



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1

The Development of Shop House from Built Vernacular Heritage for Cultural Landscape Area in Ayutthaya Historic City

Wisit Phiankarnkha¹, Nirat Soodsang¹

¹Faculty of Architecture, Naresuan University, Phitsanulok

ABSTRACT

The objectives of this research is to study on styles and to analyse shop house from Built Vernacular Heritage for Cultural Landscape Area in Ayutthaya Historic City in order to Develop the designs of shop house from Built Vernacular Heritage for Cultural Landscape Area in Ayutthaya Historic City and then evaluate the customer perception on the style of shop house in term of the harmony in cultural landscape area. Samples Used in this research consist of 5 groups 1) 5 policy makers 2) 5 service persons (sellers) 3) 60 customers (visitor) 4) 5 selected shop house in the research area 5) 400 visitors who buy products and for service from service person. Starting by gathering information. on the relevant concepts and theories in order to frame up the concept of this research, Both primarily from the field research and secondarily from the old documents. There are 5 research instruments in this research namely, 1) The questionnaire for consumers' opinions in term of shop house design (before the design in this research has been done), 2) The in-depth interview from service person 3) The survey collecting form on the design of shop house 4) Perceptual Evaluation form for experts 5) Perceptual Evaluation form for customer after visiting and taking service.

From the research, it has been found that .The Perceptual Evaluation result of customer after taking service were high satisfaction at 0.05 significant levels and satisfy the shop house at high level in every ways .The nationality of customer have an effect on customer's perception at 0.05 significant levels but the gender is not effect on customer's perception.

Keywords : Shop House, Built Vernacular Heritage, Cultural Landscape, Ayutthaya Historic City



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1

การพัฒนาเรือนค้าขายจากมรดกสิ่งก่อสร้างพื้นถิ่นสำหรับพื้นที่ภูมิทัศน์ วัฒนธรรมนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

วิศิษฐ์ เพียรการค้า¹, นิรัช สุดสังข์¹

¹ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบและวิเคราะห์เรือนค้าขายจากมรดกสิ่งก่อสร้างพื้นถิ่นสำหรับพื้นที่ภูมิทัศน์วัฒนธรรมนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา เพื่อพัฒนาเรือนค้าขายและประเมินการรับรู้ของผู้บริโภคต่อรูปแบบเรือนค้าขายหลังการเข้าใช้งานที่ตระหนักถึงความสอดคล้องกับภูมิทัศน์วัฒนธรรม มีคุณค่าทางมรดกสิ่งก่อสร้างพื้นถิ่น มีความเหมาะสมกับพฤติกรรมการใช้งาน และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ กลุ่มตัวอย่าง คือ 1) กลุ่มผู้กำหนดนโยบาย จำนวน 5 คน 2) กลุ่มผู้ให้บริการร้านค้าปลีก จำนวน 5 คน 3) กลุ่มผู้บริโภค 60 คน 4) กลุ่มตัวอย่างเรือนค้าขายในบริเวณพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเมืองพระนครศรีอยุธยา จำนวน 5 ร้าน และ 5) กลุ่มผู้บริโภคที่ซื้อสินค้า จำนวน 400 คน การดำเนินการวิจัยประกอบด้วย การรวบรวมข้อมูลภาคเอกสาร และการเก็บข้อมูลภาคสนาม โดยการสัมภาษณ์ สอบถาม และการสำรวจ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 5 ลักษณะ คือ 1) แบบสอบถามความคิดเห็นในการกำหนดแนวทางการออกแบบ 2) แบบสัมภาษณ์เชิงลึก 3) แบบสำรวจรูปแบบเรือนค้าขาย 4) แบบประเมินรูปแบบเรือนค้าขายโดยผู้เชี่ยวชาญ 5) แบบประเมินการรับรู้รูปแบบเรือนค้าขายหลังการเข้าใช้งานจากกลุ่มตัวอย่าง

ผลการวิจัยพบว่า ผลการประเมินการรับรู้ของผู้บริโภคต่อรูปแบบเรือนค้าขายหลังการเข้าใช้งานมีการรับรู้โดยรวมอยู่ในระดับมาก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีการรับรู้ในแต่ละด้านอยู่ในระดับมากทุกด้าน และผู้บริโภคสัญชาติต่างกัน การรับรู้รูปแบบเรือนค้าขายต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนผู้บริโภคเพศต่างกัน การรับรู้รูปแบบเรือนค้าขายไม่ต่างกัน

คำสำคัญ : เรือนค้าขาย, มรดกสิ่งก่อสร้างพื้นถิ่น, ภูมิทัศน์วัฒนธรรม, นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1

บทนำ

เมื่อพระนครศรีอยุธยาได้มีความเจริญ ก้าวหน้าอย่างรวดเร็วตามความเจริญของประเทศ ความต้องการในการพัฒนาศักยภาพของประเทศ ทางด้านเศรษฐกิจ นำไปสู่การสร้างอาคารขนาดใหญ่ เพื่อรองรับการขยายตัวทางด้านเศรษฐกิจ ซึ่งจากการพัฒนาอย่างรวดเร็วนี้ได้เริ่มก่อปัญหาที่มีลักษณะของการคุกคามมรดกทางวัฒนธรรมอันประกอบไปด้วย โบราณสถาน และสิ่งแวดล้อมทางประวัติศาสตร์ ดังนั้นกรมศิลปากรจึงได้เริ่มดำเนินการพิทักษ์สถานที่สำคัญเหล่านี้มิให้ถูกทำลาย จึงทำประกาศเขตนครประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยาเป็นพื้นที่อนุรักษ์ (Conservation area) (ดุฎฐิ ท้ายตะคุ, 2549) โดยได้จัดทำแผนแม่บทให้เป็นนครประวัติศาสตร์ แต่ที่ผ่านมายังไม่สามารถอนุรักษ์มรดกวัฒนธรรมและเอกลักษณ์เมืองได้อย่างครอบคลุมทั้งหมด ทำให้เอกลักษณ์อันมีค่าถูกทำลายหรือเปลี่ยนแปลงให้ด้อยคุณค่าลงไป และจากการกระตุ้นการท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสภาพแวดล้อมอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้เกิดการก่อสร้างอาคารใหม่ ๆ การออกแบบในรูปแบบใหม่ขององค์กร หน่วยงาน ร้านค้า ตลอดจนวัสดุสิ่งของ และสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ในพื้นที่สภาพแวดล้อมสาธารณะของเมือง จนกลายเป็นสุนทรียภาพใหม่ ก่อให้เกิดภาวะคุกคามและสร้างความเสียหายต่อสภาพแวดล้อมทางประวัติศาสตร์ เกิดการขาดความกลมกลืนกับสภาพภูมิทัศน์ประวัติศาสตร์ ภูมิทัศน์วัฒนธรรม และมรดกสิ่งก่อสร้างพื้นถิ่นของเมือง โดยมองข้ามคุณค่าของภูมิทัศน์ วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมของโบราณสถานกับทำเลที่ตั้งในฐานะสิ่งที่เป็นองค์รวม จากรูปแบบโครงสร้างใหม่ ๆ องค์ประกอบทางภูมิทัศน์ใหม่จำนวนมากที่ถูกออกแบบและก่อสร้างอย่างขาด

ความใส่ใจต่อโบราณสถานและมรดกทางวัฒนธรรม อันนำไปสู่การสูญเสียภาพลักษณ์ของวิถีทางวัฒนธรรมและชีวิตชุมชน จนอาจนำไปสู่การสูญเสียเอกลักษณ์เมืองในฐานะนครประวัติศาสตร์ที่ได้รับการยอมรับให้เป็น “มรดกโลก”

เรือนค้าขายพื้นถิ่น ถือเป็นมรดกตกทอดทางวัฒนธรรมที่สำคัญ เป็นมรดกสิ่งก่อสร้างพื้นถิ่นที่ยังดำรงอยู่และผูกพันกับวิถีชีวิตคนในเกาะเมืองพระนครศรีอยุธยา เมื่อการค้าขายเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตคนในเกาะเมืองพระนครศรีอยุธยา การก่อรูปของชุมชนจึงถูกพัฒนาขึ้นโดยมีระบบการค้าขายเข้ามามีส่วนสัมพันธ์กับแนวคิดและกระบวนการพัฒนาชุมชนองค์ประกอบทางการค้าเช่น เรือนค้าขาย ตลาดถูกสร้างขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการทางการจับจ่ายใช้สอย สินค้าอุปโภค บริโภคประเภทต่างๆ ตามขนาดและการขยายตัวของแต่ละชุมชน เป็นส่วนหนึ่งที่สะท้อนมิติทางสังคมที่สืบทอดผ่านสถาปัตยกรรมอันเป็นภูมิปัญญาของคนในชุมชนอย่างแท้จริง เรือนค้าขายในปัจจุบันนั้นมีความหลากหลายรูปแบบวัตถุประสงคในการก่อสร้างไปจนถึงการใช้งานในอาคารประเภทนี้ถูกปรับใช้ให้เข้ากับประโยชน์ใช้สอยที่แตกต่างกันออกไปตามความต้องการของเจ้าของกิจการ (อรศิริปาณินท์ และสมคิด จิระทัศนกุล, 2544) เมื่อมีการเข้ามาของกระแสความเจริญ ส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิต กระบวนการคิด ทัศนคติ ของคนในชุมชนให้เปลี่ยนแปลงไป คนในพื้นที่ต้องปรับตัวกับกระแสความต้องการที่มาพร้อมกับการท่องเที่ยว เมื่อการใช้สอยเรือนค้าขายไม่เหมือนเดิม ลักษณะการใช้พื้นที่ชุมชนและสถาปัตยกรรมจึงได้เปลี่ยนแปลงไปตามวิถีความเป็นอยู่และกิจกรรมแบบใหม่ การก่อสร้างสถาปัตยกรรมและการใช้งานอาคารจึงต้องปรับใช้ให้เข้ากับประโยชน์ใช้สอย



