

แนวความคิดในการออกแบบศูนย์แสดงและจำหน่ายสินค้าชุมชน
หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ภาคใต้ จังหวัดภูเก็ต

DESIGN CONCEPT OF SOUTHERN THAILAND
OTOP CENTER, PHUKET PROVINCE

จริยาวดี จิตประพันธ์
JARİYAWADEE JITPRAPHUN

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาศึกษาศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พ.ศ. 2550

แนวความคิดในการออกแบบศูนย์แสดงและจำหน่ายสินค้าชุมชน
หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ภาคใต้ จังหวัดภูเก็ต

**DESIGN CONCEPT OF SOUTHERN THAILAND
OTOP CENTER, PHUKET PROVINCE**

จริยาวดี จิตประพันธ์

JARIYAWADEE JITPRAPHUN

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต

สาขาวิชาสถาปัตยกรรม

บัณฑิตวิทยาลัย

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พ.ศ. 2550

**DESIGN CONCEPT OF SOUTHERN THAILAND
OTOP CENTER, PHUKET PROVINCE**

JARIYAWADEE JITPRAPHUN

**A THESIS SUBMITTED PARTIAL FULFILLMENT
OF THE REQUIREMENT FOR THE DEGREE OF
MASTER OF INDUSTRIAL EDUCATION IN ARCHITECTURE
SCHOOL OF GRADUATE STUDIES
KING MONGKUT'S INSTITUTES OF TECHNOLOGY LADKRABANG**

2007

COPYRIGHT 2007

SCHOOL OF GRADUATE STUDIES

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

หัวข้อวิทยานิพนธ์	แนวความคิดในการออกแบบศูนย์แสดงและจำหน่าย สินค้าชุมชน หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ภาคใต้ จังหวัดภูเก็ต
นักศึกษา	นางสาวจริยาวิจิ จิตประพันธ์
รหัสประจำตัว	45063120
ปริญญา	ครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต
สาขาวิชา	สถาปัตยกรรม
พ.ศ.	2550
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	รศ. สุรศักดิ์ กังขาว
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม	ผศ.ดร.เลิศลักษณ์ กลิ่นหอม

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรม ลักษณะทางสังคมและความต้องการของนักท่องเที่ยวผู้ใช้บริการของสถานที่จำหน่ายสินค้าชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในแต่ละจังหวัดของภาคใต้ ศึกษาอาคารสถานที่จำหน่ายสินค้าชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในภาคใต้ เพื่อนำมาเสนอแนวทางในการออกแบบศูนย์แสดงและจำหน่ายสินค้าชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ภาคใต้ จังหวัดภูเก็ต ให้ตรงกับความต้องการและสภาพของท้องถิ่นตามความเป็นจริงมากที่สุด โดยผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลจากการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง การสำรวจลักษณะทางกายภาพ และสอบถามตัวแทนนักท่องเที่ยวผู้ที่เข้ามาใช้บริการสถานที่จำหน่ายสินค้าชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของแต่ละจังหวัดในภาคใต้ โดยใช้คำร้อยละเป็นสถิติที่ใช้ในการวิจัย รวมทั้งการสัมภาษณ์สถาปนิกและเจ้าหน้าที่หน่วยงานที่รับผิดชอบโครงการ

การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามตัวแทนนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการพบว่า ส่วนใหญ่ เป็นผู้ที่สนใจ และเห็นคุณค่าของศิลปวัฒนธรรมพื้นถิ่น มีความสนใจที่จะเรียนรู้เกี่ยวกับวิถีชีวิต และภูมิปัญญาท้องถิ่น นอกจากนี้ยังเป็นผู้ที่มีรายได้สูง และมีกำลังในการใช้จ่ายซื้อของและท่องเที่ยวสูง มีความต้องการกิจกรรมที่สามารถรองรับศักยภาพในการซื้อของและการท่องเที่ยว แต่เนื่องจากสถานที่จำหน่ายสินค้าชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่มีอยู่ในปัจจุบัน ยังมีขนาดเล็ก พื้นที่ใช้สอยไม่เพียงพอต่อความต้องการและจำนวนของนักท่องเที่ยว รวมทั้งสินค้าที่นำมาวางขายยังมีไม่มากนักเนื่องจากพื้นที่ใช้สอยมีน้อย นอกจากนี้กิจกรรมที่เกิดขึ้นภายในอาคารมีแค่ การขายสินค้า และรับประทานอาหารเท่านั้นยังไม่มีกิจกรรมอื่นๆ ที่น่าสนใจเพื่อที่จะสามารถดึงดูดความสนใจและกิจกรรมที่สามารถช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถที่จะเรียนรู้เกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรมพื้นถิ่นวิถีชีวิต ทรัพยากรและภูมิปัญญาท้องถิ่นของภาคใต้ นอกจากนี้ลักษณะของรูปแบบทาง

สถาปัตยกรรมของสถานที่จำหน่ายสินค้าชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในปัจจุบันยังขาดเอกลักษณ์ ที่แสดงให้เห็นถึงลักษณะสถาปัตยกรรมของภาคใต้

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนวทางในการออกแบบศูนย์แสดงและจำหน่ายสินค้าชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ภาคใต้ จังหวัดภูเก็ต โดยคำนึงถึงพฤติกรรมและความต้องการของผู้ใช้เป็นหลัก นำข้อดี ข้อเสีย จากการสำรวจอาคารสถานที่จำหน่ายสินค้าชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่มีอยู่เดิม มาปรับใช้ให้เหมาะสมกับการออกแบบครั้งใหม่ รวมทั้งการนำสถาปัตยกรรมของภาคใต้มาปรับใช้ให้เหมาะสมกับสภาพของท้องถิ่น เพื่อให้การออกแบบ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นสามารถรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวในอนาคต และยังเป็นการสร้างรายได้ให้กับชุมชน ช่วยสร้างชุมชนให้เข้มแข็งขึ้น และเป็นการกระจายรายได้ไปสู่ชุมชนอย่างถาวร

Thesis	DESIGN CONCEPT OF SOUTHERN THAILAND OTOP DEMONSTRATION CENTER, PHUKET PROVINCE
Student	Miss JARIYAWADEE JITPRAPHUN
Student ID.	45063120
Degree	Master of Industrial Education
Program	Architecture
Year	2007
Thesis Advisor	Associate Professor Surasak Kangkhao
Thesis Co-Advisor	Assistant Professor Dr. Lertlak Kinhom

ABSTRACT

The purposes of this research were to study the behavioral and social structure as well as the needs of the tourists using the services of OTOP in each province in Southern Thailand. Also to study the locations for selling OTOP products in the southern districts of Thailand to find a way to design a location for southern Thailand OTOP demonstration center, Phuket province that would be relevant and as suitable as possible for present conditions occurring in Phuket. The researcher collected information from documents relevant to OTOP. They studied the geography involved, interviewed tourists who were customers of the OTOP projects of the southern districts and interviewed the architect and staff involved with the OTOP projects.

From using the question form with people who were customers of OTOP products we found out that most people who participate were interested and see the value of local art and culture, interested in learning their way of living and indigenous know how. In addition, these OTOP customers were from the rich levels of society and have the money to spend on tourism and OTOP products and have the want for activities that ensure the quality and efficiency of both products and locations. The locations and centers for selling OTOP products were too small with a limited amount of products to serve a big amount of tourists. Apart from that, activities were limited only to selling products and eating and tasting different kinds of food, no attracting activities or activities for tourist to learn about local art and culture, way of living, resources, and indigenous know how of the locals. Other than that, the architecture for the places of selling OTOPs productions does not have the style of southern architecture

As a result from the research, the researcher would like to suggest a way to improve southern Thailand OTOP demonstration center, Phuket province district by considering the behavior and needs of the customers as the major point; using the pros and cons of the research to rebuild, design and improve the center of OTOPs productions. Also using southern architecture to increase efficiency and assurance. In meeting the needs of future costumers as well as increasing the income in the community thereby making it stronger and spreading work out to the local people long term.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์นี้ประสบความสำเร็จลุล่วงขึ้นมาได้ โดยความร่วมมือและความอนุเคราะห์อย่างดีจากบุคคล และหน่วยงานต่างๆ ที่ได้ให้ข้อมูล คำปรึกษา ข้อเสนอแนะ และรายละเอียดต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับโครงการ

ขอบคุณ รศ. สุรศักดิ์ กังขาว อาจารย์ที่ปรึกษา และ ผศ.ดร.เลิศลักษณ์ กลิ่นหอม อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม สำหรับคำแนะนำ ที่ปรึกษาชี้แนะแนวทางต่างๆ ที่มีส่วนในการสนับสนุนทำให้งานวิจัยมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอบคุณ ผศ.สมพล คำรงเสถียร รศ.ดร.ปรีชาพร วงศ์อนุตรโรจน์ และอาจารย์สันติ กวินวงศ์ไพบูลย์ คณะกรรมการการสอบวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้ที่ได้ให้คำแนะนำในการแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ

ขอบคุณผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่ช่วยในการตรวจสอบ ปรับปรุงแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ และสุดท้ายนี้ขอขอบคุณผู้ที่คอยช่วยเหลือในทุกๆ ด้าน ทั้งกำลังใจ กำลังกาย การมอบสติปัญญา การจัดหาปัจจัยต่างๆ ที่ไม่ได้กล่าวถึงในที่นี้

จริยวดี จิตประพันธ์

สารบัญ

สารบัญ	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	III
กิตติกรรมประกาศ.....	V
สารบัญ.....	VI
สารบัญตาราง.....	VIII
สารบัญภาพ.....	X
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์งานวิจัย.....	5
1.3 กรอบทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย.....	5
1.4 ขอบเขตของการวิจัย.....	6
1.5 นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการทำวิจัย.....	7
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
2.1 ประวัติ แนวคิด ปรัชญา ของกระบวนการพัฒนาแบบ หนึ่งตำบล – หนึ่งผลิตภัณฑ์.....	9
2.2 แนวความคิด ทฤษฎีในการออกแบบสถาปัตยกรรม.....	36
2.3 อาคารตัวอย่าง.....	55
2.4 การศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	73
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	75
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	75
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	76
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	78
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	78
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	79
4.1 การนำเสนอการวิเคราะห์ข้อมูล.....	79
4.1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม.....	79
4.1.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์.....	89
4.1.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสำรวจ.....	90

สารบัญ (ต่อ)

บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายและข้อเสนอแนะ.....	96
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	96
5.2 อภิปรายผล.....	101
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	102
5.3.1 ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้.....	102
5.3.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป.....	104
5.4 การนำเสนอแนวความคิดในการออกแบบ.....	105
เสนอภาคผลงานออกแบบทางสถาปัตยกรรม.....	119
บรรณานุกรม.....	126
ภาคผนวก.....	128
ภาคผนวก ก เอกสารทางราชการที่ใช้ในการวิจัย.....	129
ภาคผนวก ข เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	136
ประวัติผู้เขียน.....	148

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1.1 แสดงสรุปผลการจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ปี 2545 ข้อมูลระหว่างเดือนมกราคม – กันยายน 2545 (9 เดือน).....	2
1.2 แสดงสรุปผลการจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ปี 2546 ข้อมูลระหว่างเดือนตุลาคม 2545 – กันยายน 2546 (12 เดือน).....	3
2.1 แสดงผลิตภัณฑ์ชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ระดับ 5 ดาวของจังหวัดศรีสะเกษ.....	17
2.2 แสดงผลิตภัณฑ์ชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ระดับ 5 ดาวของจังหวัดสุรินทร์.....	18
2.3 แสดงผลิตภัณฑ์ชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ระดับ 5 ดาวของจังหวัดบุรีรัมย์.....	19
2.4 แสดงผลิตภัณฑ์ชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ระดับ 5 ดาวของจังหวัดสงขลา.....	20
2.5 แสดงผลิตภัณฑ์ชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ระดับ 5 ดาวของจังหวัดนครราชสีมา.....	22
2.6 แสดงผลิตภัณฑ์ชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ระดับ 5 ดาวของจังหวัดปัตตานี.....	23
2.7 แสดงผลิตภัณฑ์ชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ระดับ 4 ดาวของจังหวัดยะลา.....	25
2.8 แสดงผลิตภัณฑ์ชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ระดับ 5 ดาวของจังหวัดสุราษฎร์ธานี.....	26
2.9 แสดงผลิตภัณฑ์ชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ระดับ 4-5 ดาวของจังหวัดระนอง.....	28
2.10 แสดงผลิตภัณฑ์ชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ระดับ 5 ดาวของจังหวัดภูเก็ต.....	29
2.11 แสดงผลิตภัณฑ์ชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ระดับ 5 ดาวของจังหวัดพังงา.....	31
2.12 แสดงผลิตภัณฑ์ชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ระดับ 5 ดาวของจังหวัด นครศรีธรรมราช	32
2.13 แสดงผลิตภัณฑ์ชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ระดับ 5 ดาวของจังหวัดกระบี่.....	34
2.14 แสดงผลิตภัณฑ์ชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ระดับ 5 ดาวของจังหวัดชุมพร.....	35
3.1 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยว และผู้จำหน่ายสินค้าของสถานที่จำหน่ายสินค้าชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์จังหวัดภูเก็ต สุราษฎร์ธานี และสงขลา.....	76
4.1 แสดงค่าความถี่และร้อยละของข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวผู้ตอบแบบสอบถาม.....	80
4.2 แสดงค่าความถี่ร้อยละของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวผู้ตอบแบบสอบถาม.....	81
4.3 แสดงค่าความถี่ร้อยละของความคิดเห็นและความต้องการพื้นที่ใช้สอย.....	84
4.4 แสดงค่าความถี่ ของข้อมูลทั่วไปของพนักงานผู้ตอบแบบสอบถาม.....	85
4.5 แสดงค่าความถี่ ของพฤติกรรมผู้ที่คาดว่าจะใช้ศูนย์แสดงและจำหน่ายสินค้าชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดภูเก็ต.....	86
4.6 แสดงค่าความถี่ ของข้อมูลทั่วไปของพนักงานผู้ตอบแบบสอบถาม.....	89

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
5.1 แสดงพื้นที่ใช้สอยภายในโครงการ.....	110
5.2 แสดงแนวความคิดในการออกแบบ.....	114

สารบัญญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 แสดงภาพการพึ่งระบบการเงินและกิจกรรมต่างๆ.....	14
2.2 แสดงภาพผ้าทอนาหมื่นศรี สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของจังหวัดศรีสะเกษ.....	17
2.3 แสดงภาพผ้าทอนาหมื่นศรี สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของจังหวัดศรีสะเกษ.....	17
2.4 แสดงภาพเครื่องปั้นดินเผา สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของจังหวัดสุรินทร์.....	18
2.5 แสดงภาพเต่ากระอาณ สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของจังหวัดสุรินทร์.....	19
2.6 แสดงภาพกล้วยฉาบแม่แดง สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของจังหวัดพิจิตร.....	19
2.7 แสดงภาพผลิตภัณฑ์แกะรูปหนังตะลุง สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของจังหวัดพิจิตร พิจิตร พิจิตร	20
2.8 แสดงภาพผลิตภัณฑ์แกะรูปหนังตะลุง สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของจังหวัดพิจิตร พิจิตร	20
2.9 แสดงภาพทรงนกเขา สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของจังหวัดสงขลา.....	21
2.10 แสดงภาพดอกไม้เก็ดปลา สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของจังหวัดสงขลา.....	22
2.11 แสดงภาพผ้าคลุมสตรีปักจักร สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของจังหวัดนครราชสีมา.....	23
2.12 แสดงภาพดอกไม้บายางพารา สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของจังหวัดปัตตานี.....	24
2.13 แสดงภาพหมวกกะปิยะ สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของจังหวัดปัตตานี.....	24
2.14 แสดงภาพหมวกกะปิยะ สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของจังหวัดปัตตานี.....	24
2.15 แสดงภาพกริชรามัน สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของจังหวัดยะลา.....	26
2.16 แสดงภาพผักน้ำปลอดภัยจากสารพิษ สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของจังหวัดยะลา	26
2.17 แสดงภาพผ้าทอสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของจังหวัดสุราษฎร์ธานี	27
2.18 แสดงภาพผืนเสื่อบายางพาราสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของจังหวัดสุราษฎร์ธานี.....	27
2.19 แสดงภาพซาลาเปาทับทึบ สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของจังหวัดระนอง.....	29
2.20 แสดงภาพน้ำพริกกุ้งเสียบ สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของจังหวัดภูเก็ต.....	30
2.21 แสดงภาพผลิตภัณฑ์จากแร่ดีบุก สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของจังหวัดภูเก็ต.....	30
2.22 แสดงภาพผ้าบาติก สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของจังหวัดภูเก็ต.....	31
2.23 แสดงภาพผลิตภัณฑ์จากเปลือกหอย สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ของจังหวัดพังงา.....	31
2.24 แสดงภาพดอกไม้ประดิษฐ์จากบายางพารา สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของ จังหวัด พังงา	32
2.25 แสดงภาพผลิตภัณฑ์กระชูด สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของ จังหวัดนครราชสีมา.....	33
2.26 แสดงภาพผลิตภัณฑ์กระชูด สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของ จังหวัดนครราชสีมา.....	34
2.27 แสดงภาพผลิตภัณฑ์จากเตยปาดหนัน สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดกระบี่	34

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
2.28 แสดงภาพเรือหัวโทง สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของ จังหวัดกระบี่.....	35
2.29 แสดงภาพกล้วยเล็บมือนางอบแห้งสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของ จังหวัดชุมพร.....	36
2.30 แสดงภาพผลิตภัณฑ์จากกระดาษใยสับปะรดสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของ จังหวัดชุมพร.....	36
2.31 แสดงการจัดห้องแสดงแบบ Room to Room Arrangement.....	39
2.32 แสดงการจัดห้องแสดงแบบ Corridor to Room Arrangement	39
2.33 แสดงการจัดห้องแสดงแบบ Nave to Room Arrangement.....	40
2.34 แสดงทางสัญจรแบบ Rectilinear Circui.....	41
2.35 แสดงทางสัญจรแบบ Twisting Circuit Around the Central Hall.....	41
2.36 แสดงทางสัญจรแบบ An Itinerary Which Waves In and Out.....	42
2.37 แสดงทางสัญจรแบบ Comb Type.....	42
2.38 แสดงทางสัญจรแบบ Chain Lay-Out.....	42
2.39 แสดงทางสัญจรแบบ Star Shape.....	43
2.40 แสดงทางสัญจรแบบ Fan Typy.....	43
2.41 แสดงทางสัญจรแบบ Access to Block Arrangement.....	43
2.42 แสดงมุมมองและระยะในการชมงาน.....	46
2.43 แสดงมุมมองในแนวราบของมนุษย์.....	46
2.44 แสดงขนาดของผู้จัดแสดง.....	47
2.45 แสดงคู่มือซึ่งใช้กันห้อง และ เป็นตู้แสดงไปในตัว.....	47
2.46 แสดงแผนผังแสดงตำแหน่งห้องต่างๆ ใน Hall 1-8.....	58
2.47 แสดงแผนผังแสดงตำแหน่งห้องต่างๆ ใน Hall 9.....	59
2.48 แสดงแผนผังแสดงตำแหน่งห้องต่างๆ ใน Hall 10.....	60
2.49 แสดงแผนผังแสดงตำแหน่งที่จอดรถสำหรับผู้จำหน่ายสินค้าวันที่ 20 ธ.ค. 2546.....	61
2.50 แสดงแผนผังแสดงตำแหน่งที่จอดรถสำหรับผู้จำหน่ายสินค้าวันที่ 21-28 ธ.ค. 2546.....	62
2.51 แสดงส่วนทางเข้างาน Otop City.....	63
2.52 แสดงการจัดแสดงสินค้า หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของงาน Otop City.....	63
2.53 แสดงการจัดแสดงสินค้า หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของงาน Otop City.....	63
2.54 แสดงการจัดแสดงสินค้า หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของงาน Otop City.....	64
2.55 แสดงการจัดแสดงสินค้า หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของงาน Otop City.....	64
2.56 แสดงการจัดแสดงสินค้า หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของงาน Otop City.....	64

สารบัญญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
2.57 แสดงการจัดแสดงสินค้า หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของงาน Otop City.....	65
2.58 แสดงทัศนียภาพภายนอกของศูนย์ศิลปาชีพบางไทร.....	65
2.59 แสดงหมู่บ้านศิลปาชีพจำลองภาคเหนือ.....	66
2.60 แสดงหมู่บ้านศิลปาชีพจำลองภาคอีสาน.....	66
2.61 แสดงหมู่บ้านศิลปาชีพจำลองภาคใต้.....	67
2.62 แสดงหมู่บ้านศิลปาชีพจำลองภาคกลาง.....	67
2.63 แสดงศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์พื้นเมืองจังหวัดสงขลา.....	68
2.64 แสดงแปลนพื้นที่ชั้นล่างของศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์พื้นเมืองจังหวัดสงขลา.....	69
2.65 แสดงรูปด้าน A ของศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์พื้นเมืองจังหวัดสงขลา	70
2.66 แสดงรูปด้าน C ของศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์พื้นเมือง จังหวัดสงขลา.....	70
2.67 แสดงรูปด้าน B ของศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์พื้นเมือง จังหวัดสงขลา.....	71
2.68 แสดงรูปด้านD ของศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์พื้นเมือง จังหวัดสงขลา.....	71
2.69 แสดงรูปด้านหน้าของศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์พื้นเมือง จังหวัดสงขลา.....	72
2.70 แสดงรูปทางเข้าของศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์พื้นเมือง จังหวัดสงขลา.....	72
2.71 แสดงบริเวณภายนอกของศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์พื้นเมือง จังหวัดสงขลา.....	72
4.1 แสดงมุมมองจากภายนอกร้าน.....	90
4.2 แสดงการจัดพื้นที่ใช้สอยภายใน	90
4.3 แสดงร้านขายเครื่องดื่ม.....	91
4.4 แสดงสถานที่จำหน่ายสินค้าชุมชนหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จังหวัดสุราษฎร์ธานี.....	91
4.5 แสดงการจัดวางสินค้าภายในสถานที่จำหน่ายสินค้าชุมชนหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จังหวัด สุราษฎร์ธานี.....	92
4.6 แสดงภาพภายในอาคารที่มีพื้นที่ใช้สอยหลากหลาย สามารถรองรับกิจกรรมนักท่องเที่ยวได้	92
4.7 แสดงภาพที่จอดรถ	93
4.8 แสดงภาพลักษณะของอาคารที่ยังขาดจุดเด่นที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยว.....	93
4.9 แสดงสถานที่จำหน่ายสินค้าชุมชน หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จังหวัดสงขลา.....	93
4.10 แสดงมุมมองและการจัดวางสินค้าภายในร้าน.....	94
4.11 แสดงด้านหน้าของร้าน.....	94

สารบัญญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
4.12 แสดงการออกแบบโดยการนำสถาปัตยกรรมพื้นถิ่นมาใช้.....	95
5.1 แสดงแผนที่ภาคใต้.....	105
5.2 แสดงแผนที่เขตจังหวัดภูเก็ต.....	105
5.3 แสดงการเชื่อมโยงของแหล่งกิจกรรมท่องเที่ยวที่เป็นจุดดึงดูดความสนใจ.....	106
5.4 แสดงการวิเคราะห์ที่ตั้งโครงการ.....	107
5.5 แสดงสภาพแวดล้อมโดยรอบโครงการ.....	108
5.6 แสดงการวิเคราะห์แคด ลม ภายในโครงการ.....	109
5.7 แสดงการวิเคราะห์มุมมองภายในและภายนอกโครงการ.....	109
5.8 แสดงแปลนพื้นที่ชั้นที่ 1.....	119
5.9 แสดงแปลนพื้นที่ชั้นที่ 2.....	120
5.10 แสดงแปลนพื้นที่ชั้นที่ 3.....	121
5.11 แสดงแปลนหลังคา.....	122
5.12 แสดงรูปด้าน 1.....	123
5.13 แสดงรูปด้าน 2.....	123
5.14 แสดงรูปด้าน 3.....	123
5.15 แสดงรูปด้าน 4.....	123
5.15 แสดงรูปทัศนียภาพของโครงการ.....	124
5.16 แสดงรูปทัศนียภาพของโครงการ.....	125

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

แนวทางการพัฒนาแบบ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เกิดขึ้นเป็นครั้งแรกที่ประเทศญี่ปุ่นในจังหวัดโออิตะซึ่งเป็นจังหวัดเล็กๆ บนเกาะคิวชูทางภาคใต้ของประเทศญี่ปุ่น (เอกสารรายงานผลการจัดประชุมเชิงวิชาการเรื่อง หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ณ ศูนย์แสดงสินค้าอิมพีค เมืองทองธานี จังหวัดนนทบุรี. 2546 : 8) โดยเริ่มตั้งแต่ พ.ศ.2520 จังหวัดโออิตะเป็นจังหวัดที่มีปัญหาเรื่องความยากจนและล้าหลัง เนื่องจากมีพื้นที่ที่ใช้ทำการเกษตรมีเพียง 10 % ของพื้นที่จังหวัด โอกาสในการพัฒนาอุตสาหกรรมน้อยกว่าจังหวัดอื่น การจ้างงานไม่มี ทำให้ประสบปัญหาผู้คนอพยพย้ายออกจากพื้นที่ไปหางานอาชีพในจังหวัดอื่นที่มีความเจริญก้าวหน้าทางด้านอุตสาหกรรม จากสภาพการดังกล่าวทำให้ นายฮิรามัทซึ โมริฮิโกะ ผู้ว่าราชการจังหวัดจึงได้กำหนดเป็นยุทธศาสตร์ระดับจังหวัด โดยกำหนดให้โออิตะก้าวไปข้างหน้าบนพื้นฐานของข้อจำกัด ปัญหา และศักยภาพพื้นฐานของตนเอง ยุทธศาสตร์ที่กำหนดขึ้นมีสาระสำคัญคือ จังหวัดโออิตะต้องเป็นจังหวัดที่เน้นพัฒนาด้านการเกษตร อุตสาหกรรมที่เกิดขึ้นก็เพื่อเพิ่มพูนค่าผลผลิตทางการเกษตร จะต้องมีการพัฒนาที่ดินขนาดใหญ่เพื่อเอาชนะข้อจำกัดของที่ดินสำหรับการเกษตรที่มีเพียง 10 % และจะต้องสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์และมาตรฐานระดับโลกเพื่อโอกาสในการส่งออก เน้นให้ชุมชนพึ่งตนเอง โดยการพัฒนาจากฐานศักยภาพด้านภูมิปัญญาและทรัพยากรใช้ชุมชนท้องถิ่นของตนเอง และเมืองจังหวัดโออิตะประสบความสำเร็จในการพัฒนาตนเองโดยแนวทางการพัฒนาแบบ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ก็ได้มีความพยายามนำแนวทางนี้เข้ามาใช้กับประเทศไทย โดยรัฐบาลภายใต้การนำของ ฯพณฯ พ.ต.ท.ดร.ทักษิณ ชินวัตร นายกรัฐมนตรีได้เข้าไปศึกษาแนวทางการพัฒนาแบบ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จากจังหวัดโออิตะ ประเทศญี่ปุ่นและได้นำมาเป็นนโยบายของประเทศไทย เพื่อนำแนวคิดและแนวทางมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาประเทศ จนทำให้ปัจจุบันแนวทางการพัฒนาแบบ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ กลายเป็นที่สนใจและรู้จักกันอย่างแพร่หลายในประเทศไทย

เนื่องจากในปัจจุบันประเทศไทยประสบปัญหาในเรื่องของการอพยพย้ายถิ่นของคนในชนบทมาสู่เมืองหลวงเป็นจำนวนมาก เนื่องจากกรุงเทพมหานครเป็นศูนย์กลางของกิจกรรมต่างๆ มากมาย เช่น สาธารณูปโภค สาธารณูปการ การจ้างงาน เป็นต้น สิ่งต่างๆ เหล่านี้เป็นจุดดึงดูดที่สำคัญที่ทำให้คนในชนบทอพยพย้ายถิ่นเข้ามาอยู่อาศัยในกรุงเทพมหานครเป็นจำนวนมากซึ่งก่อให้เกิดปัญหาต่างๆ มากมายทั้งด้านเศรษฐกิจ และสังคม แนวทางการพัฒนาแบบ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เป็นแนวทางอันหนึ่งที่จะแก้ปัญหาคความยากจน และกระจายความเจริญให้แก่

ชุมชน สามารถยกระดับฐานะความเป็นอยู่ของคนในชุมชนให้ดีขึ้น ซึ่งถือว่าเป็นรากฐานและรากหญ้าที่สำคัญอย่างยิ่งของประเทศ เป็นการสร้างงาน สร้างชุมชนให้เข้มแข็งและกระจายรายได้แก่ชุมชนอย่างถาวร สามารถลดปัญหาการอพยพย้ายถิ่นของคนในชนบทไปสู่เมืองหลวง โดยหลักการคือต้องการให้แต่ละหมู่บ้านมีผลิตภัณฑ์หลัก 1 ประเภท ซึ่งผลิตและจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นให้กลายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีจุดเด่น และจุดขาย สอดคล้องกับวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่นเพื่อให้รู้จักแพร่หลายไปทั่วโลกซึ่งถือว่าเป็นการเป็นการสร้างงานและกระจายรายได้แก่ชุมชนอย่างถาวร เพื่อลดปัญหาการอพยพย้ายถิ่นไปสู่เมืองใหญ่ และเป็นแนวคิดที่สอดคล้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจพอเพียงตามแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว

จากระยะเวลาที่ผ่านมามีเพียงไม่นาน ยอดขายของผลิตภัณฑ์ที่เข้าร่วมโครงการ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ สามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศเป็นอย่างมาก และกระจายรายได้ให้กับชุมชนทั่วประเทศอย่างต่อเนื่อง โดยในปีแรกได้ประมาณการรายได้จากการจำหน่ายสินค้าปี 2545 จำนวนกว่า 10,900 ล้านบาท ผลปรากฏว่าปี 2545 สามารถสร้างรายได้มากกว่า 16,800 ล้านบาท และในปี 2546 ได้ประมาณรายได้ไว้ที่ 20,000 ล้านบาท แต่นับตั้งแต่เดือนตุลาคม 2545 – เดือนเมษายน 2546 มีรายได้กว่า 17,000 ล้านบาท หรือร้อยละ 87.6 ของรายได้ที่ประมาณการ (วิศิษฐ์ โค้งการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ กรมพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย) ซึ่งถือว่าประสบผลสำเร็จอย่างสูงดังในตารางที่ 1.1 และตารางที่ 1.2

ตารางที่ 1.1 แสดงสรุปผลการจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ปี 2545 ข้อมูลระหว่างเดือนมกราคม – กันยายน 2545 (9 เดือน)

ภาค	ยอดการจำหน่าย (บาท)	ต้นทุน (บาท)	กำไร (บาท)	คิดเป็นร้อยละ
เหนือ (เขต 5,2,12 รวม 17 จังหวัด)	2,542,724,635	1,867,703,842	675,020,793	26,55
กลาง (เขต 1,2,7,10 รวม 2 จังหวัด)	9,441,016,956	6,872,430,367	2,568,586,589	27,21
ตะวันออกเฉียงเหนือ (เขต 3,4,11 รวม 19 จังหวัด)	2,947,671,915	2,086,976,173	860,695,742	29,20
ใต้ (เขต 8,9 รวม 14 จังหวัด)	1,783,434,662	1,309,476,125	473,958,537	26,58
	16,714,848,168	12,136,586,507	4,578,261,661	27,39

ที่มา: กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย. 2546 : 1

ตารางที่ 1.2 แสดงสรุปผลการจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ปี 2546 ข้อมูลระหว่าง
เดือนตุลาคม 2545 – กันยายน 2546 (12 เดือน)

ภาค	ยอดการ จำหน่าย (บาท)	ต้นทุน (บาท)	กำไร (บาท)	คิดเป็นร้อย ละ
เหนือ (เขต 5,2,12 รวม 17 จังหวัด)	5,428,766,539	3,988,468,207	1,440,298,332	26,53
กลาง (เขต 1,2,7,10 รวม 25 จังหวัด)	17,810,579,164	13,919,252,813	3,891,326,351	21,85
ตะวันออกเฉียงเหนือ (เขต 3,4,11 รวม 19 จังหวัด)	6,269,944,452	4,520,276,604	1,749,667,848	27,91
ใต้ (เขต 8,9, รวม 14 จังหวัด)	3,767,672,884	2,768,627,409	999,045,475	26,52
รวม	33,276,963,039	25,196,625,033	8,080,338,006	24,28

ที่มา : กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย. 2546 : 37

รัฐบาลได้มีการสนับสนุนและเผยแพร่ผลิตภัณฑ์ในหลายๆ ด้านเช่น การใช้โปสเตอร์ จัดงานแฟร์ ตลาดเช้าขายในท้องถิ่น จัดมุมขายสินค้าในห้าง ออกร้านในท้องถิ่นและส่วนกลาง มีการเปิดเว็บไซต์เพื่อนำผลิตภัณฑ์มาเผยแพร่ และให้มีการซื้อ-ขายกัน ฯลฯ จากการศึกษา ผู้วิจัยพบว่า การขายผลิตภัณฑ์ชุมชนหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ยังเป็นการขายที่มีลักษณะกระจายอยู่ มากยังไม่มีแหล่งจับจ่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนขนาดใหญ่ไว้รองรับผู้บริโภคคนนอกจากนี้การผลิต ผลิตภัณฑ์ชุมชนบางประเภทผลิตออกมายังไม่ตรงกับความต้องการของตลาด การออกแบบ ผลิตภัณฑ์ และการบรรจุภัณฑ์ยังต้องได้รับการพัฒนา ดังนั้นในอนาคตหากมีการจัดตั้ง ศูนย์แสดง และจำหน่ายสินค้าชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ขนาดใหญ่เกิดขึ้นในแต่ละภูมิภาคไว้รองรับ เพื่อสามารถเพิ่มช่องทางและโอกาสในการจำหน่ายสินค้าชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ได้เพิ่มมากขึ้นและเพื่อปรับปรุงพัฒนาสินค้า หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในทุกๆ ด้าน เช่น กระบวนการผลิต การออกแบบผลิตภัณฑ์ การบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น เพื่อให้สินค้ามีคุณภาพได้มาตรฐานตรงกับ ความต้องการของตลาด รวมทั้งเชื่อมโยงเครือข่ายการผลิต การตลาด ของแต่ละภูมิภาค สามารถ กระจายผลผลิตสู่ตลาดสากลเพิ่มขึ้นนอกเหนือจากการจำหน่ายในชุมชน อำเภอ และจังหวัด อีกทั้ง

ยังเป็นแหล่งจับจ่ายสินค้าชุมชน (Shopping Mall) แหล่งเผยแพร่ภูมิปัญญาท้องถิ่นในด้านต่างๆ ตลอดจนเป็นแหล่งพักผ่อนหย่อนใจของประชาชนอีกด้วย ดังนั้นรัฐบาลจึงมีนโยบายที่จะสร้างอาคารศูนย์แสดงและจำหน่ายสินค้าชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ขนาดใหญ่ โดยคณะรัฐมนตรีได้มีมติเมื่อวันที่ 2 มกราคม 2546 ให้จัดตั้งศูนย์แสดงและจำหน่ายสินค้าชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ขึ้นในส่วนภูมิภาค 5 แห่ง ส่วนกลาง 1 แห่ง ประกอบด้วย ภาคเหนือ คือ จังหวัดเชียงใหม่ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คือ จังหวัดขอนแก่น ภาคใต้ คือจังหวัดภูเก็ต ภาคกลาง คือ จังหวัดชลบุรี และจัดตั้งในกรุงเทพมหานคร 1 แห่ง

ปัจจุบัน 14 จังหวัดในภาคใต้ได้มีการเคลื่อนไหว และดำเนินงานตามนโยบายเร่งด่วนของรัฐบาล ได้มีการเตรียมความพร้อมในการสนองนโยบายการพัฒนาแบบหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ มาโดยตลอด เช่น มีการสร้างทีมวิทยากร โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ภาคใต้ การจัดฝึกอบรมให้กับกลุ่มแม่บ้านใน 14 จังหวัดของภาคใต้ จัดนิทรรศการแสดงผลงาน ออกร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตามเทศกาลต่างๆ และ มีการจัดงานมหกรรมสินค้า ภูมิใจไทยทำหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ภาคใต้ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ส่งเสริมการขายและกระตุ้นการตลาดให้เกิดการรองรับผลิตภัณฑ์ของโครงการ โดยที่ผ่านมภาคใต้มีผลิตภัณฑ์ที่เข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ตั้งแต่ระดับ 3 - 5 ความเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะจังหวัดภูเก็ตมีผลิตภัณฑ์ที่สามารถส่งไปจำหน่ายต่างประเทศได้ถึง 5 ประเภทคือ ผ้าบาติก ดอกไม้บายางพารา ผลิตภัณฑ์จากฟองน้ำยางพารา ดอกไม้เก็ดปลาดู และผลิตภัณฑ์จากแร่ดีบุก (สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดภูเก็ต. 2546 : 2) นอกจากนี้ยังมีการจัดแสดงและจำหน่ายสินค้าดีเด่น 14 จังหวัดภาคใต้เพื่อต้อนรับการประชุม Apec และเนื่องจากจังหวัดภูเก็ตเป็นศูนย์กลางความเจริญของภาคใต้ มีการท่องเที่ยวเป็นรายได้หลักของจังหวัดประกอบกับการส่งเสริมของภาครัฐในการพัฒนาจังหวัดภูเก็ตให้เป็นเมืองนานาชาติและจังหวัดภูเก็ตยังมีผลิตภัณฑ์ที่เป็นกลุ่มศิลปวัฒนธรรม สถานที่ และบริการมากถึง 75 แห่ง ประกอบด้วย ชายหาดที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวหลัก 21 แห่ง แหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ เช่น เกาะต่างๆ แหลมพรหมเทพ สวนผีเสื้อ รวม 42 แห่งและเทศกาลสำคัญ เช่น เทศกาลกินผัก งานรำลึกวีรสตรีเมืองถลาง เป็นต้น รวม 12 รายการ(สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดภูเก็ต. 2546 : 4) จากสภาพที่ผู้วิจัยกล่าวมาข้างต้น เพื่อเป็นการรองรับความเจริญที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะทำการศึกษาอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ทราบถึงแนวโน้มและรูปแบบของงานสถาปัตยกรรมสำหรับศูนย์แสดงและจำหน่ายสินค้าชุมชนหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยผู้วิจัยเลือกศึกษาเฉพาะภาคใต้ซึ่งมีที่ตั้งของอาคารอยู่ที่จังหวัดภูเก็ต โดยนำสถาปัตยกรรมของภาคใต้มาปรับใช้ให้เหมาะสมกับสภาพท้องถิ่นของจังหวัด เพื่อสามารถใช้เป็นแนวความคิดในการออกแบบทางสถาปัตยกรรมของศูนย์แสดงและจำหน่ายสินค้าชุมชนหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ภาคใต้ จังหวัดภูเก็ต ในอนาคตให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดของประเทศชาติโดยรวม

1.2 วัตถุประสงค์งานวิจัย

ในการทำวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดวัตถุประสงค์ของการทำวิจัยไว้ 3 ข้อดังนี้

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของผู้ใช้บริการและผู้ให้บริการของสถานที่จำหน่ายสินค้าชุมชน หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในภาคใต้
2. เพื่อศึกษาสถานที่จำหน่ายสินค้าชุมชน หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในภาคใต้
3. เพื่อเสนอแนวทางในการออกแบบศูนย์แสดงและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ภาคใต้จังหวัดภูเก็ต

1.3 กรอบทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำเอาหลักการที่สอดคล้องตามวัตถุประสงค์ของการทำวิจัยเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างกรอบทฤษฎี สำหรับแนวคิดในการวิจัยดังนี้

วิลลิสท์ ทรรศกุล (2537 : 216 –219) ได้กล่าวไว้ว่า กลุ่มผู้ใช้อาคารมีพฤติกรรมต่างกัน และย่อมมีความต้องการปัจจัยในพื้นที่ใช้สอยต่างกัน ควรกำหนดรายละเอียดของประเด็นสำคัญๆ เกี่ยวกับพื้นที่ใช้สอย ได้แก่ ขนาด รูปร่าง ตำแหน่งหรือความสัมพันธ์ระหว่างพื้นที่ใช้สอย การจัดภายใน การขยายตัวในอนาคต ฯลฯ ของพื้นที่ใช้สอยต่างๆ ทั้งภายในอาคารและส่วนต่อเนื่องภายนอกตัวอาคาร รายละเอียดความต้องการเกี่ยวกับพื้นที่ใช้สอยเหล่านี้จะต้องสะท้อนมาจากความต้องการตอบสนองกิจกรรมต่างๆ ที่จะเกิดขึ้นในโครงการ

เลอสม สถาปิตานนท์ (2545 : 48) ได้กล่าวไว้ว่าข้อมูลพฤติกรรมมนุษย์มนุษย์จากการศึกษาของนักจิตวิทยา “เออร์วิน อัลท์แมน” (Irwin Altman) ซึ่งนำมาใช้กำหนดพื้นที่ในการออกแบบได้มาจากปรากฏการณ์พฤติกรรมมนุษย์ (Behaviour Phenomera) ข้อมูลพื้นฐานเหล่านี้จะเป็นตัวกำหนดขนาดเฟอร์นิเจอร์ พื้นที่กิจกรรม รวมถึงพื้นที่ในการสัญจรติดต่อระหว่างกิจกรรมต่างๆ

สุคติ ทิพทัส (2538 : 30) ได้กล่าวไว้ว่าผู้ออกแบบควรต้องศึกษาข้อมูลของการใช้สอยที่มีความต้องการเฉพาะเจาะจงลงไปในแต่ละส่วนของอาคารที่จะต้องทำการออกแบบ ซึ่งหมายถึงต้องทราบความถี่หรือความบ่อยในการใช้เนื้อที่นั้นๆ ซึ่งย่อมต้องการการออกแบบที่ต่างแนวทางกันออกไป

สุคติ ทิพทัส (2530 : 60) ได้กล่าวไว้ว่าเกณฑ์ในการจัดองค์ประกอบในงานสถาปัตยกรรมไว้ว่ารูปทรงภายนอกของอาคารนั้นเกิดขึ้นได้จากปรัชญาการออกแบบอาคารแต่ละประเภท ซึ่งจะตั้งคำถามถึงในเรื่องการสนองประโยชน์ใช้สอยภายในอย่างมีเหตุผล และสัมพันธ์กันไป ใช้โครงสร้างที่เหมาะสม ทั้งยังต้องมีการเลือกใช้ลักษณะของรูปทรง ชนิดของวัสดุ ชนิดของผิว และเส้นสาย ลวดลายรูปแบบที่ใช้บนพื้นผิว ตลอดจนการใช้สีที่เหมาะสมกับพื้นผิวของอาคาร รวมทั้งการนำส่วนประกอบต่างๆ เหล่านี้มาประกอบเข้าด้วยกันให้เป็นรูปทรงของอาคารที่สมบูรณ์ มีส่วนสัด และรูปทรงของอาคาร รวมทั้งการใช้ที่ว่าง (Space) ทั้งภายในและภายนอกอาคารที่เกิดขึ้นอย่างมี

เหตุผล ซึ่งก็จะต้องอาศัยหลักเกณฑ์ที่ถูกต้องในการจัดองค์ประกอบ (Composition) เช่นเดียวกับงานศิลปะแขนงอื่นๆ

มาลินี ศรีสุวรรณ (2542 : 85 –97) ได้กล่าวว่า ร้านค้าย่อยที่ประสบผลสำเร็จจะเป็นร้านซึ่งมีการออกแบบสำหรับให้สินค้าดูน่าซื้อ นอกเหนือจากดูสวยเท่านั้น ร้านค้าย่อยประกอบด้วยสองส่วนใหญ่ๆ คือ ส่วนภายนอกและส่วนภายใน ส่วนภายนอกคือด้านหน้าของร้าน ประกอบด้วยตู้หรือหน้าต่างแสดงสินค้า ส่วนภายในคือส่วนของสินค้าต่างๆ ที่แสดงภายนอกร้าน การออกแบบร้านค้าด้านหน้า ต้องให้ดูน่าสนใจและดึงดูดลูกค้า การให้สีแสดงตัวหนังสือ ตรา และสินค้าที่แสดงจะเป็นสิ่งที่ดึงดูดลูกค้าให้เข้าร้าน

ตรีใจ บูรณสมภพ (2539 : 5) ได้กล่าวว่า สภาพแวดล้อมโดยทั่วไปแบ่งออกเป็น 2 ประการ คือ สภาพแวดล้อมทางจิตใจ และสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวกับร่างกาย โดยอาคารเป็นสถานที่ที่ชีวิตมนุษย์ต้องเข้าไปเกี่ยวข้องกับสัมผัสเพื่ออยู่อาศัยใช้สอยในกิจกรรมต่างๆ ซึ่งสภาพแวดล้อมภายในอาคารประกอบด้วยบรรยากาศที่ทำให้ได้รับความสบาย มีความสุข ใจดี ที่ว่าง การระบายอากาศ การให้แสงสว่าง เพื่อการมองเห็นและการได้ยิน

อรรถพร เพชรานนท์ (2546 : 37) ได้กล่าวว่า องค์ประกอบของการออกแบบสถาปัตยกรรมอาคารเพื่อธุรกิจการค้าขายใดๆ ก็ตาม จะมีองค์ประกอบของอาคาร แบ่งเป็นส่วนหน้าและส่วนหลัง องค์ประกอบต่างๆ เกิดจากการทำความเข้าใจถึงส่วนผสมทางการค้าขาย ระหว่างตัวสินค้า , ผู้เช่า ที่สอดคล้องและสัมพันธ์กัน

จากหลักการและทฤษฎีพื้นฐานข้างต้น ผู้วิจัยได้สรุปและนำมาประยุกต์ใช้เป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัยได้ดังนี้

1. ศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของผู้ใช้อาคาร
2. ศึกษาสถานที่จำหน่ายสินค้าชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ภาคใต้
 - 2.1 องค์ประกอบอาคาร
 - 2.2 การจัดพื้นที่ใช้สอยและกิจกรรมภายในอาคาร
 - 2.3 ลักษณะเด่นและรูปแบบทางสถาปัตยกรรมของอาคาร

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

1.4.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

สถานที่จำหน่ายสินค้าชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในภาคใต้ที่นำมาศึกษาประกอบไปด้วย สถานที่จำหน่ายสินค้าชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดภูเก็ต สุราษฎร์ธานี และสงขลา

1.4.1.1 ประชากร ได้แก่ ผู้ที่เข้ามาใช้อาคารของสถานที่จำหน่ายสินค้าชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ของจังหวัดดังกล่าว ได้แก่ ผู้จำหน่ายสินค้าชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ และนักท่องเที่ยว โดยมีจำนวนประชากรทั้งหมดดังนี้

นักท่องเที่ยว 2548 คน / สัปดาห์

ผู้จำหน่ายสินค้า 3 คน

1.4.1.2 กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากจำนวนประชากร

ทั้งหมด โดยใช้ค่าการสุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางสำเร็จรูปของ Yamane อ้างใน พรรณี ลีกิจวัฒน์ (2540 : 4) ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างดังนี้

จำนวนนักท่องเที่ยว	96 คน
ผู้จำหน่ายสินค้า	3 คน

1.4.2 อาคารตัวอย่างที่ศึกษา

- (1) งานเมืองแห่งภูมิปัญญาไทย Otop City (กรณีระหว่างวันที่ 21 – 28 ธันวาคม 2546) ณ ศูนย์แสดงสินค้า อิมแพ็ค เมืองทองธานี จังหวัด นนทบุรี
- (2) ศูนย์ศิลปาชีพบางไทร
- (3) ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์พื้นเมือง หนึ่งตำบล-หนึ่งผลิตภัณฑ์จังหวัดสงขลา

1.4.3 ตัวแปรที่ศึกษา

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปรไว้ 2 ตัวแปรคือ

- 1.4.3.1 ศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของผู้ใช้อาคาร
- 1.4.3.2 ศึกษาสถานที่จำหน่ายสินค้าชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ภาคใต้
 - (1) องค์ประกอบอาคาร
 - (2) การจัดพื้นที่ใช้สอยและกิจกรรมภายในอาคาร
 - (3) ลักษณะเด่นและรูปแบบทางสถาปัตยกรรมของอาคาร

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการทำวิจัย

1.5.1 แนวความคิดในการออกแบบ หมายถึงความคิดริเริ่มทั่วไปที่มีความครอบคลุมเป็นความคิดรวบยอด ทำหน้าที่ประสานหรือรวมองค์ประกอบต่างๆ เข้าด้วยกัน เพื่อให้ได้ผลงานออกแบบที่เป็นการแก้ปัญหาที่ดีที่สุด ที่สนองตอบเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ของโครงการ

1.5.2 แนวคิด หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ หมายถึงแนวคิดที่ต้องการให้แต่ละหมู่บ้านมีผลิตภัณฑ์หลัก 1 ประเภท เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัตถุดิบ ทรัพยากรของท้องถิ่น ลดปัญหาการอพยพย้ายถิ่น ไปสู่เมืองใหญ่ ซึ่งถือได้ว่าเป็นการสร้างเศรษฐกิจชุมชนให้เกิดขึ้น เป็นแนวคิดที่สอดคล้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจพอเพียงตามแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว

1.5.3 ผลิตภัณฑ์ชุมชนหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ หมายถึงผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้หมายถึงสินค้าอย่างเดียว แต่เป็นกระบวนการทางความคิด รวมถึงการบริการดูแลการอนุรักษ์ ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การรักษาภูมิปัญญาไทย การท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี การต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น การแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีจุดเด่น จุดขายที่รู้จักกันแพร่หลายไปทั่วประเทศและทั่วโลก

1.5.4 พฤติกรรม หมายถึงการกระทำกิจกรรมของผู้ใช้บริการและผู้ให้บริการตามโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

1.5.5 ความต้องการพื้นที่ใช้สอย หมายถึงความต้องการของผู้ใช้อาคารที่จะใช้สอยพื้นที่ภายในสถานที่จำหน่ายสินค้าชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ มีลักษณะนิสัย ความประพฤติ ความชอบ ความเคยชิน อย่างไร

1.5.6 ศูนย์แสดงและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ภาคใต้จังหวัด
ภูเก็ต หมายถึง อาคารที่เป็นศูนย์กลางในการจำหน่ายสินค้าชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของ
ภาคใต้ โดยมีที่ตั้งอาคารอยู่ที่จังหวัดภูเก็ต

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาค้นคว้าเอกสารตลอดจนงานวิจัยต่างๆ ผู้วิจัยได้พยายามศึกษารวบรวมเอกสารและงานวิจัยที่สำคัญและเกี่ยวข้องกับงานวิจัยเรื่องแนวความคิดในการออกแบบศูนย์แสดงและจำหน่ายสินค้าชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดภูเก็ต ซึ่งสามารถจำแนกเป็นหัวข้อที่สำคัญได้ดังต่อไปนี้

- 2.1 ประวัติ แนวคิด ปรัชญา ของกระบวนการพัฒนาแบบ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์
- 2.2 แนวความคิด ทฤษฎีในการออกแบบสถาปัตยกรรม
- 2.3 อาคารตัวอย่าง
- 2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ประวัติ แนวคิด-ปรัชญา ของกระบวนการพัฒนาแบบ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

2.1.1 ประวัติของกระบวนการพัฒนาแบบ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

แนวทางการพัฒนาแบบ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เกิดขึ้นครั้งแรกที่จังหวัดไอโอตะ ซึ่งเป็นจังหวัดเล็กๆ บนเกาะคิวชู ทางภาคใต้ของประเทศญี่ปุ่น ซึ่งใน พ.ศ.2520 จังหวัดไอโอตะเป็นจังหวัดที่มีปัญหาการอพยพย้ายออกจากพื้นที่ไปหางานอาชีพในจังหวัดอื่นที่มีความเจริญก้าวหน้าทางด้านอุตสาหกรรม เนื่องจากสภาพปัญหาของจังหวัด ไอโอตะที่มีพื้นที่ทำการเกษตรมีเพียง 10 % ของพื้นที่จังหวัด เป็นเขตยากจนและล้าหลัง โอกาสในการพัฒนาอุตสาหกรรมด้อยกว่าจังหวัดอื่น การจ้างงานไม่มี จากสภาพการดังกล่าวทำให้ นายฮิรามัทซึ โมริฮิโกะ ผู้ว่าราชการจังหวัดจึงกำหนดเป็นยุทธศาสตร์ระดับจังหวัด โดยกำหนดให้ไอโอตะก้าวไปข้างหน้าบนพื้นฐานของข้อจำกัด ปัญหา และศักยภาพพื้นฐานของตนเอง ยุทธศาสตร์ที่กำหนดขึ้นมีสาระสำคัญคือ จังหวัดไอโอตะต้องเป็นจังหวัดที่เน้นพัฒนาด้านการเกษตร อุตสาหกรรมที่เกิดขึ้นก็เพื่อเพิ่มพูนค่าผลผลิตทางการเกษตร จะต้องมีการพัฒนาที่ดินขนาดใหญ่เพื่อเอาชนะข้อจำกัดของที่ดินสำหรับการเกษตรที่มีเพียง 10 % และจะต้องสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์และมาตรฐานระดับโลกเพื่อโอกาสในการส่งออก เน้นให้ชุมชนพึ่งตนเอง โดยการพัฒนาจากฐานศักยภาพด้านภูมิปัญญาและทรัพยากรใช้ชุมชนท้องถิ่นของตนเอง เมื่อจังหวัดไอโอตะประสบความสำเร็จในการพัฒนาตนเองโดยแนวทาง หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ได้มีจังหวัดอื่นๆ ในประเทศญี่ปุ่นได้พยายามนำแนวคิดนี้มาใช้ในการพัฒนาจังหวัดของตน

2.1.2 แนวคิด ปรัชญาและกระบวนการดำเนินงาน ของการพัฒนาแบบ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของจังหวัดไอโอตะประเทศญี่ปุ่น

สาระสำคัญของการพัฒนาตามแนวของ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ มีดังนี้

2.1.2.1 ปรัชญา แนวทาง หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เน้นความรักในท้องถิ่น ความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน ให้คำแนะนำ ให้กำลังใจ มีความเชื่อมั่น มีทิศทางร่วมกันในการฟื้นฟูท้องถิ่น มีความคิดสร้างสรรค์และพัฒนาผลิตภัณฑ์บนรากฐานวัฒนธรรม มีเอกลักษณ์ มีคุณภาพ มีการจัดการด้านการตลาดอย่างเหมาะสม และเพิ่มรายได้ให้กับชุมชน

2.1.2.2 แนวคิด แนวทาง หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เน้นให้แต่ละหมู่บ้านมีผลิตภัณฑ์ (หลัก) 1 ชนิด เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัตถุดิบจากผลผลิต และทรัพยากรของท้องถิ่น ลดปัญหาการอพยพย้ายถิ่น พัฒนาเศรษฐกิจชุมชน

หลักการ แนวทาง หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ มีหลักการพื้นฐาน 3 ประการ คือ

1) ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล (Local yet Global) เน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผลผลิตทรัพยากรโดยภูมิปัญญาของท้องถิ่นที่ได้รับการยอมรับจากระดับสากลหรือมีมาตรฐานสากล เป็นความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมท้องถิ่น

2) พึ่งตนเองและสร้างสรรค์ให้ (Self Reliance – Creativity) พึ่งตนเองและสร้างสรรค์ให้ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เป็นจริงโดยการใช้ศักยภาพของท้องถิ่น

3) การสร้างทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development) พัฒนาคณะเสริมความเข้มแข็งให้ประชาชนด้วยจิตวิญญาณที่ท้าทายและมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์

2.1.2.3 กระบวนการดำเนินงาน

1) เวทีชาวบ้าน 58 ชุมชน ผู้ว่าราชการ จังหวัดไอโอตะ (นายอิรามัทซึ โมริฮิโกะ) ผู้ว่าราชการจังหวัด ตระเวนไปทุกชุมชน ล้อมวงคุยกับชาวบ้านไปที่ละชุมชน หมุนเวียนกันไป คนที่มาล้อมพูดคุยไม่ใช่คนทั้งชุมชน แต่เป็นผู้นำชุมชนและผู้สนใจปัญหาต่าง ๆ คำถามที่ผู้ว่าราชการจังหวัดตั้งขึ้นคือ ทำอย่างไรให้คนทั้งชุมชนรู้ว่าเวทีได้พูดคุยเรื่องอะไร

2) ชุมชนสร้างระบบกระจายข้อมูลข่าวสารสู่ชาวบ้านทุกคน เพื่อการรับรู้และเรียนรู้ร่วมกันอย่างทั่วถึง หอกระจายข่าว คือเครื่องมือที่สร้างขึ้นมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2521กระจายข้อมูลข่าวสารให้คนในชุมชนที่ไม่ได้เข้าร่วมเวทีชาวบ้าน ให้ข้อมูลข่าวสารกระตุ้นประชาชนให้เลือกกิจกรรม (ผลิตภัณฑ์) ที่จะทำ จากปี พ.ศ. 2521 ถึงวันนี้ ข้อมูลข่าวสารกระตุ้นประชาชนให้รับรู้ได้เลือกกิจกรรมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างชุมชน มีสถานีโทรทัศน์เป็นของตนเอง ให้โทรทัศน์เป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยน

3) ไม่ใช่งานของหน่วยงานราชการหน่วยงานหนึ่ง ความสำเร็จไม่ได้เกิดจากการมีหน่วยงานเป็นเจ้าของโครงการ แต่ดำเนินงานอย่างเป็นขบวนการ (Movement) ทุกระดับไม่ใช่การพัฒนาแบบแยกส่วน แต่เป็นการพัฒนาองค์รวมของชุมชน พลังขับเคลื่อนสำคัญคือ หนึ่ง ระบบราชการ สอง บริษัท สาม ผู้นำชุมชน และสี่ องค์กรประชาชน

4) ชุมชนค้นหาศักยภาพ เลือกผลิตภัณฑ์ ผู้ว่าลงไปร่วมกระบวนการในบางชุมชน ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามแนวทาง หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

5) จัดตั้งกลุ่มและสร้างเครือข่ายทุกระดับ มีการจัดตั้งกลุ่มผู้หญิงใน
กระบวนการนี้ด้วย

6) โรงเรียนผู้นำ เพื่อสร้างผู้นำชุมชนและแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ข้อมูล
ข่าวสาร มีการจัดตั้งโรงเรียนผู้นำทั้งในระดับจังหวัด เมือง และหมู่บ้าน มีผู้นำที่ผ่านโรงเรียนแล้ว
มากกว่า 1,000 คน

7) ไม่มีการช่วยเหลือแบบให้เปล่า เน้นการสร้างระบบ เช่นปรับเปลี่ยน
ระบบวิธีการประมาณของจังหวัดใหม่เพื่อให้ตอบสนองต่อแนวทาง หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์
กองทุนหมุนเวียนเพื่อการเรียนรู้ สถาบันวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตและมาตรฐานของ
ผลิตภัณฑ์ การประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ผลิตภัณฑ์ หลากหลายรูปแบบและวิธี การจัดตั้งบริษัท
หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อสนับสนุนด้านการตลาดให้กับชุมชน

8) พัฒนากฎเกณฑ์ที่เอื้อต่อการสร้างความร่วมมือระหว่างคนทุกฝ่ายใน
สังคม เช่น การวางกฎเกณฑ์ค่าบริการระหว่างผู้ผลิตและผู้จัดการด้านการตลาดนั้น

9) ให้การยอมรับ ให้รางวัล โดยกองทุนที่สร้างจากขบวนการ
(Movement) มีห้างสรรพสินค้าแห่งหนึ่งเริ่มต้นให้ด้วยเงิน 1,000 ล้านบาท

2.1.3 แนวคิด ปรัชญาและกระบวนการดำเนินงาน ของการพัฒนาแบบ หนึ่งตำบล หนึ่ง ผลิตภัณฑ์ ประเทศไทย

2.1.3.1 หลักการและแนวคิด รัฐบาลมีนโยบาย ในการดำเนินงานโครงการ
หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อส่งเสริมสนับสนุนกระบวนการพัฒนาท้องถิ่น สร้างชุมชนที่เข้มแข็ง
พึ่งตนเองได้ ให้ประชากรมีส่วนร่วมในการสร้างงาน สร้างรายได้ ด้วยการนำทรัพยากร ภูมิ
ปัญหาในท้องถิ่นมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ และบริการที่มีคุณภาพ มีจุดเด่น จุดขาย และสอดคล้อง
กับวัฒนธรรมและวิถีชีวิต ในแต่ละท้องถิ่น เป็นที่ต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ

แนวคิด หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เป็นแนวคิดที่ต้องการให้แต่ละหมู่บ้านมี
ผลิตภัณฑ์ (หลัก) 1 ประเภท เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัตถุดิบ ทรัพยากรท้องถิ่น และปัญหาการอพยพ
ย้ายถิ่นไปสู่เมืองใหญ่ ซึ่งถือได้ว่าเป็นการสร้างเศรษฐกิจชุมชนให้เกิดขึ้น เป็นแนวความคิดที่
สอดคล้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจพอเพียง ตามแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว

หลักการพื้นฐาน 3 ข้อ

1) ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล (Local Yet Global) ผลิตภัณฑ์และบริการที่ใช้
ภูมิปัญญาและ วัฒนธรรมท้องถิ่นให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล

2) พึ่งตนเองและสร้างสรรค์ให้ (Self Reliance – Creativity) ทำความฝันให้เป็น
จริงด้วยกระบวนการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยสร้างกิจกรรมที่อาศัยศักยภาพของท้องถิ่น

3) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development) ฟูม
ฟักประชาชนให้ใช้ชีวิตด้วยความซื่อสัตย์และจิตวิญญาณแห่งการสร้างสรรค์

สโตน นำภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อสร้างความมั่นคงสู่เมือง

2.1.3.2 ปรัชญา

- 1) สร้างเสริมและพัฒนาให้ท้องถิ่นมั่นคง
- 2) การมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่นในทุกกิจกรรม
- 3) กิจกรรมครอบคลุมข้ามช่วงอายุและพื้นที่

2.1.3.3 หลักการและเหตุผล

1) การให้การสนับสนุน (Support) มากกว่าให้เงินช่วยเหลือ (Subsidy) หลักการของขบวนการนี้ ไม่นับการให้เงินสนับสนุน (Subsidy) แก่ท้องถิ่น เพราะมักจะไปทำลายความสามารถในการพึ่งตนเอง รัฐบาลเพียงให้การสนับสนุนแก่ชุมชนต่าง ๆ ด้านเทคนิค เพื่อที่จะพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ ตลอดจนช่วยเหลือในด้านโฆษณาประชาสัมพันธ์ในการตลาดท้องถิ่นจะมีความช่วยเหลือเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์อย่างเต็มที่ เช่น จากศูนย์วิจัยและแนะนำทางการเกษตร และประมง (Agricultural and Marine Product Processing Research and Guidance Center) ในด้านการตลาด เพื่อจะเพิ่มยอดขาย อาจจัดตั้งบริษัทหนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Product Corporation) เพื่อให้เป็นช่องทางในการกระจายสินค้าสู่ตลาดต่าง ๆ

2.1.3.4 นโยบายหลัก 3 ประการ

- 1) มาตรฐานผลิตภัณฑ์คุณภาพระดับโลกผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นต้องมีคุณภาพได้มาตรฐาน มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับวัฒนธรรมและมีจุดเด่นเฉพาะ เป็นที่ยอมรับของตลาดภายในประเทศ และตลาดโลก
- 2) มีเอกลักษณ์เป็นที่ลือชื่อเพียงอย่างเดียวต้องมีการระดมความคิดในการคิดค้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ได้สิ่งที่ดีที่สุดเท่าที่จะช่วยกันทำได้ โดยคำนึงถึงการรื้อฟื้นวัฒนธรรมประเพณีในแต่ละท้องถิ่นให้สอดคล้องอย่างเหมาะสมไม่ซ้ำแบบกัน และเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของหมู่บ้านหรือตำบลให้เป็นที่ยอมรับทั่วไป
- 3) พัฒนาทรัพยากรมนุษย์และการปรับปรุงเทคโนโลยีการสร้างบุคคลที่มีความคิดกว้างไกล มีความรู้ความสามารถให้เกิดขึ้นในสังคม มีการวางแผนการตลาด มุ่งเน้นการผลิตและบริการ โดยคำนึงถึงผู้บริโภคเป็นหลัก

2.1.3.5 กิจกรรมหลัก

- 1) ขยายสินค้าท้องถิ่นไปยังตลาด ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตต้องสอดคล้องกับวัฒนธรรมประเพณี เพื่อเป็นการอนุรักษ์และเป็นจุดเด่นของท้องถิ่น รวมทั้งการพัฒนาคุณภาพเพื่อขยายตลาดสู่เครือข่ายท้องถิ่น ภาคเมือง และตลาดโลก
- 2) ผลิตและคิดค้นขึ้นเองในท้องถิ่นโดย อาศัยความรู้ความสามารถของ

คนในชุมชน ให้ความร่วมมือกันรับผิดชอบ มีหน่วยงานของจังหวัด กระทรวง กรม กอง เป็นผู้คอยให้การสนับสนุนในด้านของเทคโนโลยีและการคิดค้นอุปกรณ์หรือเครื่องมือต่าง ๆ

3) การสร้างบุคลากรที่มีคุณภาพของท้องถิ่น ท้องถิ่นนั้น ๆ ต้องมีการเลือกเฟ้นบุคลากรที่มีความรู้ สามารถมองการณ์ไกล สามารถวางแผนงานในระยะยาวเป็นที่ยอมรับของคนในท้องถิ่น แลกเปลี่ยนความคิดเห็นเพื่อช่วยแก้ปัญหาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้น

การพึ่งตนเอง – ความเป็นอิสระ

ภูมิปัญญาท้องถิ่น – ประชาชน

- สถานฝึกอบรมสำหรับการสร้างความมั่นคงให้ท้องถิ่น (Land of Abundance Training School)

- อุปกรณ์ช่วยพหุประสงค์ (Mulu-purpose Public Use Facility)
- การจัดการประชุมและนำเสนอ และแลกเปลี่ยนแนวคิดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Tambon One Product Presentation and Exchange Meeting)
- โปรแกรมการฝึกอบรมต่างประเทศ (Overseas Training Program)
- รางวัลคุณภาพ (One Tambon One Product Movement

Displays Effort Awards-Merit Awards)

การจัดการด้านการตลาด

- ตลาดผสมผสาน (One Tambon One Product Bazaar – Interaction Market)
- บริษัท หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Tambon One Product Inc)
- การจัดการแสดงสินค้า (One Tambon One Product Movement Exhibition)

- การจัดมหกรรม / เทศกาล (One Tambon One Product Restival)
- ร้านค้าในเมืองตนเอง (Home Town Shop)
- ร้านทดสอบตลาด (One Tambon One Product Antenna Shop)
- ทำ Homepage สำหรับสินค้าของชุมชน Thailambol.com
- เชื่อมชุมชน / สหกรณ์ / กลุ่มเกษตรกร ผ่านเครือข่ายการสนเทศเพื่อการค้า

ต่างตอบแทน (Counter Balance)

การพึ่งระบบการเงินและกิจกรรมต่าง ๆ

ความหลากหลาย
ของหนึ่งตำบล
หนึ่งผลิตภัณฑ์



หนึ่งตำบล	หนึ่งผลิตภัณฑ์เด่น
หนึ่งตำบล	หนึ่งประเพณี วัฒนธรรมล้ำลึก
หนึ่งตำบล	หนึ่งกีฬาเลิศ
หนึ่งตำบล	หนึ่งแหล่งท่องเที่ยวเด่น
หนึ่งตำบล	หนึ่งบทกวี / แสตมป์คนตรี / บทเพลงดัง
หนึ่งตำบล	หนึ่งความฝันสูงสุด

ภาพที่ 2.1 แสดงภาพการพึ่งระบบการเงินและกิจกรรมต่างๆ

ดังนั้น หนึ่งตำบลมิได้หลายผลิตภัณฑ์ แต่อย่างน้อยมีหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เด่น เป็นผลิตภัณฑ์หลัก หนึ่งผลิตภัณฑ์เด่น อาจผลิตโดยเครือข่ายของหลายหมู่บ้านขึ้นอยู่กับทรัพยากรธรรมชาติของท้องถิ่น และขบวนการทั้งสิ้นที่สร้างขึ้น

2.1.3.6 ขั้นตอนการเปิดตัวของแนวคิด หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์สู่การปฏิบัติ แม้ว่าการคิดค้นประสบความสำเร็จว่าควรจะมีผลิตภัณฑ์อะไรจึงเหมาะสม ก็ไม่ได้หมายความว่าประสบความสำเร็จ ถ้าปราศจากการกระจายสินค้าเหล่านี้เข้าสู่ตลาด ซึ่งมีขั้นตอนดังนี้

ขั้นที่ 1 ขั้นตอนของการพัฒนา ต้องมีใจที่จะทำให้ได้ เพื่อการนี้อาจจำเป็นต้องอาศัยสื่อมวลชนช่วยสร้างกระแสเท่าที่จะเป็นไปได้ โดยสร้างกระแสว่า “ทำไมหมู่บ้านข้าง ๆ เขาถึงพัฒนาได้ หมู่บ้านเราจะแพ้ไม่ได้ ต้องทำให้ได้ด้วยหัวใจของการอยากทำ อยากสู้” ซึ่งจะนำไปสู่การฝึกอบรม และการสะสมประสบการณ์

ขั้นที่ 2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ เริ่มจากการพิจารณาว่าผลิตภัณฑ์ดั้งเดิมของท้องถิ่นมีอะไรบ้างหลังจากนั้นก็ทำการพิจารณาว่า ตลาดมีความต้องการหรือไม่โดยทำการสำรวจตลาด ทำการวิจัยเพื่อหาเทคโนโลยีการผลิตที่เหมาะสม การพิจารณาผลิตภัณฑ์ว่ามีอะไรฮ้าง อาจดูจากท้องถิ่นที่ก้าวหน้ากว่าทั้งภายในประเทศตลอดจนจากต่างประเทศ โดยทำการเรียนแบบดูบ้างในขั้นนี้ควรจัดตั้ง “ศูนย์แนะนำการเกษตรและประมง” เพื่อเป็นแหล่งรวบรวมผลการวิจัยด้านเทคนิคการผลิต , การฝึกอบรม, การแนะนำ ตลอดจนข้อมูลข่าวสารต่างๆ

ขั้นที่ 3 การกระจายสินค้า ในการนี้หน่วยงานในระบบต่างๆ ได้ช่วยโฆษณาสินค้า ช่วยสืบเสาะหาตลาดและทำวิจัยตลาด รวมทั้งทำการขายด้วย

2.1.3.7 หลักการในการกำหนดดูแล ติดตาม และประเมินผลโครงการ

1) กรม / กอง / กระทรวง มีแผนงานต่าง ๆ ลงสู่ภาคปฏิบัติหลังจากคัด

เลือกผลิตภัณฑ์/บริการ อย่างไรก็ดี อาจเกิดความซ้ำซ้อนของผลิตภัณฑ์ ทำให้สิ้นเปลืองงบประมาณ ดังนั้นต้องสร้างระบบสารสนเทศเพื่อเชื่อมโยงกันหน่วยงานที่ลงปฏิบัติการ เพื่อตรวจสอบความซ้ำซ้อนของโครงการ

2) มีหน่วยงานที่ได้รับมอบหมายโดยตรงจากนายกรัฐมนตรื ทำการวิเคราะห์ ติดตามเพื่อประเมินผล ความสำเร็จ/ล้มเหลว เสนอโดยตรงต่อนายกรัฐมนตรี

3) งบประมาณโครงการขึ้นอยู่กับผลของการประเมิน

2.1.3.8 การจัดกลไกการบริหารงาน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

เพื่อช่วยเหลือการปฏิบัติงาน กอ.นคผ. ซึ่งตั้งขึ้นตามระเบียบนายกรัฐมนตรื ว่าด้วยคณะกรรมการอำนวยการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ แห่งชาติ พ.ศ. 2544 และเพื่อให้การทำงานของ กอ. นคผ. มีกลไกการบริหารที่เชื่อมโยงกันลงไปถึงในระดับพื้นที่ จึงจัดกลไกการบริหารงาน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย

ส่วนกลาง

- 1) คณะกรรมการ กอ.นคผ.
- 2) คณะอนุกรรมการที่เกี่ยวข้อง ได้แก่
 - คณะอนุกรรมการจัดทำแผนและงบประมาณ
 - คณะอนุกรรมการส่งเสริมการผลิต
 - คณะอนุกรรมการกำหนดมาตรฐานและหลักเกณฑ์การคัดเลือก

ผลิตภัณฑ์

- คณะอนุกรรมการส่งเสริมการตลาด
- คณะอนุกรรมการการวิจัย พัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์และเทคโนโลยี
- คณะอนุกรรมการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์
- คณะอนุกรรมการการติดตาม และประเมินผล
- คณะอนุกรรมการวิเทศสัมพันธ์
- คณะอนุกรรมการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์จังหวัด และอำเภอ /

กิ่งอำเภอ

3) สำนักงานอำนวยการ กอ.นคผ. (ที่ทำเนียบรัฐบาล)

ภารกิจหลัก ของกลไกในส่วนกลาง เกี่ยวข้องกับการกำหนดนโยบายยุทธศาสตร์ และแผนแม่บทการดำเนินงาน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ การกำหนดมาตรฐาน และหลักเกณฑ์การคัดเลือกและขึ้นบัญชีผลิตภัณฑ์ดีเด่นของตำบลรวมทั้ง การสนับสนุนเพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปตามนโยบาย ยุทธศาสตร์ และแผนแม่บท

ส่วนภูมิภาค

- 1) คณะอนุกรรมการ นคผ. จังหวัด ประกอบด้วย

- ผู้ว่าราชการจังหวัด ประธานอนุกรรมการ
 - หัวหน้าส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง อนุกรรมการ
 - ภาคเอกชน / ผู้ทรงคุณวุฒิ อนุกรรมการ
 - พัฒนาการจังหวัด อนุกรรมการและเลขานุการ
- 2) คณะอนุกรรมการ นตผ. อำเภอ / กิ่งอำเภอ ประกอบด้วย
- นายอำเภอ / ปลัดอำเภอผู้เป็นหัวหน้า ประธานอนุกรรมการ
ประจำกิ่งอำเภอ
 - ผู้แทนส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง อนุกรรมการ
 - ภาคเอกชน / ผู้ทรงคุณวุฒิ อนุกรรมการ
 - พัฒนาการอำเภอ / กิ่งอำเภอ อนุกรรมการและเลขานุการ

ภารกิจหลัก ของกลไกในภูมิภาคเกี่ยวข้องกับการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ดีเด่นของตำบลต่าง ๆ เพื่อสนองต่อ กอ.นตผ. การบูรณาการแผนงานและงบประมาณของส่วนราชการที่เกี่ยวข้องในภูมิภาค เพื่อพัฒนาคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์และส่งเสริมการตลาดในระดับพื้นที่

2.1.3.9 ขั้นตอนการบริหาร หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

ขั้นตอนที่ 1

- ระดับตำบล องค์การบริหารผดชอบ อบต. / ท้องที่ มีหน้าที่หลักในการกระบวนการจัดเวทีประชาคมเพื่อคัดเลือกผลิตภัณฑ์ของตำบลให้สอดคล้องกับภูมิปัญญาท้องถิ่น วัตถุประสงค์ท้องถิ่น และแผนชุมชน

ขั้นตอนที่ 2

- ระดับอำเภอ / กิ่งอำเภอ องค์การบริหารผดชอบ นตผ. อำเภอ มีหน้าที่หลักในการจัดลำดับผลิตภัณฑ์ดีเด่นตำบลต่าง ๆ ของอำเภอ / กิ่งอำเภอ การบูรณาการแผน และงบประมาณเพื่อให้การสนับสนุน

ขั้นตอนที่ 3

- ระดับจังหวัด องค์การบริหารผดชอบ นตผ. จังหวัด มีหน้าที่หลักในการจัดลำดับผลิตภัณฑ์ดีเด่นอำเภอต่าง ๆ การบูรณาการแผนและงบประมาณเพื่อให้การสนับสนุน

ขั้นตอนที่ 4 และ 5

- ระดับส่วนกลาง องค์การบริหารผดชอบ กอ.นตผ. มีหน้าที่หลักในการกำหนดนโยบาย ยุทธศาสตร์ และแผนแม่บทการดำเนินงาน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ กำหนดมาตรฐานหลักเกณฑ์การคัดเลือก / ขึ้นบัญชี ผลิตภัณฑ์ดีเด่นของตำบล และเสนอคณะรัฐมนตรีเพื่อสนับสนุนให้การดำเนินงานเป็นไปตามนโยบาย ยุทธศาสตร์ และแผนแม่บท

2.1.4 ผลิตภัณฑ์ชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ระดับ 5 ดาว ของภาคใต้

2.1.4.1 จังหวัดตรัง

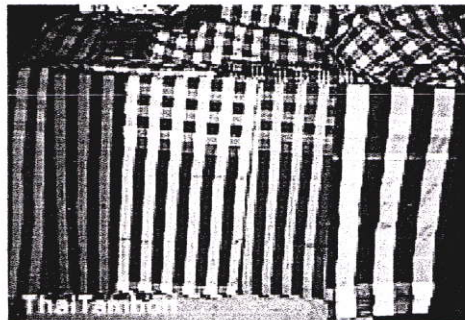
ตารางที่ 2.1 แสดงผลิตภัณฑ์ชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ระดับ 5 ดาวของจังหวัดตรัง

ที่	สินค้า (ผลิตภัณฑ์)	ที่อยู่			ระดับ
		หมู่ที่	ตำบล	อำเภอ	
	อาหาร				
1	น้ำปลาตราหงส์ดำ	7	ท่าข้าม	ปะเหลียน	5
2	เค้กสายใจ	6	ทับเที่ยง	เมือง	5
3	เค้กสินโອชา	6	ทับเที่ยง	เมือง	5
4	เต้าเจี้ยวเกษตร	5	นาโยงเหนือ	นาโยง	5
	ผ้าและเครื่องแต่งกาย				
1	ผ้าทอนาหมื่นศรี	8	นาหมื่นศรี	นาโยง	5

ที่มา : กรมพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย



ภาพที่ 2.2 แสดงภาพผ้าทอนาหมื่นศรี สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของจังหวัดตรัง



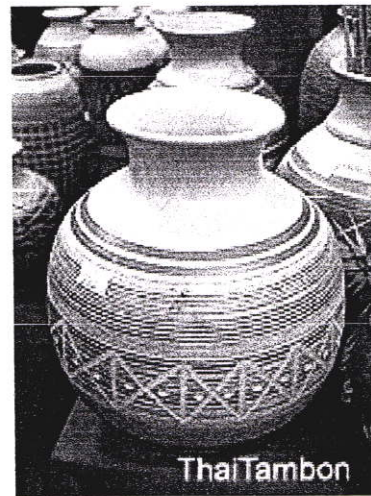
ภาพที่ 2.3 แสดงภาพผ้าทอนาหมื่นศรี สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของจังหวัดตรัง

2.1.4.2 จังหวัดสตูล

ตารางที่ 2.2 แสดงผลิตภัณฑ์ชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ระดับ 5 ดาวของจังหวัดสตูล

ที่	สินค้า (ผลิตภัณฑ์)	ที่อยู่			ระดับ
		หมู่ที่	ตำบล	อำเภอ	
	อาหาร				
1	ปลาหูฉลาม	6	คลองขุด	เมืองฯ	5
2	ปลาหูฉลามน้ำพริกเผา	6	คลองขุด	เมืองฯ	5
3	แกงมัสมั่นพุน้ำ	6	คลองขุด	เมืองฯ	5
4	แกงแดงพุน้ำ	6	คลองขุด	เมืองฯ	5
5	แกงไตปลาพุน้ำ	6	คลองขุด	เมืองฯ	5
6	ชุดขนมจีนกับแกงพุน้ำ	6	คลองขุด	เมืองฯ	5
7	ปลาชาดินในซอสมะเขือเทศ	6	คลองขุด	เมืองฯ	5
	ศิลปะประติมากรรมและของที่ระลึก				
1	เต่ากระอาน	2	ปากน้ำ	ละงู	5
2	เครื่องปั้นดินเผา		พิมาน	เมืองฯ	5

ที่มา : กรมพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย



ภาพที่ 2.4 แสดงภาพเครื่องปั้นดินเผา สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของจังหวัดสตูล



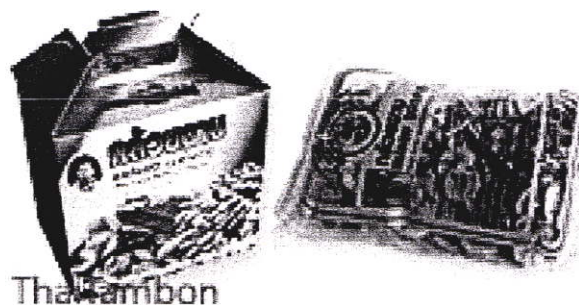
ภาพที่ 2.5 แสดงภาพเต่ากระอาน สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของจังหวัดสตูล

2.1.4.3 จังหวัดพัทลุง

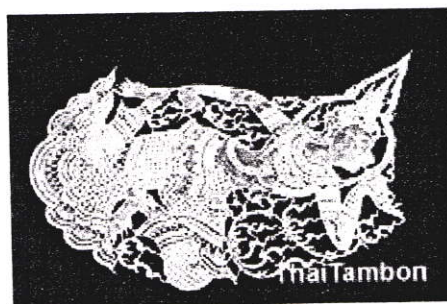
ตารางที่ 2.3 แสดงผลิตภัณฑ์ชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ระดับ 5 ดาวของจังหวัดพัทลุง

ที่	สินค้า (ผลิตภัณฑ์)	ที่อยู่			ระดับ
		หมู่ที่	ตำบล	อำเภอ	
	อาหาร				
1	นมพาสเจอร์ไรส์	1	นาท่อม	เมืองฯ	5
2	กล้วยฉาบแม่แดง		คูหาสวรรค์	เมืองฯ	5
3	ลูกหยีแม่หนูดำ		คูหาสวรรค์	เมืองฯ	5
4	กล้วยฉาบม้วนศรีนครินทร์	7	บ้านนา	ศรีนครินทร์	5
5	น้ำนมคิบ	5	เกาะเต่า	ป่าพะยอม	5

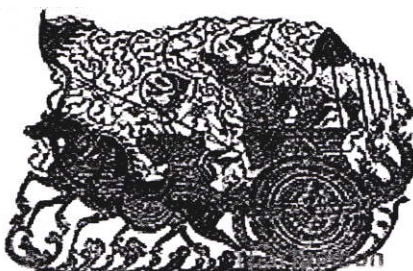
ที่มา : กรมพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย



ภาพที่ 2.6 แสดงภาพกล้วยฉาบแม่แดง สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของจังหวัดพัทลุง



ภาพที่ 2.7 แสดงภาพผลิตภัณฑ์และรูปหนังตะลุง สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของจังหวัด พัทลุง



ภาพที่ 2.8 แสดงภาพผลิตภัณฑ์และรูปหนังตะลุง สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของจังหวัด พัทลุง

2.1.4.4 จังหวัดสงขลา

ตารางที่ 2.4 แสดงผลิตภัณฑ์ชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ระดับ 5 ดาวของจังหวัดสงขลา

ที่	สินค้า (ผลิตภัณฑ์)	ที่อยู่			ระดับ
		หมู่ที่	ตำบล	อำเภอ	
	อาหาร				
1	ส้มแขกแคปซูล	5	เปียน	สะบ้าย้อย	5
2	น้ำส้มสายชูหมัก	3	ร่าแดง	สิงหนคร	5
3	กะปิ	2	เทพา	เทพา	5
4	ผลไม้กระป๋อง	7	บ.หาดใหญ่ แคนนิง	คลองหอย โข่ง	5
5	น้ำตาลแว่น	5	ชุมพล	สติงพระ	5

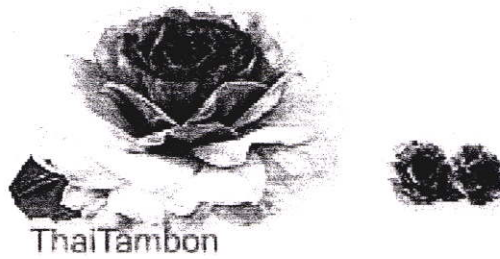
ตารางที่ 2.4 (ต่อ)

ที่	สินค้า (ผลิตภัณฑ์)	ที่อยู่			ระดับ
		หมู่ที่	ตำบล	อำเภอ	
	อาหาร				
6	ขนมโก้	5	ชุมพล	สติงพระ	5
7	หนังปลากรอบ	4	เกาะขอม	เมืองฯ	5
8	หนังปลากระพงแห้ง	4	เกาะขอม	เมืองฯ	5
	ผ้าและเครื่องแต่งกาย				
1	ผลิตภัณฑ์กะลามะพร้าว	6	ป่าดงเบขาร์	สะเคา	5
2	ผ้าทอราชวัตรผ้าฝ้าย	3	เกาะขอม	เมือง	5
3	ผ้าทอราชวัตรผ้าไหม	3	เกาะขอม	เมือง	5
	เครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่ง				
1	กล่องเชือกกล้วยเอนกประสงค์	4	เขารูปช้าง	เมืองฯ	5
2	ตะกร้าก้านธูปถามิ	9	เขารูปช้าง	เมืองฯ	5
3	กระเป๋าเชือกกล้วย	4	เขารูปช้าง	เมืองฯ	5
4	กรงนกเขา	8	ป่าชิง	จะนะ	5
	ศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึก				
1	ดอกไม้บายางพารา	3	ทุ่งคำเสา	หาดใหญ่	5
2	ดอกไม้เกล็ดปลา	2	เขารูปช้าง	เมืองฯ	5

ที่มา : กรมพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย



ภาพที่ 2.9 แสดงภาพกรงนกเขา สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของจังหวัดสงขลา



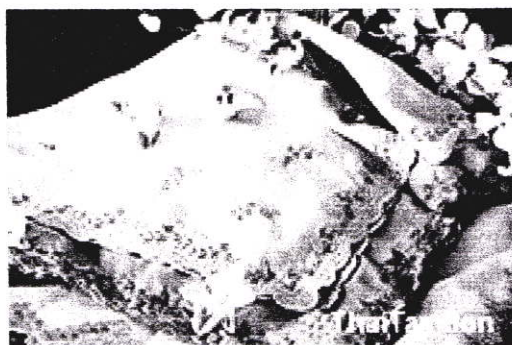
ภาพที่ 2.10 แสดงภาพดอกไม้เกี๋ยปลา สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของจังหวัดสงขลา

2.1.4.5 จังหวัดนราธิวาส

ตารางที่ 2.5 แสดงผลิตภัณฑ์ชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ระดับ 5 ดาวของจังหวัดนราธิวาส

ที่	สินค้า (ผลิตภัณฑ์)	ที่อยู่			ระดับ
		หมู่ที่	ตำบล	อำเภอ	
	อาหาร				
1	ส้มแขกแปรรูป	2	คันทรงมัส	ระแงะ	5
	ผ้าและเครื่องแต่งกาย				5
1	ผ้าเช็ดหน้า	11	ลำภู	เมืองฯ	5
2	ผ้าตัดเสื้อชุด 4 ทลา (ผ้าจีน)	11	ลำภู	เมืองฯ	5
3	ผ้าพันตัวชายหาด	11	ลำภู	เมืองฯ	5
4	ผ้าคลุมหมมสตรีปักจักร	3	ช้างเผือก	จะนะ	5
5	ผ้าพันคอ	11	ลำภู	เมืองฯ	5
6	เสื้อเชิ้ต/ผลิตภัณฑ์ผ้าบาติก	12	กะลุวอเหนือ	เมืองฯ	5
7	ชุดละหมาด	3	บาเจาะ	บาเจาะ	5
	เครื่องใช้ประดับตกแต่ง				5
1	กระเป๋ากระชูด	10	โคกเคียน	เมือง	5

ที่มา : กรมพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย



ภาพที่ 2.11 แสดงภาพผ้าคลุมสตรีปักจักร สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของจังหวัดนครราชสีมา

2.1.4.6 จังหวัดปัตตานี

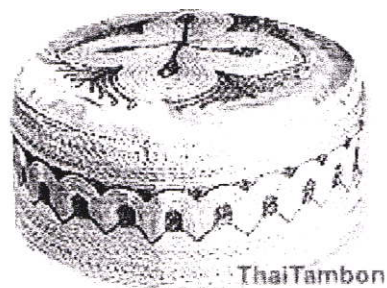
ตารางที่ 2.6 แสดงผลิตภัณฑ์ชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ระดับ 5 ดาวของจังหวัดปัตตานี

ที่	สินค้า (ผลิตภัณฑ์)	ที่อยู่			ระดับ
		หมู่ที่	ตำบล	อำเภอ	
	ผ้าและเครื่องแต่งกาย				
1	หมวกกะปิเยาะ	2	กะมิยอ	เมือง	5
2	หมวกกะปิเยาะ	3	สะควา	ยะรัง	5
3	หมวกกะปิเยาะ	7	นาประดู่	โคกโพธิ์	5
4	หมวกกะปิเยาะ	2	ตาเกาะ	ยะหริ่ง	5
5	หมวกกะปิเยาะ	4	บางเขา	หนองจิก	5
	ศิลปประดิษฐ์และของที่ระลึก				5
1	ดอกไม้บายางพารา	6	ปากถ่อ	โคกโพธิ์	5

ที่มา : กรมพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย



ภาพที่ 2.12 แสดงภาพดอกไม้บายพารา สิ้นค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของจังหวัดปัตตานี



ภาพที่ 2.13 แสดงภาพหมวกกะปิเยาะ สิ้นค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของจังหวัดปัตตานี



ภาพที่ 2.14 แสดงภาพหมวกกะปิเยาะ สิ้นค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของจังหวัดปัตตานี

2.1.4.7 จังหวัดยะลา

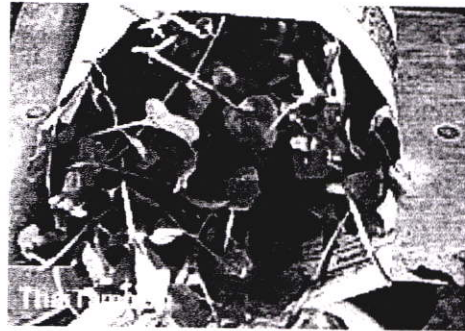
ตารางที่ 2.7 แสดงผลิตภัณฑ์ชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ระดับ 4 ดาวของจังหวัดยะลา

ที่	สินค้า (ผลิตภัณฑ์)	ที่อยู่			ระดับ
		หมู่ที่	ตำบล	อำเภอ	
	อาหาร				
1	กล้วยหินทอดกรอบ	2	บันนังสตา	บันนังสตา	4
2	แปรรูปกล้วยหิน	11	คลังชัน	บันนังสตา	4
3	ส้มโชกุน	2	กาบัง	กาบัง	4
4	ผักน้ำปลอดภัยจากสารพิษ	7	อัยเซอร์เวง	เบตง	4
	เครื่องคั้น				
1	กาแฟโบราณ		เบตง	เบตง	4
2	สตอทะเล	7	สะเตง	เมืองฯ	4
3	ไวน์กระเจี๊ยบ		สะเตง	เมืองฯ	4
	ผ้าและเครื่องแต่งกาย				
1	ผ้าคลุมผม	3	บาลอ	รามัน	4
2	ผ้าบาติก	5	ปะแต	ยะหา	4
3	หมวกกะปิเยาะ	1	กาบัง	กาบัง	
4	เสื้อเชิ้ตบาติก	1	ตานะแม เราะ	เบตง	4
5	ผ้าบาติก (เสื้อ, ผ้าซิ่น)	7	สะเตง	เมือง	4
	เครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่ง				
1	เฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา	7	บุคี	เมืองฯ	4
	ศิลปประดิษฐ์และของที่ระลึก				
2	กริชรามัน	2	ตะโละทะเล	รามัน	4

ที่มา : กรมพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย



ภาพที่ 2.15 แสดงภาพกริชรามัน สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของจังหวัดยะลา



ภาพที่ 2.16 แสดงภาพผักน้ำปลอดภัยจากสารพิษ สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของจังหวัดยะลา

2.1.4.8 จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ตารางที่ 2.8 แสดงผลิตภัณฑ์ชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ระดับ 5 ดาวของจังหวัดสุราษฎร์ธานี

ที่	สินค้า (ผลิตภัณฑ์)	ที่อยู่			ระดับ
		หมู่ที่	ตำบล	อำเภอ	
	อาหาร				
1	น้ำบูดูปรุงรส	5	คอนสัก	คอนสัก	5
2	น้ำพริกมะขามกึ่งแห้ง	5	คอนสัก	คอนสัก	5
3	แกงไตปลาแห้งสูตรเงินล้าน	5	คอนสัก	คอนสัก	5
4	น้ำพริกกุ้งขาวแก้ว	5	คอนสัก	คอนสัก	5
5	น้ำพริกปลาจิ้งจั้ง	5	คอนสัก	คอนสัก	5

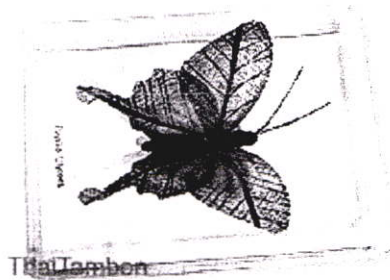
ตารางที่ 2.8 (ต่อ)

ที่	สินค้า (ผลิตภัณฑ์)	ที่อยู่			ระดับ
		หมู่ที่	ตำบล	อำเภอ	
6	แกงไตปลาเม็ดมะม่วงหิมพานต์	5	คอนสัก	คอนสัก	5
7	น้ำพริกไทยคำสมุนไพรมะพร้าว	5	คอนสัก	คอนสัก	5
8	กล้วยหอมทอง	6	คลองนา	ท่าชนะ	5
	ผ้าและเครื่องแต่งกาย				
1	ผ้าทอท่ากระจาย	1	ท่าชนะ	ท่าชนะ	5
	ศิลปะประดิษฐ์				
1	ผีเสื้อใบยางพารา	1	ท่าชนะ	ท่าชนะ	5

ที่มา : กรมพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย



ภาพที่ 2.17 แสดงภาพผ้าทอสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของจังหวัดสุราษฎร์ธานี



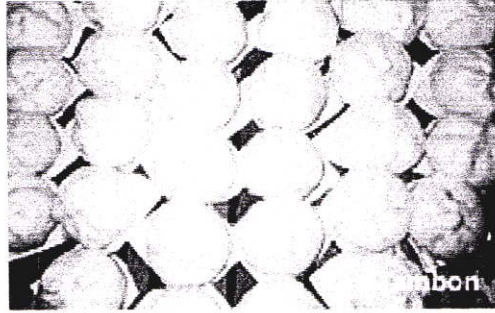
ภาพที่ 2.18 แสดงภาพผีเสื้อใบยางพาราสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของจังหวัดสุราษฎร์ธานี

2.1.4.9 จังหวัดระนอง

ตารางที่ 2.9 แสดงผลิตภัณฑ์ชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ระดับ 4-5 ดาวของจังหวัดระนอง

ที่	สินค้า (ผลิตภัณฑ์)	ที่อยู่			ระดับ
		หมู่ที่	ตำบล	อำเภอ	
อาหาร					
1	ปุนุ่ม		เขานิเวศน์	เมืองฯ	5
2	โรตีสี (แซ่แข็ง)		เขานิเวศน์	เมืองฯ	4
3	กะปิเกาะเหลา	6	ปากน้ำ	เมืองฯ	4
4	ข้าวซ้อมมือ	5	ละอุ่นใต้	ละอุ่น	4
5	ซาลาเปาทับหลี	4	มะมู	กระบุรี	4
เครื่องคั้น					
1	กาแฟคั่ว/บดโบราณ	1	ตำเลียง	กระบุรี	4
2	ระนองกาแฟ		เขานิเวศน์	เมืองฯ	4
3	น้ำแร่ "เมืองนอง"	1	บางริน	เมืองฯ	4
ผ้าและเครื่องแต่งกาย					
1	รองเท้าเชือกถัก	1	บางหิน	กะเปอร์	4
2	รองเท้านั่งดอกกลาย	1	บางหิน	กะเปอร์	4
3	ผลิตภัณฑ์จากปลากระเบน	3	บางนอน	เมือง	4
4	กระเป๋าหนังปลากระเบน	5	บางริน	เมือง	4
5	เม็คมุก สร้อยมุก	-	เขานิเวศน์	เมือง	4
เครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่ง					
1	ดอกไม้จากผ้าใยบัว	1	ในวงเหนือ	ละอุ่น	4
2	มาลัยผ้า/พลาสติก	2	ปากน้ำ	เมืองฯ	4

ที่มา : กรมพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย



ภาพที่ 2.19 แสดงภาพซาลาเปาทับหลี สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของจังหวัดระนอง

2.1.4.10 จังหวัดภูเก็ต

ตารางที่ 2.10 แสดงผลิตภัณฑ์ชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ระดับ 5 ดาวของจังหวัดภูเก็ต

ที่	สินค้า (ผลิตภัณฑ์)	ที่อยู่			ระดับ
		หมู่ที่	ตำบล	อำเภอ	
	อาหาร				
1	กุ้งเสียบทรงเครื่อง	1	เกาะแก้ว	เมืองฯ	5
2	สองเกลอข่าตะไคร้	1	เกาะแก้ว	เมืองฯ	5
3	สามสหายท่องทะเล	1	เกาะแก้ว	เมืองฯ	5
4	กุ้งเสียบข่าตะไคร้	1	เกาะแก้ว	เมืองฯ	5
5	กุ้งเสียบผัดเครื่องชา	1	เกาะแก้ว	เมืองฯ	5
6	ยำกุ้งเม็ดมะม่วง	1	เกาะแก้ว	เมืองฯ	5
7	น้ำพริกกุ้งกรอบ	1	เกาะแก้ว	เมืองฯ	5
8	น้ำพริกกุ้งเสียบ	1	เกาะแก้ว	เมืองฯ	5
9	น้ำพริกตะไคร้กุ้งฝอย	1	เกาะแก้ว	เมืองฯ	5
10	น้ำพริกกุ้งแห้งมะขาม	1	เกาะแก้ว	เมืองฯ	5
11	น้ำพริกมันกุ้ง	1	เกาะแก้ว	เมืองฯ	5
12	น้ำพริกกุ้งสามรส	1	เกาะแก้ว	เมืองฯ	5
13	น้ำพริกถนงเรือ	1	เกาะแก้ว	เมืองฯ	5
14	น้ำพริกกุ้งเสวย	1	เกาะแก้ว	เมืองฯ	5
15	น้ำพริกตัวตะไคร้	1	เกาะแก้ว	เมืองฯ	5

ตารางที่ 2.10 (ต่อ)

