

การประเมินความแท้จริงองค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมของชุมชนตลาดเก่า
ผ่านมุมมองของนักท่องเที่ยว

AUTHENTICITY ASSESSMENT OF THE OLD MARKET'S ARCHITECTURAL
ELEMENTS THROUGH THE TOURISTS PERSPECTIVE

เอกณัฐ ชูเกษร
AEKANAT CHUKESON

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาสถาปัตยกรรมภายใน
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พ.ศ.2562

KMITL-2019-AR-M-003-011

การประเมินความแท้จริงองค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมของชุมชนตลาดเก่า
ผ่านมุมมองของนักท่องเที่ยว

AUTHENTICITY ASSESSMENT OF THE OLD MARKET'S ARCHITECTURAL
ELEMENTS THROUGH THE TOURISTS PERSPECTIVE

เอกณัฐ ชูเกษร
AEKANAT CHUKESON

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาสถาปัตยกรรมภายใน
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
พ.ศ.2562

KMITL-2019-AR-M-003-011

AUTHENTICITY ASSESSMENT OF THE OLD MARKET'S ARCHITECTURAL
ELEMENTS THROUGH THE TOURISTS PERSPECTIVE

AEKANAT CHUKESON

A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT
OF THE REQUIREMENT FOR THE DEGREE OF
MASTER OF ARCHITECTURE PROGRAM IN INTERIOR ARCHITECTURE
FACULTY OF ARCHITECTURE
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

2019

KMITL-2019-AR-M-003-011

COPYRIGHT 2019

FACULTY OF ARCHITECTURE

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การประเมินความแท้จริงองค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมของ ชุมชนตลาดเก่าผ่านมุมมองของนักท่องเที่ยว
นักศึกษา	นาย เอกณัฐ์ ชูเกษร
รหัสประจำตัว	58602039
ปริญญา	สถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชา	สถาปัตยกรรมภายใน
พ.ศ.	2562
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พิชะรัตน์ นันทะ
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม -	

บทคัดย่อ

รูปแบบการท่องเที่ยวตลาดเชิงวัฒนธรรมได้รับกระแสนิยมอย่างมากและมีจำนวนตลาดเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งตลาดดั้งเดิม ตลาดที่ถูกพัฒนาจากตลาดดั้งเดิม และตลาดสร้างเลียนแบบของเก่า แต่บางตลาดไม่ได้รับความนิยมเนื่องจากนักท่องเที่ยวมองว่าดูปลอม นำมาซึ่งคำถามหลักของการวิจัยนี้คือ 1). ปัจจัยใดที่ส่งผลต่อการประเมินความแท้จริงขององค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมในชุมชนตลาดเก่าริมน้ำ 2). นักท่องเที่ยวสามารถแยกรูปแบบสถาปัตยกรรมตลาดดั้งเดิม ออกจากตลาดสร้างขึ้นใหม่ทำให้เก่าได้หรือไม่ และ 3). ความสามารถในการแยกรูปแบบสถาปัตยกรรมมีความสัมพันธ์อย่างไรกับการประเมินความแท้จริง โดยเป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ศึกษาเปรียบเทียบตลาดคลองสวน และตลาดน้ำอโยธยา เก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยว 18 คน ด้วยแผนที่การรับรู้ การถ่ายภาพ การสัมภาษณ์ และการสังเกต ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวสามารถแยกรูปแบบตลาดใหม่ และตลาดดั้งเดิมออกจากกันได้ โดยอาศัยปัจจัยด้านต่าง ๆ ประกอบกันซึ่งปัจจัยเหล่านี้ส่งผลต่อการประเมินความแท้จริง ได้แก่ ที่ตั้งที่มีลักษณะทัศนวิสัยแบบเปิด สามารถมองออกไปเห็นเอกลักษณ์ทางภูมิศาสตร์ภายนอก ภูมิสถาปัตย์ในที่ตั้งโครงการมีความเชื่อมโยงกับสภาพภูมิศาสตร์โดยรอบ มีการออกแบบ งานฝีมือและเทคนิคการก่อสร้าง วัสดุ แสดงให้เห็นถึงองค์ความรู้พื้นบ้าน สอดคล้องกับเทคนิคการก่อสร้างกับประวัติศาสตร์ของสถานที่ มีงานศิลปะที่แสดงอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม และยังคงมีร่องรอยของการผูกพันตามเวลา นอกจากนี้ยังคงวิถีชีวิตดั้งเดิม โดยมีผู้ใช้งานเป็นเจ้าของพื้นที่ มีการใช้งานร่วมระหว่างอยู่อาศัยและร้านค้า มีคุณค่าเป็นศูนย์รวมของชุมชน

คำสำคัญในงานวิจัย การท่องเที่ยวเชิงโฮมสเตย์ ความแท้จริง องค์ประกอบทางสถาปัตยกรรม ชุมชนตลาดเก่าริมน้ำ

Thesis	Authenticity assessment of the old market's architectural elements through the tourists perspective
Student	Mr. Aekanat Chukeson
Student ID	58602039
Degree	Master of Architecture
Program	Interior Architecture
Year	2019
Thesis Advisor	Assistant Professor Piyarat Nanta, Ph.D.
Thesis Co-Advisor	-

ABSTRACT

After the economic crisis in 1997, cultural tourism has becoming increasingly popular among nostalgic tourists. Several old market community has been developed, and turn into cultural tourism destinations. Some are very successful while some are not as they seemed artificial and do not fulfill the tourists expectations. Thus, this research aims at understanding 1) what are architectural elements affecting the tourists assessment of the authenticity old market? 2) Whether tourists can discern the authentic old market from the artificial old market?, and 3) How the discernment, if any, influence the evaluation authenticity of the old market design? This comparative case studies using *Klong Suan* market representing the original market, and *Ayothaya* Floating Market presenting the newly made one. Qualitative data are collected from 18 tourists through 1) annotated floor plan, 2) photo elicitation 3) Interview, and 4) observations. The results are derived through the triangulation of the content analyses of the aforementioned data, and indicate that the amalgamation of physical elements (setting, materials, design, craft, and technique), activities (lived-in occupants, continuation) in the setting, and the meaning (heart of the community, place for preservation of local art and culture) contribute to the tourist assessment of authenticity toward the experience in the old market.

Keywords: Nostalgic tourists, Authenticity, Architectural elements, Riverside market

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เล่มนี้ผ่านลู่วงไปได้ด้วยองค์ประกอบหลายอย่าง และความช่วยเหลือของหลายบุคคล ผู้วิจัยขอขอบพระคุณอาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พิชะรัตน์ นันทะ ที่คอยช่วยเหลือในทุก ๆ ด้านของการทำวิจัย ให้คำแนะนำเป็นอย่างดีตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา รวมถึงสอนวิธีคิด วิธีใช้ชีวิตอย่างมีเป้าหมาย

ขอขอบคุณ แม่ พ่อ พี่สาว และครอบครัวที่คอยช่วยเหลือ สนับสนุน ให้กำลังใจ ดูแลตลอดระยะเวลาที่เรียนปริญญาโท ขอขอบคุณเพื่อน ๆ ที่มีส่วนร่วม และช่วยทำให้งานวิจัยเล่มนี้สมบูรณ์ตลอดจนท่านอาจารย์ในระดับปริญญาตรีที่คอยรับฟังปัญหา ให้คำแนะนำ ให้กำลังใจ และให้โอกาสในด้านต่าง ๆ ตลอดมา

สุดท้ายนี้ขอขอบคุณคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ที่ให้คำแนะนำ ทำให้วิทยานิพนธ์มีความสมบูรณ์ และแนวทางในการพัฒนางานวิจัยในอนาคต ขอขอบคุณคณะอาจารย์คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบัน เทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังทุกท่าน ที่สั่งสอนวิชาความรู้ ถ่ายทอดประสบการณ์ในด้านต่าง ๆ

เอกฉัตร ชูเกษร

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	II
กิตติกรรมประกาศ.....	III
สารบัญ.....	VI
สารบัญตาราง.....	VII
สารบัญรูป.....	VIII
สารบัญแผนภูมิภาพ.....	XI
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 คำถามของงานวิจัย.....	2
1.3 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย	2
1.4 ขอบเขตของงานวิจัย	3
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
1.6 คำนียามศัพท์เฉพาะ	4
บทที่ 2 วรรณกรรมปริทัศน์.....	5
2.1 ปรากฎการณ์การท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตทางกายภาพ (NOSTALGIA)	6
2.1.1 ที่มาของคำศัพท์การโหยหาอดีต (NOSTALGIA)	6
2.1.2 ภาวะโหยหาอดีต (CONDITION OF NOSTALGIA).....	6
2.2 ความรู้สึกต่อสถานที่ (SENSE OF PLACE)	7
2.3 ความแท้จริงทางองค์ประกอบทางสถาปัตยกรรม (AUTHENTICITY).....	7
2.3.1 ความแท้จริง	7
2.3.2 ความแท้จริงทางสังคม (AUTHENTICITY OF SOCIAL)	8

2.3.3 ความแท้จริงประดิษฐ์.....	10
2.4 การรับรู้ และความแท้จริงทางสถาปัตยกรรม.....	11
2.5. การประเมินความแท้จริง	12
2.6 กรอบแนวความคิด (FRAMEWORK)	13
2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	15
2.7.1 การตรวจสอบคุณภาพงานวิจัย	17
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	20
3.1. การศึกษานำร่อง.....	20
3.1.1. วัตถุประสงค์ในการศึกษานำร่อง	20
3.1.2. ขั้นตอนการวิจัย.....	21
3.1.3. การเลือกตัวอย่างและการเก็บข้อมูล	24
3.1.4. ผลการศึกษานำร่อง	25
3.2. การศึกษาหลัก	28
3.2.1. ประเภทของงานวิจัย.....	28
3.2.2. ขั้นตอนการวิจัยวิธีการเก็บข้อมูล	28
3.2.3 ระยะเวลาการดำเนินงานวิจัย	30
3.2.4. กำหนดพื้นที่ดำเนินการวิจัย และเกณฑ์การเลือกพื้นที่ดำเนินการวิจัย.....	31
3.2.5. การกำหนดกลุ่มผู้ให้ข้อมูล	38
3.2.6. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา.....	39
3.2.7. การวิเคราะห์ข้อมูล	41
บทที่ 4 ผลการศึกษา.....	43
4.1. มิติด้านกายภาพ (PHYSICAL).....	43
4.1.1. ด้านที่ตั้ง (SETTING).....	44
4.1.2. ด้านการออกแบบ (DESIGN).....	48
4.1.3. ด้านวัสดุ (MATERIAL).....	55

4.1.4. ด้านฝีมือและเทคนิคการก่อสร้าง (CRAFTS AND BUILDING TECHNIQUES)	61
4.2. มิติด้านกิจกรรม (ACTIVITIES)	67
4.2.1. ด้านการใช้งานและการเปลี่ยนแปลงการใช้งานตามระยะเวลา (USE AND CHANGE IN USE OVER TIME)	69
4.2.2. ด้านผู้ใช้งาน (USER)	69
4.3. มิติด้านความหมาย (CONCEPTUAL MEANING)	72
4.3.1. ด้านงานศิลปะ (ARTISTIC EXPRESSION)	72
4.3.2. ด้านคุณค่า (VALUE)	75
บทที่ 5 สรุปและอภิปรายผล	82
5.1. สรุปการศึกษา	82
5.2. อภิปรายผล	82
5.3. การนำไปใช้	86
5.4. ข้อจำกัดในงานวิจัย	87
5.5. ข้อเสนอแนะในการศึกษา	87
บรรณานุกรม	89
ภาคผนวก ก	93
ภาคผนวก ข	102
ภาคผนวก ค	115
ภาคผนวก ง	130
ภาคผนวก จ	130
ประวัติผู้เขียน	138

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1.1 แสดงนิยามคำศัพท์เฉพาะ	4
3.1 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างเครื่องมือและคำถามวิจัย	41
4.1 ตารางสรุปมิติด้านกายภาพประเด็นด้านตำแหน่งที่ตั้ง.....	48
4.2 ตารางสรุปมิติด้านกายภาพประเด็นด้านการออกแบบ.....	55
4.3 ตารางสรุปมิติด้านกายภาพประเด็นด้านวัสดุ.....	61
4.4 ตารางสรุปผลการวิจัยมิติด้านกายภาพ (Physical).....	66
4.6 ตารางสรุปมิติด้านกิจกรรมด้านการใช้งานและการเปลี่ยนแปลงการใช้งานตามระยะเวลา.....	69
4.7 ตารางสรุปมิติด้านกิจกรรมประเด็นด้านผู้ใช้งานพื้นที่.....	71
4.8 ตารางสรุปมิติด้านกิจกรรม.....	72
4.9 ตารางสรุปมิติด้านความหมายประเด็นด้านงานศิลปะ.....	75
4.10 ตารางสรุปมิติด้านความหมายประเด็นด้านคุณค่า	77
4.11 ตารางสรุปมิติด้านความหมาย.....	78
4.12 ตารางแสดงการสรุปผลการศึกษามิติกายภาพ มิติกิจกรรม และมิตีความหมาย.....	80

สารบัญรูป

รูปที่	หน้า
2.1 แสดงความสัมพันธ์โครงสร้างหน้าที่.....	8
2.2 แนวความคิด ดีคอนสตรักชัน (Deconstruction).....	10
2.3 แสดงทิศทางประเมินความแท้จริง.....	12
2.4 แสดงตัวอย่างแผนที่การรับรู้ (Perception Mapping) ที่มา: Pinterest.....	17
3.1 ภาพถ่ายทางอากาศตลาดบ้านใหม่แสดงบริเวณโดยรอบ	22
3.2 ผังบริเวณภายในตลาดบ้านใหม่.....	23
3.3 ภาพบรรยากาศตลาดบ้านใหม่	23
3.4 ภาพบรรยากาศตลาดบ้านใหม่	24
3.5 ภาพบรรยากาศตลาดบ้านใหม่	24
3.6 แสดงแผนที่การรับรู้ซ้อนทับกัน (Perception Mapping No to scale).....	26
3.7 แสดงตัวอย่างภาพถ่ายที่ได้จากผู้ให้ข้อมูล.....	26
3.8 แสดงบรรยากาศของตลาดที่มีชีวิตชีวาที่ใช้ในการจัดอันดับความพึงพอใจด้วยรูปภาพ	27
3.9 แสดงผังเมืองฉะเชิงเทรา.....	31
3.10 แสดงผังเมืองสมุทรปราการ.....	32
3.11 ภาพถ่ายทางอากาศตลาดคลองสวนแสดงบริเวณโดยรอบ.....	32
3.12 ผังบริเวณตลาดคลองสวน (No to scale).....	33
3.13 ลักษณะอาคารตลาดคลองสวน	34
3.14 บรรยากาศภายในตลาดคลองสวนบริเวณทางเข้า.....	34
3.15 บรรยากาศภายในตลาดคลองสวน	34

3.16	แสดงผังเมืองอยุธยา.....	35
3.17	ภาพถ่ายทางอากาศตลาดน้ำอยุธยาแสดงบริเวณโดยรอบ.....	36
3.18	แสดงผังอาคารตลาดน้ำอยุธยา.....	37
3.19	บรรยากาศภายในตลาดน้ำอยุธยา.....	37
3.20	บรรยากาศภายในตลาดน้ำอยุธยาบริเวณการแสดง.....	38
3.21	บรรยากาศภายในตลาดน้ำอยุธยาพื้นที่ร้านค้า.....	38
3.22	ตัวอย่างแผนที่การรับรู้ตลาดคลองสวน (No to scale).....	39
3.23	ตัวอย่างแผนที่การรับรู้ตลาดน้ำอยุธยา (No to scale).....	40
3.24	ตัวอย่างแผนที่ในการลงพื้นที่วิจัย.....	40
3.25	ตัวอย่างภาพถ่ายจากผู้ให้ข้อมูล การขอภาพถ่ายจากผู้ให้ข้อมูล.....	40
4.1	แสดงภาพตัวอย่างช่องเปิดสามารถเชื่อมต่อกับบริบทรอบข้าง ตลาดคลองสวน.....	45
4.2	แสดงภาพการซ้อนทับข้อมูลรวมแผนที่การรับรู้ (Not to Scale) ตลาดคลองสวน.....	45
4.3	แสดงภาพการซ้อนทับข้อมูลรวมแผนที่การรับรู้ (Not to Scale) ตลาดคลองสวน.....	45
4.4	แสดงภาพตัวอย่างพื้นที่ตั้งตติริมน้ำ ตลาดคลองสวน.....	46
4.5	แสดงภาพตัวอย่างวิถีชีวิตริมน้ำ ตลาดคลองสวน.....	46
4.6	แสดงภาพตัวอย่างตำแหน่งที่ตั้งติดกับสภาพแวดล้อมเป็นเอกลักษณ์ ตลาดน้ำอยุธยา.....	47
4.7	แสดงภาพตัวอย่างการออกแบบร่วมสมัยกับยุคการก่อสร้าง ตลาดคลองสวน.....	49
4.8	แสดงภาพตัวอย่างการออกแบบร่วมสมัยกับยุคการก่อสร้าง ตลาดคลองสวน.....	50
4.9	แสดงภาพตัวอย่างการออกแบบสอดคล้องกลมกลืน ตลาดคลองสวน.....	50
4.10	แสดงภาพตัวอย่างการออกแบบที่ไม่สอดคล้องกับบริบทรอบข้าง ตลาดคลองสวน.....	51
4.11	แสดงภาพตัวอย่างการออกแบบที่ไม่สอดคล้องกับบริบทรอบข้าง ตลาดคลองสวน.....	51
4.12	แสดงภาพตัวอย่างการออกแบบร่วมสมัยกับยุคในอดีต.....	52

4.13	แสดงภาพการซ้อนทับข้อมูลรวมแผนที่การรับรู้ (No to Scale) ตลาดน้ำอโยธยา	52
4.14	แสดงภาพการซ้อนทับข้อมูลรวมแผนที่การรับรู้ (No to Scale) ตลาดน้ำอโยธยา	53
4.15	แสดงภาพตัวอย่างการออกแบบไม่สอดคล้องกลมกลืนกับบริบทรอบข้าง	53
4.16	แสดงภาพตัวอย่างการออกแบบไม่สอดคล้องกลมกลืนกับบริบทรอบข้าง	54
4.17	แสดงภาพตัวอย่างการออกแบบไม่ร่วมสมัยกับประวัติศาสตร์.....	54
4.18	แสดงภาพตัวอย่างการใช้วัสดุที่ร่วมสมัยกับยุคการก่อสร้างและประวัติศาสตร์ของสถานที่ ...	56
4.19	แสดงภาพตัวอย่างการใช้สที่สอดคล้องกับยุคการก่อสร้างและประวัติศาสตร์.....	57
4.20	แสดงภาพตัวอย่างการเปลี่ยนแปลงลักษณะกายภาพของวัสดุตามกาลเวลา.....	57
4.21	แสดงภาพตัวอย่างการใช้วัสดุที่ไม่สอดคล้องกับบริบทรอบข้าง.....	58
4.22	แสดงภาพตัวอย่างการใช้วัสดุที่ใช้ร่วมสมัยและเชื่อมโยงกับประวัติศาสตร์ในอดีต	59
4.23	แสดงภาพตัวอย่างการใช้วัสดุร่วมสมัยที่ไม่เชื่อมโยงกับยุคการก่อสร้างและประวัติศาสตร์ในอดีต	59
4.24	แสดงภาพตัวอย่างการใช้วัสดุร่วมสมัยที่ไม่สอดคล้องกับบริบทรอบข้าง.....	60
4.25	แสดงภาพตัวอย่างฝีมือและเทคนิคการก่อสร้างการโดยใช้อองค์ความรู้พื้นบ้าน.....	62
4.26	แสดงภาพตัวอย่างเทคนิคการก่อสร้างร่วมสมัยสอดคล้องกับลักษณะภูมิศาสตร์.....	63
4.27	แสดงภาพตัวอย่างการใช้ฝีมือและเทคนิคการก่อสร้างที่ไม่สอดคล้องกับบริบทรอบข้าง	63
4.28	แสดงภาพตัวอย่างการเทคนิคการก่อสร้างร่วมสมัยกับปัจจุบันที่ไม่สอดคล้องกับบริบทรอบข้าง	64
4.29	แสดงภาพตัวอย่างอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม.....	73
4.30	แสดงภาพตัวอย่างงานร่วมสมัยและเชื่อมโยงกับประวัติศาสตร์ในอดีต	74
4.31	แสดงภาพตัวอย่างงานศิลปะร่วมสมัยที่ไม่สอดคล้องกับบริบทรอบข้าง.....	75

สารบัญแผนภูมิ

แผนภูมิภาพที่	หน้า
2.1 แสดงกรอบแนวคิด อ้างอิง “Place Model.” (Canter, 1997).....	13
2.2 แสดงกรอบแนวคิด อ้างอิงจาก Nanta’s, 2554.....	14
2.3 กรอบแนวความคิดในการศึกษาตัดแปลงจากออกแบบตามแนวความคิด Place Experience Canter (1997), Nanta (2554).....	15
3.1 ขั้นตอนการศึกษานำร่อง.....	21
3.2 แสดงการศึกษานำร่อง.....	28
3.3 แสดงการศึกษาหลัก.....	29
5.1 กรอบแนวคิดปรับตามผลการศึกษา Experience of Authenticity	82

บทที่ 1

บทนำ

บทนี้ประกอบด้วยความเป็นมา ความสำคัญของปัญหาของงานวิจัย คำถามงานวิจัย วัตถุประสงค์งานวิจัย ขอบเขตงานวิจัย ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ คำสำคัญในงานวิจัย คำศัพท์เฉพาะ และ ขั้นตอนดำเนินงานวิจัย

1.1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปรากฏการณ์การโหยหาอดีต หรือ Nostalgia เป็นสภาวะที่บ่งบอกถึงอาการที่คิดถึงหรือหวนคิดถึงเรื่องราวที่ผ่านมาในอดีตทั้งด้านประสบการณ์ ความทรงจำ เรื่องราวในอดีต รวมถึงความประทับใจหรือความรู้สึกต่อสถานที่นั้น จึงทำให้เกิดความรู้สึกที่จะหวนกลับไปสัมผัสในประสบการณ์หรือความทรงจำในครั้งก่อนในรูปแบบต่าง ๆ โดยส่วนใหญ่นิยมหวนกลับไปสัมผัสเรื่องราวหรือความทรงจำนั้นในรูปแบบการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวในรูปแบบเชิงโหยหาอดีตเป็นการท่องเที่ยวที่จะกลับไปดูเรื่องราวที่เกิดขึ้นในครั้งก่อนทั้งด้านโบราณสถาน ประวัติศาสตร์ และอีกด้านรูปแบบหนึ่งที่เป็นที่นิยมในการท่องเที่ยวคือ ชุมชนตลาดเก่าทั้งทางบกและทางน้ำ ต่าง ๆ ปัจจุบันการท่องเที่ยวชุมชนตลาดเก่านี้มีหลายรูปแบบ และเมื่อการท่องเที่ยวนี้เกิดความนิยมแพร่หลายมากขึ้นจึงมีทั้งการรักษาสภาพแวดล้อมแบบดั้งเดิม การพัฒนาชุมชนตลาดเก่าจากสภาพแวดล้อมดั้ง ตลอดจนการทำชุมชนตลาดเก่าจำลองและการสร้างชุมชนตลาดเก่าในรูปแบบใหม่ต่าง ๆ มากมายในหลาย ๆ สถานที่

ด้วยรูปแบบชุมชนตลาดเก่าเกิดขึ้นมากมายในสังคมปัจจุบันจึงทำให้ถูกพูดถึงหรือวิพากษ์วิจารณ์ในมุมมองหรือประเด็นต่าง ๆ ความแท้จริงขององค์ประกอบทางด้านต่าง ๆ ถูกหยิบยกนำมาอธิบายถึงรูปแบบหรือลักษณะของชุมชนตลาดเก่าแต่ละที่ในมุมมองของนักออกแบบ งานวิจัยชิ้นนี้นักวิจัยเชื่อว่ามุมมองของนักท่องเที่ยวนั้นสำคัญพอ ๆ กับมุมมองของนักออกแบบหรืออาจจะมากกว่าในแง่ผู้ใช้งานในพื้นที่จริงและนักท่องเที่ยวนั้นมีความสามารถประเมินความแท้จริงจากความรู้สึกหรือประสบการณ์ได้ด้วยเหตุนี้จึงเป็นแรงบันดาลใจในการศึกษา

จากศึกษาทบทวนวรรณกรรมงานวิจัยเรื่องการท่องเที่ยวเชิงโยธยการอดีตและการประเมินความแท้จริงชุมชนตลาดเก่า พบว่างานวิจัยบางชิ้นก่อนหน้านี้ได้กล่าวสรุปผลว่านักท่องเที่ยวสามารถรับรู้และประเมินความแท้จริงจากสถานที่ตั้งหรือตำแหน่งที่มีความเชื่อมโยงกับทางประวัติศาสตร์หรือเรื่องราวในอดีต แต่ในรูปแบบสภาพแวดล้อมรวมถึงองค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมในชุมชนตลาดเก่าไม่ใช่ปัจจัยสำคัญในการรับรู้หรือการประเมินความแท้จริง ดังนั้นการศึกษานี้มุ่งเน้นเพื่อหาคำตอบในมุมมองของนักท่องเที่ยวที่จะประเมินความแท้จริงขององค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมส่งผลต่อการรับรู้ของนักท่องเที่ยวในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงโยธยการอดีตหรือไม่

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ทำการศึกษาผ่านเครื่องมือทั้ง 4 วิธีการคือ แผนที่จากการรับรู้ (Perception Mapping) การขอภาพถ่ายจากผู้ให้ข้อมูล (Photo Elicitation) การสัมภาษณ์ (Interview) และ การสังเกตการณ์ (Observation) ที่ส่งผลกับความรูสึกแท้จริงตามกรอบแนวคิดที่ดัดแปลงจาก Dimension of Authenticity (UNESCO's Hoi an Protocols, 2009) ผลลัพธ์ออกมาแล้วจะนำผลมาพรรณนา

1.2 คำถามของงานวิจัย

- 1). ปัจจัยการรับรู้ใดที่ส่งผล ต่อการประเมินความแท้จริงและความไม่แท้จริง องค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมในชุมชนตลาดเก่าริมน้ำ ของนักท่องเที่ยว
- 2). นักท่องเที่ยวสามารถแยกรูปแบบสถาปัตยกรรมชุมชนตลาดเก่าริมน้ำ ก) รูปแบบสถาปัตยกรรมดั้งเดิม ข) รูปแบบสถาปัตยกรรมสร้างขึ้นใหม่ทำให้เก่า ได้หรือไม่
- 3). ความสามารถในการแยกรูปแบบสถาปัตยกรรมชุมชนตลาดเก่าริมน้ำ มีความสัมพันธ์อย่างไรกับการประเมินความแท้จริง

1.3 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

- 1). เพื่อศึกษาปัจจัยการรับรู้ที่ส่งผล ต่อการประเมินความแท้จริงและความไม่แท้จริง องค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมในชุมชนตลาดเก่าริมน้ำ ของนักท่องเที่ยว
- 2). เพื่อศึกษาความสามารถแยกรูปแบบสถาปัตยกรรมชุมชนตลาดเก่าริมน้ำของนักท่องเที่ยว ก) รูปแบบสถาปัตยกรรมดั้งเดิม ข) รูปแบบสถาปัตยกรรมสร้างขึ้นใหม่ทำให้เก่า ได้หรือไม่
- 3). เพื่อศึกษาความสามารถในการแยกรูปแบบสถาปัตยกรรมชุมชนตลาดเก่าริมน้ำ มีความสัมพันธ์อย่างไรกับการประเมินความแท้จริง

