

ห้องประชุม 402
ด้านนวัตกรรมการพัฒนาสาธารณสุข

แนวทางการออกแบบพื้นที่การค้าปลีกสำหรับผู้บริโภคเจเนอเรชั่นวาย

Retail Space Design Guideline for Generation Y Customers

อรกานต์ ตันติศรีสุข¹ และ ผศ.ดร. พีรธร แก้วลาย²

Orakarn Tantisrisuk¹ and Asst. Prof. Peeradorn Kaewlai, DDes²

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

E-mail: orakartan@gmail.com¹ , peeradorn@ap.tu.ac.th²

บทคัดย่อ

ในปัจจุบัน การเจริญเติบโตของศูนย์การค้ามีอัตราสูงขึ้นทุกปี ทำให้ผู้ประกอบการต่างต้องพัฒนาศักยภาพเพื่อแข่งขันกันทั้งในด้านการบริหารจัดการและการออกแบบ เพื่อรองรับกลุ่มผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย โดยกลุ่มผู้บริโภคที่มีความน่าสนใจ ณ ขณะนี้ คือ กลุ่มผู้บริโภคเจเนอเรชั่นวาย เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายสูงขึ้นเรื่อยๆ ทุกปี และเป็นกลุ่มที่ต้องการรูปแบบการตลาดที่แตกต่างไปจากกลุ่มผู้บริโภคเจเนอเรชั่นอื่น งานวิจัยนี้จึงนำเสนอรูปแบบแนวทางในการออกแบบลักษณะทางกายภาพและการบริการของพื้นที่ค้าปลีกและพื้นที่ส่วนกลาง ภายในศูนย์การค้าแต่ละแห่งที่รองรับกลุ่มผู้บริโภคเจเนอเรชั่นวาย โดยมีปัจจัยในการคัดเลือกจากศูนย์การค้าที่สร้างหรือทำการปรับปรุงพื้นที่ใหม่ (Renovated) ตั้งแต่ช่วงปี พ.ศ. 2554-2558 (ปัจจุบัน) ภายในกรุงเทพมหานคร และมีลักษณะเบื้องต้นรองรับกลุ่มผู้บริโภคเจเนอเรชั่นวาย โดยมีขั้นตอนการวิจัย คือ การลงพื้นที่สำรวจลักษณะทางกายภาพ เก็บแบบสอบถามเพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคเจเนอเรชั่นวาย และข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ

Abstract

Competition intensity in retail industry has been increasing each year. This has forced the retail owners to continuously develop their operation and design to cater to new generation. Generation Y will soon be prominent buyers with increasing purchasing power and they also need a new kind of marketing to catch this customers. The selected retail space samples in this study are built or renovated during 2011-2015 located in Bangkok with an intention to serve Gen Y customers. This study shows the rationales behind owners' design, utilization of space, and stores selection. In addition, consumers survey also conducted to gain insights of consumer. This study will serve as a guideline for retail owners and designer, and benefit the consumers as the spaces are designed base on the needs of Generation Y.

คำสำคัญ (Keywords): พื้นที่ค้าปลีก (Retail Space), ผู้บริโภคเจเนอเรชั่นวาย (Generation Y Customers), ลักษณะทางกายภาพของศูนย์การค้า (Physical Environment of Shopping Mall)

1. บทนำ

ในกลุ่มคนแต่ละยุคสมัยจะมีรูปแบบการใช้ชีวิตที่แตกต่างกันไป ทำให้มีการจำแนกกลุ่มคนแต่ละกลุ่มตามช่วงปีที่เกิดอย่างเป็นสากลเรียกว่า เจเนอเรชั่น (Generation) และเจเนอเรชั่นที่กำลังมีอิทธิพลต่อองค์กรต่าง ๆ ขณะนี้ คือ กลุ่มเจเนอเรชั่นวาย มีอายุตั้งแต่ 15-34 ปี (ปัจจุบันปี 2558) นอกจากนี้จะมีศักยภาพด้านปริมาณ คือ ในอนาคต จะมีสัดส่วนอยู่ในตลาดแรงงานถึงร้อยละ 80 มีแนวโน้มครองสัดส่วนผู้บริหารแทนเจเนอเรชั่นเบบี้บูม และ ยังมีศักยภาพทางด้านรายได้ที่เพิ่มมากขึ้น และพฤติกรรมการใช้จ่ายตลอดชีวิตมากกว่ากลุ่มเจเนอเรชั่นอื่นเกินสองเท่า รวมถึงเป็นกลุ่มที่มีอัตราการออมเงินที่สุดในทุกเจเนอเรชั่นอีกด้วย ด้วยพฤติกรรมที่ถูกหล่อหลอมมาพร้อมกับความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ทำให้เป็นกลุ่มที่มีผลต่อการตลาดที่เปลี่ยนแปลงไปในอีกแนวทางอย่างชัดเจน

ในขณะที่จำนวนธุรกิจค้าปลีกของไทยมีอัตราเพิ่มขึ้นทุกปี โดยเฉพาะธุรกิจค้าปลีกประเภทศูนย์การค้าทำให้สังเกตเห็นว่าศูนย์การค้ากำลังเป็นที่นิยมในกลุ่มผู้บริโภคยุคใหม่มากกว่าธุรกิจค้าปลีกประเภทอื่น และเมื่อปริมาณที่มากขึ้น การแข่งขันย่อมมากขึ้นตามไปด้วย ทำให้ผู้ประกอบการต่างต้องวางเป้าหมายโครงการ ให้สอดคล้องกับรสนิยมและความต้องการของผู้บริโภคตามแต่ละยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไป(ฝ่ายวิจัยคอลลิเออร์ส อินเตอร์เนชั่นแนล ประเทศไทย, 2557)

งานวิจัยนี้ จึงนำเสนอแนวทางในการออกแบบลักษณะทางกายภาพของพื้นที่ขายและพื้นที่ส่วนกลางภายในศูนย์การค้าที่มีความหลากหลายมีรูปแบบทางการตลาดที่แตกต่างไปตามแนวคิดของแต่ละศูนย์การค้า เพื่อตอบรับกับผู้บริโภคได้ตรงกับความต้องการมากที่สุด

2. แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1 พฤติกรรมผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นวาย

พฤติกรรมของกลุ่มผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นวายในประเทศไทย จำแนกได้ 5 รูปแบบหลัก ๆ ต่อไปนี้ (ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ ธนาคารไทยพาณิชย์, 2557)

1. ความเชี่ยวชาญในการใช้เทคโนโลยี ทำให้สามารถเข้าถึงข้อมูลต่าง ๆ ได้มากขึ้น
2. สื่อออนไลน์ต่าง ๆ ส่งผลต่อความชื่นชอบในการเข้าสังคมและความต้องการภาพลักษณ์ที่ดี
3. การหาข้อมูลที่ต้องการเพื่อเปรียบเทียบหาทางเลือกที่ตรงกับความต้องการมากที่สุด
4. ชื่นชอบสิ่งแปลกใหม่ แตกต่างและมีเอกลักษณ์เฉพาะ เช่น ใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มสีสัน
5. เจเนอเรชั่นวายมีศักยภาพการจ่าย และกล้าใช้เงินมากกว่าเจเนอเรชั่นอื่น

2.2 รูปแบบพื้นที่ค้าปลีกที่รองรับผู้บริโภคเจเนอเรชั่นวาย

1. การสร้างประสบการณ์พื้นที่ค้าปลีก ในรูปแบบแนวคิดที่แปลกใหม่ สร้างความตื่นตื้นให้กับผู้บริโภค เช่น การแสดงออกทางการตกแต่งภายใน การสร้างธีม การเลือกใช้วัสดุ
2. กลุ่มเจเนอเรชั่นวายต้องการมีส่วนร่วมช่วยเหลือสิ่งแวดล้อม จึงยอมที่จะจ่ายเพิ่มเพื่อสินค้าที่ตระหนักถึงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม รวมถึงการให้ความสำคัญกับพื้นที่สีเขียว
3. องค์กรประกอบในการออกแบบพื้นที่ควรมีความเชื่อมโยง เกี่ยวข้องกับสิ่งที่ต้องการจะสื่อและ สอดคล้องกับภาพลักษณ์
4. ความสะดวกรวดเร็วในการปรับเปลี่ยนพื้นที่เพื่อรองรับและตอบรับกับกิจกรรมต่าง ๆ (Naiop Commercial Real Estate Development Association, 2011)

5. ให้ความสำคัญกับการสร้างความแปลกใหม่ของร้านอาหารในพื้นที่ ผ่านประเภทของอาหาร หรือการออกแบบตกแต่ง

6. ในพื้นที่ที่มีขนาดเล็กลง ควรเน้นการออกแบบที่แปลกใหม่มากขึ้น มีแนวคิดชัดเจน และแสดงเอกลักษณ์ของร้านค้าเพื่อดึงดูดผู้บริโภค (Pricewa-terhouse Coopers & Tns Retail Forward, 2015)

7. การสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างพื้นที่และผู้ใช้งานด้วยเทคโนโลยีที่ล้ำสมัย เช่น การนำดิจิตอล ดิสเพลย์มามีส่วนในพื้นที่หรือร้านค้า (Ipsos Retail Performance, 2014)

8. ควรปรับเปลี่ยนรูปแบบพื้นที่หรือร้านค้าตามเทรนด์ที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว เพื่อคอยสร้างความดึงดูดอยู่เสมอ

9. ควรมีพื้นที่ที่เอื้อต่อการเข้าสังคม (Social Interact) เช่น ร้านอาหาร พื้นที่ส่วนกลาง หรือการจัดกิจกรรมที่สร้างความเพลิดเพลินเช่นพื้นที่ ฟังเพลงเพื่อผ่อนคลาย (Dawidowska, 2005; Misonzhnik, 2007)

10. ควรมีพื้นที่ที่มีลักษณะเปิดโล่ง หรือการนำแสงธรรมชาติเข้ามาในพื้นที่ เพื่อให้ไม่รู้สึกอึดอัด (Garlick & Langley, 2007)

11. ตอบรับการจัดกิจกรรมชั่วคราว เช่น รูปแบบของป๊อปอัพสตรีทหรือฟู้ดทรัค รวมถึงตอบรับการจัดกิจกรรมพิเศษต่างๆ ในพื้นที่เช่นการทำเวิร์กชอป (Workshop) (Dawidowska, 2005)

12. พื้นที่ขนาดเล็กลง ส่งผลให้บางพื้นที่สามารถเป็นจุดรับส่งสินค้าออนไลน์ได้ (La-chman & Brett., n.d.)

3. วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่กำหนดพื้นที่ที่รองรับกลุ่มผู้บริโภคเจนเอเรชั่นวายภายในศูนย์การค้า

กลุ่มตัวอย่าง

2. เพื่อวิเคราะห์รูปแบบทางกายภาพและการบริการภายในศูนย์การค้าที่รองรับกลุ่มผู้บริโภคเจนเอเรชั่นวาย

4. ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยนี้ ทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างจากศูนย์การค้าที่เปิดให้บริการหรือทำการรีโนเวทภายในระยะเวลาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2554-2558 มีที่ตั้งอยู่ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร และมีคุณสมบัติเบื้องต้นตรงกับการทบทวนวรรณกรรมข้อที่ 2.2 ทำให้ได้ศูนย์การค้าที่ทำการศึกษาทั้งหมด 10 แห่ง ได้แก่

1. ศูนย์การค้าสยามเซ็นเตอร์
2. ศูนย์การค้าดิเอ็มควอเทียร์
3. ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์
4. ศูนย์การค้าเซ็นทรัลลาดพร้าว
5. ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพระรามเก้า
6. ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเอ็มบาสซี
7. ศูนย์การค้าสีลมคอมเพล็กซ์
8. ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเฟสติวัลอีวิลด์
9. ศูนย์การค้าสยามแสควร์วัน
10. ศูนย์การค้าเทอมินัล ทเวนต์วัน

เก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ฝ่ายพัฒนาธุรกิจ หรือผู้ที่สามารถให้ข้อมูลได้จากฝั่งผู้ประกอบการ ถึงการกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของแต่ละพื้นที่ภายในศูนย์การค้ากลุ่มตัวอย่าง ร่วมกับทำแบบสอบถามทั้งหมด 235 ชุด เพื่อสอบถามพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคเจนเอเรชั่นวายสุดท้าย คือ การลงพื้นที่สำรวจลักษณะทางกายภาพตั้งแต่การออกแบบพื้นที่ขายพื้นที่ส่วนกลางหน้าร้านค้า จนถึงการทำหนดประเภทร้านค้า แฟชั่นและร้านอาหารภายในพื้นที่ และการให้บริการของศูนย์การค้ากลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

5. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

เพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการและนักออกแบบ ในการออกแบบและพัฒนา พื้นที่ศูนย์การค้าเพื่อรองรับกลุ่มผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นวาย ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นวายมากที่สุด

6. วิเคราะห์ข้อมูล

6.1 ปัจจัยที่กำหนดพื้นที่ภายในศูนย์การค้าที่รองรับผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นวาย

การวิเคราะห์ข้อมูล จากแบบสอบถามผู้บริโภคนเจนเนอเรชั่นวายเบื้องต้น จำนวน 235 ชุด ระดับรายได้ จะสัมพันธ์กับอายุและรายจ่ายอย่างมีนัยสำคัญ คือ ยิ่งอายุมากขึ้น รายได้และรายจ่ายก็จะมากขึ้นตาม

และประเภทของสินค้าและบริการ ที่นิยมมากที่สุดจากแบบสอบถาม คือ อาหาร และสินค้าแฟชั่น คิดเป็นร้อยละ 91 และ 60 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จึงทำการวิเคราะห์และสำรวจพื้นที่เพียงบริเวณร้านอาหารและบริเวณสินค้าแฟชั่นเท่านั้น

ตารางที่ 1 สรุปร้านอาหารที่เจนเนอเรชั่นวายนิยมที่สุด

ประเภทของร้านอาหาร	จำนวน	ร้อยละ
ร้านอาหารญี่ปุ่น	164	69.8
ร้านกาแฟและเบเกอรี่	126	53.6
ร้านอาหารฟาส์ฟู้ดส์	87	37

*คิดเป็น ร้อยละ จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 235 ชุด

จากตารางด้านบน นอกจากประเภทของร้านอาหารที่นิยมมากที่สุด จะต้องอยู่ในระดับราคาของกลุ่มผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นวายรับได้ต่ออาหาร 1 มื้อ ต่อคน คือ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามถึง ร้อยละ 50 รับได้ที่ ระดับราคา 200-500 บาท

ตารางที่ 2 ประเภทสินค้าแฟชั่นที่นิยมมากที่สุด

ประเภทของสินค้าแฟชั่น	จำนวน	ร้อยละ
สินค้าสตรีทแวร์แบรนด์	186	80.9
สินค้าประเภทกีฬา	70	30.6
สินค้าประเภทเครื่องสำอางค์	70	30.6
สินค้าประเภทไทยดีไซน์เนอร์	29	12.6

*คิดเป็น ร้อยละ จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 235 ชุด

รายชื่อศูนย์การค้า กลุ่มตัวอย่าง	ชั้น	ส่วนผสมร้านอาหาร			ส่วนผสมสินค้าแฟชั่น		
		กาแฟ เบเกอรี่ ไอศกรีม	อาหาร ฟาส์ฟู้ด	อาหาร ญี่ปุ่น	สตรีท แวร์แบรนด์	เครื่อง สำอางค์	กีฬา ดีไซน์เนอร์
สยามเซ็นเตอร์	1	●			●	●	
	2	●			●	●	
	3	●					●
	4	●		●			
ดีเอ็มควอเทียร์	1	●			●	●	
	2	●			●	●	●
เซ็นทรัลเวสต์	2	●			●	●	●
	3	●			●		●
	6	●	●	●			
เซ็นทรัลลาดพร้าว	0	●	●	●	●	●	●
	1	●			●	●	●
	4			●			
เซ็นทรัลพระราม9	0	●	●	●	●		●
	1	●			●	●	●
	6		●	●			
	7			●			
เซ็นทรัลเอ็มบาสซี	2	●			●	●	●
	3	●			●		●
	5	●		●			
สีลมคอมเพล็กซ์	0	●	●	●	●	●	
	2	●			●	●	
	4	●		●			
	4	●					
เซ็นทรัลเฟสติวัล อีสท์ วิลด์	1	●		●	●	●	●
	2	●		●			
สยามแสควร์วัน	1				●		●
	4	●		●			
	5			●			
เทอมินอล 21	0	●	●	●			●
	1	●			●	●	
	5			●			
	6	●	●	●			

รูปที่ 1 แบบสำรวจจากภาพ ร้านค้าแฟชั่นและร้านอาหารของศูนย์การค้ากลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

จากตารางที่ 2 เป็นประเภทของสินค้าแฟชั่นที่ความนิยมมากที่สุด 4 อันดับแรก และระดับราคาที่กลุ่มผู้บริโภคเจเนอเรชั่นวายร้อยละ 35 จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ยอมจ่ายต่อสินค้าแฟชั่น 1 ชิ้นคือระดับราคา 1,000-2,000 บาท

จากการเข้าไปสำรวจลักษณะทางกายภาพและระดับราคาของสินค้าและร้านค้าส่วนใหญ่ภายในศูนย์การค้า พบว่า ศูนย์การค้าที่มีร้านอาหารและสินค้าแฟชั่นส่วนใหญ่อยู่ในระดับราคาของกลุ่มผู้บริโภคที่ 1 ได้แก่ ศูนย์การค้าสยามเซ็นเตอร์ สีส้มคอมเพล็กซ์ เซ็นทรัลพระรามเก้า เทอมนัดด์ ทเวนต์วัน สยามแอสควอร์วัน เซ็นทรัลเฟสติวัลอีสวิลล์ เซ็นทรัลเวิลด์ เซ็นทรัลลาดพร้าว และดิเอ็มควอเทียร์ ตามชั้นที่ได้นำมาวิเคราะห์และจะเห็นได้ว่าทุกศูนย์การค้ามักจะมีการแทรกร้านค้าแฟชั่นหรือเบเกอรี่ตามจุดต่าง ๆ เพื่อดึงดูดผู้บริโภคเข้ามาในพื้นที่ และไม่ต้องใช้ครัวหนักในส่วนของโครงสร้างอีกด้วย

รวมถึงสินค้าสตรีทแบรนด์ที่อยู่ในศูนย์การค้าที่ทำการสำรวจส่วนใหญ่จะอยู่ระดับราคา 1,000-3,000 บาทหรือต่ำกว่านั้น เช่น สินค้าภายในร้านค้า H&M และ XXI Forever ที่นอกจากราคาปานกลางแล้วยังเป็นที่นิยมในกลุ่มเจเนอเรชั่นวายต่างประเทศด้วย นอกจากนี้ สินค้าที่ได้รับความนิยมรองมา คือ สินค้ากีฬา ซึ่งตรงกับเทรนด์ในขณะนี้ ที่กลุ่มผู้บริโภคกำลังให้ความสำคัญกับเรื่องสุขภาพมากขึ้น ในขณะที่กลุ่มที่มีรายได้สูงขึ้นมาจะมีความนิยม สินค้าไฮเอนด์ไฮเนอร์ ที่จะมียุทธศาสตร์สูงกว่าสินค้าสตรีทแฟชั่นทั่วไป รองรับกลุ่มเฉพาะที่ต้องการความมีเอกลักษณ์และบ่งบอกถึงความเป็นตนเองมากกว่า ซึ่งจากแบบสำรวจและแบบสัมภาษณ์พบว่า ศูนย์การค้าทุกแห่งมีระดับราคาของสินค้าแฟชั่นและร้านอาหารอยู่ในระดับใกล้เคียงกันทั้งหมด

ในขณะที่เซ็นทรัลเอ็มบาสซีแห่งเดียวที่จะมีระดับราคาสินค้าแฟชั่นและร้านอาหารโดยส่วนใหญ่สูงมากเกินกำลังซื้อของผู้บริโภคเจเนอเรชั่นวาย

6.2 ด้านการวิเคราะห์ลักษณะทางกายภาพและการบริการที่รองรับผู้บริโภคเจเนอเรชั่นวายจากการสำรวจ แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ

รายชื่อศูนย์การค้า กลุ่มตัวอย่าง	ชั้น เลข	สี/ วัสดุ	ลักษณะทางกายภาพ					
			มีแสงสว่าง ธรรมชาติ / Skylight	มีความ พื้นที่ สีเขียว	มีที่นั่ง ทำงาน ปกติไฟ	มีEvent ในธีมที่ แปลกใหม่	Interactive Tech- nology	Free WiFi
สยามเซ็นเตอร์	1	●●●○	○	○	○	○	○	
	2	●●●○	○	○	○	○	○	
	3	●●●○	○	○	○	○	○	
	4	●●●○						
ดิ เอ็มควอเทียร์	B	●●●○		○				
	1	●●●○	○	○		○		
เซ็นทรัลเวิลด์	2	●●●○	○	○				
	3	●●●○	○					
	6	●●●○	○					
เซ็นทรัลลาดพร้าว	G	●●●○						
	1	●●●○	○	○		○		
	4	●●●○	○	○		○		
เซ็นทรัลพระราม 9	B	●●●○						
	G	●●●○						
	1	●●●○						
	6	●●●○	○					
	7	●●●○	○					
เซ็นทรัลเอ็มบาสซี	2	●●●○	○	○		○	○	
	3	●●●○	○				○	
	5	●●●○	○				○	
สีลมคอมเพล็กซ์	B	●●●○						
	G	●●●○	○	○				
	2	●●●○	○					
	4	●●●○	○					
เซ็นทรัลเฟสติวัล อีสวิลล์	1	●●●○	○	○		○		
	2	●●●○	○					
สยามแอสควอร์วัน	1	●●●○	○	○		○		
	4	●●●○	○	○				
	5	●●●○	○	○				
เทอมนัดด์ 21	B	●●●○						
	G	●●●○	○				○	
	1	●●●○	○				○	
	5	●●●○	○					

รูปที่ 2 แบบสำรวจทางกายภาพและการให้บริการของศูนย์การค้ากลุ่มตัวอย่างทั้ง 10 แห่ง

ตารางที่ 3 สาเหตุที่เลือกใช้บริการศูนย์การค้ากลุ่มตัวอย่างทั้ง 10 แห่ง

ทางด้านกายภาพ	จำนวน	ร้อยละ
สามารถเข้าถึงได้โดย BTS/MRT	161	68.5
ประกอบไปด้วยร้านค้าที่ชื่นชอบ	114	48.5
บรรยากาศโดยรวมภายในศูนย์ฯน่าเดิน	84	35.7

*คิดเป็นร้อยละ จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 235 ชุด

จากการวิเคราะห์แบบสอบถาม พบว่า เหตุผลทางด้านความสะดวกในการเดินทางมีความสำคัญมากที่สุด คือ มีขนส่งสาธารณะระบบรางรองรับ (รถไฟฟ้าและรถไฟฟ้าใต้ดิน) ซึ่งจากการสำรวจและสัมภาษณ์ ศูนย์การค้าที่เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด จะอยู่อยู่ติดกับขนส่งสาธารณะ ระบบราง ยกเว้นศูนย์การค้าเซ็นทรัลเฟสติวัลอัสสัมบลีย์ที่มีผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นวายใช้บริการน้อยที่สุดจากแบบสอบถาม

และข้อมูลอีกส่วน ที่ได้จากการสำรวจพื้นที่ทางกายภาพเห็นว่า ศูนย์การค้ากลุ่มตัวอย่างทั้งหมดให้ความสำคัญกับแนวคิดในการออกแบบ ที่มีเอกลักษณ์ดึงดูดกลุ่มผู้บริโภคด้วยวิธีที่ต่างกันไป รูปแบบของร้านค้าเป็นรูปทรงอิสระมากขึ้น มีสีสันและความแปลกใหม่มากกว่าศูนย์การค้าในอดีต

นอกจากนี้ จากรูปที่ 2 บางศูนย์การค้าเริ่มมีการใส่ใจพื้นที่สีเขียว และการใช้วัสดุเป็นกระจกเพื่อนำแสงธรรมชาติเข้ามาใช้ในพื้นที่ และนำเทคโนโลยีรูปแบบใหม่ ๆ เข้ามาใช้ในพื้นที่มากขึ้น จากในอดีตที่ศูนย์การค้ามักจะมีลักษณะทึบและเน้นรูปทรงสี่เหลี่ยม จากข้อจำกัดทางการก่อสร้าง ความนิยมและการตลาดในยุคสมัยนั้นที่ต้องการให้ผู้บริโภคที่อยู่ภายในศูนย์การค้า มองไม่เห็นภายนอกและรับเวลา

นอกจากนี้ในด้านการบริการ เริ่มมีรูปแบบที่แปลกใหม่สร้างความพิเศษ รองรับไลฟ์สไตล์ของ

ผู้บริโภคใหม่ ๆ เพิ่มมากขึ้น เช่น ศูนย์การค้าสยามเซ็นเตอร์ ที่ปรับปรุงพื้นที่ส่วนกลาง ให้เอื้อต่อการนั่งทำงาน อ่านหนังสือ และมีปลั๊กไฟสำหรับอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ ตามที่ได้สัมภาษณ์ผู้ประกอบการ และตารางที่ 4 เพียงศูนย์การค้าเดียวเท่านั้น

ตารางที่ 4 ความต้องการเพิ่มเติมจากศูนย์การค้ากลุ่มตัวอย่างทั้ง 10 แห่ง

ความต้องการเพิ่มเติม	จำนวน	ร้อยละ
เพิ่มการให้บริการส่วนกลางที่เอื้อต่อการทำงานต่าง ๆ เช่น Free Wifi โต๊ะ หรือนั่งทำงาน	111	47.2
จัดกิจกรรมชั่วคราวในธีมที่แปลกใหม่ขึ้น (Pop-up Store, Food Truck)	106	45.1
เพิ่มรูปแบบร้านอาหารใหม่ ๆ เช่น อาหารเพื่อสุขภาพ ร้านกินดื่ม	101	43

*คิดเป็น ร้อยละ จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 235 ชุด

สิ่งที่กลุ่มผู้บริโภคต้องการเพิ่มเติมเป็นอันดับ 2 คือ ต้องการให้มีการส่งเสริมกิจกรรมชั่วคราวต่าง ๆ ที่กำลังเป็นที่นิยมในปัจจุบัน เช่น การจัดป๊อปอัพสโตร์ (Pop-Up Store) ในแนวคิดที่แปลกใหม่ขึ้น การนำฟู้ดทรัค (Food Truck) เข้ามาขายในพื้นที่จัดกิจกรรมของทางศูนย์การค้า ซึ่งถ้าหากเทียบกับรูปที่ 2 จากการสำรวจทางกายภาพพบว่า กิจกรรมที่กลุ่มผู้บริโภคต้องการเหล่านี้ มีเพียงในบางศูนย์การค้าเท่านั้น

7. บทสรุป

การกำหนดพื้นที่ภายในศูนย์การค้าเพื่อรองรับกลุ่มผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นวายนั้น ควรคำนึงถึงประเด็นดังนี้

1. ทำเลที่ตั้ง ศูนย์การค้าที่รองรับกลุ่มผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นวายควรอยู่ในทำเลที่ติดกับขนส่งสาธารณะระบบราง (รถไฟฟ้าและรถไฟฟ้าใต้ดิน)

เนื่องจากกลุ่มเจเนอเรชั่นวัยส่วนใหญ่เดินทางด้วยขนส่งสาธารณะมากกว่ารถยนต์ส่วนตัว

2. ลักษณะทางกายภาพ ได้แก่ แนวคิดในการออกแบบพื้นที่ ควรมีความแปลกใหม่จากแนวคิดที่เคยมีในศูนย์การค้าแห่งอื่นแล้ว เนื่องจากลักษณะนิสัยของกลุ่มผู้บริโภคเจเนอเรชั่นวัยต้องการความมีเอกลักษณ์และพื้นที่ที่ป้องกันถึงความเป็นตนเองได้มากกว่ากลุ่มเจเนอเรชั่นอื่น

3. รูปแบบการให้บริการพิเศษ เช่น การจัดอีเว้นท์ต่าง ๆ ในรูปแบบที่แปลกใหม่ขึ้น คอยเปลี่ยนแปลงธีม หรือทำให้เกิดความรู้สึกพิเศษมากกว่ากิจกรรมทั่วไป ใช้สื่อออนไลน์เป็นการโปรโมทมากขึ้น

4. กลุ่มเจเนอเรชั่นวัยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการเข้าถึงคม ดังนั้น การทำงานหรืออ่านหนังสือนอกบ้านนั้น กำลังเป็นไลฟ์สไตล์ในขณะนี้ เพราะนอกจากได้แลกเปลี่ยนความรู้แล้วนั้น ยังสามารถพบเจอกับคนอื่นได้มากกว่า ดังนั้น ศูนย์การค้าควรมีการให้บริการพื้นที่ส่วนกลางที่เอื้อกับการนั่งทำงานหรืออ่านหนังสือมากกว่าเป็นเพียงพื้นที่นั่งรอทั่วไป

5. กลุ่มเจเนอเรชั่นวัยนั้นมีความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีมากกว่ากลุ่มเจเนอเรชั่นก่อนหน้ามาก จึงควรมีการนำเทคโนโลยีรูปแบบใหม่ๆ เข้ามาในพื้นที่ และมีปฏิสัมพันธ์กับผู้บริโภคมากกว่านี้

6. ให้ความสำคัญกับเทรนด์ของผู้บริโภคกลุ่มนี้ในส่วนของกรนำร้านค้าแฟชั่น หรือ ร้านอาหารที่กำลังเป็นที่นิยม มีความแปลกใหม่สร้างความตื่นตาตื่นใจ เข้ามาในพื้นที่ และต้องคอยติดตาม เปลี่ยนแปลงรูปแบบให้เข้ากับความต้องการผู้บริโภคเสมอ

รายการอ้างอิง

ฝ่ายวิจัยคอลลิเออร์สอินเตอร์เนชั่นแนลประเทศไทย. (2557). *รายงานตลาดพื้นที่ค้าปลีกไตรมาสที่ 2 ปี พ.ศ. 2557* (รายงานวิจัย).

กรุงเทพฯ: คอลลิเออร์สอินเตอร์เนชั่นแนล. ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ. (2557). *กลยุทธ์มัดใจผู้บริโภค Gen Y*. ธนาคารไทยพาณิชย์ 6-19.

Dawidowska, K. (2005). *Generation Y*. Retrieved December 10, 2015. from http://specialtyretail.com/issue/2005/10/running-a-cart-or-kiosk/shopper-demographics/generation_y_shopper_demographics/

Garlick, R. & Langley, K. (2007). Reaching Gen Y on both sides of the cash register: As customers and retail employees. *Insight Newsletter*, 10, 1-9.

Ipsos Retail Performance. (2014). *Customer experience must have the wow factor to survive in 2014*. Retrieved December 10, 2015. from <http://www.ipsos-retail-performance.com/resources/blog/customer-experience-must-have-the-wow-factor-to-survive-in-2014/>

Lachman, M. L. & L. Brett, D. L. (n.d.). *Generation Y : Shopping and entertainment In the digital age*. ULI Foundation (Non Profit Education and Research Institute).

Misonzhnik, E. (2007). *Back to the future*. Retrieved December 10, 2015. from <http://nreionline.com/retail/back-future>

PricewaterhouseCoopers. & Tns Retail Forward. (2007). *New frontiers*. Retailing 2015, 9-30.

Silvey, L. (2011). *New voices – Designing spaces for Gen Y*. Retrieved August 28, 2015. from <http://www.naiop.org/en/Magazine/2011/Summer-2011/Development-Ownership/Designing-Spaces-for-Gen-Y.aspx>

แนวทางการบริหารจัดการพื้นที่กึ่งสาธารณะเพื่อสนับสนุน
การเดินทางรอบจุดเปลี่ยนถ่ายการสัญจรในเขต CBD กรุงเทพมหานคร
Management Guideline For Semi-Public Space to Support
Walkability of TOD Area in Bangkok's CBD

รินรดา ราชคีรี¹ และ ผศ.ดร. พีรตม แก้วลาย²

Rinrada Rachkree¹ and Asst. Prof. Peeradorn Kaewlai, DDes²

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

E-mail: rachkeree.rinrada@gmail.com¹, peeradorn@ap.tu.ac.th²

บทคัดย่อ

การเพิ่มพื้นที่เมืองน่าเดินเป็นการพัฒนาโครงสร้างขั้นพื้นฐานของเมือง เนื่องจากการเดินเท้าเป็นโครงข่ายการสัญจรที่ง่ายที่สุดในการเชื่อมโยงส่วนต่าง ๆ ของเมืองไว้ด้วยกัน ในบางเมือง เช่น โตเกียว นิวยอร์ก ฮองกง ภาครัฐได้เริ่มเข้ามามีบทบาทในการพัฒนาพื้นที่ด้วยการอุทิศพื้นที่ดินบางส่วนของตนให้เป็นพื้นที่สาธารณะหรือที่เรียกว่า “POPS” (Privately Owned Public Space) อย่างไรก็ตามแนวคิดนี้ยังไม่เกิดขึ้นในประเทศไทย โดยเฉพาะบริเวณพื้นที่รอบจุดเปลี่ยนถ่ายการสัญจรในเขตศูนย์กลางทางธุรกิจของกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีผู้เดินทางจำนวนมาก การวิจัยนี้มุ่งศึกษาหาสาเหตุปัจจัยอุปสรรคที่เกิดขึ้นและขีดจำกัดของภาครัฐในการให้ความร่วมมือเรื่องการพัฒนาพื้นที่กึ่งสาธารณะเพื่อส่งเสริมลักษณะพื้นที่เมืองน่าเดินร่วมกับหน่วยงานรัฐบาล ซึ่งจากการศึกษาพบว่า พื้นที่กึ่งสาธารณะส่วนใหญ่จะอยู่เขตพื้นที่ของอาคารสำนักงาน และอาคารสรรพสินค้าที่ตั้งอยู่บริเวณถนนสายหลักและอยู่ตามตำแหน่งต่าง ๆ ของอาคารทั้งหมด 6 ตำแหน่ง โดยส่วนมากมีลักษณะเป็นพื้นที่เปิดโล่งต่างระดับ โดยเกิดขึ้นจากการคำนึงถึงกฎหมายและภาพลักษณ์องค์กร หากมีการร่วมมือกับรัฐบาลในการพัฒนาพื้นที่จะคำนึงถึงเรื่องผลตอบแทนทางการลงทุนเป็นสำคัญ

Abstract

The development of walkable city is an important thing to improve urban infrastructure. As a result, a pedestrian network is the easiest way to link different parts of the city together. The private sector in some cities such as Tokyo, New York and Hongkong has begun to play the role in urban development by turning their private space to the public, as known as “POPS” (Privately Owned Public Space). However, this idea has not been applied, in Thailand, especially around TOD areas of Bangkok's CBD where a lot of travelers. This paper aim to find the causative factors, obstacles and the limit that the private sector can accept in cooperating with government to develop their spaces to promote walkable city. The study revealed that most of semi-public spaces are mainly in the area of the office building and retail building that located on the

main road and have 6 positions around building area. They are allocated to be a small elevated open space which arises from considering about the law and corporate image. And the main factors in a development of semi-public spaces with government is the return of investment.