ที่	สินค้า (ผลิตภัณฑ์)	ที่อยู่			ระดับ
		หมู่ที่	ตำบล	อำเภอ	
16	น้ำพริกคั่วกุ้ง	1	เกาะแก้ว	เมืองฯ	5
17	น้ำพริกกุ้งลุยสวน	1	เกาะแก้ว	เมืองฯ	5
18	น้ำพริกนรกกุ้งเสียบ	1	เกาะแก้ว	เมืองฯ	5
19	น้ำพริกนรกไคปลา	1	เกาะแก้ว	เมืองฯ	5
20	น้ำพริกนรกกุ้งกลางดง	1	เกาะแก้ว	เมืองฯ	5
	ศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึก				
1	ผลิตภัณฑ์จากแร่ดิบุก	5	วิจิตร	เมืองฯ	5

ที่มา : กรมพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย



ภาพที่ 2.20 แสดงภาพน้ำพริกกุ้งเสียบ สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของจังหวัดภูเก็ต



ภาพที่ 2.21 แสดงภาพผลิตภัณฑ์จากแร่ดิบุก สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของจังหวัดภูเก็ต



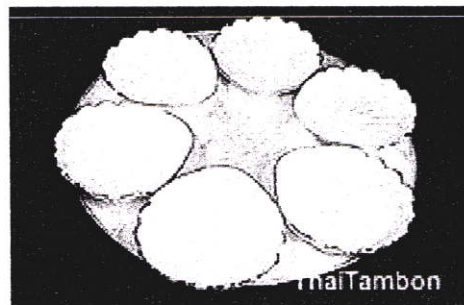
ภาพที่ 2.22 แสดงภาพผ้าบาติก สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของจังหวัดภูเก็ต

2.1.4.11 จังหวัดพังงา

ตารางที่ 2.11 แสดงผลิตภัณฑ์ชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ระดับ 5 ดาวของจังหวัดพังงา

ที่	สินค้า (ผลิตภัณฑ์)	ที่อยู่			ระดับ
		หมู่ที่	ตำบล	อำเภอ	
	อาหาร				
1	ขนมทองม้วนยายแป้น	3	ถ้ำทองกลาง	ทับปุด	5
	เครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่ง				
1	ดอกไม้ประดิษฐ์ยางพารา	-	ช.เสานารายณ์กูร์	ตะกั่วป่า	5
2	ดอกไม้ประดิษฐ์ยางพารา	5	กะไหล	ตะกั่วทุ่ง	5
	ศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึก				
1	ผลิตภัณฑ์จากเปลือกหอย	2	บ่อแสน	ทับปุด	5

ที่มา : กรมพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย



ภาพที่ 2.23 แสดงภาพผลิตภัณฑ์จากเปลือกหอย สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของจังหวัดพังงา



ภาพที่ 2.24 แสดงภาพดอกไม้ประดิษฐ์จากใบขางพารา สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของ
จังหวัดพังงา

2.1.4.12 จังหวัดนครศรีธรรมราช

ตารางที่ 2.12 แสดงผลิตภัณฑ์ชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ระดับ 5 ดาวของจังหวัด
นครศรีธรรมราช

ที่	สินค้า (ผลิตภัณฑ์)	ที่อยู่			ระดับ
		หมู่ที่	ตำบล	อำเภอ	
	อาหาร				
1	น้ำปลา	1	ท้องเนียน	ขนอม	5
2	กะปิเสาเกา	2	เสาเกา	ลิซด	5
3	มันกุ้งเสาเกา	2	เสาเกา	ลิซด	5
4	แกงไตปลาคั่วเสาเกา	2	เสาเกา	ลิซด	5
5	กะปิคั่วหมูสับเสาเกา	2	เสาเกา	ลิซด	5
6	ผลไม้แปรรูป(ลูกจันทน์เทศ)	2	ร้อนพิบูลย์	ร้อนพิบูลย์	5
7	แกงไตปลาสำเร็จรูป	1	โพธิ์เสด็จ	เมืองฯ	5
8	แปรรูปขนมจีน	2	ทอนหงส์	พรหมคีรี	5
	ผ้าและเครื่องแต่งกาย				5
1	ผ้าม่านมัดย้อมคีรีวง	10	กำโลน	ลานสกา	5
2	ผ้าทอยกดอก	4	ขอนหาด	ชะอวด	5
3	ผ้ามัดย้อม (ผ้าจีน)	5	น้ำตก	ทุ่งสง	5

ตารางที่ 2.12 (ต่อ)

ที่	สินค้า (ผลิตภัณฑ์)	ที่อยู่			ระดับ
		หมู่ที่	ตำบล	อำเภอ	
4	ผ้าทอพื้นเมือง	3	เขาโร	ทุ่งสง	5
	เครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่ง				
1	ผลิตภัณฑ์กระชูด	6	นางหลง	ชะอวด	5
2	ผลิตภัณฑ์กระชูด	1	เคื่อง	ชะอวด	5
3	กระเป๋าย่านลิเภา	16	ท่าเรือ	เมืองฯ	5
4	ผลิตภัณฑ์ย่านลิเภา	15	ท่าเรือ	เมืองฯ	5
5	กระเป๋าย่านลิเภา	5	ท่าเรือ	เมืองฯ	5
6	กระเป๋า, ตะกร้า, เข็มหมาก	5	นาทราย	เมืองฯ	5
	ศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึก				
1	เครื่องถมเมืองนคร		ในเมือง	เมืองฯ	5
2	กำไลถมเงิน, กำไลถมทอง		ในเมือง	เมืองฯ	5
3	ผลิตภัณฑ์แกะหนังตะลุง	5	ปากพูน	เมืองฯ	5
	สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารและยา				
1	สบู่สมุนไพรเปลือกมังคุด	9	กำโลน	ลานสกา	5

ที่มา : กรมพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย



ภาพที่ 2.25 แสดงภาพผลิตภัณฑ์กระชูด สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของจังหวัด นครศรีธรรมราช



ภาพที่ 2.26 แสดงภาพกระเป๋าย่านลิเภา สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของจังหวัด นครราชสีมา

2.1.4.13 จังหวัดกระบี่

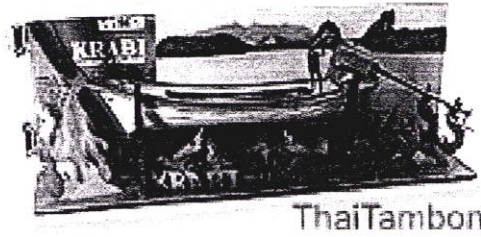
ตารางที่ 2.13 แสดงผลิตภัณฑ์ชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ระดับ 5 ดาวของจังหวัดกระบี่

ที่	สินค้า (ผลิตภัณฑ์)	ที่อยู่			ระดับ
		หมู่ที่	ตำบล	อำเภอ	
	อาหาร				
1	กะปิ	6	แหลมสัก	อ่าวลึก	5
	ศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึก				
1	เรือหัวโทง	4	อ่าวนาง	เมืองฯ	5
2	เดยปาหนัน	1	เกาะตันตาน้อย	เกาะตันตา	5

ที่มา : กรมพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย



ภาพที่ 2.27 แสดงภาพผลิตภัณฑ์จากเดยปาหนัน สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของ จังหวัดกระบี่



Thai Tambon

ภาพที่ 2.28 แสดงภาพเรือหัวโทง สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของ จังหวัดกระบี่

2.1.4.14 จังหวัดชุมพร

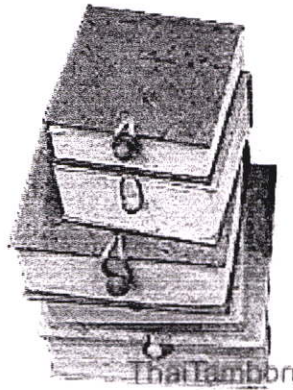
ตารางที่ 2.14 แสดงผลิตภัณฑ์ชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ระดับ 5 ดาวของจังหวัดชุมพร

ที่	สินค้า (ผลิตภัณฑ์)	ที่อยู่			ระดับ
		หมู่ที่	ตำบล	อำเภอ	
	อาหาร				
1	กล้วยเล็บมือนางอบแห้ง	3	สตง	ท่าแซะ	5
2	กล้วยเล็บมือนางกรอบปรุงรส	3	แหลมทราย	หลังสวน	5
	เครื่องดัด				
1	กาแฟคั่วและกาแฟสำเร็จรูป	5	เขาทะเล	สวี	4
	เครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่ง				
1	ผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าว*	9	ทุ่งคา	เมืองฯ	4
2	ดอกไม้รังไหม	11	ชุมโค	ปะทิว	4
3	จักสานเชือกกล้วยป่า	5	ตะโก	ทุ่งตะโก	4
	ศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึก				
1	กระดาษใยสับปะรด	1	ขุนกระทิง	เมืองฯ	5
2	เครื่องเบญจรงค์	4	ท่าตะเภา	เมืองฯ	4

ที่มา : กรมพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย



ภาพที่ 2.29 แสดงภาพกล้วยเล็บมือนางอบแห้งสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของจังหวัด
ชุมพร



ภาพที่ 2.30 แสดงภาพผลิตภัณฑ์จากกระดาษใยสับปะรดสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของ
จังหวัดชุมพร

2.2 แนวความคิด ทฤษฎีในการออกแบบทางสถาปัตยกรรม

มาลินี ศรีสุวรรณ (2542 : 92-97) ได้กล่าวถึงความรู้พื้นฐานในการออกแบบอาคาร
สาธารณะ ซึ่งครอบคลุมเนื้อหาต่างๆ ไว้ดังนี้

2.2.1 แนวความคิดในการออกแบบร้านค้าย่อย

ร้านค้าย่อยที่ประสบผลสำเร็จจะเป็นร้านซึ่งมีการออกแบบสำหรับให้สินค้าดูน่าซื้อ
นอกเหนือจากดูสวยเท่านั้น ร้านค้าย่อยประกอบด้วยสองส่วนใหญ่ๆ คือ ส่วนภายนอกและส่วน
ภายใน ส่วนภายนอกคือด้านหน้าของร้าน ประกอบด้วยตู้หรือหน้าต่างแสดงสินค้า ส่วนภายในคือ
ส่วนของสินค้าต่างๆ ที่แสดงภายนอกร้าน

การออกแบบร้านด้านหน้า ต้องให้ดูน่าสนใจและดึงดูดลูกค้า การให้สีแสดงตัวหนังสือ ครา
และสินค้าที่แสดงจะเป็นสิ่งที่ดึงดูดลูกค้าให้เข้าร้าน สำหรับร้านค้าย่อยที่ตั้งใน Mall ไม่ควรใช้

กระจกทั้งหมดในการออกแบบหน้าร้าน หน้าต่างแสดงสินค้าอาจเป็นส่วนหนึ่งของร้านค้าภายใน ทางเชื่อมต่อระหว่างภายนอกและภายในร้าน ควรให้คล่องตัวมากที่สุด และทางเดินภายในร้านควร จัดให้บังคับทางเดิน ให้เป็นไปอย่างสะดวกและดูสินค้าได้ทั่วถึง

2.2.1.1 หลักในการออกแบบร้านค้าย่อย

1) ดึงดูดความสนใจของลูกค้า โดยการโฆษณา แสดงราคา การจัดสินค้าในหน้าต่าง โชว์สินค้าเพื่อดึงดูดลูกค้าให้เข้าสู่ภายในร้าน ฉะนั้นการจัดด้านหน้าร้านจึงเป็นสิ่งจำเป็นอันดับแรก

2) การเข้าสู่ภายในร้าน หน้าต่างโชว์สินค้านอกจากจะจัดให้ดึงดูดลูกค้าแล้ว ควรจัดให้เป็นทางนำลูกค้าเข้าสู่ร้านภายใน ซึ่งหน้าต่างโชว์สินค้านี้อาจเปิดไปสู่ส่วนแสดงสินค้าภายใน ตำแหน่งของ ประตูต้องให้สัมพันธ์กับระดับทางเดินภายนอกและภายใน รวมทั้งผังภายในร้านด้วย

3) การจัดที่ว่างภายในร้าน ควรให้ลูกค้าหาสินค้าได้ง่าย และง่ายต่อการควบคุมดูแล

4) การแสดงสินค้าภายใน สำคัญมากสำหรับร้านที่มีลักษณะเฉพาะ หรือพิเศษ การจัดมีตั้งแต่การแสดงสินค้าซึ่งให้ลูกค้าเลือกเองและที่ต้องให้ช่วย บางครั้งลูกค้าไม่ต้องการผู้ช่วยหรือผู้มาให้บริการ แต่จะเรียกเมื่อต้องการ

5) ความสะดวก ร้านค้าบางชนิดความสะดวกเป็นเรื่องที่จำเป็น โดยการดึงดูดลูกค้าไม่ใช่เรื่องสำคัญ เช่น ร้านดอกไม้ ควรมีโต๊ะสำหรับเขียนการ์ด และเคาน์เตอร์ในร้าน เป็นต้น

2.2.1.2 ภายในร้าน

1) สินค้าและที่ว่างต่างๆ ควรจัดให้ลูกค้าสามารถเลือกสินค้าพร้อมทั้งให้บริการได้เป็นอย่างดี ทางติดต่อที่สะดวก และลูกค้าสามารถเห็นสินค้ามากที่สุดเป็นการออกแบบที่ดี แต่ต้องพยายามหลีกเลี่ยงการซ้ำกันของสินค้า ตำแหน่งและการออกแบบส่วนของแคชเชียร์และที่ห่อของเป็นส่วนสำคัญ เพราะเป็นจุดควบคุมภายในร้าน

2) การจัดส่วนต่างๆ ควรให้ปรับได้ ที่แสดงสินค้าต่างๆ ควรอยู่ในระดับเอื้อมถึงอย่างให้สูงเกินไป พิจารณาถึงส่วนต่างๆ ที่จำเป็นที่ประกอบการขายภายในร้าน เช่น โต๊ะกระจก แสงไฟพิเศษ พื้น ฯลฯ

3) ตำแหน่งของที่เก็บสินค้าในร้าน ไม่ควรให้ไกลจนทำให้ลูกค้าต้องคอยนาน

4) การจัดบริเวณภายในร้าน และตำแหน่งการแสดงสินค้าโดยคำนึงถึงทางเข้าและทางเดินของลูกค้า สามารถจัดให้ได้ผล โดยใช้ลักษณะการจัดแบบ Departmentalized

Store Planning โดยการใช้แบบแสดงสินค้าซึ่งอยู่ตรงข้ามประตู และการแยกส่วนแสดงสินค้าที่ใช้การวางผังแบบใช้มุมตามลักษณะการตัดตามตัวอย่าง

2.2.2 แนวความคิดในการออกแบบการจัดนิทรรศการ

จิรา จงกล (2532 : 176-187) ได้กล่าวถึงการจัดแสดงนิทรรศการในพิพิธภัณฑ์สถานไว้ว่า การจัดแสดงสมัยใหม่ต้องคำนึงถึง สิ่งดึงดูดความสนใจ เร้าใจ ให้แก่ ผู้ศึกษา ผู้ชม

2.2.2.1 ประเภทของการจัดแสดงนิทรรศการ

พิพิธภัณฑ์สถานได้แบ่งการจัดนิทรรศการอยู่ 2 ประเภทได้แก่

1) การจัดแสดงถาวร(Permanent Exhibition) ในการวิเคราะห์พื้นที่ของส่วนนิทรรศการถาวร กระทำโดยการวิเคราะห์ศึกษาพื้นที่ตัวอย่างที่มาจากการศึกษาพฤติกรรมผู้ใช้ และลักษณะการจัดแสดงแต่ละประเภทจากการศึกษานำมากำหนด การจัดแสดงจะอาศัยโสตทัศนูปกรณ์ต่างๆมีความยืดหยุ่นและสามารถจัดแสดงได้หลายลักษณะในแต่ละหัวข้อนิทรรศการซึ่งเนื้อหายังคงเหมือนเดิม และสามารถเป็นสื่อทางการศึกษาได้เช่นเดียวกัน

ดังนั้นการหาพื้นที่ตัวอย่างการจัดแสดงจึงเป็นเพียงแนวทางในการกำหนดขนาดของพื้นที่ตามลักษณะของการจัดแสดงเพื่อแบ่งแยกขนาดและประเภทและเพื่อเลือกใช้ในแต่ละหัวข้อนิทรรศการในการหาพื้นที่ในส่วนจัดนิทรรศการ จึงจำเป็นต้องทราบรูปแบบการจัดนิทรรศการแต่ละประเภทเสียก่อน จึงจะสามารถหาพื้นที่ส่วนจัดแสดงได้ทั้งนี้โดยอาศัยขั้นตอนต่างๆดังนี้

- ศึกษาประเภทและลักษณะการจัดแสดง
- วิเคราะห์และกำหนดลักษณะการใช้พื้นที่การจัดแสดงแต่ละประเภท
- สรุปการหาพื้นที่ตัวอย่างเพื่อใช้ในการหาพื้นที่ส่วนจัดแสดงนิทรรศการตาม

หัวข้อที่กำหนด

- นำหัวข้อการจัดแสดงมาเลือกใช้การจัดนิทรรศการแต่ละชนิดแล้วรวมพื้นที่การจัดแสดง (ในการพิจารณาเลือกใช้นาขนาดของพื้นที่แต่ละหัวข้อนิทรรศการนั้น จะเปรียบเทียบศึกษาจากโครงการตัวอย่างดูรายละเอียดการใช้พื้นที่โครงการตัวอย่าง)

System Of Access

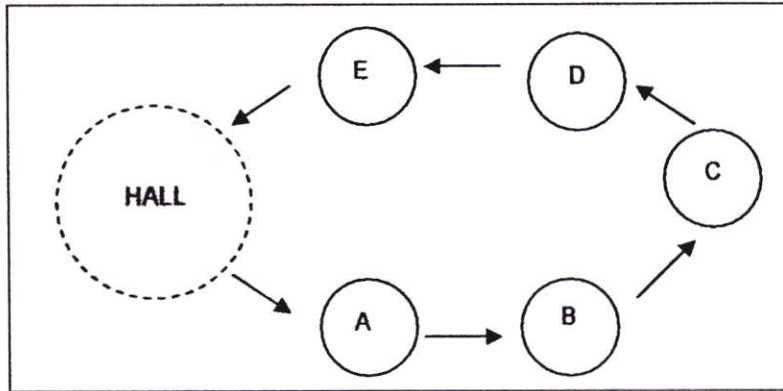
1. Room to Room Arrangement

เป็นการจัดห้องแสดงให้ผู้ชมเดินเรื่อยไปโดยไม่ต้องย้อนกลับ ทำให้สามารถชมได้ทั่วถึงตามลำดับอาจใช้ห้องใหญ่ห้องหนึ่งแล้วกันเป็นส่วน ๆ

ข้อดี - เป็นการจัดแบบง่าย ๆ ประหยัดเนื้อที่

ข้อเสีย - ถ้าใช้ในพิพิธภัณฑ์ใหญ่ เมื่อเปิดห้องใดห้องหนึ่งแล้วจะเกิดผล

กระทบห้องอื่น ๆ ด้วยและไม่อาจเลือกชมเฉพาะส่วนใดส่วนหนึ่งได้



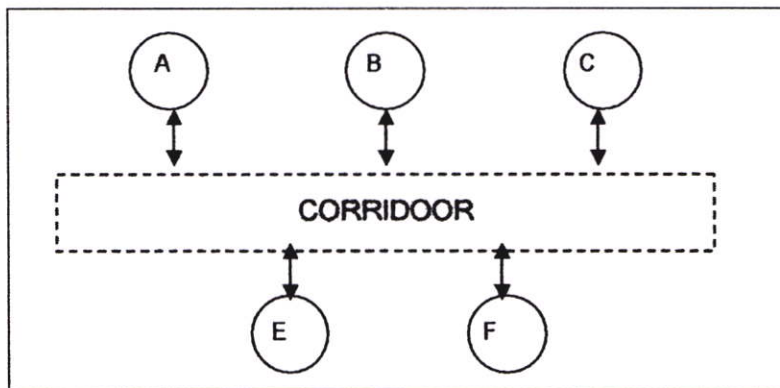
ภาพที่ 2.31 แสดงการจัดห้องแสดงแบบ Room to Room Arrangement

2. Corridor to Room Arrangement

เป็นการจัดกลุ่มห้องแสดงแบบมีลักษณะเป็นทางเคียว แล้วมีทางแยกออกไปยังห้องแสดงต่าง ๆ แต่ละห้องมีทางเข้า-ออกโดยตรง ไม่ต้องผ่านห้องอื่น และส่วนทางเดินอาจใช้เป็นที่แสดงภาพได้อีกด้วย

ข้อดี - ผู้ชมสามารถเลือกชมได้ตามใจชอบ

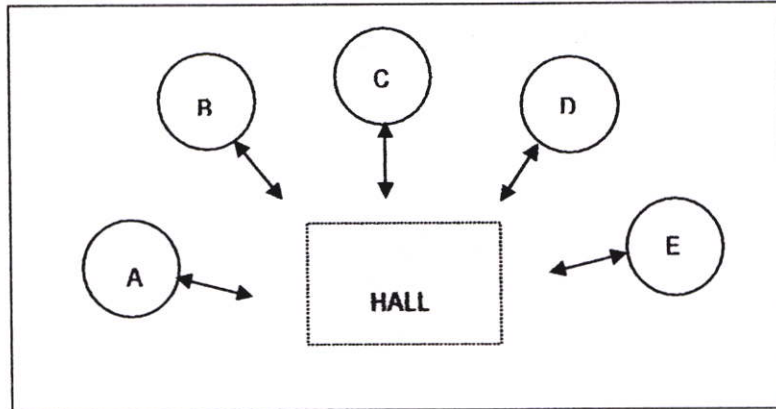
ข้อเสีย - การแสดงจะไม่ติดต่อกัน เป็นการขัดจังหวะการแสดงและเปลืองเนื้อที่



ภาพที่ 2.32 แสดงการจัดห้องแสดงแบบ Corridor to Room Arrangement

3. Nave to Room Arrangement

เป็นการจัดกลุ่มห้องแสดงที่มีโถงเป็นศูนย์กลาง หรือ Central Core จากห้องโถงสามารถเข้าถึงส่วนแสดงต่าง ๆ ได้ทุกห้อง โดยมีห้องโถงเป็นศูนย์กลางเช่นเดิม เป็นการเลือกเอาข้อดีจากลักษณะที่ 1 และ 2 มาใช้ ทำให้สามารถเลือกชมได้ตามใจชอบและประหยัดเนื้อที่ด้วย แต่ต้องระวังเรื่องการจัดวางของผู้เข้าชมด้วยในกรณีที่มีคนมาก



ภาพที่ 2.33 แสดงการจัดห้องแสดงแบบ Nave to Room Arrangement

2) การจัดแสดงชั่วคราว (Temporary Exhibition) หรือการจัดแสดงหมุนเวียน (Changing Exhibition) เป็นห้องจัดแสดงที่จัดไว้ชั่วคราว แต่ละเรื่องช่วงระยะเวลาสั้นๆ แล้วเปลี่ยนเรื่องอื่นใหม่หมุนเวียนไป เพื่อชักจูงความสนใจและให้ความรู้เรื่องวัตถุที่ได้มาใหม่แก่ชุมชนหรือผู้มาชมจะเลือกเรื่องราวต่าง ๆ ประมาณ 1-2 เดือน การจัดต่างจากนิทรรศการถาวร ต้องดึงดูดความสนใจจึงควรใช้เทคนิคต่าง ๆ เข้าช่วย เช่น แสง สี เสียง จากการบรรยาย แต่ไม่ต้องประณีตนักเพราะใช้ช่วงเวลาสั้น ๆ เท่านั้น

ส่วนแสดงงานกลางแจ้ง เป็นส่วนที่แสดงงานประติมากรรม หรือ ศิลปกรรมพื้นเมืองที่มีความคงทนต่อสภาพแวดล้อม ภูมิอากาศ ที่เปลี่ยนอิริยาบถของผู้เข้าชมได้ จะจัดแบบ Internal หรือ External Court ก็ได้ ควรติดต่อกับส่วนของนิทรรศการถาวรและโถงในการออกแบบห้องแสดงไม่ว่าจะเป็นนิทรรศการถาวรหรือนิทรรศการชั่วคราว สิ่งที่จะช่วยให้ห้องจัดแสดงเปลี่ยนรูปร่างได้ดีที่สุดคือ แผงจัดแสดงโดยคำนึงถึงหลักสำคัญต่าง ๆ คือ ไม่ควรจัดห้องโล่งเกินไปจนเกิดอึดอัดจะทำให้ผู้ชมผ่านไปอย่างรวดเร็ว

2.2.2.2 การจัด Circulation ภายในห้องแสดง

ในทุก ๆ พื้นที่การแสดงงานจำเป็นต้องมีการกำหนดทางสัญจรที่แน่นอนสำหรับเป็นแนวทางในการชมของผู้ชมส่วนใหญ่ ซึ่งการวางเส้นทางจะเกิดจากความต้องการของผู้ชม 2 กลุ่ม คือ

1) ความต้องการของผู้ชมส่วนน้อย คือ เส้นทางเลือกเล็ก ๆ น้อย ๆ ที่ตอบสนองความต้องการหรือความสนใจเฉพาะอย่างซึ่งเกิดกับผู้ชมส่วนน้อย อาจจะจัดเป็นลักษณะของ Orientation Space การจัดแสดงเพื่อคนส่วนน้อยก็ควรจัดเอาไว้ด้านซ้ายของห้องแสดง กำแพงด้านขวาจะเป็นการจัดแสดงส่วนใหญ่ที่ต่อเนื่องกัน ซึ่งการจัดแสดงแบบนี้จัดตามความเคยชินของผู้ชมส่วนใหญ่จากการค้นคว้าของ Robinson ' Melton พบว่าพื้นที่ของพื้นและผนังทางด้านซ้ายของทุก ๆ ห้องแสดงจะเป็นการแสดงของสิ่งที่มีความสำคัญน้อย

2) ความต้องการของผู้ชมส่วนใหญ่ คือ เส้นทางหลักภายในห้อง ดังนั้นในการออกแบบห้องแสดงควรมีการคำนึงถึงความเคยชินของผู้ชมแต่ต้องสามารถสนองตอบความต้องการของผู้ชมส่วนห้องที่กล่าวมาแล้ว นอกจากนี้หากเราสามารถเปิดโอกาสให้ผู้ชมเลือกเส้นทางสำหรับชมงานได้มากขึ้น ก็จะเป็นการยืดหยุ่นให้แก่ห้องแสดงและไม่เกิดการบັงคับเส้นทางมากเกินไป

ระบบ Circulation ภายในห้องแสดงงานเมื่อพิจารณาตามลักษณะทาง สัญจรหลัก (Access) สามารถแบ่งออกเป็น 2 ระบบ คือ

1) ระบบ Centralized System of Access

ข้อดี คือ มีความสะดวกในการควบคุมดูแล และสามารถชักนำผู้ชมไปตามเส้นทางและเรื่องราวที่ต้องการแสดงตามเส้นทางสถาปัตยกรรม ตามแบบแผนที่ตามตัวตามจุดเริ่มต้นจนถึงจุดสุดท้าย

ข้อเสีย คือ การเลือกจัดลำดับ รูปวัตถุที่จะจัดแสดงจะเป็นปัญหาสำคัญ การจัดลำดับแสดงรูปวัตถุตามยาวต่อไปมีส่วนลดจำนวนผู้ชมลงมา โดยเฉพาะส่วนปลายของการแสดง

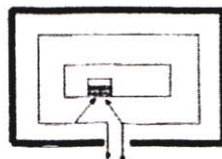
ข้อแก้ไข คือ อาจปรับปรุงโดยการแยกการจัดลำดับแสดงภายในออกเป็น วงจร คือ วงจรแรกใช้สำหรับผู้ชมธรรมดา ๆ ส่วนอีกวงจรหนึ่งใช้สำหรับผู้ชมที่มีความสนใจมากและสามารถสละเวลาได้นานพอ เพื่อทำการศึกษาลักษณะต่าง ๆ โดยละเอียด การจัดสามารถแบ่งได้เป็น 8 ลักษณะการสัญจร คือ

- **Rectilinear Circuit** ลักษณะการสัญจรมีการเคลื่อนตัวของผู้ชมเป็นแนวตรง



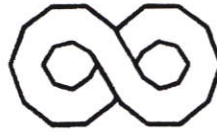
ภาพที่ 2.34 แสดงทางสัญจรแบบ Rectilinear Circuit

- **Twisting Circuit Around the Central Hall** ทางเดินแบบคดเคี้ยว ลักษณะการสัญจรมีการเคลื่อนตัวของผู้ชมเป็นวงจรรอบ โถงกลาง มีบันไดเชื่อมต่อระหว่างชั้นใช้ในกรณีที่มีการนำแสงธรรมชาติมาใช้หรือมีหลายชั้น



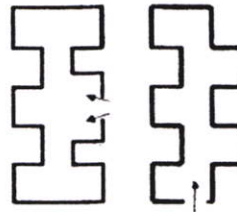
ภาพที่ 2.35 แสดงทางสัญจรแบบ Twisting Circuit Around the Central Hall

- **An Itinerary Which Waves In and Out** ทางเดินแบบคลื่นลักษณะการ
การสัญจรจะมีการเคลื่อนตัวของผู้ชมไปตามทางเดินซึ่งมีผังสานไปมาอย่างอิสระส่วนโค้งของ
วงกลมหรือรูปบิดเกลียว โดยปกติมักใช้ทางลาดเข้าช่วย และใช้องค์ประกอบที่น่าสนใจเป็นตัวชักนำ
ผังแบบนี้จะทำให้ผู้ชมหลงได้



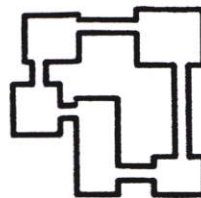
ภาพที่ 2.36 แสดงทางสัญจรแบบ An Itinerary Which Waves In and Out

- **Comb Type** ทางเดินแบบหวี การจัดแนวทางการเดินแบบ Comb Type
ลักษณะการสัญจรจะมีจุดเริ่มต้นที่ปลายด้านหนึ่ง แล้วนำผู้ชมเข้าหา Central Axis โดยหันเหจุด
สนใจต่อเนื่องกันไปเรื่อยๆหรืออาจจะเริ่มต้นที่ตรงกลางแล้วมีทางเลี้ยวไป 2 ข้าง



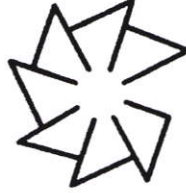
ภาพที่ 2.37 แสดงทางสัญจรแบบ Comb Type

- **Chain Lay Out** ทางเดินแบบลูกโซ่ลักษณะการสัญจรแบบเชื่อมหน่วย
จัดแสดงแต่ละหน่วยเข้าด้วยกันโดยทางเชื่อม



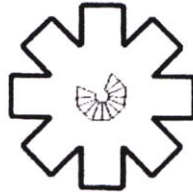
ภาพที่ 2.38 แสดงทางสัญจรแบบ Chain Lay-Out

- **Star Shape** ทางเดินแบบรูปดาวลักษณะการสัญจรโดยมีทางเข้าจากโถงกลาง ซึ่งเป็นตัวจ่ายตู้ส่วนแสดงหน่วยต่างๆ ซึ่งเกาะกันอยู่เป็นรูปพัด การจัดแบบนี้ทำให้มีโอกาสมากในการเลือกชมเร็ววนออกจากรั้วพื้นที่โถงจะเป็นจุดที่วุ่นวายมาก



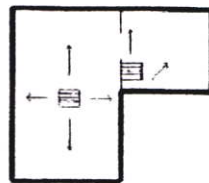
ภาพที่ 2.39 แสดงทางสัญจรแบบ Star Shape

- **Fan Typy** ทางเดินแบบพัดลักษณะการสัญจรโดยมีทางเข้าจากศูนย์กลางจากผังรูปดาวมีส่วนแสดงเกาะเป็นแฉกโคจรรอบ อาจมีบันไดเป็นจุดเชื่อมระหว่างชั้นที่ส่วนกลางผังจะเกิดปัญหาในการเคลื่อนไหวของผู้ชมได้ถ้าหากจกแกนบริหารสมดุลมากไป



ภาพที่ 2.40 แสดงทางสัญจรแบบ Fan Typy

- **Access to Block Arrangement** ทางเดินแบบบล็อกลักษณะการสัญจรโดยหน่วยจัดแสดงเป็นรูปสี่เหลี่ยมจัตุรัสถ้ามีขนาดใหญ่ทางเข้าควรจะต้องอยู่ตรงกลางเพื่อความสะดวกในการจัดแสดง และเดินชมงาน ถ้ามีขนาดเล็กทางเข้าก็ควรอยู่มุมใดมุมหนึ่งเพื่อสามารถใช้พื้นที่ในการจัดแสดงได้เต็มที่



ภาพที่ 2.41 แสดงทางสัญจรแบบ Access to Block Arrangement

2.2.2.3 องค์ประกอบส่วนอื่นในการจัดแสดง

1) ผนังเป็นส่วนสำคัญในการจัดแสดงรูปภาพต่าง ๆ ควรยึดโครงสร้างของอาคาร แต่ในทางปฏิบัติเราที่อาจเปลี่ยนแปลงผนังที่ยึดถาวรนี้ได้ เช่น การเปลี่ยนสี การเพิ่มผิวผนัง เพื่อให้บางส่วนเกิดการลึกลับ อันเป็นวิธีที่เหมาะสมในการทอน Scale ของผนังลงให้สัมพันธ์กับขนาดของสิ่งแสดง

2) แผงกัน (Panel) คือ ส่วนที่นำมาตกแต่งพื้นหรือเพดานและทำหน้าที่ในการค้ำยัน เป็น Background และแบ่งที่ว่างในส่วนต่าง ๆ แต่ประโยชน์ที่แท้จริงคือสามารถเปลี่ยนแปลงเคลื่อนย้ายได้ การเปลี่ยนแปลงต้องให้สัมพันธ์กับแสงสว่าง การจัดการแสดงเคลื่อนไหวของผู้ชมแต่ละโอกาส การจัดที่ว่างด้วยแผงกันจะต้องกำหนดขอบเขตที่แน่นอนในการออกแบบ

3) เพดาน (Ceiling) ข้อที่จะคำนึง คือ ความสูงของเพดานที่มีปริมาตรที่ว่างในส่วนจัดแสดงอันที่จะเหมาะแก่การจัดแสดงในลักษณะต่าง ๆ

- สำหรับห้องเล็กๆที่จัดแบ่งพื้นที่สำหรับจัดแสดงไว้ใช้ความสูง

3.00 เมตร เป็นมาตรฐาน

- เพดานที่ทำหน้าที่ให้แสงไฟสูงประมาณ 5.40 – 6.00 เมตร

- สำหรับความสูงของเพดานในโรงขนาดใหญ่กำหนดไว้ประมาณ

10.20 เมตร

- ห้องแสดงที่มีการให้แสงด้านข้างและจัดแสดงภาพแขวนผนังเพดาน

จะสูงประมาณ 6.70 เมตร

- สำหรับแสดงประติมากรรม วัตถุ 3 มิติ ความสูงเพดานจะอยู่ในราว

3.04 – 3.65 เมตร โดยทั่วไปการให้แสงวิทยาศาสตร์จะเปลี่ยนแปลงการสร้างเพดานให้ต่ำลง เพื่อการสะท้อนแสงจากด้านบนและด้านข้าง จะใช้ความสูงประมาณ 3.60 – 4.20 เมตร

1) ฝ้าเพดาน (Suspended Ceiling) ทำหน้าที่กันแสงจากเหนือหัวสามารถใช้ Space เหนือเพดานเป็นประโยชน์ได้หลายอย่าง

2) ตู้แสดง (Showcase) ชนิดของตู้แสดง แบ่งได้หลายชนิดตามลักษณะการใช้สอย ขนาดและรูปร่างสามารถแบ่งได้ดังนี้

2..2.2.4 หลักการออกแบบการจัดนิทรรศการ

1) การจัดตู้หรือแผงต้องจัดให้เหมาะสมไม่ปล่อยให้โล่งจนเกินไปและควรพิจารณาที่จะจัดแสดงให้น่าสนใจที่จะดึงดูดผู้ชมได้

2) ไม่ว่าจะวางแผงยึดเชื่อมโยงไปอย่างไรก็ตามควรจะได้เรียงเรื่องราวที่จัด

แสดง ด้านความตื่นเต้นจะเกิดจากการได้เห็น ได้สัมผัสธรรมชาติที่ไม่คุ้นเคยกับชีวิตประจำวัน เป็น ผู้จัดที่ต้อง

3) แปลงความแปลกใหม่นำออกมาให้น่าสนใจ น่าตื่นตา ตื่นใจกับผู้ชม

4) ขนาดของแผงตลอดจนสีที่ใช้ทาแผงจะมีความหนักเบาไม่น้อย

เพียงใดนั้นขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของห้องแสดง ควรจะได้มีการเปลี่ยนแปลงสีของแผงต่าง ๆ บ้างตามความเหมาะสมแก่วรรณะของสีที่มองแล้วมีความเย็นตา สบายตา ชวนมอง

2.2.2.5 ลักษณะของการจัดแสดง การจัดแสดงแบ่งได้เป็น 4 ประเภท คือ

1) ประเภท Object หรือ Model เป็นวัตถุ 3 มิติ มีขนาดแตกต่างกัน

มากมายตั้งแต่ขนาดเล็ก เช่น กล้องถ่ายภาพ โทรทัศน์ ฯลฯ จนถึงขนาดใหญ่ เช่น รถยนต์ หุ่นจำลอง ยานอวกาศ เป็นต้น การจัดแสดงวัตถุแบบเดี่ยว ๆ ชนิดเดียว หรือนำเอาวัตถุขนาดเล็ก ขนาดใหญ่ มา ประกอบกันเพื่อความน่าสนใจหรือมีความสัมพันธ์กับวัตถุมีขนาดเล็กจำเป็นต้องมีฐานตั้งหรือที่รองรับ เช่น ชั้นวางของหรือผู้จัดแสดงเพราะขนาดใหญ่เห็นง่ายสะดวกสำหรับผู้ชมอยู่แล้ว

2) ประเภท 2 มิติ (Boards) ส่วนใหญ่จัดเป็น Panel เป็นจุด ๆ มีขนาดแตกต่างกันไม่มากในแต่ละจุดเพราะการนำบอร์ดมาจัดแสดงคราวละมาก ๆ หรือต่อเนื่องกันเป็นจำนวนมากจะทำให้ผู้ชมเบื่อง่าย อาจเป็นบอร์ดที่ตั้งแสดงลอยตัวหรือติดกับผนัง แบ่งออกเป็น 2 ชนิด คือ

- บอร์ดแบบธรรมดา ใช้จัดแสดงภาพ 2 มิติทั่วไป

- อิเล็กทรอนิกส์บอร์ดหรือบอร์ดที่ใช้อุปกรณ์เข้าช่วยในการจัดแสดง

เพื่อเพิ่มความน่าสนใจและสามารถตอบสนองประสาทสัมผัสได้มากกว่าการใช้สายตาอย่างเดียว

เช่น ใช้ไฟฟ้าวงจรอิเล็กทรอนิกส์ ไฟกระพริบ เครื่องบันทึกเสียง ฯลฯ โดยอาศัยการกดปุ่มมือหมุน หรือทดลองในแบบต่าง ๆ ซึ่งบอร์ดชนิดนี้มี

3) ประเภท Equipment อุปกรณ์ไฟฟ้าหรืออิเล็กทรอนิกส์มีข้อจำกัดบาง

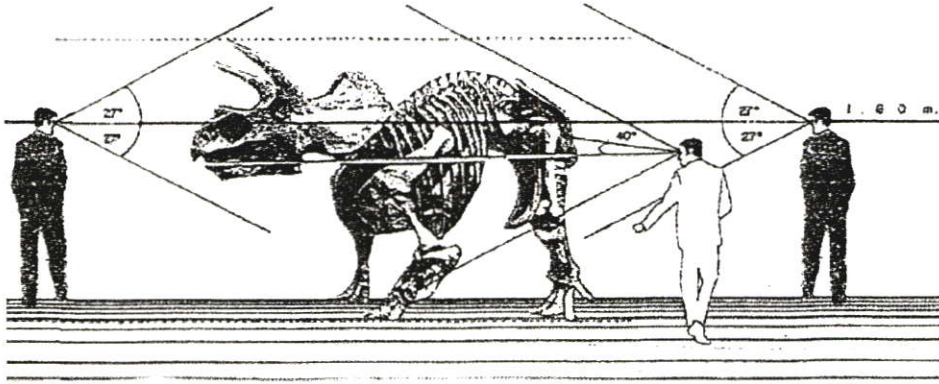
อย่างในการจัดแสดง เช่น การถ่าย ภาพยนตร์สไลด์ ไม่สามารถทำได้ในลักษณะเปิดแบบการจัดแสดงทั่วไปได้ เพราะต้องการความมืดพอสมควรจำเป็นต้องควบคุมแสงสว่าง ดังนั้นการจัดแสดงจึงต้องมีสัดส่วนเฉพาะเป็นห้องหรือส่วนที่ควบคุมแสงสว่างได้ อุปกรณ์บางชนิด เช่น เครื่องเสียง ที่ประกอบการจัดแสดงต่าง ๆ เพื่อทำให้เกิดเสียงหรือบรรยายจะแฝงอยู่ในส่วนของการจัดแสดงนั้น ๆ เช่น ลำโพง หรืออุปกรณ์อื่น ๆ จึงไม่ใช่พื้นที่พิเศษสำหรับการแสดง การใช้โทรทัศน์ลักษณะคล้ายกับ Object หรือ Model โดยติดตั้งกับ Electronic Board

2.2.2.6 วิเคราะห์และกำหนดลักษณะการใช้พื้นที่จัดแสดงแต่ละประเภทเกณฑ์

ในการคิดพื้นที่ที่นำมาประกอบ คือ

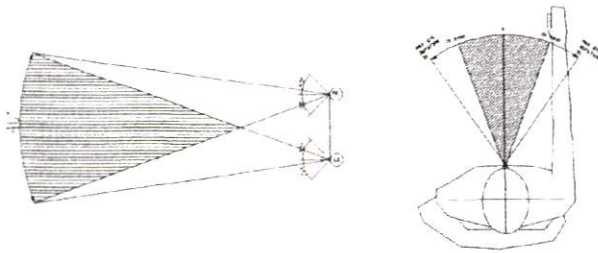
1) มุมมองและระยะในการมอง จาก Emst Neufert Architects Data ได้

กำหนดมุมมองทางด้านตั้งของมนุษย์ไว้ 27 องศา เหนือระดับสายตาเป็นมุมมองที่สะดวกสบายที่สุด โดยไม่ต้องก้มหรือเงยศีรษะ



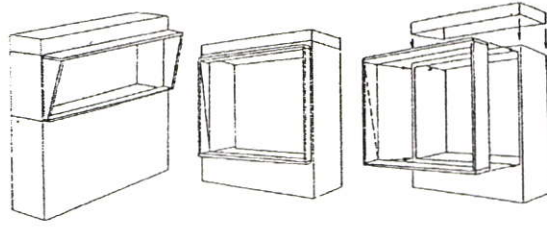
ภาพที่ 2.42 แสดงมุมมองและระยะในการชมงาน

มุมมองในแนวราบของมนุษย์ที่ไม่ต้องหันศีรษะใช้ประมาณ 40 องศา ความจริงของขอบเขตการมองเห็นของมนุษย์ สายตาปรกติที่มีสองตามุมมองที่สามารถแลเห็นได้ประมาณ 120 องศา แต่จะไม่ใช้ในการคิดเพราะผู้ดูต้องหันศีรษะโดยที่เหมาะสมจะอยู่ที่ 40 องศา โดยไม่ต้องหันศีรษะ (มุมมองในแนวราบนี้จะใช้ในกรณีที่วัตถุแสดง มีลักษณะใหญ่มากและจำเป็นที่ผู้ชม ต้องการมององค์ประกอบรวมของงาน)

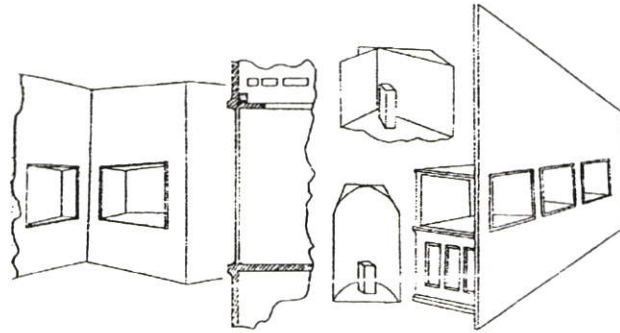


ภาพที่ 2.43 แสดงมุมมองในแนวราบของมนุษย์

2) ขนาดของ Boards หรือวัตถุที่จัดแสดงสำหรับการจัดแสดงประเภท 2 มิติ หรือประเภท Boards นั้น จากมาตรฐานการจัดแสดงในพิพิธภัณฑ์สถาน ขนาดของผู้แสดงจะแตกต่างกันไปตามขนาดของงานหรือวัตถุที่แสดง ความยาวของผู้โดยมาตรฐานจะเป็นขนาด 4 หรือ 6 หรือ 8 ฟุต (1.20, 1.80, 2.40 เมตร) สำหรับประเภท Electronic Boards นั้น ผู้ควรจะมี ความลึกด้านในอย่างน้อย 2 ฟุต และ 2 ฟุต 6 นิ้ว (0.60, 0.75 เมตร) กระจกผู้ควรสูงถึง 4 ฟุต 6 นิ้ว หรือ 5 ฟุต 6 นิ้ว (1.35, 1.65 เมตร) จะเป็นขนาดที่ดีสำหรับวัตถุขนาดใหญ่ ฐานล่างของผู้ควรสูง ประมาณ 2 ฟุต เพื่อให้เด็กเล็กได้เห็นภายในตู้



ภาพที่ 2.44 แสดงขนาดของตู้จัดแสดง



ภาพที่ 2.45 แสดงตู้ผนังซึ่งใช้กันห้อง และเป็นตู้แสดงไปในตัว

2.2.3 แนวความคิดในการออกแบบศูนย์อาหาร

มีคำหลายคำที่ใช้ในความหมายนี้ ได้แก่ สถานอาหาร (Food Centers) สวนอาหาร (Food Gardens) สำหรับลูกค้า ประสบการณ์การรับประทานอาหารต้องสบาย และผ่อนคลาย (Comfort & Relaxation) ซึ่งการจัดเตรียม ควรให้มีแสงธรรมชาติเข้ามาได้ สถานที่ต้องสะอาดถูกสุขลักษณะ เพื่อรองรับผู้คนที่มาร่วมกันได้ บรรยากาศควรสดใส และดูสดชื่น

องค์ประกอบของส่วนนี้ จะมีขนาดพื้นที่ตั้งแต่ 200 ตร.เมตรขึ้นไป จนถึงเป็นพันๆ ตารางเมตร ทั้งนี้ขึ้นกับทำเล และประเภทของศูนย์การค้า รวมถึงปริมาณผู้คน โดยปกติศูนย์อาหารจัดการโดยเจ้าของโครงการหรือการให้เช่าช่วงแบบมีเงื่อนไขในการควบคุมคุณภาพ ตัวหลักๆ ในศูนย์อาหารประกอบด้วยร้านอาหารเล็กๆ เป็นห้องๆ หรือช่อง ขนาดกว้างตั้งแต่ 2.50 , 2.80 ถึง 3 เมตร ถึง 4.00-4.50 เมตร ซึ่งจำนวนร้านขึ้นกับขนาดของพื้นที่ โดยคิดสัดส่วนของที่นั่งต่อจำนวนร้านอาหารประมาณ 25 : 1 หรือ 30 : 1 ถ้าถึงเหมาะสม และจะมีการจัดหมวดหมู่ของกลุ่มอาหารอย่างเป็นระเบียบ และมักจะแยกของคาว ของหวาน และเครื่องดื่มออกจากกัน นอกจากร้านอาหารเล็กๆ หลายๆ ร้านดังกล่าวแล้วก็มีโต๊ะ เก้าอี้ ซึ่งจำนวนตามที่กล่าวแล้วข้างต้น มีจุดบริการ (Service Station) ซ้อน ส้อม ตะเกียบ อย่างน้อย 2 จุด และที่สำคัญต้องมีจุดขายคูปองหรือบัตร (Coupon or Card Booth) แทนเงินบรรยากาศโดยรวม ต้องสะอาด สว่างสดใสน่ารับประทาน

2.2.4 แนวความคิดในการออกแบบบริเวณพบปะสังสรรค์ (Social use Areas) หรือ ศูนย์กลางชุมชน (Community Centers)

ตามปกติบริเวณแบบนี้มักพบได้ที่ลานโล่งของเมืองใหญ่ (City Plazas) และสวนสาธารณะ (Urban Parks) พื้นที่ส่วนนี้เป็นบริการชุมชนเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจไม่มีโปรแกรมอะไรเฉพาะ รวมทั้งพื้นที่เพื่อคนอาวุโสได้มานั่งโยกหมากรุก ออกกำลังกาย ไร่ไทเก๊ก หรือร่ำมวยจีน หรือมาฝึกเดินรำออกกำลังกายอย่างอิสระ หรือมีน้ำตก น้ำพุเดินระบำ ซึ่งเป็นที่ชื่นชอบของเด็กๆ และครอบครัว ขณะที่ผู้ใหญ่จะมาพบปะสังสรรค์ เฮฮา อย่างมีความสุขพื้นที่ส่วนนี้มักจะใช้บริเวณเปิดโล่ง (Open Space) ริมน้ำหรือระหว่างอาคารสำหรับกรณีอาคารกลุ่ม ยามแดดร่มลมตก สิ่งนี้เป็นตัวหลัก (Anchors) ที่ให้พลังดึงดูด และได้ภาพลักษณ์ที่ดีกับอาคารนั้นๆ ในลักษณะการบริการสังคมแบบไม่หวังผลกำไรส่วนหนึ่ง