1.4 ขอบเขตของงานวิจัย

การศึกษาเรื่อง “การประเมินความแท้จริงองค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมของชุมชนตลาดเก่าผ่านมุมมองของนักท่องเที่ยว” จะมุ่งเน้นหาคำตอบถึงความสัมพันธ์ของการรับรู้ด้านการท่องเที่ยวและการประเมินความแท้จริงที่ส่งผลต่อความรู้สึกองค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมชุมชนตลาดเก่าในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต โดยผู้วิจัยเก็บข้อมูลงานวิจัยเชิงคุณภาพ จากนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูล มีขอบเขตของการวิจัยอยู่ที่ ตลาดคลองสวน (จังหวัดฉะเชิงเทรา) และตลาดน้ำ อโยธยา (จังหวัดพระนครศรีอยุธยา)

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1). เข้าใจถึงปัจจัยการรับรู้ที่ส่งผล ต่อการประเมินความแท้จริงและความไม่แท้จริง องค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมในชุมชนตลาดเก่าริมน้ำ ของนักท่องเที่ยว
- 2). เข้าใจถึงความสามารถแยกรูปแบบสถาปัตยกรรมชุมชนตลาดเก่าริมน้ำของนักท่องเที่ยว
ก) รูปแบบสถาปัตยกรรมดั้งเดิม ข) รูปแบบสถาปัตยกรรมสร้างขึ้นใหม่ทำให้เก่า
- 3). เข้าใจถึงความสามารถในการแยกรูปแบบสถาปัตยกรรมชุมชนตลาดเก่าริมน้ำ มีความสัมพันธ์อย่างไรกับการประเมินความแท้จริง
- 4). เพื่อเป็นประโยชน์และเป็นแนวทางการออกแบบ ต่อผู้ที่สนใจสร้างชุมชนตลาดเก่า ตลาดย้อนยุค หรือ ผู้ที่ต้องการฟื้นฟูชุมชนตลาดเก่าอย่างถูกต้อง

1.6 คำนิยามศัพท์เฉพาะ

ตารางที่ 1.1 แสดงนิยามคำศัพท์เฉพาะ

คำศัพท์	ความหมาย
การโหยหาอดีต (Nostalgia)	สภาวะที่บ่งบอกถึงอาการที่คิดถึงหรือหวนคิดคิดถึงเรื่องราวที่ผ่านมาในอดีตทั้งด้านประสบการณ์ ความทรงจำ เรื่องราวในอดีต รวมถึงความประทับใจหรือความรู้สึกต่อสถานที่นั้น จึงทำให้เกิดความรู้สึกที่จะหวนกลับไปสัมผัสในประสบการณ์หรือความทรงจำในครั้งก่อน
การท่องเที่ยวเชิง โหยหาอดีต	การท่องเที่ยวที่จะกลับไปดูเรื่องราวที่เกิดขึ้นในครั้งก่อนทั้งด้านโบราณสถาน ประวัติศาสตร์ การย้อนกลับไปเที่ยวในสถานที่เป็นอดีต
ความแท้จริง	ความแท้จริงคือความบริสุทธิ์ เนื้อแท้ ธรรมชาติดั้งเดิมและเป็นจริงตลอดจนวัฒนธรรมที่ถูกสืบทอดกันมาหรือวัฒนธรรมดั้งเดิมจะแตกต่างกันไปตามบริบทของการใช้งาน
ความแท้จริงทาง สังคม	ความจริงทางสังคมคือสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นมาจากค่านิยมหรือการทำความเข้าใจของสังคม และสามารถเปลี่ยนแปลงไปตามลักษณะของกลุ่มคนและการรับรู้ อาจเป็นวัฒนธรรมหรือความเชื่อที่ถูกส่งต่อกันมา
องค์ประกอบทาง สถาปัตยกรรม	ประกอบด้วยองค์สองอย่างคือ องค์ประกอบทางด้านกายภาพ พื้นรอบนอกอาคารการเชื่อมต่อความสัมพันธ์ และองค์ประกอบทางด้านอาคาร องค์ประกอบเหล่านี้จะถูกถ่ายทอดมาจากลักษณะการใช้งาน ความเชื่อหรือวัฒนธรรม
นักท่องเที่ยว	คือบุคคลที่ไม่เคยอาศัยในสถานที่นั้น หรือในบริเวณใกล้เคียงตำแหน่งของสถานที่นั้น เป็นเพียงแค่บุคคลที่เดินทางมาท่องเที่ยวสัมผัสบรรยากาศในสถานที่นั้น

บทที่ 2

วรรณกรรมปริทัศน์

วรรณกรรมปริทัศน์ในงานวิจัยชิ้นนี้ ประกอบด้วยงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาการ
ท่องเที่ยวเชิงกายภาพด้วยปรากฏการณ์โหยหาอดีต (Nostalgia) กระบวนการรับรู้ (Perception)
และ ประเมินความแท้จริงองค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมผ่านมุมมองนักท่องเที่ยว การศึกษาข้อมูล
จากหลากหลายสาขาวิชาเพื่อความถูกต้อง นำมาซึ่งกรอบแนวความคิด (Framework) งานวิจัยที่
เกี่ยวข้อง เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย และสรุปการศึกษาเพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางวิจัยขั้นต่อไป

2.1. ปรากฏการณ์การท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตทางกายภาพ (Nostalgia)

2.2.1. ที่มาของคำศัพท์การโหยหาอดีต (Nostalgia)

2.2.2. ภาวะโหยหาอดีต (Condition of nostalgia)

2.2. ความรู้สึกต่อสถานที่ (Sense of place)

2.3. ความแท้จริงทางองค์ประกอบทางสถาปัตยกรรม (Authenticity)

2.3.1. ความแท้จริง (authenticity)

2.3.2. ความแท้จริงทางสังคม (authenticity of social)

2.3.3. ความแท้จริงประดิษฐ์ (Simulate of authenticity)

2.4. การรับรู้ทางสถาปัตยกรรม (Perception of architecture) และความแท้จริงทาง สถาปัตยกรรม (Authenticity of architecture)

2.5. การประเมินความแท้จริง (Evaluation of authenticity)

2.6. กรอบแนวความคิด (Framework)

2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.7.1 การตรวจสอบคุณภาพงานวิจัย

2.1 ปรากฏการณ์การท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตทางกายภาพ

2.1.1 ที่มาของคำศัพท์การโหยหาอดีต (Nostalgia)

ที่มาของคำศัพท์ Nostalgia หรือการอธิบายความหมายในคำศัพท์ภาษาไทยคำว่า การโหยหาอดีตหรือการถวิลหาอดีต (พัฒนา กิตติอาษา, 2546) ซึ่งมีรากศัพท์มาจากภาษากรีก 2 คำประกอบกัน (David, 1979) Nostos แปลว่า กลับบ้านและ algia แปลว่า ความเจ็บปวด ถูกลำมาอธิบายแบ่งเป็น 2 กลุ่มส่วนใหญ่ที่ใช้ในปัจจุบัน

การทบทวนวรรณกรรมพบว่ามีการใช้ความหมายแบ่งออกเป็นสองกลุ่มโดยแตกต่างกันที่บริบทของการใช้งานแต่มีความหมายที่สอดคล้องกันดังนี้ กลุ่มแรก นายแพทย์ชาวสวีเดนชื่อแลนด์ Johannes Hofer ปี 1688 อธิบายทางการแพทย์เกี่ยวกับผลกระทบของอาการทางด้านอารมณ์ หรืออาการทางจิตใจ คนส่วนใหญ่อาจจะรู้จักในรูปแบบของอาการคิดถึงบ้าน (Home sickness)

กลุ่มที่สอง ใช้ในการอธิบายรูปแบบที่มีผลต่อความรู้สึก โดยการนำมาประยุกต์ใช้ที่แตกต่างกันทางด้านจิตวิทยาหรือมานุษยวิทยาโดยให้ความหมายที่คล้ายคลึงกันแต่จะต่างกัน ในบริบทของ วัตถุ สถานที่ หรือบรรยากาศ ที่มีผลต่อความรู้สึก (Jameson, 1991 อ้างถึงในพัฒนา กิตติอาษา, 2546) อธิบายว่าเป็นรูปแบบในการมองย้อนกลับอดีต (Retro mode)

2.1.2 ภาวะโหยหาอดีต (Condition of nostalgia)

ภาวะโหยหาอดีต เป็นการมองย้อนอดีต การมองหาประสบการณ์ในครั้งก่อนหรือสิ่งที่ผ่านพ้นมาในอดีต เป็นภาวะทางด้านอารมณ์ที่จะย้อนกลับไปจุดนั้น ความคิดถึงที่จะกลับไปในทีนั้นอีกครั้ง หรือภาพในจินตนาการที่ไม่เคยปรากฏให้เห็นจริง จากงานวิจัยหลายชิ้นพบว่า ภาวะโหยหาอดีตเป็นปัจจัยที่เกิดขึ้นทางทางสังคมที่ต้องการจะหลบหนี ไปจากสภาวะสังคมปัจจุบัน เหตุการณ์ ปัญหา ความวุ่นวาย และ ความไม่พอใจในสภาพสังคมในปัจจุบัน

จากงานวิจัย Boym (2007) อธิบายถึงการเปรียบเทียบระหว่างสังคมในอดีตและปัจจุบันรวมถึงปัจจัยด้านเวลาที่เป็นความรู้สึกในโลกที่เคยมีอยู่จริงในเวลาที่แตกต่างกันกับเวลาในปัจจุบัน โลกแห่งจินตนาการ นำมาซึ่งการจำลองบรรยากาศ รูปแบบ สภาพแวดล้อมทางกายภาพหรือรูปแบบเรื่องราวในอดีตบางส่วนขึ้นมาอีกครั้ง

2.2 ความรู้สึกต่อสถานที่ (sense of place)

แนวคิดความรู้สึกต่อสถานที่หรือบางครั้งเรียกว่าสำนึกในถิ่น คือ บรรยายภาคนั้น ประสบการณ์ที่เคยสัมผัสในครั้งก่อน การอธิบายผลจากความทรงจำเก่าที่มีความผูกพันหรือเรื่องราว ที่มีต่อความรู้สึกต่อสถานที่ Relph หนึ่งในกลุ่มผู้ศึกษาเรื่อง “Sense of Place” การเข้าใจหรือ ความรู้สึกที่มีต่อสถานที่นั้นสามารถเกิดได้ทั้ง ภายใน-ภายนอก (Insideness and Outsideness)

งานวิจัย Moore และ Graefe (1994) ให้ความหมายความรู้สึกที่มีต่อสถานที่ผ่านทัศนคติ (Attitude-based Conception) เอกลักษณ์ของสถานที่ (Place Identity) ความผูกพันกับสถานที่ (Place Attachment) การพึ่งพาอาศัยสถานที่ (Place Dependence)

2.3 ความแท้จริงขององค์ประกอบทางสถาปัตยกรรม

2.3.1 ความแท้จริง (Authenticity)

ความแท้จริง หรือ Authenticity มีรูปแบบของคำมาจากภาษากรีก authentikós มีความหมายว่า ต้นฉบับ และ ภาษาละติน authenticus มีความหมายว่า ผู้ริเริ่มสร้างสรรค์ ในภาษา Classic Greco-Roman (McKercher & du Cros, 2002) หมายถึงความรู้สึกจริง หรือ จริงใจ

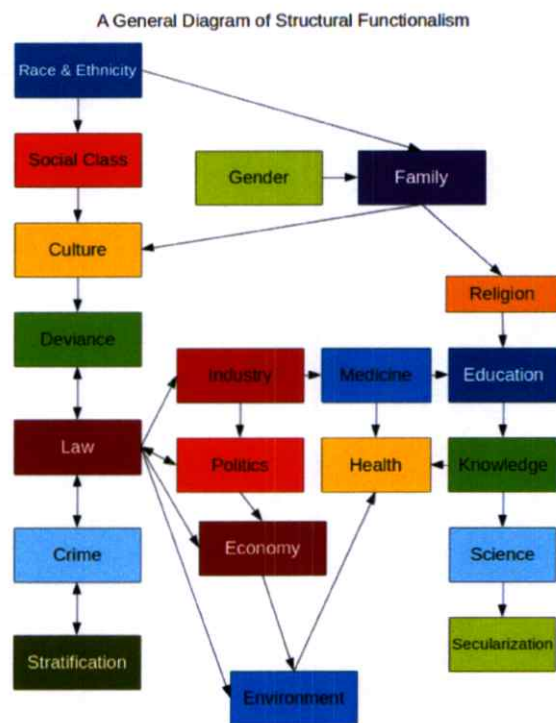
คำว่า authenticity ถูกนำขึ้นมาใช้ในปรัชญา โดย Martin Heidegger ในหนังสือ Being and Time (1962) (Thomson, 2005) จากการทำวรรณกรรมปริทัศน์ พบว่า รูปแบบแนวความคิดเรื่องความแท้จริง ถูกแบ่งออกเป็นสาม แนวความคิดหลัก ได้แก่ ความแท้จริง ความแท้จริงทางสังคม และ ความแท้จริงที่ไม่มีอยู่จริง

งานวิจัยของ Theobald (1998) และ Sharpley (1994) ให้ความเห็นว่า ความแท้จริงคือความบริสุทธิ์ เนื้อแท้ ธรรมชาติดั้งเดิมและความเป็นจริง ตลอดจนวัฒนธรรมที่ถูก สืบทอดกันมา อย่างไรก็ตาม วัฒนธรรมดั้งเดิมอาจจะแตกต่างกันไปตามบริบทของการใช้งาน โดย Smith และ Duffy (2003) เห็นว่าความแท้จริงคือ ความจริงหรือองค์ประกอบดั้งเดิมใน รูปแบบประวัติศาสตร์ที่สามารถจับต้องและสามารถพิสูจน์โดยดูจากหลักฐานที่ปรากฏ ในแง่ ของการท่องเที่ยว Fridgen (1991) อธิบายว่าความแท้จริงคือ ความรู้สึกหรืออารมณ์ที่มีต่อ สถานที่ วัตถุ รวมถึงประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว

งานวิจัยโดย Cohen (2007) ได้แบ่งมิติของความแท้จริงออกเป็น 5 ด้านคือ 1) ธรรมเนียมปฏิบัติหรือการใช้ยาวนาน 2) ความเป็นของแท้หรือคงสภาพเดิม 3) ความสัมพันธ์ที่จริงใจ ความแท้จริงในการสร้างสรรค์การแสดงทางวัฒนธรรม 4) การร่ำรวยและดนตรี 5) การดำรงอยู่ของวิถีชีวิตที่ปราศจากการคุกคามของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และ นักจัดการอื่น ๆ

2.3.2 ความแท้จริงทางสังคม (authenticity of social)

ความจริงทางสังคมคือสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นมาจากค่านิยมหรือการทำความเข้าใจของสังคม และสามารถเปลี่ยนแปลงไปตามลักษณะของกลุ่มคนและการรับรู้ ซึ่งอาจเป็นวัฒนธรรมหรือความเชื่อที่ถูกส่งต่อกันมา Peter Berger และ Thomas Luckman (1985) ได้กล่าวซึ่งเป็นเรื่องเกี่ยวกับการวิเคราะห์การสร้างความจริงทางสังคม (ภาพที่ 2.1)



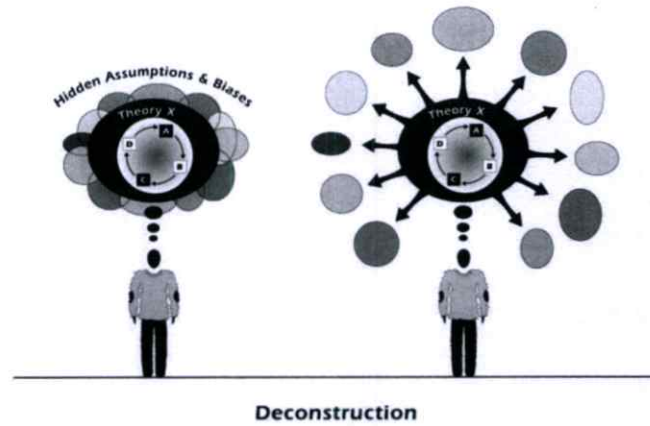
รูปที่ 2.1 แสดงความสัมพันธ์โครงสร้างหน้าที่ (structural-functional theory) ที่มา:

SociologicalTheory/StructuralFunctionalism.https://en.wikibooks.org/wiki/Sociological_Theory/Structural_Functionalism

Marx (1846) ได้เสนอว่าความรู้ หรือสิ่งที่เราคิดว่าแท้จริงนั้นมาจากจิตสำนึก ซึ่งเกิดจากกระบวนการดำเนินชีวิตหรือวิถีชีวิต ดังนั้นความจริงทางสังคมจึงเป็นการศึกษามุมมองความคิดของมนุษย์ ในการแสวงหาความรู้ ซึ่งเป็นความคิดที่จะค่อยๆพัฒนาขึ้นเมื่อมีประสบการณ์ที่แตกต่างกัน Marx จึงได้เสนอแนวทางสังคมกับโครงสร้างหน้าที่ (structural-functional theory) ซึ่งให้ความสำคัญกับความแตกต่างของความคิดจากจิตใต้สำนึก (unconsciousness) และ ความคิดจากจิตสำนึก (consciousness) แม้ในการสร้างทฤษฎีของความจริง ด้านความจริงทางวิทยาศาสตร์ ความจริงทางปรัชญา หรือความจริงทางตำนาน ก็จะเป็นรับรู้ความจริงทางสังคม และบุคคลในสังคมรับรู้ความจริงได้จากวิถีชีวิตในแต่ละวันโดยมีปัจจัยตามโครงสร้างหน้าที่ การทำงานร่วมกันทางสังคม

แนวคิดที่ว่า ความแท้จริงที่ไม่มีอยู่จริง มีรากฐานมาจาก Martin Heidegger (1927) ที่ได้ศึกษาเรื่องความสำนึกและวัตถุจากประสบการณ์ของปัจเจก โดยเสนอ 3 ขั้นตอนของการทำความเข้าใจประสบการณ์ ประกอบด้วย การลดทอน การสร้าง และ การทำลาย (reduction, construction, and destruction) โดยทั้ง 3 ขั้นตอนมีความเกี่ยวข้องกัน โดยการสร้างจะต้องทำลาย รื้อถอนโครงสร้างหรือการตัดทอนโดยไม่จำเป็นต้องคำนึงถึง ภาษา เวลา สถานการณ์ สภาพแวดล้อมของเรา หรือความสนใจ ไม่ได้เริ่มความคิดจากสิ่งที่มีอยู่แล้วแล้วนำมาพัฒนาต่อแต่เป็นสร้างขึ้นใหม่ซึ่งค่อนข้างเป็นอิสระจากแนวความคิดเดิม

ความแท้จริงที่ไม่มีอยู่จริงนั้น เป็นส่วนหนึ่งของแนวความคิดการรื้อสร้าง (Deconstructivism) หรืออาจเรียกว่า ดีคอนสตรัคชัน (Deconstruction) ถูกนำเสนอโดยนักปรัชญาชาวฝรั่งเศส Jacques Derrida แนวคิดนี้มีอิทธิพลต่อการออกแบบสถาปัตยกรรมช่วงปลายคริสต์ทศวรรษ 1980 โดยมีความเชื่อที่ว่าความแท้จริงไม่มีจริงขององค์ประกอบทางสถาปัตยกรรม จึงสร้างสิ่งใหม่โดยไม่ยึดถือถึงหลักความเป็นจริง



รูปที่ 2.2 แนวความคิด ดีคอนสตรัคชัน (Deconstruction) ที่มา: <http://nonnyislam.blogspot.com/2013/12/deconstruction.html>

2.3.3 ความแท้จริงประดิษฐ์

ความแท้จริงประดิษฐ์คือการสร้างภาพจำลองหรือภาพเหมือนจริงเพื่อจำลอง หรือ ทำให้เห็นในบรรยายการในมุมมองของอดีต ภาพตัวแทน Boorstin (1964) นิยามคำว่า เหตุการณ์กำมะลอ หรือ ปลอม จากประสบการณ์ในสิ่งที่นักท่องเที่ยวสัมผัสไม่มีความแท้จริง

Maccannell (1973) กล่าวถึงความแท้จริงแบบจัดฉาก อธิบายถึงมุมมองความเป็นของจริงในทิศทางของการท่องเที่ยวหรือสถานที่ท่องเที่ยว นิยามของการท่องเที่ยวด้วยคำว่า ฉากหน้าคือ ส่วนต้อนรับหรือมุมมองที่สะท้อนสิ่งที่อยากจะให้นักท่องเที่ยวเห็น และ ฉากหลังคือสถานที่ส่วนตัวที่เจ้าของบ้านจะใช้ชีวิต รูปแบบอาจจะถูกปรับเปลี่ยนจากฉากด้านหลังเพื่อให้ดูสมจริงในมุมมองที่นักท่องเที่ยวได้สัมผัส และ พบว่าสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นหนึ่งในตัวทำลายความแท้จริงทางวัฒนธรรมและทำให้เกิดความแท้จริงแบบจัดฉาก แม้ว่านักปรัชญา อย่างเช่น Derrida จะมองว่าไม่มีสิ่งที่เรียกว่าความแท้จริง หรือความแท้จริงนั้นอาจถูกประดิษฐ์ขึ้นมาเพื่อจัดฉาก หรือสร้างประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยว (Boorstin, 1964; Maccannell, 1973) แต่ก็เป็นสิ่งที่ปฏิเสธไม่ได้ว่าการประเมินความแท้จริงนั้นมีผลต่อประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว หรือผู้ใช้สถานที่นั้น ฉะนั้นในการศึกษานี้จึงมุ่งเน้นให้ความสำคัญกับการศึกษาความแท้จริงทางสังคมที่เป็นผลจากการมีปฏิสัมพันธ์ของบุคคลซึ่งมีภูมิหลังและลักษณะที่แตกต่างกัน รวมกับกิจกรรมที่เกิดขึ้น กับสภาพแวดล้อมกายภาพนั้น

2.4 การรับรู้ และความแท้จริงทางสถาปัตยกรรม

ลักษณะทางกายภาพของอาคาร และ ชุมชน มีความสำคัญกับการประเมินคุณค่าของชุมชน การรับรู้เริ่มจากความผูกพันต่อสถาปัตยกรรม และ สถาปัตยกรรมเป็นสิ่งก่อสร้างที่แสดงถึงสภาพแวดล้อมทั้งภายนอกและภายในเป็นการจัดที่ว่างและอธิบายถึงสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมของสังคมและเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย

ความแท้จริงทางสถาปัตยกรรม ถูกให้คุณค่าโดยผู้คนในสังคมและระยะเวลาที่ถูกแปรเปลี่ยนมายาวนาน จากรุ่นสู่รุ่นจนกระทั่งกลายเป็นความแท้จริงทางสถาปัตยกรรม ความแท้จริงทางสถาปัตยกรรมนั้นมีหลากหลายรูปแบบ ระยะเวลาและการสร้างคุณค่าทางสังคมต่อสถาปัตยกรรมนั้น ถือได้ว่ามีความสำคัญอย่างยิ่ง Nanta (2009) มองว่าประสบการณ์ (Experience) ถือได้ว่าเป็นปัจจัยสำคัญในการรับรู้ Jumsai Na Ayuthaya (2015) เชื่อว่าการรับรู้ของมนุษย์จะสามารถรับรู้เกิดขึ้นได้จากการเข้าไปอยู่หรือมีการใช้งานในสถาปัตยกรรม

งานวิจัยโดย Lynch (1977) สถาปนิกชาวอเมริกันนักวางผัง อธิบายถึงองค์ประกอบในการรับรู้ของภูมิทัศน์เมืองและองค์ประกอบหลัก 5 อย่าง คือ ทางสัญจร (Paths), ขอบเขต (Edges), ย่าน (Districts), จุดศูนย์รวม (Nodes), และจุดหมายตา (Landmarks) องค์ประกอบทั้ง 5 อย่างจะสร้างภาพในการรับรู้ของผู้คนและการเกิดจิตภาพที่ชัดเจนมาจากการจัดสภาพแวดล้อมด้วยองค์ประกอบที่เหมาะสม

Kim (2001) ศึกษาความสัมพันธ์ขององค์ประกอบทางกายภาพของชุมชน และลักษณะทางสถาปัตยกรรมที่ส่งผลต่อความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน โดยพบว่า 4 องค์ประกอบหลัก ลักษณะของชุมชน (Community attachment), เส้นทางการเดิน (Pedestrianism), การปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Social interaction), อัตลักษณ์ของชุมชน (Community identity) นั้นมีผลต่อความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน

อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันยังมิได้มีการเชื่อมโยงการศึกษาการรับรู้ความแท้จริง และ องค์ประกอบทางกายภาพของสถาปัตยกรรมที่ส่งผลต่อการรับรู้ความแท้จริง โดย UNESCO Bangkok (2009) ได้เสนอการรวบรวมการประเมินความแท้จริงผ่านทิศทางที่เรียกว่าเกณฑ์การประเมินความแท้จริง จะมีก็เพียงแต่กรอบแนวคิดที่เสนอไว้ใน NARA DOCUMENT (1994) และ นำมาขยายความใน HOI-AN PROTOCOLS (2004) แต่ก็ยังมีได้ให้รายละเอียดไว้อย่างเพียงพอ ดังจะอภิปรายในหัวข้อต่อไป

2.5. การประเมินความแท้จริง

การประเมินความแท้จริงถูกหยิบยกในงานประชุมเมือง นารา ประเทศญี่ปุ่น ตามเอกสารที่แสดงใน Nara Document on Authenticity (1994) เป็นแนวทางในการวิเคราะห์ความแท้จริงผ่านองค์ประกอบด้านต่าง ๆ และในเวลาต่อถูกขยายความในเอกสาร Hoi an Protocols (2009). ถึงแนวทางที่เกี่ยวกับการประเมินมรดกทางวัฒนธรรมในหลายมิติ ตามหัวข้อด้านต่าง ๆ (ภาพที่ 2.3) เช่น สถานที่ตั้ง รูปทรงและการออกแบบ การใช้งาน คุณค่า และด้านอื่น ๆ ประกอบกัน

Dimensions of Authenticity					
Aspects	Location and Setting	Form and Design	Use and Function	Immaterial Qualities	
	<ul style="list-style-type: none"> ▣ Place ▣ Setting ▣ "Sense of Place" ▣ Environmental niches ▣ Landforms and vistas ▣ Environs ▣ Living elements ▣ Degree of dependence on locale 	<ul style="list-style-type: none"> ▣ Spatial layout ▣ Design ▣ Materials ▣ Crafts ▣ Building techniques ▣ Engineering ▣ Stratigraphy ▣ Linkages with other properties or sites 	<ul style="list-style-type: none"> ▣ Use(s) ▣ User(s) ▣ Associations ▣ Changes in use over time ▣ Spatial distribution of usage ▣ Impacts of use ▣ Use as a response to environment ▣ Use as a response to historical context 	<ul style="list-style-type: none"> ▣ Artistic expression ▣ Values ▣ Spirit ▣ Emotional impact ▣ Religious context ▣ Historical associations ▣ Sounds, smells and tastes ▣ Creative process 	
Sources of Information on Authenticity					
Primary Sources					
Historic	Social	Scientific	Artistic	Analogy	Context
<ul style="list-style-type: none"> ▣ Place ▣ Primary documents (land deeds, census records etc.) ▣ Inscriptions ▣ Genealogies ancestral records ▣ Historical Photos ▣ Historical maps 	<ul style="list-style-type: none"> ▣ Oral histories ▣ Religious context ▣ Socio-economic survey of current users ▣ Demographic data ▣ Records of clan, neighbourhood and other groups 	<ul style="list-style-type: none"> ▣ Traditional indigenous knowledge ▣ Archaeological investigations ▣ Geophysical survey ▣ Remote sensing imaging ▣ Geometrical survey and photogrammetry 	<ul style="list-style-type: none"> ▣ Period artwork ▣ Contemporary literature ▣ Dated samples of materials and styles ▣ Traditional crafts manuals and building guides ▣ Patina 	<ul style="list-style-type: none"> ▣ Ethnographic records ▣ Ethnographic collections ▣ Experimental studies 	<ul style="list-style-type: none"> ▣ Spatial integrity ▣ Degree of Continuity of use ▣ Socio-cultural context ▣ Environmental Trauma
Secondary Sources					
Historic	Social	Scientific	Artistic	Analogy	Context
<ul style="list-style-type: none"> ▣ Chronologies ▣ Travellers' accounts ▣ Histories and commentaries ▣ Diaries, correspondence 	<ul style="list-style-type: none"> ▣ Analysis of continuity of use, occupation etc. ▣ Studies of craft organization ▣ Analysis of political consensus ▣ Social commentaries 	<ul style="list-style-type: none"> ▣ Quantitative and statistical analysis ▣ Laboratory analysis ▣ Dating methods ▣ Materials analysis ▣ Engineering and structural studies ▣ Mathematical modeling 	<ul style="list-style-type: none"> ▣ Artistic commentaries and reviews ▣ Stylistic analysis ▣ Study of comparative sites and resources 	<ul style="list-style-type: none"> ▣ Interpretative studies ▣ Application of models such as nearest neighbour analysis ▣ Studies of cultural antecedents 	<ul style="list-style-type: none"> ▣ Surrounding spaces ▣ Political context ▣ Economic ▣ Context of technological change

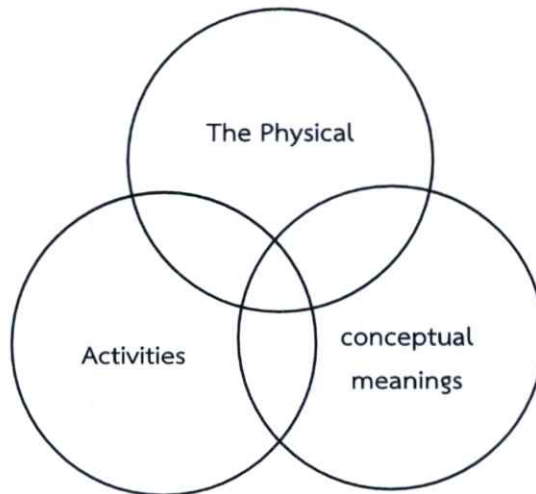
รูปที่ 2.3 แสดงทิศทางประเมินความแท้จริง ที่มา: UNESCO Hoi An Protocols for Best Conservation Practice in Asia: Professional Guidelines for Assuring and Preserving the Authenticity of Heritage Sites in the Context of the Cultures of Asia Bangkok (2009).