คำสำคัญ (Keywords): จุดเปลี่ยนถ่ายการสัญจร (Transit Orient Development), พื้นที่กึ่งสาธารณะ (Semi-Public Space), พื้นที่เมืองนำเดิน (Walkable City), พื้นที่เปิดโล่งต่างระดับ (Elevated Open Space)

1. บทนำ

ทางเดินเท้าทำหน้าที่หลักเป็นทางสัญจรที่สำคัญของเมืองที่เชื่อมโยงส่วนต่าง ๆ ของเมืองเข้าไว้ด้วยกันโดยเมืองที่มีการพัฒนาทางเท้าที่ดีจะมีระบบทางเดินที่เชื่อมต่อบริเวณสาธารณะทั้งหมดของเมืองไว้ด้วยกัน (ถนนอมคัดดี แก้วเขียว, 2536) และเนื่องจากกรุงเทพมหานครมีการเจริญเติบโตของพื้นที่อย่างไร้ทิศทาง (Urban Sprawl) ส่งผลให้ชุมชนใหม่ และเก่าก่อตั้งอยู่อย่างกระจัดกระจาย ขาดพื้นที่นั้นหนาแน่น พื้นที่ศูนย์กลางชุมชน ประชาชนต้องเดินทางไปยังแหล่งงาน ศูนย์บริการสาธารณะ และใจกลางเมืองด้วยรถยนต์ส่วนบุคคลเสียเป็นส่วนใหญ่ (สุภาพนา บุญประวีตร, 2557) ทำให้พื้นที่ในเขตเมืองต้องเผชิญกับปัญหาจราจรผู้เดินทางต้องเสียเวลา และค่าใช้จ่ายในการเดินทางสูง ทำให้มีการสนับสนุนให้ผู้คนหันมาเดินทางด้วยระบบขนส่งสาธารณะมากยิ่งขึ้น เช่น ระบบรางแต่การพัฒนาระบบรางเหล่านี้ไม่ได้ถูกวางแผนควบคู่ไปกับบาทวิถี และพื้นที่สาธารณะต่าง ๆ ที่จะมารองรับ หรืออำนวยความสะดวกให้กับผู้เดินทาง โดยเฉพาะในเขต CBD ของกรุงเทพมหานคร เนื่องจากทางเท้าจำนวนมากมีพื้นผิวขรุขระ มีสิ่งกีดขวางมีความกว้างไม่เพียงพอ ไม่มีทางลาดเป็นทางขึ้นลงที่เหมาะสมและไม่ร่มรื่น ชวนใช้เป็นอุปสรรคทำให้กลุ่มคนที่ใช้ทางเท้าไม่อาจเข้าถึง และใช้ประโยชน์ได้อย่าง

สะดวก ปลอดภัย และเสมอภาคเท่าเทียม (สมัชชาสุขภาพ ครั้งที่ 5/หลัก 1, 2555) ประกอบกับยังขาดพื้นที่ว่างกึ่งสาธารณะในการรองรับการสัญจรของผู้ที่เดินทางเข้ามาอยู่ในเขตเมือง เนื่องจากพื้นที่ดินในเขตศูนย์กลางธุรกิจของกรุงเทพมหานครส่วนมากมีภาคเอกชนเป็นผู้ถือครองกรรมสิทธิ์ หากภาครัฐต้องการพัฒนาพื้นที่จะต้องอาศัยเงินลงทุน และเวลาในการเวนคืนที่ดินเป็นจำนวนมาก ในต่างประเทศจึงได้มีการแก้ไขปัญหาเหล่านี้ด้วยการกระตุ้นให้ภาคเอกชน เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาพื้นที่โดยการจัดสรรหรืออุทิศพื้นที่ในเขตที่ดินของตนเองให้ กลายเป็นพื้นที่เพื่อสาธารณประโยชน์ต่าง ๆ โดยเรียกพื้นที่เหล่านี้ว่า “POPS” (Privately Owned Public Space) โดยที่ภาครัฐเข้าไปจัดการวางผังต่อเนื่องกันเป็นพื้นที่ใหญ่พื้นที่เดียวไปตั้งข้อกำหนด ตั้งข้อมาตรฐาน เช่น เปิดให้ประชาชนใช้งานตลอด 24 ชั่วโมงแล้วสิ่งที่ภาคเอกชนได้รับตอบแทนคือ การที่สามารถสร้างอาคารได้สูงขึ้น และการลดหย่อนภาษี (พนิต ภูจินดา, 2558) แต่การพัฒนาพื้นที่รูปแบบนี้ยังไม่ได้เกิดขึ้นในประเทศไทย เนื่องจากพื้นที่กึ่งสาธารณะที่เกิดขึ้นนั้นมักเกิดจากการที่ภาคเอกชนปฏิบัติตามข้อบังคับกฎหมายเพื่อระยะรั้ว และการกำหนดสัดส่วนพื้นที่ว่าง (OSR: Open Space Ratio) ประกอบกับที่ดินในเขต CBD มีราคาแพงรูปแบบพื้นที่ที่เกิด

ขึ้นจึงเป็นเพียงพื้นที่ที่กึ่งสาธารณะที่ถูกใช้งานเพียงแค่การเดินทางเพื่อเข้า หรือออกจากตัวอาคาร (Whyte, 1980) ประกอบกับภาคเอกชนบางส่วนคิดว่าภาครัฐขาดความเอาใจใส่ และมีอุปสรรคด้านข้อบังคับสัญญา และกฎหมายต่าง ๆ ที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการทำโครงการ ซึ่งเป็นอุปสรรคใหญ่ในการทำโครงการต่าง ๆ ในอนาคต (ชนัดดา สุสมบุญ, 2558) โอกาสได้ผลกำไรจากผู้ให้บริการพื้นที่มีน้อยทำให้ภาคเอกชนมองข้ามผล ประโยชน์ที่จะเกิดในระยะยาวจากการพัฒนาพื้นที่ว่าการมีพื้นที่เมืองนำเดินนั้นจะสามารถช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตสามารถสร้างความมีชีวิตชีวาให้กับพื้นที่ และก่อให้เกิดกิจกรรมทางเศรษฐกิจได้

ซึ่งงานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. ศึกษาลักษณะทางกายภาพของพื้นที่ว่างกึ่งสาธารณะที่ส่งเสริมลักษณะพื้นที่เมืองนำเดินของอาคารสำนักงาน และอาคารสรรพสินค้าบริเวณรอบ จุดเปลี่ยนถ่ายการสัญจร ในเขตศูนย์กลางธุรกิจของกรุงเทพมหานคร
2. ศึกษาแนวคิดและความเห็นของภาคเอกชนในการพัฒนาพื้นที่เมืองนำเดิน
3. ศึกษาสาเหตุ อุปสรรค และขีดจำกัดที่ภาคเอกชนสามารถยอมรับได้ในการส่งเสริมลักษณะพื้นที่เมืองนำเดิน
4. สรุปเป็นแนวทางในการบริหารจัดการพื้นที่ว่าง กึ่งสาธารณะเพื่อสนับสนุนการเดินทางจุดเปลี่ยน ถ่ายการสัญจรในเขตศูนย์กลางธุรกิจของกรุงเทพฯ

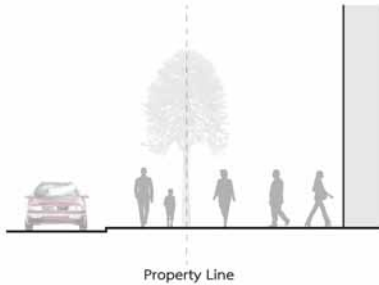
โดยงานวิจัยมุ่งหวังให้เกิดประโยชน์เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาพื้นที่ว่างกึ่งสาธารณะของเมืองให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น และส่งเสริมให้ผู้คนตระหนักถึงคุณค่าของการเดินเท้า สำหรับนักผังเมือง หรือหน่วยงานรัฐบาลในการวาง

แผนพัฒนาลักษณะ พื้นที่เมืองนำเดินผ่านการใช้พื้นที่ว่างกึ่งสาธารณะ และสำหรับภาคเอกชนที่จะกระตุ้นให้เล็งเห็นถึง ความสำคัญในการพัฒนาพื้นที่ว่างกึ่งสาธารณะ และพื้นที่เมืองนำเดิน

2. แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับพื้นที่กึ่งสาธารณะ รูปแบบ POPS

พื้นที่กึ่งสาธารณะในรูปแบบ POPS (Private Owned Public Space) คือพื้นที่ที่มีภาคเอกชนเป็นผู้ถือครองกรรมสิทธิ์แต่มีการอนุญาต หรือทำข้อตกลงผูกพันให้พื้นที่ดังกล่าวเอื้อต่อสาธารณประโยชน์ (Kayden, 2005) โดยภาคเอกชนจะได้รับผลตอบแทนเป็นการได้พื้นที่ใช้สอย เพิ่มมากขึ้น (FAR Bonus) โดยจะคิดจากพื้นที่ที่จัดให้เป็นพื้นที่ สาธารณะซึ่งประชาชนทั่วไปที่เข้ามาใช้ประโยชน์พื้นที่จะต้องปฏิบัติตามข้อบัญญัติกฎหมายต่าง ๆ ที่กำหนดไว้ในปี 1916 มหานครนิวยอร์กได้มีการ กำหนดกฎหมายเกี่ยวกับพื้นที่สาธารณะที่มีภาค เอกชนเป็นเจ้าของไว้หลาย ๆ ด้านทั้งในเรื่องของลักษณะทางกายภาพของพื้นที่การควบคุมเวลาในการใช้งานพื้นที่รวมถึงข้อห้ามต่าง ๆ เพื่อเป็นการสร้างความปลอดภัยในการใช้พื้นที่ โดยพื้นที่ POPS มีทั้งหมด 12 รูปแบบ ได้แก่ ลานพลาซ่า อาเขตลานพลาซ่าเมือง ลานพลาซ่าในบริเวณแหล่งที่พักอาศัย ส่วนต่อขยายทางเท้า พื้นที่เปิดโล่งต่างระดับ ทางเดินภายในอาคารอาเขตเชื่อมต่อกับอาคาร พื้นที่เชื่อมต่อระหว่างอาคาร แกลลอรี่เชื่อมต่อพื้นที่ลานพลาซ่าต่างระดับ และลานพลาซ่าต่ำกว่าระดับพื้นที่



รูปที่ 1 ส่วนต่อขยายทางเท้า

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่ทำให้พื้นที่ สาธารณะประสบผลสำเร็จ และส่งเสริมการเดิน

ปัจจัยที่จะส่งผลให้พื้นที่สาธารณะสามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (PPS, 2009) มีความสอดคล้องกับปัจจัยในการส่งเสริมการเดิน (Southworth, 2005) ดังนี้

1. การเข้าถึง พื้นที่สาธารณะที่ดีควรเป็นพื้นที่ที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายมองเห็นได้ชัดเจน มีความเชื่อมต่อของเส้นทางเดินและการเดินทางรูปแบบอื่น ๆ เพื่อเป็นการส่งเสริมประสิทธิภาพในการเข้าถึงและการเดินเท้าให้สูงขึ้น

2. ความสะดวก จะคำนึงเรื่องของความสะดวกและความปลอดภัยในพื้นที่เป็นหลัก เช่น การมีแสงสว่างในพื้นที่ การเพิ่มความปลอดภัยในเส้นทางเดิน

3. การใช้ประโยชน์พื้นที่ พื้นที่ที่มีความน่าสนใจ สามารถดึงดูดให้ผู้คนกลับมาใช้งาน เกิดกิจกรรมที่สร้างสรรค์ในพื้นที่ โดยจะมีความแตกต่างกันไปตาม ลักษณะชีวิตประจำวันของแต่ละย่านและบุคคล

4. ความเป็นมิตรต่อผู้ใช้งานพื้นที่ เกิดเป็นพื้นที่ทางสังคม ผู้ใช้งานมีความรู้สึกเป็นกันเอง คุณภาพและบริบทโดยรอบทางเดินเท้า ลักษณะที่ว่างเชิงพื้นที่ ภูมิทัศน์ก็จะส่งเสริมให้เกิดการเดินที่เพิ่มขึ้น

3. ระเบียบวิธีวิจัย และขั้นตอนการศึกษา

งานวิจัยชิ้นนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพจากการสังเกตสำรวจเก็บข้อมูลทางด้านกายภาพพื้นที่ว่าง กิ่งสาธารณะของอาคารสำนักงานและอาคารสรรพสินค้าในเขตศูนย์กลางธุรกิจของกรุงเทพมหานคร โดยกำหนดขอบเขตพื้นที่การเก็บข้อมูลอยู่ในรัศมี 500 เมตร (ระยะเดินเท้า) โดยรอบสถานีรถไฟฟ้า จากนั้นทำการคัดเลือกกลุ่มอาคารผ่านการใช้ดัชนีชี้วัดเกี่ยวกับการเข้าถึงพื้นที่ ความปลอดภัยในพื้นที่ การใช้งานพื้นที่ และสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่ และทำการสัมภาษณ์ผู้บริหารจัดการอาคารเกี่ยวกับการบริหารจัดการพื้นที่ว่างกิ่งสาธารณะการใช้ประโยชน์พื้นที่ในปัจจุบัน แนวคิดในการพัฒนาพื้นที่เมืองนำเดิน ขั้นตอนกระบวนการในการทำงานร่วมกับหน่วยงานรัฐบาล สาเหตุหรือปัจจัยที่ทำให้ภาคเอกชนเข้ามามีส่วนร่วมกับหน่วยงานรัฐบาลตลอดจนอุปสรรค และขีดจำกัดที่ภาคเอกชนสามารถยอมรับได้ในการมีส่วนร่วมร่วมกับหน่วยงานรัฐบาลในการพัฒนาพื้นที่จากนั้นจึงทำการวิเคราะห์ข้อมูลร่วมกับทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาพื้นที่กิ่งสาธารณะเพื่อสรุปเป็นแนวทางในการวางแผนกำหนดนโยบาย และบริหารจัดการระหว่างหน่วยงานรัฐบาล และภาคเอกชนในการพัฒนาพื้นที่ว่างกิ่งสาธารณะเพื่อส่งเสริมลักษณะพื้นที่เมืองนำเดิน

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

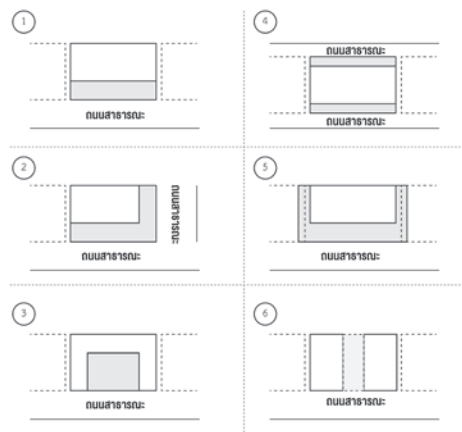
4.1 ด้านกายภาพ

จากการสำรวจอาคารสำนักงานและอาคารสรรพสินค้าในเขตพื้นที่ศูนย์กลางธุรกิจของกรุงเทพมหานครโดยกำหนดขอบเขตการสำรวจ

อยู่ในระยะรัศมี 500 เมตรรอบสถานีรถไฟฟ้า 8 สถานี ได้แก่ สถานีชองนนทบุรี สถานีศาลาแดง สถานีสยาม สถานีชิดลม สถานีเพลินจิต สถานีนานา สถานีโอโศก และสถานีพร้อมพงษ์ พบว่ามีอาคารทั้งหมด 72 อาคารที่เข้าข่ายในการมีพื้นที่ว่างกึ่งสาธารณะ โดยใน 72 อาคารแบ่งเป็นอาคารสำนักงาน 49 แห่ง อาคารสรรพสินค้า 23 แห่งตามลำดับ โดยลักษณะทางกายภาพของพื้นที่กึ่งสาธารณะมีลักษณะเป็นพื้นที่เปิดโล่งต่างระดับ จำนวน 27 อาคาร ลานพลาซ่าต่างระดับ จำนวน 19 อาคาร ลานพลาซ่าจำนวน 17 อาคาร ส่วนต่อขยายทางเท้า จำนวน 8 อาคาร และเป็นลานพลาซ่าต่ำกว่าระดับ 1 อาคาร และพบว่า พื้นที่กึ่งสาธารณะจะตั้งอยู่บริเวณโดยรอบอาคารในลักษณะที่แตกต่างกัน โดยแบ่งเป็น 6 ลักษณะ คือ เป็นพื้นที่เปิดโล่งไม่มีรั้วกันพื้นที่เปิดโล่งแต่มีรั้วกันพื้นที่มีความต่อเนื่องกันสองด้านขึ้นไป พื้นที่ตั้งอยู่ระหว่างกลุ่มอาคาร พื้นที่ขนานอยู่ด้านข้างอาคารสองด้าน และพื้นที่อยู่ร่วมกันระหว่างอาคาร และอาคารข้างเคียง อาคารที่มีพื้นที่สาธารณะส่วนมากจะตั้งอยู่บริเวณถนนสายหลักส่งผลให้พื้นที่กึ่งสาธารณะของอาคารบริเวณนี้มีขนาดพื้นที่มากกว่าอาคารที่ตั้งอยู่ในซอยเนื่องจากต้องมีระยะร่นตามบทกฎหมาย พื้นที่ส่วนมากจะไม่มีรั้วกันชัดเจนแต่จะแบ่งขอบเขตพื้นที่ด้วยการปลูกแนวต้นไม้ ยกระดับขึ้นมาจากพื้นปูทาบขนาดเล็กน้อย หรือใช้วัสดุที่มีความแตกต่างกันกับผิวทางเท้าสาธารณะ



รูปที่ 2 ตัวอย่างตำแหน่งอาคาร



รูปที่ 3 ลักษณะของพื้นที่กึ่งสาธารณะ

4.2 ด้านการใช้ประโยชน์พื้นที่

จากการสังเกตและการสัมภาษณ์พบว่าผู้ใช้พื้นที่ ส่วนใหญ่จะเป็นพนักงานที่ทำงานอยู่ในอาคารหรือทำงานอยู่ในละแวกใกล้เคียง โดยกิจกรรมที่เกิดขึ้นมากที่สุด คือ การเดินผ่านเข้า-ออกเพื่อมาทำงานหรือมาใช้บริการร้านค้า การทำธุรกรรมต่าง ๆ ซึ่งใน บางอาคารมีการนำพื้นที่กึ่งสาธารณะนี้มาใช้เป็นช่องทางในการหารายได้ด้วยการปล่อยให้ร้านค้าภายในอาคารเช่าเป็นพื้นที่ขายสินค้าและบริการต่าง ๆ ในอาคารใช้พื้นที่ในการเป็นจุดนัดพบพักผ่อน และผ่อนคลายตามลำดับปัญหาที่เกิดขึ้นจากการ

ใช้พื้นที่ คือ ความสกปรกซึ่งส่วนมากเป็นผลมาจากร้านค้าแผงลอยต่าง ๆ บริเวณโดยรอบอาคาร ลำดับต่อมาคือพื้นผิวเกิดความชำรุดตามอายุสภาพการใช้งาน และมีการจราจรเกิดขึ้นในเวลากลางวันซึ่งปัญหาเหล่านี้ถือเป็นอุปสรรคอย่างหนึ่งในการส่งเสริมการเดินเช่นกัน เนื่องจากผู้คนรู้สึกไม่ได้รับความสะดวกสบาย และความรู้สึกปลอดภัยเมื่ออยู่ในพื้นที่ นอกจากนั้น การที่อาคารหลาย ๆ แห่งมีการยกระดับพื้นที่ทำรั้ว หรือมีสิ่งกีดขวางนั้น ส่งผลให้พื้นที่ไม่ได้ใช้ประโยชน์เท่าที่ควร เนื่องจากผู้คนทั่วไปไม่กล้าเข้าไปใช้พื้นที่เหล่านี้ในการเดินผ่านไปยังจุดมุ่งหมายต่าง ๆ

4.3 ด้านการบริหารจัดการพื้นที่ และแนวคิดในการพัฒนาพื้นที่เมืองนำเดิน

จากการสังเกตลักษณะพื้นที่รอบอาคาร และ สัมภาษณ์ผู้จัดการอาคารทั้งหมด 5 อาคาร ได้แก่ อาคารสาทรซิตี้ทาวเวอร์ อาคารสารธานี อาคาร เอ็มไพร์ทาวเวอร์ อาคารเพลินจิต เซ็นเตอร์ และ อาคารเพลินจิตทาวเวอร์ พบว่า สิ่งที่ถูกอาคารให้ความสำคัญในการบริหารจัดการพื้นที่มากที่สุดคือ เรื่องของความสะอาดและความปลอดภัยในพื้นที่ เนื่องจากพื้นที่บริเวณนี้เปรียบเสมือนหน้าตาของอาคารที่จะส่งผลต่อภาพลักษณ์องค์กรและเป็นพื้นที่ที่สามารถเชื่อถือให้ผู้อื่นเข้ามาใช้บริการต่าง ๆ ใน อาคารได้ โดยจะมีการบริหารจัดการเรื่องความปลอดภัยด้วยการติดตั้งกล้องวงจรปิด และมีการจ้างพนักงานรักษาความปลอดภัยให้เข้ามาควบคุมดูแลพื้นที่คอยสังเกตสิ่งผิดปกติต่าง ๆ ในเรื่องของความปลอดภัยจะมีการจัดเวรพนักงานทำความสะอาดเป็นเวลาในแต่ละวัน ติดตั้งจุดทิ้งขยะในพื้นที่และขอความร่วมมือจากเขต และเทศกิจ

ให้เข้ามาจัดระเบียบ บริเวณทางเท้าสาธารณะสำหรับแนวคิดของภาคเอกชนเกี่ยวกับการพัฒนาพื้นที่เมืองนำเดินทุก อาคารได้ตอบตรงกันว่าภาคเอกชนมีแนวคิดที่จะพัฒนาพื้นที่ว่างหน้าอาคารของตนเองอยู่แล้วแต่จะเป็นการพัฒนาพื้นที่เพื่อตอบสนองต่อผู้ใช้งานในอาคารเป็นหลักไม่ได้มีการคำนึงถึงสาธารณประโยชน์ โดยจะพัฒนาพื้นที่ตามวัตถุประสงค์ขององค์กร 3 ใน 5 ของอาคารที่ได้ทำการสัมภาษณ์มีความเห็นว่า อาคารสำนักงานไม่มีความจำเป็นที่จะต้องจัดสรรพื้นที่เพื่อให้เอื้อต่อสาธารณประโยชน์มากนักเนื่องจากอาคารสำนักงานเป็นจุดหมายปลายทางที่ผู้คนทำงานมีความจำเป็นที่จะต้องเดินทางเข้ามาในพื้นที่เป็นกิจวัตรประจำวันอยู่แล้วจะต่างจากอาคารผสมผสานที่มีร้านค้าจำนวนมาก และอาคารสรรพสินค้าที่จะต้องมีการจัดสรรพื้นที่ด้านหน้าอาคารให้มีบรรยากาศที่ดี สามารถเข้าถึงได้ง่าย มีความเชื่อมต่อกับระบบขนส่งสาธารณะเพื่อที่จะได้เป็นการดึงดูดให้ผู้คนเข้ามาในพื้นที่ที่จะเห็นได้ว่าภาคเอกชนมีแนวคิดในการพัฒนา พื้นที่สอดคล้องกับปัจจัยในการส่งเสริมการเดินไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของความปลอดภัย การเข้าถึงพื้นที่กิจกรรมที่เกิดในพื้นที่ แต่ภาคเอกชนยังไม่ได้คำนึงถึงเรื่องความสะดวกสบายในพื้นที่มากนักเนื่องจากไม่ต้องการให้พื้นที่ของตนเองมีความเป็น สาธารณะมากเกินไป

4.4 ปัจจัยอุปสรรคและขีดจำกัดที่ภาคเอกชนสามารถยอมรับได้ในการพัฒนาพื้นที่ถึงสาธารณะร่วมกับรัฐบาล

จากการสัมภาษณ์พบว่าปัจจัยที่จะทำให้ภาคเอกชนสนใจที่จะเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาพื้นที่เพื่อส่งเสริมลักษณะพื้นที่เมืองนำ

เดินนั้นจะเป็นเรื่องของผลประโยชน์ที่ได้รับตอบแทนว่ามีความน่าสนใจเพียงพอกับการลงทุนหรือไม่ส่งผลอย่างไรต่อภาพลักษณ์องค์กร โดย 3 ใน 5 อาคารคิดว่ากลไกนี้ เรื่องของการให้พื้นที่ FAR โบสถ์จะสามารถสร้างแรงจูงใจได้มากกว่ามาตรการการลดหย่อนภาษี ส่วนอุปสรรคที่ทำให้ภาคเอกชนยังไม่พร้อมที่จะให้ความร่วมมือในการพัฒนาพื้นที่นั้นจะเป็นในเรื่องของการขาดความเชื่อมั่นในภาครัฐเกี่ยวกับความชัดเจนในการบริหารจัดการค่าใช้จ่ายในการลงทุนของ ภาครัฐ หน่วยงานรัฐบาลต่าง ๆ ยังคงมี ปัญหาเรื่อง ของการคอร์รัปชั่น ตลอดจนการแบ่งขอบเขตหน้าที่ ความรับผิดชอบในการดูแลพื้นที่และภาคเอกชนมีความต้องการใช้พื้นที่ของตนให้คุ้มค่ามากที่สุด ในเรื่องขีดจำกัดที่ภาคเอกชนสามารถยอมรับได้ในการให้ความร่วมมือกับหน่วยงานรัฐบาลคือสามารถยอมให้ภาครัฐเข้ามาช่วยดูแลรักษาความสะอาด และความปลอดภัยในพื้นที่ แต่เบื้องต้นยังเชื่อมั่นว่าภาคเอกชนสามารถบริหารจัดการพื้นที่ได้รวดเร็วและครอบคลุมกว่า และหากภาครัฐสามารถยืดหยุ่น ข้อบังคับบางประการตามสถานการณ์ และพื้นที่ก็จะยังเป็นขีดจำกัดที่สามารถยอมรับได้ในการพัฒนาพื้นที่เมื่อนำเดินผ่านการใช้พื้นที่ว่างกึ่งสาธารณะหน้าอาคาร

5. สรุปผลการศึกษา

จากการศึกษาพบว่าลักษณะทางกายภาพของพื้นที่กึ่งสาธารณะหน้าอาคารสำนักงาน และอาคารสรรพสินค้าในเขตศูนย์กลางธุรกิจของกรุงเทพมหานคร ส่วนมากตั้งอยู่บริเวณถนนสายหลัก มีลักษณะเป็นพื้นที่เปิดโล่งต่างระดับ ผู้ใช้งานพื้นที่เป็นพนักงานผู้ทำงานอยู่ในอาคารและบริเวณใกล้เคียงพื้นที่ถูกใช้เพื่อการเดินผ่าน

เข้า-ออกอาคารในการเข้าไปใช้บริการร้านค้าภายในอาคารเป็นหลัก โดยสิ่งที่ภาคเอกชนให้ความสำคัญคือเรื่องความสะดวก และความปลอดภัยในพื้นที่เป็นหลัก เนื่องจากเป็นสิ่งที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์อาคารและองค์กร ในส่วนของการพัฒนาพื้นที่ส่งเสริมการเดินจะต้องอาศัยปัจจัยเรื่องความปลอดภัย โดยเฉพาะความปลอดภัยจากการสัญจรรูปแบบอื่น ๆ และปลอดภัยจากอาชญากรรม การเข้าถึงพื้นที่ควรเข้าถึงได้ง่าย โดยมีพื้นที่เชื่อมต่อการสัญจรหรือพื้นที่อื่น ๆ การเพิ่มความสะอาดสบายในการใช้พื้นที่ เช่น การเพิ่มร่มเงา และการก่อให้เกิดกิจกรรมในพื้นที่ ซึ่งปัจจัยที่ส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือในการพัฒนาพื้นที่ร่วมกับภาครัฐคือ ผลตอบแทนที่คุ้มค่าต่อการลงทุน เช่น FAR โบสถ์มากกว่าการลดหย่อนภาษี อุปสรรคที่จะขัดขวางการเกิดความร่วมมือคือการขาดความเชื่อมั่นในภาครัฐโดยเฉพาะเรื่องของการคอร์รัปชั่น และรูปแบบการบริหารจัดการองค์กรของภาคเอกชน เช่น การบริหารจัดการแบบนิติบุคคลโดยขีดจำกัดที่สามารถยอมรับได้ในการร่วมสนับสนุนพื้นที่เมื่อนำเดินคือการยอมให้รัฐบาลเข้ามามีส่วนร่วมในการดูแลความเป็นระเบียบเรียบร้อย ความปลอดภัยในพื้นที่และความยืดหยุ่นของข้อกำหนดต่าง ๆ ตามสถานการณ์ และพื้นที่ ดังนั้นการจะก่อให้เกิดพื้นที่เมื่อนำเดินนั้น ภาครัฐจะต้องกระตุ้นให้ภาคเอกชนเห็นความสำคัญของการเดิน มีแนวทางการออกแบบหรือออกข้อกำหนดกฎหมายเกี่ยวกับการบริหารจัดการพื้นที่ว่างกึ่งสาธารณะหน้าอาคาร ให้มีความปลอดภัยสามารถเข้าถึงได้ง่ายเอื้ออำนวยความสะดวกต่อผู้ใช้พื้นที่ และมีกิจกรรมในพื้นที่ที่หลากหลายโดยทางภาครัฐเองต้องมีความชัดเจน และสร้างความเชื่อมั่นให้กับภาคเอกชน

ถึงเรื่องของผลประโยชน์ทางการลงทุนว่ามีความ
คุ้มค่า เช่น FAR โบนัส ที่ภาคเอกชนสมควรได้
รับต้อง เพียงพอต่อการลงทุน

Whyte, W. H. (1980). *The social life of
small urban spaces*. New York: Project
for Public Spaces.

รายการอ้างอิง

ชนิดดา สุสมบุรณ์. (2558). *Public-private
partnership*. สืบค้นเมื่อ 12 มีนาคม 2559
จาก [http://horizon.sti.or.th/
node/27](http://horizon.sti.or.th/node/27)

ถนอมศักดิ์ แก้วเขียว. (2536). *การศึกษารูปแบบ
และบทบาทของที่ว่างในชุมชนเมืองกรุง-
เทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์การวางแผนภาค
และเมืองมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหา-
วิทยาลัย คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์.

พนิต ภูจินดา. (2556). *วัฒนธรรมชูป้างทอด*
[รายการโทรทัศน์]. กรุงเทพมหานคร: สำนัก
ข่าวไทยพีบีเอส.

สมัชชาสุขภาพครั้งที่ 5 [หลัก1]. (2555). *การจัด
ระบบและโครงสร้างเพื่อส่งเสริมการเดิน
และการใช้จักรยานในชีวิตประจำวัน*. สืบค้น
เมื่อ 7 พฤศจิกายน 2558 จาก [http://nha2012
.samatcha.org/content/มติสมัชชาสุขภาพ
แห่งชาติ-ครั้งที่-5](http://nha2012
.samatcha.org/content/มติสมัชชาสุขภาพ
แห่งชาติ-ครั้งที่-5)

Dimmer, C. (2013). *Privately Owned Public
Space: The International Perspective*.
Sustainable Urban Regeneration, Center
for Sustainable Urban Regeneration, The
University of Tokyo [Special Issue], 25, n.d.

Kayden, J. S. (2000). *Privately owned public
space: The New York city experience*.
USA: John Wiley & Son.

Madanipour, A. (2003). *Public and private
spaces of the city*. London: Routledge.

อิทธิพลของศูนย์การค้าต่อการพัฒนาโครงการเชิงพาณิชย์ตามแนว ถนนสายหลัก: กรณีศึกษา เซ็นทรัลพลาซ่า ขอนแก่น

The Influence of Shopping Center to The Ribbon Development: Case Study Central Plaza Khonkaen

ภาณุพงศ์ ชัตติโยทัยวงศ์¹ และ ผศ.ดร. พีรธร แก้วฉาย²

Panupong Kattiyothaiwong¹ and Asst. Prof. Peeradorn Kaewlai, DDes²

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

E-mail: panupong1991@hotmail.com

บทคัดย่อ

สภาพเศรษฐกิจระดับภูมิภาคมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ซึ่งส่งผลให้ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่เคยมีภาพลักษณ์เป็นเมืองเกษตรกรรม ได้เปลี่ยนบทบาทไปเป็นเมืองที่มีศักยภาพในการลงทุน โดยเฉพาะอสังหาริมทรัพย์และการพัฒนาโครงการในจังหวัดขอนแก่น ซึ่งมีที่ตั้งอยู่บริเวณศูนย์กลางของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และมีศักยภาพในการเป็นศูนย์กลางต่างๆ ของภูมิภาค อาทิ การค้า การแพทย์ การศึกษาและการขนส่ง เป็นต้น อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น จึงมีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว ทั้งนี้การมาของศูนย์การค้าขนาดใหญ่ ได้แก่ เซ็นทรัลพลาซ่า ขอนแก่น เป็นโครงการศูนย์การค้าขนาดใหญ่อันดับต้น ๆ ในการเปิดทำการในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งก่อให้เกิดโครงการพัฒนาเชิงพาณิชย์ต่างๆ มากมายเปิดทำการขึ้นตามแนวถนนสายหลัก งานวิจัยได้ระบุถึงความสัมพันธ์ของศูนย์การค้ากับการเกิดขึ้นของโครงการขนาดใหญ่ประเภทที่อยู่อาศัย ค้าปลีกค้าส่ง ค้าสินค้าเฉพาะอย่าง และพาณิชย์ยกรรมบริการที่เกิดขึ้นภายหลัง โดยมุ่งเน้นไปที่แนวความคิดในการพัฒนาโครงการแนวความคิดในการเลือกทำเลที่ตั้ง รวมไปถึงแนวความคิดในการออกแบบสถาปัตยกรรม ซึ่งเก็บข้อมูลจากโครงการเชิงพาณิชย์บนถนนสายหลักของจังหวัดขอนแก่น โดยการสำรวจและสัมภาษณ์แบบตัวต่อตัวกับผู้ประกอบการ จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์โดยการเปรียบเทียบเหตุการณ์ เพื่อตรวจสอบหาความสัมพันธ์ระหว่างศูนย์การค้ากับการพัฒนาโครงการ ผลการวิจัยพบว่าศูนย์การค้ามีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อการพัฒนาโครงการเชิงพาณิชย์ โดยขนาดของอิทธิพลทางตรงมีขนาดเล็ก แต่ในส่วนของอิทธิพลทางอ้อมนั้นมีขนาดใหญ่ซึ่งเกิดขึ้นกับปัจจัยต่าง ๆ ที่ผู้ประกอบการทุกแห่งต้องใช้พิจารณาในการพัฒนาโครงการทั้งสิ้น อย่างไรก็ตามหลีกเลี่ยงไม่ได้

Abstract

The Regional economic growth has changed the image of North-East from agriculture to business city. Specially real estate development in Khonkaen that located in the center of North-East region. Khonkaen has the great potential to be the center of various field such as trading center, medical profession center, education center and logistics hub. So Khonkaen city

อิทธิพลของศูนย์การค้าต่อการพัฒนาโครงการเชิงพาณิชย์ตามแนวถนนสายหลัก:
กรณีศึกษา เซ็นทรัลพลาซ่า ขอนแก่น
ภาณุพงศ์ ชัตติโยทัยวงศ์ และ ผศ.ดร. พีรธร แก้วลาย

has growth rapidly. After the opened of regional center there are the various rising of ribbon development in Khonkaen. This research has identified the relation of shopping center and the come afterwards residential and commercial project development by emphasized to the real estate development concept, location selected criteria and also include the architectural design concept. Data collected from the real estate and commercial projects on Khonkaen's highway by survey and in-depth interview method with all entrepreneurs. Then analyzed by the constant comparative method to validate the relation of shopping center and the real estate and commercial projects. The results founded that the regional center has influenced directly and indirectly to the ribbon development. The direct influence has less than the indirect influence that affected to the main factors, the entrepreneurs must consider on the project development process.