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1

ที่เปลี่ยนไปตามความต้องการของเจ้าของกิจการและผู้บริโภค ซึ่งในปัจจุบันรูปแบบของร้านค้าเดิมในพื้นที่ มีปัญหาในด้านเอกลักษณ์ทางรูปแบบทั้งรูปแบบภายนอกและภายใน และการใช้งานที่ขาดประสิทธิภาพ กับการปรับตัวตามความเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมการค้า และเส้นทางสัญจรในการเดินทางท่องเที่ยวที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง โดยทั่วไปอาคารร้านค้าที่มีอยู่ในอดีตจะสร้างแบบมีฐานราก ก่อสร้างถาวรกับพื้นที่ มักมีรูปแบบทางสถาปัตยกรรมแบบไทยและไทยประยุกต์ให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมประวัติศาสตร์ แต่มักกลายสภาพเป็นร้านค้าที่ปิดกิจการ เพราะตำแหน่งที่ตั้งไม่สอดคล้องกับทางเดินสัญจรของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไป และร้านค้าที่สร้างขึ้นในปัจจุบันเป็นรูปแบบร้านค้าแบบกึ่งเคลื่อนที่ แต่รูปแบบของร้านค้ามักมีลักษณะที่ไม่สอดคล้องกับภูมิทัศน์วัฒนธรรม คือ มีรูปแบบร้านค้าที่ขาดเอกลักษณ์ ขาดการออกแบบให้เหมาะสมกับพฤติกรรมของผู้ใช้งาน ทำให้ขาดประสิทธิภาพในการใช้งานทางการค้า ผู้วิจัยจึงเห็นถึงความจำเป็นในการพัฒนารูปแบบเรือนค้าขายที่มีเอกลักษณ์ทางรูปแบบที่มีคุณค่าทางมรดกวัฒนธรรม และมีการใช้งานที่มีประสิทธิภาพ โดยได้เล็งเห็นความสำคัญของมรดกสิ่งก่อสร้างพื้นถิ่น อันเป็นส่วนหนึ่งของมรดกทางวัฒนธรรมในนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ซึ่งเป็นการแสดงออกขึ้นพื้นฐานทางวัฒนธรรมของชุมชนและของความสัมพันธ์กับอาณาบริเวณที่ตั้ง ที่เป็นเอกลักษณ์ที่สำคัญของเมืองประวัติศาสตร์ที่มีความผูกพันต่อชุมชนและท้องถิ่น จึงศึกษากรอบคุณค่าของมรดกสิ่งก่อสร้างพื้นถิ่น ผสานกรอบคุณค่า “ความเป็นเมืองมรดกโลก นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา” โดยถ่ายทอดผ่านการออกแบบด้วยทฤษฎีด้านความหมายและการสื่อสารที่ตั้งเอา

ปรัชญาทางสถาปัตยกรรมพื้นถิ่นมาคล้อยตามกระบวนการกำหนดเอกลักษณ์ เพื่อคงไว้โดยเอกลักษณ์มรดกสิ่งก่อสร้างพื้นถิ่นอันมีคุณค่า โดยมีรูปแบบที่สัมพันธ์กับภูมิทัศน์วัฒนธรรม และมีรูปแบบสภาพแวดล้อมทางกายภาพภายนอกและภายในที่สอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้งาน เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพทางการใช้งานอย่างเหมาะสม แต่ยังคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ที่สอดคล้องกับภูมิทัศน์วัฒนธรรมในเมืองประวัติศาสตร์ เพื่อลดภาวะคุกคามมรดกวัฒนธรรมอันมีคุณค่าและมีความสำคัญระดับชาติ บนพื้นฐานสาระสำคัญของการอนุรักษ์ ศิลปวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมเมืองที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. ศึกษารูปแบบและวิเคราะห์เรือนค้าขายจากมรดกสิ่งก่อสร้างพื้นถิ่นสำหรับพื้นที่ภูมิทัศน์วัฒนธรรม นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา
2. เพื่อพัฒนาเรือนค้าขายจากมรดกสิ่งก่อสร้างพื้นถิ่นสำหรับพื้นที่ภูมิทัศน์วัฒนธรรม นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา
3. เพื่อประเมินการรับรู้ของผู้บริโภคต่อรูปแบบเรือนค้าขายที่พัฒนาขึ้นหลังการเข้าใช้งานที่ตระหนักถึงความสอดคล้องกับภูมิทัศน์วัฒนธรรม มีคุณค่าทางมรดกสิ่งก่อสร้างพื้นถิ่นมีความเหมาะสมกับพฤติกรรมการใช้งานและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยนี้ ผู้วิจัยสรุปภาพรวมของแนวคิดและทฤษฎีที่ใช้สร้างกรอบแนวคิดของการวิจัย ดังนี้

1. การออกแบบที่สอดคล้องกับภูมิทัศน์วัฒนธรรม ตามแนวคิดของ ยงธนิศร์ พิมลเสถียร



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1

(2540) ที่มุ่งเน้นการสงวนรักษาอาคารและสิ่งก่อสร้างที่มีคุณค่า ส่งเสริมสภาพแวดล้อมในพื้นที่อนุรักษ์ และการส่งเสริมหรือรักษากิจกรรมทางสังคมและเศรษฐกิจตามแนวคิดคุณค่ามรดกสิ่งก่อสร้างพื้นถิ่นของสิริภรณ์ สีหนันทวงศ์ (2543) ที่มุ่งเน้นคุณค่าของมรดกสิ่งก่อสร้างของงานสถาปัตยกรรมพื้นถิ่นในด้านคุณค่าทางวัฒนธรรมสุนทรียภาพ วิทยาการและการศึกษาและคุณค่าทางสังคม

2. การออกแบบรูปแบบสภาพแวดล้อมทางกายภาพภายนอก จากแนวคิดของอรรถพร เพชรานนท์ (2539) ที่กล่าวว่าการออกแบบสภาพแวดล้อมภายนอกบ้าน เป็นจุดเริ่มต้นของกระบวนการถ่ายทอดความคิดทางการสื่อสาร เพราะสิ่งที่ผู้บริโภคได้มองเห็นและสัมผัสภายนอกเป็นเหมือนการสัญญากับผู้บริโภคว่าจะได้พบเห็นจากการเข้าไปสัมผัสบรรยากาศในร้านเป็นอย่างไร โดยเป็นการสื่อความหมายระหว่างผู้ค้ากับลูกค้าด้วยการใช้ประโยชน์จากพื้นที่ ด้วยองค์ประกอบของการวางผังและการออกแบบภายนอกบ้าน และด้านรูปแบบสภาพแวดล้อมทางกายภาพภายใน จากแนวคิดของอรรถพร เพชรานนท์ (2539) ที่กล่าวว่า การออกแบบภายในจะแสดงบทบาททางการสื่อสารทาง การตลาดต่อจากภายนอก เพื่อให้เกิดภาพลักษณ์หรือเกิดความรู้สึกและการรับรู้ ตามที่คาดหวังไว้ก่อนเข้ามาในร้าน

3. การ ค้ำ ป ลั ก จาก แ น ว คิ ด ข อ ง จรินทร์ อาสาทรงธรรม (2543) ที่กล่าวว่า การค้ำปลีก ต้องให้ความสำคัญกับปัจจัยภายนอกและภายใน ซึ่งช่วยให้ร้านค้ำปลีกประสบความสำเร็จได้ ปัจจัยภายนอก เป็นปัจจัยที่แสดงจุดยืนที่โดดเด่นของกิจการต่อลูกค้า คือ สถานที่ สินค้า คุณค่า บุคลากร การสื่อสาร และปัจจัยภายใน คือ ระบบการกระจายสินค้า ระบบเทคโนโลยี และ

