



แนวทางการบริหารจัดการทรัพยากรกายภาพของชุมชนชาวญี่ปุ่น:

กรณีศึกษา สุขุมวิท 33/1

โดย

นายวสันต์ ลีอวรวินญญ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

สถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาสถาปัตยกรรม

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ปีการศึกษา 2557

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

แนวทางการบริหารจัดการทรัพยากรกายภาพของชุมชนชาวญี่ปุ่น:  
กรณีศึกษา สุขุมวิท 33/1

โดย

นายวสันต์ ลีอววิญญู



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
สถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาสถาปัตยกรรม  
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์  
ปีการศึกษา 2557  
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์



FACILITY MANAGEMENT GUIDELINE OF THE JAPANESE  
COMMUNITY: CASE STUDY SUKHUMVIT 33/1

BY

MR. VASANT LERVORAVINYU



A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE REQUIREMENTS  
FOR THE DEGREE OF MASTER OF ARCHITECTURE  
ARCHITECTURE  
FACULTY OF ARCHITECTURE AND PLANNING  
THAMMASAT UNIVERSITY  
ACADEMIC YEAR 2014  
COPYRIGHT OF THAMMASAT UNIVERSITY

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์  
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง

วิทยานิพนธ์

ของ

นายสันต์ ลีอววิญญู

เรื่อง

แนวทางการบริหารจัดการทรัพยากรกายภาพของชุมชนชาวญี่ปุ่น:  
กรณีศึกษา สุขุมวิท 33/1

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติ ให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
สถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต

เมื่อ วันที่ 11 สิงหาคม พ.ศ. 2558

ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

วิจิตตมณฑา มพงษ์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วิจิตตมณฑา มพงษ์)

กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

(อาจารย์ ดร. อาชัญญ์ บุญญานันต์)

กรรมการวิทยานิพนธ์

(รองศาสตราจารย์ ดร. ฉวีวรรณ เด่นไพบูลย์)

กรรมการสอบวิทยานิพนธ์

(รองศาสตราจารย์ ดร. บุชบา บรรจงมณี)

คณบดี

(รองศาสตราจารย์ เฉลิมวัฒน์ ตันตสวัสต์)



หัวข้อวิทยานิพนธ์	แนวทางการบริหารจัดการทรัพยากรกายภาพของชุมชน
ชื่อผู้เขียน	ชาวญี่ปุ่น: กรณีศึกษา สุขุมวิท 33/1
ชื่อปริญญา	นายวสันต์ ลีอวรวิญญู
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	สถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สถาปัตยกรรม สถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	อาจารย์ ดร. อาชัญญ์ บุญญานันต์
ปีการศึกษา	2557

### บทคัดย่อ

ในปัจจุบันกรุงเทพมหานครมีชาวญี่ปุ่นเข้ามาทำงานในประเทศไทยมีสัดส่วนมากในอันดับต้น ๆ ของชาวต่างชาติที่เข้ามาทำงานในประเทศไทย โดยคิดเป็นร้อยละ 23 จากทั้งหมด และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปี เนื่องด้วยอุปนิสัยของชาวญี่ปุ่นที่มีวัฒนธรรมการอยู่อาศัยแบบรวมกลุ่มกับคนชาติเดียวกัน จึงเกิดการรวมกลุ่มกันของชาวญี่ปุ่นในประเทศไทยขึ้นแห่งแรกในกรุงเทพมหานครในบริเวณซอยสุขุมวิท 33/1 อันเป็นที่รวมของร้านค้าและบริการสำหรับชาวญี่ปุ่น แต่ในปัจจุบันพบว่ามีคนเข้ามาใช้งานน้อยกว่าในอดีต อันเป็นผลมาจากพื้นที่ขาดการบริหารจัดการที่เหมาะสมและเกิดชุมชนใหม่ขึ้นในบริเวณอื่นของกรุงเทพมหานคร จึงสมควรได้รับการปรับปรุงโดย ใช้อองค์ความรู้ทางด้านการบริหารจัดการทรัพยากรกายภาพสำหรับพื้นที่ระดับชุมชน

โดยงานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ คือ 1) ศึกษาพฤติกรรมการใช้ชีวิตของคนญี่ปุ่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีลักษณะการอยู่อาศัยแบบรวมกลุ่มกันอันเป็นวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์ 2) ทราบถึงแนวทางการพัฒนาและบริหารจัดการพื้นที่ย่านการค้าตามแนวคิดการบริหารจัดการทรัพยากรกายภาพในระดับของชุมชนขนาดเล็ก 3) เพื่อศึกษาหาแนวทางในการบริหารจัดการพื้นที่ชุมชนญี่ปุ่นบริเวณซอยสุขุมวิท 33/1 ให้เกิดประสิทธิภาพยิ่งขึ้น โดยมีวิธีการศึกษาวิจัยด้วยวิธี 1) สสำรวจและศึกษาลักษณะทางกายภาพโดยรวมของโครงการในปัจจุบัน 2) สสำรวจความคิดเห็นและพฤติกรรมการใช้พื้นที่ชุมชนของคนญี่ปุ่นโดยใช้แบบสอบถาม 3) ออกแบบลักษณะทางกายภาพของชุมชนใหม่โดยใช้ข้อมูลที่ได้จากการวิจัย และนำไปประเมินผลโดยผู้ใช้งานจริง

ผลจากการศึกษาสามารถสรุปได้ว่าการออกแบบทรัพยากรกายภาพภายในพื้นที่ย่านการค้าอย่างเหมาะสมกับพฤติกรรมการใช้งานและลักษณะนิสัยของกลุ่มผู้ใช้งาน สามารถช่วยส่งเสริมให้เกิดการใช้งานภายในพื้นที่เพิ่มมากขึ้น ซึ่งสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยไปประยุกต์ใช้กับชุมชนอื่นๆ เพื่อการพัฒนาปรับปรุงทรัพยากรทางกายภาพให้ดีขึ้นต่อไป

**คำสำคัญ:** ชุมชนชาวญี่ปุ่น, การบริหารจัดการทรัพยากรกายภาพ, ศูนย์การค้าระดับชุมชน



Thesis Title	FACILITY MANAGEMENT GUIDELINE OF THE JAPANESE COMMUNITY: CASE STUDY SUKHUMVIT 33/1
Author	Mr. Vasant Lervoravinyu
Degree	Master of Architecture
Department/Faculty/University	Architecture Architecture and Planning Thammasat University
Thesis Advisor	Archan Boonyanan, Ph.D.
Academic Years	2014

### ABSTRACT

Japanese are the largest proportion of foreigners (equivalent to 23% of all) working in Bangkok. Who tend to live as a community. The integration can be seen in the place like Sukhumvit 33/1, the original Japanese community with a number of shops and services. However this old community is currently in decline. The problem solution is likely to be based on the concept of Facility Management for neighborhood shopping street and theory of the relationship between people, places and process.

The objectives of the research is 1) to study the lives of the Japanese people especially in Bangkok. 2) to study theory of neighborhood shopping street development and management. 3) to establish guidelines for effective facility management in Sukhumvit 33/1. Research methodology employs physical survey of the site, Interviews Japanese living and shopping in the area. Then design new facility planning by using data obtained from the research.

The results can be concluded that facility management in the neighborhood shopping street can increase the number of users. The information can be applied to the study of other communities in order to manage it properly.

**Keywords:** Japanese Community, Facility Management, Neighborhood Shopping Street



## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ด้วยความช่วยเหลือของอาจารย์ ดร. อาชัญญ์ บุญญานันต์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ซึ่งท่านได้ให้คำแนะนำและข้อคิดเห็นต่าง ๆ อันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการทำวิจัย อีกทั้งยังช่วยปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความเอาใจใส่อย่างดียิ่ง ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วิจิตรบุษบา มารมย์ รองศาสตราจารย์ ดร. ฉวีวรรณ เต๋นไพบุลย์ และรองศาสตราจารย์ ดร. บุษบา บรรจงมณี สำหรับข้อแนะนำและความช่วยเหลือในทุก ๆ ด้านในการทำวิจัย

ขอขอบพระคุณผู้ประกอบการร้านค้าต่าง ๆ ภายในซอยสุขุมวิท 33/1 ทุกท่าน ที่ให้ข้อมูลที่เอื้อต่อการทำวิทยานิพนธ์ ตลอดจนผู้ใช้บริการทุกท่าน ที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม จนทำให้วิทยานิพนธ์นี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณบิดามารดา และครอบครัว ซึ่งเปิดโอกาสให้ได้รับการศึกษาเล่าเรียน ตลอดจนคอยช่วยเหลือและให้กำลังใจผู้วิจัยเสมอมาจนสำเร็จการศึกษา

นายวสันต์ ลีอรรวิญญู

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(3)
กิตติกรรมประกาศ	(5)
สารบัญตาราง	(16)
สารบัญภาพ	(17)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 ชุมชนชาวญี่ปุ่นบริเวณต่างๆ ในเขตกรุงเทพมหานคร	11
1.2.1 สุขุมวิท 33/1	11
1.2.2 ซอยธนินยะ	11
1.2.3 Nihonmachi	11
1.2.4 Gateway Ekamai	11
1.2.5 J-Avenue	11
1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย	13
1.4 ขอบเขตของการวิจัย	13
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากงานวิจัย	14
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ	14

บทที่ 2	วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	16
2.1	รากฐานทางวัฒนธรรมของคนญี่ปุ่น	16
2.2	วัฒนธรรมความเป็นสังคม “กลุ่ม” ของคนญี่ปุ่น	19
2.3	ประวัติความเป็นมาของชุมชนญี่ปุ่นในกรุงเทพมหานคร	21
2.4	วัฒนธรรมและลักษณะการใช้ชีวิตของคนญี่ปุ่นในกรุงเทพมหานคร	22
2.5	แนวคิดด้านการบริหารจัดการทรัพยากรกายภาพ	25
2.5.1	บริหารจัดการอสังหาริมทรัพย์ (Property Management)	27
2.5.2	วางแผนการจัดการพื้นที่ใช้สอย (Facilities Planning)	27
2.5.3	บริหารจัดการการบำรุงรักษาอาคาร (Facilities Operations and Maintenance)	27
2.5.4	บริหารจัดการบริการที่เกี่ยวข้อง (Facilities Support Service)	28
2.6	รูปแบบโครงสร้างการบริหารจัดการทรัพยากรกายภาพ	28
2.6.1	Strategic + Management FM	29
2.6.2	Operational FM	29
2.6.3	Services	29
2.7	การวัดผลการปฏิบัติงาน FM (FM Performance Measurement)	32
2.7.1	Building / Facility Performance	33
2.7.1.1	Physical Condition / Appearance	33
2.7.1.2	Functional Suitability	33
2.7.2	Service Performance	33
2.7.3	Management Performance	34
2.8	นิยามและความหมายของชุมชน	36
2.8.1	ลักษณะและองค์ประกอบของความเป็นชุมชน	36
2.8.1.1	หน่วยของจิตใจและวัฒนธรรม (Psycho-Cultural Unit)	37
2.9	แนวคิดเกี่ยวกับเอกลักษณ์ และลักษณะเฉพาะของความเป็นชุมชน	37
2.9.1	แนวคิดความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรม กิจกรรม และการใช้พื้นที่	37
2.9.1.1	วัฒนธรรม (Culture)	37
2.9.1.2	ระบบกิจกรรม (System of activities)	38
2.9.1.3	ระบบที่ตั้ง หรือการใช้พื้นที่ (System of setting)	39

2.9.2 แนวคิดคุณลักษณะที่แสดงถึงลักษณะเฉพาะ และความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน	41
2.9.2.1 ลักษณะทางกายภาพและภาพลักษณ์ที่ปรากฏ (Physical features and appearance)	41
2.9.2.2 กิจกรรม และหน้าที่ที่พึงสังเกตเห็นได้ (Observable activities and functions)	41
2.9.2.3 การสื่อความหมาย หรือสัญลักษณ์ (Meaning or symbols)	41
2.10 ระดับขอบข่ายของชุมชนเมือง	42
2.10.1 แนวคิดทางด้านกายภาพของชุมชนเมือง	43
2.10.1.1 หน่วยระดับชุมชน (Neighborhood)	43
2.10.2 ลักษณะทางกายภาพโดยทั่วไปของย่านการค้าระดับชุมชน	44
2.10.2.1 สภาพอาคาร	44
2.10.2.2 รูปแบบร้านค้า	44
2.10.2.3 ประเภทร้านค้า	44
2.10.2.4 จำนวนร้านค้า	44
2.10.2.5 การใช้ที่ดิน	45
2.11 ความหมายและประเภทของย่านการค้า	45
2.11.1 ศูนย์การค้าระดับชุมชน (Neighborhood Shopping Street)	46
2.12 ที่รวมกิจกรรมภายในย่านการค้าระดับชุมชน	46
2.13 กิจกรรมภายในพื้นที่ย่านการค้า	47
2.13.1 ผู้ใช้อาคาร	48
2.13.2 กิจกรรม	48
2.14 แนวความคิดและข้อพิจารณาในการปรับปรุงย่านการค้าระดับชุมชน	49
2.14.1 บรรยากาศและทัศนวิสัย (Visibility)	49
2.14.2 จินตภาพของย่านการค้า (Image)	50
2.14.3 พื้นที่ที่ได้รับการปรับปรุงฟื้นฟู	50
2.14.4 การแก้ปัญหาาระบบของการจราจร	50
2.14.5 การเพิ่มความสวยงามและความร่มรื่นภายในโครงการ	50
2.14.6 การเลือกรูปแบบของที่นั่งให้เหมาะสมกับกิจกรรมภายในพื้นที่	51
2.15 การแบ่งกลุ่มและจัดกลุ่มร้านค้าและประเภทการค้า	52



2.15.1 การจัดกลุ่มร้านค้าประเภทเดียวกัน	52
2.15.2 การจัดกลุ่มร้านค้าให้มีการดึงดูดซึ่งกันและกัน	53
2.15.3 การจับกลุ่มของร้านค้าโดยจัดตามแบบของสินค้าที่ขาย	53
2.15.4 การจัดกลุ่มของร้านค้าต่างประเภทให้มีการส่งเสริมซึ่งกันและกัน	53
2.15.5 การจัดกลุ่มของสินค้าประเภทบริการ	53
2.16 อิทธิพลที่มีต่อการรับรู้สภาพแวดล้อมทางกายภาพ	54
2.16.1 สภาพแวดล้อมกายภาพที่บุคคลรับรู้	54
2.16.2 ประสบการณ์ในอดีตของบุคคลที่รับรู้สภาพแวดล้อม	54
2.16.3 ความต้องการตามความจำเป็นหรือเป้าหมายในปัจจุบันหรืออนาคต	54
2.17 หลักการเกี่ยวกับพื้นที่เปิดโล่งสาธารณะลักษณะพื้นที่ชุมชน	57
2.18 ปัจจัยที่ทำให้พื้นที่เปิดโล่งสาธารณะมีคุณภาพ	61
2.19 การกำหนดลักษณะที่ว่าง (Space Defining)	62
2.19.1 การกำหนดลักษณะที่ว่างโดยองค์ประกอบแนวราบ (Horizontal Elements)	62
2.19.2 การกำหนดลักษณะที่ว่างโดยองค์ประกอบแนวตั้ง (Vertical Elements)	62
2.20 สรุปหลักการและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	69
2.20.1 วัฒนธรรมความเป็นสังคม “กลุ่ม” ของคนญี่ปุ่น	69
2.20.2 ทฤษฎีการบริหารจัดการทรัพยากรกายภาพ	70
2.20.2.1 Strategic และ Management FM	70
2.20.2.2 Operational FM	70
2.20.3 หลักการและทฤษฎีการออกแบบกายภาพของพื้นที่ย่านการค้า	70
2.20.3.1 แนวความคิดการแบ่งกลุ่มและจัดกลุ่มร้านค้าและประเภทการค้า	71
2.20.3.2 ทฤษฎีและหลักการออกแบบพื้นที่เปิดโล่งย่านการค้า	71
(1) อัตราส่วนการปิดล้อมในพื้นที่	71
(2) การประดับตกแต่งส่วนหน้าของอาคาร (Facade)	71
(3) การกำหนดลักษณะที่ว่าง (Space Defining)	71
2.20.3.3 แนวความคิดและข้อพิจารณาในการปรับปรุง ย่านการค้าระดับชุมชน	72
(1) บรรยากาศและทัศนวิสัย (Visibility)	72

(2) ปรับระบบการสัญจร	72
(3) รูปแบบของที่นั่ง	72
บทที่ 3 วิธีการวิจัย	73
3.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย	73
3.2 วิธีการศึกษาวิจัย	75
3.2.1 การศึกษาจากเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	75
3.2.2 เก็บข้อมูลจากพื้นที่จริง	75
3.2.3 การวิเคราะห์ข้อมูล สรุปผล และจัดทำข้อเสนอแนะ	75
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย	76
3.3.1 เครื่องมือเก็บข้อมูลทางกายภาพของพื้นที่	76
3.3.2 เครื่องมือสำรวจความคิดเห็นจากผู้ใช้งาน	76
3.4 การออกแบบเครื่องมือวิจัย	77
3.4.1 Building / Facility Performance	77
3.4.2 Operation / Service Performance	77
3.4.3 Management Performance	77
3.4.4 Management FM	78
3.4.5 Operational FM	79
3.5 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	79
3.5.1 กลุ่มของผู้ประกอบการในพื้นที่	79
3.5.2 กลุ่มของผู้ใช้บริการในพื้นที่	80
3.5.2.1 สูตรของคอแครง	80
3.6 ช่วงเวลาในการเก็บข้อมูล	81
3.6.1 กลุ่มของผู้ประกอบการในพื้นที่	81
3.6.2 กลุ่มของผู้ใช้บริการในพื้นที่	81
3.7 การวิเคราะห์และสรุปผลการศึกษา	82
บทที่ 4 ผลการวิจัยและอภิปรายผล	83

4.1	ทรัพยากรกายภาพภายในซอยสุขุมวิท 33/1	83
4.1.1	ประเภทของร้านค้าภายในซอยสุขุมวิท 33/1	83
4.1.2	สัดส่วนประเภทของร้านค้าภายในซอยสุขุมวิท 33/1	86
4.1.3	สภาพการใช้งานของอาคารภายในซอยสุขุมวิท 33/1	87
4.1.3.1	อาคารฝั่งทิศตะวันออก	87
4.1.3.2	อาคารฝั่งทิศตะวันตก	92
4.1.4	รูปแบบการ service ต่างๆ ภายในซอยสุขุมวิท 33/1	97
4.1.4.1	การขนส่งสินค้าภายในพื้นที่	97
4.1.4.2	การขนถ่ายสิ่งปฏิกูลภายในพื้นที่	99
4.1.5	บรรยากาศและจินตภาพของย่านการค้าภายในซอยสุขุมวิท 33/1	101
4.2	ผลการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์	109
4.2.1	การเลือกกลุ่มตัวอย่างในการทำแบบสัมภาษณ์	109
4.2.2	เพศของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์	109
4.2.3	ระดับอายุของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์	110
4.2.4	ตำแหน่งงานของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์	111
4.2.5	ประสบการณ์การทำงานของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์	112
4.2.6	ช่วงเวลาในการทำงานของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์	113
4.2.7	ช่วงเวลาทำการของร้านค้าในพื้นที่	114
4.2.8	กลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการร้านค้าของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มากที่สุด	115
4.2.9	วันที่ลูกค้ามาใช้บริการร้านค้าของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มากที่สุด	116
4.2.10	สัญญาเช่าอาคารพาณิชย์ของร้านผู้ตอบแบบสัมภาษณ์	117
4.2.11	รูปแบบการเดินทางมาทำงานของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์	118
4.3	ผลการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม	119
4.3.1	การเลือกกลุ่มตัวอย่างในการทำแบบสอบถาม	119
4.3.2	เพศของผู้ตอบแบบสอบถาม	119
4.3.3	ระดับอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม	120
4.3.4	อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม	121
4.3.5	ระดับรายได้โดยประมาณของผู้ตอบแบบสอบถาม	122
4.3.6	รูปแบบการเดินทางมาใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม	123
4.3.7	ระยะเวลาในการเดินเท้ามายังซอยสุขุมวิท 33/1	124

4.3.8 ความพึงพอใจต่อระบบทางสัญจรของผู้ตอบแบบสอบถาม	125
4.3.9 ความพึงพอใจต่อปริมาณที่จอดรถยนต์	126
4.3.10 ประเด็นต่างๆที่ควรปรับปรุงภายในพื้นที่	127
4.3.11 ความถี่ในการเข้ามาใช้บริการ	128
4.3.12 วันที่เข้ามาใช้บริการภายในซอยสุขุมวิท 33/1	129
4.3.13 ช่วงเวลาเข้ามาใช้บริการภายในซอยสุขุมวิท 33/1	130
4.3.14 ประเภทของร้านค้าที่เข้ามาใช้บริการภายในซอยสุขุมวิท 33/1	131
4.3.15 ระยะเวลาในการมาใช้บริการภายในซอยสุขุมวิท 33/1	132
4.3.16 รูปแบบการเดินทางกลับของผู้ตอบแบบสอบถาม	133
4.4 สรุปสภาพการใช้งานภายในซอยสุขุมวิท 33/1	134
4.4.1 รูปแบบการใช้งานพื้นที่ในช่วงเวลา 12.00-13.00 น. ของกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท	135
4.4.2 รูปแบบการใช้งานพื้นที่ในช่วงเวลา 13.00-18.00 น. ของกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท	136
4.4.3 รูปแบบการใช้งานพื้นที่ในช่วงเวลา 18.00-24.00 น. ของกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท	137
4.5 สรุปผลที่ได้จากการเก็บข้อมูล	138
4.5.1 ภาพรวมของลักษณะทางกายภาพภายในพื้นที่	138
4.5.1.1 ร้านค้าภายในพื้นที่	138
4.5.1.2 รูปแบบการใช้งานอาคารพาณิชย์	138
4.5.1.3 สัดส่วนการใช้งานอาคารพาณิชย์ของธุรกิจประเภทต่างๆ	138
4.5.1.4 รูปแบบการเดินทางมาใช้บริการ	138
4.5.1.5 รูปแบบการขนส่งสินค้าภายในพื้นที่	138
4.5.1.6 วันที่มีการขนถ่ายขยะมูลฝอย	139
4.5.1.7 ระบบจราจรภายในพื้นที่	139
4.5.1.8 ทางสัญจรภายในพื้นที่	139
4.5.1.9 จินตภาพของย่านการค้า	139
4.5.1.10 การแบ่งกลุ่มและจัดกลุ่มร้านค้า	140
4.5.2 สรุปข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์	140
4.5.2.1 สัดส่วนอายุของผู้ให้สัมภาษณ์	140

4.5.2.2 ตำแหน่งงาน	140
4.5.2.3 รูปแบบการเดินทางมาทำงาน	140
4.5.2.4 ช่วงเวลาทำการของร้านค้า	140
4.5.2.5 กลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการมากที่สุด	140
4.5.2.6 วันที่ลูกค้ามาใช้บริการมากที่สุด	141
4.5.2.7 ระยะเวลาสัญญาเช่าในพื้นที่	141
4.5.3 สรุปข้อมูลจากแบบสอบถาม	141
4.5.3.1 เพศ	141
4.5.3.2 สัดส่วนอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม	141
4.5.3.3 อาชีพ	141
4.5.3.4 ระดับรายได้	141
4.5.3.5 รูปแบบการเดินทางมาใช้บริการ	141
4.5.3.6 ความพึงพอใจต่อระบบทางสัญจร	141
4.5.3.7 ความพึงพอใจต่อปริมาณที่จอดรถยนต์	141
4.5.3.8 ประเด็นที่ควรปรับปรุงในพื้นที่	142
4.5.3.9 ความถี่ในการมาใช้บริการ	142
4.5.3.10 สัดส่วนวันที่มาใช้บริการ	142
4.5.3.11 ช่วงเวลาที่มาใช้บริการ	142
4.5.3.12 สัดส่วนระยะเวลาการใช้งานในพื้นที่	142
4.5.3.13 ประเภทของร้านค้าที่มาใช้บริการ	142
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	144
5.1 ข้อสรุปผลจากการศึกษาและวิจัย	144
5.1.1 สรุปภาพรวมของลักษณะทางกายภาพภายในซอยสุขุมวิท 33/1	144
5.1.1.1 ธุรกิจร้านค้าภายในพื้นที่	144
5.1.1.2 ลักษณะการใช้งานอาคารพาณิชย์	144
5.1.1.3 รูปแบบการขนส่งสินค้าภายในพื้นที่	144
5.1.1.4 รูปแบบการขนถ่ายขยะมูลฝอย	145
5.1.1.5 ทางสัญจรรถยนต์ภายในพื้นที่	145

5.1.1.6	ทางเท้าภายในพื้นที่	145
5.1.1.7	จินตภาพของย่านการค้า	145
5.1.1.8	การแบ่งกลุ่มและจัดกลุ่มร้านค้า	145
5.2	พฤติกรรมการใช้งานพื้นที่ของลูกค้ากลุ่มต่างๆ ภายในซอยสุขุมวิท 33/1	146
5.2.1	คนไทย	147
5.2.2	คนญี่ปุ่น	147
5.2.3	แม่บ้าน	148
5.2.4	ชาวตะวันตก	148
5.2.5	ผู้ประกอบการ	148
5.3	แผนกลยุทธ์การพัฒนาพื้นที่สุขุมวิท 33/1	148
5.3.1	MISSION (ภารกิจ)	148
5.3.2	VISION (วิสัยทัศน์)	149
5.3.3	GOAL (เป้าหมาย)	149
5.4	RECOGNIZING OUR PROBLEMS (วิเคราะห์ปัญหาภายในพื้นที่)	149
5.4.1	Sukhumvit 33/1 ขาดวิสัยทัศน์ในการพัฒนา	149
5.4.2	Sukhumvit 33/1 ในปัจจุบันขาดการบริหารจัดการภายในพื้นที่	149
5.4.3	Sukhumvit 33/1 ขาดเอกลักษณ์ของความเป็นชุมชนญี่ปุ่น	150
5.5	STRATEGY TO SOLVING OUR PROBLEMS (กลยุทธ์ในการแก้ปัญหา)	150
5.5.1	Focus the vision	150
5.5.2	นำทฤษฎีด้านการบริหารจัดการและการออกแบบย่านการค้า มาใช้ในการบริหารจัดการและปรับปรุงพื้นที่	150
5.5.3	ออกแบบและปรับปรุงพื้นที่ Sukhumvit 33/1 โดยคำนึงถึงเอกลักษณ์ความเป็นญี่ปุ่น	150
5.6	แนวทางการบริหารจัดการและปรับปรุงทรัพยากรกายภาพ ภายในพื้นที่สุขุมวิท 33/1	151
5.6.1	แนวทางการจัดตั้งนิติบุคคลภายในสุขุมวิท 33/1 ให้สอดคล้องกับศักยภาพของพื้นที่	151
5.6.2	แนวทางการปรับปรุงและแก้ไขปัญหาด้านเท้าภายในพื้นที่	152
5.6.3	แนวทางการปรับปรุงและแก้ไขปัญหาคอมมูนิตี้ภายในพื้นที่ และการบริหารจัดการระยะเวลาการเข้าออกของรถยนต์	157

ภายในซอยสุขุมวิท 33/1	
5.6.4 แนวทางการปรับปรุงการขนส่งสินค้า และการขนถ่ายขยะมูลฝอยภายในพื้นที่	163
5.6.4.1 แนวทางการปรับปรุงการขนส่งสินค้าในพื้นที่	163
5.6.4.2 แนวทางการปรับปรุงการขนถ่ายขยะมูลฝอยภายในพื้นที่	164
5.6.5 เสนอแนะแนวทางการปรับปรุงการใช้งานพื้นที่ ในอาคารพาณิชย์ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น	165
5.7 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต	166
รายการอ้างอิง	167
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก	171
ภาคผนวก ข	175
ประวัติผู้เขียน	178

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 ตารางแสดงการใช้เวลาร่างของคณูปุ่นในกรุงเทพมหานคร	24
2.2 รูปแบบของงานด้านการบริหารจัดการทรัพยากรกายภาพ	30
2.3 ตารางแสดงประเภทของย่านการค้า	45
3.1 ขนาดของกลุ่มตัวอย่างของเครซี่และมอร์แกน	80
4.1 ข้อมูลประเภทของร้านค้าภายในซอยสุขุมวิท 33/1	84
4.2 ตารางแสดงประเภทของร้านค้าและกลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการ	134
5.1 ตารางสรุปประเด็นความต้องการของผู้ใช้งานแต่ละกลุ่ม	146
5.2 ตารางแสดงวันที่มีการเปิด-ปิดถนนภายในซอย	157



## สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 จำนวนชาวต่างชาติที่เข้ามาทำงานในกรุงเทพมหานคร ณ ไตรมาสที่ 3 ปี พ.ศ. 2555	1
1.2 แผนภูมิแสดงใบอนุญาตทำงานในประเทศไทยของชาวต่างชาติ ณ ไตรมาส 4 ปี 2552	2
1.3 แผนภูมิแสดงอายุเฉลี่ยของชาวญี่ปุ่นที่พำนักอยู่ในประเทศไทย	3
1.4 กราฟแสดงระยะเวลาการทำงานในประเทศไทยของชาวญี่ปุ่น	4
1.5 ภาพแสดงแนวโน้มการเคลื่อนย้ายของแรงงานเมื่อมีการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ในปี พ.ศ. 2558	5
1.6 แผนที่ย่านสำหรับชาวญี่ปุ่นในกรุงเทพฯ	7
1.7 แผนที่ UFM Fuji Super สาขาต่าง ๆ ในกรุงเทพมหานคร	8
1.8 ภาพร้านค้าและบริการภายในชุมชนชาวญี่ปุ่นบริเวณสุขุมวิท 33/1	9
1.9 ชุมชนญี่ปุ่นบริเวณต่างๆ ในเขตกรุงเทพมหานคร	12
1.10 Research Roadmap	15
2.1 ภาพถ่ายชาวไอนุ ถ่ายเมื่อ พ.ศ. 2447 (ค.ศ. 1904)	17
2.2 ภาพวาดเมืองท่านางาซากิในยุคสมัยเอโดะ	18
2.3 ภาพถ่ายถนนสุขุมวิทในอดีต	21
2.4 แผนภาพแสดงปฏิสัมพันธ์ระหว่างสามองค์ประกอบ ด้านการบริหารจัดการทรัพยากรกายภาพ	26
2.5 แผนผังโครงสร้างการบริหารจัดการทรัพยากรกายภาพ	28
2.6 ผังโครงสร้างด้านการบริหารจัดการทรัพยากรกายภาพจำแนกตามประเด็น	30
2.7 ผังโครงสร้างด้านการบริหารจัดการทรัพยากรกายภาพ จำแนกตามขั้นตอนการปฏิบัติงานและเป้าหมาย	32
2.8 แผนผังแสดงกระบวนการ Performance Management Process	35
2.9 แผนภาพแสดงแนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรมที่เชื่อมโยงไปสู่ภาพลักษณ์ หรือลักษณะทางกายภาพของชุมชน	38
2.10 แผนภูมิแสดงความสัมพันธ์ระหว่างภูมิหลังทางวัฒนธรรม ระบบกิจกรรม และระบบที่ตั้ง	40
2.11 ลำดับชั้นของชุมชนเมือง	43
2.12 การจัดที่นั่งพักผ่อนรูปแบบต่างๆภายในย่านการค้า	52

2.13	แผนภาพแสดงองค์ประกอบที่มีความสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมทางกายภาพ	55
2.14	ปัจจัยและตัวแปรด้านกายภาพที่มีอิทธิพลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้งาน	56
2.15	องค์การมองเห็นกับอัตราส่วนการปิดล้อม	60
2.16	ลักษณะที่ว่างแบ่งประเภทตามองค์ประกอบแนวตั้งรูปแบบต่างๆ	63
2.17	การจบของแนวแกนในการปิดล้อมรูปตัวยู	65
2.18	ความสูงของสิ่งปิดล้อมลักษณะระนาบแนวตั้งเดียวกับความรู้สึกปิดล้อม	65
2.19	ช่วงอัตราส่วนการปิดล้อมที่เหมาะสมที่ความสูงของสิ่งปิดล้อม (H) เท่ากับ 1 หน่วย	66
2.20	ชุดภาพจำลองอัตราส่วนการปิดล้อมพื้นที่เปิดโล่งสาธารณะย่านธุรกิจการค้า Commercial	67
2.21	อิทธิพลการประดับตกแต่งกับระดับการปิดล้อม	68
3.1	แผนภาพขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย	74
3.2	แผนผังโครงสร้างแนวทางการเก็บข้อมูล	76
3.3	แผนผังโครงสร้างด้านการบริหารจัดการทรัพยากรกายภาพ	78
4.1	ผังสี่เหลี่ยมแสดงลักษณะการใช้พื้นที่ทั้งหมดภายในซอยสุขุมวิท 33/1 มกราคม 2556	85
4.2	กราฟแสดงสัดส่วนประเภทของร้านค้าภายในซอยสุขุมวิท 33/1	86
4.3	กลุ่มอาคารพาณิชย์ฝั่งตะวันออกแบ่งตามโซน	87
4.4	กลุ่มอาคารพาณิชย์ฝั่งตะวันออก โซน A	88
4.5	กลุ่มอาคารพาณิชย์ฝั่งตะวันออก โซน B	89
4.6	กลุ่มอาคารพาณิชย์ฝั่งตะวันออก โซน C	90
4.7	กลุ่มอาคารพาณิชย์ฝั่งตะวันออก โซน D	91
4.8	กลุ่มอาคารพาณิชย์ฝั่งตะวันตกแบ่งตามโซน	92
4.9	กลุ่มอาคารพาณิชย์ฝั่งตะวันออก โซน E	93
4.10	กลุ่มอาคารพาณิชย์ฝั่งตะวันออก โซน F	94
4.11	กลุ่มอาคารพาณิชย์ฝั่งตะวันออก โซน G	95
4.12	กราฟแสดงประเภทของการใช้งานอาคารในแต่ละชั้น	96
4.13	กราฟแสดงการใช้งานอาคารพาณิชย์ของกลุ่มธุรกิจประเภทต่างๆ	96
4.14	แสดงสัดส่วนการใช้งานอาคารพาณิชย์ของกลุ่มธุรกิจประเภทต่างๆ	97
4.15	กราฟแสดงสัดส่วนของวันที่มีการรับส่งสินค้าภายในพื้นที่	98
4.16	ตำแหน่งในการจอดรถเพื่อการขนถ่ายสินค้าไปยังร้านค้าในพื้นที่	99
4.17	กราฟแสดงสัดส่วนของวันที่มีการขนถ่ายสิ่งปฏิกูลภายในพื้นที่	100

4.18 ตำแหน่งในการจอดรถเพื่อการขนถ่ายสิ่งปฏิกูลภายในพื้นที่	100
4.19 ภาพจำลอง 3 มิติ ของซอยสุขุมวิท 33/1	102
4.20 ภาพจำลอง 3 มิติ ของกลุ่มอาคารพาณิชย์ฝั่งตะวันออก ส่วนที่ 1	103
4.21 รูปด้านของกลุ่มอาคารพาณิชย์ฝั่งตะวันออก ส่วนที่ 1	104
4.22 ภาพจำลอง 3 มิติ ของกลุ่มอาคารพาณิชย์ฝั่งตะวันออก ส่วนที่ 2	105
4.23 ภาพจำลอง 3 มิติ ของกลุ่มอาคารพาณิชย์ฝั่งตะวันตก ส่วนที่ 1	106
4.24 รูปด้านของกลุ่มอาคารพาณิชย์ฝั่งตะวันตก ส่วนที่ 1	107
4.25 ภาพจำลอง 3 มิติ ของกลุ่มอาคารพาณิชย์ฝั่งตะวันตก ส่วนที่ 2	108
4.26 กราฟแสดงสัดส่วนเพศของผู้ให้สัมภาษณ์	109
4.27 กราฟแสดงสัดส่วนอายุของผู้ให้สัมภาษณ์	110
4.28 กราฟแสดงสัดส่วนตำแหน่งงานของผู้ให้สัมภาษณ์	111
4.29 กราฟแสดงสัดส่วนประสบการณ์การทำงานของผู้ให้สัมภาษณ์	112
4.30 กราฟแสดงสัดส่วนช่วงเวลาในการทำงานของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์	113
4.31 กราฟแสดงสัดส่วนช่วงเวลาทำการของร้านค้าในพื้นที่	114
4.32 กราฟแสดงกลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการในพื้นที่มากที่สุด	115
4.33 กราฟแสดงวันที่มีลูกค้ามาใช้บริการในพื้นที่มากที่สุด	116
4.34 กราฟแสดงระยะเวลาสัญญาเช่าของอาคารพาณิชย์ในพื้นที่	117
4.35 กราฟแสดงสัดส่วนรูปแบบการเดินทางมาทำงานของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์	118
4.36 กราฟแสดงสัดส่วนเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม	119
4.37 กราฟแสดงสัดส่วนระดับอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม	120
4.38 กราฟแสดงสัดส่วนอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม	121
4.39 กราฟแสดงสัดส่วนระดับรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถาม	122
4.40 กราฟแสดงสัดส่วนรูปแบบการเดินทางมาใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม	123
4.41 กราฟแสดงสัดส่วนระยะเวลาในการเดินทางของผู้ตอบแบบสอบถาม	124
4.42 กราฟแสดงระดับความพึงพอใจต่อระบบทางสัญจรของผู้ตอบแบบสอบถาม	125
4.43 กราฟแสดงระดับความพึงพอใจต่อปริมาณที่จอดรถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	126
4.44 กราฟแสดงความคิดเห็นต่อประเด็นที่ควรปรับปรุงภายในพื้นที่	127
4.45 กราฟแสดงความถี่ในการเข้ามาใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม	128
4.46 กราฟแสดงสัดส่วนวันที่เข้ามาใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม	129
4.47 กราฟแสดงสัดส่วนช่วงเวลาเข้ามาใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม	130

4.48 กราฟแสดงประเภทของร้านค้าที่ใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม	131
4.59 กราฟแสดงสัดส่วนระยะเวลาในการมาใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม	132
4.50 กราฟแสดงสัดส่วนรูปแบบการเดินทางกลับของผู้ตอบแบบสอบถาม	133
4.51 กิจกรรมที่เกิดขึ้นในช่วงเวลา 12.00-13.00 น.	135
4.52 กิจกรรมที่เกิดขึ้นในช่วงเวลา 13.00-18.00 น.	136
4.53 กิจกรรมที่เกิดขึ้นในช่วงเวลา 18.00-24.00 น.	137
5.1 ทางเดินหลังคาคลุมที่มีเอกลักษณ์ความเป็นญี่ปุ่น	153
5.2 ภาพจำลอง 3 มิติ แสดงแนวทางการออกแบบทางเดินหลังคาคลุม ภายในพื้นที่สุขุมวิท 33/1	154
5.3 แผนผังแสดงแนวทางการออกแบบทางเดินหลังคาคลุมภายในพื้นที่สุขุมวิท 33/1	155
5.4 ภาพแสดงแนวทางการแยกทางเท้าและทางสัญจรรถยนต์ออกจากกัน	156
5.5 Timeline การใช้งานซอยสุขุมวิท 33/1 ตลอดทั้งวัน	158
5.6 ภาพร้านอาหารรถเข็น Yatai ในจังหวัดฟูกูโอะกะประเทศญี่ปุ่น	158
5.7 ภาพจำลองการใช้งานใช้พื้นที่ในช่วงที่มีการปิดถนน	159
5.8 ภาพแสดงการจัดวางร้านค้าในช่วงที่มีการปิดถนน	160
5.9 ภาพแสดงการสัญจรรถยนต์ภายในพื้นที่ในช่วงเวลาปกติ	161
5.10 ภาพแสดงการสัญจรรถยนต์ภายในพื้นที่ในช่วงเวลาที่มีการปิดเป็นถนนคนเดิน	162
5.11 ภาพแสดงแนวทางการปรับปรุงการขนส่งสินค้าในพื้นที่	163
5.12 ภาพแสดงแนวทางการปรับปรุงการขนถ่ายขยะมูลฝอยในพื้นที่	164
5.13 รูปตัดแสดงแนวทางการปรับปรุงอาคารพาณิชย์	165
5.14 แบบแปลนแสดงแนวทางการปรับปรุงอาคารพาณิชย์	166

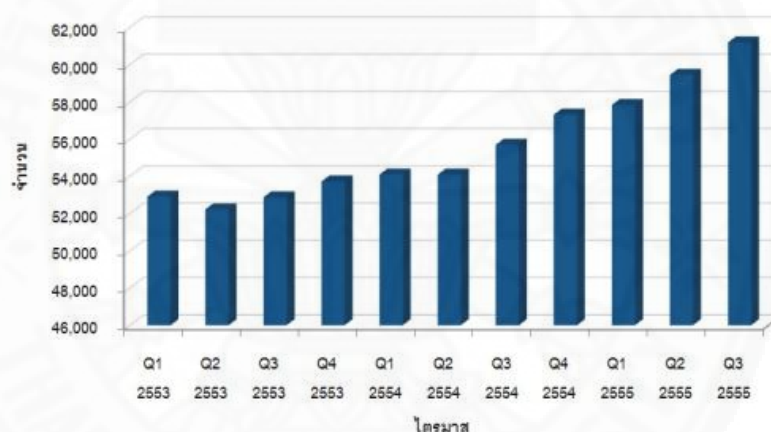
## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

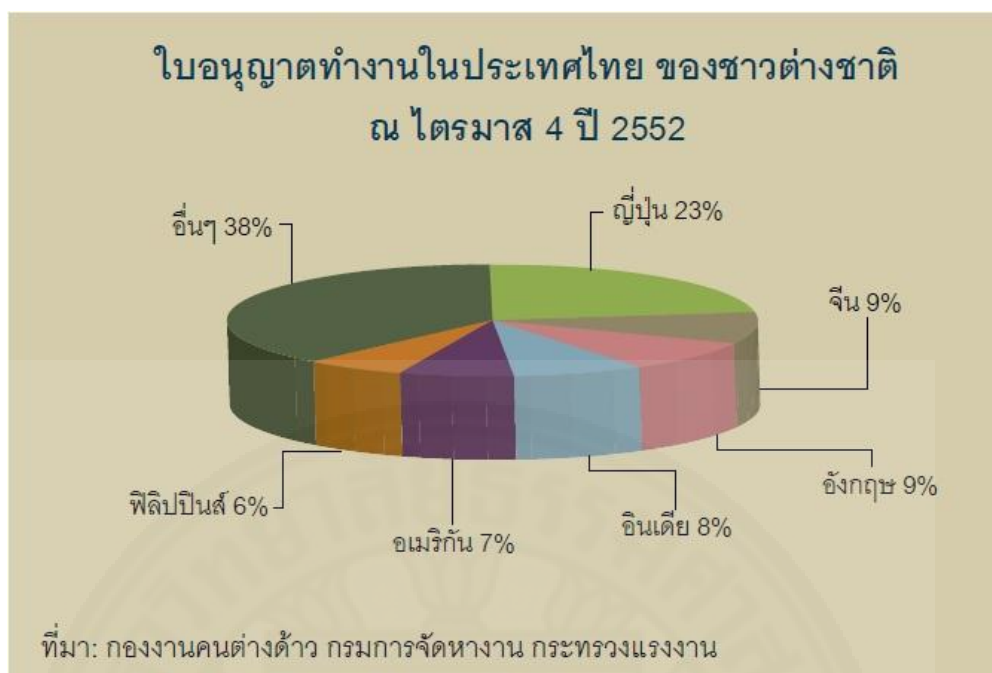
ในปัจจุบันมีจำนวนของชาวต่างชาติที่เข้ามาทำงานในประเทศไทยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเขตกรุงเทพมหานคร โดยจำนวนของชาวต่างชาติที่เข้ามาทำงานในกรุงเทพมหานคร ณ ไตรมาสที่ 3 ปี พ.ศ. 2555 มีอยู่ประมาณ 61,190 คน (สำนักบริหารแรงงานต่างด้าว กระทรวงแรงงาน และฝ่ายวิจัย คอลลิเออร์ส อินเตอร์เนชั่นแนล ประเทศไทย, 2555)

จำนวนของชาวต่างชาติที่เข้ามาทำงานในกรุงเทพมหานคร ณ ไตรมาสที่ 3 ปี พ.ศ. 2555



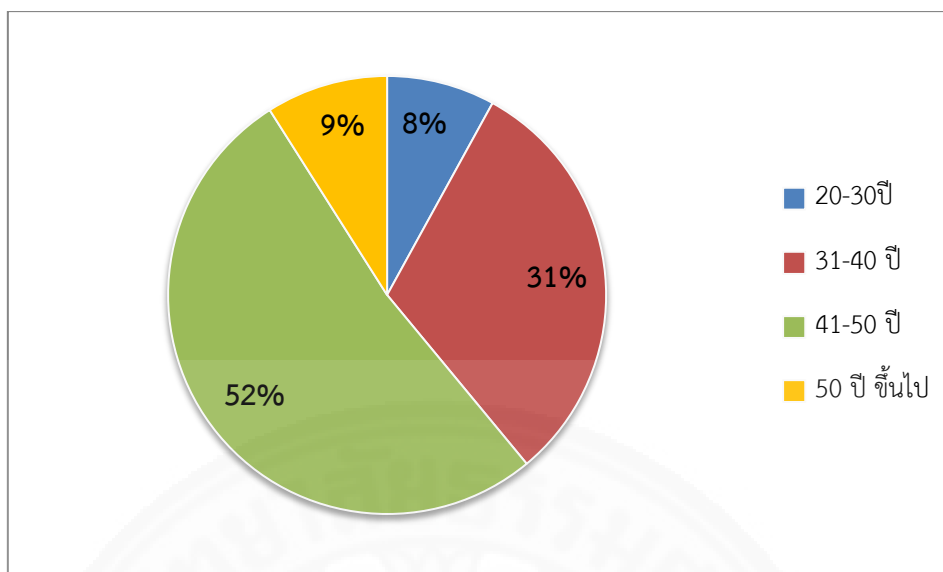
ภาพที่ 1.1 จำนวนชาวต่างชาติที่เข้ามาทำงานในกรุงเทพมหานคร ณ ไตรมาสที่ 3 ปี พ.ศ. 2555, โดยสำนักบริหารแรงงานต่างด้าว กระทรวงแรงงาน และฝ่ายวิจัย คอลลิเออร์ส อินเตอร์เนชั่นแนล ประเทศไทย, 2555.

โดยจากสถิติตัวเลขเกี่ยวกับจำนวนใบอนุญาตให้ชาวต่างชาติทำงานในกรุงเทพมหานคร พบว่ากรุงเทพมหานครมีชาวญี่ปุ่นเข้ามาทำงานในประเทศไทยมีสัดส่วนมากในอันดับต้น ๆ ของชาวต่างชาติที่เข้ามาทำงานในประเทศไทย โดยคิดเป็นร้อยละ 23 จากจำนวนชาวต่างชาติทั้งหมด และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปี (ธนาคารอาคารสงเคราะห์, 2554)



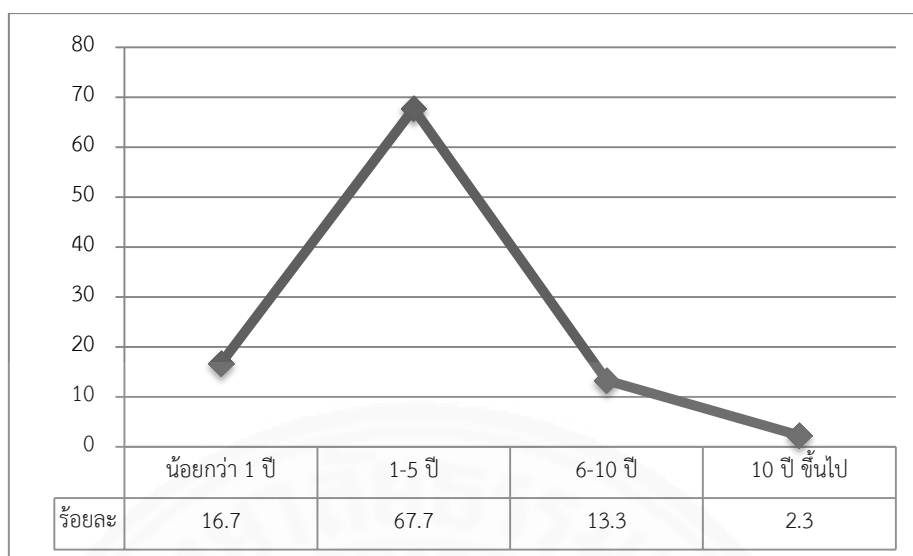
ภาพที่ 1.2 แผนภูมิแสดงใบอนุญาตทำงานในประเทศไทยของชาวต่างชาติ ณ ไตรมาส 4 ปี 2552, โดย กองงานคนต่างด้าว กรมการจัดหางาน กระทรวงแรงงาน, 2552.

โดยอายุเฉลี่ยของชาวญี่ปุ่นที่เข้ามาพำนักและทำงานในประเทศไทยอยู่ในช่วงระหว่าง 41-50 ปี มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52 อันดับที่สอง คือ อายุระหว่าง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.7 ซึ่งนับว่าทั้งสองกลุ่มเป็นผู้อยู่ในวัยที่มีบทบาทในทางเศรษฐกิจและสังคมอย่างสูงตามมาตรฐานทางด้านแรงงานในญี่ปุ่น



ภาพที่ 1.3 แผนภูมิแสดงอายุเฉลี่ยของชาวญี่ปุ่นที่พำนักอยู่ในประเทศไทย, โดย สถาบันเอเชียศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2547.

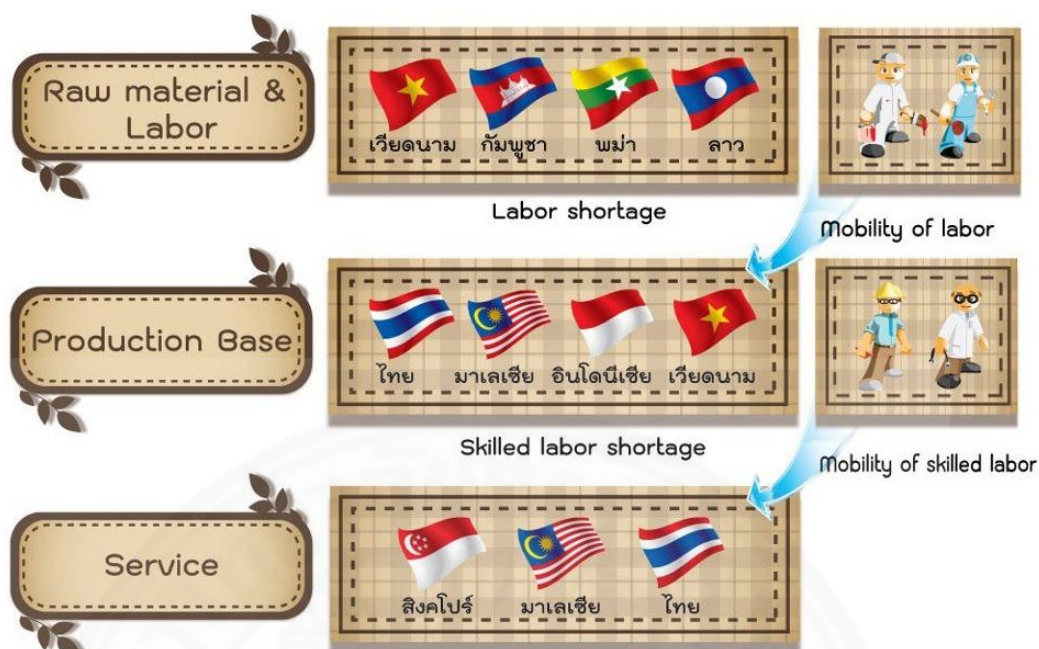
จากข้อมูลพบว่าระยะเวลาที่คนญี่ปุ่นเข้ามาทำงานในประเทศไทยอยู่ในช่วงเวลานั้น ๆ คือมีอายุการทำงานระหว่าง 1-5 ปี มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 67.7 อันดับที่สองคือ ระยะเวลาที่เข้ามาทำงานในประเทศไทยที่มีอายุการทำงานน้อยกว่า 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 16.7 อันดับที่สามคือ ระยะเวลาที่เข้ามาทำงานในประเทศไทยที่มีอายุการทำงานระหว่าง 6-10 ปี คิดเป็นร้อยละ 13.3 และอันดับสุดท้ายคือระยะเวลาในการทำงาน 10 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 2.3 แสดงให้เห็นว่าคนญี่ปุ่นที่เข้ามาทำงานในประเทศไทยส่วนใหญ่ระยะเวลาการทำงานในประเทศไทยจะถูกกำหนดเป็นเทอม มีทั้งเทอมละ 3 ปี และ 5 ปี



ภาพที่ 1.4 กราฟแสดงระยะเวลาการทำงานในประเทศไทยของชาวญี่ปุ่น, โดย สถาบันเอเชียศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2547.

นอกจากนี้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่กำลังจะเกิดขึ้นอย่างเต็มรูปแบบในปี พ.ศ. 2558 นี้ จะกลายเป็นจุดเปลี่ยนครั้งสำคัญของเศรษฐกิจไทยในทุกด้าน ทั้งการค้าสินค้า การค้าบริการ การเคลื่อนย้ายการลงทุน แรงงานและเงินทุน โดยการรวมตัวของชาติใน Asean 10 ประเทศ โดยมี ไทย พม่า ลาว เวียดนาม มาเลเซีย สิงคโปร์ อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ กัมพูชา และบรูไน เพื่อที่จะให้มีผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจร่วมกันนั้น จะเอื้ออำนวยให้ชาวต่างชาติเข้ามาลงทุนในประเทศไทยมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้เกิดการเคลื่อนย้ายของแรงงานเป็นไปอย่างเสรียิ่งขึ้น โดยต่อไปในอนาคตจะมีการเคลื่อนย้ายแรงงานมากขึ้นจากกลุ่มประเทศที่มีวัตถุดิบและแรงงาน ก็จะเคลื่อนย้ายไปกลุ่มประเทศที่เป็นฐานการผลิต ซึ่งกลุ่มคนเหล่านี้จะเป็นพวกผู้ใช้แรงงาน ในขณะที่แรงงานกลุ่มประเทศที่เป็นฐานการผลิต ก็จะย้ายไปกลุ่มประเทศที่มีฐานบริการ เพราะจะเป็นกลุ่มประเทศที่มีค่าจ้างแรงงานสูง กลุ่มคนเหล่านี้จะเป็นพวกแรงงานที่มีทักษะที่ต้องมีใบอนุญาตในการทำงาน





ภาพที่ 1.5 ภาพแสดงแนวโน้มการเคลื่อนย้ายของแรงงานเมื่อมีการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ในปี พ.ศ. 2558, โดย สถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจ ศศินทร์ แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2555.

ซึ่งจากการเคลื่อนย้ายของแรงงานที่เป็นไปอย่างเสรีนี้ อาจส่งผลให้เกิดเป็นชุมชนชาวต่างชาติ ในประเทศไทย ดังเช่น ชุมชนชาวจีนในบริเวณเยาวราช ชุมชนชาวพม่าบริเวณมหาชัย และชุมชนชาวญี่ปุ่นบริเวณสุขุมวิท 33/1 ในปัจจุบัน

จากการศึกษาพบว่ารูปแบบการเกิดขึ้นของชุมชนญี่ปุ่นทั้งในประเทศไทยและประเทศอื่น ๆ ที่มีชาวญี่ปุ่นทำงานและอาศัยอยู่ เป็นผลเนื่องมาจากวัฒนธรรมการอยู่ร่วมกันเป็นกลุ่มหรือสังคมของคนญี่ปุ่น โดยลักษณะเฉพาะของสังคมญี่ปุ่นในเรื่องของความเป็นสังคม “กลุ่ม” เป็นส่วนสำคัญในการผลักดันให้เกิดความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ความสำคัญของความเป็นกลุ่มในสังคมญี่ปุ่นนั้นไม่ได้มีความหมายเพียงแค่การช่วยเหลือเกื้อกูลกันในการร่วมกันทำงานเท่านั้น หากแต่มีความหมายครอบคลุมถึงการดำรงชีวิตในมิติอื่น ๆ ของคนญี่ปุ่นอย่างกว้างขวางอีกด้วย โดยความเป็นสังคมที่เน้นการรวมกลุ่มของชาวบ้านญี่ปุ่นในอดีตมีเงื่อนไขอย่างน้อย 2 ด้านด้วยกัน ด้านแรก เนื่องจากสังคมชาวบ้านญี่ปุ่นสมัยก่อนเป็นสังคมเกษตร ดังนั้นจึงมีความจำเป็นที่จะต้องสร้างความร่วมมือร่วมใจกันในการจัดการกับการดำรงชีวิตในทุกมิติ ด้านต่อมา คือ ในสังคมชาวบ้านญี่ปุ่นยังมีฐานทางความเชื่อที่เกี่ยวพันความสำนึกถึงความสำคัญของกลุ่มด้วย ได้แก่ ความเชื่อทางศาสนา ทั้งศาสนาพุทธชินโต ขงจื้อ และผี กล่าวได้ว่าความเป็นเกาะของญี่ปุ่นที่มีการติดต่อกับอาณาจักรรอบข้างไม่มากนัก ส่งผลให้สังคมญี่ปุ่นในสมัยโบราณมีเวลาที่จะย่อยเอาความเชื่อทางศาสนาจากหลายแหล่งมารวมกันเพื่อทำ

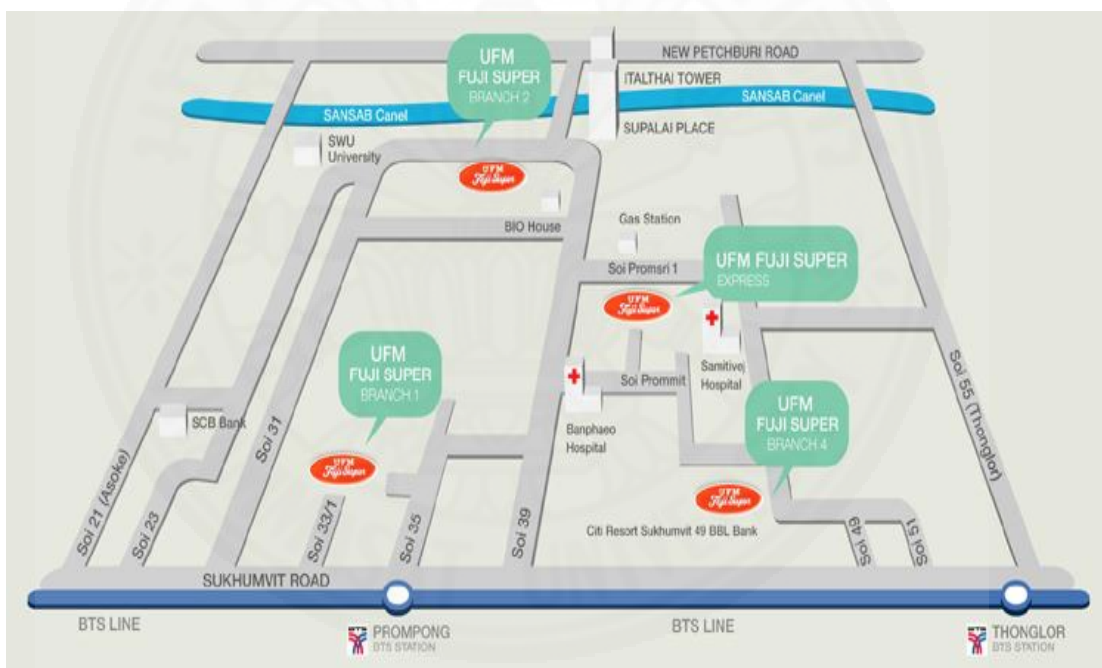
ให้การดำรงชีวิตนั้นเป็นไปได้อย่างมีความหมายตามเงื่อนไขทางการผลิตของสังคม (Japanization, อรรถจักร์ สัตยานุรักษ์, 2548)

จากปัจจัยที่กล่าวมาข้างต้นนี้ จึงส่งผลให้เกิดการรวมกลุ่มกันของชาวญี่ปุ่นขึ้นในหลาย ๆ ประเทศที่คนญี่ปุ่นเดินทางไปทำงาน และพักอาศัย ทั้งในประเทศบราซิล อเมริกา ฟิลิปปีนส์ รวมถึงประเทศไทยด้วย โดยจากการที่ชาวญี่ปุ่นเป็นชาวต่างชาติกลุ่มใหญ่ที่สุดที่เข้ามาทำงานและใช้ชีวิตในประเทศไทย และลักษณะการเข้ามาทำงานของคนญี่ปุ่นจะเป็นการย้ายมาทั้งครอบครัว จึงส่งผลให้เกิดธุรกิจบริการที่รองรับการใช้ชีวิตของครอบครัวญี่ปุ่นในพื้นที่สุขุมวิท พื้นที่การใช้ชีวิตของชาวญี่ปุ่นส่วนใหญ่ จะเริ่มตั้งแต่สี่แยกปทุมวัน สีลม เพลินจิต ซอยนานา แยกอโศก พร่อมพงษ์ ทองหล่อ และไปสิ้นสุดที่แยกเอกมัย จากการสำรวจและเก็บข้อมูล จากวารสารที่จัดพิมพ์เพื่อชาวญี่ปุ่นในกรุงเทพฯ ช่วงปี 2549-2550 พบว่า แผนที่กรุงเทพฯ สำหรับชาวญี่ปุ่นในวารสารทุกฉบับจะมีขอบเขตของแผนที่ที่ตรงกัน คือ ฝั่งตะวันตกจะสิ้นสุดที่สี่แยกปทุมวัน ฝั่งตะวันออกสิ้นสุดที่สามแยกเอกมัย ทิศเหนือจะสิ้นสุดที่ถนนเพชรบุรี และทิศใต้จะสิ้นสุดที่บริเวณถนนสีลมช่วงศาลาแดง (ภาพที่ 1.6) เพราะชาวญี่ปุ่นต้องการให้คนในครอบครัวใช้เวลาในการเดินทางไปต่าง ๆ เช่น ที่ทำงาน โรงเรียน แหล่งช้อปปิ้ง ไม่เกิน 15 นาที นอกจากนี้สุขุมวิทยังมีโรงพยาบาลที่มีคุณภาพสูงและมีบุคลากรที่สามารถสื่อสารภาษาญี่ปุ่นได้ เช่น โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ โรงพยาบาลสมิติเวช โรงพยาบาลกรุงเทพ รวมถึงร้านอาหารคุณภาพสูงซึ่งปรุงโดยคนญี่ปุ่น ร้านขนมปังญี่ปุ่นที่ทำโดยคนญี่ปุ่น ร้านหนังสือ ตลอดจนธุรกิจบริการที่สามารถสื่อสารภาษาญี่ปุ่นได้ และบ้านพักอาศัย คอนโดมิเนียมที่มีคุณภาพ ปลอดภัย และมีสภาพแวดล้อมที่ดี (City Research Unit, 2554)



ภาพที่ 1.6 แผนที่ย่านสำหรับชาวญี่ปุ่นในกรุงเทพฯ, โดย City Research Unit, 2554.

โดยจากการศึกษาถึงต้นกำเนิดของชุมชนญี่ปุ่นบริเวณซอยสุขุมวิท 33/1 พบว่ามีต้นกำเนิดมาจากการเปิดบริการของร้านซูเปอร์มาร์เก็ตญี่ปุ่น (UFM Fuji Super) ปัจจุบันมีทั้งสิ้น 4 สาขา คือ 1) ซอยสุขุมวิท 33/1 2) ซอยสุขุมวิท 39 (พร้อมพงษ์) 3) ซอยสุขุมวิท 39 (พร้อมศรี 1) 4) ชั้น 1 อาคาร ซิตี้สโตร์ สุขุมวิท 49 ตามลำดับ ซึ่งจะกระจายตัวอยู่ตามแหล่งที่พักอาศัยของชาวญี่ปุ่นทั้งสิ้น เนื่องจากชาวญี่ปุ่นต้องการให้คนในครอบครัวใช้เวลาในการเดินทางไปที่ต่าง ๆ เช่น ที่ทำงาน แหล่งช้อปปิ้ง ไม่เกิน 15 นาที โดยเปิดบริการสาขาแรกในประเทศไทยบริเวณซอยสุขุมวิท 33/1 ในปี พ.ศ. 2528 นับว่าเป็นซูเปอร์มาร์เก็ตญี่ปุ่นที่เก่าแก่ที่สุดในประเทศไทย ซึ่ง UFM Fuji Super แห่งนี้ เป็นจุดดึงดูดสำคัญที่ทำให้ชาวญี่ปุ่นเข้ามาใช้งานภายในซอยสุขุมวิท 33/1 และก่อให้เกิดร้านค้าและบริการต่าง ๆ ขึ้นในอาคารพาณิชย์ภายในซอยสุขุมวิท 33/1 เพื่อให้บริการแก่ชาวญี่ปุ่นที่เข้ามาจับจ่ายใช้สอยภายในร้านซูเปอร์มาร์เก็ตญี่ปุ่นบริเวณด้านในของซอย



ภาพที่ 1.7 แผนที่ UFM Fuji Super สาขาต่าง ๆ ในกรุงเทพมหานคร, จาก [ufmfujisuper.com/jp/map.html](http://ufmfujisuper.com/jp/map.html), 2557.





ภาพที่ 1.8 ภาพร้านค้าและบริการภายในชุมชนชาวญี่ปุ่นบริเวณสุขุมวิท 33/1, โดย ผู้วิจัย, 2556.

จากข้อมูลดังกล่าว ถึงแม้ว่าชุมชนชาวญี่ปุ่นบริเวณสุขุมวิท 33/1 ซึ่งเป็นชุมชนดั้งเดิม จะเป็นเพียงชุมชนขนาดเล็กในประเทศไทย แต่มีความสำคัญในหลายด้าน ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ และวัฒนธรรม แต่เนื่องด้วยในปัจจุบันพื้นที่ดังกล่าวมีคนเข้ามาใช้งานน้อยกว่าในอดีต (City Research Unit, 2554) อันเป็นผลสืบเนื่องมาจากการกระจายตัวของร้านค้าและร้านอาหารญี่ปุ่นที่มีมากขึ้นในปัจจุบัน ส่งผลให้เกิดเป็นชุมชนชาวญี่ปุ่นแห่งใหม่เกิดขึ้นในบริเวณต่าง ๆ ของกรุงเทพมหานคร ยกตัวอย่างเช่น ชุมชนญี่ปุ่นบริเวณซอยนริยะ ศูนย์การค้า Nihonmachi บริเวณสุขุมวิท 26 และ ศูนย์การค้า J-Avenue บริเวณซอยทองหล่อ 15 เป็นต้น จากการเพิ่มขึ้นของชุมชนชาวญี่ปุ่นในกรุงเทพมหานครในปัจจุบัน ส่งผลให้ชุมชนชาวญี่ปุ่นดั้งเดิมบริเวณซอยสุขุมวิท 33/1 มีผู้ใช้งานลดน้อยลงกว่าในอดีต อันเนื่องมาจากความเสื่อมโทรมภายในพื้นที่ และขาดการปรับปรุงให้ทันสมัยเมื่อเปรียบเทียบกับชุมชนญี่ปุ่นแห่งใหม่ที่เกิดขึ้นในบริเวณอื่น ๆ โดยรอบ

จากปัญหาข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีแนวคิดที่จะใช้องค์ความรู้ทางด้านการบริหารจัดการทรัพยากรทางกายภาพ (Facility Management) มาช่วยในการพัฒนาและปรับปรุงชุมชนชาวญี่ปุ่นในบริเวณซอยสุขุมวิท 33/1 เน้นการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ภายในพื้นที่อย่างมีประสิทธิภาพให้มากที่สุด โดยมุ่งเน้นความสัมพันธ์ขององค์ประกอบ 3 ส่วน คือ อาคารสถานที่ กิจกรรมที่เกิดขึ้นภายในพื้นที่ และบุคคลที่ใช้งานในพื้นที่ ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญในการบริหารจัดการทรัพยากรกายภาพ นอกจากนี้ยังใช้แนวคิดทางด้านการพัฒนาย่านการค้าระดับชุมชนเมือง (Neighborhood Shopping Street) โดยมีแนวคิดในการจัดเตรียมบริการพื้นฐาน สาธารณูปโภค-สาธารณูปการ ร้านค้า พื้นที่พักผ่อน และอื่น ๆ ที่จำเป็นในการดำรงชีวิตให้พอเพียงสำหรับชุมชนขนาดเล็ก เพื่อความสะดวกในการกระจายบริการได้ทั่วถึงและไม่สิ้นเปลือง รวมทั้งสะดวกในการบริหารจัดการ โดยใช้องค์ความรู้ทางด้านการบริหารจัดการทรัพยากรทางกายภาพควบคู่ไปกับแนวคิดทางด้านการพัฒนาย่านการค้าระดับชุมชนเมือง ประกอบกับรูปแบบการดำเนินชีวิต และวัฒนธรรมของชาวญี่ปุ่น เพื่อนำองค์ความรู้ทั้งหมดดังกล่าวมาพัฒนาพื้นที่ชุมชนชาวญี่ปุ่นบริเวณสุขุมวิท 33/1 ให้มีคุณภาพ และประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นกว่าในปัจจุบัน เพื่อรองรับกับกลุ่มผู้ใช้งานที่มีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นในอนาคต (กลุ่มวิจัยเมืองสร้างสรรค์ สถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมืองมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2551)

## 1.2 ชุมชนชาวญี่ปุ่นบริเวณต่าง ๆ ในเขตกรุงเทพมหานคร

จากการศึกษาพบว่าในปัจจุบันกรุงเทพมหานครมีการกระจายตัวของร้านค้าและร้านอาหารญี่ปุ่นที่มีมากขึ้น และจากการที่มีชาวญี่ปุ่นเข้ามาทำงานในอัตราที่สูงขึ้น ส่งผลให้เกิดการเพิ่มขึ้นของชุมชนญี่ปุ่นในบริเวณต่าง ๆ ของกรุงเทพมหานคร ดังต่อไปนี้

### 1.2.1 สุขุมวิท 33/1

เป็นที่รวมของร้านค้าและบริการของชาวญี่ปุ่นโดยตรง ประกอบไปด้วยร้านอาหาร ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านหนังสือ เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีกิจการของคนไทยที่รองรับให้บริการชาวญี่ปุ่น อาทิเช่น ร้านนวดสปา

### 1.2.2 ซอยรณิยะ

ถือเป็นสถานที่ที่เที่ยวกว้างคั่นยอดนิยมของผู้ชายญี่ปุ่นในกรุงเทพมหานคร โดยในเวลากลางวันคนญี่ปุ่นจะเข้ามารับประทานอาหารเช้าในร้านอาหารญี่ปุ่นภายในซอย ขณะที่ในเวลากลางคืนจะเป็นเวลาเปิดบริการของ ร้าน บาร์ คาราโอเกะ บาร์ญี่ปุ่น ที่มีกลุ่มเป้าหมายหลักเป็นลูกค้าชาวญี่ปุ่น

### 1.2.3 Nihonmachi

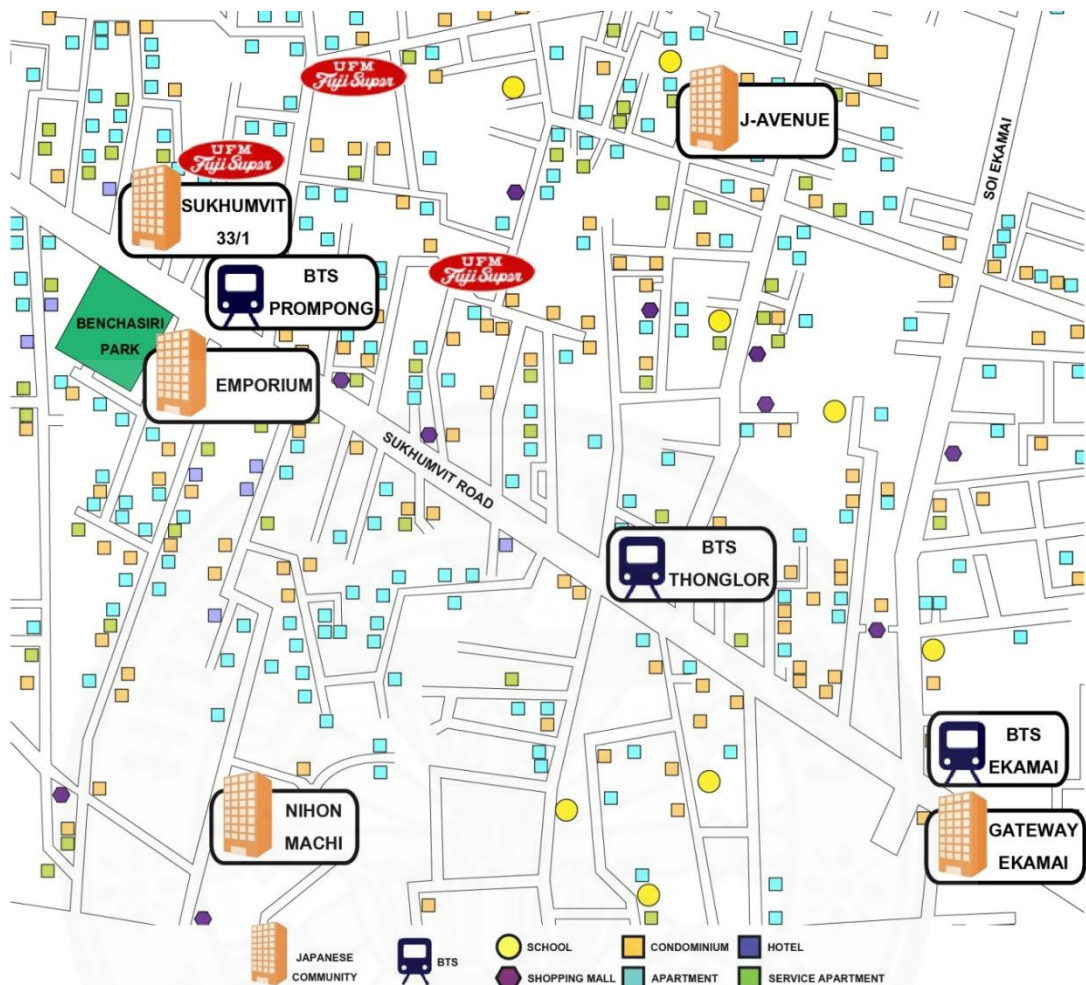
ตั้งอยู่บริเวณสุขุมวิท 26 ศูนย์การค้าแบบ Community Mall ที่เน้นร้านค้าญี่ปุ่น เช่น ร้านอาหารญี่ปุ่น ร้านกาแฟ เบเกอรี่สไตล์ญี่ปุ่น

### 1.2.4 Gateway Ekamai

ศูนย์การค้าที่เน้นการตกแต่งแบบญี่ปุ่น ตั้งอยู่บริเวณสี่แยกเอกมัย ภายในศูนย์การค้าประกอบไปด้วย ร้านอาหารญี่ปุ่น ร้านหนังสือ ร้านเสริมสวย รวมไปถึงลานกิจกรรมกลางศูนย์การค้า ที่มีการจัดแสดงเทศกาลต่าง ๆ ของญี่ปุ่น

### 1.2.5 J-Avenue

ถือเป็น Lifestyle Shopping Center แห่งแรกของไทย ประกอบด้วยร้านอาหาร ร้านค้า บริการหลากหลายรูปแบบ ซูเปอร์มาร์เก็ต และเอ็นเตอร์เทนเมนต์รวมอยู่ในที่เดียวกัน กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของ J Avenue ทองหล่อ คือกลุ่มลูกค้าญี่ปุ่นและลูกค้าไทย ในสัดส่วน



ภาพที่ 1.9 ชุมชนญี่ปุ่นบริเวณต่าง ๆ ในเขตกรุงเทพมหานคร, โดย ผู้วิจัย, 2556.

