



การออกแบบอาคารประเภทโรงแรมโดยแสดงอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมที่สอดคล้องกับ
มรดกชุมชนเมืองและความเป็นไปได้ทางการตลาด: กรณีศึกษาถนนเยาวราช

โดย

นางสาวกรรณิกา สงวนสินธุกุล

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

สถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาสถาปัตยกรรม

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ปีการศึกษา 2560

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

การออกแบบอาคารประเภทโรงแรมโดยแสดงอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรม
ที่สอดคล้องกับมรดกชุมชนเมืองและความเป็นไปได้ทางการตลาด:
กรณีศึกษาถนนเยาวราช

โดย

นางสาวกรรณิกา สงวนสินธุกุล

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
สถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาสถาปัตยกรรม
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ปีการศึกษา 2560
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

THE DESIGN OF HOTEL BUILDING THROUGH EXPRESSING ARCHITECTURAL IDENTITY
CORRELATING WITH URBAN HERITAGE AND MARKETING OPPORTUNITY:
THE CASE OF YAOWARAJ ROAD

BY

MISS KANNIKA SANGUANSINTUKUL

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 2017
COPYRIGHT OF THAMMASAT UNIVERSITY

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง
วิทยานิพนธ์

ของ

นางสาวกรรณิกา สงวนสินธุกุล

เรื่อง

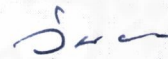
การออกแบบอาคารประเภทโรงแรมโดยแสดงอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมสอดคล้องกับ
มรดกชุมชนเมืองและความเป็นไปได้ทางการตลาด: กรณีศึกษาถนนเยาวราช

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติ ให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

สถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต

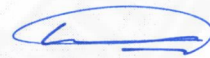
เมื่อ วันที่ 6 สิงหาคม พ.ศ. 2561

ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วิมลรัตน์ อิศระธรรมบุญ)

กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์



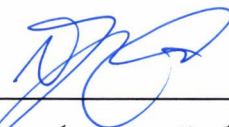
(อาจารย์ ดร. วิญญู อัจริक्षा)

กรรมการสอบวิทยานิพนธ์



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สาทิตา สุกุลรัตนกุลชัย)

กรรมการสอบวิทยานิพนธ์



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุกุลพัฒน์ คุ่มไพศาล)

คณบดี



(รองศาสตราจารย์ เฉลิมวัฒน์ ตันตสวัสดิ์)

หัวข้อวิทยานิพนธ์

การออกแบบอาคารประเภทโรงแรมโดย
แสดงอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมที่สอดคล้อง
กับมรดกชุมชนเมืองและมีความเป็นไปได้ทาง
การตลาด: กรณีศึกษาถนนเยาวราช

ชื่อผู้เขียน

นางสาวกรรณิกา สงวนสินธุกุล

ชื่อปริญญา

สถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย

สถาปัตยกรรม

สถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

อาจารย์ ดร.วิญญู อาจารย์ภา

ปีการศึกษา

2560

บทคัดย่อ

ปัจจุบันการท่องเที่ยวถือเป็นธุรกิจสำคัญที่ช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทย และเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยส่งเสริมการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวพร้อมกับการเพิ่มมูลค่าให้กับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ประเภท “โรงแรม” จากสถิติการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องของจำนวนนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมมักปรากฏเป็นย่านซึ่งมีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ ศิลปะ และวัฒนธรรม งานวิจัยชิ้นนี้จึงมีวัตถุประสงค์ที่จะเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่าง “อัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรม” และ “ย่านมรดกชุมชนเมือง” เข้าด้วยกัน โดยมีสมมติฐานว่าการออกแบบโครงการอสังหาริมทรัพย์ประเภทโรงแรมที่แสดงถึงอัตลักษณ์อันสอดคล้องกับแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์จะสร้างโอกาสทางการตลาดและทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มให้กับตัวโครงการ และในขณะเดียวกันก็เป็นการอนุรักษ์คุณค่าให้กับบริเวณซึ่งเป็นย่านมรดกชุมชนเมืองด้วย โดยเลือกพื้นที่ศึกษาเป็นบริเวณถนนเยาวราช ซึ่งจากการลงพื้นที่สำรวจภาคสนาม การสัมภาษณ์กลุ่มผู้เชี่ยวชาญทางด้านสถาปัตยกรรม และกลุ่มผู้ประกอบการโครงการที่เกี่ยวข้อง ได้นำมาสู่การพัฒนาโครงการทางสถาปัตยกรรมผ่านการผสมผสานประเภททางสถาปัตยกรรม คือ อาคารล้อมลาน อาคารตึกแถว และอาคารเดี่ยว รวมถึงการกำหนดพื้นที่ใช้สอยที่สัมพันธ์กับบริบทและการวางผังพื้นที่สัมพันธ์กับพื้นที่ระหว่างช่วงถนน ในส่วนสุดท้ายเป็นการพัฒนารูปแบบทางสถาปัตยกรรมของโครงการออกเป็น 2 รูปแบบ ได้แก่ รูปแบบอัตลักษณ์วางเคียงกันประเพณี-สมัยใหม่ และรูปแบบอัตลักษณ์ร่วมสมัยจากองค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมในพื้นที่ ซึ่งทั้ง 2 รูปแบบ

นี้ออกแบบโดยเน้นการนำองค์ประกอบจากบริบทที่กำลังเลือนหายไปและไม่ได้รับความสำคัญมาประยุกต์ใช้ในลักษณะที่แตกต่างกัน จากการประเมินผลการออกแบบพบว่าแนวคิดการออกแบบอาคารประเภทโรงแรมโดยแสดงอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมทั้ง 2 รูปแบบมีความสอดคล้องกับมรดกชุมชนเมืองและมีความเป็นไปได้ทางการตลาดอย่างมีนัยยะสำคัญ

คำสำคัญ : อัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรม, มรดกชุมชนเมือง, ความเป็นไปได้ทางการตลาด, ส่วนประสมทางการตลาด



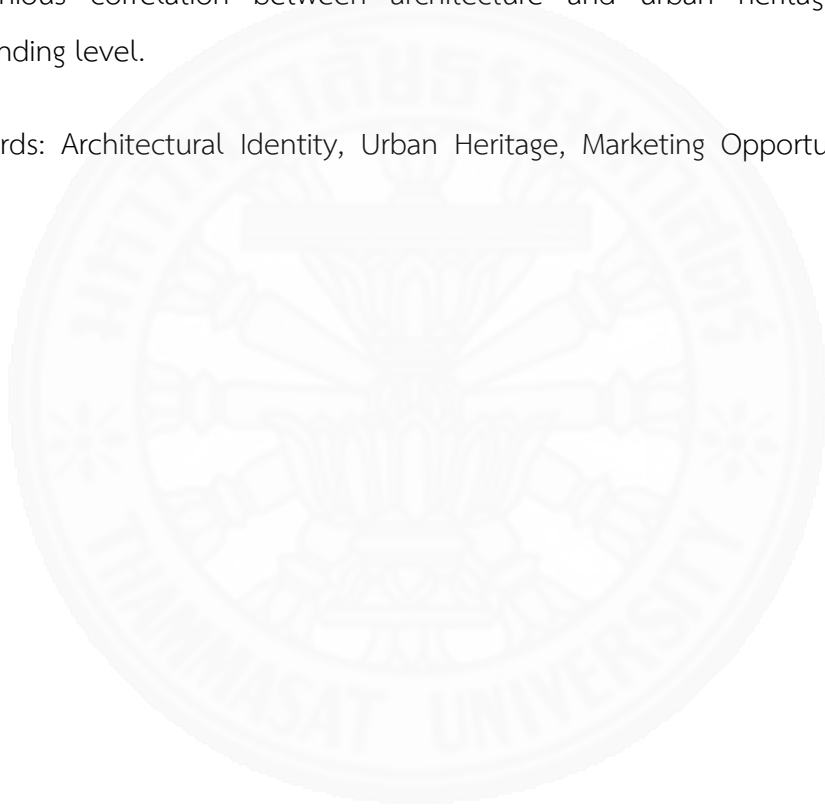
Thesis Title	THE DESIGN OF HOTEL BUILDING THROUGH EXPRESSING ARCHITECTURAL IDENTITY CORRELATING WITH URBAN HERITAGE AND MARKETING OPPORTUNITY: THE CASE OF YAOWARAJ ROAD
Author	Miss Kannika Sanguansintukul
Degree	Master of Architecture
Major Field/Faculty/University	Architecture Architecture and Planning Thammasat University
Thesis Advisor	Dr. Winyu Ardruga
Academic Years	2017

ABSTRACT

Tourism is considered as a very important business sector that helps propelling the economy of the nation. It is also a crucial factor to help developing tourism sites as well as adding value to the real estate business such as “hotel”. Statistically, there is a constant increase of tourists, especially in cultural tourism. In this dimension, the popular tourism sites are frequently found as a district which is historically, artistically and culturally important. This research then aims to study the relationship between “architectural identity” and “urban heritage”. The hypothesis is stipulated that the design of a hotel with identity expression correlating with a historical tourism site is also a form of design that is highly correlated with “marketing opportunity” for the hotel development. In relation to this, Yaowaraj Road is selected as a study area. According to the field research, the interview with the groups of architectural experts and developers, leads to the development of an architectural project. The first stage in the design process is the unification of three different architectural types which are courtyard building, shophouse and single building. This follows by an inception of an architectural program emphasized on the connection with the context. The

relationship with the urban block is also considered in the stage of site planning. In the last stage of the process, two architectural styles have been proposed as, firstly, the juxtaposition of traditional-modern forms and, secondly, the contemporary form based on the context's architectural features. Both styles are designed through applying existing elements, yet disappearing and neglected, from Yaowaraj's area. From the evaluation of the architectural designs by experts in architectural heritage and hotel management, the proposed projects have been endorsed as the styles which carry harmonious correlation between architecture and urban heritage area at an outstanding level.

Keywords: Architectural Identity, Urban Heritage, Marketing Opportunity, Marketing Mixes



กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาของอาจารย์ทุกท่าน ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ อาจารย์ ดร.วิญญู อาจรักษา ซึ่งได้ช่วยวางกรอบการทำงาน คอยชี้แนะ และตักเตือน ตลอดการทำวิทยานิพนธ์ และกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ทุกท่าน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วิมลรัตน์ อิศระธรรมบุญ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สาธิตา สกุลรัตนกุลชัย และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สกฤตพัฒน์ คุ่มไพศาล ที่ช่วยแนะนำและให้คำปรึกษาเกี่ยวกับเนื้อหาส่วนต่าง ๆ ตลอดการทำวิทยานิพนธ์ รวมถึงการตรวจทานเนื้อหาในเล่มวิทยานิพนธ์ หากมีข้อบกพร่องประการใดข้าพเจ้าขอน้อมรับไว้แต่ผู้เดียว

ขอขอบพระคุณคณาจารย์และบุคลากรทุกท่านในคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ที่ได้มอบความรู้ คำแนะนำ และการช่วยเหลือในด้านต่างๆ ตลอดระยะเวลาในการศึกษา 6 ปีที่ผ่านมา ทั้งในระดับปริญญาตรีและในระดับปริญญาโท ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่บัณฑิตศึกษาสำหรับคำแนะนำและความช่วยเหลือในขั้นตอนต่างๆ ของการทำวิทยานิพนธ์

ขอขอบพระคุณผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการศึกษาวิจัย อันได้แก่ กลุ่มสถาปนิกและผู้เชี่ยวชาญด้านสถาปัตยกรรม กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมจีน รวมถึงกลุ่มผู้ประกอบการทุกท่าน สำหรับการให้สัมภาษณ์ การแสดงความคิดเห็น และการให้คำแนะนำต่างๆ ซึ่งเป็นข้อมูลที่สำคัญยิ่งในการดำเนินวิจัยไปสู่ข้อสรุปทั้งในด้านการออกแบบและการพัฒนาโครงการประเภทโรงแรมสำหรับพื้นที่บนถนนเยาวราช

ขอขอบคุณทุนสนับสนุนการวิจัยจากกองทุนวิจัยมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ภายใต้ “ทุนวิจัยทั่วไป” และขอขอบคุณทุนอุดหนุนการวิจัยระดับบัณฑิตศึกษาจากสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ ประจำปี 2561

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างยิ่งสำหรับสมาชิกในครอบครัวทุกคนที่อยู่เบื้องหลังความสำเร็จของงานวิจัย โดยเฉพาะบิดา คุณชูศักดิ์ สงวนสินธกุล และมารดา คุณลลิตา สงวนสินธกุล ที่อบรมสั่งสอน ช่วยเหลือและสนับสนุนในทุกๆด้านตลอดมา รวมถึงพี่ชายและน้องชาย ซึ่งเป็นกำลังใจที่สำคัญตลอดมาจนงานวิจัยฉบับนี้สามารถสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

นางสาว กรรณิกา สงวนสินธกุล

สารบัญ

บทคัดย่อภาษาไทย	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(3)
กิตติกรรมประกาศ	(5)
สารบัญ	(6)
สารบัญภาพ	(13)
สารบัญตาราง	(19)
บทที่ 1 บทนำ (Introduction)	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา (Research Background)	1
1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย (Research Objective)	4
1.3 ขอบเขตการวิจัย (Scope of Research)	4
1.4 สมมติฐาน (Hypothesis)	6
1.5 ระเบียบวิธีวิจัย (Research Methodology)	6
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากงานวิจัย (Expected Benefits)	9
1.7 นิยามศัพท์ (Terminology)	9
1.8 แนวทางการดำเนินวิจัย (Research Stages)	12
บทที่ 2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (Literature Review)	13
2.1 โรงแรม (Hotel)	14
2.1.1 ความหมายของโรงแรม (Definitions of Hotel)	14
2.1.1.1 โรงแรมตามกฎหมายไทย (Hotel Regulations)	14
2.1.1.2 อุตสาหกรรมการโรงแรม (Hotel Industry)	15
2.1.1.3 โรงแรมในมิติประเภทอาคารเฉพาะ (Hotel Building Type)	15

2.1.2 ประเภทของโรงแรม (Types of Hotel)	15
2.1.2.1 ประเภทของโรงแรมตามองค์ประกอบพื้นฐาน (Hotel and Facilities)	16
2.1.2.2 วัตถุประสงค์ของโรงแรม (Purposes of hotel)	17
2.1.2.3 ขนาดของโรงแรม (Sizes of hotel)	18
2.1.2.4 มาตรฐานการให้บริการ (Standard of hotel)	19
2.1.2.5 รูปแบบการดำเนินธุรกิจ (Business model)	20
2.1.3 การเพิ่มมูลค่าโครงการประเภทโรงแรมในมิติการออกแบบ (Value added in Hotel Design)	21
2.1.3.1 บูติค โฮเต็ล (Boutique Hotel)	21
2.1.3.2 ฮิป โฮเต็ล (Hip Hotel)	22
2.1.3.3 ดีไซน์โฮเต็ล (Design Hotel)	22
2.1.3.4 เฮอริเทจ โฮเต็ล (Heritage Hotel)	23
2.2 อัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมและมรดกชุมชนเมือง (Architectural Identity and Urban Heritage)	24
2.2.1 มรดกชุมชนเมือง (Urban Heritage)	24
2.2.1.1 ความหมายและคุณลักษณะของมรดกชุมชนเมือง (Definition and Characteristics of Urban Heritage)	24
2.2.1.2 ยุคสมัยกับการเปลี่ยนแปลงของแนวคิดด้านมรดกชุมชนเมือง (Change of Urban Heritage Concept)	26
2.2.1.3 มรดกที่จับต้องได้ และจับต้องไม่ได้ (Tangible and Intangible Heritage)	29
2.2.1.4 อัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรม (Architectural Identity)	30
2.2.2 สถาปัตยกรรมในย่านมรดกชุมชนเมือง (Architecture in Heritage Site)	31
2.2.2.1 ลักษณะทางกายภาพของชุมชนเมืองที่ส่งผลต่อลักษณะทาง สถาปัตยกรรม (Physical Urban Characteristics and Architectural Characteristics)	32
-ลักษณะความเป็นย่าน (District)	32

-รูปทรงและโครงสร้างชุมชนเมือง (Urban Morphology)	32
2.2.2.2 ลักษณะทางสถาปัตยกรรมในพื้นที่มรดกชุมชนเมือง (Architectural Features in Urban Heritage Area)	32
-ประเภทของสถาปัตยกรรม (Architectural Typology)	32
-การใช้งานอาคาร (Building Use)	33
-รูปแบบทางสถาปัตยกรรม (Architectural Style)	33
-องค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ในสถาปัตยกรรม (Architectural Sign)	33
2.2.3 ลักษณะของชุมชนเมืองและสถาปัตยกรรมในเยาวราช (Urban Characteristics and Architectural Style in Yaowaraj)	34
2.2.3.1 จุดกำเนิดย่านเยาวราช (Origin of Yaowaraj)	34
2.2.3.2 พัฒนาการของถนนเยาวราช (Development in Yaowaraj Road)	36
2.2.3.3 ลักษณะโครงสร้างเมืองของเยาวราช (Yaowaraj Characteristics)	38
2.2.3.4 ลักษณะทางกายภาพของถนนเยาวราช (Physical Characteristics of Yaowaraj Road)	39
2.2.3.5 สถาปัตยกรรมบนถนนเยาวราช (Architecture on Yaowaraj Road)	41
2.2.4 แนวทางในการออกแบบสถาปัตยกรรมในย่านมรดกชุมชนเมือง (Guidelines for Architectural Design in Urban Heritage Area)	43
2.2.4.1 กฎบัตรที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบสถาปัตยกรรมในพื้นที่อนุรักษ์ (Charter Related to Architectural Design in Conservation Areas)	43
2.2.4.2 หลักเกณฑ์ในการออกแบบสถาปัตยกรรมในพื้นที่อนุรักษ์ (Rules for Architectural Design in Conservation Area)	45
2.2.4.3 แนวคิดการออกแบบอาคารในย่านไชน่าทาวน์ (Ideas for Designing in Chinatown)	47

2.2.4.4 กรณีศึกษาการออกแบบโรงแรมแสดงอัตลักษณ์ สอดคล้องกับบริบท (Case Studies)	50
2.3 การศึกษาและวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการตลาด (The Study and Analysis Marketing Opportunity)	59
2.3.1 ความหมายของการตลาด (Definition of Marketing)	59
2.3.1.1 การจัดการทางการตลาด (Marketing Management)	59
2.3.2 กระบวนการทางการตลาด/ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการวางกลยุทธ์ทางการตลาด (Factor related to Marketing Strategy)	61
2.3.2.1 การแบ่งส่วนทางการตลาด (Market Segmentation)	61
2.3.2.2 การวางตำแหน่งทางการตลาด (Market Positioning)	62
2.3.2.3 ส่วนประสมทางการตลาด (7'P Services Marketing Mix)	62
2.3.2.4 กลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing Strategy)	66
2.3.3 กระบวนการวิเคราะห์ปัจจัยทางสภาวะแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการตลาด (Analyzing Environmental Factors Related to Marketing)	67
2.3.3.1 การวิเคราะห์ปัจจัยทางสภาพแวดล้อม (Environmental Factor)	67
2.3.3.2 การวิเคราะห์คู่แข่ง (Competitor Analysis)	68
2.3.4 ความสัมพันธ์ทางการตลาด และการตัดสินใจซื้อ (Marketing and Buying)	69
2.3.4.1 ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Marketing Factors Affecting Consumer Purchase Decision)	69
2.3.5 แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มที่เกิดขึ้นจากการออกแบบ (Value-Added Approach to Design)	72
2.4 สรุปการทบทวนวรรณกรรมและการศึกษาที่เกี่ยวข้อง (Summary of Literature Review)	73
บทที่ 3 วิธีการดำเนินวิจัย (Research Methodology)	76
3.1 ประเภทของงานวิจัย (Research Type)	76
3.2 กรอบแนวความคิดในงานวิจัย (Research Framework)	77
3.3 กระบวนการดำเนินงานวิจัย (Research Process)	77
3.4 ขอบเขตพื้นที่ศึกษา (Study Area)	80

	(10)
3.5 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง (Sample)	81
3.6 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย (Research Tools)	81
3.7 การเก็บรวบรวมข้อมูล (Data Collection)	82
3.8 กระบวนการวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analysis)	82
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analysis)	83
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมของอาคารริมถนนเยาวราช (Analysis of Architectural Identity of Buildings along Yaowaraj Road)	84
4.1.1 การสำรวจภาคสนามบนถนนเยาวราช	84
- ประเภททางสถาปัตยกรรม (Architectural Typology)	84
- การใช้งานอาคาร (Architectural Use)	85
- รูปแบบทางสถาปัตยกรรม (Architectural Style)	87
- รูปแบบทางสถาปัตยกรรมในแต่ละบล็อกถนน (Architectural Style and City Block)	99
- ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบทางสถาปัตยกรรมและ การใช้งานอาคาร (Architectural Style and Building Use)	109
4.1.2 การสัมภาษณ์กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านสถาปัตยกรรมและประวัติศาสตร์ (Interviews with Architectural Experts and Historians)	115
4.2 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมและกับโอกาสทางการตลาด (Analysis on Architectural Identity and Market Opportunity)	125
4.2.1 นักท่องเที่ยวและประเภทที่พักในเยาวราช (Tourist and Accommodation type in Yaowaraj)	125
4.2.1.1 จำนวน รูปแบบ และวัตถุประสงค์การมาท่องเที่ยว (Purposes of Visit)	125
4.2.1.2 ประเภทที่พักของกลุ่มนักท่องเที่ยว (Types of Accommodations)	128

4.2.2 การวิเคราะห์คู่แข่งและโมเดลทางธุรกิจ (Competitors Analysis and Business Model)	129
4.2.2.1 การบริหารทางธุรกิจ (Management)	132
4.2.2.2 อัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมโรงแรมริมถนนเยาวราช (Architectural Style)	134
4.2.2.3 การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ตามผลประโยชน์และคุณค่า (Positioning)	135
4.2.2.4 โมเดลของโครงการประเภทโรงแรมบนถนนเยาวราช (Business Model)	136
4.2.3 การสัมภาษณ์กลุ่มผู้ประกอบการ (Interviews with Entrepreneurs)	138
บทที่ 5 กระบวนการออกแบบ (Design Process)	145
5.1 ปัญญาที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ (Issues related to Design)	148
5.1.1 การวิเคราะห์ที่ตั้ง (Site Analysis)	148
5.1.2 ลักษณะทางกายภาพบริเวณเฉลิมบุรี (Physical Conditions)	154
5.1.3 กฎหมายและข้อบังคับต่างๆที่เกี่ยวข้อง (Regulations)	156
5.1.4 การศึกษาข้อมูลเชิงกายภาพเชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมโดย รอบที่ตั้งโครงการ (Study of Architectural Characteristics of Buildings surrounding the Site)	164
5.2 การวิเคราะห์แนวทางการออกแบบ (Design Guidelines Analysis)	166
5.2.1 การผสมผสานประเภททางสถาปัตยกรรม (Typological Integration)	166
5.2.2 แนวทางการพัฒนาผังโครงการ (Site Planning)	173
5.2.3 แนวทางการพัฒนาพื้นที่ใช้สอยภายในโครงการ (Program Development)	176
5.2.4 แนวทางการพัฒนาผังพื้นที่ (Space Planning)	180
5.2.5 การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ (Feasibility Study)	183
5.2.6 การพัฒนารูปแบบทางสถาปัตยกรรม (Architectural Style)	187
5.3 การประเมินรูปแบบโครงการ (Design Evaluation)	224
บทที่ 6 สรุปผลการวิจัย (Discussion and Conclusion)	231
6.1 สรุปผลการวิจัย (Conclusion)	231

	(12)
6.2 การอภิปราย (Discussion)	239
6.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยที่เกี่ยวข้องต่อไป (Suggestion)	242
6.4 ข้อจำกัดของงานวิจัย (Limitations of Research)	243
รายการอ้างอิง (Bibliography)	245
ภาคผนวก (Appendix)	
ก. รายละเอียดการคิดมูลค่าและความเป็นไปได้ของโครงการ	249
ข. แบบสัมภาษณ์ (Interview Forms)	256
-แบบสัมภาษณ์สถาปนิกและผู้เชี่ยวชาญทางด้านประวัติศาสตร์	257
-แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการโรงแรม และโครงการที่เน้นการออกแบบที่มีเอกลักษณ์	279
ค. แบบประเมินรูปแบบโครงการ (Evaluation Forms)	286
-แบบประเมินสำหรับกลุ่มสถาปนิกและผู้เชี่ยวชาญทางด้านประวัติศาสตร์	289
-แบบประเมินผู้ประกอบการโรงแรม และโครงการที่เน้นการออกแบบที่มีเอกลักษณ์	294
ง. ข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์และประเมินรูปแบบโครงการ (Details of Interviewees)	298
ประวัติผู้เขียน (Biography)	300

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 โมเดลกระบวนการผลิตสินค้าทางมรดกวัฒนธรรม	28
2.2 แสดงแผนที่เมืองในยุคแรกเริ่มที่จะมีการตัดถนนสายใหม่ ๆ รวมถึงถนนเยาวราช	37
2.3 แสดงรูปแบบของโครงข่ายถนน และขนาดบล็อกในย่านเยาวราช	38
2.4 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาคารและที่ว่างในย่านเยาวราช	40
2.5 แผนผังแสดงยุคสมัยของประเภทและรูปแบบอาคารในย่านเยาวราชตามช่วงเวลา	43
2.6 แสดงรายละเอียดภายนอกโครงการ	50
2.7 แสดงรายละเอียดภายในโครงการ	51
2.8 แสดงรายละเอียดภายนอกโครงการ	52
2.9 แสดงรายละเอียดภายในโครงการ	53
2.10 แสดงรายละเอียดภายนอกโครงการ	54
2.11 แสดงผังโครงการ	55
2.12 แสดงรายละเอียดภายนอกโครงการ	55
2.13 แสดงรายละเอียดภายนอกโครงการ	56
2.14 แสดงรายละเอียดภายนอกโครงการ	57
2.15 แสดงแนวคิดการลดทอนหลังคาของโครงการ Xiangshan Campus ออกแบบโดย Wang Shu	58
2.16 แสดงรายละเอียดภายในโครงการ	58
2.17 แนวคิดของกระบวนการทางการตลาด	59
2.18 การแบ่งส่วนทางการตลาด	61
2.19 การวางตำแหน่งทางการตลาด	62
2.20 ส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจประเภทบริการ	64
2.21 เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ทางการตลาดที่เชื่อมโยงปัจจัยภายนอกและภายใน	68
2.22 การวิเคราะห์คู่แข่งทางการตลาด	69
2.23 แผนภูมิแสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อปัจจัยที่มีผลต่อ การตัดสินใจของผู้บริโภค	70
2.24 แสดงแนวคิดและกระบวนการศึกษา	75

3.1	แสดงขอบเขตพื้นที่ศึกษา	80
4.1	แผนผังแสดงประเภทอาคารบนถนนเยาวราช	84
4.2	แผนผังแสดงสัดส่วนของอาคารแต่ละประเภทบนถนนเยาวราช	85
4.3	แสดงการใช้งานของอาคารบนถนนเยาวราช	85
4.4	แผนผังแสดงสัดส่วนการใช้งานของอาคารแต่ละประเภทบนถนนเยาวราช	86
4.5	แผนผังแสดงยุคสมัยของอาคารที่เกิดขึ้นตามช่วงเวลา	87
4.6	แผนผังแสดงสัดส่วนอาคารประเภทบ้านและศาลเจ้าบนถนนเยาวราช	88
4.7	แผนผังแสดงสัดส่วนรูปแบบตึกแถวบนถนนเยาวราช	88
4.8	แผนผังแสดงสัดส่วนรูปแบบอาคารเดี่ยวบนถนนเยาวราช	89
4.9	แผนผังตำแหน่งของรูปแบบ (Building Style) แต่ละสไตล์บนถนนเยาวราช	91
4.10	แผนผังสรุปรูปแบบอาคารบนถนนเยาวราช	91
4.11	รูปด้านอาคารบนถนนเยาวราชด้านทิศเหนือ	92
4.12	รูปด้านอาคารบนถนนเยาวราชด้านทิศใต้	92
4.13	แผนผังแสดงตำแหน่งอาคารที่มีคุณค่าบนถนนเยาวราช	96
4.14	แผนผังสัดส่วนของอาคารสำคัญบนถนนเยาวราช	97
4.15	แผนผังสัดส่วนของอาคารที่มีความโดดเด่นบนถนนเยาวราช	98
4.16	แสดงรูปแบบทางสถาปัตยกรรมของอาคารช่วงต้นถนนเยาวราช	100
4.17	แสดงรูปแบบทางสถาปัตยกรรมของอาคารช่วงระหว่างแยกทรงสวัสดีถึงแยกผดุงด้าว	101
4.18	แสดงรูปแบบทางสถาปัตยกรรมของอาคารช่วงระหว่างแยกผดุงด้าวถึงซอยแปลงนาม	102
4.19	แสดงรูปแบบทางสถาปัตยกรรมของอาคารช่วงระหว่างถนนเยาวพาศิขย์ และซอยอิสราณภาพ	103
4.20	แสดงรูปแบบทางสถาปัตยกรรมของอาคารช่วงระหว่างซอยอิสราณภาพถึงถนนมังกร	104
4.21	แสดงรูปแบบทางสถาปัตยกรรมของอาคารช่วงระหว่างถนนมังกรถึงแยกราชวงศ์	105
4.22	แสดงรูปแบบทางสถาปัตยกรรมของอาคารช่วงระหว่างแยกราชวงศ์ถึงแยคมหาจักร	106
4.23	แสดงรูปแบบทางสถาปัตยกรรมของอาคารช่วงระหว่างแยคมหาจักรถึงแยกกจักรวรรดิ	107
4.24	แสดงรูปแบบทางสถาปัตยกรรมของอาคารช่วงระหว่างแยกกจักรวรรดิถึงคลองโอ่งอ่าง	108
4.25	แผนผังแสดงตำแหน่งอาคารที่มีประเภทการใช้งานเดียวกัน 5 ประเภทบนถนนเยาวราช	109

4.26	แสดงรูปแบบทางสถาปัตยกรรมของอาคารประเภทร้านทองบนถนนเยาวราช	111
4.27	แสดงรูปแบบทางสถาปัตยกรรมของอาคารประเภทร้านอาหารและภัตตาคารบนถนนเยาวราช	112
4.28	แสดงรูปแบบทางสถาปัตยกรรมของอาคารประเภทโรงแรมบนถนนเยาวราช	112
4.29	แสดงรูปแบบทางสถาปัตยกรรมของอาคารประเภทร้านค้าที่มีชื่อเสียงบนถนนเยาวราช	113
4.30	แสดงรูปแบบทางสถาปัตยกรรมของอาคารประเภทสถาบันการเงินบนถนนเยาวราช	114
4.31	แผนภูมิแสดงสัดส่วนของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวบนถนนเยาวราช	125
4.32	แผนภูมิแสดงสัดส่วนของการมาท่องเที่ยวที่เยาวราช	126
4.33	แผนภูมิแสดงการวิเคราะห์วัตถุประสงค์ของการมาท่องเที่ยวเยาวราช	127
4.34	แผนภูมิแสดงการวิเคราะห์รูปแบบที่พักของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยว	128
4.35	การวิเคราะห์ตำแหน่งของโรงแรมบนถนนเยาวราชในปัจจุบัน	130
4.36	การวิเคราะห์สถานภาพของการสร้างโรงแรมบนถนนเยาวราช	134
4.37	การวิเคราะห์ตำแหน่งของโรงแรมแต่ละแห่งตามปัจจัยทางด้านราคาและการออกแบบบนถนนเยาวราช	135
5.1	แสดงผังที่ตั้งโครงการ	149
5.2	แสดงผังและย่านที่สำคัญโดยรอบถนนเยาวราช	150
5.3	แสดงตำแหน่งของศาสนสถานโดยรอบที่ตั้งโครงการ	151
5.4	แสดงตำแหน่งของโรงแรมโดยรอบที่ตั้งโครงการ	151
5.5	แสดงตำแหน่งย่านกิจกรรมและการค้าต่างๆรอบที่ตั้งโครงการ	152
5.6	แสดงผังโครงการรถไฟฟ้าสายสีน้ำเงิน	153
5.7	แสดงผังโครงการรถไฟฟ้าสายสีน้ำเงินบริเวณถนนเยาวราช	154
5.8	แสดงรูปแบบอาคารบริเวณรอบที่ตั้งโครงการ	155
5.9	แสดงการใช้งานอาคารบริเวณรอบที่ตั้งโครงการ	156
5.10	แผนผังแสดงขอบเขตและข้อกำหนดเรื่องความสูงอาคาร	157
5.11	ความสูงของอาคารที่สามารถสร้างได้ของโครงการ	160
5.12	การศึกษาความสอดคล้องระหว่างผังอาคารล้อมลานกับที่ตั้งโครงการ	168
5.13	การศึกษาความสอดคล้องระหว่างผังอาคารติดแถวกับที่ตั้งโครงการ	169
5.14	การศึกษาความสอดคล้องระหว่างผังอาคารเดี่ยวกับที่ตั้งโครงการ	170

5.15	แสดงมุมมองทางสายตาของคนในแนวนอน	171
5.16	แสดงมุมมองทางสายตาของคนในแนวตั้ง	172
5.17	แสดงการเปรียบเทียบมุมมองทางสายตาของอาคารในแต่ละประเภทที่พบ บนถนนเยาวราช	172
5.18	การศึกษาความสอดคล้องระหว่างผังอาคารรูปแบบผสมผสานกับที่ตั้งโครงการ	174
5.19	แสดงผังอาคารที่จะนำไปพัฒนาพื้นที่ใช้สอยแต่ละรูปแบบ	176
5.20	แสดงการเปรียบเทียบอัตราส่วนห้องพักต่อพื้นที่ซึ่งมีความเชื่อมโยงกับบริบท และกิจกรรมภายนอกโครงการ	179
5.21	แสดงการเชื่อมโยงระหว่างโครงการกับบริบทภายนอก	181
5.22	แสดงการพัฒนาโครงการที่มีทั้งอาคารหลักและอาคารย่อยแทรกในบริบท	182
5.23	แสดงรูปแบบตึกแถวแบบจีนยุคแรก	187
5.24	แสดงลักษณะของลวดลายลูกกรงเงินของอาคารตึกแถวบนถนนมังกร	188
5.25	แสดงผังบริเวณของโครงการรูปแบบที่ 1	189
5.26	แสดงภาพไอโซเมตริกของโครงการรูปแบบที่ 1	190
5.27	แสดงผังโครงการชั้น 1 รูปแบบที่ 1	191
5.28	แสดงผังโครงการชั้น 2 รูปแบบที่ 1	192
5.29	แสดงผังชั้นที่ 3 – 4 รูปแบบที่ 1	193
5.30	แสดงผังหลังคา ของโครงการรูปแบบที่ 1	193
5.31	แสดงภาพมุมมองทิศเหนือ จากถนนทรงสวัสดิ์และถนนเจริญกรุง	194
5.32	แสดงภาพมุมมองที่ 1 ทิศเหนือ จากถนนทรงสวัสดิ์และถนนเจริญกรุง	195
5.33	แสดงภาพมุมมองที่ 2 ทิศตะวันตก บริเวณมุมถนนทรงสวัสดิ์และถนนเยาวราช	196
5.34	แสดงภาพมุมมองที่ 3 ทิศใต้ บริเวณมุมถนนเยาวราชและถนนลำพูนไชย	197
5.35	แสดงภาพมุมมองที่ 4 แสดงทางเข้าหลักของโครงการบริเวณถนนทรงสวัสดิ์	198
5.36	แสดงภาพมุมมองที่ 5 แสดงทางเข้าโครงการจากถนนเยาวราช	199
5.37	แสดงภาพทัศนียภาพของโครงการ	200
5.38	แสดงภาพภาพผนังชั้น 1 และ 2 ของโครงการที่มีการนำองค์ประกอบลวดลายเงิน มาใช้ในการออกแบบ	201

5.39	แสดงการนำองค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ที่แสดงถึงอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมบนถนน เยาวราชมาใช้ บริเวณถนนเยาวราช	202
5.40	แสดงการนำองค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ที่แสดงถึงอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมบนถนน เยาวราชมาใช้ บริเวณถนนทรงสวัสดิ์	203
5.41	แสดงการนำองค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ที่แสดงถึงอัตลักษณ์	204
5.42	แสดงความหลากหลายของลวดลายต่างๆของร้านทองซึ่งเป็นรูปแบบอาคารที่ได้รับ การตกแต่งอย่างโดดเด่นและแสดงถึงเอกลักษณ์เฉพาะของถนนเยาวราช	205
5.43	แสดงแนวคิดการนำรูปแบบของหลังคาที่สะท้อนลักษณะจีนแต่มีการลดรูปให้มี ความเรียบง่าย	205
5.44	แสดงผังบริเวณของโครงการรูปแบบที่ 2	206
5.45	แสดงภาพไอโซเมตริกของโครงการรูปแบบที่ 2	207
5.46	แสดงผังโครงการชั้น 1 รูปแบบที่ 2	208
5.47	แสดงผังโครงการชั้น 2 รูปแบบที่ 2	209
5.48	แสดงผังโครงการชั้น 3 รูปแบบที่ 2	209
5.49	แสดงผังโครงการชั้น 4 รูปแบบที่ 2	210
5.50	แสดงโครงการชั้น 5 รูปแบบที่ 2	210
5.51	แสดงผังหลังคา อาคารรูปแบบที่ 2	211
5.52	แสดงภาพมุมมองทิศเหนือ จากถนนทรงสวัสดิ์และถนนเจริญกรุง	212
5.53	แสดงภาพมุมมองที่ 2 ทิศตะวันตก บริเวณมุมถนนทรงสวัสดิ์และถนนเยาวราช	213
5.54	แสดงภาพมุมมองที่ 3 ทิศใต้ บริเวณมุมถนนเยาวราชและถนนลำพูนไชย	214
5.55	แสดงภาพทัศนียภาพของโครงการ	215
5.56	แสดงภาพทัศนียภาพของโครงการ	216
5.57	แสดงภาพทัศนียภาพของโครงการ	217
5.58	แสดงภาพมุมมองที่ 4 แสดงทางเข้าหลักของโครงการบริเวณถนนทรงสวัสดิ์	218
5.59	แสดงภาพมุมมองที่ 5 แสดงทางเข้าโครงการจากถนนเยาวราช	219
5.60	แสดงลวดลายผนังของโครงการที่มีการนำองค์ประกอบของร้านทองบนถนนเยาวราช มาใช้ในการออกแบบ	220
5.61	แสดงการนำองค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ที่แสดงถึงอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมบนถนน	

เยาวราชมาใช้ บริเวณถนนเยาวราช	221
5.62 แสดงการนำองค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ที่แสดงถึงอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมบนถนน เยาวราชมาใช้ บริเวณถนนทรงสวัสดิ์	222
5.63 แสดงการนำองค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ที่แสดงถึงอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมบนถนน เยาวราชมาใช้ บริเวณถนนทรงสวัสดิ์	223



สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 รูปแบบแนวคิดในการสงวนรักษา การอนุรักษ์ และการจัดการมรดก	26
4.1 แสดงการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มสถาปนิกและ ผู้เชี่ยวชาญด้านประวัติศาสตร์	116
4.2 ข้อสรุปความคิดเห็นของรูปแบบอาคารที่ควรนำมาใช้ในการออกแบบ	124
4.3 การวิเคราะห์ภาพรวมของโรงแรมบนถนนเยาวราช	131
4.4 การวิเคราะห์โมเดลของโรงแรมบนถนนเยาวราช	136
4.5 แสดงการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ประกอบการ	138
4.6 ความคิดเห็นของรูปแบบอาคารที่ควรนำมาใช้ในการออกแบบ	143
5.1 แสดงข้อกำหนดการใช้ที่ดินในระยะ 500 เมตรรอบสถานีรถไฟฟ้าขนส่งมวลชน	158
5.2 สรุปข้อกฎหมายที่จะเกี่ยวข้องกับการออกแบบโครงการประเภทโรงแรมบริเวณ โรนังเฉลิมบุรีเก่า	162
5.3 แสดงการพัฒนาพื้นที่ใช้สอย แบบที่ 1 ผังที่เน้นการเพิ่มจำนวนห้องพัก	177
5.4 แสดงการพัฒนาพื้นที่ใช้สอย แบบที่ 2 ผังที่เน้นการออกแบบที่เชื่อมโยงกับบริบท ภายนอก	178
5.5 รายละเอียดโครงการและการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ	183
5.6 แสดงสรุปความคิดเห็นรูปแบบทางสถาปัตยกรรมประเภทโรงแรมบนถนนเยาวราช	186

บทที่ 1

บทนำ

(Introduction)

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่ใหญ่ที่สุดในโลก สภาการเดินทางและการท่องเที่ยวของโลก หรือ World Travel & Tourism Council (WTTTC) ได้ทำการรวบรวมสถิติของการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นทั่วโลกพบว่ามีค่าสูงถึง 12% ของผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ (GNP) และคาดการณ์ว่าจะยังคงเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันนี้ปัจจัยทางด้านการท่องเที่ยวถือเป็นปัจจัยสำคัญมากขึ้นในการวางแผนการจัดการขององค์การยูเนสโก หรือ United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO) ถึงแม้ว่าจะไม่มีข้อมูลที่ได้รับการศึกษาอย่างเป็นทางการ หรือที่ได้รับการเก็บรวบรวมไว้เกี่ยวกับรายชื่อของมรดกโลกและมรดกชุมชนเมืองในภาพรวมได้ทั้งหมด แต่ก็สามารถที่จะทำการวิเคราะห์และสรุปผล ได้ว่ามรดกโลกหรือมรดกชุมชนเมืองมักจะสอดคล้องกับการเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยว และการท่องเที่ยวยังเป็นปัจจัยที่สามารถช่วยสร้างและสนับสนุนการค้าระหว่างประเทศ ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว และธุรกิจโรงแรม (องค์การยูเนสโก, 2560)

ปัจจุบันอัตราการเติบโตของอุตสาหกรรมทางด้านการท่องเที่ยวที่มีการเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง จะเห็นได้จากสถิติของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในประเทศไทยจนเป็นผลให้ รายได้ที่เกิดจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวคิดเป็นสัดส่วนได้สูงถึง 12% ของผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ (GNP) (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2560) อีกทั้งจากผลจากการเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ยังส่งเสริมให้เกิดการขยายตัวของภาคธุรกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และยังเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยสร้างและสนับสนุนการค้าระหว่างประเทศ ผู้ประกอบการธุรกิจในการท่องเที่ยว รวมไปถึงธุรกิจทางด้านที่พักอาศัย ซึ่งถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว จะเห็นได้จากตัวเลขการเติบโตของธุรกิจทางด้านที่พักอาศัยในย่านท่องเที่ยว ที่ได้รับความนิยมจนทำให้ธุรกิจโรงแรมมีรายได้เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง (สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยว (ATTA), 2560)

อิทธิพลจากการเติบโตของธุรกิจที่พักอาศัยในย่านการท่องเที่ยวต่าง ๆ นั้นส่งผลให้เกิดแนวคิดในการสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัวของธุรกิจประเภทโรงแรมในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อดึงดูดลูกค้า และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับตัวโครงการด้วยการออกแบบโรงแรมให้มีจุดเด่น สร้างความน่าสนใจ ให้กับ

ธุรกิจโรงแรมในหลายๆรูปแบบโดยรูปแบบของการออกแบบนั้นจะแตกต่างกันไปตามวัตถุประสงค์ของโรงแรม เช่น บูติก โฮเต็ล (Boutique Hotel) ที่เกิดขึ้นจากวัตถุประสงค์ในการสร้างลักษณะเฉพาะให้กับโรงแรมเพื่อตอบสนองการใช้งานของลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย เป็นต้น

ในงานวิจัยชิ้นนี้ผู้วิจัยจะเน้นการนำเสนอแนวทางการออกแบบที่มีความสอดคล้องกับที่ตั้งซึ่งหมายถึง “ย่านมรดกวัฒนธรรมเมือง”(Urban Heritage) เพื่อสร้างคุณค่าและมูลค่าให้กับทั้ง พื้นที่และตัวโครงการ

เยาวราช (China Town) ถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมเป็นอันดับต้น ๆ ของกรุงเทพมหานครที่ติด 1 ใน 10 สถานที่ท่องเที่ยวที่มีความน่าสนใจของกรุงเทพมหานคร ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและได้รับการยกย่องให้เป็นมรดกชุมชนเมือง (Urban Heritage) ที่ควรค่าแก่การรักษาไว้ให้คงอยู่ และเยาวราชนั้นยังถือได้ว่าเป็นย่านที่มีประวัติศาสตร์ความเป็นมาอันยาวนานที่แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างไทยกับจีนและถือเป็นย่านวัฒนธรรมที่สำคัญและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวของวัฒนธรรมจีนที่เกิดขึ้นนับตั้งแต่ในยุคของชาวจีนโพ้นทะเล ที่เก่าแก่นับตั้งแต่ในอดีต อีกทั้งเยาวราช ยังเป็นย่านที่มีความสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ และมีอัตราการเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ถือเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวหลักในย่านเยาวราช ซึ่งจากสถิติของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.), 2560) พบว่าสถิติของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยในช่วง 10 ปีที่ผ่านมาพบว่านักท่องเที่ยวชาวจีนนั้นถือเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สร้างรายได้ให้กับประเทศไทยมากที่สุดคือคิดเป็น 5 แสนล้านบาทจากรายได้ทั้งหมดของการท่องเที่ยวและจะยังคงมีอัตราการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (China National Tourism Administration, 2017) ในอนาคต

ในปัจจุบันลักษณะการพัฒนาของย่านมรดกชุมชนเมืองซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมโดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีการขยายตัวอย่างรวดเร็วในปัจจุบันโดยเฉพาะธุรกิจด้านการพักอาศัยซึ่งถือเป็นธุรกิจที่สร้างรายได้ให้กับผู้ประกอบการในย่านการท่องเที่ยว โดยการพัฒนาโครงการต่าง ๆ นั้นมักจะขาดการคำนึงถึงความสัมพันธ์ระหว่างอาคารที่เกิดขึ้นให้สัมพันธ์กับลักษณะทางสถาปัตยกรรม และบริบทของย่านด้วยปัจจัยดังกล่าวนี้จึงทำให้อัตลักษณ์หรือคุณค่าต่างๆ ที่เกิดขึ้นกับย่านมรดกชุมชนเมืองนั้นเกิดการเปลี่ยนแปลงและอาจจะสูญหายไปที่สุดในที่สุด หากการขยายตัวนี้ยังคงเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องโดยที่กลุ่มนักพัฒนาโครงการ (Developer) ที่เข้ามาสร้าง

ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวจากช่องทางการเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ยังขาดการตระหนักในคุณค่าของย่านมรดกชุมชนเมือง

จากปัญหาข้างต้นจึงนำไปสู่แนวทางการออกแบบสถาปัตยกรรมที่มีการคำนึงถึงอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมและอัตลักษณ์ของย่านเพื่อให้สถาปัตยกรรมที่ได้รับการออกแบบขึ้นมีความสอดคล้องกับอัตลักษณ์เฉพาะของย่านนั้น ๆ จึงได้ทำการศึกษาทฤษฎีและแนวทางที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาสถาปัตยกรรมให้มีความสอดคล้องกับมรดกชุมชนเมืองผ่านทฤษฎีการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรม (Architectural Identity) กับอัตลักษณ์ของย่านมรดกชุมชนเมือง (Urban Heritage) รวมถึงทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการตลาด (Marketing Opportunity) เพื่อให้โครงการที่เกิดขึ้นนั้นสามารถสร้างคุณค่าให้กับพื้นที่และมูลค่าเพิ่มให้แก่ผู้ประกอบการซึ่งจะเป็นการนำเสนอแนวคิดการพัฒนาโครงการให้กับผู้ประกอบการ ซึ่งจะเป็นการแก้ไขปัญหาการขยายตัวของย่านมรดกชุมชนเมืองที่เป็นย่านท่องเที่ยวที่ได้รับการพัฒนาให้มีความสอดคล้องกับบริบทของเมือง

ในงานวิจัยชิ้นนี้ต้องการที่จะนำเสนอแนวทางการออกแบบสถาปัตยกรรมที่มีความสอดคล้องกับบริบทซึ่งได้ทำการศึกษาทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์อัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรม อัตลักษณ์ของย่าน และความเป็นไปได้ทางการตลาด จากการออกแบบโรงแรมซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่สามารถสร้างเอกลักษณ์ให้กับย่านได้ โดยทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็น 3 ส่วนได้แก่ ส่วนที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมนั้น ประกอบไปด้วย การใช้งานทางสถาปัตยกรรม (Architectural Uses) ประเภททางสถาปัตยกรรม (Architectural Typology) รูปแบบทางสถาปัตยกรรม (Architectural Style) และองค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ (Architectural Sign) ในส่วนที่ 2 นั้นจะเป็นการศึกษาเพื่อวิเคราะห์อัตลักษณ์ของเมืองซึ่งได้แก่ โครงสร้างพื้นฐานของเมือง ลักษณะความเป็นย่าน และส่วนที่ 3 จะเป็นการศึกษาในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการตลาด ซึ่งได้แก่ การวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mixs) การวิเคราะห์ตำแหน่งทางการตลาด (Positioning) การแบ่งส่วนทางการตลาด (Segmentation) และการวิเคราะห์กลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing Strategy) โดยงานวิจัยชิ้นนี้เกิดขึ้นเพื่อแก้ปัญหการพัฒนาสถาปัตยกรรมที่ขาดการคำนึงถึงคุณค่าของย่านมรดกชุมชนเมืองโดยแสดงให้เห็นถึงความเป็นไปได้ทางการตลาดของการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ที่มีการสร้างความสัมพันธ์กับที่ตั้งย่านมรดกชุมชนเมือง ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาฐานทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนด้วยการสร้างคุณค่าให้กับพื้นที่ควบคู่ไปกับการสร้างมูลค่าเพิ่มที่เกิดจากการออกแบบ และเพื่อที่จะนำเสนอแนวคิด

ใหม่ให้กับผู้ประกอบการและนักพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ให้เกิดการตระหนักถึงคุณค่าของย่านอนุรักษ

1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1.2.1 ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบทางสถาปัตยกรรมกับอัตลักษณ์ของย่านมรดกชุมชนเมืองซึ่งเป็ย่านที่มีอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมและวัฒนธรรมของพื้นที่เฉพาะตัว เพื่อใช้เป็นแนวทางในการออกแบบสถาปัตยกรรมที่สามารถแสดงอัตลักษณ์สอดคล้องกับย่านมรดกชุมชนเมือง

1.2.2 ออกแบบโรงแรมที่แสดงอัตลักษณ์สอดคล้องกับมรดกชุมชนเมือง ที่มีความเป็นไปได้ทางการตลาดและสามารถที่จะสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับโครงการด้วยแนวคิดของการออกแบบสถาปัตยกรรม

1.2.3 วิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางด้านการตลาด และการลงทุนในการออกแบบโรงแรมที่จะสามารถช่วยเพิ่มคุณค่าให้กับย่านมรดกชุมชนเมือง และเพิ่มมูลค่าให้กับผู้ประกอบการและนักลงทุนในพื้นที่ควบคู่กัน

1.3 ขอบเขตการวิจัย

1.3.1 ขอบเขตด้านพื้นที่



ขอบเขตของพื้นที่ศึกษาของงานวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นย่านของชาวจีนในประเทศไทย (Chinatown) และรูปแบบสถาปัตยกรรมที่เกิดขึ้นในย่านเยาวราช โดยมีขอบเขตของการศึกษา อยู่บนถนนเยาวราช ซึ่งตั้งอยู่ในพื้นที่เขตสัมพันธวงศ์เชื่อมต่อกับเขตป้อมปราบศัตรูพ่าย โดยทิศเหนือของถนนเยาวราชนั้นจะเชื่อมต่อกับถนนเจริญกรุง ทิศตะวันตกจรดถนนจักรวรรดิ ทิศใต้จรดถนนทรงวาดเชื่อมต่อไปยังถนนวาณิช 2 และทิศตะวันออกจรด คลองผดุงกรุงเกษม โดยมีความยาวตลอดเส้นทางอยู่ที่ 1.5 กิโลเมตร โดยเกณฑ์ในการเลือกที่ตั้งหรือตำแหน่งที่จะทำการศึกษาและออกแบบนั้นผู้วิจัยได้เลือกพื้นที่บนถนน เยาวราชเป็นพื้นที่กรณีศึกษา เนื่องจากเยาวราชเป็นย่านที่มีเอกลักษณ์และสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่มีความชัดเจน และสามารถที่จะนำมา

แสดงออกผ่านทางการออกแบบสถาปัตยกรรมเชิงสัญลักษณ์ได้ เพื่อที่จะสร้างความสัมพันธ์ระหว่างย่านที่มีเอกลักษณ์กับการออกแบบสถาปัตยกรรมที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของความเป็นย่าน

1.3.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา

1.3.2.1 กำหนดประเด็นที่จะใช้ศึกษา ด้วยการกำหนดตัวแปรด้านรูปแบบ และเอกลักษณ์ที่แสดงถึงอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมในย่านเยาวราช ที่มีความสอดคล้องกับมรดกชุมชนเมืองและลักษณะเฉพาะทางกายภาพของพื้นที่ศึกษา ซึ่งเป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าเบื้องต้น และจากการศึกษาพัฒนาการทางสถาปัตยกรรมนับตั้งแต่ยุคกำเนิดเยาวราชจนถึงปัจจุบัน ซึ่งในงานวิจัยชิ้นนี้จะเน้นการเลือกเฉพาะประเด็นที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับแนวทางการออกแบบโรงแรมของย่านกรณีศึกษา โดยประกอบด้วยองค์ประกอบดังต่อไปนี้

การกำหนดตัวแปรด้านอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมที่มีความสอดคล้องกับความเป็นมรดกชุมชนเมืองในย่านเยาวราช

ก.ประเภทของสถาปัตยกรรม

ข.รูปแบบทางสถาปัตยกรรม

ค.องค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์

ง.ลักษณะทางกายภาพของพื้นที่เยาวราช

1.3.2.2 ศึกษาประเภทและขนาดของโรงแรมที่เกิดขึ้นบนพื้นที่กรณีศึกษา เพื่อใช้เป็นแนวทางในการออกแบบโรงแรมที่แสดงอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมที่มีความสอดคล้องกับที่ตั้ง

1.3.2.3 ในงานวิจัยชิ้นนี้จะเน้นไปที่การศึกษาเกี่ยวกับมรดกทางวัฒนธรรมโดยจะเน้นไปที่ “องค์ประกอบต่างๆของมรดกชุมชนเมืองในส่วนที่เป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้”

1.3.2.4 การออกแบบในงานวิจัยชิ้นนี้จะเน้นเฉพาะการออกแบบลักษณะอาคารภายนอกเท่านั้น

1.3.3 ขอบเขตด้านการออกแบบ

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เน้นการสร้างสถาปัตยกรรมที่สัมพันธ์กับที่ตั้ง ดังนั้นรูปแบบหรือแนวคิดในการใช้องค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมที่เกิดขึ้นนั้นผู้วิจัยได้เน้นศึกษาลักษณะทางกายภาพและการออกแบบให้มีสัมพันธ์และสอดคล้องกับที่ตั้งบนถนนเยาวราช โดยเน้นการนำเสนอรูปแบบทางสถาปัตยกรรมและการออกแบบภายนอกอาคารเป็นหลัก

1.4 สมมติฐาน

โรงแรมที่แสดงอัตลักษณ์เฉพาะสอดคล้องกับที่ตั้งมรดกชุมชนเมืองมีความเป็นไปได้ในทางการตลาดและสามารถที่จะสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มให้กับย่านและผู้ประกอบการ

1.5 ระเบียบวิธีวิจัย

1.5.1 ศึกษาทฤษฎีเกี่ยวกับอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรม

1.5.2 ศึกษาโครงสร้างพื้นฐานและลักษณะความเป็นย่านของถนนเยาวราช

1.5.3 ศึกษาารูปแบบของโรงแรมที่เกิดขึ้นบนถนนเยาวราช

1.5.4 จัดทำโครงร่างการวิจัย โดยกำหนดวัตถุประสงค์ ตั้งสมมติฐานและขอบเขตของการวิจัย

1.5.5 กำหนดตัวแปร โดยแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1.5.5.1 ตัวแปรด้านรูปแบบทางกายภาพ

1. ตัวแปรต้น ได้แก่ อัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมในย่านเยาวราช ลักษณะทางกายภาพของเมืองที่ตั้งเฉพาะที่จะเป็นปัจจัยที่ควบคุมลักษณะทางกายภาพทั้งหมด และทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดเพื่อวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการตลาด

2. ตัวแปรตาม โรงแรมที่แสดงอัตลักษณ์เฉพาะสอดคล้องกับที่ตั้งมรดกชุมชนเมืองมีความเป็นไปได้ในทางการตลาด

3. ตัวแปรควบคุม ได้แก่ การเลือกใช้อำเภอประกอบที่แสดงอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมของย่านเยาวราชที่สัมพันธ์กับลักษณะเฉพาะของที่ตั้งในประเด็นต่าง ๆ ที่มีความสอดคล้องกับขนาดของโครงการที่ทำการออกแบบ

1.5.6 จัดทำเครื่องมือวิจัยโดยการสร้างแบบสัมภาษณ์ และแบบจำลอง

1.5.6.1 การลงพื้นที่สำรวจและเก็บข้อมูล

ลงพื้นที่ศึกษาลักษณะทางกายภาพและศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับโรงแรมในย่านกรณีศึกษา (พื้นที่ย่านเยาวราช) ทั้งโรงแรมที่แสดงอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรม และโรงแรมที่ไม่แสดงอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรม เพื่อศึกษาข้อมูลในด้านการออกแบบ และข้อมูลที่เกี่ยวข้องและสามารถนำข้อมูลที่ได้เพื่อมาเปรียบเทียบข้อมูลเพื่อหาจุดแข็ง เอกลักษณ์ กลุ่มลูกค้า มูลค่าและความคุ้มค่าของโครงการแต่ละแห่งเพื่อวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการตลาดของโครงการ

1.5.6.2 การสร้างแบบสัมภาษณ์

สร้างแบบสัมภาษณ์ เพื่อใช้ประกอบการวิเคราะห์ข้อมูล และใช้เป็นแนวทางในการออกแบบอาคาร

1.5.6.3 การสร้างแบบจำลองทางสถาปัตยกรรม

สร้างแบบจำลองทางสถาปัตยกรรมที่นำมาจากการศึกษาข้อมูลทางกายภาพในประเด็นต่างๆ ประกอบกับการอ้างอิงถึงทฤษฎีที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม (Literature Review) ที่ได้จากแหล่งต่าง ๆ

1.5.6.4 การสร้างแบบประเมินรูปแบบทางสถาปัตยกรรม

สร้างแบบสัมภาษณ์ประเมิน เพื่อใช้ประกอบการประเมินรูปแบบ องค์ประกอบ และความเหมาะสมในการแสดงอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมที่ใช้ประกอบการออกแบบโครงการข้างต้น

1.5.6.5 การกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

กำหนดกลุ่มตัวอย่างที่จะเป็นผู้ให้สัมภาษณ์ โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In depth Interview) ด้วยการให้ผู้ถูกสัมภาษณ์เป็นผู้ทำแบบสอบถามเพื่อหาค่าความสัมพันธ์และข้อสรุปของชุดคำถาม

1.5.7 การรวบรวมข้อมูลในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา

ทำการรวบรวมข้อมูลในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎีที่ทำการศึกษา เพื่อวิเคราะห์ความเหมาะสมที่มีต่อประเด็นต่าง ๆ ที่แสดงออกถึงแนวคิดหรือ อັตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรม และอັตลักษณ์ของย่านมรดกชุมชนเมือง ตามประเด็นที่กำหนดไว้

1.5.8 การวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลทีรวบรวมทั้งหมดมาวิเคราะห์เพื่อหาข้อสรุป

1.5.9 การสัมภาษณ์เกี่ยวกับแนวทางการออกแบบและรูปแบบโครงการที่มีความเป็นไปได้ทางการตลาด

ทำการสัมภาษณ์ถึงแนวทางการออกแบบโครงการประเภทโรงแรมที่แสดงอັตลักษณ์สอดคล้องกับอັตลักษณ์ของถนนเยาวราชและมีความเป็นไปได้ทางการตลาด โดยกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านสถาปัตยกรรม ผู้เชี่ยวชาญด้านประวัติศาสตร์จีน ผู้เชี่ยวชาญด้านวัฒนธรรมจีน และกลุ่มผู้ประกอบการโครงการที่แสดงอັตลักษณ์สอดคล้องกับที่ตั้ง และโครงการที่แสดงอັตลักษณ์จีน

1.5.10 การสรุปผลข้อมูลที่ได้จากการสำรวจ สัมภาษณ์เพื่อสร้างแบบจำลองรูปแบบทางสถาปัตยกรรม

สรุปผลของข้อมูลเพื่อใช้ในการสร้างแบบจำลอง ซึ่งจะเป็นบทสรุปของการวิจัยครั้งนี้

1.5.11 การประเมินแบบทางสถาปัตยกรรม

นำแบบจำลองของโครงการที่ได้มาทำการศึกษา วิเคราะห์และประเมินโดยกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านสถาปัตยกรรม ผู้เชี่ยวชาญด้านประวัติศาสตร์จีน ผู้เชี่ยวชาญด้านวัฒนธรรมจีน และกลุ่มผู้ประกอบการถึงรูปแบบโครงการที่แสดงถึงอັตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมและมีความเป็นไปได้ทางการตลาดมากที่สุด

1.5.12 สรุปผลการวิจัย

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากงานวิจัย

1.6.1 แนวทางการออกแบบโรงแรมที่จะช่วยส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพทางด้านการท่องเที่ยวและก่อให้เกิดการอนุรักษ์ย่านมรดกชุมชนเมืองและการพัฒนาเมืองที่มีความยั่งยืน

1.6.2 การนำอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมบนพื้นที่มรดกชุมชนเมือง มาใช้ในการออกแบบโรงแรมเพื่อศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาดและความคุ้มค่าที่จะสร้างให้เกิดขึ้นในย่านเยาวราช ด้วยการศึกษามูลค่าเพิ่มของโครงการ (Value Added) เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจสำหรับนักพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์หรือผู้ที่มีความสนใจ

1.6.3 สร้างแนวคิดใหม่ในการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ในย่านมรดกชุมชนเมือง เพื่อให้เกิดการคำนึงถึงคุณค่าของพื้นที่เพื่อให้การออกแบบสถาปัตยกรรมที่จะเกิดขึ้นนั้นๆช่วยส่งเสริมศักยภาพของพื้นที่

1.6.4 เพื่อนำเสนอข้อมูลให้กับนักพัฒนาโครงการและผู้ที่มีความสนใจ ที่จะศึกษามูลค่าของโรงแรมที่เกิดจากการใส่อัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมที่มีความสอดคล้องกับย่านมรดกชุมชนเมืองเพื่อพิจารณาความคุ้มค่า และมูลค่าที่จะเกิดขึ้นกับโครงการ

1.6.5. สามารถนำงานวิจัยนี้ไปต่อยอดเพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการนำอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมที่สอดคล้องกับมรดกชุมชนเมืองมาใช้ในการออกแบบสถาปัตยกรรมในย่านมรดกชุมชนเมืองอื่นๆได้

1.7 นิยามศัพท์

1.7.1 มรดกชุมชนเมือง หมายถึง เมืองหรือย่านที่มีเอกลักษณ์และคุณค่าทั้งด้านวัฒนธรรม สังคม และวิถีชีวิตของคนในย่านนั้นๆ และมีจุดกำเนิดของวัฒนธรรมและเอกลักษณ์เฉพาะที่เกิดขึ้นในประเทศหรือย่านนั้นๆ ซึ่งควรได้รับการอนุรักษ์ไว้ (อ้างอิงโดย: ผู้วิจัย)

1.7.2 อัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรม หมายถึง เอกลักษณ์เฉพาะตัวทางสถาปัตยกรรม ที่แสดงถึงลักษณะเฉพาะหรือรูปแบบทางสถาปัตยกรรมที่มีเฉพาะประเทศ หรือ เฉพาะย่านนั้น ๆ โดยผ่านรูปแบบของเมือง ตัวสถาปัตยกรรม หรือ สิ่งปลูกสร้างต่าง ๆ และ “อัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรม

สอดคล้องกับมรดกชุมชนเมือง” ในงานวิจัยนี้จึง หมายถึง ลักษณะหรือรูปแบบทางสถาปัตยกรรมที่มีความเฉพาะในพื้นที่ถนนเยาวราช (อ้างอิงโดย: รองศาสตราจารย์พิศประไพ สารสารสิน)

1.7.3 รูปแบบจีนร่วมสมัย หมายถึง การออกแบบสถาปัตยกรรมในแนวทางที่แปลกใหม่ โดยการนำความงามขององค์ประกอบทางศิลปะเข้ามาประสมประสานเข้ากับประโยชน์ใช้สอยตามทฤษฎีทางสถาปัตยกรรม และมีการผสมผสานระหว่างรูปแบบของจีนดั้งเดิมเข้ากับอิทธิพลจากชาติตะวันตก (อ้างอิงโดย: ผู้วิจัย)

1.7.4 สถาปัตยกรรมจีนดั้งเดิม หมายถึง รูปแบบสถาปัตยกรรมที่ได้รับอิทธิพลโดยตรงจากชาวจีนยุคแรกๆที่อพยพมาตั้งถิ่นฐานและเป็นรูปแบบสถาปัตยกรรมที่เน้นการใช้องค์ประกอบ และวัสดุในการนำเสนอด้านสถาปัตยกรรมตามรูปแบบของสถาปัตยกรรมแบบจีนดั้งเดิม หรือ จีนประเพณี (อ้างอิงโดย: ผู้วิจัย)

1.7.5 สถาปัตยกรรมจีนสมัยใหม่ หมายถึง สถาปัตยกรรมจีนที่เริ่มต้นในช่วงกลางศตวรรษที่ 19 ซึ่งส่งผลต่อรูปแบบสถาปัตยกรรมที่เปลี่ยนไปจากอิทธิพลของชาติตะวันตก แม้ว่าอาคารจะยังมีรูปแบบที่เป็นจีนดั้งเดิม แต่ส่วนใหญ่ก็ล้วนจะได้รับอิทธิพลจากชาติตะวันตก (อ้างอิงโดย: ผู้วิจัย)

1.7.6 การจำลองรูปแบบอาคาร หมายถึง การสร้างแบบจำลองสามมิติเพื่อจำลองรูปแบบทางสถาปัตยกรรมของอาคารประเภทโรงแรม (อ้างอิงโดย: ผู้วิจัย)

1.7.7 ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Marketing Mix) หมายถึง แนวทางในการศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาดเพื่อวิเคราะห์ความเป็นไปได้ที่ผลิตภัณฑ์นั้น ๆ จะมีโอกาสประสบความสำเร็จ โดยสำหรับธุรกิจประเภทบริการนั้นจะแบ่งข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดออกเป็น 7 ประเด็น ได้แก่ สินค้าหรือบริการ ความเหมาะสมของราคาราคา สถานที่จัดจำหน่าย การส่งเสริมการขาย ความรู้ความสามารถของบุคลากร สิ่งปรากฏในสายตาลูกค้า และกระบวนการในการจัดการด้านบริการ (Product ,Price ,Place ,Promotion ,People , Physical Evident and Process) (อ้างอิงโดย: ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

1.7.8 ความเป็นไปได้ทางการตลาด (Marketing Opportunity) หมายถึง การวิเคราะห์และการคำนวณความคุ้มค่าทางการเงินในการลงทุนพัฒนาโครงการ โดยพิจารณาจากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ประกอบการถึงโอกาสทางการตลาดและจากการคิดตัวเลขของยอดที่นำจะขายได้ โดยพิจารณาภายใต้ปัจจัยต่าง ๆ ที่มีความใกล้เคียงกับความเป็นจริงของยอดขายในแต่ละเดือน ราคา และจำนวน

ที่จะขายได้และมีความเหมาะสมที่จะเป็นตัวชี้วัดในการคำนวณอย่างเป็นกลาง เพื่อใช้พิจารณาถึงอัตราผลตอบแทนหรือความเป็นไปได้ที่จะพัฒนาโครงการให้ได้ใกล้เคียงความเป็นจริงที่สุด (อ้างอิงโดย: ผู้วิจัย)



1.8 แนวทางในการดำเนินวิจัย

หัวข้อ	วัตถุประสงค์	ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	ปัจจัยที่ศึกษา	เครื่องมือวิจัย/ วิธีการเก็บข้อมูล	ประชากร/ กลุ่มตัวอย่าง	การวิเคราะห์ข้อมูล	สรุปผลการวิจัย
การออกแบบอาคารประเภทโรงแรมโดยแสดงอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมสอดคล้องกับ มรดกชุมชนเมืองและความเป็นไปได้อาณาเขต : กรณีศึกษานนทบุรี	1.วิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางด้านการตลาดและการลงทุนในการออกแบบโรงแรมที่จะสามารถช่วยเพิ่มคุณค่าให้กับย่านมรดกชุมชนเมืองและเพิ่มมูลค่าให้กับผู้ประกอบการและนักลงทุนในพื้นที่ควบคู่กัน	1.ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบและการเพิ่มมูลค่าของโรงแรม	1.อัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมในย่านเยาวราช	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย -แบบสอบถาม -แบบสัมภาษณ์ -แบบจำลองทางสถาปัตย- -กรรม	1. การสำรวจ -พื้นที่ถนนเยาวราช - การวิเคราะห์เพื่อหาอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมและมรดกชุมชนเมืองบนถนนเยาวราช	วิเคราะห์และประเมินข้อมูลในประเด็นต่างๆ ในข้อมูลที่ได้จากการสำรวจ สอบถาม และการสัมภาษณ์เพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์และออกแบบโครงการ	-อัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมที่สอดคล้องต่อการออกแบบบนถนนเยาวราช -รูปแบบทางสถาปัตยกรรมโครงการประเภทโรงแรมที่แสดงอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมสอดคล้องกับที่ตั้งและความเป็นไปได้ทางการตลาด
	2.ออกแบบโรงแรมที่แสดงอัตลักษณ์สอดคล้องกับมรดกชุมชนเมืองที่มีความเป็นไปได้ทางการตลาดและสามารถที่จะสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับโครงการด้วยแนวคิดของการออกแบบสถาปัตยกรรม	2.ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมในพื้นที่มรดก	2.ลักษณะมรดกชุมชนเมืองของเยาวราช	วิธีการเก็บข้อมูล 1.ลงพื้นที่สำรวจลักษณะชุมชนเมือง การใช้งานทางสถาปัตยกรรม ประเภททางสถาปัตยกรรมและรูปแบบทางสถาปัตยกรรมที่แสดงลักษณะเฉพาะของถนนเยาวราช	2.แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจประเภทโรงแรมบนถนนเยาวราช และธุรกิจที่เน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มจากการออกแบบโครงการที่มีความสอดคล้องกับบริบท		
	3. การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบทางสถาปัตยกรรมกับลักษณะทางกายภาพของที่ตั้งซึ่งเป็นย่านที่มีอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมและวัฒนธรรมของพื้นที่เฉพาะตัว เพื่อใช้เป็นแนวทางในการออกแบบสถาปัตยกรรมที่สามารถแสดงอัตลักษณ์สอดคล้องกับที่ตั้ง	3.ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการประเมินมูลค่าโครงการอสังหาริมทรัพย์ประเภทโรงแรม	3.แนวทางการศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาดในการออกแบบ	2.ข้อมูลทุติยภูมิ - กฎกระทรวงและผังเมืองรวมกรุงเทพมหานคร -กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบโรงแรม -ภาพถ่ายทางอากาศ -ภาพถ่ายอาคารต่างๆ	3.การสัมภาษณ์สถาปนิก ผู้เชี่ยวชาญด้านประวัติศาสตร์จีนและผู้เชี่ยวชาญด้านวัฒนธรรมจีน		
		4. ทฤษฎีการศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด	4.แนวทางการประเมินมูลค่าโครงการอสังหาริมทรัพย์ประเภทโรงแรม				

บทที่ 2

แนวคิดและงานศึกษาที่เกี่ยวข้อง (Literature Review)

ในส่วนของการศึกษาแนวคิดและงานศึกษาที่เกี่ยวข้องนั้นจะเป็นการศึกษาแนวทางการออกแบบโครงการประเภทโรงแรมที่แสดงอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมสอดคล้องกับมรดกชุมชนเมือง และความเป็นไปได้ทางการตลาด: กรณีศึกษาพื้นที่ถนนเยาวราชนั้น มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องกล่าวถึง แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยเนื้อหานี้จะประกอบไปด้วยการศึกษาประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์อัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมและมรดกชุมชนเมือง ประกอบกับทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบโรงแรม เพื่อนำเสนอแนวทางในการออกแบบอาคารประเภทโรงแรมที่สามารถแสดงอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมที่สอดคล้องกับย่านมรดกชุมชนเมือง และเชื่อมโยงเข้ากับการศึกษาทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการตลาดโดยจะเชื่อมโยงกับกระบวนการศึกษาและวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลในบทแรก

2.1 โรงแรม

2.1.1 ความหมายของโรงแรม

2.1.2 ประเภทของโรงแรม

2.1.3 การเพิ่มมูลค่าโครงการประเภทโรงแรมในมิติการออกแบบ

2.2 อัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมและมรดกชุมชนเมือง

2.2.1 มรดกชุมชนเมือง

2.2.2 สถาปัตยกรรมในย่านมรดกชุมชนเมือง

2.2.3 ลักษณะของชุมชนเมืองและสถาปัตยกรรมในเยาวราช

2.2.4 แนวทางในการออกแบบสถาปัตยกรรมในย่านมรดกชุมชนเมือง

2.3 การศึกษาและวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการตลาด

2.3.1 ความหมายของการตลาด

2.3.2 กระบวนการทางการตลาด/ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการวางกลยุทธ์ทางการตลาด

2.3.3 กระบวนการวิเคราะห์ปัจจัยทางสถานะแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการตลาด

2.3.4 ความสัมพันธ์ทางการตลาด และการตัดสินใจซื้อ

2.3.5 แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มที่เกิดขึ้นจากการออกแบบ

2.4 สรุปการทบทวนแนวคิดและการศึกษาที่เกี่ยวข้อง

2.1 โรงแรม

2.1.1 ความหมายของโรงแรม

2.1.1.1 โรงแรมตามกฎหมาย

คำจำกัดความของคำว่า โรงแรม ภายใต้กฎหมายไทยนั้นมีความหมายถึง สถานที่พัก ที่จัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ในทางธุรกิจเพื่อให้บริการที่พักชั่วคราวสำหรับคนเดินทาง หรือบุคคลอื่นใด โดยเรียกเก็บค่าที่พักต่ำกว่าเดือน (พ.ร.บ. โรงแรม, 2547) และได้มีการกล่าวยกเว้นถึงสถานที่พักที่ไม่ถือว่าเป็นโรงแรมเอาไว้ 3 ลักษณะ ได้แก่

- 1) สถานที่พักที่เป็นของส่วนราชการ หรือองค์กรมหาชนที่ไม่ได้เน้นการหาผลกำไร หรือ การสร้างรายได้ แต่ถ้าหากมีการเรียกเก็บค่าที่พักหรือเป็นการนำรายได้ หรือกำไรมาแบ่งก็จะถือว่าเป็นรูปแบบหนึ่งของธุรกิจโรงแรมเช่นเดียวกัน
- 2) สถานที่พักที่เน้นการคิดค่าบริการเป็นรูปแบบของรายเดือนขึ้นไป ไม่ถือว่าเป็นสถานที่พักประเภทโรงแรม แต่หากเป็นการคิดค่าบริการที่ต่ำกว่ารายเดือนคือ รายวัน รายสัปดาห์ก็ถือเป็นประกอบธุรกิจประเภทโรงแรมเช่นเดียวกัน
- 3) สถานที่พักบางประเภทที่ได้รับการ ยกเว้น ภายใต้กฎกระทรวงอื่นๆ กล่าวโดยสรุปถึงองค์ประกอบของรูปแบบธุรกิจโรงแรมนั้นมีด้วยกัน 4 ประการ ได้แก่ มีลักษณะเป็นสถานที่พัก มีวัตถุประสงค์ในการเกิดขึ้นเพื่อธุรกิจคือ มีรายได้และผลกำไร เป็นธุรกิจสำหรับคนเดินทางหรือบุคคลอื่นใด และมีการเรียกเก็บค่าที่พักแต่ละครั้งต่ำกว่าเดือน (นงคณัฐ ศรีธนาอนันต์, 2548)

2.1.1.2 อุตสาหกรรมการโรงแรม

สำหรับลักษณะของอุตสาหกรรมการโรงแรม ขจิต กอบเดช (2524, หน้า 4) ได้อธิบาย ลักษณะที่สำคัญของอุตสาหกรรมประเภทนี้ไว้ 4 ประการ ได้แก่

- 1) สิ่งก่อสร้างที่ไม่สามารถเคลื่อนที่ได้
- 2) เป็นรูปแบบหนึ่งของอุตสาหกรรมได้รับรายได้จากการขายสินค้า และการให้บริการโดยจะได้รับค่าตอบแทนเป็นเงิน เพื่อที่จะนำมาชดเชยให้กับต้นทุนของการทำโครงการและได้ผลตอบแทน
- 3) เป็นรูปแบบของธุรกิจที่เน้นการให้บริการหลายอย่างทั้งการบริการที่เกี่ยวข้องกับ แหล่งท่องเที่ยว การบริการที่เกี่ยวข้องกับการขนส่ง เป็นต้น
- 4) เป็นอุตสาหกรรมที่ถือได้ว่าเป็นศูนย์กลางในการเชื่อมโยงอุตสาหกรรมด้านอื่นๆให้เกิดการ เชื่อมโยงทั้งในด้าน อุตสาหกรรมร้านอาหาร อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ฯลฯ (Lewis C. Forrest. (1998, หน้า 5-7 อ้างอิงถึงใน อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในมิติของโรงแรม , สุภาภรณ์ มุสิกะโสภณ, 2536, หน้า 2)

2.1.1.3 โรงแรมในมิติประเภทอาคารเฉพาะ (Building Type)

เนื่องจากอาคารในแต่ละประเภทย่อมจะมีกฎหมายควบคุมการใช้อาคารที่แตกต่างกันไป ตั้งแต่เงื่อนไขของการใช้งาน , การออกแบบ, น้ำหนักบรรทุกของอาคารที่สามารถรับได้, การวางผังอาคาร และองค์ประกอบอาคารต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความปลอดภัยสำหรับผู้ใช้อาคารเป็นหลัก ซึ่งในมิติของการแบ่งประเภทอาคารที่เป็น “โรงแรม” ตามการให้ความหมายของ กฎกระทรวง ฉบับที่ 55 ว่าด้วยการแบ่งประเภทอาคารนั้น ได้ให้ความหมายของคำว่าโรงแรมไว้ดังนี้ โรงแรม หมายถึงอาคารสาธารณะ หมายความว่า อาคารที่ใช้เพื่อประโยชน์ในการชุมนุมได้โดยทั่วไปเพื่อ กิจกรรมทางราชการ การเมือง การศึกษา การสังคม การศาสนา การนันทนาการ หรือการพาณิชยกรรม

2.1.2 ประเภทของโรงแรม

อุตสาหกรรมธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ โดยเฉพาะธุรกิจด้านที่พักอาศัย เช่น โรงแรมในประเทศไทยนั้นเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วตามการขยายตัวทางเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมด้านการท่องเที่ยวของประเทศ ส่งผลต่อการขยายตัวของโรงแรมในย่านท่องเที่ยว และย่านมรดกชุมชนเมือง (Urban Heritage) ที่ถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวได้รับความนิยมตามความนิยมของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมซึ่ง

การเกิดขึ้นของธุรกิจประเภทโรงแรมในยุคปัจจุบันนี้มีแนวคิดที่หลากหลายมากขึ้นจากในอดีตโดยโรงแรมแต่ละประเภทยังจะมีการแบ่งประเภทตามวัตถุประสงค์และความต้องการสร้างความโดดเด่นที่แตกต่างกัน

2.1.2.1 ประเภทของโรงแรมตามองค์ประกอบพื้นฐาน

เกณฑ์ในการจัดประเภทของโรงแรมสามารถพิจารณาได้จากองค์ประกอบพื้นฐาน 5 ประเด็น (นนุช ศรีธนาอนันต์, 2544) ได้แก่

1. ที่ตั้ง หมายถึง การแบ่งประเภทของโรงแรมตามสถานที่ตั้ง ซึ่งจะส่งผลต่อปัจจัยทางการตลาด เพราะที่ตั้งของกิจการจะมีความสัมพันธ์โดยตรงกับกลุ่มลูกค้าที่จะใช้บริการ ซึ่งโดยทั่วไปการแบ่งที่ตั้งของโรงแรมจะถูกแบ่งออกเป็น 4 ประเภทคือ

ก. โรงแรมในเมือง

เกิดขึ้นเพื่อการติดต่อธุรกิจและการจัดประชุม โดยมีกลุ่มเป้าหมาย คือ นักธุรกิจและกลุ่มนักท่องเที่ยว

ข. โรงแรมตากอากาศ

เกิดขึ้นเพื่อโดยเน้นไปที่แหล่งที่มีสิ่งดึงดูดใจ หรือแหล่งท่องเที่ยวที่เน้นเพื่อการพักผ่อนและผ่อนคลายของแขกที่มาพักอาศัย

ค. โรงแรมท่าอากาศยาน หรือโรงแรมสนามบิน

เกิดขึ้นเพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เน้นความสะดวก รวดเร็วในการเดินทาง

ง. โรงแรมนอกเมือง หรือโรงแรมชานเมือง

เป็นกลุ่มที่มีจำนวนมากที่สุดโดยมีลักษณะเป็นที่พักค้างแรมระหว่างระหว่างการเดินทางของผู้พัก และเป็นการบริการที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีจำกัด

2. ขนาด เป็นการใช้เกณฑ์การพิจารณาจากจำนวนห้องพัก ซึ่งตามหลักเกณฑ์การแบ่งเพื่อจำแนกกลุ่มโรงแรมตามขนาดแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ ขนาดใหญ่ พิเศษ ขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และขนาดเล็ก (นนุช ศรีธนาอนันต์, 2544)

3. จุดประสงค์ในการมาพัก / ใช้บริการ โดยกลุ่มลูกค้าในโรงแรมแต่ละประเภทจะมีวัตถุประสงค์ในการเลือกที่แตกต่างกัน ดังนั้นในการเลือกที่ตั้ง หรือปัจจัยอื่นๆ ก็มักจะเกิดจากปัจจัยในเรื่องวัตถุประสงค์ในการมาพัก หรือการเข้าใช้บริการ (นนุช ศรีธนาอนันต์, 2544)

4. ระดับของการบริการ เป็นการจัดกลุ่มที่พิจารณาจากลักษณะการบริการโดยรวมของโรงแรม โดยการแบ่งระดับที่เกิดจากการคำนึงถึงคุณภาพและปริมาณสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโรงแรม ซึ่งการแบ่งประเภทของโรงแรมตามระดับของการบริการเป็น 4 กลุ่มใหญ่ ได้แก่ ระดับการบริการแบบหรูหรา ระดับการบริการแบบครบครันเต็มรูปแบบ ระดับการบริการแบบจำกัด และระดับการบริการแบบประหยัด (นนุช ศรีธนาอนันต์, 2544)

5. อัตราราคาห้องพัก เป็นการแบ่งกลุ่มโรงแรมโดยพิจารณาจากอัตราการคิดค่าบริการจากอัตราการคิดค่าห้องพักโดยแบ่งออกเป็น 6 กลุ่ม (ตามเกณฑ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2538) โดยแบ่งได้ดังนี้ (นนุช ศรีธนาอนันต์, 2544)

- ก. กลุ่มราคาตั้งแต่ 3000 บาทขึ้นไป
- ข. กลุ่มราคาตั้งแต่ 2000 บาทขึ้นไป
- ค. กลุ่มราคาตั้งแต่ 1000 บาทขึ้นไป
- ง. กลุ่มราคาตั้งแต่ 400 บาทขึ้นไป
- จ. กลุ่มราคาตั้งแต่ 100 บาทขึ้นไป
- ฉ. กลุ่มที่พักราคาประหยัด (guesthouses)

2.1.2.2 วัตถุประสงค์ของโรงแรม

นอกจากนี้ การแบ่งประเภทของโรงแรมยังสามารถแบ่งได้ตามวัตถุประสงค์ของผู้เดินทางเป็นสำคัญ) โดยแบ่งออกเป็น 6 ประเภท (นนุช ศรีธนาอนันต์, 2544) ได้แก่

1. โรงแรมสำหรับนักธุรกิจ (Business Hotel) หรือโรงแรมการประชุม (Convention Hotel) เป็นโรงแรมที่เน้นการให้บริการที่พักสำหรับกลุ่มนักธุรกิจในสัดส่วนที่มากกว่านักท่องเที่ยว โดยเฉพาะกลุ่มประชุมขนาดใหญ่ซึ่งมาจากหน่วยงานหรือองค์การธุรกิจขนาดใหญ่โรงแรมประเภทนี้จึงเน้นไปที่จำนวนห้องพักมาก เพื่อรองรับจำนวนผู้เข้าร่วมประชุม ในปัจจุบันนี้ตลาดกลุ่มประชุมมีความสำคัญต่อธุรกิจโรงแรมมาก เนื่องจากเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีความสามารถในการซื้อหรือใช้จ่ายอยู่ในอัตราที่สูง ยังผลให้โรงแรมประเภทนี้มีโอกาสสร้างรายได้มากยิ่งขึ้น

2. โรงแรมเพื่อการพักผ่อน (Pleasure Hotel) หรือ โรงแรมตากอากาศ (Resort Hotel) โรงแรมประเภทนี้ เป็นโรงแรมที่เน้นให้บริการที่พักในแหล่งท่องเที่ยวที่รูปแบบต่างๆ รวมถึงที่พักที่ตั้งอยู่กลมกลืนกับแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์

3. โรงแรมตากอากาศ (Resort Hotel) เป็นโรงแรมที่เน้นให้บริการที่พักในแหล่งท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมดึงดูดนักท่องเที่ยว มักเป็นที่พักที่ตั้งอยู่นอกเมืองเป็นหลัก เช่น ที่พักติดชายหาดทะเล ที่พักใกล้บ่อน้ำพุร้อน เป็นต้น

4. โรงแรมท่าอากาศยาน (Airport Hotel) เป็นโรงแรมที่เน้นให้บริการที่พักในระยะสั้นและต้องการความรวดเร็วในการเดินทางออกนอกประเทศ

5. โรงแรมห้องชุด (All-Suite Hotel) เป็นโรงแรมที่เน้นให้บริการห้องพักแบบห้องชุด ที่มีการจัดเป็นสัดส่วนชัดเจน แต่รูปแบบการให้บริการจะไม่หลากหลายเท่าโรงแรมทั่วไป

6. โรงแรมริมทางหลวง สำหรับผู้ขับรถยนต์ (Motel Hotel) เป็นโรงแรมที่มักตั้งอยู่ตามชานเมือง ซึ่งเป็นเขตที่มูลค่าที่ดินต่ำกว่าในเขตเมือง ที่พบเห็นทั่วไปมักมีลักษณะเป็นอาคารชั้นเดียวให้บริการที่พักแบบเรียบง่าย

7. ที่พักราคาประหยัดให้บริการพร้อมอาหารเช้า (Bed & Breakfast) เป็นสถานที่ให้บริการที่พักพร้อมอาหารเช้าในราคาประหยัดสำหรับนักท่องเที่ยว และผู้เดินทาง โดยปกติมักเป็นโรงแรมขนาดเล็ก

8. บ้านพัก หรือ โฮสเทล (Hostel) เป็นที่พักราคาประหยัดให้บริการแก่เยาวชนโดยส่วนใหญ่ แต่จะมีรูปแบบที่แตกต่างกันไปในแต่ละประเทศ

2.1.2.3 ขนาดของโรงแรม

นอกจากวัตถุประสงค์ของผู้เดินทางแล้ว ขนาดของโรงแรมถือเป็นเกณฑ์สำคัญอีกเกณฑ์หนึ่งที่ใช้ในการแบ่งกลุ่มของโรงแรม โดยมีความสำคัญ (นงนุช ศรีธนาอนันต์, 2544) ดังนี้

- เพื่อใช้ในการเปรียบเทียบผลประกอบการเชิงสถิติของโรงแรมโดยเฉพาะในกลุ่มที่มีขนาดกิจการพอกัน โดยผลจากการเปรียบเทียบนี้จะแสดงให้เห็นถึงสภาพธุรกิจและความสามารถในการแข่งขันทางการตลาดซึ่งโดยมากจะพิจารณาจาก อัตราการเข้าพักของโรงแรม (Absorption Rate)

- เพื่อให้ความสำคัญในด้านการจัดการ ขนาดของโรงแรมจะสัมพันธ์กับลักษณะของโครงสร้างองค์กร ระบบการบริหาร การแบ่งส่วนดำเนินงาน ตลอดจนจำนวนสิ่งอำนวยความสะดวก และจำนวนพนักงาน

การแบ่งขนาดของโรงแรมเป็นการแบ่งตามจำนวนห้องพักที่ให้บริการ โดยสามารถแบ่งขนาดของโรงแรม ออกเป็น 4 ขนาดด้วยกัน (โครงการศึกษาเพื่อจัดทำแผนแม่บทการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ, 2540) ได้แก่

1. ขนาดใหญ่พิเศษ มากกว่า 1501 ห้อง
2. ขนาดใหญ่ 401 – 1500 ห้อง
3. ขนาดกลาง 150 – 400 ห้อง
4. ขนาดเล็กต่ำกว่า 150 ห้อง

2.1.2.4 มาตรฐานการให้บริการ

มาตรฐานในการให้บริการของโรงแรมแต่ละแห่งนั้นจะอยู่ภายใต้เงื่อนไขทางด้านขนาดของโรงแรมเป็นหลัก (มูลนิธิมาตรฐานโรงแรมในไทย, หน้า 2547) โดยแบ่งออกเป็น 4 ระดับ ได้แก่

1. การบริการแบบหรูหรา (Luxury) ได้แก่ โรงแรมที่มีความใหญ่โต ได้รับการตกแต่งอย่างสวยงามตั้งอยู่ในทำเลที่สำคัญของเมือง (ส่วนมากเป็นโรงแรมที่จัดอยู่ในระดับ grand hotel หมายถึง โรงแรมที่มีความหรูหราในยุคก่อนโดยเฉพาะยุคที่มีการขยายความเจริญของเมืองจึงมีการแข่งขันกันสร้างโรงแรมขนาดใหญ่ตามเมืองต่าง ๆ ที่มีความเจริญ)
2. การบริการแบบครบครันเต็มรูปแบบ (Full Service) หมายถึง โรงแรมที่เน้นการให้บริการแบบครบครันและมีความหลากหลาย เน้นการบริการที่สะดวกสบายแต่ไม่ได้เน้นความหรูหรามากนัก
3. การบริการแบบจำกัด (Limited Service) หมายถึง โรงแรมหรือกิจการที่พักระดับปานกลางที่มีการบริการอย่างจำกัดมากขึ้นและ ไม่เน้นความหลากหลายหรือ มีความเพียงพอต่อความต้องการพื้นฐานของผู้พักอาศัย

5. การบริการแบบประหยัด (Economy) หมายถึง กลุ่มโรงแรมที่ให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกเท่าที่จำเป็นต่อการพักผ่อน และมีการบริการเพียงเท่าที่จำเป็นในการใช้งานเท่านั้น

2.1.2.5 รูปแบบการดำเนินธุรกิจ

นอกจากเกณฑ์ต่าง ๆ ที่กล่าวมาแล้ว การจัดประเภทโรงแรมยังอาจแบ่งตามลักษณะการบริหารจัดการของโรงแรม (สมาคมการบริหารโรงแรมไทย, 2557) โดยแบ่งได้ดังนี้

1. โรงแรมที่เป็นเจ้าของเดี่ยว (Independent Hotel) หมายถึง การดำเนินธุรกิจและบริหารโรงแรมด้วยตนเอง แต่อาจจะมีการว่าจ้างทีมงานที่ปรึกษาเข้ามาช่วยให้คำแนะนำคำปรึกษาในการจัดระบบในการบริหารจัดการการดำเนินธุรกิจในช่วงเริ่มต้น หรือว่าจ้างผู้บริหารที่มีความรู้และประสบการณ์เข้ามาทำงานประจำกับโรงแรมก็ได้

2. โรงแรมที่เป็นเจ้าของเดี่ยวแต่มีรูปแบบการบริหารจัดการแบบพันธมิตร (Alliance Hotel) เป็นการดำเนินธุรกิจและบริหารโรงแรมด้วยตนเอง แต่มีการรวมกลุ่มกับโรงแรมอื่นๆ ในลักษณะพันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อการแบ่งปันข้อมูล ข่าวสาร เกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจระหว่างพันธมิตรด้วยกัน และทำกิจกรรมบางประการร่วมกัน ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นกิจกรรมทางด้านการตลาดเพื่อสร้างความเข้มแข็งและศักยภาพในการแข่งขัน จะไม่มีบทบาทต่อการบริหารงานของพันธมิตรแต่อาจจะมีเกณฑ์ข้อกำหนดในการเข้าร่วมเป็นพันธมิตร

3. โรงแรมที่เป็นเจ้าของเดี่ยวแต่มีการรวมกลุ่มกับองค์กรภายนอกในการนำเสนอแนวคิดทางการตลาด (Affiliate Hotel) เป็นการดำเนินธุรกิจและบริหารโรงแรมด้วยตนเอง แต่มีการเข้าร่วมกับองค์กรภายนอกที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการตลาดของโรงแรมเพื่อการสร้างเครือข่าย และเพิ่มช่องทางการตลาดและการขายให้กว้างไกลมากยิ่งขึ้น แต่องค์กรภายนอกเหล่านี้จะไม่เข้ามามีส่วนในการบริหารจัดการโรงแรม แต่อาจจะมีส่วนในการประเมินผล จัดอันดับหรือจัดกลุ่มมาตรฐานโรงแรมตามที่องค์กรเหล่านี้กำหนด

4. โรงแรมที่บริหารจัดการโดยตนเองแต่เป็นการซื้อสิทธิ์ในการใช้ชื่อของแบรนด์โรงแรมที่มีชื่อเสียง (Franchise Hotel) เป็นการบริหารโรงแรมด้วยตนเอง แต่ซื้อสิทธิ์ในการใช้ชื่อของแบรนด์โรงแรมที่มีชื่อเสียงมาใช้เพื่อให้ได้รับการยอมรับ แต่โรงแรมต้องบริหารจัดการโรงแรมให้อยู่ในเกณฑ์มาตรฐานที่เครือโรงแรมที่ให้ใช้สิทธิ์ได้กำหนดไว้เป็นมาตรฐานนี้ จะถูกใช้กับทุกโรงแรมในเครือ และโรงแรมจะได้รับการสนับสนุนทางด้านเทคโนโลยี

การตลาดและการขายจากเครือโรงแรม โดยจะได้รับคำแนะนำ หรือการอบรม เกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจและบริหารกิจการโรงแรมให้อยู่ในเกณฑ์มาตรฐานด้วย

5. การเข้าร่วมกลุ่มหรือเครือ (Chain) ด้วยลักษณะสัญญาที่ต่างกัน เช่น การบริหารตามสัญญาจัดการ (Management Contract) เป็นการดำเนินธุรกิจโดยการว่าจ้างทีมงานของเครือโรงแรมที่มีชื่อเสียงมาบริหารและมีการใช้ชื่อแบรนด์ ของเครือโรงแรมที่มีชื่อเสียงในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งมีทั้งในลักษณะของการบริหารจัดการภายใต้สัญญาทางธุรกิจ และรูปแบบของการแบ่งปันผลกำไรระหว่างกัน (Profit Sharing) หรือการร่วมทุนในการดำเนินธุรกิจ โดยที่โรงแรม จะต้องเสียค่าจ้างให้แก่ทีมงานผู้บริหารตามที่ได้ตกลงไว้กับทางเจ้าของเครือโรงแรม และต้องจ่ายส่วนแบ่งรายได้ให้แก่เครือโรงแรมสำหรับเป็นค่าธรรมเนียมการใช้ชื่อโรงแรมในการดำเนินธุรกิจ หรือส่วนแบ่งกำไรตามที่ตกลงผลประโยชน์กันไว้ การดำเนินธุรกิจในรูปแบบนี้จะเป็นการบริหารจัดการโดยทีมผู้บริหารที่ส่งมาจากเครือโรงแรมที่เข้าร่วมทั้งหมด

2.1.3 การเพิ่มมูลค่าโครงการประเภทโรงแรมในมิติการออกแบบ

โรงแรมในยุคแรกๆนั้นเกิดขึ้นเพื่อเป็นที่พักอาศัยและรองรับการเดินทางของกลุ่มนักเดินทาง โดยในอดีตนั้น เป็นลักษณะของการให้ที่พักพิง มีอาหารให้ตามความเหมาะสม แต่ไม่มีการคิดค่าบริการ จนกระทั่งในยุคต่อ ๆ มาที่เกิดขึ้นแนวคิดที่ทำให้กลายเป็นธุรกิจขึ้นมา มีการจัดระบบการให้บริการ มีการขายอาหารและการให้บริการที่หลากหลายมากขึ้น จนกระทั่งธุรกิจนี้แพร่หลายและทำกำไร จนนำไปสู่แนวคิดใหม่ๆในการสร้างรายได้ที่นอกจากการให้บริการห้องพักแล้วยังมีการคำนึงถึงความสะดวกสบายและการบริการ ซึ่งรายได้ของโรงแรมนั้นนอกจากที่จะมาจากการให้บริการห้องพัก หรือการบริการอื่นๆ แล้ว ในยุคสมัยที่มีการแข่งขันที่ค่อนข้างสูง ได้นำไปสู่การคำนึงถึง ความหรูหรา การออกแบบ เหล่านี้ได้กลายเป็นสิ่งที่มีความสำคัญ และเป็นส่วนสำคัญในการที่จะช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับตัวโครงการได้ ซึ่งรูปแบบหรือ แนวทางในการออกแบบนั้นมีด้วยกันหลายประเภท ซึ่งโดยมากจะมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการให้บริการ หรือ กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เป็นสำคัญ จนเกิดเป็นโรงแรมในรูปแบบต่าง ๆ เช่น

2.1.3.1 บุติกโฮเต็ล (Boutique Hotel)

อเมริกาถือเป็นชาติแรกได้นำเอาคำว่า บุติก โฮเต็ล มาใช้ในการอธิบายถึงลักษณะของโรงแรมที่มีขนาดเล็ก และเน้นรูปแบบการตกแต่งที่มีความเฉพาะตัวและ มีบริการที่แตกต่างไปจากโรงแรมที่มีลักษณะเป็นโรงแรมเครือข่าย (chain hotel) โดยได้มีผู้พยายามที่

จะตีความถึง ความหมายของคำว่า บูติค โฮเทล ไว้ในหลายๆความหมาย แต่จุดที่มีความเหมือนกันของการตีความนี้ นั่นคือ การที่บอกว่า บูติค โฮเทล นั้นหมายถึง โรงแรมที่มีขนาดเล็กเน้นการตกแต่งที่มีลักษณะเฉพาะเป็นของตนเอง ที่มีความทันสมัย หรือร่วมสมัย (วรพันธุ์ คล้ามไพบูลย์, 2557) มีขนาดกะทัดรัดและมีจำนวนไม่เกิน 100 ห้อง (กฎกระทรวง กำหนดลักษณะอาคารประเภทอื่นที่ใช้ประกอบธุรกิจโรงแรม พ.ศ.2559) โดยที่แต่ละห้องอาจมีขนาดเล็กไม่ใหญ่ หรือที่มักจะถูกเรียกว่าเป็นการใช้พื้นที่แบบ “the best out of small spaces” (วรพันธุ์ คล้ามไพบูลย์, 2557) ซึ่งแต่เดิมนั้นโรงแรมประเภทนี้จะไม่เน้นตอบสนองความต้องการและไลฟ์สไตล์ของนักเดินทางแบบ (Business Traveler) หลายแห่งจึงไม่มีห้องประชุมและสิ่งอำนวยความสะดวกในการทำธุรกิจ แต่เมื่อแนวโน้มของนักธุรกิจที่นิยมเข้าพักในโรงแรมบูติคมากขึ้น โรงแรมเหล่านี้จึงให้ความสำคัญกับบริการและความสะดวกในจุดนี้มากขึ้นแต่ก็ยังคงไว้ซึ่งแนวทางในการตกแต่งหรือสร้างเอกลักษณ์ในการจัดการพื้นที่ (space) เพื่อเพิ่มมูลค่าทั้งในด้านการเงินและตัวโครงการให้กับตัวโรงแรมสำหรับการทำธุรกิจ โรงแรมขนาดเล็ก โดยมาก บูติค โฮเทล จะมาจากการปรับปรุงใหม่ (renovate) มาจากตึกเก่า และเป็นอาคารที่ได้ถูกเปลี่ยนแปลงจากเดิมไปอย่างมาก (radical change) ในส่วนของงานสถาปัตยกรรม ไม่ใช่แค่ส่วนขององค์ประกอบ หรือการตกแต่งภายในเท่านั้น

2.1.3.2 ฮิปโฮเทล (Hip Hotel)

ฮิปโฮเทล ถูกจัดให้เป็นโรงแรมบูติคประเภทหนึ่ง คำนี้ถูกนำมาใช้กันอย่างแพร่หลายในวงการโรงแรมนับตั้งแต่ เฮร์เบิร์ต อีปมา (Herbert Ypma , 2001) ผู้เขียนหนังสือ Hip Hotels ซึ่งได้รวบรวมโรงแรมฮิปจากทั่วโลก โดยเขามีแนวคิดที่ว่า “In the world of modern city travel, you are where you stay. And we all want to stay in a place with personality” ซึ่งตามความหมายของ อีปมา โรงแรมฮิป จึงหมายถึง โรงแรมที่มีดีไซน์โดดเด่น ทันสมัย และสะท้อนความเป็นตัวเองของโรงแรมและมีการแสดงออกถึงเอกลักษณ์เฉพาะตัวได้ค่อนข้างชัดเจน ในขณะที่รายละเอียดอื่นๆ นั้นจะช่วยส่งเสริม “ความฮิป” ของโรงแรมในภาพรวมด้วย เช่น ที่ตั้งของโครงการ หรือกลุ่มเป้าหมายหลัก (วรพันธุ์ คล้ามไพบูลย์, 2553)