ในงานวิจัยในการประเมินความแท้จริง Wang (1999) อธิบายว่านักท่องเที่ยวแต่ละคนนั้น จะมีกิจกรรมในการท่องเที่ยวแตกต่างกันไป จึงมีลักษณะการรับรู้ การประเมิน และมีการตีความหมายที่แตกต่างกัน เช่นเดียวกับ Cole (2007)

การประเมินความแท้จริงถูกกำหนดโดยคนในสังคมที่มีมุมมองประสบการณ์แตกต่างกันไป จึงทำให้การประเมินความแท้จริงของแต่ละบุคคลไม่เท่ากัน เกณฑ์การประเมินความแท้จริงจากทางสังคมยังมีการศึกษาเรื่องการพิจารณา โดยองค์การส่วนกลาง UNESCO Bangkok (2009) ได้อธิบายกำหนดหลักเกณฑ์ในการพิจารณาความแท้จริงในระดับสากล

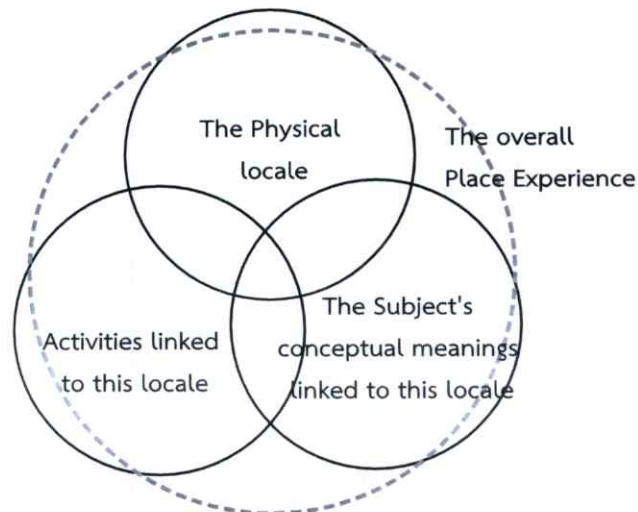
2.6 กรอบแนวความคิด (Framework)

กรอบแนวคิดแบบ Place Model Canter (1997) เป็นหนึ่งในเครื่องมือที่ใช้ศึกษาอธิบายลักษณะ ความสัมพันธ์เชิงพื้นที่ประกอบด้วย สถานที่ (The Physical) พื้นที่ในการวิจัยซึ่งจะเกิดขึ้นจากการศึกษา กิจกรรม (Activities) พฤติกรรมของผู้คนที่เกิดขึ้นภายในสถานะนั้น ๆ ภาพที่ผู้คนมอง (conceptual) คำอธิบายของผู้คนในสถานที่ทำการศึกษา กรอบแนวความคิดนี้เป็นการจำลองรูปแบบการศึกษาร่วมกันแบบไตรภาคี (แผนภูมิภาพที่ 2.1)



แผนภูมิภาพที่ 2.1 แสดงกรอบแนวคิด อ้างอิง “Place Model.” (Canter, 1997)

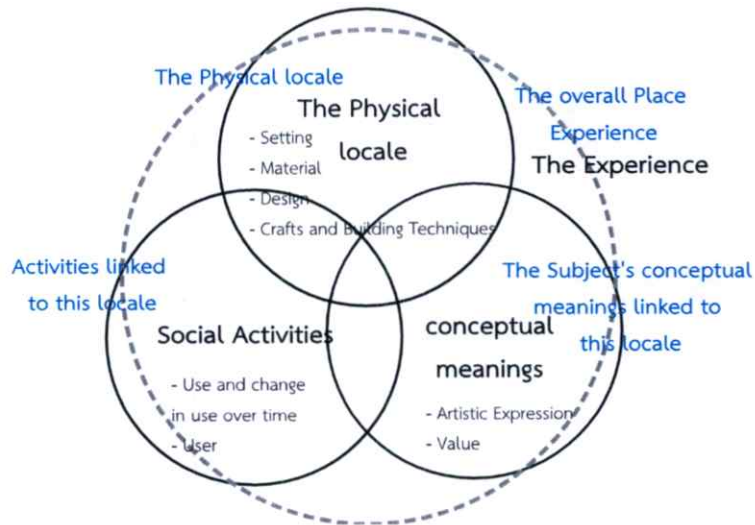
การพัฒนากรอบแนวคิดโดย Nanta (2554) มีพื้นฐานมาจาก Place Model (Canter, 1997) ที่มองว่าประสบการณ์ที่ผู้คนมี (The overall Place Experience) เป็นผลวัดจาก ปฏิสัมพันธ์ระหว่างมิติของ สภาพแวดล้อมกายภาพ (The Physical) กิจกรรมที่เกิดขึ้นในพื้นที่ (Activities linked to this locale) และความหมายที่ผู้ใช้งานให้กับสถานที่นั้น (The Subject's conceptual meanings linked to this locale) (แผนภูมิภาพที่ 2.2)



แผนภูมิภาพที่ 2.2 แสดงกรอบแนวคิด อ้างอิงจาก Nanta's, 2554

เพื่อให้การประเมินการรับรู้ความแท้จริงขององค์ประกอบสถาปัตยกรรมของชุมชนตลาดเก่า ริมน้ำโดยนักท่องเที่ยวเป็นไปอย่างชัดเจน ผู้วิจัยจึงนำกรอบแนวคิดประสบการณ์ต่อสภาพแวดล้อม (Canter, 1997) มาประยุกต์กับเกณฑ์การประเมินความแท้จริงของ UNESCO ที่แสดงไว้ใน HOI-AN PROTOCOLS (2009) แม้คู่มือการประเมินความแท้จริงที่ได้ระบุไว้ใน HOI-AN PROTOCOLS จะมีเพื่อใช้กับพื้นที่มรดกโลก แต่ชุมชนตลาดริมน้ำในประเทศไทยหลายแห่งนั้นก็ถือว่าเป็นมรดกทาง วัฒนธรรมของประเทศ ดังนั้นจึงมีความเหมาะสมและสอดคล้องที่จะนำบางส่วนของเกณฑ์ดังกล่าวมา ปรับใช้เป็นกรอบแนวคิดในการศึกษา

โดยการประยุกต์ใช้ในการศึกษาได้แสดงไว้ในแผนภูมิรูปภาพดังต่อไปนี้



แผนภูมิภาพที่ 2.3 กรอบแนวความคิดในการศึกษาที่ดัดแปลงจากออกแบบตามแนวความคิด Place Experience Canter (1997), Nanta (2554) ที่มา: ผู้วิจัย

ตารางที่ 2.1 เกณฑ์การประเมินความแท้จริงที่ใช้ศึกษาในงานวิจัย

Place Experience Component		
ความหมายที่เกี่ยวข้อง (Conceptual Meanings)	ด้านกายภาพ (The Physical Locale)	ด้านกิจกรรม (Activities)
<ul style="list-style-type: none"> - งานศิลปะ (Artistic Expression) - คุณค่า (Value) 	<ul style="list-style-type: none"> - ที่ตั้ง (Setting) - การออกแบบ (Design) - วัสดุ (Material) - ฝีมือและเทคนิคการก่อสร้าง (Crafts and Building Techniques) 	<ul style="list-style-type: none"> - การใช้งานและการเปลี่ยนแปลง การใช้งานตามระยะเวลา (Use and change in use over time) - ผู้ใช้งาน (User)

2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัย Kim (2001) ศึกษาเกี่ยวกับความรู้สึกต่อชุมชนโดยการ 4 องค์ประกอบหลักเพื่อศึกษาถึงรูปแบบหรือความรู้สึกต่อชุมชนเป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ลักษณะของชุมชน (Community attachment) เส้นทางการเดินทาง (Pedestrianism) การปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Social interaction) อัตลักษณ์ของชุมชน (Community identity) ความปลอดภัย (Safety) ภาพเมืองในอนาคต (Physical features)

ในการศึกษาโดย แบ่งออกระดับเป็น 5 ระดับ โดยใช้วิธีทางสถิติในการคำนวณความสัมพันธ์กันในด้านต่าง ๆ ทั้งด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ และสังคม ใช้วิธีการศึกษาพื้นที่วิจัย รูปภาพรวมของผังในพื้นที่วิจัย สสำรวจพื้นที่ แบบสอบถามและการสัมภาษณ์ โดยผลจากแบบสอบถามนำมาคำนวณด้วยวิธีการทางสถิติ ดูค่าเฉลี่ยในข้อมูลพื้นฐาน หาความสัมพันธ์ระหว่างต่าง ๆ การทดสอบความแปรปรวนโดยใช้ ANOVA ในการศึกษา

งานวิจัย Deepak Chhabra (2003) การจัดฉากความแท้และมรดกทางวัฒนธรรมการท่องเที่ยวศึกษาตัวชี้วัดคุณภาพของวัฒนธรรมและเป็นปัจจัยของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวใช้แบบสอบถามโดยมีการเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีสุ่มจากนักท่องเที่ยวที่อยู่บริเวณสถานที่วิจัย แบ่งระดับความพึงพอใจเป็น 5 ระดับ ระดับที่สูงขึ้นด้วยค่าที่เป็นตัวแทนของการรับรู้ความถูกต้องมากขึ้น

โดยผลจากแบบสอบถามนำมาคำนวณด้วยวิธีการทางสถิติ ดูค่าเฉลี่ยในข้อมูลพื้นฐาน หาความสัมพันธ์ระหว่างต่าง ๆ ประชากรและทางด้านเศรษฐกิจ ตัวแปรและความถูกต้องของการรับรู้การท่องเที่ยวมรดกความแท้จริงและประสบการณ์ การทดสอบความแปรปรวนโดยใช้ ANOVA tests ผลการศึกษาแสดงให้เห็นถึงความแตกต่างที่สำคัญในระดับการรับรู้ และความสัมพันธ์ของรูปแบบความแท้จริง

งานวิจัย Jumsai Na Ayudhya (2015) เชื่อว่าการรับรู้ของมนุษย์จะสามารถรับรู้จะเกิดขึ้นได้จากการเข้าไปอยู่หรือมีการใช้งานในสถาปัตยกรรมที่นั้นจึงจะสามารถอธิบายการรับรู้ได้อย่างชัดเจนด้วยเส้นทางการรับรู้ในแต่ละวัน เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ใช้วิธีการให้กลุ่มตัวอย่างถ่ายรูปและทำการสัมภาษณ์ว่าด้วยเหตุผลอะไรหรือทำไมโดยแบ่งออก 3 ระยะภายนอก ภายใน และ ในพื้นที่เฉพาะกลุ่ม

โดยวิธีการศึกษาโดย ทฤษฎีพื้นฐาน ปรัชญาการณวิทยา ปรัชญาการณวิทยาแนวอัตถิภาวะ ปรัชญาการณวิทยาแนวอัตถิภาวะและอรรถปริวรรตศาสตร์ การใช้ภาพถ่าย ผลจากการศึกษา พบความสัมพันธ์ใน 4 รูปแบบคือ อาคารในเมือง ภายในอาคาร บุคคลในอาคาร และ เวลาที่ใช้อาคาร ได้เป็นองค์ความรู้ในรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างผู้คนและสถาปัตยกรรม เพื่อเป็นแนวทางการออกแบบอาคารตอบสนองมากขึ้นสภาพแวดล้อมภายในและบริบทเมือง

แผนที่การรับรู้ (Perception Mapping) เป็นการสร้างแผนที่ที่เกิดจากพฤติกรรมการใช้งานของบุคคลในพื้นที่ (Zeisel, 2015) โดยผู้วิจัยหรือผู้ให้ข้อมูลจะทำเครื่องหมายหรือสัญลักษณ์ที่ตัวแทนของทัศนคติ การรับรู้ ฯลฯ ลงบนแผนที่หรือผังบริเวณที่เกี่ยวข้องกับทัศนคตินั้น เช่น Lusk (2002) ให้ผู้ใช้เส้นทางจักรยานทำเครื่องหมายแสดงความพอใจที่มีต่อสภาพแวดล้อมของเส้นทางด้วยการติดสติ๊กเกอร์ลงบนแผนที่

Huybrechts และคณะ (2009) ศึกษาประสบการณ์ในการออกแบบพื้นที่ร่วมกระตุ้นการสนทนาและการทำงานร่วมกันกลุ่มองค์กรในประเทศเบลเยียม โดยให้สมาชิกในองค์กรร่วมกันทำเครื่องหมายในแผนที่แสดงความสัมพันธ์การทำงานกับพื้นที่การใช้งาน



รูปที่ 2.4 แสดงตัวอย่างแผนที่การรับรู้ (Perception Mapping) ที่มา: Pinterest

การขอภาพถ่ายจากผู้ให้ข้อมูล (Photo Elicitation) คือการที่กลุ่มตัวอย่างหรือผู้มีส่วนร่วมในการวิจัยถ่ายภาพด้วยตนเอง เช่น Epstein และคณะ (2006) ศึกษามุมมองของเด็กที่เป็นโรคมะเร็งด้วยการให้เด็กเป็นผู้ถ่ายภาพในค่ายด้วยตนเอง ซึ่งข้อมูลภาพถ่ายที่ได้ก็จะปราศจากอคติและการชี้นำของผู้วิจัยหลัก Harper (2002) ศึกษาประสิทธิภาพการใช้งานของเทคนิคการถ่ายภาพแบบนี้และชี้ให้เห็นว่าสามารถเป็นจุดเริ่มต้นที่ดีในการสัมภาษณ์ ทั้งช่วยให้ผู้ให้ข้อมูลและผู้วิจัยสามารถทำการสื่อสารได้ง่ายขึ้น

การจัดอันดับภาพ (Ranking) การที่ผู้วิจัยทำการถ่ายรูปในพื้นที่การวิจัยและให้ผู้ให้ข้อมูลจัดเรียงอันดับรูปภาพตามความต้องการ เช่นในงานของ Scott และ Canter (1997) ที่ศึกษาความพึงพอใจต่อลักษณะภูมิประเทศและระดับความคุ้นเคยของบุคคลที่มีต่อพื้นที่ตนเองอาศัยอยู่ โดยให้ผู้เข้าร่วมประชุม ได้จัดเรียงลำดับภาพสถานที่ในท้องถิ่นจำนวน 20 ภาพตามความรู้จักคุ้นเคยกับสถานที่นั้น

2.7.1 การตรวจสอบคุณภาพงานวิจัย

สำหรับการวิจัยที่มีรากฐานจากกระบวนทัศน์แบบธรรมชาตินิยม (Naturalistic) Guba (1981) เสนอว่า ความวางใจ (Credibility) เป็นเกณฑ์หนึ่งที่สำคัญเทียบได้กับความ

เที่ยงตรง (Validity) ในการวิจัยที่มีรากฐานมาจากกระบวนทัศน์แบบปฏิฐานนิยม (Positivism) ในการประเมินว่าข้อมูลหลักฐานและผลการศึกษาวิจัยที่ได้ตรงกับความเป็นจริงตามการรับรู้ของผู้ให้ข้อมูลสำคัญหรือไม่ (ตารางที่ 2.2)

การเพิ่มความวางใจของข้อมูลเชิงคุณภาพ กระทำได้หลายวิธีเช่น การขยายเวลาศึกษาในภาคสนามยาวนานขึ้น (Prolonged and persistent fieldwork) การตรวจสอบความถูกต้องโดยบุคคลที่เกี่ยวข้อง (Members checks) การตรวจสอบโดยกลุ่มเพื่อนนักวิจัย (Peer Examination) หรือ การเชื่อมโยงแบบสามเส้า (Triangulation) (Guba & Lincoln, 1985; 1989)

การเชื่อมโยงแบบสามเส้านี้มีมากถึง 7 รูปแบบ เช่นการตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) คือการตรวจสอบข้อมูลที่เก็บด้วยวิธีเดียวกันจากหลายแหล่ง ไม่ว่าจะเป็นด้านเวลา บุคคลหรือสถานที่ การตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีการ (Methodological Triangulation) การใช้เทคนิคที่หลากหลายในการเก็บข้อมูลเรื่องเดียวกัน Fraenkel และ Wallen (1996) Groat และ Wang (2002) Robson และคณะ (2016) ไปจนถึงการตรวจสอบด้วยสามเส้าด้านทฤษฎี (Methodological) หรือการตรวจสอบด้านผู้วิจัย (Investigator Triangulation)

ตารางที่ 2.2 ตารางเปรียบเทียบมาตรฐานงานวิจัยคุณภาพ Egon Guba (1981)

Standard	Positivism / Post positivism	Naturalistic
Truth value	Internal validity Equivalence of data of inquiry and phenomena they represent	Credibility Check data with interviewees; triangulation-multiple data sources of data collection
Applicability	External validity Generalizability	Transferability Thick description of context to assess similarity
Consistency	Reliability Instruments must produce stable results	Dependability Trackability of expected instability of data
Neutrality	Objectivity Methods explicated; replicable; investigator one-step removed from object of study	Confirmability Triangulation of data; practice of reflexivity by investigator

สรุป

งานวิจัยชิ้นนี้ศึกษาทบทวนเกี่ยวกับ ปรากฏการณ์การท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต (Nostalgia) เป็นการมองหาประสบการณ์ในครั้งก่อนหรือสิ่งที่ผ่านพ้นมาในอดีตด้วยรูปแบบการท่องเที่ยวแบบย้อนยุค และมุ่งเน้นถึงการประเมินความแท้จริงองค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมผ่านมุมมองนักท่องเที่ยว และจากการศึกษาพบว่างานวิจัยส่วนใหญ่มีมาทำการศึกษาผ่านกระบวนการทัศนเชิงคุณภาพ และเชิงปริมาณ

ในงานวิจัยชิ้นนี้ทำการศึกษาด้วยงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) นำมาซึ่งกระบวนการรับรู้ (Perception) และการประเมินความแท้จริงองค์ประกอบสถาปัตยกรรมของชุมชนตลาดเก่า โดยนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถาปัตยกรรม

แนวทางการวิเคราะห์ข้อมูลมีรากฐานมาจากเกณฑ์ประเมินความแท้จริง (ตารางที่ 2.1) ดัดแปลงการออกแบบกรอบแนวความคิด (Framework) ซึ่งมีพื้นฐานการพัฒนาจาก Place Experience Canter (1997), Nanta (2554) คือมิติด้านกายภาพ (Physical) มิติด้านกิจกรรม (Activities) มิติด้านความหมาย (Conceptual Meaning) และ ประสบการณ์ที่ผู้คนมี (Experience) (แผนภูมิภาพที่ 2.3)

เน้นความหลากหลายของเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยที่จะสามารถเป็น เสียง จากให้ข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ จากการศึกษาได้รวบรวมเทคนิคและวิธีการทั้ง 3 วิธีการได้แก่ แผนที่การรับรู้ (Perception Mapping) การขอภาพถ่ายจากผู้ให้ข้อมูล (Photo Elicitation) การจัดอันดับภาพ (Ranking) เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางวิจัยขั้นต่อไป

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

บทนี้อธิบายถึง วิธีการดำเนินการวิจัยแบ่งออกเป็นสองส่วน ส่วนแรกการศึกษานำร่องด้วย วัตถุประสงค์ ค้นหาเครื่องมือเพื่อนำไปใช้ในการวิจัยหลักและสรุปผลการศึกษานำร่อง ส่วนที่สอง การศึกษาหลัก ประเภทของงานวิจัย ขั้นตอนการวิจัยวิธีการเก็บข้อมูล ระยะเวลาการดำเนินงานวิจัย กำหนดพื้นที่ดำเนินการวิจัยและกลุ่มผู้ให้ข้อมูล ตลอดจนเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย และ แนวทางการ วิเคราะห์ข้อมูล

3.1. การศึกษานำร่อง

3.1.1. วัตถุประสงค์ในการศึกษานำร่อง

การศึกษานำร่องนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อประเมินความวางใจ (Credibility) ของ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ 3 วิธี ที่สามารถจะนำมาใช้ในการศึกษาการรับรู้ (Perception) ของนักท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต (Nostalgia) ที่มีต่อองค์ประกอบทาง สถาปัตยกรรมในชุมชนตลาดเก่าริมน้ำ

โดยการทำวรรณกรรมปริทัศน์ชี้ให้เห็นว่า เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเพื่อ ประเมินการรับรู้ ที่มีต่อสภาพแวดล้อมทางกายภาพ มักอาศัยการทำแบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงปริมาณ ผสมคำถามปลายเปิดที่สามารถนำมาวิเคราะห์ เนื้อหาเพื่อทำความเข้าใจเชิงลึกเพิ่มเติม และหากเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เครื่องมือที่ใช้ส่วน ใหญ่มักประกอบด้วย การสัมภาษณ์ การสังเกตและเก็บข้อมูลด้วยภาพถ่ายโดยผู้วิจัย จากนั้น จึงนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์และตีความอีกชั้นหนึ่ง จึงอาจกล่าวได้ว่าวิธีเก็บข้อมูลข้างต้น เป็นเทคนิคในการเก็บข้อมูลโดยมีผู้วิจัยเป็นศูนย์กลาง

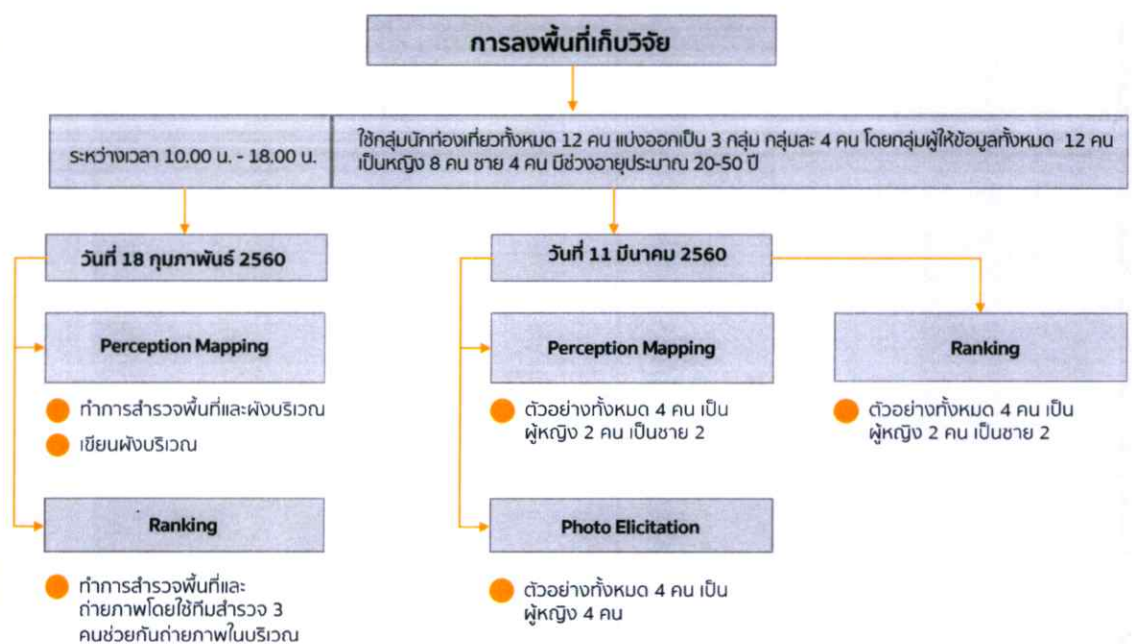
อย่างไรก็ตามยังมีเทคนิคการเก็บข้อมูลอื่น ๆ ที่น่าสนใจ และให้ เสียง (Voice) กับ ผู้ให้ข้อมูล ซึ่งสามารถนำมาใช้ได้ทั้งในการวิจัยเชิงคุณภาพและแบบผสม เช่นวิธีการทำแผนที่ การรับรู้ (Perception Mapping) การขอถ่ายภาพจากผู้ให้ข้อมูล (Photo Elicitation) หรือ การจัดอันดับภาพ (Ranking)

โดยอาศัยหลักการประเมินมาตรฐานด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพ ว่าเครื่องมือที่ให้ข้อมูลที่ตรงกับข้อเท็จจริง (Truth value) ตามการรับรู้ของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key informant) หรือไม่ หรือดังที่ Guba (1981) เรียกว่า ‘ความวางใจ’ (Credibility)

คำถามการวิจัย (Research Questions) 1) การทำแผนที่การรับรู้ (Perception Mapping) 2) การขอถ่ายภาพจากผู้ให้ข้อมูล (Photo Elicitation) 3) การจัดอันดับภาพ (Ranking) มีความเหมาะสมที่จะนำมาใช้ศึกษาการรับรู้ของนักท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต ที่มีต่อองค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมในชุมชนตลาดเก่าริมน้ำ ในแง่ของ ความวางใจ (Credibility) เพียงใด

3.1.2. ขั้นตอนการวิจัย

สถานที่ทำการการศึกษาเปรียบเทียบเครื่องมือทั้ง 3 ชนิดนี้คือตลาดบ้านใหม่ ต. บ้านใหม่ อ. เมืองฉะเชิงเทรา จ. ฉะเชิงเทรา ทำการศึกษาววันที่ 18 กุมภาพันธ์ 2560 ระหว่างเวลา 10.00 น. - 18.00 น. และ วันที่ 11 มีนาคม 2560 ระหว่างเวลา 10.00 น. - 18.00 น.