จากการศึกษาพบว่าในปัจจุบันกรุงเทพมหานครมีชุมชนชาวญี่ปุ่นเกิดขึ้นหลายแห่ง โดยเกือบทั้งหมดอยู่ภายในบริเวณย่านสุขุมวิทและเอกมัย ซึ่งเป็นย่านที่คนญี่ปุ่นนิยมอยู่อาศัยมากที่สุด ในกรุงเทพมหานคร เพราะใกล้สถานที่ทำงานและเต็มไปด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ จากการเก็บข้อมูลยังพบว่าบริเวณโดยรอบของ UFM Fuji Supermarket ทั้ง 4 สาขา จะเต็มไปด้วยคอนโดมิเนียม และอพาร์ทเมนท์ที่คนญี่ปุ่นนิยมพักอาศัย อันเนื่องมาจากความสะดวกในการซื้อสินค้าอุปโภคและบริโภค



### 1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย

1.3.1 ศึกษาวัฒนธรรมการอยู่อาศัยของชาวต่างชาติในกรุงเทพมหานคร โดยเฉพาะการตั้งถิ่นฐานของชุมชนชาวญี่ปุ่นในกรุงเทพมหานคร

1.3.2 ศึกษาลักษณะองค์ประกอบทางกายภาพของย่านการค้าในพื้นที่ชุมชนชาวญี่ปุ่นและกิจกรรมในย่านการค้าที่เกิดขึ้น ในบริเวณซอยสุขุมวิท 33/1

1.3.3 ศึกษาหาแนวทางในการบริหารจัดการพื้นที่ชุมชนชาวญี่ปุ่นให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตของชาวญี่ปุ่นในปัจจุบันและมาตรฐานของชุมชนย่านการค้าที่ดี โดยเทียบเคียงกับมาตรฐานการออกแบบชุมชนที่ดี เพื่อให้ตอบสนองกับวัฒนธรรมการอยู่อาศัยแบบรวมกลุ่มของคนญี่ปุ่นในกรุงเทพมหานคร ผู้ใช้งานซึ่งส่วนใหญ่เป็นชาวญี่ปุ่น และจำนวนผู้ใช้งานที่เข้ามาใช้บริการต่าง ๆ ภายในซอยสุขุมวิท 33/1

### 1.4 ขอบเขตของการวิจัย

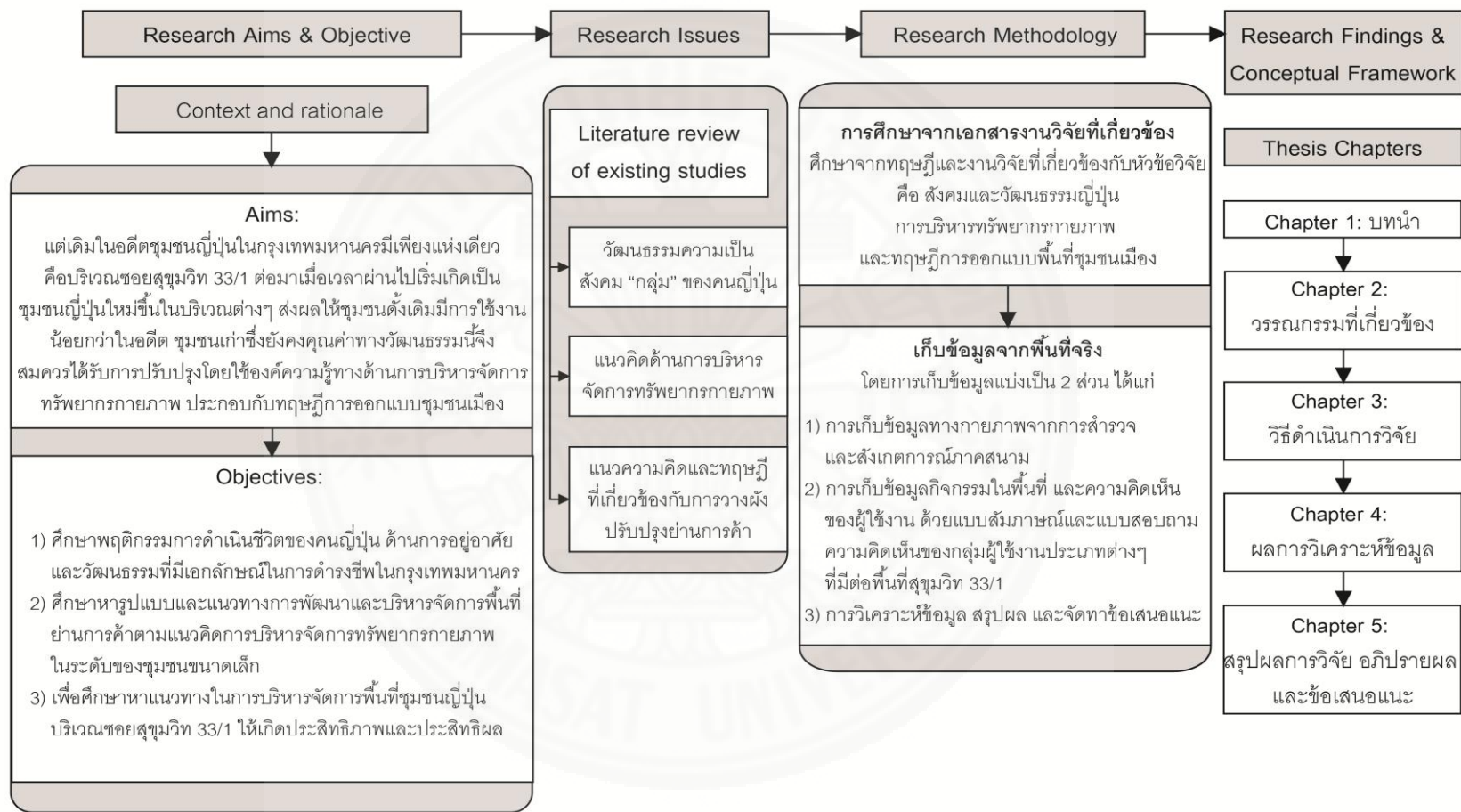
มุ่งเน้นศึกษาลักษณะองค์ประกอบด้านกายภาพของย่านการค้าชุมชนชาวญี่ปุ่น ในชุมชนระดับ Neighborhood ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งตั้งอยู่บริเวณซอยสุขุมวิท 33/1 จำนวน 8 ไร่ 1 งาน อันเป็นที่รวมของร้านค้าและบริการของชาวญี่ปุ่นโดยตรง และศึกษาวัฒนธรรมการอยู่ร่วมกันเป็นกลุ่มอันเป็นเอกลักษณ์ของชาวญี่ปุ่นที่อาศัยอยู่ภายในย่านชุมชนเมือง เพื่อวิเคราะห์หาสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็น (Facilities) ที่ตอบสนองต่อกิจวัตรประจำวันและพฤติกรรมในการใช้ชีวิตของคนญี่ปุ่นในกรุงเทพมหานคร

## 1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากงานวิจัย

1. ทราบถึงปัจจัยสำคัญและ สิ่งอำนวยความสะดวก (facilities) ที่มีผลต่อการพัฒนาพื้นที่ชุมชนชาวญี่ปุ่นในประเทศไทย เพื่อสามารถนำไปวางแผนพัฒนาพื้นที่ชุมชนชาวญี่ปุ่นในบริเวณอื่น ๆ ที่เกิดขึ้นในอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. ทราบถึงแนวทางการพัฒนาและบริหารจัดการพื้นที่ย่านการค้าตามแนวคิดการบริหารจัดการทรัพยากรกายภาพในระดับของชุมชนขนาดเล็ก Neighborhood เพื่อสามารถนำแนวทางการพัฒนาพื้นที่นี้ไปใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ในการพัฒนาพื้นที่อื่น ๆ
3. สามารถนำวิธีวิจัยที่ได้จากงานวิจัยชิ้นนี้ นำไปใช้ศึกษากับชุมชนชาวต่างชาติอื่น ๆ ที่มีลักษณะเฉพาะในกรุงเทพมหานคร เช่น ชุมชนชาวเกาหลี ชุมชนชาวจีน เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลในเชิงลึก

## 1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

- 1.6.1 ชุมชนชาวญี่ปุ่น (Japanese Community) หมายถึง ตลาดชุมชน อันเป็นสถานที่รวมกลุ่มของร้านค้าและบริการที่มุ่งเน้นให้บริการกับชาวญี่ปุ่นที่พำนักอาศัยอยู่ในต่างประเทศ
- 1.6.2 การบริหารจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก (Facility Management) หมายถึง กระบวนการประสานการทำงานระหว่าง คน สถานที่ และกิจกรรม เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้งาน เพื่อก่อให้เกิดสภาพแวดล้อมที่มีคุณภาพและประสิทธิภาพ ต้องมีการวางแผน รวมทั้งมีการกำหนดแนวทางและยุทธศาสตร์ที่ชัดเจน โดยอยู่ภายใต้การใช้ทรัพยากรอย่างเหมาะสม
- 1.6.3 การพัฒนาพื้นที่ย่านการค้า (Shopping Street Development) หมายถึง การพัฒนาพื้นที่ย่านการค้าเป็นกระบวนการปรับปรุงชีวิตความเป็นอยู่ของผู้ที่ใช้งานภายในพื้นที่ให้ดียิ่งขึ้น ทั้งทางด้านประชากร สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ เศรษฐกิจ สังคม โดยความร่วมมือกันระหว่างหน่วยงานที่พัฒนา และประชาชนที่ใช้งานภายในพื้นที่นั้นเป็นสำคัญ



ภาพที่ 1.10 Research Roadmap, โดย ผู้วิจัย, 2557.

## บทที่ 2

### วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมทฤษฎีและงานวิจัยในลักษณะต่อไปนี้ เพื่อรวบรวมและเปรียบเทียบแนวคิดและทฤษฎีของนักวิชาการจากทั้งในและต่างประเทศ เพื่อสรุปแนวความคิดเกี่ยวกับการบริหารจัดการทรัพยากรกายภาพ แนวทางการปรับปรุงและพัฒนาพื้นที่ชุมชนย่านการค้าขนาดเล็ก

#### 2.1 รากฐานทางวัฒนธรรมของชนญี่ปุ่น

Robert C. Cristopher (1984) The Japanese Mind กล่าวว่า กลุ่มชาวญี่ปุ่นในปัจจุบัน ประกอบขึ้นด้วยกลุ่มบุคคลในอดีต ได้แก่ ยามาโตะ โอนุ และริวคิวอิง (ชาวโอกินาวะ) โดยเชื้อชาติและวัฒนธรรมแล้วประเทศญี่ปุ่นเป็นชาติหนึ่งที่มีลักษณะเป็นชนกลุ่มเดียวกันมากที่สุดชาติหนึ่ง ด้วยเหตุนี้จึงเป็นพื้นฐานในการที่ทำให้คนญี่ปุ่นสามารถทำสังคมของชาวญี่ปุ่นให้เป็นแบบตะวันตกได้ง่าย และยังคงเอกลักษณ์และความรู้สึก ที่เป็นคุณลักษณะสำคัญของตนเองไว้ได้อีกด้วย

สังคมและวัฒนธรรมของญี่ปุ่น พัฒนาไปในแนวทางที่แยกตัวเองอยู่อย่างโดดเดี่ยว โดยสิ่งที่ยั่งยืนและมีอิทธิพลมากที่สุดต่อญี่ปุ่นที่ชาวญี่ปุ่นนำเข้ามาจากจีน นั่นก็คือสติปัญญา และความเชื่อในเรื่องไสยศาสตร์ศาสนาพื้นเมืองของชาวญี่ปุ่นที่เรียกว่า ศาสนาชินโต หรือวิถีทางแห่งพระเจ้า นั้นเป็นความเชื่อในเรื่อง ภูตผี ปีศาจ ที่มีประเพณีในการบนบานศาลกล่าวต่อปรากฏการณ์ธรรมชาติ และ ภูตผี บรรพบุรุษ ที่มีอิทธิฤทธิ์ เช่น พระเจ้าดวงอาทิตย์ อะมะเทระสุ โอมิกามิ อีกสิ่งหนึ่งที่ได้รับมาจากประเทศจีนนั่นก็คือ "ลัทธิขงจื้อ" โดยเนื้อหาของลัทธิขงจื้อ คือ ระบบจริยธรรมระบบหนึ่งมากกว่าที่จะเรียกว่าเป็นศาสนา ลัทธิขงจื้อเน้นในเรื่องของ ความกตัญญู มารยาทอันงดงาม และความสัมพันธ์ส่วนบุคคลเน้นคุณค่าที่การศึกษา และการทำงานหนัก ซึ่งเป็นจริยธรรมที่ดูแล้วเหมาะกับชาวญี่ปุ่น ที่มีลักษณะเน้นในการปฏิบัติ คุณค่าของลัทธิขงจื้อถึงปัจจุบันก็ยังยึดมั่นอยู่ในแนวคิด และชีวิตประจำวันของชาวญี่ปุ่น ถึงแม้ว่าทุกวันนี้จะมีคนญี่ปุ่นเพียงไม่กี่คนที่จะบอกว่าตนเป็นผู้นิยมลัทธิขงจื้อก็ตาม



ภาพที่ 2.1 ภาพถ่ายชาวไอนุ ถ่ายเมื่อ พ.ศ. 2447 (ค.ศ. 1904). จาก *Ainu: Spirit of a Northern People*, โดย William W. Fitzhugh and Chisato O. Dubreuil, 2542, U.S.A.: University of Washington Press.

ปี พ.ศ.2181 ญี่ปุ่นได้ปิดประเทศจากโลกภายนอกอย่างสมบูรณ์เป็นเวลาเกือบสองร้อยปี ไม่มีชาวญี่ปุ่นคนไหนได้รับอนุญาตให้เดินทางออกนอกประเทศเลย และชาวต่างชาติที่ได้รับอนุญาตให้อยู่ในญี่ปุ่นได้ ก็มีเพียงพ่อค้าชาวดัตช์เพียงไม่กี่คนเท่านั้น และถูกกำหนดให้อาศัยอยู่เฉพาะที่เกาะเล็ก ๆ ในเขตท่าเรือของเมืองนางาซากิเท่านั้น

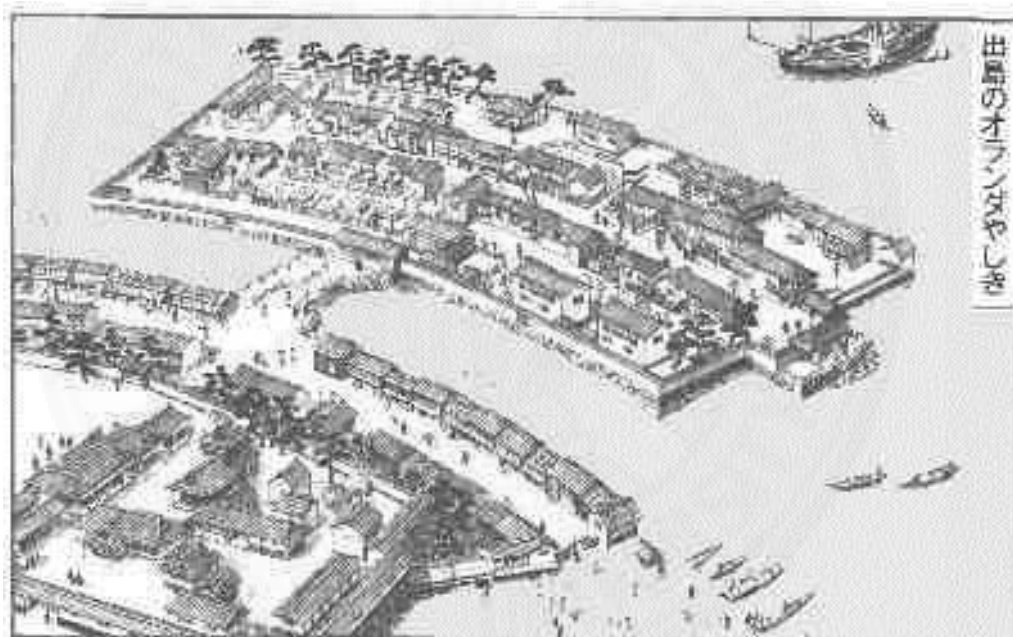
ซึ่งการปิดประเทศและอยู่อย่างโดดเดี่ยวของญี่ปุ่นนั้นมิใช่จะไม่มีการพัฒนาต่างประเทศ โดยสิ้นเชิงเสียทีเดียว เพราะการที่ยอมให้พ่อค้าชาวดัตช์อาศัยอยู่เฉพาะที่เกาะเล็ก ๆ ในเขตท่าเรือของเมืองนางาซากินั้นก็เป็นเสมือนการเปิดหน้าต่างสู่โลกภายนอกภาษาดัตช์ได้กลายมาเป็นภาษาของชาวตะวันตกที่ชาวญี่ปุ่นได้ศึกษากัน และการอ่านหนังสือ ภาษาดัตช์จากประเทศฮอลแลนด์ก็ทำให้ชาวญี่ปุ่นได้ศึกษาความก้าวหน้า ทั้งทางวิทยาศาสตร์ และวิทยาการต่าง ๆ ของชาวตะวันตกได้ ผลที่ได้ก็คือ เมื่อญี่ปุ่นเปิดประเทศอีกครั้ง ญี่ปุ่นก็อยู่ในฐานะที่มีกำลังคนจำนวนหนึ่งที่มีความสามารถที่จะรับ เทคโนโลยี และแนวความคิดที่ละเอียดอ่อนของชาวตะวันตกได้

การปิดประเทศของญี่ปุ่น ในระหว่างปี พ.ศ.2318 จนถึงการเดินทางมาของ พลเรือตรี เปอร์รี่ ในปี พ.ศ.2396 มีคุณค้ำมหาศาลต่อญี่ปุ่น ในช่วงเวลานี้ที่รู้จักกันว่าเป็นยุคของ โทกุกาว่า ที่มีความซับซ้อนทั้งทางเศรษฐกิจ และชีวิตของชาวญี่ปุ่น เป็นยุคที่มีการเกิดขึ้นของชนชั้นผู้ประกอบการ ออกมาให้เห็นหมายความว่า ในระยะต่อมากการสร้างสรรค์อุตสาหกรรมของญี่ปุ่นนั้นสามารถทำได้โดยชาวญี่ปุ่นเอง โดยไม่ต้องพึ่งพาชาวต่างชาติแต่อย่างใด และที่สำคัญกว่านั้น การปกครองโดย โชกุน โทกุกา



ว่า ที่รวบรวมอำนาจเอาไว้ทั้งหมด ได้พัฒนาความรักชาติอย่างรุนแรงขึ้นในคนญี่ปุ่น เป็นสำนักที่ลึกล้ำในความภาคภูมิใจในเอกลักษณ์เฉพาะของความเป็นประชาชนชาวญี่ปุ่น

มรดกทางประวัติศาสตร์ที่เป็นผลมาจากเงื่อนไขความจำเป็นทางด้านประวัติศาสตร์-ภูมิศาสตร์ที่เด่นชัด ได้แก่ ความเป็นเกาะที่แยกตัวออกจากพื้นที่แผ่นดิน มีผลทำให้สังคมญี่ปุ่นมีศักยภาพในการเลือกรับหรือไม่รับวัฒนธรรมจากต่างถิ่นได้ง่ายกว่ารัฐหรือสังคมที่อยู่บนผืนแผ่นดินใหญ่ กระบวนการเลือกสรรที่เกิดขึ้นในประวัติศาสตร์ดำเนินมาอย่างต่อเนื่อง และกระบวนการเลือกสรรที่สำคัญได้เกิดขึ้นในช่วงของการปิดประเทศในยุคสมัยเอโดะซึ่งจะเปิดให้ความรู้ ความคิดตลอดจนไปถึงสินค้าต่าง ๆ ไหลเข้ามาสู่สังคมญี่ปุ่นผ่านทางเมืองท่าทางตอนใต้เพียงเมืองเดียวเท่านั้น คือ เมืองท่านางาซากิ



ภาพที่ 2.2 ภาพวาดเมืองท่านางาซากิในยุคสมัยเอโดะ, โดย Dejima, Halbinsel vor Nagasaki, 2541.

กระบวนการเลือกสรรที่เกิดขึ้นมีผลอย่างมากต่อการสร้างสรรค์สติปัญญาของสังคมญี่ปุ่นเอง เพราะการเลือกสรรนำเข้าเฉพาะสิ่งที่มีความหมายและความสำคัญนั้นหมายความว่าสังคมญี่ปุ่นได้เปิดโอกาสให้ภูมิปัญญาของสังคมได้พัฒนาขึ้นอย่างเต็มที่และเป็นรากฐานในการนำเอาความรู้หรือสิ่งใหม่ ๆ จากภายนอกเข้ามาต่อยอดกับความรู้และภูมิปัญญาที่มีอยู่แล้วในสังคมได้เป็นอย่างดี

ซึ่งกระบวนการเลือกสรรดังกล่าว ได้นำเอาความรู้และสิ่งต่าง ๆ เข้ามาต่อยอดกับความรู้และภูมิปัญญาเดิมได้ก่อให้เกิดกระบวนการกลืนเข้ามาอยู่ภายในความเป็นญี่ปุ่น ซึ่งหมายความว่าสามารถนำเอาความรู้และสิ่งใหม่ ๆ ที่เลือกสรรมานั้นทำให้ “กลายเป็นญี่ปุ่น” ได้อย่างมีพลัง (Japanization, 2548, น.16-17)

## 2.2 วัฒนธรรมความเป็นสังคม “กลุ่ม” ของคนญี่ปุ่น

ความเป็นสังคม “กลุ่ม” ของญี่ปุ่นเป็นมรดกทางประวัติศาสตร์ที่สำคัญอย่างยิ่งเพราะตกทอดมาจากระบบความสัมพันธ์ทางสังคมเดิมในอดีตอย่างเข้มข้น หากจะเข้าใจสังคมญี่ปุ่นอย่างลึกซึ้ง จำเป็นต้องศึกษาความเป็นมาของคุณลักษณะทางสังคมดังกล่าว

ความเป็นสังคมที่เน้นการรวมกลุ่มของชาวบ้านญี่ปุ่นในอดีตมีเงื่อนไขอย่างน้อยสองด้านด้วยกัน ประการแรก เนื่องจากสังคมชาวบ้านสมัยก่อนเป็นสังคมเกษตร ดังนั้นจึงมีความจำเป็นที่จะต้องสร้างความร่วมมือร่วมใจกันในการจัดการกับการดำรงชีวิตในทุกมิติ ประการที่สอง รัฐมีความสำคัญในการทำให้สำนึกในความเป็นสังคม “กลุ่ม” ของคนญี่ปุ่นมั่นคงแน่นแฟ้นโดยเฉพาะความสัมพันธ์ระหว่างรัฐกับหมู่บ้าน ก่อนการปฏิรูปเมจิคือในสมัยโตกุทสึคาว่ารัฐญี่ปุ่นสัมพันธ์กับแคว้นต่าง ๆ อย่างกระชับมากขึ้น และบรรดาผู้ครองแคว้นก็จัดความสัมพันธ์ของตนกับชาวบ้านกระชับมากกว่าเดิมเช่นกัน ความสัมพันธ์ระหว่างรัฐศักดินาญี่ปุ่นกับชาวบ้านที่กระชับมากขึ้นนี้เป็นไปเพื่อที่บรรดาผู้ครองแคว้นจะสามารถดึงเอาส่วนเกินของชาวบ้านมาใช้ประโยชน์ในการจัดความสัมพันธ์ระหว่างตนกับรัฐส่วนกลาง เพราะเจ้าผู้ครองแคว้นจำเป็นต้องใช้เงินทองในการเดินทางไปยังเอโดะ (โตเกียว) เป็นประจำทุกปีตามกฎหมายในระบบชั้นคิโนโคไทที่โชกุนโตกุทสึคาว่ากำหนดขึ้น

จากรากฐานของการดำรงชีวิตด้วยระบบการผลิตเกษตรกรรมและพลังของรัฐที่ได้หล่อหลอมให้สำนึกของความเป็น “กลุ่ม” ทำให้สำนึกนี้กลายเป็นเรื่องที่อยู่ในระบบอารมณ์ความรู้สึกนึกคิดของชาวญี่ปุ่นในสังคมโดยทั่วไป การสังกัด “กลุ่ม” ถูกสร้างให้เป็นหลักการของการดำรงชีวิต ไม่ใช่เพียงแต่การมีกลุ่มให้สังกัดเท่านั้น หากแต่การสังกัด “กลุ่ม” มีความหมายถึงคนคนนั้นมีพันธกิจและภารกิจ (obligation and mission) ต่อกลุ่มไปพร้อม ๆ กัน (Japanization, 2548, น.96 - 100)

ศาสตราจารย์ นายแพทย์โตะอิ ทะเกะโอะ กล่าวถึงลักษณะการอยู่ร่วมกันเป็นกลุ่มของคนญี่ปุ่นจนกลายเป็นลักษณะประจำชาติญี่ปุ่นว่า วัฒนธรรมการอยู่ร่วมกันเป็นกลุ่มของคนญี่ปุ่นสืบเนื่องมาจากประเทศญี่ปุ่นมีภูมิประเทศเป็นเกาะ และพื้นที่ทั้งหมดบนเกาะญี่ปุ่น 70% เป็นภูเขาอยู่อาศัยไม่ได้ เท่ากับว่าคนญี่ปุ่นทั้งหมดประมาณ 128 ล้านคนจะต้องอาศัยอยู่ในพื้นที่ 30% ที่เหลือ เพราะฉะนั้นด้วยสภาพพื้นที่ที่บังคับ คนญี่ปุ่นจึงจำเป็นต้องอยู่ร่วมกันเป็นกลุ่ม เป็นพวกพ้อง การกระทำสิ่งใดที่ “เหมือน ๆ กัน” จึงทำให้เกิดความอ่อนใจ เพราะจะได้ไม่รู้สึกรู้สึถึงความ “แปลกแยก” จากคนอื่น หากมีใครแปลกแยกขึ้นมาในสังคมเดียวกันก็จะเกิดการต่อต้านและ “ไม่ยอมรับ” ขึ้นมาจากที่กล่าวมาข้างต้นจึงส่งผลให้คนญี่ปุ่นกลัว “การถูกรังเกียจ” ที่สุด และด้วยความคิดที่จะไม่ยอมรับคนที่แตกต่างจากตัวเอง จึงนำไปสู่ปัญหาการรังแกในหมู่เด็กนักเรียนญี่ปุ่น ปัญหาอาชญากรรม และการฆ่าตัวตาย

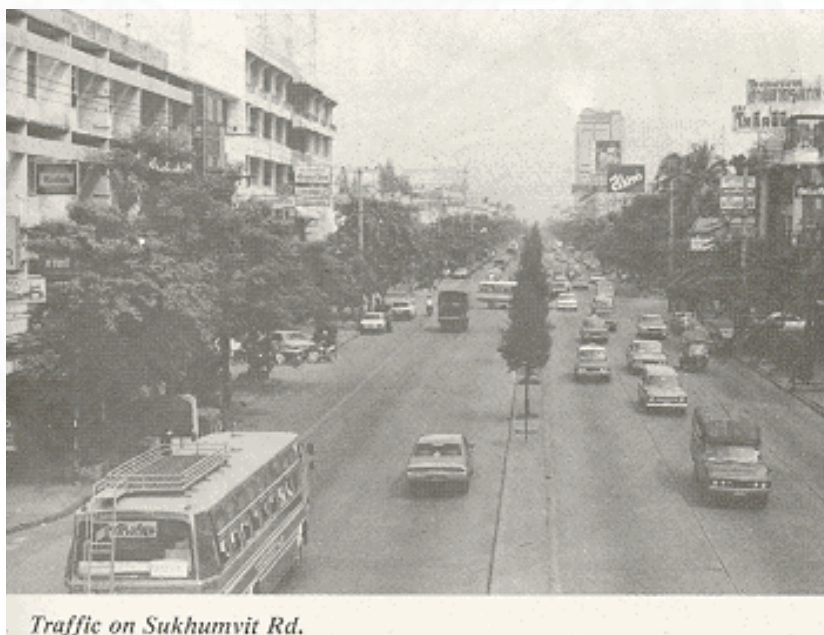
นอกจากความรู้สึกผูกพันในเรื่องของชาติพันธุ์ ชาวญี่ปุ่นก็ยังตระหนักถึงจุดอ่อนของเผ่าพันธุ์ของตน สำหรับชาวต่างประเทศ ชาวญี่ปุ่นนั้นในบางครั้งก็ดูคล้ายกับว่าเข้มแข็งอย่างมาก เป็นชนชาติที่ครองเศรษฐกิจที่มีประสิทธิภาพดีที่สุดในโลกชาติหนึ่ง มีความรู้ความสามารถในทางเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าที่สุดและมีศักยภาพ แต่สำหรับคนญี่ปุ่นเองนั้นมองว่าสังคมของตนนั้นถูกคุกคามตลอดเวลาจากภายนอกต่าง ๆ การตระหนักถึงความหายนะโดยปรกติพื้นฐานนี้ ก็คือการที่ตระหนักถึงความเดือดร้อนจากภัยธรรมชาติที่คุกคามญี่ปุ่นอยู่เสมอ ทั้งจากพายุไต้ฝุ่น และแผ่นดินไหว ซึ่งเกิดขึ้นกับญี่ปุ่นมาตลอดประวัติศาสตร์ ความกลัวที่ฝังอยู่ในความรู้สึกของคนญี่ปุ่นนั้นได้กลายเป็นสภาวะทางจิตใจของคนญี่ปุ่น Robert C. Christopher เชื่อว่าภาวะทางจิตใจแห่งชาตินี้ เป็นพลังหล่อหลอมให้เกิดลักษณะสำคัญในบุคลิกประจำชาติของคนญี่ปุ่น ทั้งในเรื่องคุณค่าของเผ่าพันธุ์ หรือเรื่องของจริยธรรมหลักธรรมของขงจื้อการเน้นหนักในขีดขั้นของการบังคับบัญชา และความซื่อสัตย์สุจริตระหว่างคนญี่ปุ่นด้วยกันแล้วลักษณะเช่นนี้ได้สร้างสังคมที่ปัจเจกชนมีความรับผิดชอบต่อกัน ซึ่งไม่เคยมีมาก่อนในชาติทางตะวันออก (The Japanese Mind, 2527)

ซึ่งวัฒนธรรมญี่ปุ่นลักษณะนี้จึงหล่อหลอมคนญี่ปุ่นให้มีแนวความคิดในการให้ความสำคัญแก่กลุ่มและส่วนรวมมากกว่าปัจเจกชนซึ่งมีมาตั้งแต่สมัยโบราณ ด้วยนิสัยนี้เองคนญี่ปุ่นจึงเรียกร้องหา กลุ่มและไม่สามารถอยู่ตัวคนเดียวได้ถ้าไม่มีกลุ่ม ดังนั้นการละทิ้งตัวเองที่มีขนาดเล็กเพื่อกลุ่มที่มีขนาดใหญ่จึงได้รับการยกย่องสรรเสริญว่าเป็นสิ่งที่ดี การมีพฤติกรรมร่วมกับกลุ่มยอมทำได้ง่ายขึ้น เมื่อเป็นเช่นนี้ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในกลุ่มจึงมีความขัดแย้งกันน้อยที่สุด ประสิทธิภาพในการทำงานเป็นกลุ่มของคนญี่ปุ่นจึงเพิ่มขึ้นมาอีกระดับหนึ่ง ซึ่งวัฒนธรรมญี่ปุ่นลักษณะนี้ไม่ใช่เพิ่งเกิดขึ้นมาเพียงไม่กี่ปี แต่หล่อหลอมคนญี่ปุ่นมาเป็นเวลาหลายพันปีแล้ว (Amae no kozo : อะมะเอะ แก่นแท้จิตใจคนญี่ปุ่น, 2538, น.134 - 135)



### 2.3 ประวัติความเป็นมาของชุมชนญี่ปุ่นในกรุงเทพมหานคร

ถนนสุขุมวิท (Sukhumvit) หรือ ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 3 (กรุงเทพมหานคร-ตราด) ถือเป็นเขตธุรกิจสำคัญแห่งหนึ่งของกรุงเทพมหานคร ตามซอยต่าง ๆ ตลอดแนวถนน ยังเป็นที่อยู่อาศัยของชาวต่างชาติเป็นจำนวนมาก นอกจากนี้ยังเป็นแหล่งบันเทิงใหญ่ของเมืองอีกด้วย ถนนสุขุมวิทและย่านถนนทองหล่อจนถึงถนนเอกมัยถือเป็นย่านที่มีชาวญี่ปุ่นอาศัยอยู่มาก ประวัติความเป็นมาของย่านนี้คือย้อนไปในยุคสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 พื้นที่บริเวณนี้เมื่อ 70-80 ปีในอดีตยังคงเป็นทุ่งนา และมีถนนลูกรัง ซึ่งแตกต่างอย่างสิ้นเชิงกับในสมัยในปัจจุบัน ที่ตรงย่านนี้เป็นที่ที่กองทัพญี่ปุ่นเดินทัพผ่านและมาตั้งเป็นฐานทัพไว้จึงมีการสร้างแหล่งของคนญี่ปุ่นในพื้นที่บริเวณนี้ขึ้น ไม่ได้เป็นการผลมาจากแบ่งเขตโซนนิ่ง (zoning) ของกรุงเทพมหานครแต่อย่างใด โดยในปัจจุบันพื้นที่บริเวณนี้ยังคงมีชาวญี่ปุ่นอาศัยอยู่เป็นจำนวนมากที่สุดในเขตกรุงเทพมหานคร (กรุงเทพซิติส์มาร์ท, 2556)



ภาพที่ 2.3 ภาพถ่ายถนนสุขุมวิทในอดีต,

จาก [idealanna.igetweb.com/index.php?mo=3&art=54769](http://idealanna.igetweb.com/index.php?mo=3&art=54769), 2550.

## 2.4 วัฒนธรรมและลักษณะการใช้ชีวิตของคนญี่ปุ่นในกรุงเทพมหานคร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุญยง ชื่นสุวิมล ได้ทำการศึกษาถึงโครงสร้างสถาบันครอบครัวของกลุ่มชาติพันธุ์ในกรุงเทพมหานครระบบครอบครัวญี่ปุ่นกับชุมชนญี่ปุ่นในย่านถนนสุขุมวิท โดยใช้เครื่องมือวิจัยในการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ครอบครัวญี่ปุ่นที่อาศัยอยู่ในย่านถนนสุขุมวิทจำนวน 27 ครอบครัว จากการศึกษา พบว่า

1. ครอบครัวญี่ปุ่นเป็นครอบครัวเดี่ยวขนาดเล็ก มีบุตรเพียง 1 หรือ 2 คน และยังคงมีลักษณะการสืบเชื้อสายฝ่ายบิดา (Patrilineal descent) โดยพ่อบ้านยังคงหารายได้เป็นหลัก ส่วนแม่บ้านเป็นผู้ดูแลบ้านและเลี้ยงดูบุตร แต่เมื่อมีเรื่องสำคัญสามีกับภรรยาจะตัดสินใจร่วมกัน
2. ความคิดที่จะทำให้บุตรชายสืบทอดกิจการคนเดียวตามระบบครอบครัว อิเอะเดมั้นั้นเริ่มคลายตัวลง ครอบครัวญี่ปุ่นในไทยไม่ได้กำหนดผู้สืบทอดที่ชัดเจน
3. การอบรมเลี้ยงดูสมาชิกเมื่อยังเยาว์อยู่นั้น ค่อนข้างเข้มงวดแต่เมื่อเติบโตขึ้น ค่อนข้างจะให้อิสระทั้งชายและหญิง แต่จะเข้มงวดกับหญิงมากกว่าชายเล็กน้อย
4. ชุมชนญี่ปุ่นในกรุงเทพฯ มีลักษณะที่มีความแตกต่างกัน (Heterogeneity) ประกอบด้วยคนญี่ปุ่นที่หลากหลายด้วย ฐานะ ตำแหน่ง สถานะ อายุ ความพอใจ จะไม่มีความสัมพันธ์ ในแนวราบ แต่จะมีความสัมพันธ์ในแนวตั้ง เมื่อสังกัดกับกลุ่มหรือองค์การที่มีความสัมพันธ์ภายในกลุ่มค่อนข้างอบอุ่น
5. ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับมหาวิทยาลัย สำหรับบุตรก็จะให้การศึกษาระดับมหาวิทยาลัยเช่นเดียวกัน ไม่มีความแตกต่างระหว่างชายหญิง แสดงให้เห็นถึงความเท่าเทียมกันระหว่างชายและหญิง
6. การปฏิบัติตามประเพณีญี่ปุ่นในรอบปี เริ่มลดน้อยลงกว่าเมื่อตนเองยังอยู่กับครอบครัวเดิมในประเทศญี่ปุ่น
7. วัฒนธรรมประเพณีไทยเริ่มเข้ามามีส่วนในวงจรชีวิตของครอบครัวชาวญี่ปุ่นไม่ว่าในด้านการศึกษา หรือในด้านความเชื่อ ในด้านการศึกษาครอบครัวญี่ปุ่นส่งบุตรเข้าเรียนโรงเรียนไทย หรือมีการพาบุตรของตนเข้าวัดไทยทำบุญ เป็นต้น
8. ครอบครัวชาวญี่ปุ่นยังคงติดต่อกับวัฒนธรรมเดิมของตน คือ พ่อแม่ พี่น้อง ไม่ได้ตัดขาดจากวัฒนธรรมเดิม ทำให้ครอบครัวยังคงรักษาเอกลักษณ์ของตนเองไว้ได้

ธันง์ ไชยสุต ได้ทำการศึกษาวิจัยถึงความต้องการทางกายภาพของที่อยู่อาศัยของชาวญี่ปุ่นพบว่า ชาวญี่ปุ่นที่ทำงานในประเทศไทยส่วนใหญ่จะเข้ามาทำงานพร้อมกับนำครอบครัวเข้ามาพักอาศัยอยู่ด้วย คนกลุ่มนี้มีวัฒนธรรมและวิถีชีวิตแตกต่างจากชนชาติอื่น ๆ อย่างชัดเจน โดยบริเวณ

ถนนสุขุมวิท ระหว่างซอย 39-55 ซึ่งเป็นบริเวณที่ได้รับความนิยมในการพักอาศัยจากชาวญี่ปุ่นมากในเขตกรุงเทพมหานคร โดยลักษณะที่อยู่อาศัยที่เป็นที่นิยมของชาวญี่ปุ่นมีลักษณะดังต่อไปนี้ (ธันง ไซยสุต, 2552, น.135)

1. ลักษณะที่อยู่อาศัยที่เป็นที่นิยมของชาวญี่ปุ่น เป็นอพาร์ทเมนท์ขนาด 3 ห้องนอนขึ้นไป ราคาเฉลี่ยระหว่าง 50,000 – 80,000 บาทต่อเดือน ห้องพักมีขนาดมากกว่า 200 ตร.ม. และให้ความสำคัญเป็นพิเศษกับสิ่งอำนวยความสะดวกส่วนกลาง เช่น สระว่ายน้ำ สนามเด็กเล่น สวนสาธารณะ และพื้นที่จอดรถรับส่งที่ปลอดภัย เพราะคนญี่ปุ่นนิยมใช้ชีวิตแบบมีส่วนร่วมกับชนชาติเดียวกัน (Collectivistic Tendency) ทำให้พื้นที่ส่วนกลางเหล่านี้ถูกใช้งานจากแม่บ้านและบุตรเป็นจำนวนมากพร้อม ๆ กัน โดยเฉพาะในช่วงหลังเลิกเรียน

2. องค์ประกอบหลักภายในห้องพักที่ชาวญี่ปุ่นต้องการ ประกอบด้วย 3 อย่าง คือ 1) ทางเข้าบ้านแบบญี่ปุ่น (Genkan) ที่แยกออกจากห้องนั่งเล่น และปูพื้นด้วยวัสดุที่คงทนกว่าพื้นไม้ เช่น หิน หรือกระเบื้อง 2) ห้องครัวที่มีลักษณะเปิดโล่งเป็นห้องเดียวกันกับห้องนั่งเล่น เพราะแม่บ้านชาวญี่ปุ่นต้องการมีส่วนร่วมกิจกรรมของครอบครัว และสามารถดูแลบุตรได้ในขณะที่ทำครัว ซึ่งครอบครัวส่วนใหญ่ในประเทศไทยไม่นิยมจ้างผู้ดูแลบุตร เพราะมองว่าไม่ปลอดภัยต่อทรัพย์สินที่มีค่าภายในบ้าน และ 3) ห้องอาบน้ำ ที่ต้องแยกบริเวณฝักบัวกับอ่างอาบน้ำอย่างชัดเจน เพราะชาวญี่ปุ่นนิยมใช้อ่างอาบน้ำทุกวัน และมีการชำระร่างกายด้วยฝักบัว (ฟอกสบู่และสระผม) ก่อนจะลงอ่างแช่น้ำเพื่อความผ่อนคลาย นอกจากองค์ประกอบในห้องพักแล้ว สิ่งที่ชาวญี่ปุ่นต้องการคือ ห้องพักสำหรับพนักงานขับรถ เพราะทุกห้องจะมีคนขับรถของบริษัทคอยให้บริการอยู่ตลอดเวลา (ธันง ไซยสุต, 2552)

## ตารางที่ 2.1

## ตารางแสดงการใช้เวลาว่างของคนญี่ปุ่นในกรุงเทพมหานคร

	ชาย	ร้อยละ		หญิง	ร้อยละ
เล่นกอล์ฟ	62	47.33%	พักผ่อน	10	14.71%
ซื้อของ	9	6.87%	ซื้อของ	9	13.24%
พักผ่อน	8	6.11%	ไปเที่ยว	7	10.29%
อ่านหนังสือ	7	5.34%	อ่านหนังสือ	6	8.82%
ไปเที่ยว	6	4.58%	เล่นกอล์ฟ	5	7.35%
เล่นฟุตบอล	4	3.05%	ไปทานข้าว	4	5.88%
ทัศนศึกษา	4	3.05%	ไปทะเล	3	4.41%
ว่ายน้ำ	4	3.05%	เดินเล่น	2	2.94%
ดูโทรทัศน์	3	2.29%	ไปนวดแผนโบราณ	2	2.94%
เล่นเทนนิส	3	2.29%	ดูภาพยนตร์	2	2.94%
ทำสวน	2	1.53%	เรียนภาษาไทย	2	2.94%
ไปนวดแผนโบราณ	2	1.53%	เล่นกีฬา	2	2.94%
เล่นโบว์ลิ่ง	2	1.53%			
เล่น internet	2	1.53%			
ทานสุรา	2	1.53%			
อื่น ๆ	11	8.40%	อื่น ๆ	14	20.59%
รวม	131	100.00%	รวม	68	100.00%

หมายเหตุ. โดย อิซาโยะ คิโนะซิตะ, 2545.

จากการศึกษาของ อิซาโยะ คิโนะซิตะ เรื่องการใช้เวลาว่างของคนญี่ปุ่นในกรุงเทพมหานคร จากการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ด้วยแบบสอบถามจำนวน 200 ชุด พบว่า สำหรับผู้ชายนั้น 62 คน นิยมเล่นกอล์ฟ คิดเป็นร้อยละ 47.33 รองลงมา ใช้เวลาว่างในการซื้อของ 9 คน คิดเป็นร้อยละ 6.87 พักผ่อน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 6.11 อ่านหนังสือ 7 คนคิดเป็นร้อยละ 5.34 ท่องเที่ยว 6 คนคิดเป็นร้อยละ 4.58 เล่นกีฬาต่าง ๆ 13 คน เป็นต้น สำหรับผู้หญิง พักผ่อนมากที่สุด 10 คน คิดเป็นร้อยละ 14.71 ใช้เวลาว่างในการซื้อของ 9 คน คิดเป็นร้อยละ 13.24 ท่องเที่ยว 7 คน คิดเป็นร้อยละ 10.29 อ่านหนังสือ 6 คน คิดเป็นร้อยละ 10.29 และ เล่นกอล์ฟ 5 คน คิดเป็นร้อยละ 7.35 เป็นต้น (อิซาโยะ คิโนะซิตะ, 2545)

## 2.5 แนวคิดด้านการบริหารจัดการทรัพยากรกายภาพ

การบริหารจัดการทรัพยากรกายภาพ (Facility Management) หมายถึง กระบวนการประสานการทำงานระหว่าง สถานที่ เพื่อให้สอดคล้องกับผู้ใช้งาน โดยเป็นการทำงานที่ต่อเนื่องของการวางแผน การจัดหา การดำเนินการ และการบริหารจัดการทรัพยากรอาคารทั้งหมดรวมทั้งงานบริหารที่เกี่ยวข้อง เพื่อก่อให้เกิดสภาพแวดล้อมที่มีคุณภาพและประสิทธิภาพ เพื่อก่อให้เกิดมูลค่าสูงสุดทางการลงทุน โดยอยู่ภายใต้การใช้ทรัพยากรอย่างเหมาะสม (ปริญญา เจริญบัณฑิต, 2551)

ในปัจจุบันองค์ความรู้ทางการบริหารจัดการทรัพยากรกายภาพนั้น ได้แพร่หลายไปในหลายประเทศ และมีผู้ให้คำนิยามของคำว่า facility management ไว้มากมาย ดังนี้

1. The US Library of Congress (1982) ให้คำจำกัดความของ Facility Management (FM) หมายถึง กระบวนการประสานการทำงานระหว่าง สถานที่ทำงาน ผู้คน และงานขององค์กร โดยเป็นการประสานความรู้ร่วมกันทางการบริหารธุรกิจ กับศาสตร์ทางด้านสถาปัตยกรรม พฤติกรรม และวิศวกรรม

2. คณะกรรมการสมาคม TFMA ให้คำจำกัดความของ Facility Management (FM) หรืองานบริหารทรัพยากรอาคาร คือ การบริหารจัดการทรัพยากรที่เกี่ยวข้องกับผู้ใช้งาน สิ่งแวดล้อมที่มนุษย์สร้างขึ้น และกิจกรรมอย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล

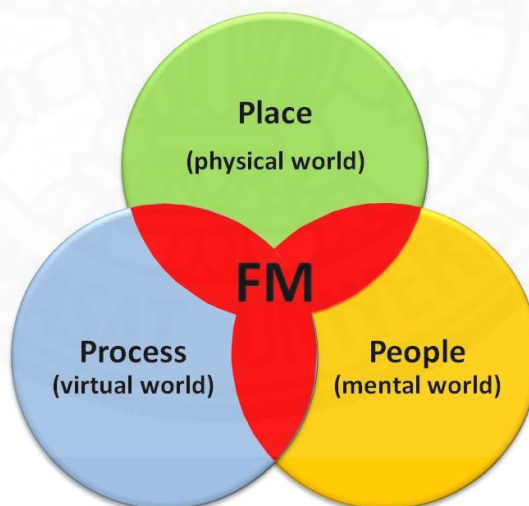
3. ดร. เสรีชัย โชติพานิช ให้คำจำกัดความของ Facility Management (FM) หรืองานบริหารทรัพยากรอาคาร คือ กระบวนการทำงาน บริหารจัดการ กำกับการใช้ และดูแลซ่อมบำรุงอาคารและทรัพยากรกายภาพ ได้แก่ สิ่งก่อสร้าง อุปกรณ์สำนักงาน สถานที่ และสภาพแวดล้อม ให้มีความพร้อมและตอบสนองการใช้งาน เอื้อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อผู้ใช้ และเจ้าของอาคาร โดยกำหนดให้กิจกรรมและเป้าหมายเป็นศูนย์กลาง อาคารเป็นเครื่องมือสนับสนุนองค์กร ในการเพิ่มประสิทธิภาพ และประสิทธิผล โดยอธิบายถึงกรอบการบริหารจัดการทรัพยากรกายภาพว่าต้องเริ่มเข้าใจจากเรื่องใดก่อน โดยอธิบายไว้ 3 ขั้นตอน ดังนี้ 1) ความเข้าใจในลักษณะองค์กร และความเข้าใจในพฤติกรรมของผู้ใช้งาน 2) ความเข้าใจในลักษณะโดยรวมของทรัพยากรทางกายภาพ 3) วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทรัพยากรกายภาพเพื่อกำหนดนโยบาย แนวคิด และแผนกลยุทธ์ เพื่อสนองตอบความต้องการขององค์กร สร้างผลสัมฤทธิ์ในด้านการบริหารงาน และตอบสนองต่อความต้องการผู้ใช้งานอาคาร

Facility Management มุ่งเน้นในการให้บริการต่อ ผู้ใช้บริการ (People) กิจกรรมที่เกิดขึ้น (Process) และอาคารสถานที่ (Place) ให้สามารถทำงานกันได้อย่างสอดคล้อง เพื่อบรรลุผลสำเร็จของโครงการตามที่มีมุ่งหมายไว้ โดยการใช้อาคารและพื้นที่ที่สามารถอธิบายได้โดยอาศัยความสัมพันธ์ของ 3 องค์ประกอบสำคัญ คือ คน งาน และสถานที่

1. คน (People) หมายความว่าถึง ผู้ใช้อาคารหรือสถานที่ ได้แก่ พนักงาน ผู้มาติดต่อธุรกิจ ผู้รับรอง ชาวบ้านข้างเคียง ให้ความพึงพอใจในการมาใช้สถานที่นั้น ๆ และเกิดผลการทำงานที่มีคุณค่า มีประสิทธิภาพเหมาะสมต่อพื้นที่

2. งาน (Process) หมายความว่าถึง กิจกรรม ธุรกิจ หรือธุรกรรม ที่เกิดขึ้นภายในอาคารหรือสถานที่นั้น ต้องการใช้สถานที่ปฏิบัติงานทั้งในเวลาและนอกเวลาทำงานปกติ เพื่อให้ได้ผลตามที่กำหนดไว้อย่างถูกต้อง

3. อาคาร (Place) หมายความว่าถึง อาคาร พื้นที่ทำงาน สถานที่และบริเวณสิ่งแวดล้อม ซึ่งต้องมีบรรยากาศที่ดี นำทำงานหรือทำกิจกรรม มีแสงและอุณหภูมิที่พอเหมาะ การใช้งานภายในสถานที่ที่มีความสะดวกรวดเร็ว มีประสิทธิภาพ มีความปลอดภัย มีบริการที่ดีและมีคุณภาพมาตรฐาน ทั้งนี้ อาคารต้องส่งเสริมให้เกิดการปฏิบัติที่ใช้นวัตกรรมในการบริหารงานที่เหมาะสมอีกด้วย



ภาพที่ 2.4 แผนภาพแสดงปฏิสัมพันธ์ระหว่างสามองค์ประกอบด้านการบริหารจัดการทรัพยากรกายภาพ, โดย Duffy, Bleeker, Alexander and Prodgers, 1984.

แผนภาพดังกล่าว แสดงปฏิสัมพันธ์ของทั้งสามองค์ประกอบ ซึ่งจะเห็นได้ว่า อาคารหรือสถานที่ไม่ได้ถูกกำหนดโดยอิทธิพลจากผู้ใช้แต่เพียงอย่างเดียว แต่ถูกกำหนดให้เป็นไปตามความต้องการของงาน ที่เป็นผลมาจากกิจกรรม หรือธุรกรรมขององค์กรด้วย ดังนี้แล้ว จะเห็นถึง



ความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดของอาคารกับการเปลี่ยนแปลงของโลกซึ่งเป็นผลต่อรูปแบบแนวความคิด ความต้องการในการใช้ และการบริหารทรัพยากรกายภาพสมัยใหม่

โดยการปฏิบัติงานด้านการบริหารทรัพยากรกายภาพ จำแนกได้เป็น 3 ส่วนระดับการจัดการ ดังนี้

1. การวางแผน เป็นการกำหนดนโยบาย และกลยุทธ์ในการทำงาน
2. การจัดการ เป็นการควบคุม กำกับ และประเมินผลการทำงาน
3. การปฏิบัติงาน เป็นการดำเนินการ และการบริการต่าง ๆ

โดยรูปแบบของงานด้านการบริหารจัดการทรัพยากรกายภาพประกอบไปด้วยขอบเขตของงานที่แตกต่างกันออกไป ดังนี้

### 2.5.1 บริหารจัดการอสังหาริมทรัพย์ (Property Management)

หมายถึง การดำเนินนโยบาย เพื่อนำไปสู่การตัดสินใจในการจัดหาอาคาร หรือสถานที่ เพื่อการใช้ดำเนินธุรกิจ เช่น การเช่า การซื้อ หรือ การสร้าง เพื่อให้สามารถใช้อสังหาริมทรัพย์นั้น ๆ ได้อย่างคุ้มค่า และสนองประโยชน์สูงสุดกับองค์กร (ไม่เกี่ยวกับการเก็งกำไรที่ดิน หรืออาคาร)

### 2.5.2 วางแผนการจัดการพื้นที่ใช้สอย (Facilities Planning)

หมายถึง การกำหนดนโยบาย และแผนงานในการใช้พื้นที่อาคารและสถานที่ให้ได้ตรงตามเป้าหมายขององค์กร มีความคุ้มค่า และตอบสนองประโยชน์สูงสุดกับโครงการ โดยคำว่าประโยชน์สูงสุดในที่นี้ ไม่ได้หมายความว่าใช้พื้นที่ทุกตารางนิ้วอย่างแออัดจนได้ประโยชน์สูงสุด หากแต่ใช้ได้ตอบสนองรูปลักษณะ และการดำเนินงานขององค์กร

### 2.5.3 บริหารจัดการการบำรุงรักษาอาคาร (Facilities Operations and Maintenance)

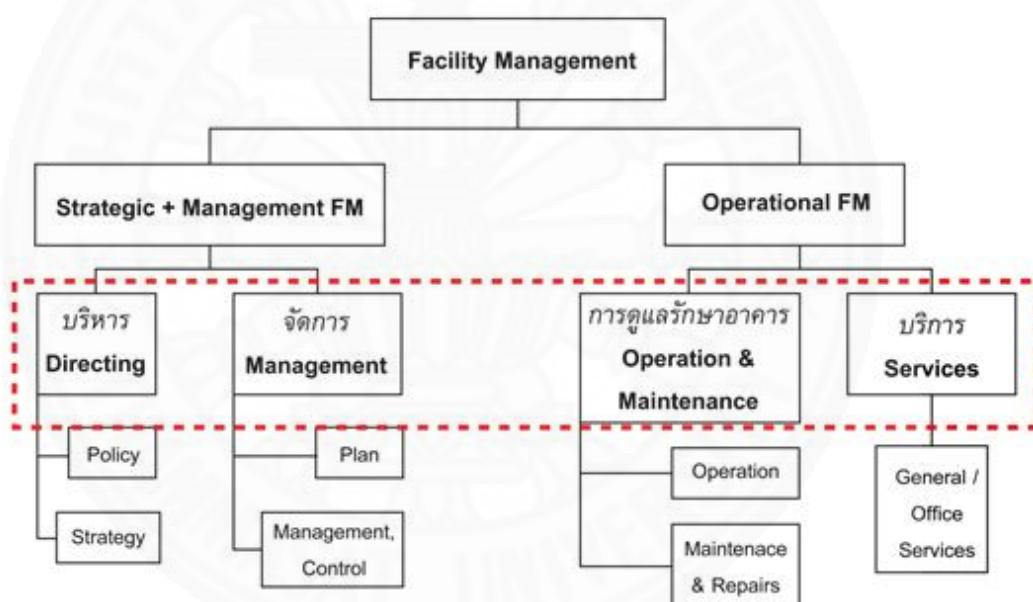
หมายถึง การกำหนดนโยบาย และแผนงานในงานด้านการบำรุงรักษา เป้าหมายคือ การประหยัดค่าบำรุงรักษา และยืดอายุการใช้งานของอุปกรณ์อาคาร ซึ่งนำไปสู่การบำรุงรักษาเชิงป้องกัน (Preventive Maintenance) หรือการบำรุงรักษาเชิงคาดการณ์ได้ (Predictive Maintenance) ในการตัดสินใจด้านนี้ต้องอาศัยความรู้หลักในด้านงานระบบ ประกอบกับการจัดบันทึกข้อมูล และการวิเคราะห์สถิติต่าง ๆ ประกอบควบคู่กัน

## 2.5.4 บริหารจัดการบริการที่เกี่ยวข้อง (Facilities Support Service)

หมายถึง การกำหนดนโยบาย และแผนงานต่อบริการต่าง ๆ ที่มีส่วนสนับสนุนกับการดำเนินงานหลักขององค์กร เช่น ระบบงานรักษาความปลอดภัย งานทำความสะอาด เป็นต้น

## 2.6 รูปแบบโครงสร้างการบริหารจัดการทรัพยากรกายภาพ

การบริหารจัดการทรัพยากรกายภาพ มีโครงสร้างที่แบ่งออกเป็น 2 ฝั่ง คือ Strategic และ Operational โดยการทำงานควรให้เวลา และความสำคัญเท่ากัน โครงสร้างการบริหารจัดการทรัพยากรกายภาพ สามารถแสดงได้ด้วยแผนผัง ดังนี้



ภาพที่ 2.5 แผนผังโครงสร้างการบริหารจัดการทรัพยากรกายภาพ, โดย ผู้วิจัย, 2556.

จากแผนผังสามารถอธิบายโครงสร้างการบริหารจัดการทรัพยากรกายภาพได้ว่า แบ่งการทำงานออกเป็น 2 ขั้นตอน คือ 1) Strategic และ Management FM คือ การบริหารจัดการ และการวางแผนเป็นระยะ ๆ และ 2) Operational FM คือ การดำเนินการที่สนองความต้องการที่เป็นปัจจุบัน โดยสามารถอธิบายหลักการในแต่ละขั้นตอนการทำงานได้ ดังนี้



### 2.6.1 Strategic + Management FM

เป็นการทำงานในเชิงวางแผนในระยะสั้น กลาง ยาว การกำหนดนโยบาย ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ ทิศทาง และการควบคุม กำกับ และประเมิน

### 2.6.2 Operational FM

เป็นการดำเนินการที่สนองความต้องการที่เป็นปัจจุบัน ประกอบด้วย การดูแลรักษาอาคาร เป็นงานทางด้านเทคนิคอาคาร มีหน้าที่หลักในการควบคุม ดูแล บำรุงรักษา และซ่อมแซมอาคาร และระบบประกอบอาคารให้อยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน และปลอดภัยอยู่ตลอดเวลา ได้แก่

1. อาคาร
2. พื้นที่อาคาร
3. ระบบประกอบอาคาร (ระบบปรับอากาศ ระบบระบายอากาศ ระบบอัดอากาศ ระบบไฟฟ้า ลิฟต์ ระบบสุขาภิบาล ระบบสื่อสาร ระบบรักษาความปลอดภัย ระบบป้องกันอัคคีภัย ระบบดับเพลิง)
4. พื้นที่ และบริเวณโดยรอบ
5. ภูมิทัศน์ และสวน
6. เฟอร์นิเจอร์ และอุปกรณ์ภายในอาคาร

### 2.6.3 Services

เป็นกิจกรรมที่ให้บริการเพื่อรองรับการทำงาน และการใช้อาคารสถานที่ เพื่อให้อาคารสามารถใช้งานได้ ผู้ใช้อาคารสถานที่ได้รับความสะดวกปลอดภัย และมีสภาพแวดล้อมที่ดีเมื่อเข้าไปใช้งาน ได้แก่

1. บริการขั้นพื้นฐาน
2. บริการสำนักงาน หรือบริการเฉพาะ

จากข้อมูลดังกล่าว การบริหารทรัพยากรกายภาพนั้นเราต้องเข้าใจลักษณะขององค์กร และลักษณะทรัพยากรกายภาพขององค์กรก่อน เพื่อกำหนดนโยบาย แนวคิด แผนกลยุทธ์ ทิศทาง และวิธีการในการบริหารจัดการ และดำเนินการใช้อาคารสถานที่ต่อไป

เราสามารถจำแนกโครงสร้างการบริหารจัดการทรัพยากรกายภาพออกเป็น 4 หัวข้อ ดังในเส้นประสีแดงข้างต้น ได้แก่ 1) การบริหาร 2) การจัดการ 3) การดูแลรักษาอาคาร 4) การบริการ ซึ่งมีหัวข้อในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังตารางด้านล่างดังต่อไปนี้

## ตารางที่ 2.2

รูปแบบของงานด้านการบริหารจัดการทรัพยากรกายภาพ, โดย ผู้วิจัย, 2556.

การบริหาร	นโยบายในการดำเนินการด้านอาคารสถานที่ของ owner
การจัดการ	ผู้ประกอบการร้านค้าในพื้นที่
การดูแลรักษาอาคารสถานที่	ขอบเขต และวิธีการดูแลอาคารสถานที่ของผู้ประกอบการ
การบริการอาคารสถานที่	ขอบเขต และวิธีการบริการอาคารสถานที่ของผู้ประกอบการ

หมายเหตุ. โดย ผู้วิจัย, 2556.

โดยโครงสร้างการบริหารจัดการตามแนวคิดของ ร.ต.อ. ปริญญา เจริญบัณฑิต สามารถแบ่งประเด็นหลักของงานบริหารจัดการได้ 4 ประเด็น โดยประกอบด้วยในส่วนของ Strategy และ Management Control เป็นตัวควบคุมในแต่ละประเด็นย่อย และกำหนดขอบเขตของงาน ดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 2.6 ผังโครงสร้างด้านการบริหารจัดการทรัพยากรกายภาพจำแนกตามประเด็น, โดย ผู้วิจัย, 2556.

โดยในส่วนของ Management Control และ Strategy จะกล่าวถึงประเด็นต่าง ๆ ไว้ดังนี้

1. Management Control หมายถึง การควบคุมการบริหาร ควบคุมงบประมาณ วางนโยบาย วางมาตรฐาน บริหารโครงการ กำหนดความต้องการในพื้นที่
2. Strategy หมายถึง SWOT Analysis ของโครงการ และการประเมินศักยภาพของโครงการกับศักยภาพโดยรวมของคู่แข่ง

IFMA (The International Facility Management Association) ได้อธิบายถึงกระบวนการของ Facility Management (FM) หรืองานบริหารทรัพยากรอาคาร คือ กระบวนการประสานการทำงานระหว่างสถานที่ทำงาน เพื่อให้สอดคล้องกับผู้คนและงานองค์กรนั้น โดยที่วิชาชีพนี้เป็นการสอดประสานของความรู้ทางด้านการบริหารธุรกิจกับศาสตร์ทางสถาปัตยกรรมและวิศวกรรม โดยการทำงานประกอบด้วย 2 ส่วนงาน ตามลักษณะการทำงาน ดังนี้

1. การบริหารและจัดการ (Strategic and Management) เป็นงานระดับนโยบาย ครอบคลุมการทำงานเชิงวางแผน ได้แก่ การกำหนดนโยบาย การวางกลยุทธ์ และการวางแผนการบริหารจัดการอาคาร การทำงานเชิงจัดการ ได้แก่ การกำกับควบคุม และดูแลให้การดำเนินงานในอาคารเป็นไปตามที่วางแผน และมาตรฐานที่กำหนดไว้

2. การดูแลรักษาและบริการ เป็นงานระดับปฏิบัติการ ครอบคลุมการทำงาน และบริการภายในอาคารทั้งหมด ได้แก่ การควบคุมและดูแลรักษาซ่อมแซมระบบประกอบอาคาร การรักษาความสะอาด การรักษาความปลอดภัย และการบริการสำนักงาน เป็นต้น

โดยสามารถจำแนกกระบวนการบริหารจัดการทรัพยากรกายภาพในแต่ละระดับการบริหารจัดการได้จากตาราง ดังต่อไปนี้

	FUNCTION	GOALS	CONCEPTS		
FM	<b>Strategic FM</b>	- direct facilities - direct services - direct practice	- Income - productivity - sustainability	- strategic - integrative	↑ SOPHISTICATED/ INTEGRATED
	<b>Management FM</b>	- implement - control&monitoring - PM	- achievement - satisfaction - performance	- proactive - integrative - planning	
	<b>Operational FM</b>	- run facilities - services	- minimum cost - meet needs - quality	- cost-effective - quality assurance	↓ SIMPLE/ SEPERATED

ภาพที่ 2.7 ผังโครงสร้างด้านการบริหารจัดการทรัพยากรกายภาพจำแนกตามขั้นตอนการปฏิบัติงาน และเป้าหมาย, จาก *Characteristics of FM works in different levels* Source: *The Facilities Manager's Reference*, โดย Harvey H. Kaiser Ph.D., 2556.