2.1.3.3 ดีไซน์โฮเทล (Design Hotel)

ดีไซน์โฮเทล หมายถึงโรงแรมที่เน้นการออกแบบในทุกรายละเอียดขององค์ประกอบ และเน้นพื้นที่การตกแต่งมากกว่าที่จะเน้นการสร้างเอกลักษณ์เรื่องของการบริการเฉพาะ

บุคคล (Customized Service) โดยมากจะมีรูปแบบการบริหารโดยกลุ่มโรงแรมเชน (Chain) เป็นดีไซน์โฮเต็ล ซึ่งรูปแบบของดีไซด์โฮเต็ลนี้ส่วนใหญ่เกิดจากความพยายามที่จะปรับเปลี่ยนด้านดีไซน์เป็นสำคัญ ขณะที่บริการยังเป็นแบบมาตรฐานครบวงจรเหมือนเดิม โดยมีตัวอย่างเป็นโรงแรมซึ่งถูกรวบรวมไว้ในหนังสือ New Design Hotels ซึ่งเป็นโรงแรมในกรุงเทพมหานครที่เน้นการออกแบบสถาปัตยกรรมเป็นตัวขับเคลื่อนและกำหนดจุดยืนให้กับโครงการ บรรณาธิการ Suluck Visavapattamawon ของหนังสือเล่มดังกล่าวได้ระบุว่า “อัตลักษณ์ทางการออกแบบเป็นเครื่องมือทางการตลาดอันใหม่ที่จะช่วยดึงดูดลูกค้าที่ให้ความสำคัญด้านนี้โดยเฉพาะ” (Suluck, 2014) ปัจจุบันโรงแรมประเภทนี้มักเกิดขึ้นจากการพยายามที่จะนำข้อดีของโรงแรมเชนและ บุติกรรมารวมกัน ซึ่งก็ทำให้โรงแรมกลุ่มนี้มีค่าบริการที่แพงขึ้น เช่น W Hotel โดยเน้นที่ผลกำไรหรือมูลค่าเพิ่มที่เกิดจากการออกแบบในทุกรายละเอียดขององค์ประกอบ (วิญญู, 2006)

2.1.3.4 เฮอริเทจโฮเต็ล (Heritage Hotel)

เฮอริเทจโฮเต็ล หมายถึง โรงแรมซึ่งมีคุณค่าทางประวัติศาสตร์หรือมีความสัมพันธ์กับพื้นที่มรดกชุมชนเมือง โดยอาจจะเป็นโรงแรมเก่าที่มีตัวอาคารเป็นมรดกทางสถาปัตยกรรม (Sri Lanka Tourism Development Authority, n.d.) และโรงแรมใหม่ที่แสดงอัตลักษณ์สอดคล้องกับพื้นที่มรดกชุมชนเมืองโดยรอบ (Nithi Sthapitanonda, 2014) โดยการเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้ก่อให้เกิดการกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ให้ความสนใจเป็นพิเศษกับประวัติศาสตร์และลักษณะเฉพาะของสถาปัตยกรรมและชุมชนเมือง ในประเทศศรีลังกา ได้มีการจัดให้มีการขึ้นทะเบียนของโรงแรมเก่าที่สร้างก่อนปี ค.ศ. 1950 และมีลักษณะเป็นเฮอริเทจโฮเต็ล โดยมีการนิยามว่าเป็นโรงแรมซึ่งมีลักษณะทางสถาปัตยกรรมและบรรยากาศที่สะท้อนถึงประเพณีของท้องถิ่น สำหรับโครงการใหม่ ได้มีผู้ประกอบการพัฒนาโครงการโรงแรมที่มีแสดงออกถึงมรดกทางสถาปัตยกรรมหรือมีความสอดคล้องกับอัตลักษณ์ของพื้นที่ โดยในประเทศไทยได้มีตัวอย่างรวบรวมไว้ในหนังสือ Thailand Heritage Hotel: Chiang Mai | Chiang Rai ซึ่ง นิธิ สถาปิตานนท์ ได้กล่าวว่า “โรงแรมเหล่านี้ไม่เพียงมีความสวยงาม แต่ยังมีอัตลักษณ์ที่โดดเด่นและน่าสนใจ ซึ่งสะท้อนถึงศิลปะและวัฒนธรรมของภาคเหนือ” แม้จะเป็นการรวบรวมกรณีศึกษาเฉพาะจากจังหวัดเชียงใหม่และเชียงราย อาจกล่าวได้ว่าแนวคิดของเฮอริเทจโฮเต็ลก็สามารถประยุกต์ใช้กับพื้นที่มรดกชุมชนเมืองอื่นๆ ได้ด้วย

แม้คำนิยามของโรงแรมที่เน้นการเพิ่มมูลค่าผ่านการออกแบบในกลุ่มต่างๆ ข้างบนนี้ จะไม่สามารถแยกออกจากกันได้ชัดเจน แนวคิดของเฮอริเทจโฮเต็ลเป็นแนวทางซึ่งมีค่อนข้างมีความชัดเจน โดยเฉพาะในด้านความสัมพันธ์ระหว่างมรดกทางสถาปัตยกรรมและมรดกชุมชนเมือง โดยจากแนวคิดในด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวในย่านมรดกชุมชนเมืองที่เกิดขึ้นนับตั้งแต่ในช่วงปี พ.ศ.2533 เป็นต้นมา รูปแบบของการจัดการพื้นที่มรดกชุมชนเมืองนั้นเน้นไปที่การจัดการมรดกวัฒนธรรมซึ่งจะให้ความสำคัญกับ “ผลผลิต” (Product) ที่เกิดจากการใช้มรดกทางวัฒนธรรมสนองตอบต่อกลุ่มผู้ใช้งานที่หลากหลาย (Ashworth and Tunbridge, 2000: 142) ซึ่งโรงแรมนั้นถือเป็นผลผลิตหนึ่งของการท่องเที่ยวที่สำคัญอย่างยิ่ง ไม่เฉพาะต่ออนาคตของโครงการ แต่ยังเชื่อมโยงไปถึงอนาคตของการท่องเที่ยวจนถูกยอมรับว่า แนวคิดของการออกแบบที่เชื่อมโยงกับมรดกทางวัฒนธรรม จะเป็นเงื่อนไขแบบได้ชัยชนะทั้งคู่ (Win-Win Situation) กล่าวคือ ที่ตั้งหรือย่านนั้นๆ ก็จะได้รับ การบำรุงรักษา ส่วนนักท่องเที่ยวเองก็จะได้รับประสบการณ์จากการได้เห็นสิ่งนี้ทั้งในด้านความรู้ และในด้านคุณค่า แล้วยังช่วยส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจให้กับชาวบ้านและผู้ประกอบการ โดยรอบอีกด้วย (Francesco Bandarin Director, UNESCO, World Heritage Centre Paris, France, 1986)

2.2 อัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมและมรดกชุมชนเมือง

2.2.1 มรดกชุมชนเมือง

2.2.1.1 ความหมายและคุณลักษณะของมรดกชุมชนเมือง

การศึกษาความหมายของคำว่า “มรดกชุมชนเมือง” นั้นเพื่อให้เห็นภาพกว้างและกรอบแนวคิดขององค์กรสำคัญต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการด้านมรดกชุมชนเมือง ซึ่งได้ให้คำจำกัดความที่เกี่ยวข้องกับมรดกชุมชนเมืองเอาไว้ที่น่าสนใจ ดังนี้

1. แหล่งมรดกวัฒนธรรม (Cultural Heritage Site)

หมายถึง สถานที่ (Place) สิ่งก่อสร้าง (Standing Structure) ที่ประชาชนรับรู้ถึงคุณค่า (กฎบัตร อี-เนม, 2550) หมายถึง การที่สถาปัตยกรรมสามารถที่จะสื่อสาร และถ่ายทอดให้เห็นถึงคุณค่า หรือ มูลค่าของพื้นที่นั้นๆ ในแต่ละยุคสมัยได้ โดยผ่านการรับรู้รูปแบบและสิ่งก่อสร้างที่เกิดขึ้นภายในพื้นที่นั้น ๆ

2. โบราณสถาน (Historic Monuments)

ตามการนิยามของกฎบัตรเวนิสนั้น “โบราณสถาน..ไม่ได้หมายถึงเพียงแค่สิ่งก่อสร้างทางสถาปัตยกรรมอย่างเดียวเท่านั้น แต่ยังรวมถึงบริเวณเมืองหรือชนบทที่พบหลักฐานของอารยธรรมใดอารยธรรมหนึ่ง พัฒนาการสำคัญหรือเหตุการณ์สำคัญทางประวัติศาสตร์” และได้ขยายความหมายของโบราณสถานว่า “...ไม่ได้จำกัดเพียงเฉพาะผลงานศิลปะที่ยิ่งใหญ่ แต่ยังหมายรวมถึงผลงานจากอดีตที่ธรรมดาไปกว่านั้น ซึ่งสั่งสมคุณค่าวัฒนธรรมจากกาลเวลาที่ผ่านไป” (The International Council on Monuments and Sites (ICOMOS), 1998b, 2)

3. มรดกทางวัฒนธรรมและชุมชนเมือง

(Urban and Cultural Heritage)

หมายความว่า จุดกำเนิดของวัฒนธรรมและเอกลักษณ์เฉพาะที่เกิดขึ้นในประเทศนั้นๆ และเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ช่วยกระตุ้นการพัฒนาของระบบเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งถือเป็นสิ่งที่ควรได้รับการอนุรักษ์ไว้ (ICOMOS, 1993a, 33-34)

4. มรดกชุมชนเมือง (Urban Heritage)

เป็นพื้นที่ซึ่งแสดงให้เห็นการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญของคุณค่าความเป็นมนุษย์ในช่วงเวลาหนึ่ง หรือการพัฒนาทางด้านศิลปกรรมที่เกี่ยวข้องกับสถาปัตยกรรม หรือเทคนิควิทยาการ ประติมากรรม การวางผังเมือง และการออกแบบภูมิทัศน์ ซึ่งการพัฒนาเหล่านั้นเกิดขึ้นในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง หรือบนพื้นที่หนึ่งพื้นที่ใดของโลก (ICOMOS, 2536)

จากการศึกษาและรวบรวมข้อมูลข้างต้นพบว่า ความหมายของการอนุรักษ์มรดกชุมชนเมืองนั้น หมายถึง การรักษาคคุณค่าของสิ่งที่ควรค่าต่อการอนุรักษ์ซึ่งล้วนเกิดจากควมมีเอกลักษณ์ (Uniqueness) ซึ่งเป็นคุณสมบัติพิเศษเฉพาะในการสร้างจิตวิญญาณแห่งสถานที่ (Spirit of place) โดยตั้งอยู่บนแนวคิดของลักษณะเฉพาะของเมือง (Character of Town) ที่กล่าวถึงการศึกษาสิ่งที่เป็นคุณค่าในระดับเมือง และระดับความเป็นย่านของชุมชน ทั้งในสิ่งที่เป็นเอกลักษณ์ทางรูปธรรมและนามธรรม ซึ่งองค์ประกอบในด้านต่างๆ ที่ประกอบกันเป็นเมืองนั้นจะเป็นสิ่งที่ทำให้เมืองมีลักษณะพิเศษแตกต่างกันออกไปจากพื้นที่อื่นๆ โดยที่แหล่งมรดกวัฒนธรรมจะไม่จำกัดขนาดของพื้นที่ หมายถึง ขนาดของพื้นที่เมืองประวัติศาสตร์ไม่ได้ถูกจำกัดว่าจะต้องมีขนาดใหญ่ หรือเล็ก แต่จะขึ้นอยู่กับคุณภาพของพื้นที่ที่คนรับรู้ได้ถึงคุณค่าของพื้นที่ซึ่งอาจเป็นพื้นที่ถนนหนึ่งสาย หรืออาจจะเป็นเมืองทั้งเมืองก็ได้

2.2.1.2 ยุคสมัยกับการเปลี่ยนแปลงของแนวคิดด้านมรดกชุมชนเมือง

การเปลี่ยนแปลงแนวคิดของการอนุรักษ์ไปสู่แนวคิดเรื่องการจัดการมรดกวัฒนธรรมที่สัมพันธ์กับชุมชน โดยแบ่งออกเป็น 3 ยุค ได้แก่

1. การสงวนรักษา (Preservation Planning) ในยุคศตวรรษที่ 18
2. การอนุรักษ์ครอบคลุมพื้นที่ประวัติศาสตร์ (Conservation Planning) 1960 – 1970
3. การจัดการมรดกวัฒนธรรม (Cultural Heritage Management) 1990 – ปัจจุบัน

ตารางที่ 2.1

รูปแบบแนวคิดในการสงวนรักษา การอนุรักษ์ และการจัดการมรดก โดย วิมลรัตน์ อิศระธรรมบุญ, 2552

รูปแบบแนวคิด	การมุ่งเน้นการอนุรักษ์และใช้งาน	เกณฑ์ในการคัดสรรทรัพยากรเพื่อนำมาใช้งาน	กลุ่มผู้ตัดสินใจ	เป้าหมาย	กลุ่มผู้มีส่วนที่รับผิดชอบ	เครื่องมือที่ใช้
การสงวนรักษา(Preservation)	อาคาร	คุณค่าภายใน (เช่น คุณค่าทางประวัติศาสตร์)	ผู้นำทางค่านิยมของสังคม	เพื่อรักษาอาคารประวัติศาสตร์ให้ดำรงคงอยู่	หน่วยงานรัฐบาลกลาง	การขึ้นทะเบียนเพื่อคุ้มครองอาคาร
การอนุรักษ์(Conservation)	พื้นที่	คุณค่าภายใน/คุณค่าภายนอก (คุณค่าทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง)	สถาปนิก นักวางแผนอนุรักษ์	เพื่อรักษาพื้นที่ประวัติศาสตร์	หน่วยงานรัฐบาลท้องถิ่น	การวางแผนและจัดการคุ้มครองพื้นที่
การแปรรูปมรดกทางวัฒนธรรมเป็นสินค้า (Heritage Commodification)	ผลผลิต	คุณค่าภายนอก โดยเฉพาะคุณค่าทางเศรษฐกิจ	ผู้ใช้งาน ลูกค้า	เพื่อนำมรดกวัฒนธรรมมาใช้งาน	องค์กรภาคเอกชน และภาคประชาชน	การตลาด

ที่มา: ดัดแปลงโดยผู้วิจัย

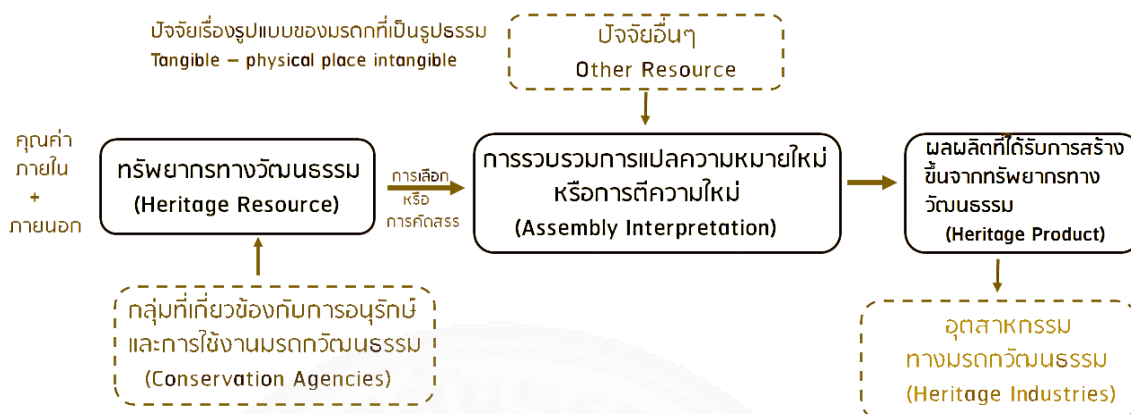
ในยุคแรกราวศตวรรษที่ 18 การสงวนรักษา (Preservation) เกิดขึ้นเพื่อต้องการที่จะรักษาคุณค่าและ รักษาสภาพเดิมของสิ่งที่มีมนุษย์ในยุคก่อนๆได้สร้างขึ้น ต่อมาในช่วงศตวรรษที่19 ได้เกิดแนวคิดของการบูรณะ ปฏิสังขรณ์โดยเน้นไปที่การสร้างการบูรณะให้เป็นเหมือนเดิมทั้งหมดด้วยแนวคิดดังกล่าวนี้ได้ก่อให้เกิดการต่อต้าน (Anti-Restoration) เพื่อรักษาความแท้ (Authenticity) และความดั้งเดิม (Originality) จนเริ่มมีการก่อตั้งองค์กรต่างๆที่เน้นให้ความสำคัญต่อการอนุรักษ์ เช่น “Society for the Protection of Ancient Building” (John Ruskin and William Morris, 1989) จนกระทั่งในยุคหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 แนวคิดเดิมที่ว่าด้วยการสร้างอาคารที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ที่ถูกทำลายไปกลับ

ขึ้นมาใหม่อีกครั้ง สืบเนื่องจากการเกิดสงครามและเกิดการตั้งกฎบัตรคุ้มครองอาคารที่มีคุณค่าเพื่ออาคารเหล่านั้นถูกทำลายไป

ต่อมาในช่วงปี 1960 – 1970 ได้เกิดการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการอนุรักษ์เป็น (Conservation Planning) ที่มีการคำนึงถึงปัจจัยต่าง ๆ มากขึ้น ทั้งในเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างกายภาพ พื้นที่ (พื้นที่ว่างและพื้นที่ที่เกิดการใช้งาน) และสังคม (ชุมชนในพื้นที่และการใช้สอยของชุมชนเอง) ซึ่งจะมีอิทธิพลและความเชื่อมโยงกับปัจจัยทางสังคมเป็นอย่างมากซึ่งจากหลักการดังกล่าว ส่งผลให้หลายพื้นที่มีนโยบายที่ต้องการจะรื้อทำลายอาคารและพื้นที่ซึ่งเป็นอาคารที่มีความสำคัญต่อชุมชน จนก่อให้เกิดการต่อต้านของกลุ่มนักวางผัง และนำเอาหลักการทางสังคมวิทยาเข้ามาปรับใช้กับทฤษฎีและ แนวทางในการวางผังจนในประเทศ อังกฤษและสหรัฐอเมริกา มีการประกาศพื้นที่เมืองเก่าและเกิดเป็นย่านประวัติศาสตร์ (historic district) ขึ้นที่เมืองต่าง ๆ โดยจะเน้นให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์รูปแบบทางสถาปัตยกรรมที่จะเกิดขึ้นในเมือง โดยเป็นสถาปัตยกรรมที่เกิดจากการมองภาพรวมของพื้นที่ (integrity) และใช้สถาปัตยกรรมเป็นสิ่งที่สร้างความหมายให้กับย่าน ในหลายประเทศถึงกับนำเสนอแนวทางการอนุรักษ์ว่าการอนุรักษ์พื้นที่ และการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างตัวอาคารกับ ย่าน ควรเป็นส่วนหนึ่งของนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมตลอดจนการวางแผนทางกายภาพของเมือง ซึ่งจะช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับย่านและนักลงทุนหรือผู้ประกอบการในย่านนั้น ๆ เพื่อรักษาคุณค่าทางกายภาพ วัฒนธรรม และจิตวิญญาณของเมืองให้คงอยู่และสืบทอดต่อไป (Washington Charter, 1987)

ในช่วงเวลาหลังจากปี 1990 เป็นต้นมา ถือเป็นยุคเริ่มต้นของยุคของการจัดการมรดกวัฒนธรรม (Heritage Planning) ซึ่งเป็นการบริหารจัดการเพื่อการเพิ่มมูลค่าให้กับพื้นที่และนักลงทุน มากกว่าเป็นเพียงการอนุรักษ์ดังเช่นในอดีต ซึ่งรูปแบบของการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นคือ จะเน้นให้ความสำคัญกับ มูลค่าเพิ่ม (Value Added) และ ผลผลิต (Product) ที่เกิดจากการใช้มรดกทางวัฒนธรรม หรือความเป็นย่านมรดกชุมชนเมืองเพื่อสนองต่อกลุ่มผู้ใช้งานที่มีความหลากหลายที่มาจากภายนอก เช่น กลุ่มนักท่องเที่ยว (Consumers) (Bob and- Hilary, 2002) ซึ่งแนวทางดังกล่าวนี้ได้ถูกนำมาตีความและแปลความหมายผ่านกระบวนการผลิตสินค้าทางวัฒนธรรม (Commodification Process) เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการของตลาดโดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้งานเพื่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยใช้เครื่องมือที่สำคัญ คือ การตลาด (Marketing) เป็นตัวขับเคลื่อน

A Model of Heritage Production



ภาพที่ 2.1 โมเดลกระบวนการผลิตสินค้าทางมรดกวัฒนธรรม (Tunbridge and Ashworth 1996:7) แปลโดย วิมลรัตน์ อิศระธรรมบุญ

ด้วยทฤษฎีข้างต้นนี้นำไปสู่การจัดการมรดกทางวัฒนธรรมด้วยการมีส่วนร่วมของชุมชน (Heritage Planning with Community Involvement) และเกิดแนวคิดในการจัดการมรดกวัฒนธรรมด้วยการมีส่วนร่วมของชุมชน (Cultural Heritage Management with Community Participation) จะเห็นได้จากการแปลความหมายและกระสือความหมายที่เปลี่ยนแปลงไปจากในอดีต ที่เคยเน้นการอนุรักษ์เพื่อให้เกิดคุณค่าภายใน เช่น คุณค่าทางประวัติศาสตร์แต่ในปัจจุบันการอนุรักษ์ได้เปลี่ยนไปจากอดีต โดยการแบ่งมูลค่าที่จะเกิดจากการบริหารจัดการ มรดกทางวัฒนธรรม (Values in Conservation/cultural significances) โดยองค์ประกอบทางวัฒนธรรมนั้นจะพิจารณาจากองค์ประกอบทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้ (Tangible Elements) และองค์ประกอบทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Elements) รวมไปถึงองค์ประกอบที่แสดงถึงลักษณะเฉพาะของสถานที่และรูปแบบทางสถาปัตยกรรมที่สะท้อนถึงวัฒนธรรมโดยรอบ (Fabric and Setting) ทั้งที่เป็นสิ่งก่อสร้างเดี่ยวและที่เป็นกลุ่ม โดยที่องค์ประกอบที่จับต้องได้นั้นประกอบไปด้วยสถาปัตยกรรม โครงสร้างการตั้งถิ่นฐาน และภูมิทัศน์ที่เกิดจากการรับรู้ของคนซึ่งอาจมีความแตกต่างกันไป แต่จะต้องคำนึงถึงองค์รวมของพื้นที่โดยที่ไม่แยกส่วนสำคัญของพื้นที่เป็นภาพเล็กๆ ออกไปจากบริบทใหญ่ทั้งด้านกายภาพและ สังคม

2.2.1.3 มรดกที่จับต้องได้ และมรดกที่จับต้องไม่ได้

จากการศึกษาองค์ประกอบทางวัฒนธรรมของมรดกในประเทศไทย นั้นแบ่งออกเป็น 2 ประเด็นได้แก่ รูปแบบขององค์ประกอบทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้ หมายความว่า ตัวสถาปัตยกรรม โครงสร้างและการตั้งถิ่น รวมไปถึงภูมิทัศน์ ที่เกิดจากการรับรู้ของคนซึ่งไม่จำเป็นต้องเป็นการรับรู้ที่เหมือนกัน และ องค์ประกอบทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ นั้นหมายถึง สิ่งที่ไม่สามารถที่จะจับต้องได้แต่สามารถที่จะรับรู้ได้ ทั้งลักษณะเฉพาะของย่านนั้นๆ วิถีชีวิต ประเพณี รวมไปถึงวัฒนธรรมและความเชื่อต่างๆ (วิลสัน, 2558)

1. องค์ประกอบทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้ หมายถึง ลักษณะการใช้ประโยชน์ที่ดิน (Land Use and Patterns) ระบบความสัมพันธ์ในการมองเห็นพื้นที่ (Visual Relationships) ตลอดจนภูมิฐาน (topology)
2. องค์ประกอบทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ หมายถึง องค์ประกอบด้านนามธรรม ซึ่งสำคัญมากในการช่วยส่งเสริมมรดกทางกายภาพให้ ดำรงอยู่และคงไว้ซึ่งความหมาย

นอกจากนี้ ลักษณะสำคัญของความเป็นมรดกชุมชนเมืองยังแบ่งได้จากเกณฑ์ขององค์ประกอบที่แสดงออกของสิ่งที่มีความเป็นรูปธรรม และที่ไม่เป็นรูปธรรมในพื้นที่แห่งหนึ่ง ซึ่งในงานวิจัยชิ้นนี้จะเน้นไปที่การศึกษา “องค์ประกอบต่างๆทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้” หมายถึง องค์ประกอบของพื้นที่ในพื้นที่หนึ่งๆนั้นจะมีองค์ประกอบที่แสดงลักษณะเฉพาะเจาะจงและ ทำให้ผู้พบเห็นสามารถที่จะตีความ หรือจดจำสถานที่นั้นๆได้ เปรียบเสมือนว่าสถานที่นั้นเป็นตัวบอกเล่าเรื่องราวของความเป็นสถานที่นั้น ๆ ได้ด้วยตัวเอง ซึ่งในที่นี้จะรวมไปถึงการให้ความสำคัญกับ สถาปัตยกรรมพื้นที่ที่ไม่ได้มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์มากนัก แต่เมื่อถูกสร้างขึ้นแล้วจะทำให้พื้นที่นั้นมีลักษณะพิเศษไม่แตกต่างไปจากส่วนสำคัญ หรือก่อให้เกิดการตีความหมายที่แตกต่างไปจากบริบทใหญ่ โดยการมีองค์ประกอบที่จะแสดงถึงลักษณะเฉพาะของสถานที่นั้น ๆ

นอกจากนี้ในการจัดการมรดกชุมชนเมืองตามทฤษฎีของ องค์การ (UNESCO, 2011) “The Operational Guidelines for the Implementation of the World Heritage Convention” ได้อธิบายถึงการแบ่งรูปแบบของมรดกที่จับต้องได้ และที่จับต้องไม่ได้ไว้ ดังนี้ “the tangible attributes regard the legacy of physical artifacts” และได้ยกตัวอย่างของมรดกที่จับต้องได้ไว้ดังนี้ เช่น รูปแบบและการออกแบบ การแสดงออกของวัสดุ หรือ

ปัจจัยทางด้านกายภาพอื่นๆ เป็นต้น สำหรับมรดกที่จับต้องไม่ได้ (UNESCO, 2011) ได้อธิบายไว้ว่า “the intangible attributes regard non-physical aspects related to cultural heritage properties” และได้ยกตัวอย่างของ มรดกที่จับต้องไม่ได้ว่า หมายถึง ลักษณะการใช้งาน วัฒนธรรมและประเพณี ระบบการจัดการ ภาษา และปัจจัยภายนอกอื่นๆ

2.2.1.4 อัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรม

อัตลักษณ์ประกอบด้วยคำว่า อัต (อัต-ตะ) ซึ่งหมายถึง ตน หรือ ตัวเอง กับ ลักษณะ ซึ่งหมายถึง สมบัติเฉพาะตัว อัตลักษณ์ ตรงกับคำภาษาอังกฤษว่า “identity” ซึ่งหมายถึง ผลรวมของลักษณะเฉพาะของสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งทำให้สิ่งนั้นเป็นที่รู้จักหรือ จำได้ (สุรินทร์ ยั่งยืน , 2554) ซึ่งนำไปสู่การตีความและการนำไปใช้กับการแสดงออกถึง “อัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรม” ซึ่งจะหมายถึง ลักษณะเฉพาะตัวทางสถาปัตยกรรม ซึ่งเป็นตัวบ่งชี้ของลักษณะเฉพาะประเทศ หรือ ของชุมชนและพื้นที่นั้นๆ ผ่านทางรูปแบบของอาคาร หรือสิ่งปลูกสร้างต่างๆ (พิศประไพ สารศาสดา, 2551)

อัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมที่สอดคล้องกับพื้นที่นั้น หมายถึง การที่สถาปัตยกรรมนั้นเปรียบเสมือนกิจกรรมที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อสะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิต พฤติกรรม และ วัฒนธรรมที่เกิดขึ้นในพื้นที่นั้นๆ โดยลักษณะของอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมที่เกิดในพื้นที่ใดๆ นั้น ล้วนเป็นอิทธิพลที่เกิดขึ้นจากการลักษณะของความเป็นอยู่ในเมือง สภาพสังคม วิถีชีวิต บริบททางวัฒนธรรม ประกอบกับประวัติศาสตร์และภูมิศาสตร์ของชาติพันธุ์ ซึ่งได้รับการถ่ายทอดผ่านรูปทรงของเมือง ลักษณะและประเภทของอาคารทางสถาปัตยกรรมที่มีความแตกต่างกันตามประเทศ หรือ ย่านที่เป็นจุดกำเนิดของรูปแบบเฉพาะนั้นๆ (Laurence G. Liu, 1989) ซึ่งอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมนั้นจะส่งผลให้เกิดการสำนึกในที่ (Sense of Place)

Ian Nairn (1965) ได้ทำการศึกษากระบวนการในการศึกษาการเกิดสำนึกในที่ (sense of place) ผ่านงานสถาปัตยกรรมซึ่งเป็นการศึกษาปัจจัยที่ก่อให้เกิดการรับรู้สำนึกในที่ และเป็นปัจจัยสำคัญที่จะใช้เป็นแนวทางในการออกแบบสถาปัตยกรรมที่สร้างอัตลักษณ์ของความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ของคนกับสถานที่รวมถึงวัฒนธรรมของพื้นที่นั้น ๆ ซึ่งจากการศึกษาถึงปัจจัยที่จะส่งผลต่อความรู้สึกสำนึกในที่นั้นแบ่งได้เป็น ทั้งที่สามารถ

ควบคุมได้ และควบคุมไม่ได้ซึ่งจากการตีความทางทฤษฎีนั้นจิตวิทยาทางสถาปัตยกรรม หมายถึงการศึกษาสิ่งที่มีมนุษย์รับรู้และสามารถอธิบายในเชิงจิตวิทยาได้จะช่วยในการ สร้างสรรค์งานสถาปัตยกรรมและส่งผลให้เกิดการรับรู้ในถิ่น (Sense of Place) ของมนุษย์ ผ่านงานสถาปัตยกรรมได้

“ย่าน พื้นที่หรือในสถานที่ใดๆนั้นเมื่อมีการใช้งานเกิดขึ้นในพื้นที่นั้นๆ ผู้ใช้งานทุกคนจำเป็นที่จะต้องสร้างความสัมพันธ์ระหว่างตนเองกับ สภาพแวดล้อมเหล่านั้นหรืออาจเป็นความรู้สึกสำนึกต่อสถานที่นั้น ๆ สิ่งที่เกิดขึ้นนี้ไม่ใช่ศิลปะที่ถูกสร้างขึ้นแต่เป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นตาม กระบวนการทางจิตวิทยาของมนุษย์เพราะมนุษย์ทุกคนเกิดมาพร้อมกับ การรับรู้ถึงเอกลักษณ์หรือ ลักษณะเฉพาะของพื้นที่ๆตนอยู่ และจะ พยายามในการสร้างการรับรู้และสร้างความสัมพันธ์ระหว่างตนเองกับพื้นที่ นั้นๆ” (Nairn, 1965)

ซึ่งหากจะกล่าวถึงภาพรวมหรือ การจะแสดงให้เห็นถึงคุณค่าของการออกแบบที่ คำนึงถึงเมืองหรือย่านๆหนึ่งได้นั้น ย่อมจะต้องกล่าวถึงความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่างมรดก ชุมชนเมือง และอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรม เพราะความสัมพันธ์ของสองประเด็นนี้จะเป็น สิ่งที่ช่วยรักษาคุณค่าและความสัมพันธ์ของเมืองหรือย่านนั้นๆไปพร้อมกับศึกษาความ เป็นไปได้ทางการตลาด เพื่อนำไปสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผู้ประกอบการธุรกิจต่างๆในย่าน โดยเฉพาะธุรกิจในการด้านการท่องเที่ยว และหากการเกิดการพัฒนาไปพร้อมๆกันของสองสิ่งนี้ ได้แล้วก็จะยิ่งจะทำให้คุณค่าของความเป็นมรดกชุมชนเมืองนั้นจะคงอยู่อย่างยั่งยืนในระยะ ยาวได้อีกด้วย

2.2.2 สถาปัตยกรรมในย่านมรดกชุมชนเมือง

พื้นที่ชุมชนเมืองหลายแห่งได้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว จากการขยายตัวด้านการ ขนส่ง การเติบโตของเมือง การเพิ่มขึ้นของประชากร และการเกิดแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ โดยเป็น พลวัตที่ได้เปลี่ยน จินตภาพ คุณลักษณะ หรือแม้กระทั่งความหมายของพื้นที่เหล่านั้นไป ท่ามกลาง ความเปลี่ยนแปลงนี้ แนวความคิดเกี่ยวกับการอนุรักษ์และฟื้นฟูเมืองมีรากฐานอยู่บนความเชื่อที่ว่า เมืองแต่ละเมืองนั้นมีความเฉพาะตัวทั้งในด้านเอกลักษณ์ และจิตวิญญาณ ซึ่งเป็นสิ่งที่มีคุณค่าและ ความหมายต่อผู้คนในเมือง ซึ่งหากถูกเปลี่ยนแปลงหรือลดน้อยลงไปก็จะส่งผลต่อคุณภาพชีวิตได้ ใน

ที่นี้จะขอกล่าวถึงแนวทางการศึกษาลักษณะทางกายภาพของชุมชนเมืองซึ่งส่งผลต่อลักษณะทางสถาปัตยกรรม และแนวทางการศึกษาลักษณะทางสถาปัตยกรรมในพื้นที่ชุมชนเมือง

2.2.2.1 ลักษณะทางกายภาพของชุมชนเมืองที่ส่งผลต่อลักษณะทาง

สถาปัตยกรรม

ลักษณะความเป็นย่าน (Urban District)

นักวิชาการชาวอเมริกัน Kevin Lynch (1977) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับจินตภาพของเมือง และองค์ประกอบทางกายภาพของเมือง (the city image and its elements) โดยพบว่าเมืองประกอบด้วยพื้นฐาน ที่ผู้คนมักใช้ในการสร้างจินตภาพของสิ่งแวดล้อมในเมือง 5 ประการด้วยกัน อันได้แก่ ทางสัญจร (paths) ย่าน (districts) ขอบเขต (edges) จุดสังเกต/จุดหมายตา (landmark) และจุดรวม/ศูนย์รวม (nodes) โดยในที่นี้ความเป็นย่านนั้นมีส่วนสัมพันธ์กับพื้นที่ซึ่งมีลักษณะเฉพาะและมีความเป็นมรดกชุมชนเมือง ซึ่งในการศึกษาลักษณะความเป็นย่านนั้นเป็นส่วนหนึ่งที่สามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์อัตลักษณ์ของย่านมรดกชุมชนเมืองได้

รูปทรงและโครงสร้างชุมชนเมือง (Urban Morphology)

หมายถึง การวิเคราะห์รูปทรงและโครงสร้างพื้นฐานของชุมชนเป็นการศึกษาถึงความสัมพันธ์ของพื้นที่ (spaces) โดยอาศัยโครงข่ายของเส้น (Axial Lines) ตามโครงข่ายถนน เพื่อเป็นตัวแทนในการศึกษาและวิเคราะห์รูปทรง และโครงข่ายพื้นฐานของเมือง (ชัยชนะ แสงสว่าง, 2547) ทฤษฎีต่าง ๆ เหล่านี้นำไปสู่การศึกษารูปแบบและองค์ประกอบของชุมชนเมืองเพื่อศึกษาลักษณะเฉพาะของมรดกชุมชนเมือง ได้แก่ แบบแผนเมือง (urban pattern) โครงข่ายถนน (street network) องค์ประกอบย่อยของเมือง (urban grain) ซึ่งมีส่วนต่อการออกแบบสถาปัตยกรรมที่สอดคล้องกับย่านมรดกชุมชนเมือง

2.2.2.2 ลักษณะทางสถาปัตยกรรมในพื้นที่มรดกชุมชนเมือง

ประเภทของสถาปัตยกรรม (Architectural Typology)

แนวทางการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสถาปัตยกรรมและชุมชนเมืองซึ่งมีอิทธิพลอย่างมากอีกแนวทางหนึ่ง คือ หนังสือชื่อ “สถาปัตยกรรมของเมือง” (The Architecture of the City) ของ อัลโด รอสซี (Aldo Rossi, 1966) ซึ่งเป็นสถาปนิกและนักวิชาการชาวอิตาลี รอสซีได้ให้ความสนใจกับการศึกษาประเภทของสถาปัตยกรรม (Architectural Type) ในฐานะศิลปวัตถุของเมือง (Urban Artifacts) โดยรอสซีมองว่าเมืองประกอบไปด้วยพื้นที่ซึ่งมี

ลักษณะเฉพาะที่แตกต่างกัน (The Concept of Area) โดยในแต่ละพื้นที่เหล่านี้ประกอบไปด้วยสถาปัตยกรรมที่อาจเรียกได้ว่าเป็นองค์ประกอบขั้นต้น (Primary Elements) ที่สัมพันธ์กับการเติบโตและก่อให้เกิดลักษณะเฉพาะนั้น การศึกษาประเภทสถาปัตยกรรม คือการพิจารณารูปทรง (Form) แผนผัง (Site Configuration) และขนาด (Scale) ของตัวสถาปัตยกรรมที่มีลักษณะเฉพาะ และอาจแสดงถึงความสัมพันธ์พิเศษกับบริบทเมือง โดยต่างจาก Building Type ที่เป็นการพิจารณาตามการใช้งาน (Function) เป็นสำคัญ

รูปแบบทางสถาปัตยกรรม (Architectural Style)

รูปแบบของสถาปัตยกรรมหรือ style หมายถึงรูปลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมที่ปรากฏขึ้น โดยเป็นสิ่งที่สะท้อนและอธิบายให้เห็นถึงพัฒนาการและความเป็นมาของพื้นที่ได้อย่างดี ลักษณะที่เด่นชัดบางประการทำให้อาคารหรือโครงสร้างอื่นๆ มีความแตกต่างและสามารถที่จะศึกษาจำแนกสัมพันธ์กับประวัติศาสตร์สถาปัตยกรรมได้ (Architectural History) รูปแบบทางสถาปัตยกรรมนี้ครอบคลุม ภาษารูปแบบ เทคโนโลยีการก่อสร้าง และวิธีการตกแต่งอาคาร การเปลี่ยนแปลงไปของรูปแบบทางสถาปัตยกรรมยังสะท้อนถึงเปลี่ยนแปลงในมิติต่างๆ ของสภาวะทางสังคมและเศรษฐกิจ ในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งอาจเกิดรูปแบบสถาปัตยกรรมหลากหลายรูปแบบซึ่งสะท้อนความนิยมที่หลากหลายและหน้าที่ประโยชน์ใช้สอยบางอย่าง รูปแบบทางสถาปัตยกรรมแต่ละแนวทางมักจะถูกนำไปใช้ยังพื้นที่ต่างๆ โดยอาจคงไว้ให้ได้รูปแบบที่ใกล้เคียงกับพื้นที่ต้นกำเนิด หรือได้รับการประยุกต์ให้สอดคล้องกับพื้นที่นั้นๆ พื้นที่ใดพื้นที่หนึ่งอาจมีรูปแบบทางสถาปัตยกรรมบางแนวทางที่โดดเด่นหรือมีรูปแบบต่าง ๆ ที่ผสมผสานกันอยู่

องค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ในสถาปัตยกรรม (Architectural Sign)

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารเชิงสัญลักษณ์ สถาปัตยกรรม และชุมชนเมือง สามารถนำไปสู่ข้อสรุปด้านอัตลักษณ์ของพื้นที่ชุมชนเมืองนั้น ๆ ได้ โดยประกอบไปด้วยการศึกษาองค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ต่าง ๆ ในพื้นที่ชุมชนเมือง และการจำแนกออกเป็นหมวดหมู่ รวมถึงการค้นหากฎเกณฑ์ด้านความหมายขององค์ประกอบเหล่านั้น โดยในภาพรวมเป็นประเด็นเกี่ยวกับ 'การแสดงความหมาย' (Symbolism) เป็นความเชื่อมโยงกันระหว่างสิ่งต่าง ๆ ที่ปรากฏ/ตัวหมาย/รูปสัญลักษณ์ (Signifiers) กับความหมายเหล่านั้น/ตัวหมายถึง/ความหมายสัญลักษณ์ (Signifieds) ในความเป็นจริงแล้ว รูปสัญลักษณ์ไม่ได้มีความหมายสัญลักษณ์ในตัวเอง แต่มักจะถูกใช้ในการตีความร่วมกับประเด็นอื่นๆ เสมอ ตัวอย่างเช่น องค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ของสถาปัตยกรรมและชุมชนเมือง ก็เกิดจากการนำความหมาย

เชิงสัญลักษณ์ใช้กับการตีความหรือการให้ความหมายสถาปัตยกรรมหรือพื้นที่นั้น ๆ (Roland Barthes, 1967)

2.2.3 ลักษณะของชุมชนเมืองและสถาปัตยกรรมในเยาวราช

“เยาวราช” คือย่านการค้าที่ยิ่งใหญ่ของคนไทยเชื้อสายจีนจำนวนมากที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย เป็นย่านที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ กิจกรรม สถาปัตยกรรม และวัฒนธรรมที่ผสมผสานกับการเวลาจนเกิดเป็นภาพที่เห็นได้ในปัจจุบัน พื้นที่ต่อเนื่องตั้งแต่ช่วงกรุงรัตนโกสินทร์ไปจนจรดคลองผดุงกรุงเกษมนั้นถือเป็นแหล่งมรดกวัฒนธรรมสำคัญแห่งหนึ่งของชาติ โดยเป็นหลักฐานทางประวัติศาสตร์ที่บอกเล่าที่มาของความเจริญรุ่งเรืองของกรุงรัตนโกสินทร์อันประกอบไปด้วยผู้คนจากหลากหลายเชื้อสายที่ได้อพยพมาพึ่งพระบรมโพธิสมภาร และเป็นส่วนหนึ่งในการร่วมกันก่อร่างสร้างเมือง และสร้างความเจริญรุ่งเรืองทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่องและยาวนาน เยาวราชซึ่งเป็นพื้นที่ส่วนหนึ่งในบริเวณนี้เป็นย่านซึ่งมีความโดดเด่นเชิงวัฒนธรรม โดยมีชาวจีนหลากหลายกลุ่มเข้ามาตั้งรกรากและมีบทบาทสำคัญต่อการวางรากฐานทางเศรษฐกิจการค้าให้กับประเทศ พร้อมไปกับการสร้างและถ่ายทอดวิถีชีวิตและประเพณีจีนที่มีเอกลักษณ์ของท้องถิ่น ตลอดจนไปถึงสร้างอาคารสถาปัตยกรรมที่สะท้อนให้เห็นวิวัฒนาการ ของอาคารพาณิชย์รุ่นแรกๆ ของกรุงรัตนโกสินทร์เหล่านี้ล้วนเป็นองค์ประกอบที่บอกเล่าประวัติศาสตร์ของเมืองได้อย่างดียิ่ง ดังนั้นย่านเยาวราชจึงเป็นย่านมรดกชุมชนเมืองที่ควรคู่แก่การอนุรักษ์และควบคุมการพัฒนาอย่างเหมาะสม (เครือข่ายอนุรักษ์มรดกวัฒนธรรม, 2545)

2.2.3.1 จุดกำเนิดย่านเยาวราช

เมื่อกล่าวถึง “ไชน่าทาวน์”(China Town) ของเมืองไทย มักจะเป็นการกล่าวเริ่มต้นด้วยการกล่าวถึงการกำเนิดของย่านสำเพ็ง (กล่าวโดย พระยาธรรมาธิกรณ์กับพระยาวิจิตรนาวิ) ในยุคเริ่มต้นที่ยังมีกำแพงเมืองคอยป้องกันพระนคร มี “สะพานสำเพ็ง” เป็นเส้นทางหลักในยุคต้นของกรุงเทพมหานคร ที่เชื่อมการติดต่อระหว่างภายในพระนครกับชุมชนชาวจีนนอกกำแพงเมืองพระนคร ซึ่งเมื่อกล่าวถึงคำว่า China Town หรือเปรียบเสมือน “ย่านวัฒนธรรมจีนในต่างแดน” เป็นที่ทราบกันว่าการอพยพของชาวจีนแผ่นดินใหญ่ เริ่มต้นขึ้นนับตั้งแต่ในยุคสมัยของจีนชิงฮ่องเต้ เพื่อหนีความแร้นแค้นและความโหดเหี้ยมของกษัตริย์ในยุคนั้น และอีกครั้งหนึ่งคือในปี ค.ศ. 1855 ได้เกิดคลื่นการอพยพครั้งใหญ่อีกครั้งหนึ่งซึ่งถือ

เป็นครั้งที่ใหญ่ที่สุดครั้งหนึ่งของจีน ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องมาจากการแพ้สงครามฝิ่น จนทำให้จีนต้องเสียสิทธิสภาพอาณาเขต และเกิดสภาวะเศรษฐกิจถดถอยจนทำให้ชาวจีน หรือ ลูกหลานมังกร จำต้องหนีออกจากจีนแผ่นดินใหญ่ซึ่งส่วนใหญ่จะอพยพด้วยการอาศัยการรอนแรมบนเรือสำเภาทะเลไปขึ้นฝั่งตามส่วนต่างๆของโลก จนเกิดเป็นย่านชุมชนของชาวจีนซึ่งจะเห็นได้จากการกระจายตัวของ China Town หรือเปรียบ“ย่านวัฒนธรรมจีนในต่างแดน” ทั้งไชน่าทาวน์ที่ ซานฟรานซิสโก นิวยอร์ก ซิดนีย์ ลอนดอน สิงคโปร์ รวมถึงไชน่าทาวน์ที่เยาวราช

หากพิจารณาในระดับสากลจะพบว่า “สำเพ็ง” ชุมชนคนจีนในเขตสัมพันธวงศ์นี้ถือว่าเป็นชุมชนคนจีนโพ้นทะเลที่เก่าแก่ที่สุดแห่งหนึ่งของโลก จะมีที่เทียบเคียงก็มีเพียงชุมชนชาวจีนโพ้นทะเลในสิงคโปร์เท่านั้น (เสนอเมืองจิว ทำเลมังกรทอง, หน้า 21) โดยเอกลักษณ์ของการแสดงถึงความเป็น “ไชน่าทาวน์” ที่สามารถเห็นได้แทบทุกที่บนโลกที่มีไชน่าทาวน์ นั่นคือ “ประตูจีน” ชุมประตูจีนได้รับการสร้างขึ้นในปี พ.ศ.2542 “การสวมมงกุฎให้มังกร และเป็นการเพิ่มพลังอำนาจให้แก่ทำเล” ถนนเยาวราชจะเน้นให้รถวิ่งทางเดียวคือทางที่เปรียบเสมือนเป็นหัวมังกรคือ ด้านวงเวียนโอเดียน เพราะเหมือนการเดินทางจากหัวมังกรไปทางหาง ซึ่งถือเป็นทำเลเป็น หรือทำเลมีชีวิต โดยสมญาที่ว่า เมืองจิวทำเลมังกรทอง เพราะมีพื้นที่รวมเพียงแค่ 1.42 ตารางกิโลเมตรหรือเพียงร้อยละ 0.09 ของพื้นที่ทั้งหมดของกรุงเทพมหานครแต่ถึงแม้ว่าจะเป็นเมืองที่มีพื้นที่เพียงร้อยละ 0.09 ของพื้นที่ทั้งหมดของกรุงเทพมหานครแต่กลับเป็นพื้นที่ ที่มีสัญญาณของการเติบโตทางเศรษฐกิจที่เกือบจะเป็นเครื่องบ่งชี้ความเป็น Central Business District (CBD) ได้เลยจากตัวเลขของการจัดเก็บภาษีในด้านต่างๆทั้ง ภาษีโรงเรือน ภาษีบำรุงท้องที่ เป็นต้นซึ่งตัวเลขที่เก็บได้นั้นสูงถึง 100 ล้านบาท ซึ่งถือได้ว่าเป็นตัวเลขที่สูงมากสำหรับพื้นที่เพียง 1.42 ตร.กม.

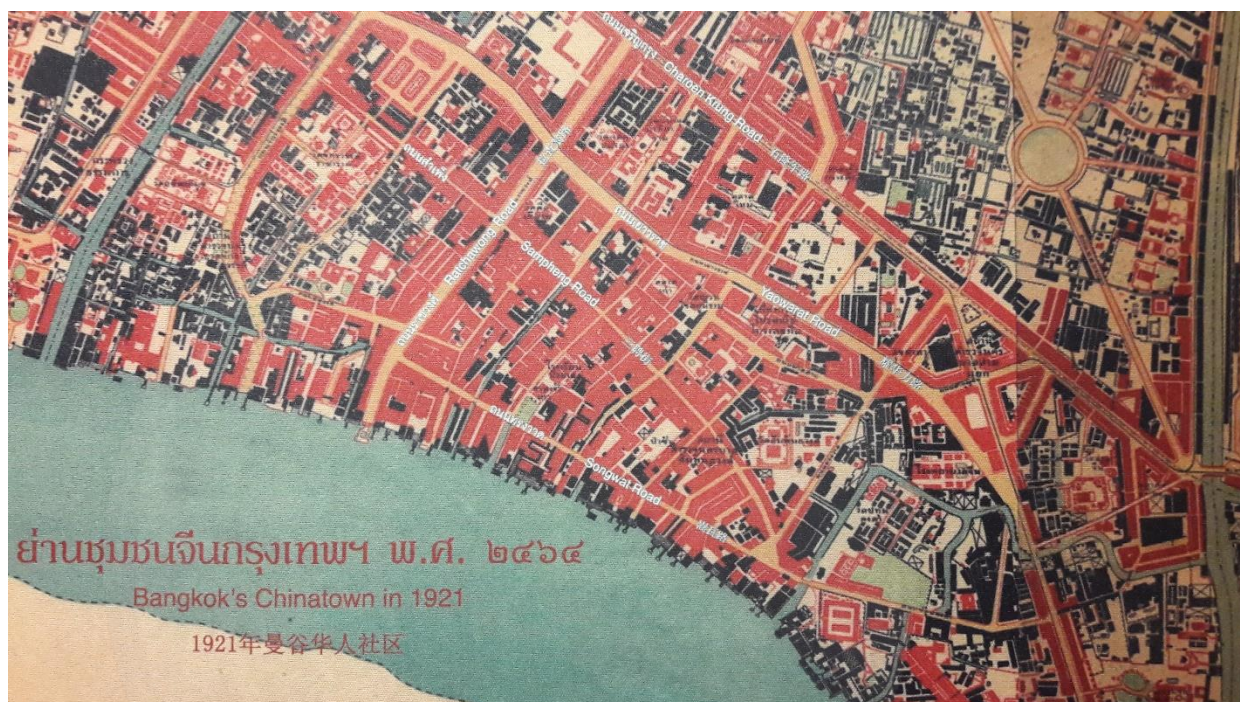
เยาวราชถือเป็น “ย่าน” ที่มีความเก่าแก่ที่สุดย่านหนึ่งของกรุงรัตนโกสินทร์ เพราะย่านคนจีนที่สามเพ็ง หรือสำเพ็งแห่งนี้นั้นเกิดขึ้นพร้อม ๆ กับการสร้างกรุงเทพมหานคร ซึ่งนอกจากความเก่าแก่แล้วสิ่งที่สำคัญที่สุดของความเป็นเยาวราชนั้นก็คือ ความคงอยู่อย่างมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวในลักษณะที่เรียกว่า “ชุมชนแหล่งย่าน” ที่ถือได้ว่ายังกองอยู่ในสภาพเดิมมากที่สุดไม่ว่าจะผ่านไปกี่ยุคก็สมัยจนถึงปัจจุบัน

2.2.3.2 พัฒนาการของถนนเยาวราชตั้งแต่ อดีต – ปัจจุบัน

ในปี พ.ศ. 2434 ที่รัชกาลที่ 5 ได้มีพระราชโองการดำรัสไว้ให้กรมโยธาธิการ ว่า “สร้างถนนขึ้นใหม่สายหนึ่ง แทรกลงในระหว่างกลางแห่งถนนเจริญกรุงแลถนนสามเพ็ง ตั้งตั้งแต่ป้อมมหาไชย ตัดไปทางทิศตะวันออกเฉียงใต้ เข้าบรรจบถนนเจริญกรุงตรงสะพานวัดสามจีน โดยยาว ๑๔๓๐ เมตร (หรือ ๓๕ เส้น ๑๕ วา) โดยกว้าง ๒๐ เมตร (หรือ ๑๐ วา) เป็นทางรถกว้าง ๗ วา ทางคนเดินกว้างข้างละ ๖ ศอก พระราชทานชื่อว่า “ถนนเยาวราช” (สำนักงานเขตสัมพันธวงศ์, 2544)

เนื่องจากเห็นว่าพื้นที่แขวงสำเพ็งนั้นเป็นชุมชนที่มีการค้าขายมาก ซึ่งมีความยากลำบากในการสัญจรไปมาในสมัยนั้น และมีความประสงค์ที่จะให้การสร้างถนนสายนี้โดยหลักไม่ให้มีการทำลายตึกและบ้านเรือนซึ่งมีราคามาก และจะเป็นการสร้างความสะดวกผ่อนให้แก่ประชาชน จึงให้มีการรักษาอาคารบ้านเรือนเดิมไว้ให้มากที่สุด จึงเป็นเหตุให้แนวถนนเยาวราชนั้นมีความโค้งไปมานั้นมีรูปร่างคล้ายกับตัวมังกรโดยส่วนหัวนั้นอยู่ที่บริเวณวงเวียนโอเดียน ซึ่งเป็นจุดเชื่อมต่อระหว่างถนนเยาวราชและถนนเจริญกรุง และส่วนกลางถนนเยาวราชนั้นเปรียบเสมือนท้องมังกรที่จะมีความพลุกพล่านและถือเป็นทำเลทองของถนนเยาวราชที่มีธุรกิจที่สำคัญกระจุกตัวรวมกันทั้งร้านทอง ร้านอาหาร และร้านค้าสำคัญๆ ของเยาวราชนับตั้งแต่ในอดีตจนถึงปัจจุบัน โดยบทบาทที่สำคัญของเยาวราชที่ถือเป็นสิ่งที่สร้างรายได้และชื่อเสียงให้กับเยาวราชนับตั้งแต่ในอดีตนั้น คือ บทบาททางเศรษฐกิจและการค้าของชาวจีน นับจากในอดีตที่เป็นรูปแบบการค้าที่เรียกว่า “การค้าสำเภา” ในช่วงสมัยรัชกาลที่ 3 – รัชกาลที่ 6 จนกระทั่งต่อมาในช่วงหลัง พ.ศ.2400 รูปแบบการค้าก็ได้แปรสภาพจากการค้าสำเภาเป็นรูปแบบการค้าที่เรียกว่า “ทุนขนาดกลาง” ในช่วงรัชกาลที่ 7 และ 8 จนกลายเป็น “นายทุนใหญ่” ในแขนงธุรกิจต่างๆ ในรัชกาลที่ 9 เป็นต้นมา ซึ่งกิจกรรมการค้าที่สำคัญของเยาวราชที่เป็นที่รู้จักและสร้างชื่อเสียงให้กับเยาวราชนั้นได้แก่ ธุรกิจประเทศค้าทองคำ จนเยาวราชนั้นเป็นที่รู้จักกันในอีกชื่อหนึ่งว่า “ถนนสายทองคำ” ด้วยในอดีตนั้นมีร้านทองชุมนุมกันบนถนนสายนี้มากถึง 132 ร้าน โดยในอดีตนั้นจะมีร้านทองที่เรียกว่า 4 ต้นกำเนิดของร้านทองในเยาวราช ได้แก่ เชนเฮงหลี ฮั่วเซ่งเฮง ตั้งเงินเฮง และตั้งโต๊ะกัง ที่แต่ละร้านก็จะมีสาขากระจายตัวอยู่บนถนนเยาวราช และมีบางร้านที่มีชื่อเสียงแต่

ไม่ได้มีการเปิดสาขา เช่น เซ่งซุ่นหลี่ หยู่ลั้ง จนในยุคต่อมาได้มี ร้านทองใบ เลียงเซ่งเฮง จินฮั่วเฮง เล่งหงส์ ฯลฯ ตามมา ซึ่งปัจจุบันนี้คงเหลืออยู่เพียง 30 ร้านเพราะบางร้านก็ได้ปิดกิจการลงแล้ว หรือบางร้านก็เหลือไว้แต่เพียงอาคารร้างที่ทิ้งไว้ให้เห็นพัฒนาการและการเปลี่ยนแปลงของอาคารในแต่ละยุคสมัย (สุรางค์ จันทวานิช, 2549)



ภาพที่ 2.2 แสดงแผนที่เมืองในยุคแรกเริ่มที่จะมีการตัดถนนสายใหม่ ๆ รวมถึงถนนเยาวราช
ที่มา Bangkok Style, 2016 (ดัดแปลงโดยผู้วิจัย)

นอกจากธุรกิจค้าทองแล้วเอกลักษณ์ที่โดดเด่นของเยาวราชนั้นคงหนีไม่พ้นภัตตาคารและร้านอาหารต่างๆ ทั้งอาหารแห้ง เครื่องยาจีน รวมถึงหมูแผ่นและหมูหยอง เป็นต้น ในอดีตนั้นเยาวราชนอกจากจะเป็นถนนสายการค้าแล้วเยาวราชยังเป็นถนนสายวัฒนธรรมที่มีกิจกรรมที่มีความโดดเด่นในย่านมากมาย เช่น โรงงิ้วที่ในอดีตนั้นงิ้วจะถือเป็นสิ่งที่คู่กับศาลเจ้า แต่ปัจจุบันนี้การแสดงงิ้วนั้นได้ลดบทบาทลงเนื่องจากการแทนที่ด้วยการฉายภาพยนตร์ ซึ่งโรงภาพยนตร์บนถนนเยาวราชนั้น ในอดีตถือเป็นธุรกิจที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากเช่นกัน โดยนิยมฉายภาพยนตร์จีนกำลังภายใน ซึ่งได้รับความนิยมค่อนข้างมากจะเห็นได้จาก จำนวนโรงภาพยนตร์ในสมัยแรกเริ่มนั้นมีถึง 7 แห่ง แต่ในปัจจุบันนี้ความ

นิยมก็ลดลงจนทำให้โรงภาพยนตร์หลายแห่งปิดตัวลง ปัจจุบันคงเหลือแต่เพียงแห่งเดียวที่ยังเปิดฉายอยู่

จะเห็นได้ว่าความเจริญมั่งคั่งของเยาวราชนับตั้งแต่ในอดีต จนกระทั่งถึงปัจจุบันนี้มีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นมากมายความเจริญมั่งคั่งหลายอย่างที่เกิดขึ้นในอดีตก็เริ่มลดน้อยถอยลง ในหลายๆประเด็นทั้งด้านการเมือง เศรษฐกิจการค้า ที่หลงเหลือมาจากอดีตและยังคงสร้างชื่อเสียงให้กับเยาวราชนั้นคงเป็นร้านทอง ร้านขายยาจีน และภัตตาคารบางส่วน ส่วนการค้าอื่นๆนั้นก็ได้มีการปรับเปลี่ยนมาให้เข้ากับยุคสมัย เช่น รูปแบบของบริษัทและห้างหุ้นส่วน แต่สิ่งที่น่าสนใจที่เกิดขึ้นคือ ในย่านนี้มีธนาคารสาขา เปิดอยู่ค่อนข้างมากแทบจะมีทุกธนาคาร นอกจากรูปแบบของการค้าที่เปลี่ยนแปลงจากอดีตแล้ว ยังมีการค้าอื่นๆที่เข้ามา เช่น ร้านขายส่ง ร้านขายปลีก และร้านขายเครื่องใช้ต่าง ๆ ฯลฯ นอกจากนี้ยังมีห้างสรรพสินค้าเกิดขึ้นด้วย นอกจากด้านการเมือง และเศรษฐกิจการค้าแล้ว สิ่งที่สำคัญที่ถือเป็นสิ่งที่ช่วยยึดเหนี่ยวชาวจีน และถือเป็นศิลปวัฒนธรรม ศาสนา และความเชื่อที่สำคัญของชาวจีนนั้นได้แก่ วัดและศาลเจ้า ที่ถือเป็นความโดดเด่นของเยาวราช ถึงแม้ในปัจจุบันจะไม่ได้มีการสร้างวัดและศาลเจ้าขึ้นมาใหม่แต่ก็ยังมีการรักษาและอนุรักษ์ไว้ตั้งแต่ในอดีต

2.2.3.3 ลักษณะโครงสร้างเมืองของย่านเยาวราช



ภาพที่ 2.3 แสดงรูปแบบของโครงข่ายถนน และขนาดบล็อกในย่านเยาวราช โดย : ผู้วิจัย

ปัจจุบันเยาวราชเป็นถนนในท้องที่เขตสัมพันธวงศ์ และได้รับการขนานนามว่า “ถนนมังกร” โดยรอบจะถูกล้อมรอบไปด้วยพื้นที่สำคัญหลายแห่งตั้งแต่ วงเวียนโอเดียน ถนนเจริญกรุง และมีจุดตัดกับถนนหลายเส้น ได้แก่ ถนนทรงสวัสดิ์ ถนนราชวงศ์ เพื่อไปยัง ถนนทรงวาด (ย่านตลาดน้อย) ซึ่งจะติดกับแม่น้ำเจ้าพระยา ซึ่งในพื้นที่ย่านตลาดน้อยนั้นในอดีตยุคที่ยังเน้นการเดินเรือเป็นการคมนาคมหลักนั้นย่านตลาดน้อยถือเป็นจุดรวมความหลากหลายทางวัฒนธรรมและกลุ่มคนจนกระทั่งต่อมาในยุคที่มีการตัดถนนเส้นแรกของกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ถนนเจริญกรุงแล้ว รูปแบบการคมนาคมก็ได้เปลี่ยนแปลงไปคือเปลี่ยนจากการสัญจรทางน้ำ ขึ้นสู่การสัญจรโดยรถยนต์ ทำให้การค้าขายก็ได้เปลี่ยนจากเส้นตลาดน้อยเข้ามาสู่เส้นเยาวราช และเจริญกรุง แต่เป็นที่น่าสนใจว่ารูปแบบของชุมชนเมืองนั้นถือเป็นย่านที่มีเอกลักษณ์เฉพาะที่สำคัญ ได้แก่

1. เยาวราช มีขนาดบล็อกไม่ใหญ่นัก มีถนนและซอยเชื่อมต่อกัน ซึ่งแสดงให้เห็นถึงรูปแบบการสัญจรที่เน้นไปที่การเป็นถนนคนเดิน
2. เยาวราชประกอบด้วยอาคารขนาดเล็กจำนวนมาก แต่มีความหนาแน่นค่อนข้างสูง มีพื้นที่โล่งน้อย
3. อาคารในย่านเยาวราชส่วนมากจะเป็นอาคารประเภทตึกแถว ส่วนอาคารสูงและอาคารขนาดใหญ่มักจะเกิดขึ้นบริเวณริมถนนเยาวราช หรือถนนเจริญกรุง
4. ในอนาคตซึ่งกำลังจะมีสถานีรถไฟฟ้าเกิดขึ้นในย่านนี้ส่งผลให้เกิดการเพิ่มขึ้นของ FAR ตามพระราชบัญญัติผังเมืองรวมกรุงเทพ โดยในย่านนี้จะมี FAR เพิ่มขึ้นเป็น 7.0 ภายในรัศมี 500 เมตร จากสถานีรถไฟฟ้า ซึ่งอาจจะส่งผลให้เกิดการพัฒนาของโครงการขนาดใหญ่ และส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของรูปแบบชุมชนเมืองในย่านเยาวราชได้ในอนาคต

2.2.3.4 ลักษณะทางกายภาพของถนนเยาวราช

ถนนเยาวราชถือเป็นถนนสายสำคัญของย่านเยาวราช ซึ่งถือเป็นถนนสายการค้าและพาณิชยกรรมที่เป็นจุดหมายสำคัญของการมาเยือนเยาวราช เป็นถนนที่มีเอกลักษณ์เป็นของตนเองแต่ในความโดดเด่นนี้เองก็ได้แฝงไว้ซึ่งความหลากหลายที่เกิดจากความพยายามของผู้ประกอบการแต่ละเจ้าต่างก็ต้องการที่จะสร้างความโดดเด่นให้เกิดขึ้นกับธุรกิจของตน สิ่งเหล่านี้เองที่สร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัวของย่านให้เกิดขึ้น ความแออัดที่เกิดขึ้นบนถนนทั้ง 2 ฝากฝั่งและกิจกรรมการค้าที่เกิดขึ้นทั้งในยามกลางวันและยามราตรีที่แตกต่างกัน ในเวลา

กลางวันนั้นเยาวราชจะเกิดกิจกรรมค้าขาย มีการตั้งแผงลอยตามทางเดินเท้าและเป็นแหล่งสัญจรไปมาทั้งของคนและรถอย่างคับคั่ง แต่เมื่อท้องฟ้าเริ่มมืดลงเยาวราชกลับยังมีสีสันและมีเอกลักษณ์ที่แตกต่างไป ป้ายโฆษณาได้ถูกตกแต่งด้วยไฟสีส้มต่าง ๆ ทางเท้าทั้ง 2 ฝั่งเกิดกิจกรรมที่แตกต่างไปจากเวลากลางวันที่ผู้คนจะออกมานั่งกันตามร้านอาหารที่เปิดอยู่ริมถนนซึ่งได้รับความนิยมมากจากทั้งคนไทยเองและชาวต่างชาติ ความสัมพันธ์ของถนนเยาวราชกับบริบทโดยรอบมีลักษณะสำคัญคือ



ภาพที่ 2.4 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาคารและที่ว่างในถนนเยาวราช โดย : ผู้วิจัย

1. การสัญจร

ถนนเยาวราชมีลักษณะการจราจรที่มีความหนาแน่นสูง โดยถนนเยาวราชจะวิ่งคู่ขนานไปกับถนนเจริญกรุง และเป็นถนนที่เดินรถได้ทางเดียวโดยมีตรอกซอยย่อยต่างๆเป็นตัวเชื่อมของคนและรถ

2. ประเภทและรูปแบบอาคาร

บริเวณถนนเยาวราชนั้นอาคารส่วนใหญ่จะเป็นตึกแถวบริเวณชั้นล่างซึ่งเป็นที่ทำการค้าขายส่วนชั้นบนจะเป็นที่พักอาศัย (ปัจจุบันเจ้าของกิจการส่วนใหญ่ได้ย้ายออกมาอาศัยนอกพื้นที่เป็นส่วนใหญ่คงเหลือที่ยังอาศัยอยู่เป็นส่วนใหญ่และบ้างก็ให้พนักงานหรือลูกจ้างคอยดูแล) โดยอาคารจะแตกต่างกันไปตามยุคสมัยและการซ่อมแซมหรือต่อเติมใหม่บ้างก็เป็น 2 - 3 ชั้นที่เป็นแบบดั้งเดิม บ้างก็เป็นอาคารสูง 4 - 6 ชั้นที่เกิดจากการต่อเติมหรือปรับปรุงใหม่ มีตึกสูงซึ่งมักเป็น

ธุรกิจประเภท ห้างสรรพสินค้า โรงแรม หรือสำนักงานของธนาคารที่เกิดขึ้นในยุคหลังที่มีการค้ำึงถึงบริบทหรืออาคารรอบ ๆ น้อยลง ได้แทรกตัวอยู่บ้างตลอดแนวถนน โดยทั้งอาคารเก่าและอาคารในยุคสมัยใหม่นั้นล้วนมีการตกแต่งที่แตกต่างกันตามประเภทของการค้า ซึ่งโดยมากการค้าที่คล้ายคลึงกันจะมีการทำรูปด้านอาคารที่ใกล้เคียงกันในการสื่อสารให้เห็นประเภทการค้าขาย เป็นต้น

3. มุมมองของถนนเยาวราช

เมื่อมองผ่านถนนเยาวราชนั้นเอกลักษณ์และสีสันอีกอย่างหนึ่งของถนนคือป้ายโฆษณาอันประกอบด้วยป้ายของห้างร้านและกิจการต่าง ๆ โดยเฉพาะร้านทองที่ทุกร้านต้องมีการวางโครงเหล็กประดับโลโก้ หนังสือภาษาจีน ผสมกับภาษาไทยที่ ซึ่งถือเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของ ไข่นาทาวน์ในประเทศไทยและเป็นเอกลักษณ์ของถนนสายนี้

2.2.3.5 สถาปัตยกรรมบนถนนเยาวราช

หากพิจารณาในแง่ของคุณค่าทางสังคมและศิลปวัฒนธรรมของย่านเยาวราช ตามคำนิยามขององค์การการศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) แล้ว อาจกล่าวได้ว่า ชุมชนย่านเยาวราช ถือเป็นชุมชนที่มีคุณค่ามากมายในหลากหลายแง่มุม (Bernard Feilden, 1997) อันได้แก่ คุณค่าทางวัตถุ (Materialistic Value) คุณค่าทางประวัติศาสตร์ (Historical Value) คุณค่าทางจิตใจและความรู้สึก (Spiritual Value) คุณค่าทางศิลปะ (Artistic Value) และ คุณค่าทางสุนทรียภาพ (Aesthetic Value) และคุณค่าทางวัฒนธรรม (Culture Value) ตามหลักฐานจากอาคารบ้านเรือนที่อยู่อาศัยริมถนนและในตรอกซอกซอย ซึ่งสะท้อนให้เห็นประวัติศาสตร์การตั้งถิ่นฐานและวิถีชีวิตตั้งแต่ครั้งชาวจีนอพยพเข้ามาพร้อมกับยุคที่เรียกกันว่า “เสือผืนหมอนใบ” ในสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น ซึ่งในมิติทางสถาปัตยกรรม ช่างฝีมือและศิลปินได้บรรจงสร้าง งานสถาปัตยกรรม ที่อยู่บนพื้นฐานของความเชื่อ ธรรมเนียมปฏิบัติ การใช้ชีวิตประจำวัน ตลอดจนสะท้อนถึงการเติบโตของชุมชนเมือง งานสถาปัตยกรรมในเยาวราชจึงถือได้ว่ามีคุณค่าอย่างยิ่งในด้านประวัติศาสตร์

จากการสำรวจรูปแบบทางสถาปัตยกรรมในย่านเยาวราช โดยกำหนดขอบเขตพื้นที่ตั้งแต่ย่านตลาดน้อย แม่น้ำเจ้าพระยา คลองโอ่งอ่าง และถนนเจริญกรุง ได้พบรูปแบบทางสถาปัตยกรรมที่มีความสำคัญเชิงประวัติศาสตร์ และมีความโดดเด่นกระจายตัวอยู่ในพื้นที่แม้ในภาพรวมมีจำนวนน้อยกว่าอาคารสมัยใหม่ทั่วไป แต่ถือเป็นองค์ประกอบสำคัญที่คงอัต

ลักษณะของย่านเมืองเก่าไว้ได้ โดยสามารถจัดกลุ่มลักษณะประเภททางสถาปัตยกรรม (Architectural Typology) ได้เป็น บ้านและวัด ตึกแถว และอาคารเดี่ยว ซึ่งในแต่ละประเภทมีรูปแบบทางสถาปัตยกรรม (Architectural Style) ที่หลากหลายแตกต่างที่สามารถระบุได้ดังนี้

1. บ้านและวัด

- บ้านล้อมลานแบบจีน (Chinese Courtyard House)
- ศาลเจ้าจีน (Chinese Temple)

2. ตึกแถว

- ตึกแถวแบบจีน (Chinese Style)
- ตึกแถวแบบอาณานิคมยุคแรก (Early Colonial Style)
- ตึกแถวแบบอาณานิคมยุคการเปลี่ยนแปลง (Transitional Colonial Style)
- ตึกแถวแบบเปอร์เซีย (Persian Style)
- ตึกแถวแบบอาร์ตเดโค (Art Deco Style)
- ตึกแถวสมัยใหม่นิยมยุคต้น (Modernism Style)
- ตึกแถวแบบหลังสมัยใหม่นิยม (Postmodernism Style)

3. อาคารเดี่ยว

- อาคารรูปแบบอาณานิคม (Colonial Style)
- อาคารรูปแบบสมัยใหม่ (Modernism Style)
- อาคารรูปแบบฟื้นฟูอาณานิคม (Colonial Revival Style)
- อาคารรูปแบบฟื้นฟูจีน (Chinese Revival Style)
- อาคารรูปแบบจีนร่วมสมัย (Contemporary Chinese Architecture)



ภาพที่ 2.5 แผนผังแสดงยุคสมัยของประเภทและรูปแบบอาคารในย่านเยาวราชตามช่วงเวลา

(ที่มา: โดยผู้วิจัย)

สถาปัตยกรรมในเยาวราชนับตั้งแต่ในอดีตได้สะท้อนให้เห็นถึงพื้นฐานทางความเชื่อและความเชื่อมโยงกับประวัติศาสตร์ของชาวจีน รูปแบบทางสถาปัตยกรรมในเยาวราชนั้นมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา นับตั้งแต่ในอดีตที่เป็นยุคของการอพยพเข้ามาของชาวจีน จนกระทั่งเป็นยุคของการรับอิทธิพลจากชาติตะวันตก และพัฒนามาเป็นสถาปัตยกรรมอันหลากหลายของย่านเยาวราชในยุคปัจจุบัน เป็นที่น่าสนใจอย่างยิ่งว่า ถึงแม้ว่ารูปแบบสถาปัตยกรรมในย่านเยาวราชนั้นจะค่อนข้างแตกต่างกันไปตามอิทธิพลและความจำเป็นต่างๆ แต่เมื่อพิจารณาไปถึงความพยายามที่จะแสดงออกถึงความเป็นชุมชนชาวจีน (China Town) แล้วนั้นก็จะพบว่าอาคารจำนวนมากมีการแสดงถึงองค์ประกอบที่เชื่อมโยงถึงอัตลักษณ์จีน ด้วยการแสดงออกทั้งภายนอกและภายใน ด้วยเหตุนี้สถาปัตยกรรมจึงเปรียบเสมือนเครื่องจดบันทึกเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ของชาวจีนในประเทศไทยเอาไว้ได้อย่างเป็นรูปธรรม (ไชแสง สุขะวัฒน์, 2521)

2.2.4 แนวทางในการออกแบบสถาปัตยกรรมในย่านมรดกชุมชนเมือง

2.2.4.1 กฎบัตรที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบสถาปัตยกรรมในพื้นที่อนุรักษ์

เมื่อยุคสมัยเปลี่ยนไป วิถีชีวิตสมัยใหม่หรือความทันสมัยที่เกิดขึ้นส่งผลให้เกิดการพัฒนาเมืองเก่า ซึ่งทำให้คุณค่าและอัตลักษณ์เฉพาะที่เคยมีอยู่เริ่มถูกเปลี่ยนแปลงและมี

ความสำคัญน้อยลง จึงได้นำไปสู่แนวคิดในการวางข้อกำหนดต่าง ๆ เพื่อคำนึงถึงสิ่งปลูกสร้างและสถาปัตยกรรมในย่านหรือเมืองที่มีอัตลักษณ์เฉพาะ โดยมีตัวอย่างกฎบัตรระหว่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์เมืองและย่านประวัติศาสตร์ต่างๆ ซึ่งได้เน้นทั้งประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการสร้างอาคารใหม่และการปรับปรุงอาคารเดิม ซึ่งเกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์และเป็นตัวอย่างในการนำไปใช้เพื่อการออกแบบอาคารในย่านหรือเมืองซึ่งมีอัตลักษณ์เฉพาะดังนี้

- กฎบัตรเวนิส ได้กล่าวถึง การอนุรักษ์ที่ไม่ใช่แค่สถาปัตยกรรม แต่รวมถึงบริเวณเมืองและอารยธรรมต่างๆรวมไปถึงวัฒนธรรม
- กฎบัตรวอชิงตัน ได้กล่าวถึง การก่อสร้างอาคารใหม่ หรือการปรับปรุงอาคารเดิมต้องให้ความเคารพต่อรูปแบบอาคารเดิม โดยเฉพาะสัดส่วนและขนาดของแปลงที่ดิน
- กฎบัตรเพื่อการอนุรักษ์เมือง และพื้นที่ประวัติศาสตร์ ได้กล่าวถึง ลักษณะของเมืองที่ต้องรักษาไว้ ซึ่งได้อธิบายถึงลักษณะของเมืองที่ต้องรักษาไว้ซึ่งประกอบด้วยประเด็นที่สำคัญ ดังนี้
 1. การกำหนดขนาดของแปลงที่ดินและถนนให้พิจารณาจากรูปแบบของเมือง (Urban Pattern)
 2. การคำนึงถึงความสัมพันธ์ขององค์ประกอบในการออกแบบอาคารทั้งภายนอกอาคารและภายในอาคารซึ่งประกอบด้วย สัดส่วน ขนาด การก่อสร้างการใช้วัสดุ สี และการตกแต่ง ให้สอดคล้องกับอาคารเดิมที่มีอยู่แล้ว
 3. ความสัมพันธ์ของกายภาพของเมืองกับตัวอาคาร
 4. ความหลากหลายของเมืองที่เป็นสิ่งบ่งบอกเล่าการเปลี่ยนแปลงและช่วงเวลา
- มติจากการประชุมสัมมนาระหว่างประเทศเพื่อการอนุรักษ์เมืองประวัติศาสตร์ขนาดเล็ก ได้อธิบายถึงแนวทางในการออกแบบสถาปัตยกรรม โดยได้กำหนดให้ย่านชุมชนเก่านั้นให้ถือเป็นส่วนหนึ่งของความเป็นย่านที่ควรได้รับการอนุรักษ์ โดยในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบสถาปัตยกรรมนั้น แบ่งออกได้ดังนี้

1. การดูแลขนาดของสิ่งก่อสร้างให้มีความสอดคล้องกับลักษณะเฉพาะของเมือง อาคารสำคัญ และภูมิทัศน์ของเมืองที่มีอยู่เดิม
2. การรักษามุมมองทางสายตาซึ่งจะเกี่ยวข้องกับขนาดและสัดส่วนของอาคาร
3. การคำนึงถึงการนำอาคารเก่ามาใช้แทนการรื้อถอน

2.2.4.2 หลักเกณฑ์ในการออกแบบสถาปัตยกรรมในพื้นที่อนุรักษ์

นอกจากข้อกำหนดที่เกิดขึ้นจากความร่วมมือของกฎหมายระหว่างประเทศแล้ว ยังมีข้อกำหนดที่เป็นการนำเสนอแนวทางในการออกแบบในย่านอนุรักษ์ที่เกิดขึ้นในหน่วยงานและองค์กรต่างๆ ที่ได้นำเสนอถึงแนวทางการออกแบบสถาปัตยกรรมในย่านประวัติศาสตร์ไว้ดังนี้

1. องค์กรระหว่างประเทศ (UNESCO Design Guidelines in Heritage Context)

เป็นการกำหนดแนวทางการออกแบบอาคารในย่านที่เป็นมรดกชุมชนเมืองไว้ดังนี้

 - มีรูปแบบทางสถาปัตยกรรมที่มีความโดดเด่น ขณะเดียวกันก็ต้องตอบสนองต่อบริบท
 - โครงสร้าง รูปแบบทางสถาปัตยกรรม สิ่งที่แสดงออกถึงวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ที่แสดงออกผ่านตัวอาคารจะต้องคำนึงถึงการรักษาไว้ซึ่งคุณภาพหรือคุณค่าของย่าน
 - อาคารที่ถูกสร้างขึ้นใหม่จะต้องมีความสัมพันธ์กับอาคารที่มีอยู่เดิม
 - สถาปัตยกรรมที่ถูกสร้างขึ้นใหม่จะต้องมีความสอดคล้อง และเหมาะสมกับอาคารที่มีอยู่เดิมทั้งในเรื่องของ การใช้งาน และรูปแบบอาคาร
 - การใช้วัสดุจะต้องมีการผสมผสานระหว่างความร่วมสมัยและ วัสดุพื้นถิ่น เป็นต้น
2. องค์กรท้องถิ่นของประเทศออสเตรเลีย (The Royal Australian of Architects)

นำเสนอแนวทางการอนุรักษ์อาคารของย่านมรดกชุมชนเมืองที่ประกอบด้วย 2 พื้นที่ ได้แก่ Mandela Bay Heritage Trust (MBHT) และ Eastern Cape Institute of Architecture (ECIA) โดยมีองค์ประกอบที่สำคัญที่ต้องคำนึงถึง ดังนี้

- ความกลมกลืนกันของรูปแบบทางสถาปัตยกรรม
- ขนาดของอาคารและโครงสร้างอาคาร
- รูปทรงหลังคา
- ความกลมกลืนกันของวัสดุที่ใช้
- ความกลมกลืนกันของสีอาคารที่ใช้
- ความเชื่อมโยงระหว่างตัวอาคารกับถนน ระเบียงรั้ว และขอบเขตที่ดิน เป็นต้น

นอกจากองค์การระหว่างประเทศและองค์กรท้องถิ่นข้างต้นที่ได้พยายามนำเสนอแนวทางในการออกแบบอาคารบนพื้นที่มรดกชุมชนเมืองแล้ว ยังมีแนวคิดของกลุ่มสถาปนิกที่ทำงานเกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์ โดยเป็นหลักการในด้านการวางแผนอนุรักษ์เมืองประวัติศาสตร์

- เซอร์เบอร์นาร์ด เฟลเดน (Bernard M. Feilden) ได้มีการพูดถึงหลักในการออกแบบสิ่งก่อสร้างทดแทน (Infill Design) ซึ่งเป็นการอธิบายถึงการออกแบบอาคารใหม่ โครงสร้าง หรือส่วนต่อเติมนั้นควรจะต้องพิจารณาจากการวิเคราะห์ถึงเนื้อเมือง (Urban fabric) และหน้าที่ใช้สอย (Function) ซึ่งจะต้องถูกนำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบ (Feilden, 2013)
- ดร.นิจ หิณูชีระนันท์ ได้อธิบายถึงแนวทางปฏิบัติในการอนุรักษ์ธรรมชาติ และศิลปกรรมในส่วนที่เกี่ยวข้องกับสร้างสถาปัตยกรรมไว้ 4 ประการ ได้แก่ (นิจ, 2520)
 1. การออกแบบสถาปัตยกรรมให้มีความกลมกลืนกับอาคารข้างเคียง
 2. การควบคุมความสูง ซึ่งหมายถึง การควบคุมการบดบังและข่มอาคารเดิม
 3. การควบคุมลักษณะภายนอกของอาคาร
 4. การบำรุงรักษาอาคารและสภาพแวดล้อมให้คงคุณค่าอยู่เสมอ

2.2.4.3 แนวคิดการออกแบบอาคารในย่านไชน่าทาวน์

จากการศึกษาแนวทางการออกแบบอาคารในย่านไชน่าทาวน์ในต่างประเทศนั้น พบว่ามีการกำหนดเป็นกฎหมายหรือข้อกำหนดเฉพาะของพื้นที่ ซึ่งจากการวิเคราะห์ถึงรายละเอียดของกฎเกณฑ์ ข้อบังคับ หรือ ขอบเขต นั้นพบว่าสามารถที่จะแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท ได้แก่

1. ข้อกำหนดหรือแนวทางที่เน้นควบคุมในภาพรวมหรือเป็นการวางข้อกำหนดในภาพกว้างของเมืองเป็นหลัก ส่วนตัวอาคารนั้นจะมีการควบคุมเฉพาะองค์ประกอบใหญ่ๆเท่านั้น ได้แก่
 - Chinatown Design Guidelines, City of Vancouver, Canada (2011)
 - Design Guidelines: Old Town, Victoria, B.C., City of Victoria, Canada (รวมถึง Chinatown) (2006)
2. ข้อกำหนดหรือแนวทางที่ครอบคลุมทุกส่วนของย่าน ทั้งองค์ประกอบเชิงกายภาพ และแนวทางในการออกแบบอาคาร ได้แก่
 - Chinatown Urban Design Study, Washington D.C., U.S.A. (1989)
3. ข้อกำหนดหรือแนวทางที่ควบคุมเฉพาะการสร้างอาคารเป็นหลัก โดยจะเน้นในเรื่องของหลักเกณฑ์ในการออกแบบอาคารที่ครอบคลุมตั้งแต่ภาพรวมของตัวอาคารจนถึงรูปแบบของประตู หน้าต่าง และองค์ประกอบย่อยอื่นๆ เป็นต้น ได้แก่
 - A Design Strategy for Chinatown, Westminster City Council, London, U.K. (2008)
 - Chinatown Design Guide, Washington D.C., U.S.A. (2011)

จากแนวทางควบคุมการพัฒนาในย่านไชน่าทาวน์ทั้ง 5 กรณีศึกษานี้ สามารถสรุปเป็นรายละเอียดของแต่ละองค์ประกอบของแต่ละรูปแบบได้ ดังนี้

ข้อกำหนดประเภทที่ 1

กำหนดภาพรวมในการออกแบบย่านซึ่งมีข้อกำหนดที่เป็นประเด็นหลัก ๆ ดังนี้

- แนวคิดของการออกแบบที่คำนึงถึงความสัมพันธ์กับพื้นที่รอบๆ เป็นหลัก
- การออกแบบองค์ประกอบที่ต้องคำนึงถึงความสำนึกในพื้นที่ “Sense of Place”
- การคำนึงถึง ขนาด ความสูง และการโอบล้อม
- รูปแบบ,ลักษณะของด้านหน้าอาคาร
- ในการออกแบบจะต้องคำนึงถึงความสัมพันธ์ระหว่างอาคารในยุค จินประเพณี กับอาคารยุคสมัยใหม่
- มีการดึงลักษณะเฉพาะทางด้านวัฒนธรรมมาใช้ในการออกแบบ
- การกำหนดความสูงของอาคาร

ข้อกำหนดประเภทที่ 2

กำหนดองค์ประกอบซึ่งจะแบ่งเป็น

- แนวทางการออกแบบในภาพรวมของย่านโดยมีองค์ประกอบ

ดังนี้

1. ควรต้องคำนึงถึงองค์ประกอบอื่นๆที่มีอยู่แล้ว
2. ควรคำนึงถึงองค์ประกอบที่จะสร้างแรงดึงดูดให้กับผู้ที่พบเห็น
3. ควรเป็นย่านที่รองรับคนทุกเพศทุกวัย
4. ควรมีรูปแบบของอาคารที่เป็นตัวอย่างแสดงถึงสถาปัตยกรรมจีน

- แนวทางการออกแบบอาคารในย่านไชน่าทาวน์ ซึ่งมีองค์ประกอบสำคัญ ดังนี้

1. รูปแบบของทางเข้าอาคาร จะต้องมีความสอดคล้องกับความเป็นย่านและประเภทของอาคาร
2. ความสมมาตรของตัวอาคาร

3. องค์ประกอบในเชิงรายละเอียดของสถาปัตยกรรม ซึ่ง
จะแบ่งเป็น รูปทรงหลังคา โครงสร้างหลังคา รูปแบบ
ของช่องเปิด การใช้สีและวัสดุประกอบอาคาร
4. องค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ต่างๆ
5. การออกแบบช่องเปิดของอาคาร เป็นต้น โดยแต่ละ
องค์ประกอบนั้นจะมีรายละเอียดของแต่ละ
องค์ประกอบและการนำไปใช้

ข้อกำหนดประเภทที่ 3

เน้นการให้ความสำคัญในเรื่องการอนุรักษ์และปกป้องอัตลักษณ์ของย่านและสถาปัตยกรรม
ซึ่งในแต่ละองค์ประกอบนั้นจะมีการลงรายละเอียดและข้อจำกัดต่างๆตามประเภทของ
อาคาร โดยมีรายละเอียด ดังนี้

- การมีป้ายสัญลักษณ์ที่แสดงถึงความเป็นย่านไชน่าทาวน์
- รูปแบบของระเบียงและราวกันตก
- การออกแบบภูมิทัศน์
- การออกแบบทางเข้าอาคาร
- ช่องเปิดต่างๆ เช่น ประตูและหน้าต่าง
- การใช้วัสดุและสี

โดยภาพรวมของข้อกำหนด กฎเกณฑ์ต่างๆที่แต่ละประเทศให้ความสำคัญสำหรับ
การออกแบบนั้นอาจมีความแตกต่างกัน แต่วัตถุประสงค์ของแต่ละประเทศนั้นจะมีความ
สอดคล้องกันคือ ความต้องการที่จะรักษาเอกลักษณ์และลักษณะเฉพาะของความเป็นย่านไชน่าทาวน์ในแต่ละที่เพื่อให้ย่านนั้นยังคงคุณค่าและความเป็นย่านที่มีเอกลักษณ์เฉพาะที่
นอกจากจะช่วยส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวให้คงอยู่แล้ว ยังเป็นการอนุรักษ์ย่านที่เป็นมรดก
ชุมชนเมืองให้คงอยู่สืบไป

2.2.4.4 กรณีศึกษาการออกแบบโรงแรมแสดงอัตลักษณ์สอดคล้องกับบริบท

ในงานวิจัยครั้งนี้ได้เลือกกรณีศึกษาเป็นโครงการประเภทโรงแรมที่เน้นการออกแบบแสดงอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมสอดคล้องกับบริบท ซึ่งพิจารณาจากแนวทางที่แตกต่างกัน ในขณะเดียวกันก็มีการนำเสนอตัวต้นที่มีความชัดเจนและโดดเด่น โดยได้ทำการศึกษากรณีศึกษาทั้งหมด 4 แห่ง ดังนี้

- โรงแรม The Yongning Palace Hotel เมือง Shaanxi ประเทศจีน
- โรงแรม Peninsula Hotel เมือง Beijing ประเทศจีน
- โรงแรม Fragrant Hills Hotel เมือง Beijing ประเทศจีน
- โรงแรม Holiday Inn Express Hotel กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย

1. โรงแรม The Yongning Palace Hotel

โครงการแห่งนี้เป็น การนำรูปแบบพระราชวังเก่ามาใช้เป็นโรงแรม เปิดทำการในปี 2015 ที่ผ่านมา โดยเอกลักษณ์ของโครงการคือรูปแบบที่นำเอาแนวคิดของการสร้างพระราชวังในยุค ราชวงศ์หมิงและราชวงศ์ชิง มาใช้ในการออกแบบ

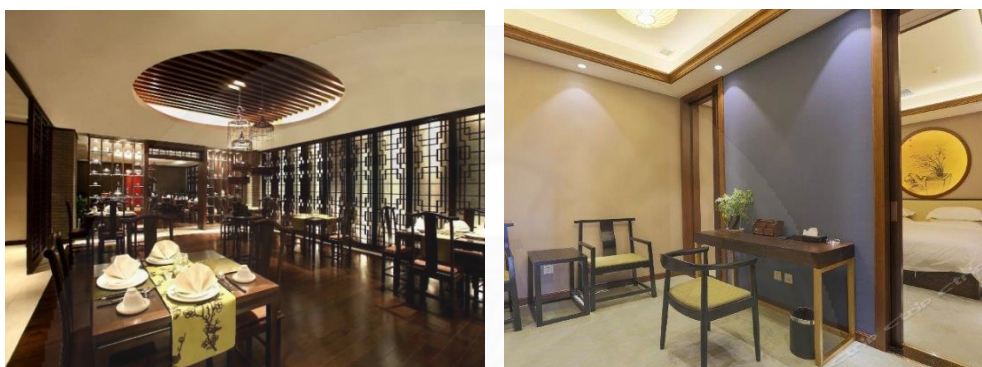


ภาพที่ 2.6 แสดงรายละเอียดภายนอกโครงการ

ที่มา <http://www.hotelfoo.com/china/xian/yongning-palace-hotel>, 2016.

ด้วยลักษณะที่ตั้งของโครงการที่ตั้งอยู่ในเขตเมืองเก่าและตั้งอยู่บริเวณทิศใต้ของกำแพงเมืองเก่าซึ่งเป็นจุดหมายตา (Landmark) สำคัญของย่าน ทำให้เจ้าของโครงการมี

ความพยายามที่จะพัฒนาโครงการให้มียังคงความสอดคล้องกับอาคารและบริบทของพื้นที่เป็นหลัก นอกจากการสร้าง ความสอดคล้องกับบริบทแล้วปัจจัยที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือโครงการต้องการสร้างรูปลักษณ์ให้มีความโดดเด่นเพื่อสร้างแรงจูงใจในการดึงดูดลูกค้าเข้ามาพักในโครงการ จึงได้เน้นการนำสถาปัตยกรรมในรูปแบบจีนประเพณีมาใช้ในการออกแบบ โดยนอกจากจะเน้นการสร้าง ความกลมกลืนและเคารพต่อบริบทแล้ว ยังต้องการสร้างแรงจูงใจให้กับผู้มาเข้าพักด้วย



ภาพที่ 2.7 แสดงรายละเอียดภายในโครงการ

ที่มา <http://www.chinatraveldepot.com/H298097-Yongning-Palace-Hotel>

แนวคิดในการวางผังและการตกแต่งนั้นจะเน้นการตกแต่งที่นำแนวคิดของพระราชวังในสมัยก่อนซึ่งเป็นลักษณะของสถาปัตยกรรมที่เกิดในยุคจีนประเพณี ทั้งการจัดพื้นที่ภายใน และการใช้เฟอร์นิเจอร์ก็จะเน้นการนำเสนอรูปแบบอาคารให้มีความสอดคล้องกันทั้งภายนอกและภายในอาคาร นอกจากนี้ตัวโครงการที่เป็นโรงแรมประเภทเพื่อรองรับกลุ่มนักธุรกิจเป็นหลัก จึงได้เน้นการจัดพื้นที่ต่างๆเพื่อรองรับการประชุมและสัมมนาแต่ก็ยังคงรูปลักษณ์ของความเป็นจีนในยุคราชวงศ์หมิงและชิงซึ่งถือเป็นยุคที่มีความรุ่งเรืองของจีน

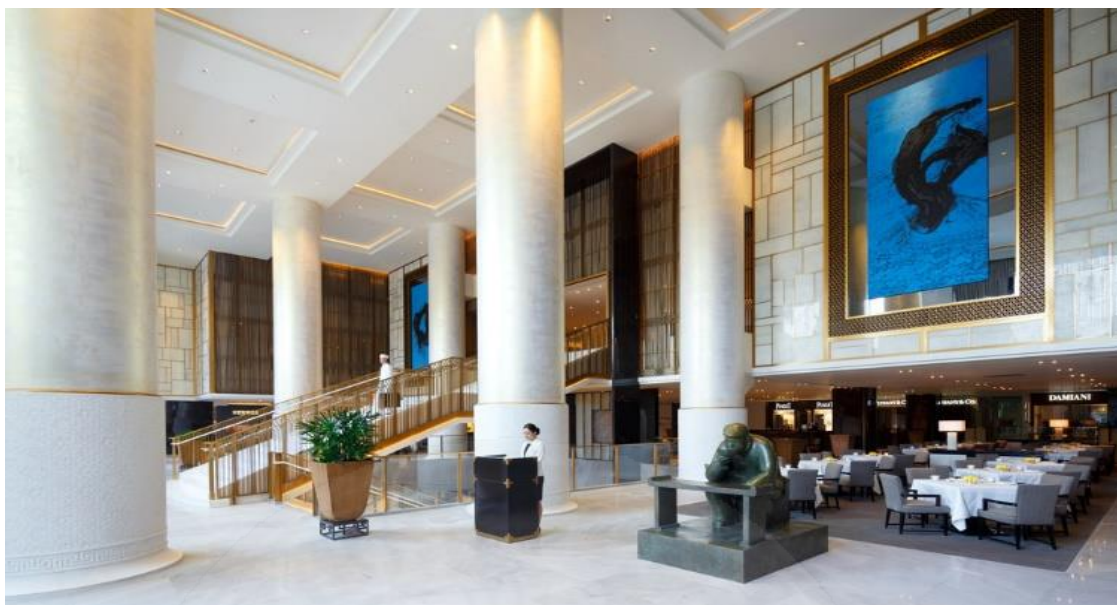
2. โรงแรม Peninsula Hotel



ภาพที่ 2.8 แสดงรายละเอียดภายนอกโครงการ

ที่มา <http://www.hotelfoo.com/china/xian/yongning-palace-hotel>, 2016.

โรงแรมแห่งนี้เป็นโรงแรมประเภทเครือข่ายที่เน้นการสร้างหน้าเชื่อถือจากชื่อเสียงของโรงแรมเป็นหลัก และสำหรับโครงการนี้ซึ่งตั้งอยู่ใกล้กับแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของปักกิ่ง ทั้งพระราชวังต้องห้าม จัตุรัสเทียนอันเหมิน เป็นต้น ซึ่งเหล่านี้ล้วนแล้วแต่เป็นสัญลักษณ์ที่สำคัญของจีน ดังนั้นด้วยที่ตั้งอาคารและความเป็นย่านการท่องเที่ยวจึงเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดแนวคิดของการสร้างโรงแรมที่มีรูปลักษณ์หรือ แสดงให้เห็นถึงความเป็นจีนที่ค่อนข้างเด่นชัด เพื่อให้เกิดความกลมกลืนและมีความสอดคล้องกับบริบทของพื้นที่ ซึ่งนอกจากจะเป็นแนวคิดของความสัมพันธ์กับบริบทแล้ว ยังมีปัจจัยในเรื่องของการตลาดที่เป็นแนวคิดสำคัญที่ทำให้โครงการแห่งนี้ประสบความสำเร็จและได้รับรางวัล “Top 3 The Best Hotel in Beijing” ที่รองรับกลุ่มลูกค้าระดับมีฐานะ (luxury) โดยใช้แนวคิดการผสมผสานระหว่างจีนแบบฮองกงผสมผสานเข้ากับเชิงไฮ้แบบดั้งเดิม



ภาพที่ 2.9 แสดงรายละเอียดภายในโครงการ
ที่มา <http://beijing.peninsula.com/zh-cn/default>, 2017

ส่วนการจัดพื้นที่ภายในของโครงการนั้นจะแบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือส่วนที่เป็นพื้นที่ส่วนกลางหรือ ส่วนร้านอาหารนั้นจะเน้นการจัดพื้นที่ให้เป็นลักษณะของความเป็นจันทรมสมัยเป็นหลักเพื่อให้สอดคล้องกับรูปลักษณ์ของอาคารภายนอก และส่วนห้องพักนั้นจะเน้นการจัดให้เป็นรูปแบบที่มีความสมัยใหม่เรียบง่ายแต่ก็ดูหรูหราเป็นหลักเพื่อคงไว้ซึ่งแบรนด์หรือภาพลักษณ์ของกลุ่มโรงแรม Peninsula

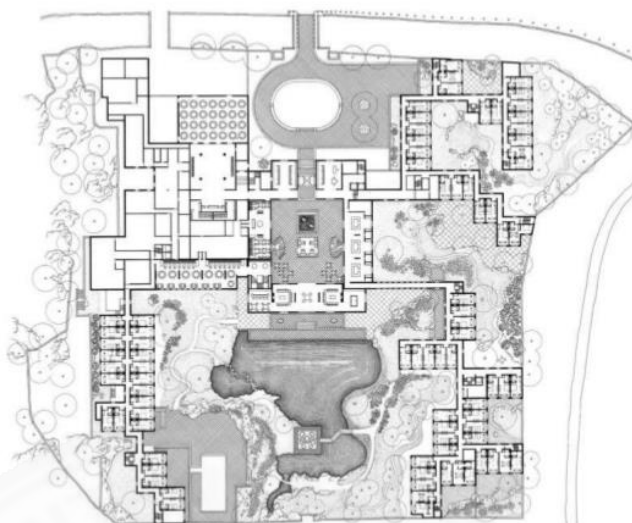
3. โรงแรม Fragrant Hills Hotel



ภาพที่ 2.10 แสดงรายละเอียดภายนอกโครงการ

ที่มา https://www.gardenvisit.com/gardens/fragrant_hills_park, 2017

โครงการแห่งนี้ออกแบบโดยสถาปนิก I. M. Pei โดยสร้างเสร็จในปี 1982 บนพื้นที่ 36,900 ตารางเมตร โดยเป็นพื้นที่ของ “First Service Bureau” ของปักกิ่ง โดยเป็นโครงการที่มีลักษณะเด่นคือตั้งอยู่บนสวนสาธารณะใกล้กับย่านเมืองเก่า (Key Historic Sites)



ภาพที่ 2.11 แสดงผังโครงการ

ที่มา https://www.gardenvisit.com/gardens/fragrant_hills_park, 2017



ภาพที่ 2.12 แสดงรายละเอียดภายนอกโครงการ

ที่มา https://www.gardenvisit.com/gardens/fragrant_hills_park, 2017

โรงแรมแห่งนี้มีห้องทั้งหมด 325 ห้อง และในการออกแบบนั้นจะเน้นรูปแบบที่เป็นการใช้แนวคิดของจีนแบบบูรณาการ ด้วยการนำองค์ประกอบเพียงบางอย่างของสถาปัตยกรรมจีนมาใช้ และมีการลดทอน (Simplify) รูปทรงบางอย่างให้ดูเรียบง่าย และมีความเป็นรูปแบบสมัยใหม่โดยเน้นการสร้างสมดุลระหว่างความสมมาตรและความไม่สมมาตรและมีความสอดคล้องแต่กลับมีความทันสมัยมากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับอาคารใน

ย่านเมืองเก่า โดยแนวคิดในการออกแบบนั้นจะเน้นการผสมผสานระหว่างความเป็น “Western Technology” กับ “Chinese Vernacular” ที่มีทั้งการนำเทคโนโลยีมาใช้ ภายในอาคารแต่กลับเป็นการก่อสร้างด้วยวิธีแบบดั้งเดิมหรือที่เรียกว่า “Chinese Form of Modern Architecture”



ภาพที่ 2.13 แสดงรายละเอียดภายนอกโครงการ
ที่มา <http://www.xsfd.com/#/index>, 2017

รูปแบบและการจัดพื้นที่ภายในอาคารนั้นจะใช้รูปแบบเดียวกับภายนอกเพื่อให้เกิดความกลมกลืนและเรียบง่าย โดยภายในจะประกอบด้วยองค์ประกอบดังนี้ ส่วนพื้นที่ห้องประชุมขนาดใหญ่ ส่วนระเบียงด้านนอกที่เชื่อมต่อกับสวนสาธารณะด้วยมุมมองทางสายตา และมีส่วนพื้นที่ห้างร้านต่าง ๆ (Retail) นอกจากนี้ในแนวคิดของการออกแบบภายในนั้นผู้ออกแบบได้เน้นการเปิดช่องแสงตามมุมมองของวิวภายนอกเพื่อให้ผู้มาพักสามารถที่จะมองออกไปแล้วเห็นในมุมที่ผู้ออกแบบต้องการนำเสนอถึงความสอดคล้องที่เกิดขึ้นระหว่างตัวอาคารกับเส้นสายต่างๆของภูมิทัศน์โครงการเพื่อให้เกิดมุมมองทางสายตาที่เหมาะสมและสอดคล้องกับห้องพัก นอกจากนี้ในการตกแต่งตัวอาคารนั้นจะเน้นความเรียบง่ายและการลดทอนบางส่วนเพื่อให้ดูมีความทันสมัยมากขึ้น (Simplify) การใช้ลวดลายและเส้นต่างๆตามเส้นของภูมิทัศน์ และการเปิดมุมมองตามตำแหน่งของแต่ละห้องเพื่อให้เกิดความสมดุลกันในภาพรวม

4. โรงแรม Holiday Inn Express Hotel



ภาพที่ 2.14 แสดงรายละเอียดภายนอกโครงการ

ที่มา <http://nexus.co.th/property/im-china-town,2017>

โครงการไอแอมไชน่าทาวน์ตั้งอยู่บนถนนเจริญกรุงซึ่งอยู่ติดกับถนนเยาวราช ออกแบบโดยบริษัท แกรนยูนิแลนด์ บนพื้นที่ 3 ไร่เศษ โดยเป็นรูปแบบของโครงการแบบผสมคือ ภายในจะประกอบไปด้วยโรงแรม เรสซิเด้น และห้างสรรพสินค้า โดยจะแบ่งเป็นโรงแรม (Holiday Inn Express) จำนวน 5 ชั้นโดยประกอบด้วยส่วนห้องพัก 224 ห้อง ส่วนของเรสซิเด้นซึ่งอยู่ด้านหลังจำนวน 46 ห้อง และมีพื้นที่ให้เช่าของศูนย์การค้า 4,000 ตารางเมตร และมีส่วนของชั้นใต้ดิน 6 ชั้นซึ่งรองรับการจอดรถได้ 300 คัน รูปแบบของโครงการมีการปรับเปลี่ยนจากเดิม (ภาพที่ 14 ด้ายซ้าย) เป็นรูปแบบใหม่ที่มีความร่วมสมัยมากยิ่งขึ้น (ภาพที่ 14) ด้วยแนวคิดการลดทอนรูปทรงหลังคาจีนแบบดั้งเดิมของจีน เช่นแนวคิดของสถาปนิกชาวจีนอย่างหวัง ชีอู (Wang Shu) ที่มักนำแนวคิดการลดทอนองค์ประกอบดั้งเดิมบางอย่างแต่ก็ยังรับรู้ได้ถึงความเป็นจีน



ภาพที่ 2.15 แสดงแนวคิดการลดทอนหลังคาของโครงการ Xiangshan Campus ออกแบบโดยWang Shu ที่มา <https://nuirs.wordpress.com/2013/03/13/wang-shu-on-eaac/>



ภาพที่ 2.16 แสดงรายละเอียดการจัดพื้นที่ภายในโครงการ
ที่มา <http://www.homenayoo.com/im-china-town-residence/>, 2017

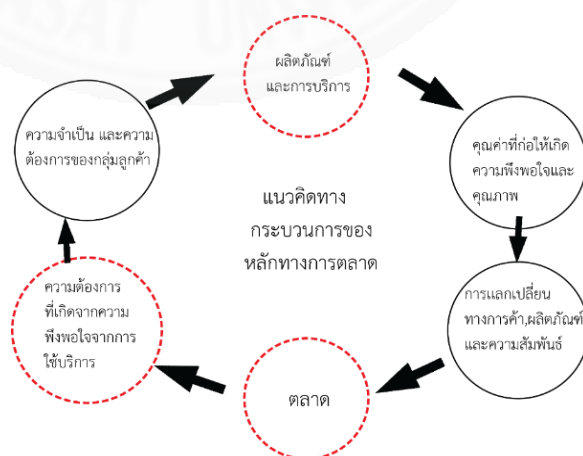
เนื่องจากโครงการแห่งนี้ตั้งอยู่บนถนนเจริญกรุงซึ่งถือเป็นพื้นที่ที่มีการเชื่อมต่อกับย่านไชน่าทาวน์ ดังนั้นในการนำเสนอรูปแบบโครงการนั้นจึงเน้นให้ความสำคัญกับการแสดงถึงความสอดคล้องกับย่านไชน่าทาวน์ ที่มีความเป็นย่านจีน ส่วนแนวคิดในการเป็นอาคารรูปแบบผสมผสาน (Mix Uses) นั้นเกิดจากความต้องการสร้างความโดดเด่นและต้องการให้โครงการแห่งนี้กลายเป็นจุดหมายตาของย่านเยาวราช ประกอบกับแนวคิดจากการวิเคราะห์

ข้อมูลในเชิงการตลาด ส่วนการจัดพื้นที่ภายในนั้นจะเน้นความสัมพันธ์ของรูปลักษณ์ภายนอก คือ เน้นความร่วมมือแต่ก็แฝงไปด้วยกลิ่นอายของความเป็นจีน นอกจากนี้บริเวณพื้นที่เข้านั้นจะได้ใช้แนวคิดของการนำสินค้าจากภายนอกเข้ามาขาย เพื่อต้องการให้เกิดการเชื่อมต่อระหว่างตัวอาคารกับกิจกรรมบนถนน

2.3 การศึกษาและวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการตลาด

นอกจากการอธิบายถึงคุณค่าที่เกิดจากการออกแบบสถาปัตยกรรมที่มีการคำนึงถึงบริบทหรือรูปแบบอาคารแล้ว ในแง่ของการลงทุนพัฒนาโครงการ พบว่าการนำแนวทางการออกแบบสถาปัตยกรรมที่แสดงอัตลักษณ์สอดคล้องกับมรดกชุมชนเมืองมาใช้ มีส่วนสำคัญต่อการตลาดและเพิ่มมูลค่าโครงการที่จะเกิดขึ้น โดย มติเพื่อการฟื้นฟูแหล่งที่ตั้งเมืองประวัติศาสตร์ (Resolutions on the Regeneration of Historic Urban Sites) ในการประชุมของ ICOMOS ในปี ค.ศ.1996 ยังได้กล่าวถึงประเด็นในเรื่องความสำคัญของการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมไว้ว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่กระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศ นอกจากนี้ หนังสือหลักการพัฒนาเมืองเชิงอนุรักษ์ได้กล่าวถึงประโยชน์ที่จะได้รับจากการออกแบบสถาปัตยกรรมที่มีความสอดคล้องกับย่านหรืออาคารเดิมซึ่งเป็นย่านมรดกชุมชนเมืองไว้ว่า “การอนุรักษ์จะส่งผลให้เกิดแรงจูงใจ (Motivation for Conservation) ในด้านต่างๆ โดยเฉพาะทางด้านเศรษฐกิจ” (ประสงค์, 2550)

2.3.1 ความหมายของการตลาด



ภาพที่ 2.17 แนวคิดของกระบวนการทางการตลาด ที่มา: Kotler,2003:ดัดแปลงโดยผู้วิจัย

เมื่อกล่าวถึงการตลาด หลายครั้งมักจะถูกมองว่าเป็นเรื่องของขายและการโฆษณา แต่ในความเป็นจริงแล้ววิธีที่กล่าวไปข้างต้นนั้นเป็นเพียงวิธีการหนึ่งในทางการตลาดเท่านั้น แต่ในความเป็นจริงแล้วการตลาดนั้นจะหมายถึงกระบวนการที่สร้างขึ้นเพื่อให้เกิดการตอบสนองต่อความพึงพอใจของลูกค้า และด้วยเหตุผลที่หลักการตลาดนั้นมักจะเป็นการกล่าวถึงการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า จึงนำมาสู่แนวทางใหม่ของการทำการตลาดซึ่งจะเป็นการศึกษาถึงวิธีการที่นำมาซึ่งความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยจะเริ่มต้นจากการศึกษาถึงความต้องการของผู้บริโภค โอกาสในการขยายตลาด ความเป็นไปได้ของโครงการ รวมถึงวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้การตลาดนั้นยังเกี่ยวข้องกับปัจจัยทางด้านการเงิน ทั้งปัจจัยในเรื่องของแนวทางในการกำหนดราคา การเลือกช่องทางในการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมทางการตลาดเพื่อให้โครงการหรือ ผลิตภัณฑ์นั้นๆ สามารถที่จะขายได้ ซึ่งในการวิเคราะห์ดังกล่าวนี้จะมีความสัมพันธ์กับแนวทางในการวิเคราะห์ถึง “ส่วนประสมทางการตลาด” (Marketing Mix) ซึ่งจะเป็นชุดเครื่องมือหนึ่งที่ใช้วิเคราะห์ตลาดและจุดแข็งขององค์กรได้

จากภาพที่ 2.17 แสดงถึงการเชื่อมโยงกันของกระบวนการทางการตลาด ที่เริ่มต้นจากการเกิดความต้องการของผู้บริโภคซึ่งจะมีทั้งความเหมือนและ ความแตกต่าง ซึ่งแต่ละกลุ่มจะเป็นผู้เลือกตัวสินค้า หรือบริการที่มีคุณค่าและสามารถตอบสนองความต้องการของตนเอง ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการแลกเปลี่ยนตัวสินค้านั้นๆ กัน หลังจากกระบวนการข้างต้นก็จะนำไปสู่โอกาส หรือศักยภาพของตัวผลิตภัณฑ์ซึ่งถ้าหากผลิตภัณฑ์นั้นๆสามารถที่จะตอบสนองความต้องการ และสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้สำเร็จก็จะนำไปสู่จุดเริ่มต้นของสร้างความสัมพันธ์ระหว่างตัวลูกค้ากับเจ้าของผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้นก็จะเกิดตลาดของกลุ่มธุรกิจนั้น และนำไปสู่การสร้างวงจรทางการตลาด

การสร้างความสำเร็จในทางการตลาดของความสามารถในการสร้างความพึงพอใจของสินค้าหรือ บริการนั้นจะส่งผลให้เกิดสิ่งที่เรียกว่า คุณค่าในสายตาผู้บริโภค (Customer Value) หมายถึง การวิเคราะห์ความสามารถของสินค้าหรือบริการนั้นๆในการที่จะสร้างความแตกต่างระหว่างคุณค่าที่จะเกิดขึ้นกับลูกค้ากับ ต้นทุนที่ต้องจ่ายไปให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ ซึ่งถ้าหากสินค้าหรือบริการนั้นๆสามารถที่จะสร้างคุณค่าได้มากกว่า ต้นทุนที่จะลูกค้าจะต้องจ่ายได้ผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้นๆก็จะมีโอกาสที่จะประสบผลสำเร็จได้มากยิ่งขึ้น ซึ่งคุณค่าหรือมูลค่าของตัวสินค้า หรือบริการที่จะเกิดขึ้นนั้นจะมีความเกี่ยวข้องกับ คุณค่าที่ตนรับรู้ได้ (Perceive Value) และความพึงพอใจที่ลูกค้าได้รับ

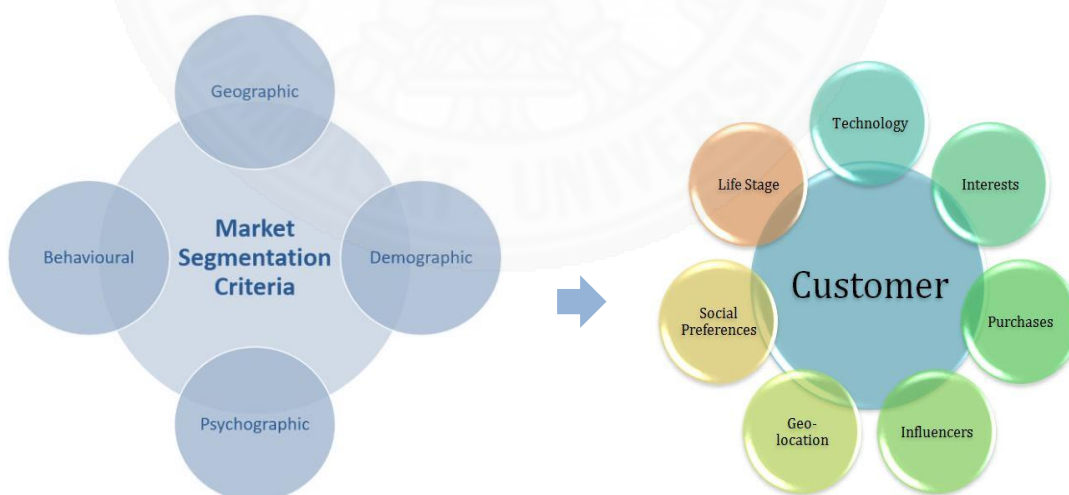
(Customer Satisfaction) ของกลุ่มตลาดเป้าหมาย ซึ่งในการที่จะสามารถสร้างคุณค่าหรือหรือความพึงพอใจของลูกค้า นั้นจะเกิดขึ้นได้จากการที่องค์กรมีการคำนึงถึง “กระบวนการทางการตลาด” ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับแนวทางการสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดของผลิตภัณฑ์หรือการบริการนั้นได้

2.3.2 กระบวนการทางการตลาด/ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการวางกลยุทธ์ทางการตลาด

กระบวนการทางการตลาดนั้นถือเป็นเครื่องมือที่สำคัญมากสำหรับการทำธุรกิจ เพราะกระบวนการทางการตลาดจะเป็นสิ่งที่ช่วยวิเคราะห์ความสัมพันธ์และความเป็นไปได้ระหว่างความต้องการของกลุ่มลูกค้า กับความเป็นไปได้ของธุรกิจนั้น ๆ โดยในกระบวนการต่างๆของการวิเคราะห์ตลาดนั้นล้วนจะมีความเกี่ยวข้องกับกลุ่มเป้าหมายหรือกลุ่มผู้บริโภค โดยใช้เครื่องมือต่างๆในการช่วยวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาดของธุรกิจไว้ ดังนี้

2.3.2.1 การแบ่งส่วนทางการตลาด (Marketing Segmentation)

หมายถึงการที่ตลาดหรือธุรกิจนั้นจะสามารถสร้างความแตกต่าง และสร้างโอกาสในการที่จะประสบความสำเร็จได้นั้น ปัจจัยที่สำคัญประเด็นหนึ่งคือ การตัดสินใจของเจ้าของโครงการว่าตลาดใดกลุ่มใดที่ธุรกิจหรือ บริการนั้นๆจะมีโอกาสประสบความสำเร็จได้ โดยใช้เกณฑ์ในการวิเคราะห์เพื่อแบ่งกลุ่มตลาดให้ชัดเจน



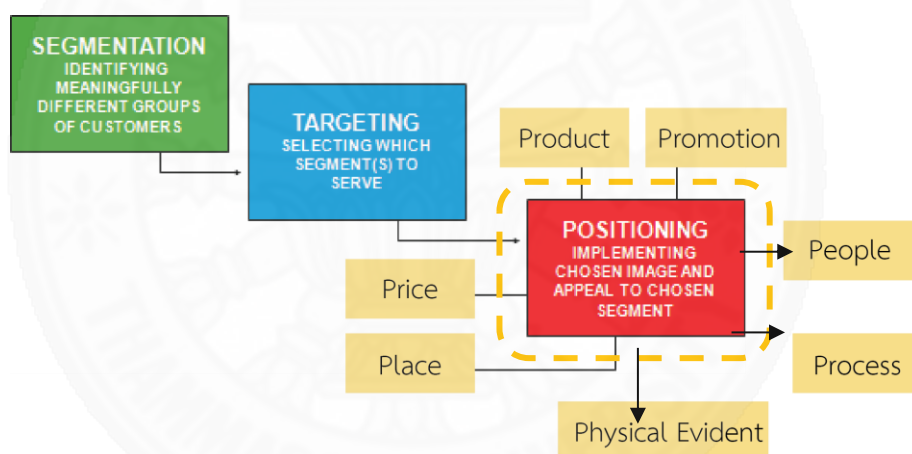
ภาพที่ 2.18 การแบ่งส่วนทางการตลาด ที่มา: Sally Dibb and Lyndon Simkin, 1996

การแบ่งส่วนทางการตลาดนั้นเป็นการเลือกกลุ่มที่ธุรกิจหรือบริการนั้นๆจะมีโอกาสที่จะสร้างคุณค่าและ ความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้ดีที่สุด และจะนำไปสู่การสร้างผลิตภัณฑ์

หรือบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าค่านั้นในการแบ่งส่วนการตลาดนั้น จะช่วยให้สามารถที่จะสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะเฉพาะและ ไม่เหมือนใครได้เพราะความต้องการที่ต่างกันอย่างส่งผลให้เกิดส่วนประสมทางการตลาดที่ต่างกันอย่าง

2.3.2.2 การวางตำแหน่งทางการตลาด (Marketing Positioning)

การวางตำแหน่งทางการตลาดเป็นกระบวนการที่ต่อเนื่องกับการแบ่งส่วนทางการตลาด (Market Segmentation) หรือ การเลือกกลุ่มตลาดที่เป็นเป้าหมาย โดยในการตำแหน่งของผลิตภัณฑ์นั้นจะเกิดจากการวิเคราะห์ข้อมูลของคู่แข่งที่เป็นผลิตภัณฑ์เดียวกัน และอยู่ในตำแหน่งเดียวกันกับธุรกิจ เพื่อให้โครงการสามารถที่จะสร้างความแตกต่าง และความโดดเด่นของผลิตภัณฑ์ได้



ภาพที่ 2.19 การวางตำแหน่งของธุรกิจ ที่มา: Michael Treacy and Fred Wiersema, 1993 : ดัดแปลงโดยผู้วิจัย

การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์คือ การวิเคราะห์ตำแหน่งของธุรกิจ เพื่อให้ธุรกิจมีความชัดเจน ลักษณะเฉพาะเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง ซึ่งจะทำให้ตัวโครงการสามารถที่จะวางกลยุทธ์ของธุรกิจให้มีจุดแข็ง และสร้างข้อได้เปรียบเชิงกลยุทธ์ในตลาดเป้าหมายได้

2.3.2.3 ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mixes)

หลักส่วนประสมทางการตลาดเป็นหลักในการวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนของสินค้าและบริการในแง่ของการตลาด เพื่อนำไปสู่แนวทางการเลือกสินค้าที่ถูกต้องได้ตาม

ความต้องการของตลาด บนที่ตั้ง และในเวลาที่เหมาะสม ภายใต้ราคาที่สุดคดียุติกับความ เป็นไปของตลาด ซึ่งในการที่จะสามารถวิเคราะห์ตลาดได้นั้นจำเป็นที่จะต้องรู้หลัก และการ วางแผนธุรกิจ

การวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดถือเป็นปัจจัยสำคัญในการวางกลยุทธ์ทาง การตลาดของธุรกิจโดยทุกตัวจะมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน แต่จะมากหรือน้อยนั้นจะ ขึ้นอยู่กับการให้น้ำหนักที่แตกต่างกันตามกลยุทธ์ รูปแบบธุรกิจ หรือในบางกรณีอาจขึ้นอยู่กับผู้บริหารของแต่ละองค์กรจะวางกลยุทธ์ว่าจะเน้นที่ “P” ไตมากกว่ากัน เพื่อที่จะสามารถ ตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มลูกค้า(Customer Segment) ตามเป้าหมายของกลุ่ม ธุรกิจนั้นๆ

ในยุคเริ่มต้นนั้นแนวคิดในเรื่องของส่วนประสมทางการตลาดได้ถูกนำเสนอโดย E.Jerome Mc Carthy โดยในยุคเริ่มต้นนั้นหลักส่วนประสมทางการตลาดด้วยกัน 4 ปัจจัย (4'Ps) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ,ราคา (Price) ,ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และ การส่งเสริมการขาย (Promotion) จนกระทั่งต่อมาในปี 1990s' หลักส่วนประสมทาง การตลาดก็ได้เปลี่ยนแปลงไปโดย ฟิลลิป คอตเลอร์ (Philip Kotler) ได้เสนอแนวคิดของส่วน ประสมทางการตลาดเอาไว้สำหรับธุรกิจประเภทบริการ (Service Marketing Mixes) ซึ่งใช้ สำหรับธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการบริการซึ่งจะมีความแตกต่างไปจากธุรกิจประเภทอุปโภคและ บริโภคทั่วไป โดย คอตเลอร์ ได้กล่าวไว้ว่า สำหรับธุรกิจประเภทที่เกี่ยวข้องกับการบริการ นั้นจำเป็นจะต้องใช้ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mixes) 7 ประเด็น ในการกำหนด กลยุทธ์ทางการตลาด (Kotler,2003)

เนื่องจากกลยุทธ์ที่สำคัญของการบริการ คือ เวลาและประสิทธิภาพในการบริการ ดังนั้น กระบวนการบริการที่ดีจึงควรมีความเกี่ยวข้องกันกับ พนักงาน (People/Employee), กระบวนการและวิธีการบริการ (Process) รวมไปถึง(Physical Evidence/Environment and Presentation) ซึ่งหมายถึง การสร้างคุณภาพโดยรวมทั้งด้านกายภาพ และรูปแบบใน การให้บริการทั้งที่เป็นรูปธรรมและนามธรรม ซึ่งสำหรับธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการ บริการ (Service Industry) นั้นจะแตกต่างจากอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภค และบริโภคทั่วไป

เนื่องจากในอุตสาหกรรมของธุรกิจด้านการบริการนั้นจะมีทั้งผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้ (Tangible Product) และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Product) ในการนำเสนอ ลูกค้า หรือตลาด ดังนั้น ส่วนประสมทางการตลาดที่นำมาใช้จึงจำเป็นต้องมีส่วนประสมที่แตกต่างไปจากการตลาดสำหรับธุรกิจด้านอุปโภคและบริโภคทั่วไป



ภาพที่ 2.20 ส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจบริการ ที่มา: Peter Danton De Rouffignac ,1990

ส่วนประสมทางการตลาด ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจประเภทบริการนั้นประกอบไปด้วยองค์ประกอบที่สำคัญ 7 ประการ ได้แก่

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) สิ่งที่สนองต่อความต้องการให้ลูกค้าโดยมีทั้งผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้ (Tangible Product) และ ผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Product) โดยเน้นการศึกษาตัวสินค้าประกอบกับความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้า
2. ราคา (Price) หมายถึงมูลค่า หรือตัวเงินที่ลูกค้ายอมจ่ายเพื่อแลกกับการได้รับบริการ หากการบริการดังกล่าวสามารถสร้างคุณค่าได้สูงกว่าราคา ก็ย่อมจะก่อให้เกิดการตัดสินใจซื้อ เนื่องจากว่าราคาเป็นต้นทุนที่ลูกค้าจะต้องจ่าย ดังนั้น ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าของผลิตภัณฑ์กับราคาของผลิตภัณฑ์ เพราะถ้าหากคุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับสูงกว่าราคาลูกค้าจึงจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้นในการ

วางแผนกลยุทธ์ด้านการตลาดในประเด็นเรื่อง ราคาจึงจำเป็นต้องคำนึงถึงหลายๆ ปัจจัย ได้แก่

- คุณค่าในการรับรู้ผ่านสายตาที่มากกว่าคุณค่าในด้านราคาส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ
- ต้นทุนและค่าใช้จ่ายสินค้า
- ปัจจัยด้านการแข่งขัน
- ปัจจัยอื่นๆ

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็นกิจกรรมที่เกิดจากการนำเสนอการบริการผ่านบรรยากาศหรือปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ของลูกค้า เช่น ท่าเลที่ตั้ง หรือช่องทางการนำเสนอการบริการด้วยวิธีการต่าง ๆ ได้แก่

- การติดต่อสื่อสารไปยังตลาดเป้าหมาย
- การชักชวนลูกค้า, กลุ่มเป้าหมาย และกลุ่มผู้บริโภค
- การติดต่อผ่านการสื่อสารด้วยวิธีการต่าง ๆ (Communication Process) ด้วยรูปแบบของการส่งเสริมการขายโดยเครื่องมือทางการตลาดนั้นจะมีเครื่องมือที่สำคัญที่มักใช้กันอยู่ 4 ชนิดด้วยกัน ได้แก่

1. การขายผ่านพนักงาน (Personal Selling) แบบเผชิญหน้า (Face-to -Face) ซึ่งมักเป็นวิธีที่ดีที่สุดแต่ก็เป็นวิธีที่เสียค่าใช้จ่ายมากที่สุดด้วย
2. รูปแบบการโฆษณา (Advertising) หมายถึงการใช้การส่งเสริมการตลาดที่ไม่ใช่บุคคลในการนำเสนอหรือในการขาย แต่ใช้การนำเสนอผ่านสื่อรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งมักจะใช้กับกลุ่มธุรกิจที่เน้นตลาดกว้าง เพราะรูปแบบการโฆษณานี้จะสามารถเข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มใหญ่ได้
3. การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) เป็นรูปแบบการนำเสนอกิจกรรมที่ช่วยกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการในสินค้า ด้วยวิธีการต่างๆ เช่น การส่งเสริมการขายด้วยการแจกของแถม หรือส่วนลดต่าง ๆ เป็นต้น

4. การเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relation) เป็นรูปแบบการสร้างชื่อเสียงและภาพพจน์ของโครงการที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน เนื่องจากรูปแบบธุรกิจในยุคปัจจุบันนั้นไม่ได้เกิดขึ้นแค่เพียงแสวงหาผลกำไร (Maximize Profit) เพียงอย่างเดียวอีกต่อไปแต่เป็นการทำธุรกิจที่เน้นการสร้างการยอมรับทางสังคมด้วยวิธีการต่างๆ เช่น การบริการทางสังคม (Social Objection)
4. การส่งเสริมการขาย (Promotion) เป็นเครื่องมือในการนำเสนอการบริการ ผ่านการติดต่อสื่อสาร เพื่อดึงดูดและสร้างแรงจูงใจต่อรูปแบบ และพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า
5. พนักงาน (People/Employee) เป็นแนวทางในการฝึกอบรม และสร้างแรงจูงใจเพื่อให้บุคลากรสามารถที่จะนำเสนอความพึงพอใจและความต้องการทางด้านการบริการไปสู่ลูกค้า นอกจากนี้บุคลากรยังถือเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความแตกต่างของธุรกิจจากคู่แข่งที่สำคัญได้อีกด้วย
6. ปัจจัยด้านกายภาพ และการนำเสนอ (Physical Evidence/Environment and Presentation) เป็นการนำเสนอการบริการที่เกี่ยวข้องกับกายภาพและรูปแบบของการให้บริการ ในลักษณะที่เป็นภาพรวมของโครงการเพื่อสร้างความโดดเด่น และเป็นรูปแบบหนึ่งของการสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า
7. กระบวนการ (Process) เป็นกระบวนการในการนำเสนอการบริการในแง่ของการปฏิบัติ งาน และกระบวนการทำงานที่จะทำให้สามารถนำเสนอการบริการให้เป็นไปตามความต้องการของลูกค้าได้ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าเป็นสำคัญ

2.3.2.4 กลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing Strategy)

กลยุทธ์ทางการตลาด หมายถึง แนวทางในการที่จะทำให้โครงการสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ของโครงการได้โดย กลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจแต่ละประเภทนั้นจะมีความแตกต่างกัน ซึ่งในการวางกลยุทธ์นั้นจะต้องอาศัยกลยุทธ์ที่มีความเฉพาะเจาะจงสำหรับตลาดเป้าหมาย โดยการวางกลยุทธ์ทางการตลาดนั้นจะเกิดจากการวิเคราะห์เพื่อหาส่วนแบ่งทางการตลาด (Marketing Segmentation) การกำหนดตำแหน่งทางการตลาด (Marketing

Positioning) และการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mixes) ซึ่งวัตถุประสงค์ในการวางกลยุทธ์ทางการตลาดนั้นเพื่อให้โครงการสามารถที่จะตอบสนองต่ออุปสรรค โอกาสและความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นกับองค์กร

2.3.3 กระบวนการวิเคราะห์ปัจจัยทางสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการตลาด

ปัจจัยทางสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการตลาด (Marketing Environment) นั้นหมายถึงการวิเคราะห์ถึงปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการจัดการทางการตลาดของธุรกิจนั้นๆ ซึ่งปัจจัยภายนอกนั้นจะประกอบด้วยส่วนที่เป็นโอกาส และส่วนที่เป็นอุปสรรค ดังนั้นเพื่อให้โครงการมีโอกาสที่จะประสบความสำเร็จนั้นจะต้องมีการวิเคราะห์ถึงปัจจัยภายนอก เพื่อให้โครงการสามารถที่จะพัฒนา ปรับตัว หรือเปลี่ยนแปลงได้ตามสภาพแวดล้อมซึ่งจะเป็นปัจจัยหนึ่งที่จะส่งผลต่อโอกาสในการประสบความสำเร็จขององค์กร

2.3.3.1 การวิเคราะห์ปัจจัยทางสภาพแวดล้อม

สภาพแวดล้อมทางการตลาดนั้นจะแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ สภาพแวดล้อมจุลภาค (Micro Environment) หมายถึงปัจจัยที่มีความเกี่ยวข้องกับโครงการโดยตรง และเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยมากจะเกี่ยวข้องกับ บุคลากรในองค์กร ลูกค้า และคู่แข่งทางการตลาด ส่วนสภาพแวดล้อมมหภาค (Macro Environment) จะเป็นการวิเคราะห์ถึงปัจจัยภายนอกที่เกิดจากปัจจัยทางกายภาพต่างๆ ได้แก่ ประชากร การเมือง เศรษฐกิจ วัฒนธรรม รวมถึงเทคโนโลยี เป็นต้น ซึ่งปัจจัยข้างต้นนั้นยังสามารถเปรียบได้กับการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายใน (Internal and External Environment) ซึ่งจะแบ่งออกได้เป็นปัจจัยภายนอกนั้นจะเกี่ยวข้องกับโอกาส (Opportunity) และความเสี่ยง (Threat) ส่วนปัจจัยภายในนั้นจะเป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดการวิเคราะห์ถึง จุดแข็ง และจุดอ่อนของโครงการซึ่งจะมีความสอดคล้องกับเครื่องมือที่ใช้สำหรับวิเคราะห์การตลาดของโครงการ (SWOT analysis)



ภาพที่ 2.21 การวิเคราะห์ทางการตลาดที่เชื่อมโยงปัจจัยภายในและภายนอก

ที่มา: Alan Sarsby ,2016

โดยประโยชน์ที่ได้จากการวิเคราะห์การตลาดที่เชื่อมโยงกันระหว่างปัจจัยและ ปัจจัยภายนอกไปพร้อมๆกันนั้นจะส่งผลให้เกิดการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดอีกปัจจัยหนึ่งซึ่งจะเป็นการกล่าวถึงทั้งในด้านบวกและ ด้านลบของโครงการซึ่งจะก่อให้เกิดการวิเคราะห์หาจุดแข็ง และแก้ไขจุดอ่อน ไปพร้อม ๆ กับการสร้างโอกาสซึ่งเป็นช่องทาง ๆ การตลาดและป้องกันความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้

2.3.3.2 การวิเคราะห์คู่แข่ง (competitor analysis)

ในการทำธุรกิจนั้นการที่จะสามารถสร้างจุดแข็ง และมองเห็นโอกาสที่จะเกิดขึ้นกับโครงการนั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องทำความเข้าใจและศึกษาข้อมูลในเชิงลึกของคู่แข่งทางการตลาด นอกจากการวิเคราะห์ตนเอง ลูกค้ำแล้วจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องทราบถึงรูปแบบจุดเด่น และกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจที่เป็นคู่แข่ง จึงจะสามารถสร้างกลยุทธ์ที่มีความได้เปรียบกว่าคู่แข่ง และสามารถที่จะกำหนดตำแหน่งทางการตลาดที่ชัดเจน และมีความเฉพาะตัว และโดดเด่นกว่าคู่แข่งได้ดังนั้นในการที่จะประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจได้นั้น

จะต้องมีการวิเคราะห์ถึงวัตถุประสงค์ และองค์ประกอบต่างๆของโครงการที่เป็นคู่แข่งให้ชัดเจนที่สุด (Craig S. Fleisher, 2007)



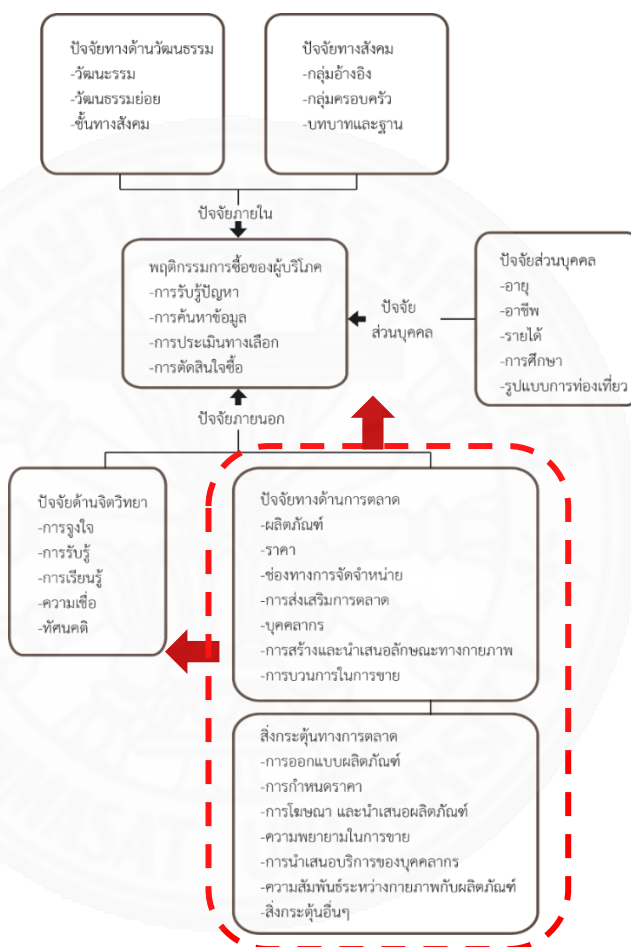
ภาพที่ 2.22 การวิเคราะห์คู่แข่งทางการตลาด ที่มา: Craig S. Fleisher, 2007

ในการวิเคราะห์คู่แข่งนั้นสามารถใช้เครื่องมือเดียวกันกับ เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ธุรกิจของตนเองได้ เช่น การใช้ SWOT หรือการวิเคราะห์การตลาดของโครงการ

2.3.4 ความสัมพันธ์ทางการตลาด และการตัดสินใจซื้อ

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเข้าพักของกลุ่มนักท่องเที่ยวโดยเน้นให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์ของการตัดสินใจซื้อที่เกิดจากการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดเพื่อศึกษาถึงความเป็นไปได้ที่จะนำแนวคิดทางการตลาดมาใช้ในการออกแบบโรงแรมที่แสดงอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมสอดคล้องกับมรดกชุมชนเมืองบนถนนเยาวราช ซึ่งนอกจากจะศึกษาถึงความเป็นไปได้ของการนำแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดมาใช้ในการออกแบบแล้ว ยังเป็นการศึกษาถึงปัจจัยสำคัญที่จะส่งผลต่อการเลือกที่พักของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาเยาวราช ปัจจัยทางการตลาดที่จะส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าพักของนักท่องเที่ยว เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ดังกล่าวมาใช้เป็น

แนวทางในการศึกษาและวิเคราะห์พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยว ประกอบเข้ากับ ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดเพื่อนำมาใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ (โรงแรม) ที่สามารถ ตอบสนองต่อความต้องการ พฤติกรรมการใช้งาน และสามารถที่จะสร้างความประทับใจและทำให้ ลูกค้ากลับมาใหม่ได้



ภาพที่ 2.23 แผนภูมิแสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค (ที่มา: Kotler Philip 1997: 9 .ดัดแปลงโดยผู้วิจัย)

ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยทางการตลาดโดยใช้หลักส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจประเภทบริการเพื่อวิเคราะห์และสร้างความเป็นไปได้ทางการตลาด ประกอบกับการศึกษาถึงแนวทางการสร้างแรงจูงใจ ด้วยสิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing stimulus) ที่ทำให้เกิดการตัดสินใจเลือก โดยผลิตภัณฑ์คือ โครงการประเภทโรงแรมที่แสดงอัตลักษณ์สอดคล้องกับมรดกของชุมชนเมืองบนถนนเยาวราช ซึ่งในการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาด และการสร้างสิ่งกระตุ้นที่จะ

นำไปสู่แนวคิดของการออกแบบโรงแรม นั้นได้วิเคราะห์โดยอ้างอิงจาก หลักส่วนประสมทางการตลาด ของธุรกิจประเภทบริการ (7'P) ซึ่งประกอบด้วยหลักสำคัญ ดังนี้

1. สิ่งกระตุ้นทางด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ที่จะสร้างแรงจูงใจของโรงแรมในงานวิจัยชิ้นนี้จะกล่าวถึง การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มีความรูปแบบที่โดดเด่น มีการแสดงออกถึงเอกลักษณ์ของย่านผ่านงานสถาปัตยกรรมเพื่อกระตุ้นความต้องการ และสร้างแรงจูงใจให้กับลูกค้า
2. สิ่งกระตุ้นทางด้านราคา (Price) จะใช้การออกแบบทั้งรูปร่างหน้าตาอาคาร และพื้นที่ภายในโครงการที่เป็นไปตามความต้องการของกลุ่มลูกค้าและมีการกำหนดราคาที่มีความเหมาะสมกับตัวโครงการ โดยใช้การออกแบบเพื่อสร้างมูลค่าให้กับโครงการ
3. สิ่งกระตุ้นด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย (Place) โดยการสร้างช่องทางที่ทำให้ลูกค้าสามารถที่จะติดต่อเพื่อเข้าถึงผลิตภัณฑ์ได้ง่าย เพื่อเป็นการสร้างแรงจูงใจให้ลูกค้าเข้าถึงโครงการได้ง่าย
4. สิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) จะเกี่ยวข้องกับการนำเสนอ การส่งเสริมการขายต่าง ๆ เพื่อสร้างแรงจูงใจในการเข้าพักซึ่งจะเกี่ยวข้องกับการสร้างภาพลักษณ์ของโครงการที่เกิดจากการออกแบบ และการสร้างจุดเด่นของโรงแรมเพื่อส่งเสริมการขายให้กับโครงการ เป็นต้น
5. สิ่งกระตุ้นด้านบุคลากร (People) ซึ่งเขาวราชันนั้นถือว่าเป็นย่านที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่ค่อนข้างชัดเจน ดังนั้นหากสามารถสร้างโครงการที่มีเอกลักษณ์สอดคล้องกับย่านและใช้การนำเสนอผ่านบุคคลกรก็จะเป็นสิ่งที่ช่วยกระตุ้นและสร้างศักยภาพให้กับโครงการที่สำคัญอีกประเด็นหนึ่ง
6. สิ่งกระตุ้นในด้านการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกายภาพกับผลิตภัณฑ์ (Physical Evidence) เน้นการนำเสนอการออกแบบที่มีความสอดคล้องกับบริบทภายนอก ซึ่งในงานวิจัยชิ้นนี้จะเน้นการนำเสนอการออกแบบที่สอดคล้อง

กับบริบทของย่านเยาวราชเป็นหลัก ดังนั้นจะทำให้โครงการสามารถสร้างแรงจูงใจหรือสิ่งกระตุ้นจากการออกแบบที่มีความสัมพันธ์กับอัตลักษณ์ของถนนเยาวราชได้

7. สิ่งกระตุ้นในด้านกระบวนการ (Process) เป็นการนำเสนอกระบวนการต่าง ๆ เพื่อสร้างแรงจูงใจ ซึ่งในงานวิจัยชิ้นนี้จะเน้นการสร้างแรงจูงใจจากการออกแบบโครงการที่มีการศึกษาความต้องการ และปัจจัยทางกายภาพต่างๆ เพื่อสร้างโครงการที่จะช่วยพัฒนาศักยภาพของย่านและส่งเสริมการท่องเที่ยว ซึ่งจะทำให้ความสำคัญในทุกๆกระบวนการตั้งแต่กระบวนการออกแบบและวางผังโครงการ การวางผังขั้น และการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างสถาปัตยกรรมกับเมืองเพื่อสร้างการพัฒนาอย่างยั่งยืน

2.3.5 แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มที่เกิดขึ้นจากการออกแบบ

คุณค่าและมูลค่าเพิ่มที่จะเกิดขึ้นจากการรักษาความเป็นมรดกชุมชนเมือง (Values in Conservation / Cultural Significances) ในด้านสถาปัตยกรรม ตามแนวคิดการประเมินคุณค่าของอาคาร (value evaluation) ของ Bernard Feilden (1997) แบ่งเป็น 3 ด้าน ได้แก่

ก. คุณค่าทางด้านอารมณ์ (Emotional Values) ประกอบด้วย

- ความอัศจรรย์ (Wonder)
- ความเป็นเอกลักษณ์ (Identity)
- ความต่อเนื่อง (Continuity)
- ความเป็นจิตวิญญาณและสัญลักษณ์ (Spiritual and Symbolic Values)

ข. คุณค่าทางด้านวัฒนธรรม (Cultural Values) ประกอบด้วย

- บันทึกทางประวัติศาสตร์ (Documentary Values)
- ความเป็นประวัติศาสตร์ (Historic Values)
- คุณค่าในเชิงโบราณคดี (Archaeological Values)
- ความมีอายุขัย (Age)

- ความเป็นของหายาก (Scarcity)
- ความมีสุนทรีย์ภาพ (Aesthetics)
- ความมีคุณค่าทางด้านสถาปัตยกรรม (Architectural Values)
 - (1) ความดั้งเดิมของวัสดุ (Authenticity in Materials)
 - (2) ความดั้งเดิมในเรื่องช่าง
(Authenticity in Workmanship)
 - (3) ความดั้งเดิมเรื่องการออกแบบ
(Authenticity in Design)
 - (4) ความดั้งเดิมเรื่องถิ่นที่ตั้ง (Authenticity in Setting)
 - (5) ความสัมพันธ์ต่อเนื่องกับเมือง ภูมิทัศน์และระบบนิเวศ
(Townscape, Landscape and Ecology)
 - (6) ความเป็นวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี
(Technological and Scientific)

ค. คุณค่าทางด้านการใช้งาน (Use Values) ประกอบด้วย

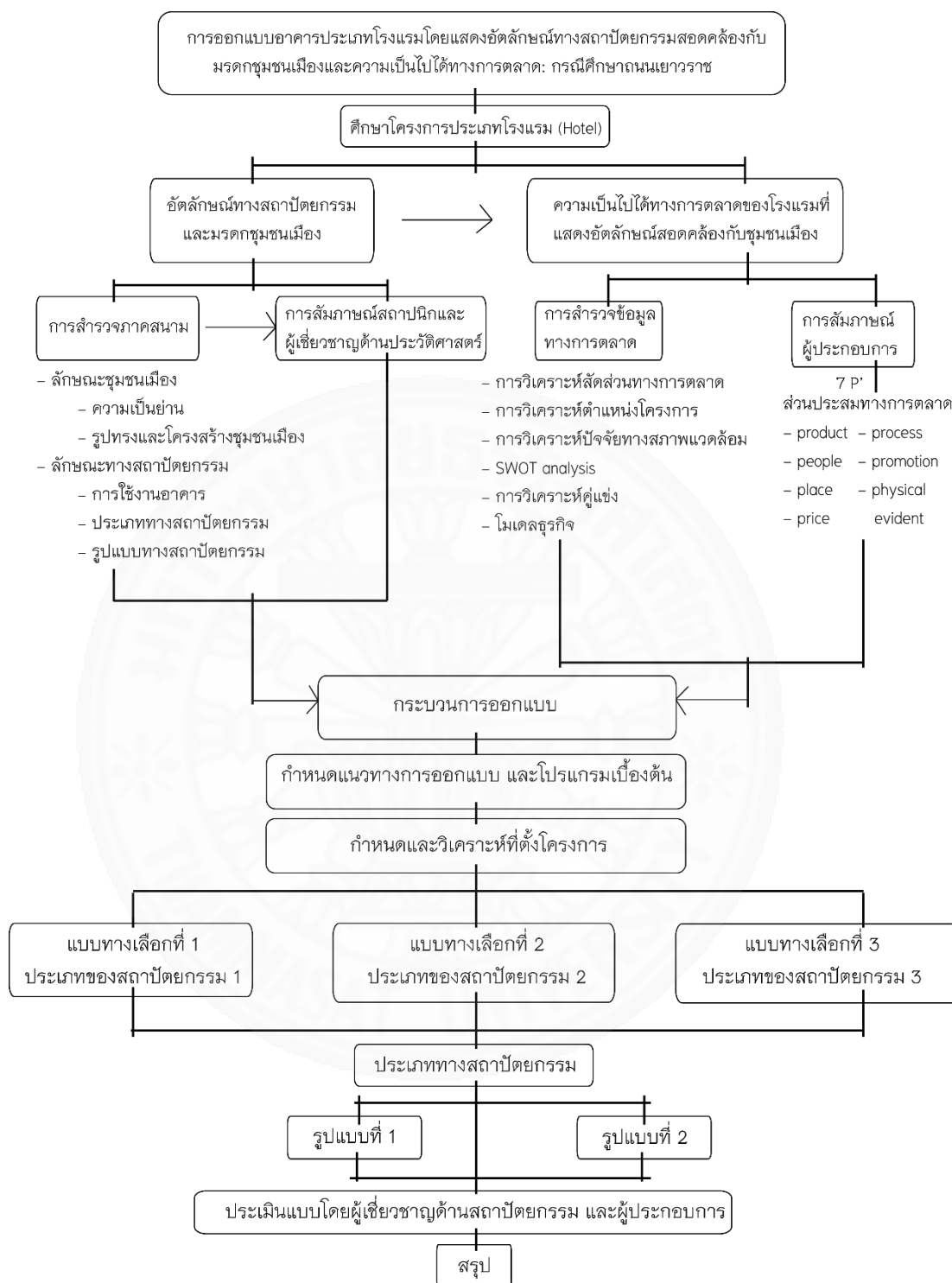
- การใช้งานอาคาร (Functional)
- การพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจ (Economic)
- การเปลี่ยนไปของรูปแบบทางสังคม (Social)
- การพัฒนาศักยภาพของการท่องเที่ยว (Tourism)

2.4 สรุปการทบทวนแนวคิดและการศึกษาที่เกี่ยวข้อง

การทบทวนวรรณกรรมข้างต้นเป็นการศึกษาแนวทางในการออกแบบสถาปัตยกรรมที่สามารถแสดงอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมสอดคล้องกับมรดกชุมชนเมืองนั้น จะเห็นว่าการออกแบบสถาปัตยกรรมที่มีความสอดคล้องกับบริบท (ย่านมรดกชุมชนเมือง) จำเป็นที่จะต้องคำนึงถึงความสำคัญใน 2 ประเด็น ได้แก่ การศึกษาอัตลักษณ์ของชุมชนเมือง และการศึกษาเพื่อวิเคราะห์ถึงอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมโดยที่ทั้ง 2 ประเด็นนี้จะมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันอย่างมีนัยยะเนื่องจากทั้ง 2 ส่วนนี้ถือเป็นปัจจัยที่ส่งผลให้เมืองหรือย่านนั้น ๆ เกิดเอกลักษณ์เฉพาะ โดยในงานวิจัย

ขั้นนี้จะเป็นการศึกษาเพื่อหาอัตลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบสถาปัตยกรรม ซึ่งประกอบไปด้วย การศึกษา การใช้งานทางสถาปัตยกรรม (Architectural Use) ประเภททางสถาปัตยกรรม (Architectural Typology) และรูปแบบทางสถาปัตยกรรม (Architectural Style) ประกอบกับการศึกษาถึงลักษณะทางกายภาพ โครงสร้างพื้นฐานที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของย่านหรือเมืองนั้นๆ ทั้งที่จับต้องได้ (Tangible Heritage) เช่น รูปทรงของเมือง ลักษณะความเป็นย่าน ขนาดของบล็อก อาคารและถนน รวมถึงลักษณะความเป็นย่าน และที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Heritage) เช่น กิจกรรม วัฒนธรรม และวิถีชีวิตที่ผสมกันจนเกิดเป็นสถาปัตยกรรมในระดับย่านนั้นๆ ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้เมืองมีเอกลักษณ์เฉพาะในส่วนต่าง ๆ เช่น สถาปัตยกรรมและ วัฒนธรรม และยังเป็นปัจจัยที่ส่งผลให้ย่านหรือเมืองนั้นๆ กลายเป็นย่านมรดกชุมชนเมืองที่มีคุณค่าและเอกลักษณ์เฉพาะ

การที่ย่านมรดกชุมชนเมืองกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างยิ่งนั้นส่งผลให้ย่านเหล่านี้เกิดการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงไปอย่างมากโดยเฉพาะการเติบโตของสถาปัตยกรรม โดยเฉพาะธุรกิจประเภทที่พักอาศัย เช่น โรงแรม ดังนั้นนอกจากการศึกษาแนวทางในการหาอัตลักษณ์ของย่านและสถาปัตยกรรมแล้วนั้น ในงานวิจัยขั้นนี้ยังมีวัตถุประสงค์ที่จะนำเสนอแนวคิดการออกแบบที่มีความเป็นไปได้ในทางการตลาด เพื่อเป็นแนวทางและตัวอย่างให้กับผู้พัฒนาโครงการได้เห็นความเป็นไปได้ในการที่จะพัฒนาโครงการด้วยทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในทางการตลาดเพื่อวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการตลาด สำหรับการพัฒนาโครงการในย่านที่มีอัตลักษณ์เฉพาะหากโครงการมีการคำนึงถึงการออกแบบที่มีความสอดคล้องกับอัตลักษณ์ของย่านมรดกชุมชนเมือง ดังนั้นในงานวิจัยขั้นนี้จึงได้ทำการศึกษาทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการพิสูจน์สมมติฐานของงานวิจัยขั้นนี้ใน 4 ประเด็น ได้แก่ 1. การศึกษาแนวทางและ ปัจจัยต่างๆที่มีผลต่อการออกแบบโรงแรม 2 การศึกษาอัตลักษณ์ของมรดกชุมชนเมืองและ องค์ประกอบต่างๆที่ส่งผลต่อโครงสร้างพื้นฐานของเมืองและความเป็นย่าน 3 การศึกษาอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมด้วยการวิเคราะห์รูปแบบการใช้งาน ประเภทการใช้งานและ รูปแบบทางสถาปัตยกรรมที่มีความสัมพันธ์กับอัตลักษณ์ของชุมชนเมืองและแสดงลักษณะเฉพาะของย่านได้ 4 การศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาดโครงการที่แสดงอัตลักษณ์สอดคล้องกับย่านมรดกชุมชนเมืองที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ และทฤษฎีทั้ง 4 ส่วนนี้จะ เป็นขอบเขตที่สำคัญในการศึกษาของแต่ละขั้นตอนในงานวิจัยขั้นนี้



ภาพที่ 2.24

แสดงแนวคิดและกระบวนการศึกษา ที่มา: ผู้วิจัย

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

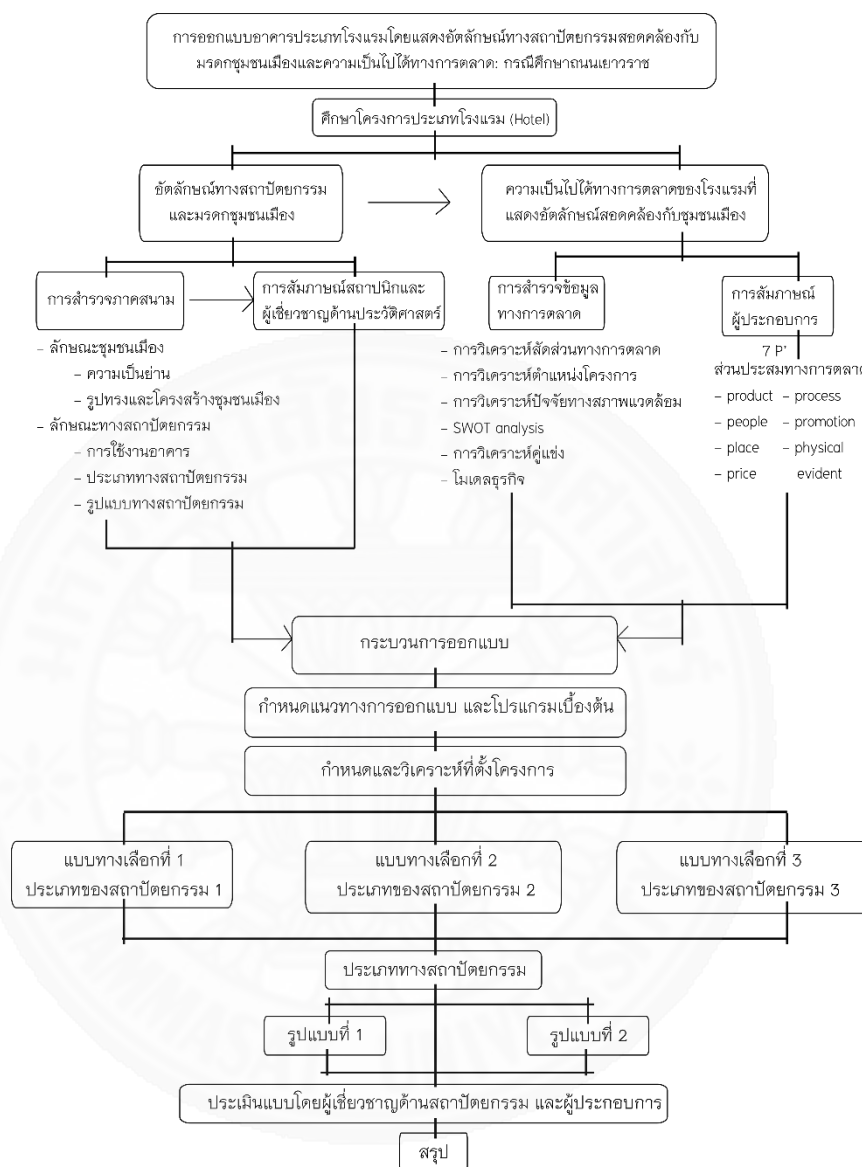
(Research Methodology)

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการออกแบบ และการศึกษาอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรม รวมถึงอัตลักษณ์ความเป็นย่านมรดกชุมชนเมืองนี้เกิดขึ้นเพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบที่จะเกิดขึ้น ในย่านมรดกชุมชนเมือง ที่ควรต้องให้ความสำคัญกับคุณค่าของพื้นที่หรือความเป็นย่านมรดกชุมชนเมือง ด้วยการนำเสนอแนวทางการออกแบบที่จะช่วยเพิ่มคุณค่าให้กับพื้นที่และขณะเดียวกันก็เพิ่มมูลค่าให้กับผู้ประกอบการ นักพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ และนอกจากต้องการจะชี้ให้เห็นความสำคัญ และ ข้อดี แล้วยังเป็นการนำเสนอแนวทางในออกแบบที่มีการคำนึงถึงความสำคัญหรือคุณค่าของความเป็น มรดกชุมชนเมือง (Urban Heritage) โดยในงานวิจัยชิ้นนี้จะขอเน้นไปที่การศึกษาแนวทางการ ออกแบบโครงการอสังหาริมทรัพย์ประเภทโรงแรมในพื้นที่ย่านเยาวราช ซึ่งเป็นย่านมรดกชุมชนเมือง โดยเน้นการนำเสนอการออกแบบที่เกิดจากการศึกษา สืบค้น และสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญและ ผู้ประกอบการในย่านเกี่ยวกับพื้นที่กรณีศึกษาทั้งหมด เพื่อนำมาใช้ในการประเมินมูลค่าและเป็น แนวทางในการนำไปศึกษา และเป็นตัวอย่างของการออกแบบที่ไม่เน้นแค่เพียงการนำเสนอตัวอาคาร เท่านั้นแต่ยังเน้นการนำเสนอถึงการดึงเอาคุณค่าจากความเป็นย่านที่มีเอกลักษณ์และมีความสำคัญใน เชิงวัฒนธรรมมาใช้ในการออกแบบ

3.1 ประเภทของงานวิจัย

งานวิจัยชิ้นนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสานเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ (Mixed – Method Research) โดยแบ่งเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative) โดยการสำรวจ (Survey) และสัมภาษณ์ เชิงลึก (In Depth - Interview) เพื่อที่จะหาอัตลักษณ์หรือลักษณะเฉพาะของความเป็นย่านมรดก ชุมชนเมือง เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการออกแบบตัวสถาปัตยกรรมที่แสดงอัตลักษณ์ทาง สถาปัตยกรรมและเอกลักษณ์เฉพาะของย่าน เพื่อใช้เป็นแนวทางในการออกแบบโรงแรม และการวิจัย เชิงปริมาณ (Quantitative) ในกระบวนการคิดมูลค่าโครงการ (Feasibility Study)

3.2 กรอบแนวความคิดในงานวิจัย



3.3 กระบวนการดำเนินงานวิจัย

3.3.1 การวางกรอบทฤษฎีในการวิจัย (Theoretical Framework)

- ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมในพื้นที่มรดกชุมชนเมือง เพื่อใช้เป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาเพื่อหาอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมในย่านมรดกชุมชนเมืองซึ่งจะประกอบด้วย การศึกษาการใช้งานทางสถาปัตยกรรม ประเภททางสถาปัตยกรรม รูปแบบทางสถาปัตยกรรมและ องค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ทางสถาปัตยกรรม

- ทฤษฎีการศึกษาเพื่อหาอัตลักษณ์ของย่านมรดกชุมชนเมือง ซึ่งจะเป็นกรอบแนวทางประกอบการศึกษาลักษณะทางกายภาพ กิจกรรม และวัฒนธรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในย่านเพื่อเป็นแนวทางในการหาอัตลักษณ์ที่สอดคล้องกับมรดกชุมชนเมือง โดยจะเน้นไปที่การศึกษามรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้ (Tangible Heritage) ที่สามารถจะเชื่อมโยงกับการออกแบบสถาปัตยกรรมได้แก่ การศึกษาโครงสร้างพื้นฐานของเมือง และลักษณะความเป็นย่านบนถนนเยาวราช

- การศึกษาทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในทางการตลาด โดยจะเน้นไปที่การวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix's) ที่เชื่อมโยงกับแบบสัมภาษณ์ ประกอบกับการวิเคราะห์คู่แข่ง ตำแหน่งทางธุรกิจ และกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจประเภทโรงแรมบนถนนเยาวราช

- สรุปกรอบทฤษฎีในการวิจัย เป็นการนำกรอบทฤษฎีในแต่ละประเด็นข้างต้นมาสรุปร่วมกันเพื่อ เป็นแนวทางในการศึกษาแนวทางในการออกแบบและรูปแบบของโครงการประเภทโรงแรมที่แสดงอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมสอดคล้องกับมรดกชุมชนเมือง

3.3.2 การสำรวจภาคสนาม

- การลงพื้นที่สำรวจลักษณะทางกายภาพของชุมชนเมืองที่ส่งผลต่อลักษณะทางสถาปัตยกรรม

- การลงพื้นที่สำรวจลักษณะทางสถาปัตยกรรมบนถนนเยาวราช

- สรุปผลและวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการลงพื้นที่สำรวจภาคสนาม

3.3.3 การสำรวจกรณีศึกษา

- การศึกษาโครงการที่ได้รับการพัฒนาขึ้นใหม่โดยเป็นโครงการที่แสดงอัตลักษณ์สอดคล้องกับย่านมรดกชุมชนเมือง

- การศึกษารูปแบบสถาปัตยกรรมในย่านมรดกชุมชนเมืองบริเวณถนนเยาวราช

- การศึกษารูปแบบของอาคารที่เกิดขึ้นในย่านไชน่าทาวน์ของประเทศอื่นๆ โดยเน้นการสำรวจไชน่า-ทาวน์ที่มีขนาดใหญ่ มีประวัติศาสตร์อันยาวนานและได้รับการกำหนดให้เป็นเขตประวัติศาสตร์ (National - Register of Historic Place)

3.3.4 การสัมภาษณ์และทำแบบสอบถาม

- ทำแบบสัมภาษณ์กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านสถาปัตยกรรม กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านประวัติศาสตร์ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านวัฒนธรรมจีน และกลุ่มผู้ประกอบการโครงการที่แสดงอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรม

- การประเมินรูปแบบทางสถาปัตยกรรมโดยกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านสถาปัตยกรรม กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านประวัติศาสตร์ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านวัฒนธรรมจีน และกลุ่มผู้ประกอบการโครงการที่แสดงอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรม

- สรุปผลและวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์และการประเมินแบบ

3.3.5 การจัดทำรายละเอียดโครงการ

- การเลือกที่ตั้งโครงการ
- การจัดทำรายการพื้นที่ใช้สอย
- สรุปผลและวิเคราะห์ข้อมูล

3.3.6 การออกแบบทางเลือก

- การออกแบบทางเลือกที่ 1 เป็นลักษณะของการออกแบบที่เรียกว่าเงินประเพณี
- การออกแบบทางเลือกที่ 2 เป็นลักษณะของการออกแบบที่เรียกว่าเงินแบบวางเคียงกัน
- การออกแบบทางเลือกที่ 3 เป็นลักษณะของการออกแบบที่เรียกว่ารูปแบบเงินแบบบูรณาการ
- การประเมินความคิดเห็นต่อแบบทางเลือกต่างๆ โดยผู้เชี่ยวชาญ
- การประเมินความคิดเห็นต่อแบบทางเลือกต่างๆ โดยผู้ประกอบการ
- สรุปผลและวิเคราะห์ข้อมูล

3.3.7 การศึกษาโอกาสและความเป็นไปได้ทางการตลาดโดยการประเมินมูลค่าโครงการ

การเปรียบเทียบมูลค่าโครงการระหว่างแบบที่ได้รับความนิยมกับโรงแรมที่มีขนาดและมีจำนวนห้องที่ใกล้เคียงกันในพื้นที่ซึ่งไม่ได้แสดงอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมสอดคล้องกับมรดกชุมชนเมือง โดยผ่านการประเมินด้วยวิธีรายได้

3.3.8 สรุปผลและวิเคราะห์ข้อมูล

- ในงานวิจัยชิ้นนี้จะทำการสรุปผลการวิเคราะห์ใน 4 ส่วนด้วยกัน ได้แก่

1. การสรุปผลการวิเคราะห์จากการลงพื้นที่สำรวจและเก็บรวบรวมข้อมูล
2. การสรุปข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เกี่ยวกับแนวทางการออกแบบและรูปแบบโครงการที่มีความเป็นไปได้ในทางการตลาด
3. การสรุปรูปแบบของโครงการที่นำมาสร้างแบบจำลองโครงการประเภทโรงแรมบนถนนเยาวราช
4. สรุปการประเมินแบบโดยกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านสถาปัตยกรรม และกลุ่มผู้ประกอบการถึงการเปรียบเทียบแนวคิดที่มีต่อรูปแบบโครงการในแต่ละรูปแบบที่ได้ทำการออกแบบรวมถึงความเป็นไปได้ทางการตลาด

3.4 ขอบเขตพื้นที่ศึกษา



ภาพที่ 3.1 ที่มา : ผู้วิจัย

ขอบเขตของพื้นที่ศึกษาของงานวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นย่านของชาวจีนในประเทศไทย (Chinatown) และรูปแบบสถาปัตยกรรมที่เกิดขึ้นในย่านเยาวราช โดยมีขอบเขตของการศึกษา ดังนี้ ทิศเหนือจรด ถนนเจริญกรุง ทิศตะวันตกจรด ถนนจักรวรรดิ ทิศใต้จรด ถนนทรงวาดเชื่อมต่อไปยังถนนวาณิช2 และทิศตะวันออกจรด คลองผดุงกรุงเกษม โดยเน้น

การศึกษาไปที่บริเวณถนนเยาวราชเนื่องจากถนนเยาวราชนั้นถือเป็นย่านที่มีอัตลักษณ์เฉพาะทั้งใน
ด้านสังคม วัฒนธรรมและ

3.5 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ในงานวิจัยครั้งนี้ได้แบ่งการศึกษาประชากรและกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่มด้วยกัน ได้แก่

กลุ่มผู้เชี่ยวชาญทางด้านสถาปัตยกรรม และผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ของย่านเยาวราช
จำนวน 7 คน ซึ่งจะเป็นผู้ให้สัมภาษณ์และแสดงความคิดเห็น เกี่ยวกับรูปแบบอาคารที่ได้จาก
การศึกษาทฤษฎี การลงพื้นที่ศึกษา สัมภาษณ์ และรวบรวมข้อมูล

ผู้ประกอบการโรงแรมที่มีขนาด และจำนวนห้องที่ใกล้เคียงกันทั้งในย่านเยาวราช และในย่าน
อื่นๆ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์และ ทำแบบสอบถามถึงแนวทางและความเป็นไปได้ในการพัฒนาโครงการ
ประเภทโรงแรมในของรูปแบบต่างๆที่เกิดขึ้นในเยาวราช จำนวน 7 คน

3.6 เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

ในงานวิจัยครั้งนี้เน้นการศึกษาข้อมูลด้วยการลงพื้นที่เพื่อสำรวจและวิเคราะห์ข้อมูล การ
สัมภาษณ์กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านสถาปัตยกรรม ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมจีน เพื่อนำมาสร้าง
แบบจำลองรูปแบบของโครงการประเภทโรงแรมซึ่งจะได้รับการประเมินโดยกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้าน
สถาปัตยกรรม ประวัติศาสตร์จีน วัฒนธรรมจีน และผู้ประกอบการ

- ลงพื้นที่สำรวจ และศึกษาลักษณะทางกายภาพโดยอ้างอิงจากการศึกษาทฤษฎี เพื่อศึกษา
รูปแบบและลักษณะเด่นที่เกิดขึ้นในย่านเพื่อใช้ในการนำเสนอแนวทางการออกแบบโครงการ
อสังหาริมทรัพย์ประเภทโรงแรม

- ทำการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มตัวอย่างซึ่งประกอบด้วย กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านสถาปัตยกรรม
ผู้เชี่ยวชาญด้านประวัติศาสตร์จีน ผู้เชี่ยวชาญด้านวัฒนธรรมจีน และ กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจ
ประเภทโรงแรมบนถนนเยาวราช และกลุ่มผู้ประกอบการที่เน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มจากการออกแบบ
โครงการที่มีความสอดคล้องกับบริบทเพื่อนำไปสู่การออกแบบและประเมินรูปแบบโครงการที่มีความ
เหมาะสมและสอดคล้องกับบริบทถนนเยาวราชและมีความเป็นไปได้ทางการตลาด

- การสร้างแบบจำลองซึ่งเกิดจากการวิเคราะห์ข้อมูลหลังการลงพื้นที่สำรวจและการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างที่ถึงรูปแบบหรือแนวทางในการออกแบบโรงแรมให้มีความสอดคล้องกับถนนเยาวราชและมีความเป็นไปได้ทางการตลาด
- การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการด้วยตัวเลข

3.7 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลปฐมภูมิ ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

- 1) การใช้แบบสำรวจ เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมที่เกิดขึ้นบนถนนเยาวราช
- 2) การสัมภาษณ์ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านสถาปัตยกรรม ผู้เชี่ยวชาญด้านประวัติศาสตร์จีน ผู้เชี่ยวชาญด้านวัฒนธรรมจีน และ กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจประเภทโรงแรมบนถนนเยาวราช และกลุ่มผู้ประกอบการที่เน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มจากการออกแบบโครงการที่มีความสอดคล้องกับบริบท โดยจะเป็นการสัมภาษณ์เชิงลึก (In Depth Interview) และมีการบันทึกเสียงเพื่อนำไปประมวลผลในแต่ละประเด็น

ข้อมูลทุติยภูมิ ได้จากการทำการรวบรวมข้อมูลจากหนังสือ บทความ เอกสารวิชาการ วารสาร รวมไปถึงงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาที่ได้ทำการศึกษาวิจัย

3.8 กระบวนการวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลในประเด็นต่าง ๆ ที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก และใช้วิธีการประเมินความเป็นไปได้ของโครงการ (Feasibility Study) และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เพื่อหาข้อสรุปของรูปแบบโครงการที่สามารถแสดงอัตลักษณ์สอดคล้องกับย่านและมีความเป็นไปได้ในทางการตลาด ซึ่งโครงการที่เกิดขึ้นนี้จะป็นตัวอย่างของการอนุรักษ์คุณค่าในย่านมรดกชุมชนเมืองและเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับโครงการอสังหาริมทรัพย์

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analysis)

การลงพื้นที่สำรวจ และเก็บข้อมูลเชิงกายภาพโดยอ้างอิงขอบเขตในด้านเนื้อหาของการวิจัย จากทฤษฎีในบทที่ 2 ในประเด็นที่เกี่ยวข้องประกอบด้วย การศึกษาอัตลักษณ์ของถนนเยาวราชใน ความเป็นย่านมรดกชุมชนเมือง อัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรม และความเป็นไปได้ทางการตลาด จึง นำมาสู่การลงพื้นที่สำรวจ และสัมภาษณ์ เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์เกี่ยวกับ การใช้งาน ประเภท และรูปแบบทางสถาปัตยกรรมที่มีความสัมพันธ์กับอัตลักษณ์ของถนนเยาวราช และมีความเป็นไปได้ ทางการตลาด ซึ่งจะนำไปสู่กระบวนการออกแบบโครงการประเภทโรงแรมที่แสดงอัตลักษณ์ทาง สถาปัตยกรรมสอดคล้องกับอัตลักษณ์ของถนนเยาวราชและมีความเป็นไปได้ทางการตลาดในบท ต่อไป โดยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลในประเด็นต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องไว้ ดังนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมของอาคารริมถนนเยาวราช

(Architectural Identity)

- 4.1.1 การใช้งานอาคาร (Building Use)
- 4.1.2 ประเภททางสถาปัตยกรรม (Building Typology)
- 4.1.3 รูปแบบทางสถาปัตยกรรม (Architectural Style)
- 4.1.4 ผลการสัมภาษณ์กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านสถาปัตยกรรมและประวัติศาสตร์

4.2 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมและกับโอกาส

ทางการตลาด

(Architectural Identity and Market Opportunity)

- 4.2.1 นักท่องเที่ยวและประเภทที่พักในเยาวราช
- 4.2.2 การวิเคราะห์คู่แข่ง วิเคราะห์สภาพแวดล้อม และโมเดลทางธุรกิจ

(Competitors Analysis and Business Model)

- 4.2.3 ผลการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ประกอบการ

การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการลงพื้นที่ศึกษาและ สำรวจโดยแบ่งเป็นการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อวิเคราะห์อัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมบนถนนเยาวราช อัตลักษณ์ในด้านมรดกชุมชนเมืองของ

ถนนเยาวราช และการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในทางการตลาดสำหรับโครงการประเภทโรงแรมที่จะเกิดขึ้นบนถนนเยาวราช เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ไปใช้ในกระบวนการออกแบบโครงการประเภทโรงแรมที่มีความสอดคล้องกับอัตลักษณ์ของย่านและมีความเป็นไปได้ในทางการตลาด

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมของอาคารริมถนนเยาวราช

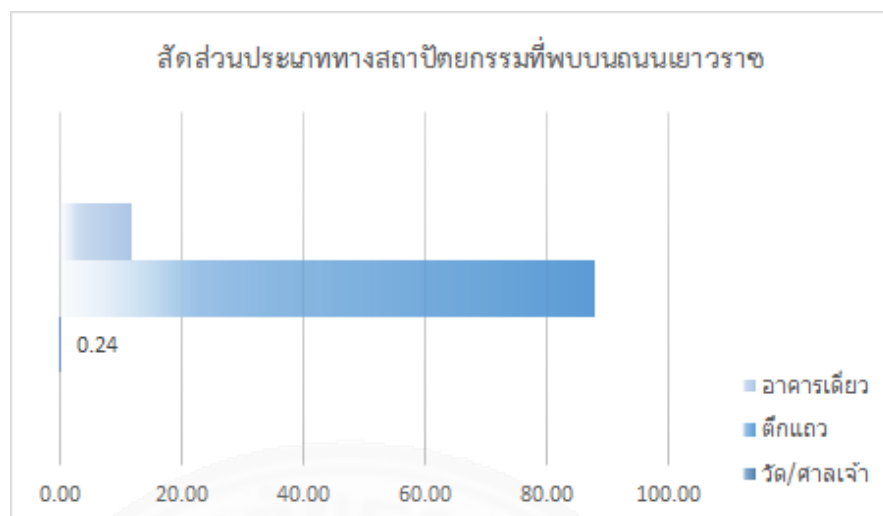
4.1.1 การสำรวจภาคสนามบนถนนเยาวราช

ประเภททางสถาปัตยกรรมบนถนนเยาวราช



ภาพที่ 4.1 แผนผังแสดงประเภทอาคารบนถนนเยาวราช (ที่มา: โดยผู้วิจัย)

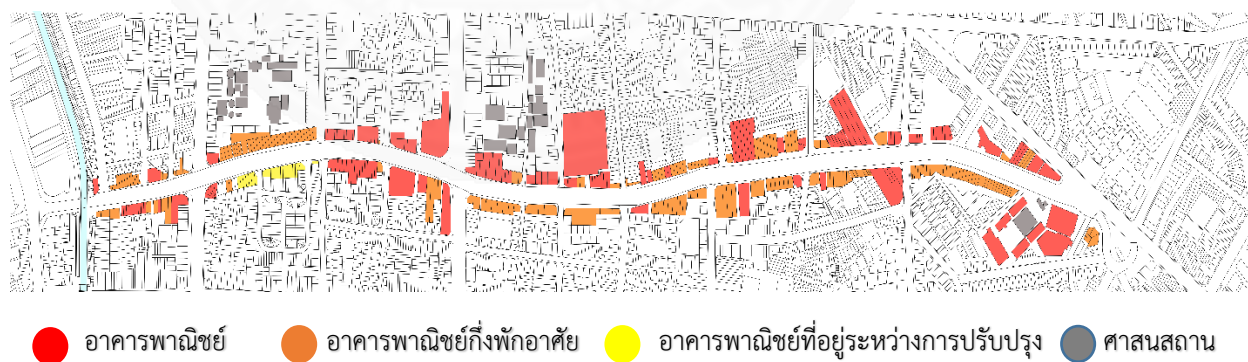
จากการศึกษาประเภทอาคารบนถนนเยาวราชนั้นอาคารยังคงสภาพเดิมเป็นอาคารประเภทตึกแถวเป็นส่วนใหญ่คิดเป็น (87%) รองลงมาเป็นอาคารเดี่ยว (12%) ซึ่งส่วนมากจะเป็นอาคารที่เกิดขึ้นในยุคหลังและเป็นอาคารที่ประกอบธุรกิจประเภทบริการหรือเป็นอาคารสำนักงานเป็นส่วนใหญ่ ส่วนที่มีจำนวนน้อยที่สุดคิดเป็น (0.2%) ที่เป็นอาคารประเภทศาสนสถานที่ยังคงหลงเหลืออยู่บนถนนเยาวราชเพียงแห่งเดียว



ภาพที่ 4.2 แผนผังแสดงสัดส่วนของอาคารแต่ละประเภทบนถนนเยาวราช
(ที่มา: โดยผู้วิจัย)

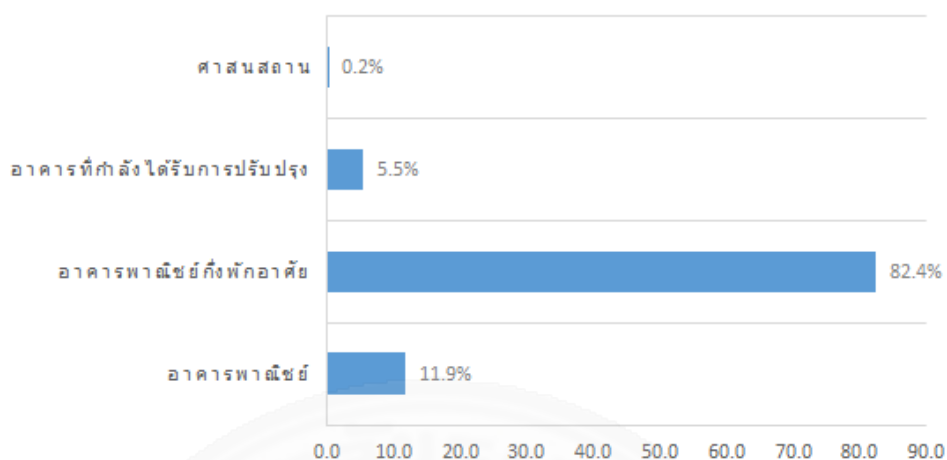
นอกจากการแบ่งประเภทสถาปัตยกรรมจาก 3 รูปแบบข้างต้นแล้ว สำหรับเยาวราช ซึ่งเป็นย่านที่มีประวัติศาสตร์ที่ยาวนานและมีความต่อเนื่อง รูปแบบของสถาปัตยกรรมนั้นก็ถือเป็นปัจจัยที่สำคัญอีกประการหนึ่งในการแบ่งประเภทอาคารและแสดงให้เห็นถึงพัฒนาการของถนนเยาวราชที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง โดยรูปแบบของสถาปัตยกรรมจะเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรม วิถีชีวิต และกิจกรรมของคนในยุคนั้น ๆ ได้เป็นอย่างดี

การใช้งานของอาคารถนนเยาวราช



ภาพที่ 4.3 แสดงการใช้งานของอาคารบนถนนเยาวราช (ที่มา: โดยผู้วิจัย)

สัดส่วนการใช้งานอาคารบนถนนเยาวราช%



ภาพที่ 4.4 สัดส่วนการใช้งานของอาคารบนถนนเยาวราช (ที่มา: โดยผู้วิจัย)

จากการศึกษารูปแบบการใช้งานของอาคารตลอดแนวถนนเยาวราชนั้น พบว่าอาคารเกือบจะทั้งหมดเป็นอาคารพาณิชย์ที่ใช้เพื่อประกอบการค้า โดยจะแบ่งเป็นอาคารพาณิชย์กึ่งพักอาศัย (82.4%) และอาคารพาณิชย์ที่ใช้เพื่อการค้า (11.9 %) ซึ่งอาคารประเภทที่เป็นอาคารพาณิชย์กรรมนั้นส่วนใหญ่จะเป็นอาคารที่ทำธุรกิจประเภทการบริการที่พักอาศัย เช่น โรงแรม และอาคารสำนักงานต่างๆ ได้แก่ อาคารสำนักงานของธนาคารกรุงไทย และอาคารสำนักงานของอาคารกรุงศรีอยุธยา และอาคารพาณิชย์ที่เป็นกลุ่มอาคารยุคแรกบริเวณชุมชนเลื่อนฤทธิ์ซึ่งปัจจุบันกำลังมีการปรับปรุง (5.5%) ตามแนวคิดการฟื้นฟูพื้นที่ของคนในชุมชน โดยได้รับความร่วมมือจากสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ซึ่งเป็นเจ้าของที่ดิน และกรมศิลปากร ที่จะปรับปรุงชุมชนแห่งนี้ให้กลายเป็น ถนนคนเดินขนาดใหญ่ที่โอบล้อมไปด้วยอาคารพาณิชย์ดั้งเดิมที่ได้รับการบูรณะใหม่ให้เหมือนเดิม นอกจากนี้อาคารประเภทการพาณิชย์ที่มีสัดส่วนเป็นเกือบจะแทบทั้งหมดของถนนเยาวราช แล้วพื้นที่ส่วนอื่นๆที่ไม่ใช่อาคารเพื่อการพาณิชย์หรือ พักอาศัยจะเป็นพื้นที่ของศาสนสถาน (0.2%) ซึ่งพบอยู่หนึ่งแห่งบริเวณหัวถนนเยาวราช ซึ่งเป็นศาลเจ้าของมูลนิธิเทียนฟ้าที่ยังคงอยู่

รูปแบบทางสถาปัตยกรรม



ภาพที่ 4.5 แผนผังแสดงยุคสมัยของอาคารที่เกิดขึ้นตามช่วงเวลา (ที่มา: โดยผู้วิจัย)

เยาวราชเป็นย่านทางการค้า และพาณิชย์กรรมที่มีประวัติความเป็นมาที่ค่อนข้างยาวนาน และถือเป็นย่านที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ที่มีความโดดเด่นแต่ก็แฝงไปด้วยความหลากหลายที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงไปตามช่วงเวลา สภาพสังคม และกิจกรรมทางการค้าขาย และถ้าหากทำความเข้าใจอย่างตั้งใจจะพบว่ารูปแบบทางสถาปัตยกรรมบนถนนเยาวราชนั้นเป็นเสมือนนาฬิกาของย่านที่ค่อยบอกเล่าเรื่องราว และการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นบนถนนเยาวราช จะเห็นได้จากภาพ (ภาพที่ 4.5) ที่แสดงให้เห็นถึงช่วงเวลาและการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นของสถาปัตยกรรมประเภทต่างๆของย่านเยาวราช ซึ่งเป็นการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากปัจจัยที่สำคัญต่างๆทั้ง ด้านการเมืองที่ส่งผลต่อวิถีชีวิต และความเป็นอยู่รวมถึงกิจกรรมต่าง ๆ ของกลุ่มคนไทยเชื้อสายจีน ปัจจัยทางด้านการขยายตัวทางเศรษฐกิจทั้งในด้านการค้า และการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง รวมไปถึงปัจจัยที่เกิดขึ้นจากการแข่งขันทางด้านการค้า และธุรกิจต่าง ๆ ที่ทำให้เกิดความพยายามที่จะสร้างเอกลักษณ์และความโดดเด่นของตนเพื่อดึงดูดกลุ่มลูกค้าและนักท่องเที่ยว

โดยในการแบ่งประเภทอาคารที่พบบนถนนเยาวราชนั้นจะแบ่งออกได้เป็น 3 กลุ่มใหญ่ ๆ และแต่ละประเภทนั้นจะถูกแบ่งย่อยได้อีกด้วยรูปแบบทางสถาปัตยกรรม ดังนี้

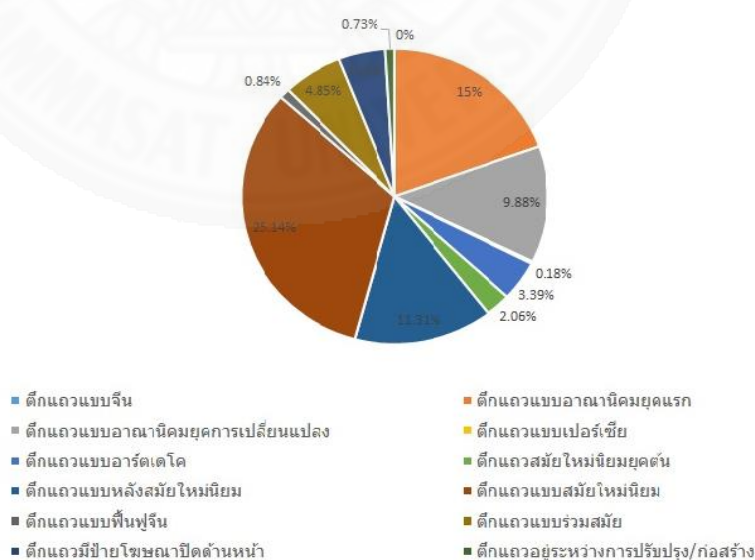
1. บ้าน ศาลเจ้า และอนุสาวรีย์หรือซุ้มประตูแบบจีน



ภาพที่ 4.6 แผนผังแสดงสัดส่วนอาคารประเภทบ้านและศาลเจ้าบนถนนเยาวราช (ที่มา: โดยผู้วิจัย)

ผลการสำรวจอาคารประเภทบ้าน ศาลเจ้า อนุสาวรีย์หรือซุ้มประตูแบบจีนนั้นพบว่ามีส่วนเป็น 2.51% (ภาพที่ 4.6) เมื่อเทียบกับอาคารประเภทอื่น ๆ อันได้แก่ อาคารประเภทตึกแถวและอาคารเดี่ยว เนื่องจากบนถนนเยาวราชนั้นไม่มีที่พักอาศัยประเภทบ้าน ส่วนศาลเจ้าจีนนั้นพบได้เพียง 1 แห่ง คือ ศาลเจ้ามูลนิธิเทียนฟ้า และอนุสาวรีย์หรือจุดสำคัญนั้นพบได้บริเวณหัวถนนที่ตัดระหว่างเส้นเจริญกรุงและถนนเยาวราชจะมีซุ้มประตูจีนซึ่งถือเป็นจุดหมายตา (Landmark) ที่สำคัญจุดหนึ่งของเยาวราช

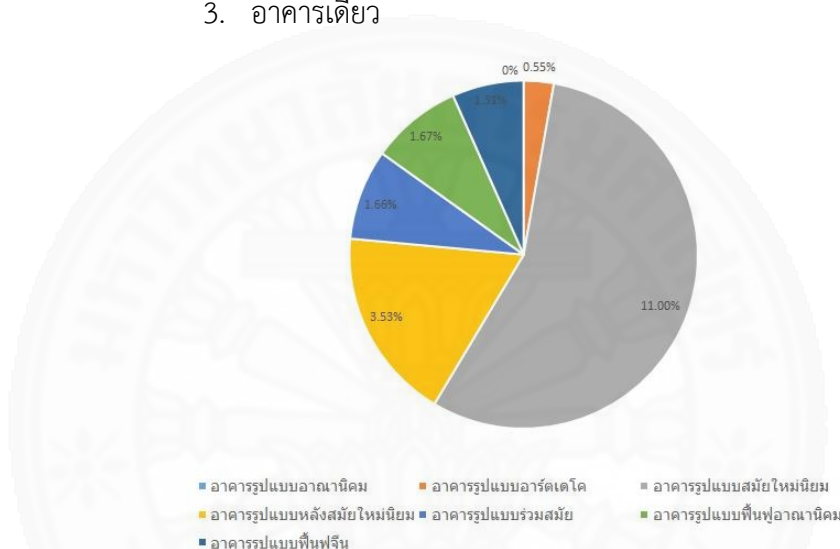
2. ตึกแถว



ภาพที่ 4.7 แผนผังแสดงสัดส่วนรูปแบบตึกแถวบนถนนเยาวราช (ที่มา: โดยผู้วิจัย)

ผลการวิเคราะห์รูปแบบของอาคารประเภทตึกแถว ซึ่งเป็นอาคารที่มีจำนวนมากที่สุดบนถนนเยาวราชคิดเป็น 77% (สัดส่วนอาคารประเภทตึกแถวตามภาพที่ 4.7) เมื่อเทียบกับอาคารประเภทบ้าน ศาลเจ้า อนุสาวรีย์หรือซุ้มประตูจีน และอาคารเดี่ยว พบว่า รูปแบบตึกแถวที่พบมากที่สุด ได้แก่ ตึกแถวแบบสมัยนิยม (Modernism) และรองลงมาได้แก่ตึกแถวรูปแบบหลังสมัยนิยม (Postmodernism) ซึ่งรูปแบบของอาคารประเภทนี้จะพบมากกับ กลุ่มธุรกิจประเภทค้าทอง และภัตตาคารต่าง ๆ ที่เน้นการสร้างสรรค์รูปแบบเพื่อดึงดูดกลุ่มลูกค้า

3. อาคารเดี่ยว



ภาพที่ 4.8 แผนผังแสดงสัดส่วนรูปแบบอาคารเดี่ยวบนถนนเยาวราช (ที่มา: โดยผู้วิจัย)

จากการวิเคราะห์รูปแบบของอาคารเดี่ยวบนถนนเยาวราชนั้นคิดเป็น 20% เมื่อเปรียบเทียบกับอาคารประเภทบ้าน ศาลเจ้า อนุสาวรีย์หรือซุ้มประตูจีน และอาคารประเภทตึกแถว (สัดส่วนอาคารเดี่ยวตามภาพที่ 4.8) ส่วนรูปแบบที่พบมากที่สุดได้แก่ อาคารรูปแบบสมัยใหม่ (Modernism) ซึ่งส่วนใหญ่เป็นอาคารประเภท ห้างหุ้นส่วนและบริษัท เป็นส่วนมาก และรูปแบบที่พบมารองลงมา ได้แก่ อาคารรูปแบบหลังสมัยนิยม ซึ่งจะพบมากในอาคารประเภทธุรกิจที่เน้นการบริการ เช่น โรงแรม และภัตตาคาร ส่วนอาคารรูปแบบอื่น ๆ ที่เกิดขึ้นในยุคหลัง ๆ จนถึงปัจจุบันและมีการเพิ่มขึ้นที่ใกล้เคียงกันคือ อาคารรูปแบบร่วมสมัย และอาคารรูปแบบฟื้นฟูอาณานิคมที่เป็นรูปแบบที่ได้รับความนิยมในยุคปัจจุบัน

ภาพรวมของรูปแบบอาคารจาก อาคารทั้ง 3 ประเภทได้แก่ บ้าน/ศาลเจ้า ตึกแถว และอาคารเดี่ยวนั้นพบว่ารูปแบบที่มีจำนวนมากที่สุดได้แก่ รูปแบบสมัยใหม่ (Modernism) และหลังสมัยใหม่ (Postmodernism) ซึ่งเป็นรูปแบบที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงของช่วงเวลาในแต่ละยุค

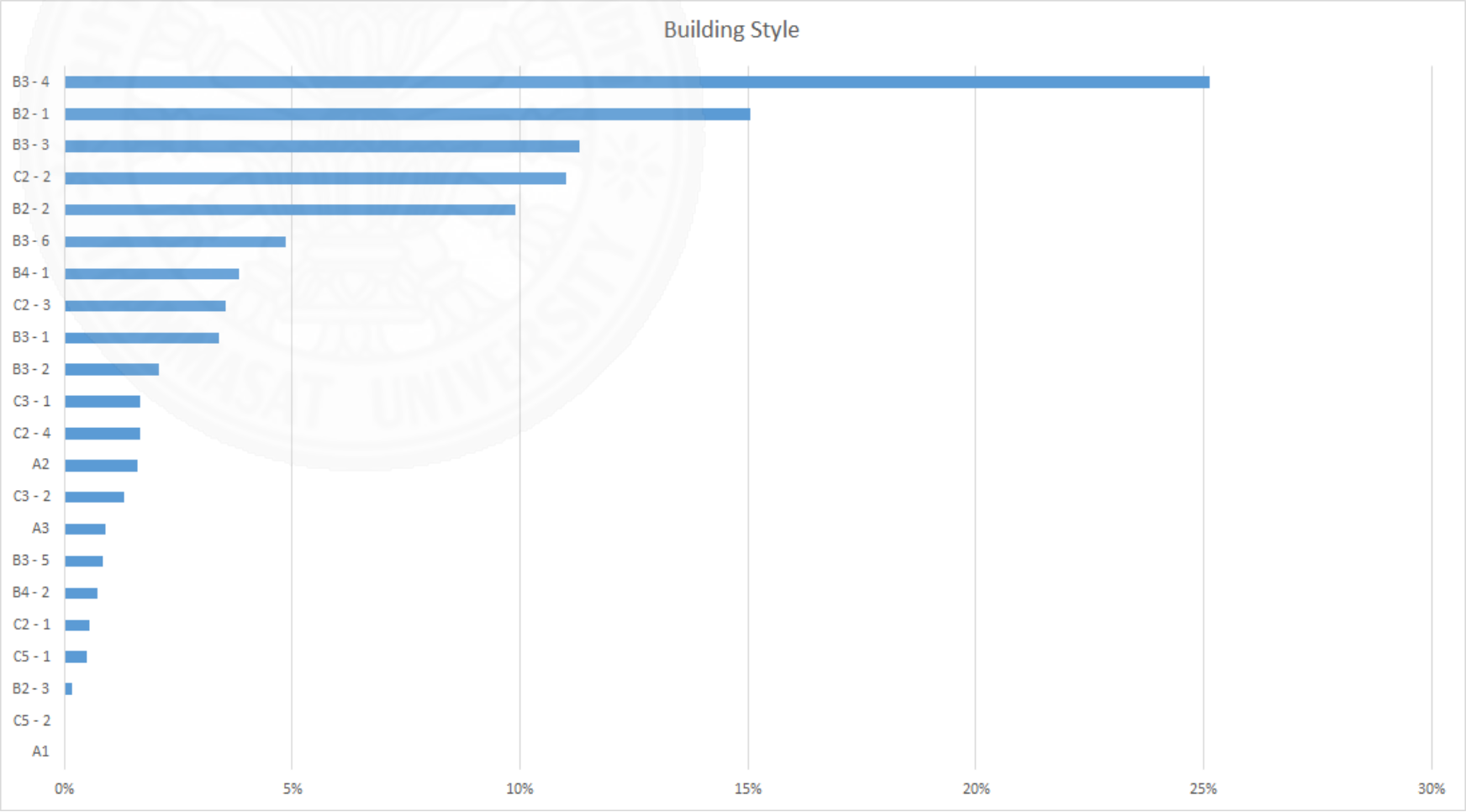
สมัยรวมถึงประเภทของธุรกิจ ที่เน้นการสร้างรูปแบบให้มีความทันสมัยเพื่อแสดงให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงหรือการพัฒนาของธุรกิจโดยเฉพาะธุรกิจประเภทร้านทองที่เน้นการนำรูปแบบหลังสมัยนิยมมาใช้ในการออกแบบและพยายามจะใส่สัญลักษณ์ หรือสีสันทันเพื่อแสดงออกถึงความเป็นร้านทองและความเป็นจีน เป็นต้น แต่สิ่งที่น่าสนใจคือ อาคารที่มีการปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงในช่วงหลังมานี้กลับมีความพยายามที่จะนำรูปแบบดั้งเดิม หรือการนำความเป็นย่านจีนกลับมาใช้ เช่น รูปแบบของอาคารหรือ ตึกแถวที่เป็นแบบพื้นฟูจิน และการนำรูปแบบร่วมสมัยมาใช้แต่มีการตกแต่งด้วยลวดลายจีนและมีแนวโน้มว่ารูปแบบเหล่านี้จะมีแนวโน้มที่จะเพิ่มสูงขึ้นและได้รับความนิยมมากขึ้น เห็นได้จากโครงการใหม่ ๆ ที่กำลังจะเกิดขึ้น





ภาพที่ 4.9 แผนผังแสดงตำแหน่งรูปแบบ (Building Style) แต่ละรูปแบบบนถนนเยาวราช (ที่มา: โดยผู้วิจัย)

	รูปแบบอาคารที่พบ	%
A	บ้าน	
	บ้านล้อมลานแบบจีน	0%
	ศาลเจ้าจีน	1.61%
	อนุสาวรีย์หรือซุ้มประตูแบบจีน	0.90%
B	ตึกแถว	
	1.ตึกแถวแบบจีน	0%
	2.ตึกแถวแบบอาณานิคม	
	: ตึกแถวแบบอาณานิคมยุคแรก	15%
	: ตึกแถวแบบอาณานิคมยุคการเปลี่ยนแปลง	9.88%
	: ตึกแถวแบบเปอร์เซีย	0.18%
	3. ตึกแถวสมัยใหม่	
	: ตึกแถวแบบอาร์ตเดโค	3.39%
	: ตึกแถวสมัยใหม่นิยมยุคต้น	2.06%
	: ตึกแถวแบบหลังสมัยใหม่นิยม	11.31%
	: ตึกแถวแบบสมัยใหม่นิยม	25.14%
	: ตึกแถวแบบฟื้นฟูจีน	0.84%
	: ตึกแถวแบบร่วมสมัย	4.85%
	4. ตึกแถวไม่สามารถระบุรูปแบบได้	
	: ตึกแถวมีป้ายโฆษณาปิดด้านหน้า	3.83%
	: ตึกแถวอยู่ระหว่างการปรับปรุง/ก่อสร้าง	0.73%
C	อาคารเดี่ยว	
	1.อาคารรูปแบบอาณานิคม	0%
	2. อาคารรูปแบบสมัยใหม่	
	: อาคารรูปแบบอาร์ตเดโค	0.55%
	: อาคารรูปแบบสมัยใหม่นิยม	11.00%
	: อาคารรูปแบบหลังสมัยใหม่นิยม	3.53%
	: อาคารรูปแบบร่วมสมัย	1.66%
	3. อาคารรูปแบบฟื้นฟูอดีต	
	: อาคารรูปแบบฟื้นฟูอาณานิคม	1.67%
	: อาคารรูปแบบฟื้นฟูจีน	1.31%
	4. รูปแบบจีนร่วมสมัย	0%
	5. อาคารที่ไม่สามารถระบุรูปแบบได้	
	: อาคารมีป้ายโฆษณาปิดด้านหน้า	0.49%
	: อาคารอยู่ระหว่างการปรับปรุง/ก่อสร้าง	0%



ภาพที่ 4.10 แผนผังสรุปรูปแบบอาคารบนถนนเยาวราช (ที่มา: โดยผู้วิจัย)



ภาพที่ 4.11 รูปด้านอาคารบนถนนเยาวราช (Façade Elevation) ทิศเหนือ (ที่มา: โดยผู้วิจัย)



ภาพที่ 4.12 รูปด้านอาคารบนถนนเยาวราช (Façade Elevation) ทิศใต้ (ที่มา: โดยผู้วิจัย)

จากการศึกษาและ วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสัดส่วนของรูปแบบอาคารแต่ละรูปแบบที่พบบนถนนเยาวราชในภาพรวมนั้นจะแบ่งออกได้เป็น 3 กลุ่มใหญ่ ๆ ได้แก่

1. รูปแบบอาคารที่มีจำนวนสูงที่สุด 4 อันดับ

รูปแบบแรกที่พบมากที่สุด คือ อาคารประเภทตึกแถวรูปแบบสมัยใหม่นิยม ซึ่งเป็นอาคารที่มีพัฒนาการจากช่วงหลังการเปลี่ยนแปลงการปกครองจนถึงช่วงปี ค.ศ.1957 ที่มีการเปลี่ยนไปของรูปแบบอาคารที่เกิดจากสภาวะทางเศรษฐกิจ และเริ่มมีการออกกฎหมายควบคุมอาคาร รวมถึงรูปแบบการผลิตวัสดุก่อสร้างที่เน้นการผลิตแบบโรงงานคือ ผลิตออกมาเป็นจำนวนมาก รวมถึงเป็นช่วงที่มีการขยายตัวของประชากรด้วยจึงส่งผลให้การก่อสร้างอาคารเน้นการสร้างเสร็จเร็ว อาคารที่เกิดขึ้นในช่วงนี้จึงมีลักษณะเรียบง่าย จึงมีลักษณะเป็นกล่อง ๆ จึงมีการนำรูปแบบนี้มาใช้ในการสร้างอาคารกันอย่างแพร่หลาย ซึ่งอาคารรูปแบบนี้เป็นรูปแบบที่พบมากที่สุดบนถนนเยาวราช (25%) ซึ่งตึกแถวประเภทนี้ส่วนใหญ่เป็นรูปแบบของอาคารที่ทำธุรกิจการค้าประเภทห้างหุ้นส่วน และบริษัท ที่เน้นการทำธุรกิจประเภทค้าส่งและค้าปลีกเกือบทั้งหมดที่เปิดกิจการมาก่อนข้างนานแล้วซึ่งสอดคล้องกับกิจกรรมหลักของถนนเยาวราชที่เป็นย่านการค้าที่สำคัญนับตั้งแต่ในอดีต โดยอาคารที่พบในปัจจุบันนี้จะมีการเปลี่ยนแปลงและบางอาคารที่พบจะมีการต่อเติมจำนวนชั้นบ้าง ซึ่งเกิดจากความต้องการใช้พื้นที่และรูปแบบการใช้งานที่เปลี่ยนแปลงไปรวมถึงปัจจัยทางด้านราคาที่สูงขึ้น

รูปแบบที่ 2 ได้แก่ ตึกแถวแบบอาณานิคมยุคแรก (15%) ซึ่งเป็นตึกแถวที่สร้างขึ้นตั้งแต่ในยุคเริ่มต้นการสร้างอาคารบนถนนจนถึงช่วงปลายรัชกาลที่ 5 (ค.ศ. 1860 - 1915) โดยส่วนใหญ่จะเป็นอาคาร 2 ชั้นที่ใช้โครงสร้างดินผสมและภายหลังมีการใช้การก่ออิฐฉาบปูนที่มีความหนาหลายๆ อาคารรูปแบบนี้ปัจจุบันส่วนใหญ่จะพบบริเวณกลุ่มอาคารบริเวณถนนเฉลิมบุรี และตอนท้ายตั้งแต่ช่วงถนนมหาจักรซึ่งเป็นพื้นที่ของชุมชนเลื่อนฤทธิ์ ซึ่งปัจจุบันนี้กำลังมีการบูรณะปรับปรุงและมีแผนจะเปิดเป็นถนนคนเดิน (Walking Street) รวมถึงบริเวณแยกวัดตึกที่เป็นพื้นที่ของเวียงนครเกษมซึ่งปัจจุบันพื้นที่บริเวณนี้ได้ถูกประมูลขายให้ภาคเอกชน (กลุ่มบริษัทอัครา) แล้วซึ่งอาจจะทำให้ตึกแถวอาณานิคมแบบยุคแรกกำลังจะมีจำนวนลดลงหากว่าภาคเอกชนมีแผนจะปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงรูปแบบอาคารเดิม

รูปแบบที่ 3 ซึ่งจะมีสัดส่วนเท่ากับรูปแบบที่ 4 ได้แก่ อาคารประเภทตึกแถวแบบหลังสมัยใหม่นิยม และอาคารแบบสมัยใหม่นิยมที่คิดเป็นสัดส่วนเท่ากันคือ (11%) ซึ่งอาคารทั้ง 2 ประเภทนี้นั้นมีรูปแบบการใช้งานที่แตกต่างกัน โดยตึกแถวแบบหลังสมัยใหม่นิยมนี้จะพบมากในธุรกิจ

ประเภทร้านค้าทองและภัตตาคารซึ่งต้องเน้นการนำเสนอเอกลักษณ์ด้วยการใช้สีทอง และการใช้ลวดลายต่าง ๆ ประดับตกแต่งเพื่อที่จะสร้างสัญลักษณ์ของความเป็นร้านทองซึ่งเนื่องจากตลอดแนวถนนเยาวราชนั้นมีจำนวนร้านทองถึง 28 ร้าน ทำให้ตึกแถวสมัยนั้นมีส่วนที่ค่อนข้างเยอะ ส่วนอาคารแบบสมัยนั้นจะพบในอาคารที่ทำธุรกิจโรงแรมที่เปิดในยุคที่นิยมนำแนวคิดของอาคารสมัยใหม่ (modernism) มาใช้ในการออกแบบช่วง ปี ค.ศ. 1860 – 1917

รูปแบบที่ 4 อาคารประเภทตึกแถวยุคการเปลี่ยนแปลง ซึ่งเป็นรูปแบบของตึกแถวเก่าที่ก่อสร้างในช่วงต้นรัชกาลที่ 6 (ค.ศ. 1920 - 1940) โดยตึกแถวรูปแบบนี้จะมีลักษณะที่เปลี่ยนไปจากเดิมด้วยปัจจัยของการปฏิวัติอุตสาหกรรมที่เกิดขึ้นในประเทศตะวันตก และก่อให้เกิดการคิดค้นวัสดุขึ้นใหม่ โดยมีการสร้างอาคารด้วยคอนกรีตเสริมเหล็ก และมีรูปแบบที่เกิดจากการนำรูปแบบของอาคารในยุคนีโอคลาสสิกมาใช้ ด้วยความก้าวหน้าเทคโนโลยีด้านการก่อสร้างและการใช้วัสดุสมัยใหม่ส่งผลให้เกิดตึกแถวที่มีการเพิ่มความสูงจากเดิมที่เป็นเพียง 2 ชั้นให้กลายเป็นตึกแถวที่มีความสูง 3 - 4 ชั้นและมีพื้นที่บริเวณลาดฟ้า แต่รูปแบบของอาคารตึกแถวประเภทนี้ที่พบในปัจจุบันนั้นส่วนมากไม่ค่อยเหลือพื้นที่บนชั้นลาดฟ้าแล้วเนื่องจากมีการเพิ่มหลังคาเพื่อให้บริเวณชั้นลาดฟ้าสามารถเพิ่มพื้นที่การใช้งานได้ โดยอาคารประเภทนี้ที่ยังคงหลงเหลืออยู่จะพบมากบริเวณตั้งแต่ เจริญกรุงซอย 12 จนถึงแยกถนนมหาจักร และบริเวณเวียงนครเกษมจนถึง แยกถนนบริพัตร

2. รูปแบบอาคารที่มีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน

ในกลุ่มอาคารที่มีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันนั้น พบว่าเป็นรูปแบบที่มีการกระจุกตัวในบล็อกถนนเดียวกันเป็นส่วนใหญ่ซึ่งจะเห็นได้ค่อนข้างชัดเจน และโดยมากการนำเสนอรูปแบบอาคารที่ใกล้เคียงกันนั้นมักจะเป็นกลุ่มธุรกิจประเภทเดียวกันหรือมีความใกล้เคียงกัน ซึ่งจะแบ่งเป็นรูปแบบย่อย ๆ ดังนี้

- รูปแบบของตึกแถวที่มีป้ายโฆษณาปิดด้านหน้า (3.83%) เป็นรูปแบบของตึกแถวที่เป็นร้านค้าที่เน้นการขายสินค้าหน้าร้าน ซึ่งโดยมากจะเป็นสินค้าที่เป็นสินค้าเฉพาะ หรือเป็นสินค้าที่เป็นที่รู้จักของเยาวราช โดยร้านค้าเหล่านี้มักจะใช้การโฆษณาหรือนำเสนอผลิตภัณฑ์ผ่านป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ที่อยู่บริเวณหน้าร้าน

- รูปแบบของอาคารแบบหลังสมัยใหม่นิยม อาคารรูปแบบนี้จะพบในอาคารที่ทำธุรกิจประเภทโรงแรม ที่เน้นการนำเสนอรูปลักษณ์ที่เป็นจุดเด่นของโรงแรม โดยมากจะเป็นโรงแรมที่มีกลุ่ม

ลูกค้าที่ค่อนข้างเฉพาะเจาะจงโดยมากจะเป็นกลุ่มลูกค้าประเภททัวร์ชาวจีนเป็นหลัก จึงเน้นการนำเสนอสัญลักษณ์ผ่านรูปลักษณ์ของโรงแรม เช่น โรงแรมไชน่าทาวน์ (Chinatown Hotel)

- รูปแบบของตึกแถวแบบอาร์ตเดโค ซึ่งจากการสอบถามและเก็บข้อมูลพบว่าตึกแถวแบบอาร์ตเดโคเป็นตึกแถวที่มีความโดดเด่นและเป็นตึกแถวที่เก่าแก่ที่สุดของถนนเยาวราชที่ยังหลงเหลืออยู่จนถึงปัจจุบันนี้ ซึ่งอาคารรูปแบบอาร์ตเดโคที่หลงเหลืออยู่เป็นของร้านทอง “เซ่งเฮงหลี” โดยเหลือไว้เพียงอาคารที่ไม่ได้มีการใช้งานเป็นเพียงอาคารร้าง จากการลงพื้นที่สำรวจและสอบถามผู้เชี่ยวชาญด้านประวัติศาสตร์ของเยาวราช พบว่ารูปแบบของตึกแถวแบบอาร์ตเดโค นั้นเป็นตึกแถวที่เก่าแก่ที่สุดของเยาวราช จะเห็นได้จากขนาดของตึกแถวที่มีขนาดใหญ่กว่าตึกแถวทั่วไปซึ่งเกิดจากในอดีตนั้นเจ้าของที่ดินมักจะเป็นเจ้าของที่ดินขนาดใหญ่ๆ หลายๆแปลงรวมกันจึงสามารถที่จะสร้างตึกแถวหลาย ๆ หลังติดกัน เช่น เจ้าของร้านทองเซ่งเฮงหลี นอกจากนี้ยังมีการใช้วัสดุที่พยายามแสดงถึงความเป็นจีนด้วยการใช้ผนังหินขัดและบล็อกแก้วเพื่อแสดงถึงเอกลักษณ์ของความเป็นจีน

3. รูปแบบอาคารที่มีสัดส่วนค่อนข้างน้อย

นอกจากรูปแบบของอาคารที่กล่าวไปข้างต้นแล้วยังมีตึกแถวและ อาคารรูปแบบอื่นๆที่มีความหลากหลายและ มีการกระจายตัวในสัดส่วนที่ค่อนข้างน้อยด้วยปัจจัยต่าง ๆ และสามารถที่จะสรุปให้เห็นถึงปัจจัยในภาพรวมที่ส่งผลให้อาคารแต่ละกลุ่มหลงเหลืออยู่ในจำนวนน้อย โดยจะแบ่งออกได้เป็น 3 ประเด็น ได้แก่

1. กลุ่มของอาคารที่นำเสนอรูปแบบที่เกิดขึ้นตั้งแต่ในอดีตแต่มีบางส่วนที่ถูกแปรสภาพหรือเปลี่ยนเจ้าของทำให้อาคารที่ยังคงสภาพหรือได้รับการอนุรักษ์ไว้มีไม่มากนัก เช่น รูปแบบของตึกแถวแบบเปอร์เซีย

2. อาคารประเภทที่เป็นศาสนสถาน และอนุสาวรีย์หรือซุ้มประตูจินนัสำหรับบนถนนเยาวราชนั้นมีศาลเจ้าที่ยังหลงเหลือเพียงแห่งเดียว และมีซุ้มประตูจีนซึ่งถือเป็นจุดหมายตา (Landmark) ที่สำคัญของเยาวราชโดยอาคารประเภทนี้จะไม่ได้เน้นการสร้างให้มีความสูงจะสร้างความสำคัญและความเป็นเอกลักษณ์ของย่านได้ด้วยขนาด และสัดส่วนของตัวอาคารเอง นอกจากนี้ด้วยสาเหตุที่เยาวราชนั้นเป็นย่านการค้า ศาลเจ้านั้นจะเป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อเป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจและเป็นสถานที่กราบไหว้บูชาของชาวจีนแต่ละกลุ่มตามความเชื่อที่มีความเชื่อว่าการไหว้หรือบูชาเทพเจ้าของตนนั้นจะทำให้ธุรกิจและการค้าขายของตนมีความเจริญรุ่งเรือง

3. รูปแบบของอาคารที่เกิดขึ้นในยุคปัจจุบัน ในช่วงตั้งแต่หลังปี 1990 เป็นต้นมา เช่น ตึกแถวรูปแบบพื้นฟูจิน และอาคารแบบร่วมสมัย ซึ่งรูปแบบเหล่านี้ยังมีจำนวนไม่มากนักด้วยความแออัดของพื้นที่และจำนวนที่ดินที่ยังหลงเหลือเพื่อการพัฒนาที่มีอยู่ค่อนข้างน้อยและแต่ละพื้นที่ก็ไม่ได้มีขนาดที่ใหญ่มากนักสำหรับการจะพัฒนาโครงการใหม่ ๆ

นอกจากการแบ่งรูปแบบอาคารจากการจัดกลุ่มตามประเภทของอาคารแล้ว ยังสามารถที่จะจัดกลุ่มอาคารได้จากการแบ่งช่วงเวลาและการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากวิวัฒนาการด้านการก่อสร้างอาคารนับจากอดีตจนถึงปัจจุบัน เนื่องจากยวราชนั้นเป็นย่านที่มีประวัติศาสตร์ที่ค่อนข้างยาวนาน และด้วยปัจจัยทั้งจากภายนอกและภายในย่านเองที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของวิถีชีวิตและกิจกรรมของชาวไทยเชื้อสายจีนนับตั้งแต่ในอดีตจนถึงปัจจุบันรวมถึงรูปแบบอาคารที่เปลี่ยนแปลงไปด้วย ซึ่งในการวิเคราะห์รูปแบบอาคารจากประเภทอาคารแล้วนั้นยังสามารถแบ่งอาคารได้อีกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ที่ใช้บอกยุคสมัยของอาคาร โดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มอาคารที่มีคุณค่า และกลุ่มอาคารที่มีความโดดเด่น

1. กลุ่มอาคารที่มีคุณค่า

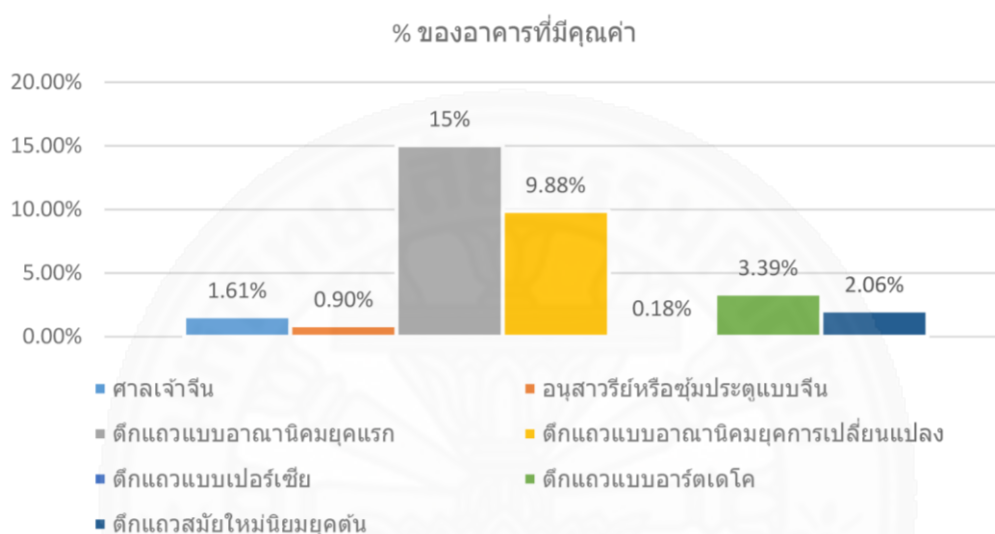
อาคารที่มีค่านั้นจะเป็นอาคารที่สร้างขึ้นตั้งแต่ยุคเริ่มต้นของการสร้างอาคารบนถนนยวราชจนกระทั่งถึงอาคารที่เกิดขึ้นหลังปี ค.ศ.1970 ซึ่งในกลุ่มอาคารที่มีค่านั้นจะเป็นปัจจัยที่บอกถึงความเก่าแก่และยุคสมัยของอาคารซึ่งแสดงถึงอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมที่เชื่อมโยงกับปัจจัยทางกายภาพ สภาพสังคมและวิถีชีวิตของผู้คนในแต่ละช่วงเวลาที่ได้รับการอนุรักษ์ไว้ผ่านตัวสถาปัตยกรรมที่ควรได้รับการอนุรักษ์เพราะอาคารที่มีค่านั้นจะแสดงถึงการรักษาความแท้ซึ่งสำหรับสถาปัตยกรรมนั้นจะเป็นความแท้ในด้านรูปแบบ (Authenticity In Design) ซึ่งจะมีความเกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์แนวทางในการออกแบบให้รักษาความแท้หรือคุณค่าของอาคารดั้งเดิมโดยรอบบริบท (authenticity in setting) ได้ โดยอาคารที่มีคุณค่าจะแบ่งได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่ ประเภทอาคารเดี่ยว และอาคารประเภทตึกแถว โดยมีรายละเอียด ดังนี้



ภาพที่ 4.13 แผนผังแสดงตำแหน่งอาคารที่มีคุณค่าบนถนนยวราช (ที่มา: โดยผู้วิจัย)

อาคารที่มีคุณค่าประเภทที่เป็นอาคารเตี้ยวนั้น โดยมากจะเป็นอาคารพาณิชย์ซึ่งใช้เพื่อประกอบการค้าขายตั้งแต่ในอดีต เช่น ร้านขายยาจีน และร้านขายวัตถุดิบของอาหารจีน เป็นต้น ถึงแม้ปัจจุบันบางอาคารจะมีการแปลสภาพเป็นห้างหุ้นส่วน หรือบริษัทไปแล้วในปัจจุบัน

อาคารที่มีคุณค่าประเภทที่เป็นตึกแถว นั้นจะมีความหลากหลายตามรูปแบบการใช้งานและที่ตั้งของอาคารนั้นๆ



ภาพที่ 4.14 แผนผังสัดส่วนของอาคารสำคัญบนถนนเยาวราช (ที่มา: โดยผู้วิจัย)

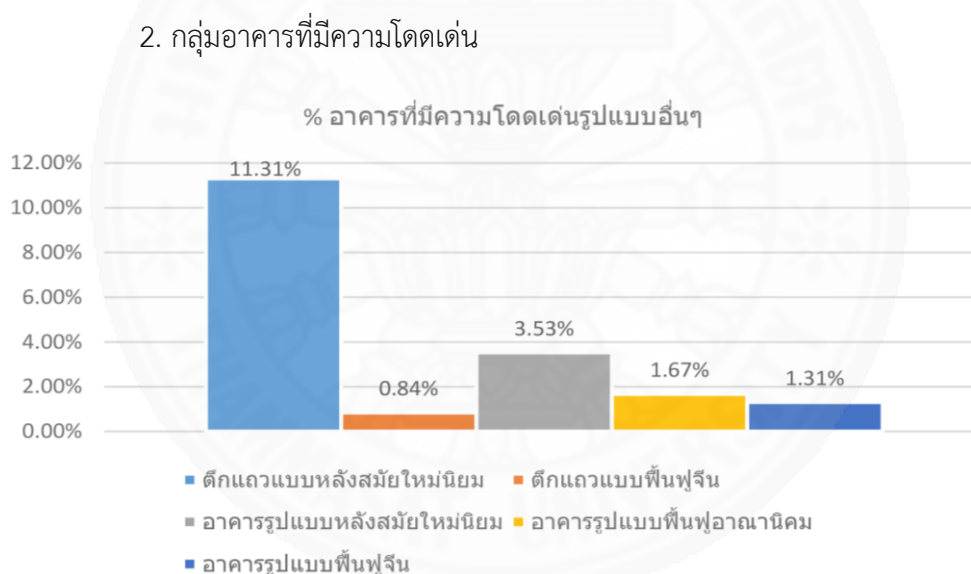
ลักษณะของอาคารประเภทตึกแถว นั้นจะแบ่งย่อยได้เป็น 3 ประเภท ได้แก่

1.ตึกแถวที่มีการรวมกลุ่มกันเป็นชุมชน ซึ่งมักจะเป็นรูปแบบเดียวกันหรือคล้ายคลึงกัน โดยบางกลุ่มอาคารนั้นจะเริ่มต้นจากการก่อสร้างบริเวณริมถนนใหญ่และ มีการทำถนนซอยและสร้างเป็นตึกแถวในลักษณะเดียวกันอีกหลายชุดต่อเนื่องกัน โดยมากตึกแถวที่มีเจ้าของเป็นนิติบุคคล เช่น สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ซึ่งรูปแบบนี้ที่พบบนถนนเยาวราชนั้นจะพบที่บริเวณ กลุ่มอาคารบริเวณถนนเฉลิมบุรี และบริเวณชุมชนซอยเลื่อนฤทธิ์ รวมถึงช่วงถนนบริพัตร เป็นต้น

2.รูปแบบอาคารที่เป็นกลุ่มตึกแถวบริเวณริมถนน ซึ่งอาคารประเภทนี้จะมีลักษณะเป็นตึกแถวที่มีเพียงแถวเดียว หรือเป็นชุดเดียว และมีรูปแบบการถือครองที่หลากหลายคือ เป็นของทั้งเอกชนและที่เป็นขององค์กรนิติบุคคล ซึ่งด้วยรูปแบบของอาคารที่ตั้งอยู่บริเวณริมถนนใหญ่จึงมักเป็นอาคารที่สร้างความโดดเด่นให้กับย่านในอดีต โดยจะพบอาคารรูปแบบนี้มากในช่วงตอนกลางของถนนเยาวราช ตั้งแต่บริเวณถนนแปลงนามต่อเนื่องจนถึงบริเวณสี่แยกราชวงศ์

3. รูปแบบของตึกแถวที่ตั้งโดดๆ เป็นตึกแถวที่มีความยาวตั้งแต่ 1 – 2 คูหาหรือมากกว่าเพียงเล็กน้อยโดยอาคารรูปแบบนี้โดยมากจะเป็นกรรมสิทธิ์ของกลุ่มเอกชนรายย่อยที่เจ้าของที่ดินมีที่ดินแปลงค่อนข้างใหญ่ จึงสามารถที่จะสร้างให้เป็นตึกแถวที่อยู่ติดๆกันเป็นก้อนเดียวกันได้ ในอดีตนั้นรูปแบบนี้จะมีจำนวนคูหามากกว่านี้ แต่เนื่องจากปัจจุบันส่วนใหญ่ได้มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบอาคารไปแล้วบางส่วนให้มีความสมัยใหม่จึงทำให้จำนวนคูหาลดน้อยลง โดยตึกแถวรูปแบบนี้ที่พบได้ในปัจจุบันคือ กลุ่มตึกแถวของห้างเซ่งเฮงหลี ที่ยังหลงเหลืออยู่ให้เห็นทั้งหมด 3 สาขา ย่อยบริเวณช่วงกลางของถนนเยาวราช

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบของอาคารที่มีคุณค่าประเภทตึกแถวและลักษณะของอาคารประเภทตึกแถวที่พบบนถนนเยาวราชนั้นจะนำไปสู่การวิเคราะห์ลักษณะอาคาร การวางผัง และตามที่ตั้งโครงการต่อไปในกระบวนการออกแบบ



ภาพที่ 4.15 แผนผังสัดส่วนของอาคารที่มีความโดดเด่นบนถนนเยาวราช (ที่มา: โดยผู้วิจัย)

อาคารที่มีความโดดเด่นนั้นโดยมากจะเป็นรูปแบบของอาคารที่เกิดขึ้นในยุคหลังๆ ซึ่งยังไม่ได้รับการอนุรักษ์หรือรักษาไว้มาก่อน แต่ด้วยเหตุผลที่ว่าอาคารรูปแบบที่มีความโดดเด่นนั้นมักจะเกิดจากการนำองค์ประกอบหรือลักษณะเฉพาะของพื้นที่นั้นๆมาใช้ในการออกแบบสถาปัตยกรรมซึ่งจะแสดงถึงรูปแบบสถาปัตยกรรมที่มีความโดดเด่นของพื้นที่นั้นๆ สำหรับบนถนนเยาวราชจะพบอาคารรูปแบบนี้มากในอาคารพาณิชย์ที่ทำธุรกิจประเภทร้านทอง ร้านอาหารจีน หรือโรงแรมที่เน้นการสร้างเอกลักษณ์และจุดขายด้วยการตกแต่งด้วยสีฉูดฉาดและลวดลายต่างๆเพื่อแสดงสัญลักษณ์และความโดดเด่นของตัวร้าน และร้านอาหารที่เป็นภัตตาคารจีน ที่จะเน้นการสร้างเอกลักษณ์และสร้าง

ความแตกต่างจากอาคารอื่นๆ หรือความพิเศษของรูปด้านอาคารเพื่อสร้างความโดดเด่น และสร้าง
การจดจำให้กับกลุ่มลูกค้าที่มาเยือน

รูปแบบทางสถาปัตยกรรมในแต่ละบล็อกถนน

การวิเคราะห์รูปแบบทางสถาปัตยกรรมในแต่ละบล็อกถนนเพื่อหาความสัมพันธ์เกี่ยวกับรูปแบบ
สถาปัตยกรรมและประเภทของการใช้งานเพื่อศึกษาความเกี่ยวข้องกันระหว่างบล็อกถนน





ภาพที่ 4.16 แสดงรูปแบบทางสถาปัตยกรรมของอาคารช่วงต้นถนนเยาวราช

ในช่วงตอนต้นของถนนเยาวราชนั้นพบว่าจะมีอาคารแบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆได้แก่ ประเภทบ้านพักอาศัย และอาคารเป็นธุรกิจ การบริการต่างๆ เช่น โรงพยาบาล และ ห้างสรรพสินค้า ซึ่งหน้าตาหรือรูปลักษณะของอาคารนั้นจะมีความสอดคล้องกับรูปแบบการใช้งาน คือ ส่วนที่เป็นห้างสรรพสินค้าและโรงแรมซึ่งมีความโดดเด่นอยู่แล้วด้วยขนาดของตัวโครงการก็จะมีคามพยายามในการสร้างความโดดเด่นด้วยสี แต่ยังคงรูปลักษณะของอาคารสไตล์โมเดิร์นเอาไว้ ส่วนอาคารโรงพยาบาลนั้นซึ่งเนื่องจากเป็นโรงพยาบาลประเภทเครือข่ายซึ่งจะมีรูปลักษณะที่ค่อนข้างเฉพาะแต่ก็ยังคงมีความพยายามในการตกแต่งด้วยเส้นสายที่แสดงออกถึงความกลมกลืนกับเยาวราช



ภาพที่ 4.17 แสดงรูปแบบทางสถาปัตยกรรมของอาคารช่วงระหว่างแยกทรงสวัสดิ์ถึงแยกผดุงด้าว จากการวิเคราะห์อาคารใน Block ระหว่างถนนแยกทรงสวัสดิ์จนถึงถนนผดุงด้าว พบว่าประกอบอาคารที่เป็น ห้างหุ้นส่วนและบริษัทจะคงรูปแบบอาคารเดิมไว้หรือถ้ามีการปรับปรุงก็จะใช้รูปแบบอาคารแบบสมัยใหม่(modernism) ส่วนอาคารที่ใช้เพื่อประกอบธุรกิจประเภทบริการนั้นมีความพยายามที่จะสร้างสรรค์รูปแบบอาคารให้มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของความเป็นย่านไชน่าทาวน์ หรือย่านของชาวจีนด้วยรูปแบบหลังสมัยใหม่นิยม (postmodern) เช่น ร้านทอง โรงแรม และภัตตาคาร



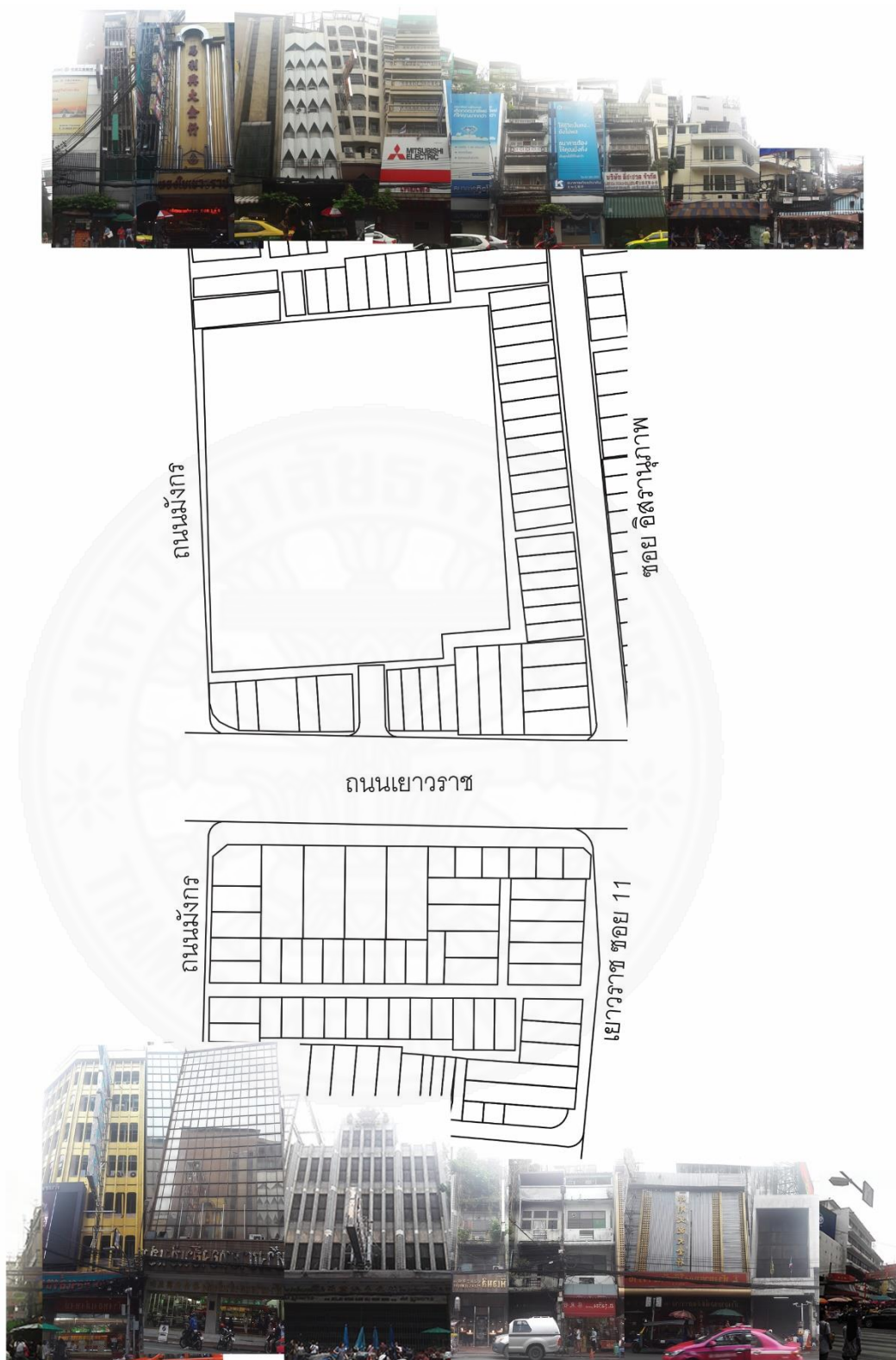
ภาพที่ 4.18 แสดงรูปแบบทางสถาปัตยกรรมของอาคารช่วงระหว่างแยกผดุงด้าวถึงซอยแปลงนาม

จากการวิเคราะห์อาคารใน Block ระหว่างถนนแยกผดุงด้าวจนถึงซอยแปลงนามเป็น โฉนดที่มีความเจริญสูงสุดในยุคแรกๆของ เวยราชและเป็นโฉนดที่ถือกำเนิดอาคารร้านทองที่มีชื่อเสียงที่สุดในยุคแรกของเวยราช ถึงแม้ปัจจุบันในหลายๆอาคารจะมีการ เปลี่ยนประเภทการใช้งานไปในบางอาคาร เช่นจากร้านทองเป็นธนาคารไปแต่ก็ยังคงมีการคงไว้ซึ่งอาคารเดิมให้เห็นถึงอดีตและ เนื่องจากที่โฉนดนี้ร้านค้าจะมีลักษณะเป็นการวางของแบบเป็นการเปิดหน้าร้าน จะเห็นได้จากความแออัดของผู้คนที่เข้ามาในโฉนดนี้ และรูปแบบอาคารที่เกิดขึ้นนั้นก็แสดงให้เห็นถึงการค้าที่จะต้องมีการนำเสนอรูปลักษณ์ที่สร้างความโดดเด่นและเป็น เอกลักษณ์ของตนเอง ซึ่งรูปแบบการตกแต่งจะแสดงประเภทรูทกิจได้ เช่น ร้านทองนั้นก็จะเน้นการใช้สีทองเป็นหลัก ส่วนร้านค้าก็จะเน้นการตกแต่งด้วยป้ายร้านและการใช้สีแดง เป็นต้น



ภาพที่ 4.19 แสดงรูปแบบทางสถาปัตยกรรมของอาคารช่วงระหว่างถนนเยาวพาณิชย์และซอยอิสราณภาพ

จากการวิเคราะห์อาคารใน Block ระหว่างถนนแยกผดุงด้าวจนถึงซอยอิสราณภาพซึ่งเป็นช่วงตอนกลางของถนนซึ่งเป็นโซนที่มีความพลุกพล่านไปด้วยผู้คนและนักท่องเที่ยวเนื่องจากในโซนนี้ จะเป็นโซนร้านทอง ร้านขายของดัง ภัตตาคาร และเคยเป็นร้านทองเก่าที่มีชื่อเสียงของเยาวราชจะเห็นได้จากรูปลักษณะอาคารที่มีความโดดเด่น และมีการสร้างออกถึงตัวผลิตภัณฑ์ที่จะขายโดยเฉพาะร้านทองทั้งที่มีการตกแต่งที่พยายามจะสร้างสัญลักษณ์ของความเป็นร้านทอง และการใช้สีทองที่แสดงถึงความมั่งคั่งและร่ำรวย ส่วนร้านค้าของดังก็จะใช้วิธีการแสดงสัญลักษณ์ผ่านการโฆษณาผลิตภัณฑ์จึงจะเห็นการใช้ป้ายโฆษณาขนาดใหญ่มาติดบริเวณด้านหน้าร้าน



ภาพที่ 4.20 แสดงรูปแบบทางสถาปัตยกรรมของอาคารช่วงระหว่างซอยอิสราณภาพถึงถนนมั่งกร จากการวิเคราะห์อาคารใน Block ระหว่างซอยอิสราณภาพถึงถนนมั่งกรนั้นจะเป็นโซนร้านทอง และห้างหุ้นส่วนเป็นส่วนใหญ่ โดยอาคารในโซนนี้จะเป็นอาคารที่มีความสูงและขนาดที่ใหญ่มากกว่าโซนอื่นๆ ส่วนรูปแบบอาคารนั้นส่วนใหญ่จะแตกต่างกันตามประเภทการใช้งาน ซึ่งรูปแบบธุรกิจจะเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงความแตกต่างของรูปลักษณ์อาคารเป็นหลัก



ภาพที่ 4.21 แสดงรูปแบบทางสถาปัตยกรรมของอาคารช่วงระหว่างถนนมั่งกรถึงแยกราชวงศ์

จากการวิเคราะห์อาคารใน Block ระหว่างถนนมั่งกรถึงแยกราชวงศ์นั้นจะมีอาคาร 3 ประเภท ได้แก่อาคารประเภทร้านทองซึ่งถือว่ามี การเกาะตัวในโซนนี้ค่อนข้างเยอะ อาคารประเภทห้างหุ้นส่วนที่มีทั้งการค้าหน้าร้านและการค้าปลีก และอาคารผสมระหว่างบริษัท ผสมกับเป็นที่พักอาศัยในชั้นบนนอกจากทั้ง 3 ประเภทนี้ก็มีโรงแรม 1 แห่งซึ่งเป็นการทำธุรกิจผสม ระหว่างโรงแรมผสมร้านค้า แบบเปิดหน้าร้านในชั้นล่างมีการสร้างรูปลักษณะให้สอดคล้องกับร้านทองที่อยู่ในโซนเดียวกันจึงมีการสร้างรูปลักษณะที่เหมือนร้านทอง และมีการใช้สีทองผสม ส่วนอาคารประเภทห้างหุ้นส่วนและที่พักอาศัยนั้นจะไม่เน้นการตกแต่งจึงการคงหน้าตาดั้งเดิมเอาไว้เช่นเดิม



ภาพที่ 4.22 แสดงรูปแบบทางสถาปัตยกรรมของอาคารบนถนนเยาวราชช่วงระหว่างแยกราชวงศ์ถึงแยกมหาจักร

จากการวิเคราะห์อาคารใน Block ระหว่างแยกราชวงศ์ถึงถนนมหาจักรนั้น เป็นโซนที่ไม่พลุกพล่านแล้วเนื่องจากธุรกิจและร้านค้าที่โดดเด่นของเยาวราชนั้นส่วนใหญ่จะสิ้นสุดที่แยกราชวงศ์ เมื่อเลยแยกราชวงศ์ไปแล้วจะเป็นโซนของห้างหุ้นส่วนและบริษัทเป็นส่วนใหญ่ แม้จะมีธนาคารที่แทรกตัวไปตามโซนต่างๆตลอดถนนเยาวราช ซึ่งในโซนนี้จะมีอาคารที่โดดเด่นและเป็นจุดเด่นของเยาวราชบริเวณหัวถนนราชวงศ์คือ โรงแรมแกรนด์ไฮอัน (Grand China Hotel) ส่วนถัดไปจะเป็นส่วนของห้างหุ้นส่วนและบริษัทต่างๆซึ่งไม่ได้มีการเน้นการตกแต่งให้มีความทันสมัยลักษณะอาคารในโซนนี้จึงเป็นอาคารยุคสมัยใหม่ (modernism) และอาคารตึกแถวแบบยุคเก่าที่ได้รับการดูแลรักษาเอาไว้ ซึ่งการเปลี่ยนแปลงนั้นมักจะเป็นไปตามการเปลี่ยนแปลงของผู้ถือครอง ส่วนธุรกิจประเภทธนาคารนั้นจะเน้นการติดป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ เป็นหลักทุกธนาคารตามแนวถนนเยาวราช ซึ่งก็ถือเป็นรูปแบบเฉพาะของธุรกิจประเภทธนาคาร



จากการวิเคราะห์อาคารใน Block ระหว่างถนนมหาจักรถึงแยกจักรวรรดิในโซนนี้จะเป็นโซนของที่พักอาศัยผสมกับห้างหุ้นส่วนเป็นหลักส่วนทิศใต้ซึ่งในอดีตถือเป็นกลุ่มอาคารพาณิชย์ยุคแรกของไทยนับตั้งแต่ในสมัยรัชกาลที่ 5 ซึ่งในย่านชุมชนค่านี้นี้กำลังจะถูกเปลี่ยนแปลงเป็นถนนคนเดิน (walking street) ที่โอบล้อมด้วยอาคารเก่าแก่เกือบ 100 ปีที่ได้รับการอนุรักษ์และกำลังถูกซ่อมแซมให้เป็นแบบเดิมทั้งหมดในอีก 2 ปีข้างหน้าส่วนด้านทิศเหนืออาคารแทบทั้งหมดเป็นบริษัทและห้างหุ้นส่วนตลอดแนวถนนโซนนี้ ซึ่งรูปแบบอาคารจึงไม่ได้มีความแตกต่างกันมากนัก คือเป็นอาคารสมัยใหม่ที่ดูเรียบง่ายกับการติดป้ายโฆษณาขนาดใหญ่เพื่อโฆษณาธุรกิจและสินค้าของตน จะมีอาคารที่มีรูปลักษณะที่โดดเด่นเพียงอาคารเดียวคือ ร้านทองเล่งหงส์ที่อยู่บริเวณแยกจักรวรรดิ ที่มีการปรับปรุงหน้าตาให้มีความโดดเด่นเมื่อไม่นานมานี้เพื่อสร้างความโดดเด่นและดึงดูดลูกค้าที่มาซื้อขายทอง

ภาพที่ 4.23 แสดงรูปแบบทางสถาปัตยกรรมของอาคารบนถนนเยาวราชช่วงระหว่างแยกมหาจักรถึงแยกจักรวรรดิ



จากการวิเคราะห์อาคารใน Block ระหว่างถนนจักรวรรดิต่อเนื่องไปจนถึงริมแม่น้ำเจ้าพระยานั้น พบว่าทางด้านทิศเหนือของถนนเยาวราชซึ่งเดิมเป็นพื้นที่ของชุมชนเวียงนาครเกษมซึ่งปัจจุบันได้กลายเป็นชุมชนร้างไปเนื่องจากชุมชนแห่งนี้ปัจจุบันได้ถูกประมูลขายไปสู่มือของภาคเอกชนแล้วซึ่งส่งผลให้ปัจจุบันชุมชนแห่งนี้กลายเป็นชุมชนที่ค่อนข้างเงียบเหงาจนเกือบจะเป็นชุมชนร้าง เนื่องจากชุมชนแห่งนี้อยู่ในช่วงของการย้ายออกเพื่อการเปลี่ยนแปลงส่วนทางด้านทิศใต้จะเป็นการผสมผสานระหว่างอาคารเก่าดั้งเดิมเข้ากับรูปแบบของอาคารสมัยใหม่ (modernism) ในส่วนของกลุ่มอาคารที่ประกอบธุรกิจเป็นบริษัทและห้างหุ้นส่วนซึ่งจะเน้นการปิดป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ ในโซนนี้บริเวณหัวถนนจักรวรรดิจะมีอาคารที่มีรูปแบบที่เน้นการตกแต่งอยู่ 2 อาคารเนื่องจากเป็นธุรกิจค้าขายประเภทร้านทอง



ภาพที่ 4.24 แสดงรูปแบบทางสถาปัตยกรรมของอาคารบนถนนเยาวราชช่วงระหว่างแยกจักรวรรดิถึงคลองโอ่งอ่าง

นอกจากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของรูปแบบอาคารในแต่ละบล็อกเพื่อศึกษาความสัมพันธ์หรือความคล้ายคลึงกันของรูปแบบอาคารในแต่ละบล็อกถนน ซึ่งจะนำมาวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของรูปแบบอาคารที่เกิดขึ้นในแต่ละบล็อกถนนว่ามีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันหรือไม่มากนักน้อยเพียงใด หรือมีปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลต่อความสัมพันธ์ของรูปแบบอาคาร โดยจากการวิเคราะห์รูปแบบทางสถาปัตยกรรมทั้ง 9 บล็อกถนน พบว่าความสัมพันธ์ของรูปแบบอาคารที่เกิดขึ้นในแต่ละบล็อกนั้นค่อนข้างน้อย จะมีเพียงช่วงกลางของถนนเยาวราชเท่านั้นที่อาคารส่วนใหญ่เป็นร้านทอง และร้านขายของขึ้นชื่อของเยาวราชจะมีความสัมพันธ์ของรูปแบบอาคารที่ส่วนใหญ่จะเป็นอาคารประเภท รูปแบบหลังสมัยใหม่นิยม เป็นส่วนมากและมีการใช้สีสันทนหรือการตกแต่งที่ใกล้เคียงกัน ส่วนบริเวณช่วงหัวถนนเยาวราชตรงบริเวณแยกเฉลิมบุรี และบริเวณตอนปลายของถนนบริเวณชุมชนเลื่อนฤทธิ์ และบริเวณชุมชนเวียงนาครเกษมที่จะพบความสัมพันธ์ของรูปแบบอาคารประเภทตึกแถวที่มีลักษณะความสัมพันธ์ที่เกิดจากความเป็นชุมชนเดียวกันที่ทำให้รูปแบบอาคารมีความคล้ายคลึงกัน

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของอาคารในแต่ละบล็อกนั้นจะพบว่าความสัมพันธ์ของรูปแบบอาคารนั้นไม่ได้เกิดจากการที่อาคารมาอยู่ในบริเวณบล็อกถนนเดียวกัน แต่พบว่า ความสัมพันธ์ของรูปแบบอาคารนั้นมักจะเกิดจากประเภทการใช้งานหรือ รูปแบบของธุรกิจการค้าที่ใกล้เคียงกันที่จะมีผลต่อการนำเสนอรูปแบบทางสถาปัตยกรรมมากกว่าความสัมพันธ์ที่จะเกิดขึ้นในบล็อกถนนเดียวกัน

ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบทางสถาปัตยกรรมและการใช้งานอาคาร



● โรงแรม ● ร้านทอง ● ร้านขายของที่มีชื่อเสียง ● ร้านอาหาร ● ภัตตาคาร

ภาพที่ 4.25 แผนผังแสดงตำแหน่งอาคารที่มีประเภทการใช้งานเดียวกัน 5 ประเภทบนถนนเยาวราช (ที่มา: โดยผู้วิจัย)

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของบล็อกถนนกับรูปแบบของอาคารในช่วงต้นนั้นนำมาสู่การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างประเภทการใช้งานทางสถาปัตยกรรม กับรูปแบบทางสถาปัตยกรรม ซึ่งในงานวิจัยชิ้นนี้ได้เลือกที่จะศึกษาความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่างประเภทการใช้งานกับ รูปแบบทางสถาปัตยกรรมของอาคาร โดยได้เลือกศึกษาจากธุรกิจการค้าที่เป็นที่นิยมของกลุ่มนักท่องเที่ยว และถือเป็นธุรกิจที่พบมากและมีความเฉพาะบนถนนเยาวราช ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์ของถนนเยาวราช และยังเป็นธุรกิจที่มีการกระจายตัวสูง

ที่สุด 5 อันดับถนนยาวราช ซึ่งได้แก่ ร้านค้าทอง ภัตตาคาร ร้านขายของจีนมีชื่อ ธนาคารที่มีการกระจาย
ตัวค่อนข้างมากตลอดแนวถนนยาวราช รวมถึงธุรกิจประเภทโรงแรมที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการออกแบบทาง
สถาปัตยกรรมของงานวิจัยชิ้นนี้



ร้านทอง (Gold)

- ร้านขายทอง
- ร้านทองเก่าที่ปิดตัวแล้ว



ภาพที่ 4.26 แสดงรูปแบบทางสถาปัตยกรรมของอาคารประเภทร้านทองบนถนนเยาวราช (ที่มา: โดยผู้วิจัย)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างประเภทอาคาร และรูปแบบทางสถาปัตยกรรมของอาคารประเภทร้านค้านั้นจะพบว่ารูปแบบอาคารจะมีความใกล้เคียงกัน โดยร้านทองส่วนใหญ่จะเน้นการนำเสนอรูปแบบทางสถาปัตยกรรมในยุค หลังสมัยใหม่นิยม (Postmodernism) และจะมีเพียงบางส่วนที่เป็นอาคารเก่าที่เปิดมานานับตั้งแต่ในยุคแรกเริ่มสร้างอาคารบนถนนเยาวราชก็ยังคงรักษารูปแบบของอาคารเดิมไว้ เช่น ร้านทองเซ่งเฮงหลี เซ่งซุนหลี และร้านดั้งเดิมของฮั่วเซ่งเฮง ที่ยังคงเป็นรูปแบบดั้งเดิม (Art Deco) นอกจากนี้ 2 กลุ่มข้างต้นแล้วก็มีอาคารที่มีการตกแต่งใหม่ในช่วง 5 – 6 ปีที่ผ่านมาโดยได้พยายามที่จะย้อนกลับไปนำรูปแบบเก่าของสถาปัตยกรรมจีนมาใช้ หรือที่เรียกว่าเป็น รูปแบบฟื้นฟูจีน (Chinese Revival) เช่น ห้างทองเล่งหงส์บริเวณหัวมุมถนนจักรวรรดิ และใกล้กับถนนมังกร เป็นต้น

ร้านอาหาร/ภัตตาคาร
(Restaurant)

ภัตตาคาร



ภาพที่ 4.27 แสดงรูปแบบทางสถาปัตยกรรมของอาคารประเภทร้านอาหารและภัตตาคารบนถนนเยาวราช (ที่มา: โดยผู้วิจัย)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างประเภทอาคาร และรูปแบบทางสถาปัตยกรรมของอาคารประเภทร้านอาหารหรือภัตตาคารนั้นจะพบรูปแบบอาคาร 2 รูปแบบ ได้แก่ รูปแบบหลังสมัยใหม่นิยม (Postmodernism) และรูปแบบฟื้นฟูจีน (Chinese Revival) ซึ่งจะพบว่ารูปแบบสถาปัตยกรรมของกลุ่มธุรกิจร้านอาหารหรือภัตตาคารนั้นจะเน้นการสื่อความหมายใกล้เคียงกับ ธุรกิจร้านค้าทอง ที่ต้องการเน้นการใช้สีทองและสีแดง รวมถึงการประดับลวดลายและการใส่สัญลักษณ์ต่างๆของชื่อร้านเพื่อดึงดูด และสร้างการจดจำของลูกค้า ในบางร้านที่ใช้การนำเสนอรูปแบบอาคารที่เรียกว่า แบบฟื้นฟูจีน นั้นจะมีการใส่หลังคาจีนสลับกับการใช้สีแดงและสีทองประกอบกับป้ายชื่อร้าน เช่น ภัตตาคารสกลา

โรงแรม (Hotel)

โรงแรม



ภาพที่ 4.28 แสดงรูปแบบทางสถาปัตยกรรมของอาคารประเภทโรงแรมบนถนนเยาวราช (ที่มา: โดยผู้วิจัย)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างประเภทอาคาร และรูปแบบทางสถาปัตยกรรมของอาคารประเภทธุรกิจโรงแรม จะพบว่ามรูปแบบที่ค่อนข้างมีความหลากหลายที่เกิดจากการสร้างในช่วงเวลาที่แตกต่างกันและ การคำนึงถึงตลาดกลุ่มลูกค้าที่โรงแรมนั้นๆเน้น โดยโครงการแรกๆนั้นจะเน้นการนำเสนอใน 2 รูปแบบ คือรูปแบบที่มีความโดดเด่นเพื่อสร้างสัญลักษณ์ให้กับโรงแรม โดยใช้รูปแบบหลังสมัยใหม่นิยม (Postmodernism) และรูปแบบที่เน้นความเรียบง่ายตามรูปแบบที่เรียกว่าเป็นแบบสมัยใหม่นิยม (Modernism) ซึ่งถือว่ามี ความทันสมัยและได้รับความนิยมในช่วงเวลาหนึ่ง แต่ต่อมาก็ได้มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบด้วยวิธีต่าง ๆ เช่นการทาสีแดงและสีทอง เช่น โรงแรมนิรวิ เอ็มไพร์ หรือการทำรูปแบบอาคารบางส่วนให้มีความทันสมัยขึ้นโดยใช้รูปแบบฟื้นฟูอาณานิคม เช่น โรงแรมแกรนด์ไฮน่า ส่วนโครงการที่เพิ่มเปิดใหม่ล่าสุดนั้นมีความพยายามที่จะย้อนกลับไปใช้รูปแบบของสถาปัตยกรรมจีนดั้งเดิมด้วยการใช้หลังคาประดับตกแต่งและการจัดพื้นที่ภายในให้เหมือนกับบ้านของชาวจีนในอดีต หรือที่เรียกว่าเป็นรูปแบบฟื้นฟูจีน (Chinese Revival)

ร้านค้าที่มีชื่อเสียง (Famous Store)

ร้านขายของดังเยาวราช



ภาพที่ 4.29 แสดงรูปแบบทางสถาปัตยกรรมของอาคารประเภทร้านค้าที่มีชื่อเสียงบนถนนเยาวราช (ที่มา: โดยผู้วิจัย)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างประเภทอาคาร และรูปแบบทางสถาปัตยกรรมของอาคารประเภทร้านขายของดังนั้น จะเน้นการนำเสนอด้วยป้ายโฆษณาขนาดใหญ่เป็นส่วนใหญ่ จะมีบางร้านที่มีการนำรูปแบบหลังสมัยนิยมมาใช้ในการตกแต่งให้ตัวร้านมีเอกลักษณ์ที่ใกล้เคียงกับร้านทอง แต่ส่วนใหญ่แล้วร้านค้าประเภทนี้จะเน้นการใช้ป้ายโฆษณาขนาดใหญ่มาปิดบริเวณด้านหน้าอาคารเพื่อโฆษณาตัวสินค้า และมีการเน้นการใช้ตัวอักษรแสดงชื่อร้าน ส่วนตัวอาคารนั้นส่วนใหญ่จะคงรูปแบบเดิมคือเป็นตึกแถวแบบดั้งเดิม และตึกแถวรูปแบบสมัยใหม่นิยม

ธนาคาร (Bank)

ธนาคาร



ภาพที่ 4.30 แสดงรูปแบบทางสถาปัตยกรรมของอาคารประเภทสถาบันการเงินบนถนนเยาวราช (ที่มา: โดยผู้วิจัย)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างประเภทอาคาร และรูปแบบทางสถาปัตยกรรมของอาคารของธนาคารต่างๆ ซึ่งจากการสำรวจจำนวนธนาคารพบว่าบนถนนเยาวราชนั้นมีอาคารอยู่ถึง 16 แห่ง และจากการวิเคราะห์รูปแบบของอาคารนั้นจะแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ อาคารที่เป็นสาขาย่อย และธนาคารที่เป็นสำนักงาน ซึ่งก็จะมีรูปแบบอาคารที่แตกต่างกัน โดยอาคารกลุ่มที่เป็นสำนักงานย่อยนั้น จะเน้นใช้รูปแบบที่มีการนำป้ายโฆษณาขนาดใหญ่มาติดเพื่อโฆษณาแบบที่เป็นการส่งเสริมการขายของธนาคารในแต่ละช่วง โดยธนาคารจะเน้นการใช้ป้ายไว้นิลงขนาดใหญ่เพื่อให้สามารถที่จะเปลี่ยนแปลงโปรโมชันหรือกิจกรรมของแต่ละเดือนได้ง่าย ส่วนธนาคารที่เป็นสำนักงานนั้นจะมี 2 แบบคือแบบที่เข้าพื้นที่ของอาคารเก่าที่เป็นรูปแบบอาร์ต เดโค (Art Deco) และอาคารรูปแบบตึกแถวยุคต้น เช่น ธนาคาร ยูโอบี และธนาคารกสิกรไทย ก็จะเน้นการคงรูปแบบอาคารเดิมเอาไว้ ส่วนอาคารที่สร้างใหม่ก็จะเน้นการใช้รูปแบบสมัยใหม่นิยม (Modernism) ให้ดูเรียบง่ายและมีความทันสมัยอยู่เสมอเนื่องจากธนาคารเป็นสถาบันทางการเงินจึงไม่ได้เน้นการโฆษณาหรือการตกแต่งอาคารเพื่อสร้างจุดเด่นแต่เน้นการสร้างความสะดวกสบายมากกว่า

4.1.2 การสัมภาษณ์กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านสถาปัตยกรรมและประวัติศาสตร์

ตารางที่ 4.1

แสดงการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มสถาปนิกและ ผู้เชี่ยวชาญด้านประวัติศาสตร์

[illegible]

ที่มา: โดยผู้วิจัย

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์จะแบ่งเป็น 2 ส่วนดังนี้

- 1.การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มสถาปนิกและผู้เชี่ยวชาญทางด้านประวัติศาสตร์
- 2.การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ประกอบการของโครงการที่เน้นการนำเสนอเอกลักษณ์ที่มีความสอดคล้องกับย่านและ กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจด้านโรงแรม

ซึ่งในส่วนของหัวข้อนี้จะเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนที่ 1 คือการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มสถาปนิกและ ผู้เชี่ยวชาญทางด้านประวัติศาสตร์

1. การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มสถาปนิกและผู้เชี่ยวชาญทางด้านประวัติศาสตร์

เพื่อให้งานวิจัยในครั้งนี้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ เกิดประโยชน์สูงสุดและสามารถใช้ได้จริงที่สุด จึงได้มีการศึกษาแนวคิด รูปแบบทางสถาปัตยกรรม และการให้ความสำคัญกับองค์ประกอบต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบโครงการ โดยมีกลุ่มคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ ดังนี้

- ความเห็นเกี่ยวกับการนำแนวคิดการออกแบบโรงแรม ที่นำ “อัตลักษณ์ของมรดกชุมชนเมือง” มาพัฒนาสู่ “อัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรม” ที่สอดคล้องกัน
- ความเห็นเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของถนนเยาวราช
- ความเห็นเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของถนนเยาวราช และความสัมพันธ์กับความเป็นจีน
- ความคิดเห็นเกี่ยวกับประเภทสถาปัตยกรรมต่างๆบนถนนเยาวราชถึงอัตลักษณ์ของย่านโดยเน้นให้ความสำคัญกับประเด็นที่มีความเกี่ยวข้องกับการออกแบบ ซึ่งประกอบด้วยอาคารประเภทตึกแถว ศาลเจ้าและซุ้มประตู
- ความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบทางสถาปัตยกรรม โดยจะแบ่งเป็นรูปแบบทางสถาปัตยกรรมของอาคารที่มีความสำคัญ/อาคารที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ และรูปแบบทางสถาปัตยกรรมที่มีความโดดเด่นถึงความสอดคล้องและการนำมาใช้ในการออกแบบโครงการ

- ความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบทางสถาปัตยกรรมที่มีความเหมาะสมในการนำมาใช้ในการออกแบบเพื่อให้เกิดความสอดคล้องกับอัตลักษณ์ของถนนเยาวราช
- ความคิดเห็นที่เกี่ยวข้องและความเหมาะสมของการนำองค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์มาใช้ในการออกแบบโครงการประเภทโรงแรม
- แนวทางการออกแบบเบื้องต้นที่เกี่ยวข้องกับการนำองค์ประกอบต่างๆมาใช้ในการออกแบบ ซึ่งพิจารณาจากความสำคัญขององค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมที่แสดงให้เห็นถึงอัตลักษณ์ของถนนเยาวราชและรูปแบบการในการนำมาใช้
- ความเหมาะสมของรูปแบบทางสถาปัตยกรรมที่มีความสอดคล้องกับถนนเยาวราช

ซึ่งในการสัมภาษณ์เพื่อวิเคราะห์อัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมของถนนเยาวราช แนวทางการนำเสนอรูปแบบทางสถาปัตยกรรมที่มีความสอดคล้องกับอัตลักษณ์ของถนนเยาวราชนั้น จะเชื่อมโยงเข้ากับการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการในส่วนที่ 2 ถึงความเป็นไปได้ทางการตลาดหากจะพัฒนาโครงการนำอัตลักษณ์ของถนนเยาวราชมาใช้ในการออกแบบ รูปแบบทางสถาปัตยกรรมที่มีความสอดคล้องกับถนนเยาวราชและมีความเป็นไปได้ทางการตลาดในการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจประเภทบริการ เหล่านี้จะถูกนำมาวิเคราะห์ความสัมพันธ์เพื่อนำไปสู่กระบวนการออกแบบสถาปัตยกรรมต่อไป

จากคำถามข้างต้นได้นำไปสู่การวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 5 ประเด็นใหญ่ ซึ่งจะนำไปสู่การออกแบบตัวโครงการต่อไป ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างอัตลักษณ์ของถนนเยาวราชเพื่อเชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรม
2. การวิเคราะห์ประเภทของสถาปัตยกรรมซึ่งจะนำไปสู่การวิเคราะห์ความสอดคล้องระหว่างประเภทสถาปัตยกรรมและรูปแบบการใช้งาน
3. การวิเคราะห์รูปแบบทางสถาปัตยกรรมที่มีความสอดคล้องกับอัตลักษณ์ของถนนเยาวราช

4.การวิเคราะห์องค์ประกอบต่างๆเชิงสัญญาที่มีความเหมาะสมและเกี่ยวข้องกับการออกแบบโรงแรม

5.การวิเคราะห์องค์ประกอบทางสถาปัตยกรรม และรูปแบบทางสถาปัตยกรรมที่มีความสอดคล้องกับความเป็นถนนเยาวราช ซึ่งในหัวข้อนี้จะเป็นแนวคิดที่สำคัญซึ่งจะนำไปสู่การออกแบบโครงการ

6.การวิเคราะห์คุณค่า ประโยชน์ และปัญหาหรืออุปสรรคที่จะเกิดขึ้นกับแนวทางในการออกแบบสถาปัตยกรรมที่มีความสอดคล้องกับมรดกชุมชนเมือง

จากการสัมภาษณ์และได้ทำการสรุปแนวคิดและข้อสังเกตที่ได้จากการกลุ่มสถาปนิกและผู้เชี่ยวชาญโดยจะแบ่งเป็นประเด็นทั้งหมด 6 ประเด็น ได้ดังนี้

ประเด็นที่ 1 จากการสัมภาษณ์กลุ่มสถาปนิก และผู้เชี่ยวชาญเพื่อศึกษาถึงแนวคิดของการนำอัตลักษณ์ของมรดกชุมชนเมืองมาใช้ในการออกแบบสถาปัตยกรรมที่สามารถแสดงให้เห็นถึงอัตลักษณ์ที่มีความสอดคล้องกับมรดกชุมชนเมืองโดยได้สรุปเป็นประเด็นย่อยได้ดังนี้

1.1 แนวคิดของการนำอัตลักษณ์ของมรดกชุมชนเมืองมาใช้ในการออกแบบพบว่าส่วนใหญ่มีความเห็นด้วยกับการนำแนวคิดของการใช้อัตลักษณ์ของมรดกชุมชนเมืองมาใช้ในการสร้างสถาปัตยกรรม และมองว่าการแสดงอัตลักษณ์นั้นถือเป็นสิ่งสำคัญที่ควรจะมีในทุกเมือง และถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ทุกเมืองควรคำนึงถึงและมีการนำมาใช้ และสถาปัตยกรรมหรือสิ่งก่อสร้างนั้นก็ถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เมืองมีเอกลักษณ์

1.2 จากการศึกษารายละเอียดประกอบหรือ ปัจจัยที่แสดงถึงอัตลักษณ์ของเยาวราชพบว่า มีปัจจัยที่ถือเป็นอัตลักษณ์ของเยาวราชไว้ดังนี้

- ความเป็นจีนผสมผสานที่มีความเป็นไทยผสมอยู่ด้วย
- ความเป็นย่านการค้าในแนวราบที่มีลักษณะเป็นตรอก ซอกซอย
- วิถีชีวิต วัฒนธรรม ที่มีความเกี่ยวข้องกับความเป็นจีน เช่น อาหารจีน,ยาจีน เป็นต้น
- มืองค์ประกอบของสิ่งที่แสดงความเป็นจีนต่างๆ ทั้งรูปทรงจีน ศาลเจ้าจีนซึ่งมีอยู่จำนวนมาก ประตูจีน และป้ายที่เป็นสัญลักษณ์ต่างๆที่ทำให้เมื่อมองก็สามารถรับรู้ได้ถึงความเป็นย่านจีน

1.3 จากการสอบถามเกี่ยวกับแนวคิดของความสัมพันธ์ระหว่างอัตลักษณ์ของสถาปัตยกรรมที่จะเกิดขึ้นบนถนนเยาวราชนั้นควรมีความเกี่ยวข้องกับความเป็นจีนหรือไม่ มากน้อยเพียงใดซึ่งจากการวิเคราะห์พบว่า

ในภาพรวมนั้นเห็นว่าถนนเยาวราชนั้นมีความเกี่ยวข้องกับความเป็นจีน และมองว่าในการออกแบบสถาปัตยกรรมนั้นก็ควรที่จะคำนึงถึงความเป็นจีนด้วย แต่จะมีความเกี่ยวข้องมากน้อยเพียงใดนั้นจะขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่นๆเป็นองค์ประกอบด้วย ทั้งปัจจัยทางด้านที่ตั้งและบริบทของอาคารรอบๆ แต่ก็สมควรที่จะต้องมีความเกี่ยวข้องกับความเป็นจีนอย่างน้อยเมื่อเข้ามาในพื้นที่ก็ควรจะต้องรู้ว่าเป็นย่านของชาวจีน

ประเด็นที่ 2 การวิเคราะห์ประเภทของสถาปัตยกรรมซึ่งจะนำไปสู่การวิเคราะห์ความสอดคล้องระหว่างประเภทสถาปัตยกรรมและรูปแบบการใช้งานโดยสรุปได้ดังนี้

2.1 จากการสัมภาษณ์ถึงแนวคิดของความสัมพันธ์ระหว่างตึกแถวกับความเป็นอัตลักษณ์ของถนนเยาวราช รวมถึงความเห็นเกี่ยวกับการนำรูปแบบของอาคารประเภทตึกแถวไปใช้ในการออกแบบซึ่งจากภาพรวมที่ได้จากการสัมภาษณ์ ส่วนใหญ่มองว่าตึกแถวนั้นถือว่ามีมีความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของชาวจีนประกอบกับความเป็นย่านที่เป็นย่านการค้าที่มีกิจกรรมการค้าของชาวจีน จึงถือได้ว่าตึกแถวนั้นถือเป็นองค์ประกอบหรืออัตลักษณ์หนึ่งของเยาวราช จะมีเพียงส่วนน้อยที่มองว่าตึกแถวเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากพฤติกรรมของผู้ใช้และความหนาแน่นของพื้นที่เป็นปัจจัยสำคัญและมองว่าเอกลักษณ์ที่แท้จริงของเยาวราชนั้นคือการเป็นตึกแถวหลายๆตึกมารวมกันซึ่งจะเป็นรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์ของเยาวราช ส่วนแนวคิดในเรื่องการนำไปใช้นั้นส่วนใหญ่มองว่าไม่ได้เน้นว่าจะต้องมีการสร้างให้เป็นตึกแถวเพียงแต่ควรจะต้องคำนึงถึงในเชิงที่จะไม่ทำลายและเคารพในบริบท

ประเด็นที่ 3 การวิเคราะห์รูปแบบทางสถาปัตยกรรมที่มีความสอดคล้องกับอัตลักษณ์ของเยาวราช

3.1 รูปแบบของอาคารที่มีคุณค่า (Heritage Building) และอาคารที่มีลักษณะโดดเด่นนั้นถือเป็นอัตลักษณ์หรือไม่อย่างไร พบว่าความคิดเห็นเกี่ยวกับความเป็นอัตลักษณ์ของอาคารสำคัญและอาคารที่มีลักษณะโดดเด่นนั้นส่วนใหญ่มองว่า 2 สิ่งนี้ถือว่าเป็นอัตลักษณ์ เนื่องจากอาคารทั้ง 2 รูปแบบนี้เป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงวิถีชีวิตและความเป็นอยู่ของชาวไทยเชื้อสายจีนในแต่ละช่วงเวลาได้อย่างชัดเจน ส่วนในเรื่องของการนำไปใช้สำหรับการออกแบบนั้น จะมีความคิดเห็นออกเป็น 3 กลุ่ม โดยกลุ่มที่ 1 มองว่าควรมีการนำมาใช้เป็น

องค์ประกอบแต่การจะนำไปใช้มากหรือน้อยนั้นขึ้นอยู่กับความเหมาะสม รูปแบบการใช้งาน และความสมดุลเป็นหลัก ส่วนกลุ่มที่ 2 นั้นมีความคิดเห็นว่าจะไม่ได้มีความจำเป็นที่จะต้องนำมาใช้แต่ควรเน้นการอนุรักษ์ให้คงอยู่เป็นหลัก และหากจะมีการนำมาใช้นั้นการเป็นเพียงการหยิบมาใช้ในบางส่วนไม่ใช่การนำมาทั้งหมด และห้ามนำมาใช้เลยซึ่งจะเป็นการลอกเลียนแบบ แต่ในการจะออกแบบนั้นควรเน้นให้มีความสัมพันธ์ สอดคล้อง หรือกลมกลืนกับบริบทเป็นสำคัญ ในขณะที่อีกกลุ่มนั้นคิดว่าการออกแบบนั้นให้พิจารณาโดยคำนึงถึงเพียงว่าไม่ได้จะต้องมีรูปแบบเหมือนกับแบบใด เพราะเยาวราชคือย่านที่มีความเคลื่อนไหว (Movement) ตลอดเวลาดังนั้นสิ่งที่อาคารควรจะแสดงออกนั้นคือ สิ่งที่บอกเล่าเรื่องราวและช่วงเวลาของย่านและการเปลี่ยนแปลงของยุคสมัยในเวลาเดียวกันได้ด้วย

3.2 ความคิดเห็นของรูปแบบทางสถาปัตยกรรมที่ควรนำมาใช้ในการออกแบบ

ในภาพรวมของการสัมภาษณ์นั้นจะมีความคิดเห็นที่ค่อนข้างหลากหลาย แต่สามารถที่จะสรุปในภาพรวมเป็นประเด็นได้ดังนี้

- ความเป็นอาคารสมัยใหม่ที่บอกเล่าช่วงเวลาและยุคสมัยของตัวอาคาร
- ไม่ได้มีสไตล์ใดเฉพาะ แต่ควรเป็นรูปแบบที่มีความสอดคล้องและกลมกลืนกับย่านในแบบที่มีความโดดเด่น (Landmark)
- ให้ความสำคัญกับการนำเสนอตัวอาคารให้ภาพของย่านมีความชัดเจนมากขึ้น และสามารถที่จะเป็นภาพแทนของย่านได้
- พิจารณาจากการศึกษาข้อมูลทางการตลาด และปัจจัยอื่นๆประกอบด้วย ทั้งเรื่องของความคุ้มค่า มูลค่าโครงการ ระดับราคา(พิจารณาจากคู่แข่ง) และกลุ่มลูกค้า ซึ่งจะเป็นตัวช่วยกำหนดรูปแบบและภาพลักษณ์ของอาคาร

ประเด็นที่ 4 การวิเคราะห์องค์ประกอบต่างๆเชิงสัญลักษณ์ที่มีความเหมาะสมและเกี่ยวข้องกับการออกแบบโรงแรม

4.1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ที่เป็นอัตลักษณ์ของถนน

เยาวราช

ในภาพรวมของการสัมภาษณ์คิดว่าองค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ของถนนเยาวราชนั้น ได้แก่ ป้าย และตัวอักษรจีนซึ่งเป็นสิ่งที่แสดงลักษณะเฉพาะ (Specific Character) ของถนนเยาวราช ประกอบกับการมองว่าเยาวราชนั้นเป็นย่านการค้าการใช้องค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์นี้ก็ถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่เป็นการแสดงถึงการแข่งขันที่เกิดขึ้นในพื้นที่การค้าของชาวจีนในโซน่าทาวน์ทั่วโลก

4.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการนำองค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์เพื่อใช้ในการออกแบบโครงการประเภทโรงแรม

ในภาพรวมนั้นมีความเห็นว่า องค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ที่เกิดขึ้นบนถนนเยาวราชนั้นถือว่าเป็นองค์ประกอบที่มีความชัดเจนอยู่แล้ว แม้จะมีความวุ่นวายแต่ก็ถือเป็นเอกลักษณ์ของย่าน ดังนั้นในการจะนำไปใช้นั้นจะต้องพิจารณาจากปัจจัยอื่นๆประกอบเพื่อให้เกิดความเหมาะสมและความสอดคล้องกับตัวโครงการ เช่น ขนาดอาคาร ลักษณะอาคาร ประเภทโครงการ โดยสำหรับโครงการประเภทโรงแรมนั้นองค์ประกอบที่สำคัญนั้นคือการมีป้ายเพื่อแสดงสัญลักษณ์หรือจุดขายของโครงการมีการใช้ตัวอักษรจีนผสมกับไทยเพื่อแสดงความเป็นย่าน ส่วนการจะใช้นามากหรือน้อยนั้นจะต้องพิจารณาจากวัตถุประสงค์ประกอบการนำมาใช้

ประเด็นที่ 5 การวิเคราะห์องค์ประกอบทางสถาปัตยกรรม และรูปแบบทางสถาปัตยกรรมที่มีความสอดคล้องกับความเป็นถนนเยาวราช ซึ่งในหัวข้อนี้จะเป็นแนวคิดที่สำคัญซึ่งจะนำไปสู่การออกแบบโครงการ

5.1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบทางสถาปัตยกรรม ที่มีความสำคัญสำหรับการออกแบบอาคารโดยอ้างอิงจาก การวิเคราะห์องค์ประกอบของการออกแบบอาคารในย่านโซน่าทาวน์ของต่างประเทศ (Chinatown Design Guideline) ซึ่งประกอบด้วย หลังคา ทางเข้าอาคาร การใช้สี การตกแต่ง ป้าย/สัญลักษณ์ ประตู/หน้าต่าง และการใช้ตัวอักษรจีน

จากการสัมภาษณ์นั้นในภาพรวมคิดว่าองค์ประกอบที่กล่าวไปข้างต้นนั้นทุกประเด็นมีความเกี่ยวข้องสำหรับการพิจารณาในการออกแบบ และมีบางท่านที่ได้นำเสนอองค์ประกอบเพิ่มเติมในบางประเด็น ดังนี้

“เห็นด้วยกับองค์ประกอบข้างต้น แต่ควรเพิ่มในเรื่องของความเขียวที่ควรจะต้องเพิ่ม และถ้าหากสามารถเพิ่มได้ก็จะสามารถสร้างคุณค่าให้กับอาคารและพื้นที่มากยิ่งขึ้น” (วรพันธุ์ คล้ามไพบูลย์)

“เห็นด้วย และคิดว่าโดยรวมก็ครบถ้วน แต่คิดว่าควรมีการพูดถึงการวางผัง การจัดพื้นที่ (Space) ส่วนตัวอาคารนั้นหากเป็นอาคารใหม่ก็ควรแสดงให้เห็นถึงการรับรู้ถึงสมัยตัวเอง” (จุฑาธิ์ วั่งวานภูมิ)

5.2 การลำดับการให้ความสำคัญขององค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมที่จะนำมาใช้ในการออกแบบ ซึ่งจากการสัมภาษณ์สามารถสรุปได้ดังนี้

ปัจจัยที่ผู้ให้สัมภาษณ์คิดว่าเป็นปัจจัยที่สูงที่สุด ได้แก่ ประตูและหน้าต่างที่คิดว่าเป็นองค์ประกอบที่ควรให้ความสำคัญมากที่สุดเนื่องจากเป็นสิ่งที่สามารถมองเห็นและสัมผัสได้ รองลงมาเป็นเรื่องของการให้ความสำคัญกับส่วนทางเข้าอาคาร และการให้ความสำคัญกับป้าย และสัญลักษณ์เป็นปัจจัยที่ผู้ให้สัมภาษณ์มองว่าเป็นสิ่งสำคัญในประเด็นถัดมา ส่วนลำดับที่4นั้น ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่มองว่าเป็นปัจจัยเรื่องของการนำวัสดุและการประดับตกแต่ง และการใช้อักษรจีน ส่วนประเด็นที่ค่อนข้างมีความหลากหลายและไม่สามารถลำดับได้นั้นประกอบด้วย ประเด็นเรื่องหลังคา การใช้สี และการใช้วัสดุที่ไม่สามารถสรุปเป็นลำดับการให้ความสำคัญได้

5.3 ความคิดเห็นของรูปแบบอาคารที่ควรนำมาใช้ในการออกแบบ แบ่งเป็น 5 รูปแบบด้วยกัน ได้แก่ รูปแบบจีนประเพณี จีนรูปแบบวางเคียงกัน รูปแบบบูรณาการ รูปแบบใหม่โดยมีพื้นฐานจากองค์ประกอบทางประเพณี ซึ่งจากการสัมภาษณ์สามารถสรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 4.2

ข้อสรุปความคิดเห็นของรูปแบบอาคารที่ควรนำมาใช้ในการออกแบบ

จินประเพณี	จินแบบวางเคียงกัน	บูรณาการ	แบบใหม่โดยมีพื้นฐานจากองค์ประกอบทางประเพณี	รูปแบบอื่นๆ
มีความโดดเด่น เนื่องจากเยวราชเป็น ย่านการค้าที่เน้นการแข่งขัน ดังนั้นจึงควรเน้นการ ใช้รูปแบบที่มีความโดดเด่น (จุฑาธิ รังวานภูมิ)	มีความสมมาตร เป็นรูปแบบที่เกียติความ เป็นจีน แต่ไม่เป็นจีนเกินไป (สมชัย กวางทองพาณิชย์)	มีความสมดุลของ การจัดองค์ประกอบ และมีความสัมพันธ์ กันของอาคารในภาพรวม (Mirko Guaralda)		ให้คำนึงถึงการออกแบบ ที่เน้นความสอดคล้อง กับที่ตั้งและบริบทโดยรอบ (David Schafer) ควรเป็นรูปแบบที่เกิด จากการคำนึงถึงกลุ่มลูกค้า และควรคำนึงถึงการศึกษา ข้อมูลเชิงการตลาดเป็นหลัก (วรินทร์ คุลัมไพบุลย์) เป็นรูปแบบที่เกิดจากการ ศึกษาวิเคราะห์ปัจจัย และข้อมูลในเชิงการตลาด (วิมลลัทธิ หรยางกูร)

ที่มา: ผู้วิจัย

ประเด็นที่ 6 การวิเคราะห์คุณค่า ประโยชน์ และปัญหาหรืออุปสรรคที่จะเกิดขึ้นกับแนวทางในการออกแบบสถาปัตยกรรมที่มีความสอดคล้องกับมรดกชุมชนเมือง โดยแบ่งเป็น 2 ประเด็น ดังนี้

[คุณค่าและ ประโยชน์ที่เกิดจากการออกแบบสถาปัตยกรรมที่มีความสอดคล้องกับมรดกชุมชนเมือง] โดยแบ่งเป็นประเด็นสำคัญได้ ดังนี้

- สร้างเอกลักษณ์ให้กับย่านและทำให้ย่านมียั่งยืน
- สร้างมูลค่าให้กับนักลงทุน
- สร้างจุดหมายตา (Landmark) ให้กับย่าน
- ส่งเสริมการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์
- ส่งผลให้เกิดการลอกเลียนแบบ (ซึ่งจะเป็นการกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงภายในย่าน)

[ปัญหาและอุปสรรคเกิดจากการออกแบบสถาปัตยกรรมที่มีความสอดคล้องกับมรดกชุมชนเมือง]

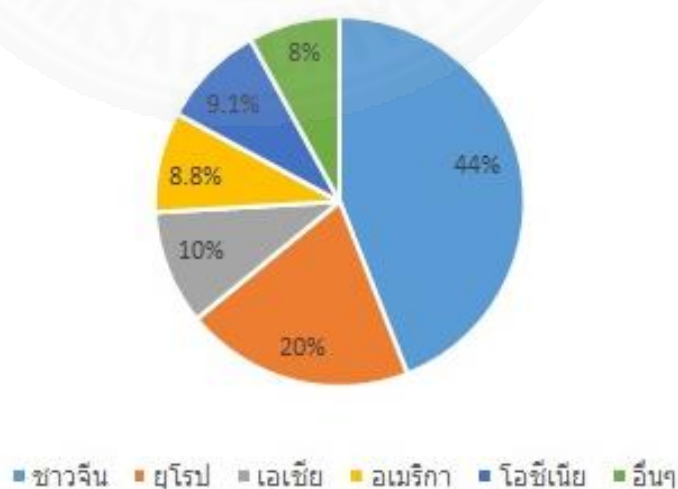
- การสร้างสิ่งใหม่แต่ต้องมีความกลมกลืนและต้องเคารพบริบท
- ความเข้าใจของเจ้าของกิจการและ ภาครัฐ
- ผู้ที่เข้ามาพัฒนาโครงการ (สถาปนิก) ขาดความเข้าใจเกี่ยวกับองค์ประกอบและการนำไปใช้ที่ถูกต้อง

โดยข้อมูลข้างต้นทั้งหมดนี้จะเป็นการสรุปผลการศึกษาและวิเคราะห์ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมที่เกิดจากการลงพื้นที่สำรวจและวิเคราะห์ข้อมูล และการสัมภาษณ์ซึ่งจะนำไปสู่การวิเคราะห์อัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมซึ่งจะนำไปสู่แนวทางการออกแบบ และ ยังเป็นชุดข้อมูลแรกที่จะนำไปเชื่อมโยงเข้ากับการวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาดในส่วนที่ 2 และจะเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลส่วนที่ 1 และส่วนที่ 2 จากการลงพื้นที่เก็บข้อมูลและการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างการออกแบบและความเป็นไปได้ทางการตลาดผ่านการสัมภาษณ์กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านสถาปัตยกรรม ด้านประวัติศาสตร์จีน ด้านวัฒนธรรมจีนและกลุ่มผู้ประกอบการ

4.2 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมกับโอกาสทางการตลาด

4.2.1 กลุ่มนักท่องเที่ยวและประเภทที่พักในเยาวราช

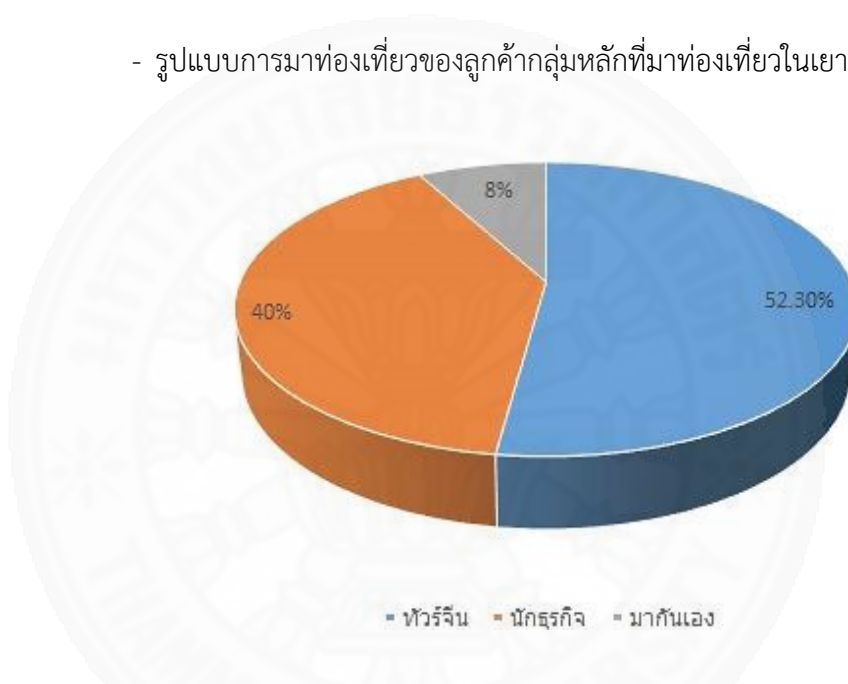
4.2.1.1 จำนวน รูปแบบ และวัตถุประสงค์ของการมาเที่ยว



ภาพที่ 4.31 แผนภูมิแสดงสัดส่วนของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวบนถนนเยาวราช
(ที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาติ)

จากการสำรวจและเก็บข้อมูลเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มของนักท่องเที่ยวแต่ละชาติว่ามีสัดส่วนในการให้ความสนใจที่จะมาท่องเที่ยวในเยาวราชและ เพื่อศึกษาข้อมูลในเชิงปริมาณ เพื่อที่จะนำมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษาและวิเคราะห์เพื่อการศึกษาข้อมูลในเชิงลึกถึงความต้องการและ รูปแบบพักผ่อนเพื่อใช้วิเคราะห์ในการออกแบบโรงแรม พบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวหลักที่สนใจจะมาท่องเที่ยวในเยาวราชนั้นมีกลุ่มหลัก ๆ 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มลูกค้าชาวจีนที่ชอบการมาท่องเที่ยวที่เยาวราช สูงที่สุด (44%) กลุ่มที่มีจำนวนมากรองลงมาได้แก่กลุ่มนักท่องเที่ยวจากทวีปยุโรป ซึ่งโดยมากจะเป็นกลุ่มที่มาจากประเทศอังกฤษ

- รูปแบบการมาท่องเที่ยวของลูกค้ากลุ่มหลักที่มาท่องเที่ยวในเยาวราช



ภาพที่ 4.32 แผนภูมิแสดงสัดส่วนของการมาท่องเที่ยวที่เยาวราช (ที่มา: สำนักงานเขตสัมพันธวงศ์)

จากข้อมูลข้างต้นจะพบว่ากลุ่มลูกค้าที่มาท่องเที่ยวในย่านเยาวราชนั้นจะมีรูปแบบการมาท่องเที่ยวหลัก ๆ 2 รูปแบบ ได้แก่

ลูกค้าที่เน้นการมาเป็นกลุ่ม ซึ่งโดยมากจะเป็นกลุ่มลูกค้าชาวจีนซึ่งจะมี 2 กลุ่มย่อยคือ กลุ่มลูกค้าที่ไม่ได้มาเพื่อพักในย่านนี้แต่เป็นการมาเพื่อจับจ่ายใช้สอย และกลุ่มที่ 2 คือกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีฐานะซึ่งมักจะมาท่องเที่ยวเยาวราชเพื่อที่จะพักผ่อนและต้องการสัมผัสวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชาวจีนในต่างแดน ซึ่งกลุ่มลูกค้ากลุ่มนี้จะเป็นกลุ่มที่มีฐานะค่อนข้างดีมีความต้องการที่จะมาท่องเที่ยวและพักผ่อนเป็นหลัก

ลูกค้าที่มาเพื่อประชุมหรือติดต่อธุรกิจเป็นหลัก โดยจะมีทั้งกลุ่มนักธุรกิจที่เป็นชาวต่างชาติ และกลุ่มนักธุรกิจชาวจีนเอง โดยสำหรับกลุ่มนี้หากชาวต่างชาติจะมาพักที่เยาวราช

ชเนื่องจากเป็นย่านการค้าที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวในตัวด้วย และเยาวราชนั้นเป็นย่านที่อยู่ไม่ไกลจากใจกลางเมืองมากนักซึ่งถือว่าเป็นย่านที่เดินทางได้ไม่ลำบากมากนัก ส่วนกลุ่มนักเรียนชาวจีนเองนั้นเลือกที่จะมาพักที่เยาวราชเนื่องจาก มาติดต่อกับกลุ่มการค้าในย่าน และมาเพื่อต้องการจะพักในย่านที่มีวิถีชีวิตแบบจีนๆไม่ต่างจากบ้านของตน

ส่วนลูกค้าอีกประเภทคือ กลุ่มลูกค้าที่มาท่องเที่ยวเอง ซึ่งกลุ่มนี้โดยมากจะไม่ได้เน้นการพักในระยะยาวในทีเดียวหนึ่งโดยมากจะเน้นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆที่มีชื่อเสียง และจะเน้นการพักผ่อนในย่านใจกลางเมืองและ แหล่งที่พักที่ใกล้กับแหล่งช้อปปิ้งต่างๆ จะมีเพียงลูกค้าบางส่วนที่ชื่นชอบการพักผ่อนในย่านที่เป็นย่านอนุรักษ์ หรือย่านเมืองเก่าเท่านั้นที่จะให้ความสนใจที่จะมาพักในเยาวราช



ภาพที่ 4.33 แผนภูมิแสดงการวิเคราะห์วัตถุประสงค์ของการมาท่องเที่ยวเยาวราช
(ที่มา: โดยผู้วิจัย)

จากการสำรวจและวิเคราะห์ข้อมูลของวัตถุประสงค์ของการมาท่องเที่ยวเยาวราชนั้นพบว่า วัตถุประสงค์หลักของการมาท่องเที่ยว คือ ความต้องการที่จะมาท่องเที่ยวและพักผ่อน (71.30%) โดยจะแบ่งเป็นการมาพักเพื่อเรียนรู้และสัมผัสวัฒนธรรมของชาวไทยเชื้อสายจีน และรูปแบบที่มาพักเพื่อจะมาทานอาหารดัง และการมาเป็นเพื่อติดต่อธุรกิจ (13.30%) ซึ่งกลุ่มนี้ส่วนใหญ่จะเป็นชาวต่างชาติ

4.2.1.2 ประเภทที่พักของกลุ่มนักท่องเที่ยว

รูปแบบที่พักนักท่องเที่ยวเลือกพักเมื่อมาท่องเที่ยว



ภาพที่ 4.34 แผนภูมิแสดงการวิเคราะห์รูปแบบที่พักของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยว
(ที่มา: โดยผู้วิจัย)

จากการวิเคราะห์และเก็บข้อมูลเรื่องรูปแบบที่พักที่กลุ่มนักท่องเที่ยวให้ความสนใจเมื่อมาท่องเที่ยวนั้น พบว่า การเลือกเข้าพักในโรงแรมนั้นมีสัดส่วนสูงที่สุด (69.70%) โดยมีปัจจัยอื่นๆ ประกอบการตัดสินใจว่าจะเลือกเข้าพักโรงแรมใด ทั้งปัจจัยทางด้านกายภาพในเรื่องที่ตั้ง บริบทโดยรอบ และปัจจัยทางการตลาดซึ่งประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์มีความน่าสนใจ ราคา และการส่งเสริมการขาย รวมถึงรูปแบบการบริการเป็นองค์ประกอบในการตัดสินใจที่จะเข้าพัก นอกจากนี้ ปัจจัยข้างต้นแล้วรูปแบบการมาเที่ยว และระยะเวลาในการมาเที่ยว นั้นก็จะส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักเช่นเดียวกันซึ่งแบ่งเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เลือกที่จะพักโรงแรม โดยมากกลุ่มที่เลือกจะมาพักในโรงแรมนั้นจะเป็นกลุ่มที่มาเพื่อท่องเที่ยวและพักผ่อนเป็นหลัก คือ 3 – 5 คืน และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เลือกที่จะพักเกสต์เฮาส์ นั้นโดยมากจะเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เน้นที่พักราคาถูกและไม่เน้นความสะดวกสบาย และจะใช้เวลาพักประมาณ 7 – 14 วัน ส่วนกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เลือกพัก อพาร์ทเมนต์ หรือคอนโดนั้นจะเป็นกลุ่มที่เน้นการอยู่ในระยะยาว หรือมาเพื่อทำงาน ซึ่งสอดคล้องกับการวิเคราะห์ของสำนักพัฒนาการท่องเที่ยวที่ได้วิเคราะห์ปัจจัยในการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวว่า ในการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวนั้นจะมีความเกี่ยวข้องกับปัจจัยที่สำคัญ ได้แก่ จุดประสงค์ของการมาเยือน ระยะเวลาในการพัก ราคาของที่พักซึ่งแบ่งได้เป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ โรงแรมประหยัดมีการจำกัดบริการ โรงแรมที่มีราคาสูงและมีบริการครบครัน

และโรงแรมราคาปานกลางซึ่งจะอยู่ระหว่างราคาสูงและราคาประหยัด นอกจากปัจจัยที่กล่าวไปข้างต้นแล้วยังมีปัจจัยในเรื่องของรูปแบบการพักผ่อน การส่งเสริมการขาย

โดยปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเลือกที่พักของกลุ่มนักท่องเที่ยวนั้นจะมีความเชื่อมโยงกับเครื่องมือทางการตลาดที่เรียกว่าเป็นการวิเคราะห์ “ส่วนประสมทางการตลาด” ซึ่งประกอบด้วย การวิเคราะห์ถึงตัวโครงการ ราคา ช่องทางในการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการขาย บุคลากร กระบวนการในการนำเสนอบริการ และการนำเสนอบริการ โดยจากการวิเคราะห์ฐานข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงการตลาด (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2560) ของกลุ่มนักท่องเที่ยวพบว่าปัจจัยทางส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญมากที่สุดสำหรับธุรกิจเรื่องที่พักเป็นอันดับหนึ่งนั้น ได้แก่ ตัวผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นปัจจัยที่ถูกค่าให้ความสำคัญที่สุด รองลงมาได้แก่ ปัจจัยทางด้านราคา และการส่งเสริมการขาย การสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ช่องทางการจัดจำหน่าย รวมถึงการบริการของบุคลากรตามลำดับ

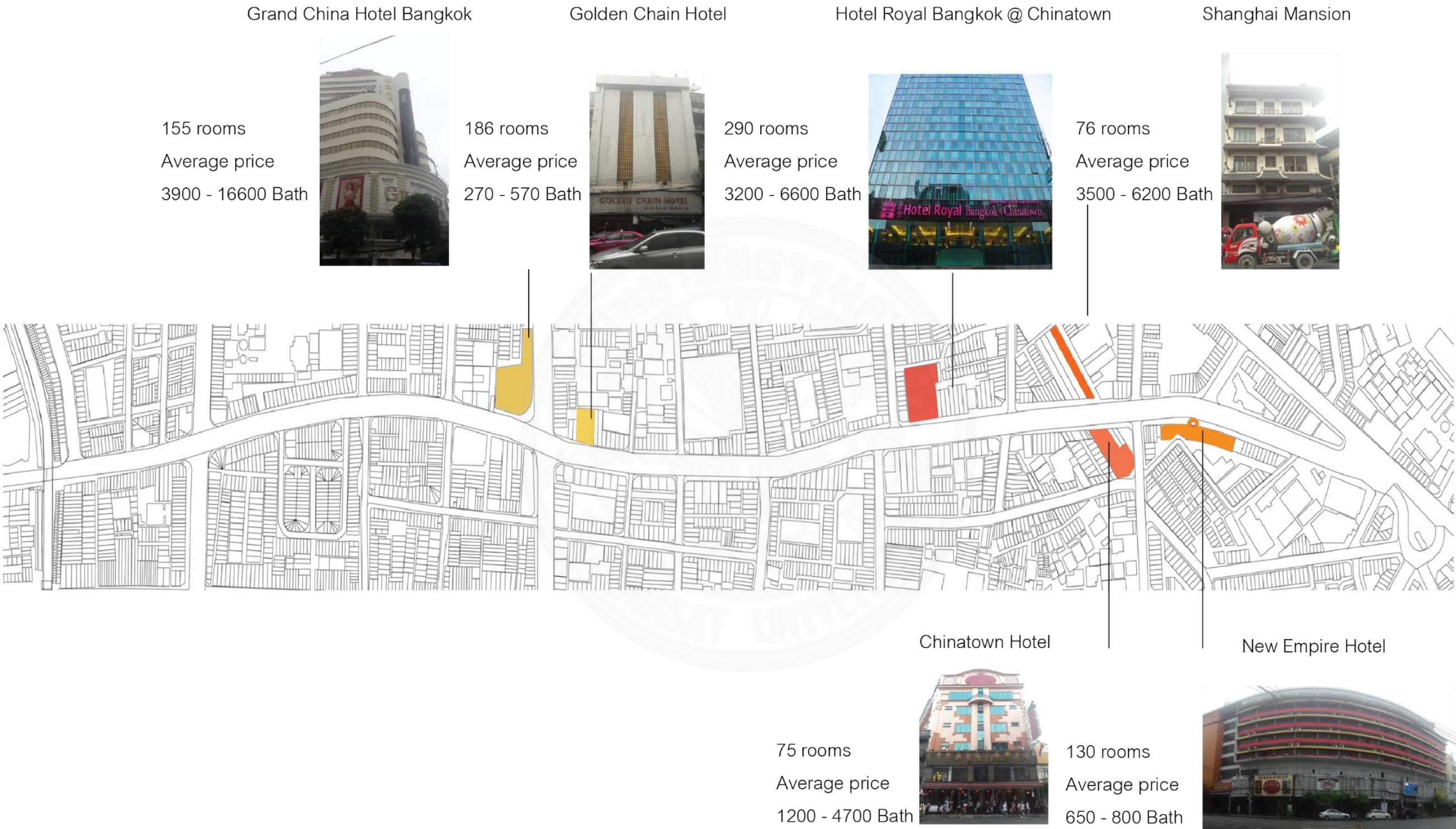
ในภาพรวมจะเห็นว่าปัจจัยที่สำคัญที่ผลักดันให้ธุรกิจ และการบริการต่าง ๆ นั้นประสบความสำเร็จนั้นจะต้องเกิดจากการผสมผสานระหว่างการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีจุดแข็ง และการสร้างกลยุทธ์โดยใช้เครื่องมือทางการตลาดในการวิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวข้องทั้งภายนอกและภายในเชื่อมโยงกับแนวคิดในการออกแบบอาคาร

การวิเคราะห์ข้อมูลทางกายภาพที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนทางการตลาด

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงกายภาพเพื่อนำข้อมูลที่เกี่ยวข้องมาใช้ในการวิเคราะห์สถานภาพของโครงการ เพื่อวิเคราะห์จุดเด่นและจุดด้อยของโครงการ ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาจุดเด่นที่จะสร้างโอกาสทางการตลาด และแก้ไขจุดด้อยที่จะเป็นอุปสรรคต่อโครงการ โดยได้นำหลักการวิเคราะห์การตลาดมาใช้เพื่อวิเคราะห์หากกลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing Strategy) ประกอบด้วย

4.2.2 การวิเคราะห์คู่แข่ง และโมเดลทางธุรกิจ

(Competitors Analysis Environment analysis and Business Model Canvas)



ภาพที่ 4.35 การวิเคราะห์ตำแหน่งของโรงแรมบนถนนเยาวราชในปัจจุบัน (ที่มา: โดยผู้วิจัย)

ตารางที่ 4.3

การวิเคราะห์ภาพรวมของโรงแรมบนถนนเยาวราช

ชื่อโครงการ	1.Grand China Hotel	2.Hotel Royal Bangkok @ Chinatown	3.Shanghai Mansion	4. Chinatown Hotel	5. Golden Chain China	6. New Empire Hotel
						
Style	Colonial Revival & Modernism	Modernism	Chinese Revival	Postmodern	Postmodern	Modernism
รูปแบบการจัดการธุรกิจโรงแรม	Independent System	Independent System	Independent System	Independent System	Chain Hotel	Independents System
STAR	★★★★	★★★★	★★★★	★★★★	★★	★★
FLOOR	25 Floors	12 Floors	5 Floors	8 Floors	6 Floors	8 Floors
Total Guests room	155 rooms	290 rooms	76 rooms	75 rooms	186 rooms	130 rooms
Room Type	8 types	5 types	6 types	4 types	3 types	1 types
	วิวเมือง Superior / Twin room Superior Double (4 คน) Deluxe Double (4 คน) Deluxe Triple (4 คน) Sweet (4 คน) Family Sweet (5 คน) วิวแม่น้ำ Princess Suite /2bedrooms	Superior Room (No window) Deluxe Room Premium Deluxe Room Family Suite Apartment Suit	Superior Deluxe Sweet Family Sweet Mu Dan (มุตัน) Mei Hua (เหมยฮัว)	Standard Superior Bunk Bed (เตียง 2 ชั้น) Deluxe	FAN (มีแต่ห้องน้ำไม่มีแอร์) AC (มีห้องน้ำ,แอร์และโทรทัศน์) Deluxe (มีห้องน้ำ,แอร์และโทรทัศน์)	Standard
Average Price	3900 - 16600 Bath/rooms	3200 - 6600 Bath/rooms	3500 - 6200 Bath/rooms	1200 - 4700 Bath/rooms	270 - 570 Bath/rooms	650 - 800 Bath/rooms
Facility	Airport Shuttle Restaurant Business Center Outdoor Swimming Pool Fitness Center Parking Dairy Housekeeping Family room Library Laundry Wifi Air Condition Etc.	✓ ✓ 2 ร้าน ✓ ✓ ✓ ✓ ✓ - - ✓ ✓ ✓ Health Club ATM Extra Beds	✓ ✓ 2 ร้าน ✓ ✓ ✓ ✓ - - - ✓ ✓ ✓ Spa	✓ ✓ 1 ร้าน ✓ - - - ✓ ✓ ✓ ✓ ✓ ✓ รับเลี้ยงเด็ก ในดิลับ Spa พื้นที่สูบบุหรี่	- ✓ - - - - - - - - - - - พนักงานพูดได้หลายภาษา Spa พื้นที่สูบบุหรี่	- - - - - - - - - - - - - บางห้อง -
Top spots nearby (ข้อมูลจากโครงการ)	ตลาดสาเหิง 2นาที่ วัดมังกร 4นาที่ วัดไทรมิตร 9นาที่ วัดพระแก้ว 15นาที่	ตลาดสาเหิง 6นาที่ วัดมังกร 4นาที่ วัดไทรมิตร 5นาที่ วัดพระแก้ว 21 นาที่ แม่น้ำเจ้าพระยา 9 นาที่ สยามพารากอน 27 นาที่	ตลาดสาเหิง 0.3km. วัดมังกร 0.5km. วัดไทรมิตร 0.3km. วัดพระแก้ว 2.4 km. แม่น้ำเจ้าพระยา 2km. ท่าเรือราชวงศ์ 0.8 km. Jam Factory 1.2 km.	ATM 50m. รถไฟฟ้า MRT 12นาที่ รถไฟฟ้าสโง 7นาที่ สนามบินดอนเมือง 34 นาที่ สนามบินสุวรรณภูมิ 35 นาที่	ตลาดสาเหิง 6นาที่ วัดมังกร 4นาที่ วัดไทรมิตร 5นาที่ วัดพระแก้ว 21 นาที่ แม่น้ำเจ้าพระยา 9 นาที่	ตลาดสาเหิง 10นาที่ วัดมังกร 7นาที่ วัดไทรมิตร 3นาที่ วัดพระแก้ว 18 นาที่ แม่น้ำเจ้าพระยา 12 นาที่
Customer Group	Europe	Not specific Segment	Chinese & Europe	Chinese	Tours	Tours
Customer Segment	เน้นกลุ่มลูกค้าที่มีฐานะค่อนข้างดี ต้องการความหรูหรา และมีความเป็น สากล	เน้นความเรียบง่ายและดูสมัยใหม่	เน้นรูปลักษณ์และการออกแบบที่มีดี ไซด์ สามารถแสดงเอกลักษณ์ เฉพาะได้ของโครงการ จึงมักจะ เป็นกลุ่มที่ค่อนข้างมีฐานะและพร้อม จะจ่ายเงินเพื่อซื้อ	กลุ่มคนจีนที่ต้องการพักใน ที่มีวัฒนธรรมและการ สื่อสารที่สะดวกสบายเหมือน บ้าน	เน้นราคาถูก ไม่เน้นความ สะดวกสบาย	เน้นราคาถูก และเดินทางง่าย

ที่มา: โดยผู้วิจัย

การวิเคราะห์ตำแหน่งและ ข้อมูลในภาพรวมของโรงแรมบนถนนเยาวราชในปัจจุบัน เพื่อวิเคราะห์จุดเด่น และจุดด้อยของแต่ละโครงการ และใช้ประกอบการวิเคราะห์ถึงแนวทางที่จะสร้างจุดแข็ง ลดจุดอ่อนและความเสี่ยงต่างๆที่อาจเกิดขึ้น เพื่อสร้างโอกาสในการพัฒนาโครงการที่มีความมั่นคง นอกจากนี้ในการวิเคราะห์คู่แข่งนั้นจะนำไปสู่การศึกษาและกำหนดตำแหน่งของโครงการแห่งใหม่ เพื่อสร้างจุดแข็งของโครงการที่ได้จากการวิเคราะห์จากคู่แข่งซึ่งจะนำไปสู่แนวทางในการพัฒนาโครงการที่เพิ่มโอกาสทางการตลาด

โดยจากการวิเคราะห์จากข้อมูล ของโครงการประเภทโรงแรมจำนวน 6 แห่ง ซึ่งได้แบ่งประเด็นที่มีความเกี่ยวข้องกับแนวทางในการออกแบบ และวางกลยุทธ์ทางการตลาดออกเป็น 9 ประเด็นโดยจะแบ่งเป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับ การบริหารทางธุรกิจ และ ส่วนที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมของโรงแรมริมถนนเยาวราช

4.2.2.1 การบริหารทางธุรกิจ (Management)

1. รูปแบบการจัดการธุรกิจของแต่ละโครงการ พบว่า โรงแรมทุกแห่งบนเยาวราชในปัจจุบันเป็นโรงแรมที่มีรูปแบบการบริหารแบบโรงแรมอิสระ (Independent Hotel) ซึ่งจะมีทั้งแบบเจ้าของเดี่ยวและแบบที่เป็นการร่วมหุ้นของหลายๆคน

2.ระดับของโครงการซึ่งได้ใช้การวิเคราะห์จากจำนวนดาวของแต่ละแห่งพบว่าเป็นโรงแรม 4 ดาว จำนวน 3 แห่ง 3 ดาว จำนวน 1 แห่ง และ 2 ดาว จำนวน 2 แห่ง

3. ขนาดของโรงแรมซึ่งจะใช้เกณฑ์มาตรฐานของการกำหนดขนาดโรงแรมโดยใช้จำนวนห้องในการพิจารณา พบว่าเป็นโรงแรมขนาดใหญ่จำนวน 4 แห่งคือมีจำนวนห้องมากกว่า 100 ห้อง และเป็นโครงการขนาดกลางจำนวน 2 แห่ง คือมีจำนวนห้องมากกว่า 30 ห้องแต่ไม่เกิน 100 ห้อง

4.ประเภทห้องพักที่ให้บริการ ซึ่งจะใช้วิเคราะห์ถึงขนาดห้องพัก และการวางผัง เพื่อใช้ประกอบการพิจารณาถึงแนวคิดของการออกแบบ และการตกแต่งภายใน พบว่าห้องพักของโรงแรมแต่ละแห่งนั้นจะให้ความสำคัญกับการมีห้องพักสำหรับครอบครัว หรือกลุ่มคนที่มีจำนวนมาก นอกจากห้องพักที่เป็นขนาดมาตรฐานได้แก่ standard และ deluxe โดยจะมี 1 โครงการที่ไม่ได้มีการคำนึงถึงการออกแบบห้องให้มีขนาดใหญ่ เน้นเพียงแบบมาตรฐานเพียงแบบเดียว และอีก 1 โครงการที่ไม่ได้เน้นการออกแบบพื้นที่ภายในแต่เน้นเพียงรูปลักษณ์ภายนอกเท่านั้นซึ่ง 2 โครงการนั้นเป็นโครงการที่เกิดขึ้นมาหลายสิบปีแล้วโดยที่ไม่ได้มีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงใหม่ และมีกลุ่มเป้าหมายเฉพาะที่จะเน้นไปที่กรุ๊ปทัวร์ที่เน้นการพักโรงแรมราคาถูก โดยจะเป็นคนละกลุ่มกับโครงการที่เกิดขึ้นในยุคหลังๆ ซึ่งจากการวิเคราะห์โดยพิจารณาจากประเด็นเรื่องประเภทห้องพักนั้น

จะพบว่าสามารถแบ่งประเภทกลุ่มโครงการออกได้เป็น 2 กลุ่ม คือกลุ่มโครงการที่เพิ่งเกิดขึ้นใหม่ และโครงการเก่าซึ่งเป็นประเด็นที่ช่วยให้สามารถกำหนดขอบเขตของคู่แข่งได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้นด้วยระดับของลูกค้า และการให้ความสำคัญกับการบริการ

5. ราคาห้องพักจากข้อมูลข้างต้นจะพบว่า ปัจจัยสำคัญที่จะเป็นตัวกำหนดราคาของโครงการนั้น ประกอบด้วย ตำแหน่งที่ตั้ง การออกแบบรูปลักษณ์อาคารทั้งภายนอกและภายใน ขนาดห้องพัก และสิ่งอำนวยความสะดวกซึ่งในที่นี้จะขอเน้นในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบโครงการ จะเห็นว่าโครงการที่ให้ความสำคัญกับการออกแบบตั้งแต่ภายนอกของโครงการนั้นแม้ว่าจะมีขนาดเล็ก (Shanghai Mansion) แต่ก็สามารถที่จะขายได้ในราคาที่เทียบเท่าหรือสูงกว่าโครงการอื่นๆที่มีขนาดใหญ่กว่า และมีความโดดเด่นที่มากกว่ารวมถึงโครงการ แกรนด์ ไชน่า โฮเต็ล (Grand China Hotel) ซึ่งถึงแม้ว่าจะถูกมองว่าเป็น จุดหมายตามที่ไม่ได้มีความสอดคล้องกับบริบทและด้วยขนาดที่ใหญ่ แต่ปัจจัยที่สำคัญอีกประการที่ส่งผลให้โครงการนั้นมีความโดดเด่นก็จะเกิดจากแนวคิดในด้านการออกแบบที่จะเป็นปัจจัยสำคัญอีกประเด็น 1 ที่จะส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าพักของลูกค้า

6. สิ่งอำนวยความสะดวกของโครงการ จากการวิเคราะห์จะพบว่าโรงแรมในเยาวราชนั้นจะมีการให้ความสำคัญถึงรูปแบบของสิ่งอำนวยความสะดวกที่แตกต่างจากที่อื่น เนื่องจากตัวย่านเยาวราชเองนั้นถือเป็นย่านท่องเที่ยวอยู่แล้ว ดังนั้นเป้าหมายของการมาท่องเที่ยวเยาวราชนั้นลูกค้าจึงไม่ได้เน้นให้ความสำคัญกับสิ่งอำนวยความสะดวกภายในมากนักในบางประเด็น แต่ลูกค้าจะเน้นความต้องการในด้านความสะดวกสบายในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ หรือสนามบินเป็นหลัก ส่วนองค์ประกอบภายในนั้นลูกค้าจะให้ความสำคัญในเรื่องของร้านอาหาร เนื่องจากเยาวราชนั้นเป็นย่านของกินอยู่แล้ว ส่วนปัจจัยภายในอื่น ๆ เช่น ฟิตเนส สระว่ายน้ำนั้นจะถือว่ามีความสำคัญไม่มากนัก แต่หากจะวิเคราะห์การวางฟังก์ชันหรือสิ่งอำนวยความสะดวกโดยพิจารณาจากอายุของโครงการนั้น จะพบว่าโครงการที่เกิดขึ้นมาหลังๆนั้นได้มีความพยายามที่จะสร้างความกลมกลืนกับภายนอกด้วยการวางร้านอาหาร หรือการมีสถานบันเทิง (Night Club) เพื่อดึงให้เกิดการเชื่อมต่อระหว่างกิจกรรมภายในกับกิจกรรมภายนอก เพื่อเพิ่มรายได้จากการดึงดูดลูกค้าจากภายนอกเข้ามาใช้บริการร้านต่างๆของโรงแรม

7. การวิเคราะห์ระดับตลาด และกลุ่มลูกค้าของโครงการ เพื่อประกอบการวิเคราะห์ถึงลูกค้าหลัก และรองของพื้นที่ รวมถึงเป็นการศึกษาเพื่อประกอบการวางแผนการตลาดของโครงการ โดยจากการวิเคราะห์จะพบว่า ลูกค้าหลักในปัจจุบันของเยาวราชนั้น จะเป็นกลุ่มทัวร์จีนเป็นหลัก โดยจะมีทั้งกลุ่มที่มีฐานะร่ำรวย และกลุ่มที่เน้นราคาถูกเป็นหลัก ส่วนอีกกลุ่มหนึ่งจะเป็นกลุ่มของนักธุรกิจที่

เน้นการมาติดต่อธุรกิจ โดยตั้งแต่กลุ่มนั้นจะมีเน้นปัจจัยของการตัดสินใจเข้าพักที่แตกต่างกัน ทั้งด้านการออกแบบ ราคา ที่ตั้ง และสิ่งอำนวยความสะดวก

4.2.2.2 อัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมโรงแรมริมถนนเยาวราช (Architectural Style)

1.รูปแบบทางสถาปัตยกรรมของโครงการ ซึ่งจะแบ่งได้เป็น 3 กลุ่มใหญ่ๆ ได้แก่ รูปแบบสมัยใหม่นิยม รูปแบบหลังสมัยใหม่นิยม และรูปแบบที่เป็นรูปแบบฟื้นฟูอดีต โดยจากการวิเคราะห์พบว่ารูปแบบทางสถาปัตยกรรมที่แตกต่างกันไปในนั้นจะมีความเกี่ยวข้องกับปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่ ปัจจัยทางด้านช่วงเวลาของการเกิดโครงการ กลุ่มลูกค้าของโครงการ เป็นหลักซึ่งรูปแบบสถาปัตยกรรมนอกจากจะเป็นการแสดงถึงปัจจัยที่โครงการให้ความสำคัญแล้วยังถือเป็นปัจจัยที่สำคัญและแสดงให้เห็นถึง “กลุ่มเป้าหมาย” (market segmentation) และระดับของตัวโครงการได้

การวิเคราะห์สถานภาพของโครงการ (SWOT analysis)

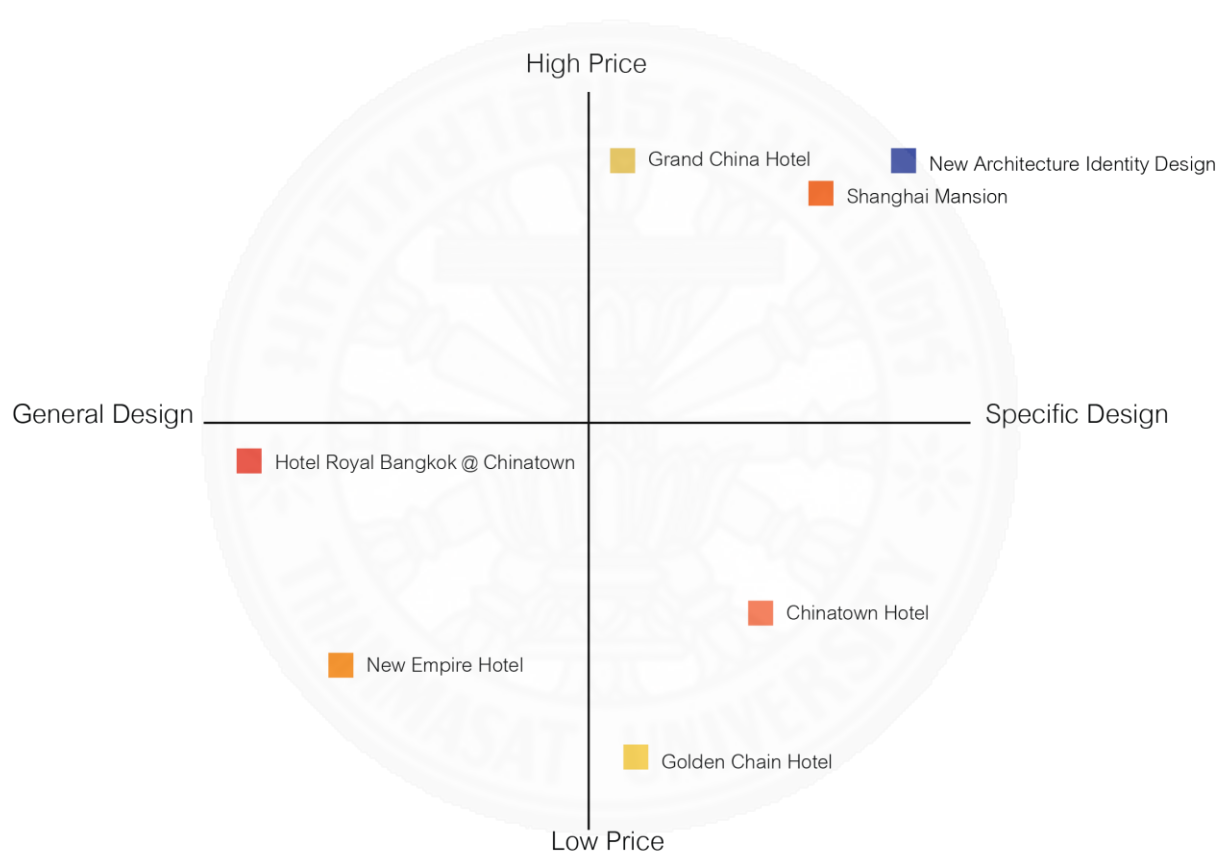


ภาพที่ 4.36 การวิเคราะห์สถานภาพของการสร้างโรงแรมบนถนนเยาวราช (ที่มา: โดยผู้วิจัย)

ในการศึกษาแนวทางการออกแบบโรงแรมบนถนนเยาวราชนั้นได้มีการจัดทำและ วิเคราะห์สถานภาพของโครงการ เพื่อเป็นกรอบในการพิจารณาถึงแนวทางในการออกแบบและวางแผนเพื่อสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดของโครงการ โดยเป็นการนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษา รวบรวม และการสอบถามจาก

ผู้เชี่ยวชาญเพื่อวิเคราะห์ถึงปัจจัยภายนอกที่จะส่งผลกระทบต่อความเป็นไปได้ของโครงการ เพื่อศึกษาถึงโอกาสและช่องว่างของการพัฒนาโครงการ ควบคู่ไปกับการวิเคราะห์ถึงความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นกับโครงการ รวมถึงการวิเคราะห์ปัจจัยภายในถึงจุดเด่น และจุดด้อยของโครงการที่จะนำไปสู่การพัฒนาจุดเด่นและ แก้ไขจุดด้อย ซึ่งในงานวิจัยชิ้นนี้จะเน้นการวิเคราะห์ถึงประเด็นที่จะนำไปสู่การออกแบบโครงการประเภทโรงแรมที่มีความเป็นไปได้ทางการตลาด

4.2.2.3 การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ตามผลประโยชน์และคุณค่า



ภาพที่ 4.37 การวิเคราะห์ตำแหน่งของโรงแรมแต่ละแห่งตามปัจจัยทางด้านราคาและการออกแบบบนถนนเยาวราช (ที่มา: โดยผู้วิจัย)

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยต่างๆที่เกี่ยวข้องกับโรงแรมแต่ละแห่งบนถนนเยาวราชนั้น พบว่าในภาพรวมของโรงแรมนั้นจะแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มด้วยปัจจัยหลัก ๆ คือ ราคา และรูปลักษณ์ของตัวโครงการ ซึ่งจะเป็นปัจจัยสำคัญที่เป็นตัวสร้างแรงกระตุ้นให้เกิดการเลือกใช้บริการของลูกค้า ดังนั้นในการวิเคราะห์เพื่อหาตำแหน่งและจุดเด่นของโครงการนั้นจะใช้ การหาความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยทางด้านราคา (Price) และปัจจัยทางการให้ความสำคัญกับการออกแบบรูปลักษณ์อาคาร (Design) เพื่อวางตำแหน่งโครงการและหา

กลุ่มที่เป็นคู่แข่งหลักสำหรับโครงการที่กำลังจะเกิดขึ้น โดยพบว่าปัจจัยสำคัญที่จะใช้ในการแบ่งตำแหน่งของโครงการในด้านของราคาดังนั้นจะมีความเกี่ยวข้องกับการให้ความสำคัญในด้านการออกแบบ โดยโครงการที่เน้นให้ความสำคัญในการสร้างภาพลักษณ์ด้วยการออกแบบนั้นจะสามารถเพิ่มมูลค่าให้กับโครงการได้มากขึ้น ส่วนโครงการที่เน้นการออกแบบแต่มีราคาถูกนั้นส่วนใหญ่จะเกิดจากการที่เป็นโครงการที่มีอายุค่อนข้างนานและขาดการปรับปรุงทำให้กลายเป็นโครงการเก่า ส่วนโครงการที่ไม่ได้เน้นการสร้างภาพลักษณ์ในด้านการออกแบบนั้นราคาจะมีความใกล้เคียงกัน จะแตกต่างกันในเรื่องของตำแหน่งที่ตั้ง และขนาดห้องที่เป็นปัจจัยในการตัดสินใจของผู้เข้าพัก รวมถึงรูปลักษณ์และราคาดังนั้นยังถือเป็นปัจจัยที่สำคัญของการกำหนดกลุ่มลูกค้า (Customer Segment) ซึ่งในการศึกษาคู่แข่งและการวางตำแหน่งของโครงการนั้นจะช่วยให้เกิดความเข้าใจในตัวธุรกิจ และกลุ่มเป้าหมายของโครงการ เนื่องจากลูกค้าที่ต่างกันก็มีความต้องการและมีรูปแบบการบริการที่ต่างกัน แต่การวิเคราะห์คู่แข่งและตำแหน่งของโครงการนี้จะทำให้สามารถที่จะกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่จะเป็นตัวสร้างรายได้หลักให้กับโครงการ และนำไปสู่การวิเคราะห์ความต้องการเพื่อจะใช้ในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการลูกค้า และสร้างมูลค่าให้กับโครงการได้

4.2.2.4 โมเดลของโครงการประเภทโรงแรมบนถนนเยาวราช (Business Model)

ตารางที่ 4.4

การวิเคราะห์โมเดลของโรงแรมบนถนนเยาวราช

Key Partners - Local Business - Bank - Local People - ร้านค้าและร้านอาหาร - Payment Provider - Traveler Network	Key Activities - Room services - เงินกู้ - ค่าใช้จ่ายในการอบรมบุคลากร - Community Event - Local Marketplace - การโฆษณา	Value Propositions - Design Identity - Luxury - Unique	Customer Relationship - Personal service relationship built with staff - Local Brand Ambassadors - Communities	Customer Segment - Hi - End - Business - Tours Group - Chinese Tour Group (ที่มีฐานะทางการเงินที่ดี ช่วงอายุระหว่าง 30 - 55 ปี)
	Key Resources - Land - Local Community - Local Food - Traveler Network		Channels - Travel Agency - Internet Social Media ex. Facebook, Agoda etc. - Travel Expo - Community	
Cost Structure - ค่าก่อสร้าง (Expend) - Maintainance - Salaries (Staff) - Partnership Free		Revenue Streams - Room rent - Business Partner - Product - Booking Fees		
- Management/Development - Advertising / Marketing - Local and Traveler insurance - Tour Guide				

ที่มา: โดยผู้วิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงกายภาพ สถานภาพของโครงการ (SWOT analysis) และ ตำแหน่งทางธุรกิจซึ่งใช้การวิเคราะห์จากข้อมูลทางกายภาพ จุดแข็งและจุดอ่อนของโครงการ ประกอบกับ การวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดที่เกิดจากการหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าพักของลูกค้า เพื่อใช้เป็นแนวทางการออกแบบและวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด โดยการวิเคราะห์หาจุดแข็งเพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจควบคู่ไปกับการแก้ไขปัญห และจุดอ่อน เพื่อลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นกับโครงการ ด้วยโมเดลธุรกิจโรงแรม (ตารางที่ 4.4)



4.2.3 การสัมภาษณ์กลุ่มผู้ประกอบการ

ตารางที่ 4.5

แสดงการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ประกอบการ

	จุดคำถาม	คุณทรงคุณ	คุณผืน	คุณณัฏฐ์	คุณวรินทร์	พี่ชาย	พี่ม่
บทนำ	1.1. เพราะเหตุใด ท่านถึงได้มีความตั้งใจที่จะมีส่วนร่วมในการพัฒนาโครงการที่แสดงอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมเป็นต้น	เพราะเป็นงานที่มีความท้าทายและเป็นจำนวนมาก จึงต้องการจ้างผู้ที่มีประสบการณ์และมีความรู้ด้านนี้ รวมถึงต้องการจ้างและมีความเข้าใจที่ดี	เป็นแนวความคิดที่ดี และความต้องการที่จะเป็นผู้นำเพื่อพัฒนาเมืองและทำให้พื้นที่น่าอยู่	การสร้างอัตลักษณ์ที่มีความหมายจะช่วยให้ชุมชนมีความภูมิใจ	เพราะอัตลักษณ์คือการบอกถึงประวัติความเป็นมาของเมืองและการท่องเที่ยวได้เพราะเป็นเมืองที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ ที่บอกเอกลักษณ์ได้จะทำได้	คำว่าอัตลักษณ์ในที่นี้คือ ลักษณะ (character) บางอย่างที่เป็นเอกลักษณ์ไม่ใช่แค่ต่างจากคนอื่นแต่จะมีคุณค่าที่จะดึงดูดได้	เพื่อสร้างเอกลักษณ์ให้กับพื้นที่และให้ประชาชนเกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของพื้นที่นี้ให้เป็นชุมชนที่น่าอยู่
	1.2. ในภาพรวมท่านคิดว่าอัตลักษณ์ของบ้านนาหมื่นมีความเหมาะสมหรือไม่	เป็นจุดกำเนิดความภูมิใจของเมือง เป็นแหล่งท่องเที่ยว แหล่งอาหาร และเป็นย่านที่บอกเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับวิถีชีวิตของชุมชน	คงเป็น วิถีชีวิต รูปแบบการดำรงชีพของ บ้านนาหมื่น ย่านที่คนในพื้นที่มีความรู้สึกดี	ชุมชน ชาวบ้าน พุทธศาสนิกชนในชุมชน	คือ สิ่งที่มีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง รูปแบบเป็น วิถีชีวิตและอาหารต่างๆ	ชุมชน ความรู้ความเข้าใจที่ดี	วัฒนธรรม วิถีชีวิตและการ
	1.3. ท่านคิดว่าโครงการพัฒนาเมือง ความมั่นคงทางเศรษฐกิจสามารถสร้างประโยชน์ต่อส่วนได้แก่กลุ่มใด	แสดงความเป็นชุมชนและสร้างให้เกิดเป็น เมืองที่น่าอยู่	มีความเป็นชุมชนที่ดี เป็นเมืองที่น่าอยู่ (good place to live) เป็นเมืองที่น่าอยู่เพราะมีความเป็นชุมชนที่ดี	เป็นการนำเรื่องวัฒนธรรม ความเชื่อเรื่องเป็นชุมชนและชุมชน	ความมั่นคงเป็นพื้นฐานของเมืองและการพัฒนา	ความมั่นคงเป็นพื้นฐานของเมืองและการพัฒนา	ความมั่นคงเป็นพื้นฐานของเมืองและการพัฒนา
ประเด็นทางอาคาร	2.1 เห็นด้วยหรือไม่กับการนำอัตลักษณ์ของบ้านนาหมื่นมาใช้ในการออกแบบโครงการพัฒนาเมือง เพื่อสร้างชุมชนและเมืองที่น่าอยู่	เห็นด้วยเพราะการสร้างความโดดเด่นจากอัตลักษณ์ของ บ้านนาหมื่น จะช่วยให้ชุมชนมีความภูมิใจ	เห็นด้วย ส่วนรูปแบบของโครงการนี้ขึ้นอยู่กับเป้าหมายของการออกแบบ ถ้าหากต้องการให้เป็นอัตลักษณ์ที่ดีก็ควรให้เป็นบ้านนาหมื่นจริงๆ ไม่ใช่แค่รูปแบบที่สวยงามแต่ไม่มีชีวิตชีวา	คิดว่าโครงการนำอัตลักษณ์มาใช้จะช่วยให้ชุมชนและเมืองน่าอยู่	สามารถสร้างความโดดเด่นได้ ส่วนในเชิงการออกแบบการนำอัตลักษณ์มาใช้ในการออกแบบบ้านนาหมื่นจะทำให้ชุมชนมีความภูมิใจ	การนำอัตลักษณ์มาใช้จะช่วยให้ชุมชนมีความภูมิใจ เพราะชุมชนนั้นมีความต้องการความเป็นบ้านนาหมื่น	สร้างอัตลักษณ์และเมือง
	2.2 ท่านคิดว่าโครงการพัฒนาเมืองที่แสดงอัตลักษณ์ของบ้านนาหมื่นสามารถสร้างประโยชน์ต่อส่วนได้แก่กลุ่มใด	เห็นด้วยเพราะการนำอัตลักษณ์ของบ้านนาหมื่นมาใช้จะทำให้ชุมชนมีความภูมิใจ	เห็นด้วย เพราะการนำอัตลักษณ์ของบ้านนาหมื่นมาใช้จะทำให้ชุมชนมีความภูมิใจ	เห็นด้วย เพราะการนำอัตลักษณ์ของบ้านนาหมื่นมาใช้จะทำให้ชุมชนมีความภูมิใจ	เห็นด้วย เพราะการนำอัตลักษณ์ของบ้านนาหมื่นมาใช้จะทำให้ชุมชนมีความภูมิใจ	เห็นด้วย เพราะการนำอัตลักษณ์ของบ้านนาหมื่นมาใช้จะทำให้ชุมชนมีความภูมิใจ	เห็นด้วย เพราะการนำอัตลักษณ์ของบ้านนาหมื่นมาใช้จะทำให้ชุมชนมีความภูมิใจ
	2.3 ท่านคิดว่าโครงการพัฒนาเมืองที่แสดงอัตลักษณ์ของบ้านนาหมื่นสามารถสร้างประโยชน์ต่อส่วนได้แก่กลุ่มใด	เห็นด้วยเพราะการนำอัตลักษณ์ของบ้านนาหมื่นมาใช้จะทำให้ชุมชนมีความภูมิใจ	เห็นด้วย เพราะการนำอัตลักษณ์ของบ้านนาหมื่นมาใช้จะทำให้ชุมชนมีความภูมิใจ	เห็นด้วย เพราะการนำอัตลักษณ์ของบ้านนาหมื่นมาใช้จะทำให้ชุมชนมีความภูมิใจ	เห็นด้วย เพราะการนำอัตลักษณ์ของบ้านนาหมื่นมาใช้จะทำให้ชุมชนมีความภูมิใจ	เห็นด้วย เพราะการนำอัตลักษณ์ของบ้านนาหมื่นมาใช้จะทำให้ชุมชนมีความภูมิใจ	เห็นด้วย เพราะการนำอัตลักษณ์ของบ้านนาหมื่นมาใช้จะทำให้ชุมชนมีความภูมิใจ
	2.4 ท่านคิดว่าโครงการพัฒนาเมืองที่แสดงอัตลักษณ์ของบ้านนาหมื่นสามารถสร้างประโยชน์ต่อส่วนได้แก่กลุ่มใด	เห็นด้วยเพราะการนำอัตลักษณ์ของบ้านนาหมื่นมาใช้จะทำให้ชุมชนมีความภูมิใจ	เห็นด้วย เพราะการนำอัตลักษณ์ของบ้านนาหมื่นมาใช้จะทำให้ชุมชนมีความภูมิใจ	เห็นด้วย เพราะการนำอัตลักษณ์ของบ้านนาหมื่นมาใช้จะทำให้ชุมชนมีความภูมิใจ	เห็นด้วย เพราะการนำอัตลักษณ์ของบ้านนาหมื่นมาใช้จะทำให้ชุมชนมีความภูมิใจ	เห็นด้วย เพราะการนำอัตลักษณ์ของบ้านนาหมื่นมาใช้จะทำให้ชุมชนมีความภูมิใจ	เห็นด้วย เพราะการนำอัตลักษณ์ของบ้านนาหมื่นมาใช้จะทำให้ชุมชนมีความภูมิใจ
	2.5 ท่านคิดว่าโครงการพัฒนาเมืองที่แสดงอัตลักษณ์ของบ้านนาหมื่นสามารถสร้างประโยชน์ต่อส่วนได้แก่กลุ่มใด	เห็นด้วยเพราะการนำอัตลักษณ์ของบ้านนาหมื่นมาใช้จะทำให้ชุมชนมีความภูมิใจ	เห็นด้วย เพราะการนำอัตลักษณ์ของบ้านนาหมื่นมาใช้จะทำให้ชุมชนมีความภูมิใจ	เห็นด้วย เพราะการนำอัตลักษณ์ของบ้านนาหมื่นมาใช้จะทำให้ชุมชนมีความภูมิใจ	เห็นด้วย เพราะการนำอัตลักษณ์ของบ้านนาหมื่นมาใช้จะทำให้ชุมชนมีความภูมิใจ	เห็นด้วย เพราะการนำอัตลักษณ์ของบ้านนาหมื่นมาใช้จะทำให้ชุมชนมีความภูมิใจ	เห็นด้วย เพราะการนำอัตลักษณ์ของบ้านนาหมื่นมาใช้จะทำให้ชุมชนมีความภูมิใจ
	2.6 ท่านคิดว่าโครงการพัฒนาเมืองที่แสดงอัตลักษณ์ของบ้านนาหมื่นสามารถสร้างประโยชน์ต่อส่วนได้แก่กลุ่มใด	เห็นด้วยเพราะการนำอัตลักษณ์ของบ้านนาหมื่นมาใช้จะทำให้ชุมชนมีความภูมิใจ	เห็นด้วย เพราะการนำอัตลักษณ์ของบ้านนาหมื่นมาใช้จะทำให้ชุมชนมีความภูมิใจ	เห็นด้วย เพราะการนำอัตลักษณ์ของบ้านนาหมื่นมาใช้จะทำให้ชุมชนมีความภูมิใจ	เห็นด้วย เพราะการนำอัตลักษณ์ของบ้านนาหมื่นมาใช้จะทำให้ชุมชนมีความภูมิใจ	เห็นด้วย เพราะการนำอัตลักษณ์ของบ้านนาหมื่นมาใช้จะทำให้ชุมชนมีความภูมิใจ	เห็นด้วย เพราะการนำอัตลักษณ์ของบ้านนาหมื่นมาใช้จะทำให้ชุมชนมีความภูมิใจ

ที่มา: โดยผู้วิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์แนวทางการออกแบบที่มีความเป็นไปได้ในเชิงการตลาดโดยกลุ่มผู้ประกอบการ

การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์จะแบ่งเป็น 2 ส่วนดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มสถาปนิกและผู้เชี่ยวชาญทางด้านประวัติศาสตร์
2. การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ประกอบการของโครงการที่เน้นการนำเสนอเอกลักษณ์ที่มีความสอดคล้องกับย่านและ กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจด้านโรงแรม

ซึ่งในส่วนของหัวข้อนี้จะเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนที่ 2 คือการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ประกอบการของโครงการที่เน้นการนำเสนอเอกลักษณ์ที่มีความสอดคล้องกับย่านและ กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจด้านโรงแรม

1.การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ประกอบการของโครงการที่เน้นการนำเสนอโครงการที่เน้นการนำเสนอเอกลักษณ์ที่มีความสอดคล้องกับย่านและ กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจด้านโรงแรม

โดยมีกลุ่มคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ ดังนี้

- ความเห็นเกี่ยวกับการนำแนวคิดการออกแบบโรงแรม ที่นำ “อัตลักษณ์ของมรดกชุมชนเมือง” มาพัฒนาสู่ “อัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรม” ที่สอดคล้องกัน
- ความคิดเห็นเกี่ยวกับความเป็นไปได้ทางการตลาดซึ่งจะใช้การวิเคราะห์จากหลักส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจประเภทบริการ (7’P)
- การวิเคราะห์คุณค่า ประโยชน์ และปัญหาหรืออุปสรรคที่จะเกิดขึ้นกับแนวทางในการออกแบบสถาปัตยกรรมที่มีความสอดคล้องกับมรดกชุมชนเมือง

ในขั้นตอนนี้จะเป็นการตั้งข้อสังเกตที่ได้ จากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ประกอบการของโครงการที่เน้นการนำเสนอโครงการที่เน้นการแสดงเอกลักษณ์ที่มีความสอดคล้องกับย่านและ กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจด้านโรงแรม

ในการวิเคราะห์ข้อมูลนั้นจะแบ่งเป็นประเด็นทั้งหมด 3 ประเด็น ใหญ่ๆได้ดังนี้

ประเด็นที่ 1 ความเห็นเกี่ยวกับการนำแนวคิดการออกแบบโรงแรม ที่นำ “อัตลักษณ์ของมรดกชุมชนเมือง” มาพัฒนาสู่ “อัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรม” ที่สอดคล้องกัน โดยแบ่งเป็นการสรุปจากประเด็นย่อย ๆ ดังนี้

1.1 ปัจจัยสำคัญของการให้ความสำคัญกับการพัฒนาโครงการที่แสดงอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมที่โดดเด่น พบว่ามีข้อสังเกต ดังนี้

- ต้องการสร้างความโดดเด่นและดึงดูดลูกค้าในย่าน (ที่มีชาวไทยเชื้อสายจีนเป็นจำนวนมาก)
- เป็นแนวคิดทางการตลาด

1.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของถนนเยาวราช

- เป็นย่านที่บอกเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับวิถีชีวิตของชาวจีน
- เป็นย่านที่มีชีวิตตลอด 24 ชม.
- เป็นย่านที่มีกิจกรรมการค้า และวัฒนธรรมของชาวจีน

ประเด็นที่ 2 เป็นประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด

2.1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการนำอัตลักษณ์ของย่านเยาวราชมาใช้ในการออกแบบเพื่อสร้างจุดเด่นและแรงจูงใจ ซึ่งจากการสัมภาษณ์ในเบื้องต้น

พบข้อสังเกตดังนี้ มีความเห็นด้วยกับการนำอัตลักษณ์ของมรดกชุมชนเมืองมาใช้ในการออกแบบอาคาร เพราะจะเป็นสิ่งที่ช่วยสร้างความสะดุดตาจากรูปลักษณ์ได้ และสิ่งที่จำเป็นอีกสิ่งหนึ่งสำหรับการทำให้เกิดการสร้างเอกลักษณ์ ได้แก่ ความจำเป็นที่ต้องยอมลงทุนเพื่อสร้างแรงจูงใจ

2.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประกอบการใช้งานที่จะเป็นส่วนสำคัญของการแสดงอัตลักษณ์ให้กับย่านได้

โดยข้อสังเกตของการใช้งานที่แสดงเอกลักษณ์ของย่านนั้น นอกจากรูปลักษณะภายนอกของอาคารแล้ว ส่วนสำคัญของโรงแรมคือ บริเวณโถงลอบบี้ และส่วนร้านอาหารที่ควรมีความเชื่อมต่อกัน และเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงวิถีชีวิตของชาวไทยเชื้อสายจีน แต่ควรเน้นความเป็นจีนร่วมสมัย

2.3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับประเภทของโรงแรมที่ควรนำมาใช้ในการสร้างโรงแรมบนถนนเยาวราช เช่น บุติกโฮเต็ล หรือ โรงแรมประเภทเครือข่าย

ข้อสังเกตจากการสัมภาษณ์ในเบื้องต้น พบว่า ถ้าสามารถที่จะเป็นโรงแรมเครือข่าย (Chain Hotel) ได้ก็จะดี เพราะจะทำให้ขายได้ง่ายและเร็วขึ้น เนื่องจากโรงแรมเช่นนั้นจะมีการกำหนดเพียงเรื่องของการวางผัง ส่วนเรื่องรูปร่างและหน้าตานั้นเป็นเรื่องที่สามารถที่จะต่อรองได้ ซึ่งจะทำให้ต้นทุนได้เร็วกว่าแบบที่เป็นเจ้าของเดี่ยว (Independent Hotel)

2.4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวคิดที่ว่าโครงการที่แสดงอัตลักษณ์ของย่านจะช่วยส่งเสริมกันและกันระหว่างตัวย่านและตัวโครงการ โดยจากการสัมภาษณ์ในเบื้องต้นพบข้อสังเกต ดังนี้

แนวคิดในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างตัวย่านและตัวโครงการนั้นเป็นสิ่งที่จะช่วยส่งเสริมซึ่งกันและกันได้ นอกจากนี้ยังจะช่วยเพิ่มแรงจูงใจในการเลือกที่จะเข้ามาพักผ่อน เพราะมีความเห็นว่าด้วยวัฒนธรรมจีนซึ่งถือเป็นเสน่ห์ของย่านอยู่แล้วเมื่อนำมาบวกเข้ากับวัฒนธรรมก็จะยิ่งช่วยส่งเสริมซึ่งกันและกันได้ยิ่งขึ้น

2.5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการนำการค้าหรือผลิตภัณฑ์จากภายนอกเข้ามาในโครงการเพื่อเชื่อมต่อระหว่างตัวอาคารกับบริบท

พบข้อสังเกต ดังนี้ การนำเสนอการค้าจากภายนอกเข้ามาเชื่อมต่อกับภายในนั้นถือว่าเป็นปัจจัยที่ควรทำอยู่แล้ว ซึ่งแนวคิดนี้จะสามารถช่วยส่งเสริมการขายให้กับโรงแรมได้ แต่ก็จะมีปัจจัยอื่นๆที่จะถูกนำมาประกอบการออกแบบเพื่อส่งเสริมการขายให้กับโครงการด้วย

2.6 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมของการนำอัตลักษณ์จีนมาใช้ในการออกแบบหรือไม่มากนักยิ่งใด พบข้อสังเกตเบื้องต้นว่าควรมีการนำอัตลักษณ์จีนมาใช้แต่ไม่ใช่ทั้งหมด และควรเป็นลักษณะของความเป็นจีนร่วมสมัยแต่เมื่อมองดูก็ควรรู้ได้ว่าเป็นจีน

2.7 จากการสัมภาษณ์และวิเคราะห์ข้อมูลในเบื้องต้นถึงรูปแบบที่มีความเหมาะสมสำหรับโครงการประเภทโรงแรมบนถนนยาวราชมากที่สุด

ตารางที่ 4.6

ความคิดเห็นของรูปแบบอาคารที่ควรนำมาใช้ในการออกแบบ

จินประเพณี	จินแบบวางเคียงกัน	บูรณาการ	แบบใหม่โดยมีพื้นฐานจากองค์ประกอบทางประเพณี	รูปแบบอื่นๆ
	เป็นรูปแบบประยุกต์ที่แสดงถึงความทันสมัยแต่ก็มีความเป็นจีนที่เด่นชัด มีการใช้องค์ประกอบที่เป็นหลังคา ซึ่งถือเป็นองค์ประกอบที่เห็นได้ชัดที่สุดรองจากประตูและหน้าต่าง (พรหมบุตร จันทโรไพ)			มีความร่วมสมัย ที่มีความเป็นจีนผสมผสาน และเน้นให้ความสำคัญกับการจัดพื้นที่ภายใน (พีรพงศ์ พงษ์ชาติ)

ที่มา: โดยผู้วิจัย

2.8 ความเห็นเกี่ยวกับการกำหนดพื้นที่ใช้สอย และรูปแบบของพื้นที่ภายใน พบข้อสังเกต ดังนี้

- ควรมีการคำนึงถึงองค์ประกอบที่เป็นจีนสอดแทรกอยู่ภายใต้ความสะดวกสบาย
- ควรมีการเชื่อมโยงระหว่างภายนอกและภายในโดยการทำให้ตัวโครงการสามารถที่จะบอกเล่าเรื่องราวของวิถีชุมชนของยาวราชผ่านการจัดพื้นที่ใช้สอยและรูปแบบของพื้นที่

2.9 แนวคิดเกี่ยวกับความเป็นไปได้ของการเพิ่มมูลค่าสำหรับโครงการที่เน้นการออกแบบให้มีความสอดคล้องกับมรดกชุมชนเมือง ซึ่งพบประเด็นที่สำคัญดังนี้

- โครงการประเภทนี้จะมีโอกาสเพิ่มมูลค่าได้ เพราะอัตลักษณ์นั้นจะแสดงถึงความพิเศษซึ่งจะช่วยเพิ่มคุณค่าและ เพิ่มมูลค่าได้ แต่จะต้องมีการคำนึงถึงปัจจัยภายนอกอื่นๆด้วยในการพิจารณาถึงแนวทางการเพิ่มมูลค่า

2.10 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการสร้างโครงการในรูปแบบนี้จะช่วยสร้างความเป็นที่ยอมรับของชุมชน พบข้อสังเกต ดังนี้

- เป็นที่ยอมรับเพราะ โรงแรมจะช่วยดึงดูดลูกค้าซึ่งจะทำให้ได้รับการตอบรับที่ดี เพราะโครงการนั้นจะสามารถช่วยเพิ่มยอดขายให้กับสินค้าในพื้นที่
- ถ้าสามารถทำออกมาได้ดีก็จะสร้างความภาคภูมิใจ และช่วยส่งเสริมการขายได้อีกด้วย

2.11 ความคิดเห็นเกี่ยวกับกลุ่มลูกค้าหลักของโครงการ ซึ่งจากการสัมภาษณ์พบข้อสังเกต ดังนี้

- ชาวต่างชาติและชาวจีนที่มีฐานะ
- กลุ่มทัวร์ที่มีฐานะ และกลุ่มนักธุรกิจ

ประเด็นที่ 3 การวิเคราะห์คุณค่า ประโยชน์ และปัญหาหรืออุปสรรคที่จะเกิดขึ้นกับแนวทางในการออกแบบสถาปัตยกรรมที่มีความสอดคล้องกับมรดกชุมชนเมืองถึงปัจจัยสำคัญที่สุดที่จะช่วยให้การพัฒนาโครงการมีโอกาสประสบความสำเร็จ

3.1 การวิเคราะห์คุณค่า ประโยชน์ และปัญหาหรืออุปสรรคที่จะเกิดขึ้นกับแนวทางในการออกแบบสถาปัตยกรรมที่มีความสอดคล้องกับมรดกชุมชนเมือง โดยแบ่งเป็น 2 ประเด็น ดังนี้

ปัจจัยที่สำคัญที่สุด คือ การส่งเสริมการขาย ปัจจัยต่อมาได้แก่ รูปแบบสถาปัตยกรรม และการจัดพื้นที่ภายใน ส่วนปัญหาและอุปสรรคที่พบที่ได้จากการสัมภาษณ์ได้แก่ โครงการในรูปแบบนี้ยังไม่ค่อยมีคนทำซึ่งอาจส่งผลให้เกิดความยากที่จะตอบว่าแบบใดจึงเหมาะสม (ไม่มากไปไม่น้อยไป) ซึ่งก็ถือเป็นความท้าทายที่เป็นปัจจัยสำคัญ

บทที่ 5

กระบวนการออกแบบ

(Design Process)

งานวิจัยมีแนวคิดที่จะศึกษาแนวทางการออกแบบโครงการประเภทโรงแรมที่แสดงอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมที่มีความสอดคล้องกับอัตลักษณ์มรดกชุมชนเมือง โดยในขั้นตอนนี้จะเป็นขั้นตอนการพัฒนาโครงการโดยใช้การวิเคราะห์และสรุปข้อมูลที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม การลงพื้นที่สำรวจและการสัมภาษณ์กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านสถาปัตยกรรม ผู้เชี่ยวชาญด้านประวัติศาสตร์จีน ผู้เชี่ยวชาญด้านวัฒนธรรมจีนและกลุ่มผู้ประกอบการเพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาโครงการและรูปแบบโครงการที่มีความสอดคล้องกับพื้นที่ซึ่งมีรายละเอียดในการศึกษา ดังนี้

บทที่ 5 กระบวนการออกแบบ (Design Process)

5.1 ปัญญาที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ (Issues Related to Design)

5.1.1 การวิเคราะห์ที่ตั้ง (Site Analysis)

5.1.2 ลักษณะทางกายภาพบริเวณเฉลิมบุรี (Physical Conditions)

5.1.3 กฎหมายและข้อบังคับต่างๆที่เกี่ยวข้อง (Regulations)

5.1.4 การศึกษาข้อมูลเชิงกายภาพเชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมโดยรอบที่ตั้งโครงการ

(Study of Architectural Characteristics of Buildings surrounding the Site)

5.2 การวิเคราะห์แนวทางการออกแบบ (Design Guidelines Analysis)

5.2.1 การผสมผสานประเภททางสถาปัตยกรรม (Typological Integration)

5.2.2 แนวทางการพัฒนาผังโครงการ (Site Planning)

5.2.3 แนวทางการพัฒนาพื้นที่ใช้สอยภายในโครงการ (Program Development)

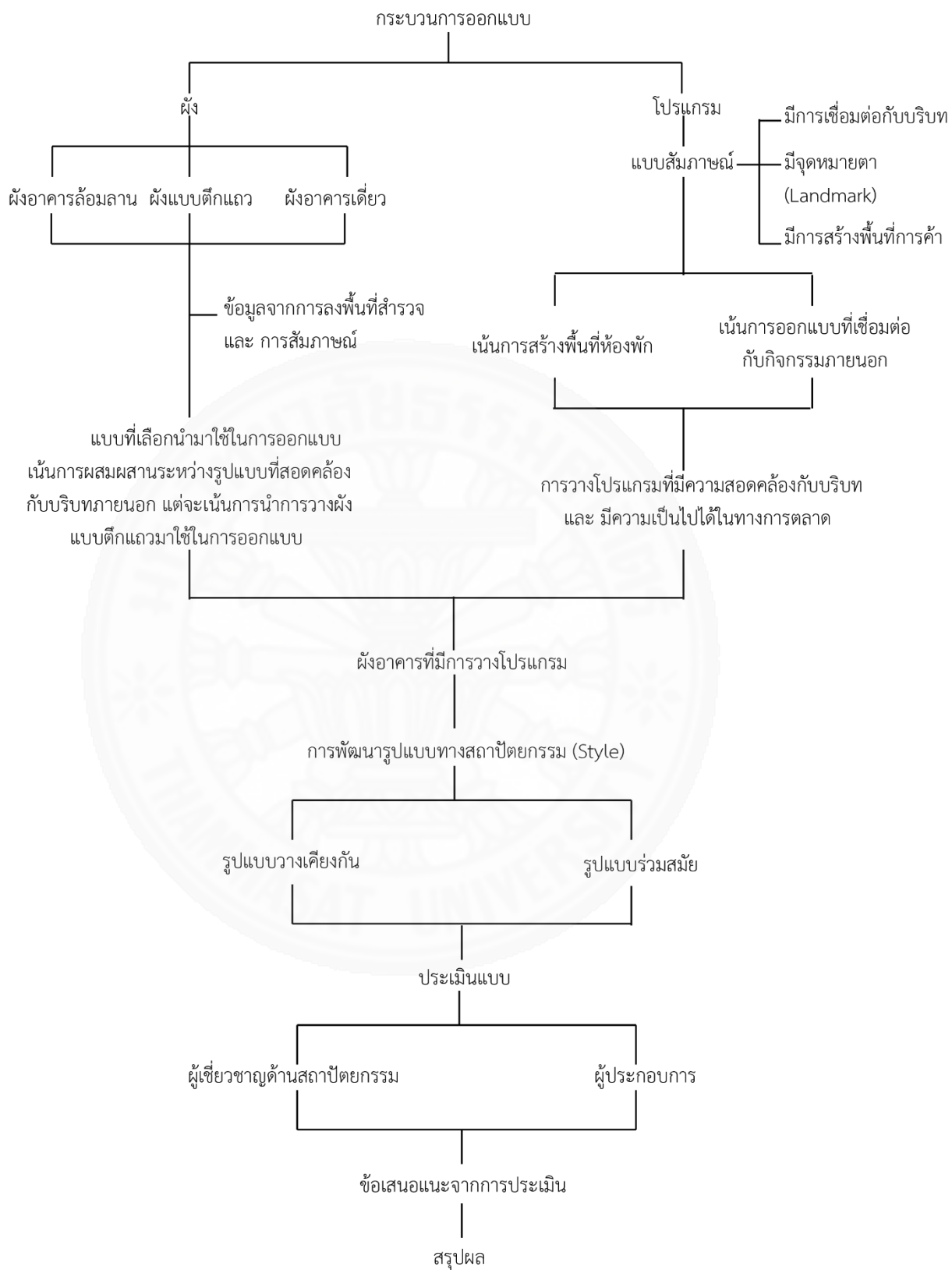
5.2.4 แนวทางการพัฒนาผังพื้นที่ (Space Planning)

5.2.5 การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ (Feasibility Study)

5.2.6 การพัฒนารูปแบบทางสถาปัตยกรรม (Architectural Style)

5.3 การประเมินรูปแบบโครงการ (Design Evaluation)





5.1 ปัญญาที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ (Issues related to Design)

การออกแบบโครงการที่เน้นการนำอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมที่มีความสอดคล้องกับที่ตั้งมาใช้ในการออกแบบนั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องศึกษาถึงลักษณะทางกายภาพของโครงการทั้งในด้านรูปธรรมและนามธรรมซึ่งจะทำให้สามารถเข้าใจถึงบริบทและสภาพแวดล้อมบริเวณรอบๆที่ตั้ง รวมไปถึงการวิเคราะห์ประเภท การใช้งาน และรูปแบบของอาคารโดยรอบที่ตั้งเพื่อให้เข้าใจและสามารถที่จะนำมาวิเคราะห์ถึงลักษณะ และรูปแบบของโครงการที่จะเกิดขึ้นได้ ซึ่งในส่วนนี้เป็นการกล่าวถึงการวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านกายภาพและปัจจัยอื่น ๆ ที่จะส่งผลต่อการออกแบบอาคาร เพื่อนำเสนอแนวทางการออกแบบสถาปัตยกรรมที่มีความสอดคล้องกับถนนเยาวราช โดยได้แบ่งประเด็นทางการศึกษาไว้ ดังนี้

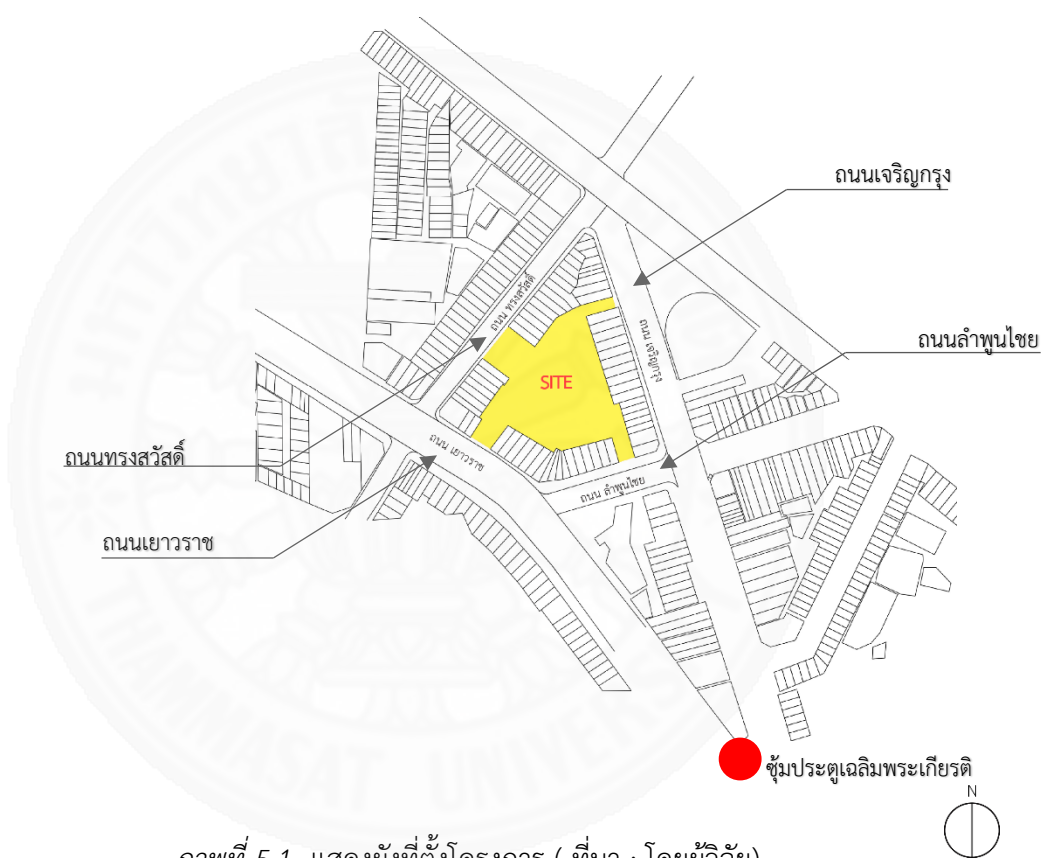
5.1.1 การวิเคราะห์ที่ตั้ง (Site Analysis)

ในงานวิจัยชิ้นนี้ได้กำหนดแนวทางในการเลือกที่ตั้งโครงการ โดยได้ตั้งเกณฑ์ในการเลือกที่ตั้ง ดังนี้

- ที่ดินว่างเปล่าที่มีขนาดที่เหมาะสมในการที่จะพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ขนาดกลาง
- ในงานวิจัยชิ้นนี้เป็นการศึกษาบนถนนเยาวราช ดังนั้นการนำเสนอแนวทางการพัฒนาที่ดินนั้นจะเน้นการเลือกที่ดินที่ติดหรือมีการเชื่อมต่อกับถนนเยาวราช
- เป็นการใช้ที่ดินที่จะทำการพัฒนาโครงการที่ไม่ทำลายอาคารดั้งเดิม บริบทและอาคารโดยรอบ
- การเลือกที่ตั้งของที่ดินจะเน้นเลือกที่ดินที่อยู่ในบริเวณตั้งแต่หัวถนนจนถึงช่วงกลางของถนนเยาวราช

จากการลงพื้นที่สำรวจพื้นที่ถนนเยาวราชเพื่อหาที่ดินที่จะใช้ในการพัฒนาโครงการ โดยใช้เกณฑ์ที่ตั้งขึ้นในการกำหนดขอบเขตโดยจากการศึกษาที่ดินบนถนนเยาวราช พบว่ามีที่ดินเปล่าแปลงหนึ่งที่มีขนาดกลางเป็นที่ดินว่างเปล่าซึ่งใช้เป็นทีจอดรถในปัจจุบันมีทางออกที่สามารถเชื่อมต่อกับถนนเยาวราชได้นอกจากนี้ยังพบว่าที่ตั้งดังกล่าวสามารถเชื่อมออกสู่ถนนเจริญกรุง และยังพบว่าที่ดินแปลงดังกล่าวนี้ยังสามารถเชื่อมโยงระหว่างถนนเยาวราชและถนนเจริญกรุงได้ด้วยถนนซอยย่อย นอกจากนี้การพัฒนาที่ดินดังกล่าวนี้สามารถที่จะนำมาพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ได้โดยไม่ต้องทำลายอาคารหรือบริบทโดยรอบจึงได้เลือกที่ดินดังกล่าวมาใช้ในการพัฒนาโครงการต่อไป

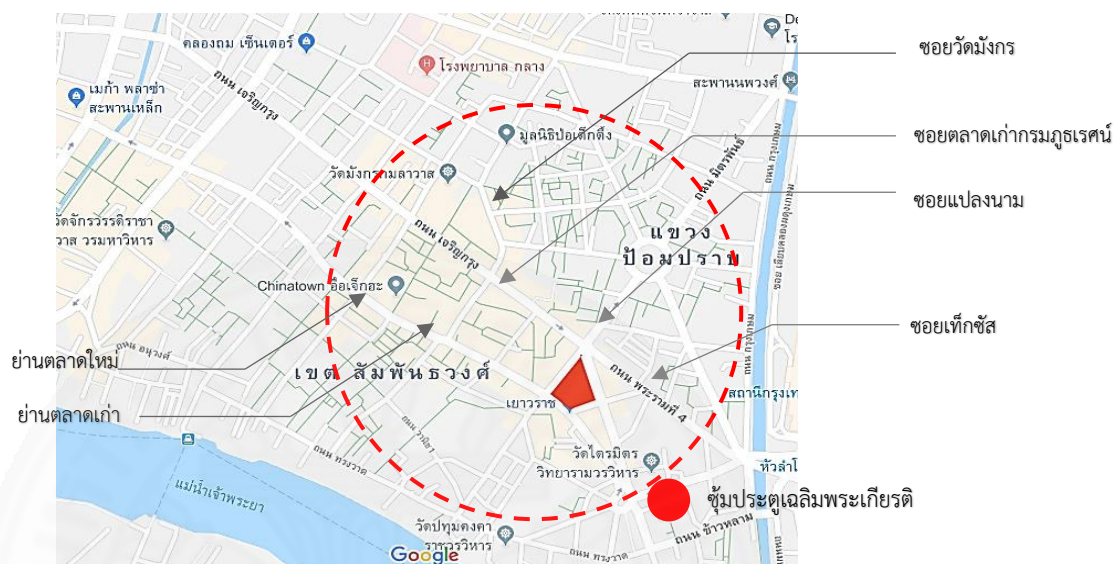
พื้นที่พัฒนาโครงการในงานวิจัยครั้งนี้ คือ พื้นที่ลานจอดรถโดยจากการศึกษาประวัติของที่ดินแปลงนี้ในอดีตนั้นพบว่าพื้นที่แห่งนี้เคยเป็น“โรงหนังเฉลิมบุรีเก่า” หรือที่นิยมเรียกกันว่า “โรงหนังสิงคโปร์” และโรงหนังแห่งนี้ยังเป็นที่ให้กำเนิด “ลอดช่องสิงคโปร์”จนทำให้คนในยุคต่อมาหลงคิดไปว่าลอดช่องคงมาจากสิงคโปร์หากแต่ที่แท้จริงแล้วลอดช่องสิงคโปร์นั้นมีต้นกำเนิดมาจากโรงหนังสิงคโปร์แห่งนี้เอง โดยที่ตั้งโครงการนี้อยู่ระหว่างถนนทรงสวัสดิ์ ถนนลำพูนไชย ซึ่งเป็นถนนย่อยและเป็นเส้นที่เชื่อมระหว่างถนนเยาวราชเข้ากับถนนเจริญกรุง



ภาพที่ 5.1 แสดงผังที่ตั้งโครงการ (ที่มา : โดยผู้วิจัย)

บริเวณแยกเฉลิมบุรีเป็นส่วนหนึ่งของพื้นที่ชุมชนย่านเยาวราชและเป็นจุดเชื่อมต่อระหว่างถนนเจริญกรุงและทางจากชุมประตูลิขิตพระเกียรติซึ่งจะเชื่อมต่อไปยังย่านการค้าซึ่งถือเป็นธุรกิจที่สำคัญของถนนเยาวราช อีกทั้งช่วงแยกเฉลิมบุรินั้นยังเป็นจุดเริ่มต้นในการเข้าถึงพื้นที่ ๆ ผสมผสานทั้งความเป็นย่านธุรกิจการค้า ย่านที่พักอาศัย และเป็นย่านที่แสดงให้เห็นวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชาวจีนโพ้นทะเลในไทย

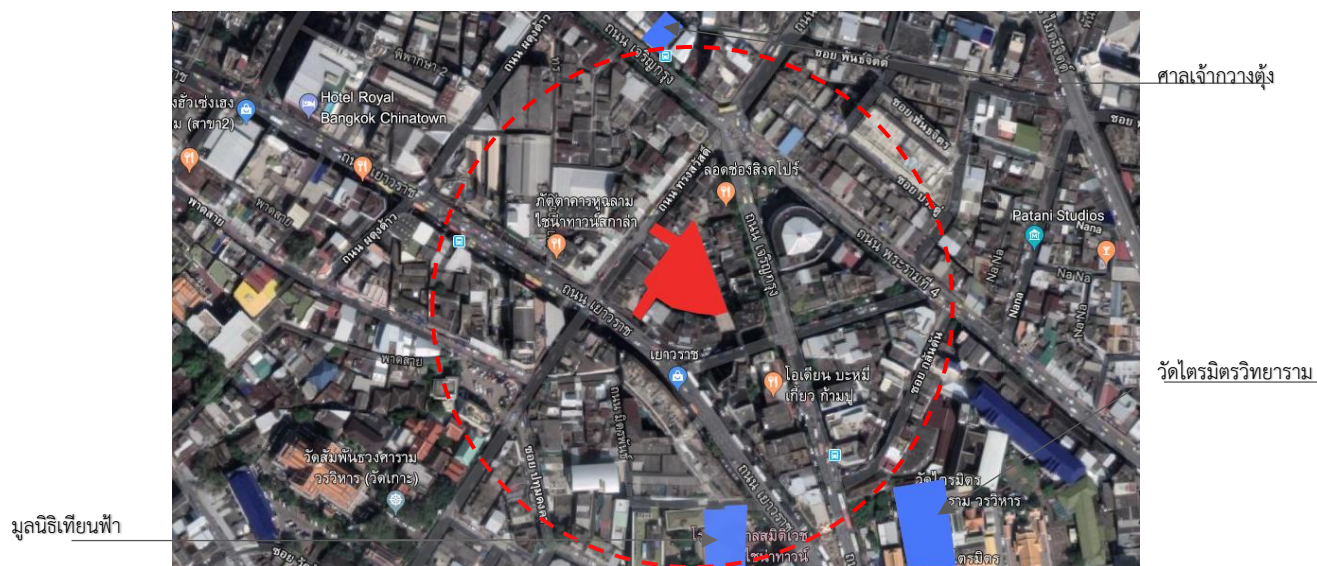
นอกจากนี้บนถนนเยาวราชยังประกอบไปด้วยกิจกรรมที่สำคัญและมีความแตกต่างกันไปตามบล็อกถนนทั้งโซนที่เป็นย่านการค้าต่าง ๆ โซนตลาด โซนย่านการค้าปลีกและส่ง รวมถึงย่านท่องเที่ยวที่โดดเด่นและถือเป็นเอกลักษณ์ของถนนเยาวราช



ภาพที่ 5.2 แสดงผังและย่านที่สำคัญโดยรอบถนนเยาวราช (ดัดแปลงโดยผู้วิจัย)

นอกจากการศึกษาย่านที่สำคัญแล้ว ผู้วิจัยยังได้ทำการศึกษาลักษณะทางกายภาพทางด้านที่ตั้งที่มีความสัมพันธ์กับบริบทชุมชนเมืองในด้านต่าง ๆ ซึ่งจะส่งผลต่อการศึกษารูปแบบทางสถาปัตยกรรมที่สอดคล้องกับมรดกชุมชนเมือง ซึ่งประกอบด้วยประเด็น ดังต่อไปนี้

- ย่านศาสนสถาน เนื่องจากพื้นที่ไชน่าทาวน์หรือ เยาวราชนั้นถือเป็นแหล่งชุมชนของชาวไทยเชื้อสายจีนเป็นส่วนใหญ่ จึงถือได้ว่าปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดอาคารประเภทศาสนสถานทั้งวัดของทางพุทธศาสนาและศาลเจ้าของชาวจีน



ภาพที่ 5.3 แสดงตำแหน่งของศาสนสถานโดยรอบที่ตั้งโครงการ (ดัดแปลงโดยผู้วิจัย)

- โรงแรมและสถานที่พักแรม สำหรับย่านไชน่าทาวน์ซึ่งเป็นย่านท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมของนักท่องเที่ยว และเป็นสิ่งที่ส่งผลต่อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว โดยเฉพาะธุรกิจประเภทโรงแรมถือเป็นปัจจัยสำคัญที่รองรับการเข้ามาของนักท่องเที่ยว จากการสำรวจพบว่าธุรกิจประเภทโรงแรมนั้นจะเกาะเป็นกลุ่มๆตามโซนต่างๆบนถนนเยาวราช โดยรูปแบบที่พักส่วนใหญ่จะเป็นโรงแรมขนาดกลางขึ้นไปที่มีจำนวนห้องพักตั้งแต่ 70 ห้องขึ้นไป สำหรับโรงแรมที่ตั้งอยู่ใกล้กับที่ตั้งโครงการนั้นประกอบด้วย 3 แห่ง ได้แก่ โรงแรมเซียงไฮ้แมนชั่น โรงแรมนิวเอ็มไพร์ และโรงแรมไชน่าทาวน์



ภาพที่ 5.4 แสดงตำแหน่งของโรงแรมโดยรอบที่ตั้งโครงการ
(ที่มา Google Inc., 2017 ดัดแปลงโดยผู้วิจัย)

นอกจากกิจกรรม และย่านที่สำคัญของถนนเยาวราชแล้วนั้นเยาวราชยังประกอบไปด้วยร้านค้าย่อย ๆ ที่มีความหลากหลายมารวมเข้าด้วยกัน และมีรูปแบบการค้าที่แตกต่างกันตามโซนต่างๆ และประกอบกับการที่ถนนเยาวราชนั้นประกอบไปด้วยกิจกรรม การค้า และสิ่งที่น่าสนใจทำให้ระยะทางการเดินไปยังที่ต่าง ๆ นั้นถือว่าไม่ได้ยากลำบากมากนักและเป็นระยะที่เดินถึงกันได้ไม่ยากจนเกินไปทำให้กิจกรรมที่เกิดขึ้นบนท้องถนนนั้นจึงถือเป็นแหล่งดึงดูดใจและเส้นทางท่องเที่ยวตลอดสาย

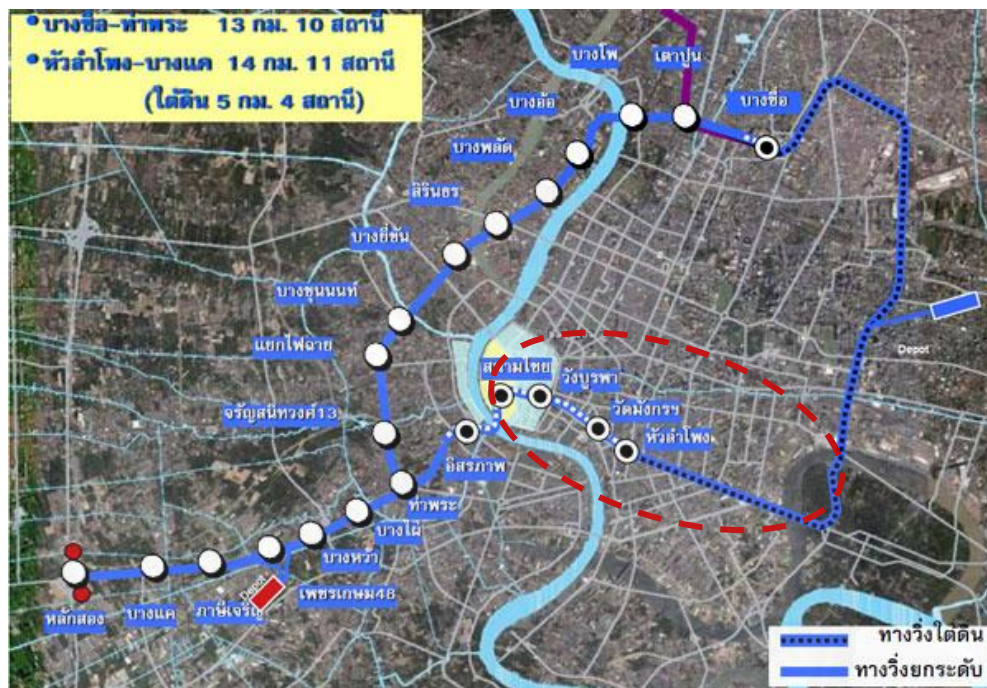


ภาพที่ 5.5 แสดงตำแหน่งย่านกิจกรรมและการค้าต่างๆรอบที่ตั้งโครงการ
(ที่มา Google Inc., 2017 ดัดแปลงโดยผู้วิจัย)

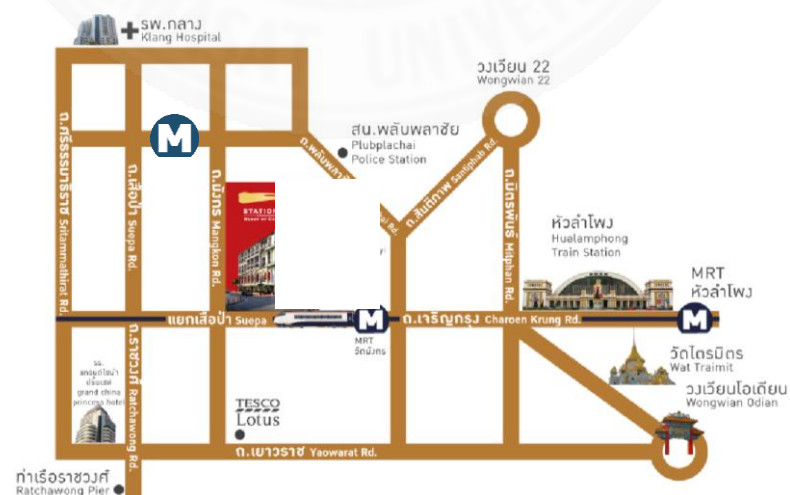
ข้อสรุปจากการวิเคราะห์บริบทของพื้นที่

ลักษณะทางกายภาพของพื้นที่เยาวราชที่ได้นำเสนอไปข้างต้นนั้น แสดงให้เห็นว่าพื้นที่เยาวราชนี้ยังคงรักษาไว้ซึ่งเอกลักษณ์เฉพาะของย่านชาวจีนโพ้นทะเลเอาไว้และเหล่านี้องค์ที่ทำให้พื้นที่เยาวราชยังคงเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญและโดดเด่นที่ดึงดูดคนเข้ามาเป็นจำนวนมาก แม้ว่าในปัจจุบันนี้จะมีปัญหาเรื่องการจราจรและการเข้าถึงพื้นที่ที่ยังขาดการจัดการอย่างเป็นระบบที่ส่วนหนึ่งนั้นเป็นปัจจัยในเรื่องของความแออัดของพื้นที่ ๆ ส่งผลให้เกิดความหนาแน่นและ การจราจรติดขัด จึงเป็นที่มาของการสร้างระบบขนส่งทางรางเข้ามาในพื้นที่ที่กำลังมีการดำเนินการก่อสร้างโครงการรถไฟฟ้าสายสีน้ำเงินที่เป็นส่วนต่อขยายจากช่วงหัวลำโพง – บางแคตั้งแต่ช่วงสถานีวัดมังกรกมลาวาสที่จะแล้วเสร็จในปี พ.ศ. 2562 เพื่อแก้ไขปัญหาการจราจรและอำนวยความสะดวกในการ

เข้าถึงพื้นที่อีกทั้งจะส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงในเรื่องของการใช้ประโยชน์ที่ดินในระยะ 500 ม.จาก สถานีรถไฟฟ้าซึ่งอาจจะส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของอาคารจนกลายเป็นอาคารสูงไป นอกจากนี้ การอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงพื้นที่แล้วปัจจัยดังกล่าวนี้ยังเป็นส่วนสำคัญที่จะช่วยส่งเสริม ศักยภาพของพื้นที่และย่านการท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน



ภาพที่ 5.6 แสดงผังโครงการรถไฟฟ้าสายสีน้ำเงิน (ที่มา: บริษัททางด่วนและรถไฟฟ้ากรุงเทพ จำกัด (ดัดแปลงโดยผู้วิจัย))



ภาพที่ 5.7 แสดงผังโครงการรถไฟฟ้าสายสีน้ำเงินบริเวณถนนเยาวราช (ที่มา: บริษัททางด่วนและรถไฟฟ้ากรุงเทพ จำกัด (ดัดแปลงโดยผู้วิจัย))

นอกจากความสะดวกสบาย และการใช้ประโยชน์ที่ดินแล้วการที่เกิดสถานีรถไฟฟ้าโดยรอบนั้นยังเป็นการเชื่อมต่อย่านท่องเที่ยวที่สำคัญโดยรอบโดยเฉพาะช่วงสถานีวัดมังกรกมลาวาส วังบูรพา และช่วงสถานีสนามไชย ที่ถือได้ว่าการขนส่งระบบรางนี้จะเป็นจุดเชื่อมโยง Node การท่องเที่ยวต่าง ๆ และในอนาคตนั้นระบบขนส่งนี้จะสามารถเชื่อมต่อไปยังพื้นที่ต่างๆทั้งในกรุงเทพมหานครและ ต่างจังหวัด ผ่านสถานีหัวลำโพงได้อีกด้วย

5.1.2 ลักษณะทางกายภาพบริเวณเฉลิมบุรี (Physical Conditions)

ผลการศึกษาพื้นที่รอบโครงการเฉพาะบริเวณแยกเฉลิมบุรีนั้น พบว่าบริเวณที่ตั้งโครงการนั้นประกอบไปด้วยทั้งถนนซอยและถนนหลักในการเชื่อมต่อระหว่างทั้งถนนซอยทั้ง 2 ด้านเข้ากับถนนเยาวราช และถนนเจริญกรุง และยังเป็นถนนคนเดินที่เชื่อมต่อไปยังย่านการค้า และย่านที่สำคัญอื่นๆบนถนนเยาวราช โดยเอกลักษณ์ที่ชัดเจนในบริเวณนี้ ได้แก่ รูปแบบการค้าที่เป็นการค้าขายแบบเปิดหน้าร้าน แต่สภาพโดยรอบและบริบทของพื้นที่เฉลิมบุรีนั้นมีทั้งรูปแบบดั้งเดิมที่ค่อนข้างจะทรุดโทรมและ ที่ได้รับการทาสี และตกแต่งด้านหน้าโดยเฉพาะช่องเปิดและทางเข้าอาคาร หากแต่ก็ยังคงไว้ซึ่งรูปแบบอาคารที่ถูกสร้างขึ้นตั้งแต่ในอดีตที่ยังคงได้รับการรักษาไว้โดยผู้เช่าได้ค่อนข้างดี จะมีเพียงบางส่วนที่ถูกแปรสภาพไป แต่โดยส่วนมากนั้นก็ยังรักษาสภาพตึกแถวในยุคอาณานิคมในยุคดั้งเดิม ที่มีความสูง 2 ชั้นมีเพียงบางส่วนที่ได้รับการต่อเติมหากแต่ตัวอาคารหลักนั้นก็จะมีอายุตั้งแต่ 80 ปีขึ้นไปเป็นส่วนมากแต่เมื่อมองในภาพรวมนั้นก็จะยังคงเห็นความกลมกลืนที่ทำให้พื้นที่แห่งนี้มีเอกลักษณ์เฉพาะเอาไว้ ซึ่งส่วนหนึ่งนั้นเกิดจากการที่ ที่ดินในบริเวณดังกล่าวนี้เป็นพื้นที่ของทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ซึ่งส่งผลให้เกิดข้อจำกัดรูปแบบการพัฒนาพื้นที่ประกอบกับการคงอยู่ของวัฒนธรรม วิถีชีวิต การค้า รวมไปถึงกิจกรรมที่ชาวจีนโพ้นทะเลในเยาวราชนั้นยังคงรักษาเอาไว้อย่างต่อเนื่อง



ภาพที่ 5.8 แสดงรูปแบบอาคารบริเวณรอบที่ตั้งโครงการ (ที่มา:โดยผู้วิจัย)

อาคารโดยรอบที่ตั้งโครงการนั้นส่วนใหญ่เป็นอาคารประเภทตึกแถว มีเพียงส่วนน้อยที่เป็นอาคารเดี่ยว สำหรับอาคารประเภทตึกแถวในบริเวณนี้นั้นโดยมากจะเป็นอาคารที่มีลักษณะดั้งเดิม นับตั้งแต่ยุคเริ่มต้นการก่อสร้างอาคารแต่จะมีบางส่วนที่ได้รับการบูรณะให้ใกล้เคียงกับของเดิม เช่น การใช้สีและรูปแบบประตูหน้าต่าง แต่จะมีบางส่วนที่ถูกต่อเติมจากอาคารเดิมทั้งการต่อเติมความสูง การเปลี่ยนแปลงวัสดุการก่อสร้าง โดยมากที่มีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม คือเปลี่ยนวัสดุจากการใช้ไม้ไปเป็นการใช้ปูนหรือการใช้กระจกเพื่อตอบสนองการใช้งานในยุคปัจจุบันและเนื่องด้วยปัจจุบันนี้ไม่ได้กลายเป็นวัสดุที่หาง่ายดังเช่นเมื่อก่อน เป็นต้น ส่วนอาคารประเภทที่เป็นอาคารเดี่ยวนั้นโดยมากจะเป็นอาคารที่ถูกสร้างขึ้นใหม่และเน้นการใช้วัสดุสมัยใหม่ และการทำให้อาคารมีรูปแบบที่ทันสมัยตามการใช้งานในปัจจุบัน

การใช้งานทางสถาปัตยกรรมของอาคารโดยรอบที่ตั้งโครงการนั้นโดยมากจะเป็นอาคารประเภทร้านค้าปลีกและอาคารที่ใช้เป็นบริษัท จำกัดหรือร้านค้าปลีกส่ง กึ่งพักอาศัยเป็นส่วนมาก และกลุ่มที่เป็นร้านค้าแบบมีการเปิดขายของหน้าร้านซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นร้านขายยาจีนหรือวัตถุดิบที่เป็นสินค้าท้องถิ่นของชาวจีนเป็นกลุ่มที่พบรองลงมา ส่วนร้านค้าอื่นๆนั้นจะเป็นกลุ่มที่เป็นร้านอาหารทั้ง 2 ชั้นและที่เป็นร้านค้าประเภทร้านค้าแผงลอย



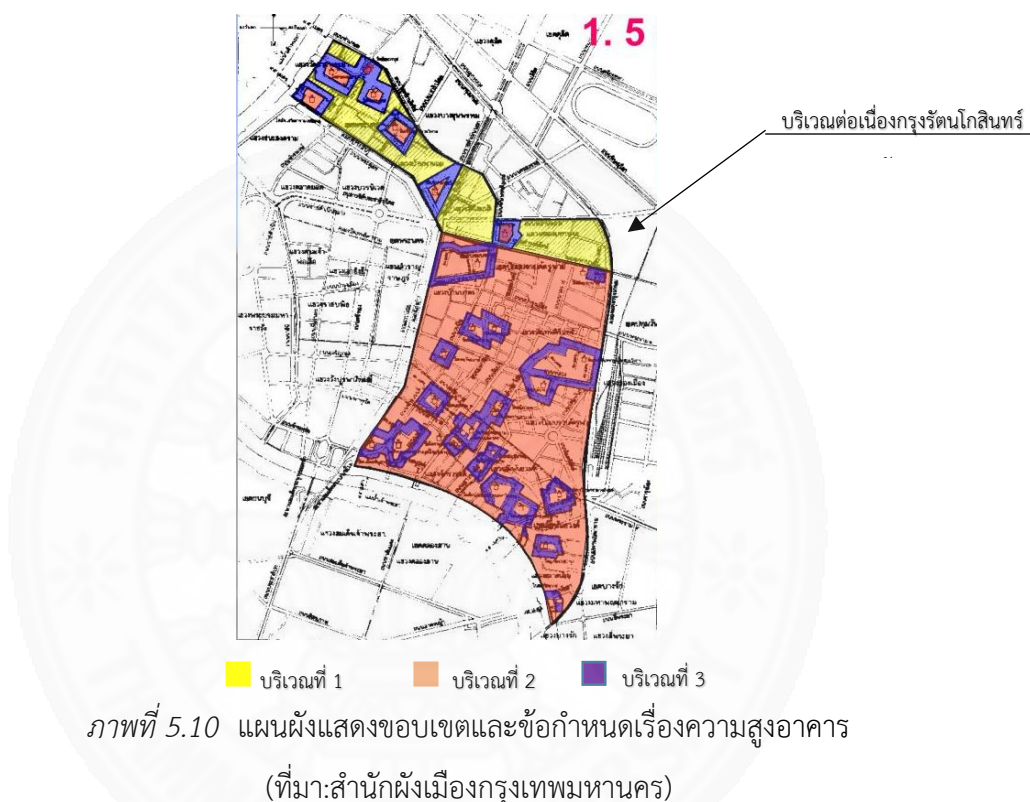
ภาพที่ 5.9 แสดงการใช้งานอาคารบริเวณรอบที่ตั้งโครงการ (ที่มา:โดยผู้วิจัย)

5.1.3 กฎหมายและข้อบังคับต่างๆที่เกี่ยวข้อง (Regulations)

การศึกษากฎหมายที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยในครั้งนี้จะเป็นการศึกษากฎหมายที่เกี่ยวข้องกับข้อจำกัดของการใช้พื้นที่ ข้อจำกัดในด้านความสูง กฎหมายที่ใช้เฉพาะในบริเวณพื้นที่โครงการ และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบอาคารประเภทโรงแรม รวมถึงข้อจำกัดในการออกแบบอาคาร ซึ่งในงานวิจัยชิ้นนี้นั้นได้กำหนดขอบเขตการศึกษากฎหมายที่เกี่ยวข้องดังนี้ ข้อบังคับทางด้านผังเมืองรวมกรุงเทพมหานคร ข้อบัญญัติกรุงเทพมหานคร ข้อบังคับด้านการใช้ที่ดิน กฎหมายท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องกับการใช้งานพื้นที่และอาคาร และกฎหมายอาคาร

ตามข้อบัญญัติกรุงเทพมหานครปี พ.ศ. 2542 สำหรับพื้นที่แขวงวัดสามพระยา แขวงวัดพานถม เขตพระนคร แขวงวัดโสมนัส แขวงบ้านบาตร แขวงคลองมหานาค แขวงวัดเทพศิรินทร์ แขวงป้อมปราบศัตรูพ่าย เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย แขวงสัมพันธวงศ์ แขวงจักรวรรดิ แขวงตลาดน้อย และพื้นที่เขตสัมพันธวงศ์ นั้นข้อบัญญัติกรุงเทพมหานครได้มีการกำหนดบริเวณห้ามก่อสร้างและดัดแปลงอาคารอาคารในบางชนิดหรือบางประเภท ซึ่งถือเป็นกฎหมายท้องถิ่นที่ควบคุมเฉพาะพื้นที่นั้นๆเพื่อที่จะควบคุมความสูงของอาคาร เนื่องจากพื้นที่บริเวณถนนเยาวราชนั้นถือเป็นย่าน

ประวัติศาสตร์ที่มีคุณค่าทั้งด้านวัฒนธรรม และประวัติศาสตร์รวมถึงเป็นพื้นที่ต่อเนื่องกับพื้นที่เกาะรัตนโกสินทร์ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีคุณค่าทางด้านประวัติศาสตร์ ดังนั้นจึงมีการวางข้อกำหนดการสร้างอาคารเพื่อควบคุมไม่ให้อาคารที่เกิดขึ้นนั้นเกิดความไม่สอดคล้องกับอาคารหรือสิ่งปลูกสร้างเดิมของพื้นที่นั้นๆ โดยข้อกำหนดด้านการจำกัดความสูงของอาคารตามข้อบัญญัติกรุงเทพมหานครนั้น แบ่งได้เป็น 3 บริเวณซึ่งมีการกำหนดความสูงไว้ดังนี้



บริเวณที่ 1 ห้ามสร้างอาคารที่มีความสูงเกิน 20 เมตร

บริเวณที่ 2 ห้ามสร้างอาคารที่มีความสูงเกิน 37 เมตร

บริเวณที่ 3 ห้ามสร้างอาคารที่มีความสูงเกิน 16 เมตร

สำหรับพื้นที่บริเวณโดยรอบของแยกเฉลิมบุรีนั้นตั้งอยู่ในพื้นที่บริเวณที่ 2 คือห้ามสร้างอาคารที่มีความสูงเกิน 37 เมตร ส่วนในประเด็นเรื่องการใช้ประโยชน์ที่ดินนั้นตาม ผังเมืองรวมกรุงเทพมหานครฉบับ พ.ศ. 2556 นั้นได้กำหนดให้พื้นที่เขตสัมพันธวงศ์เป็นย่านพาณิชยกรรม (พ.3) เพื่อวัตถุประสงค์การใช้ประโยชน์ที่ดินให้ โดยสำหรับพื้นที่ พ.3 นั้นมีวัตถุประสงค์ให้เป็นพื้นที่เพื่อการ

ประกอบการพาณิชย์กรรม เป็นศูนย์พาณิชย์กรรมของเมืองเพื่อรองรับการประกอบกิจการธุรกิจการค้า รวมถึงการบริการโดยมีการกำหนดการใช้ประโยชน์ที่ดินเกี่ยวกับอาคารประเภทต่าง ๆ ไว้ ดังนี้ ตารางที่ 5.1

แสดงข้อกำหนดการใช้ที่ดินในระยะ 500 เมตรรอบสถานีรถไฟฟ้าขนส่งมวลชน

การใช้ประโยชน์ที่ดิน	พ.3
อาคารประเภทที่อยู่อาศัยรวม	
ที่อยู่อาศัยประเภทอาคารอยู่อาศัยรวมพื้นที่ไม่เกิน 10,000 ตารางเมตร	2
ที่อยู่อาศัยประเภทอาคารอยู่อาศัยรวมเกินพื้นที่เกิน 10,000 ตารางเมตร	3
อาคารเพื่อการพาณิชย์กรรม	
พาณิชย์กรรมพื้นที่ไม่เกิน 10,000 ตารางเมตร	1
พาณิชย์กรรมพื้นที่เกิน 10,000 ตารางเมตร	3
อาคารสำนักงาน	
สำนักงานพื้นที่ไม่เกิน 10,000 ตารางเมตร	2
สำนักงานพื้นที่เกิน 10,000 ตารางเมตร	3
โรงแรม	
โรงแรมเกิน 80 ห้อง	2
ตลาด	
ตลาดพื้นที่ไม่เกิน 2,500 ตารางเมตร	1
ตลาดพื้นที่ไม่เกิน 5,000 ตารางเมตร	3
สถานบริการ	
สถานบริการน้ำมันเชื้อเพลิง	1
สถานบริการก๊าซธรรมชาติ	1
สถานีขนส่งผู้โดยสาร	2
ศูนย์ประชุม / อาคารแสดงสินค้า / นิทรรศการ	3
สวนสนุก	3
สถานศึกษาระดับอุดมศึกษา / อาชีวศึกษา	2
การซื้อขาย / เก็บชิ้นส่วนเครื่องจักรกลเก่า	2

ที่มา: สำนักผังเมืองกรุงเทพมหานคร (ดัดแปลงโดยผู้วิจัย)

- เงื่อนไขการสร้างอาคาร

1 = เงื่อนไขของอาคารประเภทนั้นๆต้องตั้งอยู่ริมถนนที่มีเขตทางไม่น้อยกว่า 12 เมตร หรืออยู่ในระยะ 500 ม. จากสถานีรถไฟฟ้าขนส่งมวลชน

2 = เงื่อนไขของอาคารประเภทนั้นๆต้องตั้งอยู่ริมถนนที่มีเขตทางไม่น้อยกว่า 16 เมตร หรือ
อยู่ในระยะ 500 ม. จากสถานีรถไฟฟ้ามหานคร

3 = เงื่อนไขของอาคารประเภทนั้นๆต้องตั้งอยู่ริมถนนที่มีเขตทางไม่น้อยกว่า 30 เมตร หรือ
อยู่ในระยะ 500 ม. จากสถานีรถไฟฟ้ามหานคร

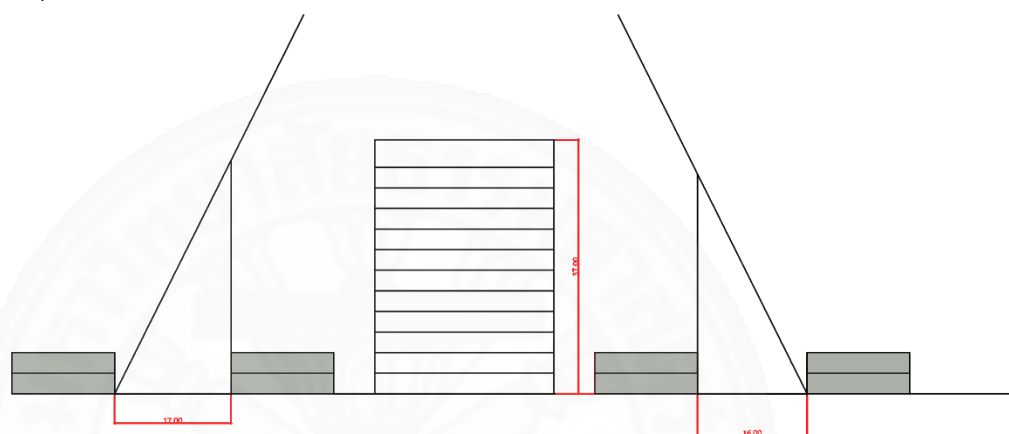
นอกจากนี้ยังได้มีการกำหนดอัตราส่วนอาคารรวมต่อพื้นที่ดิน (F.A.R) ไว้สูงสุดอยู่ที่ 7 สำหรับที่ดินอยู่ในรัศมี 500 เมตรจากแนวรถไฟฟ้า ส่วนอัตราส่วนพื้นที่ว่างต่ออาคาร (O.S.R) ในพื้นที่นั้นได้กำหนดให้มีค่าอยู่ที่ร้อยละ 4.5 สำหรับพื้นที่ตั้งโครงการซึ่งตั้งอยู่ในรัศมี 500 เมตรจากแนวรถไฟฟ้าทำให้นอกจากจะมีค่าอัตราส่วนอาคารรวมต่อพื้นที่ดิน (F.A.R) ได้เท่ากับ 7 แล้วอาคารที่สร้างนั้นยังสามารถเป็นอาคารขนาดใหญ่ได้

ในส่วนของกฎหมายควบคุมการก่อสร้างอาคารนั้นจะเป็นไปตามมาตรฐานการควบคุมการสร้างอาคาร ตามพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ.2522 กฎกระทรวงฉบับที่ 33 พ.ศ.2535 และกฎกระทรวงฉบับที่ 55 พ.ศ.2543 เป็นหลักซึ่งข้อกำหนดที่เป็นใจความสำคัญของกฎหมายทั้ง 3 ฉบับนั้นจะว่าด้วยแนวทางการพัฒนาอาคาร โอกาสในการพัฒนารวมไปถึงขนาดโครงการและ ความสูงของอาคาร ซึ่งสำหรับพื้นที่โดยรอบเยาวราช ซึ่งเป็นย่านที่มีความแออัดค่อนข้างสูงทำให้มีข้อจำกัดในการใช้พื้นที่ ดังนั้นประเภทอาคารที่จะมีความเกี่ยวข้องจะเป็นมากกว่าแค่อาคารสูงแต่จะเชื่อมโยงไปถึงการสร้างอาคารประเภทตึกแถวด้วย

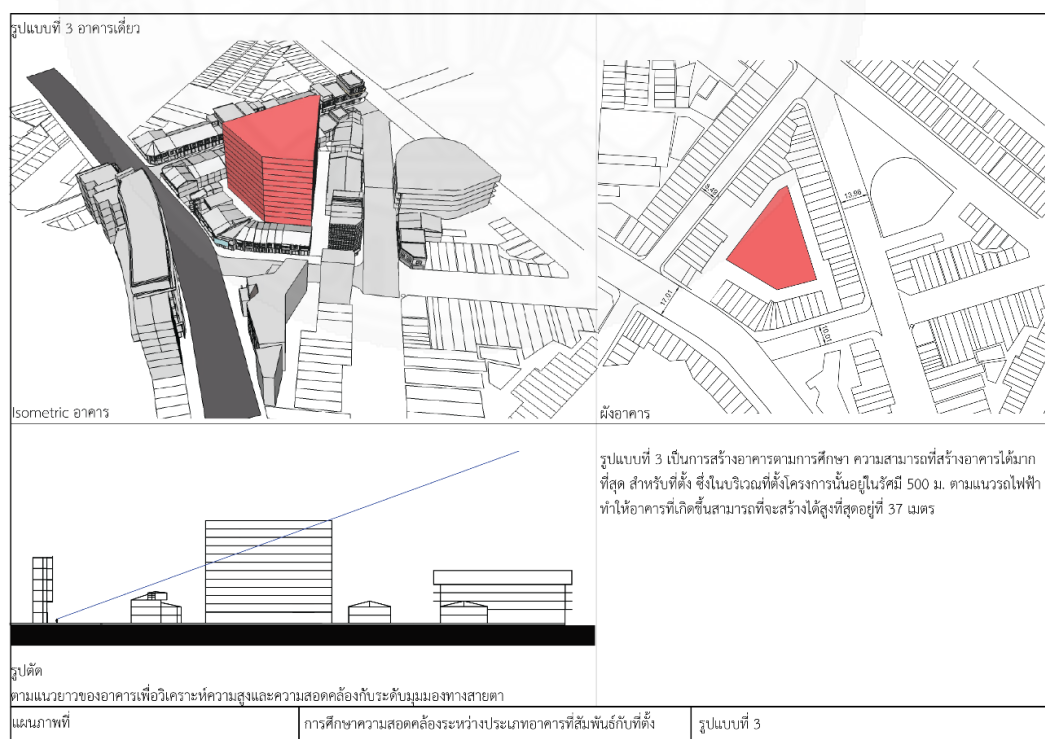
ในงานวิจัยชิ้นนี้จึงได้เน้นการศึกษากฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการสร้างอาคารเป็น 2 ประเภทได้แก่

- **อาคารสูงและอาคารขนาดใหญ่พิเศษ** จะมีความเกี่ยวข้องกับกฎกระทรวงฉบับที่ 33 (แก้ไขเพิ่มเติมโดยกฎกระทรวงฉบับที่ 42 ในปี พ.ศ.2537 และกฎกระทรวงฉบับที่ 50 ในปี พ.ศ.2540) โดยมีข้อกำหนดไว้ดังนี้ กำหนดให้อาคารที่มีความสูงตั้งแต่ 23 ขึ้นไปจะต้องมีที่ดินด้านใดด้านหนึ่งมีความกว้างไม่น้อยกว่า 12 ม.ที่ต้องติดกับถนนสาธารณะ โดยที่ถนนสาธารณะนั้นจะต้องกว้างไม่น้อยกว่า 10 ม. และในกรณีที่อาคารมีพื้นที่รวมกันมากกว่า 30,000 ตารางเมตร ถนนจะต้องมีความกว้างไม่น้อยกว่า 18 ม. และได้กำหนดให้มีระยะร่นรอบอาคารที่มีความกว้างไม่น้อยกว่า 6 ม.เพื่อให้รถดับเพลิงสามารถเข้าถึงได้ และยังได้กำหนดค่า F.A.R (Floor Area Ratio) ไว้สูงสุดที่ 10 และค่า O.S.R หรือพื้นที่ว่างรอบอาคารไว้เป็น 30% สำหรับอาคารที่ใช้เพื่ออยู่อาศัย และ 10% สำหรับ

อาคารในประเภทอื่น ๆ รวมถึงในกฎกระทรวงยังได้อธิบายถึงความสูงของอาคารที่สามารถสร้างได้นอกจากตามข้อบัญญัติกรุงเทพมหานครแล้วในกฎกระทรวงฉบับที่ 55 ได้กำหนดให้ความสูงของอาคารที่สามารถทำได้นั้นจะขึ้นอยู่กับความกว้างถนน เนื่องจากกฎหมายกำหนดให้ความสูงของอาคารต้องไม่เกิน 2 เท่าของระยะราบโดยวัดจากจุดตั้งฉากกับแนวเขตด้านตรงข้ามของถนนสาธารณะที่ใกล้กับอาคารที่จะทำการสร้างมากที่สุด



ผัง + ตึก 3 มิติ 4 ด้าน



ภาพที่ 5.11 ความสูงของอาคารที่สามารถสร้างได้ของโครงการ (ที่มา:ผู้วิจัย)

สำหรับพื้นที่ตั้งโครงการที่มีความกว้างของถนนไม่เท่ากันทั้ง 4 ด้านและหากพิจารณาทั้งข้อบัญญัติกรุงเทพมหานครที่ได้กำหนดความสูงอาคารประกอบกับกฎกระทรวงฉบับที่ 55 แล้วจะสามารถสร้างขอบเขตของอาคารที่สามารถสร้างได้ (ตามภาพที่ 5.11) สำหรับที่ตั้งโครงการนี้ที่ตามข้อบัญญัติกรุงเทพมหานครที่กำหนดให้พื้นที่ดังกล่าวสร้างได้ 37 เมตรนั้นทำให้ระยะความสูงตามกฎหมายอาคารที่กำหนดให้ความสูงของอาคารเป็น 2 เท่าของระยะรabanนั้นไม่ได้มีผลโดยตรงเนื่องจากถูกจำกัดความสูงด้วยข้อบัญญัติกรุงเทพมหานคร

- **อาคารประเภทตึกแถว** สำหรับบริเวณแยกเฉลิมบุรีซึ่งเป็นที่ตั้งของโครงการนั้นประกอบไปด้วยอาคารประเภทตึกแถวโดยรอบ ดังนั้นในการศึกษาแนวทางการออกแบบที่สอดคล้องนั้นจะต้องมีการศึกษาถึงความเป็นไปได้และข้อจำกัดของการสร้างอาคารประเภทตึกแถว โดยกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการสร้างอาคารประเภทตึกแถวได้แก่กฎกระทรวงฉบับที่ 55 ว่าด้วยเรื่องอาคารประเภทห้องแถว ตึกแถวและบ้านแถว ซึ่งได้กำหนดมาตรฐานการควบคุมอาคารไว้ในประเด็นที่สำคัญๆ ดังนี้
 1. ความกว้างของอาคารประเภทตึกแถวจะต้องกว้างไม่น้อยกว่า 4 เมตรโดยวัดจากแนวกึ่งกลางของเสาจากด้านหนึ่งไปยังอีกด้านหนึ่ง และมีพื้นที่ชั้นล่างของแต่ละคูหาไม่น้อยกว่า 30 ตารางเมตร
 2. อาคารประเภทตึกแถวสามารถสร้างต่อเนื่องกันได้ไม่เกิน 10 คูหาและมีความยาวรวมไม่เกิน 40 เมตร ไม่ว่าจะเป็นอาคารเจ้าของเดียวกันหรือมีการใช้โครงสร้างร่วมกันหรือไม่ก็ตาม
 3. ตึกแถวที่สร้างติดต่อกันต้องมีผนังกันไฟกันทุกๆ 5 คูหา กรณีที่หลังคาสร้างด้วยวัสดุไม่ทนไฟจะต้องมีผนังกันไฟสูงขึ้นเหนือหลังคาไม่น้อยกว่า 30 เซนติเมตร
 4. ระดับพื้นชั้นล่างของตึกแถวจะต้องสูงกว่าระดับถนนสาธารณะ 25 เซนติเมตร หรือ สูงกว่าทางเท้า 10 เซนติเมตร
 5. ระยะร่นด้านหน้าตึกแถวในกรณีที่ตึกแถวไม่ได้ติดถนนสาธารณะนั้น จะต้องมีการเว้นพื้นที่หน้าอาคารไม่น้อยกว่า 6 เมตรและต้องมีที่ว่างด้านหลังไม่น้อยกว่า 3 เมตร

6. ดึกแถวที่มีด้านข้างใกล้เขตที่ดินของผู้อื่น ต้องมีการเว้นที่ว่างด้านหน้าไม่น้อยกว่า 2 เมตร เว้นแต่จะเป็นกรก่อสร้างเพื่อทดแทนอาคารเดิม และพื้นที่น้อยกว่าพื้นที่อาคารเดิมและมีความสูงไม่เกิน 15 เมตร

สรุปข้อกำหนดที่จะเกี่ยวข้องกับการออกแบบโครงการประเภทโรงแรมย่านเฉลิมบุรี

ตารางที่ 5.2

แสดงการสรุปข้อกำหนดที่จะเกี่ยวข้องกับการออกแบบโครงการประเภทโรงแรมบริเวณโรงแรมเฉลิมบุรีเก่า

หัวข้อ	ข้อกำหนดตามกฎหมาย
ลักษณะ/ความเป็นไปได้ของอาคาร	สำหรับโครงการซึ่งตั้งอยู่ในระยะรัศมี 500 เมตร รอบสถานีรถไฟฟ้าขนส่งมวลชน นั้นสามารถที่จะสร้างอาคารที่มีขนาดเกิน 10,000 ตารางเมตรและอาคารบางประเภทตามตารางที่ - อาคารที่สูงตั้งแต่ 3 ชั้นขึ้นไป อาคารสาธารณะ อาคารขนาดใหญ่ ต้องทำด้วยวัสดุถาวรที่เป็นวัสดุทนไฟ ซึ่งในการสรุปนั้นจะแบ่งเป็นอาคารสูง อาคารขนาดใหญ่และอาคารประเภทตึกแถว ลักษณะอาคารของอาคารสูงและ อาคารขนาดใหญ่ - <u>ขนาดที่ดินจะต้องมีความกว้างอย่างน้อย 12 เมตรยาวต่อเนื่องกันตลอด และติดกับถนนสาธารณะที่มีความกว้างถนนอย่างน้อย 10 เมตร หรืออยู่ในระยะ 500 เมตร รอบสถานีรถไฟฟ้าขนส่งมวลชน</u> ลักษณะอาคารประเภทตึกแถว - มีความกว้างไม่น้อยกว่า 4 เมตร และลึกไม่น้อยกว่า 4 เมตรแต่ไม่เกิน 24 เมตร มีพื้นที่ชั้นล่างของแต่ละคูหาอย่างน้อย 30 ตารางเมตร และต้องมีทางเข้าออกทั้ง 2 ด้าน - อาคารประเภทตึกแถวสามารถสร้างต่อเนื่องกันได้ไม่เกิน 10 คูหาและความยาวไม่เกิน 40 เมตร

	- ระดับพื้นชั้นล่างของตึกแถวจะต้องสูงกว่ระดับถนนสาธารณะหรือสูงกว่าทางเท้า 10 เซนติเมตร
ความสูงอาคาร	สำหรับการกำหนดความสูงของอาคารนั้นจะอ้างอิงจากข้อบัญญัติกรุงเทพมหานครและ กฎกระทรวงของอาคารว่าด้วยเรื่อง การกำหนดความสูงของอาคาร - ตามข้อบัญญัติกรุงเทพมหานครว่าด้วยเรื่อง กำหนดบริเวณห้ามสร้าง และตัดแปลงอาคารในพื้นที่ดังกล่าว อยู่ในบริเวณที่ 2 ซึ่งกำหนดให้การสร้างอาคารในบริเวณนี้มีความสูงได้ไม่เกิน 37 เมตร - ตามกฎกระทรวงนั้นได้กำหนดให้ความสูงของอาคารไม่ว่าในจุดใดนั้นต้องไม่เกิน 2 เท่าของระยะราบ
ระยะร่น	ลักษณะอาคารของอาคารสูงและ อาคารขนาดใหญ่ - ต้องจัดให้มีผิวจราจรกว้างไม่น้อยกว่า 6 เมตร ปราศจากสิ่งปกคลุมใดๆเพื่อให้รถดับเพลิงสามารถวิ่งรอบได้ - ส่วนต่างๆของอาคารจะต้องมีระยะห่างจากที่ดินของผู้อื่นหรือถนนสาธารณะอย่างน้อย 6 เมตรโดยที่ไม่รวมส่วนของฐานรากอาคาร ลักษณะอาคารประเภทตึกแถว - กรณีที่ห้องแถวหรือตึกแถวที่ด้านหน้าไม่ติดถนนสาธารณะ ต้องมีการเว้นที่ว่างด้านหน้าอาคารอย่างน้อย 6 เมตรและห้ามส่วนหนึ่งส่วนใดของอาคารยื่นล้ำเข้าไปในพื้นที่ดังกล่าว - ห้องแถวหรือตึกแถวที่ตั้งอยู่ริมถนน ต้องร่นจากกึ่งกลางถนนอย่างน้อย 6 เมตร - ด้านหลังของอาคารประเภทห้องแถวหรือตึกแถว นั้นต้องมีที่ว่างไว้สิ่งปกคลุมอย่างน้อย 3 เมตรและห้ามส่วนหนึ่งส่วนใดยื่นล้ำเข้าไปในพื้นที่ดังกล่าว ยกเว้นบันไดหนีไฟภายนอกอาคารที่ยื่นล้ำได้ไม่เกิน 1.40 เมตร - ห้องแถวที่สร้างติดต่อกัน 10 คูหา หรือมีความยาวเกิน 40 เมตร ต้องมีที่ว่างระหว่างแถวด้านข้างของห้องแถวหรือตึกแถว นั้นกว้างอย่างน้อย 4 เมตร เพื่อให้สามารถที่จะเชื่อมต่อกับพื้นที่ด้านหลังได้

	- ห้องแถวหรือตึกแถวที่มีด้านข้างใกล้กับเขตที่ดินของผู้อื่น จะต้องมีการเว้นที่ว่างด้านข้างห่างจากที่ดินของผู้อื่นอย่างน้อย 2 เมตร เว้นแต่เป็นการก่อสร้างแทนอาคารเดิมโดยมีพื้นที่น้อยกว่าเดิม หรือสูงไม่เกิน 15 เมตร
--	--

ที่มา: โดยผู้วิจัย

5.1.4 การศึกษาข้อมูลเชิงกายภาพเชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมโดยรอบที่ตั้งโครงการ (Study of Architectural Characteristics of Buildings surrounding the Site)

รูปทรงและโครงสร้างชุมชนเมือง (Urban Morphology) จากการลงพื้นที่สำรวจและ เก็บข้อมูลเกี่ยวกับรูปทรงและโครงสร้างชุมชนเมืองรอบๆบริเวณที่จอดรถโรงหนังเฉลิมบุรีเก่า ถนนทรงสวัสดิ์ซึ่งเป็นที่ตั้งของโครงการนั้น พบว่าลักษณะของที่ตั้งโครงการนั้นประกอบด้วยถนนที่มีขนาดไม่ใหญ่นักขนานเข้ากับ 2 ด้านของที่ตั้งได้แก่ ถนนทรงสวัสดิ์ และถนนลำพูนไชยซึ่งเป็นจุดเชื่อมต่อเข้ากับถนนหลักระหว่าง ถนนเยาวราชและ ถนนเจริญกรุงที่ด้านหน้าและด้านหลังของที่ตั้ง ถือว่าที่ตั้งของโครงการนั้นได้ถูกเชื่อมต่อเข้ากันด้วยโครงข่ายถนนทั้ง 4 ด้านทั้งที่เป็นถนนซอยและที่เป็นถนนใหญ่ ส่วนรูปทรงของโครงการนั้นมีลักษณะคล้ายรูปทรงสามเหลี่ยม และถูกล้อมรอบด้วยอาคารที่มีความสูงไม่มากนักล้อมรอบ สำหรับที่ตั้งโครงการนั้นเชื่อมต่อกับทางออกสู่ถนนได้ทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ถนนเยาวราช ถนนทรงสวัสดิ์ ถนนลำพูนไชย และถนนเจริญกรุง ที่มีความกว้างแตกต่างกัน