แผนภูมิภาพที่ 3.1 ขั้นตอนการศึกษานำร่อง ที่มา: ผู้วิจัย

พื้นที่กรณีศึกษาตลาดบ้านใหม่

ตลาดบ้านใหม่ตั้งอยู่ในพื้นที่ ตั้งอยู่ริมฝั่งตะวันตกของแม่น้ำบางปะกง ริมถนนศุภกิจ ตำบลบ้านใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา มีรอยต่อเชื่อมกับกรุงเทพมหานคร ระยะทางประมาณ 90 กิโลเมตรจากกรุงเทพมหานคร เป็นตลาดที่อยู่มาตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 5 เป็นย่านเศรษฐกิจเก่าแก่ที่มีอายุมากกว่า 150 ปี แต่เดิมเรียกกันว่า “ตลาดริมน้ำ” เป็นชุมชนที่มีชาวไทย - ชาวจีนหลายเชื้อสาย อาศัยอยู่จำนวนมาก มีพื้นที่ประมาณ 9,400 ตารางเมตร โดย

ทิศเหนือ ติดกับ องค์การการปกครองส่วนตำบลบางขวัญ ทิศใต้ ติดกับ ชุมชนวรรณยิง ทิศตะวันออก ติดกับ แม่น้ำบางปะกง ทิศตะวันตก ติดกับ ถนนศุภกิจ

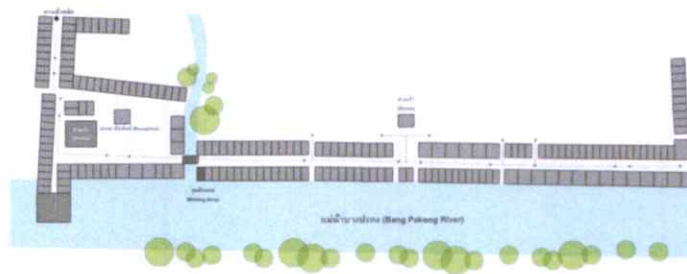
การเข้าถึง สามารถเดินทางด้วยรถยนต์ ใช้ถนนหมายเลข 304 มินบุรี - ฉะเชิงเทรา ถนนหมายเลข 34 บางนา - ตราด เลี้ยวเข้าถนน หมายเลข 314 บางปะกง - ฉะเชิงเทรา ถนนหมายเลข 3 สมุทรปราการ - บางปะกง แล้วต่อด้วยถนนหมายเลข 314 บางปะกง - ฉะเชิงเทรา ถนนมอเตอร์เวย์ กรุงเทพ ฯ - พัทยา เลี้ยวซ้ายเข้าถนน หมายเลข 314 บางปะกง - ฉะเชิงเทรา รถประจำทางออกจากสถานีขนส่งสายเหนือ (ถนนกำแพงเพชร 2) สถานีขนส่งสายตะวันออก (เอกมัย) รถไฟ (หัวลำโพง) และทางเรือ



รูปที่ 3.1 ภาพถ่ายทางอากาศตลาดบ้านใหม่แสดงบริเวณโดยรอบ ที่มา: ภาพถ่ายดาวเทียมจาก Google

สภาพเศรษฐกิจ ชุมชนตลาดบ้านใหม่ซึ่งส่วนใหญ่มีอาชีพค้าขาย เดิมทีนี้เคยมีโรงสี โรงร่ำ ร้านค้าข้าว ค้ารำ ซึ่งตั้งบ้านเรือนอยู่ริมน้ำและขนส่งสินค้าทางน้ำบางประกงเป็นหลัก ปัจจุบันโรงสี โรงร่ำต่าง ๆ ปัจจุบันได้เลิกการทำอาชีพเนื่องเส้นคมนาคมทางบกเข้าถึงพื้นที่ เหลือเพียงแต่ตลาดที่ใช้จ่ายภายในชุมชนภายหลัง จึงได้พัฒนาตลาดบ้านใหม่ให้เป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยได้รับการสนับสนุนจากเทศบาลเมืองฉะเชิงเทราและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยโดยสำนักงานภาคกลาง เขต 8

ลักษณะทางกายภาพ เป็นลักษณะอาคารบ้านเรือนแบบยังคงสภาพบ้านไม้โบราณปลูกเป็นตึกแถว 2 สร้างติด ๆ กัน และอยู่ชิดริมน้ำ (รูปที่ 3.2)



รูปที่ 3.2 ผังบริเวณภายในตลาดบ้านใหม่ ที่มา: ผู้วิจัย

สถานที่ที่มีประวัติความเป็นมายาวนานตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 5 และยังคงสภาพบ้านเรือนและวิถีชีวิตเหมือนครั้งสมัยอดีต (รูปที่ 3.3, 3.4, 3.5)



รูปที่ 3.3 ภาพบรรยากาศตลาดบ้านใหม่ ที่มา: ผู้วิจัย



รูปที่ 3.4 ภาพบรรยากาศตลาดบ้านใหม่ ที่มา: ผู้วิจัย



รูปที่ 3.5 ภาพบรรยากาศตลาดบ้านใหม่ ที่มา: ผู้วิจัย

3.1.3. การเลือกตัวอย่างและการเก็บข้อมูล

การเลือกตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลใช้วิธีการแบบสะดวก (Convenient Sampling) จากนักท่องเที่ยวที่เดินท่องเที่ยวอยู่ภายในบริเวณพื้นที่ทำการวิจัย ซึ่งเป็นวิธีการเดียวกับงานวิจัยที่ได้ทบทวนมาข้างต้น

ใช้กลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งหมด 12 คน แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม กลุ่มละ 4 คน โดยกลุ่มผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด 12 คน เป็นหญิง 8 คน ชาย 4 คน มีช่วงอายุประมาณ 20-50 ปี

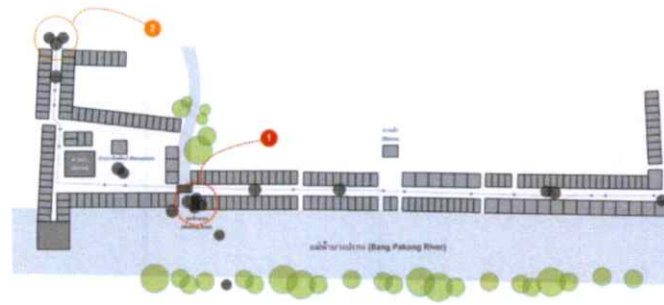
1) แผนที่จากการรับรู้ (Perception Mapping) วันที่ 18 กุมภาพันธ์ 2560 เวลา 10.00 น. - 18.00 น. สำรวจพื้นที่และทำแผนผังภายในตลาดบ้านใหม่ และวันที่ 11 มีนาคม 2560 เวลา 10.00 น. - 18.00 น. ทำการสำรวจ โดยตัวอย่างทั้งหมด 4 คน เป็นผู้หญิง 2 คน เป็นชาย 2 คนโดยการทำเครื่องหมายด้วยการติดสติ๊กเกอร์ลงบนแผนที่ถึงองค์ประกอบที่ชื่นชอบและไม่ชื่นชอบในพื้นที่ และจากนั้นจึงทำการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง

2) การขอภาพถ่ายจากผู้ให้ข้อมูล (Photo Elicitation) วันที่ 11 มีนาคม 2560 เวลา 10.00 น. - 18.00 น. ทำการสำรวจ โดยตัวอย่างทั้งหมด 4 คน เป็นผู้หญิงทั้งหมด ให้ทำการถ่ายภาพถึงองค์ประกอบที่ชื่นชอบและไม่ชื่นชอบในพื้นที่ ด้วยกล้องของตัวเองและส่งรูปมาให้ผู้วิจัย และจากนั้นจึงทำการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง

3) การจัดอันดับภาพ (Ranking) วันที่ 18 กุมภาพันธ์ 2560 เวลา 10.00 น. - 18.00 น. ลงพื้นที่สำรวจโดยผู้วิจัยนำรูปถ่ายที่ทีมผู้วิจัยได้ถ่ายจากสถานที่มาก่อนหน้าแล้ว และสุ่มให้นักท่องเที่ยวจำนวน 3 คน ทำการเลือกภาพที่เป็นตัวแทนจุดเด่นขององค์ประกอบสภาพแวดล้อมในตลาดบ้านใหม่ และทำการสัมภาษณ์ถึงเหตุผลในการเลือก จากนั้นจึงนำรูปที่ได้มาคละรวมกับรูปที่ผู้วิจัยเลือกไว้รวมทั้งสิ้นเป็นจำนวน 12 รูป เพื่อใช้ในการจัดอันดับภาพในขั้นต่อไป จากนั้นในวันที่ 11 มีนาคม 2560 เวลา 10.00 น. - 18.00 น. ทำการเก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูล 4 คน เป็นผู้หญิง 2 คน เป็นชาย 2 คน จัดอันดับภาพ 1-3 อันดับถึงองค์ประกอบที่ชื่นชอบและไม่ชื่นชอบในพื้นที่ จากรูปทั้งหมด 12 รูป เป็นการทำให้หลังจากเดินในพื้นที่ และจากนั้นจึงทำการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง

3.1.4 ผลการศึกษานำร่อง

ผลการศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อองค์ประกอบสภาพแวดล้อมทางสถาปัตยกรรมของตลาดริมน้ำ บ้านใหม่ด้วยการทำแผนที่การรับรู้ (Perception Mapping) ผู้ให้ข้อมูลเลือกตำแหน่งความพึงพอใจอยู่ในบริเวณจุดพักคอย ซึ่งเป็นที่เดียวกันทั้งหมดซึ่งแสดงการเกาะกลุ่มของข้อมูลของ โดยการเกาะกลุ่มของข้อมูลที่มาจากผู้ให้ข้อมูลทั้งหมดที่ใช้เป็นตัวอย่างในการศึกษา ซึ่งชี้ให้เห็นถึงแนวโน้มของ *ความวางใจ* ที่เกิดจากการตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation)



รูปที่ 3.6 แสดงแผนที่การรับรู้ซ้อนทับกัน (Perception Mapping No to scale) ที่มา: ผู้วิจัย

นอกจากนั้นยังพบว่าข้อมูลที่ได้จากการทำแผนที่การรับรู้ยังมีความพ้องกับผลการศึกษาในวิธีการที่ 2 คือการขอภาพถ่ายจากผู้ให้ข้อมูล (Photo Elicitation) พบว่าบริเวณที่ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ชื่นชอบและเลือกถ่ายมากที่สุด เป็นจุดพักผ่อนหรืออาคารที่ติดริมน้ำ (ภาพที่ 3.7) บรรยากาศของอาคารศาลาที่อยู่ติดริมน้ำ แสดงให้เห็นถึงความวางใจที่เกิดขึ้นจากตรวจสอบสามเส้าทางวิธีการเก็บข้อมูล (Methodological Triangulation)



รูปที่ 3.7 แสดงตัวอย่างภาพถ่ายที่ได้จากผู้ให้ข้อมูล ที่มา: ผู้ให้ข้อมูล ณ.ตลาดบ้านใหม่ 11 มีนาคม 2560 เวลา 10.00 น. - 18.00 น.

ผลการศึกษาลักษณะความพึงพอใจที่มีต่อองค์ประกอบสภาพแวดล้อมฯ ด้วยการจัดอันดับภาพ (Ranking) มีผลลัพธ์ที่แตกต่าง และมีการกระจายตัวของข้อมูลมากกว่า 2 วิธีการก่อนหน้า ผู้ให้ข้อมูลบางส่วนมีความพอใจองค์ประกอบสภาพแวดล้อมที่แสดงถึงบรรยากาศที่มีนักท่องเที่ยวเดินในบริเวณพื้นที่เพราะดูมีชีวิตชีวา (รูปที่ 3.8) และบางส่วนมีความพอใจภาพที่แสดงบรรยากาศสถาปัตยกรรมติดริมน้ำ



รูปที่ 3.8 แสดงบรรยากาศของตลาดที่มีชีวิตชีวาที่ใช้ในการจัดอันดับความพึงพอใจด้วยรูปภาพ
ที่มา: ผู้ให้ข้อมูล ณ.ตลาดบ้านใหม่ 11 มีนาคม 2560 เวลา 10.00 น. - 18.00 น.

หากพิจารณาในแง่ที่ว่าข้อมูลหลักฐานและผลการศึกษาวิจัยที่ได้ตรงกับความเป็นจริงตามการรับรู้ของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key informant) หรือไม่ ผู้วิจัยพบว่า การทำแผนที่การรับรู้ (Perception Mapping) และการขอภาพถ่ายจากผู้ให้ข้อมูล (Photo Elicitation) มีความเป็นไปได้ที่จะนำไปพัฒนาใช้ในการประเมินการรับรู้องค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมของชุมชนตลาดริมน้ำในขั้นต่อไป

แม้เป็นการศึกษาขั้นต้น แต่ทั้งสองวิธีการได้ผลแสดงให้เห็นถึงความวางใจผ่านการตรวจสอบสามเส้าทางข้อมูล (Data Triangulation) และทางวิธีการ (Methodological Triangulation) ระหว่างวิธีทั้งสอง รวมถึงมีความสอดคล้องกับข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ ซึ่งมีทิศทางในการตอบที่ใกล้เคียงกันอีกด้วย

ในแง่ของประสิทธิภาพด้านอื่น ๆ เช่นความสะดวกและเป็นมิตรกับผู้ให้ข้อมูลพบว่าวิธีการทั้ง 2 แม้จะเป็นวิธีการที่สามารถวางใจในแง่ของข้อเท็จจริงที่ได้ แต่การอ่านแผนที่ที่ก็อาจยากต่อการทำความเข้าใจของผู้ให้ข้อมูล และการขอรูปภาพจากผู้นักท่องเที่ยวอาจดูเหมือนเป็นการคุกคามซึ่งอาจนำไปสู่การถูกปฏิเสธความร่วมมือในการทำวิจัยได้

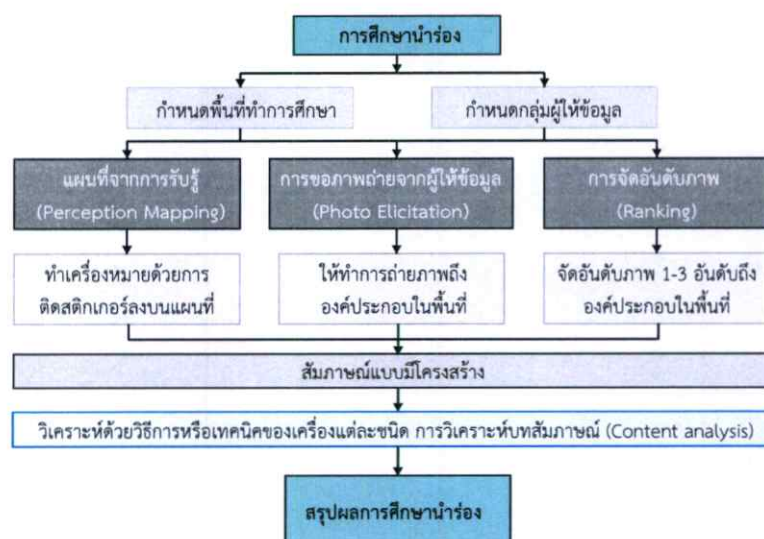
3.2. การศึกษาหลัก

3.2.1. ประเภทของงานวิจัย

จากการทำวรรณกรรมปริทัศน์ พบงานวิจัยเชิงปริมาณ งานวิจัยเชิงคุณภาพ และงานวิจัยเชิงผสมในการศึกษา ซึ่งในงานวิจัยนี้ขึ้นมุงเน้นศึกษาด้วยงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้เทคนิค วิธีการ เครื่องมือ ที่ใช้ในการประเมินการรับรู้สภาพแวดล้อมอย่างมีประสิทธิภาพ จากการศึกษา นำร่องพบเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเพื่อประเมินการรับรู้ ที่มีต่อสภาพแวดล้อมทางกายภาพ และชี้ให้เห็นถึงประสิทธิภาพของเครื่องมือที่สามารถ ผ่านการตรวจสอบ Guba (1981) (บทที่ 2)

3.2.2. ขั้นตอนการวิจัยวิธีการเก็บข้อมูล

ขั้นตอนการวิจัยและการเก็บข้อมูลถูกแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ส่วนแรก คือการศึกษา นำร่องด้วยการทบทวนวรรณกรรมปริทัศน์ ทำการศึกษาเครื่องมือที่จะสามารถให้ข้อมูลได้มากกว่าการสัมภาษณ์ เพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือของงานวิจัย ทำการทดสอบเครื่องด้วย 3 วิธีการ 1) แผนที่จากการรับรู้ (Perception Mapping) 2) การขอภาพถ่ายจากผู้ให้ข้อมูล (Photo Elicitation) 3) การจัดอันดับภาพ (Ranking) ทุกวิธีการจะมีการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างหลังทำการทดลองเสร็จ ข้อมูลที่ได้จะถูกประมวลด้วยวิธีการหรือเทคนิคของเครื่อง แต่ละชนิดก่อนสรุปผลการศึกษานำร่อง (แผนภูมิภาพที่ 3.2)



แผนภูมิภาพที่ 3.2 แสดงการศึกษานำร่อง ที่มา: ผู้วิจัย

ส่วนที่ 2 การศึกษาหลักกำหนดพื้นที่การศึกษาเปรียบเทียบ 2 พื้นที่ และกำหนดกลุ่มผู้ให้ข้อมูล ซึ่งผลจากการศึกษานำร่องพบเครื่องมือที่เหมาะสมในงานวิจัยหลัก คือ 1) แผนที่จากการรับรู้ (Perception Mapping) 2) การขอภาพถ่ายจากผู้ให้ข้อมูล (Photo Elicitation) จากนั้นทำการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Interview) และสังเกตการณ์ (Observation) โดยวิเคราะห์ตามชนิดเครื่องมือ ได้แก่ การจัดกลุ่มรูปภาพ การซ้อนทับของแผนที่การรับรู้ และการวิเคราะห์บทสัมภาษณ์ (Content analysis) ประกอบกับการสังเกตโดยผู้วิจัย นำเสนอผลการศึกษา สรุปผลการศึกษา และอภิปรายผล (แผนภูมิภาพที่ 3.3)



แผนภูมิภาพที่ 3.3 แสดงการศึกษาหลัก ที่มา: ผู้วิจัย

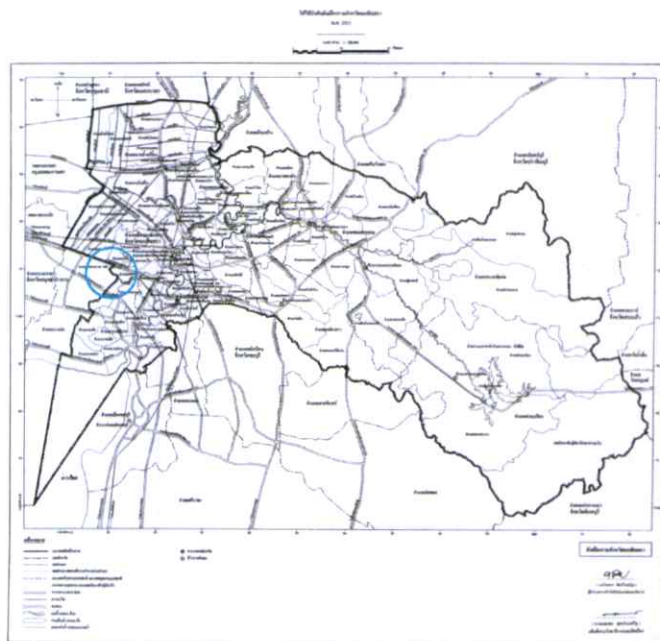
3.2.4. กำหนดพื้นที่ดำเนินการวิจัย และเกณฑ์การเลือกพื้นที่ดำเนินการวิจัย

การเลือกพื้นที่วิจัยทั้ง 2 พื้นที่ ทำการกำหนดหลักเกณฑ์ในการเลือกพื้นที่ คือ 1). ที่มีลักษณะทางกายภาพที่คล้ายคลึงกัน (ตลาดริมน้ำ) 2). เป็นตลาดที่มีองค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมแบบย้อนยุคหรือตลาดเก่า 3). เป็นตลาดที่เปิดเป็นสถานที่ท่องเที่ยว 4). เป็นตลาดที่มีความแตกต่างกันด้วยระยะเวลา ในงานวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเปรียบเทียบระหว่าง 2 ตลาด ผู้วิจัยจึงเลือกศึกษาในพื้นที่ ที่แตกต่างกันเพื่อให้การวิจัยครั้งนี้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพอันได้แก่ ตลาดคลองสวน (ตลาดเก่าแบบดั้งเดิม) และตลาดน้ำอโยธยา (ตลาดที่สร้างขึ้นใหม่เลียนแบบองค์ประกอบสภาพแวดล้อมย้อนยุค)

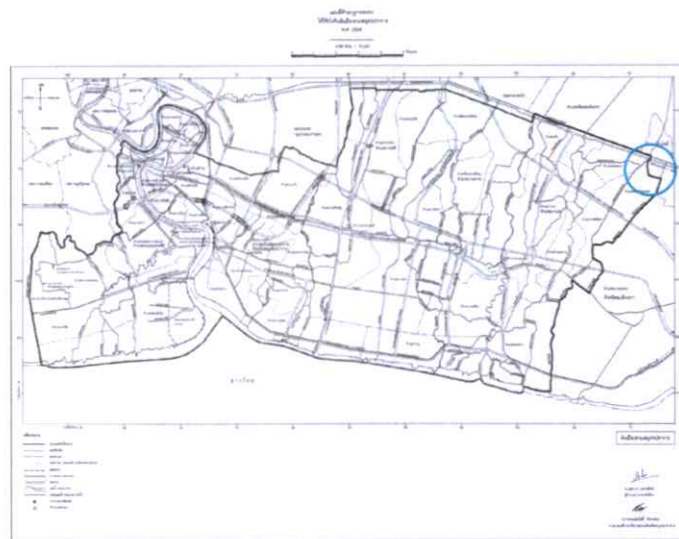
ตลาดคลองสวน 100 ปี

ตั้งอยู่ริมคลองประเวศน์บุรีรมย์ ในพื้นที่ 2 จังหวัดคือ ตำบลเทพราช อำเภอบ้านโพธิ์ จังหวัดฉะเชิงเทรา (ภาพที่ 4) และตำบลคลองสวน อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ

ทิศเหนือติดกับ ต.บางกะไห อ.เมือง จ.ฉะเชิงเทรา ทิศใต้ติดกับ ต.พิมพา ต.หนองจอก อ.บางปะกง จ.ฉะเชิงเทรา ทิศตะวันออกติดกับ อ.แปลงยาว จ.ฉะเชิงเทรา ทิศตะวันตกติดกับ ต.คลองสวน อ.บางบ่อ จ.สมุทรปราการ

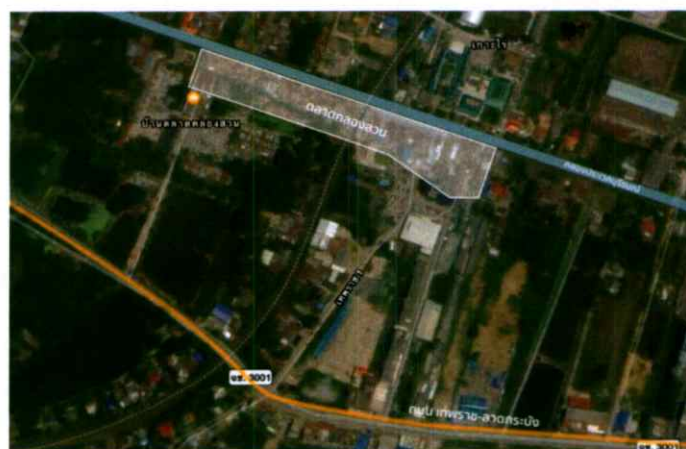


รูปที่ 3.9 แสดงผังเมืองฉะเชิงเทรา ที่มา: สำนักงานผังเมืองฉะเชิงเทรา



รูปที่ 3.10 แสดงผังเมืองสมุทรปราการ ที่มา: สำนักงานผังเมืองสมุทรปราการ

ตลาดคลองสวน 100 ปี เป็นตลาดเก่าแก่ ตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 5 แหล่งชุมชนขนาดใหญ่ ในอดีตคลองสวนเป็นเส้นทางสำหรับเดินทางไปกรุงเทพมหานคร จากประตูน้ำท่าอิ้ว (ฉะเชิงเทรา) เคลื่อนผ่านตลาดคลองสวน ก่อนจะเดินทางเข้าสู่ประตูน้ำ (วังสระปทุม) กรุงเทพมหานคร ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันวิถีชีวิตของชาวคลองสวน แสดงให้เห็นถึงการผสมผสานวัฒนธรรมระหว่าง ไทย จีน และมุสลิม จากสิ่งปลูกสร้าง เช่น โรงเจ วัด สุเหร่า ตั้งอยู่ในบริเวณใกล้เคียงกัน



รูปที่ 3.11 ภาพถ่ายทางอากาศตลาดคลองสวนแสดงบริเวณโดยรอบ

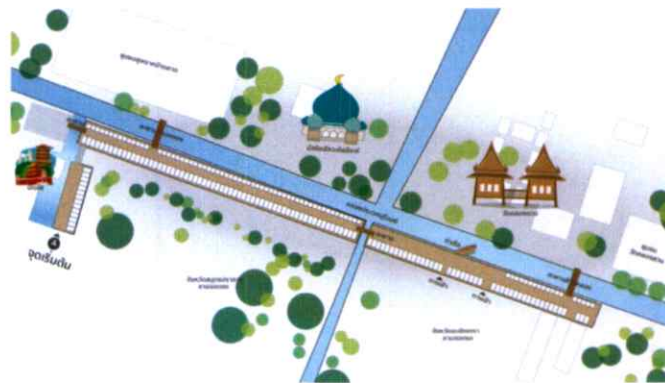
การเข้าถึง ใช้ถนนสายอ่อนนุช-ฉะเชิงเทรา ผ่านสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง ตรงไปตลอดตลาดคลองสวน 100 ปี อยู่บริเวณด้านซ้าย

ถนนบางนา-ตราด กิโลเมตรที่ 35 เลี้ยวซ้ายเข้าถนนทางไป Thai Country Club ประมาณ 15 กิโลเมตร เข้าถนนหมายเลข ฉช 3001 ทางเข้าตลาดอยู่กิโลเมตรที่ 9-10 จากถนนร่มเกล้า ไปตามทางหมายเลข ฉช 3001 ทางเข้าตลาดอยู่กิโลเมตรที่ 9-10 หรือ กิโลเมตรที่ 10-11

จากฉะเชิงเทรา ไปตามทางหลวงหมายเลข 314 (ฉะเชิงเทรา-บางปะกง) กิโลเมตรที่ 14-15 เข้าทางหมายเลข ฉช 3001 หรือ รถประจำทางสายฉะเชิงเทรา-ลาดกระบัง