โดยสรุปแล้ว การบริหารทรัพยากรกายภาพจึงเป็นกระบวนการทำงานบริหารจัดการ กำกับ การใช้ และดูแลซ่อมบำรุงอาคารและทรัพยากรกายภาพ ได้แก่ สิ่งก่อสร้าง อุปกรณ์อาคาร อุปกรณ์สำนักงาน สถานที่และสภาพแวดล้อม ให้มีความพร้อมและตอบสนองกับการใช้งาน เอื้อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อผู้ใช้และเจ้าของพื้นที่ โดยกำหนดให้กิจกรรมและเป้าหมายขององค์กรเป็น ศูนย์กลาง อาคารเป็นเครื่องมือสนับสนุนองค์กร ในการเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผล

## 2.7 การวัดผลการปฏิบัติงาน FM (FM Performance Measurement)

วิรุจน์ สมโสภณ (2550) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางการวัดผลการปฏิบัติงานการบริหารทรัพยากรกายภาพ กล่าวถึงการวัดผลการปฏิบัติงานการบริหารทรัพยากรกายภาพไว้ว่า ในการปฏิบัติงาน FM นั้น จะมีการวัดผลเช่นเดียวกับงานด้านอื่น ๆ ซึ่งการวัดผลการปฏิบัติงาน FM (FM Performance Measurement) หมายถึง การประเมินผล หรือการเทียบผลการปฏิบัติงาน FM กับเป้าหมายที่ตั้งไว้

วิรุจน์ สมโสภณ อ้างถึง บัณฑิต จุลาสัย และเสรีชัย โชติพานิช (2547) ได้กล่าวถึง การประเมินผลการบริหารทรัพยากรกายภาพไว้ว่า จะต้องพิจารณาจากปัจจัยต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. ประสิทธิภาพ Efficiency และประสิทธิผล Effectiveness ของการใช้พื้นที่ และงานบริการในอาคารสถานที่

2. ผลผลิต Productivity จากการดำเนินงานขององค์กร
3. ความปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สินในอาคารสถานที่ Health and Safety
4. ค่าใช้จ่าย และรายได้ Cost & Profit

โดยในการวัดผลการปฏิบัติงาน FM จะเป็นการวัดผลในเรื่องของประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ซึ่งมีด้วยกันหลายส่วน โดยการวัดผลส่วนใหญ่จะเน้นไปที่การวัดผล Performance ในงานนั้น ๆ ผลที่วัดได้ซึ่งอาจจะเรียกได้ว่าเป็นผลสัมฤทธิ์ในการปฏิบัติงาน สามารถประเมินได้จาก 3 เรื่องใหญ่ ๆ คือ (เสริชย์ โชติพานิช, 2550)

### 2.7.1 Building / Facility Performance

หมายถึง สมรรถนะหรือความสามารถของอาคารซึ่งสามารถดูได้จาก

#### 2.7.1.1 Physical Condition / Appearance

หมายถึง สภาพที่ปรากฏของทรัพยากรกายภาพ ได้แก่ โครงสร้างอาคาร เปลือกอาคาร ผนังอาคารภายใน และสิ่งตกแต่งภายในอาคาร เป็นต้น

#### 2.7.1.2 Functional Suitability

หมายถึง ความเหมาะสมสอดคล้องต่อการใช้งานปัจจุบัน ซึ่งจะทำให้การวัดผลได้จาก Building Engineering คือ งานระบบประกอบอาคาร, Service Function คือ ลักษณะของ Space หรือ Function ต่าง ๆ ภายในอาคารว่ามีความเหมาะสมกับการใช้งานมากน้อยเพียงใด, Location คือ ที่ตั้งของส่วนต่าง ๆ และ Accessibility คือ การเข้าถึงและความสะดวกในการใช้งานต่าง ๆ

นักวิชาการบางท่านอาจกล่าวว่า การวัด Building Performance อาจประเมินได้จาก Durability หมายถึง ความคงทน ทนทาน ซึ่งเป็นการประเมินจากสภาพ Appearance หรือ Condition ที่เป็นอยู่ และจาก Serviceability คือ ความสามารถในการรองรับการใช้งาน เช่น งานระบบประกอบอาคารต่าง ๆ หรือ Space และ Function ที่อยู่ภายในอาคารนั้น ๆ

### 2.7.2 Service Performance

หมายถึง ผลการให้บริการงานดูแลรักษาอาคารและระบบประกอบอาคาร และการบริการอื่นทั้งหมด ซึ่งผลของการปฏิบัติงานของผู้ให้บริการนั้น จะพิจารณาได้จาก

1. ผลการปฏิบัติงานและคุณภาพของงานที่ปรากฏ
2. การสัมฤทธิ์ผลของการปฏิบัติงาน (Target Achievement)
3. ความพึงพอใจของผู้ที่ได้รับการบริการ (Service Satisfaction)

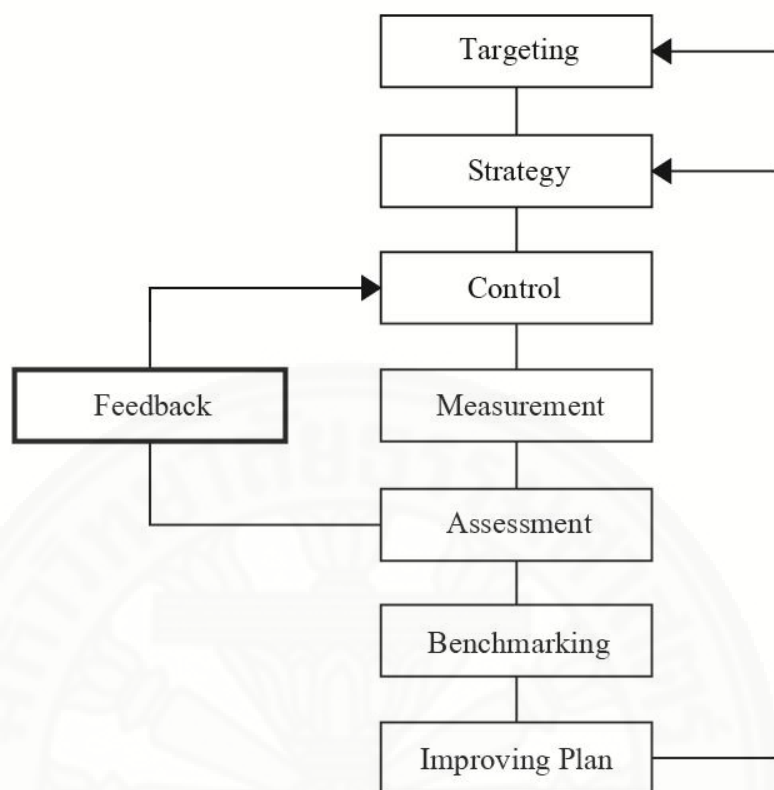
### 2.7.3 Management Performance

หมายถึง ผลสัมฤทธิ์ในด้านการบริหารและจัดการ ซึ่งเกณฑ์ที่จะใช้พิจารณานั้นสามารถพิจารณาได้จาก

1. Space Function and Utilization ความเพียงพอ ความมีประสิทธิภาพของพื้นที่ในการใช้งาน และอัตราการใช้ประโยชน์พื้นที่
2. Environment สภาพแวดล้อมในพื้นที่ทำงาน ซึ่งได้แก่ คุณภาพอากาศ การระบายอากาศ ความน่าสบาย ระดับเสียง และความสว่าง เป็นต้น
3. Health and Safety ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน เช่น อัตราการเกิดอุบัติเหตุ หรือโรค Sick Building Syndrome
4. Building Energy Consumption การใช้พลังงานในอาคาร
5. Cost / Expenses ประสิทธิภาพของค่าใช้จ่าย หรือความคุ้มค่าและการประหยัดค่าใช้จ่าย
6. User Satisfaction ความพึงพอใจของผู้ใช้อาคาร และผู้รับบริการ
7. Other อื่น ๆ

กล่าวโดยสรุป การวัดผลการปฏิบัติงาน FM (FM Performance Measurement) หมายถึง การประเมินผล หรือการเทียบผลการปฏิบัติงาน FM กับเป้าหมายที่ตั้งไว้ โดยใช้ตัวชี้วัดและหน่วยวัดตามลักษณะงาน FM แต่เนื่องจากแต่ละองค์กรมีธุรกิจ นโยบาย การทำงาน และทรัพยากรกายภาพที่มีลักษณะแตกต่างกัน ดังนั้นความต้องการในเรื่องของผลสัมฤทธิ์และระดับคุณภาพที่ต้องการในการใช้ทรัพยากรกายภาพและการปฏิบัติงานด้าน FM จึงมีความแตกต่างกันไปด้วย ซึ่งสิ่งที่จำเป็นและเป็นประเด็นสำคัญในเรื่องของการวัดผลการปฏิบัติงาน FM ก็คือ การกำหนดตัวชี้วัด ซึ่งหากสามารถหาตัวชี้วัดที่ดีมาทำการวัดผลแล้ว จะทำให้การวัดผลมีประสิทธิภาพและใกล้เคียงกับความจริงมากที่สุด (วิรุจน์ สมโสภณ, 2550)

ในกระบวนการ Performance Management Process หรือ การบริหารจัดการผลสัมฤทธิ์ในงาน Facility Management สามารถแสดงเป็นขั้นตอนต่าง ๆ ได้ดังแผนผังที่ 2.10 (เสรีชัย โชติพานิช, 2550)



ภาพที่ 2.8 แผนผังแสดงกระบวนการ Performance Management Process, โดย เสริชย์ โชติพานิช, 2550.

จากแผนผังด้านบน ได้อธิบายถึงขั้นตอนในกระบวนการ Performance Management Process ไว้ว่า ในขั้นแรกจะต้องมีการตั้งเป้าหมาย (Targeting) ก่อนที่จะทำการประเมินผล Performance ในด้านใด จากนั้นจึงสร้างกลยุทธ์ (Strategy) ขึ้นมา เมื่อมีการตั้งเป้าหมายและกลยุทธ์ขึ้น เราจำเป็นต้องมีการควบคุม (Control) ตัวแปรและปัจจัยต่าง ๆ ที่จะต้องเข้ามาเกี่ยวข้องในกระบวนการ จากนั้นจึงทำการวัดผล (Measurement)

เมื่อได้ผลออกมาแล้วจะต้องมีการประเมินผล (Assessment) ที่ได้ ว่าตรงตามแผนที่ได้วางเอาไว้หรือไม่ หากมีข้อผิดพลาดหรือผลที่ได้มีความคลาดเคลื่อนกับสิ่งที่คาดการณ์ไว้ เราสามารถที่จะกลับไปวัดผลในงานนั้น ๆ ใหม่ (Feedback) ได้ เพื่อให้ผลที่ออกมานั้นตรงกับแผนและเป้าหมายในการประเมินมากที่สุด ซึ่งองค์กรสามารถนำผลที่ได้จากการศึกษาทั้งหมดนำมาปรับปรุงในการปฏิบัติงานให้เป็นแผนพัฒนา (Improving Plan) ขององค์กรต่อไปได้อีกด้วย (วิรุจน์ สมโสภณ, 2550)



## 2.8 นิยามและความหมายของชุมชน

มนุษย์เป็นสัตว์สังคมซึ่งต้องอยู่รวมกันเป็นกลุ่มเพื่อความอยู่รอดในสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกัน การรวมตัวเป็นกลุ่มนี้ทำกันในพื้นที่ หรืออาณาบริเวณใดบริเวณหนึ่ง อาจจะเป็น ชุมชน หมู่บ้าน เมือง นคร หรือมหานคร ซึ่งเราอาจใช้คำเรียกสถานที่เหล่านี้โดยรวมได้ว่า “ชุมชน” กล่าวโดยสั้น ๆ ชุมชนหมายถึงสถานที่ซึ่งคนใช้เป็นที่ตั้งของบ้านเรือน ทำมาหากิน เลี้ยงดูบุตรหลานและกระทำกิจกรรมต่าง ๆ ส่วนใหญ่ในชีวิต ในแง่สังคมวิทยาชุมชนมีองค์ประกอบที่สำคัญสามอย่างคือ พื้นที่ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Areas) การปะทะสัมพันธ์กันทางสังคม (Social Interaction) และความผูกพันร่วมกัน (Common Ties) นั่นคือ ชุมชนประกอบด้วยบุคคลที่มีการปะทะสัมพันธ์กันทางสังคมในพื้นที่ทางภูมิศาสตร์และมีความผูกพันร่วมกันในสิ่งหนึ่งสิ่งใดหรือหลายสิ่ง (ระหัตถ์ โรจนประดิษฐ์, 2554)

### 2.8.1 ลักษณะและองค์ประกอบของความเป็นชุมชน

ลักษณะของชุมชนสามารถพิจารณาได้ในหลายสถานะ โดยใช้หลักการพิจารณาได้จากกิจกรรมที่เกิดขึ้นภายในชุมชน และเหตุปัจจัยที่ทำให้เกิดการรวมกลุ่มของชุมชนนั้น ๆ (Poplin, 1972, น. 9-25) มองว่า ความเป็นชุมชนสามารถพิจารณาได้ใน 3 สถานะ ที่มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกัน ประกอบด้วย 1) หน่วยของถิ่นที่อยู่ (Territorial unit) สภาพทางภูมิศาสตร์ของพื้นที่ที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อการดำเนินชีวิตของผู้คนในชุมชน 2) หน่วยของการจัดองค์กรทางสังคม (Social organization unit) มองว่าชุมชนเป็นระบบสังคมหนึ่งประกอบด้วยระบบย่อยต่าง ๆ ที่ทำหน้าที่เกี่ยวข้องกัน ได้แก่ การถ่ายทอดวัฒนธรรมให้แก่สมาชิก การควบคุมทางสังคม การมีส่วนร่วมในสังคม การช่วยเหลือเกื้อกูลกัน และ 3) หน่วยทางจิตใจและวัฒนธรรม (Psycho-cultural unit) เป็นการมองที่คนในชุมชนที่มีความรู้สึกผูกพันร่วมกันและเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน อันเกิดจากความรู้สึกมั่นคง เพราะมีที่ยึดเหนี่ยว (Community sentiment) จากการที่สมาชิกในชุมชนมีค่านิยม กฎเกณฑ์ทางสังคม และเป้าหมายร่วมกัน หากชุมชนใดขาดที่ยึดเหนี่ยวเหล่านี้ไป ชุมชนนั้นจะเกิดปัญหาสังคมและการควบคุมทางสังคมทำได้ลำบาก โดยในส่วนของชุมชนชาวญี่ปุ่นบริเวณซอยสุขุมวิท 33/1 นั้นจัดเป็นชุมชนที่เกิดขึ้นจากหน่วยของจิตใจและวัฒนธรรม อันเนื่องมาจากอุปนิสัยของชาวญี่ปุ่นที่มีความเป็นชาตินิยม และยึดติดผูกพันกับความเป็นญี่ปุ่น จึงทำให้เกิดการรวมกลุ่มกันของชาวญี่ปุ่นในประเทศไทยขึ้นในกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีความหมายโดยรวมของชุมชนลักษณะ (Psycho-Cultural Unit) ดังนี้คือ



### 2.8.1.1 หน่วยของจิตใจและวัฒนธรรม (Psycho-Cultural Unit)

เป็นการมองชุมชนในแง่ของหน่วยทางจิตใจและวัฒนธรรม เป็นการมองที่คนในชุมชนมีความรู้สึกที่ว่าตนเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนเป็นความผูกพันร่วมกันของคนที่อยู่อาศัยในชุมชนนั้น การที่คนมีความรู้สึกว่าเขาเป็นคนถิ่นนั้นถิ่นนี้ทำให้เขาเกิดความรู้สึกมั่นคงเพราะมีที่ยึดเหนี่ยว ความรู้สึกนี้เรียกว่า Community Sentiment ซึ่งเกิดขึ้นเพราะสมาชิกของชุมชนมีค่านิยม กฎเกณฑ์ของสังคม และเป้าหมายร่วมกัน ถ้าหากชุมชนใดขาด Community Sentiment จะทำให้เกิดปัญหาสังคมได้ เช่น โรคทางจิตอาชญากรรม ความไม่สงบทางสังคม ซึ่งจะทำให้การควบคุมทางสังคมทำได้ลำบาก (ดารณี ถวิลพิพัฒน์กุล, 2539)

## 2.9 แนวคิดเกี่ยวกับเอกลักษณ์ และลักษณะเฉพาะของความเป็นชุมชน

การพัฒนาชุมชนที่เหมาะสมจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องเข้าใจในระบบความสัมพันธ์ของสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในชุมชน โดยเฉพาะความสัมพันธ์ระหว่างคน กิจกรรม และพื้นที่ เพื่อนำไปสู่การเข้าถึงของความเป็นชุมชน ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญของการพัฒนาที่ยั่งยืนที่เน้นการสร้างสมดุลระหว่างการพัฒนากับการอนุรักษ์ โดยคำนึงถึงวิถีชีวิตของผู้คน และเอกลักษณ์ของชุมชนไปพร้อม ๆ กัน (วิลาวัลย์ ภมรสุวรรณ, 2551) ซึ่งรายละเอียดที่สำคัญของแนวคิดดังกล่าวมีดังนี้

### 2.9.1 แนวคิดความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรม กิจกรรม และการใช้พื้นที่

จากแนวคิดความสัมพันธ์ทางด้านสังคมและวัฒนธรรมที่สะท้อนและเชื่อมโยงไปสู่ลักษณะที่ปรากฏทางกายภาพ และส่งผลให้พื้นที่นั้น ๆ มีความเป็นเอกลักษณ์หรือลักษณะเฉพาะของชุมชนขึ้นมา (Amos Rapoport, 1977) กล่าวว่า ปรากฏการณ์ดังกล่าวสามารถอธิบายได้จากความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นในชุมชนระหว่างวัฒนธรรม ระบบกิจกรรม และระบบที่ตั้ง โดยความสัมพันธ์ที่เกิดจากองค์ประกอบทั้ง 3 ถือเป็นพื้นฐานสำคัญที่ทำให้ชุมชนแต่ละแห่งมีอัตลักษณ์หรือเอกลักษณ์ที่แตกต่างกันไป ซึ่งรายละเอียดสำคัญของแต่ละองค์ประกอบที่นำไปสู่การอธิบายความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นนั้น มีดังนี้

#### 2.9.1.1 วัฒนธรรม (Culture)

วัฒนธรรมในสังคมโดยทั่วไป แบ่งเป็น 2 ลักษณะใหญ่ คือ 1) วัฒนธรรมที่เป็นรูปธรรม ได้แก่ สิ่งของหรือวัตถุที่มนุษย์ประดิษฐ์และสร้างขึ้นเพื่อใช้ในการดำรงชีวิต 2) วัฒนธรรมที่เป็นนามธรรมจับต้องไม่ได้ ได้แก่ ภาษาพูด ความคิด ความเชื่อค่านิยม จากความคิดของ (Amos Rapoport, 1994, น. 474-478) มองว่า ความหมายของวัฒนธรรมส่วนใหญ่มักถูกกล่าวไป



ใช้พื้นที่ในอนาคตได้ สำหรับกลุ่มกิจกรรมที่ส่งผลต่อรูปแบบการใช้พื้นที่ที่ต่างกัน แบ่งได้เป็น 3 กลุ่มใหญ่ คือ

1. กิจกรรมเชิงธุรกิจ (Firm activities) เป็นกิจกรรมที่ก่อให้เกิดผลผลิต ได้แก่ กิจกรรมการผลิตสินค้าและบริการต่าง ๆ
2. กิจกรรมเชิงสถาบัน (Institutional activities) เป็นกิจกรรมทางสังคมที่เกิดจากการรวมกลุ่มของผู้คนกลุ่มต่าง ๆ ในชุมชน ได้แก่ กิจกรรมการพัฒนาชุมชน กิจกรรมพื้นฐานของชุมชน และกิจกรรมเพื่อสวัสดิการเฉพาะกลุ่ม เป็นต้น
3. กิจกรรมบุคคลและครอบครัว (Individual and household activities) เป็นกิจกรรมเกี่ยวกับการอยู่อาศัย ได้แก่ กิจกรรมในชีวิตประจำวัน การพบปะสังสรรค์ และการนันทนาการ เป็นต้น

การเข้าใจถึงพฤติกรรมมนุษย์ที่นำไปสู่รูปแบบของกิจกรรมและลักษณะการใช้พื้นที่ที่เกิดขึ้นในชุมชน สามารถทำได้โดยการสำรวจทัศนคติของบุคคลเกี่ยวกับแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดการกระทำนั้น ส่วนองค์ประกอบของระบบกิจกรรมนั้น ประกอบด้วย 1) แหล่งประกอบกิจกรรม (Activity agents) คือ ตำแหน่งหรือสถานที่ที่สื่อความหมายทางกายภาพ 2) ประเภทกิจกรรม (Activity types) คือ ชนิดของกิจกรรมที่สื่อถึงวิถีชีวิตตามธรรมชาติของผู้คนที่มีความผูกพันอยู่กับชุมชน และ 3) ระบบกิจกรรม (Activity systems) เป็นสิ่งซ่อนอยู่ในวิถีชีวิตและพฤติกรรมของแต่ละบุคคล ครอบครัว และสังคม ที่มีการกระทำสืบทอดกันมา และสื่อให้เข้าใจถึงระบบสังคมของการอยู่ร่วมกันและการพึ่งพากัน โดยพื้นที่ส่วนต่าง ๆ ที่อยู่ภายในชุมชนมีหน้าที่ใช้สอยหรือมีบทบาทความสำคัญของย่านนั้น ๆ ที่แตกต่างกันไป เนื่องจากถูกกำหนดด้วยลักษณะเฉพาะของกิจกรรมที่เกิดขึ้นบนพื้นที่นั้น (วิลาวัลย์ ภมรสวรรณ, 2551)

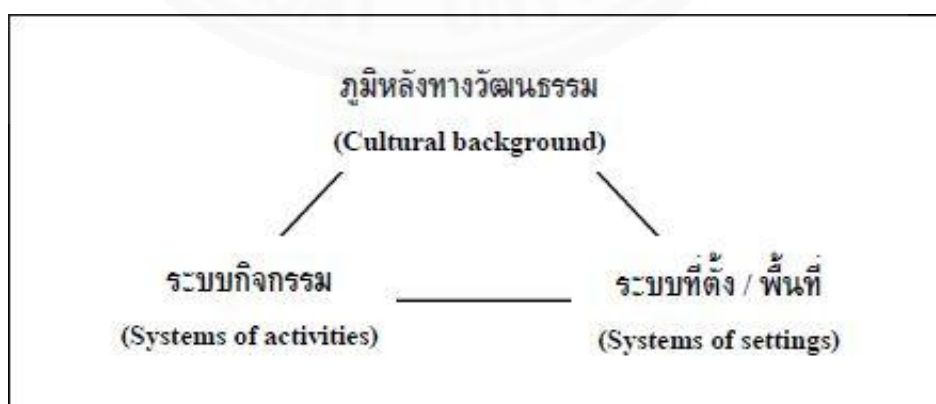
### 2.9.1.3 ระบบที่ตั้ง หรือการใช้พื้นที่ (System of setting)

ระบบที่ตั้งเป็นการจัดการพื้นที่หรือที่ตั้งเพื่อรองรับกิจกรรมต่าง ๆ ของคนหรือกลุ่มคนในสังคม และระบบกิจกรรมก็มีความสัมพันธ์โดยตรงกับระบบที่ตั้งลักษณะของที่ตั้งที่ปรากฏให้เห็นทางกายภาพมักเป็นไปตามความเหมาะสมของกิจกรรมและคุณสมบัติของที่ตั้ง (Behavior setting) นั้น นอกจากนี้ ระบบที่ตั้งยังถือเป็นสภาพแวดล้อมที่มนุษย์สร้างขึ้นมีความสัมพันธ์เกี่ยวเนื่องกับองค์ประกอบทั้ง 4 คือ พื้นที่ เวลาความหมาย และการติดต่อสื่อสาร ซึ่งองค์ประกอบทั้ง 4 จะแปรเปลี่ยนไปตามกิจกรรมของคนหรือกลุ่มคนที่แปรเปลี่ยนไปตามวัฒนธรรมอีกที

(Amos Rapoport, 1994, น. 479-480) มองว่า การพิจารณาระบบกิจกรรมที่เกิดขึ้นในระบบที่ตั้ง ทำให้เข้าใจถึงการใช้พื้นที่โล่งในย่านหรือละแวกบ้านของคนในชุมชน

เพื่อประกอบกิจกรรมต่าง ๆ เพราะที่ตั้งของวัตถุหรือสิ่งต่าง ๆ ที่บุคคลและกลุ่มคนในพื้นที่เป็นผู้กำหนดขึ้นนั้น ย่อมมีความหมาย ความเป็นมา และเรื่องราวต่าง ๆ แฝงอยู่ เช่น ความมั่นคง วิถีชีวิต ค่านิยม และความเชื่อ เป็นต้น หากบุคคลและกลุ่มคนในชุมชนมีวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน ย่อมส่งผลให้การจัดระเบียบทางพื้นที่หรือที่ตั้งซึ่งมีเหตุผลซ่อนอยู่เบื้องหลังนั้นมีลักษณะที่แตกต่างกันไป ซึ่งในที่สุดเกิดเป็นลักษณะเฉพาะของพื้นที่หรือนั้น ๆ

จากรายละเอียดประเด็นสำคัญของวัฒนธรรม ระบบกิจกรรม และระบบที่ตั้ง ที่กล่าวมาในข้างต้นแสดงให้เห็นว่า วิถีชีวิต การทำกิจกรรม และการใช้พื้นที่ที่มีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด (ภาพที่ 2.11) โดยเริ่มจากวัฒนธรรม (Culture) คือ สิ่งที่ส่งผลต่อความคิดความเชื่อของมนุษย์ที่มีต่อสภาพแวดล้อม สภาพทางภูมิศาสตร์ของที่ตั้ง สภาพทางเศรษฐกิจ-สังคม และอื่น ๆ และสิ่งนั้นก่อให้เกิดเป็นค่านิยม (Value) ในการประพฤติปฏิบัติและดำเนินชีวิตในสังคม โดยปรากฏออกมาให้เห็นและรับรู้ได้ในรูปของระบบกิจกรรม (System of activities) ที่มีพื้นที่รองรับ และในที่สุดเกิดเป็นการใช้พื้นที่หรือระบบที่ตั้ง (System of setting) ขึ้นในชุมชนหรือเมืองต่าง ๆ ที่สะท้อนให้เห็นถึงความคิด ความเชื่อ ภูมิปัญญาที่มาจากผู้คนในชุมชนเป็นผู้กำหนด ส่งผลให้ชุมชนแต่ละแห่งมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างกัน ซึ่งความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นทั้งหมดนี้ปรากฏออกมาให้เห็นใน 2 ลักษณะ คือ องค์ประกอบทางกายภาพ เปรียบเสมือนองค์ประกอบของชุมชนที่อยู่ภายนอกสามารถมองเห็นได้ และองค์ประกอบส่วนที่อยู่ภายในเป็นคุณค่าที่มองไม่เห็นด้วยตา แต่รับรู้ด้วยการเข้าไปสัมผัส ที่เรียกว่าคุณค่าทางจิตใจ (Spiritual values) เป็นความรู้สึกที่รับรู้ได้อันเกิดจากวิถีชีวิตของผู้คนที่มีการสะสมของเรื่องราวและความหมายจากการตั้งถิ่นฐานและการอยู่อาศัยอย่างต่อเนื่อง (วิลาวัณย์ ภมรสุวรรณ, 2551)



ภาพที่ 2.10 แผนภูมิแสดงความสัมพันธ์ระหว่างภูมิหลังทางวัฒนธรรม ระบบกิจกรรม และระบบที่ตั้ง, โดย Amos Rapoport, 1977.

## 2.9.2 แนวคิดคุณลักษณะที่แสดงถึงลักษณะเฉพาะ และความเป็นเอกลักษณ์ของ

### ชุมชน

การที่ชุมชนแต่ละแห่งจะมีเอกลักษณ์ (Uniqueness) ได้นั้น Henry Launce Garnham (1985) กล่าวว่า การที่เมืองหรือชุมชนแต่ละแห่งมีเอกลักษณ์ที่แตกต่างกันไป เป็นผลมาจากการมีลักษณะเฉพาะ (Identity) ขององค์ประกอบหลักในชุมชนที่ประกอบรวมกันขึ้น แล้วก่อให้เกิดการรับรู้หรือการจดจำได้ถึงเอกลักษณ์ และสำนักของการเป็นส่วนหนึ่งของผู้คนในพื้นที่นั้นขึ้นมา ซึ่งองค์ประกอบหลักที่ทำให้ชุมชนมีความเป็นเอกลักษณ์ขึ้นมาสามารถพิจารณาได้จากส่วนต่าง ๆ ดังนี้

#### 2.9.2.1 ลักษณะทางกายภาพและภาพลักษณ์ที่ปรากฏ (Physical features and appearance)

เป็นการพิจารณาโครงสร้างทางกายภาพที่แท้จริงของสถานที่ และคุณค่าทางสุนทรียภาพของพื้นที่ซึ่งส่งผลต่อรูปแบบการตั้งถิ่นฐานของชุมชน การใช้ประโยชน์ที่ดิน และลักษณะทางสถาปัตยกรรมของอาคารและสิ่งปลูกสร้าง

#### 2.9.2.2 กิจกรรม และหน้าที่ที่พึงสังเกตเห็นได้ (Observable activities and functions)

เป็นการพิจารณาสิ่งที่แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างคนกับพื้นที่ ได้แก่ ภาพลักษณ์ของพื้นที่จากการประกอบกิจกรรม (Image of area perceived by activity) ที่มีลักษณะแตกต่างกันออกไปของแต่ละชุมชน ทำให้ชุมชนเกิดพื้นที่ที่มีลักษณะเฉพาะเพื่อรองรับกิจกรรมนั้น ๆ ระดับของกิจกรรม (Level of activity) เป็นสิ่งที่บอกระดับของกิจกรรมว่า กิจกรรมใดเป็นกิจกรรมหลักที่คนในชุมชนให้ความสำคัญและทำเป็นประจำ ซึ่งพิจารณาจากความถี่ และลักษณะของการประกอบกิจกรรมของผู้คนในชุมชน ทั้งในรายวันและตามฤดูกาล ซึ่งสะท้อนถึงลักษณะอาชีพหรือกิจกรรมที่ปรากฏชัดเจนของชุมชนนั้น ๆ

#### 2.9.2.3 การสื่อความหมาย หรือสัญลักษณ์ (Meaning or symbols)

เป็นการพิจารณาถึงการรับรู้ความเข้าใจที่มีต่อลักษณะที่หลากหลายของพื้นที่ต่าง ๆ อันเกิดจากการตอบสนองของผู้คนในชุมชนต่อลักษณะทางกายภาพและหน้าที่ที่ใช้อยู่ ได้แก่ ข้อกำหนดของพื้นที่ (Area rule) ที่ส่งผลต่อลักษณะทางกายภาพและสังคมของชุมชน เช่น การควบคุมรูปแบบทางสถาปัตยกรรม วัสดุและพื้นผิวของอาคาร เป็นต้น ระดับของการปิดล้อม (Levels of encloses) แสดงถึงระดับการใช้งาน และการเข้าถึงในแต่ละพื้นที่ ที่ว่างและโครงข่ายที่ว่างในชุมชน (Network of spaces) เป็นสิ่งที่แสดงถึงความถี่ ความห่าง และการเกิดขึ้นเฉพาะที่ของ

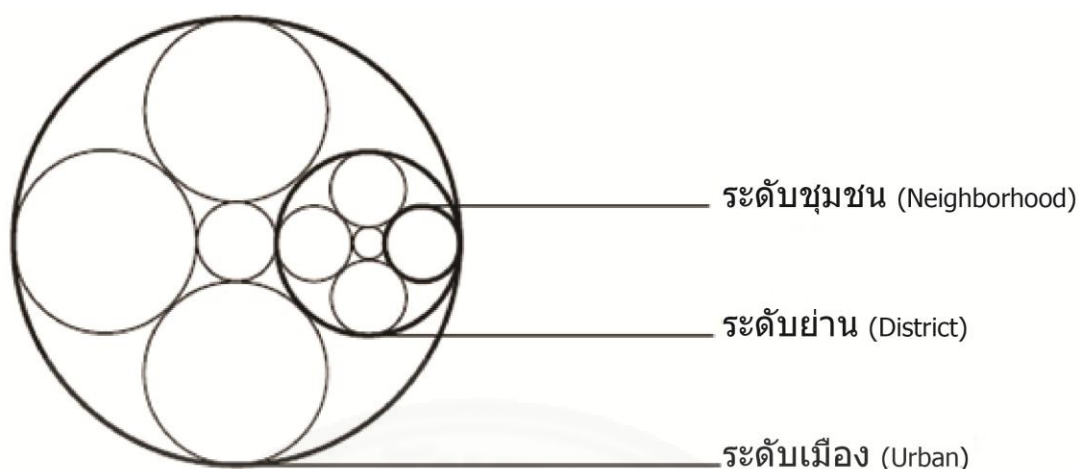
กิจกรรมต่าง ๆ ในชุมชน เป็นต้น ประสบการณ์ความรู้สึกในคุณลักษณะต่าง ๆ เหล่านี้มักไม่เป็นที่เข้าใจของคนในพื้นที่จนกว่าจะสูญเสียมันไป

Henry Launce Garnham (1985) มองว่า บุคลิกลักษณะของเมืองหรือชุมชนก็เช่นกันที่มักจะเปลี่ยนไป และไม่อาจบูรณะหรือฟื้นฟูให้กลับคืนมาได้เหมือนดังเดิม ทั้งนี้ เป็นผลมาจากการเจริญเติบโตของชุมชนเป็นประเด็นหลัก แม้ว่าการเปลี่ยนแปลงเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นได้ แต่ต้องไม่ไปเปลี่ยนหรือทำลายในสิ่งสำคัญที่เมืองหรือชุมชนแต่ละแห่งนั้นมีอยู่ นั่นคือ เอกลักษณ์ โดยคุณลักษณะที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของความเป็นชุมชนนั้น ๆ จะอยู่บนพื้นฐานของสิ่งต่อไปนี้ 1) ลักษณะเดิมทางธรรมชาติที่เฉพาะตัว 2) ลักษณะทางสถาปัตยกรรม 3) ตำแหน่งของอาคารและสิ่งปลูกสร้างต่าง ๆ 4) วัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ 5) กิจกรรมที่พบมากในพื้นที่ สิ่งเหล่านี้ถือเป็นเงื่อนไขเบื้องต้นที่ทำให้ชุมชนสร้างลักษณะเฉพาะตัว ทั้งนี้ การหายไปของลักษณะเฉพาะของชุมชนดังกล่าว อาจส่งผลให้วิถีชีวิตของคนในพื้นที่เปลี่ยนแปลงไปได้

## 2.10 ระดับขอบข่ายของชุมชนเมือง

ระดับขอบข่ายของชุมชนเมือง หมายถึง ลำดับของหน่วยทางสังคมต่าง ๆ ในชุมชนเมืองที่มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันในลักษณะโฮลอนและไฮราคี (Holon & Hierarchy) ซึ่งหมายถึง ในหน่วยทางสังคมหนึ่ง ๆ ที่มีความพอเพียงในตนเองในระดับหนึ่ง แต่ไม่ใช่มีสถานะปิดตัวเองอยู่อย่างโดดเดี่ยว กลับมีความสัมพันธ์ไปสู่ระดับที่ใหญ่กว่าต่อเนื่องกันไปอย่างมีลำดับชั้น (สิงหนาท, 2545) โดยแนวคิดนี้ได้ทำการจำแนกลำดับชั้นของหน่วยชุมชนออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่ ระดับชุมชน (Neighborhood) ระดับย่าน (District) และระดับเมือง (Urban) และยังเชื่อมโยงไปจนถึงระหว่างเมือง โดยการกำหนดขอบเขตของแต่ละหน่วยชุมชนเอาไว้ นั่น เพื่อให้สามารถกำหนดระดับที่เหมาะสมกับศักยภาพในการสนองความจำเป็นและการบริหารจัดการของแต่ละลำดับชั้นได้อย่างมีประสิทธิภาพที่สุด สอดคล้องกับคุณลักษณะเฉพาะของความพอเพียงเรื่องการพัฒนาจากภายในสู่ภายนอก





ภาพที่ 2.11 แสดงลำดับชั้นของชุมชนเมือง, โดย จักรสิน น้อยไร่ภูมิ, 2552.

โดยหน่วยทางสังคมกลุ่มย่อยที่สร้างขึ้นยังมีขนาดเล็กเท่าไร ย่อมมีนัยยะว่าการสนองความต้องการภายในหน่วยย่อยทำได้ง่ายเช่นกัน เนื่องจากเป็นขนาดที่เหมาะสมสอดคล้องกับศักยภาพในการบริหารจัดการ การแบ่งชุมชนเมืองออกเป็นกลุ่มย่อยเช่นนี้ส่งผลให้ชุมชนเมืองจะมีลักษณะเป็นเมืองใหญ่ที่เกิดขึ้นจากองค์ประกอบย่อย ๆ ภายในที่โยงใยสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน ซึ่งในสภาพความเป็นจริงนั้น ย่อมเป็นไปได้ที่หน่วยทางสังคมหนึ่ง ๆ จะสมบูรณ์พร้อมในทุก ๆ ด้านอย่างเบ็ดเสร็จจนสามารถพึ่งพาตัวเองได้ในทุก ๆ ด้าน จึงจำเป็นต้องมีการติดต่อและสัมพันธ์กับหน่วยอื่น ๆ เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนระหว่างกันในเรื่องที่แต่ละฝ่ายขาด เกิดเป็นการพึ่งพาระหว่างกัน จากหน่วยที่อยู่ใกล้สู่วหน่วยที่อยู่ไกลและจากหน่วยเล็กสู่วหน่วยใหญ่

### 2.10.1 แนวคิดทางด้านกายภาพของชุมชนเมือง

แนวทางการสร้างสภาพแวดล้อมกายภาพสำหรับหน่วยชุมชนในแต่ละลำดับชั้นซึ่งสามารถสรุปเป็นประเด็นให้พิจารณาได้ดังนี้

#### 2.10.1.1 หน่วยระดับชุมชน (Neighborhood)

เป็นหน่วยระดับเล็กที่สุด ผู้คนมีการใช้งานบ่อยที่สุดและมีความใกล้ชิดกับผู้คนมากที่สุด ด้วยความเป็นหน่วยที่มีขนาดเล็กและไม่ซับซ้อน โอกาสในการจัดการสภาพแวดล้อมกายภาพจึงสามารถทำได้ง่าย เกิดจากการที่ผู้คนในชุมชนได้รับการสนองความต้องการขั้นพื้นฐานอย่างทั่วถึง ผู้คนในชุมชนมีความคุ้นเคยกัน ด้วยการดึงเอาลักษณะของการอยู่ร่วมกันของชุมชนในชนบทมาใช้ในพื้นที่เมือง โดยมีแนวคิดในการออกแบบ ดังนี้

1. ในแต่ละหน่วยชุมชนควรมีการจัดเตรียมบริการพื้นฐาน สาธารณูปโภค-สาธารณูปการร้านค้า พื้นที่พักผ่อน และอื่น ๆ ที่จำเป็นในการดำรงชีวิตให้พอเพียง



ชุมชนควรมีขนาดเล็กเพื่อความสะดวกในการกระจายบริการได้ทั่วถึงและไม่สิ้นเปลือง รวมทั้งสะดวกในการบริหารจัดการ

2. เพิ่มพื้นที่สีเขียวในชุมชนเพื่อเป็นที่พบปะระหว่างกัน ช่วยกระตุ้นให้เกิดประชาสังคมและช่วยลดมลพิษ รวมทั้งช่วยสร้างบรรยากาศที่ดีและสร้างความน่าสบายให้กับชุมชนควรออกแบบอาคารให้ใช้ระบบธรรมชาติเพื่อลดการใช้พลังงานได้ เช่น จัดวางอาคารเพื่อรับลมธรรมชาติ หรือ ใช้ร่มเงาของต้นไม้เพื่อช่วยลดอุณหภูมิ

3. ลดการใช้รถยนต์ในชุมชน ด้วยการใช้ร่มเงาของต้นไม้ช่วยสร้างบรรยากาศที่ดีให้กับทางเท้าและทางจักรยาน เพื่อกระตุ้นให้คนในชุมชนหันมาใช้ทางเท้ามากขึ้น

### 2.10.2 ลักษณะทางกายภาพโดยทั่วไปของย่านการค้าระดับชุมชน

อัญชลี ชาติวิวัฒนาการ กล่าวถึงองค์ประกอบโดยทั่วไปของลักษณะทางกายภาพของย่านการค้าไว้ดังต่อไปนี้

#### 2.10.2.1 สภาพอาคาร

อาคารทั้งหลายมีความแตกต่างกัน เช่น อายุอาคาร มีทั้งอาคารใหม่และอาคารเก่า ความสูงอาคาร ตั้งแต่ชั้นเดียวจนถึงหลายชั้น วัสดุอาคาร ทั้งวัสดุชั่วคราว และวัสดุถาวร รวมทั้งความแข็งแรงที่แตกต่างกันตลอดจนอายุการใช้งานต่าง ๆ

#### 2.10.2.2 รูปแบบร้านค้า

มีความพยายามปรับปรุงเปลี่ยนแปลงให้สามารถบริการประชาชนได้ตามยุคสมัยตามความนิยม ขณะที่เกิดร้านค้าแบบใหม่บริการคนกลุ่มหนึ่ง ร้านค้าแบบเก่าก็ยังคงอยู่ให้บริการคนอีกกลุ่มหนึ่ง เช่น ร้านค้าที่เป็นอาคารห้องแถว ตึกแถว Super Market และ Department Store เป็นต้น

#### 2.10.2.3 ประเภทร้านค้า

ในเมืองจะมีร้านค้าทุกประเภทตามความต้องการของแต่ละชุมชน ทั้งสินค้าจำเป็นประจำวัน สินค้าฟุ่มเฟือย สินค้าราคาถูกราคาแพง สินค้าบริการ ขนาดพื้นที่ที่ยังมีขนาดใหญ่ก็ยังมีประเภทของร้านค้ามากยิ่งขึ้น

#### 2.10.2.4 จำนวนร้านค้า

ในเมืองจะมีร้านค้าจำนวนมาก ร้านค้าขายสินค้าชนิดเดียวกันอาจมีจำนวนหลายร้าน เช่น ในศูนย์การค้าขนาดใหญ่จำเป็นต้องมี Department Store มากกว่าหนึ่งแห่ง นอกจากนั้นจำนวนร้านค้าจะเพิ่มขึ้นตามอัตราการเพิ่มของประชากรในเขตอิทธิพลการค้า ซึ่งศูนย์การค้าขนาดใหญ่กว่า จะมีขอบเขตอิทธิพลไกลตามไปด้วย

### 2.10.2.5 การใช้ที่ดิน

ในแต่ละพื้นที่ของเมืองมักมีลักษณะการใช้ที่ดินที่ปะปนกัน ในระหว่างกิจกรรมต่าง ๆ เช่น ค้าขาย พักอาศัย สำนักงาน อุตสาหกรรมขนาดเล็ก เป็นต้น (อัญชลี ชาติวิวัฒนาการ, 2540, น.15)

### 2.11 ความหมายและประเภทของย่านการค้า

ย่านการค้า หมายถึงการจัดตั้งของกลุ่มพาณิชยกรรมที่ได้ถูกวางแผนพัฒนาและบริหารร่วมเป็นหนึ่งเดียว โดยมีความสัมพันธ์ในเรื่องของทำเลที่ตั้งและชนิดของร้านค้ากับพื้นที่การค้าที่ให้บริการอยู่และจัดให้มีที่จอดรถเหมาะสมกับชนิดและขนาดของย่านการค้า (Vernorand Rabianski, 1993)

ตารางที่ 2.3

ตารางแสดงประเภทของย่านการค้า

Type of Center	Leading Tenant	Typical GLA (sq. feet)	General Range in GLA (sq. feet)	Usual Minimum site Area (Acres)	Minimum Population Support required
Neighborhood	<i>Supermarket</i>	<i>50,000</i>	<i>30,000-100,000</i>	<i>3-10</i>	<i>3,000-40,000</i>
Community	<i>Junior department store</i>	<i>150,000</i>	<i>100,000-450,000</i>	<i>10-30</i>	<i>40,000-150,000</i>
Regional	<i>1 or 2 fullline department stores</i>	<i>450,000</i>	<i>300,000-900,000</i>	<i>10-60</i>	<i>150,000 or more</i>
Super Regional	<i>3 or more fullline department stores</i>	<i>900,000</i>	<i>500,000-2,000,000</i>	<i>15-100 or more</i>	<i>300,000 or more</i>

หมายเหตุ. จาก Urban Land Institute-ULI, 1997.

จากตารางที่ 2.3 แสดงถึงประเภทของย่านการค้าประเภทต่าง ๆ โดยสามารถแบ่งได้ตามลักษณะประเภทของผู้เช่าหลัก ขนาดพื้นที่ใช้สอย ขนาดที่ตั้งของโครงการ ตามระยะทาง เวลาที่ใช้ในการเดินทางเพื่อไปยังศูนย์การค้า และการแบ่งโดยขนาดของประชากร ซึ่ง Urban Land Institute-ULI (1997, น. 8-46) ได้ใช้เกณฑ์ในการแบ่งย่านการค้า โดยคำนึงถึงรูปแบบการใช้พื้นที่ใช้สอย (Function) ระยะห่างจากย่านการค้า (Trade Area) และส่วนผสมของผู้เช่า (Tenant Mix) โดยแบ่งได้เป็น 4 ประเภท คือ Neighborhood, Community, Regional และ Super Regional ตามลักษณะที่สำคัญของประเภทผู้เช่า ขนาดพื้นที่ใช้สอย ขนาดที่ตั้งของศูนย์การค้า (Shopping center) และจำนวนชั้นต่ำของผู้มาใช้บริการในย่านการค้า

โดยในส่วนของชุมชนชาวญี่ปุ่นบริเวณซอยสุขุมวิท 33/1 นั้น เป็นลักษณะของชุมชนที่เกิดขึ้นเพื่อการค้าและบริการเพื่อตอบสนองกับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ ซึ่งจัดอยู่ในลักษณะและรูปแบบของธุรกิจร้านค้าระดับชุมชน (Neighborhood Shopping Street) อันเป็นที่รวมของร้านค้าและบริการของชาวญี่ปุ่นโดยตรง ประกอบไปด้วยร้านอาหาร Supermarket ร้านหนังสือ ร้านเช่าวิดีโอ โรงแรม ร้านตัดผม เป็นต้น โดยมีความหมายดังนี้

### 2.11.1 ศูนย์การค้าระดับชุมชน (Neighborhood Shopping Street)

หมายถึงย่านการค้าแบบเปิดขนาดเล็กในละแวกบ้าน ที่ออกแบบเพื่อให้ความสะดวกแก่ผู้บริโภคในการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค (Consumer Goods) หรือสิ่งของที่ใช้ประจำวัน มีพื้นที่ประมาณ 3-5 ไร่ และมีขนาดพื้นที่ให้เช่าประมาณ 2,700-14,000 ตารางเมตร สิ่งดึงดูดผู้บริโภคให้เข้ามาที่ย่านการค้าส่วนใหญ่จะเป็นผู้เช่าหลักประเภท ซูเปอร์มาร์เก็ตหรือร้านขายยานอกเหนือจากนี้ยังมีร้านค้าปลีกต่าง ๆ อยู่ภายในบริเวณศูนย์การค้าชุมชนนี้ประมาณ 15-20 ร้าน เช่น ร้านอาหาร ร้านขายยา ร้านให้เช่าวิดีโอ ร้านซักรีด ร้านทำผม ร้านขายดอกไม้ และธนาคาร เป็นต้น ศูนย์การค้าระดับชุมชนจะสามารถรองรับผู้บริโภคได้ 2,500-40,000 คนต่อวัน ภายในรัศมีประมาณ 3-5 กิโลเมตร

## 2.12 ที่รวมกิจกรรมภายในย่านการค้าระดับชุมชน

Kevin Lynch. (อ้างใน สมพล ดำรงเสถียร, ไม่ปรากฏปี) ได้กล่าวถึงความหมายของที่รวมกิจกรรมในย่านการค้า คือ บริเวณที่เป็นที่เปิดโล่งกลางแจ้งถูกล้อมรอบหรือล้อมเพียงบางส่วนด้วยอาคารก่อให้เกิดเป็น Urban Space ขึ้นซึ่งอาจเป็นพื้นที่ที่แยกขาดจากการสัญจรโดยเด็ดขาดหรือไม่ก็ตามอาจจะสามารถใช้พื้นที่ให้เกิดประโยชน์ได้ ตั้งแต่เป็นที่พักผ่อนหย่อนใจภายในชุมชน นอกจากนี้

มีประโยชน์ในด้านการทำกิจกรรมแล้ว Urban Space นี้ยังมีประโยชน์ในด้านการเป็นพื้นที่เปิดโล่ง เพื่อลดความแออัด ทำให้เกิดอากาศที่หมุนเวียนถ่ายเทภายในพื้นที่

โดยที่รวมกิจกรรม (Node) สามารถแบ่งตามประเภทการใช้งานได้ 5 ประเภท ดังต่อไปนี้

1. ใช้เพื่อการสัญจรหรือเป็นทางเท้า ได้แก่ลานด้านหน้าอาคาร หรือกลุ่มอาคารขนาดใหญ่ที่มีความสำคัญ ใช้เป็นที่รวมของกลุ่มคนทั้งก่อนและหลังเข้าอาคาร นอกจากนี้ยังสามารถใช้เป็นตัวเชื่อมความสัมพันธ์หรือเชื่อมต่อไปยังกิจกรรมอื่น ๆ ภายในย่านการค้าได้

2. ใช้เพื่อการพบปะสังสรรค์ ลานลักษณะนี้มักจะอยู่ในบริเวณที่มีผู้คนจำนวนมากหรือเป็นจุดรวมของทางเท้าสายสำคัญ เช่น ลานในบริเวณร้านค้าบริเวณริมฝั่งแม่น้ำ ซึ่งอาจมีกิจกรรมเกิดขึ้น เช่น ขายของในวันหยุด ขายสินค้าพื้นเมือง

3. ใช้เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ทั้งในรูปแบบของ Passive Recreation และ Active Recreation

4. ใช้เพื่อประโยชน์ด้านการมองเห็น เป็นบริเวณที่ใช้เสริมกิจกรรมหรือเน้นอาคารเป็นสำคัญ เช่น ลานอนุสาวรีย์ ลานด้านหน้าโบราณสถาน

5. ใช้เพื่อประโยชน์ในหลายหน้าที่ ซึ่งอาจรวมถึงการใช้งานทั้ง 4 รูปแบบตามที่ได้กล่าวมาแล้วในข้างต้น

โดยย่านการค้าระดับชุมชนที่ตึ้นนั้น ควรจะมีการออกแบบพื้นที่เปิดโล่งกลางแจ้ง เพื่อให้เกิดเป็นพื้นที่รวมกิจกรรม Urban Space ภายในย่านนั้น ๆ ซึ่งนอกจากจะใช้ประโยชน์ได้หลากหลายในเชิงของพาณิชย์กรรม ยังช่วยเสริมสร้างบรรยากาศ และช่วยเพิ่มจินตภาพให้กับย่านการค้าขึ้น ๆ ได้อีกด้วย

### 2.13 กิจกรรมภายในพื้นที่ย่านการค้า

เชมโซต ภูประเสริฐ (2546) อ้างถึงการศึกษาของ Pushkarev และ Zupan (1975) ได้ทำการศึกษาวิจัยถึงพฤติกรรมการใช้งานและกิจกรรมที่เกิดขึ้นในพื้นที่เปิดโล่งสาธารณะย่านใจกลางเมือง โดยในงานวิจัยได้จัดแบ่งรูปแบบพฤติกรรมการใช้งานและการเกิดกิจกรรมในพื้นที่ได้เป็น 2 รูปแบบ คือ

1. เดินผ่านพื้นที่ (Passers-Through) บุคคลใช้งานพื้นที่ในลักษณะเป็นทางเดินเท้า หรือใช้เส้นทางลัดสู่อีกสถานที่หนึ่ง โดยไม่เสียเวลาหยุดทำกิจกรรมใดใดในพื้นที่

2. ใช้เวลาอย่างไม่รีบร้อนในพื้นที่ (Lingers) บุคคลหยุดทำกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งหรือเดินเอื้อระเหยชมวิวทิวทัศน์ในพื้นที่อย่างไม่รีบร้อน

โดยการวิจัยพบว่า พื้นที่เปิดโล่งภายในเมืองที่ประสบความสำเร็จ ควรมีคุณสมบัติที่ดึงดูดคน และทำให้คนได้ใช้เวลาหรือมีการใช้งานและกิจกรรมในพื้นที่ โดยกลุ่มที่มีพฤติกรรมในพื้นที่ในลักษณะเดินผ่านพื้นที่จะไม่ถือว่าเป็นผู้ใช้งาน (User) ของพื้นที่

กิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นภายในย่านการค้ามีความสัมพันธ์กันอย่างเป็นระบบ การปรับปรุงและพัฒนาพื้นที่จึงต้องมีการกำหนดกิจกรรมอย่างชัดเจน รวมถึงกลุ่มผู้ใช้ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรม การลำดับความสำคัญของกิจกรรม การจัดระเบียบความสัมพันธ์ของระบบกิจกรรมกับพื้นที่ใช้สอยจะต้องมีการศึกษาในรายละเอียด ดังต่อไปนี้

### 2.13.1 ผู้ใช้อาคาร

หมายถึงกลุ่มผู้ใช้งานภายในพื้นที่ ที่เป็นผู้ประกอบกิจกรรมหรือผู้ที่เกี่ยวข้องมีความแตกต่างในการใช้งานพื้นที่ แต่ละย่านการค้าหรือชุมชนจะมีความแตกต่างกันออกไป จำเป็นต้องมีการแยกกลุ่มผู้ใช้งาน เพื่อความเหมาะสมในการปรับปรุงและพัฒนาพื้นที่โครงการ โดยแยกกลุ่มผู้ใช้ตามความต่อเนื่องของการใช้ ดังนี้

1. กลุ่มผู้ใช้งานประจำ เป็นกลุ่มผู้ใช้งานพื้นที่ประจำ ซึ่งมีความสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมทางกายภาพโดยตรง มีพื้นที่ที่ใช้ในการประกอบกิจกรรมเป็นประจำ เช่น พนักงาน พนักงานที่ทำงานในโครงการ เจ้าหน้าที่ทำความสะอาด เป็นต้น
2. กลุ่มผู้ใช้งานชั่วคราว เป็นกลุ่มผู้ใช้งานพื้นที่ในช่วงระยะเวลาสั้น ๆ มีการกระจายตัวไปตามพื้นที่ต่าง ๆ ในโครงการและในอาคารที่เกิดกิจกรรม เช่น ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการต่าง ๆ ภายในชุมชน เป็นต้น
3. กลุ่มผู้สังเกต ผู้สังเกตหรือผู้รับรู้สภาพแวดล้อม ไม่ได้มีการเข้าร่วมกิจกรรมภายในขอบเขตสภาพแวดล้อมของโครงการ เช่น ผู้ที่เดินไปมา ผู้ที่อาศัยอยู่ข้างเคียง การรับรู้จะเป็นลักษณะของการมองเห็น การได้ยิน เป็นต้น (วิลลิสท์ ทรายางกูร, 2528, น. 218)

### 2.13.2 กิจกรรม

ที่เกิดขึ้นภายในย่านการค้า จะต้องสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมทางกายภาพ เพื่อให้การดำเนินลักษณะกิจกรรมต่าง ๆ ตอบสนองกับพฤติกรรมของผู้ใช้งาน การพิจารณาเพื่อกำหนดรายละเอียดของความสัมพันธ์ของพื้นที่ใช้สอยตามลักษณะของการใช้งานว่ามีความเหมาะสมในตำแหน่งใด ต้องมีการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพื้นที่และกิจกรรมที่เกิดขึ้น ซึ่งความสัมพันธ์ของกิจกรรมแบ่งได้ดังนี้

1. ความสัมพันธ์ด้านการดำเนินงาน พิจารณาถึงความสัมพันธ์ด้านการใช้งานระหว่างกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีความสัมพันธ์ระหว่างการใช้พื้นที่ภายในโครงการ มีโครงสร้างความสัมพันธ์ที่ชัดเจน เช่น ความสัมพันธ์ของผู้ประกอบการในย่านการค้า เป็นต้น
2. ความสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรมกับพื้นที่ที่พิจารณาและวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรมและพื้นที่ เพื่อวิเคราะห์ว่ามีกิจกรรมใดบ้างเกิดขึ้นกับพื้นที่ส่วนใดของโครงการ ทำให้ทราบถึงตำแหน่งของกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นภายในพื้นที่ส่วนใดของโครงการ เพื่อทำให้ทราบถึงตำแหน่งของกิจกรรมรวมถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่ทำให้เกิดกิจกรรมขึ้น
3. ช่วงเวลาของกิจกรรม การเกิดขึ้นของกิจกรรมต่าง ๆ แตกต่างกันไปตามสภาพแวดล้อมทางกายภาพ และช่วงเวลาของการเกิดกิจกรรม ซึ่งในบางกิจกรรมอาจเกิดขึ้นเฉพาะในช่วงเวลากลางวันหรือเกิดเฉพาะช่วงกลางคืนเท่านั้น บางกิจกรรมอาจมีการเกิดขึ้นตลอดทั้ง 24 ชั่วโมง ดังนั้นการออกแบบและการบริหารจัดการสภาพแวดล้อมกายภาพจะต้องคำนึงถึงการใช้งานของกิจกรรมในช่วงระยะเวลาต่าง ๆ เพื่อให้สามารถจัดสรรพื้นที่ได้สอดคล้องกับกิจกรรม

## 2.14 แนวความคิดและข้อพิจารณาในการปรับปรุงย่านการค้าระดับชุมชน

Kevin Lynch. (อ้างใน สมพล ดำรงเสถียร, ไม่ปรากฏปี) กล่าวว่า การบูรณะฟื้นฟู (Redevelopment) ย่านการค้าในเชิงพาณิชย์ ควรมีการแยกการสัญจรของคนที่เดินเท้ากับการสัญจรของรถยนต์ ออกจากกัน และจัดพื้นที่ให้เพียงพอสำหรับคนเดินเท้าด้วย เช่นที่เมือง Plymouth และ Exeter Kassel เป็นต้น และในส่วนที่เกี่ยวกับร้านค้า ควรจัดให้มีทางเข้าหลักและทางเข้ารอง (Service) เพื่อใช้ในการขนส่งสิ่งของต่าง ๆ ได้สะดวก ซึ่งเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่งในร้านค้าประกอบกับทางเดินที่มีหลังคาคลุม (Covered Footway) ควรจัดทางเดินให้กว้างเพียงพอไม่แคบจนเกินไป และสามารถกำบังแดด ลม ฝน ได้พร้อม ๆ กัน โดยในส่วนของกายภาพในย่านการค้ามีแนวทางในการปรับปรุง ดังต่อไปนี้

### 2.14.1 บรรยากาศและทัศนวิสัย (Visibility)

มุมมองของย่าน มีความน่าเบื่อ ไม่สดใสนั้นอาจเป็นผลมาจากการใช้สิ่งก่อสร้างและสถาปัตยกรรมในพื้นที่ที่น่าเบื่อ ซ้ำซากซึ่งจะทำให้ผู้คนที่อยู่ภายในไม่พอใจต่อลักษณะภาพลักษณ์ของย่านนั้น ๆ ได้

### 2.14.2 จินตภาพของย่านการค้า (Image)

เป็นการเสริมลักษณะของย่านให้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้นโดยใช้การควบคุมประเภทของการใช้ที่ดิน ควบคุมรูปแบบของสถาปัตยกรรม (ความสูง, สีสັນและวัสดุที่ใช้) ควบคุมความหนาแน่น (FAR, ระยะถอยร่น) ควบคุมรูปแบบของป้ายและสิ่งก่อสร้างอื่น ๆ

โดยในส่วนของชุมชนชาวญี่ปุ่นบริเวณสุขุมวิท 33/1 นั้น การส่งเสริมจินตภาพของย่านการค้าสามารถทำได้โดยการควบคุมรูปแบบของสถาปัตยกรรม และควบคุมรูปแบบของป้ายร้านค้าให้เป็นไปในแนวทางที่คล้ายคลึงกัน เพื่อส่งเสริมลักษณะของความเป็นย่านที่มีอัตลักษณ์ของความเป็นญี่ปุ่นให้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น

### 2.14.3 พื้นที่ที่ได้รับการปรับปรุงฟื้นฟู

ควรจะได้รับบริการออกแบบวางแผนอย่างระมัดระวัง จะทำให้พื้นที่พาณิชยกรรมในโครงการนี้มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้นกว่าเดิม ทำให้มีมุมมองและบรรยากาศของย่านที่น่าสนใจ ตลอดจนการเดินทางสัญจรโดยรถยนต์และทางเดินเท้าจะมีบริเวณที่ติดต่อกันได้ทั่วถึงกว้างขวางและสะดวกมากขึ้น

### 2.14.4 การแก้ปัญหาาระบบของการจราจร

เน้นเฉพาะบริเวณที่มีปัญหา ของระบบการสัญจรทางรถยนต์ และทางเท้า เช่น ปรับระบบการสัญจรของรถยนต์ (One way) แบ่งการใช้งาน ยกเลิกถนน เปลี่ยนมาเป็นทางเดินเท้าที่เหมาะสมที่จะใช้กับย่านหรือบริเวณที่มีคุณค่าและมีความสวยงามของพื้นที่หรือยอมให้ผ่านเฉพาะรถขนส่งมวลชน ทั้งนี้การแก้ไขระบบของการสัญจรที่กล่าวมาแล้ว ควรคำนึงถึงเงื่อนไขที่สำคัญ ดังนี้คือ

1. การคำนึงถึงเหตุฉุกเฉินโดยเฉพาะกรณีปิดถนนเพื่อเป็นทางเข้า
2. ความร่วมมือของผู้อยู่อาศัยหรือผู้ประกอบการในพื้นที่
3. การส่งเสริมกิจกรรมให้เกิดขึ้นในพื้นที่กิจกรรมภายในชุมชน

### 2.14.5 การเพิ่มความสวยงามและความร่มรื่นภายในโครงการ

ในย่านการค้าสิ่งที่จะต้องส่งเสริมที่สุด คือ การเดินไปในระหว่างย่านการค้าหรือตามทางที่มีร้านค้าตลอดทาง ดังนั้นหลักการจัดทางเดินในโครงการที่ทำให้ผู้มาใช้งานมีความรู้สึกร่มรื่น สามารถแยกการจัดได้ดังนี้ คือ

1. การทำหลังคาคลุม การทำหลังคาคลุม Covered way ตามขนาดของทางเท้าโดยมีเสาให้น้อยที่สุด
2. การปลูกต้นไม้ ปลูกต้นไม้ให้ร่มเงาไปตามทางเดินเท้า ซึ่งต้องออกแบบประกอบกับการวางผังท่อระบายน้ำ ประปา ไฟฟ้า โทรศัพท์ด้วย



3. การทำทางเดินแบบอาเขต การทำทางเดินแบบอาเขตให้ทางเดินลอดใต้อาคาร โดยชั้นบนของอาคารใช้เป็นที่พักอาศัยหรือให้เช่าก็ได้

#### 2.14.6 การเลือกรูปแบบของที่นั่งให้เหมาะสมกับกิจกรรมภายในพื้นที่

กิจกรรมแต่ละประเภทมีความเหมาะสมในการเลือกรูปแบบของที่นั่งแตกต่างกัน โดยกำหนดให้มี 8 รูปแบบที่แตกต่างกันตามการใช้งาน ดังต่อไปนี้

1. Straight Slabs ที่นั่งแบบ Slab ตรง สามารถนั่งได้ตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป มีทั้งแบบที่ต่างคนต่างนั่ง และแบบ 2 คนสนทนากัน และแบบนั่ง-ยืนเป็นกลุ่มสนทนา

2. Single Pods ที่นั่งแบบ 4 เหลี่ยมจัตุรัสหรือกลมอาจใช้กับคน 1 คน หรือ 4 คนนั่งหันหลังหากันหรือหันหน้าสนทนากันก็ได้

3. Single Corner Units แบบมุมฉากโดยการใช้ช่วงที่เป็นมุมฉาก จับกลุ่มสนทนากันได้

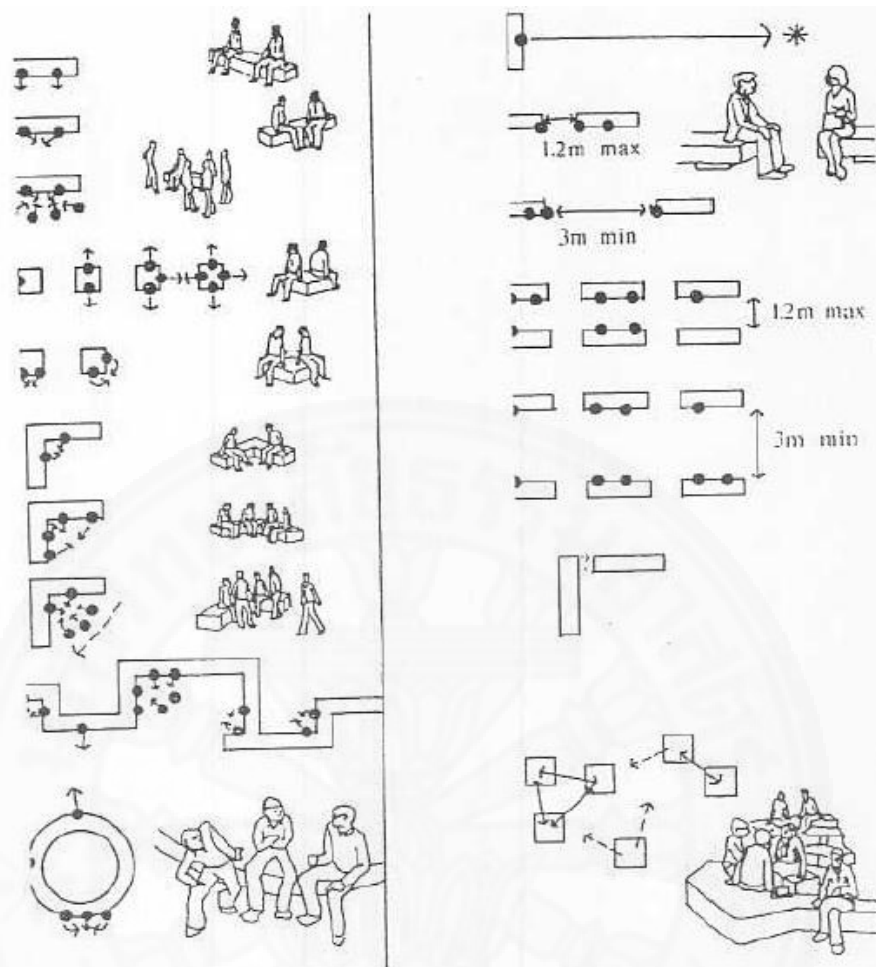
4. Multiple Corner Units ที่นั่งแบบหลายมุมเป็นแบบมุม และแบบตรง ผสมผสานกันเป็นจังหวะจึงสามารถบริการผู้คนที่หลากหลายกิจกรรม

5. Circles ที่นั่งแบบวงกลมถือว่าการจัดที่ดีรูปแบบหนึ่ง และสามารถประยุกต์ใช้กับกลุ่มคนหลากหลายรูปแบบทั้งแบบกลุ่มและแบบเดี่ยวได้ดี

6. Strict Unearrity ที่นั่งแบบ Slab ตรง หันทิศทางไปยั้งที่กำหนดไว้ ซึ่งแต่ละแถวของที่นั่งให้มีระยะห่างกัน 1.2 ม. – 3 ม.

7. Right Angles ที่นั่งแบบ Slab ตรง คือเป็นมุมทางด้านขวา รูปแบบนี้จะเกิดมุมขึ้น แต่เว้นช่วงต่อของ Slab ให้มีทางเข้า-ออกไว้ด้วย

8. Clusters แบบรวมกลุ่ม โดยเว้นระยะของกลุ่มไว้พอประมาณ เพื่อจัดกลุ่มสนทนาได้ดียิ่งขึ้น



ภาพที่ 2.12 แสดงการจัดที่นั่งพักผ่อนรูปแบบต่าง ๆ ภายในย่านการค้า, โดย Kevin Lynch, 1987.

## 2.15 การแบ่งกลุ่มและจัดกลุ่มร้านค้าและประเภทการค้า

การแบ่งกลุ่มและจัดกลุ่มร้านค้าและประเภทการค้า ในย่านการค้าขนาดใหญ่ที่มีร้านค้าจำนวนมาก มีความจำเป็นต้องมีการแบ่งกลุ่ม และประเภทของสินค้าและร้านค้าให้ส่งเสริมกันและไม่รบกวนซึ่งกันและกัน (อัญชลี ชาติวิวัฒนาการ, 2540) มีหลักการทั่วไป ดังนี้คือ

### 2.15.1 การจัดกลุ่มร้านค้าประเภทเดียวกัน

การจัดกลุ่มร้านค้าประเภทเดียวกัน เช่น ถ้าเป็น Center ใดที่ใหญ่พอจะมี Supermarket ได้มากกว่า 1 แห่ง ควรจัดให้ร้านค้าคู่แข่งอยู่ใกล้กัน และทำการรวมกลุ่มร้านค้ากลุ่มเดียวกันเข้าด้วยกัน เช่น จัดกลุ่มร้านอาหารให้อยู่รอบ ๆ ส่วนของ Supermarket การจัดกลุ่มร้านค้าทำให้ลูกค้ามีโอกาสเปรียบเทียบคุณค่าได้มากขึ้นและเป็นผลดีต่อร้านเล็ก ๆ ที่ได้ผลจากการดึงดูดลูกค้าของร้านใหญ่ได้ร่วมเปรียบเทียบสินค้าด้วย

### 2.15.2 การจัดกลุ่มร้านค้าให้มีการดึงดูดซึ่งกันและกัน

เป็นที่ทราบกันว่ามีร้านค้าบางประเภทที่มีแรงดึงดูด เช่น Supermarket, ร้านขายยา, Variety Store, Department Store ถ้าวางกลุ่มร้านค้าเหล่านี้อยู่ทางด้านริมหรือปลายย่านการค้าทั้ง 2 ข้าง เพื่อให้บริการ โดยตรงกลางเป็นทางเชื่อมระหว่างร้านค้าเหล่านี้ ร้านค้าที่อยู่ระหว่างทางเดินจะได้รับผลพลอยได้ไปด้วย รวมทั้งจะได้มีการกระจายความหนาแน่นจากภายนอกเข้าสู่ภายในได้เป็นอย่างดีอีกด้วย

### 2.15.3 การจัดกลุ่มของร้านค้าโดยจัดตามแบบของสินค้าที่ขาย

การจัดกลุ่มโดยแบบของสินค้าที่ขายเช่น Convenience Goods, Shopping Goods และ Service Store แต่รูปแบบนี้จะทำให้เกิดการจราจรในบริเวณสถานที่ประกอบการนั้นไม่เท่ากัน เช่น ในบริเวณของ Convenience Goods จะมีการจอดรถมากกว่าในบริเวณที่เป็น Shopping Goods อยู่เสมอ

### 2.15.4 การจัดกลุ่มของร้านค้าต่างประเภทให้มีการส่งเสริมซึ่งกันและกัน

การจัดกลุ่มของร้านค้าต่างประเภทให้ส่งเสริมกันเช่นร้านค้าเครื่องประดับสตรีสามารถอยู่ในบริเวณที่ต่อเนื่องกับ Gift Shop และ Tea Shop แต่จะต้องอยู่ห่างไกลจากร้านขายสุรานอกจากนั้นร้านค้าที่มีระดับราคาที่ต่างกันหรือมีลูกค้าคนละระดับควรแยกออกจากกัน

### 2.15.5 การจัดกลุ่มของสินค้าประเภทบริการ

การบริการอื่น ๆ ในชุมชน เช่น ธนาคาร ร้านซักรีด ร้านตัดผม ร้านซ่อมรองเท้า ร้านเสริมสวย ฯลฯ ควรจัดให้อยู่ในบริเวณที่มีค่าเช่าต่ำ ซึ่งอาจจะอยู่ในบริเวณปลายของบริเวณที่รุ่มรวย มากกว่าจะอยู่ในบริเวณดึงดูดคน เพราะบริเวณเหล่านี้จะมีลูกค้าที่แน่นอนอยู่แล้ว และจะเป็นการดึงดูดให้เข้ามาสู่ในบริเวณของร้านค้าที่อยู่ข้างเคียงอีกด้วย

## 2.16 อิทธิพลที่มีต่อการรับรู้สภาพแวดล้อมทางกายภาพ

วิมลสิทธิ์ หรยางกูร (อ้างอิงใน เขมโชติ ภูประเสริฐ, 2541) ได้ทำการศึกษาและสรุปถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้สภาพแวดล้อมทางกายภาพของบุคคลในทฤษฎีจิตวิทยาการรับรู้ของกลุ่มจิตวิทยาเกสตัลต์ (Gestalt Psychology) ออกเป็น 3 ปัจจัย ดังต่อไปนี้

### 2.16.1 สภาพแวดล้อมกายภาพที่บุคคลรับรู้

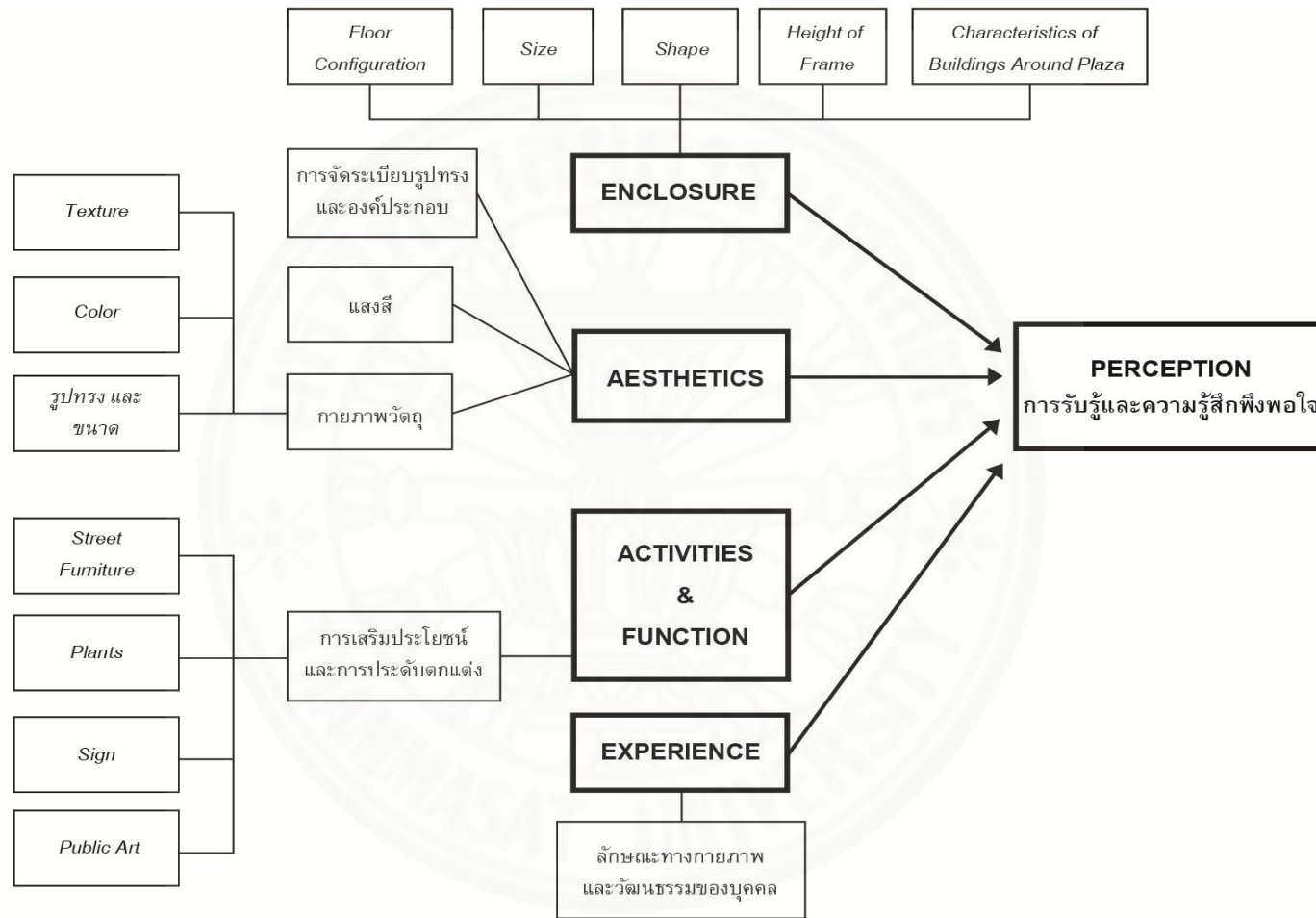
ในการรับรู้ทางสภาพแวดล้อมทางกายภาพของตัวบุคคลนั้น นอกเหนือจากวัตถุหรือส่วนที่บุคคลสนใจเพิ่งเล็งแล้ว อิทธิพลจากสภาวะแวดล้อมอื่น ๆ ที่อยู่รอบ ๆ ตัวบุคคลนั้นยังมีผลต่อการรับรู้ได้ จากทฤษฎีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ เช่น การรับรู้ความลึก การรับรู้ความคงที่ทางวัตถุของสิ่งต่าง ๆ ในด้านขนาด รูปร่าง ความสว่าง สี ความคงที่ทางตำแหน่ง และการรับรู้มายาทางทัศนศาสตร์ ทฤษฎีเหล่านี้ต่างชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของอิทธิพลของสภาพแวดล้อมที่อยู่รอบสิ่งเร้านั้น ๆ ที่เป็นจุดสนใจที่บุคคลรับรู้

### 2.16.2 ประสบการณ์ในอดีตของบุคคลที่รับรู้สภาพแวดล้อม

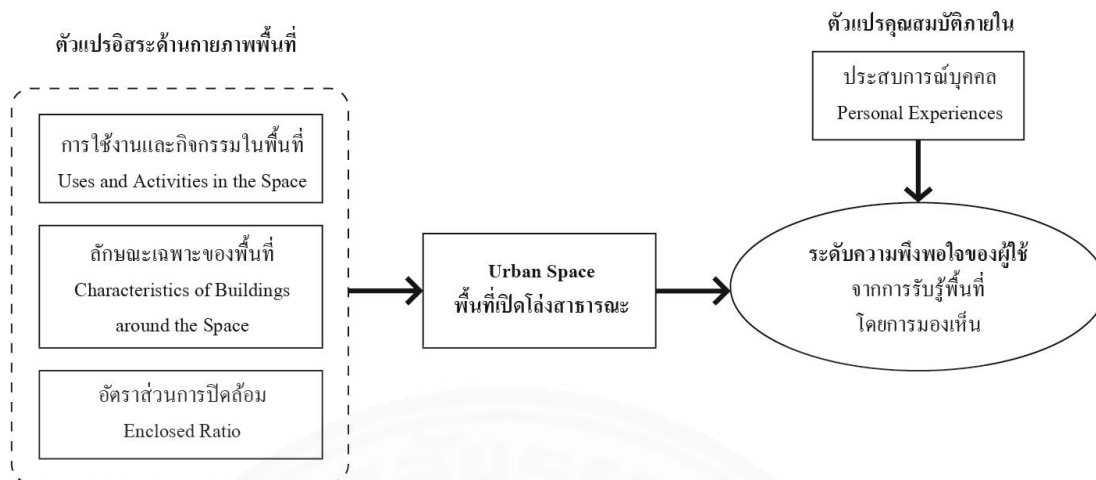
ประสบการณ์ในอดีตของตัวบุคคลนั้นมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อกระบวนการรับรู้ที่เกิดขึ้น โดยผลของการรับรู้ที่แตกต่างกันระหว่างบุคคล สืบเนื่องมาจากความแตกต่างกันของประสบการณ์เดิมของแต่ละบุคคล โดยกล่าวได้ว่า “กระบวนการรับรู้มีความสัมพันธ์กับกระบวนการรู้ส่งผลให้การรับรู้ของบุคคลนั้น ๆ ได้รับอิทธิพลโดยตรงจากประสบการณ์ในอดีตของตัวบุคคลเอง”

### 2.16.3 ความต้องการตามความจำเป็นหรือเป้าหมายในปัจจุบันหรืออนาคต

ในการรับรู้ของตัวบุคคลนั้นก่อให้เกิดความใส่ใจ (Attention) และการให้คุณค่า (Value) ต่อสิ่งต่าง ๆ ขึ้นในขณะรับรู้ โดยความใส่ใจในการรับรู้หมายถึงความสนใจที่มีต่อข่าวสารที่เป็นสิ่งเร้า ข่าวสารที่มีมากมายนั้น ผ่านการรับรู้ก็เฉพาะส่วนที่สอดคล้องกับความสนใจของบุคคลในขณะนั้น ส่วนข่าวสารอื่น ๆ จะถูกละทิ้งไป ข่าวสารที่รับรู้เข้ามามีความหมายตามแต่ปัจเจกบุคคล



ภาพที่ 2.13 แผนภาพแสดงองค์ประกอบที่มีความสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมทางกายภาพ, โดย ผู้วิจัย, 2556.



