

การวิจัยเรื่อง แนวทางการออกแบบร้านค้าและของที่ระลึกเพื่อการพัฒนานครประวัติศาสตร์

พระนครศรีอยุธยา : กรณีศึกษาเปรียบเทียบเมืองเก่าพระนครศรีอยุธยา ประเทศไทย
และ เมืองเก่าเกียวโต ประเทศญี่ปุ่น

ชื่อผู้วิจัย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สมสกุล จิระศิลป์ หัวหน้าโครงการฯ สัดส่วนการวิจัยร้อยละ 60

ผู้ช่วยศาสตราจารย์จง บุญประชา นักวิจัย สัดส่วนการวิจัยร้อยละ 10

น.ส. สุภัทรา ลูกรักษ์ นักวิจัย สัดส่วนการวิจัยร้อยละ 10

นาย สุรพันธุ์ รัตนาวะดี นักวิจัย สัดส่วนการวิจัยร้อยละ 10

น .ส. จิตราวดี รุ่งอินทร์ กันการ นักวิจัย สัดส่วนการวิจัยร้อยละ 10

หน่วยงาน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ปีที่วิจัย 255 3

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง แนวทางการออกแบบร้านค้าและของที่ระลึกเพื่อการพัฒนานครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา : กรณีศึกษาเปรียบเทียบเมืองเก่าพระนครศรีอยุธยา ประเทศไทยและ เมืองเก่าเกียวโต ประเทศญี่ปุ่น มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อเสนอแนะแนวทางการออกแบบร้านค้าและของที่ระลึก และการวางโซนร้านค้าของที่ระลึกของเมืองเก่าพระนครศรีอยุธยา ที่ สอดคล้องกับการพัฒนาแบบบูรณาการเชิงอนุรักษ์และเชิงพาณิชย์(2) เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ของนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาในรูปของร้านค้าและของที่ระลึก

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้แบ่งออกเป็นข้อมูลพื้นฐานจากเอกสารต่างๆ และข้อมูลจากภาคสนาม จากการศึกษาสำรวจเปรียบเทียบด้วยเพื่อนำมาวิเคราะห์คุณค่าทางสถาปัตยกรรมและการออกแบบ การเปรียบเทียบวิเคราะห์ SWOT จากสถานที่จริงและปรึกษาผู้เชี่ยวชาญ และการแบบสอบถามและการสัมภาษณ์ จากกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 1395 ตัวอย่าง โดยแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มได้แก่ (1) นักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 533 คน (2) ผู้ประกอบการร้านค้าในพื้นที่จำนวน 90 คน และ(3) นักท่องเที่ยวต่างประเทศจำนวน 739 คน จากการสุ่มตัวอย่างโดยบังเอิญ และตอบแบบสอบถาม เพื่อทราบข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับร้านค้า การจัดพื้นที่ร้านค้า สภาพแวดล้อมร้านค้า การสัญจร ผลกระทบของที่ระลึกและของที่ระลึกที่มีผลต่อความพอใจและการเลือกผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของที่ระลึก และตอบแบบสอบถามประกอบการสัมภาษณ์เกี่ยวกับร้านค้าและของที่ระลึกในพื้นที่ทำการศึกษา ผลการวิจัยพบว่า

1. สภาพแวดล้อมทางกายภาพและร้านค้า กลุ่มตัวอย่างเห็นว่า ควรเพิ่มขนาดพื้นที่กว้างของทางเท้า ควรจัดเป็นถนนคนเดิน ควรกำหนดเส้นทางเดินให้ผ่านกิจกรรมและสถานที่สำคัญ กำหนด