สภาพเศรษฐกิจ ชุมชนตลาดคลองสวนซึ่งส่วนใหญ่มีอาชีพค้าขาย บ้านเรือนอยู่ริมคลองประเวศบุรีรมย์ เปิดเป็นร้านค้าแบบโชห่วย ร้านตัดผม ร้านกาแฟ หรือ ร้านค้าที่ใช้ง่ายในชีวิตประจำวัน นักท่องเที่ยวยังนิยมมาสัมผัสกับบรรยากาศย้อนยุค ภายใต้การดูแลของสำนักงานเทศบาลตำบลเทพราช อำเภอบ้านโพธิ์ จังหวัดฉะเชิงเทรา และสำนักงานเทศบาลตำบลคลองสวน อำเภอบางปะกง จังหวัดสมุทรปราการ ได้สนับสนุนให้ชุมชน ร่วมกันอนุรักษ์บ้านเรือน รวมทั้งการดำเนินชีวิตให้คงไว้ ซึ่งวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่ยั่งยืน และส่งเสริมให้ตลาดคลองสวน เป็นแหล่งท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรม นักท่องเที่ยวสามารถเข้ามาเรียนรู้วิถีชีวิต รวมทั้งสิ่งปลูกสร้าง ที่ยังมีกลิ่นอายในสมัยรัชกาลที่ 5

ลักษณะทางกายภาพ เป็นลักษณะบ้านเรือนแบบดั้งเดิมยังคงสภาพบ้านไม้โบราณ เป็นตึกแถว 2 ติดกันด้านล่างเป็นเป็นร้านค้าส่วนด้านบนจะเป็นที่พักอาศัย เลียบไปกับริมน้ำ (รูปที่ 3.12)



รูปที่ 3.12 ผังบริเวณตลาดคลองสวน (No to scale)

ประตูบ้านส่วนใหญ่จะเป็นบ้านเพ็ญ วัสดุเกือบทั้งหมดเป็นวัสดุไม้ มีโรงเจ วัดสุเหร่า อยู่บริเวณฝั่งตรงข้าม ยังคงสภาพบ้านเรือนและวิถีชีวิตเหมือนสมัยอดีต หลังคาเป็นสังกะสีคลุมตัวอาคารห้องแถว (รูปที่ 3.13)



รูปที่ 3.13 ลักษณะอาคารตลาดคลองสวน

ลักษณะทางเดินเชื่อมต่อกันด้วยสะพานไม้ข้ามคลอง (รูปที่ 3.14) รูปแบบภายในตลาดแสดงให้เห็นถึงการผสมผสานระหว่าง จีน-ไทย ผ่านงานสถาปัตยกรรมและประดับตกแต่งในบริเวณพื้นที่ (ภาพที่ 3.15)



รูปที่ 3.14 บรรยากาศภายในตลาดคลองสวนบริเวณทางเข้า

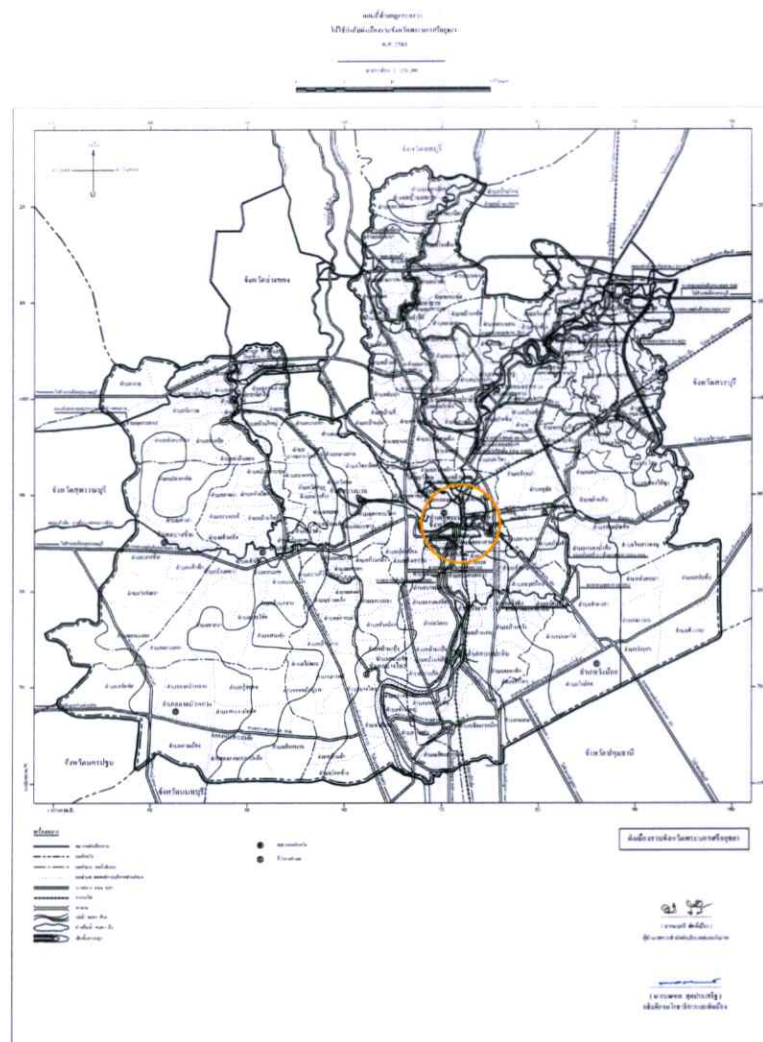


รูปที่ 3.15 บรรยากาศภายในตลาดคลองสวน

ตลาดน้ำอโยธยา

ตั้งอยู่ที่ 65/12 หมู่ 7 ตำบลไผ่ลิง อำเภอพระนครศรีอยุธยา มีพื้นที่ประมาณกว่า 80 ไร่ นับเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมไทย ก่อตั้งขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ที่จะทำ ให้สถานที่แห่งนี้ เป็นสถานที่ท่องเที่ยวใจกลางเมือง สะท้อนถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่แบบไทย ในสมัยกรุงศรีอยุธยา

ทิศเหนือติดกับ เทศบาลนครพระนครศรีอยุธยา อ.พระนครศรีอยุธยา จ. พระนครศรีอยุธยา ทิศใต้ติดกับ ต.กะมัง อ.พระนครศรีอยุธยา จ.พระนครศรีอยุธยา ทิศ ตะวันออกติดกับ ต.หันตรา อ.พระนครศรีอยุธยา จ.พระนครศรีอยุธยา ทิศตะวันตกติดกับ ต.หัวรอ อ.พระนครศรีอยุธยา จ.พระนครศรีอยุธยา



รูปที่ 3.16 แสดงผังเมืองอยุธยา ที่มา: สำนักงานผังเมืองอยุธยา

เปิดให้บริการครั้งแรกในวันที่ 2 พ.ค. 2553 ใกล้ปางช้างอยุธยา และวัดมเหยงค์ มีบริเวณพื้นที่ทั้งหมดกว่า 80 ไร่ พื้นที่ถูกออกแบบให้เป็นบ่อน้ำขนาดใหญ่ตรงกลางล้อมรอบด้วยพื้นที่ร้านค้า แบ่งเป็น 16 โซน ตามชื่ออำเภอต่าง ๆ ทั้ง 16



รูปที่ 3.17 ภาพถ่ายทางอากาศตลาดน้ำอยุธยาแสดงบริเวณโดยรอบ

การเข้าถึง รถยนต์ส่วนตัว: ขับรถมาตามเส้นทางถนนสายเอเชีย (ทางหลวงหมายเลข 32) เลี้ยวซ้ายเข้าเมืองต้วอยุธยา ขับตรงไปถึงเจดีย์วัดสามปลื้ม (วงเวียนเจดีย์ที่ตั้งอยู่กลางถนน) ขับรถวนรอบวงเวียนเจดีย์แล้วเลี้ยวขวาไปทางวัดมเหยงค์ประมาณ 600 เมตร จะพบทางเข้าตลาดน้ำอยุธยาทางขวามือเป็นชุมชนขนาดใหญ่

รถโดยสารประจำทาง: รถบัสโดยสาร กรุงเทพ-อยุธยา แล้วต่อรถสองแถวในตัวจังหวัด มาลงที่ปากทางเข้าวัดมเหยงค์ จากนั้นก็นั่งรถสามล้อเครื่องรับจ้าง

รถตุ้: นั่งรถตุ้มาลงที่วงเวียนเจดีย์วัดสามปลื้ม จากนั้นนั่งมอเตอร์ไซค์รับจ้างไปตลาดน้ำอยุธยา

รถไฟ: นั่งรถไฟมาลงที่สถานีรถไฟอยุธยา แล้วต่อรถสามล้อเครื่อง ไปตลาดน้ำอยุธยา ระยะทางประมาณ 2 กิโลเมตร

สภาพเศรษฐกิจ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นเมืองมรดกโลก ซึ่งเป็นอดีตราชธานีของไทย และเป็นจังหวัดที่มีประวัติศาสตร์ความเป็นมาที่ยาวนาน ที่รวบรวมแหล่งโบราณคดี วัฒนธรรมอันเก่าแก่ โดยมีร่องรอยของที่ตั้งเมือง โบราณสถาน โบราณวัตถุ และวัดสำคัญต่าง ๆ คณะผู้บริหารจึงมีแนวคิดบริหารพื้นที่ภายในจังหวัด ให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ วัฒนธรรมไทยที่ใหญ่ที่สุดในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

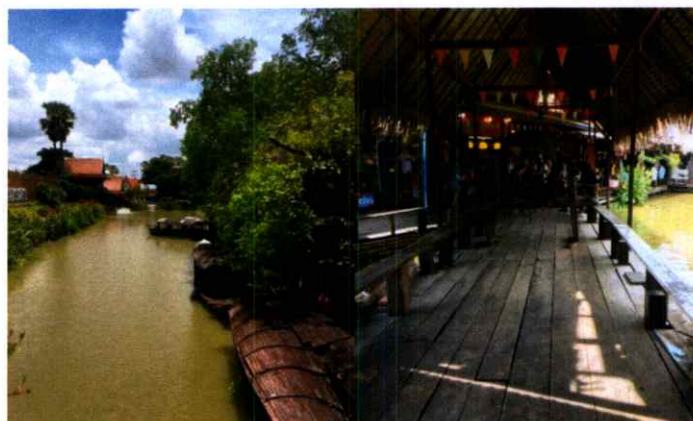
ก่อตั้งขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ที่จะทำให้สถานที่แห่งนี้ เป็นสถานที่ท่องเที่ยวใจกลางเมือง สะท้อนถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่แบบไทยในสมัยกรุงศรีอยุธยา ทั้งด้านการแต่งกาย การแสดงพื้นบ้าน การละเล่น ของกินของใช้ในยุคเก่า ความเป็นอยู่แบบไทย ๆ ที่เรียบง่าย ขนบธรรมเนียมประเพณีต่าง ๆ

ตลอดจนสถาปัตยกรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา สามารถสะท้อนถึงความเป็นเมืองกรุงเก่าได้เป็นอย่างดี และเพื่อเป็นจุดศูนย์รวมนักท่องเที่ยวของชาวไทย และชาวต่างชาติ ที่จะเพลิดเพลินไปกับบรรยากาศ และทัศนียภาพอันงดงามตามแบบฉบับของความเป็นไทย นักท่องเที่ยวสามารถเดินชมตลาด เพื่อชิมอาหาร เลือกซื้อของกินของใช้กลับไปเป็นของฝากจากร้านค้า

ลักษณะทางกายภาพ เป็นลักษณะอาคารห้องแถวสร้างติด ๆ (รูปที่ 3.18) ตลาดน้ำอโยธยามีร้านค้ามากถึง 249 ร้าน ประกอบด้วยเรือสินค้าขายอาหารจำนวน 50 ลำ ตลาดนัดชุมชนวิถีไทยอีกกว่า 40 ร้าน และร้านค้าบริเวณเรือนไทยอีก 159 ร้าน มีสะพานเดินริมน้ำเพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวได้เลือกซื้อสินค้าจากกลุ่มชาวบ้าน (รูปที่ 3.19, 3.20, 3.21)



รูปที่ 3.18 แสดงผังอาคารตลาดน้ำอโยธยา



รูปที่ 3.19 บรรยากาศภายในตลาดน้ำอโยธยา



รูปที่ 3.20 บรรยากาศภายในตลาดน้ำอโยธยาบริเวณการแสดง



รูปที่ 3.21 บรรยากาศภายในตลาดน้ำอโยธยาพื้นที่ร้านค้า

3.2.5. การกำหนดกลุ่มผู้ให้ข้อมูล

จากการศึกษานำร่องชี้ให้เห็นว่า การคัดเลือกกลุ่มตัวแบบสุ่มในพื้นที่อาจนำไปสู่การปฏิเสธการร่วมทำวิจัย ซึ่งการเลือกตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลในงานวิจัยหลัก ใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง (แบบสะดวก) ผ่านเกณฑ์การคัดเลือกโดยผู้วิจัย คือ 1) กลุ่มอาชีพที่หลากหลาย 2) ไม่อยู่ในกลุ่มนักออกแบ 3) ช่วงอายุ 20-60 ปี และ 4) ไม่จำกัดเพศผู้ให้ข้อมูล

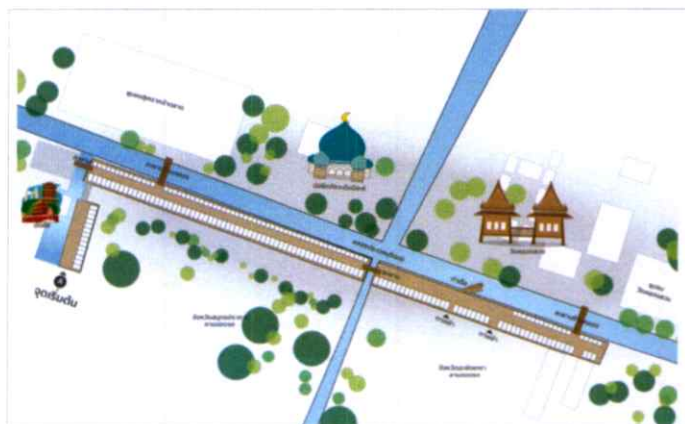
ตลาดคลองสวน ใช้กลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งหมดที่ละ 8 คน แบ่งออกเป็น 1 ครั้ง ซึ่งมีช่วงอายุประมาณ 20-50 ปี ทำการลงพื้นที่ในวันอาทิตย์ 27 สิงหาคม 2560 เวลา 10.00-15.00 น.

ตลาดน้ำอโยธยา ใช้กลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งหมด 10 คน แบ่งออกเป็น 2 ครั้ง 7 คน และ 3 คน ซึ่งมีช่วงอายุประมาณ 20-50 ปี ทำการลงพื้นที่ในวันอาทิตย์ 20 สิงหาคม 2560 เวลา 10.00-15.00 น. และ ในวันอาทิตย์ 10 กันยายน 2560 เวลา 10.00-15.00 น.

3.2.6. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

งานวิจัยนี้ได้การเก็บข้อมูลด้วยวิธีการเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผ่านการตรวจสอบเครื่องมือ (การศึกษานำร่อง) ได้ทำการศึกษาเปรียบเทียบมาตรฐานด้านความวางใจ (Credibility) ของเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพผ่านการตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) และด้านวิธีการ (Methodological Triangulation) ผ่านเครื่องมือทั้ง 4 เครื่องมือประกอบด้วย แผนที่จากการรับรู้ (Perception Mapping) ภาพถ่ายจากผู้ให้ข้อมูล (Photo Elicitation) การสัมภาษณ์ (Interview) และการสังเกตการณ์ (Observation) ที่ส่งผลกับความรูสึกแท้จริงตามกรอบแนวคิดที่ดัดแปลงจาก Dimension of Authenticity (UNESCO's Hoi an Protocols, 2009)

1) แผนที่จากการรับรู้ (Perception Mapping) วันอาทิตย์ ช่วงเวลา 10.00 น. – 15.00 น. ทำการสำรวจโดยตัวอย่างทั้งหมด 18 คน 3 ครั้ง แบ่งเป็นครั้งละ 7 คนและ 3 คน ที่ตลาดน้ำอโยธยา (รูปที่ 3.22) และ 8 คน ที่ตลาดคลองสวน (รูปที่ 3.23) โดยการทำเครื่องหมายด้วยการติดสติ๊กเกอร์ลงบนแผนที่ (รูปที่ 3.24) ถึงองค์ประกอบที่แท้จริง และไม่แท้จริง (ดูปลอม) ในพื้นที่



รูปที่ 3.22 ตัวอย่างแผนที่การรับรู้ตลาดคลองสวน (No to scale)



รูปที่ 3.23 ตัวอย่างแผนที่การรับรู้อตลาดน้ำอโยธยา (No to scale)



รูปที่ 3.24 ตัวอย่างแผนที่ในการลงพื้นที่วิจัย

2) การขอภาพถ่ายจากผู้ให้ข้อมูล (Photo Elicitation) วันอาทิตย์ ช่วงเวลา 10.00 น. – 15.00 น. ทำการสำรวจโดยตัวอย่างทั้งหมด 18 คน 3 ครั้ง แบ่งเป็นครั้งละ 7 คนและ 3 คน ที่ตลาดน้ำอโยธยา และ 8 คน ที่ตลาดคลองสวน ให้ทำการถ่ายภาพองค์ประกอบที่แท้จริง และไม่แท้จริงในพื้นที่ ด้วยกล้องของผู้ให้ข้อมูล (รูปที่ 3.25) จากนั้นส่งรูปมาให้ผู้วิจัย



รูปที่ 3.25 ตัวอย่างภาพถ่ายจากผู้ให้ข้อมูล การขอภาพถ่ายจากผู้ให้ข้อมูล

3) การสัมภาษณ์ (Interview) วันอาทิตย์ ช่วงเวลา 10.00 น. – 15.00 น. ทำการสำรวจโดยตัวอย่างทั้งหมด 18 คน 3 ครั้ง ตลาดน้ำอโยธยาแบ่งเป็นครั้งละ 7 คน และ 3 คน และที่ตลาดคลองสวน 8 คน จากนั้นจึงทำการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง

4) การสังเกตการณ์ (Observation) แบ่งออกเป็น 2 ครั้ง คือก่อนทำการวิจัยในสถานที่โดยผู้วิจัย และวันอาทิตย์ ช่วงเวลา 10.00 น. – 15.00 น. และในเวลาเดียวกันขณะที่ผู้ให้ข้อมูลได้ทำการวิจัยในพื้นที่การศึกษา

ตารางที่ 3.1 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างเครื่องมือและคำถามวิจัย

มิติ	ประเด็นการวิเคราะห์	เครื่องมือวิจัย (Data collection tools)			
		แผนที่จากการรับรู้ (Perception Mapping)	การขอภาพถ่ายจากผู้ให้ข้อมูล (Photo Elicitation)	การสัมภาษณ์ (Interview)	การสังเกตการณ์ (Observation)
Physical	Setting	✓	✓	✓	✓
	Design	✓	✓	✓	
	Material	✓	✓	✓	
	Crafts and Building Techniques	✓	✓	✓	
Activities	Use and change in use over time			✓	✓
	User			✓	✓
Meaning	Artistic Expression		✓	✓	✓
	Value			✓	✓

3.2.7. การวิเคราะห์ข้อมูล

แนวทางการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้กรอบแนวคิดการเชื่อมโยงกันด้วยรูปแบบไตรภาคีของ แบ่งออกเป็น 4 ประเด็นหลัก คือมิติด้านกายภาพ (Physical) มิติด้านกิจกรรม (Activities) มิติด้านความหมาย (Conceptual Meaning) และประสบการณ์ที่ผู้คนมี (Experience) ดัดแปลงจากออกแบบตามแนวความคิด Place Experience Canter (1997), Nanta (2554)

จัดเรียงกลุ่มประเด็นย่อย 8 มิติ แบ่งเป็น 3 หมวดหลัก 1) ด้านกายภาพ (Physical) ประกอบด้วยที่ตั้ง (Setting) การออกแบบ (Design) วัสดุ (Material) ฝีมือและเทคนิคการก่อสร้าง (Crafts and Building Techniques) 2) ด้านกิจกรรม (Activities) ประกอบด้วย การใช้งานและการเปลี่ยนแปลงการใช้งานตามระยะเวลา (Use and change in use over time) ผู้ใช้งาน (User) 3) ด้านความหมาย (Conceptual Meaning) ประกอบด้วย งานศิลปะ (Artistic Expression) คุณค่า (Value)

วิเคราะห์ข้อมูลจากรูปภาพ เครื่องมือการถ่ายภาพจากผู้ให้ข้อมูล (Photo Elicitation) จัดแยกกลุ่มรูปภาพมุ่งเน้นเชิงสถาปัตยกรรมเป็นหลัก ตามกรอบแนวความคิดที่วางไว้

การแยกข้อมูลตามแผนที่การรับรู้ (Perception Mapping) การซ้อนทับของแผนที่แสดงให้เห็นถึงกลุ่มคำตอบที่คล้ายคลึงกันหรือเหมือนกัน

บทสัมภาษณ์(Interview) จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูล นำมาถอดข้อความเพื่อวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ตีความหมายของปรากฏการณ์บ่งบอกถึงข้อมูล

การสังเกตการณ์ (Observation) ด้วยวิธีการจดบันทึกและถ่ายภาพ รวมถึงภาพเคลื่อนไหวภายในพื้นที่

อย่างไรก็ตามนอกเหนือจากการจัดกลุ่มตามกรอบแนวคิดคิด ผู้วิจัยยังจัดกลุ่มข้อมูลที่นอกเหนือจากกรอบแนวคิดเพื่อเก็บการศึกษาถึงปรากฏการณ์ด้านอื่น ๆ ในอนาคต

สรุปผล

ส่วนในการศึกษาหลัก งานวิจัยชิ้นนี้เป็นการศึกษาด้วยงานวิจัยคุณภาพ ผ่านวิธีการเก็บข้อมูลผ่านเครื่องมือทั้ง 4 เครื่องมือประกอบด้วย แผนที่จากการรับรู้ (Perception Mapping) การถ่ายภาพจากผู้ให้ข้อมูล (Photo Elicitation) การสัมภาษณ์ (Interview) และการสังเกตการณ์ (Observation)

โดยกำหนดพื้นที่ดำเนินการวิจัย 2 สถานที่เปรียบเทียบกับกันคือ ตลาดคลองสวนและตลาดน้ำอโยธยา มีกลุ่มผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด 18 คน 3 ครั้ง ตลาดน้ำอโยธยาแบ่งเป็นครั้งละ 7 คนและ 3 คน และตลาดคลองสวน 8 คน และนำมาวิเคราะห์ข้อมูล ที่ส่งผลกับความรู้สึกแท้จริงตามกรอบแนวคิดที่ ดัดแปลงจาก Dimension of Authenticity (UNESCO's Hoi an Protocols, 2009) จัดเรียงกลุ่มประเด็นย่อย 8 มิติ

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาเปรียบเทียบองค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมชุมชนตลาดเก่าริมน้ำ ที่ส่งผลต่อความรู้สึกแท้จริงต่อองค์ประกอบสถาปัตยกรรม โดยข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ผ่านเครื่องมือทั้ง 4 เครื่องมือประกอบด้วย แผนที่จากการรับรู้ (Perception Mapping) การขอภาพถ่ายจากผู้ให้ข้อมูล (Photo Elicitation) การสัมภาษณ์ (Interview) และการสังเกตการณ์ (Observation) ที่ส่งผลกับความรู้สึกแท้จริงตามกรอบแนวคิดที่ดัดแปลงจาก Dimension of Authenticity (UNESCO's Hoi an Protocols, 2009)

ผลการศึกษาแบ่งออกเป็น 4 ประเด็นหลัก คือมิติด้านกายภาพ (Physical) มิติด้านกิจกรรม (Activities) มิติด้านความหมาย (Conceptual Meaning) และประสบการณ์ที่ผู้คนมี (Experience) ดัดแปลงจากการออกแบบตามแนวความคิด Place Experience Canter (1997), Nanta (2554)

จัดเรียงกลุ่มประเด็นย่อย 8 มิติ แบ่งเป็น 3 หมวดหลัก 1). ด้านกายภาพ (Physical) ประกอบด้วยที่ตั้ง (Setting) การออกแบบ (Design) วัสดุ (Material) ฝีมือและเทคนิคการก่อสร้าง (Crafts and Building Techniques) 2). ด้านกิจกรรม (Activities) ประกอบด้วย การใช้งานและการเปลี่ยนแปลงการใช้งานตามระยะเวลา (Use and change in use over time) ผู้ใช้งาน (User) 3). ด้านความหมาย (Conceptual Meaning) ประกอบด้วย งานศิลปะ (Artistic Expression) คุณค่า (Value)

ผลการศึกษาเปรียบเทียบตลาดน้ำคลองสวนและตลาดน้ำอโยธยา (Result)

4.1. มิติด้านกายภาพ (Physical)

มิติด้านกายภาพ (Physical) ตามแนวความคิด Place Experience Canter (1997) หมายถึงสภาพแวดล้อมและองค์ประกอบทางกายภาพ ในการศึกษาองค์ประกอบของมิติด้านกายภาพ ซึ่งดัดแปลงมาจาก Dimension of Authenticity (UNESCO's Hoi an Protocols, 2009) ประกอบด้วย 1). ที่ตั้ง (Setting) 2). การออกแบบ (Design) 3). วัสดุ (Material) 4). ฝีมือและเทคนิคการก่อสร้าง (Crafts and Building Techniques)

ดังได้แสดงไว้ในการศึกษากรอบแนวคิดเพื่อทำความเข้าใจพลวัตของสภาพแวดล้อมกายภาพ กิจกรรม และความหมาย เพื่อนำไปสู่การประเมินความแท้จริงของตลาดริมน้ำ ในบทที่ 2 (วรรณกรรม ปรีทัศน์) โดยแสดงผลการศึกษาไว้ตามลำดับ ดังต่อไปนี้

4.1.1. ด้านที่ตั้ง (Setting)

ที่ตั้ง (Setting) ตามคำนิยามจาก Hoi an Protocols (2009) หมายถึง พื้นที่รอบ สถานที่ตั้งนั้นรวมถึงพื้นที่ดึงดูดสายตา ทั้งสิ่งที่มีอยู่ตามธรรมชาติและสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น ติดตั้ง และ กิจกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ¹

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลด้านที่ตั้งมี 4 เครื่องมือ (4 จาก 4 เครื่องมือ) คือ แผนที่จากการรับรู้ (Perception Mapping) การขอภาพถ่ายจากผู้ให้ข้อมูล (Photo Elicitation) การสัมภาษณ์ (Interview) และการสังเกตการณ์ (Observation)

4.1.1.1. ตลาดคลองสวน

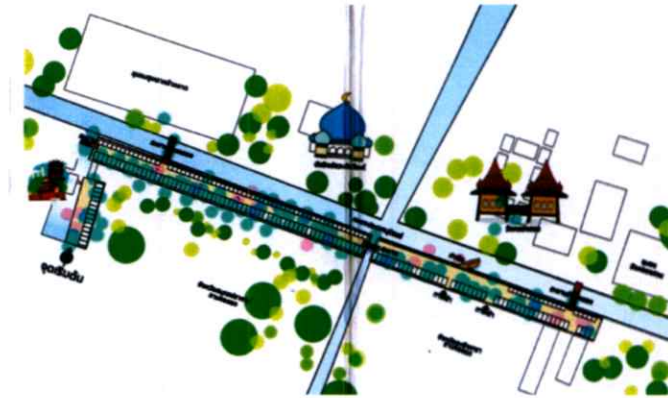
จากผลการศึกษาด้านที่ตั้งพบ 3 ปัจจัย ที่ส่งผลต่อการรับรู้ความแท้จริงคือ 1). การมีทัศนวิสัยเปิด 2). สภาพแวดล้อมติดกับตำแหน่งที่ตั้งเป็นเอกลักษณ์กายภาพทางภูมิศาสตร์ที่สำคัญ และ 3). ลักษณะกายภาพทางภูมิศาสตร์ที่ติดกับตำแหน่งที่ตั้ง เป็นส่วนหนึ่งของสภาพภูมิศาสตร์โดยรอบ แสดงรายละเอียดดังต่อไปนี้

ลักษณะตำแหน่งที่ตั้งของตลาดคลองสวนนั้นมีทัศนวิสัยเปิด ทำให้สามารถมองเห็นถึงสภาพแวดล้อมโดยรอบสถานที่ตั้ง ยกตัวอย่างเช่น รูปแบบภายในตลาดมีลักษณะเป็นอาคารบ้านเรือนที่เปิดเป็นร้านค้า ซึ่งตลอดเส้นทางมีระยะช่องเปิดที่ไม่ปิดทึบมาก บางช่วงเปิดให้เห็นชัดเจนมองออกไปสู่คลอง (รูปที่ 4.1) ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเชื่อมต่อเรื่องราวจากภายในออกสู่ภายนอกพื้นที่ได้ ข้อมูลจาก 3 วิธีการคือ แผนที่การรับรู้ (Perception Mapping) (แบบกระจายตัว รูปที่ 4.2, 4.3) การขอภาพถ่ายจากผู้ให้ข้อมูล (Photo Elicitation) (6 ใน 8 คน) และการสังเกตการณ์ (Observation)

¹ Setting: "The area around a place, which may include the visual catchment" (*Burra Charter Article 1.12*). This includes natural and built aspects, fixtures and associated activities. (UNESCO's Hoi an Protocols, 2009)



รูปที่ 4.1 แสดงภาพตัวอย่างช่องเปิดสามารถเชื่อมต่อกับบริบทรอบข้าง ตลาดคลองสวน ที่มา: ผู้ให้ข้อมูล K05 การขอภาพถ่ายจากผู้ให้ข้อมูล (Photo Elicitation) ณ. 27 สิงหาคม 2560 เวลา 10.00-15.00 น.