ภาพที่ 2.14 แสดงปัจจัยและตัวแปรด้านกายภาพที่มีอิทธิพลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้งาน, โดย วิมลสิทธิ์ หรยางกูร, 2541.

จากการศึกษาของเขมโซต ภูประเสริฐ (2546) ในเรื่อง “ที่ว่าง (Space)” กับความรู้สึกสัมผัสของมนุษย์ ซึ่งเมื่อพิจารณา ร่วมกับการศึกษาของจำเนียร ช่วงโชติ และคณะ (2515) จากหนังสือจิตวิทยาการรับรู้และเรียนรู้ (Psychology of Perception and Learning) สรุปได้ว่า มนุษย์สามารถรับรู้คุณสมบัติของสภาพกายภาพภายนอกของพื้นที่หรือที่ว่าง โดยผ่านอวัยวะหรือสัมผัสทั้ง 7 ทางของมนุษย์ ได้แก่

1. ตา ให้ความรู้สึกถึงสัมผัสทางการมองเห็น
2. หู ให้ความรู้สึกสัมผัสทางการได้ยิน
3. จมูก ให้ความรู้สึกสัมผัสทางการได้กลิ่น
4. ลิ้น ให้ความรู้สึกสัมผัสทางการรู้รส
5. ผิวหนัง ให้ความรู้สึกสัมผัสทางการรู้สึกร้อน หนาว และความกดดัน
6. สัมผัสคิเนสเทซิส (Kinesthesia) ทำให้มนุษย์ได้ทราบถึงการเคลื่อนไหวของอวัยวะต่าง ๆ ของร่างกาย เรียกว่ากล้ามเนื้อสัมผัส
7. สัมผัสการทรงตัว (Vestibular Sense) ทำให้มนุษย์ทราบถึงลักษณะของการทรงตัว โดยมนุษย์รับทราบสัมผัสนี้จากอวัยวะสัมผัสในช่องหูด้านใน

จากการรับรู้คุณสมบัติของสภาพกายภาพของพื้นที่หรือที่ว่าง โดยผ่านอวัยวะหรือสัมผัสทั้ง 7 ทางของมนุษย์นั้น พบว่าการรับรู้สภาพกายภาพ (Visual Space) ผ่านทางความรู้สึกสัมผัสทางการมองเห็น (Visual Sense) มีอิทธิพลต่อการรับรู้สภาพแวดล้อมทางกายภาพมากที่สุด โดยข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ จากสภาพแวดล้อมกายภาพประมาณ 70% ได้ถูกรับรู้เข้าสู่สมองโดยทางสายตา ส่งผลให้การรับรู้ทางสายตาจะมีอิทธิพลเหนือหรือลบล้างการรับรู้ทางสัมผัสอื่นได้ ดังนั้นในงานวิจัยชิ้นนี้ที่

มุ่งเน้นไปที่การบริหารจัดการทรัพยากรกายภาพ จึงให้ความสำคัญในประเด็นการรับรู้ของบุคคลต่อสภาพทางกายภาพของพื้นที่เปิดโล่งสาธารณะที่มีการปิดล้อมทางจักษุสัมผัส หรือการรับรู้ทางทัศนภาพนั่นเอง

## 2.17 หลักการเกี่ยวกับพื้นที่เปิดโล่งสาธารณะลักษณะพื้นที่ชุมชน

Clare Cooper Marcus และ Carolyn Francis ได้ทำการศึกษาจำแนกประเภทของพื้นที่เปิดโล่งสาธารณะภายในเมือง และได้ตีพิมพ์ลงในหนังสือ People Places: Design Guidelines for Urban Open Space (1990) จากการศึกษาได้จัดประเภทของพื้นที่เปิดโล่งสาธารณะในเมืองออกเป็น 5 ประเภท ดังต่อไปนี้

1. พื้นที่เปิดโล่งสาธารณะข้างทางสัญจร (The Street Plaza)
2. พื้นที่เปิดโล่งหน้าอาคารทางธุรกิจ (The Corporate Foyer)
3. พื้นที่เปิดโล่งสาธารณะในลักษณะพื้นที่สีเขียว (The Urban Oasis)
4. พื้นที่เปิดโล่งสาธารณะบริเวณจุดเปลี่ยนการคมนาคมสาธารณะ (The Transit Foyer)
5. พื้นที่เปิดโล่งสาธารณะขนาดใหญ่อันเป็นสัญลักษณ์ของเมือง (The Grand Public Place)

Marcus and Francis (1990) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบที่ต้องคำนึงถึงในการออกแบบพื้นที่เปิดโล่งสาธารณะไว้ 10 องค์ประกอบ ดังต่อไปนี้

1. สถานที่ตั้ง (Location) ตำแหน่งของพื้นที่เปิดโล่งสาธารณะที่เหมาะสมย่อมเอื้อให้เกิดกิจกรรมและมีผู้ใช้งานที่หลากหลาย
2. ขนาดพื้นที่ (Size) โดยการใช้ระยะการมองเห็น และมุมมองการปิดล้อมเป็นหลักการในการกำหนดขนาดของพื้นที่เปิดโล่งสาธารณะ
3. ความหลากหลายในการมองเห็น (Visual Complexity) การกำหนดสภาพแวดล้อมกายภาพของพื้นที่เปิดโล่งสาธารณะให้มีส่วนประกอบที่หลากหลาย เช่น การเล่นระดับและการใช้ความแตกต่างของรูปแบบพื้นผิว ย่อมทำให้เกิดความพึงพอใจและดึงดูดความสนใจของคนให้เกิดการใช้งานและเกิดกิจกรรมต่าง ๆ
4. ประโยชน์ใช้สอยและกิจกรรม (Uses and Activities) รูปแบบการใช้สอยที่ดินรอบพื้นที่และตำแหน่งที่ตั้งของพื้นที่เปิดโล่งสาธารณะ ย่อมทำให้เกิดประโยชน์ใช้สอยและกิจกรรมที่เหมาะสมแตกต่างกัน



5. ศักยภาพของพื้นที่ให้บริการ (Potential Service Area) ในการวางแผนสร้างพื้นที่เปิดโล่ง สาธารณะต้องคำนึงถึงอาณาเขตรัศมีการให้บริการ และปริมาณประชากรเฉลี่ยแต่ละวันที่จะมาใช้งาน พื้นที่
6. ภูมิอากาศ (Microclimate) ในการออกแบบทางกายภาพของพื้นที่เปิดโล่งสาธารณะควรคำนึงถึง ทิศทางแสงแดดและเงา อุณหภูมิ แสงสะท้อนและทิศทาง และปริมาณลม
7. อาณาเขตพื้นที่และจุดเปลี่ยน (Boundaries and Transitions) ในการออกแบบพื้นที่เปิดโล่งสาธารณะควรคำนึงถึงจุดเปลี่ยนจากทางเดินเท้าภายนอกเพื่อเข้าสู่ภายในพื้นที่เปิดโล่งสาธารณะ
8. พื้นที่รองหรือพื้นที่เสริมสำหรับกิจกรรมต่าง ๆ (Subspace) การออกแบบพื้นที่เปิดโล่งสาธารณะควรมีการจัดเตรียมพื้นที่ย่อยเพื่อรองรับกิจกรรมรองอื่น ๆ ของพื้นที่ด้วย
9. เส้นทางการคมนาคม (Circulation) เส้นทางการคมนาคมในพื้นที่เปิดโล่งสาธารณะควรมีการเน้นเส้นทางให้เด่นชัด
10. โปรแกรมการแสดงหรือกิจกรรมทางสังคมต่าง ๆ (Programs) การทำให้พื้นที่เปิดโล่งสาธารณะมีเอกลักษณ์และดึงดูดประชาชน ควรมีการแสดงหรือกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การประกอบกิจกรรมทางวัฒนธรรม
11. การค้าขาย (Vending) ในการออกแบบทางกายภาพของพื้นที่เปิดโล่งสาธารณะควรมีการจัดเตรียมพื้นที่เพื่อการค้า เพื่อเป็นจุดดึงดูดผู้คนสู่พื้นที่

จากองค์ประกอบที่ต้องคำนึงถึงในการออกแบบพื้นที่เปิดโล่งสาธารณะ (Marcus and Francis 1990) ปัจจัยสำคัญที่ทำให้พื้นที่เปิดโล่งสาธารณะมีคุณภาพคือ การใช้งานและกิจกรรมที่เกิดขึ้นในพื้นที่ (Used and Activities in the Space) และเป็นสิ่งที่ควรคำนึงถึงในการออกแบบพื้นที่เปิดโล่งสาธารณะ (Urban Space) โดยเราสามารถแบ่งรูปแบบการใช้งานและกิจกรรมที่เกิดขึ้นในพื้นที่ออกเป็น 3 รูปแบบ คือ 1) ไม่มีคนและไม่มีกิจกรรมในพื้นที่ (Non-Activity) 2) เกิดกิจกรรมลักษณะเดินผ่านพื้นที่ (Passers-Through) และ 3) มีการใช้เวลาและเกิดกิจกรรมที่หลากหลายในพื้นที่ (Lingers) (เชมโซต ภูประเสริฐ, 2546, น. 5)

Kevin Lynch (1960) กล่าวว่า สภาพแวดล้อมในเมืองที่มีความเป็นระเบียบ มีโครงสร้างชัดเจน และมีเอกลักษณ์ย่อมเป็นเมืองที่ผู้คนนิยมชมชอบมากกว่าเมืองที่ไร้ระเบียบ ขาดเอกลักษณ์ ดังนั้นพื้นที่เปิดโล่งสาธารณะที่มีการปิดล้อมในระดับการปิดล้อมและมีรูปร่างที่เหมาะสม ย่อมทำให้เกิดที่ว่าง (Space) ที่มีคุณภาพ เกิดความชัดเจนของรูปทรงที่ว่างและขอบเขตพื้นที่ รวมทั้งการออกแบบให้ระดับการปิดล้อมมีความสัมพันธ์กับสัดส่วนของมนุษย์ (Human Scale) คุณสมบัติเหล่านี้เป็นองค์ประกอบหนึ่งของการออกแบบที่ทำให้พื้นที่เปิดโล่งสาธารณะมีโครงสร้างที่ชัดเจน มี

เอกลักษณ์ ส่งผลให้ผู้ใช้งานเกิดความอบอุ่น ความมั่นใจ ความรู้สึกปลอดภัย และความประทับใจ ซึ่งช่วยสร้างความรู้สึกรักพึงพอใจและดึงดูดให้เกิดการเข้ามาใช้งานพื้นที่นั้น

John Lang (1994) ได้กล่าวถึงการออกแบบให้เกิดการปิดล้อม (Enclosure) ในพื้นที่เปิดโล่งสาธารณะที่ตอบสนองพฤติกรรม โดยหากพื้นที่ที่มีการปิดล้อมที่เหมาะสมจะทำให้ผู้ใช้เกิดความรู้สึกที่อบอุ่น และปลอดภัย โดยการปิดล้อมยังทำให้เกิดอาณาเขตเฉพาะ ที่มีระดับการปิดล้อมและรูปร่างเหมาะสมกับกิจกรรมการรวมกลุ่ม

จากที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น การปิดล้อม (Enclosure) ถือเป็นปัจจัยพื้นฐานสำคัญซึ่งทำให้พื้นที่เปิดโล่งสาธารณะมีคุณภาพและสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น โดยจากการศึกษาทฤษฎี หลักการ และแนวความคิดที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบชุมชนเมือง (Urban Design) ของ Paul D. Spreiregen (1964) ได้ทำการศึกษาถึงอัตราส่วนของการปิดล้อมโดยขนาดของพื้นที่เปิดโล่งสาธารณะมีความสัมพันธ์กับขนาดของอาคารที่ตั้งอยู่โดยรอบ โดยควรมีอัตราส่วนที่พอเหมาะมีความสัมพันธ์กัน โดยขนาดจะถูกกำหนดโดยมุมมองและอัตราส่วนที่พอเหมาะ ระหว่างความสูงของอาคารหรือสิ่งปิดล้อมกับระยะห่างที่ผู้สังเกตเห็นอยู่ โดยหากความสูงของสิ่งปิดล้อมต่อระยะห่างที่ผู้สังเกตเห็นอยู่เป็น 1 ต่อ 1 จะทำให้เรามองเห็นยอดตึกเป็นมุม  $45^\circ$  เราจะรู้สึกถูกปิดล้อมมาก เพราะตามปกติสายตาของเราทำมุมตราบนเพียง  $30^\circ$  เท่านั้น ถ้าความสูงของสิ่งปิดล้อมเท่ากับครึ่งหนึ่งของระยะที่เรายืนห่างจากอาคารนั้นหรืออัตราส่วน 1 ต่อ 2 มุมที่เกิดขึ้นคือ  $30^\circ$  ซึ่งเท่ากับมุมสายตาของเราพอดี โดยความสูงขนาดนี้ให้ความรู้สึกถูกปิดล้อมเพียงครึ่งเดียว ถ้าความสูงของสิ่งปิดล้อมลดลงเหลือเพียง 1 ต่อ 3 มุมที่เราเห็นยอดตึกจะเหลือเพียง  $18^\circ$  ระยะนี้เราจะมองเห็นวัตถุนอกพื้นที่ว่าง (Space) ได้ชัดเท่ากับเห็นตัวพื้นที่ว่างนั่นเอง ถ้าหากอาคารต่ำลงมาอีกจนเหลือ 1 ต่อ 4 มุมยอดตึกจะเหลือ  $14^\circ$  โดยพื้นที่ว่างนั้นจะไม่รู้สึกถูกปิดล้อมอีกต่อไปและอาคารจะทำหน้าที่เป็นเพียงเส้นขอบของสถานที่ ในระดับนี้เราจะสูญเสียความรู้สึกในด้านการปิดล้อมของ Urban Space ไป (Spreiregen, 1965)

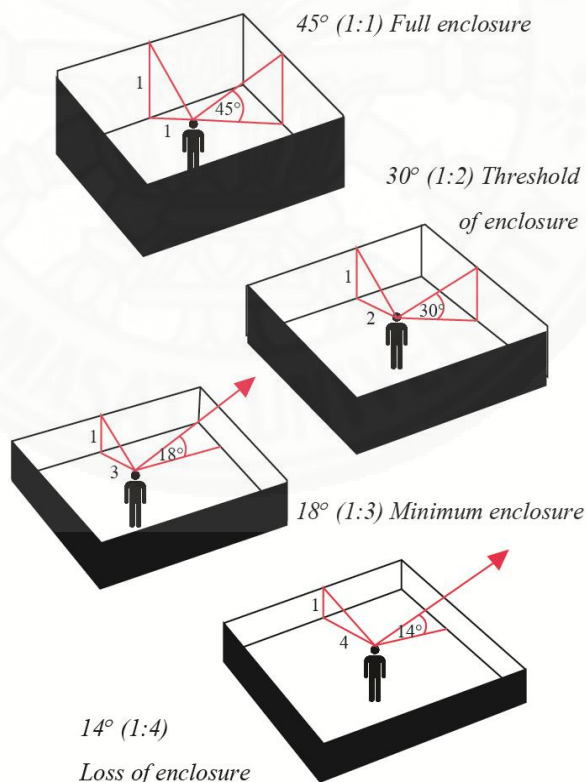
ทั้งนี้ประเภทของพื้นที่เปิดโล่งสาธารณะหรือ Urban Space ยังสามารถแบ่งออกได้อีกหลายประเภทโดยกำหนดจากระยะการมองเห็นของสายตามนุษย์ Intimate Space มีระยะไม่เกิน 80 ฟุต (24 เมตร) ในระยะนี้ยังพอสังเกตเห็นหน้าตาผู้คนได้ ส่วนประเภท Grand Urban Space มีระยะไม่เกิน 450 ฟุต (135 เมตร) ซึ่งเป็นสัดส่วนของถนนสายใหญ่ ๆ และ Urban Plaza ถ้าเกินขนาดนี้ไปจะแลดูมีขนาดมหึมา และถ้าเกินระยะ 4,000 ฟุต (1200 เมตร) ขึ้นไปจะมองไม่เห็นตัวคนเลย อันเป็นระยะที่เรียกว่า Monumental Space (Spreiregen, 1965)

โดยการกำหนดระยะการมองเห็นที่สำคัญ ได้แก่

1. ระยะทาง 1,200 เมตร เป็นระยะที่มองรูปทรงของคนไม่เห็น
2. ระยะทาง 30 เมตร คนสองคนสามารถสื่อสารกันได้แต่ไม่สะดวก

3. ระยะทาง 20-25 เมตร เป็นระยะที่สามารถสังเกตเห็นหน้าตาของผู้คนได้
4. ระยะทาง 23 เมตร ระยะที่สื่อสารกันได้สะดวก สามารถพูดคุยกันได้โดยใช้เสียงดังเล็กน้อย สามารถเห็นกรอบรูป (Outline) และการแสดงออกบนใบหน้าได้
5. ระยะทาง 15 เมตร สามารถสังเกตเห็นผู้คนที่ชัดเจน ถึงรายละเอียด
6. ระยะทาง 1-3 เมตร เป็นระยะใกล้ชิด

Urban Space จะต้องมียอดประกอบพื้นฐานคืออาคารที่ห้อมรอบนอก โดย Urban Space ควรมีอาคารล้อมรอบมากเพียงใดนั้น ขึ้นอยู่กับผลลัพธ์ที่ต้องการได้รับ เช่นใน Plaza ถ้าเราต้องการเน้นให้รูปทรงที่ว่างเด่นชัด เราก็สร้างอาคารขึ้นล้อมหนาที่บทุกด้าน และในถนนก็เช่นเดียวกัน Channel Space หรือที่ว่างซึ่งมีการเน้นทิศทาง จะเกิดขึ้นต่อเมื่อมีอาคารสองข้างถนน หรือต้นไม้ปลูกขึ้นอย่างหนาที่บ โดยในขณะที่เราเดินไปตามถนนและมองไปข้างหน้า เราจึงจะเห็นและรู้สึกถึงที่ว่างที่เรามองอยู่โดยความสัมพันธ์ระหว่างความกว้างของถนนและความสูงของอาคารสองฝั่งจะทำให้เกิดการรับรู้และรู้สึกถึงการปิดล้อมว่ามีมากมายเพียงใด (เชมโซต ภูประเสริฐ, 2546)



ภาพที่ 2.15 แสดงองศาการมองเห็นกับอัตราส่วนการปิดล้อม. จาก *Design: The Architecture of Towns and Cities*, โดย Paul D. Spreiregen, 1964.

โดยสรุปแล้วการออกแบบสภาพแวดล้อมกายภาพที่ตอบสนองพฤติกรรมและความพึงพอใจของคนในท้องถิ่นต้องคำนึงถึงรูปแบบของการใช้งานและวัฒนธรรมที่ต่างกัน โดยวัฒนธรรมของสังคมใดสังคมหนึ่งจะเป็นเสมือนตัวกรอง ชัดขวางความเข้าใจในบางสิ่งบางอย่างระหว่างสภาพแวดล้อมนั้น ๆ ต่อผู้คนที่ต่างถิ่นต่างสังคม ดังนั้นในกลุ่มคนที่มีความต่างกันของวัฒนธรรมและการศึกษา ย่อมมีแนวโน้มการรับรู้และความพึงพอใจต่อสภาพแวดล้อมกายภาพที่แตกต่างกัน (Gulick, 1963) จึงทำให้แนวทางการออกแบบพื้นที่เปิดโล่งสาธารณะที่เหมาะสมกับพฤติกรรมของกลุ่มคนในแต่ละท้องถิ่นต่างกันออกไปด้วย

## 2.18 ปัจจัยที่ทำให้พื้นที่เปิดโล่งสาธารณะมีคุณภาพ

Richard Hedman และ AndrewJaszewski (อ้างใน เขมโฆต ภูประเสริฐ, 2546) ได้ทำการศึกษาถึงปัจจัยที่ทำให้พื้นที่ว่างมีคุณภาพ (Spatial Quality Factors) จากหนังสือ Fundamental of Urban Design (1984) เกี่ยวกับพื้นที่เปิดโล่งสาธารณะอันเป็นพื้นที่เพื่อตอบสนองกิจกรรมทางสังคม ซึ่งได้กล่าวถึงปัจจัยที่ทำให้พื้นที่เปิดโล่งสาธารณะมีคุณภาพดังนี้ คือ

1. ขนาดของพื้นที่ (Size) ควรมีความสัมพันธ์กับความสูงของอาคารที่ล้อมรอบ หรือสิ่งที่ปิดล้อมพื้นที่
2. ความสูงของสิ่งปิดล้อมรอบพื้นที่ (Height of Frame) ควรมีความสัมพันธ์กับขนาดพื้นที่ และขนาดของสิ่งปิดล้อมไม่ควรมีขนาดที่แตกต่างกันมากเกินไป สามารถถ่ายเทอากาศ และรับแสงแดดได้พอเหมาะ
3. รูปร่าง (Shape) พื้นที่ซึ่งมีขอบเขต รูปร่าง และรูปทรงที่ชัดเจนและเด่นชัดทำให้ผู้คนทั่วไป ง่ายต่อการรับรู้และจดจำ
4. สัณฐานของพื้น (Floor Configuration) หรือภูมิประเทศ ระดับพื้น ความลาดชัน การเสริมความงามและตอบสนองประโยชน์ใช้สอยและกิจกรรมต่าง ๆ
5. ความต่อเนื่อง (Continuity) การต่อเนื่องกันของพื้นที่ว่าง และการเชื่อมโยงอาคารและกลุ่มอาคารเข้าด้วยกัน
6. ลักษณะเฉพาะของพื้นที่ (Architectural Characteristics) คุณภาพพื้นที่ที่เกิดจากสุนทรียภาพของอาคารหรืองานสถาปัตยกรรมที่ดีซึ่งล้อมรอบอยู่ โดยยังมีคุณสมบัติเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่
7. ประติมากรรมในพื้นที่ (Sculpture) ประติมากรรมในพื้นที่เป็นสิ่งช่วยเสริมให้พื้นที่สมบูรณ์ขึ้นมีความน่าสนใจในพื้นที่ และในบางกรณียังเป็นตัวช่วยอุดช่องว่างหรือจุดด้อยของพื้นที่ได้

## 2.19 การกำหนดลักษณะที่ว่าง (Space Defining)

ที่ว่างในทางสถาปัตยกรรมคือการยึดครองที่ว่าง โดยประโยชน์ใช้สอยทางสถาปัตยกรรม ฉะนั้นประโยชน์ใช้สอยทางสถาปัตยกรรมนั้นมีส่วนสัมพันธ์กับมนุษย์ผู้ซึ่งเป็นผู้กระทำกิจกรรม ดังนั้นที่ว่างทางสถาปัตยกรรมนอกจากจะเกี่ยวข้องกับประโยชน์ใช้สอยเป็นเบื้องต้นแล้วยังต้องเชื่อมโยงกับสัดส่วนของคนเข้าไปใช้อาคารหรือพื้นที่ (Human Scale) ด้วย ในกรณีที่เชื่อมโยงกับสัดส่วนของคนนี้เองทำให้วิเคราะห์ได้ต่อไปว่า ที่ว่างทางสถาปัตยกรรมจะต้องพิจารณาที่ว่างในลักษณะของ 3 มิติเสมอไป เนื่องจากมีความเกี่ยวข้องกันกับพฤติกรรมการใช้งานของคน (อรศิริ ปาณินท์, 2538, น. 8)

ดังนั้น “ที่ว่าง” (Space) คือ ปริมาตรที่มีลักษณะสามมิติที่ล้อมรอบตัวเรา ที่ว่างนี้จะถูกปิดล้อม (Enclosed) ถูกหล่อหลอม (Molded) และถูกจัดเรียงระบบระเบียบ (Organized) โดยองค์ประกอบของรูปทรงนั่นเอง การกำหนดรูปแบบของที่ว่างต่าง ๆ มีลักษณะแตกต่างกัน คือ การกำหนดลักษณะที่ว่างโดยองค์ประกอบแนวราบ (Horizontal Elements) และการกำหนดลักษณะที่ว่างโดยองค์ประกอบแนวตั้ง (Vertical Elements) (เชมโซต ภูประเสริฐ, 2546, น. 45) โดยในงานวิจัยชิ้นนี้จะทฤษฎีการกำหนดลักษณะที่ว่างโดยองค์ประกอบแนวตั้ง (Vertical Elements) เป็นหลัก เนื่องจากส่งผลต่อการรับรู้ ความรู้สึก และผลต่อสายตาได้มากกว่าระนาบแนวนอน

### 2.19.1 การกำหนดลักษณะที่ว่างโดยองค์ประกอบแนวราบ (Horizontal Elements)

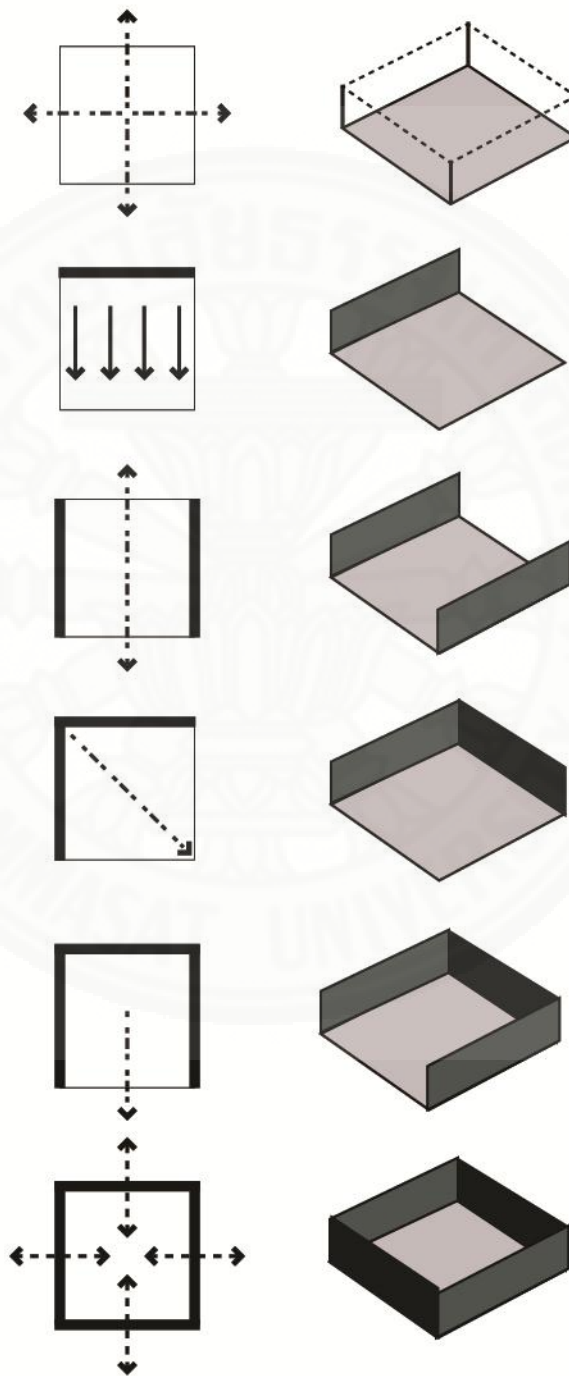
1. ระนาบฐาน (Base Plane)
2. ระนาบฐานยกยกระดับ (Elevated Base Plane)
3. ระนาบฐานกดระดับ (Depressed Base Plane)
4. ระนาบเหนือศีรษะ (Overhead Plane)

### 2.19.2 การกำหนดลักษณะที่ว่างโดยองค์ประกอบแนวตั้ง (Vertical Elements)

การกำหนดที่ว่างโดยองค์ประกอบแนวตั้งนี้มักจะส่งผลต่อการรับรู้ ความรู้สึก และผลต่อสายตาได้มากกว่าระนาบแนวนอน ฉะนั้นจึงเป็นองค์ประกอบหลักในการกำหนดปริมาตรของที่ว่าง และสร้างความรู้สึกถูกปิดล้อมอย่างรุนแรงแก่ผู้ที่อยู่ในที่ว่างนั้น ซึ่งสามารถแบ่งประเภทได้ดังนี้

1. องค์ประกอบเชิงเส้นแนวตั้ง (Linear Vertical Elements)
2. ระนาบแนวตั้งเดี่ยว (Single Vertical Element)
3. ระนาบขนานแนวตั้ง (Parallel Vertical Planes)

4. ระนาบแนวตั้งรูปตัวแอล (L-shape Vertical Planes)
5. ระนาบตั้งรูปตัวยู (U-shape Vertical Planes)
6. ระนาบแนวตั้งปิดล้อมทั้งสี่ด้าน (Closure Vertical Planes)



ภาพที่ 2.16 แสดงลักษณะที่ว่างแบ่งประเภทตามองค์ประกอบแนวตั้งรูปแบบต่าง ๆ, โดย เขมโซต ภูประเสริฐ, 2546.

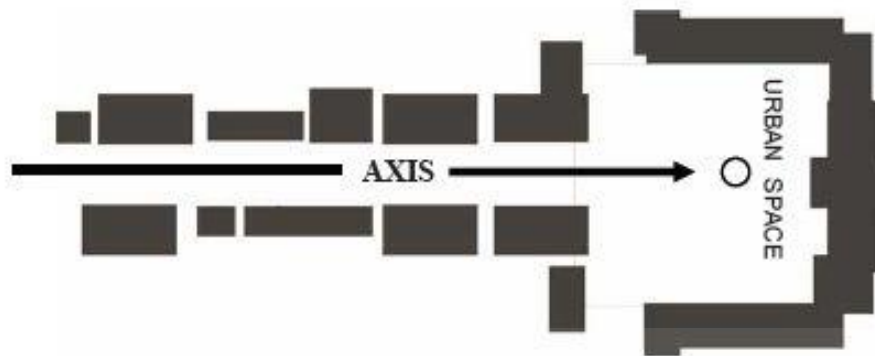


จากการศึกษาของมนเทียร อัดถจรรยา (2543) เรื่องแนวทางการออกแบบสภาพแวดล้อมที่ว่างในชุมชนเพื่อให้เกิดการรวมกลุ่มของผู้อยู่อาศัย : กรณีศึกษาคอนโดมิเนียมราคาประหยัด กล่าวว่า อัตราส่วนระหว่างความสูงของสิ่งปิดล้อมกับระยะห่างที่ผู้สังเกตยืนอยู่ มีความสัมพันธ์กับความรู้สึกปิดล้อมของผู้ใช้งาน โดยวัดจากอัตราส่วนขององศาการมอง ซึ่งพื้นที่ปิดล้อมที่ทำให้เกิดองศาการมองมาก ความรู้สึกปิดล้อมก็จะมากตามไปด้วย ในขณะที่เดียวกันในพื้นที่ว่าง เช่น ลานโล่ง ผู้ใช้งานจะเกิดความรู้สึกสบาย ไม่รู้สึกอึดอัด หรือถูกบีบจากอาคาร แต่ในทางตรงกันข้ามจะเกิดความรู้สึกขาดความโอ้อ้อม หรือปิดล้อมพื้นที่ (Loss of Enclosure) ทำให้เกิดความรู้สึกเว้งว่าง ไม่อบอุ่นและไม่ปลอดภัย ดังนั้นอัตราส่วนการปิดล้อมจึงส่งผลต่อการรับรู้ และพฤติกรรมของบุคคลในพื้นที่ จากการศึกษาอิทธิพลของงานสถาปัตยกรรมต่อความสัมพันธ์ของคนในชุมชน (Festinger 1951) พบว่าการจัดวางผังอาคารที่พักอาศัยในลักษณะที่มีกลุ่มอาคารที่มีการปิดล้อมรูปตัวยู (U-shape) มีที่ว่างอยู่ตรงกลาง (Court) จะมีผู้เช่าเลือกที่จะเข้าอยู่อาศัยจนเต็ม และมีการพัฒนาความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้อยู่อาศัยด้วยกัน จนมีลักษณะกลุ่มสังคมย่อย ๆ และในการศึกษารูปแบบมิตรภาพ (Whyte 1956) พบว่าพื้นที่ที่มีการปิดล้อม จะเป็นตัวเพิ่มรูปแบบพฤติกรรมในชุมชน อีกทั้งแสดงออกถึงความเป็นกลุ่มพวกเดียวกัน (เขมโซต ภูประเสริฐ, 2546)

พฤติกรรมการรวมกลุ่มภายในพื้นที่ว่างที่มีการปิดล้อมของอาคาร หรือองค์ประกอบอื่น ๆ ทั้ง 3 ด้าน (Ushape) มีความแตกต่างกับพฤติกรรมการรวมกลุ่มภายในพื้นที่ว่างที่มีการปิดล้อมของอาคาร หรือองค์ประกอบอื่น ๆ ไม่เท่ากับ 3 ด้าน โดยการมีจำนวนของสิ่งปิดล้อมเท่ากับ 3 ด้าน จะเอื้อให้มีพฤติกรรมการรวมกลุ่มภายในพื้นที่ว่างมากกว่าการมีจำนวนด้านของสิ่งปิดล้อมไม่เท่ากับ 3 ด้าน

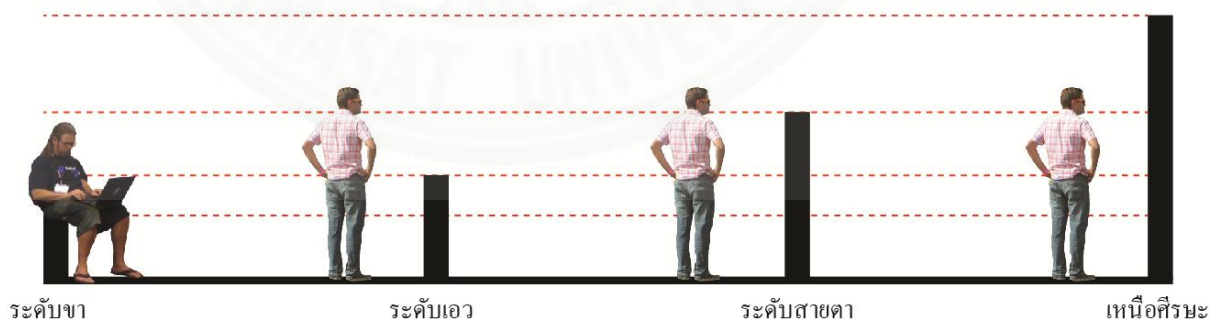
สำหรับงานวิจัยนี้ในส่วนของพื้นที่ที่ทำการศึกษามีลักษณะรูปแบบการปิดล้อมโดยระนาบแนวตั้งรูปตัวยู (U-shape) ซึ่งเป็นรูปแบบการปิดล้อมพื้นที่สาธารณะที่พบได้ทั่วไปและพบได้มากกว่าการปิดล้อมด้วยระนาบแนวตั้งประเภทอื่น ๆ โดยกลุ่มผังอาคารรูปตัวยูจะใช้เพื่อกำหนดบริเวณสาธารณะในเมือง และสามารถเป็นตัวช่วยนำสายตาไปสู่องค์ประกอบพิเศษหรือสำคัญที่ตั้งอยู่ในบริเวณนั้น ซึ่งทำให้บริเวณนั้นเป็นจุดรวมสายตาและจะรู้สึกถูกปิดล้อมมากขึ้นถ้ามีองค์ประกอบอื่น ๆ โดยระนาบแนวตั้งรูปตัวยู (U-shape) จะทำให้เกิดบริเวณที่ว่างที่มีศูนย์รวม (Focus) มุ่งสู่ด้านในและมีทิศทางมุ่งออกด้านนอก บริเวณที่ว่างภายในจะถูกปิดล้อมและกำหนดเด่นชัด ในกรณีเช่นนี้ส่วนด้านที่เปิดที่ถือเป็นส่วนหน้าที่มีความสำคัญของพื้นที่ และแนวระนาบแนวตั้งที่อยู่ตรงข้ามกับช่องเปิดจะถือว่าเป็นระนาบที่สำคัญที่สุดในระหว่างระนาบตั้งทั้งสามด้าน (เขมโซต ภูประเสริฐ, 2546, น.48)



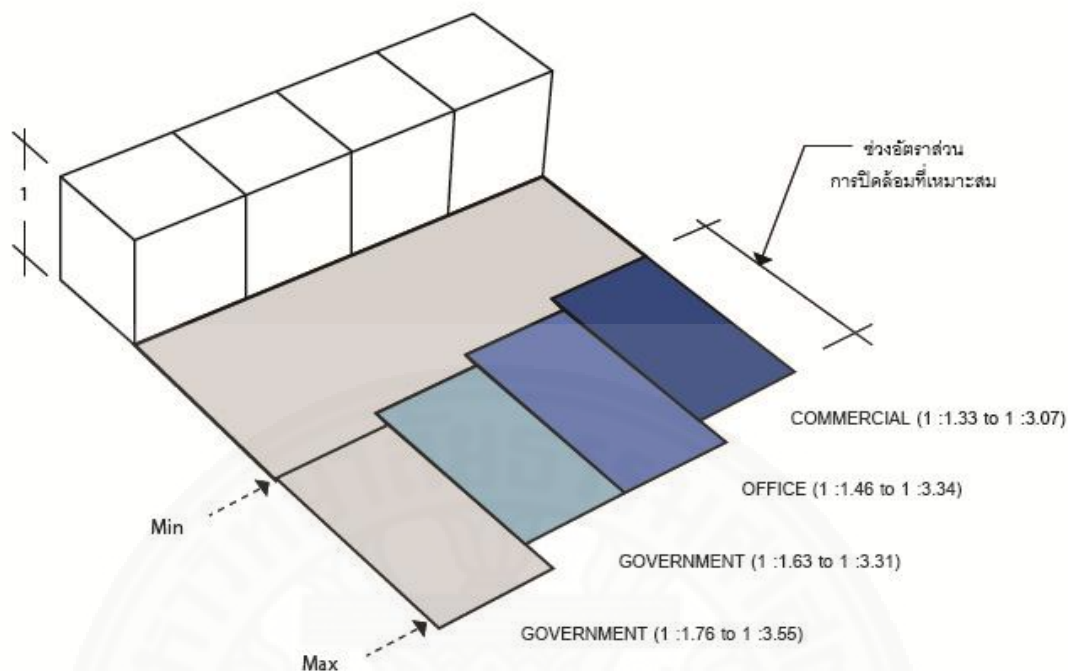


ภาพที่ 2.17 แสดงการจบของแนวแกนในการปิดล้อมรูปตัวยู, จาก *Urban Design: The Architecture of Towns and Cities*, โดย Paul D. Spreiregen, 1964.

โดยปัจจัยสำคัญที่มีผลถึงความสามารถในการกำหนดบริเวณที่ว่าง (Space) คืออัตราส่วนระหว่างความสูงของระนาบ เทียบกับความสูงและระดับสายตาของผู้ใช้งาน โดยทัศนวิสัยเมื่อระนาบของสิ่งปิดล้อมสูงประมาณ 0.60 ม. สิ่งปิดล้อมสามารถกำหนดขอบเขตบริเวณได้แต่ไม่ทำให้ผู้ใช้งานเกิดความรู้สึกถูกปิดล้อม เมื่อระนาบสิ่งปิดล้อมสูงขึ้นอีกถึงระดับเอวผู้ใช้งานจะเริ่มรู้สึกถูกปิดล้อม แต่ยังคงมีความต่อเนื่องทางสายตาของที่ว่างบริเวณนั้นกับบริเวณรอบ ๆ เมื่อระนาบสูงขึ้นไปอีกถึงระดับสายตาสิ่งปิดล้อมจะเริ่มเป็นตัวแบ่งแยกบริเวณออกจากกัน และเมื่อระนาบสูงเหนือศีรษะสิ่งปิดล้อมจะขัดขวางความต่อเนื่องทางสายตาและที่ว่าง จนก่อให้เกิดความรู้สึกปิดล้อมอย่างชัดเจนขึ้นจนมีความรู้สึกคล้ายเป็นห้อง ๆ หนึ่ง



ภาพที่ 2.18 แสดงความสูงของสิ่งปิดล้อมลักษณะระนาบแนวตั้งเดียวกับความรู้สึกปิดล้อม, โดย เจม โขต ภูประเสริฐ, 2546.



ลักษณะเฉพาะของพื้นที่เปิดโล่งสาธารณะ	การรับรู้ระดับการปิดล้อม		ช่วงอัตราส่วนการปิดล้อมที่เหมาะสม H:D Max ถึง Min
	เริ่มรับรู้ถึงการปิดล้อมสมบูรณ์ที่อัตราส่วนปิดล้อม H:D (*)	เริ่มรับรู้ถึงการสูญเสียการปิดล้อมที่อัตราส่วนปิดล้อม H:D (*)	
<b>Common Area</b>	1 : 1.76 (0.57)	1 : 3.55 (0.28)	1 : 1.76 ถึง 1 : 3.55
<b>Commercial Area</b>	1 : 1.33 (0.75)	1 : 3.07 (0.32)	1 : 1.33 ถึง 1 : 3.07
<b>Office Area</b>	1 : 1.46 (0.68)	1 : 3.34 (0.30)	1 : 1.46 ถึง 1 : 3.34
<b>Government Area</b>	1 : 1.63 (0.61)	1 : 3.31 (0.30)	1 : 1.63 ถึง 1 : 3.31

ภาพที่ 2.19 แสดงช่วงอัตราส่วนการปิดล้อมที่เหมาะสมที่ความสูงของสิ่งปิดล้อม (H) เท่ากับ 1 หน่วย, โดย เขมโซต ภูประเสริฐ, 2546.

จากผลการศึกษาเรื่องแนวทางการกำหนดสภาพแวดล้อมทางกายภาพของพื้นที่สาธารณะที่มีการปิดล้อมของ เขมโซต ภูประเสริฐ (2546) พบว่าในแต่ละลักษณะเฉพาะของพื้นที่จะมีช่วงอัตราส่วนการปิดล้อมที่เหมาะสมแตกต่างกัน โดยที่ความสูงของสิ่งปิดล้อม (H) เท่ากับ 1 หน่วย ได้ข้อสรุปดังนี้ คือ

พื้นที่ลักษณะย่านการค้า (Commercial) มีรูปแบบด้านหน้าอาคารมีการติดตั้งป้ายชื่อร้าน และป้ายโฆษณาอย่างไม่มีระเบียบแบบแผน รูปแบบการตกแต่งแต่ละร้านค้ามีความแตกต่างกัน จากผลของช่วงอัตราส่วนการปิดล้อมที่เหมาะสมที่กล่าวไว้ในภาพที่ 2.22 สามารถประเมินได้ว่า อาคารหรือสิ่งปิดล้อมในพื้นที่ลักษณะย่านการค้า (Commercial) มีการประดับตกแต่งของป้ายชื่อร้าน ป้าย

โฆษณา และมีรายละเอียดที่มาก ทำให้เกิดภาพลวงให้ผู้ใช้งานรับรู้ถึงขนาดที่เล็กกว่าความเป็นจริง ซึ่งผู้ใช้งานรับรู้ถึงพื้นที่ในบรรยากาศที่เกิดกิจกรรมการค้า ความบันเทิง และการพักผ่อน มีความใกล้ชิดในระดับที่สามารถสังเกตเห็นผู้คนและเก็บรายละเอียดต่าง ๆ ของกิจกรรมและร้านค้าได้ ส่งผลให้ผู้ใช้งานจะรับรู้การปิดล้อมสมบูรณ์ในอัตราส่วนความกว้างของพื้นที่ที่มีขนาดแคบที่สุด ต่อระยะความสูงของสิ่งปิดล้อม 1 หน่วย ดังนั้นพื้นที่ลักษณะย่านการค้า (Commercial) จึงมีระดับค่าความกว้างของพื้นที่โล่งในช่วงอัตราส่วนการปิดล้อมที่เหมาะสมต่ำที่สุด โดยมีขนาดเล็กกว่าพื้นที่สาธารณะในลักษณะอื่น ๆ และมีความไวต่อความเว้งว่างหรือความรู้สึกสูญเสียการปิดล้อมมากกว่าในพื้นที่ลักษณะอื่น ๆ ส่งผลให้ในช่วงอัตราส่วนการปิดล้อมที่เหมาะสม ค่าความกว้างของพื้นที่สูงสุดก็ยังมีขนาดที่เล็กกว่าพื้นที่สาธารณะในลักษณะอื่น ๆ จึงสามารถสรุปได้ว่าในพื้นที่ลักษณะย่านการค้า (Commercial) ผู้คนจะมีระดับของการยอมรับความอึดอัดและความรู้สึกปิดล้อมสมบูรณ์ที่สูงกว่า และมีความอ่อนไหวต่อความรู้สึกสูญเสียการปิดล้อม มากกว่าพื้นที่ในลักษณะอื่น ๆ (เขมโซต ภูประเสริฐ, 2546, น.204)



1 : 0.5



1 : 1



1 : 1.5



1 : 2

ภาพที่ 2.20 ชุดภาพจำลองอัตราส่วนการปิดล้อมพื้นที่เปิดโล่งสาธารณะย่านธุรกิจการค้า Commercial, โดย เขมโซต ภูประเสริฐ, 2546.

จากประเด็นการวิเคราะห์ที่ได้กล่าวมาข้างต้น แสดงให้เห็นว่าการรับรู้ของผู้ใช้งานต่อระดับการปิดล้อมและความรู้สึกปิดล้อมในพื้นที่ มีแนวโน้มสัมพันธ์กับลักษณะทางกายภาพของอาคารหรือสิ่งปิดล้อมภายในพื้นที่และประสบการณ์ที่รับรู้ถึงพื้นที่นั้นในวิถีชีวิตและวัฒนธรรมในท้องถิ่น

โดยในการออกแบบสภาพแวดล้อมทางกายภาพของพื้นที่เปิดโล่งสาธารณะที่มีการปิดล้อม ผู้ออกแบบควรคำนึงถึงการประดับตกแต่งส่วนหน้าของอาคาร (Facade) ด้วย เพราะรูปแบบการประดับส่วนหน้าอาคารหรือลักษณะเฉพาะของอาคารนั้น เช่น การประดับตกแต่งของป้ายชื่อร้านป้ายโฆษณา ส่งผลถึงความพึงพอใจของผู้ใช้งานในพื้นที่ และยังมีอิทธิพลต่อการเริ่มรับรู้ถึงการปิดล้อมสมบูรณ์และการเริ่มรับรู้ถึงการสูญเสียการปิดล้อมของบุคคลด้วย (เจมโซต ฎุประเสริฐ, 2546, น. 204) โดยมีข้อเสนอแนะดังนี้ คือ

1. การประดับตกแต่งสิ่งปิดล้อมภายในพื้นที่ จะทำให้ที่ว่าง (Space) ของพื้นที่สาธารณะนั้น ๆ ดูอ่อนโยนไม่แข็งกระด้าง โดยถ้าหากสิ่งปิดล้อมมีการประดับตกแต่งและมีรายละเอียดภายนอกในระดับที่เหมาะสม จะทำให้ที่ว่างนั้นให้ความรู้สึกสัมพันธ์กับผู้ใช้งาน ทั้งด้านขนาดสัดส่วน ความน่ารื่นรมย์ และความเหมาะสมในการใช้งาน ส่งผลให้เกิดความน่าสนใจในการใช้งานและประกอบกิจกรรมต่าง ๆ

2. การประดับตกแต่งส่วนหน้าอาคาร (Facade) จะช่วยทำให้สิ่งปิดล้อมดูโปร่ง เบา ลดความทึบตัน และความแข็งกระด้างของสิ่งปิดล้อมลงได้ ตัวอย่างเช่น ในพื้นที่สาธารณะที่มีการปิดล้อมมากเกินไปจนรู้สึกอึดอัด ผู้ออกแบบสามารถแก้ไขได้โดยการประดับตกแต่งหน้าตาอาคารที่ปิดล้อม ซึ่งจะส่งผลให้พื้นที่นั้นลดความอึดอัดลงไปได้ แต่ในทางกลับกันการประดับตกแต่งส่วนหน้าอาคารในพื้นที่ จะทำให้ผู้ใช้งานเริ่มรับรู้ถึงการสูญเสียการปิดล้อมในอัตราส่วนการปิดล้อมที่แคบกว่าพื้นที่ที่ไม่มีการประดับตกแต่งสิ่งปิดล้อม



1 : 1



1 : 1

ภาพที่ 2.21 แสดงอิทธิพลการประดับตกแต่งกับระดับการปิดล้อม, โดย เจมโซต ฎุประเสริฐ, 2546.

## 2.20 สรุปหลักการและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ในบทนี้ได้จัดแบ่งเนื้อหาของทฤษฎี หลักการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องออกเป็น 3 ส่วนตามรูปแบบเนื้อหาที่ต่างกัน คือ ส่วนที่ 1) วัฒนธรรมความเป็นสังคม “กลุ่ม” ของคนญี่ปุ่น ส่วนที่ 2) ทฤษฎีการบริหารจัดการทรัพยากรกายภาพ และส่วนที่ 3) หลักการและทฤษฎีการออกแบบกายภาพของพื้นที่ย่านการค้า ทั้งนี้ในการวิจัยได้เลือกใช้หลักการและทฤษฎีที่เหมาะสมจากทั้ง 3 ส่วนร่วมกันในการสร้างแนวคิดในการศึกษา และกระบวนการวิเคราะห์ของการวิจัยนี้ เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินการและการวิเคราะห์ ทำให้ได้ผลการวิเคราะห์ที่มีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น

### 2.20.1 วัฒนธรรมความเป็นสังคม “กลุ่ม” ของคนญี่ปุ่น

ความเป็นสังคม “กลุ่ม” ของญี่ปุ่นเป็นมรดกทางประวัติศาสตร์ที่สำคัญอย่างยิ่ง เพราะตกทอดมาจากระบบความสัมพันธ์ทางสังคมเดิมในอดีตอย่างเข้มข้น โดยความเป็นสังคมที่เน้นการรวมกลุ่มของชาวญี่ปุ่นในอดีตมีเงื่อนไขอย่างน้อย 2 ด้านด้วยกันคือ 1) การเป็นสังคมเกษตรของญี่ปุ่นในสมัยอดีต ส่งผลให้เกิดความร่วมมือร่วมใจกันในการจัดการกับการดำรงชีวิตในทุกมิติ 2) ความสัมพันธ์ระหว่างรัฐกับหมู่บ้านในอดีต มีส่วนในการสร้างรูปแบบของการรวมกลุ่มที่หนักแน่นมากขึ้น เป็นส่วนสำคัญที่ส่งผลมาสู่สังคมสมัยใหม่

ความสำนึกใน “กลุ่ม” ของสังคมญี่ปุ่นนี้ส่งผลต่อกระบวนการถ่ายทอดทางสังคม (Socialization) จากวัฒนธรรมการอยู่ร่วมกันเป็นกลุ่มของคนญี่ปุ่นส่งผลให้เกิดชุมชนญี่ปุ่นตามที่แตกต่างกันทั่วโลกที่มีคนญี่ปุ่นเข้าไปพำนักอาศัยหรือทำงาน รวมทั้งในประเทศไทยที่มีชุมชนญี่ปุ่นเกิดขึ้นหลายแห่ง เช่น สุขุมวิท 33/1 และซอยธนียะ จากการศึกษาพบว่าโครงสร้างสถาบันครอบครัวและลักษณะการใช้ชีวิตของคนญี่ปุ่นในกรุงเทพมหานครมีลักษณะคล้ายคลึงกัน ดังนี้คือ

1. ครอบครัวญี่ปุ่นเป็นครอบครัวเดี่ยวขนาดเล็ก มีบุตรเพียง 1 หรือ 2 คน พ่อบ้านทำงานหารายได้เป็นหลัก ส่วนแม่บ้านเป็นผู้ดูแลบ้านและเลี้ยงดูบุตร
2. ชุมชนญี่ปุ่นในกรุงเทพฯ มีลักษณะ Heterogeneity ประกอบด้วยคนญี่ปุ่นที่หลากหลายด้วย ฐานะ ตำแหน่ง สถานะ อายุ ความพอใจ จะไม่มีความสัมพันธ์ในแนวราบ
3. วัฒนธรรมประเพณีไทยเริ่มเข้ามามีส่วนร่วมในวงจรชีวิตของครอบครัวชาว ญี่ปุ่น ไม่ว่าจะในด้านการศึกษา หรือในด้านความเชื่อ
4. ลักษณะที่อยู่อาศัยที่เป็นที่นิยมของชาวญี่ปุ่น เป็นอพาร์ทเมนท์ 3 ห้องนอนขึ้นไป และให้ความสำคัญเป็นพิเศษกับสิ่งอำนวยความสะดวกส่วนกลาง เพราะคนญี่ปุ่นนิยมใช้ชีวิตแบบมีส่วนร่วมกับชนชาติเดียวกัน (Collectivistic Tendency)



จากลักษณะทางวัฒนธรรมที่เน้นการรวมกลุ่ม ส่งผลให้แนวทางการออกแบบและปรับปรุงลักษณะทางกายภาพของพื้นที่ที่มีคนญี่ปุ่นเข้าไปใช้งาน จำเป็นต้องให้ความสำคัญกับรูปแบบการใช้ชีวิตแบบมีส่วนร่วมกับชนชาติเดียวกัน (Collectivistic Tendency)

### 2.20.2 ทฤษฎีการบริหารจัดการทรัพยากรกายภาพ

การบริหารจัดการทรัพยากรกายภาพ มีโครงสร้างที่แบ่งออกเป็น 2 ฝั่ง คือ Strategic และ Operational โดยแบ่งการทำงานออกเป็น 2 ขั้นตอน คือ 1) Strategic และ Management FM คือ การบริหารจัดการ และการวางแผนเป็นระยะ ๆ และ 2) Operational FM คือ การดำเนินการที่สนองความต้องการที่เป็นปัจจุบัน โดยในแต่ละขั้นตอนมีหลักการทำงานดังนี้

#### 2.20.2.1 Strategic และ Management FM

เป็นการทำงานในเชิงวางแผนในระยะสั้น กลาง ยาว การกำหนดนโยบาย ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ ทิศทาง และการควบคุม กำกับ และประเมิน

#### 2.20.2.2 Operational FM

เป็นการดำเนินการที่สนองความต้องการที่เป็นปัจจุบัน ประกอบด้วย

1. การดูแลรักษาอาคาร เป็นงานทางด้านเทคนิคอาคาร มีหน้าที่หลักในการควบคุม ดูแล บำรุงรักษา และซ่อมแซมอาคาร และระบบประกอบอาคารให้อยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน และปลอดภัยอยู่ตลอดเวลา

2. Services หรือการบริการ คือ กิจกรรมที่ให้บริการเพื่อรองรับการทำงาน และการใช้อาคารสถานที่ เพื่อให้อาคารสามารถใช้งานได้ ผู้ใช้อาคารสถานที่ได้รับความสะดวก ปลอดภัย และมีสภาพแวดล้อมที่ดีเมื่อเข้าไปใช้งาน

ดังนั้น จากทฤษฎีการบริหารทรัพยากรกายภาพ จึงเป็นกระบวนการทำงานบริหารจัดการ กำกับการใช้ และดูแลซ่อมบำรุงอาคารและทรัพยากรกายภาพ ได้แก่ สิ่งก่อสร้าง อุปกรณ์อาคาร สถานที่และสภาพแวดล้อม ให้มีความพร้อมและตอบสนองกับการใช้งาน เอื้อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อ 3 องค์ประกอบสำคัญ คือ ผู้คน (People) กิจกรรมที่เกิดขึ้น (Process) และอาคารสถานที่ (Place) ให้สามารถทำงานกันได้อย่างสอดคล้อง โดยการใช้อาคารและพื้นที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

### 2.20.3 หลักการและทฤษฎีการออกแบบกายภาพของพื้นที่ย่านการค้า

จากทฤษฎีจิตวิทยาการรับรู้ของกลุ่มจิตวิทยาเกสตัลต์ (Gestalt Psychology) กล่าวถึงตัวแปรด้านกายภาพของพื้นที่ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้งานไว้ 3 ส่วน คือ 1) กิจกรรมในพื้นที่ 2) ลักษณะเฉพาะของพื้นที่ 3) อัตราส่วนการปิดล้อม ผู้วิจัยได้ศึกษาหลักการและ

ทฤษฎีในส่วนนี้มุ่งประเด็นที่ทฤษฎีในการปรับปรุงย่านการค้า และหลักการออกแบบพื้นที่เปิดโล่งในชุมชน โดยได้จัดแบ่งเนื้อหาของทฤษฎี และหลักการที่เกี่ยวข้องออกเป็น 3 ส่วนตามรูปแบบเนื้อหาที่ต่างกัน ดังนี้

### 2.20.3.1 แนวความคิดการแบ่งกลุ่มและจัดกลุ่มร้านค้าและประเภทการค้า

การแบ่งกลุ่มและจัดกลุ่มร้านค้า ในย่านการค้าขนาดใหญ่ที่มีร้านค้าจำนวนมาก มีความจำเป็นต้องมีการแบ่งกลุ่มประเภทของสินค้าและร้านค้าให้ส่งเสริมกันและไม่รบกวนซึ่งกันและกัน มีหลักการทั่วไปดังนี้คือ

1. การจัดกลุ่มร้านค้าประเภทเดียวกัน
2. การจัดกลุ่มร้านค้าให้มีการดึงดูดซึ่งกันและกัน
3. การจับกลุ่มของร้านค้าโดยจัดตามแบบของสินค้าที่ขาย
4. การจัดกลุ่มของร้านค้าต่างประเภทให้มีการส่งเสริมซึ่งกันและกัน
5. การจัดกลุ่มของสินค้าประเภทบริการ

### 2.20.3.2 ทฤษฎีและหลักการออกแบบพื้นที่เปิดโล่งย่านการค้า

หลักการเกี่ยวกับพื้นที่เปิดโล่งสาธารณะย่านการค้า เมื่อเรานำทฤษฎีจิตวิทยาการรับรู้ของกลุ่มจิตวิทยาเกสตัลต์มาวิเคราะห์ร่วมในกระบวนการออกแบบ จากการศึกษาพบว่า งานสถาปัตยกรรมคือสิ่งเร้าหนึ่งที่อยู่ในสภาพแวดล้อม ซึ่งบุคคลได้รับรู้ หลักการรับรู้ที่ว่า บุคคลมีแนวโน้มที่จะรับรู้สิ่งต่าง ๆ ในลักษณะที่สมบูรณ์ โดยการปิดล้อมหรือการประสานให้เกิดความสมบูรณ์ และรูปทรงที่คลี่คลายและเด่นชัดทำให้ง่ายต่อการรับรู้และจดจำของบุคคล ดังนั้นพื้นที่เปิดโล่งสาธารณะ (Urban Space) ที่สำคัญส่วนใหญ่ในโลก จึงมีลักษณะที่ปิดล้อมและมีลักษณะพื้นที่เป็นรูปเรขาคณิตที่ค่อนข้างชัดเจน โดยได้จัดแบ่งเนื้อหาของทฤษฎี ออกเป็น 3 ส่วนตามรูปแบบเนื้อหาที่ต่างกัน ดังนี้

#### (1) อัตราส่วนการปิดล้อมในพื้นที่

จากการศึกษาพบว่าพื้นที่ในชุมชนแต่ละประเภทมีอัตราส่วนการปิดล้อมที่เหมาะสมแตกต่างกันออกไป โดยพื้นที่ลักษณะย่านการค้า (Commercial) ผู้คนจะมีระดับของการยอมรับความอึดอัดและความรู้สึกปิดล้อมสมบูรณ์ที่สูงกว่าพื้นที่อื่น ๆ

#### (2) การประดับตกแต่งส่วนหน้าของอาคาร (Facade)

โดยการประดับตกแต่งส่วนหน้าอาคารจะช่วยทำให้สิ่งปิดล้อมดูโปร่งเบา ลดความทึบตัน ความหนัก และความแข็งกระด้างของสิ่งปิดล้อม



### (3) การกำหนดลักษณะที่ว่าง (Space Defining)

สำหรับงานวิจัยนี้ในส่วนของทฤษฎีการกำหนดลักษณะที่ว่าง ได้ใช้รูปแบบการปิดล้อมโดยระนาบแนวตั้งรูปตัวยู (U-shape) ซึ่งเป็นรูปแบบการปิดล้อมที่ใกล้เคียงกับพื้นที่ในงานวิจัย โดยเป็นองค์ประกอบหลักในการกำหนดปริมาณของที่ว่าง และสร้างความรู้สึกถูกปิดล้อมอย่างรุนแรงแก่ผู้ที่อยู่ในที่ว่างนั้น

#### 2.20.3.3 แนวความคิดและข้อพิจารณาในการปรับปรุงย่านการค้าระดับชุมชน

การพัฒนาชุมชนที่เหมาะสมจำเป็นต้องเข้าใจในระบบความสัมพันธ์ของสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในชุมชน โดยเฉพาะความสัมพันธ์ระหว่างคน กิจกรรม และพื้นที่ เพื่อนำไปสู่การเข้าถึงของความเป็นชุมชน โดยคำนึงถึงวิถีชีวิตของผู้คน และเอกลักษณ์ของชุมชนไปพร้อม ๆ กัน การบูรณะฟื้นฟู (Redevelopment) ย่านการค้าในเชิงพาณิชย์ควรคำนึงถึงองค์ประกอบ ดังต่อไปนี้

##### (1) บรรยากาศและทัศนวิสัย (Visibility)

เป็นการเสริมลักษณะของย่านให้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้นโดยใช้การควบคุมรูปแบบของสถาปัตยกรรม ประกอบกับการออกแบบทางเดินที่มีหลังคาคลุม (Covered Footway)

##### (2) ปรับระบบการสัญจร

เช่น แบ่งการใช้งานทางสัญจรของรถยนต์ (One way) ยกเลิกถนนเปลี่ยนมาเป็นทางเดินเท้าที่เหมาะสมกับย่าน และในส่วนที่เกี่ยวข้องกับร้านค้า ควรจัดให้มีทางเข้าหลักและทางเข้ารอง (Service)

##### (3) รูปแบบของที่นั่ง

การเลือกรูปแบบของที่นั่งให้เหมาะสมกับกิจกรรมภายในพื้นที่ เนื่องจากกิจกรรมแต่ละประเภทมีความเหมาะสมในการเลือกรูปแบบของที่นั่งแตกต่างกัน

โดยงานวิจัยนี้ได้นำ 3 ทฤษฎีดังกล่าว เป็นกรอบแนวความคิดหลักในการศึกษาแนวทางการบริหารจัดการทรัพยากรกายภาพชุมชนญี่ปุ่น บริเวณซอยสุขุมวิท 33/1 ให้มีคุณภาพและประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นกว่าในปัจจุบัน โดยเน้นการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ภายในพื้นที่อย่างมีประสิทธิภาพให้มากที่สุด

## บทที่ 3

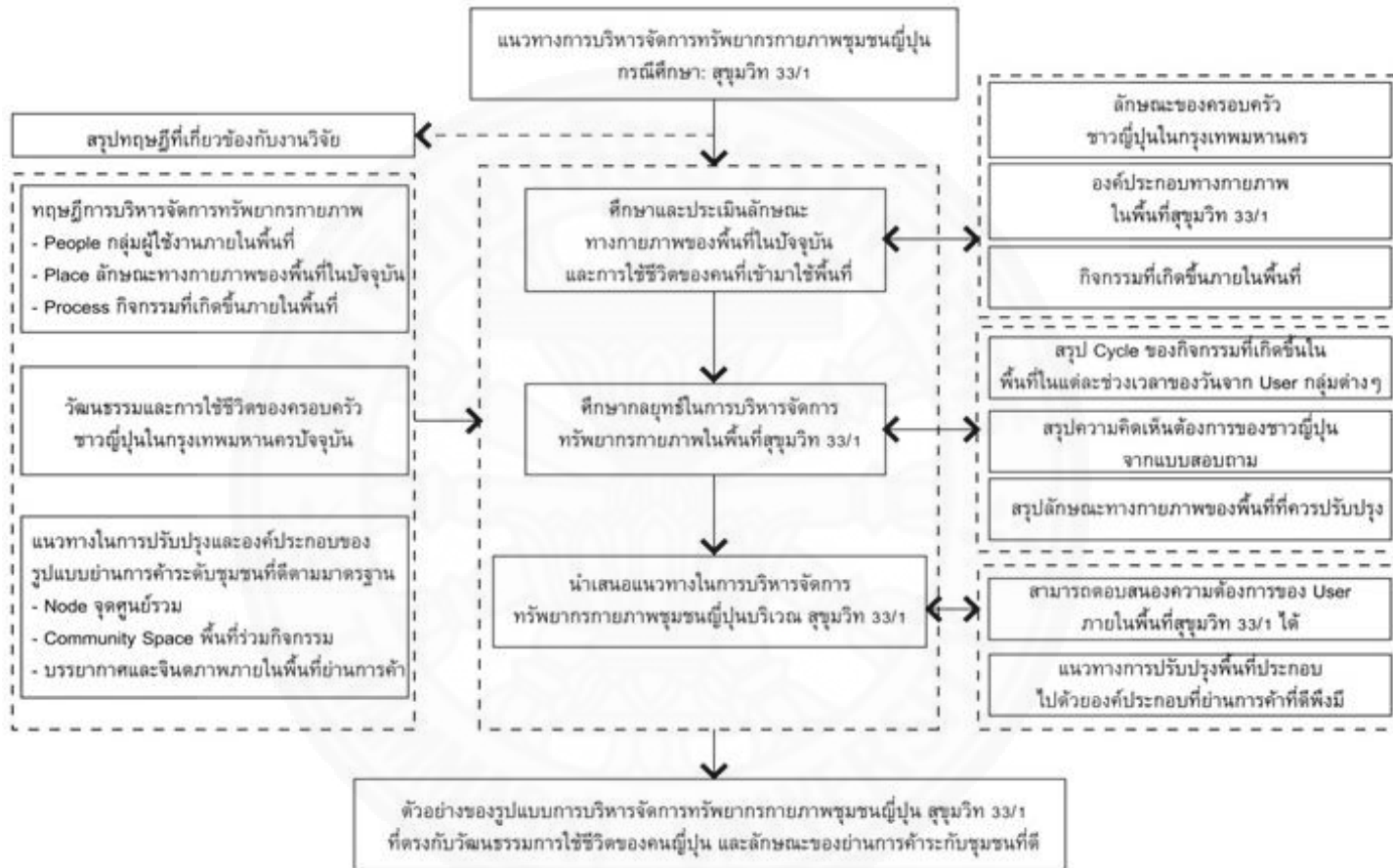
### วิธีการวิจัย

ในบทนี้จะนำเสนอในรายละเอียดของระเบียบวิธีในการศึกษาวิจัย ซึ่งแบ่งได้ 6 เรื่อง คือ กรอบแนวคิดในการวิจัย วิธีการศึกษาวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา การออกแบบเครื่องมือและการเก็บรวบรวมข้อมูล การเลือกประชากรและกลุ่มตัวอย่าง และการวิเคราะห์และสรุปผลการศึกษา

#### 3.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการศึกษาแนวทางการบริหารจัดการทรัพยากรกายภาพของพื้นที่ชุมชนชาวญี่ปุ่น บริเวณซอยสุขุมวิท 33/1 นั้น มีความมุ่งหมายที่จะนำเสนอแนวทางการบริหารจัดการพื้นที่ชุมชนชาวญี่ปุ่น โดยการศึกษาแนวทางการจัดการทรัพยากรกายภาพพื้นที่ชุมชนการค้าที่เหมาะสมกับบริบทของกรุงเทพมหานครในปัจจุบัน และสอดคล้องกับวัฒนธรรมการอยู่อาศัยและการใช้ชีวิตของชาวญี่ปุ่น เพื่อใช้เป็นแนวทางในการบริหารจัดการทรัพยากรกายภาพของชุมชนชาวญี่ปุ่น รวมถึงใช้เป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยชุมชนชาวต่างชาติอื่น ๆ ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต

โดยงานวิจัยชิ้นนี้ผู้วิจัยได้จำแนกแนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยไว้ 3 หมวดหมู่ด้วยกัน คือ 1) วัฒนธรรมและสังคมญี่ปุ่น 2) ทฤษฎีการบริหารจัดการทรัพยากรกายภาพ 3) แนวคิดและทฤษฎีการออกแบบชุมชน โดยศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างทั้งสามตัวแปรที่ส่งผลต่อการพัฒนาและปรับปรุงกายภาพของพื้นที่ศึกษา เพื่อศึกษาถึงแนวทางการบริหารจัดการทรัพยากรกายภาพ และนำผลที่ได้จากการอภิปรายผลข้อมูลมาสรุปให้เห็นสิ่งที่ได้ค้นพบจากงานวิจัย เสนอข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการทำการศึกษาวิจัยในครั้งต่อไป เพื่อให้ผู้ออกแบบ ผู้ค้นคว้า ตลอดจนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปใช้ได้



ภาพที่ 3.1 แผนภาพขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย, โดย ผู้วิจัย, 2556.