2.2.5 แนวความคิดในการออกแบบบริเวณส่งเสริมการขาย (Promotional Area)

ส่วนนี้อาจเป็นโถง (Hall) หรือมุม (Corner) ส่งเสริมการขาย (Promotional Area) ซึ่งศูนย์การค้านี้ผู้นำผู้คน หรือชุมชนมาใช้บริการที่ส่วนนี้ มีทั้งกิจกรรมทำรายได้สู่ศูนย์การค้า เช่น เปิดตัวสินค้า (Launching) ได้แก่ เปิดตัวรถรุ่นใหม่ของยี่ห้อต่างๆ หรืองานส่งเสริมประเพณี วัฒนธรรม เช่น เทศกาลปีใหม่ ตรุษจีน สงกรานต์ ลอยกระทง วาเลนไทน์ และคริสต์มาส ในลักษณะข้ามวัฒนธรรม แต่อาจเป็นกระแสโลกสากล เป็นต้น หรือบางครั้งการผสมผสานเทศกาลต่างๆ กับสินค้า เช่น เทศกาลหยุดหน้าร้อน มีการจัดชุดแฟชั่นโชว์ ชุดว่ายน้ำ รวมถึงการขายสินค้า โถงส่วนนี้ก็จะดัดแปลงเป็นชายหาด หรือทำทางเดินแฟชั่น เพื่อส่งเสริมกิจกรรมตามเทศกาล และวันหยุดให้กับศูนย์การค้าอื่นๆ ดังนั้นพื้นที่ส่วนนี้จะเป็นพื้นที่ซึ่งมีความยืดหยุ่นสูง ต่อการดัดแปลงไปใช้ประกอบกิจกรรมต่างๆ

2.2.6 บริเวณพักผ่อนหย่อนใจ

พื้นที่ส่วนใหญ่ภายในศูนย์การค้าหรือร้านค้า จะเจอะเจอะเจอเจอ แต่มีความจำเป็นที่ต้องมีบริเวณสงบ เงียบ มุมใด หรือที่ใดที่หนึ่งซึ่งแตกต่างจากบริเวณอื่นๆ ของศูนย์การค้าหรือร้านค้า ผู้คนที่ต้องการพักจากความเมื่อยล้า แล้วอาจจะเดินจับจ่ายต่อไป ซึ่งก็คือโอกาสที่ดีของศูนย์การค้าที่ให้ครึ่งผู้คนให้ใช้เวลาในศูนย์การค้ามากกว่าที่จะทำได้ บริเวณนี้อาจใช้เป็นที่พักพบ (Meeting Points หรือ Place to Meet) กับใครซักคนซึ่งแตกต่างจากบริเวณพบปะสังสรรค์ข้างต้น

2.2.7 สภาพทั่วไปของจังหวัดภูเก็ต

2.2.7.1 ที่ตั้งและขนาด

จังหวัดภูเก็ต เป็นจังหวัดในภาคใต้ตอนบนของประเทศไทย เป็นเกาะที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย มีเนื้อที่โดยรวม ประมาณ 543.3 ตาราง-กิโลเมตร หรือ ประมาณ 339,375 ไร่ ประกอบด้วยเกาะบริวาร จำนวน 32 เกาะ ตั้งอยู่ทางทิศตะวันตกของภาคใต้ หรือชายฝั่งทะเลอันดามัน มหาสมุทรอินเดีย ระหว่างละติจูดที่ 7 องศา 45 ลิปดา ถึง 8 องศา 15 ลิปดา เหนือ และลองจิจูดที่ 98 องศา 15 ลิปดา ถึง 98 องศา 40 ลิปดาตะวันออก ห่างจากกรุงเทพมหานคร ประมาณ ๘๖๗ กิโลเมตร ไปตามทางหลวงหมายเลข ๔ สายเพชรเกษม และทางหลวงหมายเลข ๔๐๒ สายโคกกลอย - ภูเก็ต

2.2.7.2 อาณาเขตติดต่อ

ภูเก็ตมีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดใกล้เคียงและทะเลอันดามัน ดังนี้

ทิศเหนือ ติดต่อกับ ช่องแคบปากพระ อำเภอตะกั่วทุ่ง จังหวัดพังงา

ทิศใต้ ติดต่อกับ ทะเลอันดามัน มหาสมุทรอินเดีย

ทิศตะวันออก ติดต่อกับ ทะเลอันดามัน เขตอำเภอเกาะยาว จังหวัดพังงา

ทิศตะวันตก ติดต่อกับ ทะเลอันดามัน มหาสมุทรอินเดีย

2.2.7.3 เขตการปกครอง

จังหวัดภูเก็ตได้จัดแบ่งเขตการปกครองออกเป็นอำเภอ ตำบล และหมู่บ้านดังนี้

- 1) อำเภอเมืองภูเก็ต มี ๘ ตำบล ๔๒ หมู่บ้าน
- 2) อำเภอกะทู้ มี ๓ ตำบล ๑๘ หมู่บ้าน
- 3) อำเภอถลาง มี ๖ ตำบล ๔๒ หมู่บ้าน

2.2.7.4 ลักษณะภูมิประเทศ

จังหวัดภูเก็ตมีลักษณะเป็นหมู่เกาะ วางตัวในแนวจากทิศเหนือไปทิศใต้ พื้นที่โดยรอบประกอบด้วย ภูเขา ทะเล และหาดทราย พื้นที่ส่วนใหญ่ประมาณ ร้อยละ 77 เป็นภูเขา มียอดเขาสูงที่สุด คือ ยอดเขาไม้เท้าสิบสอง สูงจากระดับน้ำทะเลปานกลาง 529 เมตร พื้นที่ประมาณ ร้อยละ 30 เป็นที่ราบอยู่ตอนกลางและตะวันออกของเกาะ พื้นที่ชายฝั่งด้านตะวันออกเป็นดินเลนและป่าชายเลน สำหรับฝั่งทะเลด้านตะวันตกเป็นภูเขาและหาดทรายที่สวยงาม

2.2.7.5 ลักษณะภูมิอากาศ

ภูมิอากาศของจังหวัดภูเก็ต มีลักษณะแบบเขตร้อนชื้น อยู่เขตอิทธิพลของลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้และลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ มีอากาศร้อนชื้นตลอดปี มี 2 ฤดูกาล คือ ฤดูฝน และฤดูร้อน แต่ละฤดูมีระยะเวลา ดังนี้

ฤดูฝน เริ่มตั้งแต่ เดือนเมษายน ถึง เดือนพฤศจิกายน

ฤดูร้อน เริ่มตั้งแต่ เดือนธันวาคม ถึง เดือนมีนาคม

2.2.7.6 ทรัพยากรธรรมชาติ

1) ทรัพยากรป่าไม้ประกอบด้วย พื้นที่ป่าทั่วไป และพื้นที่ป่าสงวนมีพื้นที่ป่าไม้ที่สำคัญ ได้แก่ ป่าสงวนแห่งชาติเขาโต๊ะแฉะ ป่าสงวนแห่งชาติเกาะโหลน ป่าสงวนแห่งชาติ ป่าเทือกเขากมลา ป่าสงวนแห่งชาติเกาะผี ป่าสงวนแห่งชาติคลองท่าเรือ ป่าสงวนแห่งชาติคลองบางชีเหล้า คลองท่าจีน

2) ทรัพยากรดินจากสภาพที่มีทะเลล้อมรอบ และมีเกาะบริวาร เกาะเล็ก เกาะน้อยหลายเกาะลักษณะดินจึงเป็นดินตะกอนและทรายที่น้ำทะเลพัดเข้ามาทับถมกันบริเวณปากอ่าว ด้านตะวันออกมีป่าไม้ชายเลนขึ้นปกคลุม ด้านทิศใต้ และตะวันตกของเกาะเป็นชายหาดทรายสวยงามเพราะเป็นทะเลเปิดติดต่อกับมหาสมุทรอินเดีย

2.2.7.7 ขนบธรรมเนียม

จังหวัดภูเก็ตในอดีตเจ้าถิ่นเดิม ได้แก่ เงาะซาไก และชาวน้ำ(ชาวเล หรือ ชาวไทยใหม่) ต่อมาได้มีชาวอินเดีย ชาวไทย และชาวจีน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นชาวจีนฮกเกี้ยนอพยพเข้ามา สำหรับชาวไทยได้มีการอพยพเข้ามาอาศัยมากขึ้นทำให้สามารถยึดครองภูเก็ตได้มากกว่าชาติอื่น และในที่สุดชาวไทยที่อาศัยอยู่ก็ได้นำเอาวัฒนธรรมของชาติต่าง ๆ มาปรับปรุงและดัดแปลงจนกระทั่งกลายเป็นเอกลักษณ์ของชาวภูเก็ตสืบเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน

2.2.7.8 ด้านสถาปัตยกรรมสถาปัตยกรรมของชาวภูเก็ตที่หลงเหลืออยู่ในปัจจุบัน ได้แก่ ที่อยู่อาศัย สถานที่ราชการ และวัดวาอาราม สำหรับที่อยู่อาศัยที่เป็นเอกลักษณ์ของชาวภูเก็ต สามารถแบ่งได้เป็นสถาปัตยกรรมแบบพื้นบ้าน สถาปัตยกรรมแบบจีน

2.2.7.9 ด้านประเพณีและวัฒนธรรม

จังหวัดภูเก็ต มีการจัดงานเทศกาลหรือประเพณีที่สำคัญเป็นประจำทุกปี อันได้แก่ งานท้าวเทพกระษัตรีท้าวศรีสุนทร ซึ่งตรงกับวันที่ 13 มีนาคม ในงานจะมีการบวงสรวงวีรสตรีทั้งสองท่านการจัดงานเฉลิมฉลอง และมีกิจกรรมต่าง ๆ มากมาย เพื่อเป็นการสดุดีวีรกรรมของท่านและรำลึกเหตุการณ์ประวัติศาสตร์ที่สองวีรสตรีสามารถปกป้องเมืองถลางให้รอดพ้นจากข้าศึกพม่า นอกจากประเพณีดังกล่าวแล้ว จังหวัดภูเก็ตยังมีประเพณี-วัฒนธรรมอื่น ๆ ที่เป็นเอกลักษณ์ของตัวเองอีกมากมาย อันได้แก่ การอุปสมบท และการแต่งงาน เป็นต้น

2.2.7.10 การอุปสมบท

ชาวภูเก็ตในปัจจุบันจะนิยมรวบรัดพิธีอุปสมบท โดยให้มีการ โคนมนาคในคอนเข่าคู่ของวันอุปสมบท และทำพิธีอุปสมบทในคอนสาย เมื่อเสร็จพิธีอุปสมบทในเวลาฉันทพลก็จะเลี้ยงภัตตาหารเพลพระภิกษุสงฆ์ในวัด เพื่อเป็นการฉลองพระภิกษุที่บวชใหม่ไปพร้อมกัน

2.2.7.11 การแต่งงาน

ชาวภูเก็ตรจะมีการผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมไทยและจีนร่วมกัน นั่นคือเมื่อมีการสู่ขอและกำหนดวันแต่งงานเรียบร้อยแล้ว ในตอนเช้าของวันแต่งงานเจ้าบ่าวจะแห่ขันหมากและของหมั้นต่าง ๆ มาบ้านเจ้าสาว พร้อมการจุดประทัดต้อนรับเจ้าบ่าว เมื่อมาถึงบ้านเจ้าสาว และเมื่อมีการหมั้นเจ้าสาวเรียบร้อยแล้ว เจ้าบ่าวและเจ้าสาวจะต้องไปสักการะเจ้าแม่กวนอิม(ปุดจ้อ) ณ ศาลเจ้าปุดจ้อ และไปไหว้หลวงพ่อเข้ม ณ วัดฉลอง เมื่อเสร็จพิธีดังกล่าวแล้วก็จะเป็นการเลี้ยงฉลองการแต่งงาน ซึ่งก่อนการเลี้ยงฉลองจะมีการเชิญญาติผู้ใหญ่ของทั้งสองฝ่ายรับการคารวะนำซาจากเจ้าสาวและเจ้าบ่าว เรียกว่า "ผั่งเต้" เมื่อเสร็จการเลี้ยงฉลองจะมีการส่งตัวเจ้าสาวเจ้าบ่าวเข้าเรือนหอตามประเพณีทั่วไป

2.2.7.12 วัฒนธรรมการรับประทานอาหาร

อาหารส่วนใหญ่ของชาวจังหวัดภูเก็ตจะเน้นไปทางด้านอาหารจีน ซึ่งมีลักษณะเฉพาะของจังหวัดภูเก็ตเอง นอกจากนี้ในการรับประทานอาหารเช้า ชาวจังหวัดภูเก็ตจะนิยมรับประทานเป็นขนม น้ำชา-กาแฟ หรือขนมจีน แทนการรับประทานข้าว อาหารที่มีลักษณะเฉพาะของชาวภูเก็ต ได้แก่ หมี่ฮกเกี้ยน หมี่หุ่นปลาฉาง หมี่สั่ว กาหรีไหมขวัญ โอวคั่วปอเป็ยะสด เสี่ยวโป๊ย โลบะขนมจีน น้ำซุบหย่า น้ำพริกกุ้งเสียบ และ แกงฟุงปลา เป็นต้น สำหรับขนมหวาน ได้แก่ โอเอ๋ว ตูโป๊ เกียมโก้ย และอาโป้ง ฯลฯ นอกจากนี้ภูเก็ตมีน้ำจิ้มมะม่วงที่เป็นลักษณะเฉพาะ คือ คล้ายน้ำปลาหวาน แต่ประกอบจากกะปิ น้ำตาล และซีอิ้วดำแทนน้ำปลา เรียกว่า เกลือเคย

2.2.7.13 ด้านการละเล่น

การละเล่นพื้นเมืองของจังหวัดภูเก็ต คือ ร่องเง็ง เป็นการละเล่น หรือ นาฏศิลป์ของชาวเล ที่มีการรำร่า และเดินรำด้วยการเคลื่อนไหวของมือ เท้า ลำตัว ที่สัมพันธ์และสอดคล้องกัน ด้วยทำนองและเนื้อร้องของเพลงตันโย ที่มีเครื่องดนตรี ไวโอลิน ฉิ่ง ฉับ และกรับไม้ เป็นส่วนประกอบสำคัญ สำหรับการแต่งกายในการละเล่น ร่องเง็ง นั้น ชาวเลผู้หญิงจะนุ่งผ้าปาเต๊ะ สวมเสื้อลูกไม้แขนยาวสีสันนวลนาค ซึ่งชุดที่ใช้สวมใส่จะมีลักษณะคล้ายชุดยอหย่า

2.2.8 พฤติกรรมของผู้ใช้บริการและผู้ให้บริการ

ผู้ใช้อาคารมีความแตกต่างกันในความต่อเนื่องของการใช้หรือของการประกอบกิจกรรม โดยแยกผู้ใช้เป็นกลุ่มผู้ใช้ประจำและกลุ่มผู้ใช้ชั่วคราวตามบทบาทหน้าที่ของบุคคล ผู้ใช้อาคารยังมีความแตกต่างกันในสถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ ในรายละเอียดโครงการจึงอาจแยกกลุ่มผู้ใช้ตามความจำเป็นที่จะให้เป็นข่าวสารแก่ผู้ออกแบบ

2.2.8.1 กลุ่มผู้ใช้ตามความต่อเนื่องของการใช้ อาจกำหนดคกลุ่มผู้ใช้ประจำและกลุ่มผู้ใช้ชั่วคราวให้ชัดเจน กลุ่มผู้ใช้ทั้งสองมีบทบาทในการประกอบกิจกรรมต่างกันจึงมีความสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมกายภาพและสภาพแวดล้อมสังคมต่างกัน

1) กลุ่มผู้ใช้ประจำ เป็นกลุ่มผู้ใช้ที่ใช้อาคารตามบทบาทในหน้าที่ในชีวิตประจำวัน จึงเป็นกลุ่มผู้ใช้ที่มีความสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมกายภาพและสภาพแวดล้อมสังคมในช่วงระยะเวลาต่อเนื่องกันนานและค่อนข้างสม่ำเสมอ กลุ่มผู้ใช้ประจำมักมีพื้นที่ใช้สอยประจำของแต่ละบุคคล ซึ่งหมายถึงการมีอาณาเขตครอบครอง (Territoriality) ในพื้นที่สำหรับประกอบกิจกรรมในชีวิตประจำวัน เป็นที่ซึ่งบุคคลอื่นไม่อาจเข้าไปใช้โดยไม่ได้รับอนุญาตก่อน กลุ่มผู้ใช้ประจำนอกจากจะมีพื้นที่ใช้สอยประจำของตนเองแล้ว ยังจำเป็นต้องมีปัจจัยต่าง ๆ เช่น อุปกรณ์และเครื่องเรือนในการประกอบกิจกรรม รวมทั้งความร่วมมือกับบุคคลอื่น ๆ พื้นที่ใช้สอยและปัจจัยที่เกี่ยวข้องจะกระจายอยู่ในพื้นที่ส่วนต่าง ๆ ของอาคารตามความเหมาะสมกับลักษณะกิจกรรม ผู้ใช้ประจำเป็นองค์ประกอบสำคัญของกิจกรรม จึงจำเป็นต้องกำหนดกลุ่มผู้ใช้ประจำต่าง ๆ พร้อมทั้งจำนวนไว้ในรายละเอียดโครงการ

2) กลุ่มผู้ใช้ชั่วคราว เป็นกลุ่มที่ผู้ใช้อาคารเป็นครั้งคราวและในช่วงระยะเวลาอันสั้น ตามบทบาทเฉพาะของบุคคลซึ่งเป็นไปตามความจำเป็นในการใช้อาคารในขณะนั้นกลุ่มผู้ใช้ชั่วคราวนี้ไม่ได้มีพื้นที่ใช้สอยประจำของแต่ละบุคคลในลักษณะการครอบครองอย่างถาวรหรือค่อนข้างถาวร แต่มีการใช้ในลักษณะชั่วคราว จึงมีความสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมกายภาพและสภาพแวดล้อมสังคมในลักษณะชั่วคราวด้วย กลุ่มผู้ใช้ชั่วคราวจะกระจายอยู่ในพื้นที่ส่วนต่าง ๆ ของอาคารที่กำหนดไว้เพียงบางส่วนของอาคาร กล่าวคือ มักเป็นส่วนสาธารณะหรือกึ่งสาธารณะ ผู้ใช้ชั่วคราวมักไม่อาจล่วงล้ำเข้าไปในอาณาเขตครอบครองของผู้ใช้ประจำ

3) กลุ่มผู้สังเกต นอกจากกลุ่มผู้ใช้ประจำและกลุ่มผู้ใช้ชั่วคราวดังกล่าวข้างต้นแล้ว ยังมีผู้ใช้อีกกลุ่มหนึ่งที่เป็นเพียงผู้สังเกตหรือผู้รับรู้สภาพแวดล้อม โดยที่ไม่ได้เข้าร่วมกิจกรรมภายในขอบเขตสภาพแวดล้อมของโครงการดังเช่นกลุ่มผู้ใช้ประจำและกลุ่มผู้ใช้ชั่วคราว กลุ่มผู้สังเกตนี้ ได้แก่ ผู้ที่เดินผ่านไปมา และรวมทั้งผู้ที่อาศัยอยู่ในบริเวณข้างเคียงที่รับผลกระทบจากโครงการผ่านการรับรู้สิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจาโครงการ โดยอาจผ่านการรับรู้ทางด้านการมองเห็น การได้ยิน การได้กลิ่น การได้รับความร้อน ฯลฯ

2.2.8.2 กลุ่มผู้ใช้ตามสถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ กลุ่มผู้ใช้แต่ละกลุ่มตามสภาพความต่อเนื่องของการใช้ ยังอาจมีความแตกต่างกันในสถานภาพมูลฐานทางสังคมและเศรษฐกิจ กล่าวคือกลุ่มผู้ใช้ต่างๆ อาจมีความแตกต่างกัน เช่น อายุ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ฯลฯ ข้อมูลดังกล่าวมีความจำเป็นและมีผลกระทบต่องานออกแบบโดยตรง การคำนึงถึงสถานภาพมูลฐานทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้ใช้ ช่วยช่วยให้สามารถออกแบบให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้ จึงจำเป็นต้องกำหนดรายละเอียดเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ใช้ดังกล่าวไว้ในรายละเอียดโครงการ

นอกจากนี้ ยังจำเป็นต้องกำหนดสถานภาพทางสังคมตามตำแหน่งหน้าที่การงานสำหรับผู้ใช้ประจำ กลุ่มผู้ใช้ที่แตกต่างกันในสถานภาพดังกล่าวจะมีบทบาทต่างกัน และย่อมรวมไปถึงการมีกิจกรรมต่างกันในพื้นที่ใช้สอยต่างๆ ตามภาระหน้าที่ และต้องการขนาดพื้นที่อุปกรณ์และ

การจัดพื้นที่ใช้สอยแตกต่างกัน การกำหนดรายละเอียดของสถานภาพทางสังคมจะชี้ให้เห็นถึงความต้องการในด้านต่างๆ ที่ต่างกัน ซึ่งเป็นข้อพิจารณาที่จะช่วยให้สามารถออกแบบให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มผู้ใช้ต่างๆ ได้

2.2.9 ความต้องการพื้นที่ใช้สอย

2.2.9.1 ขนาด ในรายละเอียดโครงการเพื่อการออกแบบ มักกำหนดขนาดของพื้นที่ใช้สอยต่างๆ ไว้เสมอ แม้ว่าอาจไม่ได้กำหนดรายละเอียดอื่นๆ เกี่ยวกับพื้นที่ใช้สอยอย่างเช่น รูปร่างของพื้นที่ การจัดภายใน หรือแม้แต่ความสัมพันธ์ระหว่างพื้นที่ใช้สอย ฯลฯ ขนาดต้องสอดคล้องกับตัวแปรสมรรถนะในด้านความจุ หรือกับการตอบสนองกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง การกำหนดขนาดของพื้นที่ใช้สอยย่อยๆ ย่อมทำให้ทราบขนาดของพื้นที่รวมของอาคาร นั่นคือ ทำให้ทราบขนาดของโครงการ ซึ่งเป็นผลรวมของพื้นที่ใช้สอยย่อยๆ ที่จำเป็นต่อโครงการ

1) ขนาดของพื้นที่ใช้สอยเฉพาะและพื้นที่ใช้สอยรวม สำหรับพื้นที่ใช้สอยไม่ว่าจะเป็นพื้นที่ใช้สอยเฉพาะ หรือพื้นที่ใช้สอยรวมเช่น พื้นที่ห้องโถงหรือทางเดิน โดยทั่วไปมักกำหนดขนาดได้จากเกณฑ์มาตรฐานที่เกี่ยวข้องหรือที่เหมาะสม

สำหรับกรณีที่ไม่อาจยึดถือมาตรฐานใดๆ หรือยังไม่มีมาตรฐานกำหนดไว้ หรือในกรณีที่ต้องการจะกำหนดขนาดพื้นที่ใช้สอยขึ้นเองย่อมกระทำได้จากการศึกษาอาคารตัวอย่างประเภทเดียวกันหรือจากอาคารเดิมแต่ทั้งนี้ต้องศึกษาจากอาคารที่มีความสำคัญในระดับเดียวกัน

2) ขนาดของพื้นที่ชั้นอาคารทั่วไป ในการกำหนดขนาดของพื้นที่ใช้สอยเฉพาะนั้นบางครั้งอาจเกี่ยวข้องกับขนาดที่เหมาะสมสำหรับพื้นที่ใช้สอยแต่ละชั้นของอาคาร ขนาดของพื้นที่ที่เหมาะสมของชั้นอาคารทั่วไป (Typical floor) กำหนดได้จากข้อพิจารณาหลายประการ นอกจากนี้ขนาดของพื้นที่ชั้นอาคารที่ใหญ่ที่สุดที่จะกำหนดขึ้น ยังเกี่ยวข้องกับการคลุมพื้นที่ของที่ดิน อาคารที่มีขนาดของพื้นที่ชั้นใหญ่มากย่อมปกคลุมที่ดินไว้มาก จึงจะมีผลกระทบต่อขนาดของที่ว่างที่ควรเว้นไว้ และอาจมีผลกระทบต่อการขยายตัวในอนาคตของโครงการได้

2.2.9.2 รูปร่าง ในรายละเอียดโครงการเพื่อการออกแบบ อาจกำหนดรูปร่างของพื้นที่ใช้สอยต่างๆ และรวมทั้งรูปร่างของพื้นที่ชั้นอาคารทั่วไปซึ่งเกี่ยวข้องไปถึงรูปทรงของอาคารด้วยในรายละเอียดของโครงการเพื่อการออกแบบ โดยทั่วไป มักไม่ได้กำหนดรูปร่างของพื้นที่ไว้ เพราะถือว่าเป็นตัวแปรออกแบบซึ่งผู้ออกแบบมีบทบาทในการกำหนดโดยตรง สำหรับรูปร่างของพื้นที่ใช้สอยย่อยๆ นั้น ต้องเป็นไปตามความจำเป็นทางหน้าที่ใช้สอย รูปร่างต้องสอดคล้องกับกิจกรรมที่เกิดขึ้น ลักษณะของกิจกรรมจะเป็นตัวกำหนดรูปร่างของพื้นที่

2.2.9.3 ตำแหน่ง การกำหนดตำแหน่งพื้นที่ใช้สอย คือ การกำหนดความสัมพันธ์ระหว่างพื้นที่ใช้สอยต่างๆ นั่นเอง พื้นที่ใช้สอยต่างๆ บางพื้นที่จำเป็นต้องอยู่ติดกัน บางพื้นที่จำเป็นต้องอยู่ใกล้กันพอสมควร หรือว่าควรอยู่ห่างไกลกัน หรือว่าพื้นที่ใช้สอยหนึ่งอยู่ภายใน

พื้นที่ใช้สอยหนึ่ง ความสัมพันธ์ระหว่างพื้นที่ใช้สอยต่างๆ ดังกล่าวเป็นตัวกำหนดการจัดรวมกลุ่มของพื้นที่ใช้สอยต่างๆ ทั้งนี้โดยเป็นไปตามความสัมพันธ์ทางหน้าที่ใช้สอยและตามความต้องการสนองตอบต่อกิจกรรมต่างๆ ที่จำเป็นต้องเกิดขึ้นตามโครงการ หรือเป็นไปตามความต้องการเฉพาะในการไม่ก่อให้เกิดการรบกวนต่อกัน ฯลฯ พื้นที่ใช้สอยต่างๆ ที่มีกิจกรรมร่วมกันหรือเกี่ยวข้องกันอย่างใกล้ชิด มักจำเป็นต้องจัดไว้รวมกลุ่มกัน และจัดให้มีทางติดต่อถึงกันอย่างเหมาะสม รายละเอียดความสัมพันธ์ระหว่างพื้นที่ใช้สอยต่างๆ มักมีความซับซ้อนมากและจะต้องสะท้อนมาจากความสัมพันธ์ทางกิจกรรม

2.2.9.4 การจัดภายใน การจัดภายในย่อมต้องสัมพันธ์กับขนาด รูปร่าง และตำแหน่งของพื้นที่ใช้สอยตลอดจนระบบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับกายภาพและการใช้สอย คือในการกำหนดการจัดส่วนภายในพื้นที่ใช้สอยต่างๆ ย่อมจะต้องกำหนดขนาดของพื้นที่ใช้สอย รูปร่างของพื้นที่ใช้สอยและทางติดต่อกับพื้นที่ใช้สอยข้างเคียงไปพร้อมๆ กันด้วย และพร้อมกันนี้จำเป็นต้องให้สอดคล้องกับระบบโครงสร้างของอาคาร ระบบการประสานทางพิภคสำหรับวัสดุก่อสร้างต่างๆ และครุภัณฑ์ที่ใช้ และกับระบบบริการการใช้สอยต่างๆ เช่น ระบบไฟฟ้า (ตำแหน่งปลั๊กๆ ไฟและดวงโคม) ระบบปรับอากาศ (ตำแหน่งหัวจ่ายลม) ฯลฯ ความสอดคล้องสัมพันธ์กันขององค์ประกอบต่างๆ เหล่านี้เป็นสิ่งจำเป็นเพื่อความประหยัดในการก่อสร้างและประสิทธิภาพสูงสุดในการใช้สอย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง สำหรับพื้นที่ที่ต้องการความยืดหยุ่น มีความคล่องตัวในการจัดสูง

2.2.9.5 การขยายตัวในอนาคต โครงการที่สมบูรณ์ มักกำหนดรายละเอียดเกี่ยวกับการขยายตัวในอนาคตของพื้นที่ใช้สอยหลักๆ ซึ่งคาดว่าจะมีการขยายตัวเพื่อสนองความต้องการของตลาดภายในระยะเวลาที่คาดไว้ สำหรับโครงการที่จะมีการขยายตัว ให้กำหนดรายละเอียดไว้มากที่สุดเท่าที่เป็นไปได้ ซึ่งอย่างน้อยที่สุดต้องกำหนดพื้นที่ใช้สอยที่จะมีการต่อเติม และขนาดของพื้นที่โดยประมาณ และอาจรวมไปถึงทิศทางในทางตั้ง หรือทางบน บน ทั้งนี้การต่อเติมพื้นที่ใช้สอยในอนาคตควรมีความสัมพันธ์กันและมีผลกระทบต่อสภาพทางกายภาพที่จะให้ทำการออกแบบ ดังนั้นในรายละเอียดเนื้อหาด้านอาคารในส่วนพื้นที่ใช้สอย จึงให้ระบุพื้นที่ที่จะมีการต่อเติมพร้อมทั้งรายละเอียดตามความเหมาะสม มิฉะนั้น ผู้ออกแบบมักไม่ได้ออกแบบเตรียมไว้สำหรับการต่อเติมในอนาคต

2.2.9.6 ลักษณะความสัมพันธ์ทางด้านความใกล้ชิดของพื้นที่ใช้สอย

- 1) พื้นที่ใช้สอยหนึ่งต้องอยู่ติดกับอีกพื้นที่ใช้สอยหนึ่ง โดยที่มีการติดต่อกันอย่างสะดวกที่สุด เช่น ห้องนอนกับห้องน้ำ (นอกห้องนอน) ห้องจัดเลี้ยงกับห้องครัว ฯลฯ
- 2) พื้นที่ใช้สอยหนึ่งต้องอยู่ใกล้กับอีกพื้นที่ใช้สอยหนึ่ง เพราะว่าต่างก็มีความสัมพันธ์ทางกิจกรรมกับพื้นที่ใช้สอยร่วม เช่น ห้องนอน 2 ห้องที่มีห้องน้ำอยู่ตรงกลาง ห้องจัดเลี้ยงกับภัตตาคารที่บริการได้จากห้องครัวใหญ่ในอาคารโรงแรม

- 3) พื้นที่ใช้สอยหนึ่งอยู่ภายในอีกพื้นที่ใช้สอยหนึ่ง โดยที่การเข้าสู่พื้นที่แรกต้องผ่านพื้นที่หลังเช่นห้องน้ำที่เข้าได้เฉพาะจากห้องนอนใหญ่
- 4) พื้นที่ใช้สอยหนึ่งอยู่ห่างจากอีกพื้นที่ใช้สอยหนึ่ง แต่สามารถติดต่อกันได้โดยทางเดินเชื่อมระหว่างพื้นที่ทั้งสองนั้น เช่น ระหว่างโรงพิมพ์กับแผนกทำเพลต ระหว่างห้องสมุดกับห้องเรียน ฯลฯ
- 5) พื้นที่ใช้สอยหนึ่งอยู่ห่างจากอีกพื้นที่หนึ่งให้มากที่สุดเพื่อไม่ให้มีการรบกวนต่อกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการรบกวนกันทางเสียง เช่น ระหว่างโรงฝึกงานกับห้องบรรยาย ฯลฯ

ในรายละเอียดโครงการเพื่อการออกแบบ มักมีข้อสรุปเกี่ยวกับระบบกายภาพของพื้นที่ใช้สอยต่างๆ พร้อมด้วยรายละเอียดที่เกี่ยวข้องดังนี้

- 1) พื้นที่ใช้สอยต่างๆ ของอาคารและขนาดของพื้นที่ใช้สอยแต่ละส่วน
- 2) รายละเอียดต่างๆ ของแต่ละพื้นที่ที่จำเป็นต้องกำหนดไว้ เช่น อุปกรณ์ ครุภัณฑ์ และการจัดเพื่อการใช้งาน ความต้องการระบบควบคุมสถานะแวดล้อม ได้แก่ระบบไฟฟ้า แสงสว่าง ปรับอากาศ รวมทั้งระบบสุขาภิบาล และระบบสนับสนุนอื่นๆ ความต้องการเฉพาะตามเกณฑ์ความสบาย ความต้องการทางทัศนภาพ ทางโสตการ ความต้องการทางด้านความปลอดภัย ฯลฯ
- 3) ความสัมพันธ์ระหว่างพื้นที่ใช้สอยต่างๆ

2.3 อาคารตัวอย่าง

2.3.1 งานเมืองแห่งภูมิปัญญาไทย Otop City (กรณีระหว่างวันที่ 21 – 28 ธันวาคม 2546) ณ ศูนย์แสดงสินค้า อิมแพ็ค เมืองทองธานี จังหวัด นนทบุรี

2.3.1.1 ความเป็นมาของโครงการ

ด้วยคณะอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์และคณะดำเนินงานเมืองแห่งภูมิปัญญาไทย (Otop City) ได้กำหนดจัดงานเมืองแห่งภูมิปัญญาไทยเพื่อจัดแสดงและจำหน่ายสินค้า หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่ได้รับการคัดสรรให้เป็นสุดยอด Otop ไทยในระดับภาคและกรุงเทพมหานครในระดับ 3-5 ดาว และเพื่อนำเสนอวิถีชีวิตความเป็นไทยที่สามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพพร้อมก้าวไกลสู่สากล ระหว่างวันที่ 21 – 28 ธันวาคม 2546 รวม 8 วัน ณ ศูนย์แสดงสินค้าเมืองทองธานี จังหวัดนนทบุรี

2.3.1.2 แนวคิด

แสดงวิถีชีวิตที่อุดมสมบูรณ์ไปด้วยทรัพยากร และเต็มเปี่ยมไปด้วยภูมิปัญญาอันทรงคุณค่าความเป็นไทยที่พร้อมก้าวสู่สากล

2.3.1.3 วัตถุประสงค์

- หนึ่งผลิตภัณฑ์
- 1) แสดงพลังความสำเร็จของการดำเนินงานตามโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์
 - 2) เพิ่มช่องทางการตลาดสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ สร้างรายได้ให้กับชุมชนและสร้างอาชีพใหม่แก่ผู้สนใจ
 - 3) จัดแสดง เผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ และจำหน่ายสินค้า ที่ผ่านกระบวนการจัดสรร ระดับ 3-5 ดาว ทุกภูมิภาคและกรุงเทพมหานคร
 - 4) นำเสนอความเป็นไทย และเชื่อมโยงภูมิปัญญาไทยกับกระบวนการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์
 - 5) เสริมสร้างการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน ในรูปของพหุภาคี ในการดำเนินงานตามโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

2.3.1.4 กิจกรรมหลักที่สำคัญ

- 1) การจำหน่ายสินค้า หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์
- 2) การเจรจาและพัฒนาธุรกิจ (Merchandise)
- 3) การสัมมนาแลกเปลี่ยนเรียนรู้และอบรมอาชีพระยะสั้น (Coaching & Learning & Short Course Taining)
- 4) การจัดแสดงและสาธิตกระบวนการผลิต (Display & Demonstration)
- 5) เทศกาลอาหาร ของดี 75 จังหวัดและกรุงเทพมหานครและครัวไทยสู่โลก (Food Festival)
- 6) การแสดงศิลปวัฒนธรรมและบันเทิง (Entertainment)

2.3.1.5 สถานที่ดำเนินการ

- ศูนย์แสดงสินค้านานาชาติอิมแพ็ค เมืองทองธานี จังหวัดนนทบุรี ดังนี้
- 1) การจำหน่ายสินค้าบริเวณ Hall 1-8 และ Hall 10
 - 2) การจัดแสดงและสาธิตกระบวนการผลิต บริเวณ Hall 1-8
 - 3) การเจรจาและพัฒนาธุรกิจ บริเวณ Hall 9
 - 4) การสัมมนาและแลกเปลี่ยนเรียนรู้และอบรมอาชีพระยะสั้น บริเวณ Hall 9
 - 5) กองอำนวยการ บริเวณ Hall 2 และ Meeting room 1
 - 6) Press Center บริเวณ Meeting room 10
 - 7) พิธีเปิดงาน บริเวณห้องแกรนด์โคมอนด์ บอลรูม
 - 8) หน่วยรักษาพยาบาล บริเวณ Lobby Hall 2 หน้า Hall 10
 - 9) หน่วยรักษาความปลอดภัย บริเวณ Lobby Hall 2 Meeting room 1
 - 10) เวทีการแสดงภายนอก บริเวณลานจอดรถ B2 B3
 - 11) เทศกาลอาหาร ของดี 75 จังหวัดและกรุงเทพมหานครและครัวไทยสู่โลก (Food Festival) บริเวณลานจอดรถ A1 B1 C1

12) ภาพยนตร์ 3 มิติ (ก้านันทเพทกับ OTOP) บริเวณ Meeting room 3

13) Hall of Fame บริเวณลาน Concourse

14) OTOP Avenue บริเวณ Hall 9

2.3.1.6 การจัดร้านเพื่อแสดงและจำหน่ายสินค้า

โดยในแต่ละบูธจำหน่ายสินค้า มีขนาด 3 x 3 เมตร จำนวนทั้งหมด 3,100 บูธ ได้จัดประเภทสินค้าที่นำมาจำหน่ายออกเป็น 4 โซนดังนี้

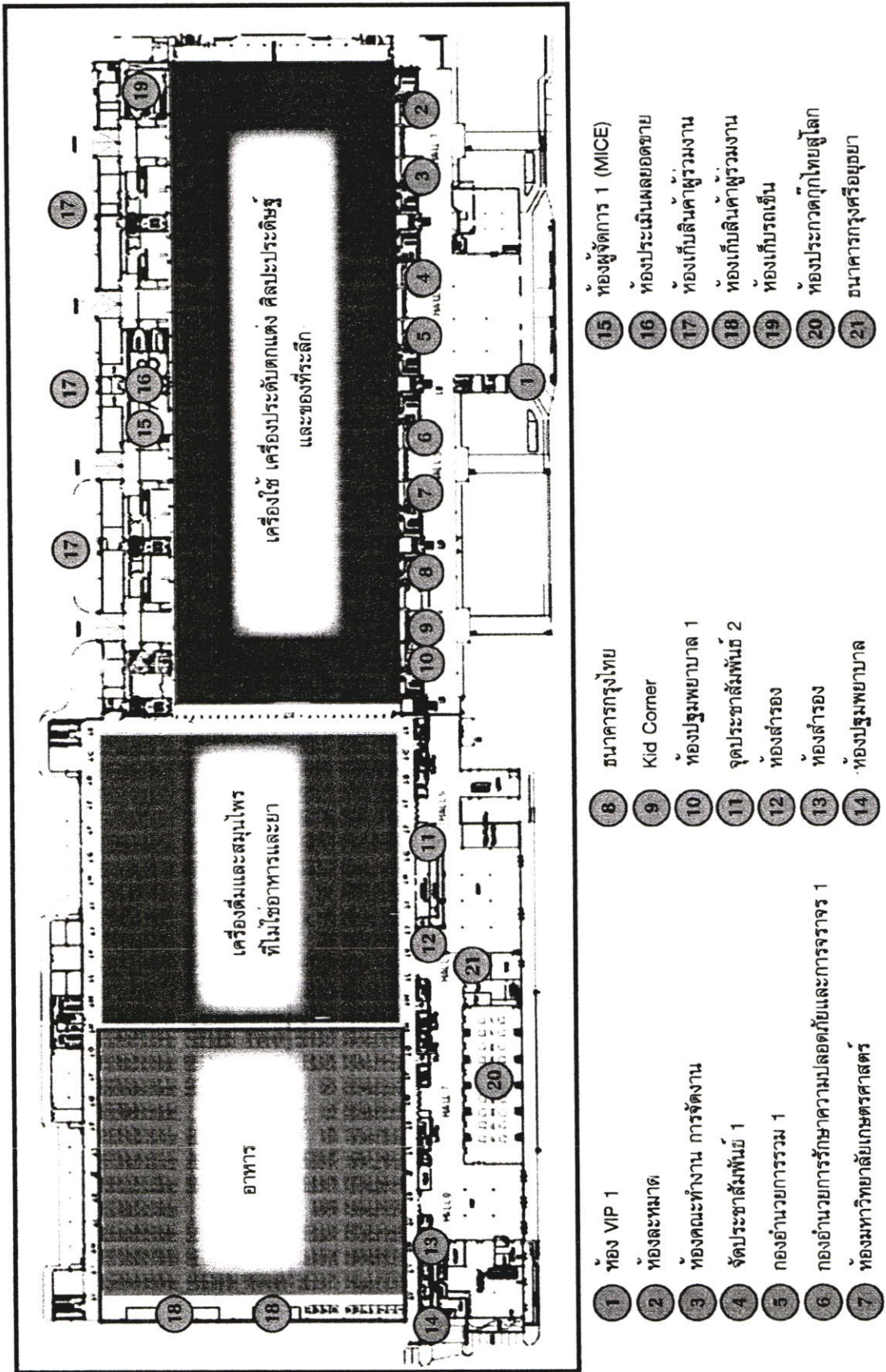
- 1) Hall 1-4 โซนศิลปประดิษฐ์ของที่ระลึก เครื่องใช้ เครื่องประดับ ตกแต่ง จำนวน 1,073 กลุ่ม/ผู้ประกอบการ
- 2) Hall 5-6 โซนเครื่องคั้มและสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารและยา จำนวน 463 กลุ่ม/ผู้ประกอบการ
- 3) Hall 7-8 โซนอาหาร จำนวน 745 กลุ่ม/ผู้ประกอบการ
- 4) Hall 10 โซนผ้าและเครื่องแต่งกาย จำนวน 733 กลุ่ม/ผู้ประกอบการ

2.3.1.5 ก่อสร้างตกแต่งคูหา

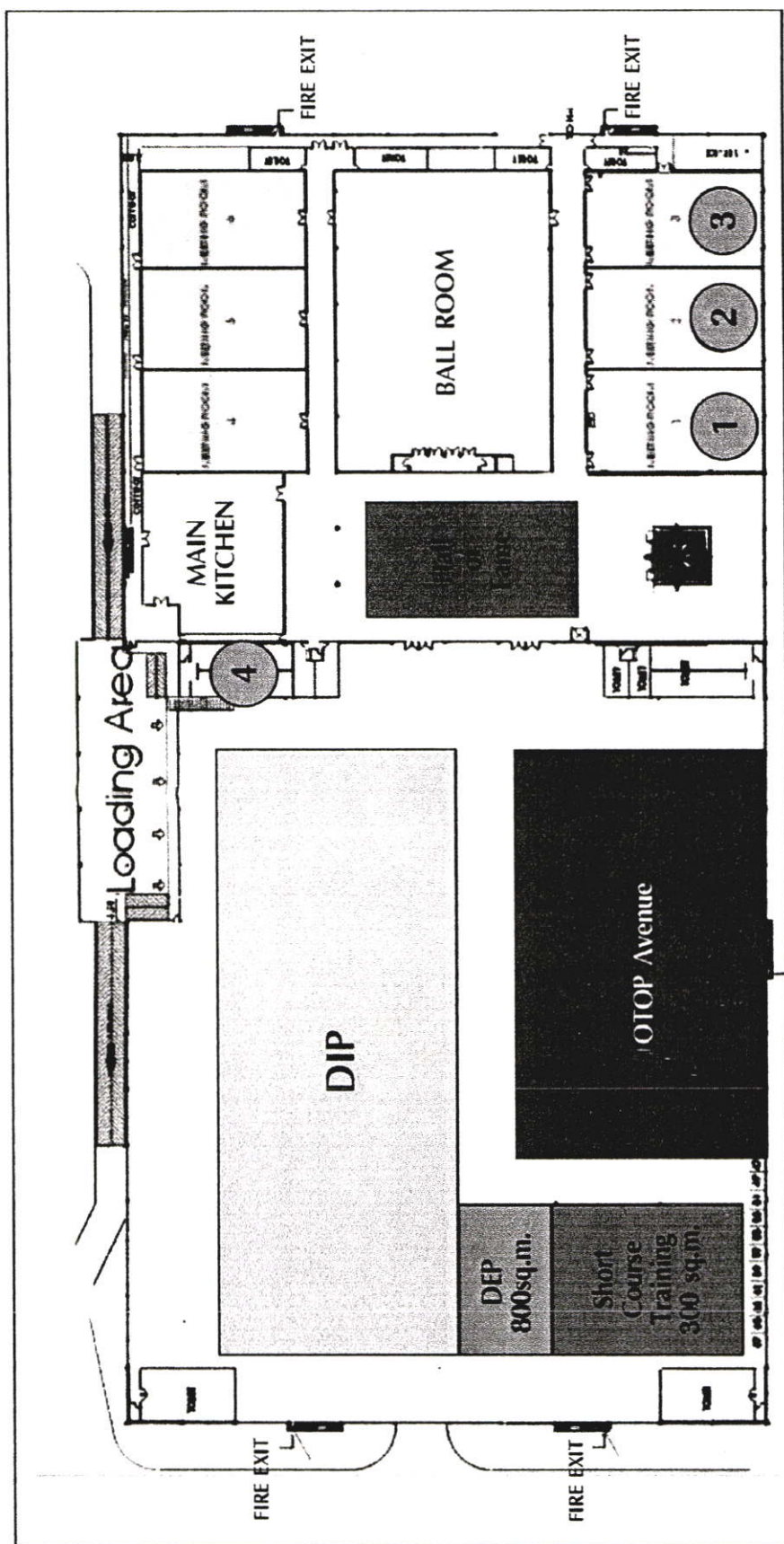
- 1) ผนังโครงสร้าง System สูง 2.50 เมตร
- 2) ป้ายชื่อจังหวัด ,โต๊ะประชาสัมพันธ์ 1 ตัวและเก้าอี้ 2 ตัว ,ราวแขวนสินค้า 1 ราว สำหรับสินค้าประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย ,ชั้นวางสินค้า 1 ตัว สำหรับสินค้าประเภทเครื่องใช้ เครื่องประดับตกแต่งศิลปประดิษฐ์และของที่ระลึก สินค้าประเภทเครื่องคั้มและสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารและยา และสินค้าประเภทอาหาร ,หลอดฟลูออเรสเซนต์ 2 หลอด,พรมในคูหา ,ถังขยะ 1 ใบ

2.3.1.6 การประเมินผล

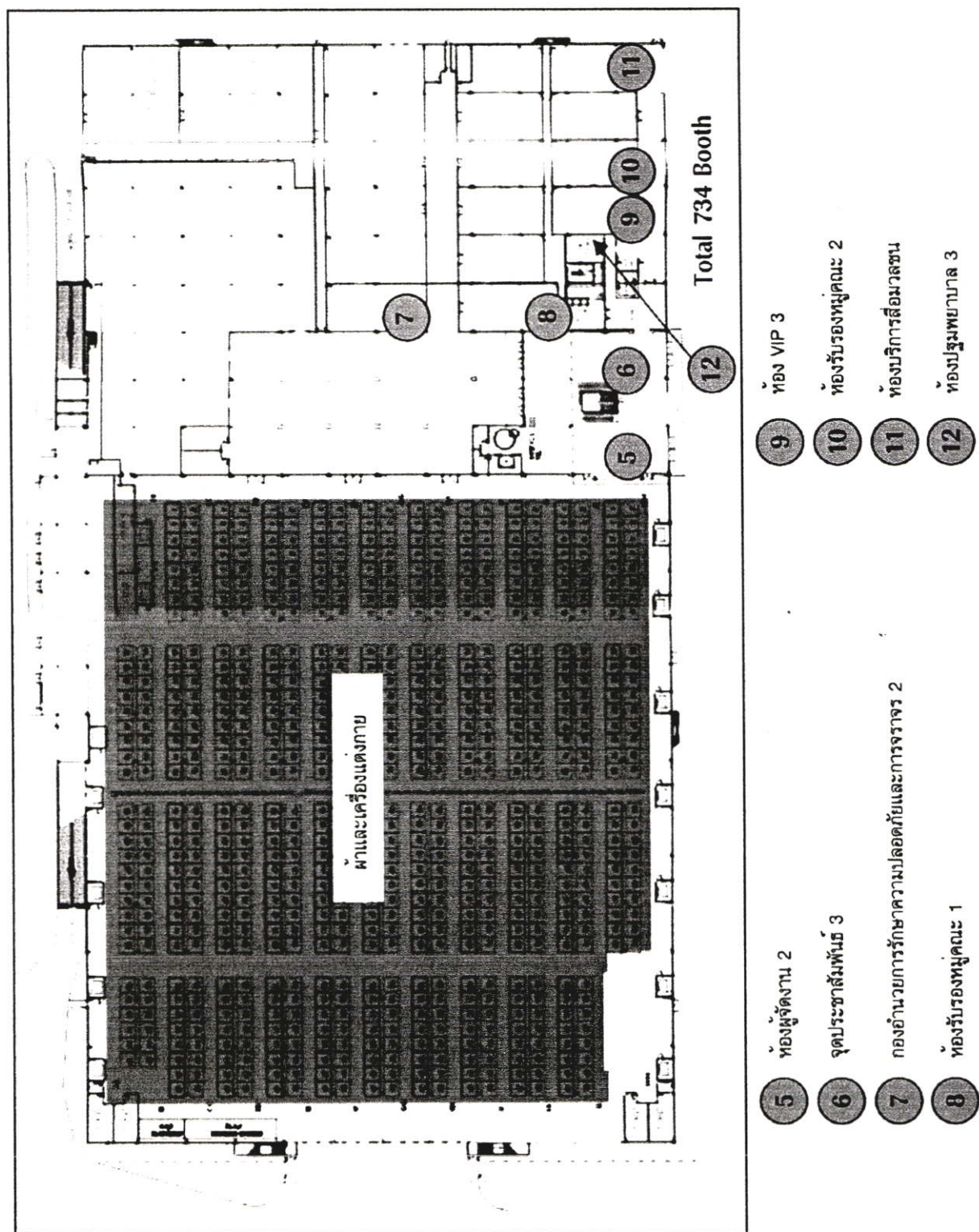
ผู้ใช้โครงการ ได้แก่ ผู้เข้าชมงานและร่วมกิจกรรมในงาน และผู้ผลิต/ผู้ประกอบการซึ่งมาร่วมออกบูธและจัดกิจกรรมต่างๆ ซึ่งคาดว่าจะมีจำนวนประมาณ 500,000 คน หรือเฉลี่ยวันละ 45,000 คน