คำสำคัญ (Keywords): อิทธิพลของศูนย์การค้า (Influence of Shopping Center), การพัฒนาตามแนวถนนสายหลัก (Ribbon Development), การวิเคราะห์โดยวิธีการเปรียบเทียบเหตุการณ์ (Constant Comparative method)

1. บทนำ

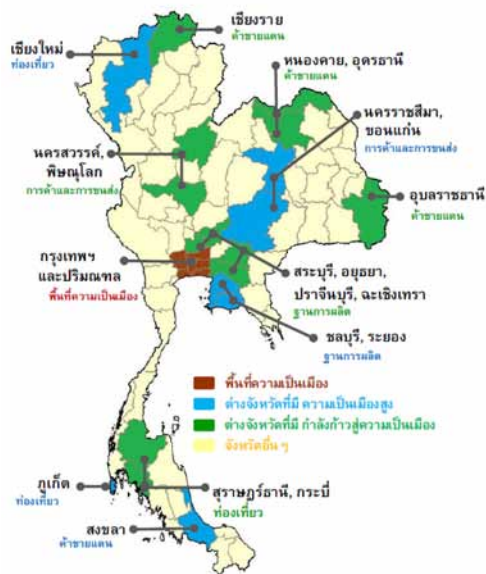
การเติบโตของสภาพเศรษฐกิจระดับภูมิภาคมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ด้วยปัจจัยต่างๆ ที่ช่วยให้ทำเลต่างจังหวัดมีศักยภาพพร้อมรองรับการลงทุนจากภาครัฐและเอกชน เช่น การพัฒนาระบบสาธารณูปโภคทางด้านการคมนาคม และการเตรียมความพร้อมเข้าสู่การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) บวกกับความได้เปรียบทางด้านภูมิศาสตร์ของประเทศไทยที่เอื้อต่อการเป็นศูนย์กลางในการคมนาคม การขนส่ง การท่องเที่ยว และการค้าขาย ประกอบกับการเจริญเติบโตของจังหวัดต่างๆ ในภูมิภาค ทั้งทางด้าน การขยายตัวของเมือง (urbanization) และทาง ด้านเศรษฐกิจโดยเฉพาะจังหวัดหลักของภูมิภาคที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจ มีศักยภาพและมีกำลังซื้อ มีความพร้อมที่จะรองรับการลงทุนจากภาคส่วนต่างๆ โดยกลุ่มจังหวัดหลักของภูมิภาค

สามารถแบ่งบทบาทสำคัญทางเศรษฐกิจที่แตกต่างกัน (TMB Analytics, 2558) ออกเป็น 4 กลุ่มหลัก ดังนี้ 1).กลุ่มจังหวัดท่องเที่ยว ได้แก่ ภูเก็ต เชียงใหม่ สุราษฎร์ธานี และกระบี่ เป็นกลุ่มจังหวัดที่มีรายได้ส่วนใหญ่มาจากธุรกิจท่องเที่ยว 2). กลุ่มจังหวัดฐานการผลิต ได้แก่ ชลบุรี ระยอง อุดรธานี และสระบุรี เป็นกลุ่มจังหวัดที่มีนิคมอุตสาหกรรมและสาธารณูปโภค 3). กลุ่มจังหวัดการค้าแถบชายแดน ได้แก่ สงขลา อุดรธานี หนองคาย อุบลราชธานี และเชียงราย เกิดการท่องเที่ยวและการลงทุนทางเศรษฐกิจ การค้าขายตามแนวชายแดน 4). กลุ่มจังหวัดการค้าและการขนส่ง ได้แก่ นครราชสีมา ขอนแก่น นครสวรรค์และพิษณุโลกเป็นกลุ่มจังหวัดที่มีขนาดใหญ่ ศูนย์กลางการค้าของจังหวัดเล็กรายรอบ ปัจจุบันการลงทุนในกลุ่มธุรกิจค้าปลีก ได้มีการขยายสาขาออกสู่ทำเลต่างจังหวัดเพิ่มขึ้น โดย

เฉพาะจังหวัดหลักของภูมิภาคแล้วแต่มีศูนย์การค้า หรือร้านค้าปลีกค้าส่งขนาดใหญ่ เปิดบริการทั้งสิ้นเป็นการบ่งชี้ให้เห็นถึงศักยภาพและขนาดของทำเลภูมิภาค เรื่องความพร้อมด้านการรองรับการลงทุน เพราะการลงทุนเปิดศูนย์การค้า นั้น ต้องผ่านกระบวนการต่างๆ ในการศึกษาศักยภาพของจังหวัด วิเคราะห์กำลังซื้อว่า มีโอกาสเติบโตมากน้อยเพียงใด ซึ่งทางบริษัทที่ทำธุรกิจด้านศูนย์การค้า นั้น ได้มีการเตรียมตัวเป็นอย่างดี จึงจะเกิดความมั่นใจในการลงทุนเปิดศูนย์การค้าในระดับภูมิภาคได้

ปัจจัยการพัฒนาต่างๆ ได้สร้างภาพลักษณ์ใหม่ให้กับภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จากเดิมที่เคยเป็นเมืองแห่งเกษตรกรรม แต่ปัจจุบันกลายเป็นแหล่งรวมการลงทุนจากทั้งภาครัฐและเอกชน เป็นเสมือนตลาดแห่งใหม่ที่มีการแข่งขันกันเพิ่มขึ้น เพราะเป็นภูมิภาคที่มีกำลังซื้อเพิ่มขึ้น และมีฐานประชากรขนาดใหญ่ที่สุดการศึกษาครั้งนี้จะศึกษาถึงโครงการขนาดใหญ่ประเภทที่อยู่อาศัยค้าปลีกค้าส่ง ค้าสินค้าเฉพาะอย่าง และพาณิชย์ยกรรมบริการ มุ่งเน้นไปที่ส่วนของแนวความคิดในการพัฒนาโครงการ แนวความคิดในการเลือกทำเลที่ตั้ง รวมถึงแนวความคิดในการออกแบบสถาปัตยกรรมของโครงการ เพื่อให้ได้บรรลุผลในการศึกษาอิทธิพลของศูนย์การค้าต่อการเกิดขึ้นของโครงการเชิงพาณิชย์ตามแนวนอนสายหลักในเชิงของสถาปัตยกรรม โดยเลือกพื้นที่ศึกษาเป็นจังหวัดขอนแก่นและมีการศึกษาเป็นศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า ขอนแก่นเนื่องจากปัจจัยต่างๆ ได้แก่ ศักยภาพของจังหวัดขอนแก่นนั้นมีความเหมาะสมที่จะเป็นศูนย์กลางในด้านต่างๆ ของภูมิภาค และช่วงระยะเวลาเริ่มเปิดทำการของศูนย์การค้าที่จังหวัดขอนแก่นมีระยะเวลาที่เหมาะสมอยู่ในช่วงที่ควรจะทำการศึกษา

คือ 7 ปี (ณ เวลาที่ทำการศึกษา) สามารถเห็นการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นได้ชัดเจนและทันเหตุการณ์ รวมถึงเป็นจังหวัดที่มีการเติบโตทางเศรษฐกิจที่มาจากภายในจังหวัดเอง มีได้มาจากการท่องเที่ยว หรือการค้าชายแดนเป็นหลัก



ที่มา: TMB Analytics, 2558

รูปที่ 1 การแบ่งกลุ่มจังหวัดตามบทบาททางเศรษฐกิจ

2. วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ทฤษฎีการใช้ประโยชน์ที่ดินประเภทพาณิชย์กรรม

การใช้ที่ดินให้เกิดประโยชน์สูงสุด ในย่านธุรกิจการค้า เป็นสถานที่ที่รวบรวมสินค้าและบริการต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกประชาชนโดยรอบ มักมีความเป็นศูนย์กลางด้านการคมนาคมด้วย ง่ายต่อการเข้าถึงและมีการสัญจรไปมาอย่างหนาแน่น รวมถึงมีอัตราราคาที่ดินค่อนข้างสูง แต่ผู้ประกอบการต้องแลกกับเงื่อนไขดังกล่าวเพื่อที่ตั้งที่เหมาะสมและผลประโยชน์ที่

อิทธิพลของศูนย์การค้าต่อการพัฒนาโครงการเชิงพาณิชย์ตามแนวถนนสายหลัก: กรณีศึกษา เซ็นทรัลพลาซ่า ขอนแก่น ภาณุพงศ์ ชัตติโยทัยวงศ์ และ ผศ.ดร. พีรธร แก้วลาย

ทำกำไรได้สูงสุด ซึ่งที่ดินประเภทพาณิชย์กรรม มักเกิดในย่านการค้า ที่มีศูนย์การค้าตั้งอยู่ โดยจังหวัดขอนแก่นในปัจจุบันที่ดินบริเวณถนนสายหลักที่ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่าขอนแก่นตั้งอยู่ ถูกจัดให้เป็นที่ดินประเภทพาณิชย์กรรมและมีราคาที่ดินที่สูงมาก ส่งผลให้ต้องประกอบกิจการประเภทพาณิชย์กรรม

2.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับย่านการค้า

ลักษณะการเกิดย่านการค้า มักเกิดขึ้นในบริเวณศูนย์กลางชุมชน บริเวณที่ดินถนนสายหลัก ตัดกัน หรือบริเวณสองฝั่งถนนสายหลัก และขยายตัวออกไป โดยศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่าขอนแก่นตั้งอยู่บริเวณแยกที่ดินถนนสายหลักสองสายตัดกันส่งผลให้เกิดย่านการค้าในจังหวัดขอนแก่น โดยย่านการค้าแบ่งออกเป็นย่านการค้าใจกลางเมืองและย่านการค้าทั่วไป นอกจากนี้ยังมีการพัฒนาตามแนวถนนสายหลัก ซึ่งเป็นการตั้งถิ่นฐานของมนุษย์ตามสองฝั่งถนน สาเหตุหลักมาจากการพัฒนาด้านพื้นที่รอบนอกมากขึ้นและตัวเมืองมีความหนาแน่นมากขึ้นประชาชนจึงเลือกที่อยู่อาศัยไกลเมือง แต่ยังคงอยู่บนถนนสายหลักเพื่อใกล้กับระบบขนส่งมวลชน และสะดวกต่อการใช้รถยนต์ บริเวณที่ตั้งของศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่าขอนแก่น ในอดีตถือว่าเป็นบริเวณชานเมือง แต่ในปัจจุบันเมื่อตัวเมืองขยายขึ้น ส่งผลให้บริเวณดังกล่าว กลายเป็นศูนย์กลางเมืองไปโดยปริยายและเกิดย่านการค้าตามแนวถนนมิตรภาพตามมาอีกด้วย

2.3 ทฤษฎีเกี่ยวกับธุรกิจค้าปลีกและศูนย์การค้า

การเลือกทำเลที่ตั้งของร้านค้าปลีกจะมีทำเลที่แตกต่างกัน ซึ่งขึ้นอยู่กับรูปแบบการซื้อขายของแต่ละประเภท ทำเลที่ตั้งของศูนย์การค้า

เซ็นทรัลพลาซ่า ขอนแก่น เป็นศูนย์การค้าขนาดใหญ่ระดับภูมิภาคซึ่งมีรัศมีการค้าครอบคลุมถึงอำเภอและจังหวัดรายรอบ จึงต้องมีทำเลอยู่ติดริมถนนสายสำคัญของตัวเมืองขอนแก่น และเป็นถนนที่ประกอบไปด้วยธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่รวมถึงพาณิชย์กรรมขนาดใหญ่ เนื่องจากเป็นถนนสายสำคัญในการสัญจรระหว่างจังหวัดได้แก่ แยกถนนมิตรภาพและถนนศรีจันทร์ และในส่วนของอิทธิพลของศูนย์การค้าต่อเมืองในด้านต่าง ๆ ซึ่งนำมาใช้เป็นเกณฑ์ในการวัดอิทธิพลของศูนย์การค้าในการศึกษาคั้งนี้

2.4 ทฤษฎีเกี่ยวกับการเลือกทำเลในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์

ที่ตั้งของโครงการอสังหาริมทรัพย์ต้องคำนึงถึงปัจจัยหลัก 2 ปัจจัยดังนี้ 1) ปัจจัยทางด้านกายภาพ ได้แก่ ที่ตั้งโครงการ การเข้าถึงโครงการ ขนาดและรูปร่างที่ดิน สภาพแวดล้อมรอบโครงการ ซึ่งศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า ขอนแก่น ได้มีการเข้าถึงที่สะดวกต่อผู้ที่มาใช้งานทั้งคนในจังหวัดและคนนอกจังหวัด โดยอยู่บริเวณถนนสายหลักและมีที่ตั้งที่เป็นจุดยุทธศาสตร์ของจังหวัด 2) ปัจจัยทางด้านกฎหมาย ได้แก่ กฎหมายผังเมืองระยะรัศมีและความสูงทางเข้าออกอาคาร พื้นที่สีเขียวบันไดหนีไฟลิฟท์สิ่งแวดล้อม เป็นต้น

3. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

3.1 ศึกษาแรงจูงใจและแนวความคิดในการพัฒนาโครงการเชิงพาณิชย์ที่เกิดขึ้นตามแนวถนนสายหลัก ในช่วงก่อนและระหว่างที่ศูนย์การค้าเริ่มก่อสร้าง และภายหลังเปิดทำการจนถึงปัจจุบัน เพื่อทราบถึงความสัมพันธ์ในการพัฒนาโครงการและอิทธิพลของศูนย์การค้า

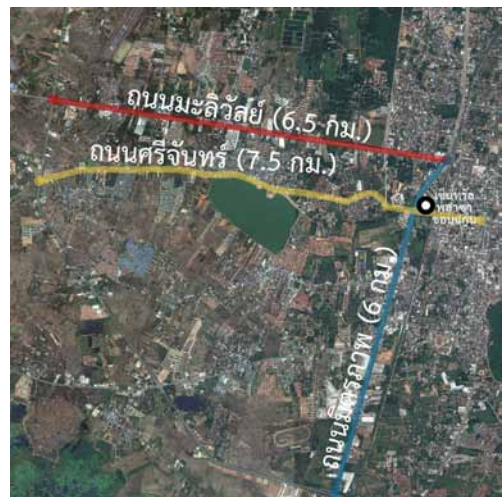
3.2 ศึกษาแนวความคิดในเลือกทำเลที่ตั้งในการพัฒนาโครงการเชิงพาณิชย์ที่เกิดขึ้นตามแนวถนนสายหลัก ในช่วงก่อนและระหว่างที่ศูนย์การค้าเริ่มก่อสร้าง และภายหลังเปิดทำการจนถึงปัจจุบัน เพื่อทราบถึงความสัมพันธ์ในการพัฒนาโครงการและอิทธิพลของศูนย์การค้า

3.3 ศึกษาแนวความคิดในการออกแบบสถาปัตยกรรมของโครงการเชิงพาณิชย์ที่เกิดขึ้นตามแนวถนนสายหลัก ในช่วงก่อนและระหว่างที่ศูนย์การค้าเริ่มก่อสร้าง และภายหลังเปิดทำการจนถึงปัจจุบัน เพื่อทราบถึงความสัมพันธ์ในการพัฒนาโครงการและอิทธิพลของศูนย์การค้า

4. ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยจะศึกษาถึงความสัมพันธ์ของศูนย์การค้า กับการพัฒนาโครงการเชิงพาณิชย์ มีขอบเขตเชิงพื้นที่ คือ พื้นที่ตามแนวถนนสายหลัก 3 สาย ได้แก่ ถนนมิตรภาพ ถนนศรีจันทร์ และถนนมะลิวัลย์ และมีขอบเขตเชิงเวลา ได้แก่ โครงการที่เกิดขึ้นในช่วงก่อนและระหว่างที่ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่าขอนแก่นเริ่มก่อสร้าง และภายหลังเปิดทำการจนถึงปัจจุบัน โดยใช้เครื่องมือในการวิจัย 2 เครื่องมือ ได้แก่ แบบสำรวจเป็นการรวบรวมข้อมูลทางกายภาพของโครงการ และแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (in depth interview) เพื่อสอบถามผู้ประกอบการถึงแนวความคิดในการพัฒนาโครงการ แนวความคิดในการเลือกทำเลที่ตั้ง และแนวความคิดในการออกแบบสถาปัตยกรรมจากนั้นจึงวิเคราะห์ข้อมูลร่วมกับข้อมูลทุติยภูมิ เพื่อตรวจสอบหาความสัมพันธ์ของศูนย์การค้ากับการพัฒนาโครงการเชิงพาณิชย์กลุ่มประชากรในการเก็บข้อมูล ได้แก่ โครงการเชิงพาณิชย์ที่พัฒนาโดยผู้ประกอบการท้องถิ่นจังหวัดขอนแก่นและ

ผู้ประกอบการรายใหญ่จากกรุงเทพ บนพื้นที่ศึกษาแนวถนนสายหลัก 3 สาย ได้แก่ ถนนมิตรภาพ (ถนนสายหลักในการสัญจรระหว่างจังหวัดในทิศเหนือ-ใต้) ถนนศรีจันทร์ (ถนนสายหลักในการสัญจรภายในจังหวัด) และถนนมะลิวัลย์ (ถนนสายหลักในการสัญจรระหว่างจังหวัดในทิศตะวันออก-ตะวันตก) มีจำนวนทั้งสิ้น 41 โครงการ โดยแบ่งเป็นประเภทต่างๆ ดังนี้ 1) ที่อยู่อาศัย 21 โครงการ 2) ค้าปลีกค้าส่ง 6 โครงการ 3) ค้าสินค้าเฉพาะอย่าง 2 โครงการ 4) พาณิชยกรรมบริการ 4 โครงการ



ที่มา: ผู้วิจัย

รูปที่ 2 แนวถนนสายหลักที่ทำการศึกษ

5. ผลการวิจัยและอภิปรายผล

5.1 อิทธิพลของศูนย์การค้าต่อการเปลี่ยนแปลงด้านการพัฒนาโครงการเชิงพาณิชย์

การศึกษาอิทธิพลทางตรงของศูนย์การค้าต่อการพัฒนาโครงการเชิงพาณิชย์ เปรียบเหมือนการศึกษาอิทธิพลทางตรงของศูนย์การค้าที่มีต่อผู้ประกอบการโดยโครงการที่ได้รับอิทธิพลจากศูนย์การค้ามีทั้งสิ้น 7 โครงการซึ่งล้วนเป็นที่อยู่

อิทธิพลของศูนย์การค้าต่อการพัฒนาโครงการเชิงพาณิชย์ตามแนวถนนสายหลัก: กรณีศึกษา เซ็นทรัลพลาซ่า ขอนแก่น ภาณุพงศ์ ชัตติโยทัยวงศ์ และ ผศ.ดร. พีรธร แก้วลาย

อาศัยทั้งสิ้น โดยโครงการที่ได้รับอิทธิพลในการพัฒนาโครงการ ได้แก่ เดอะเบสไฮท์ มิตรภาพ หมู่บ้านบุรุษศิริ และเมโทร คอนโดมิเนียม และโครงการที่ได้รับอิทธิพลในการเลือกทำเลที่ตั้ง มีทั้งสิ้น 7 โครงการ ได้แก่ 3 โครงการข้างต้น รวมถึง หมู่บ้านพฤษภา ขอนแก่น หมู่บ้านเลค นครกัลป์พฤษภา เลควิว และกัลป์พฤษภา คอนโดมิเนียม และโครงการที่ได้รับความสนใจเพิ่มขึ้นซึ่งกำลังเปิดขายในช่วงที่ศูนย์การค้าเปิดทำการ ได้แก่ เมโทร คอนโดมิเนียม และหมู่บ้านพฤษภา ขอนแก่น โดยสามารถแบ่งเป็นโครงการจากผู้ประกอบการรายใหญ่ 2 โครงการและผู้ประกอบการท้องถิ่น 5 โครงการ

5.2 อิทธิพลของศูนย์การค้าต่อการเปลี่ยนแปลงด้านกายภาพของเมือง

ได้มีการขยายถนนในช่วงต้นจากบริเวณที่ติดกับถนนมิตรภาพขึ้นจาก 4 เป็น 6 ช่องทาง ซึ่งเกิดขึ้นในช่วงราวปี พ.ศ. 2551-2553 และนอกจากนี้ยังมีการตัดถนนกัลป์พฤษภาในส่วนต่อขยายเพื่อมาเชื่อมกับถนนศรีจันทร์ในช่วงปีพ.ศ. 2555 อีกด้วย

การพัฒนาทางเข้ามายังศูนย์การค้า นั้นพบว่าทางเข้าได้ถูกพัฒนาให้เอื้อต่อการมาของศูนย์การค้าเพียงแค่นี้ในบริเวณที่อยู่รอบพื้นที่ศูนย์การค้าเท่านั้น ซึ่งเป็นการพัฒนาโดยศูนย์การค้าเอง แต่เมื่อพื้นที่เขตศูนย์การค้าแล้วพบว่าทางเข้านั้นไม่เอื้อต่อการเดินทางเข้ามาของศูนย์การค้าแต่อย่างใด

ศูนย์การค้าก่อให้เกิดกิจกรรมทางสาธารณะของชาวเมืองขอนแก่น โดยแบ่งเป็นภายในบริเวณศูนย์การค้าที่มีกิจกรรมจับจ่ายซื้อของ และภายนอกบริเวณด้านข้างศูนย์การค้าเป็นลานกิจกรรมขนาดใหญ่(2,300 ตร.ม.)เป็นที่จัดกิจกรรมอเนก

ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในเมืองขอนแก่น อาทิเช่น งานปีใหม่ หรือประเพณีสงกรานต์ เป็นต้น รวมถึงงานแสดงดนตรีตามวาระต่าง ๆ

5.3 อิทธิพลของศูนย์การค้าต่อการเปลี่ยนแปลงด้านการคมนาคมภายในเมือง

ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า ขอนแก่นได้ก่อให้เกิดความหนาแน่นในการสัญจรในบริเวณถนนมิตรภาพและถนนศรีจันทร์ ในย่านที่ศูนย์การค้าตั้งอยู่ ในช่วงเย็นของวันจันทร์ถึงศุกร์ และช่วงกลางวันของวันเสาร์อาทิตย์ เพราะศูนย์การค้าเป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ สถานที่นัดพบปะสังสรรค์รับประทานอาหาร กิจกรรมบันเทิงต่าง ๆ การจับจ่ายซื้อของ และรวมถึงกิจกรรมการศึกษาอีกด้วย

ทางศูนย์การค้าได้มีการจัดพื้นที่ในการรองรับการขนส่งสาธารณะให้กับผู้มาใช้บริการในรูปแบบที่หลากหลายการใช้งาน ได้แก่ สถานีรถตู้ปรับอากาศ ที่สามารถเดินทางไปจังหวัดโดยรอบได้และมีพื้นที่สำหรับรถแท็กซี่และสามล้อรับจ้างบริการอยู่ด้วย รวมถึงมอเตอร์ไซค์รับจ้าง นอกจากนี้ยังเป็นจุดที่มีรถสองแถวประจำทางหลายสายสัญจรผ่านอีกด้วย สิ่งที่เกิดขึ้นทั้งหมดนี้ได้ส่งผลให้ศูนย์การค้าเป็นจุดเชื่อมต่อการเดินทางอีกแห่งหนึ่งให้กับตัวเมืองขอนแก่น

5.4 อิทธิพลของศูนย์การค้าต่อการเปลี่ยนแปลงด้านการใช้ประโยชน์ที่ดินและอาคาร

ในช่วงปี พ.ศ. 2550 – 2552 ซึ่งเป็นช่วงที่ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่าเริ่มทำการก่อสร้างได้ส่งผลให้ราคาที่ดินบริเวณใกล้เคียงจนถึงระยะทาง 600 ม. จากศูนย์การค้าเข้าไปยังตัวเมือง มีราคาที่ยับยั้งสูงขึ้นเท่าตัว โดยที่ราคาที่ดินบริเวณรอบศูนย์การค้า นั้นจะมีราคาต่ำกว่าที่ดินที่อยู่ถัด

ออกมาในระยะทาง 600 – 1,200 กม. ซึ่งเป็นที่ดินที่อยู่บริเวณตัวเมืองเก่า ทั้งนี้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการพบว่าราคาที่ดินที่มีการซื้อขายกันอยู่จริงนั้น อยู่ในระดับที่สูงกว่าราคาประเมิน แต่สูงกว่าเท่าไรนั้นแล้วแต่ทำเลและเจ้าของที่ดิน

ศูนย์การค้ามีส่วนช่วยให้ทำเลที่นิยมในการพัฒนาโครงการเกิดความเจริญขึ้นมาทางฝั่งทิศตะวันตกของเมือง โดยข้ามถนนมิตรภาพมายังบึงหนองโคตร เป็นทำเลที่อยู่อาศัยแห่งใหม่ของเมือง

ภายหลังที่ศูนย์การค้าเปิดทำการได้มีโครงการที่เกิดขึ้นตามมามากมายและโครงการทั้งหมดล้วนเป็นการพัฒนาโครงการจากที่ดินเปล่าทั้งสิ้น แสดงให้เห็นถึงการลดลงของที่เปล่าและการเพิ่มขึ้นของโครงการพาณิชย์กรรมในแนวถนนมิตรภาพ และโครงการที่อยู่อาศัยในแนวถนนศรีจันทร์ และแนวถนนมะลิวัลย์ มีศูนย์การค้าเกิดขึ้นในระยะ 600 ม. ได้แก่ ศูนย์การค้าอัครซิมอลล์ (2558) ในรูปแบบร้านกินดื่มและออกกำลังกาย มิได้มีการค้าปลีกแต่อย่างใด นอกจากนี้ ยังมีรูปแบบอื่นของธุรกิจค้าปลีกที่เกิดขึ้นภายหลัง ได้แก่ ร้านค้าเครื่องใช้ไฟฟ้า สยามชัย (2555) ได้เปิดสาขาขอนแก่นโดยอยู่ติดกับศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา ร้านค้าอุปกรณ์ตกแต่งบ้านขนาดใหญ่ บ้านแอนด์บียอนด์ (2556) เปิดทำการบนพื้นที่ติดกับห้างสรรพสินค้าบิ๊กซี ซึ่งผู้ประกอบการเป็นเจ้าของที่ดินอยู่แล้ว อยู่ในระยะห่างศูนย์การค้า 1 กม. บนถนนมิตรภาพ โครงการตลาดค้าปลีกค้าส่งที่เกิดขึ้น ได้แก่ ตลาดต้นตาล (2556) และศูนย์ค้าส่งอู่ฟู้ (2557) โดยทั้งสองโครงการมีผู้ประกอบการเดียวกันโดยเปิดทำการห่างจากศูนย์การค้าในระยะ 1.7 กม. และ 2.7 กม. ตามลำดับ

6. สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาอิทธิพลของศูนย์การค้าต่อการพัฒนาโครงการเชิงพาณิชย์ในทุก ๆ รูปแบบของอิทธิพลที่สามารถเกิดขึ้นต่อเมืองและสถาปัตยกรรม พบว่าอิทธิพลของศูนย์การค้าต่อการพัฒนาโครงการนั้นสามารถแบ่งได้เป็น 2 รูปแบบ ได้แก่ 1) อิทธิพลทางตรงของศูนย์การค้าต่อการพัฒนาโครงการเชิงพาณิชย์ ได้แก่ อิทธิพลต่อแนวความคิดในการพัฒนาโครงการ อิทธิพลต่อแนวความคิดในการเลือกทำเลที่ตั้ง และอิทธิพลต่อแนวความคิดในการออกแบบสถาปัตยกรรม 2) อิทธิพลทางอ้อมของศูนย์การค้าต่อการพัฒนาโครงการเชิงพาณิชย์ ได้แก่ อิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงด้านกายภาพของเมือง อิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงด้านการคมนาคมภายในเมือง และอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงด้านการใช้ประโยชน์ที่ดินและอาคาร

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษานำไปยังความสัมพันธ์ของศูนย์การค้ากับการพัฒนาโครงการเชิงพาณิชย์ ซึ่งสามารถหาข้อสรุปได้ว่า ศูนย์การค้ามีอิทธิพลทางตรงต่อการพัฒนาโครงการเชิงพาณิชย์ประเภทที่อยู่อาศัยที่เกิดขึ้นในช่วงระหว่างที่ศูนย์การค้าทำการก่อสร้างและภายหลังเปิดทำการ แต่เป็นอิทธิพลที่ไม่รุนแรงมาก เนื่องจากผู้ประกอบการรายใหญ่ได้ระบุว่าศูนย์การค้าเป็นหนึ่งในปัจจัยที่ใช้พิจารณาตัวจังหวัดนั้น ๆ ว่ามีศักยภาพมากน้อยเพียงใด ถ้าหากมีศูนย์การค้าขนาดใหญ่เกิดขึ้นที่จังหวัดใดก็จะพิจารณาจังหวัดนั้นเป็นพิเศษ แต่ควบคู่ไปกับปัจจัยอื่น เช่น ภาวะตลาดอสังหาริมทรัพย์ และผู้ประกอบการท้องถิ่นได้ระบุว่าศูนย์การค้าเป็นเพียงปัจจัยหนึ่งที่พิจารณาเท่านั้น ที่จัดอยู่ในกลุ่มสาธารณูปโภค ซึ่งต้องพิจารณาควบคู่กับราคาที่ดิน ที่ดินที่เปิดขาย ความคุ้มค่า

อิทธิพลของศูนย์การค้าต่อการพัฒนาโครงการเชิงพาณิชย์ตามแนวถนนสายหลัก: กรณีศึกษา เซ็นทรัลพลาซ่า ขอนแก่น ภาณุพงศ์ ชัตติโยทัยวงศ์ และ ผศ.ดร. พีรตร แก้วลาย

ในการลงทุน, ทำเลที่นิยม เป็นต้น ผู้ประกอบการต่างยืนยันว่าเป็นปัจจัยร่วมกับหลายปัจจัยที่ใช้พิจารณา มิใช่ปัจจัยหลักที่ใช้ในการพิจารณาเพื่อการพัฒนาโครงการโดยเฉพาะ แต่จากการศึกษาข้อมูลทุติยภูมิโดยผู้วิจัยพบว่าศูนย์การค้ามีอิทธิพลทางอ้อมต่อการพัฒนาโครงการเชิงพาณิชย์ โดยมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงด้านกายภาพของเมืองด้านการคมนาคมภายในเมืองด้านการใช้ประโยชน์ที่ดินและอาคาร ซึ่งทั้งหมดนี้เป็นหนึ่งในปัจจัยที่ผู้ประกอบการต้องใช้พิจารณาในการพัฒนาโครงการทั้งสิ้น ถึงแม้ว่าผู้ประกอบการต่างยืนยันว่ามีได้มีการคำนึงถึงศูนย์การค้าเป็นปัจจัยหลักในการพัฒนาโครงการ แต่ผู้ประกอบการได้มีการพิจารณาถึงปัจจัยอื่นๆ ของเมืองในการพัฒนาโครงการ โดยที่ผู้ประกอบการพิจารณาปัจจัยเหล่านั้นตามช่วงเวลาของผู้ประกอบการแต่ละแห่งมีความต้องการที่จะพัฒนาโครงการ ซึ่งปัจจัยเหล่านั้นล้วนได้รับอิทธิพลของศูนย์การค้าทั้งสิ้น โดยการเปลี่ยนแปลงในแต่ละด้านต่างค่อย ๆ เกิดขึ้นมิได้มีการเกิดขึ้นพร้อมกันอย่างกะทันหันจนผู้ประกอบการสามารถรับรู้ได้อย่างชัดเจนทันทีทันใด กล่าวโดยสรุปได้ว่าศูนย์การค้ามีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อการพัฒนาโครงการเชิงพาณิชย์ โดยขนาดของอิทธิพลทางตรงมีขนาดเล็กและเกิดขึ้นต่อการพัฒนาโครงการแค่ 7 โครงการซึ่งเป็นที่อยู่อาศัยทั้งหมด แต่ในส่วนของอิทธิพลทางอ้อมนั้นมีขนาดใหญ่ซึ่งเกิดขึ้นกับปัจจัยต่าง ๆ ที่ผู้ประกอบการทุกแห่งต้องใช้พิจารณาในการพัฒนาโครงการทั้งสิ้น อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

รายการอ้างอิง

- พีรตร แก้วลาย. (2543). *ศูนย์การค้ากับการสลายตัวของศูนย์ชุมชนท้องถิ่นเดิม: การนำเสนอศูนย์ชุมชนรูปแบบใหม่*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.
- Gen, E. (2013). *Diversifying retail and distribution in Thailand*. Chiang Mai: Silkworm Books.
- Goodall, B. (1972). *The economic of urban area*. Oxford: Pergamon Press.
- Lowe, M. (2005). The regional shopping centre in the inner city: A study of retailed urban regeneration. *Urban Studies*, 42(3), 449-470.
- Sakhakara, K. (2011). *The influences and impacts of hypermarkets on urban commercial land values and land-use succession in their trading area in Thailand's cities: The case studies of Chiang Rai, Lam Pang, Nakhon Sawan, and Kamphaeng Petch*. University of Colorado Denver.

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างค่าการใช้พลังงานและการได้คะแนนใน เกณฑ์ประเมินอาคารประหยัดพลังงานของบ้านจัดสรรประเภทบ้านเดี่ยว A Relationship Analysis Between Energy Performance and Achieving Home Energy Rating System of Detached House

จากรุวรรณ สุขสีดา¹ และ ดร. ดารณี จารีมิตร²

Jaruwan Sukseeda¹ and Daranee Jareemit, Ph.D.²

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

Faculty of Architecture and Planning, Thammasat University

E-mail: jarsda.k@gmail.com¹, jdaranee@gmail.com²

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ศึกษาความสัมพันธ์ของค่าการใช้พลังงานที่มีอิทธิพลจากเปลือกอาคารและการได้คะแนนในเกณฑ์ประเมินอาคารประหยัดพลังงานและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (ในหมวดเปลือกอาคาร) ของบ้านเดี่ยว 131 หลังที่พบในปัจจุบันในเขตกรุงเทพและปริมณฑล การวิเคราะห์ค่าการใช้พลังงานใช้โปรแกรม eQUEST ผลจากการศึกษาพบว่า สามารถจัดกลุ่มบ้านตามช่วงคะแนนที่ได้ออกเป็น 2 ช่วงคะแนน ได้แก่ (1) ระหว่าง 4-5 คะแนน (2) ระหว่าง 9-11 คะแนน จากคะแนนเต็ม 40 คะแนน ผลจากการคำนวณค่าการใช้พลังงานของบ้านทั้ง 2 กลุ่มคะแนน มีค่าต่างกันเฉลี่ยร้อยละ 13.21 สำหรับเกณฑ์ประเมินประเมินอาคารประหยัดพลังงานและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รุ่น R49.02 หมวดเปลือกอาคารควรพิจารณาให้ความสำคัญกับอัตราส่วนพื้นที่หน้าต่างต่อพื้นที่ผนัง (WWR) ในแต่ละทิศของอาคาร เพื่อให้ระดับคะแนนในการประเมินสอดคล้องกับค่าการใช้พลังงานของบ้าน

Abstract

This research studied a relationship among home energy performance, building envelop characteristic, and energy efficiency rating (focused on building envelop) of 131 existing Thai detached houses located in Bangkok and Neighborhood area. The calculation of home energy performance used eQUEST software. The calculated energy efficiency rating of the studied houses can be separated into two ranges (1) between 4-5 scores and (2) between 9-11 scores from a total of 40 scores. The difference of electrical energy consumption of the houses in these two groups was 13.21 percent. The direction of WWR on building envelope should be considered as a significant criteria in the TEEAM rating system, which makes the score rating system in relevant to home energy performance.