### 3.2 วิธีการศึกษาวิจัย

ในส่วนนี้จะกล่าวถึงวิธีการวิจัยในแต่ละขั้นตอน แสดงให้เห็นว่าในแต่ละขั้นตอนนั้นมีวิธีการดำเนินการอย่างไร และมีรายละเอียดในการเก็บข้อมูลในแต่ละขั้นตอน ดังนี้คือ

#### 3.2.1 การศึกษาจากเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ศึกษาจากทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อวิจัย คือ สังคมและวัฒนธรรม ญี่ปุ่น การบริหารทรัพยากรกายภาพ และทฤษฎีการออกแบบพื้นที่ชุมชนเมือง จากหนังสือและบทความของไทยและต่างประเทศ

#### 3.2.2 เก็บข้อมูลจากพื้นที่จริง

การเก็บข้อมูลในพื้นที่ศึกษาวิจัยสามารถแบ่งได้ 3 ประเด็นหลัก คือ 1) ข้อมูลทางกายภาพของพื้นที่ 2) กิจกรรมที่เกิดขึ้นในพื้นที่ 3) ความคิดเห็นของผู้ใช้งาน โดยทำการเก็บข้อมูลโดยแบ่งเป็น 2 ส่วน ได้แก่

1. การเก็บข้อมูลทางกายภาพจากการสำรวจและสังเกตการณ์ภาคสนาม
2. การเก็บข้อมูลกิจกรรมในพื้นที่ และความคิดเห็นของผู้ใช้งาน ด้วยแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มผู้ใช้งานประเภทต่าง ๆ ที่มีต่อพื้นที่สุขุมวิท 33/1

#### 3.2.3 การวิเคราะห์ข้อมูล สรุปผล และจัดทำข้อเสนอแนะ

นำผลลัพธ์จากการเก็บข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ ตีความ ตามหลักการและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เพื่อทำการสรุปผลการทดลองวิจัยที่ได้ และจัดทำข้อเสนอแนะหรือแนวทางการบริหารจัดการทรัพยากรกายภาพ เพื่อให้สามารถนำไปใช้งานในการบริหารจัดการทรัพยากรกายภาพในพื้นที่อื่น รวมถึงการใช้เป็นข้อมูลอ้างอิงสำหรับผู้สนใจในเนื้อหาหรือแนวทางการวิจัยของงานชิ้นนี้



ภาพที่ 3.2 แผนผังโครงสร้างแนวทางการเก็บข้อมูล, โดย ผู้วิจัย, 2556.

### 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลในงานวิจัยชิ้นนี้แบ่งเป็น 2 ประเภทตามวิธีในการเก็บข้อมูล ได้แก่ 1) เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูลทางกายภาพของพื้นที่ 2) เครื่องมือที่ใช้สำรวจความคิดเห็นจากผู้ใช้งาน โดยในแต่ละชุดเครื่องมือมีรายละเอียดดังต่อไปนี้ คือ

#### 3.3.1 เครื่องมือเก็บข้อมูลทางกายภาพของพื้นที่

ประกอบด้วยรายละเอียด ดังต่อไปนี้

3.3.1.1. ผังสีแสดงลักษณะประเภทของกลุ่มธุรกิจและบริการต่าง ๆ ภายในซอย สุขุมวิท 33/1 เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการบันทึกปริมาณการใช้พื้นที่ของกลุ่มธุรกิจและบริการประเภทต่าง ๆ

3.3.1.2. ผังสีแสดงสัดส่วนการใช้งานอาคารพาณิชย์ภายในพื้นที่ ใช้ในการบันทึกข้อมูลรูปแบบการใช้งานอาคารพาณิชย์ในแต่ละชั้น

3.3.1.3. แบบจำลองรูปด้านของอาคารพาณิชย์ ใช้ในการจำลองจินตภาพและลักษณะทางกายภาพภายในพื้นที่

#### 3.3.2 เครื่องมือสำรวจความคิดเห็นจากผู้ใช้งาน

ประกอบด้วยรายละเอียด ดังต่อไปนี้

3.2.2.1. แบบสัมภาษณ์ความคิดเห็นของผู้ประกอบการในพื้นที่ เพื่อสำรวจความคิดเห็น ความพึงพอใจ รูปแบบของการขนส่งสินค้า

3.2.2.2. แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้ใช้งานในพื้นที่ เพื่อสำรวจความคิดเห็น ความพึงพอใจในการใช้บริการ กิจกรรมที่เกิดขึ้นระหว่างที่อยู่ในพื้นที่ และรูปแบบการเดินทางมาใช้ บริการ

โดยงานวิจัยชิ้นนี้จำกัดขอบเขตในลักษณะขอบเขตเชิงพื้นที่และลักษณะทางกายภาพของ โครงการไว้ดังนี้ คือ จำกัดการศึกษาแนวทางการบริหารจัดการทรัพยากรกายภาพไว้เฉพาะในพื้นที่ ชุมชนชาวญี่ปุ่น จำนวน 8 ไร่ 1 งาน โดยในปัจจุบันพื้นที่ประกอบด้วยธุรกิจร้านค้าและบริการ 29 แห่ง

### 3.4 การออกแบบเครื่องมือวิจัย

เครื่องมือที่นำมาใช้ในกระบวนการศึกษาแนวทางการบริหารจัดการทรัพยากรกายภาพนั้นจะเป็นแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม ที่ผู้ศึกษาได้สร้างขึ้นจำนวน 2 ฉบับ โดยการออกแบบคำถามที่ใช้ในแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามนั้น จะอ้างอิงตามทฤษฎีการวัดผลการปฏิบัติงาน FM (FM Performance Measurement) ในบทที่ 2 โดยสามารถแบ่งขอบเขตของข้อมูลที่ต้องการศึกษาและ หัวเรื่องทั้งหมดออกเป็น 3 กลุ่มด้วยกัน ได้แก่

#### 3.4.1 Building / Facility Performance

หมายถึง สมรรถนะหรือความสามารถของอาคารซึ่งสามารถดูได้จาก สภาพ Appearance หรือ Condition ที่เป็นอยู่ และจากความสามารถในการรองรับการใช้งาน

#### 3.4.2 Operation / Service Performance

หมายถึง ผลการปฏิบัติงานและคุณภาพของงานที่ปรากฏ

#### 3.4.3 Management Performance

หมายถึง ผลสัมฤทธิ์ในด้านการบริหารและจัดการ ซึ่งเกณฑ์ที่จะใช้พิจารณานั้นสามารถพิจารณาได้จาก

1. Space Management Performance ความมีประสิทธิภาพของพื้นที่ในการใช้งาน และอัตราการใช้ประโยชน์พื้นที่

2. Environment Health & Safety (EHS) ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน และสภาพแวดล้อมในพื้นที่ทำงาน

3. Energy Consumption Performance การใช้พลังงานในอาคาร

4. Cost Performance ประสิทธิภาพของค่าใช้จ่าย หรือความคุ้มค่าและการประหยัดค่าใช้จ่าย

5. Customer Satisfaction ความพึงพอใจของผู้ใช้อาคาร และผู้รับบริการ

โดยเมื่อนำทั้ง 7 หัวข้อย่อย จากการประเมินประสิทธิภาพการบริหารจัดการ 3 ส่วนด้านบนไปเปรียบเทียบกับผังโครงสร้างด้านการบริหารจัดการทรัพยากรกายภาพจำแนกตามขั้นตอนการปฏิบัติงาน ในภาพที่ 3.2 ผู้วิจัยสามารถจำแนกหัวข้อในการออกแบบคำถามในแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามได้ 2 ส่วน ดังนี้

		<b>FUNCTION</b>	<b>GOALS</b>	<b>CONCEPTS</b>	
<b>FM</b>	<b>Strategic FM</b>	- direct facilities - direct services - direct practice	- Income - productivity - sustainability	- strategic - integrative	↑ SOPHISTICATED/ INTEGRATED
	<b>Management FM</b>	- implement - control&monitoring - PM	- achievement - satisfaction - performance	- proactive - integrative - planning	
	<b>Operational FM</b>	- run facilities - services	- minimum cost - meet needs - quality	- cost-effective - quality assurance	↓ SIMPLE/ SEPERATED

ภาพที่ 3.3 แผนผังโครงสร้างด้านการบริหารจัดการทรัพยากรกายภาพ, โดย ผู้วิจัย, 2556.

#### 3.4.4 Management FM

แยกเป็นประเด็น ดังต่อไปนี้

1. Cost Performance ประสิทธิภาพของค่าใช้จ่าย หรือความคุ้มค่าและการประหยัดค่าใช้จ่าย

2. Space Management Performance ความมีประสิทธิภาพของพื้นที่ในการใช้งาน

3. Environment Health & Safety (EHS) ความปลอดภัยใน และสภาพแวดล้อมในพื้นที่ทำงาน

4. Facility Performance ความสามารถในการรองรับการใช้งาน



### 3.4.5 Operational FM

แยกเป็นประเด็น ดังต่อไปนี้

1. Operation / Service Performance ผลการปฏิบัติงานและคุณภาพของงานที่ปรากฏ

2. Facility Performance หมายถึง สมรรถนะหรือความสามารถของอาคารซึ่งสามารถดูได้จาก สภาพ Appearance หรือ Condition ที่เป็นอยู่

3. Customer Satisfaction ความพึงพอใจของผู้รับบริการ

จากการประเภทของการบริหารจัดการทรัพยากรกายภาพออกเป็น 2 หัวข้อ ผู้วิจัยจึงใช้ทฤษฎีดังกล่าวในการออกแบบแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม โดยแบ่งการเก็บข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน คือ

1. ผู้ประกอบการ แบบสัมภาษณ์ประกอบด้วยประเด็น Management FM และ Operational FM

2. ผู้ใช้งานในพื้นที่ แบบสอบถามประกอบด้วยประเด็น Operational FM

### 3.5 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างภายในพื้นที่ศึกษาวิจัย สามารถแบ่งได้ 2 ประเภท คือ 1) ผู้ประกอบการภายในพื้นที่ 2) ผู้ใช้งานภายในพื้นที่ โดยกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 ประเภท มีวิธีการคำนวณหาขนาดของประชากรที่แตกต่างกันออกไป ดังนี้

#### 3.5.1 กลุ่มของผู้ประกอบการในพื้นที่

กลุ่มของธุรกิจร้านค้าและบริการในพื้นที่ในปัจจุบันมีจำนวน 35 แห่งด้วยกัน จากตารางแสดงจำนวนประชากรและจำนวนกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie and Morgan ระบุจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องเก็บ ดังนี้

## ตารางที่ 3.1

ขนาดของกลุ่มตัวอย่างของเครซีและมอร์แกน

ขนาดประชากร	ขนาดตัวอย่าง
10	10
15	14
20	19
25	24
30	28
35	32
40	36
45	40
50	44

หมายเหตุ. โดย Robert V. Krejcie and Eayrle W. Morgan, 1970.

จากตารางดังกล่าว ถ้าประชากรมีขนาดเท่ากับ 35 ร้านค้า ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยจำเป็นต้องเก็บข้อมูลจะเท่ากับ 32 ร้านค้า เป็นต้น

### 3.5.2 กลุ่มของผู้ใช้บริการในพื้นที่

กลุ่มของลูกค้าที่เข้าไปใช้บริการในพื้นที่ถือเป็นกลุ่มประชากรในการศึกษาวิจัยที่ไม่ทราบจำนวนประชากร แต่ทราบว่ามีจำนวนมาก ผู้วิจัยจึงใช้สูตรในการคำนวณหากกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ทราบจำนวนประชากรของคอคแรน มีเนื้อหาดังต่อไปนี้

#### 3.5.2.1 สูตรของคอคแรน

สูตรของคอคแรน (Cochran, 1977 อ้างใน ธีรภูมิ เอกะกุล, 2543) ใช้ในกรณีที่ไม่ทราบขนาดของประชากรที่แน่นอน แต่ทราบว่ามีจำนวนมากและต้องการประมาณค่าสัดส่วนของประชากร คือ

$$\text{กรณีไม่ทราบค่าสัดส่วนของประชากรหรือ } p = 0.5 \text{ ใช้สูตร } n = \frac{Z^2}{4e^2}$$

$n$  = ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

$p$  = สัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร

$e$  = ระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมให้เกิดขึ้นได้

$Z$  = ค่า  $Z$  ที่ระดับความเชื่อมั่นหรือระดับนัยสำคัญ

- ถ้าระดับความเชื่อมั่น 95% หรือระดับนัยสำคัญ 0.05 มีค่า  $Z = 1.96$

- ถ้าระดับความเชื่อมั่น 99% หรือระดับนัยสำคัญ 0.01 มีค่า  $Z = 2.58$

โดยในงานวิจัยชิ้นนี้ กำหนดค่าระดับความเชื่อมั่นไว้ที่ 95% ความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ 5% และ สัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร เท่ากับ 0.5 ขนาดของประชากรที่ต้องการเท่ากับ

$$n = \frac{Z^2}{4e^2}$$

$$n = \frac{(1.96)^2}{4(0.05)^2}$$

$$n = 384.16 \approx 384 \text{ หน่วย}$$

### 3.6 ช่วงเวลาในการเก็บข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างภายในพื้นที่ศึกษาวิจัยมี 2 ประเภท คือ 1) ผู้ประกอบการภายในพื้นที่ 2) ผู้ใช้งานภายในพื้นที่ โดยกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 ประเภท มีช่วงเวลาในการเก็บข้อมูลแตกต่างกันออกไป ดังนี้

#### 3.6.1 กลุ่มของผู้ประกอบการในพื้นที่

กลุ่มของธุรกิจร้านค้าและบริการในพื้นที่ในปัจจุบันมีจำนวน 35 แห่งด้วยกัน จากการคำนวณกลุ่มตัวอย่างที่ต้องเก็บข้อมูล โดยใช้ตารางแสดงจำนวนประชากรและจำนวนกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie and Morgan ระบุจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องเก็บคือ 32 ร้านค้า โดยผู้วิจัยได้ในวันและช่วงเวลาในการเข้าไปสัมภาษณ์แตกต่างกันออกไปตามแต่ความสะดวกของผู้ให้สัมภาษณ์ โดยส่วนใหญ่จะอยู่ในช่วงเวลาหลังร้านค้าปิดทำการ

#### 3.6.2 กลุ่มของผู้ใช้บริการในพื้นที่

จากการคำนวณกลุ่มตัวอย่างของผู้ใช้บริการในพื้นที่ที่ต้องเก็บข้อมูลโดยใช้สูตรของคอกแรน ระบุจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องเก็บคือ 384 คน โดยผู้วิจัยได้แบ่งการเก็บข้อมูลออกเป็น 4 ช่วงเวลาด้วยกัน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมที่สุด เนื่องจากกลุ่มผู้ใช้งานในพื้นที่มีความหลากหลายและแต่ละกลุ่มมีพฤติกรรมการใช้งานที่แตกต่างกันออกไป โดยการเก็บข้อมูลแบ่งออกเป็น 4 ช่วงเวลาดังนี้ 1) ช่วงเช้า ก่อน 12.00 น. 2) ช่วงพักเที่ยง 12.00 – 13.30 น. 3) ช่วงบ่าย 13.30 – 17.30 น. 4) ช่วงหลังเลิกงาน 17.30 น. เป็นต้นไป โดยในแต่ละช่วงเวลาผู้วิจัยได้แบ่งจำนวนประชากรในการเก็บข้อมูลออกเป็นจำนวนเท่า ๆ กัน คือ 96 กลุ่มตัวอย่าง นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้แบ่งการเก็บข้อมูล

ออกเป็น 2 ช่วงเวลาของเดือน คือ ช่วงกลางเดือน และช่วงปลายเดือน เพื่อให้ข้อมูลที่ได้มีความครอบคลุมมากที่สุด

### 3.7 การวิเคราะห์และสรุปผลการศึกษา

ในกระบวนการการวิเคราะห์และสรุปผลการศึกษา ในขั้นแรกจะต้องมีการตั้งเป้าหมาย (Targeting) ก่อนว่าจะทำการประเมินผล Performance ในด้านใด จากนั้นจึงสร้างกลยุทธ์ (Strategy) ขึ้นมา เมื่อมีการตั้งเป้าหมายและกลยุทธ์ขึ้น เราจำเป็นต้องมีการควบคุม (Control) ตัวแปรและปัจจัยต่าง ๆ ที่จะต้องเข้ามาเกี่ยวข้องในกระบวนการ จากนั้นจึงทำการวัดผล (Measurement) โดยสามารถสรุปเป็นขั้นตอนได้ ดังต่อไปนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานและสรุปความสัมพันธ์ของปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อแนวทางการบริหารจัดการทรัพยากรกายภาพภายในซอยสุขุมวิท 33/1 โดยใช้ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจภาคสนาม ข้อมูลจากแบบสอบถาม และข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์

2. เปรียบเทียบ วิเคราะห์เชิงความสัมพันธ์ เพื่อกำหนดลักษณะของข้อมูลพื้นฐานจากการสำรวจ โดยใช้การเปรียบเทียบลักษณะทางกายภาพของพื้นที่ในปัจจุบันเปรียบเทียบกับทฤษฎีในบทที่ 2 เพื่อวิเคราะห์หาจุดที่ควรปรับปรุง

3. สรุปแนวความคิดที่ได้จากการสำรวจและวิเคราะห์ ออกมาเป็นแนวทางในการบริหารจัดการทรัพยากรกายภาพของซอยสุขุมวิท 33/1 เพื่อตอบสนองกับกิจกรรมและความต้องการของชาวญี่ปุ่นในกรุงเทพมหานคร รวมถึงกลุ่มผู้ใช้งานประเภทอื่น ๆ

4. นำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์แนวทางในการบริหารจัดการทรัพยากรกายภาพ มาออกแบบเป็นแผนผังและภาพจำลองในการปรับปรุงพื้นที่ชุมชนญี่ปุ่น บริเวณสุขุมวิท 33/1

## บทที่ 4

### ผลการวิจัยและอภิปรายผล

จากการเก็บข้อมูลเพื่อนำมาทำการวิเคราะห์เพื่อนำเสนอแนวทางการบริหารจัดการทรัพยากรกายภาพของชุมชนชาวญี่ปุ่นบริเวณซอยสุขุมวิท 33/1 ได้ทำการแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 2 ลักษณะคือ ส่วนแรกเป็นข้อมูลเชิงกายภาพที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลลักษณะทางกายภาพของอาคารและพื้นที่สัญจรภายในซอยสุขุมวิท 33/1 เพื่อวิเคราะห์ถึงลักษณะทางกายภาพของพื้นที่และกิจกรรมที่เกิดขึ้น ส่วนที่สองเป็นการเก็บข้อมูลโดยแบบสัมภาษณ์สำหรับเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการภายในพื้นที่ และแบบสอบถามสำหรับเก็บข้อมูลจากกลุ่มลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ โดยสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

#### 4.1 ทรัพยากรกายภาพภายในซอยสุขุมวิท 33/1

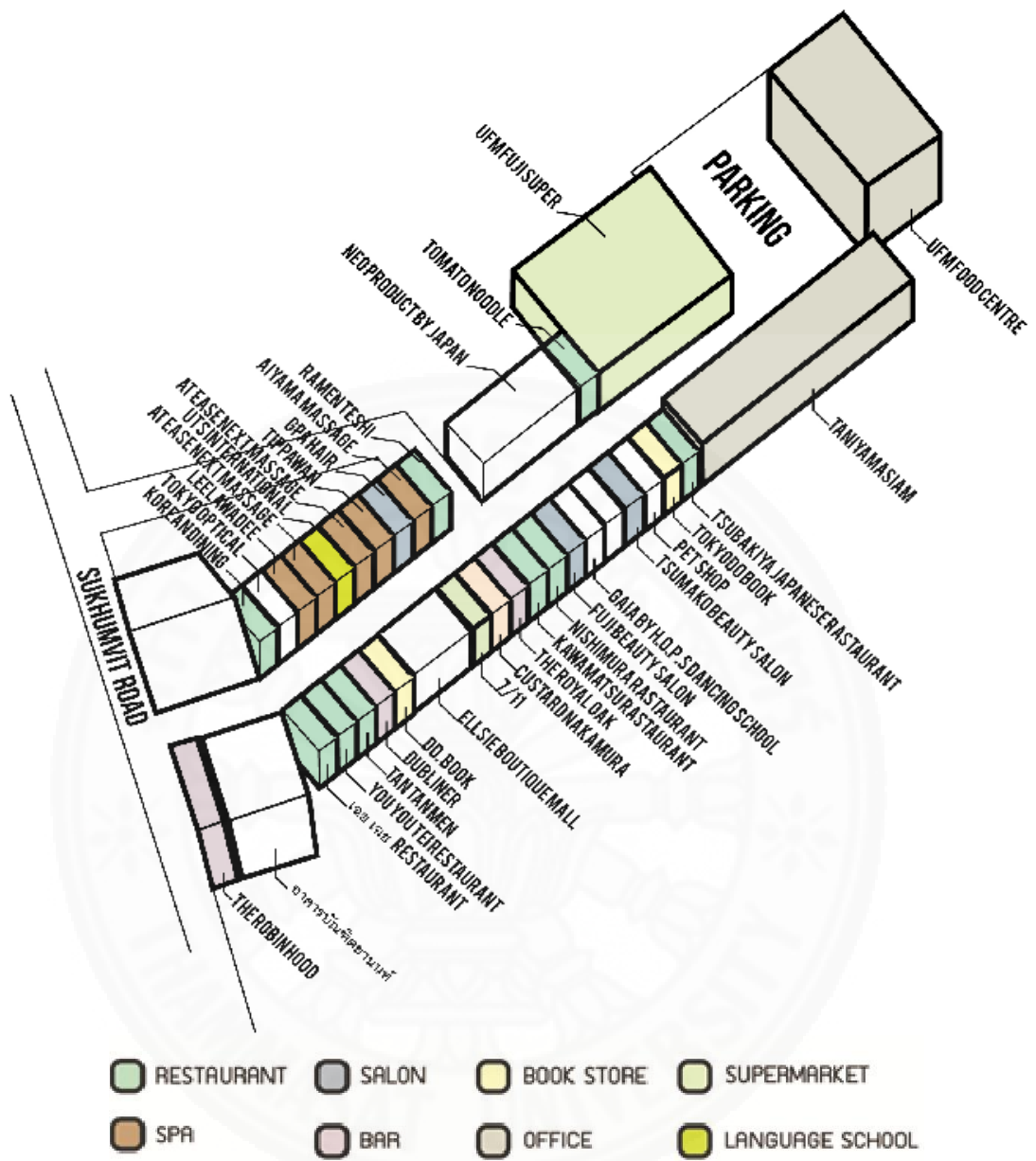
##### 4.1.1 ประเภทของร้านค้าภายในซอยสุขุมวิท 33/1

จากการสำรวจภาคสนามในบริเวณซอยสุขุมวิท 33/1 พบว่าเป็นแหล่งรวมของร้านค้าและบริการของชาวญี่ปุ่นโดยตรง ประกอบไปด้วยร้านอาหาร ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านหนังสือ ร้านเช่าวีดีโอ ร้านตัดผม เป็นต้น นอกจากนี้ยังเห็นได้ว่าในย่านดังกล่าวมีกิจการของคนไทยที่รองรับให้บริการชาวญี่ปุ่น อาทิเช่น ร้านนวดสปา บาร์ เป็นต้น ร้านค้าส่วนใหญ่มีการให้บริการเป็นภาษาญี่ปุ่น โดยเราสามารถจำแนกประเภทของร้านค้าต่าง ๆ ภายในซอยสุขุมวิท 33/1 ได้ ดังข้อมูลในตารางที่ 4.1

## ตารางที่ 4.1

## ข้อมูลประเภทของร้านค้าภายในซอยสุขุมวิท 33/1

รายชื่อของธุรกิจภายในพื้นที่	ประเภทของธุรกิจ							
	ร้านอาหาร ญี่ปุ่น	ร้าน นวดสปา	ร้านเสริม สวย	บาร์	ช้อปปิ้ง มอลล์	อาคาร สำนักงาน	ร้าน หนังสือ	อื่นๆ
Korean Dining	✓							
Choi Choi Restaurant	✓							
You You Tei Restaurant	✓							
Tan Tan Men	✓							
Ramen Teshi	✓							
Kawamatsu Restaurant	✓							
Nishimura Restaurant	✓							
Tsubakiya Restaurant	✓							
Tomato Noodle	✓							
Aiyama Massage		✓						
Tippawan		✓						
At Ease Massage		✓						
At Ease Next Massage		✓						
Leelawadee		✓						
GPA Hair			✓					
Fuji Beauty Salon			✓					
Tsumako Beauty Salon			✓					
The Robinhood				✓				
The Dubliner				✓				
The Royal Oak				✓				
UFM Fuji Super					✓			
Ellsie Boutique Mall					✓			
NEO					✓			
The UFM Food Centre						✓		
Taniyama Siam						✓		
DD. Book							✓	
Tokyodo Book							✓	
Custard Nakamura								✓
UTS International								✓
Furppurr Pet Shop								✓
<b>รวมทั้งสิ้น</b>	<b>35</b>							

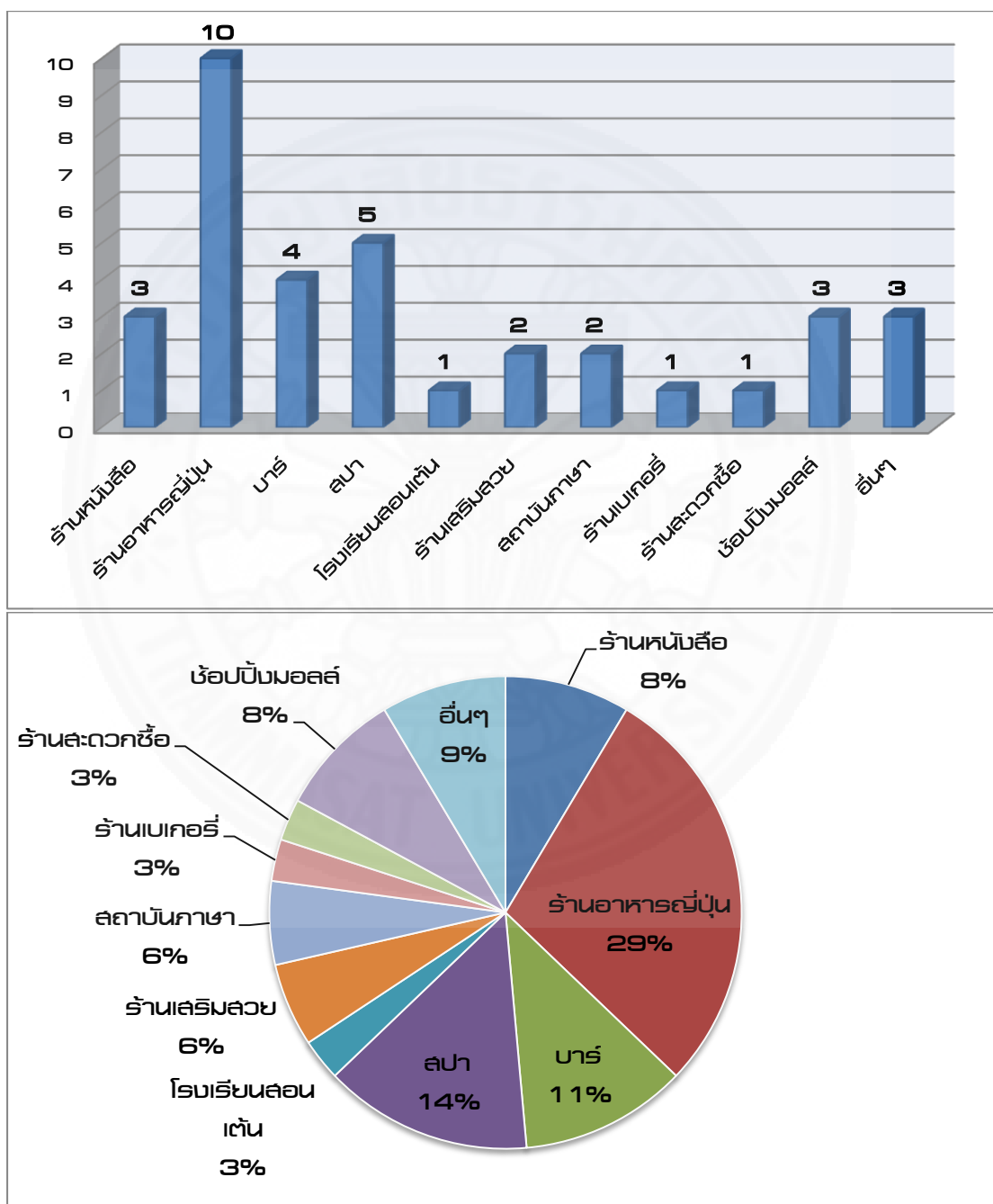


ภาพที่ 4.1 แผนผังแสดงลักษณะการใช้พื้นที่ทั้งหมดภายในซอยสุขุมวิท 33/1, โดย ผู้วิจัย, 2556.



#### 4.1.2 สัดส่วนประเภทของร้านค้าภายในซอยสุขุมวิท 33/1

ภายในซอยสุขุมวิท 33/1 ประกอบไปด้วยร้านค้าและบริการที่แตกต่างกันออกไป โดยจากการเก็บข้อมูลภาคสนามผู้วิจัยสามารถจำแนกสัดส่วนประเภทของร้านค้าและบริการได้ ดังข้อมูลในภาพที่ 4.2



ภาพที่ 4.2 กราฟแสดงสัดส่วนประเภทของร้านค้าภายในซอยสุขุมวิท 33/1, โดย ผู้วิจัย, 2556.

### 4.1.3 สภาพการใช้งานของอาคารภายในซอยสุขุมวิท 33/1

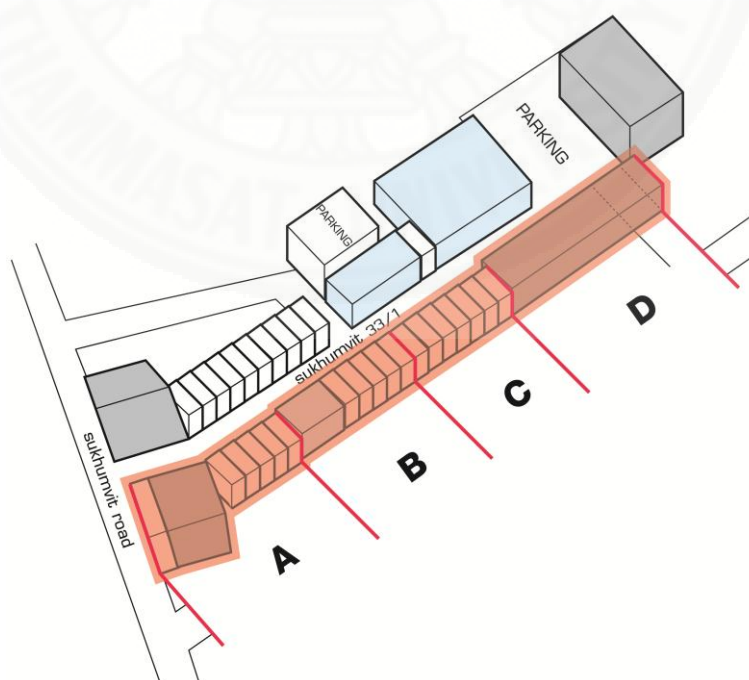
ร้านค้าภายในซอยสุขุมวิท 33/1 มีลักษณะเป็นอาคารพาณิชย์ 3-4 ชั้น จำนวนทั้งหมด 29 คูหา โดยในแต่ละชั้นมีรูปแบบการใช้งานอาคารที่แตกต่างกันไปตามรูปแบบของธุรกิจ โดยจากการเก็บข้อมูลของผู้วิจัยสามารถสรุปลักษณะการใช้งานของอาคารห้องแถวภายในซอยสุขุมวิท 33/1 ได้ทั้งหมด 4 รูปแบบการใช้งาน ดังนี้

1. ใช้เพื่อประกอบธุรกิจประเภทต่าง ๆ
2. ใช้เพื่อพักอาศัย ประกอบไปด้วยเจ้าของกิจการพักอาศัยเอง และเปิดให้พนักงานพักอาศัย
3. ใช้เป็นอาคารสำนักงาน
4. ใช้เป็นคลังเก็บสินค้า

จากการเก็บข้อมูลของผู้วิจัยได้แบ่งประเภทลักษณะการใช้งานอาคาร และรูปแบบของธุรกิจประเภทต่าง ๆ โดยการใช้ผังสีจำแนกลักษณะการใช้งานประเภทต่าง ๆ ที่แตกต่างกัน ดังภาพ

#### 4.1.3.1 อาคารฝั่งทิศตะวันออก

โดยเริ่มจากอาคารพาณิชย์ฝั่งตะวันออกบริเวณด้านหน้าของซอยสุขุมวิท 33/1 ไปจนถึงอาคารห้องแถวที่อยู่บริเวณด้านหลังสุด โดยลักษณะการใช้งานของอาคารส่วนใหญ่จะเป็นรูปแบบการเปิดเป็นธุรกิจร้านอาหารและบาร์



ภาพที่ 4.3 แสดงกลุ่มอาคารพาณิชย์ฝั่งตะวันออกแบ่งตามโซน, โดย ผู้วิจัย, 2556.

ELEVATION//



INFOGRAPHIC//



F1/ THE ROBINHOOD  
F2-4/ อาคารบัณฑิตยานนท์

CHOI CHOI  
RESTAURANT

YOU YOU TEI

TAN TAN MEN

DUBLINER IRISH PUB

F1/ WOODBALL  
F2-4/ TIS LANGUAGE SCHOOL

INFORMATION//

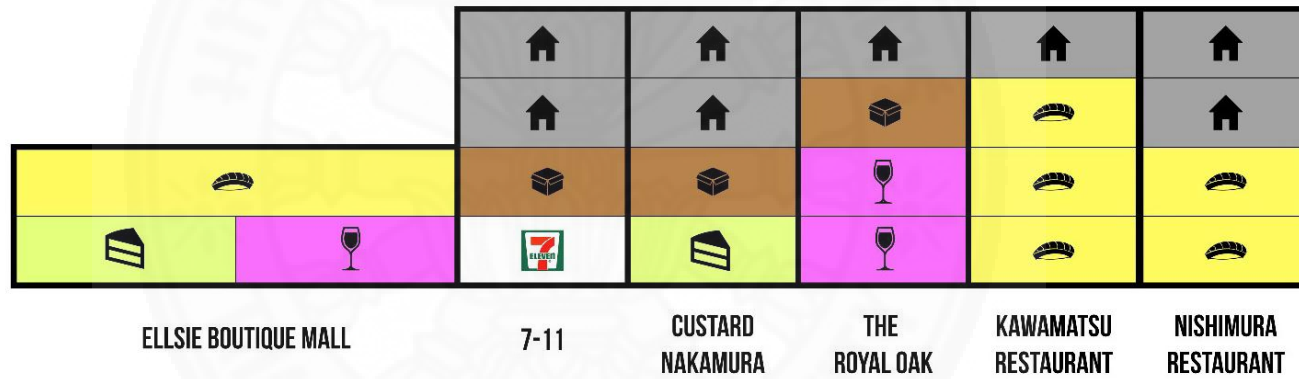


ภาพที่ 4.4 แสดงกลุ่มอาคารพาณิชย์ฝั่งตะวันออก โซน A, โดย ผู้วิจัย, 2556.

ELEVATION//



INFOGRAPHIC//

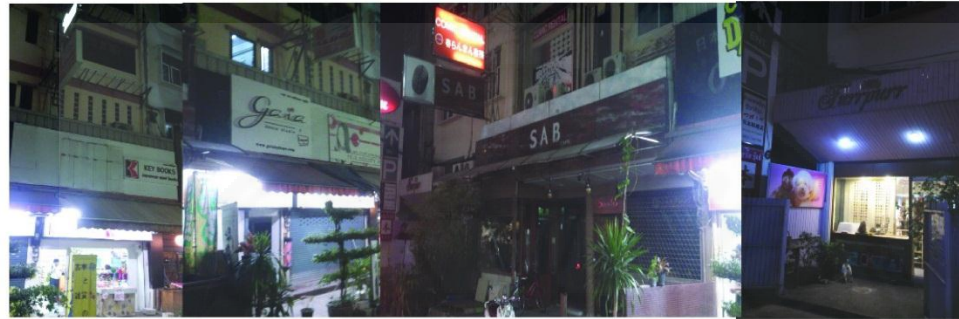


INFORMATION//

🏠 RESIDENT
🍣 JAPANESE RESTAURANT
🍰 BAKERY
  
🍷 PUB
📦 STOCK

ภาพที่ 4.5 แสดงกลุ่มอาคารพาณิชย์ฝั่งตะวันออก โซน B, โดย ผู้วิจัย, 2556.

ELEVATION//



INFOGRAPHIC//



F1/ KEY BOOKS  
F2-3/ GAIA  
BY H.O.P.S  
F4/ CURTAIN OF  
DRAMA

F1-3/ GAIA  
BY H.O.P.S  
F4/ CURTAIN OF  
DRAMA

F1/ SAB CAFFE  
F2-3/ COMIC  
RENTAL

TSUMAKO  
BEAUTY SALON

FURRPURR

INFORMATION//



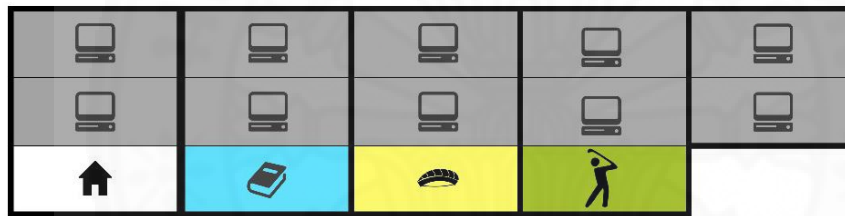
ภาพที่ 4.6 แสดงกลุ่มอาคารพาณิชย์ฝั่งตะวันออก โซน C, โดย ผู้วิจัย, 2556.



ELEVATION//



INFOGRAPHIC//



F1/ RENTAL  
PROPERTIES  
F2-3/ OFFICE

F1/ TOKYODO  
BOOKS  
F2-3/ OFFICE

F1/ TSUBAKIYA  
RESTAURANT  
F2-3/ OFFICE

F1/ GOLF CLUB  
F2-3/ OFFICE

F2-3/ OFFICE

INFORMATION//



OFFICE



JAPANESE RESTAURANT



GOLF SHOP

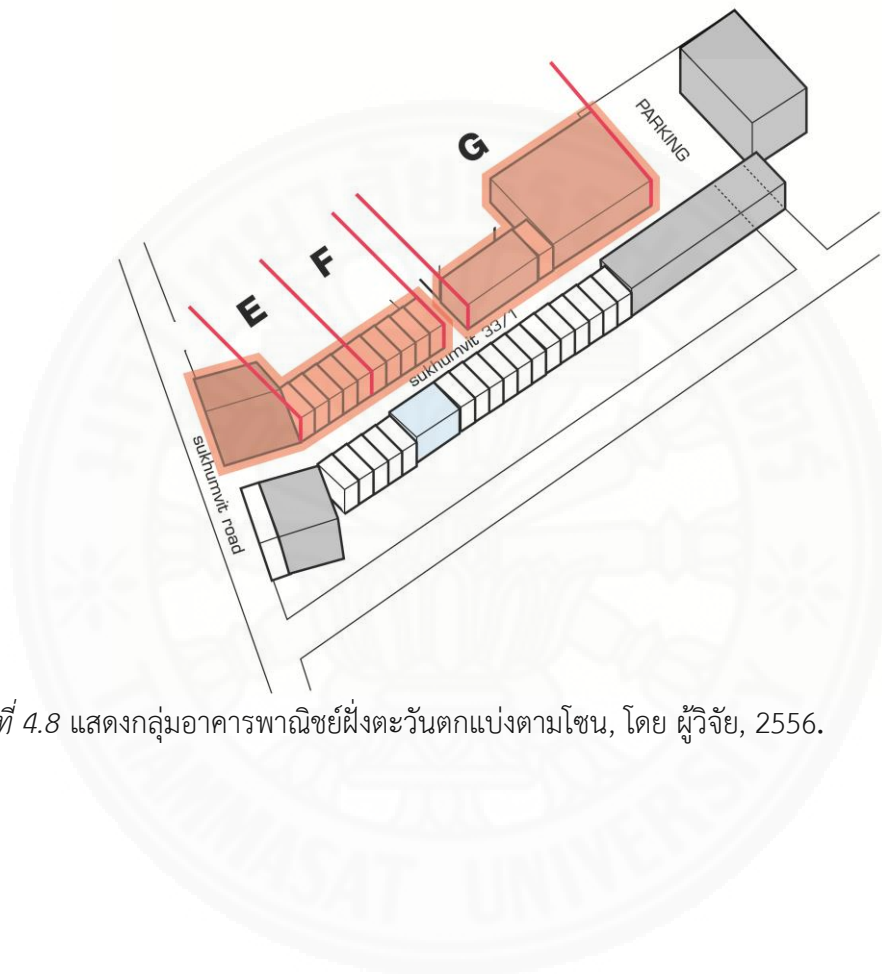


BOOK STORE

ภาพที่ 4.7 แสดงกลุ่มอาคารพาณิชย์ฝั่งตะวันออก โซน D, โดย ผู้วิจัย, 2556.

#### 4.1.3.2 อาคารฝั่งทิศตะวันตก

โดยเริ่มจากอาคารพาณิชย์ฝั่งตะวันตกบริเวณด้านหน้าของซอยสุขุมวิท 33/1 ไปจนถึงอาคารยูเอฟเอ็ม ฟู้จี้ ซูเปอร์มาร์เก็ต บริเวณด้านหลังสุด โดยลักษณะการใช้งานของอาคารพาณิชย์ส่วนใหญ่จะเป็นรูปแบบการเปิดเป็นธุรกิจสปา



ภาพที่ 4.8 แสดงกลุ่มอาคารพาณิชย์ฝั่งตะวันตกแบ่งตามโซน, โดย ผู้วิจัย, 2556.



ELEVATION//



INFOGRAPHIC//

<b>JAPANESE DINING</b>	<b>TOKYO OPTICAL</b>	<b>LEELAWADEE</b>	<b>AT EASE MASSAGE</b>	<b>JTS INTERNATIONAL</b>

INFORMATION//

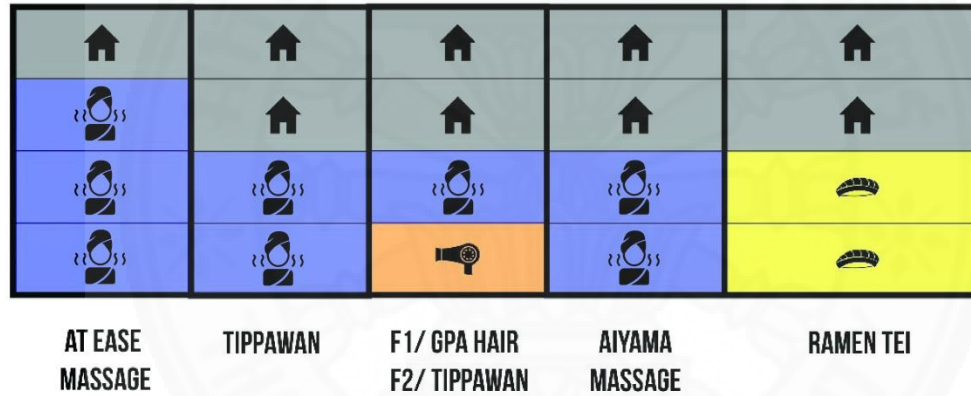
	SPA		JAPANESE RESTAURANT		RESIDENT
	EYEWEAR SHOP		LANGUAGE SCHOOL		OFFICE

ภาพที่ 4.9 แสดงกลุ่มอาคารพาณิชย์ฝั่งตะวันออก โซน E, โดย ผู้วิจัย, 2556.

ELEVATION//



INFOGRAPHIC//



INFORMATION//

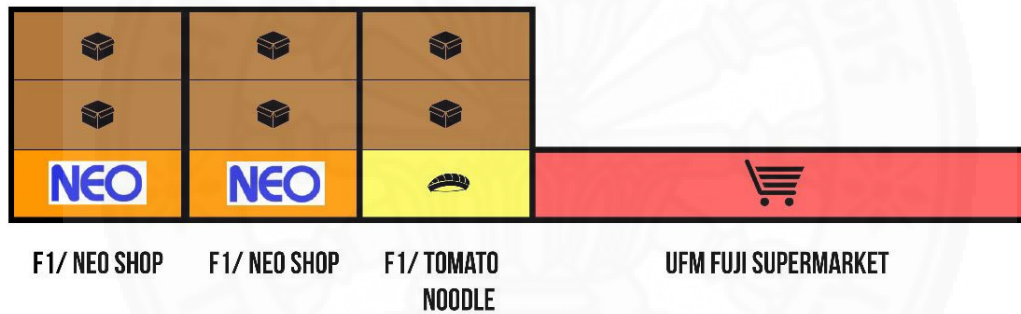


ภาพที่ 4.10 แสดงกลุ่มอาคารพาณิชย์ฝั่งตะวันออก โซน F, โดย ผู้วิจัย, 2556.

ELEVATION//



INFOGRAPHIC//

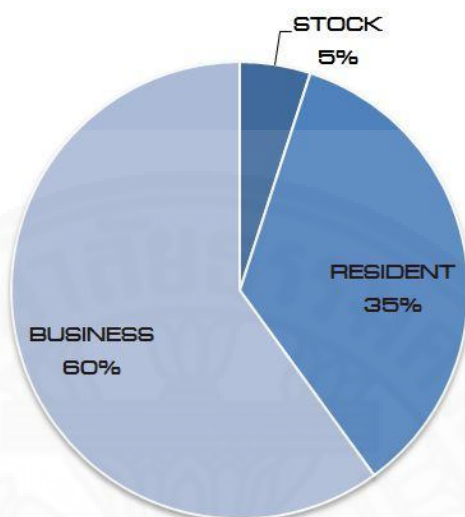


INFORMATION//



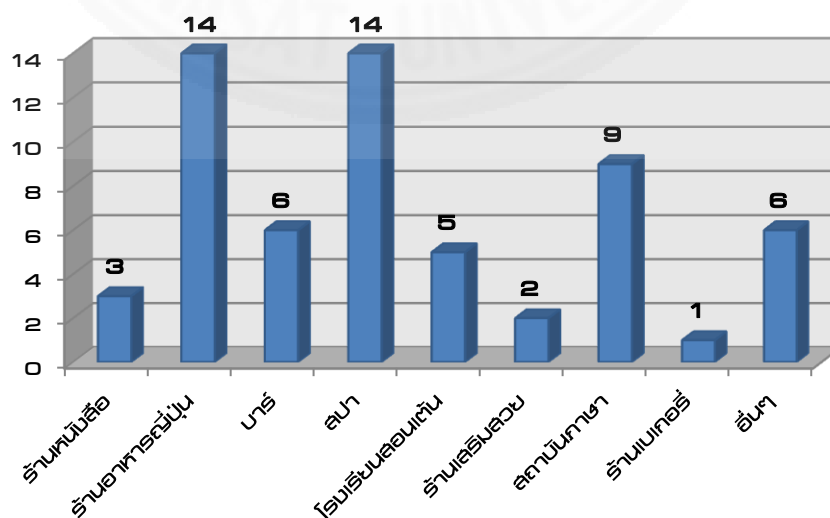
ภาพที่ 4.11 แสดงกลุ่มอาคารพาณิชย์ฝั่งตะวันออก โซน G, โดย ผู้วิจัย, 2556.

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาสภาพทางกายภาพของรูปแบบการใช้อาคารพาณิชย์ภายในซอยสุขุมวิท 33/1 พบว่ามีจำนวนอาคารทั้งหมด 29 คูหา เป็นอาคารห้องแถว 3-4 ชั้น โดยสามารถจำแนกประเภทของการใช้งานอาคารในแต่ละชั้นได้จากกราฟ ดังต่อไปนี้

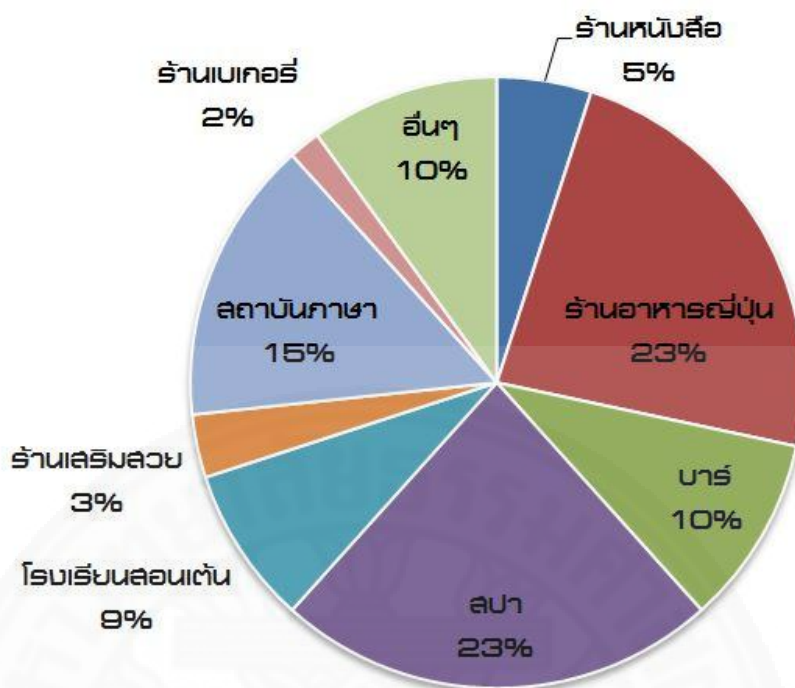


ภาพที่ 4.12 กราฟแสดงประเภทของการใช้งานอาคารในแต่ละชั้น, โดย ผู้วิจัย, 2556.

จากกราฟแสดงให้เห็นว่าจากจำนวนห้องทั้งหมดภายในอาคารพาณิชย์ มีลักษณะการใช้งานอาคารในเชิงธุรกิจมากที่สุดคือ 60% มีการใช้งานเป็นที่พักอาศัยรองลงมาคือ 35% และมีการใช้งานเป็นคลังสินค้า 5% โดยสามารถจำแนกการใช้งานอาคารในเชิงธุรกิจโดยแบ่งตามประเภทของธุรกิจได้ดังกราฟด้านล่าง



ภาพที่ 4.13 กราฟแสดงการใช้งานอาคารพาณิชย์ของกลุ่มธุรกิจประเภทต่างๆ, โดย ผู้วิจัย, 2556.



ภาพที่ 4.14 แสดงสัดส่วนการใช้งานอาคารพาณิชย์ของกลุ่มธุรกิจประเภทต่าง ๆ, โดย ผู้วิจัย, 2557.

จากกราฟแสดงให้เห็นถึงลักษณะการใช้งานอาคารพาณิชย์ของกลุ่มธุรกิจประเภทต่าง ๆ ภายในสุขุมวิท 33/1 โดยร้านอาหารญี่ปุ่น และสปา มีสัดส่วนการใช้งานอาคารพาณิชย์มากที่สุดคือ 23% รองลงมาคือสถาบันภาษามีสัดส่วนการใช้งานอาคารอยู่ที่ 15% บาร์ 10% โรงเรียนสอนเต้น 9% ร้านหนังสือ 9% ร้านเสริมสวย 3% ร้านเบเกอรี่ 2% ตามลำดับ

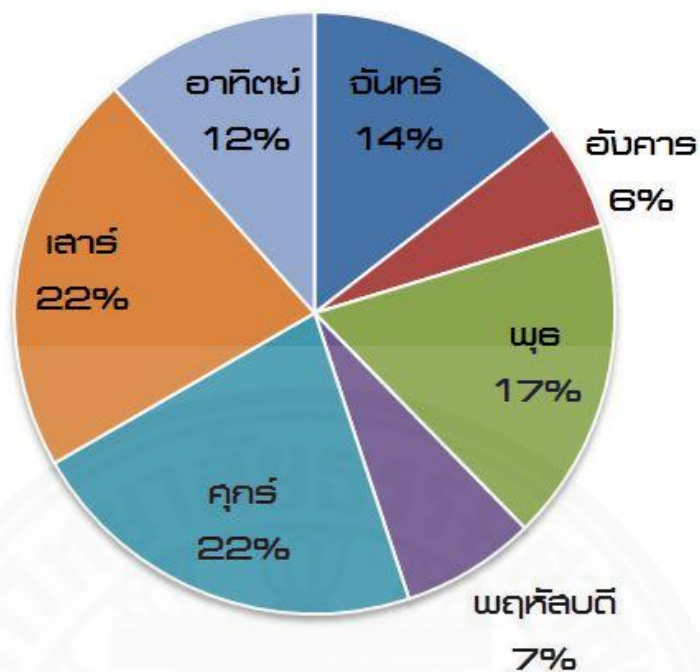
#### 4.1.4 รูปแบบการ service ต่าง ๆ ภายในซอยสุขุมวิท 33/1

ธุรกิจประเภทต่าง ๆ ภายในซอยสุขุมวิท 33/1 จำเป็นที่จะต้องมีการ Service ที่ดี เพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินกิจการไปได้อย่างราบรื่น เช่น การขนส่งสินค้า และการขนถ่ายสิ่งปฏิกูล

##### 4.1.4.1 การขนส่งสินค้าภายในพื้นที่

จากการเก็บข้อมูลพบว่าธุรกิจต่าง ๆ ภายในพื้นที่ที่มีวันและเวลาในการรับส่งสินค้าที่แตกต่างกัน โดยวันที่มีการรับส่งสินค้ามากที่สุด คือ วันศุกร์ และวันเสาร์ มีจำนวนที่เท่ากันคือ (22%) วันพุธ (17%) วันจันทร์ (14%) วันอาทิตย์ (10%) วันพฤหัสบดี (7%) วันอังคาร (6%) ตามลำดับ





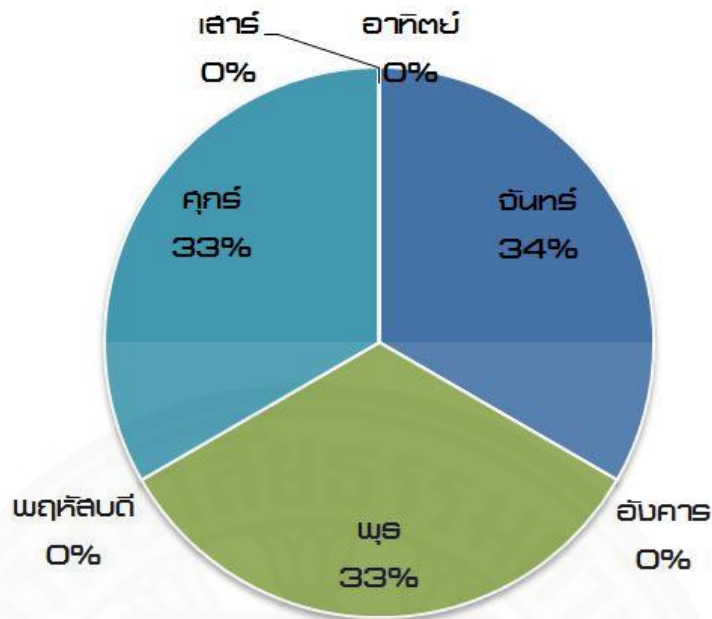
ภาพที่ 4.15 กราฟแสดงสัดส่วนของวันที่มีการรับส่งสินค้าภายในพื้นที่, โดย ผู้วิจัย, 2557.

โดยตำแหน่งในการจอดรถเพื่อการขนถ่ายสินค้าไปยังร้านค้าต่าง ๆ ภายในซอยสุขุมวิท 33/1 มีทั้งหมด 3 ตำแหน่งหลักด้วยกัน คือ

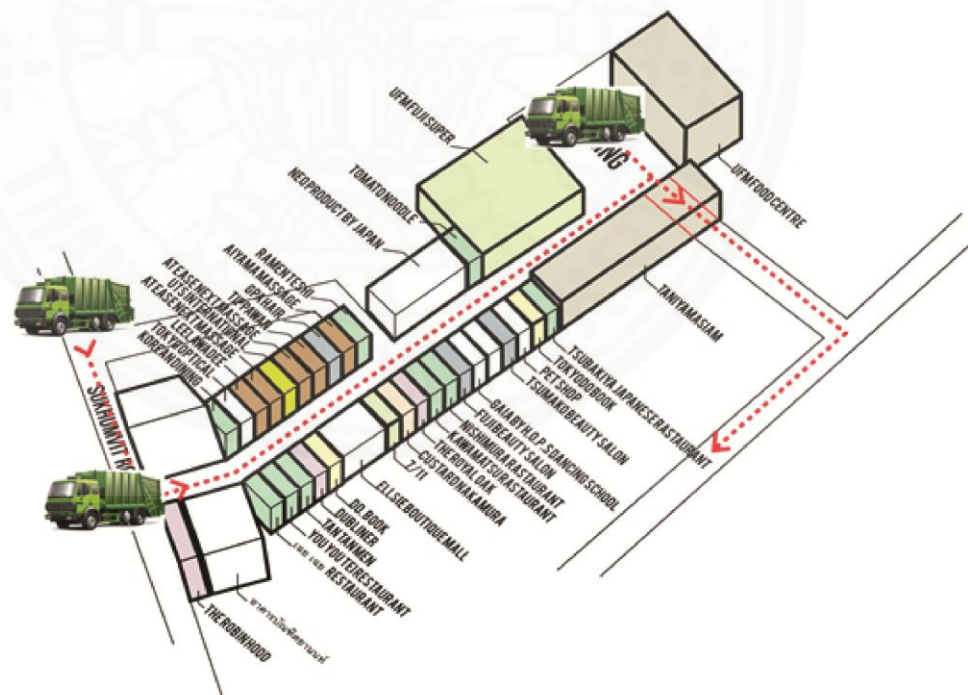
1. บริเวณด้านหน้าของซอยสุขุมวิท 33/1 เพื่อส่งสินค้าให้กับร้านอาหารบริเวณด้านหน้าซอย
2. บริเวณกลางซอยสุขุมวิท 33/1 ด้านหน้าร้าน NEO 3 Prices Shop เพื่อส่งสินค้าให้กับร้านอาหารและร้านค้าต่าง ๆ บริเวณกลางซอย
3. บริเวณด้านหลังของซอย เพื่อขนส่งสินค้าให้กับ UFM Fuji Supermarket







ภาพที่ 4.17 กราฟแสดงสัดส่วนของวันที่มีการขนถ่ายสิ่งปฏิกูลภายในพื้นที่, โดย ผู้วิจัย, 2557.



ภาพที่ 4.18 แสดงตำแหน่งในการจอดรถเพื่อการขนถ่ายสิ่งปฏิกูลภายในพื้นที่, โดย ผู้วิจัย, 2557.

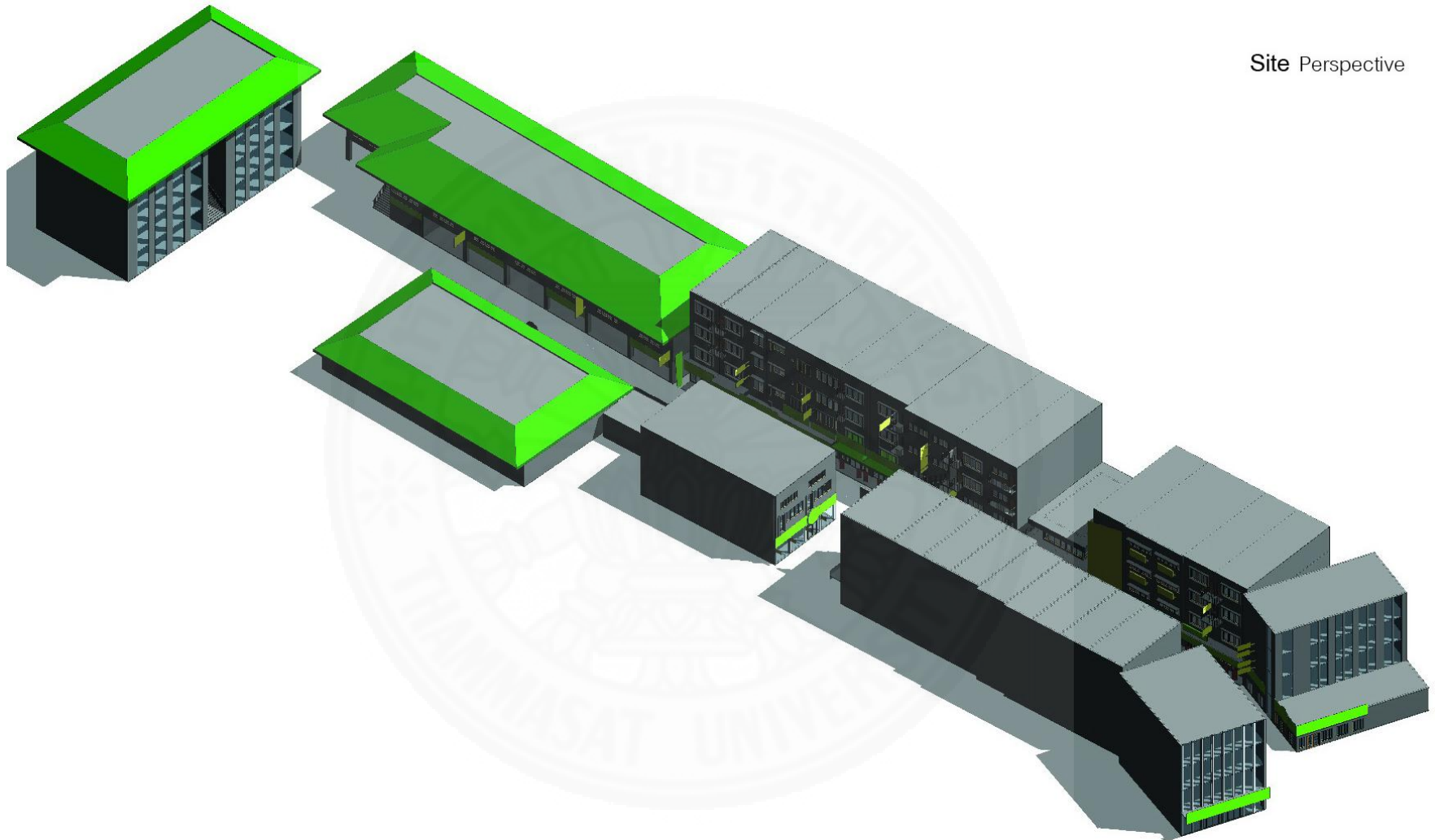
#### 4.1.5 บรรยากาศและจินตภาพของย่านการค้าภายในซอยสุขุมวิท 33/1

เนื่องจากซอยสุขุมวิท 33/1 เป็นย่านชุมชนการค้าที่เกิดขึ้นเองจากสภาพแวดล้อม มิได้เกิดจากการออกแบบเพื่อให้เป็นย่านการค้า ดังนั้นบรรยากาศของย่านการค้าจึงไม่ชัดเจนเท่ากับ ย่านการค้าที่ได้รับการออกแบบ แต่จากการสำรวจของผู้วิจัยพบว่าป้ายกำกับชื่อร้านค้าและบริการต่าง ๆ ภายในพื้นที่ รวมถึงป้ายโฆษณา เป็นส่วนหนึ่ง que ช่วยสร้างบรรยากาศของความเป็นย่านการค้าให้กับ ซอยสุขุมวิท 33/1 โดยสามารถจำแนกประเภทของป้ายต่าง ๆ ภายในพื้นที่ได้ 3 ประเภท ดังนี้

1. ป้ายที่ติดตั้งบนพื้น บริเวณด้านหน้าของร้านค้า
2. ป้ายที่ติดตั้งบริเวณกันสาด ระหว่างชั้น 1 และ ชั้น 2 ของร้านค้า
3. ป้ายที่ติดตั้งเหนือกันสาด บริเวณชั้น 3 และ ชั้น 4 ของร้านค้า

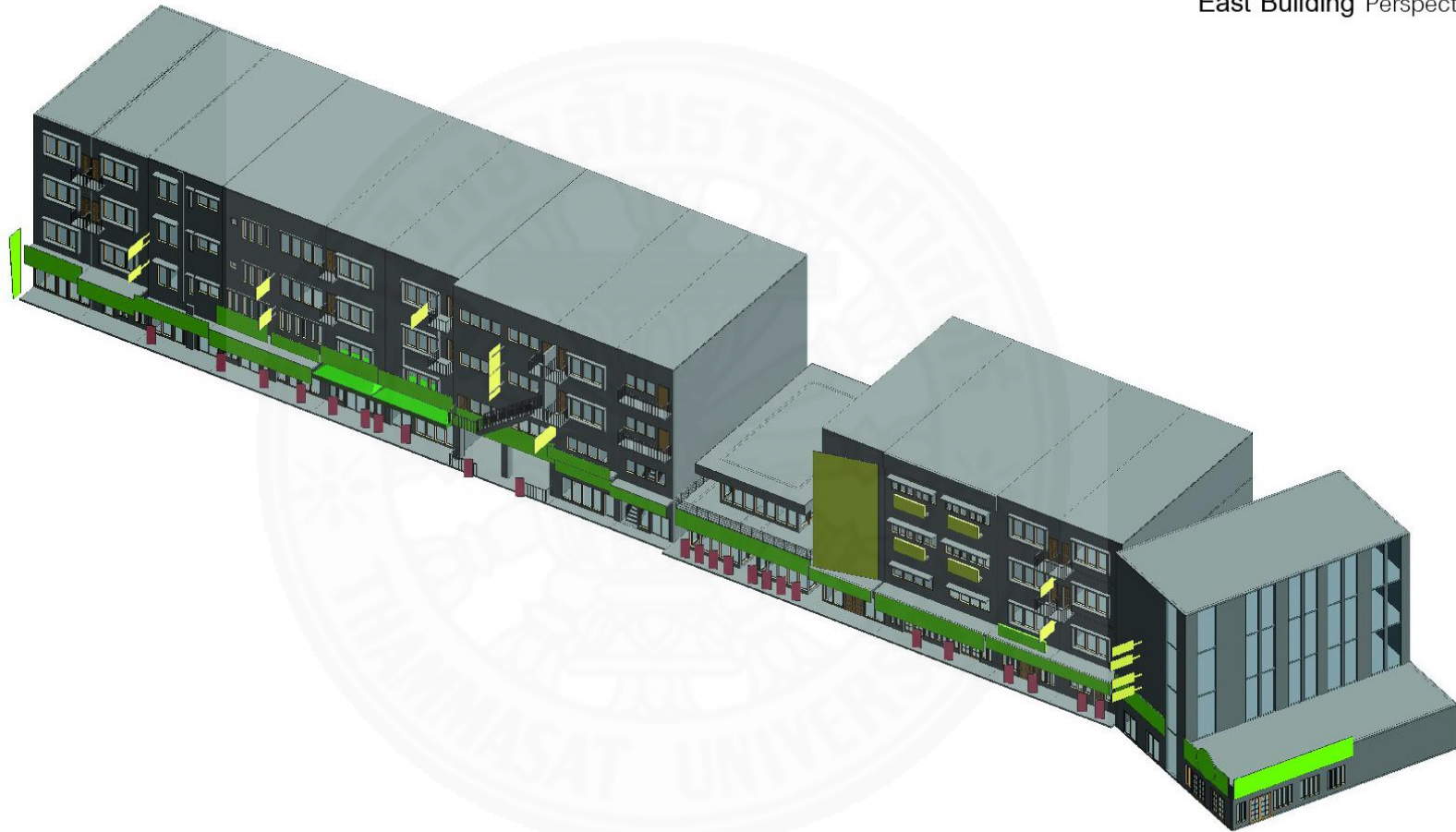
โดยผู้วิจัยได้จัดทำแบบจำลองลักษณะทางกายภาพของอาคารพาณิชย์ภายในซอยสุขุมวิท 33/1 มีลักษณะดังต่อไปนี้

Site Perspective



ภาพที่ 4.19 แสดงภาพจำลอง 3 มิติ ของซอยสุขุมวิท 33/1, โดย ผู้วิจัย, 2557.

East Building Perspective



ภาพที่ 4.20 แสดงภาพจำลอง 3 มิติ ของกลุ่มอาคารพาณิชย์ฝั่งตะวันออก ส่วนที่ 1, โดย ผู้วิจัย, 2557.

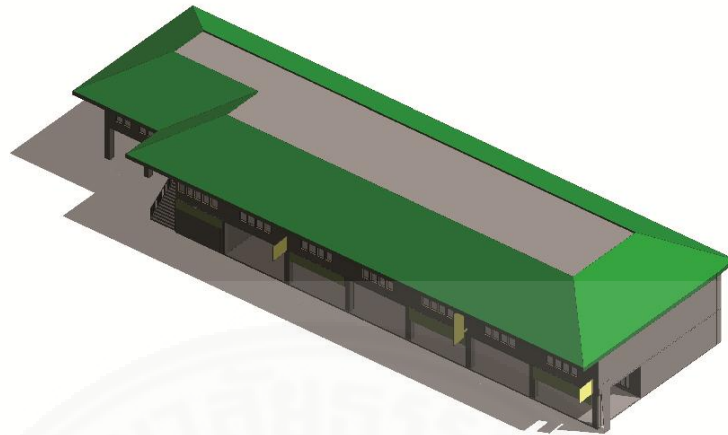
East Elevation



ภาพที่ 4.21 แสดงรูปด้านของกลุ่มอาคารพาณิชย์ฝั่งตะวันออก ส่วนที่ 1, โดย ผู้วิจัย, 2557.