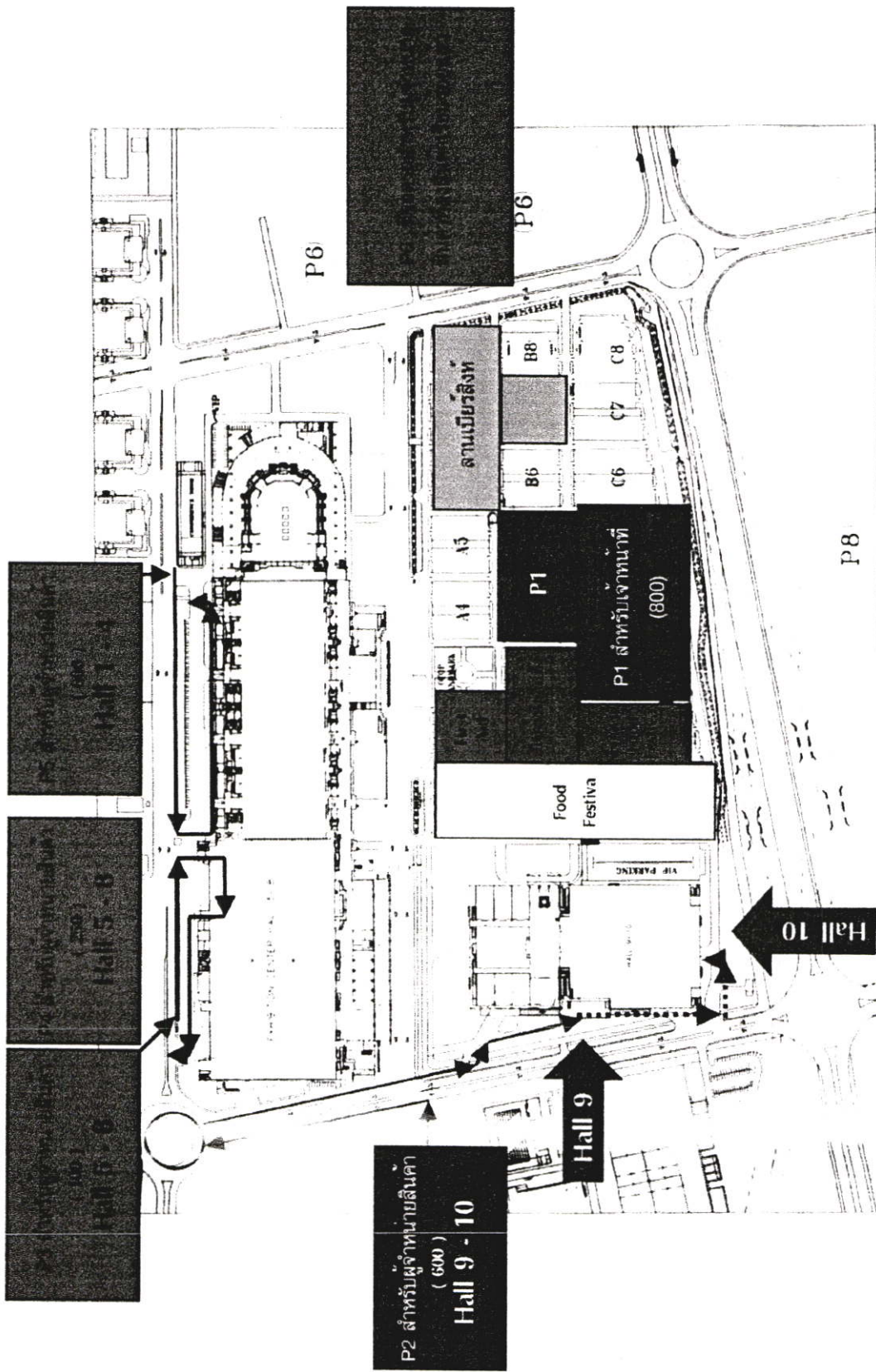
ภาพที่ 2.46 แสดงแผนผังแสดงตำแหน่งที่ตั้งต่างๆ ใน Hall 1-8



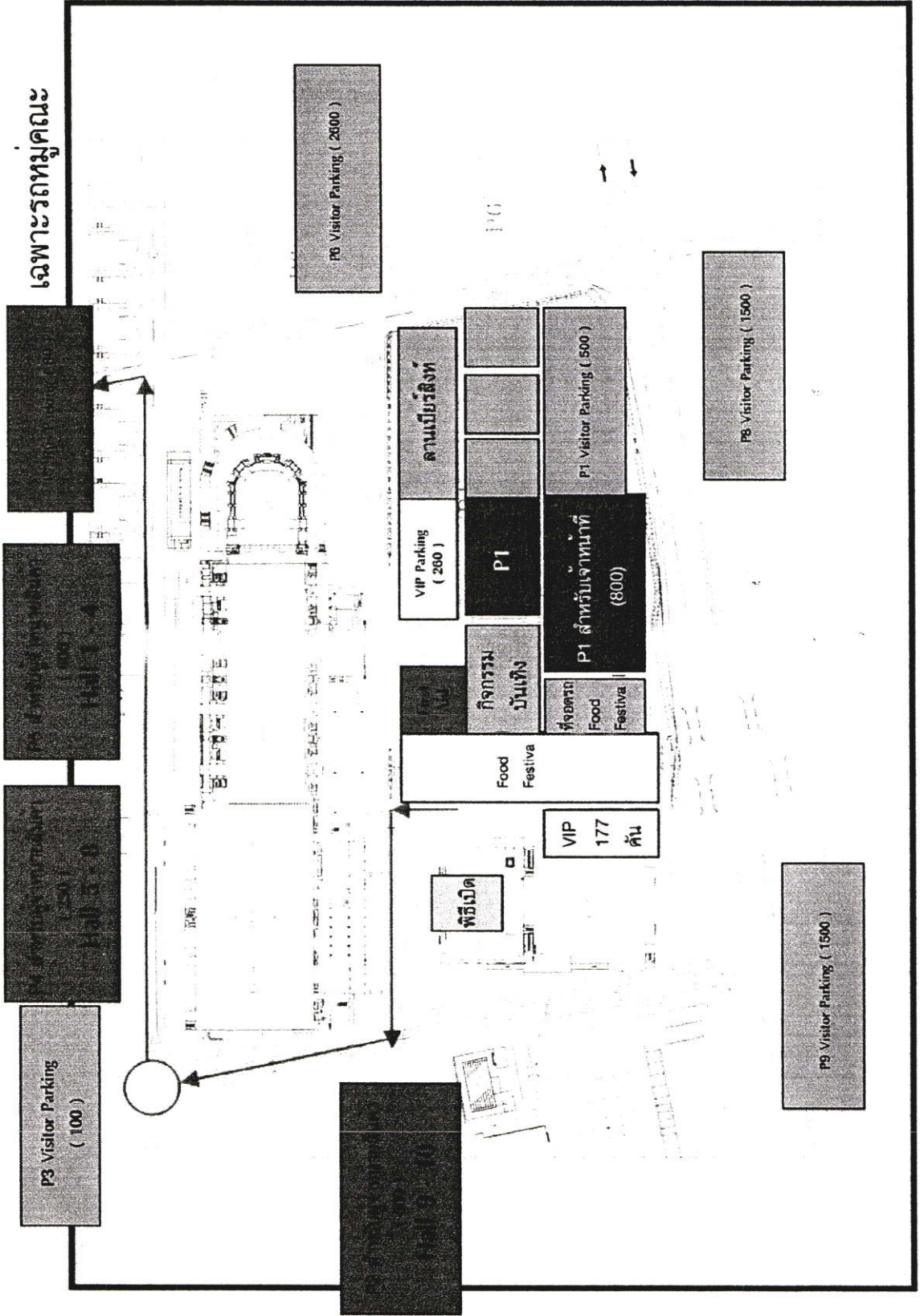
ภาพที่ 2.47 แสดงแผนผังแสดงตำแหน่งห้องต่างๆ ใน Hall 9



ภาพที่ 2.48 แสดงผังแสดงตำแหน่งห้องต่างๆ ใน Hall 10



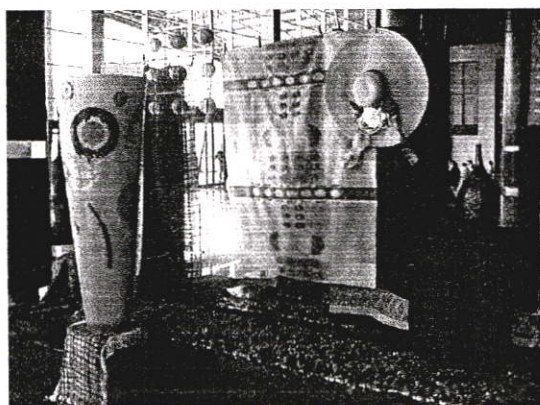
ภาพที่ 2.49 แสดงแผนผังแสดงตำแหน่งที่จอดรถสำหรับผู้จำหน่ายสินค้าวันที่ 20 ธ.ค. 2546



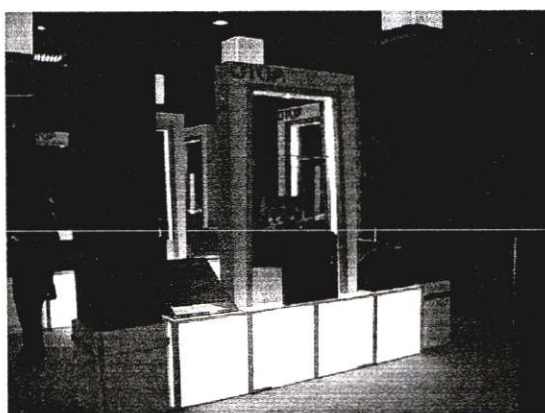
ภาพที่ 2.50 แสดงแผนผังแสดงตำแหน่งที่จอดรถสำหรับผู้จำหน่ายสินค้าวันที่ 21-28 ธ.ค. 2546



ภาพที่ 2.51 แสดงส่วนทางเข้างาน Otop City



ภาพที่ 2.52 แสดงการจัดแสดงสินค้า หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของงาน Otop City



ภาพที่ 2.53 แสดงการจัดแสดงสินค้า หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของงาน Otop City



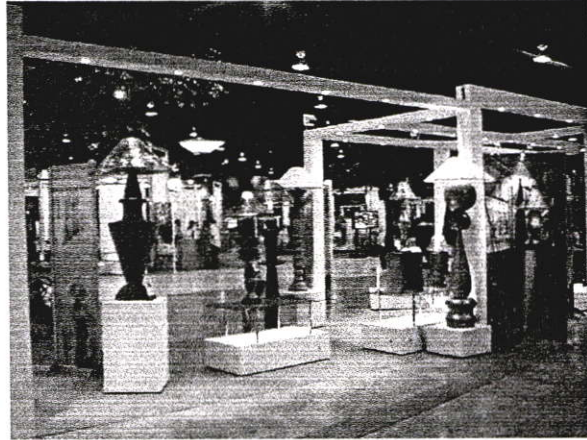
ภาพที่ 2.54 แสดงการจัดแสดงสินค้า หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของงาน Otop City



ภาพที่ 2.55 แสดงการจัดแสดงสินค้า หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของงาน Otop City



ภาพที่ 2.56 แสดงการจัดแสดงสินค้า หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของงาน Otop City



ภาพที่ 2.57 แสดงการจัดแสดงสินค้า หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของงาน Otop City

2.3.2 ศูนย์ศิลปาชีพบางไทร

2.3.2.1 ความเป็นมาของโครงการ

สมเด็จพระนางเจ้า พระบรมราชินีนาถทรงโปรดเกล้าให้จัดตั้งมูลนิธิส่งเสริมศิลปาชีพพิเศษ เมื่อวันที่ ๒๑ กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๒๑ เพื่อช่วยเหลือราษฎรในต่างจังหวัดให้ได้มีอาชีพเสริม มีรายได้เพิ่มขึ้น ได้ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์และเพื่อช่วยยกระดับความเป็นอยู่ให้ดีขึ้น อีกทั้งยังเป็นการอนุรักษ์มรดกแห่งศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านซึ่งใช้สอยอยู่ในชีวิตประจำวัน โดยจัดตั้งขึ้นในเขตที่ดินปฏิรูปเพื่อการเกษตรกรรมตำบลช้างใหญ่ อำเภอบางไทร มีเนื้อที่ประมาณ 1,000 ไร่



ภาพที่ 2.58 แสดงทัศนียภาพภายนอกของศูนย์ศิลปาชีพบางไทร

2.3.2.2 ลักษณะทางสถาปัตยกรรม

ภายในบริเวณ โครงการ มีสถานที่ที่น่าสนใจ ดังนี้

- 1) ศูนย์แสดงผลงานและจำหน่ายสินค้าซึ่งเป็นผลผลิตจากสมาชิกในศูนย์
- 2) โรงงานผลิตงานหัตถกรรมพื้นบ้านและงานช่างฝีมืออื่นๆ
- 3) หมู่บ้านศิลปาชีพจำลอง เป็นการจำลองบรรยากาศบ้านเรือนและวิถีชีวิตของ

ชาวชนบททั่วไทยแบ่งเป็นเรือนไทย 4 ภาค คือ

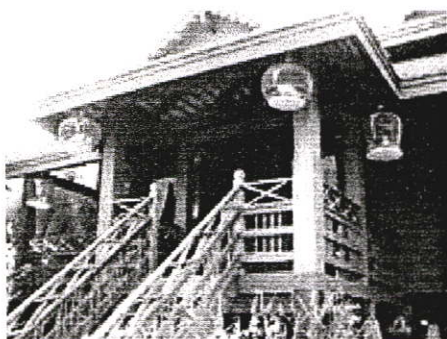
- เรือนไทยภาคเหนือ
- เรือนไทยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
- เรือนไทยภาคกลาง
- เรือนไทยภาคใต้



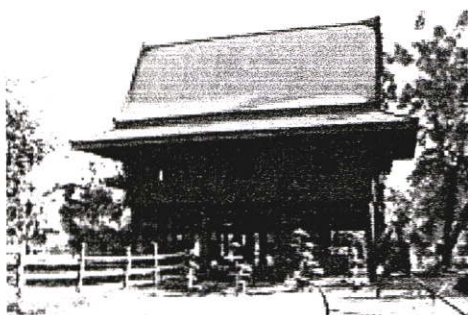
ภาพที่ 2.59 แสดงหมู่บ้านศิลปาชีพจำลองภาคเหนือ



ภาพที่ 2.60 แสดงหมู่บ้านศิลปาชีพจำลองภาคอีสาน



ภาพที่ 2.61 แสดงหมู่บ้านศิลปาชีพจำลองภาคใต้



ภาพที่ 2.62 แสดงหมู่บ้านศิลปาชีพจำลองภาคกลาง

4) สวนนก
 5) วังมัจฉา
 6) บริเวณอื่นๆ เช่น สวนพักผ่อน ทำน้ำ โรงอาหารและร้านค้าของที่ระลึกเป็นต้น
 การจัด Landscape โดยการใช้ไม้เป็นส่วนช่วยบ่งบอกถึงวิถีชีวิต ศูนย์ศิลปาชีพนี้ มุ่งฝึก
 อาชีพเกี่ยวกับงานศิลปหัตถกรรมต่างๆ วิชาที่สอนให้แก่เกษตรกรได้แก่

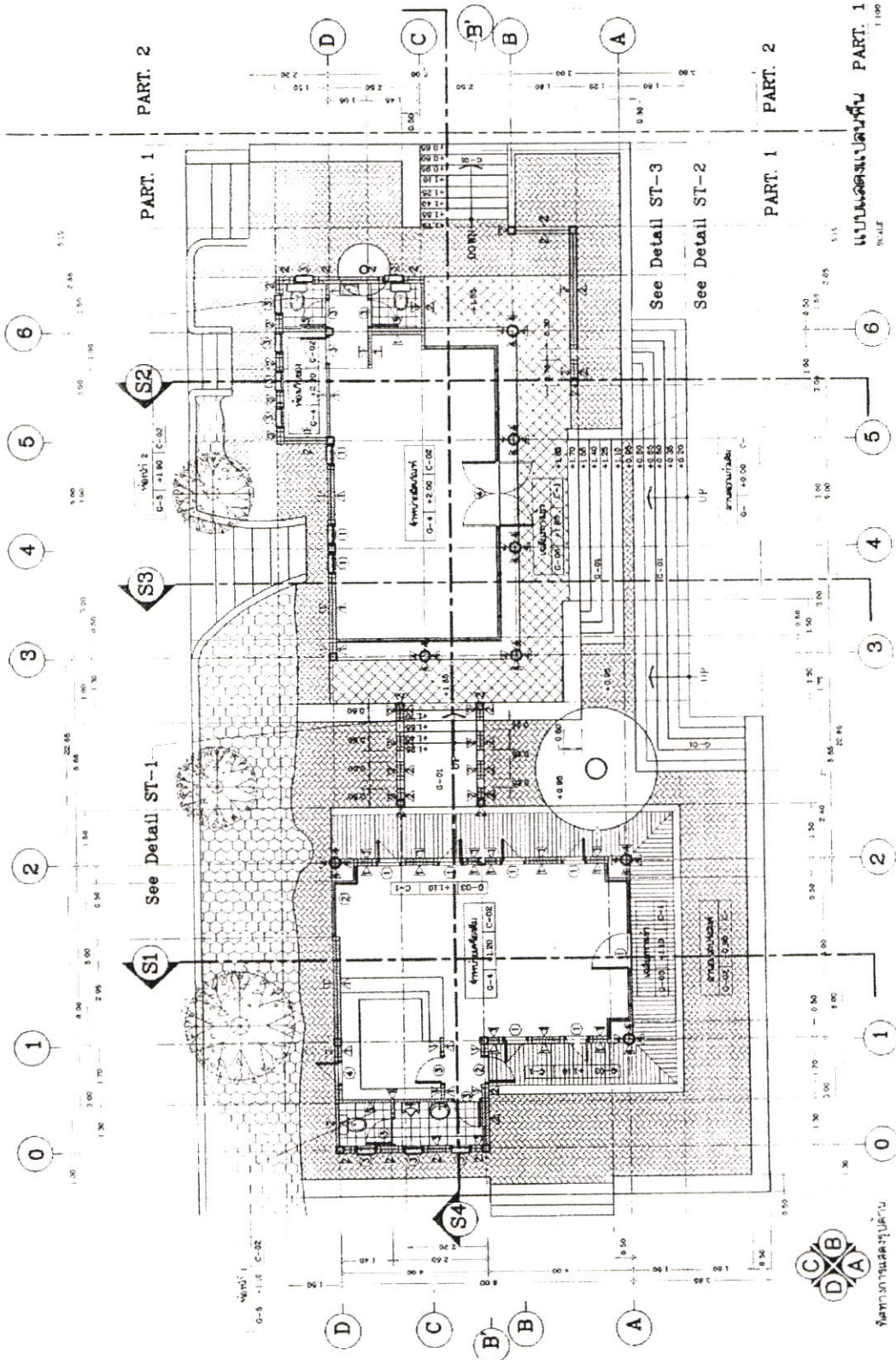
- 1) การประดิษฐ์ผลิตภัณฑ์จากเส้นใยพืช
- 2) การแกะสลัก
- 3) การจักสาน
- 4) การทำตุ๊กตา
- 5) การทำดอกไม้ประดิษฐ์
- 6) การทำเครื่องเขียน
- 7) การทอผ้า ผลิตภัณฑ์จากผ้า การย้อมสี
- 8) ช่างเชื่อมและเครื่องเคลือบดินเผา

2.3.3 ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์พื้นเมือง จังหวัดสงขลา

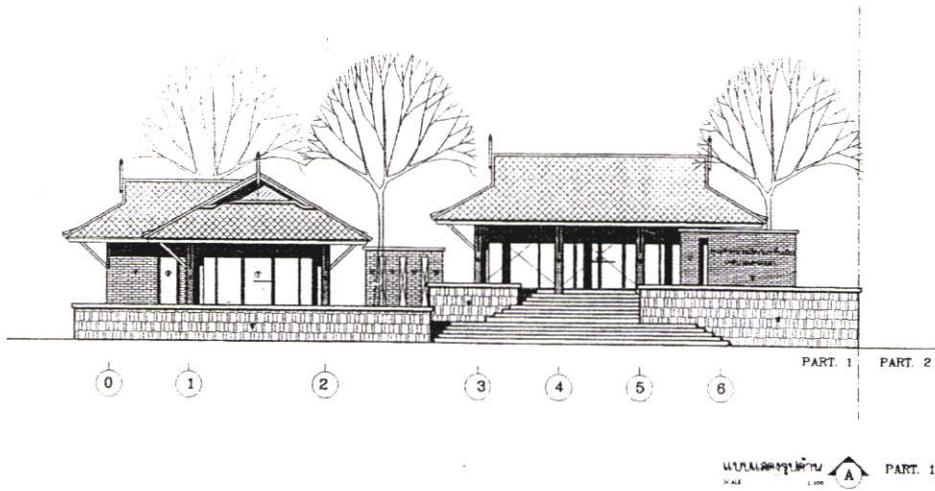
ที่ตั้ง	ถนนราชดำเนินนอก ตำบลบ่อยาง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา
ปีที่ก่อสร้าง	แล้วเสร็จ 2546
สถาปนิก	ชายแดน เสดียร ประสิทธิ์ ทวีวิทย์ชาคริยะ
วิศวกร	วีระ อินทรกุล
เจ้าของโครงการ	สำนักงานเทศบาลนครสงขลา
พื้นที่ใช้สอยอาคาร	
1) พื้นที่จำหน่ายเครื่องดื่ม	
2) พื้นที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์	
3) พื้นที่ลานอเนกประสงค์	
4) พื้นที่เก็บของ	
5) พื้นที่โถงอเนกประสงค์	
6) พื้นที่ศาลาพักผ่อน	
7) พื้นที่ลานดอกแก้ว	
8) ห้องน้ำ	



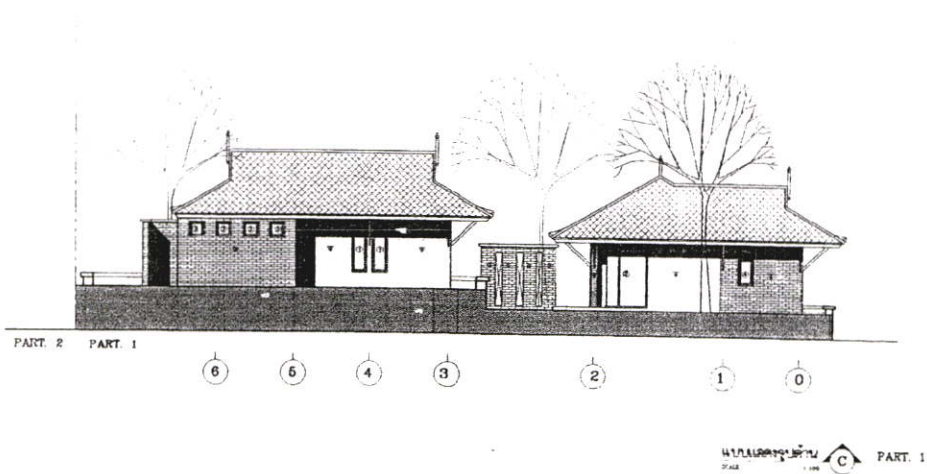
ภาพที่ 2.63 แสดงศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์พื้นเมืองจังหวัดสงขลา



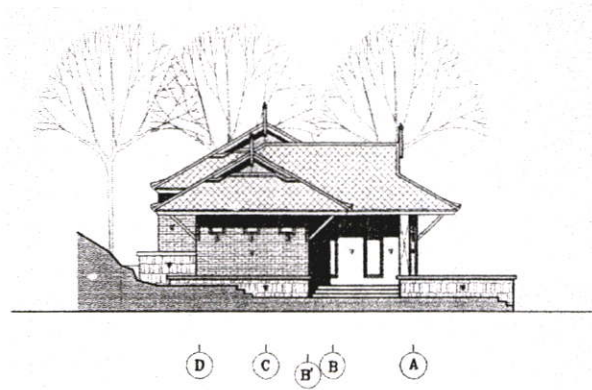
ภาพที่ 2.64 แสดงแปลนพื้นชั้นล่างของศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์พื้นเมือง จังหวัดสงขลา



ภาพที่ 2.65 แสดงรูปด้าน A ของศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์พื้นเมือง จังหวัดสงขลา



ภาพที่ 2.66 แสดงรูปด้าน C ของศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์พื้นเมือง จังหวัดสงขลา



ภาพที่ 2.67 แสดงรูปด้าน B ของศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์พื้นเมือง จังหวัดสงขลา



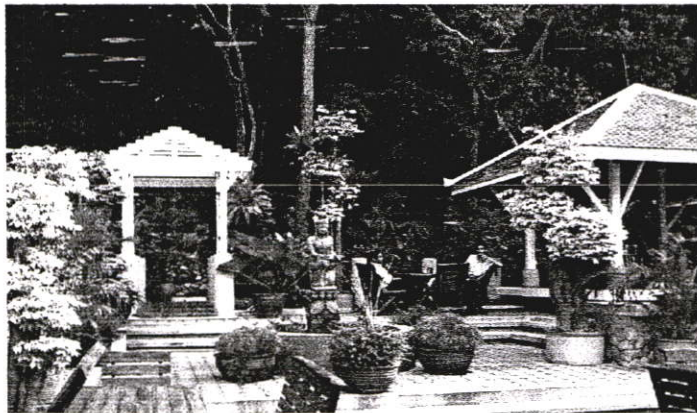
ภาพที่ 2.68 แสดงรูปด้าน D ของศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์พื้นเมือง จังหวัดสงขลา



ภาพที่ 2.69 แสดงรูปด้านหน้าของศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์พื้นเมือง จังหวัดสงขลา



ภาพที่ 2.70 แสดงรูปทางเข้าของศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์พื้นเมือง จังหวัดสงขลา



ภาพที่ 2.71 แสดงบริเวณภายนอกของศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์พื้นเมือง จังหวัดสงขลา

2.4 ศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.4.1 แนวโน้มของสถาปัตยกรรมเชิงธุรกิจ

กอบกุล อินทรวจิตรและคณะ (2536 : 379) ได้ทำวิจัยเรื่องแนวโน้มของสถาปัตยกรรมเชิงธุรกิจ โดยมีผลของการวิจัยคือ สถาปนิกโดยรวมมีความเห็นร่วมที่ชัดเจนมากต่อประเด็นที่ว่างานสถาปัตยกรรมในอนาคตมีแนวโน้มที่จะเป็นไปในเชิงธุรกิจมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะในยุคอาคารขนาดใหญ่ และงานออกแบบส่วนใหญ่เป็นเพียงการตอบสนองกลไกทางธุรกิจ ทั้งนี้ ย่อมหมายความว่าสถาปนิกมีข้อจำกัดมากขึ้นในงานออกแบบ เพราะนอกจากการคำนึงถึงประโยชน์ใช้สอย ความมั่นคงปลอดภัย และด้านสุนทรียภาพของอาคารแล้วสถาปนิกยังมีบทบาทต่อหรือต้องเกี่ยวข้องกับผลประโยชน์ทางธุรกิจหรือกำไร ของเจ้าของโครงการด้วย เจ้าของโครงการในฐานะผู้ลงทุนเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการกำหนดแนวทางการออกแบบให้สถาปนิกผู้รับจ้างทำการออกแบบ และสถาปนิกจะทำการออกแบบได้ก็ต่อเมื่อมีผู้จ้างให้ออกแบบ (ยกเว้นในกรณีจ้างตัวเองในโครงการที่สถาปนิกเป็นผู้ร่วมพัฒนาหรือร่วมลงทุน) กล่าวได้ว่า อาจจำเป็นต้องเพิ่มเกณฑ์การประเมินคุณค่าอาคารอีก 1 ประการจากที่วิทรูเวียสได้กำหนดไว้ 3 ประการ เกณฑ์ที่เพิ่มขึ้นนี้คือความสามารถในการทำกำไร นอกเหนือจากความสะดวกสบาย ความมั่นคงแข็งแรง และความงาม

อย่างไรก็ตาม สถาปนิกก็มีความคิดเห็นร่วมที่ชัดเจนพอสมควร สถาปนิกจะสามารถสร้างสรรค์งานสถาปัตยกรรมให้มีคุณค่ายิ่งขึ้น เนื่องจากว่านักลงทุนในปัจจุบันมีการศึกษามากขึ้น มีความสนใจศิลปวัฒนธรรมมากขึ้น และยินดีที่จะลงทุนมากขึ้น สถาปนิกเห็นพ้องกันมากกว่าสถาปนิกมีแนวโน้มที่จะทำงานสถาปัตยกรรมในลักษณะที่เป็นวิชาชีพมากขึ้น

2.4.2 เรือนไทยภาคใต้ (กรณีศึกษาเรือนไทยพุทธ)

มนิ พิสุทธิรัตนานนท์ และศรีน มณีโชติ (2535 : 108) ได้ทำวิจัยเรื่องเรือนไทยภาคใต้ (กรณีศึกษาเรือนไทยพุทธ) โดยสรุปผลของการวิจัยคือ เรือนไทยภาคใต้ (กรณีศึกษาเรือนไทยพุทธ) มีช่วงการคลี่คลายพัฒนามาเป็นเวลายาวนานจากสิ่งปลูกสร้างที่เป็นที่อยู่อาศัยของชนพื้นเมืองในยุคแรกเริ่มตั้งหลักแหล่งชุมชนผสมผสานเข้ากับลักษณะรูปแบบที่พักอาศัยของบรรพบุรุษไทยภาคใต้โบราณที่ขยายตัวจากชุมชนที่ราบ ไปตามลุ่มน้ำและที่ดอน (โคกและควน) ทำให้ได้ลักษณะทั่วไปของสิ่งปลูกสร้าง (เรือน) เป็นแบบยกพื้นสูง ในระบบการปลูกสร้างแบบเสาและคานารับแรง ส่วนมากเป็นเรือนแบบสองและสามช่วงเสา มีดินเสา หลังคาทรงจั่วแหลมเพื่อให้น้ำฝนไหลลงสะดวกและแห้งเร็วแบบเรือนไทยเครื่องผูกทั่วไป สามารถปลูกสร้างต่อเติมได้และนิยมให้พื้นเรือนต่างระดับกัน ต่อมามีการพัฒนามาเป็นเรือนเครื่องสับ มีการแปรรูปวัสดุปลูกสร้างและรู้จักใช้วัสดุชนิดใหม่มาเป็นเครื่องกัน เครื่องมุง ลักษณะหลังคาทรงจั่วแหลมคลี่คลายพัฒนาไปเป็นทรงปั้นหยา บลานอ และแบบผสมผสาน โดยได้รับอิทธิพลจากต่างถิ่นพร้อมๆ กัน ไปด้วยกับการพัฒนาเครื่องมือ

เครื่องใช้เชิงช่าง ทรัพยากรพื้นดินจึงถูกนำมาแปรรูปให้ได้ขนาดตามความต้องการ มากขึ้น มีความมั่นคง แข็งแรง มากขึ้น อาคารเรือนไทยภาคใต้มีรูปแบบและลักษณะสัมพันธ์สอดคล้องกับสภาพภูมิประเทศ และภูมิอากาศ และความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรที่สะดวกต่อการเลือกสรรมาใช้เป็นวัสดุปลูกสร้าง เรือนไทยภาคใต้มีลักษณะคติพัฒนาไปตามช่วงเวลา ได้ลักษณะที่เด่นชัดอยู่ 2 แบบคือ

- (1) เรือนไทยภาคใต้แบบคั้งเคิม
- (2) เรือนไทยภาคใต้แบบชุกหลัง
- (3) เรือนไทยภาคใต้ที่มีลักษณะแบบผสมผสาน

เรือนไทยภาคใต้เท่าที่พบเห็นมากจะเป็นแบบที่ 2 และแบบที่ 3 ส่วนแบบที่ 1 พอมจะมีหลงเหลือให้เห็นอยู่บ้าง แต่อยู่ในสภาพทรุดโทรมและไม่มีคนอยู่อาศัย

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องแนวความคิดในการออกแบบศูนย์แสดงและจำหน่ายสินค้าชุมชนหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ภาคใต้ จังหวัดภูเก็ต ผู้วิจัยทำการศึกษาจากการใช้แบบสอบถาม เพื่อนำผลที่ได้จากการวิจัยมาเป็นแนวความคิดในการออกแบบศูนย์แสดงและจำหน่ายสินค้าชุมชนหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ภาคใต้ จังหวัดภูเก็ต โดยผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนในการทำวิจัยดังนี้

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากร ประชากรที่ใช้ในการทำวิจัยครั้งนี้ได้แก่ ผู้ที่เข้ามาใช้อาคารของสถานที่จำหน่ายสินค้าชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ของจังหวัดภูเก็ต จังหวัดสุราษฎร์ธานี และจังหวัดสงขลา ได้แก่ ผู้จำหน่ายสินค้าชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ และนักท่องเที่ยวซึ่งมีจำนวนดังนี้

(1) จังหวัดภูเก็ต

- นักท่องเที่ยว	1,120 คน / สัปดาห์
- ผู้จำหน่ายสินค้า	12 คน

(2) จังหวัดสุราษฎร์ธานี

- นักท่องเที่ยว	1,050 คน / สัปดาห์
- ผู้จำหน่ายสินค้า	14 คน

(3) จังหวัดสงขลา

- นักท่องเที่ยว	378 คน / สัปดาห์
- ผู้จำหน่ายสินค้า	6 คน

รวมทั้งหมดได้จำนวนประชากรคือ นักท่องเที่ยวจำนวน 2,548 คน และผู้จำหน่ายสินค้าชุมชนจำนวน 3 คน

3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากจำนวนประชากรทั้งหมดโดยใช้ค่าการสุ่มตัวอย่างจากตารางสำเร็จรูปของ Yamane ตามความคาดเคลื่อน + 10% ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างคือ นักท่องเที่ยวจำนวน 96 คน และผู้จำหน่ายสินค้าชุมชนจำนวน 3 คน และนำขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ได้มาเทียบบัญญัติไครยางค์ตามสัดส่วนได้ดังตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว และผู้จำหน่ายสินค้า ของสถานที่จำหน่ายสินค้าชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดภูเก็ต สุราษฎร์ธานี และสงขลา ซึ่งเป็นพื้นที่ ศึกษาของผู้วิจัย

จังหวัด	ผู้จำหน่ายสินค้าชุมชน (ประชากร)	นักท่องเที่ยว	
		ประชากร/สัปดาห์	กลุ่มตัวอย่าง
1. ภูเก็ต	12	1,120	42
2. สุราษฎร์ธานี	14	1,050	40
3. สงขลา	6	378	14
รวม	32	2,548	96

ผู้จำหน่ายสินค้าชุมชนผู้วิจัยศึกษาจากจำนวนประชากรทั้งหมด

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.2.1 ลักษณะของเครื่องมือ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถามความคิดเห็น สำหรับ นักท่องเที่ยว และผู้จำหน่ายสินค้าชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

3.2.2 การสร้างเครื่องมือ

3.2.2.1 ศึกษาขอบเขตเนื้อหาสาระที่เกี่ยวข้องกับ พฤติกรรมและความต้องการพื้นที่ ใช้สอย ศึกษาทฤษฎีเกี่ยวกับสถาปัตยกรรมจากหนังสือที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

3.2.2.2 ผู้วิจัยได้สร้าง แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ แบบสำรวจ โดยสร้างให้ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และครอบคลุมเนื้อหาสาระ ซึ่งมีรายละเอียดในการทำเครื่องมือดังนี้

แบบสอบถาม แบ่งเป็น 2 ชุด

แบบสอบถามชุดที่ 1 เป็นแบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยว ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย โดยแบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 พฤติกรรมผู้ที่คาดว่าจะใช้ศูนย์แสดงและจำหน่ายสินค้าชุมชนหนึ่งตำบลหนึ่ง ผลิตภัณฑ์ จังหวัดภูเก็ต

ตอนที่ 3 เป็นความต้องการขององค์ประกอบภายในและภายนอกอาคารสถานที่จำหน่าย สินค้าชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

แบบสอบถามชุดที่ 2 เป็นแบบสอบถามสำหรับพนักงานผู้จำหน่ายสินค้าที่เป็นกลุ่ม ตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย โดยแบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 พฤติกรรมผู้ที่คาดว่าจะใช้ศูนย์แสดงและจำหน่ายสินค้าชุมชนหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดภูเก็ต

ตอนที่ 3 เป็นความต้องการขององค์ประกอบภายในและภายนอกอาคารสถานที่จำหน่ายสินค้าชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

แบบสำรวจ เป็นแบบสำรวจสถานที่จำหน่ายสินค้าชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของจังหวัดภูเก็ต จังหวัดสุราษฎร์ธานี และจังหวัดภูเก็ต โดยมีประเด็นในการสำรวจดังนี้

- 1) องค์ประกอบอาคาร
- 2) การจัดพื้นที่ใช้สอยและกิจกรรมภายในอาคาร
- 3) ลักษณะเด่นและรูปแบบทางสถาปัตยกรรมของอาคาร

แบบสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลจากสถาปนิกผู้ออกแบบศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดสงขลา และเจ้าหน้าที่หน่วยงานที่รับผิดชอบโครงการ โดยมีประเด็นในการสัมภาษณ์ดังนี้

- 1) แนวโน้มของอาคารศูนย์แสดงและจำหน่ายสินค้าชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ภาคใต้ จังหวัดภูเก็ต ในอนาคตควรจะเป็นอย่างไร และประกอบไปด้วยพื้นที่ใช้สอยอะไรบ้าง
- 2) รูปแบบของสถาปัตยกรรมของอาคารศูนย์แสดงและจำหน่ายสินค้าชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ภาคใต้ จังหวัดภูเก็ต ควรจะเป็นอย่างไร

3.2.3 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

3.2.3.1 เมื่อสร้างเครื่องมือเสร็จแล้ว ผู้วิจัยได้ให้อาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์และอาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ร่วมตรวจสอบความถูกต้อง ก่อนนำไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบอีกครั้งหนึ่ง

3.2.3.2 เมื่อปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถาม/แบบสัมภาษณ์/แบบสำรวจแล้วผู้วิจัยนำไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจพิจารณาตรวจสอบความถูกต้องและความเที่ยงตรงของเนื้อหา โดยมีผู้ทรงคุณวุฒิดังรายชื่อต่อไปนี้

- | | |
|---------------------------------|---|
| 1) นายเนบ สินทอง | เจ้าหน้าที่บริหารงานพัฒนาชุมชนระดับ 7
รักษาการแทนพัฒนาการจังหวัดภูเก็ต (เลขานุกรม อนุกรรมการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดภูเก็ต) |
| 2) นายประสิทธิ์ ทวีวิทย์ชาคริยะ | หัวหน้างานสถาปนิก สำนักกองช่าง
เทศ บาดนครสงขลา |

3) นายศุภา ชูติมานันท์ นักวิชาการ ส่งเสริมการเกษตร 7 ว.

สำนักพัฒนาเกษตรกร กรมส่งเสริมการเกษตร

3.2.3.3 ผู้วิจัยดำเนินการแก้ไขและปรับปรุงเครื่องมือตามที่คุณผู้ทรงคุณวุฒิได้ตรวจสอบก่อนนำไปใช้จริง

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.3.1 ผู้วิจัยติดต่อของหนังสือจากงานบัณฑิตศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมสถาบันเทคโนโลยีเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ไปยังสถานที่จำหน่ายสินค้าชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดภูเก็ต จังหวัดสุราษฎร์ธานี และจังหวัดสงขลา เพื่อขอความร่วมมือในการเก็บข้อมูล

3.3.2 ผู้วิจัยนำหนังสือขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลไปยังสถานที่จำหน่ายสินค้าชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดภูเก็ต จังหวัดสุราษฎร์ธานี และจังหวัดสงขลา และนำเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยที่ได้แก้ไขแล้ว ไปสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้นำมาดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

3.4.1 ข้อมูลเชิงปริมาณที่ได้จากแบบสอบถาม จะดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่ร้อยละและ ค่าความถี่ฐานนิยม เสนอเป็นตารางประกอบคำบรรยาย

3.4.2 ข้อมูลเชิงสำรวจที่ได้จากการสำรวจและสัมภาษณ์จะดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เชิงเหตุผลและสรุปเชิงบรรยาย

เมื่อผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ และแบบสำรวจ ทั้งหมดแล้ว ผลของการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จะนำมาใช้เป็นข้อมูลในการออกแบบศูนย์แสดงและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดภูเก็ต

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่องแนวความคิดในการออกแบบศูนย์แสดงและจำหน่ายสินค้าชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ภาคใต้ จังหวัดภูเก็ต มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของผู้ใช้บริการและผู้ให้บริการของสถานที่จำหน่ายสินค้าชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในภาคใต้ และเพื่อศึกษาสถานที่จำหน่ายสินค้าชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในภาคใต้ เพื่อนำไปใช้ในการเสนอแนวทางในการออกแบบศูนย์แสดงและจำหน่ายสินค้าชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ภาคใต้ จังหวัดภูเก็ตในอนาคต โดยผู้วิจัยได้ทำการสำรวจและศึกษาสถานที่จำหน่ายสินค้าชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในภาคใต้ ทั้งหมด 3 แห่ง ซึ่งได้แก่ในจังหวัดภูเก็ต สุราษฎร์ธานี และสงขลา ที่ได้กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างมาแล้วในบทที่ 3 ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ และแบบสำรวจเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

4.1 การนำเสนอการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำเสนอตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

4.1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวและพนักงานผู้จำหน่ายสินค้าในสถานที่จำหน่ายสินค้าชุมชนทั้ง 3 แห่งที่ได้ทำการศึกษา โดยแบบสอบถามจะแบ่งเป็น 2 ชุด ชุดละ 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 พฤติกรรมผู้ที่คาดว่าจะใช้ศูนย์แสดงและจำหน่ายสินค้าชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดภูเก็ต

ตอนที่ 3 ความต้องการองค์ประกอบภายในและภายนอกของศูนย์แสดงและจำหน่ายสินค้าชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดภูเก็ต

4.1.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์

4.1.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสำรวจ ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลโดยมีประเด็นในการสำรวจคือ

1. องค์ประกอบอาคาร
2. การจัดพื้นที่ใช้สอยและกิจกรรมภายในอาคาร
3. ลักษณะเด่นและรูปแบบทางสถาปัตยกรรมของอาคาร

แบบสอบถามชุดที่ 1 (สำหรับนักท่องเที่ยว)

ตอนที่ 1 วิเคราะห์เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1 แสดงค่าความถี่และร้อยละของข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
เพศ (n = 96)		
ชาย	32	33.33
หญิง	64	66.67
รวม	96	100
อายุ (n = 96)		
ต่ำกว่า 20 ปี	8	8.33
20 – 30 ปี	11	11.46
31 – 40 ปี	36	37.5
41 – 50 ปี	18	18.75
51 – 60 ปี	15	15.63
มากกว่า 60 ปี	8	8.33
รวม	96	100
วุฒิการศึกษา (n = 96)		
อนุปริญญา	17	17.71
ปริญญาตรี	71	73.96
ปริญญาโท	8	8.33
รวม	96	100.00
อาชีพ (n = 96)		
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	16	16.67
พนักงานบริษัทเอกชน	20	20.83
ธุรกิจส่วนตัว	32	33.33
แม่บ้าน	10	10.42
นักเรียน/นักศึกษา	18	18.75
รวม	96	100.00

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
ครอบครัวของท่านมีรายได้ต่อเดือน (n = 96)		
5,001 – 10,000 บาท	4	4.17
10,001 – 20,000 บาท	12	12.5
20,001 – 30,000 บาท	26	27.08
มากกว่า 30,000 บาท	54	56.25
รวม	96	100

จากตารางที่ 4.1 พบว่าเพศของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 66.67 มีอายุในช่วง 31 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 37.5 มีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 73.96 อาชีพธุรกิจส่วนตัวคิดเป็นร้อยละ 33.33 มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 56.25

ตอนที่ 2 วิเคราะห์เกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.2 แสดงค่าความถี่ร้อยละของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวผู้ตอบแบบสอบถาม

พฤติกรรม	จำนวน	ร้อยละ
สถานที่ซื้อสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (n = 96)		
มูมขายสินค้าในห้างสรรพสินค้า	12	12.50
งานออกร้านในท้องถิ่นหรือส่วนกลาง	20	20.83
เว็บไซต์ Thaitambon.com	-	-
งานแฟร์ต่างๆ	27	28.13
ร้านขายของฝากและของที่ระลึก	37	38.54
รวม	96	100
สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ที่สนใจซื้อมากที่สุด (n = 96)		
อาหาร	24	25
เครื่องคัม	11	11.46
ผ้าและเครื่องแต่งกาย	21	21.86
เครื่องใช้ประดับตกแต่ง	14	14.58

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

พฤติกรรม	จำนวน	ร้อยละ
ศิลปะประติมากรรมและของที่ระลึก	18	18.75
สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร	8	8.3
รวม	96	100
จำนวนครั้งที่มาซื้อสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (n = 96)		
ครั้งแรก	23	23.96
ครั้งที่ 2	14	14.58
ครั้งที่ 3	21	21.88
มากกว่า 3 ครั้ง	38	39.58
รวม	96	100
เวลาในแต่ละครั้งเพื่อเลือกซื้อสินค้าหรือบริการอื่นๆ ในแต่ละครั้ง นานกี่ชั่วโมง (n = 96)		
ไม่เกิน 30 นาที	17	17.71
30 นาที – 1 ชั่วโมง	25	26.04
1 ชั่วโมง – 1.30 ชั่วโมง	37	38.54
1.30 ชั่วโมง – 2 ชั่วโมง	11	11.46
มากกว่า 3 ชั่วโมง	6	6.25
รวม	96	100
ช่วงเวลาที่ท่านเดินทางมาใช้บริการที่นี่ (n = 96)		
วันธรรมดา	18	18.75
วันหยุดเสาร์ - อาทิตย์	42	43.75
วันหยุดนักขัตฤกษ์	36	37.5
รวม	96	100
ค่าใช้จ่ายในการเข้ามาใช้สถานที่จำหน่ายสินค้าชุมชนหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในแต่ละครั้ง (n = 96)		
น้อยกว่า 100 บาท	14	14.58
100 – 500 บาท	21	21.88
501 – 1,000 บาท	24	25

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

มากกว่า 1,000 บาท	37	38.54
รวม	96	100
ช่วงเวลาที่ท่านเข้ามาใช้พื้นที่ (n = 96)		
ก่อน 9.00 น.	3	3.13
9.00 น. – 12.00 น.	27	28.13
12.00 น. – 16.00 น.	35	36.46
16.00 น. – 18.00 น.	18	18.75
หลัง 18.00 น.	13	13.54
รวม	96	100
ลักษณะการมาใช้บริการ (n = 96)		
เดินทางแบบคณะทัวร์	42	43.75
เป็นครอบครัว	29	30.21
มากับเพื่อน	25	26.04
รวม	96	100
การเดินทางมาที่สถานที่จำหน่ายสินค้าชุมชน (n = 96)		
รถยนต์ส่วนตัว	28	29.17
รถโดยสารประจำทาง	16	16.67
จักรยานยนต์	5	5.21
รถจักรยานที่ขยประเภทรถบัส	39	40.63
รถจักรยานที่ขยประเภทรถตู้	8	8.33
รวม	96	100
การกลับมาใช้บริการอีก (n = 96)		
กลับ	88	91.67
ไม่กลับ	8	8.33
รวม	96	100

จากตารางที่ 4.2 พบว่าปกตินักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ซื้อสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์จากร้านขายของฝากและของที่ระลึก คิดเป็นร้อยละ 38.54 ประเภทของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ที่สนใจซื้อมากที่สุดคืออาหาร คิดเป็นร้อยละ 25 ส่วนใหญ่เคยมาซื้อสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์มากกว่า 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 39.58 ใช้เวลาในการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการอื่นๆ ในแต่

ละครั้งนาน 1 ชั่วโมง – 1.30 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 38.54 ช่วงเวลาที่เดินทางมาใช้บริการส่วนใหญ่เป็นวันหยุดเสาร์ – อาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 43.75 มีค่าใช้จ่ายในการเข้ามาใช้บริการแต่ละครั้งมากกว่า 1000 บาท คิดเป็นร้อยละ 38.54 ช่วงเวลาที่เข้ามาใช้พื้นที่คือ 12.00 น. – 16.00 น. คิดเป็นร้อยละ 36.46 ลักษณะการมาใช้บริการส่วนใหญ่เดินทางมาแบบคณะทัวร์ คิดเป็นร้อยละ 43.75 เดินทางมาโดยรถจักรยานที่ขั้วประเภทรถบัสคิดเป็นร้อยละ 40.63 และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่คิดว่าจะกลับมาใช้บริการอีกคิดเป็นร้อยละ 91.67