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างค่าการใช้พลังงานและการได้คะแนนในเกณฑ์ประเมินอาคารประหยัดพลังงานของบ้านจัดสรรประเภทบ้านเดี่ยว
จากรวรรณ สุขสีดา และ ดร. ดารณี จาริมิตร

คำสำคัญ (Keywords): เปลือกอาคาร (Building Envelope), บ้านจัดสรรประเภทบ้านเดี่ยว (Detached Houses), ค่าการใช้พลังงาน (Energy Performance), คะแนนเกณฑ์ประเมินอาคารประหยัดพลังงาน (Achieving Home Energy Rating System)

1. บทนำ

ประเทศไทยมีการใช้พลังงานที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง บ้านอยู่อาศัยเป็นภาคเศรษฐกิจที่สำคัญในการประเมินศักยภาพในการใช้พลังงาน เนื่องจากมีการใช้พลังงานร้อยละ 15 มากเป็นอันดับ 3 รองจากขนส่งและอุตสาหกรรม จากการคาดการณ์การใช้พลังงานในภาคที่อยู่อาศัยในปี พ.ศ. 2573 คาดว่าการใช้พลังงานสูงขึ้นถึงร้อยละ 275 จากในปี พ.ศ. 2538 (กระทรวงพลังงาน, 2554) จากการศึกษาพบว่า รูปแบบที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยวมีจำนวนมากที่สุดในประเทศไทยคิดเป็นร้อยละ 39.5 ของที่อยู่อาศัยประเภทต่าง ๆ ในประเทศไทย (ฝ่ายวิชาการธนาอาคารสงเคราะห์, 2553) บ้านเดี่ยวอาจเป็น sector ที่มีการใช้พลังงานมากที่สุดในกลุ่มที่อยู่อาศัย

การใช้พลังงานที่สูงขึ้นทำให้ภาครัฐโดยกระทรวงพลังงานมีมาตรการเพื่อสนับสนุนการลดใช้พลังงานในภาคที่อยู่อาศัย คือ มาตรการสนับสนุนการติดฉลากแสดงประสิทธิภาพพลังงานของบ้านอยู่อาศัย ทำให้มีการจัดทำเกณฑ์ประเมินอาคารประหยัดพลังงานและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมบ้านพักอาศัย รุ่น R49.02 (TEEAM) (กรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน, 2553) มุ่งเน้นประเมินอาคารที่ได้รับการปรับปรุงหรืออาคารสร้างใหม่ด้วยการประเมิน 9 หมวดโดยหมวดที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบอย่างหมวดเปลือกอาคารมีคะแนนสูงสุดคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 40 (กรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน, 2553) สัดส่วนคะแนนดังกล่าวสอดคล้องกับการใช้พลังงานภายใน

บ้านอยู่อาศัยซึ่งส่วนใหญ่มาจากการใช้เครื่องปรับอากาศเพื่อทำความเย็น โดยมีผลมาจากความร้อนที่ผ่านเปลือกอาคารมากที่สุด (บริษัทสมาร์ทคอนกรีต จำกัด, 2558)

ดังนั้น จึงเป็นประเด็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างค่าการใช้พลังงานของบ้านเดี่ยวกับการได้คะแนนในเกณฑ์ประเมินอาคารประหยัดพลังงาน เพื่อพิจารณาตัวแปรทางด้านเปลือกอาคารที่ควรให้ความสำคัญในการให้ค่าคะแนนจากเกณฑ์ประเมินที่สอดคล้องกับการใช้พลังงานของบ้าน

2. ระเบียบวิธีวิจัย

การดำเนินการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างค่าการใช้พลังงานและการได้คะแนนในเกณฑ์ประเมินอาคารประหยัดพลังงานของบ้านจัดสรรประเภทบ้านเดี่ยว มีขั้นตอนการศึกษา ดังนี้

1) สํารวจและเก็บข้อมูลทางกายภาพของกลุ่มประชากรบ้านเดี่ยวประเภทบ้านจัดสรร 2 ชั้นที่พบในปัจจุบันในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เพื่อสรุปแบบบ้านที่นิยมสร้างในปัจจุบัน

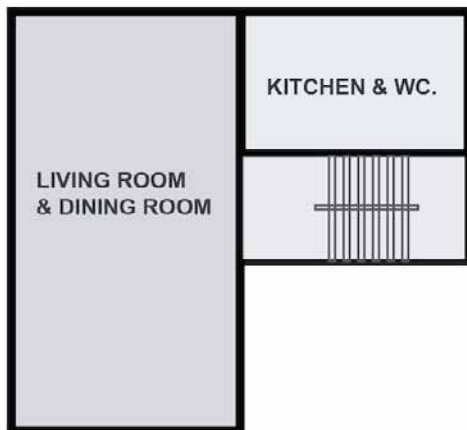
2) ศึกษาอิทธิพลองค์ประกอบเปลือกอาคารที่มีผลต่อสัดส่วนการได้คะแนนของเกณฑ์ประเมินอาคารประหยัดพลังงานและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รุ่น R49.02 ในหมวดเปลือกอาคาร (กรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน, 2553)

3) จำลองค่าการใช้พลังงานผ่านโปรแกรม eQUEST 3.64 (Hirsch & Associates, 2009)

4) เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างค่าการใช้พลังงานและการได้คะแนนในเกณฑ์ประเมินอาคารประหยัดพลังงานของบ้านเดี่ยว

2.1 รายละเอียดแบบบ้านกรณีศึกษา

การสำรวจบ้านจัดสรรประเภทเดี่ยว 2 ชั้น ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลที่พบในปัจจุบัน จาก 14 บริษัทผู้พัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ พบแบบบ้าน 328 หลัง จากโครงการบ้านจัดสรร 167 โครงการ สามารถจำแนกผังพื้นที่ชั้น 1 ที่คล้ายคลึงกันโดยพบแบบที่นิยมสร้างในปัจจุบันมากที่สุด 131 หลัง มีขนาดพื้นที่ใช้สอยตั้งแต่ 127-255 ตารางเมตร และมีอัตราส่วนพื้นที่หน้าต่างต่อพื้นที่ผนัง (WWR) อยู่ในช่วง ร้อยละ 12.6-23.2 ลักษณะผังพื้นที่ใช้สอยชั้น 1 แสดงดังรูปที่ 1



รูปที่ 1 ลักษณะผังพื้นที่ใช้สอยชั้น 1

2.2 การกำหนดค่าตัวแปรบ้านกรณีศึกษา

การจำลองค่าการใช้พลังงานคำนวณเฉพาะจากการปรับอากาศ กำหนดทิศทางการวางอาคารโดยหน้าบ้านหันไปทางทิศใต้ และกำหนดช่วงเวลาในการใช้งานเครื่องปรับอากาศ ดังนี้ ห้องนั่งเล่น วันจันทร์-ศุกร์ เวลา 18.00-22.00 น.

วันเสาร์-อาทิตย์ เวลา 20.00-21.00 น. ห้องนอน วันจันทร์-ศุกร์ เวลา 22.00-06.00 น. วันเสาร์-อาทิตย์ เวลา 21.00-08.00 น. โดยกำหนดรายการวัสดุที่ใช้สำหรับบ้านกรณีศึกษา ดังนี้

ตารางที่ 1 วัสดุที่ใช้สำหรับบ้านกรณีศึกษา

1.วัสดุผนัง	ความหนา	U-Value Btu/hr-ft ² -F	สี (absorption)
ผนังก่ออิฐมวลฉนวน	10 ซม.	0.69	อ่อน (0.5)
2.วัสดุหลังคา	U-Value Btu/hr-ft ² -F		สี (absorption)
หลังคาไฟเบอร์ซีเมนต์	0.086		กลาง (0.7)
3.วัสดุกระจก	ความหนา	U-Value Btu/hr-ft ² -F	SHGC
กระจกใส	6 มม.	1.11	0.81

3. เกณฑ์ประเมินอาคารอนุรักษ์พลังงานในประเทศไทย

เกณฑ์ประเมินอาคารอนุรักษ์พลังงานในประเทศไทยมีหลากหลายเกณฑ์ เกณฑ์ที่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายอย่างในประเทศไทย คือ เกณฑ์การประเมินความยั่งยืนทางพลังงานและสิ่งแวดล้อม TREEES (สถาบันอาคารเขียวไทย, 2555) โดยเกณฑ์ประเมินไม่ได้ถูกจัดทำเพื่ออาคารพักอาศัยที่มีขนาดไม่เกิน 3 ชั้น กรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน สังกัดกระทรวงพลังงาน จึงจัดทำเกณฑ์ประเมินอาคารประหยัดพลังงานและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (กรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน, 2553) สำหรับอาคารพักอาศัยประเภทโดยเฉพาะบ้านเดี่ยว และมีการปรับปรุงรายละเอียดเพื่อให้เหมาะสมกับบริบทโดยฉบับล่าสุดรุ่น 49.02 เพื่อส่งเสริมการก่อสร้างอาคารบ้านประหยัดพลังงานสามารถประเมินได้ทั้งอาคารสร้างใหม่และการ

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างค่าการใช้พลังงานและการได้คะแนนในเกณฑ์ประเมินอาคารประหยัดพลังงานของบ้านจัดสรรประเภทบ้านเดี่ยว
จาวรวรรณ สุขสีดา และ ดร. ดารณี จารีมิตร

ปรับปรุงอาคารเก่า จึงเลือกเกณฑ์ดังกล่าวในการศึกษา

3.1 เกณฑ์ประเมินอาคารประหยัดพลังงาน และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม อาคารพักอาศัย รุ่น R49.02 (TEEAM)

ระดับของการให้คะแนนตามระดับด้านประสิทธิภาพในการประหยัดพลังงานแบ่งเป็น 3 ระดับ แสดงดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ระดับคะแนนของการประหยัดพลังงานและค่าคะแนนของเกณฑ์ประเมิน

ระดับการประหยัดพลังงาน	สีฉลาก	ค่าคะแนน
ดี	ทองแดง	40-54
ดีมาก	เงิน	55-69
ดีเด่น	ทอง	70 หรือมากกว่า

จากเกณฑ์ประเมินหมวดเปลือกอาคาร เป็นหมวดที่มีค่าคะแนนสูงสุด สัดส่วนคะแนนของหมวดเปลือกอาคารมีค่าเท่ากับ 40 คะแนน จากคะแนนเต็ม 100 คะแนน จากระดับของเกณฑ์ประเมินอาคารประหยัดพลังงานหากทำคะแนนในหมวดเปลือกอาคารได้คะแนนเต็ม 40 คะแนน จะทำให้บ้านที่ได้รับการประเมินผ่านเกณฑ์ในระดับดีรายละเอียดการได้คะแนนในหมวดเปลือกอาคารประกอบด้วย 3 ข้อหัวข้อการประเมิน ได้แก่ ข้อ 3.1 การป้องกันความร้อนจากหลังคา (เลือก ก. หรือ ข.) ข้อ 3.2 การป้องกันความร้อนจากผนังและหน้าต่างภายนอก (เลือก ก. หรือ ข.) และ ข้อ 3.3 ค่าการรั่วซึมอากาศที่บานกรอบหน้าต่างและประตู การศึกษานี้เลือกการประเมินหมวดเปลือกอาคารในข้อ 3.1 ข้อ 3.2 ก. และข้อ 3.3 เนื่องจากรายละเอียดการทำคะแนนในข้อ ก. มีเกณฑ์การชี้วัดในแต่ละระดับของการ

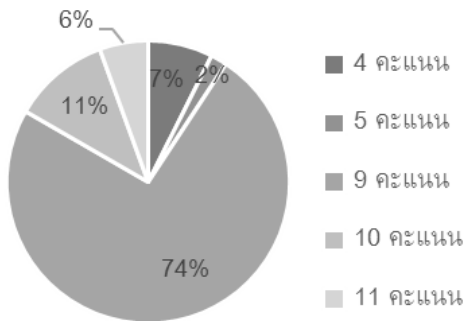
ปรับปรุงวัสดุเปลือกอาคารของแต่ละหัวข้อการประเมินที่ชัดเจนกว่าการเลือกทำคะแนนในข้อ ข. ที่ใช้การประเมินค่าการถ่ายเทความร้อนรวมของหลังคา (RTTV) และผนัง (OTTV)

4. ผลการประเมินคะแนนของบ้านเดี่ยวจากเกณฑ์ประเมินอาคารประหยัดพลังงานและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม หมวดเปลือกอาคาร

จากการสำรวจองค์ประกอบด้านเปลือกอาคารของบ้านกรณีศึกษาทั้ง 131 หลังในในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล โดยนำมาคำนวณคะแนนที่ได้จากเกณฑ์ประเมิน TEEAM ข้อ ก. ในหมวดเปลือกอาคาร พบว่า บ้านกรณีศึกษาส่วนใหญ่ร้อยละ 74 ได้คะแนน 9 คะแนน จากคะแนนเต็ม 40 คะแนน เมื่อพิจารณารายละเอียดการได้คะแนนจากเกณฑ์ประเมินในข้อ ก. ของบ้านเดี่ยวส่วนใหญ่มีลักษณะการได้คะแนนในข้อดังต่อไปนี้ (1) ข้อ 3.2 ก1 อัตราส่วนพื้นที่หน้าต่างต่อพื้นที่ผนัง (WWR:%) บ้านส่วนใหญ่มีค่าอัตราส่วนพื้นที่หน้าต่างต่อพื้นที่ผนัง (WWR) เฉลี่ยร้อยละ 16.9 ซึ่งไม่เกินร้อยละ 20 ได้ 7 คะแนน (คะแนนเต็ม 7 คะแนน) (2) ข้อ 3.2 ก7 สีผิวผนังภายนอกเป็นสีโทนอ่อน ได้ 1 คะแนน (จากคะแนนเต็ม 1 คะแนน) (3) ข้อ 3.3 ค่าการรั่วซึมอากาศที่บานกรอบหน้าต่างและประตู บ้านเดี่ยวนี้อาคารรั่วซึมอากาศที่บานกรอบหน้าต่างและประตูเฉลี่ย 0.77 l/s-m of crack ซึ่งน้อยกว่า 0.9 l/s-m of crack ได้ 1 คะแนน (จากคะแนนเต็ม 3 คะแนน)

จากการประเมินพบการเกาะกลุ่มของคะแนนที่ได้จากเกณฑ์ประเมินแบ่งเป็น 2 ช่วงคะแนน ได้แก่ (1) กลุ่ม 4-5 คะแนน และ (2) กลุ่ม 9-11 คะแนน คะแนน โดยบ้านกรณีศึกษาส่วนใหญ่ได้

รับคะแนนในกลุ่ม 9-11 คะแนน มีจำนวน 123 หลัง สัดส่วนร้อยละ 94 และรองลงมาเป็นบ้านที่ได้รับคะแนนกลุ่ม 4-5 คะแนน มีจำนวน 8 หลัง สัดส่วนร้อยละ 6 ตามลำดับ แสดงดังรูปที่ 2



รูปที่ 2 สัดส่วนคะแนนที่ถูกประเมินตามเกณฑ์ประเมิน TEAM ในหมวดเปลือกอาคาร

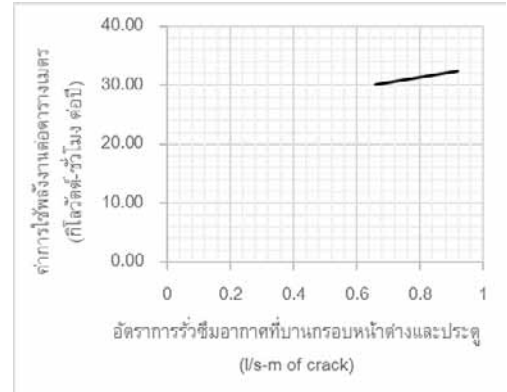
5. ผลการศึกษาจำลองค่าการใช้พลังงาน

การจำลองพลังงานของบ้านเดี่ยวใช้การจำลองค่าการใช้พลังงานผ่านโปรแกรม eQUEST 3.64 โดยพิจารณาความสัมพันธ์ของค่าการใช้พลังงานกับตัวแปรต่าง ๆ ได้แก่ ค่าการรั่วซึมอากาศที่บานกรอบหน้าต่างและประตู (infiltration) อัตราส่วนพื้นที่หน้าต่างต่อพื้นที่ผนัง (WWR) และคะแนนจากเกณฑ์ประเมิน TEAM รุ่น R49.02 หมวดเปลือกอาคาร

5.1 ความสัมพันธ์ระหว่างค่าการใช้พลังงานกับค่าการรั่วซึมอากาศที่บานกรอบหน้าต่างและประตู (infiltration)

การเปรียบเทียบค่าการใช้พลังงานกับค่าการรั่วซึมอากาศที่บานกรอบหน้าต่างและประตู (infiltration) พบว่า บ้านเดี่ยวมีค่าการรั่วซึมอากาศที่บานกรอบหน้าต่างและประตู (infiltration) ในช่วง 0.66-0.92 l/s-m of crack ซึ่งมีความสัมพันธ์กับค่าการใช้พลังงานในระดับต่ำ (correla-

tion = 0.15) แสดงดังรูปที่ 3 ดังนั้น ค่าการรั่วซึมอากาศที่บานกรอบหน้าต่างและประตู (infiltration) เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อค่าการใช้พลังงานในระดับต่ำ



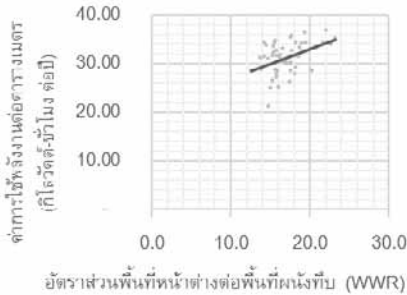
รูปที่ 3 ความสัมพันธ์ระหว่างค่าการรั่วซึมอากาศที่บานกรอบหน้าต่างและประตู (infiltration) กับค่าการใช้พลังงานต่อตารางเมตร (กิโลวัตต์-ชั่วโมง ต่อปี)

5.2 ความสัมพันธ์ระหว่างค่าการใช้พลังงานกับอัตราส่วนพื้นที่หน้าต่างต่อพื้นที่ผนัง (WWR)

จากการเปรียบเทียบค่าการใช้พลังงานกับอัตราส่วนพื้นที่หน้าต่างต่อพื้นที่ผนัง (WWR) ที่มีค่าต่างกันในแต่ละบ้านกรณีศึกษา พบว่า บ้านเดี่ยวมีค่าการใช้พลังงานเกาะกลุ่มกันในช่วง 21.3-37.0 กิโลวัตต์-ต่อตารางเมตรต่อปี ซึ่งสัมพันธ์กับแนวโน้มค่าการใช้พลังงานที่เพิ่มขึ้นเมื่ออัตราส่วนพื้นที่หน้าต่างต่อพื้นที่ผนัง (WWR) มากขึ้นโดยมีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง (correlation = 0.4) อัตราส่วนพื้นที่หน้าต่างต่อพื้นที่ผนัง (WWR) ของบ้านเดี่ยวที่มีค่าต่ำที่สุดคือ ร้อยละ 12.6 มีค่าการใช้พลังงานต่อตารางเมตร 28.64 กิโลวัตต์-ต่อตารางเมตรต่อปี และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเมื่อมีอัตราส่วนพื้นที่หน้าต่างต่อพื้นที่ผนัง (WWR) มากที่สุดร้อยละ 23.2 มีค่าการใช้พลังงานต่อตารางเมตร 35.33 กิโลวัตต์-

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างค่าการใช้พลังงานและการได้คะแนนในเกณฑ์ประเมินอาคารประหยัดพลังงานของบ้านจัดสรรประเภทบ้านเดี่ยว จารุวรรณ สุขสีดา และ ดร. ดารณี จาริมิตร

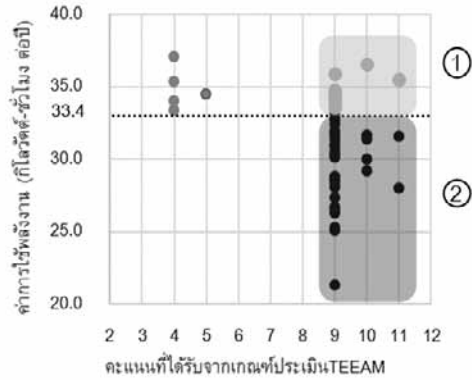
ต่อตารางเมตร รายละเอียดดังรูปที่ 4 ดังนั้นตัวแปรด้านอัตราส่วนพื้นที่หน้าต่างต่อพื้นที่ผนัง (WWR) เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อค่าการใช้พลังงานภายในบ้านในระดับกลาง



รูปที่ 4 ความสัมพันธ์ระหว่างค่า WWR กับค่าการใช้พลังงานต่อตารางเมตร (กิโลวัตต์-ชั่วโมง ต่อปี)

5.3 ความสัมพันธ์ระหว่างค่าการใช้พลังงานกับคะแนนที่ได้จากเกณฑ์ประเมินอาคารประหยัดพลังงานและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม หมวดเปลือกอาคาร

จากการพิจารณาเปรียบเทียบค่าการใช้พลังงานกับคะแนนที่ได้จากเกณฑ์ประเมิน TEEAM ในหมวดเปลือกอาคาร พบว่า บ้านที่ได้คะแนนจากการประเมินต่ำมีค่าการใช้พลังงานมาก บ้านมีคะแนนประเมินอยู่ในช่วง 4-5 คะแนน (ค่าการใช้พลังงานเฉลี่ย 34.85 กิโลวัตต์-ชั่วโมงต่อตารางเมตร ต่อปี) ซึ่งสูงกว่าในช่วง 9-11 คะแนน (ค่าการใช้พลังงานเฉลี่ย 30.79 กิโลวัตต์-ชั่วโมงต่อตารางเมตรต่อปี) โดยค่าการใช้พลังงานเฉลี่ยทั้ง 2 กลุ่มมีค่าแตกต่างกัน ร้อยละ 13.21 แสดงดังรูปที่ 5



รูปที่ 5 ความสัมพันธ์ระหว่างคะแนนจากเกณฑ์ประเมิน TEEAM กับค่าการใช้พลังงาน

อย่างไรก็ตามผลจากการศึกษาความสัมพันธ์พบว่า ค่าการใช้พลังงานของบ้านกรณีศึกษาบางส่วนไม่สัมพันธ์กันกับคะแนนที่ได้จากเกณฑ์ประเมิน TEEAM โดยกลุ่มบ้านแสดงในภาพที่ 4 บ้านกรณีศึกษาในกลุ่ม 9-11 คะแนน จำนวน 33 หลัง มีค่าการใช้พลังงานตั้งแต่ 33.4 กิโลวัตต์-ชั่วโมงต่อตารางเมตร ต่อปีขึ้นไป สูงเทียบเท่ากับบ้านในกลุ่ม 4-5 คะแนนซึ่งได้คะแนนต่ำกว่า เนื่องจากบ้านในกลุ่ม 9-11 คะแนน มีอัตราส่วนพื้นที่หน้าต่างต่อพื้นที่ผนัง (WWR) ในทิศตะวันออก และทิศตะวันตกสูงกว่าบ้านกลุ่ม 9-11 คะแนนที่มีค่าการใช้พลังงานต่ำกว่า 33.4 กิโลวัตต์-ชั่วโมงต่อตารางเมตรต่อปี ร้อยละ 10.25 และทิศตะวันตกต่างกันร้อยละ 11.41 ตามลำดับ แสดงรายละเอียดดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ค่า WWR ของบ้านในแต่ละทิศ

กลุ่ม คะแนน	อัตราส่วนพื้นที่หน้าต่างต่อพื้นที่ผนัง			
	WWR : %			
	ทิศ เหนือ	ทิศ ตะวันตก	ทิศใต้ (หน้า บ้าน)	ทิศ ตะวันออก
4-5	15.8	16.4	34.4	22.2
9-11 (1)	13.4	10.9	24.4	16.0
9-11 (2)	13.7	12.2	24.5	17.6

ดังนั้น ระดับคะแนนในหมวดเปลือกอาคาร จากเกณฑ์ประเมิน TEEAM หมวดเปลือกอาคาร ไม่สามารถบ่งบอกถึงค่าการใช้พลังงานที่ลดลง ตามระดับคะแนนที่สูงขึ้นได้ เนื่องจากอัตราส่วน พื้นที่หน้าต่างต่อพื้นที่ผนัง (WWR) ในทิศต่างๆ มีผลต่อค่าการใช้พลังงานของบ้านซึ่งเกณฑ์ ประเมินได้คะแนนเฉพาะจากอัตราส่วนพื้นที่ หน้าต่างต่อพื้นที่ผนังรวม (WWR) เท่านั้น

6. ข้อสรุปและข้อเสนอแนะ

บ้านเดี่ยวประเภทบ้านจัดสรรในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลที่พบในปัจจุบันได้คะแนนจาก เกณฑ์ประเมินอาคารประหยัดพลังงานและเป็น มิตรต่อสิ่งแวดล้อม รุ่น R49.02 (TEEAM) หมวด เปลือกอาคารมากที่สุดโดยอัตราส่วนพื้นที่ หน้าต่างต่อพื้นที่ผนัง (WWR) 7 คะแนน โดยมี คะแนนรวมไม่เกิน 11 คะแนนจาก 40 คะแนน เต็ม เนื่องจากบ้านเดี่ยวทั่วไปไม่มีการใช้วัสดุ เปลือกอาคารเพื่อการประหยัดพลังงานทำให้ ส่วนใหญ่ได้คะแนนจากเกณฑ์ประเมินเพียง บางข้อเท่านั้น ปัจจัยทางด้านเปลือกอาคารที่มี อิทธิพลต่อค่าการใช้พลังงานในระดับกลางคือ อัตราส่วนพื้นที่หน้าต่างต่อพื้นที่ผนัง (WWR)

(correlation = 0.4) รองมาคือ ค่าการรั่วซึม อากาศที่บานกรอบหน้าต่างและประตู (infiltration) มีอิทธิพลในระดับน้อย (correlation = 0.15) โดยคะแนนที่ได้จากเกณฑ์ประเมิน TEEAM ไม่ สัมพันธ์กับค่าการใช้พลังงานของบ้าน ผลจาก การศึกษา พบว่า บ้านเดี่ยวบางส่วนที่ได้คะแนน จากเกณฑ์ประเมินสูงมีค่าการใช้พลังงานที่สูง เทียบเท่ากับกลุ่มที่ได้คะแนนต่ำกว่า เนื่องจาก อัตราส่วนพื้นที่หน้าต่างต่อพื้นที่ผนังทิศตะวันออกและตะวันตก (WWR) มีอิทธิพลต่อค่าการ ใช้พลังงานซึ่งการได้คะแนนจากเกณฑ์ประเมิน TEEAM ประเมินการให้คะแนนเฉพาะอัตราส่วน พื้นที่หน้าต่างต่อพื้นที่ผนัง (WWR) รวมของบ้าน เท่านั้นไม่ได้แยกตามการให้คะแนนตามทิศทาง ของ WWR ดังนั้นเกณฑ์ประเมินอาคารประหยัด พลังงานและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รุ่น R49.02 (TEEAM) หมวดเปลือกอาคาร อาจไม่สอดคล้อง กับการประเมินบ้านในแง่ของการใช้พลังงาน

รายการอ้างอิง

- กรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน กระทรวงพลังงาน. (2553). *คู่มือแบบประเมิน อาคารประหยัดพลังงานและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม อาคารพักอาศัย รุ่น R49.02*, กรุงเทพฯ: กรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน.
- กระทรวงพลังงาน. (2554). *แผนอนุรักษ์พลังงาน 20 ปี (พ.ศ.2554-2573)*, สืบค้นเมื่อวันที่ 25 สิงหาคม 2558, จาก <http://www.eppo.go.th/encon/ee-20yrs/ee-20yr-final.pdf>
- บริษัท สมาร์ทคอนกรีต จำกัด. (2558). *สัดส่วน การใช้พลังงานไฟฟ้าภายในบ้าน*, สืบค้นเมื่อวันที่ 25 สิงหาคม 2558, จาก <http://www.smartblock.in.th/about.php?id=3>

164 การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างค่าการใช้พลังงานและการได้คะแนนในเกณฑ์ประเมินอาคาร
ประหยัดพลังงานของบ้านจัดสรรประเภทบ้านเดี่ยว
จากรุวรรณ สุขสีดา และ ดร. ดารณี จารีมิตร

สถาบันอาคารเขียวไทย. (2555). *เกณฑ์การประเมินความยั่งยืนทางพลังงานและสิ่งแวดล้อม TREES NC version 1.1*. สืบค้นเมื่อวันที่ 25 สิงหาคม 2558, จาก <http://www.tgbi.or.th/files/trees/2012-09-26-เกณฑ์-TREES-NC.pdf>

ส่วนวิทยบริการ ฝ่ายวิชาการรณาคารอาคารสงเคราะห์. (2553). *การเพิ่มขึ้นของที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร และ 5 จังหวัดปริมณฑลในรอบ 20 ปี (พ.ศ. 2533 - 2552)*, วารสารรณาคารอาคารสงเคราะห์, 61, น. 8.

James J. Hirsch & Associates. (2009). *eQUEST version 3.64*. สืบค้นเมื่อวันที่ กุมภาพันธ์ 15, 2559, จาก <http://www.doe2.com/equest>

แนวทางการปรับเปลี่ยนการใช้สอยมรดกสถาปัตยกรรม
เพื่อส่งเสริมธุรกิจเพื่อสังคมและการมีส่วนร่วมของชุมชน:
กรณีศึกษาชุมชนตลาดหนองบัว จังหวัดจันทบุรี

**Design Guideline to Adaptive Reuse Architectural Heritage
of Social Enterprise and People Participation Promotion:
A Case Study of Nongbua Market Community, Chanthaburi Province**

ระพินทร์ รังสีเสนีย์พิทักษ์¹ และ ดร. จาตุรงค์ โปกะรัตน์ศิริ²

Rapin Rungsrisaeneepitak¹ and Jaturong Pokharatsiri, Ph.D.²

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

E-mail: boat.arch12@gmail.com¹ , jpnayextra@yahoo.com²

บทคัดย่อ

อาคารไม้เก่าในชุมชนตลาดหนองบัว จังหวัดจันทบุรี เป็นบ้านไม้ที่มีคุณค่าด้านมรดกทางวัฒนธรรม แต่ปัจจุบันเริ่มถูกละทิ้งการใช้งานอันเนื่องมาจากการย้ายถิ่นฐานและเศรษฐกิจในชุมชนเริ่มตกต่ำมากขึ้นและส่งผลกระทบต่อวัฒนธรรมการค้าขายในชุมชนเริ่มหายไปตามไปด้วย งานวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษาความเป็นไปได้ของการมีส่วนร่วมในการปรับเปลี่ยนการใช้สอยอาคารสถาปัตยกรรมเพื่อการอนุรักษ์ร่วมไปกับธุรกิจเพื่อสังคมเพื่อนำมาสู่การพัฒนาชุมชนจากการสร้างรายได้ให้แก่คนในชุมชน โดยศึกษาและประเมินอาคารเก่าที่มีศักยภาพควรแก่การอนุรักษ์เพื่อนำมาปรับเปลี่ยนการใช้สอยและศึกษาการบริหารจัดการธุรกิจเพื่อสังคมที่มาจากการปรับเปลี่ยนการใช้สอยอาคารเก่าเพื่อนำไปสู่การมีส่วนร่วมของชุมชนในการตัดสินใจเลือกรูปแบบการปรับเปลี่ยนการใช้สอยอาคารที่เหมาะสมต่อชุมชน

Abstract

The negligence of the heritage building, traditional timber shophouses, in Nongbua Market Community of Chanthaburi Province has been a result of local economic recession and emigration of rural-town residents. Thus the retailing and trading culture of the community has been disappearing accordingly. The study aimed to explore the participatory possibility in an adaptive-reuse approach to the architectural conservation of these buildings mixed with social enterprise approach to regenerate community development by targeting income from visitors. The research methods included the value assessment of heritage building, the identification of a potential property for exemplifying an adaptive-reuse scheme, and the investigation and managing of cultural activities as social business recreation. A number of community members were classified to participate in decision marketing process and to criticise on locally-appropriate models of heritage adaptive-reuse and possible financial procedure organised by the community's cooperation.

