย (2) องค์ประกอบรองช่วยสร้างความร่มรื่นและสภาวะน่าสบาย และ (3) องค์ประกอบเสริมสามารถผสานการใช้สอยร่วมกับการออกกำลังกายได้อย่างเหมาะสม

คำสำคัญ: องค์ประกอบภูมิทัศน์ การออกกำลังกาย สวนสาธารณะ พื้นที่สุขภาพ การเสริมศักยภาพ

Abstract

This research aims to study physical conditions and the activities that can be done in each of the five neighborhood parks in the Phra Nakhon area, Bangkok. The aforementioned public parks include Lan Khon Meang, Saranrom Park, Unakan Park, Museum Siam Park, and Phra Pok Klao Bridge Park, all of them were selected as representatives of different types of open spaces based on the locations. The data was collected by observations of the physical conditions and physical activities that took place in these particular areas. Moreover, questionnaires were distributed and interviews of 100 random people were conducted to survey their satisfaction levels. The analysis revealed that first, there should be improvements of the physical conditions that facilitate exercises in all of these parks in terms of traffic, usable areas, and

¹⁻² คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

Faculty of Architecture and Design, Rajamangala University of Technology Rattanakosin

ผู้พิมพ์ประสานงาน อีเมล: pornchai.j@rmutr.ac.th

aesthetics. Second, landscape elements, both hardscape and softscape elements, which corresponded with types of exercises could be divided as follows. The first category was the main elements including fixed pavement, flexible pavement, and the yard. The second type belonged to secondary elements such as trees, shrubs, and ground covers. The third type included additional elements, referring to other hardscape elements. There were certain suggestions proposed as follows. First, the design of an environment that facilitates exercises should adopt design principles that increase awareness and attract people's attention with naturalness, legibility, and complexity. Furthermore, the design of the landscape components that impact physical exercises should entail the main elements that are able to accommodate heavy traffic as well as physical activities. Lastly, the secondary elements should be able to enhance the comfort of the atmosphere, and the additional elements should appropriately blend in with physical exercises.

Keywords: Landscape Elements, Exercise Activity, Neighbourhood Park, Healthy Space, Empowerment

1. บทนำ

การเสริมสร้างสุขภาพมีรูปแบบที่หลากหลาย และแต่ละส่วนก็มีส่วนสนับสนุนซึ่งกันและกัน เช่นเดียวกับเป้าหมายสุขภาพที่ไม่สามารถแยกออกจากเป้าหมายด้านอื่น ๆ รวมทั้งการสร้างสิ่งแวดล้อมที่เอื้อต่อการมีสุขภาพดี การที่คนกับสิ่งแวดล้อมมีความเกี่ยวพันกันจนไม่สามารถแยกออกจากกันได้นี้ นับเป็นพื้นฐานสำคัญของมุมมองสุขภาพด้านสังคมและนิเวศวิทยา แนวคิดนี้เป็นเป้าหมายทั้งในระดับชาติ ภูมิภาค หรือแม้แต่ในระดับชุมชน ที่ต่างต้องให้ความสำคัญที่จะรักษาให้ชุมชนและสิ่งแวดล้อมสนับสนุนส่งเสริมซึ่งกันและกันไว้ (ลินคคัคส์ซันมี อุนพรมมี, 2556, หน้า 4-5) โดยเฉพาะสวนสาธารณะมีบทบาทสำคัญที่ทำให้คนได้พบกับประสบการณ์ต่างไปจากชีวิตประจำวันผ่านสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ และเป็นแหล่งนันทนาการที่มีกิจกรรมหลากหลาย มีพื้นที่ในการออกกำลังกายที่ส่งผลให้มีพลานามัยที่ดี ช่วยลดปัญหาสาธารณสุขและค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาลได้มาก นอกจากนี้สวนสาธารณะยังมีกิจกรรมชมรมเพื่อให้ประชาชนเข้าร่วม ฉะนั้นจึงถือได้ว่าสวนสาธารณะเป็นสถานที่ที่เอื้อต่อการมีสุขภาพกายและสุขภาพจิตที่ดี

ในภาวะที่การเสริมสร้างสุขภาพมีความเกี่ยวเนื่องกับสภาพแวดล้อมอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ บทบาทของการออกแบบภูมิทัศน์จึงเริ่มมีความสำคัญอีกด้านหนึ่งคือ ในฐานะเป็นเครื่องมือในการบริหารจัดการพื้นที่ให้มีประสิทธิภาพเพื่อเสริมสร้างสุขภาพที่ดี ซึ่งเกี่ยวข้องกับการออกแบบสภาพแวดล้อมให้ตอบสนองต่อพฤติกรรมของผู้ใช้ในการประกอบกิจกรรมทางกาย ทั้งนี้การออกแบบถือเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้เกิดงานภูมิทัศน์ที่มีส่วนสนับสนุนหรือจำกัดโอกาสและเป็นทางเลือกด้านกิจกรรมทางกาย จากกรณีศึกษาในประเทศต่าง ๆ พบว่า การจัดสิ่งแวดล้อมที่เอื้อต่อการออกกำลังกายจะมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการเข้าถึง ทางเดินเท้า และทางจักรยานที่มีความสะดวก ปลอดภัย มีสุนทรียภาพ และเป็นสถานที่นันทนาการระดับชุมชนที่แวดล้อมด้วยสภาพภูมิทัศน์ที่น่ารื่นรมย์ (ธราดล เก่งการพานิช และมณฑา เก่งการพานิช, 2547, หน้า 7-35) สวนสาธารณะระดับละแวกบ้านซึ่งตั้งอยู่ในระยะเดินเท้าและเป็นพื้นที่นันทนาการที่มีความเป็นธรรมชาติ จึงมีบทบาทสำคัญที่จะส่งเสริมการออกกำลังกายของประชาชนในละแวกใกล้เคียง อย่างไรก็ตาม สภาพแวดล้อมของสวนสาธารณะหลาย ๆ แห่งไม่เอื้ออำนวยให้เกิดการออกกำลังกายอย่างต่อเนื่องและได้ผล เนื่องจากสภาพอากาศภายนอกอาคารที่ร้อนมาก ประกอบกับการขาดจุดดึงดูด และสถานที่ที่ไม่เอื้ออำนวยให้เกิดการออกกำลังกาย คนส่วนใหญ่ก็เกิดความเบื่อหน่าย และในที่สุดก็ล้มเลิกการออกกำลังกายไป (สุนทร บุญญาธิการ และคณะ, 2556, หน้า 87) ดังนั้น จึงมีความจำเป็นที่จะต้องศึกษาสภาพแวดล้อมที่มีความเหมาะสมกับกิจกรรมการออกกำลังกายที่จะช่วยส่งเสริมสุขภาพและคุณภาพชีวิตของประชาชน

การค้นคว้าวิจัยนี้ได้เล็งเห็นความสำคัญที่จะศึกษาลักษณะสวนละแวกบ้าน โดยเลือกบริเวณย่านเมืองเก่าของเขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ที่สวนละแวกบ้านมีความแตกต่างกันตามบริบทของพื้นที่โล่ง เช่น พื้นที่ด้านหน้าอาคาร พื้นที่เขตทาง เป็นต้น และมีรัศมีบริการสำหรับชุมชนในระยะ 1-3 กิโลเมตร เพื่อนำไปสู่แนวทางในการออกแบบและพัฒนาพื้นที่สวนสาธารณะให้เมืองคึกคักประกอบทางกายภาพที่สอดคล้องและเหมาะสมกับพฤติกรรมการใช้งาน เอื้อให้ประชาชนมีสุขภาพและคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น เป็นการเสริมสร้างองค์ความรู้และพัฒนาให้มีคุณค่ามากขึ้น ตลอดจนสามารถประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์เชิงสาธารณะในการพัฒนาคุณภาพชีวิตอย่างมีประสิทธิภาพของชุมชนท้องถิ่นและสังคม

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

- 2.1 เพื่อศึกษาลักษณะการออกกำลังกาย และลักษณะสภาพแวดล้อมที่เอื้อให้เกิดกิจกรรมการออกกำลังกาย
- 2.2 เพื่อค้นหาความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบภูมิทัศน์กับการออกกำลังกายในสวนสาธารณะ
- 2.3 เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาภูมิทัศน์ในสภาพแวดล้อมและองค์ประกอบภูมิทัศน์ที่สามารถสนับสนุนการใช้สอยร่วมกับการออกกำลังกายได้อย่างเหมาะสม

3. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

3.1 แนวคิดเกี่ยวกับกิจกรรมทางกาย

องค์การอนามัยโลก (World Health Organization: WHO) ได้ให้คำนิยามเกี่ยวกับกิจกรรมทางกาย (Physical Activity) ว่าหมายถึง การเคลื่อนไหวร่างกายในอิริยาบถต่าง ๆ ที่ใช้กล้ามเนื้อโครงร่าง (Skeletal Muscle) อันก่อให้เกิดการใช้และเผาผลาญพลังงานของร่างกาย (ปิยวัฒน์ เกตุวงศา และกรรณก พงษ์ประดิษฐ์, 2563, หน้า 87) ประกอบด้วย

3.1.1 กิจกรรมทางกายในการทำงาน (Work-related Activity) ที่ครอบคลุมถึงการทำงานต่าง ๆ ทั้งที่ได้รับหรือไม่ได้รับค่าจ้าง

3.1.2 กิจกรรมทางกายในการเดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง (Transportation, or Travel from Place to Place) ด้วยการเดิน หรือปั่นจักรยานเพื่อการสัญจร

3.1.3 กิจกรรมทางกายเพื่อนันทนาการ (Leisure time, or Recreational Activity) เช่น การออกกำลังกาย และเล่นกีฬาประเภทต่าง ๆ และกิจกรรมยามว่างเพื่อความผ่อนคลายที่ปฏิบัติในเวลาว่างจากการทำงาน

กิจกรรมทางกายแบ่งได้เป็น 3 ระดับ ได้แก่ ระดับเบา ปานกลาง และหนัก โดย 1) กิจกรรมทางกายระดับเบา คือ กิจกรรมที่ร่างกายเคลื่อนไหวออกแรงน้อยและใช้พลังงานในระดับที่ต่ำ เช่น การยืน การเดินระยะทางสั้น ๆ การทำงานบ้าน เป็นต้น 2) กิจกรรมทางกายระดับปานกลาง คือ กิจกรรมที่ทำให้รู้สึกเหนื่อยปานกลาง โดยระหว่างที่ทำกิจกรรมยังสามารถพูดเป็นประโยคได้ เช่น การเดินเร็ว การปั่นจักรยาน เป็นต้น และ 3) กิจกรรมทางกายระดับหนัก คือ การเคลื่อนไหวร่างกายที่ทำให้รู้สึกเหนื่อยมาก โดยระหว่างทำกิจกรรมไม่สามารถพูดเป็นประโยคได้ เช่น การวิ่ง การว่ายน้ำเร็ว การเล่นกีฬา เป็นต้น (คณะกรรมการพัฒนาร่างแผนแม่บทการส่งเสริมกิจกรรมทางกาย, 2560, หน้า 6) ในการปฏิบัติกิจกรรมทางกายในแต่ละหมวดกิจกรรมเพื่อให้ส่งผลดีต่อสุขภาพอย่างสูงสุด ควรทำต่อเนื่องอย่างน้อย 10 นาทีขึ้นไป ที่ระดับความหนักในการออกกำลังกายระดับปานกลางถึงระดับหนัก (ปิยวัฒน์ เกตุวงศา และคณะ, 2563, หน้า 10) ซึ่งในทางวิชาการ กิจกรรมทางกายระดับเบาจะไม่สามารถสร้างภูมิคุ้มกันโรค หรือความแข็งแรงของร่างกายได้อย่างชัดเจน แต่ถ้าปฏิบัติที่ความหนักระดับปานกลางถึงระดับหนักก็มีส่วนช่วยทำให้สุขภาพแข็งแรงได้เช่นกัน (ปิยวัฒน์ เกตุวงศา และกรรณก พงษ์ประดิษฐ์, 2563, หน้า 87) ดังนั้น การสร้างโอกาสให้เกิดกิจกรรมทางกายในรูปแบบต่าง ๆ อย่างหลากหลาย จึงเป็นสิ่งที่ควรพิจารณาให้เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันอย่างเป็นกิจวัตร

อย่างไรก็ตาม การออกกำลังกายถือเป็นหนึ่งหมวดกิจกรรมย่อยของกิจกรรมทางกายทั้งหมดนั้น โดยนิยามของการออกกำลังกาย (Exercise) คือ การกระทำใด ๆ ที่ทำให้มีการเคลื่อนไหวส่วนต่าง ๆ ของร่างกาย แบบซ้ำ ๆ มีการวางแผนเป็นแบบแผน และมีวัตถุประสงค์เพื่อเสริมสร้างสุขภาพ เพื่อความสนุกสนาน เพื่อสังคม โดยใช้กิจกรรมง่าย ๆ หรือกติกาการแข่งขันง่าย ๆ เช่น เดิน วิ่ง กระโดดเชือก บริหารร่างกาย ยกน้ำหนัก เล่นกีฬา เป็นต้น ซึ่งเน้นกิจกรรมในประเภตนันทนาการ ยามว่างเป็นหลัก (คณะกรรมการพัฒนาร่างแผนแม่บทการส่งเสริมกิจกรรมทางกาย, 2560, หน้า 6) ดังนั้น การออกกำลังกายจึงยังเป็นกิจกรรมทางกายที่สำคัญ ที่ช่วยสร้างโอกาสในการเคลื่อนไหวร่างกายอย่างเต็มที่ อีกทั้งยังได้พบปะผู้คนในบรรยากาศที่ผ่อนคลายและสนุกสนานกว่าการทำงานในชีวิตประจำวัน

3.2 แนวคิดเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมที่เอื้อให้เกิดกิจกรรมทางกาย

การสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อมที่เอื้อต่อสุขภาพ เป็นกลยุทธ์หนึ่งตามกฎบัตรออตตาวา (Ottawa charter for health promotion) ว่าด้วยยุทธศาสตร์การส่งเสริม การจัดให้มี และคงไว้ซึ่งสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อสุขภาพ เป็นผลต่อเนื่องจากการมีนโยบายที่เอื้อต่อสุขภาพ ตามด้วยการที่คนและกลุ่มคนมีความเข้าใจและจิตสำนึกที่ดีว่าการมีสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อสุขภาพจะช่วยสร้างเสริมสุขภาพได้ (สินศักดิ์ชนม์ อุณพรมมี, 2556, หน้า 4-5) จากสถานการณ์การขาดกิจกรรมทางกายที่เป็นไปในทิศทางเดียวกันทั่วโลก พบว่าประชากรไทยประมาณ 1 ใน 3 ยังมีกิจกรรมทางกายไม่เพียงพอโดยเฉพาะในเขตพื้นที่เมือง อาจเป็นเพราะปัจจัยของการส่งเสริมกิจกรรมทางกายต้องอาศัยการสนับสนุนจากสิ่งแวดล้อมทางกายภาพด้วย (อรณา จันทรศิริ, 2558, หน้า 75) จากสถานการณ์ดังกล่าวมานี้ สวนสาธารณะและพื้นที่สีเขียวในเมืองถือเป็นองค์ประกอบสำคัญใน

การเพิ่มระดับกิจกรรมทางกายของประชากรในเขตเมือง การขยายบทบาทสวนสาธารณะจากเป็นเพียงการสร้างพื้นที่สีเขียวให้มีประโยชน์ที่ซับซ้อนมากขึ้นของการส่งเสริมกิจกรรมทางกายจึงเป็นสิ่งที่ท้าทาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปัจจุบันที่มีการกำหนดแผนการใช้ที่ดินประเภทต่าง ๆ รวมถึงบริเวณพื้นที่สีเขียว

3.2.1 สวนสาธารณะที่ส่งเสริมให้เกิดกิจกรรมทางกาย

สวนสาธารณะถือว่าเป็นพื้นที่หลักที่สามารถส่งเสริมให้เกิดกิจกรรมทางกายได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเภทกิจกรรมทางกายในช่วงเวลาว่าง ทั้งนี้สำนักผังเมือง กรุงเทพมหานคร โดยกองนโยบายและแผนงาน (2555, หน้า 2) ได้กล่าวถึงมาตรฐานของสำนักงานสวนสาธารณะ สำนักสิ่งแวดล้อม โดยแบ่งประเภทพื้นที่สีเขียวเป็น 7 ประเภท ได้แก่ 1) สวนหย่อมขนาดเล็กย่านชุมชน (Pocket Park) 2) สวนละแวกบ้าน (Neighbourhood Park) 3) สวนชุมชน (Community Park) 4) สวนสาธารณะระดับย่าน (District Park) 5) สวนสาธารณะระดับเมือง (City Park) 6) สวนถนน (Street Park) และ 7) สวนเฉพาะทาง (Special Purpose Park) ดังนั้นการให้ความสำคัญกับการออกแบบสวนสาธารณะเพื่อตอบสนองกิจกรรมทางกายนับเป็นแนวทางที่สมควรดำเนินการกับสวนสาธารณะในทุกระดับ โดยสามารถแบ่งแนวทางการออกแบบได้เป็น 2 ระดับ คือ (อรณา จันทรศิริ, 2558, หน้า 33-37)

1) ระดับการออกแบบเมือง (Urban Design) การเลือกตำแหน่งที่ตั้งของสวนสาธารณะมีความสำคัญส่งผลต่อการเพิ่มกิจกรรมทางกาย โดยพบว่า การมีสวนสาธารณะอยู่ใกล้บ้านย่อมทำให้คนในชุมชนเกิดความสะดวกในการเข้ามาทำกิจกรรมทางกาย โดยเฉพาะสวนละแวกบ้านที่มีขนาดพื้นที่ 2-25 ไร่ และรัศมีบริการ 1-3 กิโลเมตร ที่ควรให้ความสำคัญกับการออกแบบเพื่อตอบสนองกิจกรรมทางกายของผู้คนในละแวกใกล้เคียง ซึ่งแนวทางการออกแบบเมืองเพื่อส่งผลให้เกิดการส่งเสริมกิจกรรมทางกายนั้นเกี่ยวข้องกับ 1) การใช้ที่ดินแบบผสมผสาน 2) ระบบสัญจรและที่จอดรถ 3) สวนสาธารณะ พื้นที่เปิดโล่ง และสิ่งอำนวยความสะดวกทางนันทนาการ 4) พื้นที่เล่นสำหรับเด็ก 5) ลานคนเมือง 6) การเชื่อมต่อถนน 7) การจราจร 8) การออกแบบทางเดินเท้า และ 9) โครงข่ายทางจักรยาน

2) ระดับการออกแบบสวนสาธารณะ (Park Design) การออกแบบพื้นที่ภายในสวนสาธารณะก็มีความสำคัญต่อการเกิดกิจกรรมทางกาย ซึ่งมีผลมาจากปัจจัยต่าง ๆ เช่น พื้นที่ที่รองรับกิจกรรม ความปลอดภัย การเข้าถึง เป็นต้น สภาพแวดล้อมจึงมีส่วนช่วยส่งเสริมให้คนออกกำลังกายที่ใช้เวลานานขึ้นโดยไม่รู้สึกเบื่อ และเพลิดเพลินกับกิจกรรมนั้น ๆ รวมทั้งเสริมสร้างอุปนิสัยที่ดีให้กับคนในยุคนี้อยู่ในปัจจุบันที่ช่วยลดปัญหาด้านสุขภาพ โดยการลดความเสี่ยงการเกิดโรคไม่ติดต่อ (NCD) ดังนั้น การสร้างสภาพแวดล้อมที่ดีช่วยสร้างแรงกระตุ้นให้เกิดกิจกรรมการออกกำลังกายได้ (สุนทร บุญญาธิการ และคณะ, 2556, หน้า 88)

3.2.2 การออกแบบภูมิทัศน์ที่ส่งเสริมให้เกิดกิจกรรมทางกาย

ลักษณะขององค์ประกอบภูมิทัศน์มีส่วนที่จะช่วยสนับสนุนให้เกิดการออกกำลังกายและกิจกรรมทางกายของบุคคล ภายใต้สภาพแวดล้อมที่เอื้อให้เกิดการออกกำลังกาย โดยคำนึงถึงหัวข้อการออกแบบดังนี้

1) พื้นที่ใช้สอย เนื่องจากสวนสาธารณะมีกิจกรรมที่เกิดขึ้นมากมายและมีผู้ใช้หลากหลายกลุ่ม ดังนั้นการออกแบบพื้นที่จึงต้องมีความยืดหยุ่น (flexibility) เพื่อรองรับกิจกรรมต่าง ๆ และต้องให้ความสำคัญกับการจัดแบ่งพื้นที่ การออกแบบพื้นที่ที่รองรับกิจกรรมหลากหลายชนิดรวมกันนั้นมีข้อดีคือ เพื่อทำให้เกิดความสะดวกในการเข้าถึงและควบคุมความปลอดภัย แต่ในขณะเดียวกัน การออกแบบพื้นที่โดยแบ่งแยกแต่ละกิจกรรมออกจากกันนั้นก็ยังมีข้อดีต่อการป้องกันการรบกวนกันของกิจกรรมแต่ละชนิด ซึ่งลักษณะกิจกรรมภายในสวนสาธารณะสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ แบบกระฉับกระเฉง (Active) ได้แก่ การเล่นกีฬา การออกกำลังกาย และ กิจกรรมแบบสงบ (Passive) ได้แก่ การนั่งพักผ่อน ดังนั้นการเลือกใช้วิธีการจัดแบ่งพื้นที่แบบรวมหรือแยกกิจกรรมนั้นจำเป็นต้องพิจารณาตามความเหมาะสมและมีความสมดุล ขณะเดียวกันก็อาจเผื่อโอกาสการใช้พื้นที่ที่เกิดขึ้นนอกเหนือจากที่มีการวางแผนไว้ด้วย รวมทั้งกำหนดอุปกรณ์อำนวยความสะดวกประกอบในพื้นที่ ได้แก่ ม้านั่ง โต๊ะปิกนิก ที่ดื่ม้ำสาธารณะ ที่จอดรถจักรยาน ถังขยะ รั้ว ป้ายแสดงข้อกำหนดการใช้งาน เป็นต้น

2) ระบบสัญจร ทางสัญจรสามารถแบ่งออกเป็นทางหลักและทางรอง โดยทางหลักจะมีขนาดกว้างและสามารถเชื่อมต่อกิจกรรมหลักทั้งหมดของสวนเข้าด้วยกัน ส่วนทางรองจะมีขนาดที่แคบกว่าและเป็นทางที่แยกออกมาจากทางหลักเพื่อนำไปสู่กลุ่มของกิจกรรมย่อยในแต่ละส่วนของพื้นที่สวนสาธารณะ การเชื่อมต่อที่ดีเปิดโอกาสให้เกิดทางเลือกในการสัญจรที่หลากหลาย เช่น การเดิน ร้อง การขี่จักรยาน การใช้ระบบขนส่งสาธารณะ เป็นต้น ส่วนทางสัญจรโดยรถยนต์ควรถูกกันไว้ให้อยู่เฉพาะบริเวณขอบนอกของสวน เพื่อให้บริเวณใจกลางสวนสาธารณะเป็นพื้นที่เฉพาะสำหรับการเดิน การวางตำแหน่งของพื้นที่จอดรถภายในสวนสาธารณะจึงต้องระวังไม่ให้เกิดการแบ่งแยกพื้นที่สวนสาธารณะออกเป็นส่วน ๆ และควรจัดเตรียม

ที่จอดรถเสริมเพื่อไว้กรณีมีกิจกรรมพิเศษที่มีคนมาใช้บริการเป็นจำนวนมาก

3) สุนทรียภาพ คุณภาพความงามของสภาพแวดล้อมมีบทบาทสำคัญในการกระตุ้นหรือยับยั้งกิจกรรมทางกายภาพ ยังมีงานวิจัยค่อนข้างน้อยที่เน้นการรับรู้ภูมิทัศน์และประสบการณ์ที่กระตุ้นกิจกรรมการออกกำลังกายหรือพฤติกรรมที่กระฉับกระเฉง (Catharine Ward Thompson, 2013, p. 14) การสร้างลักษณะภูมิทัศน์เพื่อส่งเสริมการใช้งานพื้นที่ตามแต่ละกิจกรรม จำเป็นต้องเลือกชนิดพืชพันธุ์ที่เหมาะสม เช่น ในพื้นที่กิจกรรมแบบสันทนาการจัดภูมิทัศน์และใช้พืชพันธุ์ที่มีลักษณะเป็นธรรมชาติ โดยอาจเสริมสร้างบรรยากาศด้วยกลุ่มต้นไม้ ก้อนหิน หรือหากพื้นที่เดิมมีลักษณะภูมิทัศน์ธรรมชาติอยู่แล้ว ก็ควรจะอนุรักษ์ลักษณะธรรมชาติเดิมไว้ การออกแบบพื้นที่ส่วนอื่น ๆ ก็ควรมีการใช้พืชพันธุ์ประกอบเพื่อลดความแข็งกระด้างและสร้างร่มเงาให้กับพื้นที่ นอกจากนี้ ควรออกแบบพื้นที่ให้มีความโล่งที่สามารถมองเห็นได้ง่าย ทั้งนี้เพื่อสร้างความรู้สึกปลอดภัยให้กับผู้ที่เข้ามาใช้บริการ (อรณา จันทศิริ, 2558, หน้า 39-42) เป็นการออกแบบสภาพแวดล้อมที่เอื้อให้เกิดการออกกำลังกายที่แฝงอยู่ในกิจวัตรประจำวันแบบไม่รู้ตัว (สุนทร บุญญาธิการ และคณะ, 2556, หน้า 96)

การศึกษาคุณสมบัติของพื้นที่ว่างที่สร้างความสัมพันธ์ระหว่างสภาพแวดล้อมกับผู้คนในพื้นที่เหล่านั้นพบว่า คุณสมบัติของพื้นที่ที่มีความเป็นธรรมชาติ ความลึกซึ้ง ความชัดเจน ความซับซ้อน ความสอดคล้อง และความลึกซึ้ง พื้นที่ มีความสำคัญมากในการเพิ่มความพึงพอใจต่อภูมิทัศน์และเกิดผลเชิงบวกทางจิตวิทยาต่อบุคคล (Serap Yilmaz & Sema Mumcu, 2016, p. 110-111) ซึ่งควรนำลักษณะบางประการมาเป็นข้อพิจารณาในการออกแบบภูมิทัศน์ของสภาพแวดล้อม ดังต่อไปนี้

1) ความเป็นธรรมชาติ (Naturalness) พืชพันธุ์และความต่อเนื่องของลักษณะภูมิประเทศมีส่วนช่วยเสริมสร้างความเป็นธรรมชาติ

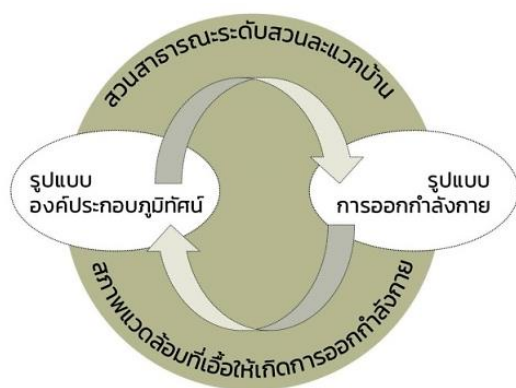
2) ความชัดเจน (Legibility) การสร้างความง่ายในการจำแนกและประมวลผลองค์ประกอบที่มองเห็นหรือความง่ายในการค้นพบสภาพแวดล้อมของแต่ละบุคคลโดยไม่หลงทาง

3) ความซับซ้อน (Complexity) ความหลากหลายขององค์ประกอบที่มองเห็นและสร้างความเข้าใจเพียงพอก็จะดึงดูดความสนใจและโยงความเกี่ยวข้องของแต่ละบุคคล

ดังนั้นการออกแบบองค์ประกอบภูมิทัศน์ ซึ่งเป็นสิ่งประกอบในลักษณะภูมิทัศน์มีส่วนสำคัญในการสร้างสภาพแวดล้อมให้เกิดขึ้นตามหลักการออกแบบดังกล่าว ซึ่งจำแนกลักษณะองค์ประกอบภูมิทัศน์เป็น 2 ประเภท ได้แก่

1) องค์ประกอบภูมิทัศน์แข็ง (Hardscape) ประกอบด้วย (1) งานพื้น (pavement) หมายถึง พื้นผิวลาดแข็ง เช่น ลาน ทางเดิน ส่วนใช้งานที่ต้องการพื้นผิวที่ไม่ใช่สนามหญ้าเพื่อทนการเหยียบย่ำ และใช้วัสดุตกแต่งพื้นผิว (finishing) (2) งานก่อสร้างต่าง ๆ ได้แก่ ขอบ กำแพงกันดิน รั้ว บันได ทางลาด และงานโครงสร้างขนาดเล็ก เช่น ศาลา ชุมนุม สะพาน เป็นต้น

2) องค์ประกอบภูมิทัศน์นุ่ม (Softscape) หรืองานวัสดุพืชพันธุ์ ซึ่งแบ่งเป็นชนิดพืชพันธุ์ต่าง ๆ ได้แก่ ไม้ยืนต้น ไม้พุ่มใหญ่ ไม้พุ่มเล็ก ไม้คลุมดิน และสนามหญ้า



รูปที่ 1 แผนภาพแสดงกรอบแนวคิดงานวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมในเบื้องต้น สามารถประมวลเป็นกรอบแนวคิดงานวิจัย (รูปที่ 1) ที่ศึกษาเกี่ยวกับ 1) ลักษณะสภาพแวดล้อมของสวนสาธารณะระดับสวนและเวกบ้านในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ระบบสัญจร พื้นที่ใช้สอย และสุนทรียภาพเอื้อให้เกิดการออกกำลังกายอย่างไร และ 2) รูปแบบขององค์ประกอบภูมิทัศน์มีความสัมพันธ์กับรูปแบบการออกกำลังกายอย่างไร ที่จะช่วยตอบสนองต่อการใช้สอยและสร้างบรรยากาศ เพื่อนำไปสู่การเสนอแนวทางการออกแบบที่จะช่วยให้เกิดประสิทธิภาพในการใช้พื้นที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับพฤติกรรมมนุษย์ในสภาพแวดล้อมมากยิ่งขึ้น

4. วิธีการวิจัย เครื่องมือวิจัย และระเบียบวิธีวิจัย

4.1 ทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ศึกษาและค้นคว้าหลักการเกี่ยวกับองค์ประกอบภูมิทัศน์ที่สามารถเอื้อให้เกิดการออกกำลังกาย เพื่อนำมาอธิบายประกอบการวิเคราะห์ โดยรวบรวมข้อมูลที่สามารถจำแนกได้เป็น 2 ส่วน คือ 1) แนวคิดเกี่ยวกับกิจกรรมทางกาย และ 2) แนวคิดเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมที่เอื้อให้เกิดกิจกรรมทางกาย

4.2 เก็บรวบรวมข้อมูลของพื้นที่ศึกษา

4.2.1 ศึกษาและค้นคว้าข้อมูลพื้นที่สวนสาธารณะจากเอกสารข้อมูลสถิติของกรุงเทพมหานคร เพื่อคัดเลือกพื้นที่ศึกษา 1 เขต ที่เหมาะสม และคัดเลือกพื้นที่สวนสาธารณะเป้าหมายในพื้นที่ศึกษา โดยกำหนดเกณฑ์เบื้องต้นในการคัดเลือกเป็นสวนสาธารณะระดับสวนละแวกบ้าน ตามมาตรฐานของกองสวนสาธารณะ สำนักสวัสดิการสังคม กรุงเทพมหานคร ร่วมกับการใช้เกณฑ์ที่ตั้งของพื้นที่โล่ง ได้แก่ พื้นที่โล่งด้านหน้าอาคาร พื้นที่โล่งอิสระ พื้นที่โล่งเขตทาง และพื้นที่โล่งรอบอาคาร

4.2.2 เก็บข้อมูลในพื้นที่สวนสาธารณะเป้าหมาย จำนวน 5 แห่ง ด้วยวิธีดังนี้

1) การสำรวจลักษณะกายภาพและกิจกรรมในพื้นที่ โดยการสังเกตการณ์เบื้องต้น (pilot observation) เพื่อทราบลักษณะภาพรวมของพื้นที่ นำมากำหนดช่วงเวลาและวิธีการที่จะสังเกตการณ์แบบละเอียดอย่างเฉพาะเจาะจงต่อไป

2) การสำรวจความสัมพันธ์ของลักษณะกายภาพและกิจกรรมการออกกำลังกายในพื้นที่ โดย (1) เก็บข้อมูลเฉพาะผู้ที่มาออกกำลังกายในช่วงเวลาที่กำหนด ด้วยวิธีการตั้งด่านสังเกตการณ์ผู้เข้ามาใช้พื้นที่ โดยประเมินแบบคร่าวจากลักษณะภายนอก เช่น รูปร่าง หน้าตา ท่าทาง การแต่งตัว ฯลฯ แล้วบันทึกข้อมูล ได้แก่ จำนวน เพศ และวัย (2) เก็บข้อมูลกิจกรรมการออกกำลังกายที่เกิดขึ้นในพื้นที่ ด้วยการสังเกตการณ์ (observation) แล้วบันทึกรูปแบบกิจกรรมและองค์ประกอบภูมิทัศน์ของพื้นที่ลงในผังบริเวณ (3) เก็บข้อมูลความพึงพอใจของผู้มาออกกำลังกายด้วยการใช้แบบสอบถามและการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง โดยสุ่มตัวอย่างจากผู้มาออกกำลังกายในสวนสาธารณะเป้าหมายแต่ละแห่ง จำนวนแต่ละ 20 คน แล้วบันทึกเป็นประเด็นตามหัวข้อที่กำหนด

4.2.3 รวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสำรวจพื้นที่สวนสาธารณะเป้าหมาย โดยจัดทำผลสำรวจประกอบกับตารางและผังบริเวณ ในหัวข้อต่อไปนี้

1) ภาพรวมของพื้นที่ด้านกายภาพ ได้แก่ ระบบสัญจร พื้นที่ใช้สอย และสุนทรียภาพ
2) ภาพรวมของพื้นที่ด้านกิจกรรม ได้แก่ กิจกรรมการออกกำลังกาย ผู้ใช้สอยพื้นที่ ช่วงวันและเวลา
3) องค์ประกอบภูมิทัศน์ที่สัมพันธ์กับรูปแบบการออกกำลังกาย ได้แก่ 1) องค์ประกอบภูมิทัศน์แข็ง (Hardscape) ประกอบด้วย พื้นแบบแข็ง เช่น พื้นคอนกรีตทำผิวหรือปูวัสดุต่าง ๆ และพื้นแบบยืดหยุ่น เช่น วัสดุพื้นวางบนดิน เป็นต้น รวมทั้งขอบพื้นที่ กำแพงกันดิน กระบะต้นไม้ รั้ว บันได ทางลาด สะพาน ชุมระแนง ศาลา 2) องค์ประกอบภูมิทัศน์นุ่ม (Softscape) ประกอบด้วย ไม้ยืนต้น ไม้พุ่มใหญ่ ไม้พุ่มเล็ก ไม้คลุมดิน และสนามหญ้า โดยรูปแบบการออกกำลังกายที่ใช้ในงานวิจัยนี้ จำแนกได้ดังต่อไปนี้

(1) การออกกำลังกายที่เน้นพัฒนาระบบไหลเวียนโลหิต หัวใจ และปอด (cardiovascular respiratory exercise) ได้แก่ 1) การออกกำลังกายที่ต้องใช้ออกซิเจนจำนวนมากอย่างสม่ำเสมอ หรือ การออกกำลังกายแบบแอโรบิก (aerobic exercise) ได้แก่ การเดิน การวิ่งเหยาะ การขี่จักรยาน การเต้นแอโรบิก สีสาค เป็นต้น และ 2) การออกกำลังกายที่ไม่ได้ใช้ออกซิเจนอย่างสม่ำเสมอ (anaerobic exercise) หรือใช้แต่น้อยและใช้มากเป็นครั้งคราว ได้แก่ การวิ่งระยะสั้น การเล่นกีฬา เช่น ฟุตบอล แบดมินตัน ตะกร้อ บาสเกตบอล วอลเลย์บอล สเกตบอร์ด เป็นต้น

(2) การออกกำลังกายแบบแรงต้าน (resistance exercise) เพื่อเพิ่มความแข็งแรงและความทนทานของกล้ามเนื้อ โดยการจับยึดสิ่งต่าง ๆ อยู่กับที่ ด้วยการเกร็งกล้ามเนื้อ หมุนข้อบิดตัว ดันคอ บั้นเอว และข้อต่อต่าง ๆ ได้แก่ การยกน้ำหนัก กายบริหารแบบใช้น้ำหนักร่างกาย เช่น การดึงข้อ การวิดพื้น การลุก-นั่ง เป็นต้น

(3) การออกกำลังกายแบบยืดหยุ่น (flexibility exercise) เพื่อยืดคลายกล้ามเนื้อส่วนต่าง ๆ โดยการยืดเหยียดกล้ามเนื้อและเอ็น ให้สามารถเคลื่อนไหวข้อต่อต่าง ๆ ได้อย่างสะดวก โดยปราศจากความเจ็บปวด ได้แก่ การยืดกล้ามเนื้อ (stretching) เช่น การงอตัว ยืดตัว ยืดแขน หรือบิดหมุนร่างกาย เป็นต้น รวมทั้งรำมวยจีน (ไทเก็ก ชีกง) รำพัด โยคะ การบริหารร่างกายด้วยไม้พลอง และการนวดบำบัดร่างกาย

4.3 วิเคราะห์ข้อมูล

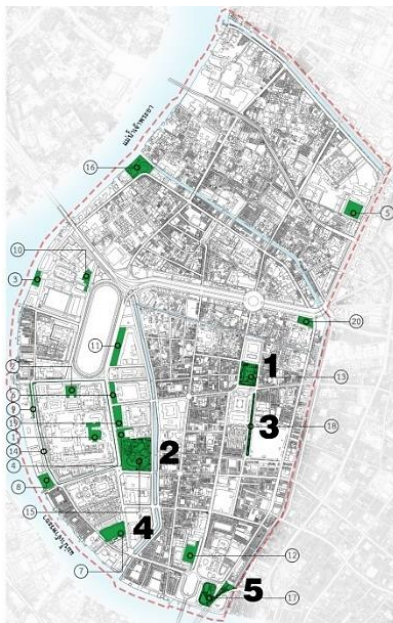
เป็นการประมวลผลข้อมูลที่ได้จากการสำรวจภาคสนาม นำมาประกอบกับข้อมูลที่รวบรวมจากเอกสาร แผนที่ และภาพถ่ายดาวเทียม และวิเคราะห์ให้เห็นศักยภาพและปัญหา

ที่เกี่ยวข้องกับความเหมาะสมด้านกายภาพขององค์ประกอบภูมิทัศน์ และความต้องการด้านกิจกรรมการออกกำลังกาย ในพื้นที่สวนสาธารณะเป้าหมาย โดยวิเคราะห์ลักษณะดังนี้คือ 1) ลักษณะสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการออกกำลังกาย ประกอบด้วยระบบสัญจร พื้นที่ใช้สอย และสุนทรียภาพ 2) รูปแบบองค์ประกอบภูมิทัศน์ที่ส่งผลต่อการออกกำลังกาย ประกอบด้วยองค์ประกอบภูมิทัศน์แข็ง (Hardscape) และองค์ประกอบภูมิทัศน์นุ่ม (Softscape)

5. ผลการวิจัย

5.1 ผลการคัดเลือกพื้นที่เป้าหมาย

การศึกษานี้ได้เลือกเขตพระนครเป็นพื้นที่ศึกษา เนื่องจากตำแหน่งที่ตั้งอยู่ใจกลางเมือง ขนาดพื้นที่ค่อนข้างเล็ก และมีสวนสาธารณะระดับสวนสาธารณะตามเกณฑ์ของสำนักงานสวนสาธารณะ สำนักสิ่งแวดล้อม จำนวน 20 แห่ง ที่นำมาคัดเลือกพื้นที่เป้าหมายโดยใช้เกณฑ์ที่ตั้งของพื้นที่โล่ง 4 แบบ ได้แก่ พื้นที่โล่งด้านหน้าอาคาร พื้นที่โล่งอิสระ พื้นที่โล่งเขตทาง และพื้นที่โล่งรอบอาคาร ที่อยู่ในบริเวณใกล้เคียงกันทางตอนใต้ของพื้นที่เขต ซึ่งได้คัดเลือกสวนสาธารณะเป็นตัวแทนพื้นที่โล่งแต่ละแบบตามเกณฑ์ที่ตั้งของพื้นที่โล่งจำนวน 5 แห่ง (รูปที่ 2) ประกอบด้วย



- 1) ลานคนเมือง ศาลาว่าการกรุงเทพมหานคร พื้นที่ 2 ไร่ 3 งาน 41 ตารางวา เป็นตัวแทนพื้นที่โล่งด้านหน้าอาคาร
- 2) สวนสราญรมย์ พื้นที่ 23 ไร่ มีขอบเขตเฉพาะของพื้นที่เป็นตัวแทนพื้นที่โล่งอิสระ
- 3) สวนห่อมอุทยานธรณ ถนนอุทยานธรณ (สวนห่อมวัดสุทัศน์) พื้นที่ 3 ไร่ ลักษณะเป็นเกาะกลาง ยาวตามแนวถนนเป็นตัวแทนพื้นที่โล่งเขตทาง
- 4) พิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ (มิวเซียมสยาม) พื้นที่ 3 ไร่ เป็นตัวแทนพื้นที่โล่งรอบอาคาร หรือระหว่างกลุ่มอาคาร
- 5) สวนห่อมสะพานพระปกเกล้า ถนนสะพานพุทธ พื้นที่ 11 ไร่ ซึ่งมีลักษณะพิเศษ คือ บางส่วนของพื้นที่อยู่ในเขตทางที่เป็นโครงสร้างสะพาน จึงพิจารณาเลือกเป็นพื้นที่เป้าหมายด้วย โดยเป็นตัวแทนพื้นที่โล่งอิสระที่มีความต่อเนื่องกับพื้นที่โล่งเขตทาง

รูปที่ 2 ตำแหน่งสวนสาธารณะในเขตพระนคร

5.2 ผลการสำรวจพื้นที่สวนสาธารณะเป้าหมาย

5.2.1 จำนวนผู้ใช้พื้นที่ออกกำลังกายในสวนสาธารณะเป้าหมาย 5 แห่ง

จากการสังเกตการณ์เบื้องต้น พบว่า ช่วงเวลาใช้งานที่มีจำนวนผู้ใช้งานมาก สามารถแบ่งออกเป็น 2 ระยะ คือ ช่วงเช้า เวลา 05.00 - 08.00 น. และ ช่วงเย็น เวลา 16.00 - 19.00 น. จึงใช้เวลาดังกล่าวเก็บข้อมูลจำนวนผู้ใช้เพื่อให้เห็นปริมาณการใช้สอยพื้นที่ โดยนับเฉพาะผู้ที่ใช้พื้นที่ออกกำลังกายในแต่ละช่วงเวลา ซึ่งมีผู้ใช้งานหลากหลาย สามารถแบ่งกลุ่มแบบคร่าว ๆ ออกเป็น 4 ช่วงวัย คือ วัยเด็ก วัยรุ่น วัยผู้ใหญ่ และวัยชรา นอกจากนี้ ยังเก็บข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของจำนวนผู้ใช้พื้นที่ออกกำลังกายในรอบสัปดาห์ คือ วันธรรมดา ได้แก่ วันจันทร์ถึงวันศุกร์ และวันหยุดสุดสัปดาห์ ได้แก่ วันเสาร์และวันอาทิตย์ โดยแต่ละพื้นที่สวนสาธารณะเป้าหมายได้สำรวจในวันธรรมดา 1 วัน และวันหยุด 1 วัน ตามรายละเอียดในตารางที่ 1 ซึ่งได้ข้อสรุปในภาพรวมพบว่า มีผู้ใช้ในวันหยุดมากกว่าวันธรรมดาประมาณ 2 เท่า

ตารางที่ 1 จำนวนผู้ใช้พื้นที่ออกกำลังกายในสวนสาธารณะเป้าหมาย 5 แห่ง ในวันธรรมดาและวันหยุด

	สวนสาธารณะ	ช่วงเวลา	จำนวน (คน) ตามช่วงอายุ								จำนวนรวม (คน)	
			วัยเด็ก		วัยรุ่น		วัยผู้ใหญ่		วัยชรา			
			วันธรรมดา	วันหยุด	วันธรรมดา	วันหยุด	วันธรรมดา	วันหยุด	วันธรรมดา	วันหยุด	วันธรรมดา	วันหยุด
1	ลานคนเมือง ศาลาว่าการกรุงเทพมหานคร	05.00-08.00 น.	0	0	4	1	5	5	2	12	11	18
		16.00-19.00 น.	0	0	12	24	8	11	11	11	31	46
2	สวนสาธารณะรมย์	05.00-08.00 น.	0	8	6	28	8	45	13	12	27	93
		16.00-19.00 น.	12	22	11	32	32	87	18	31	73	172
3	สวนห้วยมอญนาครธรณ ถนนมอญนาครธรณ	05.00-08.00 น.	0	0	0	0	5	8	4	4	9	12
		16.00-19.00 น.	7	0	4	4	5	5	3	3	19	12
4	พิพิธภัณฑการรียนรู้แห่งชาติ (มิวเซียมสยาม)	05.00-08.00 น.	0	0	0	1	7	4	6	2	13	7
		16.00-19.00 น.	0	0	0	0	8	2	2	2	10	4
5	สวนห้วยมสพานพระปกเกล้า ถนนสพานพุทธ	05.00-08.00 น.	0	2	2	5	4	7	3	3	9	17
		16.00-19.00 น.	6	7	4	12	5	14	1	2	16	35
จำนวนผู้ใช้พื้นที่อกกำลังกายเฉพาะช่วงเวลาที่กำหนด เฉลี่ยต่อวัน เท่ากับ 317 คน								รวมทั้งหมด		218	416	

ที่มา: จากการสำรวจ ช่วง ก.ค. – ส.ค. 2560

5.2.2 ผลการสำรวจลักษณะภูมิทัศน์ของสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการออกกำลังกาย

จากการใช้แบบสอบถามผู้ใช้สวนสาธารณะเป้าหมาย 5 แห่ง ๆ ละ 20 คน รวมเป็นจำนวนผู้ตอบ 100 คน คิดเป็นร้อยละ 31.54 จากจำนวน 317 คน ซึ่งเป็นค่าเฉลี่ยของจำนวนผู้ใช้พื้นที่ออกกำลังกายใน 1 วัน (ทั้งวันธรรมดาและวันหยุด) ตามตารางที่ 1 สามารถสรุปความพึงพอใจด้านกายภาพสวนสาธารณะเป้าหมาย จำนวน 5 แห่ง โดยเป็นค่าระดับความพึงพอใจ (มาก เท่ากับ 3 ปานกลาง เท่ากับ 2 และ น้อย เท่ากับ 1) ต่อคุณภาพที่เหมาะสมในด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ความสะดวก ความเพียงพอ ความชัดเจน ความปลอดภัย ความสวยงาม ความร่มรื่น ความสะอาด ความเรียบร้อย เป็นต้น และนำคะแนนรวมทั้งหมดแล้วแปลงเป็นค่าระดับเฉลี่ย ดังมีหัวข้อและรายละเอียดในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าความพึงพอใจเฉลี่ยด้านกายภาพของสวนสาธารณะเป้าหมาย 5 แห่ง ที่มีผลต่อการเข้าใช้พื้นที่ออกกำลังกาย

	สวนสาธารณะ	ระบบสัญจร			พื้นที่ใช้สอย			สุนทรียภาพ			ค่าเฉลี่ย (ภาพรวม)
		การเข้าถึง	ที่จอดรถ	ทางเดิน	การจัดแบ่งเขตพื้นที่	รูปแบบพื้นที่กิจกรรม	สิ่งอำนวยความสะดวก	มุมมอง	สิ่งดึงดูดใจ	บรรยากาศ	
1	ลานคนเมือง ศาลาว่าการกรุงเทพมหานคร	2.55	2.35	2.70	1.75	2.45	2.35	2.65	2.75	2.50	2.45
2	สวนสาธารณะ	2.60	2.20	2.80	2.50	2.80	2.65	2.90	2.80	2.70	2.66
3	สวนห้วยมอญนาครณ (คลองถมวัดสุทัศน์)	2.70	2.20	1.75	1.40	1.45	2.35	1.80	2.45	2.45	2.06
4	พิพิธภัณฑสถานการเรียนรู้แห่งชาติ (มิวเซียมสยาม)	2.15	1.90	2.05	2.10	2.20	2.30	2.80	2.65	2.60	2.31
5	สวนห้วยมอญสะพานพระปกเกล้า ถนนสะพานพุทธ	2.10	1.80	2.30	2.40	2.20	2.45	2.25	2.35	2.40	2.25
เกณฑ์การแปลผลคะแนนเฉลี่ย ได้แบ่งการให้คะแนนเป็น 3 ระดับ ดังนี้											
ค่าระดับเฉลี่ย 1.00-1.50 น้อย 1.51-2.50 ปานกลาง 2.51-3.00 มาก											

ที่มา: จากการสำรวจ ช่วง ก.ค. – ส.ค. 2560

จากการใช้แบบสอบถามและสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง พบว่า ลักษณะทางกายภาพในพื้นที่สวนสาธารณะเป้าหมาย จำนวน 5 แห่ง (รูปที่ 3) ที่ผู้ใช้มีความพึงพอใจ ซึ่งมีผลต่อการเข้าใช้พื้นที่เพื่อออกกำลังกาย สรุปได้ดังนี้

1) สวนสาธารณะเป้าหมายที่มีค่าระดับความพึงพอใจในภาพรวม ระดับมาก คือ สวนสาธารณะ เทศบาล 2.66 นอกนั้นมีค่าระดับปานกลาง เท่ากับ 2.45, 2.31, 2.31 และ 2.06

2) สวนสาธารณะเป้าหมายที่มีค่าระดับความพึงพอใจในระบบสัญจร ระดับมาก คือ 1) ลานคนเมือง ในหัวข้อ ทางเข้าถึงและทางเดิน และ 2) สวนสาธารณะ เทศบาล ในหัวข้อ ทางเข้าถึงและทางเดิน และ 3) สวนหอยมอญนคร ในหัวข้อ ทางเข้าถึง ทั้งนี้มีความคิดเห็นโดยรวมจากผู้ให้สัมภาษณ์ระบุว่า มีความสะดวกและปลอดภัย

3) สวนสาธารณะเป้าหมายที่มีค่าระดับความพึงพอใจในพื้นที่ใช้สอย ระดับมาก คือ สวนสาธารณะ เทศบาล ในหัวข้อ รูปแบบพื้นที่กิจกรรมและสิ่งอำนวยความสะดวก ทั้งนี้มีความคิดเห็นโดยรวมจากผู้ให้สัมภาษณ์ระบุว่า มีความยืดหยุ่นสามารถปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมกับกิจกรรมต่าง ๆ และมีความสมบูรณ์ของสิ่งอำนวยความสะดวก

4) สวนสาธารณะเป้าหมายที่มีค่าระดับความพึงพอใจในสุนทรียภาพ ระดับมาก คือ 1) ลานคนเมือง ในหัวข้อ มุมมองและสิ่งดึงดูดใจ 2) สวนสาธารณะ เทศบาล ในหัวข้อ มุมมอง สิ่งดึงดูดใจและบรรยากาศ 3) พิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ ในหัวข้อ มุมมอง สิ่งดึงดูดใจ และบรรยากาศ ทั้งนี้มีความคิดเห็นโดยรวมจากผู้ให้สัมภาษณ์ระบุว่า มีร่มเงา และมุมมองดี



รูปที่ 3 ลักษณะของพื้นที่ทางกายภาพที่มีผลต่อการเข้าใช้พื้นที่ออกกำลังกายในสวนสาธารณะ เขตพระนคร
ที่มา: จากการสำรวจ ช่วง ก.ค. – ส.ค. 2560

5.2.3 ผลการสำรวจรูปแบบองค์ประกอบภูมิทัศน์ที่ส่งผลต่อการออกกำลังกายในแบบต่าง ๆ

การสำรวจลักษณะกายภาพและกิจกรรมที่เกิดขึ้นในพื้นที่ ได้บันทึกกิจกรรมในผังบริเวณสวนสาธารณะ โดยระบุตำแหน่งที่เกิดกิจกรรมและกลุ่มผู้ใช้ ตามตัวอย่างในรูปที่ 5 ร่วมกับการสัมภาษณ์เพื่อสนับสนุนข้อมูลที่ได้จากการสังเกตการณ์ และสรุปภาพรวมของรูปแบบกิจกรรมการออกกำลังกายที่สัมพันธ์กับองค์ประกอบภูมิทัศน์ในตารางที่ 3



รูปที่ 4 บรรยากาศกิจกรรมการออกกำลังกายที่ใช้อุปกรณ์เพิ่มเติมในสวนสาธารณะ เขตพระนคร
ที่มา: จากการสำรวจ ช่วง ก.ค. – ส.ค. 2560

ตารางที่ 3 รูปแบบกิจกรรมการออกกำลังกายที่สัมพันธ์กับองค์ประกอบภูมิทัศน์ ในสวนสาธารณะเป้าหมาย จำนวน 5 แห่ง

รูปแบบ การออกกำลังกาย	องค์ประกอบภูมิทัศน์ แบบแข็ง (Hardscape)											องค์ประกอบภูมิทัศน์ แบบนุ่ม (Softscape)				
	H1	H2	H3	H4	H5	H6	H7	H8	H9	H10	H11	S1	S2	S3	S4	S5
	พื้นแบบแข็ง	พื้นแบบยืดหยุ่น	ขอบพื้น	กำแพงกันดิน	กระเบื้องดินไม้	รั้ว	บันได	ทางลาด	สะพาน	ซุ้มระแนง	ศาลา	ไม้ยืนต้น	ไม้พุ่มใหญ่	ไม้พุ่มเล็ก	ไม้คลุมดิน	สนามหญ้า
1. การออกกำลังกายที่เน้นพัฒนาระบบไหลเวียนโลหิต หัวใจ และปอด																
1.1 การออกกำลังกายที่ต้องใช้ออกซิเจนจำนวนมากอย่างสม่ำเสมอ หรือ การออกกำลังกายแบบแอโรบิก																
เดิน																
วิ่งเหยาะ																
ขี่จักรยาน																
เดินร่า แอโรบิก ลีลาศ																
1.2 การออกกำลังกายที่ไม่ได้ใช้ออกซิเจนอย่างสม่ำเสมอ หรือใช้แต่น้อย และใช้มากเป็นครั้งคราว																
วิ่งระยะสั้น																
เล่นกีฬาประเภทต่าง ๆ																
2. การออกกำลังกายแบบแรงต้าน เพื่อเพิ่มความแข็งแรงและความทนทานของกล้ามเนื้อ																
ยกน้ำหนัก																
ดึงข้อ วิดพื้น ลูก-นั่ง																
3. การออกกำลังกายแบบยืดหยุ่น เพื่อยืดคลายกล้ามเนื้อส่วนต่าง ๆ																
งอ ยืด หรือบิดหมุนร่างกาย																
รำมวยจีน ไ้เก็ก ชีกง																
รำพัด																
โยคะ																
บริหารร่างกายด้วยไม้พลอง																
นวดบำบัดร่างกาย																
ระดับความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบภูมิทัศน์กับรูปแบบการออกกำลังกาย มาก ปานกลาง น้อย																

ที่มา: จากการสำรวจ ช่วง ก.ค. – ส.ค. 2560

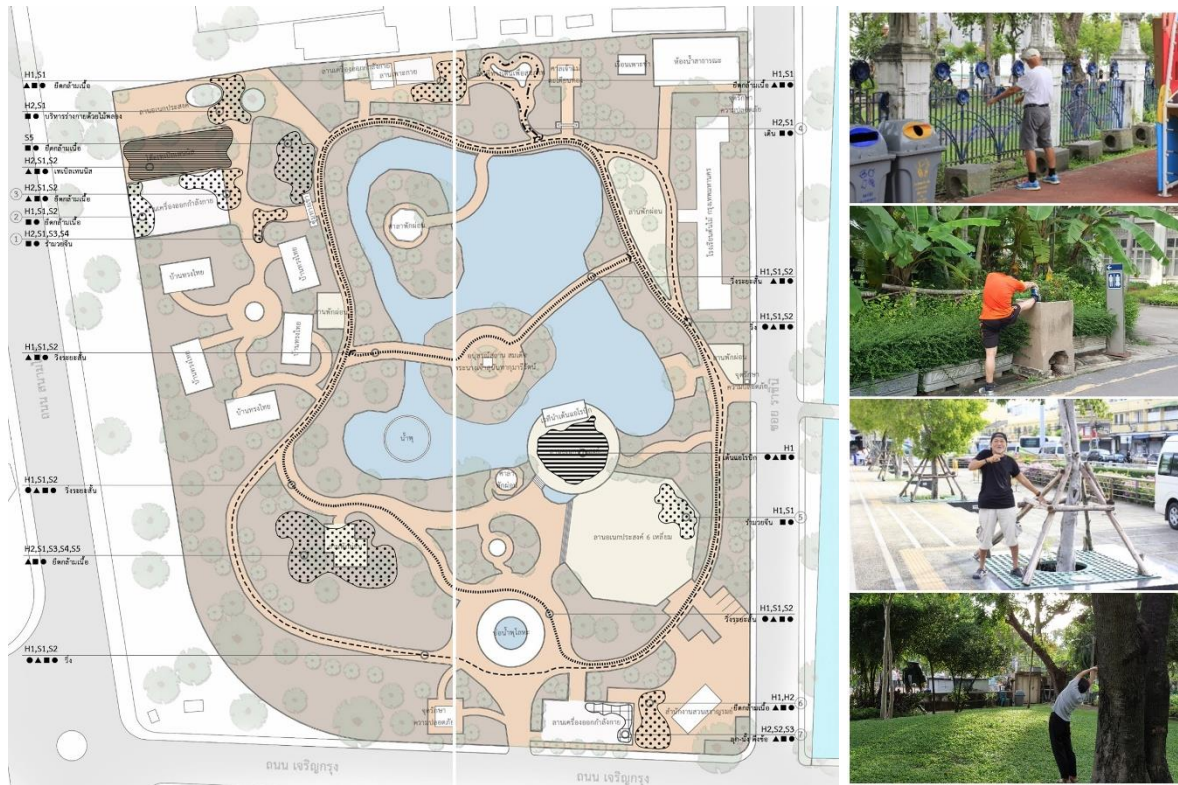
จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นระดับความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบภูมิทัศน์กับรูปแบบการออกกำลังกาย โดยประเมินจากการสังเกตการณ์ประกอบการสัมภาษณ์ พบว่า

1) กิจกรรมการออกกำลังกายประเภทการเดิน วิ่งเหยาะ และวิ่งระยะสั้น มักจะเกิดขึ้นบนพื้นแข็งและพื้นแบบยืดหยุ่นตามเส้นทางสัญจร และบนลานกว้าง โดยยึดแนวขอบรอบพื้นที่ที่มีองค์ประกอบภูมิทัศน์นุ่ม (Softscape) ได้แก่ ไม้ยืนต้น ไม้พุ่ม เป็นส่วนประกอบตลอดแนวของบริเวณด้วย นอกจากนี้ถ้าเป็นลานกว้าง ผู้ใช้มักจะกำหนดเส้นทางเอง

2) กิจกรรมการออกกำลังกายเฉพาะบุคคลหรือกลุ่มย่อย ได้แก่ การยืดคลายกล้ามเนื้อ การบริหารร่างกายด้วยไม้พลอง รำมวยจีน ดึงข้อ วิดพื้น ลูก-นั่ง โยคะ มักจะเกิดขึ้นบนพื้นแบบแข็งและแบบยืดหยุ่น รวมทั้งสนามหญ้าด้วย และเป็นบริเวณที่มีองค์ประกอบภูมิทัศน์นุ่ม (Softscape) ได้แก่ ไม้ยืนต้น ไม้พุ่ม และไม้คลุมดิน เป็นส่วนประกอบของพื้นที่ย่อย ๆ ที่กระจายอยู่ทั่วไปในสวน ทั้งนี้องค์ประกอบภูมิทัศน์แข็ง (Hardscape) ได้แก่ ขอบพื้น และกำแพงกันดิน กระเบื้องดินไม้ รั้ว และบันได ถูกใช้เป็นอุปกรณ์ประกอบในการออกกำลังกายด้วย

3) กิจกรรมการออกกำลังกายประเภทการเดินแอโรบิก และ การเล่นกีฬา มักจะเกิดขึ้นในพื้นที่ลาน รวมทั้งต่อเนื่องกับสนามหญ้า โดยมีขนาดพอเหมาะกับจำนวนผู้เล่น ซึ่งมักจะเป็นกลุ่มในพื้นที่ประจำ และมีอุปกรณ์เพิ่มเติมที่ผู้ใช้

นำมาเอง ทั้งอุปกรณ์ส่วนตัวและส่วนรวม (รูปที่ 4) ถ้าเป็นอุปกรณ์ชิ้นใหญ่มักจะวางในลักษณะจับจองไว้ในพื้นที่ที่ใช้เป็นประจำ



รูปที่ 5 ผังบริเวณสวนสาธารณะ แสดงกิจกรรมการออกกำลังกายที่สัมพันธ์กับองค์ประกอบภูมิทัศน์ และบรรยากาศกิจกรรมการออกกำลังกายในสวนสาธารณะ เขตพระนคร
ที่มา: จากการสำรวจ ช่วง ก.ค. – ส.ค. 2560

5.3 ผลการวิเคราะห์พื้นที่สวนสาธารณะเป้าหมาย

5.3.1 ลักษณะสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการออกกำลังกาย

จากผลการสำรวจสวนสาธารณะเป้าหมายทั้ง 5 แห่ง สามารถจำแนกเป็น 2 กลุ่ม คือ 1) สวนสาธารณะที่มีสัดส่วนพื้นลาดแข็งมากกว่าหรือเท่ากับร้อยละ 50 ได้แก่ ลานคนเมือง (80%) สวนหย่อมอนุสาวรีย์ (70%) และ 2) สวนสาธารณะที่มีสัดส่วนพื้นลาดแข็งน้อยกว่าร้อยละ 50 ได้แก่ สวนสาธารณะ (30%) พิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ (40%) และสวนหย่อมสะพานปกเกล้า (30%) โดยสรุปภาพรวมของศักยภาพและปัญหาแต่ละด้านได้ดังนี้

1) ระบบสัญจร ถึงแม้ว่าสวนสาธารณะทั้ง 5 แห่งจะอยู่ใกล้แหล่งชุมชน แต่ระบบโครงข่ายของเส้นทางที่ขาดความต่อเนื่องของทางเดินเท้าเป็นอุปสรรคในการเข้าถึง เช่น การเดินข้ามถนนที่มีรถสัญจรผ่าน อาจจะทำให้รู้สึกไม่สะดวกและปลอดภัยเพียงพอสำหรับผู้ใช้งาน สวนสาธารณะกลุ่ม 1 สามารถเข้าถึงได้ง่ายเพราะไม่มีรั้วกั้น อาจจะเป็นเหตุให้มีการรุกล้ำใช้งานพื้นที่อย่างไม่เหมาะสม รวมทั้งภายในพื้นที่มีลักษณะเป็นลานกว้าง ไม่มีเส้นทางที่ชัดเจน ทำให้มีการปะปนของการ

สัญญาณและประกอบกิจกรรม ส่วนสวนสาธารณะกลุ่ม 2 มีการควบคุมทางเข้าออกอย่างชัดเจน แม้จะเข้าถึงไม่ได้สะดวก แต่ผู้ใช้จะเกิดความรู้สึกปลอดภัยมากกว่า ส่วนการสัญญาณภายในพื้นที่ มีเส้นทางหลักที่ชัดเจนซึ่งมีผู้นิยมใช้มากกว่าเส้นทางรอง และเส้นทางย่อยที่มักจะอยู่ในมุมอับและรกร้าง

2) พื้นที่ใช้สอย สวนสาธารณะกลุ่ม 1 มีพื้นลาดแข็งเป็นลานกว้าง ทำให้เกิดกิจกรรมการออกกำลังกายในรูปแบบที่หลากหลายมากกว่ากลุ่มที่ 2 และมีการใช้งานกิจกรรมอื่น ๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องกับการพักผ่อนหย่อนใจมาปะปน ส่วนสวนสาธารณะกลุ่ม 2 เป็นพื้นที่ว่างแบ่งย่อยเป็นสัดส่วน และมีลักษณะปิดล้อม บางส่วนเป็นพื้นที่ที่ถูกปล่อยรกร้างไม่มีการใช้ประโยชน์ สวนสาธารณะทั้ง 5 แห่งนั้น มีพื้นที่ลักษณะยืดหยุ่นในการใช้สอยอย่างอเนกประสงค์ สร้างโอกาสเกิดกิจกรรมการออกกำลังกายกระจายไปทั่วพื้นที่ แต่ก็พบว่า มักจะเกิดการการทับซ้อนและรบกวนกันของกิจกรรมการพักผ่อนแบบกระฉับกระเฉงและแบบสงบ

3) สุนทรียภาพ สวนสาธารณะกลุ่ม 2 มีสภาพแวดล้อมที่เป็นธรรมชาติ มากกว่าสวนสาธารณะกลุ่ม 1 ซึ่งบางส่วนขาดการดูแลอย่างทั่วถึง ส่งผลให้เกิดความทรุดโทรม อาจจะก่อให้เกิดอุบัติเหตุและอาชญากรรม สวนสาธารณะทั้ง 5 แห่ง เป็นที่รู้จักและมีความเป็นเอกลักษณ์ของย่าน เช่น ลานคนเมือง และสวนสราญรมย์ ผู้ใช้จะเลือกพื้นที่โล่งที่มีบรรยากาศร่มรื่นตลอดทั้งวัน มีความเงียบสงบมากกว่าพื้นที่อื่น ๆ รู้สึกปลอดภัยและมีความเป็นส่วนตัว การปะปนของกิจกรรมอื่นที่ไม่เกี่ยวข้องกับการพักผ่อนหย่อนใจ หรือมีการใช้พื้นที่ไม่เหมาะสมและขาดการดูแลรักษา ทำให้สภาพบรรยากาศ หรือทัศนคติในการรับรู้ของพื้นที่เสื่อมโทรมตามลงไปด้วย จนกลายเป็นภาพลักษณ์ที่ไม่ดี

5.3.2 ความสัมพันธ์ขององค์ประกอบภูมิทัศน์กับรูปแบบการออกกำลังกาย

จากผลการสำรวจในสวนสาธารณะเป้าหมายทั้ง 5 แห่ง จำแนกองค์ประกอบภูมิทัศน์เชิงและภูมิทัศน์นุ่มที่สัมพันธ์กับรูปแบบการออกกำลังกายได้ดังนี้

1) องค์ประกอบหลัก ได้แก่ พื้นแบบแข็ง พื้นแบบยืดหยุ่น และสนามหญ้า ไม่ว่าจะมียูปร่างลักษณะใดก็สามารถรองรับกิจกรรมการออกกำลังกายได้หลายรูปแบบ เช่น การเล่นกีฬาเป็นทีม จักรยานลีสลา สเก็ตบอร์ด แอโรบิก ลีลาศ เป็นต้น โดยเฉพาะสนามหญ้ามักจะใช้ประกอบกิจกรรมออกกำลังกายที่เคลื่อนไหวช้า เช่น รำมวยจีน โยคะ รำไม้พลอง เป็นต้น นอกจากนี้ พื้นทางเดินที่มีเส้นทางยาวต่อเนื่อง และเชื่อมต่อกับพื้นที่ส่วนต่าง ๆ จะส่งผลให้เกิดกิจกรรมการออกกำลังกายที่ต้องใช้ระยะทาง เช่น การเดิน การวิ่ง การขี่จักรยาน เป็นต้น

2) องค์ประกอบรอง ได้แก่ ไม้ยืนต้น ไม้พุ่ม ไม้คลุมดิน โดยเป็นส่วนประกอบของพื้นที่ที่ก่อให้เกิดบริเวณที่มีร่มเงา มีความเป็นสัดส่วน และเป็นส่วนตัว มักจะได้รับความนิยมใช้ในพื้นที่ออกกำลังกายหลายรูปแบบ ทั้งแบบกลุ่มและแบบเดี่ยว

3) องค์ประกอบเสริม ได้แก่ องค์ประกอบภูมิทัศน์เชิงประเภทอื่น ๆ เช่น รั้ว กระบะต้นไม้ ม้านั่ง ฯลฯ และองค์ประกอบภูมิทัศน์นุ่มประเภทไม้ยืนต้น ที่มีความสูงและระยะพอเหมาะกับการ ยืด จับ วาง พิง มักจะถูกใช้เป็นอุปกรณ์ประกอบการออกกำลังกายได้ เช่น การยืดกล้ามเนื้อ เป็นต้น แต่อาจจะไม่เหมาะสมในบางกรณี เช่น บางกิจกรรมใช้เท้าเหยียบบนที่นั่ง เป็นต้น

6. การอภิปรายผล สรุป และข้อเสนอแนะ

6.1 อภิปรายผล

จากผลการศึกษาสวนสาธารณะเป้าหมายทั้ง 5 แห่ง พบว่า การตอบสนองต่อการใช้สอยและสร้างสุนทรียภาพที่ตื้นนั้น ยังควรมีการพัฒนาให้มีส่วนเอื้อต่อการออกกำลังกายได้มากขึ้น ไม่ว่าจะโดยตรงหรือโดยอ้อม โดยมีแนวทางการพัฒนาภูมิทัศน์ในสภาพแวดล้อมและองค์ประกอบภูมิทัศน์ที่สามารถเอื้อให้เกิดการออกกำลังกายได้อย่างเหมาะสม ดังนี้

6.1.1 การออกแบบภูมิทัศน์เพื่อเสริมสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการออกกำลังกาย

การสร้างสภาพแวดล้อมที่ดึงดูดผู้คนให้เข้าใช้พื้นที่ และเกิดกิจกรรมการออกกำลังกายได้ง่าย ควรเพิ่มความพึงพอใจต่อสภาพแวดล้อม โดยใช้หลักการออกแบบภูมิทัศน์ ให้เกิดการรับรู้ 1) ความเป็นธรรมชาติ (Naturalness) ของกลุ่มพืชพันธุ์ 2) ความชัดเจน (Legibility) ขององค์ประกอบที่มองเห็นและทำความเข้าใจได้ง่าย และ 3) ความซับซ้อน (Complexity) ขององค์ประกอบหลากหลายที่ดึงดูดและเกี่ยวโยงความสนใจของแต่ละบุคคล ซึ่งสอดคล้องกับการสังเกตการณ์ประกอบกับการสัมภาษณ์ผู้ใช้สวนสาธารณะเป้าหมายทั้ง 5 แห่ง ในหัวข้อต่อไปนี้

1) ระบบสัญญาณ เน้นและควบคุมการเข้าถึง จัดเส้นทางเดินเท้าและทางจักรยานที่มีความต่อเนื่องและวนรอบได้ รวมทั้งมีการเชื่อมต่อพื้นที่ส่วนต่าง ๆ ได้ทั่วถึง และสามารถเดินหลีกเลี่ยงบริเวณพื้นที่กิจกรรมได้ เพื่อไม่ให้เกิดการกีดขวางกัน

2) พื้นที่ใช้สอย จัดวางพื้นที่ในบริเวณต่าง ๆ ให้ต่อเนื่องกับเส้นทางเดินที่เข้าถึงได้ง่าย มีขนาดและรูปร่างที่ยืดหยุ่นต่อการประกอบกิจกรรมได้หลากหลาย สอดคล้องกับกิจกรรมของผู้ใช้สวนสาธารณะแต่ละกลุ่ม ทั้งแบบทีม แบบกลุ่มย่อย และแบบเดี่ยว เพื่อลดการทับซ้อนและการรบกวนกัน

3) สุนทรียภาพ สร้างบรรยากาศของกิจกรรมทั้งแบบกระฉับกระเฉง และแบบสงบ ร่วมกันในสภาพแวดล้อมที่เป็นธรรมชาติ ด้วยการมีสัดส่วนพื้นที่ของพืชพันธุ์ไม้ไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ของพื้นที่สวนสาธารณะ ซึ่งจะช่วยสร้างความร่มรื่นและสภาวะน่าสบายในพื้นที่ประกอบกิจกรรมออกกำลังกาย

6.1.2 รูปแบบองค์ประกอบภูมิทัศน์ที่ส่งผลต่อการออกกำลังกาย

ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบภูมิทัศน์ที่มีประโยชน์ใช้สอยเดิมกับรูปแบบการออกกำลังกายในสวนสาธารณะเป้าหมายทั้ง 5 แห่ง มีส่วนสำคัญที่จะนำมาเป็นข้อพิจารณาในการออกแบบให้เกิดการออกกำลังกาย ดังต่อไปนี้

1) องค์ประกอบหลัก ได้แก่ พื้นแบบแข็ง พื้นแบบยืดหยุ่น และสนามหญ้า ควรรูปร่างของพื้นที่ที่มีความเรียบง่าย ตรงไปตรงมา มีความต่อเนื่องของพื้นลานกับสนามหญ้า เพื่อสร้างโอกาสในการรองรับกิจกรรมได้มากขึ้น

2) องค์ประกอบรอง ได้แก่ ไม้ยืนต้น ไม้พุ่ม ไม้คลุมดิน เป็นส่วนประกอบสำคัญในพื้นที่ ควรจัดวางให้เป็นกลุ่มตามแนวทางสัญจรและขอบเขตพื้นที่ ไม่กระจุกกระจายหรือกีดขวาง เพื่อให้ใช้พื้นที่แต่ละส่วนได้อย่างเต็มที่

3) องค์ประกอบเสริม ได้แก่ องค์ประกอบภูมิทัศน์เชิงประเภทรูปอื่น ๆ ที่สามารถผสมผสานการใช้สอยร่วมกับการออกกำลังกาย โดยพิจารณารูปแบบที่เหมาะสมกับการยืด จับ พึง วาง หรืออื่น ๆ ที่เหมาะสม ทั้งนี้ควรมีโครงสร้างที่แข็งแรงมั่นคง ใช้วัสดุที่สัมผัสได้โดยไม่ระคายเคืองหรือก่อให้เกิดอันตราย และไม่เกิดการกีดขวางการใช้สอยเดิม นอกจากนี้ รูปแบบองค์ประกอบภูมิทัศน์ อาจจะออกแบบให้เกิดประโยชน์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น เป็นชั้นหรือช่องจัดเก็บอุปกรณ์ออกกำลังกาย เป็นพื้นยกระดับที่ใช้เป็นเวทีสำหรับผู้นำเต้นของกลุ่มแอโรบิก เป็นต้น ส่วนองค์ประกอบภูมิทัศน์นุ่ม ไม่เหมาะสมในการใช้เป็นอุปกรณ์ประกอบการออกกำลังกาย ทั้งรูปแบบ ความแข็งแรง ผิวสัมผัส และอาจจะมีความเสี่ยงต่อการดูแลรักษาพืชพันธุ์

6.2 สรุปผล

ผลการศึกษาลักษณะสภาพแวดล้อมที่เอื้อให้เกิดกิจกรรมการออกกำลังกาย และความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบภูมิทัศน์กับการออกกำลังกายในสวนสาธารณะได้ชี้ให้เห็นถึงข้อพิจารณาในการออกแบบภูมิทัศน์ที่ขัดแย้งกันระหว่างระบบสัญจร พื้นที่ใช้สอย และสุนทรียภาพ ตัวอย่างเช่น สวนสาธารณะที่มีพื้นที่ลาดเชิงรองรับการสัญจรและกิจกรรมออกกำลังกายมาก จะมีพื้นที่ธรรมชาติน้อย ส่วนสวนสาธารณะที่มีพื้นที่ปลูกต้นไม้และมีความร่มรื่นมาก จะมีพื้นที่กิจกรรมออกกำลังกายน้อย เป็นต้น ดังนั้น การผสมผสานประโยชน์ด้านนันทนาการควรเกิดความสัมพันธ์ระหว่างสัดส่วนร้อยละของการใช้งานแบบกระฉับกระเฉง (Active) และการใช้งานแบบสงบ (Passive) เท่ากับ 50:50 เป็นเกณฑ์พื้นฐาน และสามารถปรับสัดส่วนเล็กน้อยต่างกันได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความต้องการด้านกิจกรรมของผู้ใช้ประกอบกับนโยบายการพัฒนาพื้นที่ของหน่วยงานท้องถิ่น โดยเฉพาะบริเวณชุมชนที่จะเป็นฐานในการพัฒนาพื้นที่เชิงคุณภาพ ด้วยการใช้องค์ประกอบภูมิทัศน์ที่เหมาะสมเพื่อให้การใช้พื้นที่มีความกระชับและเกิดความคุ้มค่าในสภาพแวดล้อมที่จะเป็นพื้นที่สุขภาพสำหรับประชาชน

6.3 ข้อเสนอแนะ

ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ไม่ครอบคลุมถึงการบริหารจัดการ ระเบียบปฏิบัติของสถานที่ ซึ่งอาจจะมีผลกระทบต่อประสิทธิภาพของการใช้พื้นที่สวนสาธารณะ และรวมถึงข้อจำกัดที่เกิดจากการที่สวนสาธารณะบางแห่งมีการใช้พื้นที่เพื่อประกอบกิจกรรมอื่นปะปนอยู่ด้วย ผลการวิเคราะห์พื้นที่ในเชิงประจักษ์จึงไม่ครบถ้วนสมบูรณ์และอาจจะคลาดเคลื่อนได้ ควรมีการศึกษาปัจจัยอื่น ๆ เช่น การบริหารงานสวนสาธารณะ ทักษะคติของผู้ใช้ต่อกิจกรรมในสวนสาธารณะ เครือข่ายกลุ่มออกกำลังกายในสวนสาธารณะ เป็นต้น เพื่อให้เกิดผลต่อการใช้พื้นที่ประกอบกิจกรรมการออกกำลังกายอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กองนโยบายและแผนงาน. (2555). **พื้นที่สีเขียวในรูปสวนสาธารณะกรุงเทพมหานคร ปี 2554**. กรุงเทพฯ: สำนักผังเมือง

คณะกรรมการพัฒนาร่างแผนแม่บทการส่งเสริมกิจกรรมทางกาย. (2560). **แผนแม่บทการส่งเสริมกิจกรรมทางกาย (พ.ศ.**

2561 - 2573). นนทบุรี: กระทรวงสาธารณสุข.

ธราดล เก่งการพานิช และมณฑา เก่งการพานิช. (2547). **บททวนการจัดสิ่งแวดล้อมที่เอื้อต่อการออกกำลังกายและ**

มาตรการทางภาษี. นนทบุรี: กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข.

ปิยวัฒน์ เกตุวงศา และกรรณก พงษ์ประดิษฐ์. (2563). **พื้นที่กิจกรรมทางกายในประเทศไทยหลังวิกฤตโควิด-19:**

Regenerating physical activity in Thailand after COVID-19 pandemic. พิมพ์ครั้งที่ 1. นครปฐม: ศูนย์

พัฒนาองค์ความรู้ด้านกิจกรรมทางกายประเทศไทย สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล.

- ปิยวัฒน์ เกตุวงศา และคณะ. (2563). **คู่มือกิจกรรมทางกายประจำบ้าน**. พิมพ์ครั้งที่ 1. นครปฐม: ศูนย์พัฒนาองค์ความรู้ด้านกิจกรรมทางกายประเทศไทย สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล.
- สินศักดิ์ชนม์ อุ่นพรมมี. (2556). **พัฒนาการสำคัญของการสร้างเสริมสุขภาพ**. รายงานการประชุมระดับโลกเรื่องการสร้างเสริมสุขภาพ Milestones in Health Promotion: Statements from Global Conferences. นนทบุรี: สถาบันพระบรมราชชนก กระทรวงสาธารณสุข.
- สุนทร บุญญาธิการ และคณะ. (2556). การออกแบบที่อยู่อาศัยเพื่อให้ผู้อยู่อาศัยมีสุขภาพดี. **วารสารธนาคารอาคารสงเคราะห์**. 19(72), 86-97.
- อรณา จันทศิริ (ผู้รวบรวม). (2558). **สวนสาธารณะกับการส่งเสริมกิจกรรมทางกาย (The Role of Public Parks in Promoting Physical Activity)**. กรุงเทพฯ: ภาควิชาภูมิสถาปัตยกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- Catharine Ward Thompson. (2013). **Activity, exercise and the planning and design of outdoor spaces**. Retrieved from: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0272494413000054>.
- Serap Yilmaz and Sema Mumcu. (2016). **Urban Green Areas and Design Principles**. Retrieved from: <https://www.researchgate.net/publication/309285040>.

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการคงอยู่ของชุมชนนางเลิ้ง กรุงเทพมหานคร

Factors Influencing the Existence of Nang Loeng Community, Bangkok

ปณิชากริช ชูตระกูล¹ กฤตพร ห้าวเจริญ²
Pundari Chootrakul¹ Kritaporn Haocharoen²

Received: 27/05/2021

Revised: 14/09/2021

Accepted: 10/11/2021

บทคัดย่อ

กรุงเทพมหานครมีการขยายตัวของความเป็นเมืองตั้งแต่ พ.ศ. 2504 ด้วยนโยบายของภาครัฐที่มุ่งเน้นการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและส่งเสริมเศรษฐกิจและการลงทุน ชุมชนนางเลิ้งเป็นหนึ่งในย่านชุมชนเก่า อันเป็นแหล่งประวัติศาสตร์วิถีชีวิตและวัฒนธรรมดั้งเดิมที่ซึ่งได้รับผลกระทบจากการพัฒนา ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ทั้งความหลากหลายทางกายภาพ โครงสร้างทางสังคม และกิจกรรมทางเศรษฐกิจ ทำให้มีการตระหนักถึงการปรับตัวที่ส่งผลต่อการคงอยู่ จึงนำมาสู่ความสนใจในการศึกษาพัฒนาการและการปรับตัวที่ส่งผลต่อบทบาทของชุมชนนางเลิ้งในแต่ละช่วงเวลา อันนำไปสู่การสรุปปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการคงอยู่ของชุมชนนางเลิ้งในปัจจุบัน ผ่านการเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ คือ การศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลพื้นฐานของชุมชน ประกอบกับข้อมูลปฐมภูมิ คือ การลงสำรวจพื้นที่ และการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มบุคคลสำคัญและกลุ่มบุคคลทั่วไป จำนวน 15 คน ผลการศึกษาได้นำมาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอุปนัย พบว่าบทบาทในแต่ละช่วงเวลาเกิดจากความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางกายภาพ ลักษณะทางสังคม ลักษณะทางเศรษฐกิจ และบริบทภายนอกที่ส่งผลต่อการคงอยู่ของวิถีชีวิตดั้งเดิมและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชน และจำแนกปัจจัยที่ส่งผลต่อการคงอยู่ออกเป็น 2 กลุ่ม คือ ปัจจัยภายในที่ส่งผลต่อการคงอยู่ของชุมชน ประกอบด้วย ปัจจัยด้านกายภาพ ปัจจัยด้านสังคม และปัจจัยด้านเศรษฐกิจ และปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อการคงอยู่ของชุมชน ประกอบด้วย ปัจจัยด้านบริบทภายนอก นำไปสู่การเสนอแนะแนวทางเชิงนโยบายที่ส่งเสริมให้เกิดการคงอยู่และพัฒนาของชุมชนนางเลิ้งท่ามกลางบริบทที่สถานการณ์การเปลี่ยนแปลงในอนาคต

คำสำคัญ: ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการคงอยู่ การปรับตัว ชุมชนนางเลิ้ง

Abstract

Bangkok's urbanization since B.E.2504 (A.D.1961) has been a result of the national development policies focusing on infrastructure and fostering economic development and investment. Nang Loeng Community, one of the traditional communities which has rich history, culture, and traditional ways of life, has been affected by the urbanization and resulted the diversity of physical, social, and economic changes. These changes raised awareness within the community towards adaptation to sustain its existence. This study aims to gather its development, and adaptation that lead to Nang Loeng Community's roles in each period in order to analyze the levels of influence of factors that affect the existence of Nang Loeng Community to the present day (A.D.2020). Two sets of data were collected as follows: a set of secondary data was literature review of articles on community's basic information and a set of primary data from surveying and interviewing two sample groups. One was a group of 5 communities and cultural leaders and the other was a group of 10 residences and outsiders. The results of the study show that the interrelationship among physical characteristics, social structure, economic activities, and external factor

¹⁻² สาขาวิชาการผังเมือง คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

Division of Urban Environmental Planning and Development, Faculty of Architecture and Planning Thammasat University

ผู้ติดต่อประสานงาน อีเมล: pundari.ch@gmail.com

has influenced the existence of Nang Loeng Community's a way of life and cultural identity. This finding could lead to policy recommendation to sustain the community's existence amidst changes in the future

Keywords: Existing factor, Adaptation, Nang Loeng Community

1. บทนำ

ประเทศไทยมีการขยายตัวของความเป็นเมืองมาตั้งแต่ พ.ศ. 2503 โดยเฉพาะพื้นที่กรุงเทพมหานครที่มีการมุ่งเน้นการพัฒนา ทั้งโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจของประเทศ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงภายในพื้นที่เมือง ทั้งความหลากหลายของการใช้ประโยชน์ที่ดิน พหุสังคมวัฒนธรรม และการเกิดขึ้นของกิจกรรมทางเศรษฐกิจรูปแบบใหม่ โดยการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวก่อให้เกิดการสูญหายหรือการลดทอนความสำคัญของชุมชนดั้งเดิมที่มีรากฐานการเติบโตมาพร้อมกับการสร้างบ้านเมืองตั้งแต่ช่วงสมัยกรุงรัตนโกสินทร์ อันเป็นแหล่งประวัติศาสตร์ วิถีชีวิตและมรดกวัฒนธรรมที่สำคัญ จึงทำให้ชุมชนดั้งเดิมมีการปรับตัวเพื่อการคงอยู่ของชุมชน

ชุมชนนางเลิ้ง ตั้งอยู่ทางทิศตะวันตกในพื้นที่แขวงวัดโสมนัส เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานคร ถือเป็นย่านทางเศรษฐกิจที่สำคัญนับตั้งแต่ช่วงกรุงรัตนโกสินทร์ในสมัยรัชกาลที่ 4 เป็นต้นมา ด้วยผลพวงจากการพัฒนาด้านคมนาคม รวมถึงการวางและออกแบบผังเมือง ทำให้ชุมชนนางเลิ้งเป็นหนึ่งในแหล่งพาณิชย์กรรม ศูนย์รวมความบันเทิงและศิลปวัฒนธรรมที่สำคัญของกรุงเทพมหานคร ตลาดนางเลิ้งเป็นตลาดบก มีอายุกว่า 122 ปี เป็นแหล่งอาหารคาวและขนมหวานต้นตำรับชาววัง ประกอบกับการเป็นที่ตั้งของศาลาเฉลิมธานีที่เป็นโรงหนังเก่าแก่ บ้านนางเลิ้ง ที่มีการรื้อร่ำละครชาตรีขึ้นชื่อ บ้านนราศิลป์ที่มีการทำหัตถกรรมสไบ และวัดเก่าแก่ที่เป็นศูนย์รวมจิตใจของผู้คนในชุมชน รวมถึงลักษณะของอาคารที่มีคุณค่าทางสถาปัตยกรรมที่บ่งบอกความเจริญรุ่งเรืองในอดีต (สำนักการวางผังเมืองกรุงเทพมหานคร และศูนย์ออกแบบและพัฒนาเมือง, 2562) อย่างไรก็ตาม ชุมชนนางเลิ้งเริ่มถูกลดความสำคัญลง เนื่องจากการพัฒนาเมืองนำไปสู่ความหลากหลายเชิงพื้นที่ โครงสร้างทางสังคม และกิจกรรมทางเศรษฐกิจ รวมถึงสถานการณ์ต่าง ๆ อาทิ สถานการณ์เหตุเพลิงไหม้ สถานการณ์ทางการเมือง สถานการณ์ทางเศรษฐกิจ และข้อบังคับกฎหมาย ฯลฯ อีกทั้งนโยบายของภาครัฐ อาทิ โครงการรถไฟฟ้ามหานครสายสีส้มที่ตัดผ่านกลางย่านเมืองเก่าในเขตพระนคร อาจจะก่อให้เกิดการเปลี่ยนรูปพื้นที่ชุมชนนางเลิ้งให้สอดคล้องกับมูลค่าที่ดินที่สูงขึ้นและความทันสมัยของการพัฒนาในอนาคต (เยี่ยมยุทธ สุทธิฉายา, 2561) ทำให้ชุมชนนางเลิ้งตระหนักถึงการคงอยู่ของวิถีชีวิตและอัตลักษณ์ของชุมชน ผ่านการปรับตัวเพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงผ่านการจัดการกิจกรรม มีการวางแผนและประสานงานร่วมกับภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคส่วนอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง มีการนำต้นทุนทรัพยากรวัฒนธรรมภายในชุมชนที่ถือเป็นจุดแข็งที่ควรค่าแก่การรักษาของชุมชน ส่งเสริมสร้างกิจกรรมร่วมกันที่ก่อให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจ จากกิจกรรมเหล่านี้ทำให้ชุมชนสามารถคงคุณค่าของความเป็นชุมชนนางเลิ้งแบบดั้งเดิม รวมถึงช่วยขับเคลื่อนให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองท่ามกลางบริบทของเมือง

ทั้งนี้ การพัฒนาเมืองส่งผลต่อการเกิดมิติที่เร่งเปลี่ยนผ่านเชิงพื้นที่ เกิดการลดทอนบทบาทของย่านชุมชนเก่า ทำให้ชุมชนนางเลิ้งตระหนักถึงความสำคัญและปรับตัวต่อการคงอยู่ของชุมชน โดยการคงอยู่ของชุมชน เป็นการคงอยู่ของกลุ่มสังคมภายใต้พื้นที่ที่มีคุณค่าและความหมายต่อผู้คน ภายในบทบาทนี้จะมีจัดการของกลุ่มสังคม ผ่านการขับเคลื่อนความต้องการร่วมกันและปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ เพื่อให้สามารถปรับตัวให้เหมาะสมกับสิ่งแวดล้อม รวมถึงสร้างความอยู่รอดและดำรงรักษาบทบาทของกลุ่มไว้ จนเกิดเป็นสัญลักษณ์ที่แสดงถึงความเป็นตัวตนของชุมชน รวมถึงมีการสืบทอดและผลิตซ้ำสู่บุคคลรุ่นหลังในแต่ละช่วงเวลาที่มีการปรับเปลี่ยนเพื่อรับมือกับสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ จึงนำมาสู่ความสนใจในการศึกษาถึงพัฒนาการและการปรับตัวที่ส่งผลต่อบทบาทของชุมชนนางเลิ้งในแต่ละช่วงเวลา อันนำไปสู่การสรุปปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการคงอยู่ของชุมชนนางเลิ้งในปัจจุบัน

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

- 2.1 ศึกษาพัฒนาการและการปรับตัวที่ส่งผลต่อบทบาทของชุมชนนางเลิ้งในแต่ละช่วงเวลา
- 2.2 สรุปปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการคงอยู่ของชุมชนนางเลิ้งในปัจจุบัน (พ.ศ.2563)

3. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

3.1 แนวคิดเกี่ยวกับชุมชนเก่า

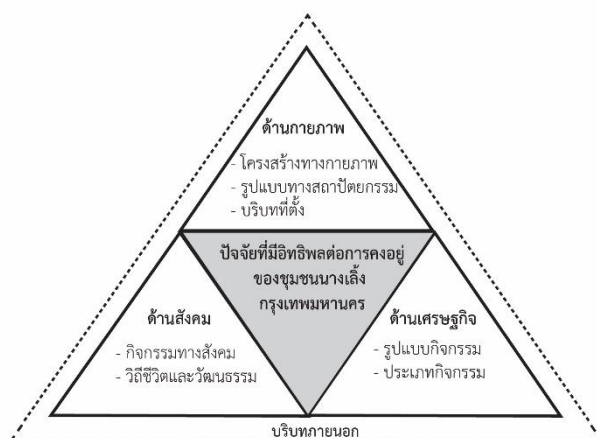
เป็นชุมชนที่มีความสำคัญในฐานะพื้นที่ทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของเมืองอย่างต่อเนื่องตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน แสดงถึงความเป็นตัวตนของย่านที่สื่อถึงคุณค่าและความหมาย ประกอบกับมีการรวมกลุ่มของกลุ่มสังคมที่มีวัฒนธรรมที่คล้ายคลึงกันเพื่อบรรลุดูวัตถุประสงค์ร่วมกัน ผ่านการปฏิบัติตามบรรทัดฐานและดำเนินกิจกรรมทางสังคม เกิดการผลิตเป็นสัญลักษณ์ของชุมชน ทั้งขนบธรรมเนียม รูปแบบวิถีชีวิต และวัฒนธรรมที่มีการสืบทอดจากรุ่นสู่รุ่น (ยงธนิศร์ พิมลเสถียร, 2556) สามารถสรุปองค์ประกอบที่เป็นชุมชนเก่า คือ (1) องค์ประกอบทางกายภาพ เป็นสิ่งที่ทำให้เกิดลักษณะทางกายภาพและสร้างคุณค่าโดยรวม ประกอบด้วย โครงสร้างทางกายภาพ รูปแบบทางสถาปัตยกรรม บริบทที่ตั้ง และ (2) องค์ประกอบทางสังคม เป็นองค์ประกอบที่สะท้อนให้เห็นถึงการดำรงอยู่ของวัฒนธรรมที่มีลักษณะเฉพาะ ประกอบด้วย วิถีชีวิตและวัฒนธรรม และลักษณะกิจกรรมทางสังคม (สำนักงานจัดการสิ่งแวดล้อมธรรมชาติและศิลปกรรม, 2559) แสดงให้เห็นถึงผลผลิตของชุมชนที่อยู่ในรูปแบบของทรัพยากรทางวัฒนธรรม ทั้งทรัพยากรวัฒนธรรมที่จับต้องได้ คือ สิ่งของหรือวัตถุที่มนุษย์ผลิต หรือดัดแปลงขึ้นเพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง และทรัพยากรวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ คือ สิ่งที่เกิดจากการถ่ายทอดและผลิตซ้ำทางความรู้และทักษะจากรุ่นสู่รุ่น (ธนิศ เลิศชาญฤทธ์, 2550) รวมถึง (3) กิจกรรมทางเศรษฐกิจ เป็นสิ่งที่เกี่ยวเนื่องกับลักษณะทางกายภาพและสังคมของชุมชน ประกอบด้วย รูปแบบของกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมของกลุ่มทางสังคม และส่งผลต่อประเภทกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นภายในพื้นที่ (Chapin, 1972)

3.2 แนวคิดเกี่ยวกับการคงอยู่ของชุมชน

การคงอยู่ของชุมชน (Community Existence) เป็นการเข้าใจถึงการมีอยู่ของมนุษย์ภายในพื้นที่หนึ่ง โดยการคงอยู่ของชุมชนมีความเชื่อมโยงกันระหว่างพื้นที่ สังคม กิจกรรมที่เกิดขึ้น และบริบทภายนอก กล่าวได้ว่า ด้วยลักษณะเฉพาะของพื้นที่ที่ตั้งอยู่ในฐานะที่เป็นธรรมชาติ โครงสร้างทางกายภาพ ความสัมพันธ์ทางสังคมและวัฒนธรรม (Thrift, 2003) ก่อให้เกิดการรับรู้และจดจำด้านคุณค่าและความหมายต่อพื้นที่ เนื่องจากพื้นที่ได้ยึดโยงอารมณ์และความรู้สึกของผู้คนที่มาต่อพื้นที่ นำไปสู่การรวมกลุ่มทางสังคมหรือเครือข่ายทางสังคม ประกอบด้วยบุคคลที่มีทัศนคติ บทบาท หรือหน้าที่คล้ายคลึงกัน ปฏิบัติตามบรรทัดฐานหรือกฎเกณฑ์ จนเกิดเป็นค่านิยม ทั้งแบบแผน ขนบธรรมเนียม และวัฒนธรรม ที่แสดงถึงสัญลักษณ์ที่สื่อถึงความเป็นตัวตนและมีการสืบทอดและผลิตซ้ำอยู่เสมอ รวมถึงการขับเคลื่อนชุมชนผ่านกิจกรรม เพื่อตอบสนองความต้องการหรือการแก้ไขปัญหาหรือร่วมกันอยู่เสมอ จำเป็นที่จะต้องมีความผู้นำที่สร้างการปรับตัวให้แก่ชุมชน ด้วยความสามารถชักจูงผู้คนให้มีส่วนร่วมในการดำเนินการสู่การเกิดกระบวนการเรียนรู้ร่วมกัน และความสามารถในการรักษาผลประโยชน์เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีของผู้คน รวมถึงผู้คนภายในชุมชนต้องมีการตระหนักรู้เชิงบวกและมีความสามัคคี เป็นหนึ่งเดียว ประกอบกับการที่ชุมชนจะคงอยู่ได้ต้องมีความสมบูรณ์ของทรัพยากรภายในชุมชน ผ่านการพึ่งพาตนเองของชุมชนด้วยการผลิตหรือใช้ทรัพยากรภายในชุมชน รวมถึงการกำหนดทิศทางการพัฒนาได้ด้วยตนเอง จะก่อให้เกิดเป็นกระบวนการทัศน์ใหม่ในการพัฒนาศักยภาพของชุมชนเอง (Rapoport, 1990; ชนิษฐ์ วัฒนศัพท์, 2554) นอกจากนั้น บริบทภายนอกดังแผนและนโยบาย ข้อกฎหมาย เป็นเครื่องมือชี้นำการพัฒนาการพัฒนาของเมือง และเทคโนโลยีและนวัตกรรม เป็นสิ่งใหม่ที่เกิดจากความคิดหรือทักษะเพื่ออำนวยความสะดวกของผู้คน สิ่งเหล่านี้ก่อให้เกิดการปรับเปลี่ยนเงื่อนไขทางสังคม การเมือง และเศรษฐกิจ อันนำไปสู่การคงอยู่หรือการปรับเปลี่ยนของชุมชนในอนาคต (Leslie, 2005)

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีข้างต้น กล่าวได้ว่าความคงอยู่ของชุมชนเกิดจากความสัมพันธ์ขององค์ประกอบทางกายภาพ สังคม และกิจกรรมทางเศรษฐกิจ ด้วยลักษณะเฉพาะทางกายภาพที่สร้างคุณค่าต่อพื้นที่ ก่อให้เกิดเครือข่ายทางสังคมที่มีการขับเคลื่อนกิจกรรมเพื่อบรรลุดูวัตถุประสงค์ร่วมกัน และสืบทอดสัญลักษณ์จากรุ่นสู่รุ่นเพื่อดำรงรักษาบทบาทและอัตลักษณ์ของชุมชนผ่านการปรับตัวต่อสถานการณ์ที่เกิดขึ้นได้ สามารถสรุปกรอบแนวคิดวิธีวิจัย (รูปที่ 1) คือ 1) ด้านกายภาพ เป็นการศึกษาถึงองค์ประกอบทางกายภาพของพื้นที่ ประกอบด้วย โครงสร้างทางกายภาพของชุมชน คือ (1) สิ่งที่แสดงถึงคุณค่าเชิงพื้นที่ของชุมชน (2) รูปแบบสถาปัตยกรรม คือ ลักษณะของสถาปัตยกรรมสามารถอ้างอิงถึงยุคสมัยของย่านชุมชนเก่า และ (3) บริบทที่ตั้ง คือ สิ่งแวดล้อมทั้งทางธรรมชาติและมนุษย์สร้างที่ซึ่งมีอิทธิพลต่อการคงอยู่หรือเปลี่ยนแปลงต่อพื้นที่ (สำนักงานจัดการสิ่งแวดล้อมธรรมชาติและศิลปกรรม, 2559) 2) ด้านสังคม เป็นการศึกษาถึงผลผลิตทางวัฒนธรรมของกลุ่มสังคม ประกอบด้วย (1) วิถีชีวิตและวัฒนธรรมของกลุ่มสังคม ดังทรัพยากรทางวัฒนธรรม คือ ทรัพยากรทางวัฒนธรรมประเภทจับต้องไม่ได้ หมายถึง ความรู้และทักษะ ประเพณี หรือศิลปะการแสดง และทรัพยากรทางวัฒนธรรมประเภทจับต้องได้ หมายถึง สิ่งของหรือวัตถุที่มนุษย์ประดิษฐ์หรือดัดแปลงขึ้นเพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง (ธนิศ เลิศชาญฤทธ์, 2550) รวมถึง (2) ลักษณะของกิจกรรม คือ กิจกรรมดั้งเดิมที่สืบทอดเนื่องมาถึงปัจจุบัน (สำนักงานจัดการสิ่งแวดล้อมธรรมชาติและศิลปกรรม, 2559) 3) ด้านเศรษฐกิจ เป็นการศึกษาถึงระบบกิจกรรมทางเศรษฐกิจของกลุ่มสังคม ประกอบด้วย (1) รูปแบบของกิจกรรม คือ ชนิดของกิจกรรมที่เกิดเนื่องจากพฤติกรรมของแต่ละ

กลุ่มจะส่งผลต่อรูปแบบพื้นที่ที่แตกต่างกัน และ (2) ประเภทกิจกรรม คือ กิจกรรมที่เกิดขึ้นภายในพื้นที่ (Chapin, 1972) และ 4) บริบทภายนอก เป็นการศึกษาด้านบริบทภายนอกที่ส่งผลต่อการคงอยู่หรือก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของชุมชน ดังแผนนโยบายและกฎหมาย ถือเป็นเครื่องมือหนึ่งในการปรับเปลี่ยนเงื่อนไขทางสังคม การเมือง เศรษฐกิจ เทคโนโลยีและนวัตกรรม มีผลในการพัฒนาเชิงเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และหากการพัฒนาไม่สอดคล้องจะก่อให้เกิดปัญหา รวมถึงสถานการณ์อื่น ๆ ที่ส่งผลต่อชุมชน (Leslie, R.M., 2005)



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดงานวิจัย

4. วิธีการวิจัย เครื่องมือวิจัย และระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษานี้ใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อทำความเข้าใจปรากฏการณ์ในเชิงลึกและสร้างองค์ความรู้เฉพาะบริบทของชุมชนนางเลิ้ง โดยมีการศึกษาข้อมูลด้านเอกสาร รายงาน และหลักฐานทางประวัติศาสตร์ รวมถึงการสำรวจพื้นที่ด้วยวิธีการจดบันทึกข้อมูลและการถ่ายภาพ เพื่อสร้างความเข้าใจถึงลักษณะทางกายภาพ สังคม กิจกรรมทางเศรษฐกิจ และบริบทโดยรอบของชุมชน ประกอบกับการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ผ่านแบบสัมภาษณ์แบบปลายเปิด จำแนกกลุ่มตัวอย่าง ออกเป็น 2 กลุ่ม รวมทั้งสิ้นจำนวน 15 คน คือ (1) กลุ่มบุคคลสำคัญ จำนวน 5 คน ประกอบด้วย ผู้นำของชุมชนนางเลิ้ง ผู้ที่มีทักษะในด้านอาหาร ผู้ที่มีทักษะในด้านศิลปะการแสดง ผู้ที่มีทักษะในด้านดนตรี และผู้ที่มีทักษะในด้านหัตถกรรม ซึ่งเป็นกลุ่มบุคคลที่มีความเกี่ยวข้องกับกิจกรรมที่เป็นอัตลักษณ์ที่สำคัญของชุมชน และ (2) กลุ่มบุคคลทั่วไป จำนวน 10 คน แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ บุคคลภายในชุมชนนางเลิ้ง เป็นผู้คนที่มีความเกี่ยวข้องกับกิจกรรมของชุมชน และบุคคลภายนอกชุมชนนางเลิ้ง เป็นผู้คนที่มีความเกี่ยวข้องหรือมีผลต่อการคงอยู่ของชุมชนนางเลิ้ง ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษา และองค์กรอิสระ ซึ่งมีประเด็นในการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของชุมชน วิถีชีวิตและวัฒนธรรม และลักษณะกิจกรรมทางเศรษฐกิจ แนวทางการปรับตัวของชุมชน และสาเหตุที่ส่งผลต่อการคงอยู่ของชุมชน โดยผลการศึกษาที่ได้จากการรวบรวมข้อมูล ทัศนคติและข้อมูลปฐมภูมินำมาวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลร่วมกัน ผ่านวิธีการสร้างข้อสรุปอุปนัย (Analytic Induction) เป็นการตีความและสร้างข้อสรุปสมมติฐานที่สำคัญของประเด็นการศึกษาเพื่อทำความเข้าใจความหมายของปรากฏการณ์ทางสังคมในเชิงลึก และเป็นความรู้ที่ให้ความหมายในเฉพาะบริบทในประเด็นการศึกษาด้านพัฒนาการและการปรับตัวที่ส่งผลต่อบทบาทของชุมชนนางเลิ้งในแต่ละช่วงเวลา อันนำไปสู่การสรุปปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการคงอยู่ของชุมชนนางเลิ้งในปัจจุบัน

5. ผลการวิจัย

5.1 คุณลักษณะทางกายภาพ สังคม และเศรษฐกิจของชุมชนนางเลิ้ง

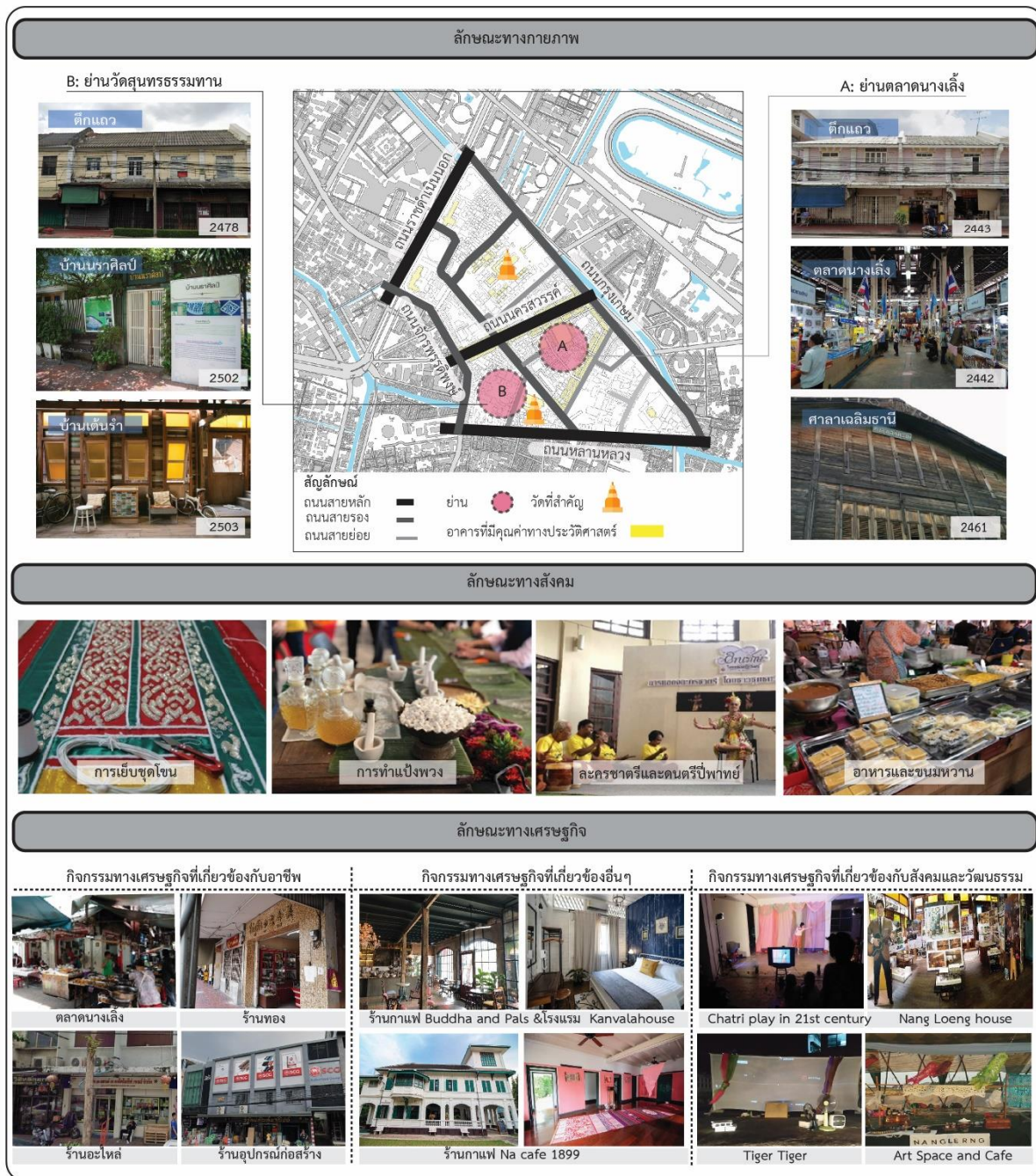
สามารถสรุปคุณลักษณะทางกายภาพ สังคม และเศรษฐกิจของชุมชนนางเลิ้ง (รูปที่ 2) มีรายละเอียด ดังนี้

ลักษณะทางกายภาพ: ด้วยศักยภาพของทำเลที่ตั้งที่มีความสามารถในการเข้าถึงพื้นที่ในอดีต ผ่านถนนสายสำคัญ อาทิ ถนนนครสวรรค์ ถนนหลานหลวง ถนนราชดำเนินนอก และถนนจักรพรรดิพงษ์ ทำให้เกิดจุดรวมกิจกรรมและกลายเป็นย่านของกลุ่มสังคม ประกอบด้วย (1) ย่านตลาดนางเลิ้ง เป็นย่านพาณิชยกรรมที่สำคัญของชุมชนนางเลิ้งในอดีตจนกระทั่งปัจจุบัน โดยภายในพื้นที่ประกอบด้วยสถานที่สำคัญ คือ ตลาดนางเลิ้งและตึกแถวริมถนนเป็นแหล่งการค้า และ

ศาลาเฉลิมธานีเป็นโรงหนังเก่าที่ซึ่งถูกใช้เป็นพื้นที่ในการจัดกิจกรรมของชุมชน รวมถึงวัดโสมนัสราชวรวิหาร เป็นพระอารามหลวงชั้นโทที่สร้างขึ้นในรัชกาลที่ 4 และ (2) ย่านวัดสุนทรธรรมทาน เป็นย่านที่อยู่อาศัยของผู้คนในชุมชนนางเลิ้ง โดยภายในพื้นที่ประกอบด้วยสถานที่สำคัญ คือ บ้านนาศิลป์ บ้านต้นรำ และบ้านเจ้าพระยาธรรมศักดิ์มนตรี มีการปรับเปลี่ยนการใช้งานสู่การเป็นพื้นที่ในการจัดกิจกรรมของชุมชน รวมถึงวัดสุนทรธรรมทานเป็นวัดที่ถูกสร้างขึ้นพร้อมการตั้งถิ่นฐานของชุมชน และถูกใช้เป็นสถานที่ในการจัดกิจกรรมทางศาสนา ประเพณี และเทศกาลที่สำคัญ และเมื่อพิจารณาถึงรูปแบบทางสถาปัตยกรรม พบว่าส่วนใหญ่เป็นแหล่งที่ตั้งของกลุ่มอาคาร พ.ศ. 2394 – พ.ศ. 2450 มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์และได้รับอิทธิพลจากตะวันตก มีอายุเฉลี่ย 50 – 100 ปีขึ้นไป มีลักษณะเป็นอาคารสูง 2 ชั้น ถึง 1 ชั้นครึ่ง หลังคาจั่ว มุงกระเบื้องว่าว หลังคาทรงปั้นหยา ชายคาสั้น และมีการทำชുമหน้าต่างเป็นลายรูปลิ้ม และ (2) กลุ่มอาคาร พ.ศ. 2451 – ปัจจุบัน (พ.ศ. 2563) แบ่งเป็นอาคารที่ถูกปรับปรุง และอาคารที่สร้างขึ้นใหม่ มีอายุเฉลี่ย 50 ปี เป็นอาคารสูง 2 ชั้นขึ้นไป (ทิพย์วรรณ แวกสะอาด, 2561) แสดงให้เห็นถึงการเป็นพื้นที่ที่สะท้อนโครงสร้างพื้นที่ทางกายภาพที่โดดเด่น อันนำไปสู่การสะท้อนถึงคุณค่าและความหมายของพื้นที่ ก่อให้เกิดความหวงแหนและรักษาพื้นที่ของกลุ่มสังคม

ลักษณะทางสังคม: ผู้คนในชุมชนนางเลิ้งมีความสัมพันธ์และอยู่อาศัยร่วมกันมาอย่างยาวนานตั้งแต่ช่วงต้นกรุงรัตนโกสินทร์ (พ.ศ. 2325) โดยแรกเริ่มชุมชนนางเลิ้งเป็นเพียงย่านที่อยู่อาศัยและประกอบอาชีพเกษตรกรรมเป็นส่วนใหญ่ ต่อมาเกิดการพัฒนาศูนย์ทางคมนาคมทำให้เกิดศักยภาพในการเข้าถึงพื้นที่ กลายเป็นย่านการค้าและแหล่งรวมความบันเทิงที่สำคัญ (เทียมสุรีย์ สิริศักดิ์, 2543) ทำให้เครือข่ายทางสังคมอยู่ในรูปแบบความสัมพันธ์เครือญาติและละแวกเพื่อนบ้านเพื่อแลกเปลี่ยน และรูปแบบความสัมพันธ์ที่เกิดจากบทบาทการประกอบอาชีพ รวมถึงยังคงมีการสืบทอดกิจกรรมทางศาสนาและประเพณีต่าง ๆ เช่น งานหล่อเทียนพรรษา งานสงกรานต์ งานทำบุญหลวงปู่ศุข และงานประจำปีศาลกรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์ เป็นต้น เมื่อพิจารณาถึงทรัพยากรวัฒนธรรมที่เกิดจากการสืบทอดและผลิตซ้ำของกลุ่มสังคม (กัญญา ทิพย์โส และทองใบ เรืองนนท์, 2563) ประกอบด้วย 1) ทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้ คือ (1) งานหัตถกรรม คือ ทักษะการทำแป้งพวงเป็นสิ่งที่สืบทอดมาจากย่านวัง และทักษะการเย็บเครื่องโขนสำหรับละครชาตรี (2) อาหารและขนมหวาน มีการสืบทอดสูตรอาหารและขนมหวานต้นตำรับจากย่านชาวจีน และ (2) ทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ คือ ศิลปะการแสดงด้านละครชาตรีและดนตรีปี่พาทย์ เป็นทักษะด้านศิลปะการแสดงของชาวดัตช์ที่ย้ายถิ่นฐานมายังพื้นที่ชุมชนนางเลิ้ง แสดงให้เห็นถึงการรวมกลุ่มของสังคมที่สัมพันธ์กับลักษณะทางกายภาพ จนเกิดเป็นรูปแบบความสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ และปรากฏถึงการขับเคลื่อนกิจกรรมทางสังคมที่มีการสืบทอดจากรุ่นสู่รุ่นให้ยังคงอยู่

ลักษณะทางเศรษฐกิจ: รูปแบบของกิจกรรมที่เกิดขึ้นภายในพื้นที่ชุมชนนางเลิ้งเกิดจากการใช้ประโยชน์ที่ดินและรูปแบบวิถีชีวิตของกลุ่มสังคม พบกิจกรรม 2 รูปแบบ คือ กิจกรรมเพื่อการอยู่อาศัยเป็นแหล่งที่อยู่อาศัยของผู้คนที่ตั้งถิ่นฐานจากการขยายตัวของพระนครในอดีต ซึ่งกระจุกตัวบริเวณพื้นที่ตลาดนางเลิ้งและรอบวัดสุนทรธรรมทาน และกิจกรรมธุรกิจเป็นกิจกรรมที่ก่อให้เกิดการผลิต ด้วยการเป็นย่านการค้าบริเวณตลาดนางเลิ้งและตามถนนสายสำคัญ โดยเฉพาะ (1) กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับอาชีพ คือ การค้าขายอาหารและขนมหวานเป็นการประกอบอาชีพหลักที่ซึ่งถือเป็นบทบาทการค้าที่มีความสำคัญ พบว่าเป็นร้านที่มีการสืบทอดมาตั้งแต่บรรพบุรุษ รวมถึงการค้าขายอะไหล่ยนต์เป็นร้านที่มีการขยายตัวต่อเนื่องจากแถบวรจักร และการค้าขายอุปกรณ์ก่อสร้างและสุขภัณฑ์ที่เกิดขึ้นใหม่ในช่วง 50 ปีที่ผ่านมาจะรวมตัวอยู่บริเวณริมถนนพะเนียง และ (2) กิจกรรมที่เกิดจากนักลงทุน เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเข้ามาลงทุนกิจการของบุคคลภายนอกภายในพื้นที่ เช่น ร้านกาแฟ โรงแรม เป็นต้น นอกจากนั้น มีการสร้างกิจกรรมใหม่ คือ (3) กิจกรรมทางสังคมและวัฒนธรรม เป็นการสร้างกิจกรรมร่วมสมัยที่สามารถสร้างมูลค่าวัฒนธรรมที่เกิดการขับเคลื่อนของกลุ่ม E-Loeng (สุวรรณ แวพลอยงาม, 2563) ดังตัวอย่างกิจกรรมยาดานนางเลิ้ง เป็นการประยุกต์ใช้เทคนิคละครชาตรีสู่ละครเวทีที่แสดงถึงความรุ่งเรืองของชุมชนนางเลิ้งในอดีตจากมุมมองของผู้คนภายในชุมชนและบทบาทของชุมชนนางเลิ้งจากมุมมองของผู้คนภายนอก สะท้อนให้เห็นถึงเส้นขนานของมุมมองที่จะเชื่อมต่อกับความคิดของคนรุ่นเก่าและคนรุ่นใหม่ ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้ก่อให้เกิดการดึงดูดผู้คนภายนอกเข้ามาในพื้นที่ นำไปสู่การหมุนเวียนทางเศรษฐกิจให้แก่ผู้คนชุมชนนางเลิ้ง แสดงให้เห็นถึงกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เกิดจากการขับเคลื่อนของกลุ่มสังคมเพื่อตอบสนองความต้องการและความสามารถในการพึ่งพาตนเอง



รูปที่ 2 ลักษณะทางกายภาพ ลักษณะทางสังคม และลักษณะทางเศรษฐกิจของชุมชนนางเลิ้ง

5.2 พัฒนาการและการปรับตัวที่ส่งผลต่อบทบาทของชุมชนนางเลิ้ง

มีการแบ่งช่วงการศึกษาพัฒนาการและปรับตัวของชุมชนนางเลิ้งตามลำดับเหตุการณ์การพัฒนาและการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญของกรุงรัตนโกสินทร์ซึ่งมีอิทธิพลต่อการปรับตัวของชุมชนนางเลิ้งใน 4 ช่วงเวลา มีรายละเอียด ดังนี้ (รูปที่ 7)

ช่วงเริ่มต้นของชุมชนนางเลิ้ง (พ.ศ. 2325 - พ.ศ. 2393) (รูปที่ 3) เป็นช่วงระยะของการสร้างบ้านเมือง เนื่องจากมีการย้ายราชธานีจากกรุงธนบุรีมาฝั่งตะวันออกของแม่น้ำเจ้าพระยา (กรุงรัตนโกสินทร์) มีการขุดคลองเพื่อสร้างโครงข่ายการสัญจรทางน้ำ การสร้างวัง และการสร้างวัดเพื่อเป็นแหล่งที่ยึดเหนี่ยวจิตใจของผู้คน ชุมชนนางเลิ้ง หรือบ้านสนามกระบือ อยู่บริเวณพื้นที่นอกกำแพงพระนคร มีสภาพพื้นที่เป็นสวน ทุ่งนา และสร้างที่อยู่อาศัยประปราย ต่อมามีการขุดคลองรอบนอกพื้นที่พระนครเพื่อใช้เป็นเส้นทางสัญจรในการทำการค้ากับจีน ทำให้ชุมชนนางเลิ้งเป็นย่านค้าขายริมน้ำ (วลัย

ลักษณะ ทรงศิริ, 2559) ซึ่งได้รับผลประโยชน์จากการพัฒนา และผู้คนหลากหลายเชื้อชาติต่างมีการอพยพและตั้งถิ่นฐาน โดยกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นเป็นเพียงการแลกเปลี่ยนสินค้า ดังสินค้าทางการเกษตรและการผลิตโอ่ง ตุ่ม ไห และหม้อดินเผา รวมถึงศิลปะการแสดง ดังโขน ลิเก ละครชาตรี และดนตรีปี่พาทย์ตามงานมหรสพต่าง ๆ แสดงให้เห็นถึงบทบาทการเป็นแหล่งที่อยู่อาศัยเป็นหลัก



การเกิดขึ้นของบ้านสนามกระบือ



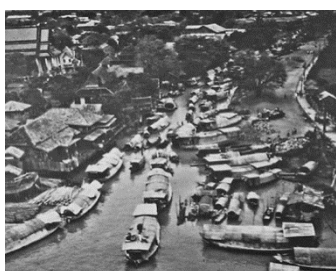
การค้าขายตามริมแม่น้ำ ลำคลอง



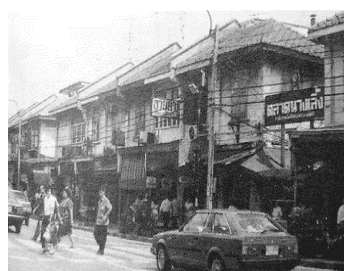
การแสดงละครชาตรี

รูปที่ 3 ช่วงเริ่มต้นของชุมชนนางเลิ้ง (พ.ศ. 2325 - พ.ศ. 2393) ที่มา: กรุงเทพฯ 2489-2539 (2539)

ช่วงขยายตัวของชุมชนนางเลิ้ง (พ.ศ. 2394 - พ.ศ. 2443) (รูปที่ 4) เป็นยุคสมัยที่รุ่งเรืองในการพัฒนาด้านการปกครอง เศรษฐกิจ สังคม การคมนาคมขนส่ง และการออกแบบชุมชนเมือง เพื่อสร้างกรุงเทพมหานครให้ทันสมัย เนื่องจากอิทธิพลทางการค้าของชาวตะวันตกที่เข้ามาทำสัญญาทางการค้าอย่างเสรี อิทธิพลจากการพัฒนาเส้นทางคมนาคมและขนส่ง ทำให้เกิดความสามารถในการเข้าถึงพื้นที่ของชุมชนนางเลิ้ง (เทียมสุรย์ สิริศักดิ์, 2543) ถือเป็นจุดสำคัญที่ทำให้พัฒนาสู่ย่านการค้าและขยายสู่พื้นที่การค้าทางบก คือ ตลาดนางเลิ้ง มีการค้าขายสินค้าประเภทอาหารสดและของนำเข้าจากต่างประเทศ รวมถึงการสร้างตึกแถวสถาปัตยกรรมตะวันตกเพื่อค้าขายรอบตลาด ขณะเดียวกันการเข้ามาของโรงหนังเฉลิมธานี และการเปิดบ่อนและโรงผับ เนื่องจากขณะนั้นผับถือเป็นสิ่งถูกกฎหมายและสร้างรายได้ให้แก่กรุงรัตนโกสินทร์เป็นจำนวนมาก ถือเป็นจุดเริ่มต้นของศูนย์รวมความบันเทิงแห่งแรก ๆ ของกรุงเทพมหานคร ประกอบกับการใช้พื้นที่เป็นที่ตั้งของวังและสถานที่ราชการ จึงเป็นปัจจัยชี้้นำความเจริญและดึงดูดให้ผู้คนภายนอกย้ายถิ่นฐานเพื่อประกอบอาชีพ แสดงให้เห็นถึงบทบาทการขยายตัวสู่การเป็นย่านการค้าและมีบทบาทรอง คือ การเป็นแหล่งที่อยู่อาศัยของสังคมพหุวัฒนธรรม



การเพิ่มขึ้นของเรือสินค้า



ตลาดนางเลิ้ง



โรงหนังเฉลิมธานี

รูปที่ 4 ช่วงขยายตัวของชุมชนนางเลิ้ง (พ.ศ. 2394 - พ.ศ. 2443) ที่มา: กรมศิลปากร (2539)

ช่วงเจริญรุ่งเรืองของชุมชนนางเลิ้ง (พ.ศ. 2444 - พ.ศ. 2503) (รูปที่ 5) เป็นช่วงหลังจากการพัฒนาพื้นที่ชั้นในเต็มศักยภาพของพื้นที่ ก่อให้เกิดการขยายการพัฒนาออกไปรอบนอกเพื่อเชื่อมต่อระหว่างพื้นที่ต่าง ๆ ทั้งการสัญจรทางบก ทางน้ำ และทางราง รวมถึงโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก จากการพัฒนาคมนาคมและขนส่งและนโยบายการพัฒนาเมือง ทำให้ชุมชนนางเลิ้งเจริญถึงขีดสุดและกลายเป็นย่านเศรษฐกิจที่สำคัญของกรุงเทพมหานคร (สุภาภรณ์ จิตามณีโรจน์, ปิยะวดี อภิชาติบุตร และศรีศักร วัลลิโภดม, 2554) ซึ่งผู้คนต่างต้องมาจับจ่ายใช้สอยบริเวณพื้นที่แห่งนี้

ส่วนใหญ่เป็นการใช้ประโยชน์ที่ดินแบบผสม (การประกอบพาณิชยกรรมและที่อยู่อาศัย) ทำให้กิจกรรมทางเศรษฐกิจเกี่ยวเนื่องกับการค้าขายเป็นส่วนใหญ่ ทั้งตลาดนางเลิ้งเป็นแหล่งสินค้าหลากหลาย ศูนย์รวมสถานบันเทิง ทั้งโรงหนังเฉลิมธานีเป็นแหล่งบันเทิงที่สร้างความมีชีวิตชีวาภายในพื้นที่ ตรอกละครเป็นย่านละครชาตรี และตรอกสะพานยาวเป็นแหล่งโรงน้ำชาแสดงให้เห็นถึงบทบาทการเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจที่ซึ่งเป็นแหล่งพาณิชยกรรมและศูนย์รวมความบันเทิงของกรุงเทพมหานคร



ศักยภาพในการสัญจรของพื้นที่

แหล่งสินค้าอาหารสดและสินค้านำเข้า

ตรอกละคร

รูปที่ 5 ช่วงเจริญรุ่งเรืองของชุมชนนางเลิ้ง (พ.ศ. 2444 - พ.ศ. 2503)
ที่มา: หอจดหมายเหตุแห่งชาติ (2489)

ช่วงการปรับตัวของชุมชนนางเลิ้ง (พ.ศ. 2504 - พ.ศ. 2563) (รูปที่ 6) การเกิดขึ้นของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับแรกเพื่อพัฒนาเมืองและส่งเสริมเศรษฐกิจของประเทศ ทำให้มีการเปลี่ยนแปลงในด้านกายภาพ สังคม เศรษฐกิจ วัฒนธรรม และการเมืองระหว่างประเทศ ชุมชนนางเลิ้งเป็นหนึ่งในชุมชนบริเวณพื้นที่ชั้นนอกของเกาะรัตนโกสินทร์ที่ได้รับผลกระทบจากการพัฒนา ทั้งตลาดนางเลิ้ง เกิดความคับแคบและถูกแทนที่ด้วยศูนย์การค้าแห่งใหม่ โรงหนังนางเลิ้งกลายเป็นโรงภาพยนตร์ที่ล้ำสมัย โรงผับปิดตัวลงเนื่องจากกฎหมายห้ามค้าฝิ่น และการเกิดเหตุเพลิงไหม้ทำให้อาคารบ้านเรือนที่มีคุณค่าเกิดความทรุดโทรม ประชาชนบางส่วนย้ายออกไปนอกพื้นที่ที่มีแนวโน้มเศรษฐกิจที่ดีกว่า (เมธีนิย ชุ่มผล และเกสรบัว อุบลสรรค์, 2559) ทำให้ชุมชนนางเลิ้งไม่มีอิทธิพลต่อการดึงดูดผู้คนจากพื้นที่ภายนอกให้เข้ามาใช้บริการมากดังอดีต จึงมีการปรับตัวจากย่านการค้าตลาดสดและสินค้านำเข้า สู่การเป็นย่านการค้าอาหารและขนมหวาน ดันตำหรับชาวจีน เพื่อรองรับพนักงานที่ทำงานบริเวณนางเลิ้งและบุคคลภายนอกที่เข้ามาใช้บริการ ต่อมาด้วยความเป็นเมืองที่เพิ่มขึ้นทำให้เกิดความหลากหลายทางกายภาพ สังคมวัฒนธรรม และกิจกรรมทางเศรษฐกิจ ประกอบกับแผนโครงการรถไฟฟ้ามหานครสายสีส้มช่วงตะวันตกพัฒนาใกล้พื้นที่ ดังนั้น ผู้นำชุมชนนางเลิ้งและผู้คนภายในชุมชนมีการตระหนักถึงการคงอยู่ของชุมชน จึงมีการรวมกลุ่ม คือ กลุ่ม E-Loeng เป็นกลุ่มที่เกิดจากการรวมตัวของผู้นในชุมชนนางเลิ้งในการขับเคลื่อนชุมชนให้สามารถพึ่งพาตนเอง (สุวรรณ แวพลอยงาม, 2563) ผ่านการสร้างกิจกรรมร่วมสมัยที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชน ด้วยการผนวกการใช้ทรัพยากรทางวัฒนธรรมของชุมชนร่วมกับความเชี่ยวชาญหรือทักษะของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ทำให้เกิดการเผยแพร่วัฒนธรรมแก่ผู้คนภายนอก สามารถสร้างมูลค่าทางวัฒนธรรมและดึงดูดผู้คนภายนอกเข้ามายังพื้นที่ นำไปสู่การหมุนเวียนทางเศรษฐกิจให้แก่ผู้คนชุมชนนางเลิ้ง และสามารถพึ่งพาตนเองในอนาคต



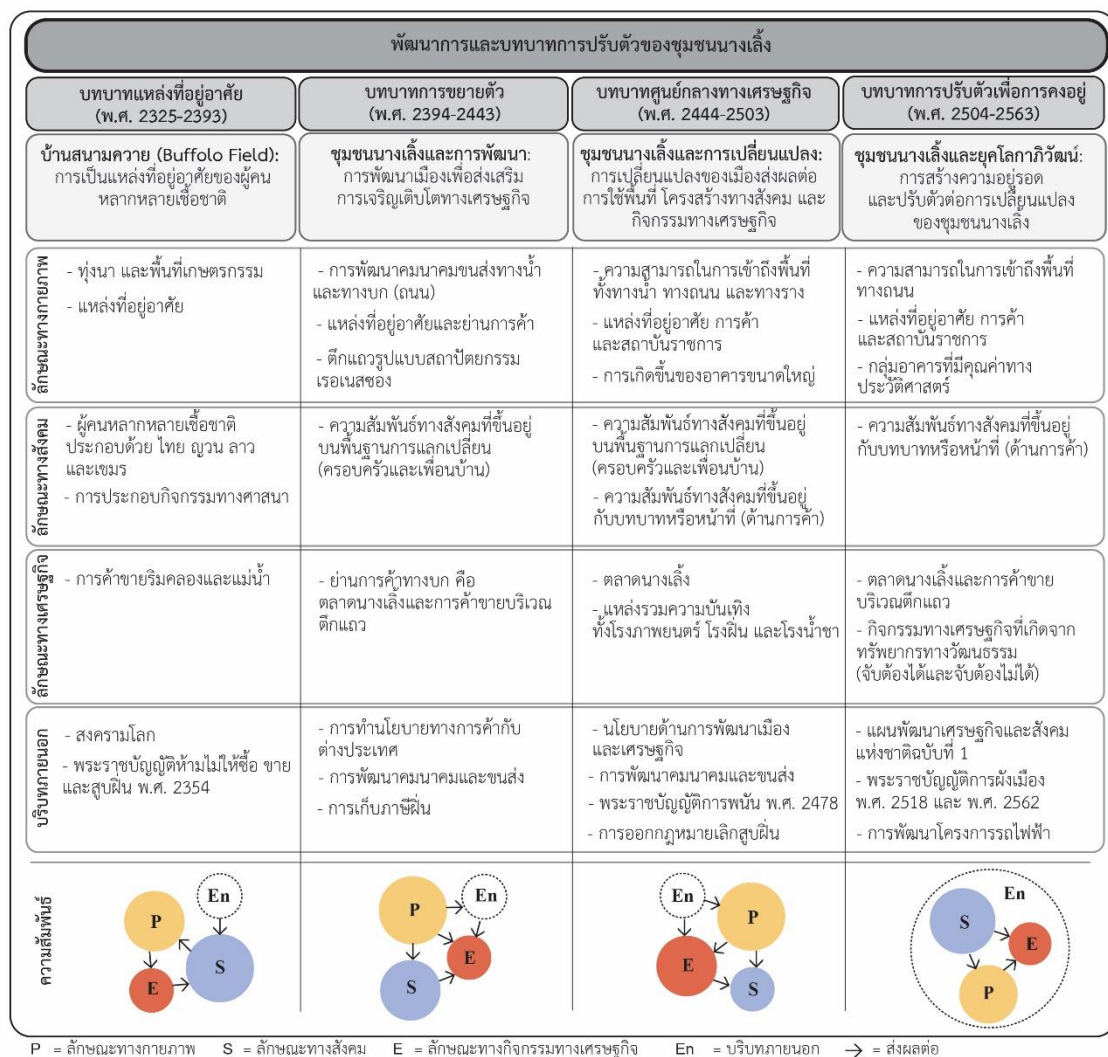
ตลาดนางเลิ้ง - แหล่งค้าขายอาหาร

วัดสุนทรธรรมทาน - กิจกรรมทางศาสนา

แหล่งที่อยู่อาศัย

รูปที่ 6 ช่วงการปรับตัวของชุมชนนางเลิ้ง (พ.ศ. 2504 - พ.ศ. 2563)

จากความสัมพันธ์ของลักษณะทางกายภาพ สังคม เศรษฐกิจ และบริบทภายนอกที่ส่งผลต่อบทบาทในแต่ละช่วงเวลาของชุมชนนางเลิ้ง (รูปที่ 7) คือ (1) ช่วงเริ่มต้น: เป็นบทบาทการเป็นแหล่งที่อยู่อาศัย ซึ่งเกิดจากการรวมกลุ่มของผู้คนบริเวณพื้นที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรทางธรรมชาติและความสะดวกในการสัญจรทางน้ำ ถือเป็นจุดเริ่มต้นของการใช้ประโยชน์ที่ดินในการเป็นแหล่งที่อยู่อาศัย เกิดกิจกรรมทางสังคมที่แสดงถึงประเพณีและวัฒนธรรมของกลุ่มสังคม และมีการแลกเปลี่ยนสินค้าทางการเกษตรเพื่อพึ่งพาอาศัยกัน (2) ช่วงขยายตัว: เป็นบทบาทการขยายตัวของชุมชนนางเลิ้ง ซึ่งเกิดจากการขยายการพัฒนาพื้นที่ชั้นในของเกาะรัตนโกสินทร์ ส่งผลให้มีการตั้งวัง วัด และสถาบันราชการบริเวณโดยรอบ และการตัดผ่านถนนพื้นที่ชุมชนนางเลิ้ง เกื้อหนุนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงจากการค้าขายริมคลองกลายเป็นแหล่งการค้าทางบกที่สำคัญ ทำให้ผู้คนต่างย้ายถิ่นฐานเพื่ออยู่อาศัยและประกอบอาชีพ (3) ช่วงเจริญรุ่งเรือง: เป็นบทบาทการเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจ ซึ่งเกิดจากศักยภาพทางกายภาพและการมีโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน ทำให้ชุมชนนางเลิ้งกลายเป็นย่านเศรษฐกิจที่สำคัญในฐานะตลาดใจกลางเมืองและแหล่งบันเทิงที่สำคัญ และผู้คนหลากหลายเชื้อชาติต่างรวมกลุ่มกันเพื่อประกอบอาชีพ และ (4) ช่วงการปรับตัว: เป็นบทบาทการปรับตัวเพื่อการคงอยู่ของชุมชนนางเลิ้ง ซึ่งเกิดจากผลพวงจากการพัฒนาเมืองส่งผลให้ชุมชนนางเลิ้งถูกลดทอนความสำคัญ จึงทำให้มีการปรับตัวออกเป็น 2 ระยะ คือ (1) ระยะแรก คือ การปรับตัวสู่การเป็นย่านการค้าอาหารและขนมหวานต้นตำหรับชาววัง และ (2) ระยะที่สอง คือ การปรับตัวผ่านการรวมกลุ่มเพื่อขับเคลื่อนให้เกิดการคงอยู่ของชุมชนนางเลิ้ง ข้างต้นแสดงให้เห็นถึงการขับเคลื่อนบทบาทชุมชนนางเลิ้งของกลุ่มสังคมภายใต้พื้นที่ที่มีคุณค่าและความหมายต่อผู้คน ประกอบกับการจัดการภายในชุมชน การขับเคลื่อนความต้องการ และการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ เพื่อสร้างความอยู่รอดและดำรงรักษาบทบาทของกลุ่มไว้และให้สามารถปรับตัวให้เหมาะสมกับสิ่งแวดล้อมจากรุ่นสู่รุ่น จนเกิดเป็นสัญลักษณ์ที่แสดงถึงความเป็นตัวตนของชุมชน



รูปที่ 7 สรุปพัฒนาการและบทบาทของชุมชนนางเลิ้ง 4 ช่วงเวลา (ตั้งแต่ พ.ศ. 2325 – พ.ศ.2563)

6. การอภิปรายผล สรุป และข้อเสนอแนะ

6.1 อภิปรายผลและสรุปผล

6.1.1 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการคงอยู่ของชุมชนนางเลิ้งในปัจจุบัน จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ลักษณะทางกายภาพ สังคม เศรษฐกิจ และบริบทภายนอกของบทบาทการปรับตัวเพื่อการคงอยู่ของชุมชนนางเลิ้ง นำมาสู่การสังเคราะห์ถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการคงอยู่ของชุมชนนางเลิ้ง สามารถแบ่งปัจจัยออกเป็น 2 กลุ่ม คือ ปัจจัยภายใน ประกอบด้วย ปัจจัยด้านกายภาพ ปัจจัยด้านสังคม และปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยภายนอก ประกอบด้วย ปัจจัยด้านบริบทภายนอก จึงนำมาสู่การจัดลำดับความสำคัญของกลุ่มปัจจัยข้างต้น ดังนี้

1) ปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อการคงอยู่ของชุมชนนางเลิ้ง คือ ปัจจัยทางสังคม เป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับเครือข่ายทางสังคมที่มีการสร้างความอยู่รอดและดำรงรักษาบทบาทของกลุ่มสังคมภายในขอบเขตพื้นที่หนึ่ง ด้วยผลพวงจากการพัฒนาเมือง ทำให้มีการปรับตัวเพื่อรับมือกับสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น โดยกฎหมาย ทิพโยสธ และทองใบ เรืองนนท์ (2563) กล่าวว่า การสืบเนื่องและผลิตซ้ำของกิจกรรมทางศาสนา ประเพณี และเทศกาลที่สำคัญ รวมถึงทรัพยากรทางวัฒนธรรม ทั้งงานหัตถกรรม อาหารและขนมหวาน และศิลปะการแสดง เป็นสิ่งที่ช่วยก่อให้เกิดการคงอยู่ทางด้านอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของกลุ่มสังคม ประกอบกับการเกิดขึ้นของกลุ่ม E-Loeng เป็นกลุ่มที่เกิดจากการรวมตัวของผู้คนในชุมชนนางเลิ้งผ่านการสร้างกิจกรรมเพื่อต้องการขับเคลื่อนการคงอยู่ของชุมชน ซึ่ง สุวรรณ แวพลอยงาม (2563) กล่าวว่า ผลจากการขับเคลื่อนกิจกรรม ทำให้ผู้คนในชุมชนเข้าใจถึงปัญหาที่จะต้องปรับตัวเพื่อรับมือกับสถานการณ์ของเมือง เกิดความเป็นหนึ่งเดียวและมีความช่วยเหลือเกื้อกูลกันในการสร้างกิจกรรม อันนำไปสู่การบรรลุความต้องการที่ตั้งไว้ร่วมกัน ดัง กาญจนา แก้วเทพ (2533) กล่าวว่า การคงอยู่ของชุมชนเกิดจากการยอมรับและปฏิบัติตามบรรทัดฐาน การพึ่งพาอาศัยกัน การสร้างแรงจูงใจให้เกิดการเกาะเกี่ยวกันภายในชุมชน รวมถึงความสามารถในการปรับตัวของชุมชนผ่านการจัดการเพื่อให้เหมาะสมกับสิ่งแวดล้อม สามารถสรุปลักษณะทางสังคมที่ส่งผลต่อการคงอยู่ของชุมชน คือ (1) การสืบทอดและผลิตซ้ำของวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของผู้คนภายในชุมชนนางเลิ้งจากรุ่นสู่รุ่น (2) การนำทรัพยากรทางวัฒนธรรมทั้งในรูปแบบที่จับต้องได้และรูปแบบที่จับต้องได้สู่การสร้างกิจกรรมที่สื่อถึงอัตลักษณ์ของชุมชนนางเลิ้ง (3) การมีผู้นำชุมชนที่สามารถรักษาและประสานผลประโยชน์ของกลุ่มสังคมเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตให้มีความเป็นอยู่ที่ดี และ (4) การรวมกลุ่มของชุมชนนางเลิ้งร่วมกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องเพื่อปรับตัวต่อสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

2) ปัจจัยรองที่ส่งผลต่อการคงอยู่ของชุมชนนางเลิ้ง คือ ปัจจัยทางกายภาพ เป็นสิ่งที่สร้างความหมายเฉพาะของพื้นที่ในฐานะความทรงจำของผู้คน ถือเป็นตัวกลางในการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม และการปฏิบัติกิจกรรมจนเกิดเป็นภาพตัวแทนของพื้นที่ที่แสดงถึงลักษณะเฉพาะของกลุ่มสังคม ด้วยความสามารถในการเข้าถึงพื้นที่ของชุมชนนางเลิ้งก่อให้เกิดจุดรวมกิจกรรมที่แสดงถึงความเป็นย่านตลาดนางเลิ้งและย่านวัดสุทธธรรมทาน กลุ่มอาคารภายในย่านส่วนใหญ่ล้วนเป็นที่ตั้งของกลุ่มอาคารทางสถาปัตยกรรมที่รับอิทธิพลจากตะวันตกตั้งแต่ช่วงสมัยรัชกาลที่ 5 มีอายุเฉลี่ยมากกว่า 50 – 100 ปี (ทิพย์วรรณ แวกสะอาด, 2561) เช่นเดียวกันกับ กฤตพร หัวเจริญ (2560) กล่าวว่าลักษณะทางกายภาพเกิดจากความสร้างสรรค์ของสมาชิกในชุมชน ผ่านวิวัฒนาการและสืบทอดจนกลายเป็นลักษณะพิเศษของชุมชน ถือเป็นส่วนหนึ่งทางประวัติศาสตร์ที่ก่อให้เกิดการรับรู้ของบุคคลทั่วไปและยังปรากฏให้เห็นและเข้าไปเรียนรู้ถึงเรื่องราวในอดีตที่ผ่านมาของยุคสมัยหนึ่ง สามารถสรุปลักษณะทางกายภาพที่ส่งผลต่อการคงอยู่ของชุมชน คือ (1) โครงข่ายการสัญจรที่มีการเชื่อมต่อกันอย่างทั่วถึงและเป็นระบบ ทำให้เกิดความสามารถในการเข้าถึงและดึงดูดให้เกิดกิจกรรมภายในพื้นที่ (2) ความเป็นย่านที่แสดงถึงคุณค่าและความหมาย ส่งผลให้เกิดการรวมกลุ่มของเครือข่ายทางสังคมที่มีความรู้สึกยึดโยงกับสถานที่และมีความรู้สึกหวงแหนในการรักษาพื้นที่ และ (3) ลักษณะทางสถาปัตยกรรมที่สร้างขึ้นช่วงสมัยรัชกาลที่ 5 สะท้อนถึงความหมายของพื้นที่เชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในช่วงเวลาหนึ่ง และปัจจัยทางเศรษฐกิจ เป็นสิ่งที่เกิดจากความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มสังคมภายในขอบเขตพื้นที่เพื่อตอบสนองความต้องการหรือขับเคลื่อนกลุ่มสังคมผ่านกิจกรรม ด้วยกิจกรรมทางเศรษฐกิจของชุมชนนางเลิ้งสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ที่ดินและรูปแบบวิถีชีวิต ประกอบด้วย กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับอาชีพเป็นการค้าขายของผู้คนภายในชุมชน กิจกรรมที่เกิดจากนักลงทุนเป็นการเข้ามาประกอบกิจการภายในพื้นที่ และกิจกรรมทางสังคมและวัฒนธรรมเป็นกิจกรรมที่เกิดจากการใช้ทุนทรัพยากรทางวัฒนธรรมร่วมกับการบูรณาการองค์ความรู้ เทคโนโลยี และนวัตกรรมสู่การสร้างกิจกรรมที่มีมูลค่า เพื่อให้ชุมชนสามารถอยู่ท่ามกลางพลวัตการเปลี่ยนแปลง ดังตัวอย่างการจัดนิทรรศการและกิจกรรมละครชาตรีในทศวรรษที่ 21 เป็นการร่วมมือกันระหว่างชุมชนนางเลิ้งและหน่วยงานภาครัฐ คือ กรมส่งเสริมวัฒนธรรม โดยตัวแทนจากกรมส่งเสริมวัฒนธรรม (2563) กล่าวว่า การจัดกิจกรรมดังกล่าวจะเป็นการเผยแพร่อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมในด้านศิลปะการแสดงที่ซึ่งเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่สำคัญของชุมชนนางเลิ้ง รวมถึงส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนนางเลิ้ง จะทำให้เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจภายในพื้นที่ อันนำไปสู่ความสามารถในการพึ่งพาตนเอง สามารถสรุปลักษณะทางเศรษฐกิจที่ส่งผลต่อ

การคงอยู่ของชุมชน คือ (1) การสืบเนื่องของกิจกรรมทางเศรษฐกิจดั้งเดิม เช่น การค้าขายอาหารและขนมหวาน ทำให้ชุมชนนางเลิ้งเป็นที่รู้จักในด้านการเป็นแหล่งวัฒนธรรมอาหาร (2) การปรับเปลี่ยนกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับทรัพยากรทางวัฒนธรรมของชุมชนนางเลิ้งสู่การสร้างกิจกรรมร่วมสมัยให้สอดคล้องกับบริบทของเมือง และ (3) ลักษณะทางเศรษฐกิจของชุมชนนางเลิ้งที่ยั่งยืนบนพื้นฐานความเข้มแข็งของการร่วมมือของผู้คนภายในชุมชน รวมถึงแรงสนับสนุนจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง

3) ปัจจัยสนับสนุนที่ส่งผลต่อการคงอยู่ของชุมชนนางเลิ้ง คือ ปัจจัยบริบทภายนอก เป็นสิ่งที่ส่งผลต่อชุมชนนางเลิ้ง ทั้งในเชิงบวกและเชิงลบ คือ (1) สภาพทางการเมือง ดังแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 นโยบายการส่งเสริมการพัฒนาเมือง ประกอบกับพระราชบัญญัติผังเมือง พ.ศ.2562 กำหนดให้พื้นที่ชุมชนนางเลิ้งมีการใช้ประโยชน์ที่ดินเป็นที่อยู่อาศัยหนาแน่นมากและพื้นที่พาณิชยกรรม จึงทำให้ชุมชนนางเลิ้งมีแนวโน้มการพัฒนาเป็นแหล่งพาณิชยกรรมที่มากขึ้น แต่ในทางกลับกันความเจริญอาจจะส่งผลต่อการสูญเสียด้านวิถีชีวิตและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม สอดรับกับ สุวรรณ แวพลอยงาม (2563) กล่าวว่าความสำคัญในการชี้นำการพัฒนาหรือการเปลี่ยนแปลงของแผน นโยบาย และกฎหมายส่งผลกระทบโดยตรงต่อชุมชน จำเป็นที่จะต้องอาศัยการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นของชุมชนเป็นสิ่งสำคัญ เพื่อออกแผน นโยบายและกฎหมายที่ซึ่งก่อให้เกิดการพัฒนาของเมืองและชุมชนเข้าไปในทิศทางเดียวกัน และ (2) เทคโนโลยีและนวัตกรรมเป็นหนึ่งในเครื่องมือที่ช่วยส่งเสริมการสร้างกิจกรรมของชุมชนนางเลิ้ง กล่าวคือ การช่วยสร้างกิจกรรมอย่างร่วมสมัยผ่านนวัตกรรมทางความคิดของผู้คนให้เกิดกิจกรรมที่มีความสร้างสรรค์ นำไปสู่การยกระดับมูลค่าทางวัฒนธรรมในรูปแบบใหม่ ๆ รวมถึงการสร้างความสามารถในการสื่อสารและการเข้าถึงผู้คนผ่านเทคโนโลยี อาทิ การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่าง ๆ ดังเฟสบุ๊คบ้านนางเลิ้ง เป็นหนึ่งในพื้นที่การประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่าง ๆ แก่ผู้คนที่น่าสนใจการจัดกิจกรรมของชุมชนนางเลิ้ง สามารถสรุปสภาพบริบทภายนอกที่มีผลต่อการคงอยู่ของชุมชน คือ (1) ผลพวงจากการกำหนดนโยบายและแผนการพัฒนาพื้นที่เมืองและชุมชนอย่างสอดคล้องซึ่งกันและกัน และกฎหมายที่กำหนดแนวทางการพัฒนาให้ไปในทิศทางเดียวกัน จะสามารถทำให้เกิดการขับเคลื่อนของชุมชนดำเนินควบคู่ไปกับการพัฒนาเมือง (2) การใช้เทคโนโลยีเพื่อสร้างความสามารถในการสื่อสารและการเข้าถึงผู้คน จะทำให้เกิดชุมชนมากยิ่งขึ้นในวงกว้าง และ (3) การใช้นวัตกรรมในการสร้างสรรค์กิจกรรมของชุมชน เป็นการฉายภาพอัตลักษณ์ของชุมชนในรูปแบบใหม่แต่ยังคงความดั้งเดิมไว้อย่างร่วมสมัย

6.2 ข้อเสนอแนะ

จากการสรุปปัจจัยที่ส่งผลต่อการคงอยู่ของชุมชนนางเลิ้งนำมาสู่การเสนอแนะเชิงนโยบายที่ส่งเสริมให้เกิดการคงอยู่ควบคู่ไปกับการพัฒนาของชุมชนใน (1) ด้านสังคม เป็นปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อการคงอยู่ของชุมชนนางเลิ้ง มีแนวทางการเสนอแนะ คือ ควรมีการส่งเสริมการประชุมของผู้คนภายในชุมชนเพื่อพูดคุยและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับประเด็นแนวทางการพัฒนาชุมชน รวมถึงการส่งเสริมการขับเคลื่อนร่วมกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องเพื่อก่อให้เกิดทิศทางการพัฒนาไปในทิศทางเดียวกัน (2) ด้านกายภาพและด้านเศรษฐกิจ เป็นปัจจัยรองที่ส่งผลต่อการคงอยู่ของชุมชนนางเลิ้ง มีแนวทางการเสนอแนะ คือ ควรมีการใช้พื้นที่ว่างหรืออาคารที่มีคุณค่าทางสถาปัตยกรรมบริเวณชุมชนเป็นสถานที่จัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมให้บุคคลภายนอกเข้าร่วมกิจกรรมและช่วยให้ผู้คนรู้จักพื้นที่ต่าง ๆ ของชุมชนนางเลิ้งมากขึ้น และการส่งเสริมกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่แสดงถึงอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมเพื่อเป็นสร้างความตระหนักถึงความสำคัญของผู้คนภายในชุมชน และเป็นการเผยแพร่วัฒนธรรมแก่บุคคลภายนอก และ (3) ด้านบริบทภายนอก เป็นปัจจัยสนับสนุนที่ส่งผลต่อการคงอยู่ของชุมชนนางเลิ้ง มีแนวทางการเสนอแนะ คือ ควรส่งเสริมองค์ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีและนวัตกรรมให้แก่ผู้คนภายในชุมชน เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการสร้างกิจกรรมให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจ โดยหลักการศึกษานี้สามารถปรับใช้กับชุมชนนางเลิ้งเพื่อคงคุณค่าของความเป็นชุมชนนางเลิ้งและขับเคลื่อนให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองท่ามกลางบริบทของเมือง ประกอบกับการประยุกต์ใช้ร่วมกับชุมชนเก่าอื่น ๆ ที่ยังคงมีความสำคัญ เนื่องจากแต่ละชุมชนเก่าจะมีลักษณะสำคัญที่ส่งผลต่อการคงอยู่ในรูปแบบที่แตกต่างกันตามบริบทของพื้นที่ นอกเหนือจากนั้น ยังเกิดประโยชน์เชิงวิชาการแก่นักวิชาการหรือผู้ที่สนใจมุมมองของชุมชนเก่าที่สามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงภายใต้ความเมือง

เอกสารอ้างอิง

กรมส่งเสริมวัฒนธรรม. (การสื่อสารส่วนบุคคล [สัมภาษณ์], 15 ตุลาคม 2563)

กฤตพร หัวเจริญ. (2560). เอกลักษณ์ทางกายภาพของตลาดชุมชนริมน้ำบริเวณริมแม่น้ำท่าจีน กรณีศึกษา

จังหวัดสุพรรณบุรีและนครปฐม. วารสารวิชาการคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สจล. 25(19), 37-50.

กัญญา ทิพย์สถ. (การสื่อสารส่วนบุคคล [สัมภาษณ์], 9 ตุลาคม 2563).

กาญจนา แก้วเทพ. (2533). **สื่อสองวัฒนธรรม**. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: มูลนิธิภูมิปัญญา.

- ชนินทร์ วัฒนสินธ์. (2554). คนรุ่นใหม่กับการพัฒนาท้องถิ่นอย่างยั่งยืน. *วารสารวิจัยเพื่อพัฒนาเชิงพื้นที่*. 4(4), 5-18.
- ทองใบ เรืองนนท์. (การสื่อสารส่วนบุคคล [สัมภาษณ์], 9 ตุลาคม 2563).
- ทิพย์วรรณ แวกสะอาด. (2561). *การปรับปรุงอาคารเก่าตลาดนางเลิ้ง*. (วิทยานิพนธ์สถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาสถาปัตยกรรม, มหาวิทยาลัยศรีปทุม).
- เทียมสุรย์ ลีรักดิ์ดี. (2543). *การศึกษาเพื่อการอนุรักษ์ย่านนางเลิ้ง*. (วิทยานิพนธ์สถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาการวางแผนภาคและเมือง, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย).
- ธนิช เลิศชาญฤทธ์. (2550). *การจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน).
- เมธินีย์ ชุ่มผล และเกสรบัว อุบลสรรค์. (2559). *เสวนาสาธารณะของคนย่านเก่าเมืองกรุงเทพฯ ครั้งที่ ๒ “ตลาดนางเลิ้ง ตลาดใหม่ (ซิงค์ลัก) ย่านخانพระนคร”*. เข้าถึงได้จาก: <https://lek-prapai.org/home/view.php?id=5088>.
- ยงธนันท์ พิมพ์เสถียร. (2556). ย่านเมืองเก่าและชุมชนดั้งเดิมกับการอนุรักษ์. *วารสารเมืองโบราณ*. 39(2), 94-107.
- เยี่ยมยุทธ สุทธิฉายา. (2561). *เดินดูนางเลิ้งเมื่อวัฒนธรรมถูกใช้รองรับการพัฒนา สู่คำถามสิทธิในเมืองที่เท่าเทียม*. เข้าถึงได้จาก: <https://prachatai.com/journal/2019/01/80466>.
- วลัยลักษณ์ ทรงศิริ. (2559). *ที่มาของชื่อ “นางเลิ้ง”*. เข้าถึงได้จาก: <https://lek-prapai.org/home/view.php?id=5071>.
- สำนักงานผังเมืองกรุงเทพมหานคร และศูนย์ออกแบบและพัฒนาเมือง. (2562). *Bangkok 250*. เข้าถึงได้จาก: <http://bangkok250.org/strategy/>.
- สำนักงานจัดการสิ่งแวดล้อมธรรมชาติและศิลปกรรม. (2559). *คู่มือการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมศิลปกรรมประเภทย่านชุมชนเก่า*. เข้าถึงได้จาก: <http://www.onep.go.th/nced/wp-content/uploads/2016/09/คู่มือการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมศิลปกรรมประเภทย่านชุมชนเก่า.pdf>.
- สุภาภรณ์ จิตามณีโรจน์, ปิยะวดี อภิชาติบุตร และศรีศักร วัลลิโภดม. (2554). *ย่านเก่าในกรุงเทพมหานคร*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สุวรรณ แวवलอยงาม. (การสื่อสารส่วนบุคคล [สัมภาษณ์], 1 ตุลาคม 2563).
- Chapin, S.F. (1972). *Urban Land Use Planning*. 3rd ed. Urbana: University of Illinois Press.
- Leslie, R.M. (2005). *The oxford handbook of health, communication, behavior change and treatment adherence*. New York: Oxford university Press.
- Rapoport, A. (1990). *A Systems of Activities and Systems of Settings. Domestic Architecture and the Use of Space*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Thrift, N.J. (2003). *Cultural Bodies: Ethnography and Theory*. Oxford: Blackwell.

Evaluation of Isometric Shade and Shadow Projection Methods used in the Technical Drawings of Traditional Thai Architecture Pedestal Moulding: The Interior Architecture Students Case Study

Wirayut Kuisorn¹

Received: 31/05/2021

Revised: 23/10/2021

Accepted: 10/11/2021

บทคัดย่อ

การวิจัยเกิดจากการบูรณาการเรียนการสอนในวิชาหลักการเขียนแบบเบื้องต้นกับวิชาสถาปัตยกรรมภายในไทย โดยมีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อศึกษาประสิทธิภาพของวิธีการเขียนแบบไอโซเมตริกในการหาตำแหน่งร่มเงาของฐานลวดบัวสถาปัตยกรรมไทยและความพึงพอใจของนักศึกษาในวิธีการนี้ ซึ่งฐานลวดบัวมีระนาบโค้งเป็นองค์ประกอบ มีคำถามการวิจัยคือ 1) มีฐานลวดบัวแบบใดบ้างในงานสถาปัตยกรรมไทย 2) การเขียนแบบร่มเงาฐานลวดบัวในแบบไอโซเมตริกแบบใดยากที่สุด และ 3) การเขียนแบบร่มเงาฐานลวดบัวนั้นนักศึกษาพอใจใช้สัดส่วนกล่องแสงใดและวิธีใด ทั้งนี้วิธีการวิจัยเป็นวิจัยเชิงทดลอง ได้ศึกษาฐานลวดบัวพระอุโบสถจากวัดในภาคกลาง 12 แห่ง และทดลองให้นักศึกษาภาควิชาสถาปัตยกรรมภายในจำนวน 112 คน ทดลองเขียนแบบแล้วตอบแบบสอบถามเพื่อประเมินความพึงพอใจ

ผลการวิจัยคือ 1) ฐานลวดบัวแบ่งได้สามกลุ่ม คือ ฐานหน้ากระดาน, ฐานปัทม์ และฐานสิงห์ และแบ่งองค์ประกอบที่ทำให้เกิดเงาได้สามกลุ่ม คือ ฐานยกเก็จ, พนักพลสิงห์, และ เสานางเรียง 2) ฐานลวดบัวที่เขียนแบบยากที่สุดคือ ฐานสิงห์, ฐานปัทม์, และ ฐานหน้ากระดานบัวหางยวักว่า ตามลำดับ และนักศึกษาแสดงความเห็นต่อองค์ประกอบที่ทำให้เกิดเงาบนฐานลวดบัวที่ยากที่สุดในการเขียนแบบคือ ฐานยกเก็จ, พนักพลสิงห์, และเสานางเรียง ตามลำดับ และ 3) นักศึกษาแสดงความพึงพอใจกล่องแสงที่สัดส่วน 1:1.5 และใช้วิธีที่ 3 คือใช้เส้นแสงหลักร่วมกับเส้นแสงด้านข้าง ในการเขียนแบบ ทั้งนี้ผลวิจัยนี้สามารถใช้ปรับปรุงกระบวนการเรียนรู้ในการเขียนแบบไอโซเมตริกเพื่อหาตำแหน่งร่มเงาของฐานลวดบัวจากแบบที่ถ่ายไปยากตามลำดับและช่วยนักศึกษาเข้าใจองค์ประกอบฐานอาคารของงานสถาปัตยกรรมไทยดีขึ้น

คำสำคัญ: ฐานลวดบัว ร่มและเงา กล่องแสง เขียนแบบไอโซเมตริก สถาปัตยกรรมไทย

Abstract

This study is a part of the fundamental drawing lessons within the Thai Interior Architecture class for the Interior Architecture students. The main objectives of this investigation focus on categorizing the types of pedestal or moulding base used in the central Thai *ubosot* (Buddhist Temple's ordination hall) architecture, and to determine the effectiveness of two shade and shadow projection techniques in isometric drawing of the traditional these traditional Thai architecture moulding pedestal. In this light, the research questions entail: 1) how many styles of moulding base are in the traditional Thai architecture? 2) which type of moulding base is the most difficult to render shade and shadow in isometric drawing? and 3) which combination of light ray boxes ratio and proportions methods the students deem proficient for the creation of isometric shade and shadow projection? Collections of mouldings base from 12 *ubosot* central Thai Buddhist temples were used as material for 112 students from the department of interior architecture to experiment with isometric shadow projection lesson. Then, the students were asked to rate the level of

¹ Department of Interior Architecture, School of Architecture, Art, and Design, King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

Corresponding author email: wirayut.ku@kmitl.ac.th

effectiveness toward such techniques. The results indicate that 1) the central Thai *ubosot* pedestals can be divided into three groups including pedestals with cyma recta and cyma reverse, *lotus* pedestal, and *lions'* pedestal while the elements that cast shadows over the moulding are the pillar or colonnade, the stucco handrailing (*panuk phonla singha*), and the recess base (*yok ket*); 2) the most challenging moulding base for technical drawing are *lions'* pedestal, *lotus* pedestal, and pedestals with cyma recta and cyma reverse in that respective order; the students expressed biggest contributors to difficulties in shading and shadowing to be recess base, followed by stucco railing and lastly the pillar; 3) the students prefer the combination of the 1:1.5 light ray box ratio and the intersection light sources along with vanishing point projection to render shade and shadow of the moulding pedestals. These results can be used to improve the learning process of projecting shade and shadows in isometric drawing lessons and help the students to gain insights into varieties of the traditional Thai architecture elements.

Keywords: Moulding Pedestal, Shade and Shadow, Light Ray Box, Isometric Drawing, Thai Architecture

1. Introduction

Fundamental Principles of Drawing of Drawing class are requisite for The Bachelor of Architecture program. The class begins by introducing the students with the technical isometric shade and shadow rendering on basic geometric shapes, and gradually move to the increasingly complex shape and form such as those of the Thai architecture and its decorative patterns.

The traditional Thai architecture is known for its intricate architectural elements and can be challenging for the novice to decipher in a technical drawing exercise. However, only through these exercise, the students understanding of three-dimensional objects and its properties when interacting with light, which is one of the most important environmental factor impacting architecture, will be greatly enhanced.

Thus far, it has neither been a record of a formal study on the isometric shade and shadow on the traditional Thai architecture elements. Only examples from Basic Drawing Principles by Chulseni (1994) and architectural drawing by Rattanatasatia (2007) indicate the 1:1 light ray box ratio (30° in the isometric drawing) as recommended guideline. Due to the complexity of Thai architecture's isometric drawing, the aforementioned approach would be a daunting task and discouraging for a beginner.

Kuisorn and Bunyarittikit (2015) devises another alternative using the 1:1.5 light ray box ratio for rendering isometric shade and shadow of basic geometric shapes, which proves to shorten the drawing process. Kuisorn (2017) experimented with the 1:1.5 light ray box ratio on the isometric shade and shadow projection on stairs with handrails. The method is also found to be quite effective on the Thai architecture with intricate decorative elements.

Through the preliminary field survey of the *ubosot*, the researcher find that moulding pedestals are commonly used both within an interior and exterior of the building structure. Thus, it would be fruitful to compare and contrast the effectiveness of both the 1:1 and the 1:1.5 light ray box ratio techniques on these complex architectural elements. Especially, when assigned as class exercise, the students' feedback, and rating on the proficiency of the techniques may be used to inform the instructor of appropriate drawing methods as well as learning sequence for the isometric drawing lessons. This will help overcome the students' frustration of being exposed to unintended steep learning curve while familiarizing them with the traditional Thai architecture elements through the technical drawing lesson.



2. Purpose

The purpose of this paper is to evaluate the effectiveness of two isometric shade and shadow projection techniques while determining the degree of students' perceived proficiency of such methods when applying to Thai architecture in isometric drawing exercises.

3. Concepts and Theories

3.1 Shade and Shadow

Shadows are produced by the combination of three elements: 1) light, refers to the brightness, something that stimulates the sight and makes things visible (Office of the Royal Society, 2003), source, and direction of light, 2) exposure object or solid object blocking the path of light, and 3) shadow receiving plane or shadow receiving ground. The distance between the object and the shadow receiving plane needs to be taken into consideration along with the opacity of objects, as it will affect the shape of shadows. When light paths collide with the object it creates the surface area on the object where light does not reach, shade or high shade, and creates projection onto the receiving plane due to light path being blocked which appears in the shape of an object that obscures the path. This experiment will demonstrate the understanding of how the shade and shadow of the solid or opaque objects, that do not allow light to pass through, cast on the receiving plane in an isometric drawing. In this case, the exposed objects are the architectural elements of the *ubosot* such as pillar or *yok ket* and the like, while the projection plane will be the moulding pedestals of the *ubosot* and possibly might be on the base of the exposed object itself.

3.2 Isometric Projection

Isometric projection is a method for visually representing three-dimensional object in two-dimensions in technical and architectural drawings. Isometric projections, sometimes called isometric drawings, are a method of showing how measurements and components fit together. The word isometric derived from *Isos* meaning equal is a way to draw using three-axis that meet at one point and make 120° angles with each other. Therefore, isometric drawing must adjust the other angles onto a 30° angle with all three axes having equal proportion, for example, 1 unit in x, y, and z-axis equivalent to 1 meter.

3.3 Shade and Shadow Projection Method in Isometric Drawing

The first step for isometric shade and shadow projection is to identify the light source, which usually is the sun. Then, the angle of the light ray is adjusted to be 45° angle from the plan and elevation to simplify the drawing of the shadow orthographically. This will result in the main light source with the angle of 30° within the isometric drawing (1:1 light ray box ratio) hence easier shadow projection on the receiving plane (Chulasanic, 1994; Ratanatassanee, 2007). The study by Kuisorn and Bunyarittikit (2015) suggests way in which the 1:1.5 light ray box ratio may be used as alternative for isometric shade and shadow projection of basic geometric shapes, and later successfully apply on a more complex form such as stairs with curved handrails (Kuisorn, 2017). Thus, further proves the effectiveness of the 1:1.5 light ray box ratio method.

3.4 Moulding Pedestal in Thai Architecture

Thai architectural structure can be divided into 3 parts: base, body, and the peak or the roof. The base refers to the location or place for support (Royal Institute Dictionary, 2011), in architecture, there are two ways to categorize the base by the shape and function. Sinnugool (2014) classified shape of the bases pedestals as pedestal with *cyma recta* and *cyma reverse*, *lotus* pedestal, *lotus* petal base, *lotus* pedestal with *lotus* sheaths, and trim pedestal. On the other hand, the classification of through functions can be described as *pithy* base, *pratuksin* pedestal, *vanfa* pedestal, and *chukchi* base. The preliminary study of this research, implement the pattern classification system which entails pedestal with *cyma recta*

and cyma reverse, *lotus* pedestal, and *lions'* pedestal. The increasing complexity of moulding base categorization may also be added by increasing layers of moulding pedestals, patterns, height and so forth.

Thai bases of the traditional Thai architecture are divided into four types namely 1) plinth, the lowest level without moulding pedestal, 2) pedestals with cyma recta and cyma reverse with top board, ridge, panel, ridge, and bottom board, 3) *lotus* pedestal with the front part, top panel, ridge, supine *lotus*, ridge, panel, pointed torus, ridge, upright *lotus*, ridge, and bottom plane, and 4) *lions'* pedestal with the top board, ridge, supine *lotus*, ridge, plane, pointed torus, ridge, plane, ridge, and bottom board (Jirathutsanakul, 2016). This highly complex base was very popular during the late Ayutthaya period and early Rattanakosin period (Phrombhichitr, 1952; Sathapitanonda and Mertens, 2012).

3.5 Satisfaction

Khetpiyarat and Vikromprasit (2010) explained that satisfaction is an abstract concept. Satisfaction can be observed through the elaborated actions, making it hard to directly measure the level of satisfaction. The students' attitude towards a subject may differ due to their experience and level of interest in the subject of study. According to Abrah H. Maslow's hierarchy, students are often satisfied, if the instructors teaching style and lesson structure meets their expectation and freedom of expression.

4. Research Method

To define the scope of the study, this investigation commences with field survey to collect appropriate moulding pedestal and architectural component that commonly cast shadow on the moulding pedestals of the *ubosot*. Then the example components are used as inputs to create model on the computer to study the light projection outputs, and to generate variety of models that are realistic and not overly complicated for isometric drawing. The realistic model is better for the comprehension for the students' exercises. The moderate difficulty model is suitable for completion within class time while not causing frustration for the novice. Finally, 112 students, in Fundamental Principles of Drawing class, are assigned to create isometric drawings with shade and shadow projection using 1:1 and 1:1.5 of light ray box ratio approaches. The data collected included the students' isometric drawing as well as their rating on the perceived proficiency and opinion toward the methods. (Figure 1)

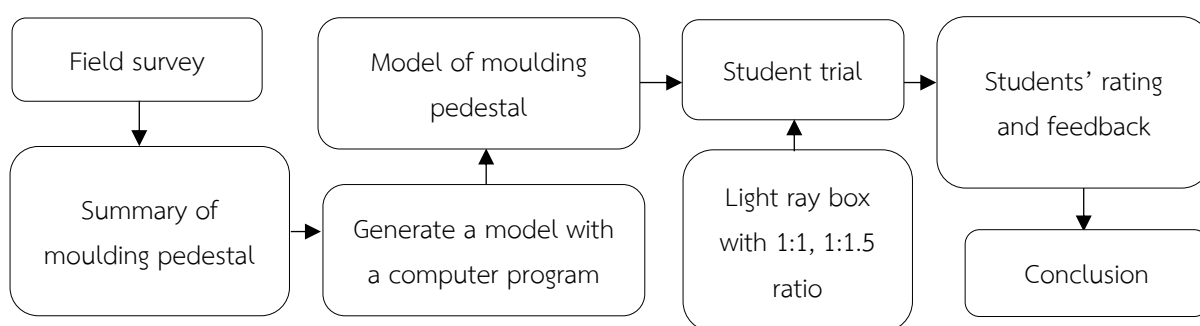
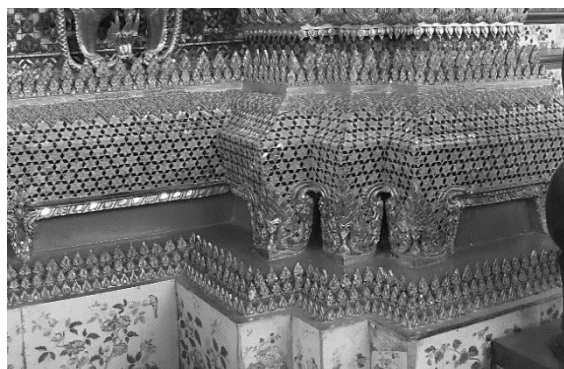


Figure 1 A Diagram of experimenting steps of the study.

4.1 Study of Thai Architectural Moulding Pedestal

Thai Architectural moulding pedestal of the *ubosot* used in this investigation are: *lotus* pedestal, *lotus* pedestal with a torus, and *lions'* pedestal and architectural elements of the *ubosot* that typically casts shadow on pedestal moulding include: pillar or colonnade, stucco handrailing (*panuk phonla singha*), and indented moulding pedestal (*yok ket*).

Field survey of Traditional Thai architecture and interior architecture elements are drawn from 12 central Thai Buddhist temples' *ubosot*. These include 4 temples from Bangkok Metropolitan area: the *Temple of the Emerald Buddha*, *Chetuphon Wimonmangkalam*, *Ratchabophit Sathit Mahasimaram Ratchaworawihan*, *Suthat Thepwararam Ratchaworamahawihan* (Figure 2); 1 temple from Nakhon Pathom province: *Phra Pathom Chedi Ratchaworamahawihan*; 3 temples from Phra Nakhon Si Ayutthaya province: *Phra Meru Rachikaram Worawihan*, *Sala Poon Worawihan*, *Kasattrathirat Worawihan* (Figure 3 and 4); and 4 temples from Phetchaburi province: *Yai Suwannaram Worawihan*, *Sa Bua*, *Khao Bandai It*, and *Koh Kaew Suttharam* (Figure 5).



Temple of the Emerald Buddha



Chetuphon Wimonmangkalam Temple



*Ratchabophit Sathit Mahasimaram
Ratchaworawihan Temple*



*Suthat Thepwararam Ratchaworamahawihan
Temple*

Figure 2 The bases of *ubosot* case studies from Bangkok.



*Phra Pathom Chedi Ratchaworamahawihan
Temple, Nakhon Pathom province*



*Phra Meru Rachikaram Worawihan Temple (Na
Phra Men), Phra Nakhon Si Ayutthaya province*

Figure 3 The bases of *ubosot* case studies from Nakhon Pathom and Phra Nakhon Si Ayutthaya provinces.



Sala Poon Worawihan Temple



Kasattrathirat Worawihan Temple

Figure 4 The bases of *ubosot* case studies from Phra Nakhon Si Ayutthaya province.



Yai Suwannaram Worawihan Temple



Sa Bua Temple



Khao Bandai It Temple



Koh Kaew Suttharam Temple

Figure 5 The bases of *ubosot* case studies from Phetchaburi province.

4.2 Moulding Pedestal Model

According to the data collected from Thai Interior Architecture course's field trips, the moulding pedestal model of the *ubosot* may be explicated as 1) two types *lions'* bases; *lions'* base, and pointed torus *lions'* base, found at the *Temple of the Emerald Buddha* (A), *Chetuphon Wimonmangkalam* (B), *Suthat Thepwararam Ratchaworamahawihan*, *Ratchabophit Sathit Mahasimaram Ratchaworawihan* (C), *Phra Pathom Chedi Ratchaworamahawihan* (D), Archway of *Sa Bua* (E), Archway of *Koh Kaew Suttharam* (F), and 'special' *lions'* base at *Chetuphon Wimonmangkalam* (Figure 6),

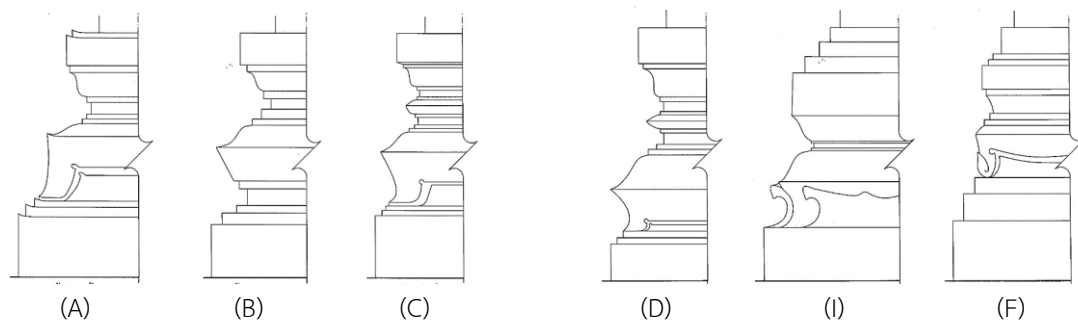


Figure 6 Side view of *lions'* pedestals.

2) the *lotus* pedestal of the *ubosot* may be grouped into three types; cyma recta and cyma reverse front window, *lotus* pedestal and pointed torus moulding base found in *Phra Meru Rachikaram Worawihan* (G), *Kasattrathirat Worawihan* (H), *Yai Suwannaram Worawihan* (I), *Koh Kaew Suttharam* (J), *Sala Poon* (K), *Sa Bua* (L), and *Khao Bandai It* (M) (Figure 7).

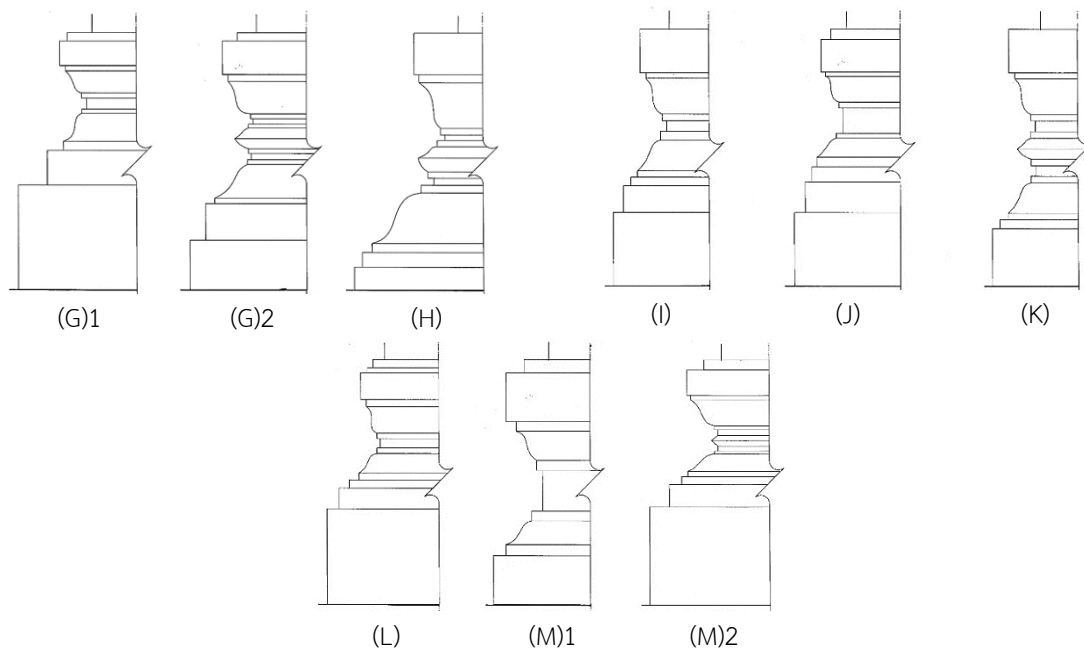


Figure 7 Side views of *lotus* pedestals.

The moulding pedestal in isometric as follow (Figure 8):

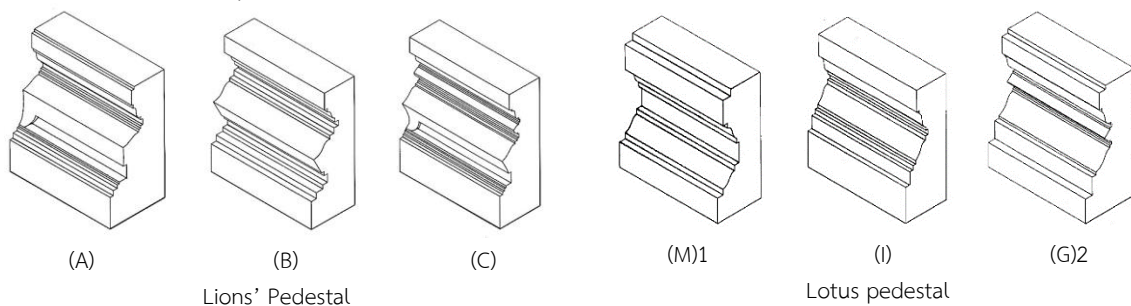


Figure 8 Isometric drawing of moulding pedestals.

Three characteristics of architectural element that casts shadow on pedestal moulding of the *ubosot* base are:

1) Pillar or colonnade: the temples with pillar consist of *Temple of the Emerald Buddha*, *Chetuphon Wimonmangkalaram*, and *Suthat Thepwararam Ratchaworamahawihan*. Temples with balcony posts include *Phra Meru Rachikaram Worawihan*, and *Yai Suwannaram*.

2) Stucco handrailing (*panuk phonla singha*): this element can be seen in the majority of *ubosot* with staircase. These include the *Temple of the Emerald Buddha*, *Chetuphon Wimonmangkalaram*, *Ratchabophit Sathit Mahasimaram Ratchaworawihan*, *Suthat Thepwararam Ratchaworamahawihan*, *Phra Pathom Chedi Ratchaworamahawihan*, *Phra Meru Rachikaram Worawihan*, *Sala Poon Worawihan*, *Kasattrathirat*, *Yai Suwannaram Worawihan*, and *Sa Bua*.

3) Base with indented corners (*yok ket*): these elements can be divided into indented corners from moulding pedestal of archway and stem from moulding pedestal itself. Those with indented corners from pedestal moulding of archway are found in the *Temple of the Emerald Buddha*, *Ratchabophit Sathit Mahasimaram*, *Suthat Thepwararam Ratchaworamahawihan*, *Sa Bua*, *Khao Bandai It*, and *Koh Kaew Suttharam*. The ones with *yok ket*, the element that stem from moulding pedestal are the *Temple of the Emerald Buddha*, *Suthat Thepwararam Ratchaworamahawihan*, *Phra Pathom Chedi Ratchaworamahawihan*, *Phra Meru Rachikaram Worawihan*, and *Sala Poon Worawihan*. The isometric drawing of objects that casts shadow on moulding pedestal of *ubosot* can be done by simplifying the details of the moulding elements to make the drawing process easier (Figure 9).

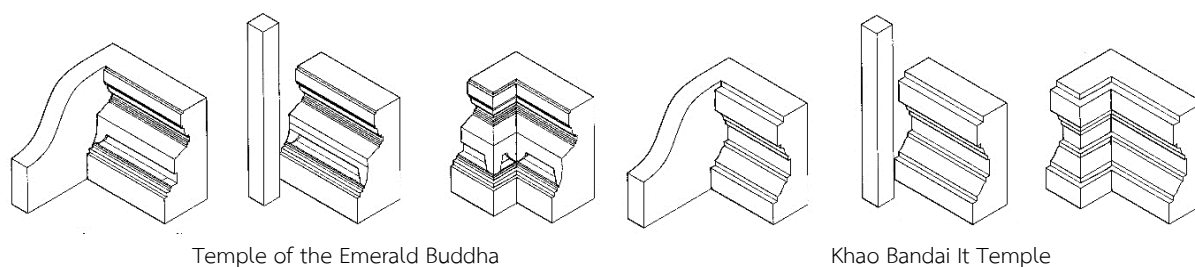


Figure 9 Architectural elements that cast shadow on *ubosot* base.

4.3 Students Experiment with Shade and Shadow Projection Method in Isometric Drawing

To help elucidate the process of isometric shade and shadow projection, the *ubosot* base of *Chetuphon Wimonmangkalaram*, which composed of the *lions'* pedestal and boarder pillar are used as an input for creating example prototype. Then the 1:1.5 light ray box ratio is used in the projection of shade and shadow onto the corners of the plane, and the on curved structure until the outline of the shadow appears and then the shading is rendered. It is found that the use of computer model to assist teaching is very effective as it enables more accurate understanding of the concept of isometric drawing while allowing the observer to view the architectural element from all directions (Figure 10 and 11).

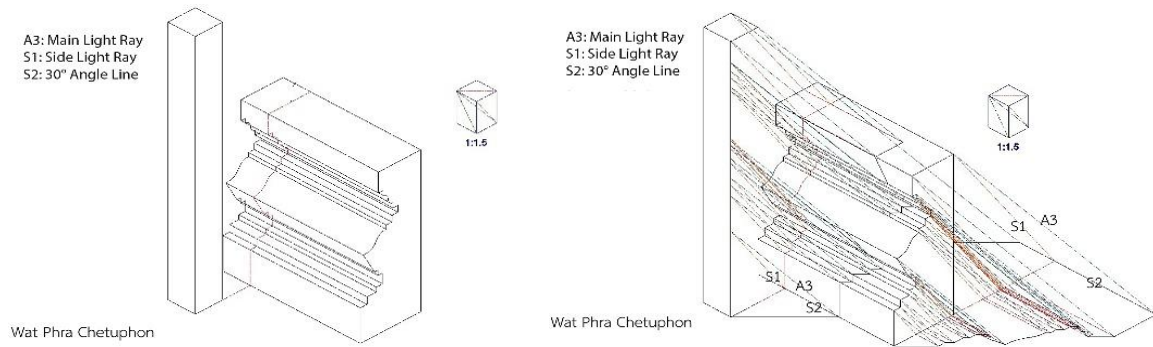


Figure 10 The isometric drawing for shade and shadow of moulding pedestal.

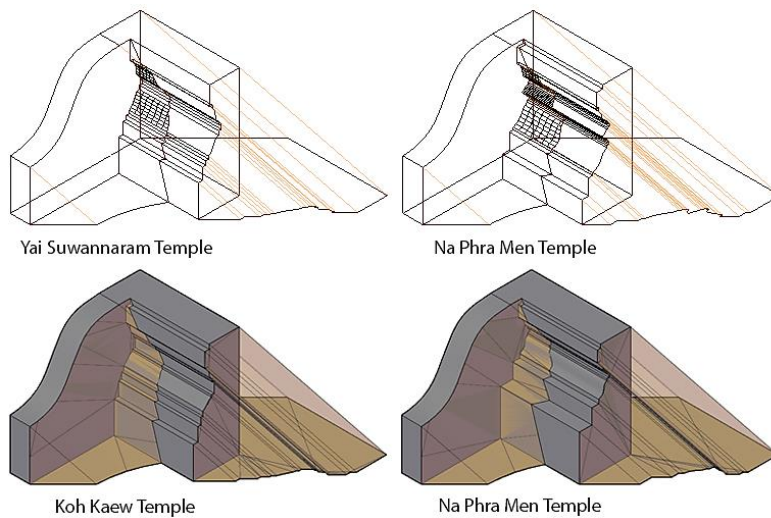


Figure 11 The shade and shadow from *panuk phonla singha* on moulding pedestal with modeling program.

The 112 students perform technical drawings and then are asked to rate level of perceived proficiency of the isometric shade and shadow projection method as well as feedback toward the learning experience and applicability of such methods. (Figure 12)



Figure 12 The lecture and students experimenting with shade and shadow projection methods.

5. Research Result

Three computer models for studying of isometric shade and shadow projection has been created as a tool to study its effect on Thai architectural elements by Kuisorn and Bunyarittikit (2015). These models comprise of variation of lighting alternatives: 1) main and above light ray, 2) main and front light ray, and 3) main and side light ray. It is found that the main and side light ray alternative is the most effective method for shade and shadow projection (Figure 13).

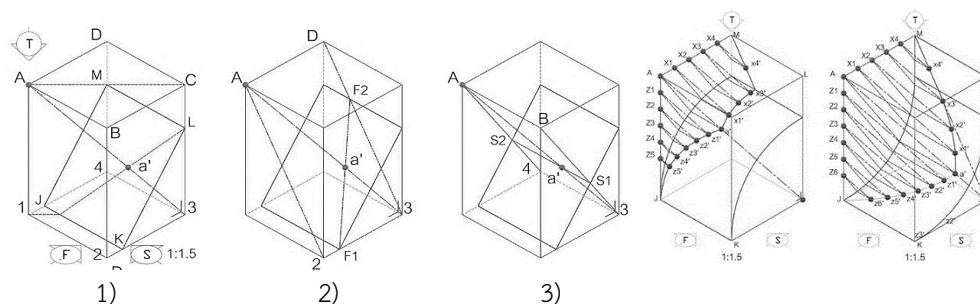


Figure 13 Isometric models with the 1:1.5 light ray box ratio for shade and shadow projection study.

5.1 Case Study: Shade and Shadow Projection on Thai Architecture Moulding Pedestal

The 1:1.5 light ray box ratio for the isometric projection of the architecture element shade and shadow on the moulding pedestal can be demonstrated through the depiction of how the pillar cast shadow on the cyma recta and cyma reverse pedestal, *lotus* pedestal and *lions'* pedestal from the examples drawn from 6 temples (Figure 14).

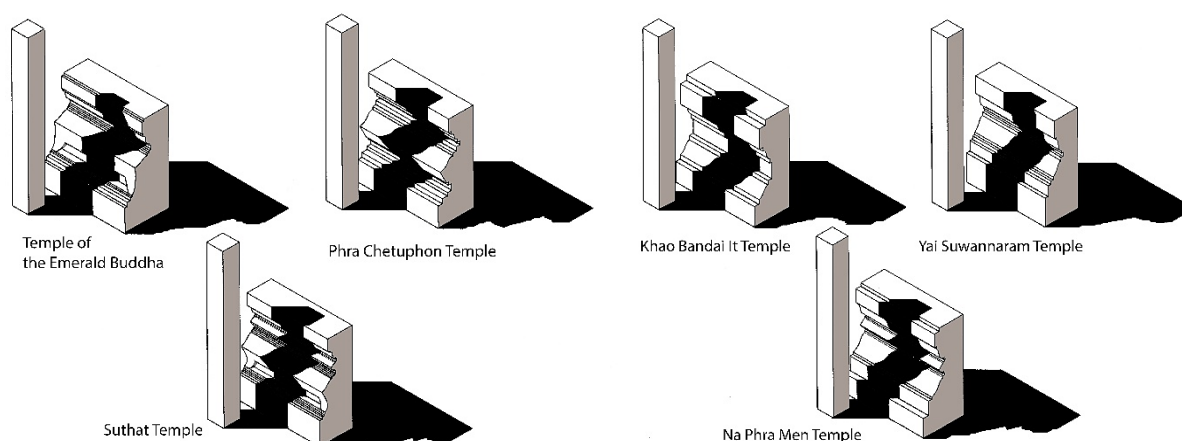


Figure 14 Isometric drawing of pillar shade and shadow casting on the *lions'* pedestals and *lotus* pedestals.

The 1:1.5 light ray box ratio for the isometric projection of architecture element shade and shadow onto the moulding pedestal can be demonstrated through the casting of *panuk phonla singha* on the cyma recta and cyma reverse pedestal, *lotus* pedestal and *lions'* pedestal (Figure 15).

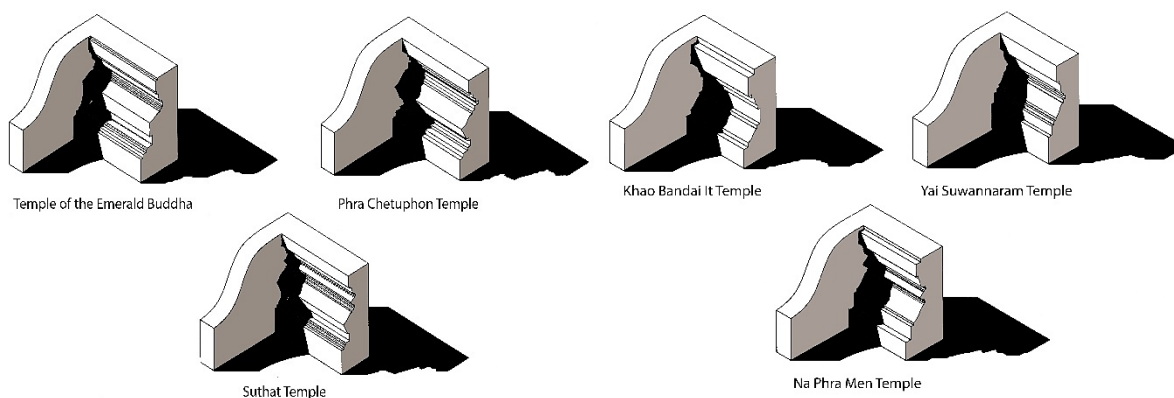


Figure 15 Isometric drawing of *panuk phonla singha* shade and shadow on *lions'* pedestals and *lotus* pedestals.

The use of the 1:1.5 ratio of light ray box, shade, and shadow of moulding pedestal in Thai architecture can be drawn isometrically from case study: *yok ket* on the cyma recta and cyma reverse pedestal, *lotus* pedestal and *lions'* pedestal (Figure 16).

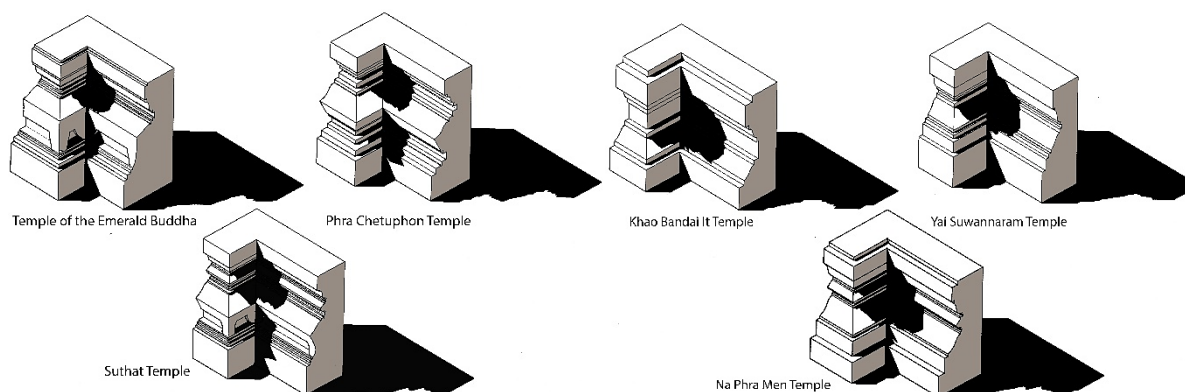


Figure 16 Isometric drawings of *yok ket* shade and shadow casting on *lions'* pedestals and *lotus* pedestals.

5.2 Research Results of Students' Opinion and Satisfaction

5.2.1 The score of the perceived proficiency, of the 1:1 and 1:1.5 light ray box ratio for the isometric drawing of Thai architecture elements shade and shadow projection on the moulding pedestal can be interpreted from the difficulty rating scale, which range from of 1 to 5: where 1 (1.00-1.49) = very easy, 2 (1.50-2.49) = easy, 3 (2.50-3.49) = fair, 4 (3.50-4.49) = difficult, and 5 (4.50-5.00) = very difficult.

The participants include 112 Interior Architecture students are asked to rate the perceived effectiveness of the 1:1 light ray box ratio for isometric shade and shadow projection, on average, students' rate the technique as very difficult (M=4.70, SD=.5, N=112). 79 students (71%) rate very difficult, 33 students (29%) rate difficult, while none of the participant finds the technique as medium (0%), easy (0%), or very easy (0%) to apply (Figure 17).

On average, the students rate the 1:1.5 light ray box ratio for the isometric drawing of Thai architecture element shade and shadow casting on moulding pedestal as "difficult" (M=3.59, SD=.7, N=112). 4 students (3%) rate very difficult, 68 students (61%) rate difficult, and 31 students (28%) rate medium, 9 students (8%) rate easy, and no one finds the method very easy (0%).

Although the average numbers of students' rate both the 1:1 and the 1:1.5 light ray box ratio as very difficult and difficult, but the mean of the 1:1 light ray box ratio ($M=4.79$) is slightly higher than the 1:1.5 light ray box ratio method ($M=3.59$). This probably because the 1:1 light ray box ratio is only applicable with a 30-degree main light ray, and difficult to apply to a curved component. However, the 1:1.5 light ray box ratio is more flexible and lend itself to 3 variation of lighting alternatives (Figure 13). Thus, the author proposed that students try using the third lighting variation (main and side light ray) on the model with curvature component.

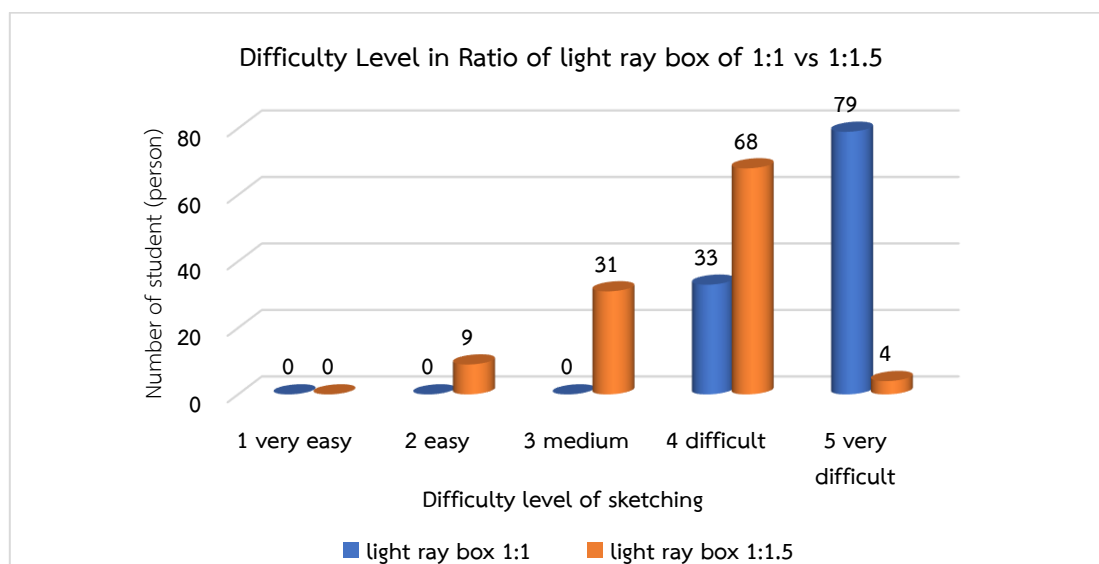


Figure 17 Comparison of difficulty rating of the 1:1 versus 1:1.5 light ray box ratio methods.

5.2.2 Comparison of the method effectiveness categorized by the pedestal moulding type (Table 1 & Figure 18). The cyma recta and cyma reverse pedestal is rated by the students as fair or at the medium level of difficulty (1), *lotus* pedestal is rated as difficult (2), and *lions'* pedestal is rated very difficult (3). The difficulty rating of isometric shade and shadow projection on pedestal moulding are summarized in the followings. (Table 1 & Figure 18).

Table 1 Comparison of difficulty level of shadow projection categorized by the pedestal moulding types.

Difficulty Level of Sketching	Level 1 medium (students)		Level 2 difficult (students)		Level 3 very difficult (students)	
Cyma Recta and Cyma Reverse Pedestal	109	97%	3	3%	0	0%
Lotus pedestal	29	26%	80	71%	3	3%
Lions' Pedestal	0	0%	29	26%	83	74%

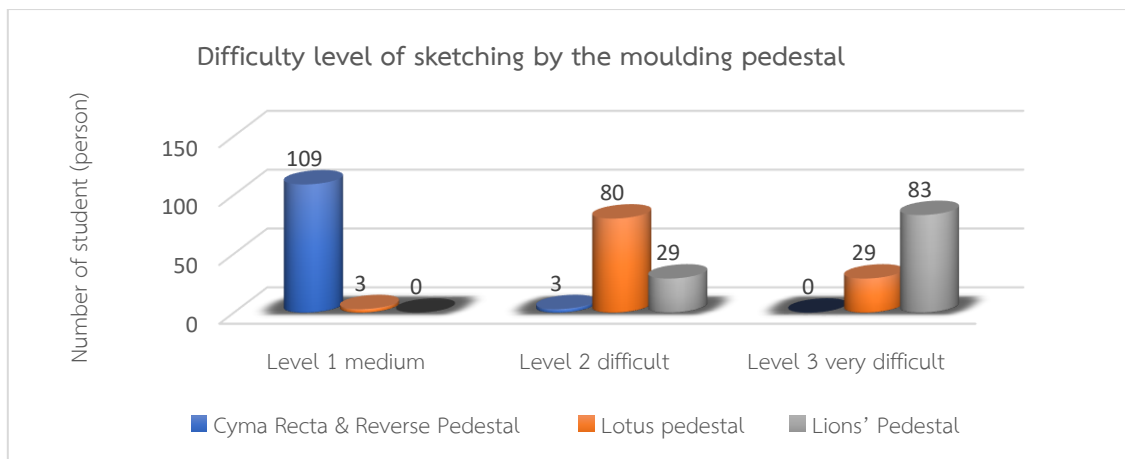


Figure 18 Comparison of difficulty level of shadow projection categorized by pedestal moulding types.

5.2.3 Comparison of difficulty level categorized by the exposed object (architectural elements that cast shadow on the moulding pedestal). (Table 2 & Figure 19). *Panuk phonla singha* is rated by the students as medium difficult (1), pillar/colonnade is rated as difficult (2), and lastly *yok ket* is rated as the very difficult (3) for shade and shadow projection.

Table 2 Comparison of difficulty level of shadow projection categorized by the elements that casts shadow.

Difficulty Level of Sketching	Level 1 medium (students)		Level 2 difficult (students)		Level 3 very difficult (students)	
Pillar/Colonnade	46	41%	65	58%	1	1%
<i>Panuk Phonla Singha</i>	66	59%	46	41%	0	0%
<i>Yok Ket</i>	0	0%	1	1%	111	99%

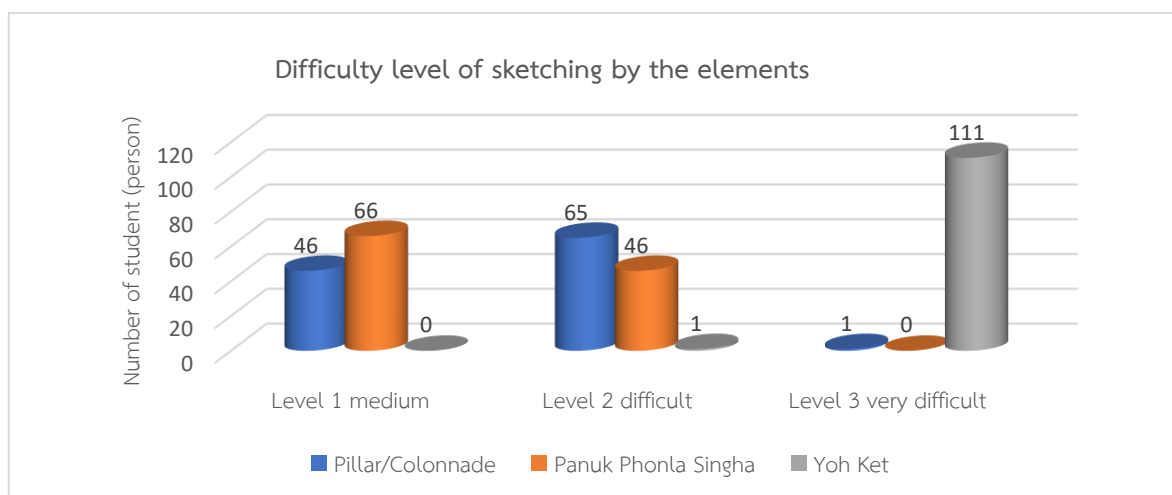


Figure 19 Comparison of difficulty level of drawing categorized by the elements that casts shadow.

The result of this research study can be used for the Fundamental Architectural Drawing instructor to arrange and structure the lessons and sequence of isometric drawing class from the easiest to the most difficult ones.

6. Discussion, Conclusion and Recommendation

This quantitative research study explores students' perceived effectiveness of two isometric shade and shadow projection on Thai architectural elements obtained from field survey. The investigation compiles 12 *ubosot* base or pedestal moulding from temples in the central Thai region and classified according to Sathapitanonda & Mertens (2012), and Sinnugool (2014) taxonomy system. Finally, the isometric drawing experiment of these traditional Thai architectural elements are used as models for the students to create isometric shade and shadow shade and shadow projection by using the methods devised by Kuisorn and Bunyarittikit (2015), Ratanatassanee (2007) and Chulasanic (1994).

This research has no precedent since none of previous literature is found on such topic. It merits both the fundamental architectural drawing as well as the traditional Thai architecture studies. For the fundamental architectural drawing, this research results can be used to improve the learning process and the organization of the content introduced to the students. As for the Thai architecture, the data from pedestals mouldings categorization will contribute enrich the understanding of the implementation of architectural elements of the central Thai *ubosot*.

6.1 Accuracy of shade and shadow in isometric drawing

The majority of the students (108 students: 96%) perceives that the 1:1.5 light ray box ratio are effective for the isometric shade and shadow projection, onto various Thai moulding pedestals design, when using the intersection of light source and vanishing point projection. The students indicate that, when compared to another method, the 1:1.5 light ray box ratio is the easiest and most expedient method especially when dealing with object's curved edge on a curved plane. It is also observed that the students are able to use this method to create an accurate shade and shadow projection even without prior instruction or experience.

6.2 Research on Isometric shade and shadow projection on pedestal moulding

The traditional Thai architecture elements that cast shadow on the moulding pedestal are *panuk phonla singha*, pillar/colonnade, and *yok ket* where the moulding pedestals consist of cyma recta and cyma reverse, *lotus* pedestal, and *lions'* pedestal.

Varying degree of difficulties in the shade and shadow projection occur when both elements combine. The combination of architectural elements and mouldings base ranging from the least to the most complicate drawings may be presented as 1) pillar on cyma recta and cyma reverse pedestals, 2) pillar on *lotus* pedestal, 3) pillar on *lions'* pedestal, 4) *panuk phonla singha* on cyma recta and cyma reverse pedestal, 5) *panuk phonla singha* beside *lotus* pedestal, 6) *panuk phonla singha* beside *lions'* pedestal, 7) *yok ket* of the cyma recta and cyma reverse, 8) *yok ket* of *lotus* pedestal on indented base and 9) *yok ket* of *lions'* pedestal.

The students indicate the level of perceived difficulty in creating isometric shade and shadow projection of the moulding base from the least difficult to most difficult in respective order as *lions'* pedestal, *lotus* pedestal and cyma recta and cyma reverse pedestal respectively. The students also feel that it is difficult to project the shadow of *yok ket*, pillar and *panuk phonla singha* on the moulding pedestals respectively (Table 3).

Table 3 Comparison of difficulty level of shade and shadow projection based on the combination of architectural elements and types of pedestals mouldings

Difficulty Level of Sketching	Level 1 medium	Level 2 difficult	Level 3 very difficult
1) Moulding pedestal	Cyma Recta and Cyma Reverse Pedestal	<i>Lotus</i> pedestal	<i>Lions'</i> Pedestal
2) Elements that casts shadow	<i>Panuk Phonla Singha</i>	Pillar/Colonnade	<i>Yok Ket</i>



The students' feedback on the difficulty levels of the isometric shade and shadow projection on moulding pedestals are similar to the instructor's speculation, while the feedback on the difficulty toward the architecture elements caused shadow on moulding pedestals were different. Interestingly, the pillar is perceived as the easiest element, to draw a shadow projection on the moulding base, for the instructor, while the *panuk phonla singha* is for the students.

6.3 Recommendation

The structure of isometric shade and shadow projection of traditional Thai architecture elements on moulding pedestal lesson should begin with the easiest one namely, pillar on cyma recta and cyma reverse. Then, as the lesson progress, and increasing degree of difficult exercise may be introduced. However, the isometric shade and shadow projection of the indented lion base should be saved for the very last lesson as it is most difficult one.

7. Acknowledgement

This research was supported by School of Architecture, Art, and Design, King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang (Grant Number 2562-0202006), the author would like to thank Chatchai Intrachod and Chumporn Moorapun for useful comments and thank our colleagues from Department of Interior Architecture who provided insight and expertise that greatly assisted the research.

References

- Chulasanic, E. (1994). **Basic Architectural Drawing**, 2nd Edition, Bangkok: Faculty of Architecture KMITL.
- Jirathutsanakul, S. (2016). **Technical Terms in Thai Architecture, Volume 2: Base Components**. Bangkok: E.T. Publishing.
- Khetpiyarat, P. and Vikromprasit, S. (2010). **Study the Satisfaction of Students with the Business Administration Program in Service Business Management (4-year)**. Uttaradit: Faculty of Management Sciences, Uttaradit Rajabhat University.
- Kuisorn, W. (2017). A Study of the Shade and Shadow Projection Method of Stairs in Isometric Drawing. **Journal of the Faculty of Architecture KMITL**. 25(2), 124-138.
- Kuisorn, W. and Bunyarittikit, S. (2015). A Study of the Shade and Shadow Projection Method in Isometric Drawing. **Journal of the Faculty of Architecture KMITL**. 21(2), 108-122.
- Office of the Royal Society, (2003). **Royal Institute Dictionary (1999)**. Bangkok: Nanmeebook Publication.
- Office of the Royal Society, (2011). **Dictionary of Architecture**. Bangkok: Thana Press.
- Phrombhichitr, P. (1952). **Buddhist Art Early Architecture**. Bangkok: Silpakorn University.
- Ratanatassanee, C. (2007). **Architectural Drawing**, 9th Edition, Bangkok: Chulalongkorn University Press.
- Sathapitanonda, N. and Mertens, B. (2012). **Architecture of Thailand: A Guide to Tradition and Contemporary Forms**. USA: Didier Millet.
- Sinnugool, S. (2014). The Connection of Moulding Pedestal in Thai Architecture Case Study: Thai Architecture at Wat Phrasiratanasasadaram, Bangkok. **Journal of the Faculty of Architecture KMITL**. 18(1), 49-64.



การเสนอแนะแนวทางการออกแบบสถาปัตยกรรมภายในพื้นที่การเรียนการสอน ในศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก สังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กรณีศึกษาจังหวัดนครราชสีมา

The Guideline of Interior Architectural Design of Teaching and Learning Space in Local Administrative Child Development Center: Case Studies of Nakorn Ratchasima Province

วิศณี ไชยรักษ์¹ ขวัญจิต รัตนวรรณกุล² พงษ์ศักดิ์ ลอยฟ้า³
Vitsanee Chaiyaruk¹ Kwanchit Ratanawannukul² Pongsak Loifa³

Received: 31/05/2021

Revised: 22/10/2021

Accepted: 10/11/2021

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษารูปแบบสถาปัตยกรรมภายในที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก สังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 2) ศึกษาปัจจัยสิ่งแวดล้อมทางกายภาพและปัจจัยเชิงพื้นที่ของห้องเรียนและ 3) เสนอแนะแนวทางการออกแบบสถาปัตยกรรมภายในที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก สังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เครื่องมือวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์หัวหน้าศูนย์ จำนวน 20 คน แบบสอบถามครูผู้ดูแลเด็ก จำนวน 230 คน และนักการศึกษา จำนวน 5 คน เพื่อรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นเรื่องพฤติกรรมกิจกรรมการเรียนการสอน แบบประเมินทางกายภาพศูนย์พัฒนาเด็ก โดยการสำรวจภาคสนาม จำนวน 14 แห่ง รวบรวมข้อมูลด้านรูปแบบและปัจจัยสิ่งแวดล้อมและพื้นที่วิเคราะห์โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และร้อยละ ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบสถาปัตยกรรมภายในที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของศูนย์พัฒนาเด็กเล็กมี 3 รูปแบบคือ 1) ห้องเรียนเป็นศูนย์กลางเชื่อมต่อส่วนรับประทานอาหาร ล้างหน้าแปรงฟัน ห้องพยาบาล ห้องน้ำ ลานอเนกประสงค์ 2) ระเบียงทางเดินด้านหน้าเชื่อมไปสู่ห้องเรียน ห้องรับประทานอาหาร ห้องน้ำ ล้างหน้าแปรงฟัน ลานอเนกประสงค์ 3) ห้องโถงอเนกประสงค์กลางอาคารล้อมรอบด้วยห้องเรียน ห้องน้ำ ล้างหน้าแปรงฟัน ห้องพักรู ปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของพื้นที่ใช้สอยศูนย์พัฒนาเด็กเล็กประกอบด้วยพื้นที่หลัก 3 ส่วน คือส่วนที่หนึ่งส่วนหน้าลานเสาธง สนามเด็กเล่น ส่วนที่สองพื้นที่อเนกประสงค์ ส่วนที่สามห้องหัวหน้าศูนย์ ธุรการ ห้องพยาบาลและห้องครัว ปัจจัยเชิงพื้นที่ของห้องเรียนลักษณะพื้นที่ห้องเรียน แบ่งเป็น 4 ส่วน คือ พื้นที่ว่างกลางห้อง พื้นที่ครู พื้นที่เก็บอุปกรณ์และพื้นที่มุมประสบการณ์ 5 มุม ความสัมพันธ์พื้นที่ว่างภายในห้องรองรับกิจกรรมที่ใช้ร่วมกัน และกิจกรรมมุมประสบการณ์รูปแบบเครื่องเรือนสะดวกต่อการหยิบเก็บใช้ได้ด้วยตนเอง และเสนอแนะแนวทางการออกแบบสถาปัตยกรรมภายในห้องเรียน ผังห้อง เรียนควรมีรูปร่างสี่เหลี่ยมผืนผ้า ที่มีขนาดพื้นที่ 85 ตารางเมตร สามารถปรับขยายพื้นที่ให้ห้องเกิดมุมสร้างบรรยากาศเด็กรู้สึกอบอุ่นคุ้นเคย เน้นพื้นที่ว่างเพื่อรองรับกับกิจกรรมที่ใช้ร่วมกันและกิจกรรมมุมประสบการณ์

คำสำคัญ: สถาปัตยกรรมภายใน พื้นที่การเรียนการสอน ผู้เรียนเป็นสำคัญ ศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก

Abstract

The purposes of this research are to 1) study pattern of interior architecture that responds to child centered learning of child development center under Local Administrative Department 2) study physical environment factors and classroom space factors and 3) recommend the design of Interior Architecture that

¹⁻² สาขาวิชาสถาปัตยกรรมภายใน คณะศิลปกรรมและการออกแบบอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

Department of interior architecture, Faculty of fine arts and industrial design, Raja Mangala University of Technology Isan

³ สาขาวิชาสถาปัตยกรรม คณะศิลปกรรมและการออกแบบอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

Department of architecture, Faculty of fine arts and industrial design, Raja Mangala University of Technology Isan

ผู้นิพนธ์ประสานงาน อีเมล: cvitsanee19@yahoo.com

responds to child centered learning of case studies. The research instruments were interview forms of 20 center chiefs, survey forms of 230 teachers and five educators, to collect information and opinions on the behavior and teaching activities. Physical evaluation forms of 14 child centers provided pattern, environmental and space factors information. Mean, standard deviation and percentage were used in analysis section. It was found that patterns of interior architecture that responded to child centered learning of child development center were divided into three patterns 1) classroom was the center connecting to dining area, washing and tooth brushing area, medical room, restroom, multi-purpose courtyard. 2) front porch was connected to classroom, dining room, restroom, washing and tooth brushing area and multi-purpose courtyard. 3) Multi-purpose hall in the middle of the building surrounded with classroom, restroom, washing and tooth brushing area and teacher's room. Physical environment factors affecting the design were three main areas; flagpole area and playground in the front, multi-purpose area and Chief of Center's room and administration room, medical room and kitchen. Classroom space factors were divided into four areas; area in the middle of the rooms, teacher's area, storage area and five experience corners. Area in the room supported the shared activities and experience corner activities. Furniture was convenient to be picked, used and stored by oneself. The guideline of interior architectural design in the classroom should be in rectangle shape, 85 square meter area. The area should be expanded to build corners and create warm and familiar atmosphere. The design emphasizes on empty space to support shared activities and experience corner activities.

Keywords: Interior Architecture, Teaching Area, Child Centered, Child Development Center

1. บทนำ

การศึกษาปฐมวัยนับว่าเป็นภารกิจสำคัญขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่ต้องบริหารและจัดการดำเนินงานพัฒนาเด็กในท้องถิ่นชุมชนให้เป็นอย่างดีมีคุณภาพและเหมาะสมตามวัย ศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก สังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีจุดประสงค์ในการดำเนินงานเพื่อจัดการศึกษาปฐมวัยให้เป็นอย่างดีมีประสิทธิภาพตามมาตรฐานการจัดการศึกษาปฐมวัย (กรมการปกครองส่วนท้องถิ่น, 2547) ศูนย์พัฒนาเด็กเล็กคือสถานที่ดูแลและให้การศึกษาศูนย์พัฒนาเด็กเล็กอายุระหว่าง 3-5 ปี เน้นการดูแลแก่เด็กทั้งร่างกาย จิตใจ อารมณ์ สังคมและการมีสุขภาพดี (กระทรวงศึกษาธิการ, 2544) วัตถุประสงค์ของศูนย์พัฒนาเด็กเล็กเพื่อให้มีสุขภาพร่างกายสมบูรณ์แข็งแรง พัฒนาทั้งร่างกาย อารมณ์ จิตใจ สังคม สติปัญญาเหมาะสมกับวัย (กุลยา ตันนิตผลชีวะ, 2551) พัฒนาด้านร่างกาย สติปัญญา อารมณ์สังคมและการปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อม เรียนรู้เกี่ยวกับสิ่งมีชีวิตและธรรมชาติ สภาพปัญหาศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก จังหวัดนครราชสีมา ศูนย์พัฒนาเด็กในปัจจุบันลักษณะเป็นอาคารชั้นเดียวและดัดแปลงมาจากอาคารอเนกประสงค์ การจัดสภาพแวดล้อมภายในด้านพื้นที่ใช้สอยของห้องเรียนในศูนย์พัฒนาเด็กเล็กจากการสำรวจภาคสนามเบื้องต้นเห็นความไม่สอดคล้องของขนาดพื้นที่กับกิจกรรมการเรียนรู้แบบเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ ลักษณะการจัดวางเครื่องเรือนไม่รองรับกับกิจกรรมประจำวัน ซึ่งการจัดผังทางสถาปัตยกรรมภายในต้องสอดคล้องกับกิจกรรมการเรียนรู้ (กิตติวัชร ศิริจันทร์สว่าง, 2541) การจัดวางสัดส่วนพื้นที่ใช้สอยและเครื่องเรือนควรให้ต่อเนื่องกับพฤติกรรมและกิจกรรมการเรียนรู้ (ภฤติกา ธรฤทธิ์, 2551) เครื่องเรือนต้องเคลื่อนย้ายสะดวกและปลอดภัย (สุรัชต์ จิตรสิงห์, 2550) ซึ่งจะส่งผลกระตุ้นเด็กเล็กให้ได้รับการพัฒนาด้านร่างกาย สติปัญญา อารมณ์และสังคม การเตรียมความพร้อมให้แก่เด็กเล็กอย่างเป็นระบบ จากประเด็นปัญหาดังกล่าวจึงมุ่งเน้นการศึกษาสถาปัตยกรรมภายในเพื่อเสนอแนะแนวทางการปรับปรุงสภาพพื้นที่การเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก จังหวัดนครราชสีมา เพื่อส่งเสริมต่อพัฒนาการเด็กปฐมวัยอันเป็นทรัพยากรที่ทรงคุณค่ามีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาประเทศชาติในอนาคต

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

2.1 ศึกษารูปแบบการออกแบบสถาปัตยกรรมภายในที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก สังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

2.2 ศึกษาปัจจัยสิ่งแวดล้อมทางกายภาพและปัจจัยเชิงพื้นที่ของห้องเรียนภายในศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก สังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

2.3 เสนอแนะแนวทางการออกแบบสถาปัตยกรรมภายในที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก สังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

3. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

3.1 แนวคิดการจัดสภาพแวดล้อมภายในเพื่อพัฒนาเด็กที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของศูนย์พัฒนาเด็ก คือการจัดสภาพแวดล้อมเพื่อส่งเสริมและมุ่งเน้นการพัฒนาการเรียนรู้ การปฏิสัมพันธ์ของเด็กด้านร่างกายอารมณ์ สังคม จิตใจและสติปัญญาตามศักยภาพ ซึ่งสภาพแวดล้อมภายในโรงเรียนมีทั้งในและนอกห้องเรียน การใช้อาคารสถานที่โรงเรียนคุ้มค่าและเกิดประโยชน์สูงสุดเพื่อพัฒนาให้เด็กปฐมวัยได้เรียนรู้ และได้รับประสบการณ์จากสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสมช่วยให้เด็กสามารถพัฒนาตนเอง โดยปรับตัวอย่างเต็มตามศักยภาพ (สิริมา ภิญโญนนีตพงษ์, 2545) องค์ประกอบของการจัดสภาพแวดล้อมเพื่อพัฒนาเด็กที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ คือความสะอาด ปลอดภัย ถูกสุขอนามัยและมีพื้นที่ในการทำกิจกรรม โดยมีครูเป็นผู้จัดประสบการณ์ภาคปฏิบัติให้กับนักเรียนเป็นผู้ลงมือทำกิจกรรมด้วยตนเอง การเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ ควรมีมุมที่จำเป็นต้องมีอยู่ในทุก ๆ ห้องเรียน เช่น มุมคุณครู มุมอุปกรณ์ มุมส่งงาน มุมเสริมแรง มุมรวม แต่ละมุมที่อยู่ในห้องนั้นจะมีวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันตามความเหมาะสมของวัย มีการจัดบอร์ดที่เด็กมีส่วนร่วม (กิริติ ศุภานนท์, 2560) การจัดการเรียนการสอนให้เด็กเกิดการเรียนรู้อย่างมีประสิทธิภาพ การเรียนรู้ที่ผู้เรียนมีบทบาทสำคัญที่สุดโดยใช้กระบวนการทางปัญญา ทางสังคมและ ผู้เรียนมีปฏิสัมพันธ์และส่วนร่วมในการเรียนรู้จากการได้ปฏิบัติจริง การเชื่อมโยงสิ่งที่เรียนกับสังคมและการประยุกต์ใช้ผู้เรียนสามารถพัฒนาตนเองได้ตามธรรมชาติและเต็มศักยภาพ (วัฒนาพร กระจ่างบุษย์, 2542) ครูจึงต้องจัดสภาพแวดล้อมภายในโรงเรียนเพื่อเอื้อต่อการเรียนรู้ของเด็กการจัดสภาพแวดล้อมภายในแบ่งเป็น 2 ลักษณะ ดังนี้ 1) การจัดสภาพแวดล้อมภายในห้องเรียนควรต้องจัดเพื่อให้น้องต่อพัฒนาการทางด้านร่างกาย อารมณ์ สังคมและสติปัญญา และ 2) การจัดสภาพแวดล้อมภายนอกห้องเรียนนับว่ามีความสำคัญไม่น้อยกว่าสภาพแวดล้อมภายในชั้นเรียนเพราะเมื่อเด็กอยู่นอกห้องเรียนก็สามารถเรียนรู้พื้นที่นอกห้องเรียนที่เด็กแต่ละคนควรมีอย่างน้อยที่เด็กสามารถใช้พื้นที่สำหรับกระโดด การปีนออกกำลังกายเพื่อพัฒนากล้ามเนื้อใหญ่สภาพแวดล้อมภายนอกต้องเป็นที่ที่ครูจัดกิจกรรมต่าง ๆ กับเด็ก สภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ ได้แก่ 1) สภาพแวดล้อมด้านกายภาพเกี่ยวกับอาคารสถานที่ภายในโรงเรียนสิ่งอำนวยความสะดวกด้านต่าง ๆ และ 2) สภาพแวดล้อมด้านจิตวิทยา ได้แก่ การจัดกิจกรรมการเรียนในและนอกห้องเรียนที่ส่งเสริมผู้เรียนเกิดการเรียนรู้และพัฒนาตนเองได้อย่างสมบูรณ์การจัดกิจกรรมการเรียนการสอนเป็นปฏิสัมพันธ์ระหว่างครูกับเด็ก (ประยุทธ์ ไทยธานี, 2550) การสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเองผู้เรียนมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนรู้ผ่านกิจกรรมพื้นที่มุมประสบการณ์ เช่น มุมหนังสือ มุมบล็อก มุมบ้านสมมติ มุมดนตรี และมุมเกมการศึกษา เป็นต้น ดังนั้นข้อเสนอแนะการจัดสภาพแวดล้อมศูนย์พัฒนาเด็กควรมีพื้นที่สร้างประสบการณ์ สร้างองค์ความรู้ด้วยตนเองด้วยการจัดพื้นที่เรียนรู้ผ่านกิจกรรมการเรียน รูปแบบเครื่องเรือนที่เหมาะสมการจัดพื้นที่เรียนกิจกรรมที่มีความยืดหยุ่นสอดคล้องกับกิจกรรมการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ

3.2 แนวคิดการจัดสภาพห้องเรียนศูนย์พัฒนาเด็กเล็กด้านอาคารสถานที่สิ่งแวดล้อม มาตรฐานเกี่ยวกับพื้นที่ศูนย์พัฒนาเด็กเล็กที่ตั้ง จำนวนชั้นของอาคาร ทางเข้าออกและประตูหน้าต่าง พื้นที่ใช้สอย สิ่งแวดล้อม มาตรฐานเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกตัวอาคาร เช่น แสงสว่าง เสียง การถ่ายเทอากาศพื้นที่ภายใน อาคารรัฐสภาพแวดล้อมการจัดห้องเรียนพัฒนาเด็กเล็กดังนี้ 1) ห้องเรียนควรมีรูปร่างสี่เหลี่ยมผืนผ้า พื้นที่ไม่น้อยกว่า 63 ตารางเมตร เพดานห้องมีฝ้าบุสูงจากพื้นไม่น้อยกว่า 3.50 เมตร เพื่อให้โปร่ง อากาศถ่ายเทได้ดี หน้าต่างมากพอที่จะช่วยให้อากาศถ่ายสะดวก มีประตูห้องละ 2 บาน สามารถปิดล็อกได้ และควรอยู่ในทิศทางที่จะออกสู่สนามได้สะดวก มีช่องระบายอากาศเหนือประตูและหน้าต่างมีดวงไฟที่สามารถให้แสงสว่างได้เพียงพอ ผ้าม่านห้องควรใช้ไม้เนื้ออ่อนหรือใช้วัสดุเนื้อนุ่มเพื่อป้องกันเสียงสะท้อนผ้าม่านและเพดานทาสีด้วยสีสวยงามเย็นตา พื้นห้องเป็นพื้นไม้ปูเรียบเสมอกันตลอดแนวตู้ หรือชั้นเก็บของใช้ส่วนตัวของเด็กมีชั้นเก็บอุปกรณ์ของห้องภายในห้องเรียนควรจัดให้มีมุมต่าง ๆ เพื่อช่วยให้เด็กได้เรียนรู้ เช่น มุมหนังสือ มุมภาษาและมุมบล็อก เป็นต้น 2) วัสดุอุปกรณ์ ด้านวิทยาศาสตร์ ได้แก่ ตัวเล็งปลา เข็มทิศ ประเภทดนตรี ได้แก่ กลอง ไม้เคาะจังหวะ เป็นต้น อุปกรณ์ประเภทของเล่น เช่น บล็อกต่อ ตุ๊กตา เป็นต้น อุปกรณ์เกี่ยวกับจำนวนนับ เช่น โดมิโน ภาชนะตวง เป็นต้น อุปกรณ์ด้านศิลปะ เช่น สี พู่กัน กระดาษวาดเขียน เป็นต้น เครื่องตกแต่งห้อง เครื่องใช้ที่สามารถโยกย้ายได้ง่าย สะดวกสบาย ขนาดที่เหมาะสมกับตัวเด็ก โต๊ะขนาดเล็กได้สัดส่วนกับเด็ก เบาะเคลื่อนย้ายและเปลี่ยนรูปแบบการจัดวางได้ตามสะดวก ถ้าอ้อมีขนาดเหมาะสมกับนักฟังเพื่อให้เหมาะสมกับวัยของเด็ก การจัดสภาพแวดล้อมภายในห้องเรียนและนอกห้องเรียนควรจัด เพื่อให้น้องพัฒนาการทางด้านร่างกายอารมณ์ สังคม และสติปัญญาของเด็กให้มากที่สุดรองรับกิจกรรมการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ

จากการทบทวนแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยแนวทางการออกแบบห้องเรียนเด็กปฐมวัย และการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ ประสบการณ์ที่สอดคล้องและตอบสนองต่อธรรมชาติชุมชนในท้องถิ่นศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก งานวิจัยการจัด

แบ่งพื้นที่ใช้สอยภายในห้องเรียนต้องสอดคล้องกับพฤติกรรมและรูปแบบกิจกรรมของเด็กแต่ละวัย ห้องเรียนชั้นอนุบาล 1, 2 และ 3 สามารถจัดพื้นที่กิจกรรมร่วมกันและมีพื้นที่ทับซ้อนกิจกรรมได้ องค์ประกอบที่สำคัญของห้องเรียนคือ พื้นที่เรียน พื้นที่มุมเล่นและพื้นที่เก็บของใช้เด็กและครู (กฤติกา ธรฤทธิ์, 2551; นัฏฐิกา นวพันธ์, 2560) นำไปสู่ข้อเสนอแนะการออกแบบสถาปัตยกรรมภายในพื้นที่การเรียนการสอนในศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก สังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จังหวัดนครราชสีมา

4. วิธีการวิจัย เครื่องมือวิจัย และระเบียบวิธีวิจัย

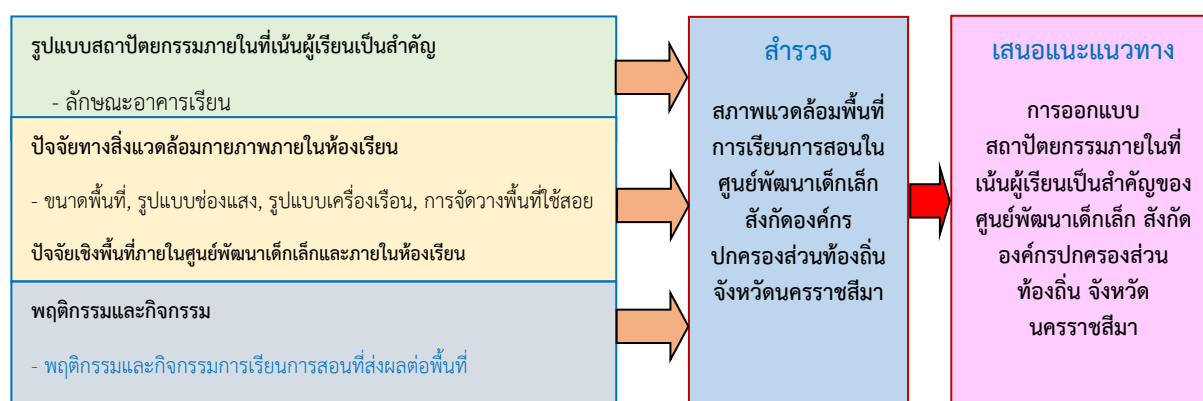
4.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ บุคลากรในศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก สังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จังหวัดนครราชสีมา จำนวนทั้งหมด 704 คน โดยคำนวณหาจำนวนกลุ่มประชากร จากสูตร Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% กำหนดจำนวน กลุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มแบบง่ายจากบุคลากรของศูนย์พัฒนาเด็ก ประกอบด้วยหัวหน้าศูนย์จำนวน 20 คน ครูผู้ดูแลเด็ก จำนวน 230 คน และนักการศึกษา จำนวน 5 คน

ศูนย์พัฒนาเด็กเล็กสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น อำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 25 แห่ง โดยการเลือกจากศูนย์ที่มีการจัดการเรียนการสอนแบบเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ และลักษณะของอาคารสถานที่รวมถึงสภาพสิ่งแวดล้อมที่มีความหลากหลาย จำนวน 14 แห่ง

4.2 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมนำไปสู่กรอบแนวคิดของการวิจัยที่ศึกษาทั้งเรื่องสภาพแวดล้อมของพื้นที่ใช้สอยในส่วนของศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก และพื้นที่ใช้สอยภายในห้องเรียนเพื่อให้ได้รูปแบบสถาปัตยกรรมภายในศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก ศึกษาพฤติกรรมและกิจกรรมการเรียนการสอน เพื่อให้ได้มาซึ่งลำดับความสัมพันธ์ในการใช้พื้นที่และทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการนำไปสู่การเสนอแนะการปรับปรุงสภาพพื้นที่การเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของศูนย์พัฒนาเด็กเล็กแสดงดังรูปที่ 1



รูปที่ 1 แสดงกรอบแนวความคิดการวิจัย

4.3 วิธีการดำเนินการวิจัย

4.3.1 ศึกษาทฤษฎีและงานวิจัยเกี่ยวข้องกับการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญและทฤษฎีการออกแบบสถาปัตยกรรมภายในห้องเรียนศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก สังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

4.3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยการศึกษาการสร้างเครื่องมือการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ แบบสำรวจ และแบบประเมินทางกายภาพ คณะที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบพิจารณาความถูกต้องเครื่องมือการวิจัย

4.3.3 สำรวจและเก็บรวบรวมข้อมูล คณะผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

4.3.3.1 แบบสอบถาม โดยมีผู้ให้ข้อมูล คือ ครูผู้ดูแลเด็ก จำนวน 230 คน และนักการศึกษา จำนวน 5 คน โดยใช้วิธีการสอบถาม การจัดพื้นที่กิจกรรมภายในห้องเรียนรูปแบบการจัดห้องเรียนตามพื้นที่หลักสูตรและการจัดประสบการณ์ แนวทางการจัดมุมประสบการณ์และความคิดเห็นของครูต่อสิ่งแวดล้อมภายในห้องเรียน

4.3.3.2 แบบสัมภาษณ์ โดยมีผู้ให้ข้อมูลกำหนดกลุ่มตัวอย่างการสัมภาษณ์แบบเจาะจง คือหัวหน้าศูนย์ จำนวน 20 คน วิธีการคือสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ ในช่วงเวลา 8.00 น. – 16.00 น. ประเด็นด้านการศึกษาที่เกี่ยวข้อง

รูปแบบการจัดการเรียนสอนภายในศูนย์ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ และสภาพแวดล้อมภายในศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก

4.3.3.3 แบบประเมินทางกายภาพศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก สังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จังหวัด นครราชสีมา จำนวน 14 แห่ง โดยใช้วิธีการสำรวจภาคสนาม 3 ช่วงเวลาคือเช้าเวลา 7.30 น. – 11.00 น. ช่วงพักกลางวัน เวลา 11.00 น. – 12.00 น. และช่วงบ่าย เวลา 12.00 น. – 15.00 น. ประเด็นข้อมูลทั่วไปศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก ตำแหน่งที่ตั้ง จำนวนนักเรียนฝั่พื้นที่ภายในศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก วิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตำแหน่งการจัดวาง จำนวนเครื่องเรือน อุปกรณ์ที่ใช้ภายในห้องเรียน และการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนแสดงดัง รูปที่ 2



รูปที่ 2 คณะผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก

4.3.4 วิเคราะห์ปัจจัยสิ่งแวดล้อมทางกายภาพและปัจจัยเชิงพื้นที่ของห้องเรียน พฤติกรรมและกิจกรรมการเรียนการสอนของครูและเด็ก ลักษณะการจัดพื้นที่ใช้สอยภายในห้องเรียน ขนาดพื้นที่ใช้สอยภายในห้องเรียนความสัมพันธ์ของพื้นที่ใช้สอยแต่ละส่วน การใช้งานภายในห้องเรียนที่เอื้อและส่งเสริมการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ

4.3.5 เสนอแนะแนวทางการออกแบบสถาปัตยกรรมภายในห้องเรียนศูนย์พัฒนาเด็กเล็กที่เอื้อต่อการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญสอดคล้องกับธรรมชาติและชุมชนในท้องถิ่น

4.3.6 สรุปรายงานผลและจัดทำแนวทางการปรับปรุงสภาพพื้นที่การเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ

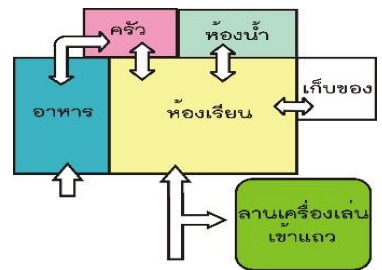
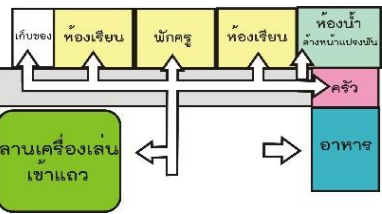
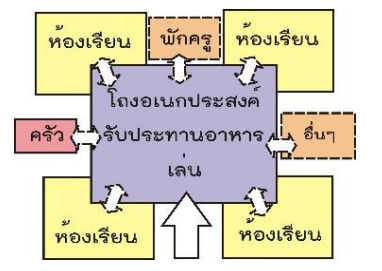
5. ผลการวิจัย

5.1 รูปแบบสถาปัตยกรรมภายในที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก สังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล จากแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง คือครูผู้ดูแลเด็กและนักการศึกษา จำนวน 235 คน ด้านการจัดพื้นที่กิจกรรมโดยการเรียงลำดับความสำคัญ พบว่าพื้นที่มุมประสบการณ์มีความจำเป็นกับหลักสูตรที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 96.40 ภายในมุมประสบการณ์ต้องประกอบด้วยมุมที่สำคัญกับกิจกรรม ดังนี้มุมหนังสือคิดเป็นร้อยละ 99.00 มุมบล็อกคิดเป็นร้อยละ 95.20 มุมบ้านสมมติคิดเป็นร้อยละ 73.00 มุมดนตรีคิดเป็นร้อยละ 63.00 และมุมเกมการศึกษาคิดเป็นร้อยละ 60.00 ตามลำดับ การจัดพื้นที่มุมประสบการณ์ของกิจกรรมเสรีและเล่นตามมุม ต้องจัดให้เด็กมีอิสระในการทำกิจกรรมร้อยละ 63.90 ลักษณะนั่งบนเก้าอี้ และบนพื้นแบบกลุ่มย่อยตามมุมห้องที่ครูจัดอย่างมีระเบียบคิดเป็นร้อยละ 66.7 ครูสามารถปรับเปลี่ยนสภาพแวดล้อมเพื่อช่วยบรรยากาศแบบเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญได้ดีที่สุดคือมุมประสบการณ์ร้อยละ 84.40 และจากการรวบรวมข้อมูลของหน่วยงานศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก จำนวน 14 แห่ง โดยผู้วิจัยใช้เครื่องมือแบบประเมินทางกายภาพศูนย์พัฒนาเด็กเล็กที่ส่งเสริมการเรียนรู้แบบผู้เรียนเป็นสำคัญ พบว่า ศูนย์พัฒนาเด็กเล็กจำนวน 3 แห่ง ลักษณะเป็นอาคารปรับปรุงจากอาคารเก่า และศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก จำนวน 11 แห่ง เป็นอาคารที่สร้างขึ้นใหม่สามารถสรุปรูปแบบลักษณะผังและการจัดพื้นที่ใช้สอยที่ได้ 3 รูปแบบ ดังนี้ รูปแบบที่ 1 ลักษณะเป็นอาคารก่ออิฐฉาบปูนชั้นเดียวภายในเป็นห้องเรียนรวม 1 ห้อง ในห้องเรียนจัดวางเครื่องเรือนทั้งหมดชิดริมผนังโดยเว้นที่ว่างกลางห้องสำหรับกิจกรรมประจำวันห้อง สามารถที่จะเชื่อมต่อไปยังส่วนทานอาหาร ห้องน้ำ ล้างหน้า แปรงฟัน และห้องพยาบาลมีลานนอกประสงคืไว้ทำกิจกรรมอยู่ภายนอกอาคาร รูปแบบที่ 2 ลักษณะเป็นอาคารก่ออิฐฉาบปูน ชั้นเดียวมีระเบียงทางเดินด้านหน้าอาคารและแยกเข้าห้องเรียน มากกว่า 1 ห้องเรียน ในห้องเรียนจัดวางเครื่องเรือนทั้งหมดชิดริมผนัง เว้นที่ว่างกลางห้องสำหรับกิจกรรมประจำวันห้องรับประทานอาหาร ห้องน้ำ ล้างหน้าแปรงฟันที่เชื่อมจากระเบียงมี 1 แห่งห้องน้ำแยกออกจากอาคาร รูปแบบที่ 3 ลักษณะเป็นอาคารก่ออิฐฉาบปูนชั้นเดียว มีโถงอยู่บริเวณกลางอาคารและล้อมรอบด้วยห้องต่าง ๆ มีห้องเรียนมากกว่า 1 ห้อง ในห้องเรียนจัดวางเครื่องเรือนทั้งหมดชิดริมผนังโดยเว้นที่ว่าง กลางห้องสำหรับกิจกรรมประจำวัน ห้องอื่น ๆ ล้อมรอบโถงคือห้องน้ำ ล้างหน้าแปรงฟัน ห้องพักรู เป็นต้น โถงกลางห้องเรียนอาจใช้เป็นโถงนอกประสงค์ที่สามารถทำกิจกรรมประจำวันได้คือปรับเป็นพื้นที่รับประทานอาหาร พื้นที่เล่น เป็นต้น รูปแบบการจัดห้องเรียนศูนย์สื้อและเครื่องเล่นระดับก่อน

ประถมศึกษา (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ, 2541) รูปแบบการวางผังศูนย์พัฒนาเด็กเล็กทั้ง 3 รูปแบบ มีลักษณะภายในห้องเรียนคือการจัดวางเครื่องเรือนไว้ริมผนังรอบห้องและเครื่องเรือนเคลื่อนย้ายค่อนข้างลำบากทำให้จัดมุม เสรีและเล่นตามมุมได้ยาก จากการสรุปรูปแบบทำให้เห็นได้ว่าอาคารศูนย์เด็กที่มีการเข้าถึงห้องเรียนได้สะดวกและห้องเรียน อยู่ตำแหน่งใกล้กับห้องน้ำหรือโถงอเนกประสงค์ทำให้ทั้งเด็กและครูผู้ดูแลมีความคล่องตัวทั้งในการดูแล และการทำกิจกรรม ประจำวัน ครูสามารถมองเห็นเด็กได้สะดวกต่อการจัดพื้นที่ให้เกิดบรรยากาศที่ส่งเสริมการเรียนรู้ประจำวันได้ รูปแบบ ลักษณะผังและการจัดพื้นที่ใช้สอยที่ได้ของศูนย์พัฒนาเด็กเล็กจำนวน 3 รูปแบบ แสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงตารางสรุปการจัดวางพื้นที่ของศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก

	ลักษณะการจัดวางพื้นที่ของอาคารศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก 14 แห่ง	สรุปการจัดวางพื้นที่
รูปแบบที่ 1		1. ห้องเรียนเป็นศูนย์กลางล้อมรอบด้วยส่วนประกอบต่าง ๆ 
รูปแบบที่ 2		2. ระเบียงด้านหน้าที่เชื่อมต่อส่วนประกอบต่าง ๆ 
รูปแบบที่ 3		3. ห้องโถงอเนกประสงค์ล้อมรอบด้วยส่วนประกอบต่าง ๆ 

5.2 ปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมทางกายภาพและปัจจัยเชิงพื้นที่ของห้องเรียนภายในศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก สังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์หัวหน้าศูนย์ ครูผู้ดูแลเด็กร่วมกับการสำรวจและประเมินภาคสนามของศูนย์พัฒนาเด็กพบปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพและปัจจัยเชิงพื้นที่ของห้องเรียน ประกอบด้วยกิจกรรมการสอนของครูที่จัดสอนแบบเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญให้ครบตามหลักสูตร การจัดประสบการณ์ เล่นและการเรียนรู้ ทั้ง 5 ด้าน ได้แก่การสัมผัส มองเห็น การฟัง ชิมรส และดมกลิ่น ในเด็กเล็กช่วงวัย 2-5 ปี โดยสรุปเป็นกิจกรรมประจำวันตามตารางสอนได้ แสดงดังตารางที่ 2 ซึ่งประกอบด้วย กิจกรรมเคลื่อนไหวและจังหวะ กิจกรรมเสริมประสบการณ์ กิจกรรมศิลปะสร้างสรรค์ กิจกรรมเสรีหรือเล่นตามมุม กิจกรรมเกมการศึกษา และกิจกรรมกลางแจ้ง ทุกกิจกรรมสามารถสอนแบบเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญได้ ครูต้องจัดกิจกรรมให้เด็กมีโอกาสเรียนรู้และปฏิบัติได้ด้วยตนเองโดยลดบทบาทในห้องเรียนลงแต่อำนวยความสะดวกแก่เด็กให้ได้รับประสบการณ์ตรงสัมพันธ์กับธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กิจกรรมประจำวันมีกิจกรรมเสรีหรือเล่นตามมุมเป็นกิจกรรมที่เด็กได้แสดงตัวตนและครูสามารถสอนเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ และปรับบรรยากาศให้เกิดการแสดงตัวตนของเด็กได้มากที่สุดโดยเมื่อมีกิจกรรมการเรียนรู้เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญแล้วบรรยากาศสภาพแวดล้อมทางกายภาพสามารถเป็นส่วนช่วยเสริมให้การเรียนการสอนตอบสนองต่อผู้เรียนเป็นสำคัญได้ดีที่สุด

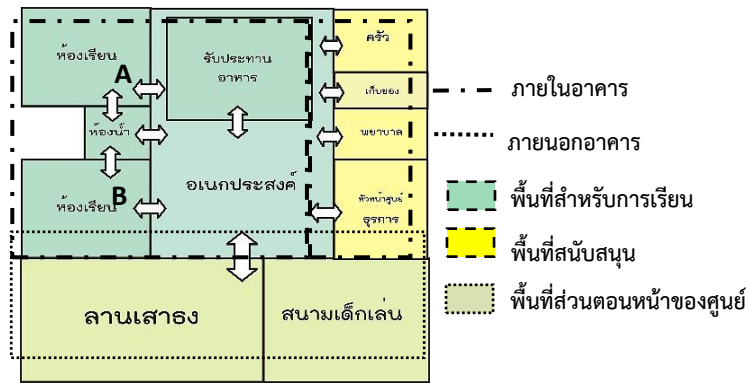
ตารางที่ 2 แสดงตารางสรุปกิจกรรมประจำวัน

เวลา	7.30 - 9.00	9.00 - 9.15	9.15 - 9.45	9.45 - 10.00	10.00 - 10.30	10.30 - 10.45	10.45 - 11.00	11.00 - 12.00	12.00 - 14.00	14.00 - 15.00	15.00 - 16.00
กิจกรรมประจำวัน	เข้าแถว	ครูตรวจสุขภาพ/เตรียมความพร้อม	กิจกรรมเคลื่อนไหวและจังหวะ	กิจกรรมศิลปะสร้างสรรค์	กิจกรรมเสรีหรือเล่นตามมุม พักทานของว่าง	กิจกรรมเสริมประสบการณ์	กิจกรรมกลางแจ้ง	รับประทานอาหาร	นอนกลางวัน/ตึมนม	เกมการศึกษา	ผู้ปกครองมารับ
พื้นที่	สนามหรือพื้นที่นอกประสงค์		ห้องเรียนพื้นที่นอกประสงค์	ห้องเรียน/อ่างล้างมือ	ประสบการณ์รอบห้องเรียน	ใน ห้องเรียน	สนาม	ห้องเรียน/พื้นที่นอกประสงค์	ห้องเรียน		

5.2.1 ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ได้แก่ ห้องเรียนที่มีลักษณะเป็นสี่เหลี่ยมผืนผ้า พื้นที่ภายในห้องเรียนจะมีขนาด 85 ตารางเมตร กว้าง 8.5 เมตร ยาว 10 เมตร ความสูง 3 เมตร ภายในห้องเรียนจะมีหน้าต่าง 1-2 ด้าน ตำแหน่งอยู่บริเวณตรงข้ามประตู กรณีกาการที่มี 1 ห้องเรียนใหญ่ มีหน้าต่าง 2 - 3 ด้าน เพื่อเปิดมุมมองให้เห็นธรรมชาตินอกห้องเรียน ควรมีอากาศถ่ายเท สะอาดและมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย แสงสว่างเพียงพอ รูปแบบช่องแสงอยู่บริเวณผนังเหนือวงกบประตูและหน้าต่างลักษณะเป็นกระจกใสรับแสงธรรมชาติจากภายนอกอาคาร และจากระบบส่องสว่างของหลอดฟลูออเรสเซนต์ รูปแบบเครื่องเรือนภายในห้องเป็นลักษณะลอยตัวทั้งหมดส่วนใหญ่ทำจากวัสดุไม้อัดปิดผิวลามิเนต มีความสูงไม่เกินระดับขอบล่างของช่องหน้าต่าง และสามารถเคลื่อนย้ายได้ง่ายเพื่อสะดวกต่อการปรับเปลี่ยนและกำหนดการจัดวางพื้นที่ใช้สอยที่ประกอบด้วย พื้นที่เก็บของ และอุปกรณ์ของเด็ก พื้นที่จัดมุมประสบการณ์ของกิจกรรมเสรี และเล่นตามมุมพื้นที่ครูมีชั้นวางเอกสารและอุปกรณ์ของครู และพื้นที่ว่างกลางห้องสำหรับการเรียนโดยเด็กได้ทำกิจกรรมประจำวันตามการจัดประสบการณ์ของหลักสูตร และใช้นอน ขนาดพื้นที่ใช้สอยในห้องควรสอดคล้องและได้มาตรฐานกับอัตราส่วนจำนวนเด็ก

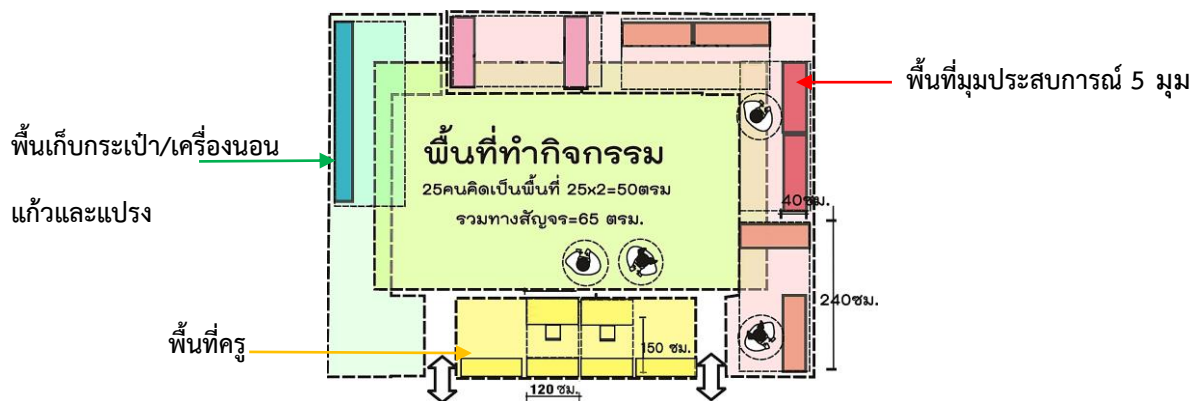
5.2.2 ปัจจัยเชิงพื้นที่ของห้องเรียนในศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก เกิดจากกิจกรรมประจำวันและพื้นที่ใช้สอยของแต่ละช่วงของกิจกรรมทำให้ได้รูปแบบการจัดสรรพื้นที่ภายนอกและภายในศูนย์ คือ

1. รูปแบบการจัดสรรพื้นที่ใช้สอยของศูนย์เด็ก มีพื้นที่ 3 ส่วนแสดงดังรูปที่ 3 ประกอบด้วย 1) พื้นที่ส่วนตอนหน้าของศูนย์ เป็นพื้นที่ภายนอกอาคาร ประกอบด้วย ลานหน้าเสาธง สนามหญ้า สนามเด็กเล่น 2) พื้นที่สำหรับการเรียน



รูปที่ 3 แสดงการจัดวางโซนพื้นที่ภายนอกและภายในอาคารศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก

พื้นที่ภายในอาคาร คือห้องเรียน ห้องน้ำที่มีตำแหน่งใกล้ห้องเรียนอาจอยู่เชื่อมห้องเรียน หรือเป็นอาคารที่แยกออกแต่ควรเดินเชื่อมถึงห้องเรียนได้โดยสะดวก พื้นที่อเนกประสงค์เป็นพื้นที่โล่งที่ใช้จัดกิจกรรมต่าง ๆ เกี่ยวกับการเรียน เช่น เข้าแถวเคารพธงชาติ รับประทานอาหาร กิจกรรมการแสดง เป็นต้น และ 3) พื้นที่สันทนาการเป็นพื้นที่ภายในอาคารประกอบด้วย พื้นที่พยาบาล ห้องหัวหน้าศูนย์ ห้องธุรการ และห้องครัว เป็นต้น



รูปที่ 4 แสดงสัดส่วนและตำแหน่งความต้องการพื้นที่กิจกรรมภายในห้องเรียน

2. รูปแบบการจัดสรรพื้นที่ใช้สอยภายในห้องเรียน โดยการสอนต้องมีการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญจะส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด โดยการใช้ห้องเรียนเป็นพื้นที่หลัก ภายในห้องประกอบด้วยพื้นที่ว่างกลางห้องเป็นส่วนทำกิจกรรมการเรียนการสอนที่ทับซ้อนกับพื้นที่รอบ ๆ แสดงดังรูปที่ 4

2.1 พื้นที่มุมประสบการณ์ต่าง ๆ คิดเป็นร้อยละ 8.82 ของพื้นที่ภายในห้องเรียน มีความสัมพันธ์มากที่สุดกับการจัดกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อตอบสนองพัฒนาการตามวัยที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ รองลงมาคือ ส่วนพื้นที่นั่งเรียนส่วนที่เด็กนอนเป็นพื้นที่ทับซ้อนกันมุมประสบการณ์ควรมีภายในห้องเรียนอย่างน้อย 5 มุม คือมุมหนังสือ มุมบล็อก มุมบ้านสมมติ/บทบาทสมมติ มุมดนตรี มุมเกมการศึกษา/เครื่องเล่น สัมผัสพื้นที่สำหรับการจัดกิจกรรมการเรียนรู้เด็กอัตราส่วน 2 ตารางเมตรต่อเด็ก 1 คน อย่างน้อยแต่ละมุมใช้พื้นที่ประมาณ 1 ตารางเมตร รวมใช้พื้นที่มุมประสบการณ์ 7.5 ตารางเมตร การจัดวางมุมเครื่องเรือนประสบการณ์สามารถวางแผนวางให้เกิดมุมพื้นที่นอกเหนือจากการวางขนาดผนังได้

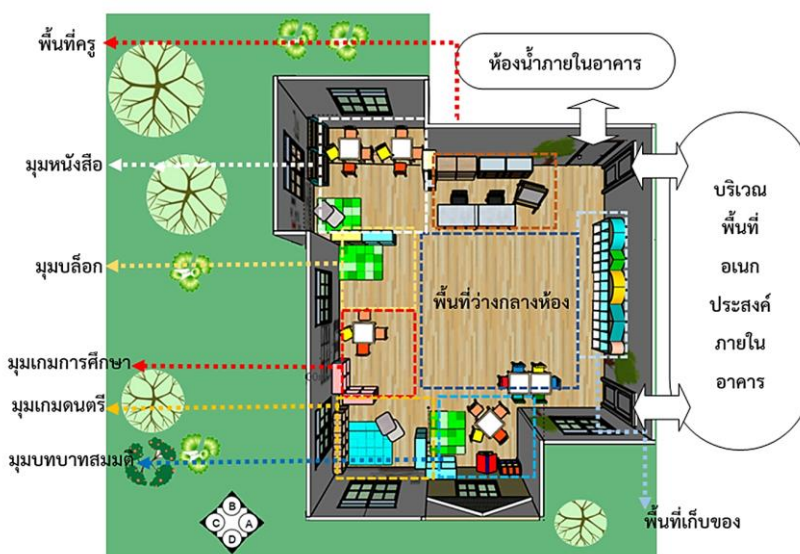
2.2 พื้นที่ทำกิจกรรมกลางห้อง คิดเป็นร้อยละ 76.47 ของพื้นที่ภายในห้องเรียน ใช้เพื่อดำเนินกิจกรรมประจำวัน คือ กิจกรรมเตรียมความพร้อมการเคลื่อนไหว และจังหวะกิจกรรมสร้างสรรค์ กิจกรรมเสรี กิจกรรมเสริมประสบการณ์ กิจกรรมนอนและกิจกรรมเกมการศึกษา ใช้พื้นที่ประมาณ 65 ตารางเมตร

2.3 พื้นที่ครู คิดเป็นร้อยละ 7.66 ของพื้นที่ภายในห้องเรียน ประกอบด้วยโต๊ะทำงานของครู 2 ท่าน ต่อเด็ก 25 คน พร้อมชั้นวางอุปกรณ์และเอกสารการสอน โต๊ะพับสำหรับเด็กนั่ง ชั้นเก็บงานเด็กประมาณ 4 ชั้น และบอร์ดเคลื่อนที่ ใช้พื้นที่ประมาณ 6.5 ตารางเมตร

2.4 พื้นที่เก็บของส่วนตัวเด็ก คือ กระเป๋าเครื่องนอน คิดเป็นร้อยละ 7.05 ของพื้นที่ภายในห้องเรียน ใช้พื้นที่ประมาณ 6 ตารางเมตร

5.3 แนวทางการออกแบบสถาปัตยกรรมภายในที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก สังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

แนวทางการออกแบบศูนย์พัฒนาเด็กที่มีพื้นที่ใช้สอยประกอบด้วยพื้นที่หลัก 3 ส่วน คือ ส่วนหน้าซึ่งเป็นภายนอกอาคารจะเป็นลานเสาธงที่รองรับกิจกรรมเช้าแถว เคารพธงชาติ และสนามเด็กเล่นเพื่อใช้สำหรับรองรับกิจกรรมกลางแจ้ง ส่วนที่สองเป็นพื้นที่ภายในอาคารชั้นเดียวที่ประกอบด้วยพื้นที่อเนกประสงค์สำหรับรองรับกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเรียนการสอนตลอดจนกิจกรรมตามวันสำคัญต่าง ๆ ของศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก ถัดมาคือห้องเรียนตำแหน่งห้องจะเชื่อมกับพื้นที่อเนกประสงค์ตำแหน่งห้องน้ำสามารถเชื่อมห้องเรียนกับพื้นที่อเนกประสงค์และพื้นที่รับประทานอาหารได้ ส่วนที่สามเป็นส่วนสนับสนุนที่อยู่ภายในอาคาร ซึ่งประกอบด้วยห้องหัวหน้าศูนย์และธุรการตำแหน่งตั้งอยู่ตอนหน้าของผัง และใช้เชื่อมกับพื้นที่อเนกประสงค์ ถัดไปเป็นห้องพยาบาล ห้องเก็บของและห้องครัวอยู่ติดกับส่วนรับประทานอาหาร ผังพื้นที่ห้องเรียนได้เสนอแนะแนวทางการออกแบบ โดยเลือกจากรูปแบบที่ 3 เป็นแนวทางมีลักษณะห้องเรียนตามพื้นที่ใช้สอยที่คำนวณได้ 85 ตารางเมตร รูปร่างสี่เหลี่ยมผืนผ้าขนาดกว้าง 8.5 เมตร ยาว 10 เมตรและปรับพื้นที่ (Space) ออกเพื่อให้ห้องเกิดมุมขึ้นสำหรับรองรับกิจกรรมมุมประสบการณ์ มีบรรยากาศอิสระเด็กเลือกและตัดสินใจเข้าใช้เอง เป็นกิจกรรมหลักของการเรียนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญและตอบสนองต่อพฤติกรรม ตามวัยเด็ก 2-5 ขวบ มีความเป็นตัวของตัวเอง ต้องการพื้นที่ส่วนตัวและพื้นที่ปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น ห้องมีทางเข้าออกสู่โถงอเนกประสงค์ 2 ทางอยู่ด้านเดียวกัน มีหน้าต่าง 3 ด้านเพื่อเปิดมุมมองธรรมชาติด้านนอกอาคารดังตัวอย่างการจัดผังแสดงดังรูปที่ 5 ห้องเรียน มีความสูง 3 เมตร เพดานใช้วัสดุฝ้ายิปซัมแผ่นเรียบที่ทาสีขาว



รูปที่ 5 แสดงตัวอย่างการจัดผังความสัมพันธ์ของพื้นที่ภายในและภายนอกห้องเรียน B

ส่วนตำแหน่งห้องเรียนนั้นสามารถเชื่อมกับห้องน้ำได้อย่างสะดวก ด้านหน้าห้องเชื่อมกับพื้นที่อเนกประสงค์ การจัดผังเครื่องเรือนภายในห้องเรียนประกอบด้วยส่วนสำคัญ 4 ส่วน คือพื้นที่ว่างกลางห้อง พื้นที่ครู พื้นที่มุมประสบการณ์ และพื้นที่เก็บของส่วนตัวเด็กบริเวณริมผนังรอบห้องมีการจัดมุมประสบการณ์ไว้รอบ ๆ ครูสามารถปรับตำแหน่งชั้นวางมุมประสบการณ์ได้โดยพื้นที่ว่างกลางห้องสามารถทำกิจกรรมประจำวันรวมถึงปรับเป็นพื้นที่สำหรับช่วงเวลาการนอนของเด็กแสดงดังรูปที่ 6 เสนอแนวคิดในการออกแบบสภาพแวดล้อมภายในของห้องเรียนจัดบรรยากาศให้เด็กรู้สึกคุ้นเคยอบอุ่นผ่อนคลายและเป็นกันเองจึงนำบรรยากาศของบ้านมาเป็นแนวทางออกแบบเน้นพื้นที่ภายในที่ดูไม่เป็นทางการ ด้วยการปรับรูปร่างห้องจากรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้าเป็นมุมที่ยื่นออกจากตัวห้องเปรียบเสมือนห้องต่าง ๆ ในบ้านแทนมุมประสบการณ์ 5 มุม มุมบทบาทสมมติ มุมหนังสือ



บริเวณกลางห้องสามารถปรับเป็นพื้นที่ว่าง
เบาะนอน ขนาด 60 X 1.20 เซนติเมตร
สำหรับเด็กจัดวางในตำแหน่งที่เหมาะสม
ตามภาพเพื่อให้ได้รับลมและแสงธรรมชาติ
จากช่องทางต่างทั้ง 3 ด้าน

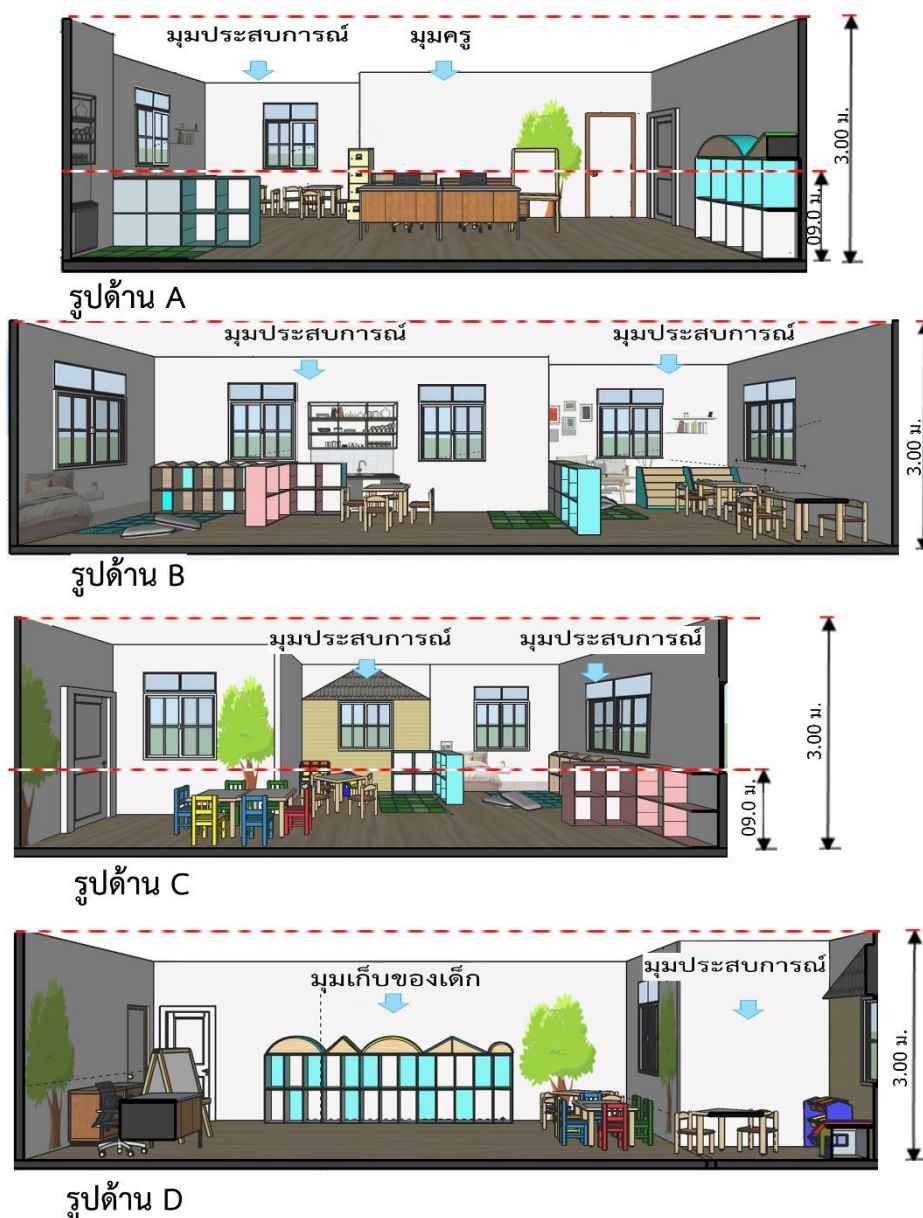
รูปที่ 6 แสดงตัวอย่างการจัดผังตำแหน่งที่นอนภายในห้องเรียน B

มุมบล็อก มุมดนตรี และมุมเกม/เครื่องเล่นสัมผัส ผังใช้ลายเส้นกราฟิกของภาพที่เด็กคุ้นเคยแทรกในพื้นที่ แสดงดังรูปที่ 7 มุมประสบการณ์ใช้ภาพธรรมชาติต้นไม้ภาพห้องภายในบ้าน เช่น ภาพของเครื่องเรือน ภาพของใช้ในบ้านที่ดูเป็นมิตรคุ้นเคย และได้พบเห็นเป็นประจำที่บ้านหรือภาพบรรยากาศในท้องถิ่นของศูนย์พัฒนาเด็กและผนังบางจุดออกแบบให้เด็กได้สามารถ



รูปที่ 7 แสดงการเสนอแนะแนวทางการออกแบบภายในห้องเรียนของศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก

ขีดเขียนภาพตามจินตนาการ ควรแยกพื้นที่ส่วนใช้เสียงและส่วนที่สงบเงียบไว้ออกจากกันให้เด็กสามารถทำกิจกรรมด้วยตนเองแบบเดี่ยวและแบบกลุ่มเล็กหรือกลุ่มใหญ่ได้ การใช้สีภาพรวมคือโทนสีธรรมชาติดูเย็นตา (อรอนงค์ ฤทธิฤชัย สัญชัย สันติเวช และนิธิตี ทองป่อง, 2560) สีเขียวเป็นสีที่เชื่อมโยงกับธรรมชาติและชีวิตช่วยกระตุ้นให้รู้สึกผ่อนคลายและปลอดภัย สีฟ้าให้ความรู้สึกสบายใจเชื่อมโยงกับความสนุกและความอ่อนโยน เลือกเครื่องเรือนที่มีสีสันสดใส ห้องเรียนระดับอนุบาลใช้สีสดและโทนอ่อนเพื่อความเหมาะสมกับลักษณะอารมณ์ การแสดงออกและความร่าเริงของเด็ก ด้านวัสดุพื้นปูด้วยกระเบื้องยางลายไม้แทรกตลอดลายรูปร่างเรขาคณิตเพื่อกำหนดพื้นที่ การเลือกเครื่องเรือนพิจารณาถึงการใช้งานที่สะดวก ดูแลรักษาและทำความสะอาดง่าย (กิริติ คุวานนท์, 2560) การจัดสภาพแวดล้อมในห้องเรียนให้เหมาะสมและเกิดสมดุลมี 4 องค์ประกอบ คือ ความสะอาด ความปลอดภัย สุขอนามัย และมีพื้นที่ในการทำกิจกรรม ประเภทชั้นวางอุปกรณ์ใช้วัสดุ ไม้อัดทาสีสดใส ลักษณะแบบเปิดช่องโล่ง เด็กสามารถมองเห็นและหยิบอุปกรณ์ของตนเองได้ ซึ่งชั้นวางควรมีความสูงไม่เกินขอบล่างของระดับช่องเปิดหน้าต่างเพื่อให้ไม่บดบังบรรยากาศภายนอกห้องเรียน กรณีชั้นหรือตู้มีความสูงเกินระดับขอบล่างของช่องเปิดจะจัดวางบริเวณผนังที่บดบังแสดงดังรูปที่ 8 เครื่องเรือนประเภทโต๊ะใช้ 2 ลักษณะ คือ แบบสูงประมาณ 50 เซนติเมตร สามารถจะนั่งวาดเขียนบนเก้าอี้และโต๊ะเตี้ยแบบญี่ปุ่นประกอบกิจกรรมมุมประสบการณ์เด็กนั่งบนพื้นเพื่อความผ่อนคลาย



รูปที่ 8 แสดงรูปด้านทั้ง 4 ด้าน ของห้องเรียนเห็นระยะความสูงเครื่องเรือนช่องเปิดที่ไม่สูงเกินขอบล่างช่องเปิด

6. การอภิปรายผล สรุป และข้อเสนอแนะ

6.1 อภิปรายผล

ผลจากการศึกษาข้อมูลการวิจัยที่ได้จากแบบสังเกตและการสัมภาษณ์ โดยการนำข้อมูลมาประกอบวิเคราะห์กับ ทฤษฎีการออกแบบห้องเรียน การจัดสภาพแวดล้อมที่ดีในสถานศึกษาปฐมวัยมีจุดมุ่งหมายเพื่อพัฒนาให้เกิดการเรียนรู้ การอยู่ ร่วมกันกับผู้อื่นและการจัดประสบการณ์ภายในโรงเรียนโดยใช้สิ่งแวดล้อมที่เหมาะสมช่วยให้เด็กมีโอกาสพัฒนาความสามารถ การปรับตัวเอง (กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น, 2560) การจัดสภาพแวดล้อมภายในศูนย์พัฒนาเด็กเล็กมีความสำคัญอย่าง ยิ่ง ต่อธรรมชาติของเด็กในวัยที่สนใจการเรียนรู้ ค้นคว้า ทดลองและต้องการสัมผัสกับสิ่งแวดล้อมรอบตัวจึงต้องเตรียม สิ่งแวดล้อมที่让孩子สามารถเรียนรู้จากการเล่นที่เป็นประสบการณ์ตรงที่เกิดจากการรับรู้ด้วยประสาทสัมผัสทั้ง 5 โดยแบ่งพื้นที่ 3 ส่วน คือพื้นที่อ่านยวความสะดวกเพื่อเด็กและผู้สอนพื้นที่ปฏิบัติกิจกรรมต่าง ๆ พื้นที่จัดมุมเล่นหรือมุมประสบการณ์ซึ่ง สอดคล้องกับ นวัตกรรม นวพันธุ์ (2560) สภาพแวดล้อมมีความสำคัญต่อการเรียนรู้แบบมอนเตสซอรี สภาพแวดล้อมเป็น

องค์ประกอบสำคัญที่ช่วยให้การเรียนรู้บรรลุเป้าหมายรูปแบบสภาพแวดล้อมที่ถูกจัดเตรียมอย่างมีจุดหมายที่สัมพันธ์กับกิจกรรมของเด็กเกิดขึ้นอย่างอิสระและเป็นธรรมชาติภายในสภาพแวดล้อมเพื่อให้เด็กมีอิสระในการเลือก

ปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมทางกายภาพและปัจจัยเชิงพื้นที่ของห้องเรียนในศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก ซึ่งต้องอาศัยกิจกรรมที่ผู้สอนจัดการเรียนรู้ประสบการณ์เพื่อให้เหมาะสมกับความพร้อม วุฒิภาวะ ความสนใจความต้องการและความสามารถของเด็ก เพื่อให้เด็กได้พัฒนาด้านต่าง ๆ ด้วยตนเองและแบบร่วมกัน (วิชานา อับดุลเลาะ และวุฒิชัย เนียมเทศ, 2563) สภาพแวดล้อมการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 แบ่งออกได้เป็น 2 องค์ประกอบ คือ สภาพแวดล้อมการเรียนรู้ทางด้านกายภาพ และทางด้านจิตวิทยาด้านกายภาพมีทั้งภายในและภายนอกห้องเรียน ควรจัดให้มีความเหมาะสมเอื้อต่อการเรียนรู้ ด้านจิตวิทยาควรสร้างสภาพแวดล้อมในการส่งเสริมสัมพันธภาพที่ดี เพื่อให้ผู้เรียนมีแรงบันดาลใจและมีความรู้สึกที่ดีจนนำไปสู่การเรียนรู้ให้เกิดขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพ โดยปัจจัยเชิงพื้นที่คือลำดับและความสัมพันธ์การจัดวางพื้นที่ใช้สอยมีพื้นที่หลัก 3 ส่วน คือ ส่วนหน้าลานเสาธง สนามเด็กเล่น ส่วนเรียนประกอบไปด้วยพื้นที่นอกประสงค์ ห้องเรียน ห้องน้ำและห้องรับประทานอาหาร และส่วนเสริมอื่น ๆ ภายในศูนย์ประกอบด้วยห้องหัวหน้าศูนย์และธุรการ ห้องพยาบาล ห้องเก็บของและห้องครัว และลำดับความสัมพันธ์การจัดวางพื้นที่ใช้สอยภายในห้องเรียนที่ประกอบด้วยส่วนบริเวณทางเข้าติดกับพื้นที่เก็บของเด็กพื้นที่ครูมีพื้นที่กลางห้องและพื้นที่มุมประสบการณ์ต่าง ๆ อยู่บริเวณผนังริมรอบห้องเรียนที่มีความสัมพันธ์มากที่สุดกับการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ อย่างน้อย 5 มุม ปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ คือ ขนาดและความสูงพื้นที่ใช้สอยภายในห้องเรียน รวมถึงรูปแบบและการจัดวางของเครื่องเรือนต้องตอบสนองการเรียนรู้ และพื้นที่ใช้สำหรับการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ของเด็ก วัฒนา ปุญญฤทธิ์ และปฐิกรณ์ ตุกชุงแสง (2545) การเรียนรู้เกิดจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างเด็กกับสิ่งแวดล้อมทางกายภาพและสิ่งแวดล้อมสังคม การจัดแบ่งพื้นที่ใช้สอยภายในห้องเรียน สามารถจัดพื้นที่กิจกรรมร่วมกันได้โดยการปรับเปลี่ยนรูปแบบการจัดครุภัณฑ์ ได้แก่ พื้นที่สอน พื้นที่รับประทานอาหาร และพื้นที่นอนกลางวัน พื้นที่ดังกล่าวอาจมีการใช้ซับซ้อนทับกันได้โดยจัดลำดับความสัมพันธ์ตามลักษณะกิจกรรม

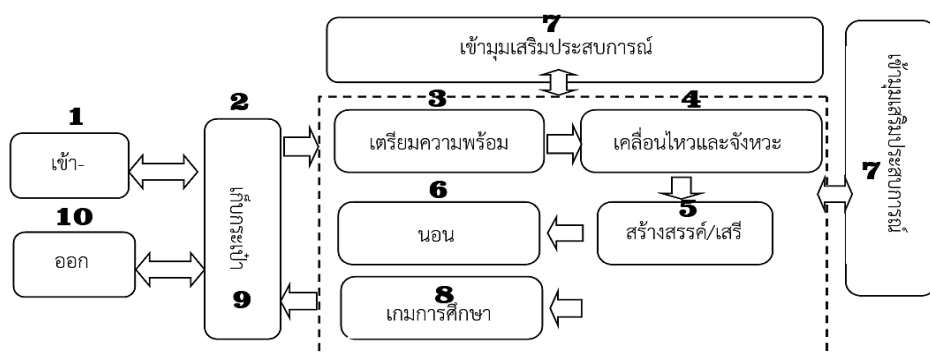
แนวทางการออกแบบภายในห้องเรียนเป็นพื้นที่หลักที่ใช้ในการเรียนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญควรเอื้อต่อการเรียนรู้ของเด็กเป็นการเรียนรู้จากประสาทสัมผัสทั้ง 5 เรียนรู้จากสิ่งนามธรรมให้มากที่สุด ความปลอดภัยของเด็กและครูเหมาะสมกับปรัชญาการศึกษาเด็ก คือ ห้องเรียนควรมีขนาดกว้าง มีการจัดมุมประสบการณ์ มีชั้นเก็บอุปกรณ์ บริเวณจัดวางสิ่งของ บริเวณรับประทานอาหาร มีแสงสว่าง สีสันสดใส อากาศถ่ายเทได้สะดวกมีบริเวณที่พักคนป่วยแยกจากเด็กอื่น ห้องน้ำมีหน้าต่างให้แสงแดดและอากาศถ่ายเทสะดวก ห้องทำงานครู บริเวณเก็บหนังสืออ้างอิงและอุปกรณ์ มีบริเวณต้อนรับผู้ปกครอง บริเวณครูพักผ่อน สอดคล้องกับ นิบลล ประพรม (2560) การจัดการเรียนรู้ภายในห้องเรียนซึ่งประกอบไปด้วยพื้นที่ 4 ส่วนที่รองรับกิจกรรมหลัก คือ พื้นที่กิจกรรมการเคลื่อนไหว พื้นที่อ่านเขียน พื้นที่กิจกรรมเสรี และพื้นที่เก็บของ ผนังบางจุดออกแบบให้เด็กสามารถขีดเขียนภาพตามจินตนาการ แยกพื้นที่ส่วนใช้เสียง และส่วนที่สงบเงียบออกจากกัน เด็กทำกิจกรรมด้วยตนเองแบบเดี่ยวและแบบกลุ่มเล็กหรือกลุ่มใหญ่ สอดคล้องกับ สุรัชต์ จิตรสิงห์ (2550) แนวทางการออกแบบสภาพแวดล้อมภายในสถานสงเคราะห์ก่อนวัยเรียนการจัดผังพื้นที่ส่วนพักอาศัยของเด็ก ส่วนกิจกรรมอยู่บริเวณด้านในพื้นที่สถานสงเคราะห์เพื่อความเป็นส่วนตัวและปลอดภัย ส่วนพื้นที่กิจกรรมของเด็กนั้นจะต้องอยู่ในตำแหน่งใกล้เคียงกัน (วุฒิชัย นิลเพ็ชร, 2561) เครื่องเรือนสำหรับกิจกรรมการเรียนรู้ ในห้องเรียนสร้างสรรค์สำหรับเด็กปฐมวัย พบว่าผู้ใช้งานมีความต้องการเครื่องเรือนที่สามารถช่วยส่งเสริมการเรียนรู้ของเด็ก ปรับเปลี่ยนหน้าที่การใช้งานได้ และเป็นเครื่องเล่นที่ให้ความรู้ มีสีสันสดใส ไม่มีอันตราย รูปแบบแปลกใหม่ น่าสนใจและกระตุ้นการเรียนรู้ของเด็ก การจัดโต๊ะกิจกรรมแบบนั่งเป็นกลุ่มและห้องที่มีพื้นที่ว่างในปริมาณมาก ทำกิจกรรมร่วมกันเป็นกลุ่มเคลื่อนไหวอย่างอิสระ

6.2 สรุปผลวิจัย

6.2.1 รูปแบบสถาปัตยกรรมภายในที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของศูนย์พัฒนาเด็กเล็กสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น สามารถจัดกลุ่มพื้นที่ของศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก ได้ 3 รูปแบบคือรูปแบบที่ 1 ห้องเรียนเป็นศูนย์กลางล้อมรอบด้วยพื้นที่ส่วนประกอบต่าง ๆ ของศูนย์ รูปแบบที่ 2 ระเบียบด้านหน้าเชื่อมต่อห้องเรียนและส่วนประกอบต่าง ๆ ของศูนย์ และรูปแบบที่ 3 ห้องโถงอเนกประสงค์ล้อมรอบด้วยส่วนประกอบต่าง ๆ ของศูนย์ รูปแบบสถาปัตยกรรมภายในห้องเรียน การจัดวางเครื่องเรือนชนิดริมผนังโดยรอบเพื่อรองรับกิจกรรมเสริมประสบการณ์ การสร้างพื้นที่มุมประสบการณ์ที่สอดคล้องกับการเรียนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ และพื้นที่ว่างกลางห้องที่มีความยืดหยุ่นของพื้นที่สำหรับกิจกรรมประจำวัน ประกอบด้วยกิจกรรมการเตรียมความพร้อม การเคลื่อนไหวและจังหวะกิจกรรมสร้างสรรค์ กิจกรรมเสรี กิจกรรมนอนและกิจกรรมเกมการศึกษา

6.2.2 ปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมทางกายภาพและปัจจัยเชิงพื้นที่ของห้องเรียนในศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก สังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นนั้น ปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมทางกายภาพมีพื้นที่ใช้สอยประกอบด้วย 3 ส่วน คือพื้นที่ส่วนตอนหน้าของศูนย์ ลานหน้าเสาธง สนามหญ้า สนามเด็กเล่น พื้นที่สำหรับการเรียนและพื้นที่อื่น ๆ ประกอบด้วย พื้นที่พยาบาลเด็กป่วย ห้องครัว

หัวหน้าศูนย์ ห้องธุรการ และเก็บของจะมีลักษณะเป็นอาคารชั้นเดียวแบบก่ออิฐฉาบปูน ห้องเรียนมีรูปร่างสี่เหลี่ยมผืนผ้าพื้นที่ 85 ตารางเมตร วิเคราะห์จากขนาดห้องเรียนของกรณีศึกษา ภายในห้องเรียนมีความสูง 3 เมตร และจะมีช่องประตูทางเข้า 2 ทางในด้านเดียวกัน มีช่องหน้าต่าง 3 ด้าน ขนาดกว้าง 1.50 เมตร สูง 1.10 เมตร เพื่อให้มีการระบายอากาศที่ดี และได้รับแสงธรรมชาติที่เพียงพอ เด็กมองบรรยากาศภายนอกห้องได้สะดวก ระดับความสูงของขอบล่างช่องหน้าต่างระยะมาตรฐาน คือ 0.90 เมตร รูปแบบเครื่องเรือนควรเคลื่อนย้ายได้สะดวกเพื่อรองรับการสร้างมุมประสบการณ์มีความสูงไม่เกินขอบล่างของช่องแสง ลักษณะโค้งมนลบเหลี่ยมมุม ชั้นวางอุปกรณ์ เก็บเครื่องนอนและเก็บกระเป๋าต้องมีลักษณะชั้นเก็บวางที่เป็นช่องโถงเพื่อการมองเห็นและให้เด็ก หยิบจับสะดวก สอดคล้องกับพฤติกรรมที่ส่งเสริมบทบาทความรับผิดชอบของเด็กเรื่องการจัดสรรพื้นที่ จัดวางเครื่องเรือนภายในห้องมาจากลำดับการใช้งานกิจกรรมประจำวันสู่พื้นที่ใช้สอยภายในห้องเรียน คือพื้นที่แรกเป็นการเก็บกระเป๋าเครื่องนอนและลำดับถัดไปจะเป็นการเตรียมความพร้อม การทำกิจกรรมการเคลื่อนไหวและจังหวะกิจกรรมสร้างสรรค์ กิจกรรมเสรี และนอนกลางวันทั้ง 5 กิจกรรมใช้พื้นที่บริเวณกลางห้อง กิจกรรมเสริมประสบการณ์ใช้พื้นที่รอบห้อง ครูจัดมุมไว้ริมผนังรอบห้องกิจกรรมเกมการศึกษาที่กระจายอยู่ทั้งกลางห้องและตามมุม ลำดับการใช้พื้นที่แสดงดังรูปที่ 9



รูปที่ 9 แสดงลำดับการใช้งานกิจกรรมประจำวันสู่ความสัมพันธ์ของพื้นที่ในห้องเรียน

6.2.3 การออกแบบสถาปัตยกรรมภายในที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก สังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จังหวัดนครราชสีมา จึงเสนอแนะแนวทางการออกแบบสภาพแวดล้อมภายในของห้องเรียน โดยนำปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และปัจจัยเชิงพื้นที่ของห้องเรียนที่ได้มาเป็นองค์ประกอบในการสร้างผังพื้นที่ สอดคล้องกับลำดับกิจกรรมประจำวัน และจะต้องพิจารณาไปพร้อมกับการจัดกิจกรรมการสอนของครูผู้สอนนักเรียนมีส่วนร่วม การออกแบบได้นำเสนอการวางผังพื้นที่ห้องเป็นลักษณะสี่เหลี่ยมผืนผ้า ที่ปรับให้พื้นที่ยื่นออกจากตัวห้องเพื่อเพิ่มมุมรองรับมุมประสบการณ์อย่างน้อย 5 มุมห้องเรียน เน้นที่ว่างกลางห้องสามารถยืดหยุ่นต่อกิจกรรมที่ต้องการพื้นที่มากที่สุดและเลือกรูปแบบเครื่องเรือน ชั้นวางและโต๊ะสำหรับนั่งทำกิจกรรมการเรียนรู้เคลื่อนย้ายได้ง่ายต่อการปรับเปลี่ยนความสูงไม่เกินขอบล่างของหน้าต่าง การจัดวางเครื่องเรือนชนิดริมผนังห้อง จัดแยกพื้นที่ส่วนใช้เสียงและส่วนเงียบออกจากกัน เสนอแนะบรรยากาศเด็กรู้สึกคุ้นเคยอบอุ่นและผ่อนคลาย

6.3 ข้อเสนอแนะ

6.3.1 ด้านสถาปัตยกรรมและสภาพแวดล้อมรอบอาคารศูนย์ เสนอแนะให้มีลานหน้าเสาธงและพื้นที่เล่นกลางแจ้งที่มีความปลอดภัย ตำแหน่งควรให้ครูผู้ดูแลสามารถมองเห็นเด็กทำกิจกรรมนอกอาคารได้ทั่วถึง และรูปแบบตัวอาคารต้องคำนึง ถึงรูปทรงของห้องเรียน โดยการเสนอแนะให้มีรูปแบบห้องที่แตกต่างไปจากรูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า แต่ปรับให้โครงสร้างห้องพัฒนาจากรูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้าที่ถูกดันผนังให้ยื่นและลดเพื่อเพิ่มมุมที่ตอบสนองกิจกรรมการเรียนรู้

6.3.2 ด้านสภาพแวดล้อมภายในอาคารเสนอแนะให้มีพื้นที่กิจกรรมที่ใช้ร่วมเป็นโถงอเนกประสงค์ไว้บริเวณตอนหน้าของอาคารและล้อมรอบด้วยห้องเรียนที่เชื่อมกับห้องน้ำได้ ภายในห้องเรียนนั้นต้องสะอาดและปลอดภัย สามารถปรับเปลี่ยนเครื่องเรือนเพื่อปรับบรรยากาศได้อย่างอิสระ เครื่องเรือนต้องไม่มีลักษณะเหลี่ยมมุมที่อันตรายต่อเด็กและเหมาะสมกับขนาด และระดับความสูงของเด็กปฐมวัยด้านอัตราส่วนจำนวนเด็กต่อห้องเรียนควรจัดให้เหมาะสมและสอดคล้องกับพื้นที่การจัดกิจกรรมภายในห้อง

6.3.3 บทความนี้สามารถนำแนวทางการออกแบบไปใช้ให้เกิดประโยชน์กับการจัดสภาพแวดล้อมภายในห้องเรียนระดับชั้นประถมวัย โดยต้องศึกษาการจัดกิจกรรมการเรียน สภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมการเรียนรู้ตามระดับวัยเพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาสภาพแวดล้อมภายในห้องเรียนและเกิดประโยชน์ต่อสถานศึกษา

6.3.4 นำงานวิจัยไปต่อยอดเพื่อศึกษาการออกแบบและพัฒนาเครื่องเรือนและวัสดุ รวมถึงรูปแบบช่องเปิดที่เหมาะสมกับพื้นที่การเรียนการสอนในศูนย์พัฒนาเด็กได้

เอกสารอ้างอิง

- กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น. (2547). **คู่มือศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก สังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น**. กรุงเทพฯ: ม.ป.ท.
- กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น. (2560). **คู่มือแนวทางการจัดทำหลักสูตรของศูนย์พัฒนาเด็กเล็กในสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ชุมนุมการเกษตรแห่งประเทศไทย.
- กระทรวงศึกษาธิการ. (2544). **ปฏิรูปการเรียนรู้ผู้เรียนสำคัญที่สุด**. กรุงเทพฯ: วัฒนาพานิช.
- กฤติกา ธรรมฤทธิ์. (2551). **การออกแบบสภาพแวดล้อมภายในโรงเรียนสอนศิลปะสำหรับเด็กปฐมวัยภายในอาคารพาณิชย์**. (วิทยานิพนธ์สถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสถาปัตยกรรมภายใน, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง).
- กิตติวัชร ศิริจันทร์สว่าง. (2541). **ศึกษาต้นแบบในการออกแบบการจัดแบ่งพื้นที่ใช้สอยภายในของสถานรับเลี้ยงเด็กเอกชนสำหรับเด็กอายุ 2-3 ปี: กรณีศึกษาเขตเมืองชั้นกลาง**. (วิทยานิพนธ์สถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสถาปัตยกรรมภายใน, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง).
- กীরติ คุวานนท์. (2560). **การจัดการเรียนรู้สู่ผู้เรียนเป็นสำคัญ**. กรุงเทพฯ: คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กุลยา ตันนิผลชีวะ. (2551). **รูปแบบการเรียนการสอนปฐมวัยศึกษา**. กรุงเทพฯ: มิตรสัมพันธ์กราฟิก จำกัด.
- ขวัญชัย นิลเพ็ชร. (2561). **การศึกษาและออกแบบเฟอร์นิเจอร์เอนกประสงค์สำหรับกิจกรรมการเรียนรู้ในห้องเรียนสร้างสรรค์**. (ปริญญาานิพนธ์ศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาศิลปกรรม คณะศิลปกรรมศาสตร์, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ).
- นักฎิกา นวพันธุ์. (2560). **การออกแบบสถาปัตยกรรมและพื้นที่สำหรับเด็กปฐมวัยตามแนวการสอนแบบมอนเตสซอรี**. *วารสารวิชาการคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สจล.* 24(2), 11-23.
- นิลบล ประพพรหม. (2560). **การจัดพื้นที่ในห้องเรียนเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ในเด็กก่อนวัยเรียนบนพื้นที่สูงจังหวัดพะเยา**. *Journal of Architectural/Planning Research and Studies.* 14(1), 61-74.
- ประยูทธ ไทยธานี. (2550). **ธรรมชาติของผู้เรียน**. นครราชสีมา: คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา.
- วัฒนา ปญญฤทธิ์ และปฏิกรณ์ ตุกชุงแสง. (2545). **123 กิจกรรมสำหรับเด็กปฐมวัย**. กรุงเทพฯ: ปาเจรา.
- วัฒนาพร ระจับทุกข์. (2542). **แผนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง**. กรุงเทพฯ: แอลทีเพรส.
- วิชานา อับดุลเลาะ และวุฒิชัย เนียมเทศ. (2563). **การจัดสภาพแวดล้อมการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 “แนวคิด ทฤษฎี และแนวทางปฏิบัติ”**. *วารสารมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์.* 7(2), 227-246.
- สำนักงานคณะกรรมการการประถมศึกษาแห่งชาติ. (2541). **การศึกษารูปแบบการจัดห้องเรียนศูนย์สื่อและเครื่องเล่นระดับก่อนประถมศึกษา**. กรุงเทพฯ: กระทรวงศึกษาธิการ.
- สิริมา ภิญโญนันตพงษ์. (2545). **สิ่งแวดล้อมสำหรับเด็กปฐมวัย**. กรุงเทพฯ: ภาควิชาหลักสูตรและการสอน มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- สุรัชต์ จิตรสิงห์. (2550). **แนวทางการออกแบบสภาพแวดล้อมภายในสถานสงเคราะห์เด็กก่อนวัยเรียนเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล**. (วิทยานิพนธ์สถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสถาปัตยกรรมภายใน, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง).
- อรอนงค์ ฤทธิ์ฤทัย สันติเวช และนิวัติ ทองป่อง. (2560). **จิตวิทยากับห้องเรียน BBL**. *วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.* 40(1), 12.

ปัจจัยด้านข้อมูลและคุณภาพของเว็บไซต์ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้เว็บไซต์
เพื่อการออกแบบภายใน กรณีศึกษานักศึกษาศาสาสถาปัตยกรรมภายใน
Factors of Website Data and Website Quality That Affect the Satisfaction of
Using a Website for Interior Design, Case Study: Interior Architecture Students

วีระยุต ขุ้ยศร¹
Wirayut Kuisorn¹

Received: 31/05/2021

Revised: 23/10/2021

Accepted: 10/11/2021

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยของเว็บไซต์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้เว็บไซต์เพื่อการออกแบบภายใน กรณีศึกษานักศึกษาศาสาสถาปัตยกรรมภายใน หลักสูตรส่งเสริมให้นักศึกษาค้นคว้าหาความรู้ด้วยตนเองจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ รวมถึงเว็บไซต์เพื่อการออกแบบด้วยผลการศึกษปัจจัยของเว็บไซต์จะเป็นข้อปัจจัยในการพิจารณาเว็บไซต์ที่มีคุณภาพแก่นักศึกษาหรือนักศึกษาพิจารณาเว็บไซต์ที่เหมาะสมได้เอง และผู้พัฒนาเว็บไซต์สามารถใช้ปัจจัยนี้ในการพัฒนาเว็บไซต์ งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาต่อยอดด้านปัจจัยของเว็บไซต์โดยอาศัยเกณฑ์ในการออกแบบเว็บไซต์จำนวน 8 ข้อ ร่วมกับการค้นคว้าข้อมูลในการออกแบบของนักศึกษา โดยมีกรณีศึกษาจากการศึกษาเบื้องต้นด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์นักศึกษา 59 คน ซึ่งสรุปได้ 6 เว็บไซต์ ได้แก่ ฟินเทอเรสท์ อาร์คเดสลิ อาร์คทเวนต์ เฮาซ์ ดีไซน์ และ ไอเก้นท์ และดำเนินการต่อยอดด้วยการวิจัยเชิงปริมาณด้วยแบบสอบถามกับนักศึกษาในสาขาสถาปัตยกรรมภายใน 221 คน และประเมินผลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่อการวิเคราะห์ทางสถิติ ผลการวิจัยแสดงว่านักศึกษานิยมค้นคว้าจากเว็บไซต์ฟินเทอเรสท์และอาร์คเดสลิ ด้วยปัจจัยในการเลือกเว็บไซต์ 2 ด้าน คือ ปัจจัยด้านข้อมูลเว็บไซต์ คือ 1) ข้อมูลด้านการก่อสร้างทางสถาปัตยกรรมภายใน คือ คุณสมบัติและรูปภาพวัสดุ งานระบบในอาคาร แบบ รูปภาพงานออกแบบ รูปภาพเฟอร์นิเจอร์ 2) ข้อมูลการออกแบบ แนวความคิดกับเนื้อหา รูปภาพงานออกแบบ 3) ข้อมูลผู้ออกแบบ คือประวัติ คำอธิบาย รูปภาพงานออกแบบ และ ปัจจัยด้านคุณภาพเว็บไซต์ คือ 1) การออกแบบเว็บไซต์ คือ ความคมชัดของรูป การจัดหมวดหมู่ การดาวน์โหลดไฟล์เพื่อนำมาใช้งาน ความสม่ำเสมอ ใช้งานในหลายระบบ ความเรียบง่าย มีเอกลักษณ์ คุณภาพกราฟฟิก 2) คุณภาพข้อมูลประกอบ คือ ข้อมูลผู้ออกแบบ มีคำอธิบาย ความครบถ้วน ระบบเนวิเกชั่นและคุณภาพกราฟฟิก

ทั้งนี้เว็บไซต์เหล่านี้มีปัจจัยและข้อมูลเพียงพอต่อการออกแบบ แต่นักศึกษาเสนอให้มีข้อมูลการก่อสร้างมากขึ้น เช่น ขั้นตอนการปรับปรุงแบบและขั้นตอนการก่อสร้าง ซึ่งเป็นประเด็นที่ควรศึกษาวิจัยเพิ่มเติมเพื่อที่นำเสนอในเว็บไซต์ต่อไป

คำสำคัญ: คุณภาพเว็บไซต์ การออกแบบภายใน ความพึงพอใจ การตัดสินใจเลือก

Abstract

The aim of this research is to study the factors of websites that affect the satisfaction of using a website for Interior Design of Interior Architecture students. In the Interior Architecture course, the instructor encourages students to study by themselves, by searching from a variety of resources including design websites. The results of the website factor study will be a criterion for teachers to consider a quality website for students or students to consider the appropriate website by themselves and website developers can

¹ สาขาวิชาสถาปัตยกรรมภายใน คณะสถาปัตยกรรม ศิลปะและการออกแบบ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

Department of Interior Architecture, School of Architecture, Art, and Design, King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

ผู้นิพนธ์ประสานงาน อีเมล: wirayut.ku@kmitl.ac.th

use this factor in website development. This research is a study of website factors by using 8 website design criteria together with students' research to use information in design. The case study was based on a preliminary study with qualitative research by interviewing 59 students, which summarized 6 websites as follows: Pinterest, Archdaily, Arch20, Houzz, Dezeen and Ignant. Research data were collected by questionnaires from 221 Interior Architecture students and analyzed by statistical programs. The result of this research can summarize the websites that students use in researching are Pinterest and Archdaily. As for the criteria, the students used in considering the selection of the website are the data factor on the website, divided into 3 groups: 1) Data criteria for internal architectural construction: material properties system work in the building, design pictures, layouts, and furniture pictures, 2) conceptual design data: concept, content, and design pictures, 3) designer information: designer biography, job description, and design pictures, and website quality factor, divided into 2 groups: 1) Website Design Criteria: image clarity, classification, file downloads for consistent use in many systems, simplicity, uniqueness, and quality of graphics, 2) data quality criteria: Designer information, design description, data integrity, navigation, and quality of graphics.

However, these websites have enough factors and information to design, but the students suggested more construction information, such as the process of improving the design and the construction process. This is an issue that should be studied further to be presented on the website in the future.

Keywords: Website Quality, Interior Design, Satisfaction, Decision Making

1. บทนำ

เนื่องจากหลักสูตรสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาสถาปัตยกรรมภายใน สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ส่งเสริมให้นักศึกษาศึกษาด้วยตนเองโดยการแสวงหาความรู้จากแหล่งข้อมูลและสื่อการสอนหลากหลายรูปแบบ รวมถึงเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เพื่อสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ในการเรียนรู้ แนวคิดทางการเรียนรู้ที่สถาบันการศึกษาและผู้เรียนสามารถเชื่อมต่อถึงกันอย่างซับซ้อนผ่านเครือข่ายเน็ตเวิร์คได้จากทุกสถานที่ในทุกละ และ ควรพัฒนาต่อเนื่องไปจนถึงการให้นักศึกษาเกิดการพัฒนานตนเองให้มีอิสระทางความคิด สามารถเรียนรู้ได้ตลอดชีวิต และ เป็นที่ต้องการของผู้ประกอบการ

นิจสิริห์ แวชาญ (2560) ได้สรุปผลการวิจัยการค้นคว้าข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตของนักศึกษาหลักสูตรสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาสถาปัตยกรรมภายในว่า นักศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากห้องสมุด ใช้เวลาเฉลี่ย 3.71 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ อ่านหนังสือ ใช้เวลาเฉลี่ย 4.78 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ ค้นคว้าข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต ใช้เวลาเฉลี่ย 9.76 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ และเล่นเกมออนไลน์และอื่น ๆ ใช้เวลาเฉลี่ย 9.41 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ สรุปผลการวิจัยว่า นักศึกษาใช้เวลาค่อนข้างมากกับการค้นคว้าข้อมูลผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเมื่อเทียบกับการค้นคว้าจากวิธีอื่น ๆ ทั้งนี้ นักศึกษาได้ค้นคว้าจากเว็บไซต์ที่มีจำนวนมาก แต่ยังไม่สามารถคัดกรองเว็บไซต์ที่มีความเหมาะสมในงานออกแบบได้ดัดนัก การวิจัยเพื่อหาปัจจัยของเว็บไซต์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกเว็บไซต์เพื่อการออกแบบภายใน จะสามารถใช้ปัจจัยที่ได้จากงานวิจัยมาพิจารณาคุณภาพของเว็บไซต์เพื่อให้ผู้สอนแนะนำเว็บไซต์ที่เหมาะสมเพื่อการค้นคว้าและนักศึกษายังสามารถเลือกเว็บไซต์ด้วยตนเอง และปัจจัยเหล่านี้ย่อมมีประโยชน์ต่อผู้พัฒนาเว็บไซต์ทางการออกแบบที่จะนำไปปรับปรุงเว็บไซต์ในอนาคต

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยของเว็บไซต์ด้านการออกแบบที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกเว็บไซต์เพื่อการออกแบบภายใน ของนักศึกษาสาขาสถาปัตยกรรมภายใน

3. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การเรียนการสอนทางสถาปัตยกรรมและสถาปัตยกรรมภายในนั้นเน้นการศึกษาค้นคว้า หาแนวความคิดใหม่ ๆ หาข้อมูลด้านวัสดุและเทคโนโลยีที่ทันสมัยตลอดเวลา โดยเน้นกระบวนการเรียนการสอนที่ให้ผู้เรียนมีส่วนร่วม (Active Learning) และการเรียนรู้โดยใช้โครงงาน (Project-based Learning) เพื่อการทดลองออกแบบที่มีลักษณะต่าง ๆ นักศึกษา

จึงใช้สื่อออนไลน์มากขึ้น ทั้งนี้ นักศึกษาจะเลือกใช้เว็บไซต์ซ้ำ ๆ กัน เพื่อทราบความพึงพอใจในการเลือกใช้เว็บไซต์ของนักศึกษาจึงต้องวัดความคิดเห็นของนักศึกษา โดยอาศัยเกณฑ์ในการออกแบบเว็บไซต์และความสอดคล้องกับความต้องการข้อมูลที่ถูกต้องและเพียงพอในการออกแบบทางสถาปัตยกรรมภายใน ตามทฤษฎีดังนี้

3.1 การเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ

ภาศิริ เขตปิยรัตน์ (2553) กล่าวว่า การจัดเนื้อหาขึ้นกับความต้องการและความสนใจของผู้เรียน ไม่ควรกำหนดเนื้อหาที่ตายตัวแต่จะกำหนดขอบเขตเนื้อหาอย่างกว้าง ๆ เพื่อให้ผู้สอนและผู้เรียนมีเสรีภาพในการจัดเนื้อหาและวิธีการสอนตามความสนใจมากขึ้น ซึ่งมีข้อดีคือ ผู้เรียนจะเกิดความกระตือรือร้นในการเรียนรู้ (Active Learning) เนื่องจากผู้สอนและผู้เรียนมีการวางแผนร่วมกัน ปัจจุบันใช้นโยบายการศึกษาแบบ 4.0 (Education 4.0) โดยใช้ไอที (IT) ในการเรียนรู้และเน้นเป้าหมายของการศึกษาทั่วไป (General Education) คือ สร้างคนให้รอบรู้ อยากรู้ สร้างการเปลี่ยนแปลง ไปสู่ปรัชญาการอุดมศึกษา (Philosophy of Higher Education) ซึ่งประกอบด้วย 1) การไม่มีจุดสูงสุดไม่มีเพดาน 2) ทำให้กล้าที่จะคิด 3) การทำงานด้วยความรับผิดชอบ มีความรัก มีคุณภาพ 4) เสริมสร้างองค์ความรู้ที่มีการต่อยอด และ 5) มีการกระบวนการคิดเชิงวิพากษ์ (Critical Thinking) และกระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์ (Creative Thinking) (สมณฑา พรหมบุญ, 2557) การศึกษานี้จะช่วยในการคิดสรรเว็บไซต์ได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

3.2 เว็บไซต์

เนณูภา สุภเวทย์ (2548) กล่าวว่า การออกแบบเว็บไซต์ที่ดี ต้องออกแบบให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายและลักษณะของเว็บไซต์ โดยคำนึงถึงความสะดวกในการใช้งานของผู้ใช้ เว็บไซต์ที่ดีควรมีความเรียบง่าย มีความสม่ำเสมอ สะท้อนเอกลักษณ์และลักษณะขององค์กร มีเนื้อหาที่มีประโยชน์ มีระบบนำทางที่ใช้ง่าย ธวัชชัย ศรีสุเทพ (2544) และ ดวงพร เกียรติคำ และ วงศ์ประชา จันทร์สมวงศ์ (2546) กล่าวว่า กระบวนการพัฒนาเว็บไซต์ แบ่งเป็น 5 ขั้นตอน ได้แก่ 1) สำรวจความต้องการ คือ เริ่มศึกษาหน่วยงานเจ้าของเว็บไซต์เพื่อกำหนดเป้าหมาย ระบุกลุ่มผู้ใช้และความต้องการของผู้ใช้ และการศึกษาคู่แข่ง เพื่อกำหนดกลยุทธ์ในการแข่งขัน 2) พิจารณาเนื้อหา คือ กำหนดขอบเขตเนื้อหาและการใช้งาน 3) กำหนดโครงสร้างเว็บไซต์ คือ จัดระบบข้อมูล ทำแผนผังโครงสร้างข้อมูลและออกแบบระบบนำทาง 4) การออกแบบภาพ คือ ออกแบบลักษณะหน้าของเว็บเพจ มีการจัดแบ่งพื้นที่และรูปแบบโครงสร้างข้อมูลในหน้าเว็บเพจ และ 5) การสร้างเว็บไซต์เข้าระบบ คือ การนำเว็บเพจอัปโหลดเว็บไซต์สู่เครื่องแม่ข่ายเพื่อเผยแพร่บนอินเทอร์เน็ต และกำหนดแนวทางการบำรุงรักษาข้อมูลให้ทันสมัยอยู่เสมอ และ ผดุงเกียรติ เลหาทิตสนา (2554) อธิบายว่าทฤษฎีการออกแบบเว็บไซต์นั้นต้องคำนึงถึง 1) ความเรียบง่าย 2) ความสม่ำเสมอ 3) ความเป็นเอกลักษณ์ 4) เนื้อหา 5) ระบบเนวิเกชัน 6) คุณภาพของสิ่งที่ปรากฏให้เห็นในเว็บไซต์ 7) ความสะดวกของการใช้ในสภาพต่าง ๆ 8) ความคงที่ในการออกแบบ และ 9) ความคงที่ของการทำงาน

เห็นได้ว่าการออกแบบเว็บไซต์นั้นต้องเน้นที่กลุ่มเป้าหมายที่ใช้เป็นหลัก โดยการออกแบบอาศัยกระบวนการสำรวจความต้องการ เนื้อหา โครงสร้างเว็บไซต์ ภาพ และระบบของเว็บไซต์ แต่จากเกณฑ์การสร้างเว็บไซต์นั้นเป็นเกณฑ์ในภาพกว้างยังไม่มีปัจจัยที่เน้นสำหรับนักศึกษาด้านการออกแบบสถาปัตยกรรมภายในที่ชัดเจนจึงควรทำการศึกษาต่อไป

3.3 สถาปัตยกรรมภายใน

วีระยุต ขัยสร (2557) กล่าวว่า การวิเคราะห์งานสถาปัตยกรรมภายใน นั้นต้องศึกษา พื้นที่ว่างภายในอาคารซึ่งมีองค์ประกอบ คือ ระบายปิดล้อม ซึ่งระบายแต่ละระบายจะมี องค์ประกอบของการออกแบบ (Design Elements) และหลักการออกแบบ (Principles of Design) เช่น สี พื้นผิว เส้น ลวดลาย วัสดุ เฟอร์นิเจอร์ และระบบอาคาร เป็นต้น และ อรรถพร เพชรานนท์ (2539) ได้กล่าวว่า พื้นที่ว่างภายใน (Interior Space) จะสะท้อนถึงภาพบรรยากาศและภาพลักษณ์ซึ่งเป็นสื่อกลางของศิลปะของสถาปัตยกรรมนั้น การเรียนการสอนจึงเป็นเชิงวิเคราะห์องค์รวมในการออกแบบในรูปแบบของโครงการเป็นฐาน (Project-based Learning) จึงต้องค้นคว้าหาข้อมูลด้านแนวความคิดของผู้ออกแบบ สไตล์ รวมถึงกระบวนการคิดที่นำไปสู่การออกแบบ ทั้งนี้ Horn and Salvendy (2006, 2009) กล่าวว่า การรับรู้ที่ดีของมนุษย์ด้านความคิดสร้างสรรค์ คือ การรับรู้ด้านการมองเห็น (Visual Perception) ซึ่งเห็นได้ว่าการค้นคว้าเพื่อการออกแบบนั้น นอกจากเนื้อหาเพื่อการวิเคราะห์แล้ว ยังต้องการภาพ หรือทัศนียภาพเป็นสำคัญ ทั้งนี้เพื่อเห็นบรรยากาศและองค์ประกอบ วัสดุ สี เป็นต้น ซึ่งไม่สามารถเขียนบรรยายได้ดีเท่าการเห็นภาพ ทำให้เว็บไซต์ทางด้านการออกแบบ ต้องเน้นเนื้อหาและภาพประกอบเป็นสำคัญ

3.4 ความพึงพอใจ

ภาศิริ เขตปิยรัตน์ (2553) ได้อธิบายว่า ความพึงพอใจ (Satisfaction) เป็นทัศนคติที่เป็นนามธรรม การจะรู้ว่าบุคคลมีความพึงพอใจหรือไม่ ต้องสังเกตอย่างละเอียดซับซ้อนไม่สามารถวัดความพึงพอใจโดยตรงได้จึงต้องวัดความพึงพอใจทางอ้อมด้วยแบบสอบถามหรือแบบสัมภาษณ์ด้วยการวัดความคิดเห็นของบุคคลเหล่านั้น ซึ่งผลของความพึงพอใจนั้นขึ้นอยู่กับ

การประเมินความเป็นไปได้จากความรู้สึกนึกคิดและการคาดการณ์ของบุคคลที่มีต่อสิ่งนั้น การประเมินค่าความพึงพอใจของแต่ละคนยังขึ้นอยู่กับภูมิหลัง ประสบการณ์ ความสนใจการให้คุณค่าแก่อะไรนั้น ๆ ของแต่ละบุคคล และ สมชาย บุญสุน (2554) อ้างถึง สมศักดิ์ คงเที่ยง และอัญชลี โพธิ์ทอง อธิบายว่า ความพึงพอใจ เกิดจาก 1) ความพึงพอใจเป็นผลรวมของความรู้สึกของบุคคลเกี่ยวกับระดับความชอบหรือไม่ชอบต่อสภาพต่าง ๆ 2) ความพึงพอใจเป็นผลของทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบต่าง ๆ 3) ความพึงพอใจในการทำงานเป็นผลมาจากการปฏิบัติงานที่ดี และสำเร็จจนเกิดเป็นความภูมิใจและได้ผลตอบแทนในรูปแบบต่าง ๆ ตามที่หวังไว้ หรือความรู้สึกที่ดีของบุคคลที่ได้รับการตอบสนองเมื่อบรรลุวัตถุประสงค์ในสิ่งที่ต้องการ และ Kotler and Armstrong (2002) รายงานว่า พฤติกรรมของมนุษย์เกิดขึ้นต้องมีสิ่งจูงใจ (Motive) หรือแรงขับเคลื่อน (Drive) เป็นความต้องการที่กดดันจนมากพอที่จะจูงใจให้บุคคลเกิดพฤติกรรมและตัดสินใจดำเนินการเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง โดย กุลชลี ไชยนิลตา และธีระวัฒน์ จันทิก (2559) กล่าวว่า กระบวนการตัดสินใจ (Decision Making) จะประกอบด้วย 1) การระบุปัญหา 2) การระบุข้อจำกัดของปัจจัย 3) การพัฒนาทางเลือก 4) การวิเคราะห์ทางเลือก 5) การเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด 6) การนำผลการตัดสินใจไปปฏิบัติ และ 7) การสร้างระบบควบคุมและประเมินผล ทั้งนี้การตัดสินใจโดยกลุ่มจะเป็นการตัดสินใจที่ยอมรับและใช้กันในองค์กรนั้น ๆ ซึ่งมีคุณภาพในการตัดสินใจนั้นดีกว่าการตัดสินใจเฉพาะบุคคล จากแหล่งข้อมูลที่มีมากกว่าและสมบูรณ์เพิ่มความถูกต้อง เพิ่มความแตกต่างในมุมมอง เพิ่มการยอมรับ

ทั้งนี้การหาปัจจัยที่ใช้ในการเลือกใช้งานเว็บไซต์นี้ควรตรวจสอบความพึงพอใจในการตัดสินใจแบบกลุ่มของผู้ใช้เว็บไซต์ทางด้านการออกแบบ ซึ่งควรใช้แบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูล โดยผู้วิจัยเลือกกลุ่มนักศึกษาในสาขาสถาปัตยกรรมภายในเป็นกลุ่มประชากรในงานวิจัยนี้ และจากการสำรวจเบื้องต้น สรุปเว็บไซต์ที่ใช้เป็นกรณีศึกษาได้ 6 เว็บไซต์ ดังนี้

1) เว็บไซต์พินเทอเรสต์ (Pinterest-www.pinterest.com) ได้รับการก่อตั้งโดย Ben Silbermann, Paul Sciarra, and Evan Sharp เปิดการใช้งานปี พ.ศ. 2553 เป็นเครื่องมือที่ผู้คนใช้เก็บรวบรวมแนวความคิดสำหรับโครงการต่าง ๆ และลงทะเบียนฟรี โดยผู้ใช้งานสามารถสร้างและแบ่งปันของที่สะสมไว้ (เป็น "บอร์ด") แบบเป็นทั้งคั่นหนังสือภาพ คำนี้มาจาก Pin + Interest ซึ่งมีความหมายเท่ากับ “การปักหมุดเรื่องที่สนใจ”

2) เว็บไซต์อาร์คเดลี (Archdaily- www.archdaily.com) เปิดการใช้งานปี พ.ศ. 2551 โดย David Basulto and David Assael เป็นผู้ก่อตั้ง เว็บไซต์นี้เป็นเว็บบล็อกปิดข่าวสถาปัตยกรรม โครงการ ผลิตภัณฑ์ กิจกรรมการสัมภาษณ์ และการแข่งขัน นำเสนอความคิดเห็นของ สถาปนิก มัณฑนากร นักออกแบบ และผู้สนใจ

3) เว็บไซต์อาร์คเวนดี้ (Arch20- www.arch20.com) เปิดการใช้งานปี พ.ศ. 2555 โดยกลุ่มบัณฑิตจากมหาวิทยาลัยเวอร์จิเนียเทค (Virginia Tech) ได้สร้างแพลตฟอร์มระดับนานาชาติที่เกี่ยวข้องกับสถาปัตยกรรม นักเรียน นักวิชาการมืออาชีพและผู้ชื่นชอบในการพัฒนาสถาปัตยกรรม นำเสนอแนวทางในการเติบโตที่เคยมีมาและต้องการจากงานสถาปัตยกรรม การออกแบบศิลปะ และสิ่งที่เกี่ยวข้องทั้งหมด

4) เว็บไซต์เฮาซ (Houzz- www.houzz.com) เปิดการใช้งานปี พ.ศ. 2552 โดย Houzz Adi Tatarko and Alon Cohen เป็นผู้ก่อตั้ง เว็บไซต์นี้เป็นแบบชุมชนออนไลน์เกี่ยวกับสถาปัตยกรรมการออกแบบและตกแต่งภายในการออกแบบภูมิทัศน์และการปรับปรุงบ้าน มีรูปภาพจำนวนมาก และผู้ใช้งานสามารถอัปโหลดรูปถ่ายของตนเองหรือเลือกจากแพลตฟอร์มเพื่อเพิ่มผลิตภัณฑ์จากตลาด ทำให้ผู้ใช้สามารถวาดภาพหรือเพิ่มสต็อกเกอร์และข้อความรวมทั้งทำงานร่วมกับผู้อื่นในความคิดของผู้ใช้เองได้

5) เว็บไซต์ดีซีน (Dezeen-www.dezeen.com) เปิดการใช้งานปี พ.ศ. 2555 เป็นพื้นที่นิตยสารเพื่อการออกแบบ (Design Magazine) ออนไลน์สำหรับสถาปนิก สถาปนิกภายใน มัณฑนากร และนักออกแบบ โดยมีที่ตั้งในเมือง Hoxton ลอนดอน ประเทศอังกฤษ แต่ในปี พ.ศ. 2558 ก็เปิดตัวสำนักงานในเกาะแมนฮัตตัน เมืองนิวยอร์ก สหรัฐอเมริกา และเปิดตัวใน MacBook Pro และติดอันดับนิตยสารการออกแบบ The Design 100 ของ THE TIME เมื่อปี พ.ศ. 2559

6) เว็บไซต์ไอเก้นท์ (iGNANT- www.ignant.com) เปิดการใช้งานปี พ.ศ. 2550 ในกรุงเบอร์ลิน ประเทศเยอรมนี เป็นนิตยสารออนไลน์ที่ได้รับรางวัลยอดเยี่ยมด้านศิลปะ การออกแบบ การถ่ายภาพแฟชั่น และสถาปัตยกรรม เป็นนิตยสารที่จะนำเสนอผลงานที่โดดเด่น มีรูปแบบโฆษณาที่สร้างสรรค์และแปลกใหม่ และผลิตสารคดีที่เป็นเอกลักษณ์ของตัวเองบนขอบของวัฒนธรรมร่วมสมัยซึ่งรวมถึงการสัมภาษณ์การเยี่ยมชมสตูดิโอ เรื่องราวการเดินทางและอื่น ๆ

4. วิธีการวิจัย

การวิจัยนี้สืบเนื่องจากผลการวิจัยการค้นคว้าข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตของนักศึกษาในสาขาสถาปัตยกรรมภายใน นักศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตใช้เวลาเฉลี่ย 9.76 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ (นิจสิริห์ แวหาญ, 2560) ซึ่งนักศึกษาใช้เวลาค่อนข้างมากกับการค้นคว้าข้อมูลผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต การวิจัยเพื่อหาปัจจัยของเว็บไซต์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการ

เลือกใช้เว็บไซต์เพื่อการออกแบบภายในนั้น จะสามารถใช้ปัจจัยที่ได้จากงานวิจัยมาพิจารณาคุณภาพของเว็บไซต์ซึ่งมีประโยชน์ต่อผู้สอนและนักศึกษาในการพิจารณาเลือกเว็บไซต์ด้วยตนเอง จากการทบทวนวรรณกรรมทำให้ทราบถึงวิธีการในการออกแบบเว็บไซต์เบื้องต้นเพื่อใช้เป็นตัวแปรในการทำวิจัย มีขั้นตอนดำเนินการคือ 1) การตั้งประเด็นปัญหา ทบทวนวรรณกรรม 2) การศึกษาเบื้องต้น (Pilot Study) เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อหาเว็บไซต์กรณีศึกษา และปรับปรุงแบบสอบถาม กับนักศึกษาในสาขาสถาปัตยกรรมภายใน สจล. จำนวน 59 คน 3) พัฒนาแบบสอบถาม 4) การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) กับกลุ่มประชากรหลัก คือ นักศึกษาในสาขาสถาปัตยกรรมภายใน สจล. จำนวน 221 คน โดยใช้แบบสอบถามแบบปลายปิด (Close Ended Questionnaires) เป็นเครื่องมือเก็บข้อมูลงานวิจัย ใช้เกณฑ์มาตรวัดของลิเคิร์ต (Likert Rating Scales) ซึ่งใช้การประเมินทัศนคติออกเป็น 5 ระดับ คือ ความพึงพอใจน้อยมาก ความพึงพอใจน้อย ความพึงพอใจปานกลาง ความพึงพอใจมาก และความพึงพอใจมาก ๆ 5) วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่อการวิเคราะห์ทางสถิติ โดยใช้สถิติพรรณนาและสถิติเชิงอนุมานแบบ Factor Analysis (FA) โดยทำการวิเคราะห์ 2 ขั้นตอน คือ 1) การสำรวจความสัมพันธ์ของตัวแปร (Exploratory Factor Analysis) และ 2) การยืนยันโครงสร้างของปัจจัย (Confirmatory Factor Analysis) และ 6) สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

4.1 การทำการศึกษา

จากการทบทวนวรรณกรรมในเนื้อหาเรื่อง “เว็บไซต์” ได้ประเด็นสำคัญคือการออกแบบต้องเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายและลักษณะของเว็บไซต์ การวิจัยจึงต้องดำเนินการศึกษาเพื่อหาเว็บไซต์เป็นกรณีศึกษา โดยมีขั้นตอนคือ

1) ทำการศึกษาเบื้องต้น เพื่อหาเว็บไซต์ที่นิยมใช้ในหมู่นักศึกษาด้านสถาปัตยกรรมภายใน สจล. เพื่อหาปัจจัยในการเลือกใช้งานเว็บไซต์ด้านการออกแบบเพิ่มเติม เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้แบบสอบถามประเภทปลายเปิด (Open Ended Questionnaires) และการสัมภาษณ์กลุ่มนักศึกษา (คณะชั้นปี) จำนวน 59 คน การค้นคว้าเพื่อประโยชน์ของนักศึกษาแบ่งเป็นสองลักษณะคือ 1) การหาข้อมูลเนื้อหา และ 2) การหาภาพประกอบหรือภาพทัศนียภาพ และสรุปชื่อเว็บไซต์ที่นักศึกษานิยมใช้ค้นคว้า ได้แก่ เว็บไซต์ พินเทอเรสต์ (www.pinterest.com) อาร์คเดลี (www.archdaily.com) อาร์คเวนดี้ (www.arch20.com) เฮาซ์ (www.houzz.com) ดีซีน (www.dezeen.com) และ ไอเก้นท์ (www.ignant.com) โดยนักศึกษสามารถเปิดใช้เว็บไซต์ด้วยอุปกรณ์โทรศัพท์มือถือ ระบบปฏิบัติการ iOS และ Android แท็บเล็ต (Tablet) และคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล (Personal Computer) และได้ปรับปรุงแบบสอบถามเพื่อใช้ในเก็บข้อมูลเชิงปริมาณต่อไป

2) ทำการศึกษาด้วยการวิจัยเชิงปริมาณ ด้วยการแจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาในการวิจัย คือ นักศึกษาในสาขาสถาปัตยกรรมภายใน สจล. ชั้นปีที่ 1 ถึงชั้นปีที่ 5 จำนวน 221 คน

ทั้งนี้ผู้วิจัยไม่ได้พิจารณาเว็บไซต์ประเภทที่ให้บริการสืบค้นข้อมูล (Search Engine) เช่น Google (www.google.com) Yahoo (www.yahoo.com) Bing (www.bing.com) เนื่องจากไม่ได้เป็นเว็บไซต์ที่เน้นการนำเสนอการออกแบบโดยเฉพาะ ด้วยการทำการศึกษาเบื้องต้น ได้ข้อมูลตัวแปรเพิ่มเติมจากงานวิจัยเว็บไซต์อื่น ๆ ประกอบด้วยปัจจัยด้านข้อมูลในเว็บไซต์ 10 ตัวแปร และ ปัจจัยด้านคุณภาพเว็บไซต์ 12 ตัวแปร ดังนี้

4.1.1 ตัวแปรอิสระ

ปัจจัยด้านข้อมูลในเว็บไซต์ 10 ตัวแปร ได้แก่ 1) เนื้อหา คำอธิบาย งานออกแบบ 2) แนวความคิดในการออกแบบชิ้นงาน 3) ประวัติผู้ออกแบบ สถาปนิก มัณฑนากร 4) รูปภาพงานออกแบบ 5) รูปภาพเฟอร์นิเจอร์สำเร็จรูปและข้อมูล 6) รูปภาพวัสดุ 7) แบบสำเร็จเพื่อการเขียนแบบ 8) งานระบบภายในอาคาร 9) คุณสมบัติของวัสดุ และ 10) คำอธิบายงานโดยผู้ออกแบบ

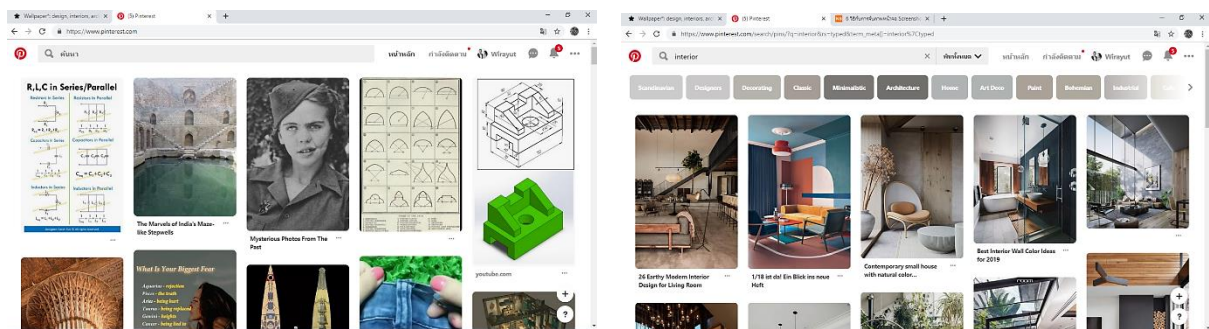
ปัจจัยด้านคุณภาพเว็บไซต์ 12 ตัวแปร ได้แก่ 1) ความเรียบง่าย 2) ความสม่ำเสมอของหน้าเว็บไซต์ที่เป็นแนวเดียวกัน 3) ความเป็นเอกลักษณ์ของเว็บไซต์ 4) เนื้อหาด้านสถาปัตยกรรมภายในที่มีคำอธิบาย 5) ความครบถ้วนของเนื้อหา เช่น โรงแรม พิพิธภัณฑ์ 6) มีข้อมูลและแนวความคิดของผู้ออกแบบ 7) ระบบเนวิเกชันที่ไม่สับสน 8) คุณภาพของกราฟิก รูปภาพ สี สัน ขนดภาพ 9) ความสะดวกในการใช้งานในหลายระบบ 10) มีการจัดหมวดหมู่เนื้อหาและรูปภาพ 11) ความคมชัดของรูปภาพและขนาดไฟล์ที่ใหญ่ และ 12) ความสะดวกในการดาวน์โหลดไฟล์มาใช้งาน

4.1.2 ตัวแปรตาม ความพึงพอใจ: ความพึงพอใจของนักศึกษาในปัจจัยต่าง ๆ และเว็บไซต์

4.2 วิเคราะห์เว็บไซต์กรณีศึกษา

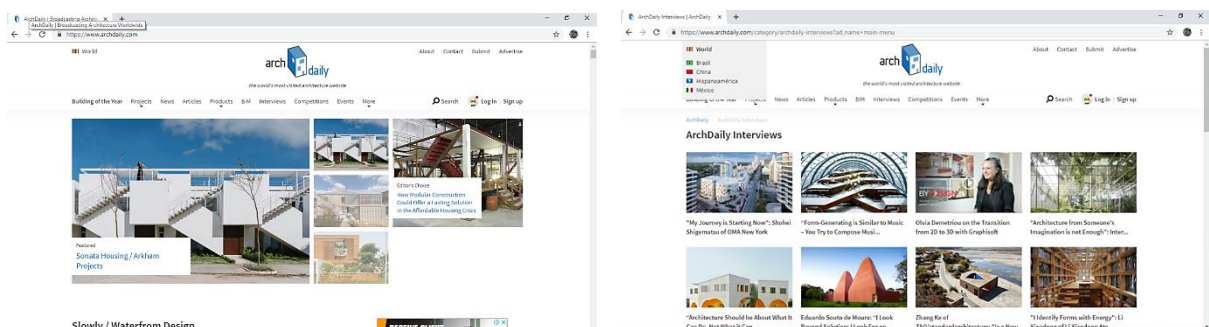
4.2.1 เว็บไซต์พินเทอเรสต์ (Pinterest) มีลักษณะโครงสร้างแบบใยแมงมุม เน้นกราฟิกและรูปภาพ จึงดูเรียบง่ายมีตัวอักษรน้อย เนื้อหา มีการจัดหมวดหมู่ตามคำที่กดค้นหาและแบ่งหมวดหมู่ย่อยด้วยการบวกคำ ซึ่งรูปแบบหมวดหมู่จะตาม “คำ” และสามารถจัดกลุ่มงานที่สนใจโดยผู้ใช้เว็บไซต์ได้เอง โดยผู้ใช้สามารถกดติดตามงานในกลุ่มต่าง ๆ ที่สนใจได้ โดย

สามารถเพิ่มเติมรูปภาพได้ด้วยตนเอง และสามารถแชร์ภาพร่วมกันได้ แต่คุณภาพของภาพจะไม่แน่นอน (รูปที่ 1)



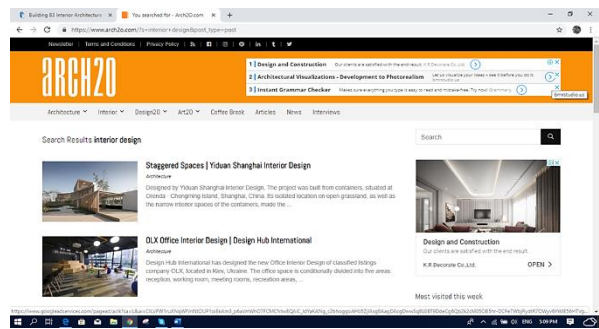
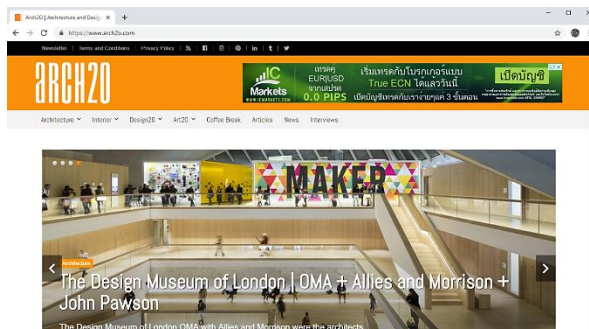
รูปที่ 1 แสดงภาพหน้าเว็บไซต์ พินเทอเรสต์
ที่มา: Pinterest (2019)

4.2.2 เว็บไซต์อาร์คเดลี (Archdaily) มีลักษณะโครงสร้างแบบลำดับขั้น เน้นการจัดหมวดหมู่งานเฉพาะด้าน สถาปัตยกรรมเป็นหลัก โดยนำเสนองานที่ใหม่ล่าสุดในหน้าหลัก เนื้อหาแต่ละเรื่องจะมีบทความหรือคำบรรยายแบบย่อและภาพประกอบที่ชัดเจน และสามารถเข้าไปอ่านบทความเพิ่มเติมได้ในลำดับต่อไป รูปแบบหมวดหมู่ จะแบ่งตามลักษณะงานอย่างวารสาร เช่น แบ่งเป็น โครงการบทความ บทสัมภาษณ์ ผลิตภัณฑ์ ให้เห็นชัดตั้งแต่หน้าหลัก หรือสามารถค้นหาจากคำที่ปรากฏในชื่อเรื่องของเนื้อหาที่เกี่ยวข้อง และสามารถดาวน์โหลดข้อมูลโครงการ และรูปภาพซึ่งมีคุณภาพดีไปได้ และยังเพิ่มช่องทางติดต่อไปยังเว็บไซต์ของบริษัทผู้ออกแบบโครงการด้วย (รูปที่ 2)



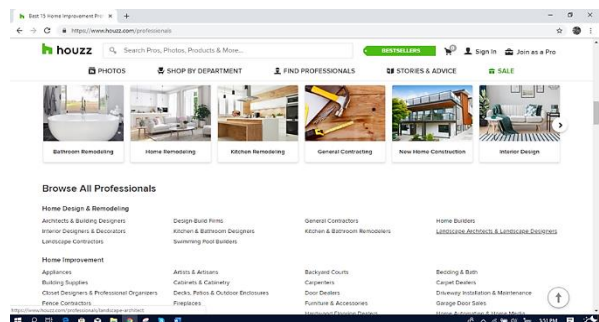
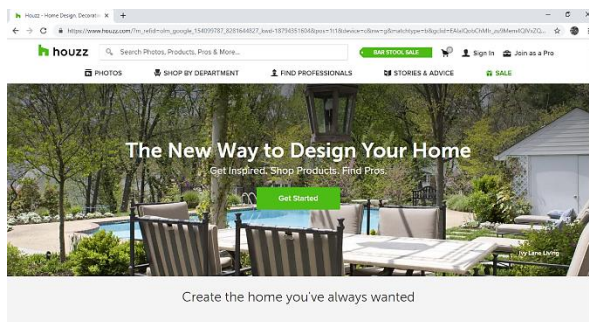
รูปที่ 2 แสดงภาพหน้าเว็บไซต์ อาร์คเดลี
ที่มา: Archdaily (2019)

4.2.3 เว็บไซต์อาร์คเวนดี้ (Arch20) มีลักษณะโครงสร้างแบบลำดับขั้น เน้นการจัดหมวดหมู่งาน โดยนำเสนอ งานที่ใหม่ล่าสุดในหน้าหลัก มีการจัดหมวดหมู่เนื้อหาแต่ละงานเน้นภาพถ่ายหรือวิดีโอทัศน์ก่อน แล้วสามารถเข้าไปอ่านบทความที่เกี่ยวข้องได้ รูปแบบหมวดหมู่ แบ่งตามลักษณะงานอย่างวารสาร โดยแบ่งเป็น สถาปัตยกรรม ตกแต่งภายใน ออกแบบ ศิลปะ และแยกกลุ่มบทความออกเป็น บทความน่าสนใจ บทความวิชาการ ข่าว บทสัมภาษณ์ เป็นต้น และมีการหมุนเวียนภาพในหน้าหลักไปเรื่อย ๆ สามารถแชร์ภาพร่วมกันได้ ในแอปพลิเคชันต่าง ๆ ทั้งนี้คุณภาพของภาพดี (รูปที่ 3)



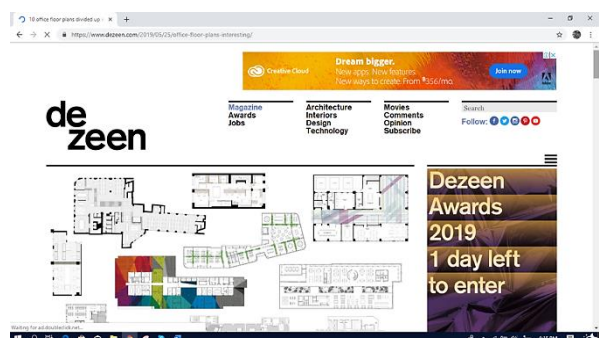
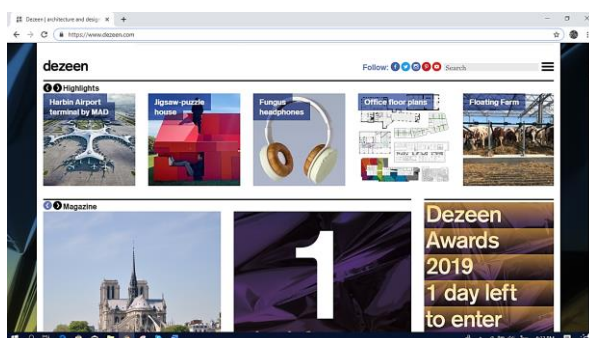
รูปที่ 3 แสดงภาพหน้าเว็บไซต์ อาร์คเวนต์
ที่มา: Arch20 (2019)

4.2.4 เว็บไซต์เฮาซ (Houzz) มีลักษณะเป็นโครงสร้างแบบลำดับขั้น เน้นการจัดหมวดหมู่งาน ที่เน้นกลุ่มเรื่อง แต่จะเน้นภาพถ่ายที่มีบทความและผู้ออกแบบ รูปแบบหมวดหมู่จะแบ่งตามลักษณะงานแบบหมวดสินค้าและการนำเสนอสินค้า เว็บไซต์มีลักษณะเน้นการขายสินค้า ผู้ใช้จึงสามารถเลือกเมนูย่อยในหมวดหมู่ต่าง ๆ ได้เพิ่ม ทั้งนี้ผู้ใช้งานยังสามารถติดต่อช่าง ผู้เชี่ยวชาญ และซื้อของตกแต่งบ้านผ่านเว็บไซต์ของบริษัทต่าง ๆ ได้ (รูปที่ 4)



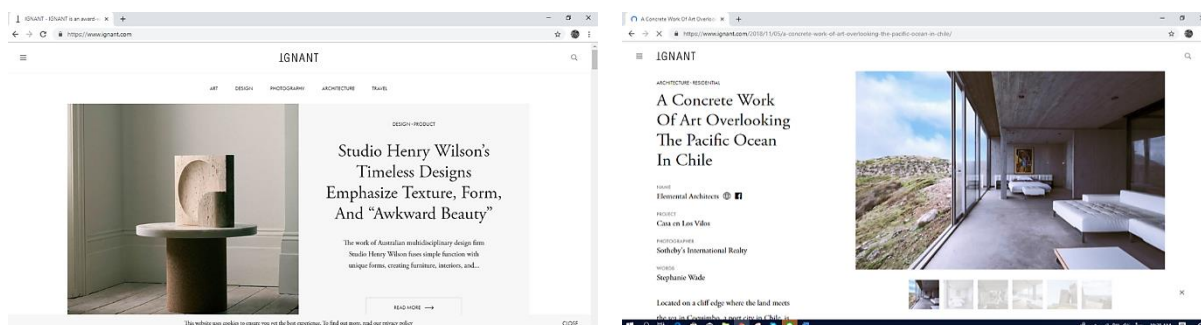
รูปที่ 4 แสดงภาพหน้าเว็บไซต์ เฮาซ
ที่มา: Houzz (2019)

4.2.5 เว็บไซต์ดีซีน (Dezeen) มีลักษณะเป็นโครงสร้างแบบลำดับขั้น เน้นการจัดหมวดหมู่งานเฉพาะด้าน สถาปัตยกรรมเป็นหลัก โดยนำเสนองานที่ใหม่ล่าสุดในหน้าหลัก ทั้งนี้การจัดหมวดหมู่เนื้อหาแต่ละเรื่องจะมีบทความหรือคำบรรยายแบบย่อและภาพประกอบที่ชัดเจน ให้คำอธิบายและรายละเอียดของเนื้อหาค่อนข้างมาก รูปแบบหมวดหมู่จะแบ่งตามลักษณะงานอย่างวารสาร ลักษณะเด่นคือเน้นผลงานที่มีชื่อเสียงหรือได้รับรางวัลด้านการออกแบบ รวมถึงมีวิดีโอให้ชม และมีแบบแปลนให้ศึกษา (รูปที่ 5)



รูปที่ 5 แสดงภาพหน้าเว็บไซต์ ดีซีน
ที่มา: Dezeen (2019)

4.2.6 เว็บไซต์ไอเก้นท์ (IGNANT) มีลักษณะเป็นโครงสร้างแบบลำดับชั้น เน้นการจัดหมวดหมู่งานศิลปะ การออกแบบ การถ่ายภาพแฟชั่น และสถาปัตยกรรม เป็นนิตยสารที่จะนำเสนอผลงานที่ได้รับรางวัลในหน้าหลัก การจัดหมวดหมู่เนื้อหาจะมีข้อบทความและภาพประกอบในเบื้องต้น และสามารถเข้าไปอ่านบทความเพิ่มเติมได้ในลำดับต่อไปซึ่งให้คำอธิบายและรายละเอียดของเนื้อหาพอสมควร เน้นภาพถ่ายที่มีคุณภาพสูงและมีจำนวนมาก รูปแบบหมวดหมู่จะแบ่งตามลักษณะงานอย่างวารสาร ลักษณะเด่นชัดของเว็บไซต์คือเน้นผลงานที่มีชื่อเสียงหรือได้รับรางวัลด้านการออกแบบ และมีวิทัศน์ให้ชมพร้อมข้อมูลของผู้ออกแบบ (รูปที่ 6)



รูปที่ 6 แสดงภาพหน้าเว็บไซต์ ไอเก้นท์
ที่มา: Ignant (2019)

5. ผลการวิจัย

นักศึกษาในสาขาสถาปัตยกรรมภายใน สจล. นิยมใช้เว็บไซต์ในการค้นคว้า 6 เว็บไซต์ สามารถสรุปลักษณะเปรียบเทียบตามตัวแปรปัจจัยด้านข้อมูลในเว็บไซต์และตัวแปรปัจจัยด้านคุณภาพเว็บไซต์ เก็บข้อมูลความพึงพอใจ ด้วยแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างคือนักศึกษาในสาขาสถาปัตยกรรมภายใน จำนวน 221 คน เป็นข้อมูล อายุ เพศ และความพึงพอใจของนักศึกษา วิเคราะห์ผลความพึงพอใจด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่อการวิเคราะห์ทางสถิติ คือ 1) ความพึงพอใจของนักศึกษาในการเลือกใช้เว็บไซต์ 2) ปัจจัยด้านข้อมูลในเว็บไซต์ และ 3) ปัจจัยด้านคุณภาพเว็บไซต์ ดังนี้

5.1 ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ นักศึกษาในสาขาสถาปัตยกรรมภายใน ระดับปริญญาตรี จำนวน 221 คน คือ เพศชาย 40 คน (18.1%) และเพศหญิง 181 คน (81.9%) มีอายุระหว่าง 18-24 ปี คือ อายุ 18 ปี จำนวน 14 คน (6.3%), อายุ 19 ปี จำนวน 31 คน (14.0%), อายุ 20 ปี จำนวน 34 คน (15.4%), อายุ 21 ปี จำนวน 41 คน (18.6%), อายุ 22 ปี จำนวน 54 คน (24.4%), อายุ 23 ปี จำนวน 36 คน (16.3%) และอายุ 24 ปี จำนวน 11 คน (5.0%)

นักศึกษาค้นคว้าจากเว็บไซต์เฉลี่ย 7 ครั้งต่อสัปดาห์ขึ้นไป จำนวน 92 คน (41.6%), 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 52 คน (23.5%), 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 59 คน (26.7%), และ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 18 คน (8.1%) และนักศึกษานิยมใช้งานในช่วงเวลา 21.01-24.00 น. จำนวน 84 คน (38.0%), ช่วงเวลา 18.01-21.00 น. จำนวน 73 คน (33.0%), ช่วงเวลา 15.01-18.00 น. จำนวน 20 คน (9.0%), ช่วงเวลา 12.01-15.00 น.จำนวน 21 คน (9.5%), ช่วงเวลา 9.01-12.00 น.จำนวน 11 คน (5.0%), ช่วงเวลา 6.01-9.00 น. จำนวน 2 คน (0.9%) และช่วงเวลา 00.01-3.00 น.จำนวน 10 คน (4.5%)

5.2 ผลการเปรียบเทียบลักษณะเว็บไซต์กรณีศึกษา

จากผลการวิเคราะห์รูปแบบของเว็บไซต์ทั้ง 6 (ตารางที่ 1-3)

ตารางที่ 1 แสดงการเปรียบเทียบปัจจัยด้านข้อมูลของเว็บไซต์การศึกษา

รายการเปรียบเทียบ	ฟินเทอเรสท์	อาร์คเดลี	อาร์คเวนต์	เฮาซ์	ดีซีน	ไอเกินท์
1) เนื้อหา คำอธิบาย งานออกแบบ	x	●	●	●	●	●
2) แนวความคิดในการออกแบบชิ้นงาน	x	●	●	●	●	●
3) ประวัติผู้ออกแบบ สถาปนิก มัณฑนากร	x	●	●	x	●	●
4) รูปภาพงานออกแบบ	●	●	●	●	●	●
5) รูปภาพเฟอร์นิเจอร์สำเร็จรูปและข้อมูล	●	●	●	●	●	●
6) รูปภาพวัสดุ	●	x	x	●	x	x
7) แบบแปลน	x	x	x	●	●	x
8) งานระบบภายในอาคาร	o	x	x	●	x	x
9) คุณสมบัติของวัสดุ	o	x	x	●	x	x
10) คำอธิบายงานโดยผู้ออกแบบ	x	●	●	x	●	●

หมายเหตุ: ● = มีมาก, o = มีบ้าง, x = ไม่มี

ตารางที่ 2 แสดงการเปรียบเทียบปัจจัยด้านคุณภาพของเว็บไซต์การศึกษา

รายการเปรียบเทียบ	ฟินเทอเรสท์	อาร์คเดลี	อาร์คเวนต์	เฮาซ์	ดีซีน	ไอเกินท์
1) ความเรียบง่ายของหน้าเว็บไซต์	●	●	●	●	●	●
2) ความสม่ำเสมอของหน้าเว็บไซต์	●	●	●	●	●	●
3) ความเป็นเอกลักษณ์	x	o	o	x	●	●
4) เนื้อหาที่มีคำอธิบาย	o	●	●	●	●	●
5) ความครบถ้วนของเนื้อหา	o	●	●	o	●	●
6) ข้อมูลและแนวคิดผู้ออกแบบ	x	●	●	x	●	●
7) ระบบเนวิเกชัน	●	●	●	●	●	●
8) คุณภาพของกราฟิก	o	●	●	o	●	●
9) ความสะดวกของการใช้ในหลายระบบ	●	●	●	●	●	●
10) การจัดหมวดหมู่	●	●	●	●	●	●
11) ความคมชัดของรูปภาพ	o	●	●	o	●	●
12) การดาวน์โหลดไฟล์มาใช้	●	●	●	●	●	●

หมายเหตุ: ● = มีมาก, o = มีบ้าง, x = ไม่มี

ตารางที่ 3 แสดงลักษณะเด่นของเว็บไซต์การศึกษา

เว็บไซต์การศึกษา	ลักษณะเด่นของเว็บไซต์
1) ฟินเทอเรสท์	เน้นกราฟิกและรูปภาพ จึงดูเรียบง่ายมีตัวอักษรน้อย
2) อาร์คเดลี	เน้นหมวดหมู่งานเฉพาะด้านสถาปัตยกรรม มีบทความ บทสัมภาษณ์ ผลิตภัณฑ์ และจัดวางหน้าเว็บไซต์อย่างวารสาร
3) อาร์คเวนต์	เน้นนำเสนองานที่ใหม่ล่าสุด ด้านสถาปัตยกรรม ตกแต่งภายใน ศิลปะ มีบทความวิชาการ ข่าว บทสัมภาษณ์ และหน้าเว็บไซต์อย่างวารสาร
4) เฮาซ์	เน้นภาพถ่ายที่มีบทความและผู้ออกแบบ เป็นแหล่งรวมวัสดุ สินค้าและข้อเสนอแนะในเรือนบ้าน เน้นการขายสินค้า
5) ดีซีน	เป็นแหล่งรวมผลงานที่มีชื่อเสียงหรือได้รับรางวัลด้านการออกแบบมีบทความ และวิถีทัศน์ให้ชม มีแบบแปลน และหน้าเว็บไซต์อย่างวารสาร
6) ไอเกินท์	เป็นนิตยสารที่จะนำเสนอผลงานที่ได้รับรางวัล ให้คำอธิบายและรายละเอียดของเนื้อหา มีภาพถ่ายที่มีคุณภาพสูงและมีจำนวนมากในแต่ละโครงการ วิถีทัศน์ให้ชม และข้อมูลของผู้ออกแบบ

5.3 ความพึงพอใจของนักศึกษาในการเลือกใช้เว็บไซต์

ความพึงพอใจของนักศึกษาในการเลือกเว็บไซต์ จากการดำเนินการทำการคัดเลือกเว็บไซต์เบื้องต้นได้ดังนี้

ลำดับที่ 1	พินเทอร์เรสต์	ระดับความพึงพอใจเฉลี่ยที่ 4.75	หมายถึง มีความพึงพอใจมาก
ลำดับที่ 2	อาร์คเดสลิ	ระดับความพึงพอใจเฉลี่ยที่ 3.25	หมายถึง มีความพึงพอใจปานกลาง
ลำดับที่ 3	ดีไซน์	ระดับความพึงพอใจเฉลี่ยที่ 2.24	หมายถึง มีความพึงพอใจน้อย
ลำดับที่ 4	อาร์คทเวนต์	ระดับความพึงพอใจเฉลี่ยที่ 1.88	หมายถึง มีความพึงพอใจน้อย
ลำดับที่ 5	เฮาซ์	ระดับความพึงพอใจเฉลี่ยที่ 1.86	หมายถึง มีความพึงพอใจน้อย
ลำดับที่ 6	ไอเก้นท์	ระดับความพึงพอใจเฉลี่ยที่ 1.67	หมายถึง มีความพึงพอใจน้อย

ซึ่งสามารถดูความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของนักศึกษากับลักษณะเด่นของเว็บไซต์ (ตารางที่ 4)

ตารางที่ 4 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของนักศึกษากับลักษณะเด่นของเว็บไซต์

เว็บไซต์ กรณีศึกษา	ลักษณะเด่นของเว็บไซต์	ระดับความพึงพอใจ ของนักศึกษา
1) พินเทอร์เรสต์	เน้นกราฟิกและรูปภาพ จึงดูเรียบง่ายมีตัวอักษรน้อย	พอใจมาก ๆ
2) อาร์คเดสลิ	เน้นหมวดหมู่งานเฉพาะด้านสถาปัตยกรรม มีบทความ บทสัมภาษณ์ ผลิตภัณฑ์ และหน้าเว็บไซต์อย่างวารสาร	พอใจปานกลาง
3) ดีไซน์	เป็นแหล่งรวมผลงานที่มีชื่อเสียงหรือได้รับรางวัลด้านการออกแบบมี บทความ และวิดีโอที่น่าสนใจ มีแบบแปลนของโครงการให้ศึกษา หน้าเว็บไซต์ อย่างวารสาร	พอใจน้อย
4) อาร์คทเวนต์	เน้นนำเสนองานที่ใหม่ล่าสุด ด้านสถาปัตยกรรม ตกแต่งภายใน ออกแบบ ศิลปะ มีบทความวิชาการ ข่าว บทสัมภาษณ์ และหน้าเว็บไซต์อย่างวารสาร	พอใจน้อย
5) เฮาซ์	เน้นภาพถ่ายที่มีบทคัดย่อและผู้ออกแบบ เป็นแหล่งรวมวัสดุ สินค้าและ ข้อเสนอแนะในเรือนบ้าน เน้นการขายสินค้า	พอใจน้อย
6) ไอเก้นท์	เป็นนิตยสารที่จะนำเสนอผลงานที่ได้รับรางวัล ให้คำอธิบายและรายละเอียด ของเนื้อหา มีภาพถ่ายที่มีคุณภาพสูงและมีจำนวนมากในแต่ละโครงการ วิดี ทัศน์ให้ชม และข้อมูลของผู้ออกแบบ	พอใจน้อย

5.4 พิจารณปัจจัยด้านข้อมูลในเว็บไซต์ที่นักศึกษาให้ความสำคัญ

จากแบบสอบถามด้านข้อมูลที่ต้องการในเว็บไซต์ 10 ตัวแปร เพื่อพิจารณาหาปัจจัยด้านข้อมูลที่ต้องการใน
เว็บไซต์ด้วยการใช้สถิติเชิงอนุมาน แบบ Factor Analysis (FA) โดยทำการวิเคราะห์ 2 ขั้นตอน ขั้นตอนแรก คือ การสำรวจ
ความสัมพันธ์ของตัวแปรด้านข้อมูล 10 ปัจจัย หรือ Exploratory Factor Analysis และขั้นตอนที่ 2 คือ การยืนยันโครงสร้าง
ของปัจจัย (Confirmatory Factor Analysis) ด้านข้อมูลของเว็บไซต์ที่นักศึกษาให้ความสำคัญ

ขั้นตอนที่ 1 คือ การวิเคราะห์ว่าข้อมูลเหมาะสมกับการวิเคราะห์ด้วย FA พบว่า ค่า Kaiser-Meyer-Olkin
Measure of Sampling Adequacy (KMO) คือ .636 ส่วนค่า Bartlett's test of Sphericity มีระดับนัยสำคัญ $p < .05$ เพื่อ
ยืนยันว่าการใช้ FA มีความเหมาะสม ค่า Principal Component Analysis แสดงให้เห็นค่า Eigenvalue ที่มีค่าเกิน 1 จำนวน
3 ค่า ในการอธิบายค่าความแปรปรวนของปัจจัย ได้แก่ 32.4%, 19.1% และ 13.2% ตามลำดับ (ตารางที่ 5) จากนั้นจึงทำ
Parallel Analysis พบว่า ปัจจัยที่ควรนำไปใช้จัดโครงสร้างใหม่ของปัจจัยด้านข้อมูลของเว็บไซต์ที่สัมพันธ์กับความสำคัญที่
นักศึกษาให้ ควรมี 3 ปัจจัย (ตารางที่ 6) ดังนั้นจึงพิจารณาการวิเคราะห์ FA อีกครั้งเพื่อยืนยันโครงสร้างของปัจจัยด้านข้อมูล
เว็บไซต์ ปัจจัยทั้ง 3 ได้แก่ ปัจจัยตัวที่ 1 คือ ด้านข้อมูลการก่อสร้างทางสถาปัตยกรรมภายใน ประกอบด้วย คุณสมบัติวัสดุ งาน
ระบบในอาคาร รูปถ่ายวัสดุ แบบแปลน รูปถ่ายเฟอร์นิเจอร์ และรูปภาพงานออกแบบ ปัจจัยตัวที่ 2 คือ ด้านข้อมูลการ
ออกแบบแนวความคิดกับเนื้อหา และรูปภาพงานออกแบบ และปัจจัยตัวที่ 3 คือ ด้านข้อมูลของผู้ออกแบบ คือ ประวัติ
ผู้ออกแบบ คำอธิบายงานและรูปภาพงานออกแบบ (ทั้งนี้รูปภาพงานออกแบบมีนัยสำคัญกับทั้งสามกลุ่ม)

ขั้นตอนที่ 2 ทำการวิเคราะห์ด้วย FA อีกครั้งเพื่อยืนยันโครงสร้างของปัจจัยด้านข้อมูลของเว็บไซต์ พบว่า ค่า
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO) คือ .636 ส่วนค่า Bartlett's test of Sphericity มีระดับ
นัยสำคัญ $p < .05$ เพื่อยืนยันว่าการใช้ FA มีความเหมาะสม ค่า Principal Component Analysis แสดงให้เห็นค่า

Eigenvalue ที่มีค่าเกิน 1 จำนวน 3 ค่า ในการอธิบายค่าความแปรปรวนของปัจจัย ได้แก่ 32.4% 19.1% และ 13.2% ตามลำดับ โดยทั้ง 3 ปัจจัยสามารถอธิบายโครงสร้างของปัจจัยด้านข้อมูลของเว็บไซต์ รวม 64.7% (ตารางที่ 5)

ตารางที่ 5 แสดงค่ายืนยันโครงสร้างของปัจจัยด้านข้อมูลของเว็บไซต์

Total Variance Explained							
Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings ^a
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total
1	3.239	32.392	32.392	3.239	32.392	32.392	3.149
2	1.915	19.148	51.540	1.915	19.148	51.540	2.027
3	1.318	13.177	64.717	1.318	13.177	64.717	1.540
4	.975	9.747	74.463				
5	.733	7.334	81.797				
6	.559	5.591	87.388				
7	.486	4.857	92.244				
8	.356	3.556	95.800				
9	.275	2.745	98.546				
10	.145	1.454	100.000				

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. When components are correlated, sums of squared loadings cannot be added to obtain a total variance.

ตารางที่ 6 แสดงค่าความสัมพันธ์กลุ่มปัจจัยด้านข้อมูลเว็บไซต์

ปัจจัยด้าน ข้อมูลเว็บไซต์	Pattern Matrix ^a			Structure Matrix			Communalities
	Component			Component			
	1	2	3	1	2	3	
คุณสมบัติวัสดุ	.922			.882			.833
งานระบบในอาคาร	.845			.844			.718
รูปภาพวัสดุ	.686			.713		-.306	.564
แบบแปลน	.647			.624			.400
รูปภาพเฟอร์นิเจอร์	.606			.623			.394
รูปภาพงานออกแบบ	.388	.472	-.452	.520	.514	-.459	.653
แนวความคิดการออกแบบ		.912			.900		.813
เนื้อหา คำอธิบายงาน		.846			.837		.772
ประวัติผู้ออกแบบ			.774			.780	.613
คำอธิบายโดยผู้ออกแบบ		.306	.722		.404	.715	.711

Extraction Method: Principal Component Analysis. Rotation Method: Oblimin with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 7 iterations.

5.5 พิจารณปัจจัยด้านคุณภาพเว็บไซต์ที่นักศึกษาให้ความสำคัญ

จากแบบสอบถามเรื่องปัจจัยในการเลือกเว็บไซต์แบ่งออกเป็น 12 ตัวแปร จึงนำข้อมูลมาวิเคราะห์ด้วยการใช้สถิติเชิงอนุมาน แบบ Factor Analysis (FA) โดยทำการวิเคราะห์ 2 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนแรก คือ การสำรวจความสัมพันธ์ของตัวแปรด้านข้อมูล 12 ตัวแปร หรือ Exploratory Factor Analysis และขั้นตอนที่ 2 คือ การยืนยันโครงสร้างของปัจจัย หรือ Confirmatory Factor Analysis

ขั้นตอนที่ 1 คือ การวิเคราะห์ว่าข้อมูลเหมาะสมกับการวิเคราะห์ด้วย FA พบว่า ค่า Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO) คือ .702 ส่วนค่า

Bartlett's test of Sphericity มีระดับนัยสำคัญ $p < .05$ เพื่อยืนยันว่าการใช้ FA มีความเหมาะสม ค่า Principal Component Analysis แสดงให้เห็นค่า Eigenvalue ที่มีค่าเกิน 1 จำนวน 3 ค่า ในการอธิบายค่าความแปรปรวนของปัจจัย ได้แก่ 30.96%, 14.98% และ 10.64% ตามลำดับ (ตารางที่ 7) จากนั้นจึงทำ Parallel Analysis ด้วยการวิเคราะห์แบบ Monte Carlo พบว่า ปัจจัยที่ควรนำไปใช้จัดโครงสร้างใหม่ของปัจจัยด้านคุณภาพ ปัจจัยในการเลือกเว็บไซต์ควรมี 2 ปัจจัย (ตารางที่ 8) คือ ปัจจัยตัวที่ 1 คือ ปัจจัยด้านการออกแบบเว็บไซต์ ประกอบด้วย ความคมชัดของรูป การจัดหมวดหมู่ การดาวน์โหลดไฟล์เพื่อมาใช้งาน ความสม่ำเสมอ ใช้งานในหลายระบบ ความเรียบง่าย ความมีเอกลักษณ์ คุณภาพของกราฟิก และปัจจัยตัวที่ 2 คือ ปัจจัยด้านคุณภาพข้อมูลประกอบ ได้แก่ มีข้อมูลผู้ออกแบบ มีคำอธิบาย ความครบถ้วน ระบบเมนูเก็ช คุณภาพของกราฟิก ดังนั้นจึงพิจารณาการวิเคราะห์ FA อีกครั้งเพื่อยืนยันโครงสร้างของปัจจัยด้านคุณภาพของเว็บไซต์ที่นักศึกษาให้ความสำคัญ (ทั้งนี้คุณภาพของกราฟิกมีนัยสำคัญกับทั้งสองกลุ่ม)

ขั้นตอนที่ 2 ทำการวิเคราะห์ด้วย FA อีกครั้งเพื่อยืนยันโครงสร้างของปัจจัยด้านคุณภาพของเว็บไซต์ พบว่า ค่า Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO) คือ .702 ส่วนค่า Bartlett's test of Sphericity มีระดับนัยสำคัญ $p < .05$ เพื่อยืนยันว่าการใช้ FA มีความเหมาะสม ค่า Principal Component Analysis แสดงให้เห็นค่า Eigenvalue ที่มีค่าเกิน 1 จำนวน 2 ค่า ในการอธิบายค่าความแปรปรวนของปัจจัย ได้แก่ 30.96% และ 14.98% ตามลำดับ โดยทั้ง 2 ปัจจัยสามารถอธิบายโครงสร้างของปัจจัยด้านคุณภาพ การเลือกเว็บไซต์ รวม 45.95% (ตารางที่ 7)

ตารางที่ 7 แสดงค่า Eigenvalue โครงสร้างของปัจจัยด้านคุณภาพของเว็บไซต์

Total Variance Explained							
Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings ^a
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total
1	3.716	30.967	30.967	3.716	30.967	30.967	3.093
2	1.798	14.987	45.953	1.798	14.987	45.953	2.983
3	1.277	10.644	56.598				
4	.971	8.092	64.689				
5	.896	7.463	72.153				
6	.790	6.584	78.736				
7	.654	5.448	84.184				
8	.564	4.702	88.886				
9	.426	3.546	92.432				
10	.396	3.299	95.730				
11	.287	2.395	98.126				
12	.225	1.874	100.000				

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. When components are correlated, sums of squared loadings cannot be added to obtain a total variance.

ตารางที่ 8 แสดงค่าความสัมพันธ์กลุ่มปัจจัยด้านคุณภาพเว็บไซต์

ปัจจัยด้านคุณภาพเว็บไซต์	Pattern Matrix ^a		Structure Matrix		Communalities
	Component		Component		
	1	2	1	2	
ความคมชัดของรูป	.760		.746		.559
จัดหมวดหมู่	.633		.627		.394
การดาวน์โหลดไฟล์มาใช้	.600		.608		.370
ความสม่ำเสมอ	.597		.622		.393
ใช้งานในหลายระบบ	.594		.571		.332
ความเรียบง่าย	.534		.580	-.313	.359
ความมีเอกลักษณ์	.429		.418		.176
มีข้อมูลผู้ออกแบบ		-.886		-.815	.718
มีคำอธิบาย		-.835		-.830	.690
ความครบถ้วน		-.735	.330	-.768	.602
ระบบเนวิเกชั่น		-.592		-.627	.407
คุณภาพของกราฟิก	.406	-.483	.548	-.602	.514

Extraction Method: Principal Component Analysis. Rotation Method: Oblimin with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 6 iterations.

6. การอภิปรายผล สรุป และข้อเสนอแนะ

การวิจัยนี้ได้รับความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดีจากกลุ่มตัวอย่าง แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างพิจารณาถึงความสะดวกในการใช้งานเว็บไซต์จากการออกแบบให้เหมาะสมกับวิชาชีพและลักษณะของเว็บไซต์ (เนณูภา สุภเวทย์, 2548; นิทัศน์ อธิพิทักษ์, 2544) ซึ่งงานวิจัยต่าง ๆ ด้านการพัฒนาเว็บไซต์ จะให้ความสำคัญปัจจัยในหลากหลายด้านการเรียนการสอน เช่น การเน้นเว็บไซต์แบบแสดงรูปภาพผสมเนื้อหา (สุรศักดิ์ นามนัย, 2548) และมีการกำหนดปัจจัยในการออกแบบเว็บไซต์ไว้ 9 ข้อ (ผดุงเกียรติ เล้าหิตสนา, 2554) แต่ยังไม่ได้จำแนกปัจจัยที่ชัดเจนสำหรับเว็บไซต์ด้านการออกแบบ ผู้วิจัยจึงดำเนินการวิจัยเบื้องต้นหาปัจจัยด้านการค้นคว้าเพื่อการออกแบบตามวิธีการของ Horn & Salvendy (2006, 2009) ซึ่งได้ปัจจัยต่าง ๆ จากการศึกษาเบื้องต้น ซึ่งมีทั้งเหมือนและต่างจากงานวิจัยด้านเว็บไซต์อื่น และผลวิจัยยังสามารถสรุปกลุ่มปัจจัยในการเลือกใช้เว็บไซต์ออกเป็น 2 กลุ่ม ซึ่งสามารถนำปัจจัยนี้ไปพัฒนาปรับปรุงเว็บไซต์ด้านการออกแบบได้ตรงตามผู้ใช้งานที่ต้องการข้อมูลให้เพียงพอสำหรับการเรียนรู้และวิเคราะห์ข้อมูลได้ในงานสถาปัตยกรรมและสถาปัตยกรรมภายใน รวมถึงในการเรียนการสอนยังสามารถใช้ปัจจัยนี้เพื่อพิจารณาคุณภาพของเว็บไซต์ในการแนะนำแหล่งข้อมูลเพื่อการค้นคว้าที่เหมาะสม

6.1 ผลวิจัยได้ความพึงพอใจของนักศึกษาในการเลือกใช้เว็บไซต์

ผลการวิจัย แสดงให้เห็นว่านักศึกษาเลือกสืบค้นข้อมูลจาก เว็บไซต์พินเทอร์เรสต์ เป็นอันดับหนึ่งด้วยระดับความพึงพอใจมาก ๆ และ เว็บไซต์อาร์คเดสลิเป็นอันดับสองด้วยระดับความพึงพอใจปานกลาง ซึ่งคุณสมบัติของเว็บไซต์ทั้งสอง คือ เน้นกราฟิกและรูปภาพ ดูเรียบง่าย เนื้อหา มีการจัดหมวดหมู่ตามคำที่ก่อดันหาและแบ่งหมวดหมู่ย่อยด้วยการบวกค่า และสามารถจัดกลุ่มงานที่สนใจโดยผู้ใช้เว็บไซต์ได้เอง โดยผู้ใช้งานสามารถติดตามงานในกลุ่มต่าง ๆ ที่สนใจได้ โดยสามารถเพิ่มเติมรูปภาพได้ด้วยตนเอง ทำให้เว็บไซต์มีความทันสมัยอยู่ตลอดเวลา และสามารถแชร์ภาพร่วมกันได้ ในแอปพลิเคชันต่าง ๆ ซึ่งมีความสอดคล้องกับการให้ความสำคัญในปัจจัยด้านข้อมูลและด้านคุณภาพของเว็บไซต์

6.2 ปัจจัยด้านข้อมูลเว็บไซต์ที่นักศึกษาให้ความสำคัญ

ปัจจัยด้านข้อมูลในเว็บไซต์ที่นักศึกษาให้ความสำคัญ จากการทดลอง 10 ปัจจัย สามารถสรุปได้ 3 กลุ่ม คือ 1) ด้านข้อมูลด้านการก่อสร้างทางสถาปัตยกรรมภายใน (คุณสมบัติวัสดุ งานระบบในอาคาร รูปภาพวัสดุ แบบแปลน และรูปภาพเฟอร์นิเจอร์) 2) ด้านข้อมูลการออกแบบแนวความคิดกับเนื้อหา และ 3) ด้านข้อมูลของผู้ออกแบบ (ประวัติผู้ออกแบบ และคำอธิบายงาน) ทั้งนี้รูปภาพงานออกแบบมีนัยสำคัญกับทั้งสามกลุ่ม

6.3 ปัจจัยด้านคุณภาพเว็บไซต์ที่นักศึกษาให้ความสำคัญ

ปัจจัยด้านคุณภาพเว็บไซต์ที่นักศึกษาให้ความสำคัญจากการทดลอง 9 ปัจจัย สามารถสรุปได้ 2 กลุ่ม คือ 1) ด้านการออกแบบเว็บไซต์ (ความคมชัดของรูป การจัดหมวดหมู่ การดาวน์โหลดไฟล์เพื่อมาใช้งาน ความสม่ำเสมอ ใช้งานในหลายระบบ ความเรียบง่าย ความมีเอกลักษณ์) 2) ด้านคุณภาพข้อมูลประกอบ (ข้อมูลผู้ออกแบบ มีคำอธิบาย ความครบถ้วน ระบบเนวิเกชัน) ทั้งนี้คุณภาพของกราฟิกมีนัยสำคัญกับทั้งสองกลุ่ม

6.4 ข้อเสนอแนะ

เนื่องจากพิจารณาปัจจัยด้านข้อมูลเว็บไซต์และปัจจัยด้านคุณภาพเว็บไซต์ ที่นักศึกษาให้ความสำคัญ มีปัจจัยที่น่าสนใจว่านักศึกษาให้ความสำคัญมาก คือ รูปภาพงานออกแบบ มีอยู่ในทั้ง 3 กลุ่มของปัจจัยด้านข้อมูลเว็บไซต์ และ คุณภาพกราฟิก มีอยู่ในทั้ง 2 กลุ่มของปัจจัยด้านคุณภาพเว็บไซต์ ทั้งนี้อาจเป็นไปได้ว่า รูปภาพงานออกแบบเป็นส่วนสำคัญที่สามารถสื่อสารข้อมูลได้ในหลายมิติสามารถอธิบายเรื่องราวและแนวความคิดของงานด้วยตัวของภาพนั้น ๆ และ คุณภาพกราฟิกเป็นสิ่งจำเป็นเพื่อนักออกแบบต้องการนำภาพไปใช้ แต่การวิจัยนี้ยังไม่ได้พิจารณาเหตุผลหลักในเรื่องนี้ ซึ่งเป็นประเด็นน่าสนใจที่เกิดขึ้นหลังการวิจัยนี้ ทั้งนี้ยังเห็นได้ว่าเว็บไซต์ที่เป็นที่นิยมนั้นเหตุผลหลัก ๆ คือการนำข้อมูลมาใช้งานได้สะดวกและบางครั้งผู้ใช้สามารถมีส่วนร่วมในการจัดข้อมูลด้วย

การพิจารณาในการศึกษากลุ่มปัจจัยนั้นมีผลต่อแต่ละเว็บไซต์มากหรือน้อย ซึ่งยังไม่ได้ทำการศึกษาในงานวิจัยนี้ จึงควรทำการศึกษาในลำดับต่อไป และควรศึกษาเว็บไซต์ด้านการออกแบบในประเทศไทยด้วยดั่งที่นักศึกษากลุ่มตัวอย่างได้เสนอมา เช่น เว็บไซต์ที่ชิตีชี เป็นต้น ส่วนเนื้อหาที่ยังขาดอยู่ในเว็บไซต์ที่ทำการศึกษานำเสนอโดยนักศึกษา เช่น ข้อมูลขั้นตอนในการพัฒนาแบบ การพัฒนาแนวความคิด งานระบบและเทคโนโลยีในการผลิต การเปรียบเทียบคุณสมบัติของวัสดุ เป็นต้น

ทั้งนี้ผู้วิจัยเห็นว่าเว็บไซต์ทางด้านการออกแบบที่ใช้เป็นกรณีศึกษาเหล่านี้มีปัจจัยและข้อมูลเพียงพอต่อการออกแบบเบื้องต้น แต่ด้วยการเรียนทางสถาปัตยกรรมภายในเน้นสอนให้ออกแบบเพื่อก่อสร้างได้จริง จึงมักมีอุปสรรคในขั้นตอนการปรับปรุงแบบสู่การก่อสร้างและขั้นตอนในการก่อสร้างจริง รวมถึงการประเมินราคาและระยะเวลาในการก่อสร้าง ซึ่งเป็นเงื่อนไขสำคัญในการออกแบบ แต่ไม่มีข้อมูลเหล่านี้แสดงให้เห็นควบคู่ไปกับโครงการต่าง ๆ ที่นำเสนอในเว็บไซต์ ซึ่งควรมีเพิ่มเติมเพื่อให้ทราบความสัมพันธ์ระหว่างงานออกแบบกับการผลิตงานจริง

7. กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยด้านข้อมูลและคุณภาพของเว็บไซต์ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้เว็บไซต์เพื่อการออกแบบภายใน กรณีศึกษานักศึกษาสาขาสถาปัตยกรรมภายใน ได้รับเงินสนับสนุนการวิจัย ประเภทเงินอุดหนุนทั่วไป (เงินรายได้) จากคณะสถาปัตยกรรม ศิลปะและการออกแบบ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง เลขที่สัญญา 2562-0202007 ประจำปีงบประมาณ 2562 งานวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความกรุณา และความร่วมมือจากฝ่ายต่าง ๆ ที่ได้ให้ความช่วยเหลือ ส่งเสริม อำนวยความสะดวกในการดำเนินการวิจัยเป็นอย่างดีของหน่วยงานภายในสถาบัน

เอกสารอ้างอิง

กุลชลี ไชยนันตา และ ชีระวัฒน์ จันทิก. (2559). องค์ประกอบของการคัดเลือกใช้บริษัทตัวแทนเพื่อศึกษาต่อประเทศสิงคโปร์.

Veridian E-Journal, Silpakorn University. 9(3), 1173-1189.

ดวงพร เกียรติคำ และวงศ์ประชา จันทน์สมวงศ์. (2546). คู่มือสร้างเว็บไซต์ด้วยตนเองฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพฯ: โปรวิชั่น.

ธวัชชัย ศรีสุเทพ. (2544). คู่มือการออกแบบเว็บไซต์ฉบับมืออาชีพ: คัมภีร์ Web Design. กรุงเทพฯ: โปรวิชั่น.

นิจสิริห์ แววชาญ. (2560). พฤติกรรมการเรียนรู้ของนักศึกษาสถาปัตยกรรมภายใน กรณีศึกษาหลักสูตรสถาปัตยกรรมภายใน สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง. วารสารวิชาการคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สจล. 25(2), 107-123.

นิทัศน์ อิทธิพงษ์. (2544). การพัฒนาหลักการออกแบบเว็บเพจการศึกษาตามรูปแบบเว็บไซต์ยอดนิยมของคนไทย.

(วิทยานิพนธ์หลักสูตรครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสารสนเทศศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย).

เนณญา สุขเวทย์. (2548). การออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์สถาบันการศึกษา: กรณีศึกษา คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. วารสารบรรณารักษศาสตร์. 25(2), 57-93.

ผดุงเกียรติ เลหาทิตสนา. (2554). ทฤษฎีการออกแบบเว็บไซต์. เข้าถึงได้จาก: <http://patamweb.blogspot.com/2011/05/freelance-graphic-design-2d-3d-logo.html>

- ภาศิริ เขตปิยรัตน์. (2553). การประเมินความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์. กรุงเทพมหานคร: ฐานข้อมูลโครงสร้างพื้นฐานภาครัฐด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี.
- วีระยุต ขัยสร. (2557). ปัจจัยที่ทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ในวิชาวิเคราะห์การออกแบบ สาขาวิชาสถาปัตยกรรมและการวางแผน คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง. วารสารวิชาการคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สจล. 18(1), 65-78.
- สมชาย บุญสุน. (2554). ความพึงพอใจของนิสิตที่มีต่อการเรียนการสอนของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. (วิทยานิพนธ์หลักสูตรพุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษาระดับบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย).
- สมณฑา พรหมบุญ. (2557). กกอ.กับการยกระดับคุณภาพการอุดมศึกษาไทย. เข้าถึงได้จาก: <http://www.mua.go.th/users/he-commission/t-visit%20project/t-visit%20book%202/00--1.pdf>
- สุรศักดิ์ นามนัย. (2548). การศึกษารูปแบบของหน้าโฮมเพจที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตในมหาวิทยาลัยมหิดล ศาลายา. (สารนิพนธ์หลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการศึกษาบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร).
- อรรถพร เพชรานนท์. (2539). การออกแบบสถาปัตยกรรมภายใน. กรุงเทพฯ: คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- Arch20. (2019, March 29). [arch2o.com](https://www.arch2o.com/). Retrieved from <https://www.arch2o.com/>
- Archdaily. (2019, March 29). [archdaily.com](https://www.archdaily.com/). Retrieved from <https://www.archdaily.com/>
- Dezeen. (2019, March 29). [dezeen.com](https://www.dezeen.com/). Retrieved from <https://www.dezeen.com/>
- Horn, D., & Salvendy, G. (2006). Consumer Based Assessment of Product Creativity: A Review and Reappraisal. *Human Factors and Ergonomics in Manufacturing*. 16(1), 155–175.
- Horn, D., & Salvendy, G. (2009). Measuring Consumer Perceptions of Product Creativity: Impact on Satisfaction and Purchasability. *Human Factors and Ergonomics in Manufacturing*. 19(1), 223–240.
- Houzz. (2019, March 29). [houzz.com](https://www.houzz.com/). Retrieved from <https://www.houzz.com/>
- Igant. (2019, March 29). [ignant.com](https://www.ignant.com/). Retrieved from <https://www.ignant.com/>
- Kotler P., & Armstrong G. (2002). *Marketing: An Introduction*. (6th ed.) New Jersey: Prentice – Hall.
- Pinterest. (2019, March 29). [pinterest.com](https://www.pinterest.com/). Retrieved from <https://www.pinterest.com/>

การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์ศิลปะพื้นบ้านสำหรับนักท่องเที่ยว Souvenir Product Design Based on Folk Art Identities for Travelers

สุชาติ อิมสำราญ¹ พรเทพ เลิศเทวศิริ² อินทิรา พรหมพันธุ์³
Suchart Imsamraan¹ Pornthep Lerttevasiri² Intira Phrompan³

Received: 17/05/2021

Revised: 08/09/2021

Accepted: 10/11/2021

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยวและอัตลักษณ์ศิลปะพื้นบ้านมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์ศิลปะพื้นบ้านสำหรับนักท่องเที่ยว กลุ่มประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่นำมาศึกษาจำนวน 22 ชิ้น ผลิตขึ้นในช่วงปี พ.ศ. 2560 ถึง พ.ศ. 2563 ทั้งในประเทศและต่างประเทศ มีคุณสมบัติตามเกณฑ์ของลักษณะของที่ระลึก กล่าวคือ เป็นผลิตภัณฑ์ที่กระตุ้นให้ระลึกถึงและเกิดความรู้สึกกับอัตลักษณ์ศิลปะพื้นบ้านของสถานที่นั้น ๆ สะท้อนผ่านการออกแบบ โดยนำเอาอัตลักษณ์ที่โดดเด่นมาเป็นแรงบันดาลใจเพื่อดึงดูดความต้องการซื้อของนักท่องเที่ยว โดยมีเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ ตาราง Matrix Analysis และแผนภาพ Image Scale: Product Positioning ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลจากคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกตัวอย่าง และสรุปผลโดยใช้สถิติบรรยาย ได้แก่ ความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ

ผลการวิจัย พบว่า ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่นำอัตลักษณ์ศิลปะพื้นบ้านมาเป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบ แบ่งได้ 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 แบบอนุรักษ์ มีลักษณะอนุรักษ์นิยมและความซับซ้อน กลุ่มที่ 2 แบบประยุกต์ มีลักษณะรูปแบบสมัยใหม่แต่ยังคงลักษณะซับซ้อนของศิลปะพื้นบ้านบางประการไว้ และกลุ่มที่ 3 แบบสมัยนิยม มีลักษณะสมัยใหม่และเรียบง่าย แบ่งเป็น 2 กลุ่มย่อย คือ กลุ่มหรูหรา ใช้การออกแบบแบบลดคุณสมบัติเพื่อให้เรียบง่ายด้วยการลดทอนรายละเอียดจากแบบดั้งเดิม และกลุ่มน่ารักสดใส จะเน้นสีสันสดใสและเพิ่มรูปแบบการเล่น ส่วนองค์ประกอบของการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยวและอัตลักษณ์ศิลปะพื้นบ้าน ประกอบด้วย 6 องค์ประกอบ ดังนี้ 1) ประเภทศิลปะพื้นบ้าน ได้แก่ เครื่องปั้นดินเผา เครื่องจักสาน งานแกะสลัก งานฉลุหนัง งานผ้า งานกระดาษ งานโลหะ งานปูนปั้น งานจิตรกรรม สถาปัตยกรรม งานประพันธ์ 2) สิ่งที่ศิลปะพื้นบ้านสะท้อนถึง ได้แก่ เรื่องราวคติความเชื่อ วัฒนธรรม ประเพณี ประจักษ์ท้องถิ่น 3) คุณสมบัติผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกและความต้องการของผู้บริโภค ได้แก่ การสื่อความหมาย วัสดุ ขนาดและการใช้งาน การออกแบบสร้างสรรค์ 4) ประเภทของการออกแบบ แบ่งตามประโยชน์ใช้สอย ได้แก่ ของใช้ เครื่องประดับ ของเล่น ของตกแต่งของบริโภค 5) ตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ระหว่างอนุรักษ์นิยมหรือสมัยใหม่ และซับซ้อนหรือเรียบง่าย 6) การออกแบบ เพื่อให้เกิดผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ ไม่ซ้ำ จะใช้กระบวนการเปลี่ยน การพลิก การเพิ่ม การลด และการผสมผสาน

คำสำคัญ: การออกแบบ ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก อัตลักษณ์ศิลปะพื้นบ้าน

Abstract

This research aims to study guidelines for designing souvenir products for tourists based on folk art identity. The sample groups included 22 domestic and foreign souvenir items manufactured between 2017 and 2020 based on their features. it must be a product that reminisces and creates memories about the local folk art identity of that location and reflected through design, with a particular identity serving as inspiration to stimulate tourist purchasing demand. To analyze the data from the example souvenir product, the

¹⁻³ สาขาวิชาศิลปศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Art Education, Faculty of Education, Chulalongkorn University

ผู้นิพนธ์ประสานงาน อีเมล: suchart_imsamraan@hotmail.com

researchers used Matrix Analysis table and Image Scale: Product positioning and summarized the results by using descriptive statistics such as frequency, mean, and percentage.

According to the findings, souvenirs that use folk art identities as a source of design inspiration can be divided into three categories: 1) The “Conservative Group” is conservative in nature and has a complex character. 2) “Applied Group” has a modern aesthetic while retaining some of the complexity of folk art. 3) the “Modern Group” has a modern and simplistic look; it is divided into two subgroups: the luxury group, which uses a simplified style with less detail than the original. Then there is the cute, lively group. They're brightly colored and come with play features. The six interconnected elements of tourist souvenirs product design and folk art identity are as follows: 1) Earthenware, wickerwork, carvings, leather work, cloth work, paper work, metal work, stucco work, painting, architecture, and writing are examples of folk art. 2) Legends, beliefs, cultures, and traditions are all reflected in local art. 3) Souvenirs Product's features and consumer needs include interpretations, materials, sizes and function, and creative design. 4) Usable objects such as utensils, jewelry, toys, decorations, and foodstuffs are categorized by design category. 5) Product positioning: conservative or modern, complicated or simple. 6) Design for create a new and unique product by adapting, modifying, minifying, and combining.

Keywords: Design, Souvenir Product, Folk Art Identity

1. บทนำ

แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงระดับโลกปัจจุบันทำให้เกิด 3 แนวโน้มใหญ่ที่มีอิทธิพลต่อระบบเศรษฐกิจ คือ ปรากฏการณ์การเปลี่ยนแปลงจากชนบทเป็นเมือง การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าและตอบสนองการใช้งานได้หลากหลายจุดประสงค์ และเศรษฐกิจสามสีกับการท่องเที่ยว คือ สีเงินของเศรษฐกิจที่ปรับทิศทางให้ตรงกับแนวโน้มแห่งอนาคต ได้แก่ สีเขียวสื่อถึงเทคโนโลยีพลังงานสะอาด สีเงินสื่อถึงสังคมผู้สูงอายุที่กำลังจะเป็นผู้ขับเคลื่อนเศรษฐกิจทั่วโลก และสีทองสื่อถึงยุครุ่งเรืองของระบบแพลตฟอร์มดิจิทัล (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2564) แนวโน้มเหล่านี้ยังส่งผลต่อการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ อย่างการท่องเที่ยวมูลค่าสูง ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมุ่งแสวงหาความพึงพอใจ จากการได้รับสิ่งอำนวยความสะดวกหรือได้รับบริการที่ดี เช่น การท่องเที่ยวแบบหรูหราร การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงกีฬา การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการท่องเที่ยวเชิงช้อปปิ้ง การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2564) กล่าวถึงการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวว่า โดยเฉพาะการช้อปปิ้งได้กลายเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญและบางครั้งก็ถือว่าเป็นปัจจัยหลัก ที่ส่งผลต่อการเลือกจุดหมายการเดินทางของนักท่องเที่ยว แสดงถึงความสำคัญของ Souvenir Shopper หรือนักท่องเที่ยวประเภทช้อปปิ้งของฝากในการท่องเที่ยวเชิงช้อปปิ้ง นักท่องเที่ยวดังกล่าวจะมีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางเหมือนกับนักท่องเที่ยวทั่วไป แต่เมื่อถึงช่วงท้ายของการเดินทาง จะมีความเกี่ยวข้องกับการช้อปปิ้งสินค้าในประเทศปลายทาง สินค้าหลักที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจ คือสินค้าที่สามารถแสดงออกได้ถึงอัตลักษณ์ของประเทศปลายทาง หรือสินค้าท้องถิ่น เช่น งานหัตถกรรม อาหาร ขนม หรือ สินค้าที่มีชื่อเสียงของประเทศนั้น ๆ ในเอเชียเกิดกระแสภาวะ “ท้องถิ่นนิยม” คือ การที่นักท่องเที่ยวกลับมามีความสำคัญกับชุมชนขนาดเล็กและพื้นที่ท้องถิ่น จนเกิดกลุ่มคนสร้างสรรค์มากมายนำความดั้งเดิมมาสร้างสรรค์ให้ทันสมัย อีกทั้งผู้บริโภคก็เกิดการพึงพอใจ สนับสนุนสินค้าและบริการของท้องถิ่นมากขึ้น ดังรายงานจาก Kantar สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (2563) ระบุว่า ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 กลุ่มผู้บริโภคชาวจีนร้อยละ 87 และกลุ่มผู้บริโภคชาวเกาหลีใต้ร้อยละ 76 มีความรู้สึกรักต่อสินค้าท้องถิ่นในทิศทางที่ดีขึ้น ส่วนประเทศไทย สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2559) ได้จัดทำแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 - 2564) โดยมีตอนหนึ่งกล่าวถึงยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศเพื่อสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจให้กระจายตัวอย่างทั่วถึง ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และปรับปรุงมาตรฐานสินค้าและธุรกิจบริการด้านการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพและภาพลักษณ์ที่ได้มาตรฐานสากล

ดังนั้นนอกจากการศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคแล้ว การศึกษาความสัมพันธ์ของการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยวและอัตลักษณ์ศิลปะพื้นบ้านในปัจจุบันจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง เพื่อเป็นแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกท้องถิ่นให้ทันสมัย เป็นที่นิยมในบรรดานักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบการช้อปปิ้งทั้งในประเทศและต่างประเทศ เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพ สร้างรายได้จากศิลปะพื้นบ้านอันเป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่นและชุมชน

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

ศึกษาแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์ศิลปะพื้นบ้านสำหรับนักท่องเที่ยว

3. คำถามวิจัย

แนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์ศิลปะพื้นบ้านสำหรับนักท่องเที่ยวมีลักษณะอย่างไร

4. ขอบเขตในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ศึกษาเฉพาะการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์ศิลปะพื้นบ้านสำหรับนักท่องเที่ยว โดยตัวอย่างผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่นำมาศึกษาจำนวน 22 ชิ้น ผลิตขึ้นในช่วงปี พ.ศ. 2560 ถึง พ.ศ. 2563 ทั้งในประเทศและต่างประเทศ มีคุณสมบัติตามเกณฑ์ของลักษณะของที่ระลึก คือ สามารถกระตุ้นให้ระลึกถึงและเกิดความทรงจำกับอัตลักษณ์ศิลปะพื้นบ้านของสถานที่นั้น ๆ และสามารถสะท้อนอัตลักษณ์ศิลปะพื้นบ้านที่โดดเด่นของสถานที่นั้น ๆ ได้เป็นอย่างดี

5. คำจำกัดความในการวิจัย

อัตลักษณ์ศิลปะพื้นบ้าน ศิลปะพื้นบ้านที่มีรูปแบบ กรรมวิธีการผลิต ปัจจัยการสร้างและการใช้วัสดุที่แตกต่างกันไป ตามถิ่นกำเนิดหรือแหล่งผลิต ตามชนบประเพณี ความเชื่อ และวิถีชีวิตของกลุ่มชน (วิบูลย์ ลี้สุวรรณ, 2546)

ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยว สิ่งของต่าง ๆ ที่เป็นสัญลักษณ์ทำหน้าที่กระตุ้นให้ระลึกถึง คิดถึง เกิดความทรงจำกับตัวบุคคล เรื่องราว สถานที่ ของชุมชนท้องถิ่นหรือสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ สะท้อนผ่านการออกแบบ โดยนำเอาอัตลักษณ์ที่โดดเด่นมาเป็นแรงบันดาลใจ เพื่อดึงดูดความต้องการซื้อของนักท่องเที่ยว

6. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

6.1 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมีหลากหลายรูปแบบ เช่น ของบริโภค ของใช้ เครื่องประดับ ฯลฯ มีความเกี่ยวข้องกับวัสดุ เทคนิควิธีทำ จุดมุ่งหมายในการผลิตและการนำไปใช้ ตลอดจนอิทธิพลอื่น ๆ เช่น ความเชื่อ ศาสนา การเมือง วัฒนธรรม เศรษฐกิจและสังคม ทำให้ของที่ระลึกมีรูปแบบที่แตกต่างกันออกไป (จารุสิทธิ์ เครือจันทร์, 2563) แต่สามารถกำหนดลักษณะสำคัญโดยรวมได้ คือ 1) สะท้อนอัตลักษณ์ความเป็นท้องถิ่น เป็นผลิตภัณฑ์ที่สื่อความเป็นท้องถิ่นของสถานที่ท่องเที่ยวแหล่งกำเนิดของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก เนื่องจากวัตถุดิบ สภาพแวดล้อม วัฒนธรรม ประเพณี และศิลปะพื้นบ้านในท้องถิ่นนั้น ๆ แตกต่างกันไปส่งผลถึงผลิตภัณฑ์ที่ไม่เหมือนใคร 2) ความสวยงาม มีรูปร่าง ขนาด ลวดลาย สีสันที่สวยงาม ดึงดูดความต้องการของนักท่องเที่ยว 3) มีประโยชน์ใช้สอย การมุ่งเน้นเพื่อให้ของที่ระลึกสามารถใช้งานได้จริง เป็นคุณสมบัติเพิ่มเติมจากความสวยงาม 4) ราคาเหมาะสม เหมาะสมกับตัวผลิตภัณฑ์ให้เข้าถึงได้ง่าย 5) การสร้างคุณค่าให้นักท่องเที่ยวได้เห็นกระบวนการแสดงขั้นตอนการผลิต ส่วนประกอบ ที่มา การดูแลรักษา วิธีใช้ และข้อควรระวัง ทำให้นักท่องเที่ยวได้ซาบซึ้ง ตระหนักถึงคุณค่าและความสำคัญของผลิตภัณฑ์ 6) ความปลอดภัย วัสดุที่ใช้ผลิต รูปลักษณ์ภายนอก และกลไกการใช้งานต้องไม่มีส่วนที่ก่อให้เกิดอันตรายต่อผู้ใช้ 7) ความแข็งแรง คือ ความแข็งแรงของผลิตภัณฑ์ เกิดจากการเลือกใช้โครงสร้างหรือชนิดของวัสดุให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ คุณลักษณะพิเศษของวัตถุดิบในแต่ละชนิด 8) การซ่อมแซมง่าย คือ ผลิตภัณฑ์ควรมีการแก้ไข ซ่อมแซมได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก 9) การขนส่ง มีบรรจุภัณฑ์สำหรับการขนส่งเพื่อป้องกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้น มีขนาด น้ำหนักและรูปร่างไม่เป็นอุปสรรคต่อการขนส่ง เพื่อความคุ้มค่าต่อการขนส่งในแต่ละเที่ยว (สถาพร ตีบุญมี ณ ชุมแพ, 2550) ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกสามารถแบ่งได้ตามวัสดุที่ใช้ผลิตและประโยชน์ใช้สอย ดังนี้

การจัดประเภทตามวัสดุที่ใช้ผลิต สามารถแบ่งได้ 3 ประเภท ซึ่งอาจผลิตโดยใช้วัสดุประเภทใดประเภทหนึ่งหรือใช้ผสมผสานกัน (นวลน้อย บุญวงศ์, 2542) 1) ของที่ระลึกที่ผลิตจากโลหะ แบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ (1) โลหะประเภทเหล็ก (Ferrous Metal) คือ โลหะที่มีเหล็กเป็นส่วนประกอบ เช่น เหล็กหล่อ เหล็กกล้า เหล็กโรสนิม เหล็กเหนียว เป็นต้น (2) โลหะประเภทไม่ใช้เหล็ก (Non-Ferrous Metal) ได้แก่ อะลูมิเนียม ทองเหลือง ทองแดง สังกะสี เป็นต้น 2) ของที่ระลึกที่ผลิตจากโลหะ คือ วัสดุที่ไม่ใช่โลหะ สามารถแยกประเภทออกเป็น 2 ประเภท คือ (1) สารอินทรีย์ธรรมชาติ (Organic Materials from Natural Sources) ที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ เช่น ไม้ ยาง หิน ดิน หนังสัตว์ ดอกไม้แห้ง กะลามะพร้าว เป็นต้น (2) สารอินทรีย์สังเคราะห์ (Organic Materials: Synthetically Prepared) คือ วัสดุที่ผลิตหรือสังเคราะห์ด้วยฝีมือมนุษย์ เช่น

พลาสติก ปูนซีเมนต์ แก้ว กระดาษ เป็นต้น 3) ของที่ระลึกที่ผลิตจากเศษวัสดุ เป็นการนำวัสดุโลหะหรือโลหะที่เหลือใช้จากกระบวนการผลิต มาประดิษฐ์เป็นสิ่งของต่าง ๆ

การจัดประเภทตามประโยชน์ใช้สอย จัดแบ่งตามจุดประสงค์ของการนำไปใช้ แบ่งได้ 3 ประเภท คือ 1) ประเภทของบริโภค คือ อาหาร ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่บริโภคสด ผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูป ทั้งอาหารแปรรูปกึ่งสำเร็จรูป รวมถึงอาหารแปรรูปที่ใช้เป็นวัตถุดิบสำหรับอุตสาหกรรม 2) ประเภทของอุปโภค ได้แก่ ของที่ระลึกที่ผลิตขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการทางด้านร่างกาย ได้แก่ (1) ประเภทของใช้ มุ่งเน้นในการใช้งาน เน้นประโยชน์ใช้สอยเป็นสำคัญ โดยทั่วไปนิยมใช้วัสดุที่มีในท้องถิ่น เศษวัสดุนำมาประยุกต์เพื่อให้เกิดผลงานที่สามารถใช้งานได้ ผลงานเกิดประโยชน์ (2) ประเภทเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับ ผลิตภัณฑ์ประเภทเสื้อผ้าเครื่องประดับตกแต่งร่างกายจากวัสดุทุกประเภท เช่น กระโปรง เสื้อปัก ผ้าถุง ผ้าพันคอ หมวก กระเป๋า เข็มขัด สร้อยคอ ต่างหู รองเท้า (3) ประเภทของเล่น สามารถเล่นได้จริงเพื่อตอบสนองความต้องการทางด้านให้ความสนุกสนาน เพลิดเพลินแก่ผู้เล่น มีความปลอดภัยและช่วยส่งเสริมทักษะทางการเคลื่อนไหวและสติปัญญาแก่ผู้เล่น 3) ประเภทของตกแต่ง ผลิตขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการทางด้านจิตใจ เน้นถึงความสวยงาม ใช้ในการประดับทั้งในสถานที่และนอกสถานที่ ตั้งแต่พื้นจนถึงเพดาน รวมไปถึงจนถึงเครื่องตกแต่งบ้าน เครื่องใช้สำนักงาน

6.2 ศิลปะพื้นบ้าน ศิลปะพื้นบ้าน เป็นสิ่งของ เครื่องใช้ สิ่งก่อสร้าง งานศิลปะ ที่สร้างขึ้นจากภูมิปัญญาชาวบ้านออกมาให้เห็นเป็นลักษณะเฉพาะถิ่นของตน พ้นจากอิทธิพลของวัฒนธรรมเมือง (วุฒิ วัฒนสิน, 2541) และได้สืบทอดมาจากคนรุ่นหนึ่งสู่คนอีกรุ่นหนึ่ง การสร้างงานศิลปะพื้นบ้านทำขึ้นเพื่อตอบสนองความจำเป็นด้านประโยชน์ใช้สอยในชีวิตประจำวัน ประเพณี ความเชื่อ ของกลุ่มชนในท้องถิ่นนั้น ๆ โดยมีได้มุ่งประโยชน์ด้านความงามเป็นหลัก ศิลปะพื้นบ้านมีคุณค่าและเกณฑ์การพิจารณา ดังนี้ 1) มีความเรียบง่าย เป็นผลงานศิลปะที่สร้างขึ้นจากวิถีชีวิตของชาวบ้าน ไม่ฟุ้งเฟ้อ ไม่หรูหรา และไม่สลับซับซ้อน 2) สามารถใช้ประโยชน์ได้ เป็นวัตถุประสงค์หลักและเป็นจุดมุ่งหมายในยุคแรก ๆ ของผู้สร้าง คือ เพื่อใช้ประโยชน์ในการดำเนินชีวิตประจำวันของชาวบ้าน 3) ใช้วัตถุดิบท้องถิ่น วัสดุที่นำมาใช้ในการสร้างสรรค์ผลงานเป็นวัตถุดิบที่หาได้ง่ายมีจำนวนมาก 4) ไม่มีกฎเกณฑ์มากนัก ผู้ผลิตงานจะสร้างผลงานตามความรู้สึกนึกคิด และจากประสบการณ์ของตน 5) มีความงามตามอัตภาพ เป็นความงามที่ผนวกอรรถประโยชน์ 6) ราคาไม่แพง เนื่องจากใช้วัตถุดิบที่หาได้ง่ายในท้องถิ่นและธรรมชาติ รวมทั้งใช้แรงงานคนในการผลิตเป็นหลัก (นฤทธิ วัฒนภู, 2555) ศิลปะพื้นบ้านสามารถแบ่งตามรูปแบบและวิธีการสร้างงาน ได้แก่ เครื่องปั้นดินเผา เครื่องจักสาน งานแกะสลัก งานฉลุหนัง งานผ้า ถักทอเส้นใย เย็บปักถักร้อย งานกระดาษ งานโลหะ งานปูนปั้น งานจิตรกรรม สถาปัตยกรรม และงานประพันธ์

วิบูลย์ ลิ้มสุวรรณ (2546) กล่าวถึงการศึกษาของงานศิลปะพื้นบ้านว่ามีมูลเหตุการเกิด คือ 1) การศึกษาปัจจัยแวดล้อม โดยศึกษาถึงประวัติศาสตร์ท้องถิ่น สภาพภูมิศาสตร์ วัฒนธรรมของชุมชน สิ่งเหล่านี้จะอธิบายถึง (1) แหล่งต้นกำเนิดแหล่งเดิมที่เป็นต้นกำเนิดงานนั้น (2) ความมุ่งหมายของการสร้างงาน เป็นการศึกษาถึงความจำเป็นและความต้องการในการสร้างงานว่าทำขึ้นเพื่อสิ่งใด (3) คติความเชื่อ การสร้างงานของชาวบ้านที่เกี่ยวกับเครื่องมือ เครื่องใช้ นั้น จะพบว่ามีความเชื่อบางประการแฝงไว้ ถึงแม้ว่าจะมีจุดประสงค์หลักเพื่อทำขึ้นในการใช้สอยก็ตาม 2) การศึกษาตัวงานศิลปะพื้นบ้านโดยตรง โดยเป็นการศึกษาชิ้นงานในด้าน (1) วัสดุ ทั้งวัสดุธรรมชาติและวัสดุสังเคราะห์ที่นำมาสร้างงานตามวัตถุประสงค์ของการสร้างงาน (2) เครื่องมือ ในการผลิตงานซึ่งขึ้นอยู่กับวัสดุ และกระบวนการสร้างงานตามศิลปะพื้นบ้านประเภทนั้น ๆ (3) กระบวนการสร้างงาน ได้แก่ การเตรียมวัสดุ การสร้างชิ้นงาน การตกแต่งชิ้นงาน และ (4) ลักษณะทางกายภาพของชิ้นงานเป็นลักษณะที่เราเห็นในงานชิ้นนั้น เช่น รูปทรง รูปร่าง ขนาด ลวดลาย โครงสร้าง (นวลลออ ทินานนท์, 2543)

6.3 การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก จารุพรณ ทรัพย์ปฐ (2548) ได้จำแนกการออกแบบประยุกต์ศิลป์เป็น 2 ประเภท คือ การออกแบบโครงสร้าง และการออกแบบตกแต่ง โดยแต่ละประเภทมีคุณลักษณะ ดังนี้ 1) การออกแบบโครงสร้าง เป็นการออกแบบที่มีความเกี่ยวข้องกับขนาด รูปร่าง และรูปทรงของวัตถุชิ้นหนึ่ง คุณลักษณะที่มีความจำเป็นสำหรับงานออกแบบโครงสร้าง ได้แก่ ความมั่นคงแข็งแรง สัดส่วน ที่ดี และความเหมาะสมของวัสดุที่นำมาใช้ในการออกแบบ 2) การออกแบบตกแต่ง เป็นการออกแบบลวดลาย รายละเอียด การวางตำแหน่งสี เส้นและพื้นผิวให้กับโครงสร้าง การออกแบบตกแต่งที่เพิ่มเติมเข้าไป หากเป็นเอกภาพจัดเป็นการออกแบบโครงสร้าง แต่ถ้าดูโดดเด่นเป็นพิเศษก็จัดเป็นการออกแบบตกแต่ง จำแนกได้เป็น 4 ประเภท คือ ธรรมชาตินิยม สัญลักษณ์ นามธรรม และเรขาคณิต ส่วนการสร้างผลิตภัณฑ์ให้เกิดความน่าสนใจด้วย Osborns checklist คือ แนวคิดการตรวจสอบและวิเคราะห์การออกแบบที่นักออกแบบควรคำนึงถึง เพื่อให้เกิดนวัตกรรมใหม่ในการออกแบบและสร้างผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์ศิลปะพื้นบ้าน ที่มีความแปลกใหม่ ดึงดูดความสนใจ (อรัญ วานิชกร, 2559) มีวิธีการ ดังนี้ 1) เปลี่ยนวิธีใช้ (Other uses) ผลิตภัณฑ์เดียวกันจะมีวิธีใช้งานแบบใหม่ ๆ ได้อย่างไรบ้าง 2) พลิกมุมมอง (Adapt) รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกันออกไป เช่น รูปทรงรูปทรง รส กลิ่น สี เป็นต้น 3) เพิ่มคุณสมบัติ (Modify) สามารถเพิ่มคุณสมบัติใดลงไปผลิตภัณฑ์ได้บ้าง เช่น เวลา ความคงทน ความถี่ ความแข็งแรง ขนาด

ความยาว ความหนา คุณค่า ส่วนผสม ฯลฯ 4) ลดคุณสมบัติ (Minify) จะตัดหรือลดคุณสมบัติใดออกได้บ้าง เช่น ขนาด ความสั้น ความเตี้ย ความแคบ ความผอม ความเบา ความบาง การแบ่งออก ฯลฯ 5) แทนที่ด้วยสิ่งใหม่ (Substitute) สามารถแทนที่องค์ประกอบหรือรูปแบบเดิมได้อย่างไรบ้าง เช่น แทนที่ด้วยวัสดุ ขั้นตอน แหล่งพลังงาน สถานที่ วิธีการ เวลา อารมณ์ ความรู้สึก เสียง ฯลฯ 6) ลำดับรูปแบบใหม่ (Rearrange) จะเปลี่ยนรูปแบบการจัดลำดับได้อย่างไรบ้าง เช่น การสลับสับเปลี่ยนองค์ประกอบ การจัดวางองค์ประกอบ ลำดับตำแหน่ง กำหนดการ ก่อนหลัง ฯลฯ 7) พลิกกลับ (Reverse) เป็นการเปลี่ยนสิ่งที่เป็นอย่างหนึ่งให้กลายเป็นตรงกันข้าม เช่น ระหว่างที่และรูปทรง กลับหัวกลับหาง ข้างนอกข้างใน พลิกบทบาทหน้าที่ ฯลฯ และ 8) ผสมผสาน (Combine) อาจเป็นการผสมผสานระหว่างวัสดุ สี ลักษณะพื้นผิว รูปทรง ทิศทาง การจัดวาง หรือสิ่งของ

6.4 การวิเคราะห์ฐานข้อมูลการออกแบบ พรเทพ เลิศเทวศิริ (2547) กล่าวถึง Matrix Analysis ว่า เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลที่อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่จัดเรียงตำแหน่งอย่างเป็นระบบ โดยอาศัยแถวและคอลัมน์ โครงสร้างของการวิเคราะห์ฐานข้อมูลการออกแบบด้วย Matrix ประกอบด้วย ตาราง (Table) ตัวแปรคุณลักษณะ (Characteristics) และกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผลงานออกแบบ (Samples) ที่เกี่ยวข้องมาไม่ต่ำกว่า 20 ผลงาน เพื่อความน่าเชื่อถือในข้อมูล การวิเคราะห์ฐานข้อมูลการออกแบบด้วย Matrix นั้น มีการวิเคราะห์ 3 รอบแนวทาง คือ การหาค่าเฉลี่ย (Average) ทำให้ทราบและทำความเข้าใจในภาพรวมเชิงปริมาณ การหาค่าร้อยละ (Percentage) ของแต่ละตัวแปรคุณลักษณะ สามารถจำแนกและอธิบายคุณลักษณะในเชิงปริมาณ และการหาความสัมพันธ์ (Relationship) การศึกษาเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรหรือการทำ Cross tabulation (Cross tab) ปัจจุบันผู้บริโภคสมัยใหม่จะเป็นผู้กำหนดแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์ ซึ่งการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์หนึ่ง ๆ ผู้บริโภคจะใช้อารมณ์ความรู้สึกตัดสินใจรูปแบบ สีสันในผลิตภัณฑ์ ตลอดจนพิจารณาการใช้งานที่ดีและราคาที่เหมาะสม ผล ดังนั้น นักออกแบบผลิตภัณฑ์จึงต้องคำนึงถึงรสนิยม ความชอบ และความต้องการของผู้บริโภคเป็นสำคัญ Image Scale เป็นการพิจารณาถึงตำแหน่งของภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ (Product Positioning) เพื่อนำมาเป็นข้อกำหนดเงื่อนไขที่ใช้ในการออกแบบต่อไป การศึกษาภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์นั้น จำเป็นต้องใช้ผลิตภัณฑ์คู่แข่ง และข้อมูลพื้นฐานของผลิตภัณฑ์นำมาเป็นกลุ่มตัวอย่าง (Sample) เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ควรมีคุณสมบัติในทิศทางเดียวกัน เช่น หากศึกษาเพื่อออกแบบนาฬิกาข้อมือ กลุ่มตัวอย่างก็ควรเป็นนาฬิกาข้อมือเท่านั้น ยังมีกลุ่มตัวอย่างมากเท่าใด การวิเคราะห์ย่อมมีความเชื่อมั่นในข้อมูลสูง Image Scale จะเป็นการอธิบายค้นหาถึงความรู้สึกที่เป็นลักษณะสำคัญอันเป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มตัวอย่าง (Sample) และคุณลักษณะ (Characteristics) แต่ละชิ้นจะทำการศึกษา และนำมาจัดกลุ่มเพื่อจำแนกประเภท และในขั้นสุดท้ายจะต้องนำรายการต่าง ๆ ทางคุณลักษณะ และกลุ่มตัวอย่างมาจัดวางลงบนระนาบแกน (Axis) อย่างมีระบบ ในการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างด้วย Image Scale จำเป็นต้องใช้คำที่มีความหมายตรงกันข้ามกันเพื่ออธิบายคุณลักษณะ ซึ่งเป็นไปตามทฤษฎี Semantic Differential Methods (SD Methods) ของ Osgood (1957) ส่วนวิธีการวิเคราะห์จะใช้ Template มาตรฐานของ Kobayashi (1998) ที่จะเน้นฐานข้อมูลเกี่ยวกับ คู่สี Graphic รูปทรง อารมณ์ ความรู้สึก หรือรูปแบบของผลิตภัณฑ์ เพื่อศึกษาโครงสร้างความสัมพันธ์และทิศทางระหว่างคุณลักษณะกับกลุ่มตัวอย่างว่าจะมีการจำแนกกลุ่มและมีทิศทางไปในทางใด จากนั้นจึงนำมาทำการอธิบายถึงโครงสร้างของความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะกับกลุ่มตัวอย่าง ว่ามีความเกี่ยวข้องกันอย่างไรและสามารถอธิบายได้ในแง่มุมใด ดังนั้นการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยวจากอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้านนั้น หากมีการวิเคราะห์ข้อมูลแนวโน้มของการออกแบบการวางตำแหน่งของภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ที่ถูกต้องเหมาะสม ก็จะทำให้ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเป็นที่ต้องการของผู้บริโภค

7. วิธีการดำเนินการวิจัย

7.1 ศึกษาข้อมูลเบื้องต้นจากเอกสาร หนังสือ บทความ เกี่ยวกับอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้านและหลักการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยว และศึกษารูปแบบการพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

7.2 สรรวจและคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ที่จะนำมาศึกษาทั้งในประเทศและต่างประเทศ ตามขอบเขตของกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดขึ้น

7.3 สร้างและพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่

7.3.1 Asymmetric Clustering Matrix Analysis ตาราง Matrix การจัดกลุ่มแบบไม่สมมาตร วิเคราะห์ข้อมูลความสัมพันธ์ของคุณลักษณะเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก โดยแยกองค์ประกอบจาก ขนาด ราคา น้ำหนัก ประเภทการออกแบบ วัสดุ การออกแบบ Osborns Checklist แรงบันดาลใจ และ Gimmick หรือลูกเล่นที่น่าสนใจของผลิตภัณฑ์

7.3.2 Symmetric Clustering Matrix Analysis ตาราง Matrix การจัดกลุ่มแบบสมมาตรแสดง

การวิเคราะห์ฐานข้อมูลการออกแบบด้วย Asymmetric Clustering Matrix Analysis ที่อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกกลุ่มตัวอย่างกับคุณลักษณะเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ โดยตัวอย่างผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่นำมาศึกษาจำนวน 22 ชิ้น ผลิตขึ้นในช่วงปี พ.ศ. 2560 ถึง พ.ศ. 2563 ทั้งในประเทศไทย และต่างประเทศ ได้แก่ ประเทศออสเตรเลีย ประเทศอังกฤษ สหรัฐอเมริกา ประเทศญี่ปุ่น และประเทศอินเดีย ซึ่งมีลักษณะเป็นของที่ระลึกที่สะท้อนอัตลักษณ์ศิลปะพื้นบ้านของแหล่งที่มาได้เป็นอย่างดี สามารถสรุปผลได้ ดังนี้ น้ำหนักของผลิตภัณฑ์โดยเฉลี่ยแล้วหนัก 596 กรัม ราคาเฉลี่ย 991 บาท ขนาดของผลิตภัณฑ์ก็มีหลากหลายขนาดแตกต่างกันไป โดยเล็กสุดจะเป็นม้วนเทป (LaeSiam, 2563) ที่ขนาดกว้าง 1.5 เซนติเมตร ยาว 10 เมตร ส่วนกระเป๋าผ้า (HOLEN, 2564 ก) มีขนาดใหญ่ที่สุด 31 x 62 x 7.5 เซนติเมตร ประเภทของการออกแบบมี 4 ประเภท คือ ประเภทของเล่นร้อยละ 11 ประเภทของตกแต่งร้อยละ 33 ประเภทเครื่องประดับร้อยละ 11 และมากที่สุด คือ ประเภทของใช้คิดเป็นร้อยละ 45 ของประเภทการออกแบบทั้งหมด วัสดุที่นำมาใช้ผลิต ได้แก่ ประเภทโลหะแบ่งเป็นวัสดุธรรมชาติ ร้อยละ 28 เช่น ไม้ไผ่ หินสี ไม้ หวาย สมุนไพร ฯลฯ วัสดุสังเคราะห์ ร้อยละ 61 เช่น ผ้าต่าง ๆ พลาสติก กระดาษ หนังเทียม PVC เรซิน ไนลอน Stoneware และประเภทโลหะแบ่งเป็น โลหะที่ไม่ใช่เหล็กร้อยละ 11 ได้แก่ อะลูมิเนียมและทองคำ ส่วนโลหะที่เป็นเหล็กไม่มีในตัวอย่างผลิตภัณฑ์ครั้งนี้ ในด้านการสร้างสรรค์ออกแบบ การออกแบบตกแต่งภายนอกของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก แบ่งเป็น 4 ประเภท ประเภทธรรมชาตินิยม ซึ่งเป็นการตกแต่งเลียนแบบธรรมชาติหรือได้รับแรงบันดาลใจมาจากสภาพแวดล้อมรอบตัว ร้อยละ 8 ประเภทสัญลักษณ์ เป็นการตกแต่งในรูปแบบศิลปะที่บุคคลในท้องที่เห็นด้วยว่าดีงาม สามารถสื่อความหมายบางอย่างที่ต้องการได้ ร้อยละ 58 ประเภทเรขาคณิต คือ การตกแต่งโดยใช้รูปร่างเรขาคณิต ร้อยละ 34 และประเภทนามธรรม คือ การตกแต่งภายนอกที่ไม่แสดงให้เห็นว่าเป็นรูปอะไร มีเส้นรูปร่างอิสระ จะไม่ปรากฏในกลุ่มตัวอย่าง การสร้างผลิตภัณฑ์ให้เกิดความน่าสนใจด้วย Osborns Checklist จำแนกได้เป็นการเปลี่ยนวิธีใช้ร้อยละ 14 การพลิกมุมมองร้อยละ 22 การเพิ่มคุณสมบัติร้อยละ 10 การลดคุณสมบัติร้อยละ 16 การแทนที่ด้วยสิ่งใหม่ร้อยละ 6 การลำดับรูปแบบใหม่ร้อยละ 10 การพลิกกลับร้อยละ 14 และการผสมผสานร้อยละ 8 ตามลำดับ ส่วนด้านแรงบันดาลใจในการออกแบบผลิตภัณฑ์ ที่มาจากธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อม ร้อยละ 12 และแรงบันดาลใจจากสังคม ศิลปะและวัฒนธรรม แบ่งเป็น การใช้สอยร้อยละ 22 สิ่งแวดล้อมร้อยละ 2 วัฒนธรรมและประเพณีร้อยละ 12 ความเชื่อร้อยละ 12 และศิลปะพื้นบ้านร้อยละ 42 ในหมวดศิลปะพื้นบ้านนี้จะแบ่งเป็น เครื่องปั้นดินเผา สถาปัตยกรรม งานประพันธ์ งานแกะสลัก งานโลหะ จำนวนร้อยละ 6 ในแต่ละประเภท ส่วนงานผ้า งานกระดาษ และงานจิตรกรรม จำนวนร้อยละ 12 ในแต่ละประเภท จำนวนมากที่สุดคือเครื่องจักสานและงานปูนปั้น จำนวนร้อยละ 17 ในแต่ละประเภท

ลูกเล่นที่น่าสนใจของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกกลุ่มตัวอย่าง เช่น ภาชนะใส่ของบางอย่างผลิตด้วยมือทุกชิ้นตอนมาตรฐาน Microwave-Safe หรือวัสดุและการสีย้อมเป็นมิตรกับธรรมชาติ มีการกำหนดอายุสำหรับผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่เป็นของเล่น ผลิตภัณฑ์สามารถใช้งานได้หลากหลาย สืบเนื่องจากตราประทับที่สามารถประทับได้หลากหลายแบบ (Tomikohan, 2564) โดยผู้ใช้เป็นคนจัดวางตำแหน่งและสีด้วยตนเอง และยาดมที่มีกลิ่นตามลวดลายบรรจุภัณฑ์ (HOLEN, 2564 ข) รวมไปถึงการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความแตกต่างไปจากที่มีเพื่อดึงดูดความสนใจตามแนวคิด “Crazy Japan” ของประเทศญี่ปุ่น (Million Girls Project, 2560) ความสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากการวิเคราะห์ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่มีแรงบันดาลใจจากงานจักสานจะใช้วัสดุธรรมชาติ ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทของใช้จะผลิตด้วยวัสดุสังเคราะห์ ออกแบบตกแต่งด้วยสัญลักษณ์และส่วนใหญ่เกิดจากการพลิกมุมมองที่มีแรงบันดาลใจมาจากการใช้สอย ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่มีแรงบันดาลใจจากความเชื่อส่วนมากจะเป็นงานศิลปะพื้นบ้านประเภทปูนปั้นเป็นรูปสัตว์ในตำนานที่ใช้การออกแบบแบบลดคุณสมบัติให้เป็นของตกแต่ง วัสดุประเภทเหล็กอย่างอะลูมิเนียมและทองคำจะถูกนำมาใช้ร่วมกับวัสดุโลหะเพื่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทเครื่องประดับ

ตารางความสัมพันธ์ระหว่างตัวอย่างผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	
																							
1	3	3	3	3	2	2	2	2	1	2	1	2	3	2	1	1	1	2	0	0	1	1	
2	3	3	3	3	3	2	2	2	1	2	2	1	1	1	0	0	0	2	0	1	0	1	
3	3	3	3	3	2	2	2	2	1	1	2	2	1	2	0	0	0	2	0	1	0	0	
4	3	3	3	3	3	2	3	1	1	1	1	1	3	1	0	0	0	0	0	0	0	0	
5	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	1	1	0	2	0	0	0	0	0	1	0	1	
6	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	1	1	1	1	0	1	0	1	
7	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	0	0	0	0	0	1	0	1	
8	2	2	2	1	3	3	3	3	3	3	3	3	1	2	0	0	0	0	0	1	0	0	
9	1	1	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3	0	2	0	0	0	0	0	1	1	1	
10	2	2	1	1	2	3	3	3	3	3	3	3	1	2	0	0	0	1	0	1	0	0	
11	1	2	2	1	1	3	3	3	3	3	3	3	1	3	0	0	0	0	0	0	0	0	
12	2	1	2	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	1	1	1	0	1
13	3	1	1	3	0	2	1	1	0	1	1	2	3	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1
14	2	1	2	1	2	3	3	2	2	2	3	3	1	3	3	3	3	2	1	1	1	0	
15	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	2	2	3	3	3	3	3	1	0	0	0	
16	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	2	2	3	3	3	3	3	1	0	0	0
17	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	2	2	3	3	3	3	2	0	0	0	0
18	2	2	2	0	0	1	0	0	0	1	0	1	2	2	3	3	2	3	3	3	1	1	1
19	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	1	0	3	3	3	1	1
20	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	0	0	0	3	3	3	3	3
21	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1	1	3	3	3
22	1	1	0	0	1	1	1	0	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	1	3	3	3

การใช้เทคนิคการผลิตงานศิลปะพื้นบ้านแบบดั้งเดิม มาออกแบบการใช้งาน สี สัน ขนาดหรือรูปร่าง ใหม่

การใช้ลวดลายจากงานศิลปะพื้นบ้าน มาออกแบบจัดวาง ปรับเปลี่ยนรูปร่าง เส้น สี ให้เกิดความแปลกตาใน ผลิตภัณฑ์ของใช้

ผลิตภัณฑ์ของใช้และของตกแต่ง ที่ รูปร่างหรือลวดลายถูกดัดแปลงมาจาก รูปดั้งเดิม ที่เกิดจากความเชื่อ ตำนาน วรรณกรรม ประติมากรรมปูนปั้น ให้เกิดความเรียบง่าย หรูหรา

การดัดทอนรูปร่างให้เรียบง่าย

ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่เพิ่มฟังก์ชันการเล่นเข้าไป นอกเหนือจากการใช้งาน

รูปที่ 2 ตารางแสดงความสัมพันธ์ของกลุ่มตัวอย่างผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

จากตารางแสดงความสัมพันธ์ของกลุ่มตัวอย่างผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก (รูปที่ 2) สามารถวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของการออกแบบแบ่งเป็น 5 กลุ่มใหญ่ ดังนี้ 1) การใช้เทคนิคการผลิตงานศิลปะพื้นบ้านแบบดั้งเดิมมาออกแบบการใช้งาน ด้านสี สัน ด้านขนาดหรือรูปร่างใหม่ 2) การใช้ลวดลายจากงานศิลปะพื้นบ้านมาออกแบบจัดวาง ปรับเปลี่ยนรูปร่าง เส้น สี ให้เกิดความแปลกตาในผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทของใช้ 3) ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทของใช้และของตกแต่ง มีรูปร่างหรือลวดลายดัดแปลงจากแบบดั้งเดิมให้เกิดความเรียบง่าย หรูหรา แรงบันดาลใจมีทั้งเกิดจากความเชื่อ ตำนาน วรรณกรรม และรูปแบบของประติมากรรมปูนปั้น 4) ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทของใช้และของเล่น ถูกออกแบบรูปร่างและการตกแต่งภายนอกให้มีความเรียบง่าย และ 5) ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทของใช้ที่เพิ่มรูปแบบการเล่นเข้าไป ใช้เทคนิคการผลิตงานศิลปะพื้นบ้านแบบดั้งเดิมผสมผสานวัสดุสังเคราะห์สมัยใหม่

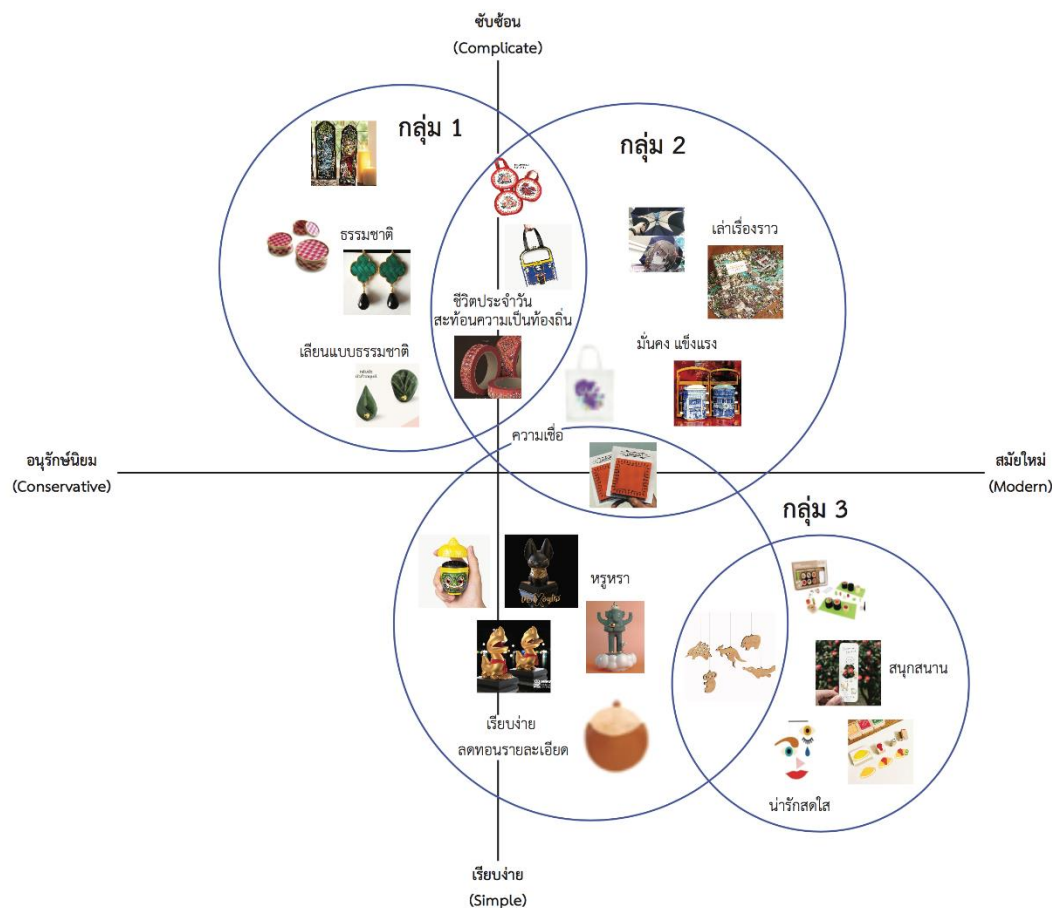
ตารางความสัมพันธ์ระหว่างคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

Character	เลียนแบบธรรมชาติ	สะท้อนความเป็นท้องถิ่น	ความเชื่อ	เล่าเรื่องราว	ธรรมชาติ	ชีวิตประจำวัน	มั่นคง แข็งแรง	เรียบง่าย ลดทอนรายละเอียด	หรูหรา	น่ารักสดใส	สนุกสนาน
เลียนแบบธรรมชาติ	3	3	3	2	3	3	1	1	0	0	0
สะท้อนความเป็นท้องถิ่น	3	3	3	3	3	3	3	1	0	1	1
ความเชื่อ	3	3	3	3	3	2	2	2	1	1	1
เล่าเรื่องราว	2	3	3	3	2	2	1	2	2	1	1
ธรรมชาติ	3	3	3	2	3	3	2	1	0	1	1
ชีวิตประจำวัน	3	3	2	2	3	3	3	1	0	1	1
มั่นคง แข็งแรง	1	3	2	1	2	3	3	3	2	2	2
เรียบง่าย ลดทอนรายละเอียด	1	1	2	2	1	1	3	3	3	2	2
หรูหรา	0	0	1	2	0	0	2	3	3	2	1
น่ารักสดใส	0	1	1	1	1	1	2	2	2	3	3
สนุกสนาน	0	1	1	1	1	1	2	2	1	3	3

- การสื่อความหมาย**
- สื่อสารและลดทอนสื่อถึงแหล่งที่มา ทั้งด้านภูมิศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต
- ความเชื่อ**
- สื่อถึงเรื่องราวความเป็นมาที่น่าสนใจ
- วัสดุและการใช้งาน**
- ผลิตจากวัสดุในท้องถิ่น เป็นธรรมชาติ ปลอดภัย ปราศจากสารเคมี
 - มีความมั่นคงแข็งแรง สามารถใช้ประโยชน์ได้มากกว่า 1 รูปแบบ
 - ใช้ได้ในหลายโอกาสและสถานที่
- การออกแบบสร้างสรรค์**
- ผสมผสานเทคโนโลยีที่ทันสมัย
 - บ่งบอกถึงรสนิยมผู้บริโภค
 - รูปทรงและสีกำลังได้รับความนิยมในช่วงนั้น ๆ
 - สร้างสรรค์แปลกใหม่

รูปที่ 3 ตารางแสดงความสัมพันธ์ของคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกกลุ่มตัวอย่าง

จากตารางแสดงความสัมพันธ์ของคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกกลุ่มตัวอย่าง (รูปที่ 3) สามารถวิเคราะห์คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกกลุ่มตัวอย่างเป็น 3 กลุ่มใหญ่ ได้แก่ กลุ่มที่ 1 การสื่อความหมาย คือ ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่มีสื่อและลดทอนสื่อถึงแหล่งที่มาทั้งด้านภูมิศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต ความเชื่อ เรื่องราวความเป็นมาที่น่าสนใจ กลุ่มที่ 2 วัสดุและการใช้งาน คือ ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกผลิตจากวัสดุในท้องถิ่น จากธรรมชาติ ปลอดภัย ปราศจากสารเคมี มีความมั่นคงแข็งแรง มีประโยชน์มากกว่าหนึ่งรูปแบบ สามารถใช้ได้หลายโอกาส และ กลุ่มที่ 3 การออกแบบสร้างสรรค์ คือ ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่ออกแบบสร้างสรรค์ ใช้รูปทรงและสีกำลังได้รับความนิยมในช่วงนั้น ๆ ผสมผสานเทคโนโลยีทันสมัย บ่งบอกถึงรสนิยมผู้บริโภค



รูปที่ 4 Image Scale ของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกกลุ่มตัวอย่าง

Image Scale แสดงถึงตำแหน่งของกลุ่มผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกกลุ่มตัวอย่าง จากรูปที่ 4 สามารถแบ่งผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 อยู่บริเวณ Quarter ของรูปแบบอนุรักษ์นิยมและความซับซ้อน เช่น ต่างหูรูปแบบใบตองพับ (Bai Tong collection, 2561) และต่างหูจักสานไม้ไผ่ (247 Studio, 2563) แผ่นกระจกสีขนาดเล็กที่ใช้เทคนิคการผลิตด้วยมือแบบ Stained Glass โดย Museum Selection (2017 a) เทปกระดาษลายผ้าแพรวา (LaeSiam, 2563) กลุ่มที่ 2 อยู่บริเวณ Quarter ของรูปแบบสมัยใหม่และความซับซ้อน เช่น กระเป๋าผ้าลายกระสือ (CULTEES, 2564) โน้ตลายยันต์เมตตามหานิยม (Mutelu, 2564) ร่มลายใต้กระโปรง "Un-Burera" (Million Girls Project, 2560) ปิ่นโตเครื่องเคลือบลายครามแนว Blue & White มีลวดลายตามความชอบของผู้วาดของ Lively Ware (2564) กลุ่มที่ 3 อยู่บริเวณ Quarter ของรูปแบบสมัยใหม่และความเรียบง่าย แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่เน้นความหรรษาเรียบง่าย เช่น บรรจุภัณฑ์ยาต้มลายหนูมาน (HOLEN, 2564 ข) รูปปั้นเหราที่สามารถใช้วางประดับและทำกระดาดได้ (คาเซ่ สตูดิโอ, 2564 ก) รูปปั้นพระพิฆเนศของ Wunderkammer Studio (2564) ในรูปแบบคลาสสิก และกลุ่มที่เน้นความน่ารักสดใส มีรูปแบบการเล่น เช่น โมบายที่มีลักษณะเป็นรูปร่างของใบหน้า (MCA Store, 2564) เครื่องประดับรูปสัตว์ในออสเตรเลียที่วางขายใน Museum Victoria Store (2564) ตราประทับรูปข้าวไข่เจียวที่สามารถจัดวางองค์ประกอบอย่างเหมาะสมเพื่อเทศหรือใส่กรอบบนจานได้อย่างอิสระ (Tomikohan, 2564) และที่คั่นหนังสือที่สามารถมองทะลุผ่านไปยังบรรยากาศด้านหลังได้ (Guesthouse Hitotomaru, 2564)

ดังนั้นจากตาราง Matrix Analysis (รูปที่ 1) ตารางแสดงความสัมพันธ์ของกลุ่มตัวอย่างผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก (รูปที่ 2) ตารางแสดงความสัมพันธ์ของคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกกลุ่มตัวอย่าง (รูปที่ 3) และภาพ Image Scale ของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกกลุ่มตัวอย่าง (รูปที่ 4) จะเป็นการสำรวจและวางแผนภาพลักษณ์เพื่อเป็นฐานข้อมูลสำหรับงานออกแบบผลิตภัณฑ์เนื่องจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์หนึ่ง ๆ จำเป็นต้องศึกษาผลิตภัณฑ์คู่แข่ง หรือเทคโนโลยีที่ใช้อยู่ในขณะนั้น เพื่อศึกษาข้อดีข้อเสียในด้านต่าง ๆ ลักษณะพิเศษในแต่ละผลิตภัณฑ์ ตลอดจนศึกษาถึงเหตุและผลของการออกแบบทั้งรูปลักษณ์ภายนอกที่สัมพันธ์กับการใช้งานบนเงื่อนไขของเทคโนโลยีการผลิตที่เหมาะสม ดังนั้น ความสำคัญในการจัดทำฐานข้อมูล

สำหรับงานออกแบบผลิตภัณฑ์จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งต่อการศึกษาหาข้อมูล เพื่อใช้เป็นพื้นฐานความรู้ในการพัฒนาการออกแบบต่อไป (พรเทพ เลิศเทวศิริ, 2545)

9. สรุปและอภิปรายผล

9.1 รูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่นำอัตลักษณ์ศิลปะพื้นบ้านมาเป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบ

จากการดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกตัวอย่าง ดังภาพ Image Scale (รูปที่ 4) และภาพตารางแสดงความสัมพันธ์ของกลุ่มตัวอย่างผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก (รูปที่ 2) แสดงให้เห็นถึงรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่นำอัตลักษณ์ศิลปะพื้นบ้านมาเป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบ จำนวน 3 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่ 1 แบบอนุรักษ์ ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมีลักษณะอนุรักษ์นิยมและความซับซ้อน กล่าวคือ การใช้เทคนิคการผลิตงานศิลปะพื้นบ้านแบบดั้งเดิมที่ค่อนข้างซับซ้อน มาออกแบบให้เกิดการเปลี่ยนวิธีใช้ประกอบกับขนาดรูปร่าง สี สัน ที่สวยงาม ส่วนใหญ่จะมีรูปแบบการใช้งานได้อย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น การใช้วิธีการสานให้ขนาดเล็กลงเพื่อเป็นสร้อยคอ การทำงานเซรามิกเลียนแบบการปักใบตองเพื่อทำเป็นต่างหู การนำเทคนิคงานกระຈိມีทำเป็นสร้อยคอขนาดเล็ก และการสานด้วยวัสดุธรรมชาติย้อมสีปลอดภัยสำหรับใส่สิ่งของ

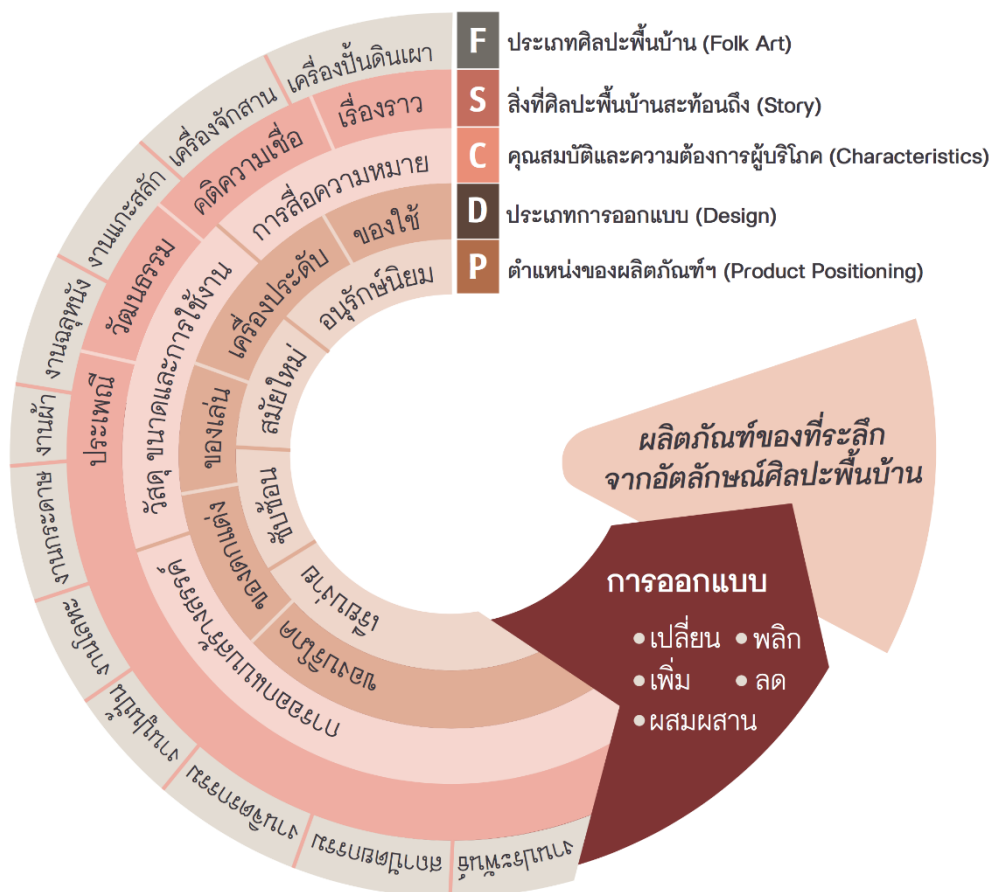
กลุ่มที่ 2 แบบประยุกต์ ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมีลักษณะรูปแบบสมัยใหม่ แต่ยังคงลักษณะซับซ้อนของศิลปะพื้นบ้าน บางประการ เช่น ลวดลาย เทคนิคการผลิต การสะท้อนความเชื่ออันเป็นอัตลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่น หรือที่เรียกว่าการออกแบบตกแต่งแบบสัญลักษณ์ อีกทั้งใช้วิธีการพลิกมุมมองเป็นการสร้างความโดดเด่นให้ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก เช่น การนำอาคารบ้านเรือนมาวาดเป็นลายเส้นลงบนปิ่นโตเซรามิก การนำลายยันต์หรือลายผ้าทอมือมาออกแบบจัดวางใหม่เป็นลวดลายในของใช้ อย่างกระดาษ Post it และเทปกาว การใช้ลายรดกตุ๊กตาสวยงามใส่อาหาร หรือลายผีกระสือ มาปรับสี รูปลักษณะและลายเส้นเพื่อใช้เป็นลายกระเป๋าผ้า

กลุ่มที่ 3 แบบสมัยนิยม ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมีลักษณะสมัยใหม่และเรียบง่าย แบ่งเป็น 2 กลุ่มย่อย คือ กลุ่มหรูหรา ใช้การออกแบบแบบลดทอนสมบัติเพื่อให้เรียบง่ายด้วยการตัดทอนรายละเอียดจากแบบดั้งเดิม แรงบันดาลใจส่วนมากเกิดจากประติมากรรมปูนปั้น เนื่องจากมีความเป็นรูปธรรมและสามารถใช้การตกแต่งแบบเรขาคณิต อีกกลุ่ม คือ กลุ่มน่ารักสดใส เน้นสีสันสดใส ส่วนมากจะมีการกำหนดอายุของผู้ใช้ เนื่องจากการเพิ่มรูปแบบการเล่นเข้าไป กลุ่มแบบสมัยนิยมนี้ใช้วัสดุสังเคราะห์สมัยใหม่อย่างพลาสติก หนังสือนิ่ม เรซิน ผสมผสานกับวัสดุธรรมชาติในกระบวนการผลิตและออกแบบ จึงทำให้ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกโดดเด่น เป็นไปตามกระแสนิยมของผู้บริโภค สามารถใช้งานได้หลากหลายประเภทในชิ้นเดียว ทั้งเป็นของใช้ ของเล่นและของประดับตกแต่ง เช่น หิมพานต์มาร์ชเมลโล่ (คาเซ่ สตูดิโอ, 2564 ก) เป็นการนำศิลปะปูนปั้นประดับวัดมาออกแบบเพิ่มความน่ารักและใช้วัสดุที่แข็งแรง น้ำหนักเบาในการผลิต ทำให้สามารถใช้วางประดับตกแต่งและเล่นเป็นของเล่นได้ ที่คั่นหนังสือที่สามารถใช้ส่งกับสภาพแวดล้อมภายนอกที่พักของ Guesthouse Hitotomaru (2564) ประเทศญี่ปุ่น ตราลายชุด Tomikohan Delicious หรือตราลายข้าวห่อไข่ มีทั้งหมด 6 ชิ้น นักท่องเที่ยวสามารถประทับเป็นภาพข้าวห่อไข่ ซึ่งสามารถออกแบบการจัดงานได้ตามความต้องการ ลงบนกระดาษเพื่อทำเป็นการ์ด ที่คั่นหนังสือ หรือปกสมุด (Tomikohan, 2564)

โดยสรุปแล้ว พบว่า ศิลปะพื้นบ้านที่นิยมนำมาใช้เป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ได้แก่ เครื่องจักสาน งานปูนปั้น งานผ้า งานกระดาษ งานจิตรกรรม และเครื่องปั้นดินเผา ตามลำดับ เนื่องจากมีกระบวนการผลิต ลวดลาย รูปร่าง รูปทรง สี สันเป็นอัตลักษณ์เฉพาะของแต่ละท้องถิ่น ตรงกับที่ Liyan (2019) ได้ทำการศึกษาแล้วพบว่า อัตลักษณ์ของวัฒนธรรมที่สามารถนำมาใช้เป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ได้แก่ สถาปัตยกรรมโบราณ อุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องใช้ จดหมายเหตุ วรรณกรรม อาหารที่มีลักษณะเฉพาะของท้องถิ่น รูปแบบของเงิน ตัวเข้าชม และการสร้างภาพจำด้วยคุณสมบัติท้องถิ่นจากการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่มาจากงานสถาปัตยกรรม รวมไปถึงการค้นคว้าและปรับแต่งสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมจากมรดกทางวัฒนธรรมและโบราณวัตถุที่มีอยู่

9.2 แนวทางการพิจารณาองค์ประกอบการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์ศิลปะพื้นบ้านสำหรับนักท่องเที่ยว “FSCDP Model”

การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยวโดยใช้แรงบันดาลใจจากอัตลักษณ์ศิลปะพื้นบ้าน ให้สามารถผลิตออกมาแล้วจำหน่ายได้ เป็นที่ได้รับความสนใจ และมีคุณค่าในตัวผลิตภัณฑ์เอง จากการศึกษาวิจัยมีองค์ประกอบหลัก ๆ ที่เกี่ยวข้องกัน ดังนี้



รูปที่ 5 FSCDP Model องค์ประกอบของการออกแบบผลิตภัณฑ์ของทีระลีก จากอัตลักษณ์ศิลปะพื้นบ้านสำหรับนักท่องเที่ยว

F ประเภทศิลปะพื้นบ้าน (Folk Art) คือ งานศิลปหัตถกรรมประจำท้องถิ่น ได้แก่ เครื่องปั้นดินเผา เครื่องจักสาน งานแกะสลัก งานฉลุหนัง งานผ้า งานกระดาษ งานโลหะ งานปูนปั้น งานจิตรกรรม สถาปัตยกรรม งานประพันธ์ ผู้ออกแบบต้องมีการสำรวจในแหล่งท่องเที่ยวว่าศิลปะพื้นบ้านใดที่มีความโดดเด่น ไม่เหมือนแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ และมีแนวโน้มที่จะได้รับความสนใจของนักท่องเที่ยว

S สิ่งทีศิลปะพื้นบ้านสะท้อนถึง (Story) ศิลปะพื้นบ้านนอกจากจะผลิตมาเพื่อการใช้สอยแล้ว ยังเป็นการสะท้อน เรื่องราวคติความเชื่อ วัฒนธรรม ประเพณี ประจำท้องถิ่นไม่ว่าจะด้านใดด้านหนึ่ง หรือบางชิ้นก็สามารถสะท้อนได้หลายด้าน ผู้ออกแบบจึงจำเป็นต้องพิจารณาเพื่อดึงเอาอัตลักษณ์ที่ต้องการมาใช้ เพื่อเป็นแรงบันดาลใจและเรื่องราวให้แก่ผลิตภัณฑ์ของทีระลีก

C คุณสมบัติผลิตภัณฑ์ของทีระลีกและความต้องการของผู้บริโภค (Characteristics) สิ่งที่ต้องคำนึงถึงอีกประการ คือ คุณสมบัติผลิตภัณฑ์ของทีระลีกที่พึงมีและความต้องการของตลาดผู้บริโภค ได้แก่ การสื่อความหมาย วัสดุ ขนาดและการใช้งาน การออกแบบสร้างสรรค์ ซึ่งสามารถอธิบายได้ ดังนี้ 1) การสื่อความหมาย คือ ผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยวจะชอบผลิตภัณฑ์ของทีระลีกที่มีสีสันและลวดลายสื่อถึงภูมิศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต ความเชื่อ เรื่องราว ของแหล่งที่มา ซึ่งจะเห็นได้จากผลการวิเคราะห์ Matrix Analysis (รูปที่ 1) พบว่า ผลิตภัณฑ์ของทีระลีกกลุ่มตัวอย่างไม่มีการออกแบบตกแต่งแบบนามธรรม เนื่องจากต้องการให้ผลิตภัณฑ์ของทีระลีกเหล่านั้นสามารถสื่อความหมายได้ นอกเหนือจากการใช้งาน 2) วัสดุ ขนาดและการใช้งาน คือ ผลิตจากวัสดุในท้องถิ่น เป็นธรรมชาติ ปลอดภัย ปราศจากสารเคมี สาเหตุเพราะการสื่อสารว่าผลิตภัณฑ์ให้ความสำคัญด้านสุขภาพและความปลอดภัย ใช้คำที่บ่งชี้ไปว่าช่วยเรื่องสุขภาพให้คนซื้อ จะทำให้ได้รับการจับตามองเพิ่มขึ้น (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์, 2563) สามารถใช้ประโยชน์ได้มากกว่าหนึ่งรูปแบบ และใช้ได้หลากหลายโอกาส รวมไปถึงซ่อมแซมได้ง่าย เห็นได้จากลูกเล่นตัวผลิตภัณฑ์ เช่น Microwave-Safe วัสดุและการสีย้อมเป็นมิตรกับธรรมชาติ トラประทับที่สามารถประทับได้หลากหลายแบบ สามารถใช้ใส่ของแล้ววางประดับหรือเล่นเป็นของ

เล่นได้ วัสดุมีความแข็งแรงทนทาน เพื่อสร้างคุณค่าแต่ราคาย่อมเยา ซึ่งการคัดเลือกวัสดุนี้ส่งผลถึงน้ำหนัก และขนาดของผลิตภัณฑ์ กระบวนการวางแผนขนส่ง เป็นเหตุผลที่ Matrix Analysis (รูปที่ 1) ไม่มีผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกชิ้นใดผลิตจากโลหะที่เป็นหลัก เพราะมีน้ำหนักมาก เกิดสนิมได้ง่าย ยากต่อการขนส่ง ในด้านวัสดุ ขนาดและการใช้งานนี้ตรงกับที่ Shuai (2018) พบว่า แนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมี 2 แนวคิด คือ แนวคิดองค์ประกอบของวัฒนธรรมกับการออกแบบรูปแบบการใช้งานใหม่ เนื่องจากความต้องการของนักท่องเที่ยวไม่เพียงต้องการผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเท่านั้น แต่ยังต้องการรูปแบบการใช้งานอื่น ๆ ที่สามารถใช้งานได้จริง และแนวคิดองค์ประกอบของวัฒนธรรมกับรูปลักษณ์ที่สร้างสรรค์ หมายถึง การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจะต้องคำนึงถึงลักษณะภายนอกที่ต้องสวยงาม แปลกใหม่ สร้างความน่าสนใจ และ 3) การออกแบบสร้างสรรค์ คือ รูปแบบของที่ระลึกสามารถผลิตขึ้นตามแบบสมัยนิยม ผลิตขึ้นตามความนิยมในช่วงเวลานั้น ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกสร้างสรรค์แปลกใหม่ รูปทรงและสีกำลังได้รับความนิยมในช่วงนั้น ๆ ผสมผสานเทคโนโลยีที่ทันสมัย มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค เพราะการออกแบบนั้นบ่งบอกรสนิยม การดำรงชีวิต อาชีพ ประสบการณ์เดิมที่แตกต่างกัน (ชรัญญา สุวรรณเสรีรักษ์ และคณะ, 2561) ซึ่งผู้บริโภคปัจจุบันมีแนวโน้มจะให้ความสำคัญกับ “คุณค่า” เหนือ “มูลค่า” หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพที่ดี มีรูปแบบการใช้งานดีกว่า ออกแบบได้ดีกว่าและสร้างประสบการณ์ที่ดี ผู้บริโภคจะรู้สึกคุ้มค่าต่อราคาที่จ่ายไป (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์, 2563)

D ประเภทของการออกแบบ (Design) สามารถแบ่งได้ตามประโยชน์ใช้สอย ได้แก่ ของใช้ เครื่องประดับ ของเล่น ของตกแต่ง ของบริโภค การเลือกประเภทการออกแบบที่เหมาะสมจะทำให้ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกสื่อถึงอัตลักษณ์ศิลปะพื้นบ้านได้ดียิ่งขึ้น และหากตรงกับความต้องการของผู้บริโภค ก็จะเป็นสิ่งที่ยืนยันว่าเมื่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกผลิตออกมาแล้วจะมีตลาดรองรับ

P ตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก (Product Positioning) แสดงถึงตำแหน่งของคุณลักษณะกลุ่มผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่ผู้ออกแบบต้องการ ระหว่างอนุรักษนิยมหรือสมัยใหม่ และซับซ้อนหรือเรียบง่าย ผลจากการศึกษาของ Ke (2020) พบว่า การสกัดองค์ประกอบการออกแบบ คือ การดึงสัญลักษณ์และองค์ประกอบทางวัฒนธรรมที่โดดเด่น การวิเคราะห์ประชากรเป้าหมาย ความต้องการซื้อของผู้บริโภค และการกำหนดตำแหน่งทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ สิ่งเหล่านี้จะเป็นตัวกำหนดทิศทางการออกแบบ วัสดุ รูปร่างและการตกแต่ง

เมื่อพิจารณาถึง 5 องค์ประกอบการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกข้างต้นแล้ว กระบวนการที่สำคัญอีกกระบวนการหนึ่ง คือ การออกแบบเพื่อให้เกิดการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากอัตลักษณ์ศิลปะพื้นบ้านรูปแบบใหม่ มีวิธีการ ดังนี้ 1) การเปลี่ยน คือ เปลี่ยนการใช้งาน เปลี่ยนจากวัสดุดั้งเดิมเป็นวัสดุทดแทนเพื่อเพิ่มความคงทน 2) การพลิก คือ พลิกมุมมองพลิกการใช้งานให้แตกต่างไปจากเดิม เช่น การใช้สายผ้าทอมาเป็นสายของเทปขาว การนำตัวละครรามเกียรติ์มาออกแบบเป็นบรรจุภัณฑ์ 3) การเพิ่ม คือ เพิ่มรูปแบบการใช้งาน ลูกเล่น รายละเอียด เพื่อให้เกิดความน่าสนใจ 4) การลด คือ ลดคุณสมบัติรูปร่าง รูปทรง เช่น การลดรายละเอียดรูปร่างให้เกิดความเรียบง่าย และ 5) การผสมผสานวิธีการดังกล่าวเข้าด้วยกัน บูรณาการกับวัสดุ เทคโนโลยีสมัยใหม่ เพื่อสร้างมูลค่า ซึ่งคุณลักษณะการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่ดี คือ ต้องมีความคิดสร้างสรรค์ การคิดดัดแปลง ผสมผสานกัน เพื่อนำไปสู่การคิดค้นสิ่งแปลกใหม่ที่มีลักษณะเฉพาะท้องถิ่นและตรงกับจุดประสงค์ที่ต้องการ อีกทั้งต้องคำนึงถึงความเหมาะสมทางการใช้สอย ความสะดวกสบาย และความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ เป็นสำคัญ ผู้ออกแบบต้องสามารถตอบคำถามได้ว่าผลิตภัณฑ์นำไปใช้อย่างไร ใช้ที่ไหนและสำหรับใคร การออกแบบจึงจะเกิดประสิทธิภาพสูงสุด

10. ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาที่พบว่าแนวทางพิจารณาการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยว ที่มีแรงบันดาลใจจากอัตลักษณ์ศิลปะพื้นบ้าน ประกอบด้วย 6 องค์ประกอบ คือ ประเภทศิลปะพื้นบ้าน สิ่งทีศิลปะพื้นบ้านสะท้อนถึง คุณสมบัติผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกและความต้องการของผู้บริโภค ประเภทของการออกแบบ ตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก และการออกแบบ มีข้อเสนอแนะดังนี้ 1) เนื่องจากแต่ละท้องถิ่นมีเอกลักษณ์เฉพาะตนสูง การลงพื้นที่สำรวจงานศิลปะพื้นบ้านและพูดคุยกับผู้ผลิตงาน จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง เพื่อให้ทราบถึงสภาพปัญหา ความต้องการและข้อมูล นำไปสู่กระบวนการออกแบบที่สอดคล้องกับความต้องการของคนในพื้นที่ 2) ก่อนการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก การสำรวจความต้องการของผู้บริโภคถือเป็นสิ่งสำคัญ อาจเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามหรือใช้เครื่องมือ เพื่อศึกษาวิถีชีวิต กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น อันจะทำให้ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกตรงกับความต้องการของตลาด และ 3) ควรนำองค์ประกอบเหล่านี้ไปพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกท้องถิ่น ร่วมกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว โดยประสานงานกับหน่วยงานรัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กลุ่มวิสาหกิจชุมชน เพื่อเป้าหมายหลัก คือ การเผยแพร่ศิลปะพื้นบ้านและการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น

เอกสารอ้างอิง

- 247 Studio. (2563). **หัตถกรรมเพลิน ๆ กับเส้นสายลายไม้**. เข้าถึงได้จาก: <https://www.facebook.com/247studiobkk/>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2564). **9 แนวโน้มใหม่ในอนาคตการท่องเที่ยว**. กรุงเทพมหานคร: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- คาเซ่ สตูดิโอ. (2564 ก). **เหรา**. เข้าถึงได้จาก: <https://www.facebook.com/KazeStudio>
- คาเซ่ สตูดิโอ. (2564 ข). **เหรา X อนุบิส**. เข้าถึงได้จาก: <https://www.facebook.com/KazeStudio>
- จารุพรรณ ทรัพย์ปฐ. (2548). **เอกสารคำสอน รายวิชาหลักการออกแบบ**. คณะศิลปกรรมศาสตร์, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- จารุสิทธิ์ เครือจันทร์. (2563). **ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับของที่ระลึก**. เข้าถึงได้จาก: <http://netra.lpru.ac.th/~weta/w1/index.html>
- ขวัญญา สุวรรณเสรีรักษ์ และคณะ. (2561). ความต้องการของลูกค้าด้านส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์เซรามิก ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. **วารสารมหาวิทยาลัยพายัพ**. 28(1), 179-193.
- นฤทธิ์ วัฒนภู. (2555). **ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านไทย**. กรุงเทพฯ: วาดศิลป์.
- นวนน้อย บุญวงษ์. (2542). **หลักการออกแบบ**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นวนลลอ ทินานนท์. (2543). **ศิลปะพื้นบ้านไทย**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พรเทพ เลิศเทวศิริ. (2545). **Design Education 1: รวมบทความและงานวิจัย ศาสตร์แห่งการออกแบบ**. กรุงเทพฯ: ธนาเพรส แอนด์ กราฟฟิค.
- พรเทพ เลิศเทวศิริ. (2547). **การคิดออกแบบและมิติทางวัฒนธรรม Design Education 2: รวมบทความวิชาการและบทความวิจัยทางการออกแบบ**. กรุงเทพฯ: แอคทีฟ พรินท์.
- วิบูลย์ ลี้สุวรรณ. (2546). **ศิลปะชาวบ้าน**. กรุงเทพฯ: อมรินทร์.
- วุฒิ วัฒนสิน. (2541). **ศิลปะระดับมัธยมศึกษา**. ปัตตานี: ฝ่ายเทคโนโลยีการศึกษา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- สถาพร ตีบุญมี ณ ชุมแพ. (2550). **การศึกษาการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม**. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2559). **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่สิบสอง พ.ศ. 2560 - 2564**. กรุงเทพมหานคร: สำนักนายกรัฐมนตรี.
- สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์. (2563). **เจาะเทรนด์โลก 2021: Reform This Moment**. กรุงเทพฯ: สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์.
- อรัญ วานิชกร. (2559). **การออกแบบผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Bai Tong collection. (2561). **ต่างหูใบตองพับ**. เข้าถึงได้จาก: <https://www.facebook.com/LaeSiam/>
- CULTEES. (2564). **กระสือ Plastic**. เข้าถึงได้จาก: <https://cultees.co/>
- Globalsources. (2561). **Azo-free dye**. Retrieved from: <https://www.globalsources.com/gsol/I/Cardboard-gift/a/9000000147615.htm>
- Guesthouse Hitotomaru. (2564). **Bookmark**. เข้าถึงได้จาก: <https://www.facebook.com/hitotomaru/>
- HOLEN. (2564 ก). **กระเป๋าถือตุ๊กตัก ออลนิว**. เข้าถึงได้จาก: <https://www.facebook.com/holenhello/>
- HOLEN. (2564 ข). **ยาตมสมุนไพรรามเกียรติ์**. เข้าถึงได้จาก: <https://www.facebook.com/holenhello/>
- Kattara Thaitally. (2563). **กระเป๋าผ้าแรงบันดาลใจจากถาดสังกะสี**. เข้าถึงได้จาก: <https://www.facebook.com/KATTARAofficial/>
- Ke, W. (2020). Exploration of Design Ideas of Local Cultural and Creative Products Based on Traditional Culture. **International Conference on Modern Educational Technology and Innovation and Entrepreneurship (ICMETIE 2020)**. (pp. 85-88). China: Atlantis Press.
- Kobayashi, S. (1998). **Colorist: A Practical Handbook for Personal and Professional Use**. Japan: Kodansha International.
- LaeSiam. (2563). **ทองเทพแพรวา**. เข้าถึงได้จาก: <https://www.facebook.com/LaeSiam/>
- Lively Ware. (2564). **ปิ่นโตเซรามิกส์**. เข้าถึงได้จาก: <https://www.facebook.com/livelyware>



- Liyan, B. (2019). Research on the Design of Cultural Creativity Products Based on Zigong Well Salt Culture. **Earth and Environmental Science**. 223(2), 1-6.
- MCA Store. (2564). **Face Expression Mobile**. Retrieved from: <https://www.mcachicagostore.org/shop/face-expression-mobile-59047>
- Milani. (2562). **Makemaki Sushi Game, Multicolor**. Retrieved from: https://www.amazon.com/Milani-IM6602-Makemaki-Sushi-Multicolor/dp/B01GJD7Y2I/ref=cm_cr_ar_p_d_product_top?ie=UTF8
- Million Girls Project. (2560). **Un-burera**. Retrieved from: <https://www.facebook.com/japantourlist/posts/1496608027189137>
- Museum Selection. (2017 a). **OXFORD CARITAS PANEL**. Retrieved from: <https://www.museumselection.co.uk/home-accessories/oxford-caritas-panel/?refSrc=14637&nosto=productpage-nosto-1>
- Museum Selection. (2021 b). **THE WORLD OF SHAKESPEARE JIGSAW**. Retrieved from: <https://www.museumselection.co.uk/all-gifts/jigsaws/the-world-of-shakespeare-jigsaw/>
- Museum Victoria Store. (2564). **Australian Animal Ornament Box Set**. Retrieved from: <https://store.museumsvictoria.com.au/collections/cards/products/australian-animal-ornament-box-set>
- Mutelu. (2564). **ไน้ตลายยันต์เมตตาทานนิยม**. เข้าถึงได้จาก: <https://www.facebook.com/mutelusmile/posts/158699922738889>
- Osgood, C.E., Suci, G.J. and Tannenbaum, P.H. (1957). **The Measurement of Meaning**. USA: University of Illinois Press.
- Shuai, Y. (2018). Analysis of Modeling Language and Visual Culture of Russian Tourist Souvenirs Taking Heihe Russian Tourist Souvenirs as an Example. **International Conference on Education & Training, Management and Humanities Science 2018 (ETMHS 2018)**. (pp. 435-438). China: Clausius Scientific Press.
- Sweepy. (2564). **ที่ใส่จดหมาย**. เข้าถึงได้จาก: <https://www.facebook.com/sweepybysaj>
- Tomikohan. (2564). **Tomikohan Delicious**. Retrieved from: <https://www.facebook.com/tonarijapanth/posts/1621324368074787>
- Wunderkammer.studio. (2564). **On the cloud**. Retrieved from: <https://www.facebook.com/wunderkammer.studio/>

ผลของระบบเชื่อมต่อโครงสร้างด้วยวิธีการเข้าไม้เพื่อ
การออกแบบของเล่นในทัศนะของผู้เชี่ยวชาญ
The effect of Structural Jointing System Using Wood Jointing
Assembly Method for Toy Design from the Expert's Point of View

พรเทพ เลิศเทเวศิริ¹
Pornthep Lerttevasiri¹

Received: 23/06/2021

Revised: 01/10/2021

Accepted: 10/11/2021

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา และหาแนวทางการออกแบบระบบเชื่อมต่อโครงสร้างด้วยวิธีการเข้าไม้ด้วยวิธีการล็อกด้วยการเข้าไม้แบบต่าง ๆ สำหรับประกอบชิ้นงานไม้แทนนอตหรือสกรู โดยนำไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาวิธีการเข้าไม้ เพื่อใช้ประโยชน์ในอุตสาหกรรมการผลิตของเล่น สร้างคุณลักษณะใหม่ในการประกอบชิ้นงานและสร้างรูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจด้วยวิธีการล็อก ตลอดจนเป็นประโยชน์ต่อการเรียนการสอนวิชาการออกแบบอุตสาหกรรมศิลป์ จึงเป็นที่มาในการออกแบบและพัฒนาระบบโครงสร้างการเข้าไม้ที่มีการล็อกโครงสร้างด้วยตัวเองโดยใช้แผ่นใยไม้อัดความหนาแน่นปานกลางเป็นวัสดุหลักในการวิจัย โดยวิเคราะห์รูปแบบการเข้าไม้ด้วยการวิเคราะห์เมทริกซ์ และเมทริกซ์การตัดสินใจ การใช้ระเบียบวิธีวิจัยด้วยการวิเคราะห์ส่วนได้ส่วนเสีย โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป NAKAYA บนไมโครซอฟต์ เอ็กเซล และแบบสอบถามความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการเปรียบเทียบแบบเป็นคู่ ผลการวิจัยพบว่า 1) การเข้าไม้ด้วยวิธีการล็อกแบบ Slot taper joint มีคุณลักษณะสำคัญที่โดดเด่นในทุกด้าน คือ ด้านโครงสร้างมีความเสถียรและไม่โคลงเคลง ด้านการใช้งานที่ประกอบง่าย ด้านรูปปรากฏที่มีความงาม และด้านความยืดหยุ่นที่มีจำนวนชิ้นส่วนที่เหมาะสมในการปรับใช้กับพื้นผิววัสดุอื่น 2) การเข้าไม้ด้วยวิธีการล็อกแบบ Slot clip joint มีคุณลักษณะสำคัญในด้านรูปปรากฏที่มีเอกลักษณ์ของการล็อกที่โดดเด่น ดูมีราคา และมีมูลค่า และ 3) การเข้าไม้ด้วยวิธีการล็อกแบบ Slot halved joint มีคุณลักษณะสำคัญในด้านความยืดหยุ่นที่มีจำนวนชิ้นส่วนที่เหมาะสม

คำสำคัญ: ระบบการเชื่อมต่อโครงสร้าง วิธีการเข้าไม้ การออกแบบของเล่น

Abstract

The objectives of this research are to study and design guideline of structural jointing system using wood jointing assembly method for assembling wooden work pieces instead of nuts or screws. Wood jointing methods of toy manufacturing is applied for future research and development of industrial design and educational purposes. That's the source, invented with the innovative design of a self-locking wood entry system using Medium Density Fiber Board as the main material for research. The research instruments were developed by the Matrix Analysis, Decision Making Matrix. Trade-off analysis methodology using Multivariate Analysis by NAKAYA program on Microsoft Excel, and expert opinion questionnaire which analyzed the data with Paired Comparison Analysis. The findings revealed that: 1) The slot taper joint locking method has the most excellent feature in every aspect. The structure is stable and does not wobbly, the functionality is easy to assemble. The appearance is unique, flexible with number of parts can be adapted

¹ สาขาวิชาศิลปศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Art Education Program, Faculty of Education, Chulalongkorn University

ผู้สนับสนุนประสานงาน อีเมล: Pornthep.le@chula.ac.th

to more materials. 2) The Slot clip joint locking method has an important feature in the appearance of the lock that unique, distinctive, look costly and luxury. 3) The Slot halved joints locking method have an important feature in the flexibility with suitable number of parts.

Keywords: Structural Jointing System, Wood Jointing Assembly Method, Toys designing

1. บทนำ

อุบัติเหตุที่เกิดขึ้นกับเด็กเล็กส่วนหนึ่งมีสาเหตุที่เกิดจากการเล่นของเล่น การประกอบชิ้นงานที่ไม่ได้มาตรฐานที่ต้องใช้นอตหรือสกรูในการประกอบ หากชิ้นงานมีการแตกหักก็จะเกิดอันตรายกับเด็ก ของเล่นไม้ที่ผลิตในประเทศไทยเป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติ ทั้งคุณภาพและกระบวนการผลิตการออกแบบที่มีมาตรฐาน กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (DITP) แนะนำผู้ผลิต ผู้ส่งออกของเล่นวางแผนขยายตลาดส่งออกต่างประเทศ พบความต้องการเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง สินค้าไทยมีความได้เปรียบหลายรายการ เพราะมีการพัฒนาคุณภาพการออกแบบ การผลิตที่ได้มาตรฐาน (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, 2564) แต่ปัญหาการออกแบบของเล่นเนื่องจากการออกแบบและการผลิตที่ไม่ได้มาตรฐาน หรือการลดต้นทุนการผลิต โดยเฉพาะอย่างยิ่งการประกอบชิ้นงานไม้ที่ใช้ชิ้นส่วนโลหะ นอต สกรูที่ไม่คำนึงถึงมาตรฐานความปลอดภัย ทำให้เกิดการแตกหักระหว่างการเล่น สอดคล้องกับการวิจัยในเรื่องอุบัติเหตุในเด็กของโครงการวิจัยเพื่อสร้างเสริมความปลอดภัยในเด็ก ภาควิชา การเวชศาสตร์ คณะแพทยศาสตร์โรงพยาบาลรามาธิบดี (อดิศักดิ์ ผลิตผลการพิมพ์, 2548) พบว่า สาเหตุสำคัญที่ทำให้เด็กต้องบาดเจ็บมารับการตรวจรักษาคือการพลัดตกหกล้ม ผลิตภัณฑ์อันตรายที่พบว่าเป็นสาเหตุของการบาดเจ็บได้บ่อยคือผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับโครงสร้างบ้านและเฟอร์นิเจอร์หลัก ยานพาหนะ สนัขกัด และของเล่นที่แตกหัก มีคม และอันตรายจากการกลืนชิ้นส่วนโลหะ เช่น แม่เหล็กหรือสกรูขนาดเล็ก ซึ่งส่งผลกระทบต่อความปลอดภัยตามมาตรฐานความปลอดภัยของเล่นยุโรป EN71 ด้านความปลอดภัยทางกายภาพและทางสารประกอบเคมี ตะกั่ว และโลหะหนัก ที่เป็นอันตราย โครงสร้างของผลิตภัณฑ์ของเล่นไม้ในปัจจุบันมีส่วนประกอบหลายชิ้น ประกอบโดยการใช้สกรู อุปกรณ์น็อคดาวน ในการประกอบชิ้นส่วน และใช้ไม้จริงเป็นวัสดุหลักจึงทำให้ต้นทุนการผลิตสูงและแนวโน้มในอนาคตจะใช้วัสดุทดแทนไม้จริงมากขึ้น เช่น ไม้อัดหรือแผ่นใยไม้อัดความหนาแน่นปานกลางมากขึ้น เพื่อลดต้นทุนและง่ายต่อการควบคุมการผลิตให้ได้มาตรฐานและลูกค้าต้องศึกษาวิธีการประกอบสินค้าด้วยตัวเอง จึงเป็นที่มาในการออกแบบนวัตกรรมระบบโครงสร้างการประกอบด้วยวิธีการเข้าไม้แบบต่างๆ ที่มีการออกแบบให้ล็อกโครงสร้างด้วยตัวเองโดยระบบเชื่อมต่อโครงสร้างด้วยวิธีการเข้าไม้หลายวิธี และหลายปัจจัยในการพิจารณาในการเข้าไม้ตามคุณสมบัติของวัสดุและวัตถุประสงค์ของการต่อไม้ และใช้แผ่นใยไม้อัดความหนาแน่นปานกลาง (MDF หรือ Medium Density Fiber Board) ซึ่งเป็นวัสดุทดแทนไม้เป็นวัสดุหลักในการทำงาน สามารถขึ้นรูปด้วย CNC Router ด้วยเหตุนี้จึงนำมาสู่การศึกษาเพื่อค้นหาคำตอบเกี่ยวกับโครงสร้างการเข้าไม้ที่เหมาะสมทั้งในรูปแบบโครงสร้างปิด และโครงสร้างเปิดด้วยแผ่นใยไม้อัดความหนาแน่นปานกลาง ผู้วิจัยจึงมีความต้องการที่จะศึกษาระบบเชื่อมต่อโครงสร้างด้วยวิธีการเข้าไม้เพื่อการออกแบบของเล่นในทัศนะของผู้เชี่ยวชาญเพื่อใช้ประโยชน์ในอุตสาหกรรมการผลิตของเล่น โดยสร้างคุณลักษณะใหม่ในการประกอบชิ้นงาน และสร้างรูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ให้มีการใช้งานที่ดีและสวยงามน่าสนใจ

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาระบบเชื่อมต่อโครงสร้างด้วยวิธีการเข้าไม้เพื่อการออกแบบของเล่นในทัศนะของผู้เชี่ยวชาญ

3. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยนี้มุ่งศึกษาและหาแนวทางการออกแบบการประกอบด้วยวิธีการล็อกด้วยการเข้าไม้แบบต่าง ๆ จึงศึกษาและทบทวนวรรณกรรม ดังต่อไปนี้

3.1 ของเล่นที่ทำจากไม้

งานวิจัยนี้ได้ศึกษาองค์ประกอบในการออกแบบของเล่นไม้และประเภทของเล่นการขับขี่สำหรับเด็ก ดังนี้

3.1.1 องค์ประกอบในการออกแบบของเล่น

การออกแบบของเล่นตามพฤติกรรมและพัฒนาการการเรียนรู้ของเด็กเล็ก (พรเทพ เลิศเทวศิริ, 2533) แบ่งตามองค์ประกอบทั้งหมด 12 ข้อ ดังนี้ 1) ความปลอดภัย 2) โครงสร้างและประโยชน์ใช้สอย 3) จิตวิทยาพัฒนาการเด็ก 4) วัสดุ 5) รูปร่าง รูปทรง 6) กรรมวิธีการผลิตแบบ Lean Manufacturing ที่กำจัดความสูญเปล่าในกระบวนการ 7) พื้นผิวสัมผัส

8) สีแบบ Nontoxic paint ไม่มีสารโลหะหนักเกินปริมาณที่กำหนด 9) ขนาด 10) น้ำหนัก 11) ลวดลายและภาพประกอบบนของเล่น และ 12) สภาพแวดล้อม คติความเชื่อ และวัฒนธรรม

3.1.2 ประเภทของเล่นการขี่สำหรับเด็ก

ของเล่นการขี่สำหรับเด็ก อาจนึกถึงเพียงวงล้อที่หมุนปกติ (Ride Toy Zone, 2021) ซึ่งแบ่งออกได้เป็น 6 ประเภท ดังนี้ 1) รถลากบรรทุกสิ่งของและรถลาก ช่วงอายุที่เหมาะสม คือ 1-3 ปี 2) ม้าโยก รถยนต์ ของเล่นเหล่านี้มีฐานโค้งพร้อมโยก เด็กจะเคลื่อนไหวตัวเองโดยการดันพื้นเพื่อให้โยกด้วยตนเองช่วงอายุที่เหมาะสม: 1-3 ปี 3) ของเล่นขับเคลื่อนด้วยเท้า ใช้วิธีการนั่งคร่อมของเล่นและขยับก้าวเท้าเดิน ช่วงอายุที่เหมาะสมประมาณ 1-2 ปี 4) ของเล่นถีบโยก ช่วงอายุที่เหมาะสมประมาณ 2-3 ปี 5) รถยนต์สำหรับเด็กที่ใช้แบตเตอรี่ ช่วงอายุที่เหมาะสมประมาณ 3 ปีขึ้นไป และ 6) จักรยานและสกูตเตอร์ เป็นของเล่นที่เหมาะสมกับช่วงอายุ 3 ปีขึ้นไป

ผู้วิจัยสังเกตได้ว่า ของเล่นการขี่ประเภทม้าโยก ยานพาหนะโยก เป็นของเล่นที่รับแรงกระทำจากน้ำหนักของเด็กที่นั่งขี่โยกตัว และแรงบิด แรงกดและแรงดึงจากการเล่นโยกที่รุนแรง ดังนั้นเพื่อการทดสอบความแข็งแรงของระบบการล็อกโครงสร้างด้วยการเข้าไม้ จึงควรนำมาออกแบบระบบการล็อกด้วยวิธีการเข้าไม้ด้วยวิธีการต่าง ๆ ต่อไป

3.2 การออกแบบการเข้าไม้ (Wood Joints Design)

การเข้าไม้ (Wood Joints) คือ การรวมชิ้นไม้ตรงบริเวณรอยต่อเพื่อผลิตงานด้วยการเชื่อมรอยต่อไม้ระหว่างสองชิ้นหรือระหว่างขอบเข้าด้วยกันที่มีมุมที่ตั้งฉากกันหรือไม่ตั้งฉากอาจใช้กาวหรือตัวยึดต่าง ๆ เพื่อเพิ่มความแข็งแรงประสิทธิภาพ และความแข็งแรงของข้อต่องานไม้

3.2.1 การประกอบไม้ (Wood Joinery) การเข้าไม้หรือการต่อไม้นั้น มีวิธีการต่อหลากหลายวิธีขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของประเภทงาน ซึ่งวิธีการเข้าไม้มีตั้งแต่แบบดั้งเดิมและได้รับการพัฒนาเป็นรูปแบบที่ทันสมัยที่หลากหลายมากขึ้นจนถึงปัจจุบัน ดังนี้ 1) การต่อแบ่งครึ่ง (Halved joint) คือ การเข้าไม้ด้วยการเสียบทับ โดยจุดที่ติดกันจะบากไม้ออกครึ่งหนึ่งทั้งสองฝั่ง ซึ่งการจะทำให้แน่นมากขึ้นมักจะมาคู่กับการต่อสลอต ป้องกันแรงบิดออกจากกันได้ดี ข้อต่อไม้ประเภทนี้มีประโยชน์อย่างมากสำหรับการรองรับหรือเพิ่มความแข็งแรงของไม้สองชิ้น (Gary, 2020) 2) การต่อสลอต (Slot Joint) คือ การต่อที่ใช้ความโค้งของไม้จากมุมภายในทั้ง 2 ด้าน ซึ่งมีหลากหลายวิธีสำหรับการเข้าไม้เพราะใช้ CNC ในการตัด ซึ่งความกว้างของช่องเป็นสิ่งจำเป็นในความพอดีและตรงปลายไม้ต้องมีการซ่อนมุมแบบการต่อสลอต (Dog bone) 3) การต่อเข้าเดือย (Tenon Joint) คือ การต่อไม้ที่มีเทคนิคความหลากหลายมากที่สุดในงานไม้และเฟอร์นิเจอร์ เดือยนี้จะทะลุผ่านรูของไม้หรือไม้ก็ได้ขึ้นอยู่กับรูปแบบและการต่อเดือย หากการต่อแบบบากเข้าเดือยถูกนำมาใช้กับแนวไม้ตามยาวจะเป็นการเข้าร่องลิ้นแทน (Tongue and Groove) (Mario, 2019) และ 4) การต่อดิจิทัล (Digital Joint) คือ การผลิตชิ้นส่วนวัสดุให้ได้ขนาดและรูปทรงตามที่ต้องการด้วยเครื่องจักรกลอัตโนมัติที่ทำงานได้ด้วยระบบคอมพิวเตอร์ (CNC) ซึ่งถูกดัดแปลงให้ง่ายขึ้นกว่าระบบการเข้าไม้แบบดั้งเดิม แบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ Frame joints, Board joints และ Carcass joints (Mark, 2014)

3.2.2 ลักษณะตัวล็อก (Locking Joints) (Mark, 2014) 1) ตัวล็อกประสาน (Interlocking Joint) คือ รูปแบบการต่อด้วยการกระตุกหรือการกระทุ้งเบาๆ โดยใช้ส่วนยื่นด้านหนึ่งใส่เข้าไปในช่องที่บากเป็นร่องอีกด้านหนึ่ง เพื่อให้เกิดการล็อกโครงสร้างไม้ด้วยตัวของมันเอง การสร้างส่วนข้อต่อล็อกซึ่งมีลักษณะเฉพาะสามารถสร้างได้หลากหลายรูปแบบ โดยสร้างขึ้นจากเครื่อง Router 2) ตัวล็อกสปริง (Spring Joint) คือ การออกแบบตัวล็อกที่ไม่จำเป็นต้องใช้กาว โดยใช้ความยืดหยุ่นของข้อต่อและเดือย เมื่อ Spring Lock ถูกบีบจะเลื่อนลงไปในร่องและล็อกในตำแหน่งชิ้นส่วนนั้นทันที ซึ่งเป็นชิ้นส่วนช่วยยึดที่แข็งแรงมาก สามารถถอดเข้า-ออกได้บ่อย ปัจจัยที่ทำให้เกิดความพอดีของรอยต่อ คือ ระยะห่างความยาวและจำนวนของช่องไม้ ระยะระหว่างเดือยกับเดือย ความหนา และประเภทของไม้ และ 3) ตัวล็อกลิ้น (Wedge Joint) (Ted, 2019) คือ ตัวลิ้นไม้ที่ไม่ได้ถูกยึดด้วยกาว ทำให้งานไม้รัดกุมมากขึ้นด้วยการดันลิ้นให้ลึกเข้าไป ตัวลิ้นต้องเป็นไม้ที่เนื้อแน่นและแข็ง มีสัดส่วนความยาวประมาณ 1 ใน 3 ของช่องสอดไม้ ซึ่งมีทั้งลิ้นขาเดียวและลิ้นขาคู่ โดยลิ้นขาคู่จะเพิ่มแรงอัดทำให้งานแน่นหนามากขึ้น

ในอุตสาหกรรมผลิตของเล่นการต่อไม้มีพื้นที่เชื่อมติดต่อกันด้วยกาวแบบติดแน่นถาวร ส่วนตัวล็อกไม้เป็นการประกอบของไม้สองชิ้นมีเทคนิคการล็อกที่สามารถถอดประกอบได้ การผลิตของเล่นจะมีทั้งการต่อไม้ในรูปแบบการต่อแผ่นไม้จริงด้วยกาวติดไม้ และการใช้ตัวล็อกเชื่อมต่อแผ่นไม้ที่สามารถถอดออกได้ ซึ่งการทำของเล่นไม้ด้วยวิธีการล็อกจะนิยมแบบ Interlocking joint และตัวล็อกแบบลิ้นแบบ Wedge joint เพราะทำให้ชิ้นงานสองชิ้นเชื่อมต่อกันได้แน่นไม่คลายหลุดง่าย

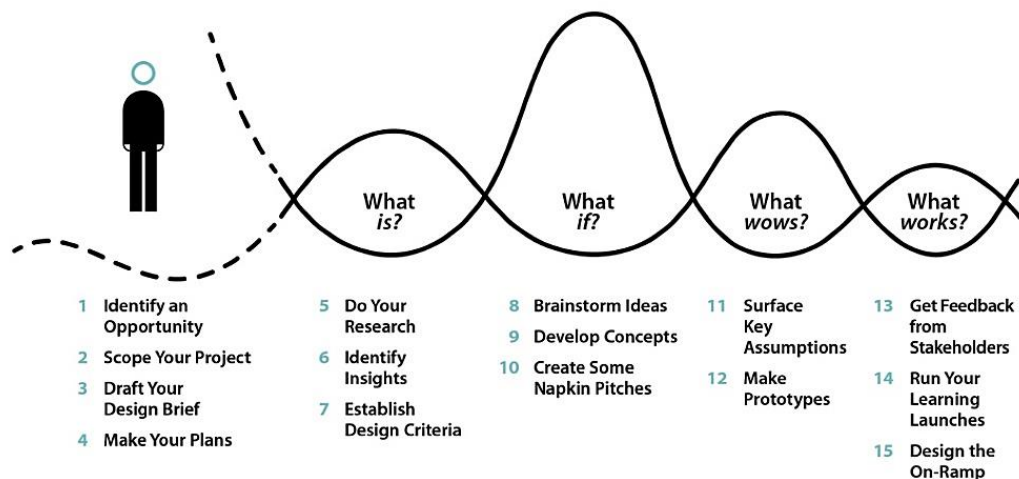
3.2.3 ประเภทของไม้ที่ใช้ในอุตสาหกรรมของเล่น ในอดีตไม้เป็นวัสดุที่หาได้ง่ายตามธรรมชาติ ในปัจจุบันเราไม่สามารถนำไม้ในป่าธรรมชาติมาแปรรูปใช้งานได้เหมือนเช่นยุคก่อน ๆ แล้ว แต่ก็มีมีการปลูกป่าทดแทนเพื่อนำไม้มาใช้งาน โดยเฉพาะ ซึ่งไม้ที่นำมาแปรรูปใช้ในงานก่อสร้างหรืองานสถาปัตยกรรม ได้แยกประเภทไม้ตามลักษณะความแข็งแรงของไม้

(Wazzadu, 2560) ดังนี้ 1) ไม้เนื้อแกร่ง เป็นไม้ที่มีการเจริญเติบโตช้ามากที่สุด จึงทำให้มีวงปีถี่ โดยมีอายุเฉลี่ยไม่น้อยกว่า 60-70 ปีขึ้นไป จึงจะนำมาใช้งานได้ เนื้อไม้มีสีเข้มค่อนข้างแดง น้ำหนักไม่มาก แต่แข็งกว่าไม้เนื้อแข็ง 2) ไม้เนื้อแข็ง เป็นไม้ที่มีวงปีมากกว่าไม้เนื้ออ่อน เพราะมีการเจริญเติบโตช้ากว่า โดยเฉลี่ยมีอายุหลายสิบปี จึงนำมาใช้งานได้ ลักษณะทั่วไปของไม้เนื้อแข็ง ผิวสัมผัสของเนื้อไม้จะมีความมัน ลวดลายละเอียด เนื้อแน่น สีเข้ม (แดงถึงดำ) มีน้ำหนักมาก แข็งแรงทนทาน 3) ไม้เนื้ออ่อน เป็นไม้ที่มีวงปีกว้างมาก เนื่องจากเป็นไม้โตเร็ว ลำต้นใหญ่ เนื้อค่อนข้างเหนียว แต่แปรรูปได้ง่าย เนื้อไม้มีสีจางหรือค่อนข้างซีด ความทนทานมีขีดจำกัดไม่สามารถรับน้ำหนักได้มากเท่าที่ควร จึงเหมาะกับงานในที่ร่ม หรือ งานชั่วคราวเป็นส่วนใหญ่ วัตถุประสงค์ในการผลิตของเล่นไม้ ได้แก่ ไม้สนที่มีเนื้อขาว ลายไม้ชัดเจนและไมยางพาราที่ผ่านการอบยาฆ่าเชื้อราและกำจัดแมลงแล้วเท่านั้น และ 4) วัสดุ MDF (Medium Density Fiber Board) หรือ แผ่นใยไม้อัดความหนาแน่นปานกลาง ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ประเภท Composite Panel ชนิดหนึ่งที่ได้จากการนำเส้นใยของไม้ หรือ พืชที่มีเส้นใย หรือ เส้นใยของวัสดุลิกโนเซลลูโลส (Lignocelluloses Material) เช่น ไม้ยูคาลิปตัสและยางพารา เป็นต้น แล้วจึงอัดเป็นแผ่นโดยกรรมวิธีแห้ง คือ อัดด้วยความร้อน (Dry Process) เพื่อให้เกิดความยึดเหนี่ยวระหว่างเส้นใยจนเป็นเนื้อเดียวกัน ทำให้เนื้อไม้มีความแน่น ละเอียด ผิวเนียน โดยมีกาวยสังเคราะห์ที่นิยมใช้ คือ กาวยูเรียฟอร์มัลดีไฮด์ ซึ่งวัสดุแผ่นใยไม้อัดความหนาแน่นปานกลางในปัจจุบันนี้ มีขนาด 4 x 8 ฟุต มีความหนาตั้งแต่ 3 มิลลิเมตร ถึง 25 มิลลิเมตร และต้องเป็นเกรดมาตรฐานยุโรป (E1) ที่มีมาตรฐานความปลอดภัยในสารเคมีที่ใช้เป็นส่วนประกอบในการผลิต

ดังนั้น ของเล่นที่ดีต้องคำนึงถึงในด้านการออกแบบการเข้าไม้ให้เหมาะสมกับโครงสร้างของของเล่น การวิจัยนี้จึงวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ที่มีรูปแบบการถือด้วยการเข้าไม้ด้วยวิธีต่างๆ จำนวน 10 แบบ เพื่อตัดสินใจเลือกโครงสร้างการเข้าไม้ทั้งในรูปแบบโครงสร้างปิดและโครงสร้างเปิดในแนวทางเดียวกัน คือ การพิจารณาในการเข้าไม้ร่วมกับการเลือกประเภทของไม้ ซึ่งแผ่นใยไม้อัดมีคุณสมบัติที่ดีไม่เกิดปัญหาหยาบคายในการเปลี่ยนรูปของไม้ แรงกระทำจากภายนอก รวมถึงความชื้นอีกด้วย การประกอบไม้พิจารณาร่วมกับลักษณะการต่อไม้และลักษณะตัวล็อกเนื่องจากของเล่นการซบซึ่มมีความแตกต่างในการเล่น และคุณสมบัติที่โดดเด่นในแต่ละด้าน

3.3 กระบวนการออกแบบของเล่นไม้โดยใช้วิธีการออกแบบ Design Thinking

การออกแบบของเล่นไม้แตกต่างจากกระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์ ซึ่งปัจจุบันจะเน้นวิธีการออกแบบขึ้นกับว่าจะเริ่มจากจุดไหน ในการวางแผนวิจัยการออกแบบครั้งนี้จะใช้กรอบแนวคิดของ Liedtka & Ogilvie (2020) ในการสร้างภาพรวมวิธีการออกแบบ ดังนี้



รูปที่ 1 วิธีการออกแบบ Design Thinking

จากรูปที่ 1 ภาพรวมวิธีการออกแบบนี้ หัวข้อแรกจะเน้นการตั้งโจทย์ปัญหา และการค้นคว้าหาข้อมูลเพื่อทำการวิเคราะห์เพื่อหาคุณลักษณะสำคัญ ข้อเด่นข้อด้อยของสิ่งที่ทำการศึกษเพื่อสร้างข้อสรุปภาพรวมในการออกแบบ (Design Brief) โดยมีหัวข้อที่ทำการศึกษาดังนี้

1) Project Description จะทำผลิตภัณฑ์อะไร ทำเพื่ออะไร 2) Intent Scope ศึกษาผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ด้วยการทำการวิเคราะห์เมทริกซ์ และเมทริกซ์การตัดสินใจ ทำการกำหนดขอบเขตสิ่งที่จะทำ พิจารณาจุดเด่นจุดด้อย เพื่อสร้างแนวทางที่

แตกต่าง 3) Expected Outcome เมื่อทำผลิตภัณฑ์ออกมาแล้วมีความคาดหวังผลที่ได้จะเป็นอย่างไร 4) Success Matrix อะไรคือตัวชี้วัดความสำเร็จ 5) Exploration Question ตั้งคำถามเกี่ยวกับความเป็นไปได้ของไอเดียและสมมติฐานการออกแบบ 6) Target User กลุ่มเป้าหมาย ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์นี้คือใคร และ 7) Research Plan จะวางแผนการออกแบบอย่างไร

กระบวนการวิจัยนี้ใช้หลักวิธีคิดการออกแบบ Design Thinking ของ Liedtka & Ogilvie (2020) ตั้งแต่การทำข้อสรุปการออกแบบ การวางแผนการวิจัย การกำหนดเกณฑ์การออกแบบ การพัฒนาแนวความคิด นำไปสู่การทำต้นแบบและการประเมินผลการออกแบบโดยผู้เชี่ยวชาญ

3.4 Matrix Analysis และ Decision Making Matrix

Matrix Analysis คือ การวิเคราะห์เมทริกซ์ เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่จัดเรียงตำแหน่งอย่างเป็นระบบโดยอาศัยแถวและคอลัมน์ ซึ่งในการออกแบบและพัฒนา การประมวลผลความรู้ที่เกี่ยวข้องกับผลงานการออกแบบที่เกี่ยวข้องมีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากเมื่อนักออกแบบได้รับโจทย์ในการทำงานแต่ละโครงการ ย่อมมีความจำเป็นต้องศึกษาและวิเคราะห์แนวทางการออกแบบ วิธีการใช้งาน คุณลักษณะใหม่ๆ ของคู่แข่งซึ่งสามารถเรียกได้ว่า การศึกษาผลงานการออกแบบที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาประมวลและจัดระบบระเบียบข้อมูล พร้อมทั้งสรุปลักษณะสำคัญที่เป็นภาพรวมของผลงานการออกแบบของคู่แข่งตลอดจนศึกษาความสัมพันธ์เชิงลึกระหว่างผลงานต่อผลงาน ซึ่งจากการวิเคราะห์ผลงานที่เกี่ยวข้องทั้งในเชิงภาพรวมและได้ข้อสรุปเชิงความสัมพันธ์แล้ว นักออกแบบจะสามารถพัฒนาคุณลักษณะ (Characteristics) ให้กับผลงานของผู้วิจัยหรือนักออกแบบเองต่อไปอีกด้วย การวิเคราะห์ฐานข้อมูลการออกแบบด้วยการวิเคราะห์เมทริกซ์นั้น มีการวิเคราะห์ 3 รอบแนวทาง คือ 1) การหาค่าเฉลี่ย (Average) ที่เป็นภาพรวม 2) การหาค่าร้อยละ (Percentage) ของแต่ละตัวแปรคุณลักษณะ 3) การหาความสัมพันธ์ (Relationship) ระหว่างตัวแปร ซึ่งอาจจะเป็นระหว่างข้อมูลคุณลักษณะต่อข้อมูลคุณลักษณะ หรือระหว่างข้อมูลด้านสถานภาพ ต่อข้อมูลทางคุณลักษณะ

Decision Making Matrix คือ เมทริกซ์การตัดสินใจ เป็นการศึกษารายละเอียดเชิงลึกของข้อมูลที่ได้มาจากการวิเคราะห์เมทริกซ์ โดยทำการคัดเลือกแบบที่เหมาะสมกับโจทย์การออกแบบเพื่อนำไปกำหนดกรอบการวิเคราะห์เชิงลึก และมีการกำหนดค่าน้ำหนักคะแนนเพื่อจะได้ทิศทางในการตัดสินใจคัดเลือกแบบที่จะมาดำเนินการออกแบบ ในกำหนด Intent Scope เพื่อดำเนินการวิเคราะห์เมทริกซ์ เพื่อวิเคราะห์คุณลักษณะสำคัญตามสภาพความเป็นจริง และดำเนินการคัดเลือกโดยกำหนดเกณฑ์ Design Criteria เพื่อคัดเลือกแบบที่เหมาะสมมาทำการวิเคราะห์รายละเอียดของแบบด้วยเมทริกซ์การตัดสินใจ ก่อนได้ข้อสรุปมาดำเนินการออกแบบต่อไป (พรเทพ เลิศเทวศิริ, 2545)

3.5 Trade-off analysis

Trade-off analysis คือ การวิเคราะห์ส่วนได้ส่วนเสีย (การทดสอบสถานการณ์แบบหลายเกณฑ์) เป็นเครื่องมือที่ช่วยในการตัดสินใจในกรณีที่มีหลากหลายวัตถุประสงค์และความไม่แน่นอนในการจัดการเชิงกลยุทธ์ที่แตกต่างกัน ประโยชน์หลักของเครื่องมือนี้คือวิธีการตัดสินใจที่ชัดเจนและโปร่งใสมากขึ้น (Forestresearch, 2011)

3.6 การวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบแบบเป็นคู่ (Paired Comparison Analysis)

การตัดสินใจในการออกแบบโดยใช้การวิเคราะห์ส่วนได้ส่วนเสีย เทคนิค Paired comparison (พรเทพ เลิศเทวศิริ, 2560) เป็นการประยุกต์วิธีการวิจัยการตลาด ซึ่งเป็นทฤษฎีที่พัฒนาขึ้นโดย Sheffe ซึ่งเป็นการศึกษาข้อดีหลาย ๆ ข้อของผลิตภัณฑ์หลาย ๆ ชิ้น และให้กลุ่มผู้ใช้ผลิตภัณฑ์เปรียบเทียบสิ่งที่ดีของผลิตภัณฑ์สองชิ้นที่นำมาเปรียบเทียบกัน และมีการจัดอันดับสิ่งที่น่าประทับใจในผลิตภัณฑ์ หลาย ๆ ด้าน นำไปประมวลเพื่อปรับปรุงการออกแบบในขั้นสุดท้าย (Final decision) เพื่อความพึงพอใจของผู้บริโภค

การวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบด้วยการเปรียบเทียบแบบเป็นคู่ เมื่อจำเป็นจะต้องเลือกสิ่งของที่มีความแตกต่างกันด้วยหลากหลายวิธี และจำเป็นจะต้องมีการตัดสินใจเลือกวิธีการที่ดีที่สุด สร้างกฎเกณฑ์การตัดสินใจขึ้นในลักษณะที่เป็นอันดับและแบ่งตื้นความสำคัญออกเป็น 1-5 ระดับการวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบแบบเป็นคู่ เป็นวิธีที่ดีของการชั่งน้ำหนักเพื่อลำดับความสำคัญของเกณฑ์ ซึ่งอาจจะมีความขัดแย้งกันและไม่มีการระบุวัตถุประสงค์ที่แน่นอน เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานเมื่อมีการจัดลำดับความสำคัญที่มีความสำคัญไม่ชัดเจน หรือข้อกำหนดที่สำคัญ นอกจากนี้ยังเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเปรียบเทียบแบบอันดับ เช่น การเปรียบเทียบด้านคุณสมบัติ ก็จะต้องนำลักษณะคุณสมบัติที่ต้องการมาทำการระบุคะแนนก่อนล่วงหน้า และนำเกณฑ์หรือกติกาขึ้นมาใช้เปรียบเทียบวัตถุ สิ่งของ คน ที่ต้องการจะเลือก ผู้เชี่ยวชาญจะต้องมีกระบวนการตัดสินใจตามความสำคัญตามคุณสมบัติจากทักษะและประสบการณ์ส่วนตัวในการตัดสินใจเลือกให้น้ำหนักลำดับค่าความสำคัญของคะแนน หรือ ค่า priority (เอกกมล เอี่ยมศรี, 2564)

ข้อมูลที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญให้ความเห็นโดยเทคนิควิธีการเปรียบเทียบแบบเป็นคู่ ตามค่าลำดับความสำคัญของ

คะแนน (priority) วิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป Nakaya 4x4 บนไมโครซอฟต์ เอ็กเซล (Yamanaka, 1997) โดยตัวเลขที่มีค่าลำดับความสำคัญของคะแนนสูงสุดถือเป็นค่าที่มีความสำคัญที่สุดในหัวข้อการประเมิน ดังนั้น การสรุปการออกแบบจะต้องนำความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญให้ความเห็นตามค่าลำดับความสำคัญสูงสุคนำมาพิจารณาสรุปการออกแบบ

4. ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ตัวแปรอิสระ คือ ระบบการล็อก ตัวแปรตาม คือ ความสามารถในการล็อกที่ส่งผลต่อโครงสร้างของเล่น โดยดำเนินการวิจัยด้วยระบบวิธีการเข้าไม้ด้วยการวิเคราะห์ส่วนได้ส่วนเสีย (Trade-off analysis) ตามทฤษฎีของเชฟเฟ (Sheffe) โดยใช้การวิเคราะห์แบบตัวแปรหลายตัว (Multivariate Analysis) เริ่มจากการศึกษาผลิตภัณฑ์ที่มีรูปแบบการล็อกด้วยการเข้าไม้ด้วยวิธีต่าง ๆ จำนวน 10 แบบ โดยตรวจสอบลักษณะการประกอบไม้และลักษณะตัวล็อกของผลิตภัณฑ์ด้วยการเกณฑ์การประเมิน 4 ด้าน คือ โครงสร้าง การใช้งาน รูปปรากฏ และความยืดหยุ่น ด้วยการวิเคราะห์เมทริกซ์ (Matrix Analysis) เพื่อตัดสินใจเลือกโครงสร้างการเข้าไม้ทั้งในรูปแบบโครงสร้างปิดและโครงสร้างเปิด ที่มีความแข็งแรงและสามารถถอดประกอบได้ง่ายจำนวน 6 แบบ มาทำการวิเคราะห์ด้วยเมทริกซ์การตัดสินใจ (Decision Making Matrix) เพื่อคัดเลือกวิธีการเข้าไม้ 4 แบบ สำหรับผลิตต้นแบบเป็นของเล่นม้าโยกโครงสร้างไม้ระบบล็อกจำนวน 4 แบบ และหาข้อสรุปด้วยการวิเคราะห์ส่วนได้ส่วนเสีย (Trade-off analysis) โดยแบบสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญจำนวน 4 ท่าน ได้แก่ นักออกแบบของเล่นที่มีประสบการณ์ 5 ปีขึ้นไป จำนวน 1 ท่าน อาจารย์สอนวิชาการออกแบบผลิตภัณฑ์และประกอบอาชีพนักออกแบบด้วยจำนวน 2 ท่าน และอาจารย์สอนวิชาศิลปะและการออกแบบ จำนวน 1 ท่าน โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป Nakaya 4x4 บนไมโครซอฟต์ เอ็กเซล (Yamanaka, 1997) ในการวิเคราะห์ด้วยสถิติการเปรียบเทียบแบบเป็นคู่ (Paired comparison Analysis) กำหนดค่าเฉลี่ยของการยอมรับมากกว่า 0.01 และดำเนินการพัฒนาโครงสร้างที่มีรูปแบบการล็อกด้วยวิธีการเข้าไม้แบบต่าง ๆ นำมาประยุกต์ใช้งานต่อไป ดังขั้นตอนการวิจัยในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ขั้นตอนการวิจัย

ขั้นตอนการวิจัย	
1. การวิเคราะห์เมทริกซ์	ศึกษาผลิตภัณฑ์ที่มีรูปแบบการล็อกด้วยการเข้าไม้ด้วยวิธีต่างๆ จำนวน 10 แบบ โดยตรวจสอบลักษณะการประกอบไม้และลักษณะตัวล็อกของผลิตภัณฑ์ด้วยการเกณฑ์การพิจารณา 4 ด้าน คือ 1) โครงสร้าง (ความแข็งแรง, การต้านแรงดึง การบิด, ความเสถียร ไมโคลงเคลง) 2) การใช้งาน (การประกอบง่าย, ทำความเข้าใจกับระบบล็อกได้ง่าย, การดูแลรักษาง่าย ซ่อมบำรุงง่าย, การรับน้ำหนัก, ความรู้สึกลดภัย, ระบบล็อกเป็นอุปสรรคต่อการเล่น) 3) รูปปรากฏ (ความมีเอกลักษณ์ของการล็อก, ความงามภาพรวมของผลิตภัณฑ์, ระบบการล็อกดูมีราคา มีมูลค่า) และ 4) ความยืดหยุ่น (จำนวนชิ้นส่วนที่เหมาะสม, การปรับใช้ได้กับพื้นผิววัสดุอื่น)
2. เมทริกซ์การตัดสินใจ	เป็นแบบประเมินเพื่อศึกษาผลิตภัณฑ์ต่อเนื่องแบบเชิงลึกต่อการประเมินการวิเคราะห์เมทริกซ์ จำนวน 6 แบบด้วยเกณฑ์เดียวกัน เพื่อคัดเลือกวิธีการเข้าไม้ 4 แบบ สำหรับผลิตต้นแบบเป็นของเล่นม้าโยก
3. ผลิตต้นแบบของเล่นม้าโยก	โครงสร้างไม้ระบบล็อกที่มีความแข็งแรงและสามารถถอดประกอบได้ง่าย โดยใช้แผ่นใยไม้อัดความหนาแน่นปานกลางหนา 9 มิลลิเมตร จำนวน 4 แบบ คือ แบบที่ 1 Slot Taper Joint เป็นระบบเชื่อมต่อโดยใช้การหนีบของชิ้นส่วนตัวล็อกTaper 2 ชิ้น แบบที่ 2 Slot Halved Joint เป็นการเชื่อมต่อแบบเสียบเข้าร่องอย่างละครึ่งจนสุด แบบที่ 3 Slot Wedge Joint การใช้ลิ้มที่ทำจากเดือยกลมมาเป็นตัวเบียดให้แน่น ตรงจุดข้อต่อ แบบที่ 4 Slot Clip Joint เป็นการเชื่อมต่อโดยใช้ความยืดหยุ่นของแผ่นใยไม้อัดความหนาแน่นปานกลางมาเป็นตัวสปริงเพื่อใช้ในการล็อก
4. แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ	แบบสอบถามความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ โดยวิธีการเปรียบเทียบแบบเป็นคู่ (paired comparison) จำนวน 14 ข้อ

ตารางที่ 1 ขั้นตอนการวิจัย (ต่อ)

ขั้นตอนการวิจัย	
5. วิเคราะห์ข้อมูล	วิเคราะห์ข้อมูล Paired comparison ด้วย Tradeoff Analysis โดยใช้การวิเคราะห์แบบตัวแปรหลายตัว (Multivariate Analysis) ด้วย โปรแกรมสำเร็จรูป Nakaya 4x4 บนไมโครซอฟต์ เอ็กเซล (Yamanaka, 1997) โดยมีเกณฑ์ค่าลำดับความสำคัญ (priority) ดังนี้ 2 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด 1 หมายถึง เห็นด้วยมาก 0 หมายถึง ไม่มีความคิดเห็น -1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยมาก -2 หมายถึง ไม่เห็นด้วยมากที่สุด

5. ผลการวิจัย

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผลการออกแบบของเล่นระบบเชื่อมต่อโครงสร้างด้วยวิธีการแบบเข้าไม้ในทัศนะของผู้เชี่ยวชาญ ได้ดังนี้

5.1 การวิเคราะห์โครงสร้างการเข้าไม้ด้วยการวิเคราะห์เมทริกซ์

การวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ที่มีรูปแบบการล็อกด้วยการเข้าไม้พิจารณาสรุปจากการประกอบไม้ 4 ประเภท คือการต่อแบ่งครึ่ง การต่อแบบสลอต การต่อเข้าเตี้ย และการต่อติดจิกัล และลักษณะตัวล็อก 3 ประเภท คือ ตัวล็อกประสาน ตัวล็อกสปริง และตัวล็อกแบบลิ้ม จำนวน 10 แบบ ด้วยการวิเคราะห์เมทริกซ์ จำนวน 10 แบบ ดังนี้

Matrix analysis: Wood Joint Designs	CHARACTERISTIC							
	Carcase Joiney					Locking Joints		
	Digital halved slot joint	Halved slot tenon joint	Halve slot joint	Digital tenon joint	Tenon joint	interlocking Joint	Spring Joint	Wedge Joint
	•					•		
					•		•	
		•						•
		•						•
					•			•
	•					•		
			•			•		
			•			•		
				•		•		
				•		•		
Total (100%)	20	20	20	20	20	60	10	30

รูปที่ 2 ตารางการวิเคราะห์โครงสร้างการเข้าไม้ด้วยการวิเคราะห์เมทริกซ์

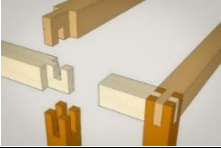
ตารางการวิเคราะห์เมทริกซ์จากรูปที่ 2 เป็นตารางเพื่อการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งที่ต้องการศึกษาโดยภาพรวม โดยกำหนดเกณฑ์ในการพิจารณาคุณลักษณะและแสดงการเปรียบเทียบให้เห็นถึงจุดแข็งจุดอ่อน ข้อดีข้อเสียของแต่ละผลิตภัณฑ์เพื่อนำไปใช้ในการตัดสินใจในการออกแบบโดยภาพรวม

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์วิธีการประกอบไม้

รูปแบบการประกอบไม้	ตัวอย่างผลิตภัณฑ์	ผลการวิเคราะห์
1. Digital halved slot joint		พบในงานออกแบบ 20% มีลักษณะโครงสร้างเป็นรูปทรงสี่เหลี่ยมเข้ามุมแบบ 90 องศา มีฝาหรือไม้รูปทรงสี่เหลี่ยมปิดด้านบน เพื่อปิดของด้านในหรือรองรับน้ำหนักที่วางลงบนไม้ ซึ่งมีคุณสมบัติเพิ่มความแข็งแรง ทนแรงดึงของชิ้นไม้ และออกแบบได้หลากหลายรูปแบบ
2. Halved slot tenon joint		พบในงานออกแบบ 20% มีลักษณะโครงสร้างรูปทรงสี่เหลี่ยมจัตุรัสหรือสี่เหลี่ยมคางหมู ที่ออกแบบให้ใส่ของหรือรองรับน้ำหนักได้ เข้ามุมแบบ 90 องศา ฐานของบางผลิตภัณฑ์ออกแบบให้โค้งสำหรับการโยกไป-กลับ ซึ่งมีคุณสมบัติรับแรงอัดไม่มีส่วนค้ำยันได้มากที่สุด แข็งแรงและทนแรงดึงของชิ้นไม้ได้มากที่สุด
3. Halve slot joint		พบในงานออกแบบ 20% มีลักษณะโครงสร้างเป็นรูปทรงสี่เหลี่ยมเข้ามุมแบบ 90 องศา มีฝาหรือไม้รูปทรงสี่เหลี่ยมปิดด้านบน เพื่อปิดของด้านในหรือรองรับน้ำหนักที่วางด้านบนโต๊ะ ซึ่งมีคุณสมบัติเพิ่มความแข็งแรงและทนแรงดึงของชิ้นไม้
4. Digital tenon joint		พบในงานออกแบบ 20% มีลักษณะโครงสร้างเป็นรูปทรงอิสระ ตรงบริเวณด้านล่างกางออกเล็กน้อยเพื่อรองรับน้ำหนักและการทรงตัวที่เสถียร ไม่โคลงเคลง ซึ่งมีคุณสมบัติออกแบบได้หลากหลายรูปแบบและรับแรงอัดไม่มีส่วนค้ำยันได้มากที่สุด ดูแลรักษาง่าย มีจำนวนที่เหมาะสม
5. Tenon joint		พบในงานออกแบบ 20% มีลักษณะโครงสร้างเป็นรูปทรงสี่เหลี่ยมเข้ามุมแบบ 90 องศา ด้านบนเปิดเพื่อใส่ของได้เพิ่มความจุของโครงสร้าง ไม่มีส่วนค้ำยัน ประกอบง่าย ซึ่งมีคุณสมบัติรับแรงอัดได้มากที่สุด

ผลการวิเคราะห์วิธีการประกอบไม้ของผลิตภัณฑ์ ดังเช่นตารางที่ 2 พบว่า มีรูปแบบผสมผสาน มีคุณสมบัติร่วมกันหลายประการ ดังนี้ 1) โครงสร้างมีความแข็งแรง ด้านแรงดึง มีความเสถียร และไม่โคลงเคลง 2) การใช้งานคือประกอบง่าย ดูแลรักษาง่าย และรับน้ำหนักได้ดี 3) รูปร่างมีเอกลักษณ์และความสวยงาม และ 4) จำนวนชิ้นส่วนที่เหมาะสม

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ลักษณะตัวล็อก

รูปแบบตัวล็อก	ตัวอย่างผลิตภัณฑ์	ผลการวิเคราะห์
1. Interlocking Joint		พบในงานออกแบบมากที่สุด 60% ในงานไม้ที่ต้องการความแข็งแรงทนทานต่อแรงกระแทก ด้านแรงดึงและบิด และรับน้ำหนักโดยไม่โคลงเคลง
2. Wedge Joint		พบในงานออกแบบ 30% ในงานไม้ที่ต้องการการเคลื่อนไหวยาก แข็งแรง และจัดเก็บได้ง่ายเวลาไม่ได้ใช้งาน
3. Spring Joint		พบในงานออกแบบ 10% ในงานไม้ที่ต้องการความแข็งแรง ทนทานต่อแรงกระแทก และน้ำหนักของที่บรรจุลงไป

ผลการวิเคราะห์ลักษณะตัวล็อกของผลิตภัณฑ์ ดังเช่นตารางที่ 3 พบว่า ตัวล็อกประสาน (Interlocking Joint) พบในงานออกแบบมากที่สุด โดยตัวล็อกมีคุณสมบัติร่วมกันหลายประการ ดังนี้ 1) โครงสร้างมีความแข็งแรง ด้านแรงดึงและบิด 2) การใช้งานคือ ล็อกได้ง่าย 3) รูปปรากฏมีเอกลักษณ์ของการล็อก และ 4) ความยืดหยุ่นที่สามารถปรับใช้ได้กับพื้นผิววัสดุอื่น

5.2 การวิเคราะห์โครงสร้างการเข้าไม้ด้วยวิธีการ เมทริกซ์การตัดสินใจ (Decision Making Matrix)

จากการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ด้วยการวิเคราะห์เมทริกซ์ เพื่อผลิตต้นแบบเป็นของเล่นม้าโยกที่มีโครงสร้างแข็งแรงและสามารถถอดประกอบได้ง่ายนำไปวิเคราะห์เชิงลึกด้วยวิธีเมทริกซ์การตัดสินใจ โดยพิจารณาจากโครงสร้าง การใช้งาน รูปปรากฏ และความยืดหยุ่น จำนวน 6 แบบ ดังนี้

Wood jointing toys

1. โครงสร้าง		Weight of score	Note	Weight of score	Note	Weight of score	Note	Weight of score	Note	Weight of score	Note	Weight of score	Note
1.1 ความแข็งแรง	3x	3x2=6		3x1=3	ยึดแน่นไม่โยก	3x2=6		3x2=6		3x1=3	ยึดแน่นไม่โยก	3x2=6	
1.2 ความแข็งแรงดึง การบิด	2x	2x2=4		2x1=2	ยึดแน่นไม่โยก	2x2=4		2x2=4		2x1=2	ยึดแน่นไม่โยก	2x2=4	
1.3 ความแข็งแรง ไม่บิดงอ	3x	3x2=6		3x2=6		3x2=6		3x2=6		3x1=3	ยึดแน่นไม่โยก	3x2=6	
คะแนนรวม		16		11		16		16		8		16	
2. การใช้งาน		Weight of score	Note	Weight of score	Note	Weight of score	Note	Weight of score	Note	Weight of score	Note	Weight of score	Note
2.1 การประกอบง่าย	2x	2x1=2	ประกอบง่าย	2x2=4		2x1=2	ประกอบง่าย	2x1=2	ประกอบง่าย	2x2=4		2x2=4	
2.2 ความแข็งแรงการบิดงอได้ยาก	2x	2x1=2	มีแรงกดการบิดงอได้ยาก	2x2=4		2x1=2	มีแรงกดการบิดงอได้ยาก	2x1=2	มีแรงกดการบิดงอได้ยาก	2x2=4		2x2=4	
2.3 การดูแลรักษาง่าย ซ่อมบำรุงง่าย	2x	2x1=2	พื้นผิวเรียบง่าย	2x2=4		2x1=2	พื้นผิวเรียบง่าย	2x1=2	พื้นผิวเรียบง่าย	2x2=4		2x2=4	
2.4 การทำความสะอาด	3x	3x2=6		3x2=6		3x2=6		3x2=6		3x1=3	ไม่ยุ่งยาก	3x2=6	
2.5 ความแข็งแรงทนทาน	3x	3x2=6		3x2=6		3x2=6		3x2=6		3x1=3	ดูดีทนทาน	3x2=6	
2.6 ความแข็งแรงทนทานต่อแรงกระแทก	2x	2x1=2	ยึดแน่นไม่โยก	2x2=4		2x2=4		2x2=4		2x1=2	ยึดแน่นไม่โยก	2x2=4	
คะแนนรวม		20		28		22		26		20		28	
3. รูปปรากฏ		Weight of score	Note	Weight of score	Note	Weight of score	Note	Weight of score	Note	Weight of score	Note	Weight of score	Note
3.1 ความมีเอกลักษณ์ของการใช้	3x	3x1=3	ยึดแน่นไม่โยก	3x2=6		3x2=6		3x1=3	ยึดแน่นไม่โยก	3x1=3	ยึดแน่นไม่โยก	3x1=3	
3.2 ความสวยงามการประกอบได้ยาก	2x	2x1=2		2x2=4		2x2=4		2x2=4		2x1=2		2x2=4	
3.3 ความแข็งแรงทนทาน	3x	3x1=3		3x2=6		3x2=6		3x2=6		3x1=3		3x2=6	
คะแนนรวม		6		16		16		13		8		13	
4. ความยืดหยุ่น		Weight of score	Note	Weight of score	Note	Weight of score	Note	Weight of score	Note	Weight of score	Note	Weight of score	Note
4.1 จำนวนชิ้นส่วนประกอบ	2x	2x1=2		2x2=4		2x2=4		2x2=4		2x1=2		2x2=4	
4.2 การปรับใช้กับพื้นผิววัสดุอื่น	2x	2x1=2		2x2=4		2x2=4		2x2=4		2x2=4		2x2=4	
คะแนนรวม		4		8		8		8		6		8	
รวมคะแนนทั้งหมด		46 = 66.66%		63 = 97.50 %		62 = 86.11 %		63 = 97.50 %		42 = 58.33 %		65 = 90.27 %	

รูปที่ 3 ตารางการวิเคราะห์โครงสร้างการเข้าไม้ด้วยเมทริกซ์การตัดสินใจ

ตารางเมทริกซ์การตัดสินใจจากรูปที่ 3 เป็นตารางเพื่อวิเคราะห์คุณลักษณะเฉพาะด้านโดยการให้น้ำหนักคะแนนเพื่อนำมากำหนดเกณฑ์ในการพิจารณาตัดสินใจหาข้อสรุปในการประยุกต์ใช้วิธีการในการออกแบบ

ผลการการวิเคราะห์โครงสร้างการเข้าไม้ 6 แบบ คือ กล่องใส่เครื่องประดับ กล่องใส่ผลไม้ รถเข็น ม้าโยก เพลเด็ก และโต๊ะขนาดใหญ่ ด้วยวิธีการ Decision Making Matrix

1. กล่องใส่เครื่องประดับมีคุณสมบัติที่โดดเด่นในด้านโครงสร้างมากที่สุด 100% รองลงมา คือ ด้านการใช้งาน 71.43% ด้านรูปปรากฏ 50% และด้านความยืดหยุ่น 50% ดังนั้น ภาพรวมของผลิตภัณฑ์ คือ 66.66% (เกือบดี)
2. กล่องใส่ผลไม้ มีคุณสมบัติที่โดดเด่นมากที่สุดใน 3 ด้าน คือ ด้านการใช้งาน ด้านรูปปรากฏ และด้านความยืดหยุ่น 100% และด้านโครงสร้าง 68.75% ดังนั้น ภาพรวมของผลิตภัณฑ์ คือ 87.50% (ดี)
3. รถเข็น มีคุณสมบัติที่โดดเด่นมากที่สุดใน 3 ด้าน คือ ด้านโครงสร้าง ด้านรูปปรากฏ และด้านความยืดหยุ่น 100% และด้านการใช้งาน 78.57% ดังนั้น ภาพรวมของผลิตภัณฑ์ คือ 86.11% (ดี)
4. ม้าโยก มีคุณสมบัติที่โดดเด่นมากที่สุดใน 2 ด้าน คือ ด้านโครงสร้าง และด้านความยืดหยุ่น 100% รองลงมา คือ ด้านการใช้งาน 92.85% และด้านรูปปรากฏ 81.25% ดังนั้น ภาพรวมของผลิตภัณฑ์ คือ 87.50% (ดี)
5. เพลเด็ก มีคุณสมบัติที่โดดเด่นมากที่สุด คือ ด้านความยืดหยุ่น 75% รองลงมาคือ ด้านการใช้งาน 71.43% ด้านโครงสร้าง 50% และด้านรูปปรากฏ 50% ดังนั้น ภาพรวมของผลิตภัณฑ์ คือ 58.33% (พอใช้)
6. โต๊ะขนาดใหญ่ มีคุณสมบัติที่โดดเด่นมากที่สุดใน 3 ด้าน คือ ด้านโครงสร้าง การใช้งาน และด้านความยืดหยุ่น 100% และด้านรูปปรากฏ 81.25% ดังนั้น ภาพรวมของผลิตภัณฑ์ คือ 90.27% (ดีมาก)

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์โครงสร้างการเข้าไม้เพื่อผลิตต้นแบบเป็นของเล่นม้าโยกระบบล็อกด้วย Decision Making Matrix

รูปแบบ	ตัวอย่างผลิตภัณฑ์	ผลการวิเคราะห์
1. โครงสร้าง		โต๊ะขนาดใหญ่: ลักษณะโครงสร้างเป็นรูปทรงสี่เหลี่ยมเข้ามุมแบบ 90 องศา โครงสร้างไม้ด้านบนแบบปิด รองรับน้ำหนักได้มากที่สุด ล็อกแบบ Interlocking Joint มีคุณสมบัติเพิ่มความแข็งแรง ความต้านแรงดึงระหว่างชิ้นไม้ มีความเสถียร รับน้ำหนักโดยไม่โคลงเคลง
2. การใช้งาน		ม้าโยก: ลักษณะโครงสร้างเป็นรูปทรงสี่เหลี่ยมเข้ามุมแบบ 90 องศา โครงสร้างไม้ด้านบนแบบเปิดออกแบบให้รองรับน้ำหนักได้ ด้านด้านล่างโค้งรับการโยก ล็อกแบบ Wedge Joint มีคุณสมบัติ รับน้ำหนักและการเคลื่อนไหวได้มาก ทำความเข้าใจระบบล็อกและประกอบได้ง่าย ดูแลรักษาและซ่อมบำรุงง่าย รู้สึกลอดภัย และระบบล็อกเป็นอุปสรรคต่อการเล่น
3. รูปปรากฏ		รถเข็น: ลักษณะโครงสร้างเป็นรูปทรงอิสระ โครงสร้างไม้ด้านบนแบบเปิดด้านล่างปิดให้รองรับน้ำหนักได้ซึ่งสามารถประกอบล้อและไม้ให้ลากได้ ล็อกแบบ Interlocking Joint และ Wedge Joint มีคุณสมบัติ การออกแบบมีเอกลักษณ์ ระบบการล็อกคู่มือราคา มีมูลค่า และภาพรวมของผลิตภัณฑ์มีความงามโดดเด่น
4. ความยืดหยุ่น		กล่องใส่ผลไม้: ลักษณะโครงสร้างเป็นรูปทรงสี่เหลี่ยมเข้ามุมแบบ 90 องศา โครงสร้างไม้ด้านบนแบบเปิดด้านล่างปิดให้รองรับน้ำหนักได้ ล็อกแบบ Spring Joint มีคุณสมบัติในการปรับใช้ได้กับพื้นผิววัสดุอื่น มีจำนวนชิ้นส่วนที่เหมาะสม ทนทานต่อแรงกระแทก และน้ำหนักของที่บรรจุลงไป

ผลการวิเคราะห์โครงสร้างการเข้าไม้เพื่อผลิตต้นแบบเป็นของเล่นน้ำโยกระบบล็อก 4 แบบ ดังเช่นตารางที่ 4 เรียงตามเกณฑ์และตามคุณสมบัติที่ต้องการ โดยโตะขนาดใหญ่มีภาพรวมของผลิตภัณฑ์ คือ 90.27% รองลงมาคือ ไม้โยกและกล่องใส่ผลไม้ 87.50% และรถเข็น 86.11% ตามลำดับ โครงสร้างการเข้าไม้มีคุณสมบัติและมีเอกลักษณ์ที่ชัดเจนทั้ง 4 เกณฑ์ ดังนี้ 1) โครงสร้าง: ความแข็งแรง ความต้านแรงดึงแรงบิด และความเสถียรไม่โคลงเคลง 2) การใช้งาน: การประกอบง่าย ทำความเข้าใจกับระบบล็อกได้ง่าย การดูแลรักษาง่าย ซ่อมบำรุงง่าย การรับน้ำหนัก ความรู้สึกปลอดภัย และระบบล็อกเป็นอุปสรรคต่อการเล่น 3) รูปลักษณ์: ความมีเอกลักษณ์ของการล็อก ความงามโดยภาพรวมของผลิตภัณฑ์ และระบบการล็อกดูมีราคา มีมูลค่า และ 4) ความยืดหยุ่น: จำนวนชิ้นส่วนที่เหมาะสม และการปรับใช้กับพื้นผิววัสดุอื่น

5.3 การวิเคราะห์ของเล่นน้ำโยกระบบเชื่อมต่อโครงสร้างด้วยวิธีการเข้าไม้แบบ Paired Comparison โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป NAKAYA

จากการวิเคราะห์ระบบการล็อกด้วยวิธีการเข้าไม้แบบต่างๆ ด้วย Decision Making Matrix เพื่อนำผลไปประยุกต์ผลิตต้นแบบเป็นของเล่นน้ำโยกระบบเชื่อมต่อโครงสร้างด้วยวิธีการเข้าไม้จำนวน 4 แบบ ในการหาข้อสรุปด้วยแบบสอบถามความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ ด้วยวิธี Paired Comparison โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป NAKAYA บน โปรแกรมไมโครซอฟต์ เอ็กเซลและสรุปผลโดยแสดงค่า priority หรือ ค่าการจัดลำดับความสำคัญที่แสดงค่าคะแนนที่สูงสุด และลำดับรองลงมาเป็นคะแนนที่มีนัยสำคัญทางการวิจัยจากรูปที่ 4 (Yamanaka, 1997)

Pair Comparison

Design Point 3ความเสถียรไม่โคลงเคลง

subjects	4
samples	4

pair/subjects	1	2	3	4	total
A1 : A2	-2	-2	-2	-2	-8
A1 : A3	-1	-1	0	-1	-3
A1 : A4	-1	-1	-2	-1	-5
A2 : A3	1	-1	0	-2	-2
A2 : A4	1	1	-1	-1	0
A3 : A4	-1	-1	0	-1	-3
xi.1	0	0	0	0	
(xi.1)^2	34	22	26	30	

	-2	-1	0	1	2	xij	xij^2
A1 - A2	4	0	0	0	0	-8	64
A1 - A3	0	3	1	0	0	-3	9
A1 - A4	1	3	0	0	0	-5	25
A2 - A3	1	1	1	1	0	-2	4
A2 - A4	0	2	0	2	0	0	0
A4 - A3	0	3	1	0	0	-3	9
24	6	12	3	3	0	-21	
	-12	-12	0	3	0	-21	

	xij				xij/N				ai-aj							
	A1	A2	A3	A4	A1	A2	A3	A4	A1	A2	A3	A4	A1	A2	A3	A4
A1	####	####	####		####	####	####		####	####	####		0.00	####	0.38	0.25
A2	8.00		####	0.00	2.00		####	0.00	1.38		0.25	####	0.63	0.00	####	0.13
A3	3.00	2.00		####	0.75	0.50		####	1.13	####		####	####	0.75	0.00	####
A4	5.00	0.00	3.00		1.25	0.00	0.75		1.50	0.13	0.38		####	####	0.38	0.00
xi..	16	-6	-2	-8												
xi..^2	256	36	4	64												
average	1	-0.4	-0.1	-0.5												

pair comparison

+

รูปที่ 4 ตัวอย่างตารางการวิเคราะห์ของเล่นน้ำโยกโครงสร้างการเข้าไม้ด้วยวิธีการวิเคราะห์ Paired Comparison โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป NAKAYA



รูปที่ 5 ของเล่นม้าโยกจำนวน 4 แบบ คือ Slot Taper Joint, Slot Halved Joint, Slot clip joint และ Slot Wedge Joint

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการเปรียบเทียบแบบเป็นคู่ (paired comparison) โดยวิเคราะห์ของเล่นม้าโยกจากรูปที่ 5 และใช้ค่าลำดับความสำคัญ (priority) 4 หัวข้อ คือ โครงสร้างการเข้าไม้ การใช้งาน รูปปรากฏ และความยืดหยุ่น ดังนี้

ตารางที่ 5 การวิเคราะห์ด้วยการเปรียบเทียบแบบเป็นคู่ (paired comparison)

1. โครงสร้าง	ผลการวิเคราะห์	ค่าลำดับความสำคัญ
1.1 ความแข็งแรง	แบบที่ 1 Slot taper joint	0.63
1.2 การต้านแรงดึง การบิด	แบบที่ 1 Slot taper joint	0.88
1.3 ความเสถียร ไม่โคลงเคลง	แบบที่ 1 Slot taper joint	1.0
2. การใช้งาน	ผลการวิเคราะห์	ค่าลำดับความสำคัญ
2.1 การประกอบง่าย	แบบที่ 1 Slot taper joint	1.0
2.2 ทำความเข้าใจกับระบบล็อกได้ง่าย	แบบที่ 1 Slot taper joint	0.25
	แบบที่ 3 Slot wedge joint	0.19
	แบบที่ 4 Slot clip joint	0.19
2.3 การดูแลรักษาง่าย ซ่อมบำรุงง่าย	แบบที่ 1 Slot taper joint	0.88
	แบบที่ 2 Slot halved joint	0.19
2.4 การรับน้ำหนัก	แบบที่ 1 Slot taper joint	0.19
	แบบที่ 3 Slot wedge joint	0.06
2.5 ความรู้สึกปลอดภัย	แบบที่ 1 Slot taper joint	0.88
	แบบที่ 2 Slot halved joint	0.19
2.6 ระบบล็อกเป็นอุปสรรคต่อการเล่น	แบบที่ 1 Slot taper joint	0.56
	แบบที่ 2 Slot halved joint	0.44
3. รูปปรากฏ	ผลการวิเคราะห์	ค่าลำดับความสำคัญ
3.1 ความมีเอกลักษณ์ของการล็อก	แบบที่ 4 Slot clip joint	0.44
	แบบที่ 1 Slot taper joint	0.13
3.2 ความงามโดยภาพรวมของผลิตภัณฑ์	แบบที่ 1 Slot taper joint	0.63
3.3 ระบบการล็อกดูมีราคา มีมูลค่า	แบบที่ 1 Slot taper joint	0.50
	แบบที่ 4 Slot clip joint	0.25
4. ความยืดหยุ่น	ผลการวิเคราะห์	ค่าลำดับความสำคัญ
4.1 จำนวนชิ้นส่วนที่เหมาะสม	แบบที่ 2 Slot halved joint	0.75
	แบบที่ 1 Slot taper joint	0.38

หัวข้อโครงสร้างของการเข้าไม้ ดังเช่น ตารางที่ 5 พบว่า แบบที่ 1 Slot taper joint ค่า priority 0.63 เป็นโครงสร้างการเข้าไม้ที่แข็งแรงที่สุด การต้านแรงดึง การบิด แบบที่ 1 Slot taper joint ค่า priority 0.88 เป็นโครงสร้างที่รับแรงดึง การบิดที่ดีที่สุด และความเสถียร ไม่โคลงเคลง แบบที่ 1 Slot taper joint ค่า priority 1.0 เป็นโครงสร้างที่แข็งแรงมั่นคง ไม่มีการโยกคลอน

หัวข้อการใช้งาน พบว่า การประกอบง่าย แบบที่ 1 Slot taper joint ค่า priority 1.0 เป็นการใช้ระบบเสียบแผ่นล็อกที่ทำให้การประกอบรูปทรงทำได้ง่าย ซึ่งสัมพันธ์กับการทำความเข้าใจกับระบบล็อก แบบที่ 1 Slot taper joint ค่า priority 0.25 แบบที่ 3 Slot wedge joint ค่า priority 0.19 แบบที่ 4 Slot clip joint ค่า priority 0.19 ทั้งสามแบบมีระบบวิธีการล็อกที่คล้ายกัน การดูแลรักษาง่ายซ่อมบำรุงง่าย แบบที่ 1 Slot taper joint ค่า priority 0.88 และแบบที่ 2 Slot halved joint ค่า priority 0.19 ทั้งสองแบบเป็นชิ้นส่วนที่แบนเรียบและไม่มีชิ้นส่วนขนาดเล็กจึงดูแลรักษาความสะดวกได้ง่าย การรับน้ำหนัก แบบที่ 1 Slot taper joint ค่า priority 0.19 และ แบบที่ 3 Slot wedge joint ค่า priority 0.06 แสดงว่าวิธีการล็อกที่ใช้วิธีการเปียดให้แน่นด้วยระบบเทเปอร์ สามารถทำให้แข็งแรงและรับน้ำหนักได้ ความรู้สึกลดภัย แบบที่ 1 Slot taper joint ค่า priority 0.88 และ แบบที่ 2 Slot halved joint ค่า priority 0.19 แสดงว่าระบบการล็อก แบบที่ 1 Slot taper joint มีความปลอดภัย มันคงแข็งแรงมาก และการล็อกที่เป็นอุปสรรคต่อการเล่นน้อยสุด พบว่า แบบที่ 1 Slot taper joint ค่า priority 0.56 และ แบบที่ 2 Slot halved joint ค่า priority 0.44 แสดงให้เห็นว่าลักษณะของแผ่นประกอบที่มีลักษณะแบนหรือราบไปกับพื้นผิวจะเป็นอุปสรรคต่อการเล่นน้อยที่สุด

หัวข้อรูปร่างหรือคุณค่าของรูปร่างรูปทรงโดยรวม พบว่า ความมีเอกลักษณ์ของการล็อก แบบที่ 4 Slot clip joint ค่า priority 0.44 และ แบบที่ 1 Slot taper joint ค่า priority 0.13 แสดงว่าวิธีการล็อกแบบ Slot clip joint ซึ่งเป็นการล็อกแบบสปริง มีความยืดหยุ่นในตัวล็อกและความแปลกใหม่แปลกตา ซึ่งแบบที่ 1 Slot taper joint เป็นรูปร่างที่แสดงคุณค่าตามลำดับความสำคัญรองลงมา

หัวข้อความยืดหยุ่น พบว่า จำนวนชิ้นส่วนที่เหมาะสม แบบที่ 2 Slot halved joint ค่า priority 0.75 และแบบที่ 1 Slot taper joint ค่า priority 0.38 เป็นเรื่องของจำนวนชิ้นส่วนที่มีจำนวนน้อย การปรับใช้กับพื้นผิววัสดุอื่น แบบที่ 1 Slot taper joint ค่า priority 0.25 และ แบบที่ 4 Slot clip joint ค่า priority 0.06 แสดงให้เห็นว่าเมื่อไปปรับใช้กับพื้นผิววัสดุอื่นแล้วทั้ง Slot taper joint และ Slot clip joint น่าจะมีการใช้งาน และการประกอบที่ยืดหยุ่นกว่าแบบอื่น

6. การอภิปรายผล สรุปผล และขอเสนอแนะ

ผลการออกแบบของเล่นระบบเชื่อมต่อโครงสร้างด้วยวิธีการเข้าไม้ในทัศนะของผู้เชี่ยวชาญ มีประเด็นในการอภิปรายผลและสรุปผล ดังนี้

6.1 การอภิปรายผล

การเข้าไม้แบบที่ 1 Slot taper joint และแบบที่ 2 Slot halved joint เป็นโครงสร้างที่ใช้ระบบ Halved joints แบบแผ่นเสียบเทเปอร์ล็อกและแบบเสียบด้วยโครงสร้างโดยตรง ที่ใช้ร่องบากเทเปอร์ และสอดเข้าหากันตามขวางข้อต่อประกอบด้วยองค์ประกอบรับน้ำหนักหลัก และร่องที่มีรอยบากและสอดเข้าหากันตามขวาง (Halved joints) มีความแข็งแรง การต้านแรงบิด แรงดึง ตลอดจนมีความเสถียร ไม่โคลงเคลง ซึ่งมีความสัมพันธ์สอดคล้องกับงานวิจัยของ (Elemer & Tamas, 2002) ที่ได้กล่าวไว้ว่า การตรวจสอบความถูกต้องของแบบจำลองแบบ FEM 3 มิติ แสดงให้เห็นถึงข้อตกลงที่ดีระหว่างค่าที่คาดการณ์และค่าที่วัดได้ การวิเคราะห์ที่หมดความล้มเหลวพบว่า Tension ความคุมประสิทธิภาพของข้อต่อ โครงแบบข้อต่อสามารถเพิ่มความแข็งแรงของโครงสร้าง และความมั่นคงในการใช้งานโครงสร้างที่ทำจากไม้ได้เป็นอย่างดี

ในหัวข้อของรูปร่าง (Appearance) ความมีเอกลักษณ์ของการล็อก ความงามโดยภาพรวมของผลิตภัณฑ์ ระบบการล็อกดูมีราคา มีมูลค่าแบบ Slot clip joint โดยใช้วิธีการยึดหยุ่นแบบสปริงมาออกแบบตัวล็อกด้วยวัสดุแผ่นใยไม้อัดความหนาแน่นปานกลาง และแบบ Slot taper lock ซึ่งมีเอกลักษณ์ด้านความแน่นโดยใช้หลักการแบบ Halved joints บูรณาการกับการออกแบบชิ้นงานร่องกว้างและสอดเข้า เป็นการใช้งานที่ง่ายเป็นรูปแบบการล็อกที่มีโครงสร้างสวยงาม มีเอกลักษณ์เฉพาะ ซึ่งเอกลักษณ์นี้เป็นคุณลักษณะเฉพาะที่มีเอกภาพสามารถทำเป็นจุดเด่นในแบรนด์ผลิตภัณฑ์ได้ ซึ่งมีความสอดคล้องกับ Crilly, Moultrie, & Clarkson (2004) ได้กล่าวว่า ชิ้นส่วนมีเอกลักษณ์ในการล็อกแบบสร้างสรรค์การตอบสนองของผู้บริโภคต่อรูปแบบภาพผลิตภัณฑ์ภายในบริบทของกรอบแนวคิดแบบบูรณาการ เน้นความสวยงาม แ่มุมเชิงความหมาย และสัญลักษณ์ของการตอบสนองทางปัญญาต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ เป็นความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบพื้นฐานสองประการของการออกแบบ: รูปแบบ รูปร่างรูปทรง style และฟังก์ชัน (Janell, Mitzi, & Roger, 2011) ผลิตภัณฑ์ที่มีรูปแบบ style และ คุณค่าด้านการใช้งาน แสดงให้เห็นถึงองค์ประกอบที่โดดเด่นของการออกแบบ การศึกษาจากอดีตชี้ให้เห็นว่ารูปแบบผลิตภัณฑ์สามารถวางกลยุทธ์ได้ ซึ่งมีอิทธิพลต่อการตอบสนองของผู้บริโภคผ่านสัญลักษณ์ความหมายและมูลค่าที่แนบมากับรูปแบบผลิตภัณฑ์ (Solomon, 1983) ซึ่งมีอิทธิพลต่อการรับรู้และการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค และสอดคล้องกับแนวคิดของ Post, Blijlevens, & Hekkert (2016) กล่าวถึงเอกภาพในการออกแบบที่ส่งผลต่อการรับรู้ด้านความงามที่แสดง

คุณลักษณะที่โดดเด่นของผลิตภัณฑ์ว่า Unity-in-variety ถือเป็นหนึ่งหลักการความงามสากล ความมีเอกภาพ และความหลากหลายร่วมกันส่งผลต่อความซาบซึ้งในสุนทรีภาพ การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่แสดงให้เห็นถึงความสมดุลที่เหมาะสมระหว่างความมีเอกภาพและความหลากหลายคือ ต้องการความสวยงาม นอกจากนี้การวิจัยยังเผยให้เห็นว่า เอกภาพเป็นปัจจัยสำคัญในความสัมพันธ์นี้

ในหัวข้อการใช้งาน รูปแบบการล็อกทั้ง 4 รูปแบบ แบบที่ 1 Slot taper joint แบบที่ 2 Slot halved joint แบบที่ 3 Slot wedge joint และแบบที่ 4 Slot clip joint เป็นการแสดงลักษณะการใช้งานรูปแบบของม้าโยก (rocking horse) ในทิศทางเดียวกัน แต่แตกต่างกันด้วยวิธีการล็อก ซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจให้น้ำหนักคะแนนของผู้เชี่ยวชาญเป็นไปในทิศทางเดียวกันตามประสบการณ์ของผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งในเรื่องการเข้าใจวิธีประกอบด้วยการล็อกแบบต่างๆ การดูแลรักษา ความปลอดภัย การรับน้ำหนัก หรือรูปแบบการล็อกแต่ละแบบเป็นอุปสรรคต่อการเล่นเพียงไร ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดหลักการออกแบบผลิตภัณฑ์ (Product design principle) ของ Chakrabarti (1999) ที่ได้กล่าวว่าธรรมชาติหลักการออกแบบเป็นรูปแบบที่เกิดขึ้นซ้ำ ๆ ในระดับต่าง ๆ ทั่วไปที่กลั่นกรองออกมาด้วยการสังเกตและประสบการณ์ในการออกแบบ อาจเป็นผลมาจากประสบการณ์ที่ใช้ผลิตภัณฑ์ ประสบการณ์ตามกระบวนการหรือทั้งสองอย่าง กระบวนการทางความคิดและอารมณ์สามารถใช้การวิเคราะห์ร่วมกันทั้งสองขั้นตอน การตัดสินใจความชอบเมื่อคำนึงถึงผลิตภัณฑ์ทั้งสอง รูปแบบ style และการใช้งาน (Sylcott, Cagan, & Tabibnia, 2011)

6.2 สรุปผล

ผลการออกแบบของเล่นระบบเชื่อมต่อโครงสร้างด้วยวิธีการแบบเข้าไม้ในทัศนะของผู้เชี่ยวชาญ ได้ข้อสรุปของการวิจัยครั้งนี้ว่า การเชื่อมต่อโครงสร้างไม้ด้วยวิธีการล็อกแบบที่ 1 Slot taper joint เป็นวิธีการเชื่อมต่อโครงสร้างด้วยวิธีการเข้าไม้ที่ผู้เชี่ยวชาญให้ความสำคัญมากที่สุดในเรื่อง โครงสร้าง การใช้งาน รูปปรากฏ และความยืดหยุ่น ซึ่งมีเพียงหัวข้อของรูปปรากฏเท่านั้น ที่ผู้เชี่ยวชาญลงความเห็นให้แบบที่ 4 Slot clip joint ที่มีคุณลักษณะสำคัญเรื่องเอกลักษณ์ของการล็อกที่มีลักษณะโดดเด่น และดูมีราคาและมีคุณค่า ควบคู่กับแบบที่ 1 Slot taper joint ที่มีคุณค่าทางคุณลักษณะในทิศทางเดียวกัน ในหัวข้อของความยืดหยุ่นซึ่งมีเรื่องจำนวนชิ้นส่วนที่เหมาะสมกับ การปรับใช้ได้กับพื้นผิววัสดุอื่น ซึ่งจำนวนชิ้นส่วนของ แบบที่ 2 Slot halved joint จะเป็นโครงสร้างที่เป็นการล็อกด้วยตัวโครงสร้างหลัก ไม่ต้องใช้ชิ้นส่วนล็อกเหมือนแบบอื่น ๆ ดังนั้นแบบที่ 2 Slot halved joint จึงมีความเหมาะสมเรื่องจำนวนชิ้นส่วนมากกว่าแบบอื่น ๆ ส่วนการปรับใช้ได้กับวัสดุอื่น แบบที่ 4 Slot clip joint มีการล็อกที่มีความยืดหยุ่นคล้ายสปริง จึงสามารถปรับใช้กับวัสดุอื่น ๆ ได้มากกว่า

6.3 ข้อเสนอแนะ

งานวิจัยในการประกอบโครงสร้างไม้ในเรื่องต่อไป ควรที่จะทำการวิเคราะห์โครงสร้างจากรูปทรงเปิดที่ไม่มี Slot ประกอบในระบบโครงสร้างการเข้าไม้ และทดสอบดูความแข็งแรง ประสิทธิภาพการใช้งาน และความสวยงามร่วมกับการใช้สอยต่อไป

เอกสารอ้างอิง

กรมเสริมการค้าระหว่างประเทศ. (2564). DITP แนะนำผู้ผลิต ผู้ส่งออก วางแผนขยายตลาดของเล่น-อุปกรณ์กีฬาในสหรัฐฯ.

เข้าถึงได้จาก: <https://gnews.apps.go.th/news?news=78348>.

พรเทพ เลิศเทวศิริ. (2533). องค์ประกอบในการออกแบบของเล่นเพื่อการศึกษาสำหรับเด็กปฐมวัยในทัศนะของ

ผู้เชี่ยวชาญ. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาศิลปศึกษา ภาควิชาศิลปศึกษา, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย).

พรเทพ เลิศเทวศิริ. (2545). Design education 1: รวบรวมบทความและรายงานการวิจัยศาสตร์แห่งการออกแบบ.

กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พรเทพ เลิศเทวศิริ. (2560). สถิติการเปรียบเทียบแบบเป็นคู่ (Paired comparison). เอกสารประกอบการสอนวิชาการ

ออกแบบอุตสาหกรรมศิลป์.

อดิศักดิ์ ผลิตผลการพิมพ์. (2548). อันตรายจากของเล่น. นิตยสารหมอชาวบ้าน. (311).

เอกกมล เอี่ยมศรี (ผู้รวบรวม). (2564). กลยุทธ์ข้อมูลองค์กร (Data Strategy). เข้าถึงได้จาก: <https://eiamsri.wordpress.com>.

Chakrabarti, A. (1999). A product design principle. International Conference on Engineering Design ICED 99, Munich, August 24 -26, 1999.

Crilly, N., Moultrie, J., and Clarkson, P. J. (2004). Seeing things: consumer response to the visual domain in product design. Design Studies, 25(6), 547-577.

- Elemer, M.L. and Tamas, F. (2002). Finite element analysis of cross halved joints for structural composites. **The Society of Wood Science and Technology**. 34(2), 2002, 251-265.
- Forestresearch (2011). **Trade-off analysis**. Retrieved from: https://www.forestresearch.gov.uk/documents/2405/Toolbox_May2011_Trade_off_analysis.pdf.
- Gary, R. (2020). **The complete illustrated guide to joinery**. Retrieved from: <https://www.woodworking-camp.com/2020/03/complete-illustrated-guide-to-joinery.html>
- Janell D.T., Mitzi M.M., and Roger J.C. (2011). Form and Function: A Matter. **Journal of Product Innovation Management**. 28(3), 374-377.
- Liedtka, J. and Ogilvie T. (2020). **Designing for Growth: A design thinking tool kit for managers**. Columbia business school publishing.
- Mario, R. (2019). **11 Mortise and Tenon Variations**. Retrieved from: <https://www.finewoodworking.com/2019/02/11/11-mortise-and-tenon-variations>.
- Mark, M. (2014). **CNC Cut Wood Joinery**. Retrieved from: <http://mkmra2.blogspot.com/2014/08/cnc-cut-wood-joinery.html>.
- Post, R.A.G., Blijlevens, J., and Hekkert, P. (2016). ‘To preserve unity while almost allowing for chaos’: Testing the aesthetic principle of unity-in-variety in product design. **Acta Psychologica**, 163, 142-152.
- Ride Toy Zone. (2021). **The Different Types Of Ride On Toy Cars For Kids**. Retrieved from: <https://ridetoyzone.com/types-of-ride-on-toy-cars>.
- Solomon, M. R. (1983). The role of products as social stimuli: A symbolic interactionism perspective. **Journal of Consumer Research** 10(3), 319–329.
- Sylcott, B., Cagan, J., and Tabibnia, G. (2011). Understanding of emotions and reasoning during consumer tradeoff between function and aesthetics in product design. **Proceedings of the ASME International Design Engineering Technical Conferences & Computers and Information in Engineering Conference IDETC/CIE 2011**, Washington, DC, USA, August 28-31.
- Ted, R. (2019). **Loose-Wedge Mortise & Tenon Joints**. Retrieved from: <https://www.woodsmith.com/article/loose-wedge-mortise-tenon-joints-basic-tusk-tenon>.
- Wazzadu. (2560). **ไม้ MDF BOARD (Medium Density FiberBoard) กับคุณสมบัติที่น่ารู้ก่อนจะนำไปใช้งาน**. เข้าถึงได้จาก: <https://www.wazzadu.com/article/1209>.
- Yamanaka, T. (1997). **Designing with left brain explore scientific design**. Kaibundo Publishing, Tokyo.

การประยุกต์ใช้สัญลักษณ์สัตว์มงคลจีนในการออกแบบเครื่องประดับ The Application of Auspicious Chinese Animal Signs to Jewelry Design

ปัทมาสน์ พิณกุล¹

Patamas Pinnukul¹

Received: 07/07/2021

Revised: 09/11/2021

Accepted: 15/11/2021

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสัญลักษณ์มงคลของจีนประเภทสัตว์เพื่อนำไปประยุกต์ในการออกแบบเครื่องประดับตามวัสดุ รูปแบบ และลวดลายศิลปกรรมของศาลเจ้าจีนในจังหวัดภูเก็ต โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มแบบเจาะจงในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต ได้แก่ กลุ่มผู้รู้ ผู้ที่มีความเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมจีน กลุ่มผู้บริโภค/ผู้สวมใส่ซึ่งเป็นบุคคลทั่วไปในหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และผู้ประกอบการธุรกิจส่วนตัว จำนวน 100 คน กลุ่มผู้ออกแบบ ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเครื่องประดับ จำนวน 3 คน และผู้ประกอบการหรือตัวแทนร้านจำหน่ายเครื่องประดับ จำนวน 3 คน วิเคราะห์ข้อมูลประกอบการอธิบายผลความพึงพอใจในการออกแบบภาพร่างเครื่องประดับเพื่อนำไปสู่การผลิตชิ้นผลงาน

ผลการวิจัยพบว่า 1) สัญลักษณ์สัตว์มงคลจีนที่สื่อสารผ่านศิลปกรรมในศาลเจ้าจังหวัดภูเก็ตมีความหมายทางคติความเชื่อ และความเป็นมงคล นำไปสู่การออกแบบเครื่องประดับสวมใส่บนร่างกายให้เกิดมิติ รูปแบบใหม่ ๆ เพื่อเสริมสร้างความเป็นสิริมงคลที่เป็นอัตลักษณ์ทางความหมาย และ 2) การประยุกต์ใช้สัญลักษณ์สัตว์มงคลจีนเพื่อการออกแบบเครื่องประดับโดยนำแนวคิดและรูปแบบจากสัตว์มงคลจีนที่มีลักษณะสอดคล้องสัมพันธ์กับความหมายทางรูปลักษณ์อุดมคติความเชื่อ เพื่อเป็นภาพแทนทางความหมายของความเป็นสิริมงคล ที่นำมาสู่การออกแบบผ่านกระบวนการสร้างสรรค์สหายในการผลิตเครื่องประดับตกแต่งเรือนกาย โดยมีผลการประเมินความพึงพอใจต่อการออกแบบภาพร่างเครื่องประดับอยู่ในระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) = 4.35 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D = 0.60)

คำสำคัญ: สัญลักษณ์สัตว์มงคลจีน ศิลปกรรมในศาลเจ้าจีน การออกแบบเครื่องประดับ

Abstract

This research aims to study the auspicious Chinese animal signs towards jewelry design according to materials used in Art and Craft objects of Chinese shrines in Phuket Province. The samples were selected by using a specific random sampling method in Muang district, Phuket Province. Research samples were consisted of the experts who are related to Chinese culture, including consumers/wearers generally from the government agencies, private sectors and private entrepreneurs with a total of 100 people, besides three jewelry designers and three other business operators from the jewelry stores. The data were analyzed to explain the satisfactory results in the jewelry sketch design to lead to the production of the fine piece.

The results of this research show that 1) auspicious Chinese animal signs communicate through art appeared in the Phuket Provincial Shrines. It has ideological meanings, beliefs and auspiciousness. This leads to the design of jewelry to be worn on the body to create new dimensions and to enhance the auspiciousness of the identity of the meaning itself. 2) Application of auspicious Chinese animal signs to

¹ สาขาวิชาทัศนศิลป์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

Visual Arts, Faculty of Humanities and Social Sciences, Phuket Rajabhat University

ผู้นิพนธ์ประสานงาน อีเมล: patamas.p@outlook.co.th

jewelry design applied by the concepts and patterns from the auspicious Chinese animals is related to the meaning of appearance, ideals, beliefs to represent the meaning of prosperity brought to the design through the process of creating codes in production on body decoration. The results of satisfaction assessment of jewelry sketch designs are at a high level of mean ($\bar{X}$) = 4.35 with standard deviation (S.D = 0.60).

Keywords: Auspicious Chinese Animal Signs, Art and Craft objects of Chinese shines, Jewelry Design

1. บทนำ

จังหวัดภูเก็ตมีคนไทยเชื้อสายจีนเข้ามาอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก ส่งผลต่อวัฒนธรรมจีนที่ปรากฏให้เห็นในหลายรูปแบบ รวมทั้งความเป็นมงคลในศาสนสถานหรือศาลเจ้าจีน กนกพร ศรีญาณลักษณ์ (2558, หน้า 25-26) กล่าวถึงสังคมคนจีนว่า มีวัฒนธรรมที่สื่อถึงความเป็นมงคล 5 ประเภท ได้แก่ ตัวอักษรมงคล จาริตมงคล ตัวเลขมงคล วาจามงคล และภาพมงคล ซึ่งภาพมงคลเป็นสิ่งที่เข้าใจได้ยาก รวมทั้งมีลักษณะที่แตกต่างจากวัฒนธรรมของชาติอื่น การใช้สัญลักษณ์แทนคำสิริมงคลในภาพมงคลจีน เริ่มต้นตั้งแต่สมัยบุพกาล (primitive period) จนถึงสมัยราชวงศ์ซาง ราชวงศ์โจว และมีการพัฒนาอย่างรวดเร็วในสมัยราชวงศ์ชง ราชวงศ์หยวน เมื่อถึงสมัยราชวงศ์หมิง ราชวงศ์ชิง ภาพมงคลจีนแพร่หลายอย่างมากจนกลายเป็นที่นิยมมาจนถึงปัจจุบัน ปรากฏผ่านสัญลักษณ์มงคลตามความเชื่อของชาวจีนโบราณ คือ ภูมิปัญญาของบรรพบุรุษที่สืบทอดมาถึงคนรุ่นหลัง ดังจะเห็นว่าแทบ ทุกครัวเรือนมีภาพมงคลประดับเพื่อเสริมสร้างความเป็นสิริมงคลแก่ตนเองและครอบครัว จึงอาจกล่าวได้ว่า “ความเป็นมงคล” มีความเกี่ยวข้องกับความเป็นอยู่ของชาวจีนมาตั้งแต่แรกเกิดจนสิ้นอายุขัย โดยมีการสื่อความหมายผ่านกระบวนการตีความสัญลักษณ์มงคลต่าง ๆ

พรพรรณ จันทโรนานนท์ (2546, หน้า 98-100) กล่าวถึงศาลเจ้าว่า นอกจากมีความเกี่ยวข้องกับความเชื่อจนก่อเกิดเป็นประเพณีที่ทำให้คนจีนมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมแล้ว ศาลเจ้ายังปรากฏให้เห็นลวดลายหรือสัญลักษณ์มงคล ซึ่งส่วนใหญ่ใช้สัญลักษณ์แบบหัวมังกรอ้าปากอมสันหลังคา ประดับด้วยมังกรคู่ชูพระอาทิตย์ และหงส์คู่ชูดอกโบตั๋น ส่วนปลายทั้งสองข้างของสันหลังคาเล็กที่แยกออกมาจากหลังคาใหญ่มักประดับด้วยตุ๊กตาจีนปูนปั้นหรือเป็นรูปขุนพล และเขียนสำหรับขจัดภูติผีปีศาจ หรือขุดตุ๊กตาจากวรรณกรรมจีน นอกจากนี้ยังผสมผสานเป็นรูปพรรณพฤกษาที่มีลักษณะเป็นช่ออ่อนโค้งสวยงาม ลวดลายทั้งหมดล้วนสื่อสัญลักษณ์ทางความหมายของความเป็นสิริมงคล

“รูปแบบสัตว์สัญลักษณ์มงคล” ที่ปรากฏทั้งภายนอกและภายในอาคารศาลเจ้าเป็นลวดลายทางศิลปกรรมสามมิติ สื่อสะท้อนรูปลักษณ์ของสิ่งมงคลที่มีการประจักษ์ความหมาย (Augment Meaning) Saussure (1959) กล่าวว่า การแสดงออกด้วย การประกอบสร้างที่มีความทับซ้อนทางรูปสัญลักษณ์ เป็นตัวหมายหรือตัวแทน (Signifier) เป็นการสื่อถึงความหมายของสัญลักษณ์ (Signified) และเป็นวิธีการสื่อความหมายที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์ความเชื่อของสังคม (ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร, 2555, หน้า 20-21) ที่แสดงลักษณะของความสัมพันธ์ซึ่งเกี่ยวข้องกับศาสนาและลัทธิความเชื่อตามประเพณีของคนจีนโบราณ

สัตว์สัญลักษณ์มงคลของคนจีนนอกจากปรากฏในรูปแบบของลวดลายศิลปกรรมในศาลเจ้าแล้ว ยังปรากฏในรูปแบบผลิตภัณฑ์สิ่งของเครื่องใช้ต่าง ๆ เช่น ถ้วยชาม วัตถุมงคล เสื้อผ้าอาภรณ์ ของที่ระลึก เครื่องประดับ เป็นต้น สิ่งเหล่านี้เป็นศิลปหัตถกรรมประเภทหนึ่งที่เป็นทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญ สามารถสร้างเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มรายได้ให้แก่ผู้ผลิตผลงานหรือชุมชนท้องถิ่นได้ ดังที่ วราชนางค์ วรรณตุง และนิรัช สุดสังข์ (2554, หน้า 94) กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์เป็นงานศิลปหัตถกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดำรงชีวิตโดยตรงและทางอ้อมของมนุษยชาติ เพราะงานด้านศิลปหัตถกรรมนอกจากมุ่งเน้นเรื่องของประโยชน์ใช้สอยแล้วยังสะท้อนถึงคุณค่าทางจิตใจ ทำให้เกิดสุนทรีย์ สร้างความสุข และความเบิกบานใจ เมื่อได้สัมผัสหรือพบเห็นคุณค่าทางศิลปะของงานศิลปหัตถกรรมในกรอบของชนบประเพณี ความเชื่อ และวัฒนธรรมของชุมชน โดยศิลปหัตถกรรมแต่ละท้องถิ่นมีความโดดเด่นที่หลากหลายและแตกต่างกันไป ทั้งในรูปแบบที่พัฒนาขึ้นตามวัฒนธรรมท้องถิ่น วัสดุที่ใช้ ฝีมือ และจินตนาการของช่างผู้ทำหน้าทีผลิต

ด้วยความน่าสนใจของความหมายรูปสัตว์มงคลจีนในศาลเจ้าที่ปรากฏบนสถาปัตยกรรม ลักษณะฮวงจุ้ย ความเชื่อที่สื่อความหมายทางสัญลักษณ์ ความเป็นสิริมงคลในรูปลักษณ์ของสัตว์มงคลจีน และวิธีการสื่อความหมายตามลักษณะของพื้นถิ่น ประกอบกับศาลเจ้าในจังหวัดภูเก็ตถือเป็นเอกลักษณ์สำคัญของจังหวัดภูเก็ต เพราะเป็นเสมือนตัวแทนความศรัทธาของผู้คน และเป็นศูนย์กลาง ในการประกอบพิธีกรรมสำคัญของชาวไทยเชื้อสายจีนในจังหวัดภูเก็ต ผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญของลวดลายรูปสัตว์มงคลจีนศิลปกรรมในศาลเจ้าจังหวัดภูเก็ต ซึ่งเป็นงานศิลปหัตถกรรมและทรัพยากรทางศิลปะและวัฒนธรรม

อันนำไปสู่การประยุกต์ใช้สัญลักษณ์รูปสัตว์มงคลจีนในการออกแบบเครื่องประดับร่วมสมัย โดยออกแบบในมิติที่สื่อความหมาย ความเป็นเอกลักษณ์ และอัตลักษณ์ทางพื้นที่วัฒนธรรม รวมทั้งเป็นการสร้างภาพลักษณ์ให้กลายเป็นภาพตัวแทน และเป็น สิ่งของที่ทำให้นักท่องเที่ยวมีไว้ เพื่อครอบครอง หรือแทนความทรงจำที่ทรงคุณค่าทางความหมาย เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่ม และพัฒนาสินค้าในเชิงพาณิชย์ รวมถึงการสร้างเอกลักษณ์ที่แตกต่างจากพื้นที่อื่น ๆ ถือเป็นส่วนหนึ่งของการทำนุบำรุงศิลปะและ วัฒนธรรมพื้นถิ่น การส่งเสริมการออกแบบผลิตภัณฑ์และพัฒนาเครื่องประดับของจังหวัดภูเก็ตให้มีอัตลักษณ์ที่โดดเด่น และ เกิดการพัฒนากระบวนการสร้างสรรค์อย่างสร้างสรรค์อันจะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนต่อไป

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสัญลักษณ์รูปสัตว์มงคลจีนที่สื่อสารผ่านศิลปกรรมที่ปรากฏในศาลเจ้าจังหวัดภูเก็ต
2. เพื่อประยุกต์ใช้สัญลักษณ์รูปสัตว์มงคลจีนเพื่อการออกแบบเครื่องประดับ

3. กรอบแนวความคิดของการวิจัย

ลวดลายและสัญลักษณ์มงคลจีนเป็นภาพแทนการสื่อความหมาย ความเป็นสิริมงคล และคำอวยพร (พรพรรณ จันทโรนา นนท์, 2530, หน้า 5) สอดคล้องกับที่ บาร์ตส์, โรสลิ่งค์ (1915-1980) กล่าวว่า มนุษย์ใช้การสื่อสารสัญลักษณ์แทนภาษาที่มี การสื่อความหมายด้วยคติความเชื่อทางวัฒนธรรม ซึ่งมีกระบวนการสื่อความหมายโดยพิจารณาหน่วยสื่อความหมายที่สื่อ ออกมา เรียกว่า สัญลักษณ์ ประกอบด้วยสิ่งที่รับรู้ได้ด้วยประสาท รูปสัญลักษณ์กับความหมายที่สื่อออกมา ซึ่งความหมายสัญลักษณ์อาจ ปรากฏในรูปภาษา นั่นคือ มายาคติ (นพพร ประชากุล และวรรณพิมล อังคศิริสรพ, 2551, หน้า 5-9) การนำรูปร่าง รูปทรงของ สัตว์มงคลที่มีเอกลักษณ์ ความโดดเด่นของคนจีนที่สื่อความหมายแนวความเชื่อ และโชคลางมาออกแบบเครื่องประดับ สอดคล้องกับ ที่ จารุทัศน์ กาญจนอักษร และวรรณวิภา สุนด์ตา (2562, หน้า 1222 - 1224) ได้สร้างสรรค์เครื่องประดับศิระ (มงกุฎ) ร่วมสมัย จากสัญลักษณ์มงคล และลวดลายธรรมชาติภายใต้แนวคิดการแต่งกายโบราณจากบุรุษและสตรีชั้นสูงในราชวงศ์ของจีน การนำ รูปร่างรูปทรงจากหงส์ที่แสดงถึงพลัง ความงดงาม และรูปทรงเลียนแบบลวดลายธรรมชาติ คือ ดอกโบตั๋น ผสมผสานดอกเหมย 5 กลีบ เป็นสัญลักษณ์ที่แสดงถึงความรุ่งเรือง ความร่ำรวย การออกแบบเป็นรูปทรงมงกุฎสตรี มีเส้นแกนของโครงลวดเพิ่มความสมดุล ให่มั่นคง และสง่างามด้วยวัสดุโลหะผสมงาน ปักผ้าที่ทับซ้อนของปีกหงส์ และกลีบดอกไม้ มั่นหนา ทองสุพล และกนกเนตร พินิจ ดำกลาง (2560, หน้า 137-138) กล่าวถึง การออกแบบเครื่องประดับในจังหวัดสุโขทัย โดยการลอกเลียนแบบตามธรรมชาติ เช่น รูปทรงใบไม้ ดอกไม้ สัตว์ ผสมผสานรูปทรงเรขาคณิต และรูปทรงจากสิ่งของเครื่องใช้ เช่น ลูกประคำ ลูกส้อม ลูกตะกร้า ลูกกระชัง เป็นต้น ตกแต่งด้วยการลงยาสีต่าง ๆ ในขณะที่เครื่องประดับเงินในจังหวัดเชียงใหม่ตกแต่งด้วยการลงยาสีดำ มีลวดลายนก ลาย ดอกพิกุล และลายช้าง ส่วนรูปร่างรูปทรงเครื่องประดับเงินในจังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นเรขาคณิต ยึดลวดลายไทยโบราณ โดยการ ถมเงินถมทองด้วยการลงยาสีดำ และเครื่องประดับเงิน ในจังหวัดสุรินทร์มีลักษณะ 2 แบบ คือ ตะเกา เป็นรูปร่างรูปทรงกลม เลียนแบบดอกไม้มาน และประเทียม เป็นรูปร่างรูปทรงเรขาคณิต และการลอกเลียนแบบสิ่งของเครื่องใช้ เช่น หมอน พักทอง ทรงรี ทรง กรวย เป็นต้น

รูปทรงธรรมชาติ และรูปทรงเรขาคณิต เป็นจุดเริ่มต้นของความคิดในการออกแบบเพื่อสร้างรูปลักษณ์ใหม่ Curtin, B.A., (2008, pp. 61-62) กล่าวว่า การนำแนวคิดศาสตร์มาประยุกต์ใช้ในงานออกแบบเป็นสื่อกระบวนการสร้างความหมาย และเข้าใจ ความหมาย ในการวิเคราะห์บทบาท ความสัมพันธ์ระหว่างวัตถุ (รูปแบบ) และเนื้อหาในงานออกแบบ เพื่อสร้างภาพแทนหรือแทน ความหมายกับสิ่งที่ออกแบบเพื่อให้เกิดรูปลักษณ์ใหม่ ในขณะที่ ณอง โบตริยาร์ด กล่าวถึงสัญลักษณ์/สัญลักษณ์ ว่าเป็นภาพจำลอง และการบริโภคนัยยะ คือ เครื่องหมาย เป็นสิ่งที่สื่อถึงความหมายของการแสดงสัญลักษณ์หรือเป็นตัวแทนในเชิงความหมาย สัญลักษณ์ มีความหมายเฉพาะเจาะจงกับสิ่งที่เป็นตัวแทน (สุภากร จันทวานิช, 2558, หน้า 304-305) ดังนั้น การใช้สัตว์สัญลักษณ์มงคลเพื่อ การผลิตเครื่องประดับเสมือนเป็นรูปจำลองการกลายเป็นสินค้าในรูปแบบสื่อการสร้างความหมายทางสัญลักษณ์ที่ตกแต่งในมายาคติของ ความจริงให้สวยงามขึ้น ทำให้สินค้ากลายเป็นผลิตภัณฑ์แห่งการบริโภคนัยยะในสังคมสมัยใหม่ และเป็นไปตามการจัดการด้าน สัญลักษณ์ต่าง ๆ จนกลายเป็นการบริโภคนัยยะ-สัญลักษณ์ เพื่อสื่อความหมาย รวมถึงการแทนค่าความหมายด้วยการแสดงออก ทางรูปสัญลักษณ์สัตว์มงคลจีนด้วย

4. วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยทั้งเชิงคุณภาพ และปริมาณ โดยการศึกษา วิเคราะห์ลวดลายรูปสัตว์มงคลจีน จากพื้นที่ศาลเจ้าในจังหวัดภูเก็ต และเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม ดังนี้

4.1 ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลเป็นกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จำนวน 3 กลุ่ม ซึ่งอาศัยอยู่ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต มีคุณสมบัติที่เหมาะสม และสอดคล้องกับประเด็นที่ศึกษา ดังนี้

4.1.1 กลุ่มผู้รู้ (Key Informants) เป็นผู้มีความรู้ และมีความเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมจีนในด้านความเชื่อ สถาปัตยกรรม ศิลปกรรม ทำการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับรูปสัตรว์มงคลจีนทางศิลปกรรมศาลเจ้าที่ควรแก่การนำไป ออกแบบเป็นเครื่องประดับ

4.1.2 กลุ่มผู้บริโภค/ผู้สวมใส่ (Casual Informants) เป็นบุคคลทั่วไปที่ปฏิบัติงานในหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และผู้ประกอบการบางส่วนที่มีอายุระหว่าง 30 - 60 ปี จำนวน 100 คน ได้แก่

1) ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 50 คน ในประเด็นความสนใจต่อรูปสัตรว์มงคลจีนทางศิลปกรรมศาลเจ้าในจังหวัดภูเก็ต เพื่อนำข้อมูลไปใช้ประกอบการพิจารณาเลือกรูปสัตรว์มงคลจีนไปจัดทำเครื่องประดับ

2) ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 50 คน ในประเด็นความพึงพอใจต่อการออกแบบภาพร่างเครื่องประดับรูปแบบจากรูปสัตรว์มงคลจีนทางศิลปกรรมศาลเจ้าในจังหวัดภูเก็ต

4.1.3 กลุ่มผู้ออกแบบ (Design) ได้แก่

1) ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเครื่องประดับ จำนวน 3 ท่าน เป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ หรือมีประสบการณ์ด้านการออกแบบเครื่องประดับ ทำการสัมภาษณ์เพื่อพิจารณารูปแบบ การใช้งาน รูปร่าง รูปทรง รูปแบบเครื่องประดับที่สอดคล้องกับรูปสัตรว์มงคลจีนทางศิลปกรรมศาลเจ้าในจังหวัดภูเก็ต

2) ผู้ประกอบกิจการ หรือตัวแทนร้านจำหน่ายเครื่องประดับ จำนวน 3 ร้าน ทำการสัมภาษณ์เพื่อหาข้อมูลความสนใจ ความนิยมซื้อเครื่องประดับของลูกค้า รูปแบบเครื่องประดับที่สอดคล้องกับรูปสัตรว์มงคลจีนทางศิลปกรรมศาลเจ้าในจังหวัดภูเก็ต

4.2 สถานที่ที่ใช้ทำการวิจัย/เก็บข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้เลือกศึกษาศาลเจ้าในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต โดยคัดเลือกศาลเจ้าที่มีลักษณะโดดเด่นในด้านความเชื่อ ความศรัทธา ประเพณี สถาปัตยกรรม สำหรับใช้เป็นกรณีศึกษา จำนวน 4 ศาลเจ้า ได้แก่ ศาลเจ้าแสงธรรม ศาลเจ้าซันसानเทียนเฮวเก็ง ศาลเจ้าจุ้ยตุ่ยเต้าโบเก็ง และศาลเจ้าเซ่งเต็กเบ๊วกวอนอิมไต้ซือ (พ่อต๋องกั้ง) ซึ่งแต่ละศาลเจ้ามีลวดลายศิลปกรรมรูปสัตรว์มงคลจีนที่มีลักษณะเหมือน และแตกต่างกัน เพื่อนำไปสู่การสังเคราะห์ลวดลายต่าง ๆ จากศิลปกรรมศาลเจ้าอันจะนำไปสู่การออกแบบเครื่องประดับ

4.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

4.3.1 แบบสัมภาษณ์ เป็นข้อคำถามกลุ่มผู้รู้ ประชาชนวัฒนธรรมจีน ในประเด็นความหมาย ความเป็นมงคล ความเชื่อทางศิลปกรรม สถาปัตยกรรมจีนที่นำไปสู่การออกแบบเครื่องประดับ ข้อคำถามผู้ออกแบบในประเด็นลวดลาย รูปแบบ รูปร่าง รูปทรง การใช้งาน รวมถึงความนิยมใช้เครื่องประดับ ข้อคำถามผู้ประกอบการ หรือตัวแทนร้านจำหน่ายเครื่องประดับในประเด็นความสนใจ ความนิยมซื้อเครื่องประดับของลูกค้า

4.3.2 แบบสอบถาม เป็นการตอบแบบสอบถามของกลุ่มผู้บริโภค/ผู้สวมใส่ในประเด็นความสนใจรูปแบบสัตรว์มงคลจีนที่ประดับศาลเจ้าในจังหวัดภูเก็ต และในประเด็นความความพึงพอใจต่อการออกแบบภาพร่างเครื่องประดับรูปแบบจากรูปสัตรว์มงคลจีนทางศิลปกรรมศาลเจ้าในจังหวัดภูเก็ต

4.3.3 กล้องบันทึกภาพนิ่ง และภาพเคลื่อนไหว สำหรับการเก็บข้อมูลรูปแบบ และลวดลายทางศิลปกรรมศาลเจ้าในจังหวัดภูเก็ต

4.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

4.4.1 ศึกษาเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม ศิลปกรรม และสถาปัตยกรรมจีน

4.4.2 เก็บข้อมูลภาคสนาม โดยการถ่ายภาพนิ่ง และภาพเคลื่อนไหวรูปแบบลวดลายของรูปสัตรว์มงคลจีนทางศิลปกรรมศาลเจ้าในจังหวัดภูเก็ต

4.4.3 สัมภาษณ์กลุ่มผู้รู้ และประชาชนวัฒนธรรมจีนเกี่ยวกับวัฒนธรรมจีน ลวดลายของรูปสัตรว์มงคลจีนทางศิลปกรรมศาลเจ้าในจังหวัดภูเก็ต

4.4.4 เก็บข้อมูลแบบสอบถามกลุ่มผู้บริโภค/ผู้สวมใส่ เพื่อประเมินความสนใจรูปสัตรว์มงคลจีนทางศิลปกรรมศาลเจ้า ในจังหวัดภูเก็ต

4.4.5 สัมภาษณ์ผู้ออกแบบ และผู้ประกอบการ หรือตัวแทนร้านจำหน่ายเครื่องประดับ เกี่ยวกับลวดลาย รูปแบบ รูปทรง รูปทรง การใช้งาน รวมถึงความนิยมใช้เครื่องประดับรูปสัตว์มงคลเงินทางศิลปกรรมศาลเจ้าในจังหวัดภูเก็ต เพื่อนำไปใช้พิจารณาประกอบการออกแบบ และจัดทำเครื่องประดับให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้

4.4.6 เก็บข้อมูลแบบสอบถามกลุ่มผู้บริโภค/ผู้สวมใส่ เพื่อประเมินความพึงพอใจ การออกแบบภาพร่าง เครื่องประดับรูปแบบจากรูปสัตว์มงคลเงินทางศิลปกรรมศาลเจ้าในจังหวัดภูเก็ต

4.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

4.5.1 นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเอกสาร และงานวิจัย รวมทั้งจากการสัมภาษณ์ผู้ออกแบบลวดลาย/รูปร่าง รูปทรง รูปแบบรูปสัตว์มงคลเงินทางศิลปกรรมศาลเจ้าในจังหวัดภูเก็ต

4.5.2 วิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) จากแบบสอบถาม เพื่อประเมินระดับความสนใจของกลุ่มผู้บริโภค/ผู้สวมใส่ เกี่ยวกับรูปแบบรูปสัตว์มงคลเงินทางศิลปกรรมศาลเจ้าในจังหวัดภูเก็ต

4.5.3 วิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ออกแบบ และผู้ประกอบการ หรือตัวแทนร้านจำหน่าย เครื่องประดับ เพื่อพิจารณารูปแบบ การใช้งาน รูปร่าง รูปทรง รวมถึงความนิยมเลือกเครื่องประดับมาสวมใส่ เพื่อผลิตชิ้น ผลงาน

4.5.4 วิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD: Standard Deviation) จากแบบสอบถาม เพื่อประเมิน ความความพึงพอใจการออกแบบภาพร่างเครื่องประดับรูปแบบจากรูปสัตว์มงคลเงินทางศิลปกรรมศาลเจ้าในจังหวัดภูเก็ต นำไปสู่การผลิตชิ้นผลงานตามแนวคิดของการออกแบบ

5. ผลการวิจัย

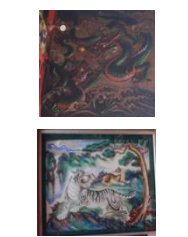
ผู้วิจัยนำเสนอผลการศึกษาศึกษาการประยุกต์ใช้สัญลักษณ์รูปสัตว์มงคลเงินในการออกแบบเครื่องประดับ ตามที่กำหนดไว้ในวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

5.1 สัญลักษณ์รูปสัตว์มงคลเงินที่สื่อสารผ่านศิลปกรรมปรากฏในศาลเจ้าจังหวัดภูเก็ต

การประกอบสร้างลวดลายสัญลักษณ์ระดับผ่านศิลปกรรมปรากฏในศาลเจ้าจังหวัดภูเก็ต มีความเกี่ยวเนื่องกับ คติความเชื่อเดิมของคนจีนที่เหมือนกับพื้นที่อื่น ๆ ที่กลุ่มคนจีนฮกเกี้ยนเข้าไปอาศัย และสร้างรากฐานความเป็นตัวตนจนกลายเป็น พื้นที่ทางสังคม เพื่อเป็นภาพตัวแทนเชิงรูปสัญลักษณ์/สัญลักษณ์ทางความหมาย การตรึงความเป็นเอกลักษณ์ทางสังคมต่อกลุ่ม คนจีน เพื่อการดำรงไว้ด้วยการสร้างผลิตผลทางวัฒนธรรม ซึ่งรูปสัญลักษณ์มงคลเงินที่ปรากฏบนศาลเจ้ามีการใช้สัญลักษณ์มงคล ร่วม โดยมีการผูกและประดับร่วมกับสิ่งของมงคล เพื่อความเป็นสิริมงคลแก่ศาสนสถาน ด้วยการใช้วัสดุประกอบสร้างจาก การใช้แผ่นกระเบื้องเคลือบสีตัดประดับประดากรรมปูนปั้น จิตรกรรมประดับตกแต่งตำแหน่งการจัดวางต่าง ๆ ที่สื่อสัญลักษณ์ และเสริมความเป็นมงคล โดยผู้วิจัยเลือกศึกษากลุ่มรูปสัตว์มงคลเงินที่ปรากฏในศาลเจ้า ได้แก่ มังกร (เหลียง) หงส์ (ห่อง) ปลา (เหอ) เต่า (ก๊ว) กิเลน ลายจตุรทิศสัตว์เทพ (คือ มังกรเขียว เรียกว่า แซเหลียง เสือขาว เรียกว่า เปะฮ้อ หงส์แดง เรียกว่า อ่างห่อง เต่าดำ เรียกว่า ออ๊ว หรือเฮก๊ว) สิงห์โต (ซ่าย) และคางคก (โซ่ว) อันมีความหมายเชิงรูปสัญลักษณ์ ในฐานะสัญลักษณ์ รายละเอียดดังปรากฏในตารางที่ 1

สัญลักษณ์	ความหมายเชิงสัญลักษณ์/การตีความ/วิเคราะห์
 มั่งกร	- มั่งกรพ่นน้ำรอบ ๆ ประกอบด้วยปลาคู่ สื่อถึงสัญลักษณ์แห่งสายน้ำ และสื่อถึงการทำหน้าที่รักษา ศาสนา การปกป้องและคุ้มครอง เชื่อว่าบันดาลให้เกิดฟ้าฝนเกิดฤดูกาล ดังที่ Liu, Laurence (1989, หน้า 36) กล่าวถึงมั่งกรว่า เป็นเรื่องของความเชื่อที่เกี่ยวกับการป้องกันไฟไหม้ ทั้งนี้ เพราะ ในอดีตศาลเจ้าส่วนใหญ่สร้างด้วยโครงสร้างวัสดุไม้ จึงมีโอกาที่จะเกิดเพลิงไหม้ได้ การใช้มั่งกรจึง เชื่อว่าสามารถพ่นน้ำดับไฟได้ นอกจากนี้ยังเชื่อว่า มั่งกรมีหน้าที่เป็นผู้พิทักษ์อำนาจของเทพเจ้าที่ คอยปกป้องรักษาจักรวาลและมวลมนุษย์ การประดับมั่งกรไว้บนสันหลังศาลาปัตยกรรมจึงถือได้ว่าเป็นสัญลักษณ์แห่งสรรพสัตว์ที่แบกหามปราสาทพระราชวงศ์ที่ประทับขององค์เทพ และเหล่าองค์ เทพทั้งหลายบนสวรรค์ เปรียบเสมือนการแสดงสัญลักษณ์ของการอวยพรสำหรับผู้ที่มาเยือนศาสน สถาน จากการสังเกตและการวิเคราะห์รูปมั่งกรที่ปรากฏในศาลเจ้าประทับบนสันหลังคา เสาอาคาร บ้ายหน้าห้องตำหนักใน และตัวพระ พบว่า รูปมั่งกรต้นเมฆ เป็นลายผสมระหว่างมั่งกรกับเมฆ แสดงถึงลักษณะหัวมั่งกร หาง และกรงเล็บผสมกับเมฆในยามกลางวัน ตรงกลางปรากฏตำแหน่ง การวางกิมขึ้นหรือรูปเคารพองค์เทพที่แสดงถึงสัญลักษณ์ เป็นจุดศูนย์กลางของจักรวาลระหว่างโลก มนุษย์กับโลกสวรรค์ ได้สันบนหลังคาเป็นรูปหัวมั่งกรอ้าปากพ่นน้ำหันด้านตรงเป็นจุดศูนย์กลาง ใน ศิลปะจีนมีความหมายนัยยะเป็นการปิดป่าสิ่งชั่วร้าย และในส่วนของซ้าย-ขวา ที่เป็นรูปปลาคู่หรือ พรพรรณ จันทโรนานนท์ (2530, หน้า 13-14) ปลาทอง (หลือวี่) อวี่ แปลว่า มีเหลือ หลือวี่ แปลว่า ได้ ก่าไร ปลาหลี แทนความหมายเหลือมีใช้และก่าไร จึงเป็นปลาแห่งสิริมงคล สัญลักษณ์ความหมายแทน ความอุดมสมบูรณ์แห่งน้ำ ความมั่งคั่งรุ่งเรืองของครัวเรือน และ “ปลา” บ่งบอกถึงความอุดม สมบูรณ์ตามความเชื่อของคนจีนโบราณที่เชื่อว่า ปลาเป็นสัญลักษณ์ของการมีลูกหลานจำนวนมาก เนื่องจากปลามีความสามารถในการสืบพันธุ์ ซึ่งรอบ ๆ บนหลังคาประกอบด้วยเหล่าองค์เทพต่าง ๆ และการใช้รูปสัตว์สัญลักษณ์ที่เสริมความเป็นสิริมงคล สื่อการแทนความหมายคำอวยพร โดยมีการ วางตำแหน่งให้เกิดแกนสมมาตรเท่ากันทั้ง 2 ด้าน และ 2 ซ้าง ซึ่งปรากฏตำแหน่งของมั่งกรทั้ง 4 ทิศ เกิดความสมดุลในพลังอำนาจ แทนน้ำ แทนลม แทนไฟ นอกจากนี้มั่งกรยังเป็นตัวแทนของพลัง แห่งธรรมชาติ และสิ่งมีชีวิตทั้งมวล ดังที่ ประทุม ชุ่มเพ็งพันธ์ (2544, หน้า 42) กล่าวว่า มั่งกรมี อิทธิพลต่อวิถีชีวิตของคนจีน ซึ่งเป็นสัญลักษณ์แห่งอำนาจขององค์จักรพรรดิจนถึงขั้นสามัญชน - มั่งกรคู่ชิงมุกไฟ เป็นมั่งกรสองตัวกำลังแย่งชิงมุกไฟ สื่อความหมายรูปสัญลักษณ์ “มุก” หมายถึง พระ อาทิตย (ศูนย์กลางจักรวาล) อยู่ในตำแหน่งเหนือหน้าทะเล ที่ประทับบนสันหลังคา และให้ยี่จูหรือ ไช้มุกไฟ แทนรูปสัญลักษณ์ของพระพุทธเจ้า มีฐานเป็นดอกบัว อรศิริ ปาณินท์ (2530, หน้า 95) กล่าวถึงมั่งกรชิงมุกไฟว่า เป็นลวดลายที่เกิดขึ้นหลังจากศาสนาพุทธเข้ามาในจีนสมัยราชวงศ์ถัง และราชวงศ์ซ่ง นอกจากนี้ในสมัยราชวงศ์ซ่งยังมีกฎเกณฑ์การใช้จำนวนเล็บรูปมั่งกรจำนวน 5 เล็บ เพื่อเป็นสัญลักษณ์ขององค์จักรพรรดิ ส่วนจำนวน 3-4 เล็บ เป็นสัญลักษณ์ของชั้นแม่ทัพ ขุนนาง และสามัญ ซึ่งส่วนใหญ่รูปมั่งกรที่พบในลวดลายศิลปกรรมในศาลเจ้าจังหวัดภูเก็ต นิยมจำนวน 4-5 เล็บ เป็นการสื่อถึงสัญลักษณ์ การแสดงฐานะศักดิ์สิทธิ์หรือชั้นยศขององค์เทพพระประธานของศาลเจ้านั้น และเหล่าองค์เทพทั้งหลายบนสวรรค์
	เต่า ความหมายทางสัญลักษณ์ ความเชื่อเรื่องคุณงามความดี ความกตัญญูที่มีต่อบรรพชนของคนจีน ตามความเชื่อว่า เต่า เป็นสัตว์มงคล เป็นพาหนะแห่งสวรรค์ มีอายุยืนยาว สามารถนำพาผู้คนข้าม แดนทิวกันดารจนล่วงพ้นจากความทุกข์ยากทั้งปวง เหมือนดังตำนานที่กล่าวถึงเต่าทะเลยักษ์ได้ช่วย พระถังซำจั๋งข้ามทะเลใหญ่อย่างปลอดภัย เมื่อครั้งไปอัญเชิญพระไตรปิฎกที่สื่อถึง "เกราะ หรือสิ่ง ปกป้องคุ้มครอง" ซึ่งถูกวางในตำแหน่งทางเข้าหน้าอาคารที่สื่อถึงการเดินทางไกล และเต่ากลายเป็น รูปสัญลักษณ์เป็นสัญลักษณ์แห่งประเพณีพ้อต่อ (สารทจีน)

ตารางที่ 1 ความหมายเชิงสัญลักษณ์ การตีความ และการวิเคราะห์สัญลักษณ์รูปสัตว์มงคลจีน (ต่อ)

สัญลักษณ์	ความหมายเชิงสัญลักษณ์/การตีความ/วิเคราะห์
	สัญลักษณ์ของจักรพรรดินี แทนผู้มีบุญญาธิการหรือเทพธิดาอันสูงส่ง และหงส์ทำหน้าที่เป็นพาหนะขององค์เทพตามหลักศาสนา ทำให้เกิดวรรณคดีทางศาสนา สื่อความหมายถึงความสงบสุข และความโชคดี สื่อถึงท้องฟ้า สรวงสวรรค์ ด้วยรูปลักษณะที่สง่างามโค้งงอ หางเป็นแฉกคล้ายหางนก ซึ่งรูปหงส์ที่ปรากฏในศาลเจ้ามีความงามสมบูรณ์แบบจากจินตนาการผสมกับความคิดทางศาสนาและสุนทรียศาสตร์
	คางคก สื่อความหมายถึงโชคลาภวาสนา มักประดับบนป้ายชื่อหน้าอาคาร คางคก 5 ตัว สื่อถึงโชค 5 ประการ “โช้ว” คือ อายุ ร่ำรวย พลานามัยสมบูรณ์ คุณธรรม และความเป็นนิรันดร์
	กิเลน ลักษณะของสัตว์มงคล 5 ชนิดรวมกัน ถ้าตัวจะมีเก็ด เต้าจะเป็นก๊ิบ มีสี่กาย 5 สี คือ น้ำเงิน แดง เหลือง ขาว และดำ การวางตำแหน่งกิเลนบนซุ้มประตูทางศาลเจ้าโดยหันหน้าออก เชื่อว่าจะช่วยป้องกันสิ่งชั่วร้าย และดึงดูดพลังมงคลเข้ามา ทั้งนี้เพราะเกิดจากธาตุทั้งห้า คือ ดิน น้ำ ไฟ ไม้ และโลหะผสมกัน
	สิงโตคู่ เป็นสัญลักษณ์แห่งการอวยพรให้มีตำแหน่งขุนนางสูงสุด ยศศักดิ์ ที่สื่อถึง หยิน (ตัวเมีย) กับ หยาง (ตัวผู้) เท้าหน้าข้างขวาจะเหยียบลูกบอลดำไว้ ส่วนตัวเมียมีลักษณะคล้ายกัน ต่างกันตรงที่เท้าซ้ายข้างหน้าประคองลูกสิงโตไว้ เปรียบเสมือนว่า สิงโตตัวเมียอยู่ฝั่งด้านซ้ายทำหน้าที่ปกป้องบุคคลภายในอาคาร ส่วนสิงโตตัวผู้อยู่ฝั่งด้านขวาทำหน้าที่ปกป้องตัวอาคาร ดังจะเห็นได้ว่าทางเข้าด้านหน้าอาคารศาลเจ้า และบนซุ้มประตูศาลเจ้าได้จัดวางตำแหน่งสิงค์คู่ หันหน้าออกจากตัวอาคาร เพื่อคอยอารักขา ฝ่าประตูอันเป็นทางเชื่อมมิติระหว่างการข้ามภพเทวโลก และโลกมนุษย์
	ลายสัตว์ทั้งสี่ (มังกรเขียว หงส์แดง เสือขาว และเต่าดำ) เป็นการแสดงสัญลักษณ์ของสี่ดาวบนท้องฟ้าทิศทั้งสี่ ซึ่งหน้าอาคารศาลเจ้ามีการวางตำแหน่งมังกรเขียวทางทิศตะวันออก พลับพลาที่แสดงสัญลักษณ์ของการเคลื่อนไหวร่างกาย (ผู้ชาย) เสือขาวทางทิศตะวันตก พลับพลาที่แสดงสัญลักษณ์การสงบนิ่ง (ผู้หญิง) อยู่ในด้านซ้าย-ขวาของอาคาร ส่วนด้านหน้า-หลัง หงส์แดง เป็นพลับพลาและเต่าดำเป็นพลับพลา เพื่อเสริมความสมดุลทั้งสี่ทิศ

ตำแหน่งการวางตามศาสตร์ฮวงจุ้ยทิศทั้งสี่ รวมถึงทิศแกนกลางจักรวาลในเรื่องศาสตร์แห่งลัทธิเต๋า (หยิน-หยาง) (yin-yang) เป็นสัญลักษณ์ของลัทธิเต๋า ความสมดุลที่เสริมกันอย่างสมบูรณ์ ทั้งสองด้านได้ยึดครองพื้นที่สัดส่วนเท่า ๆ กัน ซึ่งเป็นตัวแทนโลกและจักรวาลวิทยา และสี่ที่ปรากฏบนลวดลายรูปสัญลักษณ์ความหมาย สัญลักษณ์อันเป็นมงคลในทางกายภาพสู่การเชื่อมโยง ทางความคิด การใช้สี และการให้ความหมายของสีต่าง ๆ ต้องมีความสัมพันธ์ และมีนัยยะมิติของสีที่สื่อถึงรูปสัตว์มงคลจีน พรพรรณ จันทโรนานนท์ (2546, หน้า 76) กล่าวถึงสี่ประจำเบญจธาตุทั้ง 5 ในสัญลักษณ์ความหมาย ซึ่งคนจีนเชื่อในเรื่องพลังของหยินหยางที่เป็นองค์ประกอบของทุกสรรพสิ่งในจักรวาลวิทยา อันมีความสัมพันธ์กับธาตุทั้ง 5 สีทั้ง 5 ทิศทั้ง 5 เมื่อรวมกันกลายเป็นพลังอันยิ่งใหญ่ตามระบบจักรวาลที่เป็นกลไกสำคัญต่อการประจักษ์ความหมาย ผ่านรูปสัตว์มงคลจีนที่ปรากฏเครื่องหมาย และสัญลักษณ์ในศิลปกรรมจีน

รูปสัตว์มงคลจีนจึงเป็นสัตว์ศักดิ์สิทธิ์ที่เปรียบเสมือนวัตถุดิบทางความคิดที่มีอิทธิพลต่อการออกแบบ และการสร้างความหมายเชิงสัญลักษณ์ (คติความเชื่อ คติธรรม) ที่สื่อสารผ่านรูปแบบ (ลักษณะทางอุดมคติ) ศิลปกรรมปรากฏในศาลเจ้า (รูปธรรม) นอกจากนี้ยังมีกลุ่มลวดลายเรขาคณิตหรือลวดลายมงคล เช่น ลายเมฆ ลายคลื่นน้ำ ซึ่งคนจีนใช้เป็นสัญลักษณ์สื่อความเป็นสิริมงคล สะท้อนความเป็นอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ของคนจีนที่ยังคงดำรงอยู่ในปัจจุบัน ดังที่ปรากฏให้เห็นอย่างเด่นชัดในรูปแบบศิลปกรรมประดับการสร้างศาลเจ้าที่มีการตกแต่งจากคติความเชื่ออันเป็นมงคล และมีความหมายทางสัญลักษณ์รวมทั้งการยึดมั่นต่อการปฏิบัติตน ในด้านความเชื่อที่เกิดขึ้น เป็นปรากฏการณ์ทางสังคมที่เป็นปัจเจกเฉพาะ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถสรุปสัญลักษณ์ความหมายรูปสัตว์มงคลจีน เพื่อนำไปประกอบการสัมภาษณ์ และจัดทำแบบสอบถามกลุ่มผู้บริโภค/ผู้สวมใส่ ในประเด็นความสนใจต่อรูปสัตว์มงคลจีนทางศิลปกรรมศาลเจ้าในจังหวัดภูเก็ต เพื่อนำ

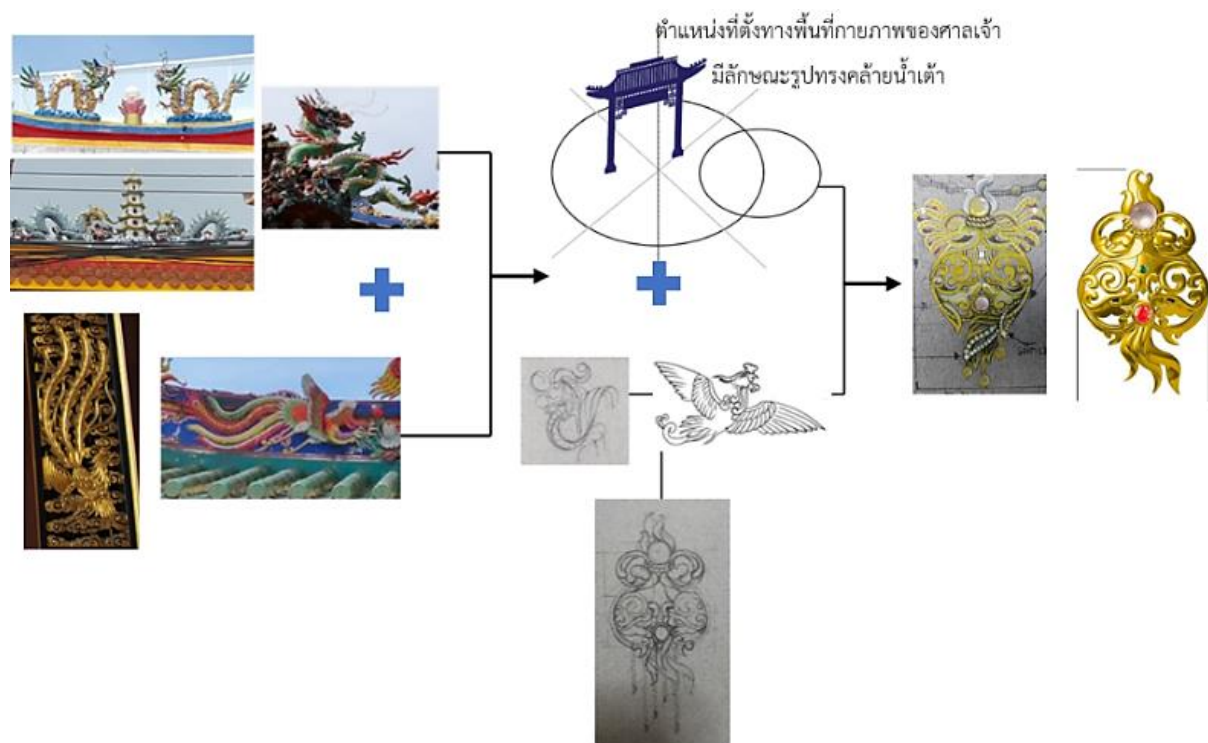
ข้อมูลมาใช้ประกอบการพิจารณาเลือกรูปสัตว์มงคลจีนในการจัดทำเครื่องประดับ เพื่อนำไปสู่การออกแบบภาพร่างเครื่องประดับ รายละเอียดดังปรากฏในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ระดับความสนใจรูปแบบรูปสัตว์มงคลจีนที่ระดับศาลเจ้าในจังหวัดภูเก็ต

ลำดับ	สัญลักษณ์มงคล	ระดับคะแนนตามความสนใจ					ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ความสนใจ
		5	4	3	2	1		
1	มังกร	60.00	24.00	12.00	2.00	2.00	4.38	ดีมาก
2	หงส์	48.00	34.00	12.00	4.00	2.00	4.22	ดีมาก
3	ลายจตุรทิศสัตว์เทพ เช่น มังกรเขียว หงส์แดง เสือขาว และเต่าดำ	28.00	30.00	26.00	12.00	4.00	3.66	มาก
4	กิลีน	38.00	30.00	20.00	6.00	6.00	3.88	มาก
5	ปลา	28.00	32.00	30.00	6.00	4.00	3.74	มาก
6	ค่างคว	8.00	18.00	32.00	20.00	22.00	2.70	ปานกลาง
7	สิงโต	26.00	38.00	20.00	12.00	4.00	3.70	มาก
8	เต่า	40.00	28.00	18.00	12.00	2.00	3.92	มาก

จากตารางที่ 2 แสดงระดับความสนใจสัตว์สัญลักษณ์ที่ระดับศาลเจ้าในจังหวัดภูเก็ตเพื่อนำไปใช้ในการออกแบบเครื่องประดับจากลวดลายรูปสัตว์มงคลจีนจากแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างของผู้สวมใส่/ผู้บริโภค จำนวน 50 คน พบว่า ระดับความสนใจระดับดีมาก คือ มังกร และหงส์ ระดับมาก คือ เต่า กิลีน ลายจตุรทิศสัตว์เทพ ปลา และสิงโต และระดับปานกลาง คือ ค่างคว เพื่อนำไปสู่การออกแบบภาพร่างเครื่องประดับ ซึ่งผู้วิจัยได้เลือกเพียง 2 ลำดับแรกมาสร้างความหมายและสัญลักษณ์รูปสัตว์มงคลจีน คือ มังกร และหงส์ โดยใช้ลวดลายมงคลอื่น ๆ มาประกอบรวม

แนวทางในการออกแบบจากการวิเคราะห์ข้อมูลรูปแบบรูปสัตว์มงคลจีน



รูปที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลรูปแบบรูปสัตว์มงคลจีน

จากการวิเคราะห์รูปสัตว์มงคลจีน ดังรูปที่ 1 เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการออกแบบเครื่องประดับ ซึ่งกระบวนการสร้างความหมายและการใช้ความหมายเชิงสัญลักษณ์ในรูปทรงสัญลักษณ์มงคลจีน การนำลวดลายรูปร่าง รูปทรงมังกรที่สื่อความหมายสัญลักษณ์แทนพลังอำนาจ ความดีงาม (พลังหยาง) เป็นสัญลักษณ์สตรีเพศ (พลังหยิน) ที่สื่อความโดดเด่นอย่างสง่างาม การมียศศักดิ์ การนำสัญลักษณ์น้ำเต้ามาประกอบการสร้างความหมาย เนื่องด้วยเป็นสัญลักษณ์ที่สื่อถึงความเป็นมงคลที่เกี่ยวข้องกับทุกเพศ อันสื่อสัญลักษณ์ความหมายไม่รู้จักสิ้น และความเป็นอมตะ แทนความเชื่อด้านสุขภาพและอายุที่ยืนยาวสามารถป้องกันโรคร้ายไข้เจ็บ ทั้งนี้ยังมีลวดลายที่เพิ่มความหมายลายหัวเมฆลักษณะลายคล้ายหยู้อี สัญลักษณ์ความหมายที่สมปรารถนาสุขสมหวัง

รูปสัญลักษณ์มงคลที่นำมาใช้จากสัญลักษณ์รูปสัตว์มังกร หงส์ เพื่อการออกแบบเครื่องประดับด้วยการนำสัญลักษณ์ทางความหมายมาผูกเกี่ยวเชื่อมโยงรูปมังกร หงส์ สัญลักษณ์คู่ชายหญิง แทนความหมายเครื่องหมายของชีวิตคู่ที่สมบูรณ์พูนสุข น้ำเต้า แทนความหมายกาละเวลา การเคลื่อนไหวที่หมุนเวียนตลอดเวลา ความมีชีวิตชีวาเป็นองค์รวม เพื่อเป็นการแสดงความเคารพต่อกัน พริตจอฟ คาปรา (2537, หน้า 116-117) กล่าวถึงทัศนคติแบบจีนว่า เป็นวิถีทางแห่งเอกภาพ การขับเคลื่อนระหว่างหยินแทนหงส์ และหยางแทนมังกร จึงเป็นเสมือนเหมือนกฎเกณฑ์แห่งความเคลื่อนไหวซึ่งมีความสัมพันธ์แห่งความสมดุลหรือพลังงานแห่งชีวิต เป็นองค์ประกอบที่หล่อหลอมผสมผสานของทุกสรรพสิ่งที่สร้างความสมดุลซึ่งกัน การสร้างความหมายอันเป็นสิริมงคลสื่อสัญลักษณ์แห่งความสมดุลและสิทธิเท่าเทียม ชลูด นิ่มเสมอ (2559, น.164-165) กล่าวถึงความสมดุล (Balance) ว่า เป็นสิ่งสำคัญที่กำหนดดุลยภาพของวัตถุที่มีรูปทรงอยู่ในเส้นแแกนตั้งซึ่งเกิดการทรงตัวที่เท่า ๆ กันทั้ง 2 ข้าง ที่แสดงถึงความมั่นคง

การออกแบบจึงเป็นการนำอัญมณีแต่ละชนิดซึ่งมีคุณสมบัติของความเชื่อ และความหมายที่ดีต่อชีวิต มาใช้ร่วมกันเพื่อสร้างความพิเศษและเสริมคุณค่าต่อผลงานเครื่องประดับ เช่น ทับทิมสีแดงแทนความหมายดวงอาทิตย์กึ่งกลางจักรวาล และช่วยในเรื่องระบบไหลเวียนโลหิต ไช้หมึก เชื่อว่ามีพลังที่สามารถเสริมสง่าราศี ความงาม และความอ่อนเยาว์ เป็นที่นิยมสำหรับสุภาพสตรี เพชร เป็นสัญลักษณ์แห่งความบริสุทธิ์ และแข็งแกร่งอย่างมั่นคง นอกจากนี้การนำวัสดุโลหะเงิน ทองคำ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในเบญจธาตุทั้ง 5 และไข่มุกมาประกอบ เพื่อสื่อความหมายเชิงสัญลักษณ์ โดยใช้หลักการออกแบบเครื่องประดับสุภาพสตรีแบบร่วมสมัย เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่สินค้า สร้างแรงจูงใจ สร้างความพึงพอใจแก่ผู้บริโภค และสร้างความเป็นอัตลักษณ์เฉพาะพื้นถิ่นจากการผสมผสานการใช้วัสดุที่ประกอบด้วยมุกกับเครื่องประดับเงิน ดังตำแหน่งการสวมใส่เครื่องประดับ ดังรูปที่ 2



รูปที่ 2 ตำแหน่งการสวมใส่เครื่องประดับ

5.2 ประยุกต์ใช้สัญลักษณ์รูปสัตว์มงคลจีนเพื่อการออกแบบเครื่องประดับ

การศึกษาค้นคว้าวิจัยเลือกสัญลักษณ์รูปสัตว์มงคลจีนในลำดับแรกมาออกแบบร่างเครื่องประดับเพื่อให้ง่ายต่อตัวแทนร้านจำหน่ายเครื่องประดับ และกลุ่มผู้บริโภคเลือกรูปแบบร่าง โดยผู้วิจัยนำรูปแบบชุดเครื่องประดับที่ได้รับความนิยมในรูปแบบสัตว์สัญลักษณ์ในลำดับมากที่สุดมาผลิตเป็นชิ้นงานที่สามารถสวมใส่ได้จริงในชีวิตประจำวัน จำนวน 1 ชุด ประกอบด้วยสร้อยคอพร้อมจี้ 1 แบบ ต่างหู 1 คู่ เข็มกลัด 1 แบบ ที่สามารถตอบสนองความต้องการตามจุดประสงค์ของผู้ออกแบบ และสามารถผลิตได้ด้วยวัสดุ ขั้นตอน กรรมวิธีการผลิต อันประกอบไปด้วยปัจจัยภายใน คือ วัสดุ กรรมวิธีการผลิต และรูปทรงชิ้นงาน ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญเกี่ยวกับข้อสัมพันธ์กัน โดยผู้ออกแบบมีหน้าที่ประสานเชื่อมโยงเพื่อให้ได้รูปแบบตามความคิดที่ลงตัว ดังนี้

1) แนวคิดในการออกแบบเครื่องประดับจากวัสดุทองคำจีน

พื้นที่ทางกายภาพของเกาะภูเก็ตเป็นลักษณะรูปทรงมังกร คนจีนในจังหวัดภูเก็ตนิยามว่า “พญามังกรน้อย” เป็นสัตว์สัญลักษณ์มงคลของจีนที่เกิดจากกลุ่มคนจีนอพยพเข้ามาอาศัยอยู่ในจังหวัดภูเก็ต จึงนำเอาศิลปะและวัฒนธรรม ผ่านวัตถุธรรม และนามธรรม ซึ่งปรากฏในพื้นที่ทางสังคมของจังหวัดภูเก็ต ผู้วิจัยเห็นความน่าสนใจดังกล่าวจึงนำสัตว์สัญลักษณ์มงคลจีนที่สื่อถึงความหมายทางรูปลักษณ์อุดมคติ ความเชื่อ ที่มีการประดิษฐ์สร้างเพื่อเป็นภาพแทนทางความหมายที่สะท้อนให้เห็นถึงสัญลักษณ์ และปรัชญาแห่งชีวิตของคนจีนมาออกแบบผ่านกระบวนการสร้างสรรค์สหายในการผลิตเครื่องประดับตกแต่งเรือนกาย โดยถ่ายทอดผ่านรูปทรงสัญลักษณ์ของมังกร หงส์ และน้ำเต้า ที่เป็นสัญลักษณ์มงคล “มังกร” แทนความหมาย “พลังอำนาจ” ตามคติ ความเชื่อที่เป็นสัตว์ศักดิ์สิทธิ์ เป็นสัญลักษณ์แห่งอำนาจขององค์จักรพรรดิ ซึ่งมีอิทธิพลต่อวิถีชีวิตของคนจีน และสื่อถึงพื้นที่ทางกายภาพของเกาะภูเก็ต “หงส์” แทนความหมายสัตว์มงคล เป็นสัญลักษณ์ที่ทรงพลังแห่งอำนาจ มังกร และหงส์ จึงเป็นสัญลักษณ์แห่งความหมายของการครองชีวิตคู่ที่สมบูรณ์พลสุข และยืนนาน “น้ำเต้า” แทนความหมายสัญลักษณ์แห่งความโชคดี “ความอุดมสมบูรณ์แห่งภูมิปัญญา” เปรียบเสมือนการหล่อหลอมชีวิต และความอุดมสมบูรณ์ทางทรัพยากรของทุกสรรพสิ่งบนเกาะภูเก็ตในมิติต่าง ๆ อันนำไปสู่ความเป็นสิริมงคลแห่งชีวิต ดังรูปที่ 3 (แบบร่างที่ 1 และแบบร่างที่ 2)

2) การออกแบบเครื่องประดับสัญลักษณ์รูปสัตว์มงคลจีน

ผู้วิจัยจึงนำอัตลักษณ์สัญลักษณ์รูปสัตว์มงคลจีนมาออกแบบเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องประดับตามการออกแบบร่าง



แบบร่างที่ 1



แบบร่างที่ 2

รูปที่ 3 การออกแบบภาพร่างเครื่องประดับจากสัตว์สัญลักษณ์มงคล

การออกแบบภาพร่างเครื่องประดับข้างต้นมีผลการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภค/ผู้สวมใส่ ผู้ออกแบบ และผู้ประกอบการ หรือตัวแทนร้านค้าจำหน่ายเครื่องประดับ รายละเอียดดังปรากฏในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 การแสดงค่าเฉลี่ยความพึงพอใจการออกแบบภาพร่างเครื่องประดับจากสัญญาณรูปสัตว์มงคลจีน

ประเด็นความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ
ด้านรูปแบบ			
1. รูปแบบและการจัดองค์ประกอบของเครื่องประดับมีความสอดคล้องสัมพันธ์กัน	4.2	0.75	มาก
2. รูปแบบการออกแบบเครื่องประดับสอดคล้องกับวัสดุที่ใช้	4.28	0.53	มาก
3. รูปแบบเครื่องประดับนำมาสู่การผลิตและสามารถสวมใส่ได้จริง	4.48	0.50	มาก
รวม	4.32	0.59	มาก
ด้านความสวยงาม			
1. เครื่องประดับมีความสวยงาม	4.38	0.63	มาก
2. เครื่องประดับมีความดึงดูดใจผู้ซื้อ	4.28	0.66	มาก
3. เครื่องประดับมีความเป็นสิริมงคลแก่ผู้สวมใส่	4.48	0.54	มาก
รวม	4.38	0.61	มาก
ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในภาพรวม	4.35	0.60	มาก

จากตารางที่ 3 แสดงระดับความพึงพอใจการออกแบบภาพร่างเครื่องประดับจากสัญญาณรูปสัตว์มงคลจีน จากแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างของผู้สวมใส่/ผู้บริโภค จำนวน 50 คน พบว่า ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) = 4.35 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D. = 0.60) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความสวยงามมีค่าความพึงพอใจมากที่สุด อยู่ในระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) = 4.38 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D. = 0.61) รองลงมา คือ ด้านรูปแบบของเครื่องประดับ มีค่าความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) = 4.32 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D. = 0.59)

จากข้อมูลข้างต้นนำไปสู่การผลิตเครื่องประดับจากประยุกต์ใช้สัญญาณรูปสัตว์มงคลจีน โดยมีกระบวนการผลิต การใช้วัสดุ และโลหะที่ใช้ในการผลิตเครื่องประดับ ซึ่งผู้วิจัยเลือกขั้นตอนการผลิตตัวเรือนเครื่องประดับ ปรากฏดังรูปที่ 4 และ 5 และดังรายละเอียดต่อไปนี้

1) การแกะสลักเทียนต้นแบบ (Wax) ตามรูปแบบ ขัดเกลารูปทรงส่วนต่าง ๆ ให้โค้งมน และการหยอดไขปลา ในการทำต้นแบบเทียนต้องมีการชั่งน้ำหนัก และการคำนวณของน้ำหนักของต้นแบบเพื่อเปรียบเทียบกับน้ำหนักของตัวเรือน เพื่อให้ได้น้ำหนักตามต้องการ

2) การทำพิมพ์ยางซิลิโคน และการฉีดขี้ผึ้ง (Casting the Wax) เป็นกระบวนการฉีดขี้ผึ้งที่หลอมละลายเข้าไปในโพรงของแม่พิมพ์ยางแล้วปล่อยให้แข็งตัว จากนั้นจึงแกะออกจากพิมพ์ ทำให้ได้ตัวแบบขี้ผึ้งที่มีรูปทรงต่าง ๆ ตามต้นแบบ และในกระบวนการหล่อเหรียญเป็นโลหะเงิน (Silver) มีส่วนผสมของเงินบริสุทธิ์ 92.5% และทองแดง 7.5 % มีคุณสมบัติความแข็งแรงเป็นที่ยอมรับของช่างเครื่องประดับ ด้วยต้นทุนการผลิตที่ไม่สูงมากนักทำให้จำหน่ายในราคาที่ไม่แพงเกินไป

3) กระบวนการหล่อเหรียญตัวเรือนทั้งแบบการหล่อด้วยเครื่องหล่อศูนย์เหวี่ยงหนีศูนย์กลางและการหล่ออาศัยระบบสุญญากาศ ซึ่งหลอมโลหะตามที่ต้องการให้ได้ตามน้ำหนักที่คำนวณไว้ ด้วยการนำโลหะเงินบริสุทธิ์มาหลอมในเบ้าหลอมผ่านความร้อนเพื่อให้โลหะแข็งตัวตามขนาด

4) นำเงินที่ได้ตามรูปทรงและลวดลายตามต้นแบบมาขัดตกแต่งชิ้นงานด้วยตะไบ เพื่อให้ผิวเรียบจึงใช้สารกรดกำมะถัน (Sulfuric Acid) เจือจางผสมกับน้ำ อาจผสมโซเดียมไฮโครเมตลงไปเล็กน้อย หรือเผาไฟเลเซอร์ให้ร้อนแล้วจุ่มลงในน้ำกรดทำความสะอาดผิวเครื่องประดับ



(1)



(2)



(3)

รูปที่ 4 กระบวนการขั้นตอนการผลิต



(4)



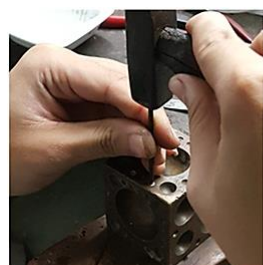
(5)



(6)

รูปที่ 5 กระบวนการประกอบตัวเรือน

5) การประกอบตัวเรือน การบัดกรีในการเชื่อมตามข้อต่อ หรือลวดลาย การสลักดูน การฉลุ เช่น ข้อห่วงลวด และการขัดเงาตัวเรือน (Polishing) ด้วยยาดิน เพื่อลบรอยอันเกิดจากการแต่งตัวเรือนด้วยตะไบหรือกระดาษทราย จึงนำไปทำความสะอาดเพื่อละลายยาดินให้หลุดออก ต่อด้วยการขัดเงาโดยใช้ยาขัด 2 ลักษณะ เรียกว่า ยาแดง (red rouge) ยาขาว (White rouge) เป็นยาปรับสภาพผิวของโลหะให้สะอาดและมีผิวเรียบและมีความเงางามยิ่งขึ้น จากนั้นจึงเป็นขั้นตอนการฝังอัญมณี และตรวจเช็คระดับขนาดของรูปแบบเครื่องประดับ ดังรูปที่ 6



(7)



(8)



(9)



(10)

รูปที่ 6 การประกอบตัวเรือน และผลงานสำเร็จ

6. สรุป การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

6.1 สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาสัญลักษณ์รูปสัตว์มงคลจีน อันเป็นภาพตัวแทนความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ มีการประกอบสร้างลวดลายสัญลักษณ์ที่สื่อสัญลักษณ์ความหมายทางรูปลักษณ์สัตว์ในอุดมคติ สะท้อนให้เห็นถึงสัญลักษณ์ มักสัมพันธ์กับความเชื่อซึ่งเป็นต้นทุนทางวัฒนธรรมทางความคิดของกลุ่มคนจีนที่รับอิทธิพลจากแนวคิดลัทธิขงจื๊อ เต๋า และศาสนาพุทธ เพื่อการดำรงไว้ด้วย

การสร้างผลผลิตทางวัฒนธรรม โดยได้รับแรงบันดาลใจจากสัญลักษณ์รูปสัตว์มงคลจีนที่ปรากฏทางศิลปกรรมศาลเจ้าในจังหวัดภูเก็ตมาสู่การออกแบบเครื่องประดับ 1 ชุด ประกอบด้วยสร้อยคอพร้อมจี้ 1 แบบ ต่างหู 1 คู่ เข็มกลัด 1 แบบ สำหรับผู้บริโภครหรือผู้สวมใส่ซึ่งเป็นบุคคลทั่วไปที่ปฏิบัติงานในหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และผู้ประกอบการธุรกิจส่วนตัวที่มีอายุระหว่าง 30 - 60 ปี ที่มีความเชื่อเรื่องโชคลางจากรูปสัตว์มงคลจีนที่มุ่งเน้นการเสริมความเป็นสิริมงคลกับชีวิต โดยรูปสัญลักษณ์สัตว์มังกร และหงส์ได้รับความนิยมอย่างมาก ทั้งนี้เพราะเป็นสัญลักษณ์ที่สื่อถึงพลังอำนาจบารมี วาสนา ความมียศถาบรรดาศักดิ์ เป็นการเสริมพลังความเจริญรุ่งเรืองในชีวิต เสริมสร้างความมั่นใจเมื่อสวมใส่ และสร้างสไตล์ที่สะท้อนความเป็นตัวตน นอกจากนี้การนำมังกรกับหงส์ที่ควรคู่กันถือเป็นการสื่อสัญลักษณ์แห่งความสมดุล ประกอบกับการนำรูปทรงน้ำเต้าเพื่อเสริมบรรยากาศความเป็นอมตะนิรันดร์ ซึ่งสัญลักษณ์รูปแบบเดียวกันอาจสื่อความหมายมากกว่าหนึ่งความหมายทั้งโดยตรงและโดยอ้อมที่สะท้อนให้เห็นถึงการเฝหาที่ตีเสริมความเป็นสิริมงคลให้แก่ชีวิต เป็นการเพิ่มคุณค่าให้แก่เครื่องประดับมากขึ้น

6.2 การอภิปรายผล

รูปสัตว์มงคลจีนเป็นการสร้างความหมายมงคล (คติความเชื่อ คติธรรม) และเป็นภาพแทนที่สื่อถึงคำอวยพร และสื่อถึงความหมายที่ดีแก่ชีวิตสื่อสารผ่านรูปแบบ (ลักษณะทางอุดมคติ) ประยุกต์ใช้สัญลักษณ์รูปสัตว์มงคลจีนเครื่องประดับ (รูปธรรม) ในการผลิตเครื่องประดับจากความเชื่อและความหมายรูปแบบลวดลายรูปสัตว์ให้กลายมาเป็นวัฒนธรรมสินค้า และสินค้าเชิงสัญลักษณ์ที่มีการให้ความหมายว่าเป็นสัตว์ที่ศักดิ์สิทธิ์ มีอำนาจเป็นมงคลแก่ชีวิต อย่างไรก็ตาม เมื่อรูปสัญลักษณ์ทางความหมายอันเป็นมงคลเปลี่ยนเป็นเครื่องประดับเพื่อเพิ่มคุณค่าทางจิตใจผู้สวมใส่อาจให้ความหมายที่แตกต่างกัน

การออกแบบเครื่องประดับมุ่งเน้นความเป็นสิริมงคลแทนความหมาย และการสื่อความหมายของสัญลักษณ์บทบาท และรูปแบบสัญลักษณ์ที่ปรากฏในเครื่องประดับและเครื่องแต่งกายซึ่งมีความสำคัญกับผู้สวมใส่ที่แสดงออกถึงคุณค่าทางวัฒนธรรม สอดคล้องกับที่ ศูนย์ข้อมูลอู่ภูมิและเครื่องประดับ (2561) ให้ข้อมูลว่า ในอดีตพฤติกรรมกรรมการบริโภคเครื่องประดับแนวความเชื่อ และโชคลางแตกต่างกันไปตามชนชั้นในสังคม โดยคนจีนนิยมทำเครื่องประดับรูปเทพเจ้า สัตว์มงคล และลวดลายธรรมชาติที่มีความหมายโดยนัย มีการผลิต และการเลือกใช้วัสดุอู่ภูมิที่มีความหมายทางมงคลให้เหมาะสมกับผู้บริโภค ให้ดูโดดเด่นเป็นไปตามรสนิยมและวัตถุประสงค์ทางความเชื่อว่าการให้เสริมในด้านอำนาจ สุขภาพ และความสำเร็จ ในหน้าที่การงาน ซึ่งผู้ประกอบการในตลาดจีนให้ความสำคัญต่อรูปแบบ และการผลิตเครื่องประดับว่า ต้องไม่เป็นการดัดแปลงที่ทำให้แก่นหลักทางความเชื่อ และโชคลางผิดเพี้ยนหรือเสียคุณค่าไปจากของเดิม เพราะผู้บริโภคอาจมองว่าเป็นการหลอกลวง เมื่อสวมใส่ทำให้เกิดความไม่เป็นมงคล ต่อชีวิตได้ ขาติ ภาสกร (2556) กล่าวว่า คติความเชื่อ และความหมายของลวดลายจีนเพื่อการตกแต่งที่ประดิษฐ์ในด้านสัญลักษณ์ มีความหมายเฉพาะเจาะจง และมีความหมายเชิงสิริมงคลต่าง ๆ ดังที่ปรากฏให้เห็นตามศิลปหัตถกรรม ศิลปะทางศาสนา และสิ่งของเครื่องใช้ต่าง ๆ ซึ่งเป็นเป็นวัตถุแทนทางความเชื่อ วิถีชีวิต และประเพณีที่สะท้อนเรื่องราวในยุคบรรพกาลทางประวัติศาสตร์ นอกจากนี้ นพดล สมฤกษ์ผล (2552) ยังกล่าวถึงความเชื่อของผู้บริโภคเครื่องประดับในกลุ่มสุภาพสตรีว่า มีความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับพฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องประดับอู่ภูมิที่ตรงกับราศีเกิดซึ่งมีผลต่อความเชื่อ ค่านิยม ที่เชื่อว่าการสวมใส่เครื่องประดับอู่ภูมิช่วยให้ได้รับการยอมรับในวงสังคม ความเชื่อเรื่องโหราศาสตร์ เสน่ห์ดึงดูดใจเพศตรงข้าม และความเชื่อส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความนิยมเครื่องประดับอู่ภูมิที่ตรงกับราศีเกิด

ผลจากการตอบแบบสอบถามกลุ่มคนวัยทำงานเกี่ยวกับความพึงพอใจในการออกแบบเครื่องประดับในด้านต่าง ๆ พบว่าอยู่ในระดับมาก แสดงถึงความพึงพอใจของกลุ่มผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับรูปแบบ ความสวยงามที่หมายรวมถึงการสื่อความหมายอันเป็นมงคล สอดคล้องกับที่ อุษา อินทร์ประสิทธิ์ (2561) กล่าวว่า ช่วงอายุเข้าสู่วัยทำงานอย่างเต็มตัวมีความต้องการที่จะแต่งกายให้เหมาะสม ทั้งด้านความสวยงาม ด้านประโยชน์ใช้สอย และด้านรูปแบบที่ดำรงลักษณะเฉพาะ ดังจะเห็นได้จากการพัฒนารูปแบบเครื่องประดับเงินโบราณที่มีการผสมผสานความเป็นอัตลักษณ์เฉพาะถิ่นที่มีการนำลวดลายเครื่องถ้วยตามผนังโบสถ์ วิหารวัดนางพญา จังหวัดสุโขทัย มาปรับเปลี่ยนรูปแบบให้เกิดความร่วมสมัย ซึ่งเป็นที่ต้องการสำหรับกลุ่มผู้ที่มีกำลังซื้อเครื่องประดับเงิน

ดังนั้น การออกแบบเครื่องประดับโลหะเงินจากรูปสัตว์มงคลจีน โดยนำความเป็นอัตลักษณ์รูปสัตว์สัญลักษณ์ที่สื่อความหมายอันเป็นสิริมงคลที่มีความสัมพันธ์ระหว่างคติธรรม และชีวิต นำมาประยุกต์และพัฒนาผลิตภัณฑ์สู่รูปแบบสมัยใหม่ถือเป็นส่วนหนึ่งของการเสริมสร้างบุคลิกภาพ และสร้างทางเลือกที่หลากหลายให้แก่ผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มสตรีวัยทำงาน

6.3 ข้อเสนอแนะ

6.3.1 การนำสัญลักษณ์มงคลทางศิลปกรรมศาลเจ้ามาปรับใช้ในการออกแบบเครื่องประดับ เป็นเรื่องที่ดีและมีคุณค่า เพราะเป็นการต่อยอดงานด้านศิลปกรรมที่มาจากสถาปัตยกรรมของศาลเจ้า แต่ทั้งนี้ควรระมัดระวังการสื่อความหมายของสัตว์สัญลักษณ์มงคลให้ถูกต้องตามความหมายที่แท้จริง เช่น การตรวจสอบการสื่อความหมายจากเอกสาร ตลอดจนผู้รู้

ด้านวัฒนธรรมจีน เป็นต้น ทั้งนี้ เพื่อไม่ให้เกิดการสื่อความหมายเกิดความผิดพลาด อันเกิดจากความเข้าใจที่ไม่ถูกต้อง จนเกิดการเผยแพร่ที่ผิดพลาดต่อ ๆ กันไป

6.3.2 การจัดทำเครื่องประดับนอกจากใช้หลักความเป็นมงคลของสัตว์สัญลักษณ์ต่าง ๆ แล้ว ยังต้องให้ความสำคัญกับการเลือกสัตว์สัญลักษณ์มงคลให้เหมาะสมกับความหมาย และตำแหน่งที่สวมใส่ ทั้งนี้ เพราะสัตว์สัญลักษณ์มงคลบางชนิดให้ความหมายถึงสิ่งที่สูงส่ง และเป็นสิ่งที่ผู้คนเคารพศรัทธา จึงไม่ควรนำไปใช้หรือสวมใส่ในตำแหน่งที่ไม่เหมาะสม เช่น เป็นสร้อยข้อเท้า เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- กนกพร ศรีญาณลักษณ์. (2558). การสื่อความหมายของภาพมงคลจีน. *วารสารจีนศึกษา*. 4(4), 22-43.
- จารุทัศน์ กาญจนอักษร และวรรณวิภา สุเนตต์ตา. (2562). โครงการออกแบบเครื่องประดับอวพรจากสัญลักษณ์มงคลแบบจีน. *วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร*. 12(4), 1206-1226.
- ชอุต นิมเสมอ. (2559). *องค์ประกอบของศิลปะ*. กรุงเทพฯ: อมรินทร์.
- ชาติ ภาสกร. (2556). *การศึกษาวิวัฒนาการเชิงสัญลักษณ์และความหมายของลวดลายประดับเงินตามชนบ.* (รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง).
- ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร. (2555). *สัญลักษณ์ โครงสร้างนิยม หลังโครงสร้างนิยมกับการศึกษารัฐศาสตร์*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: วิชาษา.
- นพพล สมฤกษ์ผล. (2552). *ความเชื่อและพฤติกรรมในการเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณีที่ตรงกับราศีเกิดของประชาชนในจังหวัดกรุงเทพมหานคร*. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).
- นพพร ประชากุล และวรรณพิมล อังคศิริสรพร, ผู้แปล. (2551). *มายาคติ [Myth]*. กรุงเทพฯ: คบไฟ.
- ประทุม ชุ่มเพ็งพันธ์. (2544). *สัตว์มงคลจีน*. กรุงเทพฯ: ชมรมเด็ก.
- พรพรรณ จันทโรนานนท์. (2546). *วิถีจีน*. กรุงเทพฯ: ประพันธ์สาส์น.
- พรพรรณ จันทโรนานนท์. (2530). *ฮกหลงชีว: โชค ลาก อายุยืน*. กรุงเทพฯ: มติชน.
- พริตจอฟ คาปรา. (2537). *เต๋าแห่งฟิสิกส์ [The Tao of Physics]*. (วเนช, ผู้แปล). กรุงเทพฯ: ดอกหญ้า.
- มณฑนา ทองสุพล และกนกเนตร พินิจดำนกลาง. (2560). การศึกษาเอกลักษณ์เครื่องประดับไทย 4 ภาค เพื่อประยุกต์ใช้ในการออกแบบเครื่องประดับเงินที่สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มผู้ใช้เครื่องประดับร่วมสมัย. *วารสารวิถีสังคมมนุษย์*. 5(1), 135-165.
- วรารณงค์ วรณตุง และนิรัช สุดสังข์. (2553-2554). การพัฒนารูปแบบเครื่องประดับเงินจากอัตลักษณ์ชาวเขาเผ่าลีซอ (ลีซู) หมู่บ้านศรีดงเย็น อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่. *วารสารวิชาการ ศิลปะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร*. 1(2), 69-80.
- ศูนย์ข้อมูลอัญมณีและเครื่องประดับ. (2561). *เจาะตลาดจีนด้วยเครื่องประดับแนวความเชื่อและโชคลาง*. สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน). เข้าถึงได้จาก <https://www.thaitextile.org/th/insign/detail.286.1.0.html>
- สุภางค์ จันทวานิช. (2558). *ทฤษฎีสังคมวิทยา*. กรุงเทพฯ: วี.พริ้นท์ (1991).
- อรศิริ ปาณินท์. (2530). รูปสัญลักษณ์แทนความหมายต่าง ๆ ในวัดจีน. *วารสารหน้าจั่วด้วยสถาปัตยกรรม การออกแบบและสภาพแวดล้อม*. (7), 80-104.
- อุษา อินทร์ประสิทธิ์. (2561). ความพึงพอใจการพัฒนาารูปแบบเครื่องประดับเงินโบราณอำเภอศรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัย. *วารสารปาริชาติ*. 31(3), 225-236.
- Saussure, F.D., (1959). *Course in General Linguistics*. Edited by Charles Bally and Albert Sechehaye in Collaboration with Albert Riedlinger. Translated, with an Introduction and notes by Wade Baskin. New York: McGraw-Hill.
- Liu, Laurence. (1989). *Chinese architecture*. London: Academy Editions.
- Curtin, B.A., (2008). semiotics and visual representation. *Academic Journal of Architecture*, (1), pp. 51-62.

สีที่สะท้อนบุคลิกภาพการออกแบบกราฟิกเพื่อนำเสนอจุดขายสินค้าสะดวกซื้อ

The Colors Reflect the Graphic Design Personality to Present the Selling Points of Convenience goods

วัชรารธร เพ็ญศิริ¹

Watcharatorn Pensasitorn¹

Received: 30/07/2021

Revised: 30/09/2021

Accepted: 10/11/2021

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาสีที่สะท้อนบุคลิกภาพทางการออกแบบกราฟิกที่ใช้เพื่อนำเสนอจุดขายของผลิตภัณฑ์แต่ละรูปแบบ ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญและนักออกแบบกราฟิกที่มีประสบการณ์มากกว่า 5 ปี จำนวน 9 คน โดยใช้แบบสอบถามที่ถูกพัฒนาขึ้นจากข้อมูล 2 เรื่อง คือ รูปแบบของบุคลิกภาพการออกแบบกราฟิกที่เหมาะสมตามจุดขายสินค้าสะดวกซื้อ 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) จุดขายสินค้าที่นำเสนอคุณประโยชน์ด้านหน้าที่ประโยชน์ใช้สอย 2) จุดขายสินค้าที่นำเสนอคุณประโยชน์ด้านอารมณ์ และ 3) จุดขายสินค้าที่นำเสนอคุณประโยชน์ด้านการบ่งบอกถึงตัวตนของผู้บริโภค และรายการสีที่สะท้อนบุคลิกภาพทางการออกแบบแต่ละแบบของชิเกโนบุ โคบายาชิ ที่ถูกกำหนดค่าสีแต่ละสีเป็น CMYK โดยเทียบสีจากรูปเล่มสิ่งพิมพ์และตั้งชื่อกำกับสีทุกสี จากนั้นนำแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญทำการเลือกสีที่สามารถสะท้อนถึงบุคลิกภาพทางการออกแบบกราฟิกที่เหมาะสมในการนำไปใช้เพื่อนำเสนอจุดขายผลิตภัณฑ์แต่ละแบบ

ผลวิจัยพบว่า 1) รายการสีที่สะท้อนบุคลิกภาพทางการออกแบบกราฟิกที่ใช้เพื่อนำเสนอจุดขายสินค้าด้านหน้าที่ประโยชน์ใช้สอยมีจำนวน 25 สี ประกอบด้วยสี Natural 8 สี Clear 6 สี Modern 8 สี และ Dynamic 3 สี 2) รายการสีที่สะท้อนบุคลิกภาพทางการออกแบบกราฟิกที่ใช้เพื่อนำเสนอจุดขายสินค้าด้านอารมณ์มีจำนวน 32 สี ประกอบด้วยสี Natural 4 สี Clear 4 สี Elegant 6 สี Dynamic 3 สี Gorgeous 3 สี Classic 6 สี และ Modern 6 สี และ 3) รายการสีที่สะท้อนบุคลิกภาพทางการออกแบบกราฟิกที่ใช้เพื่อนำเสนอจุดขายสินค้าด้านการบ่งบอกถึงตัวตนของผู้บริโภคมีจำนวน 14 สี ประกอบด้วยสี Clear 2 สี Elegant 4 สี Gorgeous 4 สี Classic 1 สี Dandy 1 สี และ Modern 2 สี

คำสำคัญ: สี บุคลิกภาพการออกแบบกราฟิก จุดขายสินค้า

Abstract

This research aims to investigate the suitable colors used to reflect the personality of graphic design and presented product selling points. The research was conducted by collecting data with questionnaires from 9 experts and graphic designers with more than 5 years of experience. The questionnaires were generated from the data of the type of graphic design personality that was suitable for each kind of products at the selling point and Shigenobu Kobayashi's color image scale. The product selling points were divided into 3 groups as follows: 1) the selling points of the functional benefits, 2) the selling points of emotional benefits, and 3) the selling points of the self-expressive benefits. Whereas the color image scale was assigned a CMYK value for each color by comparing the colors from the printed booklet and labeling all colors. Subsequently, questionnaires were collected from experts by choosing a color that could reflect the graphic design personality suitable to be used to represent each product's selling point.

¹ ภาควิชาศิลปอุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรม ศิลปะและการออกแบบ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

Department of Industrial design, School of Architecture, Art, and Design, King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang
ผู้นิพนธ์ประสานงาน อีเมล: oilly2000@gmail.com

The results showed that 1) a list of colors to communicate graphic design personality used for presenting a selling point of the functional benefits were 25 colors that consisting of 8 Natural colors, 6 Clear colors, 8 Modern colors and 3 Dynamic colors. 2) there were 32 colors that communicated graphic design personality used for the selling points of emotional benefits, consisting of 4 Natural colors, 4 Clear colors, 6 Elegant colors, 3 Dynamic colors, 3 Gorgeous colors, 3 Classic colors, 6 and Modern colors, and 3) there were 14 colors that communicated graphic design personality used for selling points of self-expressive benefits, consisting of 2 Clear colors, 4 Elegant colors, 4 Gorgeous colors, 1 Classic colors, 1 Dandy colors, and 2 Modern colors.

Keywords: Colors, Graphic Design Personality, Product Selling Points

1. บทนำ

กระบวนการออกแบบกราฟิกนั้น เริ่มจากการกำหนดกลยุทธ์ขึ้นมาก่อน โดยทำการวิเคราะห์ข้อมูลและกำหนดความคิดรวบยอด (Concept) ในการออกแบบ แล้วเขียนในรูปแบบของโจทย์การออกแบบ (Design Brief) ซึ่งมีหน้าที่ช่วยให้นักออกแบบเข้าใจในภาพรวม ทิศทางในการออกแบบ รวมถึงเป็นข้อมูลในการตัดสินใจเลือกผลงานสุดท้ายได้อย่างถูกต้องกับเป้าหมายของการออกแบบ (อารยะ ศรีภักดิ์ยาณบุตร, 2550) โจทย์การออกแบบมีส่วนประกอบที่สำคัญ 2 เรื่องที่เป็นหัวใจสำคัญคือ ความคิดรวบยอดและบุคลิกภาพในงานออกแบบกราฟิก ความคิดรวบยอดเป็นสารหรือข้อความหลักในการนำเสนอให้กลุ่มเป้าหมายรับทราบ มีลักษณะที่ชัดเจน เป็นเอกลักษณ์ มีความใหม่ ไม่ซ้ำกับคู่แข่ง ซึ่งจุดขายผลิตภัณฑ์เป็นเรื่องหนึ่งที่สามารถนำมาใช้กำหนดเป็นความคิดรวบยอดได้

จุดขายของผลิตภัณฑ์ (Product Selling Points) เป็นข้อเสนอผลประโยชน์เฉพาะที่ผู้บริโภคจะได้รับจากการใช้ผลิตภัณฑ์นั้น โดยข้อเสนอเหล่านั้นต้องเป็นความจริง การเลือกจุดขายสินค้านั้นเป็นสิ่งสำคัญในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายเพื่อดึงดูดใจให้ซื้อในที่สุด โดยต้องพิจารณาถึงประโยชน์ของสินค้าทั้งในเชิงกายภาพและจิตภาพ รวมถึงความภูมิใจส่วนตัว และเชิงสังคม (เสรี วงษ์มณฑา, 2546 อ้างถึงใน ศรีณยุ ลอพันธุ์ไพบูรณ์, 2555) สินค้าสะดวกซื้อ (Convenience Goods) เป็นสินค้าที่มีการซื้อบ่อย ซื้อได้ทันที ซื้อโดยไม่มีการเปรียบเทียบมากนัก และใช้ความพยายามในการเลือกซื้อต่ำ เช่น สบู่ ยา สัตว์ อาหารสำเร็จรูป และเครื่องดื่ม สินค้าสะดวกซื้อมีส่วนชีวิตของผลิตภัณฑ์ที่ยาวนานเนื่องจากเป็นสินค้าที่จำเป็นต้องการดำรงชีวิตประจำวันของผู้บริโภค ทำให้สินค้าประเภทนี้มักมีการพัฒนาปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์อยู่เสมอโดยไม่ให้ล้าสมัย (Pensasitorn, 2016: 16) อีกทั้งยังเป็นสินค้าที่มีการแข่งขันกันสูงจึงจะมีการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เกิดขึ้นจำนวนมากเพื่อให้ผู้บริโภคได้รับข้อมูลคุณสมบัติของสินค้าที่เหนือกว่าหรือแตกต่างจากแบรนด์อื่น ส่วนบุคลิกภาพทางการออกแบบกราฟิกนั้น คืออารมณ์ของงานออกแบบ เช่น ความสนุกสนาน ความอ่อนโยน ความร่าเริง หรือ ความทันสมัย เป็นสิ่งที่ทำให้งานออกแบบเกิดความแตกต่าง ซึ่งการเลือกใช้ต้องสอดคล้องกับจุดขายที่ต้องการนำเสนอ เปรียบเหมือนความไพเราะของการแต่งเนื้อเพลงและการออกแบบทำนองที่กลมกลืนและเป็นไปในแนวทางเดียวกันอย่างเหมาะสม เมื่อคนได้ฟังก็สามารถจดจำได้ง่าย เช่นเดียวกันนี้หากนักออกแบบสามารถเลือกใช้ได้อย่างถูกต้องและเหมาะสมกับงานหรือสินค้า เชื่อได้ว่าจะสามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและน่าจดจำได้อย่างมีประสิทธิภาพ โทนสีที่เลือกสรรมาอย่างดีสามารถดึงดูดอารมณ์ของผู้ชมตามเนื้อหาของงานออกแบบ

แบรนด์สามารถใช้สีเพื่อให้ข้อมูลแก่ผู้บริโภคเกี่ยวกับคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ เช่น ราคาและคุณภาพ การใช้สีที่เหมาะสมกับแบรนด์ช่วยให้แบรนด์สามารถสร้างเอกลักษณ์และความสัมพันธ์ระหว่างแบรนด์กับผู้บริโภคได้ จิตวิทยาสีมีความสำคัญต่อกลยุทธ์ทางการตลาดมากจนทำให้บางบริษัทใช้เงินจำนวนมากเพื่อการรีแบรนด์สี รวมไปถึงดำเนินคดีทางกฎหมายกับผู้ที่อาจคุกคามสีที่เป็นเครื่องหมายการค้าของแบรนด์ ในขณะที่บางบริษัทเลือกที่จะใช้ประโยชน์จากการวิจัยสีเพื่อค้นหาสีที่เหมาะสมในการใช้งานเพื่อให้โดดเด่นและแตกต่างจากคู่แข่ง ผู้บริโภคมองเห็นสีและประมวลผลไปสู่อารมณ์ และมักจะกำหนดความหมายหรือค่านิยมให้กับสีที่เป็นตัวแทนสิ่งนั้น อาจกล่าวได้ว่า ความสัมพันธ์ระหว่างสีและอารมณ์คือวงจรต้นให้ผู้บริโภคเลือกการจับคู่สีและอารมณ์ที่สอดคล้องกัน (Cunningham, 2017)

บุคลิกภาพไม่เพียงส่งผลต่อการตอบสนองต่อสีที่ต่างกันเท่านั้น แต่ยังส่งผลต่ออารมณ์ของสีอีกด้วย (Nelson, 1994) คนที่มีบุคลิกชอบเข้าสังคมจะตอบสนองต่อสีได้สูง ในขณะที่คนที่มีความขี้อายจะมีความอ่อนไหวต่อรูปร่างมากกว่า นอกจากนี้ คนที่มีบุคลิกชอบเข้าสังคมยังชอบสีที่สว่าง ในขณะที่คนที่ขี้อายชอบในโทนสีที่เบาและสงบกว่า สีควรทำหน้าที่

เป็นมากกว่าเครื่องมือพื้นฐานสำหรับทำให้สะอาด การออกแบบที่ดีผสมผสานสีเข้ากับรายละเอียดปลีกย่อยทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นโทนสีหรือเฉดสี และสี การสะท้อนบุคลิกภาพผ่านการใช้สี เป็นวิธีที่สนทนากับผู้ชมกลุ่มที่เฉพาะเจาะจง ไม่ว่าจะเป็นเพศ อายุ วัฒนธรรม สถานะทางสังคม บุคลิกภาพ นั้นเป็นสิ่งที่ทำให้นักออกแบบสามารถเข้าถึงผู้ชมได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ผ่านการใช้สีในงานออกแบบ (Rider, 2009)

สีมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า เมื่อถูกสีที่เด่นกว่าดึงดูดความสนใจตั้งแต่เริ่มแรก ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อสินค้าแบบไร้เหตุผล และมีผลต่อทัศนคติของผู้บริโภคโดยขึ้นอยู่กับสิ่งที่เห็นขณะนั้น ไม่เกี่ยวกับความชื่นชอบที่มีอยู่เดิมของแต่ละบุคคล (จิตยา ตันเจริญ และชาติรี ได้ฟ้าพล, 2561) เช่นเดียวกับกับแนวคิดเกี่ยวกับวรรณคดีที่กล่าวว่า สีวรรณคดีสามารถกระตุ้นอารมณ์และความรู้สึกได้มากกว่าสีวรรณคดี (รูปที่ 1) ในขณะที่สีวรรณคดีสร้างความรู้สึกสงบ ผ่อนคลาย และกระตุ้นความคิดด้านเหตุผลมากกว่าสีวรรณคดีอื่น เช่น ในผลวิจัยเรื่องอิทธิพลของสีบรรจุภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อข้าวกล่องพร้อมรับประทาน พบว่า ผู้บริโภคที่เลือกสีขาว (วรรณคดี) เพราะรู้สึกถึงความสะอาด ในขณะที่เลือกสีแดง หรือ ส้ม (วรรณคดี) เพราะให้ความรู้สึก ตื่นเต้น (Bottomley and Doyle, 2006 อ้างถึงใน จิตยา ตันเจริญ และ ชาติรี ได้ฟ้าพล, 2561)



รูปที่ 1 การใช้สีวรรณคดี (ภาพซ้าย) และการใช้สีวรรณคดี (ภาพขวา) ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารพร้อมทาน
ที่มา: Packaging of the World (POTW) (2021)

สี คือองค์ประกอบที่สามารถสื่อถึงอารมณ์ความรู้สึกและแสดงออกถึงบุคลิกภาพของงานออกแบบได้อย่างชัดเจน นอกจากจะสร้างความสวยงามและเอกลักษณ์ที่สามารถสังเกตและช่วยในการจดจำได้ง่ายแล้ว สียังใช้ในการกระตุ้นความรู้สึก ผู้รับสารให้เข้าใจในเนื้อหาและอารมณ์ในการงานออกแบบนั้นด้วย (นฤพนธ์ คมสัน, 2555) ดังนั้น การเลือกใช้สีที่เหมาะสมกับสิ่งที่ต้องการนำเสนอและกับผู้บริโภคเอง จึงทำให้งานออกแบบนั้น ๆ มีประสิทธิภาพมากขึ้น

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อค้นหาสีที่สะท้อนบุคลิกภาพทางการออกแบบกราฟิกที่ใช้เพื่อการนำเสนอจุดขายของสินค้าสะดวกซื้อ

3. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเรื่องจุดขายสินค้า

จุดขาย คือ คุณสมบัติหรือคุณประโยชน์ของสินค้าที่โดดเด่นและแตกต่างจากแบรนด์อื่น เป็นสิ่งที่ลูกค้าต้องการหรือเป็นสิ่งที่สินค้าเรามีแต่คู่แข่งไม่มีก็ได้ แนวคิด (Idea or Concept) ในงานออกแบบที่นำเสนอจุดขายสินค้าคือการสื่อสารด้วยคุณประโยชน์ของสินค้า 3 ด้าน คือ ด้านหน้าที่ประโยชน์ ด้านอารมณ์ และด้านการบ่งบอกถึงตัวตนของผู้บริโภค นอกจากนี้สินค้าเป็นสิ่งที่มีความหมายเช่นเดียวกับที่มนุษย์และมักจะถูกเชื่อมโยงกับตราสินค้าอยู่เสมอ ในกระบวนการออกแบบกราฟิกเมื่อเลือกจุดขายสินค้าเป็นแนวคิดในการออกแบบแล้ว จะต้องกำหนดบุคลิกภาพให้สอดคล้องและเหมาะสมกับจุดขายที่ต้องการสื่อด้วย ในผลวิจัยรูปแบบของบุคลิกภาพการออกแบบกราฟิกที่เหมาะสมตามจุดขายสินค้าสะดวกซื้อที่แบ่งตามคุณประโยชน์ 3 ด้าน (Pensasitorn, 2016: 260-266) เป็นงานวิจัยที่เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามที่ใช้รูปแบบมาตราส่วนประมาณค่า โดยให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบกราฟิกให้ความเห็นจากคำที่แทน 15 บุคลิกภาพ ที่เหมาะสมกับจุดขายต่าง ๆ

และผลวิจัยสรุปเป็นคำที่ได้ค่าเฉลี่ยในการให้ความเห็นว่าเหมาะสมในระดับมากและมากที่สุด และเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย (รูปที่ 2) มีรายละเอียดดังนี้

Product Selling Points	Graphic Design Personalities
จุดขายด้านหน้าที่ประโยชน์ใช้สอย	
1. ส่วนผสมสินค้า.....	Natural / Clear / Modern
2. ความหลากหลายของสินค้า.....	Clear / Natural / Modern
3. วิธีการผลิตสินค้า.....	Clear / Natural
4. วิธีการใช้งานสินค้า.....	Clear / Modern
5. อายุการใช้งานสินค้า.....	Clear
6. สถานที่ผลิตหรือจัดจำหน่าย.....	Clear / Natural / Modern
7. ส่วนประกอบของสินค้า.....	Clear / Natural / Modern
8. ประสิทธิภาพของสินค้า.....	Clear / Dynamic / Modern
9. ความต้องการทางกายภาพ.....	Clear / Natural / Dynamic
10. ความต้องการความปลอดภัย และมั่นคง.....	Clear / Modern / Natural
จุดขายด้านอารมณ์	
1. การใช้ชื่อผู้ก่อตั้ง.....	Classic / Elegant / Clear / Gorgeous
2. การแสดงความเป็นต้นตำรับ.....	Classic / Natural / Elegant
3. แสดงปีที่ก่อตั้ง.....	Classic / Elegant / Gorgeous
4. การอ้างจำนวนผู้ใช้มากที่สุด หรือเป็นที่นิยม.....	Clear / Modern / Dynamic
5. ใช้การสร้างตัวต่อตัวละคร หรือตัวการ์ตูน.....	Modern / Clear / Dynamic
6. บอกรูปแบบการใช้สินค้า.....	Clear / Modern
7. ความต้องการการยอมรับ และความรัก.....	Natural / Elegant
จุดขายด้านการบ่งบอกถึงตัวตนของผู้บริโภค	
1. การใช้ผู้มีชื่อเสียงมานำเสนอ.....	Elegant / Gorgeous / Clear
2. การแสดงว่าผู้ใช้เป็นผู้มีอภิสิทธิ์.....	Elegant / Gorgeous / Dandy
3. การแสดงภาพลักษณ์ของ ตราสินค้า.....	Elegant / Classic / Modern

รูปที่ 2 ผลวิจัยรูปแบบบุคลิกภาพการออกแบบกราฟิกที่เหมาะสมกับการใช้เพื่อนำเสนอจุดขายสินค้าสะดวกซื้อแต่ละแบบ

จุดขายสินค้าที่นำเสนอคุณประโยชน์ด้านหน้าที่ประโยชน์ใช้สอย มี 10 จุดขาย ได้แก่ 1) ส่วนผสมสินค้า 2) ความหลากหลายของสินค้า 3) วิธีการผลิตสินค้า 4) วิธีการใช้งานสินค้า 5) อายุการใช้งานสินค้า 6) สถานที่ผลิตหรือจัดจำหน่าย 7) ส่วนประกอบของสินค้า 8) ประสิทธิภาพของสินค้า 9) ความต้องการทางกายภาพ และ 10) ความต้องการความปลอดภัยและมั่นคง

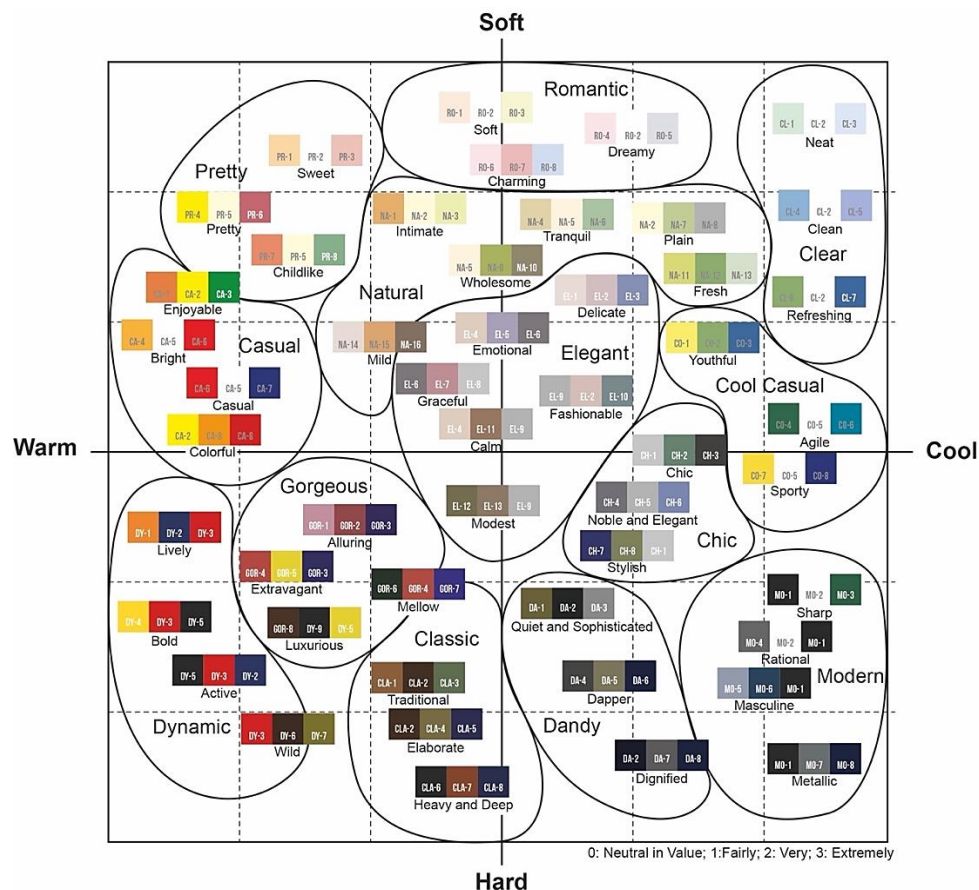
จุดขายสินค้าที่นำเสนอคุณประโยชน์ด้านอารมณ์ มี 7 จุดขาย ได้แก่ 1) การใช้ชื่อผู้ก่อตั้งมานำเสนอ 2) การแสดงความเป็นต้นตำรับ 3) แสดงปีที่ก่อตั้ง 4) การอ้างจำนวนผู้ใช้มากที่สุดหรือเป็นที่นิยม 5) ใช้กลยุทธ์การสร้างตัวแสดงหรือตัวละคร 6) สารโฆษณาที่บ่งบอกรูปแบบการใช้สินค้า และ 7) ความต้องการการยอมรับและความรัก

จุดขายสินค้าที่นำเสนอคุณประโยชน์ด้านการบ่งบอกถึงตัวตนของผู้บริโภค มี 3 จุดขาย ได้แก่ 1) การใช้ผู้มีชื่อเสียงมานำเสนอ 2) การแสดงว่าผู้ใช้เป็นผู้มีอภิสิทธิ์ และ 3) การแสดงภาพลักษณ์ของตราสินค้า

โดยแต่ละจุดขายทั้งหมดที่กล่าวมาข้างต้นได้ถูกระบุให้ใช้นำเสนอด้วยบุคลิกภาพการออกแบบกราฟิกที่แตกต่างกัน

แนวคิดเรื่อง สี

ซีเกโนบุ โคบายาชิ (1990) นักจิตวิทยาที่ได้ศึกษาเรื่องสีที่สะท้อนบุคลิกภาพของสีที่มีต่อลักษณะอารมณ์และความรู้สึกที่มีผลต่อการออกแบบ และสรุปข้อมูลในหนังสือ Color Image Scale ที่เป็นที่ยอมรับทั้งในวงการการออกแบบและในการทำงานวิจัยด้านการออกแบบกราฟิก (รูปที่ 3)



รูปที่ 3 Color Image Scale
ที่มา: ดัดแปลงจาก Kobayashi (1990)

ทฤษฎีสเกลภาพ (World Image Scale) ของ ชิเกโนบุ โคบายาชิ (Shigenobu Kobayashi) คือ การจัดกลุ่มบุคลิกภาพในการออกแบบ โดยแบ่งตามสเกลของสีที่แสดงบุคลิกภาพตามคำศัพท์ที่สื่อความหมายด้านอารมณ์ความรู้สึก (รูปที่ 4) จากคำศัพท์หลักและคำศัพท์ย่อยรวมทั้งหมดจำนวน 180 คำ (นัดดาวิ บุญญะเดโช, 2561) คำศัพท์หลัก 13 คำ ประกอบด้วย 1) น่ารัก น่าเอ็นดู (Pretty) 2) ไม่เป็นทางการ (Casual) 3) มีพลัง (Dynamic) 4) หูหรา (Gorgeous) 5) ชวนฝัน (Romantic) 6) ธรรมชาติ (Natural) 7) สง่างาม (Elegant) 8) เก๋ ทันสมัย (Chic) 9) คลาสสิก (Classic) 10) โก้หรู (Dandy) 11) ชัดเจน เข้าใจง่าย (Clear) 12) ทันสมัยแบบไม่เป็นทางการ (Cool Casual) 13) สมัยใหม่ (Modern)



รูปที่ 4 ภาพปกนิตยสารที่ออกแบบโดยกำหนดบุคลิกภาพและการเลือกใช้สีที่ต่างกัน
ที่มา: Kinfolk (2021)

4. วิธีการวิจัย

4.1 รวบรวมและสรุปข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในงานวิจัยนี้ประกอบด้วย

4.1.1 บุคลิกภาพการออกแบบกราฟิกที่เหมาะสมตามจุดขายสินค้าสะดวกซื้อแต่ละแบบ (รูปที่ 2) ซึ่งแบ่งกลุ่มรูปแบบจุดขายไว้จำนวน 3 กลุ่ม คือ 1) จุดขายสินค้าที่นำเสนอคุณประโยชน์ด้านหน้าที่ประโยชน์ใช้สอย มี 10 จุดขาย 2) จุดขายสินค้าที่นำเสนอคุณประโยชน์ด้านอารมณ์ มี 7 จุดขาย และ 3) จุดขายสินค้าที่นำเสนอคุณประโยชน์ด้านการบ่งบอกถึงตัวตนของผู้บริโภค มี 3 จุดขาย ซึ่งจุดขายแต่ละรูปแบบ มีการกำหนดกลุ่มคำแสดงบุคลิกภาพทางการออกแบบกราฟิกไว้ทุกจุดขาย สามารถสรุปคำแสดงบุคลิกภาพที่ใช้ในงานวิจัยนี้จำนวน 8 คำหลัก ได้แก่ Clear, Natural, Modern, Dynamic, Classic, Elegant, Gorgeous และ Dandy

4.1.2 รายการสีจาก Color Image Scale เป็นสีที่แบ่งไว้ตามแสดงบุคลิกภาพ 13 คำ (รูปที่ 3) โดยเลือกสีทุกสีใน 8 คำหลัก ดังนี้ Clear 7 สี, Natural 16 สี, Modern 8 สี, Dynamic 7 สี, Classic 8 สี, Elegant 13 สี, Gorgeous 8 สี และ Dandy 8 สี

4.2 ออกแบบเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

แบบสอบถามที่ใช้การเก็บข้อมูลในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อคัดเลือกสีที่สะท้อนบุคลิกภาพแบบต่าง ๆ โดยสร้างจากข้อมูลผลวิจัยตามรูปที่ 2 นำมาตั้งเป็นคำถามประกอบกับตัวเลือกคำตอบที่เป็นรายการสีที่ตรงกับบุคลิกของแต่ละจุดขายผลิตภัณฑ์รูปแบบต่าง ๆ โดยเลือกสีจาก Color Image Scale ของ ชิเกโนบุ โคบายาชิ (รูปที่ 3) ผู้วิจัยได้ใช้โปรแกรมทางการออกแบบกราฟิกกำหนดค่าสีแต่ละสีเป็น CMYK โดยเทียบสีจากต้นฉบับ และตั้งชื่อกำกับ ซึ่งสรุปรายการสีทั้งหมดตามบุคลิกภาพการออกแบบ 8 รูปแบบ จากผลวิจัยในรูปที่ 2 มีดังนี้

- 1) บุคลิกภาพ ชัดเจน เข้าใจง่าย (Clear) มีจำนวนสี 7 สี ตั้งชื่อ CL-1 ถึง CL-7
- 2) บุคลิกภาพ ธรรมชาติ (Natural) มีจำนวนสี 16 สี ตั้งชื่อ NA-1 ถึง NA-16
- 3) บุคลิกภาพ สมัยใหม่ (Modern) มีจำนวนสี 8 สี ตั้งชื่อ MO-1 ถึง MO-8
- 4) บุคลิกภาพ มีพลัง (Dynamic) มีจำนวนสี 7 สี ตั้งชื่อ DY-1 ถึง DY-7
- 5) บุคลิกภาพ คลาสสิก (Classic) มีจำนวนสี 8 สี ตั้งชื่อ CLA-1 ถึง CLA-8
- 6) บุคลิกภาพ สง่างาม (Elegant) มีจำนวนสี 13 สี ตั้งชื่อ EL-1 ถึง EL-13
- 7) บุคลิกภาพ หูหรรษา (Gorgeous) มีจำนวนสี 8 สี ตั้งชื่อ GOR-1 ถึง GOR-8
- 8) บุคลิกภาพ โก้หรู (Dandy) มีจำนวนสี 8 สี ตั้งชื่อ DA-1 ถึง DA-8

4.3 การเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามส่งให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบกราฟิกที่มีประสบการณ์ในการทำงานตั้งแต่ 5 ปี ขึ้นไป จำนวน 9 คน ที่สามารถติดต่อได้และสมัครใจในการร่วมตอบคำถามวิจัยนี้เนื่องจากต้องใช้เวลาในการอธิบายวิธีการทำแบบสอบถาม วิธีการคือให้ผู้เชี่ยวชาญทำการพิจารณาเงื่อนไขเรื่องจุดขายและบุคลิกภาพกราฟิกของแต่ละจุดขาย แล้วเลือกสีที่สามารถแสดงออกถึงบุคลิกภาพทางการออกแบบกราฟิกที่เหมาะสมในการนำไปใช้เพื่อนำเสนอจุดขายผลิตภัณฑ์แต่ละแบบ จากนั้นนำมาสรุปรายการสีที่มีความเห็นจากผู้เชี่ยวชาญตรงกัน แล้วจึงนำไปวางลง Color Image Scale เพื่อใช้เป็นแนวทางการเลือกใช้สีเพื่อนำไปออกแบบกราฟิกต่อไป

5. ผลการวิจัย

ผลการวิจัยสรุป ตามลักษณะจุดขายสินค้า 3 ด้าน มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

5.1 รายการสีที่สะท้อนบุคลิกภาพการออกแบบกราฟิกเพื่อนำเสนอจุดขายด้านหน้าที่ประโยชน์ใช้สอย

พบว่า มี 4 บุคลิกภาพหลัก มีรายละเอียดดังนี้

5.1.1 บุคลิกภาพ ธรรมชาติ (Natural) ประกอบด้วยบุคลิกภาพย่อย คือ ความใกล้ชิดสนิทสนม (Intimate), สงบ เยือกเย็น (Tranquil), เรียบ ง่าย (Plain), เป็นประโยชน์ต่อสุขภาพ (Wholesome) และ ความสดใหม่ (Fresh)

5.1.2 บุคลิกภาพ ชัดเจน เข้าใจง่าย (Clear) ประกอบด้วยบุคลิกภาพย่อย คือ ประณีต (Neat), สะอาด (Clean) และ สดชื่น (Refreshing)

5.1.3 บุคลิกภาพ สมัยใหม่ (Modern) ประกอบด้วยบุคลิกภาพย่อย คือ เฉียบคม (Sharp), สมเหตุสมผล (Rational), ดูเป็นผู้ชาย หนักแน่น (Masculine) และ ดูแวววาว (Metallic)

5.1.4 บุคลิกภาพ มีพลัง (Dynamic) ประกอบด้วยบุคลิกภาพย่อย คือ มีชีวิตชีวา สดใส (Lively)

มีรายการสีตามตารางที่ 1

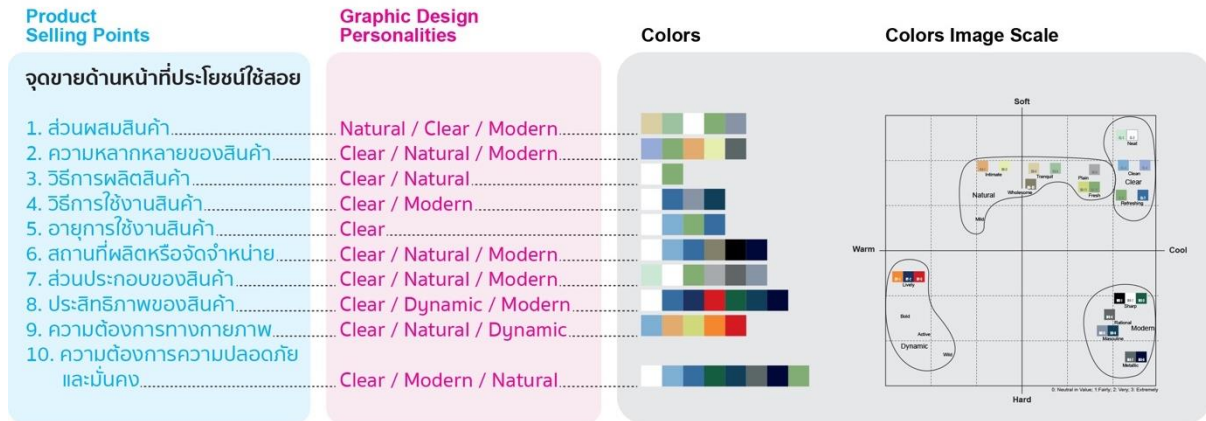
ตารางที่ 1 รายการสีที่สะท้อนบุคลิกภาพการออกแบบกราฟิกเพื่อนำเสนอจุดขายด้านหน้าที่ประโยชน์ใช้สอย

Product Selling Points	บุคลิกภาพหลัก	บุคลิกภาพย่อย	Color Code List			
1. ส่วนผสมสินค้า	Natural	Tranquil	CMYK 15 15 40 0 NA-4	CMYK 40 10 44 0 NA-6		
	Clear	Neat, Refreshing	CMYK 0 0 0 0 CL-2	CMYK 53 17 69 0 CL-6		
	Modern	Rational, Masculine	CMYK 0 0 0 0 MO-2	CMYK 48 35 23 5 MO-5		
2. ความหลากหลายของสินค้า	Clear	Clean, Refreshing	CMYK 40 27 0 0 CL-5	CMYK 53 17 69 0 CL-6		
	Natural	Intimate	CMYK 10 35 65 0 NA-1	CMYK 10 0 40 0 NA-3		
	Modern	Metallic	CMYK 89 43 45 30 MO-7			
3. วิธีการผลิตสินค้า	Clear	Clean	CMYK 0 0 0 0 CL-2			
	Natural	Fresh	CMYK 53 17 69 0 NA-12			
4. วิธีการใช้งานสินค้า	Clear	Neat, Refreshing	CMYK 0 0 0 0 CL-2	CMYK 84 58 17 0 CL-7		
	Modern	Sharp, Masculine	CMYK 0 0 0 0 MO-2	CMYK 48 35 23 5 MO-5	CMYK 95 70 40 34 MO-6	
5. อายุการใช้งานสินค้า	Clear	Neat, Clean, Refreshing	CMYK 0 0 0 0 CL-2	CMYK 50 20 7 0 CL-4	CMYK 53 17 69 0 CL-6	CMYK 84 58 17 0 CL-7

ตารางที่ 1 รายการสีที่สะท้อนบุคลิกภาพการออกแบบกราฟิกเพื่อนำเสนอจุดขายด้านหน้าที่ประโยชน์ใช้สอย (ต่อ)

Product Selling Points	บุคลิกภาพหลัก	บุคลิกภาพย่อย	Color Code List
6. สถานที่ผลิตหรือจัดจำหน่าย	Clear	Neat, Clean, Refreshing	CMYK 0 0 0 0 CL-2 CMYK 50 20 7 0 CL-4 CMYK 84 58 17 0 CL-7
	Natural	Wholesome	CMYK 42 36 55 20 NA-10
	Modern	Sharp, Masculine	CMYK 0 0 0 100 MO-1 CMYK 0 0 0 0 MO-2 CMYK 100 75 0 80 MO-8
7. ส่วนประกอบของสินค้า	Clear	Neat, Refreshing	CMYK 20 0 20 0 CL-1 CMYK 0 0 0 0 CL-2 CMYK 53 17 69 0 CL-6
	Natural	Plain	CMYK 0 0 0 40 NA-8
	Modern	Sharp, Rational, Masculine	CMYK 0 0 0 0 MO-2 CMYK 0 0 0 75 MO-4 CMYK 48 35 23 5 MO-5
8. ประสิทธิภาพของสินค้า	Clear	Neat, Refreshing	CMYK 0 0 0 0 CL-2 CMYK 84 58 17 0 CL-7
	Dynamic	Lively	CMYK 100 90 30 200 DY-2 CMYK 0 100 100 10 DY-3
	Modern	Sharp, Masculine, Metallic	CMYK 0 0 0 0 MO-2 CMYK 86 38 80 35 MO-3 CMYK 95 70 40 34 MO-6 CMYK 100 75 0 80 MO-8
9. ความต้องการทางกายภาพ	Clear	Clean	CMYK 50 20 7 0 CL-4
	Natural	Intimate, Fresh	CMYK 10 35 65 0 NA-1 CMYK 20 5 65 0 NA-11
	Dynamic	Lively	CMYK 0 58 92 0 DY-1 CMYK 0 100 100 10 DY-3
10. ความต้องการความปลอดภัยและมั่นคง	Clear	Neat, Clean, Refreshing	CMYK 0 0 0 0 CL-2 CMYK 50 20 7 0 CL-4 CMYK 84 58 17 0 CL-7
	Modern	Sharp, Masculine, Metallic	CMYK 0 0 0 0 MO-2 CMYK 86 38 80 35 MO-3 CMYK 95 70 40 34 MO-6 CMYK 100 75 0 80 MO-8
	Natural	Fresh	CMYK 53 17 69 0 NA-12

และเมื่อพิจารณา Color Image Scale ที่กำหนดสีโทนร้อนกับโทนเย็นตามแกนนอน และสีอ่อนกับสีเข้มตามแกนตั้ง พบว่า รายการสีในกลุ่มนี้เป็นสีอ่อนในโทนเย็นมากที่สุด (Natural and Clear Colors) รองลงมาคือสีเข้มในโทนเย็น (Modern Colors) และสีกลางในโทนร้อน (Dynamic Colors) ตามรูปที่ 5



รูปที่ 5 ผลวิจัยรายการสีที่สะท้อนบุคลิกภาพการออกแบบกราฟิกเพื่อนำเสนอจุดขาย 3 ด้านหน้าที่ประโยชน์ใช้สอย

5.2 รายการสีที่สะท้อนบุคลิกภาพการออกแบบกราฟิกเพื่อนำเสนอจุดขายด้านอารมณ์

พบว่า มี 7 บุคลิกภาพหลัก มีรายละเอียดดังนี้

5.2.1 บุคลิกภาพ ธรรมชาติ (Natural) ประกอบด้วยบุคลิกภาพย่อย คือ สงบ เยือกเย็น (Tranquil) และ อ่อนโยน (Mild)

5.2.2 บุคลิกภาพ ชัดเจน เข้าใจง่าย (Clear) ประกอบด้วยบุคลิกภาพย่อย คือ ประณีต (Neat), สะอาด (Clean) และ สดชื่น (Refreshing)

5.2.3 บุคลิกภาพ Modern ประกอบด้วยบุคลิกภาพย่อย คือ เฉียบคม (Sharp), ดูเป็นผู้ชาย หนักแน่น (Masculine) และ ดูแวววาว (Metallic)

5.2.4 บุคลิกภาพ มีพลัง (Dynamic) ประกอบด้วยบุคลิกภาพย่อย คือ มีชีวิตชีวา (Lively) และ กล้าหาญ (Bold)

5.2.5 บุคลิกภาพ สง่างาม (Elegant) ประกอบด้วยบุคลิกภาพย่อย คือ อารมณ์อ่อนไหว (Emotional), สงบ (Calm), งดงาม (Graceful), ตามสมัยนิยม (Fashionable) และ ถ่อมตัว (Modest)

5.2.6 บุคลิกภาพ หรรษา (Gorgeous) ประกอบด้วยบุคลิกภาพย่อย คือ มีเสน่ห์ (Alluring), หรรษา ดูแพง (Luxurious) และ สุขุม (Mellow)

5.2.7 บุคลิกภาพ คลาสสิก (Classic) ประกอบด้วยบุคลิกภาพย่อย คือ ประเพณีนิยม (Traditional), รายละเอียดละออ (Elaborate) และ หนักแน่น ลุ่มลึก (Heavy and Deep)

มีรายการสีตามตารางที่ 2

ตารางที่ 2 รายการสีที่สะท้อนบุคลิกภาพการออกแบบกราฟิกเพื่อนำเสนอจุดขายด้านอารมณ์

Product Selling Points	บุคลิกภาพหลัก	บุคลิกภาพย่อย	Color Code List
1. การใช้ชื่อผู้ก่อตั้ง	Classic	Traditional, Elaborate, Heavy and Deep	CMYK 50 70 80 75 CLA-2 CMYK 100 95 35 35 CLA-5 CMYK 30 75 80 40 CLA-7
	Elegant	Modest	CMYK 45 38 65 40 EL-12 CMYK 40 44 55 25 EL-13
	Clear	Neat	CMYK 0 0 0 0 CL-2
	Gorgeous	Alluring, Mellow	CMYK 29 77 60 30 GOR-2 CMYK 80 55 75 75 GOR-6

ตารางที่ 2 รายการสีที่สะท้อนบุคลิกภาพการออกแบบกราฟิกเพื่อนำเสนอจุดขายด้านอารมณ์ (ต่อ)

Product Selling Points	บุคลิกภาพหลัก	บุคลิกภาพย่อย	Color Code List
2. การแสดงความเป็นต้นตำรับ	Classic	Traditional, Heavy and Deep	CMYK 32 58 80 34 CLA-1 CMYK 30 75 80 40 CLA-7
	Natural	Mild	CMYK 50 50 60 20 NA-16
	Elegant	Emotional, Fashionable, Modest	CMYK 15 20 25 0 EL-4 CMYK 55 35 37 15 EL-10 CMYK 45 38 65 40 EL-12 CMYK 40 44 55 25 EL-13
3. แสดงปีที่ก่อตั้ง	Classic	Traditional, Elaborate, Heavy and Deep	CMYK 32 58 80 34 CLA-1 CMYK 47 43 77 35 CLA-4 CMYK 0 0 0 100 CLA-6 CMYK 30 75 80 40 CLA-7
	Elegant	Fashionable, Calm	CMYK 0 0 0 40 EL-9 CMYK 34 47 58 25 EL-11
	Gorgeous	Luxurious	CMYK 50 70 80 70 GOR-8
4. การอ้างจำนวนผู้ใช้งานที่สุดหรือเป็นที่นิยม	Clear	Refreshing	CMYK 84 58 17 0 CL-7
	Modern	Sharp, Masculine, Metallic	CMYK 86 38 80 35 MO-3 CMYK 95 70 40 34 MO-6 CMYK 100 75 0 80 MO-8
	Dynamic	Lively	CMYK 0 58 92 0 DY-1 CMYK 0 100 100 10 DY-3
5. ใช้การสร้างตัวตัวละครหรือตัวการ์ตูน	Modern	Sharp, Masculine, Metallic	CMYK 86 38 80 35 MO-3 CMYK 95 70 40 34 MO-6 CMYK 100 75 0 80 MO-8
	Clear	Refreshing	CMYK 53 17 69 0 CL-6 CMYK 84 58 17 0 CL-7
	Dynamic	Lively, Bold	CMYK 0 100 100 10 DY-3 CMYK 0 15 90 0 DY-4
6. บอกรูปแบบการใช้สินค้า	Clear	Neat, Clean, Refreshing	CMYK 0 0 0 0 CL-2 CMYK 40 27 0 0 CL-5 CMYK 84 58 17 0 CL-7
	Modern	Sharp, Masculine	CMYK 0 0 0 100 MO-1 CMYK 0 0 0 0 MO-2 CMYK 48 35 23 5 MO-5
7. ความต้องการการยอมรับและความรัก	Natural	Tranquil, Mild	CMYK 40 10 44 0 NA-6 CMYK 10 15 15 0 NA-14 CMYK 15 40 61 0 NA-15
	Elegant	Graceful	CMYK 30 50 35 0 EL-7

และเมื่อพิจารณา Color Image Scale ที่กำหนดสีโทนร้อนกับโทนเย็นตามแกนนอน และสีอ่อนกับสีเข้มตามแกนตั้ง พบว่า รายการสีในกลุ่มนี้เป็นสีเข้มในโทนร้อนมากที่สุด (Dynamic, Gorgeous and Classic Colors) รองลงมาคือสีอ่อนในโทนร้อน (Natural and Clear Colors) สีกลางโทนกลาง (Elegant Colors) และสีเข้มในโทนเย็น (Modern Colors) ตามรูปที่ 6



รูปที่ 6 ผลวิจัยรายการสีที่สะท้อนบุคลิกภาพการออกแบบกราฟิกเพื่อนำเสนอจุดขายด้านอารมณ์

5.3 รายการสีที่สะท้อนบุคลิกภาพการออกแบบกราฟิกเพื่อนำเสนอจุดขายด้านการบ่งบอกถึงตัวตนของผู้บริโภค

พบว่า มี 6 บุคลิกภาพหลัก มีรายละเอียดดังนี้

5.3.1 บุคลิกภาพ ชัดเจน เข้าใจง่าย (Clear) ประกอบด้วยบุคลิกภาพย่อย คือ สะอาด (Clean) และ สดชื่น (Refreshing)

5.3.2 บุคลิกภาพ สมัยใหม่ (Modern) ประกอบด้วยบุคลิกภาพย่อย คือ ดูเป็นผู้ชาย หนักแน่น (Masculine)

5.3.3 บุคลิกภาพ สง่างาม (Elegant) ประกอบด้วยบุคลิกภาพย่อย คือ ละเอียดอ่อน (Delicate), อารมณ์อ่อนไหว (Emotional) และ ตามสมัยนิยม (Fashionable)

5.3.4 บุคลิกภาพ หรรษา (Gorgeous) ประกอบด้วยบุคลิกภาพย่อย คือ มีเสน่ห์ (Alluring), พุ่มเพื่อย (Extravagant) และ สุขุม (Mellow)

5.3.5 บุคลิกภาพ คลาสสิก (Classic) ประกอบด้วยบุคลิกภาพย่อย คือ หนักแน่น ลุ่มลึก (Heavy and Deep)

5.3.6 บุคลิกภาพ โก้หรู (Dandy) ประกอบด้วยบุคลิกภาพย่อย คือ กระฉับกระเฉง (Dapper)
มีรายการสีตามตารางที่ 3

ตารางที่ 3 รายการสีที่สะท้อนบุคลิกภาพการออกแบบกราฟิกเพื่อนำเสนอจุดขายด้านการบ่งบอกถึงตัวตนของผู้บริโภค

Product Selling Points	บุคลิกภาพหลัก	บุคลิกภาพย่อย	Color Code List
1. การใช้ผู้มีชื่อเสียงมานำเสนอ	Elegant	Delicate, Emotional	CMYK 55 42 15 0 EL-3
	Gorgeous	Alluring, Extravagant	CMYK 29 50 28 0 GOR-1
	Clear	Clean, Refreshing	CMYK 40 27 0 0 CL-5
2. การแสดงว่าผู้ใช้เป็นผู้มีอภิสิทธิ์	Elegant	Fashionable	CMYK 55 35 37 15 EL-10
	Gorgeous	Alluring, Extravagant, Mellow	CMYK 29 77 60 30 GOR-2
	Dandy	Dapper	CMYK 100 75 0 65 DA-6
3. การแสดงภาพลักษณ์ของตราสินค้า	Classic	Heavy and Deep	CMYK 0 0 0 100 CLA-6
	Modern	Masculine	CMYK 48 35 23 5 MO-5

และเมื่อพิจารณา Color Image Scale ที่กำหนดสีโทนร้อนกับโทนเย็นตามแกนนอน และสีอ่อนกับสีเข้มตามแกนตั้ง พบว่า รายการสีในกลุ่มนี้เป็นสีเข้มในโทนกลางมากที่สุด (Gorgeous, Dandy and Classic Colors) รองลงมาคือสีกลางในโทนกลาง (Elegant Colors) สีอ่อนในโทนเย็น (Clear Colors) และสีเข้มในโทนเย็น (Modern Colors) ตามรูปที่ 7



รูปที่ 7 ผลวิจัยรายการสีที่สะท้อนบุคลิกภาพการออกแบบกราฟิกเพื่อนำเสนอจุดขายด้านการบ่งบอกถึงตัวตนของผู้บริโภค

6. การอภิปรายผล สรุป และข้อเสนอแนะ

6.1 การอภิปรายผล

ในการออกแบบกราฟิกมีการกำหนดโจทย์ของการออกแบบ (Design Brief) ซึ่งเป็นเครื่องมือที่เข้ามาช่วยเรื่องของการสื่อสารระหว่างนักออกแบบกราฟิกและผู้ประกอบการหรือเจ้าของโครงการออกแบบนั้นเพื่อให้เข้าใจทิศทางของผลงานที่ออกมาตรงกัน อีกทั้งยังเป็นเครื่องมือในการตรวจสอบผลงานแต่ละชิ้นว่าตอบโจทย์ที่ตั้งไว้หรือไม่ (พงศธร เลื่อยดออ่อน, 2561) และบุคลิกภาพทางการออกแบบเป็นหนึ่งในหลายส่วนที่ต้องกำหนดให้สอดคล้องกับแนวคิดที่เป็นจุดขาย (รูปที่ 8)



รูปที่ 8 แนวคิดในการเขียนโจทย์ทางการออกแบบกราฟิก

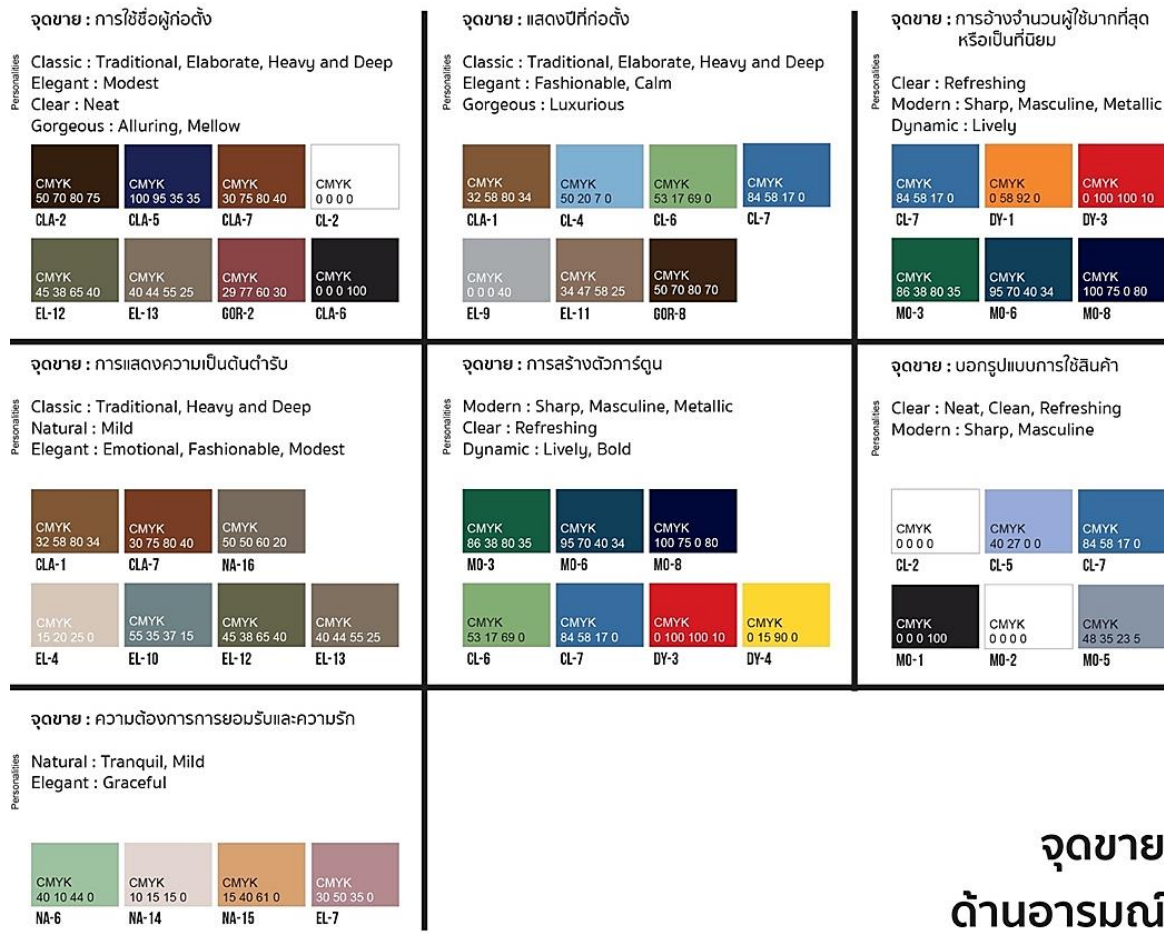
วัตถุประสงค์ของงานวิจัยนี้คือการค้นหาสีที่สะท้อนบุคลิกภาพทางการออกแบบกราฟิกที่ใช้เพื่อการนำเสนอจุดขายของผลิตภัณฑ์แต่ละรูปแบบและวิเคราะห์ตาม Color Image Scale สรุปได้ดังนี้

1) รายการสีที่สะท้อนบุคลิกภาพทางการออกแบบกราฟิกที่ใช้เพื่อการนำเสนอจุดขายสินค้าด้านหน้าที่ประโยชน์ใช้สอยมีจำนวน 25 สี ประกอบด้วยสี Natural 8 สี Clear 6 สี Modern 8 สี และ Dynamic 3 สี และภาพรวมของรายการสีทั้งหมดในกลุ่มนี้เป็นสีอ่อนในโทนเย็นมากที่สุด (Natural and Clear Colors) รองลงมาคือสีเข้มในโทนเย็น (Modern Colors) และสีกลางในโทนร้อน (Dynamic Colors) และเมื่อพิจารณาความต่าง (Contrast) ของสีในแต่ละแกนและน้ำหนัก (Value) ของสี พบว่า รายการสีที่สะท้อนบุคลิกภาพหลักส่วนใหญ่มีความต่างสูง คือ มีสีโทนร้อนอยู่ชายสุดของแกน มีสีโทนเย็นอยู่ขวาสุดของแกน มีสีอ่อนอยู่เกือบบนสุดของแกน และมีสีเข้มอยู่เกือบล่างสุดของแกน มีแนวทางการนำรายการสีไปใช้ในการออกแบบกราฟิกตามรูปที่ 9

จุดขาย : ส่วนผสมสินค้า Personalities Natural : Tranquil Clear : Neat, Refreshing Modern : Rational, Masculine 	จุดขาย : ส่วนประกอบของสินค้า Personalities Clear : Neat, Refreshing Natural : Plain Modern : Sharp, Rational, Masculine 	จุดขาย : วิธีการใช้งานสินค้า Personalities Clear : Neat, Refreshing Modern : Sharp, Masculine 	จุดขาย : ความหลากหลายของสินค้า Personalities Clear : Clean, Refreshing Natural : Intimate Modern : Metallic
จุดขาย : สถานที่ผลิตหรือจัดจำหน่าย Personalities Clear : Neat, Clean, Refreshing Natural : Wholesome Modern : Sharp, Masculine 	จุดขาย : ความต้องการความปลอดภัยและมั่นคง Personalities Clear : Neat, Clean, Refreshing Modern : Sharp, Masculine, Metallic Natural : Fresh 	จุดขาย : ประสิทธิภาพของสินค้า Personalities Clear : Neat, Refreshing Dynamic : Lively Modern : Sharp, Masculine, Metallic 	จุดขาย : ความต้องการทางกายภาพ Personalities Clear : Clean Natural : Intimate, Fresh Dynamic : Lively
จุดขาย : อายุการใช้งานสินค้า Personalities Clear : Neat, Clean, Refreshing 	จุดขาย : วิธีการผลิตสินค้า Personalities Clear : Clean, Refreshing Natural : Intimate 	จุดขาย ด้านหน้าที่ประโยชน์ใช้สอย	

รูปที่ 9 แนวคิดในการเขียนโจทย์ทางการออกแบบกราฟิก

2) รายการสีที่สะท้อนบุคลิกภาพทางการออกแบบกราฟิกที่ใช้เพื่อการนำเสนอจุดขายสินค้าด้านอารมณ์มีจำนวน 32 สี ประกอบด้วยสี Natural 4 สี Clear 4 สี Elegant 6 สี Dynamic 3 สี Gorgeous 3 สี Classic 6 สี และ Modern 6 สี และภาพรวมของรายการสีทั้งหมดในกลุ่มนี้เป็นสีเข้มในโทนร้อนมากที่สุด (Dynamic, Gorgeous, and Classic Colors) รองลงมาคือสีอ่อนในโทนร้อน (Natural and Clear Colors) สีกลางโทนกลาง (Elegant Colors) และสีเข้มในโทนเย็น (Modern Colors) และเมื่อพิจารณาความต่าง (Contrast) ของสีในแต่ละแกนและน้ำหนัก (Value) ของสี พบว่า รายการสีที่สะท้อนบุคลิกภาพหลักส่วนใหญ่มีความต่างน้อยและส่วนมากเป็นโทนสีเข้มไม่สดใส มีแนวทางการนำรายการสีไปใช้ในการออกแบบกราฟิกตามรูปที่ 10



จุดขาย ด้านอารมณ์

รูปที่ 10 แนวคิดในการเขียนโจทย์ทางการออกแบบกราฟิก

3) รายการสีที่สะท้อนบุคลิกภาพทางการออกแบบกราฟิกที่ใช้เพื่อการนำเสนอจุดขายสินค้าด้านการบ่งบอกถึงตัวตนของผู้บริโภคมีจำนวน 14 สี ประกอบด้วยสี Clear 2 สี Elegant 4 สี Gorgeous 4 สี Classic 1 สี Dandy 1 สี และ Modern 2 สี และภาพรวมของรายการสีทั้งหมดในกลุ่มนี้เป็นสีเข้มในโทนกลางมากที่สุด (Gorgeous, Dandy, and Classic Colors) รองลงมาคือสีกลางในโทนกลาง (Elegant Colors) สีอ่อนในโทนเย็น (Clear Colors) และสีเข้มในโทนเย็น (Modern Colors) และเมื่อพิจารณาความต่าง (Contrast) ของสีในแต่ละแกนและน้ำหนัก (Value) ของสี พบว่า รายการสีที่สะท้อนบุคลิกภาพหลักส่วนใหญ่มีความต่างก็น้อยมากและเป็นสีที่ไม่สดใส มีแนวทางการนำรายการสีไปใช้ในการออกแบบกราฟิกตามรูปที่ 11



รูปที่ 11 แนวคิดในการเขียนโจทย์ทางการออกแบบกราฟิก

สี เป็นสิ่งที่คิดควบคู่ไปพร้อมกับบุคลิกภาพทางการออกแบบกราฟิกเสมอเนื่องจากสีเป็นสิ่งที่เราให้ผู้มองเห็นสิ่งนั้นก่อน และจำแนกเรื่องราวตามเนื้อหาที่ต้องการสื่อ โดยในเนื้อหาที่ต่างกันจะนำเสนอด้วยบุคลิกภาพที่ต่างกันเป็นผลทำให้สีที่นำมาใช้ต่างกันด้วย สอดคล้องกับบทความวิจัยของ พรวิจิต แก้วชูศรี และอารยะ ศรีภักย์ณบุตร (2560) สรุปไว้ว่า การใช้สีในงานออกแบบกราฟิกทางดนตรีร็อคในแต่ละยุคคนั้นต่างกัน และผู้บริโภคมีมุมมองต่อสีต่างกันตามสินค้าแต่ละประเภท (Grossman and Wisenbily, 1999 อ้างถึงใน ทิตยา ตันเจริญ และธাত্রี ใต้ฟ้าพล, 2561) ในงานวิจัยของ Cigic and Bugarski (2010) ได้ทำการศึกษาความแตกต่างในลักษณะบุคลิกภาพของอาสาสมัครที่จัดกลุ่มตามเกณฑ์ความชอบสี พบว่า มีความแตกต่างทางบุคลิกภาพระหว่างผู้ที่ชอบสีเข้ม (น้ำตาล เทา และดำ) และสีสว่าง (แดง เหลือง) รวมถึงพฤติกรรมของบุคคลที่เป็นคนเก็บตัวทางสังคมชอบสีเข้มมากกว่าสีที่สดใส จากผลวิจัยนี้สามารถเป็นแนวทางสนับสนุนในการศึกษาเรื่องรายการสีที่สะท้อนบุคลิกภาพตราสินค้ารูปแบบต่าง ๆ ได้ในอนาคต ด้วยแนวคิดที่ว่า “บุคลิกภาพตราสินค้า เป็นสิ่งที่ช่วยสนับสนุนให้ผู้บริโภครู้สึกว่าการแบรนด์หรือสินค้านั้นเหมาะสมสำหรับตนเอง (ธีรธร อุณาพรหม, 2555) นอกจากนี้ สืบบรรจักษ์ยังใช้สื่อรสชาติขนมขบเคี้ยว เช่น สีแดงสดสีออรสเผ็ด สีชมพูสีออรสหวาน สีเหลืองอมเขียวสีออรสเปรี้ยว (มหิศรา อรุณสวัสดิ์, 2545)

6.2 ข้อเสนอแนะ

ผลวิจัยนี้เป็นการคัดกรองรายการสีที่มีจำนวนมากที่ไม่เหมาะสมกับการนำมาใช้ออกไป และเหลือเฉพาะสีที่มีประสิทธิภาพที่สะท้อนบุคลิกภาพในการออกแบบกราฟิกที่ต่างกันเพื่อให้นำเสนอจุดขายที่ต่างกัน ช่วยให้นักออกแบบกราฟิกสามารถเลือกใช้สีที่เหมาะสมได้อย่างรวดเร็ว รายการสีที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้เป็นการลดรายการสีที่ไม่จำเป็นออกจำนวนหนึ่งเพื่อที่นักออกแบบสามารถเลือกใช้เฉพาะเจาะจงกับจุดขายสินค้าและบุคลิกภาพ ซึ่งเป็นรายการสีที่มีความน่าจะเป็นในการสื่อสารทั้งสองประเด็นอย่างมีประสิทธิภาพ รายการสีที่เลือกใช้นั้นเป็นองค์ประกอบย่อย ๆ ที่นักออกแบบกราฟิกต้องนำไปสร้างสรรค์ต่อได้หลากหลายวิธีการเพื่อทำให้ผลงานเกิดความแตกต่างกัน เช่น การปรับน้ำหนักของสี (Values) โดยการทำให้สีนั้น ๆ อ่อนลง หรือเข้มขึ้น การจับคู่สี การใช้ความต่างของสี การเน้น รวมถึงการปรับสัดส่วนในการใช้สีแต่ละสี เหล่านี้ เป็นสิ่งเพิ่มเติมที่นักออกแบบสามารถนำรายการสีที่ถูกจำกัดให้ลดลงไปใช้ต่อได้หลากหลาย

อุปสรรคในการเก็บข้อมูลนี้คือสถานการณ์ Covid-19 ที่ทำให้ไม่สามารถเก็บข้อมูลแบบเผชิญหน้า (face-to-face) ได้ ผู้เขียนใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ในการติดต่อผู้เชี่ยวชาญ และไม่ได้กำหนดประเภทของอุปกรณ์ที่ใช้สำหรับเก็บข้อมูลออนไลน์ เช่น มือถือ แท็บเล็ต หรือคอมพิวเตอร์ จึงอาจจะมีความคลาดเคลื่อนในเรื่องของค่าสีที่ปรากฏในหน้าจออุปกรณ์ของผู้เชี่ยวชาญได้ ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต ควรนำผลวิจัยนี้ไปให้นักออกแบบกราฟิกทดลองใช้งานและประเมินผลจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อทดสอบประสิทธิภาพของผลงานวิจัย

เอกสารอ้างอิง

- ทิตยา ตันเจริญ และธাত্রี ใต้ฟ้าพล. (2561). อิทธิพลของสีบรรจุภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อข้าวกล่องพร้อมรับประทาน. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศิลป์ สาขาวิชาศิลปศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย).
- ธีรธร อุณาพรหม. (2555). ความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อของลูกค้า ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาเทพสถิต จ.ชัยภูมิ. (รายงานการศึกษาอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยขอนแก่น).
- นฤพนธ์ คมสัน. (2555). การออกแบบเรขศิลป์สำหรับค่ายมวยไทยฟิตเนส. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศิลป์ สาขาวิชา นฤมิตศิลป์ ภาควิชา นฤมิตศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย).
- นัตดาวดี บุญญะเดโช. (2561). ข้อเสนอแนะเรขศิลป์สัญลักษณ์เพื่อภูมิทัศน์เมืองญี่ปุ่น. วารสารสถาบันวัฒนธรรมและศิลปะ. 20(1), 24-35.
- พงศธร ละเอียดอ่อน. (2561). Design Brief เข้าใจเครื่องมือสื่อสารระหว่างผู้ประกอบการถึงนักออกแบบ. เข้าถึงได้จาก: <https://web.tcdc.or.th/th/Articles/Detail/design-brief-เข้าใจเครื่องมือสื่อสารระหว่างผู้ประกอบการถึงนักออกแบบ>.
- พรวิจิต แก้วชูศรี และอารยะ ศรีภักย์ณบุตร. (2560). การออกแบบเรขศิลป์สำหรับวงดนตรีร็อคของไทยโดยใช้แนวคิดหลังสมัยใหม่. วารสารศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 3(2), 49-60.
- มหิศรา อรุณสวัสดิ์. (2545). การใช้สีบนบรรจุภัณฑ์เพื่อสื่อรสชาติอาหารขบเคี้ยววัยรุ่น. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศิลป์ สาขาวิชา นฤมิตศิลป์ ภาควิชา นฤมิตศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย).

- ศรัณยู ลอพันธุ์ไพบูลย์. (2555). การออกแบบเรขศิลป์สิ่งพิมพ์โฆษณาสำหรับคอนโดมิเนียมเพื่อการอยู่อาศัย. (วิทยานิพนธ์
ปริญญาโทบริหารศิลป์ สาขาวิชานฤมิตรศิลป์ ภาควิชาการนฤมิตรศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย).
- อารยะ ศรีกัลยาณบุตร. (2550). การออกแบบสิ่งพิมพ์. กรุงเทพฯ: วิสคอมเซ็นเตอร์.
- Cigic, D. and Bugarski, V. (2010). **Personality Traits and Colour Preferences**. Retrieved from:
https://www.researchgate.net/publication/49595886_Personality_Traits_and_Colour_Preferences.
- Cunningham, M. K. (2017). The value of color research in brand strategy. **Open Journal of Social Sciences**. 5(12), 186-196.
- Kobayashi, S. (1990). **Color Image Scale**. Tokyo: Kodansha Ltd.
- Nelson, R. P. (1994). **The design of advertising**. Dubuque, IA: WCB Brown & Benchmark.
- Pensatorn, W. (2016). The Use of Advertising Message Principle for The Convenience Goods that Target to Older Consumers. In **8th World Conference on Educational Sciences (WCES-2016)**. (pp. 260-266)
- Rider, R. (2009). **Color Psychology and Graphic Design Applications**. (Senior Honors Thesis, Major in Visual Communication Arts, School of Communication, Liberty University).

การสร้างมายาคติการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ที่ซ่อนเร้นในสื่อบันเทิง

Construction of Underlying Myths of Tourism Inspired by Movies in Entertainment Media

ชนะใจ ต้นไทรทอง¹ สันติธร ภูริภักดี²

Chanajai Tonsaithong¹ Santidhorn Pooripakdee²

Received: 22/07/2021

Revised: 14/09/2021

Accepted: 15/11/2021

บทคัดย่อ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยมีความสำคัญต่อประเทศเป็นอย่างมาก เนื่องจากสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศเป็นอันดับต้น ๆ การท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ถือเป็นปรากฏการณ์การท่องเที่ยวยุคหลังสมัยใหม่ที่มีมาอย่างต่อเนื่อง บทความวิชาการนี้ มุ่งเน้นความสำคัญของการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ และการโฆษณาแหล่งท่องเที่ยวที่ซ่อนเร้นในสื่อบันเทิง เพื่อนำเสนอมุมมองการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ในแง่ของจุดเด่น จุดอ่อน โอกาส และความท้าทายของการส่งเสริมการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ในประเทศไทย การโฆษณาสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่แสดงผ่านสถานที่ถ่ายทำองค์ประกอบการทำภาพยนตร์ เพื่อเป็นที่ยอมรับในนานาประเทศ อีกทั้งเทคโนโลยี และนวัตกรรมปัจจุบันเข้าถึงแหล่งข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวที่การซ่อนเร้นในสื่อบันเทิงได้อย่างสะดวก จึงเกิดการกระตุ้น และสร้างแรงจูงใจให้ผู้รับสื่อออกเดินทางท่องเที่ยวตามรอยสื่อบันเทิง วิธีการศึกษาด้วยการดำเนินการวิจัยเอกสาร (Documentary Research) วิเคราะห์ และสังเคราะห์บทความวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศ นำผลการวิเคราะห์เพื่อเสนอแนะการใช้โอกาสลดจุดอ่อนถือเป็นความท้าทายของการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ในประเทศไทยที่ต้องประสบปัญหา และการหาแนวทางการแก้ไข อาทิ การประสานงานระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน การสนับสนุนงบประมาณจากภาครัฐ กลยุทธ์การเลือกสถานที่ถ่ายทำ ความพร้อมในการรับมือนักท่องเที่ยว การดูแลรักษาและคงไว้ซึ่งสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์ การสื่อสารที่สร้างภาพลักษณ์ของสถานที่ถ่ายทำ และการไม่ประสบความสำเร็จของภาพยนตร์เรื่องนั้น อย่างไรก็ตามภาพยนตร์ยังคงเป็นเครื่องมือสำคัญในการแฝงการโฆษณาแหล่งท่องเที่ยวไปพร้อม ๆ กับการกระตุ้นแรงจูงใจในการท่องเที่ยวตามภาพยนตร์ที่มีบทบาทในการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศไปพร้อมกับนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่

คำสำคัญ: ท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ แรงจูงใจเที่ยวตามรอย โอกาส ความท้าทาย

Abstract

Tourism industry is essential in Thailand because it brings a great deal of national income. Moreover, tourism inspired by movies has been a recent and continuous phenomenon. This academic article aims to accentuate the importance of travels inspired by films and advertisements of tourist travels inspired by movies in terms of its advantages, disadvantages, opportunities and challenges in Thailand. Filming elements that are internationally acknowledged, together with technological advances and innovations in accessing information about tourist attractions are underlying tools in entertainment media to be used for stimulating and motivating media consumers to travel with inspirations from such entertainment media. The research methodology used to conduct this study was documentary research to analyze and synthesize relevant

¹สาขาการจัดการท่องเที่ยวโรงแรมและอีเวนต์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

Educational Administration, Faculty of Tourism, Hotel and Event Management, Silpakorn University

²คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร, Faculty of Management Science, Silpakorn University

ผู้สนับสนุนประสานงาน อีเมล: jaew.joy@gmail.com

research articles published both domestically and internationally. The results were used to present analysis which portray positive viewpoints towards travel inspired by films while using this opportunity to reduce disadvantages of local tourism with difficulties that need solutions such as cooperation between government agencies and private sectors, financial support from government agencies, strategies in selecting filming locations, maintenance of filming locations, readiness for handling tourists, communication to portray positive image of filming locations, and financial failure of a film. However, motion pictures are a crucial tool for tie-in advertisements while simultaneously motivating viewers to travel. This will in turn increase the number of tourists with cultural interests and ecological interests along with new groups of tourists.