ตอนที่ 3 วิเคราะห์เกี่ยวกับความคิดเห็นและความต้องการองค์ประกอบภายในและภายนอกของศูนย์แสดงและจำหน่ายสินค้าชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดภูเก็ต

ตารางที่ 4.3 แสดงค่าความถี่ ของความคิดเห็นและความต้องการองค์ประกอบภายในและภายใน

นอกของศูนย์แสดงและจำหน่ายสินค้าชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดภูเก็ต

ความคิดเห็นและความต้องการ	จำนวน (n = 96)	ร้อยละ
ความต้องการบริการ ถ้าหากรัฐบาลมีนโยบายที่จะจัดตั้งศูนย์แสดงและจำหน่ายสินค้าชุมชนหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ขนาดใหญ่ในระดับภาคใต้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
ส่วนจัดแสดงสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์	64	66.67
ส่วนจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์	80	83.33
ร้านอาหาร	44	45.83
ห้องจัดประชุม/สัมมนา	18	18.75
ห้องสมุดเกี่ยวกับ โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์	31	32.29
ศูนย์ฝึกวิชาชีพ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์	37	38.54
ส่วนบริการสาธารณะ	25	26.04
พื้นที่สีเขียวเพื่อการพักผ่อน	55	57.29
ลานกิจกรรม	56	58.33

จากตารางที่ 4.3 พบว่าปกตินักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการให้มีพื้นที่ส่วนจัดแสดงสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 66.67 รองลงมาส่วนจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์คิดเป็นร้อยละ 83.33 ร้านอาหารคิดเป็นร้อยละ 45.83 ห้องจัดประชุม/สัมมนา คิดเป็นร้อยละ 18.75 ห้องสมุดเกี่ยวกับโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์คิดเป็นร้อยละ 32.29 ศูนย์ฝึก

วิชาชีพคิดเป็นร้อยละ 38.54 ส่วนบริการสาธารณะเป็นร้อยละ 26.04 พื้นที่สีเขียวเพื่อการพักผ่อน 57.29 ลานกิจกรรมคิดเป็นร้อยละ 58.33

แบบสอบถามชุดที่ 2 (สำหรับพนักงานผู้จำหน่ายสินค้า)

ตอนที่ 1 วิเคราะห์เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของพนักงานผู้จำหน่ายสินค้า

ตารางที่ 4.4 แสดงค่าความถี่ ของข้อมูลทั่วไปของพนักงานผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไป	ความถี่
เพศ (n = 3)	
ชาย	1
หญิง	2
รวม	3
อายุ (n = 3)	
ต่ำกว่า 20 ปี	-
20 – 30 ปี	1
31 – 40 ปี	2
มากกว่า 40 ปี	-
รวม	3
วุฒิการศึกษา (n = 3)	
อนุปริญญา	-
ปริญญาตรี	3
ปริญญาโท	-
รวม	3

จากตารางที่ 4.4 พบว่า พนักงานผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี ส่วนใหญ่มีวุฒิการศึกษาปริญญาตรี

ตอนที่ 2 วิเคราะห์เกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ที่คาดว่าจะใช้ศูนย์แสดงและจำหน่ายสินค้าชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดภูเก็ต

ตารางที่ 4.5 แสดงค่าความถี่ ของพฤติกรรมผู้ที่คาดว่าจะใช้ศูนย์แสดงและจำหน่ายสินค้าชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดภูเก็ต

พฤติกรรม	ความถี่
สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ประเภทที่ขายดีที่สุด (n = 3)	
อาหาร	3
เครื่องคั้ม	-
ผ้าและเครื่องแต่งกาย	2
เครื่องใช้ประดับตกแต่ง	3
ศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึก	-
สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร	-
ช่วงเวลาส่วนใหญ่ที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาใช้บริการ (n = 3)	
วันธรรมดา	-
วันหยุดเสาร์ - อาทิตย์	2
วันหยุดนักขัตฤกษ์	1
อื่นๆโปรดระบุ.....	-
รวม	3
จำนวนนักท่องเที่ยวต่อวันที่มาใช้บริการในวันธรรมดา (n = 3)	
น้อยกว่า 100 คน	1
101 - 200 คน	-
201 - 300 คน	2
มากกว่า 300 คน	-
รวม	3

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

พฤติกรรม	ความถี่
จำนวนนักท่องเที่ยวที่มาในวันธรรมดาส่วนใหญ่มาอยู่กับกลุ่ม (n = 3)	
1 คน	-
2 คน	1
3-5 คน	2
6-10 คน	-
11-15 คน	-
มากกว่า 15 คน	-
รวม	3
จำนวนนักท่องเที่ยวต่อวันที่มาใช้บริการในหยุดเสาร์-อาทิตย์ (n = 3)	
น้อยกว่า 100 คน	-
101-200 คน	1
201-300 คน	-
มากกว่า 300 คน	2
รวม	3
จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ ที่มากับกลุ่ม (n = 3)	
1 คน	-
2 คน	-
3-5 คน	3
6-10 คน	-
11-15 คน	-
มากกว่า 15 คน	-
รวม	3
จำนวนนักท่องเที่ยวต่อวันที่มาใช้บริการในวันหยุดนักขัตฤกษ์ (n = 3)	
น้อยกว่า 100 คน	-
101-200 คน	-
201-300 คน	1

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

พฤติกรรม	ความถี่
มากกว่า 300 คน	2
รวม	3
จำนวนนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการในวันนักขัตฤกษ์ ที่ส่วนใหญ่มาด้วย กลุ่ม(n = 3)	
1 คน	-
2 คน	-
3-5 คน	1
6-10 คน	2
11-15 คน	-
มากกว่า 15 คน	-
รวม	3

จากตารางที่ 4.5 พบว่าสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (Otop) ประเภทที่ขายดีที่สุดคืออาหาร ช่วงเวลาส่วนใหญ่ที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาใช้บริการคือวันหยุดเสาร์ - อาทิตย์ จำนวนนักท่องเที่ยวต่อวันที่มาใช้บริการในวันธรรมดาคือ 201-300 คน จำนวนนักท่องเที่ยวที่มาในวันธรรมดาส่งใหญ่มาด้วยกลุ่มที่มีจำนวน 3-5 คน จำนวนนักท่องเที่ยวต่อวันที่มาใช้บริการในวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ คือมากกว่า 300 คน จำนวนนักท่องเที่ยวที่มาในวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ส่วนใหญ่มาด้วยกลุ่มที่มีจำนวน 3-5 คน จำนวนนักท่องเที่ยวต่อวันที่มาใช้บริการในวันหยุดนักขัตฤกษ์คือ มากกว่า 300 คน จำนวนนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการในวันหยุดนักขัตฤกษ์ส่วนใหญ่มาด้วยกลุ่มที่มีจำนวน 6-10 คน

ตอนที่ 3 วิเคราะห์เกี่ยวกับความคิดเห็นและความต้องการองค์ประกอบภายในและภายนอกของศูนย์แสดงและจำหน่ายสินค้าชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดภูเก็ต

ตารางที่ 4.6 แสดงค่าความถี่ ของความต้องการองค์ประกอบภายในและภายนอกของศูนย์แสดงและจำหน่ายสินค้าชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดภูเก็ต

ความคิดเห็นและความต้องการ	ความถี่
บริการที่ต้องการถ้าหากรัฐบาลมีนโยบายที่จะจัดตั้งศูนย์แสดงและจำหน่ายสินค้าชุมชนหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ขนาดใหญ่ในระดับภาคใต้(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	
ส่วนจัดแสดงสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์	3
ส่วนจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์	3
ร้านอาหาร	3
ห้องจัดประชุม/สัมมนา	3
ห้องสมุดเกี่ยวกับ โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์	3
ศูนย์ฝึกวิชาชีพ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์	3
ส่วนบริการสาธารณะ	3
พื้นที่สีเขียวเพื่อการพักผ่อน	3
ลานกิจกรรม	3

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลจากผู้ทรงคุณวุฒิที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ 3 ท่าน ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์และเก็บข้อมูลด้วยตัวเอง เกี่ยวกับข้อเสนอแนะและความคิดเห็น โดยมีรายละเอียดซึ่งสรุปได้ดังนี้

ควรเป็นอาคารที่มีลักษณะทางสถาปัตยกรรมของภาคใต้ ที่มีความกลมกลืนกับสภาพแวดล้อม การออกแบบควรมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น การเลือกใช้สี การใช้วัสดุ เน้นความสำคัญของวัฒนธรรมพื้นถิ่น เพื่อให้ผู้ใช้ได้รู้สึกถึงความเ็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น รูปแบบอาคารควรเป็นลักษณะ Tropical Design ซึ่งคำนึงถึงการกันฝนและแดดเป็นสำคัญ อาคารควรมีส่วนของต้นไม้ให้ร่มเงาก่อนเข้าสู่อาคาร การออกแบบภายในควรคำนึงถึงการปรับเปลี่ยนพื้นที่ใช้สอยของอาคาร เนื่องจาก สินค้าชุมชนหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ มักมีการจัดกิจกรรมอยู่เสมอ และควรมีที่จอดรถเพียงพอกับความต้องการ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสำรวจ

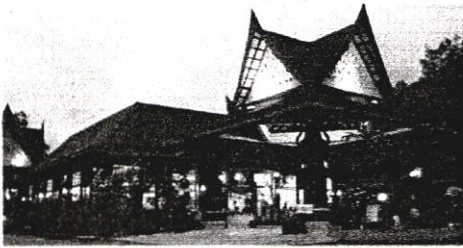
1. สถานที่จำหน่ายสินค้าชุมชน หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จังหวัดภูเก็ต
ที่ตั้ง อ.เฉลิมพระเกียรติ (ถนนเลียบเมือง 402) ต.รัษฎา อ.เมือง จ.ภูเก็ต

เจ้าของ เอกชน

จำนวนนักท่องเที่ยว วันธรรมดา	200- 300 คน
วันหยุดเสาร์ - อาทิตย์	มากกว่า 300 คน
วันหยุดนักขัตฤกษ์	มากกว่า 300 คน

1. องค์ประกอบอาคาร

- พื้นที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์
- พื้นที่จำหน่ายเครื่องดื่ม
- พื้นที่เก็บของ
- พื้นที่จอดรถ



ภาพที่ 4.1 แสดงมุมมองจากภายนอกร้าน

2. การจัดพื้นที่ใช้สอยและกิจกรรมภายในอาคาร

จากการศึกษาพบว่าพื้นที่ใช้สอยภายในอาคารแคบไม่เพียงพอกับจำนวนนักท่องเที่ยว ภายในพื้นที่จำหน่ายสินค้า การจัดแสดงสินค้าแบ่งออกเป็นหมวดหมู่ ง่ายและสะดวกรวดเร็ว แต่เนื่องจากมีพื้นที่แคบทำให้มุมมองในการเลือกซื้อสินค้า และระยะเวลาสัญจรภายในอาคารยังไม่มีดีนัก กิจกรรมภายในอาคารมีแค่ การซื้อของและพักผ่อนเครื่องดื่มนั้นๆ ทำให้พื้นที่ในส่วนจำหน่ายเครื่องดื่มยังไม่ประสบความสำเร็จเท่าไรนักเนื่องจากนักท่องเที่ยวใช้เวลาในการซื้อของเสร็จก็ขึ้นรถกลับบ้านขาดกิจกรรมอื่นที่น่าสนใจเพื่อดึงดูดเวลาของนักท่องเที่ยว



ภาพที่ 4.2 แสดงการจัดพื้นที่ใช้สอยภายใน

3. ลักษณะเด่นและรูปแบบทางสถาปัตยกรรมของอาคาร

เป็นอาคารชั้นเดียวที่มีมุมมองจากภายนอกที่ดี รูปทรงอาคารเรียบง่าย ตรงไปตรงมาแต่มีจุดเด่นที่สามารถสังเกตเห็นจากภายนอกได้ง่าย มีการนำสถาปัตยกรรมไทยเข้ามาใช้ในการออกแบบเพื่อให้เกิดความน่าสนใจสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติได้ มีการนำแสงสว่างจากธรรมชาติเข้ามาใช้ภายในอาคาร



ภาพที่ 4.3 แสดงร้านขายเครื่องดื่ม

2. สถานที่จำหน่ายสินค้าชุมชน หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จังหวัด สุราษฎร์ธานี

ที่ตั้ง อ.สุราษฎร์ - ชุมพร ต.หัวเตย อ.พุนพิน จ.สุราษฎร์ธานี

เจ้าของ เอกชน

จำนวนนักท่องเที่ยว วันธรรมดา 200- 300 คน

วันหยุดเสาร์ - อาทิตย์ มากกว่า 300 คน

วันหยุดนักขัตฤกษ์ มากกว่า 300 คน



ภาพที่ 4.4 แสดงภาพสถานที่จำหน่ายสินค้าชุมชนหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์จังหวัด สุราษฎร์ธานี

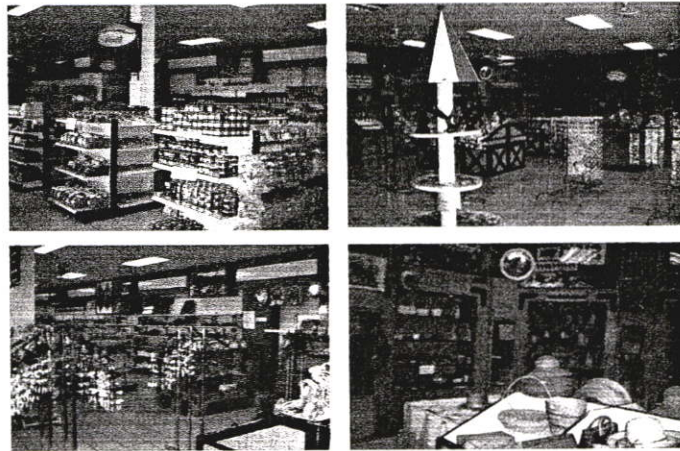
1. องค์ประกอบอาคาร

- พื้นที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์
- พื้นที่จำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม
- พื้นที่เก็บของ

- สถานที่อาบน้ำ
- พื้นที่จอดรถ

2. การจัดพื้นที่ใช้สอยและกิจกรรมภายในอาคาร

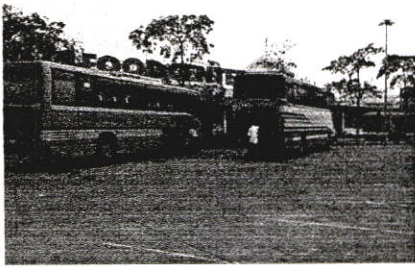
ภายในมีพื้นที่ใช้สอยที่กว้างและหลากหลายสามารถรองรับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการ ในส่วนของพื้นที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์มีการจัดวางสินค้าออกเป็นหมวดหมู่ สะดวกในการเลือกซื้อ แต่การแสดงผลสินค้ายังไม่สามารถแสดงให้เห็นถึงความน่าสนใจของสินค้าแต่ละประเภททำให้ดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ไม่ดีเท่าที่ควร พื้นที่จำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม มีพื้นที่กว้างแต่พื้นที่ภายในยังไม่มีการจัดหมวดหมู่ของกลุ่มอาหารอย่างเป็นระเบียบและบรรยากาศภายในยังไม่เหมาะสมต่อการรับประทานเนื่องจากยังขาดความสะอาดและผ่อนคลาย



ภาพที่ 4.5 แสดงการจัดวางสินค้าภายในสถานที่จำหน่ายสินค้าชุมชน หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดสุราษฎร์ธานี



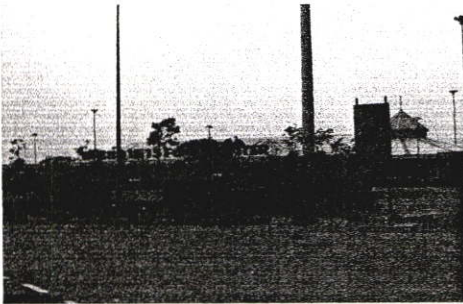
ภาพที่ 4.6 แสดงภาพภายในอาคารที่มีพื้นที่ใช้สอยหลากหลาย สามารถรองรับกิจกรรมนักท่องเที่ยวได้



ภาพที่ 4.7 แสดงภาพที่จอดรถ

3. ลักษณะเด่นและรูปแบบทางสถาปัตยกรรมของอาคาร

อาคารเป็นอาคารช่วงกว้างชั้นเดียวหลังคาโครงถัก รูปแบบของอาคารยังขาดเอกลักษณ์ และไม่มีจุดเด่นที่สามารถดึงดูดและเป็นที่ยอมรับให้กับนักท่องเที่ยว ตัวอาคารโปร่ง โล่ง แต่ยังขาดความน่าสนใจ มีการแก้ปัญหาโดยใช้ป้ายตัวหนังสือขนาดใหญ่ติดบนอาคาร



ภาพที่ 4.8 แสดงภาพลักษณะของอาคารที่ยังขาดจุดเด่นที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยว

3. สถานที่จำหน่ายสินค้าชุมชน หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จังหวัดสงขลา
ที่ตั้ง อ.ราชดำเนินนอก ต.บ่อทราย อ.เมือง จ.สงขลา

เจ้าของ เทศบาลนครสงขลา

จำนวนนักท่องเที่ยว	วันธรรมดา	น้อยกว่า 100 คน
	วันหยุดเสาร์ - อาทิตย์	100 - 200 คน
	วันหยุดนักขัตฤกษ์	200 - 300 คน



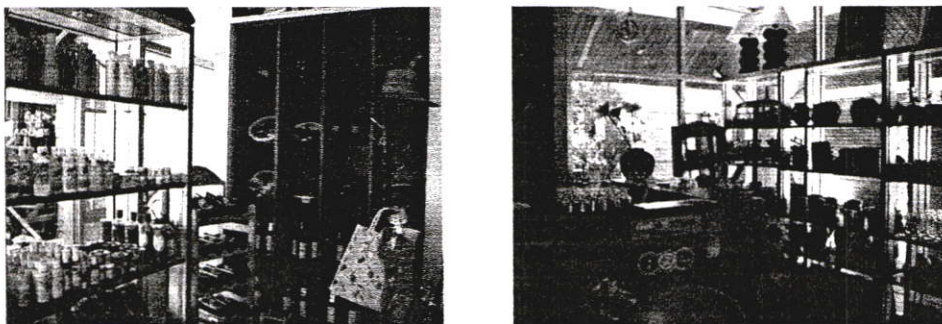
ภาพที่ 4.9 แสดงสถานที่จำหน่ายสินค้าชุมชน หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จังหวัดสงขลา

1. องค์ประกอบอาคาร

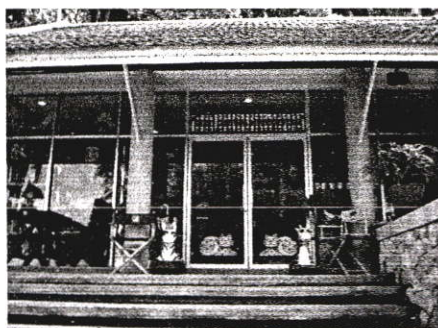
- พื้นที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์
- พื้นที่จำหน่ายอาหารเครื่องดื่ม
- ลานอเนกประสงค์
- พื้นที่เก็บของ
- ศาลาพักผ่อน

2. การจัดพื้นที่ใช้สอยและกิจกรรมภายในอาคาร

การจัดพื้นที่ใช้สอยมีการแยกกิจกรรมออกเป็นส่วนๆ จัดกลุ่มกิจกรรมแต่ละส่วน ใกล้เคียงกันตามประโยชน์การใช้สอย กิจกรรมภายในอาคาร พื้นที่ส่วนจำหน่ายผลิตภัณฑ์มีสินค้าวางจำหน่ายน้อยเนื่องจากพื้นที่ในการจำหน่ายแคบไม่เพียงพอต่อความต้องการและกำลังในการซื้อของนักท่องเที่ยว ไม่มีพื้นที่จอดรถต้องจอดพุดบาทริมถนน ทำให้ส่งผลกระทบต่อรายได้ของอาคาร ในส่วนของพื้นที่จำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มและลานอเนกประสงค์ มีการดึงเอาศิลปวัฒนธรรมภายในท้องถิ่นมาแสดงภายในอาคารคือ การแสดงดนตรีพื้นถิ่นทุกวันศุกร์ เสาร์ และอาทิตย์



ภาพที่ 4.10 แสดงมุมมองและการจัดวางสินค้าภายในร้าน



ภาพที่ 4.11 แสดงด้านหน้าของร้าน

3. ลักษณะเด่นและรูปแบบทางสถาปัตยกรรมของอาคาร

เนื่องจากสภาพแวดล้อมรอบข้างเป็นทะเลและภูเขา อาคารมีการออกแบบให้กลมกลืนกับสิ่งแวดล้อมรอบข้าง นำสถาปัตยกรรมพื้นถิ่นมาใช้ในการออกแบบ ใช้วัสดุธรรมชาติ สอดคล้องกับเรื่องราวและบรรยากาศของอาคาร ตัวอาคารโปร่งโล่ง มีการระบายอากาศที่ดีและมีการนำแสงธรรมชาติเข้ามาใช้



ภาพที่ 4.12 แสดงการออกแบบโดยการนำสถาปัตยกรรมพื้นถิ่นมาใช้

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องแนวความคิดในการออกแบบศูนย์แสดงและจำหน่ายสินค้าชุมชนหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ภาคใต้จังหวัดภูเก็ต เป็นการวิจัยเกี่ยวกับการศึกษาเพื่อกำหนดแนวทางในการออกแบบ ให้เหมาะสมกับพฤติกรรมและความต้องการการใช้สอยให้สอดคล้องกับสภาพปัจจุบัน ผู้วิจัยขอเสนอขั้นตอน โดยสรุปได้ดังนี้

5.1.1 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของผู้ใช้บริการและผู้ให้บริการของสถานที่จำหน่ายสินค้าชุมชน หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในภาคใต้
2. เพื่อศึกษาสถานที่จำหน่ายสินค้าชุมชน หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในภาคใต้
3. เพื่อเสนอแนวทางในการออกแบบศูนย์แสดงและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ภาคใต้จังหวัดภูเก็ต

5.1.2 วิธีการดำเนินการวิจัย

5.1.2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ผู้ที่เข้ามาใช้อาคารสถานที่จำหน่ายสินค้าชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ของจังหวัดภูเก็ต สุราษฎร์ธานี และสงขลา ได้แก่ นักท่องเที่ยวจำนวน 2,548 คน/สัปดาห์ ผู้จำหน่ายสินค้า 3 คน

กลุ่มตัวอย่าง คือ จำนวนของจำนวนประชากรทั้งหมดที่ใช้ค่าการสุ่มตัวอย่าง จากตารางสำเร็จรูปของ Yamane ได้แก่ นักท่องเที่ยว 96 คน และผู้จำหน่ายสินค้า 3 คน

อาคารตัวอย่างที่ศึกษาได้แก่ อาคารตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คืออาคารสถานที่จำหน่ายสินค้าชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ของภาคใต้ 3 จังหวัด ได้แก่

สถานที่จำหน่ายสินค้าชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ของจังหวัดภูเก็ต

สถานที่จำหน่ายสินค้าชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ของจังหวัด สุราษฎร์ธานี

สถานที่จำหน่ายสินค้าชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ของจังหวัดสงขลา

5.1.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือในการวิจัยประกอบด้วย

1. แบบสอบถาม มีเนื้อหาที่เกี่ยวกับพฤติกรรมและความต้องการพื้นที่ใช้สอย
2. แบบสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลจากสถาปนิกผู้ออกแบบศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดสงขลา และเจ้าหน้าที่หน่วยงานที่รับผิดชอบโครงการ

3. แบบสำรวจ ตัวอย่างสถานที่จำหน่ายสินค้าชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ของภาคใต้ เกี่ยวกับ องค์ประกอบอาคาร การจัดพื้นที่ใช้สอยและกิจกรรมภายในอาคาร ลักษณะเด่นและรูปแบบทางสถาปัตยกรรมของอาคาร

5.1.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอนดังนี้

5.1.3.1 ผู้วิจัยนำหนังสือขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากบัณฑิตวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังสถานที่จำหน่ายสินค้าชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์จังหวัดภูเก็ต สุราษฎร์ธานี และสงขลา สำนักพัฒนาชุมชนจังหวัดภูเก็ต เทศบาลนครสงขลาเพื่อขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

5.1.3.2 เมื่อทำการเก็บรวบรวมข้อมูลเสร็จเรียบร้อยแล้วผู้วิจัยจึงทำการตรวจสอบข้อมูลและนำข้อมูลนั้นมาวิเคราะห์

5.1.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากแบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ และแบบสำรวจที่รวบรวมมาดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยจำแนกการวิเคราะห์ที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างดังนี้

5.1.4.1 ข้อมูลเชิงปริมาณที่ได้จากแบบสอบถาม จะดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่ร้อยละและ ค่าความถี่ฐานนิยม

5.1.4.2 ข้อมูลเชิงสำรวจที่ได้จากการสำรวจและสัมภาษณ์จะดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล โดยการวิเคราะห์เชิงเหตุผลและสรุปเชิงบรรยาย

5.1.5 สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้นำเสนอตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย สามารถสรุปผลการวิจัยที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังนี้

5.1.5.1. ผลการวิจัยจากแบบสอบถาม

1. พฤติกรรมและความต้องการพื้นที่ใช้สอยตามข้อมูลตามข้อมูลจากนักท่องเที่ยว สามารถสรุปได้ดังนี้

1.1 ข้อมูลทั่วไป

1.2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว พบว่า ปกตินักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ซื้อสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์จากร้านขายของฝากและของที่ระลึก คิดเป็นร้อยละ 38.54 ประเภทของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ที่สนใจซื้อมากที่สุดคืออาหาร คิดเป็นร้อยละ 33.33 ส่วนใหญ่เคยมาซื้อสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์มากกว่า 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 39.58 ใช้เวลาในการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการอื่นๆ ในแต่ละครั้งนาน 1 ชั่วโมง – 1.30 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 38.54 ช่วงเวลาที่เดินทางมาใช้บริการส่วนใหญ่เป็นวันหยุดเสาร์ – อาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 43.75 มีค่าใช้จ่ายในการ

เข้ามาใช้บริการแต่ละครั้ง มากกว่า 1000 บาท คิดเป็นร้อยละ 38.54 ช่วงเวลาที่เข้ามาใช้พื้นที่คือ 12.00 น. – 16.00 น. คิดเป็นร้อยละ 36.46 ลักษณะการมาใช้บริการส่วนใหญ่เดินทางมาแบบคณะทัวร์ คิดเป็นร้อยละ 43.75 เดินทางมาโดยรถจักรยานที่ขั้วประเภทรถบัสคิดเป็นร้อยละ 40.63 และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่คิดว่าจะกลับมาใช้บริการอีกคิดเป็นร้อยละ 91.67

1.3 ความต้องการพื้นที่ใช้สอยในอาคาร พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการให้มีพื้นที่ส่วนจัดแสดงสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 66.67 รองลงมา ส่วนจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์คิดเป็นร้อยละ 83.33 ร้านอาหารคิดเป็นร้อยละ 45.83 ห้องจัดประชุม/สัมมนา คิดเป็นร้อยละ 18.75 ห้องสมุดเกี่ยวกับโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์คิดเป็นร้อยละ 32.29 ศูนย์ฝึกวิชาชีพคิดเป็นร้อยละ 38.54 ส่วนบริการสาธารณะเป็นร้อยละ 26.04 พื้นที่สีเขียวเพื่อการพักผ่อน 57.29 ลานกิจกรรมคิดเป็นร้อยละ 58.33

2. พฤติกรรมและความต้องการพื้นที่ใช้สอยตามข้อมูลตามข้อมูลจากพนักงานผู้จำหน่ายสินค้า สามารถสรุปได้ดังนี้

2.1 ข้อมูลทั่วไป

2.2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว พบว่า สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (Otop) ประเภทที่ขายดีที่สุดคือ อาหาร ช่วงเวลาส่วนใหญ่ที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาใช้บริการคือ วันหยุดเสาร์ – อาทิตย์ จำนวนนักท่องเที่ยวต่อวันที่มาใช้บริการในวันธรรมดา คือ 201-300 คน จำนวนนักท่องเที่ยวที่มาในวันธรรมดาส่งใหญ่มากับกลุ่มที่มีจำนวน 3-5 คน จำนวนนักท่องเที่ยวต่อวันที่มาใช้บริการในวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ คือมากกว่า 300 คน จำนวนนักท่องเที่ยวที่มาในวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ส่วนใหญ่มากับกลุ่มที่มีจำนวน 3- 5 คน จำนวนนักท่องเที่ยวต่อวันที่มาใช้บริการในวันหยุดนักขัตฤกษ์คือ มากกว่า 300 คน จำนวนนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการในวันหยุดนักขัตฤกษ์ส่วนใหญ่มากับกลุ่มที่มีจำนวน 6-10 คน

2.3 ความต้องการพื้นที่ใช้สอยในอาคาร พบว่า พนักงานผู้จำหน่ายสินค้าต้องการให้มีพื้นที่ส่วนจัดแสดงสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ส่วนจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ร้านอาหาร ห้องจัดประชุม/สัมมนา ห้องสมุดเกี่ยวกับโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ศูนย์ฝึกวิชาชีพ ส่วนบริการสาธารณะ พื้นที่สีเขียวเพื่อการพักผ่อน ลานกิจกรรม

5.1.5.2 ผลการวิจัยจากการสำรวจ

ศึกษาสถานที่จำหน่ายสินค้าชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ภาคใต้
สถานที่จำหน่ายสินค้าชุมชน หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จังหวัดภูเก็ต
ที่ตั้ง ถ.เฉลิมพระเกียรติ (ถนนเลียบเมือง 402) ต.รัชฎา อ.เมือง จ.ภูเก็ต

1. องค์ประกอบอาคาร

- พื้นที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์
- พื้นที่จำหน่ายเครื่องดื่ม
- พื้นที่เก็บของ
- พื้นที่จอดรถ

2. การจัดพื้นที่ใช้สอยและกิจกรรมภายในอาคาร

จากการศึกษาพบว่าพื้นที่ใช้สอยภายในอาคารแคบไม่เพียงพอกับจำนวนนักท่องเที่ยว ภายในพื้นที่จำหน่ายสินค้า การจัดแสดงสินค้าแบ่งออกเป็นหมวดหมู่ ง่ายและสะดวกรวดเร็ว แต่เนื่องจากมีพื้นที่แคบทำให้มุมมองในการเลือกซื้อสินค้า และระบบทางสัญจรภายในอาคารยังไม่ดีนัก กิจกรรมภายในอาคารมีแค่ การซื้อของและพักผ่อนเครื่องคิมเท่านั้น ทำให้พื้นที่ในส่วนจำหน่ายเครื่องคิมยังไม่ประสบความสำเร็จเท่าไรนักเนื่องจากนักท่องเที่ยวใช้เวลาในการซื้อของเสร็จก็ขึ้นรถกลับยังขาดกิจกรรมอื่นที่น่าสนใจเพื่อดึงดูดเวลาของนักท่องเที่ยว

3. ลักษณะเด่นและรูปแบบทางสถาปัตยกรรมของอาคาร

เป็นอาคารชั้นเดียวที่มีมุมมองจากภายนอกที่ดี รูปทรงอาคารเรียบง่าย ตรงไปตรงมาแต่มีจุดเด่นที่สามารถสังเกตเห็นจากภายนอกได้ง่าย มีการนำสถาปัตยกรรมไทยเข้ามาใช้ในการออกแบบเพื่อให้เกิดความน่าสนใจสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติได้ มีการนำแสงสว่างจากธรรมชาติเข้ามาใช้ภายในอาคาร

สถานที่จำหน่ายสินค้าชุมชน หนึ่งในตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จังหวัดสุราษฎร์ธานี
ที่ตั้ง ถ.สุราษฎร์ - ชุมพร ต.หัวเตย อ.พุนพิน จ.สุราษฎร์ธานี

1. องค์ประกอบอาคาร

- พื้นที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์
- พื้นที่จำหน่ายอาหารและเครื่องคิม
- พื้นที่เก็บของ
- สถานที่อาบน้ำ
- ร้านเบเกอรี่
- พื้นที่จอดรถ

2. การจัดพื้นที่ใช้สอยและกิจกรรมภายในอาคาร

ภายในมีพื้นที่ใช้สอยที่กว้างและหลากหลายสามารถรองรับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการ ในส่วนของพื้นที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์มีการจัดวางสินค้าออกเป็นหมวดหมู่ สะดวกในการเลือกซื้อ แต่การแสดงผลสินค้ายังไม่สามารถแสดงให้เห็นถึงความน่าสนใจของสินค้าแต่ละประเภททำให้ดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ไม่ดีเท่าที่ควร พื้นที่จำหน่ายอาหารและเครื่องคิม มีพื้นที่กว้างแต่พื้นที่ภายในยังไม่มีการจัดหมวดหมู่ของกลุ่มอาหารอย่างเป็นระเบียบและบรรยากาศภายในยังไม่เหมาะสมต่อการรับประทานอาหารเนื่องจากยังขาดความสะอาดและผ่อนคลาย

3. ลักษณะเด่นและรูปแบบทางสถาปัตยกรรมของอาคาร

อาคารเป็นอาคารช่วงกว้างชั้นเดียวหลังคาโครงถัก รูปแบบของอาคารยังขาดเอกลักษณ์ และไม่มีจุดเด่นที่สามารถดึงดูดและเป็นที่ยึดจำให้กับนักท่องเที่ยว ตัวอาคารโปร่ง โล่ง แต่ยังขาดความน่าสนใจ มีการแก้ปัญหาโดยใช้ป้ายตัวหนังสือขนาดใหญ่ติดบนอาคาร

สถานที่จำหน่ายสินค้าชุมชน หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จังหวัดสงขลา
ที่ตั้ง ถ.ราชดำเนินนอก ต.บ่อหยาง อ.เมือง จ.สงขลา

1. องค์ประกอบอาคาร

- พื้นที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์
- พื้นที่จำหน่ายอาหารเครื่องดื่ม
- ลานอเนกประสงค์
- พื้นที่เก็บของ
- ศาลาพักผ่อน

2. การจัดพื้นที่ใช้สอยและกิจกรรมภายในอาคาร

การจัดพื้นที่ใช้สอยมีการแยกกิจกรรมออกเป็นส่วนๆ จัดกลุ่มกิจกรรมแต่ละส่วน
ใกล้เคียงตามประโยชน์การใช้สอย กิจกรรมภายในอาคาร พื้นที่ส่วนจำหน่ายผลิตภัณฑ์มีสินค้าวาง
จำหน่ายน้อยเนื่องจากพื้นที่ในการจำหน่ายแคบไม่เพียงพอต่อความต้องการและกำลังในการซื้อของ
นักท่องเที่ยว ไม่มีพื้นที่จอดรถต้องจอดฟุตบอลบาทริมถนน ทำให้ส่งผลกระทบต่อรายได้ของอาคาร ในส่วน
ของพื้นที่จำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มและลานอเนกประสงค์ มีการดึงเอาศิลปวัฒนธรรมภายใน
ท้องถิ่นมาแสดงภายในอาคารคือ การแสดงดนตรีพื้นถิ่นทุกวันศุกร์ เสาร์ และอาทิตย์

3. ลักษณะเด่นและรูปแบบทางสถาปัตยกรรมของอาคาร

เนื่องจากสภาพแวดล้อมรอบข้างเป็นทะเลและภูเขา อาคารมีการออกแบบให้
กลมกลืนกับสิ่งแวดล้อมรอบข้าง นำสถาปัตยกรรมพื้นถิ่นมาใช้ในการออกแบบ ใช้วัสดุธรรมชาติ
สอดคล้องกับเรื่องราวและบรรยากาศของอาคาร ตัวอาคารโปร่งโล่ง มีการระบายอากาศที่ดีและมี
การนำแสงธรรมชาติเข้ามาใช้

5.1.5.3 ผลการวิจัยจากแบบสัมภาษณ์

จากการเก็บข้อมูลจากสถาปนิกผู้ออกแบบศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัด
สงขลา และเจ้าหน้าที่หน่วยงานที่รับผิดชอบโครงการ เกี่ยวกับข้อเสนอแนะและความคิดเห็นในการ
ออกแบบ โดยสรุปได้ดังนี้

1. ควรเป็นอาคารที่มีลักษณะทางสถาปัตยกรรมพื้นถิ่นภาคใต้ ที่มีความกลมกลืน
กับสภาพแวดล้อม ในการออกแบบควรมีเอกลักษณ์เฉพาะ การเลือกใช้วัสดุ ควรเน้นความสำคัญ
ของวัฒนธรรมพื้นถิ่น วิถีชีวิตของชุมชน ให้เป็นจุดขายของอาคาร รูปแบบอาคารควรเป็นลักษณะ
Tropical Design ซึ่งคำนึงถึงการกันฝนและแดดเป็นสำคัญ การออกแบบภายในควรคำนึงถึงการ
ปรับเปลี่ยนพื้นที่ใช้สอยของอาคาร เนื่องจากภายในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ มักมีการจัด
กิจกรรมอยู่เสมอ นอกจากนี้ในการออกแบบควรคำนึงถึงประเด็นที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม กล่าวคือ
ต้องจัดให้มีพื้นที่ส่วนหนึ่งเป็นสวนสาธารณะที่เปิดให้คนในชุมชนสามารถมาพักผ่อนหย่อนใจได้

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

จากผลสรุปในการวิจัยที่ได้ทำการศึกษา ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลและสรุปผลโดยแบ่งออกได้ตามรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. พฤติกรรม ลักษณะทางสังคมและความต้องการของผู้ใช้อาคาร

จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวผู้ใช้อาคารส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ซึ่งมีจำนวนมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาค่ำกว่า ซึ่งเป็นไปได้ว่า อาคารที่มีกิจกรรมแปลและเนื้อหาสาระเกี่ยวกับวิถีชีวิตของชุมชน วัฒนธรรมพื้นถิ่น สามารถดึงดูดความสนใจของผู้ที่มีการศึกษาสูงซึ่งมีความเข้าใจเห็นคุณค่าของกิจกรรมดังกล่าว และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท ค่าใช้จ่ายในการเข้ามาใช้บริการแต่ละครั้งมากกว่า 1,000 บาท ในการออกแบบจึงควรพิจารณาถึงกิจกรรมที่จะสามารถดึงดูดกลุ่มผู้มีรายได้สูงเพื่อเพิ่มรายได้ให้กับอาคาร ซึ่งสอดคล้องกับ กอบกุล อินทรวิจิตรและคณะ (2536:379) ที่กล่าวว่า อาจจำเป็นต้องเพิ่มเกณฑ์การประเมินคุณค่าอาคารคือ ความสามารถในการทำกำไร นอกเหนือจากความสะดวกสบาย ความมั่นคงแข็งแรงและความงาม อย่างไรก็ตาม สถาปนิกก็มีความคิดเห็นร่วมที่ชัดเจนพอสมควร สถาปนิกจะสามารถสร้างสรรค์งานสถาปัตยกรรมให้มีคุณค่ายิ่งขึ้น เนื่องจากว่านักท่องเที่ยวในปัจจุบันมีการศึกษามากขึ้น มีความสนใจศิลปวัฒนธรรมมากขึ้น และยินดีที่จะลงทุนมากขึ้น ระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวใช้ในการเลือกซื้อสินค้าและใช้บริการอื่นๆ ส่วนใหญ่ใช้เวลา 1-1.30 ชั่วโมง มีนักท่องเที่ยวที่ใช้เวลามากกว่า 3 ชั่วโมง แคร่ร้อยละ 6.25 แสดงให้เห็นว่าควรมีการเพิ่มกิจกรรมภายในอาคารให้มากขึ้นในอนาคต เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้ใช้เวลาในอาคารให้นานขึ้น ช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการส่วนใหญ่คือ 12.00 น. – 16.00 น. ซึ่งแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการต้องรับประทานอาหารกลางวันด้วย ซึ่งสอดคล้องกับ สุรศักดิ์ กังขาว (2543:27) ที่กล่าวว่า ความต้องการภายในอาคารจะขึ้นอยู่กับกิจกรรมที่มาจากผู้ใช้อาคารเป็นหลักในการกำหนดว่าจะต้องมีกิจกรรมอะไรบ้างภายในอาคาร

2. สถานที่จำหน่ายสินค้าชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ภาคใต้

1. องค์ประกอบอาคาร

- พื้นที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์
- พื้นที่จำหน่ายเครื่องดื่ม
- พื้นที่ลานเอนกประสงค์
- พื้นที่เก็บของ
- พื้นที่จอดรถ

2. การจัดพื้นที่ใช้สอยและกิจกรรมภายในอาคาร

จากการศึกษาพบว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวผู้ใช้อาคารส่วนใหญ่จะมาเดิน

เลือกซื้อของและลงท้ายด้วยการพักรับประทานอาหารก่อนที่จะขึ้นรถกลับ ดังนั้นพื้นที่ในส่วนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ จำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม เป็นพื้นที่ที่มีลำดับความสำคัญมากที่สุด มีผู้ใช้บริการบ่อยและมากที่สุด ควรอยู่ในตำแหน่งด้านหน้าของอาคารเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวและการเข้าถึงได้อย่างสะดวกรวดเร็ว นอกจากนี้จากการศึกษาพบว่าพื้นที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์มีสินค้าวางจำหน่ายน้อย การจัดแสดงสินค้ายังไม่สามารถแสดงให้เห็นถึงความน่าสนใจของสินค้าแต่ละประเภทเนื่องจากมีพื้นที่ใช้สอยน้อย ส่งผลให้มุมมองในการเลือกซื้อสินค้าที่แคบตามไปด้วย และระบบทางสัญจรภายในขาดความคล่องตัว ซึ่งส่งผลต่อรายได้ของอาคารซึ่งสอดคล้องกับ มาลินี ศรีสุวรรณ(2542:92) ที่กล่าวว่าร้านค้าย่อยที่ประสบความสำเร็จจะเป็นร้านซึ่งมีการออกแบบสำหรับให้สินค้าดูน่าซื้อนอกเหนือจากดูสวยเท่านั้น นอกจากนี้ การออกแบบหน้าร้านยังไม่ดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาใช้ ซึ่งสอดคล้องกับ มาลินี ศรีสุวรรณ (2542:92) ที่กล่าวว่า การออกแบบหน้าร้าน ต้องให้ดูน่าสนใจ และดึงดูดลูกค้า การให้สีแสดงตัวหนังสือตรา และสินค้าที่แสดงจะเป็นสิ่งที่ดึงดูดลูกค้าให้เข้าร้าน พื้นที่ส่วนจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม จากการศึกษพบว่าขนาดพื้นที่ร้านอาหารกว้างพอที่จะสามารถรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวได้อย่างเพียงพอ แต่ยังไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควรเนื่องจากบรรยากาศภายในร้านขาดความร่มรื่น ซึ่งสอดคล้องกับ มาลินี ศรีสุวรรณ (2542:97) ที่กล่าวว่า มีคำหลายคำที่ใช้ในความหมายนี้ได้แก่ ลานอาหาร (Food Centers) สวนอาหาร(Food Gardens) สำหรับลูกค้าประสบการณ์การรับประทานอาหารต้องสบาย และต้องผ่อนคลาย(Comfort & Relaxation) ซึ่งการจัดเตรียมควรให้มีแสงธรรมชาติเข้ามาได้ สถานที่ต้องสะอาดถูกสุขลักษณะเพื่อรองรับผู้คนให้มารวมกันได้ บรรยากาศสดใส และดูสดชื่น องค์ประกอบของส่วนนี้จะมีย่านพื้นที่ตั้งแต่ 200 ตร.ม. ขึ้นไป จนถึงเป็นพันๆ ตร.ม. ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับทำเลและประเภทของศูนย์การค้า รวมถึงปริมาณผู้คน นอกจากนี้จากการศึกษาพบว่ายังขาดพื้นที่ที่เป็นสวนสาธารณะ โดยเฉพาะ โครงการนี้ควรมีความเหมาะสมอย่างยิ่งที่จะจัดให้เป็นสวนพักผ่อนหย่อนใจไว้ส่วนหนึ่งเพื่อให้คนในท้องถิ่นสามารถเข้ามาใช้บริการได้

3. ลักษณะเด่นและรูปแบบทางสถาปัตยกรรมของอาคาร

จากการศึกษาพบว่าสถานที่จำหน่ายสินค้าชุมชน หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เป็นอาคารชั้นเดียวที่มี รูปทรงอาคารเรียบง่าย ตรงไปตรงมา โปร่ง โล่ง มีการนำสถาปัตยกรรมพื้นถิ่นมาปรับใช้เพื่อให้อาคารดูน่าสนใจ สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้ แต่ยังคงขาดเอกลักษณ์ที่แสดงออกให้เห็นอย่างชัดเจนว่าเป็นอาคารที่ใช้จำหน่ายสินค้าชุมชน หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

จากการศึกษาเรื่องแนวความคิดในการออกแบบศูนย์แสดงและจำหน่ายสินค้าชุมชนหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ภาคใต้ จ.ภูเก็ต ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้ในการออกแบบได้ดังนี้

1. จากการศึกษาพฤติกรรม และความต้องการของกลุ่มผู้ใช้อาคาร ทำให้ทราบถึงแนวทางในการออกแบบว่า ในการออกแบบควรออกแบบให้ตอบสนองต่อพฤติกรรมและความต้องการพื้นที่ใช้สอยของกลุ่มผู้ใช้เป็นหลัก โดยนอกเหนือจากกิจกรรมการจับจ่ายซื้อของและการพักรับประทานอาหารแล้วควรเพิ่มกิจกรรมและพื้นที่ใช้สอยภายในอาคารที่จะสามารถแสดงให้ผู้ใช้อาคารได้เรียนรู้และเห็นคุณค่าถึงเรื่องราวของวิถีชีวิตชุมชน คุณค่าของภูมิปัญญาชาวบ้านและศิลปวัฒนธรรมพื้นถิ่นของภาคได้อย่างชัดเจนมากขึ้น ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้จะสามารถดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยวให้เข้ามาใช้อาคารมากขึ้นและยังใช้เวลาอยู่ในอาคารนานขึ้น ซึ่งมีผลโดยตรงต่อรายได้ของอาคาร

2. ความต้องการ องค์ประกอบของอาคาร ได้แก่

- พื้นที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์
- พื้นที่จำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม
- พื้นที่จัดแสดงสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์
- พื้นที่สำนักงาน
- พื้นที่ช่างเทคนิค
- พื้นที่ประชุม สัมมนา
- พื้นที่จอดรถ

3. การจัดพื้นที่ใช้สอยและกิจกรรมภายในอาคาร ควรแบ่งกลุ่มอาคารตามลักษณะกิจกรรมการใช้สอยที่ต่างกัน จัดกลุ่มกิจกรรมแต่ละส่วนใกล้เคียงกันตามประโยชน์การใช้สอย โดยในแต่ละพื้นที่ใช้สอยควรมีกิจกรรมที่แสดงให้เห็นถึงวิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญา อย่างชัดเจนควบคู่ไปกับกิจกรรมภายในพื้นที่ใช้สอยนั้นด้วย ควรมีพื้นที่บางส่วนที่มีความยืดหยุ่นสูง สามารถคิดแปลงใช้ประโยชน์ได้หลายลักษณะเพื่อรองรับกิจกรรมภายในอาคาร เช่น ลานเอนกประสงค์ ซึ่งสามารถใช้ประกอบกิจกรรมในโอกาสพิเศษต่างๆ ได้ พื้นที่ในส่วนการจำหน่ายผลิตภัณฑ์และจำหน่ายอาหารควรอยู่ในตำแหน่งด้านหน้าเพื่อใช้ดึงดูดนักท่องเที่ยวและง่ายต่อการเข้าถึง พื้นที่จำหน่ายสินค้าควรเพิ่มขนาดให้มีพื้นที่เพียงพอกับความ ต้องการ สามารถจัดแสดงโดยแบ่งกลุ่มประเภทของสินค้าตามโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ควรมีมุมมองในการเลือกซื้อสินค้าที่ดีเพื่อให้สินค้าดูน่าสนใจมากขึ้น และควรกำหนดให้มีพื้นที่ส่งเสริมการขายให้ชัดเจนขึ้นเพื่อส่งเสริมกิจกรรมในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ หรืองานส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิตชุมชนให้เป็นรูปธรรมมากขึ้น การออกแบบพื้นที่ในส่วนนี้ออกเหนือจากการเดินซื้อของแล้วยังสามารถที่จะเรียนรู้ถึงวิถีชีวิตที่เต็มไปด้วยภูมิปัญญาของท้องถิ่นด้วย ควรมีพื้นที่สำหรับนั่งพักเหนื่อยจากการเดินเลือกซื้อของ พื้นที่ส่วนจำหน่ายสินค้าควรมีการเพิ่มพื้นที่ใช้สอยในส่วนนี้เพราะนอกจากสามารถให้บริการนักท่องเที่ยวภายในอาคารแล้วยังสามารถดึงดูดผู้คนภายนอกให้เข้ามาใช้อาคารเพิ่มมากขึ้นด้วย และควรจัดบรรยากาศให้ผ่อนคลาย บรรยากาศสดชื่น ถูกสุขลักษณะ ควรเพิ่มพื้นที่บริการสาธารณะและพื้นที่สีเขียวในส่วนหน้าอาคาร