แนวทางการปรับเปลี่ยนการใช้สอยมรดกสถาปัตยกรรมเพื่อส่งเสริมธุรกิจเพื่อสังคมและการมีส่วนร่วมของชุมชน: กรณีศึกษาชุมชนตลาดหนองบัว จังหวัดจันทบุรี
ระพีพันธ์ รังสีเสนีพิทักษ์ และ ดร. จาตุรงค์ โปะคะรัตน์ศิริ

คำสำคัญ (Keywords): ปรับเปลี่ยนการใช้สอยอาคาร (Adaptive-reuse), มรดกสถาปัตยกรรม (Architectural Heritage), ธุรกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise), การมีส่วนร่วมของชุมชน (People Participation)

1. บทนำ

ตลาดหนองบัวเป็นตลาดที่มีประวัติยาวนานมากกว่า 200 ปี อยู่ที่ตำบลหนองบัว จังหวัดจันทบุรี เคยเป็นตลาดที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจของจังหวัดจันทบุรีเนื่องจากเป็นตลาดที่มีจุดเด่นทางด้านทรัพยากรทางธรรมชาติทางทะเลและเกษตรกรรมกระทั่งช่วงปีพ.ศ.2520-ปัจจุบันตลาดหนองบัวเริ่มมีการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่แย่ลง อันเนื่องมาจากการพัฒนาทางด้านการคมนาคมทางบกที่มีมากขึ้น จึงเกิดการกระจายตัวของตลาดไปในพื้นที่ต่าง ๆ ของจังหวัดจันทบุรี รวมไปถึงปัญหาการย้ายถิ่นฐานของประชากรในชุมชนที่เป็นคนสมัยใหม่เข้าไปทำงานในเมืองมากขึ้น ทำให้ตลาดหนองบัวเริ่มซบเซาลงสภาพเศรษฐกิจเริ่มถดถอย ส่งผลกระทบให้อาคารบ้านเรือนขาดการดูแลและทรุดโทรมรวมไปถึงการละทิ้งวัฒนธรรม วิถีชีวิต และอาชีพของชุมชน

ด้วยการที่เห็นคุณค่าของตลาดหนองบัว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาธุรกิจเพื่อสังคมที่เหมาะสมต่อการอนุรักษ์สถาปัตยกรรมและความต้องการของคนชุมชนหนองบัว และนำเสนอออกมาเป็นการรูปแบบธุรกิจที่นำเอาเอกลักษณ์และคุณค่าทางสถาปัตยกรรมของชุมชนหนองบัวมาออกแบบ เพื่อสร้างธุรกิจชุมชนจากการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน เพื่อนำไปสู่การอนุรักษ์และฟื้นฟูวัฒนธรรมและพัฒนาทางเศรษฐกิจที่เกิดจากการจ้างงานโดยชุมชนเป็นเจ้าของธุรกิจ

2. เนื้อหาหลัก

2.1 วัตถุประสงค์ในงานวิจัย

1. ศึกษาและประเมินสถาปัตยกรรมที่มีคุณค่าทางด้านมรดกสถาปัตยกรรมของชุมชนตลาดหนองบัวเพื่อนำมาเป็นอาคารในการพัฒนาธุรกิจเพื่อสังคม
2. ศึกษารูปแบบวัฒนธรรมชุมชนที่สัมพันธ์กับการใช้อาคารเพื่อหากิจกรรมทางวัฒนธรรมที่เหมาะสมกับการส่งเสริมคุณค่าการใช้อาคารในชุมชนตลาดหนองบัว
3. ศึกษาแนวทางการปรับเปลี่ยนการใช้สอยมรดกสถาปัตยกรรมเพื่อเป็นแนวทางให้แก่ชุมชนในการส่งเสริมธุรกิจเพื่อสังคมและการมีส่วนร่วมของชุมชน

2.2 ขอบเขตงานวิจัย

2.2.1 ขอบเขตทางด้านพื้นที่

อาคารสถาปัตยกรรมเรือนไม้แถวทั้งหมด 86 หลังคา ในพื้นที่บริเวณชุมชนตลาดหนองบัว ตำบลหนองบัว อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี

2.2.2 ขอบเขตทางด้านประชากร

ขอบเขตด้านประชากรคือ บุคคลในชุมชนตลาดหนองบัวที่เป็นสมาชิกของกลุ่มออมทรัพย์และเป็นกลุ่มผู้นำชุมชน มีทั้งหมด 10 คนในพื้นที่ชุมชนตลาดหนองบัว อำเภอเมืองจังหวัดจันทบุรี

2.3 ทบทวนวรรณกรรม

2.3.1 การอนุรักษ์และฟื้นฟูเมือง

2.3.1.1 Rehabilitation (Adaptive-reuse)

การปรับปรุงลักษณะทางกายภาพของแหล่งมรดกทางวัฒนธรรมโดยการปรับปรุงจะต้องมีการคำนึงถึงหลายองค์ประกอบ เช่น การใช้สอยของกิจกรรมในอาคารหรือพื้นที่ การต่อเติมลักษณะทางกายภาพและการปรับปรุงระบบสาธารณูปโภคที่ต้องมีการคำนึงถึงลักษณะของอาคารหรือความเหมาะสมเพื่อให้เกิดผลกระทบน้อยที่สุด (ยงธนิศร์ พิมลเสถียร, 2557)

2.3.2 คุณค่ามรดกวัฒนธรรม

เกณฑ์คุณค่ามรดกวัฒนธรรม โดย ยงธนิศร์ พิมลเสถียร, (2557) แบ่งเป็น 5 อย่างคือ

(1) ประวัติศาสตร์ หมายถึงสิ่งที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์หรือบุคคลสำคัญในอดีตที่มีการบันทึกไว้

(2) โบราณคดี หมายถึง มีหลักฐานที่อธิบายเกี่ยวกับมนุษย์หรือวัฒนธรรมในอดีต

(3) ลักษณะแห่งการก่อสร้าง หมายถึง สิ่งก่อสร้างทางสถาปัตยกรรมที่มีลักษณะเด่น ในรูปแบบ ศิลปะการก่อสร้าง ยุคสมัย หรือวัสดุ

(4) สุนทรียภาพ หมายถึง มีความโดดเด่นในด้านความงาม ความตื่นตาตื่นใจ

(5) อายุ หมายถึง เป็นสิ่งที่มีมายาวนาน มีอายุมาก

2.3.3 ธุรกิจเพื่อสังคม

ธุรกิจเพื่อสังคมเป็นรูปแบบธุรกิจที่มีรายรับจากการขาย การผลิตสินค้า และการให้บริการ และได้ถูกตั้งขึ้นเพื่อแก้ไขปัญหาและพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม ให้แก่ชุมชนหรือพื้นที่ (สำนักงานสร้างเสริมกิจการเพื่อสังคมแห่งชาติ, 2553)

2.3.4 การบริหารจัดการทรัพยากร

หมายถึง การควบคุมบริหารจัดการทรัพยากร เพื่อให้การดำเนินงานขององค์กรประสบความสำเร็จไปตามแผนและมีประสิทธิผลสูงสุด โดย

วิวรรณ ธาธาภิรัชโชติ, (2557) ได้แบ่งเป็น 4 องค์ประกอบคือ

1. เงิน (Money) หมายถึง การบริหารจัดการเงินในด้านต่างๆ เช่น ต้นทุน การลงทุน รายรับ รายจ่าย เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุดต่อจุดประสงค์ขององค์กร

2. คน (Man) หมายถึง การบริหารกำลังหรือจำนวนคนรวมไปถึงการใช้บุคคลากรในองค์กรอย่างไรให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

3. วัสดุ (Material) หมายถึง การบริหารวัสดุและอุปกรณ์ที่จำเป็นต้องใช้ในโครงการเพื่อให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าหรือวัตถุประสงค์ขององค์กร

4. การบริหารจัดการ (Management) หมายถึง ถึงกระบวนการจัดการและควบคุมให้โครงการดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลอย่างเต็มที่

2.3.4 การมีส่วนร่วมของชุมชน

เป็นแนวคิดที่ทำให้เกิดการตัดสินใจที่เกิดจากคนส่วนล่างขึ้นสู่คนส่วนบนทำให้เกิดการเข้าใจถึงข้อมูลและปัญหาในชุมชนอย่างแท้จริงและส่งผลให้เกิดกระบวนการแก้ปัญหาที่เหมาะสมโดยรูปแบบการมีส่วนร่วมของชุมชน (ติน ปรัชญ-พฤทธิ, 2532)

2.4 ระเบียบวิธีวิจัย

1. ศึกษาและประเมินสถาปัตยกรรมที่มีคุณค่าทางด้านมรดกสถาปัตยกรรมของชุมชนตลาดหนองบัวเพื่อนำมาเป็นอาคารในการพัฒนาธุรกิจเพื่อสังคม โดยศึกษาด้วยการสำรวจรูปแบบสถาปัตยกรรมในตลาดหนองบัว โดยการสำรวจและประเมินองค์ประกอบของอาคาร เพื่อสรุปเป็นสถาปัตยกรรมที่มีคุณค่าทางด้านมรดกสถาปัตยกรรมของชุมชนตลาดหนองบัวและเป็น

แนวทางการปรับเปลี่ยนการใช้สอยมรดกสถาปัตยกรรมเพื่อส่งเสริมธุรกิจเพื่อสังคมและการมีส่วนร่วมของชุมชน: กรณีศึกษาชุมชนตลาดหนองบัว จังหวัดจันทบุรี
ระพีพันธ์ รังสีเสนีย์พิทักษ์ และ ดร. จาตุรงค์ โภคะรัตน์ศิริ

อาคารในการพัฒนาธุรกิจเพื่อสังคม 1 อาคาร

2. ศึกษารูปแบบวัฒนธรรมชุมชนที่สัมพันธ์กับการใช้อาคาร เพื่อหากิจกรรมทางวัฒนธรรมที่เหมาะสมกับการส่งเสริมคุณค่าการใช้อาคารในชุมชนตลาดหนองบัว โดยศึกษาด้วยการสัมภาษณ์คนในชุมชนเกี่ยวกับวัฒนธรรมที่สัมพันธ์กับการใช้อาคารและแยกประเด็นในการเก็บข้อมูลคือ กิจกรรมเชิงธุรกิจ กิจกรรมเชิงสถาบัน กิจกรรมเชิงบุคคลและครอบครัว เพื่อสรุปเป็นรูปแบบกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่เป็นอัตลักษณ์และเหมาะสมกับการส่งเสริมคุณค่าการใช้อาคารในชุมชนตลาดหนองบัว

3. ศึกษาแนวทางการปรับเปลี่ยนการใช้สอยมรดกสถาปัตยกรรมเพื่อส่งเสริมธุรกิจเพื่อสังคมและการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยศึกษาจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสังคมจากกรณีศึกษา 3 กรณีคือ บ้านหลวงราชไมตรี, พิพิธภัณฑสถานศิลปะ ห้างหนังสือค่าน้ำ โดยข้อมูลที่จะเก็บคือการอนุรักษ์อาคาร บริหารทรัพยากร การอนุรักษ์วัฒนธรรม การพัฒนาสังคม เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปสัมภาษณ์คนชุมชนตลาดหนองบัวเพื่อเลือกธุรกิจที่เหมาะสมต่อชุมชน

4. สรุปข้อมูลจากการศึกษาทั้งหมด และสรุปเป็นการออกแบบสถาปัตยกรรมและบริหารจัดการธุรกิจให้แก่ชุมชนตลาดหนองบัว

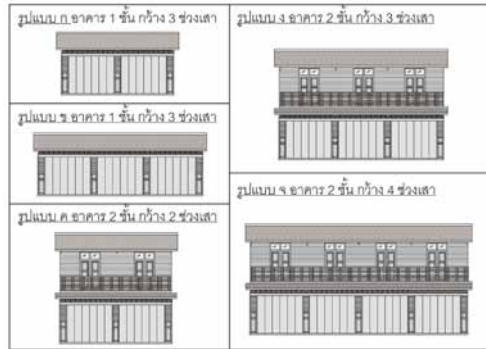
2.5 ผลการศึกษา

2.5.1 ลักษณะอาคาร

อาคารเรือนไม้แถวในชุมชนตลาดหนองสร้างขั้นโดยใช้ไม้เป็นวัสดุทั้งหมด โดยแต่ละอาคารจะมีลักษณะการออกแบบที่แตกต่างกันตามลักษณะการออกแบบของช่าง ความต้องการของผู้อยู่อาศัยที่แตกต่างกัน โดยจากการศึกษารูปแบบอาคารทั้ง 86 อาคารในชุมชนหนองบัวสามารถ

แบ่งรูปแบบของอาคารในชุมชนหนองบัวได้เป็น 5 รูปแบบ ดังนี้

ตารางที่ 1 ตารางแสดงรูปแบบอาคาร 5 รูปแบบ



2.5.2 การศึกษาและประเมินสถาปัตยกรรมที่มีคุณค่าทางด้านมรดกสถาปัตยกรรมของชุมชนตลาดหนองบัวจะแบ่งการประเมินเป็น 2 ขั้นตอน ดังนี้ คือ

1. การประเมินความแท้ในด้านการออกแบบ จะประเมินจากองค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมของอาคาร 86 อาคาร โดยแบ่งหมวดหมู่อาคารจากทั้งหมด 86 อาคารเป็น 5 รูปแบบคือ ก - จ และแยกการประเมินในแต่ละรูปแบบ เพื่อหาอาคาร 5 หลังที่มีความแท้ในด้านการออกแบบมากที่สุดในแต่ละรูปแบบ ซึ่งจากการประเมินสรุปได้อาคาร 5 หลัง ดังนี้

ตารางที่ 2 เกณฑ์การประเมินความแท้ในด้านการออกแบบ

ความแท้	คะแนน	ลักษณะ
0 %	0	คือ ไม่หลงเหลือความแท้ดั้งเดิมในด้านการออกแบบเลย
0-25 %	1	คือ หลงเหลือความเป็นแท้ดั้งเดิมในด้านการออกแบบอยู่เล็กน้อย
25-49 %	2	คือ หลงเหลือความเป็นแท้ดั้งเดิมในด้านการออกแบบเกือบครึ่ง
50-75 %	3	คือ หลงเหลือความเป็นแท้ดั้งเดิมในด้านการออกแบบเกินครึ่ง
75-99 %	4	คือ หลงเหลือความเป็นแท้ดั้งเดิมในด้านการออกแบบเกือบสมบูรณ์
100 %	5	คือ มีความเป็นแท้ดั้งเดิมในด้านการออกแบบครบถ้วนสมบูรณ์



รูปที่ 1 องค์ประกอบทางสถาปัตยกรรม



รูปที่ 2 แสดงบ้านที่ 5 (บ้านเลขที่ 38)

ตารางที่ 3 ตารางแสดงอาคารที่มีความแท้ด้านการออกแบบ 5 อาคารจากรูปแบบ 5 รูปแบบ

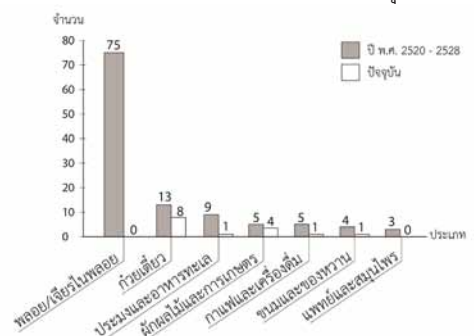


2. การประเมินคุณค่ามรดกวัฒนธรรมจะ
เมินคุณค่ากับอาคารที่มีความแท้ในการ
ออกแบบมากที่สุดของแต่ละรูปแบบอาคารเพื่อ
หาอาคารที่มีคุณค่ามรดกวัฒนธรรมมากที่สุด
เพียง 1 อาคาร และนำไปใช้เป็นอาคารในการ
พัฒนาธุรกิจเพื่อสังคม ซึ่งจากการประเมินคุณค่า
สรุปได้เป็น บ้านที่ 5 (บ้านเลขที่ 38)

ตารางที่ 4 ตารางประเมินคุณค่ามรดกวัฒนธรรม

ชื่ออาคาร	ประวัติ ศาสตร์	โบราณ คดี	ลักษณะแห่ง การก่อสร้าง	สุนทรียภาพ	อายุ
บ้านที่ 1	-	กลาง	กลาง	กลาง	มาก
บ้านที่ 2	-	กลาง	กลาง	กลาง	มาก
บ้านที่ 3	-	กลาง	กลาง	กลาง	มาก
บ้านที่ 4	-	กลาง	กลาง	กลาง	มาก
บ้านที่ 5	-	กลาง	มาก	มาก	มาก

2.5.3 ศึกษารูปแบบวัฒนธรรมชุมชนที่สัมพันธ์
กับการใช้อาคารเพื่อหากิจกรรมทางวัฒนธรรมที่
เหมาะสมกับการส่งเสริมคุณค่าการใช้อาคารใน
ชุมชนตลาดหนองบัว โดยศึกษาวัฒนธรรมที่มี
ที่ตลาดหนองบัวมีความเจริญรุ่งเรืองช่วงปี
พ.ศ. 2520-2528 โดยผลการศึกษารูปได้ดังนี้



รูปที่ 3 แสดงจำนวนวัฒนธรรมที่สัมพันธ์กับอาคาร

2.5.4 ศึกษาแนวทางการปรับเปลี่ยนการใช้สอย
มรดกสถาปัตยกรรมเพื่อส่งเสริมธุรกิจเพื่อสังคม
และการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยศึกษาด้วยวิธี
การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสังคมจาก
กรณีศึกษา 3 กรณีคือ บ้านหลวงราชไมตรี หอ
ศิลป์ดีคูน และร้านหนังสือค่าน้ำ เพื่อศึกษา การ
ออกแบบและอนุรักษ์อาคาร การบริหารจัดการการ
อนุรักษ์วัฒนธรรม และการพัฒนาสังคม โดย
ข้อมูลจากการสัมภาษณ์มีดังนี้

แนวทางการปรับเปลี่ยนการใช้สอยมรดกสถาปัตยกรรมเพื่อส่งเสริมธุรกิจเพื่อสังคมและการมีส่วนร่วมของชุมชน: กรณีศึกษาชุมชนตลาดหนองบัว จังหวัดจันทบุรี ระพีพันธ์ รัชสีเสนีพิทักษ์ และ ดร. จาตุรงค์ โภคะรัตน์ศิริ

ตารางที่ 5 แสดงข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ 3 ธุรกิจ

โรงแรมบ้านหลวงราชใบถรี	หอศิลป์ร่วมสมัย ตันคืน	ร้านหนังสือคาน้ำ
1. การออกแบบและอนุรักษ์อาคาร - การกันห้องเพิ่ม - การเจาะพื้นและผนังบางส่วนเพื่อทำระบบ	1. การออกแบบและอนุรักษ์อาคาร - มีการเปลี่ยนแปลงน้อย	1. การออกแบบและอนุรักษ์อาคาร - มีการเปลี่ยนแปลงน้อย
2. การบริหารจัดการบุคลากร - 4 คน - ผู้จัดการโครงการ 1 คน	2. การบริหารจัดการบุคลากร - พนักงานดูแลหอศิลป์ 1 คน - พนักงานขายน้ำและเครื่องดื่ม 1 คน - ผู้จัดการโครงการ 1 คน	2. การบริหารจัดการบุคลากร - พนักงานดูแลหนังสือ 1 คน - พนักงานขายน้ำและเครื่องดื่ม 1 คน - ผู้จัดการโครงการ 1 คน
3. การบริหารจัดการเรื่องการเงิน รายรับรายจ่าย - กำไรเฉลี่ย 151,200 บาทต่อเดือน	3. การบริหารจัดการเรื่องการเงิน รายรับรายจ่าย - กำไรเฉลี่ย -1,000 ถึง 4,000 บาทต่อเดือน	3. การบริหารจัดการเรื่องการเงิน รายรับรายจ่าย - กำไรเฉลี่ย 27,000 ถึง 62,000 บาทต่อเดือน
4. การบริหารจัดการเรื่องวัสดุ - มีการสนับสนุนเรื่องอาหารจากชุมชน	4. การบริหารจัดการเรื่องวัสดุ - สินค้าแสดงมาจากบ้านเก่า, ของตนเองของชุมชน	4. การบริหารจัดการเรื่องวัสดุ - สินค้านำเข้าจากที่อื่น
5. การอนุรักษ์วัฒนธรรม - โดยนำเรื่องราวของวัฒนธรรมชุมชนมาออกแบบในห้องที่แต่ละห้องพัก - ส่วนพื้นที่ต้อนรับออกแบบเป็นห้องเก็บสะสมวัตถุโบราณ	5. การอนุรักษ์วัฒนธรรม - โดยเป็นแหล่งเรียนรู้และเก็บสะสมศิลปะของจังหวัดราชบุรี	5. การอนุรักษ์วัฒนธรรม - ไม่มี
6. การพัฒนาชุมชน - มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวทำให้เกิดการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจ - ส่งเสริมทำให้เกิดการรักถิ่นฐานจากการเห็นคุณค่าของอาคารและชุมชนที่ตนอาศัยอยู่ - ส่งเสริมด้านอาชีพจากการจ้างพนักงานในพื้นที่	6. การพัฒนาชุมชน - มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวทำให้เกิดการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจ - ส่งเสริมทำให้เกิดการรักถิ่นฐานจากการเห็นคุณค่าของอาคารและชุมชนที่ตนอาศัยอยู่	6. การพัฒนาชุมชน - มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวทำให้เกิดการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจ - ส่งเสริมด้านการศึกษาให้แก่ชุมชน - ส่งเสริมด้านอาชีพจากการจ้างพนักงานในพื้นที่

2.6 ผลสรุป

จากการศึกษาคุณค่าและประเมินอาคารสรุปได้ว่า บ้านเลขที่ 38 เป็นอาคารที่มีความเหมาะสมแก่การนำมาพัฒนาธุรกิจเพื่อสังคม เนื่องจากเป็นอาคารที่มีความแท้ด้านการออกแบบและมีคุณค่ามรดกวัฒนธรรมต่อมาผู้วิจัยจึงศึกษากระบวนการปรับเปลี่ยนการใช้สอย

อาคารโดยศึกษาจากธุรกิจเพื่อสังคมที่เกิดขึ้นจริง คือ โรงแรม หอศิลป์ และร้านหนังสือ และนำข้อมูลที่แตกต่างกันจากทั้ง 3 ธุรกิจนี้เป็นตัวอย่างให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกธุรกิจที่เหมาะสมกับชุมชน ซึ่งจากกระบวนการมีส่วนร่วมของกลุ่มผู้นำชุมชนทั้งหมด 10 คน จาก 6 หลังคาเรือน สรุปได้ดังนี้

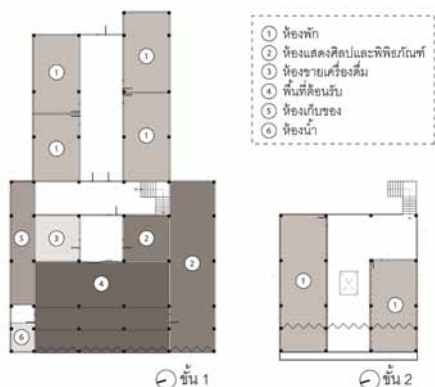
2.6.1 การออกแบบสถาปัตยกรรม

การออกแบบสรุปเป็นการใช้งานหลักคือ โรงแรมและหอศิลป์ผสมพิพิธภัณฑ์ โดยมีรายละเอียดการออกแบบดังนี้

- โรงแรมมีทั้งหมด 6 ห้องโดยแต่ละห้องนำวัฒนธรรมที่สัมพันธ์กับอาคารในชุมชนเข้ามาช่วยออกแบบเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ความรู้
- ห้องแสดงศิลปะและพิพิธภัณฑ์ เป็นห้องสำหรับเป็นที่เรียนรู้ศิลปะและวัฒนธรรมชุมชน
- ร้านขายเครื่องดื่มร้านขายน้ำสำหรับให้คนที่เดินผ่านสามารถเข้ามานั่งพักและดื่มดูให้นักท่องเที่ยวเดินเข้ามาชมอาคาร

ตารางที่ 6 แสดงข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้นำชุมชนในเรื่องการออกแบบ

1. ธุรกิจ โรงแรม เป็นธุรกิจที่เลือกและสนใจ - เป็นธุรกิจที่สนับสนุนการท่องเที่ยว - มีรายได้สูงมีความเป็นไปได้ในด้านการเงิน - ไม่เป็นธุรกิจที่จะส่งผลกระทบต่อธุรกิจเดิมที่มีอยู่ในพื้นที่
2. ธุรกิจร้านหนังสือ เป็นธุรกิจที่ชุมชนไม่สนใจ - เด็กในชุมชนมีน้อยและการอ่านหนังสือไม่เป็นที่ยอมรับของชุมชน
3. ธุรกิจหอศิลป์ เป็นธุรกิจที่เลือกและสนใจ เพราะ - ชุมชนมี ของโบราณในชุมชนที่แสดงถึงศิลปะ เช่นภาพถ่าย ของใช้โบราณ
4. ธุรกิจที่ชุมชนเสนอคือ พิพิธภัณฑ์ - เป็นธุรกิจที่แสดงถึงความเป็นชุมชน - เป็นแหล่งเรียนรู้ให้แก่นักท่องเที่ยวที่เข้ามา - สิ่งของที่เป็นของโบราณและแสดงถึงประเพณีเก่าแก่มีเยอะมากสามารถนำมาแสดงได้
5. ธุรกิจที่ชุมชนเสนอคือ ร้านน้ำและเครื่องดื่ม - ต้องการให้มีรายได้จากคนที่เดินเที่ยวชมชุมชน



รูปที่ 4 แสดงผังอาคารจากโดยคนในชุมชนมีส่วนร่วมในการออกแบบ

2.6.2 การบริหารจัดการ

- พนักงานมีทั้งหมด 2 คนเป็นคนในชุมชน
- สิ่งของที่แสดงวัฒนธรรมเป็นของที่มีอยู่ในชุมชนอยู่แล้วสามารถนำมาแสดงถาวรได้
- ด้านการเงิน จากการวิเคราะห์เบื้องต้นจากผู้วิจัย คาดว่ามีกำไรได้ถึง 50,000 – 70,000 บาท ต่อเดือนหลังจากที่คืนทุน โดยคิดจากอัตราการเข้าพัก 60 เปอร์เซ็นต์ เปรียบเทียบกับกรณีศึกษา
- พื้นที่จอดรถยังเป็นปัญหาเนื่องจากชุมชนไม่มีพื้นที่สาธารณะ

ตารางที่ 7 แสดงข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้นำชุมชนในเรื่องการบริหารจัดการ

1. การบริหารจัดการบุคลากร
- ชุมชนเสนอว่ามีพนักงาน 2 คน คือ 1 คนดูแลส่วนของชานชาลา และอีก 1 คนดูแลส่วนของห้องพัก และสามารถเป็นคนในพื้นที่ได้
2. การบริหารจัดการวัตถุ
- ชุมชนเสนอว่าไม่ต้องการให้มีสินค้าที่เหมือนกับชุมชนมาขายในอาคาร เพราะต้องการให้คนที่เข้ามาพักเดินซื้อสินค้าจากบ้านที่ขายสินค้าโดยตรง
3. การบริหารจัดการด้านการเงิน
- รายรับมาจาก ค่าที่พักทั้งหมด 6 ห้องและ จากการขายน้ำและเครื่องดื่ม
- รายจ่ายมาจาก ค่าดูแลห้องพัก, ค่าสาธารณูปโภค, ค่าโทรศัพท์, ค่าประชาสัมพันธ์
4. อื่น ๆ
- ชุมชนคำนึงถึงพื้นที่จอดรถที่ไม่มี
- ระยะเวลาการเปิดปิดที่ยังไม่สามารถบอกได้

รายการอ้างอิง

- ติน ปรัชญพฤทธิ์. (2532). *ทฤษฎีการมีส่วนร่วม*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ยงธนิศร์ พิมลเสถียร. (2557). *การปรับปรุงฟื้นฟูเมืองและการอนุรักษ์เมือง*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วิวรรณ ธราหิรัญโชติ. (8 เมษายน 2557). *Man money material management*. กรุงเทพฯ: ธุรกิจ.
- สำนักงานสร้างเสริมกิจการเพื่อสังคมแห่งชาติ. (2553-2557). *แผนแม่บทสร้างเสริมกิจการเพื่อสังคม*. กรุงเทพฯ.
- UNESCO. (2003). *Convention for the safeguarding of intangible cultural heritage*. Paris, France: Author.

การศึกษาความเหมาะสมในการก่อสร้างอาคาร
ด้วยระบบแผ่นผนังฉนวนโครงสร้าง
A Suitability Study for Building Construction Using
Structural Insulated Wall Panels System

ชลิตา พนาราม¹ และ รศ.ดร. ภูษิต เลิศวัฒนารักษ์²

Chalita Panaram¹ and Assoc. Prof. Pusit Lertwattanaruk, Ph.D.²

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

E-mail: ppanaram91@gmail.com¹, lertwatt@gmail.com²

บทคัดย่อ

บทความนี้เสนอผลการศึกษาการก่อสร้างด้วยระบบแผ่นผนังฉนวนโครงสร้าง เพื่อเป็นทางเลือกแทนการก่อสร้างระบบขึ้นส่วนคอนกรีตสำเร็จรูปซึ่งใช้ทรัพยากรในปริมาณมาก งานวิจัยนี้จึงมุ่งที่จะศึกษาการก่อสร้างด้วยระบบดังกล่าวจากกรณีศึกษาในประเทศไทย โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์ผู้ผลิต ผู้ออกแบบ และผู้ใช้งาน และวิเคราะห์ผลการศึกษาด้านระยะเวลา ต้นทุน และคุณภาพ เพื่อเปรียบเทียบระบบขึ้นส่วนคอนกรีตสำเร็จรูป ผลการศึกษาพบว่า ระบบแผ่นผนังฉนวนโครงสร้างมีอัตราผลผลิตในการติดตั้งและเก็บรอยต่ำกว่าระบบขึ้นส่วนคอนกรีตสำเร็จรูป แต่มีต้นทุนค่าก่อสร้างสูงกว่าเนื่องจากมีต้นทุนวัสดุสูงแต่น้ำหนักเบา สามารถลดต้นทุนการขนส่ง โครงสร้างฐานราก และเครื่องจักรในการติดตั้ง ในด้านคุณภาพการติดตั้งและเก็บงานสามารถทำได้ง่ายกว่าระบบขึ้นส่วนคอนกรีตสำเร็จรูปและยังไม่พบปัญหาน้ำรั่วซึม ผลที่ได้จากงานวิจัยนี้สามารถใช้เป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการและผู้สนใจในการก่อสร้างระบบด้วยแผ่นผนังฉนวนโครงสร้าง

Abstract

This article presents an investigation of the Structural Insulated Panels (SIP) system as an alternative construction to precast concrete system which requires a large amount of resources. This research aims to study the construction of SIP systems in Thailand by interviewing with designers, manufacturers and consumers, then analyze the effectiveness of SIPs in terms of time, cost, and quality to compare with the precast concrete systems. It was found that the productivity rate in installation and finishing for SIPs is 58% lower, and the cost of construction is 12% higher comparing to the precast concrete system due to the higher cost for materials, but SIPs can reduce the costs of transportation, foundation and installation equipment. In terms of quality, the SIPs are easier for installation and finishing than the precast concrete, and water leakage problems have not been found. The results of this study can be used as guidelines for entrepreneurs and those who are interested in the SIP construction system.

คำสำคัญ (Keywords): แผ่นผนังฉนวนโครงสร้าง (Structural Insulated Panels), ระยะเวลาในการก่อสร้าง (Construction Time), ต้นทุนค่าก่อสร้าง (Construction Cost), คุณภาพของการก่อสร้าง (Construction Quality)

1. ที่มาและความสำคัญ

จากปัญหาขาดแคลนแรงงาน และการปรับตัวของค่าแรงในอุตสาหกรรมก่อสร้าง ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ส่วนใหญ่ได้มีการปรับเปลี่ยนกระบวนการก่อสร้างมาใช้ระบบชิ้นส่วนคอนกรีตสำเร็จรูป เป็นจำนวนมาก เพื่อทดแทนการก่อสร้างแบบดั้งเดิม เนื่องจากการก่อสร้างที่สามารถควบคุมคุณภาพได้ดี ต้นทุนต่ำ ใช้แรงงานน้อย และลดระยะเวลาการก่อสร้างได้ (กรุงเทพธุรกิจ, 2556) แต่การก่อสร้างระบบชิ้นส่วนคอนกรีตสำเร็จรูป เป็นระบบที่ใช้ทรัพยากรในปริมาณมาก ทั้งในแง่ของการผลิต การขนส่ง และการติดตั้ง เนื่องจากผลิตชิ้นส่วนจากคอนกรีตเสริมเหล็ก ทำให้อาคารมีน้ำหนักมาก ซึ่งส่งผลถึงขนาดของฐานรากที่ต้องออกแบบให้รับน้ำหนักมากขึ้น (ณรงค์ฤทธิ์ ช่างเหล็ก, 2555) และผนังคอนกรีตสำเร็จรูปนำความร้อนมากส่งผลต่อสภาวะน่าสบายของผู้ใช้งานอาคาร และปัญหาเรื่องน้ำรั่วซึมตามรอยต่อต่างๆ (สืบตระกูล สมบัติทิพย์, 2554) ส่วนระบบแผ่นฉนวนโครงสร้าง (Structural Insulated Panels: SIP) เป็นวัสดุที่มีน้ำหนักเบา สามารถป้องกันความร้อนได้ดี และใช้เป็นโครงสร้างผนังรับน้ำหนักได้

ตารางที่ 1 การเปรียบเทียบคุณสมบัติของชิ้นส่วนคอนกรีตสำเร็จรูปกับแผ่นผนังฉนวนโครงสร้าง ความหนา 10 เซนติเมตร

คุณสมบัติ	ระบบชิ้นส่วนคอนกรีตสำเร็จรูป	ระบบแผ่นผนังฉนวนโครงสร้าง
น้ำหนักต่อตารางเมตร	180 – 288 Kg/m ²	19 – 28 Kg/m ²
ค่าการต้านทานความร้อน "R"	0.63 m ² K/W	3.34 m ² K/W

ที่มา: The Structural Insulated Panel Association, 2015 และคุณณัฐ วัฒนสินศักดิ์, 2556

จากตารางที่ 1 จะเห็นว่าระบบแผ่นผนังฉนวนโครงสร้างมีน้ำหนักน้อยกว่าระบบชิ้นส่วนคอนกรีตสำเร็จรูป ประมาณ 10 เท่า ซึ่งส่งผลต่อการขนส่ง การใช้เครื่องจักรในติดตั้ง แรงงาน และโครงสร้างฐานราก และแผ่นผนังฉนวนโครงสร้างมีค่าการต้านทานความร้อนสูงกว่าคอนกรีตประมาณ 5 เท่า ซึ่งสามารถป้องกันความร้อนได้ดี และส่งผลต่อสภาวะน่าสบายของผู้ใช้งานอาคาร

งานวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษาแนวทางการก่อสร้างอาคารด้วยระบบแผ่นผนังฉนวนโครงสร้าง ในด้านระยะเวลา ต้นทุน และคุณภาพของการก่อสร้าง เพื่อเสนอเป็นทางเลือกในการทดแทนการก่อสร้างด้วยระบบชิ้นส่วนคอนกรีตสำเร็จรูปโดยศึกษาจากอาคารที่ก่อสร้างด้วยระบบแผ่นผนังฉนวนโครงสร้างในประเทศไทย ในด้านระยะเวลาในการก่อสร้าง ต้นทุนค่าก่อสร้าง และคุณภาพของการก่อสร้าง

2. ทฤษฎี และแนวความคิดที่เกี่ยวข้อง

2.1 การก่อสร้างด้วยระบบแผ่นฉนวนโครงสร้าง

แผ่นฉนวนโครงสร้าง Structural Insulated Panel (SIP) หรือ Structural Sandwich Panel (SSP) เป็นวัสดุองค์ประกอบที่ใช้โฟมเป็นแกนกลาง และใช้แผ่นวัสดุแข็งประกบอยู่ภายนอกทั้งสองด้าน เมื่อยึดติดกันแน่นแล้วจะทำหน้าที่รับแรงเสมือนเป็นแผ่นวัสดุชิ้นเดียวกัน ใช้ประโยชน์เป็น แผ่นผนัง แผ่นพื้น หรือแผ่นหลังคาได้ (จรัญพัฒน์ ภูวนันท์, 2550)

2.2 ระยะเวลาในการก่อสร้าง (Construction Time)

การประมาณระยะเวลาในการก่อสร้างจำเป็นต้องอาศัยข้อมูลพื้นฐาน 3 ส่วนในการคำนวณระยะเวลาในการก่อสร้าง ได้แก่ ข้อมูลเทคนิคงานก่อสร้าง ข้อมูลงานและปริมาณ และข้อมูลอัตราผลผลิตงานก่อสร้าง โดยอัตราผลผลิตงานก่อสร้าง หมายถึง ผลงานที่ทำได้ต่อหนึ่งหน่วยของเวลา โดยผู้ที่วางแผนงานก่อสร้างควรมีการเก็บบันทึกข้อมูลปฏิบัติจริง เพื่อใช้ในการปรับปรุงค่าอัตราผลผลิตให้ถูกต้อง และเชื่อถือได้ก่อนนำไปประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์เวลาในการก่อสร้าง (วิสูตร จิระดำเกิง, 2544)

2.3 ต้นทุนของงานก่อสร้าง

ต้นทุนในการก่อสร้างนั้นสามารถจำแนกประเภทของต้นทุนเพื่อใช้ในการประมาณราคางานก่อสร้างได้ 2 ลักษณะได้แก่ ต้นทุนทางตรงที่สามารถแสดงได้เป็นราคาต่อหน่วย และระบุได้ว่าอยู่ส่วนใดของงานก่อสร้าง และต้นทุนทางอ้อม เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานนอกเหนือจากต้นทุนทางตรงเช่น ค่าไฟฟ้าในสถานที่ก่อสร้าง ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ จากหน่วยงานส่วนกลาง เป็นต้น (ศุภณัฐ วัฒนสินศักดิ์, 2556)

2.4 คุณภาพของงานก่อสร้าง

การประเมินคุณภาพของงานก่อสร้างนิยมใช้เอกสารตรวจคุณภาพงาน (Control Check List) โดยรายละเอียดที่จะทำการประเมินคุณภาพงานก่อสร้างของแต่ละโครงการขึ้นอยู่กับประเภทอาคาร และระบบการก่อสร้างที่ใช้ ในการตรวจสอบคุณภาพในการติดตั้งแผ่นผนังฉนวนโครงสร้าง โดยตรวจสอบคุณภาพของรายละเอียดในการติดตั้งแผ่นผนังฉนวนโครงสร้าง ได้แก่ รอยต่อของแผ่นผนังฉนวนโครงสร้าง การฉีกรอยต่อต่างๆ การรั่วซึม และการเชื่อมต่อของระบบแผ่นผนังฉนวนโครงสร้าง (Structural Insulated Panel Association, 2015)

3. วิธีการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อศึกษาความเหมาะสมของการก่อสร้างอาคารด้วยระบบแผ่นผนังฉนวนโครงสร้าง ในด้านระยะเวลา ต้นทุน และคุณภาพของการก่อสร้าง โดยการสัมภาษณ์ผู้ผลิต ผู้ออกแบบ และผู้ใช้งานในอาคารที่ก่อสร้างด้วยระบบแผ่นผนังฉนวนโครงสร้างในประเทศไทย จำนวน 2 บริษัท ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) และศึกษาจากอาคารในประเทศไทยที่ก่อสร้างด้วยระบบแผ่นผนังฉนวนโครงสร้าง จำนวน 4 อาคาร



รูปที่ 1 อาคารกรณีศึกษาที่ 1 อาคารสำนักงาน 4 ชั้น ใช้แผ่นผนังฉนวนโครงสร้างเป็นผนังภายนอก



รูปที่ 2 อาคารกรณีศึกษาที่ 2 อาคารพักอาศัย ซึ่งปรับปรุงการจัดพื้นที่ภายในโดยใช้แผ่นผนังฉนวนโครงสร้าง



รูปที่ 3 อาคารกรณีศึกษาที่ 3 อาคารชั้นเดียวซึ่งต่อเติมจากอาคารเดิม โดยใช้แผ่นฉนวนโครงสร้าง เป็นผนังรับน้ำหนัก