รูปที่ 4.2 แสดงภาพการซ้อนทับข้อมูลรวมแผนที่การรับรู้ (Not to Scale) ตลาดคลองสวน ที่มา: ผู้ให้ข้อมูล แผนที่การรับรู้ (Perception Mapping) จำนวน 8 คน ณ. 27 สิงหาคม 2560 เวลา 10.00-15.00 น.



รูปที่ 4.3 แสดงภาพการซ้อนทับข้อมูลรวมแผนที่การรับรู้ (Not to Scale) ตลาดคลองสวน ที่มา: ผู้วิจัย

นอกจากนี้สภาพแวดล้อมติดกับตำแหน่งที่ตั้งนั้น ยังเป็นเอกลักษณ์กายภาพทางภูมิศาสตร์ที่สำคัญของพื้นที่ตั้ง เช่น รูปแบบการเดินภายในตลาดนั้นเป็นลักษณะเส้นตรงยาวขนานไปกับคลองประเวศบุรีรมย์ ทำให้สะท้อนถึงความเป็นตลาดริมน้ำได้ดี (รูปที่ 4.4) ข้อมูลจาก 3 วิธีการคือ การขอภาพถ่ายจากผู้ให้ข้อมูล (Photo Elicitation) (7 ใน 8 คน) การสัมภาษณ์ (Interview) (6 ใน 8 คน) และการสังเกตการณ์ (Observation)



รูปที่ 4.4 แสดงภาพตัวอย่างพื้นที่ตั้งติดริมน้ำ ตลาดคลองสวน ที่มา: ผู้ให้ข้อมูล K07 ภาพถ่ายจากผู้ให้ข้อมูล (Photo Elicitation) ณ. 27 สิงหาคม 2560 เวลา 10.00-15.00 น.

จากการสังเกตการณ์ (Observation) ยังชี้ให้เห็นถึงลักษณะภูมิศาสตร์ที่ติดกับตำแหน่งที่ตั้งของตลาดคลองสวน นั้นยังเป็นส่วนหนึ่งของสภาพภูมิศาสตร์โดยรอบ ซึ่งคลองประเวศบุรีรมย์นั้นเป็นคลองสายหลักเชื่อมต่อกับคลองหรือแม่น้ำสายอื่น ๆ และช่วงเวลานี้หนึ่งในอดีตถูกใช้เป็นเส้นทางคมนาคมหลัก ทำให้เห็นถึงวิถีชีวิตที่ติดริมน้ำ (รูปที่ 4.5)



รูปที่ 4.5 แสดงภาพตัวอย่างวิถีชีวิตริมน้ำ ตลาดคลองสวน (ที่มา: ผู้วิจัย)

4.1.1.2. ตลาดน้ำอโยธยา

จากผลการศึกษาด้านที่ตั้งพบ 1 ปัจจัย ที่ส่งผลต่อการรับรู้ความแท้จริงคือ สภาพแวดล้อมติดกับตำแหน่งที่ตั้งเป็นเอกลักษณ์ที่สำคัญของพื้นที่ แสดงรายละเอียดดังต่อไปนี้

สภาพแวดล้อมติดกับตำแหน่งที่ตั้งเป็นเอกลักษณ์ที่สำคัญของพื้นที่ เช่น รูปแบบการเดินทางของตลาดน้ำอโยธยาที่เป็นลักษณะกลม ที่มีบ่อน้ำขนาดใหญ่อยู่ตรงกลาง และมีเกาะกลางน้ำสามารถเดินเชื่อมต่อกันได้ ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเชื่อมโยงกับการรับรู้ถึงสภาพแวดล้อมโดยรอบของพื้นที่ภายนอกที่ตั้ง (รูปที่ 4.6) ข้อมูลจาก 2 วิธีการคือ การขอภาพถ่ายจากผู้ให้ข้อมูล (Photo Elicitation) (ทั้ง 10 คน) และการสังเกตการณ์ (Observation)



รูปที่ 4.6 แสดงภาพตัวอย่างตำแหน่งที่ตั้งติดกับสภาพแวดล้อมเป็นเอกลักษณ์ที่สำคัญ ตลาดน้ำอโยธยา ที่มา : ผู้ให้ข้อมูล A01 การขอภาพถ่ายจากผู้ให้ข้อมูล (Photo Elicitation) ณ. 20 สิงหาคม 2560 เวลา 10.00-15.00 น.

นอกจากนี้ผลการศึกษาด้านที่ตั้งยังพบ 1 ปัจจัย ที่ส่งผลต่อการรับรู้ความไม่แท้จริงคือ ลักษณะกายภาพทางภูมิศาสตร์ที่ติดกับตำแหน่งที่ตั้ง ไม่เป็นส่วนหนึ่งของสภาพภูมิศาสตร์โดยรอบ แสดงรายละเอียดดังต่อไปนี้

จากการสัมภาษณ์ (Interview) (4 ใน 10 คน) และการสังเกตการณ์ (Observation) ชี้ให้เห็นว่าลักษณะกายภาพทางภูมิศาสตร์ ที่ติดกับตำแหน่งที่ตั้งของตลาดน้ำอโยธยา ไม่เป็นส่วนหนึ่งของสภาพภูมิศาสตร์โดยรอบ โดยตลาดน้ำอโยธยามีบ่อน้ำขนาดใหญ่อยู่ตรงกลางตลาด แต่ไม่สามารถเชื่อมต่อกับคูคลองหรือแม่น้ำสายหลัก อย่างเช่น แม่น้ำเจ้าพระยา ทำให้นักท่องเที่ยวรับรู้ได้ถึงวิถีชีวิตทางน้ำที่ขาดหายไปอย่างชัดเจน

สรุปผล

ผลการศึกษาเปรียบเทียบด้านตำแหน่งที่ตั้งชี้ให้เห็นว่าประเด็นสำคัญที่ทำให้เกิดความรู้สึกแท้จริงคือ 1). ทศนวิสัยเปิดสามารถมองออกไปยังสภาพแวดล้อมภายนอก 2). สภาพแวดล้อมติดกับตำแหน่งที่ตั้งเป็นเอกลักษณ์กายภาพทางภูมิศาสตร์ที่สำคัญของพื้นที่ตั้ง ซึ่งเป็นประเด็นที่ทั้ง 2 ตลาดมีร่วมกัน และ 3). ลักษณะกายภาพทางภูมิศาสตร์ที่ติดกับตำแหน่งที่ตั้ง เป็นส่วนหนึ่งของสภาพภูมิศาสตร์โดยรอบ

อย่างไรก็ตามยังพบว่าประเด็นสำคัญที่ทำให้เกิดความรู้สึกไม่แท้จริงคือ ลักษณะกายภาพทางภูมิศาสตร์ที่ติดกับตำแหน่งที่ตั้ง ไม่เป็นส่วนหนึ่งของสภาพภูมิศาสตร์ (ตารางที่ 4.1)

ตารางที่ 4.1 ตารางสรุปมิติด้านกายภาพประเด็นด้านตำแหน่งที่ตั้ง

Physical	ปัจจัยที่ส่งผลต่อ	ตลาดคลองสวน	ตลาดน้ำอโยธยา
Setting	ความแท้จริง	- ทศนวิสัยเปิด - ติดเอกลักษณ์กายภาพทางภูมิศาสตร์ - เป็นส่วนหนึ่งของสภาพภูมิศาสตร์โดยรอบ	- มีเอกลักษณ์กายภาพสอดคล้องกับชื่อโครงการ
	ความไม่แท้จริง	-	- ไม่เป็นส่วนหนึ่งของสภาพภูมิศาสตร์โดยรอบ

4.1.2. ด้านการออกแบบ (Design)

การออกแบบ (Design) ตามคำนิยาม Cambridge dictionary of American English (2019) หมายถึง การจัดการเส้นหรือรูปร่างที่จะนำไปสู่การสร้างรูปทรง ลวดลาย และการตกแต่ง²

เครื่องมือที่สามารถแสดงผลด้านการออกแบบมี 3 เครื่องมือ (3 จาก 4 เครื่องมือ) คือ แผนที่จากการรับรู้ (Perception Mapping) การขอภาพถ่ายจากผู้ให้ข้อมูล (Photo Elicitation) และ การสัมภาษณ์ (Interview)

4.1.2.1. ตลาดคลองสวน

จากผลการศึกษาด้านการออกแบบพบ 2 ปัจจัย ที่ส่งผลต่อการรับรู้ความแท้จริงคือ 1). การออกแบบร่วมสมัยกับยุคการก่อสร้าง และ ประวัติศาสตร์ของสถานที่ และ 2). ลักษณะการออกแบบสอดคล้องกลมกลืนกับบริบทรอบข้าง แสดงรายละเอียดดังต่อไปนี้

การออกแบบร่วมสมัยกับยุคการก่อสร้าง และประวัติศาสตร์ของสถานที่ เช่น การใช้ประตูบานเพ็ญหน้าบานลูกฟักด้านบนเหนือประตูเป็นช่องลม ที่ใช้ถ่ายเทอากาศและระบายความร้อน สามารถเชื่อมโยงกับประวัติศาสตร์ในช่วงยุคสมัยนั้น (รูปที่ 4.7) หรือรูปแบบโต๊ะ ตู้สินค้า แม้กระทั่งการจัดเรียงสินค้า บริเวณร้านขายของชำแสดงถึงวิถีชีวิตในยุคอดีต (รูปที่ 4.8) ข้อมูลจาก 2 วิธีการคือ แผนที่การรับรู้ (Perception Mapping) (7 ใน 8 คน) และการขอภาพถ่ายจากผู้ให้ข้อมูล (Photo Elicitation) (ทั้ง 8 คน)



รูปที่ 4.7 แสดงภาพตัวอย่างการออกแบบร่วมสมัยกับยุคการก่อสร้าง ตลาดคลองสวน ที่มา: ผู้ให้ข้อมูล K07 การขอภาพถ่ายจากผู้ให้ข้อมูล (Photo Elicitation) ณ. 27 สิงหาคม 2560 เวลา 10.00-15.00 น.

² Design: an arrangement of lines or shapes created to form a pattern or decoration. (Dictionary meanings in the Cambridge dictionary of American English, at Dictionary.com (esp. meanings 1–5 and 7–8) and at AskOxford (esp. verbs)



รูปที่ 4.8 แสดงภาพตัวอย่างการออกแบบร่วมสมัยกับยุคการก่อสร้าง ตลาดคลองสวน ที่มา: ผู้ให้ข้อมูล K07 การขอภาพถ่ายจากผู้ให้ข้อมูล (Photo Elicitation) ณ. 27 สิงหาคม 2560 เวลา 10.00-15.00 น.

นอกจากนี้ยังมีลักษณะการออกแบบสอดคล้องกลมกลืนกับบริบทรอบข้าง เช่น ลักษณะอาคารบ้านเรือนแต่ละหลังมีการออกแบบที่ไปในทิศทางเดียวกัน ใช้ไม้ทำโครงสร้างหลักอาคาร ประดับตกแต่งด้วยโคมไฟแบบจีน (รูปที่ 4.9) ข้อมูลจาก 2 วิธีการคือ จากแผนที่การรับรู้ (Perception Mapping) (7 ใน 8 คน) และการขอภาพถ่ายจากผู้ให้ข้อมูล (Photo Elicitation) (ทั้ง 8 คน)



รูปที่ 4.9 แสดงภาพตัวอย่างการออกแบบสอดคล้องกลมกลืน ตลาดคลองสวน ที่มา: ผู้ให้ข้อมูล K07 การขอภาพถ่ายจากผู้ให้ข้อมูล (Photo Elicitation) ณ. 27 สิงหาคม 2560 เวลา 10.00-15.00 น.

นอกจากนี้ผลการศึกษาด้านการออกแบบพบ 1 ปัจจัย ที่ส่งผลต่อการรับรู้ทางลบ คือ การออกแบบปรับปรุงที่ไม่สอดคล้องกับบริบทรอบข้าง แสดงรายละเอียดดังต่อไปนี้

การออกแบบปรับปรุงที่ไม่สอดคล้องกับบริบทรอบข้าง เช่น บริเวณร้านขายทอง ปรับปรุงเพิ่มความแข็งที่ ซึ่งอาจไม่สอดคล้องกับรูปแบบเดิม ทำให้กลุ่มนักท่องเที่ยวเห็นถึงความแตกต่างได้อย่างชัดเจน (รูปที่ 4.10) หรือร้านค้าที่มีลักษณะแตกต่างจากรูปแบบของตลาดเดิม (รูปที่ 4.11) ข้อมูลจาก 3 วิธีการคือ จากแผนที่การรับรู้ (Perception Mapping) (2 ใน 8 คน) การขอภาพถ่ายจากผู้ให้ข้อมูล (Photo Elicitation) (1 ใน 8 คน) และการสัมภาษณ์ (Interview) (6 ใน 8 คน)



รูปที่ 4.10 แสดงภาพตัวอย่างการออกแบบที่ไม่สอดคล้องกับบริบทรอบข้าง ตลาดคลองสวน ที่มา: ผู้ให้ข้อมูล K06 การขอภาพถ่ายจากผู้ให้ข้อมูล (Photo Elicitation) ณ. 27 สิงหาคม 2560 เวลา 10.00-15.00 น.



รูปที่ 4.11 แสดงภาพตัวอย่างการออกแบบที่ไม่สอดคล้องกับบริบทรอบข้าง ตลาดคลองสวน ที่มา: ผู้ให้ข้อมูล K06 การขอภาพถ่ายจากผู้ให้ข้อมูล (Photo Elicitation) ณ. 27 สิงหาคม 2560 เวลา 10.00-15.00 น.

4.1.2.2. ตลาดน้ำอโยธยา

จากผลการศึกษาด้านการออกแบบพบ 1 ปัจจัย ที่ส่งผลต่อการรับรู้ความแท้จริงคือ 1). การออกแบบร่วมสมัยกับยุคในอดีต สามารถเชื่อมโยงกับประวัติศาสตร์ของสถานที่ โดยรอบ แสดงรายละเอียดดังต่อไปนี้

การออกแบบร่วมสมัยกับยุคในอดีต สามารถเชื่อมโยงกับประวัติศาสตร์ของสถานที่ โดยรอบ เช่น บริเวณกำแพงป่ายทางเข้า เป็นการก่อสร้างด้วยกำแพงอิฐที่สามารถเชื่อมต่อกับพื้นที่โดยรอบด้านนอกเมืองเก่าอโยธยา (รูปที่ 4.12) ข้อมูลจาก 2 วิธีการคือ แผนที่การรับรู้ (Perception Mapping) (8 ใน 10 คน รูปที่ 4.13, 4.14) และการขอภาพถ่ายจากผู้ให้ข้อมูล (Photo Elicitation) (6 ใน 8 คน)



รูปที่ 4.12 แสดงภาพตัวอย่างการออกแบบร่วมสมัยกับยุคในอดีต ที่มา : ผู้ให้ข้อมูล A03 ภาพถ่ายจากผู้ให้ข้อมูล (Photo Elicitation) ณ. 20 สิงหาคม 2560 เวลา 10.00-15.00 น.



รูปที่ 4.13 แสดงภาพการซ้อนทับข้อมูลรวมแผนที่การรับรู้ (No to Scale) ตลาดน้ำอโยธยา ที่มา: ผู้ให้ข้อมูล แผนที่การรับรู้ (Perception Mapping) จำนวน 10 คน ณ. 20 สิงหาคม 2560 และ 10 กันยายน 2560 เวลา 10.00-15.00 น.



รูปที่ 4.14 แสดงภาพการซ้อนทับข้อมูลรวมแผนที่การรับรู้ (No to Scale) ตลาดน้ำโยธยา ที่มา: ผู้วิจัย

นอกจากนี้ผลการศึกษาด้านการออกแบบพบ 2 ปัจจัย ที่ส่งผลต่อการรับรู้ความไม่แท้จริงคือ 1). การออกแบบที่ไม่สอดคล้องกับบริบทรอบข้าง 2). การออกแบบร่วมสมัยกับยุคปัจจุบัน ไม่ร่วมสมัยกับประวัติศาสตร์ แสดงรายละเอียดดังต่อไปนี้

การออกแบบที่ไม่สอดคล้องกลมกลืนกับบริบทรอบข้าง เช่น ลักษณะงานออกแบบ ตกแต่งร้านที่ไม่สอดคล้องกับรูปแบบ และแนวความคิดของตลาดย้อนยุค (รูปที่ 4.15) หรือ บริเวณร้านให้อาหารนปลาเป็นออกแบบร้านและออกแบบกิจกรรมที่สอดคล้องประสานกับรูปแบบตลาด (รูปที่ 4.16) ข้อมูลจาก 3 วิธีการคือ แผนที่การรับรู้ (Perception Mapping) (6 ใน 10 คน) การขอภาพถ่ายจากผู้ให้ข้อมูล (Photo Elicitation) (7 ใน 10 คน) และการสัมภาษณ์ (Interview) (1 ใน 10 คน)



รูปที่ 4.15 แสดงภาพตัวอย่างการออกแบบไม่สอดคล้องกลมกลืนกับบริบทรอบข้าง ที่มา: ผู้ให้ข้อมูล A10 การขอภาพถ่ายจากผู้ให้ข้อมูล (Photo Elicitation) ณ. 10 กันยายน 2560 เวลา 10.00-15.00 น.



รูปที่ 4.16 แสดงภาพตัวอย่างการออกแบบไม่สอดคล้องกลมกลืนกับบริบทรอบข้าง ที่มา: ผู้ให้ข้อมูล A06 การขอภาพถ่ายจากผู้ให้ข้อมูล (Photo Elicitation) ณ. 20 สิงหาคม 2560 เวลา 10.00-15.00 น.

ทั้งนี้ยังพบว่ามึลักษณะการออกแบบร่วมสมัยกับยุคปัจจุบัน และไม่ร่วมสมัยกับประวัติศาสตร์ เช่น การออกแบบโครงสร้างเชิงผสม เหล็ก อลูมิเนียม แทนการใช้โครงสร้างไม้ดั้งเดิม (รูปที่ 4.17) ข้อมูลจาก 2 วิธีการคือ แผนที่การรับรู้ (Perception Mapping) (6 ใน 10 คน) และการสัมภาษณ์ (Interview) (8 ใน 10 คน)



รูปที่ 4.17 แสดงภาพตัวอย่างการออกแบบไม่ร่วมสมัยกับประวัติศาสตร์ ที่มา: ผู้ให้ข้อมูล A02 ภาพถ่ายจากผู้ให้ข้อมูล (Photo Elicitation) ณ. 20 สิงหาคม 2560 เวลา 10.00-15.00 น.

สรุปผล

ผลการศึกษาเปรียบเทียบด้านตำแหน่งที่ตั้งชี้ให้เห็นว่าประเด็นสำคัญที่ทำให้รู้สึกแท้จริงคือ 1). การออกแบบร่วมสมัยกับยุคการก่อสร้าง สามารถเชื่อมโยงประวัติศาสตร์ของสถานที่โดยรอบ ซึ่งเป็นประเด็นที่ทั้ง 2 ตลาดมีส่วนร่วม และ 2). ลักษณะการออกแบบสอดคล้องกลมกลืนกับบริบทรอบข้าง

อย่างไรก็ตามยังพบว่าประเด็นสำคัญที่ทำให้เกิดความรู้สึกไม่แท้จริงคือ 1). การออกแบบปรับปรุงที่ไม่สอดคล้องกับบริบทรอบข้าง หรือการออกแบบที่ไม่สอดคล้องกับบริบทรอบข้าง ซึ่งเป็นประเด็นที่ทั้ง 2 ตลาดมีส่วนร่วม 2). การออกแบบร่วมสมัยกับยุคปัจจุบัน ไม่ร่วมสมัยกับประวัติศาสตร์ (ตารางที่ 4.2)

ตารางที่ 4.2 ตารางสรุปมิติด้านกายภาพประเด็นด้านการออกแบบ

Physical	ปัจจัยที่ส่งผลต่อ	ตลาดคลองสวน	ตลาดน้ำโยธยา
Design	ความจริง	- การออกแบบร่วมสมัยกับยุคการก่อสร้าง และประวัติศาสตร์ของสถานที่ - ลักษณะการออกแบบสอดคล้องกลมกลืนกับบริบทรอบข้าง	- การออกแบบร่วมสมัยกับยุคในอดีต สามารถเชื่อมโยงกับประวัติศาสตร์ของสถานที่โดยรอบ
	ความไม่แท้จริง	- การออกแบบปรับปรุงที่ไม่สอดคล้องกับบริบทรอบข้าง	- การออกแบบที่ไม่สอดคล้องกับบริบทรอบข้าง - การออกแบบร่วมสมัยกับยุคปัจจุบัน ไม่ร่วมสมัยกับประวัติศาสตร์

4.1.3. ด้านวัสดุ (Material)

วัสดุ (Material) ตามคำนิยามจาก Hoi an Protocols (2009) หมายถึง อายุหรือกาลเวลาแสดงให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงของพื้นผิว องค์ประกอบของตัวสิ่งปลูกสร้างหรือวัตถุ ซึ่งรวมถึงวัสดุทางกายภาพของสถานที่นั้น ๆ ส่วนประกอบ เนื้อหาและวัตถุ³

เครื่องมือที่สามารถแสดงผลด้านการออกแบบมี 3 เครื่องมือ (3 จาก 4 เครื่องมือ) คือ แผนที่การรับรู้ (Perception Mapping) การขอภาพถ่ายจากผู้ให้ข้อมูล (Photo Elicitation) และ การสัมภาษณ์ (Interview)

4.1.3.1. ตลาดคลองสวน

จากผลการศึกษาด้านวัสดุพบ 3 ปัจจัย ที่ส่งผลต่อการรับรู้ความแท้จริงคือ 1). วัสดุที่มีอยู่จริงร่วมสมัยกับยุคการก่อสร้าง ประวัติศาสตร์ของสถานที่ 2). โทนสีสอดคล้องกับยุคการก่อสร้าง ประวัติศาสตร์ของสถานที่ และ 3). การเปลี่ยนแปลงลักษณะกายภาพของวัสดุตามกาลเวลา แสดงรายละเอียดดังต่อไปนี้

การใช้วัสดุที่มีอยู่จริง ร่วมสมัยกับยุคการก่อสร้าง และประวัติศาสตร์ของสถานที่ เช่น วัสดุหลักของการก่อสร้างตลาดคือไม้ ซึ่งเป็นวัสดุที่หาได้ง่ายในยุคสมัยนั้น (รูปที่ 4.18) ข้อมูลจาก 3 วิธีการคือ แผนที่การรับรู้ (Perception Mapping) (7 ใน 8 คน) การขอภาพถ่ายจากผู้ให้ข้อมูล (Photo Elicitation) (ทั้ง 8 คน) และการสัมภาษณ์ (Interview) (4 ใน 8 คน)



รูปที่ 4.18 แสดงภาพตัวอย่างการใช้วัสดุที่ร่วมสมัยกับยุคการก่อสร้างและประวัติศาสตร์ของสถานที่
ที่มา: ผู้ให้ข้อมูล K05 การขอภาพถ่ายจากผู้ให้ข้อมูล (Photo Elicitation) ณ. 27
สิงหาคม 2560 เวลา 10.00-15.00 น.

นอกจากนี้การให้ค่าสีสอดคล้องกับยุคการก่อสร้าง และประวัติศาสตร์ของสถานที่ เช่น การใช้โทนสีเขียวเป็นที่นิยมในสมัยอดีตหรือสีไม้ธรรมชาติ มาใช้ทาสีประตูบานเพ็ญ สีทาภายนอกอาคาร รวมถึงงานทาสีผนังภายในบ้าน และเฟอร์นิเจอร์ (รูปที่ 4.19)

³ Patina: The sense of age or passage of time as reflected in the layers of visible change to fabric of a building or object. Fabric: "All the physical material of the place including components, fixtures, contents and objects" (UNESCO's Hoi an Protocols, 2009)

ข้อมูลจาก 3 วิธีการคือ แผนที่การรับรู้ (Perception Mapping) (7 ใน 8 คน) การขอภาพถ่ายจากผู้ให้ข้อมูล (Photo Elicitation) (ทั้ง 8 คน) และการสัมภาษณ์ (Interview) (3 ใน 8 คน)



รูปที่ 4.19 แสดงภาพตัวอย่างการใช้สื่อดั้งกับยุคการก่อสร้างและประวัติศาสตร์ ที่มา: ผู้ให้ข้อมูล K05 การขอภาพถ่ายจากผู้ให้ข้อมูล (Photo Elicitation) ณ. 27 สิงหาคม 2560 เวลา 10.00-15.00 น.

อีกทั้งยังพบการเปลี่ยนแปลงลักษณะกายภาพของวัสดุ ตามกาลเวลา เช่น วัสดุที่เป็นสังกะสีใช้ในการทำหลังคาหรือผนังอาคารภายนอก มีการเปลี่ยนแปลงของพื้นผิวเกิดสนิมเกาะบนพื้นผิวของวัสดุ (รูปที่ 4.20) ข้อมูลจาก 3 วิธีการคือ แผนที่การรับรู้ (Perception Mapping) (7 ใน 8 คน) การขอภาพถ่ายจากผู้ให้ข้อมูล (Photo Elicitation) (6 ใน 8 คน) และการสัมภาษณ์ (Interview) (4 ใน 8 คน)



รูปที่ 4.20 แสดงภาพตัวอย่างการเปลี่ยนแปลงลักษณะกายภาพของวัสดุตามกาลเวลา ที่มา: ผู้ให้ข้อมูล K05 การขอภาพถ่ายจากผู้ให้ข้อมูล (Photo Elicitation) ณ. 27 สิงหาคม 2560 เวลา 10.00-15.00 น.