3. ลักษณะเด่นและรูปแบบทางสถาปัตยกรรมของอาคาร รูปแบบอาคารควรแสดงลักษณะแบบพื้นถิ่น แสดงวิถีชีวิตพื้นถิ่นออกมาอย่างชัดเจน เพื่อเหมาะสมกับสภาพแวดล้อม และสามารถแสดงถึงเนื้อหาและเรื่องราวภายในตัวอาคาร การเลือกใช้สี วัสดุ และการตกแต่งส่วนต่างๆ ของอาคารโดยใช้สินค้าชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ มาใช้ในบางส่วนเพื่อแสดงวิถีชีวิตของชุมชนได้มากขึ้น อาคารควรมีรูปแบบที่มีเอกลักษณ์ เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถจดจำได้ นอกจากนี้เนื่องจากลักษณะของอาคารเป็นอาคารที่ต้องการให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมดังนั้นลักษณะโดยรวมของอาคารควรมีลักษณะที่เปิดกว้าง อบอุ่น เป็นมิตร เปิดต้อนรับให้ชุมชนสามารถเข้ามามีส่วนร่วมได้

5.3.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

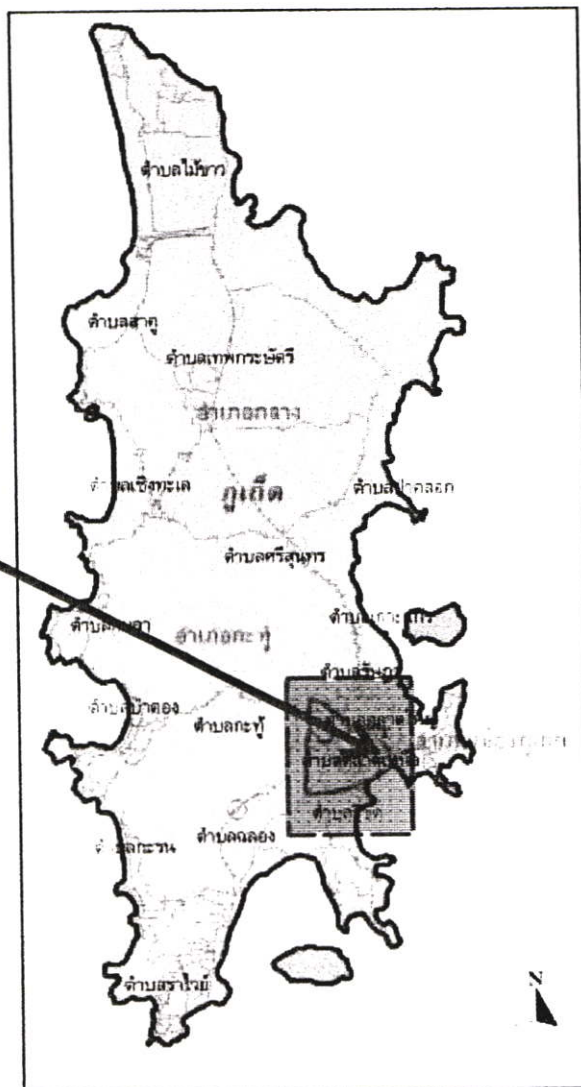
การศึกษาครั้งนี้พบว่า แนวความคิดในการออกแบบศูนย์แสดงและจำหน่ายสินค้าชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ภาคใต้ จังหวัดภูเก็ต เป็นกรณีศึกษา แนวความคิด ทฤษฎี พฤติกรรมและความต้องการ สภาพทางกายภาพของอาคารสถานที่จำหน่ายสินค้าชุมชน หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ภาคใต้ เพื่อให้ได้มาซึ่งแนวความคิดในการออกแบบ ซึ่งแนวความคิดส่วนใหญ่มาจากข้อมูลพื้นฐานทั่วไป และการแสดงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวผู้ใช้บริการ ซึ่งได้แนวทางในการออกแบบที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนั้นผู้วิจัยจึงเสนอแนะแนวความคิดเห็นในการทำวิจัยครั้งต่อไปดังนี้

1. ควรมีการศึกษาถึงแนวโน้มของการเพิ่มขึ้นและการพัฒนาสินค้า หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในอนาคต เพื่อสามารถออกแบบอาคารเพื่อการขยายตัวในอนาคต
2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง นอกเหนือจากนักท่องเที่ยวผู้ใช้อาคารสถานที่จำหน่ายสินค้าชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ภาคใต้ ควรมีการศึกษาถึงความคิดเห็นของนักลงทุน ชาวต่างชาติที่เข้ามาติดต่อซื้อสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อศึกษาเรื่องความแตกต่างของพฤติกรรมและทัศนคติที่แตกต่างกัน

5.4 การนำเสนอแนวความคิดในการออกแบบ



ภาพที่ 5.1 แสดงแผนที่ภาคใต้



ภาพที่ 5.2 แสดงแผนที่เขตจังหวัดอุบลราชธานี

ที่ตั้งโครงการ

ต.ตลาดเหนือ อ.เมือง จ.อุบลราชธานี

อาณาเขตตำบล

ทิศเหนือ

ติดต่อกับ ต.วิชัย อ.เมือง จ.อุบลราชธานี



ทิศใต้

ติดต่อกับ ต.วิชัย อ.เมือง จ.อุบลราชธานี



ทิศตะวันออก

ติดต่อกับ ต.ตลาดใหญ่ จ.อุบลราชธานี



ทิศตะวันตก

ติดต่อกับ ต.กระทุ่ม อ.กระทุ่ม จ.อุบลราชธานี

เส้นทางแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต



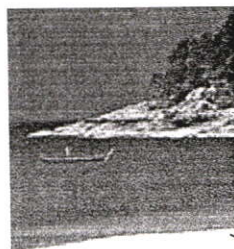
หาดในยาง



สนามบินภูเก็ต



อนุสาวรีย์ท้าวเทพสตรี และท้าวศรีสุนทร



หาดในทอน



หาดสุรินทร์



หาดป่าตอง



หาดกะรน



แหลมพรหมเทพ



หาดกะตะ



แผนที่ท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต PHUKET TOURIST MAP



ภูเก็ตแพนต้ายี่



วัดคลอง

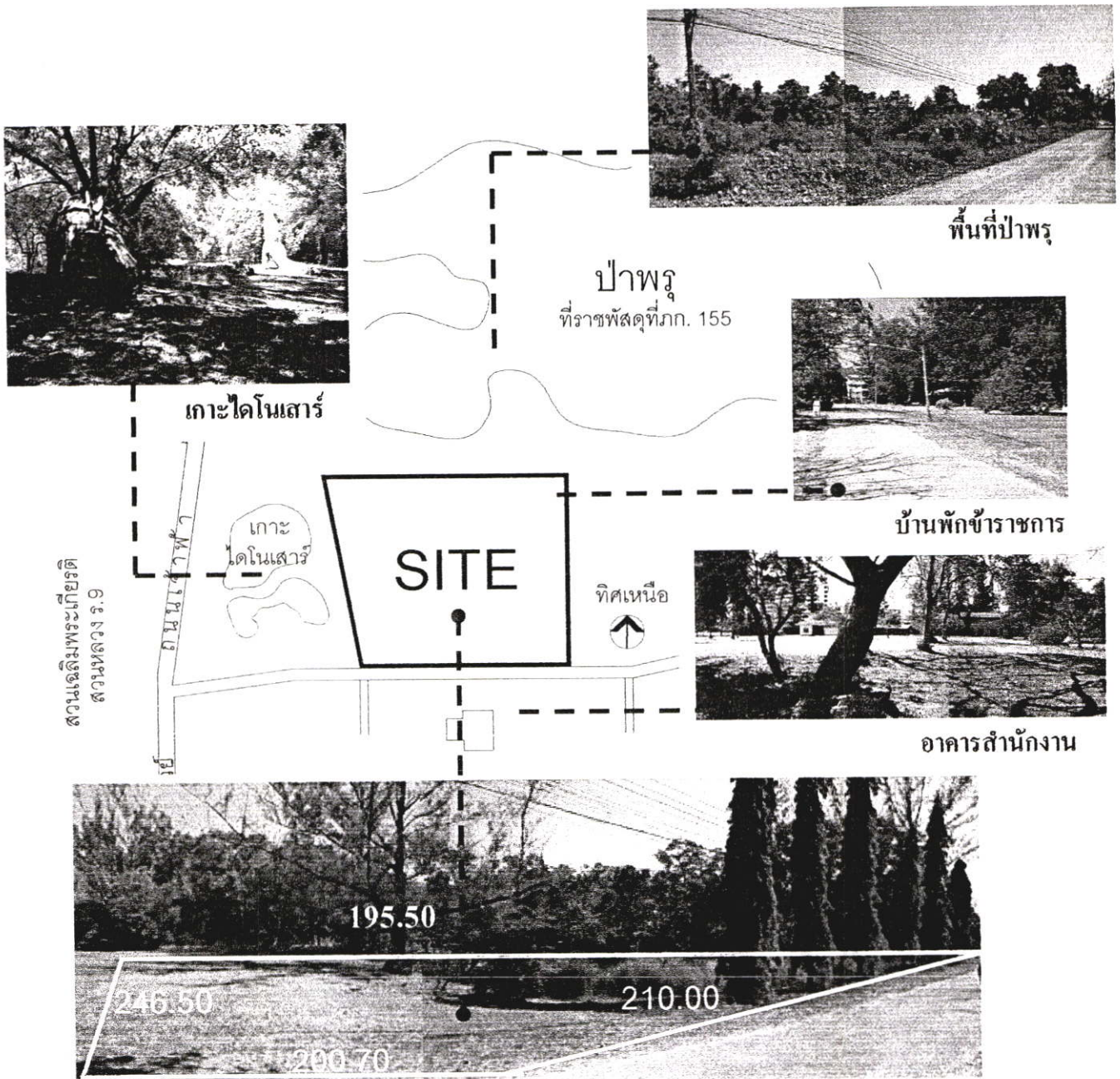


หาดราไวย์

ภาพที่ 5.3 แสดงการเชื่อมโยงของแหล่งกิจกรรมท่องเที่ยวที่เป็นจุดดึงดูดความสนใจ

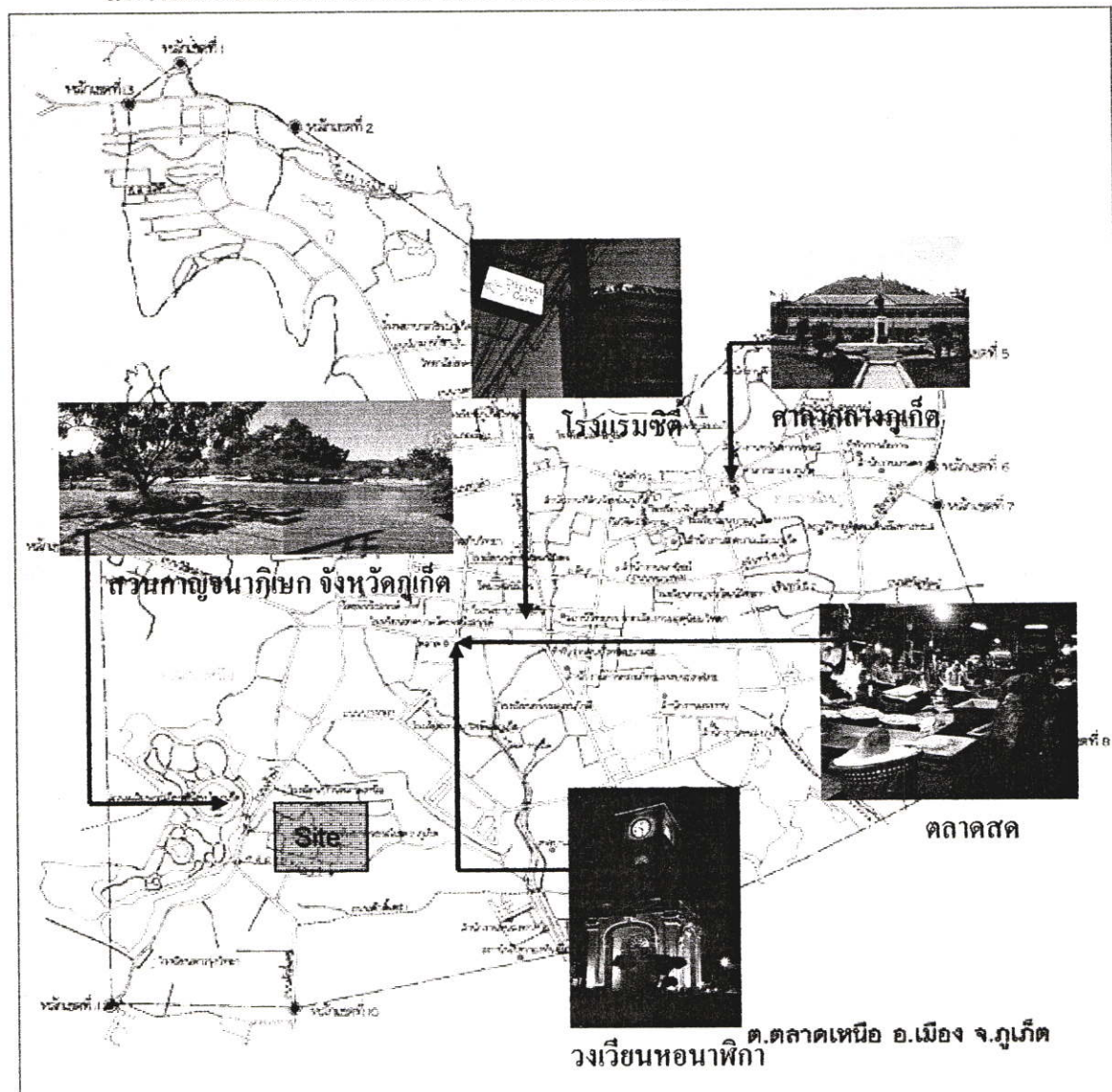
การวิเคราะห์ที่ตั้งโครงการ Site Location

อาณาเขต	ทิศเหนือ	ติดต่อ	พื้นที่ป่าพรุ
	ทิศใต้	ติดต่อ	ถนนภายในตรงข้ามกับสำนักงาน
	ทิศตะวันออก	ติดต่อ	พื้นที่บ้านพักข้าราชการ
	ทิศตะวันตก	ติดต่อ	เกาะโคโนเสาร์



ภาพที่ 5.4 แสดงการวิเคราะห์ที่ตั้งโครงการ

สภาพแวดล้อมโดยรอบโครงการ Site Surround



ภาพที่ 5.5 แสดงสภาพแวดล้อมโดยรอบโครงการ

Accessibility

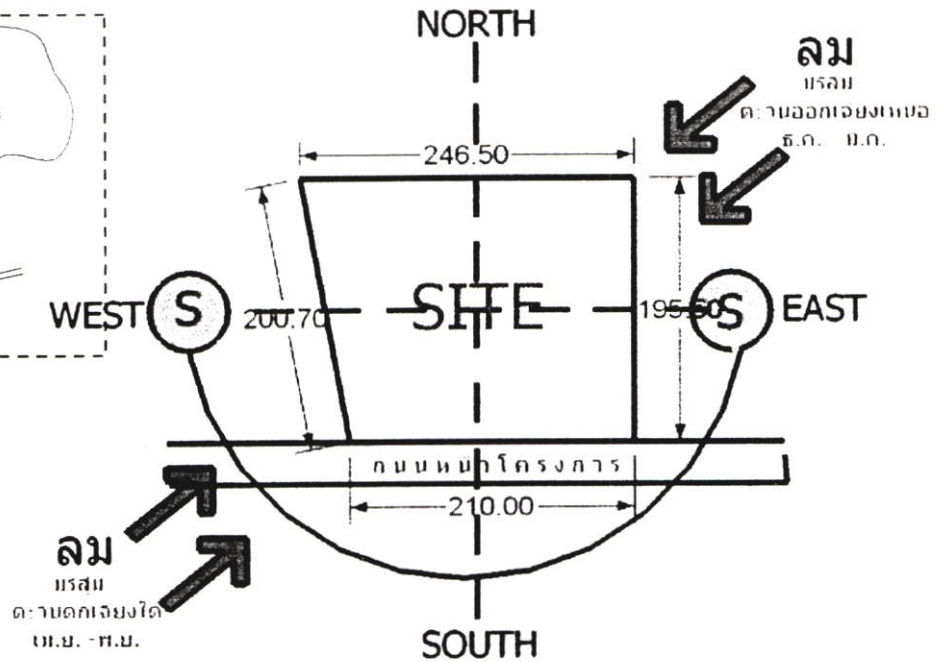
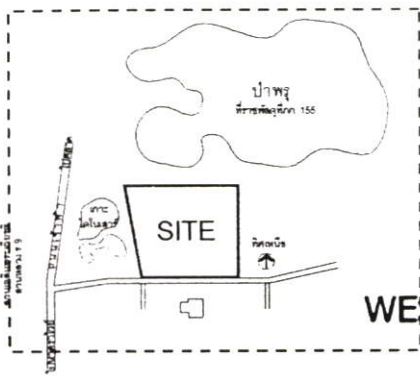
ที่ตั้งของโครงการตั้งอยู่ใจกลางเมืองภูเก็ต เส้นทางเข้าออกมีเพียงเส้นทางเดียวคือ ถนนเข้าฟ้าถนน 4 เลน มีปัญหาการจราจรติดขัดบางเวลา เทศบาลเมืองภูเก็ตมีโครงการจะตัดถนนผ่านพื้นที่ของสำนักงานทรัพยากรธรณี ไปยังถนนอีกด้านหนึ่ง ทำให้การคมนาคมบริเวณนี้สะดวกขึ้น ระยะห่างจากสนามบินและสถานีขนส่ง

ตั้งอยู่ห่างจากสนามบินนานาชาติภูเก็ตเป็นระยะทาง 34.2 กิโลเมตร ใช้เวลาเดินทางประมาณ 35 นาที ตั้งอยู่ห่างจากสถานีขนส่งภูเก็ตเป็นระยะทาง 2 กิโลเมตร

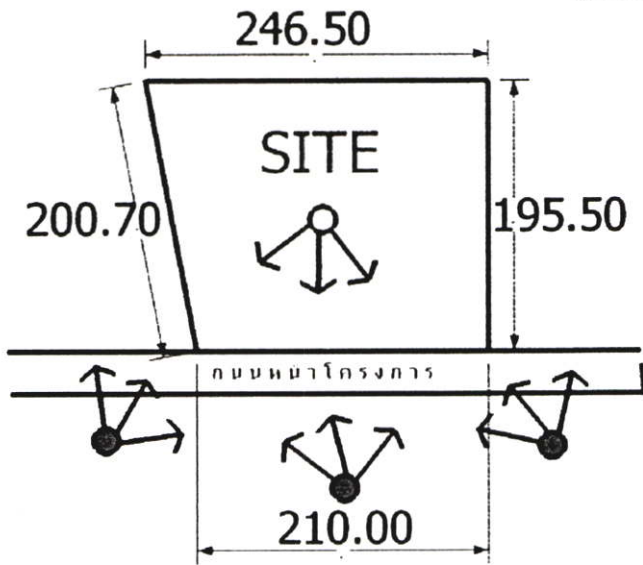
การเดินทางภายในจังหวัดมีรถแท็กซี่มีเตอร์ รถโดยสารสองแถวเล็ก (รถตุ๊กๆ) รถโดยสารประจำทาง(สองแถว) และรถโดยสารประจำทางปรับอากาศ (รถเมย์)

การวิเคราะห์ทิศทางแดด ลม ภายในโครงการ Site Analysis

ลักษณะภูมิอากาศ มีลักษณะแบบเขตร้อนชื้น อากาศร้อนชื้นตลอดปี อยู่ในเขตอิทธิพลของลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือและลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้



ภาพที่ 5.6 แสดงการวิเคราะห์ทิศทางแดด ลม ภายในโครงการ



ภาพที่ 5.7 แสดงการวิเคราะห์มุมมองทั้งภายใน และภายนอกโครงการ

ขนาดขนาดของที่ตั้งโครงการ Site Area

เป็นสถานที่ของราชการจังหวัดภูเก็ตขอใช้พื้นที่จากกรมธนารักษ์โครงการมีพื้นที่ทั้งหมดประมาณ 120 ไร่ พื้นที่ที่จะขอใช้ในการก่อสร้างศูนย์แสดงและจำหน่ายสินค้าชุมชนหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ภาคใต้จังหวัดภูเก็ต โดยประมาณ 35,336 ตารางเมตร หรือ 22ไร่ ลักษณะพื้นที่เป็นพื้นที่ราบ มีคูน้ำและคลองรอบพื้นที่เพื่อช่วยในการระบายน้ำของสวนหลวง ร.9(ภูเก็ต) และพื้นที่โครงการ

พื้นที่สอยภายในโครงการ
ตารางที่ 5.1 พื้นที่ใช้สอยภายในโครงการ

องค์ประกอบ	เวลา	จำนวน ผู้ใช้	จำนวน หน่วย	พื้นที่ /คน	พื้นที่/ ตร.ม.	อ้างอิง
1.ส่วนบริหาร						
1.1 ฝ่ายบริหาร						
- ห้องผู้อำนวยการ+ห้องน้ำ	8.00-16.30	1	1	25	25	A
- ห้องรองผู้อำนวยการ	8.00-16.30	1	1	20	20	A
- ห้องทำงานเลขานุการ	8.00-16.30	1	1	9	9	A
- ส่วนงานเจ้าหน้าที่	8.00-16.30	5	1	5	25	A
1.2 ฝ่ายธุรการและทะเบียน						
- ห้องหัวหน้าฝ่าย	8.00-16.30	1	1	12	12	A
- ห้องทำงานเจ้าหน้าที่	8.00-16.30	6	1	5	30	A
- ห้องเก็บเอกสาร	8.00-16.30		1		20	C
1.3 ฝ่ายการเงินและพัสดุ						
- ห้องหัวหน้าฝ่าย	8.00-16.30	1	1	12	12	A
- ห้องทำงานเจ้าหน้าที่	8.00-16.30	6	1	5	30	A
- ห้องเก็บของ	8.00-16.30		1		60	C
- ห้องเก็บเอกสาร	8.00-16.30		1		20	C
1.4 ฝ่ายบุคคล						
- ห้องหัวหน้าฝ่าย	8.00-16.30	1	1	12	12	A
- ห้องทำงานเจ้าหน้าที่	8.00-16.30	1	3	5	15	A
- ห้องเก็บเอกสาร	8.00-16.30	1			20	C
1.5 ห้องประชุม	8.00-16.30	25	1	1.05	26.25	A
1.6 ห้องรับรอง	8.00-16.30	10	1	4	40	C
1.7 ส่วนโถงติดต่อ	8.00-16.30	52	1	1	50	A
1.8 ห้องน้ำ ห้องส้วม	8.00-16.30		1		50	D
Cir 30%					142.86	
รวมพื้นที่ส่วนบริการ					619.11	

ตารางที่ 5.1 (ต่อ)

องค์ประกอบ	เวลา	จำนวน ผู้ใช้	จำนวน หน่วย	พื้นที่ /คน	พื้นที่/ ตร.ม.	อ้างอิง
2. ส่วนข้อมูลและเผยแพร่						
2.1 ฝ่ายบริหารข้อมูล						
- ห้องหัวหน้าฝ่าย	8.00-16.30	1	1	12	12	A
- ห้องทำงานเจ้าหน้าที่	8.00-16.30	5	1	5	25	A
- ห้องเก็บเอกสาร	8.00-16.30	-	1	9	20	C
2.2 ฝ่ายนิทรรศการ						
- ห้องหัวหน้าฝ่าย	8.00-16.30	1	1	12	12	A
- ห้องทำงานเจ้าหน้าที่	8.00-16.30	5	1	5	25	A
- นิทรรศการถาวร	8.00-16.30	-	1		384	C
- นิทรรศการชั่วคราว	8.00-16.30	-	1		224.64	C
- นิทรรศการกลางแจ้ง	8.00-16.30	-	1	12	124.80	C
- ห้องเตรียมจัดนิทรรศการ	8.00-16.30	-	1	5	60	C
- ห้องเก็บของ	8.00-16.30	-	1		60	C
2.3 ฝ่ายจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์					20	
- ห้องหัวหน้าฝ่าย	8.00-16.30	1	1	12.00	12	A
- ห้องทำงานเจ้าหน้าที่	8.00-16.30	5	1	5.00	25	A
- ห้องจำหน่ายผลิตภัณฑ์	8.00-16.30	-	1		630	C
- ห้องน้ำ ห้องส้วม	8.00-16.30	-	1		50	D
Cir 30%					538.93	
รวมพื้นที่ส่วนข้อมูลและเผยแพร่					2,335.37	
3. ส่วนสนับสนุนโครงการ						
3.1 ร้านอาหาร						
- บริการอาหาร	7.00-22.00	-	1	1.44	169.92	B
- ครั้ว	7.00-22.00	-	1		50.1	B
- ร้านค้า	7.00-22.00	-	1		44.02	B
- ห้องเก็บของ	7.00-22.00	-	1		25.05	B
- ห้องน้ำ ห้องส้วม	7.00-22.00	-	1		39	B

ตารางที่ 5.1 (ต่อ)

องค์ประกอบ	เวลา	จำนวน ผู้ใช้	จำนวน หน่วย	พื้นที่ /คน	พื้นที่/ ตร.ม.	อ้างอิง
3.2 ห้องประชุมสัมมนา	8.00-18.30		1			
- พื้นที่นั่ง				1.05	210	P
- พื้นที่เวที		200			65	P
- พื้นที่เตรียมการแสดงหลัง		-			50	P
เวที		-				P
- ห้องแต่งตัว		-			40	P
- ห้องฉาย		-			25	P
- ห้องควบคุมเสียง		-			12	P
- โถงทางเข้า		-		0.64	128	P
- โถงพักคอย		-			64	P
- ห้องน้ำ ห้องส้วม	8.00-18.30	-	1	2	50	P
CIR 30%					297.62	
รวมพื้นที่ส่วนสนับสนุนโครงการ					1,290.00	
4. ส่วนซ่อมบำรุง						
4.1 ห้องหัวหน้างานเทคนิค	8.00-18.30	1	1	12	12	C
4.2 ห้องทำงานช่าง	8.00-18.30	4	4	6	24	C
4.3 ห้องเครื่องแอร์	8.00-18.30	-	1		25	C
4.4 ห้องเครื่องไฟฟ้า	8.00-18.30	-	1		12	C
4.5 ห้องเครื่องปั๊ม	8.00-18.30	-	1		12	C
4.6 ห้องซ่อมแซมครุภัณฑ์	8.00-18.30	2	1		50	C
4.7 ห้องแม่บ้าน	8.00-18.30	5	1		10	C
4.8 ห้องเก็บเครื่องมือ	8.00-18.30	-	1		20	C
4.9 ห้องเก็บของ	8.00-18.30	-	1		20	C
4.10 ห้องน้ำ ห้องส้วม	8.00-18.30	-	1		24	D
CIR 30%					62.70	
รวมพื้นที่ฝ่ายซ่อมบำรุง					271.70	

ตารางที่ 5.1 (ต่อ)

องค์ประกอบ	เวลา	จำนวน ผู้ใช้	จำนวน หน่วย	พื้นที่ /คน	พื้นที่/ ตร.ม.	อ้างอิง
6. ส่วนจอครด						
- ที่จอครดยศจนค้กทองเทือว	8.00-18.30	-	62	12	744	C
- ที่จอครดยศจนค้กห้ห้ห้	8.00-18.30	-	10	12	120	C
- ที่จอครดท้ว้	8.00-18.30	-	6	48	288	C
- ที่จอครดจ้กรยศจนค้ยศจนค้	8.00-18.30	-	23	2	46	C
- ที่จอครดค้ยศจนค้	8.00-18.30	-	5	40	200	C
- ที่จอครดบรค้กร	8.00-18.30	-	2	36	72	C
CIR 30%					441.00	
รวมพื้นที่ส่วนจอครด					1,911.00	

สรุปพื้นที่ทั้งหมดของโครงการ

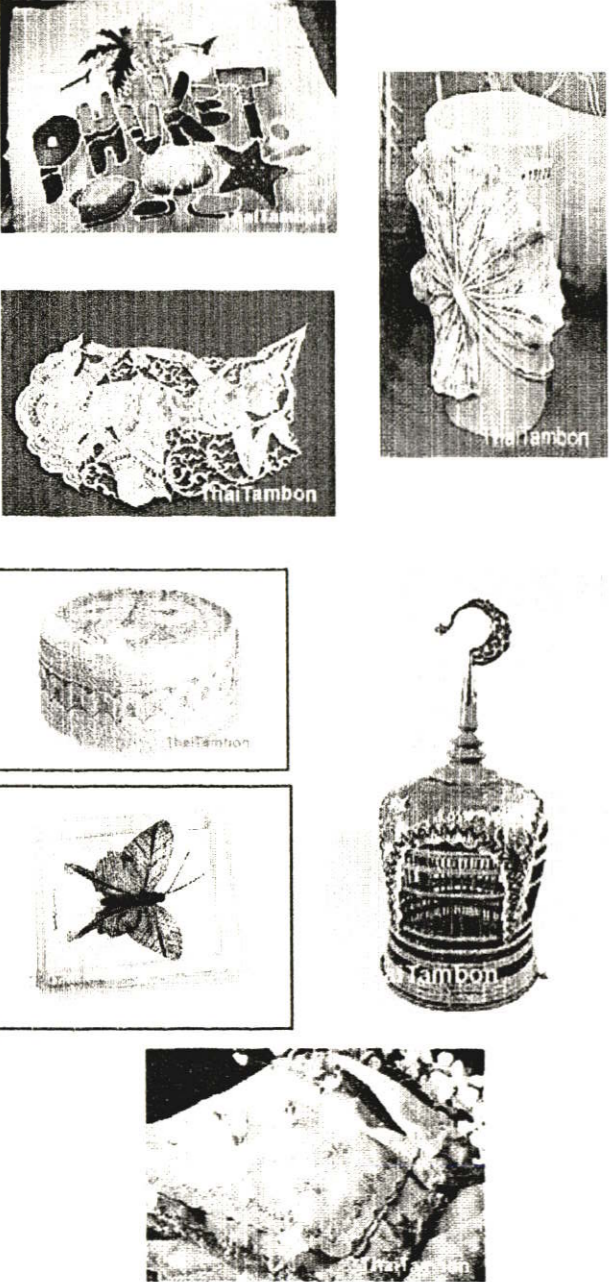
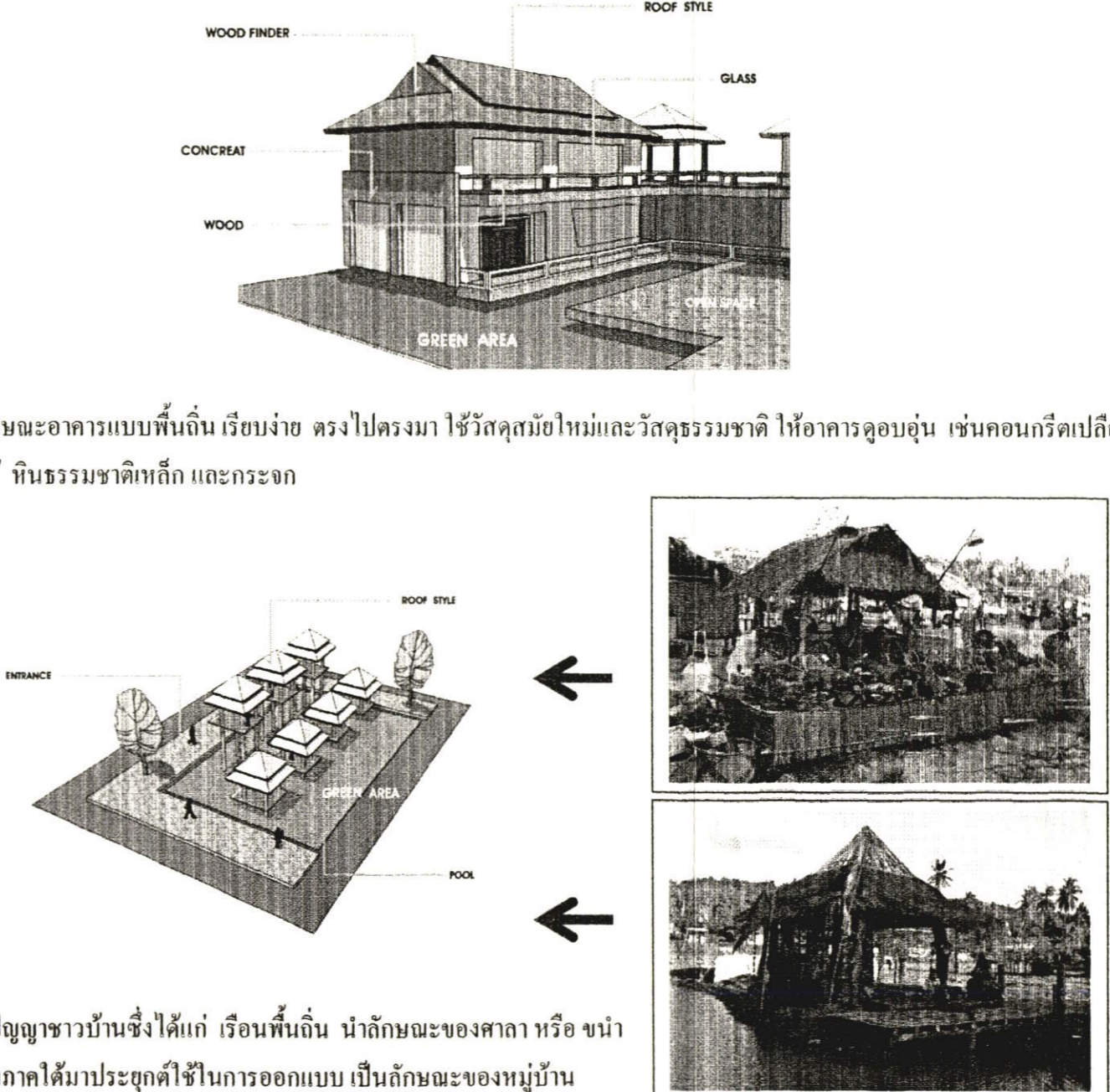
1. ส่วนบริการ	619.11 ตร.ม.
2. ส่วนข้อมูลและเผยแพร่	2,335.37 ตร.ม.
3. ส่วนสนับสนุนโครงการ	1,290.00 ตร.ม.
4. ส่วนซ่อมบำรุง	274.70 ตร.ม.
5. ส่วนจอครด	1,911.00 ตร.ม.
รวมพื้นที่ใช้สอยของโครงการ	4,516.18 ตร.ม.
รวมพื้นที่จอครด	1,911.00
รวมพื้นที่ทั้งหมดของโครงการ	6427.18 ตร.ม.

หมายเหตุ


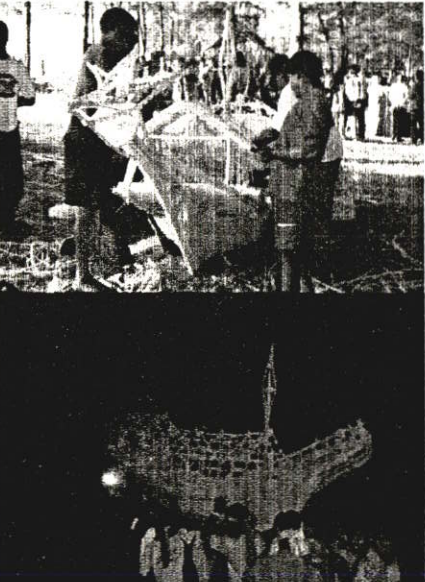
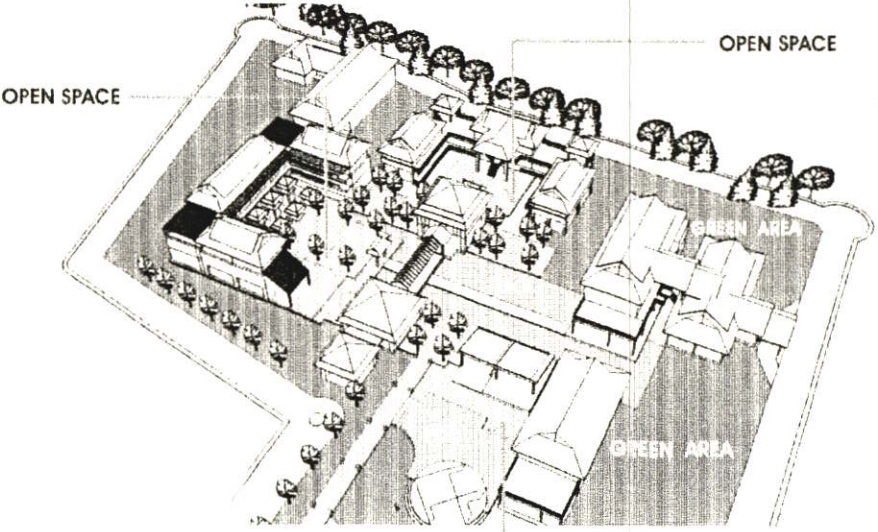
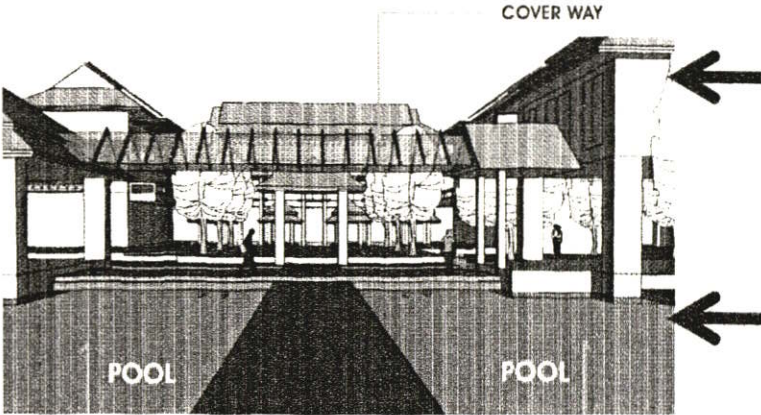
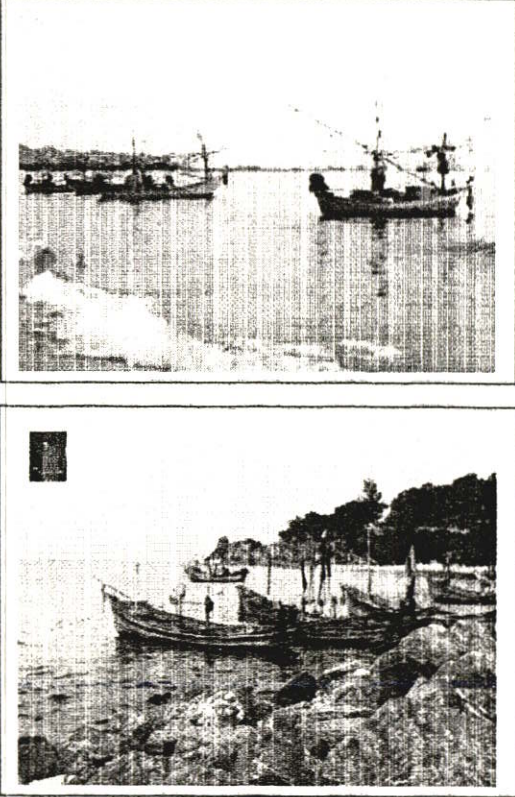
- A ระเบียบข้าราชการพลเรือนและมาตรฐานที่ทำการของทางราชการ
- B Building Planning for Design Standard
- C การวิเคราะห์พื้นที่ใช้สอยอาคาร
- D กฎกระทรวงฉบับที่ 7
- P Planning Theatre and Auditorium

แนวความคิดในการออกแบบ

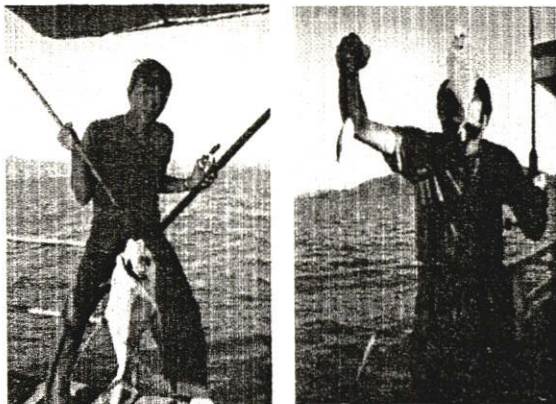

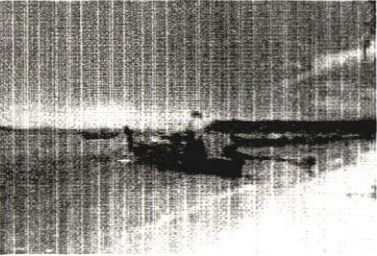
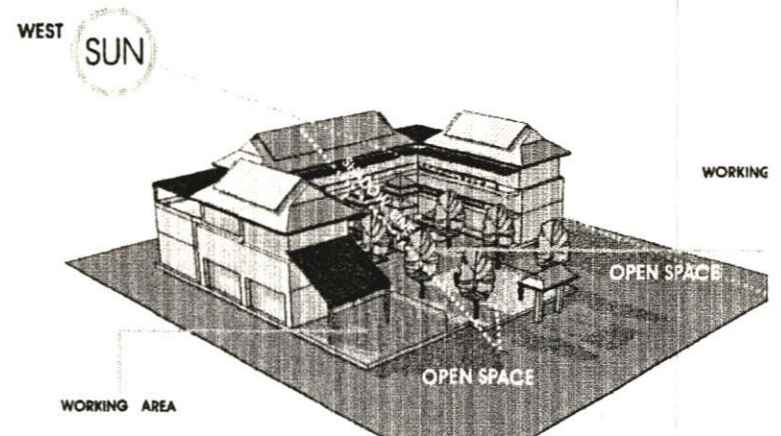
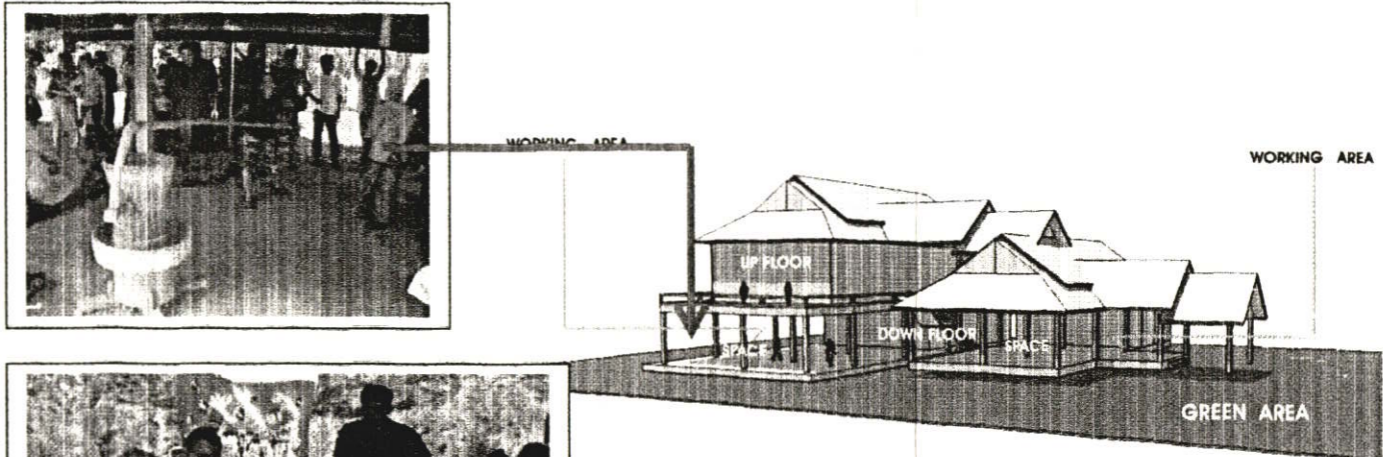
ออกแบบโดยคำนึงถึงพื้นฐานทางวัฒนธรรมของภาคใต้ นำลักษณะพฤติกรรมค่านิยมของผู้ใช้ออกแบบเป็นอาคารที่แสดงให้เห็นถึงวิถีชีวิตที่เต็มไปด้วยภูมิปัญญาและความอุดมสมบูรณ์ของท้องถิ่น การออกแบบภายในคำนึงถึงการปรับเปลี่ยนพื้นที่ใช้สอยของอาคาร เนื่องจากสินค้าชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ มักมีการจัดกิจกรรมอยู่เสมอ

ความหลากหลายของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์	ตัวแปรที่ศึกษา	ลักษณะอาคาร
<p>หนึ่งตำบล</p> <p>● หนึ่งผลิตภัณฑ์เด่น</p> 	<p>ศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของผู้ใช้อาคาร</p> <p>1. เห็นคุณค่าและสนใจที่จะเรียนรู้เกี่ยวกับ</p> <ul style="list-style-type: none"> - วิถีชีวิตชุมชน - ศิลปวัฒนธรรมพื้นถิ่น - ภูมิปัญญาชาวบ้าน 	 <p>ลักษณะอาคารแบบพื้นถิ่น เรียบง่าย ตรงไปตรงมา ใช้วัสดุสมัยใหม่และวัสดุธรรมชาติ ให้อาคารดูอบอุ่น เช่นคอนกรีตเปลือยไม้ หินธรรมชาติเหล็ก และกระจก</p> <p>ภูมิปัญญาชาวบ้านซึ่งได้แก่ เรือนพื้นถิ่น นำลักษณะของศาลา หรือ ขน้าของภาคใต้มาประยุกต์ใช้ในการออกแบบ เป็นลักษณะของหมู่บ้าน</p>



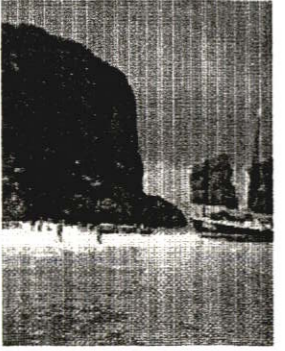
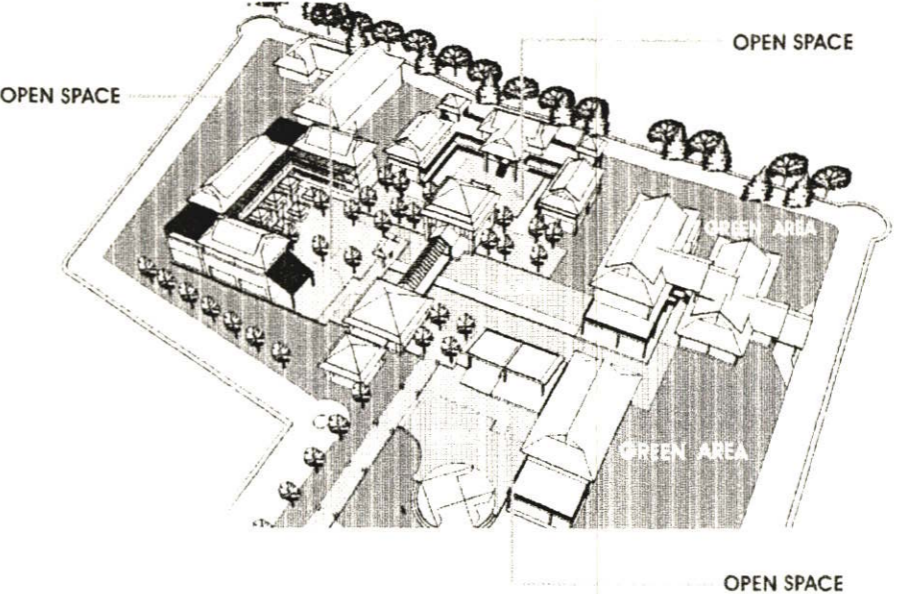
ตารางที่ 5.2 (ต่อ)

ความหลากหลายของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์	ตัวแปรที่ศึกษา	ลักษณะอาคาร
<p>หนึ่งตำบล</p> <ul style="list-style-type: none"> หนึ่งประเพณี วัฒนธรรมล้ำเลิศ  <p>Phuketindex.com Phuketindex.com</p> <p>เทศกาลกินผัก จ.ภูเก็ต</p>  <p>ประเพณีลอยเรือชาวเล</p>	<p>ศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของผู้ใช้อาคาร</p> <p>1. เห็นคุณค่าและสนใจที่จะเรียนรู้เกี่ยวกับ</p> <ul style="list-style-type: none"> - วิถีชีวิตชุมชน - ศิลปวัฒนธรรมพื้นถิ่น - ภูมิปัญญาชาวบ้าน 	 <p>การจัดวางให้มีกิจกรรมที่แสดงถึงวิถีชีวิตชุมชนอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ผู้ใช้อาคารสามารถเรียนรู้ไปพร้อมๆ กับการท่องเที่ยว</p>   <p>ใช้น้ำเป็นตัวแสดงถึงเรื่องราววิถีชีวิตและการกำเนิดภูมิปัญญาพื้นถิ่นของคนในภาคใต้</p>