- ป้ายโฆษณาระดับพื้น
- ป้ายโฆษณาระดับกันสาด
- ป้ายโฆษณาติดตั้งเหนือกันสาด

East Perspective



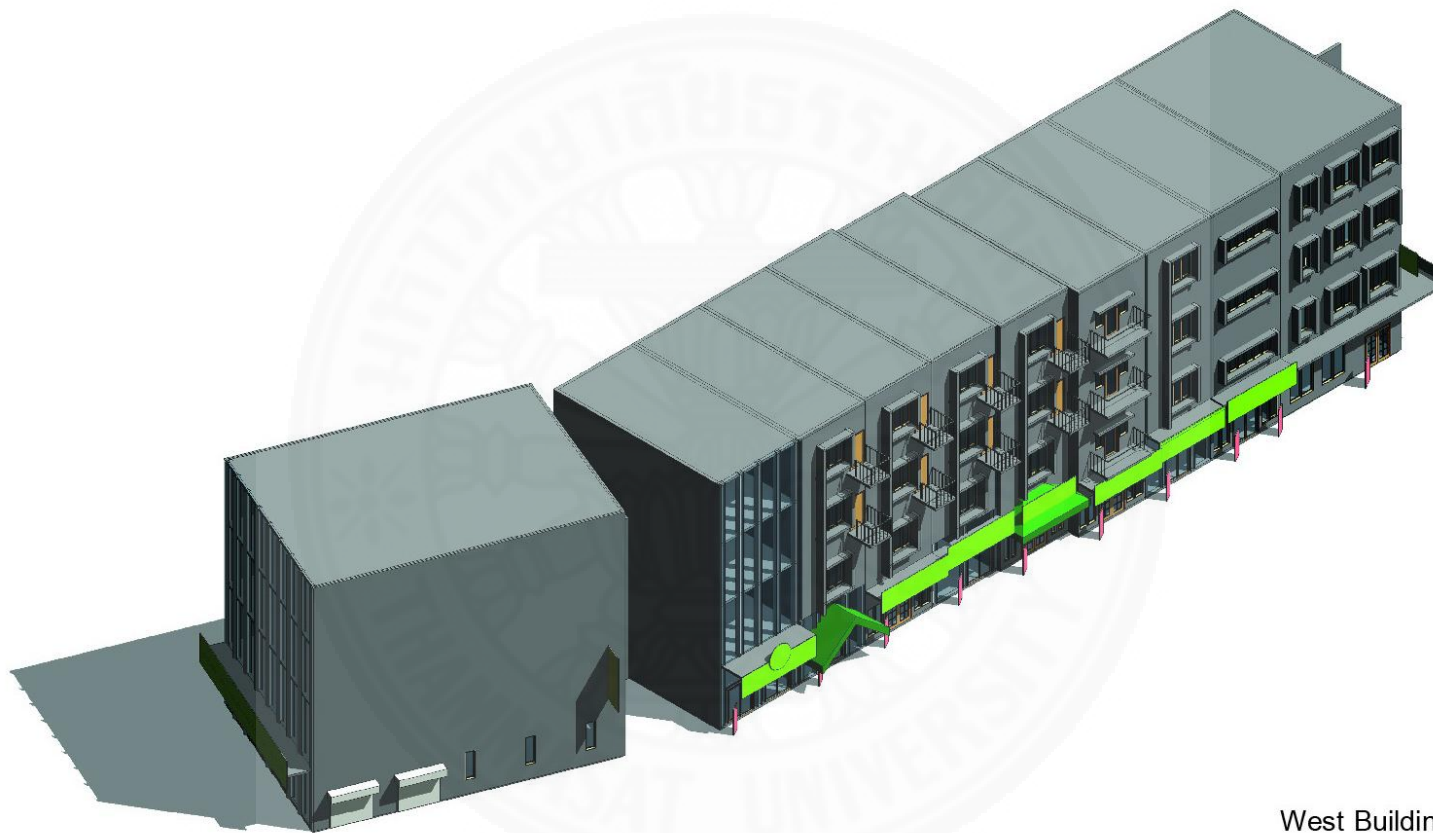
East Elevation



- ป้ายโฆษณาระดับพื้น
- ป้ายโฆษณาระดับกันสาด
- ป้ายโฆษณาติดตั้งเหนือกันสาด

ภาพที่ 4.22 แสดงภาพจำลอง 3 มิติ ของกลุ่มอาคารพาณิชย์ฝั่งตะวันออก ส่วนที่ 2, โดย ผู้วิจัย, 2557.





West Building Perspective

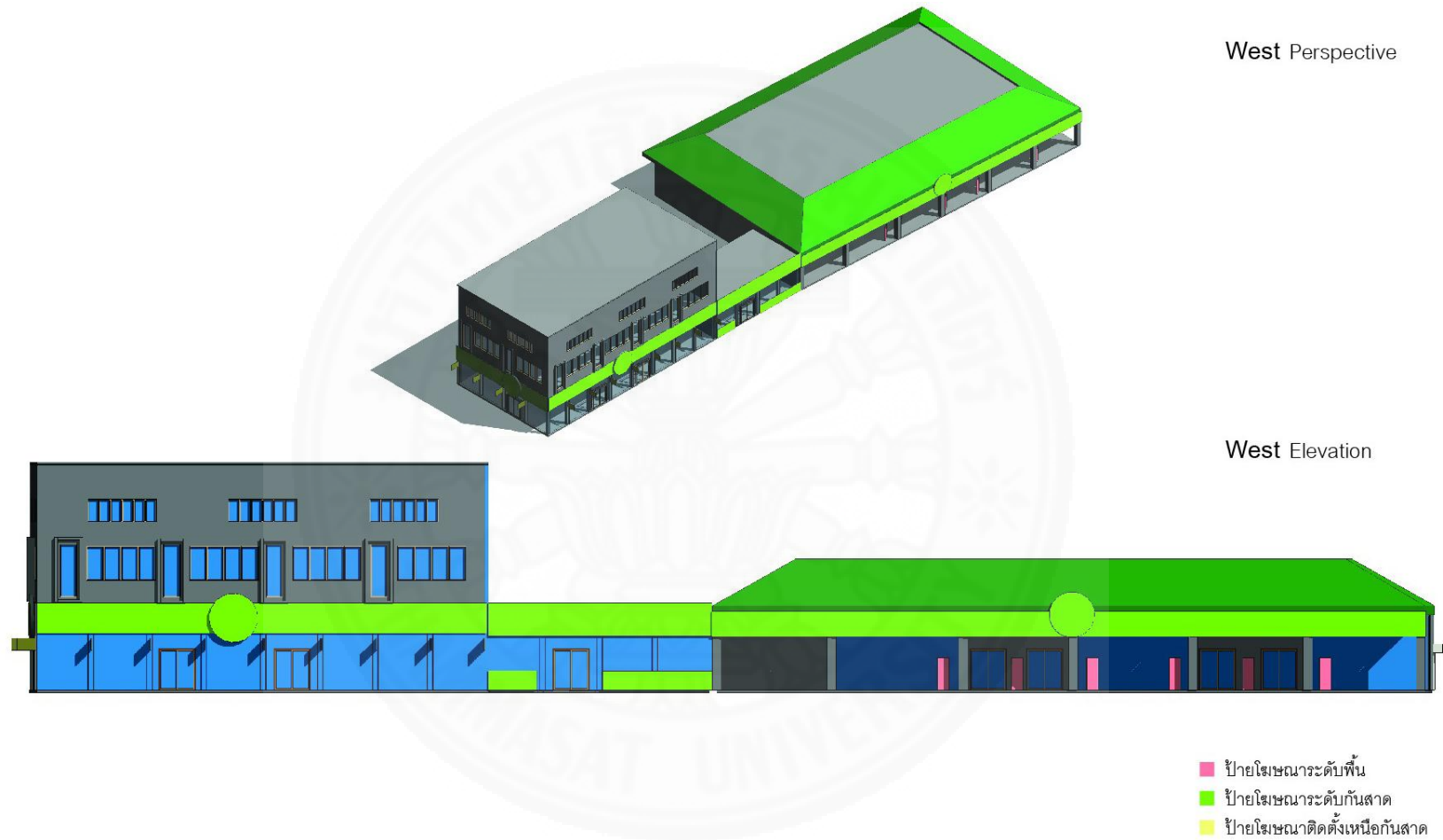
ภาพที่ 4.23 แสดงภาพจำลอง 3 มิติ ของกลุ่มอาคารพาณิชย์ฝั่งตะวันตก ส่วนที่ 1, โดย ผู้วิจัย, 2557.



West Elevation



ภาพที่ 4.24 แสดงรูปด้านของกลุ่มอาคารพาณิชย์ฝั่งตะวันตก ส่วนที่ 1, โดย ผู้วิจัย, 2557.



ภาพที่ 4.25 แสดงภาพจำลอง 3 มิติ ของกลุ่มอาคารพาณิชย์ฝั่งตะวันตก ส่วนที่ 2, โดย ผู้วิจัย, 2557.

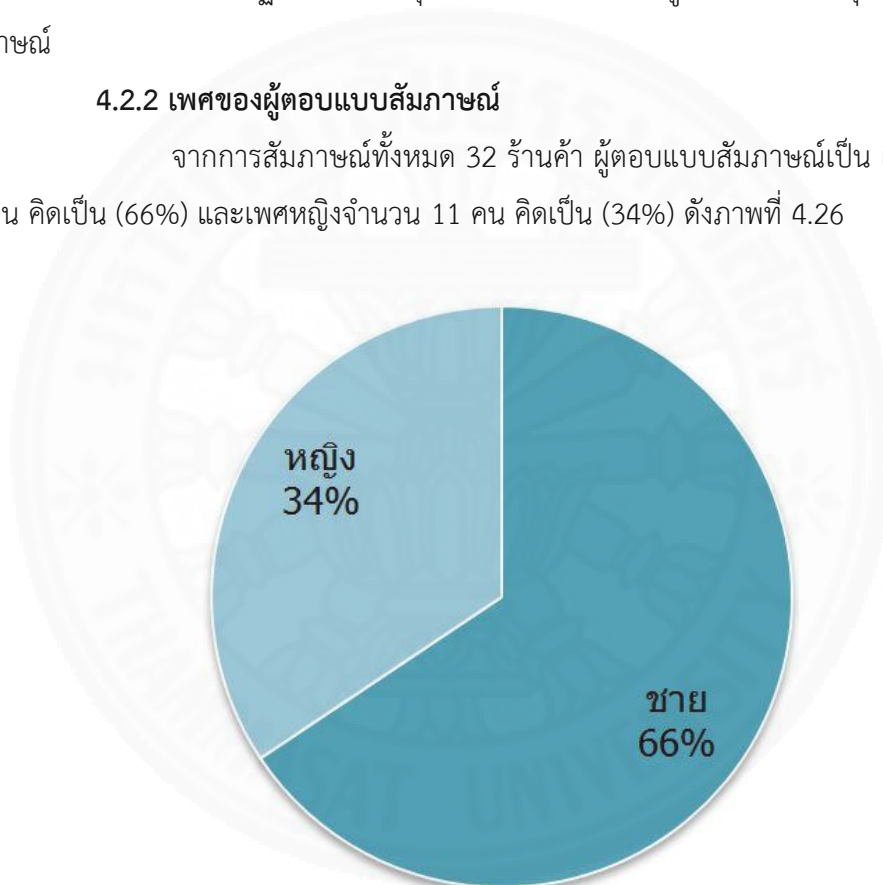
## 4.2 ผลการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์

### 4.2.1 การเลือกกลุ่มตัวอย่างในการทำแบบสัมภาษณ์

จากการศึกษาเรื่องแนวทางการบริหารจัดการทรัพยากรกายภาพกรณีศึกษา: ชุมชนชาวญี่ปุ่นบริเวณซอยสุขุมวิท 33/1 นั้นผู้วิจัยได้ทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างในการสัมภาษณ์เป็นผู้ประกอบการธุรกิจภายในซอยสุขุมวิท 33/1 จำนวน 32 คน โดยผู้ถูกสัมภาษณ์ทั้งหมดอยู่ในตำแหน่งเจ้าของกิจการหรือระดับปฏิบัติการของธุรกิจและบริการ โดยผู้วิจัยใช้คำถามชุดเดียวกันในการสัมภาษณ์

### 4.2.2 เพศของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

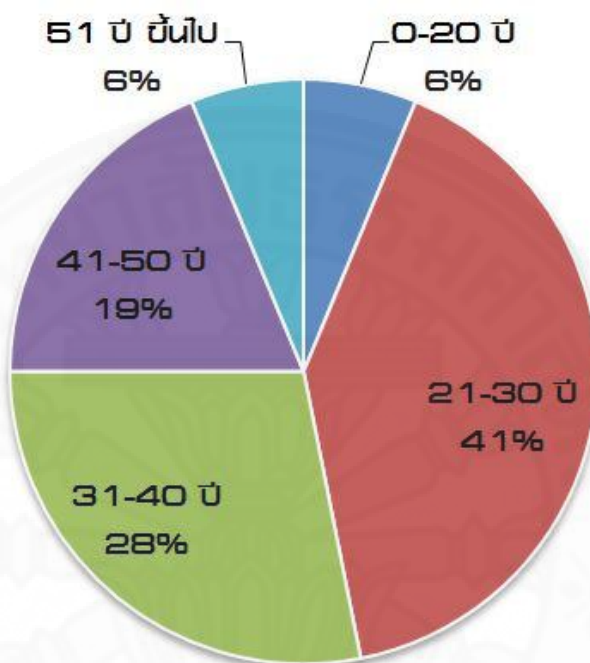
จากการสัมภาษณ์ทั้งหมด 32 ร้านค้า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์เป็น เพศชายจำนวน 21 คน คิดเป็น (66%) และเพศหญิงจำนวน 11 คน คิดเป็น (34%) ดังภาพที่ 4.26



ภาพที่ 4.26 กราฟแสดงสัดส่วนเพศของผู้ให้สัมภาษณ์, โดย ผู้วิจัย, 2557.

#### 4.2.3 ระดับอายุของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

จากการสัมภาษณ์พบว่าระดับอายุของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์อยู่ในช่วงอายุ 21-30 ปี มากที่สุดคิดเป็น (41%) รองลงมาอยู่ในช่วงอายุ 31-40 ปี (28%) 41-50 ปี (19%) 0-20 ปี (6%) และ 51 ปีขึ้นไป (6%) ตามลำดับ

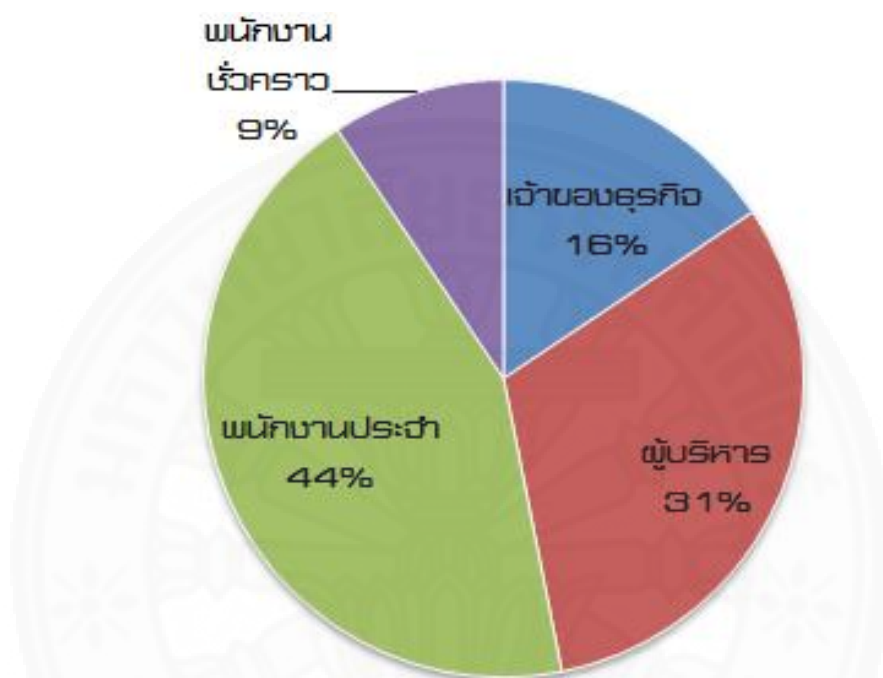


ภาพที่ 4.27 กราฟแสดงสัดส่วนอายุของผู้ให้สัมภาษณ์, โดย ผู้วิจัย, 2557.

ระดับอายุ	
อายุ	จำนวน
0-20 ปี	2
21-30 ปี	13
31-40 ปี	9
41-50 ปี	6
51 ปี ขึ้นไป	2
<b>รวม</b>	<b>32</b>

#### 4.2.4 ตำแหน่งงานของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

จากการสัมภาษณ์พบว่าผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่อยู่ในตำแหน่งพนักงานประจำมากที่สุดคือ 14 คน (44%) รองลงมาคือตำแหน่งผู้บริหาร 10 คน (31%) เจ้าของธุรกิจ 5 คน (16%) และพนักงานชั่วคราว 3 คน (9%) ตามลำดับ

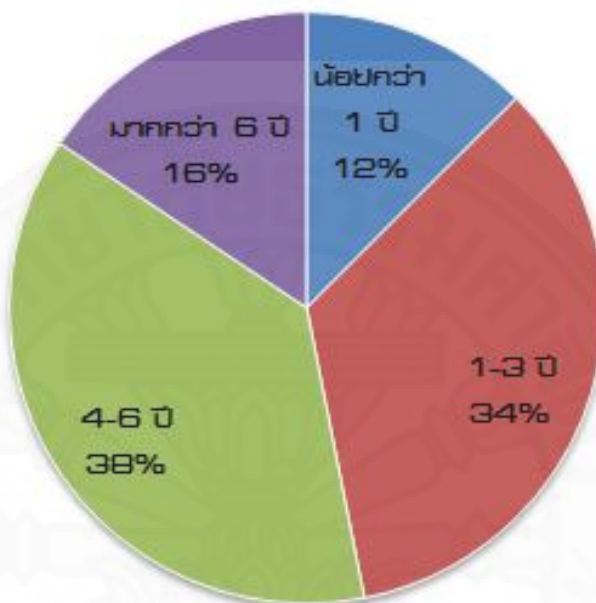


ภาพที่ 4.28 กราฟแสดงสัดส่วนตำแหน่งงานของผู้ให้สัมภาษณ์, โดย ผู้วิจัย, 2557.

ตำแหน่งหน้าที่	
ตำแหน่ง	จำนวน
เจ้าของธุรกิจ	5
ผู้บริหาร	10
พนักงานประจำ	14
พนักงานชั่วคราว	3
<b>รวม</b>	<b>32</b>

#### 4.2.5 ประสบการณ์การทำงานของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

จากการสัมภาษณ์พบว่าผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่มีประสบการณ์การทำงาน 4-6 ปี มากที่สุด คิดเป็น (38%) รองลงมาคือ 1-3 ปี (34%) มากกว่า 6 ปี (16%) และน้อยกว่า 1 ปี (12%) ตามลำดับ



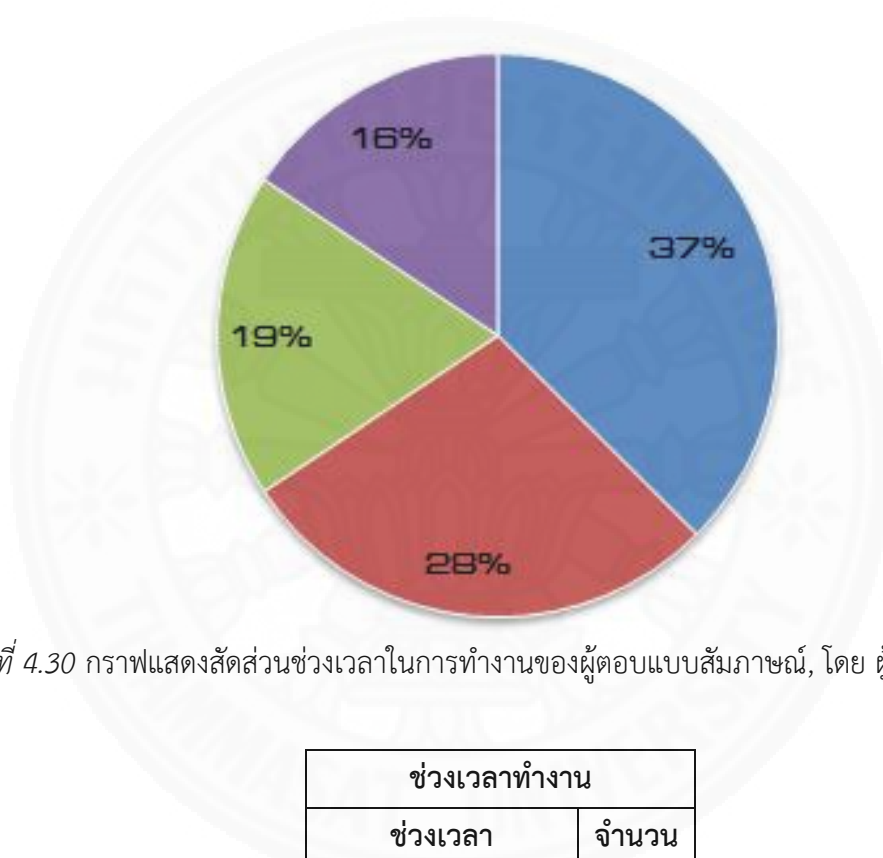
ภาพที่ 4.29 กราฟแสดงสัดส่วนประสบการณ์การทำงานของผู้ให้สัมภาษณ์, โดย ผู้วิจัย, 2557.

ประสบการณ์การทำงาน	
ประสบการณ์	จำนวน
น้อยกว่า 1 ปี	4
1-3 ปี	11
4-6 ปี	12
มากกว่า 6 ปี	5
<b>รวม</b>	<b>32</b>

#### 4.2.6 ช่วงเวลาในการทำงานของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

จากการสัมภาษณ์พบว่าผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่มีช่วงเวลาการทำงาน 8.30-17.00 น. มากที่สุด คิดเป็น (37%) รองลงมาคือ 10.30-24.00 น. (28%) 11.00-20.00 น. (19%) และ 17.00-1.00 น. (16%) ตามลำดับ

■ 8.30-17.00 น. ■ 10.30-24.00 น. ■ 11.00-20.00 น. ■ 17.00-1.00 น.



ภาพที่ 4.30 กราฟแสดงสัดส่วนช่วงเวลาในการทำงานของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์, โดย ผู้วิจัย, 2557.

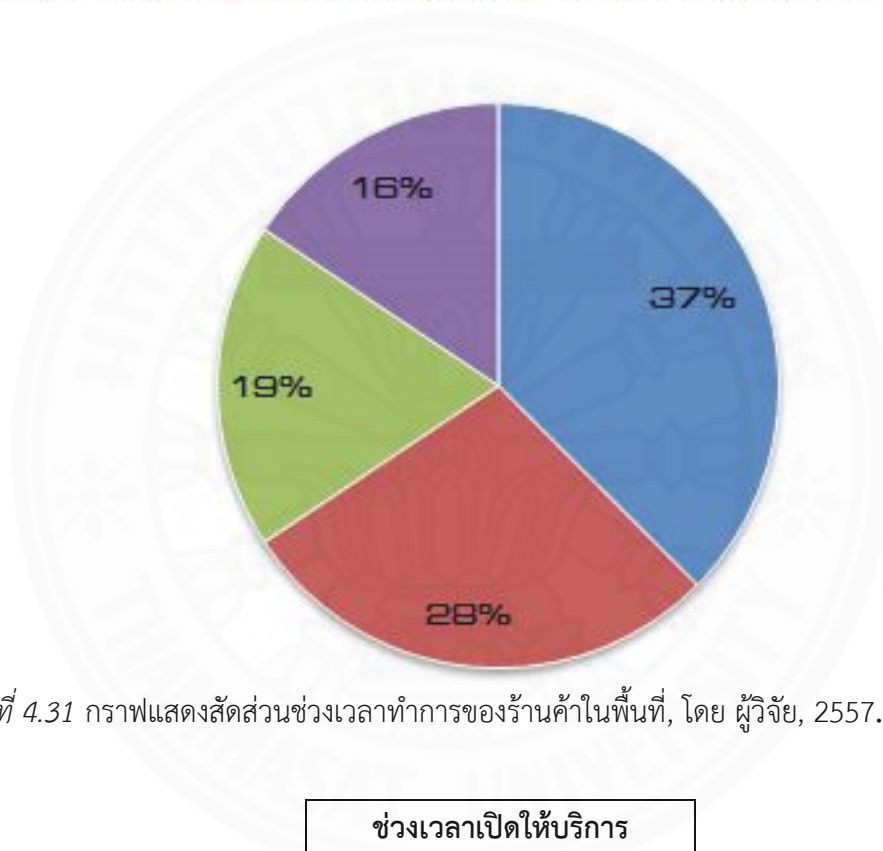
ช่วงเวลาทำงาน	
ช่วงเวลา	จำนวน
8.30-17.00 น.	12
10.30-24.00 น.	9
11.00-20.00 น.	6
17.00-1.00 น.	5
<b>รวม</b>	<b>32</b>



#### 4.2.7 ช่วงเวลาทำการของร้านค้าในพื้นที่

จากการสัมภาษณ์พบว่าช่วงเวลาทำการของธุรกิจร้านค้าและบริการภายในซอย สุขุมวิท 33/1 อยู่ในช่วงเวลา 8.30-17.00 น. มากที่สุด เป็นจำนวน (37%) ช่วงเวลา 10.30-24.00 น. รองลงมา เป็นจำนวน (28%) 11.00-20.00 น. เป็นจำนวน (19%) และ 17.00-1.00 น. เป็นจำนวน (16%) ตามลำดับ

■ 8.30-17.00 น. ■ 10.30-24.00 น. ■ 11.00-20.00 น. ■ 17.00-1.00 น.

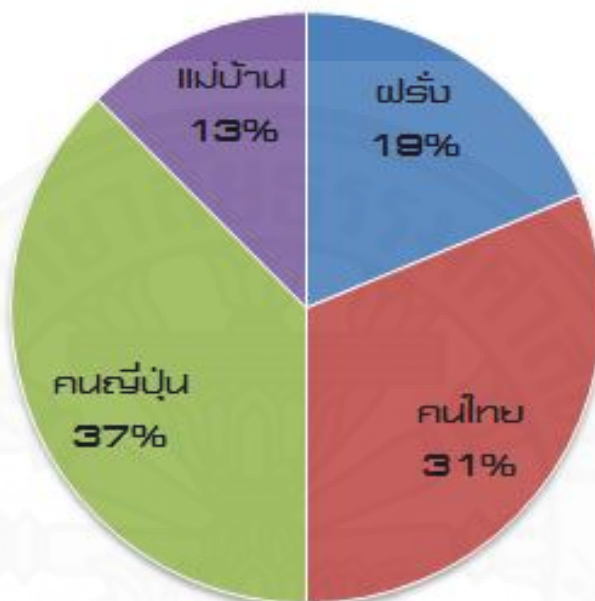


ภาพที่ 4.31 กราฟแสดงสัดส่วนช่วงเวลาทำการของร้านค้าในพื้นที่, โดย ผู้วิจัย, 2557.

ช่วงเวลาเปิดให้บริการ	
ช่วงเวลา	จำนวน
8.30-17.00 น.	12
10.30-24.00 น.	9
11.00-20.00 น.	6
17.00-1.00 น.	5
<b>รวม</b>	<b>32</b>

#### 4.2.8 กลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการร้านค้าของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มากที่สุด

จากการสัมภาษณ์พบว่ากลุ่มลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการร้านค้าต่าง ๆ ภายในซอย สุขุมวิท 33/1 เป็นคนญี่ปุ่นรวมถึงแม่บ้านญี่ปุ่นมากที่สุด รวมกันทั้งสิ้นเป็นจำนวน (50%) รองลงมาเป็นคนไทย คิดเป็นจำนวน (31%) และฝรั่ง (19%) ตามลำดับ

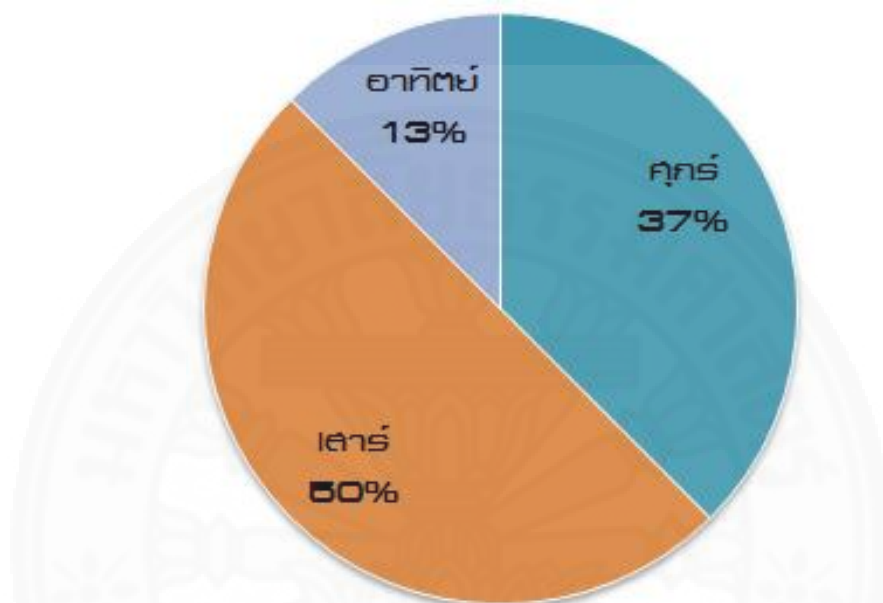


ภาพที่ 4.32 กราฟแสดงกลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการในพื้นที่มากที่สุด, โดย ผู้วิจัย, 2557.

กลุ่มลูกค้าหลัก	
กลุ่มลูกค้า	จำนวน
ฝรั่ง	6
คนไทย	10
คนญี่ปุ่น	12
แม่บ้าน	4
<b>รวม</b>	<b>32</b>

#### 4.2.9 วันที่ลูกค้ามาใช้บริการร้านค้าของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มากที่สุด

จากการสัมภาษณ์พบว่าวันที่ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการร้านค้าต่าง ๆ ภายในซอย สุขุมวิท 33/1 เป็นจำนวนมากที่สุดคือวันเสาร์ คิดเป็นจำนวนทั้งสิ้น (50%) รองลงมาคือวันศุกร์ เป็นจำนวน (37%) และวันอาทิตย์ เป็นจำนวน (13%) ตามลำดับ

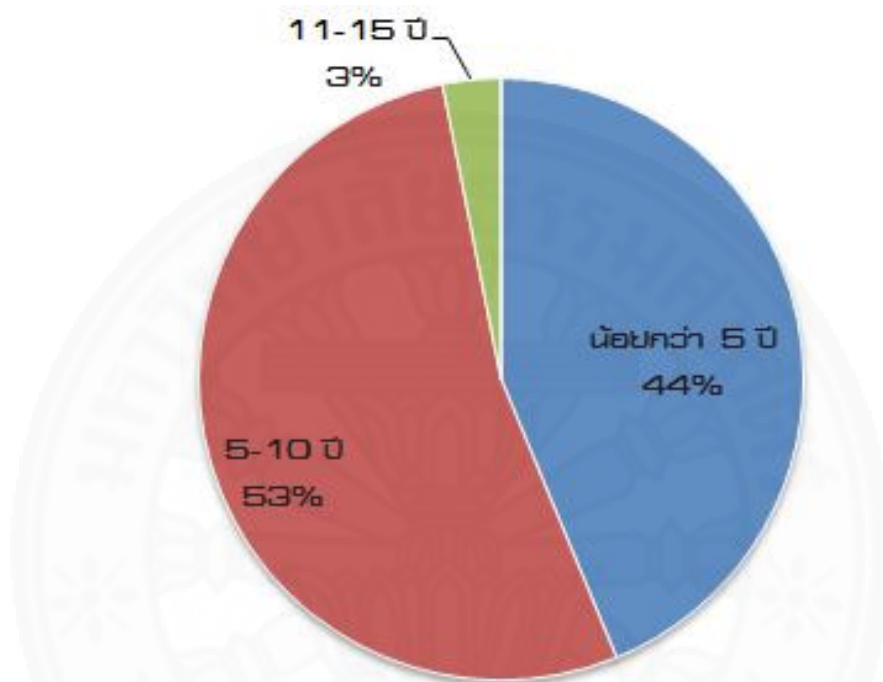


ภาพที่ 4.33 กราฟแสดงวันที่มีลูกค้ามาใช้บริการในพื้นที่มากที่สุด, โดย ผู้วิจัย, 2557.

วันที่ลูกค้ามาใช้บริการมากที่สุด	
วัน	จำนวน
จันทร์	0
อังคาร	0
พุธ	0
พฤหัสบดี	0
ศุกร์	12
เสาร์	16
อาทิตย์	4
<b>รวม</b>	<b>32</b>

#### 4.2.10 สัญญาเช่าอาคารพาณิชย์ของร้านผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

จากการสัมภาษณ์พบว่าธุรกิจร้านค้าและบริการภายในซอยสุขุมวิท 33/1 มีระยะเวลาสัญญาเช่าอาคารพาณิชย์ในพื้นที่อยู่ในระยะเวลา 5-10 ปี มากที่สุด คิดเป็น (53%) รองลงมาคือ น้อยกว่า 5 ปี (44%) และ 10-15 ปี (3%) ตามลำดับ

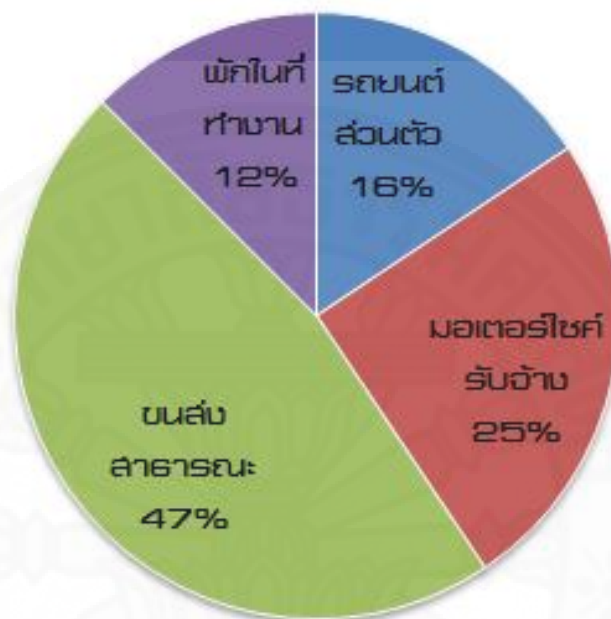


ภาพที่ 4.34 กราฟแสดงระยะเวลาสัญญาเช่าของอาคารพาณิชย์ในพื้นที่, โดย ผู้วิจัย, 2557.

สัญญาเช่า	
ระยะเวลา	จำนวน
น้อยกว่า 5 ปี	14
5-10 ปี	17
10-15 ปี	1
มากกว่า 20 ปี	0
<b>รวม</b>	<b>32</b>

#### 4.2.11 รูปแบบการเดินทางมาทำงานของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

จากการสัมภาษณ์พบว่าผู้ตอบแบบสัมภาษณ์เดินทางมาทำงานที่สุขุมวิท 33/1 โดยระบบขนส่งมากที่สุดเป็นจำนวน (47%) รองลงมาคือมอเตอร์ไซค์รับจ้าง (25%) รถยนต์ส่วนตัว (16%) และพักอาศัยในที่ทำงาน (12%) ตามลำดับ



ภาพที่ 4.35 กราฟแสดงสัดส่วนรูปแบบการเดินทางมาทำงานของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์, โดย ผู้วิจัย, 2557.

รูปแบบการเดินทางมาทำงาน	
พาหนะ	จำนวน
รถยนต์ส่วนตัว	5
มอเตอร์ไซค์รับจ้าง	8
ขนส่งสาธารณะ	15
พักในที่ทำงาน	4
<b>รวม</b>	<b>32</b>

### 4.3 ผลการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม

#### 4.3.1 การเลือกกลุ่มตัวอย่างในการทำแบบสอบถาม

จากการศึกษาเรื่องแนวทางการบริหารจัดการทรัพยากรกายภาพกรณีศึกษา: ชุมชนชาวญี่ปุ่นบริเวณซอยสุขุมวิท 33/1 นั้นผู้วิจัยได้ทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างในการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามเป็นกลุ่มลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการภายในซอยสุขุมวิท 33/1 จำนวน 384 คน โดยแบ่งเก็บ 4 ช่วงเวลา คือ เช้า กลางวัน บ่าย และหลังเลิกงาน เป็นจำนวนเท่ากันคือช่วงเวลาละ 96 คน โดยในแต่ละช่วงเวลาของการเก็บข้อมูลผู้วิจัยได้แบ่งเก็บข้อมูลออกเป็น 2 ช่วงเวลาของเดือน คือ กลางเดือน และสิ้นเดือน มีผลการเก็บข้อมูล ดังนี้คือ

#### 4.3.2 เพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

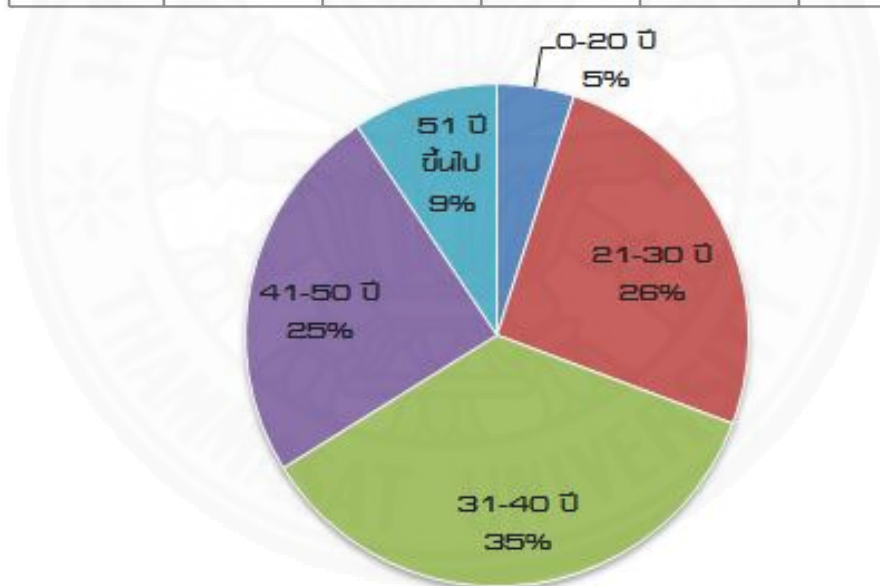
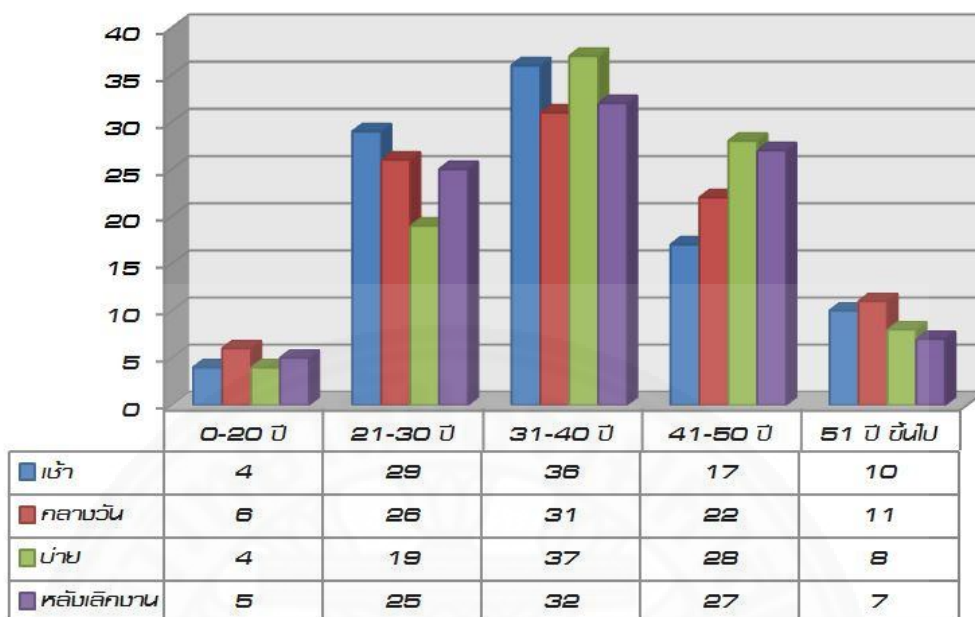
จากแบบสอบถามทั้งหมด 384 ชุด ผู้ตอบแบบสอบถามเป็น เพศชายจำนวน 272 คน คิดเป็น (71%) และเพศหญิงจำนวน 112 คน คิดเป็น (29%)



ภาพที่ 4.36 กราฟแสดงสัดส่วนเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม, โดย ผู้วิจัย, 2557.

เพศ	
เพศ	จำนวน
ชาย	272
หญิง	112
รวม	384

### 4.3.3 ระดับอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

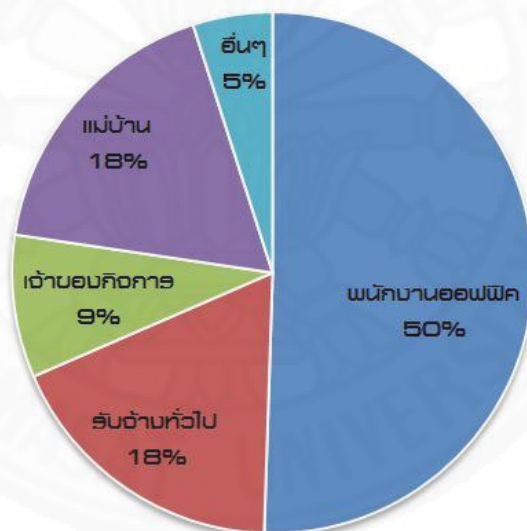
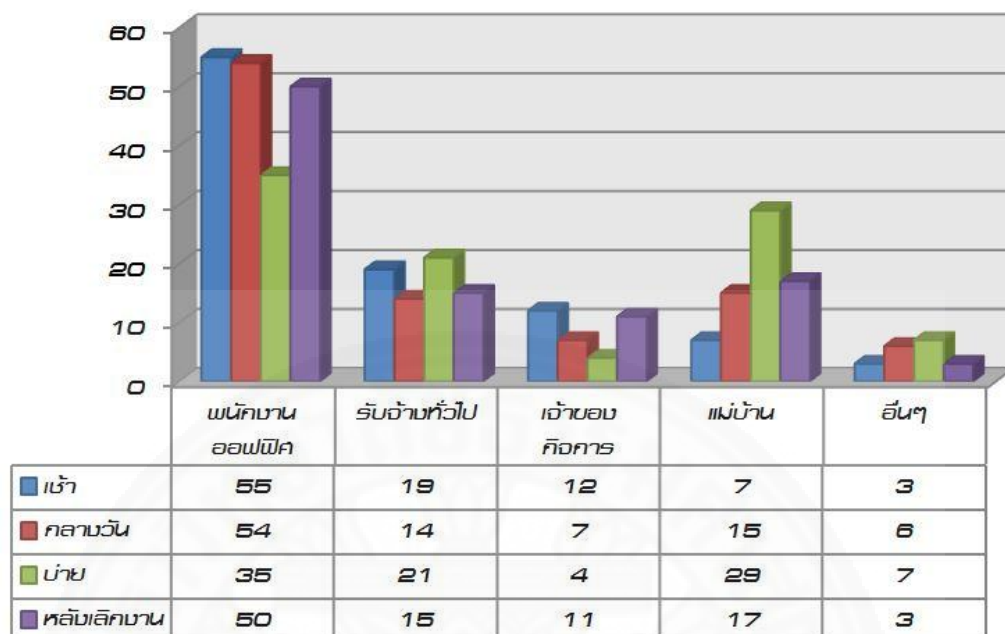


ภาพที่ 4.37 กราฟแสดงสัดส่วนระดับอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม, โดย ผู้วิจัย, 2557.

	ระดับอายุ				จำนวน
	เช้า	กลางวัน	บ่าย	หลังเลิกงาน	
0-20 ปี	4	6	4	5	19
21-30 ปี	29	26	19	25	99
31-40 ปี	36	31	37	32	136
41-50 ปี	17	22	28	27	94
51 ปี ขึ้นไป	10	11	8	7	36
					384



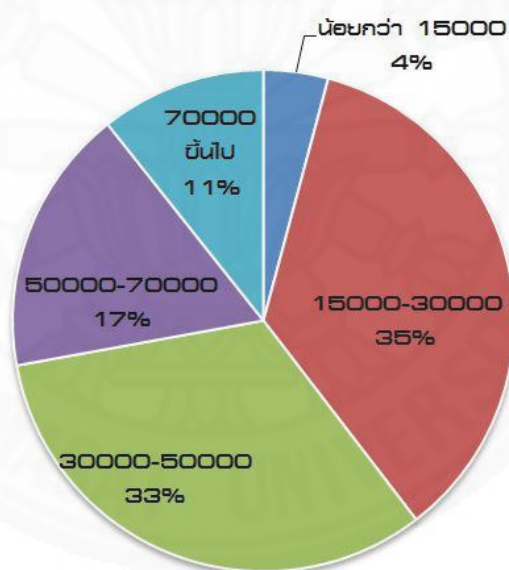
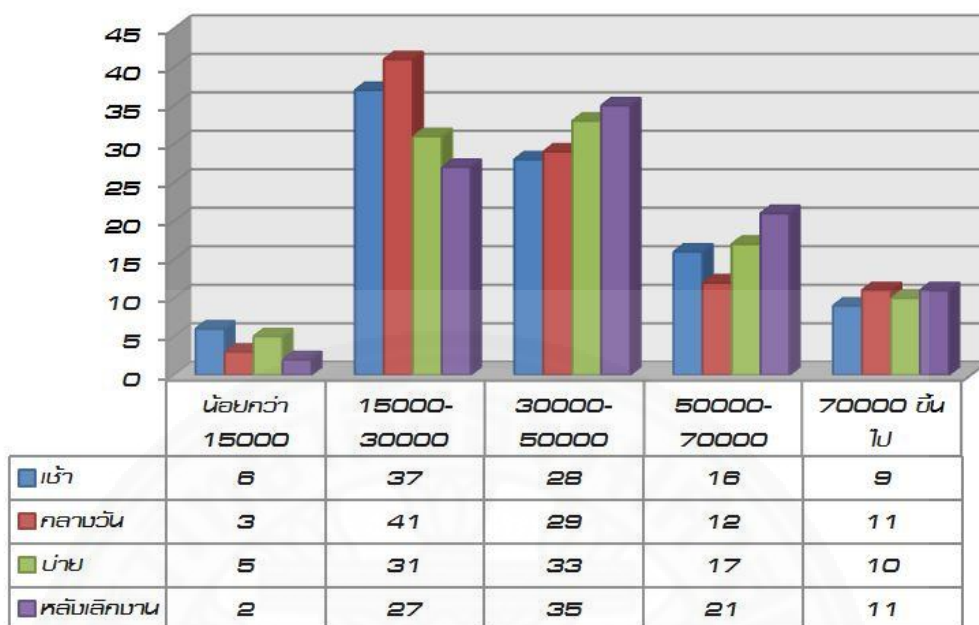
## 4.3.4 อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม



ภาพที่ 4.38 กราฟแสดงสัดส่วนอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม, โดย ผู้วิจัย, 2557.

	อาชีพ				จำนวน
	เช้า	กลางวัน	บ่าย	หลังเลิกงาน	
พนักงานออฟฟิศ	55	54	35	50	194
รับจ้างทั่วไป	19	14	21	15	69
เจ้าของกิจการ	12	7	4	11	34
แม่บ้าน	7	15	29	17	68
อื่นๆ	3	6	7	3	19
					384

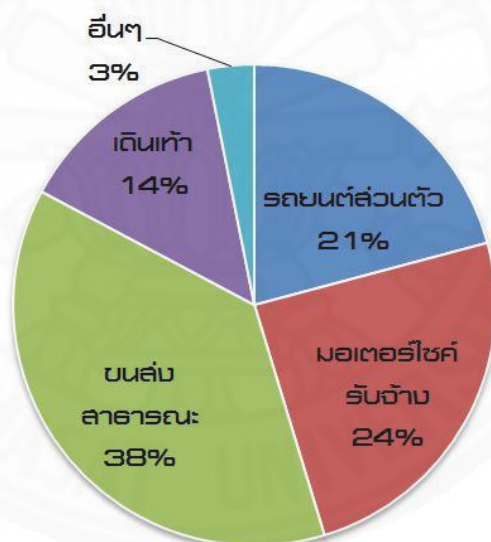
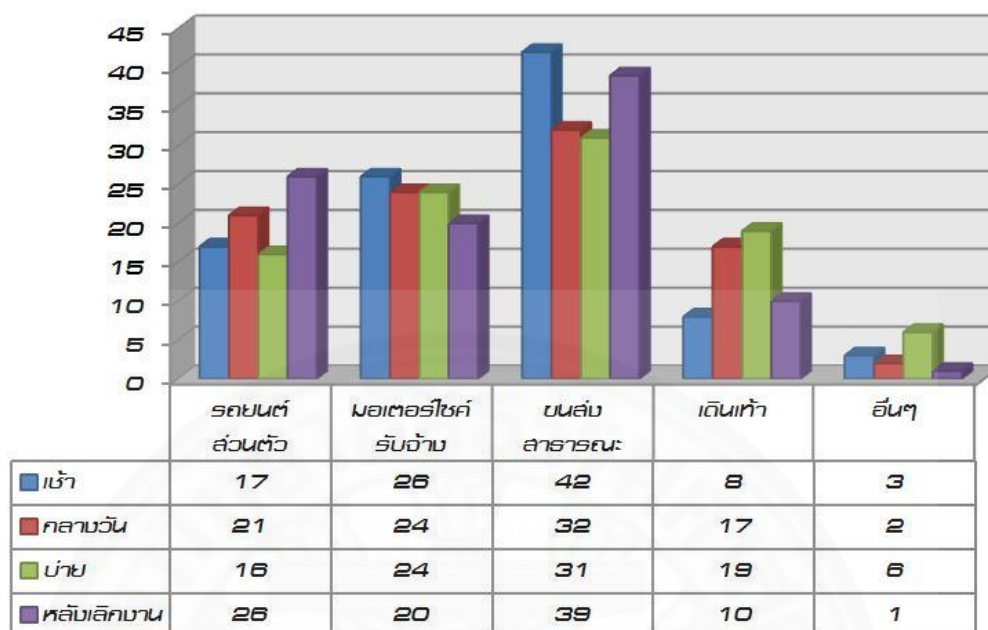
## 4.3.5 ระดับรายได้โดยประมาณของผู้ตอบแบบสอบถาม



ภาพที่ 4.39 กราฟแสดงสัดส่วนระดับรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถาม, โดย ผู้วิจัย, 2557.

	ระดับรายได้				จำนวน
	เช้า	กลางวัน	บ่าย	หลังเลิกงาน	
น้อยกว่า 15000	6	3	5	2	16
15000-30000	37	41	31	27	136
30000-50000	28	29	33	35	125
50000-70000	16	12	17	21	66
70000 ขึ้นไป	9	11	10	11	41
					384

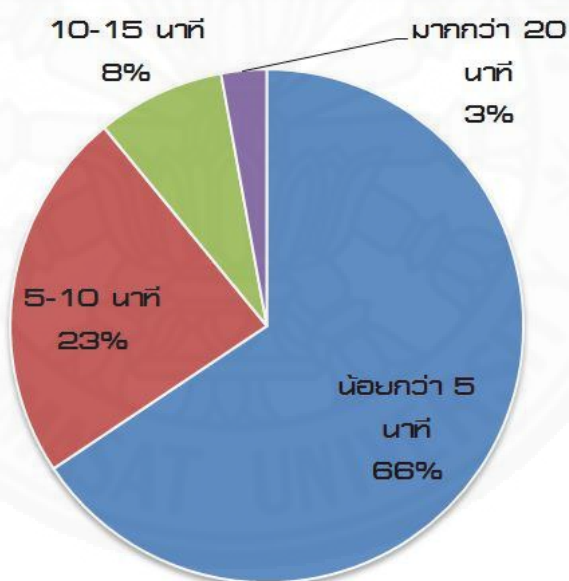
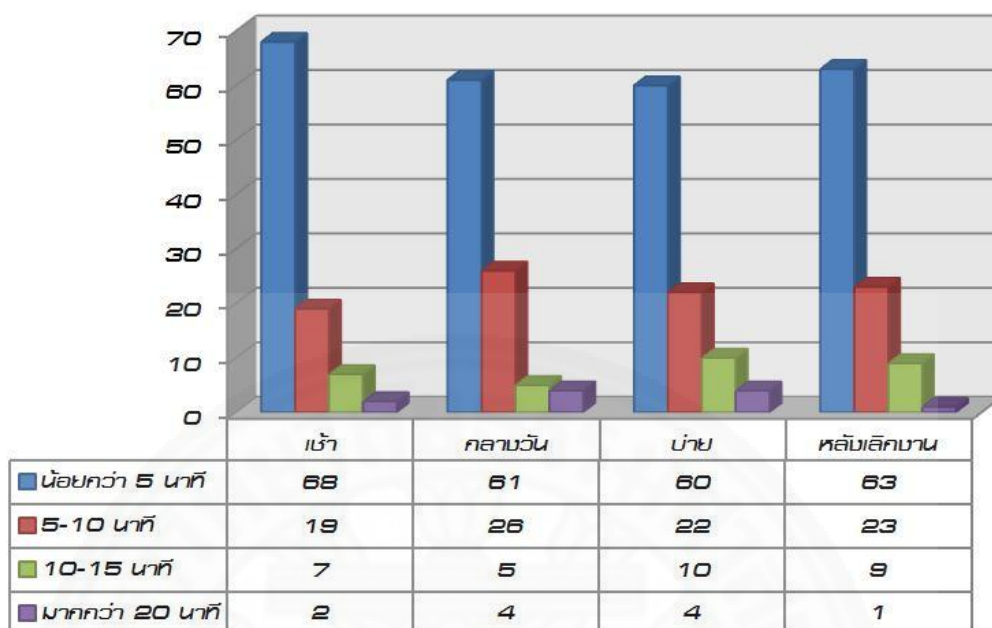
#### 4.3.6 รูปแบบการเดินทางมาใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม



ภาพ 4.40 กราฟแสดงรูปแบบการเดินทางมาใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม, โดย ผู้วิจัย, 2557.

	รูปแบบการเดินทาง				จำนวน
	เช้า	กลางวัน	บ่าย	หลังเลิกงาน	
รถยนต์ส่วนตัว	17	21	16	26	80
มอเตอร์ไซด์รับจ้าง	26	24	24	20	94
ขนส่งสาธารณะ	42	32	31	39	144
เดินเท้า	8	17	19	10	54
อื่นๆ	3	2	6	1	12
					384

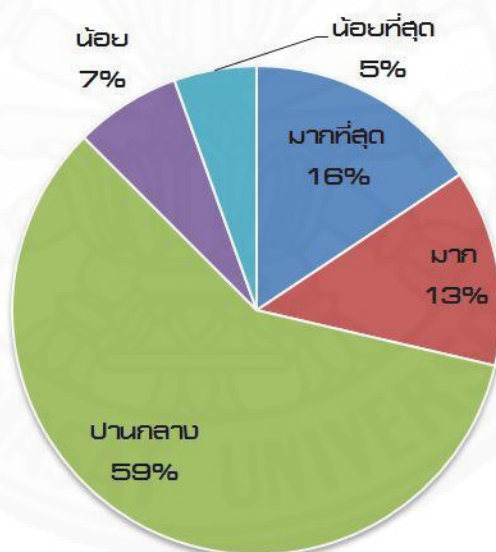
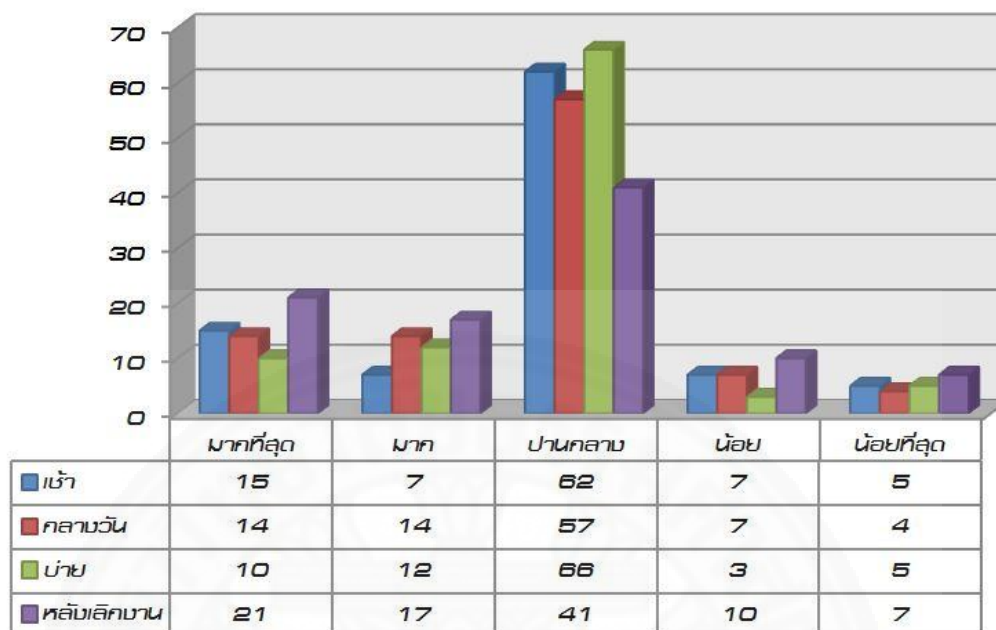
## 4.3.7 ระยะเวลาในการเดินเท้ามายังซอยสุขุมวิท 33/1



ภาพที่ 4.41 กราฟแสดงสัดส่วนระยะเวลาในการเดินเท้าของผู้ตอบแบบสอบถาม, โดย ผู้วิจัย, 2557.

	ระยะเวลาในการเดินเท้า				จำนวน
	เช้า	กลางวัน	บ่าย	หลังเลิกงาน	
น้อยกว่า 5 นาที	68	61	60	63	252
5-10 นาที	19	26	22	23	90
10-15 นาที	7	5	10	9	31
มากกว่า 20 นาที	2	4	4	1	11
					384

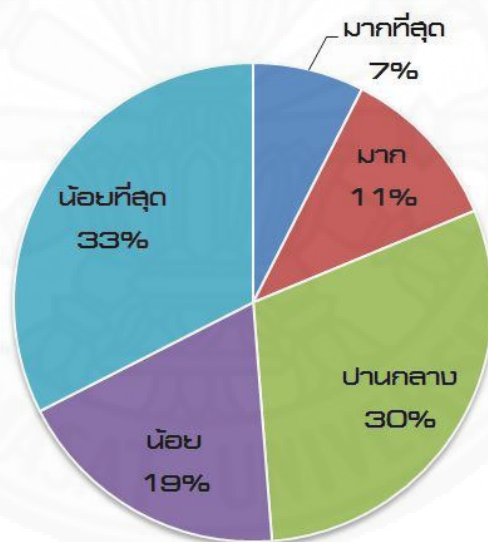
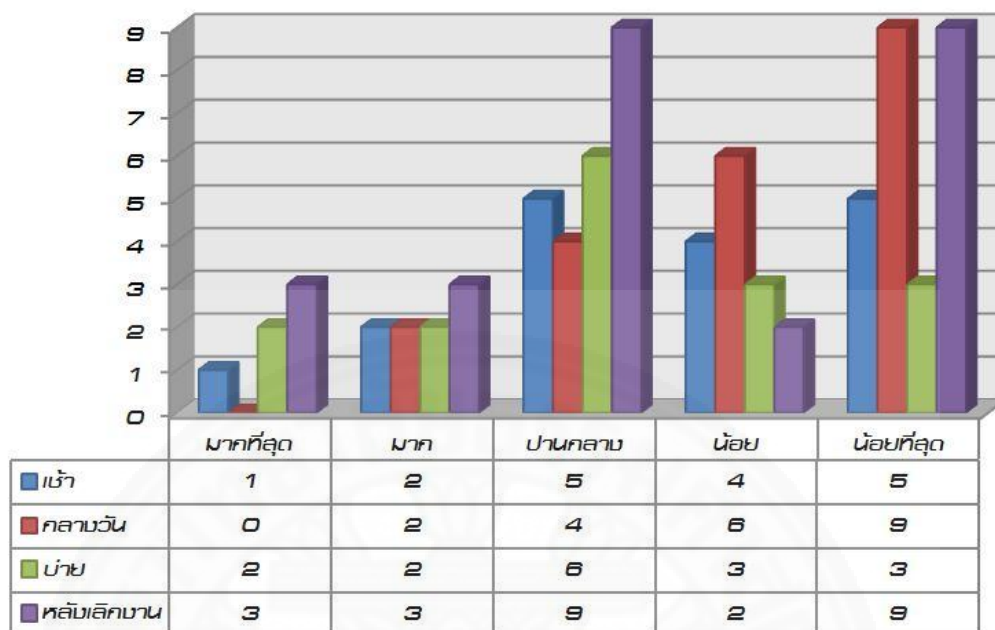
## 4.3.8 ความพึงพอใจต่อระบบทางสัญจรของผู้ตอบแบบสอบถาม



ภาพที่ 4.42 กราฟแสดงระดับความพึงพอใจต่อทางสัญจรของผู้ตอบแบบสอบถาม, โดย ผู้วิจัย, 2557.

	ความพึงพอใจต่อระบบทางสัญจร				จำนวน
	เช้า	กลางวัน	บ่าย	หลังเลิกงาน	
มากที่สุด	15	14	10	21	60
มาก	7	14	12	17	50
ปานกลาง	62	57	66	41	226
น้อย	7	7	3	10	27
น้อยที่สุด	5	4	5	7	21
					384

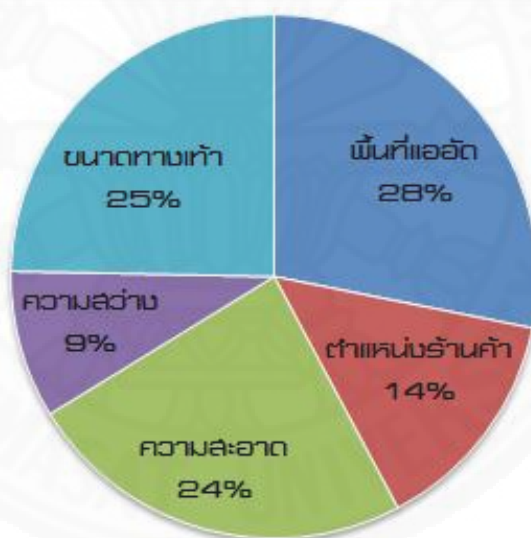
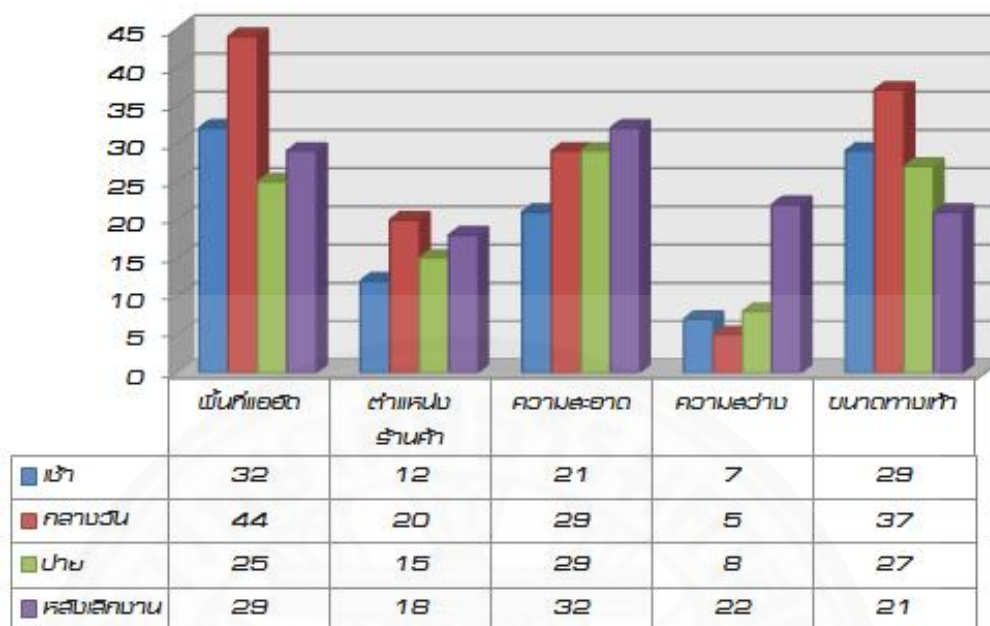
## 4.3.9 ความพึงพอใจต่อปริมาณที่จอดรถยนต์



ภาพที่ 4.43 กราฟแสดงระดับความพึงพอใจต่อปริมาณที่จอดรถยนต์, โดย ผู้วิจัย, 2557.

	ความพึงพอใจต่อปริมาณที่จอดรถยนต์				จำนวน
	เช้า	กลางวัน	บ่าย	หลังเลิกงาน	
มากที่สุด	1	0	2	3	6
มาก	2	2	2	3	9
ปานกลาง	5	4	6	9	24
น้อย	4	6	3	2	15
น้อยที่สุด	5	9	3	9	26
					80

#### 4.3.10 ประเด็นต่าง ๆ ที่ควรปรับปรุงภายในพื้นที่

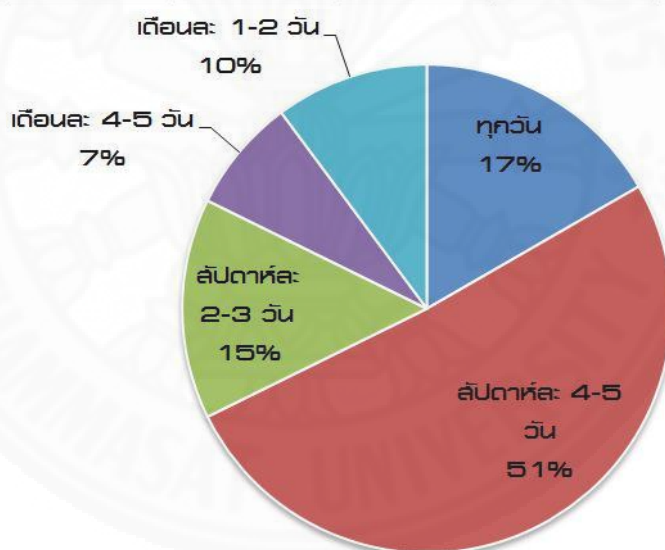
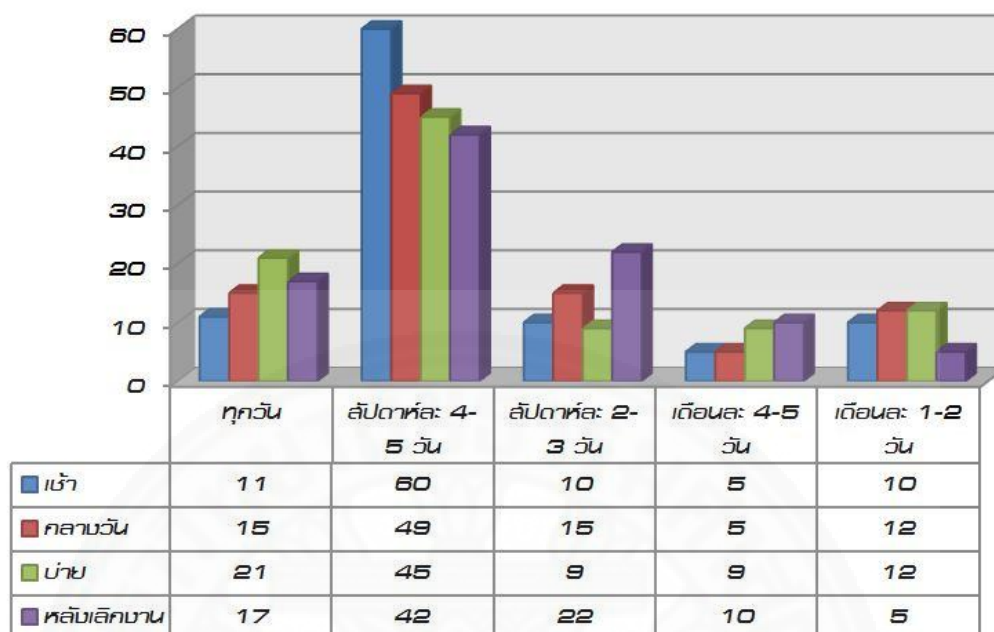


ภาพที่ 4.44 กราฟแสดงความคิดเห็นต่อประเด็นที่ควรปรับปรุงภายในพื้นที่, โดย ผู้วิจัย, 2557.

	ประเด็นต่างๆที่ควรปรับปรุง				จำนวน
	เช้า	กลางวัน	บ่าย	หลังเลิกงาน	
พื้นที่แออัด	32	44	25	29	130
ตำแหน่งร้านค้า	12	20	15	18	65
ความสะอาด	21	29	29	32	111
ความสว่าง	7	5	8	22	42
ขนาดทางเท้า	29	37	27	21	114
					462



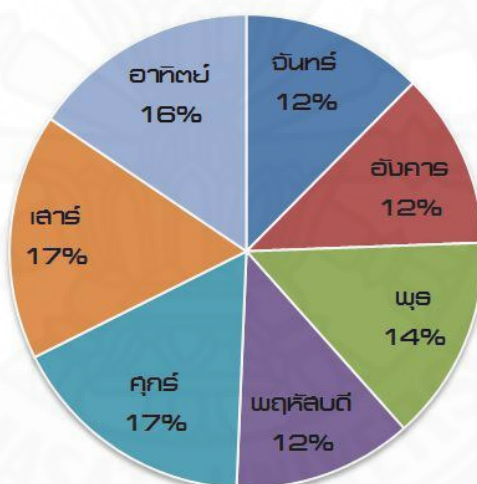
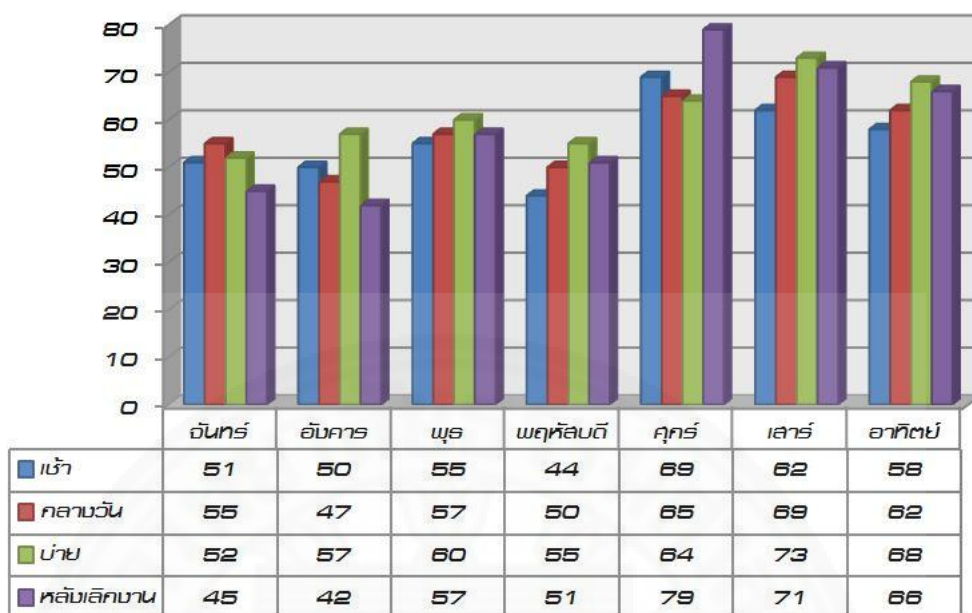
## 4.3.11 ความถี่ในการเข้ามาใช้บริการ



ภาพที่ 4.45 กราฟแสดงความถี่ในการเข้ามาใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม, โดย ผู้วิจัย, 2557.