นอกจากนี้ผลการศึกษาด้านการออกแบบพบ 1 ปัจจัย ที่ส่งผลต่อการรับรู้ความไม่แท้จริงคือ การใช้วัสดุร่วมสมัย ที่ไม่สอดคล้องกับบริบทรอบข้าง แสดงรายละเอียดดังต่อไปนี้

การใช้วัสดุร่วมสมัยที่ไม่สอดคล้องกับบริบทรอบข้าง เช่น บริเวณร้านขายทอง จากการใช้วัสดุทดแทนเพื่อเสริมสร้างความแข็งแรง ซึ่งการเปลี่ยนแปลงวัสดุที่ไม่เชื่อมโยงกับบริบทเดิม (รูปที่ 4.21) ข้อมูลจาก 3 วิธีการคือ แผนที่การรับรู้ (Perception Mapping) (2 ใน 8 คน) การขอภาพถ่ายจากผู้ให้ข้อมูล (Photo Elicitation) (1 ใน 8 คน) และการสัมภาษณ์ (Interview) (3 ใน 8 คน)



รูปที่ 4.21 แสดงภาพตัวอย่างการใช้วัสดุที่ไม่สอดคล้องกับบริบทรอบข้าง ที่มา: ผู้ให้ข้อมูล K06 การขอภาพถ่ายจากผู้ให้ข้อมูล (Photo Elicitation) ณ. 27 สิงหาคม 2560 เวลา 10.00-15.00 น.

4.1.3.2. ตลาดน้ำอโยธยา

จากผลการศึกษาด้านวัสดุพบ 1 ปัจจัย ที่ส่งผลต่อการรับรู้ความแท้จริงคือ วัสดุที่ร่วมสมัย และเชื่อมโยงกับประวัติศาสตร์ในอดีต แสดงรายละเอียดดังต่อไปนี้

การใช้วัสดุที่ใช้ร่วมสมัยและเชื่อมโยงกับประวัติศาสตร์ในอดีต เช่น บริเวณกำแพงป้ายทางเข้าตลาด วัสดุเป็นอิฐแดงทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเชื่อมโยงกับสถาปัตยกรรมเมืองเก่าในอยุธยา (รูปที่ 4.22) ข้อมูลจาก 3 วิธีการคือ แผนที่การรับรู้ (Perception Mapping) (8 ใน 10 คน) การขอภาพถ่ายจากผู้ให้ข้อมูล (Photo Elicitation) (9 ใน 10 คน) และการสัมภาษณ์ (Interview) (1 ใน 10 คน)



รูปที่ 4.22 แสดงภาพตัวอย่างการใช้วัสดุที่ใช้ร่วมสมัยและเชื่อมโยงกับประวัติศาสตร์ในอดีต ที่มา: ผู้ให้ข้อมูล A03 การขอภาพถ่ายจากผู้ให้ข้อมูล (Photo Elicitation) ณ. 20 สิงหาคม 2560 เวลา 10.00-15.00 น.

จากผลการศึกษาด้านวัสดุพบ 2 ปัจจัย ที่ส่งผลต่อการรับรู้ความไม่แท้จริงคือ 1). วัสดุที่ไม่ร่วมสมัย และเชื่อมโยงกับประวัติศาสตร์ในอดีต และ 2). การใช้วัสดุร่วมสมัยที่ไม่สอดคล้องกับบริบทรอบข้าง แสดงรายละเอียดดังต่อไปนี้

การใช้วัสดุร่วมสมัยที่ไม่เชื่อมโยงกับยุคการก่อสร้างและประวัติศาสตร์ในอดีต เช่น การใช้เหล็กมาเป็นโครงสร้างอาคาร วัสดุผนังหลังคาและกระเบื้องปูพื้น (รูปที่ 4.23) ข้อมูลจาก 2 วิธีการคือ การขอภาพถ่ายจากผู้ให้ข้อมูล (Photo Elicitation) (8 ใน 10 คน) และการสัมภาษณ์ (Interview) (8 ใน 10 คน)



รูปที่ 4.23 แสดงภาพตัวอย่างการใช้วัสดุร่วมสมัยที่ไม่เชื่อมโยงกับยุคการก่อสร้างและประวัติศาสตร์ในอดีต ที่มา: ผู้ให้ข้อมูล A04 การขอภาพถ่ายจากผู้ให้ข้อมูล (Photo Elicitation) ณ. 20 สิงหาคม 2560 เวลา 10.00-15.00 น.

นอกจากนี้การใช้วัสดุร่วมสมัยที่ไม่สอดคล้องกับบริบทรอบข้าง เช่น การใช้วัสดุตกแต่งร้าน ปูพื้น การให้สี แตกต่างจากพื้นที่บริเวณหน้าร้านค้า (รูปที่ 4.24) ข้อมูลจาก 2 วิธีก็คือ การขอภาพถ่ายจากผู้ให้ข้อมูล (Photo Elicitation) (8 ใน 10 คน) และการสัมภาษณ์ (Interview) (8 ใน 10 คน)



รูปที่ 4.24 แสดงภาพตัวอย่างการใช้วัสดุร่วมสมัยที่ไม่สอดคล้องกับบริบทรอบข้าง ที่มา : ผู้ให้ข้อมูล A06 การขอภาพถ่ายจากผู้ให้ข้อมูล (Photo Elicitation) ณ. 20 สิงหาคม 2560 เวลา 10.00-15.00 น.

สรุปผล

ผลการศึกษาเปรียบเทียบด้านตำแหน่งที่ตั้งชี้ให้เห็นว่าประเด็นสำคัญที่ทำให้เกิดความรู้สึกแท้จริงคือ 1). วัสดุที่มีอยู่จริงร่วมสมัยกับยุคการก่อสร้างประวัติศาสตร์ของสถานที่ หรือสามารถเชื่อมโยงกับประวัติศาสตร์ในอดีต ซึ่งเป็นประเด็นที่ทั้ง 2 ตลาดมีส่วนร่วม และ 2). โทนสีสอดคล้องกับยุคการก่อสร้าง ประวัติศาสตร์ของสถานที่ 3). การเปลี่ยนแปลงลักษณะกายภาพของวัสดุตามกาลเวลา

อย่างไรก็ตามยังพบว่าประเด็นสำคัญที่ทำให้เกิดความรู้สึกไม่แท้จริงคือ 1). การใช้วัสดุร่วมสมัยที่ไม่สอดคล้องกับบริบทรอบข้าง ซึ่งเป็นประเด็นที่ทั้ง 2 ตลาดมีส่วนร่วม 2). การใช้วัสดุร่วมสมัยที่ไม่เชื่อมโยงกับยุคการก่อสร้างและประวัติศาสตร์ในอดีต (ตารางที่ 4.3)

ตารางที่ 4.3 ตารางสรุปมิติด้านกายภาพประเด็นด้านวัสดุ

Physical	ปัจจัยที่ส่งผลต่อ	ตลาดคลองสวน	ตลาดน้ำโยธยา
Material	ความแท้จริง	- วัสดุที่มีอยู่จริงร่วมสมัยกับยุค - โทนสีสอดคล้องกับประวัติศาสตร์ - การเปลี่ยนแปลงวัสดุตามเวลา	- การใช้วัสดุที่ใช้ร่วมสมัยและ เชื่อมโยงกับประวัติศาสตร์ในอดีต
	ความไม่แท้จริง	- การใช้วัสดุร่วมสมัยที่ไม่ สอดคล้องกับบริบทรอบข้าง	- การใช้วัสดุร่วมสมัยที่ไม่เชื่อมโยง ประวัติศาสตร์ในอดีต - การใช้วัสดุร่วมสมัยที่ไม่ สอดคล้องกับบริบทรอบข้าง

4.1.4. ด้านฝีมือและเทคนิคการก่อสร้าง (Crafts and Building Techniques)

ฝีมือและเทคนิคการก่อสร้าง (Crafts and Building Techniques) ตามคำนิยาม จาก Cambridge dictionary of American English (2019) หมายถึง ทักษะ และ ประสบการณ์โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เกี่ยวข้องกับการทำวัตถุ งานหรือกิจกรรมที่ต้องการทักษะ และประสบการณ์ หรือบางสิ่งๆ ที่ผลิตโดยใช้ทักษะและประสบการณ์⁴

เครื่องมือที่สามารถแสดงผลด้านการออกแบบมี 3 เครื่องมือ (3 จาก 4 เครื่องมือ) คือ แผนที่การรับรู้ (Perception Mapping) การขอภาพถ่ายจากผู้ให้ข้อมูล (Photo Elicitation) และ การสัมภาษณ์ (Interview)

4.1.4.1. ตลาดคลองสวน

จากผลการศึกษาด้านฝีมือและเทคนิคการก่อสร้างพบ 2 ปัจจัย ที่ส่งผลต่อการรับรู้ ความแท้จริงคือ 1). องค์ความรู้พื้นบ้าน ร่วมสมัยกับยุคการก่อสร้างและประวัติศาสตร์ของ สถานที่ 2). เทคนิคการก่อสร้างร่วมสมัยสอดคล้องกับลักษณะภูมิศาสตร์ของสถานที่ แสดง รายละเอียดดังต่อไปนี้

⁴ skill and experience, especially in relation to making objects; a job or activity that needs skill and experience, or something produced using skill and experience. (Dictionary meanings in the Cambridge dictionary of American English, at Dictionary.com (esp. meanings 1–5 and 7–8) and at AskOxford (esp. verbs)

การใช้องค์ความรู้พื้นบ้าน ร่วมสมัยกับยุคการก่อสร้างและประวัติศาสตร์ของสถานที่ เช่น การใช้ไม้ทำโครงสร้างอาคาร ผนังภายนอกอาคารเป็นไม้ตีเรียงซ้อนกัน บานหน้าต่างปิดทึบแบบลูกฟัก ประตูบานเพี้ยมลูกฟักและมีมือการทำช่องลม ที่มีลักษณะเฉพาะของแต่บ้าน (รูปที่ 4.25) ข้อมูลจาก 2 วิธีการคือ แผนที่การรับรู้ (Perception Mapping) (7 ใน 8 คน) และการขอภาพถ่ายจากผู้ให้ข้อมูล (Photo Elicitation) (ทั้ง 8 คน)



รูปที่ 4.25 แสดงภาพตัวอย่างฝีมือและเทคนิคการก่อสร้างการโดยใช้อองค์ความรู้พื้นบ้าน ที่มา: ผู้ให้ข้อมูล K07 การขอภาพถ่ายจากผู้ให้ข้อมูล (Photo Elicitation) ณ. 27 สิงหาคม 2560 เวลา 10.00-15.00 น.

นอกจากนี้เทคนิคการก่อสร้างร่วมสมัยสอดคล้องกับลักษณะภูมิศาสตร์ของสถานที่ เช่น การออกแบบช่องลมเหนือประตู ระบายอากาศ ความร้อนและการถ่ายเทอากาศ ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะภูมิศาสตร์ที่ยังไม่มีความเจริญของเทคโนโลยีเข้ามาดังปัจจุบัน (รูปที่ 4.26) ข้อมูลจาก 3 วิธีการคือ แผนที่การรับรู้ (Perception Mapping) (7 ใน 8 คน) การขอภาพถ่ายจากผู้ให้ข้อมูล (Photo Elicitation) (6 ใน 8 คน) และการสัมภาษณ์ (Interview) (4 ใน 8 คน)



รูปที่ 4.26 แสดงภาพตัวอย่างเทคนิคการก่อสร้างร่วมสมัยสอดคล้องกับลักษณะภูมิศาสตร์ ที่มา: ผู้ให้ข้อมูล K03 การขอภาพถ่ายจากผู้ให้ข้อมูล (Photo Elicitation) ณ. 27 สิงหาคม 2560 เวลา 10.00-15.00 น.

นอกจากนี้ผลการศึกษาด้านการออกแบบพบ 1 ปัจจัย ที่ส่งผลต่อการรับรู้ความไม่แท้จริงคือ การใช้ฝีมือและเทคนิคการก่อสร้างที่ไม่สอดคล้องกับบริบทรอบข้าง แสดงรายละเอียดดังต่อไปนี้

การใช้ฝีมือและเทคนิคการก่อสร้างที่ไม่สอดคล้องกับบริบทรอบข้าง เช่น บริเวณร้านอาหารติดริมน้ำ ซึ่งการใช้ฝีมือและเทคนิคการก่อสร้างในสมัยปัจจุบันเข้ามาผสมในเทคนิคการก่อสร้าง (รูปที่ 4.27) ข้อมูลจาก 3 วิธีการคือ แผนที่การรับรู้ (Perception Mapping) (2 ใน 8 คน) การขอภาพถ่ายจากผู้ให้ข้อมูล (Photo Elicitation) (1 ใน 8 คน) และการสัมภาษณ์ (Interview) (3 ใน 8 คน)



รูปที่ 4.27 แสดงภาพตัวอย่างการใช้ฝีมือและเทคนิคการก่อสร้างที่ไม่สอดคล้องกับบริบทรอบข้าง ที่มา: ผู้ให้ข้อมูล K05 การขอภาพถ่ายจากผู้ให้ข้อมูล (Photo Elicitation) ณ. 27 สิงหาคม 2560 เวลา 10.00-15.00 น.

4.1.4.2. ตลาดน้ำอโยธยา

จากผลการศึกษาด้านฝีมือและเทคนิคการก่อสร้างพบ 1 ปัจจัย ที่ส่งผลต่อการรับรู้ความไม่แท้จริงคือ 1). เทคนิคการก่อสร้างร่วมสมัยกับปัจจุบันที่ไม่สอดคล้องกับบริบทรอบข้าง แสดงรายละเอียดดังต่อไปนี้

การเทคนิคการก่อสร้างร่วมสมัยกับปัจจุบันที่ไม่สอดคล้องกับบริบทรอบข้าง เช่น การออกแบบโครงหลังคามุงจาก ด้วยเหล็กผสมกับไม้และใช้ส่วนแปรงเป็นอะลูมิเนียม (รูปที่ 4.28) ข้อมูลจาก 2 วิธีการคือ การขอภาพถ่ายจากผู้ให้ข้อมูล (Photo Elicitation) (8 ใน 10 คน) และการสัมภาษณ์ (Interview) (8 ใน 10 คน)



รูปที่ 4.28 แสดงภาพตัวอย่างการเทคนิคการก่อสร้างร่วมสมัยกับปัจจุบันที่ไม่สอดคล้องกับบริบทรอบข้าง ที่มา: ผู้ให้ข้อมูล A05 การขอภาพถ่ายจากผู้ให้ข้อมูล (Photo Elicitation) ณ. 20 สิงหาคม 2560 เวลา 10.00-15.00 น.

สรุปผล

ผลการศึกษาเปรียบเทียบด้านตำแหน่งที่ตั้งชี้ให้เห็นว่าประเด็นสำคัญที่ทำให้เกิดความรู้สึกไม่แท้จริงคือ 1). การใช้องค์ความรู้พื้นบ้านร่วมสมัยกับยุคการก่อสร้าง และประวัติศาสตร์ของสถานที่ และ 2). เทคนิคการก่อสร้างร่วมสมัยสอดคล้องกับลักษณะภูมิศาสตร์ของสถานที่

อย่างไรก็ตามยังพบว่าประเด็นสำคัญที่ทำให้เกิดความรู้สึกไม่แท้จริงคือ 1). การใช้ฝีมือและเทคนิคการก่อสร้างหรือก่อสร้างร่วมสมัยกับปัจจุบัน ที่ไม่สอดคล้องกับบริบทรอบข้าง ซึ่งเป็นประเด็นที่ทั้ง 2 ตลาดมีร่วมกัน (ตารางที่ 4.4)

ตารางที่ 1 ตารางสรุปมิติต่างกายภาพประเด็นด้านงานฝีมือและเทคนิค

Physical	ปัจจัยที่ส่งผลต่อ	ตลาดคลองสวน	ตลาดน้ำอโยธยา
Crafts and Building Techniques	ความแท้จริง	- องค์ความรู้พื้นบ้านร่วมสมัยกับยุคการก่อสร้างและประวัติศาสตร์ของสถานที่ - เทคนิคการก่อสร้างร่วมสมัยสอดคล้องกับลักษณะภูมิศาสตร์ของสถานที่	-
	ความไม่แท้จริง	- การใช้ฝีมือและเทคนิคการก่อสร้างที่ไม่สอดคล้องกับบริบทรอบข้าง	- เทคนิคการก่อสร้างร่วมสมัยกับปัจจุบันที่ไม่สอดคล้องกับบริบทรอบข้าง

สรุปผลมิติต่างกายภาพ

จากผลการศึกษาเปรียบเทียบองค์ประกอบของมิติต่างกายภาพ ประกอบด้วย 1). ที่ตั้ง (Setting) 2). การออกแบบ (Design) 3). วัสดุ (Material) 4). ฝีมือและเทคนิคการก่อสร้าง (Crafts and Building Techniques) ซึ่งให้เห็นว่าประเด็นสำคัญที่ทำให้เกิดความรู้สึกแท้จริง มีดังนี้

ประเด็นความแท้จริง

1. ทิศนวิสัยเปิดสามารถมองออกไปยังสภาพแวดล้อมภายนอก
2. สภาพแวดล้อมติดกับตำแหน่งที่ตั้งเป็นเอกลักษณ์กายภาพทางภูมิศาสตร์ที่สำคัญของพื้นที่ตั้ง
3. ลักษณะกายภาพทางภูมิศาสตร์ที่ติดกับตำแหน่งที่ตั้งเป็นส่วนหนึ่งของสภาพภูมิศาสตร์โดยรอบ
4. การออกแบบร่วมสมัยกับยุคการก่อสร้างประวัติศาสตร์ของสถานที่ หรือสามารถเชื่อมโยงกับประวัติศาสตร์ของสถานที่โดยรอบ
5. ลักษณะการออกแบบสอดคล้องกลมกลืนกับบริบทรอบข้าง
6. วัสดุที่มีอยู่จริงร่วมสมัยกับยุคการก่อสร้างประวัติศาสตร์ของสถานที่ หรือสามารถเชื่อมโยงกับประวัติศาสตร์ในอดีต
7. โทนสีสอดคล้องกับยุคการก่อสร้างประวัติศาสตร์ของสถานที่
8. การเปลี่ยนแปลงลักษณะกายภาพของวัสดุตามกาลเวลา
9. การใช้องค์ความรู้พื้นบ้านร่วมสมัยกับยุคการก่อสร้างและประวัติศาสตร์ของสถานที่
10. เทคนิคการก่อสร้างร่วมสมัยสอดคล้องกับลักษณะภูมิศาสตร์ของสถานที่

ประเด็นความไม่แท้จริง

1. ลักษณะกายภาพทางภูมิศาสตร์ที่ติดกับตำแหน่งที่ตั้ง ไม่เป็นส่วนหนึ่งของสภาพภูมิศาสตร์
2. การออกแบบปรับปรุงที่ไม่สอดคล้องกับบริบทรอบข้าง หรือการออกแบบที่ไม่สอดคล้องกับบริบทรอบข้าง
3. การออกแบบร่วมสมัยกับยุคปัจจุบัน ไม่รวมสมัยกับประวัติศาสตร์
4. การใช้วัสดุร่วมสมัยที่ไม่สอดคล้องกับบริบทรอบข้าง
5. การใช้วัสดุร่วมสมัยที่ไม่เชื่อมโยงกับยุคการก่อสร้างและประวัติศาสตร์ในอดีต
6. การใช้ฝีมือและเทคนิคการก่อสร้างหรือก่อสร้างร่วมสมัยกับปัจจุบัน ที่ไม่สอดคล้องกับบริบทรอบข้าง

ตารางที่ 4.4 ตารางสรุปผลการวิจัยมิติด้านกายภาพ (Physical)

Physical	ปัจจัยที่ส่งผลต่อ	ตลาดคลองสวน	ตลาดน้ำโยธยา
Setting	ความแท้จริง	- ทัศนวิสัยเปิด - ติดเอกลักษณ์กายภาพทางภูมิศาสตร์ - เป็นส่วนหนึ่งของสภาพภูมิศาสตร์โดยรอบ	- ติดเอกลักษณ์กายภาพทางภูมิศาสตร์
	ความไม่แท้จริง	-	- ไม่เป็นส่วนหนึ่งของสภาพภูมิศาสตร์โดยรอบ
Design	ความแท้จริง	- การออกแบบร่วมสมัยกับยุคการก่อสร้าง และประวัติศาสตร์ของสถานที่ - ลักษณะการออกแบบสอดคล้องกลมกลืนกับบริบทรอบข้าง	- การออกแบบร่วมสมัยกับยุคในอดีต สามารถเชื่อมโยงกับประวัติศาสตร์ของสถานที่โดยรอบ
	ความไม่แท้จริง	- การออกแบบปรับปรุงที่ไม่สอดคล้องกับบริบทรอบข้าง	- การออกแบบที่ไม่สอดคล้องกับบริบทรอบข้าง - การออกแบบร่วมสมัยกับยุคปัจจุบัน ไม่รวมสมัยกับประวัติศาสตร์

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

Material	ความแท้จริง	<ul style="list-style-type: none"> - วัสดุที่มีอยู่จริงร่วมสมัยกับยุคการก่อสร้างประวัติศาสตร์ของสถานที่ - โทนสีสอดคล้องประวัติศาสตร์ของสถานที่ - การเปลี่ยนแปลงลักษณะกายภาพของวัสดุตามกาลเวลา 	- การใช้วัสดุที่ใช้ร่วมสมัยและเชื่อมโยงกับประวัติศาสตร์ในอดีต
	ความไม่แท้จริง	<ul style="list-style-type: none"> - การใช้วัสดุร่วมสมัยที่ไม่สอดคล้องกับบริบทรอบข้าง 	<ul style="list-style-type: none"> - การใช้วัสดุร่วมสมัยที่ไม่เชื่อมโยงกับยุคการก่อสร้างและประวัติศาสตร์ในอดีต - การใช้วัสดุร่วมสมัยที่ไม่สอดคล้องกับบริบทรอบข้าง
Crafts and Building Techniques	ความแท้จริง	<ul style="list-style-type: none"> - องค์ความรู้พื้นบ้านร่วมสมัยกับยุคการก่อสร้างและประวัติศาสตร์ของสถานที่ - เทคนิคการก่อสร้างร่วมสมัยสอดคล้องกับลักษณะภูมิศาสตร์ของสถานที่ 	-
	ความไม่แท้จริง	<ul style="list-style-type: none"> - การใช้ฝีมือและเทคนิคการก่อสร้างที่ไม่สอดคล้องกับบริบทรอบข้าง 	- เทคนิคการก่อสร้างร่วมสมัยกับปัจจุบันที่ไม่สอดคล้องกับบริบทรอบข้าง

4.2. มิติด้านกิจกรรม (Activities)

มิติด้านกิจกรรม (Activities) ตามแนวความคิด Place Experience Canter (1997) หมายถึงกิจกรรม ลักษณะการใช้งาน หรือพฤติกรรมที่เกิดขึ้นภายในสถานที่นั้นอาจเปลี่ยนแปลงไปตามช่วงเวลาหรือยุคสมัยจากจุดประสงค์เดิมก็เป็นได้ ในการศึกษาองค์ประกอบของมิติด้านกิจกรรม ซึ่งดัดแปลงมาจาก Dimension of Authenticity (UNESCO's Hoi an Protocols, 2009) ประกอบด้วย 1. การใช้งานและการเปลี่ยนแปลงการใช้งานตามระยะเวลา (Use and change in use over time) 2. ผู้ใช้งาน (User) ดังได้แสดงไว้ในการศึกษากรอบแนวคิดเพื่อทำความเข้าใจพลวัตของสภาพแวดล้อมกายภาพ กิจกรรม และและ ความหมาย เพื่อนำไปสู่การประเมินความแท้จริงของตลาดริมน้ำ ในบทที่ 2 (วรรณกรรมปริทัศน์) โดยแสดงผลการศึกษาไว้ตามลำดับ ดังต่อไปนี้

4.2.1. ด้านการใช้งานและการเปลี่ยนแปลงการใช้งานตามระยะเวลา (Use and change in use over time)

การใช้งานและการเปลี่ยนแปลงการใช้งานตามระยะเวลา (Use and change in use over time) ตามคำนิยามจาก Hoi an Protocols (2009) หมายถึง รูปแบบการใช้งานของสถานที่ เช่นเดียวกิจกรรมและการปฏิบัติที่อาจจะเกิดขึ้นในสถานที่นั้น ๆ รวมถึงการเปลี่ยนแปลงการใช้งานตามระยะเวลา⁵

เครื่องมือที่สามารถแสดงผลด้านที่ตั้งมี 1 เครื่องมือ (2 จาก 4 เครื่องมือ) คือ การสัมภาษณ์ (Interview) และการสังเกตการณ์ (Observation)

4.3.1.1. ตลาดคลองสวน

จากผลการศึกษาด้านการใช้งานและการเปลี่ยนแปลงการใช้งานตามระยะเวลาพบ 2 ปัจจัย ที่ส่งผลต่อการรับรู้ความแท้จริงคือ 1). ลักษณะการใช้งานร่วมระหว่างอยู่อาศัยและร้านค้าสินค้า 2). ลักษณะกิจกรรมร่วมสมัยและยังไม่ถูกแปรเปลี่ยนตามกาลเวลา แสดงรายละเอียดดังต่อไปนี้

ลักษณะการใช้งานร่วมระหว่างอยู่อาศัยและร้านค้า โดยที่ภายในบริเวณตลาดนั้นจะเป็นที่พักอาศัย 2 ชั้น ติดกันเป็นห้องแถว บริเวณด้านล่างจะถูกเปิดเป็นร้านค้าภายในชุมชน แสดงให้เห็นถึงวิถีชีวิตตลอดช่วงเวลา ข้อมูลจาก 2 วิธีการคือ การสัมภาษณ์ (Interview) (ทั้ง 8 คน) และการสังเกตการณ์ (Observation)

จากการสังเกตการณ์ (Observation) ยังชี้ให้เห็นถึงลักษณะกิจกรรมร่วมสมัยและยังไม่ถูกแปรเปลี่ยนตามกาลเวลา ซึ่งช่วงเวลาในอดีตพื้นที่ตลาดแห่งนี้ถูกใช้เป็นที่พักอาศัยและตลาดในชุมชน ช่วงเวลาปัจจุบันยังคงใช้งานและมีกิจกรรมในลักษณะเดิม

4.3.1.2. ตลาดน้ำไธยา

จากผลการศึกษาด้านการใช้งานและการเปลี่ยนแปลงการใช้งานตามระยะเวลาพบ 1 ปัจจัย ที่ส่งผลต่อการรับรู้ความไม่แท้จริงคือ การท่องเที่ยวเชิงพาณิชย์ แสดงรายละเอียดดังต่อไปนี้

ลักษณะการใช้งานท่องเที่ยวเชิงพาณิชย์ เน้นให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวชมกิจกรรมภายในตลาด บรรยากาศจำลองเมืองเก่า และสินค้าบริการภายในตลาด ข้อมูลจาก 2 วิธีการคือ การสัมภาษณ์ (Interview) (9 ใน 10 คน) และการสังเกตการณ์ (Observation)

สรุปผล

ผลการศึกษาเปรียบเทียบด้านตำแหน่งที่ตั้งชี้ให้เห็นว่าประเด็นสำคัญที่ทำให้เกิดความรู้สึกแท้จริงคือ 1). ลักษณะการใช้งานร่วมระหว่างอยู่อาศัยและร้านค้าสินค้า และ 2). ลักษณะกิจกรรมร่วมสมัยและยังไม่ถูกแปรเปลี่ยนตามกาลเวลา

อย่างไรก็ตามยังพบว่าประเด็นสำคัญที่ทำให้เกิดความรู้สึกไม่แท้จริงคือ 1). ลักษณะการใช้งานห้องเที่ยวเชิงพาณิชย์ (ตารางที่ 4.6)

ตารางที่ 4.6 ตารางสรุปมิติด้านกิจกรรมด้านการใช้งานและการเปลี่ยนแปลงการใช้งานตามระยะเวลา