ทิศทางการเข้าออกของเส้นทางสัญจร กำหนดชนิดและความเร็วของพาหนะเพื่อเข้าสู่พื้นที่ในแต่ละจุด ควรเน้นการสัญจรโดยการเดินและพาหนะที่จัดให้เช่นรถราง กำหนดเส้นทางสัญจรที่ไม่วกวนและซับซ้อน และมีความต่อเนื่องกัน เรื่องการจัดระเบียบร้านค้า ควรจัดร้านค้าให้สอดคล้องกับเส้นทางเดิน และควรโยกย้ายร้านค้าในส่วนที่กระทบมุมมองของโบราณสถาน จัดกลุ่มร้านค้าให้เหมาะสมกับสถานที่ตั้ง มีการกระจายร้านค้าไม่ให้กระจุกตัวเป็นกลุ่มใหญ่ และควรมีตำแหน่งที่ตั้งใกล้จุดจอดรถ รูปแบบร้านค้า ควรมีรูปแบบไทยโบราณ รองลงมาได้แก่ ไทยร่วมสมัย โดยความสูงของร้านค้าอยู่ระหว่าง 1-3 ชั้น หรือไม่เกินยอดปราสาท สำหรับในพื้นที่ด้านในส่วนอนุรักษ์ร้านค้าควรมีความสูง 1 ชั้น วัสดุก่อสร้างร้านค้า สี กราฟิกร ลวดลาย ควรเลือกใช้อย่างกลมกลืนกับสภาพแวดล้อมมากที่สุด สายไฟฟ้าและสายโทรศัพท์ ควรนำลงใต้ดิน หรือ นำลงใต้ดินในจุดที่มีความจำเป็นและกระทบมุมมอง และควรสร้างความร่มรื่นให้กับพื้นที่โดยการปลูกต้นไม้เพิ่มขึ้น และอาจจัดให้มีทางเดินที่มีหลังคาคลุมในบางจุด

2. ด้านผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก พบว่าหมวดรูปแบบที่ได้รับความนิยมสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ หมวดขนมและอาหาร หมวดรูปแบบจากสัตว์สัญลักษณ์และหมวดรูปแบบจากสถาปัตยกรรมและขบวนยาน สัตว์เลี้ยงของผลิตภัณฑ์ที่ได้รับพอใจ/นิยมสูงสุดได้แก่ สัตว์เลี้ยงไทยประเพณี สัตว์เลี้ยงไทยพื้นบ้าน ปัจจัยที่มีผลต่อความพอใจและการเลือกผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก เรียงลำดับจากมากไปน้อยได้แก่ ความสวยงาม สี สันและวัสดุ ความมีเอกลักษณ์ไทย ประโยชน์ใช้สอย รูปร่างแบบแปลกใหม่ ราคาที่เหมาะสม ความละเอียดประณีตของผลิตภัณฑ์ และขนาด-น้ำหนักของผลิตภัณฑ์

สำหรับการแนวทางการออกแบบร้านค้าและของที่ระลึกฯ สามารถแบ่งออกเป็นส่วนต่างๆดังนี้

1. การจัดโซนพื้นที่ที่ทำการศึกษ จะเป็นพื้นที่สองฝั่งที่เริ่มตั้งแต่จุดตัดของถนนศรีสรรเพชรญ์กับถนนป่าโทน มาตามแนวถนนนเรศวรจนถึงจุดตัดกับถนนชิงูน ซึ่งเป็นเส้นทางพระราชดำเนินในอดีต กำหนดให้เป็นพื้นที่ส่วนใน ที่ใช้การสัญจรด้วยการเดินเท้าและทางรถรางเป็นหลัก และพื้นที่บริเวณสองฝั่งถนนชิงูนบริเวณ หน้าวัดมหาธาตุ และวัดราชบูรณะ เป็นพื้นที่ส่วนนอกที่กำหนดให้เข้าถึงด้วยพาหนะอื่นที่ควบคุมความเร็ว เช่น รถส่วนบุคคล รถประจำทาง ฯลฯ

2. การจัดร้านค้า มีแนวทางการจัดร้านค้าเป็นย่านการค้าเฉพาะที่มีลักษณะความแตกต่าง และสอดคล้องตามทำเลที่ตั้ง ย่านร้านค้าจะเกาะไปตามแนวเส้นทางสัญจรหลักและจุดจอดรถ/สถานีรถราง

3. รูปแบบร้านค้าจะเน้นรูปแบบตามสถาปัตยกรรมไทยที่สอดคล้องกับทำเลที่ตั้ง เช่น เรือนไทย ศาลาไทย แพร่มน้ำ เรือขายของ อาคารพาณิชย์ ฯลฯ โดยเน้นการใช้วัสดุธรรมชาติหรือวัสดุที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมโดยรวม

4. รูปแบบร้านค้าและผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ กำหนดจากรูปแบบของสถาปัตยกรรมร้านค้าที่แตกต่างในแต่ละที่ตั้ง เสริมด้วยเทคนิคการตกแต่งหน้าร้าน การออกแบบและใช้บรรจุภัณฑ์ การใช้กราฟิก การสร้างสัญลักษณ์และป้ายร้านค้า รวมถึงการออกแบบและนำผลิตภัณฑ์ที่เลือกสรรมาและเชื่อมโยงกับพื้นที่ มาจัดจำหน่าย