ความสัมพันธ์กับลูกค้า กับแนวคิดการรับรู้ของผู้บริโภคของวิมลสิทธิ์ ทรายงกู (2541) ที่กล่าวว่าสภาพแวดล้อมกายภาพที่บุคคลรับรู้ โดยบุคคลจะรับรู้ข่าวสารส่วนที่เป็นจุดสนใจ ลักษณะเด่นเฉพาะของสภาพแวดล้อมจะเป็นสิ่งเร้าที่ทำให้เกิดการเรียนรู้ได้ ประกอบด้วย ขนาด สี การโฆษณา การเคลื่อนไหว ตำแหน่ง ความแตกต่าง การจับแยก

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการวิจัย ดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ศึกษาและวิเคราะห์รูปแบบเรือนค้าขายเพื่อนำไปสู่การพัฒนาเรือนค้าขายในรูปแบบร้านค้ำปลีกที่เหมาะสมในพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเมืองประวัติศาสตร์ ด้วยแนวคิดจากมรดกสิ่งก่อสร้างพื้นถิ่นในรูปแบบเรือนค้าขายที่มีประสิทธิภาพทางการค้า ด้วยการออกแบบสภาพแวดล้อมทางกายภาพภายนอกและภายใน และวิเคราะห์ผลที่ได้เพื่อใช้เป็นแนวทางการออกแบบ Programming ร้านค้ำปลีก โดยมุ่งเน้นที่ Function, Behavior, Identity เพื่อใช้ในการพัฒนารูปแบบเรือนค้าขายที่สะท้อนออกมาในด้านสุนทรียะเอกลักษณ์ และการใช้สอยที่เหมาะสม

2. ขอบเขตด้านพื้นที่ทำการวิจัย

พื้นที่ในการทำวิจัยได้แก่ พื้นที่ในเมืองพระนครศรีอยุธยา อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาซึ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้แก่ บริเวณเขตโบราณสถานและสถานที่สำคัญในเมืองพระนครศรีอยุธยา

3. ขอบเขตด้านการพัฒนาเรือนค้าขาย

พัฒนารูปแบบเรือนค้าขายจำนวน 3 รูปแบบ ผ่านแนวทางการออกแบบ Retail Identity Design ด้วยภาพจำลองทัศนียภาพ และต้นแบบ



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1

เป็นเรือนค้าขายปลีกประเภทร้านค้าแบบซุ้มและมุม รูปแบบกึ่งเคลื่อนที่แบบเดียว ขนาดพื้นที่ 20-25 ตารางเมตร ขายปลีกสินค้าอุปโภค บริโภค และของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยวในบริเวณสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

4. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง แบ่งเป็น 2 ระยะ โดยแบ่งตามช่วงเวลาในการวิจัย ดังนี้

ระยะที่ 1 กลุ่มประชากรชั้นศึกษา รูปแบบและวิเคราะห์เรือนค้าขาย

ประชากร : แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม คือ
1) กลุ่มผู้กำหนดนโยบายจำนวน 5 คน 2) กลุ่มผู้ให้บริการจำนวน 30 คน 3) กลุ่มผู้บริโภคจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 6,226,424 คน/ปี และ 4) กลุ่มประชากรร้านค้าในบริเวณพื้นที่ท่องเที่ยวในเมืองพระนครศรีอยุธยา จำนวน 30 ร้าน

กลุ่มตัวอย่าง คือ 1) ผู้กำหนดนโยบายจำนวน 5 คน 2) ผู้ให้บริการ (ผู้ขาย) จำนวน 5 คน 3) กลุ่มผู้บริโภค 60 คน ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างโดยบังเอิญ (Accidental Sampling) 4) ประชากรร้านค้าในพื้นที่วิจัย จำนวน 5 ร้าน

ระยะที่ 2 กลุ่มประชากรประเมินการรับรู้ต่อรูปแบบเรือนค้าขาย

ประชากร: แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่
1) กลุ่มผู้บริโภค คือนักท่องเที่ยวที่ซื้อสินค้าและบริการจากร้านค้าจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาจำนวน 6,226,424คน/ปี (สำนักงานสถิติจังหวัดพระนครศรีอยุธยา, 2557) 2) กลุ่มผู้ให้บริการร้านค้าปลีกในบริเวณพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเมืองพระนครศรีอยุธยา จำนวน 30 คน

กลุ่มตัวอย่าง คือ 1) กลุ่มผู้บริโภค คือนักท่องเที่ยวที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าขายโดยเป็น

การเลือกด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างโดยบังเอิญ (Accidental Sampling) จำนวน 400 คน 2) กลุ่มผู้ให้บริการร้านค้าปลีกในบริเวณพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเมืองพระนครศรีอยุธยา โดยการเลือกแบบเจาะจง จำนวน 5 คน

ตัวแปรที่ศึกษา ตัวแปรต้น คือ เรือนค้าขายจากมรดกสิ่งก่อสร้างพื้นถิ่นสำหรับพื้นที่ภูมิทัศน์วัฒนธรรมนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ตัวแปรตาม คือ การรับรู้สภาพแวดล้อมทางกายภาพเรือนค้าขายที่สอดคล้องกับภูมิทัศน์วัฒนธรรม มีคุณค่าทางมรดกสิ่งก่อสร้างพื้นถิ่น มีความเหมาะสมกับพฤติกรรมการใช้งาน และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

วิธีการวิจัย

1. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยดำเนินการ ดังนี้

1.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลภาคเอกสาร โดยการศึกษาค้นคว้าจากหนังสือ ตำรา หรือเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบร้านค้าปลีก กระบวนการออกแบบ วัสดุ และกรรมวิธีการผลิต

1.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม โดยผู้วิจัยดำเนินการสำรวจ สอบถาม และทำการสัมภาษณ์ และนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาทำการวิเคราะห์และประมวลผล โดยทำการสำรวจข้อมูลของร้านค้าปลีกและผู้ประกอบการของกลุ่มตัวอย่างร้านค้าปลีกที่ได้ทำการสุ่มเลือก

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบ่งออกเป็น 5 ลักษณะ ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

2.1 วัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 1



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1

2.1.1 เครื่องมือแบบสอบถามความคิดเห็น ในการกำหนดแนวทางการออกแบบก่อนการออกแบบ จากกลุ่มตัวอย่าง

2.1.2 แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนา เรือนคำขายที่สร้างขึ้นจากแนวความคิดและเกณฑ์ ทางการพัฒนาเรือนคำขายเพื่อสอบถามข้อมูล ความคิดเห็นจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการกำหนด รูปแบบ

2.1.3 แบบสำรวจ/แบบฝังพฤติกรรม เป็นแบบสำรวจรูปแบบการออกแบบและการใช้ งานสภาพแวดล้อมทางกายภาพเรือนคำขายใน พื้นที่วิจัยและแบบฝังพฤติกรรมเพื่อสังเกตแบบไม่ มีส่วนร่วม (Non-participant Observation) เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคเฉพาะในกรอบ แวดล้อมกายภาพ (Physical Setting)

2.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 2

เครื่องมือแบบประเมินรูปแบบการพัฒนา เรือนคำขายโดยผู้เชี่ยวชาญ

2.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 3

เครื่องมือแบบสอบถามการประเมิน การรับรู้รูปแบบเรือนคำขายหลังการเข้าใช้งาน จากกลุ่มตัวอย่าง

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย ผู้วิจัยใช้สถิติ และการแปรผลข้อมูลโดยแบ่งขั้นตอนการศึกษา ดังนี้

3.1 ขั้นตอนการศึกษารูปแบบและวิเคราะห์ เรือนคำขาย ดังนี้

3.1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลจากการ สัมภาษณ์กลุ่มผู้กำหนดนโยบาย กลุ่มผู้ให้บริการ กลุ่มลูกค้า และสำรวจกลุ่มเรือนคำขายในบริเวณ พื้นที่ท่องเที่ยวในเมืองพระนครศรีอยุธยา เพื่อใช้ ในการกำหนดรูปแบบร้านค้า ทั้งการวางผังร้าน

รูปแบบทางการออกแบบโครงสร้างภายนอก การออกแบบภายใน การออกแบบเฟอร์นิเจอร์ การตกแต่ง และการเลือกวัสดุที่เหมาะสม โดย ทำการสรุปและแปรผลโดยการบรรยาย เพื่อ นำไปใช้ในขั้นตอนการออกแบบเรือนคำขายต่อไป

3.1.2 การวิเคราะห์รูปแบบ มีดังนี้

3.1.2.1 การวิเคราะห์ด้านบริบท เรือนคำขายและกลุ่มกิจกรรมการใช้สอยตาม ความต้องการพื้นที่ในกรอบอาคาร

3.1.2.2 การวิเคราะห์ด้านบริบท อาคาร ได้แก่ การวิเคราะห์ที่ตั้งโครงการ (Site) ตำแหน่งที่ตั้ง สภาพภูมิทัศน์ จุดเด่นของที่ตั้ง โครงการ

3.1.2.3 การวิเคราะห์อิทธิพล สภาพอากาศ ได้แก่ การวิเคราะห์แสงแดด ฝน ลม อุณหภูมิ และผลกระทบสภาพแวดล้อมต่ออาคาร ของอิทธิพลสภาพอากาศ

3.1.3 การวิเคราะห์กลุ่มกิจกรรม การใช้สอยตามความต้องการพื้นที่ในอาคาร

3.1.4 การวิเคราะห์ลักษณะ สถาปัตยกรรมของเรือนคำขาย ได้แก่ 1) การวิเคราะห์ สภาพแวดล้อมทางกายภาพเรือนคำขาย 2) การวิเคราะห์รูปแบบทางสถาปัตยกรรมของเรือน คำขาย และ 3) การวิเคราะห์วัสดุ

3.1.5 การวิเคราะห์การทำโปรแกรม การออกแบบ (Design Program)

3.1.6 การวิเคราะห์โปรแกรมด้าน ผู้ใช้งาน กิจกรรม และพฤติกรรมของผู้ให้บริการ และผู้รับบริการของเรือนคำขาย ได้แก่

3.1.6.1 การวิเคราะห์ด้าน ความสัมพันธ์ในการใช้พื้นที่ของผู้ใช้เรือนคำขาย

3.1.6.2 การวิเคราะห์โปรแกรม ด้านพฤติกรรม กิจกรรม การใช้สอย



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1

3.1.6.3 การวิเคราะห์ความต้องการ

พื้นที่และองค์ประกอบเชิงพื้นที่

3.2 ขั้นตอนการพัฒนาเรือนค้าขาย

นำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นทำการออกแบบเรือนค้าขาย สรุปได้ว่าเป็นการออกแบบร้านค้าประเภทร้านค้าขายแบบซุ่มและมุม รูปแบบกึ่งเคลื่อนที่แบบเดียว ไม่มีฐานรากแบบขายปลีกทั่วไป (General Store) ขนาดพื้นที่ 20-25 ตารางเมตร (สำหรับผู้ให้บริการ 1-2 คน) สำหรับขายปลีกสินค้าอุปโภค บริโภคและของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยว ประกอบด้วยการออกแบบสภาพแวดล้อมภายนอกและภายใน การออกแบบเฟอร์นิเจอร์ และการออกแบบเรขาคณิต

3.3 ขั้นตอนการประเมินการรับรู้จากผู้บริโภค

การใช้แบบประเมินประกอบต้นแบบเรือนค้าขาย สอบถามการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับรูปแบบเรือนค้าขาย วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าร้อยละ สรุปและแปลผลโดยการบรรยาย กำหนดคะแนนคำตอบแบบประเมินเป็นคะแนน ดังนี้ 5 หมายถึง มากที่สุด 4 หมายถึง มาก 3 หมายถึง ปานกลาง 2 หมายถึง น้อย 1 หมายถึง น้อยที่สุด โดยแปลความหมายของค่าเฉลี่ยของคะแนนที่ได้โดยแบ่งเกณฑ์ ดังนี้ 4.50 - 5.00 หมายถึง มากที่สุด 3.50 - 4.49 หมายถึง มาก 2.50 - 3.49 หมายถึง ปานกลาง 1.50 - 2.49 หมายถึง น้อย 1.00 - 1.49 หมายถึง น้อยที่สุด

3.4 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ ใช้สถิติดังต่อไปนี้ การหาความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percent) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การทดสอบสมมติฐานการวิจัยใช้ t-test แบบ One Samples test, t-test Independent Sample (นิรัช สุดสังข์, 2548)

ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ผลการศึกษารูปแบบและวิเคราะห์เรือนค้าขายจากมรดกสิ่งก่อสร้างพื้นถิ่นสำหรับพื้นที่ภูมิทัศน์วัฒนธรรม นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

จากการศึกษาและวิเคราะห์รูปแบบเรือนค้าขาย โดยการสำรวจเรือนค้าขายในพื้นที่วิจัย และการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องต่อการกำหนดรูปแบบ และเจ้าของกิจการร้านค้า พบว่า รูปแบบร้านค้าในพื้นที่มี 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ 1) ร้านค้าประเภทซุ่ม 2) ร้านค้าประเภทเรือนแถว และยังแบ่งประเภทตามระบบฐานรากได้อีก 2 ประเภท คือ 1) ประเภทอาคารที่มีฐานรากไม่สามารถเคลื่อนที่ได้ และ 2) ประเภทอาคารแบบไม่มีฐานรากแบบกึ่งเคลื่อนที่ ซึ่งอาคารร้านค้าในพื้นที่มีกมปัญหาหลัก 2 ด้านคือ ในด้านเอกลักษณ์และการใช้งานที่ไม่เหมาะสมกับพฤติกรรมการใช้งาน โดยเฉพาะขนาดพื้นที่ที่ไม่เหมาะสมต่อการใช้งานกับประเภทและปริมาณสินค้าที่วางจำหน่ายในร้านและพื้นที่สำหรับพักคอยของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ

1. ผลการศึกษาและวิเคราะห์การออกแบบสภาพแวดล้อมภายนอก

พบว่า การออกแบบจะต้องคำนึงถึงด้านโครงสร้างตัวอาคาร ที่สะท้อนหน้าที่และการสื่อความหมายได้ รูปแบบโครงสร้างร้านจะต้องมีเอกลักษณ์ที่ชัดเจน มีความสวยงามทางสุนทรียภาพต่อผู้พบเห็น มีรูปแบบร้านและหน้าร้านที่สื่อสัญลักษณ์ในเรื่องของประเภทอาคารร้านค้าอย่างชัดเจน มีการจัดรูปแบบทางเชื่อมต่อของทางสัญจรจากที่ว่างภายนอกเข้าสู่ร้านได้อย่างเหมาะสม โดยการออกแบบจะต้องคำนึงถึงรูปแบบการวางตำแหน่งที่ตั้ง ทำเล การเข้าถึงร้าน รูปแบบการวางผังส่วนบริเวณนอกร้าน/



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1

กึ่งนอกร้าน รูปแบบของวัสดุหน้าร้าน รูปแบบหลังคาและกันสาด รูปแบบประตูและหน้าต่าง ป้ายสัญลักษณ์ การให้แสงสว่างภายนอกร้าน สีบรรยากาศ การตกแต่งที่มีเอกลักษณ์และสอดคล้องกับภูมิทัศน์วัฒนธรรม

2. ผลการศึกษาและวิเคราะห์การออกแบบสภาพแวดล้อมภายใน พบว่า การออกแบบจะต้องคำนึงถึงรูปแบบการวางผังร้านของพื้นที่ใช้สอยทั้งหมดอย่างเหมาะสม การจัดเนื้อที่ใช้สอยพื้นที่ขายภายในร้าน รูปแบบการจัดวางแสดงสินค้า รูปแบบวัสดุและพื้นผิวของพื้น ผนัง เพดานภายในร้าน รูปแบบประตูและช่องระบายอากาศ การตกแต่ง ป้ายสัญลักษณ์และตัวอักษร การให้แสงสว่าง รูปแบบและวัสดุของเครื่องเรือน การใช้โทนสี บรรยากาศ และงานระบบภายใน ได้แก่ ระบบความร้อน การระบายอากาศ เสียง

3. ผลการศึกษารูปแบบทางสถาปัตยกรรมของมรดกสิ่งก่อสร้างพื้นถิ่นสู่การพัฒนาารูปแบบเรือนค้าขาย

ในการวิจัยนี้ ได้ศึกษาคุณค่าของมรดกสิ่งก่อสร้างพื้นถิ่นมาเป็นแนวทางในการออกแบบผู้วิจัยจึงศึกษาและถอดรหัสรูปแบบสู่การออกแบบเรือนค้าขายเพื่อสะท้อนเอกลักษณ์อันมีคุณค่าของมรดกสิ่งก่อสร้างพื้นถิ่น โดยเลือกพื้นที่ศึกษาแบ่งออกเป็น 7 พื้นที่ คือ 1) เรือนแถวไม้ย่านตลาดเจ้าพรหมและย่านวัดขุนแสน 2) เรือนพื้นถิ่นชุมชนวัดหันตราและชุมชนข้าวเม่า 3) เรือนพื้นถิ่นชุมชนเกาะเรียน 4) เรือนพื้นถิ่นบ้านรุน 5) เรือนพื้นถิ่นบ้านอิสลามคลองตะเคียน 6) เรือนพื้นถิ่นบ้านปาก

กราน 7) เรือนพื้นถิ่นบ้านสวนพริก จากการสำรวจพบว่า มีรูปแบบทางสถาปัตยกรรม ดังนี้

3.1 รูปแบบโครงสร้าง มีโครงสร้างหลักเป็นไม้ เสาไม้ คาน ตง พื้นเป็นไม้ โครงสร้างหลังคา เป็นไม้เนื้อแข็ง มีรูปแบบหลังคาทรงจั่วแหลมและจั่วแบน ปานลมแบบตัวเหงา และแบบหางปลาหลังคามุงกระเบื้อง กระเบื้องดินเผา กระเบื้องลอนคู่ ลอนเล็ก และสังกะสี บางหลังประดับไม้ฉลุ ฝาผนังเป็นไม้ ฝาปะกน ฝาตีตามแนวนอน และฝาไม้ไผ่สาน บ้านสร้างใหม่ใช้ผนังก่ออิฐฉาบปูน ฝาเพดานชั้นบนเป็นไม้และแผ่นเรียบ ชั้นล่างส่วนมากไม่ตีฝา