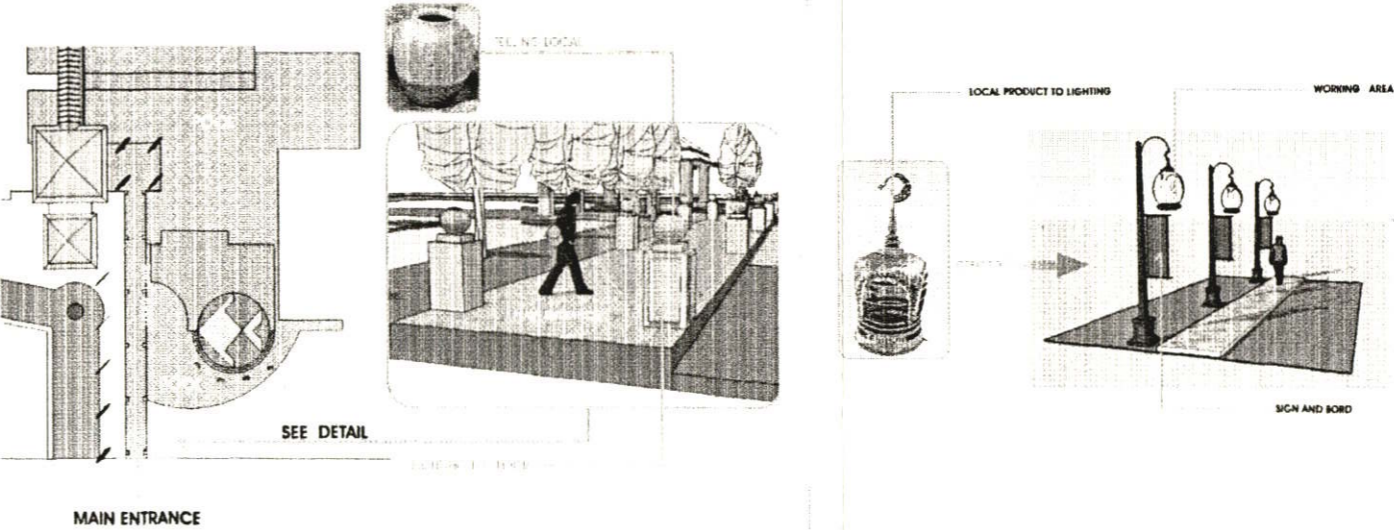
ตารางที่ 5.2 (ต่อ)

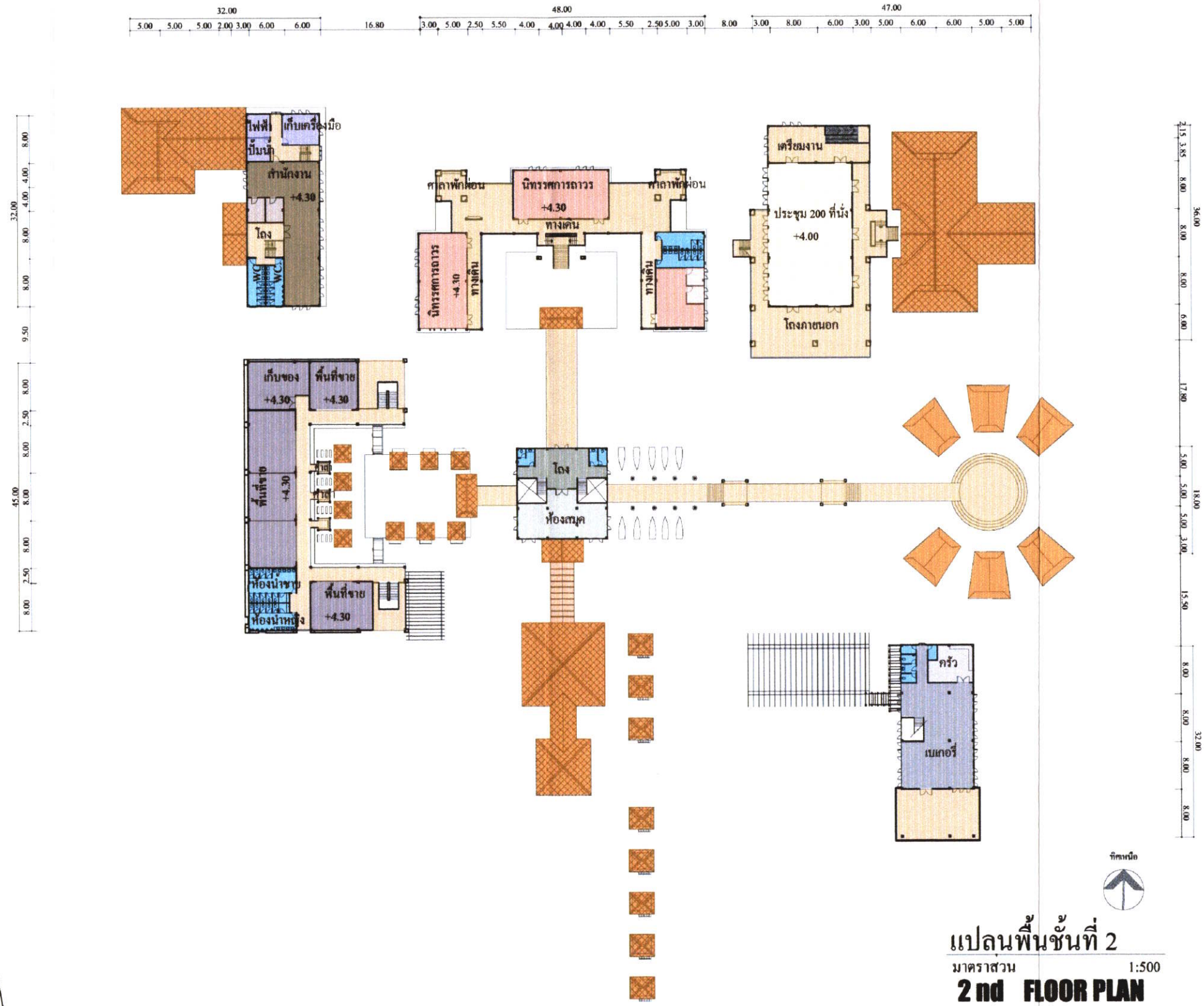
ความหลากหลายของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์	ตัวแปรที่ศึกษา	ลักษณะอาคาร
<p>หนึ่งตำบล</p> <ul style="list-style-type: none"> ● หนึ่งกีฬาเล็ค  <p>การตกปลา</p> <ul style="list-style-type: none"> ● หนึ่งแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม  	<p>ศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของผู้ใช้อาคาร</p> <p>1. เห็นคุณค่าและสนใจที่จะเรียนรู้เกี่ยวกับ</p> <ul style="list-style-type: none"> - วิถีชีวิตชุมชน - ศิลปวัฒนธรรมพื้นถิ่น - ภูมิปัญญาชาวบ้าน 	 <p>พื้นที่ขายสินค้าเป็นลักษณะแบบ Out Door เป็นการเดินเลือกซื้อสินค้าในบรรยากาศที่ผ่อนคลาย รับลม และได้เรียนรู้วิถีชีวิตไปพร้อมๆ กันด้วย</p>  <p>พื้นที่ส่วนฝึกอบรม ออกแบบไม่เหมือนนั่งในห้องเรียน แต่ให้ความรู้สึกเหมือนนั่งทำงานอยู่ใต้ถุนบ้าน</p>

ตารางที่ 5.2 (ต่อ)

ความหลากหลายของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์	ตัวแปรที่ศึกษา	ลักษณะอาคาร
<p data-bbox="371 373 498 415">หนึ่งตำบล</p> <p data-bbox="124 430 430 472">● หนึ่งแหล่งท่องเที่ยวเด่น</p>    	<p data-bbox="786 1291 1261 1501">2. นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้เวลาอยู่ในอาคาร 1-1.30 ชั่วโมง และมีรายได้โดยเฉลี่ยมากกว่า 30,000 บาท มีค่าใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึกแต่ละครั้งมากกว่า 1,000 บาท</p>	 <p data-bbox="1424 1092 2626 1186">การจัดวางอาคารเป็นกลุ่มทำให้เกิดพื้นที่เอนกประสงค์ตรงกลางอาคารเป็นพื้นที่ที่มีความยืดหยุ่นสูง สามารถรองรับกิจกรรมได้หลากหลายมากขึ้น</p> <p data-bbox="1424 1281 2626 1386">เพิ่มกิจกรรมและพื้นที่ใช้สอยภายในอาคารมากให้มากขึ้น เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้ใช้เวลาในอาคารนานขึ้น ซึ่งมีผลโดยตรงต่อรายได้อาคาร</p> <p data-bbox="1469 1407 1706 1449">องค์ประกอบอาคาร</p> <ul data-bbox="1513 1459 2092 1858" style="list-style-type: none"> - พื้นที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ - พื้นที่จำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม - พื้นที่จัดแสดงสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ - พื้นที่สำนักงาน - พื้นที่ช่างเทคนิค - พื้นที่ประชุม สัมมนา - พื้นที่จอดรถ

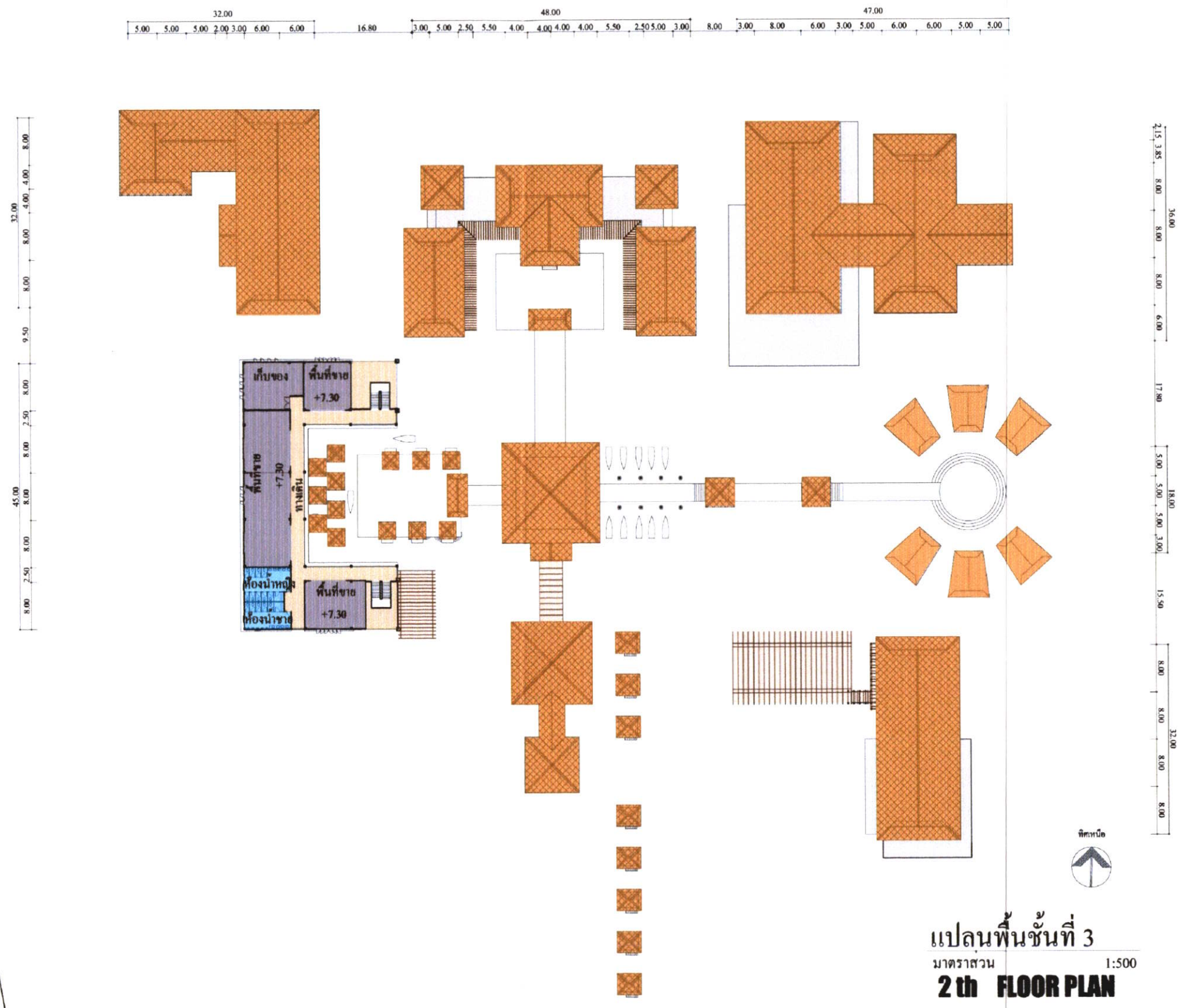
ตารางที่ 5.2 (ต่อ)

ความหลากหลายของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์	ตัวแปรที่ศึกษา	ลักษณะอาคาร	
<p>หนึ่งตำบล</p> <ul style="list-style-type: none"> หนึ่งบทกวี/แสดงดนตรี/บทเพลงดัง  <p>ลิกฮูด</p>  <p>ร้องเงิง คนตรีพื้นถิ่น</p>  <p>ลิกป้า</p>	<p>ศึกษาอาคารสถานที่จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ภาคใต้</p> <ol style="list-style-type: none"> องค์ประกอบอาคาร การจัดพื้นที่ใช้สอยและกิจกรรมภายในอาคาร ลักษณะเด่นและรูปแบบทางสถาปัตยกรรมของอาคาร 	 <p>นำสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์บางส่วนมาตกแต่งบรรยากาศของอาคาร</p> <p>ออกแบบลานกิจกรรมด้านหน้าอาคารเป็นตราสัญลักษณ์ ของ Otop เพื่อเป็น Land Mark ช่วยให้นักท่องเที่ยวจดจำอาคารได้ง่ายขึ้น</p>	



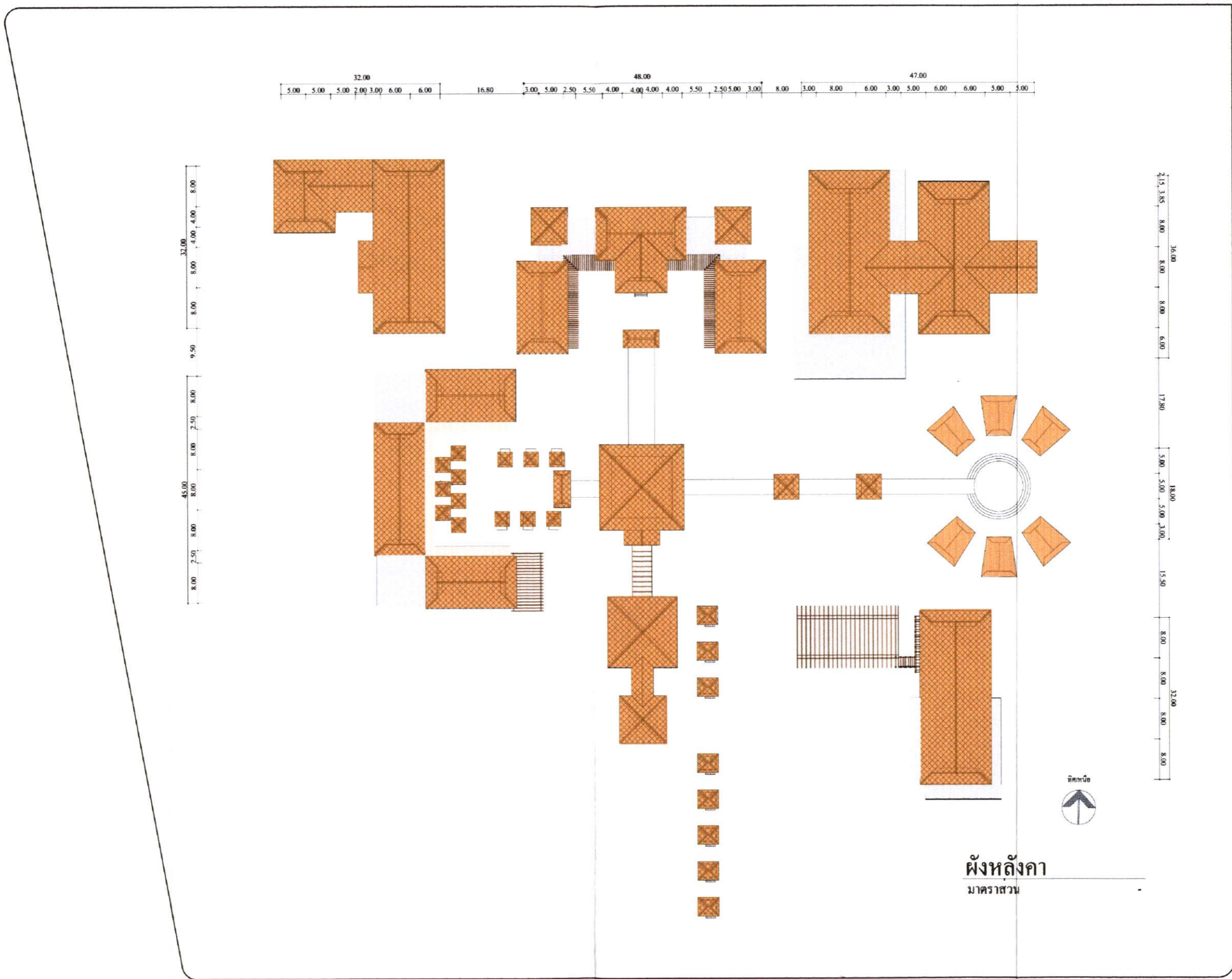
ที่หมายมือ
 แปลนพื้นที่ 2
 มাত্রาส่วน 1:500
2nd FLOOR PLAN

ภาพที่ 5.9 แสดงแปลนพื้นที่ 2

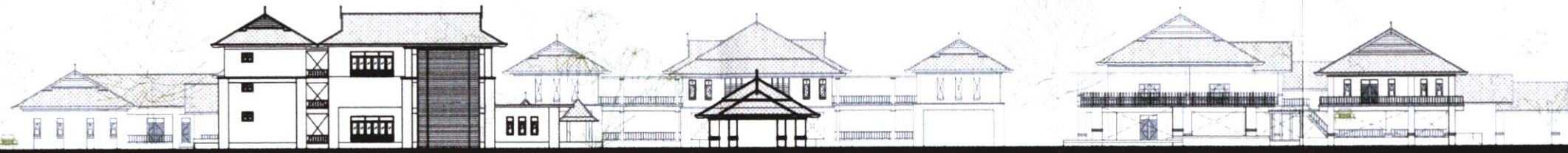


แปลนพื้นที่ 3
มาตราส่วน 1:500
2th FLOOR PLAN

ภาพที่ 5.10 แสดงแปลนพื้นที่ 3

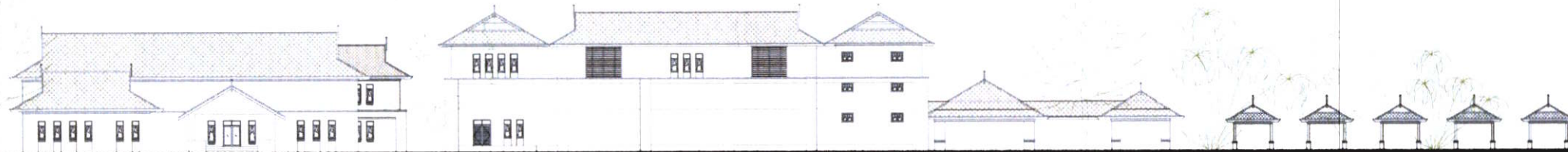


ภาพที่ 5.11 แสดงผังหลังคา



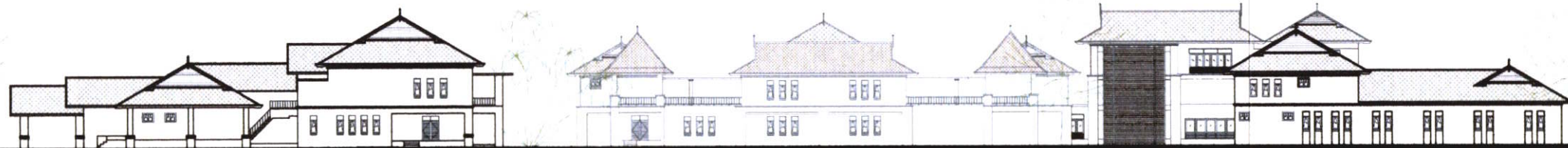
ภาพที่ 5.12 แสดงรูปด้าน 1

ELEVATION-1



ภาพที่ 5.13 แสดงรูปด้าน 2

ELEVATION-2



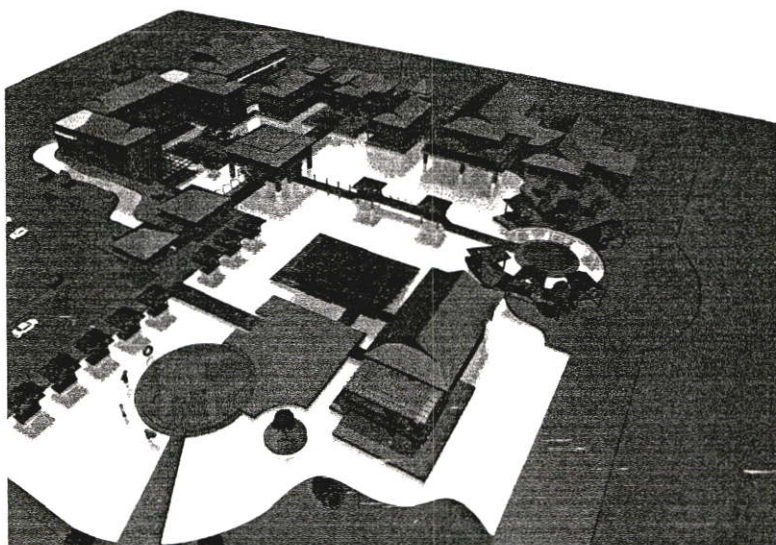
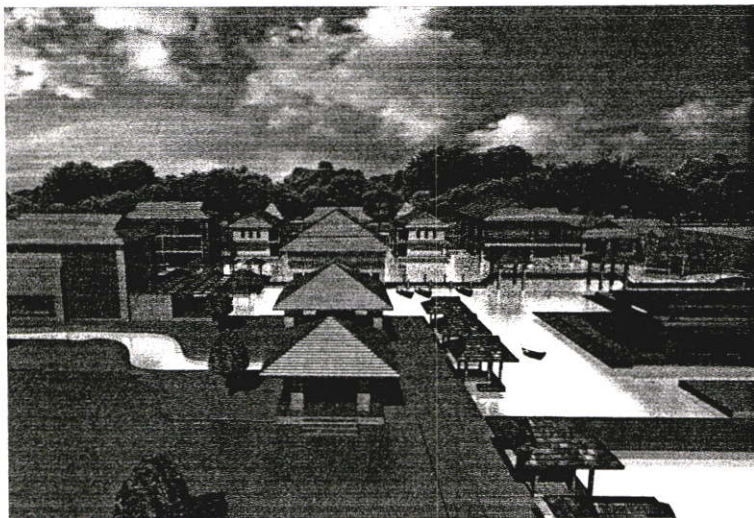
ภาพที่ 5.14 แสดงรูปด้าน 3

ELEVATION-3

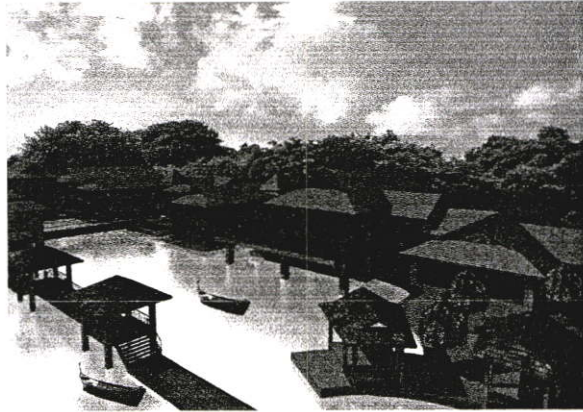
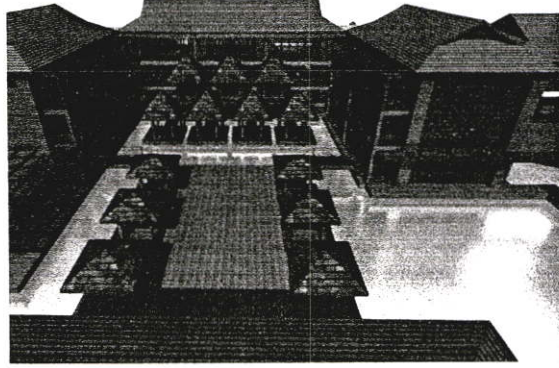


ภาพที่ 5.14 แสดงรูปด้าน 4

ELEVATION-4



ภาพที่ 5.16 แสดงทัศนียภาพของโครงการ



ภาพที่ 5.17 แสดงทัศนียภาพของโครงการ

บรรณานุกรม

- กรมการพัฒนาชุมชน. 2546. คู่มือแนะนำกิจกรรมการจัดงานเมืองแห่งภูมิปัญญาไทย. กรุงเทพฯ :
กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย
- กรมการพัฒนาชุมชน. 2546. ประเมินผลงาน คัดสรรสุดยอด หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย 4
ภาค. [CD-ROM]. กรุงเทพฯ : กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย
- กรมการพัฒนาชุมชน. 2545. รายงานผลการจำหน่ายสินค้าตามโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์
ประจำปี 2545 - 2546. กรุงเทพฯ : กรมพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย
- กรมพัฒนาชุมชน. 2545. เอกสารรายงานผลการจัดประชุมเชิงวิชาการเรื่อง หนึ่งตำบล หนึ่งผลิต
ภัณฑ์. กรุงเทพฯ : กระทรวงมหาดไทย
- กรมส่งเสริมการเกษตร. 2546. การพัฒนาผลิตภัณฑ์เด่นหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์. พิมพ์ครั้งที่ 1.
ขอนแก่น : โรงพิมพ์พระธรรมขันธ์
- กรมส่งเสริมการเกษตร. 2546. เอกสารดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ปี2546.
สงขลา : สำนักพัฒนาเกษตรกร กรมส่งเสริมการเกษตร
- ชำนาญ ห่อเกียรติ. 2540. เทคนิคการส่องสว่าง. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สุสติ ทิพทัส. 2530. หลักเบื้องต้นในการจัดองค์ประกอบในงานสถาปัตยกรรม. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์
ไทยวัฒนาพานิช
- สุสติ ทิพทัส. 2538. เกณฑ์ในการออกแบบสถาปัตยกรรม. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย
- นวลน้อย บุญวงษ์. 2539. หลักการออกแบบ. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- พรรคไทยรักไทย. 2546. ข้อมูลเกี่ยวกับโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์. [Online]. Available :
<http://www.thaitambon.com>
- พิลาส สุภังวงษ์. 2531. หลักการออกแบบงานสถาปัตยกรรม. กรุงเทพฯ : ภาควิชา
สถาปัตยกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร
ลาดกระบัง
- มาลินี ศรีสุวรรณ. 2542. ความรู้เกี่ยวกับการออกแบบอาคารสาธารณะประเภทต่างๆ. ภาควิชา
สถาปัตยกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
- เลอสม สถาปิตานนท์. 2545. องค์ประกอบสถาปัตยกรรมพื้นฐาน. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : สำนัก
พิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิมลสิทธิ์ หรขางกุล. 2532. การจัดทำรายละเอียดโครงการเพื่อการออกแบบงานสถาปัตยกรรม.

กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิมลสิทธิ์ หรขางกุล และคณะ. 2536. พัฒนาแนวความคิดและรูปแบบของงานสถาปัตยกรรม.

กรุงเทพฯ : สมาคมสถาปนิกในพระบรมราชูปถัมภ์

วิมลสิทธิ์ หรขางกุล. 2535. พฤติกรรมมนุษย์กับสภาพแวดล้อม. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : จุฬาลง

กรณ์มหาวิทยาลัย

สมศรี กาญจนสุด. 2532. พื้นฐานทางสถาปัตยกรรม. กรุงเทพฯ : ประชาชน

สำนักพัฒนาชุมชนจังหวัดภูเก็ต. 2546. รายงานผลการดำเนินงานโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิต

ภัณฑ์. กรุงเทพฯ

สุรศักดิ์ กังขาว. 2543. การออกแบบสถาปัตยกรรม. ภาควิชาครุศาสตร์สถาปัตยกรรม คณะครุศาสตร์

อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

อรรถพร เพชรานนท์. 2546. การออกแบบสถาปัตยกรรมภายในศูนย์การค้า. ภาควิชาสถาปัตยกรรม

ภายใน คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร

ลาดกระบัง อรศิริ ปาณินท์. 2538. กระบวนการออกแบบสถาปัตยกรรม. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือ

มหาวิทยาลัย

รังสิต

Thailand Export Mart. 2003. Buyer's Guide. Bangkok : Department of Export Promotion

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

เอกสารทางราชการที่ใช้ในการวิจัย

ที่ ศธ 0524.04 / 5257



คณะกรรมการอุดมศึกษา

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

๙ ธันวาคม 2547

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย

เรียน นายประสิทธิ์ ทวีวิทย์ชาคริยะ

- สิ่งที่ส่งมาด้วย
1. แบบสอบถาม เพื่อการวิจัย
 2. แบบสัมภาษณ์ เพื่อการวิจัย

ด้วย นางสาวจริยวดี จิตประพันธ์ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาสถาปัตยกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง จะทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "แนวความคิดในการออกแบบศูนย์แสดงและจำหน่ายสินค้าชุมชนหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ภาคใต้ จังหวัดภูเก็ต"

คณะกรรมการอุดมศึกษา พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ดังที่แนบมาพร้อมนี้ว่ามีเนื้อหาถูกต้องและเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ซึ่งผลการตรวจของท่านจะช่วยให้งานวิจัยของ นางสาวจริยวดี จิตประพันธ์ มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์เลิศลักษณ์ กลิ่นหอม)

รองคณบดี กำกับดูแลงานด้านบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติราชการแทนคณบดี

หน่วยบัณฑิตศึกษา

โทร.02- 737-3000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02-326-4325

ที่ ศธ 0524.04 / 5257

คณะกรรมการ
 อุดสาหกรรมสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
 ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

๑ ธันวาคม 2547

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย

เรียน นายตุลา ชูติมานันท์

- สิ่งที่ส่งมาด้วย
1. แบบสอบถาม เพื่อการวิจัย
 2. แบบสัมภาษณ์ เพื่อการวิจัย

ด้วย นางสาวจริยวดี จิตประพันธ์ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาสถาปัตยกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง จะทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "แนวความคิดในการออกแบบศูนย์แสดงและจำหน่ายสินค้าชุมชนหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ภาคใต้ จังหวัดภูเก็ต"

คณะกรรมการ อุดสาหกรรม พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ดังที่แนบมาพร้อมนี้ว่ามีเนื้อหาถูกต้องและเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ซึ่งผลการตรวจของท่านจะช่วยให้งานวิจัยของ นางสาวจริยวดี จิตประพันธ์ มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์เลิศลักษณ์ กลิ่นหอม)

รองคณบดี กำกับดูแลงานด้านบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติราชการแทนคณบดี

หน่วยบัณฑิตศึกษา

โทร.02- 737-3000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02-326-4325



ที่ ศธ 0524.04/ 5267

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

/3 ธันวาคม 2547

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ให้นักศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย

เรียน นายประสิทธิ์ ทวีวิทย์ชาคริยะ

- สิ่งที่ส่งมาด้วย 1. ประกาศผลการพิจารณาหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์ จำนวน 1 ฉบับ
2. แบบสัมภาษณ์ เพื่อการวิจัย

ด้วย นางสาวจริยวดี จิตประพันธ์ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาสถาปัตยกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง จะทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “แนวความคิดในการออกแบบศูนย์แสดงและจำหน่ายสินค้าชุมชนหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ภาคใต้ จังหวัดภูเก็ต” และได้รับอนุมัติหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์แล้ว เมื่อวันที่ 8 มีนาคม 2547 คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดอนุญาตให้ นางสาวจริยวดี จิตประพันธ์ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัยกับท่านได้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุญาตและขอขอบคุณในความอนุเคราะห์ของท่านมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์เลิศลักษณ์ กลิ่นหอม)

รองคณบดี กำกับดูแลงานด้านบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติราชการแทนคณบดี

หน่วยบัณฑิตศึกษา

โทร. 02-737-3000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02-326-4325



ที่ ศธ 0524.04/ 5267

คณะกรรมการอุตสาหกรรม

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

/3 ธันวาคม 2547

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ให้นักศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน เจ้าของร้านจำหน่ายสินค้าพื้นเมือง จังหวัดภูเก็ต

สิ่งที่ส่งมาด้วย 1. ประกาศผลการพิจารณาหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์ จำนวน 1 ฉบับ
2. แบบสอบถาม เพื่อการวิจัย

ด้วย นางสาวจริยวดี จิตประพันธ์ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัย สาขาวิชาสถาปัตยกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง จะทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “แนวความคิดในการออกแบบศูนย์แสดงและจำหน่ายสินค้าชุมชนหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ภาคใต้ จังหวัดภูเก็ต” และได้รับอนุมัติหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์แล้ว เมื่อวันที่ 8 มีนาคม 2547 คณะกรรมการอุตสาหกรรม จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดอนุญาตให้ นางสาวจริยวดี จิตประพันธ์ เก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยภายในร้านจำหน่ายสินค้าพื้นเมืองของท่านได้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุญาตและขอขอบคุณในความอนุเคราะห์ของท่านมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์เลิศลักษณ์ กลิ่นหอม)

รองคณบดี กำกับดูแลงานด้านบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติราชการแทนคณบดี

หน่วยบัณฑิตศึกษา

โทร. 02-737-3000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02-326-4325



ที่ ศธ 0524.04/ 5267

คณะกรรมการผู้ดุษฎีบัณฑิต

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

๙ ธันวาคม 2547

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ให้นักศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน เจ้าของร้านจำหน่ายสินค้าพื้นเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี

สิ่งที่ส่งมาด้วย 1. ประกาศผลการพิจารณาหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์ จำนวน 1 ฉบับ
2. แบบสอบถาม เพื่อการวิจัย

ด้วย นางสาวจริยวดี จิตประพันธ์ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาสถาปัตยกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง จะทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “แนวความคิดในการออกแบบศูนย์แสดงและจำหน่ายสินค้าชุมชนหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ภาคใต้ จังหวัดภูเก็ต” และได้รับอนุมัติหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์แล้ว เมื่อวันที่ 8 มีนาคม 2547 คณะกรรมการผู้ดุษฎีบัณฑิต จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดอนุญาตให้ นางสาวจริยวดี จิตประพันธ์ เก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยภายในร้านจำหน่ายสินค้าพื้นเมืองของท่านได้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุญาตและขอขอบคุณในความอนุเคราะห์ของท่านมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์เลิศลักษณ์ กลิ่นหอม)

รองคณบดี กำกับดูแลงานด้านบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติราชการแทนคณบดี

หน่วยบัณฑิตศึกษา

โทร. 02-737-3000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02-326-4325



ที่ ศธ 0524.04/ 5267

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

๗ ธันวาคม 2547

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ให้นักศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน เจ้าของร้านจำหน่ายสินค้าพื้นเมือง จังหวัดสงขลา

สิ่งที่ส่งมาด้วย 1. ประกาศผลการพิจารณาหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์ จำนวน 1 ฉบับ
2. แบบสอบถาม เพื่อการวิจัย

ด้วย นางสาวจริยวดี จิตประพันธ์ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาสถาปัตยกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง จะทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “แนวความคิดในการออกแบบศูนย์แสดงและจำหน่ายสินค้าชุมชนหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ภาคใต้ จังหวัดภูเก็ต” และได้รับอนุมัติหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์แล้ว เมื่อวันที่ 8 มีนาคม 2547 คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดอนุญาตให้ นางสาวจริยวดี จิตประพันธ์ เก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยภายในร้านจำหน่ายสินค้าพื้นเมืองของท่านได้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุญาตและขอขอบคุณในความอนุเคราะห์ของท่านมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์เลิศลักษณ์ กลิ่นหอม)

รองคณบดี กำกับดูแลงานด้านบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติราชการแทนคณบดี

หน่วยบัณฑิตศึกษา

โทร. 02-737-3000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02-326-4325

ภาคผนวก ข

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์

เรื่อง

แนวความคิดในการออกแบบศูนย์แสดงและจำหน่ายสินค้าชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ภาคใต้
จังหวัดภูเก็ต

เพื่อสำเร็จการศึกษาคณะศึกษาศาสตร์ปริญญาครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สาขาสถาปัตยกรรม

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

คำขอทั้งหมดที่ได้รับจากแบบสอบถามจะนำไปใช้เพื่อวัตถุประสงค์ทางการศึกษาเท่านั้น ไม่มีผลใดๆ ต่อผู้ตอบแบบสอบถามและแนวทางปฏิบัติของภาครัฐหรือเอกชนที่มีผลต่อพื้นที่แห่งนี้

แบบสอบถามประกอบการวิจัย เรื่อง “แนวความคิดในการออกแบบศูนย์แสดงและจำหน่ายสินค้าชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ภาคใต้ จังหวัดภูเก็ต” (สำหรับนักท่องเที่ยว)

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

- ชาย หญิง

2. อายุ

- ต่ำกว่า 21 ปี 41 - 50 ปี
 21 - 30 ปี 51 - 60 ปี
 31 - 40 ปี มากกว่า 60 ปี

3. วุฒิกการศึกษา

- อนุปริญญา ปริญญาโท
 ปริญญาตรี อื่นๆ โปรดระบุ.....

4. อาชีพ

- ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ ธุรกิจส่วนตัว
 พนักงานบริษัทเอกชน แม่บ้าน
 นักเรียน/นักศึกษา อื่นๆ โปรดระบุ.....

5. ครอบครัวยุทธศาสตร์มีรายได้ต่อเดือน

- ต่ำกว่า 5,000 บาท 20,001 - 30,000 บาท
 5,001 - 10,000 บาท มากกว่า 30,000 บาท
 10,001 - 20,000 บาท

ตอนที่ 2 พฤติกรรมผู้ที่คาดว่าจะใช้ศูนย์แสดงและจำหน่ายสินค้าชุมชน (OTOP)

1. ปกติท่านซื้อสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ที่ไหน

- มุมขายสินค้าในห้างสรรพสินค้า
 งานออกร้านในท้องถิ่นหรือส่วนกลาง
 เว็บไซต์ Thaitambon.com
 งานแฟร์ต่างๆ
 ร้านขายของฝากและของที่ระลึก
 อื่นๆ โปรดระบุ

2. สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ประเภทไหนที่ท่านสนใจซื้อมากที่สุด
- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> อาหาร | <input type="checkbox"/> เครื่องใช้ประดับตกแต่ง |
| <input type="checkbox"/> เครื่องดื่ม | <input type="checkbox"/> ศิลปประดิษฐ์และของที่ระลึก |
| <input type="checkbox"/> ผ้าและเครื่องแต่งกาย | <input type="checkbox"/> สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ..... | |
3. ท่านมาซื้อสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ที่นี่เป็นครั้งที่เท่าไร
- | | |
|-------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> ครั้งแรก | <input type="checkbox"/> ครั้งที่ 3 |
| <input type="checkbox"/> ครั้งที่ 2 | <input type="checkbox"/> มากกว่า 3 ครั้ง |
4. ท่านใช้เวลาในแต่ละครั้งเพื่อเลือกซื้อสินค้า หรือบริการอื่นๆ ในแต่ละครั้งนานกี่ชั่วโมง
- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> ไม่เกิน 30 นาที | <input type="checkbox"/> 1.30 ชั่วโมง - 2 ชั่วโมง |
| <input type="checkbox"/> 30 นาที - 1 ชั่วโมง | <input type="checkbox"/> 2 ชั่วโมง - 2.30 ชั่วโมง |
| <input type="checkbox"/> 1 ชั่วโมง - 1.30 ชั่วโมง | <input type="checkbox"/> 2.30 ชั่วโมง - 3 ชั่วโมง |
| <input type="checkbox"/> มากกว่า 3 ชั่วโมง | |
5. ช่วงเวลาที่ท่านเดินทางมาใช้บริการที่นี่
- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> วันธรรมดา | <input type="checkbox"/> วันหยุดนักขัตฤกษ์ |
| <input type="checkbox"/> วันหยุดเสาร์ - อาทิตย์ | <input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ..... |
6. ค่าใช้จ่ายในการเข้ามาใช้สถานที่จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในแต่ละครั้ง
- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> น้อยกว่า 100 บาท | <input type="checkbox"/> 501 - 1,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 100 - 500 บาท | <input type="checkbox"/> มากกว่า 1,000 บาท |
7. ช่วงเวลาที่ท่านเข้ามาใช้พื้นที่
- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> ก่อน 9.00 น. | <input type="checkbox"/> 16.00 - 18.00 น. |
| <input type="checkbox"/> 9.00 - 12.00 น. | <input type="checkbox"/> หลัง 18.00 น. |
| <input type="checkbox"/> 12.00 - 16.00 น. | |
8. ลักษณะการมาใช้บริการของท่าน
- | |
|--|
| <input type="checkbox"/> เดินทางแบบคณะทัวร์ |
| <input type="checkbox"/> เป็นครอบครัว |
| <input type="checkbox"/> มากับเพื่อน |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ..... |

9. ท่านเดินทางมาที่นี่โดยวิธีใด

- รถยนต์ส่วนตัว
- รถโดยสารประจำทาง
- จักรยานยนต์
- รถจักรยานที่วประเภทรถบัส
- รถจักรยานที่วประเภทรถคู่
- อื่นๆ โปรดระบุ.....

10. ท่านคิดว่าจะกลับมาใช้บริการที่นี่อีกหรือไม่

- กลับ
- ไม่กลับ

ตอนที่ 3 ความต้องการองค์ประกอบภายในและภายนอกของศูนย์แสดงและจำหน่ายสินค้าชุมชน

(OTOP)

1. ถ้าหากรัฐบาลมีนโยบายที่จะจัดตั้งศูนย์แสดงและจำหน่ายสินค้าชุมชนหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ขนาดใหญ่ในระดับภาคได้ ท่านต้องการให้มีบริการอะไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ส่วนจัดแสดงสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์
- ส่วนจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์
- ห้องสมุดเกี่ยวกับ โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์
- ศูนย์ฝึกอบรม หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์
- ส่วนบริการสาธารณะ
- พื้นที่สีเขียวเพื่อการพักผ่อน
- ลานกิจกรรม
- อื่นๆ โปรดระบุ.....

แบบสอบถามประกอบกรณีวิจัย เรื่อง “แนวความคิดในการออกแบบศูนย์แสดงและจำหน่ายสินค้าชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ภาคใต้ จังหวัดภูเก็ต” (สำหรับพนักงานผู้จำหน่ายสินค้า)

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

- ชาย หญิง

2. อายุ

- ต่ำกว่า 21 ปี 41 - 50 ปี
 21 - 30 ปี 51 - 60 ปี
 31 - 40 ปี มากกว่า 60 ปี

3. วุฒิกการศึกษา

- อนุปริญญา ปริญญาโท
 ปริญญาตรี อื่นๆ โปรดระบุ.....

4. ครอบครัวยุของทานมีรายได้อื่น

- ต่ำกว่า 5,000 บาท 20,001 - 30,000 บาท
 5,001 - 10,000 บาท มากกว่า 30,000 บาท
 10,001 - 20,000 บาท

ตอนที่ 2 พฤติกรรมผู้ที่คาดว่าจะใช้ศูนย์แสดงและจำหน่ายสินค้าชุมชน (OTOP)

1. สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ประเภทไหนขายดีที่สุด

- อาหาร เครื่องใช้ประดับตกแต่ง
 เครื่องดื่ม ศิลปประดิษฐ์และของที่ระลึก
 ผ้าและเครื่องแต่งกาย สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร
 อื่นๆ โปรดระบุ.....

2. จำนวนนักท่องเที่ยวต่อวันที่มาใช้บริการในวันธรรมดา

- น้อยกว่า 100 คน 201 - 300 คน
 101 - 200 คน มากกว่า 300 คน

3. จำนวนนักท่องเที่ยวต่อวันที่มาใช้บริการในหยุดเสาร์ - อาทิตย์

- น้อยกว่า 100 คน 201 - 300 คน
 101 - 200 คน มากกว่า 300 คน

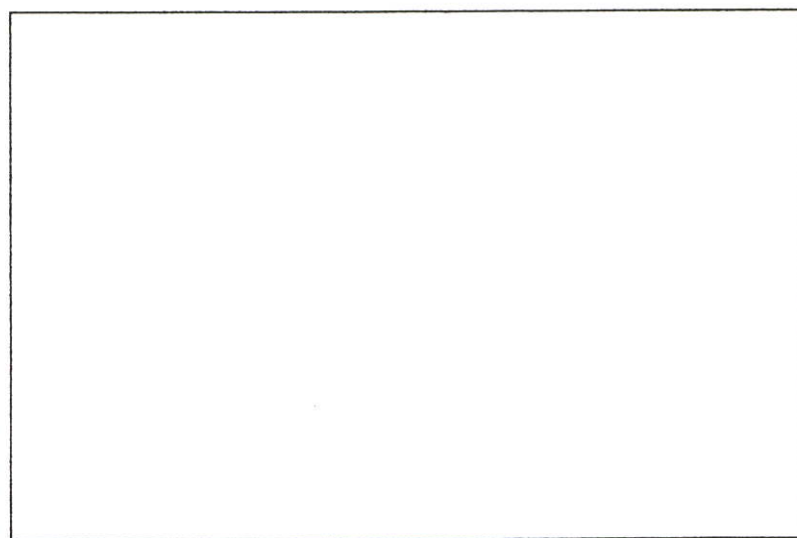
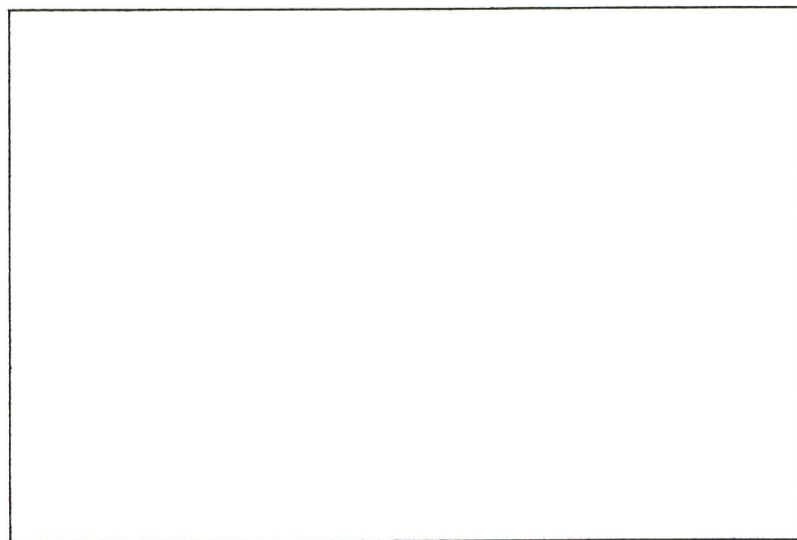
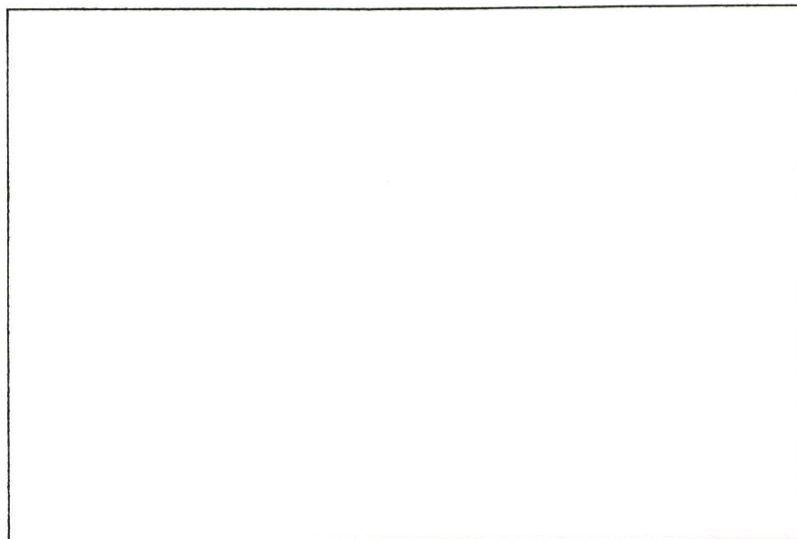
4. จำนวนนักท่องเที่ยวต่อวันที่มาใช้บริการในวันหยุดนักขัตฤกษ์
- น้อยกว่า 100 คน 201 – 300 คน
- 101 – 200 คน มากกว่า 300 คน
5. นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มากับกลุ่มที่มีจำนวนกี่คน
- 2 คน
- 3 – 5 คน
- 6 – 10 คน
- 11 – 15 คน
- มากกว่า 15 คน

ตอนที่ 3 ความต้องการองค์ประกอบภายในและภายนอกของศูนย์แสดงและจำหน่ายสินค้าชุมชน (OTOP)

1. ถ้าหากรัฐบาลมีนโยบายที่จะจัดตั้งศูนย์แสดงและจำหน่ายสินค้าชุมชนหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ขนาดใหญ่ในระดับภาคได้ ท่านต้องการให้มีบริการอะไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ส่วนจัดแสดงสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์
- ส่วนจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์
- ห้องสมุดเกี่ยวกับ โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์
- ศูนย์ฝึกวิชาชีพ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์
- ส่วนบริการสาธารณะ
- พื้นที่สีเขียวเพื่อการพักผ่อน
- ลานกิจกรรม
- อื่นๆ โปรดระบุ.....

บันทึกภาพถ่ายการสำรวจ



ประวัติผู้เขียน

ชื่อ - นามสกุล	นางสาวจริยาวดี จิตประพันธ์
วัน เดือน ปีเกิด	18 กันยายน 2522
สถานที่เกิด	จังหวัดนครศรีธรรมราช
ที่อยู่ปัจจุบัน	99/25 หมู่บ้านสวนสน ซ. 9 ถ. กาญจนวนิช ต. เขารูปช้าง อ. เมือง จ. สงขลา 90000
ประวัติการศึกษา	ปีการศึกษา 2545 สำเร็จการศึกษาวิทยาศาสตร์บัณฑิต สาขาเทคโนโลยี สถาปัตยกรรม สถาบันราชภัฏจันทรเกษม ปีการศึกษา 2550 สำเร็จการศึกษา ครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาสถาปัตยกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง