

ทฤษฎีการออกแบบสถาปัตยกรรม

สัมผัสธรรมชาติในงานสถาปัตยกรรมของโลกตะวันออกและโลกตะวันตก

The Touch of Nature in the Eastern and Western Architecture

ดร. บุรินทร์ ธราวิจิตรกุล

Burin Tharavijitkul, Ph.D.

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

E-mail: burin.thara@cmu.ac.th

บทคัดย่อ

สถาปัตยกรรมจากโลกฝั่งตะวันออกและโลกฝั่งตะวันตกมีพื้นฐานการก่อกำเนิดในเรื่องมิติการเชื่อมโยงกับธรรมชาติที่แตกต่างกัน ในขณะที่วิถีตะวันออกมีมุมมองในการใช้ชีวิตร่วมกับธรรมชาติแบบองค์รวม ยอมรับการอยู่ภายใต้วัฏจักรของกฎแห่งความไม่แน่นอนของธรรมชาติ โดยสะท้อนผ่านสถาปัตยกรรมที่เปิดรับสัมผัสของธรรมชาติเข้ามาในพื้นที่ว่างอย่างอบอุ่นและกลมกลืนต่างจากวิถีตะวันตกที่มีพื้นฐานแนวคิดในการพยายามเอาชนะและควบคุมธรรมชาติ สะท้อนออกมาในรูปแบบของงานสถาปัตยกรรมที่มุ่งปกป้องพื้นที่ว่างภายในจากสภาพแวดล้อมภายนอก บทความนี้มีจุดมุ่งหมายในการตีแผ่ความแตกต่างทางทัศนคติเรื่องการเชื่อมต่อกับธรรมชาติในงานสถาปัตยกรรมจากโลกตะวันออกและสถาปัตยกรรมจากโลกตะวันตก รวมถึงแสดงคุณค่าของสัมผัสธรรมชาติที่ส่งผลต่อผู้คนในสถาปัตยกรรมอย่างละเอียดอ่อน

Abstract

Architecture from the eastern and western world is created from a very different background in regards to the attitude of the touch of nature. The eastern ways of living are seen to follow the rule the holistic ways of thinking and the impermanence of nature, which reflect through architectural space that opens itself to the flow of natural environment respectfully. On the other hand, western ways of life tend to overcome and control the nature. This can be seen through the design of interior space that seems to be protected from the outer natural environment. The objective of this article is thus to show the different attitude between eastern and western architecture in terms of how it links to the nature. This article also illustrates the essence of the touch of nature that has deeply impacted people in built environment.

คำสำคัญ (Keywords): ธรรมชาติ (Nature), สถาปัตยกรรมตะวันออก (The Eastern Architecture), สถาปัตยกรรมตะวันตก (The Western Architecture), ความเปลี่ยนแปลง (Change)

1. บทนำ

“ในปี ค.ศ. 1887 Vincent Van Gogh ได้วาดภาพ The Bridge in the Rain ซึ่งภาพเขียนนี้เป็นการลอกเลียนผลงานภาพพิมพ์ของศิลปินชาวญี่ปุ่น Hiroshige Ando ชื่อ Sudden Shower ที่สร้างขึ้นในปี 1857..” (ขยายความจากส่วนหนึ่งของ keynote speech โดย Kengo Kuma ใน Asia Future Conference ที่จัดขึ้นที่กรุงเทพฯ ตั้งแต่เดือนมีนาคม 2556)



รูปที่ 1 The Bridge in the Rain

ภาพพิมพ์ Sudden Shower นี้เป็นภาพการเกิดพายุฤดูร้อนวันหนึ่งในญี่ปุ่น ท้องฟ้าที่มีมืดครึ้มและสายฝนที่กระหน่ำลงมาเบียดเสียดกันอย่างหนาแน่น ทำให้ผู้คนเคลื่อนตัวข้ามสะพานอย่างลำบาก ต่างคนต่างก้มตัวลงเดินเพื่อรีบข้ามความเปียกปอนบนสะพานไป ภาพนี้สะท้อน

อิทธิพลของพลังธรรมชาติที่มีผลต่อชีวิตมนุษย์อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ แม้ภาพจะแสดงบรรยากาศความรุนแรงที่น้ำกลัวของพายุฝนแต่กลับถูกถ่ายทอดออกมาอย่างสงบและเรียบง่าย และอาจเป็นด้วยเหตุนี้เองที่ทำให้ Van Gogh ผู้ที่ในช่วงหนึ่งของชีวิตได้เดินทางออกตามหาความสงบ ได้สัมผัสถึงความเรียบง่ายของการใช้ชีวิตในวัฒนธรรมญี่ปุ่นแม้จะอยู่ภายใต้ความรุนแรงและแปรปรวนของปรากฏการณ์ธรรมชาติรอบข้าง จนได้สร้างแรงบันดาลใจให้เขาทำการลอกเลียนงานของ Hiroshige Ando เพื่อทำความเข้าใจวิถีการอยู่ร่วมกันของมนุษย์และธรรมชาติ

Kengo Kuma ได้กล่าวว่า ชาวตะวันตกและชาวตะวันออกมีโลกทัศน์เรื่องความผูกพันกับธรรมชาติที่แตกต่างกัน โดยสังคมตะวันตกมักมองภาพของมนุษย์และธรรมชาติแบบแยกส่วนออกจากกัน ในขณะที่ชาวตะวันออกกลับมองเห็นการอยู่ร่วมกันของมนุษย์กับธรรมชาติที่เชื่อมโยงกันอย่างกลมกลืน ซึ่งถือว่ามนุษย์เป็นส่วนหนึ่งของวัฏจักรธรรมชาติและยอมรับการใช้ชีวิตอยู่ภายใต้กฎเกณฑ์ของธรรมชาติ โลกทัศน์ที่แตกต่างกันนี้ได้สะท้อนกลับมาถึงวัฒนธรรมวิถีชีวิตของผู้คน รวมถึงงานศิลปะและรูปแบบของสถาปัตยกรรมที่แตกต่างกัน

2. เนื้อความหลัก

2.1 ทศนคติเรื่องสุนทรียภาพในสถาปัตยกรรม

Descartes ปราชญ์ชาวตะวันตกได้กล่าวไว้ว่า “I think therefore I am...”

“เมื่อฉันสามารถคิดได้ ดังนั้น ฉันจึงเป็นฉัน... (ที่แตกต่างกับคนอื่นและสิ่งอื่น ๆ)”

วิถีคิดแบบนี้ได้สร้างโลกของการแบ่งแยกขึ้นมา ทำให้มนุษย์แยกตัวเหนือออกจากธรรมชาติ และมนุษย์ที่คิดต่างก็ถูกแยกออก

จากกัน วิธีคิดนี้ได้ฝังรากลึกลงในวัฒนธรรมตะวันตกกลายเป็นแนวคิดของวิทยาศาสตร์สมัยใหม่แบบแยกส่วน (พริตจอฟ คาปรา, 2537) และแนวคิดนี้ได้ส่งผลสู่รูปแบบทางสถาปัตยกรรมตะวันตกตั้งแต่ยุคคลาสสิก จนถึงยุคโมเดิร์น สถาปัตยกรรมตะวันตกจึงมีลักษณะของการหาทางจัดการควบคุมธรรมชาติภายนอก กล่าวคือ สถาปัตยกรรมตะวันตกมีหน้าที่ปกป้องมนุษย์ออกจากสภาพแวดล้อมธรรมชาติที่ทารุณ เช่น ความหนาวเหน็บ พายุฝน ซึ่งสังเกตจากสถาปัตยกรรมที่มีลักษณะดังเช่นกล่องที่ปิดมิดชิดแข็งแรง ทำให้เกิดพื้นที่ว่างภายใน (space) ที่เอื้อให้มนุษย์สามารถใช้ชีวิตได้อย่างสะดวกสบายในกล่องนั้น อาคารตะวันตกจึงมีโครงสร้างที่แข็งแรงเพื่อให้สามารถรับมือกับความเปลี่ยนแปลงที่รุนแรงต่างๆ ของธรรมชาติ โดยผนังอาคารถูกก่อและสร้างให้มีความหนาเพื่อป้องกันมิให้ความหนาวเย็นผ่านเข้ามาสู่อุณหภูมิร่างกายมนุษย์และความชื้นของผนังกระจกก็อนุญาตให้เพียงประสาทสัมผัสทางตาของมนุษย์ได้ออกไปสัมผัสธรรมชาติแวดล้อมภายนอกแบบไกลๆ แต่ปิดกั้นจากประสาทสัมผัสด้านอื่น ๆ ของมนุษย์โดยสิ้นเชิง ทำให้ธรรมชาติภายนอกจึงเป็นเพียงวัตถุประดับให้กับสายตาของมนุษย์ที่อยู่ในกล่องอาคารเท่านั้น

รูปร่าง (form) ของสถาปัตยกรรมตะวันตกถูกสร้างขึ้นให้แสดงความสมบูรณ์ในตัวเอง เกิดการแยกขอบเขตที่ชัดเจนระหว่างภายในและภายนอกอาคาร Juhani Pallasmaa ได้กล่าวไว้ว่า แม้สถาปัตยกรรมแบบโมเดิร์นนั้นถูกสร้างให้เกิดภาพลักษณ์ของรูปแบบ form ที่ดูโดดเด่นแยกตัวออกจากสิ่งต่างๆ อย่างหยิ่งผยอง แต่นั่นเป็นเพียงภาพลักษณ์ที่ฉาบฉวย เพราะสถาปัตยกรรมโมเดิร์นเองไม่สามารถรักษาภาพความยิ่งใหญ่

ของตัวเองได้ตลอดไป ซึ่งสามารถสังเกตได้จากอาคารโมเดิร์นที่จะสวยงามก็ต่อเมื่อพื้นผิวอาคารยังเป็นสีขาวที่เป็นขาวใหม่สะอาด แต่ดูแย่งกันที่เมื่อสีขาวนั้นหม่นหมองลงหรือเกิดคราบความสกปรกขึ้นบนพื้นผิวสีขาวนั้น แปลว่าอาคารเหล่านี้ไม่สามารถทนต่อแรงกระทำต่างๆ ที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงของเวลาได้ เช่น คราบจากการตากแดดฝน คราบตะไคร่ รอยเปื้อนขูดขีดจากการใช้งาน ดังนั้น สถาปัตยกรรมโมเดิร์นจึงถูกสร้างให้มีภาพลักษณ์ของความสมบูรณ์เป็นอมตะ ห้ามเก่า ห้ามผุพัง ซึ่งตรงข้ามกับ “ความจริง” ของสรรพสิ่งที่ล้วนแต่ต้องเสื่อมสลายและดับสูญ จึงทำให้แตกต่างจากสถาปัตยกรรมพื้นถิ่นทางฝั่งตะวันออก ดังเห็นได้จากเรือนไทยหรือยุงข้าว ที่ไม่ว่าจะตากแดดตากฝนไปหลายปีจนเกิดคราบเปรอะเปื้อนและร่องรอยของความเก่าต่างๆ ขึ้นบนผิวเนื้อไม้หรือวัสดุค้ำหลังคา แต่สถาปัตยกรรมพื้นถิ่นเหล่านั้นก็ยังดูดีและมีแต่จะงดงามขึ้นเรื่อยๆ ตามเวลาที่เปลี่ยนไป ซึ่งหมายความว่าสถาปัตยกรรมพื้นถิ่นของตะวันออกนี้สามารถอยู่ร่วมกับผุ่ร่อนเสื่อมสลายที่แปรผันตามเวลาได้

ดังนั้น จึงอาจถือได้ว่าคุณค่าความงามของสถาปัตยกรรมในโลกตะวันตก คือ สถาปัตยกรรมที่เฉลิมฉลองความสะดวกสบายของการอยู่อาศัยของมนุษย์ภายใน ให้ความสำคัญกับรูปลักษณ์ความยิ่งใหญ่ที่โดดเด่นเหนือสภาพแวดล้อมภายนอก และแสดงออกถึงความแข็งแรงถาวรเป็นอมตะแบบอนุสรณ์สถาน (เลนเนอร์ด โคเรน, 2546)

หากเปรียบเทียบจากแนวคิดข้างต้นโลกทัศน์ของผู้คนชาวตะวันออกจะแตกต่างจากแนวคิดข้างต้นของชาวตะวันตกอย่างสิ้นเชิง โดยชาวตะวันออกให้ความสำคัญต่อการอยู่ร่วมกัน

ของมนุษย์กับธรรมชาติ ดังเช่นประเทศญี่ปุ่นที่ตั้งอยู่บนพื้นที่ที่มีความแปรปรวนของสภาพภูมิอากาศอย่างรุนแรง ซึ่งมีความแตกต่างของอุณหภูมิในฤดูร้อนและฤดูหนาวอย่างสุดขั้ว และมีภัยธรรมชาติต่าง ๆ ที่ไม่อาจควบคุมได้มากมาย (แผ่นดินไหว ภูเขาไฟระเบิด คลื่นยักษ์) อย่างไรก็ตาม คนญี่ปุ่นกลับไม่เน้นการสร้างสถาปัตยกรรมที่ปกป้องมนุษย์จากความทารุณของธรรมชาติเหล่านี้ แต่กลับเลือกที่จะสร้างสถาปัตยกรรมที่เปิดโอกาสให้มนุษย์ได้เสพสภาพธรรมชาติภายนอกที่ควบคุมไม่ได้ คนญี่ปุ่นเลือกที่จะยอมรับการอยู่ร่วมกับธรรมชาติโดยรับทั้งด้านดีและด้านร้ายของมันเอาไว้ ดังนั้น คนญี่ปุ่นจึงไม่ก่อผนังทึบเพื่อปิดกั้นสภาพธรรมชาติที่รุนแรงภายนอกแบบสถาปัตยกรรมตะวันตก แต่กลับสร้างผนังกระดาษบาง ๆ ที่กรอบโครงไม้ขึ้นมาแทน แน่นนอนว่าผนังกระดาษนี้ไม่สามารถป้องกันความหนาวเย็นที่ทารุณของหิมะในฤดูหนาวได้ แต่มันก็ทำให้คนญี่ปุ่นได้มีโอกาสชื่นชมภาพหิมะขาวโพลนที่สะท้อนแสงจันทร์สีเงินในความเงียบสงบได้ ทำให้คนญี่ปุ่นได้สัมผัสกับความงามของวัฏจักรความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นสภาพสวนและธรรมชาติภายนอก ตั้งแต่ต้นไม้เริ่มมีการผลิบานของใบไม้สีเขียวเปลี่ยนเป็นใบสีเหลือง ร่วงหล่นจากกิ่งไม้ และถูกปกคลุมด้วยหิมะสีขาวโพลน จนท้ายสุดกลับมาเป็นใบสีเขียวสดเต็มต้นไม้อีกครั้ง ทั้งหมดนี้เกิดจากทัศนคติของการยอมรับที่จะใช้ชีวิตร่วมกับความเปลี่ยนแปลงของธรรมชาติที่ไม่อาจควบคุมได้ แล้วนำไปสู่การเข้าใจวิถีธรรมชาติและทำให้รู้สึกถึงความงดงามที่เกิดขึ้นจากความไม่แน่นอน (ชียยศ อิชิวูร์พันธุ์, 2543)



รูปที่ 2 ระเบียงเอ็นกาว่าของบ้านญี่ปุ่น

แนวความคิดนี้ได้นำไปสู่ลักษณะสถาปัตยกรรมตะวันออกที่ให้ความสำคัญกับ “พื้น” และ “หลังคา” (ศรีศักดิ์ พัฒนวาทิน, 2545) แทนการให้ความสำคัญกับการปกป้องพื้นที่ภายในด้วย “ผนังหนา” ตามแบบสถาปัตยกรรมตะวันตก พื้นและหลังคานี้ยังเป็นตัวกลางส่วนสำคัญที่ช่วยเชื่อมมนุษย์กับธรรมชาติภายนอกเข้าด้วยกัน เพราะระเบียงทางเดินของพื้นและขอบชายคา (เช่น ระเบียงเอ็นกาว่ากับชายคาของบ้านญี่ปุ่นหรือเต็น/ชานกับชายคาของเรือนพื้นถิ่นไทย) ได้สร้างกรอบมุมมองเฉพาะให้มนุษย์ได้มองผ่านออกไปเสพกับธรรมชาติภายนอกผ่านประสาทสัมผัสทั้งห้า ก่อให้เกิดการหล่อหลอมเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันระหว่างคนกับธรรมชาติในพื้นที่เชื่อมต่อนี้ (ชียยศ อิชิวูร์พันธุ์, 2551)

สอดคล้องกับวิถีคิดในรากวัฒนธรรมญี่ปุ่นที่ใช้อธิบายแนวคิดของชาวตะวันออก คือ คำว่า “วะบิ-ซะบิ” ซึ่งหมายถึงการเห็นความงามและคุณค่าของความไม่จริง ความไม่สมบูรณ์แบบ และความไม่เสร็จสมบูรณ์ โดยแนวคิดนี้ได้มีรากฐานมาจากความเข้าใจในธรรมชาติแบบเห็นว่าทุกสิ่งล้วนมีความเปลี่ยนแปลง ไม่มีสิ่งใดสมบูรณ์แบบและคงทนถาวร (ตรงกับแนวคิดของพุทธศาสนาเรื่องไตรลักษณ์) ดังนั้น จึงทำให้คนญี่ปุ่นสามารถเห็นความงดงามของความเปราะ

บางและความคิดที่ต่างกันไม่สมบูรณ์ของสิ่งต่าง ๆ แนวคิดนี้ยังส่งผลไปถึงเรื่องมุมมองต่อการมีชีวิตอยู่และตัวตนของมนุษย์ เพราะมันทำให้เห็นว่าชีวิตของเรานั้นแปราะบางมาก ทุกชีวิตล้วนมุ่งหน้าสู่ความเสื่อมสลายและความไม่จริงเหมือนกันหมด สิ่งมีชีวิตทั้งหลายต่างต้องจบด้วยความตายในท้ายที่สุด มนุษย์จึงควรจะเรียนรู้ที่จะยอมรับในความเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ อย่างสงบ เพราะนั่นคือสภาพของความเป็นจริงของโลกที่ไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ (เลนนาร์ต โคเรน, 2546)

ด้วยมุมมองต่อชีวิตที่แตกต่างกันระหว่าง ตะวันออกและตะวันตกนี้ ได้สะท้อนผ่านออกมาสู่การเลือกใช้วัสดุและเทคนิคการก่อสร้างสถาปัตยกรรมที่ต่างกัน ในขณะที่สถาปัตยกรรมตะวันตกใช้เทคนิคของการ “ก่อสร้าง” เช่น ก่อผนังอิฐ, เรียงหิน เพื่อสร้างสถาปัตยกรรมให้มีโครงสร้างแข็งแรงเป็นถาวรวัตถุ สถาปัตยกรรมตะวันออกกลับใช้แนวคิดของการ “ปลูก-สร้าง” นั่นคือการมองว่าสถาปัตยกรรมนั้นมีชีวิตของตัวเองในห้วงเวลาหนึ่ง ๆ คล้ายวงจรของสิ่งมีชีวิตที่มีช่วงเวลาของการเติบโตงอกงามและมีการเสื่อมสลายตายจาก ดังนั้น สถาปัตยกรรมตะวันออกจึงถูกสร้างขึ้นจากวัสดุที่ไม่มีลักษณะความคงทนถาวรแบบตะวันตก แต่เลือกที่จะใช้วัสดุจากธรรมชาติที่แม้จะมีความแข็งแรงในระดับหนึ่งแต่พอใช้งานไปถึงช่วงเวลาหนึ่งก็ต้องเสื่อมสลายไป เช่น ไม้ และกระดาษ (ปิยลดา เทวกุล ทวีปริงสี, 2554) สิ่งนี้ไปพ้องกับความเห็นของ Rita Ringis ที่คิดว่า การที่ช่างไทยเลือกใช้ไม้เป็นวัสดุในการสร้างเรือนไทยนั้นอาจมาจากเหตุผลตามแก่นความคิดในศาสนาพุทธเถรวาทที่เชื่อว่าสิ่งต่าง ๆ ล้วนตั้งอยู่และดับไป

ดังนั้น หากมองว่ารากฐานความงามของสถาปัตยกรรมตะวันตกเกิดจากแนวคิดเรื่อง

อุดมคติของความสมบูรณ์ที่เริ่มต้นมาจากยุคกรีก การเห็นคุณค่าของความไม่สมบูรณ์และไม่จริงยังยืนแบบ วัชชี-ชะชี และการเชื่อว่ามนุษย์และธรรมชาติต่างเชื่อมต่อกันและกันเป็นองค์รวมก็คงจะเป็นแก่นสุนทรียภาพของญี่ปุ่นและผู้คนในฝั่งโลกตะวันออก (เลนนาร์ต โคเรน, 2546)

2.2 สัมผัสธรรมชาติในสถาปัตยกรรม

คำว่า “ที่ว่าง” ที่ใช้อย่างแพร่หลายในสถาปัตยกรรมศาสตร์ มาจากคำภาษาอังกฤษว่า space ซึ่งเกิดขึ้นในศตวรรษที่ 19 (ตันข้าว ปาณินท์, 2553) ซึ่งคำว่า space นี้มีความหมายตรงกับคำในภาษา ญี่ปุ่นว่า “คูคัง” ญี่ปุ่นสมัยใหม่ใช้คำว่า “คูคัง” ในการอธิบายที่ว่างที่เป็นพื้นที่ “ว่างเปล่า” ที่ “ไม่มีอะไร” แบบ space แต่หากมองย้อนกลับไปในวัฒนธรรมญี่ปุ่นยังมีอีกคำหนึ่งที่ใช้อธิบายเรื่องของที่ว่าง นั่นก็คือ คำว่า “มะ” ซึ่งมีทั้งความหมายว่า “ที่ว่าง” และยังมีความหมายรวมไปถึง “สถานที่” (place) อีกด้วย หากมองไปที่ตัวอักษรคันจิของคำว่า “มะ” นี้ ประกอบไปด้วยตัวอักษรสองตัวประกอบกัน ได้แก่ ตัวที่มีความหมายว่า “กรอบประตู” และ “พระอาทิตย์” โดยที่ตัวอักษรของคำว่าพระอาทิตย์นั้นเดิมทีมีรากศัพท์มาจากคำว่า “พระจันทร์” ดังนั้น หากนำความหมายทั้งหมดมารวมกันก็จะแปลได้ว่า “แสงที่ส่องผ่าน” มายังกรอบประตู เป็นนัยว่าเป็น **พื้นที่ให้ความสำคัญกับการเปลี่ยนแปลงของเวลา** ผ่านห้วงเวลาวัน-คืน/ข้างขึ้น-ข้างแรม ดังนั้น สถาปัตยกรรมญี่ปุ่นจึงไม่ใช้สถาปัตยกรรมแห่งที่ว่างแบบตะวันตก หากแต่เป็น**สถาปัตยกรรมแห่งถิ่นที่แบบตะวันออก**ซึ่งมีการปฏิบัติต่อบริบทได้เชื่อมต่อกันระหว่างตัวสถาปัตยกรรม บริบทสถานที่และเวลา (ชัยยศ อิษฏ์วรพันธุ์, 2543) ดังนั้น จะเห็นได้ว่าสถาปัตยกรรมตะวันออกจึงมี

ลักษณะของการเอื้อให้เกิดการเชื่อมต่อระหว่าง “คน” กับ “โลก” โดยมีตัวสถาปัตยกรรมเองที่ทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการนำพาโลกให้มาปรากฏแก่คน

สถาปัตยกรรมตะวันออกทำให้ชาวตะวันออกมี “การอยู่” (being) ที่จากชาวตะวันตก “การอยู่” ในสถาปัตยกรรมตะวันออกได้เอื้อให้คนได้ใช้ประสาทสัมผัสในทุกๆ ด้านในการ “สัมผัส” กับโลกธรรมชาติมากกว่า “การอยู่” ที่เกิดในสถาปัตยกรรมตะวันตก สถาปัตยกรรมตะวันออกมักจะเปิดเชื่อมธรรมชาติแวดล้อมภายนอกเข้ามา ทำให้เกิดการเข้าใกล้กัน ทำให้คนได้สัมผัสกับความเย็นสบายของสายลม การเห็นสีที่เปลี่ยนไปของใบไม้ การได้กลิ่นของดอกไม้ตามฤดูกาลต่างๆ การได้มองเห็นมองดูปุ๋ยเมฆที่เคลื่อนที่ และการได้สัมผัสกับแสงและเงาที่พาดผ่าน ทำให้มนุษย์นั้นเกิดทัศนคติขึ้นว่าตนเองนั้นไม่อาจดำรงอยู่ได้เลยหากขาด “โลก” รอบตัวไป

Church of Light ของ Tadao Ando เป็นตัวอย่างของงานที่แสดงให้เห็น “การอยู่” ของมนุษย์ที่เกิดขึ้นในงานสถาปัตยกรรมตะวันออก งานนี้ถูกสร้างขึ้นมาจากความคิดเริ่มต้นที่จะทำให้ สถาปัตยกรรมเป็นตัวกลางให้โลกธรรมชาติได้มาปรากฏตัวและให้มนุษย์ได้มีโอกาสรับรู้การปรากฏตัวผ่านการสัมผัสด้วยตัวเอง Tadao Ando เริ่มต้นจากการสร้างกล่องคอนกรีตเก็บความมืดแล้วจึงสร้างรอยแยกขึ้นบนผนังด้านหนึ่งซึ่งทำให้แสงธรรมชาติได้กรีดผ่านเข้ามาเป็นภายในอาคาร โดยเส้นแสงนี้จะค่อยๆ เคลื่อนตัวผ่านไปบนผนัง แก้วอ้อและผู้คนด้วยความเข้มและสีสนของแสงที่ต่างกันตามเวลาที่เปลี่ยนไป ทำให้เกิดการกระตุ้นความรู้สึกให้คนที่อยู่ภายในอาคารได้หลุดเข้าสู่ห้วงในการหลอมรวมมนุษย์ให้เป็นส่วนหนึ่งของธรรมชาติ (ชัยยศ อิชฎิวรพันธุ์, 2551)



รูปที่ 3 Church of Light

สถาปัตยกรรมโมเดิร์นของตะวันตกมักมีรูปร่างรูปทรงที่สมบูรณ์เตอะตาโดดเด่นจากโลกรอบข้าง มันถูกสร้างมาให้ผู้คนสามารถเข้าใจมันได้ด้วยการ “มองเห็น” ที่ฉาบฉวยในครั้งเดียว ซึ่งเอื้อประโยชน์กับวิถีชีวิตในเมืองที่เร่งรีบของผู้คนที่ใช้ชีวิตอยู่กับจังหวะความเร็วของรถยนต์และเครื่องจักร ต่างจากสถาปัตยกรรมตะวันออกที่ถูกสร้างขึ้นให้คนรับรู้คุณค่าของมันผ่านประสาทสัมผัสที่หลากหลาย และทำให้คนได้พิจารณาถึง “สภาวะความเปลี่ยนแปลงของธรรมชาติ” ที่มีลักษณะ “เกิดขึ้นช้าๆ อย่างค่อยเป็นค่อยไป” แนวคิดที่แตกต่างกันสุดขั้วนี้สามารถเห็นตัวอย่างได้จากการออกแบบและสร้างสวนญี่ปุ่นซึ่งมีวิถีคิดที่ต่างจากการสร้างสวนตะวันตก สวนตะวันตกถูกสร้างให้เกิดขอบเขตที่แน่นอนชัดเจนพุ่มไม้ถูกตัดแต่งให้เป็นรูปทรงเรขาคณิต ผู้คนสามารถบอกขอบเขตพื้นที่ของสวนได้จากการมองเห็น สวนตะวันตกจึงมีลักษณะเสมือนเป็นวัตถุชิ้นหนึ่ง ในทางกลับกันผู้คนจะไม่สามารถบอกขอบเขตระหว่างพื้นที่สวนญี่ปุ่นกับพื้นที่ป่าธรรมชาติโดยรอบได้ เพราะพื้นที่ทั้งสองส่วนต่างถูกหลอมพรมแดนเข้าด้วยกัน และเราไม่สามารถ

เข้าใจสวนญี่ปุ่นได้จากการมองเพียงอย่างเดียว (Edward Hall, 1966) เราต้องใช้สัมผัสของอย่าง ก้าวพาตัวคนเคลื่อนที่เข้าไปในพื้นที่ต่าง ๆ ของ สวนญี่ปุ่นที่ถูกเรียงร้อยกันทีละนิด ๆ เพื่อใช้ ประสาทสัมผัสต่าง ๆ ไปรับรู้ประสบการณ์ในแต่ละพื้นที่ทั้งหมดก่อน เราถึงจะสามารถเข้าใจ และ “รู้สึก” ถึงภาพรวมของสวนญี่ปุ่นได้ กล่าวได้ว่า สถาปัตยกรรมตะวันออกไม่ได้เน้นให้คนใช้ แต่เพียงประสาทสัมผัสทางสายตาในการทำความเข้าใจสิ่งต่าง ๆ เพราะโลกตะวันออกเชื่อว่าการทำความเข้าใจ ผ่านการมองจากภายนอกเพียงอย่างเดียวจะทำให้เกิดระยะห่างระหว่างคนกับสิ่งที่ถูกมองขึ้น ทำให้คนแยกตัวหนีออกจากสิ่งเหล่านั้นและทำให้เกิดการรับรู้สิ่งรอบตัว ในฐานะเพียงวัตถุชิ้นหนึ่งเท่านั้น ต่างกับการใช้ประสาทสัมผัสอื่น ๆ ในการทำความเข้าใจโลก รอบข้างที่ทำให้เกิดความใกล้ชิดมากกว่าเกิด ประสบการณ์ที่เข้าถึง “ใจ” มากกว่า และช่วยทำให้คน “รู้สึก” ร่วมกับโลกได้แนบแน่นมากขึ้น

ดังนั้น การให้ความสำคัญกับประสาท สัมผัสต่าง ๆ ในงานสถาปัตยกรรมตะวันออกจึง เหมือนเป็นการพยายามทำความเข้าใจสิ่งต่าง ๆ จากภายในออกมาสู่ภายนอกด้วย “ความรู้สึก” ต่างกับการมองจากเพียงภายนอกอย่างฉาบฉวย และผิวเผินที่ทำให้เกิดแต่เพียงความห่างเหิน เย็นชา

นอกจากนี้ ห้องญี่ปุ่นก็เป็นอีกตัวอย่าง หนึ่งที่ทำให้เห็นคุณค่าของสถาปัตยกรรมตะวันออกที่ผูกติดกับประสบการณ์การรับรู้ความ เปลี่ยนแปลงของเวลาในธรรมชาติ ดังที่ จุนิชิโร ทานิชากิ ได้พยายามสะท้อนภาพออกมาให้เห็น

“...ความงามของห้องแบบญี่ปุ่นขึ้นอยู่กับ เงาสลัวในลักษณะต่าง ๆ เช่น ห้องงามขึ้นได้เมื่อ เงาที่บกระทบซ้อนบนเงาที่จางกว่าโดยมีต้อง

อาศัยสิ่งอื่นใดอีก... แสงอ่อน ๆ จากสวนสามารถ เล็ดลอดผ่านประตูบุกระดาศเข้ามาในห้องได้แต่ เพียงเล็กน้อยและแสงเรือง ๆ นี้เองที่สร้างมนต์ เสน่ห์แก่ห้องในความรู้สึกของเรา เราใช้สีอ่อน สำหรับส่วนที่เป็นผนัง เพื่อให้ลำแสงอันบอบบาง เสร้าสร้อยระยหอยทอดลงอย่างสงบนิ่งสมบูรณ์...” (จุนิชิโร ทานิชากิ, 2528)

จะเห็นได้ว่าความงามแบบตะวันออก เช่น ห้องญี่ปุ่นนั้นเกิดขึ้นจากเพียงเงาสลัวของการ เปลี่ยนแปลงสภาพแสงธรรมชาติภายนอกที่ ค่อย ๆ เคลื่อนที่ผ่านผนังกระดาศในลักษณะ ต่าง ๆ เป็นการมองเห็นความงามผ่านการเปลี่ยนแปลงของแสง เกิดมิติความงามของความมืด ที่ระคนอยู่ในความสว่าง ทำให้คนตระหนักถึง เวลากลางวันและกลางคืนเหมือนชีวิตที่แปร เปลี่ยนไปตามเวลา ต่างกับห้องแบบตะวันตกที่ใช้ หลอดไฟประดิษฐ์เพื่อสร้างแสงสว่างที่ทำให้ห้อง สว่างไสวตลอดเวลาและเป็นเพียงแสงที่หยุดนิ่ง ที่ไม่สัมพันธ์กับสภาพแสงธรรมชาติที่เคลื่อนไหว ภายนอก ทำให้โลกแห่งกลางคืนได้หายไป คนที่ อยู่ในห้องจึงไม่สามารถรับรู้ถึงความเปลี่ยนแปลง ใด ๆ ของเวลาได้



รูปที่ 4 Bruder Klaus Field Chapel

เป็นที่น่าสังเกตว่าภายหลังยุคโมเดิร์น เป็นต้นมา ได้เกิดกลุ่มสถาปนิกจากฝั่งตะวันตกที่เริ่มมีแนวคิดในการสร้างพื้นที่ว่างในสถาปัตยกรรมให้เปิดตัวออกไปปรับกับสัมพัทธ์ธรรมชาติภายนอกมากขึ้น เช่น Peter Zumthor สถาปนิกชาวสวิส ผู้ได้สร้างสรรค์สถาปัตยกรรมภายใต้แนวความคิดแบบองค์รวม หรือ Holistic Approach (Tom Dychhoff, 2556) Peter Zumthor ได้สร้างโบสถ์แห่งหนึ่งในเยอรมันชื่อ Bruder Klaus Field Chapel โบสถ์นี้ได้ทำหน้าที่เชื่อมต่อพื้นที่ว่างภายในเข้ากับทั้งบรรยากาศธรรมชาติและบริบทของสถานที่อย่างลุ่มลึก โดยดิน น้ำ ลม ไฟ จากทั้งผืนดินและท้องฟ้าต่างเคลื่อนที่ไหลเวียนเข้าสู่สถาปัตยกรรมและประสาทสัมผัสของมนุษย์ ก่อให้เกิดประสบการณ์ร่วมทางอารมณ์และความรู้สึกต่อธรรมชาติอย่างลึกซึ้ง

3. บทสรุป

ทัศนคติในการพยายามเอาชนะโลกของชาวตะวันตก นำไปสู่การเกิดขึ้นของสถาปัตยกรรมโมเดิร์นที่ขาดการเชื่อมต่อกับธรรมชาติ เกิดเป็นวิถีคิดในการสร้างการปิดล้อมพื้นที่ว่างเปล่าเพื่อประโยชน์ของมนุษย์เท่านั้น ส่งผลบางอย่างให้ผู้คนมีท่าทีที่เย็นชาต่อโลกแวดล้อมภายนอกซึ่งตรงข้ามกับแนวความคิดของชาวตะวันออก ที่ให้ความสำคัญกับการอยู่ร่วมกันของมนุษย์และสรรพสิ่งที่หลอมเป็นองค์รวม โดยมองมนุษย์เป็นเพียงองค์ประกอบหนึ่งในโลกธรรมชาติที่ยิ่งใหญ่ คนตะวันออกจึงได้สร้างสถาปัตยกรรมที่อ่อนไหวต่อการสภาวะการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ของโลก เกิดเป็นลักษณะสถาปัตยกรรมที่เปิดตัวต้อนรับให้ธรรมชาติได้เคลื่อนเข้ามาปรากฏแก่มนุษย์ ทำให้มนุษย์ได้สัมผัสและได้รู้สึกร่วมกับประสบการณ์ทั้งดีและร้ายในการอยู่ร่วมกับธรรมชาติ ผ่านวัน

คืนและฤดูกาลที่หมุนเวียนความเจริญเติบโตเสื่อมสลายและดับสูญ ภาพสะท้อนวัฏจักรธรรมชาติเหล่านี้ทำให้มนุษย์ได้ตระหนักถึงความเปราะบางของ “การอยู่” ของตน และเกิดความเข้าใจ เห็นใจ อีกทั้งมองเห็นความแปรผันของธรรมชาติเป็น “เพื่อน” ร่วมชีวิต เกิดเป็นสายใยของความเชื่ออาทรอันลึกซึ้ง และนั่นเป็นเหตุให้สถาปัตยกรรมตะวันออกได้ก้าวข้ามมิติของ “สถาปัตยกรรมแห่งที่ว่าง” ไปสู่ “สถาปัตยกรรมแห่งถิ่นที่”

References

- จุนิชิโร ทานิชากิ. (2528). *เยอรมันสถาปัตย์*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชัยยศ อิชฎิวรรพพันธุ์. (2543). *ธรรมชาติ ที่ว่าง และสถานที่: รวมบทความว่าด้วยสถาปัตยกรรมญี่ปุ่น*. กรุงเทพฯ: คอร์ปอเรชั่นโฟร์ดี.
- ชัยยศ อิชฎิวรรพพันธุ์. (2551). *รู้สึกและนึกคิด เรา* คณิตของทาดาโอะ อันโด (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: คอร์ปอเรชั่นโฟร์ดี.
- ตันข้าว ปาณินท์. (2553). *คนและความคิดทางสถาปัตยกรรม*. กรุงเทพฯ: สมมติ.
- พริตจอฟ คาปรา. (2537). *เต๋าแห่งฟิสิกส์* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: ดอกหญ้ากราฟฟิค.
- ปิยลดา เทวกุล ทวีปรั้งสีพร. (2554). *คำ ความคิด สถาปัตยกรรม*. กรุงเทพฯ: ลายเส้น.
- เลนนาร์ต โคเรน. (2546). *อะบิ-อะบิ สำหรับศิลปิน* นักออกแบบกวีและนักปรัชญา. กรุงเทพฯ: สวณเงินมีมา
- ศรีศักดิ์ พัฒนวดิน. (2645). *ทัศนคติต่อที่ว่าง: อัตลักษณ์ที่ซ่อนเร้นในสถาปัตยกรรมพื้นถิ่นร่วมสมัย*. โครงการจัดการศึกษาสาขาวิชาสถาปัตยกรรมศาสตร์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 18

- Faille, J. (1970). *The works of Vincent Van Gogh*. Amsterdam: J.M. Meulenhoff.
- Hall, E. (1966). *The hidden dimension*. New York: Garden City.
- Laspina, D. A. (2010). *Traditional Japanese building/house*. Retrieved March 16, 2013, from <http://japandave.com/2010/05/takayama-gov-building/>
- Pallasmaa, J. (2012). *The eyes of the skin: architecture and the sense*. Cornwall: Wiley.
- Ringis, R. (1990). *Thai temples and temple murals*. USA: Oxford University.
- Sveiven, M. (2011). *Bruder klaus field chapel/ Peter Zumthor*. Retrieved February 12, 2013, from <http://www.archdaily.com/106352/bruder-klaus-field-chapel-peter-zumthor/>
- Sydney, C. (2011). *Gestalt principle #6 tadao ando*. Retrieved March 6, 2013, from <http://sydneychan.wordpress.com/>

ความสับสนเชิงทฤษฎีในการใช้สัญวิทยาเพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบ

Theoretical Confusion of Using Semiology as a Design Guideline

ดร. สันต์ สุวัชรานันท์¹ และ ทวีศักดิ์ เกียรติวีระศักดิ์²

Sant Suwacharapinan, Ph.D.¹ and Taweesak Kaittiweerasak²

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

E-mail: sant.s@cmu.ac.th¹, taweesak.k@cmu.ac.th²

บทคัดย่อ

จุดมุ่งหมายหลักของบทความชิ้นนี้ คือ ทำการวิเคราะห์และสังเคราะห์ โดยมุ่งเน้นไปที่ประเด็นของความสับสนเชิงทฤษฎีระหว่างกระบวนการสร้างความหมาย (signification) และกระบวนการสื่อสาร (communication) เพราะจะทำให้เกิดกับดักในความคิดที่ไม่ได้เอื้อประโยชน์ต่อความคิดสร้างสรรค์ โดยอาศัยข้อมูลจากการวิเคราะห์และสังเคราะห์งานวิจัยเพื่อการออกแบบของนักศึกษาชั้นปีที่ 5 สองคน ข้อโต้แย้งหลักในบทความชิ้นนี้ได้จากบทความ “Semiotics and Architecture: Ideological Consumption or Theoretical Work” และ “Architectural Anagrams: The Symbolic Performance of Skyscrapers” ของไดแอนน่า อาเกรส (Diana Agrest) บทความนี้ประกอบไปด้วย 3 ส่วนหลักๆ ส่วนแรก เป็นการคลี่คลายอภิปรายถึงแนวคิดและข้อโต้แย้งหลักจากบทความหลัก ส่วนที่สอง เป็นบทสรุปจากงานวิจัยเพื่อการออกแบบของนักศึกษาทั้งสอง และในส่วนที่สาม เป็นการวิเคราะห์และสังเคราะห์เพื่อป้องกันมิให้ตกเข้าไปในหลุมพรางกับดักทางความคิด

Abstract

The aim of this paper is to analyze and synthesis the outcomes of what students have explored in their in-class researches. We focus particularly on the theoretical confusion, which occurs mostly at the point where the process of signification and communication takes place. We believe that instead of becoming useful, Semiology is rather turn into the blockage of imagination. Our argument is based on the argument of Diana Agrest's papers, “Semiotics and Architecture: Ideological Consumption or Theoretical Work” and “Architectural Anagrams: The Symbolic Performance of Skyscrapers”, which we strongly believe they could help us to unearth such the problem. This paper is consisted of three main parts, the first one is to explore two of Diana Agrest's papers, which provides the theoretical framework for this paper. The second part is to re-think through the in-class researches of students in order to pin point the confusion

of using Semiology and the differentiation between signification and communication. Lastly, it is an analysis and synthesis part which aim to prevent to get into such a theoretical trap.