ประเภททางสถาปัตยกรรม (Architectural Typology) อาคารโดยรอบที่ตั้งโครงการนั้นประกอบด้วยอาคารประเภทตึกแถวที่มีลักษณะเป็นรูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า โดยที่แต่ละอาคารนั้นจะมีด้านกว้างเป็น 4 เมตรและความลึกประมาณ 12 เมตร โดยที่ลักษณะของตึกแถวส่วนใหญ่นั้นจะเป็นอาคารที่มีความสูง 2 ชั้นเป็นส่วนใหญ่ มีเพียงบางส่วนที่มีความสูง 3-4 ชั้น ลักษณะและรูปแบบของอาคารโดยรอบโครงการนั้นทำให้พื้นที่แห่งนี้มีลักษณะเฉพาะที่มีความสอดคล้องกับบริบทของเมืองที่มีความแออัด ด้วยขนาดของที่ดินและโครงข่ายถนนที่มีขนาดไม่ใหญ่นัก ประกอบกับพื้นที่ๆมีอยู่อย่างจำกัด ซึ่งสำหรับอาคารประเภทตึกแถวที่พบโดยรอบพื้นที่โครงการนั้น สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ลักษณะ ได้แก่ ตึกแถวที่มีลักษณะดั้งเดิมและตึกแถวที่ได้รับการต่อเติมจากอาคารเดิมซึ่งจะเห็นได้จากลักษณะโครงสร้าง รูปแบบของช่องเปิด รวมถึงการใช้วัสดุที่จะมีความแตกต่างไปจากตึกแถวดั้งเดิม แต่ก็ยังคงรักษาเอกลักษณ์ของประเภทอาคารดั้งเดิมเอาไว้

การใช้งานทางสถาปัตยกรรม (Architectural Uses) รูปแบบการใช้งานของอาคารโดยรอบที่ตั้งโครงการนั้นจะเป็นอาคารเพื่อการพาณิชย์กึ่งพักอาศัยเป็นหลัก และมีบางส่วนที่เป็นอาคารเพื่อการพาณิชย์กรรมเพียงอย่างเดียวโดยอาคารประเภทนี้โดยมากจะเป็นการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากการย้ายที่อยู่ของเจ้าของบ้านเพื่อขยายกิจการหรือ บางหลังก็กลายเป็นที่พักของคนงานแทน แต่โดยมากรูปแบบการใช้งานของอาคารโดยรอบที่ตั้งโครงการนั้น จะถูกใช้เพื่อการพาณิชย์กึ่งพักอาศัยเป็นหลัก

รูปแบบทางสถาปัตยกรรม (Architectural Style) รูปแบบทางสถาปัตยกรรมที่พบโดยรอบที่ตั้งโครงการนั้นจะแบ่งออกได้เป็น 3 รูปแบบ ได้แก่ ตึกแถวรูปแบบอาณานิคมยุคแรก (Early Colonial Style) ตึกแถวยุคการเปลี่ยนแปลง (Transition Colonial Style) และตึกแถวรูปแบบสมัยใหม่นิยม (Early Modernism) โดยรูปแบบที่พบมากที่สุด ซึ่งทำให้เห็นว่าถึงแม้ยุคสมัยและปัจจัยภายนอกต่างๆ เช่น การเพิ่มมูลค่าของราคาที่ดินที่เกิดขึ้น จะส่งผลให้พื้นที่โดยรอบเยาวราชนั้นมีการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงไปจากในอดีตเป็นอย่างมาก หากแต่บริเวณพื้นที่รอบโรงหนังเฉลิมบุรีแห่งนี้กลับยังคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์เฉพาะที่แสดงถึงคุณค่าและเอกลักษณ์ดั้งเดิมของตึกแถวในเยาวราชเอาไว้ได้อย่างชัดเจน

องค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ (Architectural Sign) องค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์โดยรอบพื้นที่ตั้งโครงการที่พบมากที่สุด ได้แก่ ป้ายที่มีขนาดไม่ใหญ่นักตามสัดส่วนของอาคารประเภทตึกแถว ตกแต่งด้วยตัวอักษรภาษาจีนและภาษาไทย ที่มีการสลักชื่อร้านค้า หรือสกุลของเจ้าของบ้าน เป็นต้น โดยลักษณะป้ายที่พบนั้นจะแบ่งเป็นป้ายแนวนอนที่วางขนานกับแนวอาคาร โดยมากจะแขวนบริเวณผนังอาคาร หรือมีบางส่วนที่ใช้การสลักตัวอักษรลงบนผนัง และป้ายที่วางตั้งฉากกับแนวอาคารซึ่งพบไม่มากนักและโดยมากจะเป็นร้านค้าประเภทค้าปลีกที่เน้นการใช้ป้ายที่วางตั้งฉากกับผนังอาคารให้ยื่นออกมาสู่ถนน ซึ่งเอกลักษณ์ของป้ายทั้งที่เป็นป้ายแนวดั้งและป้ายแนวนอนนั้นจะเน้นการใช้ป้ายสีแดงเป็นหลัก มีเพียงส่วนน้อยที่ใช้สีเขียวหรือสีน้ำตาล ส่วนตัวอักษรที่สลักอยู่บนป้ายนั้นจะใช้สีทองเป็นส่วนมาก มีเพียงส่วนน้อยที่ใช้เป็นสีแดงหรือสีขาว ด้วยจำนวนป้ายที่พบประกอบกับลักษณะและรูปแบบของป้ายที่มีความคล้ายคลึงกันจึงถือได้ว่า องค์ประกอบประเภทป้ายแนวนอนสีแดง ที่มีการสลักตัวหนังสือสีทอง ที่ประกอบด้วยทั้งภาษาจีนและภาษานั้นถือเป็นองค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ที่เป็นอัตลักษณ์เฉพาะของพื้นที่แห่งนี้ได้ค่อนข้างชัดเจน

การศึกษาในปัจจุบันข้างต้นเพื่อหารูปแบบที่เหมาะสม และมีความสอดคล้องกับบริบทในด้านมุมมองทางด้านสายตาของคนและปัจจัยทางกายภาพที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาอัตลักษณ์เฉพาะของ

ย่านที่ในด้านรูปทรงและโครงสร้างชุมชนเมือง (Urban Morphology) และการศึกษาประเภททางสถาปัตยกรรม การใช้งานทางสถาปัตยกรรม และรูปแบบทางสถาปัตยกรรมโดยรอบพื้นที่โครงการ เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงกายภาพของที่ตั้งโครงการที่เชื่อมโยงเข้ากับอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรม เพื่อให้โครงการที่เกิดขึ้นนั้นมีความสอดคล้องกับอาคารโดยรอบ จึงได้ทำการสรุปแนวทางในการวางผัง และลักษณะอาคาร โดยวิเคราะห์จากข้อมูลที่ได้จากการศึกษาในประเด็นต่างๆข้างต้น และนำไปสู่กระบวนการใส่รูปแบบทางสถาปัตยกรรมต่อไป

5.2 การวิเคราะห์แนวทางการออกแบบ (Design Research)

5.2.1 การผสมผสานประเภททางสถาปัตยกรรม (Typological Integration)

แนวทางการผสมผสานประเภททางสถาปัตยกรรม

การผสมผสานระหว่างอาคารประเภทอาคารล้อมลาน อาคารแถว และ อาคารเดี่ยวขนาดใหญ่ โดยพิจารณารูปแบบการวางผังของอาคาร มุมมองทางสายตาของคนที่มีต่อตัวอาคารเมื่อเปรียบเทียบกับอาคารในบริบท ผ่านการวิเคราะห์แนววัดของอาคารแต่ละประเภทเพื่อพิจารณามุมมอง และความสูงของอาคารที่มีความสอดคล้องกับอาคารในบริบทโดยรอบ

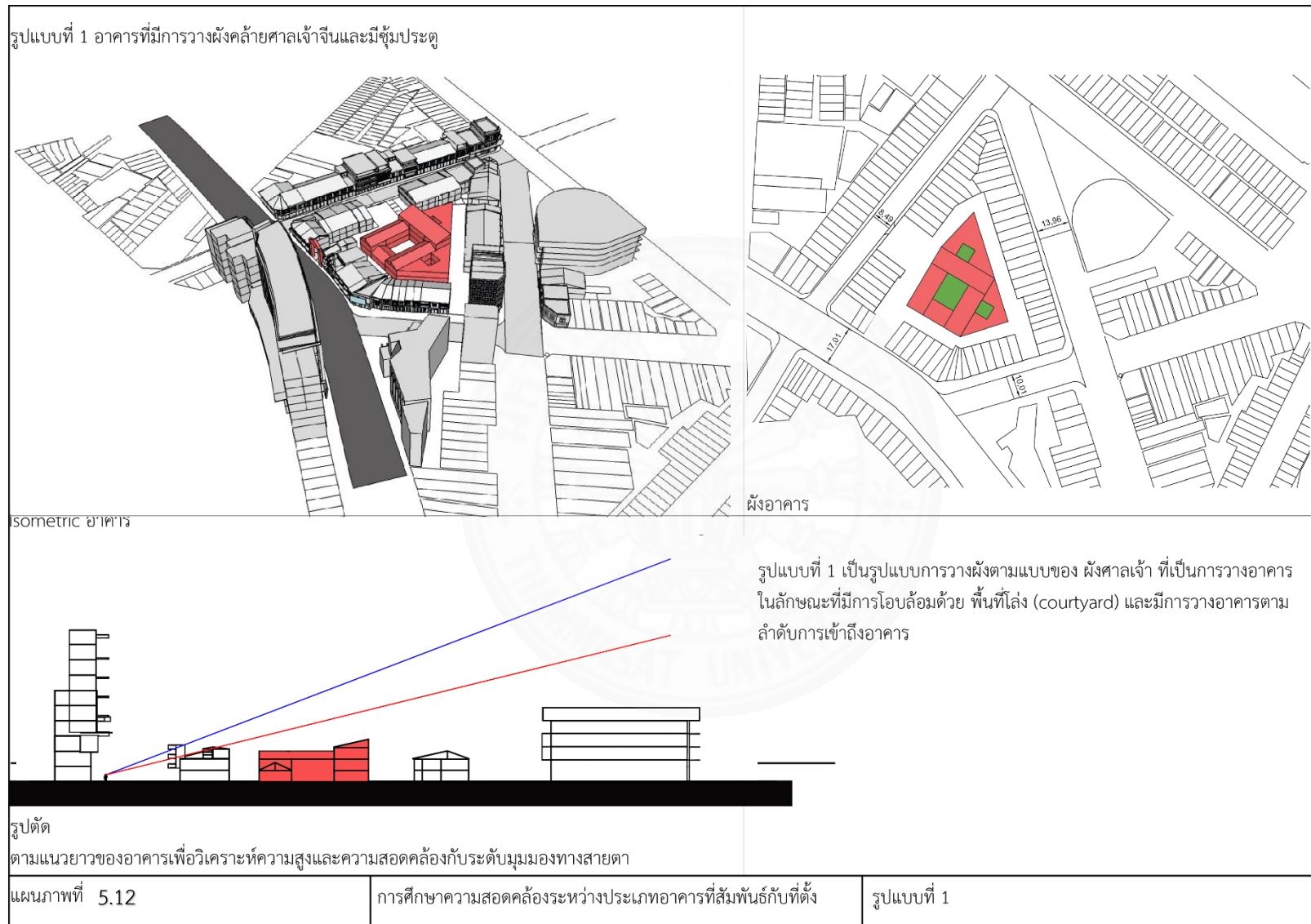
การวิเคราะห์ประเภทอาคารที่มีความสัมพันธ์และเป็นองค์ประกอบของชุมชนภายใต้การศึกษาความเป็นไปได้สำหรับการสร้างอาคารตามกฎหมายและ ข้อกำหนดด้านผังเมือง ซึ่งในการวิเคราะห์แนวทางในการวางผังอาคารนั้นผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์โดยสามารถแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 3 แนวทางด้วยกัน ได้แก่

1. การสร้างอาคารตามแนวคิดของการทำบ้านล้อมลานจีน ตามการวางผังของวัดและ ศาลเจ้า (ภาพที่ 5.12 แสดงรูปแบบที่ 1) ซึ่งสำหรับรูปแบบที่ 1 นั้นจะเป็นการทดลองวางผังตามการวางผังแบบอาคารล้อมลาน สำหรับอาคารแบบล้อมลานนั้นลักษณะเฉพาะที่ถือเป็นจุดเด่นของอาคารประเภทนี้คือ เป็นรูปแบบการวางผังที่ให้ความสำคัญกับการมีพื้นที่ส่วนกลาง (open space) แต่ข้อเสียของรูปแบบนี้คือเป็นการวางผังที่ค่อนข้างเฉพาะเจาะจง และเปลี่ยนแปลงได้ค่อนข้างยาก
2. การสร้างอาคารโดยเน้นการวางผังแบบตึกแถว เพื่อให้มีความสอดคล้องกับอาคารโดยรอบที่ตั้งโครงการซึ่งเป็นอาคารประเภทตึกแถว (ภาพที่ 5.13 แสดงรูปแบบที่ 2) สำหรับการวางผังแบบอาคารแถวนั้นจะค่อนข้างแออัดเนื่องจากความต่อเนื่องกันของ

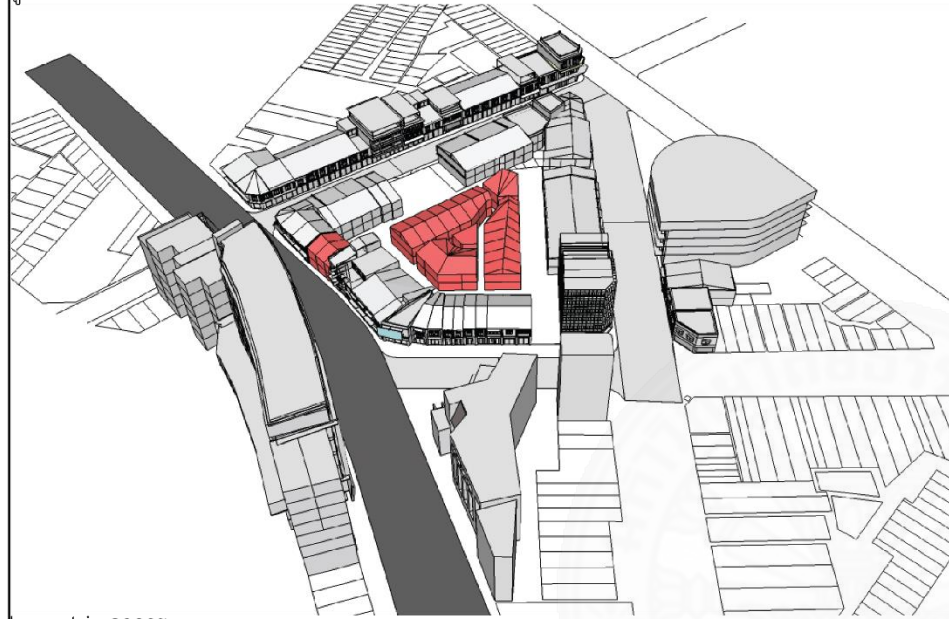
อาคาร หากแต่ความโดดเด่นของอาคารแถว โดยเฉพาะบริเวณรอบพื้นที่เยาวราชนั้น คือ การที่อาคารแถวนั้นสามารถที่จะมีการต่อเติมได้ค่อนข้างหลากหลายในทางตั้ง และด้วยแนวคิดการต่อเติมที่แตกต่างนี้ยังทำให้อาคารแถวบนถนนเยาวราชนั้นมีความโดดเด่น และแตกต่างจากอาคารแถวในพื้นที่อื่นๆ

3. การสร้างอาคารโดยเน้นการสร้างความสูงอาคารตามความสามารถของการใช้พื้นที่ตามกฎหมาย (ภาพที่ 5.14 แสดงรูปแบบที่ 3) ประกอบกับการนำแนวคิดการวางผังอาคารเดี่ยวแบบดั้งเดิมมาใช้ เช่น การวางผังแบบโรงเรียนเผยอิง ซึ่งสำหรับบริเวณที่ตั้งโครงการนั้นอยู่ในระยะรัศมี 500 ม.จากสถานีรถไฟฟ้าจึงเป็นผลให้สามารถสร้างอาคารที่มีความสูงได้ 37 เมตร จากการวิเคราะห์พบว่าแนวคิดการวางผังแบบอาคารเดี่ยวนั้น มีทั้งข้อดีและข้อเสีย เช่นเดียวกัน โดยข้อเสียของรูปแบบนี้คือความสูงที่เกิดขึ้นทำให้อาคารดูไม่กลมกลืนต่อบริบท และสภาพแวดล้อม ส่วนข้อดีที่สำคัญสำหรับการวางผังแบบอาคารเดี่ยวนี้ทำให้เกิดการเชื่อมโยงและเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันภายในอาคาร

การวิเคราะห์เพื่อศึกษาแนวทางในการวางผังเพื่อศึกษามุมมอง ขนาด และความสอดคล้องกับบริบท ซึ่งได้ทำการศึกษาโดยแบ่งออกเป็น 3 รูปแบบ ดังนี้



รูปแบบที่ 2 อาคารประเภทตึกแถว

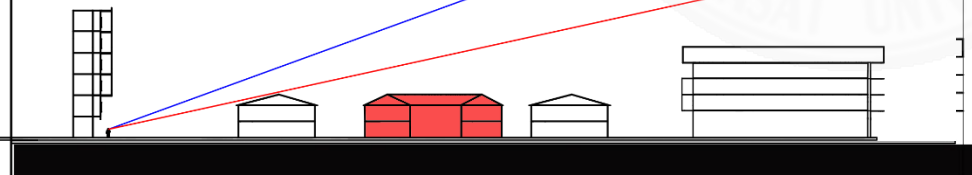


Isometric อาคาร



ผังอาคาร

รูปแบบที่ 2 เป็นการวางอาคารโดยใช้อาคารประเภท ตึกแถว เพื่อให้เกิดความสอดคล้อง กับอาคารโดยรอบซึ่งเป็นอาคารประเภทตึกแถว ที่มีความสูง 2 ชั้น ซึ่งการวางอาคารประเภทนี้นั้นจะมีความกลมกลืนกับอาคารโดยรอบทั้งรูปแบบ และ ความสูงอาคาร



รูปตัด

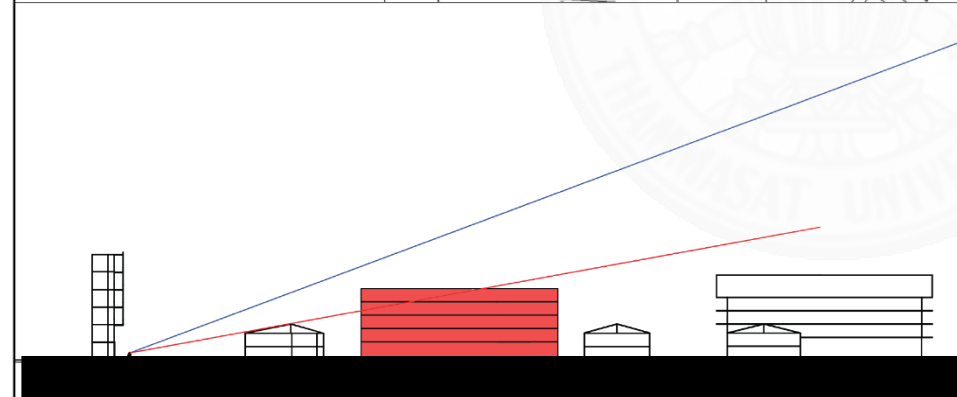
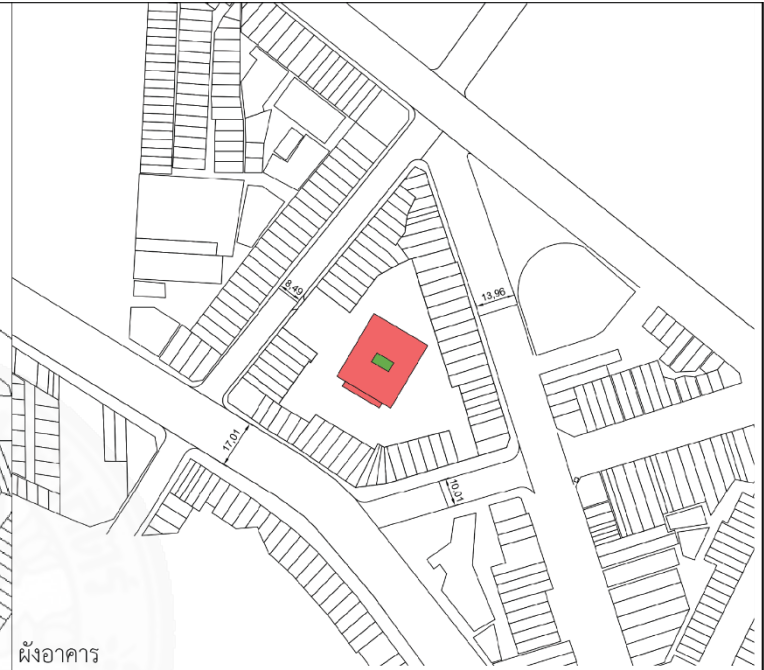
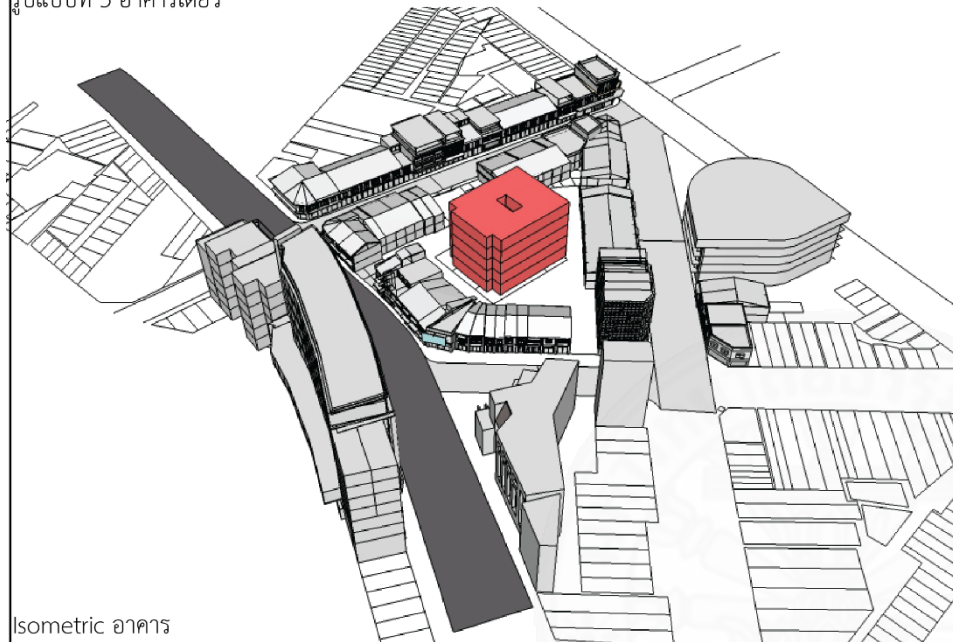
ตามแนวยาวของอาคารเพื่อวิเคราะห์ความสูงและความสอดคล้องกับระดับมุมมองทางสายตา

แผนภาพที่ 5.13

การศึกษาความสอดคล้องระหว่างประเภทอาคารที่สัมพันธ์กับที่ตั้ง

รูปแบบที่ 2

รูปแบบที่ 3 อาคารเดี่ยว



ตามแนวยาวของอาคารเพื่อวิเคราะห์ความสูงและความสอดคล้องกับระดับมุมมองทางสายตา

รูปแบบที่ 3 เป็นการสร้างอาคารตามการศึกษา ความสามารถที่สร้างอาคารได้มากที่สุด สำหรับที่ตั้ง ซึ่งในบริเวณที่ตั้งโครงการนั้นอยู่ในรัศมี 500 ม. ตามแนวรถไฟฟ้า ทำให้อาคารที่เกิดขึ้นสามารถที่จะสร้างได้สูงที่สุดอยู่ที่ 37 เมตร

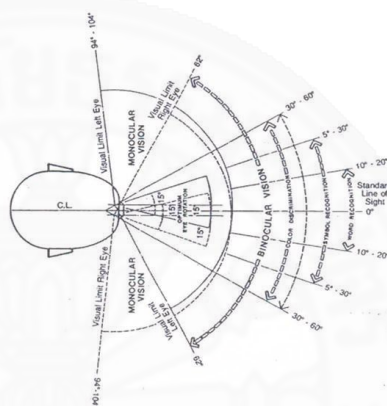
แผนภาพที่ 5.14

การศึกษาความสอดคล้องระหว่างประเภทอาคารที่สัมพันธ์กับที่ตั้ง

รูปแบบที่

การศึกษาถึงความสัมพันธ์ของโครงการกับอาคารโดยรอบในด้านของมุมมองทางสายตา (Visual Control) นั้น ตามทฤษฎีมุมมองทางสายตาของคนนั้นแบ่งออกเป็น 2 ทิศทาง ได้แก่ มุมมองในแนวนอน (Visual Field Horizontal Plane) และมุมมองในแนวตั้ง (Visual Field Vertical Plane) ซึ่งมีรายละเอียดที่เกี่ยวข้องกับการมอง ดังนี้

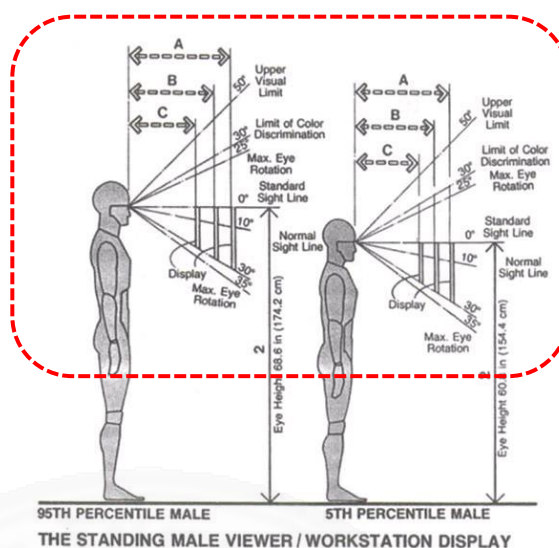
1. มุมมองในแนวนอน สำหรับความกว้างระดับสายตาของคนในทิศทางนอนนั้น คนจะสามารถมองเห็นภาพได้อยู่ในระดับ 62 องศาสำหรับการมองวัตถุขนาดใหญ่ ส่วนการอ่านตัวอักษรหรือป้ายนั้นจะอยู่ในระดับ 10 – 20 องศา



ภาพที่ 5.15 Human dimensions and interior space (ที่มา : Panero,J. and Zelnik,M.)

แสดงมุมมองทางสายตาของคนในแนวนอน

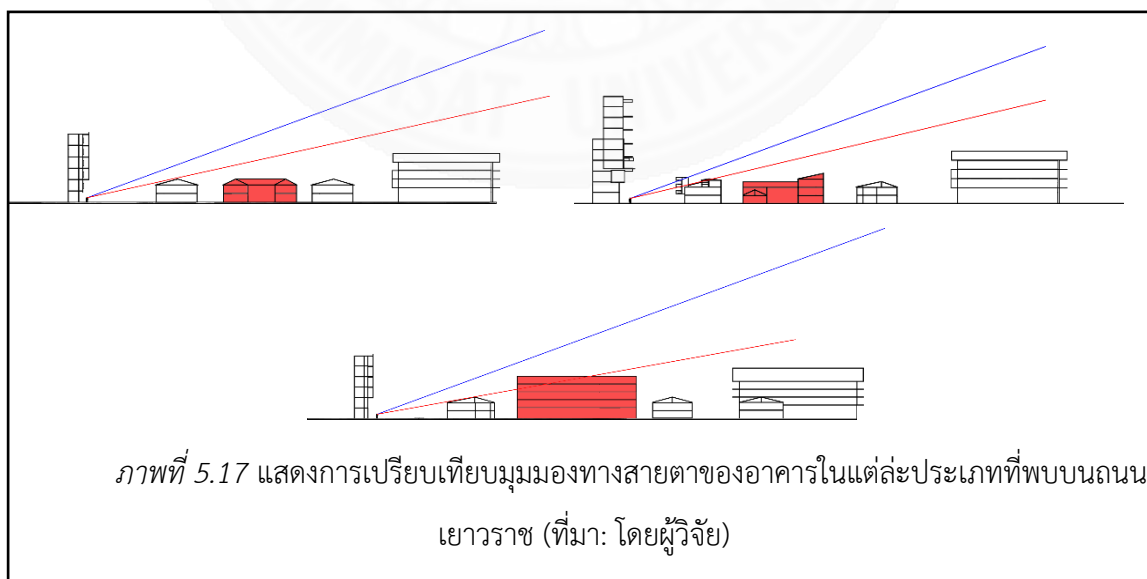
2. มุมมองในแนวตั้ง สำหรับความกว้างของระดับสายตาในทิศทางตั้งนั้น จะเริ่มต้นที่ระดับแนวสายตา คือ 10 องศา และจะมองขึ้นด้านบนได้โดยประมาณ 50 องศา และมองลงด้านล่างได้ในระดับประมาณ 70 องศา



ภาพที่ 5.16 Human dimensions and interior space (ที่มา : Panero, J. and Zelnik, M.)

แสดงมุมมองทางสายตาของคนในแนวตั้ง

ในงานวิจัยชิ้นนี้เน้นการศึกษามุมมองที่เกิดขึ้นในทิศทางตั้ง เพื่อวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของความสูงของอาคารที่มีความสอดคล้องกับอาคารโดยรอบบริบท และสอดคล้องกับทัศนภูมิมุมมองทางสายตาของคน ซึ่งจากการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการนั้นรูปแบบของโครงการที่มีความเป็นไปได้นั้นจะเป็นอาคารประเภทตึกแถวสูง เนื่องจากอาคารโดยรอบโครงการนั้นเป็นอาคารประเภทตึกแถวที่มีความสูงอยู่ระหว่าง 2 – 4 ชั้น เป็นส่วนมาก ซึ่งแนวคิดในการออกแบบโครงการโดยคำนึงถึงความสอดคล้องของอาคารโดยรอบและองค์ประกอบที่ควบคุมการมองของคนนั้นมีลักษณะ ดังนี้

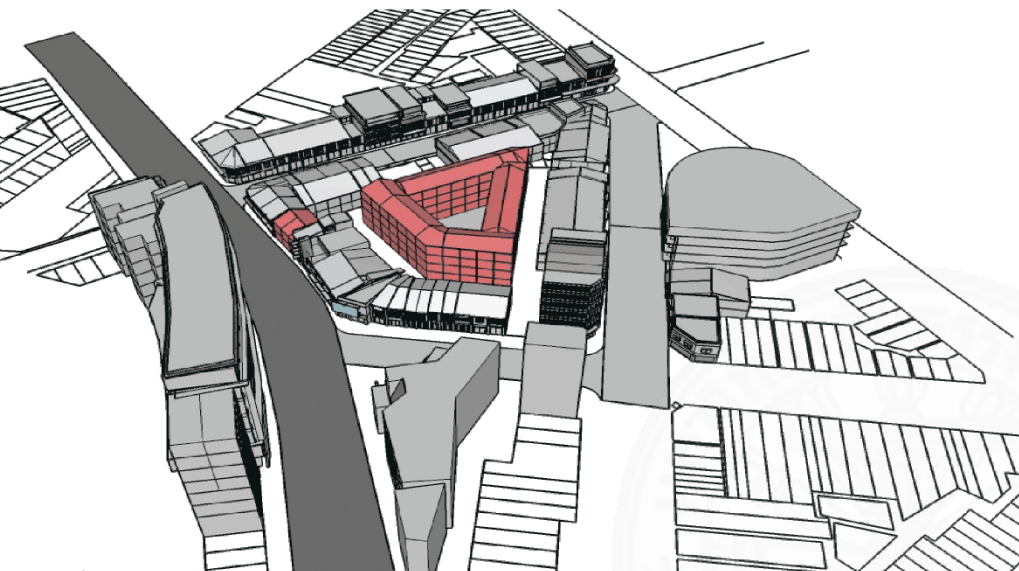
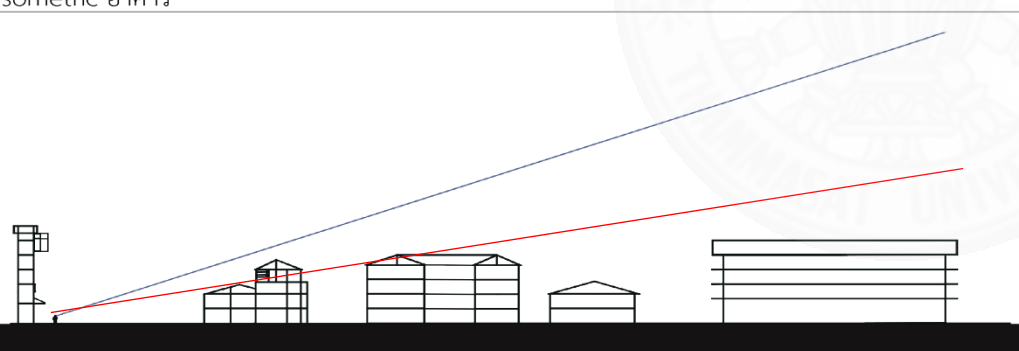


ภาพที่ 5.17 แสดงการเปรียบเทียบมุมมองทางสายตาของอาคารในแต่ละประเภทที่พบบนถนน
เยาวราช (ที่มา : โดยผู้วิจัย)

5.2.2 แนวทางการพัฒนาผังโครงการ (Site Planning)

จากการศึกษาและวิเคราะห์แนวทางการวางผังโครงการ มุมมองทางสายตา ประกอบกับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงกายภาพที่เชื่อมโยงเข้ากับอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมซึ่งได้จากการลงพื้นที่สำรวจและการสัมภาษณ์ ได้พัฒนามาสู่การวางผังและกำหนดลักษณะอาคาร ซึ่งจะเน้นการผสมผสานระหว่างประเภททางสถาปัตยกรรม ด้วยแนวคิดการผสมผสานประเภททางสถาปัตยกรรมจากการวางอาคาร 3 ประเภทซึ่งได้แก่ อาคารล้อมลาน อาคารแถว และอาคารเดี่ยว ประกอบกับอัตลักษณ์ที่พบบนถนนเยาวราชสู่การวางผังอาคารประเภท “ตึกแถวสูงล้อมลาน”



รูปแบบที่ ตึกแถวสูง  Isometric อาคาร	 ผังอาคาร	
 รูปตัด ตามแนวยาวของอาคารเพื่อวิเคราะห์ความสูงและความสอดคล้องกับระดับมุมมองทางสายตา	รูปแบบด้านบนเป็นการผสมผสานระหว่างรูปแบบที่ 1 ,2 และ 3 ที่เป็นการผสมผสานระหว่าง อาคารประเภทตึกแถว ผสมเข้ากับความสูงของอาคารเดี่ยวและการวางผังแบบที่พื้นที่เปิดโล่ง (Courtyard) เพื่อให้อาคารมีความสูงที่สอดคล้องกับอาคารโดยรอบพื้นที่ ที่ส่วนใหญ่เป็นอาคารประเภทตึกแถว โดยการวางผังลักษณะนี้เป็นการวางผังที่คำนึงถึง ความสอดคล้องกับอาคารโดยรอบระดับความสูงอาคาร และความคุ้มค่ารวมถึงความเป็นไปได้ในด้านการเงินของโครงการ	
แผนภาพที่ 5.18	การศึกษาความสอดคล้องระหว่างประเภทอาคารที่สัมพันธ์กับที่ตั้ง	รูปแบบผสมผสาน

จากแนวทางการวางผังอาคารข้างต้นซึ่งเกิดจากการวิเคราะห์ลักษณะการวางผังตามประเภททางสถาปัตยกรรมที่พบบนถนนยาวราชประกอบการวิเคราะห์ถึงจุดเด่นของรูปแบบการวางผังในแต่ละประเภทและสัดส่วน (composition) หรือการวางตัวของอาคารโดยรอบที่ตั้ง เนื่องจากสำหรับบริเวณโรงหนังสือโปร้นอาคารโดยรอบนั้นได้รับการรักษาทั้งเรื่องสัดส่วน และการวางตัวของอาคารโดยรอบที่ตั้งโครงการที่ส่งผลให้พื้นที่แห่งนี้มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่ค่อนข้างชัดเจน โดยพบว่าอาคารโดยรอบนั้นจะเป็นอาคารที่มีความสูงไม่มากนักโดยส่วนมากจะเป็นอาคารที่มีลักษณะความสูงดั้งเดิมที่มีความสูงเพียง 2 ชั้น จะมีเพียงบางส่วนที่ได้รับการต่อเติมให้เป็นอาคารที่มีความสูง 3 - 4 ชั้นซึ่งโดยมากจะเป็นอาคารบริเวณหัวมุมถนนที่ได้รับการต่อเติมจากอาคารเดิม แต่ก็ยังคงรักษารูปแบบ การตกแต่งรวมถึงการใช้องค์ประกอบแบบดั้งเดิม ซึ่งถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ต้องพิจารณาเมื่อมีการสร้างอาคารโดยรอบโรงหนังสือแห่งนี้ที่ควรต้องคำนึงถึงการวางตัวและสัดส่วนของอาคาร (Composition) ที่อยู่โดยรอบเพื่อให้อาคารที่สร้างขึ้นใหม่ไม่ไปทำลายคุณค่าของบริบทหรืออัตลักษณ์ดั้งเดิมในพื้นที่ ซึ่งจากการวิเคราะห์การวางผังของประเภททางสถาปัตยกรรม การวางตัวอาคารและสัดส่วนของอาคารโดยรอบที่ตั้งโครงการแล้วนั้น จึงได้นำไปสู่แนวทางในการออกแบบ

โดยเริ่มต้นจากการศึกษาแนวทางการพัฒนาโครงการ โดยพิจารณาถึงความสอดคล้องต่อบริบทและความเป็นไปได้ในทางการตลาด จึงได้ทำการวางผังพื้นที่ใช้สอยของโครงการขึ้นเป็น 2 แนวทาง ได้แก่ รูปแบบการพัฒนาพื้นที่โครงการที่เน้นจำนวนห้องพักเพื่อให้ได้ห้องมากที่สุด (ภายใต้ข้อกำหนดและข้อจำกัดทางด้านกฎหมาย) และรูปแบบที่เน้นการเพิ่มพื้นที่สาธารณะ พื้นที่กิจกรรมที่มีการเชื่อมโยงกับบริบท และการพัฒนาตึกแถวใหม่แทรกในกลุ่มตึกแถวโดยรอบโครงการ



5.2.3 แนวทางการพัฒนาพื้นที่ใช้สอยภายในโครงการ (Program Development)

แนวทางการพัฒนาพื้นที่การวางพื้นที่โครงการนั้นได้ทำการวิเคราะห์และสรุปเป็นตารางเมตร เพื่อเปรียบเทียบให้เห็นถึงการใช้พื้นที่โครงการ โดยสามารถสรุปรายละเอียดการวางผังและอัตราส่วนห้องพัก ต่อพื้นที่สาธารณะของการวางผังในแต่ละรูปแบบ ดังนี้

ตารางที่ 5.3

แสดงการพัฒนาพื้นที่ใช้สอย แบบที่ 1 ผังที่เน้นการเพิ่มจำนวนห้องพัก

โครงการโรงแรม 4ชั้น พื้นที่โครงการ 1.84 ไร่			
อาคารย่อย	โปรแกรม	ตารางเมตร	จำนวน
First FL.	Room for rent	53 sqm.	
	Room for rent	53 sqm.	
	Room for rent	55 sqm.	
	Room for rent	54 sqm.	
2 FL.	Room for rent	53 sqm.	
	Room for rent	53 sqm.	
	Room for rent	53 sqm.	
อาคารหลัก	โปรแกรม	ตารางเมตร	จำนวน
First FL.	Lobby		
	Room for rent	37 sqm.	3 ห้อง
		48 sqm.	2 ห้อง
	Machine Room	50 sqm.	
2 - 4 FL.	Room for rent	27 sqm.	3 ห้อง
		28 sqm.	2 ห้อง
		31 sqm.	8 ห้อง
		35 sqm.	4 ห้อง
		46 sqm.	1 ห้อง
		49 sqm.	1 ห้อง
Car Parking	24 คัน		
		รวมจำนวนห้อง	62 ห้อง
อาคารสำนักงาน Office Building		53 sqm.	
ส่วนพนักงาน		54 sqm.	

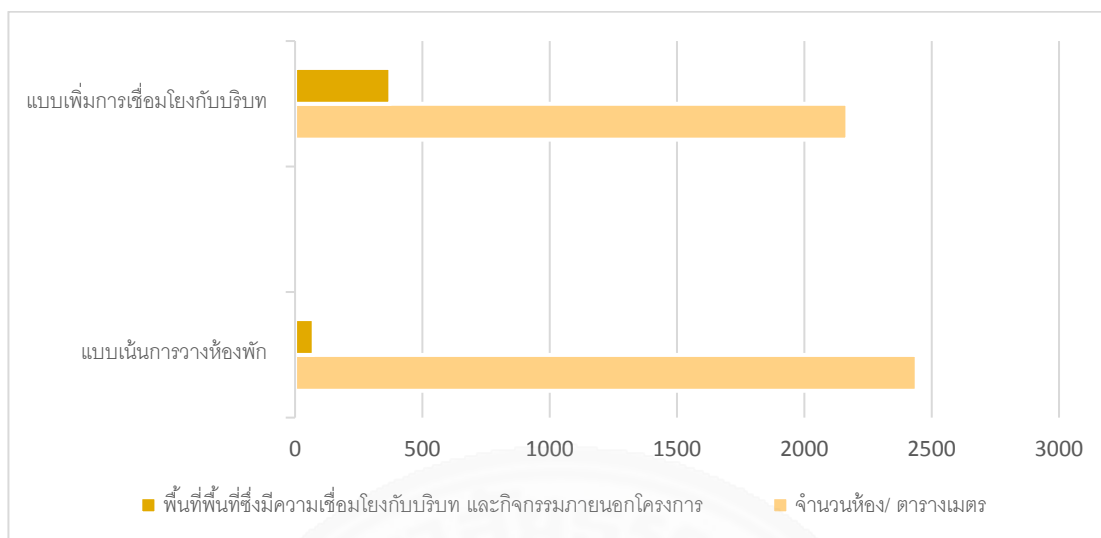
ที่มา: โดยผู้วิจัย

ตารางที่ 5.4

แสดงการพัฒนาพื้นที่ใช้สอย แบบที่ 2 ผังที่เน้นการออกแบบที่เชื่อมโยงกับบริบทภายนอก

โครงการโรงแรม		4 ชั้น		พื้นที่โครงการ 1.84 ไร่	
อาคารย่อย		โปรแกรม	ตารางเมตร	จำนวน	
First FL.		Shop 1	47 sqm.		
		Shop 2	54 sqm.		
		Shop 3	52 sqm.		
		Café + Shop	65 sqm.		
		Restaurant	104 sqm.		
2 FL.		Room for rent	53 sqm.		
อาคารหลัก		โปรแกรม	ตารางเมตร	จำนวน	
First FL.		Bar & Café		3 ห้อง	
		Lobby			
		Room for rent	37 sqm.		
			48 sqm.	2 ห้อง	
		Machine Room	50 sqm.		
2 - 4 FL.		Room for rent	73 sqm.	1 ห้อง	
			60 sqm.	1 ห้อง	
			50 sqm.	1 ห้อง	
			48 sqm.	2 ห้อง	
			37 sqm.	3 ห้อง	
			31sqm.	2 ห้อง	
			28 sqm.	6 ห้อง	
Double space เชื่อมต่อจากชั้น 4			60 sqm.	1 ห้อง	
			50 sqm.	1 ห้อง	
			48 sqm.	1 ห้อง	
			37 sqm.	1 ห้อง	
			31sqm.	1 ห้อง	
			28 sqm.	1 ห้อง	
Car Parking		30 คัน		รวมจำนวนห้อง 54 ห้อง	
อาคารสำนักงาน		Office Building	53 sqm.		
ส่วนพนักงาน			54 sqm.		

ที่มา: โดยผู้วิจัย



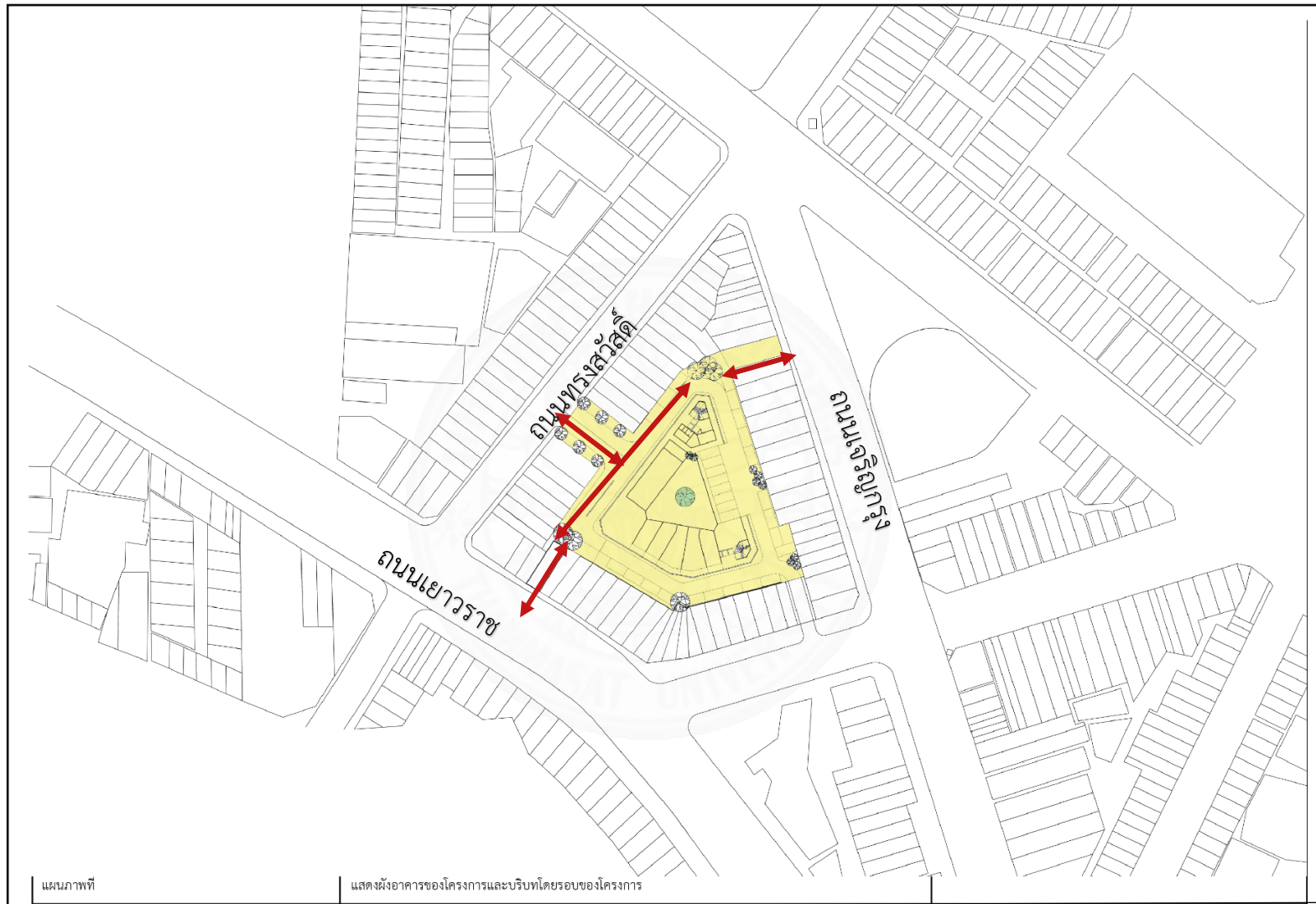
ภาพที่ 5.20 แสดงการเปรียบเทียบอัตราส่วนห้องพักต่อพื้นที่ซึ่งมีความเชื่อมโยงกับบริบท และกิจกรรมภายนอกโครงการ (ที่มา: โดยผู้วิจัย)

การเปรียบเทียบสัดส่วนของพื้นที่ห้องพักและพื้นที่สาธารณะที่มีความเชื่อมโยงกับบริบท และกิจกรรมภายนอกโครงการของการวางผังทั้ง 2 รูปแบบพบว่าสัดส่วนของการวางผังรูปแบบที่เน้นการวางห้องพักนั้นจะมีจำนวนตารางเมตรของห้องพักมากกว่ารูปแบบที่เน้นการเพิ่มพื้นที่สาธารณะ 272 ตารางเมตร แต่มีพื้นที่สาธารณะที่เชื่อมต่อกับบริบทและกิจกรรมภายนอกโครงการมากกว่ารูปแบบที่เน้นการวางห้องพัก 301 ตารางเมตร โดยสำหรับสัดส่วนของห้องพักที่ต่างกันนั้นคิดเป็น 12 % ส่วนรูปแบบที่มีการเพิ่มพื้นที่ซึ่งมีความเชื่อมโยงกับบริบท และกิจกรรมภายนอกนั้นคิดเป็น 20% ซึ่งการเพิ่มพื้นที่กิจกรรมนั้นนอกจากจะเป็นการสร้างเชื่อมโยงระหว่างโครงการกับกิจกรรมภายนอกแล้วพื้นที่กิจกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกับบริบทนั้นยังถือเป็นส่วนสำคัญที่จะช่วยสร้างรายได้ให้กับโครงการ ซึ่งรูปแบบที่เลือกนำมาพัฒนาต่อจึงเป็นการพัฒนาจากรูปแบบการพัฒนาพื้นที่ใช้สอยในโครงการ (Architectural Program) ที่จัดให้มีพื้นที่สาธารณะ พื้นที่กิจกรรมที่เชื่อมโยงกับบริบท รวมถึงการพัฒนาตึกแถวใหม่แทรกในกลุ่มตึกแถวโดยรอบโครงการ โดยแนวคิดในการออกแบบสถาปัตยกรรมที่มีความสอดคล้องกับย่านมรดกชุมชนเมืองนั้นไม่ได้เกิดขึ้นเฉพาะในกับตัวสถาปัตยกรรมแต่ได้พยายามที่จะเชื่อมเข้ากับบริบทในแง่ของวัฒนธรรม กิจกรรม และการค้าที่ถือเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของย่านเยาวราช

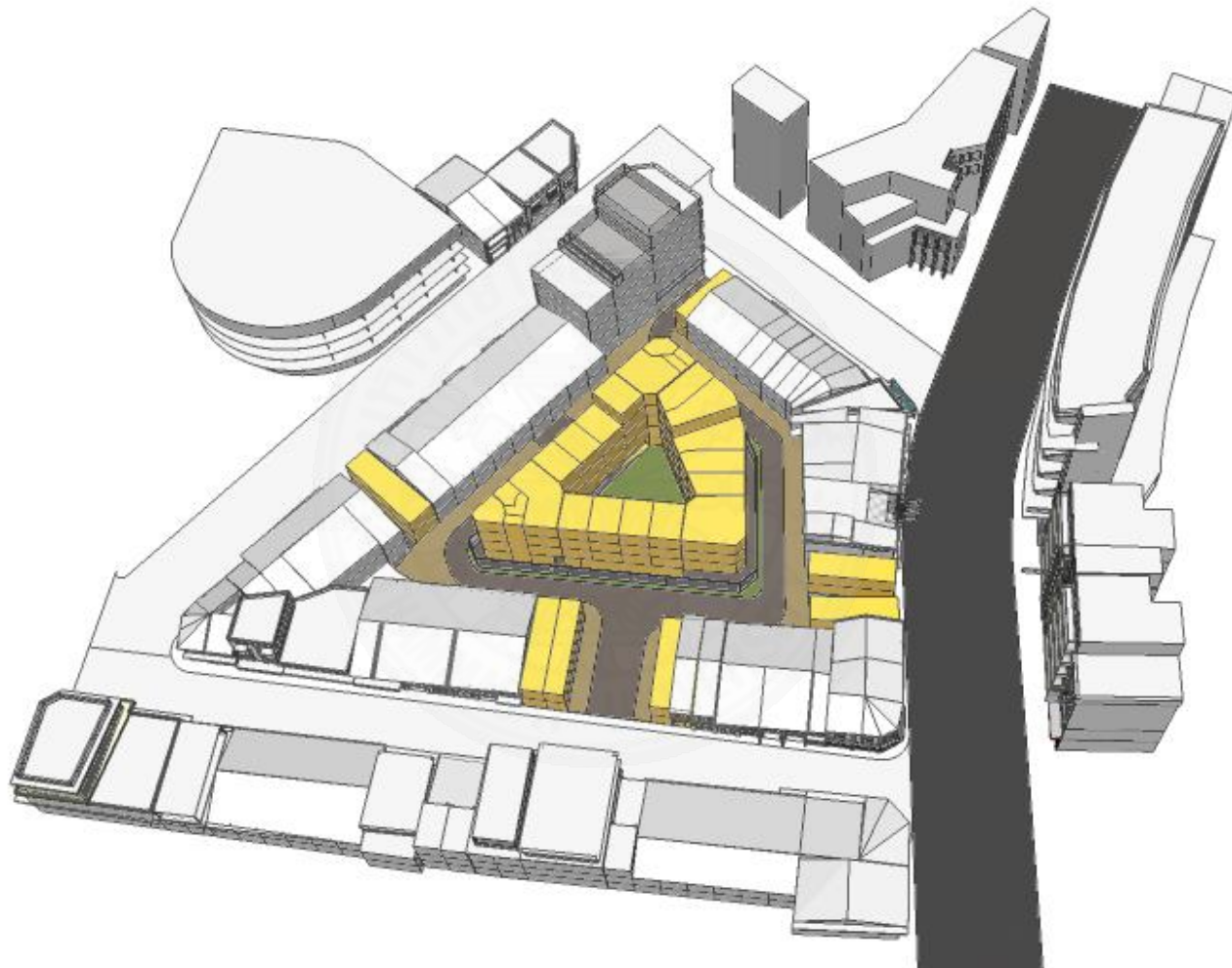
5.2.4 แนวทางการพัฒนาผังพื้นที่ (Space Planning)

แนวทางในการพัฒนาโครงการนั้นต่อเนื่องมาจากการศึกษาลักษณะการวางผัง การเชื่อมโยงผังโครงการเข้ากับการวางพื้นที่ใช้สอยเป็นรูปแบบที่ได้รับเลือกเพื่อเชื่อมโยงกับรูปแบบทางสถาปัตยกรรมที่ได้จากการวิเคราะห์และสรุปผลจากการสัมภาษณ์กลุ่มสถาปนิกและกลุ่มผู้ประกอบการ





ภาพที่ 5.21 แสดงการเชื่อมโยงระหว่างโครงการกับบริบทภายนอก (Site Planning) (ที่มา: โดยผู้วิจัย)



ภาพที่ 5.22 แสดงการพัฒนาโครงการที่มีทั้งอาคารหลักและอาคารย่อยแทรกในบริบท (ที่มา: โดยผู้วิจัย)

5.2.5 การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ (Feasibility Study)

การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการนี้จะเป็นการคิดมูลค่าของโครงการโดยอ้างอิงพื้นที่จากข้อมูลการพัฒนาผังโครงการก่อนจะนำไปสู่การพัฒนารูปแบบโครงการ โดยการคิดมูลค่านั้นได้มีการคำนึงถึงมูลค่าการพัฒนารูปแบบและการตกแต่งที่เกิดจากการนำอัตลักษณ์มาใช้แล้ว

ตารางที่ 5.5

แสดงรายละเอียดโครงการและการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ

รายละเอียดแสดงการใช้ประโยชน์ที่ดิน		
โครงการ : Hotel	ที่ดินของ สำนักทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ สิทธิการเช่า 30 ปี	
การใช้ประโยชน์ที่ดิน		
เนื้อที่ดิน	740 ตารางวา หรือ	1.84 ไร่
ค่าพัฒนาปรับปรุงที่ดิน	บาท / ตารางวาหรือ รวมทั้งสิ้น	0 บาท
พื้นที่ก่อสร้างทั้งสิ้น		
อาคารจำนวนทั้งสิ้น		1 หลัง
จำนวนชั้น		4 ชั้น
จำนวนห้องพัก		71 ห้อง
หรือ		71 ต่อ อาคาร
พื้นที่ขาย		
พื้นที่ส่วนกลางต่ออาคาร		
ห้องเครื่องระบบไฟฟ้า รวมห้อง ควบคุมและ Load Center ต่างๆ		10 ตารางเมตร
ห้องเครื่องระบบปั๊มน้ำต่าง ๆ		10 ตารางเมตร
ห้องขยะ		5 ตารางเมตร
พื้นที่ส่วนบริการ reception		73 ตารางเมตร
พื้นที่ Backup Office		53 ตารางเมตร
พื้นที่ทางเดินระหว่างห้อง, ปลูกต้นไม้ สวน		1,420 ตารางเมตร
พื้นที่บันได บันไดหนีไฟ, ลิฟต์		60 ตารางเมตร
พื้นที่จอดรถ มอเตอร์ไซด์		90 ตารางเมตร
รวมพื้นที่ส่วนกลาง		1,721 ตารางเมตร
พื้นที่อาคารรวม (Gross Building Area) ต่อ 1 อาคาร		5,462 ตารางเมตร
รวมพื้นที่ส่วนกลางของอาคารทั้งหมด	1	1,721.00 ตารางเมตร
พื้นที่ส่วนห้องพัก		3,741 ตารางเมตร
พื้นที่อาคารรวมทั้งหมด	1	5,462 ตารางเมตร
		5,462.00

ที่มา: โดยผู้วิจัย

รายละเอียดแสดงสมมติฐานเรื่องรูปแบบโครงการและการตกแต่ง

ข้อสมมติของโครงการ

รูปแบบโครงการ อาคาร โรงแรม จำนวน

1 หลัง

พื้นที่ก่อสร้างส่วนอาคาร

พื้นที่ส่วนกลางต่ออาคารทั้งหมด			พื้นที่ก่อสร้าง	
			ทั้งหมด	
ห้องเครื่องระบบไฟฟ้า รวมห้อง ควบคุมและ Load Center ต่ำ	10	ตรม.	10	ตรม.
ห้องเครื่องระบบปั๊มน้ำต่าง ๆ	10	ตรม.	10	ตรม.
ห้องขยะ	5	ตรม.	5	ตรม.
พื้นที่ส่วนบริการ reception	40	ตรม.	40	ตรม.
พื้นที่ Backup Office	20	ตรม.	20	ตรม.
พื้นที่ทางเดินระหว่างห้อง, ปลุกต้นไม้ สวน	20	ตรม.	20	ตรม.
พื้นที่บันได บันไดหนีไฟ,	30	ตรม.	30	ตรม.
พื้นที่จอดรถ มอเตอร์ไซด์	90	ตรม.	90	ตรม.
รวมพื้นที่ส่วนกลาง		ตรม.	225	ตรม.
พื้นที่ส่วนห้องพัก				
พื้นที่ส่วนห้องพัก			2,484	ตรม.
รวมพื้นที่ก่อสร้างทั้งหมด			2,709	ตรม.

รายละเอียดแสดงสมมติฐานต้นทุนก่อสร้างและพัฒนาโครงการ

ต้นทุนโครงการ (Project Cost) ช่วงการก่อสร้าง

ต้นทุนที่ดิน			หน่วยละ		
ราคาประเมินที่ดินแปลงนี้					
ค่าที่ดิน (Land Cost)	740.00	ตารางวา	700,000.00	155,400,000.00	บาท
ค่าถมที่ดิน(Excavation And Fill)	740.00	ตารางวา	1,000.00	740,000.00	บาท
ค่า Clearing and Grubbing	740.00	ตารางวา	500.00	370,000.00	บาท
ค่าปรับปรุงภูมิทัศน์ และปลูกต้นไม้	80.00	ตรม.	600.00	48,000.00	บาท
ค่าเตรียมการ Site Preparation	740.00	ตารางวา	500.00	370,000.00	บาท
รวมต้นทุนที่ดินและค่าพัฒนาที่ดิน				156,928,000.00	บาท
ต้นทุนค่าก่อสร้างอาคารและสิ่งปลูกสร้าง					
ค่าก่อสร้างอาคารส่วนพื้นที่ห้องพัก	3,741.00	ตรม.	25,000.00	93,525,000.00	บาท
ค่าก่อสร้างห้องเครื่องระบบไฟฟ้า	10.00	ตรม.	8,000.00	80,000.00	บาท
ห้องเครื่องระบบปั้มน้ำต่าง ๆ	10.00	ตรม.	8,000.00	80,000.00	บาท
ห้องขยะ	5.00	ตรม.	6,000.00	30,000.00	บาท
พื้นที่ส่วนบริการ reception	73.00	ตรม.	45,000.00	3,285,000.00	บาท
พื้นที่ Backup Office	53.00	ตรม.	15,000.00	795,000.00	บาท
พื้นที่ทางเดินระหว่างห้อง, ปลูกต้นไม้ สวน	1,420.00	ตรม.	12,000.00	17,040,000.00	บาท
พื้นที่บันได บันไดหนีไฟ,	60.00	ตรม.	11,000.00	660,000.00	บาท
พื้นที่จอดรถ มอเตอร์ไซด์	90.00	ตรม.	2,500.00	225,000.00	บาท
รวมพื้นที่ส่วนกลาง	1,721.00	ตรม.			
รวมค่าก่อสร้างอาคารและสิ่งปลูกสร้าง				115,720,000.00	บาท
ค่างานระบบภายในโครงการ					
หม้อแปลงไฟฟ้า (Transformer)	1	ตัว	100,000.00	100,000.00	บาท
ตู้ Load Center	8	ตัว	2,000.00	16,000.00	บาท
ปั้มน้ำ	2	ตัว	25,000.00	50,000.00	บาท
WaterTank	2	ตัว	30,000.00	60,000.00	บาท
Septic Tank	4	ตัว	25,000.00	100,000.00	บาท
มิเตอร์ไฟฟ้า	1	ตัว	15,000.00	15,000.00	บาท
มิเตอร์น้ำ	1	ตัว	15,000.00	15,000.00	บาท
ติดตั้งหมายเลขโทรศัพท์	5	หมายเลข	4,500.00	22,500.00	บาท
เบ็ดเตล็ด ร้อยละ	8%	ของมูลค่า		30,280.00	บาท
รวมค่างานระบบในโครงการ				408,780.00	บาท
ค่าเฟอร์นิเจอร์และงานระบบส่วนพื้นที่เช่า					
แอร์คอนดิชั่น	73	ตัว	23,000.00	1,679,000.00	บาท
ลูก Circuit Breaker	365	ตัว	250.00	91,250.00	บาท
เฟอร์นิเจอร์ประกอบห้องเช่า	73	ชุด	1,000,000.00	73,000,000.00	บาท
ระบบสุขาภิบาล (เหมารวม)	73	ชุด	15,000.00	1,095,000.00	บาท
รวมค่างานระบบในอาคาร				75,865,250.00	บาท
รวมค่าก่อสร้าง งานระบบและเฟอร์นิเจอร์ตกแต่งภายในทั้งหมด				191,994,030.00	
ค่าพัฒนาโครงการอื่นๆ					
ค่าออกแบบสถาปัตย์, โครงสร้างและระบบ 3% ของมูลค่าก่อสร้าง				5,759,820.90	บาท
ค่าขออนุญาตปลูกสร้างจาก กทม.				1,000,000.00	บาท
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ 5% ของมูลค่าก่อสร้าง				9,599,701.50	บาท
ค่า Contingency ทดแทนความเสี่ยง 5% ของการก่อสร้าง				9,599,701.50	บาท
รวมค่าพัฒนาอื่นๆ				25,959,223.90	บาท
รวมต้นทุนค่าก่อสร้างและพัฒนาโครงการ				374,881,254	บาท
รวมต้นทุนค่าก่อสร้างและพัฒนาโครงการ				374,900,000	บาท

สรุปการสัมภาษณ์เกี่ยวกับความเห็นต่อรูปแบบทางสถาปัตยกรรมของโครงการประเภทโรงแรม โดยกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านสถาปัตยกรรม ผู้เชี่ยวชาญด้านประวัติศาสตร์ ผู้เชี่ยวชาญด้านวัฒนธรรมจีน กลุ่มผู้ประกอบการโครงการประเภทโรงแรม และผู้ประกอบการที่พัฒนาโครงการที่มีการแสดงอัตลักษณ์เฉพาะของโครงการ

ตารางที่ 5.6

แสดงสรุปความคิดเห็นรูปแบบทางสถาปัตยกรรมประเภทโรงแรมบนถนนเยาวราช

ชุดคำถาม	อ.วิมลสิทธิ์ ทรายางกูร	คุณศันพร พงษ์ณี	คุณเจษฎ์ ธีรวานภูมิ	คุณสมชัย กวางทองพาณิชย์	(Studio make) David Schafer	คุณวราพีญ์ คณินโพธิ์	Mirko Guarida	พีช โปษยานท์	ธีรนาถ ศิริสวัสดิ์	ธนัสพงษ์ สงวณวุฒิโรจนา	คุณพจนนกร	คุณเด่น	จิรัชัง เสริมแรง	วรณิพงษ์ นามวัฒน์ศิริ
พิจารณา ตัวรูปแบบโดยพิจารณาใช้ในการ														
 จีนโบราณ			เลือกแบบนี้เพราะ ถ้าพูดสั้นยาวมันเป็นเรื่องของ การค้าขายอันเป็นรูปแบบอื่นๆจะไม่ถึงจุดต่อ แต่ รูปแบบนี้มันจะมีลักษณะของการนำเสนอสถานที่ของ กว่านี้หน่อย(จากภาพ) แต่ใช้รูปแบบจีนประเพณี											
 จีนรูปแบบทางสมัยใหม่		ตัวรูปแบบนี้มีความเหมาะสม ที่ จะตั้งอยู่บนถนนเยาวราช		เพราะมันมีความเหมาะสม ดูรับกับ ดูได้ก็มีความเป็น จีนไม่ใช่อาคารและดูว่าทำไม่ได้ ส่วนที่เป็นแบบบูรณา การดูว่ารับไม่รับ ส่วนอันแบบจีนประเพณีก็รับกันไป					ถ้าเป็นโครงการขนาดใหญ่ คนมักจะนึกถึงเป็นแค่ให้ดู มีภาพอาคาร ส่วนด้านหลังจะเรียบๆก็อาจจะไม่ได้ดู เยอะเกินไป		เป็นอาคารแบบประเพณีที่แสดงถึงความสวยงาม รวมถึง ความทันสมัยที่อยู่ในความเป็นจีน ซึ่งองค์ประกอบหลักคือ ว่าเป็นสิ่งที่เห็นได้ชัดที่สุดออกมาซึ่งเป็นประตูและทิวทัศน์ ซึ่ง ทำให้เห็นไม่หายไป			รูปแบบจีนว่าคือจีน เพราะมันมีความ ร่วมสมัยมีความทันสมัยสแกนกันแต่ไม่ มีส่วนที่มี concept ซึ่งมันจะดูออกไป ไม่ใช่ดูอะไรไปซึ่งไม่เหมาะสม
 รูปแบบโบราณ							เนื่องจากเป็นรูปแบบที่มีการดำเนินการจัด องค์ประกอบ และความสัมพันธ์กับองค์ ตัว อาคารในการออกแบบ	เพราะมันมีการตีความที่มีขึ้นสิ่งไม่ได้เอา หลักตามได้เลย แต่มันมีการตีความบางอย่าง และการตกแต่งรายละเอียดบางอย่าง						
 รูปแบบร่วมสมัยโดยมีพื้นฐานจาก องค์ประกอบทางประเพณี					ขึ้นอยู่กับความชอบของคน และที่สำคัญคือ ขึ้นอยู่กับที่ตั้งและบริบท(Site&Context) ผู้ออกแบบเองจะต้องเข้าใจที่ตัวเองอาคารที่ อยู่รอบๆที่สิ่งนี้จะพิจารณาว่าเป็นรูปแบบไหน					รูปแบบที่ขึ้นอยู่กับความชอบของผู้ออกแบบประกอบกับว่าเรื่องของ การนำเอาความเชื่อและวัฒนธรรมมา รวมกันใช้ข้อมูลในเชิง การตลาด		ควรจะมีการร่วมสมัยโดยลักษณะโครงการให้ทันสมัย อันไหนๆ แต่มีการปรับปรุงให้มีความเป็นจีนมาก ขึ้น แต่นั่นคือมีความร่วมสมัย และนั่น นั้นตอบได้ยาก		
 รูปแบบอื่นๆ	เน้นการออกแบบที่เกิดจากการวิเคราะห์ข้อมูล ทางการตลาดเพื่อวิเคราะห์ความต้องการ และ รูปแบบของโครงการ						สุดท้ายที่สำคัญคือ ทำอันนี้สิ่งที่ใครจะอย่างไรที่มีภาพในหัวแต่ ความจากการศึกษาอาคารจริง มันมันก็จะไม่ได้จะไม่ได้มาๆ รวมถึง บางครั้งความแปลกแยกก็อาจจะไม่ถือเป็นอัตลักษณ์							

ที่มา: โดยผู้วิจัย

การวิเคราะห์ผลการสัมภาษณ์กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านสถาปัตยกรรม ผู้เชี่ยวชาญด้านประวัติศาสตร์ ผู้เชี่ยวชาญด้านวัฒนธรรมจีน และกลุ่มผู้ประกอบการโครงการประเภทโรงแรม และผู้ประกอบการที่พัฒนาโครงการที่มีการแสดงอัตลักษณ์เฉพาะของโครงการถึงแนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบทางสถาปัตยกรรมของโครงการประเภทโรงแรมนั้นรูปแบบที่ผู้ให้สัมภาษณ์ให้ความสนใจ ได้แก่ จินรูปแบบวางเคียงกัน และรูปแบบร่วมสมัย ด้วยเหตุผลที่สำคัญคือ สำหรับผู้ให้สัมภาษณ์ที่คิดว่าควรเป็นจินรูปแบบวางเคียงกันนั้น เนื่องจากเป็นรูปแบบที่มีความโดดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์แต่ขนาดเดียวกันก็มีความสอดคล้องกับความเป็นย่านเยาวราช และมองว่ารูปแบบนี้จะเป็นการแสดงถึงการประยุกต์ระหว่างความทันสมัยประกอบเข้ากับการนำองค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมจีนมาใช้โดยเป็นการผสมผสานที่มีความลงตัวไม่ทันสมัยจนเกินไป ส่วนความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบร่วมสมัยนั้นผู้ให้สัมภาษณ์ที่เลือกรูปแบบดังกล่าวนี้มีความเห็นว่าอาคารที่เกิดขึ้นในปัจจุบันก็ควรแสดงถึงยุคสมัยปัจจุบันที่ทำให้ตัวอาคารมีความทันสมัยแต่อาจมีการผสมผสานด้วยการนำองค์ประกอบบางอย่างของความเป็นจีนเข้ามาใช้แต่จะมากหรือน้อยนั้นจะขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของขนาด และที่ตั้งของโครงการ

5.2.6 การพัฒนารูปแบบทางสถาปัตยกรรม (Architectural Style)

การออกแบบโครงการประเภทโรงแรมที่แสดงอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมสอดคล้องกับมรดกชุมชนเมืองนั้นโดยการวิเคราะห์ข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรม การลงพื้นที่สำรวจ การสัมภาษณ์กลุ่มผู้เชี่ยวชาญทางด้านสถาปัตยกรรม ผู้เชี่ยวชาญด้านประวัติศาสตร์ ผู้เชี่ยวชาญด้านวัฒนธรรมจีน และกลุ่มผู้ประกอบการถึงแนวทางในการออกแบบและรูปแบบของโครงการที่มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับบริบทของเยาวราชแล้วนั้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการสร้างแบบจำลองของโครงการประเภทโรงแรมโดยเน้นการนำเสนอรูปแบบทางสถาปัตยกรรมที่มีความสอดคล้องกับบริบทขึ้น 2 รูปแบบ ตามการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากกระบวนการวิจัยข้างต้น โดยรูปแบบทางสถาปัตยกรรมที่ใช้ในการออกแบบนั้นจะแบ่งเป็น รูปแบบที่ 1 คือ รูปแบบอัตลักษณ์วางเคียงกันประเพณีและสมัยใหม่ และรูปแบบที่ 2 คือ รูปแบบอัตลักษณ์ร่วมสมัย โดยมีรายละเอียดของในแต่ละรูปแบบ ดังนี้

รูปแบบที่ 1 รูปแบบอัตลักษณ์วางเคียงกันประเพณีและสมัยใหม่

การใช้แนวคิดการนำรูปแบบตึกแถวแบบจีนประเพณีผสมผสานเข้ากับตึกกระจกสมัยใหม่รวมถึงการนำองค์ประกอบของลวดลายลูกกรงจีนที่พบได้ในตึกแถวบางหลัง เช่น อาคารตึกแถวบนถนนมังกรมาประดับตกแต่งภายนอก



ภาพที่ 5.23

แสดงรูปแบบตึกแถวแบบจีนยุคแรก (ที่มา: โดยผู้วิจัย)



ภาพที่ 5.24

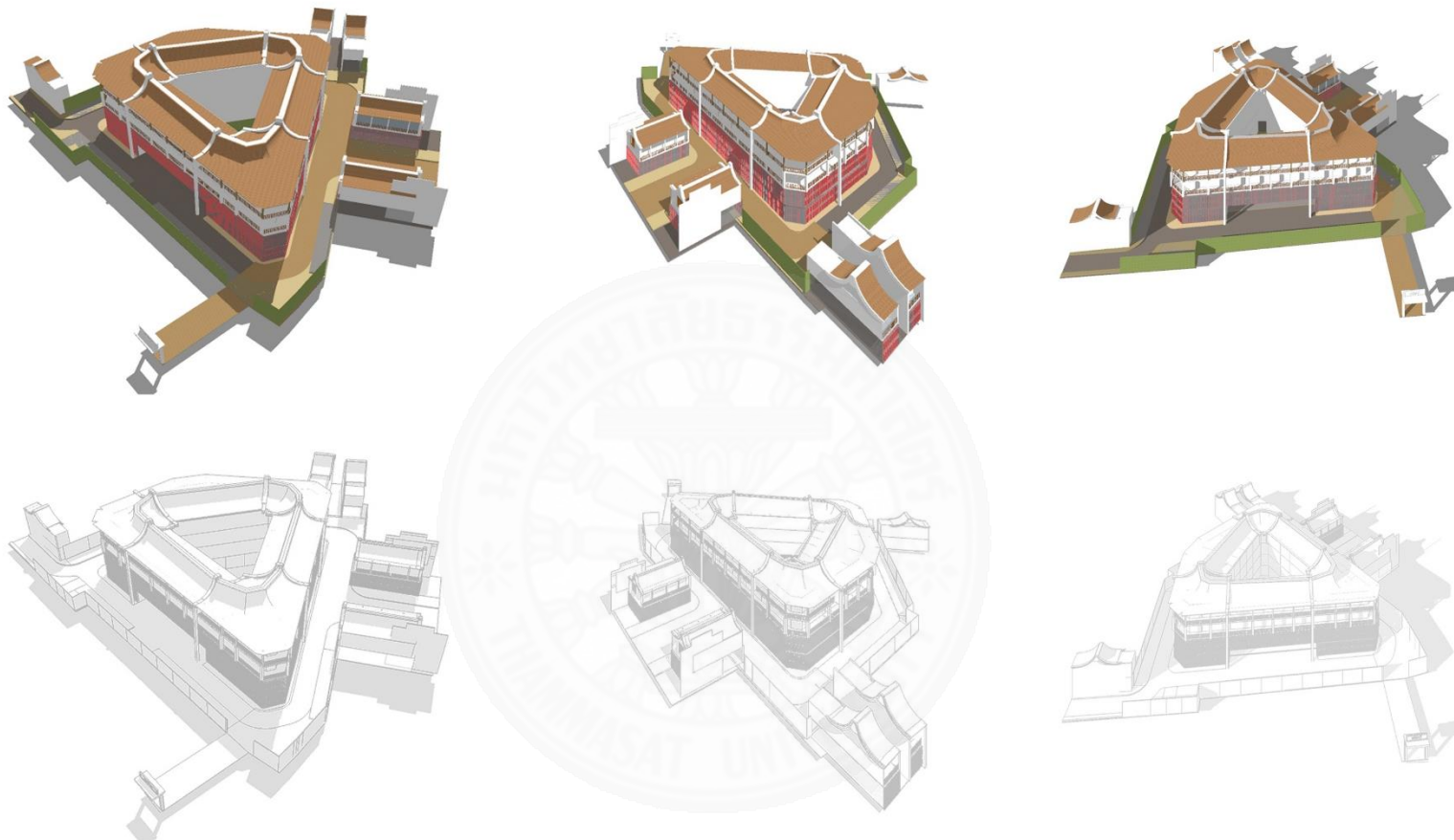
แสดงลักษณะของลวดลายลูกกรงเงินของอาคารตึกแถวบนถนนมั่งกร (ที่มา: โดยผู้วิจัย)

แนวคิดของการออกแบบการวางเคียงกันของรูปแบบสถาปัตยกรรมเงินประเพณีและสถาปัตยกรรมสมัยใหม่ คือการใช้รูปแบบตึกแถวแบบจีนยุคแรกที่ยังคงหลงเหลืออยู่เพียงหลังเดียวบริเวณตลาดน้อย และเป็นรูปแบบที่มีความใกล้เคียงกับอาคารแถวในโครงการ ล้ง 1919 (Lhong 1919) และในส่วน of สถาปัตยกรรมสมัยใหม่นั้นจะใช้รูปแบบของอาคารผนังกระจกซึ่งเป็นวัสดุสมัยใหม่แต่นำมาประยุกต์ใช้ลวดลายลูกกรงที่พบในอาคารบางหลังบนเยาวราช เช่น อาคารตึกแถวบนถนนมั่งกร มาปิดภายนอก โดยแนวคิดของโครงการคือเป็นโรงแรมระดับ 4 ดาวที่มีความแตกต่างด้วยรูปแบบทางสถาปัตยกรรมที่เกิดจากการปรากฏของทั้งความเป็นเงินประเพณีและร่วมสมัย



ภาพที่ 5.25

แสดงผังบริเวณของโครงการรูปแบบที่ 1 (ที่มา: โดยผู้วิจัย)



ISOMETRIC A

ISOMETRIC B

ISOMETRIC C

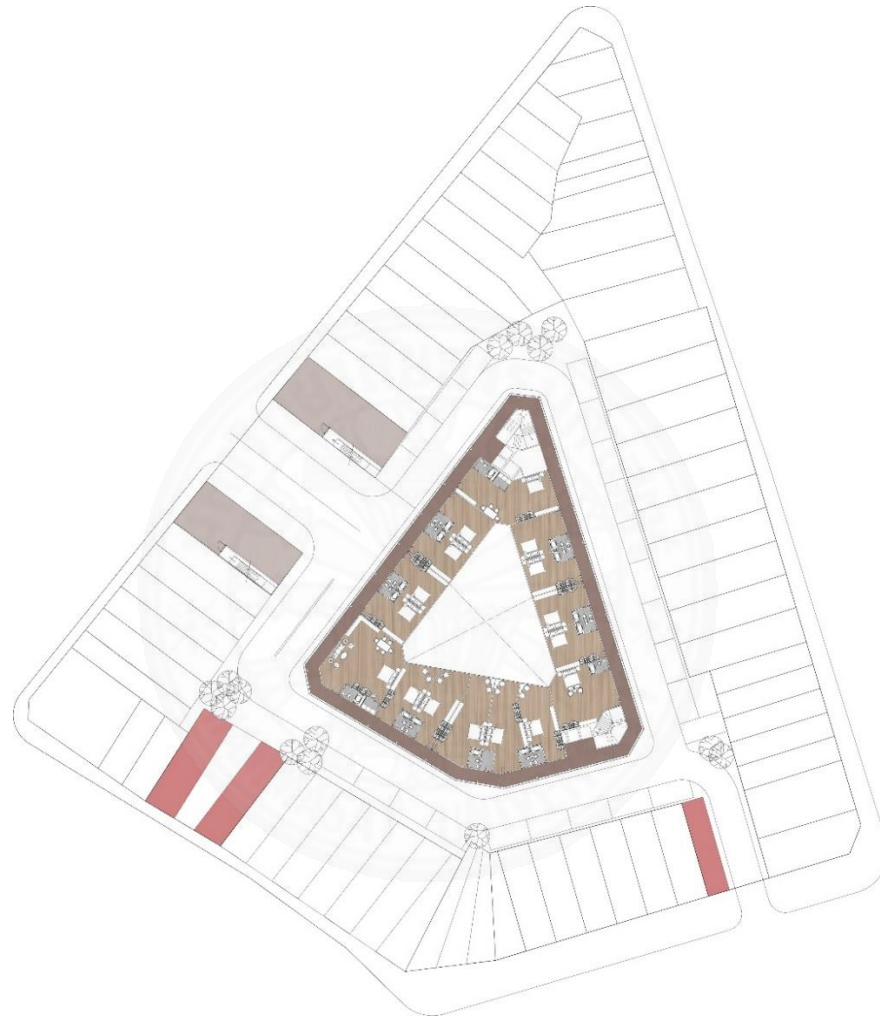
ภาพที่ 5.26

แสดงภาพไอโซเมตริกของโครงการรูปแบบที่ 1 (ที่มา: โดยผู้วิจัย)



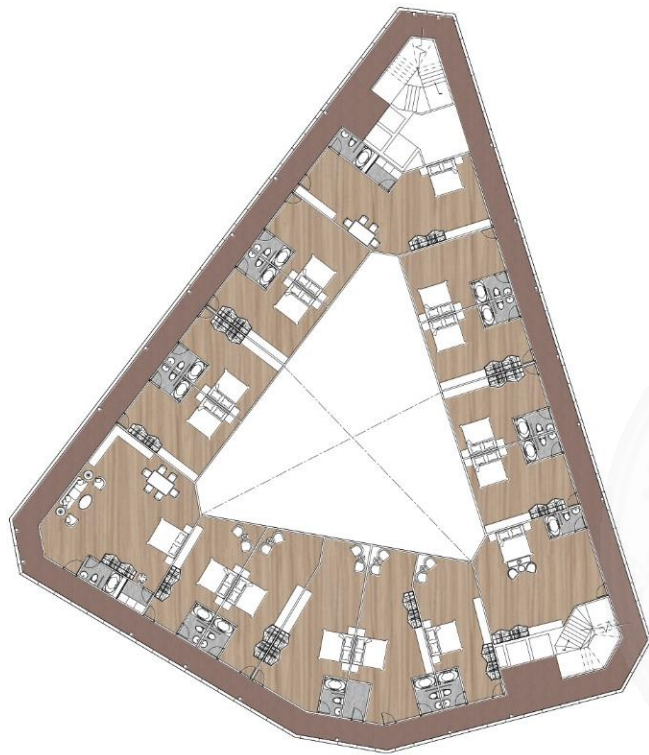
ภาพที่ 5.27

แสดงผังโครงการชั้น 1 รูปแบบที่ 1 (scale 1:1000) (ที่มา: โดยผู้วิจัย)



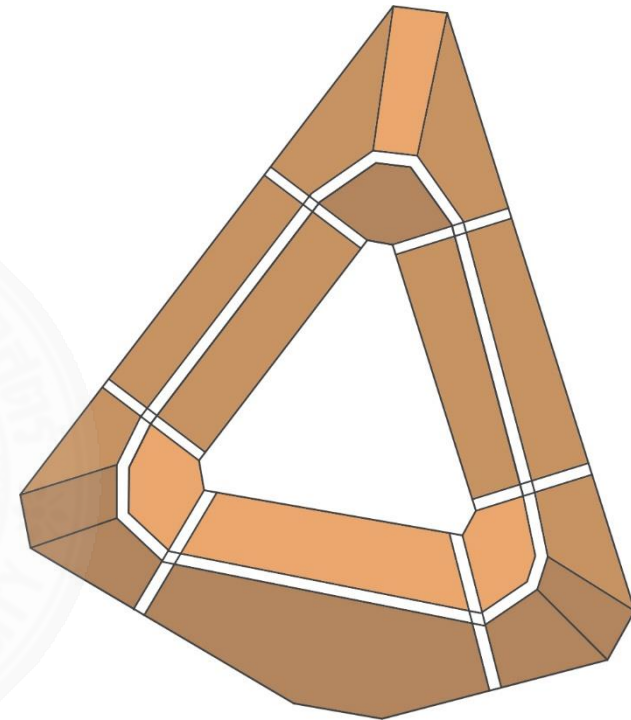
ภาพที่ 5.28

แสดงผังโครงการชั้น 2 รูปแบบที่ 1 (scale 1:1000) (ที่มา: โดยผู้วิจัย)



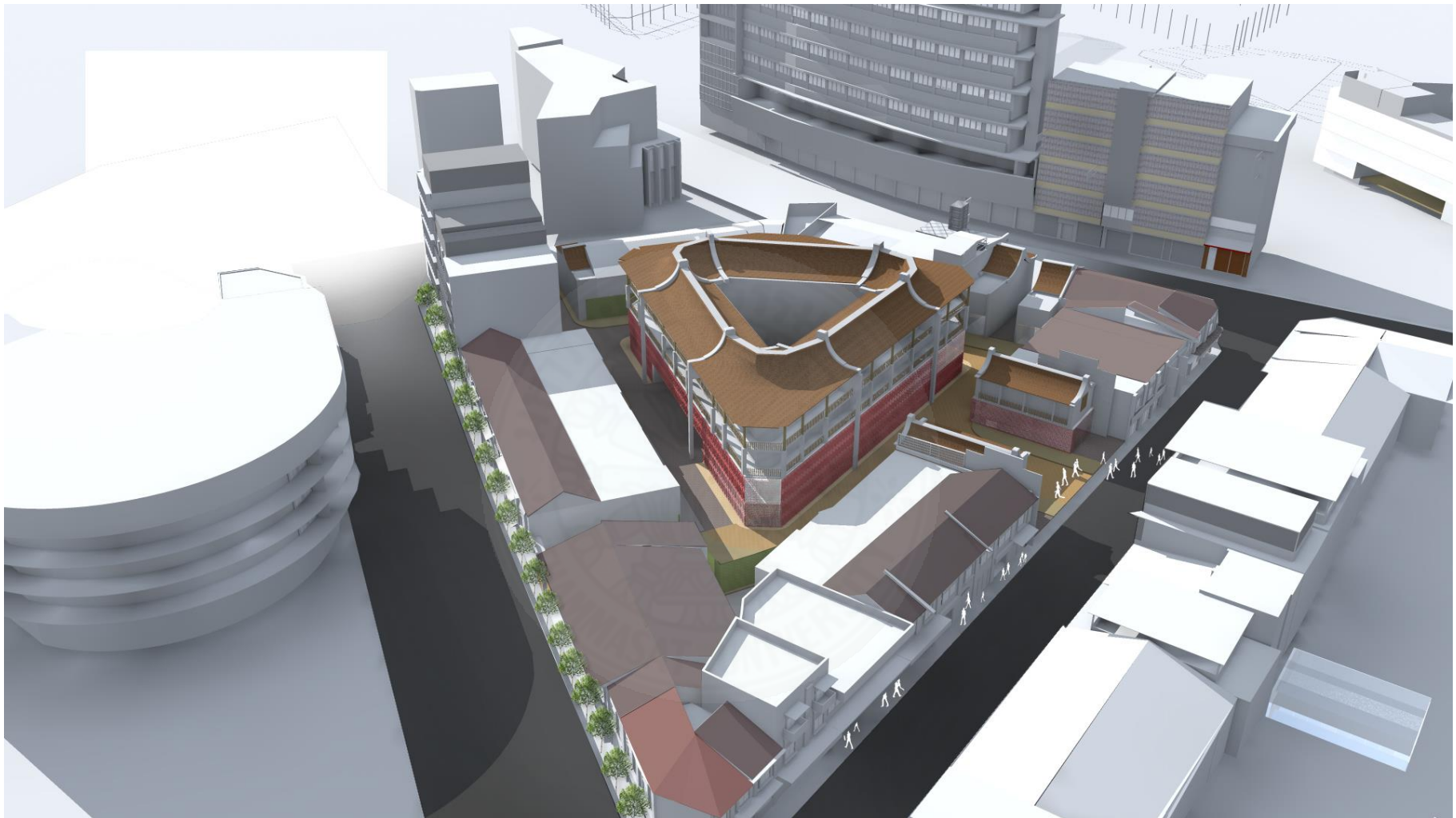
ภาพที่ 5.29

แสดงผังชั้นที่ 3 – 4 รูปแบบที่ 1 (scale 1:1000) (ที่มา: โดยผู้วิจัย)



ภาพที่ 5.30

แสดงผังหลังคา ของโครงการรูปแบบที่ 1 (scale 1:1000) (ที่มา: โดยผู้วิจัย)



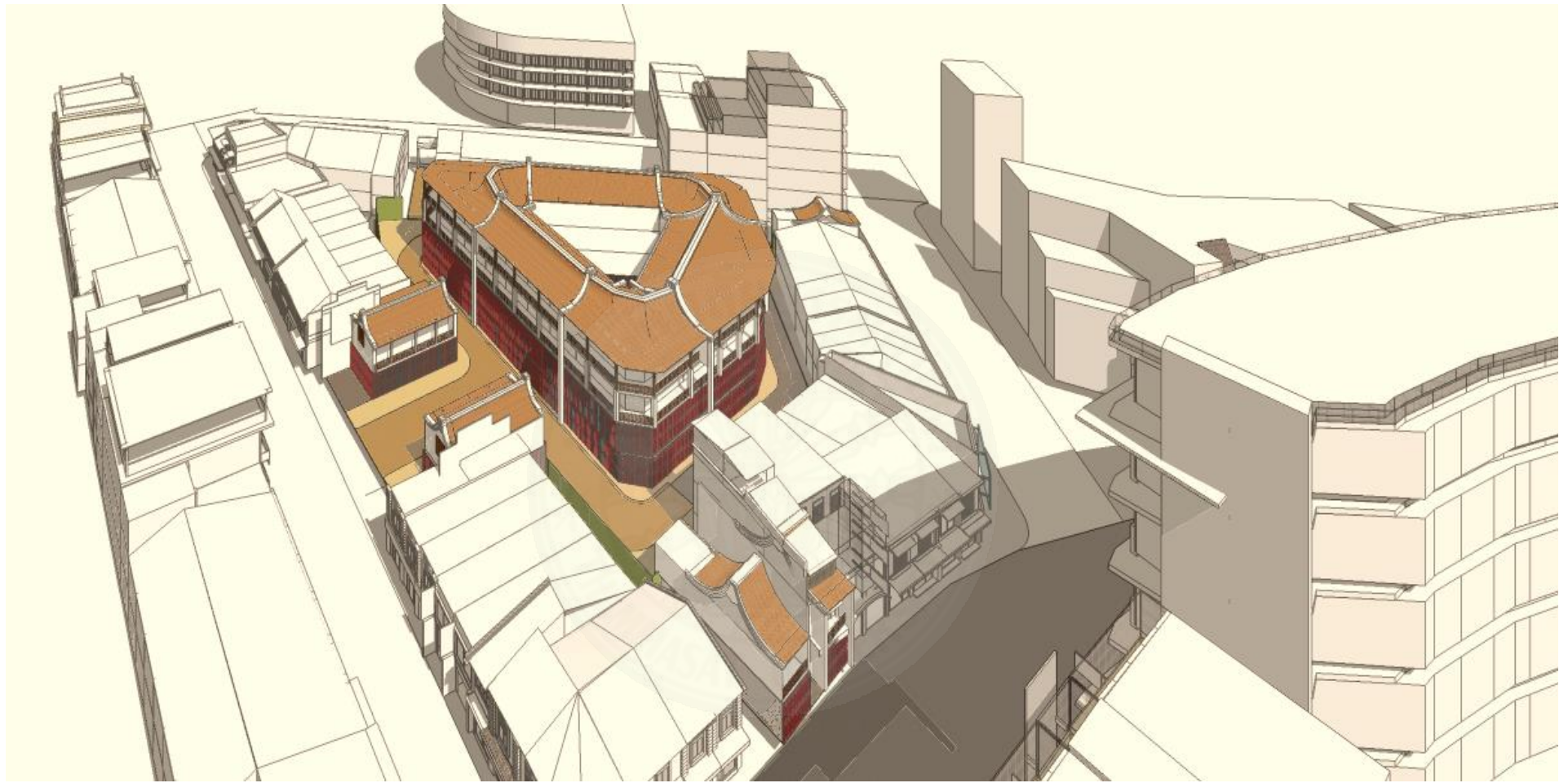
ภาพที่ 5.31

แสดงภาพมุมมองทิศเหนือ จากถนนทรงสวัสดิ์และถนนเจริญกรุง (ที่มา: โดยผู้วิจัย)



ภาพที่ 5.32

แสดงภาพมุมมองที่ 1 ทิศเหนือ จากถนนทรงสวัสดิ์และถนนเจริญกรุง (ที่มา: โดยผู้วิจัย)

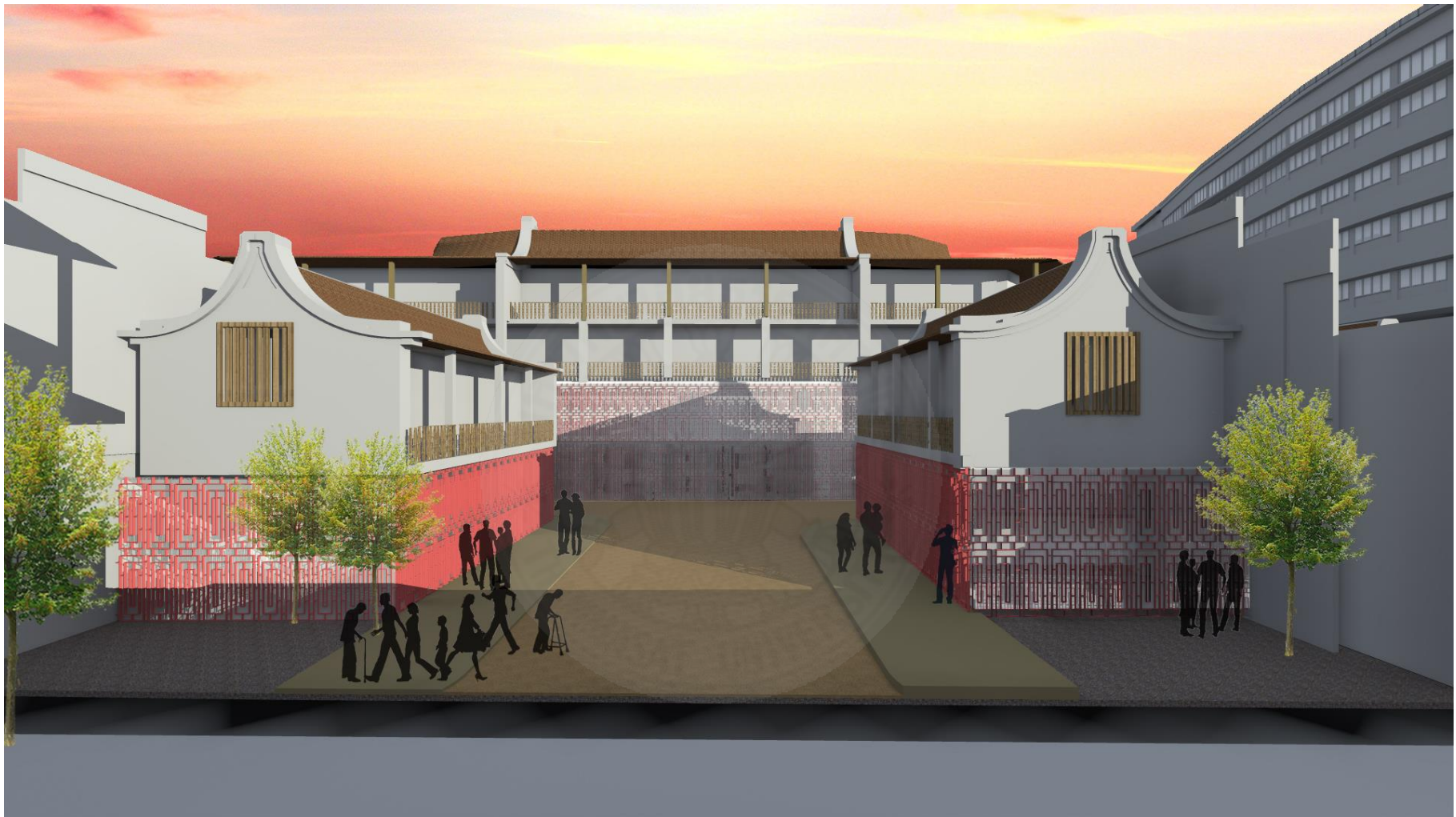


ภาพที่ 5.33

แสดงภาพมุมมองที่ 2 ทิศตะวันตก บริเวณมุมถนนทรงสวัสดิ์และถนนเยาวราช (ที่มา: โดยผู้วิจัย)



ภาพที่ 5.34 แสดงภาพมุมมองที่ 3 ทิศใต้ บริเวณมุมถนนเยาวราชและถนนลำพูไนซ์ (ที่มา: โดยผู้วิจัย)



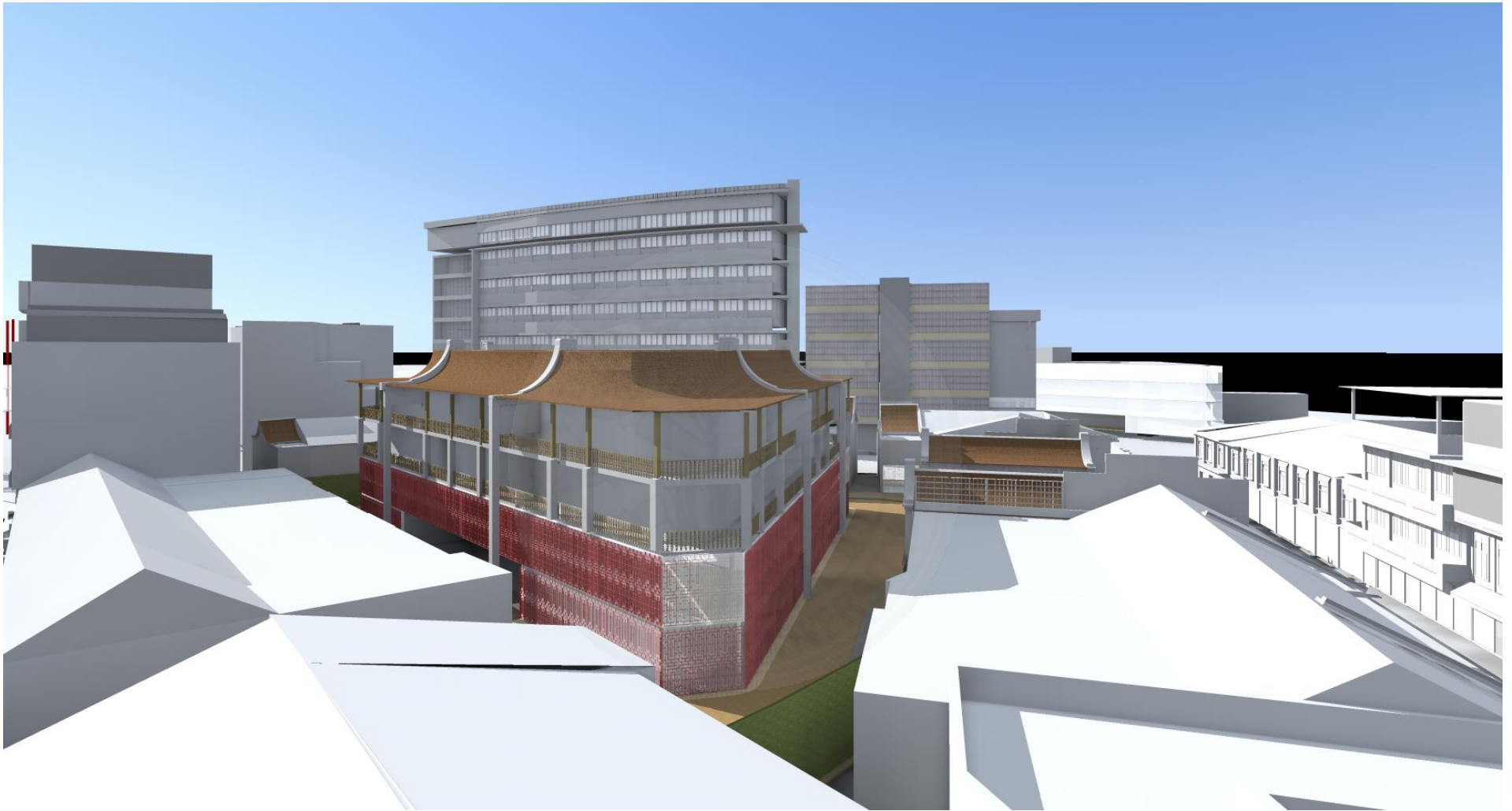
ภาพที่ 5.35

แสดงภาพมุมมองที่ 4 แสดงทางเข้าหลักของโครงการบริเวณถนนทรงสวัสดิ์ (ที่มา: โดยผู้วิจัย)



ภาพที่ 5.36

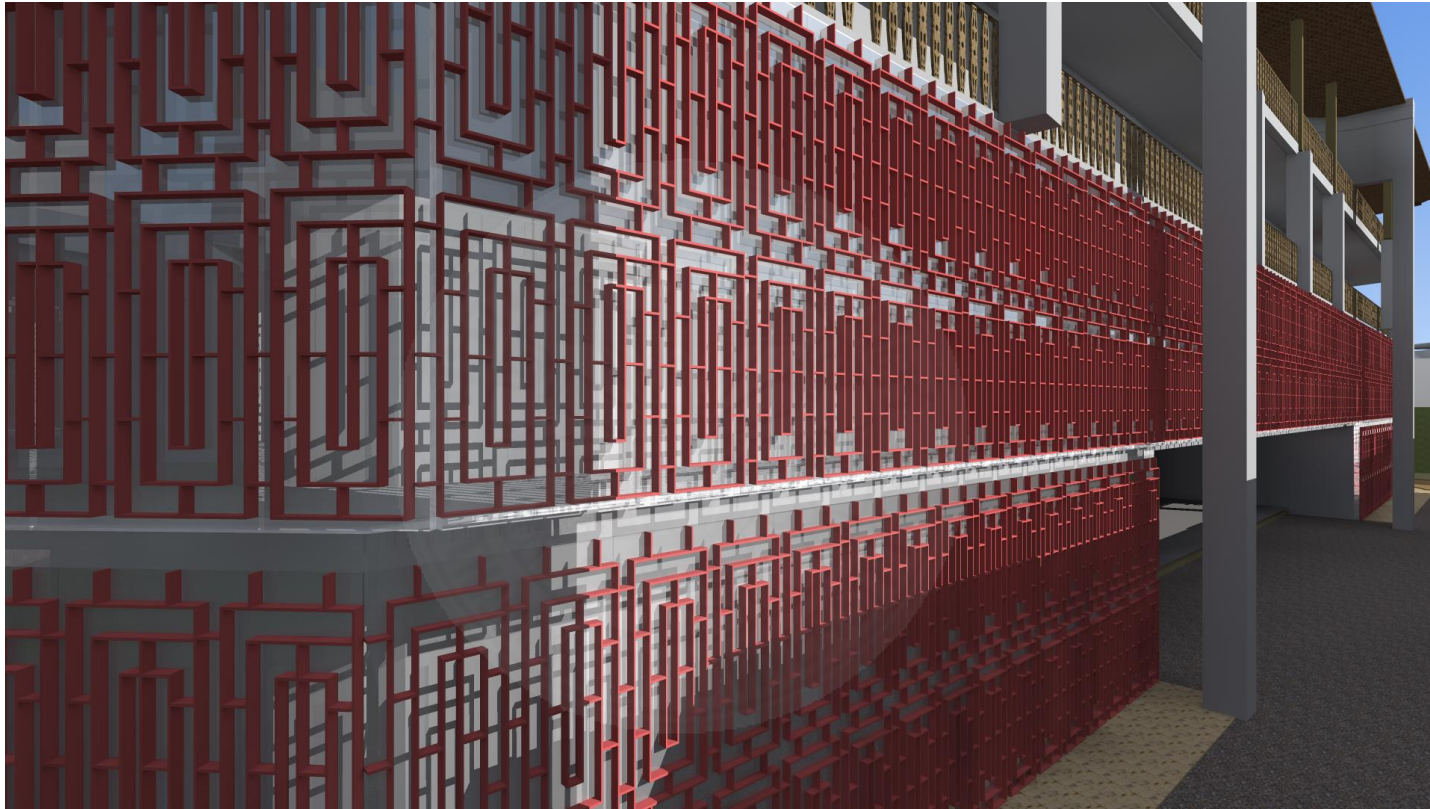
แสดงภาพมุมมองที่ 5 แสดงทางเข้าโครงการจากถนนเยาวราช (ที่มา: โดยผู้วิจัย)



ภาพที่ 5.37

แสดงภาพทัศนียภาพของโครงการ (ที่มา: โดยผู้วิจัย)

การใช้องค์ประกอบตึกแถวจีนประเพณีและการใช้ลวดลายเหล็กดัดแบบจีนทำเป็นลูกกรงและแผงกรองแสงแดดในส่วนสมัยใหม่ และการใช้ป้ายภาษาจีนทางตั้งเป็นป้ายชื่อโรงแรม



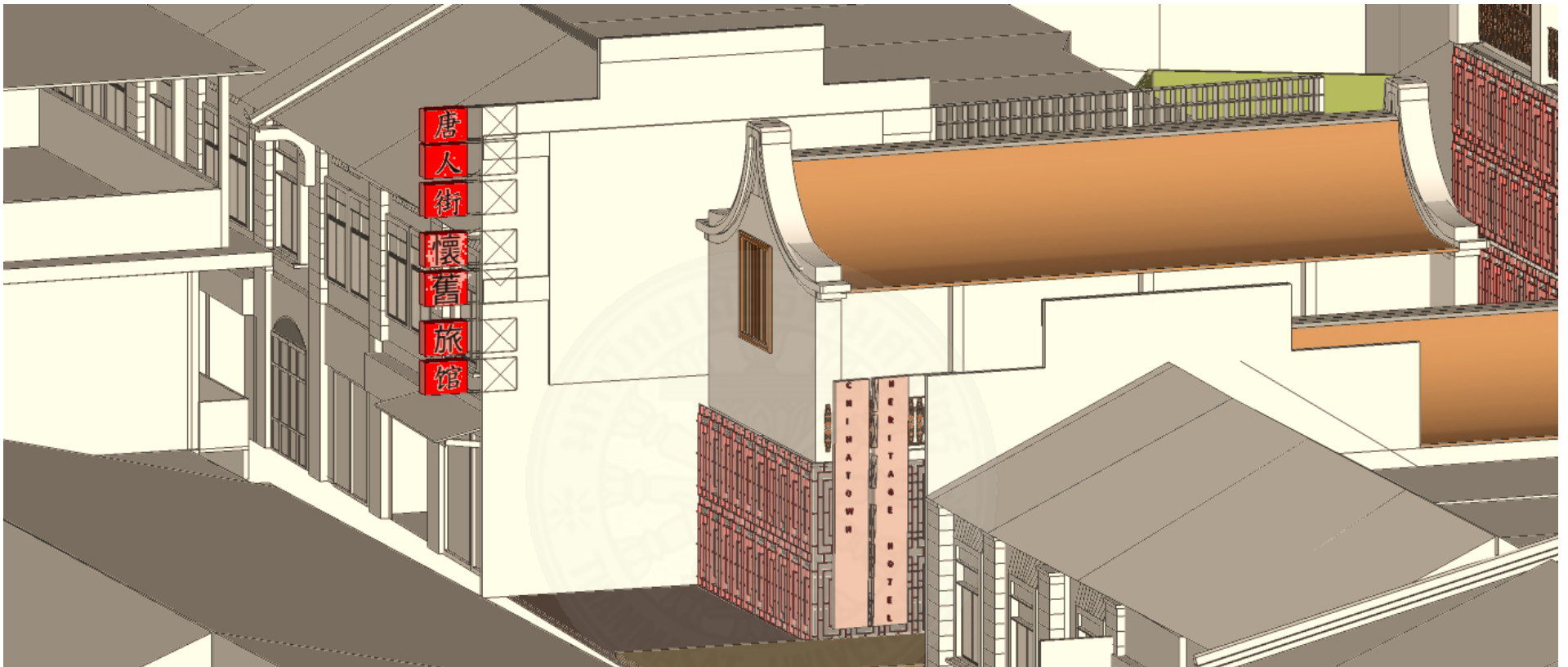
ภาพที่ 5.38

แสดงภาพภาพผนังชั้น 1 และ 2 ของโครงการที่มีการนำองค์ประกอบของลวดลายจีนมาใช้ในการออกแบบ (ที่มา: โดยผู้วิจัย)



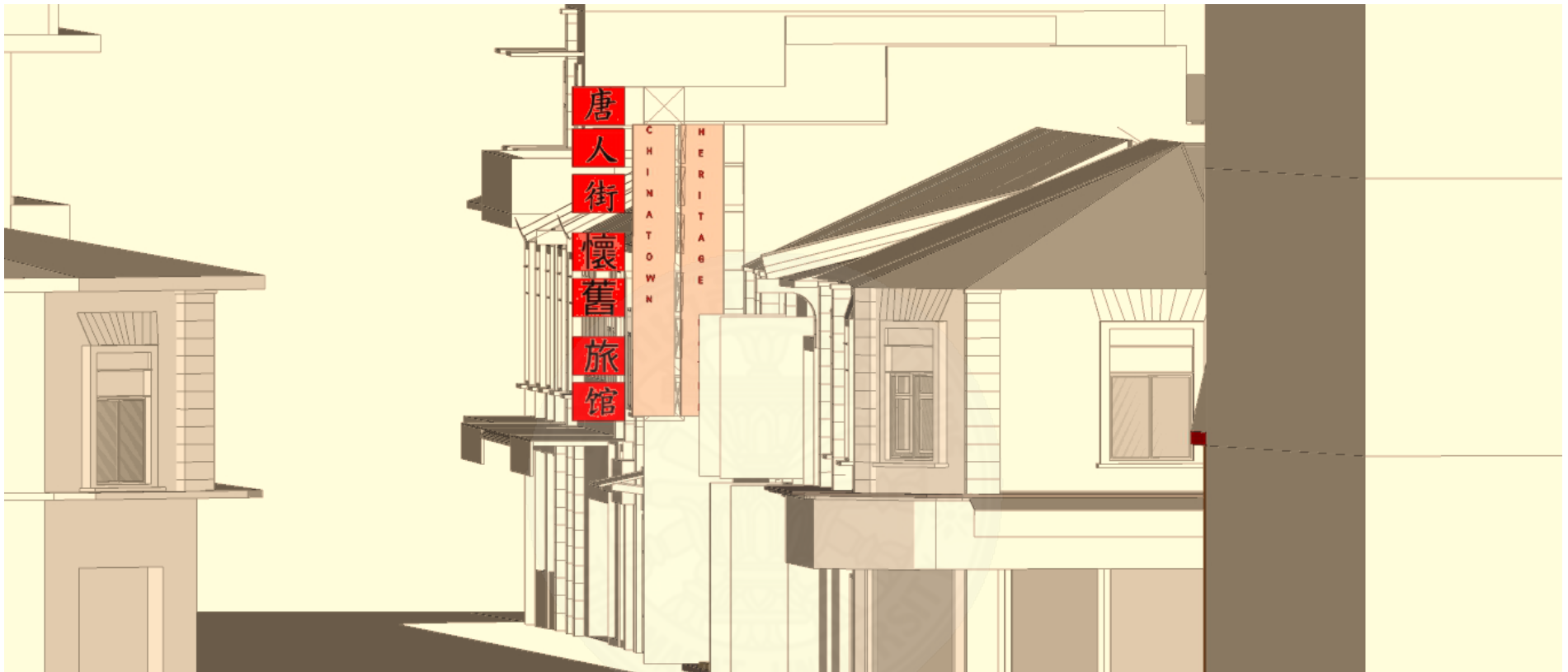
ภาพที่ 5.39

แสดงการนำองค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ที่แสดงถึงอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมบนถนนเยาวราชมาใช้ บริเวณถนนเยาวราช (ที่มา: โดยผู้วิจัย)



ภาพที่ 5.40

แสดงการนำองค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ที่แสดงถึงอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมบนถนนเยาวราชมาใช้ บริเวณถนนทรงสวัสดิ์ (ที่มา: โดยผู้วิจัย)

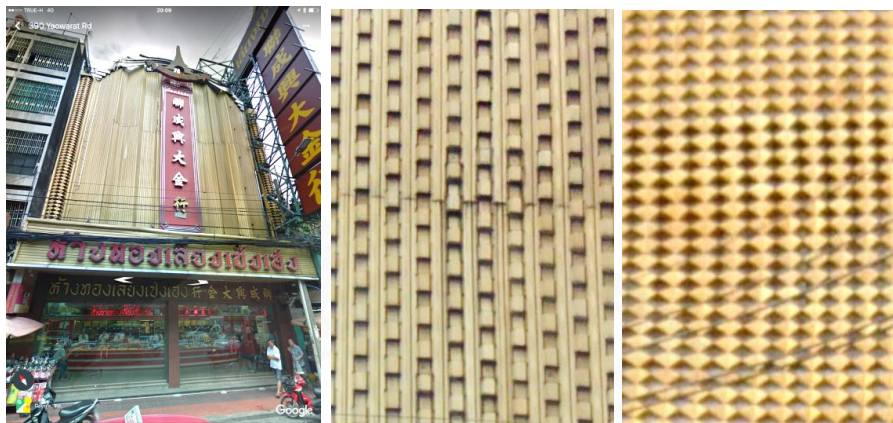


ภาพที่ 5.41

แสดงการนำองค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ที่แสดงถึงอัตลักษณ์ (ที่มา: โดยผู้วิจัย)

รูปแบบที่ 2 รูปแบบอัตลักษณ์ร่วมสมัยจากองค์ประกอบดั้งเดิม

การออกแบบโดยใช้การพัฒนาความหลากหลายจากรูปแบบดั้งเดิม เช่น แนวคิดในการต่อเติมของอาคารตึกโดยรอบที่ตั้งโครงการร่วมกับการนำรูปทรงหลังคาจีนแบบลดรูปมาใช้



ภาพที่ 5.42

แสดงความหลากหลายของลวดลายต่างๆของร้านทองซึ่งเป็นรูปแบบอาคารที่ได้รับการตกแต่งอย่างโดดเด่นและแสดงถึงเอกลักษณ์เฉพาะของถนนเยาวราช (ที่มา: โดยผู้วิจัย)



ภาพที่ 5.43 (ที่มา:.....)

แสดงแนวคิดการนำรูปแบบของหลังคาที่สะท้อนลักษณะจีนแต่มีการลดรูปให้มีความเรียบง่าย

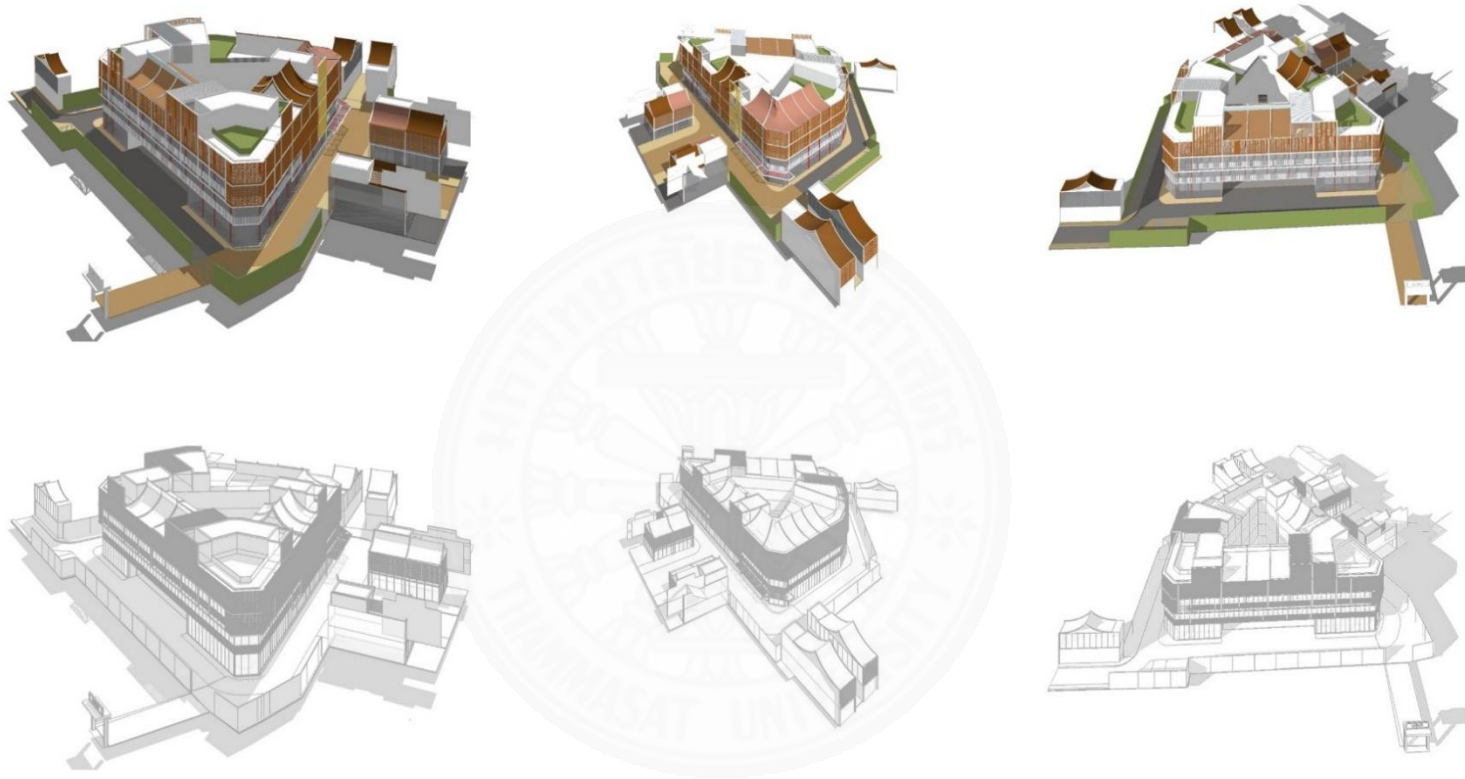
แนวคิดอัตลักษณ์ร่วมสมัยเน้นการผสมผสานทั้งรูปแบบสถาปัตยกรรมที่โดดเด่นบนถนนเยาวราชและองค์ประกอบจีนร่วมสมัย โดยเน้นส่งเสริมความหลากหลายของรูปลักษณ์และพื้นที่ใช้สอยที่เกิดจากสถาปัตยกรรมแบบดั้งเดิม และเลือกใช้รูปแบบ façade ของสถาปัตยกรรมหลังสมัยใหม่นิยม (postmodern) ของร้านทองต่างๆ บนถนนเยาวราชซึ่งมีเอกลักษณ์เฉพาะ แต่มักไม่ได้

รับความสนใจในฐานะสถาปัตยกรรมพื้นถิ่นเมือง นอกจากนี้ใช้รูปทรงหลังคาที่สะท้อนลักษณะจีนแต่มีการลดรูปให้มีความเรียบง่าย ทั้งนี้ วางตำแหน่งให้เป็นโครงการโรงแรมระดับ 4 ที่มีความแตกต่างจากการออกแบบในลักษณะ Design Hotel โดยรูปแบบทางสถาปัตยกรรมปรากฏความหลากหลายจากบริบทและความเป็นจีน แต่ก็มีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน



ภาพที่ 5.44

แสดงผังบริเวณของโครงการรูปแบบที่ 2 (ที่มา: โดยผู้วิจัย)



ISOMETRIC A

ISOMETRIC B

ISOMETRIC C

ภาพที่ 5.45

แสดงภาพไอโซเมตริกของโครงการรูปแบบที่ 2 (ที่มา: โดยผู้วิจัย)



ภาพที่ 5.46

แสดงผังโครงการชั้น 1 รูปแบบที่ 2 (scale 1:1000) (ที่มา: โดยผู้วิจัย)



ภาพที่ 5.47

แสดงผังโครงการชั้น 2 รูปแบบที่ 2 (scale 1:1000) (ที่มา: โดยผู้วิจัย)



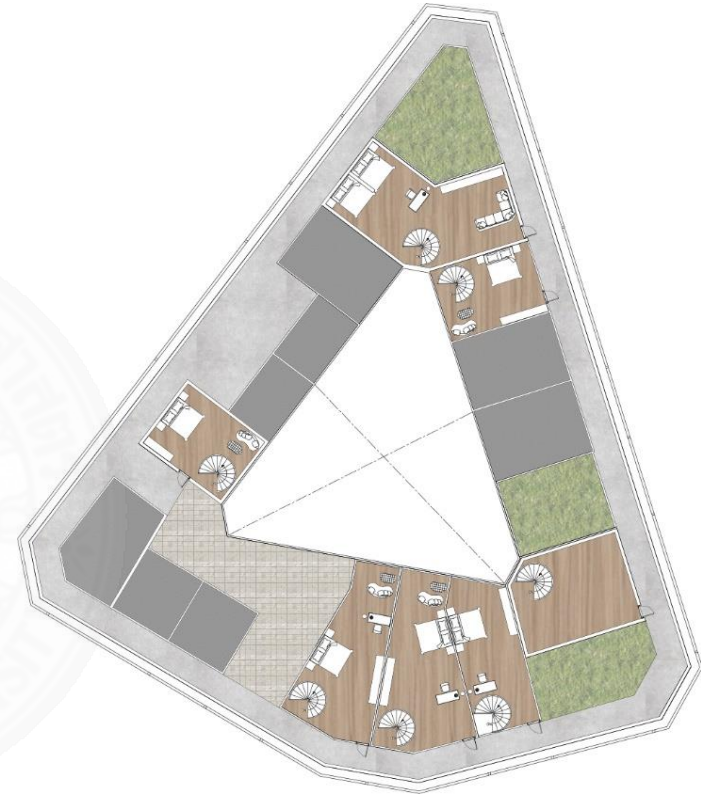
ภาพที่ 5.48

แสดงผังโครงการชั้น 3 รูปแบบที่ 2 (scale 1:1000) (ที่มา: โดยผู้วิจัย)



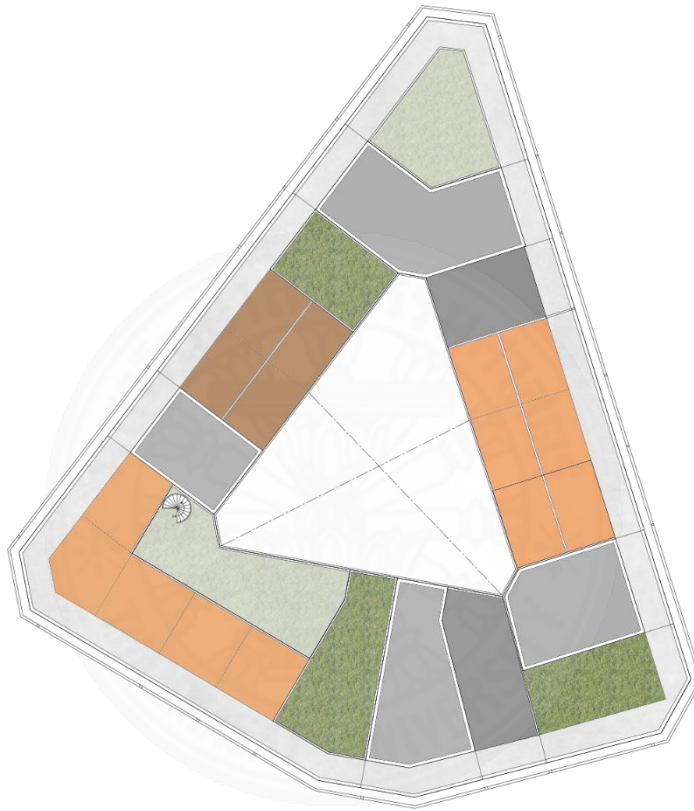
ภาพที่ 5.49

แสดงผังโครงการชั้น 4 รูปแบบที่ 2 (scale 1:1000) (ที่มา: โดยผู้วิจัย)



ภาพที่ 5.50

แสดงโครงการชั้น 5 รูปแบบที่ 2 (scale 1:1000) (ที่มา: โดยผู้วิจัย)



ภาพที่ 5.51

แสดงผังหลังคา อาคารรูปแบบที่ 2 (scale 1:1000) (ที่มา: โดยผู้วิจัย)



ภาพที่ 5.52

แสดงภาพมุมมองทิศเหนือ จากถนนทรงสวัสดิ์และถนนเจริญกรุง (ที่มา: โดยผู้วิจัย)



ภาพที่ 5.53

แสดงภาพมุมมองที่ 2 ทิศตะวันตก บริเวณถนนทรงสวัสดิ์และถนนเยาวราช (ที่มา: โดยผู้วิจัย)



ภาพที่ 5.54

แสดงภาพมุมมองที่ 3 ทิศใต้ บริเวณมุมถนนเยาวราชและถนนลำพูนไชย (ที่มา: โดยผู้วิจัย)



ภาพที่ 5.55

แสดงภาพทัศนียภาพของโครงการ (ที่มา: โดยผู้วิจัย)



ภาพที่ 5.56

แสดงภาพทัศนียภาพของโครงการ (ที่มา: โดยผู้วิจัย)



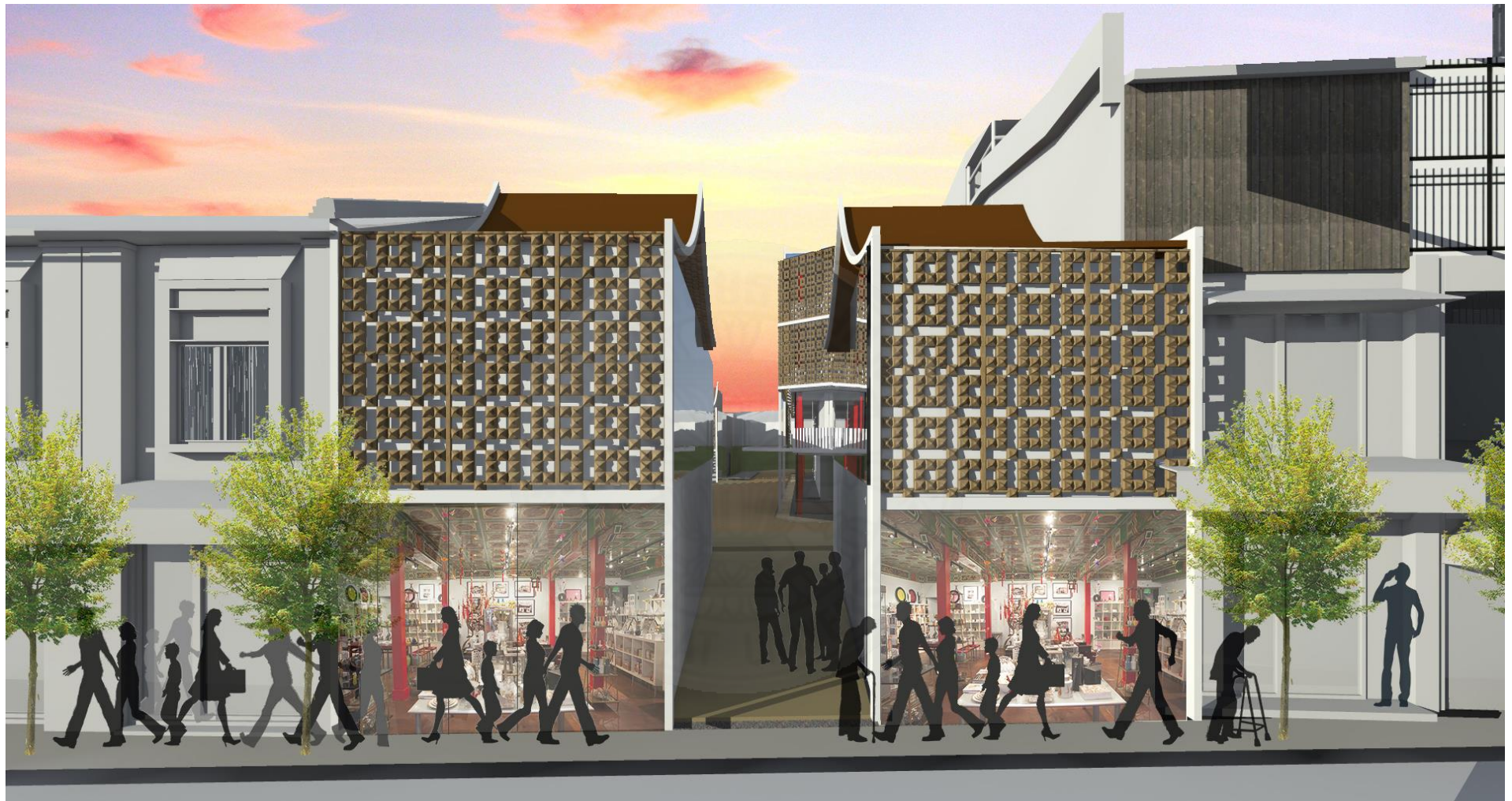
ภาพที่ 5.57

แสดงภาพทัศนียภาพของโครงการ (ที่มา: โดยผู้วิจัย)



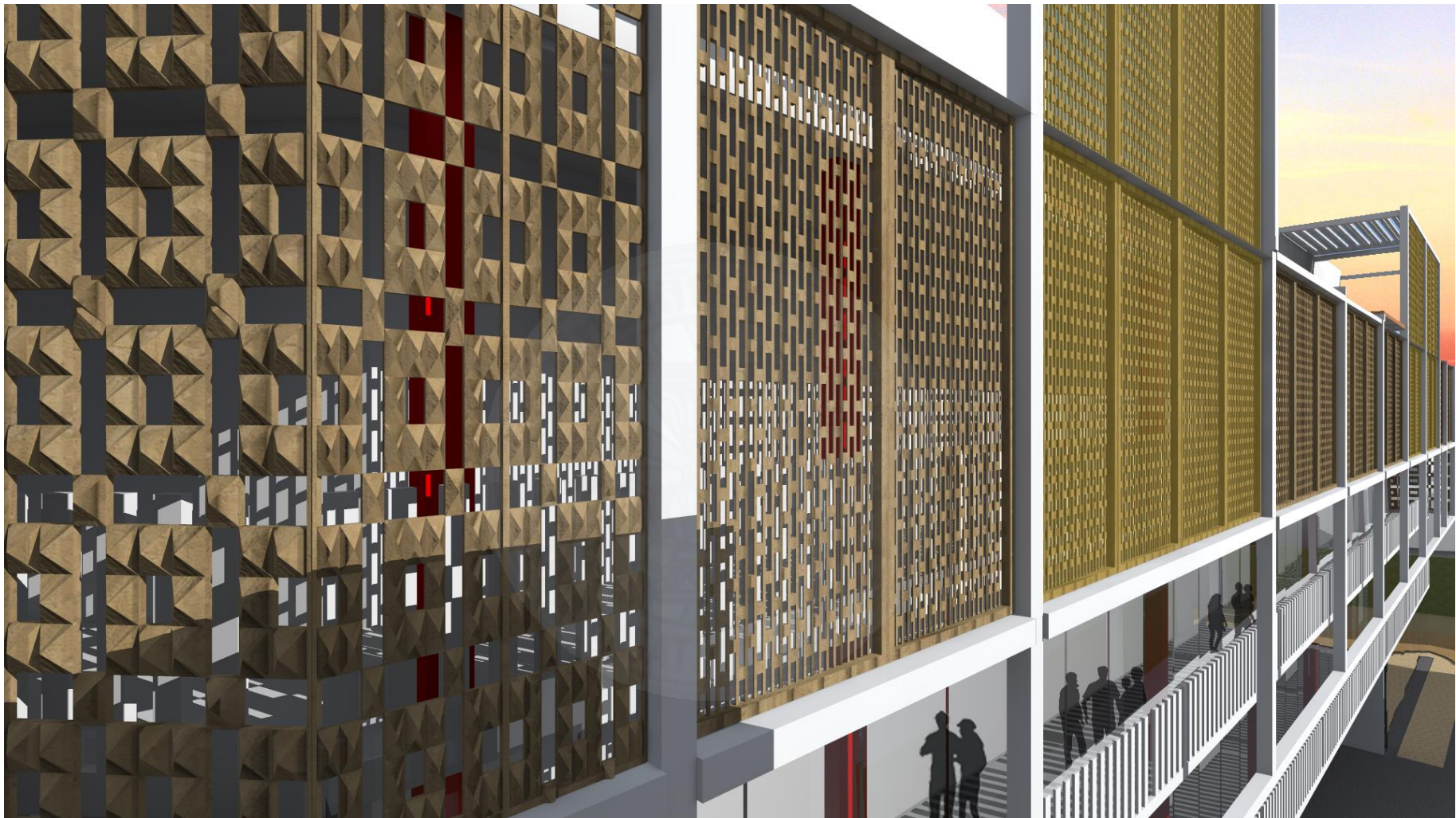
ภาพที่ 5.58

แสดงภาพมุมมองที่ 4 แสดงทางเข้าหลักของโครงการบริเวณถนนทรงสวัสดิ์ (ที่มา: โดยผู้วิจัย)



ภาพที่ 5.59

แสดงภาพมุมมองที่ 5 แสดงทางเข้าโครงการจากถนนเยาวราช (ที่มา: โดยผู้วิจัย)



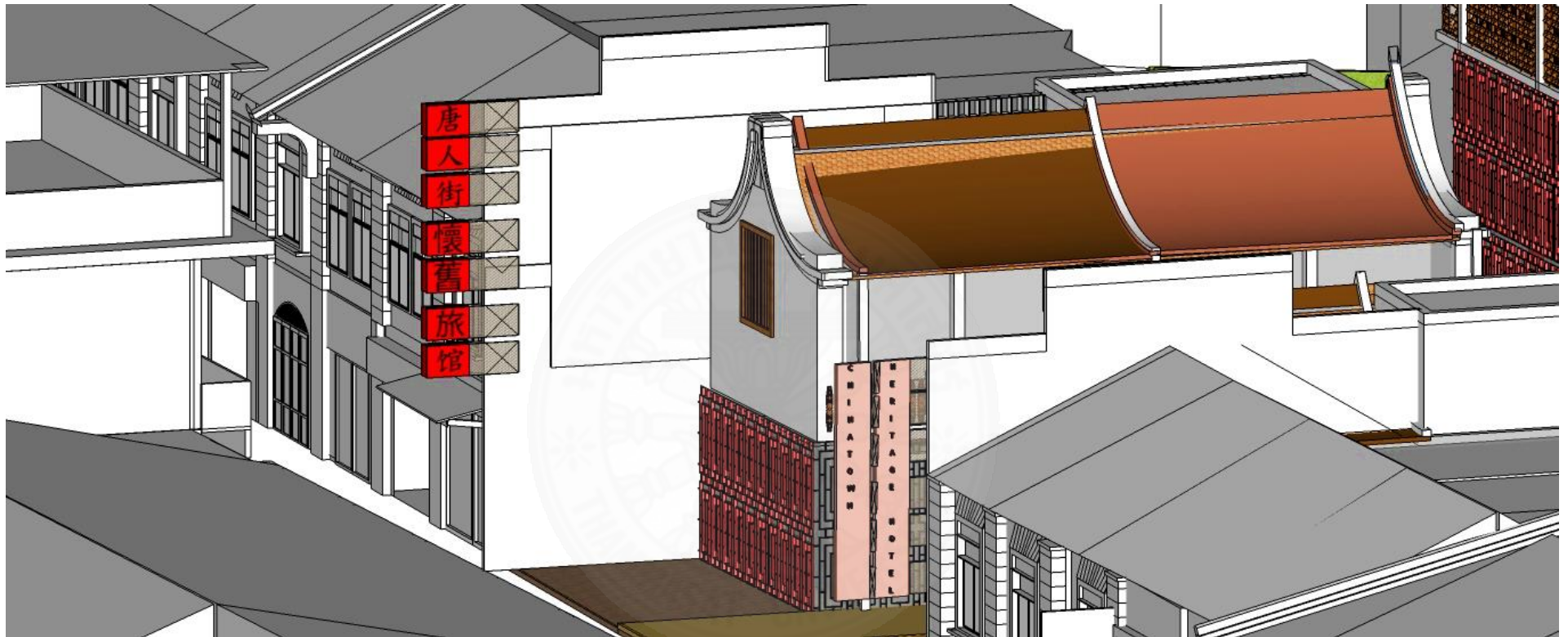
ภาพที่ 5.60

แสดงลดทอนผนังของโครงการที่มีการนำองค์ประกอบของร้านทองบนถนนเยาวราชมาใช้ในการออกแบบ (ที่มา: โดยผู้วิจัย)



ภาพที่ 5.61

แสดงการนำองค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ที่แสดงถึงอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมบนถนนเยาวราชมาใช้ บริเวณถนนเยาวราช (ที่มา: โดยผู้วิจัย)



ภาพที่ 5.62

แสดงการนำองค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ที่แสดงถึงอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมบนถนนเยาวราชมาใช้ บริเวณถนนทรงสวัสดิ์ (ที่มา: โดยผู้วิจัย)



ภาพที่ 5.63

แสดงการนำองค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ที่แสดงถึงอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมบนถนนเยาวราชมาใช้ บริเวณถนนทรงสวัสดิ์ (ที่มา: โดยผู้วิจัย)

5.3 การประเมินรูปแบบโครงการ (Design Evaluation)

ผลการสัมภาษณ์ถึงแนวทางการออกแบบ รูปแบบ ที่มีความสอดคล้องกับบริบทและความเป็นไปได้ ในทางการตลาดสำหรับโครงการประเภทโรงแรมแล้วนั้น ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบและสร้างแบบจำลองซึ่ง เกิดจากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม การลงพื้นที่ การสัมภาษณ์กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ทางด้านสถาปัตยกรรมและ กลุ่มผู้ประกอบการ เป็น 2 รูปแบบ และในกระบวนการนี้จะเป็นการสัมภาษณ์ ตัวแทนกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านสถาปัตยกรรม ผู้เชี่ยวชาญด้านประวัติศาสตร์ ผู้เชี่ยวชาญด้านวัฒนธรรมจีน และกลุ่มผู้ประกอบการเพื่อสัมภาษณ์ถึงรูปแบบของโครงการที่ผู้ให้สัมภาษณ์มองว่ามีความสอดคล้องกับ บริบท และความเป็นไปได้ในทางการตลาด โดยได้สร้างแบบสัมภาษณ์ออกเป็น 2 ชุด สำหรับผู้เชี่ยวชาญ ด้านสถาปัตยกรรมและ กลุ่มผู้ประกอบการ โดยที่ชุดคำถามจะมีความเชื่อมโยงกันเพื่อนำไปสู่การสรุปผล เกี่ยวกับรูปแบบของโครงการที่สามารถแสดงอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมสอดคล้องกับมรดกชุมชนเมือง และความเป็นไปได้ในทางการตลาด ซึ่งจากการสัมภาษณ์นั้นได้ทำการสรุปโดยแยกออกเป็น 2 ส่วน ได้ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อสรุปจากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านสถาปัตยกรรม ผู้เชี่ยวชาญด้าน ประวัติศาสตร์ ผู้เชี่ยวชาญด้านวัฒนธรรมจีน

ในการสัมภาษณ์ตัวแทนกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านสถาปัตยกรรม ผู้เชี่ยวชาญด้านประวัติศาสตร์ ผู้เชี่ยวชาญ ด้านวัฒนธรรมจีนนั้นได้แบ่งประเด็นที่ใช้ในการสัมภาษณ์ออกเป็น 5 ประเด็น ดังนี้

1. ความคิดเห็นเกี่ยวกับการนำอัตลักษณ์ของย่านมรดกชุมชนเมืองถนนเยาวราชมาใช้ในการ ออกแบบสถาปัตยกรรมที่มีความสอดคล้องกับมรดกชุมชนเมืองผ่านประเด็นต่างๆ ดังนี้

- 1.1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการนำอัตลักษณ์ของย่านมรดกชุมชนเมืองถนนเยาวราชมาใช้ ในการออกแบบสถาปัตยกรรมที่มีความสอดคล้องกับมรดกชุมชนเมืองผ่านการ ผสมผสานประเภททางสถาปัตยกรรมซึ่ง ได้แก่ การผสมผสานประเภทอาคารล้อมลาน อาคารแถว และอาคารเดี่ยวขนาดใหญ่

- ผู้ให้สัมภาษณ์มีความเห็นด้วยกับแนวคิดดังกล่าวนี้ แต่อยากให้มีการคำนึง เพิ่มเติมถึงความเหมาะสมของพื้นที่นั้นๆในเพิ่มเติม

1.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการนำอัตลักษณ์ของย่านมรดกชุมชนเมืองถนนเยาวราชมาใช้
ในการออกแบบสถาปัตยกรรมที่มีความสอดคล้องกับมรดกชุมชนเมืองผ่านการจัดให้มีพื้นที่สาธารณะ พื้นที่กิจกรรมที่เชื่อมโยงกับบริบท และการพัฒนาตึกแถวใหม่
แทรกในกลุ่มตึกแถวโดยรอบโครงการ

- ในประเด็นนี้ผู้ให้สัมภาษณ์คิดว่ามีความน่าสนใจและเห็นด้วยอย่างยิ่ง เนื่องจากการที่จะดึงอัตลักษณ์ของย่านมาใช้นั้นคงไม่สามารถเกิดขึ้นเพียงเชิงกายภาพ (Physical) เท่านั้นแต่ควรมีการคำนึงถึงโปรแกรม หรือกิจกรรมที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของย่านมาใช้ และยังเพิ่มเติมว่าการที่จะเอาเพียงปัจจัยทางกายภาพ (Physical Characteristic) เพียงอย่างเดียวเท่านั้นเพียงทำให้โครงการประสบความสำเร็จได้เพียงระดับหนึ่งแต่อาจไม่ยั่งยืนพอ แต่หากมีการนำเอาทั้งปัจจัยทางกายภาพและ มีการนำโปรแกรมบางอย่างเข้ามาใช้ด้วย ย่อมจะก่อให้เกิดความมีชีวิตของโครงการที่ค่อนข้างจะยั่งยืน และยังสามารถให้โครงการมีความเฉพาะตัว (Homogeneity) และแตกต่างไปจากโครงการอื่น ๆ โดยรอบ

1.3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการนำอัตลักษณ์ของย่านมรดกชุมชนเมืองถนนเยาวราชมาใช้
ในการออกแบบสถาปัตยกรรมที่มีความสอดคล้องกับมรดกชุมชนเมืองผ่านการวาง
ผังแนวทางเดินและห้องพักห้องขนานไปกับตึกแถวบริบทโดยรอบ

- ผู้ให้สัมภาษณ์มีความเห็นว่า การวางผังที่เห็นในปัจจุบันนั้นเหมือนเป็นการวาง lay out ของไซต์ที่อ้างอิงกับขอบเขตของโครงการ ซึ่งหากเป็นความตั้งใจของผู้ออกแบบ ก็ถือเป็นสิ่งที่น่าสนใจ แต่อาจจะมีการเพิ่มเติมในเรื่องของระดับทางเดินที่ไม่ใช่เพียงแค่วางขนานในระดับเดียวกัน และอาจจะส่งผลต่อปัญหาบางอย่างที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยทางด้านการเงินซึ่งก็อาจจะถือเป็นข้อจำกัดของงานวิจัยนี้

1.4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการนำอัตลักษณ์ของย่านมรดกชุมชนเมืองถนนเยาวราชมาใช้
ในการออกแบบสถาปัตยกรรมที่มีความสอดคล้องกับมรดกชุมชนเมืองผ่านการ
พัฒนารูปแบบทางสถาปัตยกรรมของโครงการทั้ง 2 รูปแบบ

- ผู้ให้สัมภาษณ์มีความเห็นว่าตอบได้ยาก เพราะสถาปัตยกรรมเป็นสิ่งที่มีการ
กำกวมขึ้นอยู่กับมุมมองและแนวคิดของคนซึ่งอาจจะทำให้ตอบได้ยากกว่าความพอดีอยู่ที่

โทษและความเหมาะสมคืออะไร แต่ผู้ให้สัมภาษณ์ได้ยกตัวอย่างถึงรูปแบบที่ 2 ว่ามีการคิดให้เกิดสิ่งใหม่ ๆ หรือการนำสิ่งที่มีอยู่แล้ว แต่มีการตีความใหม่เพื่อให้เกิดสิ่งใหม่ ๆ

1.5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการนำอัตลักษณ์ของย่านมรดกชุมชนเมืองถนนเยาวราชมาใช้ในการออกแบบสถาปัตยกรรมที่มีความสอดคล้องกับมรดกชุมชนเมืองผ่านการพัฒนาารูปแบบทางสถาปัตยกรรมด้วยองค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ในโครงการทั้ง 2 รูปแบบ

- เห็นด้วยที่มีความพยายามในการตีความหรือนำสิ่งที่มีอยู่แล้วมาใช้ด้วยแนวคิดใหม่ๆ

2. ความคิดเห็นในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับความสอดคล้องระหว่างรูปแบบอัตลักษณ์สถาปัตยกรรมและอัตลักษณ์มรดกชุมชนเมือง

2.1 ความเห็นเกี่ยวกับรูปแบบอาคารที่ 1 “รูปแบบอัตลักษณ์วางเคียงกันประเพณีและสมัยใหม่” ถึงความสอดคล้องกับอัตลักษณ์ของถนนเยาวราชว่ามีความมากหรือน้อยอย่างไรบ้าง

- ผู้ให้สัมภาษณ์มองว่ารูปแบบนี้ดูภายนอกอาจมีความสอดคล้องมากกว่าในมุมมองของคนทั่วไป แต่โดยส่วนตัวในฐานะที่เป็นสถาปนิกนั้นชอบรูปแบบที่ 2 มากกว่า

2.2 ความเห็นเกี่ยวกับรูปแบบอาคารที่ 2 “รูปแบบอัตลักษณ์ร่วมสมัย” ถึงความสอดคล้องกับอัตลักษณ์ของถนนเยาวราชว่ามีความมากหรือน้อยอย่างไรบ้าง

- ผู้ให้สัมภาษณ์มองว่าสำหรับรูปแบบที่ 2 นี้ อาจจะทำให้ต้องใช้การตีความมากกว่า แต่ผู้ให้สัมภาษณ์นั้นชอบในรูปแบบที่ 2 เนื่องจากมีการนำสิ่งที่มีอยู่เดิมรอบๆซึ่งเป็นบริบทที่มีการผสมผสานกันอยู่แล้ว เพราะสิ่งที่มีอยู่เดิมก็ไม่ได้เรียบ ๆ

2.3 ความเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์ว่าระหว่างรูปแบบที่ 1 และรูปแบบที่ 2 นั้นรูปแบบใดมีความสอดคล้องกับบริบท และที่ตั้งของโครงการมากที่สุด เพราะเหตุใด

- รูปแบบที่ 2 เนื่องจากมีการนำสิ่งที่มีอยู่เดิมรอบๆซึ่งเป็นบริบทที่มีการผสมผสานกันอยู่แล้ว เพราะสิ่งที่มีอยู่เดิมก็ไม่ได้เรียบๆ เพราะฉะนั้นแบบที่ 2 จึงมีความสอดคล้องสำหรับบริบทนี้ และการที่มีการนำแนวคิดในการลดรูป (simplify) ก็ถือเป็นการผสมใหม่เก่าเพื่อสร้างสิ่งใหม่ๆขึ้นแต่ก็ยังคำนึงถึงบริบทเดิม ๆ

3. ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวคิดในด้านความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบทางสถาปัตยกรรมและโอกาสทางการตลาด

3.1 ความคิดเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับโอกาสทางการตลาดของรูปแบบทางสถาปัตยกรรมทั้ง 2 รูปแบบ

- คิดว่าเป็นแนวคิดที่จะช่วยดึงดูดและช่วยส่งเสริมทั้งคู่แต่จะเป็นรูปแบบไหนนั้นคิดว่าขึ้นอยู่กับตลาดในยุคนั้นๆ ซึ่งก็น่าจะขายได้ เพราะฉะนั้น เห็นด้วย

3.2 การสัมภาษณ์ถึงแนวคิดเชิงการตลาดที่จะเกิดขึ้นกับทั้ง 2 รูปแบบว่ามีความเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไรบ้าง

- มีความแตกต่างกัน แต่แบบไหนจะโดดเด่นกว่านั้นขึ้นอยู่กับความนิยมและปัจจัย ทางการตลาด (Trend and Marketing) ว่าอยู่ตรงไหนในช่วงเวลานั้นๆ ซึ่งก็อาจจะตอบได้ค่อนข้างยากเพราะ ความนิยมนั้นถือว่าเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงไปตลอดเวลา

4. การสัมภาษณ์ความคิดเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์ถึงจุดที่ควรได้รับการปรับปรุงหรือแก้ไขของโครงการทั้ง 2 หรือไม่อย่างไร

- คิดว่าควรมีการคิดเพิ่มเติมถึง โปรแกรม การดึงกิจกรรมเข้ามาใช้ โดยคำนึงถึงโปรแกรมกิจกรรมเดิมๆที่มีอยู่ การคิดถึงคนในพื้นที่เองว่าจะทำอย่างไรเพื่อให้คนเหล่านั้นสามารถที่จะอยู่ร่วมกันกับสิ่งใหม่ที่เรากำลังสร้างขึ้นได้

5. ความคิดเห็นอื่นๆต่อโครงการทั้ง 2 รูปแบบ

- แนะนำให้ดูเพิ่มเติมถึงอัตลักษณ์ของตึกแถว ในเรื่องของ พื้นที่ (space) ระบบการสัญจร (circulation) และไดนามิก (Dynamic) ของพื้นที่ เช่น ในอนาคตหากมีรถไฟฟ้าเกิดขึ้นแนวโน้มที่จะเกิดการเปลี่ยนแปลง หรือปัจจัยอื่นๆที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคตและ

อาจจะส่งผลถึงการเปลี่ยนแปลงหรือจะทำลายอัตลักษณ์หรือคุณค่าที่สร้างไว้หากมีเวลาเพิ่มเติม

ส่วนที่ 2 ข้อเสนอจากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ประกอบการ

สำหรับส่วนของผู้ประกอบการนั้นจะเน้นการสัมภาษณ์ความเห็นเกี่ยวกับรูปแบบของโครงการที่สามารถจะเกิดขึ้นจริง และมีโอกาสในทางการตลาด โดยใช้ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด (7'P) ความพึงพอใจของลูกค้า (user satisfaction) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบทางสถาปัตยกรรมและส่วนประสมทางการตลาดและ ความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งประกอบด้วยประเด็น ดังนี้

1. ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถในการเพิ่มแรงจูงใจในการเข้าใช้บริการของอาคารทั้ง 2 รูปแบบว่ามีมากหรือน้อยและ แตกต่างกันอย่างไบบ้าง
 - คิดว่ารูปแบบที่ 1 ทำให้เกิดแรงจูงใจได้มากกว่า เพราะสามารถที่จะนำแนวคิดความเป็น (Local) ของพื้นที่รอบๆได้และอาคารยังสามารถที่จะเล่าเรื่อง (Story) ซึ่งจะช่วยส่งเสริมการขายได้ ส่วนรูปแบบที่ 2 นั้นมองว่ามีความโมเดิร์น (Modern) มากไปนิดหนึ่ง และความโมเดิร์นนั้นอาจจะทำให้สร้างแรงจูงใจได้น้อยกว่า คือ ทำตลาดได้ยากกว่า
2. ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถของโครงการที่จะช่วยส่งเสริมโอกาสทางการตลาดและช่วยสร้างกำไรให้กับโครงการของอาคารทั้ง 2 รูปแบบว่ามีมากหรือน้อยและ แตกต่างกันอย่างไบบ้าง
 - ผู้ให้สัมภาษณ์มีความเห็นว่าการส่งเสริมการตลาดที่สำคัญคือ กิจกรรม รูปแบบโครงการ มากกว่าห้องพัก ดังนั้นจุดแข็งที่สำคัญของโครงการน่าจะเป็นเรื่องของ แนวคิด (concept) ที่มีความแข็งแรง ซึ่งทั้ง 2 รูปแบบก็ค่อนข้างชัดเจนแต่สำหรับเขาวราชนั้นคิดว่ารูปแบบที่ 1 จะช่วยส่งเสริมได้มากกว่า
3. ความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบของโครงการระหว่างรูปแบบที่ 1 และ 2 ว่ารูปแบบใดมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับย่านเขาวราชมากที่สุดในยุคสมัยปัจจุบัน

- ผู้ให้สัมภาษณ์มองว่ารูปแบบที่ 1 นั้นมีความสอดคล้องมากกว่า เพราะคนที่จะมาเยาวราชนั้นเพื่อต้องการย้อนอดีตซึ่งก็คิดว่าอะไรที่มีความเป็นอดีต และมีเรื่องราวที่สัมพันธ์กับพื้นที่นั้นน่าจะทำได้ดี
4. ความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบทางสถาปัตยกรรมทั้ง 2 รูปแบบว่ารูปแบบใดที่จะสามารถดึงดูดกลุ่มลูกค้าหลัก(target group) ของโครงการได้ดีที่สุด เพราะเหตุใด
- สำหรับกลุ่มลูกค้ากลุ่มหลักซึ่งเป็นชาวต่างชาตินั้น คิดว่ารูปแบบที่ 1 จะสามารถดึงดูดได้ดีที่สุด
5. ความคิดเห็นของผู้ประกอบการถึงรูปแบบโครงการว่ารูปแบบใด ที่สามารถสร้างความประทับใจและความทรงจำให้แก่กลุ่มลูกค้าได้ดีที่สุด เพราะเหตุใด
- รูปแบบที่ 1 เนื่องจากเป็นรูปแบบที่มีความโดดเด่น แต่ถ้าเป็นรูปแบบที่ 2 นั้นจะไปซ้ำกับที่อื่นๆ แต่รูปแบบที่ 1 นั้นค่อนข้างมีความเฉพาะ
6. ความคิดเห็นของผู้ประกอบการเกี่ยวกับรูปแบบที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับโครงการได้มากที่สุดจากรูปแบบที่ 1 และ รูปแบบที่ 2
- รูปแบบที่ 1 เนื่องจากเป็นรูปแบบที่มีเอกลักษณ์ชัดเจนและมีความสัมพันธ์กับความเป็นย่านเยาวราช
7. ความคิดเห็นของผู้ประกอบการเกี่ยวกับการได้รับการยอมรับจากผู้คนในชุมชนเกี่ยวกับโครงการรูปแบบที่ 1 และรูปแบบที่ 2 มากหรือน้อยแตกต่างกันอย่างไรบ้าง
- รูปแบบที่ 1 เนื่องจากมีความสอดคล้องกับย่าน และจะช่วยส่งเสริมการค้าขายภายในย่านได้ซึ่งก็จะเป็นที่ยอมรับของผู้คนในชุมชน
8. ความคิดเห็นของผู้ประกอบการหากจำเป็นที่จะต้องเลือกรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งเพื่อจะนำไปพัฒนาเป็นโครงการจริงว่าจะเลือกรูปแบบใด และเพราะเหตุใด
- รูปแบบที่ 1 เนื่องจากเป็นรูปแบบที่มีจุดแข็ง และการมีจุดแข็งนั้นทำให้สามารถทำอะไรได้มากกว่า ราคาก็ดึงได้สูงกว่า มีจุดขายที่ชัดเจน เพราะด้วยที่ตั้งโครงการนั้นไม่ได้

มีปัจจัยอื่นๆที่ช่วยส่งเสริม เช่น มุมมอง ดิดแม่น้ำ ทำให้ยากขึ้นหากจะทำการตลาดโดยที่ไม่มีจุดแข็ง

9. ความคิดเห็นถึงโครงการที่ผู้ประกอบการไม่เลือกเพื่อที่จะนำไปสร้างจริงว่ารูปแบบนั้นๆมีข้อดี หรือมีความน่าสนใจหรือไม่ อย่างไร

- คิดว่ามีความน่าสนใจ แสดงถึงการผสมผสานได้ค่อนข้างชัดเจนชัดแต่ไม่ถึงกับว้าว นอกจากนี้ยังมีความน่าสนใจในเรื่องของการใช้ (Pattern) ที่ทำให้ดูน่าสนใจ

10. ความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดที่ควรได้รับการปรับปรุงของทั้งรูปแบบที่ 1 และ 2 หากมีข้อปรับปรุง

- รูปแบบที่ 2 อยากให้มีการปรับปรุงในชั้นล่าง เช่น การใช้ไม้หรือวัสดุที่แสดงถึงความเป็นจีนมากขึ้น

11. ความคิดเห็นอื่นๆต่อโครงการทั้ง 2 รูปแบบ

- สำหรับรูปแบบที่ 1 แนะนำให้มีการเพิ่มเติมระเบียง เพราะถึงว่าช่วยสร้างคุณค่าได้ แต่หากมีการใช้พื้นที่จัดงานตรงกลางลาน (Court) นั้นก็อาจจะมียะเบียเฉพาะในชั้นที่ 3 และ 4 เท่านั้น ส่วนรูปแบบที่ 2 นั้นอยากให้ลดความโมเดิร์น เช่น การใช้ไม้หรือปูน 2 ชั้นแรก ซึ่งไม่อาจจะดูเลยากปูนน่าจะดีกว่า เพราะมองว่าส่วนทางเดินนั้นไม่จำเป็นต้องติดแอร์สามารถเป็นแบบเปิดโล่งได้

บทที่ 6

สรุปผลการวิจัย

(Discussion and Conclusion)

งานวิจัยฉบับนี้เป็นการศึกษาแนวทางการออกแบบโครงการประเภทโรงแรมที่แสดงอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมสอดคล้องกับอัตลักษณ์ของถนนเยาวราชและมีความเป็นไปได้ในทางการตลาด โดยการวิเคราะห์และรวบรวมข้อมูลผ่าน การศึกษาทฤษฎี การลงพื้นที่สำรวจ และการสัมภาษณ์กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ แต่ละกลุ่มที่เกี่ยวข้อง เพื่อวิเคราะห์อัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมที่สอดคล้องกับถนนเยาวราชมาสู่การสร้างแบบจำลองรูปแบบของโครงการประเภทโรงแรม การศึกษาความเป็นไปได้และประเมินโดยกลุ่มผู้เชี่ยวชาญทางด้านสถาปัตยกรรม ผู้เชี่ยวชาญด้านประวัติศาสตร์จีน ผู้เชี่ยวชาญด้านวัฒนธรรมจีน และกลุ่มผู้ประกอบการ ซึ่งจากกระบวนการวิจัยทั้งหมดนี้สามารถสรุปผลที่ได้จากการศึกษาได้ดังนี้

6.1 สรุปผลการวิจัย

งานวิจัยชิ้นนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบทางสถาปัตยกรรมและลักษณะโครงสร้างพื้นฐาน ลักษณะความเป็นย่านที่มีความสอดคล้องและแสดงอัตลักษณ์เฉพาะของถนนเยาวราช เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างความสัมพันธ์ ซึ่งได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลจากการลงพื้นที่ การสัมภาษณ์ ไปสู่การออกแบบ อีกประการหนึ่งคือการนำเสนอแบบจำลองโครงการประเภทโรงแรมที่สามารถแสดงอัตลักษณ์เฉพาะของถนนเยาวราชและมีความเป็นไปได้ทางการตลาด โดยการใช้ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเป็นขอบเขตในการศึกษาและทบทวนวรรณกรรม ซึ่งจากกระบวนการวิจัยทั้งหมดของงานวิจัยชิ้นนี้ สามารถสรุปผลการวิจัยจากกระบวนการวิจัยได้ออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่

1. ข้อสรุปจากการลงพื้นที่สำรวจและ เก็บข้อมูล

ในการลงพื้นที่สำรวจและเก็บข้อมูลนั้นได้ทำการรวบรวมข้อมูลและสรุปผลการศึกษา ออกเป็น 2 ส่วน คือ การศึกษาอัตลักษณ์ของมรดกชุมชนเมืองบนถนนเยาวราชโดยเน้นไปที่ การศึกษาเชิงกายภาพและอัตลักษณ์ที่จับต้องได้ (tangible characteristic) และ การศึกษาอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมที่มีความสอดคล้องกับย่านเยาวราช ซึ่งสามารถสรุปได้ ดังนี้

1.1 การศึกษาอัตลักษณ์ของมรดกชุมชนเมืองบนถนนเยาวราช โดยจากการศึกษารูปทรง ,โครงสร้างพื้นฐานของชุมชนเมืองพบว่า

1.1.1 เยาวราชนั้นมีขนาดบล็อกอาคารและถนนที่ไม่ใหญ่นัก ที่มีความหนาแน่นค่อนข้างสูง มีถนนหลักที่เชื่อมต่อกับถนนหลักอื่นด้วยซอยที่เชื่อมต่อกัน ด้วยขนาดของบล็อกถนนและความเป็นตรอกซอกซอยนั้นแสดงให้เห็นว่าถนนเยาวราชนั้นมีรูปแบบการสัญจรที่เน้นการเดินเท้าของคนเป็นหลัก

1.1.2 อาคารบนถนนเยาวราชนั้นส่วนใหญ่เป็นอาคารขนาดเล็กจำนวนมาก ด้วยขนาดบล็อกที่ไม่ใหญ่นัก มีความหนาแน่นค่อนข้างสูง และมีพื้นที่โล่งน้อย

1.1.3 ถนนเยาวราชเป็นถนนที่ใช้เดินรถทางเดียวซึ่งส่งผลต่อการวางตัวของป้ายและองค์ประกอบต่างๆบนถนนที่เน้นการหันหน้าออกสู่ด้านที่รถวิ่งมาจากซุ้มประตูเฉลิมพระเกียรติเพื่อเปิดให้เห็นป้ายขนาดใหญ่ที่ผสมผสานระหว่างตัวอักษรจีนและไทยของร้านค้าที่ยึดออกจากตัวอาคาร ที่แสดงถึงเอกลักษณ์เฉพาะของย่านที่น่าทึ่งของไทย

1.1.4 ในปัจจุบันนี้พื้นที่เยาวราชกำลังมีการก่อสร้างสถานีรถไฟฟ้า ซึ่งจะเป็นปัจจัยสำคัญที่จะเกิดการเปลี่ยนแปลงไปของบริบทรวมถึงสถาปัตยกรรม เนื่องด้วยปัจจัยการเพิ่มขึ้นของ FAR. (Floor Area Ratio) ตามที่พระราชบัญญัติผังเมืองรวมของกรุงเทพมหานครได้กำหนดให้ในระยะรัศมีของสถานีรถไฟฟ้า ใน 500 ม. สามารถสร้างอาคารสูงได้ จึงอาจเป็นผลให้เกิดการพัฒนาของโครงการขนาดใหญ่ และอาจส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปของรูปแบบชุมชนเมืองในอนาคต

1.2 การศึกษาอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมเพื่อหาอัตลักษณ์ที่มีความสอดคล้องกับย่านเยาวราช ซึ่งได้ทำการศึกษาใน 3 ประเด็น ได้แก่ การใช้งานทางสถาปัตยกรรม ประเภททางสถาปัตยกรรม และรูปแบบทางสถาปัตยกรรม สามารถสรุปได้ดังนี้

1.2.1 การใช้งานด้านสถาปัตยกรรม พบว่าอาคารบนถนนเยาวราชแทบทั้งหมดเป็นอาคารเพื่อการพาณิชย์กรรม โดยเป็นอาคารพาณิชย์กึ่งพักอาศัยมีด้านล่างเพื่อประกอบการค้าและด้านบนเพื่อพักอาศัยมากที่สุด

1.2.2 ประเภททางสถาปัตยกรรม ประเภทอาคารที่พบมากที่สุดบนถนนเยาวราช ได้แก่ อาคารประเภทตึกแถวเป็นประเภทที่มีจำนวนมากที่สุดทั้งบนถนนหลักและในถนนซอย

1.2.3 รูปแบบทางสถาปัตยกรรม ในการสำรวจรูปแบบทางสถาปัตยกรรมนั้น ได้ทำการสำรวจและวิเคราะห์เป็น 2 ส่วนคือ การวิเคราะห์แยกตามประเภทอาคาร และการวิเคราะห์ในภาพรวมของอาคารทั้งหมด โดยการวิเคราะห์ตามประเภทอาคารได้แก่ อาคารประเภทตึกแถวซึ่งเป็นประเภทที่พบมากที่สุดบนถนนเยาวราช นั้น พบว่ารูปแบบทางสถาปัตยกรรมของอาคารประเภทตึกแถวที่พบมากที่สุด ได้แก่ ตึกแถวรูปแบบสมัยนิยม (Modernism) และตึกแถวรูปแบบหลังสมัยนิยม เป็นรูปแบบที่พบมากเป็นอันดับ 2 ส่วนประเภทอาคารเตี้ยนั้นรูปแบบที่พบมากที่สุด ได้แก่ อาคารเตี้ยรูปแบบสมัยนิยม (Modernism) และรูปแบบหลังสมัยนิยม (postmodernism) และรูปแบบร่วมสมัยแนวคิดฟื้นฟูจีน (Chinese Revival) เป็น 2 รูปแบบที่พบมารองลงมา โดยอาคารรูปแบบฟื้นฟูจีนนั้นส่วนมากเป็นอาคารที่สร้างขึ้นในยุคปัจจุบันและที่กำลังก่อสร้าง แสดงให้เห็นว่าแนวคิดดังกล่าวนี้เป็นรูปแบบที่ได้รับความนิยมในยุคสมัยปัจจุบัน

จากการสำรวจในภาพรวมนั้นพบว่า ประเภทของอาคารบนถนนเยาวราชนั้นจะมีความสัมพันธ์กับรูปแบบการใช้งานที่ค่อนข้างสอดคล้องกันตามการประเภทรูขี้อยู่ จะเห็นว่ารูปแบบธุรกิจส่วนใหญ่บนถนนเยาวราชนั้นจะเป็นการค้าขาย และธุรกิจค้าปลีกและค้าส่ง ในชั้นล่างของอาคารส่วนด้านบนจะเป็นที่พักอาศัยของเจ้าของร้าน แม้ว่าปัจจุบันเจ้าของบ้านบางส่วนจะย้ายออกไปหาที่อยู่ใหม่จากการขยายกิจการแล้วแต่ก็ยังมีการใช้พื้นที่ชั้น 2 เป็นที่พักของพนักงาน เช่นเดียวกันกับรูปแบบทางสถาปัตยกรรมที่มีความสอดคล้องและสัมพันธ์กับประเภทรูขี้อยู่ เช่น ธุรกิจร้านทอง และภัตตาคารส่วนใหญ่ จะเน้นการนำเสนอด้วยรูปแบบหลังสมัยนิยม ส่วนอาคารที่เป็นธุรกิจธนาคารนั้นจะเน้นการนำเสนอด้วยรูปแบบสมัยใหม่และปิดด้วยป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ด้านหน้า และธุรกิจการค้าอื่นๆที่ไม่ได้เน้นการเปิดหน้าร้านแทบทั้งหมดก็จะเน้นการนำเสนอด้วยรูปแบบสมัยใหม่เป็นหลัก

2. ข้อสรุปจากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านสถาปัตยกรรม ผู้เชี่ยวชาญด้านประวัติศาสตร์ ผู้เชี่ยวชาญด้านวัฒนธรรมจีน และกลุ่มผู้ประกอบการ ซึ่งจะมีการสรุปโดยแยกผลการสัมภาษณ์ออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

2.1 กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านสถาปัตยกรรม ผู้เชี่ยวชาญด้านประวัติศาสตร์ ผู้เชี่ยวชาญด้านวัฒนธรรมจีน จากการสัมภาษณ์ถึงอัตลักษณ์ของถนนเยาวราช และแนวทางในการออกแบบโครงการที่มีความสอดคล้องกับถนนเยาวราชนั้น สามารถสรุปได้ ดังนี้

- เยาวราชถือเป็นย่านเงินแบบผสมผสาน เป็นย่านการค้าแนวราบที่มีลักษณะเป็นตรอก ซอกซอย มีความโดดเด่นด้วยองค์ประกอบที่แสดงออกถึงความเป็นเงินที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ เช่น ซุ้มประตู ป้ายภาษาจีนและไทย

- ด้านประเภททางสถาปัตยกรรมผู้ให้สัมภาษณ์มีความเห็นว่าตึกแถวเป็นประเภททางสถาปัตยกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของชาวจีนที่สัมพันธ์กับความเป็นย่านการค้าจึงถือเป็นอัตลักษณ์เฉพาะที่แม้ว่าอาคารประเภทตึกแถวจะสามารถพบเห็นได้ในย่านอื่นๆ ของกรุงเทพมหานคร แต่ตึกแถวบนถนนเยาวราชนั้นจะมีความโดดเด่นด้วยรูปแบบ องค์ประกอบที่ใช้ตกแต่งรวมถึงองค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ และมีความเห็นที่น่าสนใจอีกประการหนึ่งว่าเอกลักษณ์ที่แท้จริงของถนนเยาวราชคือ ตึกแถวที่เกิดขึ้นจากตึกแถวเดี่ยว ๆ หลายอาคารมารวมกันเป็นอาคารเดียวซึ่งเป็นรูปแบบที่พบได้ในเยาวราชเพียงแห่งเดียว

- ด้านแนวคิดของรูปแบบทางสถาปัตยกรรมสำหรับโครงการที่จะมีการจำลองขึ้นนั้น ผู้ให้สัมภาษณ์มีความเห็นว่า ควรเป็นรูปแบบที่มีความสมัยใหม่ มีความกลมกลืนกับย่านด้วยองค์ประกอบของความเป็นเงินบางอย่างผสมกับความทันสมัย และนำเสนอตัวอาคารให้กลายเป็นภาพแทนของเยาวราช โดยให้ความสำคัญกับการออกแบบบริเวณทางเข้าอาคาร การใช้สีและลวดลายประดับต่างๆ ส่วนองค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ที่ควรมีการนำมาใช้คือ ป้ายแนวตั้งที่แสดงด้วยอักษรภาษาจีนและภาษาไทยที่สอดคล้องกับ ลักษณะ ขนาด และประเภทของโครงการ ส่วนการสัมภาษณ์ถึงคุณค่าที่จะเกิดขึ้นกับแนวคิดการออกแบบนี้ นั้นผู้ให้สัมภาษณ์มีความเห็นว่า การสร้างสถาปัตยกรรมที่มีความสอดคล้องกับย่านที่อัตลักษณ์นั้นโครงการจะสามารถสร้างเอกลักษณ์ให้กับย่านได้ โครงการสามารถสร้างมูลค่าเพิ่ม และเป็นผลให้เกิดการลอกเลียนแบบซึ่งจะเป็นการกระตุ้นให้เกิดการตระหนักถึงคุณค่าและเกิดสถาปัตยกรรมที่มีความสอดคล้องและไม่ทำลายคุณค่าของย่านเพิ่มมากขึ้น

2.2 กลุ่มผู้ประกอบการ สำหรับการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ประกอบการนั้นจะเป็นการสัมภาษณ์ถึงความเป็นไปได้ทางการตลาดสำหรับการพัฒนาโครงการประเภทโรงแรมที่แสดงอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมสอดคล้องกับมรดกชุมชนเมืองถนนเยาวราช เพื่อใช้ประกอบการวิเคราะห์ควบคู่ไปกับข้อมูลอื่นๆ ที่ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์และแนวทางในการออกแบบ โดยได้ทำการสรุปข้อมูลจากการสัมภาษณ์ได้ ดังนี้

- ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความเห็นว่าอัตลักษณ์ของถนนเยาวราช คือ ความเป็นย่านที่บอกเล่าเรื่องราวและวิถีชีวิตของชาวจีน ย่านที่แสดงถึงกิจกรรมการค้าและวัฒนธรรมของชาวจีน ส่วนในประเด็นการสัมภาษณ์ที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการตลาดโดยใช้หลักส่วนประสมทางการตลาดนั้น ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่เห็นว่าการนำอัตลักษณ์มาใช้ในการออกแบบนั้นจะช่วยสร้างความสะดุดตา และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับโครงการได้ ส่วนพื้นที่ๆควรให้ความสำคัญในการออกแบบ คือ พื้นที่ทางเข้า บริเวณโถงต้อนรับ และควรมีพื้นที่กิจกรรม และการค้าเพื่อเชื่อมต่อกับบริบทภายนอก และมีความเห็นว่าแนวคิดการออกแบบนี้จะสามารถส่งเสริมกันและกันระหว่างความเป็นย่านและตัวโครงการ อีกทั้งยังช่วยส่งเสริมกิจกรรม การค้าภายในย่านของชุมชนซึ่งจะทำให้โครงการที่เกิดขึ้นได้รับการยอมรับจากชาวชุมชนได้มากขึ้น

- แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบของโครงการที่จะเกิดขึ้นนั้นผู้ประกอบการส่วนใหญ่มองว่าการนำองค์ประกอบมาใช้นั้นน่าจะเป็นการนำมาใช้บางส่วนที่ทำให้โครงการมีรูปแบบของความเป็นจีนร่วมสมัย ผ่านการนำองค์ประกอบของอาคารจีนมาใช้ให้เกิดภาพลักษณ์ของความทันสมัย แต่มีความเป็นจีนที่สอดคล้องกับความเป็นจีนในเยาวราช

โดยสรุปภาพรวมของการสัมภาษณ์เพื่อเชื่อมโยงแนวทางในการออกแบบโครงการที่สามารถแสดงอัตลักษณ์ของความเป็นเยาวราชผ่านตัวโครงการประเภทโรงแรมที่มีความเป็นไปได้ทางการตลาดพบว่า ความเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 2 กลุ่มนั้นมีความเห็นที่สอดคล้องกันว่าแนวคิดในการออกแบบนั้นมีความเป็นไปได้ และมีโอกาสที่จะเพิ่มมูลค่าให้กับโครงการหากสามารถที่จะดึงเอาอัตลักษณ์ซึ่งมีความเฉพาะเจาะจงของย่านออกมาใช้ จะช่วยส่งเสริมให้โครงการมีความพิเศษซึ่งจะช่วยสร้างคุณค่า สร้างมูลค่า และเป็นการสร้างแนวคิดใหม่ๆให้กับผู้พัฒนาโครงการได้

3. ข้อสรุปจากการวิเคราะห์ข้อมูลและที่มาของรูปแบบทางสถาปัตยกรรมที่ได้ทำการออกแบบทั้ง 2 รูปแบบ

ในกระบวนการออกแบบนั้นเริ่มต้นด้วยการศึกษาใน 2 ประเด็นหลัก ได้แก่ แนวทางในการวางผัง และการจัดพื้นที่ใช้สอย สำหรับแนวทางในการวางผังนั้นได้พิจารณาจากประเภทอาคารที่พบในเยาวราช และความเป็นไปได้ทางกฎหมายออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ อาคารล้อมลาน ตึกแถวและอาคารเดี่ยว โดยพิจารณาจากความสอดคล้องกับบริบทและที่ตั้งซึ่งได้ทำการสรุปเป็นรูปแบบ “ตึกแถวสูงล้อมลาน” และในส่วนของการจัดพื้นที่ใช้สอยนั้นได้มีการวิเคราะห์แนวทางการวางผังพื้นที่เป็น 2 รูปแบบเพื่อพิจารณาความสอดคล้องกับบริบทและความเป็นไปได้ทาง

การตลาด ซึ่งจากการพิจารณาเปรียบเทียบได้ทำการสรุปการรูปแบบการจัดพื้นที่ใช้สอยด้วยแนวคิด “ การจัดให้มีพื้นที่สาธารณะ พื้นที่กิจกรรมที่เชื่อมโยงกับบริบทร่วมกับการพัฒนาตึกแถวใหม่แทรกในกลุ่มตึกแถวโดยรอบโครงการ” เมื่อได้ข้อสรุปในการวางผังและการวางพื้นที่ใช้สอยแล้วนั้น ได้นำมาวิเคราะห์ร่วมกับแบบสัมภาษณ์กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านสถาปัตยกรรมและกลุ่มผู้ประกอบการถึงรูปแบบทางสถาปัตยกรรมที่จะใช้ในการออกแบบโครงการซึ่งผลจากการสัมภาษณ์ทั้ง 2 กลุ่มนั้นพบว่า รูปแบบที่ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่เลือกและมองว่ามีโอกาสที่จะประสบความสำเร็จ ได้แก่ รูปแบบวางเคียงกันประเพณีและสมัยใหม่ และรูปแบบร่วมสมัยจึงนำมาสู่การสร้างแบบจำลองรูปแบบโครงการทั้ง รูปแบบจากผังอาคารตึกแถวสูงล้อมลาน และการจัดให้มีพื้นที่สาธารณะ พื้นที่กิจกรรมที่เชื่อมโยงกับบริบทร่วมกับการพัฒนาตึกแถวใหม่แทรกในกลุ่มตึกแถวโดยรอบโครงการ

4. ข้อสรุปจากการประเมินรูปแบบทางสถาปัตยกรรมโดยตัวแทนกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านสถาปัตยกรรม ผู้เชี่ยวชาญด้านประวัติศาสตร์ ผู้เชี่ยวชาญด้านวัฒนธรรมจีน และผู้ประกอบการ

การสร้างแบบจำลองของโครงการประเภทโรงแรมจากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ในการลงพื้นที่ การสัมภาษณ์กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านสถาปัตยกรรมและผู้ประกอบการ ประกอบการศึกษาแนวทางการวางผัง การพัฒนาพื้นที่ใช้สอย และสร้างแบบจำลองโครงการขึ้น 2 รูปแบบ ได้แก่ รูปแบบอัตลักษณ์วางเคียงกันแบบจีนประเพณีคู่กับตึกกระจกสมัยใหม่ (รูปแบบ 1) และรูปแบบอัตลักษณ์ร่วมสมัย (รูปแบบที่ 2) โดยในส่วนนี้จะเป็นการสรุปผลการประเมินแบบจำลองทั้ง 2 รูปแบบของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านสถาปัตยกรรม ผู้เชี่ยวชาญด้านประวัติศาสตร์ ผู้เชี่ยวชาญด้านวัฒนธรรมจีน และผู้ประกอบการ ซึ่งจะทำการสรุปโดยแยกเป็นส่วนของผู้เชี่ยวชาญด้านสถาปัตยกรรม และผู้ประกอบการ ดังนี้

- 4.1 ผลสรุปจากการประเมินรูปแบบทางสถาปัตยกรรมทั้ง 2 รูปแบบจากผู้เชี่ยวชาญด้านสถาปัตยกรรมนั้น ผู้ให้สัมภาษณ์เห็นด้วยกับรูปแบบอัตลักษณ์ร่วมสมัย (รูปแบบที่ 2) โดยมีความเห็นว่ารูปแบบดังกล่าวนี้เป็นแนวคิดของการออกแบบที่มีการนำสิ่งเดิมที่มีอยู่เดิมมาประยุกต์ และผ่านการสังเคราะห์ก่อนการนำมาใช้ซึ่งทำให้เกิดรูปแบบใหม่ๆที่มีเอกลักษณ์และความน่าสนใจมากกว่าและมองว่ารูปแบบที่ 2 นั้นมีความน่าสนใจและมีที่ เกิดจากการผสมผสานแนวคิดของอาคารแต่ละประเภทจนทำให้เกิดความหลากหลายของตัวอาคารได้น่าสนใจมากกว่า

รูปแบบอัตลักษณ์วางเคียงกันแบบจีนประเพณีคู่กับตึกกระจกสมัยใหม่ (รูปแบบ 1) ส่วนความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบที่ 1 นั้นมีความเห็นว่าแม้จะเป็นรูปแบบที่มีการแสดงออกที่ชัดเจน และกลมกลืนได้ง่ายกว่าแต่สำหรับการจะออกแบบสถาปัตยกรรมแล้วนั้นยังถือเป็นการหยิบมาใช้อย่างตรงไปตรงมามากเกินไปจึงอยากให้มีการประยุกต์ วิเคราะห์ หรือลดทอนบางอย่างก่อนการนำมาใช้

4.2 ผลสรุปจากการประเมินรูปแบบทางสถาปัตยกรรมทั้ง 2 รูปแบบจากกลุ่มผู้ประกอบการนั้น ผู้ให้สัมภาษณ์นั้นเห็นด้วยกับรูปแบบรูปแบบอัตลักษณ์วางเคียงกันแบบจีนประเพณีคู่กับตึกกระจกสมัยใหม่ (รูปแบบ 1) โดยให้ความเห็นว่าเป็นรูปแบบที่มีความสอดคล้องกับย่าน สามารถเก็บความดั้งเดิม (local) ไว้ได้ค่อนข้างชัดเจน มีการเล่าเรื่องซึ่งจะเป็นจุดขายที่สำคัญให้กับโครงการ และผู้ประกอบการยังมีความเห็นเพิ่มเติมว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในเยาวราชนั้นจะมาเพื่อต้องการค้นหาอดีต ดังนั้นรูปแบบดังกล่าวนี้จะช่วยสร้างจุดแข็งและจุดขายได้มากกว่า และด้วยรูปแบบทางสถาปัตยกรรมยังเป็นตัวช่วยเพิ่มราคาขายให้กับโครงการได้ค่อนข้างมาก ส่วนความเห็นเกี่ยวกับรูปแบบอัตลักษณ์ร่วมสมัย (รูปแบบที่ 2) นั้นมีความคิดเห็นว่ายังมีความสมัยใหม่มากเกินไป มีความซับซ้อนที่ต้องใช้การทำความเข้าใจซึ่งจะทำให้ดึงดูดขายได้ค่อนข้างยาก เพราะเป็นรูปแบบที่มีความเป็นจีนประยุกต์ที่ต้องใช้การตีความซึ่งจะทำให้ผู้พบเห็นเข้าใจได้ยาก แต่ความน่าสนใจของรูปแบบที่ 2 คือ การนำลวดลาย (pattern) ของร้านทองซึ่งเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของเยาวราชมาประยุกต์ใช้ ซึ่งคิดว่าเป็นแนวคิดที่น่าสนใจและเป็นการสร้างแนวคิดใหม่ของการพัฒนาโครงการที่โดดเด่น

ผลการศึกษาแนวทางการออกแบบโครงการประเภทโรงแรมที่แสดงอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมสอดคล้องกับย่านมรดกชุมชนเมืองบนถนนเยาวราช พบว่าถนนเยาวราชนั้นเป็นย่านมรดกชุมชนเมืองที่มีอัตลักษณ์เฉพาะทั้งด้านประวัติศาสตร์ สถาปัตยกรรมและด้านศิลปวัฒนธรรมในความเป็นจีนโพ้นทะเลในไทย โดยพบความสัมพันธ์ระหว่างอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมกับอัตลักษณ์ของถนนเยาวราชในหลายๆประเด็น โดยพบว่าสถาปัตยกรรมจะมีความสัมพันธ์กับวิถีชีวิต วัฒนธรรม และความเป็นย่านเยาวราช ดังนี้ ในประเด็นแรกคือการที่พบอาคารประเภทตึกแถวเป็นส่วนมากบนถนน ทั้งตึกแถวเดี่ยวและตึกแถวที่มีลักษณะเป็นกลุ่มที่เกิดจากตึกแถวหลาย ๆ ตึกแถวมารวมกัน ประกอบกับการที่ตึกแถวถือเป็นประเภทอาคารที่ตอบสนองต่อการใช้งานและวิถีชีวิตของชาวจีนที่ประกอบอาชีพ ค้าขายเป็นส่วนใหญ่ ประเด็นที่สองในเรื่องรูปแบบทางสถาปัตยกรรมที่พบว่าสถาปัตยกรรมนั้นมีความหลากหลายในด้านรูปแบบ แต่จุดเด่นของอาคารบนถนนเยาวราชนั้นมักจะประกอบไปด้วยองค์ประกอบที่

แสดงออกถึงความเป็นจีน เช่น การตกแต่ง การใช้สีสันทันและลวดลาย รวมถึงการใช้องค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ที่แสดงถึงความเป็นย่านชุมชนชาวจีนโพ้นทะเลในไทย เช่น การมีป้ายร้านค้าหรือป้ายโฆษณาต่างๆที่มีการผสมผสานระหว่าง ตัวอักษรจีนและไทย ซึ่งจะพบได้ทั้งกับอาคารประเภทตึกแถวและอาคารเดี่ยว ที่เป็นอาคารเพื่อการพาณิชย์กรรมและอาคารพาณิชย์กรรมกึ่งพักอาศัย ซึ่งนอกจากตัวสถาปัตยกรรมที่มีการแสดงถึงอัตลักษณ์ของถนนเยาวราชแล้ว ยังมีการผสมผสานเข้าด้วยกันขององค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ระหว่างตัวสถาปัตยกรรมและส่วนที่เป็นองค์ประกอบชุมชนเมือง เช่น ป้อมตำรวจ หรือป้ายสัญลักษณ์ต่างๆ เป็นต้น

สำหรับถนนเยาวราชนั้นพบว่าการมีวัฒนธรรมและอัตลักษณ์เฉพาะที่ชัดเจนนั้นเกิดจากความสัมพันธ์ที่มาจากความหลากหลาย แต่ก็ก็เป็นสิ่งที่แสดงถึงอัตลักษณ์ของถนนเยาวราชที่เกิดจากการผสมผสานระหว่างรูปแบบ ประเภท การใช้งานและองค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ที่มีความสอดคล้องกับความเป็นย่านชุมชนชาวจีนที่ยังคงอยู่นับตั้งแต่ในอดีตจนถึงปัจจุบัน ซึ่งผลจากการวิเคราะห์อัตลักษณ์ที่ชัดเจนเหล่านี้ได้นำไปสู่การออกแบบโครงการประเภทโรงแรมที่มีความสอดคล้องกับอัตลักษณ์ของถนนเยาวราชและมีความเป็นไปได้ในทางการตลาด โดยจากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านสถาปัตยกรรม ผู้เชี่ยวชาญด้านประวัติศาสตร์ ผู้เชี่ยวชาญด้านวัฒนธรรมจีนและผู้ประกอบการล้วนมีความเห็นว่าการออกแบบสถาปัตยกรรมที่สามารถแสดงอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมสอดคล้องกับอัตลักษณ์ของถนนเยาวราชนั้นมีความเป็นไปได้ทางการตลาด โดยรูปแบบของโครงการที่มีความสอดคล้องกันถนนเยาวราชจากการวิเคราะห์ข้อมูลในการลงพื้นที่สำรวจ การสัมภาษณ์และการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญทั้ง 2 กลุ่มนั้นสามารถแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ ได้แก่ รูปแบบอัตลักษณ์ร่วมสมัย และรูปแบบอัตลักษณ์วางเคียงกัน ประเพณีและสมัยใหม่ โดยสำหรับกลุ่มสถาปนิกนั้นมีความเห็นว่าควรเป็น “รูปแบบอัตลักษณ์ร่วมสมัย” ที่เกิดจากการพัฒนาความหลากหลายจากรูปแบบตึกแถวร่วมกับรูปทรงหลังคาจีนแบบลดรูป เนื่องจากมีการตีความและประยุกต์ใช้จากองค์ประกอบดั้งเดิมที่ทำให้เกิดสิ่งใหม่ก่อนการนำมาใช้ ส่วนกลุ่มผู้ประกอบการนั้นมีความเห็นว่าควรเป็น “รูปแบบอัตลักษณ์วางเคียงกันประเพณีและสมัยใหม่” เนื่องจากการใช้องค์ประกอบดั้งเดิมที่ชัดเจนเข้าใจได้ง่าย ทำให้เกิดการผสมผสานระหว่างความดั้งเดิมและสมัยใหม่ที่ช่วยให้ง่ายต่อการสื่อสารและสร้างแรงจูงใจให้กับลูกค้า โดยกลุ่มผู้เชี่ยวชาญทั้ง 2 กลุ่มมีความเห็นที่สอดคล้องกันเกี่ยวกับรูปแบบโครงการทั้ง 2 รูปแบบที่ได้รับการออกแบบขึ้นนี้จะก่อให้เกิดแนวความคิดใหม่ของการสร้างสถาปัตยกรรมซึ่งจะช่วยสร้างคุณค่าให้กับเมืองได้อย่างยั่งยืนและยังเป็นแนวคิดที่ทำให้เกิดการนำไปใช้ การเลียนแบบของผู้ประกอบการและผู้พัฒนาโครงการอื่นๆบนถนนเยาวราช โดยนอกจากการสร้างคุณค่าให้กับโครงการแล้วในความเห็นของผู้ประกอบการนั้นแนวความคิดการออกแบบดังกล่าวยังสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผู้ประกอบการและนักลงทุนจากแนวความคิดการออกแบบให้มีความสอดคล้องกับบริบทของย่านโดยเฉพาะต่อย่านมรดกชุมชนเมือง ซึ่งนอกจากการสำรวจ เก็บข้อมูล

การสัมภาษณ์ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 2 กลุ่มแล้วผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการ (Feasibility Study) ผ่านการคำนวณความเป็นไปได้ของโครงการ พบว่าโครงการที่เกิดขึ้นนี้จะใช้เวลาคืนทุน 9 ปี มีอัตราที่ใช้ในการคิดลดรายได้สุทธิในอนาคตที่จะได้รับในแต่ละปี กลับมาเป็นมูลค่าปัจจุบัน (Discount Rate) อยู่ที่ 9 % ส่วนผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับก่อนหักภาษีอยู่ที่ (Net Present Value Before Tax) คิดเป็น 89,987,593 บาท ซึ่งคิดเป็นค่าอัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) อยู่ที่ 12 % ซึ่งจากตัวเลขข้างต้นถือว่ามีความเป็นไปได้สำหรับโครงการที่จะเกิดขึ้น โดยจากการศึกษาวิจัยทั้งหมดนี้สามารถสรุปได้ว่าแนวทางการพัฒนาโครงการที่แสดงอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมสอดคล้องกับย่านมรดกชุมชนเมืองบนถนนเยาวราชนั้นมีความเป็นไปได้ในทางการตลาด

6.2 การอภิปราย

จากผลการวิจัยข้างต้นมีประเด็นที่น่าสนใจในการจะนำมาอภิปรายผล โดยแบ่งเป็น 2 ประเด็น ดังนี้

6.2.1 แนวคิดในการออกแบบที่แสดงอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมและ ความเป็นไปได้ในทางการตลาด ซึ่งในงานวิจัยชิ้นนี้นั้นวัตถุประสงค์ในการศึกษาแนวทางการออกแบบเพื่อนำเสนอรูปแบบของโครงการที่เกิดจากการศึกษาและวิเคราะห์เพื่อหาอัตลักษณ์ของมรดกชุมชนเมืองบนถนนเยาวราชประกอบกับการหาอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมที่มีความสอดคล้อง

จากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้เชี่ยวชาญทางด้านสถาปัตยกรรม ผู้เชี่ยวชาญทางด้านประวัติศาสตร์ ผู้เชี่ยวชาญทางด้านวัฒนธรรมจีน และกลุ่มผู้ประกอบการซึ่งมีความเห็นเกี่ยวกับความเป็นไปได้ทางการตลาดไว้ดังนี้ “แนวคิดการออกแบบเช่นนี้ทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มแน่นอนเหมือนเป็นการสร้าง brand marketing” (วรินทร์ คล้ามไพบูลย์) และ “สำหรับโครงการประเภทโรงแรมการนำแนวคิดการออกแบบเช่นนี้มาใช้มันคิดว่าสามารถที่จะสร้างมูลค่าเพิ่มได้น้อย 30% ปัจจุบันการออกแบบกลายเป็นปัจจัยที่สำคัญของการแข่งขันทางการตลาด” (วรลักษณ์ บางประเสริฐ general manager โครงการ Shanghai Mansion) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานของงานวิจัยที่ว่า โรงแรมที่ออกแบบโดยแสดงอัตลักษณ์เฉพาะสอดคล้องกับที่ตั้งมรดกชุมชนเมืองนั้นมีความเป็นไปได้ในทางการตลาดและสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับโครงการได้

นอกจากนี้แนวคิดดังกล่าวนี้ยังมีความสอดคล้องกับคำพูดของบรรณาธิการ หนังสือ New Design Hotel, 2014 ที่กล่าวไว้ว่า “อัตลักษณ์ทางการออกแบบเป็นเครื่องมือทางการตลาดอันใหม่ที่จะช่วยดึงดูดลูกค้าที่ให้ความสำคัญด้านนี้โดยเฉพาะ” เช่นเดียวกับวิญญู วาณิชศิริโรจน์ ที่ได้กล่าวถึงการออกแบบที่มีการคำนึงถึงอัตลักษณ์เฉพาะนั้นเป็นการสร้างผลกำไรหรือมูลค่าเพิ่มที่เกิดจากการออกแบบในทุกรายละเอียดและองค์ประกอบ และ จารุธรรม ธิบุสิทธิ์ และวาร์ชต์ มัธยมบุรุษ ในบทความ Dusit Thani

College Journal Vol.11 No.1 ฉบับ Jan – April 2017 ที่กล่าวถึง ธุรกิจที่พักรวมแต่ละแห่งจะมีการนำกลยุทธ์ต่างๆมาเป็นเครื่องมือในการแข่งขันไม่ว่าจะเป็นการแข่งขันด้านบริการ ด้านรูปลักษณ์ และการออกแบบที่มีการคำนึงถึงบริบทของที่ตั้งซึ่งเป็นแนวคิดสมัยใหม่ที่ช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับโครงการได้ รวมไปถึงแนวคิดของ (Francisco Bandarin Director Unesco, World Heritage Centre Paris, France, 1986) ที่ได้กล่าวไว้ว่า “แนวคิดการออกแบบที่เชื่อมโยงกับมรดกทางวัฒนธรรมจะเป็นเงื่อนไขแบบได้ชัยชนะทั้งคู่ (win-win situation)”

6.2.2 การอธิบายเปรียบเทียบความเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์และประเมินแบบจำลองทั้ง 2 กลุ่มได้แก่ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านสถาปัตยกรรม และกลุ่มผู้ประกอบการ โดยจากการสัมภาษณ์ถึงแนวคิดในการนำรูปแบบทางสถาปัตยกรรมที่แตกต่างกัน 2 รูปแบบ ได้แก่ รูปแบบทางสถาปัตยกรรมที่เป็นการนำของเดิมมาใช้ (รูปแบบอัตลักษณ์วางเคียงกันประเพณีและสมัยใหม่) และรูปแบบที่เน้นการนำสิ่งเดิมมาประยุกต์ใช้ให้เกิดสิ่งใหม่ (รูปแบบอัตลักษณ์ร่วมสมัย) ว่ารูปแบบที่สามารถแสดงอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมสอดคล้องกับมรดกชุมชนเมืองบนถนนเยาวราชและมีความเป็นไปได้ทางการตลาดได้เหมาะสมที่สุดสำหรับยุคสมัยปัจจุบัน

น่าสนใจที่แนวคิดของทั้ง 2 กลุ่มที่มีความแตกต่างกันค่อนข้างชัดเจน โดยความเห็นของกลุ่มสถาปนิกนั้นจะเลือกรูปแบบทางสถาปัตยกรรมที่เน้นการนำสิ่งเดิมมาประยุกต์ใช้ให้เกิดสิ่งใหม่ (รูปแบบอัตลักษณ์ร่วมสมัย) มีการตีความหรือสังเคราะห์ก่อนการนำมาใช้โดยมีแนวคิดว่าการทำเช่นนี้จะทำให้เกิดสิ่งใหม่ที่น่าสนใจมากกว่า ส่วนรูปแบบที่มีการนำองค์ประกอบดั้งเดิมมาใช้เลยนั้นสถาปนิกมีความเห็นว่าการนำสิ่งที่มีอยู่เดิมมาใช้นั้นเป็นแนวคิดที่เกิดขึ้นในทุกยุคสมัยอยู่แล้ว ซึ่งจะน่าสนใจกว่าหากมีการนำมาตีความใหม่ให้เป็นแบบเราก่อนนำมาใช้

สำหรับความเห็นของกลุ่มผู้ประกอบการนั้นกลับมีความเห็นด้วยกับรูปแบบที่มีการนำองค์ประกอบดั้งเดิมมาใช้เลย ด้วยเหตุผลที่น่าสนใจว่า ในเชิงการทำธุรกิจนั้นการจะสร้างแรงดึงดูด หรือสร้างจุดขายให้กับโครงการได้นั้นจำเป็นที่รูปแบบโครงการจะต้องสื่อสารออกมาได้ชัดเจนตรงไปตรงมาที่สุดเพื่อให้กลุ่มลูกค้า หรือผู้พบเห็นสามารถที่จะเข้าใจในแนวคิดนั้นได้ทันทีซึ่งจะกลายเป็นจุดแข็งที่สร้างมูลค่าให้กับโครงการได้ ส่วนความเห็นต่อรูปแบบทางสถาปัตยกรรมที่ผ่านการตีความหรือสังเคราะห์ก่อนการนำมาใช้นั้นผู้ประกอบการมองว่า เป็นรูปแบบที่สื่อสารได้ค่อนข้างยาก เนื่องจากต้องเข้าใจในแนวคิดจึงจะสามารถตีความออกมาได้ ซึ่งจะเป็นการยากที่จะสื่อสารหรือสร้างจุดขายให้กับโครงการมากกว่า อีกทั้งยังมีความเห็นว่ารูปแบบที่มีความร่วมสมัยหรือลวดลายมากเกินไปนั้นจะทำให้จุดเด่นหรือลักษณะเฉพาะบางอย่างหายไป

ผู้วิจัยคิดว่าเป็นประเด็นที่มีความน่าสนใจที่จะทำการวิเคราะห์ผลการสัมภาษณ์ของทั้ง 2 กลุ่มถึง ข้อดีและจุดอ่อนของรูปแบบทั้ง 2 รูปแบบ ตามข้อคิดเห็นของแต่ละกลุ่ม โดยกลุ่มสถาปนิกนั้นมีความ คิดเห็นที่น่าสนใจเกี่ยวกับแนวคิดต่อรูปแบบที่เน้นการสร้างสิ่งใหม่เพื่อสร้างความแตกต่างที่ไม่ซ้ำกับสิ่ง เดิมๆ โดยมองว่ารูปแบบที่เกิดขึ้นนี้นั้นจะมีความน่าสนใจและสร้างมูลค่าเพิ่มได้อย่างยั่งยืน แต่ขัดแย้งกับ ความเห็นของผู้ประกอบการที่มีความเห็นว่ารูปแบบที่เน้นการสร้างสิ่งใหม่นั้นจะทำให้ยากต่อการที่จะทำ ความเข้าใจ และยากมากขึ้นในการจะสร้างจุดขายให้กับโครงการ

จากประเด็นข้างต้นนี้ผู้วิจัยมีข้อคิดเห็นสำหรับรูปแบบการนำเสนอสิ่งที่มีอยู่เดิมมาประยุกต์ใช้ให้เกิด เป็นสิ่งใหม่นั้นสำหรับสถาปนิกซึ่งเป็นนักออกแบบและคิดค้นแนวทางการออกแบบใหม่นั้นย่อมมีความ คิดเห็นว่าการออกแบบนั้นควรเน้นการสร้างสรรค์เพื่อนำเสนอความแตกต่างเป็นสำคัญ แต่สำหรับผู้ ประกอบการที่เน้นการสร้างรายได้จากกลุ่มลูกค้าและผู้พบเห็นจึงเน้นรูปแบบโครงการที่สามารถสื่อสาร ออกไปได้ง่ายและชัดเจนที่สุดเพื่อสร้างจุดเด่นให้กับโครงการ อย่างไรก็ตามผู้วิจัยได้พยายามวิเคราะห์ถึงข้อดี และจุดอ่อนของรูปแบบที่เน้นการสร้างสิ่งใหม่ ดังนี้ สำหรับข้อดีของรูปแบบที่เน้นการสร้างสิ่งใหม่นั้นคือ จะทำให้รูปแบบทางสถาปัตยกรรมที่เกิดขึ้นนั้นมีความทันสมัยและสร้างแนวคิดการพัฒนาโครงการ รูปแบบใหม่ๆที่ไม่ซ้ำกับแนวคิดเดิมที่มีการทำมาก่อน ส่วนข้อด้อยหรือจุดอ่อน คือความยากที่จะสื่อสารให้ ผู้พบเห็นทั่วไปสามารถที่จะเข้าใจได้หากไม่มีข้อมูลมาก่อนซึ่งก็อาจจะทำให้ยากมากขึ้นในการจะสร้างจุด ขายหรือวางกลยุทธ์ทางการตลาดโดยเฉพาะสำหรับโครงการที่เน้นการสร้างรายได้จากภาพลักษณ์ แต่ หากเป็นรูปแบบที่เน้นการนำของเดิมมาใช้นั้นย่อมจะเป็นผลดีต่อกลุ่มผู้ประกอบการในการขายได้มากกว่า เนื่องจากเป็นรูปแบบที่เข้าใจได้ง่ายและตรงไปตรงมา แต่จุดอ่อนของรูปแบบนี้ที่อาจจะเกิดขึ้นคือ แนวคิด เหล่านี้สามารถที่จะถูกนำไปใช้ได้กับโครงการอื่นๆเช่นเดียวกัน ซึ่งก็อาจจะส่งผลให้ขาดความเป็น เอกลักษณะของตนเองไปหากพิจารณาในระยะยาว

สำหรับในประเด็นที่นำมาอภิปรายข้างต้นผู้วิจัยมองว่า ประเด็นดังกล่าวนี้น่าจะเป็นแนวคิดที่ สำคัญ ในการจะออกแบบโครงการที่เน้นการนำเสนอภาพลักษณ์ในการจะหาจุดร่วมของแนวทางการ ออกแบบที่มีความทันสมัยแต่ก็คงไว้ซึ่งความดั้งเดิมที่สามารถจะสื่อสารให้ผู้พบเห็นทั่วไปเข้าใจได้ทันทีที่ พบเห็น โดยพิจารณาจากรูปแบบทางสถาปัตยกรรมที่เป็นการนำของเดิมมาใช้ (รูปแบบอัตลักษณ์วาง เคียงกันประเพณีและสมัยใหม่) และ รูปแบบที่เน้นการนำสิ่งเดิมมาประยุกต์ใช้ให้เกิดสิ่งใหม่ (รูปแบบอัต ลักษณ์ร่วมสมัย) โดยรูปแบบทางสถาปัตยกรรมที่เป็นการนำของเดิมมาใช้ (รูปแบบอัตลักษณ์วาง เคียงกัน ประเพณีและสมัยใหม่) นั้นอาจจะต้องประสานความเก่าและใหม่ให้มากขึ้นเพื่อให้โครงการมีความร่วม สมัยแต่ก็ยังคงไว้ซึ่งองค์ประกอบบางอย่างที่เป็นของเดิมส่วนรูปแบบที่เน้นการนำสิ่งเดิมมาประยุกต์ใช้ให้

เกิดสิ่งใหม่ (รูปแบบอัตลักษณ์ร่วมสมัย) นั้นอาจจะต้องมีการลดความซับซ้อนในการสื่อสาร เช่น การใช้รูปแบบหลังคาที่มีความหลากหลาย หรือลดความซับซ้อนที่ต้องใช้การตีความในบางประเด็นและดึงเอาองค์ประกอบที่มีความโดดเด่นแบบดั้งเดิมมาผสมผสานในบางส่วนเข้ากับส่วนอื่น ๆ ที่มีการลดทอน และประยุกต์ใช้ เพื่อผสมผสานระหว่างความดั้งเดิมและความใหม่ให้เกิดความลงตัวมากขึ้นซึ่งจะช่วยพัฒนาจุดแข็งและลดจุดอ่อนของแนวคิดการพัฒนารูปแบบทางสถาปัตยกรรมทั้ง 2 รูปแบบ

6.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยที่เกี่ยวข้องต่อไป

งานวิจัยชิ้นนี้เป็นการนำเสนอแนวทางการออกแบบโครงการประเภทโรงแรมที่แสดงอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมสอดคล้องกับย่านมรดกชุมชนเมืองและมีความเป็นไปได้ทางการตลาด ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อกลุ่มสถาปนิก กลุ่มผู้ประกอบการ กลุ่มองค์กรภาคสังคม และหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาย่านอนุรักษ์ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการออกแบบโครงการในย่านมรดกชุมชนเมือง ใช้เป็นแนวทางในการพิจารณาความเป็นไปได้สำหรับการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ที่สนใจจะพัฒนาโครงการในย่านมรดกชุมชนเมือง เพื่อให้เกิดความตระหนักและเห็นคุณค่าของการพัฒนาโครงการที่ควรมีการคำนึงถึงบริบทโดยรอบโดยเฉพาะในย่านมรดกชุมชนเมือง อีกทั้งยังชี้ให้เห็นประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นหากผู้พัฒนาโครงการออกแบบโครงการโดยคำนึงถึงความสำคัญของบริบทที่มีคุณค่าที่นอกจากจะสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับโครงการแล้วยังเป็นการสร้างคุณค่าและการยอมรับของผู้คนในชุมชนซึ่งจะเป็นแนวทางการพัฒนาที่มีความยั่งยืนและเกิดประโยชน์ให้กับทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องได้

ผู้วิจัยขอเสนอแนะสำหรับผู้ที่จะนำผลการวิจัยนี้ไปใช้ประโยชน์หรือ ผู้ที่สนใจจะทำวิจัยนี้ต่อไป ดังนี้

ข้อเสนอแนะด้านการออกแบบ

1. ประเด็นด้านการออกแบบว่าหากยังสนใจจะพัฒนาโครงการประเภทโรงแรมต่อไปนั้น จำเป็นที่จะต้องมีการศึกษาถึงรูปแบบและแนวทางในการวางผัง ทั้งในเรื่องการจัดพื้นที่ใช้สอย และการวางผังห้องพักเพิ่มเติม เพื่อนำเสนอแนวทางการวางผังที่มีความหลากหลายและสามารถที่จะพัฒนาต่อในมุมมองของการออกแบบภายใน
2. การเพิ่มเติมประเด็นเรื่องการใส่องค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์เข้ามาใช้ในการออกแบบ
3. การศึกษาอัตลักษณ์ที่พบบนถนนเยาวราชนั้นผู้สนใจสามารถนำไปใช้กับการพัฒนาโครงการอื่นๆได้ เช่น การปรับปรุงฟื้นฟูตึกแถวเก่าหรือการก่อสร้างอาคารใหม่

ข้อเสนอแนะด้านธุรกิจ

1. ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับข้อมูลเชิงการตลาดและการบริหารโครงการ รวมถึง การศึกษาอัตลักษณ์ที่จับต้องไม่ได้ (intangible characteristic) เช่น รูปแบบกิจกรรม การค้าในพื้นที่เพื่อกำหนดประเภทของร้านค้าหรือสินค้าที่แสดงอัตลักษณ์ของย่านได้ชัดเจน เช่น การจัดทำผังเพิ่มเติมกิจกรรมการค้าจากภายนอกเข้ามาในโครงการ

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการวิจัยที่เกี่ยวข้องต่อไป

1. การสำรวจปัจจัยภายนอกเพิ่มเติมหากจะทำการศึกษาในครั้งต่อไป เนื่องจากสำหรับพื้นที่ ถนนเยาวราชนั้นถือเป็นพื้นที่ที่มีความหลากหลาย และอาจจะเกิดการเปลี่ยนแปลงไปในอนาคตด้วยปัจจัยการขยายตัวของเมือง เช่น เมื่อโครงการสถานีรถไฟฟ้าแล้วเสร็จ
2. การรับฟังความคิดเห็นของชาวชุมชนและผู้คนในพื้นที่สำหรับการสร้างโครงการขนาดใหญ่ซึ่งจะมีผลต่อวิถีชีวิตของชาวชุมชน ดังนั้นจึงควรมีการลงพื้นที่เพื่อสอบถามเพิ่มเติมในมิติต่างๆ ซึ่งจะทำให้เกิดความเข้าใจและไม่เกิดปัญหาขึ้นในภายหลัง

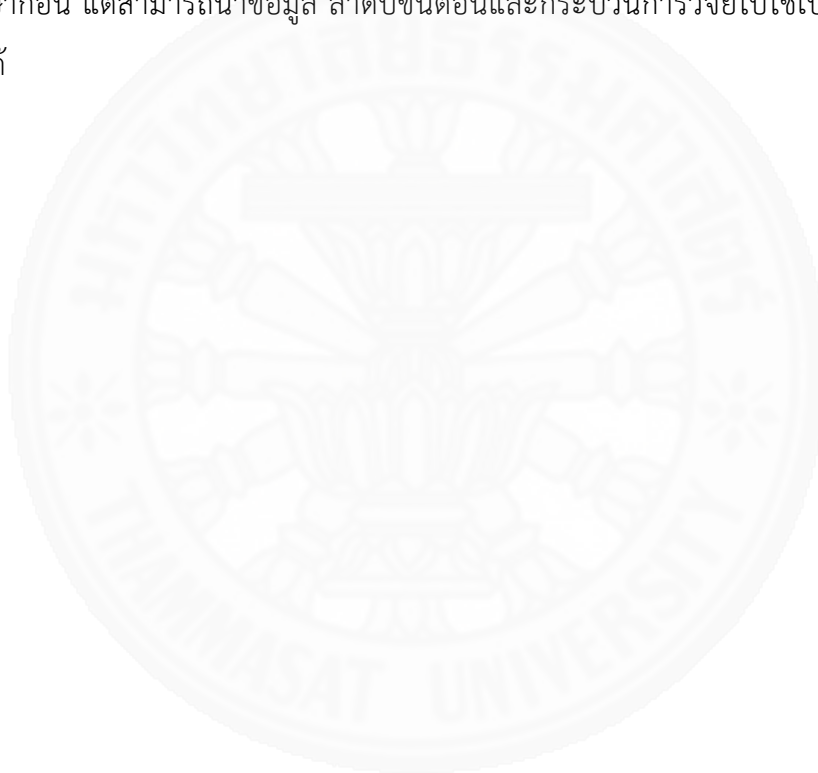
6.4 ข้อจำกัดของงานวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เน้นการสร้างสถาปัตยกรรมที่สัมพันธ์กับที่ตั้ง ดังนั้นรูปแบบหรือแนวคิดในการใช้องค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมที่เกิดขึ้นนั้นผู้วิจัยได้เน้นศึกษาลักษณะทางกายภาพและการออกแบบให้มีสัมพันธ์และสอดคล้องกับที่ตั้งบนถนนเยาวราชและบริเวณโรงหนังเฉลิมบุรีเก่า ดังนั้นหากผู้สนใจจะนำแนวคิดนี้ไปใช้กับการออกแบบบนที่ตั้งอื่นจะมีข้อจำกัดในบางประเด็นที่จะใช้ได้กับเพียงในพื้นที่ถนนเยาวราชหรือบริเวณโรงหนังเฉลิมบุรีเก่าเท่านั้นซึ่งจะแบ่งออกเป็นประเด็นที่สำคัญได้ ดังนี้

1. สำหรับการคิดความเป็นไปได้ทางการตลาดและมูลค่าของโครงการนั้นจะเป็นวิธีคิดที่ใช้ได้กับเพียงพื้นที่เยาวราชเท่านั้น เนื่องจากปัจจัยทางด้านการถือกรรมสิทธิ์ที่ดิน และรูปแบบการถือครองทรัพย์สินนั้นสำหรับอาคารบนถนนเยาวราชเป็นกรรมสิทธิ์ของสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ โดยที่ดินที่ใช้ในการพัฒนาโครงการดังกล่าวเป็นที่ดินของสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์โครงการดังกล่าวจึงเป็นลักษณะการพัฒนาโครงการด้วยการเช่าที่ดินของสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ในระยะยาว ซึ่งในการคิดมูลค่าโครงการจึงไม่ได้คิดด้วยราคาการซื้อขายที่ดินแต่เป็นการคิดค่าที่ดินจากการเช่าทรัพย์สินในระยะยาวซึ่งทำให้มีข้อจำกัดบางอย่างที่อาจใช้ไม่ได้กับพื้นที่อื่น ๆ

2. แนวทางในการออกแบบที่เกิดขึ้นในงานวิจัยชิ้นนี้อาจมีข้อจำกัดที่เกิดจากการวางผังและการออกแบบที่เน้นให้เกิดความสอดคล้องกับบริบทตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ซึ่งทำให้เกิดข้อจำกัดในบางประเด็น เช่น การวางผัง ความสูงอาคาร และโปรแกรมของโครงการที่เน้นประเด็นการออกแบบเพื่อให้เกิดความสอดคล้องกับบริบทของที่ตั้งโครงการเป็นสำคัญ

3. การวิเคราะห์ข้อมูลถึงรูปแบบของโครงการที่เกิดขึ้นนั้น เป็นการวิเคราะห์ถึงความสอดคล้องที่เกิดขึ้นเฉพาะในพื้นที่ๆจะทำการออกแบบเท่านั้นเพื่อให้รูปแบบอาคารที่เกิดขึ้นมีความสอดคล้องกับที่ตั้ง ซึ่งหากจะนำไปใช้จะต้องมีการศึกษาและวิเคราะห์ที่สอดคล้องกับพื้นที่ ๆ จะทำการศึกษาก่อน แต่สามารถนำข้อมูล ลำดับขั้นตอนและกระบวนการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยได้



รายการอ้างอิง

(Bibliography)

หนังสือและบทความในหนังสือ

กัจจกร สุนพงษ์ศรี. (2551). *ประวัติศาสตร์ศิลปะ และสถาปัตยกรรมจีน*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่ง

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ไชแสง สุขะวัฒนะ. (2521). *การศึกษาอิทธิพลของสถาปัตยกรรมจีนที่มีต่อสถาปัตยกรรมในไทยในรัช*

สมัย สมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว. งานวิจัยคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ไชแสง สุขะวัฒนะ. (2525). *วัดพุทธศาสนาที่ได้รับอิทธิพลศิลปะจีนในสมัยต้นกรุงรัตนโกสินทร์*.

งานวิจัยคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

คณาจารย์คณะวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม. (2554). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ:

สำนักพิมพ์ธุรกิจบัณฑิต

จี วิลเลียม สกินเนอร์. (2548). *สังคมจีนในไทย*. แปลโดย พรรณี ฉัตรพลรักษ์ และคณะ.

กรุงเทพมหานคร : มูลนิธิโตโยต้า

ชัยชนะ แสงสว่าง. (2547). *สื่อสารเป็นเห็นชัยชนะ*. กรุงเทพมหานคร: เนชั่นบุ๊คส์

ประวิทย์ พันธุ์โรจน์. (2544). "เสน่ห์เมืองจ้าวท่าเลม้งกรทอง". กรีน พรินท์ จำกัด. สำนักงานเขต

สัมพันธวงศ์

ไพโรจน์ ชิงศิลป์. (2538). *หลักการประเมินราคาทรัพย์สิน* (พิมพ์ครั้งที่ 2) ปรับปรุงใหม่. กรุงเทพฯ :

โรงพิมพ์ สุธาสิน

วิมลสิทธิ์ ทรายางกูร, กอบกุล อินทรวิจิตร, สันติ ฉันทวิลาสวศ์, และ วีระ อินพันทัง. (2536)

พัฒนาการแนวความคิดและรูปแบบของงานสถาปัตยกรรม อดีต ปัจจุบัน และอนาคต.

กรุงเทพฯ: สมาคมสถาปนิกสยามในพระบรมราชูปถัมภ์

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักขิตานนท์, ศุภร เสรีรัตน์ และ งามอาจ ปทะวานิช. (2546). *การบริหารการตลาด* พิมพ์ครั้งที่ 1 ปรับปรุงใหม่. กรุงเทพฯ : บริษัท ธรรมสถาน จำกัด

Philip Kotler, Gary Armstrong. (2546). *หลักการตลาดฉบับมาตรฐาน*. แปลจากเรื่อง Principles of Marketing เรียบเรียงโดย วารุณี ตันติวงศ์วานิช, นิภา นิรุตติกุล, สุนทรี เหล่าพัฒน์, นิทยา งามแดน และผศ. จุฑามาศ ทวีไพบูลย์วงศ์. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ : บริษัท เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.

บทความวารสาร

ธวัชชัย เติรยาภิรมย์. (2549). วิกฤติอัตลักษณ์และปัญหาของการเป็นไทยร่วมสมัย. เอกสารประกอบการประชุมวิชาการนานาชาติสถาปัตยกรรมในดินแดนสุวรรณภูมิ วันที่ 3- 4 สิงหาคม 2549 ณ โรงแรม รอยัล ริเวอร์ กรุงเทพฯ จัดโดยคณะสถาปัตยกรรม มหาวิทยาลัยศิลปากร. หน้า 119-136

ถ้วนลีเซิง และบุญยิ่ง ไส้สุขศิริ. (2543). *ความเป็นมาของวัดจีนและศาลเจ้าจีนในประเทศไทย*. คณะกรรมการศาสนาเพื่อการพัฒนา : กรุงเทพฯ ฯ.

วรศักดิ์ มหัทธโนบล. (2540). "การรวมกลุ่มของจีนสยาม". *ศิลปวัฒนธรรม*, ปีที่ 18 เดือนกุมภาพันธ์ หน้า 104 - 109.

วิทยานิพนธ์

ณัฐา หารานนท์. (2557). *แนวทางการออกแบบโรงแรมเพื่อตอบสนองการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไทยสำหรับนักท่องเที่ยวจีน*. (การศึกษาอิสระปริญญาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง

ยุทธนา พิทยา. (2554). *การศึกษาเปรียบเทียบราคาประเมินทรัพย์สินประเภทโรงแรมโดยวิธีคิดจากต้นทุนกับวิธีคิดจากรายได้เพื่อประกอบการขอสินเชื่อของสถาบันการเงิน*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง

วันยา จันทรเรือง. (2557). *เอกลักษณ์สถาปัตยกรรมในบริบทอาเซียน*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง

แนววิเชียร อภิชิตวรพันธุ์. (2550). *การศึกษาอิทธิพลชาวจีนที่มีต่อรูปแบบสถาปัตยกรรมในกรุงเทพมหานคร*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

วิมลรัตน์ อิศระธรรมบุญ. (2558). Architectural and Environmental Conservation1-2. สืบค้นเมื่อวันที่ 14 เมษายน 2560.จาก เอกสารประกอบการสอนวิชาการอนุรักษ์สถาปัตยกรรมและสิ่งแวดล้อม

สถิติกรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2557). นักท่องเที่ยวจีนกับเศรษฐกิจไทย. สืบค้นเมื่อวันที่ 2 มีนาคม 2560 . จาก<http://marketeer.co.th/archives/37257>

โสภณ พรโชคชัย. (2551). ประเมินค่าโรงแรม.....ทำกันอย่างไร . สืบค้นเมื่อวันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2560 . จาก <http://www.thaiappraisal.org/th>

หนังสือต่างประเทศ

Qinghua University. (1985) .**Historical Chinese Architecture**. Department of Architecture, Qinghua University.London

Aylin Orbasli (2000). **Torists in Historical Towns (Urban Conservation and Heritage Management)**. Taylor&Francis published.London

Bob Mckercher Hilary du Crous. (2002). **Cultural Tourism**. The Haworth Press,USA

Kevin Lynch. (1960). **Image of the City**.The university press & Harvard university press,USA.

LAURENCE G.LIU. (2532). **Chinese Architecture.Great Britain**. By Academic Edition. London.

WANGQIJUN. (2554). **Chinese Architecture and Town Planning 1500 B.C – A.D.1911**. Better Link Press. London.

Roland Barthes. (1967). **Element of Semiology**. By Editions du Seuil,Paris

Rajesh Modi and Rajneekant Patel. (2012). **Marketing of Business School**. LAP
LAMBERT Academic Publishing.Germany

Heinrich Serwas. (2015). **User's Manual for The 7 P of Marketing: practicing market
oriented management and operational marketing mix for your
marketing strategy**. Amazon Media U S A.

Philip Kotler. (1996). **Principles of Marketing**. University of Minnesota Libraries
Publishing. USA.

Gary Armstrong and Philip Kotler. (2003). **Marketing: An Introduction**. Pearson
International;13th edition.Canada

Bernard M. Feilden. (2003). **Conservation of Historic Buildings**. Oxford, United
Kingdom.

Oliverira Vitor. (2016). **Urban Morphology**. Springer International Publishing,
Switzerland.

ภาคผนวก



ภาคผนวก ก



รายละเอียดการคิดมูลค่าและ
ความเป็นไปได้ของโครงการ

รายรับจากห้องพัก	ราคาต่อวัน					
	ห้องพักประเภท	จำนวน	(Room rate/night)	รายรับต่อวัน	ราคาต่อเดือน	ราคาต่อปี
รายรับจากห้องพัก	Standard (28 sqm.)	24	6500	156,000	1,872,000	22,464,000
	Standard (30,31 sqm.)	8	7000	56,000	672,000	8,064,000
	Standard (37,38 sqm.)	15	7000	105,000	1,260,000	15,120,000
	Luxuary (48,50 sqm.)	14	9000	126,000	1,512,000	18,144,000
	(53 sqm.)	2	10000	20,000	240,000	2,880,000
	Superior (60 sqm)	4	18000	72,000	864,000	10,368,000
	Suit (73 sqm.)	4	24000	96,000	1,152,000	13,824,000
รายรับจากค่าบริการอื่นๆ	Standard (28 sqm.)	25%	1,625.00	39,000	468,000	5,616,000
	Standard (30,31 sqm.)	25%	1,750.00	14,000	168,000	2,016,000
	Standard (37,38 sqm.)	25%	1,750.00	26,250	315,000	3,780,000
	Luxuary (48,50 sqm.)	25%	2,250.00	31,500	378,000	4,536,000
	(53 sqm.)	25%	2,500.00	5,000	60,000	720,000
	Superior (60 sqm)	25%	4,500.00	18,000	216,000	2,592,000
	Suit (73 sqm.)	25%	6,000.00	24,000	288,000	3,456,000
รายรับจากพื้นที่เช่ารายเดือน	หน่วย			รายรับต่อเดือนต่อตรม.		
	Restaurant	104	ตรม	1500	156,000	1,872,000
	Café	70	ตรม	1500	105,000	1,260,000
	Shop 1	53	ตรม	1500	79,500	954,000
	Shop 2	45	ตรม	1500	67,500	810,000

	Year Calendar Year			0		1		2		3		4		5		6		7	
				2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2022	2023	2024	2025	2024	2025	2025	2025
	Occupancy Rate			0	0%	60%	80%	80%	80%	80%	85%	80%	80%	85%	85%	85%	85%	85%	85%
รายรับจากห้องพัก	Standard (28 sqm.)		22,464,000	-	-	13,478,400	17,971,200	17,971,200	17,971,200	19,094,400	19,094,400								
	Standard (30,31 sqm.)		8,064,000	-	-	4,838,400	6,451,200	6,451,200	6,451,200	6,854,400	6,854,400								
	Standard (37,38 sqm.)		15,120,000	-	-	9,072,000	12,096,000	12,096,000	12,096,000	12,852,000	12,852,000								
	Luxuary (48,50 sqm.)		18,144,000	-	-	10,886,400	14,515,200	14,515,200	14,515,200	15,422,400	15,422,400								
	(53 sqm.)		2,880,000	-	-	1,728,000	2,304,000	2,304,000	2,304,000	2,448,000	2,448,000								
	Superior (60 sqm)		10,368,000	-	-	6,220,800	8,294,400	8,294,400	8,294,400	8,812,800	8,812,800								
	Suit (73 sqm.)		13,824,000	-	-	8,294,400	11,059,200	11,059,200	11,059,200	11,750,400	11,750,400								
รวมรายรับจากห้องพัก				-	-	54,518,400	72,691,200	72,691,200	72,691,200	77,234,400	77,234,400								
รายรับจากค่าบริการอื่นๆ	Standard (28 sqm.)	25%		-	-	3,369,600	4,492,800	4,492,800	4,492,800	4,773,600	4,773,600								
	Standard (30,31 sqm.)	25%		-	-	1,209,600	1,612,800	1,612,800	1,612,800	1,713,600	1,713,600								
	Standard (37,38 sqm.)	25%		-	-	2,268,000	3,024,000	3,024,000	3,024,000	3,213,000	3,213,000								
	Luxuary (48,50 sqm.)	25%		-	-	2,721,600	3,628,800	3,628,800	3,628,800	3,855,600	3,855,600								
	(53 sqm.)	25%		-	-	432,000	576,000	576,000	576,000	612,000	612,000								
	Superior (60 sqm)	25%		-	-	1,555,200	2,073,600	2,073,600	2,073,600	2,203,200	2,203,200								
	Suit (73 sqm.)	25%		-	-	2,073,600	2,764,800	2,764,800	2,764,800	2,937,600	2,937,600								
รวมรายรับจากห้องพัก				-	-	13,629,600	18,172,800	18,172,800	18,172,800	19,308,600	19,308,600								
รายรับจากพื้นที่เช่ารายเดือน	Restaurant		1,872,000.0			1,123,200	1,497,600	1,497,600	1,497,600	1,591,200	1,591,200								
	Café		1,260,000.0			756,000	1,008,000	1,008,000	1,008,000	1,071,000	1,071,000								
	Shop 1		954,000.0			572,400	763,200	763,200	763,200	810,900	810,900								
	Shop 2		810,000.0			486,000	648,000	648,000	648,000	688,500	688,500								
	รวมรายรับพื้นที่เช่า					2,937,600	3,916,800	3,916,800	3,916,800	4,161,600	4,161,600								
รวมรายรับทั้งโครงการห้องพัก						71,085,600	94,780,800	94,780,800	94,780,800	100,704,600	100,704,600								

8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2036	2037
85%	90%	90%	90%	90%	90%	90%	90%	90%	90%	90%	90%
19,094,400	20,217,600	20,217,600	20,217,600	20,217,600	20,217,600	20,217,600	20,217,600	20,217,600	20,217,600	20,217,600	20,217,600
6,854,400	7,257,600	7,257,600	7,257,600	7,257,600	7,257,600	7,257,600	7,257,600	7,257,600	7,257,600	7,257,600	7,257,600
12,852,000	13,608,000	13,608,000	13,608,000	13,608,000	13,608,000	13,608,000	13,608,000	13,608,000	13,608,000	13,608,000	13,608,000
15,422,400	16,329,600	16,329,600	16,329,600	16,329,600	16,329,600	16,329,600	16,329,600	16,329,600	16,329,600	16,329,600	16,329,600
2,448,000	2,592,000	2,592,000	2,592,000	2,592,000	2,592,000	2,592,000	2,592,000	2,592,000	2,592,000	2,592,000	2,592,000
8,812,800	9,331,200	9,331,200	9,331,200	9,331,200	9,331,200	9,331,200	9,331,200	9,331,200	9,331,200	9,331,200	9,331,200
11,750,400	12,441,600	12,441,600	12,441,600	12,441,600	12,441,600	12,441,600	12,441,600	12,441,600	12,441,600	12,441,600	12,441,600
77,234,400	81,777,600	81,777,600	81,777,600	81,777,600	81,777,600	81,777,600	81,777,600	81,777,600	81,777,600	81,777,600	81,777,600
4,773,600	5,054,400	5,054,400	5,054,400	5,054,400	5,054,400	5,054,400	5,054,400	5,054,400	5,054,400	5,054,400	5,054,400
1,713,600	1,814,400	1,814,400	1,814,400	1,814,400	1,814,400	1,814,400	1,814,400	1,814,400	1,814,400	1,814,400	1,814,400
3,213,000	3,402,000	3,402,000	3,402,000	3,402,000	3,402,000	3,402,000	3,402,000	3,402,000	3,402,000	3,402,000	3,402,000
3,855,600	4,082,400	4,082,400	4,082,400	4,082,400	4,082,400	4,082,400	4,082,400	4,082,400	4,082,400	4,082,400	4,082,400
612,000	648,000	648,000	648,000	648,000	648,000	648,000	648,000	648,000	648,000	648,000	648,000
2,203,200	2,332,800	2,332,800	2,332,800	2,332,800	2,332,800	2,332,800	2,332,800	2,332,800	2,332,800	2,332,800	2,332,800
2,937,600	3,110,400	3,110,400	3,110,400	3,110,400	3,110,400	3,110,400	3,110,400	3,110,400	3,110,400	3,110,400	3,110,400
19,308,600	20,444,400	20,444,400	20,444,400	20,444,400	20,444,400	20,444,400	20,444,400	20,444,400	20,444,400	20,444,400	20,444,400
1,591,200	1,684,800	1,684,800	1,684,800	1,684,800	1,684,800	1,684,800	1,684,800	1,684,800	1,684,800	1,684,800	1,684,800
1,071,000	1,134,000	1,134,000	1,134,000	1,134,000	1,134,000	1,134,000	1,134,000	1,134,000	1,134,000	1,134,000	1,134,000
810,900	858,600	858,600	858,600	858,600	858,600	858,600	858,600	858,600	858,600	858,600	858,600
688,500	729,000	729,000	729,000	729,000	729,000	729,000	729,000	729,000	729,000	729,000	729,000
4,161,600	4,406,400	4,406,400	4,406,400	4,406,400	4,406,400	4,406,400	4,406,400	4,406,400	4,406,400	4,406,400	4,406,400
100,704,600	106,628,400	106,628,400	106,628,400	106,628,400	106,628,400	106,628,400	106,628,400	106,628,400	106,628,400	106,628,400	106,628,400

[illegible]

รายละเอียดค่าใช้จ่ายโครงการ

โครงการ : Hotel

เงินเดือน	จำนวน	หน่วย	หน่วยละ	รวม	ต่อปี
ผู้จัดการโรงแรม	1	คน	100,000	100,000	1,200,000
เลขา การเงิน บัญชี	3	คน	18,000	54,000	648,000
พนักงานรักษาความปลอดภัย	4	คน	15,000	60,000	720,000
แม่บ้าน	10	คน	13,500	135,000	1,620,000
พนักงานทั่วไป	4	คน	13,000	52,000	624,000
จำนวนพนักงานทั้งสิ้น	22			401,000	4,812,000
อัตราการปรับเงินเดือน			3% ทุก ปี		
อุปกรณ์สำนักงาน					
โต๊ะทำงาน	4	ชุด	2,500	10,000	
เก้าอี้	4	ชุด	1,000	4,000	
เก้าอี้ผู้มาติดต่อ	8	ชุด	600	4,800	
เครื่องปรับอากาศ	1	ชุด	30,000	30,000	
Computer	3	ชุด	14,000	42,000	
โทรศัพท์	4	ชุด	750	3,000	
เครื่องแฟกซ์และ Printer	1	ชุด	7,500	7,500	
Internet Router และอุปกรณ์ต่างๆ	5	ชุด	6,000	30,000	
อุปกรณ์สำนักงานอื่นๆ				35,000	
รวมอุปกรณ์สำนักงาน				166,300	
ค่าเสื่อมราคา					
อาคารและวัสดุติดตั้ง	2%	ต่อปี			
ค่าใช้จ่ายโครงการ					
ค่าใช้จ่ายในการโฆษณา	5.0%	ของรายรับ (ค่าเช่า)			
ค่าใช้จ่ายด้านพลังงาน	7%	ของรายรับ (ค่าเช่า)			
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	5%	ของรายรับ (ค่าเช่า)			
ภาษีมูลค่าเพิ่ม	7%	ของรายรับ (ค่าเช่า)			
ภาษีโรงเรือน	12.5%	ของรายรับ (ค่าเช่า)			
ค่าประกันภัยอาคาร	0.10%	ของค่าก่อสร้างอาคาร			

ปีโครงการ		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
ปีพ.ศ.		2561	2562	2563	2564	2565	2566	2567	2568	2569	2570	2571	2572
Occupation Rate		0%	0%	60%	80%	80%	80%	85%	85%	85%	90%	90%	90%
รายรับ													
รายรับจากห้องพัก		-	-	54,518,400	72,691,200	72,691,200	72,691,200	77,234,400	77,234,400	77,234,400	81,777,600	81,777,600	81,777,600
รายรับจากค่าบริการอื่นๆ				13,629,600	18,172,800	18,172,800	18,172,800	19,308,600	19,308,600	19,308,600	20,444,400	20,444,400	20,444,400
รายรับจากพื้นที่เช่ารายเดือน				2,937,600	3,916,800	3,916,800	3,916,800	4,161,600	4,161,600	4,161,600	4,406,400	4,406,400	4,406,400
รวมรายรับ		-	-	71,085,600	94,780,800	94,780,800	94,780,800	100,704,600	100,704,600	100,704,600	106,628,400	106,628,400	106,628,400
หักต้นทุนค่าบริการ			-	4,088,880	5,451,840	5,451,840	5,451,840	5,792,580	5,792,580	5,792,580	6,133,320	6,133,320	6,133,320
รายรับหลังหักค่าต้นทุนบริการ		-	-	66,996,720	89,328,960	89,328,960	89,328,960	94,912,020	94,912,020	94,912,020	100,495,080	100,495,080	100,495,080
ต้นทุนค่าก่อสร้างและพัฒนาที่ดิน													
ต้นทุนค่าพัฒนาที่ดิน (สิทธิการเช่า 30 ปี จาก สนง.ทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์)		155,400,000	12,503,448	12,503,448	12,503,448	12,503,448	12,503,448	12,503,448	12,503,448	12,503,448	12,503,448	12,503,448	12,503,448
ค่าก่อสร้างอาคาร		95,997,015	95,997,015										
ค่าพัฒนาอื่นๆ		12,979,612	12,979,612										
รวมต้นทุนค่าก่อสร้างและพัฒนาที่ดิน		264,376,627	121,480,075	12,503,448	12,503,448	12,503,448	12,503,448	12,503,448	12,503,448	12,503,448	12,503,448	12,503,448	12,503,448
ค่าใช้จ่าย													
เงินเดือนพนักงาน				4,812,000	4,956,360	5,105,051	5,258,202	5,415,948	5,578,427	5,745,780	5,918,153	6,095,698	6,278,569
ค่าใช้จ่ายในการโฆษณา		-		2,725,920	3,634,560				3,861,720	3,861,720			
ค่าใช้จ่ายด้านพลังงาน		-	-	3,816,288	5,088,384	5,088,384	5,088,384	5,406,408	5,406,408	5,406,408	5,724,432	5,724,432	5,724,432
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด		-	-	2,725,920	3,634,560	3,634,560	3,634,560	3,861,720	3,861,720	3,861,720	4,088,880	4,088,880	4,088,880
ภาษีมูลค่าเพิ่ม		-	-	4,689,770	6,253,027	6,253,027	6,253,027	6,643,841	6,643,841	6,643,841	7,034,656	7,034,656	7,034,656
ภาษีโรงเรือน			-	4,088,880	5,451,840	5,451,840	5,451,840	5,792,580	5,792,580	5,792,580	6,133,320	6,133,320	6,133,320
ค่าปรับปรุงซ่อมแซมอาคาร (Renovation)									7,723,440				
ค่าประกันภัยอาคาร		95,997.02	95,997.02	95,997.02	95,997.02	95,997.02	95,997.02	95,997.02	95,997.02	95,997.02	95,997.02	95,997.02	95,997.02
รวมค่าใช้จ่าย		95,997	95,997	22,954,775	29,114,728	25,628,859	25,782,011	27,216,495	38,964,133	31,408,046	28,995,438	29,172,982	29,355,853
รายรับสุทธิ		(264,472,624)	(121,576,072)	31,538,496	47,710,784	51,196,653	51,043,501	55,192,077	43,444,438	51,000,526	58,996,194	58,818,649	58,635,779
ขายโครงการในปีสุดท้าย													
รวมรายรับทั้งสิ้นของโครงการ		(264,472,624)	(121,576,072)	31,538,496	47,710,784	51,196,653	51,043,501	55,192,077	43,444,438	51,000,526	58,996,194	58,818,649	58,635,779
หักภาษี			(36,472,822)	9,461,549	14,313,235	15,358,996	15,313,050	16,557,623	13,033,332	15,300,158	17,698,858	17,645,595	17,590,734
รวมรายรับทั้งสิ้นของโครงการหลังหักภาษี		(264,472,624)	(85,103,251)	22,076,947	33,397,548	35,837,657	35,730,451	38,634,454	30,411,107	35,700,368	41,297,336	41,173,055	41,045,045

Discount Rate9.0%

Net Present Value Before Tax89,987,593

IRR Before Tax12%

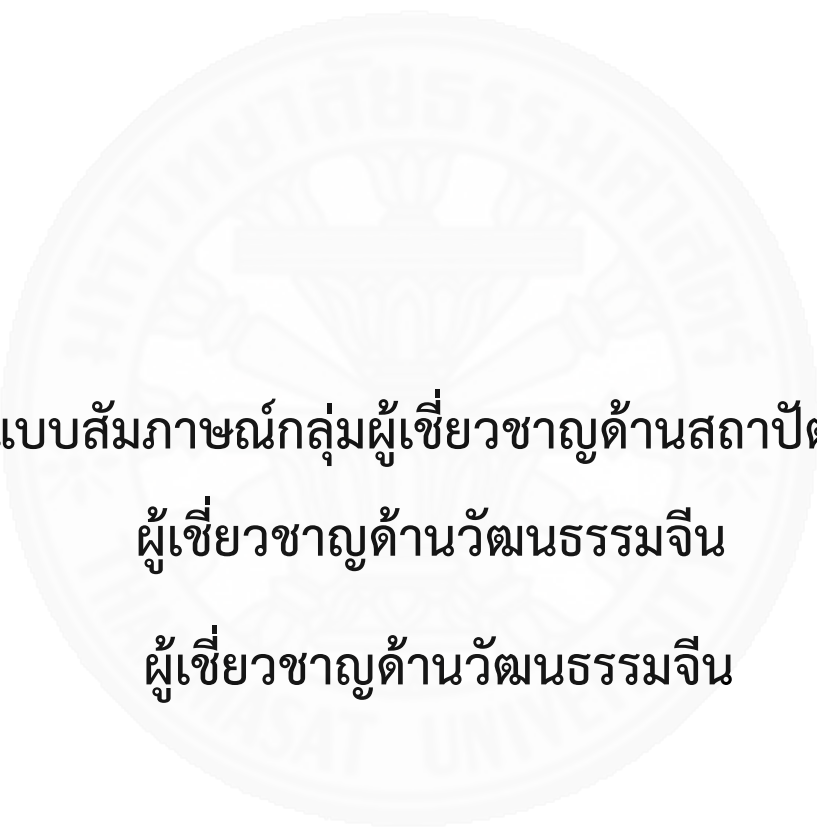
Net Present Value After Tax

IRR After Tax

12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
2573	2574	2575	2576	2577	2578	2579	2580	2581	2582	2583	2584	2585	2586	2587	2588	2589	2590	2591
90%	90%	90%	90%	90%	90%	90%	90%	90%	90%	90%	90%	90%	90%	90%	90%	90%	90%	90%
81,777,600	81,777,600	81,777,600	81,777,600	81,777,600	81,777,600	81,777,600	81,777,600	81,777,600	81,777,600	81,777,600	81,777,600	81,777,600	81,777,600	81,777,600	81,777,600	81,777,600	81,777,600	81,777,600
20,444,400	20,444,400	20,444,400	20,444,400	20,444,400	20,444,400	20,444,400	20,444,400	20,444,400	20,444,400	20,444,400	20,444,400	20,444,400	20,444,400	20,444,400	20,444,400	20,444,400	20,444,400	20,444,400
4,406,400	4,406,400	4,406,400	4,406,400	4,406,400	4,406,400	4,406,400	4,406,400	4,406,400	4,406,400	4,406,400	4,406,400	4,406,400	4,406,400	4,406,400	4,406,400	4,406,400	4,406,400	4,406,400
106,628,400	106,628,400	106,628,400	106,628,400	106,628,400	106,628,400	106,628,400	106,628,400	106,628,400	106,628,400	106,628,400	106,628,400	106,628,400	106,628,400	106,628,400	106,628,400	106,628,400	106,628,400	106,628,400
6,133,320	6,133,320	6,133,320	6,133,320	6,133,320	6,133,320	6,133,320	6,133,320	6,133,320	6,133,320	6,133,320	6,133,320	6,133,320	6,133,320	6,133,320	6,133,320	6,133,320	6,133,320	6,133,320
<u>100,495,080</u>	<u>100,495,080</u>	<u>100,495,080</u>	<u>100,495,080</u>	<u>100,495,080</u>	<u>100,495,080</u>	<u>100,495,080</u>	<u>100,495,080</u>	<u>100,495,080</u>	<u>100,495,080</u>	<u>100,495,080</u>	<u>100,495,080</u>	<u>100,495,080</u>	<u>100,495,080</u>	<u>100,495,080</u>	<u>100,495,080</u>	<u>100,495,080</u>	<u>100,495,080</u>	<u>100,495,080</u>
12,503,448	12,503,448	12,503,448	12,503,448	12,503,448	12,503,448	12,503,448	12,503,448	12,503,448	12,503,448	12,503,448	12,503,448	12,503,448	12,503,448	12,503,448	12,503,448	12,503,448	12,503,448	12,503,448
12,503,448	12,503,448	12,503,448	12,503,448	12,503,448	12,503,448	12,503,448	12,503,448	12,503,448	12,503,448	12,503,448	12,503,448	12,503,448	12,503,448	12,503,448	12,503,448	12,503,448	12,503,448	12,503,448
6,466,926	6,660,933	6,860,761	7,066,584	7,278,582	7,496,939	7,721,847	7,953,503	8,192,108	8,437,871	8,691,007	8,951,737	9,220,290	9,496,898	9,781,805	10,075,259	10,377,517	10,688,843	11,009,508
4,088,880	4,088,880				4,088,880	4,088,880				4,088,880	4,088,880				4,088,880	4,088,880		
5,724,432	5,724,432	5,724,432	5,724,432	5,724,432	5,724,432	5,724,432	5,724,432	5,724,432	5,724,432	5,724,432	5,724,432	5,724,432	5,724,432	5,724,432	5,724,432	5,724,432	5,724,432	5,724,432
4,088,880	4,088,880	4,088,880	4,088,880	4,088,880	4,088,880	4,088,880	4,088,880	4,088,880	4,088,880	4,088,880	4,088,880	4,088,880	4,088,880	4,088,880	4,088,880	4,088,880	4,088,880	4,088,880
7,034,656	7,034,656	7,034,656	7,034,656	7,034,656	7,034,656	7,034,656	7,034,656	7,034,656	7,034,656	7,034,656	7,034,656	7,034,656	7,034,656	7,034,656	7,034,656	7,034,656	7,034,656	7,034,656
6,133,320	6,133,320	6,133,320	6,133,320	6,133,320	6,133,320	6,133,320	6,133,320	6,133,320	6,133,320	6,133,320	6,133,320	6,133,320	6,133,320	6,133,320	6,133,320	6,133,320	6,133,320	6,133,320
8,177,760					8,177,760					8,177,760						8,177,760		
95,997.02	95,997.02	95,997.02	95,997.02	95,997.02	95,997.02	95,997.02	95,997.02	95,997.02	95,997.02	95,997.02	95,997.02	95,997.02	95,997.02	95,997.02	95,997.02	95,997.02	95,997.02	95,997.02
41,810,850	33,827,098	29,938,046	30,143,869	30,355,866	42,840,864	34,888,012	31,030,787	31,269,393	31,515,156	44,034,932	36,117,902	32,297,574	32,574,183	32,859,090	45,419,184	37,543,682	33,766,127	34,086,793
46,180,781	54,164,534	58,053,586	57,847,763	57,635,765	45,150,768	53,103,620	56,960,844	56,722,239	56,476,476	43,956,700	51,873,730	55,694,058	55,417,449	55,132,542	42,572,448	50,447,950	54,225,504	53,904,839
<u>46,180,781</u>	<u>54,164,534</u>	<u>58,053,586</u>	<u>57,847,763</u>	<u>57,635,765</u>	<u>45,150,768</u>	<u>53,103,620</u>	<u>56,960,844</u>	<u>56,722,239</u>	<u>56,476,476</u>	<u>43,956,700</u>	<u>51,873,730</u>	<u>55,694,058</u>	<u>55,417,449</u>	<u>55,132,542</u>	<u>42,572,448</u>	<u>50,447,950</u>	<u>54,225,504</u>	<u>53,904,839</u>
13,854,234	16,249,360	17,416,076	17,354,329	17,290,730	13,545,230	15,931,086	17,088,253	17,016,672	16,942,943	13,187,010	15,562,119	16,708,217	16,625,235	16,539,763	12,771,734	15,134,385	16,267,651	16,171,452
32,326,547	37,915,174	40,637,510	40,493,434	40,345,036	31,605,538	37,172,534	39,872,591	39,705,567	39,533,533	30,769,690	36,311,611	38,985,840	38,792,214	38,592,779	29,800,713	35,313,565	37,957,853	37,733,387



ภาคผนวก ข.



แบบสัมภาษณ์กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านสถาปัตยกรรม
ผู้เชี่ยวชาญด้านวัฒนธรรมจีน
ผู้เชี่ยวชาญด้านวัฒนธรรมจีน

The Design of Hotel Building through expressing Architectural Identity correlating with Urban Heritage and Marketing Opportunity: the Case of Yaowaraj Road

Kannika Sanguansintukul, M.Arch. Student

Faculty of Architecture and Planning, Thammasat University



**การออกแบบอาคารประเภทโรงแรมโดยแสดงอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมสอดคล้องกับ
มรดกชุมชนเมืองและความเป็นไปได้ทางการตลาด: กรณีศึกษานนเยาวราช**

นางสาว กรรณิกา สวงวนสินธุกุล นักศึกษาปริญญาโท

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต ปทุมธานี

โทรศัพท์ : +66 (0) 29869434 , +66 (0) 2986 9605 – 6 โทรสาร : +66 (0) 2986 8067 อีเมล: info@ap.tu.ac.th

คำชี้แจง :

- 1) แบบสัมภาษณ์ชุดนี้เป็นการขอสัมภาษณ์เพื่อใช้ประกอบการศึกษา และจัดทำวิทยานิพนธ์ในระดับปริญญาโท สาขาวิชาการบริหารจัดการงานสถาปัตยกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- 2) แบบสัมภาษณ์ชุดนี้ใช้สำหรับสอบถามกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านสถาปัตยกรรม ผู้เชี่ยวชาญด้านประวัติศาสตร์และผู้เชี่ยวชาญด้านวัฒนธรรมจีน เกี่ยวกับ แนวทางในการออกแบบโครงการประเภทโรงแรมโดยการแสดง “อัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรม” ที่สอดคล้องกับ “มรดกชุมชนเมือง” บนถนนเยาวราช

อนึ่งข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามนี้จะนำไปใช้เพื่อประกอบการศึกษาเท่านั้นจึงหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือในการสัมภาษณ์ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในความร่วมมือของท่านมา ณ. โอกาสนี้

นางสาว กรรณิกา สวงวนสินธุกุล

นักศึกษาปริญญาโท คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ชุดข้อมูล

โดยแบ่งประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบสถาปัตยกรรม แบ่งออกเป็น 2 ประเด็นหลัก ดังนี้

ประเด็นแรกเกี่ยวข้องกับการศึกษาข้อมูลทางกายภาพที่ได้จากการลงพื้นที่เก็บ และรวบรวมข้อมูลโดยแบ่งเป็นข้อมูลในแต่ละประเด็น ดังนี้

1. การศึกษาสไตล์ของอาคารบนถนนเยาวราช (Building Style)
2. การศึกษาประเภทอาคารบนถนนเยาวราช (Building Typology)
3. การศึกษาการใช้ประโยชน์ที่ดินของอาคารบนถนนเยาวราช (Building Use)

ประเด็นที่สอง เกี่ยวข้องกับการศึกษาแนวทางการออกแบบย่านไชน่าทาวน์ ของต่างประเทศ

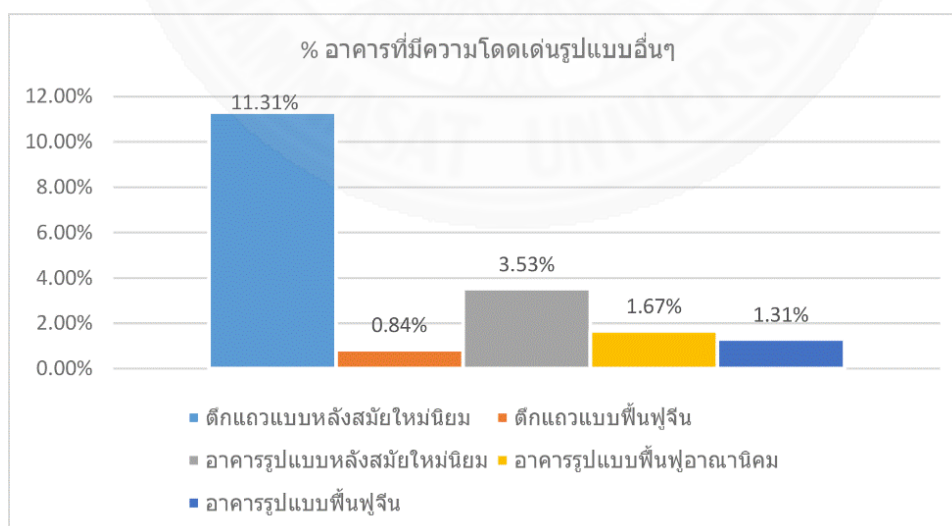
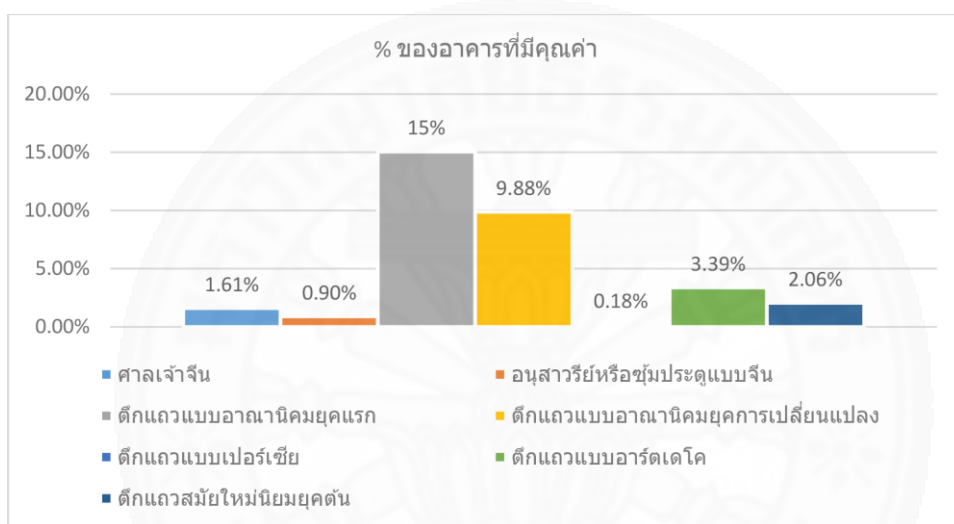
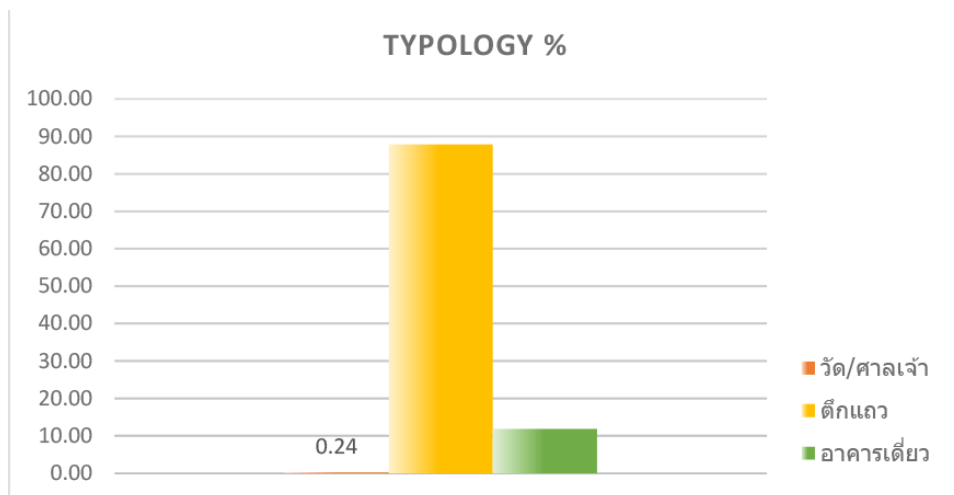
โดยการนำทฤษฎีหรือแนวคิดของการออกแบบ “Chinatown Design Guidelines” ในประเด็นด้านการออกแบบอาคารของ ย่าน Chinatown ในเมืองต่างๆ ได้แก่

1. Chinatown Design Guidelines in Washington DC., USA
2. Chinatown Design Guidelines in Vancouver, USA
3. Chinatown Design Guidelines in Old Town Victoria , Australia
4. The Prince’s Foundation for the Built Environment , Chinatown in London
5. Chinatown Design Guidelines from “Government of the District of Columbia”

โดยได้ทำการวิเคราะห์เป็นสัดส่วน และ ลำดับไว้เป็นข้อมูลเพื่อประกอบการวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

สรุปสไตล์อาคารบนถนนเยาวราช

	รูปแบบอาคารที่พบ	code name	%
A	บ้าน		
	บ้านล้อมลานแบบจีน	A1	0%
	ศาลเจ้าจีน	A2	1.61%
	อนุสาวรีย์หรือซุ้มประตูแบบจีน	A3	0.90%
B	ตึกแถว		
	1.ตึกแถวแบบจีน	B1	0%
	2.ตึกแถวแบบอาณานิคม	B2	
	: ตึกแถวแบบอาณานิคมยุคแรก	B2 - 1	15%
	: ตึกแถวแบบอาณานิคมยุคการเปลี่ยนแปลง	B2 - 2	9.88%
	: ตึกแถวแบบเปอร์เซีย	B2 - 3	0.18%
	3. ตึกแถวสมัยใหม่	B3	
	: ตึกแถวแบบอาร์ตเดโค	B3 - 1	3.39%
	: ตึกแถวสมัยใหม่นิยมยุคต้น	B3 - 2	2.06%
	: ตึกแถวแบบหลังสมัยใหม่นิยม	B3 - 3	11.31%
	: ตึกแถวแบบสมัยใหม่นิยม	B3 - 4	25.14%
	: ตึกแถวแบบฟื้นฟูจีน	B3 - 5	0.84%
	: ตึกแถวแบบร่วมสมัย	B3 - 6	4.85%
	4. ตึกแถวไม่สามารถระบุรูปแบบได้	B4	
	: ตึกแถวมีป้ายโฆษณาปิดด้านหน้า	B4 - 1	3.83%
	: ตึกแถวอยู่ระหว่างการปรับปรุง/ก่อสร้าง	B4 - 2	0.73%
C	อาคารเดี่ยว		
	1.อาคารรูปแบบอาณานิคม	C1	0%
	2. อาคารรูปแบบสมัยใหม่	C2	
	: อาคารรูปแบบอาร์ตเดโค	C2 - 1	0.55%
	: อาคารรูปแบบสมัยใหม่นิยม	C2 - 2	11.00%
	: อาคารรูปแบบหลังสมัยใหม่นิยม	C2 - 3	3.53%
	: อาคารรูปแบบร่วมสมัย	C2 - 4	1.66%
	3. อาคารรูปแบบฟื้นฟูอดีต	C3	
	: อาคารรูปแบบฟื้นฟูอาณานิคม	C3 - 1	1.67%
	: อาคารรูปแบบฟื้นฟูจีน	C3 - 2	1.31%
	4. รูปแบบจีนร่วมสมัย	C4	0%
	5. อาคารที่ไม่สามารถระบุรูปแบบได้	C5	
	: อาคารมีป้ายโฆษณาปิดด้านหน้า	C5 - 1	0.49%
	: อาคารอยู่ระหว่างการปรับปรุง/ก่อสร้าง	C5 - 2	0%



ชุดคำถาม

คำชี้แจง : ในงานวิจัยชิ้นนี้เน้นการศึกษาอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมที่มีความสอดคล้องกับมรดกชุมชนเมืองซึ่งจะมีคำจำกัดความหมายเฉพาะบางคำในงานวิจัยชิ้นนี้ ได้แก่

1. อัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรม หมายถึง ลักษณะเฉพาะตัวทางสถาปัตยกรรม ซึ่งเป็นตัวบ่งชี้ของลักษณะเฉพาะประเทศ หรือ ชองชุมชนนั้นๆ ผ่านองค์ประกอบของอาคาร หรือสิ่งปลูกสร้างต่างๆ
2. อัตลักษณ์ของมรดกชุมชนเมือง หมายถึง ลักษณะเฉพาะตัวของเมือง หรือย่าน ซึ่งเป็นตัวบ่งชี้ของลักษณะเฉพาะประเทศ หรือ ชองชุมชนนั้นๆ ผ่านองค์ประกอบของเมือง

Section 1 / ส่วนที่ 1

Questions related to connections between ‘Architectural Characteristic’ and ‘Urban Heritage Characteristic of Yaowaraj Road’

ชุดคำถามเบื้องต้นที่เกี่ยวข้องกับการเชื่อมโยงระหว่าง “อัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรม” และ “อัตลักษณ์ของมรดกชุมชนเมืองของถนนเยาวราช”

- 1.1. Do you agree or not, and why, to the idea of designing a hotel that bring the surrounding ‘urban heritage characteristics’ to develop into coherent ‘architectural characteristics’?

ท่านเห็นด้วยหรือไม่ อย่างไร กับแนวคิดการออกแบบโครงการประเภทโรงแรมที่นำ “อัตลักษณ์ของมรดกชุมชนเมือง” มาพัฒนาสู่ “อัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรม” ที่สอดคล้องกัน

- 1.2. As a whole picture, what do you think is the urban heritage characteristic of Yaowaraj Road?

ในภาพรวม ท่านคิดว่าอัตลักษณ์ของย่านมรดกชุมชนเมืองถนนเยาวราชคืออะไร

- 1.3. In which degrees the ‘Chinese characteristic’ should be considered when designing a hotel with ‘architectural characteristic’ correlating to ‘urban heritage characteristic of Yaowaraj Road’?

‘ท่านคิดว่าการออกแบบโครงการประเภทโรงแรมให้มี “อัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรม” สอดคล้องกับ “อัตลักษณ์ของมรดกชุมชนเมืองของถนนเยาวราช” ควรมีความเกี่ยวข้องกับ “อัตลักษณ์จีน” มากหรือน้อยอย่างไร

Section 2 / ส่วนที่ 2

Questions related to the study of correlation between ‘architectural characteristic’ and ‘urban heritage characteristic of Yaowaraj Road’

ชุดคำถามในการศึกษา “อัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรม” ซึ่งสอดคล้องกับ “อัตลักษณ์ของมรดกชุมชนเมืองของถนนเยาวราช”

Architectural Typology / ประเภทของสถาปัตยกรรม

2.1. From the analysis of architectural typology of the urban fabric along Yaowaraj Road, it has been found that the fabric is mostly composed of ‘shophouse’ (87.89%), do you think whether shophouse can be considered as an urban character of Yaowaraj Road? Why?

จากการวิเคราะห์ประเภทของสถาปัตยกรรมของอาคารต่างๆ บนถนนเยาวราช พบว่าอาคารส่วนใหญ่เป็น “อาคารประเภทตึกแถว” (87.89%) ท่านคิดว่าอาคารประเภทตึกแถวนั้นถือเป็นอัตลักษณ์ของย่านเยาวราช หรือไม่ อย่างไร

2.2. From the analysis of architectural typology of the urban fabric along Yaowaraj Road, it has been found that the fabric is partly composed of specific architectural structures such as ‘Chinese shrine, Chinese gate or Chinese monument’ (0.60%), do you think whether these structures can be considered as an urban character of Yaowaraj Road? Why?

จากการวิเคราะห์ประเภทของสถาปัตยกรรมของอาคารต่างๆ บนถนนเยาวราช พบว่ามีอาคารบางส่วนเป็น “อาคารประเภทศาลเจ้าจีน ชุมประตูจีน หรืออนุสาวรีย์แบบจีน” (0.60%) ท่านคิดว่าอาคารเหล่านี้ถือเป็นอัตลักษณ์ของย่านเยาวราช หรือไม่ อย่างไร

Architectural Style / รูปแบบทางสถาปัตยกรรม

2.3. From the fieldwork and analysis of architectural style of buildings along Yaowaraj Road, it has been found that heritage buildings / important buildings appear at 32%, do you think whether these structures can be considered as an urban character of Yaowaraj Road? Why? (Please see the images below)

จากการเก็บข้อมูลและวิเคราะห์รูปแบบทางสถาปัตยกรรมของอาคารที่มีความสำคัญ/อาคารที่มีคุณค่าเชิงประวัติศาสตร์ (heritage building) บนถนนเยาวราชในปัจจุบัน พบว่ามีจำนวนประมาณ 32% ของอาคารทั้งหมดบนถนนเยาวราช ท่านคิดว่าอาคารเหล่านี้ถือเป็นอัตลักษณ์ของย่านเยาวราช ได้หรือไม่ อย่างไร (ดูรูปประกอบ)



Chinese Shrine / ศาลเจ้าจิ้น



Chinese Commemoration Gate / อนุสาวรีย์หรือซุ้มประตูแบบจีน



Early Colonial Shophouse / ตึกแถวแบบอาณานิคมยุคแรก



Transitional Colonial Shophouse / ตึกแถวแบบอาณานิคมยุคการเปลี่ยนแปลง



Persian-Styled Shophouse / ตึกแถวแบบเปอร์เซีย



Art Deco Shophouse / ตึกแถวแบบอาร์ตเดโค



Early Modernist Shophouse / ตึกแถวสมัยใหม่นิยมยุคต้น

2.4. From question 2.3, do you think whether it is necessary that the development and design of new architectural project on Yaowaraj Road will consider a characteristic that correlates with architectural styles of heritage/important buildings on the road? Why?

จากข้อ 2.3 ท่านคิดว่าการพัฒนาและออกแบบโครงการทางสถาปัตยกรรมโครงการใหม่บนถนนเยาวราช จำเป็นต้องมีการคำนึงถึงอัตลักษณ์ที่สอดคล้องกับรูปแบบทางสถาปัตยกรรมของอาคารที่มีความสำคัญ/อาคารที่มีคุณค่าเชิงประวัติศาสตร์ (heritage building) บนถนนเยาวราชหรือไม่ อย่างไร

2.5 From questions 2.3 and 2.4, there are other architectural styles which are outstanding (18%) do you think whether it is necessary that the development and design of new architectural project on Yaowaraj Road will consider a characteristic that correlates with these distinct styles? Why? *(Please see the images below)*

จากข้อ 2.3 และข้อ 2.4 ยังพบอาคารซึ่งมีรูปแบบทางสถาปัตยกรรมโดดเด่นอื่นๆ โดยพบว่ามีจำนวนประมาณ 18% ของอาคารทั้งหมดบนถนนเยาวราช ท่านคิดว่าการพัฒนาและออกแบบโครงการทางสถาปัตยกรรมโครงการใหม่บนถนนเยาวราช จำเป็นต้องมีการคำนึงถึงอัตลักษณ์ที่สอดคล้องกับรูปแบบทางสถาปัตยกรรมของอาคารที่มีความโดดเด่นเหล่านี้ด้วยหรือไม่ อย่างไร (ดูรูปประกอบ)



Postmodernism Shophouse / ตึกแถวแบบหลังสมัยใหม่นิยม



Chinese Revival Shophouse / ตึกแถวแบบฟื้นฟูจีน



Postmodernism / อาคารรูปแบบหลังสมัยใหม่นิยม



Colonial Revival (façade) / อาคารรูปแบบฟื้นฟูอาณานิคม



Chinese Revival / อาคารรูปแบบฟื้นฟูจีน

2.6. What is an appropriate architectural style for the new building project which would appear correlating with urban heritage characteristic of Yaowaraj? Why?

ท่านคิดว่ารูปแบบทางสถาปัตยกรรมของโครงการที่ได้รับการสร้างขึ้นใหม่ บนถนนเยาวราชนี้ ควรแสดงอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรม (architectural style) รูปแบบใด จึงเกิดความสอดคล้องกับอัตลักษณ์มรดกชุมชนเมืองของถนนเยาวราชได้เหมาะสมที่สุด เพราะเหตุใด

Architectural Sign / องค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ในสถาปัตยกรรม

2.7 From the fieldwork and analysis on architectural elements as signs of Yaowaraj's Chinese identity, it has been found that particular elements have been used in this approach which are vertical building sign, sign with Chinese characters, the use of red color on the façade and the roof of traditional Chinese architecture. Do you agree with the correlation of these elements to Yaowaraj's Chinese identity? *(Please see the images below)*

จากการเก็บข้อมูลและวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ในสถาปัตยกรรม พบว่าเมืองคัมภีร์ประกอบซึ่งถูกนำเสนอเป็นอัตลักษณ์ของถนนเยาวราช และอัตลักษณ์จีน ได้แก่ ป้ายชื่อร้านค้าแนวตั้ง ป้ายชื่อร้านค้าภาษาจีน การใช้สีแดงตกแต่งอาคาร และรูปแบบหลังคาสถาปัตยกรรมจีนประเพณี ท่านเห็นด้วยกับความเกี่ยวข้องนี้หรือไม่อย่างไร (ดูรูปประกอบ)



Vertical building sign / ป้ายชื่อร้านแนวตั้ง



Sign with Chinese characters / ป้ายชื่อร้านค้าภาษาจีน



The use of red color on the façade / การใช้สีแดงตกแต่งอาคาร



The roof of traditional Chinese architecture / รูปแบบหลังคาสถาปัตยกรรมจีนประเพณี

2.8 What are appropriate types of architectural elements to be used as sign representing characteristics correlating with urban heritage characteristic of Yaowaraj Road? Why?

ท่านคิดว่าในการออกแบบให้เกิดอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์มรดกชุมชนเมืองของถนนเยาวราช ควรนำเอองค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ในสถาปัตยกรรมประเภทใด มาเป็นส่วนหนึ่งในการออกแบบ เพราะเหตุใด

แนวทางการออกแบบเบื้องต้น (Initial Design Guidelines)

1.Chinatown Design Guidelines in Washington DC.
2. Chinatown Design Guidelines in Vancouver.
3.Government of the District of Columbia
4.Chinatown Design Guidelines in London.
5.Chinatown Design Guidelines in Old Town Victoria

Design Guidelines /Criteria	หลังคา	ทางเข้าอาคาร	การใช้สี	ลวดลายประดับ/ ตกแต่ง	ป้าย/สัญลักษณ์	ประตู/หน้าต่าง	ตัวอักษรจีน	การใช้วัสดุ
1.Chinatown Design Guidelines in Washington DC.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
2. Chinatown Design Guidelines in Vancouver.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
3.Government of the District of Columbia	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
4.Chinatown Design Guidelines in London.	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓
5.Chinatown Design Guidelines in Old Town Victoria	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	

Table 1 / ตารางที่ 1

2.9 From the study of Chinatown Design Guidelines from different countries from table 1, it has been founded that the elements mentioned as features which express or maintain urban characteristics of Chinatown are:

- | | | |
|----------------------|----------------|--------------------|
| 1. Roof | 2. Entrance | 3. Color |
| 4. Decorated Pattern | 5. Sign/Symbol | 6. Door and Window |
| 7. Chinese Character | 8. Material | |

Do you agree? Why?

จากการศึกษาและรวบรวมข้อมูล แนวทางในการออกแบบอาคารในย่านไชน่าทาวน์ (Chinatown Design Guidelines) ของประเทศต่างๆ ตามตารางที่ 1 พบว่าองค์ประกอบที่ได้รับการกล่าวถึงว่าเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงอัตลักษณ์ หรือการรักษาไว้ซึ่งเอกลักษณ์ของย่านไชน่าทาวน์นั้น ประกอบด้วย

- | | | |
|-----------------|-------------------|-----------------------|
| 1. หลังคา | 2. ทางเข้าอาคาร | 3. การใช้สี |
| 4. ลวดลายประดับ | 5. ป้าย/สัญลักษณ์ | 6. ประตู และ หน้าต่าง |
| 7. ตัวอักษรจีน | 8. การใช้วัสดุ | |

จากองค์ประกอบเหล่านี้ท่านเห็นด้วยหรือไม่ อย่างไร

2.10 From the summary of eight architectural elements above, which element should be chiefly emphasized when design for architectural characteristics that correlate with urban heritage characteristic of Yaowaraj Road? Why?

- | | | |
|----------------------|----------------|--------------------|
| 1. Roof | 2. Entrance | 3. Color |
| 4. Decorated Pattern | 5. Sign/Symbol | 6. Door and Window |
| 7. Chinese Character | 8. Material | |

(Please rank from most important to less important element)

จากข้อสรุปถึงลักษณะ หรือองค์ประกอบของสถาปัตยกรรมข้างต้นทั้ง 8 ประเด็น ท่านคิดว่าการออกแบบให้เกิดอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์มรดกชุมชนเมืองของถนนเยาวราช ควรให้ความสำคัญกับองค์ประกอบใดมากที่สุด เพราะเหตุใด

- | | | |
|-----------------|-------------------|-----------------------|
| 1. หลังคา | 2. ทางเข้าอาคาร | 3. การใช้สี |
| 4. ลวดลายประดับ | 5. ป้าย/สัญลักษณ์ | 6. ประตู และ หน้าต่าง |
| 7. ตัวอักษรจีน | 8. การใช้วัสดุ | |

(โปรดเรียงจากความสำคัญมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด)

2.11 If you agree with the connection between ‘Yaowaraj Road’ and ‘Chinese Identity’, which of the following approaches on ‘architectural characteristic of a hotel’ is most appropriate in the present? Why? (Please see images below)

หากท่านเห็นด้วยกับความเกี่ยวข้องระหว่าง “ถนนเยาวราช” และ “อัตลักษณ์จีน” แล้วท่านคิดว่าการออกแบบ “อัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมของโรงแรม” ในรูปแบบใดมีความเหมาะสมที่สุดในปัจจุบัน เพราะอะไร (ดูรูปประกอบ)



Traditional Elements / รูปแบบเน้นลักษณะประเพณี
(The Yongning Palace Hotel เมือง Shaanxi)



Juxtaposition of Traditional and New Elements / วางเคียงกันของรูปแบบประเพณีและสมัยใหม่
(Peninsula Hotel เมือง Beijing)



Integration of Old and New Elements / รูปแบบบูรณาการร่วมสมัยระหว่างองค์ประกอบประเพณีและสมัยใหม่
(Fragrant Hills Hotel เมือง Beijing)



New Design based on Traditional Element / รูปแบบใหม่โดยมีพื้นฐานจากองค์ประกอบทางประเพณี
(l'm Chinatown & Holiday Inn Express Hotel กรุงเทพฯ)

From the case study, the traditional roof has been reinterpreted.



(รูปแบบอื่นๆ โปรดระบุ)

Section 3 / ส่วนที่ 3

Questions related to 'Value' which emerges from the development of a project that has 'architectural characteristic' developed through the analysis of 'urban architectural heritage of Yaowaraj Road'

ชุดคำถามวิเคราะห์คุณค่าที่เกิดจากพัฒนาโครงการซึ่งแสดง “อัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรม” ตามการวิเคราะห์องค์ประกอบ “อัตลักษณ์มรดกชุมชนเมืองของถนนเยาวราช”

- 3.1 What is the value or benefit that emerges from the development of a project that has 'architectural characteristic' developed through the analysis of 'urban architectural heritage of Yaowaraj Road'? Why?

ท่านคิดว่าคุณค่าหรือประโยชน์ที่ได้รับจากพัฒนาโครงการซึ่งแสดง “อัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรม” ตามการวิเคราะห์องค์ประกอบ “อัตลักษณ์มรดกชุมชนเมืองของถนนเยาวราช” คืออะไร เพราะเหตุใด

3.2 What are key factors which would successfully help to develop and design of a hotel project based on this approach? And what might be the problems and obstacles in the process?

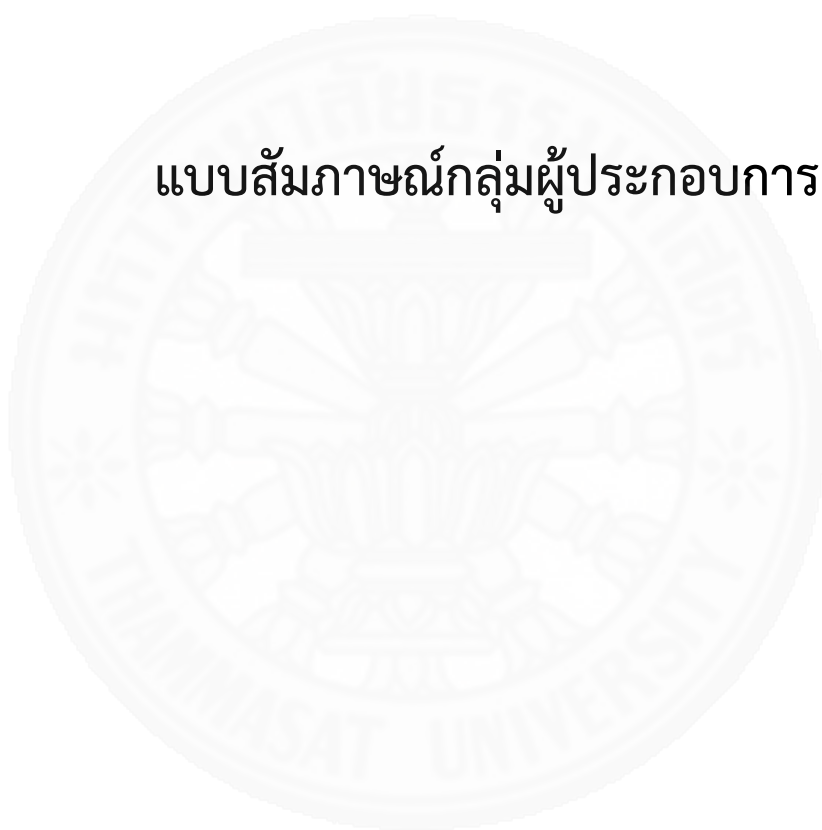
ท่านคิดว่า ปัจจัยสำคัญที่จะช่วยให้การออกแบบและพัฒนาโครงการตามแนวความคิดนี้ ประสบความสำเร็จคือ ประเด็นใด และสิ่งที่ท่านคาดว่าจะมีปัญหาหรืออุปสรรคของการทำงานนั้นน่าจะมีประเด็นใดบ้าง

.....

Thank You / ขอบพระคุณค่ะ



แบบสัมภาษณ์กลุ่มผู้ประกอบการ



**การออกแบบอาคารประเภทโรงแรมโดยแสดงอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมสอดคล้องกับมรดกชุมชนเมือง
และความเป็นไปได้ทางการตลาด: กรณีศึกษาถนนเยาวราช**

นางสาว กรรณิกา สวงสินธุกุล นักศึกษาปริญญาโท

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์



คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต ปทุมธานี

โทรศัพท์ : +66 (0) 29869434 , +66 (0) 2986 9605 – 6 โทรสาร : +66 (0) 2986 8067 อีเมล: info@ap.tu.ac.th

คำชี้แจง :

- 1) แบบสัมภาษณ์ชุดนี้เป็นการขอสัมภาษณ์เพื่อใช้ประกอบการศึกษา และจัดทำวิทยานิพนธ์ในระดับปริญญาโท สาขาวิชาการบริหารจัดการงานสถาปัตยกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- 2) แบบสัมภาษณ์ชุดนี้ใช้สำหรับสอบถามกลุ่มผู้ประกอบเกี่ยวกับ ความเป็นไปได้ในการนำอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมบนถนน เยาวราช (Chinatown) ที่สอดคล้องกับมรดกชุมชนเมืองมาใช้เป็นแนวทางในการออกแบบโรงแรม และเพื่อสอบถามเกี่ยวกับความเป็นไปได้ทางการตลาด

โดยการนำทฤษฎี “แนวคิดของส่วนประสมทางการตลาด” สำหรับธุรกิจบริการ (Service Marketing Mix) ของ Philip Kotler .มาใช้เป็นเครื่องมือในการศึกษา ซึ่งประกอบด้วย 7Ps ได้แก่ Product, Price, Place, Promotion, People, Process และ Physical Evidence and Presentation

อนึ่งข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามนี้จะนำไปใช้เพื่อประกอบการศึกษาเท่านั้นจึงหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือในการสัมภาษณ์ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในความร่วมมือของท่านมา ณ. โอกาสนี้

นางสาว กรรณิกา สวงสินธุกุล

นักศึกษาปริญญาโท คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ชุดคำถาม

1. ชุดคำถามเบื้องต้นที่เกี่ยวข้องกับความสอดคล้องของอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมและอัตลักษณ์ของมรดกชุมชนเมืองของถนนเยาวราช

1.1. เพราะเหตุใด ท่านถึงให้ความสนใจหรือมีส่วนร่วมในการพัฒนาโครงการที่แสดงอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมที่โดดเด่น

.....

1.2. ในภาพรวม ท่านคิดว่าอัตลักษณ์ของย่านมรดกชุมชนเมืองถนนเยาวราชคืออะไร

.....

2. ชุดคำถามที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่าง “อัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมของถนนเยาวราช” และ “ความเป็นไปได้ทางการตลาดตามหลักการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด (7’P)”

Product

2.1 ท่านเห็นด้วยหรือไม่ อย่างไร กับแนวคิดการออกแบบโครงการประเภทโรงแรมที่นำ “อัตลักษณ์ของมรดกชุมชนเมือง” มาพัฒนาสู่ “อัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรม” ที่สอดคล้องกัน เพื่อสร้างจุดเด่นและเพิ่มแรงจูงใจ ในการเข้าใช้บริการให้กับลูกค้า

.....

Place

2.2 ท่านคิดว่า “ย่านมรดกชุมชนเมืองเยาวราช” และโครงการประเภทโรงแรมซึ่งมี “อัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมสอดคล้องกับอัตลักษณ์ของย่าน” เป็นสิ่งที่ส่งเสริมซึ่งกันและกันในทางการตลาดหรือไม่ อย่างไร

.....

Physical Evidence

2.3 ท่านคิดว่าการออกแบบโครงการประเภทโรงแรมให้มี “อัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรม” สอดคล้องกับ “อัตลักษณ์ของมรดกชุมชนเมืองของถนนเยาวราช” ควรมีความเกี่ยวข้องกับ “อัตลักษณ์จีน” มากหรือน้อยอย่างไร

.....

2.4 หากท่านเห็นด้วยกับความเกี่ยวข้องระหว่าง “ถนนเยาวราช” และ “อัตลักษณ์จีน” แล้วท่านคิดว่าการออกแบบ “อัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมของโรงแรม” ในรูปแบบใดมีความเหมาะสมที่สุดในปัจจุบัน เพราะอะไร (ดูรูปประกอบ)



รูปแบบเน้นลักษณะประเพณี (The Yongning Palace Hotel Shaanxi Sheng)



วางเคียงกันของรูปแบบประเพณีและสมัยใหม่ (Peninsula Hotel in Beijing)



รูปแบบบูรณาการร่วมสมัยระหว่างองค์ประกอบประเพณีและสมัยใหม่ (Fragrant hills hotel in Beijing)



New Design based on Traditional Element / รูปแบบใหม่โดยมีพื้นฐานจากองค์ประกอบทางประเพณี
(l'm Chinatown & Holiday Inn Express Hotel กรุงเทพฯ)

From the case study, the traditional roof has been reinterpreted.



(รูปแบบอื่นๆ โปรดระบุ)

Process

2.5 ท่านคิดว่าการออกแบบโครงการซึ่งมี “อัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรม” สอดคล้องกับ “อัตลักษณ์ของมรดกชุมชนเมืองของถนนเยาวราช” จะมีส่วนในการกำหนดการบริการผ่านพื้นที่ใช้สอยและรูปแบบของพื้นที่ภายในโครงการหรือไม่ อย่างไร

2.6 ท่านคิดว่าการออกแบบโครงการซึ่งมี “อัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรม” สอดคล้องกับ “อัตลักษณ์ของมรดกชุมชนเมืองของถนนเยาวราช” จะสามารถดึงดูดกลุ่มลูกค้ากลุ่มใดได้เป็นพิเศษ เพราะอะไร

2.7 ท่านคิดว่าการออกแบบโครงการซึ่งมี “อัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรม” สอดคล้องกับ “อัตลักษณ์ของมรดกชุมชนเมืองของถนนเยาวราช” จะสามารถสร้างความประทับใจและความทรงจำแก่กลุ่มลูกค้าได้หรือไม่ อย่างไร

Price

2.8 ท่านคิดว่าการออกแบบโครงการซึ่งมี “อัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรม” สอดคล้องกับ “อัตลักษณ์ของมรดกชุมชนเมืองของถนนเยาวราช” จะมีส่วนช่วยในการเพิ่มมูลค่าโครงการได้หรือไม่ ด้านใดบ้าง คิดเป็นสัดส่วนประมาณเท่าไร

.....

Promotion

- 2.9 ท่านคิดว่าการออกแบบโครงการซึ่งมี “อัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรม” สอดคล้องกับ “อัตลักษณ์ของมรดกชุมชนเมืองของถนนเยาวราช” จะส่งผลต่อการส่งเสริมการขายหรือไม่ อย่างไร
-

People

- 2.10 ท่านคิดว่าการออกแบบโครงการซึ่งมี “อัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรม” สอดคล้องกับ “อัตลักษณ์ของมรดกชุมชนเมืองของถนนเยาวราช” จะทำให้บุคลากรมีความเข้าใจในตำแหน่งของโครงการ (positioning) มากขึ้นหรือไม่ อย่างไร
-

- 2.11 ท่านคิดว่าการออกแบบโครงการซึ่งมี “อัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรม” สอดคล้องกับ “อัตลักษณ์ของมรดกชุมชนเมืองของถนนเยาวราช” จะเป็นที่ยอมรับของคนในชุมชนหรือไม่ อย่างไร
-

3. ชุดคำถามวิเคราะห์ความสำคัญระหว่างส่วนประสมทางการตลาด (7'P)

- 3.1 ท่านคิดว่าจากประเด็นข้างต้นนั้น ปัจจัยสำคัญที่จะช่วยให้การพัฒนาโครงการโรงแรมในรูปแบบนี้ ประสบความสำเร็จคือประเด็นใด และสิ่งที่ท่านคาดว่าจะปัญหาหรืออุปสรรคของการทำงานนั้นน่าจะมีประเด็นใดบ้าง และท่านจะมีวิธีรับมืออย่างไรบ้าง (Key success)
-



ภาคผนวก ค.

การออกแบบอาคารประเภทโรงแรมโดยแสดงอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมสอดคล้องกับมรดกชุมชนเมือง และความเป็นไปได้ทางการตลาด: กรณีศึกษาถนนเยาวราช

นางสาว กรรณิกา สงวนสินธุกุล นักศึกษาปริญญาโท

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์



คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต ปทุมธานี โทรศัพท์: 086-664-0004 อีเมล: ar5516610499@gmail.com

แนวทางสถาปัตยกรรมประกอบการสัมภาษณ์

คำชี้แจง :

1. ในการสัมภาษณ์นี้ผลการออกแบบโรงแรมโดยการนำอัตลักษณ์ของย่านมรดกชุมชนเมืองถนนเยาวราชมาใช้ ได้รับการนำเสนอผ่านแนวทางสถาปัตยกรรมประกอบด้วย
 - 1.1 แบบแสดงการผสมผสานประเภททางสถาปัตยกรรม
(การผสมผสานประเภทอาคารล้อมลาน อาคารแถว อาคารเดี่ยวขนาดใหญ่)
 - 1.2 แบบแสดงการพัฒนาพื้นที่ใช้สอยในโครงการ
(การจัดให้มีพื้นที่สาธารณะ พื้นที่กิจกรรมที่เชื่อมโยงกับบริบท และการพัฒนาตึกแถวใหม่แทรกในกลุ่มตึกแถวโดยรอบโครงการ)
 - 1.3 แบบแสดงการพัฒนาผังโครงการและอาคาร
(การวางผังแนวทางเดินและห้องพักขนานไปกับตึกแถวบริบทโดยรอบ)
 - 1.4 แบบในการพัฒนารูปแบบทางสถาปัตยกรรมของโครงการทั้ง 2 รูปแบบ
 - 1.4.1 รูปแบบอัตลักษณ์วางเคียงกันประเพณีและสมัยใหม่
(การใช้รูปแบบตึกแถวแบบจีนประเพณีคู่กับตึกกระจกสมัยใหม่)

1.4.2 รูปแบบอัตลักษณ์ร่วมสมัย

(การพัฒนาความหลากหลายจากรูปแบบตึกแถวร่วมกับรูปทรงหลังคาจีนแบบลดรูป)

โดยแบบในข้อ 1.4.1 และข้อ 1.4.2 ประกอบด้วย

- คำอธิบายโครงการ ความสัมพันธ์ระหว่างแนวคิดในการออกแบบและประเภทโรงแรม
- ผังบริเวณ แสดงบริบทโดยรอบและเฉพาะพื้นที่โครงการ ขนาด 1:200
- ผังอาคารทุกชั้น แสดงการจัดพื้นที่ใช้สอยส่วนต่างๆ
- ภาพฉายไอโซเมตริก 4 ทิศ แสดงบริบทโดยรอบและเฉพาะพื้นที่โครงการ
- ภาพทัศนียภาพ มุมมองระยะไกล และมุมมองทางเข้าจากถนนเยาวราช
 มุมมองระยะไกล และมุมมองทางเข้าจากถนนทรงสวัสดิ์
 มุมมองระยะไกล และมุมมองทางเข้าจากถนนเจริญกรุง

1.5 ในการพัฒนารูปแบบทางสถาปัตยกรรมผ่านองค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ในโครงการทั้ง 2 รูปแบบ

1.5.1 รูปแบบอัตลักษณ์วางเคียงกันประเพณีและสมัยใหม่

(การใช้องค์ประกอบตึกแถวจีนประเพณีและการใช้ลวดลายเหล็กดัดแบบจีนทำเป็นลูกกรงและแผงกรองแสงแดดในส่วนสมัยใหม่ และการใช้ป้ายภาษาจีนทางตั้งเป็นป้ายชื่อโรงแรม)

1.5.2 รูปแบบอัตลักษณ์ร่วมสมัย

(การใช้องค์ประกอบตกแต่งสีทองของร้านขายทองแบบต่างๆ ในพื้นที่เป็นแผงกรองแสงแดดในส่วนต่างๆ และการใช้ป้ายภาษาจีนทางตั้งเป็นป้ายชื่อโรงแรม)

แบบประเมินรูปแบบโครงการสำหรับ
กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านสถาปัตยกรรม

**การออกแบบอาคารประเภทโรงแรมโดยแสดงอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมสอดคล้องกับมรดกชุมชนเมือง
และความเป็นไปได้ทางการตลาด: กรณีศึกษานนเยาวราช**

นางสาว กรรณิกา สวงสินธุกุล นักศึกษาปริญญาโท

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์



คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต ปทุมธานี

โทรศัพท์: 086-664-0004 อีเมล: ar5516610499@gmail.com

แบบสัมภาษณ์เพื่อการประเมินผลการออกแบบโดยตัวแทนกลุ่มวิชาชีพและวิชาการสถาปัตยกรรม

คำชี้แจง :

- 3) แบบสัมภาษณ์ชุดนี้เป็นการขอสัมภาษณ์เพื่อใช้ประกอบการศึกษา และจัดทำวิทยานิพนธ์ในระดับปริญญาโท สาขาวิชาการบริหารจัดการงานสถาปัตยกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- 4) แบบสัมภาษณ์ชุดนี้ใช้สำหรับสอบถามกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านสถาปัตยกรรม ผู้เชี่ยวชาญด้านประวัติศาสตร์และผู้เชี่ยวชาญด้านวัฒนธรรมจีน เกี่ยวกับ รูปแบบของโครงการประเภทโรงแรมที่มีการออกแบบโดยการนำ “อัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรม” และ “องค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์” บนถนนเยาวราช มาใช้ในการออกแบบ

อนึ่งข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามนี้จะนำไปใช้เพื่อประกอบการศึกษาเท่านั้นจึงหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือในการสัมภาษณ์ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในความร่วมมือของท่านมา ณ. โอกาสนี้

นางสาว กรรณิกา สวงสินธุกุล

นักศึกษาปริญญาโท คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ชุดคำถาม

คำชี้แจง : ในงานวิจัยชิ้นนี้เน้นการศึกษาอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมที่มีความสอดคล้องกับมรดกชุมชนเมืองซึ่งจะมีคำจำกัดความหมายเฉพาะบางคำในงานวิจัยชิ้นนี้ ได้แก่

- 1.อัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรม หมายถึง ลักษณะเฉพาะตัวทางสถาปัตยกรรม ซึ่งเป็นตัวบ่งชี้ของลักษณะเฉพาะประเทศ หรือ ชองชุมชนนั้นๆ ผ่านองค์ประกอบของอาคาร หรือสิ่งปลูกสร้างต่างๆ
- 2.อัตลักษณ์ของมรดกชุมชนเมือง หมายถึง ลักษณะเฉพาะตัวของเมือง หรือย่าน ซึ่งเป็นตัวบ่งชี้ของลักษณะเฉพาะประเทศ หรือ ชองชุมชนนั้นๆ ผ่านองค์ประกอบของเมือง



คำถาม

1. ท่านมีความเห็นอย่างไรกับการนำอัตลักษณ์ของย่านชุมชนเมืองถนนเยาวราชมาใช้ในการออกแบบสถาปัตยกรรมที่มีความสอดคล้องกับมรดกชุมชนเมืองผ่าน...

1.1 การผสมผสานประเภททางสถาปัตยกรรม

(การผสมผสานประเภทอาคารลัทธิ ลาน อาคารแถว อาคารเดี่ยวขนาดใหญ่)

.....

1.2 การพัฒนาพื้นที่ใช้สอยในโครงการ

(การจัดให้มีพื้นที่สาธารณะ พื้นที่กิจกรรมที่เชื่อมโยงกับบริบท และการพัฒนาตึกแถวใหม่แทรกในกลุ่มตึกแถวโดยรอบโครงการ)

.....

1.3 การพัฒนาผังโครงการและอาคาร

(การวางผังแนวทางเดินและห้องพักขนานไปกับตึกแถวบริบทโดยรอบ)

.....

1.4 การพัฒนารูปแบบทางสถาปัตยกรรมของโครงการทั้ง 2 รูปแบบ

1.4.1 รูปแบบอัตลักษณ์วางเคียงกันประเพณีและสมัยใหม่

(การใช้รูปแบบตึกแถวแบบจีนประเพณีคู่กับตึกกระจกสมัยใหม่)

.....

1.4.2 รูปแบบอัตลักษณ์ร่วมสมัย

(การพัฒนาความหลากหลายจากรูปแบบตึกแถวร่วมกับรูปทรงหลังคาจีนแบบลดรูป)

.....

1.5 การพัฒนารูปแบบทางสถาปัตยกรรมผ่านองค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ในโครงการทั้ง 2 รูปแบบ

1.5.1 รูปแบบอัตลักษณ์วางเคียงกันประเพณีและสมัยใหม่

(การใช้องค์ประกอบตึกแถวจีนประเพณีและการใช้ลวดลายเหล็กดัดแบบจีนทำเป็นลูกกรงและแผงกรองแสงแดดในส่วนสมัยใหม่ และการใช้ป้ายภาษาจีนทางตั้งเป็นป้ายชื่อโรงแรม)

.....

1.5.2 รูปแบบอัตลักษณ์ร่วมสมัย

(การใช้องค์ประกอบตกแต่งสีทองของร้านขายทองแบบต่างๆ ในพื้นที่เป็นแผงกรองแสงแดดในส่วนต่างๆ และการใช้ป้ายภาษาจีนทางตั้งเป็นป้ายชื่อโรงแรม)

2 ความสอดคล้องระหว่างรูปแบบอัตลักษณ์สถาปัตยกรรมและอัตลักษณ์มรดกชุมชนเมือง

2.1 ท่านคิดว่าโครงการ “รูปแบบอัตลักษณ์วางเคียงกันประเพณีและสมัยใหม่” มีความสอดคล้องกับอัตลักษณ์ของถนนเยาวราชมากหรือน้อยอย่างไร

2.2 ท่านคิดว่าโครงการ “รูปแบบอัตลักษณ์ร่วมสมัย” มีความสอดคล้องกับอัตลักษณ์ของถนนเยาวราช มากหรือน้อยอย่างไร

2.3 ท่านคิดว่าโครงการรูปแบบทั้งสองรูปแบบใดมีความสอดคล้องกับบริบท และที่ตั้งของโครงการมากที่สุด เพราะเหตุใด

3 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบทางสถาปัตยกรรมและโอกาสทางการตลาด

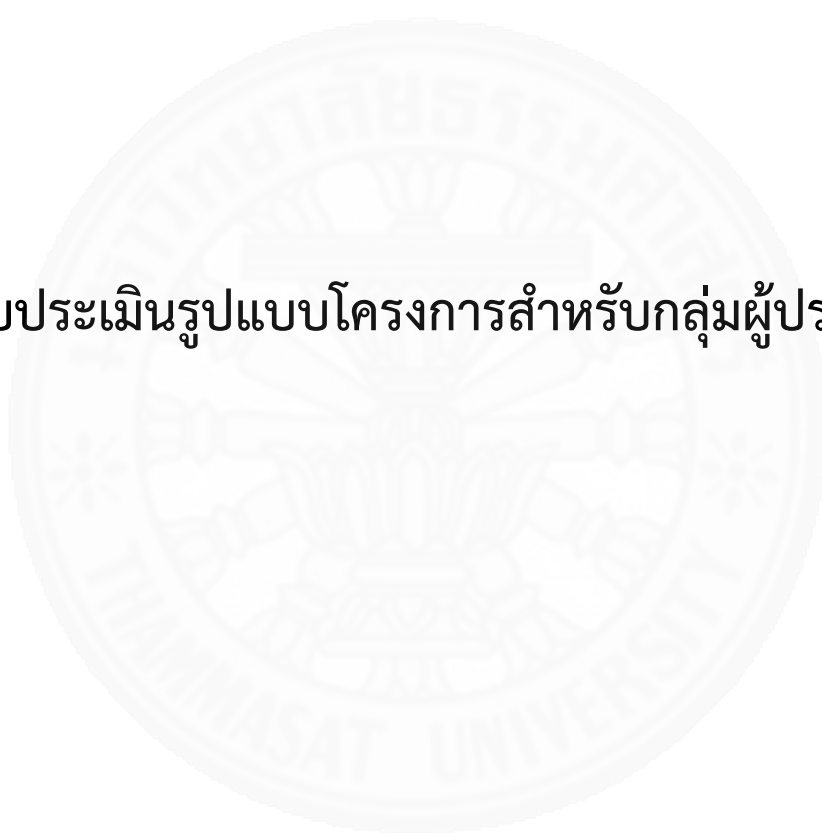
3.1 ท่านคิดว่าโครงการทั้งสองรูปแบบมีส่วนในเพิ่มโอกาสทางการตลาดให้กับโครงการหรือไม่ อย่างไร

3.2 ท่านคิดว่าโครงการรูปแบบทั้งสองมีความเหมาะสมกับแนวคิดเชิงการตลาดเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร

4 ท่านคิดว่ารูปแบบที่นำเสนอทั้ง 2 รูปแบบ มีจุดที่ควรได้รับการแก้ไขปรับปรุงหรือไม่ อย่างไร

5 ท่านมีข้อคิดเห็นอื่นๆ ต่อโครงการทั้งสองรูปแบบหรือไม่ อย่างไร

แบบประเมินรูปแบบโครงการสำหรับกลุ่มผู้ประกอบการ



**การออกแบบอาคารประเภทโรงแรมโดยแสดงอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมสอดคล้องกับมรดกชุมชนเมือง
และความเป็นไปได้ทางการตลาด: กรณีศึกษาดนเนยวราช**

นางสาว กรรณิกา สวงสินธุกุล นักศึกษาปริญญาโท

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์



คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต ปทุมธานี

โทรศัพท์ : +66 (0) 29869434 , +66 (0) 2986 9605 – 6 โทรสาร : +66 (0) 2986 8067 อีเมล: info@ap.tu.ac.th

คำชี้แจง :

- 5) แบบสัมภาษณ์ชุดนี้เป็นการขอสัมภาษณ์เพื่อใช้ประกอบการศึกษา และจัดทำวิทยานิพนธ์ในระดับปริญญาโท สาขาวิชาการบริหารจัดการงานสถาปัตยกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- 6) แบบสัมภาษณ์ชุดนี้ใช้สำหรับสอบถามกลุ่มผู้ประกอบการเกี่ยวกับ ความคิดเห็นที่มีต่อรูปแบบโครงการที่ได้รับ การออกแบบถึงความเหมาะสมและ ความสอดคล้องกับบริบทของถนนเยาวราช

อนึ่งข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามนี้จะนำไปใช้เพื่อประกอบการศึกษาเท่านั้นจึงหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะ ได้รับความร่วมมือในการสัมภาษณ์ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในความร่วมมือของท่านมา ณ. โอกาสนี้

นางสาว กรรณิกา สวงสินธุกุล

นักศึกษาปริญญาโท คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ชุดคำถาม

จากการสัมภาษณ์ถึงแนวคิด และความเป็นไปได้ทางการตลาดจึงนำมาสู่ขั้นตอนการออกแบบโครงการ และในขั้นตอนนี้จะเป็นการสัมภาษณ์เกี่ยวกับรูปแบบของโครงการที่มีความเหมาะสม สอดคล้องกับบริบท และมีความเป็นไปได้ในการตลาด ซึ่งประกอบด้วยชุดคำถาม ดังนี้

6 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบทางสถาปัตยกรรมและโอกาสทางการตลาด

6.1 ท่านคิดว่าโครงการทั้งสองรูปแบบมีส่วนในเพิ่มโอกาสทางการตลาดให้กับโครงการหรือไม่ อย่างไร

.....

6.2 ท่านคิดว่าโครงการรูปแบบทั้งสองมีความเหมาะสมกับแนวคิดเชิงการตลาดเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร

.....

2. ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบทางสถาปัตยกรรมและส่วนประสมทางการตลาด (7'P)

2.1 ท่านคิดว่าโครงการรูปแบบใด (รูปแบบที่ 1 รูปแบบจีนวางเคียงกัน และรูปแบบที่ 2 รูปแบบร่วมสมัย) สามารถสร้างจุดเด่น และเพิ่มแรงจูงใจในการเข้าใช้บริการของลูกค้าได้ดีที่สุด

.....

2.2 ท่านคิดว่าแนวคิดการนำอัตลักษณ์ของถนนเยาวราชมาใช้ในการออกแบบโครงการในรูปแบบใดที่สามารถส่งเสริมซึ่งกันและกันระหว่างพื้นที่ และความเป็นไปได้ทางการตลาดในการที่จะสร้างกำไรให้กับโครงการ

.....

2.3. ท่านคิดว่าสำหรับการสร้างอาคารบน “ถนนเยาวราช” โดยใช้แนวคิดของการนำอัตลักษณ์ที่มีความเกี่ยวข้องกับถนนเยาวราชมาใช้ในการออกแบบนั้น โครงการรูปแบบใดที่มีความเหมาะสมที่สุดสำหรับในยุคสมัยปัจจุบัน

.....

2.4 ท่านคิดว่าโครงการรูปแบบใดที่สามารถดึงดูดกลุ่มลูกค้าหลักของโครงการ (target group) ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าชาวต่างชาติได้ดีที่สุด

.....

2.5 ท่านคิดว่าโครงการรูปแบบใดสามารถสร้างความประทับใจ และความทรงจำให้แก่กลุ่มลูกค้าได้ดีที่สุด

.....

2.6 ท่านคิดว่าโครงการรูปแบบใดสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับโครงการได้มากที่สุด (การกำหนดราคาขายจากภาพลักษณ์)

.....

2.7 ท่านคิดว่าโครงการรูปแบบใดที่จะได้รับการยอมรับจากคนในชุมชน

8 ท่านคิดว่ารูปแบบที่นำเสนอทั้ง 2 รูปแบบ มีจุดที่ควรได้รับการแก้ไขปรับปรุงหรือไม่ อย่างไร

9 ท่านมีข้อคิดเห็นอื่นๆ ต่อโครงการทั้งสองรูปแบบหรือไม่ อย่างไร



ภาคผนวก ง.



ข้อมูลกลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์และประเมินรูปแบบโครงการ

ประกอบด้วย

กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านสถาปัตยกรรม ผู้เชี่ยวชาญด้านประวัติศาสตร์ และผู้เชี่ยวชาญด้านวัฒนธรรมจีน

ประกอบด้วย

1. ศาสตราจารย์ ดร. วิมลสิทธิ์ หรยางกูร (นักวิชาการผู้เชี่ยวชาญด้านสถาปัตยกรรม)
2. คุณศรินพร พุ่มมณี
นักวิจัยสังกัดอาคารศิลป์/ นักวิจัยในพื้นที่เยาวราช หัวข้อโครงการสร้างเสริมสุขภาวะ (พื้นที่สร้างสรรค์)
3. คุณจุฑาธิ์ วังวานภูมิ
สถาปนิก และผู้ช่วยนักวิจัย สังกัดอาคารศิลป์ / ในพื้นที่เยาวราช หัวข้อโครงการสร้างเสริมสุขภาวะ (พื้นที่สร้างสรรค์)
4. คุณสมชัย กวางทองพาณิชย์ (นักวิชาการอิสระ / นักประวัติศาสตร์ชุมชนเยาวราช)
5. Mr. David Schafer (Studiomake)
6. Dr. Mirko Guaralda
(Senior Lecturer in Architecture Creative Industries Faculty, School of Design Office, Architecture, Queensland University)

กลุ่มผู้ประกอบการโครงการประเภทโรงแรมและ โครงการอื่นๆที่มีการออกแบบโดยเน้นคำนึงถึงความสอดคล้องกับบริบท

ประกอบด้วย

1. คุณพรหมบุตร จันทรโฆษ
(ตำแหน่งผู้อำนวยการสำนักพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ / ผู้อำนวยการพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ)
2. คุณพิรพงศ์ พุกษชาติ
(ตำแหน่งสถาปนิกและนักการตลาดโครงการสำเพ็ง 2)
3. คุณวรพันธุ์ คล้ามไพบูลย์ สถาปนิก เชี่ยวชาญด้านบูติกโฮเทล
4. คุณมนัสพงษ์ สงวนวุฒิโรจนา (สถาปนิกและนักการตลาดโครงการ Lhong 1919)
5. (นักการตลาดโครงการ Huachang Heritage)
6. คุณวรลักษณ์ บางประเสริฐ (General Manager โรงแรม Shanghai Mansion)

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นางสาวกรรณิกา สงวนสินธุกุล
วันเดือนปีเกิด	26 กุมภาพันธ์ 2535
วุฒิการศึกษา	ปีการศึกษา 2558: วิทยาศาสตรบัณฑิต (สถาปัตยกรรม) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ทุนการศึกษา	- พ.ศ.2560 ทุนวิจัยประเภทบัณฑิตศึกษา ประจำปีงบประมาณ 2560 สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ - พ.ศ.2560 ทุนวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ประจำปีการศึกษา 2560 - พ.ศ.2560 ทุนผู้ช่วยสอน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ประจำปีการศึกษา 2560

ผลงานทางวิชาการ

กรรณิกา สงวนสินธุกุล, วิญญู อาจารย์ฯ. (มิถุนายน 2561) การศึกษาแนวคิดด้านการออกแบบและโอกาสทางการตลาดสำหรับโครงการประเภทโรงแรมที่แสดงอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรม สอดคล้องกับมรดกชุมชนเมือง กรณีศึกษา: ถนนเยาวราช. การประชุมวิชาการ Built Environment Research Associates Conference ครั้งที่ 9 ประจำปี 2561 (BERAC,2018), หอศิลปวัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร, กรุงเทพมหานคร

กรรณิกา สงวนสินธุกุล และวิญญู อาจารย์ฯ. 2561.การศึกษาอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมในความสัมพันธ์กับย่านมรดกชุมชนเมืองกรณีศึกษา: พื้นที่ถนนเยาวราช. วารสารวิชาการคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สจล. ฉบับที่ 27 ปีที่ 20 พ.ศ. 2561

ประสบการณ์ทำงาน

ด้านการฝึกงาน

- 2560 นักศึกษาฝึกงาน บริษัท ศุภาลย์ จำกัด มหาชน
- 2557 นักศึกษาฝึกงาน บริษัท แพลน อาคิเต็ค จำกัด
- 2556 นักศึกษาฝึกงาน บริษัท สถาปนิก 49 จำกัด

ด้านการทำงาน

- 2561 ผู้ช่วยวิจัยโครงการ Modern Mosque / Modern Muslim: The Foundation of Islamic

Centre of Thailand by Paichit Pongpunluk Head Researcher: Dr. Winyu Ardruga

2559 ผู้ช่วยวิจัยโครงการปรับปรุงข้อบัญญัติและผังเมืองกรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ.2567

รศ.ดร. ยงฉัตร พิมลเสถียร หัวหน้าโครงการ

2558 ผู้ช่วยวิจัยโครงการ”ปทุมธานีโมเดล” ตามนโยบายการสร้างที่อยู่อาศัยสำหรับผู้มีรายได้น้อย

น้อย ผศ.ดร. ภูมิชาย พันธุ์ไพโรจน์ หัวหน้าโครงการ

2558 ผู้ช่วยวิจัยโครงการพัฒนาและปรับปรุงพื้นที่โครงการ ”เมืองใหม่บางพลี”

ผศ.ดร. ภูมิชาย พันธุ์ไพโรจน์ หัวหน้าโครงการ

ด้านการออกแบบ

2558 ผู้ช่วยสถาปนิก “โครงการปทุมธานีโมเดล” ออกแบบที่อยู่อาศัยสำหรับผู้มีรายได้น้อย

สถาปนิก ผศ.ดร. ภูมิชาย พันธุ์ไพโรจน์

2558 ผู้ช่วยสถาปนิก “โครงการปรับปรุงภูมิทัศน์โดยรอบมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์”

โครงการพัฒนากบบริเวณหออินเตอร์โซน โดย สถาปนิก ผศ.ดร. ภูมิชาย พันธุ์ไพโรจน์

โครงการปรับปรุงโรงอาหารทิวสนโดม โดย สถาปนิก ผศ.ดร. ภูมิชาย พันธุ์ไพโรจน์

โครงการออกแบบสำนักงานทรัพย์สินแห่งใหม่ของมหาวิทยาลัย

สถาปนิก โดย ผศ.ดร. ภูมิชาย พันธุ์ไพโรจน์

2557 ผู้ช่วยสถาปนิก โครงการปรับปรุงโรงแรมและหอพักภายในมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

สถาปนิก เชษฐา พลายชุม โรงแรม D – LUXX และปรับปรุงทางเข้าของโครงการหอพัก

ตึก 14 ชั้น