รูปที่ 4 อาคารกรณีศึกษาที่ 4 อาคารพักอาศัยชั้นเดียวซึ่งก่อสร้างผนังและหลังคาด้วยแผ่นผนังฉนวนโครงสร้าง โดยใช้แผ่นผนังฉนวนโครงสร้างเป็นผนังรับน้ำหนัก

3.1 ขอบเขตของการวิจัย

ทำการศึกษาอาคารที่ก่อสร้างโดยใช้ระบบแผ่นผนังฉนวนโครงสร้าง ในประเทศไทย ที่มีแผ่นไฟเบอร์ซีเมนต์เป็นแผ่นประกบและโฟมแข็งเป็นวัสดุแกน โดยศึกษาวิธีการก่อสร้างอาคารด้วยแผ่นผนังฉนวนโครงสร้าง ในช่วงของการติดตั้งแผ่นผนังและการเก็บรอยต่อเท่านั้นไม่รวมถึงงานตกแต่งภายใน และวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อระยะเวลาในการก่อสร้าง ต้นทุนค่าก่อสร้าง และคุณภาพของการก่อสร้างด้วยระบบแผ่นผนังฉนวนโครงสร้าง

4. ผลการศึกษา

ผลการศึกษาการก่อสร้างด้วยระบบแผ่นผนังฉนวนโครงสร้างในประเทศไทย พบว่า ปัจจุบันการก่อสร้างด้วยระบบแผ่นผนังฉนวนโครงสร้างในประเทศไทย ส่วนมากเป็นการใช้งานรูปแบบงานต่อเติม งานปรับปรุงอาคาร และก่อสร้างขนาดอาคารชั้นเดียวขนาดเล็ก ซึ่งต้องการคุณสมบัติในด้านความเร็วในการก่อสร้าง น้ำหนักเบา และความเป็นฉนวนป้องกันความร้อน

4.1 ผลการวิเคราะห์ด้านระยะเวลาในการก่อสร้างด้วยระบบแผ่นผนังฉนวนโครงสร้าง

ด้านระยะเวลาในการก่อสร้างที่ได้ทำการศึกษา ได้แก่ อัตราผลผลิตในการติดตั้ง และเก็บรอยต่อ โดยสรุประยะเวลาของแต่ละอาคารกรณีศึกษา ดังแสดงไว้ในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 อัตราผลผลิตงานก่อสร้างของอาคารกรณีศึกษา

อัตราผลผลิตงานก่อสร้าง (ตร.ม./วัน/คน)	อาคารที่ 1	อาคารที่ 2	อาคารที่ 3	อาคารที่ 4
การติดตั้ง	28.36	33.33	8.18	13.35
การเก็บรอย	8.71	50.00	16.35	13.35

การออกแบบอาคารที่มีความสูงพื้นถึงพื้นเกิน 3.00 เมตร ดังเช่นอาคารที่ 1 จะทำให้การติดตั้งและเก็บรอยต่อใช้ระยะเวลาและแรงงานจำนวนมาก และในอาคารที่ 3 มีพื้นที่ก่อสร้างจำกัด ทำให้ทำงานไม่สะดวกส่งผลให้ใช้ระยะเวลาในการติดตั้งสูง ส่วนอาคารที่ 2 และ 4 มีการออกแบบโดยใช้ชิ้นส่วนขนาดมาตรฐานในการติดตั้ง ทำให้สามารถติดตั้งและเก็บรอยต่อได้รวดเร็ว

4.2 ผลการวิเคราะห์ด้านต้นทุนค่าก่อสร้างด้วยระบบแผ่นผนังฉนวนโครงสร้าง

การวิเคราะห์ด้านต้นทุนค่าก่อสร้างที่ได้ทำการศึกษา ได้แก่ ค่าวัสดุ ค่าขนส่ง และค่าติดตั้ง โดยสรุปต้นทุนของแต่ละอาคารกรณีศึกษาได้แสดงไว้ในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 สรุปต้นทุนค่าก่อสร้างของอาคารกรณีศึกษา

ต้นทุน (บาท/ตร.ม.)	อาคารที่ 1	อาคารที่ 2	อาคารที่ 3	อาคารที่ 4
ค่าวัสดุ	1027.94	1175.00	1142.71	900.00
ค่าขนส่ง	19.96	25.00	46.67	-
ค่าติดตั้ง	142.71	120.00	57.12	60.00

ต้นทุนค่าวัสดุ ขึ้นอยู่กับวิธีการผลิตของแต่ละบริษัท ซึ่งใช้วัตถุดิบในการผลิตแตกต่างกัน ดังจะเห็นว่าอาคารที่ 4 มีต้นทุนค่าวัสดุต่ำกว่าอาคารที่ 1-3 ซึ่งผลิตจากบริษัทเดียวกัน ทำให้มีต้นทุนค่าวัสดุใกล้เคียงกัน ส่วนต้นทุนค่าติดตั้งอาคารที่ 1 และ 2 มีการนำเครื่องจักรเข้ามาช่วยในการขนส่งแนวตั้งทำให้มีต้นทุนค่าการติดตั้งสูงกว่าอาคารอื่นๆ

4.3 ผลการวิเคราะห์ด้านคุณภาพของการก่อสร้างด้วยระบบแผ่นผนังฉนวนโครงสร้าง

คุณภาพของการก่อสร้างที่ได้ศึกษา ได้แก่ คุณภาพในการเก็บรอยต่อ การรั่วซึม จากการสำรวจจำนวนจุดบกพร่องที่เกิดขึ้นในการก่อสร้างพร้อมทั้งจุดบกพร่องอื่นๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการก่อสร้างหรือการใช้งาน

ตารางที่ 4 สรุปจุดบกพร่องของอาคารกรณีศึกษา

จุดบกพร่อง (จุด)	อาคารที่ 1	อาคารที่ 2	อาคารที่ 3	อาคารที่ 4
การเก็บรอย	4.0	-	3.0	4.0
การรั่วซึม	-	-	-	-
อื่นๆ	1.0	-	1.0	-
% จุดบกพร่อง	0.5	0.0	4.1	1.5

เนื่องจากการก่อสร้างด้วยระบบแผ่นผนังฉนวนโครงสร้างเป็นการนำวัสดุที่มีความกว้าง 1.20 เมตร เรียงต่อกัน ทำให้เกิดรอยต่อจำนวนมาก ส่งผลให้เกิดจุดบกพร่องจากการเก็บรอยต่อสูงที่สุด แต่ในปัจจุบันยังไม่พบปัญหาการรั่วซึม และเนื่องจากวัสดุแกนที่นำมาใช้มีความยืดหยุ่น ทำให้อาจเกิดรอยยุบจากการกระแทกได้ ดังเช่น อาคารที่ 1 และรอยป็นที่มูม ดังเช่น อาคารที่ 3

4.4 การวิเคราะห์ด้านระยะเวลา ต้นทุน และคุณภาพของการก่อสร้างด้วยระบบแผ่นผนังฉนวนโครงสร้าง เปรียบเทียบกับระบบขึ้นส่วนคอนกรีตสำเร็จรูป

4.4.1 ผลการวิเคราะห์ด้านระยะเวลาของการก่อสร้าง

จากการศึกษาระยะเวลาในการก่อสร้างของการก่อสร้างทั้ง 2 ระบบ พบว่า การก่อสร้างด้วยระบบขึ้นส่วนคอนกรีตสำเร็จรูป สามารถก่อสร้างได้รวดเร็วกว่าการก่อสร้างด้วยระบบแผ่นผนังฉนวนโครงสร้าง ดังตารางที่ 5 โดยการก่อ-

สร้างด้วยระบบขึ้นส่วนคอนกรีตสำเร็จรูปมีอัตราผลผลิตในการติดตั้ง และเก็บรอยต่อ สูงกว่าระบบแผ่นผนังฉนวนโครงสร้างประมาณ 2 เท่าของเวลาในการติดตั้งแผ่นผนังฉนวนโครงสร้าง เนื่องจากการติดตั้งขึ้นส่วนคอนกรีตสำเร็จรูป ใช้เครื่องจักรเป็นปัจจัยหลัก ร่วมกับการใช้แรงงานจำนวน 8-10 คนต่อทีมในการติดตั้ง ส่วนการติดตั้งระบบแผ่นผนังฉนวนโครงสร้างใช้แรงงานจำนวน 3-5 คนต่อทีมในการติดตั้ง

ตารางที่ 5 การเปรียบเทียบอัตราการผลผลิตของ 2 ระบบ

อัตราผลผลิตงานก่อสร้าง (ตร.ม./วัน/คน)	ระบบแผ่นผนังฉนวนโครงสร้าง	ระบบขึ้นส่วนคอนกรีตสำเร็จรูป
การติดตั้ง	20.81	41.40
การเก็บรอย	22.10	54.72

4.4.2 ผลการวิเคราะห์ด้านต้นทุนของการก่อสร้าง
จากการศึกษาด้านต้นทุนของการก่อสร้างของทั้ง 2 ระบบ พบว่า การก่อสร้างด้วยระบบแผ่นผนังฉนวนโครงสร้าง มีต้นทุนค่าวัสดุสูงกว่าการก่อสร้างด้วยระบบขึ้นส่วนคอนกรีตสำเร็จรูปประมาณ 1.5 เท่า ดังตารางที่ 6 แต่เนื่องจากวัสดุมีน้ำหนักเบา ทำให้สามารถลดต้นทุนค่าขนส่งและค่าติดตั้งได้ ทำให้ต้นทุนของการก่อสร้างต่างกันประมาณ 12%

ตารางที่ 6 การเปรียบเทียบต้นทุนค่าก่อสร้างของ 2 ระบบ

ต้นทุน (บาท/ตร.ม.)	ระบบแผ่นผนังฉนวนโครงสร้าง	ระบบขึ้นส่วนคอนกรีตสำเร็จรูป
ค่าวัสดุ	1,061.41	748.33
ค่าขนส่ง	30.20	87.00
ค่าติดตั้ง	94.96	221.67

4.4.3 ผลการวิเคราะห์ด้านคุณภาพของการก่อสร้าง
การก่อสร้างด้วยระบบขึ้นส่วนคอนกรีต

สำเร็จ มักพบปัญหาการแตกร้าว การรื้อซึม และสีหลุดร่อนตามลำดับส่วนการก่อสร้างด้วยระบบแผ่นผนังฉนวนโครงสร้าง เนื่องจากเป็นนำขึ้นส่วนมาเรียงต่อกัน ทำให้เกิดปัญหาในการเก็บรอยต่อสูงที่สุด แต่ยังคงไม่พบปัญหาการรื้อซึมและอาจเกิดปัญหาจากคุณสมบัติของวัสดุ เช่น รอยยุบจากการถูกกระแทก เป็นต้น

ตารางที่ 7 การเปรียบเทียบอัตราการผลผลิตของ 2 ระบบ

จุดบกพร่องของงานก่อสร้าง	ระบบแผ่นผนังฉนวนโครงสร้าง	ระบบขึ้นส่วนคอนกรีตสำเร็จรูป
% จุดบกพร่อง	1.50	4.64

4.5 ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อระยะเวลาในการก่อสร้าง
ต้นทุนค่าก่อสร้าง และคุณภาพของงานก่อสร้างด้วยระบบแผ่นผนังฉนวนโครงสร้าง เปรียบเทียบกับระบบขึ้นส่วนคอนกรีตสำเร็จรูป

ปัจจัยที่ 1 คือ การออกแบบขึ้นส่วน

การออกแบบขึ้นส่วนในการก่อสร้างด้วยระบบแผ่นผนังฉนวนโครงสร้างขึ้นอยู่กับขนาดมาตรฐานของวัสดุ การวางแผนในการแบ่งชิ้นส่วน จึงควรมีระยะที่ได้ลงตัวกับระบบพิคัด ทำให้เกิดเศษวัสดุก่อสร้างน้อย ทำให้ลดต้นทุนในการก่อสร้างลงได้ และการขนส่งและติดตั้งได้สะดวก จำนวนรอยต่อที่น้อย ช่วยลดรอยร้าวที่จะเกิดขึ้นบริเวณรอยต่อ สามารถช่วยลดต้นทุนค่าขนส่ง ค่าแรงงาน ค่าเก็บงาน และทำให้ก่อสร้างได้รวดเร็วขึ้น ซึ่งส่งผลกระทบต่อต้นทุน ระยะเวลาในการเก็บรอยต่อ และคุณภาพในการเก็บงาน ส่วนการออกแบบขึ้นส่วนของการก่อสร้างด้วยระบบขึ้นส่วนคอนกรีตสำเร็จรูป ขึ้นอยู่กับการขนส่งและเครื่องจักรในการติดตั้ง ซึ่งขึ้นส่วนมีขนาดใหญ่กว่าทำให้เกิดรอยต่อที่น้อยกว่า

ปัจจัยที่ 2 คือ วิธีการติดตั้ง

การก่อสร้างด้วยระบบแผ่นผนังฉนวนโครงสร้าง เนื่องจากแผ่นผนังฉนวนโครงสร้างมีน้ำหนัก 20-35 กิโลกรัมต่อตารางเมตร และมีความกว้างไม่เกิน 1.20 เมตร ทำให้สามารถติดตั้งโดยใช้แรงงานคนทีละ 3-5 คน ซึ่งลดต้นทุนค่าเครื่องจักรลงได้ แต่ส่งผลให้ใช้ระยะเวลาในการติดตั้งสูงกว่า ส่วนการก่อสร้างด้วยระบบขึ้นส่วนคอนกรีตสำเร็จรูป มีน้ำหนักประมาณ 330 กิโลกรัมต่อตารางเมตร และมีชิ้นส่วนขนาดใหญ่กว่า ทำให้ต้องใช้เครื่องจักรในการติดตั้งเป็นหลัก ส่งผลต่อต้นทุนในการติดตั้ง และการขนส่ง

ปัจจัยที่ 3 คือ คุณสมบัติวัสดุ

แผ่นผนังฉนวนโครงสร้างมีน้ำหนักน้อยกว่า ชิ้นส่วนคอนกรีตสำเร็จรูปประมาณ 10 เท่า ส่งผลต่อขนาดของฐานราก โครงสร้าง และวิธีการติดตั้ง ซึ่งสามารถติดตั้งได้สะดวกและมีความปลอดภัยในการติดตั้งสูงกว่า และแผ่นฉนวนโครงสร้างยังมีค่าความเป็นฉนวนป้องกันความร้อนสูงกว่า ทำให้อาคารมีสถานะน่าสบายสูงกว่า และสามารถลดค่าไฟฟ้าในการปรับอากาศของอาคารลงได้

5. สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลให้การก่อสร้างทั้ง 2 ระบบ มีความแตกต่างกันในด้านระยะเวลา ต้นทุน และคุณภาพในการก่อสร้าง ได้แก่ การออกแบบขึ้นส่วน วิธีการติดตั้ง และคุณสมบัติของวัสดุ ซึ่งระบบแผ่นผนังฉนวนโครงสร้างมีอัตราผลผลิตในการติดตั้งและเก็บรอยต่ำกว่า ระบบขึ้นส่วนคอนกรีตสำเร็จรูป ทำให้มีระยะเวลาในการก่อสร้างสูงกว่า แต่สามารถลดการใช้เครื่องจักรในการติดตั้งลงได้ และใช้จำนวนแรงในแต่ละทีมการติดตั้งน้อยกว่า แต่เนื่องจากมี

ต้นทุนวัสดุสูง ทำให้มีต้นทุนค่าก่อสร้างสูงกว่า แต่วัสดุมีน้ำหนักเบา จึงสามารถลดต้นทุนการขนส่ง โครงสร้างฐานราก และเครื่องจักรในการติดตั้ง ในด้านคุณภาพ การติดตั้งและเก็บงานสามารถทำได้ง่ายกว่าระบบขึ้นส่วนคอนกรีตสำเร็จรูป แต่เนื่องจากการก่อสร้างด้วยระบบแผ่นผนังฉนวนโครงสร้างมีรอยต่อจำนวนมาก ทำให้อาจเกิดรอยรั่วเล็กบริเวณรอยต่อ แต่ปัจจุบันยังไม่พบปัญหาการรั่วซึมบริเวณรอยต่อ ในด้านความเป็นฉนวนป้องกันความร้อน แผ่นผนังฉนวนโครงสร้าง มีค่าความเป็นฉนวนสูงกว่าชิ้นส่วนคอนกรีตสำเร็จรูปถึง 4 เท่า ทำให้อาคารมีสถานะน่าสบาย และส่งผลต่อค่าไฟฟ้าที่ในการปรับอากาศลงได้ ผลที่ได้จากงานวิจัยนี้สามารถใช้เป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการและผู้สนใจในการก่อสร้างระบบด้วยแผ่นผนังฉนวนโครงสร้าง

6. กิตติกรรมประกาศ

คณะผู้วิจัยขอขอบคุณ บริษัท วอร์สโฮม จำกัด และบริษัท สแควร์ พาเนล ซิสเต็ม จำกัด ที่สนับสนุนการให้ข้อมูลและการศึกษาฐานอาคารกรณีศึกษาที่ก่อสร้างด้วยระบบแผ่นผนังฉนวนโครงสร้าง และข้อมูลของการก่อสร้างด้วยระบบขึ้นส่วนคอนกรีตสำเร็จรูป จากบริษัท แลนด์แอนด์เฮาส์ จำกัด (มหาชน) บริษัทพญาเรียลเอสเตท จำกัด (มหาชน) และฝ่ายสนับสนุนสินเชื่อ สายสินเชื่อธุรกิจ ธนาคารเกียรตินาคิน

รายการอ้างอิง

กรุงเทพมหานคร. (2556). *อสังหาฯลุย 'ฟรีแฟบ' แก่ปมวิกฤติแรงงาน*. สืบค้นเมื่อวันที่ 9 พฤศจิกายน 2558, จาก <http://www.home.co.th/hometips/detail/76499>

- จรัญพัฒน์ ภูวนันท์. (2550). *การศึกษาความเป็นไปได้ในการประยุกต์ระบบการก่อสร้าง Structural Sandwich Panels เพื่อใช้กับบ้านประหยัดพลังงานในประเทศไทย (พิมพ์ครั้งที่ 2)*. นครปฐม: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยศิลปากร พระราชวังสนามจันทร์.
- ณรงค์ฤทธิ์ ช่างเหล็ก. (2555). *การเปรียบเทียบระหว่างวิธีการใช้ชิ้นส่วนคอนกรีตสำเร็จรูปกับวิธีหล่อในที่ชนิดใช้แบบหล่อผนังสำเร็จในการก่อสร้างบ้านพักอาศัยระบบผนังรับน้ำหนัก*. วิทยานิพนธ์วิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ธีระพล เปี่ยมสุภคพงศ์. (2556). *ประสิทธิภาพการรับแรงดัดของแผ่นพื้นฉนวนโครงสร้างที่เสริมด้วยวัสดุเสริมแรงคอมโพสิตเสริมเส้นใย*. วิทยานิพนธ์วิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
- วิสูตร จิระดำเกิง. (2544). *การวางแผนงาน และแผนกำหนดเวลางานก่อสร้าง*. กรุงเทพฯ: วรณกวี.
- ศุภณัฐ วัฒนสินศักดิ์. (2556). *การเปรียบเทียบข้อดีข้อเสียของการก่อสร้างแบบดั้งเดิมและการก่อสร้างแบบผนังหล่อประกอบเพื่อพัฒนานวัตกรรมการก่อสร้างของหมู่บ้านจัดสรร*. วิทยานิพนธ์วิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- สีปตระกุล สมบัติทิพย์. (2554). *การบริหารจัดการของอาคารที่ก่อสร้างด้วยชิ้นส่วนสำเร็จรูป*. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิศวกรรมศาสตรบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- Structural Insulated Panel Association. (2015). *SIPA Registered master builder checklist for SIP construction*. Retrieved from <http://www.sips.org/downloads/SIPA%20Registered%20Master%20Builder%20checklist.pdf>

แนวทางการพัฒนาโรงแรมขนาดเล็ก เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว
เชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษา ในอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี
Development of Small Hotels for Promoting Cultural Tourism:
A Case Study in the Urban District in Rajaburi Province

ธนาภา พรประทานเวช¹ และ ผศ.ดร. ปूमชาย พันธุ์ไพโรจน์²

Thanapa Pornprathanwech¹ and Asst. Prof. Poomchai Punpairoj, Ph.D.²

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

E-mail: whurn_whurn@hotmail.com¹, poomchaipp@yahoo.com²

บทคัดย่อ

ปัญหาการท่องเที่ยวแบบกระจุกตัวในปัจจุบัน ส่งผลให้เกิดความไม่สมดุลของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและธรรมชาติ ซึ่งการส่งเสริมการท่องเที่ยวในปัจจุบันจึงถูกมุ่งเน้นไปที่หัวเมืองรอง เพื่อเป็นการกระจายรายได้ให้กับชุมชนในท้องถิ่น ธุรกิจที่พักที่ดีมีส่วนช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยการนำเอาตึกแถวมาพัฒนาเป็นโรงแรมขนาดเล็ก การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการจำนวน 7 แห่ง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะทางกายภาพที่เหมาะสมต่อการลงทุนของผู้ประกอบการ การศึกษาพบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับสถานที่ตั้งโรงแรมที่อยู่ใกล้กับแหล่งท่องเที่ยว และให้ความสำคัญกับพื้นที่ภายในห้องพักและพื้นที่ต้อนรับมากกว่ารูปลักษณ์ภายนอกอาคาร ผู้ประกอบการมีความเห็นว่าจำนวนห้องพักที่เหมาะสมสามารถบริหารจัดการธุรกิจในรอบครัวอยู่ที่ 10 ถึง 12 ห้อง และมีขนาดห้องพักอยู่ที่ 20 ถึง 24 ตร.ม.

Abstract

Nowadays, concentrated tourism causes an imbalance of cultural tourism and natural tourism. Therefore, tourism policy in present time is more focused on secondary cities in order to distribute the income to the local communities. Socially responsible accommodation businesses play a big role in promoting tourism by renovating shophouses into small hotels. This study collected data from the interviews of 7 entrepreneurs. It has the objective to study the physical characteristics that are suitable for the entrepreneur's investment, as well as does a feasibility analysis of the investment. The study found that most entrepreneurs consider it important for the location of the hotels to be near tourist attractions and consider the area within the accommodation or welcoming area more important than the exterior appearance of the building. The entrepreneurs have the opinion that the appropriate number of room for management by a family business should be 10-12 rooms and the size of the rooms should be between 20-24 square meters

คำสำคัญ (Keywords): โรงแรมขนาดเล็ก (Small Hotel), การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism), การปรับเปลี่ยนประโยชน์ใช้สอยอาคาร (Adaptive Reuse)

1. ที่มาและความสำคัญ

ปัญหาของการท่องเที่ยวรวมในเมืองไทย คือการท่องเที่ยวแบบกระจุกตัวไปตามเมืองท่องเที่ยวหลักทำให้เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาที่ยั่งยืนทางรัฐบาลจึงได้มีการส่งเสริมการกระจายรายได้ไปยังหัวเมืองรองมากขึ้นโดยมีนโยบายใน“โครงการ 12 เมืองต้องห้ามพลาด”ที่นำเสนอแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและธรรมชาติที่โดดเด่นของแต่ละเมือง

ปัจจุบันนี้การนำเอาวัฒนธรรมมาเป็นจุดขายในการสร้างความแตกต่างของแต่ละเมืองเพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวหันมาสนใจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมากขึ้น เนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในปัจจุบันสามารถสร้างรายได้จำนวนมากให้กับประเทศ (ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว, 2556)

เมื่อมีการท่องเที่ยวสิ่งที่เป็นต่อการท่องเที่ยว คือ ที่พัก ผลสำรวจพฤติกรรมการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวได้เปลี่ยนแปลงไป นักท่องเที่ยวต้องการประสบการณ์ที่แปลกใหม่ รวมถึงการบริการที่เป็นกันเอง ทำให้โรงแรมขนาดเล็กเพิ่มจำนวนมากขึ้นในช่วง 5-8 ปี (อมรพรรณ สมสวัสดิ์, 2555) ด้านดีถือเป็นการกระจายรายได้ให้กับผู้ประกอบการรายย่อย เนื่องจากธุรกิจนี้ใช้เงินลงทุนไม่สูงมาก รวมถึงเป็นการกระจายรายได้ให้กับชุมชนท้องถิ่น

จังหวัดราชบุรีเป็นเมืองที่มีความน่าสนใจเนื่องจากเป็นหนึ่งในโครงการสิบสองเมืองต้องห้ามพลาด และเป็นเมืองที่มีความหลากหลายทางด้านการท่องเที่ยว รวมถึงหนึ่งในสถานที่สำคัญในเส้นทางมรดกทางวัฒนธรรมที่มีประวัติศาสตร์ โบราณคดี อย่างเมืองโบราณคูบัวใน

อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี (จิราพร กิ่งทัพหลวง, 2552) นอกจากโบราณสถานแล้ว ราชบุรียังมีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์และมีชื่อเสียงในด้านศิลปะและวัฒนธรรมมากมาย เช่น ตลาดน้ำดำเนินสะดวก การแสดงหนังใหญ่ที่อำเภอโพธาราม รวมถึงอำเภอเมืองราชบุรีที่มีสถานที่ท่องเที่ยวที่แสดงถึงศิลปะและวัฒนธรรมที่สนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจภายในจังหวัดราชบุรี

การสนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดราชบุรีและจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้นทุกปี ทำให้เกิดความต้องการของจำนวนที่พักมากขึ้น แต่ในความเป็นจริงจำนวนห้องพักและคุณภาพของห้องพักในจังหวัดราชบุรีปัจจุบันไม่เหมาะแก่การพักผ่อนเพื่อท่องเที่ยวและพักผ่อน รวมถึงปัญหาคุณภาพความสะดวกของที่พัก เนื่องจากความเก่าแก่ ทรวดโหมงของโรงแรม ผลจากการประเมินสภาวะแวดล้อมของจังหวัด พบว่า ปัจจัยภายในที่เป็นจุดอ่อนทางด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดราชบุรี คือสถานที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวยังไม่ได้มาตรฐานและไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ (แผนพัฒนาองค์การบริหารส่วนจังหวัดราชบุรี, 2557)

1.1 วัตถุประสงค์

1. ศึกษาปัจจัยความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมขนาดเล็ก

2. ศึกษาลักษณะทางกายภาพของการพัฒนาโรงแรมขนาดเล็กที่เหมาะสมต่อการลงทุนของผู้ประกอบการรายย่อย

3. วิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการลงทุน และการบริหารจัดการในการพัฒนาโรงแรมขนาดเล็ก

4. สรุปแนวทางการพัฒนารูปแบบและการบริหารจัดการของโรงแรมขนาดเล็กในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

2. ทฤษฎีและแนวความคิดที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว คือ การเดินทางจากที่อยู่อาศัยเดิมไปยังจุดหมายปลายทางด้วยความสมัครใจโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการท่องเที่ยว และไม่มีการแสวงหารายได้

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คือ การท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้ศิลปะ วัฒนธรรม และประเพณี รวมถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของแต่ละวัฒนธรรม (Douglas, 2011) โดยประเภทการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แบ่งออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical tourism) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและประเพณี (Cultural and Traditional Tourism) การท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตชนบท (Rural Tourism) และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทางวัฒนธรรม (Cultural Health Tourism) (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548)

ลักษณะนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Culturally motivation tourism) นักท่องเที่ยวที่มีแรงบันดาลใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Culturally inspired tourist) และนักท่องเที่ยวที่มีแรงดึงดูดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Culturally attracted tourist) (Douglas, 2011)

2.3 แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการโรงแรม

2.3.1 ประเภทของโรงแรม

โรงแรม คือ สถานที่พักที่เกิดขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ในทางธุรกิจ เพื่อเปิดให้บริการชั่วคราวสำหรับนักเดินทางโดยมีค่าตอบแทน

2.3.2 องค์ประกอบของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็ก

องค์ประกอบที่ทำให้ธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กมีความแตกต่างจากธุรกิจอสังหาริมทรัพย์อื่น คือ การบริการที่ดี องค์ประกอบของธุรกิจโรงแรมประกอบด้วย 3 องค์ประกอบหลัก คือ องค์ประกอบด้านรายได้ องค์ประกอบด้านต้นทุน และองค์ประกอบด้านค่าใช้จ่าย

2.4 การปรับเปลี่ยนประโยชน์ใช้สอย (Adaptive Reuse)

2.4.1 ความหมายและปัจจัยของการปรับเปลี่ยนประโยชน์การใช้สอยอาคาร

การปรับเปลี่ยนประโยชน์การใช้สอยอาคาร หมายถึง การเปลี่ยนการใช้งาน การเก็บโครงสร้างเดิม และขยายอายุการใช้งานของอาคาร ปัจจัยในการปรับเปลี่ยนอาคาร ประกอบด้วย

- ปัจจัยด้านสังคม
- ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม
- ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ
- ปัจจัยด้านกายภาพ

2.4.2 สิ่งที่ต้องคำนึงถึงเมื่อนำอาคารเก่ามาปรับเปลี่ยนเป็นโรงแรมขนาดเล็ก

- การตรวจสอบสภาพอาคารเก่า
- เอกสารและกระบวนการดำเนินการปรับเปลี่ยนการเปิดใช้อาคาร
- การให้ความสำคัญกับอาคารเดิม

3. ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยเรื่องนี้เป็นการศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับโรงแรมขนาดเล็กรวมถึงเก็บข้อมูลจาก

การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ และเก็บแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยว แล้วนำมาสรุปเป็นแนวทางการพัฒนาโรงแรมขนาดเล็ก

3.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ

3.2 การเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์และแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง

(1) สัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจโรงแรมขนาดเล็ก จำนวน 7 แห่ง โดยคัดเลือกจากโรงแรมขนาดเล็กที่ดัดแปลงมาจากตึกแถวเก่า

(2) แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เคยมาท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี

3.3 วิเคราะห์ข้อมูลและกำหนดแนวทางในการพัฒนาโรงแรมขนาดเล็ก

วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการเก็บแบบสอบถามและสัมภาษณ์ เพื่อทำการวิเคราะห์ถึงรูปแบบที่เหมาะสมของโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดราชบุรีที่ตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ตัดสินใจในการเลือกที่พัก

3.4 วิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการลงทุน

โรงแรมขนาดเล็ก ทั้งในด้านกายภาพ การเงิน และการบริหารรวมถึงการวิเคราะห์ถึงผลตอบแทน และจุดคุ้มทุนของโรงแรมขนาดเล็ก

3.5 สรุปแนวทางในการพัฒนาโรงแรมขนาดเล็ก ทั้งในด้านกายภาพและความเป็นไปได้ในการลงทุน

สรุปแนวทางการพัฒนาโรงแรมขนาดเล็กที่มีความเหมาะสมกับผู้ประกอบการรายย่อยที่จะลงทุน

4. ผลการวิจัย

ผลการวิจัยนี้เป็นการศึกษาลักษณะทางกายภาพที่เหมาะสมต่อการพัฒนาโรงแรมขนาดเล็กกรณีศึกษาอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี

เกณฑ์ในการเลือกสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ทั้ง 7 แห่ง คือ คัดเลือกจากโรงแรมขนาดเล็กที่ถูกพัฒนามาจากตึกแถว

4.1 ประเด็นด้านลักษณะทางกายภาพ

4.1.1 สถานที่ตั้ง

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการทั้ง 7 แห่ง ให้ความคิดเห็นไปในแนวทางเดียวกันว่า สถานที่ตั้งควรตั้งอยู่ใกล้กับสถานที่ท่องเที่ยว รองลงมาคือ ใกล้ระบบขนส่งสาธารณะหรือสถานที่ที่เดินทางสะดวก

4.1.2 จำนวนห้องพัก

จำนวนห้องพักที่เหมาะสมในการพัฒนาโรงแรมขนาดเล็กและบริหารงานด้วยระบบธุรกิจแบบครอบครัวมีจำนวนห้องพักที่เหมาะสมอยู่ที่ 10-12 ห้อง

ตารางที่ 1 แสดงความคิดเห็นด้านจำนวนห้องพักที่เหมาะสมต่อการพัฒนาโรงแรมขนาดเล็ก

โรงแรม	จำนวน 10-12 ห้อง	จำนวน 40 ห้องขึ้นไป
โรงแรมที่ 1	/	
โรงแรมที่ 2	/	
โรงแรมที่ 3		/
โรงแรมที่ 4		/
โรงแรมที่ 5	/	
โรงแรมที่ 6	/	
โรงแรมที่ 7	/	

4.1.3 รูปแบบการออกแบบตกแต่ง

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ รูปแบบการออกแบบตกแต่งภายในที่มีความเหมาะสม

แนวทางการพัฒนาโรงแรมขนาดเล็ก เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
กรณีศึกษา ในอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี
ธนาภา พรประทานเวช และ ผศ.ดร. ภูมิชาย พันธุ์ไพโรจน์

คือรูปแบบที่อยู่ได้นานและไม่ตามสมัยจนเกินไป เช่น รูปแบบการออกแบบตกแต่งสไตล์โคโลเนียล และรูปแบบไทยร่วมสมัย (รูปที่ 1) ส่วนการออกแบบตกแต่งภายนอกเน้นไปที่ความเรียบง่าย เป็นที่สังเกตได้ชัดเจนและสะอาด (รูปที่ 2)

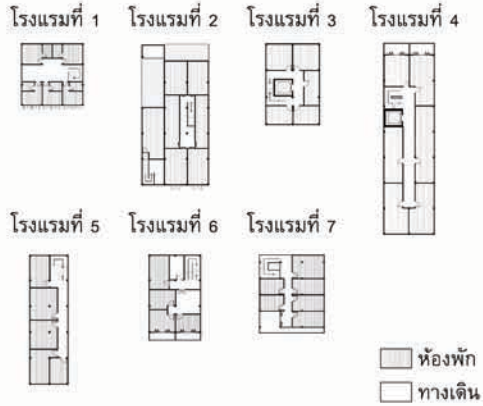


รูปที่ 1 ลักษณะพื้นที่ภายในของโรงแรมที่สำรวจ



รูปที่ 2 ลักษณะทางกายภาพภายนอกของโรงแรมที่สำรวจ

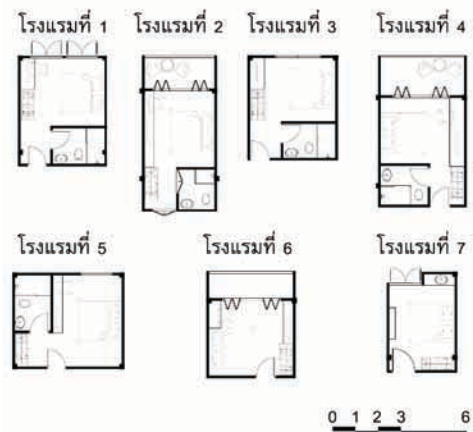
การจัดแปลนในภาพรวมของทั้ง 7 โรงแรม บริเวณชั้น 1 จะเน้นไปที่พื้นที่ต้อนรับ พื้นที่นั่งเล่นหรือพื้นที่พบปะพูดคุยของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยว บางโรงแรมมีการใช้พื้นที่ชั้นล่างเป็นส่วนของร้านอาหารหรือร้านกาแฟ ส่วนบริเวณชั้นห้องพักจะมีการกันพื้นที่ห้องพักให้ได้มากที่สุดและมีหน้าต่างภายในห้องพักให้ได้มากที่สุด สังเกตจากรูปแบบที่ได้ทำการสำรวจมาจะมีทางเดินอยู่ตรงกลางและมีห้องพักอยู่รอบทางเดิน (รูปที่ 3)



รูปที่ 3 แปลนชั้นห้องพักของโรงแรมทั้ง 7 แห่ง

4.1.4 ขนาดห้องพัก

ขนาดห้องพักของโรงแรมที่ดัดแปลงมาจากตึกแถวเก่าจะมีขนาดเล็กและมีข้อจำกัดในการทำงาน จากการเก็บข้อมูลกายภาพของห้องพักจากกรณีศึกษาทั้ง 7 แห่ง พบว่า การจัดการพื้นที่ภายในจะเน้นไปที่ความโปร่งโล่ง ไม่แออัด รวมถึงสามารถตอบสนองความต้องการและความสะดวกสบายของนักท่องเที่ยวได้ (รูปที่ 4)



รูปที่ 4 แปลนห้องพักของโรงแรม 7 แห่ง

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการทั้งหมด 7 แห่ง ให้ความคิดเห็นว่าขนาดห้องพักที่มีความเหมาะสมในการทำงานอยู่ที่ 20-24 ตร.ม. เนื่อง

จากเป็นขนาดห้องพักที่นักท่องเที่ยวเข้ามาใช้งานภายในพื้นที่และเกิดความรู้สึกสบาย ไม่แออัดจนเกินไปในการใช้งาน (รูปที่ 5) รวมถึงขนาดห้องน้ำที่มีความเหมาะสมอยู่ที่ 6 ตร.ม. เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ชอบห้องน้ำที่มีขนาดใหญ่



รูปที่ 5 ลักษณะภายในห้องพักของโรงแรมที่ไปสำรวจ

4.1.5 จำนวนชั้นและจำนวนคูหา

ข้อสรุปจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการทั้ง 7 โรงแรม ส่วนมากให้ความเห็นว่าควรมีจำนวนชั้นไม่เกิน 3 ชั้น เนื่องจากความสะดวกสบายในการขนกระเป๋าเดินทางและนักท่องเที่ยวที่สูงอายุ ข้อสรุปของจำนวนคูหาอยู่ที่ 2-3 คูหา เนื่องจากทั้ง 2 ปัจจัยนี้มีผลต่อจำนวนห้องพักและการบริหารงานของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กด้วยการบริหารจัดการแบบธุรกิจครอบครัว

ตารางที่ 2 ผลการแสดงความคิดเห็นเรื่องจำนวนคูหาและจำนวนชั้น

โรงแรม	จำนวนคูหา	จำนวนชั้น
โรงแรมที่ 1	3	3
โรงแรมที่ 2	3	3
โรงแรมที่ 3	4-5	4-5
โรงแรมที่ 4	4	5
โรงแรมที่ 5	2	3
โรงแรมที่ 6	2	3
โรงแรมที่ 7	2	3

4.1.6 การมีส่วนร่วมกับชุมชน

การมีส่วนร่วมกับชุมชนของโรงแรมขนาดเล็ก คือ การกระจายรายได้ให้กับชุมชนรอบข้างได้ไม่ว่าจะเป็นรถรับจ้าง ร้านอาหาร ร้านซักรีดและอื่นๆ นอกจากนี้การมีส่วนร่วมกับชุมชนเป็นปัจจัยหนึ่งในการลดความเสี่ยงให้กับธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในการลดต้นทุน หรือที่เรียกว่าแผนธุรกิจแบบ social enterprise ที่มีการลงทุนน้อยแต่นำสิ่งที่อยู่รอบตัวมาใช้ให้เกิดประโยชน์มากที่สุด

4.2 ประเด็นด้านการเงิน

วิธีการกำหนดราคาห้องพักจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการทั้ง 7 แห่งพบว่าผู้ประกอบการใช้วิธีเดียวกัน คือ การดูราคาจากโรงแรมรอบข้างและต้นทุนของโรงแรม นอกจากนี้ความสวยงามของห้องพักสามารถเป็นตัวกำหนดราคาห้องพักที่สูงขึ้นได้

4.3 ประเด็นด้านการบริหาร

การบริหารงานโรงแรมขนาดเล็กสิ่งสำคัญคือเรื่องของการบริการที่ดีจากพนักงาน เนื่องจากลักษณะทางกายภาพเป็นสิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการครั้งแรก แต่การบริการที่ดีจะทำให้นักท่องเที่ยวกลับมาใช้บริการซ้ำ การบริการพิเศษเป็นส่วนช่วยในการเพิ่มความน่าสนใจและสร้างความแตกต่างให้กับโรงแรม เช่น การจัดทัวร์ปั่นจักรยานและการจัดกิจกรรมพิเศษในวันสำคัญเป็นต้น นอกจากนี้การพัฒนาโรงแรมขนาดเล็กให้ประสบความสำเร็จต้องคำนึงถึงเรื่องการพัฒนาบุคลากร และการประหยัดต้นทุนค่าใช้จ่ายภายในโรงแรม

5. ข้อสรุป

ธุรกิจที่พักที่ดีมีส่วนช่วยในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อเป็นการกระจายรายได้ให้กับชุมชนท้องถิ่น จากการศึกษาลักษณะทางกายภาพที่เหมาะสมต่อการลงทุนของผู้ประกอบการรายย่อยทั้ง 7 แห่ง พบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับประเด็นดังต่อไปนี้

(1) ด้านสถานที่ตั้ง

ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับการเลือกสถานที่ตั้งที่อยู่ใกล้กับแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากความสะดวกสบายในการเดินทาง

(2) รูปแบบและลักษณะภายในภายนอกอาคาร

ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับพื้นที่ภายในอย่างพื้นที่ต้อนรับและพื้นที่ภายในห้องพักมากกว่าพื้นที่ภายนอกอาคาร การจัดพื้นที่ภายในห้องพักเน้นไปที่ความโปร่งโล่ง มีการใช้งานที่เหมาะสมและไม่แออัด ความคิดเห็นส่วนใหญ่ของผู้ประกอบการเกี่ยวกับขนาดห้องพักอยู่ที่ 20-24 ตร.ม. ขึ้นไป

(3) ความเหมาะสมของจำนวนคูหา จำนวนชั้นและจำนวนห้องพักในการพัฒนาโรงแรม

การนำตึกแถวเก่ามาพัฒนาเป็นโรงแรมจากความคิดเห็นของผู้ประกอบการทั้ง 7 แห่ง พบว่า จำนวนคูหาที่เหมาะสมอยู่ที่ 2-3 คูหา มีจำนวนชั้นไม่เกิน 3 ชั้น จำนวนห้องพักที่มีความเหมาะสมอยู่ที่ 10-12 ห้อง (กรณีที่มีการบริหารงานแบบธุรกิจครอบครัว)

(4) ด้านการมีส่วนร่วมกับชุมชน

ธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กถือเป็นการกระจายรายได้ให้กับชุมชนรอบข้างไม่ว่าจะเป็นร้านอาหาร รถรับจ้าง ร้านซักรีดและอื่น ๆ รวมถึงเป็นการลดความเสี่ยงให้กับโรงแรมขนาดเล็ก การพัฒนาโรงแรมขนาดเล็กในแหล่งท่องเที่ยว

เชิงวัฒนธรรม นอกจากลักษณะทางกายภาพที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญ สิ่งที่ต้องคำนึงถึงเพิ่มเติม คือ เรื่องการเงินและการบริหาร

รายการอ้างอิง

- การท่องเที่ยวและกีฬาแห่งประเทศไทย. (23 สิงหาคม 2558). *ฐานข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงการตลาด*. สืบค้นจาก http://marketingdatabase.tat.or.th/ewt_w3c/ewt_news.php?nid=1621.
- ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว. (22 มิถุนายน 2556). *การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม*. สืบค้นจาก <http://tourism-dan1.blogspot.com/>
- จิราพร กิ่งทัพหลวง. (2552). *9 เส้นทางมรดกทางวัฒนธรรม*. กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์พับลิชชิ่ง.
- นิตา ชัชกุล. (2557). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว* (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บุญเลิศ ตั้งจิตวัฒนา. (2548). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: ซี.พี.บุ๊ค สแตนดาร์ด.
- อมรพรรณ สมสวัสดิ์. (2552). *บูติกโฮเต็ล: ธุรกิจขายฝันเล็กๆ ที่คุณก็ทำได้*. กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์พับลิชชิ่ง.
- อบจ.ราชบุรี. (15 สิงหาคม 2556). *แผนพัฒนาองค์การบริหารส่วนจังหวัดราชบุรี*. สืบค้นจาก <http://www.ratchaburipao.go.th/development-plan/>.
- John, J. C. (2013). *Old and historic buildings*. United states of America: John Wiley & Sons.
- Norman, D., Ngaire, D. & Ros, D. (2001). *Special interest tourism: context and cases*. New Jersey: John Wiley & Sons.

การศึกษากระบวนการเตรียมการในการเปลี่ยนแปลงพื้นที่สำนักงาน:
กรณีศึกษา สำนักงานบริเวณศูนย์กลางกรุงเทพมหานคร
The Study of Implementation Process Workplace Change:
Case Study of Offices in Bangkok Central Business District

ไพลิน อุดมตระกูลวงศ์¹ และ ดร. ชัยวัฒน์ ธีรตันพงษ์²
Phailin Udomtragoolvong¹ and Chaiwat Riratanaphong, Ph.D.²
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
E-mail: phinlai.ud@gmail.com¹, chaiwatt07@hotmail.com²

บทคัดย่อ

การเปลี่ยนแปลงบริบทแวดล้อมต่างๆทั้งภายในองค์กร (วัฒนธรรมองค์กร โครงสร้างองค์กร รูปแบบการทำงาน) และภายนอกองค์กร (การพัฒนาด้านเทคโนโลยี) ส่งผลให้อาคารสำนักงานเดิมไม่สามารถตอบสนองรูปแบบการทำงานในปัจจุบันได้เท่าที่ควร จึงทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมในการทำงานโดยกระบวนการเปลี่ยนแปลงนั้นจำเป็นต้องมีการเตรียมการที่เหมาะสมให้สอดคล้องกับบริบทขององค์กร (วัฒนธรรมองค์กร โครงสร้างองค์กร รูปแบบการทำงาน) เพื่อเกิดประโยชน์สูงสุดในการใช้งานพื้นที่ จากการศึกษาพบว่า บริบทองค์กรมีส่วนสัมพันธ์ต่อกระบวนการเตรียมการในการเปลี่ยนแปลง ทั้งสองส่วนนี้ส่งผลกระทบต่อลักษณะทางกายภาพของพื้นที่ทำงานซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญในการดำเนินธุรกิจและส่งผลกระทบต่อความสำเร็จในการดำเนินงานขององค์กร ซึ่งผลจากการศึกษานั้นเป็นไปตามสมมติฐานของงานวิจัยนี้

Abstract

Changes in organisations' internal and external contexts impact on office workplaces in a way that traditional offices cannot respond to current organisational work patterns, and subsequently lead to workplace change. The implementation of workplace change requires proper managerial processes that align with organisational contexts in order to maximize space utilization. The study shows that organisational contexts relate to implementation process. Both factors influence the physical work environment, which is an important element influencing organisation's success. Findings of this study support the research assumption.

คำสำคัญ (Keywords): บริบทองค์กร (Organizational Contexts), รูปแบบการทำงาน (Work Patterns), กระบวนการเตรียมการ (Implementation Process), การเปลี่ยนแปลงสถานที่ทำงาน (Workplace Change)

1. บทนำ

อาคารในแต่ละเวลานั้นถูกออกแบบขึ้นตามยุคสมัย วิถีชีวิต ความนิยมและกระแสที่เกิดขึ้นในช่วงเวลานั้น ๆ นอกจากนั้นข้อจำกัดของอาคาร อาทิเช่น ลักษณะรูปแบบหรืออายุของอาคารยังทำให้อาคารเก่าที่ยังคงมีการใช้งานอยู่ไม่สามารถตอบสนองกับความต้องการใช้งานในปัจจุบันได้ ซึ่งส่งผลให้ความสามารถในการใช้อาคารและการดำเนินงานของพนักงานขององค์กรนั้นเป็นไปอย่างไม่มี ประสิทธิภาพเท่าที่ควร (เสรีชัย โชติพานิช, 2553) ซึ่งพื้นที่สำนักงานนับว่าเป็นทรัพยากรทางกายภาพที่ส่งเสริมให้องค์กรนั้นสามารถดำเนินธุรกิจได้ตามวัตถุประสงค์ขององค์กร ดังนั้นจึงเกิดการบริหารจัดการอาคารรูปแบบใหม่ เพื่อมุ่งเน้นให้ใช้ประโยชน์จากพื้นที่อาคารได้สูงสุด เพิ่มผลสำเร็จทางธุรกิจและความสามารถในการดำเนินงานให้กับองค์กร โดยที่การดำเนินการเปลี่ยนแปลงพื้นที่สำนักงานจำเป็นจะต้องมีกระบวนการเตรียมการในการเปลี่ยนแปลงพื้นที่สำนักงานซึ่งเป็นขั้นตอนสำคัญที่จะส่งผลต่อสภาพแวดล้อมพื้นที่ทำงานที่เกิดขึ้น (Riratanaphong, 2011) โดยงานวิจัยนี้ทำการศึกษาเพื่อสรุปผลของรูปแบบกระบวนการเตรียมการในการเปลี่ยนแปลงพื้นที่สำนักงานบริเวณศูนย์กลางธุรกิจกรุงเทพมหานคร และทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างบริบทขององค์กรกระบวนการเตรียมการในการเปลี่ยนแปลงพื้นที่สำนักงานกับลักษณะทางกายภาพ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อกลุ่มองค์กรหรือนักบริหารจัดการทรัพยากรกายภาพช่วยเป็นแนวทางในการวางแผนการเตรียมการในการเปลี่ยนแปลงพื้นที่สำนักงาน

2. ทฤษฎีและแนวความคิดที่เกี่ยวข้อง

2.1 หลักการเกี่ยวกับการใช้งานอาคาร (Building Life Cycle)

อาคารเป็นสิ่งที่มีความรอบอายุการใช้งานที่ยาวนาน ซึ่งการเริ่มนับช่วงอายุนั้นจะเริ่มตั้งแต่มั่นตอนของการวางแผนหรือตั้งแต่ที่โครงการมีการลงทุนเพื่อให้มีการก่อสร้างอาคารขึ้นมา ไปจนถึงกระบวนการสุดท้ายคือเมื่ออาคารเลิกใช้งาน ช่วงเวลาที่ยาวนานที่สุดในวงจรชีวิตอาคารคือช่วงระยะเวลาการใช้งานอาคาร (Occupancy stage) และเมื่ออาคารผ่านการใช้งานมาเป็นเวลายาวนาน อาจจะมีผู้ใช้งานใหม่เข้ามาแทนที่ ดังนั้นลักษณะหรือกิจกรรมการทำงานและการใช้งานอาคารอาจเปลี่ยนแปลงไป ส่งผลให้อาคารจำเป็นต้องมีการปรับการใช้งานหรือปรับฟังก์ชันการใช้พื้นที่ เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการทำงานรูปแบบใหม่ ในขณะที่เดียวกันอาคารยังต้องมีการดำเนินการซ่อมแซมในเรื่องของระบบประกอบอาคารต่างๆเพิ่มเติมอย่างสม่ำเสมอ เนื่องจากมีการพัฒนาของเทคโนโลยีที่ทันสมัยมากขึ้น และการเปลี่ยนทดแทนส่วนประกอบอาคารเดิมที่หมดอายุ เพื่อให้อาคารยังคงปลอดภัยและสามารถใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป (เสรีชัย โชติพานิช, 2553)

2.2 หลักการเกี่ยวกับการบริหารทรัพยากรกายภาพ (Facility Management)

อาคารจะทำหน้าที่รองรับหรือสนับสนุนการทำงานและกิจกรรมขององค์กร ซึ่งการครอบครองอาคารสถานที่นั้นเป็นการลงทุนขนาดใหญ่ มีค่าใช้จ่ายจำนวนมาก ดังนั้นอาคารสถานที่จึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญและต้นทุนสูง ผู้ลงทุนและผู้ใช้งานจึงต้องการให้อาคารสถานที่นั้นสามารถใช้ประโยชน์ได้สูงสุด ทุกส่วนและทุกพื้นที่ของอาคารจะต้องสามารถใช้งานได้เต็มที่ คุ้มค่า และ

มีค่าใช้จ่ายที่ต่ำ (เสรีชัย โชติพานิช, 2553) งานบริหารทรัพยากรกายภาพ(Facility Management) จึงเป็นเรื่องจำเป็นที่มีวิธีการบริหารจัดการ เพื่อให้อาคารสถานที่นั้นสามารถทำงานตอบสนองรองรับต่อความต้องการใช้งานตามวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้ขององค์กรให้มีประสิทธิภาพและคุ้มค่าสูงสุด โดยเสรีชัย โชติพานิช (2553) ได้แบ่งหลักการดำเนินการบริหารทรัพยากรกายภาพออกเป็น 2 แบบคือ

1.) กลยุทธ์เชิงรุก(Proactive Approach)คือการจัดทำแผนระยะยาวเพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหาล่วงหน้าก่อนที่จะเกิดปัญหาขึ้น โดยใช้การคาดการณ์และป้องกันเหตุล่วงหน้า

2.) กลยุทธ์เชิงรับ (Reactive Approach) คือการจัดการเพื่อตอบสนองการแก้ปัญหาด้านกายภาพที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ทันทีและมีประสิทธิภาพ

2.3 หลักการเกี่ยวกับพื้นที่สำนักงาน(Workplace)

การแบ่งประเภทการใช้งานของพื้นที่สำนักงาน การเลือกใช้พื้นที่ในแต่ละรูปแบบขึ้นอยู่กับเจตนา/จุดประสงค์ในการใช้งานพื้นที่นั้น โดย Juriaan van Meel (2010) ได้แบ่งพื้นที่ทำงานออกได้เป็น 3 ส่วนดังนี้

1.) พื้นที่ทำงาน (Work Space) ได้แก่ พื้นที่ทำงานแบบเปิดโล่ง (Open office) พื้นที่ทำงานเป็นกลุ่ม (Team space) พื้นที่สำนักงานแบบคอก (Cubicle) ห้องทำงานส่วนบุคคล (Private office) พื้นที่ทำงานแบบเลานจ์ (Work lounge) และพื้นที่ทำงานชั่วคราว (Touch down)

2.) พื้นที่ประชุม (Meeting Space) ได้แก่ ห้องประชุมขนาดเล็ก (Small meeting room) ห้องประชุมขนาดใหญ่ (Large meeting room) ห้องระดมความคิด (Brainstorm room) จุดนัดพบ (Meeting point)

3.) พื้นที่ส่วนสนับสนุน (Support Space) ได้แก่ พื้นที่เก็บของ (Storage space) พื้นที่ปริ้นและถ่ายเอกสาร (Print and copy area) พื้นที่เตรียมอาหาร (Pantry area) เป็นต้น

2.4 หลักการเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงพื้นที่สำนักงาน (Workplace Change)

2.4.1 วัตถุประสงค์ของการเปลี่ยนแปลง การเปลี่ยนแปลงพื้นที่ทำงานสามารถเกิดขึ้นได้จากหลากหลายสาเหตุด้วยกัน Juriaan van Meel (2010) ได้แบ่งวัตถุประสงค์ที่พบบ่อย ได้แก่ การเพิ่มผลิตผลในการทำงาน (Enhance productivity), การลดค่าใช้จ่าย (Reduce costs), การเพิ่มความยืดหยุ่นในการใช้งาน (Increase Flexibility), การเพิ่ม/ทำให้เกิดการปฏิสัมพันธ์(Encourage interaction), เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรมองค์กร (Support cultural change), เพื่อกระตุ้นให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ (Stimulate creativity), การดึงดูดพนักงานใหม่เข้ามาและรักษาพนักงานเดิม (Attract and retain staff), การนำเสนอภาพลักษณ์ (Express the brand) และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (Reduce environmental impact)

2.4.2 อุปสรรคของการเปลี่ยนแปลง เรื่องของวัฒนธรรมองค์กรเป็นสิ่งที่เป็อุปสรรคอันดับแรกของการเปลี่ยนแปลงพื้นที่ทำงานจากสถิติแล้วมีปริมาณถึง 68% ของอุปสรรคทั้งหมดซึ่งไม่ว่าจะเป็นการถูกต่อต้านจากกลุ่มผู้จัดการพนักงานหรือแม้กระทั่งผู้นำองค์กร รองลงมาคืออุปสรรคจากเรื่องของทรัพยากรต่าง ๆ 17% อาทิ เช่น การติดขัดในเรื่องของงบประมาณในการเปลี่ยนแปลง การติดขัดในเรื่องของการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีที่ไม่สามารถปรับตัวได้ทัน และสุดท้ายอุปสรรคจากเรื่องต่าง ๆ 15%(Cushman & Wakefield, 2014)

การศึกษากระบวนการเตรียมการในการเปลี่ยนแปลงพื้นที่สำนักงาน: กรณีศึกษา สำนักงานบริเวณศูนย์กลางกรุงเทพมหานคร ไพลิน อุดมตระกูลวงศ์ และ ดร. ชัยวัฒน์ ธีรัตนพงษ์

2.4.3 *วิวัฒนาการของสำนักงาน รูปแบบ/ลักษณะการใช้งานพื้นที่ทำงาน* อาคารในแต่ละช่วงเวลานั้นถูกออกแบบตามยุคสมัย วิถีชีวิต ความนิยมและกระแสที่เกิดขึ้นในช่วงเวลานั้น ๆ ในปัจจุบันเกิดรูปแบบการทำงานใหม่ ๆ ขึ้นอย่างหลากหลาย โดยรูปแบบที่เกิดขึ้นเป็นการออกแบบโดยคำนึงถึงความต้องการใช้งานของมนุษย์เป็นหลัก หรือเรียกว่า Activity Base Working เป็นการพัฒนาและออกแบบรูปแบบการใช้งานพื้นที่เพื่อตอบสนองต่อความต้องการและเพื่อให้สามารถใช้พื้นที่ให้ได้ประโยชน์สูงสุด (Butcher, 2012)

2.5 *หลักการเกี่ยวกับการเตรียมการในการเปลี่ยนแปลงพื้นที่สำนักงาน (Implementation Process of Workplace Change)*

หลักการ 'one-size-fits-all' ที่ถูกนำมาใช้ในการบริหารการเปลี่ยนแปลงจะไม่ได้ประสิทธิภาพเท่าที่ควรเนื่องจากในแต่ละองค์กรนั้นมีความแตกต่างกัน ทั้งในเรื่องของโครงสร้าง ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม วัตถุประสงค์ จุดมุ่งหมาย และความต้องการ ซึ่งลักษณะของการเปลี่ยนแปลงแต่ละรูปแบบ, ความกว้าง, ขนาดหรือแม้กระทั่งจุดเริ่มต้นล้วนส่งผลต่อแนวทางการเปลี่ยนแปลง การวางแผนและการจัดการเช่นกันโดยวิธีการเตรียมการในการเปลี่ยนแปลงพื้นที่สำนักงานที่มีความครอบคลุมที่สุดคือ ขั้นตอนการจัดการในการเปลี่ยนแปลงพื้นที่สำนักงาน จากการศึกษาของ Angie Lee (2014) แบ่งออกได้เป็น 10 ขั้นตอน ดังนี้

2.5.1 *การวางแผนล่วงหน้าก่อนการเปลี่ยนแปลง* (Hold a pre-planning session)

2.5.2 *รวบรวมบุคคลจากตัวแทนแต่ละฝ่าย* ผู้ที่ได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงและสร้างทีมเพื่อดำเนินการเปลี่ยนแปลง (Build a change team)

2.5.3 *ดำเนินการสำรวจจากพนักงานและผู้ที่ได้รับผลกระทบทั้งหมด* ถึงสถานการณ์ในปัจจุบันและความคาดหวังในอนาคต พร้อมกับการรายงานวิสัยทัศน์ จุดประสงค์และเป้าหมายของการเปลี่ยนแปลง (Perform a workplace survey)

2.5.4 *จัดการประชุมเพื่อหารือและสร้างบทบาทความรับผิดชอบในแต่ละส่วน* เพื่อเริ่มทำการดำเนินการเปลี่ยนแปลง (Change team kick-off)

2.5.5 *จัดประชุมทีมผู้นำเพื่อเป็นตัวแทนในการดำเนินการในแต่ละฝ่ายงาน* (Leadership session)

2.5.6 *จัดทีมผู้นำหรือตัวแทนรับผิดชอบในส่วนของการส่งมอบข่าวสาร ความคืบหน้าของโครงการและสอบถามถึงความคิดเห็น* (Hold a manager session)

2.5.7 *จัดทำสื่อเพื่อรายงานผลและความคืบหน้าของการดำเนินการโครงการ* รวมไปถึง การจัดทำผลสำรวจความคิดเห็น (Lunch an internal website)

2.5.8 *จัดประชุมอย่างไม่เป็นทางการ* เพื่อสอบถามและเปิดโอกาสให้พนักงานได้มีโอกาสได้เสนอข้อเสนอนะหรือซักถาม และแสดงความเห็น (Organize town hall meeting and brown bag lunching)

2.5.9 *การจัดให้มีกรณีศึกษา* ที่เห็นพื้นที่จริงของการเปลี่ยนแปลง มีการนำเสนอรูปแบบและการใช้งานของพื้นที่ที่มีการเปลี่ยนแปลงไป (Conduct site tours)

2.5.10 *การจัดเตรียมของขวัญเล็กน้อยในวันย้ายเข้าให้กับเหล่าพนักงาน* เพื่อสร้างความประทับใจให้กับการเปลี่ยนแปลง (Create a new office welcome package)

3. วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาและสรุปผลรูปแบบของกระบวนการเตรียมการในการเปลี่ยนแปลงพื้นที่สำนักงานบริเวณศูนย์กลางกรุงเทพมหานคร



รูปที่ 1 แสดงความสัมพันธ์และกรอบแนวคิดการศึกษาตัวแปร

4. ระเบียบวิธีวิจัย

4.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาการเตรียมการในการเปลี่ยนแปลงพื้นที่สำนักงานโดยศึกษาอาคารสำนักงานให้เช่าในกรุงเทพมหานครจากทั้งหมด 295 อาคาร โดยทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้เกณฑ์ ดังต่อไปนี้

4.1.1 เป็นสำนักงานให้เช่าที่ตั้งอยู่บนอาคารสำนักงานในย่านธุรกิจกรุงเทพมหานครและพื้นที่นอกย่านธุรกิจกรุงเทพมหานคร

4.1.2 เป็นอาคารสำนักงานให้เช่าที่มีรูปแบบการถือครองกรรมสิทธิ์เพียงคนเดียว

4.1.3 เป็นอาคารสำนักงานให้เช่าที่มีลักษณะรูปแบบการเช่าแบบองค์กรเดียวและแบบผู้เช่าหลายราย

4.1.4 เป็นองค์กรธุรกิจที่มีลักษณะรูปแบบการทำงานแบบเดียวกัน คือลักษณะสำนักงาน

4.1.5 มีการเปลี่ยนแปลงทางด้านกายภาพของพื้นที่สำนักงานซึ่งมีการดำเนินการเปลี่ยนแปลงขึ้นบนพื้นที่บริเวณเดิม หรือมีการเปลี่ยนแปลงจากส่วนใดส่วนหนึ่งไปยังพื้นที่ใหม่ขององค์กร

4.1.6 มีการดำเนินการเปลี่ยนแปลงเสร็จเรียบร้อยแล้ว

4.1.7 เป็นองค์กรขนาดใหญ่ และมีการดำเนินการเปลี่ยนแปลงบนพื้นที่สำนักงานใหญ่ขององค์กรได้เป็นกลุ่มตัวอย่าง 4 สำนักงาน คือ สำนักงานด้านการเงิน (A), สำนักงานด้านธุรกิจบริการ (B), สำนักงานด้านธุรกิจบริการ (C) และ สำนักงานด้านอุตสาหกรรม (D)

ตารางที่ 1 ข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่าง

รูปแบบธุรกิจ	Financial	SERVICE	SERVICE	INDUS / PROPCON
สถานที่ตั้ง	ถนนสุขุมวิท	สุขุมวิท 62	สุขุมวิท 62	บางซื่อ
กรรมสิทธิ์การครอบครอง	stand alone	stand alone	stand alone	stand alone
ลักษณะการเปลี่ยนแปลง	เบียดนางรำชั้น	เบียดนางรำชั้น	ย้ายอาคารใหม่	ย้ายอาคารใหม่
ขนาดพื้นที่ (ตร.ม.)	980	373	24,000	37,000
จำนวนผู้ใช้งาน (คน)	155	102	1,400	2,100

4.2 เครื่องมือและวิธีการเก็บข้อมูล

สามารถแบ่งออกเป็น 3 รูปแบบ คือ

4.2.1 การเก็บข้อมูลจากสถานที่ ในเชิงกายภาพ เช่น ลักษณะการแบ่งส่วนการใช้งานและรูปแบบการวางผังพื้นที่ทำงาน ซึ่งทำการเก็บข้อมูลจากการสำรวจโดยใช้เครื่องมือ การบันทึกภาพสถานที่จริง และการจดบันทึก ในช่วงหลังการดำเนินการเปลี่ยนแปลงเสร็จสิ้น

การศึกษากระบวนการเตรียมการในการเปลี่ยนแปลงพื้นที่สำนักงาน: กรณีศึกษา สำนักงานบริเวณศูนย์กลางกรุงเทพมหานคร ไพลิน อุดมตระกูลวงศ์ และ ดร. ชัยวัฒน์ ธีรตันพงษ์

4.2.2 การเก็บข้อมูลจากบุคคล เก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกจากทีมผู้บริหารหรือทีมผู้ดำเนินการเปลี่ยนแปลงพื้นที่สำนักงาน เพื่อศึกษาเกี่ยวกับบริบทขององค์กร วัฒนธรรมและเป้าหมายหรือจุดประสงค์ขององค์กร และศึกษารูปแบบของกระบวนการเตรียมการในการเปลี่ยนแปลงพื้นที่สำนักงาน

4.2.3 การเก็บข้อมูลจากเอกสาร/แผนงาน และการบันทึกภาพถ่ายของทางองค์กร เพื่อเป็นข้อมูลประกอบกับการเก็บข้อมูลทั้งจากการสำรวจพื้นที่และการสัมภาษณ์เชิงลึก

5. ผลการศึกษา

5.1 องค์กร A

เป็นองค์กรในหมวดธุรกิจที่ให้บริการและจำหน่ายสินค้าในด้านการเงิน มีโครงสร้างองค์กรในส่วนของผู้บริหารแล้วกระจายสายงานออกพร้อมหน่วยงานย่อยต่าง ๆ ภายในแผนงาน ซึ่งในปัจจุบันอาคารสำนักงานได้ทำการแบ่งสัดส่วนการใช้งานพื้นที่แต่ละชั้นให้แต่ละแผนงาน แต่ด้วยจำนวนอัตราพนักงานที่เพิ่มมากขึ้น ทำให้เกิดการแทรกที่นั่งเสริมในบริเวณที่ว่างของอาคาร โดยไม่ได้คำนึงถึงแผนงานเท่าที่ควร ซึ่งเป็นวัตถุประสงค์หลักขององค์กรที่ต้องการเพิ่มจำนวนที่นั่งให้กับพนักงานแต่ละแผนงานให้เพียงพอและสามารถรองรับต่อความต้องการใช้งานในอนาคตได้เช่นกัน จึงมีแผนในการเปลี่ยนแปลงพื้นที่ทำงานในหลายชั้นของอาคาร โดยได้เตรียมการในการเปลี่ยนแปลงเป็นระยะเวลานาน มีการจัดพื้นที่สำรองเพื่อรองรับให้พนักงานที่ได้รับผลกระทบในการเปลี่ยนแปลง แต่ละชั้นสามารถทำงานได้ชั่วคราวมีการสอบถามความต้องการและรับข้อร้องเรียนจากพนักงานที่ได้รับผลกระทบอย่างสม่ำเสมอ

5.2 องค์กร B

องค์กร B เป็นองค์กรที่มีรูปแบบธุรกิจในด้าน การให้บริการในด้านการวางแผนการตลาด การขาย และการกระจายสินค้าและโลจิสติกส์ ให้กับกลุ่มลูกค้าในหลากหลายกลุ่มธุรกิจ จึงมีรูปแบบการใช้งานพื้นที่สำนักงานลักษณะเป็นช่วงระยะเวลาสั้น ๆ เพื่อรองรับความต้องการใช้งานของหน่วยงานกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการขององค์กรแบบชั่วคราว โดยดำเนินการเปลี่ยนแปลงแค่บางส่วนของอาคาร ซึ่งวัตถุประสงค์หลักในการเปลี่ยนแปลงพื้นที่ทำงานจึงมาจากความต้องการด้านการใช้พื้นที่เปลี่ยนแปลงไป จำนวนพนักงานที่ใช้งานมีปริมาณเพิ่มขึ้น-ลดลง หรือมีการจัดการพื้นที่เพื่อรองรับกับกลุ่มหน่วยงานใหม่ที่จะเข้ามาทำงานร่วมกัน ส่งผลให้กระบวนการเตรียมการในการเปลี่ยนแปลงพื้นที่มีลักษณะการเปลี่ยนแปลงแค่เล็กน้อย ปรับเปลี่ยนในส่วนของการใช้งานเฟอร์นิเจอร์ สามารถดำเนินการได้ในช่วงระยะเวลาสั้น (ภายในวันศุกร์-เสาร์-อาทิตย์) ไม่จำเป็นต้องมีการสำรองพื้นที่หรือเคลื่อนย้ายกลุ่มหน่วยงานออกจากพื้นที่เดิม เพื่อให้สามารถดำเนินงานต่อได้อย่างทันที

5.3 องค์กร C

องค์กร C เป็นองค์กรที่มีรูปแบบธุรกิจในด้าน การให้บริการในด้านการวางแผนการตลาด การขาย และการกระจายสินค้าและโลจิสติกส์ ให้กับกลุ่มลูกค้าในหลากหลายกลุ่มธุรกิจ โดยหน่วยงานจะถูกแบ่งออกตามประเภทของธุรกิจ เนื่องจากวัตถุประสงค์หลักของการดำเนินการเปลี่ยนแปลงพื้นที่สำนักงานเพื่อต้องการแบ่งสัดส่วนของแผนงานให้ชัดเจน เพื่อความสะดวกในการประสานงานและเพิ่มความสามารถในการดำเนินงาน และต้องการรวมแต่ละหน่วยงานให้เป็นหนึ่งเดียวโดยอาคารแต่ละหน่วยงานจะถูกตั้งอยู่ในบริเวณกลุ่มอาคารใกล้เคียงกัน จึงได้

ดำเนินการย้ายสำนักงานจากอาคารเดิมมายังอาคารสำนักงานใหม่ เนื่องจากการสร้างอาคารใหม่จึงมีระยะเวลาดำเนินการค่อนข้างมาก มีการประชาสัมพันธ์ต่อกลุ่มพนักงานที่ได้รับผลกระทบอย่างต่อเนื่อง เมื่ออาคารพร้อมใช้งานจึงทยอยเคลื่อนย้ายแต่ละหน่วยงานเข้าสู่พื้นที่สำนักงานใหม่

5.4 องค์กร D

องค์กร D เป็นองค์กรที่มีรูปแบบธุรกิจด้านการผลิตและนวัตกรรมด้านสิ่งก่อสร้าง โดยแบ่งหน่วยงานตามรูปแบบของการให้บริการออกเป็น 4 หน่วยงานหลัก เนื่องจากจำนวนคนที่เพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ทำให้ความต้องการใช้งานพื้นที่เพิ่มมากขึ้น พร้อมทั้งองค์กรต้องการจัดสัดส่วนของหน่วยงานให้ชัดเจน เพื่อเพิ่มความสามารถในการดำเนินงาน จึงดำเนินการสร้างอาคารสำนักงานใหม่ภายในบริเวณพื้นที่ดั้งเดิม เนื่องจากเป็นองค์กรที่ให้ความสำคัญกับพนักงานเป็นหลัก เพราะทางองค์กรเชื่อว่าพนักงานเป็นส่วนสำคัญที่ช่วยผลักดันให้เกิดความสามารถในการดำเนินงานและสร้างผลสำเร็จขององค์กรได้ จึงให้พนักงานสามารถเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการเตรียมการตั้งแต่เริ่มต้นจนจบกระบวนการ และเมื่ออาคารพร้อมใช้งานจึงทยอยเคลื่อนย้ายแต่ละหน่วยงานเข้าสู่พื้นที่อาคารสำนักงานใหม่

6. สรุปผลการศึกษา

เนื่องจากในส่วนของบริบทองค์กรด้านค่านิยมหลักขององค์กร A และองค์กร D นั้นมีนโยบายที่เน้นให้ความสำคัญต่อดวงพนักงาน ให้พื้นที่ทำงานส่งเสริมให้พนักงานมีความสุข (Happy Workplace) ดังนั้นจึงส่งผลให้ในทุกช่วงของกระบวนการดำเนินการเปลี่ยนแปลง จะมีการสร้างทีมตัวแทนจากแต่ละแผนกงานเพื่อกระจายข่าว

แก่ลูกทีมและร้องเรียนข้อเสนอนั้นต่อทีมผู้ดำเนินการเปลี่ยนแปลง มีการประชาสัมพันธ์ในส่วนของการบริหารการเปลี่ยนแปลงอย่างสม่ำเสมอ แต่ในส่วนของการองค์กร C เน้นการให้บริการต่อกลุ่มลูกค้าเป็นหลักจึงไม่ได้มุ่งเน้นไปที่ส่วนของพนักงานมากนัก จึงมีแค่เพียงในส่วนของการประชาสัมพันธ์แจ้งข่าวสารในเบื้องต้น ซึ่งส่วนของการบริหารการเตรียมการในขั้นตอนการออกแบบของทั้ง 3 องค์กรได้มีการคำนึงถึงการใช้งานล่วงหน้าในอนาคตและความยืดหยุ่นในการปรับเปลี่ยนใช้พื้นที่ จึงมีรูปแบบของการเตรียมการในการเปลี่ยนแปลงพื้นที่สำนักงานแบบ Proactive Approach

ในส่วนของการองค์กร B ด้านบริบทขององค์กรนั้นเน้นการให้บริการกับกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการขององค์กรเป็นหลัก จึงส่งผลให้ช่วงกระบวนการดำเนินการเปลี่ยนแปลงเน้นเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป็นหลัก และดำเนินการเป็นช่วงระยะเวลาสั้นๆ เพื่อให้ความสามารถในการดำเนินงานขององค์กรสามารถดำเนินการต่อไปได้อย่างราบรื่นและสามารถเริ่มทำงานได้ทันทีโดยทางด้านกายภาพของพื้นที่ทำงานจึงเป็นการเปลี่ยนแปลงในลักษณะของการเคลื่อนย้าย/ปรับเปลี่ยนการใช้งานของเฟอร์นิเจอร์เดิมให้ตรงกับความต้องการใช้พื้นที่ของกลุ่มลูกค้าเท่านั้น จึงมีรูปแบบของการเตรียมการในการเปลี่ยนแปลงพื้นที่สำนักงานแบบ Reactive Approach

รายการอ้างอิง

- บัณฑิต จุลาลัย. (2547). *การบริหารทรัพยากรกายภาพ*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เสรีชัย โชติพานิช. (2553). *การบริหารทรัพยากรกายภาพ หลักการและทฤษฎี*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

การศึกษากระบวนการเตรียมการในการเปลี่ยนแปลงพื้นที่สำนักงาน: กรณีศึกษา สำนักงานบริเวณศูนย์กลางกรุงเทพมหานคร ไพลิน อุดมตระกูลวงศ์ และ ดร. ชัยวัฒน์ ธีรัตนพงษ์

Meel, J., Martens, Y. & Ree, H. (2010). *Planning office spaces*. London: Laurence King Publishing.

ฐาปกรณ์ เจริญศุภผล. (2552). *โครงการปรับปรุงระบบประกอบอาคารสำนักงานใหญ่กรุงเทพจำกัด (มหาชน)*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พีรตณีย์ นิมิตนราดล. (2553). *แนวทางการบริหารจัดการพื้นที่สำนักงานของส่วนสนับสนุนธุรกิจในองค์กรเอกชนขนาดใหญ่เพื่อสนับสนุนสุขภาวะทางกายของพนักงาน*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อัจฉรา วิไลวัฒนากร. (2553). *การศึกษาความพึงพอใจของผู้เช่าเพื่อพัฒนาปรับปรุงอาคารสำนักงานเกรดเอให้ประสบความสำเร็จในการต่อสัญญา*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Riratanaphong, C. (2011). *Performance measurement of workplace change*. TU Delft, Faculty of Architecture and the Built Environment, Real Estate and Housing Department.

Butcher, S. (2012). *Activity based working Case Study and Workplace Trends in the Netherlands*. Retrieved from <http://www.slideshare.net/SuButcher/activity-based-working-case-study-and-workplace-trends-in-the-netherlands>

Lee, A. (2014, November 10). *States of workplace transformation*. Retrieved from <http://www.voia.com/blog/states-of-workplace-transformation/>

Queensland Government. (2011). *Change management best practices guide*. Retrieved from <http://www.psc.qld.gov.au/publications/subject-specific-publications/assets/change-management-best-practice-guide.pdf>

การสำรวจสภาพทางกายภาพของโรงแรมในการตอบสนองความต้องการ และรองรับพฤติกรรมการใช้งานของนักท่องเที่ยวสูงอายุ

The Survey Research on Hotel Physical Capabilities in Responding to Behavior and Requirements of Elderly Travelers

เชตวริน สินธุวารกุล¹ และ ผศ.ดร. สุวดี ทองสุกปลั่ง หารษาสุขสิน²

Chatewarin Sintuwarakul¹ and Asst. Prof. Suwadee Thongsukplang Hansasooksin, Ph.D.²

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

E-mail: p.potato@hotmail.co.th¹, tsuwadee@hotmail.com²

บทคัดย่อ

ผู้สูงอายุยังมีความต้องการในการท่องเที่ยว โดยโรงแรมระดับสามดาวไม่ได้มีการรองรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ ผู้วิจัยจึงได้สำรวจโรงแรมระดับสามดาวในพื้นที่พัทยาเหนือ - พัทยากลาง ซึ่งเปิดให้บริการในช่วงเวลาที่แตกต่างกันจำนวน 3 โครงการ เพื่อประเมินลักษณะทางกายภาพทั้งในพื้นที่ส่วนห้องพักและพื้นที่ส่วนกลาง ว่ามีความสอดคล้องกับกฎกระทรวงกำหนดสิ่งอำนวยความสะดวกในอาคารสำหรับผู้พิการหรือทุพพลภาพและคนชรา พ.ศ. 2548 หรือไม่ ผลการวิจัยพบว่า โรงแรมที่มีการก่อสร้างและเปิดให้บริการหลังปี 2548 มีการเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานสำหรับผู้สูงอายุ แต่โรงแรมที่มีการก่อสร้างก่อนปี 2548 ควรต้องปรับปรุงสภาพทางกายภาพสำหรับผู้สูงอายุตามรายการต่อไปนี้คือ บ้ายและสัญลักษณ์ ทางลาดและลิฟต์ บันได ที่จอดรถ ประตู และห้องน้ำ เพื่อนำไปใช้ในการปรับปรุงโรงแรมเพื่อตอบสนองกับนักท่องเที่ยวสูงอายุ

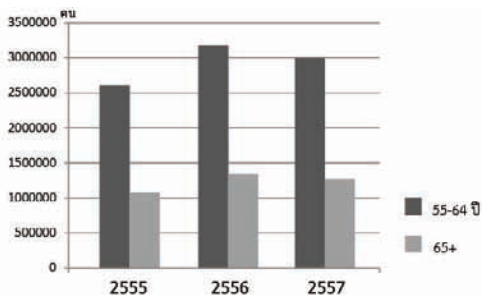
Abstract

The research showed that there weren't enough three star hotels for elderly tourist even though the number of seniors traveling has been steadily increasing. The researcher conducted a survey research on three 3-stars hotels located in North Pattaya to Central Pattaya, which have been started their services in various periods. The main purpose of this paper is to assess hotels' capabilities in responding to the needs and behavior of elderly travelers that should be associated with the Ministerial Regulation on Building Facilities for Elderly and Disability (B.E. 2548). The study found that building facilities of the hotel that opened after B.E. 2548 (the year that the regulation has been enacted) were well prepared for both elderly and disability. Nonetheless, the hotels that opened before B.E. 2548 should improve these following items: signs and symbols, ramps and lifts, stairs, parking, door and bathroom. To be used in the renovation for respond elderly tourists.

คำสำคัญ (Keywords): ผู้สูงอายุ (Elderly), โรงแรม (Hotel), การสำรวจลักษณะทางกายภาพ (Physical Survey)

1. ที่มาและความสำคัญ

โลกกำลังเปลี่ยนแปลงไปเป็นสังคมของผู้สูงอายุ และผู้สูงอายุจำนวนมากยังมีความต้องการเดินทางท่องเที่ยวอยู่ งานวิจัยในสหราชอาณาจักรโดย Merrill Lynch (2014) พบว่า ผู้สูงอายุที่อายุ 60 ปีขึ้นไปมีการการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศอยู่เป็นจำนวนมาก นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีความน่าสนใจทั้งในแง่ของจำนวนและความสามารถในการใช้จ่ายซื้อสินค้าและบริการที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว สำหรับสถิติการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในประเทศก็พบว่ามีความสอดคล้องกัน หากพิจารณาเปรียบเทียบจำนวนนักท่องเที่ยวสูงอายุระหว่างปี 2555 และ 2556 แล้วจะพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 55-64 ปีมีจำนวนเพิ่มขึ้นร้อยละ 21.95 และนักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 65 ปี มีจำนวนเพิ่มขึ้นร้อยละ 25.74 ส่วนในปี 2557 นั้นมีจำนวนลดลงเล็กน้อยอาจเนื่องมาจากปัญหาจากทางการเมืองของประเทศ ทำให้ความมั่นใจในความปลอดภัยของการท่องเที่ยวลดลงไปบ้าง (สำนักงานสถิติแห่งชาติกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2557)



รูปที่ 1 จำนวนของนักท่องเที่ยวอายุ 55-64 และอายุ 65 ปีขึ้นไป ตั้งแต่ปี 2012-2014. การสำรวจพฤติกรรม การเดินทางท่องเที่ยวชาวไทย,สำนักงานสถิติแห่งชาติกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2557 (ดัดแปลง)

อย่างไรก็ดี โรงแรมที่พักที่สามารถรองรับความต้องการและพฤติกรรมการใช้งานของนัก

ท่องเที่ยวสูงอายุนั้น อาจไม่ได้มีความพร้อมมากนัก จากการศึกษางานวิจัยของ วิไลพร ตรีพรชัยศักดิ์ (2555) ซึ่งศึกษาความพร้อมโรงแรมระดับ 3-5 ดาวในกรุงเทพฯ จำนวน 6 แห่ง ในการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการและผู้สูงอายุ พบว่าโรงแรมส่วนมากไม่ได้มีการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับผู้สูงอายุเนื่องจากขออนุญาตสร้างก่อน มาตรฐานของกฎกระทรวงกำหนดสิ่งอำนวยความสะดวกในอาคารสำหรับผู้พิการหรือทุพพลภาพและคนชรา พ.ศ. 2548 โดยเฉพาะโรงแรมระดับ 3 ดาว ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจจะศึกษาความพร้อมของโรงแรมในเมืองท่องเที่ยว ที่สามารถรองรับการพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุโดยจัดทำเป็นแบบประเมินรายการองค์ประกอบทางกายภาพที่กำหนดไว้ในกฎกระทรวงฉบับดังกล่าวเพื่อสรุปรายการที่ควรปรับปรุงแก้ไข อันจะเป็นประโยชน์ในการวิเคราะห์ค่าใช้จ่ายเบื้องต้นสำหรับการปรับปรุงในลำดับต่อไป

กฎหมายที่เข้ามาควบคุมการใช้งานภายในอาคารเพื่อส่งเสริมและอำนวยความสะดวกให้กับผู้สูงอายุ คือกฎกระทรวงว่าด้วยการกำหนดสิ่งอำนวยความสะดวกในอาคารสำหรับผู้พิการหรือทุพพลภาพ และคนชรา พ.ศ. 2548 ได้กล่าวว่าสิ่งอำนวยความสะดวกภายในอาคารเพื่อผู้สูงอายุแบ่งออกเป็น 8 หมวดได้แก่ 1.ป้ายและสัญลักษณ์ นำไปสู่สิ่งอำนวยความสะดวกของผู้สูงอายุ (ห้องน้ำ ที่จอดรถ ห้องพัก) และมองเห็นได้ชัดเจน 2.ทางลาด มีความชันไม่เกิน 1:12 ควรมีราวจับทางลาด และลิฟท์ มีขนาดความกว้างอย่างน้อย 1.1 เมตร ยาวไม่น้อยกว่า 1.4 เมตร สูงอย่างน้อย 2.4 เมตร 3.บันได มีความกว้างอย่างน้อย 0.9 เมตร ลูกนอน 28-03 เซนติเมตร ลูกตั้ง 15 เซนติเมตร และมีราวจับสูง 0.8-0.9 เมตร 4.ที่จอดรถ ที่จอดรถมีพื้นที่ 2.4 x 6.0 เมตรต่อหนึ่งคันและมีพื้นที่

ด้านข้างกว้างอย่างน้อย 1 เมตร อาคารที่มีที่จอดรถตั้งแต่ 10-50 คัน ต้องมีที่จอดรถสำหรับผู้สูงอายุหรือผู้พิการจำนวน 1 คัน 5. ทางเดินพื้นผิวเรียบไม่มีสิ่งกีดขวางหรืออุปสรรค ความกว้างของทางเดินอย่างน้อย 0.9 เมตร 6. ประตูควากว้างสุทธิไม่น้อยกว่า 0.9 เมตร 7. ห้องน้ำ มีห้องน้ำจัดแยกออกมาให้ใช้งานได้อย่างน้อย 1 ห้อง พื้นที่ภายในห้องน้ำสามารถให้รถเข็นกลับตัวได้ 8. โรงมหรสพหอประชุมและโรงแรม ถ้ามีห้องพักทุก ๆ 100 ห้องจะต้องมีให้พักที่มีไว้สำหรับคนพิการและคนชรา 1 ห้อง

2. วัตถุประสงค์งานวิจัย

เนื่องจากบทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยทั้งหมดโดยเนื้อหาในบทความกล่าวถึงการสำรวจ เพื่อหาจุดที่ไม่สอดคล้องกับการใช้งานของนักท่องเที่ยวสูงอายุ โดยมีวัตถุประสงค์

1. ประเมินความพร้อมในการรองรับการใช้งานของผู้สูงอายุ ตามมาตรฐานของกฎกระทรวงกำหนดสิ่งอำนวยความสะดวกในอาคารสำหรับผู้พิการหรือทุพพลภาพ และคนชรา พ.ศ. 2548
2. ศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุภายในที่พักอาศัยประเภทโรงแรม
3. เสนอแนวทางการออกแบบปรับปรุงที่พักอาศัยประเภทโรงแรมเพื่อให้ผู้สูงอายุ
4. วิเคราะห์ต้นทุนในการออกแบบและปรับปรุงที่พักอาศัยประเภทโรงแรมเพื่อนักท่องเที่ยวสูงอายุ

3. ระเบียบวิธีการศึกษา

งานวิจัยชิ้นนี้เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ (survey study) โดยผู้วิจัยได้ลงภาคสนามเก็บข้อมูลทางกายภาพของโรงแรมระดับ 3 ดาว ในพื้นที่เมืองพัทยาจังหวัดชลบุรี ทั้งพื้นที่ส่วนกลางภายในและ

นอกอาคาร รวมถึงพื้นที่ส่วนพักอาศัยตามเกณฑ์ของกฎกระทรวงกำหนดสิ่งอำนวยความสะดวกในอาคารสำหรับผู้พิการหรือทุพพลภาพและคนชรา พ.ศ. 2548 ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบทางกายภาพ 8 รายการหลัก คือ ป้ายและสัญลักษณ์ ทางลาดและลิฟต์ บันได ที่จอดรถ ทางเดินและทางเชื่อม ประตู ห้องน้ำ และห้องพัก เพื่อประเมินรายการที่สมควรปรับปรุงให้รองรับความต้องการและพฤติกรรมกรการใช้งานของผู้สูงอายุ

3.1 การคัดเลือกพื้นที่ศึกษา

ผู้วิจัยใช้ผลการสำรวจของหน่วยปฏิบัติการวิจัยสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุและคนพิการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เป็นข้อมูลพื้นฐาน โดยหน่วยวิจัยดังกล่าวได้จัดให้มีการประกวดและมอบรางวัลแก่สถานที่ดีเด่นประเภทโรงแรมที่เอื้อต่อคนพิการอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ปี 2551-2557 ซึ่งโรงแรมที่ได้รับรางวัลนั้นมีจำนวนทั้งสิ้น 20 โครงการกระจายตัวอยู่ในเมืองพัทยา (ชลบุรี) กรุงเทพฯ และจังหวัดอื่น ๆ เป็นจำนวน 9 แห่ง 5 แห่ง และ 6 แห่ง ตามลำดับ และเมื่อได้ศึกษาถึงการกระจายตัวของโรงแรมในพื้นที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีก็จะพบว่าโรงแรมที่ได้รับรางวัลส่วนมากจะมีที่ตั้งอยู่ในช่วงพัทยาเหนือ - พัทยากลาง ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเลือกพื้นที่บริเวณดังกล่าวเป็นพื้นที่ศึกษา

การสำรวจในเบื้องต้นพบว่า โรงแรมระดับ 3 ดาวในพื้นที่ศึกษาช่วงพัทยาเหนือ - พัทยากลาง มีจำนวนทั้งสิ้น 21 โครงการ ซึ่งคละกันทั้งโรงแรมทั้งเก่าและใหม่ มีการเปิดให้บริการตั้งแต่ปี 2529 จนถึงปัจจุบัน (ปี 2558) ผู้วิจัยจึงจำแนกกลุ่มของโรงแรมออกเป็น 3 กลุ่ม ตามช่วงปีที่มีการก่อสร้างและเปิดให้บริการ คือ ช่วงก่อนปี 2529 ช่วงปี 2530 - 2540 และช่วงปี 2548

เป็นต้นมา โดยสุ่มเลือกโรงแรมตามอัตราเข้าพักที่ไม่สูงเกินกว่าประมาณที่ใช้ในการวิจัย กลุ่มละ 1 โครงการ ทั้งนี้เพื่อประเมินความพร้อมทางกายภาพของโรงแรม ว่ามีความสอดคล้องกับกฎกระทรวงกำหนดสิ่งอำนวยความสะดวกในอาคารสำหรับผู้พิการหรือผู้ทุพพลภาพ และคนชราพ.ศ. 2548 หรือไม่และมีรายการใดที่ควรปรับปรุงแก้ไข



ที่มา: Google Map, 2559 [ดัดแปลง]

รูปที่ 2 แสดงการกระจายตัวของโรงแรมระดับ 3 ดาวในพื้นที่พัทยาเหนือ - พัทยากลาง.

อย่างไรก็ดี เนื่องจากโรงแรมส่วนมากปฏิเสธที่จะให้ผู้วิจัยเข้าทำการสำรวจ ผู้วิจัยจึงต้องใช้วิธีการเข้าพักและสังเกตในการศึกษาครั้งนี้ ข้อมูลบางส่วนจึงอาจมีความคลาดเคลื่อนอยู่บ้าง โดยเฉพาะการสำรวจสภาพกายภาพของโครงการเพื่อจัดทำผัง (แปลน) นอกจากนี้ ผู้วิจัยจะไม่เปิดเผยชื่อของโรงแรม แต่จะใช้ตัวอักษรภาษาอังกฤษเป็นสัญลักษณ์ในการเรียกชื่อแทน



ที่มา: Google Map, 2559 [ดัดแปลง]

รูปที่ 3 แสดงตำแหน่งของกลุ่มตัวอย่างโรงแรม.

3.2 ขั้นตอนการศึกษา

- การสำรวจผังกายภาพของโครงการ เป็นการศึกษาผังโครงการ (แปลน) ในพื้นที่ส่วนกลาง ได้แก่ พื้นที่จอดรถ พื้นที่ส่วนให้บริการในชั้นต่าง ๆ และภายในห้องพัก ซึ่งการศึกษาในส่วนนี้ผู้วิจัยได้เขียนผังขึ้นเอง
- การสำรวจและประเมินองค์ประกอบทางกายภาพจำนวน 8 รายการตามเกณฑ์ของกฎกระทรวง
- สรุปองค์ประกอบทางกายภาพที่ควรปรับปรุงแก้ไข (ป้าย ทางลาดและลิฟท์ บันได ที่จอดรถ ทางเดิน ประตู ห้องน้ำ โรงแรมสหพหุประชุม และโรงแรม) เพื่อรองรับความต้องการและพฤติกรรมการใช้งานของผู้สูงอายุ

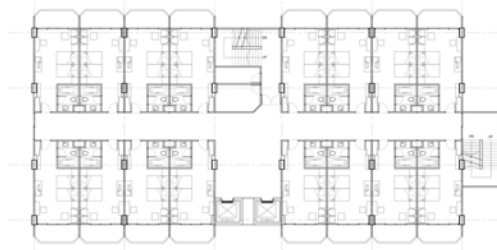
4. ผลการศึกษา

ผลที่ได้จากการศึกษาแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม โดยการจำแนกตามปีที่เปิดโครงการของโรงแรม โดยโครงการที่เป็นตัวแทนของก่อนปี พ.ศ. 2529 คือ โครงการ A โครงการที่เกิดขึ้นก่อนปี พ.ศ. 2548 คือ โครงการ B และโครงการที่เกิดขึ้นหลังปี พ.ศ. 2548 คือโครงการ C

4.1 ผังกายภาพของโครงการ

4.1.1 โรงแรม A

เปิดโครงการในปี 2523 เป็นโรงแรมระดับ 3 ดาว มีห้องพักทั้งหมด 80 ห้อง เป็นอาคารทั้งหมด 9 ชั้น ไม่มีชั้นดาดฟ้า โดยมีประเภทห้องพัก 2 รูปแบบ ได้แก่ ห้องมาตรฐาน (standard) ซูพีเรีย (superior) มีขนาด 32 ตารางเมตร มีความแตกต่างกันที่วัสดุพื้นห้อง ซูพีเรีย (superior) เป็นพื้นปาเก้



ที่มา: ผู้วิจัย, 2559
รูปที่ 4 ผังชั้นพักอาศัย โครงการ A.

4.1.2 โรงแรม B

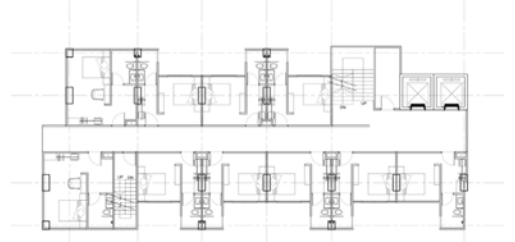
เปิดโครงการในปี 2542 เป็นโรงแรมระดับ 3 ดาว เป็นอาคารทั้งหมด 5 ชั้น ไม่มีชั้นดาดฟ้า มีห้องพักทั้งหมด 67 ห้อง โดยมีประเภทห้องพัก 1 รูปแบบ ได้แก่ ห้องมาตรฐาน (standard) ขนาด 28 ตารางเมตร



ที่มา: ผู้วิจัย
รูปที่ 5 ผังชั้นที่ 1 และ ชั้นพักอาศัย โครงการ B.

4.1.2 โรงแรม C

เปิดโครงการในปี 2558 เป็นโรงแรมระดับ 3 ดาว เป็นอาคารทั้งหมด 8 ชั้น ไม่รวมกับชั้นดาดฟ้าและชั้นใต้ดิน มีห้องพักทั้งหมด 66 ห้อง โดยมีประเภทห้องพัก 3 รูปแบบ ได้แก่ ห้องซูพีเรีย (Superior) ห้องดีลักซ์ (Deluxe) ห้องพรีเมียม (Premium) ขนาด 22 23 27 ตารางเมตร



ที่มา: ผู้วิจัย, 2559
รูปที่ 6 ผังชั้นพักอาศัย โครงการ C.

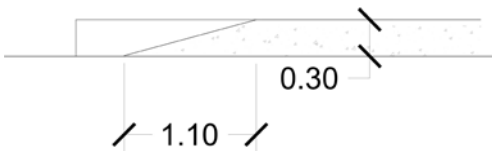
4.2 การสำรวจทางกายภาพของโรงแรม

การสำรวจลักษณะทางกายภาพตามมาตรฐานกฎกระทรวงกำหนดสิ่งอำนวยความสะดวกในอาคาร สำหรับผู้พิการหรือทุพพลภาพ และคนชรา พ.ศ. 2548 โดยสำรวจป้ายและสัญลักษณ์ทางลาดและลิฟท์ บันได ที่จอดรถ ทางเดิน ประตู ห้องน้ำ ห้องพักสำหรับผู้สูงอายุ

4.2.1 องค์ประกอบโครงการ A

- ป้ายและสัญลักษณ์ไม่พบป้ายสัญลักษณ์สำหรับผู้สูงอายุ และป้ายภายในโครงการไม่แสดงบอกตำแหน่งของสิ่งอำนวยความสะดวกของห้องน้ำผู้สูงอายุ และที่จอดรถของผู้สูงอายุ
- ทางลาดอยู่ในบริเวณที่จอดรถสู่ทางเข้าโครงการซึ่งมีความกว้างของทางลาดน้อยกว่า 1.5 เมตร ความชันมากกว่า 1:12 และไม่มีราวจับสำหรับทางลาดด้วย

การสำรวจสภาพทางกายภาพของโรงแรมในการตอบสนองของความต้องการและรองรับพฤติกรรมการใช้งาน
ของนักท่องเที่ยวสูงอายุ
เชตวริน สันธวารกุล และ ผศ.ดร. สุวดี ทองสุกปลั่ง ธรรมชาติ



ที่มา: ผู้วิจัย, 2559
รูปที่ 7 แสดงทางลาด โครงการ A.

- ภายในลิฟท์ไม่พบราวจับ
- บันไดลูกนอนมีขนาดไม่ถึง 28 เซนติเมตร
ตามมาตรฐานของกฎกระทรวง
- ทางเดินบริเวณโถงสระว่ายน้ำชั้นที่ 3 มีพื้น
ต่างระดับแต่ไม่พบทางลาดหรือราวกันตกของ
บันได



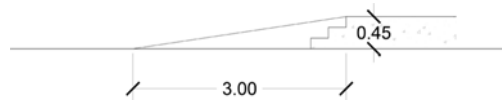
ที่มา: ผู้วิจัย, 2559
รูปที่ 8 แสดงภาพชั้นที่ 3 บริเวณโถงสระว่ายน้ำ โครงการ A.

- ประตูมีขนาด 0.8 เมตร และประตูห้องน้ำ มี
ขนาด 0.7 เมตร น้อยกว่าที่เหมาะสมคือ 0.9
เมตร ตามมาตรฐานของกฎกระทรวง

- ไม่พบห้องน้ำสำหรับผู้สูงอายุทั้งส่วน
กลางและส่วนพักอาศัย

4.2.1 องค์ประกอบโครงการ B

- ป้ายและสัญลักษณ์ซึ่งไม่พบป้ายสัญลักษณ์
สำหรับผู้สูงอายุ และป้ายภายในโครงการ
ไม่แสดงบอกตำแหน่งของสิ่งอำนวยความสะดวก
ของห้องน้ำสำหรับผู้สูงอายุ และที่จอดรถของผู้สูงอายุ
- ทางลาดอยู่ในบริเวณที่จอดรถผู้สูงอายุ
โครงการไม่มีราวจับสำหรับทางลาดและมีความ
ชันมากกว่า 1:12 ด้วย



ที่มา: ผู้วิจัย
รูปที่ 9 แสดงทางลาด โครงการ B.

- ภายในลิฟท์ไม่พบราวจับ
- บันไดลูกนอนมีขนาดไม่ถึง 28 เซนติเมตร
ตามมาตรฐานของกฎกระทรวง
- ที่จอดรถไม่พบที่จอดรถสำหรับผู้สูงอายุ
และสัญลักษณ์ที่จอดรถ
- ขนาดของประตูน้อยกว่า 90 เซนติเมตร
ตามมาตรฐานของกฎกระทรวง
- ไม่พบห้องน้ำสำหรับผู้สูงอายุทั้งส่วน
กลางและส่วนพักอาศัย และไม่มีพื้นที่พอสำหรับ
กลับรถเข็น

4.2.1 องค์ประกอบโครงการ C

- รวบรวมภายในลิฟต์เพียงอย่างเดียว เนื่องจากส่วนอื่นที่พบจากการสำรวจผ่านเงื่อนไขทั้งหมด โดยมีการรองรับผู้สูงอายุในหลาย ๆ ส่วน รวมทั้งมีสัญลักษณ์ที่พื้นเพื่อให้ผู้พิการทางสายตาด้วย

ตารางที่ 10 การประเมินโครงการ A, B, C

สิ่งที่ประเมิน	A	B	C
1. ป้ายและสัญลักษณ์			
- มีสัญลักษณ์รูปผู้พิการหรือสูงอายุ	x	x	/
- ชัดเจนมองเห็นได้ชัด	x	x	/
- บอกประเภทของสิ่งอำนวยความสะดวก	x	x	/
2. ทางลาดและลิฟท์			
- มีพื้นที่หน้าทางลาด 1.5 เมตร	/	/	/
- ความชันไม่เกิน 1:12	x	x	/
- รวากันตกระดับ 0.8-0.9 เมตร	x	x	/
- ระดับพื้นผิวต่างกันไม่เกิน 2.5-3.5 cm.	/	/	/
- มีพื้นที่หน้าลิฟต์ 1.5 เมตร	/	/	/
- ลิฟท์ขนาด 1.1x1.4	/	/	/
- มีราวจับสูง 0.8-0.9 เมตร	x	x	x
3. บันได			
- กว้าง 0.9 เมตร	/	/	/
- ลูกตั้งไม่เกิน 15 cm.	/	/	/
- ลูกนอน 28-35 cm.	x	x	/
4. ที่จอดรถ			
- ขนาดที่จอดรถ 3.8x6.0 เมตร	x	x	/
- ที่จอดรถ 10-50 คัน ที่จอดรถผู้พิการ 1 คัน	/	x	/
- ที่จอดรถ 51-100 คัน ที่จอดรถผู้พิการ 2 คัน			
- ทุก ๆ 100 คันต่อไป ที่จอดรถผู้พิการ 1 คัน			
5. ทางเดินและทางเชื่อม			
- ความกว้างอย่างน้อย 0.9 เมตร	/	/	/
- ไม่มีสิ่งกีดขวาง ตะแกรงขวางกับทางเดิน	/	/	/
6. ประตู			
- ขนาดพอให้รถเข็นผ่านได้ (>0.9 เมตร)	x	x	/
7. ห้องน้ำ			
- ห้องน้ำผู้พิการอย่างน้อย 1 ห้อง	x	x	/
- ขนาดพอให้รถเข็นกลับตัวได้	x	x	/
- วัสดุพื้นไม่ลื่น	/	/	/
8. ห้องพักสำหรับผู้สูงอายุ			
- ทุก 100 ห้อง ห้องผู้สูงอายุ 1 ห้อง	/	/	/

หมายเหตุ. จัดทำโดยผู้วิจัย, 2559

5. สรุปผลและข้อเสนอแนะ

ผลการสำรวจในหัวข้อที่ผ่านมาพบว่า โรงแรม C ซึ่งเป็นโครงการที่สร้างและเปิดให้บริการในปี 2558 นั้นมีเพียงราวกันตกภายในลิฟต์ที่สมควรปรับปรุงเพื่อผู้สูงอายุ แต่โรงแรม A และ B ซึ่งเป็นโครงการที่เกิดขึ้นก่อนปี 2529 และเกิดขึ้นในช่วงปี 2530 – 2548 ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ก่อนที่จะมีกฎกระทรวงกำหนดสิ่งอำนวยความสะดวกในอาคาร สำหรับผู้พิการหรือทุพพลภาพ และคนชรา พ.ศ. 2548 บังคับใช้นั้น มีองค์ประกอบทางกายภาพหลายรายการที่ควรปรับปรุงแก้ไขเพื่อรองรับพฤติกรรมการใช้งานของผู้สูงอายุ โดยเฉพาะรายการดังต่อไปนี้

- ป้ายและสัญลักษณ์ มีสัญลักษณ์ผู้สูงอายุ แสดงให้เห็นที่ชัดเจนโดยใช้สีขาวน้ำเงิน ติดตั้งในบริเวณที่มองเห็นได้ง่าย

- ทางลาดควรมีระดับความชัน 1:12 หรือน้อยกว่าและควรมีราวจับสูง 80-90 เซนติเมตร และลิฟต์ ควรมีราวจับในลิฟต์ 0.8 - 0.9 เมตร และปุ่มควบคุมลิฟต์ให้มีระดับ 0.9 - 1.2 เมตร

- บันไดมีขนาดของลูกนอนที่เหมาะสมคือ 28-30 ซม. เพื่อการทรงตัวที่ดีของผู้สูงอายุในการใช้งานบันไดลดการเกิดอุบัติเหตุ

- ที่จอดรถ ควรมีที่จอดรถสำหรับผู้สูงอายุ หรือผู้พิการสำรองไว้ในกรณีฉุกเฉินอยู่ในตำแหน่งที่สามารถเข้าถึงและเดินทางออกได้ง่าย โดยมีขนาด 3.4 x 6.0 เมตร เพื่อช่วยอำนวยความสะดวกให้กับผู้สูงอายุ

- ประตู ควรมีขนาดความกว้างให้พอกับรถเข็น เพื่อให้สามารถผ่านได้สะดวก

- ห้องน้ำ ในส่วนกลางควรมีห้องน้ำสำหรับผู้สูงอายุหรือผู้พิการ ส่วนภายในห้องพักควรมีพื้นที่พอให้สำหรับรถเข็นกลับตัวได้คือ มีความกว้างหรือความยาว 1.5 เมตร

สำหรับเกณฑ์เรื่องการจัดเตรียมห้องพักสำหรับผู้สูงอายุ ที่กฎกระทรวงกำหนดไว้ว่าโรงแรมควรจัดเตรียมห้องพักอย่างน้อย 1 ห้องในทุก ๆ 100 ห้องสำหรับผู้สูงอายุหรือผู้ทุพพลภาพนั้น ผู้วิจัยมีความเห็นว่าแม้โรงแรมระดับ 3 ดาวส่วนมากจะมีจำนวนห้อง 60-70 ห้องโดยประมาณ ก็อาจจัดให้มีห้องพักจำนวน 1 ห้องสำหรับบริการผู้สูงอายุหรือผู้ทุพพลภาพด้วย เพื่อเป็นการตอบสนองการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางประชากรที่ต้องการเดินทางท่องเที่ยวในอนาคต

รายการอ้างอิง

- ราชกิจจานุเบกษา. (2548, 2 กรกฎาคม). กำหนด
สิ่งอำนวยความสะดวกในอาคาร สำหรับผู้
พิการหรือทุพพลภาพและคนชรา พ.ศ.
2548. 122 (52). 4-19.
- วิไลพร ตริพิรัชย์ศักดิ์. (2555). แนวทางการปรับ
ปรุงอาคารในการจัดสิ่งอำนวยความสะดวก
สำหรับผู้พิการและผู้สูงอายุ กรณีศึกษา
โรงแรมในเขตกรุงเทพฯ. วิทยานิพนธ์สถา-
ปัตยกรรมศาสตร์มหาบัณฑิต, คณะสถา-
ปัตยกรรมศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Lynch, M. (2014). *The silver dollar-longevity
revolution primer*. Bank of American. สืบค้น
จาก [http://ec.europa.eu/research/innovation-
union/pdf/active-healthy-ageing/merrill.pdf](http://ec.europa.eu/research/innovation-union/pdf/active-healthy-ageing/merrill.pdf)