	ความถี่ในการเข้าใช้บริการ				จำนวน
	เช้า	กลางวัน	บ่าย	หลังเลิกงาน	
ทุกวัน	11	15	21	17	64
สัปดาห์ละ 4-5 วัน	60	49	45	42	196
สัปดาห์ละ 2-3 วัน	10	15	9	22	56
เดือนละ 4-5 วัน	5	5	9	10	29
เดือนละ 1-2 วัน	10	12	12	5	39
					384

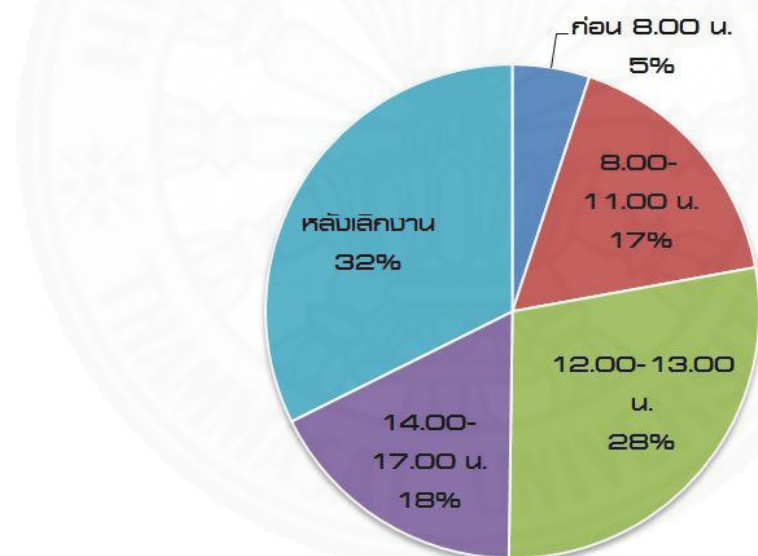
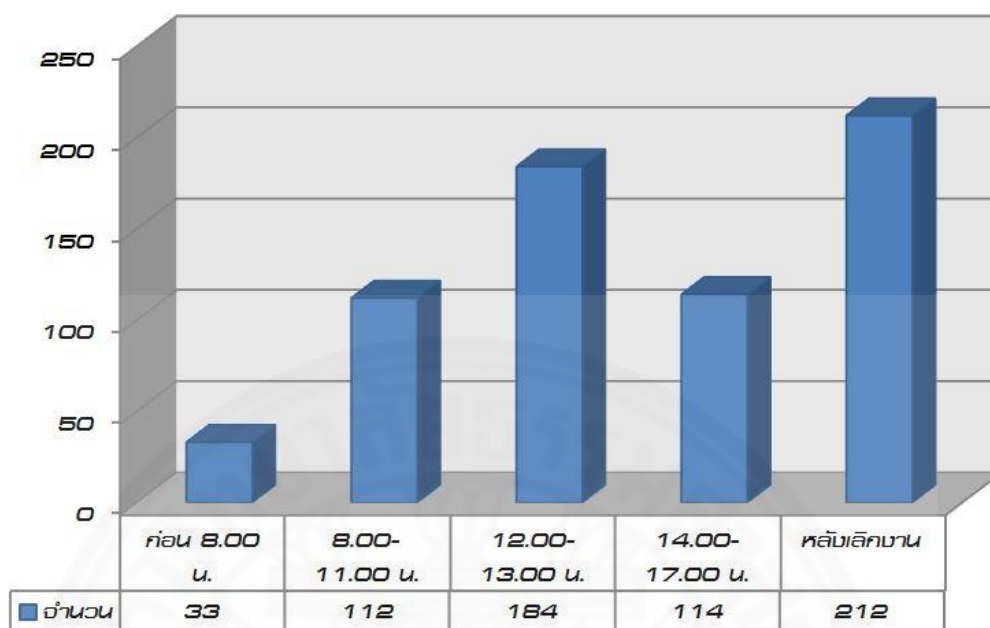
## 4.3.12 วันที่เข้ามาใช้บริการภายในซอยสุขุมวิท 33/1



ภาพที่ 4.46 กราฟแสดงสัดส่วนวันที่เข้ามาใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม, โดย ผู้วิจัย, 2557.

	วันที่มาใช้บริการ				จำนวน
	เช้า	กลางวัน	บ่าย	หลังเลิกงาน	
จันทร์	51	55	52	45	203
อังคาร	50	47	57	42	196
พุธ	55	57	60	57	229
พฤหัสบดี	44	50	55	51	200
ศุกร์	69	65	64	79	277
เสาร์	62	69	73	71	275
อาทิตย์	58	62	68	66	254
					1634

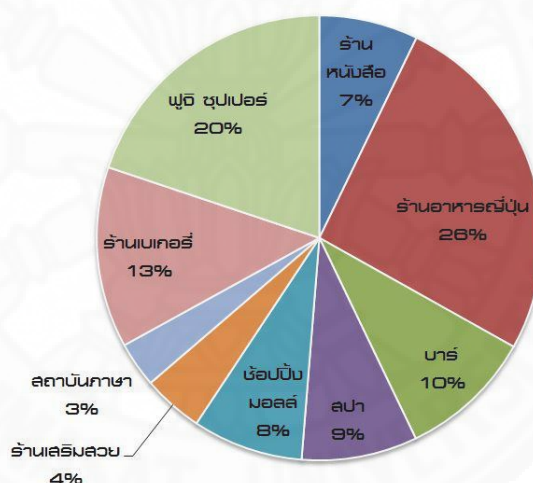
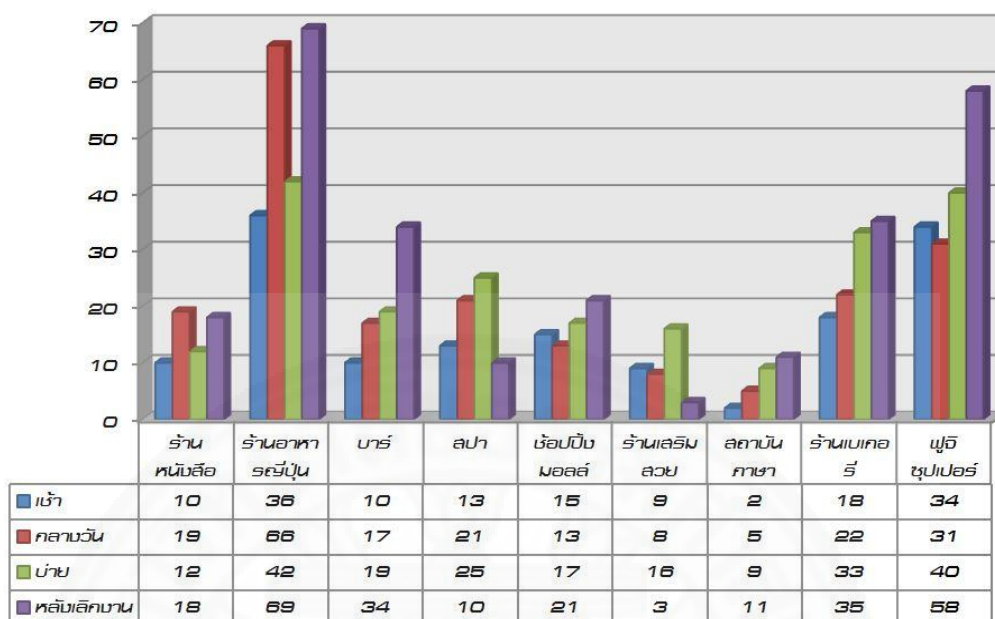
## 4.3.13 ช่วงเวลาเข้ามาใช้บริการภายในซอยสุขุมวิท 33/1



ภาพที่ 4.47 กราฟแสดงสัดส่วนช่วงเวลาเข้ามาใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม, โดย ผู้วิจัย, 2557.

ช่วงเวลาที่มาใช้บริการ	
	จำนวน
ก่อน 8.00 น.	33
8.00-11.00 น.	112
12.00-13.00 น.	184
14.00-17.00 น.	114
หลังเลิกงาน	212
รวม	655

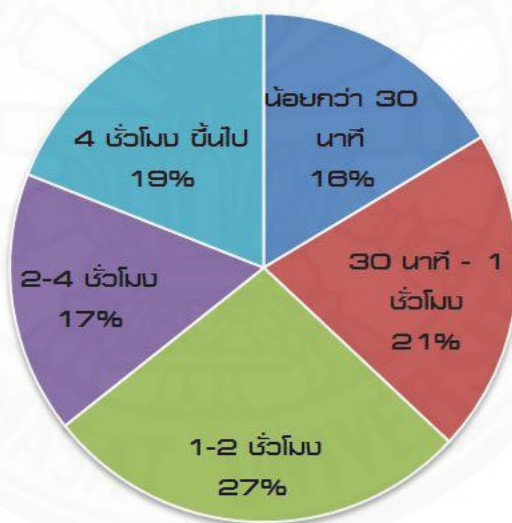
#### 4.3.14 ประเภทของร้านค้าที่มาใช้บริการภายในซอยสุขุมวิท 33/1



ภาพที่ 4.48 กราฟแสดงประเภทของร้านค้าที่ใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม, โดย ผู้วิจัย, 2557.

	ประเภทของร้านค้าที่มาใช้บริการ				จำนวน
	เช้า	กลางวัน	บ่าย	หลังเลิกงาน	
ร้านหนังสือ	10	19	12	18	59
ร้านอาหารญี่ปุ่น	36	66	42	69	213
บาร์	10	17	19	34	80
สปา	13	21	25	10	69
ช้อปปิ้งมอลล์	15	13	17	21	66
ร้านเสริมสวย	9	8	16	3	36
สถาบันภาษา	2	5	9	11	27
ร้านเบเกอรี่	18	22	33	35	108
ฟู้จี้ ซุปเปอร์	34	31	40	58	163
					821

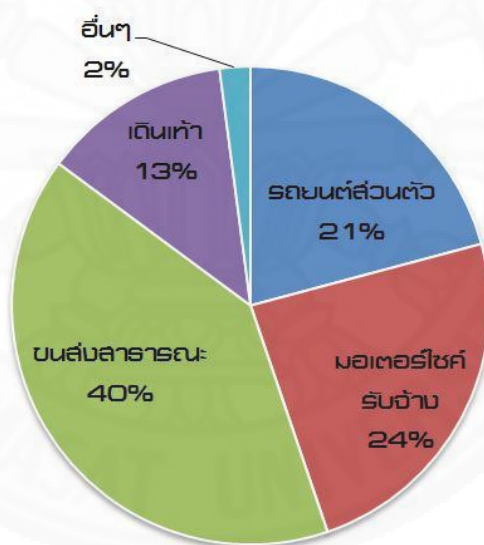
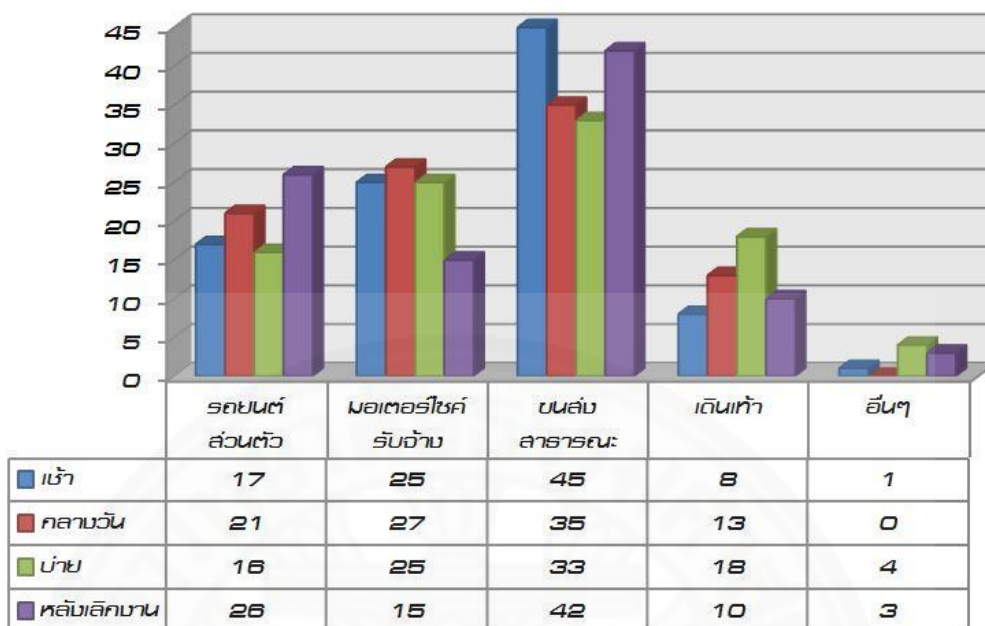
## 4.3.15 ระยะเวลาในการมาใช้บริการภายในซอยสุขุมวิท 33/1



ภาพที่ 4.49 กราฟแสดงระยะเวลาในการมาใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม, โดย ผู้วิจัย, 2557.

	ระยะเวลาในการมาใช้บริการ				จำนวน
	เช้า	กลางวัน	บ่าย	หลังเลิกงาน	
น้อยกว่า 30 นาที	24	15	11	13	63
30 นาที - 1 ชั่วโมง	17	29	21	12	79
1-2 ชั่วโมง	20	13	31	41	105
2-4 ชั่วโมง	6	14	23	21	64
4 ชั่วโมง ขึ้นไป	29	25	10	9	73
					384

## 4.3.16 รูปแบบการเดินทางกลับของผู้ตอบแบบสอบถาม



ภาพที่ 4.50 กราฟแสดงสัดส่วนรูปแบบการเดินทางกลับของผู้ตอบแบบสอบถาม, โดย ผู้วิจัย, 2557.

	รูปแบบการเดินทางกลับ				จำนวน
	เช้า	กลางวัน	บ่าย	หลังเลิกงาน	
รถยนต์ส่วนตัว	17	21	16	26	80
มอเตอร์ไซด์รับจ้าง	25	27	25	15	92
ขนส่งสาธารณะ	45	35	33	42	155
เดินเท้า	8	13	18	10	49
อื่นๆ	1	0	4	3	8
					384

#### 4.4 สรุปสภาพการใช้งานภายในซอยสุขุมวิท 33/1

ซอยสุขุมวิท 33/1 มีการเปลี่ยนแปลงของกิจกรรมการใช้งานภายในซอยตามระยะเวลาต่าง ๆ เป็นผลสืบเนื่องมาจากประเภทของธุรกิจร้านค้าภายในพื้นที่ และประเภทของกลุ่มลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการดังข้อมูลในตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2

ตารางแสดงประเภทของร้านค้าและกลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการ

ประเภทของร้านค้า	ประเภทของกลุ่มลูกค้า			
	พนักงานบริษัทชาวญี่ปุ่น	แม่บ้านชาวญี่ปุ่น	ชาวไทย	ชาวตะวันตก
ร้านอาหารญี่ปุ่น	✓	✓	✓	
ร้านนวดสปา	✓	✓		
ร้านเสริมสวย		✓		
บาร์	✓			✓
ซ้อปปี้งมอลล์	✓	✓	✓	
ซูเปอร์มาร์เก็ต	✓	✓	✓	
อาคารสำนักงาน	✓		✓	
ร้านหนังสือ	✓		✓	
โรงเรียนสอนภาษา	✓	✓		

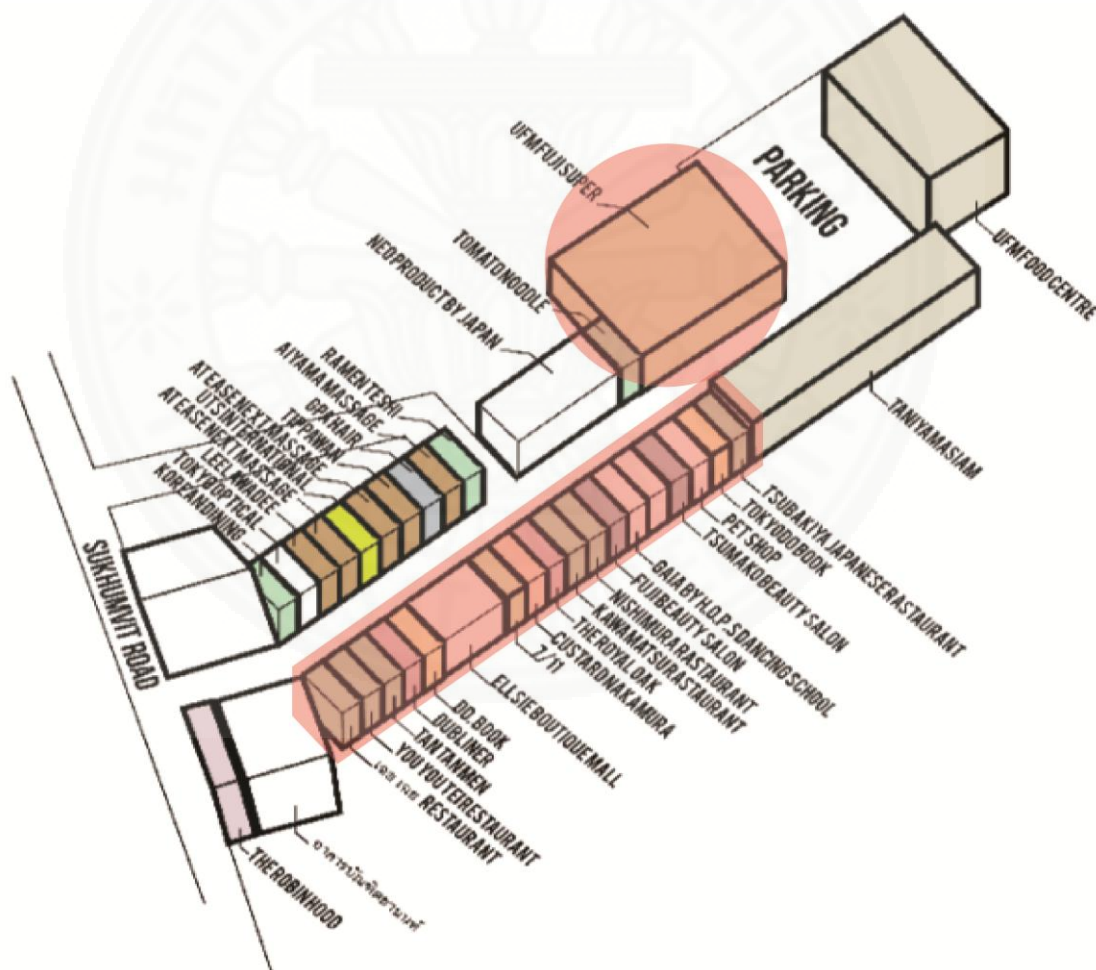
หมายเหตุ. โดย ผู้วิจัย, 2557.

จากตารางแสดงให้เห็นถึงความหลากหลายของกลุ่มลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการภายในซอยสุขุมวิท 33/1 เป็นผลสืบเนื่องมาจากประเภทของร้านค้ามีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่แตกต่างกัน ซึ่งจากการศึกษารูปแบบการจัดวางของร้านค้าประเภทต่าง ๆ ภายในซอย พบว่ายังมีการวางตัวกันอย่างกระจัดกระจายและขาดการบริหารจัดการที่ดี กล่าวคือ ร้านค้าประเภทเดียวกันที่มีเวลาเปิดให้บริการใกล้เคียงกันและกลุ่มลูกค้าเหมือนกัน ยังมีการวางตัวอย่างกระจัดกระจายภายในพื้นที่



#### 4.4.1 รูปแบบการใช้งานพื้นที่ในช่วงเวลา 12.00-13.00 น. ของกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท

ในช่วงระยะเวลา 12.00-13.00 น. กลุ่มคนที่เข้ามาใช้งานภายในซอยสุขุมวิท 33/1 ส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มแม่บ้านชาวญี่ปุ่น และพนักงานบริษัทชาวญี่ปุ่นและชาวไทย โดยกิจกรรมของแม่บ้านชาวญี่ปุ่นคือ การซื้อสินค้าอุปโภค บริโภค ภายใน UFM Fuji Supermarket ในส่วนของพนักงานบริษัทจะเข้ามารับประทานอาหารเช้าตามร้านอาหารญี่ปุ่นภายในซอย และบางส่วนจะเข้าไปใช้บริการในร้านหนังสือญี่ปุ่น จากข้อมูลดังกล่าวเราสามารถสรุปได้ว่า ในช่วงระยะเวลาดังกล่าว UFM Fuji Supermarket ร้านเสริมสวย และร้านอาหารญี่ปุ่น จะเป็นจุดดึงดูดหลักให้คนเข้ามาใช้งานภายในซอยสุขุมวิท 33/1

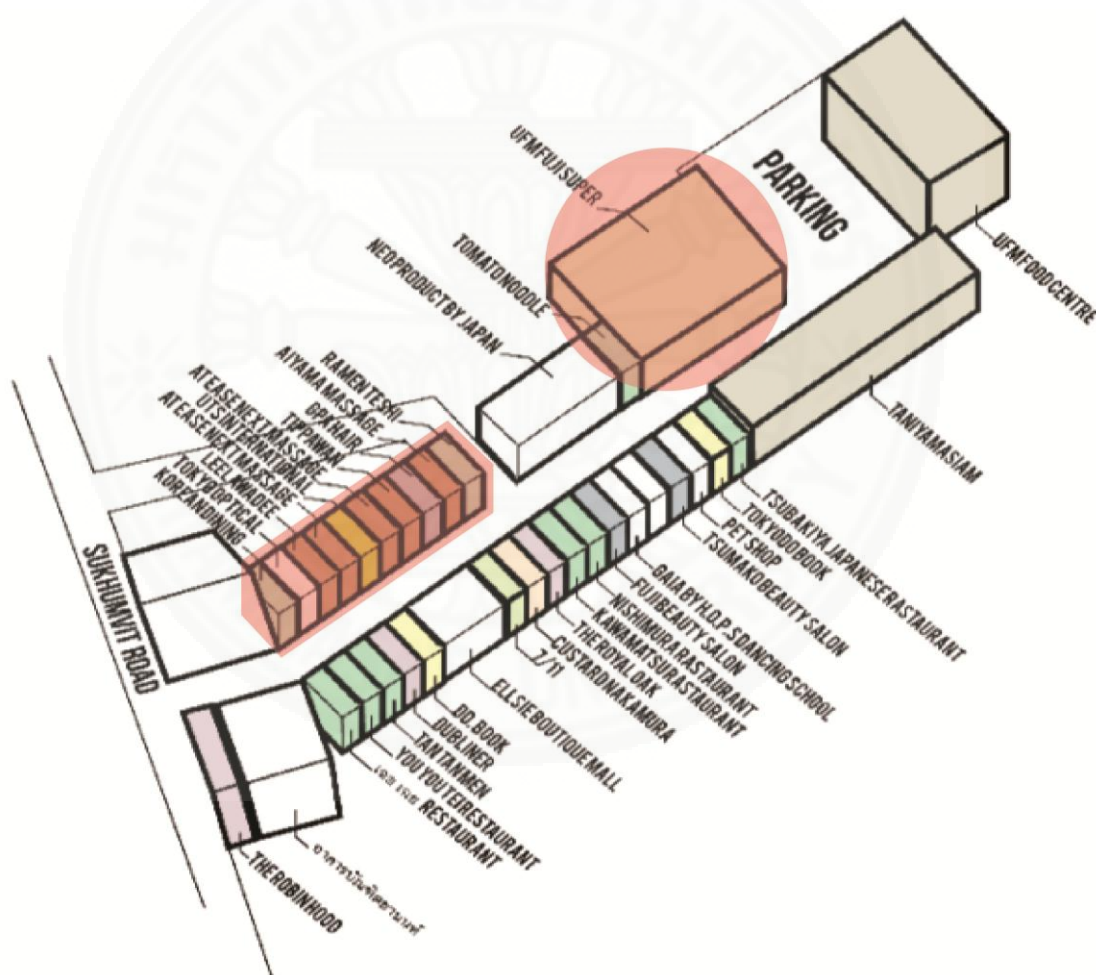


ภาพที่ 4.51 กิจกรรมที่เกิดขึ้นในช่วงเวลา 12.00-13.00 น., โดย ผู้วิจัย, 2557.

#### 4.4.2 รูปแบบการใช้งานพื้นที่ในช่วงเวลา 13.00-18.00 น. ของกลุ่มลูกค้าแต่ละ

##### ประเภท

ในช่วงระยะเวลา 13.00-18.00 น. กลุ่มคนที่เข้ามาใช้งานภายในซอยสุขุมวิท 33/1 ส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มแม่บ้านชาวญี่ปุ่น โดยกิจกรรมของแม่บ้านชาวญี่ปุ่นคือ การซื้อสินค้าอุปโภค บริโภค ภายใน UFM Fuji Supermarket รวมไปถึงการใช้บริการตามร้านเสริมสวยและร้านนวดสปาภายในซอย จากข้อมูลดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่า ในช่วงระยะเวลาดังกล่าว UFM Fuji Supermarket ร้านนวดสปา และร้านเสริมสวย จะเป็นจุดดึงดูดหลักให้คนเข้ามาใช้งานภายในซอยสุขุมวิท 33/1

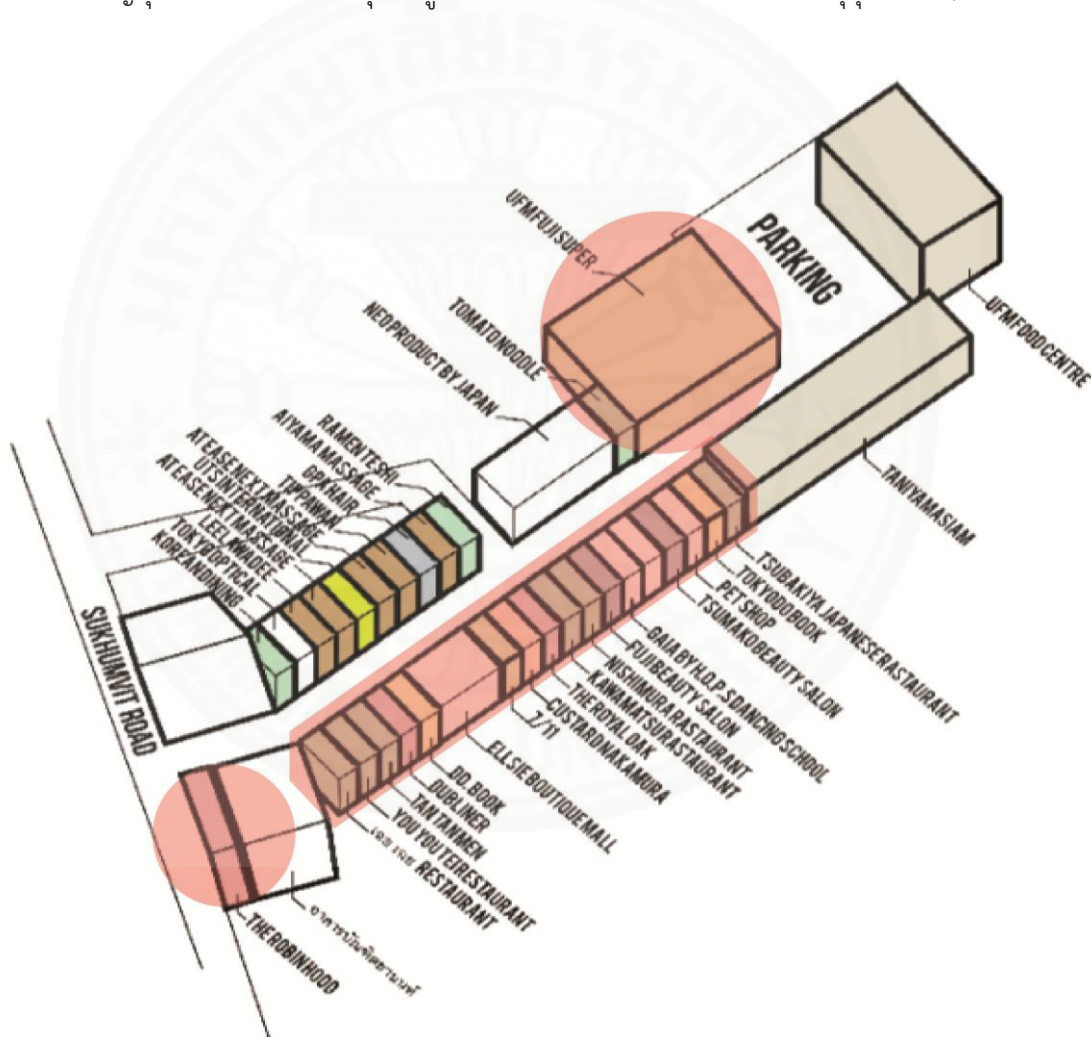


ภาพที่ 4.52 กิจกรรมที่เกิดขึ้นในช่วงเวลา 13.00-18.00 น., โดย ผู้วิจัย, 2557.

#### 4.4.3 รูปแบบการใช้งานพื้นที่ในช่วงเวลา 18.00-24.00 น. ของกลุ่มลูกค้าแต่ละ

##### ประเภท

กล่าวโดยสรุปคือ ในช่วงระยะเวลา 18.00-24.00 น. กลุ่มคนที่เข้ามาใช้งานภายในซอยสุขุมวิท 33/1 จะเป็นกลุ่มพนักงานบริษัทชาวญี่ปุ่น และชาวตะวันตก โดยกิจกรรมที่เกิดขึ้นคือพนักงานชาวญี่ปุ่นจะเข้าไปรับประทานอาหารตามร้านอาหารญี่ปุ่นภายในซอยและซื้อสินค้าภายใน UFM Fuji Supermarket ในขณะที่ชาวตะวันตกจะเข้าไปใช้บริการตามร้านบาร์ที่อยู่ภายในซอย จากข้อมูลดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่าในช่วงเวลา 18.00-24.00 น. UFM Fuji Supermarket ร้านอาหารญี่ปุ่น และบาร์ จะเป็นจุดดึงดูดหลักให้คนเข้ามาใช้งานภายในซอยสุขุมวิท 33/1



ภาพที่ 4.53 กิจกรรมที่เกิดขึ้นในช่วงเวลา 18.00-24.00 น., โดย ผู้วิจัย, 2557.

## 4.5 สรุปผลที่ได้จากการเก็บข้อมูล

ส่วนนี้เป็นการนำผลลัพธ์ที่ได้จากการเก็บข้อมูลมาทำการสรุปผล โดยในการสรุปผลลัพธ์ที่ได้จากการเก็บข้อมูลสามารถสรุปได้เป็น 3 ส่วน คือ 1) ภาพรวมของลักษณะทางกายภาพภายในพื้นที่ 2) ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการในพื้นที่ 3) ข้อมูลจากแบบสอบถามผู้ใช้งานในพื้นที่ โดยมีรายละเอียดดังนี้ คือ

### 4.5.1 ภาพรวมของลักษณะทางกายภาพภายในพื้นที่

#### 4.5.1.1 ร้านค้าภายในพื้นที่

ภายในซอยสุขุมวิท 33/1 ประกอบด้วยร้านค้าทั้งสิ้น 35 แห่ง โดยสามารถเรียงลำดับสัดส่วนของร้านค้าประเภทต่าง ๆ ได้ดังนี้ คือ ร้านอาหารญี่ปุ่นมีจำนวนมากที่สุดคิดเป็นสัดส่วนเท่ากับ (29%) รองลงมาคือร้านนวดสปา (14%) บาร์ (11%) ร้านหนังสือ (8%) ซุปเปอร์มาร์เก็ต (8%) ร้านเสริมสวย (6%) สถาบันภาษา (6%) โรงเรียนสอนเต้น (3%) ร้านเบเกอรี่ (3%) ร้านสะดวกซื้อ (3%) ตามลำดับ

#### 4.5.1.2 รูปแบบการใช้งานอาคารพาณิชย์

ภายในซอยสุขุมวิท 33/1 ประกอบด้วยอาคารพาณิชย์ 4 ชั้น จำนวนทั้งสิ้น 27 คูหา โดยสามารถจำแนกรูปแบบการใช้งานอาคารพาณิชย์ได้ 3 ประเภท คือ 1) ใช้เพื่อประกอบธุรกิจ (60%) 2) ใช้เพื่อพักอาศัย (35%) 3) ใช้เพื่อเก็บสินค้า (5%) ตามลำดับ

#### 4.5.1.3 สัดส่วนการใช้งานอาคารพาณิชย์ของธุรกิจประเภทต่าง ๆ

โดยสามารถเรียงลำดับสัดส่วนการใช้งานอาคารพาณิชย์ของธุรกิจแต่ละประเภทได้ดังนี้ คือ ร้านอาหารญี่ปุ่นและร้านนวดสปาใช้งานอาคารพาณิชย์ในการดำเนินธุรกิจมากที่สุดในส่วนที่เท่ากัน (23%) รองลงมาคือสถาบันภาษา (15%) บาร์ (10%) โรงเรียนสอนเต้น (9%) ร้านหนังสือ (5%) ร้านเสริมสวย (3%) ร้านเบเกอรี่ (2%) และธุรกิจประเภทอื่นอีก จำนวน (10%)

#### 4.5.1.4 รูปแบบการเดินทางมาใช้บริการ

โดยสามารถจำแนกรูปแบบการเดินทางมาใช้บริการภายในซอย สุขุมวิท 33/1 ได้ 4 ประเภท คือ 1) เดินเท้า 2) รถยนต์ส่วนตัว 3) มอเตอร์ไซค์รับจ้าง 4) ขนส่งสาธารณะ

#### 4.5.1.5 รูปแบบการขนส่งสินค้าภายในพื้นที่

ภายในซอย สุขุมวิท 33/1 มีจุดจอดรถสำหรับขนส่งสินค้าภายในพื้นที่ 3 จุดด้วยกัน คือ 1) บริเวณปากทางเข้าซอย สุขุมวิท 33/1 2) บริเวณ 3 แยกภายในซอย 3) บริเวณที่จอดรถด้านหลัง UFM Fuji Super โดยจากการเก็บข้อมูลพบว่าวันที่มีการขนส่งสินค้ามากที่สุดคือ วัน

ศุกร์และวันเสาร์มีสัดส่วนที่เท่ากัน (22%) วันพุธ (17%) วันจันทร์ (14%) วันอาทิตย์ (12%) วันพฤหัสบดี (7%) วันอังคาร (6%) ตามลำดับ

#### 4.5.1.6 วันที่มีการขนถ่ายขยะมูลฝอย

ภายในซอยสุขุมวิท 33/1 มีวันที่มีการขนถ่ายขยะมูลฝอยภายในพื้นที่ 3 วันด้วยกัน คือ วันจันทร์ วันพุธ และวันศุกร์ โดยรถขนถ่ายขยะมูลฝอยจะมาในเวลาเดียวกันคือ 5.00 น.

#### 4.5.1.7 ระบบจราจรภายในพื้นที่

ปัจจุบันในซอยสุขุมวิท 33/1 เปิดให้รถยนต์ผ่านเข้าไปใช้งานได้ตลอด 24 ชั่วโมง และเนื่องด้วยซอยมีลักษณะแคบ ประกอบกับมิได้มีการแบ่งแยกระหว่างทางเดินเท้ากับทางเดินรถ ส่งผลให้ในช่วงระยะเวลากลางวันและหลังเลิกงานที่มีคนเข้าไปใช้งานภายในซอยเป็นจำนวนมาก เกิดปัญหาในส่วนของทางสัญจร

#### 4.5.1.8 ทางสัญจรภายในพื้นที่

สามารถแยกเป็นประเด็นปัญหาได้ดังนี้ คือ

1. ปัจจุบันพื้นที่มิได้มีการแยกระหว่างทางเดินเท้าและทางจราจรรถยนต์ออกจากกัน
2. ร้านค้าในพื้นที่ในปัจจุบันมิได้มีการแยกทางเข้าหลักและทาง Service ออกจากกัน
3. ทางเดินภายในพื้นที่ในปัจจุบัน ไม่มีหลังคาคลุมทางเดิน (Covered Footway)
4. ภายในพื้นที่มีการแยกที่จอดรถยนต์และรถจักรยานยนต์ออกจากกัน

#### 4.5.1.9 จินตภาพของย่านการค้า

สามารถแยกเป็นประเด็นต่าง ๆ ได้ดังนี้ คือ

1. จากการสำรวจและลงพื้นที่ พบว่าในปัจจุบันซอยสุขุมวิท 33/1 มิได้มีการออกแบบในส่วนในพื้นที่ส่วนกลาง Urban Space ตามหลักทฤษฎีการออกแบบย่านการค้า
2. เนื่องจากซอยสุขุมวิท 33/1 มิได้เกิดจากการออกแบบและวางผังภายในพื้นที่ ทำให้รูปแบบของสถาปัตยกรรมและการประดับตกแต่งภายในพื้นที่มีความแตกต่างกัน
3. อาคารพาณิชย์ภายในซอย สุขุมวิท 33/1 มีการติดตั้งป้ายโฆษณาใน 3 ตำแหน่งด้วยกัน คือ 1) ป้ายโฆษณาระดับพื้น 2) ป้ายโฆษณาระดับกันสาด 3) ป้ายโฆษณาติดตั้งเหนือกันสาด



4. ป้ายโฆษณาของร้านค้าภายในซอยสุขุมวิท 33/1 รวมถึงระยะห่างของอาคารพาณิชย์ทั้ง 2 ฝั่ง มีระยะห่างไม่เกิน 15 เมตร ซึ่งเป็นระยะที่เหมาะสมตามหลักทฤษฎี ทั้ง 2 สิ่งนี้ เป็นองค์ประกอบที่ส่งผลให้สุขุมวิท 33/1 มีบรรยากาศของความเป็นย่านการค้า

#### 4.5.1.10 การแบ่งกลุ่มและจัดกลุ่มร้านค้า

สามารถแยกเป็นประเด็นต่าง ๆ ได้ดังนี้ คือ

1. ร้านค้าภายในซอยสุขุมวิท 33/1 ยังมีการวางตัวกันอย่างกระจัดกระจาย มิได้มีการจัดกลุ่มร้านค้าประเภทเดียวกันเข้าไว้ด้วยกันตามหลักทฤษฎี
2. ร้านอาหารส่วนใหญ่ภายในพื้นที่ที่มีการวางตัวอยู่ในละแวกเดียวกันภายในซอย

#### 4.5.2 สรุปข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์

##### 4.5.2.1 สัดส่วนอายุของผู้ให้สัมภาษณ์

จากการสัมภาษณ์พบว่าระดับอายุของผู้ให้สัมภาษณ์อยู่ในช่วงอายุ 21-30 ปีมากที่สุด (41%) ช่วงอายุ 31-40 ปี (28%) 41-50 ปี (19%) น้อยกว่า 20 ปี (6%) 51 ปีขึ้นไป (6%) ตามลำดับ

##### 4.5.2.2 ตำแหน่งงาน

จากการสัมภาษณ์พบว่าผู้ให้สัมภาษณ์อยู่ในตำแหน่งพนักงานประจำมากที่สุด (44%) ตำแหน่งผู้บริหาร (31%) เจ้าของธุรกิจ (16%) พนักงานชั่วคราว (9%) ตามลำดับ

##### 4.5.2.3 รูปแบบการเดินทางมาทำงาน

ผู้ให้สัมภาษณ์เดินทางมาทำงานโดยระบบขนส่งสาธารณะมากที่สุด (47%) รองลงมาคือ มอเตอร์ไซด์รับจ้าง (25%) รถยนต์ส่วนตัว (16%) และพักในที่ทำงาน (12%)

##### 4.5.2.4 ช่วงเวลาทำการของร้านค้า

ช่วงเวลาทำการของร้านค้าในพื้นที่ อยู่ในช่วงเวลา 8.30-17.00น. มากที่สุด (37%) รองลงมาคือ 10.30-24.00น. (28%) 11.00-20.00น. (19%) และ 17.00-1.00น. (16%) ตามลำดับ

##### 4.5.2.5 กลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการมากที่สุด

กลุ่มลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการภายในซอยสุขุมวิท 33/1 เป็นคนญี่ปุ่นรวมถึงแม่บ้านญี่ปุ่นมากที่สุด รวมกันทั้งสิ้นเป็นจำนวน (50%) รองลงมาเป็นคนไทย (31%) และฝรั่ง (19%) ตามลำดับ

#### 4.5.2.6 วันที่ลูกค้ามาใช้บริการมากที่สุด

วันที่ลูกค้ามาใช้บริการภายในซอยสุขุมวิท 33/1 เป็นจำนวนมากที่สุดคือ วันเสาร์ คิดเป็นจำนวน (50%) รองลงมาคือวันศุกร์ (37%) และวันอาทิตย์ (13%)

#### 4.5.2.7 ระยะเวลาสัญญาเช่าในพื้นที่

ธุรกิจร้านค้าภายในซอยสุขุมวิท 33/1 มีระยะเวลาสัญญาเช่าอาคารพาณิชย์อยู่ในระยะเวลา 5-10 ปี มากที่สุด คิดเป็น (53%) รองลงมาคือ น้อยกว่า 5 ปี (44%)

### 4.5.3 สรุปข้อมูลจากแบบสอบถาม

#### 4.5.3.1 เพศ

ผู้ตอบแบบสอบถามเป็น เพศชาย (71%) และเพศหญิง (29%)

#### 4.5.3.2 สัดส่วนอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในช่วงอายุ 31-40 ปี มากที่สุด (35%) 21-30 ปี (26%) และ 41-50 ปี (25%) 51 ปีขึ้นไป (9%) น้อยกว่า 20 ปี (5%) ตามลำดับ

#### 4.5.3.3 อาชีพ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพพนักงานออฟฟิศมากที่สุด (50%) รับจ้างทั่วไป (18%) แม่บ้าน (18%) เจ้าของกิจการ (9%) ตามลำดับ

#### 4.5.3.4 ระดับรายได้

ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับรายได้อยู่ในช่วง 15,000-30,000บาท มากที่สุด (35%) รองลงมาคือ 30,000-50,000บาท (33%) 50,000-70,000บาท (17%) 70,000บาท ขึ้นไป (11%)

#### 4.5.3.5 รูปแบบการเดินทางมาใช้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามเดินทางมาใช้บริการด้วยระบบขนส่งสาธารณะมากที่สุด (38%) มอเตอร์ไซค์รับจ้าง (24%) รถยนต์ (21%) เดินเท้า (14%) ตามลำดับ

#### 4.5.3.6 ความพึงพอใจต่อระบบทางสัญจร

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพอใจ ระดับปานกลาง มากที่สุด (59%) ระดับมากที่สุด (16%) ระดับมาก (13%) ระดับน้อย (7%) ระดับน้อยที่สุด (5%)

#### 4.5.3.7 ความพึงพอใจต่อปริมาณที่จอดรถยนต์

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพอใจ ระดับน้อยที่สุด มากที่สุด (33%) ระดับปานกลาง (30%) ระดับน้อย (19%) ระดับมาก (11%) ระดับมากที่สุด (7%)



#### 4.5.3.8 ประเด็นที่ควรปรับปรุงในพื้นที่

ในภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าพื้นที่ที่คับแคบเป็นปัญหามากที่สุด (28%) ขนาดทางเท้า (25%) และความสะอาด (24%) โดยเรียงลำดับประเด็นปัญหาในแต่ละช่วงเวลาได้ดังนี้ คือ

(1) ช่วงเช้า คือ 1) พื้นที่ที่คับแคบ 2) ขนาดทางเท้า 3) ความสะอาด 4) ตำแหน่งร้านค้า 5) ความสว่างในพื้นที่

(2) ช่วงกลางวัน คือ 1) พื้นที่ที่คับแคบ 2) ขนาดทางเท้า 3) ความสะอาด 4) ตำแหน่งร้านค้า 5) ความสว่างในพื้นที่

(3) ช่วงบ่าย คือ 1) ความสะอาด 2) ขนาดทางเท้า 3) พื้นที่ที่คับแคบ 4) ตำแหน่งร้านค้า 5) ความสว่างในพื้นที่

(4) หลังเลิกงาน คือ 1) ความสะอาด 2) พื้นที่ที่คับแคบ 3) ความสว่างในพื้นที่ 4) ขนาดทางเท้า 5) ตำแหน่งร้านค้า

#### 4.5.3.9 ความถี่ในการมาใช้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามมาใช้บริการ สัปดาห์ละ 4-5 วันมากที่สุด (51%) ทุกวัน (17%) สัปดาห์ละ 2-3 วัน (15%) เดือนละ 1-2 วัน (10%) เดือนละ 4-5 วัน (7%)

#### 4.5.3.10 สัดส่วนวันที่มาใช้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามมาใช้บริการวันศุกร์และวันเสาร์มากที่สุด มีสัดส่วนเท่ากันคือ (17%) วันอาทิตย์ (16%) วันพุธ (14%) วันจันทร์ อังคาร และพฤหัสบดี มีสัดส่วนเท่ากันคือ (12%) ตามลำดับ

#### 4.5.3.11 ช่วงเวลาที่มาใช้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามมาใช้บริการช่วงเวลาหลังเลิกงานมากที่สุด (32%) 12.00-13.00น. (28%) 14.00-17.00น. (18%) 8.00-11.00น. (17%) และก่อน 8.00น. (5%)

#### 4.5.3.12 สัดส่วนระยะเวลาการใช้งานในพื้นที่

ผู้ตอบแบบสอบถามใช้เวลาในพื้นที่ประมาณ 1-2 ชั่วโมงมากที่สุด (27%) 30 นาที-1 ชั่วโมง (21%) 4 ชั่วโมงขึ้นไป (19%) 2-4 ชั่วโมง (17%) และน้อยกว่า 30 นาที (16%)

#### 4.5.3.13 ประเภทของร้านค้าที่มาใช้บริการ

ในภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นมากที่สุด (26%) พูจิ ซูเปอร์ (20%) ร้านเบเกอรี่ (13%) และบาร์ (10%) โดยสามารถเรียงลำดับประเภทของร้านค้าที่เป็นที่นิยมในแต่ละช่วงเวลาได้ดังนี้ คือ

(1) ช่วงเช้า คือ 1) ร้านอาหารญี่ปุ่น 2) Fuji Super 3) เบเกอร์รี่ 4) Shopping Mall 5) สปา

(2) ช่วงกลางวัน คือ 1) ร้านอาหารญี่ปุ่น 2) Fuji Super 3) เบเกอร์รี่ 4) สปา 5) ร้านหนังสือ

(3) ช่วงบ่าย คือ 1) ร้านอาหารญี่ปุ่น 2) Fuji Super 3) เบเกอร์รี่ 4) สปา 5) บาร์

(4) หลังเลิกงาน คือ 1) ร้านอาหารญี่ปุ่น 2) Fuji Super 3) บาร์ 4) เบเกอร์รี่ 5) Shopping Mall



## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

#### 5.1 ข้อสรุปผลจากการศึกษาและวิจัย

การศึกษาวิจัยแนวทางการบริหารจัดการทรัพยากรกายภาพของชุมชนชาวญี่ปุ่นบริเวณซอยสุขุมวิท 33/1 ผู้วิจัยสามารถสรุปผลตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

งานวิจัยมีขั้นตอนการวิจัยดังนี้ 1) ศึกษาข้อมูลทางทฤษฎีต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยประกอบไปด้วย พฤติกรรมการใช้ชีวิตของชาวญี่ปุ่นในกรุงเทพมหานคร ทฤษฎีการออกแบบพื้นที่ชุมชน และทฤษฎีการบริหารจัดการทรัพยากรกายภาพ 2) เก็บรวบรวมข้อมูลลักษณะทางกายภาพภายในซอยสุขุมวิท 33/1 3) การทำแบบสอบถาม สัมภาษณ์ และสังเกตพฤติกรรมการใช้งานของผู้ใช้งานพื้นที่กลุ่มต่าง ๆ ภายในซอยสุขุมวิท 33/1 4) วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาลักษณะทางกายภาพ การทำแบบสอบถาม สัมภาษณ์ นำมาประเมินผลเพื่อวิเคราะห์หาประเด็นปัญหาต่างๆ ที่ควรได้รับการปรับปรุงและแก้ไขภายในพื้นที่สุขุมวิท 33/1 5) นำเสนอแนวทางการแก้ไขและการบริหารจัดการสภาพแวดล้อมทางกายภาพของชุมชนชาวญี่ปุ่นบริเวณซอยสุขุมวิท 33/1

#### 5.1.1 สรุปภาพรวมของลักษณะทางกายภาพภายในซอยสุขุมวิท 33/1

##### 5.1.1.1 ธุรกิจร้านค้าภายในพื้นที่

ภายในซอยสุขุมวิท 33/1 ประกอบด้วยร้านค้าทั้งสิ้น 35 แห่ง โดยสามารถเรียงลำดับสัดส่วนของร้านค้าประเภทต่างๆ ได้ดังนี้ คือ ร้านอาหารญี่ปุ่นมีจำนวนมากที่สุดคิดเป็นสัดส่วนเท่ากับ (29%) รองลงมาคือร้านนวดสปา (14%) บาร์ (11%) ร้านหนังสือ (8%) ซุปเปอร์มาร์เก็ต (8%) ร้านเสริมสวย (6%) สถาบันภาษา (6%) โรงเรียนสอนเต้น (3%) ร้านเบเกอรี่ (3%) ร้านสะดวกซื้อ (3%) ตามลำดับ

##### 5.1.1.2 ลักษณะการใช้งานอาคารพาณิชย์

ภายในซอยสุขุมวิท 33/1 ประกอบด้วยอาคารพาณิชย์ 4 ชั้น จำนวนทั้งสิ้น 27 คูหา โดยสามารถจำแนกรูปแบบการใช้งานอาคารพาณิชย์ได้ 3 ประเภท คือ 1) ใช้เพื่อประกอบธุรกิจ (60%) 2) ใช้เพื่อพักอาศัย (35%) 3) ใช้เพื่อเก็บสินค้า (5%) ตามลำดับ

##### 5.1.1.3 รูปแบบการขนส่งสินค้าภายในพื้นที่

ภายในซอย สุขุมวิท 33/1 มีจุดจอดรถสำหรับขนส่งสินค้าภายในพื้นที่ 3 จุดด้วยกัน คือ 1) บริเวณปากทางเข้าซอย สุขุมวิท 33/1 2) บริเวณ 3 แยกภายในซอย 3) บริเวณที่

จอตрдด้านหล้ง UFM Fuji Super โดยจากการเก็บข้อมูลพบว่าวันที่มีการขนส่งสินค้ามากที่สุดคือ วันศุกร์และวันเสาร์มีสัดส่วนที่เท่ากัน (22%) วันพุธ (17%) วันจันทร์ (14%) วันอาทิตย์ (12%) วันพฤหัสบดี (7%) วันอังคาร (6%) ตามลำดับ

#### 5.1.1.4 รูปแบบการขนถ่ายขยะมูลฝอย

ภายในซอยสุขุมวิท 33/1 มีวันที่มีการขนถ่ายขยะมูลฝอยภายในพื้นที่ 3 วันด้วยกัน คือ วันจันทร์ วันพุธ และวันศุกร์ โดยรถขนถ่ายขยะมูลฝอยจะมาในเวลาเดียวกันคือ 5.00 น.

#### 5.1.1.5 ทางสัญจรรถยนต์ภายในพื้นที่

ปัจจุบันในซอยสุขุมวิท 33/1 เปิดให้รถยนต์ผ่านเข้าไปใช้งานได้ตลอด 24 ชั่วโมง และเนื่องด้วยซอยมีลักษณะแคบ ประกอบกับมิได้มีการแบ่งแยกระหว่างทางเดินเท้ากับทางเดินรถ ส่งผลให้ในช่วงระยะเวลากลางวันและหลังเลิกงานที่มีคนเข้าไปใช้งานภายในซอยเป็นจำนวนมาก เกิดปัญหาในส่วนของทางสัญจร

#### 5.1.1.6 ทางเท้าภายในพื้นที่

สามารถแยกเป็นประเด็นปัญหาได้ดังนี้ คือ 1) ปัจจุบันพื้นที่มิได้มีการแยกระหว่างทางเดินเท้าและทางจราจรรถยนต์ออกจากกัน 2) ร้านค้าในพื้นที่ในปัจจุบันมิได้มีการแยกทางเข้าหลักและทาง Service ออกจากกัน 3) ทางเดินภายในพื้นที่ในปัจจุบัน ไม่มีหลังคาคลุมทางเดิน (Covered Footway)

#### 5.1.1.7 จินตภาพของย่านการค้า

สามารถแยกเป็นประเด็นต่างๆ ได้ดังนี้ คือ 1) ปัจจุบันในซอยสุขุมวิท 33/1 มิได้มีการออกแบบในส่วนของพื้นที่ส่วนกลาง Urban Space ตามหลักทฤษฎีการออกแบบพื้นที่ชุมชน 2) รูปแบบของสถาปัตยกรรมภายในพื้นที่มิได้ถูกออกแบบหรือควบคุมไปในแนวทางเดียวกัน 3) อาคารพาณิชย์ภายในซอย สุขุมวิท 33/1 มีการติดตั้งป้ายโฆษณาใน 3 ตำแหน่งด้วยกัน คือ ป้ายโฆษณาระดับพื้น ป้ายโฆษณาระดับกันสาด และป้ายโฆษณาติดตั้งเหนือกันสาด 4) ป้ายโฆษณาของร้านค้าภายในซอยสุขุมวิท 33/1 รวมถึงระยะห่างของอาคารพาณิชย์ทั้ง 2 ฝั่ง มีระยะห่างไม่เกิน 15 เมตร ซึ่งเป็นระยะที่เหมาะสมตามหลักทฤษฎี

#### 5.1.1.8 การแบ่งกลุ่มและจัดกลุ่มร้านค้า

ปัจจุบันธุรกิจร้านค้าภายในซอยสุขุมวิท 33/1 ยังมีการวางตัวกันอย่างกระจัดกระจาย มิได้มีการจัดกลุ่มร้านค้าประเภทเดียวกันเข้าไว้ด้วยกันตามหลักทฤษฎี

## 5.2 พฤติกรรมการใช้งานพื้นที่ของลูกค้ำกลุ่มต่างๆ ภายในซอยสุขุมวิท 33/1

การศึกษาวิจัยแนวทางการบริหารจัดการทรัพยากรกายภาพของชุมชนชาวญี่ปุ่นบริเวณซอยสุขุมวิท 33/1 ผู้วิจัยได้แบ่งกลุ่มผู้ใช้งานพื้นที่ออกเป็น 5 กลุ่มด้วยกัน คือ 1) คนไทย 2) คนญี่ปุ่น 3) แม่บ้าน 4) ชาวตะวันตก 5) ผู้ประกอบการ โดยจากการทำแบบสอบถาม สัมภาษณ์ และสังเกตพฤติกรรมการใช้งานของผู้ใช้งานพื้นที่กลุ่มต่างๆ พบว่าผู้ใช้งานแต่ละกลุ่มมีพฤติกรรมการใช้งานและความต้องการที่แตกต่างกันออกไป

ตารางที่ 5.1

สรุปประเด็นความต้องการของผู้ใช้งานแต่ละกลุ่ม

USER	TIME	PROBLEM	SPATIAL	DESIGN CONCEPT
คนไทย	กลางวัน และหลังเลิกงาน	ความแออัดในพื้นที่	ออกแบบพื้นที่สาธารณะ	ทฤษฎีการออกแบบพื้นที่สาธารณะ
		ขนาดทางเท้า	แยกทางสัญจรรถยนต์และทางเท้าออกจากกัน	ทฤษฎีการออกแบบทางเท้าในพื้นที่ชุมชนเมือง
			ออกแบบ cover way	ทฤษฎีการออกแบบทางเท้าลักษณะ arcade walkway
		ที่จอดรถยนต์	ลดขนาดที่จอดรถยนต์บริเวณด้านหน้าร้านค้า เพิ่มที่จอดรถยนต์บริเวณด้านหลัง	ทฤษฎีการออกแบบทางสัญจรรถยนต์ภายในพื้นที่ชุมชนเมือง
คนญี่ปุ่น	กลางวัน และหลังเลิกงาน	ความแออัดในพื้นที่	ออกแบบพื้นที่สาธารณะ	ทฤษฎีการออกแบบพื้นที่สาธารณะ
		ขนาดทางเท้า	แยกทางสัญจรรถยนต์และทางเท้าออกจากกัน	ทฤษฎีการออกแบบทางเท้าในพื้นที่ชุมชนเมือง
			ออกแบบ cover way	ทฤษฎีการออกแบบทางเท้าลักษณะ arcade walkway
		ความสะดวก	เพิ่มถังขยะภายในพื้นที่	การจัดการขยะมูลฝอย

แม่บ้าน	กลางวัน และบ่าย	ขนาดทางเท้า	แยกทางสัญจรรถยนต์และทางเท้าออกจากกัน	ทฤษฎีการออกแบบทางเท้าในพื้นที่ชุมชนเมือง
			ออกแบบ cover way	ทฤษฎีการออกแบบทางเท้าลักษณะ arcade walkway
			ออกแบบทางสัญจร และทางลาดเอียงที่เอื้อต่อเด็กเล็ก	ทฤษฎีการออกแบบทางเท้าและทางลาดเอียงที่ปลอดภัยต่อเด็กเล็ก
		ความแออัดในพื้นที่	ออกแบบพื้นที่สาธารณะ	ทฤษฎีการออกแบบพื้นที่สาธารณะ
		ความสะอาด	เพิ่มถังขยะภายในพื้นที่	การจัดการขยะมูลฝอย
ชาวตะวันตก	หลังเลิกงาน	ความสว่างในพื้นที่	เพิ่มแสงสว่างภายในพื้นที่	หลักการออกแบบแสงสว่างให้มีความส่องสว่างเพียงพอตามมาตรฐาน
		ความสะอาด	เพิ่มถังขยะภายในพื้นที่	การจัดการขยะมูลฝอย
ผู้ประกอบการ		ปรับปรุงการใช้งานพื้นที่ในอาคารพาณิชย์	บริหารจัดการการใช้งานพื้นที่อาคารพาณิชย์	แนวทางการปรับปรุงการใช้งานพื้นที่ในอาคารพาณิชย์

หมายเหตุ. โดย ผู้วิจัย, 2556.

### 5.2.1 คนไทย

โดยภาพรวมลูกค้าคนไทยที่เข้ามาใช้งานภายในพื้นที่สุขุมวิท 33/1 ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 31-40 ปี เดินทางมาใช้บริการด้วยระบบขนส่งสาธารณะและรถยนต์ส่วนตัว ประเภทของร้านค้าที่มาใช้บริการเป็นหลัก คือ ร้านอาหารญี่ปุ่น ร้านเบเกอรี่ และซูเปอร์มาร์เก็ต โดยจะมาใช้บริการในช่วงเวลากลางวันและหลังเลิกงาน จากการทำแบบสอบถามพบว่าประเด็นปัญหาภายในพื้นที่ที่คนไทยเห็นว่าควรได้รับการปรับปรุงแก้ไขมากที่สุด คือ ความแออัดภายในพื้นที่ ขนาดทางเท้า และความสะอาด ตามลำดับ

### 5.2.2 คนญี่ปุ่น

โดยภาพรวมลูกค้าคนญี่ปุ่นที่เข้ามาใช้งานภายในพื้นที่สุขุมวิท 33/1 ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 41-50 ปี เดินทางมาใช้บริการด้วยระบบขนส่งสาธารณะและเดินเท้า ประเภทของร้านค้าที่มาใช้บริการเป็นหลัก คือ ร้านอาหารญี่ปุ่น ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านหนังสือ โดยจะมาใช้บริการในช่วงเวลากลางวันและหลังเลิกงาน จากการทำแบบสอบถามพบว่าประเด็นปัญหาภายในพื้นที่ที่คนไทย

ญี่ปุ่นเห็นว่าควรได้รับการปรับปรุงแก้ไขมากที่สุด คือ ความแออัดภายในพื้นที่ ขนาดทางเท้า และ ความสะอาด ตามลำดับ

### 5.2.3 แม่บ้าน

โดยภาพรวมลูกจ้างแม่บ้านที่เข้ามาใช้งานภายในพื้นที่สุขุมวิท 33/1 ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 31-40 ปี เดินทางมาใช้บริการด้วยรถรับจ้างและระบบขนส่งสาธารณะ ประเภทของร้านค้าที่มาใช้บริการเป็นหลัก คือ ซูเปอร์มาร์เก็ต สปา และร้านเบเกอรี่ โดยส่วนใหญ่จะมาใช้บริการเป็นประจำทุกวัน ในช่วงเวลากลางวันและบ่าย จากการทำแบบสอบถามพบว่าประเด็นปัญหาภายในพื้นที่ที่แม่บ้านเห็นว่าควรได้รับการปรับปรุงแก้ไขมากที่สุด คือ ขนาดทางเท้า ความแออัดภายในพื้นที่ และความสะอาด ตามลำดับ

### 5.2.4 ชาวตะวันตก

โดยภาพรวมลูกจ้างฝรั่งที่เข้ามาใช้งานภายในพื้นที่สุขุมวิท 33/1 ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 41-50 ปี เดินทางมาใช้บริการด้วยระบบขนส่งสาธารณะและเดินเท้า ประเภทของร้านค้าที่มาใช้บริการเป็นหลัก คือ บาร์ และร้านอาหารญี่ปุ่น โดยจะมาใช้บริการในช่วงเวลาหลังเลิกงาน จากการทำแบบสอบถามพบว่าประเด็นปัญหาภายในพื้นที่ที่ฝรั่งเห็นว่าควรได้รับการปรับปรุงแก้ไขมากที่สุด คือ แสงสว่างภายในพื้นที่ และความสะอาด ตามลำดับ

### 5.2.5 ผู้ประกอบการ

จากการเก็บข้อมูลลักษณะการใช้งานอาคารพาณิชย์ภายในซอยสุขุมวิท 33/1 และสัมภาษณ์กลุ่มผู้ประกอบการภายในพื้นที่ พบว่าการใช้งานอาคารพาณิชย์ในพื้นที่ยังขาดประสิทธิภาพ โดยอาคารพาณิชย์จำนวน 100 ห้อง ภายในพื้นที่ ใช้เพื่อประกอบธุรกิจเพียง (60%) เท่านั้น ที่เหลือใช้เพื่อพักอาศัย (35%) และใช้เพื่อเก็บสินค้า (5%) ตามลำดับ

## 5.3 แผนกลยุทธ์การพัฒนาพื้นที่สุขุมวิท 33/1

### 5.3.1 MISSION (ภารกิจ)

ดำเนินการปรับปรุงและบริหารจัดการ Sukhumvit 33/1 โดยมีวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

1. เพื่อมุ่งสู่เป้าหมายแห่งการเป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวแห่งใหม่บนถนนสุขุมวิท
2. การดำเนินการปรับปรุงและบริหารจัดการ Sukhumvit 33/1 จะต้องตอบสนองต่อผู้ใช้งานทุกกลุ่มภายในพื้นที่ และไม่ส่งผลกระทบต่อพื้นที่โดยรอบ



3. ย่านการค้า Sukhumvit 33/1 จะต้องแสดงออกถึงเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมญี่ปุ่น เพื่อดึงดูดกลุ่มลูกค้าชาวญี่ปุ่นที่พำนักอยู่ในประเทศไทย รวมถึงลูกค้ากลุ่มอื่น ๆ ที่มีความหลงใหลในวัฒนธรรมญี่ปุ่น

### 5.3.2 VISION (วิสัยทัศน์)

Sukhumvit 33/1 ตั้งเป้าหมายในอนาคตที่จะเป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวแห่งใหม่บนถนนสุขุมวิท โดยเน้นถึงควมมีเอกลักษณ์ของย่านการค้าลักษณะเปิดโล่งที่แสดงถึงวัฒนธรรมญี่ปุ่น และเป็นต้นแบบของการบริหารจัดการชุมชนชาวต่างชาติที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตอันใกล้

### 5.3.3 GOAL (เป้าหมาย)

1. สนับสนุนให้มีการรวมกลุ่มผู้ประกอบการภายในพื้นที่ เพื่อให้การบริหารจัดการต่างๆ มีความสอดคล้อง และเป็นไปในแนวทางเดียวกัน
2. เสนอแนะแนวทางในการบริหารจัดการและปรับปรุงกายภาพภายในพื้นที่ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการและแก้ไขประเด็นปัญหาต่าง ๆ ที่ได้จากการศึกษาวิจัย
3. การปรับปรุงและบริหารจัดการ Sukhumvit 33/1 จะต้องส่งผลดีต่อสภาพสังคมและเศรษฐกิจภายในพื้นที่
4. สร้างสภาพแวดล้อมของย่านการค้าที่มีเอกลักษณ์ของความเป็นญี่ปุ่น เพื่อกระตุ้นให้เกิดกลุ่มลูกค้าใหม่ๆ เข้ามาใช้งานภายในพื้นที่
5. การดำเนินการปรับปรุงและบริหารจัดการ Sukhumvit 33/1 จะต้องคำนึงถึงความต้องการของลูกค้าที่ใช้งานภายในพื้นที่เป็นหลัก
6. การบริหารจัดการ Sukhumvit 33/1 จะต้องส่งผลดีต่อผู้ใช้งานทุกฝ่าย ทั้งลูกค้าและผู้ประกอบการ

## 5.4 RECOGNIZING OUR PROBLEMS (วิเคราะห์ปัญหาภายในพื้นที่)

### 5.4.1 Sukhumvit 33/1 ขาดวิสัยทัศน์ในการพัฒนา

สืบเนื่องมาจากผู้ประกอบการร้านค้าภายในสุขุมวิท 33/1 มิได้มีการรวมตัวจัดตั้งกันเป็นสมาคมหรือนิติบุคคลภายในพื้นที่ ส่งผลให้ภายในพื้นที่ขาดวิสัยทัศน์ พันธกิจ ค่านิยม ขององค์กรในการพัฒนาหรือปรับปรุงพื้นที่ให้เป็นไปในแนวทางเดียวกัน

### 5.4.2 Sukhumvit 33/1 ในปัจจุบันขาดการบริหารจัดการภายในพื้นที่

สืบเนื่องมาจากพื้นที่สุขุมวิท 33/1 มิได้เป็นย่านการค้าที่เกิดจากการออกแบบ ส่งผลให้กายภาพภายในพื้นที่ขาดการบริหารจัดการและขาดการปรับปรุง ทำให้เกิดความเสื่อมโทรม

และประเด็นปัญหาต่างๆ ภายในพื้นที่ที่ไม่ตอบสนองต่อกลุ่มลูกค้าที่เข้ามาใช้งานไม่ได้รับการปรับปรุงแก้ไข

#### 5.4.3 Sukhumvit 33/1 ขาดเอกลักษณ์ของความเป็นชุมชนญี่ปุ่น

จากสองประเด็นปัญหาข้างต้นที่กล่าวถึงการขาดวิสัยทัศน์ในการพัฒนาพื้นที่ และขาดการบริหารจัดการที่ดี ส่งผลให้ Sukhumvit 33/1 ขาดเอกลักษณ์ทางการออกแบบที่แสดงออกถึงเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมญี่ปุ่น ในขณะที่กลุ่มลูกค้าหลักกลุ่มใหญ่ในพื้นที่เป็นชาวญี่ปุ่นทั้งสิ้น

### 5.5 STRATEGY TO SOLVING OUR PROBLEMS (กลยุทธ์ในการแก้ปัญหา)

#### 5.5.1 Focus the vision

มุ่งเน้นไปที่วิสัยทัศน์ในการพัฒนาและปรับปรุงพื้นที่ โดยการบริหารจัดการและปรับปรุงพื้นที่ Sukhumvit 33/1 จะต้องมุ่งไปสู่วัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้ คือ

1. Sukhumvit 33/1 ตั้งเป้าหมายในอนาคตที่จะเป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวแห่งใหม่บนถนนสุขุมวิท โดยเน้นถึงความมีเอกลักษณ์ของย่านการค้าลักษณะเปิดโล่งที่แสดงถึงวัฒนธรรมญี่ปุ่น

2. การดำเนินการปรับปรุงและบริหารจัดการ Sukhumvit 33/1 จะต้องตอบสนองต่อผู้ใช้งานทุกกลุ่มภายในพื้นที่ และไม่ส่งผลกระทบต่อพื้นที่โดยรอบ

#### 5.5.2 นำทฤษฎีด้านการบริหารจัดการและการออกแบบย่านการค้า มาใช้ในการบริหารจัดการและปรับปรุงพื้นที่

โดยประกอบไปด้วยทฤษฎีที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้ คือ

1. ทฤษฎีการบริหารจัดการทรัพยากรกายภาพ (Facility Management)  
2. ทฤษฎีการออกแบบพื้นที่ชุมชนย่านการค้า (Neighborhood Shopping Street)

3. ทฤษฎีการออกแบบเพื่อมวลชน (Universal Design)

4. พฤติกรรมการใช้งานพื้นที่ ของผู้ใช้งานแต่ละประเภท

#### 5.5.3 ออกแบบและปรับปรุงพื้นที่ Sukhumvit 33/1 โดยคำนึงถึงเอกลักษณ์ความเป็นญี่ปุ่น

การออกแบบและบริหารจัดการพื้นที่ภายใน Sukhumvit 33/1 จะต้องคำนึงถึงการแสดงออกถึงเอกลักษณ์ของความเป็นย่านชุมชนญี่ปุ่น โดยการควบคุมรูปแบบของสถาปัตยกรรมภายในพื้นที่ไปในแนวทางเดียวกัน เป็นการเสริมลักษณะของย่านให้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น โดยใช้

การควบคุมรูปแบบของสถาปัตยกรรม (ความสูง, สีสีนและวัสดุที่ใช้) ควบคุมความหนาแน่น (FAR, ระยะถอยร่น) ควบคุมรูปแบบของป้ายและสิ่งก่อสร้างอื่น ๆ

## 5.6 แนวทางการบริหารจัดการและปรับปรุงทรัพยากรกายภาพภายในพื้นที่สุขุมวิท 33/1

แนวทางการบริหารจัดการและปรับปรุงทรัพยากรกายภาพภายในพื้นที่สุขุมวิท 33/1 ประกอบไปด้วยประเด็นปัญหาต่าง ๆ ที่ได้จากการเก็บข้อมูลสภาพทางกายภาพของพื้นที่ในปัจจุบัน และวิเคราะห์แบบสัมพันธ์แบบสอบถามผู้ใช้งานแต่ละกลุ่มภายในพื้นที่ โดยสามารถจำแนกในแต่ละประเด็นที่ควรได้รับการบริหารจัดการและปรับปรุงได้ ดังนี้ 1) จัดตั้งนิติบุคคลสุขุมวิท 33/1 เพื่อให้การปรับปรุงในด้านต่างๆ เป็นไปในแนวทางเดียวกัน 2) ปรับปรุงและแก้ไขปัญหาทางเท้าภายในพื้นที่ 3) แนวทางการปรับปรุงและแก้ไขปัญหาคอมมูนิตี้อาศัยในพื้นที่ และการบริหารจัดการระยะเวลาการเข้าออกของรถยนต์ภายในซอยสุขุมวิท 33/1 4) ปรับปรุงการขนส่งสินค้าและการขนถ่ายขยะมูลฝอยภายในพื้นที่ 5) เสนอแนะแนวทางการปรับปรุงการใช้งานพื้นที่ในอาคารพาณิชย์ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

### 5.6.1 แนวทางการจัดตั้งนิติบุคคลภายในสุขุมวิท 33/1 ให้สอดคล้องกับศักยภาพของพื้นที่

จากการศึกษาพื้นที่สุขุมวิท 33/1 พบว่าเป็นพื้นที่ประกอบไปด้วยกลุ่มธุรกิจหลากหลายประเภท โดยมุ่งเน้นให้บริการกับลูกค้าชาวญี่ปุ่นในกรุงเทพมหานครฯ เช่น ร้านอาหารญี่ปุ่น ร้านนวดสปา บาร์ ร้านหนังสือ และร้านเบเกอรี่ โดยธุรกิจร้านค้าที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในพื้นที่คือ UFM Fuji super ทำให้พื้นที่สุขุมวิท 33/1 มีการใช้งานเกือบตลอดทั้งวัน

การมีกลุ่มธุรกิจรวมตัวกันภายในพื้นที่ที่สามารถเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของพื้นที่ได้ตามแนวคิดของเพเรียส และโซลิมีน ได้กล่าวถึงการตั้งอยู่ใกล้กันของกลุ่มธุรกิจแต่ละประเภท ช่วยให้ค่าดำเนินการต่าง ๆ ลดลงได้ โดยเฉพาะภาคธุรกิจที่มีความเกี่ยวข้องกัน ทำให้สามารถลดระยะทางและค่าใช้จ่ายในการขนส่ง (Preissl, Solimene, 2003) โดยกลุ่มผู้ประกอบการภายในสุขุมวิท 33/1 มีศักยภาพในการรวมตัวกันเพื่อก่อให้เกิดข้อได้เปรียบทางการบริหารจัดการในภาคธุรกิจตามแนวคิดคลัสเตอร์

พื้นที่สุขุมวิท 33/1 ในปัจจุบันไม่ได้รับการพัฒนาอย่างจริงจังเนื่องจากขาดการบริหารจัดการภายในพื้นที่ การจัดตั้งกลุ่มนิติบุคคลของผู้ประกอบการภายในพื้นที่จะช่วยให้การบริหารจัดการและปรับปรุงพื้นที่สุขุมวิท 33/1 เป็นไปในแนวทางเดียวกัน อันจะช่วยส่งเสริมให้เกิด

จินตภาพของย่านการค้าที่มีเอกลักษณ์ความเป็นญี่ปุ่น เป็นการเสริมลักษณะของย่านให้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้นโดยใช้การควบคุมรูปแบบของสถาปัตยกรรม (ความสูง, สีสັນและวัสดุที่ใช้) ควบคุมความหนาแน่น (FAR, ระยะถอยร่น) ควบคุมรูปแบบของป้ายและสิ่งก่อสร้างอื่น ๆ

### 5.6.2 แนวทางการปรับปรุงและแก้ไขปัญหาทางเท้าภายในพื้นที่

ปัญหาทางเท้าที่เกิดขึ้นภายในพื้นที่สุขุมวิท 33/1 ประกอบด้วย 2 ประเด็นด้วยกัน ประเด็นแรกเป็นผลสืบเนื่องมาจากในปัจจุบันพื้นที่ได้มีการแยกระหว่างทางเดินเท้าและทางจราจรรถยนต์ออกจากกัน ส่งผลให้ผู้ที่ใช้เข้าไปใช้งานในพื้นที่ต้องเดินบนถนนที่เป็นทางสัญจรรถยนต์ ซึ่งนอกจากจะไม่สะดวกแล้วยังอาจก่อให้เกิดอันตรายต่อผู้ใช้งานได้อีกด้วย ประเด็นที่สองทางเท้าภายในซอยสุขุมวิท 33/1 มิได้มีการออกแบบทางเดินที่มีหลังคาคลุม (Covered Footway) ส่งผลให้เกิดความไม่สะดวกในการเดินทางมาใช้บริการในวันที่มีฝนตก

โดย Kevin Lynch. (อ้างใน สมพล ดำรงเสถียร, ไม่ปรากฏปี) ได้กล่าวถึง การบูรณะฟื้นฟู (Redevelopment) ย่านการค้าในเชิงพาณิชย์ ควรมีการแยกการสัญจรของคนที่เดินเท้ากับการสัญจร ของรถยนต์ ออกจากกัน และจัดพื้นที่ให้เพียงพอสำหรับคนเดินเท้าด้วย ซึ่งเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่งในร้านค้า ประกอบกับทางเดินที่มีหลังคาคลุม (Covered Footway) โดยควรจัดทางเดินให้กว้างเพียงพอไม่แคบจนเกินไป และสามารถกำบังแดด ลม ฝน ได้พร้อม ๆ กัน

ดังนั้นหลักการจัดทางเดินในโครงการที่ทำให้ผู้มาใช้งานมีความรู้สึกร่มรื่นและปลอดภัย สามารถแยกการจัดการได้ดังนี้ คือ

1. การแยกทางเท้าและทางสัญจรรถยนต์ออกจากกันเพื่อความปลอดภัยของผู้ใช้งาน
2. การทำหลังคาคลุม Covered way ตามขนาดของทางเท้าโดยมีเสาให้สั้นที่สุด
3. การทำทางเดินแบบอาเขตบริเวณด้านหน้าอาคารหรือให้ทางเดินลอดใต้อาคาร โดยชั้นบนของอาคารใช้เป็นที่พักอาศัยหรือให้เช่าก็ได้
4. ออกแบบทางเดินที่มีหลังคาคลุม (Covered Footway) โดยคำนึงถึงจินตภาพของความเป็นย่านญี่ปุ่น และให้สอดคล้องกับบริบทของพื้นที่สุขุมวิท 33/1



ภาพที่ 5.1 ทางเดินหลังคาคลุมที่มีเอกลักษณ์ความเป็นญี่ปุ่น,  
จาก <http://4travel.jp/travelogue/10865606>, 2557.