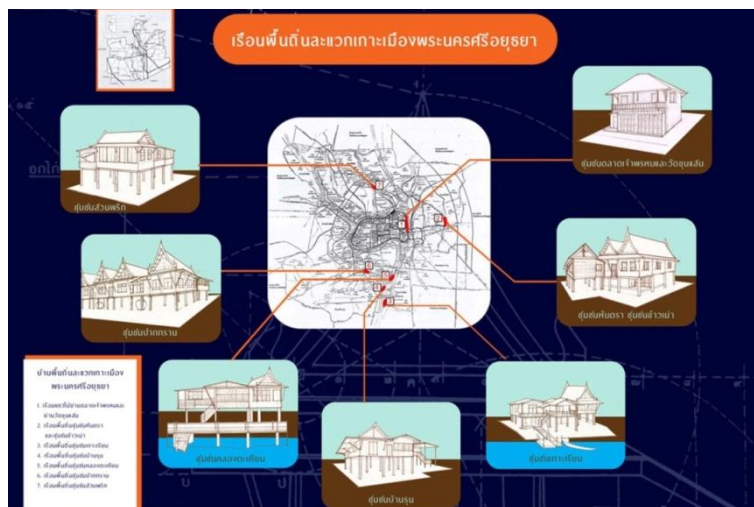
3.2 รูปแบบช่องเปิด ประตู หน้าต่าง พบว่า ประตูเข้าบ้านเป็นบานไม้ ประตูภายในเป็นบานไม้ หน้าต่างบานเปิดเป็นบานไม้ ส่วนใหญ่เปิดแบบ 2 บาน บานหน้าต่างแบบลูกฟักกระดานดุน และบานติดกระจก บานเรือนแถวประตูชั้นล่างเป็นบานเฟี้ยมไม้ (ปัจจุบันนิยมเปลี่ยนเป็นบานกระจกและประตูเหล็กยึด) ส่วนเรือนแถวที่อยู่ติดทางเดิน ส่วนมากเจาะช่องหน้าต่างด้านสกัด แทบทุกเรือนจะมีช่องลมไม้ตอนบนผนังชั้นบนและชั้นล่าง

3.3 รูปแบบระเบียงและลูกกรง พบว่า ระเบียงและลูกกรงชั้นบนของเรือนแถวไม้เป็นเอกลักษณ์หนึ่งที่แสดงให้เห็นการอยู่อาศัยและพักผ่อนชั้นบน ลูกกรงไม่มีรูปแบบที่หลากหลายให้ความสวยงาม และการใช้งานที่คล่องตัว

จากการศึกษา สามารถสรุปลักษณะเด่นของเรือนพื้นถิ่นในแต่ละชุมชนแสดงได้ตามภาพดังนี้



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1



ภาพที่ 1 ภาพแสดงตัวอย่างเรือนพื้นถิ่นในละแวกเกาะเมืองพระนครศรีอยุธยาทั้ง 7 ชุมชน
ที่มา : วิศิษฐ์ เพียรการค้า, 2558

4. ผลการศึกษาและประยุกต์ใช้ทฤษฎี สัญวิทยาสู่การพัฒนาเรือนค้าขาย

การวิจัยนี้ ได้ทำการศึกษากรอบคุณค่าของ
มรดกสิ่งก่อสร้างพื้นถิ่นในละแวกเกาะเมือง
พระนครศรีอยุธยา และทำการถ่ายทอดผ่าน
การออกแบบด้วยทฤษฎีสัญวิทยา ซึ่งเป็นทฤษฎี
ด้านความหมายและการสื่อสารที่ดึงเอาปรัชญา
ทางสถาปัตยกรรมพื้นถิ่นมาคลี่คลายผ่าน
กระบวนการกำหนดเอกลักษณ์ สามารถแบ่ง
การออกแบบเป็น 3 ระดับ คือ

4.1 ระดับ Icon (การจำลองต้นแบบอย่าง
เลือกสรร) คือการนำสถาปัตยกรรมที่มีเอกลักษณ์
พื้นถิ่นตามแบบแผนเดิม มาเป็นต้นแบบสำหรับ
สร้างใหม่ โดยใช้ลักษณะของสถาปัตยกรรมพื้นถิ่น
เป็นหลัก อาจมีการดัดแปลงการใช้งาน วัสดุ และ
เทคโนโลยี แต่ภาพรวมยังรักษางานสถาปัตยกรรม
เดิมอย่างครบถ้วน ทั้งรูปแบบผัง รูปทรง หลังคา
องค์ประกอบต่าง ๆ ฯลฯ

4.2 ระดับ Index (การเลือกใช้สัญลักษณ์
ไทยบางส่วน) คือ การนำบางส่วน ของ
สถาปัตยกรรมพื้นถิ่น รูปทรง องค์ประกอบ
สถาปัตยกรรม มาใช้เป็นสัญลักษณ์ในการสื่อสาร
มีทั้งนำมาประกอบกับสถาปัตยกรรมโดยตรง และ
ดัดแปลงด้วยวิธีการทางสถาปัตยกรรม เช่น
การลดทอน การลดรูป เก็บโครงร่าง ขยายสัดส่วน
 ฯลฯ แต่ยังคงมีกลิ่นอายความเป็นสถาปัตยกรรม
พื้นถิ่น

4.3 ระดับ Symbolic (การตีความใหม่)
คือ การนำสถาปัตยกรรมพื้นถิ่นมาผ่าน
กระบวนการออกแบบจนได้ผลลัพธ์ที่เป็น
สถาปัตยกรรมใหม่ โดยไม่มุ่งเน้นใช้ลักษณะสำคัญ
หรือองค์ประกอบของสถาปัตยกรรมมาเป็นสัญลักษณ์
แต่แสดงออกความเป็นสถาปัตยกรรมพื้นถิ่น
ผ่านเรื่องราว วิธีการทางสถาปัตยกรรมอื่น ๆ ที่เป็น
การสื่อสารแบบสากล เช่น ที่ว่าง รูปทรง แสง เงา



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1

สรุปแล้ว สัญลักษณ์ซึ่งเป็นเสมือนภาษาของสถาปัตยกรรม เพื่อสื่อสารต่อผู้พบเห็น ผู้บริโภค นักท่องเที่ยว หรือผู้ใช้อาคาร ทั้งทางตรงและทางอ้อม สู่แนวคิดในการออกแบบเรือนค้าขายที่สะท้อนความเป็น “สถานที่” ที่มีความเกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมทางกายภาพ และสะท้อนสังคมวัฒนธรรม วิถีชีวิต หรือเกี่ยวข้องกับบริบททางกายภาพ โดยต้องทำความเข้าใจเรื่องน้ำหนักของการแสดงออกถึงเอกลักษณ์ของสถาปัตยกรรมพื้นถิ่น ด้วยวิธีการสื่อสารภาษาสถาปัตยกรรม ผ่านรูปทรง องค์ประกอบ การตกแต่ง สี สัน วัสดุ ฯลฯ ที่นำมาเป็นสัญลักษณ์ในงานออกแบบ เพื่อแสดงความเป็นไทยพื้นถิ่นจากมากไปหาน้อย ซึ่งในการออกแบบร้านค้าที่เกี่ยวข้องกับบริบทวัฒนธรรมหรือเลือกใช้เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมในการออกแบบ ภาษาสถาปัตยกรรมที่เลือกใช้ในการออกแบบเพื่อสื่อถึงสัญลักษณ์ถึงบริบททางวัฒนธรรมจะต้องสื่อสารกับคน 2 ระดับ คือ ระดับแรก การออกแบบจะต้องสื่อสารการเชื่อมโยงถึงที่มาของเนื้อหาวัฒนธรรมที่เลือกนำมาเป็นแรงบันดาลใจ ซึ่งในที่นี้หมายถึงรูปแบบของคุณค่ามรดกสิ่งก่อสร้างพื้นถิ่นในละแวกเกาะเมือง

พระนครศรีอยุธยา และระดับที่สอง รูปแบบสถาปัตยกรรมจำเป็นต้องสื่อสารถึงผู้ใช้อาคารอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ในฐานะที่เป็นอาคารร้านค้า ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของสภาพแวดล้อมสาธารณะ ดังนั้น จึงมีปัจจัยและเงื่อนไขของวัฒนธรรม สังคม เข้ามาเกี่ยวข้อง และการสื่อสารที่จะมีประสิทธิภาพ นั้น จะขึ้นอยู่กับพื้นฐานความรู้ ประสบการณ์การใช้งานของผู้ใช้อาคารในหลายระดับ เช่น ระดับเจ้าของโครงการ ระดับของผู้ใช้อาคาร และระดับของผู้คนทั่วไป ซึ่งจะกลายเป็นเงื่อนไขและปัจจัยในการเลือกระดับของการประยุกต์รูปแบบสู่การออกแบบเรือนค้าขาย เพื่อสื่อสารให้เกิดความเข้าใจของผู้คนที่มีต่อเอกลักษณ์ที่ปรากฏในผลงานออกแบบ

ตอนที่ 2 ผลการพัฒนาเรือนค้าขายจากมรดกสิ่งก่อสร้างพื้นถิ่นสำหรับพื้นที่ภูมิทัศน์วัฒนธรรมนครประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา

ผลการพัฒนารูปแบบเรือนค้าขาย ได้ผลการออกแบบ 3 รูปแบบตามทฤษฎีสัญวิทยา ดังนี้

1. ผลการออกแบบรูปแบบเรือนค้าขายแบบที่ 1 ระดับ Icon



ภาพที่ 2 แสดงรูปด้านเรือนค้าขายแบบที่ 1
ที่มา : วิศิษฐ์ เพียรการค้า, 2559



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์
ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1



ภาพที่ 3 แสดงทัศนียภาพสภาพแวดล้อมทางกายภาพภายนอกของเรือนค้าขายแบบที่ 1
ที่มา : วิศิษฐ์ เพียรการค้า, 2559



ภาพที่ 4 แสดงทัศนียภาพสภาพแวดล้อมทางกายภาพภายในของเรือนค้าขายแบบที่ 1
ที่มา : วิศิษฐ์ เพียรการค้า, 2559



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1

2. ผลการออกแบบรูปแบบเรือนค้าขาย แบบที่ 2 ระดับ Index



ภาพที่ 5 แสดงรูปด้านเรือนค้าขายแบบที่ 2

ที่มา : วิศิษฐ์ เพียรการค้า, 2559



ภาพที่ 6 แสดงทัศนียภาพสภาพแวดล้อมทางกายภาพภายนอกของเรือนค้าขายแบบที่ 2

ที่มา : วิศิษฐ์ เพียรการค้า, 2559



ภาพที่ 7 แสดงทัศนียภาพสภาพแวดล้อมทางกายภาพภายในของเรือนค้าขายแบบที่ 2

ที่มา : วิศิษฐ์ เพียรการค้า, 2559

เน้นความเป็นวัง ปลุกฝังองค์ความรู้ ยึดมั่นคุณธรรมให้เชิดชู เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้สู่สากล



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1

3. ผลการออกแบบรูปแบบเรือนค้าขาย แบบที่ 3 ระดับ Symbolic



ภาพที่ 8 แสดงรูปด้านเรือนค้าขายแบบที่ 3
ที่มา : วิศิษฐ์ เพียรการค้า, 2559



ภาพที่ 9 แสดงทัศนียภาพสภาพแวดล้อมทางกายภาพภายนอกของเรือนค้าขายแบบที่ 3
ที่มา : วิศิษฐ์ เพียรการค้า, 2559



ภาพที่ 10 แสดงทัศนียภาพสภาพแวดล้อมทางกายภาพภายในของเรือนค้าขายแบบที่ 3
ที่มา : วิศิษฐ์ เพียรการค้า, 2559

เน้นความเป็นวัง ปลุกฝังองค์ความรู้ ยึดมั่นคุณธรรมให้เชิดชู เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้สู่สากล



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1

4. ผลการสร้างต้นแบบและการทดลองการใช้งานต้นแบบเรือนค้าขายในพื้นที่วิจัย (วัดไชยวัฒนาราม)



ภาพที่ 11 แสดงรูปแบบสภาพแวดล้อมทางกายภาพภายนอกของต้นแบบเรือนค้าขาย ทั้ง 4 ด้าน
ที่มา : ภาพถ่ายโดย วิศิษฐ์ เพียรการค้า เมื่อวันที่ 2 พฤษภาคม พ.ศ. 2559



ภาพที่ 12 แสดงทัศนียภาพต้นแบบเรือนค้าขายในมุมมองต่าง ๆ
ที่มา : ภาพถ่ายโดย วิศิษฐ์ เพียรการค้า เมื่อวันที่ 12 พฤษภาคม พ.ศ. 2559



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1



ภาพที่ 13 แสดงการทดลองใช้งานต้นแบบเรือนค้าขายในพื้นที่วิจัย
ที่มา : ภาพถ่ายโดย วิศิษฐ์ เพียรการค้า เมื่อวันที่ 13 พฤษภาคม พ.ศ. 2559



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1

ตอนที่ 3 ผลการประเมินการรับรู้รูปแบบเรือนค้าขายหลังการใช้บริการของผู้บริโภค
ตารางที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไป	รายการ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1. สัญชาติ	ชาวไทย	<u>350</u>	<u>87.5</u>
	ต่างชาติ	50	12.5
	รวม	400	100
2. เพศ	ชาย	179	44.7
	หญิง	<u>221</u>	<u>55.2</u>
	รวม	400	100
3. อายุ	ต่ำกว่า 20 ปี	22	5.5
	21-30 ปี	<u>218</u>	<u>54.5</u>
	31-50 ปี	145	36.2
	50 ปี ขึ้นไป	15	3.7
	รวม	400	100
4. ระดับการศึกษา	ประถมศึกษา	12	3
	มัธยมศึกษา, วิชาชีพ	107	26.7
	ปริญญาตรี	<u>264</u>	<u>66</u>
	สูงกว่าปริญญาตรี	17	4.2
	รวม	400	100
6. อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	<u>148</u>	<u>37</u>
	รับราชการ	84	21
	พนักงานเอกชน	65	16.2
	ธุรกิจส่วนตัว	62	15.5
	รับจ้าง	23	5.7
	อาชีพอื่นๆ	18	4.5
	รวม	400	100
7. รายได้/เดือน	ต่ำกว่า 5,000 บาท	22	5.5
	5,001 – 10,000	51	12.7
	10,001 – 20,000	<u>215</u>	<u>53.7</u>
	มากกว่า 20,000 ขึ้นไป	112	28
รวม		400	100

จากตารางที่ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามเป็นชาวไทยมากกว่าชาวต่างชาติ เพศหญิงมากกว่าเพศชาย อายุระหว่าง 21 - 30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีรายได้ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท

เน้นความเป็นวัง ปลุกฝังองค์ความรู้ ยึดมั่นคุณธรรมให้เชิดชู เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้สู่สากล



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1

1. ผลการประเมินการรับรู้รูปแบบเรือนคำของผู้บริโภคและทดสอบตามเกณฑ์การรับรู้ระดับมาก ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.50

ตารางที่ 2 สรุปค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้ของผู้บริโภคต่อเรือนคำขายและการทดสอบตามเกณฑ์การรับรู้ระดับมาก ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.50

รายการประเมิน		SD.	t	sig
1. ด้านรูปแบบที่สอดคล้องกับภูมิทัศน์วัฒนธรรม	4.22	.16	87.95*	.000
2. ด้านคุณค่าทางมรดกสิ่งก่อสร้างพื้นถิ่น	4.11	.18	65.98*	.000
3. ด้านรูปแบบสภาพแวดล้อมทางกายภาพภายนอก	4.18	.16	84.35*	.000
4. ด้านรูปแบบสภาพแวดล้อมทางกายภาพภายใน	3.97	.14	62.91*	.000
5. ด้านความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	4.11	.16	75.38*	.000
รวม	4.12	.14	88.95*	.000

* $P < 0.05$

จากตารางที่ 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้โดยรวมทั้ง 5 ด้าน มีการรับรู้ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมทั้งหมดเป็น (= 4.12) และผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัยด้วยสถิติ One Samples test พบว่า การรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อรูปแบบเรือนคำขายอยู่ในระดับมาก ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

2. ผลการทดสอบความแตกต่างทางด้านสัญชาติต่อการรับรู้รูปแบบเรือนคำของผู้บริโภค

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างทางด้านสัญชาติต่อการรับรู้รูปแบบเรือนคำของผู้บริโภค

สัญชาติ		SD.	t	Sig.
ชาวไทย	4.14	.08	5.76*	.000
ต่างชาติ	3.93	.26		

* $P < 0.05$ แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. ผลการทดสอบความแตกต่างทางด้านเพศต่อการรับรู้รูปแบบเรือนคำของผู้บริโภค

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างทางด้านเพศต่อการรับรู้รูปแบบเรือนคำของผู้บริโภค

		ชาย	หญิง	
เพศ		SD.	t	Sig.
ชาย	4.13	.10	1.56*	.119
หญิง	4.11	.16		

* ไม่แตกต่าง



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการศึกษารูปแบบและวิเคราะห์เรือนค้าขายจากมรดกสิ่งก่อสร้างพื้นถิ่นสำหรับพื้นที่ภูมิทัศน์วัฒนธรรมนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา พบว่า ด้านบริบทอาคารที่ตั้งโครงการและอิทธิพลสภาพอากาศประกอบด้วย แสงแดด ฝน ลม และอุณหภูมิ มีผลกระทบต่อรูปแบบการออกแบบเรือนค้าขาย ส่วนด้านกิจกรรมการใช้สอย ความต้องการพื้นที่ ใช้การวาง Zoning จากแนวคิดการวางพื้นที่ตามลักษณะกายภาพรูปแบบโครงสร้างอาคาร ทางด้านสถาปัตยกรรมมีรูปแบบเป็นอาคารเดี่ยว 1 ชั้น ไม่มีฐานรากลักษณะทรงไทยประยุกต์ พื้นที่ใช้สอย 21 ตารางเมตรแบ่งเป็นพื้นที่ Indoor และ Outdoor ประกอบด้วย 4 พื้นที่ คือ 1) พื้นที่วางสินค้า 2) พื้นที่ทานอาหารว่าง/เครื่องดื่ม 3) พื้นที่ระเบียงพักผ่อน และ 4) พื้นที่เก็บของ/พนักงาน ส่วนผลวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางกายภาพประกอบด้วย 1) การออกแบบสภาพแวดล้อมทางกายภาพภายนอกและภายใน 2) การกำหนดลักษณะรูปแบบร้าน 3) การจัดวาง Zoning และการจัดวางผังร้าน 4) ลักษณะหน้าร้าน 5) การตกแต่งบรรยากาศภายนอกและภายใน 6) การออกแบบเฟอร์นิเจอร์ 7) การออกแบบกราฟิก และผลการวิเคราะห์โปรแกรมด้านพฤติกรรม กิจกรรมการใช้สอยพบว่ามี 2 ส่วน คือ 1) ส่วนพฤติกรรมผู้ให้บริการ และ 2) ส่วนพฤติกรรมผู้รับบริการ

2. ผลการพัฒนาเรือนค้าขายจากมรดกสิ่งก่อสร้างพื้นถิ่นสำหรับพื้นที่ภูมิทัศน์วัฒนธรรมนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา พบว่า มีการออกแบบรูปแบบที่เหมาะสม 3 รูปแบบตามทฤษฎีสัญวิทยา โดยผู้เชี่ยวชาญประเมินความเหมาะสมของรูปแบบเรือนค้าขายทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านรูปแบบที่มีความสอดคล้องกับภูมิทัศน์

วัฒนธรรม ด้านคุณค่าทางมรดกสิ่งก่อสร้างพื้นถิ่น ด้านรูปแบบสภาพแวดล้อมทางกายภาพภายนอก และด้านรูปแบบสภาพแวดล้อมทางกายภาพภายใน อยู่ในระดับมากถึง 3 รูปแบบ

3. ผลการประเมินการรับรู้ของผู้บริโภคต่อรูปแบบเรือนค้าขายหลังการเข้าใช้งาน พบว่า

3.1 การรับรู้รูปแบบเรือนค้าขายของผู้บริโภค มีค่าเฉลี่ยรวมในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านมีผลการประเมิน การรับรู้ในระดับมาก และผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ One Samples test พบว่า การรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อรูปแบบเรือนค้าขายอยู่ในระดับมาก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.2 การรับรู้รูปแบบเรือนค้าขายของผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยรวมในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านมีผลการประเมิน การรับรู้ในระดับมาก และผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ One Samples test พบว่า การรับรู้ของผู้ให้บริการที่มีต่อรูปแบบเรือนค้าขายอยู่ในระดับมาก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.3 ผลการทดสอบความแตกต่างทางด้านสัญชาติต่อการรับรู้รูปแบบเรือนค้าขายของผู้บริโภคพบว่า ผู้บริโภคที่มีสัญชาติแตกต่างกัน การรับรู้รูปแบบเรือนค้าขายแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.4 ผลการทดสอบความแตกต่างทางด้านเพศกับการรับรู้รูปแบบเรือนค้าขายของผู้บริโภคพบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศแตกต่างกัน การรับรู้รูปแบบเรือนค้าขายไม่แตกต่างกัน

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษา รูปแบบและวิเคราะห์เรือนค้าขาย อธิบายได้ว่าความเชื่อมโยงระหว่างเอกลักษณ์ของร้านค้า กิจกรรมการขายกับคุณค่า



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1

เอกลักษณ์ของมรดกทางวัฒนธรรมในพื้นที่ที่สื่อผ่านคุณลักษณะทางกายภาพของการออกแบบร้านค้าปลีก (Retail Design) และศึกษาการรับรู้สภาพแวดล้อมทางกายภาพของผู้บริโภคที่มีต่อการออกแบบที่ถ่ายทอดแนวคิด มาจากมรดกทางวัฒนธรรมในเมืองประวัติศาสตร์ มีผลต่อการกำหนดปัจจัยสภาพแวดล้อมทางกายภาพเพื่อการประยุกต์ใช้เป็นกลยุทธ์ในการกระตุ้นพฤติกรรมผู้บริโภคให้เป็นผู้มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม อีกทั้งยังส่งเสริมนโยบายและแนวคิดเชิงการอนุรักษ์และพัฒนาในเมืองประวัติศาสตร์ผ่านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอีกด้วย ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นการนำมาซึ่งการทราบถึง แนวความคิด ความต้องการเป้าหมาย ค่านิยมและกิจกรรมของผู้บริโภค และยังสร้างความประทับใจเชิงสุนทรียภาพ การสื่อความหมายเชิงสัญลักษณ์ และการใช้งานที่มีประสิทธิภาพของผู้บริโภคด้วย ซึ่งการกำหนดการออกแบบที่เหมาะสมจะสามารถก่อให้เกิดปฏิกิริยาทางการรับรู้จากผู้บริโภคได้ การวิเคราะห์รูปแบบเป็นการศึกษาแบบแยกส่วนตามหัวข้อการออกแบบที่แตกต่างกันขององค์ความรู้ทางการออกแบบสภาพแวดล้อมทางกายภาพภายนอกและภายใน การออกแบบนิเทศศิลป์ และการออกแบบเฟอร์นิเจอร์ ส่วนการวิเคราะห์ทางการค้าปลีกจะเป็นการศึกษาที่สัมพันธ์กันของการออกแบบกับพื้นที่การตลาดและการจัดการ ดังนั้น การออกแบบร้านค้าปลีกจึงมีความเชื่อมโยงขององค์ความรู้โดยการประยุกต์แนวทางในการคิดออกแบบ ที่มีความซับซ้อนของการวิเคราะห์บริเวณว่างของการค้าปลีก เพื่อหาข้อสรุปที่แสดงออกถึงประโยชน์ใช้สอยและการค้าขายที่สามารถสร้างอยู่ในงบประมาณและเป็นไปตามข้อกำหนดในการใช้สอยบริเวณว่างสาธารณะนั้นๆเป็นประเด็นสำคัญ

จากผลการประเมินการรับรู้ของผู้บริโภคต่อรูปแบบเรือนค้าขายหลังการเข้าใช้งานเรือนค้าขายทั้ง 5 ด้าน คือ ด้านรูปแบบที่สอดคล้องกับภูมิทัศน์วัฒนธรรมอยู่ในระดับมาก (4.22) สอดคล้องกับแนวคิดของธนิศร์ พิมลเสถียร (2540) ที่มุ่งเน้นการสงวนรักษาอาคารและสิ่งก่อสร้างที่มีคุณค่า ส่งเสริมสภาพแวดล้อมในพื้นที่อนุรักษ์ และการส่งเสริมหรือรักษากิจกรรมทางสังคมและเศรษฐกิจ ส่วนด้านคุณค่ามรดกสิ่งก่อสร้างพื้นถิ่นอยู่ในระดับมาก (4.11) สอดคล้องกับแนวคิดของสิริภรณ์ สีนันทวงศ์ (2543) ที่มุ่งเน้นคุณค่าของมรดกสิ่งก่อสร้างของงานสถาปัตยกรรมพื้นถิ่นในคุณค่าทางด้านวัฒนธรรม คุณค่าทางสุนทรียภาพ คุณค่าทางวิทยาการ และคุณค่าทางสังคม ส่วนด้านรูปแบบสภาพแวดล้อมทางกายภาพภายนอกอยู่ในระดับมาก (4.18) สอดคล้องกับแนวคิดของอรรถพร เพชรานนท์ (2539) ที่กล่าวว่า การออกแบบสภาพแวดล้อมภายนอกร้าน เป็นจุดเริ่มต้นของกระบวนการถ่ายทอดความคิดทางการสื่อสาร เพราะสิ่งที่ผู้บริโภคได้มองเห็นและสัมผัสภายนอก เป็นเหมือนการสัญญากับผู้บริโภคว่า สถานที่ที่ผู้บริโภคจะได้พบเห็นจากการเข้าไปสัมผัสบรรยากาศในนั้นเป็นอย่างไร ภายนอกอาคารเป็นการสื่อความหมายระหว่างผู้ค้ากับลูกค้าด้วยการใช้ประโยชน์จากพื้นที่ภายนอกร้านด้วยองค์ประกอบของการวางผัง และการออกแบบภายนอกร้าน ส่วนด้านรูปแบบสภาพแวดล้อมทางกายภาพภายใน อยู่ในระดับมาก (3.97) สอดคล้องกับแนวคิดของอรรถพร เพชรานนท์ (2539) ที่กล่าวว่า การออกแบบภายในจะแสดงบทบาททางการสื่อสารทาง การตลาดต่อจากภายนอก เพื่อให้เกิดภาพลักษณ์หรือเกิดความรู้สึก และการรับรู้ตามที่คาดหวังไว้ก่อนเข้ามาในร้าน การออกแบบภายในร้านจึงมีความต่อเนื่องมาจาก



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1

ภายนอกอาคาร โดยอาศัยเอกลักษณ์ของร้านค้า และด้านความพึงพอใจในการใช้บริการ อยู่ใน ระดับมาก (4.11) สอดคล้องกับแนวคิดของ วิลลิสท์ หะยางกู (2535) ที่กล่าวว่า สภาพแวดล้อม ภายนอกที่บุคคลรับรู้ โดยบุคคลจะรับรู้ข่าวสาร ส่วนที่เป็นจุดสนใจ ดังนั้นลักษณะเด่นเฉพาะของ สภาพแวดล้อมจะเป็นสิ่งเร้าที่ทำให้เกิดการรับรู้ได้ ประกอบด้วย ขนาด (Size) สี (Color) ความเข้ม (Intensity) ของการโฆษณา การเคลื่อนไหว (Movement) ตำแหน่ง (Position) ความแตกต่าง (Contrast) การจับแยก (Isolation) ซึ่งอธิบายได้ ว่าการรับรู้จากการใช้งานต้นแบบเรือนค้าขาย ซึ่งเน้นการออกแบบที่สอดคล้องกับเอกลักษณ์ ของมรดกทางวัฒนธรรมและสภาพแวดล้อมเมือง ประวัติศาสตร์ สามารถทำให้ผู้บริโภครับรู้ถึง รูปแบบที่เหมาะสมของร้านค้า ที่จะสามารถทำให้ ผู้บริโภคมีความพึงพอใจและทัศนคติที่ดีต่อ ภาพลักษณ์ของร้านค้าได้ ย่อมเป็นภาพลักษณ์ที่ดี ในการจดจำของผู้บริโภค ทำให้โอกาสที่จะซื้อ สินค้าและบริการย่อมมีมากขึ้นด้วย ดังนั้นการสื่อ ความหมายของเอกลักษณ์แก่ผู้บริโภคให้เข้าใจได้ ผ่านสภาพแวดล้อมภายนอกภาพร้านค้า จะช่วย ส่งเสริมการสร้างแรงจูงใจแก่ผู้บริโภคและ นักท่องเที่ยวให้คำนึงถึงการอนุรักษ์มรดกทาง วัฒนธรรมได้ โดยต้องคำนึงถึงการออกแบบที่มี ประสิทธิภาพ เพราะหากพิจารณาถึงบทบาทของ รูปแบบทางสุนทรียภาพที่เกิดขึ้นและทัศนคติที่ดี ต่อการออกแบบสภาพแวดล้อมทางกายภาพ จะมี อิทธิพลมากต่อกระบวนการรับรู้ของผู้บริโภค จากผลการศึกษา จะเห็นได้ว่าความรู้เกี่ยวกับ คุณค่าทางมรดกทางวัฒนธรรมมีความสัมพันธ์กับ ภาคองค์กรธุรกิจในปัจจุบัน ซึ่งภาคธุรกิจใช้เป็น แนวทางในการพัฒนาการออกแบบและใช้เป็นทุน วัฒนธรรมทางเศรษฐกิจ เพื่อพัฒนาการออกแบบ

ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งการออกแบบจะมี เอกลักษณ์เฉพาะตัว โดยอาศัยคุณลักษณะ สภาพแวดล้อมทางกายภาพที่ถ่ายทอดออกมาผ่าน การออกแบบในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อประโยชน์ ทางด้านการสร้างเอกลักษณ์ สิ่งเหล่านี้จะ เชื่อมโยงไปสู่ความสำคัญทางการออกแบบ สภาพแวดล้อมทางกายภาพสำหรับการขายที่มี ลักษณะเฉพาะตัว โดยการวิจัยนี้ได้รวบรวมเกณฑ์ หลายๆ ด้านของการออกแบบ และเกณฑ์การ อนุรักษ์มรดกวัฒนธรรมและการพัฒนาเมือง ประวัติศาสตร์เพื่อให้เกิดเอกลักษณ์ทางการ ออกแบบที่เหมาะสม ความพยายามในการจัดการ การออกแบบจะมีผลต่อการสื่อสารของเอกลักษณ์ ในระยะยาวของร้านค้าในเมืองประวัติศาสตร์ รวมถึงสภาพแวดล้อมทางกายภาพของเรือน ค้าขาย ที่สื่อถึงเอกลักษณ์ในการอนุรักษ์มรดกทาง วัฒนธรรมที่มีความแตกต่างกันในแต่ละพื้นที่ เพื่อ เพิ่มความสามารถในการส่งเสริมการขาย ด้วยการ ออกแบบที่มีประสิทธิภาพ ทั้งทางด้านการสื่อสาร สัญลักษณ์ การสื่อสารทางสุนทรียภาพ และการใช้ งานที่เหมาะสม โดยสื่อความหมายผ่านทางปัจจัย ต่าง ๆ ในการออกแบบ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเพื่อการนำผลการวิจัยไปใช้ หน่วยงานในส่วนอุทยานประวัติศาสตร์ และจังหวัดสามารถนำผลการวิจัยไปใช้เป็น แนวทางในการออกแบบรูปแบบร้านค้าในพื้นที่ ประวัติศาสตร์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และ ผลการวิจัยสามารถนำมาใช้ เป็นแนวทางในการพัฒนาร้านค้าสำหรับพื้นที่ ภูมิทัศน์วัฒนธรรมอื่น ๆ โดยคำนึงถึงรูปแบบของ เอกลักษณ์และลักษณะของภูมิทัศน์วัฒนธรรมใน พื้นที่นั้น ๆ



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยต่อไป

2.1 ในการออกแบบเรือนค้าขายสำหรับพื้นที่ภูมิทัศน์วัฒนธรรมสิ่งที่ควรคำนึงถึง คือ ความต้องการเชิงพื้นที่ของผู้ให้และผู้ให้บริการ แต่ต้องคำนึงถึงกฎระเบียบข้อบังคับเชิงพื้นที่อย่างเคร่งครัด และการกำหนดขอบเขตทางรูปแบบประเภทอาคาร และขนาดพื้นที่การใช้งานให้ชัดเจน จะทำให้เกิดการพัฒนาในรูปแบบอย่างมีแนวทางที่ชัดเจนครอบคลุม และคำนึงถึงน้ำหนักของรูปแบบเอกลักษณ์เพราะจะเป็นการสร้างการรับรู้ของผู้พบเห็นได้อย่างเหมาะสม

2.2 ควรมีการจัดสภาพแวดล้อมให้เหมาะสมในการทดลองต้นแบบเพื่อส่งเสริมการรับรู้ของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ และวางแผนในการดำเนินการด้านข้อจำกัดของช่วงเวลา ทั้งในการทดลองใช้งาน ในการถ่ายภาพที่ควบคุมได้ยาก ที่อาจทำให้เห็นรูปแบบทางการออกแบบ และบรรยากาศของร้านค้าไม่ชัดเจน

References

Asasongtham, J. (2000). Management retail 2000s. **Executive Journal**. Vol.20 No.1 p.43.
Horayangkura, V. (1998). **Human Behavior and Environment behavioral basis for design and planning**. Bangkok: Chulalongkorn University Press.
National Statistics Office Ayuttaya. (2014). **Tourism statistics report**. On 15 March 2014. From <http://ayuttaya.old.nso.go.th/search option/search result.jsp>

Panin, O. and Jiratatsanakul, S. (2001). **Trading house indigenous community in the city**. Bangkok: J. Print Publisher.
Petcharanon, A. (1996). **Interior Architectural Design**. Bangkok: King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang.
Pimonsathean, Y. (1997). **Urban Revitalization and Urban Conservation**. Bangkok. n.p.
Sihanantavong, S. (2000). **A Study for Concept in Conservation of "SIM" in The Northeast of Thailand**. Bangkok: Chulalongkorn University.
Soodsang, N. (2005). **Industrial Design Research**. Bangkok: Odeon store publisher.
Thaitakoo, D. (2006). **Strategies for Conservation Development Center in The City's History**. Article scholarly debate Faculty of Architecture Chulalongkorn University.