คำสำคัญ (Keywords): สัญวิทยา (Semiology), การออกแบบสถาปัตยกรรม (Architectural Design), กระบวนการสร้างความหมาย¹ (Signification) กระบวนการสื่อความหมาย (Communication) ความสับสน (Confusion)

ทีมผู้วิจัยมีความสนใจที่จะขยายความ และเข้าไปพิจารณาในประเด็นดังกล่าวที่มีความ ลึกซึ้งขึ้น จึงก่อให้เกิดงานวิจัยในชั้นเรียนชิ้นนี้ ขึ้นโดยมีจุดมุ่งหมายที่สำคัญ คือ เพื่อขยายองค์ ความรู้เดิมในด้านทฤษฎีสัญวิทยาและสถาปัตย กรรม เพื่อที่จะวิเคราะห์ให้เห็นถึงความแตกต่าง ระหว่างการสร้างความหมายและการสื่อสาร สัญยะเพราะจากความต่างนี้เองที่สามารถ ก่อให้เกิดการวิพากษ์องค์ความรู้เดิม และเพื่อที่ จะสร้างเป็นข้อเสนอแนะต่อไปสำหรับการนำไป

¹ จากคำอธิบายของ ไชยรัตน์ เจริญสินโอฟาร ที่ขยาย ความเอาไว้ว่า “significance” เอาไว้ว่า “ความหมายในเชิง ที่ถูกสร้างหรือทำให้เกิดขึ้นด้วยเหตุปัจจัยต่าง ๆ มากมาย โดยตัวผู้ศึกษาและสิ่งที่ถูกศึกษาเอง มีบทบาทอย่างสำคัญ ในการร่วมสร้างความหมายนั้น ๆ ให้เกิดขึ้นด้วย” แต่ใน บทความนี้แปลคำว่า “signification” เป็น “กระบวนการ สร้างความหมาย” และแปลคำว่า “communication” เป็น “กระบวนการสื่อความหมาย” เพื่อชี้ให้เห็นถึงความแตก ต่างระหว่างกระบวนการทั้งสอง ซึ่งมีความแตกต่างไปบ้าง จากคำอธิบายของไชยรัตน์ เนื่องจากในขณะที่ไชยรัตน์ สร้างความแตกต่างระหว่างคำว่า “meaning และ signifi- cance” เพื่ออธิบายความเชื่อมโยงของความสัมพันธ์ ระหว่างความหมายสัญยะ (signified) และ รูปสัญยะ (signifier) ในเวลาต่อมา แต่ในบทความชิ้นนี้ต้องการเน้น ที่กระบวนการเกิดขึ้นของความหมาย และกระบวนการ ที่ความหมายนั้นถูกนำไปใช้ มีความหมายที่เกิดขึ้น สองระดับที่แตกต่างกัน จึงเลือกที่จะใช้คำที่แสดงถึง กระบวนการมากกว่า

ใช้เพื่อเป็นแนวทางการออกแบบ แนวทางการทำ วิจัยเป็นการทำงานร่วมกันระหว่างทีมคณาจารย์ และนักศึกษาชั้นปีที่ 5 สองคน นักศึกษาท่านแรก ชื่อ นางสาวเบญญา สิงห์อุสาหา ทำวิทยานิพนธ์ โครงการพิพิธภัณฑสถานสื่อสารมวลชนแห่งชาติ มี ความสนใจที่จะค้นหา “การสื่อความหมายของ สถาปัตยกรรมด้านการสื่อสารมวลชน” และคนที่ สอง นางสาว กุลธิดา อัครมณี ทำวิทยานิพนธ์ โครงการโรงละครแห่งชาติแห่งใหม่ มีความสนใจ ที่จะค้นหา “การแสดงออกทางอัตลักษณ์ความ เป็นไทยในรูปแบบของสัญยะสถาปัตยกรรม ประเภทโรงมหรสพ” ทั้งสองมีคำถามนำในการ วิจัยเพื่อการออกแบบว่า “*สัญยะที่ถูกคัดสรร และนำไปใช้ในการออกแบบสถาปัตยกรรม จะ สามารถสื่อสารกับผู้คนได้หรือไม่ และสามารถ สื่อสารตรงตามความมุ่งหวังของผู้ออกแบบที่ได้ เลือกสรรสัญยะหรือไม่*” รายละเอียดของการ ทดลองค้นหาอัตลักษณ์และสัญยะ รวมถึงข้อค้น พบจะถูกกล่าวถึงในอันดับต่อไป

สำหรับบทความชิ้นนี้มุ่งเน้น การวิเคราะห์ และวิพากษ์องค์ความรู้เดิมที่ได้ถูกสร้างขึ้นมา ที่เกี่ยวกับการประยุกต์ใช้สัญวิทยาในงาน ออกแบบสถาปัตยกรรม โดยเฉพาะความสับสน เชิงทฤษฎี ในเรื่องเกี่ยวกับความแตกต่าง ระหว่าง กระบวนการสร้างความหมาย (signification) และ กระบวนการสื่อความหมาย (communication) ที่ ส่งผลต่อข้อเสนอแนะของการออกแบบโครงสร้าง

บทความนี้จะประกอบไปด้วย 3 ส่วนสำคัญ คือ ส่วนแรก เป็นการขยายความถึงข้อโต้แย้งที่เกิดขึ้นจากงานเขียนของนักทฤษฎีคนอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับประเด็นดังกล่าว ข้อโต้แย้งหลักอ้างอิงจากบทความ “Semiotics and Architecture: Ideological Consumption or Theoretical Work” และ “Architectural Anagrams: The Symbolic Performance of Skyscrapers” ของ ไดแอนน่า อาเกรส (Diana Agrest) ที่ชี้ให้เห็นถึงแง่มุมของการวิพากษ์ในจุดที่เกิดความสับสนนี้ ส่วนที่สองเป็นการกล่าวถึงงานของนักศึกษาที่ได้ประยุกต์ใช้สัญวิทยาเพื่อการเก็บข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูล รวมถึงการออกแบบจนกระทั่งเป็นงานออกแบบขั้นสุดท้าย ชี้ให้เห็นถึงจุดเด่นและข้อจำกัดที่เกิดขึ้น และในส่วนสุดท้าย เป็นส่วนที่ว่าด้วยการนำเอาสัญวิทยาไปใช้เพื่อเป็นข้อเสนอแนะทางการออกแบบว่าควรมีเงื่อนไขอย่างไรบ้าง

1. ย้อนคิดทบทวน สร้างข้อโต้แย้ง และประเด็นวิพากษ์

ในงานของ ดร. สันต์ สุวัจนราภินันท์ ทวีศักดิ์ เกียรติวิระศักดิ์ และรัฐสุธา ฤทธิศร ได้วิเคราะห์วรรณกรรมตั้งแต่ทฤษฎีสัญวิทยาของแฟร์ดีนองด์ เดอไซซูร์ (Ferdinand de Saussure, 1857-1913) และชาร์ลแซนเดอร์เพอร์ซ (Charles Sanders Peirce, 1839 – 1914) และไปสู่วิธีการต่าง ๆ ที่สถาปัตยกรรมได้นำเอาสัญวิทยาไปใช้ เพื่อสร้าง “ภาษา” ทางสถาปัตยกรรม จนถึงข้อพิจารณาและเงื่อนไขที่ “ภาษา” เหล่านั้นจะสามารถ “สื่อสาร” ได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริบทของสถาปัตยกรรมไทยร่วมสมัย (สันต์ สุวัจนราภินันท์, ทวีศักดิ์ เกียรติ

วิระศักดิ์ และรัฐสุธา ฤทธิศร, 2555) สิ่งที่น่าสนใจคือ มีร่องรอยที่สำคัญอย่างน้อย 2 ประเด็นที่ดูเหมือนว่าจะนำไปสู่การติดกับหลุมพรางความคิดของตัวเอง และเป็นสิ่งจำเป็นที่ควรจะหยิบยกขึ้นมาขยายความ

1) ใน “การถอดรหัสและการประยุกต์ใช้อัตลักษณ์เพื่อเป็นแนวทางการออกแบบ” ทีมผู้วิจัยมิได้ตระหนักถึงการเชื่อมและรวมเอาข้อเสนอแนะทางทฤษฎีทั้งของไซซูร์ และของเพอร์ซ เข้าด้วยกันอย่างไม่ได้มีการรุดคิดถึงข้อแตกต่างระหว่างกรอบทฤษฎีและแนวทางการใช้สัญวิทยาของคนทั้งสอง แนวคิดของไซซูร์นั้นจะไม่มี “คน” เป็นผู้เชื่อมโยงระหว่างรูปสัญลักษณ์และวัตถุจริงที่อยู่ภายนอก (Object – External Reality) ในขณะที่แนวคิดของ เพอร์ซ นั้นสนใจความหมายเกิดขึ้นซึ่งได้จากการมีส่วนร่วมของ “คน” คือ การที่คน ประสบการณ์ และความทรงจำซึ่งเป็นตัวแปรให้เกิดความเชื่อมโยงในระดับที่แตกต่างกันทั้งสามระดับ (สัญรูป ดัชนี และสัญลักษณ์)

2) การวิเคราะห์วรรณกรรมในส่วนที่เกี่ยวข้องกับ “ภาษา” ทางสถาปัตยกรรมทิศทางของการวิเคราะห์ ของงานวิจัยได้เริ่มเปลี่ยนไปจากการถอดรหัสสัญลักษณ์ไปสู่การสื่อสารทางสัญลักษณ์โดยไม่รู้ตัวซึ่งพบเห็นได้จากในข้อเสนอแนะสำหรับการออกแบบสถาปัตยกรรมไทยประยุกต์ ที่ประกอบไปด้วย การระบุระดับของการประยุกต์ใช้ 4 ระดับและการสื่อสารกับผู้คนที่ 3 ระดับนั้น เป็นเสมือนร่องรอยที่สำคัญอีกร่องรอยหนึ่ง ที่สะท้อนให้เห็นถึงสองแนวทางในการใช้สัญวิทยา (สันต์ สุวัจนราภินันท์ และคณะ, 2555, น. 44-46)

องค์ความรู้ที่เกิดขึ้นจากงานวิจัยชิ้นนี้นั้นยังมีร่องรอยและแง่มุมบางมุมที่ยังไม่ได้รับการ

คลี่คลาย โดยเฉพาะในประเด็นที่ว่านักศึกษาที่สร้างหัวข้อวิจัยเพื่อการออกแบบนั้นนำเอาสัญวิทยามาใช้แบบใด ในเบื้องต้นทีมผู้วิจัยเสนอว่า ระหว่างแบบพรรณนาหรือแบบทำทาบแบบยอมรับในความสัมพันธ์ระหว่างรูปสัญลักษณ์และความหมายสัญลักษณ์ที่มีอยู่แล้วก่อนหน้า หรือค้นพบให้เห็นการประกอบสร้างและทำทาบปรับเปลี่ยนคู่ความสัมพันธ์นั้น

1.1 ความแตกต่างเชิงทฤษฎีระหว่าง

กระบวนการสร้างและสื่อความหมาย

ไดแอนน่า อาเกรซ และมาริโอ แกรนด์เดลโซนาส (Agrest & Gandelsonas, 1973) ทั้งสองเชื่อว่า สัญวิทยา ให้ผลลัพธ์ที่ลึกซึ้งขึ้นต่อความหมายทางสถาปัตยกรรม และสร้างแตกต่างออกไป โดยเฉพาะเมื่อเข้ามาสู่องค์ความรู้ทางสถาปัตยกรรม เพราะ “สัญวิทยาเป็นระบบความคิดที่ไม่จำเป็นต้องหยิบยืมเอาความคิดอื่นๆ ที่อยู่นอกเหนือจากขอบเขตของตัวเอง (Agrest & Gandelsonas, 1973, p. 111) นั่นคือสัญวิทยาเอื้อให้มีวิธีการค้นหาความจริงในตัวระบบปิดของมันเอง โดยอาศัยภาษาศาสตร์โครงสร้าง โดยที่ไม่จำเป็นต้องพึ่งพาแนวคิด ตรรกะ ความเชื่อ และวิธีการค้นหาความจริงที่หยิบยืมจากศาสตร์หรือองค์ความรู้อื่นๆ ทั้งสองเชื่อว่าเมื่อพิจารณาจาก “ภายใน” กระบวนการสร้างความหมาย หมายความว่า ไม่เพียงแค่พิจารณาจากรูปสัญลักษณ์และความหมายสัญลักษณ์ ตามแนวคิดของโซซูร์เท่านั้น แต่สิ่งที่สำคัญ คือ ควรจะต้องพิจารณาว่าการประกอบสร้างของความสัมพันธ์นั้นเชื่อมโยงกับโครงสร้างภายในของระบบที่ใหญ่กว่านั่นคือ กรอบและข้อกำหนดโดยบริบททางสังคมและวัฒนธรรมนั้นๆ ด้วย โดยสรุปทั้งสองเชื่อว่า “กระบวนการสื่อความหมาย

มักจะสนใจในการใช้และผลกระทบของสัญลักษณ์ในขณะที่กระบวนการสร้างความหมายมักจะเชื่อมโยงกับความสัมพันธ์ภายในระบบ และสนใจในธรรมชาติของสัญลักษณ์และกฎกติกาที่ควบคุมมัน” (Agrest & Gandelsonas, 1973, p. 115) เงื่อนไขที่สำคัญที่ทั้งสองตั้งข้อสังเกตคือ ความสัมพันธ์ของรูปสัญลักษณ์และความหมายสัญลักษณ์ มี “ความเป็นไปตามยถากรรม” ซึ่งตรงจุดนี้เองที่ก่อให้เกิดจุดของการวิพากษ์และทำทาบองค์ความรู้เดิม

1.2 ความเป็นไปแบบมีความเป็นยถากรรม (Arbitrariness)

สำหรับ “ความสัมพันธ์แบบเป็นไปแบบมีความเป็นยถากรรม” โซซูร์สร้างข้อโต้แย้งกับแนวคิดของกระบวนการสร้างความหมายตามความเข้าใจของภาษาศาสตร์เดิม สำหรับโซซูร์แล้ว “คำ” สามารถมีความหมายก็ต่อเมื่อมันมีความสัมพันธ์กับตำแหน่งแห่งที่ของมันในภาษา “ความเป็นไปแบบมีความเป็นยถากรรม” ขยายความได้ว่ามันเป็นผลจากความสัมพันธ์ทางสังคมเป็นกฎกติกาทางสังคม ความหมายที่เกิดขึ้นนั้นไม่ได้ฝังอยู่ในคำ แต่เป็นความสัมพันธ์ระหว่างเสียงและรูป ซึ่งรวมถึงภาพตัวตน ที่เกิดจากการใช้ต่อ ๆ กันมา (social convention) และด้วยความย้อนแย้งของข้อโต้แย้งนี้เองที่โซซูร์ชี้ให้เห็นว่าคู่ความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นภายในระบบภาษานั้นไม่ใช่เพียงแค่เป็นความสัมพันธ์ภายในระบบ แต่มันยังเป็นสิ่งที่ประกอบสร้างและถูกใช้ต่อ ๆ กันมาจนเป็น “ระบบปิด” และได้กลายเป็นส่วนหนึ่งที่อธิบายไม่ได้ หรือบางคนเชื่อไปว่าเป็นไปตามธรรมชาติอีกด้วย ดังนั้น จากเงื่อนไขของคู่ความสัมพันธ์ดังกล่าวส่งผลให้เกิดการเข้าไปพิจารณาที่จุดของการวิพากษ์ จะก่อให้เกิดการปรับเปลี่ยนท่าทีต่อความเป็นอุดมการณ์ขององค์ความรู้ทาง

สถาปัตยกรรมซึ่งเดิมมีความคงที่ เปลี่ยนแปลงไม่ได้ เสมือนเป็นความหมายที่ถูกบรรจุเอาไว้ตั้งแต่ต้น และเมื่อเอาเข้ามาพิจารณากับการออกแบบสร้างสรรค์งานทางสถาปัตยกรรม การที่รูปทรงทางสถาปัตยกรรมถูกเข้าใจไปในแบบนั้น ไม่ใช่เพราะว่ามันมีความหมายที่บรรจุลงไปโน้นที่ เป็นไปอย่างเป็นธรรมชาติ แต่เป็นเพราะความหมายได้ถูกใช้ในฐานที่มันเป็นผลของการใช้งานตามวัฒนธรรม และถูกใช้สืบเนื่องต่อกันมา (Agest and Gandelonas, 1973, p. 117) ดังนั้น มันจึงสามารถถูกปรับเปลี่ยนได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งข้อแตกต่างระหว่างภาษาและสถาปัตยกรรม คือ การสร้างสรรค์ในงานสถาปัตยกรรม เพราะในทางภาษาแล้ว ปัจเจกสามารถเพียงแค่อ่านแต่ไม่สามารถปรับเปลี่ยนระบบโครงสร้างของภาษาได้ แต่สามารถปรับใช้ได้ภายใต้ระบบ เพราะความคิดสร้างสรรค์ในงานสถาปัตยกรรมนี้ มันเป็นการเล่นที่ซับซ้อนมีความหลากหลายทั้งในแง่ของรูปร่างและแนวคิดเชิงอุดมการณ์ภายใต้เงื่อนไขหลาย ๆ อย่างประกอบกัน มีสามประเด็นหลักที่เกิดขึ้นจากการวิเคราะห์บทความของ อาเกรซ และแกนด์เอลโซนาส พบว่า

1) ในประเด็นของความเข้าใจผิดระหว่างกระบวนการสร้างความหมาย (signification) และกระบวนการสื่อความหมาย (communication) และต้องการชี้ให้เห็นว่า การนำเอาแนวคิดในเชิงภาษาศาสตร์โครงสร้างหรือ เครื่องมือที่ใช้วิเคราะห์ภาษามาใช้เทียบเคียงระหว่าง “กระบวนการสร้างความหมาย” ของสถาปัตยกรรม จะเอามาเทียบเคียงโดยตรงไม่ได้ เพราะอาจจะก่อให้เกิดความสับสน เช่น ในกรณีของการใช้กระบวนการสื่อความหมายมาแทนการสร้างความหมายตามความเข้าใจของหลาย ๆ คน

2) ในประเด็นเรื่อง “ความสัมพัทธ์แบบเป็นไปตามยถากรรม” (Arbitrariness) ที่เกิดขึ้นระหว่างสัญญาณที่แตกต่างกันภายในคำ ที่เมื่อรวมกันแล้วกลายเป็นภาษา ซึ่งความสัมพัทธ์ดังกล่าว ทั้งสองเชื่อว่าเป็นเงื่อนไขและกลไกทางสังคมและถูกประกอบสร้างขึ้นมา ไม่ได้เกิดขึ้นแบบเป็นธรรมชาติ ซึ่งถ้าจะนำมาใช้กับงานสถาปัตยกรรม ก็จะทำให้เห็นว่า ความหมายเดิมที่เกิดขึ้นเป็นสิ่งที่สามารถปรับเปลี่ยนได้ คือ เป็นการตั้งคำถามและมุ่งหมายที่จะปลดปล่อยความสัมพัทธ์ที่ถูกผูกเอาไว้ตั้งแต่แรก (สันต์ สุวัจจราภินันท์ และคณะ, 2555, น. 105-107)

3) ในประเด็นเรื่อง “คุณค่า” (Value) ที่เกิดขึ้นจากการเชื่อมโยงระหว่างระบบภายใน “คำ” ไปสู่ระบบภายนอก ที่ส่งผลให้เกิดความเข้าใจและความหมายขึ้น เช่น ในกรณีคำว่า mutton มีความหมายเท่ากับ sheep ซึ่งทั้งสองคำมีความสัมพันธ์กันภายนอกระบบของตัวมันเอง ส่งผลให้มีความจำเป็นต้องพิจารณาถึงปัจจัยของ “ความเฉพาะเจาะจง” ในกรอบของแต่ละกลไกและเงื่อนไขของระบบสังคมและวัฒนธรรม ย่อมมีความเฉพาะเจาะจงที่แตกต่างกัน ซึ่งตรงจุดนั่นเองที่ส่งผลให้เกิดการสร้างความสัมพันธ์ภายในระบบของคำ เช่น ภายในบริบทของสถาปัตยกรรมตะวันตก หรือในพื้นที่แต่ละประเทศ แต่ละภูมิภาค แต่ละเผ่าพันธุ์ ก็ย่อมมีเงื่อนไขและกลไกต่างกัน

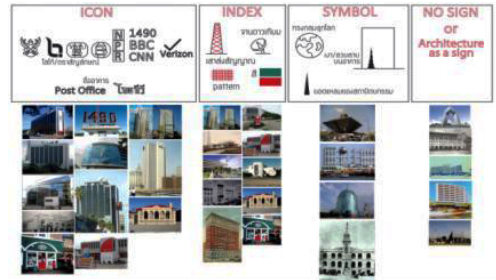
4) ในประเด็นเรื่อง “แนวทางการนำเอาทฤษฎีสัญวิทยามาใช้” ซึ่งในงานเขียนชิ้นนี้ของ อาเกรซ เขียนเน้นไปที่แนวทางในเชิงที่เป็น Syntactic (พิจารณาที่ตัวโครงสร้างที่ส่งผลต่อการเกิดความหมาย) มากกว่า Semantic (พิจารณาที่การสื่อความหมายโดยตัวมันเอง) เพราะพยายามชี้ให้เห็นถึงร่องรอยของ “โครงสร้าง” ที่

ก่อให้เกิดการสร้างความหมาย เช่น เนื้อเมือง กฎ กติกา กฎหมายของการควบคุมสถาปัตยกรรม เมือง ความหมายเดิม รูปแบบที่ยอมรับไปแล้ว ฯลฯ มากกว่าที่จะพยายามอธิบายว่า หัวติกระฟ้า ในรูปแบบต่าง ๆ มีความหมายว่าอะไร

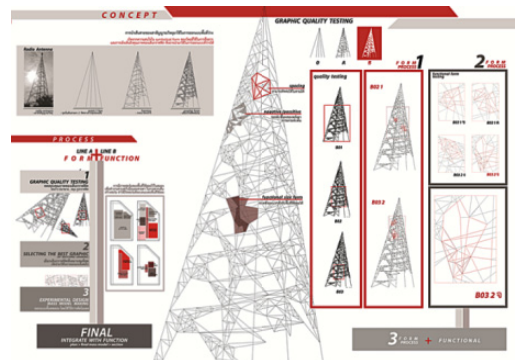
โดยสรุปจากการวิเคราะห์วรรณกรรม การนำเอาทฤษฎีสัญญวิทยามาใช้กับงานสถาปัตยกรรมนั้นไม่สามารถนำมาใช้อย่างสุดโต่งได้ การใช้น่าจะเป็นการใช้ในเชิงวิพากษ์มากกว่า ส่งผลให้เกิดการตั้งคำถามและท้าทายกรอบความคิดและความหมายเดิม ดังเช่น สถาปนิกบางคนต้องการออกแบบให้เกิดการสื่อความหมายได้หลายทาง หรือมองว่ารูปแบบของสถาปัตยกรรมนั้นมีวิวัฒนาการตลอดเวลาเช่นเดียวกับการใช้ภาษาในระดับบุคคล (langue) เป็นเสมือนการตอรองกับโครงสร้างและระบบ (structure) ด้วยจินตนาการและความคิดสร้างสรรค์ที่มีการเปลี่ยนแปลงไปตลอดเวลา ส่งผลให้เกิดการปรับใช้ภาษาในสภาวะใหม่ ๆ เสมอ ซึ่งในจุดนี้เองที่งานของ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สันติรักษ์ ประเสริฐสุข เสนอให้พิจารณาการปรับใช้ภาษากับการออกแบบในเชิงที่เป็น “วากยสัมพันธ์ (Syntax) หรือรูปแบบ (Form)” คือ วิธีที่คำหรือองค์ประกอบอื่น ๆ ของโครงสร้างประโยคถูกเชื่อมเข้าด้วยกันเป็นรูปทรงของประโยคมากกว่าแบบ “วาทศิลป์ (Rhetoric) หรือเนื้อหา (content) ที่เน้นไปที่รูปแบบของการเขียน” (สันติรักษ์ ประเสริฐสุข, 2548, น. 141) ซึ่งคล้ายกับสิ่งที่อาเกอซได้นำเสนอระหว่างแนวทางการใช้สัญวิทยาเพื่อการออกแบบระหว่างในเชิงที่เน้นความหมายเกิดขึ้นภายในความสัมพันธ์กับโครงสร้าง (syntactic) และในเชิงที่เน้นรูปแบบหรือความหมายด้วยตัวเอง (semantic)

2. งานวิจัยเพื่อการออกแบบของนักศึกษาตามกรอบสัญวิทยา

2.1 นางสาวเบญญา สิงห์อุสาหะ หัวข้อวิจัยเพื่อการออกแบบ: การสื่อความหมายของสถาปัตยกรรมผ่านการสื่อสารมวลชน



รูปที่ 1 บทวิเคราะห์ระดับของการสื่อสารทางสัญณะของอาคารราชการที่เกี่ยวข้องกับงานด้านสื่อสาร



รูปที่ 2 แนวคิดการออกแบบขั้นตอนสุดท้ายที่อาศัยคุณภาพของที่ว่างทางกราฟิกแทนที่จะใช้ผลวิเคราะห์ในเชิงการรับรู้

จากผลการวิเคราะห์หาค้นหาสัญลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมที่เกี่ยวข้องกับงานด้านสื่อสารมวลชน พบว่า มีส่วนน้อยที่สามารถสื่อสารได้ด้วยตัวสถาปัตยกรรมเอง โดยสถาปัตยกรรมที่คัดเลือกมาสามารถวิเคราะห์องค์ประกอบแยกแยะได้ออกเป็นดังนี้ รูปทรงสมมาตร การมียอดแหลมพุ่งขึ้นฟ้าการใช้วงกลมลักษณะลวดลายของรูปด้านเส้นรอบรูปของอาคารการใช้ช่องเปิดการเน้นทางเข้าอาคาร การใช้สีสีแดง และการสร้างฉากหลังให้อาคาร แต่พบว่าองค์ประกอบที่สื่อถึงการสื่อสารมวลชนมีเพียงการใช้สีแดง ซึ่งสื่อถึงความรวดเร็วในการสื่อสาร การใช้ทรงกลมที่สื่อถึงลูกโลก การใช้ลายของตู้โทรศัพท์และการมียอดแหลมหรือใช้ลวดลายแห่งสูง เพื่อสื่อถึงเสาส่งสัญญาณวิทยุ หลังจากนั้นทำการวิเคราะห์สัญลักษณ์ในด้านกรรบุรี ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ระดับ คือ ระดับสัญลักษณ์ (Icon) ระดับดัชนี (Index) และระดับสัญลักษณ์ (Symbol) โดยพบว่า การใช้สัญลักษณ์ที่สื่อความหมายถึงการสื่อสารมวลชน คือ การใช้ชื่ออาคาร หรือโลโก้ ที่แปะไว้กับตัวสถาปัตยกรรมส่วนการใช้ดัชนี คือการใช้วัตถุที่บ่งชี้ถึงการสื่อสาร อันได้แก่ เสาส่งสัญญาณวิทยุจานดาวเทียม การใช้สีแดง และการใช้ลวดลายของตู้โทรศัพท์และการใช้สัญลักษณ์ อันได้แก่การใช้ทรงกลม ใช้ยอดแหลม และลวดลายเงาซึ่งจะพบว่าองค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมนั้นเป็นการใช้ส่วนใหญ่เป็นสัญลักษณ์ในระดับสัญลักษณ์ทั้งสิ้น

2.1.1 การนำผลวิจัยมาใช้ในการออกแบบ

จากผลวิจัยที่ได้จากการสอบถามข้างต้น นักศึกษาผู้วิจัยได้เลือกในส่วนของสัญลักษณ์ (Icon) และดัชนี (Index) มาใช้ในการพัฒนารูปทรงของสถาปัตยกรรม ซึ่งจากผลการสอบถาม พบว่า (1)

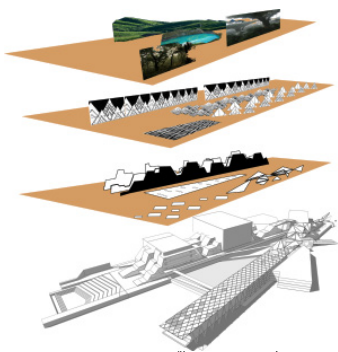
สัญลักษณ์เป็นสัญลักษณ์ที่รับรู้ได้ง่ายและตรงไปตรงมาที่สุดซึ่งจะขาดไปไม่ได้ ในเบื้องต้นจึงเลือกใช้การใช้ชื่อของอาคารเข้าไปกับตัวสถาปัตยกรรม และ (2) ดัชนี เป็นสัญลักษณ์ที่ผู้คนทั่วไปรับรู้ได้เป็นอันดับสอง จึงเลือกการนำ “เสาส่งสัญญาณวิทยุ” และ “สีแดง” มาเป็นแนวทางในการออกแบบรูปทรงทางสถาปัตยกรรม เนื่องจากลักษณะของเส้นกราฟฟิก และรูปทรงของตัวเสาส่งสัญญาณทางวิทยุมีความน่าสนใจ มีรูปทรงที่โดดเด่น และมีลักษณะที่คล้ายกับหลังคาในผังบริเวณของงานสถาปัตยกรรม จึงน่าจะสามารถนำไปพัฒนาต่อเป็นแนวทางในการสร้างสรรค์ที่ว่างทางสถาปัตยกรรมได้ อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยพบว่า การที่จะนำเอาสัญลักษณ์ และดัชนี ตามผลของการวิเคราะห์มาใช้โดยตรงไปตรงมา กลับเป็นการยากที่จะออกแบบอาคารให้สะท้อนถึงความคิดสร้างสรรค์ได้ และกลายเป็นข้อจำกัดของการออกแบบอีกด้วย

ดังนั้น เมื่อเข้าสู่ขั้นตอนของการสร้างสรรค์ ผู้วิจัยจึงตัดสินใจที่จะลดเงื่อนไขของการสื่อความหมายลง และเพิ่มความสนใจในการสร้างสรรค์จากข้อมูลที่ได้มาจากการวิเคราะห์มากขึ้น นักศึกษาผู้วิจัยได้เลือกใช้รูปทรงเชิงสัญลักษณ์ (symbolical form) ของเสาสัญญาณว่ามีคุณภาพกราฟฟิกที่สามารถนำมาต่อยอดเป็นพื้นที่ว่างได้ จึงทำการแปลงภาพเสาสัญญาณวิทยุเป็นภาพกราฟฟิกเพื่อวิเคราะห์เส้นสาย โดยแปลงออกเป็นสามระดับ คือ ระดับจุดและเส้นของโครงหลัก ระดับเส้นกรอบ และระดับเส้นรูปทรงทั้งหมด จากนั้นจึงทำการวิเคราะห์คุณภาพของเส้นทั้งสามระดับ โดยดูจากลักษณะของที่ว่างที่ปรากฏในลายเส้นกราฟฟิก (graphic spacing) หรือการกรอบของเส้นสายที่พัฒนาต่อมาเป็นพื้นที่ว่างทางสถาปัตยกรรมได้

2.2 นางสาวกฤติตา อัครมณี
หัวข้อวิจัยเพื่อการออกแบบ:
การแสดงออกทางอัตลักษณ์ความ
เป็นไทยในรูปแบบของสัญลักษณ์
สู่สถาปัตยกรรมประเภทโรงแรมหรู

รูปแบบในการสื่อสัญลักษณ์ไทยสู่ต่างชาติ	สัญลักษณ์ไทยบนเวที ระดับการสื่อสาร 1-3 ระดับ		
	ICON	INDEX	SYMBOL
สัญลักษณ์ทางรูปอาคาร			
สัญลักษณ์ทางวัสดุ			
สัญลักษณ์ทางสถาปัตยกรรม			

รูปที่ 3 ขั้นตอนของการคัดเลือกสัญลักษณ์จากอาคารโรงแรมหรูและแยกแยะตามระดับของการรับรู้



รูปที่ 4 แนวคิดการออกแบบขั้นสุดท้ายที่มีร่องรอยของการยอมรับเอากรอบการสื่อสารของรูปทรงและองค์ประกอบของการสื่อสารแบบไทยกระแสหลักอันเนื่องมาจากลักษณะของโครงการที่ต้องการสื่อสารกับผู้คนในวงกว้าง

จากการคัดเลือกสถาปัตยกรรมประเภทโรงแรมหรูในระดับสากลเพื่อนำมาวิเคราะห์หาจุดร่วมของการสื่อความเป็นโรงแรมหรูผ่านงานสถาปัตยกรรม และวิเคราะห์ค้นหาคำประกอบสร้างของสัญลักษณ์ โดยอาศัยการวิเคราะห์ผังโครงการการเข้าถึงรูปด้านโครงการสัดส่วนและการใช้สัญลักษณ์ทางวัฒนธรรม รวมถึงการสอบถามถึงการรับรู้ของผู้คนกับความหมายของอาคารดังกล่าว ผลจากการวิเคราะห์ พบว่า หลายส่วนของโครงการที่ได้คัดเลือกมา ข้อมูลบางส่วนไม่สามารถนำมาใช้เป็นประโยชน์ต่อการวิจัยในลำดับต่อไปได้ เช่น ในด้านของการเข้าถึงผังโครงการ แกนสมมาตร ฯลฯ และพบว่า ผู้คนสามารถรับรู้สัญลักษณ์ได้ดีที่สุดของโครงการประเภทโรงแรมหรู คือ ส่วนอาคารแสดงซึ่งเป็นหัวใจหลักของโครงการ ซึ่งพบว่า รูปทรงอาคารภายในโครงการอาจผลต่อการช่วยสื่อสัญลักษณ์ด้วยเช่นกันผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่องของการสื่อสัญลักษณ์ความเป็นไทยผ่านตัวโครงการอย่างชัดเจน โดยไม่ได้คำนึงถึงรูปแบบของประเภทโครงการที่ต้องการสื่อความเป็นโรงแรมหรู ทำให้ได้ข้อสรุปว่า รูปแบบโครงการ ซึ่งเกี่ยวข้องถึงการออกแบบในระดับประเทศ จำต้องให้ความสำคัญในส่วนของการสื่อสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่ชัดเจน โดยมีส่วนของการออกแบบเพื่อการแสดงออกถึงประโยชน์ใช้สอยของโครงการเป็นเรื่องรอง การแสดงออกซึ่งสัญลักษณ์วัฒนธรรมถือเป็นการแสดงให้เห็นถึงอัตลักษณ์ความเป็นตัวตนของชาติให้ชัดเจน และสื่อสารโดยเสมือนเป็นตัวแทนประเทศสู่ระดับสากล และพบว่า รูปแบบการสื่อสัญลักษณ์ผ่านทางระดับตกแต่งอาคารเป็นการรับรู้ที่ชัดเจนที่สุดถัดมาคือ การสื่อสัญลักษณ์โดยใช้วัสดุอาคารและการสื่อสัญลักษณ์โดยใช้รูปอาคารเป็นลำดับ สามารถรับรู้ได้ง่าย

2.2.1 การนำผลวิจัยมาใช้ในการออกแบบ

ในขั้นตอนการออกแบบ เลือกที่จะหยิบลายไทยซึ่งใช้เป็นสัญลักษณ์ของความเป็นไทยมาใช้ เนื่องจากพบว่า โครงการระดับชาติและจำเป็นที่จะต้องยอมรับกรอบของการสื่อสารกับผู้คนในวงกว้างเป็นประเด็นสำคัญ ซึ่งถ้ามุ่งเน้นการใช้สัญลักษณ์ในเชิงรื้อสร้าง หรือในเชิงโครงสร้างอาจไม่สามารถสื่อสารกับผู้คนได้เลย อย่างไรก็ตาม นักศึกษาผู้วิจัยก็พยายามสร้างช่องว่างของการสร้างสรรค์ โดยอาศัยการเปลี่ยนแปลงและลดทอนรายละเอียดของลายไทยให้เหลือเพียงรูปสามเหลี่ยมเพื่อที่จะไม่บิดเบือนความเป็นภาพต้นแบบลายไทยจนเกินไป จากรูปทรงของอาคารในขั้นสุดท้ายซึ่งยังคงไม่ค่อยสื่อสารถึงความเป็นไทย จึงนำสัญลักษณ์ที่สื่อความหมายความเป็นไทยมาใช้อย่างโจ่งแจ้ง คือ เรื่องของภาพจิตรกรรมไทย ซึ่งเป็นการแสดงถึงการยอมรับกรอบความคิดการออกแบบสถาปัตยกรรมที่สื่อถึงความเป็นไทยในแบบกระแหลักอย่างชัดเจนประกอบลงไปในตัวอาคาร

3. บทวิเคราะห์

เมื่อวิเคราะห์จากงานวิจัยเพื่อการออกแบบของนักศึกษาทั้งสองแล้วเกิดคำถาม คือ ในเมื่อทำตามกรอบทฤษฎีสัญลักษณ์แล้ว และอีกทั้งสามารถค้นพบว่า “สัญลักษณ์” ที่สามารถสื่อสารกับผู้คนที่ได้ แล้วทำไมถึงกลายเป็นข้อจำกัดของการออกแบบ ซึ่งสุดท้ายแล้วนักศึกษาผู้วิจัยทั้งสองท่านเลือกที่จะปรับทิศทางของการใช้ข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ไปอีกทิศทางหนึ่ง ดังนั้นผู้วิจัยจะขอแยกบทวิเคราะห์ออกเป็นข้อ ๆ ดังนี้:

1) *ร่องรอยของการแยกออกของระบบคิดภายในกระบวนการวิจัย* พบว่า มีรอยต่อบาง ๆ ระหว่างกระบวนการสร้างความหมาย และ

กระบวนการสื่อความหมายที่มีระบุเอาไว้อย่างชัดเจน แต่ไม่ได้ตระหนักถึงรอยต่อของสองกระบวนการนี้ กระบวนการแรก คือ กระบวนการสร้างความหมาย (signification) คือในช่วงที่นักศึกษาผู้วิจัยทั้งสองท่าน ชูดค้นถึงการประกอบสร้างของ “สัญลักษณ์” ว่ามีรายละเอียดของรูปสัญลักษณ์ใดบ้าง ทว่าเมื่อนักศึกษาผู้วิจัยทั้งสองท่านเริ่มหันไปหาระดับของการเชื่อมโยงของรูปสัญลักษณ์และความหมายสัญลักษณ์ ผ่านการตีความของตัวเองและเทียบกับกลุ่มตัวอย่างแล้ว นั่นคือ การเคลื่อนไปสู่กระบวนการของการสื่อความหมาย (communication)

2) *กับดักของ “ความหมาย” ทางสัญลักษณ์ที่แตกต่างกัน* เกิดจากประเด็นเรื่อง “ความหมาย” ดังที่กล่าวไปแล้วในตอนต้น “ความหมาย” (Meaning) ทำงานอยู่ในสองแบบ คือ “ความหมาย” ในฐานะที่เกิดจากความสัมพันธ์ของรูปสัญลักษณ์และความหมายสัญลักษณ์ (The relationship between signifier and signified) และ “ความหมาย” ในฐานะที่เป็นผลผลิตที่สะท้อนไปยังผลกระทบซึ่งนำไปสู่การสื่อความในระดับต่าง ๆ (The production of meaning in the different levels) การที่นักศึกษาผู้วิจัยได้เลือกที่จะใช้สิ่งที่ค้นพบจาก “ความหมาย” ในแบบที่สอง เหตุเพราะว่าต้องการนำเอา “ความหมาย” ที่ผู้คนสามารถรับรู้ได้ตีความได้ สอดคล้องไปกับเงื่อนไขของปฏิบัติการทางสังคม สัญลักษณ์ทางสังคม การยอมรับและการใช้ความหมายเหล่านั้นในสังคมมาใช้เพื่อที่จะทำให้เกิดการสื่อความได้สัมฤทธิ์ผลตามสมมติฐานที่ตั้งต้น

3) *รอยแยกระหว่างสัญลักษณ์เชิงพรรณนาหรือเชิงทำทนาย* ไม่ได้ระบุแนวทางการใช้สัญลักษณ์อย่างชัดเจนว่าต้องการสำรวจ ชูดค้น และวิเคราะห์ “สัญลักษณ์” ของอาคารทางราชการที่

ทำงานเกี่ยวกับการสื่อสารและอาคารทางราชการ ที่ทำงานด้านโรงมิโหรสพอย่างไร ระหว่างการสื่อสารของรูปสัญลักษณ์ (ภายใต้เงื่อนไขของความเข้าใจตามความหมายของรูปนั้น ๆ แยกจากกันไม่ได้) หรือจะเป็นแบบร้อยคั่นจากการประกอบสร้างรูปสัญลักษณ์ (ภายใต้เงื่อนไขของความเข้าใจว่าความหมายและรูปนั้นแยกจากกันไม่ได้)

4) *หลุมพรางทางความคิดด้วยเงื่อนไขของการสื่อสาร* ในชั้นแรกนักศึกษามักจะเลือกที่รูปสัญลักษณ์ ที่สามารถสื่อความกับผู้คนได้ชัดเจน (ระบบปิด) ใช้เป็นแนวทางในการออกแบบต่อ ซึ่งมีรูปทรงในเชิงสัญลักษณ์ (Iconic form) มีความชัดเจน นอกจากจะไม่เอื้อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ใหม่ๆ แล้ว ยังจะต้องกังวลถึงความสามารถในการสื่อสารหรือการทำงานของความหมายต่อการรับรู้ของผู้คนในระดับเดิมอยู่เสมอ

4. บทสรุปและข้อเสนอแนะ

ในการปรับใช้สัญลักษณ์เพื่อเป็นแนวทางการออกแบบสถาปัตยกรรม สิ่งที่จะต้องพิจารณาและเป็นข้อเสนอแนะที่ค้นพบ คือ

1. ควรจะต้องตระหนักถึงความแตกต่างระหว่างกระบวนการสร้างความหมาย (signification) และกระบวนการสื่อความหมาย (communication) ซึ่งข้อแตกต่างนี้จะเป็นตัวกำหนดทิศทางของการค้นคว้า การวางกระบวนการวิจัย การแยกแยะสัญลักษณ์ และการปรับใช้สัญลักษณ์ในการออกแบบประยุกต์
2. ควรจะต้องทำความเข้าใจอย่างถ่องแท้ในประเด็นเกี่ยวกับ “ความหมาย” ระหว่าง ความหมายที่เกิดขึ้นจากคู่ความสัมพันธ์ของรูปสัญลักษณ์ และความหมายสัญลักษณ์ และความหมายในฐานะ

ที่เป็นผลผลิตและผลกระทบต่อการรับรู้ของผู้คนในระดับต่าง ๆ เพราะจากความแตกต่างของ “ความหมาย” นี้จะทำให้เราอาจจะก้าวข้ามจากกระบวนการสร้างความหมายไปสู่กระบวนการสื่อความหมายโดยไม่รู้ตัว

3. ควรจะต้องกำหนดทิศทางของการเลือกใช้ทฤษฎี ระหว่างใช้ในเชิงพรรณนา หรือที่เรียกว่าในเชิงที่เกี่ยวกับความหมาย (semantic-rhetoric) และในเชิงวิพากษ์ หรือที่เรียกว่าในเชิงที่เกี่ยวกับโครงสร้าง (syntactic-syntax) โดยเฉพาะถ้าจะใช้เพื่อการออกแบบสร้างสรรค์ การใช้ในเชิงวิพากษ์ควรจะต้องถูกกำหนดตั้งแต่แรก

References

- กาญจนนาค ทองชัยประสิทธิ์. (2555). *โครงการศูนย์การเรียนรู้และอนุรักษ์เทียนพรรษา จังหวัดอุบลราชธานี*. วิทยานิพนธ์ปริญญาบัณฑิต, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- บุญธิดา ทรัพย์ไพศาล. (2555). *โครงการพิพิธภัณฑ์สถาปัตยกรรมมิน้ำ จังหวัดสุพรรณบุรี*. วิทยานิพนธ์ปริญญาบัณฑิต, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พาลินท์ อยู่สถาพร. (2555). *โครงการธรรมานุสรณ์สถานหลวงปู่มั่น ภูริทัตโต จังหวัดอุบลราชธานี*. วิทยานิพนธ์ปริญญาบัณฑิต, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ภัทรชนก ก้อยชูสกุล. (2555). *โครงการพัฒนาท่าอากาศยานนานาชาติภูเก็ท*. วิทยานิพนธ์ปริญญาบัณฑิต, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

- สันติรักษ์ ประเสริฐสุข. (2548). การสื่อและการสร้าง ความหมายในสถาปัตยกรรม จาก โครงสร้างนิยมถึงหลังโครงสร้างนิยม. *วารสารวิจัยและสาระสถาปัตยกรรม/การผังเมือง*, 3, 129-150.
- สันต์ สุวัชรภินันท์, ทวีศักดิ์ เกียรติวีระศักดิ์ และรัฐา ฤทธิศ. (2555). *การถอดรหัสและการประยุกต์ใช้อัตลักษณ์เพื่อเป็นแนวทางการออกแบบ* (รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์). คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- Agrest, D. (1988). Architectural anagrams: The symbolic performance of skyscrapers. In *Architecture From Without*. Massachusetts: MIT Press.
- Agrest, D. & Gandelsonas, M. (1973). *Semiotics and architecture: Ideological consumption or theoretical work*. Massachusetts: MIT Press.
- Jenck, C. (1997). *The architecture of the jumping universe*. New York: John Wiley & Sons.
- Leach, N. (Ed.) (2000). *Rethinking architecture: A reader in cultural theory*. London: Routledge.
- Nesbitt, K. (Ed.) (1996). *Theorizing a new agenda for architecture: An anthropology of architecture theory 1965-1995*. New York: Princeton Architectural Press.
- Venturi, R. (1972). *Learning from Las Vegas*. Cambridge: MIT Press.

การศึกษาการประยุกต์ใช้พื้นที่ภายนอกและในบ้านพักอาศัยเพื่อตอบสนองต่อธุรกิจการท่องเที่ยวของหมู่บ้านหัตถกรรมกลุ่มนครชัยบุรีนทร์
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง

A Study of the Spatial Adaptation of the House to Promote Cultural Tourism in Chaiburin Handicraft Village the Northeast Region of Thailand

สุภักดิ์ พฤกษ์ิกานนท์¹ และ ธีระเดช จินจะโปะ²
Supuck Prugsiganont¹ and Teeradat jenjapoo²

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
E-mail: supuck.p@gmail.com¹, teeradet.j@gmail.com²

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ศึกษาถึงการประยุกต์การใช้พื้นที่ อาคารประเภทบ้านพักอาศัยเพื่อตอบสนองการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของหมู่บ้านหัตถกรรมกลุ่มนครชัยบุรีนทร์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรมธุรกิจการท่องเที่ยวกับปรับใช้พื้นที่ภายในและภายนอกบ้านพักอาศัยให้เกิดประโยชน์ต่อการค้าขายและการปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยว จากการเก็บข้อมูลภาคสนามกลุ่มตัวอย่างบ้านพักอาศัยในหมู่บ้านหัตถกรรมนครชัยบุรีนทร์สามแห่ง และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา พบว่ามีการดัดแปลงพื้นที่เรือนเพื่อตอบสนองต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้อย่างลงตัวและสอดคล้องกับชีวิตประจำวันของผู้อยู่อาศัย และพบว่า เกิดเอกลักษณ์ของรูปแบบการประยุกต์ใช้ เช่น พื้นที่กึ่งตายตัวของบ้านพักอาศัยถูกประยุกต์ใช้เป็นพื้นที่ปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวแบบเป็นกันเอง หรือพื้นที่ว่างใต้บ้านพักที่มีลักษณะผังอาคารแบบเปิดถูกปรับใช้เพื่อเป็นพื้นที่ขายของให้กับนักท่องเที่ยว

Abstract

Research was conducted in the North-eastern part of Thailand to determine the architectural modifications needed to a traditional house for its utilization in the cultural tourism industry. The Chaiburin handicraft village, which is promoting its cultural heritage, was chosen for the study. The propose of the study is to discover, firstly the spatial adaptation of the traditional house which makes benefit for a tourism business, secondly the interaction between people who live in the village and the tourists. Therefore, a field study examining the interior and exterior space of Chaiburin handicraft village was conducted on three villages. A descriptive method was used as the main tool for this research. The result showed that the spatial arrangement and adaptation of the space conform to the daily basis and behavior of villagers.

การศึกษาการประยุกต์ใช้พื้นที่ภายนอกและในบ้านพักอาศัยเพื่อตอบสนองต่อธุรกิจการท่องเที่ยวของหมู่บ้านหัตถกรรมกลุ่มนครชัยบุรีรินทร์ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง สุภักดิ์ พฤทธิกันนท์ และ ธีระเดช จินจะโปะ

There was a unique characteristic with relevant to the villager's way of life. For example, the fixed area of the house was adapted into the space where tourists could have a chat with the home owner. Moreover, the space under the house with an open architectural plan was adapted into a shop.

คำสำคัญ (Keywords): นครชัยบุรีรินทร์ (Chaiburin Handicraft Village), การประยุกต์ใช้พื้นที่บ้านพักอาศัย (Spatial Adaptation), การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism)

1. บทนำ

กลุ่ม “นครชัยบุรีรินทร์” จัดตั้งขึ้นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวสายใหม่ของ 4 จังหวัดในภาคอีสานตอนล่าง 1 ซึ่งได้แก่ จังหวัดนครราชสีมา ชัยภูมิ บุรีรัมย์ และสุรินทร์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชาวบ้านในกลุ่ม 4 จังหวัดให้ดีขึ้นและเพื่อการตระหนักถึงความสำคัญทรัพยากรธรรมชาติ ภูมิปัญญาของท้องถิ่นไม่ให้ถูกทำลายและลบล้าง ตลอดระยะเวลาในการดำเนินส่งเสริมการท่องเที่ยวเส้นทางสายใหม่ ภูมิปัญญาท้องถิ่นได้ถูกนำกลับมาใช้อีกครั้งพร้อมกับให้ความรู้ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์พัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว ที่มีจุดเด่นของแต่ละหมู่บ้านให้นักท่องเที่ยวและผู้ที่สนใจเข้ามาหาความรู้และต่อยอดความรู้ด้านงานหัตถกรรมผ้าไหม ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (คู่มือการท่องเที่ยวนครชัยบุรีรินทร์, 2555)

หมู่บ้านท่องเที่ยวสินค้าหัตถกรรมภูมิปัญญาท้องถิ่นผ้าไหมของกลุ่มจังหวัด “นครชัยบุรีรินทร์” จึงเกิดขึ้นตามเส้นทางการท่องเที่ยวของภาครัฐที่ได้ทำการประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ ส่งผลให้มีการเข้ามาของนักท่องเที่ยว ที่สนใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และเกิดการสร้างรายได้ให้คนในหมู่บ้านทำให้เกิดการปรับตัวของ

คนในหมู่บ้านเพื่อตอบสนองการเข้ามาของนักท่องเที่ยวและรองรับธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ทางด้านสถาปัตยกรรม แต่เดิมพื้นที่ภายในบ้านพักอาศัยของชาวบ้านในชุมชนหัตถกรรมถูกออกแบบมาเพื่อรองรับการพักอาศัยของคนในครอบครัวและกิจกรรมการผลิตหัตถกรรมใหม่ แต่เป็นการผลิตเพื่อใช้เองหรือเพื่อส่งขายต่อในระดับจังหวัดและพ่อค้าคนกลาง การเลือกใช้ที่พื้นที่ไม่ได้คำนึงถึงการเข้ามาของนักท่องเที่ยวหรือเพื่อการขายสินค้าของผู้ผลิตแต่เป็นการเลือกที่ว่างที่เหมาะสมตามปัจจัยและวิถีชีวิตการเป็นอยู่ของตน ดังนั้น พื้นที่ในการทำกิจกรรมทางด้านหัตถกรรมส่วนใหญ่จะใช้พื้นที่ว่างใต้เรือนพักอาศัยหรือส่วนที่ว่างส่วนต่าง ๆ ของบ้านตามความต้องการของผู้อยู่อาศัย

ดังนั้น เมื่อนักท่องเที่ยวเข้ามาในหมู่บ้านบ้านพักอาศัยจึงกลายเป็นพื้นที่ ที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงและเลือกซื้อสินค้าจากตัวผู้ผลิตได้พบว่าเกิดการใช้พื้นที่ของอาคารพักอาศัยเพื่อตอบสนองการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งถือเป็นการปรับพื้นที่อาคารพักอาศัย ให้สัมพันธ์กับประโยชน์ใช้สอยทางธุรกิจการค้าภายในชุมชนจึงเกิดขึ้น (ธีระเดช จินจะโปะ, 2555)

2. ที่มาและความสำคัญของปัญหา

จากการเกิดขึ้นของกิจกรรมการท่องเที่ยวหมู่บ้าน สินค้าหัตถกรรมภูมิปัญญาท้องถิ่นผ้าไหมของกลุ่มจังหวัด “นครชัยบุรีรินทร์” ทำให้คนในชุมชนต้องปรับตัวเพื่อตอบรับกับแผนพัฒนาที่เกิดขึ้น ซึ่งก็คือการเข้ามาของนักท่องเที่ยวจากการประชาสัมพันธ์ของภาครัฐ ดังนั้น ประชาชนในชุมชนเองจึงต้องปรับตัวเพื่อตอบสนองต่อนโยบายทางการท่องเที่ยว

จากผลผลิตหัตถกรรมผ้าไหมของกลุ่มจังหวัด “นครชัยบุรีรินทร์” ทำให้นักท่องเที่ยวเข้ามาในหมู่บ้านหัตถกรรมเป็นจำนวนมาก แต่ละครัวเรือนที่ผลิตหัตถกรรมใหม่จึงมีการปรับวิถีชีวิตเพื่อตอบสนองต่อปัจจัยการพัฒนาชุมชน เป็นการเปลี่ยนแปลงที่มีเป้าหมายเพื่อสนองนโยบายทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของภาครัฐ



รูปที่ 1 ตัวอย่างบ้านพักอาศัยที่ประกอบกิจกรรมการผลิตหัตถกรรมใหม่หมู่บ้านท่องเที่ยววัฒนธรรมใหม่ บ้านคู่ อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา

สถาปัตยกรรมซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในของวิถีชีวิตของคนในชุมชน ในที่นี้คือ อาคารพักอาศัยของแต่ละครัวเรือนที่ถูกดัดแปลงปรับเปลี่ยนเพื่อรองรับกิจกรรมการค้าและการท่องเที่ยว ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงผู้ผลิตโดยตรงสามารถชมกิจกรรมการผลิต และร่วมและสัมผัสกับวิถี

ชีวิตกับการผลิตผลงานหัตถกรรมใหม่ ทั้งนักท่องเที่ยวและเจ้าของบ้านมีวัตถุประสงค์ร่วมกัน ที่จะแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม วิถีชีวิต และเป็นการผลิตผลงานหัตถกรรมใหม่ของตนไปด้วย

ดังนั้น งานวิจัยนี้ได้ศึกษาถึง การประยุกต์การใช้พื้นที่อาคารประเภทบ้านพักอาศัยเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของหมู่บ้านหัตถกรรมกลุ่มนครชัยบุรีรินทร์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรมธุรกิจการท่องเที่ยวกับปรับใช้พื้นที่ภายในและภายนอกบ้านพักอาศัยให้เกิดประโยชน์ต่อการค้าขายและการปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยว และเพื่อหาเอกลักษณ์ของการปรับใช้พื้นที่อาคารพักอาศัยให้เข้ากับกิจกรรมที่เกิดขึ้นภายในอาคาร

3. วัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัย

- 1) เพื่อศึกษารูปแบบการจัดพื้นที่บ้านพักอาศัยที่ถูกปรับใช้ให้ตอบสนองกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของหมู่บ้านหัตถกรรม
- 2) เพื่อศึกษาเอกลักษณ์ของพื้นที่บ้านพักอาศัยที่ถูกปรับใช้ให้ตอบสนองกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
- 3) เพื่อหาลักษณะต้นแบบที่สามารถนำไปปรับใช้กับบ้านพักอาศัยที่ประกอบการค้าสินค้าหัตถกรรมเพื่อการท่องเที่ยวของหมู่บ้านหัตถกรรม กลุ่มจังหวัด “นครชัยบุรีรินทร์” และหมู่บ้านท่องเที่ยวอื่น ๆ

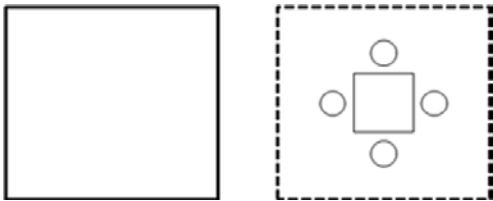
4. ทบทวนวรรณกรรม

อาคารที่มีการใช้สอยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับชุมชนและเมือง เช่น อาคารพักอาศัย อาคารเกี่ยวกับการค้า ธุรกิจ อาคารราชการ อาคารเกี่ยวข้อกับสาธารณูปโภค สาธารณูปการ อาคารเกี่ยวเนื่องกับการพักผ่อน ฯลฯ จากประเภทของที่ว่าง

การศึกษาการประยุกต์ใช้พื้นที่ภายนอกและในบ้านพักอาศัยเพื่อตอบสนองต่อธุรกิจการท่องเที่ยวของหมู่บ้านหัตถกรรมกลุ่มนครชัยบุรีนทร์ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง สุภักดิ์ พฤทธิศานนท์ และ วีระเดช จินจะโปะ

ดังกล่าวข้างต้นจะเห็นได้ชัดว่าเรื่องราวของสถาปัตยกรรมครอบครัวและเกี่ยวเนื่องกับผู้คน สังคม และสภาพแวดล้อมในสัดส่วนต่างๆ กัน

การแยกลักษณะของการยึดครองที่ว่างที่ว่างที่มีลักษณะสนองประโยชน์ใช้สอยเพียงอย่างเดียว ไม่มีส่วนสัมพันธ์หรือต่อเนื่องกับส่วนอื่นๆ รูปแบบการใช้ประโยชน์จะกำหนดเนื้อหาเฉพาะส่วนออกมา เช่น ในกรณีที่มีที่ว่างอยู่เนื้อที่หนึ่ง ถ้าเอาประโยชน์ใช้สอยของการรับประทานอาหารบรรจุเข้าในที่ว่างนั้นๆ พื้นที่นั้นก็กลายเป็นส่วนรับประทานอาหารทันที (รูปที่ 2) คือเป็นการยึดครองที่ว่างจากประโยชน์ใช้สอยอย่างใดอย่างหนึ่งเฉพาะเจาะจง (อรศิริ ปาณินท์, 2538)



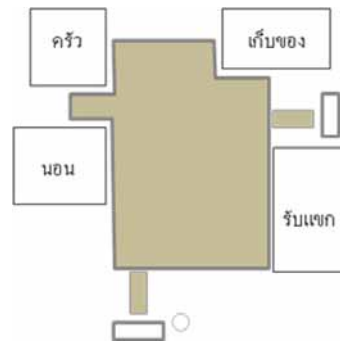
รูปที่ 2 การยึดครองที่ว่างด้วยประโยชน์ใช้สอย
(ที่มา: อรศิริ ปาณินท์, 2538)

ในทำนองเดียวกันเมื่อมีการยึดครองที่ว่างด้วยประโยชน์ใช้สอยที่หลากหลายและซับซ้อนมากขึ้น ที่ว่างจะเกิดการทับซ้อนของกิจกรรมการใช้งาน และลักษณะที่ว่างก็จะไม่ใช่แบบเฉพาะที่ถูกยึดครองโดยประโยชน์ใช้สอยอย่างใดอย่างหนึ่ง (วีระเดช จินจะโปะ, 2555)

ความสัมพันธ์ของที่ว่างทางสถาปัตยกรรมกับประโยชน์การใช้สอย

ที่ว่างที่ถูกยึดครองด้วยประโยชน์ใช้สอยซึ่งประโยชน์ใช้สอยนี้จะเป็นตัวกำหนดขนาดของที่ว่างแต่ละแห่งทั้งภายในและภายนอก

ของอาคาร แผนผังบ้านไทยภาคกลางมีการใช้ประโยชน์จากนอกชาน เรือนรับแขก เรือนครัว เรือนนอน และเรือนเก็บของ ที่ว่างของเรือนจะเป็นที่ว่างเพื่อการพักอาศัยที่สมบูรณ์ยังไม่ได้ ถ้าไม่มีการระบุประโยชน์ใช้สอยที่เฉพาะเจาะจงลงไป พร้อมทั้งกำหนดขนาดของการใช้งานลงไปด้วย ถึงแม้ว่าเรือนไทยจะเป็นการสร้างแบบสำเร็จรูป แต่ทว่าอาคารแต่ละหลังนั้นไม่ได้มีขนาดเดียวกัน (รูปที่ 3) (อรศิริ ปาณินท์, 2538)



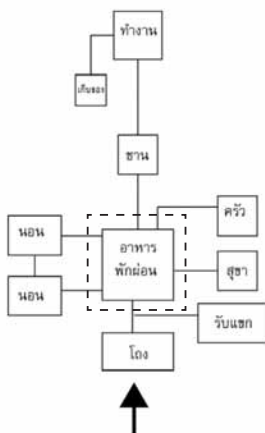
รูปที่ 3 ที่ว่างกับประโยชน์ใช้สอยและการจัดกลุ่มผังบ้านไทยภาคกลาง (ที่มา: อรศิริ ปาณินท์, 2538)

ขนาดของเรือนเกิดขึ้นจากการผสมผสานระหว่างประเภทของประโยชน์การใช้สอย เช่น เรือนนอนของครอบครัว ซึ่งอาจจะมีห้องแบ่งเป็นสองห้อง คือ หนึ่งห้องใหญ่และหนึ่งห้องเล็ก ลักษณะการใช้งานประโยชน์ใช้สอยรองซึ่งตามติดมา ประโยชน์ใช้สอยรอง (หมายถึง ประโยชน์ใช้สอยปลีกย่อยซึ่งตามติดประโยชน์ใช้สอยหลัก เช่น ห้องนอน ประโยชน์ใช้สอยรองของห้องนอนคือ ส่วนแต่งตัวและเก็บเสื้อผ้า เป็นต้น) ย่อมมีขนาดในการใช้งานมากกว่าห้องเก็บของและห้องครัวเนื่องจากจำนวนผู้ใช้มากกว่าและลักษณะการใช้งานต้องการเนื้อที่มากกว่า (อรศิริ ปาณินท์, 2538)

ความต่อเนื่องของที่ว่างกับประโยชน์ใช้สอย

อาคารในปัจจุบันไม่ว่าจะเป็นอาคารพักอาศัยหรืออาคารสาธารณะมักจะนิยมผังพื้นที่ที่เป็นแบบเปิด (open plan) คือ ลักษณะผังพื้นที่เป็นอิสระไม่ถูกบังคับด้วยผนังหรือส่วนกั้นประโยชน์ใช้สอยใด ๆ จนมากเกินไป ฉะนั้นในอาคารประเภทที่ใช้ผังพื้นที่เปิดส่วนประโยชน์ใช้สอยใด ๆ ก็ตามไม่ต้องการความมิดชิดหรือความเป็นส่วนตัว (privacy) (อรศิริ ปาณินท์, 2538)

ลักษณะผังแบบเปิด (open plan) พบได้ในส่วนของใต้ถุนเรือนพักอาศัย เช่น เรือนไทยตามภาคอีสาน เรือนไทยภาคกลาง และเรือนไทยประยุกต์ตามภาคต่าง ๆ เป็นการใช้ประโยชน์ของพื้นที่ใต้ถุนเรือนทำกิจกรรมที่ไม่ต้องการความเป็นส่วนตัว (privacy) เช่น การรับแขก การรับประทานอาหาร หรือเป็นส่วนหนึ่งของพื้นที่นั่งพักผ่อนของครอบครัวมีลักษณะการใช้งาน ไปในทางกึ่งสาธารณะ (semi public) เป็นส่วนใหญ่ (ธีระเดช จินจะโปะ, 2555)



รูปที่ 4 ไดอะแกรมแสดงความต่อเนื่องของประโยชน์ใช้สอย (ที่มา: อรศิริ ปาณินท์, 2538)

ตามภาพประกอบ (รูปที่ 4) แสดงถึงตัวอย่างอาคารพักอาศัยขนาดเล็กชั้นเดียวมี 2 ห้องนอน มีส่วนที่รวมกันอยู่ด้วยกันไม่แยก

ประโยชน์ใช้สอยเฉพาะคือส่วนนั่งเล่นพักผ่อน ส่วนรับประทานอาหาร ส่วนเตรียมอาหาร รวมทั้งส่วนทางเดินเชื่อมต่อไปยังประโยชน์ใช้สอยอื่นๆ ของอาคารด้วย ส่วนห้องที่ต้องการความเป็นส่วนตัวเฉพาะ คือ ห้องนอน ห้องครัว ห้องน้ำ (อรศิริ ปาณินท์, 2538)

เมื่อพิจารณาจากผังพื้นดังกล่าวส่วนที่ใช้ประโยชน์ในการนั่งเล่นพักผ่อนส่วนรับประทานอาหาร สามารถเลือกใช้ผังพื้นที่แบบเปิด (open plan) ได้ เพราะเป็นวิธีหนึ่งในการทำให้ที่ว่างโดยรวมของอาคารพักอาศัย มีความต่อเนื่องกันทางด้านประโยชน์ใช้สอยเพราะเป็นส่วนที่ไม่ต้องการความเป็นส่วนตัวมาก (privacy) ผู้ใช้สามารถเข้าถึงได้ทุกคน

ขนาดและรูปทรงของที่เว้นว่างส่วนบุคคล

ระยะห่างต่าง ๆ ระหว่างบุคคลที่สัมพันธ์กับลักษณะของการกระทำต่อกัน การสัมผัสทางประสาทสัมผัสกับระยะห่างระหว่างบุคคล "Proxemics" ซึ่งเป็นการศึกษาเกี่ยวกับการมีระยะห่างระหว่างบุคคลที่มีการกระทำต่อกัน ฮอลล์ (Hall, 1966, pp. 116-125) ได้เสนอว่า บุคคลมีระยะห่างระหว่างกันที่เหมาะสมกับการกระทำที่มีต่อกันและการสัมผัสที่เกิดขึ้น แบ่งได้เป็น 4 ระยะด้วยกัน คือ

1. ระยะใกล้ชิด (Intimate Distance)
2. ระยะส่วนบุคคล (Personal Distance)
3. ระยะสังคม (Social Distance)
4. ระยะสาธารณะ (Public Distance)

ระยะใกล้ชิด (Intimate Distance) เป็นระยะที่เอื้อให้เกิดการสัมผัสทางกาย การสัมผัสที่เกิดขึ้นเป็นสิ่งที่รู้กันทั้งสองฝ่าย เช่น ระยะการแสดงการปลอบใจ ระยะดังกล่าวมีระยะประมาณ (ระยะห่างกัน 6 – 8 นิ้ว) (Hall, 1966)

การศึกษาการประยุกต์ใช้พื้นที่ภายนอกและในบ้านพักอาศัยเพื่อตอบสนองต่อธุรกิจการท่องเที่ยวของหมู่บ้านหัตถกรรมกลุ่มนครชัยบุรีรินทร์ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง สุภักดิ์ พฤทธิกันนท์ และ วีระเดช จีนจะโป๊ะ

ระยะส่วนบุคคล (Personal Distance)

เป็นระยะที่ทำหน้าที่เหมือนเกราะป้องกันตัวส่วนบุคคล สำหรับระยะใกล้ คือ (1.5 – 2.5 ฟุต) ส่วนระยะไกล คือ (2.5 – 4 ฟุต) มักเป็นระยะในการสนทนาในเรื่องส่วนบุคคล มีการใช้เสียงในระดับปานกลาง (Hall, 1966)

ระยะสังคม (Social Distance)

เป็นระยะที่ไม่มีการสัมผัสทางกาย ใช้ระดับเสียงในการสนทนาปกติ ระยะใกล้ (4 - 7 ฟุต) การติดต่อทางธุรกิจ มักเกิดขึ้นในระยะห่างนี้ จึงเป็นระยะที่ปรากฏอยู่ทั่วไประหว่างผู้ที่ทำงานในสำนักงานเดียวกัน หรือการพบปะสังสรรค์ที่ไม่เป็นกิจลักษณะ ในส่วนระยะไกล (7 – 12 ฟุต) ใช้เสียงในการสนทนาดังกว่าระยะใกล้ มักเกิดขึ้นในการประชุมทางธุรกิจ การกระทำต่อกันมีลักษณะเป็นพิธีมากกว่าระยะใกล้ (Hall, 1966)

ระยะสาธารณะ (Public Distance)

เป็นระยะที่บุคคลไม่สามารถอยู่เกี่ยวกันโดยตรงระหว่างบุคคลกับบุคคล ต้องใช้เสียงดังในการสนทนา บุคคลสามารถหลบหลีกหรือทำการป้องกันตนเองได้ทันหากได้รับการคุกคาม ระยะใกล้คือ (12-25 ฟุต) ระยะไกล คือ (25 ฟุตขึ้นไป) การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล หากให้ได้ผลดีต้องใช้โอกาปกิริยาและท่าทางพร้อมเพิ่มระดับเสียงจากปกติ (Hall, 1966)

ระยะทั้ง 4 ที่ฮอลล์ได้วิเคราะห์นั้น เป็นประโยชน์ในการกำหนดสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมสำหรับกิจกรรมต่างๆ ทำให้สามารถออกแบบสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่เหมาะสมกับการใช้สอยของมนุษย์ได้

ลักษณะการใช้งานที่ว่างแบบตายตัว

เป็นลักษณะพื้นที่ ที่กลุ่มคนเข้าไปจัดการกับกิจกรรมต่างๆ เห็นได้จากการปรากฏของสิ่งอำนวยความสะดวก หรือบริเวณที่ถูกเตรียมขึ้น

เพื่อกิจกรรมนั้นโดยตรง เช่น อาคารเดี่ยวหรือกลุ่มอาคาร ที่มีการจัดพื้นที่ภายในเพื่อสนองความต้องการของบุคคลหรือสังคม เช่น อาคารสำนักงาน กลุ่มอาคารเรือนพักอาศัย ที่ถูกออกแบบให้ตอบสนองต่อกิจกรรมที่เกิดขึ้นภายในแบบเฉพาะเจาะจงของแต่ละอาคาร ปรับเปลี่ยนการใช้งานไปทำกิจกรรมอื่นได้ยาก (ทิพย์สุตา, 2549)

ลักษณะที่ว่างแบบกึ่งตายตัว

หมายถึงที่ว่างที่มีการสนองประโยชน์การใช้งานแบบได้หลายกิจกรรม อาทิเช่น โถงที่รองรับกิจกรรมอันหลากหลายผนัง จะเป็นผนังแบบเคลื่อนที่ได้เปิดและปิดได้เมื่อมีกิจกรรมของวันเปลี่ยนไป (ทิพย์สุตา, 2549)

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงการประยุกต์การใช้พื้นที่ของอาคารประเภทบ้านพักอาศัยเพื่อตอบสนองการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของหมู่บ้าน และเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรมธุรกิจการท่องเที่ยวกับการปรับใช้พื้นที่บ้านพักอาศัยให้เกิดประโยชน์ต่อการค้าขายและการปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยว โดยศึกษาจากบ้านพักอาศัยที่ทำการประยุกต์ใช้พื้นที่แล้วในหมู่บ้านหัตถกรรม กลุ่ม “นครชัยบุรีรินทร์” ทั้งหมด 3 แห่ง จากบ้านพักอาศัยทั้งหมด 8 หลัง โดยมีขั้นตอนการศึกษา ดังนี้

5. ระเบียบวิธีและขั้นตอนในการศึกษา

เพื่อหาเอกลักษณ์ของการประยุกต์การใช้พื้นที่ บ้านพักอาศัยเพื่อตอบสนองกับการท่องเที่ยวของหมู่บ้านหัตถกรรมกลุ่มนครชัยบุรีรินทร์ ขั้นตอนในการศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เลือกมีดังนี้

ศึกษาตัวอย่างอาคารประเภทบ้านพักอาศัยใน 3 หมู่บ้าน ได้แก่

- หมู่บ้านหล่งประดู่ อำเภอห้วยแถลง จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 2 หลัง

- หมู่บ้านคู่ อ.ปรางค์ชัย จ.นครราชสีมา จำนวน 2 หลัง

- บ้านเขว้าอำเภอบ้านเขว้า จังหวัดชัยภูมิ จำนวน 4 หลัง (บ้านเขว้า จังหวัดชัยภูมิ เป็นหมู่บ้านขนาดใหญ่ ชุมชนหัตถกรรมไหมกระจายอยู่ทั่วอำเภอบ้านเขว้า เป็นชุมชนระดับอำเภอ ต่างจากที่อื่นที่เป็นชุมชนระดับตำบล จึงใช้กลุ่มตัวอย่างมากกว่าชุมชนอื่น)

โดยลักษณะทางสถาปัตยกรรมเป็นอาคารบ้านพักอาศัยที่มีการประยุกต์การใช้พื้นที่เพื่อตอบสนองการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ทำการเก็บข้อมูลภาคสนามกลุ่มตัวอย่างอาคารพักอาศัยทั้งสามหมู่บ้าน ดังนี้

1. ลักษณะภายนอกโดยรวมของพื้นที่และผังอาคาร บ้านพักอาศัย ตำแหน่งที่ถูกประยุกต์ เพื่อการค้าสินค้าหัตถกรรมและการมีปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยว

2. รูปแบบการใช้ประโยชน์ของพื้นที่ก่อนมีการประยุกต์เพื่อการค้าสินค้าหัตถกรรมและการมีปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยว

3. วิเคราะห์และสรุปผลข้อมูลที่ได้เพื่อสรุปรูปแบบของเอกลักษณ์ของพื้นที่บ้านพักอาศัยที่ถูกปรับใช้ให้ตอบสนองกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

4. คุณลักษณะต้นแบบที่เป็นแนวทางเพื่อนำไปปรับใช้กับบ้านพักอาศัยที่ประกอบการค้าสินค้าหัตถกรรมกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของหมู่บ้านหัตถกรรมกลุ่มจังหวัด “นครชัยบุรินทร์”

6. ผลการประเมิน

จากการเก็บข้อมูลภาคสนาม พบว่า เกิดรูปแบบเอกลักษณ์ ของการประยุกต์พื้นที่อาคารพักอาศัยเพื่อการค้าสินค้าหัตถกรรมและการมีปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวโดยสามารถสรุป

รูปแบบของการประยุกต์ใช้พื้นที่ได้ 3 รูปแบบ ดังนี้

1. การใช้ประโยชน์พื้นที่แบบชั่วคราว

พื้นที่ใช้งานด้านการค้าสินค้าหัตถกรรม และการปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยว เป็นการให้ประโยชน์พื้นที่แบบชั่วคราว ซึ่งพื้นที่ส่วนใหญ่เมื่อผ่านช่วงเวลาของกิจกรรมการค้าสินค้าหัตถกรรม และปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวแล้ว จะถูกปรับเปลี่ยนเป็นรูปแบบของกิจกรรมที่เคยมีอยู่ก่อนหน้าหรือกิจกรรมที่สอดคล้องกับกิจกรรมใหม่ที่เกิดขึ้น เมื่อผ่านช่วงเวลาในการขายสินค้าหัตถกรรมแล้วพื้นที่ส่วนนี้จะเป็นส่วนพักผ่อนจากการที่สามารถปรับย้ายตำแหน่งของโต๊ะ เก้าอี้ และเฟอร์นิเจอร์ต่าง ๆ ให้เอื้อต่อประโยชน์ของกิจกรรมได้ เช่น ในส่วนของชานบ้าน (รูปที่ 5) มีการใช้ประโยชน์ของพื้นที่เพื่อปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวโดยมีเฟอร์นิเจอร์ที่สามารถปรับย้ายได้ สามารถเป็นพื้นที่ขายสินค้าแบบชั่วคราวโดยมีกิจกรรมการพักผ่อนเป็นประโยชน์ใช้สอยหลัก



รูปที่ 5 แสดงกิจกรรมการปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวที่พื้นที่นอกอาคารพักอาศัย หมู่บ้านหลู่ประดู่ อ.ห้วยแถลง จ.นครราชสีมา












2. การใช้ประโยชน์จากพื้นที่ส่วนกิ่งสาธารณะ

การใช้พื้นที่กิ่งสาธารณะของอาคารพักอาศัยเพื่อการค้าสินค้าหัตถกรรมและการมีปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวเนื่องจากพื้นที่ส่วนกิ่งสาธารณะ เช่น ส่วนชานบ้านที่เป็นกิจกรรมของการรับแขก (รูปที่ 5) หรือส่วนใต้ถุนเรือนมีลักษณะของผังพื้นที่ที่เป็นแบบเปิด (open plan) (รูปที่ 6) คือ ลักษณะผังพื้นที่เป็นอิสระ

ตารางที่ 1 แสดงข้อมูลจากการสำรวจภาคสนามตัวอย่างบ้านพักอาศัยในหมู่บ้านท่องเที่ยวหัตถกรรมใหม่ในกลุ่ม “นครชัยบุรีนทร์”

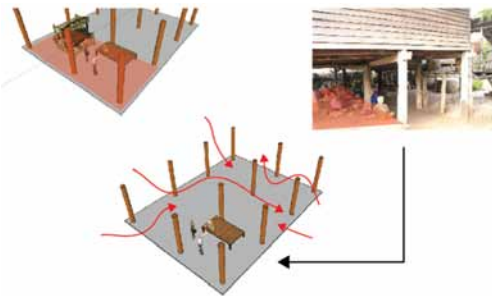
ลำดับ	ภาพแสดงลักษณะอาคาร	หมู่บ้าน	ลักษณะอาคาร	ตำแหน่งและพื้นที่ที่ถูกประยุกต์ใช้	ข้อมูลการใช้งานพื้นที่ก่อนถูกประยุกต์	ประยุกต์ใช้พื้นที่เป็น	ภาพแสดงลักษณะพื้นที่ถูกประยุกต์	ภาพตำแหน่งพื้นที่ถูกการประยุกต์
1		หมู่บ้านคู อ.ปากซงชัย จ.นครราชสีมา	อาคารไม้ยกใต้ถุนสูง	พื้นที่ใต้ถุน ด้านติดกับ ถนน	พื้นที่สำหรับพักผ่อน และรับแขก	พื้นที่การก่อสร้างใหม่		
2		หมู่บ้านคู อ.ปากซงชัย จ.นครราชสีมา	อาคารไม้ทรงไทย ประยุกต์สองชั้น	พื้นที่ชั้นหนึ่ง หน้าบ้านติด ถนน	พื้นที่สำหรับพักผ่อน และรับแขก	พื้นที่การก่อสร้างใหม่		
3		หมู่บ้านหลัง ประจักษ์ อ.ห้วยแถลง จ.นครราชสีมา	อาคารครึ่งไม้ครึ่งปูน	พื้นที่ชั้น บ้านชั้นหนึ่ง ติดถนนทาง ด้านหน้า บ้าน	พื้นที่สำหรับพักผ่อน และ รับแขก	พื้นที่จัดแสดงสินค้า การเสิร์ฟ		
4		หมู่บ้านหลัง ประจักษ์ อ.ห้วยแถลง จ.นครราชสีมา	อาคารไม้ทรงไทย ประยุกต์สองชั้น	พื้นที่ใต้ถุน ด้านติดกับ ถนน	พื้นที่สำหรับพักผ่อน รับประทานอาหาร	พื้นที่การก่อสร้างใหม่		

ตารางที่ 1 แสดงข้อมูลจากการสำรวจภาคสนามตัวอย่างบ้านพักอาศัยในหมู่บ้านท่องเที่ยวอุตสาหกรรมใหม่ในกลุ่ม “นครชัยรินทร์” (ต่อ)

5		บ้านเขว้า อ.บ้านเขว้า จ.ชัยภูมิ	อาคารครึ่งไม้ครึ่งปูน	พื้นที่ฐาน บ้านชั้นหนึ่ง คัตตอนทาง ด้านหน้า บ้าน	พื้นที่ชานนอกบ้าน สำหรับพักผ่อนและ รับแขก	พื้นที่จัดแสดงชิ้นตอน การผลิตผ้าไหม		
6		บ้านเขว้า อ.บ้านเขว้า จ.ชัยภูมิ	อาคารครึ่งไม้ครึ่งปูน	พื้นที่ฐาน บ้านชั้นหนึ่ง คัตตอนทาง ด้านหน้า บ้าน	พื้นที่ชานนอกบ้าน สำหรับพักผ่อน	พื้นที่การทอผ้าไหม		
7		บ้านเขว้า อ.บ้านเขว้า จ.ชัยภูมิ	อาคารครึ่งไม้ครึ่งปูน	พื้นที่ฐาน บ้านชั้นหนึ่ง คัตตอนทาง ด้านหน้า บ้าน	พื้นที่ชานนอกบ้าน สำหรับพักผ่อนและ รับแขก	พื้นที่การทอผ้าไหม		
8		บ้านเขว้า อ.บ้านเขว้า จ.ชัยภูมิ	อาคารไม้ยกใต้ถุนสูง	พื้นที่ใต้ถุน คัตตอนกับ ถาด	พื้นที่สำหรับพักผ่อน และรับแขกและ รับประทานอาหาร	พื้นที่จัดแสดงชิ้นตอน การผลิตผ้าไหม		

การศึกษาการประยุกต์ใช้พื้นที่ภายนอกและในบ้านพักอาศัยเพื่อตอบสนองต่อธุรกิจการท่องเที่ยวของหมู่บ้านหัตถกรรมกลุ่มนครชัยบุรีนทร์ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง สุภักดิ์ พฤทธิศานนท์ และ วีระเดช จีนจะโป๊ะ

ไม่ถูกบังคับด้วยผนังหรือส่วนกันประโยชน์ใช้สอยใดๆ มากจนเกินไปและใช้ในกิจกรรมการปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนบ้านแขกผู้มาเยือนมาก่อนจะถูกแทนที่ด้วยกิจกรรมการค้าสินค้าหัตถกรรมและปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยว เป็นพื้นที่ที่เหมาะสมไม่ล่งล้ำเข้าไปในเขตพักอาศัยเขตส่วนตัว (private) ตำแหน่งพื้นที่ส่วนกึ่งสาธารณะ (semi public) ในที่พักอาศัยจึงเป็นพื้นที่ในการประยุกต์ที่เหมาะสมเพราะเป็นพื้นที่ ที่ไม่ชัดเจนทางกิจกรรมการใช้ประโยชน์ กิจกรรมที่เกิดขึ้นส่วนใหญ่เป็นกิจกรรมแบบชั่วคราว มีความชัดเจนในการยึดครองพื้นที่ของเจ้าบ้านน้อย สอดคล้องกับกิจกรรมปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยว โดยทำให้นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกไม่ใช่ผู้บุกรุกหรือเกิดการถูกล้ำพื้นที่ส่วนตัว

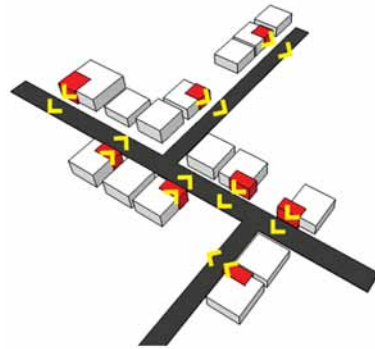


รูปที่ 6 ได้ดูเรือนมีลักษณะของผังพื้นที่ชนิดที่เป็นแบบเปิด (open plan) ตัวอย่างบ้านพักอาศัยหมู่บ้านท่องเที่ยววัฒนธรรมใหม่ บ้านคู อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา

ตำแหน่งพื้นที่เพื่อสร้างสิ่งเฝ้า

พบว่า มีตำแหน่งที่ตั้งที่คล้ายคลึงกัน โดยตำแหน่งดังกล่าวเป็นจุดที่จะสร้างสิ่งเฝ้าแก่นักท่องเที่ยว คือ ตำแหน่งพื้นที่อาคารพักอาศัยส่วนที่ติดกับถนน (รูปที่ 7) บุคคลภายนอกสามารถมองเห็นกิจกรรมภายในที่เกิดขึ้นได้เป็นการสร้างสิ่งเฝ้า เพื่อตอบสนองต่อกิจกรรมการเดินทางเลือกชมสินค้าบนถนนภายในหมู่บ้าน

เนื่องจาก บริเวณถนนเป็นพื้นที่สาธารณะและพื้นที่ด้านหน้าบ้านพักอาศัยเป็นบริเวณที่ติดต่อกันหรือใกล้เคียงกับพื้นที่สาธารณะสภาพแวดล้อมดังกล่าว ย่อมเป็นตำแหน่งสนับสนุนกิจกรรมทางการขายสินค้าหัตถกรรมของเจ้าบ้าน



รูปที่ 7 ตำแหน่งของพื้นที่การค้าสินค้าหัตถกรรมในอาคารพักอาศัยกับถนน หมู่บ้านหล่งประดู่ อ.ห้วยแถลง จ.นครราชสีมา

3. ลักษณะที่วางที่ใช้ระยะสังคม (Social Distance) กับการมีปฏิสัมพันธ์เพื่อกำหนดรูปแบบพื้นที่

ระยะห่างระหว่างบุคคล คือ ระยะระหว่างผู้ขายสินค้าหัตถกรรมกับนักท่องเที่ยว การเกิดขึ้นของพื้นที่จึงเป็นรูปคล้ายคลึงกับพื้นที่ห้องรับแขกหรือส่วนที่ใช้ต้อนรับของบ้านพักอาศัยพื้นที่ถูกประยุกต์ใช้ส่วนใหญ่จึงเป็นพื้นที่ ที่มีลักษณะกิจกรรมที่ใช้ระยะสังคมที่ใกล้เคียงกันจากการลงพื้นที่ศึกษา พบว่า ระยะระหว่างผู้ขายสินค้าหัตถกรรม กับนักท่องเที่ยวนั้นมีความหลากหลายและไม่มีความชัดเจน

จากการศึกษาเรื่องระยะห่างระหว่างบุคคล (proxemics) ของฮอลล์ (Hall, 1966) รูปแบบของกิจกรรมการมีปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวภายในบ้านพักอาศัย เป็นรูปแบบกิจกรรมการเกิดขึ้นในระยะสังคม คือ ระยะที่ไม่มีการสัมผัสทางกายใช้ระดับเสียงในการสนทนาปกติ ระยะใกล้ (4-7

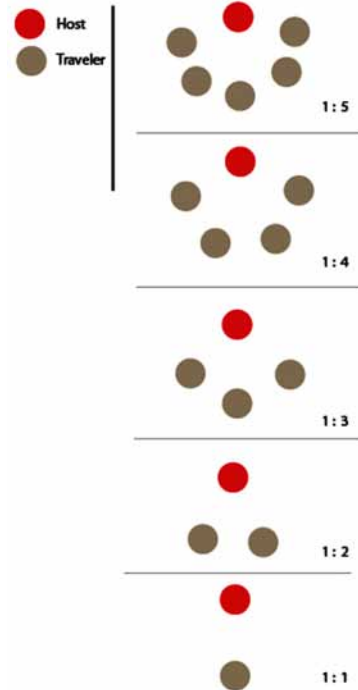
ฟุต) ส่วนระยะไกล (7-12 ฟุต) ใช้เสียงในการสนทนาดีกว่าระยะใกล้ มักเกิดขึ้นในการประชุมทางธุรกิจ การกระทำต่อกันมีลักษณะเป็นพิธีมากกว่าระยะใกล้ (Hall, 1966)

แต่จากการศึกษาภาคสนามแล้วกลับพบว่า ระยะดังกล่าวถูกกำหนดขึ้นโดยข้อจำกัดทางกายภาพของพื้นที่เป็นหลัก เช่น บ้านพักอาศัยของคุณหวิน บัดตาละคะ ผู้ค้าสินค้าหัตถกรรมหมู่บ้านหล่งประดู่ ได้ให้ความเห็นว่าเป็นรูปแบบพื้นที่ทางการค้า อันดับแรกตนคำนึงถึงพื้นที่ภายในบ้านก่อน และกำหนดระยะของการมีปฏิสัมพันธ์โดยใช้เสื่อปูนั่ง และจะนั่งห่างจากนักท่องเที่ยวประมาณ (2- 4 ฟุต) คือ ระยะใกล้ ส่วนไกลสุดห่างประมาณ (5 - 6 ฟุต) เพื่อจะให้ความเป็นกันเองกับนักท่องเที่ยว

ดังนั้น รูปแบบพื้นที่ส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับเลือกที่ว่างของผู้ค้าสินค้าหัตถกรรมในแต่ละครัวเรือน ไม่ได้กำหนดระยะทางสังคมมาก่อน และระยะที่เกิดขึ้นส่วนใหญ่ก็นั้นห่างน้อยกว่าระยะสังคม (social distance) ในการศึกษาเรื่องระยะห่างระหว่างบุคคล (proxemics) ของฮอลล์ (Hall, 1966) เนื่องจากพื้นที่บ้านที่ถูกประยุกต์มีลักษณะทางกายภาพที่ต่างกัน และการมีปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นรูปแบบการนั่งบนพื้นปูเสื่อ หรือนั่งบนตั่งขนาดใหญ่ที่ยกระดับขึ้นเหนือพื้น มีการนั่งแบบล้อมวงระยะจึงไม่เท่ากับระยะสังคม (social distance) ของฮอลล์



รูปที่ 8 การนั่งปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยว หมู่บ้านหล่งประดู่ อ.ห้วยแถลง และหมู่บ้านดู อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา



รูปที่ 9 ลักษณะรูปแบบการนั่งแสดงตำแหน่งของเจ้าบ้านและนักท่องเที่ยว ในการมีปฏิสัมพันธ์

ระยะสังคม (social distance) กับการมีปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวเกิดขึ้นจากรูปแบบของการนั่งพื้นแบบล้อมวงไม่ได้กำหนดรูปแบบการนั่งให้ตายตัวเหมือนกับการใช้เฟอร์นิเจอร์โต๊ะเก้าอี้ ที่เคลื่อนย้ายได้ยากและไม่เอื้ออำนวยกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่ไม่คงที่

รูปแบบการนั่งพื้นแบบล้อมวง ที่ไม่ได้ใช้งานเฟอร์นิเจอร์ จึงเป็นรูปแบบการนั่งที่เกิดขึ้นส่วนใหญ่ ซึ่งระยะห่างระหว่างบุคคลอยู่ที่ประมาณ (2-4 ฟุต) คือ ระยะใกล้ ส่วนไกลสุดห่างประมาณ (5-6 ฟุต) ระยะดังกล่าวนี้มีตัวแปรต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับมนุษย์ เช่น ความสนิทสนม บทบาททางสังคม อายุและเพศ เป็นสิ่งที่ทำให้ระยะดังกล่าวไม่ตายตัว รูปแบบของการนั่งพื้นแบบล้อมวงที่ไม่ได้ใช้งานเฟอร์นิเจอร์ เป็นลักษณะที่

ส่งเสริมให้บุคคลมีปฏิสัมพันธ์กัน และระยะการนั่งสามารถยืดหยุ่นได้ เหมาะสมกับพื้นที่ ที่มีข้อจำกัดทางกายภาพ การใช้งานที่หลากหลาย

7. สรุปผลการศึกษา

จากการวิเคราะห์สรุปผลข้อมูลที่ได้เพื่อหารูปแบบเอกลักษณ์พื้นที่บ้านพักอาศัยที่ถูกปรับใช้เพื่อตอบสนองกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้คุณลักษณะต้นแบบที่เป็นควรเป็นแนวทางเพื่อนำไปปรับใช้กับบ้านพักอาศัยที่ประกอบการค้าสินค้าหัตถกรรมกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของหมู่บ้านหัตถกรรม กลุ่ม “นครชัยบุรีนทร์” ดังนี้

- ที่ว่างควรเหมาะสมกับการปรับเปลี่ยนประโยชน์ใช้สอยชั่วคราว
- ตำแหน่งที่ตั้งควรเป็นตำแหน่งที่นักท่องเที่ยวสามารถพบเห็นได้ง่าย หรือตำแหน่งติดถนนทางสัญจรหลักของเส้นทางคมนาคมของชุมชน
- ควรมีทัศนวิสัยที่เปิดสู่ภายนอกไม่ควรเป็นพื้นที่ปิดล้อมทึบตัน
- ควรเลือกประยุกต์ใช้พื้นที่ส่วนของกึ่งสาธารณะ (semi public) ของที่พักอาศัย เช่น ห้องรับแขก ซานกิจกรรมของบ้าน เป็นพื้นที่ในการปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยว
- รูปแบบพื้นที่และสภาพแวดล้อมควรให้ความรู้สึกแบบเป็นกันเอง (Informal) โดยใช้ระยะสังคม (social distance) เป็นตัวพิจารณาพื้นที่และจำนวนนักท่องเที่ยวในอาคารที่พักอาศัยนั้น ๆ
- กรณีพื้นที่ส่วนตัว (private space) ติดกับพื้นที่ปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวโดยไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ จากรูปแบบอาคารหรือการใช้งานที่มีอยู่ก่อนหน้า ควรให้มีฉากหรือม่านเพื่อกำหนดขอบเขตที่ชัดเจนของอาณาเขต
- พื้นที่นั่งของนักท่องเที่ยวควรยกระดับจากพื้นปกติเป็นการเน้นความสำคัญจากระดับ

ปกติ ควรมีพื้นที่เพียงพอที่จะรองรับรูปแบบการนั่งที่มีลักษณะล้อมวง 2-5 คนที่ใช้ระยะยะสังคม (social distance) ประมาณระยะห่างของบุคคล

- ตำแหน่งของเก้าอี้ทอผ้า อุปกรณ์เครื่องมือในการทอผ้าไหม เป็นองค์ประกอบภายในพื้นที่เพื่อสร้างสิ่งเร้าความน่าสนใจ ควรเห็นได้ชัดจากการมองในระยะการเดินชมบนถนนของนักท่องเที่ยว

References

- คู่มือท่องเที่ยววัฒนธรรมดีเด่นแห่งนครชัยบุรีนทร์. สืบค้นเมื่อ 18 มีนาคม 2556. จาก <http://www.nakhonchaiburin.org/about.html>
- วีระเดช จินจะโปะ. (2556). *ศูนย์ส่งเสริมการสร้างสรรค์หัตถกรรมผ้าไหม นครชัยบุรีนทร์*. คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา และสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครราชสีมา ชัยภูมิ บุรีรัมย์ สุรินทร์. (2553). *โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวเส้นทางสายไหมกลุ่มจังหวัดนครชัยบุรีนทร์*. สืบค้นเมื่อ 15 ธันวาคม 2555. จาก www.fms.nrru.ac.th/nakhonchaiburin
- วิมลสิทธิ์ หรยางกู. (2535). *พฤติกรรมมนุษย์กับสิ่งแวดล้อม มูลฐานทางพฤติกรรมเพื่อการออกแบบและวางแผน*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อรศิริ ปาณินท์. (2538). *ลักษณะการแบ่งประเภทที่ว่างทางสถาปัตยกรรมซึ่งเกี่ยวเนื่องกับการใช้สอย*. นครปฐม: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- Hall, E. T. (1966). *The hidden dimension*. Garden City, N.Y.: Doubleday.

พื้นที่กับอัตลักษณ์ของสาวบาร์เบียร์ในถนนลอยเคราะห์ จังหวัดเชียงใหม่

Places and Identities of Female Bar Worker in Thanon Loikroh, Chiang Mai

พีรดลย์ ศรียะวงษ์¹ และ ดร. สันต์ สุวัจนราภินันท์²

Peeradol Sriyawong¹ and Sant Suwacharapinan, Ph.D.²

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

E-mail: warm_atama@hotmail.com¹, sant.s@cmu.ac.th²

บทคัดย่อ

การอยู่ร่วมกันของพื้นที่ย่านชุมชนอันเก่าแก่ที่มีวัดเป็นศูนย์กลางของพื้นที่ถึง 2 แห่งกับความ เป็นพื้นที่ศูนย์รวมของบาร์เบียร์ย่อมเป็นเรื่องไม่ธรรมดาอย่างแน่นอน แต่ด้วยสภาพของการเจริญ เติบโตของความเป็นพื้นที่เมืองสมัยใหม่ของการเปลี่ยนแปลงสภาพของการเป็นย่านสถานบริการยาม ค่าคืนของถนนลอยเคราะห์ทั้งหมด จึงเป็นส่วนที่จะสะท้อนถึงความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่างพื้นที่กับ กลุ่มบุคคลต่าง ๆ ในพื้นที่ โดยเฉพาะกับตัวสาวบาร์เบียร์ ซึ่งนำไปสู่การทบทวนความสัมพันธ์ระหว่าง พื้นที่ทางสถาปัตยกรรมและผู้ใช้งานวิจัยชิ้นนี้ “พื้นที่กับอัตลักษณ์ของสาวบาร์เบียร์ในถนนลอยเคราะห์ จังหวัดเชียงใหม่” ศึกษาผ่านกรณีศึกษาเป็นบาร์เบียร์ถึง 5 แห่งในพื้นที่ถนนลอยเคราะห์ และได้ทำการ สัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มประชากรศึกษาที่เกี่ยวข้อง จำนวน 19 คน เพื่อนำมาใช้อธิบายปรากฏการณ์ ของการใช้ การครอบครอง และปรับเปลี่ยนพื้นที่ทางสถาปัตยกรรม ที่เกิดขึ้นผ่านการใช้ร่างกายและ อัตลักษณ์ของสาวบาร์เบียร์ แนวคิดที่ว่าด้วย “ปฏิบัติการเชิงพื้นที่” (Spatial Practice) สามารถใช้อธิบาย และวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของแรงในการควบคุมหรือที่เรียกว่า “ยุทธวิธี” (Strategy) และแรงของการ ต่อรองหรือที่เรียกว่า “กลวิธี” (Tactic) ที่จะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงของสถานะระหว่างความเป็น “พื้นที่” (Place) และ “ที่ว่าง” (Space) ที่สาวบาร์เบียร์ได้ใช้ต่อรองและครอบครองที่ว่าง โดยงานวิจัยชิ้นนี้มุ่ง ประเด็นของการคลี่คลายและสร้างความรู้ใหม่ที่เกิดขึ้นของวิธีการและรูปแบบของการต่อรองพื้นที่ ของสาวบาร์เบียร์ในการใช้ร่างกายเป็นเครื่องมือในการแสดงออกของตัวตนและอัตลักษณ์ โดยไม่ได้มี เป้าหมายที่จะแก้ปัญหาหรือชี้ให้เห็นให้เกิดการสนับสนุน นอกเหนือจากการวิเคราะห์ความรู้ในการใช้พื้นที่ และการครอบครองที่ว่างที่เกิดขึ้นภายใต้การต่อรองทางพื้นที่ทางสถาปัตยกรรม และอัตลักษณ์ของตัว สาวบาร์เบียร์ในพื้นที่ถนนลอยเคราะห์

Abstract

The development of the modern city has resulted in the unusual mix between the existing old residential area and modern beer bars with the temple remaining in the center.

Thanon Loikroh is the case that has changed because of this development and modernization. The relationship between people and the area - especially for a group of beer-bar girls (Female Bar Workers) - led to rethink the relationship between architectural space and its user. This research, "Places and Identities of Female Bar Worker in Thanon Loikroh, Chiang Mai", was conducted across five beer bars on Loikroh Road. In-depth interviews of study groups helped explaining the phenomena of how spaces have been used, occupied and mobilized as a manifestation of the displaying identities of those beer-bar girls. Through the notion of Spatial Practices, this study identifies the relationship between the use of "Strategies", identifying with the forces of controlling, while identifying "Tactics" with the negotiating and resisting forces. These can lead us to consider the flexible definition of "Place" and "Space" for the beer-bar girls who negotiate for using or occupying the space. The goal of this research is neither against nor support the phenomena, yet this research is to uncover and expand the new knowledge of the negotiation architectural spaces while unearthing tactical methods that beer-bar girls perceive and deploy them as a tool of expressing and constituting a new identity.

คำสำคัญ (Keywords): พื้นที่และที่ว่างทางสถาปัตยกรรม (Space-Place-Architecture), อัตลักษณ์ (Identity), ปฏิบัติการเชิงพื้นที่ (Spatial Practice)

งานวิจัยชิ้นนี้มุ่งประเด็นศึกษาในส่วนของรายละเอียดที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่ (Place) ที่ว่าง (Space) และสถาปัตยกรรม (Architecture) ที่มีบทบาทต่อการเกิดขึ้นของอัตลักษณ์ของสาวบาร์เบียร์ที่ใช้ในการต่อรองพื้นที่ภายใต้บริบทของพื้นที่บาร์เบียร์ในถนนลอยเคราะห์ที่มีความแตกต่างกันระหว่างกิจกรรมอย่างชัดเจน คือ การเป็นพื้นที่ชุมชนอันเก่าแก่ที่มีวัดตั้งอยู่ศูนย์กลางกับแหล่งรวมสถานบันเทิงยามค่ำคืนประเภทบาร์เบียร์ที่มีสาวบาร์เบียร์สร้างความดึงดูดใจให้กับนักท่องเที่ยวชายต่างชาติ โดยความแตกต่างทั้ง 2 ทำให้เกิดแรงกระทำของการควบคุมและกีดกันจากโครงสร้างสังคมที่กระทำต่อความเป็นบาร์เบียร์และโดยเฉพาะกับสาวบาร์เบียร์ จึงนำไปสู่การศึกษาวิจัยเรื่องพื้นที่กับอัตลักษณ์ของสาวบาร์เบียร์

โดยงานวิจัยชิ้นนี้เป็นส่วนหนึ่งในการคลี่คลายและต่อยอดงานวิจัยเรื่อง "การนำเสนอความเป็นตัวตนของหญิงบาร์เบียร์" ของ โสภิดา วีรกุลเทวัญ ที่มีได้ให้ความสำคัญในรายละเอียดของประเด็นทางพื้นที่และที่ว่างทางสถาปัตยกรรม โดยเฉพาะกับการให้ความสำคัญกับรูปแบบทางกายภาพที่เกิดขึ้น ทั้งในด้านรูปลักษณะ การจัดการ รวมถึงการใช้งานและการครอบครองพื้นที่และที่ว่างของสาวบาร์เบียร์ โดยผ่านระดับของการศึกษา คือ ระดับของสาวบาร์เบียร์ ระดับร้านค้าและพื้นที่ระดับถนนและย่าน และระดับเมือง ซึ่งเป็นการมุ่งเน้นหาคำตอบของความสัมพันธ์ในแต่ละระดับกับการใช้ร่างกายเป็นเครื่องมือในการต่อรองที่แสดงออกของตัวตนและอัตลักษณ์ของสาวบาร์เบียร์ในพื้นที่ที่ตอบสนองวิถีทางของการทำงาน

และการคงอยู่ของรูปแบบที่มีตัวตน โดยจะทำการวิเคราะห์ผ่านแนวทฤษฎีที่ว่าด้วยด้วยผลผลิตของที่ว่าง (The Production of Space) ของ ฮองรี เลอแพร็ (Henri Lefebvre) ที่จะช่วยอธิบายความเป็นผลผลิตของพื้นที่ต่าง ๆ ที่เป็นความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่างคนกับพื้นที่ทางสังคม และการใช้แนวทฤษฎีที่ว่าด้วยปฏิบัติการเชิงที่ว่าง (Spatial Practice) ของ มิเชล เดอ เซอร์ตี (Michel de Certeau) (สันต์ สุวัจนราภินันท์, 2550) ที่จะอธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงของสถานะระหว่าง “พื้นที่” และ “ที่ว่าง” ที่เกิดจากแรงกระทำ (Operation) ทั้งที่เป็นแรงในการควบคุม หรือ “ยุทธวิธี” (Strategies) และแรงในการปลดปล่อย หรือ “กลวิธี” (Tactics) ที่ช่วยให้เห็นกระบวนการของการต่อรองในพื้นที่บาร์เบียร์ที่สาวบาร์เบียร์ใช้ร่างกายมาเป็นเครื่องมือที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงที่เลื่อนไหลระหว่าง “พื้นที่” และ “ที่ว่าง” ที่เกิดการช่วงชิงความหมายใหม่และช่วยลดทอนแรงกระทำจากโครงสร้างของสังคมที่มีต่อตัวสาวบาร์เบียร์และกับพื้นที่บาร์เบียร์อีกด้วย

1. ร่องรอยทางประวัติศาสตร์และความเป็นมา

บาร์เบียร์ในจังหวัดเชียงใหม่เกิดขึ้นครั้งแรกเมื่อประมาณปี พ.ศ. 2526 ในย่านประตูท่าแพ เพื่อรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เพิ่มมากขึ้นอันเนื่องมาจากการเป็นเมืองท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดเชียงใหม่ สำหรับในพื้นที่ถนนลอยเคราะห์นั้น มีการเปิดให้บริการบาร์เบียร์ครั้งแรกเมื่อประมาณปี พ.ศ. 2527 ซึ่งเป็นพื้นที่ลำดับสุดท้ายของการเคลื่อนตัวทางพื้นที่และที่ตั้งของบาร์เบียร์ที่เกิดขึ้นในจังหวัดเชียงใหม่ที่เกิดขึ้น อีกทั้งถนนลอยเคราะห์เองยังตั้งอยู่ในช่วงหนึ่งของประวัติศาสตร์การค้าประเพณีในจังหวัดเชียงใหม่บนเส้นทางตาม

แนวกำแพงดินที่มาสิ้นสุดการเดินทางของธุรกิจดังกล่าวที่บริเวณช่วงปลายถนนลอยเคราะห์เช่นกัน (อนุ เนินหาด, 2554) การก่อรูปและการตั้งอยู่ของบาร์เบียร์ในย่านถนนลอยเคราะห์จึงมีร่องรอยทางประวัติศาสตร์ดังที่ปรากฏเป็นหลักฐานไว้ตามที่กล่าวไปเบื้องต้น



รูปที่ 1 ร่องรอยของการเกิดขึ้นของย่านบาร์เบียร์ถนนลอยเคราะห์

2. กายภาพ ภูมิศาสตร์ และสถาปัตยกรรมของบาร์เบียร์ในถนนลอยเคราะห์

จากการเก็บข้อมูลและทำการสำรวจในพื้นที่ย่านถนนลอยเคราะห์อย่างละเอียดทำให้พบว่า สามารถแบ่งพื้นที่ภายในออกได้เป็น 3 โซน ซึ่งมีลักษณะทางกายภาพและภูมิศาสตร์ของพื้นที่ที่แตกต่างกันในพื้นที่ ดังนี้

- 1) ตำแหน่งที่ตั้งและรูปแบบของการตั้งอยู่ของตัวอาคาร
 - 2) ลักษณะเฉพาะและองค์ประกอบต่าง ๆ ของพื้นที่ภายใน
 - 3) ความหนาแน่นและการรวมกลุ่มของของบาร์เบียร์ในแต่ละช่วงและรูปแบบของบาร์เบียร์ที่ปรากฏ
 - 4) ลักษณะเฉพาะของการเข้าถึงและการรับรู้ที่เกี่ยวข้องกับด้านของการสัญจรที่แตกต่างกัน
- การแบ่งขอบเขตพื้นที่ศึกษาเป็น 3 โซนนี้จะใช้แนวถนนหรือซอยมาเป็นตัวกำหนดขอบเขต โดยที่แต่ละโซนจะมีจำนวนบาร์เบียร์มากกว่า 15 ร้านขึ้นไป โดยมีขอบเขต ดังนี้



■ ZONE 1 จากถนนศรียะ ถึง ถนนลอยเคราะห์ซอย 1
 ■ ZONE 2 จาก ถนนลอยเคราะห์ซอย 1 ถึง ถนนลอยเคราะห์ซอย 3
 ■ ZONE 3 มวยโทมเซ็กซ์เตอร์

รูปที่ 2 ภาพแสดงการแบ่งขอบเขตพื้นที่ทั้ง 3 โซน

พื้นที่โซนที่ 1

ตั้งอยู่ช่วงต้นถนนลอยเคราะห์ ตั้งแต่บริเวณถนนคชสารซอย 2 เข้ามาจนถึงบริเวณถนนท่าแพซอย 4 และถนนลอยเคราะห์ซอย 1 โดยเป็นพื้นที่ที่มีบาร์เปียร์ตั้งอยู่ติดกันอย่างหนาแน่นในช่วงต้น และมีการแทรกตัวของธุรกิจต่างๆ เช่น ร้านขายของ หรือโรงแรมขนาดเล็ก เป็นต้น โดยมีการเข้าถึง การมองเห็น และการรับรู้ภายในพื้นที่ คือ เป็นพื้นที่แรกของการเข้าถึง ทำให้มีความหนาแน่นของการสัญจรค่อนข้างมาก และมีความเร็วค่อนข้างสูง ทำให้การมองเห็นและการรับรู้ทำได้ยาก อันเนื่องมาจากปัจจัยของเวลาที่มืออย่างจำกัด และจากรูปแบบของอาคารที่มีความกว้างค่อนข้างน้อยและตั้งอยู่ชิดแนวถนนค่อนข้างมาก จึงเป็นข้อจำกัดที่ส่งผลต่อมุมมองในการมองเห็นจากภายนอก



— แสดงเส้นทางการสัญจรสายรอง
 — แสดงเส้นทางการเข้าสู่พื้นที่โซนที่ 1 ขอบถนนลอยเคราะห์จากถนนคชสาร
 ● แสดงช่วงของการสัญจรที่มีความหนาแน่นและมีความเร็วที่ค่อนข้างสูง

รูปที่ 3 ภาพแสดงการเข้าถึง ความหนาแน่น และความเร็วของการสัญจรภายในพื้นที่โซนที่ 1

ในพื้นที่โซนที่ 1 นี้ได้ทำการเก็บข้อมูลบาร์เปียร์ในพื้นที่โซนนี้จำนวน 2 แห่ง ได้แก่ ร้าน Easy Corner Bar และร้าน Power Bar โดยทั้งสองแห่งตั้งอยู่ในอาคารที่เป็นอาคารพาณิชย์รุ่นเก่า มีความสูงไม่เกิน 2 ชั้น และมีลักษณะเป็นอาคารครึ่งปูนครึ่งไม้ ที่มีการใช้พื้นที่ด้านนอกร้านและพื้นที่ด้านหน้าร้านกับการต่อรองพื้นที่ที่เกิดขึ้นคือ

- 1) บาร์เปียร์ในพื้นที่โซนที่ 1 นี้จะมีการใช้งานพื้นที่ด้านหน้าบริเวณทางเดินเท้าอย่างชัดเจน ซึ่งถือเป็นการทำทายอำนาจและโครงสร้างสังคมอย่างชัดเจน
- 2) การเลือกที่จะเปิดเผยหรืออำพรางการมองเห็นที่บริเวณด้านหน้าอาคาร เช่น แผงบังแดดหรือต้นไม้ เป็นต้น ในกรณีร้าน Easy Corner Bar จะมีการอำพรางการมองเห็นจากภายนอก เพื่อสร้างความเป็นส่วนตัวให้กับพื้นที่ภายใน หรือร้าน Power Bar ที่มีการเปิดพื้นที่ด้านหน้า เพื่อให้เกิดการมองเห็นบรรยากาศภายในอย่างชัดเจน