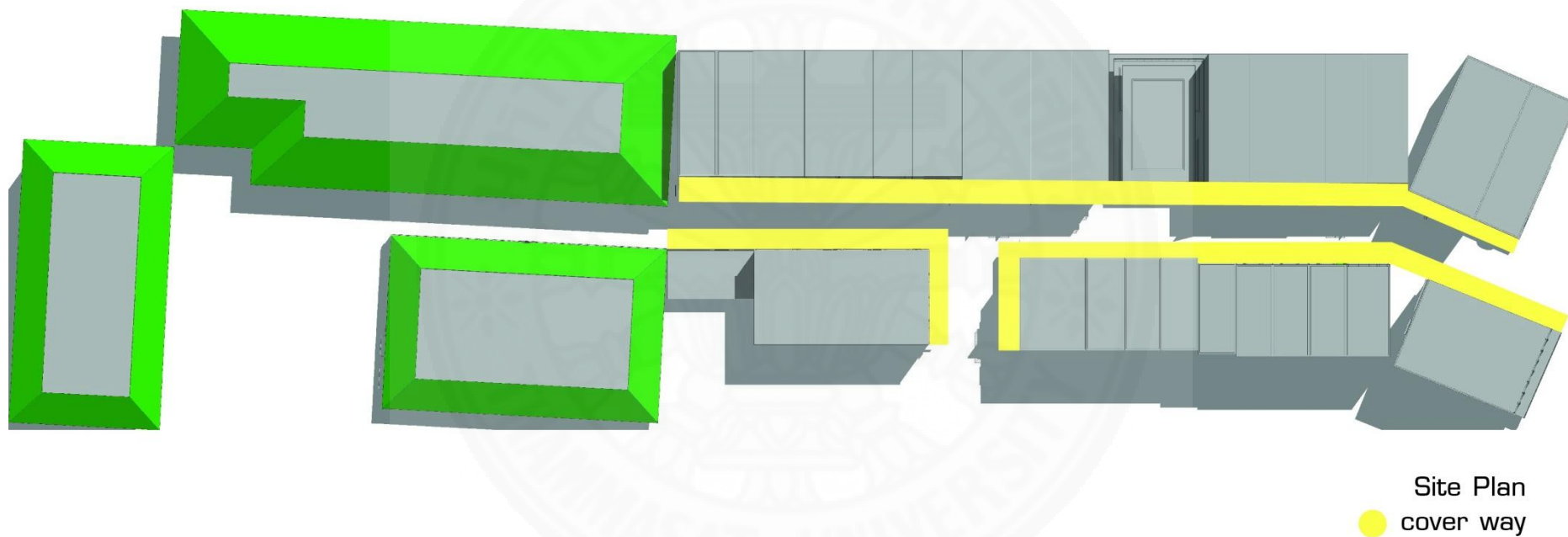




3D section

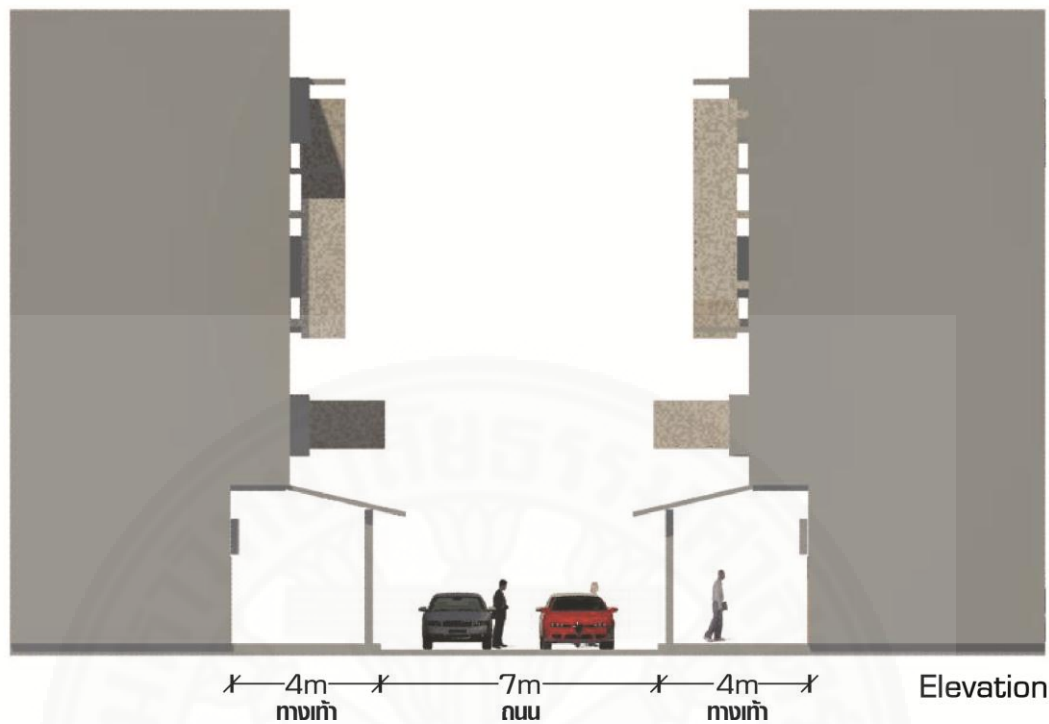
ภาพที่ 5.2 ภาพจำลอง 3 มิติ แสดงแนวทางการออกแบบทางเดินหลังคาคลุมภายในพื้นที่สุขุมวิท 33/1, โดย ผู้วิจัย, 2557.

โดยผู้วิจัยเสนอแนะให้มีการออกแบบทางเดินที่มีหลังคาคลุม (Covered Footway) การออกแบบจะต้องคำนึงถึงจินตภาพของความเป็นย่านญี่ปุ่น และให้สอดคล้องกับบริบทของพื้นที่สุขุมวิท 33/1 ทำทางเดินแบบอาเขตบริเวณด้านหน้าอาคารหรือให้ทางเดินลอดใต้อาคาร โดยชั้นบนของอาคารใช้เป็นที่พักอาศัยหรือให้เช่าก็ได้



ภาพที่ 5.3 ภาพแสดงแนวทางการออกแบบทางเดินหลังคาคลุมภายในพื้นที่สุขุมวิท 33/1, โดย ผู้วิจัย, 2557.





ภาพที่ 5.4 ภาพแสดงแนวทางการแยกทางเท้าและทางสัญจรรถยนต์ออกจากกัน, โดย ผู้วิจัย, 2557.

โดยผู้วิจัยเสนอแนะให้มีการแยกทางเท้าและทางสัญจรภายในซอยสุขุมวิท 33/1 ออกจากกัน โดยออกแบบทางเท้าที่มีหลังคาคลุมให้มีความกว้าง 4 เมตร เพื่อเพียงพอต่อการเดินสวนทางกัน และเว้นระยะถนนไว้ 7 เมตร ซึ่งเป็นระยะที่เพียงพอต่อรถยนต์ 2 คัน

### 5.6.3 แนวทางการปรับปรุงและแก้ไขปัญหาความแออัดภายในพื้นที่ และการบริหารจัดการระยะเวลาการเข้าออกของรถยนต์ภายในซอยสุขุมวิท 33/1

เนื่องจากปัจจุบันในซอยสุขุมวิท 33/1 ได้เปิดให้รถยนต์ผ่านเข้าไปใช้งานได้ตลอด 24 ชั่วโมง และเนื่องด้วยซอยมีลักษณะแคบ ประกอบกับมิได้มีการแบ่งแยกระหว่างทางเดินเท้ากับทางสัญจรรถยนต์ ส่งผลให้เกิดปัญหาความแออัดในพื้นที่ โดยเฉพาะในวันที่มีรถเข้าไปใช้บริการเป็นจำนวนมาก คือ ศุกร์ เสาร์ และอาทิตย์ ในช่วงระยะเวลาหลังเลิกงาน ส่งผลให้เกิดปัญหาในส่วนของการจราจร

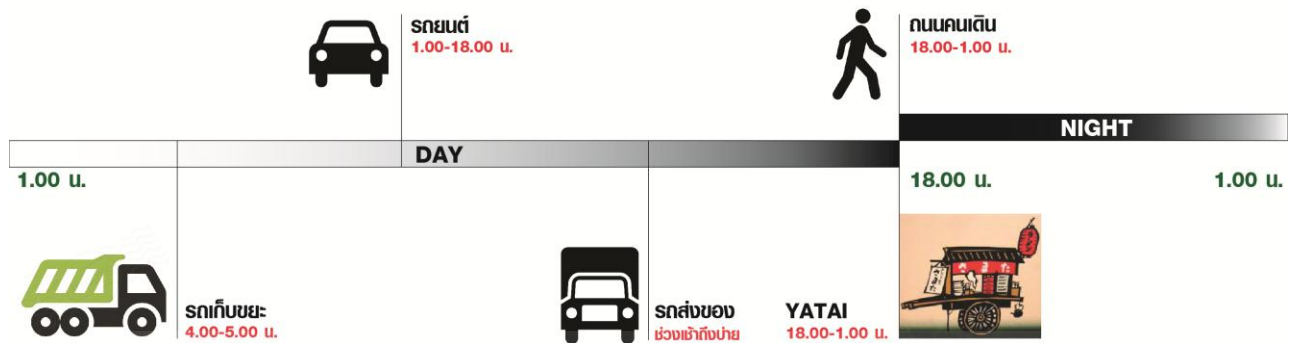
จากประเด็นปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีแนวความคิดในการบริหารจัดการระยะเวลาการเข้าออกของรถยนต์ในพื้นที่ในวันที่มีรถเข้าไปใช้บริการเป็นจำนวนมาก คือ ศุกร์ เสาร์ และอาทิตย์ โดยให้รถยนต์ผ่านเข้าออกในซอยสุขุมวิท 33/1 ได้เฉพาะในเวลา 1.00 - 18.00 น. เพื่อลดความแออัดภายในพื้นที่ในช่วงเวลาหลังเลิกงาน และเปิดเป็นถนนคนเดินในช่วงเวลา 18.00 - 1.00 น. โดยในบริเวณพื้นที่ที่เป็นถนนเดิม ให้จัดเป็นพื้นที่เปิดบริการของร้านบะหมี่เคลื่อนที่สไตล์ญี่ปุ่น (Yatai) เพื่อให้บริการกับกลุ่มลูกค้าชาวญี่ปุ่นหลังเลิกงาน

#### ตารางที่ 5.2

ตารางแสดงวันที่มีการเปิด-ปิดถนนภายในซอย

	1.00 AM - 18.00 PM	18.00 PM - 1.00 AM
<b>วัน</b>	เปิดใช้งานปกติ	เปิดใช้งานปกติ
<b>จันทร์</b>	เปิดใช้งานปกติ	เปิดใช้งานปกติ
<b>อังคาร</b>	เปิดใช้งานปกติ	เปิดใช้งานปกติ
<b>พุธ</b>	เปิดใช้งานปกติ	เปิดใช้งานปกติ
<b>พฤหัสบดี</b>	เปิดใช้งานปกติ	เปิดใช้งานปกติ
<b>ศุกร์</b>	เปิดใช้งานปกติ	ปิดเป็นถนนคนเดิน
<b>เสาร์</b>	เปิดใช้งานปกติ	ปิดเป็นถนนคนเดิน
<b>อาทิตย์</b>	เปิดใช้งานปกติ	ปิดเป็นถนนคนเดิน

หมายเหตุ. โดย ผู้วิจัย, 2556.



ภาพที่ 5.5 Timeline การใช้งานซอยสุขุมวิท 33/1 ในวันที่มีการปิดถนน, โดย ผู้วิจัย, 2557.

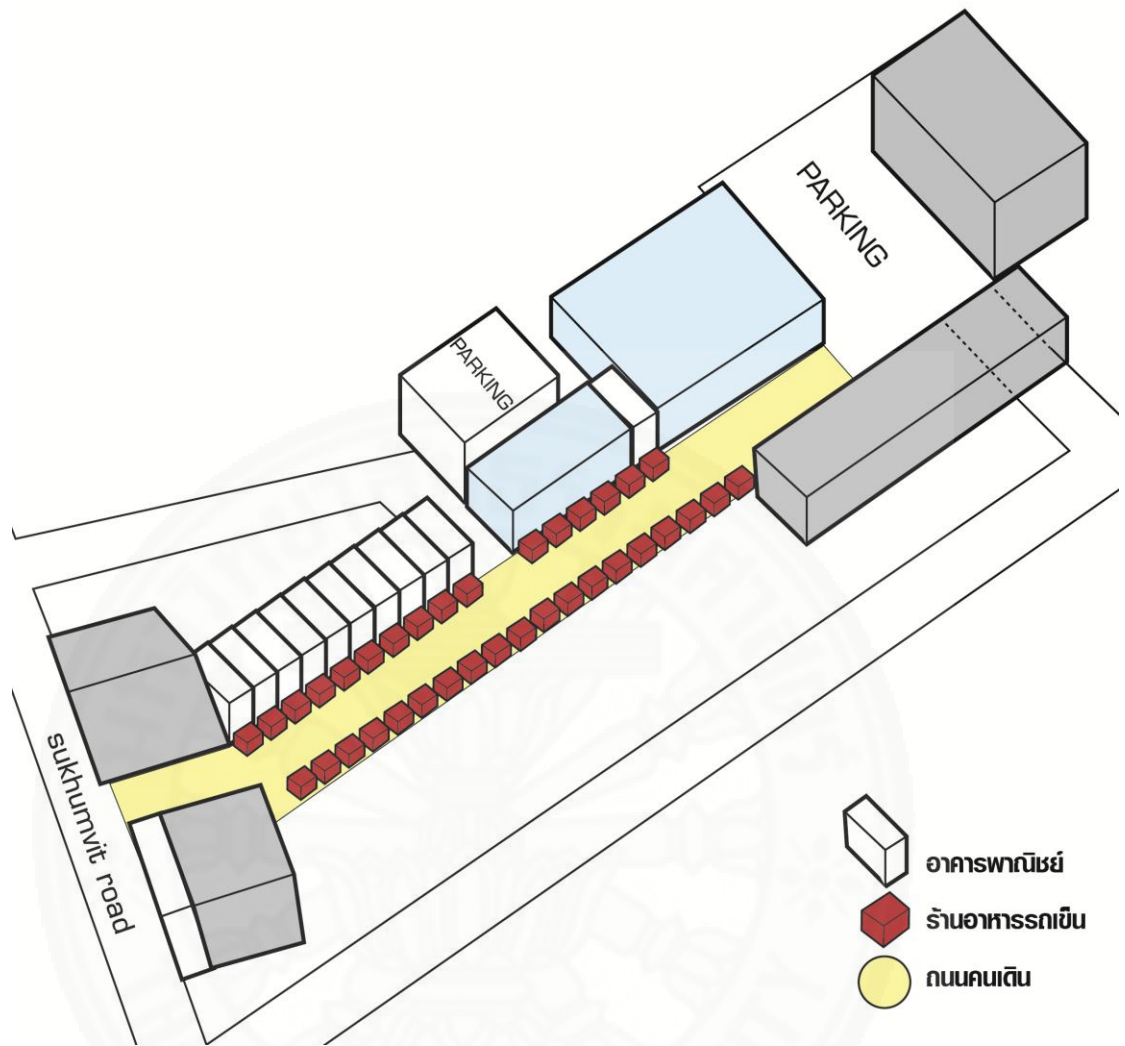


ภาพที่ 5.6 ภาพร้านอาหารรถเข็น Yatai ในจังหวัดฟูกูโอกะประเทศญี่ปุ่น,  
จาก <http://adamliaw.com/wp-content/uploads/2013/05/Yatai-1-of-1.jpg>, 2557.



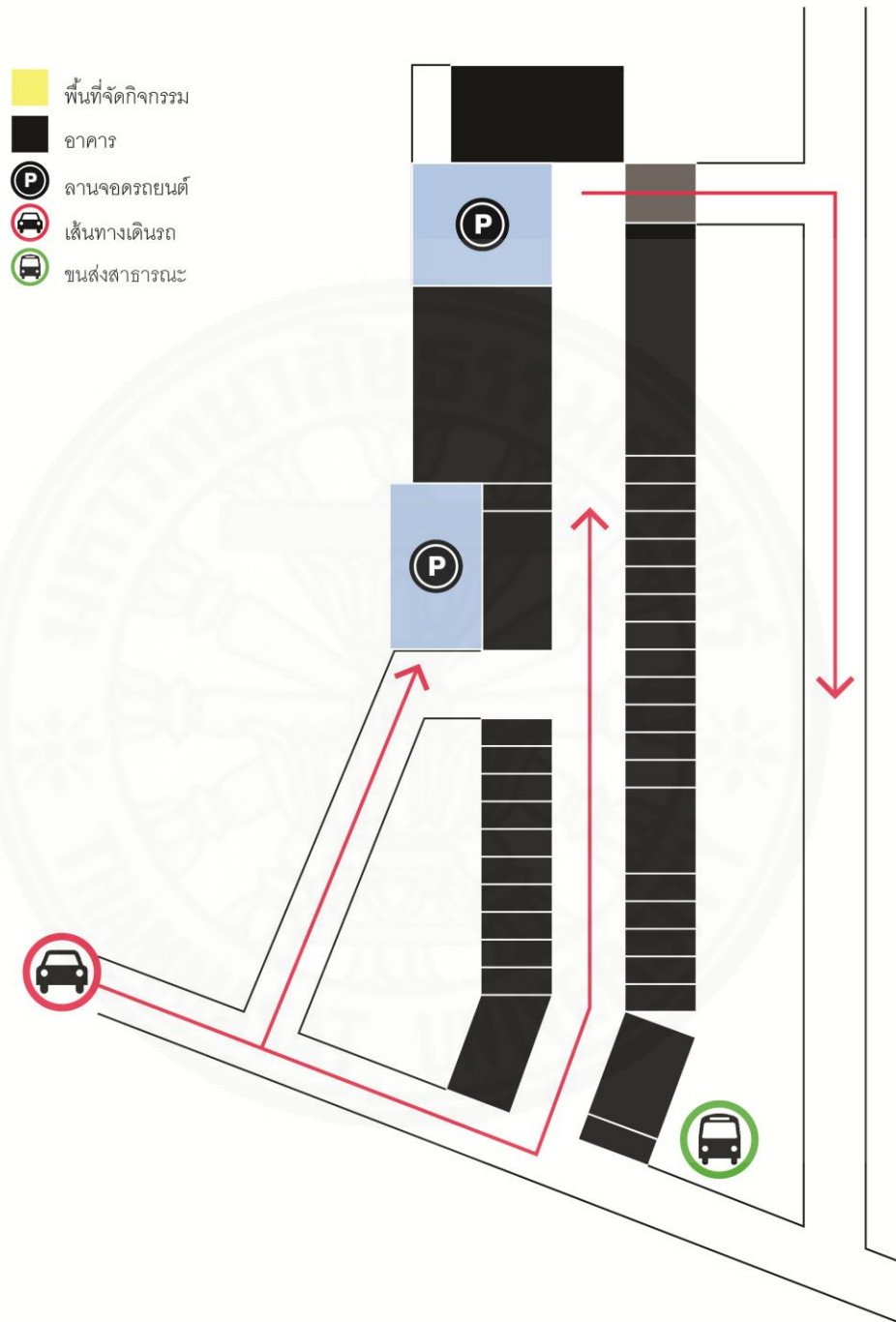
ภาพที่ 5.7 ภาพจำลองการทำงานใช้พื้นที่ในช่วงที่มีการปิดถนน, โดย ผู้วิจัย, 2557.

โดย Yatai หรือแผงขายอาหารกลางคืน (Food stalls) นั้นเริ่มมีมาตั้งแต่ช่วงยุคเอโดะ และได้รับความนิยมจนแพร่หลายในยุคเมจิ โดยพื้นฐานแล้ว Yatai จะเป็นรถเข็นไม้ มีล้อสองล้อ สามารถจัดเก็บได้สะดวก และเจ้าของร้านก็จะยืนทำอาหารให้ลูกค้าที่นั่งอยู่ด้านหน้า เป็นลักษณะคล้าย ๆ บาร์ มีเมนูอาหารหลากหลายชนิดขายในแต่ละร้าน เช่น ราเม็ง อุด้ง ยากิโซบะ ทาโกะยากิ เป็นต้น โดยร้านอาหารรถเข็นในลักษณะนี้นั้น มีความแตกต่างกับร้านอาหารญี่ปุ่นโดยทั่วไป สืบเนื่องจากขนาดของร้านที่มีขนาดเล็ก ส่งผลให้นอกจากลูกค้าที่มาใช้บริการจะมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าด้วยกันเองแล้ว ยังมีปฏิสัมพันธ์กับเจ้าของร้านอีกด้วย โดยจากการศึกษาพบว่าคนญี่ปุ่นที่มาใช้บริการร้านอาหารรถเข็นในลักษณะ Yatai นี้ จะมีร้านประจำอันเนื่องมาจากความสัมพันธ์ระหว่างตัวลูกค้าและเจ้าของร้านเอง แสดงให้เห็นถึงความผูกพันระหว่างคนที่มาใช้บริการกับพื้นที่นั้น ๆ

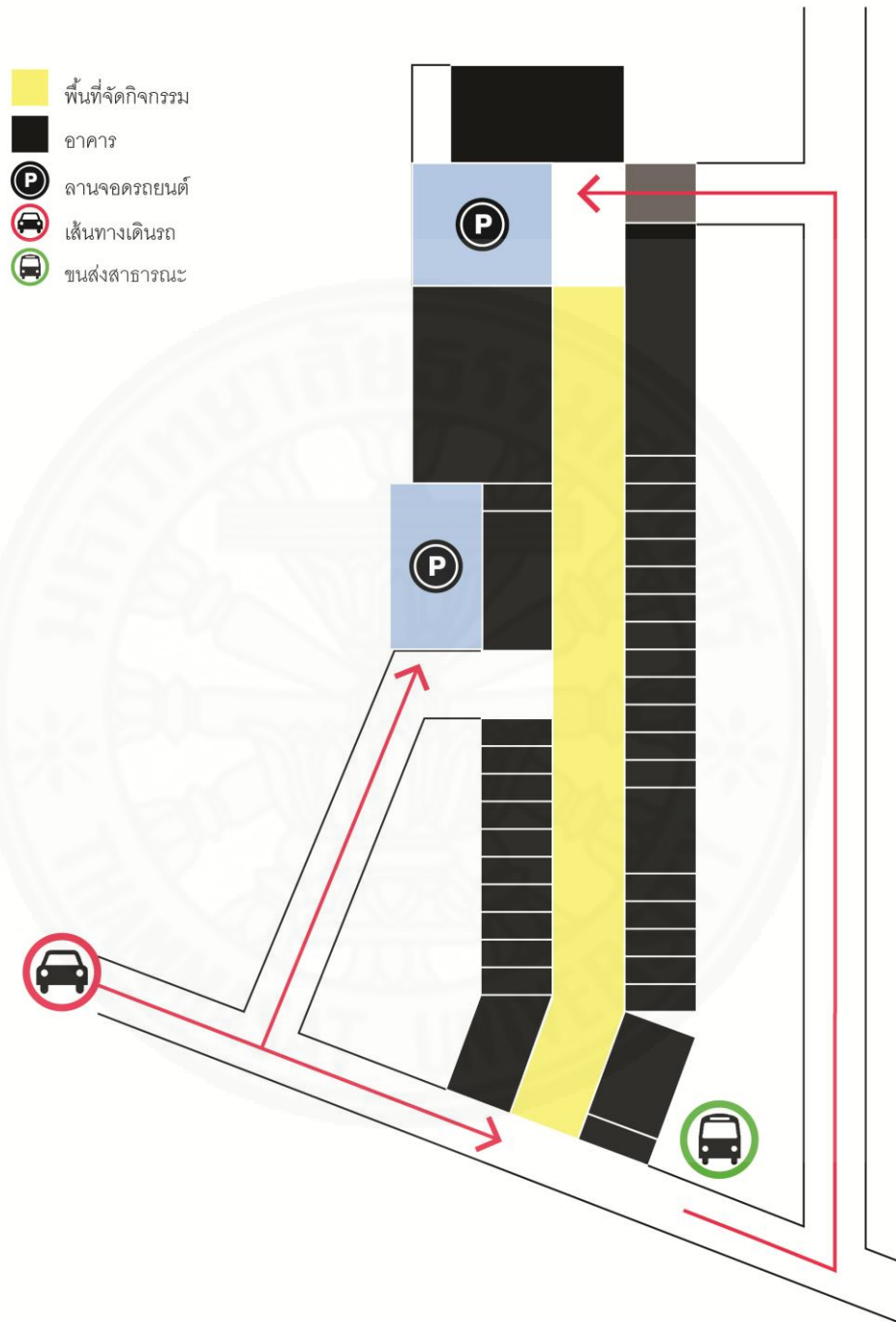


ภาพที่ 5.8 ภาพแสดงการจัดวางร้านค้าในช่วงที่มีการปิดถนน, โดย ผู้วิจัย, 2557.





ภาพที่ 5.9 ภาพแสดงการสัญจรรถยนต์ภายในพื้นที่ในช่วงเวลาปกติ, โดย ผู้วิจัย, 2557.



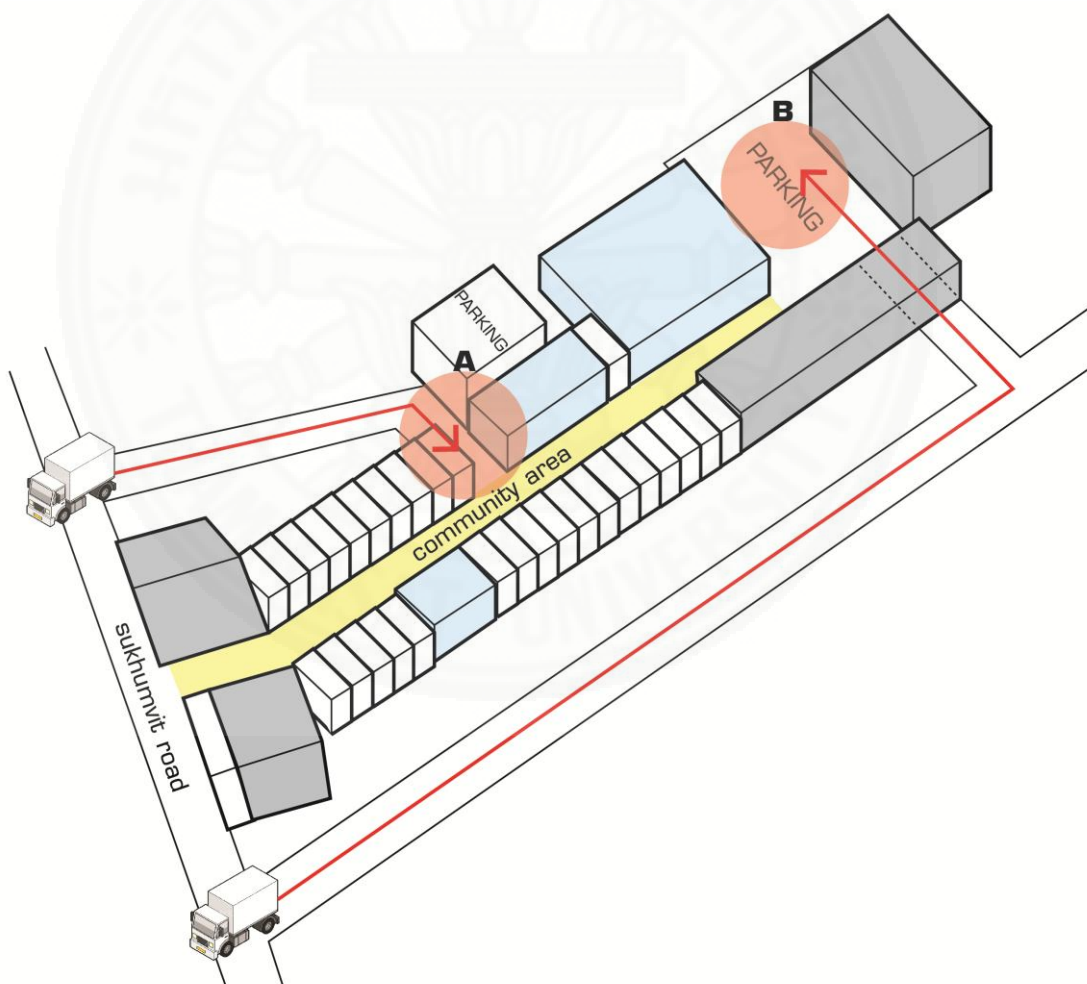
ภาพที่ 5.10 ภาพแสดงการสัญจรรถยนต์ภายในพื้นที่ในช่วงเวลาที่มีการปิดเป็นถนนคนเดิน, โดยผู้วิจัย, 2557.



## 5.6.4 แนวทางการปรับปรุงการขนส่งสินค้าและการขนถ่ายขยะมูลฝอยภายในพื้นที่

### 5.6.4.1 แนวทางการปรับปรุงการขนส่งสินค้าในพื้นที่

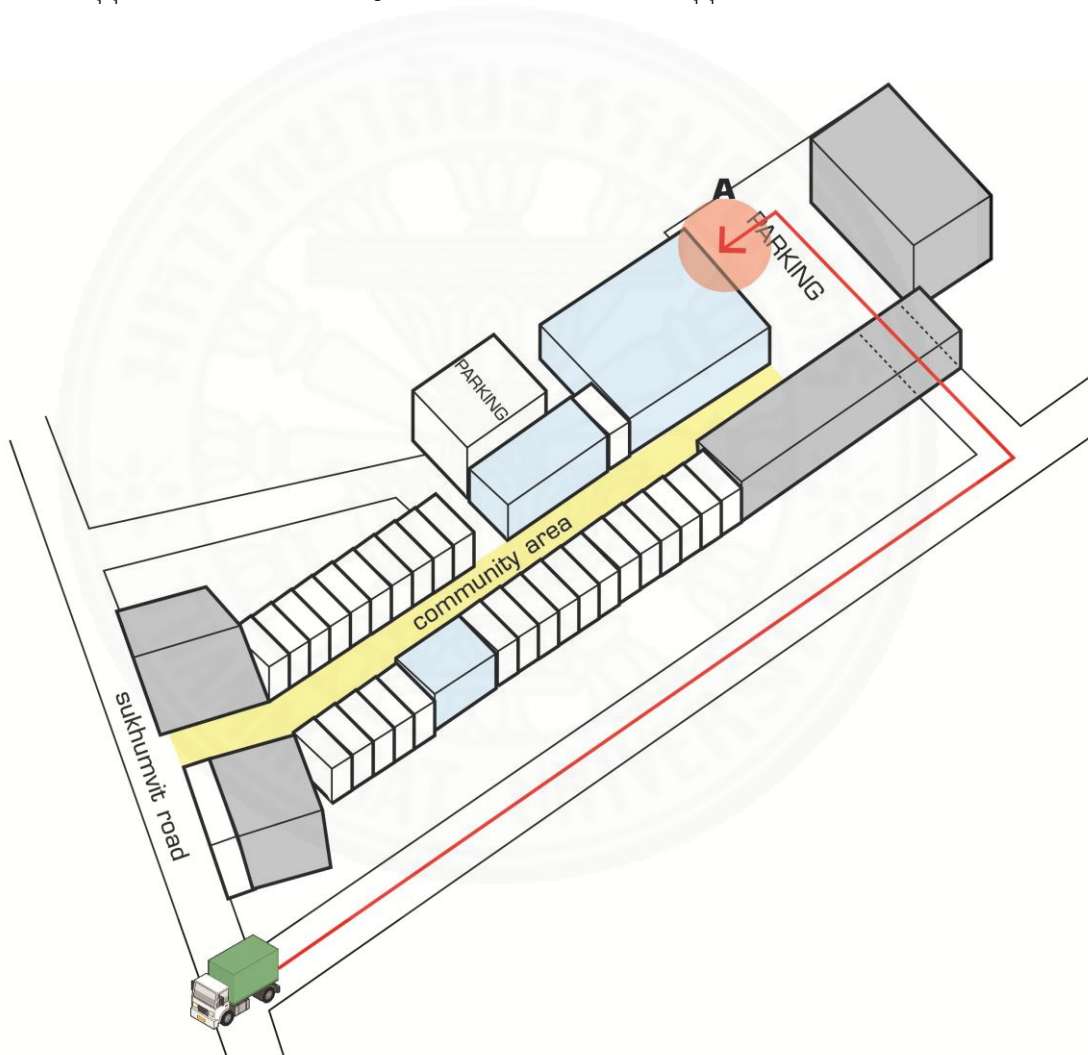
จากการเก็บข้อมูล พบว่าภายในซอย สุขุมวิท 33/1 มีจุดจอดรถสำหรับขนส่งสินค้าภายในพื้นที่ 3 จุดด้วยกัน คือ 1) บริเวณปากทางเข้าซอย สุขุมวิท 33/1 2) บริเวณ 3 แยกภายในซอย 3) บริเวณที่จอดรถด้านหลัง UFM Fuji Super ซึ่งจุดขนส่งสินค้าบริเวณปากทางเข้าซอยนั้น มีผลทำให้การจราจรภายในพื้นที่ติดขัดได้ ผู้วิจัยจึงเสนอแนะให้ปรับลดจุดขนส่งสินค้าภายในพื้นที่ให้เหลือเพียง 2 จุด คือ 1) บริเวณ 3 แยกภายในซอย 2) บริเวณที่จอดรถด้านหลัง UFM Fuji Super โดยในจุดที่ 1 ให้รถขนส่งสินค้าเดินทางเข้ามาทางซอยสุขุมวิท 33 และในจุดที่ 2 ให้รถขนส่งสินค้าเดินทางเข้ามาทางซอยสุขุมวิท 35 ทั้งนี้เพื่อลดปัญหาการจราจร และเปิดใช้งานเป็นถนนคนเดินได้



ภาพที่ 5.11 ภาพแสดงแนวทางการปรับปรุงการขนส่งสินค้าในพื้นที่, โดย ผู้วิจัย, 2557.

#### 5.6.4.2 แนวทางการปรับปรุงการขนถ่ายขยะมูลฝอยในพื้นที่

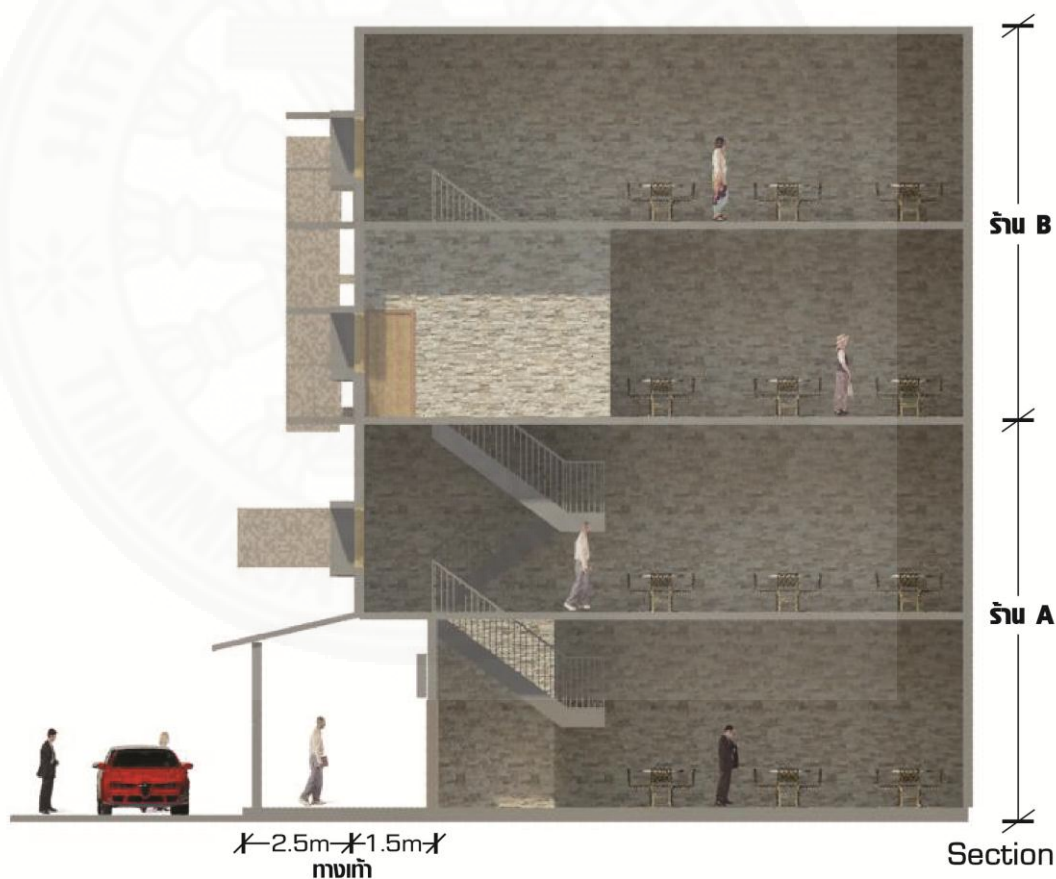
จากการเก็บข้อมูล พบว่าภายในซอยสุขุมวิท 33/1 มีวันที่มีการขนถ่ายขยะมูลฝอยภายในพื้นที่ 3 วันด้วยกัน คือ วันจันทร์ วันพุธ และวันศุกร์ โดยในปัจจุบัน พบว่าไม่ได้มีการจัดเก็บรวบรวมขยะมูลฝอยอย่างถูกสุขลักษณะ ส่งผลให้เกิดปัญหาความสกปรกและกลิ่นเหม็นภายในพื้นที่ได้ ผู้วิจัยจึงเสนอแนะให้ร้านค้าภายในพื้นที่ที่มีการจัดเก็บรวบรวมขยะไว้ในบริเวณเดียวกัน คือที่จอดรถทางด้านหลังบริเวณ UFM Fuji Super โดยให้รถเก็บขยะเดินทางเข้ามาเก็บขยะมูลฝอยผ่านทางซอยสุขุมวิท 35 ทั้งนี้เพื่อลดปัญหาความสกปรกภายในซอยสุขุมวิท 33/1



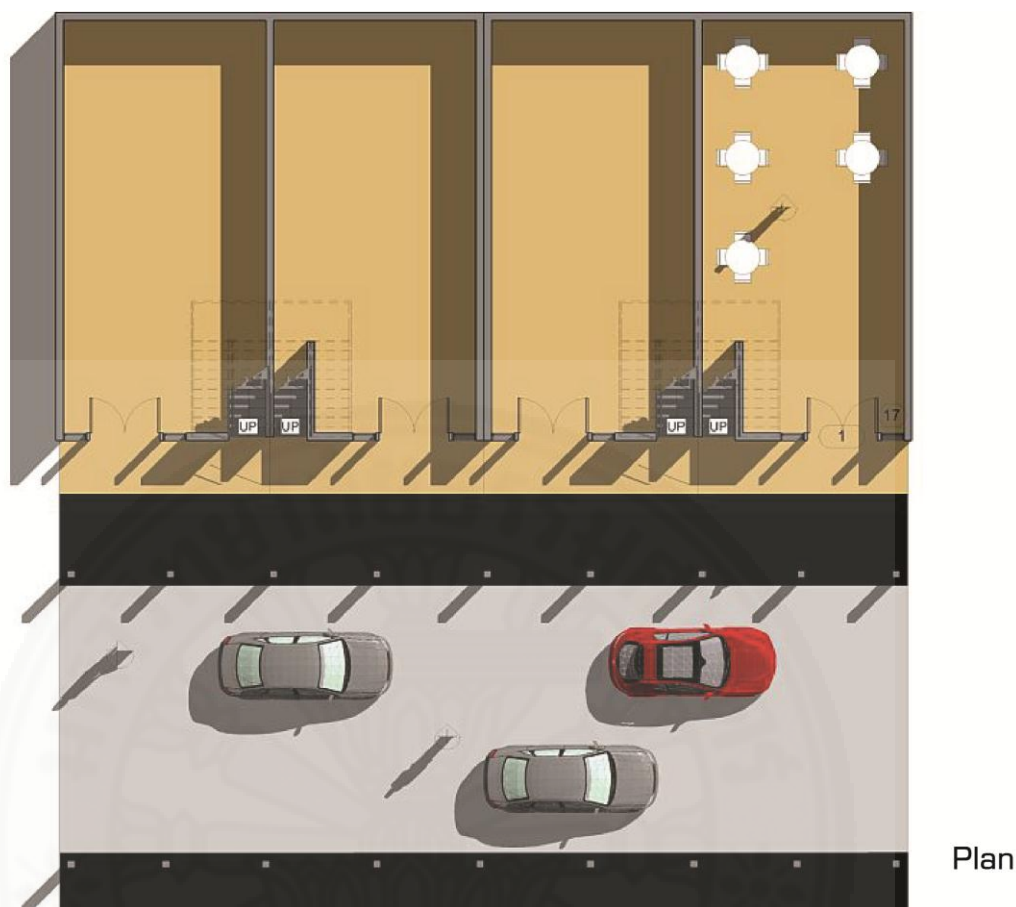
ภาพที่ 5.12 ภาพแสดงแนวทางการปรับปรุงการขนถ่ายขยะมูลฝอยในพื้นที่, โดย ผู้วิจัย, 2557.

### 5.6.5 เสนอแนะแนวทางการปรับปรุงการใช้งานพื้นที่ในอาคารพาณิชย์ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

จากการเก็บข้อมูล พบว่าภายในซอยสุขุมวิท 33/1 ประกอบด้วยอาคารพาณิชย์ 4 ชั้น จำนวนทั้งสิ้น 27 คูหา โดยสามารถจำแนกรูปแบบการใช้งานอาคารพาณิชย์ได้ 3 ประเภท คือ 1) ใช้เพื่อประกอบธุรกิจ 2) ใช้เพื่อพักอาศัย 3) ใช้เพื่อเก็บสินค้า โดยในปัจจุบันอาคารพาณิชย์ในพื้นที่ใช้เพื่อประกอบธุรกิจเพียงแค่ 60% เท่านั้น เป็นผลมาจากการออกแบบอาคารพาณิชย์ที่มีการจัดวางบันไดไว้ภายในร้าน ทำให้การแบ่งพื้นที่เช่าในแต่ละชั้นเป็นไปได้ยาก ผู้วิจัยจึงเสนอแนะให้อาคารพาณิชย์ในพื้นที่ที่มีการจัดวางบันไดทางขึ้นใหม่ทางด้านหน้า เพื่อให้อาคารพาณิชย์สามารถแบ่งเช่าพื้นที่ในแต่ละชั้นได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น



ภาพที่ 5.13 รูปตัดแสดงแนวทางการปรับปรุงอาคารพาณิชย์, โดย ผู้วิจัย, 2557.



ภาพที่ 5.14 แบบแปลนแสดงแนวทางการปรับปรุงอาคารพาณิชย์, โดย ผู้วิจัย, 2557.

### 5.7 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

งานวิจัยเรื่อง “แนวทางการบริหารจัดการทรัพยากรกายภาพของชุมชนชาวญี่ปุ่น: กรณีศึกษา สุขุมวิท 33/1” มีข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต ดังนี้

1. นำแนวทางการบริหารจัดการทรัพยากรกายภาพในระดับของพื้นที่ชุมชนย่านการค้า ไปใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ในการพัฒนาพื้นที่อื่นๆ ที่มีลักษณะใกล้เคียงกันในกรุงเทพมหานคร เช่น ชุมชนชาวเกาหลี ชุมชนชาวจีน หรือชุมชนอื่นๆ ที่อาจเกิดขึ้นได้ในอนาคต
2. สามารถนำวิธีการศึกษาวิจัยและการเก็บข้อมูลที่ได้จากงานวิจัยชิ้นนี้ นำไปใช้เป็นแนวทางในการศึกษาและเก็บข้อมูลกับชุมชนชาวต่างชาติอื่นๆ ที่มีลักษณะเฉพาะในกรุงเทพมหานคร เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลในเชิงลึก
3. นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาไปเป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงทรัพยากรกายภาพภายในพื้นที่สุขุมวิท 33/1 อย่างมีประสิทธิภาพ

## รายการอ้างอิง

### หนังสือและบทความในหนังสือ

- บัณฑิต จุลาสัย และ เสริชย์ โชติพานิช .(2547) .*การบริหารทรัพยากรกายภาพ:กรุงเทพฯ* .  
สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ขุนทอง อินทร์ไทย. (2535). *ผลการสำรวจชีวิตความเป็นอยู่ของชาวญี่ปุ่นที่พำนักอยู่ในประเทศไทย*.  
กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อรรถจักร์ สัตยานุรักษ์. (2555). *Japanization*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ openbook.
- ดารณี ถวิลพิพัฒน์กุล. (2539). *กระบวนการเป็นเมืองกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคม*. กรุงเทพฯ:  
สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- โตะอิ ทะเกะโอะ. (2538). *อะมะเอะ แก่นแท้จิตใจคนญี่ปุ่น*. กรุงเทพฯ: มูลนิธิโครงการตำรา  
สังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์.
- รหัตร์ โรจนประดิษฐ์. (2554). *การออกแบบชุมชนเมืองในสหราชอาณาจักร*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์  
แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิมลสิทธิ์ ทรยางกูร. (2537). *พฤติกรรมมนุษย์กับสภาพแวดล้อม: มूलฐานทางพฤติกรรมเพื่อการ  
ออกแบบและวางแผน:กรุงเทพฯ* . สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

### บทความวารสาร

- กลุ่มวิจัยเมืองสร้างสรรค์. สถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง. (2551). *Bangkok Creative City  
Skill Mapping*. กรุงเทพฯ: ศูนย์ส่งเสริมการออกแบบ.
- กลุ่มวิจัยเมืองสร้างสรรค์. สถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง. (2553). *สุขุมวิท: ย่านธุรกิจบริการ  
และที่อยู่อาศัยเพื่อรองรับการใช้งานพื้นที่ของชาวต่างชาติกลุ่ม EXPAT*. กรุงเทพฯ: ศูนย์  
ส่งเสริมการออกแบบ.

### วิทยานิพนธ์

- ชนัง ไชยสุต. (2552). *แนวทางการพัฒนาโครงการเช่าพักอาศัยสำหรับครอบครัวชาวญี่ปุ่นในบริเวณ  
ถนนสุขุมวิท กรุงเทพมหานคร*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- อิซาโยะ คิโนซิตะ. (2545). *การย้ายถิ่นฐานของชาวญี่ปุ่นที่พักอาศัยอยู่ในเมืองเชียงใหม่*. เชียงใหม่: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วิรุจน์ สมโสภณ. (2550). *แนวทางการวัดผลการปฏิบัติงานการบริหารทรัพยากรกายภาพ*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อัญชลี ชาติวิวัฒนาการ. (2540). *การปรับปรุงย่านพานิชยกรรมเก่าจังหวัดนครราชสีมา*. กรุงเทพฯ: สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- เชมโฆต ภูประเสริฐ. (2546). *แนวทางการกำหนดสภาพแวดล้อมทางกายภาพของพื้นที่สาธารณะที่มี การปิดล้อมที่ตอบสนองพฤติกรรมและความพึงพอใจของคนในท้องถิ่น: องค์ประกอบที่สร้างความรู้สึกปิดล้อม*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยศิลปากร.

### สื่ออิเล็กทรอนิกส์

- บุญยง ชื่นสุวิมล. (2544). *สถาบันครอบครัวของกลุ่มชาติพันธุ์ในกรุงเทพมหานคร ระบบครอบครัว ญี่ปุ่นกับชุมชนญี่ปุ่นในย่านถนนสุขุมวิท*. สืบค้นจาก <http://www.daito.ac.jp/gakubu/kokusai/language/thai/chapter8.html>
- ปริญญา เจริญบัณฑิต. (2551). *FM (Facilities Management) ทำอะไร*. สืบค้นจาก <http://www.tfma.info/article/01-02.pdf>
- บริษัท ยูเอฟเอ็ม ฟุจิ ซูเปอร์ จำกัด. (2557). *แผนที่ UFM Fuji Super สาขาต่างๆ ใน กรุงเทพมหานคร*. สืบค้นจาก <http://www.ufmfujisuper.com/jp/map.html>

### เอกสารอื่น ๆ

- สำนักบริหารแรงงานต่างด้าว กระทรวงแรงงาน และฝ่ายวิจัย คอลลิเออร์ส อินเตอร์เนชั่นแนล ประเทศไทย. (2555). *จำนวนชาวต่างชาติที่เข้ามาทำงานในกรุงเทพมหานคร ณ ไตรมาสที่ 3 ปี พ.ศ. 2555*. กรุงเทพฯ: กระทรวงแรงงาน.

### Books and Book Articles

- Robert C. Christopher. (1984). *The Japanese Mind*. U.S.A.: Ballantine Books.



- Amos Rapoport. (1990). *The Meaning of the Built Environment: A Nonverbal Communication Approach*. U.S.A.: University of Arizona Press.
- F. Stuart Chapin. (1972). *Research memorandum on social work in the depression*. New York: Arno Press.
- Henry Launce Garnham. (1985). *Maintaining the Spirit of Place: A Process for the Preservation of Town Character*. Arizona: PDA Publishers Corp.
- Kevin Lynch. (1960). *The Image of the City*. Massachusetts: The MIT Press.
- Clare Cooper Marcus and Carolyn Francis. (1990). *People Places: Design Guidelines for Urban Open Space*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Paul D. Spreiregen. (1964). *Urban Design: The Architecture Of Towns And Cities*. U.S.A.: Mcgraw-Hill Inc.
- Richard Hedman. (1985). *Fundamentals of Urban Design*. U.S.A.: APA Planners Press.
- Gerry Johnson, Kevan Scholes and Richard Whittington. (2008). *Exploring Corporate Strategy*. New Jersey: Prentice Hall.
- William W. Fitzhugh and Chisato O. Dubreuil. (1999). *Ainu: Spirit of a Northern People*. U.S.A.: University of Washington Press.

### **Electronic Media**

- Duffy, Bleeker, Alexander and Producers. (1984). *What is FM*. Retrieved from <http://www.eurofm.org/index.php/what-is-fm>
- Wanlaya Patanapiradej. (2002). *The Scope of Facility Management*. Retrieved from <http://www.arch.chula.ac.th/nakhara/files/article/Dy7IL83eICSun13529.pdf>





ภาคผนวก

**ภาคผนวก ก**  
**แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ**

**แบบสัมภาษณ์**

หัวข้อวิจัย “แนวทางการบริหารจัดการทรัพยากรกายภาพชุมชนชาวญี่ปุ่น กรณีศึกษา สุขุมวิท 33/1”

ส่วนที่ 1: ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับผู้ใช้งานอาคารและสถานที่ในบริเวณซอยสุขุมวิท 33/1

**คำชี้แจง** โปรดทำเครื่องหมาย✓ในช่อง  หรือกรอกข้อมูลที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดในช่องที่กำหนด

1. เพศ

ชาย       หญิง

2. ระดับอายุของท่าน

น้อยกว่า 20 ปี       20-30 ปี       30-40 ปี       40-50 ปี       50 ปี ขึ้นไป

3. ชื่อธุรกิจหรือร้านค้าของท่าน

\_\_\_\_\_

4. กิจกรรมของท่านจัดอยู่ในกลุ่มธุรกิจประเภทใดดังต่อไปนี้

ร้านอาหารไทย       ร้านอาหารญี่ปุ่น       ผับ/บาร์       ร้านเสริมสวย

Supermarket       ร้านนวดสปา       ร้านหนังสือ       ร้านเบเกอรี่

อื่นๆ (ระบุ) \_\_\_\_\_

5. บทบาทหน้าที่ของท่านอยู่ในระดับใดของตำแหน่งบริหารในกิจการของท่าน

เจ้าของธุรกิจ       ผู้บริหาร       พนักงานประจำ       พนักงานชั่วคราว

6. ท่านมีประสบการณ์ทำงานในบริษัทหรือร้านค้าที่ท่านสังกัดอยู่ในปัจจุบัน เป็นเวลานานเท่าใด

น้อยกว่า 1 ปี       1-3 ปี       3-6       มากกว่า 6 ปี

7. ช่วงเวลาในการทำงานของท่านอยู่ในช่วงเวลาใด

08.00-10.00       08.30-17.00       9.00-24.00       11.00-20.00       17.00-24.00

ส่วนที่ 2: ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับลักษณะทางกายภาพของธุรกิจร้านค้าและบริการของท่าน

**คำชี้แจง** โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง  หรือกรอกข้อมูลที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดในช่วงที่กำหนด

8. ธุรกิจร้านค้าและบริการของท่านมีช่วงเวลา เปิด-ปิด ของร้านค้า อยู่ในช่วงเวลาใด

- 08.00-10.00       08.30-17.00       9.00-24.00       11.00-20.00       17.00-24.00

9. กิจกรรมของท่านมีกลุ่มลูกค้าประเภทใดดังต่อไปนี้ เข้ามาใช้บริการมากที่สุด

- ฝรั่ง       คนไทย  
 แม่บ้านญี่ปุ่น       คนญี่ปุ่น (พนักงานบริษัท)  
 อื่นๆ (ระบุ) \_\_\_\_\_

10. กิจกรรมของท่านมีลูกค้าเข้ามาใช้บริการมากที่สุดใน วันและช่วงเวลาใด

- จันทร์ เวลา \_\_\_\_\_       ศุกร์ เวลา \_\_\_\_\_  
 อังคาร เวลา \_\_\_\_\_       เสาร์ เวลา \_\_\_\_\_  
 พุธ เวลา \_\_\_\_\_       อาทิตย์ เวลา \_\_\_\_\_  
 พุธสัปดาห์ เวลา \_\_\_\_\_

11. กิจกรรมร้านค้าของท่านในปัจจุบัน ท่านเป็นเจ้าของพื้นที่ หรือเช่าพื้นที่

- เจ้าของพื้นที่ (ไปข้อ 11.1)       เช่า (ไปข้อ 11.2 และ 11.3)

11.1 ถ้าหากท่านเป็นเจ้าของอาคาร ท่านเปิดให้ผู้อื่นเช่าพื้นที่อาคารของท่านด้วยหรือไม่

- เปิดให้เช่า       ไม่ได้เปิดให้เช่า

11.2 ถ้าหากเป็นสัญญาเช่า ท่านมีสัญญาเช่านานกี่ปี

- น้อยกว่า 5 ปี       5-10 ปี       10-15 ปี       15-20 ปี       20 ปี ขึ้นไป

11.3 ถ้าหากเป็นสัญญาเช่า อาคารของท่านมีผู้เช่าอื่นร่วมด้วยหรือไม่

- มี       ไม่มี

12. ธุรกิจร้านค้าและบริการของท่านมีกำหนดการซ่อมบำรุงและปรับปรุงอาคารทุก ๆ ปี

- 6 เดือน       1 ปี       2 ปี       3 ปีขึ้นไป       ไม่แน่นอน

ส่วนที่ 2: ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับลักษณะทางกายภาพของธุรกิจร้านค้าและบริการของท่าน

**คำชี้แจง** โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง  หรือกรอกข้อมูลที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดในช่วงที่กำหนด

13. ธุรกิจร้านค้าของท่านมีอัตราค่าไฟฟ้าต่อเดือนคิดเป็นกี่ % ของรายได้ทั้งหมดต่อเดือน

\_\_\_\_\_

14. ธุรกิจร้านค้าของท่านมีอัตราค่าน้ำประปาต่อเดือนคิดเป็นกี่ % ของรายได้ทั้งหมดต่อเดือน

\_\_\_\_\_

15. ธุรกิจร้านค้าและกิจการของท่าน มีรูปแบบการใช้งานอาคารตึกแถวในแต่ละชั้นอย่างไรบ้าง (ดังภาพ)



ชั้นที่ 4 (ถ้ามี)

ใช้ดำเนินธุรกิจ

ใช้เป็นที่พักอาศัย

ใช้เก็บสินค้า

เปิดให้ธุรกิจอื่นเช่า

อื่นๆ โปรดระบุ \_\_\_\_\_

ชั้นที่ 3

ใช้ดำเนินธุรกิจ

ใช้เป็นที่พักอาศัย

ใช้เก็บสินค้า

เปิดให้ธุรกิจอื่นเช่า

อื่นๆ โปรดระบุ \_\_\_\_\_

ชั้นที่ 2

ใช้ดำเนินธุรกิจ

ใช้เป็นที่พักอาศัย

ใช้เก็บสินค้า

เปิดให้ธุรกิจอื่นเช่า

อื่นๆ โปรดระบุ \_\_\_\_\_

ชั้นที่ 1

ใช้ดำเนินธุรกิจ

ใช้เป็นที่พักอาศัย

ใช้เก็บสินค้า

เปิดให้ธุรกิจอื่นเช่า

อื่นๆ โปรดระบุ \_\_\_\_\_

ส่วนที่ 3: ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับลักษณะการดำเนินงานของธุรกิจร้านค้าและบริการของท่าน

**คำชี้แจง** โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง  หรือกรอกข้อมูลที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดในช่วงที่กำหนด

16. ในปัจจุบันท่านเดินทางมาทำงานที่ร้านของท่าน ภายในซอยสุขุมวิท 33/1 ด้วยวิธีใด

- รถยนต์ส่วนตัว     มอเตอร์ไซด์รับจ้าง     ระบบขนส่งสาธารณะ     เดิน  
 อื่นๆ โปรดระบุ \_\_\_\_\_

17. ในปัจจุบันธุรกิจร้านค้าและกิจการของท่าน มีรถเข้ามา รับ-ส่ง สินค้า ในวันและช่วงเวลาใดบ้าง

17.1 มีรถเข้ามา รับ-ส่ง สินค้า ในวันใดและเวลาใดบ้างของสัปดาห์ (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- จันทร์ เวลา \_\_\_\_\_     ศุกร์ เวลา \_\_\_\_\_  
 อังคาร เวลา \_\_\_\_\_     เสาร์ เวลา \_\_\_\_\_  
 พุธ เวลา \_\_\_\_\_     อาทิตย์ เวลา \_\_\_\_\_  
 ทุกวัน เวลา \_\_\_\_\_

17.2 ท่านสามารถเลือกวันและเวลา ในการ รับ-ส่ง สินค้า ได้หรือไม่

- เลือกได้     เลือกไม่ได้     อื่นๆ โปรดระบุ \_\_\_\_\_

17.3 ถ้าหากท่านสามารถเลือกวันและเวลา ในการ รับ-ส่ง สินค้า ได้ เพราะเหตุใดจึงเลือกช่วงเวลาดังกล่าว

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

18. ในปัจจุบันธุรกิจร้านค้าของท่าน มีการขนถ่ายขยะและสิ่งปฏิกูล ในวันและช่วงเวลาใดบ้าง

18.1 มีการขนถ่ายขยะและสิ่งปฏิกูล ในวันใดและเวลาใดบ้างของสัปดาห์ (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- จันทร์ เวลา \_\_\_\_\_     ศุกร์ เวลา \_\_\_\_\_  
 อังคาร เวลา \_\_\_\_\_     เสาร์ เวลา \_\_\_\_\_  
 พุธ เวลา \_\_\_\_\_     อาทิตย์ เวลา \_\_\_\_\_  
 ทุกวัน เวลา \_\_\_\_\_

18.2 ท่านสามารถเลือกวันและเวลา ในการขนถ่ายขยะและสิ่งปฏิกูล ได้หรือไม่

- เลือกได้     เลือกไม่ได้     อื่นๆ โปรดระบุ \_\_\_\_\_

18.3 ถ้าหากท่านสามารถเลือกวันและเวลา ในการขนถ่ายขยะและสิ่งปฏิกูลได้

เพราะเหตุใดจึงเลือกช่วงเวลาดังกล่าว

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**ภาคผนวก ข**  
**แบบสอบถามผู้มาใช้บริการ**

**แบบสอบถาม**

หัวข้อวิจัย "แนวทางการบริหารจัดการทรัพยากรกายภาพชุมชนชาวญี่ปุ่น กรณีศึกษา สุขุมวิท 33/1"

ส่วนที่ 1: ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับผู้มาใช้บริการอาคารและสถานที่ในบริเวณซอยสุขุมวิท 33/1

**คำชี้แจง** โปรดทำเครื่องหมาย✓ในช่อง□หรือกรอกข้อมูลที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดในช่วงที่กำหนด

1. เพศ

ชาย                       หญิง

2. ระดับอายุของท่าน

น้อยกว่า 20 ปี     20-30 ปี     30-40 ปี     40-50 ปี     50 ปี ขึ้นไป

3. สัญชาติ

ไทย                       ญี่ปุ่น                       อื่นๆ โปรดระบุ \_\_\_\_\_

4. อาชีพ

พนักงานบริษัท     รับจ้างทั่วไป     เจ้าของกิจการ     แม่บ้าน

อื่นๆ โปรดระบุ \_\_\_\_\_

5. ระดับรายได้โดยประมาณ

น้อยกว่า 15,000     15,000-30,000     30,000-50,000

50,000-70,000     70,000 ขึ้นไป

ส่วนที่ 2: ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับลักษณะการเข้ามาใช้บริการร้านค้าและบริการต่างๆ ภายในซอยสุขุมวิท 33/1

**คำชี้แจง** โปรดทำเครื่องหมาย✓ในช่อง□หรือกรอกข้อมูลที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดในช่วงที่กำหนด

6. ท่านเดินทางมาที่ซอยสุขุมวิท 33/1 ด้วยวิธีใด

รถยนต์ส่วนตัว (ไปข้อ 8.)     มอเตอร์ไซด์รับจ้าง     ระบบขนส่งสาธารณะ     เดินเท้า

อื่นๆ โปรดระบุ \_\_\_\_\_

7. หลังจากลงจากยานพาหนะที่ท่านเดินทางมาแล้ว ท่านใช้เวลาในการเดินเท้ามายังซอยสุขุมวิท 33/1 ประมาณกี่นาที

น้อยกว่า 5 นาที     5-10 นาที     10-20 นาที     มากกว่า 20 นาที

อื่นๆ โปรดระบุ \_\_\_\_\_

ส่วนที่ 2: ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับลักษณะการเข้ามาใช้บริการร้านค้าและบริการต่างๆ ภายในซอยสุขุมวิท 33/1  
คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย✓ในช่องหรือกรอกข้อมูลที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด/น้อยในช่องที่กำหนด

8. หากท่านเดินทางมาด้วยรถยนต์ส่วนตัว ท่านมักจะจอดรถยนต์ในบริเวณพื้นที่ใด

\_\_\_\_\_

9. ท่านมีความพึงพอใจต่อปริมาณที่จอดรถยนต์ภายในซอยสุขุมวิท 33/1 ปัจจุบัน ในระดับใด

มากที่สุด     มาก     ปานกลาง     น้อย     น้อยที่สุด

10. ท่านมีความพึงพอใจต่อระบบทางสัญจรภายในซอยสุขุมวิท 33/1 ปัจจุบัน ในระดับใด

มากที่สุด     มาก     ปานกลาง     น้อย     น้อยที่สุด

11. ถ้าหากท่านไม่พอใจต่อระบบทางสัญจรภายในซอยสุขุมวิท 33/1 ท่านคิดว่าประเด็นใดบ้างดังต่อไปนี้  
 ที่เป็นปัญหา และสมควรได้รับการแก้ไข (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ขนาดพื้นที่คับแคบ     ตำแหน่งที่ตั้งซับซ้อน
- ความสะอาดภายในพื้นที่     ความสว่างในพื้นที่ไม่เพียงพอ
- สัดส่วนพื้นที่ทางเท้าที่น้อยเมื่อเทียบกับพื้นที่ส่วนอื่น
- อื่นๆ โปรดระบุ \_\_\_\_\_

12. ความถี่ของท่านในการเข้ามาใช้บริการร้านค้าและบริการ ภายในซอยสุขุมวิท 33/1

- ทุกวัน     สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง     สัปดาห์ละ 4-5 ครั้ง
- เดือนละ 1-2 ครั้ง     เดือนละ 4-5 ครั้ง
- อื่นๆ โปรดระบุ \_\_\_\_\_

13. ท่านมักจะเข้ามาใช้บริการร้านค้าและบริการ ภายในซอยสุขุมวิท 33/1 ในวันใดบ้างของวัน  
 (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- จันทร์     อังคาร     พุธ
- พฤหัสบดี     ศุกร์     เสาร์
- อาทิตย์



ส่วนที่ 2: ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับลักษณะการเข้ามาใช้บริการร้านค้าและบริการต่างๆ ภายในซอยสุขุมวิท 33/1

**คำชี้แจง** โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง  หรือกรอกข้อมูลที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด ในช่องที่กำหนด

14. ท่านมักจะเข้ามาใช้บริการร้านค้าและบริการ ภายในซอยสุขุมวิท 33/1 ในช่วงเวลาใดบ้างของวัน (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ก่อน 8:00       8:00-11:00       12:00-13:00  
 14:00-17:00       หลังเลิกงาน

15. ท่านมักจะเข้ามาใช้บริการร้านค้าและบริการประเภทใดบ้างภายในซอยสุขุมวิท 33/1 (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ร้านอาหารตามสั่ง       ร้านหนังสือ  
 ร้านอาหารญี่ปุ่น       บาร์  
 ร้านนวดสปา       Shopping Mall  
 ร้านเสริมสวย       Fuji Supermarket  
 อื่นๆ โปรดระบุ \_\_\_\_\_

16. ท่านมักจะมีระยะเวลาในการเข้ามาใช้งานภายในซอยสุขุมวิท 33/1 ในแต่ละครั้งนานเท่าใด

- น้อยกว่า 30 นาที       30 นาที - 1 ชั่วโมง  
 1 - 2 ชั่วโมง       2 - 4 ชั่วโมง  
 4 ชั่วโมง ขึ้นไป

17. หลังจากท่านใช้บริการต่างๆ ภายในซอยสุขุมวิท 33/1 เรียบร้อยแล้ว ท่านเดินทางกลับด้วยวิธีใด

- รถยนต์ส่วนตัว       มอเตอร์ไซค์รับจ้าง       ระบบขนส่งสาธารณะ       เดินเท้า  
 อื่นๆ โปรดระบุ \_\_\_\_\_

18. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมที่ท่านอยากให้แก่ไขหรือปรับปรุง ภายในซอยสุขุมวิท 33/1

---



---

**ประวัติผู้เขียน**

ชื่อ	นาย วสันต์ ลีอวรวิญญู
วันเดือนปีเกิด	29 เมษายน 2532
วุฒิการศึกษา	วิทยาศาสตรบัณฑิต (สาขาวิชาสถาปัตยกรรม) คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ทุนการศึกษา	ปีงบประมาณ 2556: ทุนสนับสนุนการวิจัยประเภทวิจัย ทั่วไปสำหรับนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา กองทุนวิจัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