Keywords: Film Tourism, Travel Motivations, Opportunities, Challenges

1. บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยมีความสำคัญต่อประเทศเป็นอย่างมาก เนื่องจากสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศเป็นอันดับต้น ๆ อย่างต่อเนื่องโดยรายได้จากการท่องเที่ยวก่อนเกิดสถานการณ์การระบาดของโรคโควิด-19 สูงถึง 3 ล้านล้านบาท (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (a), 2564) คิดเป็น 20% ของรายได้มวลรวมของประเทศไทย (GDP) การท่องเที่ยวไทยในปัจจุบันมีการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาตามสถานการณ์ทั้งการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม รวมถึงเหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้ คือ การระบาดของโรคโควิด-19 ซึ่งส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวลดลงถึง 83% ในปี 2563 มูลค่าความเสียหายจากการสูญเสียรายได้มหาศาล (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (b), 2564) และยังส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ก่อให้เกิดนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มที่มีแนวโน้มความสนใจท่องเที่ยวตามความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism) เช่น กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงศาสนา กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงอาหาร กลุ่มนักท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ ฯลฯ โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาครัฐได้กำหนดให้กลุ่มนักท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์หมายถึงการท่องเที่ยวตามรอยสถานที่ถ่ายทำจากสื่อบันเทิงอื่น ๆ ได้แก่ ละคร ซีรีส์ ฯลฯ ให้เป็นกลุ่มที่ต้องส่งเสริมอย่างจริงจังและต่อเนื่องในการวางแผนกำหนดนโยบายของกรมการท่องเที่ยว (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (c), 2564)

การท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์เคยเกิดขึ้นในประเทศไทยเมื่อภาพยนตร์เรื่อง “เจมส์บอนด์” ตอนเพชฌฆาตปืนทอง (James Bond 007 The Man with the Golden Gun, 1974) ประสบความสำเร็จจากภาพยนตร์เรื่องนี้ถ่ายทำที่ “เขาตลับ” (เกาะตลับ) ในอุทยานแห่งชาติอ่าวพังงา จังหวัดพังงา ทีมสร้างภาพยนตร์ได้ค้นหาทะเลที่มีความสวยงามในเชิงนิเวศซึ่งเป็นจุดสำคัญที่ส่งผลให้ชาวต่างชาติชื่นชอบสถานที่ท่องเที่ยวและภาพลักษณ์ของประเทศไทยเพิ่มมากขึ้นในหลายปีต่อมาการท่องเที่ยวประเทศไทยตามรอยภาพยนตร์ประสบความสำเร็จอีกครั้งจากภาพยนตร์เรื่อง “เดอะบีช” (The Beach) (2543) เกาะภูเก็ตและเกาะพีพีเป็นสถานที่ถ่ายทำหลักของเรื่องส่งผลให้นักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้นถึง 22% (Juskelyte, 2016) ถึงกับเปรียบเทียบอ่าวมาหยาในภาพยนตร์เรื่องดังกล่าวว่าเป็นสวรรค์บนดิน (Rattanaphinanchai & Rittichaiuwat, 2018) ปรากฏการณ์การท่องเที่ยวประเทศไทยตามรอยภาพยนตร์ไม่ได้เกิดขึ้นกับชาวตะวันตกเท่านั้น อัตราการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวจีนในจังหวัดเชียงใหม่ก็เพิ่มสูงขึ้นถึง 60% จากการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์เรื่อง Lost in Thailand (Du & Pan, 2019) ทั้งหมดนี้ถือว่าเป็นตัวอย่างความสำเร็จของการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ หากมองใน มุมของนักท่องเที่ยวชาวไทยเองการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่ประสบความสำเร็จอย่างมากในประเทศไทยจนถือว่าเป็นปรากฏการณ์คือ “ปรากฏการณ์อ้อเจ้า” ซึ่งเป็นปรากฏการณ์การท่องเที่ยวตามรอยละคร บุพเพสันนิวาสที่ออกอากาศโทรทัศน์ทางไทยทีวีสีช่อง 3 (2561) ส่งผลให้การท่องเที่ยวจังหวัดอยุธยาเติบโตอย่างมาก (ตรีวิวัฒน์ มีสมศักดิ์, 2563) จากภาพความสำเร็จที่ผ่านมาทั้งภาครัฐและภาคเอกชนจึงให้ความสำคัญกับนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์โดยภาครัฐพยายามวางแนวทางส่งเสริมให้ผู้สร้างภาพยนตร์ต่างประเทศเข้ามาถ่ายทำในประเทศไทยเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวและภาพลักษณ์ของประเทศไทย ขณะเดียวกันภาครัฐและเอกชนพยายามถอดบทเรียนความสำเร็จของภาพยนตร์ต่างประเทศโดยเฉพาะภาพยนตร์ของประเทศเกาหลีใต้ในเรื่องการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ซึ่งรัฐบาลเกาหลีใต้วางแผนร่วมกับภาคเอกชนอย่างจริงจังในการเผยแพร่วัฒนธรรมข้ามชาติจนเกิดปรากฏการณ์ที่เรียกว่า “Korean Wave” กระจายไปทั่วโลกนั้นหมายถึงการขยายตัวของวัฒนธรรมเกาหลีใต้สู่ชาติอื่น ๆ ตัวอย่างเช่น ภาพยนตร์เรื่องชนชั้นปรสิต (Parasite) (พ.ศ. 2562) ที่ได้รับรางวัลออสการ์ สาขาภาพยนตร์ยอดเยี่ยมและความสำเร็จของวง

ดนตรีชื่อ BTS กับความโด่งดังขึ้นอันดับ 1 บนชาร์ต Billboard 200 ในสหรัฐอเมริกา (2563) ปรากฏการณ์ดังกล่าวนำไปสู่การท่องเที่ยวเกาหลีใต้ที่เติบโตแบบก้าวกระโดด (Phomsiri, 2015; Yen & Teng, 2015; Teng & Chen, 2020)

นักวิจัยหลายท่าน (Azcue, 2021; Lopukhova, 2015; Hudson & Ritchie, 2006) ชี้ให้เห็นว่า นอกจากประเทศทางภูมิภาคเอเชียแล้ว ประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกได้พยายามส่งเสริมและนำเสนอแนวทางการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ให้เป็นรูปธรรมชัดเจนเนื่องด้วยสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์สามารถเพิ่มคุณค่าตราสินค้า (Branding) ให้กับสถานที่ท่องเที่ยวและวางตำแหน่งภาพลักษณ์ให้กับประเทศ (Product Place) ดังนั้นการส่งเสริมการตลาดสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์จึงมีความสำคัญกับตลาดการท่องเที่ยวทั่วโลกแม้เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มเฉพาะแต่เต็มไปด้วยศักยภาพในการท่องเที่ยว (Hudson & Ritchie, 2006; Juskelyte, 2016)

ผู้ศึกษาจึงมุ่งเน้นศึกษาและนำเสนอให้เห็นถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์โดยคำว่า “ภาพยนตร์” ในบทความนี้หมายถึงสื่อบันเทิงอื่น ๆ เช่น ละครหรือซีรีส์ เพื่อเสนอมุมมองการท่องเที่ยวตามรอยสื่อบันเทิงเหล่านี้และเห็นถึงการโฆษณาแฝงสถานที่ท่องเที่ยวในเนื้อเรื่องที่สามารสร้างแรงผลักดันการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ได้ นอกจากนี้การส่งเสริมการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ในเชิงรุก คือ การโฆษณาประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวผ่านสื่อภาพยนตร์เพื่อกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยว โดยกล่าวถึงโอกาสและความท้าทายของการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ตั้งแต่กระบวนการต้นน้ำคือระยะเริ่มต้นก่อนการถ่ายทำ การเตรียมสถานที่ถ่ายทำ การขอความร่วมมือประสานความร่วมมือของผู้ที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ จนถึงกระบวนการปลายน้ำ และการให้ความสำคัญกับการวางแผนเชิงรับด้วยการเตรียมความพร้อมของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการรองรับนักท่องเที่ยวเพื่อให้การท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวนั้นบรรลุผลสำเร็จในระยะยาว (อิทธิเทพ งามศิลปะเสถียร, 2563)

2. วัตถุประสงค์ของการศึกษา

- 2.1 เพื่อศึกษาถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวตามรอยสื่อบันเทิง
- 2.2 เพื่อศึกษาถึงการโฆษณาแหล่งท่องเที่ยวที่ซ่อนเร้นในสื่อบันเทิง
- 2.3 เพื่อนำเสนอมุมมองการท่องเที่ยวตามรอยสื่อบันเทิงในแง่ของจุดเด่น จุดอ่อน โอกาส และความท้าทายของการส่งเสริมการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ในประเทศไทย

3. วิธีการศึกษา

บทความวิชาการนี้ดำเนินการศึกษาด้วยวิธีการวิจัยเอกสาร (Documentary Research) แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary document) จากการทบทวนวรรณกรรม เอกสารที่เกี่ยวข้อง บทความวิจัยในงานวิจัยเชิงคุณภาพและบทความวิจัยเชิงปริมาณ สื่อภาพยนตร์ ฯลฯ ย้อนหลังตั้งแต่ในอดีตจนถึงปัจจุบัน ทั้งในประเทศไทยผ่านการค้นหาค้นหาบทความวิชาการและบทความวิจัยชั้นนำจาก Thai Journal Online ส่วนการหาบทความวิชาการในต่างประเทศจากแหล่งข้อมูลวารสารในฐานข้อมูล Scopus นำมาวิเคราะห์และสังเคราะห์สืบค้นข้อมูลนำมาเปรียบเทียบกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงจากที่ผ่านมาถึงปัจจุบันเพื่อนำเสนอแนวคิดการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ รูปแบบการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ แรงจูงใจของการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ สู่การบูรณาการแนวคิดของกระบวนการสร้างความสำเร็จ และนำผลการวิเคราะห์มาประมวลกับสภาพการณ์ปัจจุบัน เพื่อนำเสนอแนะมุมมองการใช้โอกาสลดจุดอ่อนถือเป็นความท้าทายของการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ในประเทศไทยที่ต้องประสบปัญหาและการหาแนวทางการแก้ไขปัญหาต่อไปในอนาคต

4. แนวคิดของการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์

การท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ถือเป็นปรากฏการณ์การท่องเที่ยวยุคหลังสมัยใหม่ (Post Modern) ที่มีมาอย่างต่อเนื่อง (Juskelyte, 2016) ในช่วงหลายทศวรรษนี้ Cohen (1986) ระบุว่า การท่องเที่ยวตามรอยมักเกิดขึ้นหลังได้รับแรงจูงใจจากการรับชมภาพยนตร์ ขณะที่ Azcue และคณะ (2021) พบว่าในหลายประเทศการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์เกิดขึ้นด้วยความบังเอิญหลังจากชมภาพยนตร์ และได้รับการกระตุ้นให้อยากไปในสถานที่เดียวกับภาพยนตร์ โดยผู้สร้าง หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องไม่มีการวางแผนทางด้านการตลาด หรือความตั้งใจในการทำโฆษณาสถานที่ท่องเที่ยวผ่านสถานที่ถ่ายทำในภาพยนตร์ ฉาก หรือสถานที่ถ่ายทำเป็นเพียงฉากหลังเพื่อบอกเล่าเรื่องราว (Background) ให้กับภาพยนตร์เท่านั้น Gjorgievski, Trpkova & Sinolicka (2012) และ Morgan & Pritchard (1998) นำเสนอแนวคิดที่ว่าภาพยนตร์เป็นสื่อที่แฝงการโฆษณาสถานที่ท่องเที่ยวผ่านสถานที่ถ่ายทำอันเป็นองค์ประกอบหนึ่งของภาพยนตร์ที่สามารถดึงดูดผู้ชมให้เกิดการรับรู้ เกิดความเชื่อ และกระตุ้นแรงจูงใจตลอดจนสร้างอารมณ์ร่วมได้ เช่นเดียวกับการดูงานศิลปะ หรือการฟังเพลง

นอกจากนี้ นักวิจัยบางกลุ่ม (Hudson & Ritche, 2006; Gjorgievsk et al., 2012; Qiao, Choi & Lee, 2016; Lopukhova, 2015) ให้ข้อคิดเห็นว่าในอดีตที่ผ่านมากลุ่มนักท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์อยู่ภายใต้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เนื่องจากสถานที่ถ่ายทำส่วนใหญ่มีลักษณะดังกล่าว อีกทั้งยังเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มเฉพาะ (Niche Market) และไม่เคยมีการวางแผนส่งเสริมการตลาดสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้อย่างจริงจังในหลายทศวรรษที่ผ่านมา จึงยังไม่สามารถระบุปัจจัยความสำเร็จของภาพยนตร์ที่จะเอื้อให้เกิดการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ได้ (Polianskaia, Radut & Stanciulescu, 2016)

ปัจจุบันการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์เติบโตขึ้นมากจากการท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มกลายเป็นกระแสการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั่วโลก นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้กลายเป็นตลาดใหญ่ (Mass Market) อย่างเห็นได้ชัด (Qiao, Choi & Lee, 2016) นานาประเทศเริ่มตื่นตัวที่จะให้ความสำคัญกับการวางแผนกำหนดรูปแบบ และส่งเสริมการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ งานวิจัยหลายชิ้นจึงให้นิยามการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ว่าเป็นการสร้างการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หรือการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติให้ปรากฏเป็นปรากฏการณ์ผ่านสื่อภาพยนตร์โดยการแฝงแหล่งท่องเที่ยวในภาพยนตร์ ละคร หรือซีรีส์ เพื่อให้ นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางหรือแหล่งท่องเที่ยวที่ปรากฏในสื่อเหล่านั้น ๆ เป็นการสร้างโอกาสให้นักท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ช่วยประชาสัมพันธ์เมืองหรือประเทศของตน (Hudson & Ritche, 2006) จึงเป็นเหตุผลให้หลายประเทศพยายามส่งเสริมรูปแบบการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ให้เกิดขึ้นอย่างจริงจัง

การท่องเที่ยวไทยตามรอยภาพยนตร์แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ ตามรอยภาพยนตร์ต่างประเทศที่ถ่ายทำในประเทศไทย และตามรอยภาพยนตร์ไทย ซึ่งกรมการท่องเที่ยวหวังผลเรื่องการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์จากชาวต่างชาติเป็นหลักโดยมีหน่วยงานที่รับผิดชอบกองถ่ายทำภาพยนตร์จากต่างประเทศโดยเฉพาะ คือ กองกิจการภาพยนตร์และวีดิทัศน์ต่างประเทศ (Thailand Film Office) สังกัดกรมการท่องเที่ยว มีหน้าที่เผยแพร่ข้อมูล และสิทธิประโยชน์เพื่อจูงใจให้ชาวต่างชาติเข้ามาถ่ายทำในประเทศไทย แต่ที่ผ่านมาแม้มีภาพยนตร์ต่างประเทศเข้ามาถ่ายทำในประเทศไทยหลายเรื่อง แต่ไม่มีการส่งเสริมเรื่องการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์อย่างจริงจัง ทั้งภาครัฐ และภาคเอกชนยังขาดการบูรณาการร่วมกันในการโฆษณาประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว (อิทธิเทพ งามศิลปะเสถียร, 2563)

ในขณะเดียวกัน นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เที่ยวตามรอยภาพยนตร์ไทย และละครไทยเป็นกลุ่มที่หน่วยงานการท่องเที่ยวไทยกำลังจับตามองเพื่อให้เกิดผลลัพธ์เช่นเดียวกับที่นักท่องเที่ยวชาวไทยเคยเดินทางไปยังสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์ และละครหลายเรื่องเช่นเที่ยวจังหวัดหนองคายตามรอยภาพยนตร์ เรื่อง 15 ค่ำเดือน 11 (พ.ศ. 2545) เที่ยวอำเภอป่าตองตามรอยภาพยนตร์เรื่องรักจัง (พ.ศ. 2549) เที่ยวจังหวัดลุ่มแม่น้ำโขงตามรอยละครเรื่องนาศิ (พ.ศ. 2559) เที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยาตามรอยละครเรื่องบุพเพสันนิวาส (พ.ศ. 2561) เที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ตามรอยละครเรื่องกลืนกลาย (พ.ศ. 2562) ฯลฯ

ดังนั้น ทุกภาคส่วนทั้งในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ และอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต้องบูรณาการร่วมกันในการวางแผนกระตุ้นการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์อย่างครบวงจรตั้งแต่การระบุกลุ่มผู้ชมภาพยนตร์ให้ชัดเจน เพื่อคาดการณ์ถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวที่จะมาเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ การสร้างสรรค์เนื้อหาหรือเรื่องราวของภาพยนตร์ที่กระตุ้นแรงจูงใจผู้ชมให้ออกเที่ยวตามรอยการวางแผนการโฆษณาประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในภาพยนตร์ผ่านสื่อต่าง ๆ ตลอดจนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีศักยภาพเพียงพอต่อการรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวเมื่อภาพยนตร์ออกฉาย ผลักดันให้เกิดห่วงโซ่อุปทานจากการเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยวโดยให้ชุมชนโดยรอบพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการรองรับนักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดการขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจของทั้งระบบ และยกระดับจากการท่องเที่ยวตามกระแสจากภาพยนตร์เรื่องใดเรื่องหนึ่งเป็นการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Azcue et al., 2021; Gjorgievski et al., 2012; Lopukhova, 2015; Phomsiri, 2015)

5. รูปแบบของสถานที่ท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์

สถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์เป็นปัจจัยในการกระตุ้นการรับรู้ และสร้างแรงจูงใจให้เกิดการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ สถานที่ดังกล่าวอาจจะไม่ใช่สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หรือสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศเท่านั้น แต่คือสถานที่ใดสถานที่หนึ่งซึ่งเหมาะสมกับองค์ประกอบโดยรวมของภาพยนตร์เพื่อสร้างอารมณ์ และความรู้สึกคล้ายตามโดยถ่ายทอดภาพความสวยงาม อันมีเอกลักษณ์ และคุณลักษณะเฉพาะของสถานที่นั้น สถานที่ท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์แบ่งได้เป็น 2 รูปแบบ (Azcue et al., 2021; Polianskaia et al., 2016) คือ

5.1 การท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ในสถานที่จริง (Real Location หรือ On-Location Film Tourism) (Lopukhova, 2015; Polianskaia et al., 2016) หมายถึง สถานที่ในการถ่ายทำนั้นมีอยู่จริง ผู้ชมภาพยนตร์เห็นฉากใน

ภาพยนตร์แล้วสามารถเดินทางไปสถานที่นั้นได้จริง เมื่อเดินทางไปถึงพบว่าสิ่งแวดล้อมอยู่ในสภาพจริงอาจมีการตกแต่งบ้างเพื่อความสวยงาม ตัวอย่างเช่น ถนนหนทาง หรืออาคารที่พบเห็นได้ทั่วไป บางสถานที่อาจมีเอกลักษณ์เฉพาะ เช่น หอไอเฟล (Eiffel Tower) ในประเทศฝรั่งเศส (Gkritzali, Lampel, & Wiertz, 2016) หรือโรมันโคลัสเซียม (Roman Coliseum) ในประเทศอิตาลี (Azcue et al., 2021) ตัวอย่างปรากฏการณ์การท่องเที่ยวในสถานที่จริง คือ จังหวัดภูเก็ตกับซีรีส์แปลรักฉันด้วยใจเธอ (พ.ศ. 2021) นักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบซีรีส์เรื่องดังกล่าวหลังไหลไปสถานที่เดียวกับในซีรีส์ทั้งบ้านของตัวละคร ถนนในเมือง และทะเลภูเก็ต สถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์ส่วนใหญ่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ได้ทั้งสิ้น และบางครั้งทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่อสถานที่ท่องเที่ยวบางแห่งอาจเปลี่ยนไปภายหลังจากชมภาพยนตร์ นั่นคือ สถานที่ท่องเที่ยวเดิมอาจกลายมาเป็นแหล่งท่องเที่ยวในมุมมองใหม่ของนักท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ได้

5.2 การท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ในสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์ซึ่งเป็นสถานที่จำลอง หรือสถานที่ทดแทน (Substitute Location หรือ Off-Location Film Tourism) (Azcue et al., 2021; Polianskaia et al., 2016) หมายถึงสถานที่ที่สร้างขึ้นมาให้สมจริง เพื่อประโยชน์ของการถ่ายทำภาพยนตร์ เช่น การสร้างฉากขนาดใหญ่เกินจริงเพื่อการเคลื่อนไหวมุกตลก การสร้างฉากในจินตนาการเหนือจริง การสร้างฉากในโลกอนาคต ฯลฯ ฉากเหล่านี้นักท่องเที่ยวไม่สามารถเดินทางไปในสถานที่จริงได้เพราะเป็นเพียงสถานที่สมมติเพื่อให้เข้ากับเนื้อเรื่องในภาพยนตร์ เช่น ฉากกรุงเทพมหานครในภาพยนตร์เรื่องตำนานสมเด็จพระนเรศวรเป็นฉากที่สร้างขึ้นในค่ายทหารจังหวัดกาญจนบุรี หรือฉากคุกหาสน์ของท่านประธานาธิบดีในภาพยนตร์ออสการ์ปี พ.ศ. 2563 เรื่องชนชั้นปรสิต (Parasite) ซึ่งภาพยนตร์สมมติให้ตั้งอยู่ที่ย่านกังนัม ส่วนฉากบ้านชั้นใต้ดินของครอบครัวคิมอยู่ย่านคนจนในกรุงโซลประเทศเกาหลีใต้ก็เป็นฉากที่สร้างขึ้นใหม่ในโรงถ่ายทำภาพยนตร์การตามรอยภาพยนตร์เรื่องดังกล่าวจึงทำได้เฉพาะบริเวณรอบ ๆ เท่านั้น แต่ในหลายประเทศมีวิธีการจำลองสถานที่ถ่ายทำขนาดเสมือนจริงเพื่อเตรียมสำหรับการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ เช่น ในประเทศอังกฤษมีการสร้างฉากในโรงถ่ายทำภาพยนตร์เพื่อการถ่ายทำภาพยนตร์เรื่อง Harry Potter และหลังจากภาพยนตร์ออกฉายนักท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์สามารถเข้าไปอยู่ในบรรยากาศเดียวกับภาพยนตร์ได้ หรือการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ฮอลลีวูดไปยังยูนิเวอร์แซลสตูดิโอหรือสตูดิโอของค่ายดิสนีย์ในสหรัฐอเมริกาที่ขยายสาขาไปอีกหลายประเทศเพื่อให้ผู้ชมเข้าไปสัมผัสบรรยากาศประหนึ่งอยู่ในภาพยนตร์เรื่องนั้น ๆ

อย่างไรก็ตามไม่ว่าสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์เป็นรูปแบบใด การท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์สามารถเกิดขึ้นได้จากการถ่ายทอดสถานที่เหล่านั้นผ่านภาพยนตร์ และกระตุ้นให้เกิดแรงบันดาลใจที่จะออกเดินทางท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์

6. แรงจูงใจในการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์

แรงจูงใจในการท่องเที่ยว (Travel Motivation) ความต้องการด้านสังคมและจิตวิทยาที่เป็นแรงขับเคลื่อนอันทรงพลังผลักดันผู้คนให้ออกเดินทางท่องเที่ยว แรงจูงใจในการท่องเที่ยวจากทฤษฎีแรงจูงใจขั้นพื้นฐานของนักท่องเที่ยวแบ่งออกเป็นแรงจูงใจแบบผลัก (Push Factor) และแรงจูงใจแบบดึง (Pull Factor) (Compton, 1979; Dann, 1977) แรงจูงใจแบบผลัก (Push Factor) เป็นแรงกระตุ้นจากภายในตัวนักท่องเที่ยวเองแรงจูงใจนี้ทำให้ผู้คนตัดสินใจออกเดินทางท่องเที่ยวหรือต้องการออกจากสภาวะแวดล้อมเดิมในขณะที่แรงจูงใจแบบดึง (Pull Factor) เป็นแรงกระตุ้นจากภายนอกที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้ออกเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางที่มีคุณลักษณะเฉพาะของสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจพื้นฐานดังกล่าวช่วยผู้ประกอบการด้านภาพยนตร์ทราบถึงแรงจูงใจของกลุ่มนักท่องเที่ยวสามารถกำหนดประเภทของภาพยนตร์และกำหนดสถานที่ท่องเที่ยวที่จะเกิดขึ้นจากฉากในภาพยนตร์ได้ภาพยนตร์จึงกลายเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการกระตุ้นแรงจูงใจเพราะทีมผู้สร้างภาพยนตร์ตั้งใจชักจูงโน้มน้าวให้ผู้ชมมีปฏิสัมพันธ์กับภาพยนตร์สร้างประสบการณ์ร่วมผ่านการนำเสนอเนื้อหาที่น่าสนใจสร้างการรับรู้เรื่องราวอารมณ์และความรู้สึกเพื่อให้ผู้ชมเกิดความเชื่อและคล้อยตาม (Azcue et al., 2021; Polianskaia et al., 2016; Kim, Kim & Han, 2018) นักวิจัยหลายท่านมีความคิดเห็นตรงกันว่า การรับรู้สถานที่ในภาพยนตร์ของนักท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์เกิดจากการที่ผู้ชมได้รับแรงบันดาลใจและเกิดอารมณ์ร่วมในการรับรู้เรื่องราวของภาพยนตร์ แต่การรับรู้เรื่องราวของภาพยนตร์จะเกิดความผูกพันกับภาพยนตร์มากหรือน้อยแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล (Rittichainuwat & Rattanaphinanchai, 2014)

แรงจูงใจแบบผลัก (Push Factor) ในการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์เป็นแรงขับเคลื่อนที่เกิดจากตัวตนภายในของนักท่องเที่ยวเอง ที่ต้องการหลีกเลี่ยงความซ้ำซากจำเจในชีวิตประจำวัน มีความต้องการประสบการณ์แปลกใหม่ ต้องการความตื่นเต้น เพิ่มความแฟนตาซีจากความเป็นอยู่เดิม ๆ ในชีวิต Gjorgievski et al., (2012) และ Rattanaphinanchai & Rittichainuwat (2018) ให้ทัศนะว่าภาพยนตร์เป็นปัจจัยที่ส่งผลให้ผู้ชมได้เข้าไปอยู่ในโลกใบใหม่เรียนรู้และสัมผัสเรื่องราวที่แตกต่างจากโลกเดิมของตนเองไปพร้อมกับการค้นพบว่านักแสดงเป็นฮีโร่ในภาพสมมติ ผู้คนสร้างแรงจูงใจ อยากหนีจากชีวิต

จริงเข้าสู่โลกสมมติด้วยจินตนาการของตนเอง นอกจากนี้ยังต้องการความหลากหลายในสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ ๆ หรือต้องการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเดิม แต่มีรูปแบบการท่องเที่ยวที่แปลกไปกว่าเดิม รวมถึงการได้วิวทิวทัศน์หรือข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวในสังคมออนไลน์เพื่อสร้างตัวตนของนักท่องเที่ยวเลียนแบบนักแสดงที่อยู่ในสถานที่เดียวกับภาพยนตร์

แรงจูงใจแบบดึง (Pull Factor) ในการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ Marcions (2004) ให้แนวคิดเรื่องแรงจูงใจแบบดึงไว้ 3 คุณลักษณะที่เกี่ยวข้องกัน (3 P's)

1) สถานที่ (Place) หมายถึงสถานที่ถ่ายทำที่ปรากฏอยู่ในภาพยนตร์บางเรื่องเป็นสถานที่จริง ทิวทัศน์ ทะเล น้ำตก ภูเขา บ้านเรือน สิ่งปลูกสร้างทางวัฒนธรรม ฯลฯ เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สามารถสัมผัส เดินทางไปพบเห็นได้หรือเป็นสถานที่สมมติในโรงถ่ายภาพยนตร์โดยมีการสร้างฉากให้เหมือนจริง ซึ่งส่วนใหญ่พบเห็นฉากเหล่านี้ในภาพยนตร์ฮอลลีวูด (Hollywood) คุณลักษณะสำคัญของสถานที่ที่จะก่อให้เกิดการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ นอกจากสร้างการรับรู้กระตุ้นความสนใจให้เกิดความประทับใจในการออกเดินทางท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์แล้ว ความผูกพันกับสถานที่ในภาพยนตร์อาจเป็นสถานที่ในความทรงจำส่วนลึกที่นักท่องเที่ยวเคยเห็น หรือคุ้นเคยกับสถานที่นั้นในอดีต เมื่อได้ชมภาพยนตร์ก็จะเกิดการรื้อฟื้นความทรงจำที่ผ่านมา เกิดเป็นแรงจูงใจให้ออกท่องเที่ยวไปตามสถานที่แห่งนั้นมากขึ้นเช่นกัน (Chen, 2018; Fu et al., 2016; Polianskaia et al., 2016; Rittichinuwat & Rattanaphinanchai 2018; Rittichinuwat & Rattanaohinanchai, 2015; Wong & Lai, 2013; Wong, Law & Zhao, 2018) เช่นการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ เรื่อง แพนธิน (พ.ศ. 2546) ที่ทำให้ผู้ชมเดินทางไปสถานที่ ๆ คุ้นเคยสมัยยังเป็นเด็กตามสถานที่ในภาพยนตร์ ตริอวัฒน์ มีสมศักดิ์ (2563) ยกตัวอย่างปัจจัยความสำเร็จของการท่องเที่ยวตามรอยละครบุพเพสันนิวาส คือ ผู้ชมไทยมีความผูกพันแน่นแฟ้นกับวัฒนธรรมไทย เมื่อได้ชมละครจึงใฝ่หาอดีตความเป็นไทย การแต่งกายชุดไทย พร้อมออกเดินทางท่องเที่ยวตามรอยวัดและโบราณสถานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ช่วยสร้างความเพลิดเพลินและตอบสนองแรงจูงใจของตนเอง Rattanaphinanchai & Rittichinuwat (2018) ชี้ให้เห็นเพิ่มเติมในคุณลักษณะของสถานที่ ไม่เพียงแต่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวเท่านั้น สิ่งสำคัญที่เป็นองค์ประกอบของการท่องเที่ยวคือผู้คนในท้องถิ่นต้องแสดงความยินดี มีไมตรีจิต และต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยความเป็นมิตรเสมออีกด้วย

2) บุคคล (Personal) หมายถึงแรงจูงใจของผู้ชมภาพยนตร์ที่เกิดจากความผูกพันกับนักแสดง ทั้งที่มีชื่อเสียง หรือนักแสดงทั่วไป เนื่องจากนักแสดงเป็นตัวแทนภาพลักษณ์ของภาพยนตร์ บทบาทการแสดงมีส่วนทำให้ผู้ชมคล้อยตามเกิดความผูกพัน ความรัก ความชอบ ความเกลียดชัง และความหลงใหลไปกับเรื่องราวของภาพยนตร์ นักแสดงจึงเป็นแรงขับเคลื่อนแรงจูงใจที่สำคัญมากต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวตามรอยนักแสดง (Chen, 2018; Fu et al., 2016; Kim, Kim & Han, 2018; Kim & Kim, 2017; Lee & Bai, 2018; Yen & Teng, 2016; Yen & Croy, 2015) ความผูกพันดังกล่าวหมายถึงความสัมพันธ์ระหว่างการแสดงของนักแสดงในภาพยนตร์แต่ละเรื่องที่จะทำให้ผู้ชมมีอารมณ์ร่วมไปกับนักแสดง สิ่งเหล่านี้เป็นอารมณ์เฉพาะบุคคลที่เรียกว่าการเกิดความสัมพันธ์แบบกึ่งมีส่วนร่วม (Parasocial Relationship) จากตัวอย่างละครเรื่องบุพเพสันนิวาส นักท่องเที่ยวบางกลุ่มอาจมาท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ที่ไม่ใช่ปัจจัยของความผูกพันกับสถานที่ (Place) แต่เพราะมีความชื่นชอบคุณเบลล่าราณี และการเข้าถึงบทบาทด้านการแสดงเป็นแม่หญิงกระแสดในละคร (ณริศา ชัยคุมมงคลลาภ, 2563)

3) องค์ประกอบโดยรวมของภาพยนตร์ (Performance) เป็นการกระตุ้นแรงจูงใจด้วยองค์ประกอบของภาพยนตร์แต่ละประเภท เช่น ภาพยนตร์รักโรแมนติก (Drama) ภาพยนตร์ลึกลับ (Thriller) ภาพยนตร์ผจญภัย (Adventure) ฯลฯ การสร้างพล็อตเรื่อง (Plot) หรือแนวความคิดหลักในการสื่อสารของภาพยนตร์ (Theme) ไม่ว่าภาพยนตร์ถูกนำเสนอในทิศทางใดองค์รวมของภาพยนตร์จะถูกประกอบขึ้นจากการแต่งกาย การลำดับภาพ การใช้เทคนิคพิเศษเสียงเพลง เสียงประกอบ และอื่น ๆ สิ่งเหล่านี้เมื่อถูกล้อมรวมกันทำให้ภาพยนตร์สามารถชักจูงอารมณ์ให้เกิดความคล้อยตามสร้างโลกสมมติ หรือโลกในจินตนาการได้โดยเฉพาะฉากแฟนตาซีการใช้คอมพิวเตอร์กราฟิก (CG) ช่วยกระตุ้นแรงจูงใจให้ผู้ชมอยากเป็นส่วนหนึ่งของฉากนั้น ๆ มากยิ่งขึ้น (Lopukhova, 2015)

7. กระบวนการสู่ความสำเร็จของการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์

ภาพยนตร์เป็นสื่อที่เข้าถึงผู้ชมจำนวนมากนับล้านได้พร้อม ๆ กันสามารถกลับมาฉายซ้ำได้หลาย ๆ ครั้ง Riley, Baker & Doren (1998) เชื่อว่าภาพยนตร์แต่ละเรื่องมีอายุยาวนานไม่น้อยกว่า 5 ปี จึงเป็นสาเหตุให้มีการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในยุคดิจิทัล ภาพยนตร์ และละครไทยได้มีโอกาสฉายในช่องสตรีมมิ่ง (Streaming) ขยายฐานการรับชมไปได้หลายประเทศ ถือเป็นการสร้างโอกาสให้กับนักท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ ทั้งจากนักท่องเที่ยวในประเทศและนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ ตัวอย่างการวัดความสำเร็จของภาพยนตร์ไทยบางเรื่องในช่องสตรีมมิ่ง ได้แก่ ภาพยนตร์เรื่องปายอินเลิฟ (พ.ศ. 2552) ก่อให้เกิดกระแสนักท่องเที่ยววัยรุ่นจีนในการแสดงพฤติกรรมแบกเป้เที่ยว

เช่นเดียวกับกลุ่มนักแสดงของเรื่องอำเภอบาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน (Kimber, Yang, & Cohen, 2019) รวมถึงการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวนมากจากภาพยนตร์เรื่องเดียวกัน นอกจากนี้ Lee & Bai (2016) ให้ทัศนะเพิ่มเติมต่อการสื่อสารด้วยภาพยนตร์ว่าสามารถกำหนดคุณลักษณะเฉพาะของสถานที่ตลอดจนเป็นการสร้างกลยุทธ์ของหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่งได้ด้วย เช่น ภาพยนตร์เรื่อง Season Change เพราะอากาศเปลี่ยนแปลงบ่อยในปี พ.ศ. 2549 ทำให้กลุ่มนักเรียนสมัครเรียนวิทยาลัยดุริยางคศิลป์ มหาวิทยาลัยมหิดลตามรอยนักแสดง และบริษัท ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ร่วมมือกับภาพยนตร์เรื่องรถไฟฟ้ามหานคร (พ.ศ. 2552) กระตุ้นให้ผู้ชมภาพยนตร์สนใจใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสเพิ่มมากขึ้น จากตัวอย่างดังกล่าวสอดคล้องกับข้อสรุปของ Chen (2018) ที่ว่าภาพยนตร์ช่วยกำหนดกลุ่มเป้าหมายหลักของการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ได้อย่างชัดเจน

การให้ความสำคัญต่อการสร้างความสำเร็จตามรอยภาพยนตร์ควรเริ่มต้นจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) ทั้งหมดควรมีวางแผนกระบวนการตั้งแต่ก่อนการถ่ายทำจนถึงภายหลังจากภาพยนตร์ออกฉายสู่สาธารณชนโดยกำหนดเป็นช่วงตามกระบวนการผลิตภาพยนตร์ ดังรูปที่ 1 โดยแบ่งได้เป็น 3 ช่วง ดังนี้

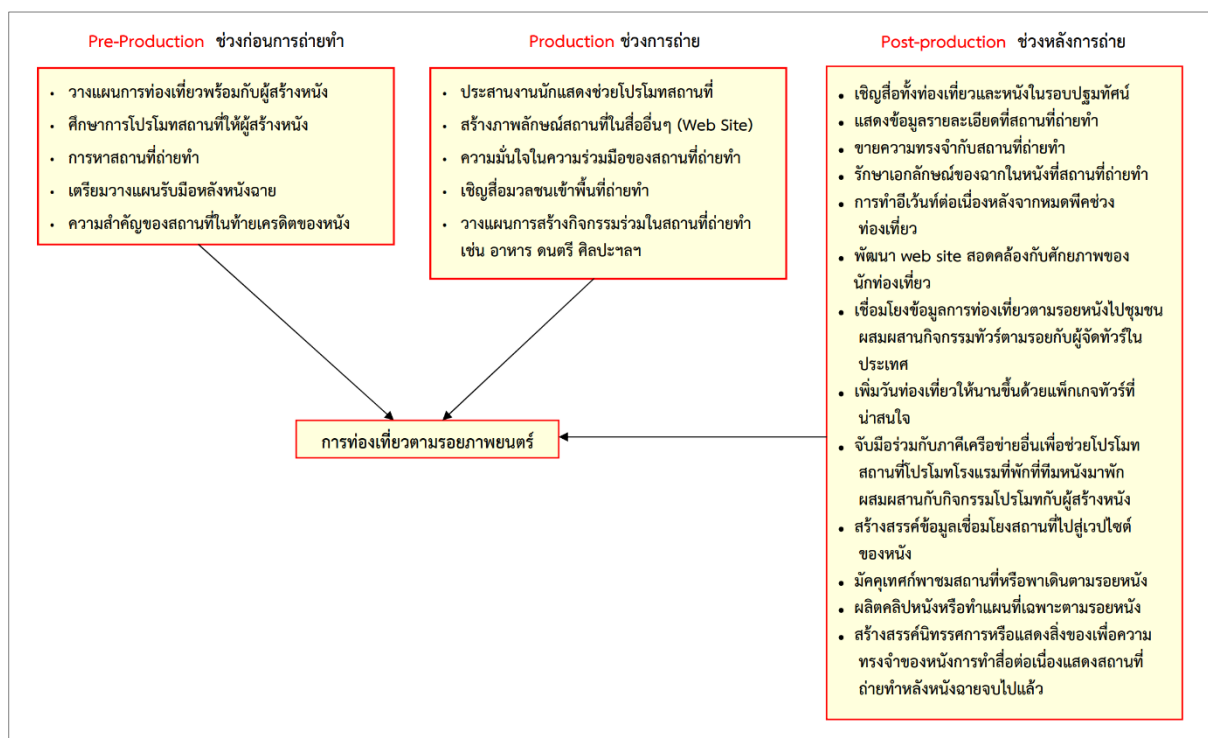
1) ช่วงก่อนเริ่มการถ่ายทำภาพยนตร์ หรือละคร (Before-Production) เป็นช่วงการเตรียมงานสร้างของทีมผู้สร้างที่เรียกว่า Pre-Production โดยเค้าโครงเรื่องของภาพยนตร์บางเรื่องเท่านั้นที่นำมาสร้างมูลค่าต่อยอดการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ได้หัวใจของภาพยนตร์เริ่มต้นจากบทภาพยนตร์เพราะทำให้ทราบถึงประเภทของภาพยนตร์ อธิบายถึงการเล่าเรื่องว่าลำดับของภาพยนตร์เดินเรื่องไปในทิศทางไหน (Phomsiri, 2015) บทภาพยนตร์แต่ละเรื่องกำหนดสถานที่ถ่ายทำและรายละเอียดของภาพยนตร์ทั้งหมด เปรียบเสมือนพิมพ์เขียวของการสร้างบ้าน Hudson & Ritchie (2006) มองถึงประเด็นของการเตรียมงานสร้างภาพยนตร์ว่า คุณลักษณะของภาพยนตร์เรื่องนั้น ๆ ต้องการสร้างการรับรู้ และกระตุ้นแรงจูงใจให้ผู้ชมออกมาท่องเที่ยวหรือมีพฤติกรรมบางอย่างตามภาพยนตร์ในลักษณะใด ผู้เขียนวิเคราะห์ว่าส่วนใหญ่การตามรอยภาพยนตร์ในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทย มักเป็นภาพยนตร์ที่มีเรื่องราวเข้าใจง่าย มีความสนุกสนาน หรือภาพยนตร์ประเภทรักโรแมนติก เช่น เรื่อง เดอะเลิฟเตอร์จดหมายรัก (พ.ศ. 2547) รักจัง (พ.ศ. 2549) รถไฟฟ้ามหานคร (พ.ศ. 2552) ตามรักคืนใจ (พ.ศ. 2558) ฯลฯ นอกจากนี้ภาพยนตร์ที่นำเสนอวาทกรรมความเป็นไทย (Thainess) ความเชื่อ ความศรัทธาเรื่องราวในประวัติศาสตร์ การไทยหาอดีต การแสดงออกถึงรากเหง้าทางวัฒนธรรม ภาพยนตร์ลักษณะนี้สร้างแรงจูงใจสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยได้เป็นอย่างดีเช่นกัน ดังตัวอย่างที่ผ่านมาของประเพณีการทำบุญบั้งไฟในภาพยนตร์เรื่อง 15 คำเตือน 11 ที่จังหวัดหนองคาย การท่องเที่ยวลุ่มแม่น้ำโขงกับตำนานพญานาคจากละครเรื่องนาคี ฯลฯ ทีมผู้สร้างจึงสามารถกำหนดสถานที่ถ่ายทำตามบทภาพยนตร์ที่ได้รับมาโดยใช้ศักยภาพของสถานที่ถ่ายทำเป็นสถานที่จริง และพัฒนาสถานที่ถ่ายทำประกอบกับการส่งเสริมด้านการตลาดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ สิ่งที่ทีมผู้สร้างควรคำนึงถึง คือ การกำหนดสถานที่ให้ตรงกับความต้องการในการสื่อสารของภาพเพื่อให้ออกมาใกล้เคียงกับจินตนาการของผู้กำกับและทีมงานมากที่สุด ควรเป็นสถานที่ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะสำหรับเรื่องราวที่ต้องการสื่อสารให้คนดู สถานที่ในการถ่ายทำไม่จำเป็นต้องเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเท่านั้นในทางกลับกัน สถานที่ทั่วไปอาจกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวหลังภาพยนตร์ออกฉายได้ด้วยเช่นร้านกาแฟชื่อ The 1st Shop of Coffee Prince ซึ่งเป็นสถานที่ถ่ายทำซีรีส์เกาหลียอดนิยมเรื่อง Coffee Prince (พ.ศ. 2550) ทุกวันนี้ยังคงมีนักท่องเที่ยวแวะเวียนไปเยี่ยมชมเสมอ ปัจจัยต่อมาที่ต้องคำนึงถึง คือ สถานที่นั้นควรได้รับความร่วมมือจากเจ้าของพื้นที่ ทั้งหน่วยงานที่รับผิดชอบ และประชาชนในท้องถิ่น นอกจากนี้ค่าใช้จ่ายในการใช้สถานที่มีส่วนสำคัญในการตัดสินใจเลือกสถานที่ถ่ายทำจากประสบการณ์การถ่ายทำภาพยนตร์ของผู้เขียนพบว่า ถนนเยาวราชซึ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ มีภาพยนตร์หลายเรื่องให้ความสนใจต้องการถ่ายทำในบริเวณดังกล่าว แต่เนื่องจากถนนเยาวราชเคยเป็นสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศหลายเรื่องซึ่งมีงบประมาณในถ่ายทำจำนวนมาก ในขณะที่ภาพยนตร์ไทยมีงบประมาณน้อยกว่าหลายสิบเท่าจึงต้องหาสถานที่ถ่ายทำที่มีความใกล้เคียงกันมาทดแทน ประเด็นการเลือกสถานที่ถ่ายทำยังต้องตระหนักถึงปัจจัยอื่น ๆ เช่น การเดินทางเข้าถึงพื้นที่เพื่อถ่ายทำได้โดยความสะดวก ความพร้อมของการหาที่พักนักแสดงและทีมงาน ฯลฯ สุดท้ายในช่วงเตรียมงานถ่ายทำภาพยนตร์หากได้ทีมงานคุณภาพ มีความเป็นมืออาชีพ และได้นักแสดงที่มีชื่อเสียงเหมาะสมกับบทบาท สามารถถ่ายทอดตัวละครในเรื่องดังกล่าวได้เป็นอย่างดี ย่อมส่งผลให้การท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์มีโอกาสประสบความสำเร็จมากขึ้นด้วย

2) ช่วงการถ่ายทำภาพยนตร์ (During Production) ขณะที่ทีมผู้สร้างภาพยนตร์ดำเนินการถ่ายทำอยู่นั้น หน่วยงานที่รับผิดชอบเรื่องการท่องเที่ยวควรบูรณาการร่วมกัน เช่น องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) หรือ อ.พ.ท, ศูนย์วิจัยการตลาดการท่องเที่ยว (TAT Intelligence Center) หรือ TATIC ศูนย์พัฒนาวิชาการด้านการตลาดท่องเที่ยว (TAT Academy), Thailand Film Board ฯลฯ ควรมีการประชุมวางแผนทำนายปรากฏการณ์การท่องเที่ยวไว้ล่วงหน้าตั้งแต่การเริ่มทำโฆษณาประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวไปพร้อมกับการนำเสนอเบื้องหลังการถ่ายทำ

บอกเล่าเนื้อหาของเรื่องที่กำลังถ่ายทำ และนักแสดงที่มีชื่อเสียงมารับบทบาทในภาพยนตร์ เพื่อเป็นการกระตุ้น และแฝงการให้ข้อมูลสำหรับแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ หรือภาพที่แสดงความสวยงามของสถานที่ถ่ายทำในภาพยนตร์ (Phomsiri, 2015)

นอกจากนี้การนำเสนอเบื้องหลังการถ่ายทำดังกล่าว ควรบอกเล่าถึงรายละเอียดของอาหาร หรือผู้คนในท้องถิ่นของสถานที่ท่องเที่ยวประกอบด้วย (Azcue et al., 2021) ภาพเบื้องหลังการถ่ายทำถือเป็นเครื่องมือโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่สำคัญในปัจจุบันเพราะข่าวสารแพร่หลายได้อย่างรวดเร็วและหลายช่องทางในโลกออนไลน์ และในท้ายที่สุดหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องเตรียมความพร้อมให้กับสถานที่ท่องเที่ยวเรื่องการรองรับนักท่องเที่ยวจำนวนมากอย่างเป็นระบบ การคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม และทำความเข้าใจกับคนในพื้นที่เพื่อการกระจายรายได้อย่างทั่วถึง ควรมีการจัดตั้งศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยวเพื่อให้ความรู้ในเรื่องวัฒนธรรม หรือเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ท่องเที่ยว การเพิ่มมูลค่าด้วยความคิดสร้างสรรค์ให้นักท่องเที่ยวได้เลียนแบบ หรือเป็นส่วนหนึ่งในภาพยนตร์หรือละคร ตัวอย่างความสำเร็จ เช่น การให้เชาชุดไทยเพื่อเที่ยวชมอุทยานประวัติศาสตร์จังหวัดพระนครศรีอยุธยาตามรอยละครเรื่อง บุพเพสันนิวาส (ตรีธวัชน มีสมศักดิ์, 2563) รวมถึงการทำธุรกิจการท่องเที่ยว ณ ที่แห่งนั้นให้มีมูลค่าสูงขึ้นด้วยการออกแบบการบริการ และสร้างเสริมประสบการณ์ความประทับใจให้โดดเด่นกว่าที่คาดหวังของนักท่องเที่ยวเพื่อสร้างพื้นที่ท่องเที่ยวให้เป็นการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ไม่ใช่การท่องเที่ยวตามกระแสภาพยนตร์หรือละคร

3) ช่วงหลังการถ่ายทำ (After-production) เป็นช่วงหลังจากที่ภาพยนตร์หรือละครดำเนินการเสร็จเรียบร้อยแล้ว พร้อมเสนอขายหรือออกอากาศ องค์กรจัดการแหล่งท่องเที่ยว (Destination Marketing Organizations หรือ DMOs) ในหลายประเทศให้คำแนะนำว่า ในรอบปฐมทัศน์หรือวันแถลงข่าว ควรมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวไปพร้อมกับภาพยนตร์ เนื่องจากนักแสดงหรือดาราที่มีชื่อเสียงสามารถสร้างจุดสนใจเพิ่มให้กับสถานที่ท่องเที่ยว การขอความร่วมมือจากนักแสดงในการนำภาพเบื้องหลังของภาพยนตร์ที่มีภาพของนักแสดงเหล่านั้นเข้าไปอยู่ในเว็บไซต์ของแหล่งท่องเที่ยวรวมถึงการให้นักแสดงสร้างเนื้อหาสั้น ๆ (Story Telling Content) ลงในสื่อสังคมออนไลน์ของตนเอง เช่น อินสตาแกรม ทวิตเตอร์ ฯลฯ เพราะนักแสดงส่วนใหญ่มียอดผู้ติดตามจำนวนมาก (Hudson & Ritchie, 2006; Azcue et al., 2021)



รูปที่ 1 แนวทางการสร้างความสำเร็จของการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์
ที่มา: ดัดแปลงจาก Hodson & Ritchie (2006)

8. โอกาสและความท้าทายของการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์

การสร้างโอกาสของการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ ควรเริ่มต้นด้วยการทำภาพรวมของการส่งเสริมการท่องเที่ยว

ร่วมกับการสร้างภาพยนตร์ (Movie Map) เพื่อให้เห็นกระบวนการตั้งแต่ต้นจนจบ การทำภาพยนตร์นี้เพื่อแสดงภาพกระบวนการทัศน์การเกิดและการกระจายรายได้ สร้างความมั่นคง ลดความเหลื่อมล้ำให้ประชาชนที่เกี่ยวข้องเกิดความมั่งคั่ง ต่อยอดผลผลิตมวลรวมของประเทศ และรักษาสภาพแวดล้อม อันจะนำไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเช่นเดียวกับความสำเร็จที่ผ่านมาของประเทศไทย (Phomsiri, 2015) ภายหลังสถานการณ์โควิด-19 เริ่มคลี่คลาย ถือเป็นโอกาสอันดีของการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ เนื่องจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศมีบทบาทสำคัญอย่างมากในการกระตุ้นนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ด้วยรูปแบบการท่องเที่ยวตามวิถีใหม่ รองรับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มีการเปลี่ยนแปลง นักท่องเที่ยวต้องการออกแบบความสุขผ่านการท่องเที่ยวหลากหลายรูปแบบตามความต้องการของแต่ละบุคคล การหาสมดุลในการใช้ชีวิต การตระหนักถึงการท่องเที่ยวที่ให้ประสบการณ์อันน่าประทับใจ ทั้งหมดเป็นความท้าทายและโอกาสที่สามารถวิเคราะห์ภาพรวมจากการทบทวนวรรณกรรม การสังเคราะห์สถานการณ์ที่เกิดขึ้นทั้งในอดีตและปัจจุบัน โดยผสมผสานการวิเคราะห์กลยุทธ์ด้วยเครื่องมือที่เรียกว่า TOWS Matrix ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ปัจจัยภายใน – จุดแข็ง (Strength: S) และจุดอ่อน (Weakness: W) ร่วมกับปัจจัยภายนอก – โอกาส (Opportunity: O) และความเสี่ยง (Threat: T) ดังรายละเอียดต่อไปนี้

กลยุทธ์เชิงรุก (SO) และกลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST) เป็นการใช้จุดแข็งที่มีร่วมกับโอกาสที่ได้มาในขณะเดียวกันกับการใช้จุดแข็งรับมือกับอุปสรรคที่จะเกิดขึ้น

1) จุดแข็งของการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ในประเทศไทย คือ การมีสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์อันเป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ มีทรัพยากรที่โดดเด่น ความมีเอกลักษณ์แตกต่างจากประเทศใด ๆ ในโลกซึ่งมีคุณค่ามากกว่าการประเมินมูลค่าได้ นอกจากนี้ประเทศไทยยังมีโบราณสถาน วัฒนธรรม ประเพณีผสมผสานความทันสมัย สถาปัตยกรรม วิถีชีวิตครบถ้วนต่อการถ่ายทำภาพยนตร์ ไม่ว่าเรื่องราวประเภทใดก็ตาม

2) องค์ประกอบเพื่อการถ่ายทำภาพยนตร์เป็นที่ยอมรับในนานาประเทศ การมีทีมงานสร้างภาพยนตร์คุณภาพ อุปกรณ์เครื่องมือถ่ายทำภาพยนตร์ที่เป็นที่ยอมรับในระดับสากล ทำให้กองถ่ายภาพยนตร์ในต่างประเทศให้ความสนใจเข้ามาถ่ายทำในประเทศไทยเป็นอันดับแรก ๆ เมื่อต้องการบรรยากาศความสวยงามของธรรมชาติ หรือวัฒนธรรมในภาพยนตร์แบบเอเชีย แต่ทีมผู้สร้างภาพยนตร์ต่างประเทศส่วนใหญ่มักจะนึกถึงสถานที่ถ่ายทำในเมืองหลัก เช่น กรุงเทพฯ เชียงใหม่ ภูเก็ต ฯลฯ เท่านั้น ทางภาครัฐควรส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวเมืองรองด้วยการนำเสนอเมืองรองที่มีแหล่งท่องเที่ยวใน 55 จังหวัดเมืองรองเพื่อการกระจายการท่องเที่ยวให้ครอบคลุมทั้งภูมิภาค

3) เทคโนโลยี และนวัตกรรมในการเข้าถึงแหล่งข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว การสร้างแอปพลิเคชัน หรือเว็บไซต์เพื่อเข้าถึงแหล่งข้อมูล หรือสถานที่อันมีเอกลักษณ์ของแต่ละจังหวัดได้อย่างง่ายดาย เอื้อประโยชน์ในการรวบรวมสถานที่ในจังหวัดต่าง ๆ ของประเทศไทย ประกอบกับการให้ข้อมูลสำหรับการตัดสินใจหาสถานที่ท่องเที่ยวในการถ่ายทำโรงแรม ที่พัก ร้านอาหาร ฯลฯ ตัวอย่างที่ใกล้เคียงคือองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) (อพท) ได้นำเสนอเรื่องราวของภาคเอกชน บริษัท Klook Technology (Thailand) ถึงการทำแพลตฟอร์มออนไลน์แอปพลิเคชันเพื่อการเข้าถึงข้อมูลสถานที่ถ่ายทำซีรีส์หรือภาพยนตร์เรื่องใดเรื่องหนึ่งโดยเฉพาะ เพื่อการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ (การสัมมนาออนไลน์ เดือนมิถุนายน 2564 ในเฟสบุ๊กโลกของอพท)

4) ผลลัพธ์จากการค้นหาสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์ของทีมสำรวจสถานที่เพื่อถ่ายทำภาพยนตร์ เป็นการเปิดโอกาสให้เกิดสถานที่ท่องเที่ยวใหม่โดยการประชาสัมพันธ์ผ่านภาพยนตร์ ซึ่งเป็นการสร้างการรับรู้และกระตุ้นแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์

5) การสร้างห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ทางการท่องเที่ยวเริ่มจากปัจจัยต้นน้ำ คือ ทรัพยากรจากศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวและชุมชนโดยรอบสู่ปัจจัยกลางน้ำ ได้แก่ การเดินทางเข้าพื้นที่โรงแรม ที่พัก กิจกรรมการท่องเที่ยว ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว การรับรู้คุณค่า และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวสู่ปัจจัยปลายน้ำนั่น คือ การรักษาธรรมชาติและสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวรวมถึงคุณภาพชีวิตของชุมชน กระบวนการดูแลธุรกิจตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำเหล่านี้ต้องก่อให้เกิดผลประโยชน์สูงสุดและมีความเป็นธรรม ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ต้องเติบโตควบคู่กับความสำเร็จของทั้งสองอุตสาหกรรม คือ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมภาพยนตร์

กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO) และกลยุทธ์เชิงรับ (WT) จากการใช้อุปสรรคจุดอ่อน เตรียมพร้อมในการหลีกเลี่ยงจุดอ่อนหรือแก้ไขจุดอ่อนที่เกิดขึ้น ถือเป็นความท้าทายการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ในประเทศไทยที่ยังคงมีอยู่หลากหลายลักษณะซึ่งความท้าทายเหล่านี้เป็นสิ่งที่ประเทศไทยได้เผชิญพร้อมทั้งวางแผนต่อการแก้ปัญหาและหาแนวทางการวางแผนรองรับ ได้แก่

1) การขาดประสานงานระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนความพร้อมของการบูรณาการร่วมกันในหลาย ๆ ภาคส่วน Azcue และคณะ (2021) ตั้งประเด็นว่า ในหลายประเทศพบปัญหาการประสานเพื่อให้เกิดประโยชน์ร่วมกันระหว่าง

แหล่งท่องเที่ยว ธุรกิจที่พัก ร้านอาหาร ร้านของขายที่ระลึก บริษัทนำเที่ยวและประชาชนในท้องถิ่น ตลอดจนการร่วมกันสร้างจิตสำนึกของการท่องเที่ยวแบบรับผิดชอบ การท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ที่ผ่านมา พบว่าในหลายพื้นที่ยังมีปัญหาเรื่องการกระจายรายได้และการคำนึงถึงประโยชน์พวกพ้องมากกว่าส่วนรวม สิ่งเหล่านี้ส่งผลกระทบต่อ การสร้างความยั่งยืนและทำให้การท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์กลายเป็นการท่องเที่ยวตามกระแสเท่านั้น

2) ภาครัฐควรให้การสนับสนุนงบประมาณช่วยเหลือ ได้แก่ การลดหย่อนภาษี ส่งเสริมการจ้างงานในอุตสาหกรรม (Riley et al., 1998; อธิเทพ งามศิลปะเสถียร, 2563) สิ่งเหล่านี้ยังคงเป็นปัญหาที่เกิดขึ้นจากการแข่งขันกับประเทศอื่น ๆ ยกตัวอย่างการถ่ายทำภาพยนตร์เรื่องราวของหมู่ป่า 13 คนที่ถ้าขุนน้ำนางนอนในเรื่อง Thirteen Lives ของผู้กำกับ Ron Howard ซึ่งยกกองถ่ายทำภาพยนตร์ไปที่ประเทศออสเตรเลียเพื่อถ่ายทำฉากสำคัญส่วนใหญ่ที่เกิดขึ้นในถ้าขุนน้ำนางนอนด้วยเงื่อนไขที่ว่า รัฐบาลออสเตรเลียมีมาตรการสนับสนุนกองถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศด้วยเงินทุนสนับสนุน 13 ล้านเหรียญออสเตรเลีย คิดเป็นเงินไทยประมาณ 290 ล้านบาท (www.SBSไทย.com) เพื่อสร้างรายได้ให้คนทำงานและธุรกิจที่เกี่ยวข้องรวมถึงสร้างการท่องเที่ยวให้รัฐควีนแลนด์ในระยะยาว แม้ว่าภาพยนตร์จะถูกสื่อออกไปสู่สาธารณชนว่าเป็นเรื่องที่เกิดขึ้นในประเทศไทยก็ตาม

3) การสร้างกลยุทธ์ที่ได้เปรียบเหนือคู่แข่ง (Competitive Advantage) โดยการหาปัจจัยที่ทำให้ประเทศไทยเหนือกว่าประเทศเพื่อนบ้าน เนื่องจากปัจจุบัน การสื่อสารย่อโลกได้ทำให้ทีมสร้างภาพยนตร์สามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว มีทางเลือกของสถานที่ถ่ายทำเพิ่มมากขึ้น และสามารถเปรียบเทียบทางเลือกต่าง ๆ ได้เพื่อให้ได้สถานที่ถ่ายทำที่เหมาะสมที่สุด กองถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศจึงมีโอกาเลือกสถานที่ถ่ายทำจากประเทศเพื่อนบ้านที่กำลังพัฒนาศักยภาพขึ้นมาเป็นคู่แข่งที่สำคัญของไทย เช่น ในอดีตการถ่ายทำภาพยนตร์จากเนื้อเรื่องที่เกิดขึ้นในเวียดนามอย่างเรื่อง Killing Field หรือ Good Morning Vietnam ต้องยกกองถ่ายทำมาในประเทศไทย ด้วยเครื่องมืออุปกรณ์การถ่ายทำที่พร้อมเทียบเท่าระดับสากล บุคลากรมีคุณภาพ สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ดีทุกตำแหน่ง แต่วันนี้ประเทศเพื่อนบ้านอย่างเวียดนามได้พัฒนาให้สามารถรองรับกองถ่ายทำภาพยนตร์จากต่างประเทศได้ สามารถนำภาพยนตร์เรื่อง Kong: Skull Island เข้าไปถ่ายทำที่ประเทศเวียดนาม ทั้งที่เคยเข้ามาติดต่อและตั้งใจถ่ายทำในประเทศไทย เมเจอร์ซีเนเพล็กซ์ (2564) ประเทศเพื่อนบ้านจึงขยับขึ้นมาเป็นคู่แข่งสำคัญของไทย แต่ปัจจัยที่ทำให้ประเทศไทยยังได้เปรียบ คือการนำเสนอเอกลักษณ์ความเป็นไทยในสถานที่ท่องเที่ยว อาหาร ความสะดวกสบาย ความปลอดภัย ความเป็นคนไทยที่มีไมตรีจิต และความประทับใจภายหลังจากถ่ายทำ ตัวอย่างการทำประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของดาราตระดับฮอลลีวูดที่เข้าพักโรงแรมในจังหวัดภูเก็ต สร้างความเชื่อมั่นต่อการท่องเที่ยวไทยหลังจากที่ถ่ายทำภาพยนตร์เสร็จเรียบร้อยแล้ว

4) หน่วยงานของรัฐต้องเตรียมพร้อมรับมือปัญหาที่เกิดจากการรับนักท่องเที่ยวจำนวนมาก องค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (United Nations World Tourism Organization: UNWTO) เรียกปรากฏการณ์นี้ว่า Over Tourism หมายถึง การรวมตัวกันของนักท่องเที่ยวที่ทำให้พื้นที่ท่องเที่ยวถูกใช้งานเกินขีดความสามารถในการรองรับ (Carrying Capacity) ก่อให้เกิดผลเสียและปัญหาที่ตามมามากมาย ปรากฏการณ์ดังกล่าวไม่เพียงแค่เป็นการทำลายพื้นที่ แต่ยังสร้างปัญหาให้ประชาชนในท้องถิ่น การทำลายสิ่งแวดล้อม เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมของประชาชนในพื้นที่อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ สิ่งเหล่านี้เคยเกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์เรื่อง The Beach กับพื้นที่อ่าวมาหยา เกาะพีพี จังหวัดกระบี่ (Thailand - Overtourism Report, January 24, 2018; Cohen 2005; Phomsiri, 2015; Azcue et al., 2021) หรือความเสียหายของโบราณสถานในพระนครศรีอยุธยาจากการท่องเที่ยวตามรอยละครเรื่องบุพเพสันนิวาสฯ

5) การดูแลรักษาและคงไว้ซึ่งสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์เพื่อรองรับการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์เป็นสิ่งสำคัญอีกประการหนึ่ง เพราะภาพยนตร์ได้สร้างความเชื่อต่อสถานที่ในภาพยนตร์ และนักท่องเที่ยวเกิดความคาดหวังต่อสถานที่นั้น เมื่อต้องการออกไปท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ นักท่องเที่ยวต้องการสัมผัส และรับรู้ถึงความรู้สึกของตนเองเช่นเดียวกับที่เคยรับรู้ในภาพยนตร์ หากนักท่องเที่ยวเดินทางไปถึงสถานที่ดังกล่าวแล้วไม่เป็นไปตามอย่างในภาพยนตร์ อาจเกิดความผิดหวัง บกต่อความผิดหวังดังกล่าวในวงกว้าง เช่น การท่องเที่ยวที่อ่าวมาหยา เกาะพีพี จังหวัดกระบี่ที่ไม่เหลือความงดงามตามแบบในภาพยนตร์ที่เคยได้ชื่อว่าสวรรค์แห่งอันดามัน จนกรมอุทยานแห่งชาติสัตว์ป่า และพันธุ์พืช (อส.) ประกาศปิดเกาะเป็นเวลา 2 ปี ในปี พ.ศ. 2561 เพื่อฟื้นฟูธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้กลับมาเกิดความสวยงามดังเดิม

6) ผู้ผลิตภาพยนตร์ต้องตระหนักในเรื่องการสื่อสารที่สร้างภาพลักษณ์ทางลบให้กับสถานที่ท่องเที่ยว ผู้ผลิตภาพยนตร์ต้องระมัดระวังการถ่ายทำภาพยนตร์ที่จะสื่อสาร หรือตอกย้ำผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวนั้น เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงการรับรู้ภาพลักษณ์ของผู้ชมนั้นเป็นเรื่องยาก เช่น ผู้ชมเกิดการรับรู้ภาพลักษณ์ของประเทศเม็กซิโกและบราซิลว่าเป็นประเทศที่อันตรายต่อการท่องเที่ยวเพราะภาพยนตร์มักสื่อภาพลักษณ์ของมาเฟียและยาเสพติด (Azcue, et al., 2021) หรือภาพของเมืองพัทยาในสายตาชาวตะวันตก คือ บาร์อะโกโก้และแหล่งค้าประเวณี

7) ภาพยนตร์บางเรื่องเมื่อได้ออกฉายแล้วไม่ประสบความสำเร็จจึงเป็นเหตุให้การท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์เรื่องนั้นซบเซาไปด้วย การวางแผนการตลาด และการประชาสัมพันธ์ภาพยนตร์เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ต้องชัดเจนและมีประสิทธิภาพเพื่อความสำเร็จของทั้งสองอุตสาหกรรม จากการศึกษาที่ผ่านมา พบว่า การท่องเที่ยวในสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์หลาย ๆ เรื่องเป็นลักษณะการท่องเที่ยวแบบบังเอิญที่เกิดขึ้นในช่วงภาพยนตร์ออกฉายเท่านั้น ไม่ได้เกิดแรงจูงใจในการท่องเที่ยวจากการชมภาพยนตร์เรื่องนั้น เช่น นักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวในสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์เรื่อง Alexander (พ.ศ. 2547) จังหวัดอุบลราชธานี ไม่ได้มีแรงจูงใจจากภาพยนตร์เรื่องดังกล่าว (พุทธพร โคตรภัทร, ละเอียด ศิลา น้อย และกันทิมาลย์ จินดาประเสริฐ, 2562)

9. บทสรุปและข้อเสนอแนะ

การท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์เป็นหนึ่งในประเภทการท่องเที่ยวที่รัฐบาลไทยให้ความสำคัญเพิ่มมากขึ้นในช่วงปีหลังเนื่องจากตัวอย่างความสำเร็จของประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกรวมทั้งในประเทศไทยที่กรมการท่องเที่ยวพยายามดึงดูดกองถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศทั่วโลกเข้ามาถ่ายทำในประเทศไทยภาพยนตร์ยังคงเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการแฝงการโฆษณาแหล่งท่องเที่ยวไปพร้อม ๆ กับการกระตุ้นแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ภาพยนตร์มีบทบาทในการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศไปพร้อมกับนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ในอนาคตยังคงต้องศึกษา และต่อยอดงานวิจัยในการหาตัวแปรองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับการสร้างการรับรู้กระตุ้นแรงจูงใจ การหาโอกาสทางการตลาดมาสร้างความสำเร็จให้เกิดการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์อย่างจริงจัง และเป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้นจากหลักฐานเชิงประจักษ์ในบริบทของประเทศไทยซึ่งถือว่ายังมีน้อยมากในปัจจุบันแม้ว่าตัวอย่างความสำเร็จจากการบูรณาการความร่วมมือกันของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องอย่างจริงจังมิให้เห็นเด่นชัดในหลายประเทศ โดยเฉพาะประเทศเกาหลีใต้แต่รัฐบาลไทยควรมีนโยบายในการสนับสนุนที่ชัดเจน มีความยืดหยุ่นและให้ความช่วยเหลือกับกองถ่ายทำภาพยนตร์ทั้งของต่างประเทศ และของไทย รวมถึงการวิเคราะห์ถอดบทเรียนประเภทของภาพยนตร์ที่สามารถโน้มน้าวชักจูงให้ผู้ชมเกิดการรับรู้ต่อสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์และกระตุ้นแรงจูงใจในการเข้าชมได้ ตลอดจนวางแผนการสร้างภาพลักษณ์เพื่อการท่องเที่ยวการทำโฆษณาประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวควบคู่กับการถ่ายทำภาพยนตร์ การวางกลยุทธ์การตลาดของภาพยนตร์ให้เป็นที่ยุติอย่างแพร่หลาย และกระจายสู่วงกว้างให้มากที่สุดหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวต้องส่งเสริม และสนับสนุนการจัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกในสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์ และวางแผนรองรับการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์รวมถึงการดูแลธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนการดูแลรักษาสีสิ่งแวดล้อมทรัพยากรธรรมชาติ หรือพืชพันธุ์พื้นเมือง เพื่อป้องกันปัญหาที่อาจจะเกิดจากนักท่องเที่ยวจำนวนมากเพื่อเป้าหมายสูงสุดของการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์สู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (a). (2564). สถิติด้านการท่องเที่ยว ปี 2562 เข้าถึงได้จาก: <https://www.mots.go.th>.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (b). (2564). สถานการณ์ท่องเที่ยว ปี 2563 เข้าถึงได้จาก: https://www.mots.go.th/download/article/article_20201229114033.pdf.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (c). (2564). โครงการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามรอยหนังฮอลลีวูด เข้าถึงได้จาก: <https://www.mots.go.th>.
- ณริศา ชัยศุภมงคลลาภ. (2563). ความสำเร็จของละครโทรทัศน์กับการสร้างปฏิสัมพันธ์ทางสังคมถึงความจริง กรณีศึกษา ละครโทรทัศน์บุพเพสันนิวาส. วารสารนิเทศศาสตร์ธุรกิจบัณฑิต. 14(1), 158-199.
- ตรีธวัฒน์ มีสมศักดิ์ (2563). แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา กรณีศึกษา: ปรากฏการณ์แต่งกายแบบไทยจากกระแสละครบุพเพสันนิวาส. วารสารอยุธยาศึกษา. 12(2), 96-106.
- พุทธพร โคตรภัทร, ละเอียด ศิลา น้อย และกันทิมาลย์ จินดาประเสริฐ (2562). การศึกษาพฤติกรรมการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยเพื่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ Alexander จังหวัดอุบลราชธานี. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี. 10(2), 158-171.
- เมเจอร์ซีเนเพล็กซ์. (2564). โคตรละเอียด ทีมผู้สร้าง Kong: Skull Island คัดแล้วคัดอีกสถานที่ถ่ายทำสุดเจ๋ง เข้าถึงได้จาก: <https://www.majorcineplex.com>.
- อติเทพ งามศิลปะเสถียร. (2563). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์และละครโทรทัศน์ในประเทศไทย. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี. 14(3), 718-734.

- อติเทพ งามศิลปเสถียร. (2563). แนวทางการยกระดับคุณภาพของสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์และละครโทรทัศน์ในประเทศไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว. *วารสารวิชาการคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*. 11(2), 59-73.
- SBS ไทย. (2564). **รัฐบาลออสเตรเลียให้ทุนถ่ายหนังถ้าหลวงในควีนแลนด์**. เข้าถึงได้จาก: <https://www.sbs.com.au>.
- Azcue, J., Garcia, F., Tapia, G., & Gonzalez, E. (2021). **Films and Destinations-Towards a Film Destination: A Review**. *Information*, 12(39).
- Chen, C. (2018). Influence of celebrity involvement on place attachment: role of destination image in film tourism. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 23(1), 1-14.
- Cohen, E. (2005). The Beach of 'The Beach': The Politics of Environmental Damage in Thailand. *Tourism Recreation Research*, 30(1), 1-17.
- Cohen, J. Promotion of overseas tourism through media fiction. **Tourism Service Marketing: Advances in the theory and practice**. Special conference series, 1986. pp. 229-237.
- Crompton, J. (1979). Motivations for pleasure vacation. *Annals of Tourism Research*, 6(1), 408-424.
- Dann, G. M. S. (1977). Anomie, ego-enhancement and tourism. *Annals of Tourism Research*. 4(4), 184-194.
- Du, Y., & Pan, B. (2019). **Lost in Thailand: A case study on the impact of a film on tourist behaviour**. *Journal of Vacation Marketing*, 26(7). Retrieved form: <https://doi.org/10.1177/1356766719886902>.
- Fu, H., Ye, B.H., & Xiang, J. (2016, August). Reality TV, audience travel intentions and destination image. *Tourism Management*, 55(2016) 37-48.
- Gkritzali, A., Lampel, J., Wiertz, C. (2016) Blame it on Hollywood: The influence of films on Paris as product location. *Journal of Business. Research*, 7(69). 2363-2370.
- Gjorgievski.,Mijalce., Trpkova, M. &Sinolicka. (2012). Movie induced tourism: A new tourism phenomenon. *UTMS Journal of Economics*, 3(1), 97-104.
- Hudson, S., & Ritchie, J. B. (2006). Promoting destinations via film tourism: An empirical identification of supporting marketing initiatives. *Journal of travel research*. 44(4), 387-396.
- Juskelyte, D. (2016). Film Induced Tourism: Destination Image Formation and Development. *Regional Formation and Development Studies. Journal of Social Sciences*. 2(19).54-67.
- Kim, S., & Kim, S. (2017). Perceived values of TV drama, audience involvement, and behavioral intention in film tourism. *Journal of Travel & Tourism Marketing*. 35(3), 259-272.
- Kim, S., Kim, S., & Han, H. (2018). Effects of TV drama celebrities on national image and behavioural intention. *Asia pacific Journal of Tourism Research*. 24(3), 233-249.
- Kimber, S., Yang, J., & Cohen, S. (2019). Performing love, prosperity and Chinese hipsterism: Young independent travellers in Pai, Thailand. *Tourist Studies*. 19(2), 164-191.
- Lopukhova, A.O. (2015). **Film-Induced Tourism As A Phenomenon of The 21 st Century**. Young scholars' research in the humanities, Proceedings of the II International conference for young researchers. Saratov State University:
- Lee, S., & Bai, B. (2016). Influence of popular culture on special interest tourists' destination image. *Tourism Management*, 52 (February 2016), 161-169
- Macionis, N. (2004). Understanding the Film-Induced Tourist. In: W.C.W. Frost. **Proceedings of the International Tourism and Media Conference**. Melbourne: Tourism Research Unit, Monash University, p. 245-262.
- Morgan, N., Pritchard, A. (1998) **Tourism Promotion and Power: Creating Image, Creating Identities**. Cardiff: Wiley.
- Phomsiri, S. (2015). Film Tourism and Destination Marketing: Case studies of In-bound and Out-bound in Thailand. *Review of Integrative Business & Economics Research*. 4(3), 241-249



- Polianskaia, A., Radut, C., Stanciulescu, G. C., (2016). Film Tourism Responses to the Tourist's Expectations New Challenges. **SEA-Practical Application of Science**. Volume IV, 10(1). 149-156
- Qiao, F., Choi, Y., & Lee, T. J. (2016). Assessing feasibility of film-induced tourism: The case of Singapore. **International Journal of Tourism Sciences**, 16(3), 93–105.
- Rittichai nuwat, B., & Rattanaphinanchai, S. (2015). Applying a mixed method of quantitative and qualitative design in explaining the travel motivation of film tourists in visiting a film-shooting destination. **Tourism Management**, 136-147.
- Rittichainuwat, B., & Rattanaphinanchai S. (2015). Film-induced tourism in Thailand: an influence of international tourists' intention to visit film shooting location. **International Journal of Tourism Sciences**. 18(4).
- Riley, R., D. Baker, and C. S. van Doren. (1998). Movie Induced Tourism. **Annals of Tourism Research**. 25 (4): 919-35.
- Teng, H. Y., & Chen, C. Y. (2020). Enhancing celebrity fan-destination relationship in film-induced tourism: The effect of authenticity. **Tourism Management Perspectives**. 33, 100605.
- Wong, Y. J., & Lai, C. T. (2013). Celebrity Attachment and Behavioral Intentions: The Mediating Role of Place Attachment. **International Journal of Tourism Research, International Journal Tourism Research.**, 161-170.
- Wong, I. A., Law, R., & Zhao, X. (2018). Time-variant pleasure travel motivations and behaviors. **Journal of Travel Research**. 57(4), 437-452.
- Yen, C. H., & Croy, W. G. (2015). Film tourism: Celebrity involvement, celebrity worship and destination image. **Current Issues in Tourism**. 19(10), 1027-1044.
- Yen, C. H., & Teng, H. Y. (2015). Celebrity involvement, perceived value, and behavioral intentions in popular media-induced tourism. **Journal of Hospitality & Tourism Research**. 39(2), 225-244.

คณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความ (ภายนอก)

รองศาสตราจารย์ ดร.เกรียงไกร	เกิดศิริ	มหาวิทยาลัยศิลปากร
รองศาสตราจารย์ ดร.นิรัช	สุดสังข์	มหาวิทยาลัยนเรศวร
รองศาสตราจารย์ พันธดา	พุดผิงโรจน์	มหาวิทยาลัยศิลปากร
รองศาสตราจารย์ ดร.วรสันต์	บุรณากาญจน์	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
รองศาสตราจารย์ วิไล	อัครเดชศักดิ์	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกษมรสมิ์	วิวิตรกุลเกษม	มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยยศ	วนิชวัฒนาวัดิต	มหาวิทยาลัยบูรพา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฉานกล้า	ลีระกุล	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐวุฒิ	อัครโกวิทวงศ์	มหาวิทยาลัยศรีปทุม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไรพัตย์	ภูชีสส์ชวกรณ์	มหาวิทยาลัยศิลปากร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปณิตตา	ตันติวงศ์	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พรณรงค์	ชาญนุพงศ์	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิมลมาศ	วรรณคนาพล	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภณ	วชิระนิเวศ	มหาวิทยาลัยนเรศวร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วรณภา	พิมพ์วิริยะกุล	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วันเพ็ญ	เจริญตระกูลปิติ	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วีรวัฒน์	สิริเวสมาศ	มหาวิทยาลัยศิลปากร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สักรินทร์	แซ่ภู	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ โสมภานี	ศรีสุวรรณ	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
อาจารย์บุริม	โอทกานนท์	มหาวิทยาลัยมหิดล
อาจารย์ ดร.อัษฎาวรรณ	จุฑารัตน์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
ดร.จเร	สุวรรณชาติ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ชุติพร	วัชรานนท์	ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก
ดร.อุลลิสซา	ครุฑะเสน	ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

คณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความ (ภายใน)

รองศาสตราจารย์ น้ำอ้อย	สายหู	ภาควิชาสถาปัตยกรรมภายใน
รองศาสตราจารย์ โอชกร	ภาคสุวรรณ	ภาควิชาสถาปัตยกรรมและการวางแผน
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ธวัชชัย	มหานพวงศ์ชัย	ภาควิชาศิลปะอุตสาหกรรม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นภมล	พิมพ์เกตุ	ภาควิชาศิลปะอุตสาหกรรม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิจสิริห์	แววชาญ	ภาควิชาสถาปัตยกรรมภายใน
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปนายุ	ไชยรัตนานนท์	ภาควิชาสถาปัตยกรรมและการวางแผน
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ประภัสสร	เลิศอนันต์	ภาควิชาศิลปะ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วัชราร	เพ็ญศศิธร	ภาควิชาศิลปะอุตสาหกรรม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อมร	บุญต่อ	ภาควิชาสถาปัตยกรรมและการวางแผน



รูปแบบและคำแนะนำสำหรับผู้เขียนบทความ

Journal Format and Instructions for Authors

 ควรกะทัดรัด ไม่ยาวเกินไป ชื่อเรื่องประกอบด้วยภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยพิมพ์ชื่อเรื่องภาษาไทยก่อนแล้วตามด้วยภาษาอังกฤษ จัดวางแบบกึ่งกลางหน้ากระดาษ ขนาดตัวอักษร 18 ตัวหนา

ชื่อผู้เขียน¹ ชื่อผู้เขียน²

Author ¹ Author ²

 ให้ระบุชื่อเต็ม-นามสกุลเต็มของผู้เขียนทุกคนทั้งภาษาไทยและอังกฤษ ไม่ต้องระบุค่านำหน้าชื่อเช่น ยศ คุณวุฒิ หรือตำแหน่งวิชาการ จัดวางแบบกึ่งกลางหน้ากระดาษ ขนาดตัวอักษร 16 ตัวปกติ

บทคัดย่อ

รูปแบบการเขียนบทความ สำหรับคณาจารย์ นักวิจัย นักศึกษา และผู้สนใจทั่วไปที่ประสงค์ตีพิมพ์บทความในวารสารวิชาการคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง มีวัตถุประสงค์เพื่อนำรูปแบบการเขียนบทความให้มีความถูกต้องตามหลักเกณฑ์ของวารสารฯ โดยใช้เครื่องมือลักษณะ (Style) ในโปรแกรมไมโครซอฟท์ออฟฟิศเวิร์ด เพื่อตั้งค่ารูปแบบที่ถูกต้องร่วมกับคำแนะนำการเขียนบทความ ประกอบด้วยขนาดและความหนาตัวอักษร เว้นวรรค เว้นบรรทัด ย่อหน้า เป็นต้น ให้ใช้งานได้ง่าย รวดเร็ว และเป็นรูปแบบเดียวกันทุกบทความ ผู้เขียนโปรดศึกษา และใช้รูปแบบเพื่อความถูกต้อง และมีประสิทธิภาพในการนำเสนอบทความเพื่อตีพิมพ์

 ภาษาไทยและภาษาอังกฤษความยาวอย่างละ 350 คำโดยประมาณ ครอบคลุมวัตถุประสงค์การวิจัย ระเบียบวิธีวิจัย วิธีการวิจัย เครื่องมือวิจัย ประชากรหรือกลุ่มตัวอย่าง การเก็บข้อมูล และผลการวิจัย (บทความวิจัย) หรือครอบคลุมวัตถุประสงค์การศึกษา วิธีการศึกษา และผลการศึกษา (บทความวิชาการ) ผลการวิจัย หรือผลการศึกษาควรอธิบายองค์ความรู้ใหม่ และความก้าวหน้าในเชิงวิชาการ การเรียบเรียงภาษาเข้าใจง่าย ถูกต้องตามหลักไวยากรณ์ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

คำสำคัญ: รูปแบบการเขียนบทความ วารสารวิชาการ บทความวิจัย บทความวิชาการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

 ระบุคำสำคัญที่สอดคล้องวัตถุประสงค์บทความ ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษใส่ไว้ท้ายบทคัดย่อของแต่ละภาษาอย่างละไม่เกิน 5 คำ สำหรับคำไทยโปรดเว้นวรรคแทนคอมม่า

Abstract

 ภาษาอังกฤษเท่านั้น

Keywords: Automatic Journal Format, Journal, Academic Article, Research Article, Faculty of Architecture

 ภาษาอังกฤษเท่านั้น

¹ สาขาวิชา คณะ สถาบัน Department, Faculty, University

² สาขาวิชา คณะ สถาบัน Department, Faculty, University

 ระบุสาขาวิชา คณะ และสถาบันทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ หากผู้เขียนมาจากสถาบันเดียวกันโปรดใช้ ¹⁻² เป็นต้น โดยอยู่ส่วนท้ายของหน้าแรกเสมอ

1. บทนำ

เกณฑ์การพิจารณาบทความในวารสารวิชาการคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สจล. มีรายละเอียดดังนี้ 1) บทความทางวิชาการที่ส่งมาพิจารณาต้องไม่เคยเผยแพร่ที่ไหนมาก่อน (ทั้งในและนอกประเทศ) 2) ไม่อยู่ในระหว่างการพิจารณาของสื่อสิ่งพิมพ์อื่น 3) ไม่ละเมิดลิขสิทธิ์ของผู้อื่น 4) ต้นฉบับที่ส่งมาต้องตรวจสอบความถูกต้องของตัวสะกดและไวยากรณ์ 5) รูปแบบการจัดพิมพ์บทความถูกต้องตามที่กำหนด เมื่อบทความไม่ถูกต้องตามรูปแบบของวารสารวิชาการคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สจล. จะถูกส่งคืนผู้เขียนกลับไปแก้ไขให้ถูกต้อง 6) บทความควรมีความยาวไม่เกิน 15 หน้า กระดาษ A4 รวมทั้งภาพประกอบ 7) บทความภาษาไทยและภาษาอังกฤษใช้ตัวอักษร TH SarabunPSK 8) หลีกเลี่ยงการใช้ภาษาอังกฤษและภาษาไทยปนกัน โดยใช้ภาษาอังกฤษในวงเล็บหลังภาษาไทยเพื่อกำกับความหมาย เช่น ปฐมภูมิ (Primary) 9) หลีกเลี่ยงการสะกดภาษาไทยทับศัพท์ภาษาอังกฤษ เช่น สโตร์ แต่ให้แปลภาษาอังกฤษเป็นภาษาไทยตามความหมาย เช่น รูปแบบ 10) บทความที่ส่งมาจะได้รับการอ่านพิจารณาและตรวจสอบโดยผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ซึ่งมีความเชี่ยวชาญเฉพาะในสาขานั้น ๆ โดยไม่ทราบชื่อของผู้เขียนบทความ

 อธิบายที่มาและความสำคัญของปัญหาและเหตุผลที่นำไปสู่การวิจัยหรือการศึกษา

2. วัตถุประสงค์การวิจัย (บทความวิจัย) หรือการศึกษา (บทความวิชาการ)

- 2.1 สร้างรูปแบบการเขียนบทความ
- 2.2 แนะนำการเขียนบทความให้ถูกต้องตามรูปแบบวารสาร

3. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

- 3.1 แนวคิดการวิจัยหรือการศึกษา
- 3.2 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องการวิจัยหรือการศึกษา

 อธิบายแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยหรือการศึกษา เพื่อแสดงถึงฐานความคิดผู้วิจัยหรือผู้ศึกษาเชิงลึก เชื่อมโยงวัตถุประสงค์การวิจัยหรือการศึกษากับขอบเขต วิธีการ เครื่องมือ และระเบียบวิธีวิจัย หรือวิธีการศึกษา ผลการวิจัย หรือผลการศึกษา การสรุปและอภิปรายผล

4. วิธีการวิจัย เครื่องมือวิจัย และระเบียบวิธีวิจัย (บทความวิจัย) หรือวิธีการศึกษา (บทความวิชาการ)

รูปแบบการเขียนบทความมีขั้นตอนวิธีการดังนี้

 อธิบายรูปแบบและวิธีการวิจัย ประชากร กลุ่มตัวอย่างและการเลือก จำนวน ขนาด เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการวิจัย วิธีการเก็บข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้ (ถ้ามี) (บทความวิจัย)

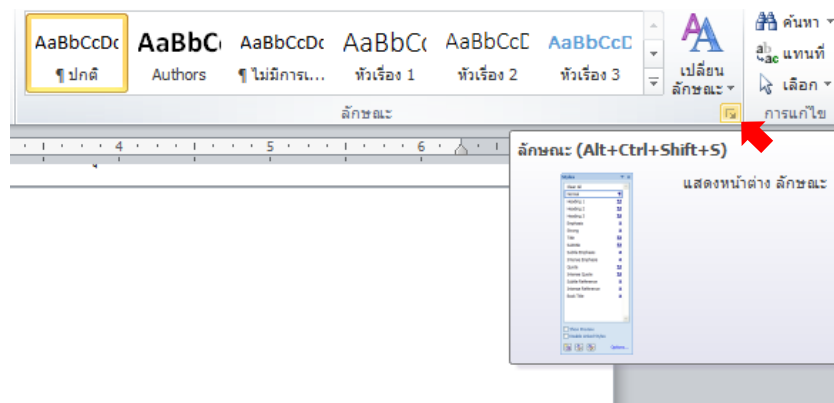
อธิบายรูปแบบและวิธีการศึกษา จำนวน ขนาด ลักษณะเฉพาะของตัวอย่างที่ศึกษา เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการศึกษา วิธีการเก็บข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล (บทความวิชาการ)

4.1 การใช้รูปแบบการเขียนบทความ

เมื่อเปิดไฟล์รูปแบบนี้ขึ้นมาควรตรวจสอบระยะขอบกระดาษให้ถูกต้องคือ ด้านซ้าย ด้านบน และด้านขวามีระยะ 2.54 เซนติเมตร ด้านล่าง 1.27 เซนติเมตร จากนั้นทำตามขั้นตอนต่อไปนี้

4.1.1 การเปิดส่วนขยายหน้าต่างแสดงลักษณะ คลิกเลือกที่สัญลักษณ์ดังรูปที่ 1 หรือกดปุ่ม

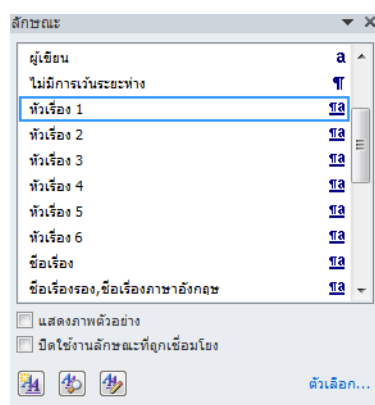
Alt+Ctrl+Shift+S เพื่อเปิดส่วนขยาย



รูปที่ 1 ตำแหน่งส่วนขยายหน้าต่างแสดงลักษณะ
ที่มา: ชื่อผู้แต่ง (ปีที่พิมพ์)

4.1.2 สร้างข้อความตามรูปแบบการเขียนบทความนี้ สามารถสร้างได้สองวิธีคือ

- 1) พิมพ์ข้อความลงในส่วนที่ต้องการ เช่น พิมพ์ชื่อเรื่องวารสารของท่านลงในตำแหน่งชื่อวารสารตามที่แสดงในรูปแบบและคำแนะนำสำหรับผู้เขียนวารสารวิชาการฉบับนี้ ข้อความที่พิมพ์จะใช้ลักษณะที่ตั้งค่าไว้ หรือ
- 2) คัดลอกข้อความมาวางแทนข้อความเดิม กรอข้อความแล้วเลือกลักษณะต่าง ๆ ตามต้องการ ดังรูปที่ 2 จากนั้นข้อความจะเปลี่ยนตามลักษณะที่เลือก



รูปที่ 2 ตำแหน่งส่วนขยายหน้าต่างแสดงลักษณะ
ที่มา: ชื่อผู้แต่ง (ปีที่พิมพ์)

4.2 ตาราง

สร้างตารางและจัดวางกึ่งกลางของหน้ากระดาษ ระบุหมายเลขพร้อมชื่อตารางไว้ชิดขอบซ้ายเหนือตาราง ด้วยขนาดอักษร 14 ตัวหนา ตัวอย่างดัง ตารางที่ 1 ตามด้วยชื่อตารางขนาดอักษร 14 ตัวปกติ และอ้างอิงแหล่งที่มาได้ตาราง

ตารางที่ 1 แสดงการใช้ลักษณะของส่วนต่าง ๆ  เสมอขอบด้านซ้ายของตาราง

ลำดับที่	ส่วน	ลักษณะ (Style)
1	ชื่อเรื่อง	Title (ชื่อเรื่อง)
2	ชื่อเรื่องภาษาอังกฤษ	Title (ชื่อเรื่อง)
3	ชื่อผู้เขียน ¹ ชื่อผู้เขียน ²	ผู้เขียน
4	บทคัดย่อ และ Abstract	Heading (หัวเรื่อง 1)
5	คำสำคัญ และ Keywords	ปกติ (Normal) (ตัวหนาเฉพาะหัวเรื่อง)
6	บทนำ	Heading 1 (หัวเรื่อง 1)
7	วัตถุประสงค์การวิจัย	Heading 1 (หัวเรื่อง 1)
8	แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	Heading 1 (หัวเรื่อง 1)
9	วิธีการวิจัย เครื่องมือวิจัย และ ระเบียบวิธีวิจัย	Heading 1 (หัวเรื่อง 1)
10	หัวข้อย่อยที่มีจุดทศนิยม 1 จุด	Heading 2 (หัวเรื่อง 2)
11	ผลการวิจัย	Heading 1 (หัวเรื่อง 1)
12	การอภิปรายผล การสรุป และ ข้อเสนอแนะ	Heading 1 (หัวเรื่อง 1)
13	เอกสารอ้างอิง	Heading 1 (หัวเรื่อง 1)

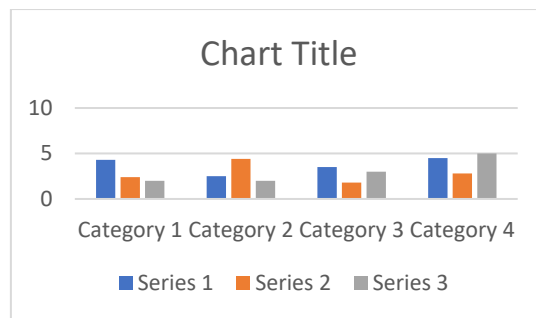
ที่มา: ชื่อผู้แต่ง (ปีที่พิมพ์)  เสมอขอบด้านซ้ายของตาราง

การอ้างอิงที่มาของตาราง

- กรณีผู้แต่งเป็นคนไทย ให้อธิบายชื่อเป็นภาษาไทยโดยไม่มีตำแหน่งหรือยศใด ๆ นอกเหนือจากฐานันดรศักดิ์ที่ติดตัวมาแต่กำเนิด ตามด้วยปีที่พิมพ์แบบพุทธศักราช ภายในวงเล็บ เช่น ที่มา: ระเบียบ รักวิจัย (2563) เป็นต้น
- กรณีผู้แต่งเป็นคนต่างประเทศ ให้อธิบายนามสกุลเป็นภาษาอังกฤษ ตามด้วยปีที่พิมพ์แบบคริสต์ศักราช ภายในวงเล็บ เช่น Namsakun (2020) เป็นต้น
- กรณีดัดแปลงตารางจากต้นฉบับ ให้ระบุว่า “ที่มา: ดัดแปลงจาก ชื่อผู้แต่ง (ปีที่พิมพ์)”
- กรณีเป็นตารางที่ผู้วิจัยหรือผู้ศึกษาวิเคราะห์และสร้างขึ้นด้วยตนเอง โปรดตัดคำว่าที่มาออกโดยไม่ต้องระบุข้อมูล
- กรณีผู้แต่ง 2 คน ให้ใช้คำว่า “และ” ระหว่างชื่อผู้แต่งทั้ง 2 คน เช่น ประหยัด จันทร์ขมภู และประสพสันต์ อักษรมัต (2518) หรือหากผู้แต่งเป็นคนต่างประเทศ เช่น Choomchuay and Niwa (1992) เป็นต้น
- กรณีผู้แต่งมากกว่า 2 คน เช่น สนานจิตร สุนทรทรัพย์ และคณะ (2532) หรือ Bradley et al. (1983) เป็นต้น
- กรณีผู้แต่ง คือ สถาบัน องค์กร หน่วยงาน เช่น กรมอาชีวศึกษา (2531) หรือ World Health Organization (1999)
- โปรดบรรจุแหล่งที่มาทุกตาราง (ที่ผู้เขียนอ้างอิงมาใช้) ในรายการเอกสารอ้างอิงท้ายบทความ

4.3 รูปภาพ

เพื่อหลีกเลี่ยงการเคลื่อนตำแหน่งของรูปโปรดสร้างตารางโดยใช้คำสั่ง No Border และ Insert รูปลงในช่องตารางตามตัวอย่างในรูปที่ 3 (ใช้คำสั่ง View gridlines เพื่อดูเส้นตาราง) โปรดอ้างอิงทุกรูปเสมอในบทความ เช่น ดังรูปที่ 3 และเว้น 1 บรรทัดก่อนระบุคำอธิบายได้รูป



รูปที่ 3 ตัวอย่างการจัดวางและอ้างอิงแหล่งที่มา
ที่มา: ชื่อผู้แต่ง (ปีที่พิมพ์)

การเขียนอ้างอิงที่มาได้รูปภาพ

- จัดข้อความไว้ใต้รูปภาพและอยู่กึ่งกลางของหน้ากระดาษ ระบุหมายเลขของรูปภาพดังกล่าว ด้วยขนาดอักษร 14 ตัวหนา ตัวอย่างดัง รูปที่ 3 ตามด้วยชื่อภาพขนาดอักษร 14 ตัวปกติ
- อ้างอิงที่มาในบรรทัดถัดไปด้วยการใช้วิธีการเดียวกันกับการอ้างอิงตาราง

หากต้องการสร้างหัวข้อ 4.4 ให้พิมพ์ข้อความ เลือกข้อความ แล้วเลือก “หัวเรื่อง 2” ตามรูปแบบที่กำหนดไว้ใน 4.1-4.3

5. ผลการวิจัยหรือการศึกษา

เสนอผลการวิจัยหรือผลการศึกษาอย่างชัดเจนครอบคลุมตามระบุในวัตถุประสงค์ ตรงประเด็นตามลำดับขั้นตอน ถ้าผลไม่ซับซ้อนและมีตัวเลขไม่มากควรใช้คำบรรยาย แต่ถ้ามีตัวเลขหรือตัวแปรมากควรใช้ตารางหรือแผนภูมิแทน ไม่ควรมีเกิน 5 ตารางหรือแผนภูมิ โดยมีการแปลความหมายและวิเคราะห์ผลที่ค้นพบ และสรุปเทียบกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ (ถ้ามี)

5.1 หัวข้อย่อย

รายละเอียด

5.1.1 หัวข้อแยกย่อย

รายละเอียด

5.2 หัวข้อย่อย

รายละเอียด

6. การอภิปรายผล สรุป และข้อเสนอแนะ

6.1 อภิปรายผล

อธิบายความสอดคล้องหรือขัดแย้งอย่างไร ระหว่างผลการวิจัยหรือผลการศึกษาของผู้เขียนและผู้อื่นที่วิจัยหรือศึกษามาก่อน และเหตุผลใดจึงเป็นเช่นนั้น

6.2 สรุปผล

สรุปผลการวิจัยหรือผลการศึกษาอย่างสอดคล้องตามวัตถุประสงค์/สมมติฐานของการวิจัย (ถ้ามี)

6.3 ข้อเสนอแนะ

เสนอแนะการนำผลงานวิจัยหรือผลการศึกษาไปใช้ประโยชน์ หรือทั้งประเด็นคำถามการวิจัยหรือการศึกษาเพื่อเป็นแนวทางสำหรับการวิจัยหรือศึกษาต่อไป

7. อื่น ๆ

คือหัวข้อที่ผู้เขียนต้องการเพิ่มเติม เช่น กิตติกรรมประกาศ

เอกสารอ้างอิง

✎ ระบุรายชื่อเอกสารที่ใช้เป็นหลัก ที่ปรากฏในบทความ ในรูปแบบการอ้างอิง APA ศึกษาได้จากไฟล์ชื่อ “การเขียนอ้างอิงบทความวิชาการคณะฯ APA” ที่ https://drive.google.com/file/d/1cjmS_G5UwZGh-JfOnkyyls1d0bae_e-P/view ภายใต้หัวข้อ “เอกสารดาวโหลด” จัดเรียงลำดับตามตัวอักษรโดยไม่ต้องแบ่งแยกประเภทเอกสาร ขึ้นต้นด้วยกลุ่มเอกสารภาษาไทย และตามด้วยกลุ่มเอกสารภาษาอังกฤษ แสดงตัวอย่างดังนี้

กนิษฐ์ สายวิจิตร. (2537). **วงจรกำเนิดสัญญาณไซน์แบบเลื่อนเฟสด้วยอาร์ซีที่สามารถควบคุมขนาดโดยการ**

กำหนดเงื่อนไขเริ่มต้น. (วิทยานิพนธ์วิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิศวกรรมไฟฟ้า บัณฑิต

วิทยาลัย, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง).

ทักษิณา สวานานนท์. (2537). **การใช้คอมพิวเตอร์เบื้องต้น.** กรุงเทพฯ: ไโฮพริ้นติ้ง.

ทัศนีย์ ชังเทศ และสมภพ ถาวรยิ่ง. (2530). **การวิเคราะห์การถดถอยและสหสัมพันธ์.** กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

นิภาพร ประภาศิริ และเอื้อน ปิ่นเงิน. (2541). การวัดความซับซ้อนของซอฟต์แวร์. **สารสนเทศลาดกระบัง.** 3(1), 42-55.

บัณฑิตวิทยาลัย สจล. (2538). **School of Graduate Studies, KMITL; Prospectus 1995.**

เข้าถึงได้จาก: <http://www.kmitl.ac.th/index-t.html>.

มนัส สัจวรศิลป์. (18 เมษายน 2541). สัมภาษณ์โดย สมศักดิ์ ชุมช่วย. **แนวทางการปรับปรุง**

คุณภาพของมหาบัณฑิตของสถาบันฯ. บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

สมเกียรติ ศุภเดช และคณะ. (2536). คุณสมบัติวิชาชีพของวิศวกรสองสถานะแบบซีโมส. ใน **การประชุมทางวิศวกรรมไฟฟ้า ครั้งที่ 16.** (หน้า. 410-414). กรุงเทพฯ: คณะวิศวกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

Jackson, M. H. Stewart, D., and Steven, G. (1991). **Environmental Health Reference Book.** Oxford: Butterworth Heineman.

Sumner, M. (1990). **Computer: Concept and uses.** 2nd ed. New York: McGraw-Hill

คำแนะนำสำหรับผู้เขียนบทความ (Instructions for Authors)

วารสารวิชาการคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จสจ. ISSN 2673-0456 (Online) เป็นวารสารที่พิมพ์เพื่อเผยแพร่ความรู้ ความก้าวหน้าทางผลงานวิชาการและการวิจัยทางสาขาการออกแบบ สถาปัตยกรรม ศิลปกรรม และการวางแผนภาคและเมือง แก่คณาจารย์ นักวิจัย นักศึกษา และผู้สนใจทั่วไป และนอกจากนั้นยังใช้เป็นสื่อกลางรายงานและแลกเปลี่ยน ผลการวิจัย แนวความคิด หรือความรู้ ที่เป็นประโยชน์และมีคุณค่าที่เกี่ยวข้องกับผลงานด้านวิชาการและการวิจัยสาขาการออกแบบ สถาปัตยกรรม ศิลปกรรม และการวางแผนภาคและเมือง ซึ่งวารสารวิชาการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง มีกำหนดตีพิมพ์รายปี (ปีละ 2 ฉบับ ฉบับแรก เดือนมกราคม – มิถุนายน และ ฉบับที่ 2 เดือนกรกฎาคม – ธันวาคม) ผลงานที่จะนำมาตีพิมพ์ในวารสารนี้ จะต้องได้รับการตรวจสอบทางวิชาการ จาก Peer Review ก่อน เพื่อให้วารสารมีคุณภาพระดับมาตรฐานสากล นำไปอ้างอิงได้ ผลงานที่ส่งมาตีพิมพ์จึงต้องมีสาระน่าสนใจ เป็นงานที่ทบทวนความรู้เดิม หรือองค์ความรู้ใหม่ที่ทันสมัย และบทความจะถูกนำไปเผยแพร่ใน E-Journal Website ของคณะ สถาปัตยกรรม ศิลปะและการออกแบบ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

1. ประเภทของผลงานทางวิชาการที่ตีพิมพ์ในวารสารวิชาการ

1.1 บทความวิจัย (Research Article) เป็นบทความที่มีรูปแบบของการวิจัยตามหลักวิชาการ กล่าวคือ มีการตั้งสมมติฐานหรือมีการกำหนดปัญหาที่ชัดเจนสมเหตุสมผล ระบุวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนแน่นอน มีการค้นคว้าอย่างมีระบบ รวบรวมวิเคราะห์ข้อมูล ศึกษาและสรุปผลตรงตามวัตถุประสงค์ เพื่อความก้าวหน้าทางวิชาการ

1.2 บทความทางวิชาการ (Academic Article) เป็นบทความที่เขียนขึ้นในลักษณะวิจารณ์หรือเสนอแนวคิดใหม่ ๆ จากพื้นฐานทางวิชาการที่ได้เรียบเรียงจากผลงานทางวิชาการของตนเองหรือของคนอื่น หรือเป็นบทความทางวิชาการที่เขียนขึ้นเพื่อเป็นความรู้ที่สำคัญแก่คนทั่วไป

2. เกณฑ์ในการพิจารณาบทความ

2.1 บทความทางวิชาการที่ส่งมาต้องไม่เคยเผยแพร่ที่ไหนมาก่อน (ทั้งในและนอกประเทศ) หากเคยเผยแพร่ ต้องมีการอนุญาตพิมพ์ซ้ำเป็นลายลักษณ์อักษรจากเจ้าของบทความ

2.2 เป็นบทความที่ไม่ได้อยู่ระหว่างการพิจารณาของสิ่งพิมพ์อื่น ๆ

2.3 ต้นฉบับที่ส่งมาต้องมีความถูกต้องของตัวสะกดและไวยากรณ์ บทความที่ไม่ถูกต้องตามรูปแบบจะถูกส่งคืนให้ผู้เขียนกลับไปแก้ไขให้ถูกต้อง

2.4 เป็นบทความที่ไม่ละเมิดลิขสิทธิ์ของผู้อื่น

2.5 รูปแบบการจัดพิมพ์บทความให้ถูกต้องตามที่กำหนด

2.6 บทความควรมีความยาว 10-15 หน้ากระดาษ A4 รวมภาพประกอบ

2.7 บทความภาษาไทยและภาษาอังกฤษให้ใช้ตัวอักษรชนิด TH SarabunPSK โดยยึดถือรูปแบบการพิมพ์บทความภาษาไทย

2.8 บทความทุกบทความที่ส่งมาจะได้รับการอ่าน และตรวจสอบโดยผู้ทรงคุณวุฒิจำนวนไม่น้อยกว่า 3 ท่านที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะในสาขานั้น ๆ โดยไม่ทราบชื่อของผู้เขียนบทความ (Double Blind)

บทความในลักษณะอื่น ๆ นอกเหนือจากรายละเอียดข้างต้น จะได้รับการพิจารณาจากกองบรรณาธิการเป็นกรณีเฉพาะ

3. กรอบเวลาในการส่งบทความ	
ฉบับที่ 1	
1 - 25 ธันวาคม	ประกาศรับบทความฉบับเต็ม ส่งเข้าระบบ https://so04.tci-thaijo.org/index.php/archkmitl
5 มกราคม	คัดกรองบทความฉบับเต็มเบื้องต้น
20 มกราคม	ประกาศผลการพิจารณาบทความฉบับเต็ม
1 กุมภาพันธ์	ผู้เขียนส่งบทความปรับปรุง ส่งเข้าระบบ https://so04.tci-thaijo.org/index.php/archkmitl
15 กุมภาพันธ์	ประกาศผลการพิจารณาบทความของกองบรรณาธิการ
1 เมษายน	ประกาศผลการพิจารณากลับกรองบทความของผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Review)
15 เมษายน	ผู้เขียนส่งบทความฉบับสมบูรณ์ ครั้งที่ 1 (ปรับปรุงเนื้อหา รูปแบบ (Format) และการเขียน อ้างอิง)
30 เมษายน	ผู้เขียนส่งบทความฉบับสมบูรณ์ ครั้งที่ 2 (ปรับปรุงเนื้อหา รูปแบบ (Format) และการเขียน อ้างอิง)
15 พฤษภาคม	ประกาศผลการพิจารณาการตีพิมพ์ โดยขอเลื่อนการเผยแพร่บทความที่ยังต้องปรับแก้ เนื้อหา รูปแบบและการเขียนอ้างอิงไปก่อนจนกว่าจะปรับแก้เรียบร้อยแล้ว
31 พฤษภาคม	วารสารเตรียมบทความเพื่อจัดรูปเล่ม
1 - 30 มิถุนายน	ขั้นตอนพิสูจน์อักษร จัดรูปเล่ม เผยแพร่ออนไลน์แบบ e-journal
ฉบับที่ 2	
1 - 31 พฤษภาคม	ประกาศรับบทความฉบับเต็ม ส่งเข้าระบบ https://so04.tci-thaijo.org/index.php/archkmitl
1 มิถุนายน	คัดกรองบทความฉบับเต็มเบื้องต้น
20 มิถุนายน	ประกาศผลการพิจารณาบทความฉบับเต็ม
1 กรกฎาคม	ผู้เขียนส่งบทความปรับปรุง ส่งเข้าระบบ https://so04.tci-thaijo.org/index.php/archkmitl
15 กรกฎาคม	ประกาศผลการพิจารณากลับกรองบทความของกองบรรณาธิการ
1 กันยายน	ประกาศผลการพิจารณากลับกรองบทความของผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Review)
15 กันยายน	ผู้เขียนส่งบทความฉบับสมบูรณ์ ครั้งที่ 1 (ปรับปรุงเนื้อหา รูปแบบ (Format) และการเขียน อ้างอิง) เพื่อตรวจสอบ บทความที่ยังปรับแก้ไม่เรียบร้อยแล้วให้ส่งครั้งที่ 2
30 กันยายน	ผู้เขียนส่งบทความฉบับสมบูรณ์ ครั้งที่ 2 (ปรับปรุงเนื้อหา รูปแบบ (Format) และการเขียน อ้างอิง)
15 ตุลาคม	ประกาศผลการพิจารณาการตีพิมพ์ โดยขอเลื่อนการเผยแพร่บทความที่ยังต้องปรับแก้ เนื้อหา รูปแบบและการเขียนอ้างอิงไปก่อนจนกว่าจะปรับแก้เรียบร้อยแล้ว
31 ตุลาคม	วารสารเตรียมบทความเพื่อจัดรูปเล่ม
1-31 ธันวาคม	ขั้นตอนพิสูจน์อักษร จัดรูปเล่ม เผยแพร่ออนไลน์แบบ e-journal

ขอหลักเกณฑ์และคำแนะนำสำหรับผู้เขียนบทความวิชาการ และบทความวิจัย รูปแบบบทความ และรูปแบบการเขียนอ้างอิงในบทความ ได้ที่งานบริหารวิชาการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ และการออกแบบ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง หรือดาวน์โหลดเอกสารหลักเกณฑ์และคำแนะนำได้จากหน้าเว็บไซต์ของวารสาร URL: <https://www.tci-thaijo.org/index.php/archkmitl>

ส่งบทความตามกำหนดกรอบเวลาได้ที่ E-mail: journal.archkmitl@gmail.com และ/หรือ Submission ผ่านระบบ ThaiJo ได้ที่ URL: <https://www.tci-thaijo.org/index.php/archkmitl>



เจ้าหน้าที่ผู้ประสานงานหลัก: นางศิริรัตน์ มีโชน
ผู้ประสานงานวารสารวิชาการ
คณะสถาปัตยกรรม ศิลปะและการออกแบบ
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
เลขที่ 1 ซ.ฉลองกรุง 1 ลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร 10520
โทรศัพท์ 02-329-8000 ต่อ 3551 โทรสาร. 02-329-8365
มือถือ: 094-942-4960
Line ID: journal_archkmitl
E-mail: journal.archkmitl@gmail.com

เจ้าหน้าที่ผู้ประสานงานร่วม: นางวรัญชลี คุณมี
ผู้ประสานงานวารสารวิชาการ (ด้านระบบ ThaiJO 2.0)
คณะสถาปัตยกรรม ศิลปะและการออกแบบ
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
เลขที่ 1 ซ.ฉลองกรุง 1 ลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร 10520
โทรศัพท์ 02-329-8000 ต่อ 5212 โทรสาร. 02-329-8365
มือถือ: 091-409-2475
Line ID: prapeun
E-mail: w.koonmee@gmail.com