พื้นที่โซนที่ 2

เป็นบริเวณช่วงกลางถนนลอยเคราะห์ คือ ตั้งแต่บริเวณถนนท่าแพซอย 4 และถนนลอยเคราะห์ซอย 1 จนถึงบริเวณถนนลอยเคราะห์ซอย 3 โดยมีความแตกต่างจากโซนอื่นๆ คือ มีวัดตั้งอยู่ในพื้นที่และมีธุรกิจอื่นๆ แทรกตัวอยู่มากขึ้น เช่น ร้านขายเสื้อผ้า หรือร้านรับแลกเงิน เป็นต้น และยังพบว่าบาร์เปียร์ในพื้นที่โซนนี้จะดูคล้ายกับร้านอาหาร โดยมีการเข้าถึง การมองเห็น และการรับรู้ภายในพื้นที่ คือ มีความเร็วของการสัญจรที่ช้าและมีความหนาแน่นน้อยทำให้ได้เปรียบต่อการมองเห็นและการรับรู้ได้มากกว่าพื้นที่โซนอื่นๆ อีกทั้ง ยังเป็นจุดเปลี่ยนของการสัญจรจากยานพาหนะต่างๆ มาเป็นการเดินเท้า ที่สร้างโอกาสในการมองเห็นได้มากยิ่งขึ้น



รูปที่ 4 การเข้าถึง ความหนาแน่น และความเร็วของการสัญจรภายในพื้นที่โซนที่ 2

ในพื้นที่โซนที่ 2 นี้ได้ทำการเก็บข้อมูลจากบาร์เบียร์จำนวน 1 แห่ง ได้แก่ ร้าน Paradise ที่โดยตั้งอยู่ในอาคารพาณิชย์รุ่นใหม่ที่เป็นโครงสร้างคอนกรีต โดยมีการใช้พื้นที่ด้านนอกร้านและพื้นที่ด้านหน้าร้านกับต่อรองพื้นที่ที่เกิดขึ้น คือ

1) การปกปิดและอำพรางตัวของบาร์เบียร์เป็นการใช้ข้อได้เปรียบของการที่มีระยะถอยร่นจากทางเดินเท้า โดยการต่อเติมออกมาเพื่อใช้ประโยชน์ ซึ่งจะพบว่ามีการจัดวางและการเลือกใช้เฟอร์นิเจอร์ที่มีลักษณะใกล้เคียงกับร้านอาหารทั้งทางด้านความสูงและรูปแบบ

2) การสร้างระยะลึกและต้นในการมองเห็นเพื่อบังคับมุมมองและการมองเห็นที่เกิดจากการสัญจรบนถนน ดังเช่นที่พบว่า บาร์เบียร์หลายแห่งในโซนนี้เลือกที่จะตั้งเคาน์เตอร์บาร์ไว้หน้าร้านเพื่ออำพรางมุมมองและสร้างจุดหมายตาและทำให้ไม่สามารถมองเห็นเข้าไปข้างในได้ลึกเป็นต้น

พื้นที่โซนที่ 3

เป็นพื้นที่ทั้งหมดของบริเวณมวยไทยเซ็นเตอร์ที่มีลักษณะเป็นห้องแถวแบบแบ่งเช่า อีกทั้งยังมีเวทีมวยไทยอยู่ภายใน โดยมีการใช้ทางเดินกลางร่วมกันและมีการแบ่งพื้นที่ออกเป็น 2 ส่วน

คือ ส่วนด้านหน้าจะมีบาร์เบียร์ตั้งอยู่ทั้ง 2 ฝั่ง และในส่วนด้านหลังจะมีเวทีมวยไทย ตั้งอยู่บริเวณตรงกลาง โดยร้านทางฝั่งขวาของตัวอาคารจะมีทางเข้าและออกเชื่อมกับถนนลอยเคราะห์ซอย 3ก โดยมีการเข้าถึงการมองเห็น และการรับรู้ภายในพื้นที่คือ บริเวณด้านหน้าจะมีความหนาแน่นของการสัญจรค่อนข้างมากเนื่องจากเกิดการชะลอตัวเพื่อหยุดดูบริเวณด้านหน้าอาคาร โดยการเข้าถึงพื้นที่ภายในต้องอาศัยการสัญจรด้วยการเดินเท้าเท่านั้น จึงทำให้การมองเห็นไม่มีบาร์เบียร์แห่งใดได้เปรียบหรือว่าเสียเปรียบกัน



รูปที่ 5 การสัญจรภายในพื้นที่โซนที่ 3

ในพื้นที่โซนที่ 3 ได้ทำการเก็บข้อมูลบาร์เบียร์จำนวน 2 แห่ง ได้แก่ ร้าน Ball Bar และร้าน Sakura Bar ซึ่งทั้ง 2 แห่ง มีลักษณะของตัวอาคารที่เหมือนกันคือ เป็นห้องคูลาแบบแบ่งเช่า แต่จะมีความแตกต่างที่ตำแหน่งที่ตั้งของร้านทั้ง 2 แห่ง โดยร้าน Ball Bar มีทางเข้าและออกที่บริเวณด้านหลังร้าน ส่วนร้าน Sakura Bar นั้นเข้าและออกได้เพียงทางเดียว โดยมีการใช้พื้นที่ด้านนอกร้านและพื้นที่ด้านหน้าร้านกับต่อรองพื้นที่ที่เกิดขึ้นคือ

1) ลักษณะของตัวอาคารที่ต้องใช้ทางเดินร่วมกัน ทำให้มีการแข่งขันในการแสดงออกและนำเสนอตัวตน รวมถึงการจัดการกับการมองเห็นจากพื้นที่ทางเดินกลางสู่ตัวร้านอย่างชัดเจน เช่น มีความพยายามในการเปิดมุมมองทางพื้นที่และกิจกรรมของตัวร้าน Sakura Bar

2) การสร้างมุมมองปิดบังในส่วนที่อยู่ติดกับซอยด้านข้าง เช่น การเลือกที่จะสร้างให้เกดตำแหน่งของการจัดวางเฟอร์นิเจอร์ต่าง ๆ ของร้าน Ball Bar บริเวณด้านหลังร้านที่ทำให้มุมมองและการมองเห็นจากภายนอกนั้นสามารถทำได้น้อยลง

จากข้อมูลด้านกายภาพของพื้นที่ทั้ง 3 โซนแสดงให้เห็นถึงลักษณะของการใช้พื้นที่ด้านหน้าที่สัมพันธ์กับการมองเห็นโดยจะแตกต่างกันออกไปในแต่ละโซน ดังที่เห็นได้ในพื้นที่โซนที่ 1 มีการใช้เทคนิควิธีต่าง ๆ เพื่อสร้างทั้งการอำพรางและเปิดเผย และในพื้นที่โซนที่ 2 ที่มีวัดตั้งอยู่เป็นจุดศูนย์กลางนำไปสู่การใช้เทคนิควิธีในการแสดงออกให้แยบยลยิ่งขึ้น หรือในพื้นที่โซนที่ 3 ที่ได้เปรียบกว่าโซนอื่น ๆ ทั้งในแง่ของการเข้าถึงและการมองเห็น ที่ทำให้เกิดการแสดงออกของตัวร้านที่เอื้อต่อการแสดงออกของตัวสาวบาร์เบียร์อย่างชัดเจน โดยในเบื้องต้นผู้วิจัยพบว่าเทคนิควิธีต่าง ๆ นั้นเกิดขึ้นจากการวางแผนและจัดการโดยเจ้าของบาร์เบียร์ที่สร้างความสอดคล้องกับการใช้ข้อดีประกอบทางสถาปัตยกรรมเพื่อสร้างกระบวนการในการมองเห็นและรับรู้จากภายนอกที่เกิดขึ้น โดยประกอบด้วยปัจจัยต่าง ๆ เช่น การจัดวางผัง การตกแต่งภายใน แสง สี ความตื่นและความลึกของมุมมอง และระดับความสูงต่าง ๆ เพื่อใช้ในการต่อรองกับแรงกระทำจากภายนอกที่สร้างแรงกดดันและกดทับภายในพื้นที่ทั้งในรูปแบบที่เปิดเผย ต่อต้าน ประนีประนอม

หรือปิดบังอำพราง อีกทั้งยังเพื่อให้เกิดการควบคุมความเป็นไปที่เกิดภายในพื้นที่บาร์เบียร์อันนำไปสู่การต่อรองพื้นที่ของสาวบาร์เบียร์ที่เกิดขึ้น

3. การใช้งานพื้นที่ ภาพตัวแทน และปฏิบัติการเชิงพื้นที่ในบาร์เบียร์ บนถนนลอยเคราะห์

3.1 การใช้ภาพตัวแทนของตัวเจ้าของบาร์เบียร์

เป็นการจัดการและควบคุมของตัวเจ้าของบาร์เบียร์ที่นำ “ยุทธวิธี” ต่าง ๆ มาใช้ที่นำไปสู่การเกิดปฏิบัติการเชิงพื้นที่และการใช้ “กลวิธี” ของตัวสาวบาร์เบียร์ ซึ่งโดยส่วนใหญ่แล้วตัวเจ้าของบาร์เบียร์จะเลือกใช้ภาพตัวแทนผ่านการตกแต่งและการจัดการทางพื้นที่อย่างมีส่วนร่วม โดยในบาร์เบียร์ทั้ง 5 แห่งนั้น ปรากฏลักษณะเด่นของวิธีการตกแต่งและการจัดการทางพื้นที่ที่สามารถอธิบายเป้าหมายในการควบคุมวิธีการทำงานของสาวบาร์เบียร์ โดยมีประเด็นที่น่าสนใจดังนี้

1) ภาพตัวแทนของการตกแต่งที่แฝงนัยยะและตอบสนองความเป็นเพศชาย เป็นการตกแต่งที่ใช้ภาพตัวแทนที่อยู่ในลักษณะของการสืบสานแนวคิดแบบชายเป็นใหญ่ คือ การตกแต่งที่มีการแสดงออกถึงการเอาใจลูกค้ายุคเพศชายและสร้างความรู้สึกถึงอำนาจของความเป็นชายที่มีอยู่เหนือกว่าเพศหญิง ซึ่งเป็น “ยุทธวิธี” ที่เจ้าของบาร์เบียร์สร้างขึ้น เช่น ในกรณีของร้าน Easy Corner Bar ที่มีการตกแต่งผนังของร้านด้วยเสือทีมฟุตบอลจากต่างประเทศที่ช่วยสร้างบรรยากาศตามความชอบของลูกค้ายุคชายชาวต่างชาติ หรือในรูปแบบของร้าน Sakura Bar ที่มีการเขียนภาพกราฟิกบนผนังที่แฝงนัยยะของการเปรียบเปรยเพศหญิง เป็นต้น



รูปที่ 6 และ 7 การตกแต่งที่ตอบสนองความเป็นเพศชาย
ร้าน Easy Corner Bar และร้าน Sakura Bar

2) การผสมผสานการตกแต่งที่อยู่ระหว่าง
วัฒนธรรมตะวันตกและความเป็นไทย เนื่องจาก
พื้นที่บาร์เบียร์นั้นเป็นพื้นที่ระหว่างวัฒนธรรม
ตะวันตกและความเป็นไทย จึงพบเห็นได้ว่าใน
บาร์เบียร์เกือบทุก ๆ ร้าน มีการผสมผสานการ
ตกแต่งที่อยู่ระหว่าง 2 วัฒนธรรมขึ้นไป
เช่น พื้นที่วางสิ่งศักดิ์สิทธิ์แบบไทยที่แฝงตัวอยู่
อย่างกลมกลืน หรือรูปแบบเฟอร์นิเจอร์ที่ตั้งอยู่
ภายในร้าน เช่น เก้าอี้ม้าหิน หรือหวายแบบไทย
ที่ตั้งอยู่กับเคาน์เตอร์บาร์รูปทรงโมเดิร์น เป็นต้น
ซึ่งการผสมผสานระหว่างสองวัฒนธรรมนั้น
สามารถช่วยเสริมสร้างบุคลิกให้กับตัวบาร์เบียร์ที่
จะสร้างแรงดึงดูดใจให้กับลูกค้าได้ง่ายมากยิ่งขึ้น

3) การใช้แสงสว่างที่มีผลต่อการปรากฏ
ตัวของสาวบาร์เบียร์ รูปแบบของการใช้แสงไฟมี
อยู่ 2 รูปแบบ คือ รูปแบบแรก จะเป็นการเน้นให้
ตัวบาร์เบียร์เป็นสินค้าหลักและเน้นไปที่แสงสว่าง
ที่ตกแต่งตัวร้าน เช่น แสงไฟที่เคลื่อนไหว และรูป
แบบที่สอง เน้นการใช้แสงไฟสีชมพูที่เน้นความ
เป็นสินค้าของตัวสาวบาร์เบียร์ เพื่อสนับสนุนให้
ร่างกายของตัวสาวบาร์เบียร์เป็นที่สะดุดตาแก่นัก
ท่องเที่ยวและลูกค้า โดยทั้งสองลักษณะแสงข้าง
ต้นนี้ เป็นการสร้างภาพตัวแทนของตัวบาร์เบียร์
เพื่อสื่อสารถึงภาพลักษณ์และอัตลักษณ์ของ
ตัวร้าน



รูปที่ 8 และ 9 การใช้แสงที่เคลื่อนไหวของร้าน Power
Bar และการใช้แสงสีชมพูของร้าน Ball Bar

4) การใช้กระจกเงาที่สร้างอำนาจและการ
ต่อรองในบาร์เบียร์ กระจกเงาคือ องค์ประกอบ
ในการตกแต่งที่ช่วยให้สาวบาร์เบียร์เห็นภาพ
ตัวแทนต่าง ๆ ที่พวกเธอกำลังใช้อยู่ ไม่ว่าจะเป็น
รูปลักษณะภายนอกของร่างกาย หรือท่าทางและ
กริยาอาการต่าง ๆ ในการแสดงออก ซึ่งหมายถึง
ว่าพวกเธอสามารถตรวจสอบความเป็นไปใน
เรื่องที่เกิดขึ้นภายนอกจิตใจและความคิดได้ตลอด
เวลา อีกทั้งยังสามารถตรวจสอบสิ่งแวดล้อม
ต่าง ๆ โดยไม่ต้องสงสัยตาหรือเป็นการแอบมอง
โดยที่ไม่ต้องการให้เจ้าตัวรู้เช่นเดียวกับวิธีการที่
เจ้าของบาร์เบียร์ใช้เช่นกัน



รูปที่ 10 การสะท้อนของกระจกเงาที่มองเห็นได้จากตัว
เคาน์เตอร์บาร์ของร้าน Sakura Bar

5) การกำหนดตำแหน่งแห่งที่และการ
ปรากฏตัวของสาวบาร์เบียร์ พบว่า การจัดวางผัง
พื้นที่ของเจ้าของบาร์เบียร์ส่วนใหญ่แล้วมีเป้า
ประสงค์ที่จะควบคุมตำแหน่งแห่งที่ของตัวสาว
บาร์เบียร์ เช่น การวางตำแหน่งเคาน์เตอร์บาร์ที่

สามารถมองเห็นความเป็นไปภายในร้านได้ทั้งหมด หรือการที่กำหนดรูปแบบของพื้นที่ทางเดินที่ช่วยสร้างให้เกิดความเคลื่อนไหวและมีการปรากฏตัวของตัวสาวบาร์เบียร์ให้ลูกค้าเห็นได้อย่างชัดเจน

จากการเข้าไปศึกษาข้อมูลของลักษณะการแบ่งพื้นที่ การใช้งานพื้นที่ และการตกแต่งภายในของบาร์เบียร์ทั้ง 5 แห่ง พบว่า มีความแตกต่างของวิธีการที่เลือกใช้ ซึ่งเป็น “ยุทธวิธี” ที่ตัวเจ้าของบาร์เบียร์พยายามสร้างแรงในการควบคุมและกำหนดความหมายที่ตายตัวให้กับพื้นที่ภายในบาร์เบียร์ทั้งหมด ซึ่งผู้วิจัยพบว่าสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ บาร์เบียร์ประเภทแรกที่เน้นบรรยากาศและการตกแต่งภายในร้านเป็นหลัก และบาร์เบียร์ประเภทที่สองที่เน้นการใช้งานพื้นที่ภายในของตัวร้านเป็นหลัก โดยทั้ง 2 รูปแบบข้างต้นนั้นถูกสร้างขึ้นมาเป็นผลผลิตของที่ว่าที่ตัวเจ้าของบาร์เบียร์ได้ให้ความหมายและสร้างการควบคุมให้เกิดขึ้น อันเป็นปัจจัยที่ทำให้ตัวสาวบาร์เบียร์จำเป็นต้องหาวิธีการของการใช้งานพื้นที่ที่มีความเหมาะสมกับรูปแบบของการตกแต่งภายใน โดยมีความสัมพันธ์กับการใช้ร่างกายและเป็นการแสดงออกซึ่งตัวตนและอัตลักษณ์ที่จะใช้ในการทำงานในพื้นที่บาร์เบียร์ที่เป็นทั้งพื้นที่ทางสังคมและพื้นที่ทางกายภาพของพวกเธอ

3.2 ภาพตัวแทนที่ปรากฏในการทำงาน และปฏิบัติการเชิงพื้นที่ของสาวบาร์เบียร์

ในการทำงานของตัวสาวบาร์เบียร์ที่ส่วนหนึ่งถูกออกแบบและวางแผนจากเจ้าของบาร์เบียร์ผ่านภาพตัวแทนต่างๆ ที่เป็นการสร้างอำนาจในการควบคุมให้เกิดขึ้นกับผู้พื้นที่ทั้งสาวบาร์เบียร์และลูกค้าชายที่เข้ามาใช้บริการนั้น

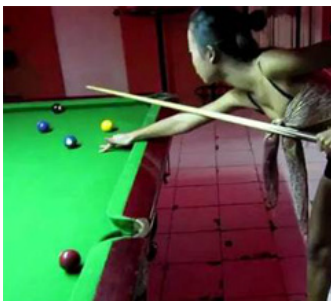
จึงเป็นเหตุให้ตัวสาวบาร์เบียร์ต้องดึงเอาประสบการณ์ในการทำงานที่ผ่านมาเพื่อใช้ในการสร้างภาพตัวแทนต่างๆ ในการที่จะสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในการให้บริการ (โสภิตา วรกุลเทวัญ, 2543, น. 67) โดยการใช้อารมณ์ที่สามารถตอบสนองการมองเห็นและสามารถควบคุมเป้าหมายในการทำงานตามวัตถุประสงค์ที่เจ้าของบาร์เบียร์วางเอาไว้ และอีกแนวทางที่ตัวสาวบาร์เบียร์ต้องใช้ “กลวิธี” ของตัวเองในการสร้างวิธีการใช้งานพื้นที่ที่มีรูปแบบเฉพาะตัว โดยใช้ภาพตัวแทนของพวกเธอในการประกอบสร้างพื้นที่ที่เหมาะสมกับการสร้างปฏิสัมพันธ์ที่ตอบสนองวิถีทางของอาชีพสาวบาร์เบียร์โดยมีลักษณะของการใช้ภาพตัวแทนที่เกี่ยวข้องกับลักษณะพื้นที่ต่างๆ คือ

1) **พื้นที่ด้านหน้าร้านและภายนอกร้าน**
พบว่า รูปแบบและการใช้งานพื้นที่ในส่วนนี้เป็นบริเวณของการเชิญชวนลูกค้าเป็นสำคัญ ทำให้การใช้งานพื้นที่ของสาวบาร์เบียร์ที่เกิดขึ้นเป็นไปตามวัตถุประสงค์หลักที่ไม่ได้มีการปรับเปลี่ยนความหมายของตัวพื้นที่ไป เพียงแต่พวกเธอจำเป็นต้องใช้ภาพตัวแทนต่างๆ เช่น การสร้างรอยยิ้มในการเชิญชวนลูกค้าเพื่อแสดงออกถึงความสนุกสนานและเป็นกันเองในการทำงานหรือรูปแบบของภาพตัวแทนที่ผ่านร่างกาย เช่น ท่าทางและการเข้าหาลูกค้าที่จะสามารถสร้างความดึงดูดใจที่ยั่ววนให้ลูกค้าสนใจ เป็นต้น



รูปที่ 11 การใช้พื้นที่ด้านหน้าของสาวบาร์เบียร์

2) **พื้นที่ภายในร้านและพื้นที่กิจกรรมต่าง ๆ** พื้นที่ในส่วนนี้เป็นพื้นที่ที่ตัวสาวบาร์เบียร์จะสามารถใช้ภาพตัวแทนได้หลากหลายรูปแบบ โดยส่วนหนึ่งอยู่ภายใต้ข้อจำกัดทางอำนาจและการควบคุมของตัวเจ้าของบาร์เบียร์ ซึ่งพบว่าสาวบาร์เบียร์แต่ละคนจะมีกระบวนการของการใช้ภาพตัวแทนที่แตกต่างกัน เช่น การใช้ภาพตัวแทนของหญิงสาวที่มีความมั่นใจ เพื่อให้อำนาจของการตัดสินใจใช้พื้นที่ภายในร้านอยู่ที่ตัวเธอ หรืออาจเป็นการใช้ภาพตัวแทนของหญิงสาวเรียบร้อยตามแบบหญิงไทย เพื่อสร้างเสน่ห์ของการให้บริการลูกค้าในพื้นที่ต่าง ๆ ภายในร้าน (คุณฉั่มสาวบาร์เบียร์ ร้าน Paradise, การสื่อสารส่วนบุคคล, 28 กรกฎาคม 2555) โดยเป้าหมายสูงสุดของการใช้ภาพตัวแทนต่าง ๆ ของสาวบาร์เบียร์ก็คือ การพยายามปลดปล่อยจากความหมายในพื้นที่ที่มีอยู่และเห็นอกว่าตำแหน่งแห่งที่ที่ถูกมอบให้ ทำให้เธอสามารถที่จะสร้างรูปแบบของการสร้างพื้นที่ส่วนตัวและเกิดการครอบครองที่ว่างที่เรียกว่าเป็น “กลวิธี” ของการสร้างให้เกิดที่ว่าง



รูปที่ 12 การใช้งานพื้นที่ในระดับที่มีการเคลื่อนไหวกับการแสดงออกทางร่างกาย

จากข้อมูลที่ได้ในส่วนของการใช้ภาพตัวแทนในการทำงานที่สัมพันธ์กับการใช้ร่างกาย

ของสาวบาร์เบียร์ในพื้นที่บาร์เบียร์ย่านถนนลอยเคราะห์ ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่าสาวบาร์เบียร์ส่วนใหญ่จะทราบถึงวิธีการใช้งานพื้นที่ต่าง ๆ ของบาร์เบียร์ซึ่งทำให้เกิดการใช้ภาพตัวแทนของสาวบาร์เบียร์ที่มีความเคลื่อนไหวไปตามสถานการณ์และสิ่งแวดล้อมตามช่วงเวลาและตามการใช้งานพื้นที่เพื่อให้เกิดปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าตามวัตถุประสงค์ของพวกเธอเป็นสำคัญ และด้วยความที่พื้นที่บาร์เบียร์นั้นเป็นพื้นที่ทางสังคมและพื้นที่ทางกายภาพของตัวสาวบาร์เบียร์ เมื่อเกิดการนำ “กลวิธี” มาใช้เพื่อสร้างแรงในการปลดปล่อยที่สามารถสร้างให้เกิดการช่วงชิงความหมายของพื้นที่ จึงนำไปสู่การครอบครองที่ว่างของสาวบาร์เบียร์ โดย “ที่ว่าง” ที่เกิดขึ้นดังกล่าวจะมีปัจจัยทางด้านของเวลาเข้ามาเกี่ยวข้อง ซึ่งนั่นหมายถึงว่าการปรับเปลี่ยนสถานะของพื้นที่ที่เปลี่ยนแปลงเป็นที่ว่างนั้นอาจเกิดขึ้นเป็นครั้ง ๆ และอาจมีระยะเวลาของการเปลี่ยนแปลงไปไม่มาก เนื่องจากเป็นการปรับเปลี่ยนที่เกิดขึ้นซ้อนทับบนพื้นที่สาธารณะ

บทสรุปแนวทางการต่อรองพื้นที่ของสาวบาร์เบียร์กับการแสดงออกของตัวตนและอัตลักษณ์

จากการวิเคราะห์ถึงระบบของข้อความสัมพันธ์กับการแสดงออกของตัวสาวบาร์เบียร์ผ่านระดับพื้นที่ทางการศึกษา ปรากฏเป็นรูปแบบของการต่อรองพื้นที่ของสาวบาร์เบียร์ที่ใช้ร่างกายเป็นเครื่องมือในการแสดงออกของตัวตนและอัตลักษณ์ในการประกอบสร้างพื้นที่และครอบครองที่ว่างที่เป็นลักษณะเฉพาะตัว โดยสามารถแบ่งได้เป็น 4 ประเด็นหลัก ดังนี้

1. กลไกของการควบคุมและต่อรองที่เกิดจากลักษณะทางพื้นที่ที่แบ่งออกเป็น 3 โซน

ความเป็นพื้นที่ย่านถนนลอยเคราะห์ที่ถูกแบ่งออกเป็น 3 โซนนั้นแสดงให้เห็นถึงประเด็นสำคัญที่ส่งผลต่อ “ยุทธวิธี” และ “กลวิธี” ที่เจ้าของบาร์เบียร์นำมาใช้ คือ ประเด็นแรกที่เกี่ยวข้องกับเรื่องของกฎหมายและการตั้งอยู่ที่ส่งผลให้เกิดการต่อรองของบาร์เบียร์ในพื้นที่เพื่อหาทางจากปลดปล่อยจากแรงในการควบคุมและกดทับตามบรรทัดฐานต่าง ๆ โดยเฉพาะกับเรื่องของตำแหน่งที่ตั้ง ระยะห่าง และประเด็นที่สองที่เกี่ยวกับลักษณะทางกายภาพและการเข้าถึงที่นำไปสู่การวางแผนและการใช้กลวิธีของเจ้าของบาร์เบียร์ ซึ่งเราจะสามารถพบทั้งในรูปแบบที่เป็นการเปิดเผยต่อรองและรูปแบบของการต่อต้านปิดบังอำพราง โดยที่บทสรุปของกลไกของการควบคุมและการต่อรองที่เกิดขึ้นในพื้นที่ทั้ง 3 โซนของถนนลอยเคราะห์นั้นจึงเกิดขึ้นจากระดับของการยอมรับซึ่งแรงกดดันและกดทับจากภายนอก และลักษณะทางกายภาพและการเข้าถึงที่ส่งผลต่อระดับของการแสดงออกของตัวสาวบาร์เบียร์ในพื้นที่แต่ละโซนไม่สามารถทำได้เท่ากัน

2. การควบคุมผ่านการใช้ภาพตัวแทนของบาร์เบียร์โดยตัวเจ้าของบาร์เบียร์

พื้นที่ของบาร์เบียร์ที่ถูกออกแบบและวางแผนจากตัวเจ้าของบาร์เบียร์เพื่อใช้เป็นกระบวนการในการควบคุมและการใช้อำนาจต่าง ๆ โดยมีลักษณะของการใช้ยุทธวิธีในการควบคุมสาวบาร์เบียร์ซึ่งทำให้เกิดการถ่ายทอดภาพตัวแทนของตัวเจ้าของบาร์เบียร์ และทำให้เกิดการสถาปนาพื้นที่และการสร้างความหมายเกิดขึ้น ซึ่งในขณะเดียวกันนั้นย่อมทำให้เกิดการใช้ “กลวิธี” ของตัวสาวบาร์เบียร์ที่ต้องการจะสร้างกระบวนการของ

การใช้งานพื้นที่ที่มีความแตกต่างจากรูปแบบที่เจ้าของบาร์เบียร์กำหนดเอาไว้ และเกิดการปรับเปลี่ยนพื้นที่ให้เป็นที่ว่างส่วนตัวที่เหมาะสมกับการทำงานของพวกเธอ ที่นำไปสู่การปลดปล่อยจากการควบคุมของตัวเจ้าของบาร์เบียร์และการกดทับจากวาทกรรมทางเพศสภาพที่เข้ามากระทำต่อตัวสาวบาร์เบียร์

3. ปฏิบัติการเชิงพื้นที่กับการใช้ภาพตัวแทนของสาวบาร์เบียร์

ปฏิบัติการเชิงพื้นที่ของสาวบาร์เบียร์เป็นกระบวนการของการใช้ร่างกายในพื้นที่ที่เป็นรูปแบบของความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในพื้นที่กับการที่ตัวสาวบาร์เบียร์เป็นศูนย์กลาง ซึ่งพบว่าภาพของการใช้งานพื้นที่กลายเป็นภาพในหัวของเธอที่จะสามารถเข้าไปใช้งานพื้นที่อย่างมีนัยยะและมีความสัมพันธ์กับร่างกายของเธอจนเกิดเป็นปฏิบัติการเชิงพื้นที่ที่เกิดขึ้น ดังนั้นภาพตัวแทนที่สาวบาร์เบียร์จะนำออกมาใช้นั้นถือเป็นการใช้อัตลักษณ์ที่มีความหลากหลายและเปลี่ยนแปลงไปเปลี่ยนมาได้ตามบริบททางพื้นที่ที่ต่างกัน

4. ความหมายใหม่และการจัดการทางพื้นที่ของบาร์เบียร์ภายใต้คุณลักษณะของการเป็นพื้นที่แห่งการปฏิสังสรรค์และปฏิสัมพันธ์ (Contract Space) ของถนนลอยเคราะห์

ภายใต้กรอบของความสัมพันธ์ของการแสดงออกของสาวบาร์เบียร์ผ่านปฏิบัติการเชิงพื้นที่ (Spatial Practice) และการใช้ภาพตัวแทนที่เกี่ยวข้องกับการใช้ร่างกายของพวกเธอ นั้น ได้กลายเป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญของการเกิดรูปแบบพื้นที่ทางสถาปัตยกรรมของบาร์เบียร์ในย่านถนนลอยเคราะห์ อันเป็นความสัมพันธ์ที่มีความต่อ

เนื่องกันตั้งแต่ในระดับพื้นที่บาร์เบียร์ ระดับถนน และย่าน และในระดับเมืองที่สะท้อนให้เห็นระบบของการอยู่ร่วมกันระหว่างคน กิจกรรม และกับพื้นที่เมืองสมัยใหม่ และยิ่งปรากฏให้เห็นถึงความหมายในเชิงสถาปัตยกรรมของใจความสำคัญทางพื้นที่ของบาร์เบียร์ในย่านถนนลอยเคราะห์ที่เป็นการสรุปสร้างความคิดรวบยอด (Conceptualization) ก็คือ การเป็น “พื้นที่แห่งการปฏิสังสรรค์ และการปฏิสัมพันธ์ (Contract Space)” ที่เกิดขึ้นระหว่างกลุ่มบุคคลทั้งภายในและภายนอกพื้นที่ อันเป็นการกล่าวถึงคุณลักษณะหรือเอกลักษณ์ของพื้นที่และการใช้ที่ว่างที่เกิดขึ้นสืบเนื่องจากลักษณะของการมองเห็นและการต่อรองพื้นที่ผ่านปฏิบัติการเชิงพื้นที่ที่ว่าด้วยความสัมพันธ์ของการใช้แรง ทั้งแรงในการควบคุมและแรงของการปลดปล่อยที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงสถานะระหว่างความเป็น “พื้นที่” และ “ที่ว่าง” ที่ตัวสวบาร์เบียร์ได้ต่อรองกับพื้นที่ ภายใต้ลักษณะทางกายภาพของพื้นที่ทางสถาปัตยกรรมที่เหมาะสมและเกิดเป็นอัตลักษณ์ของบาร์เบียร์ในย่านถนนลอยเคราะห์

References

ดวงจันทร์ อาภาวัชรุทธิ์ เจริญเมือง. (2548). *เมืองยั่งยืนในเชียงใหม่ แนวคิดและประสบการณ์ของเมืองในหุบเขา*. เชียงใหม่: สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ยศ สันตสมบัติ. (2540). *มนุษย์กับวัฒนธรรม*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

สมโชติ อ๋องสกุล. (2546). *ประวัติศาสตร์ชุมชนเพื่อชุมชน* (เล่มสาม). เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สันต์ สุวัจนราภินันท์. (2550). *ปัญหาของความรู้และที่ว่าง: ศึกษาจากทฤษฎีที่ว่าด้วยที่ว่างของฮองรี เลอแอฟ์ และ มิเชล เดอ เซอร์โต* (The problem and the knowledge of space: exploring through spatial theories of Henri Lefebvre and Michel de Certeau) กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.

สันต์ สุวัจนราภินันท์. (2554). *ความเข้าใจเชิงทฤษฎีและปฏิบัติเกี่ยวกับแนวคิดสตรีนิยม* (Different feminist theories), สืบค้นเมื่อ 26 พฤษภาคม 2554, จาก <http://www.midnightuniv.org>

โสภิตา วีรกุลเทวีญ. (2543). *การนำเสนอความเป็นตัวตนของหญิงบริการสถานบันเทิงบาร์เบียร์ จังหวัดเชียงใหม่*. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

อนุ เนินหาด. (2543). *แกะรอย “กำแพงและประตูเมืองเชียงใหม่”*. สืบค้นเมื่อ กุมภาพันธ์ 2554, จาก <http://www.oknation.net/blog/print.php?id=689319>

อภิญา เพ็ญฟูสกุล. (2546). *อัตลักษณ์*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ

Durning, L. & Wrigley, R. (2000). *Gender and architecture*. London: John Wiley & Sons.

Massey, D. (2003). *Space, place and gender*. Great Britain, London: Atheneum Press.

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้แบรนด์โรงแรมรีสอร์ทของผู้ใช้บริการ

Factors Affecting User Recognition of Resort Hotel Brand

จิรนนท์ เทียนทอง¹ และ ดร. วิมลสิทธิ หรยางกูร²

Jiranan Thianthong¹ and Vimolsiddhi Horayangura, Ph.D.²

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

E-mail: jiranans@hotmail.com¹, hvimolsiddhi@hotmail.com²

บทคัดย่อ

จากการศึกษาทิศทางของโรงแรมรีสอร์ทที่ประสบผลสำเร็จในช่วงปี พ.ศ. 2551-2555 ที่ผ่านมา หลายโครงการเริ่มจับหลักการทำโครงการในรูปแบบแบรนด์ ซึ่งมีขนาดเล็กแต่มีแนวโน้มในการประสบความสำเร็จสูงกว่ารูปแบบโรงแรมเครือข่าย โดยในปัจจุบันโรงแรมรีสอร์ทแบรนด์ไทยยังไม่สามารถสร้างลักษณะพิเศษที่มีความแตกต่างอย่างชัดเจนได้ ส่งผลให้เกิดการแข่งขันกันในมิติของราคามากกว่ามิติของการออกแบบและการเข้าถึงความต้องการโดยตรงของผู้มาใช้บริการ งานวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษาโรงแรมรีสอร์ทแบรนด์ไทยควบคู่กับโรงแรมรีสอร์ทแบรนด์ต่างชาติ จำนวน 6 แบรนด์ (17 โครงการ) ถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้แบรนด์โรงแรมรีสอร์ทของผู้ใช้บริการ โดยการสัมภาษณ์เพื่อเก็บข้อมูลจากเจ้าของโครงการ การลงพื้นที่สำรวจทางกายภาพทั้ง 17 โครงการ และการแจกแบบสอบถามเพื่อวัดผลโดยผู้ให้บริการจำนวน 300 คน พบว่า องค์ประกอบที่ผู้ให้บริการสามารถเกิดการรับรู้และจดจำได้นั้น แบ่งออกเป็น 3 ด้าน โดยเรียงลำดับตามความสำคัญจากมากที่สุดไปน้อยที่สุด ได้ดังนี้ 1) การออกแบบสถาปัตยกรรม ประกอบด้วย สถาปัตยกรรมภายในอาคาร สถาปัตยกรรมภายนอกอาคาร การสร้างเรื่องราว และการเข้าถึง 2) การให้บริการ ประกอบด้วย ลักษณะการให้บริการ และคุณลักษณะของผู้ให้บริการ และ 3) การสื่อสารสัญลักษณ์ ประกอบด้วย การสื่อสารสัญลักษณ์โลโก้ และการสื่อสารสัญลักษณ์ในโครงการ

Abstract

The preliminary study of the successful operation of resort hotels during 2008 – 2011 reveals that they are associated with high achievement under sober branding. This is distinguished from the network management of chain hotels. Nowadays, resort hotels with Thai brand still cannot exhibit a prominent character, resulting in price competition rather than design in response to the needs of users. This study focuses on Thailand's resort hotel brands and foreign resort hotel brands of 6 brands (17 projects) as factors affecting user recognition. By collecting information through interviews of 6 project owners, the analysis of physical data of 17 projects, and distribution a questionnaires survey to a group of 300 users. The results of user recognition of memorable experience can be attributed to the 3 main factors in sequential

order as follows: 1) architectural design including interior and exterior architecture, the creation story, and accessibility; 2) service including service design and staff characteristic; and 3) symbolic communication including logo communication and signage communication.