5. เอกลักษณ์ของย่านการค้า จากทำเลที่ตั้งและการกำหนดให้มีการวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์เฉพาะที่แตกต่างกันในแต่ละย่าน กำหนดให้มีกิจกรรมและการแสดงทางวัฒนธรรมเพื่อเสริมบรรยากาศในแต่ละย่านเป็นการเฉพาะ

Research title	Guidelines for Design of Commercial Store and Souvenir for Development of Historical Phranakhon Si Ayutthaya Case Study Comparison : Historical Phranakhon Si Ayutthaya, Thailand and Historical Kyoto, Japan
Researcher	Assistant Professor Somsakul Jerasilp Leader Researcher Assistant Professor Jong Boonpracha Co- Researcher Miss Supatra Lookrak Co- Researcher Mr. Surapan ratanavade Co- Researcher Mrs.Jitravadee Rung-In Kungar Co- Researcher
Institution	Suan Sunandha Rajabhat University
Year	2010

Abstract

The purposes of this research were to 1) provide guidelines of the commercial store and souvenir design and zoning of souvenir store in historical Phranakhon Si Ayutthaya that compromise with development in terms of integrations in conservation and commercial. 2) promote the image of the Historical Phranakhon Si Ayutthaya in terms of commercial store and souvenir.

The information of the study was divided into diversified foundation and field document, comparison survey in architecture and design value analysis, SWOT analysis from actual location and advice from local expert, and interview and questionnaire from 1395 samples that was divided into 3 groups of 1) 533 Thai tourists 2) 90 local entrepreneurs and 3) 739 foreign tourists. Accidental random and questionnaire were set to find the general information of commercial stores, store planning, destination route, souvenir products, factors that affect to satisfaction and decision to select handicraft souvenir products, and questionnaire with interview of commercial store and souvenirs in local site.

Findings indicated that:

1. The physical environment and commercial store should: extend footpath, provide pedestrian street, appoint the destination route through interesting and important places, set the entrance and exit of destination route, define type and speed of vehicles to approach each sites, promote travel by provided vehicle such as trams, support the routes that were ongoing junction and not confused and digressive. The organization of commercial store should: harmonize with destination route, transfer the

stores that defect views of archaeological sites, set store groups suitable for the sites, distribute the stores not to be mass congested group, provide neighboring car park. Store types should: first, be traditional Thai style, second, contemporary Thai, the height was between 1-3 storey or not over the top of the palaces. Materials, color, graphics, pattern should most harmonized with environment. Telephone and power lines should be underground. Provide tree and roof shade in some needed areas.

2. Three most consecutively favorite categories of souvenir products are dessert and food, symbolized animals, and architectures and vehicles. The most favorite and satisfied styles of souvenir products were Traditional Thai and local Thai styles. The factors that affect to satisfaction and decision to select souvenir products most consecutively were aesthetic, color and materials, Thai characteristics, functions, exotic form, appropriate prices, refinement, and shape and weight of products.

The guidelines of design for commercial store and souvenir is:

1. Define the study zone area to be main walkways and tram systems of two sides starting from the intersection of Srisanpetch road and Pa-Mai road along with Naresuan road through the end of Chekul crossroad that used to be royal pathway and two sides of Chekul road on the front areas of Wat Mahathat and Wat Ratburana. Appoint other defined areas to be the approach of other vehicle such as private cars and tourist buses.

2. Concept of store organization should be different in specific characteristics and correspond with each location. Commercial store Areas should adhere along main destination routes and the stop of each car park and tram station.

3. Store styles should be Thai architecture styles that conform to location such as Thai houses, Thai gazebos, floating houses, grocery boats, and commercial buildings that apply to use natural materials or materials that harmonized to entire environment.

4. The characteristics of souvenir and store styles should be defined from architectural stores that were different in each their locations and accompanied with techniques in store decoration, design and packaging, Graphic design, logo and sign design, and product design to be elaborately selected and relating to the location for distribution.

5. The characteristics of commercial store areas should be defined by distributing different specific souvenir in each area and providing cultural performance and activities to promote unique atmosphere of each location.