คำสำคัญ (Keywords): โรงแรมรีสอร์ท (Resort Hotel), การรับรู้แบรนด์ (Brand Recognition)

1. ที่มาและความสำคัญ

ปัจจุบันค่านิยมการท่องเที่ยวและการบริโภคที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจประเภทที่พักโรงแรมรีสอร์ทอยู่ในยุคที่ตอบสนองต่อสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงตามสไตล์การใช้ชีวิตที่มีตลาดและกลุ่มเป้าหมายเฉพาะเจาะจงมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้โรงแรมรีสอร์ทมีความจำเป็นต้องสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัว จากการศึกษาโรงแรมรีสอร์ทที่ประสบความสำเร็จในระยะเวลา 3-5 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2551-2555) พบว่า โครงการที่มีรูปแบบของแบรนด์ขนาดเล็กและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวมากกว่าโรงแรมเครือข่าย มีแนวโน้มในการประสบความสำเร็จสูง เนื่องจากสามารถเข้าถึงความต้องการของกลุ่มผู้ใช้บริการได้เป็นอย่างดี ดังจะเห็นได้จากสัดส่วนการเติบโตของที่พักอาศัยเพื่อการท่องเที่ยว ร้อยละ 65 เป็นโรงแรมรีสอร์ทขนาดเล็ก (มีจำนวนห้องพักไม่เกิน 79 ห้อง) รองลงมาร้อยละ 20 เป็นโรงแรมรีสอร์ทขนาดกลาง (80-200 ห้อง) ที่เหลือร้อยละ 15 เป็นโรงแรมรีสอร์ทขนาดใหญ่ (200 ห้องขึ้นไป) (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2554)

แนวโน้มดังกล่าวทำให้การขยายตัวของโรงแรมรีสอร์ทของคนไทยต้องต่อสู้แข่งขันกับทั้งในและนอกประเทศ โดยสถานการณ์ของโรงแรมรีสอร์ทแบรนด์ไทยที่ได้รับการยอมรับจากผู้ใช้บริการ ตลอดระยะเวลา 10 ปีที่ผ่านมา เช่น ดุสิต อมารี เซ็นทารา และอิมพีเรียล แม้ว่าจะมีข้อได้

เปรียบในการสื่อสารประชาสัมพันธ์มากกว่าแบรนด์ขนาดเล็ก แต่หากมองในภาพรวมของตลาดด้านโรงแรมรีสอร์ทไทยนั้นกลับพบว่าโรงแรมรีสอร์ทแบรนด์ไทยยังไม่สามารถสร้างความแตกต่างให้เกิดขึ้นได้อย่างชัดเจน ส่งผลให้โรงแรมรีสอร์ทปัจจุบัน เกิดการแข่งขันกันในด้านราคา มากกว่าด้านการออกแบบและการเข้าถึงความต้องการโดยตรงของผู้มาใช้บริการ

จากสถานการณ์ดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้แบรนด์โรงแรมรีสอร์ทของผู้ใช้บริการ โดยมุ่งเน้นการศึกษาองค์ประกอบ 3 ด้าน ได้แก่ การออกแบบสถาปัตยกรรม การให้บริการ และการสื่อสารสัญลักษณ์ที่เข้าถึงความต้องการของผู้ใช้บริการได้โดยตรง เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการเตรียมความพร้อมเพื่อรับมือการขยายกิจการของโรงแรมรีสอร์ทแบรนด์ต่างชาติ และเป็นการสร้างความพร้อมสำหรับแบรนด์ไทยสู่การขยายสาขาในระดับสากลให้เป็นที่ยอมรับทัดเทียมนานาประเทศ

2. วัตถุประสงค์

1) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างแบรนด์ไทยและต่างชาติของโรงแรมรีสอร์ท 3 ด้าน ได้แก่ ด้านสถาปัตยกรรม ด้านการให้บริการ และด้านการสื่อสารสัญลักษณ์

2) ศึกษาลักษณะร่วมของรูปแบบทางสถาปัตยกรรม ที่ส่งผลต่อการรับรู้แบรนด์โรงแรม

รีสอร์ทของผู้ใช้บริการ

3) ศึกษาลักษณะร่วมด้านการให้บริการที่ส่งผลต่อการรับรู้แบรนด์โรงแรมรีสอร์ทของผู้ใช้บริการ

4) ศึกษาลักษณะร่วมด้านการสื่อสารสัญลักษณ์ที่ส่งผลต่อการรับรู้แบรนด์โรงแรมรีสอร์ทของผู้ใช้บริการ

5) วิเคราะห์องค์ประกอบที่ส่งผลต่อการรับรู้แบรนด์โรงแรมรีสอร์ทของผู้ใช้บริการแต่ละด้าน

6) วิเคราะห์องค์ประกอบที่ส่งผลต่อการรับรู้ของผู้ใช้บริการโรงแรมรีสอร์ทแบรนด์ไทยเปรียบเทียบกับแบรนด์ต่างชาติ

3. ขอบเขตการวิจัย

งานวิจัยนี้มีขอบเขตการศึกษาโรงแรมรีสอร์ทที่มีที่ตั้งภายในประเทศ จำนวนทั้งสิ้น 6 แบรนด์ (17 สาขา) โดยทำการคัดเลือกจากแบรนด์ที่ได้รับรางวัล และมีแนวโน้มการขยายสาขาในช่วงระยะเวลา 1-2 ปีที่ทำการวิจัย โดยแบรนด์ที่เลือกศึกษานั้นประกอบด้วยแบรนด์ต่างๆ ดังนี้

1) แบรนด์ไทย ได้แก่ วิวันคารีสอร์ท แอนด์สปา ศาลารีสอร์ทแอนด์สปา และเคปคอลลีเจชั่นรีสอร์ท

2) แบรนด์ต่างชาติ ได้แก่ ซิกเซนส์รีสอร์ท แอนด์สปา ยูไฮเทิลส์แอนด์รีสอร์ท และบันยันทรีรีสอร์ท

4. ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

4.1 ทฤษฎีด้านการออกแบบสถาปัตยกรรม

4.1.1 ทฤษฎีการออกแบบโรงแรมรีสอร์ท

การออกแบบโรงแรมรีสอร์ทโดยพื้นฐานจะต้องมุ่งเน้นการเข้าถึงผู้ใช้บริการเป็นหลัก โดยต้องมีการออกแบบพื้นที่เพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์ด้วย

การให้บริการ และพื้นที่ใช้สอยที่มีความเหมาะสม (Pannell Kerr Forster Associates, 1993) โดยแนวคิดการสร้างปฏิสัมพันธ์ภายในโรงแรมรีสอร์ทที่มักมีพื้นที่ใช้งานลักษณะกระจายตัวแยกจากกันเป็นกลุ่มก้อน ตามลักษณะทำเลที่ตั้งไว้ว่า ควรมีการจัดการพื้นที่ภายในโครงการส่งเสริมการให้บริการที่มีประสิทธิภาพสูงสุด มีการออกแบบทางเดินที่สามารถเข้าพื้นที่ส่วนกลาง ซึ่งมักเป็นพื้นที่ที่มีการออกแบบเป็นพิเศษได้ง่าย เนื่องจากจะช่วยให้เกิดการเข้าถึงตัวผู้ใช้และส่งเสริมบริการที่ดีได้โดยสะดวก

4.1.2 แนวความคิดในการออกแบบสถาปัตยกรรมเพื่อสร้างประสบการณ์และการรับรู้

แนวความคิดในการออกแบบสถาปัตยกรรมเพื่อสร้างประสบการณ์และการรับรู้ ต้องอาศัยการออกแบบเพื่อสร้างอารมณ์และความประทับใจแรกเห็นตั้งแต่การเข้าถึง ด้วยการนำเสนอประสบการณ์และมุมมองที่กระตุ้นความประทับใจน่าจดจำ ผ่านทำเลที่ตั้ง (accessibility experiences) การมองเห็นทัศนียภาพ สิ่งแวดล้อม และองค์ประกอบต่าง ๆ ได้แก่ ทางเดินที่นำเข้าสู่โครงการ รูปทรงตัวอาคารต้อนรับ วัสดุ สี สันไปจนถึงบรรยากาศ ต้องมีการออกแบบให้มีเอกลักษณ์จากการมองเห็น มีการสร้างเรื่องราวด้วยภาษาที่เชื่อมโยงกัน จึงจะสามารถดึงดูดให้ผู้บริการนั้นเกิดรับรู้ ที่สอดคล้องแนวความคิดที่ว่า ยิ่งสื่อสารด้านการมองเห็นได้มากเท่าไร ยิ่งกระตุ้นให้เกิดการจดจำมากเท่านั้นได้ (วิมลสิทธิ์ หรยางกูร, 2549, น. 28)

4.1.3 กรณีศึกษาโรงแรมรีสอร์ทที่ประสบความสำเร็จ ด้านการสร้างการรับรู้แบรนด์ต่อผู้ให้บริการ

- โครงการดับเบิลยูไฮเทิลส์ (W hotels)
- โครงการอัมรินทร์รีสอร์ท (Aman resort)

กรณีศึกษาโรงแรมรีสอร์ตที่ประสบความสำเร็จทั้ง 2 โครงการอย่าง ดับเบิลยูไฮเทลส์ และอแมนรีสอร์ต พบว่า แนวความคิดด้านการออกแบบเพื่อสร้างประสบการณ์จะต้องเกิดจากการสร้างเรื่องราวอย่างเป็นลำดับ ประกอบด้วย

1) การเข้าถึงโครงการ ที่ส่งผลต่อการรับรู้แบรนด์ นั้น ต้องสามารถเผยให้เห็นบางส่วนของอาคารได้ตั้งแต่ระยะไกล

2) ตัวอาคารที่ส่งผลต่อการรับรู้แบรนด์ ต้องมีลักษณะเป็นเอกลักษณ์ เช่น ขนาดที่ใหญ่กว่าปกติ หรือรูปทรงที่แปลกตา โดยต้องมีการเว้นพื้นที่ว่างให้เกิดการมองเห็นรูปทรงอาคารได้อย่างชัดเจน

3) มีพื้นที่กิจกรรมสร้างเอกลักษณ์ให้เกิดการจดจำ ยกตัวอย่างเช่น โรงแรมไฮแอท รีเจนซี่หัวหิน (Hyatt Regency, Hua Hin) ที่สร้างเอกลักษณ์ด้วยการใช้พื้นที่ส่วนสปาในชื่อ “เดอะ บาราย เรสซิเดนเชียล สปา” (The Barai Residential Spa) เป็นส่วนสร้างความจดจำด้วยการออกแบบที่พิเศษมีเรื่องราวชัดเจนน่าดึงดูด ดังรูปที่ 1



รูปที่ 1 ตัวอย่างการใช้พื้นที่กิจกรรมเป็นตัวสร้างเอกลักษณ์ของเดอะบาราย (ที่มา : <http://huahin.regency.hyatt.com/>, 2555)

4.2 หลักการให้บริการที่ส่งผลต่อการจดจำ

ผู้ให้บริการเป็นจุดเริ่มของการสื่อสารบริการ ที่สามารถสร้างปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ใช้บริการตั้งแต่ก่อนการเข้าใช้ หากผู้ให้บริการสามารถจดจำรายละเอียดที่ผู้ใช้พึงพอใจได้มากเท่าไร ก็จะยิ่งสามารถส่งต่อการให้บริการที่ประทับใจและเกิดการจดจำภาพลักษณ์ที่ดีได้โดยง่าย โดยหลักที่สร้างความพึงพอใจต่อแบรนด์ด้านการให้บริการนั้น (Keller, 2008, pp. 338-339) มีแนวทาง ดังนี้

- 1) ผู้ให้บริการต้องมีความเข้าใจตัวตนของแบรนด์เป็นอย่างดี
- 2) ผู้ให้บริการต้องสื่อสารได้อย่างธรรมชาติ
- 3) ผู้ให้บริการต้องหมั่นเล่าเรื่องราวดี ๆ ให้กลุ่มผู้ใช้บริการได้รับรู้อย่างต่อเนื่อง

4.3 หลักการสื่อสารสัญลักษณ์

การรับรู้แบรนด์ที่มีประสิทธิภาพจะต้องกระตุ้นให้ผู้ใช้เกิดการรับรู้และตระหนักถึงคุณค่าได้จากประสาทสัมผัสที่สำคัญที่สุดในการสื่อสาร คือ การมองเห็น (Linstom, 2007, p. 127) สัญลักษณ์นั้นเป็นประตูด่านแรกที่ใช้สื่อสารระหว่างแบรนด์กับผู้ใช้ได้เป็นอย่างดี เพราะเป็นสิ่งที่ช่วยให้เกิดการจดจำ ทั้งในเชิงรูปธรรมและนามธรรม ซึ่งการสื่อสารสัญลักษณ์ที่ดีต้องประกอบด้วย

- 1) การออกแบบสัญลักษณ์โลโก้ที่ชัดเจนจดจำง่าย
- 2) การใช้ภาษาที่สอดคล้องกันทั่วทั้งโครงการ ได้แก่ การสื่อสารสัญลักษณ์บนป้ายบอกทาง การสื่อสารสัญลักษณ์บนชุดแต่งกายของพนักงาน เป็นต้น

จากกรณีศึกษาและการทบทวนวรรณกรรม จึงได้สมมติฐานโครงสร้างที่ส่งผลต่อการรับรู้แบรนด์โรงแรมรีสอร์ตของผู้ใช้บริการที่นำไปสู่การวิจัย 3 ส่วน ประกอบด้วย การออกแบบ

สถาปัตยกรรม การให้บริการ และการสื่อสาร
สัญลักษณ์ ดังรูปที่ 2



รูปที่ 2 โครงสร้างองค์ประกอบที่ส่งผลกระทบต่อการรับรู้แบรนด์
โรงแรมรีสอร์ตของผู้ใช้บริการ (หมายเหตุ: จัดทำ
โดยผู้วิจัย)

5. ระเบียบวิธีวิจัย

แบ่งออกได้เป็น 3 ขั้นตอน ดังนี้

5.1 การสัมภาษณ์เจ้าของโครงการ 6 แบรินด์
ที่ศึกษา เพื่อประเมินการให้ความสำคัญกับปัจจัย
3 ด้าน ที่ส่งผลกระทบต่อการรับรู้ของผู้ใช้บริการ

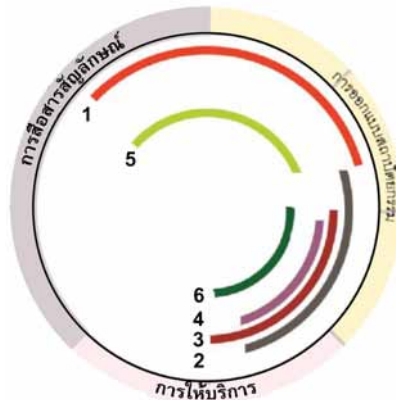
5.2 การลงพื้นที่สำรวจโครงการจริง 17 โครงการ
เพื่อศึกษาลักษณะการออกแบบทางสถาปัตยกรรม
และการให้บริการที่เกิดขึ้นจริง

5.3 การสอบถามกลุ่มผู้ให้บริการจริง ตามหลัก
การประเมินคุณค่าของแบรนด์ด้วยผู้ให้บริการเป็น
หลัก (Tybout & Calkin, 2005) เพื่อทำความเข้าใจ
ทัศนคติของผู้ใช้ได้อย่างใกล้ชิด โดยใช้กลุ่ม
ตัวอย่างผู้ให้บริการ จำนวน 300 คน จาก 6 แบรินด์
อ้างอิงจากวิธีหลักการวิเคราะห์องค์ประกอบ
(factor analysis) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์กัน
ขององค์ประกอบที่ผู้ให้บริการสามารถเกิดการรับ
รู้ โดยต้องใช้กลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำ 50 คนต่อแบรินด์
ที่ศึกษา (Hair, 1987)

6. ผลการวิจัย

6.1 ผลวิเคราะห์จากกลุ่มเจ้าของโครงการ

ผลวิเคราะห์จากการสัมภาษณ์กลุ่มเจ้าของ
โครงการโรงแรมรีสอร์ตทั้ง 6 แบรินด์ พบว่า
ทิศทางที่เจ้าของโครงการให้ความสำคัญต่อบัญชี
ที่ส่งผลกระทบต่อการรับรู้แบรนด์โรงแรมรีสอร์ตของ
ผู้ใช้สามารถแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ให้
ความสำคัญกับการออกแบบสถาปัตยกรรมที่
ควบคู่กับการให้บริการ จำนวน 4 แบรินด์ และกลุ่ม
ที่ให้ความสำคัญกับการออกแบบสถาปัตยกรรม
ที่ควบคู่กับการสื่อสารสัญลักษณ์ จำนวน 2
แบรินด์ ดังรูปที่ 3



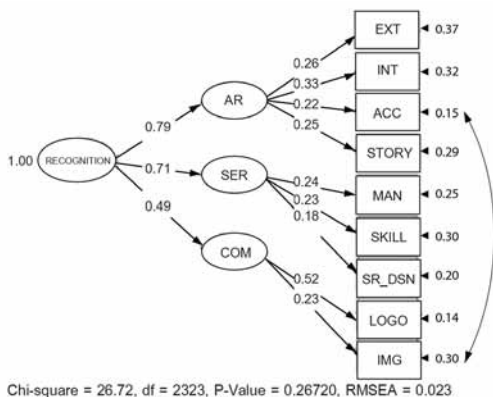
การสื่อสารสัญลักษณ์ การออกแบบสถาปัตยกรรม การให้บริการ
1 วิลล์ดาร์รีสอร์ท 2 ศาลารีสอร์ต 3 เคปคอลเล็คชั่น
4 ยูโอเทลส์ 5 ซิกซ์เซนส์รีสอร์ท 6 บันเย็นรีสอร์ท

รูปที่ 3 แนวโน้มการให้ความสำคัญจากเจ้าของโครงการ
ต่อบัญชีที่ส่งผลกระทบต่อการรับรู้แบรนด์โรงแรม
รีสอร์ต (หมายเหตุ: จัดทำโดยผู้วิจัย)

6.2 ผลวิเคราะห์ภาพรวมจากผู้ให้บริการ
โรงแรมรีสอร์ตทั้ง 6 แบรินด์ที่ศึกษา

จากการวิเคราะห์องค์ประกอบ (factor
analysis) ด้วยโปรแกรม SPSS เพื่อจัดกลุ่มองค์
ประกอบที่ผู้ให้บริการสามารถจดจำได้ ร่วมกับ
การหาค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (factor loading)

ด้วยวิธีโมเดลลิสเรล เพื่อหาค่าความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ ผลการวิจัย พบว่า องค์ประกอบที่ส่งผลต่อการรับรู้แบรนด์ของผู้ใช้บริการ สามารถเรียงลำดับความสำคัญตามค่าน้ำหนักได้ ดังนี้



รูปที่ 4 ค่าน้ำหนักของกลุ่มองค์ประกอบที่ศึกษา
 (หมายเหตุ: จัดทำโดยผู้วิจัย)

1) การออกแบบสถาปัตยกรรม (AR) เป็นส่วนที่สามารถสร้างประสบการณ์ให้ผู้ใช้บริการเกิดการจดจำได้มากที่สุด ประกอบด้วย สถาปัตยกรรมภายในอาคาร (INT) สถาปัตยกรรมภายนอกอาคาร (EXT) การสร้างเรื่องราว (STORY) และการเข้าถึงโครงการ (ACC)

2) การให้บริการ (SER) ประกอบด้วย ลักษณะการให้บริการ (MAN) คุณลักษณะของผู้ให้บริการ (SKILL) และการสร้างปฏิสัมพันธ์ (SR_DSN)

3) การสื่อสารสัญลักษณ์ (COM) เป็นส่วนสุดท้ายที่ผู้บริการสามารถเกิดการรับรู้และจดจำได้ประกอบด้วย การสื่อสารสัญลักษณ์โลโก้ (LOGO) และการสื่อสารสัญลักษณ์ในโครงการ (IMG)

6.3 ผลวิเคราะห์องค์ประกอบที่ส่งผลต่อการรับรู้แบรนด์ไทยเปรียบเทียบกับแบรนด์ต่างชาติ

โรงแรมรีสอร์ตแบรนด์ไทยและแบรนด์ต่างชาติต่างมีองค์ประกอบที่ส่งผลต่อการรับรู้แบรนด์ของผู้ใช้บริการ 3 องค์ประกอบเหมือนกัน แต่พบว่าผู้ให้บริการนั้นสามารถเกิดการรับรู้ด้านการออกแบบสถาปัตยกรรมของโรงแรมรีสอร์ตแบรนด์ต่างชาติได้มากกว่าแบรนด์ไทย ในขณะที่ด้านการให้บริการ ผู้ใช้บริการสามารถรับรู้การให้บริการของแบรนด์ไทยได้มากกว่าแบรนด์ต่างชาติ และด้านการสื่อสารสัญลักษณ์นั้น ผู้ใช้บริการจะสามารถเกิดการรับรู้ด้านการสื่อสารสัญลักษณ์จากทั้ง 2 แบรนด์ได้ในระดับที่ใกล้เคียงกัน

References

กมล รัตนวิระกุล. (2552). *Brand building for small hotels*. กรุงเทพฯ: แอดวานซ์ ฮอสพิตอลลิตี คอนซัลแตนท์ จำกัด.

วิมลสิทธิ์ หรยางกูร. (2554). *จิตวิทยาสภาพแวดล้อม*. กรุงเทพฯ: จี.พี.พี เซ็นเตอร์.

Hair, J. F. Jr., Black, W. C., Babin, B. J. & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis*. USA: Prentice Hall.

Keller, K. L. (2008). *Strategic brand management* (3th ed.). NJ: Prentice Hall.

Linstorm, M. (2007). *Brand sense build powerful brand through touch, taste, smell, sight and sound*. กรุงเทพฯ: ยูเรก้า.

Pannell Kerr Forster Associates. (1993). *International Journal of Contemporary Hospitality Design*. UK: MCB UP Ltd.

Tybout A. M. & Calkins, T. (2005). *Kellogg on Branding*. NJ: John Wiley & Sons.

แนวทางการออกแบบบ้านเขียว ประเภทบ้านเดี่ยว
ระดับราคาปานกลาง โดยต้นทุนเพิ่มขึ้นไม่เกินร้อยละ 5

Design Guidelines for Green House with
Escalating Cost of Less than 5 Percent

ปิยพร ประจักษ์ทิพย์¹ และ ดร. วิมลสิทธิ์ หรยางกูร²
Piyaporn Prajakthip¹ and Vimolsiddhi Horayangkura, Ph.D.²

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
E-mail: piyaporn.pjt@gmail.com¹, hvimolsiddhi@hotmail.com²

บทคัดย่อ

บ้านเดี่ยวเป็นรูปแบบที่พักอาศัยที่ยังมีความต้องการอยู่อย่างต่อเนื่อง ในปัจจุบันยังมีการสนับสนุนให้ลดภาวะโลกร้อนในทุก ๆ ทาง การออกแบบบ้านเขียวจึงเป็นทางหนึ่งที่จะช่วยลดภาวะโลกร้อนได้จริงได้เลือกการออกแบบบ้านเขียว ประเภทบ้านเดี่ยว ระดับราคาปานกลาง ร่วมกับแนวความคิดการใช้การระบายแบบธรรมชาติทางตั้ง โดยได้เลือกบ้านโครงการศุภาลัย ซึ่งเป็นโครงการที่มีแนวคิดของบ้านเขียวและได้รับรางวัลจากโครงการการส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงานในอาคารที่เป็นการติดฉลาก โดยกรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน (พพ.) กระทรวงพลังงาน ตามโครงการมีการออกแบบเบื้องต้น การเลือกใช้วัสดุและผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ตามหลักเกณฑ์การประเมินเพื่อให้ทราบถึงการเพิ่มขึ้นของต้นทุนที่แท้จริง งานวิจัยนี้ได้ทำการศึกษาและวิเคราะห์ราคาก่อสร้างด้วยระบบบัญชีปริมาณงาน (BOQ) และวิเคราะห์ผลการจำลองการไหลของอากาศภายในบ้าน (CFD) โดยได้ศึกษาใน 2 ระบบ คือ ระบบระบายอากาศตามธรรมชาติ และระบบการใช้เครื่องปรับอากาศ โดยกำหนดตำแหน่งในการศึกษา 3 ตำแหน่ง ทั้งหมด 6 กรณี เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของความเร็วลมภายในบ้านในทุกกรณี ซึ่งแสดงถึงประสิทธิภาพการระบายอากาศของตำแหน่งที่ได้ทำการศึกษา พบว่า การเปิดช่องเปิด 2 ตำแหน่ง จะช่วยให้การระบายอากาศได้ทั่วทั้งหลังมากกว่าการเปิดช่องเปิดเพียงตำแหน่งเดียว และการเปิดช่องเปิดในกรณีที่ 5 มีการระบายอากาศที่เหมาะสมต่อการออกแบบบ้านเขียว ประเภทบ้านเดี่ยว ระดับราคาปานกลาง โดยต้นทุนจะเพิ่มขึ้นไม่เกินร้อยละ 5

Abstract

Single house is a dwelling pattern with regular demand. At present, more people are supporting for a decrease of global warming. Green house design is one of the solutions that can alleviate the problem. This study aims to provide design guidelines for green house with stack ventilation. Supalai housing project, built with green house concept, was selected as a

case study. It received an award from Department of Alternative Energy Development and Efficiency (DEDE) , Ministry of Energy because it has used appropriate basic design, eco materials and other products. This research considers cost by Bill of Quantities (BOQ) system and analyze the model that reproduces fluid flows by Computational Fluid Dynamics (CFD). It investigates 2 systems, one is a natural ventilation system and another one is an air conditioning system by defining 3 positions in the house. There are all together 6 cases to compare the difference of velocity, showing the efficiency of ventilation in each position. The study reveals that ventilation in 2 opening positions is better than opening in one position. In case 5, it has a good ventilation of a green house design for a green house with escalating cost of less than 5 percent.

คำสำคัญ (Keywords): สถาปัตยกรรมเขียว (Green Architecture), บ้านเขียว (Green House), บ้านเดี่ยวระดับราคาปานกลาง (Detached House Escalating Cost), ต้นทุน (Cost)

1. ที่มาและความสำคัญ

จากปัญหาภาวะโลกร้อน (global warming) ที่ส่งผลกระทบต่ออย่างต่อเนื่องในปัจจุบัน ส่งผลกระทบต่อการใช้ชีวิตของมนุษย์และเป็นสิ่งที่น่ากังวลของคนทั่วโลก ทำให้ผู้มนุษย์ได้ตระหนักถึงปัญหานี้มากขึ้น โดยมีการใช้วิธีต่าง ๆ มากมาย เพื่ออนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ ทางด้านสถาปัตยกรรมจึงมีการออกแบบที่ช่วยอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและอยู่ร่วมกับธรรมชาติ รวมไปถึงการออกแบบการใช้งานของผู้ใช้อาคารด้วยเพื่อส่งเสริมให้ผู้ใช้อาคารมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น เมื่อเกิดสถาปัตยกรรมเขียวขึ้น จึงทำให้มีเกณฑ์การประเมินสถาปัตยกรรมเขียวของประเทศไทยเพื่อเป็นมาตรฐานในระดับสากล

ในปัจจุบันโครงการหมู่บ้านจัดสรรยังมีโครงการก่อสร้างอยู่อย่างต่อเนื่อง และมีแนวโน้มที่จะมีการสร้างบ้านเดี่ยวเพิ่มมากขึ้นในแต่ละปี โครงการบ้านจัดสรรแบบใหม่เริ่มผสมผสานแนวคิดของการใกล้ชิดธรรมชาติและรักษา

ธรรมชาติมากขึ้น โดยมีการเพิ่มเทคนิคทางเทคโนโลยีด้านการประหยัดพลังงานเข้าไปใช้ด้วย และสามารถสร้างให้เป็นจุดเด่นของโครงการเพื่อเพิ่มมูลค่าได้อีกทางหนึ่งด้วย เนื่องจากผู้ซื้อส่วนใหญ่มีความคิดว่าการสร้างบ้านเดี่ยวให้เป็นสถาปัตยกรรมเขียวที่ได้รับรองมาตรฐานนั้น ใช้งบประมาณการซื้อที่สูง ผู้ซื้อส่วนใหญ่จึงไม่ให้ความสนใจ หากเปรียบเทียบจากราคาบ้านและการใช้งาน ผู้ซื้อจะเลือกบ้านเดี่ยวที่มีคุณภาพปานกลาง แต่มีราคาถูกเพื่อเป็นการประหยัดค่าใช้จ่ายมากกว่า ผู้ประกอบการจึงไม่นิยมสร้างโครงการที่เป็นบ้านเขียวที่ได้รับการรับรอง แต่ได้นำมาเป็นเพียงแนวคิดส่วนหนึ่งในโครงการเท่านั้น ซึ่งจะทำให้ผู้ประกอบการสามารถขายโครงการได้มากกว่า

งานวิจัยนี้เลือกศึกษาโครงการบ้านจัดสรรที่ยังสามารถเกิดการเปลี่ยนแปลงในอนาคตได้ ดังนั้น การศึกษาโครงการหมู่บ้านจัดสรรที่มีแนวคิดของการประหยัดพลังงาน ในการสร้าง

บ้านเดี่ยวเพื่อนำเสนอการปรับปรุงและพัฒนาให้บ้านเดี่ยวนั้น ได้รับมาตรฐานการประเมินอาคารเขียวอย่างถูกต้องโดยศึกษาเพื่อออกแบบปรับปรุง วิเคราะห์ราคาต้นทุน มูลค่า ที่เพิ่มของบ้านเพื่อนำไปประกอบการตัดสินใจในการเลือกซื้อบ้านด้วย

2. ขอบเขตของการวิจัย

1) โครงการศุภาลัย บ้านจัดสรรประเภทบ้านเดี่ยว ระดับราคาปานกลาง ราคาขายตั้งแต่ 3-5 ล้านบาท สถานที่ตั้งโครงการจัดสรรอยู่ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยเลือกศึกษาบ้านเดี่ยวสองชั้น 3-4 ห้องนอน ขนาดที่ดินประมาณ 50-70 ตารางวา ขนาดพื้นที่ใช้สอยรวมประมาณ 150-200 ตารางเมตร

2) ศึกษาเกณฑ์การประเมินอาคารอนุรักษ์พลังงานของโครงการการส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงานในอาคารโดยการติดฉลาก โดยกรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน (พพ.) กระทรวงพลังงาน

3) ศึกษาเกณฑ์การประเมินความยั่งยืนทางพลังงานและสิ่งแวดล้อมไทย สำหรับการก่อสร้างและปรับปรุงอาคารใหม่ โดยสถาบันอาคารเขียวไทย

3. ระเบียบวิธีวิจัย

1) ศึกษาเบื้องต้นเกี่ยวกับแนวความคิดหลักเกณฑ์และทฤษฎีในการออกแบบอาคารอนุรักษ์พลังงานจากการทบทวนวรรณกรรม

2) ศึกษาแนวทางการออกแบบโดยทำให้ต้นทุนไม่เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ (ไม่เกิน 5 %)

3) ศึกษารายละเอียดของบ้านเขียว วิเคราะห์พื้นที่และการออกแบบ เพื่อปรับปรุงให้มีประสิทธิภาพที่ดีขึ้น

4) กำหนดตำแหน่งที่ศึกษาโดยศึกษาใน 2 ระบบ คือ ระบบปิดและระบบเปิด ศึกษา 3 ตำแหน่ง ดังนี้ บริเวณโถงบันได บริเวณตรงข้ามโถงบันไดและบริเวณผนังห้องชั้นบน รวมทั้งหมด 6 กรณี

5) วิเคราะห์ข้อมูลการไหลของอากาศภายในบ้านโดยโปรแกรมคำนวณพลศาสตร์ของไหล (CFD) และราคาต้นทุน โดยระบบบัญชีประมาณงาน (BOQ)

6) ศึกษาราคาบ้านที่เพิ่มขึ้นที่ผู้ซื้อสามารถยอมรับได้ โดยการสัมภาษณ์หรือแจกแบบสอบถาม

7) วิเคราะห์เปรียบเทียบประสิทธิภาพและราคาต้นทุนที่เพิ่มขึ้น สรุปแนวทางในการออกแบบบ้านเขียว ประเภทบ้านเดี่ยว ระดับราคาปานกลาง โดยต้นทุนเพิ่มขึ้นตามร้อยละ 5

4. การทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

4.1 หลักการออกแบบบ้านเขียว

ในการออกแบบอาคาร เพื่อผู้ใช้งานสามารถใช้งานได้มีประสิทธิภาพ มีหลักการต่าง ๆ ดังนี้

1) การวางผังบริเวณและงานภูมิสถาปัตยกรรม

2) การออกแบบอาคาร

3) การเลือกใช้วัสดุ

4) การประหยัดพลังงาน

5) การใช้เทคโนโลยีและพลังงานทดแทน

เป็นการออกแบบให้มีความน่าสบาย โดยการออกแบบป้องกันไม่ให้ความร้อนจากภายนอกเข้ามาภายในอาคาร หรือการออกแบบช่องแสงเพื่อนำแสงธรรมชาติเข้ามาใช้ในอาคาร โดยไม่นำ

ความร้อนเข้าสู่อาคาร รวมไปถึงการเลือกใช้วัสดุ ก่อสร้างอาคารหรือวิธีการก่อสร้างที่ช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและคำนึงถึงการหมุนเวียนของวัสดุและการจัดการอาคารที่เน้นการประหยัด และการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพพอเพียง

4.2 การระบายอากาศตามธรรมชาติ (Natural Ventilation)

การระบายอากาศในอาคารโดยการ ออกแบบตำแหน่งช่องเปิด ขนาดช่องเปิด เพื่อเป็นตัวบังคับทิศทางและปริมาณลมที่เข้าทำให้ สภาพอากาศภายในอาคารคงความน่าสบายอยู่ หากต้องการปรับปรุงอาคาร โดยคงต้นทุนให้เพิ่มขึ้นน้อยที่สุด การออกแบบช่องเปิดเพื่อให้เกิดการ ระบายอากาศจึงเป็นการออกแบบที่เหมาะสม มากที่สุด การระบายอากาศแบ่งเป็น 2 แบบ ดังนี้

4.2.1 การระบายอากาศแบบพัดผ่าน (Cross Ventilation)

การระบายอากาศจากการเคลื่อนที่ของลม อากาศจะไหลเข้าสู่ตัวอาคารได้จากความแตกต่าง ของความกดอากาศที่เกิดขึ้น จากรูปทรงของ อาคาร ตำแหน่งของช่องเปิดลมเข้าและออก ทำให้เกิดลมพัดผ่านพื้นที่ต่าง ๆ ภายในอาคาร และระบายความร้อนออกสู่ภายนอก

4.2.2 การระบายอากาศรูปแบบปล่องระบาย อากาศ (Stack Ventilation)

การระบายอากาศจากความแตกต่างของ อุณหภูมิเป็นตัวทำให้เกิดการเคลื่อนที่ของการ อากาศขึ้นได้ โดยมีองค์ประกอบของอาคารที่ เรียกว่า *ปล่องระบายอากาศ* การระบายอากาศ เกิดขึ้นได้จากความแตกต่างของอุณหภูมิใน

อากาศภายในปล่องระบายอากาศนั้นส่งผลให้ ความร้อนลอยออกไปจากปล่องทางด้านบน เนื่องจากความร้อนจะลอยตัวขึ้นที่สูงจะทำให้ อากาศเย็นเข้ามาแทนที่

- ระบายอากาศจากหลังคา การทำหลังคา 2 ชั้น เพิ่มช่องเปิดระบายอากาศที่หลังคาความ ร้อน จากห้องชั้นบน อากาศจะลอยตัวออกไปได้ โดยอาศัยช่องเปิดด้านข้างรับลมเข้ามา อากาศจะ เคลื่อนผ่านตัวอาคารและเคลื่อนที่ออกทาง ช่องเปิดด้านบน

- ระบายอากาศจากบริเวณฝ้าเพดานและ หลังคา ทำให้บริเวณใต้หลังคาไม่สะสมความร้อน บริเวณชั้นบนของบ้านไม่ร้อนในเวลากลางวัน เช่น การใช้ครอบสันระบายอากาศ อากาศจะระบาย ออกทางด้านบนบริเวณครอบสัน ซึ่งเป็นระบบ หลังคาเย็น ซีแพคโมเนีย ช่วยทำให้บ้านเย็นสบาย ด้วยการสร้างระบบการหมุนเวียนอากาศภายใน หลังคาให้มีการถ่ายเทอากาศร้อนทิ้งไปและ ดูดอากาศเย็นเข้ามาแทนที่ได้ตลอดเวลา ซึ่งทำให้ อุณหภูมิในบ้านลดลง

5. ผลการศึกษา

การศึกษาแบ่งเป็น 2 ดังนี้

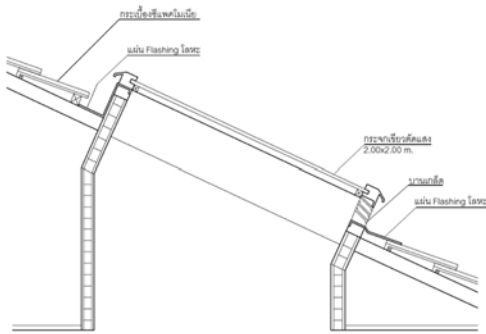
5.1 การวิเคราะห์ผลการจำลองการไหลของ อากาศภายในบ้าน (CFD)

ได้ศึกษาใน 2 ระบบ คือ ระบบระบาย อากาศ ตามธรรมชาติและระบบการใช้เครื่องปรับ อากาศ โดยกำหนดตำแหน่งในการศึกษา 3 ตำแหน่ง 6 กรณี เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่าง ของความเร็วลมภายในบ้านในทุกกรณี ซึ่งแสดง ถึงประสิทธิภาพการระบายอากาศของตำแหน่งที่ ได้ทำการศึกษา ดังนี้

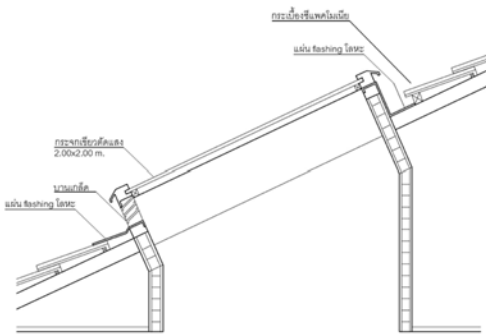
1) กรณีที่ 1 ศึกษาเฉพาะตำแหน่งที่ 1 บริเวณโถงบันได ทำให้เห็นว่าลมจากชั้นล่างมี

ทิศทาง เคลื่อนที่ขึ้นสู่ชั้นบนผ่านบริเวณโถงบันได
 ออกที่ช่องเปิดด้านบนจะทำให้การระบายอากาศ
 เคลื่อนที่ขึ้นได้ ทำให้สังเกตได้ว่าความเร็วลมที่
 บริเวณโถงชั้นล่างมีค่าสูงกว่าความเร็วลมบริเวณ
 โถงชั้นบน เพราะกระแสลมด้านล่างจะเคลื่อนตัว
 ขึ้นสู่ด้านบน

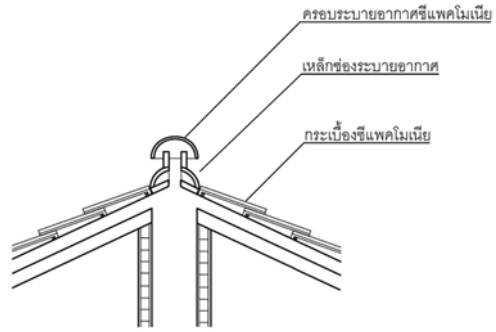
2) กรณีที่ 2 ศึกษาเฉพาะตำแหน่งที่ 2
 บริเวณตรงข้ามโถงบันไดจากการทดลอง พบว่า
 การระบายภายในบ้านดีขึ้น แต่บริเวณชั้นบนยังมี
 อุณหภูมิสูงกว่าบริเวณชั้นล่าง ซึ่งอากาศที่อยู่ติด
 บริเวณฝ้าเพดานชั้นบนมีอุณหภูมิที่สูงที่สุด คือ 37
 องศาเซลเซียส ทำให้เห็นได้ว่าอากาศที่มีอุณหภูมิ
 สูงจะลอยตัวอยู่ด้านบนเพดาน



รูปที่ 1 รูปตัดขยายตำแหน่งที่ 1 บริเวณโถงบันได



รูปที่ 2 รูปตัดขยายตำแหน่งที่ 2 บริเวณตรงข้ามโถงบันได



รูปที่ 3 รูปตัดขยายตำแหน่งที่ 3 บริเวณผนังชั้นสอง

3) กรณีที่ 3 ศึกษาเฉพาะตำแหน่งที่ 3
 บริเวณผนังชั้นสอง จากการทดลองพบว่า เมื่อเปิด
 ช่องเปิดที่หลังคา ห้องนอน 2 และ 3 มีอุณหภูมิ
 ที่ดีขึ้น จึงแสดงได้ว่าการระบายอากาศที่ดีขึ้น
 เล็กน้อย สังเกตจากอุณหภูมิภายในห้องที่เปลี่ยน
 ไป

4) กรณีที่ 4 ศึกษาพร้อมกันของตำแหน่งที่
 1 และ 2 จากการทดลองพบว่า เมื่อเปิดช่องเปิด
 ร่วมกัน ทำให้อากาศภายในบ้านเปลี่ยนแปลง
 น้อยมากหรือแทบไม่มีความเปลี่ยนแปลง เมื่อ
 เทียบกับการเปิดช่องเปิดเดียวในกรณีที่ 1 และ 2
 แต่จะมีความเร็วลมสูงบริเวณช่องเปิดด้านบน

5) กรณีที่ 5 ศึกษาพร้อมกันของตำแหน่งที่
 1 และ 3 จากการทดลองพบว่า การระบายอากาศ
 ในตำแหน่งที่ 3 ไม่มีการเปลี่ยนแปลงของอุณหภูมิ
 ภายในห้องนอน 2 และ 3 เมื่อเทียบกรณีที่ 3
 ตำแหน่งที่ 1 มีการระบายอากาศได้ดีแต่ความเร็วลม
 ไม่เพิ่มขึ้น

6) กรณีที่ 6 ศึกษาพร้อมกันของตำแหน่งที่
 2 และ 3 จากการทดลองพบว่า ไม่มีการเปลี่ยน
 แปลงของอุณหภูมิในตำแหน่งต่าง ๆ

5.2 การวิเคราะห์ราคาก่อสร้างด้วยระบบ บัญชีปริมาณงาน (BOQ)

การประมาณราคา โดยผู้วิจัยบ้าน
ศุภพักตร์ มีราคาค่าก่อสร้างประมาณ 1,387,000
บาท และเมื่อผู้วิจัยได้ศึกษาตำแหน่งทั้ง 3
ตำแหน่ง ราคาค่าก่อสร้างรวมเพิ่มขึ้นเป็นราคา
ประมาณ 1,433,000 บาท จะเห็นได้ว่ามีการเพิ่ม
ขึ้นของต้นทุนประมาณ 46,000 บาท คิดเป็น
ประมาณร้อยละ 4 ของราคาบ้านเดิม ทำให้ผู้วิจัย
พบว่า หากมีการเปลี่ยนแปลงจะทำให้ราคาค่า
ก่อสร้างเพิ่มขึ้นไม่เกินร้อยละ 5 อย่างแน่นอน

6. สรุปผลการศึกษา

การระบายอากาศแนวตั้งสามารถช่วยให้
อุณหภูมิภายในบ้านดีขึ้นเพียงเล็กน้อย โดยสังเกต
จากความเร็วลมและอุณหภูมิภายในห้องต่างๆ
ที่เปลี่ยนแปลงไป จากกรณีต่างๆ ที่ศึกษา พบว่า
หากเปิดช่องเปิดในตำแหน่งเดียว เช่น กรณีที่ 1
2 และ 3 จะส่งผลให้อุณหภูมิบริเวณที่ศึกษาดีขึ้น
หากเปิดช่องเปิดร่วมกัน เช่น กรณีที่ 3 4 และ 5
ประสิทธิภาพในการระบายอากาศจะลดลง ทำให้
อุณหภูมิภายในห้องไม่เปลี่ยนแปลง จากการ
ศึกษาการเปิดช่องเปิดในกรณีที่ 5 เหมาะสมกับ
บ้านเดี่ยวที่ศึกษามากที่สุด ถึงแม้ว่ามีการ
เปลี่ยนแปลงน้อย แต่ทำให้เกิดการระบายอากาศ
ได้ทั่วทั้งหลัง

References

- มณฑิเยร ประจวบดี. (2538). *การประมาณต้นทุน*.
กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- จิฐิพร วงศ์วัชรไพบุลย์. (2551). *ประสิทธิภาพการ
ระบายอากาศของปล่องแสงอาทิตย์*. วิทยา-
นิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต, คณะสถาปัตย-
กรรมศาสตร์และการผังเมือง, มหาวิทยาลัย
ธรรมศาสตร์.
- สำนักงานส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน กรมพัฒนา
พลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน. (2553).
*คู่มือแบบประเมินอาคารประหยัดพลังงาน
และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม อาคารพักอาศัย
(R - 49.02)*. กรุงเทพฯ.
- Brown, G. Z. & Mark, D. (2001). *Sun, wind &
Light: Architectural design strategies* (2nd
ed.). New York: John Wiley & Sons.
- Chenvidyakarn, T. & Woods, A. (2005).
Multiple steady states in stack ventilation.
Building and Environment, 40(3), 399-410.
- Gan, G. (1988). A parametric study of Trombe
walls for passive cooling of buildings,
Energy and Buildings, 27, 37-43.

แนวทางการพัฒนาศักยภาพพื้นที่และเส้นทางเพื่อเพิ่มการท่องเที่ยว ในพื้นที่เกาะรัตนโกสินทร์

Potential Development Guidelines for Improving Nodes and Linkages to Increase Tourist Destination in Rattanakosin Area

ทัตพร อินทรนันท์¹ และ ดร. วิมลสิทธิ หรยางกูร²

Tadporn Intaranan¹ and Vimolsiddhi Horayangkura, Ph.D.²

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

E-mail: itadpoon@hotmail.com¹, hvimolsiddhi@hotmail.com²

บทคัดย่อ

จากสถิติการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร พบว่า บริเวณพื้นที่เกาะรัตนโกสินทร์เป็นพื้นที่ที่มีปริมาณนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมมากที่สุด เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ที่ยังสามารถบอกเล่าเรื่องราวในอดีตผ่านสถานที่ ชุมชน และวิถีชีวิตของประชาชนได้ แต่พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวกระทำต่อนักท่องเที่ยวปริมาณมากเฉพาะบริเวณสถานที่ชื่อดังเท่านั้น งานวิจัยนี้จึงได้ทำการศึกษาโดยการสำรวจ จำนวนนักท่องเที่ยวตามสถานที่ต่าง ๆ และการใช้แบบสอบถามเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและเส้นทางการสัญจร จากจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมด 1,041 คน ผลการวิจัยพบว่า มีเส้นทางการท่องเที่ยวทั้งหมด 6 เส้นทาง ซึ่งนำไปสู่การปรับปรุงพัฒนาเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวที่สมบูรณ์แบบด้วยการปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวก เส้นทางคมนาคมและเพิ่มทางเลือกเพื่อเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว จะทำให้เกิดการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่ครบถ้วนได้ ทำให้สามารถสร้างรายได้ให้แก่ ชุมชน และท้องถิ่น อันจะนำไปสู่การสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจสังคม และวัฒนธรรมจากการท่องเที่ยว

Abstract

According to the Bangkok tourism statistics. Rattanakosin Island is the most visited location for tourists. The Island has various historic attractions for tourists which are still displaying the historical events as well as the community lifestyle. However, in reality the tourism outcome indicates that it is a superficial visit concentrating on a few well known destinations only. The study will be contributive to develop and reform the facilities in each location. It is based on the quantitative analysis of 1,041 tourists' questionnaire response among the tourist attractions in order to determine the touring routes. It reveals 6 major touring routes which lead to the ideal approach to tourist attraction. By reforming the facilities and routes partially, such routes will be the tourist route alternatives which promote a more complete touring program. The tourism enhancement leads to the creation of economic, social and cultural value.

คำสำคัญ (Keywords): จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว (Tourist Destination), เส้นทางการท่องเที่ยว (Tourist Route), ระบบการท่องเที่ยว (Tourist System)

1. ที่มาและความสำคัญ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วที่สุดในโลก สร้างรายได้มหาศาลให้กับประเทศไทยและยังก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนากรุงเทพฯ อีกด้วย โดยข้อมูลจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2555) พบว่า สถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวนิยมจะอยู่ในพื้นที่เกาะรัตนโกสินทร์เป็นส่วนใหญ่ เนื่องจากเป็นพื้นที่ศูนย์รวมการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และสถาปัตยกรรมของกรุงเทพฯ แต่เกิดในลักษณะ “กระจุกตัว” อยู่เฉพาะแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญหรือแหล่งที่ได้รับความนิยมสูง ทั้ง ๆ ที่บนเกาะรัตนโกสินทร์มีสถานที่ท่องเที่ยวหลากหลายประเภท พื้นที่นี้จึงควรปรับปรุงและพัฒนาเพื่อทำให้พื้นที่เป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น สร้างความต่อเนื่องให้กับเส้นทางท่องเที่ยวในบริเวณรอบ ๆ พัฒนาทุกพื้นที่ให้มีความสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวสู่สถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ ในบริเวณพื้นที่ใกล้เคียง ซึ่งนอกจากจะเป็นการพัฒนาพื้นที่แล้วยังจะนำไปสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมให้แก่ชุมชน เกิดการสร้างงานสร้างรายได้ให้กับคนในพื้นที่ และเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญของกรุงเทพมหานครได้อีกด้วย

2. วัตถุประสงค์

- 1) ศึกษา รวบรวม สํารวจ ประเภทและจำนวนนักท่องเที่ยวไปยังพื้นที่ต่าง ๆ
- 2) ศึกษาพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวตามกลุ่มประเภทของนักท่องเที่ยว

- 3) กำหนดเส้นทางท่องเที่ยวและระบบการคมนาคมขนส่ง

- 4) ออกแบบปรับปรุงพื้นที่และเส้นทางเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว

- 5) สรุปแนวทางการพัฒนาพื้นที่และเส้นทางเพื่อเพิ่มการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะรัตนโกสินทร์

3. ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.1 ทฤษฎีเกี่ยวกับเมืองเก่า

ประสงค์ เอี่ยมอนันต์ (2550) ให้แนวคิดว่าการพัฒนาเมืองเก่า ต้องเป็นการพัฒนาที่ยังคงแสดงให้เห็นความเชื่อมต่อของพื้นที่ โดยอาศัยองค์ประกอบชุมชนเมืองเดิม รั้วมดระวางมีให้เน้นการตกแต่งมากไปแต่จะเป็นการตกแต่งเมือง

3.2 ทฤษฎีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

อาศัยหลัก 4As เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีความสามารถในการดึงดูดนักท่องเที่ยว (มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี, 2550) ได้แก่

- 1) ความดึงดูดใจ (Attraction)
- 2) การเข้าถึงง่าย (Accessibility)
- 3) สิ่งอำนวยความสะดวกที่รื่นรมย์ (Amenity)
- 4) บริการสนับสนุน (Ancillary Service)

3.3 จุดหมายของการท่องเที่ยว (Tourist destination)

จุดสำคัญนอกเหนือจากความสะดวกสบายของสถานที่ท่องเที่ยวแล้ว สิ่งอำนวยความสะดวก การขนส่ง และบริการที่ถูกออกแบบมาเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวก็เป็นจุด

สำคัญที่สามารถสร้างความประทับใจของนักท่องเที่ยวได้

3.3.1 แนวคิดระบบจุดหมายปลายทางท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมภาคบริการที่มีองค์ประกอบซึ่งจับต้องได้ เช่น การบริการต่าง ๆ ธุรกิจที่ให้บริการด้านการพักผ่อนหย่อนใจ และการขนส่ง นอกจากนี้ การท่องเที่ยวยังมีองค์ประกอบซึ่งจับต้องไม่ได้ เช่น การพักผ่อนหย่อนใจ วัฒนธรรม และประสบการณ์จริง (สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดระนอง, 2553)

1) ระบบจุดหมายปลายทางภายในเมืองหรือพื้นที่ท่องเที่ยวต้องมียุทธศาสตร์สำคัญหลัก ได้แก่ ทรัพยากรทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม กิจกรรมของชุมชน และมีปัจจัยรองรับด้วยองค์ประกอบสนับสนุน ได้แก่ โรงแรมที่พัก สาธารณูปโภคพื้นฐาน การคมนาคมขนส่ง กิจกรรมรูปแบบต่าง ๆ แหล่งบันเทิง และร้านค้า เป็นต้น

2) ปัจจัยนำเข้ามีปัจจัยที่สำคัญอยู่หลายปัจจัยด้วยกัน ซึ่งจะเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยว อาทิ

2.1 ความคาดหวังของนักท่องเที่ยว
มาจากการที่จุดหมายปลายทางมีการเข้าถึงที่ดี

2.2 ความคิดสร้างสรรค์ในการทำ
ธุรกิจของผู้ประกอบการ

2.3 ทักษะของแรงงานท่องเที่ยว

2.4 เงินลงทุนจากนักลงทุน

3) ปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อพื้นที่ ได้แก่ รสนิยม ความสนใจของนักท่องเที่ยว

4. ระเบียบวิธีวิจัย

1) ศึกษาแนวคิดทฤษฎีเพื่อศึกษาหาตัวแปร หรือองค์ประกอบที่เกี่ยวข้อง

2) ศึกษาลักษณะพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว เพื่อจำแนกประเภทนักท่องเที่ยว และหาเส้นทางท่องเที่ยวของในแต่ละกลุ่ม

2.1 ศึกษาจำนวนนักท่องเที่ยวโดยใช้วิธีการสุ่มนับเพื่อวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยจำนวนนักท่องเที่ยวต่อหนึ่งวันในสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ทั้งหมด 14 ที่ คือ วัดพระแก้ว ศาลหลักเมือง วัดโพธิ์ มิวเซียมสยาม พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติพระนคร ท่าพระจันทร์ ถนนข้าวสาร ป้อมพระสุเมรุ ป้อมมหากาฬ นิทรรศรัตนโกสินทร์ ภูเขาทอง วัดสุทัศน์ ดิโอลด์สยาม และย่านพาหุรัด

2.2 ศึกษาเส้นทางของนักท่องเที่ยวที่แท้จริงจากสถานที่จุดเริ่มต้น สถานที่ปัจจุบัน และสถานที่ถัดไป เพื่อนำเส้นทางท่องเที่ยวมาวิเคราะห์ โดยใช้วิธีการแจกแบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 520 ชุด และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำนวน 521 ชุด

3) วิเคราะห์เส้นทางท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นโดยจำแนกตามกลุ่มประเภท สัมภาษณ์ความต้องการด้านกายภาพ สภาพปัจจุบันที่เกิดขึ้นโดยการสอบถาม สัมภาษณ์และสังเกตศึกษาข้อมูลเชิงคุณภาพ

4) วิเคราะห์ปัญหาของเส้นทางที่เกิดขึ้น ความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวก การปรับปรุงทั้งในด้านของกายภาพ และการบริหารจัดการการท่องเที่ยว

5. ผลการวิจัย

5.1 ผลการสำรวจจำนวนนักท่องเที่ยว

จากการสำรวจนักท่องเที่ยวตามสถานที่ต่าง ๆ สรุปได้ ดังนี้

- 1) สถานที่ที่นักท่องเที่ยวชาวไทยนิยม
 - วัดพระแก้ว 8,000 คน/วัน
 - ศาลหลักเมือง 6,000 คน/วัน

- วัดโพธิ์ 4,000 คน/วัน
- 2) สถานที่ที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินิยม
 - วัดพระแก้ว 12,000 คน/วัน
 - ถนนข้าวสาร 10,000 คน/วัน
 - วัดโพธิ์ 7,000 คน/วัน

5.2 ผลการสำรวจเส้นทางท่องเที่ยว

เรียงลำดับตามความถี่ของข้อมูลจากแบบสอบถามจากมากไปน้อย และเลือกจุดเริ่มต้นเฉพาะ 3 อันดับแรก

ตารางที่ 1 แสดงลักษณะการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามสถานที่จุดเริ่มต้น

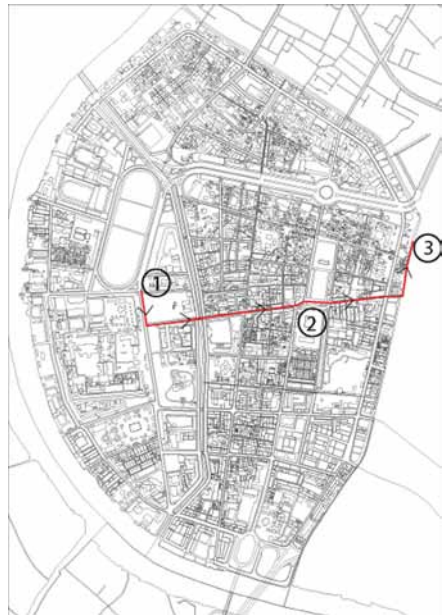
สถานที่ท่องเที่ยว	สถานที่ถัดไป							
	วัดพระแก้ว	ศาลหลักเมือง	วัดโพธิ์	วัดสุทัศน์	ภูเขาทอง	วัดอรุณ	โลหะปราสาท	สถานที่อื่น ๆ
1. ศาลหลักเมือง / 188	40	12	64	11	37	15	14	58
2. วัดพระแก้ว / 142	10	42	43	7	12	23	8	80
3. วัดโพธิ์ / 108	45	37	7	4	35	42	6	83
4. ภูเขาทอง / 97	28	26	25	30	4	7	30	28

ตารางที่ 2 แสดงลักษณะการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำแนกตามสถานที่จุดเริ่มต้น

สถานที่ท่องเที่ยว	สถานที่ถัดไป									
	วัดพระแก้ว	วัดโพธิ์	วัดสุทัศน์	วัดอรุณ	ท่าเตียน	ข้าวสาร	ดิโอลด์สยาม	พารวู้ด	เยาวราช	สถานที่อื่น ๆ
1. วัดพระแก้ว / 200	31	60	25	34	24	27	14	13	21	181
2. วัดโพธิ์ / 180	40	13	22	33	47	36	9	7	14	76
3. วัดสุทัศน์ / 86	35	19	5	12	13	15	30	11	42	54
4. ภูเขาทอง / 65	17	14	13	10	14	17	15	9	20	54
5. ดิโอลด์สยาม / 57	20	11	9	7	7	20	1	12	4	45

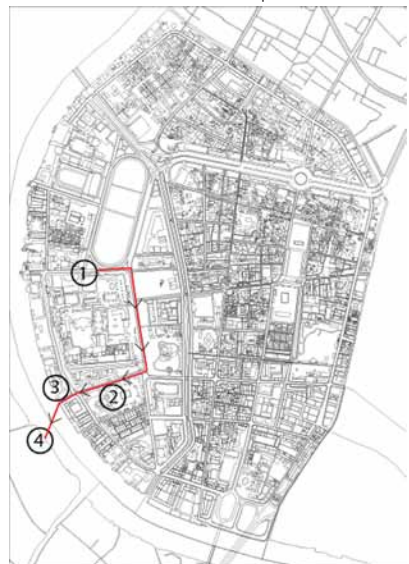
5.2.1 เส้นทางท่องเที่ยวของชาวไทย

- 1) ศาลหลักเมือง - วัดสุทัศน์ - ภูเขาทอง 168 คน



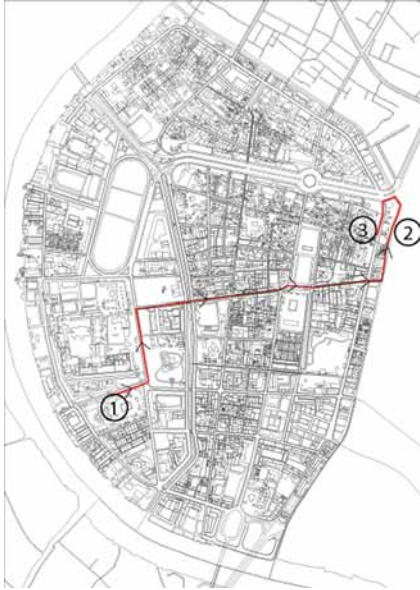
รูปที่ 1 เส้นทางท่องเที่ยวที่ 1

- 2) วัดพระแก้ว - ศาลหลักเมือง - วัดโพธิ์ - ท่าเตียน - วัดอรุณฯ 142 คน



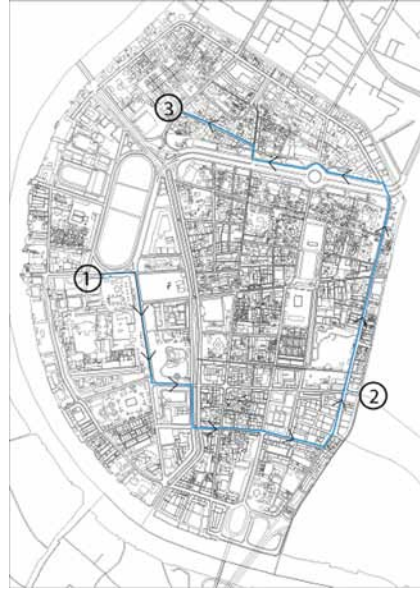
รูปที่ 2 เส้นทางท่องเที่ยวที่ 2

- 3) วัดโพธิ์ - ภูเขาทอง - โลหะปราสาท
108 คน



รูปที่ 3 เส้นทางการท่องเที่ยวที่ 3

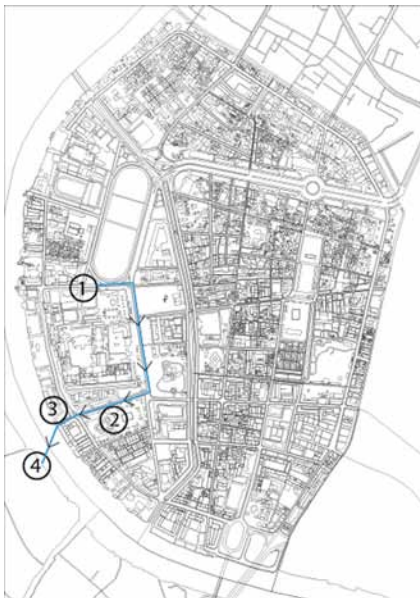
- 2) วัดโพธิ์ - เยาวราช - ถนนข้าวสาร
180 คน



รูปที่ 5 เส้นทางการท่องเที่ยวที่ 5

5.2.2 เส้นทางการท่องเที่ยวของชาวต่างชาติ

- 1) วัดพระแก้ว - วัดโพธิ์ - ท่าเตียน -
วัดอรุณ 200 คน



รูปที่ 4 เส้นทางการท่องเที่ยวที่ 4

- 3) วัดสุทัศน์ - ดิโอลด์สยาม - พาหุรัด
86 คน



รูปที่ 6 เส้นทางการท่องเที่ยวที่ 6

6. สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

6.1 ข้อเสนอแนะแนวทางการปรับปรุง

1) พื้นที่ที่มีปริมาณจำนวนนักท่องเที่ยวมากที่สุด และยังเป็นสถานที่จุดเริ่มต้นของการมาท่องเที่ยว เช่น บริเวณพื้นที่วัดพระแก้ว ศาลหลักเมือง มีความหนาแน่นของนักท่องเที่ยวมาก ข้อเสนอแนะจากผู้วิจัย คือ พื้นที่บริเวณนี้ควรปรับปรุงให้มีจุดพักนั่งรอเป็นระยะ ๆ

2) ปัญหาที่นักท่องเที่ยวได้แสดงความคิดเห็นกันมาก คือ ปัญหาการจราจรติดขัด มีพื้นที่จอดรถไม่เพียงพอกับปริมาณนักท่องเที่ยว ผู้วิจัยจึงเสนอแนะว่าควรให้มีพื้นที่สำหรับการจอดรถยนต์ส่วนตัว และรถบัสโดยสารนำเที่ยว หากมีการจัดสรรพื้นที่สำหรับการจอดรถแล้ว จะสามารถอาศัยรถประจำทาง หรือสร้างเส้นทางรถรางดำเนินการรับส่งนักท่องเที่ยว โดยโครงการที่ทางกรุงเทพฯ ได้พัฒนาอยู่ในตอนนี้ คือ การตั้งสถานีจอดรถโดยสารนักท่องเที่ยว บริเวณสถานีขนส่งผู้โดยสารกรุงเทพฯ (ปิ่นเกล้า) เพื่อแก้ไขปัญหาการจราจรโดยรอบบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์

3) ในระหว่างเส้นทางผ่าน คือ บริเวณคลองคูเมืองเดิม ซึ่งเป็นพื้นที่ในอดีตที่มีประวัติศาสตร์และเรื่องราว แต่ในปัจจุบันกิจกรรมบริเวณคลองคูเมืองเดิมจะมีเพียงในช่วงเย็น มีการค้าขายเล็กๆ เกิดขึ้น ผู้วิจัยจึงขอเสนอให้มีการปรับปรุงบริเวณคลองคูเมืองเดิมให้เป็นจุดพักผ่อน หรือร้านค้าขนาดเล็ก และปรับปรุงคุณภาพน้ำในคลอง เพื่อให้สามารถเพิ่มสถานที่ท่องเที่ยวได้จุดหนึ่ง

4) เส้นทางผ่านถนนบำรุงเมือง ซึ่งเป็นที่ตั้งของย่านสังฆภัณฑ์เป็นชุมชนเก่าแก่ ปัญหาคือไม่มีทางเดินเท้าหรือมีระยะแคบมาก เนื่องจากร้านค้าขายพื้นที่ออกมาทับพื้นที่ทางเดิน ทำให้

การสัญจรบริเวณนี้เป็นไปอย่างลำบาก เสี่ยงต่อการเกิดอุบัติเหตุ ข้อเสนอแนะการปรับปรุงจึงเป็นเรื่องของการใช้การจัดสรรเส้นทางตามซอยในพื้นที่ชุมชน ให้เป็นเส้นทางท่องเที่ยวแนะนำ เพื่อให้นักท่องเที่ยวเดินเท้าได้อย่างปลอดภัย อีกทั้งการเป็นย่านชุมชนที่เก่าแก่ จึงน่าจะสามารพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้อีกด้วย

References

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2553). *บทสรุปสำหรับผู้บริหาร (Executive Summary) โครงการสำรวจทัศนคติและพฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวของชาวไทยในพื้นที่ที่มีศักยภาพในการส่งออกนักท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.
- เดชา บุญค้ำ. (2531). *คู่มือพัฒนาภูมิทัศน์เมืองเพื่อการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- ประสงค์ เอี่ยมอนันต์. (2543). *การดูแลโบราณสถานและสภาพแวดล้อมในการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในวัด*. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, สถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม. กรุงเทพฯ: สันติศิริพิมพ์.
- มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี. (2550). *ทรัพยากรการท่องเที่ยว*. สืบค้นเมื่อ 3 สิงหาคม 2555, จาก http://dit.dru.ac.th/home/023/travel_resource/index.html
- สถิตินักท่องเที่ยว. *กรมการท่องเที่ยว*. สืบค้นเมื่อ 7 สิงหาคม 2555, จาก <http://123.242.133.66/tourismth/home/tourism.php?id=5>
- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดระนอง. (2553). *คู่มือกระบวนการส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวจังหวัดระนอง*. สืบค้นเมื่อ 2 กรกฎาคม 2555, จาก <http://ranong.mots.go.th>

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของโครงการอสังหาริมทรัพย์ประเภทบ้านเดี่ยว:

กรณีศึกษา บริษัท แسنสิริ จำกัด (มหาชน) และ

บริษัท พฤษา เรียลเอสเตส จำกัด (มหาชน)

Success Factors of Detached House in Real Estate Development Projects:

A Case Study of Sansiri and Pruksa Real Estate Public Company

ศศลักษณ์ พีชผล¹ และ ดร. วิมลสิทธิ์ ทรายางกูร²

Sasaluk Phuetphol¹ and Vimolsiddhi Horayangkura, Ph.D.²

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

E-mail: abobdin@gmail.com¹, hvimolsiddhi@hotmail.com²

บทคัดย่อ

จากการที่มุ่งศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของโครงการอสังหาริมทรัพย์ประเภทบ้านเดี่ยว โดยใช้ทฤษฎีส่วนผสมทางการตลาด (4P) ได้แก่ ปัจจัยด้านทำเล ที่ตั้ง ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการตลาด โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัย 3 ประการ ดังนี้ 1) ศึกษาหลักการทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับส่วนผสมทางการตลาดและปัจจัยส่วนผสมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง 2) ศึกษาแนวทางของบริษัทอสังหาริมทรัพย์ที่ใช้ปัจจัยจากส่วนผสมทางการตลาดในการสร้างโอกาสเพื่อความสำเร็จในการขายโครงการ 3) ศึกษาปัจจัยที่ผู้ซื้อใช้ในการตัดสินใจซื้อโครงการ เน้นการศึกษาปัจจัยต่าง ๆ ที่เป็นแนวทางของแต่ละบริษัทที่ใช้เป็นปัจจัยในการสร้างความสำเร็จให้เกิดต่อโครงการ กับปัจจัยที่ผู้ซื้อโครงการใช้ในการตัดสินใจซื้อโครงการบ้านเดี่ยวในบริษัทกรณีศึกษา งานวิจัยนี้ได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ฝ่ายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในการสร้างโครงการของแต่ละบริษัท การศึกษาข้อมูลจากโครงการกรณีศึกษาจำนวนบริษัทละ 3 โครงการ ด้วยการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามจากผู้ซื้อโครงการ บริษัทละ 3 โครงการ จำนวนโครงการละ 40 คน ผลการศึกษาเบื้องต้น พบว่า บริษัท แسنสิริ จำกัด (มหาชน) มีการให้ความสำคัญกับปัจจัยสองส่วนเป็นหลัก คือ ปัจจัยของพื้นที่ทำเลซึ่งทางบริษัทถือเป็นฐานของปัจจัยทั้งหมด และใช้การออกแบบทางสถาปัตยกรรมเป็นปัจจัยในการดึงดูดการซื้อโครงการของกลุ่มลูกค้า ซึ่งทำให้สามารถทำการตลาดอย่างหลากหลาย เนื่องจากการใช้ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความสำเร็จในการขายโครงการ ส่วนกรณีของบริษัท พฤษา เรียลเอสเตส จำกัด (มหาชน) ใช้ปัจจัยด้านราคาและปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งโครงการเป็นหลักในการดึงดูดกลุ่มลูกค้า เนื่องจากทางบริษัทมีความเห็นว่าลูกค้าใช้ปัจจัยด้านราคาเพื่อใช้ในการตัดสินใจซื้อโครงการเป็นหลัก โดยมีความสอดคล้องกับรูปแบบของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของบริษัทที่ใช้การก่อสร้างแบบสำเร็จรูป ซึ่งสามารถลดต้นทุนในการก่อสร้างทำให้สามารถสนับสนุนการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา ทั้งนี้ จะเป็นประโยชน์ต่อการสร้างและพัฒนาปัจจัยที่สามารถสร้างความสำเร็จต่อโครงการบ้านเดี่ยวในอนาคต และเป็นแนวทางในการกำหนดความสำคัญของปัจจัยในการประกอบธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ สำหรับโครงการบ้านเดี่ยวต่อไป

Abstract

This research is to study the success factors for detached house in land subdivision projects. The marketing mix (4P) is used as basic factors: factors of location, product, price and promotion. The objectives of "Success Factors for Detached House in Real Estate Development Projects: A Case Study of Sansiri and Pruksa Real Estate Public Company" are to study marketing mix (4P) that effect project success; to study modeling and success factor of detached house in real estate development projects; to study decision factors of the costumers; and to compare and to find relation concerning success factors of real estate business and the decision factors of the costumers. The data were gathered by interview for information in each real estate company, each with 3 projects and using questionnaires for 40 costumers per project. The research result of Sansiri Public Company reveals that factors of location and product are affecting most as success factors because costumers are looking for design and quality of location indicating product factor. And for Pruksa Real Estate Company factor of price is affecting most to the success, and the construction is also supporting price decrease.

คำสำคัญ (Keywords): ปัจจัยความสำเร็จ (Success Factors), โครงการอสังหาริมทรัพย์ (Detached House), โครงการบ้านเดี่ยว (Real Estate Development Projects), บริษัทอสังหาริมทรัพย์ (Real Estate Company)

1. ที่มาและความสำคัญ

ตลาดอสังหาริมทรัพย์ในพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑลในปัจจุบันนั้นยังมีการเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพราะมีความต้องการด้านที่พักอาศัยเพิ่มขึ้นตามจำนวนประชากรหรือจากประชากรที่ย้ายถิ่นที่อยู่อาศัย ดังนั้น ส่งผลต่อการประกอบธุรกิจด้านอสังหาริมทรัพย์ สำหรับบางบริษัทมีกลยุทธ์ที่สามารถทำให้บริษัทสามารถอยู่ในตลาดของอสังหาริมทรัพย์ได้ ในขณะที่บางบริษัทไม่ประสบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ การศึกษานี้ จึงเป็นการนำเสนอเหตุผล ปัจจัยที่ทำให้บริษัทกรณีศึกษาสามารถที่จะประกอบธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เพื่อความสำเร็จ โดยเฉพาะโครงการอสังหาริมทรัพย์ประเภทบ้านเดี่ยวที่มีการแข่งขันทางการตลาดค่อนข้างสูง ทั้งนี้ การ

ประกอบธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ล้วนแล้วแต่มีการนำเอากลยุทธ์และมีการใช้วิธีการในการสร้างความได้เปรียบให้เกิดขึ้นทางการขายโครงการ ซึ่งเรียกได้ว่าเป็นการสร้างให้เกิดความสำเร็จให้เกิดแก่โครงการอสังหาริมทรัพย์ โดยเฉพาะในตลาดของโครงการอสังหาริมทรัพย์ประเภทบ้านเดี่ยวที่ค่อนข้างมีลักษณะเฉพาะตัวทั้งในด้านความต้องการของลูกค้า และความสามารถที่บริษัทผู้สร้างโครงการจะสามารถตอบสนองต่อความต้องการนั้น ๆ ได้ ซึ่งในแต่ละบริษัทก็มีความต้องการต่าง ๆ นั้น เพื่อทำให้เกิดการขายโครงการในท้ายที่สุด โดยการศึกษาจากปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดเบื้องต้น 4 ประการ (4P) ซึ่งประกอบไปด้วย ปัจจัยด้านทำเลที่ดิน (Place)

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของโครงการอสังหาริมทรัพย์ประเภทบ้านเดี่ยว: กรณีศึกษา บริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน) และบริษัท พฤษา เรียวเอสเตต จำกัด (มหาชน) ศศลักษณ์ พิษผล และ ดร. วิมลสิทธิ์ ทรยางค์กูร

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านราคา (Price) และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) โดยปัจจัยทั้ง 4 ปัจจัยเป็นพื้นฐานในการสร้างให้เกิดความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ โดยบริษัทแต่ละบริษัทก็จะสามารถให้ความสำคัญกับปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้ในน้ำหนักที่ต่างกัน (วิทวัส รุ่งเรืองผล, 2552) เพื่อสร้างความแตกต่างหรือสร้างให้เกิดกลยุทธ์ที่ทำให้เกิดความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ หรือการสร้างโครงการอสังหาริมทรัพย์ โดยมีคำถามการวิจัย ดังนี้

1. บริษัทอสังหาริมทรัพย์มีกลยุทธ์แนวทางในการสร้างความสำเร็จต่อโครงการอสังหาริมทรัพย์ประเภทบ้านเดี่ยวอย่างไรบ้าง
2. บริษัทอสังหาริมทรัพย์ให้ความสำคัญกับปัจจัยแต่ละปัจจัยอย่างไร เพื่อสร้างความสำเร็จด้านยอดขายในโครงการอสังหาริมทรัพย์ประเภทบ้านเดี่ยว

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาถึงการให้ความสำคัญของปัจจัยที่สร้างให้เกิดความสำเร็จแก่โครงการอสังหาริมทรัพย์ประเภทบ้านเดี่ยวของบริษัทอสังหาริมทรัพย์นั้น จะทำให้ทราบถึงเหตุผลปัจจัยที่ทำให้บริษัทหรือโครงการประสบความสำเร็จและทราบถึงกลยุทธ์ ปัจจัยต่าง ๆ เพื่อเป็นแนวทางให้กับผู้ที่สนใจในการสร้างโครงการอสังหาริมทรัพย์เพื่อการประสบความสำเร็จ และนำมาสรุปเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของโครงการอสังหาริมทรัพย์ประเภทบ้านเดี่ยวในบริษัทอสังหาริมทรัพย์และนำไปใช้ประโยชน์ต่อไป

2. วัตถุประสงค์

1. ศึกษาหลักการและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาด 4 ปัจจัย (4P) ที่ส่งผลต่อความสำเร็จด้านยอดขายของโครงการบ้านเดี่ยวในบริษัทอสังหาริมทรัพย์

2. ศึกษากลยุทธ์และแนวทางที่บริษัทอสังหาริมทรัพย์กรณีศึกษาใช้ในการสร้างโอกาสทางการตลาดเพื่อสร้างความสำเร็จของโครงการอสังหาริมทรัพย์ประเภทบ้านเดี่ยวในบริษัทกรณีศึกษา

3. ศึกษาปัจจัยที่ผู้ซื้อหรือผู้ที่สนใจจะซื้อใช้เป็นปัจจัยในการตัดสินใจซื้อโครงการอสังหาริมทรัพย์ประเภทบ้านเดี่ยวในบริษัทกรณีศึกษา

4. ศึกษาการเชื่อมโยงในการดำเนินการโครงการ ระหว่างเป้าหมายของบริษัทกรณีศึกษาโครงการอสังหาริมทรัพย์ประเภทบ้านเดี่ยว และความต้องการของลูกค้า

3. ขอบเขตของการวิจัย

3.1 การศึกษางานวิจัยนี้มุ่งเน้นเฉพาะในขอบเขตของโครงการอสังหาริมทรัพย์ของบริษัทที่เป็นกรณีศึกษาเท่านั้น โดยศึกษาเฉพาะบริษัทกรณีศึกษา ดังนี้

1. บริษัท พฤษา เรียวเอสเตต จำกัด (มหาชน)
2. บริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน)

การเลือกกรณีศึกษา เลือจากการศึกษาบริษัทกรณีศึกษาหลาย ๆ กรณีในขั้นแรกเพื่อทำการศึกษาข้อมูลเบื้องต้น เพื่อหาความแตกต่างของแนวทางในการดำเนินโครงการอสังหาริมทรัพย์ประเภทบ้านเดี่ยวในขั้นแรก และเล็งเห็นถึงความแตกต่างของบริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน) และบริษัท พฤษา เรียวเอสเตต จำกัด (มหาชน) ทั้งนี้ ทางบริษัทเป็นบริษัทที่มีขนาดใหญ่ มีพื้นฐานในการทำโครงการที่ใกล้เคียงกัน แต่มีความแตกต่างในแนวความคิดในการดำเนินการโครงการ

3.2 กรณีศึกษาในส่วนของโครงการอสังหาริมทรัพย์ประเภทบ้านเดี่ยวของแต่ละบริษัท จะศึกษาจากโครงการที่ประสบความสำเร็จ

โดยกำหนดให้มีราคาขายโครงการเริ่มต้นที่ใกล้เคียงกัน และโครงการแต่ละโครงการต้องมีการเปิดขายโครงการไม่เกิน 5 ปี ซึ่งโครงการกรณีศึกษาทั้งหมดได้ทำการสอบถามจากทางบริษัทกรณีศึกษาโดยตรง โดยใช้กรณีศึกษาจากบริษัทกรณีศึกษา บริษัทละ 3 โครงการ ดังนี้

1. บริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน) ศึกษาโครงการ 3 โครงการ ดังนี้

- โครงการเศรษฐกิจ ศรีนครินทร์-พระราม9
- โครงการเศรษฐกิจ ราชพฤกษ์-เจริญสนิทวงศ์
- โครงการสราญสิริ พหลโยธิน-สายไหม

2. บริษัท พฤษา เรียลเอสเตส จำกัด (มหาชน) ศึกษาโครงการ 3 โครงการ ดังนี้

- โครงการ The plant บางแค
- โครงการ The plant แจ้งวัฒนะ
- โครงการ ภัตตร40 เกษตร-นวนินทร์

4. ทบทวนวรรณกรรม

4.1 **ทฤษฎีส่วนผสมทางการตลาด (4P)** ซึ่งประกอบไปด้วย

- ปัจจัยด้านทำเล ที่ตั้ง (Place)
- ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product)
- ปัจจัยด้านราคา (Price)
- ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

การศึกษาส่วนผสมทางการตลาดเพื่อเป็นการทำความเข้าใจถึงปัจจัยพื้นฐานที่ทำให้เกิดความสำเร็จต่อโครงการอสังหาริมทรัพย์

4.2 **ทฤษฎีความพึงพอใจ**

การศึกษาด้านความพึงพอใจ และการชี้วัดคุณภาพของโครงการอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งสามารถตัดสินจากความพึงพอใจที่จะซื้อ (Carl Norceoss, 1966) ส่งผลให้โครงการประสบความสำเร็จ ใช้การอ้างอิงถึงการศึกษาวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวข้องกับ ความพึงพอใจ และการตัดสินใจในการซื้อบ้านเดี่ยว

(สุรศักดิ์ แพ้วพาณิชย์กุล, 2547; ชัยเกียรติ สิงหอรกุล, 2552) นำมาสรุปเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษา โดยมีการจัดเรียงกลุ่มของความพึงพอใจต่าง ๆ อีกครั้ง ตามรูปแบบของทฤษฎีส่วนผสมทางการตลาด ซึ่งใช้เป็นกรอบในการสร้างแบบสำรวจแบบสอบถามความพึงพอใจของปัจจัยต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านในโครงการเพื่อการวิจัยต่อไป

5. วิธีการศึกษา

5.1 **การศึกษาข้อมูล** แบ่งเป็น

5.1.1 **ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง** ซึ่งเป็นงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยในการเลือกซื้อบ้าน หรือความพึงพอใจที่เกี่ยวข้องกับการอยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยว โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากหนังสือ วารสารสื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เอกสารที่เกี่ยวข้อง รวมไปถึงข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต

5.1.2 **ข้อมูลพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับบริษัทกรณีศึกษาและโครงการกรณีศึกษา** โดยการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นจากอินเทอร์เน็ตโดยจะได้ข้อมูลพื้นฐานของบริษัท ในส่วนของเป้าหมายในการดำเนินการของบริษัท พื้นฐานและแนวทางของบริษัทกรณีศึกษาและโครงการต่าง ๆ มีการอ้างอิงข้อมูลจากรายงานประจำปีของบริษัท และมีการสัมภาษณ์ขอข้อมูลเพิ่มเติม หรือข้อมูลเชิงลึกจากบริษัทเจ้าของโครงการหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยทำการศึกษาและสัมภาษณ์ถึงการทำงาน แนวคิดของฝ่ายต่าง ๆ เช่น ฝ่ายการออกแบบ ฝ่ายพัฒนาโครงการ ฝ่ายการตลาด และฝ่ายขายของโครงการแต่ละโครงการ ทั้งนี้ มีการเข้าเยี่ยมชมโครงการเพื่อศึกษาข้อมูลจากฝ่ายขายของโครงการ และนำข้อมูลมาใช้ในการตรวจสอบประสิทธิภาพและประสิทธิผลการดำเนินการของโครงการ ผ่านปัจจัยที่ทำการศึกษา

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของโครงการอสังหาริมทรัพย์ประเภทบ้านเดี่ยว: กรณีศึกษา บริษัท แอสสิริ จำกัด (มหาชน) และบริษัท พกษา เรียลเอสเตส จำกัด (มหาชน) ศศลักษณ์ พิษผล และ ดร. วิมลสิทธิ์ ทรยางค์กูร

5.2 การสร้างเครื่องมือในการวิจัยและการเก็บข้อมูล

สร้างเครื่องมือเพื่อทำการตรวจสอบความพึงพอใจต่อโครงการจากกลุ่มลูกค้า โดยสามารถแบ่งจากกลุ่มลูกค้าที่มีความสนใจในโครงการ และกลุ่มลูกค้าที่ทำการซื้อหรือจองโครงการแล้ว เพื่อตรวจสอบว่าโครงการได้ตอบสนองความต้องการของลูกค้ามากน้อยแค่ไหน และการตอบสนองความต้องการของลูกค้ามีความสอดคล้องกับแนวทางการดำเนินการของบริษัทหรือไม่ ผ่านปัจจัยต่าง ๆ ของการวิจัยที่กำหนดไว้ โดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 40 ชุด ในแต่ละโครงการกรณีศึกษา รวมทั้งสิ้น 120 ชุด ต่อบริษัทกรณีศึกษา

5.3 การนำข้อมูลมาวิเคราะห์

การวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งเป็นสองส่วนคือ ส่วนของความต้องการของลูกค้า และส่วนของบริษัทเจ้าของโครงการ โดยศึกษาจากความสอดคล้องตอบรับความต้องการของลูกค้ากับการสนับสนุนความต้องการให้ลูกค้าโดยเจ้าของโครงการ ทั้งนี้ ได้ศึกษาเปรียบเทียบการดำเนินโครงการของบริษัทกับเป้าหมาย และวิธีการดำเนินการของบริษัทเจ้าของโครงการร่วมด้วย

6. ผลการวิจัย

ผลการวิจัยเบื้องต้นแบ่งตามบริษัทกรณีศึกษา

6.1 บริษัท แอสสิริ จำกัด (มหาชน) จากเป้าหมายของบริษัทที่ต้องการเป็นบริษัทชั้นนำทางด้านอสังหาริมทรัพย์ บริษัทสร้างพื้นฐานในส่วนของการสร้างแบรนด์ให้เป็นที่รู้จัก มีชื่อเสียงในตลาดอสังหาริมทรัพย์ในช่วงแรกของการก่อตั้งในปัจจุบันเป็นการสร้างความมั่นใจให้กับผู้ซื้อโครงการ สร้างความมั่นคงให้กับฐานลูกค้าให้มากที่สุด (รายงานประจำปี บริษัท แอสสิริ จำกัด (มหาชน), 2554) โดยจากการศึกษาวิจัยพบว่า

ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด เพื่อให้บริษัทสามารถใช้ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการส่งเสริมปัจจัยด้านอื่นซึ่งเกี่ยวเนื่องกันเป็นการสร้างและรักษาภาพลักษณ์ของบริษัทตามเป้าหมาย นโยบายของบริษัท เนื่องจากทางบริษัทมีการใช้รูปแบบทางสถาปัตยกรรมที่แตกต่างและมีความเป็นเอกลักษณ์ของโครงการแต่ละโครงการใช้เป็นประเด็นปัจจัยสำคัญในการดึงดูดลูกค้า และใช้ปัจจัยด้านการตลาดเพื่อสื่อสารกับลูกค้า ทั้งสร้างให้เกิดความเชื่อถือ โดยอ้างอิงถึงคุณภาพในการดำเนินโครงการ ทั้งนี้ เนื่องจากปัจจัยทางด้านราคาของโครงการที่ค่อนข้างสูง และกลุ่มลูกค้าของโครงการที่มีฐานเงินเดือนที่อยู่ในระดับกลางค่อนข้างสูง ทำให้การขายโครงการไม่ได้เกิดเพราะปัจจัยด้านการเงินเป็นหลัก หากเกิดจากความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์หรือโครงการอสังหาริมทรัพย์ประเภทบ้านเดี่ยวมากกว่าปัจจัยอื่น

6.2 บริษัท พกษา เรียลเอสเตส จำกัด (มหาชน) มีเป้าหมายของบริษัทในด้านของผลกำไร ผลประกอบการและการขยายกิจการเป็นหลัก (รายงานประจำปี บริษัท พกษา เรียลเอสเตส จำกัด (มหาชน), 2554) ซึ่งทั้งนี้ต้องอาศัยการขายปริมาณมาก จากการศึกษาวิจัยพบว่า ทางบริษัทใช้ปัจจัยด้านราคาในการสร้างความสำเร็จในการขายโครงการ ทั้งนี้ เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้า ที่เน้นกลุ่มลูกค้าที่มีฐานเงินเดือนอยู่ในกลุ่มปานกลางถึงล่างเป็นหลักทำให้ทางบริษัทต้องเน้นปริมาณการขายโครงการเพื่อผลกำไรที่สูงขึ้น และเพื่อตอบสนองต่อเป้าหมายของบริษัทที่เน้นในการทำการกำไรและการขยายกิจการ โดยมีความสอดคล้องกับรูปแบบของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของบริษัทที่ใช้การก่อสร้างแบบสำเร็จรูป ซึ่งสามารถลดต้นทุนในการก่อสร้าง (รายงานประจำปี บริษัท พกษา เรียลเอสเตส

จำกัด (มหาชน), 2554) ทำให้สามารถสนับสนุน การให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาด้วย ทั้งนี้ การที่ทางบริษัทมีการจัดตั้งบริษัทผลิตชิ้นส่วนการ ก่อสร้างแบบสำเร็จรูปเป็นส่วนช่วยในการลด ต้นทุนของบริษัทได้เป็นอย่างดี ทางบริษัท สามารถต่อรองในส่วนของราคาในการก่อสร้าง ลดเวลาในการก่อสร้าง ซึ่งทุกส่วนสามารถช่วยลด ต้นทุน เพื่อสนับสนุนให้ราคาขายของโครงการอยู่ใน เกณฑ์ที่สามารถเป็นที่ยอมรับของกลุ่มลูกค้าได้

ผลการวิจัยในส่วนของการตอบรับด้าน ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าแบ่งตามปัจจัยที่ ศึกษาได้ ดังนี้

ตารางที่ 1 ผลความพึงพอใจต่อปัจจัยจากแบบสอบถาม

ปัจจัย	ค่าความพึงพอใจ			
	แสนสิริ		พฤษา	
	mean	SD	mean	SD
1 ด้านทำเลที่ตั้ง	3.954	0.89	4.132	0.65
2 ด้านผลิตภัณฑ์	4.157	0.78	3.674	0.74
3 ด้านราคา	3.718	0.92	4.442	0.56
4 ด้านการส่งเสริมการตลาด และการประชาสัมพันธ์	3.813	0.84	3.675	0.71

หมายเหตุ: จัดทำโดยผู้วิจัย

ผลการวิจัยจากตารางเห็นว่าค่าความพึง พอใจของกลุ่มลูกค้าในปัจจัยต่าง ๆ มีความสอดคล้องกับแนวทางที่บริษัทให้ความสำคัญ คือกลุ่ม ลูกค้าของบริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน) มีความ พึงพอใจด้านปัจจัยผลิตภัณฑ์มากที่สุดตาม เป้าหมายและการดำเนินการโครงการของบริษัท และกลุ่มลูกค้าของบริษัท พฤษา เรียบเอสเตส จำกัด (มหาชน) มีความพึงพอใจด้านปัจจัยด้านราคา มากที่สุด ตามเป้าหมายและการดำเนินการ โครงการของบริษัท ทั้งนี้ ในการวิจัยนี้เป็นการ ศึกษาที่อ้างอิงถึงความพึงพอใจในการเลือกซื้อ โครงการ ในการทำวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาถึง ความพึงพอใจต่อบริการหลังการขายและข้อตกลง ต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับโครงการอสังหาริมทรัพย์ด้วย

References

ชัยเกียรติ สิงหอรกุล. (2552). *ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยแบบบ้านเดี่ยวในโครงการจัดสรรในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหาร บัณฑิต, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัย สุโขทัยธรรมมาธิราช.

บริษัท พฤษา เรียบเอสเตส จำกัด (มหาชน), (2555). *รายงานประจำปี พ.ศ. 2554*. สืบค้น เมื่อ 7 สิงหาคม 2555, จาก [http://ps.listed company.com/misc/ar/20120425-PS- AR2011-TH.pdf](http://ps.listedcompany.com/misc/ar/20120425-PS-AR2011-TH.pdf)

บริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน). (2554). *รายงาน ประจำปี พ.ศ. 2554*. สืบค้นเมื่อ 7 สิงหาคม 2555, จาก http://sansiri.com/pdf/Annual Report/ ANNUAL%20REPORT%202011_ THA.pdf

วิวัฒน์ รุ่งเรืองผล. (พฤษภาคม, 2552). *สามเหลี่ยมแห่งความสำเร็จในการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์*. *Marketeer*, 111, 24-27.

สุรศักดิ์ แพรวพานิชกุล. (2547). *ปัจจัยทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อบ้านเดี่ยว ของโครงการบ้านจัดสรรในเขต กรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์บัณฑิต, คณะ บริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

Carl, N. (1966). What buyers think of reston, urban land. *News and Trends in City Development*, 25(2). Retrieved September 9, 2012 from, http://digilib.gmu.edu/dspace/bitstream/1920/826/1/444_03_05.pdf

การศึกษาวิธีการประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์สำหรับการก่อสร้างบ้านพักอาศัย

A Study of Carbon Footprint Analysis for House Construction Processes

นิกร เจียมวรพงษ์¹ และ ดร. ธนิต ธงทอง²
Nigorn Jiamvoraphong¹ and Tanit Tongthong, Ph.D.²

คณะวิศวกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
E-mail: nigorn.j@gmail.com¹, fcettt@eng.chula.ac.th²

บทคัดย่อ

การก่อสร้างบ้านพักอาศัยเกี่ยวข้องกับการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั้งในทางตรงและทางอ้อมหนึ่งในขั้นตอนสำคัญที่ช่วยให้ผู้เกี่ยวข้องโดยตรงกับการก่อสร้างสามารถเลือกวิธีการก่อสร้าง โดยพิจารณาผลกระทบสิ่งแวดล้อมในรูปของการปล่อยก๊าซเรือนกระจกรวมกับการพิจารณาในด้านอื่นๆ ได้ คือ การประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์ บทความวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวิธีการประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์สำหรับการก่อสร้างบ้านพักอาศัย โดยประยุกต์จากแนวทางการประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของผลิตภัณฑ์และการเก็บรวบรวมข้อมูลการก่อสร้างบ้านพักอาศัยในภาคปฏิบัติจากโครงการก่อสร้างที่ศึกษาในประเทศไทย ซึ่งจากการศึกษา พบว่า ค่าคาร์บอนฟุตพริ้นท์ที่ประเมินได้ขึ้นกับการกำหนดขอบเขตของการประเมิน โดยการประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์ตั้งแต่การได้มาซึ่งวัตถุดิบและการผลิตวัสดุก่อสร้าง การขนส่ง จนกระทั่งการก่อสร้างบ้านพักอาศัยสำเร็จ ประกอบด้วยแหล่งกำเนิดก๊าซเรือนกระจกที่ต้องพิจารณาทั้งสิ้น 10 แหล่ง และเมื่อนำวิธีการประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์ไปประยุกต์ใช้ในกรณีศึกษา คือ งานก่อสร้างผนังก่ออิฐและฉาบปูน จะพบว่า งานก่อสร้างดังกล่าวมีค่าคาร์บอนฟุตพริ้นท์เท่ากับ 55 กิโลกรัมของก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อพื้นที่ผิวของผนัง 1 ตารางเมตร ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวสามารถประยุกต์ใช้เป็นแนวทางประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของการก่อสร้างบ้านพักอาศัยได้

Abstract

A house construction involves greenhouse gas (GHG) emissions in direct or indirect ways. An important step to help the decision makers choose a method of construction regarding environmental impact, is the carbon footprint analysis. Thus, this research aims to study the methodology of carbon footprint analysis for the house construction. The study was developed by using the specification for the assessment of carbon footprint of goods and services, and data collected from the house construction in Thailand. The results of the study show that the quantities of carbon footprint are depend on scope and details of assessment. The 10 types of GHG emission sources are identified from the cradle to site emissions. In addition, this study applied the methodology of the carbon footprint analysis to a case study of brick wall

construction work which contributed to 55 kgCO₂e/m². The results of the research are applicable to be a guideline of carbon footprint assessment in the house construction project.

คำสำคัญ (Keywords): บ้านพักอาศัย (House), การก่อสร้าง (Construction), คาร์บอนฟุตพริ้นท์ (Carbon Footprint)

1. บทนำ

การก่อสร้างบ้านพักอาศัยประกอบไปด้วยกระบวนการต่าง ๆ มากมายที่เกี่ยวข้องกับการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั้งทางตรงและทางอ้อม อาทิเช่น การบริโภคเชื้อเพลิงของกิจกรรมการขนส่งวัสดุ การใช้เครื่องจักรก่อสร้าง และรวมถึงการได้มาซึ่งวัตถุดิบและการผลิตวัสดุก่อสร้าง เป็นต้น การประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์หรือการประเมินการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเป็นเครื่องมือที่จะช่วยให้ผู้ประเมินทราบถึงปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อสิ่งแวดล้อมในรูปแบบของปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการก่อสร้างบ้านพักอาศัย และจะนำไปสู่การหากรรมวิธีปรับปรุงการก่อสร้างเพื่อลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการศึกษาพบว่า ในปัจจุบันยังไม่มีแนวทางการประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์ที่เฉพาะเจาะจงสำหรับการก่อสร้างบ้านพักอาศัย ซึ่งแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ในภาคอุตสาหกรรมผลิตบางชนิดที่มีแนวทางและข้อกำหนดเฉพาะสำหรับการประเมิน แนวทางการประเมินที่เฉพาะเจาะจงดังกล่าวจะช่วยให้ผู้ประเมินสามารถจัดทำการประเมินได้โดยเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

ดังนั้น ในบทความวิจัยนี้จึงจัดทำขึ้นเพื่อศึกษาวิธีการประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของการก่อสร้างบ้านพักอาศัย โดยทำการวิเคราะห์และประยุกต์รายละเอียดของการประเมินจากแนวทางการประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของ

ผลิตภัณฑ์และบริการ ร่วมกับการศึกษากระบวนการก่อสร้างบ้านพักอาศัยในภาคปฏิบัติ ซึ่งจะช่วยให้สามารถกำหนดวิธีการและข้อกำหนดเบื้องต้นของการประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของการก่อสร้างบ้านพักอาศัยได้

2. ระเบียบวิธีวิจัย

วิธีการวิจัยประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ดังนี้

2.1 ศึกษาและวิเคราะห์วิธีการประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์สำหรับการก่อสร้างบ้านพักอาศัย โดยประยุกต์ใช้วิธีการและรายละเอียดที่ระบุไว้ในแนวทางการประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของผลิตภัณฑ์และบริการที่จัดทำขึ้นในประเทศ (คณะกรรมการเทคนิคด้านคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของผลิตภัณฑ์, 2554) และที่จัดทำขึ้นในต่างประเทศ PAS 2050:2011 (British Standards Institution, 2011) และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ร่วมกับการเก็บรวบรวมข้อมูลในภาคปฏิบัติของการก่อสร้างบ้านพักอาศัยในโครงการกรณีศึกษา

2.2 ตรวจสอบความถูกต้องของวิธีการประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์สำหรับการก่อสร้างบ้านพักอาศัยที่ผ่านการศึกษา โดยผู้เชี่ยวชาญด้านสิ่งแวดล้อม

2.3 ทดลองประยุกต์ใช้วิธีการประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์ที่ศึกษาในกรณีศึกษา คือ งานก่อสร้างผนังก่ออิฐและฉาบปูน

2.4 วิเคราะห์ผลการศึกษาค่าคาร์บอนฟุตพริ้นท์ในงานก่อสร้างผนังก่ออิฐและฉาบปูน และสรุปผลการศึกษา

3. ผลการวิจัยและอภิปรายผล

3.1 การศึกษาวิธีการประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์สำหรับการก่อสร้าง

การประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์ประกอบด้วยขั้นตอนหลัก 4 ขั้นตอน โดยพัฒนามาจากหลักการประเมินผลกระทบตลอดวัฏจักรชีวิตของผลิตภัณฑ์ ได้แก่ (1) การกำหนดเป้าหมายและขอบเขตของการศึกษา (2) การวิเคราะห์บัญชีรายการข้อมูลวัฏจักรชีวิต (3) การประเมินผลกระทบ และ (4) การแปลผลการศึกษา

การศึกษาขอบเขตของการประเมินประกอบด้วยการกำหนดรูปแบบของการประเมินและการกำหนดแหล่งกำเนิดก๊าซเรือนกระจกที่พิจารณา โดยบทความวิจัยนี้ดำเนินการศึกษารูปแบบ Cradle-to-Gate คือ ดำเนินการประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของการก่อสร้างบ้านพักอาศัยตั้งแต่การได้มาซึ่งวัตถุดิบและการผลิตวัสดุก่อสร้าง การขนส่ง จนกระทั่งการก่อสร้างแล้วเสร็จ โดยพิจารณาเฉพาะการก่อสร้างโครงสร้างคอนกรีตเสริมเหล็กและผนังก่ออิฐและฉาบปูน โดยไม่รวมงานตกแต่งภายใน และงานระบบอื่น ๆ

การศึกษาแหล่งกำเนิดก๊าซเรือนกระจกที่ต้องพิจารณาทั้งหมดจากการก่อสร้างบ้านพักอาศัยจัดทำได้โดยการแยกย่อยองค์ประกอบของการก่อสร้างที่ศึกษาให้มีขนาดเล็กลงจนกระทั่งอยู่ในรูปของหน่วยงานก่อสร้าง (unit process) ซึ่งสามารถระบุสิ่งนำเข้าและสิ่งออกจากหน่วยงานได้อย่างชัดเจน งานวิจัยนี้ทำการวิเคราะห์แยกย่อยการก่อสร้างบ้านพักอาศัยออกเป็น 3 ระดับได้แก่

1) การแยกองค์ประกอบของการก่อสร้างบ้านพักอาศัยออกเป็นงานก่อสร้าง เช่น งานก่อสร้างฐานราก งานก่อสร้างคานรับพื้น งานก่อสร้างพื้น เป็นต้น

2) การแยกองค์ประกอบของงานก่อสร้างออกเป็นกิจกรรมก่อสร้าง เช่น งานก่อสร้างฐานรากคอนกรีตเสริมเหล็กหล่อในที่จะประกอบไปด้วยกิจกรรมก่อสร้างทั้งสิ้น 9 กิจกรรม ได้แก่ (1) กำหนดระดับฐานราก (2) ขุดหลุม (3) ตัดหัวเสาเข็ม (4) เทคอนกรีตหยาบ (5) เข้าแบบหล่อคอนกรีตฐานราก (6) ตัด ดัด ผูก และติดตั้งเหล็กเสริม (7) เทคอนกรีตฐานราก (8) รื้อแบบฐานราก และ (9) กลบดิน

3) การระบุสิ่งนำเข้าและสิ่งออกของแต่ละกิจกรรมก่อสร้าง เมื่อศึกษาในรายละเอียดของแต่ละกิจกรรมก่อสร้างในการก่อสร้างบ้านพักอาศัยจะพบว่า ประกอบด้วยสิ่งนำเข้าทั้งสิ้น 4 กลุ่ม ได้แก่ (1) วัสดุก่อสร้าง (2) วัสดุสนับสนุนและเครื่องมือก่อสร้าง (3) อุปกรณ์ไฟฟ้าและเครื่องจักรก่อสร้าง และ (4) คนงาน ซึ่งประกอบด้วยกลุ่มของสิ่งออก 2 กลุ่ม ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ของกิจกรรมก่อสร้าง เช่น เหล็กเสริมติดตั้งสำเร็จ ปริมาณคอนกรีตเทสำเร็จ เหล็กเสริมติดตั้งสำเร็จ เป็นต้น และของเสียจากการก่อสร้าง

เมื่อวิเคราะห์สิ่งนำเข้าของกิจกรรมก่อสร้างทั้ง 4 กลุ่ม และสิ่งออกจากกิจกรรม 2 กลุ่ม ทำให้สามารถระบุแหล่งกำเนิดก๊าซเรือนกระจกที่ต้องพิจารณาประเมินจากการก่อสร้างบ้านพักอาศัยได้ทั้งสิ้น 10 แหล่ง ได้แก่ (1) การได้มาซึ่งวัตถุดิบและการผลิตวัสดุก่อสร้าง (2) การเผาไหม้เชื้อเพลิงจากการขนส่งวัสดุก่อสร้าง (3) การได้มาซึ่งวัตถุดิบและการผลิตวัสดุสนับสนุนและเครื่องมือก่อสร้าง (4) การเผาไหม้เชื้อเพลิงจากการขนส่งวัสดุสนับสนุนและเครื่องมือก่อสร้าง

- (5) การใช้ไฟฟ้าของอุปกรณ์ไฟฟ้าในการก่อสร้าง
- (6) การเผาไหม้เชื้อเพลิงจากการใช้เครื่องจักรก่อสร้าง
- (7) การเผาไหม้เชื้อเพลิงจากการขนส่งเครื่องจักรก่อสร้าง
- (8) การเผาไหม้เชื้อเพลิงจากการขนส่งคนงาน
- (9) การเผาไหม้เชื้อเพลิงจากการขนส่งของเสียไปกำจัด และ
- (10) การกำจัดของเสีย

การคำนวณคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของการก่อสร้างจากแหล่งกำเนิดทั้ง 10 แหล่ง สามารถจัดทำได้ โดยประยุกต์ใช้วิธีการคำนวณปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของการประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของผลิตภัณฑ์

3.2 การประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของงานก่อสร้างกรณีศึกษา

งานก่อสร้างที่นำมาศึกษาและวิเคราะห์ในบทความวิจัยนี้ คือ งานก่อสร้างผนังก่ออิฐและฉาบปูน โดยใช้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องรวบรวมในภาคปฏิบัติของโครงการก่อสร้างที่ศึกษาในประเทศไทย ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

- เป็นงานก่อสร้างผนังชั้นที่ 1 ของบ้านพักอาศัยขนาดพื้นที่ใช้สอยภายในชั้น 88.075 ตร.ม. ก่อสร้างโดยใช้การก่ออิฐและฉาบปูน
- ผนังที่ทำการศึกษามีขนาดพื้นที่ 134 ตร.ม. และมีปริมาตรรวมเท่ากับ 13.41 ลบ.ม.

งานก่อสร้างผนังก่ออิฐและฉาบปูนประกอบด้วยกิจกรรมก่อสร้าง 4 กิจกรรม ดังรูปที่ 2 โดยการคำนวณค่าบอนฟุตพริ้นท์ของงานก่อสร้างดังกล่าวสามารถจัดทำได้ โดยรวบรวมข้อมูลชนิดและปริมาณของสิ่งนำเข้าและสิ่งออกทั้งหมดของแต่ละกิจกรรม และคำนวณร่วมกับค่าสัมประสิทธิ์การปล่อยก๊าซเรือนกระจก (องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก, 2556) ดังแสดงตัวอย่างการคำนวณปริมาณการปล่อยก๊าซเรือน

กระจกของการได้มาซึ่งวัตถุดิบและการผลิตวัสดุ ก่อสร้างในกิจกรรมก่ออิฐ ทำเสาเอ็น และคานเอ็นไว้ในตารางที่ 1



รูปที่ 1 ผนังก่ออิฐและฉาบปูนในโครงการที่ศึกษา



รูปที่ 2 กิจกรรมก่อสร้างในงานก่ออิฐและฉาบปูน

ตารางที่ 1 ตัวอย่างตารางคำนวณคาร์บอนฟุตพริ้นท์

วัสดุก่อสร้าง	ปริมาณ	หน่วย	ค่า ส.ป.ส. (kgCO ₂ e/หน่วย)	ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (kgCO ₂ e)
อิฐ	6,436.00	กก.	0.2414	1,553.65
ปูนซีเมนต์ก่อฉาบ	2,020.62	กก.	0.6120	1,236.62
ทราย	6,432.00	กก.	0.0037	23.80
น้ำ	1.34	ลบ.ม.	0.0264	0.04
ปูนซีเมนต์	344.32	กก.	1.0380	357.40
ทราย	912.00	กก.	0.0037	3.37
หิน	1,662.25	กก.	0.0038	6.32
น้ำ	1.81	ลบ.ม.	0.0264	0.05
เหล็กเสริม	174.71	กก.	1.7600	307.49
ลวดผูกเหล็ก	3.49	กก.	1.7600	6.14

จากการคำนวณค่าคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของงานก่อสร้างผนังก่ออิฐและฉาบปูนในโครงการก่อสร้างกรณีศึกษา พบว่า มีค่าคาร์บอนฟุตพริ้นท์รวมทั้งสิ้น 7,428.40 กิโลกรัมของก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า และเมื่อพิจารณารวมกับขนาดพื้นที่ของผนัง ทำให้สามารถสรุปค่าคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของการก่อสร้างผนังที่ศึกษาได้เท่ากับ 55.44 กิโลกรัมของก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อพื้นที่ผนังก่ออิฐและฉาบปูน 1 ตร.ม. หรือคิดเป็น 554.03 กิโลกรัมของก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อปริมาตรผนัง 1 ลบ.ม.

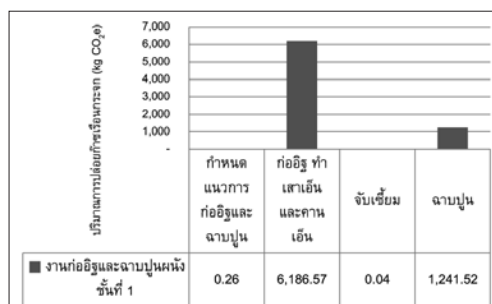
ตารางที่ 2 ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกแบ่งตามกลุ่มของแหล่งกำเนิดก๊าซเรือนกระจก

กลุ่มของแหล่งกำเนิดก๊าซเรือนกระจก	ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (kg CO ₂ e)	ร้อยละ
การได้มาซึ่งวัตถุดิบและการผลิตวัสดุก่อสร้าง	4,211.08	56.69
การได้มาซึ่งวัตถุดิบและการผลิตวัสดุสนับสนุนและเครื่องมือก่อสร้าง	19.30	0.26
การได้มาซึ่งวัตถุดิบและการผลิตพลังงานไฟฟ้าสำหรับอุปกรณ์ไฟฟ้า	16.33	0.22
การผลิตและเผาไหม้เชื้อเพลิงของเครื่องจักรก่อสร้าง	-	-
การเผาไหม้เชื้อเพลิงของการขนส่งสิ่งนำเข้ากิจกรรม	161.52	2.17
การกำจัดซากของเสีย	3,019.04	40.64
การเผาไหม้เชื้อเพลิงของการขนส่งสิ่งออกจากกิจกรรม	1.13	0.02
ผลรวม (kg CO₂e)	7,428.40	

เมื่อแยกค่าคาร์บอนฟุตพริ้นท์ออกตามกลุ่มของแหล่งกำเนิดก๊าซเรือนกระจกจะเห็นได้ว่า ค่าคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของงานก่ออิฐและฉาบปูนโดยส่วนใหญ่เป็นผลมาจากแหล่งกำเนิดก๊าซเรือนกระจก 2 แหล่ง ได้แก่ การได้มาซึ่งวัตถุดิบและการผลิตวัสดุก่อสร้าง และการกำจัดซากของเสียจากการก่อสร้าง โดยเมื่อพิจารณาปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของการได้มาซึ่งวัตถุดิบและการผลิตวัสดุก่อสร้างในรายละเอียดจะพบว่า

วัสดุก่อสร้างที่ส่งผลต่อปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสูงที่สุด คือ อิฐ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 36.89 ของปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของการได้มาซึ่งวัตถุดิบและการผลิตวัสดุก่อสร้างรองลงมาคือ ปูนซีเมนต์ก่อฉาบ และของเสียที่ส่งผลต่อปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสูงที่สุด คือ เศษปูนซีเมนต์ก่อฉาบผสมแล้ว ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 32.91 ของปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของการกำจัดซากของเสีย

เมื่อพิจารณาค่าคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของแต่ละกิจกรรมก่อสร้างในงานก่อสร้างผนังก่ออิฐและฉาบปูน ได้แก่ (1) กำหนดแนวก่ออิฐและฉาบปูน (2) ก่ออิฐ ทำเสาเอ็นและคานเอ็น (3) จับเช็ยัม และ (4) ฉาบปูน สามารถแสดงการเปรียบเทียบได้ดังรูปที่ 3



รูปที่ 3 การเปรียบเทียบค่าคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของแต่ละกิจกรรมก่อสร้างในงานก่ออิฐและฉาบปูนผนัง

จากการเปรียบเทียบค่าคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของแต่ละกิจกรรมก่อสร้างในงานก่อสร้างผนังก่ออิฐและฉาบปูนจะเห็นได้ว่า กิจกรรมที่มีค่าคาร์บอนฟุตพริ้นท์สูงที่สุด คือ กิจกรรมก่ออิฐ ทำเสาเอ็น และคานเอ็น ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 83.28

ดังนั้น จากการศึกษาค่าจะพบว่า แนวทางหนึ่งของการลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่สามารถทำได้ในการก่อสร้างผนังก่ออิฐและฉาบปูน คือ การควบคุมปริมาณความสูญเสีย

ของวัสดุก่อสร้าง ซึ่งจะส่งผลโดยตรงต่อปริมาณ การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั้งจากการกำจัดซาก ของเสีย และการผลิตวัสดุก่อสร้าง อีกทั้งยังส่งผล ต่อปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของการ เฝ้าใหม่เชื้อเพลิงจากการขนส่งอีกด้วย

4. สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาและวิเคราะห์การก่อสร้าง บ้านพักอาศัยโดยการเก็บรวบรวมข้อมูลในทาง ปฏิบัติ ร่วมกับการประยุกต์ใช้วิธีการประเมิน คาร์บอนฟุตพริ้นท์ของผลิตภัณฑ์ พบว่า การ ประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์ตั้งแต่การได้มาซึ่ง วัสดุดิบและการผลิตวัสดุสำหรับการก่อสร้าง การขนส่ง จนกระทั่งการก่อสร้างสำเร็จ ประกอบด้วย แหล่งกำเนิดก๊าซเรือนกระจกที่ต้องพิจารณา ทั้งสิ้น 10 แหล่ง ซึ่งเกี่ยวข้องกับสิ่งนำเข้า 4 กลุ่ม ได้แก่ วัสดุก่อสร้าง วัสดุสนับสนุนและเครื่องมือ ก่อสร้าง อุปกรณ์ไฟฟ้าและเครื่องจักรก่อสร้าง และคนงาน และสิ่งออก 1 กลุ่ม ได้แก่ ของเสีย จากการก่อสร้าง

เมื่อพิจารณาประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์ ของงานก่อสร้างผนังก่ออิฐและฉาบปูน โดยใช้วิธี การประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์ที่ศึกษาจะพบว่า ผนังก่ออิฐและฉาบปูนของบ้านพักอาศัยมีค่า คาร์บอนฟุตพริ้นท์เท่ากับ 55 กิโลกรัมของก๊าซ คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อพื้นที่ผนัง 1 ตร.ม. และเท่ากับ 554 กิโลกรัมของก๊าซ คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าต่อปริมาตรผนัง 1 ลบ.ม. ซึ่งค่าคาร์บอนฟุตพริ้นท์โดยส่วนใหญ่เป็น ผลมาจากปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของ

การได้มาซึ่งวัสดุดิบและการผลิตวัสดุก่อสร้าง และ การกำจัดซากของเสียจากการก่อสร้าง ดังนั้น แนวทางหนึ่งในการลดค่าคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของ การก่อสร้างที่สำคัญ คือ การควบคุมปริมาณการ ใช้วัสดุก่อสร้างและปริมาณความสูญเสียให้มี ค่าที่ต่ำ

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณบัณฑิตวิทยาลัย แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในการสนับสนุน ทุนอุดหนุนวิทยานิพนธ์สำหรับนิสิต ซึ่งช่วย แบ่งเบาภาระค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานวิจัยเป็น อย่างมาก

References

- คณะกรรมการเทคนิคด้านคาร์บอนฟุตพริ้นท์ ของผลิตภัณฑ์. (2554). *แนวทางการประเมิน คาร์บอนฟุตพริ้นท์ของผลิตภัณฑ์* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก. (2556). *บริษัทและผลิตภัณฑ์ที่ขึ้นทะเบียนคาร์บอน ฟุตพริ้นท์ของผลิตภัณฑ์*. สืบค้นเมื่อ 2 มกราคม 2556, จาก <http://thaicarbonlabel.tgo.or.th/carbonfootprint/index.php?page=3>
- British Standards Institution. (2011). *The Guide to PAS 2050:2011 How to carbon footprint your products, identify hotspots and reduce emissions in your supply chain*. London, UK: British Library Catalogue.