Activities	ปัจจัยที่ส่งผลต่อ	ตลาดคลองสวน	ตลาดน้ำโยธยา
Use and change in use over time	ความจริง	- ลักษณะการใช้งานร่วมระหว่างอยู่อาศัยและร้านค้าสินค้า - ลักษณะกิจกรรมร่วมสมัยและยังไม่ถูกแปรเปลี่ยนตามกาลเวลา	-
	ความไม่แท้จริง	-	- ลักษณะการใช้งานห้องเที่ยวเชิงพาณิชย์

4.2.2. ด้านผู้ใช้งาน (User)

ผู้ใช้งาน (User) ตามคำนิยามจาก Cambridge dictionary of American English (2019) หมายถึง คนที่ใช้งานผลิตภัณฑ์ เครื่องจักรกล หรือการใช้บริการ ⁶

เครื่องมือที่สามารถแสดงผลด้านที่ตั้งมี 2 เครื่องมือ (2 จาก 4 เครื่องมือ) คือ จากการสัมภาษณ์ (Interview) และการสังเกตการณ์ (Observation)

⁵ The functions of a place, as well as the activities and practices that may occur at the place. (UNESCO's Hoi an Protocols, 2009)

⁶ someone who uses a product, machine, or service (Dictionary meanings in the Cambridge dictionary of American English, at Dictionary.com (esp. meanings 1–5 and 7–8) and at AskOxford (esp. verbs)

4.2.2.1. ตลาดคลองสวน

จากผลการศึกษาด้านผู้ใช้งานพบ 3 ปัจจัย ที่ส่งผลต่อการรับรู้ความแท้จริงคือ 1). ผู้ใช้งานเป็นเจ้าของพื้นที่ อาศัยและดำรงชีวิตภายในพื้นที่ 2). เจ้าของพื้นที่ ยังเป็นเจ้าของกิจการภายในพื้นที่ 3). กลุ่มท่องเที่ยว แสดงรายละเอียดดังต่อไปนี้

ผู้ใช้งานเป็นเจ้าของพื้นที่ อาศัยและดำรงชีวิตภายในพื้นที่ แสดงให้เห็นถึงกิจกรรมการดำรงชีวิตภายในพื้นที่ ข้อมูลจาก 2 วิธีการคือ การสัมภาษณ์ (Interview) (5 ใน 8 คน) และการสังเกตการณ์ (Observation)

เจ้าของพื้นที่ ยังเป็นเจ้าของกิจการภายในพื้นที่ เป็นการประกอบอาชีพของผู้คนในชุมชน ซึ่งส่วนมากจะพบว่าเป็นผู้ใหญ่และผู้สูงอายุ ข้อมูลจาก 2 วิธีการคือ การสัมภาษณ์ (Interview) (5 ใน 8 คน) และการสังเกตการณ์ (Observation)

นอกจากนี้ผู้ใช้งานเป็นกลุ่มท่องเที่ยว สามารถแสดงให้เห็นในช่วงเวลา เสาร์ อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์ ข้อมูลจาก 2 วิธีการคือ การสัมภาษณ์ (Interview) (5 ใน 8 คน) และการสังเกตการณ์ (Observation)

4.3.2.2. ตลาดน้ำอโยธยา

จากผลการศึกษาด้านผู้ใช้งานพบ 1 ปัจจัย ที่ส่งผลต่อการรับรู้ความแท้จริงคือ 1). ผู้ใช้งานเป็นกลุ่มท่องเที่ยว แสดงรายละเอียดดังต่อไปนี้

ผู้ใช้งานเป็นกลุ่มท่องเที่ยว :ซึ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมาได้ทุกวัน และจะหนาแน่นที่สุดช่วงเวลา เสาร์ อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์ ข้อมูลจาก 2 วิธีการคือ การสัมภาษณ์ (Interview) (ทั้ง 10 คน) และการสังเกตการณ์ (Observation)

จากผลการศึกษาด้านผู้ใช้งานพบ 1 ปัจจัย ที่ส่งผลต่อการรับรู้ความไม่แท้จริงคือ 1). ว่าผู้ใช้งานเป็นเจ้าของกิจการภายในพื้นที่ ที่ไม่ได้อาศัยหรือดำรงชีวิตภายในพื้นที่ แสดงรายละเอียดดังต่อไปนี้

จากการสังเกตการณ์ (Observation) พบว่าผู้ใช้งานเป็นเจ้าของกิจการภายในพื้นที่ ที่ไม่ได้อาศัยหรือดำรงชีวิตภายในพื้นที่ โดยเจ้าของกิจการจะทำการเปิดร้านช่วงเวลากลางวัน และปิดร้านช่วงเวลาเย็น ทำให้ไม่สามารถเห็นถึงวิถีชีวิตจริงในการอาศัยภายในพื้นที่

สรุปผล

ผลการศึกษาเปรียบเทียบด้านตำแหน่งที่ตั้งชี้ให้เห็นว่าประเด็นสำคัญที่ทำให้เกิดความรู้สึกแท้จริงคือ 1). ผู้ใช้งานเป็นเจ้าของพื้นที่ อาศัยและดำรงชีวิตภายในพื้นที่ 2). เจ้าของพื้นที่ ยังเป็นเจ้าของกิจการภายในพื้นที่ และ 3). กลุ่มท่องเที่ยว ซึ่งทั้ง 2 ตลาดมีร่วมกัน

อย่างไรก็ตามยังพบว่าประเด็นสำคัญที่ทำให้เกิดความรู้สึกไม่แท้จริงคือ 1). ผู้ใช้งานเป็นเจ้าของกิจการภายในพื้นที่ ที่ไม่ได้อาศัยหรือดำรงชีวิตภายในพื้นที่ (ตารางที่ 4.7)

ตารางที่ 4.7 ตารางสรุปมิติด้านกิจกรรมประเด็นด้านผู้ใช้งานพื้นที่

Activities	ปัจจัยที่ส่งผลต่อ	ตลาดคลองสวน	ตลาดน้ำอโยธยา
User	ความแท้จริง	- ผู้ใช้งานเป็นเจ้าของพื้นที่ อาศัยและดำรงชีวิตภายในพื้นที่ - เจ้าของพื้นที่ ยังเป็นเจ้าของกิจการภายในพื้นที่ - กลุ่มท่องเที่ยว	- กลุ่มท่องเที่ยว
	ความไม่แท้จริง	-	- ผู้ใช้งานเป็นเจ้าของกิจการภายในพื้นที่ ที่ไม่ได้อาศัยหรือดำรงชีวิตภายในพื้นที่

สรุปผลมิติด้านกิจกรรม

จากผลการศึกษาเปรียบเทียบองค์ประกอบของมิติด้านกิจกรรม ประกอบด้วย 1). การใช้งานและการเปลี่ยนแปลงการใช้งานตามระยะเวลา (Use and change in use over time) 2). ผู้ใช้งาน (User) ชี้ให้เห็นว่าประเด็นสำคัญที่ทำให้เกิดความรู้สึกแท้จริง มีดังนี้

ประเด็นความแท้จริง

1. ลักษณะการใช้งานร่วมระหว่างอยู่อาศัยและร้านค้าสินค้า
2. ลักษณะกิจกรรมร่วมสมัยและยังไม่ถูกแปรเปลี่ยนตามกาลเวลา
3. ผู้ใช้งานเป็นเจ้าของพื้นที่ อาศัยและดำรงชีวิตภายในพื้นที่
4. เจ้าของพื้นที่ ยังเป็นเจ้าของกิจการภายในพื้นที่
5. กลุ่มท่องเที่ยว

ประเด็นความไม่แท้จริง

1. ลักษณะการใช้งานท่องเที่ยวเชิงพาณิชย์
2. ผู้ใช้งานเป็นเจ้าของกิจการภายในพื้นที่ ที่ไม่ได้อาศัยหรือดำรงชีวิตภายในพื้นที่

ตารางที่ 4.8 ตารางสรุปมิติด้านกิจกรรม

Activities	ปัจจัยที่ส่งผลต่อ	ตลาดคลองสวน	ตลาดน้ำอโยธยา
Use and change in use over time	ความแท้จริง	- ลักษณะการใช้งานร่วมระหว่าง อยู่อาศัยและร้านค้าสินค้า - ลักษณะกิจกรรมร่วมสมัยและยังไม่ถูกแปรเปลี่ยนตามกาลเวลา	-
	ความไม่แท้จริง	-	- ลักษณะการใช้งานท่องเที่ยวเชิงพานิชย์
User	ความแท้จริง	- ผู้ใช้งานเป็นเจ้าของพื้นที่ อาศัยและดำรงชีวิตภายในพื้นที่ - เจ้าของพื้นที่ เป็นเจ้าของกิจการ - กลุ่มนักท่องเที่ยววัฒนธรรม	- กลุ่มท่องเที่ยว
	ความไม่แท้จริง	-	- ผู้ใช้งานเป็นเจ้าของกิจการภายในพื้นที่ ที่ไม่ได้อาศัยหรือดำรงชีวิตภายในพื้นที่

4.3. มิติด้านความหมาย (Conceptual Meaning)

มิติด้านความหมาย (Conceptual Meaning) ตามแนวความคิด Place Experience Canter (1997) หมายถึง ความหมายหรือมุมมองจากผู้คนที่ตีความหรือให้ความหมายต่อสถานที่ที่พื้นที่นั้น ๆ ความหมายในสถานที่นั้นอาจเปลี่ยนแปลงไปตามกิจกรรมที่เกิดขึ้น ในการศึกษาองค์ประกอบของมิติด้านความหมาย ซึ่งดัดแปลงมาจาก Dimension of Authenticity (UNESCO's Hoi an Protocols, 2009) ประกอบด้วย 1). งานศิลปะ (Artistic Expression) 2). คุณค่า (Value) ดังได้แสดงไว้ในการศึกษากรอบแนวคิดเพื่อทำความเข้าใจพลวัตของสภาพแวดล้อมกายภาพ กิจกรรมและความหมาย เพื่อนำไปสู่การประเมินความแท้จริงของตลาดริมน้ำ ในบทที่ 2 (วรรณกรรมปริทัศน์) โดยแสดงผลการศึกษาไว้ตามลำดับ ดังต่อไปนี้

4.3.1. ด้านงานศิลปะ (Artistic Expression)

งานศิลปะ (Artistic Expression) ตามคำนิยามจาก Hoi an Protocols (2009) หมายถึง การแสดงออกทางศิลปะ ค่านิยมวิญญูณ ผลกระทบทางอารมณ์ บริบททางศาสนา การเชื่อมโยงทางประวัติศาสตร์เสียงกลิ่นและรสนิยมนและกระบวนการสร้างสรรค์⁷

เครื่องมือที่สามารถแสดงผลด้านที่ตั้งมี 1 เครื่องมือ (3 จาก 4 เครื่องมือ) คือ การถ่ายภาพจากผู้ให้ข้อมูล (Photo Elicitation) การสัมภาษณ์ (Interview) และการสังเกตการณ์ (Observation)

4.3.1.1. ตลาดคลองสวน

จากผลการศึกษาด้านงานศิลปะพบ 2 ปัจจัย ที่ส่งผลต่อการรับรู้ความแท้จริงคือ 1). อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมทั้ง 3 วัฒนธรรม 2). งานศิลปะร่วมสมัยกับยุคการก่อสร้างและประวัติศาสตร์ของสถานที่ แสดงรายละเอียดดังต่อไปนี้

อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมทั้ง 3 วัฒนธรรม เช่น การผสมผสานระหว่าง ไทย จีนและอิสลาม เข้าไว้ด้วยกัน ซึ่งสะท้อนงานศิลปะแบบจีนและศิลปะแบบไทยได้อย่างเด่นชัด จากการออกแบบช่องลม บานประตูลูกฟัก บานหน้าต่างลูกฟัก ป้ายชื่อหน้าร้าน งานประดับโคมไฟและป้ายยันต์มงคล ที่แสดงถึงอิทธิพลทางวัฒนธรรม (รูปที่ 4.29) ข้อมูลจาก 2 วิธีการคือการถ่ายภาพจากผู้ให้ข้อมูล (Photo Elicitation) (7 ใน 8 คน) และการสังเกตการณ์ (Observation)



รูปที่ 4.29 แสดงภาพตัวอย่างอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม ที่มา: ผู้ให้ข้อมูล K06 การถ่ายภาพจากผู้ให้ข้อมูล (Photo Elicitation) ณ. 27 สิงหาคม 2560 เวลา 10.00-15.00 น.

⁷ artistic expression, values, spirit, emotional impact, religious context, historical associations, sounds, smells and tastes and creative process (UNESCO's Hoi an Protocols, 2009)

จากการสังเกตการณ์ (Observation) ยังชี้ให้เห็นว่างานศิลปะร่วมสมัยกับยุคการก่อสร้างและประวัติศาสตร์ของสถานที่ เช่น งานศิลปะแสดงให้ถึงการรับอิทธิพลทางศิลปะและวัฒนธรรม ตั้งแต่ยุคสมัยรัชกาลที่ 5 ตามประวัติของตลาดคลองสวน

4.3.1.2. ตลาดน้ำอโยธยา

จากผลการศึกษาด้านงานศิลปะพบ 1 ปัจจัย ที่ส่งผลต่อการรับรู้ความแท้จริงคือ 1). งานศิลปะร่วมสมัยและเชื่อมโยงกับประวัติศาสตร์ในอดีต แสดงรายละเอียดดังต่อไปนี้

งานร่วมสมัยและเชื่อมโยงกับประวัติศาสตร์ในอดีต เช่น งานศิลปะบริเวณกำแพงอิฐแดงสะท้อนถึงกำแพงเก่าของอยุธยา และความเป็นเมืองเก่าของอยุธยา (รูปที่ 4.30) ข้อมูลจาก 2 วิธีการคือ การขอภาพถ่ายจากผู้ให้ข้อมูล (Photo Elicitation) (9 ใน 10 คน) และการสังเกตการณ์ (Observation)



รูปที่ 4.30 แสดงภาพตัวอย่างงานร่วมสมัยและเชื่อมโยงกับประวัติศาสตร์ในอดีต (ที่มา: ผู้ให้ข้อมูล A03 การขอภาพถ่ายจากผู้ให้ข้อมูล (Photo Elicitation) ณ. 20 สิงหาคม 2560 เวลา 10.00-15.00 น.

จากผลการศึกษาด้านงานศิลปะพบ 1 ปัจจัย ที่ส่งผลต่อการรับรู้ความไม่แท้จริงคือ 1). งานศิลปะร่วมสมัยที่ไม่สอดคล้องกับบริบทรอบข้าง แสดงรายละเอียดดังต่อไปนี้

งานศิลปะร่วมสมัยที่ไม่สอดคล้องกับบริบทรอบข้าง เช่น บริเวณร้านสปาเท้าด้วยปลา อาจเป็นการทำลายงานศิลปะในบริบทรอบข้าง ด้วยการออกแบบ วัสดุ และกิจกรรมที่ไม่สอดคล้องกับตลาดย้อนยุค (รูปที่ 4.31) ข้อมูลจาก 3 วิธีการคือ การขอภาพถ่ายจากผู้ให้ข้อมูล (Photo Elicitation) (8 ใน 10 คน) การสัมภาษณ์ (Interview) (8 ใน 10 คน) และการสังเกตการณ์ (Observation)



รูปที่ 4.31 แสดงภาพตัวอย่างงานศิลปะร่วมสมัยที่ไม่สอดคล้องกับบริบทรอบข้าง (ที่มา: ผู้ให้ข้อมูล A06 การขอภาพถ่ายจากผู้ให้ข้อมูล (Photo Elicitation) ณ. 27 สิงหาคม 2560 เวลา 10.00-15.00 น.

สรุปผล

ผลการศึกษาเปรียบเทียบด้านตำแหน่งที่ตั้งชี้ให้เห็นว่าประเด็นสำคัญที่ทำให้เกิดความรู้สึกแท้จริงคือ 1). อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมทั้ง 3 วัฒนธรรม 2). งานศิลปะมีการเชื่อมโยงกับยุคการก่อสร้างและประวัติศาสตร์ของสถานที่ ซึ่งทั้ง 2 ตลาดมีส่วนร่วม

อย่างไรก็ตามยังพบว่าประเด็นสำคัญที่ทำให้เกิดความรู้สึกไม่แท้จริงคือ 1). งานศิลปะร่วมสมัยที่ไม่สอดคล้องกับบริบทรอบข้าง (ตารางที่ 4.9)

ตารางที่ 4.9 ตารางสรุปมิติด้านความหมายประเด็นด้านงานศิลปะ

Meaning	ปัจจัยที่ส่งผลต่อ	ตลาดคลองสวน	ตลาดน้ำอโยธยา
Artistic Expression	ความแท้จริง	- อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม	- ร่วมสมัยและเชื่อมโยงกับประวัติศาสตร์ในอดีต
	ความไม่แท้จริง	-	- งานศิลปะไม่สอดคล้องกับบริบทรอบข้าง

4.3.2. ด้านคุณค่า (Value)

คุณค่า (Value) ตามคำนิยามจาก Hoi an Protocols (2009) หมายถึง มรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้: แหล่งข้อมูลทั้งหมดที่มีศูนย์รวมทางกายภาพของคุณค่าทางวัฒนธรรมเช่นเมืองประวัติศาสตร์อาคารสถานที่ทางโบราณคดีที่หวัดทัศน์ทางวัฒนธรรมและวัตถุ⁸

เครื่องมือที่สามารถแสดงผลด้านที่ตั้งมี 2 เครื่องมือ (2 จาก 4 เครื่องมือ) คือการสัมภาษณ์ (Interview) และการสังเกตการณ์ (Observation)

4.3.2.1. ตลาดคลองสวน

จากผลการศึกษาด้านคุณค่าพบ 2 ปัจจัย ที่ส่งผลต่อการรับรู้ความแท้จริงคือ 1). การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ 2). ศูนย์รวมทางกายภาพของคุณค่าทางวัฒนธรรม แสดงรายละเอียดดังต่อไปนี้

คุณค่าในการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เช่น การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์พื้นที่และการเชื่อมโยงเรื่องราวในอดีต นักท่องเที่ยวเห็นถึงคุณค่าในเรื่องของการอนุรักษ์สภาพแวดล้อม ข้อมูลจาก 2 วิธีการคือ การสัมภาษณ์ (Interview) (5 ใน 8 คน) และการสังเกตการณ์ (Observation)

การสังเกตการณ์ (Observation) ยังชี้ให้เห็นถึงศูนย์รวมคุณค่าทางวัฒนธรรม ของผู้คนภายในพื้นที่ส่งต่อกันจากรุ่นสู่รุ่น จนกระทั่งการอนุรักษ์ไว้ซึ่งสถานที่ตั้งปัจจุบัน

4.3.2.2. ตลาดน้ำอโยธยา

จากผลการศึกษาด้านคุณค่าพบ 2 ปัจจัย ที่ส่งผลต่อการรับรู้ความไม่แท้จริงคือ 1). การจำลองลักษณะทางกายภาพ 2). การท่องเที่ยวเชิงพาณิชย์ แสดงรายละเอียดดังต่อไปนี้

การจำลองลักษณะทางกายภาพ เป็นการสร้างตลาดในรูปแบบใกล้เคียงนักท่องเที่ยวไม่สามารถรับรู้ได้ถึงคุณค่า ข้อมูลจาก 2 วิธีการคือ การสัมภาษณ์ (Interview) (ทั้ง 10 คน) และการสังเกตการณ์ (Observation)

จากการสังเกตการณ์ (Observation) ยังชี้ให้เห็นว่า เป็นเพียงลักษณะการท่องเที่ยวเชิงพาณิชย์ ที่อาจไม่แสดงถึงปัจจัยด้านคุณค่าเมืองประวัติศาสตร์

⁸ Tangible cultural heritage: All resources that have some physical embodiment of cultural values such as historic towns, buildings, archaeological sites, cultural landscapes and objects. (UNESCO's Hoi an Protocols, 2009)

สรุปผล

ผลการศึกษาเปรียบเทียบด้านตำแหน่งที่ตั้งชี้ให้เห็นว่าประเด็นสำคัญที่ทำให้เกิดความรู้สึกแท้จริงคือ 1). การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และ 2). ศูนย์รวมทางกายภาพของคุณค่าทางวัฒนธรรม

อย่างไรก็ตามยังพบว่าประเด็นสำคัญที่ทำให้เกิดความรู้สึกไม่แท้จริงคือ 1). การจำลองลักษณะทางกายภาพ 2). การท่องเที่ยวเชิงพาณิชย์ (ตารางที่ 4.10)

ตารางที่ 4.10 ตารางสรุปมิติด้านความหมายประเด็นด้านคุณค่า

Meaning	ปัจจัยที่ส่งผลต่อ	ตลาดคลองสวน	ตลาดน้ำอโยธยา
Value	ความแท้จริง	- การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ - ศูนย์รวมทางกายภาพของคุณค่าทางวัฒนธรรม	-
	ความไม่แท้จริง	-	- การจำลองลักษณะทางกายภาพ - การท่องเที่ยวเชิงพาณิชย์

สรุปผลมิติความหมาย

จากผลการศึกษาเปรียบเทียบองค์ประกอบของมิติด้านความหมาย ประกอบด้วย 1). งานศิลปะ (Artistic Expression) 2). คุณค่า (Value) ชี้ให้เห็นว่าประเด็นสำคัญที่ทำให้เกิดความรู้สึกแท้จริง มีดังนี้

ประเด็นความแท้จริง

1. อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม
2. งานศิลปะร่วมสมัยกับยุคการก่อสร้างและประวัติศาสตร์ของสถานที่หรือเชื่อมโยงกับประวัติศาสตร์ในอดีต
3. การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์
4. ศูนย์รวมทางกายภาพของคุณค่าทางวัฒนธรรม

ประเด็นความไม่แท้จริง

1. งานศิลปะร่วมสมัยที่ไม่สอดคล้องกับบริบทรอบข้าง
2. การจำลองลักษณะทางกายภาพ
3. การท่องเที่ยวเชิงพาณิชย์

ตารางที่ 4.11 ตารางสรุปมิติด้านความหมาย

Meaning	ปัจจัยที่ส่งผลต่อ	ตลาดคลองสวน	ตลาดน้ำอโยธยา
Artistic Expression	ความแท้จริง	- อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม	- ร่วมสมัยและเชื่อมโยงกับประวัติศาสตร์ในอดีต
	ความไม่แท้จริง	-	- งานศิลปะไม่สอดคล้องกับบริบทรอบข้าง
Value	ความแท้จริง	- การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ - ศูนย์รวมของคุณค่าทางวัฒนธรรมของคนในชุมชน	-
	ความไม่แท้จริง	-	- การจำลองลักษณะทางกายภาพ - การท่องเที่ยวเชิงพาณิชย์

สรุปผลการศึกษา การประเมินความแท้จริงองค์สถาปัตยกรรมของชุมชนตลาดเก่าผ่านมุมมองของนักท่องเที่ยว

ผลการศึกษาแบ่งออกเป็น 4 ประเด็นหลัก คือมิติด้านกายภาพ (Physical) มิติด้านกิจกรรม (Activities) มิติด้านความหมาย (Conceptual Meaning) และประสบการณ์ที่ผู้คนมี (Experience) ดัดแปลงจากออกแบบตามแนวความคิด Place Experience Canter (1997), Nanta (2554) จัดเรียงกลุ่มประเด็นย่อย 8 มิติ แบ่งเป็น 3 หมวดหลัก

1. ด้านกายภาพ (Physical) ประกอบด้วยที่ตั้ง (Setting) การออกแบบ (Design) วัสดุ (Material) ฝีมือและเทคนิคการก่อสร้าง (Crafts and Building Techniques) พบ 10 ปัจจัยที่เป็นประเด็นสำคัญที่ทำให้เกิดความรู้สึกแท้จริง

การมีทัศนวิสัยเปิดออกไปทำให้มองเห็นสภาพแวดล้อมภายนอก ซึ่งมีเอกลักษณ์ทางภูมิศาสตร์ที่สำคัญของพื้นที่ตั้ง ผนวกกับภูมิสถาปัตยกรรมภายในพื้นที่โครงการมีลักษณะภูมิศาสตร์ที่ต่อเนื่องกับสภาพแวดล้อมภายนอก

นอกเหนือจากนี้ยังพบการออกแบบร่วมสมัยกับยุคการก่อสร้างประวัติศาสตร์ของสถานที่ หรือสามารถเชื่อมโยงกับประวัติศาสตร์ของสถานที่โดยรอบ มีลักษณะการออกแบบสอดคล้องกลมกลืนกับบริบทรอบข้าง การใช้วัสดุมีอยู่จริง โทนสี สอดคล้องกับยุคการก่อสร้าง และสามารถเชื่อมโยงกับประวัติศาสตร์ในอดีต ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงลักษณะกายภาพของวัสดุตามเวลา

สะท้อนให้เห็นถึงองค์ความรู้พื้นฐาน เทคนิคการก่อสร้างที่สอดคล้องกับลักษณะภูมิศาสตร์ สามารถเชื่อมโยงการก่อสร้าง กับประวัติศาสตร์ของสถานที่ (ตารางที่ 12)

จากการผลการศึกษายังชี้ให้เห็นถึง 5 ปัจจัย ที่เป็นประเด็นสำคัญที่ทำให้เกิดความรู้สึกไม่แท้จริง คือการที่ลักษณะกายภาพทางภูมิศาสตร์ที่ติดกับตำแหน่งที่ตั้ง ไม่เป็นส่วนหนึ่งของสภาพภูมิศาสตร์ การออกแบบปรับปรุง การออกแบบ การใช้วัสดุ ไม่เชื่อมโยงกับยุคการก่อสร้างและประวัติศาสตร์ในอดีต และยังชี้ให้เห็นถึงฝีมือและเทคนิคการก่อสร้างหรือก่อสร้าง ที่ไม่สอดคล้องกับบริบทรอบข้าง (ตารางที่ 4.12)

2. **ด้านกิจกรรม (Activities)** ประกอบด้วย การใช้งานและการเปลี่ยนแปลงการใช้งานตามระยะเวลา (Use and change in use over time) ผู้ใช้งาน (User) พบ 5 ปัจจัยที่เป็นประเด็นสำคัญที่ทำให้เกิดความรู้สึกแท้จริง

ลักษณะการใช้งานร่วมระหว่างอยู่อาศัยและร้านค้าสินค้า ซึ่งกิจกรรมยังไม่ถูกแปรเปลี่ยนจากอดีต มีลักษณะผู้ใช้งานเป็นเจ้าของพื้นที่ อาศัยและดำรงชีวิตภายในพื้นที่ โดยเจ้าของพื้นที่ ยังเป็นเจ้าของกิจการภายในพื้นที่ และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาสัมผัสวิถีชีวิต

จากการผลการศึกษายังชี้ให้เห็นถึง 5 ปัจจัย ที่เป็นประเด็นสำคัญที่ทำให้เกิดความรู้สึกไม่แท้จริงคือ การสะท้อนให้เห็นถึงลักษณะการใช้งานท่องเที่ยวเชิงพาณิชย์ ซึ่งผู้ใช้งานเป็นเจ้าของกิจการภายในพื้นที่ ที่ไม่ได้อาศัยหรือดำรงชีวิตภายในพื้นที่

3. **ด้านความหมาย (Conceptual Meaning)** ประกอบด้วย งานศิลปะ (Artistic Expression) คุณค่า (Value) พบ 4 ปัจจัย ที่เป็นประเด็นสำคัญที่ทำให้เกิดความรู้สึกแท้จริง

การแสดงอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม งานศิลปะมีความเชื่อมโยงกับยุคการก่อสร้างและประวัติศาสตร์ในอดีต รวมถึงการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และในสถานที่ยังเป็นศูนย์รวมคุณค่าทางวัฒนธรรมของผู้คนในพื้นที่

จากการผลการศึกษายังชี้ให้เห็นถึง 3 ปัจจัยที่เป็นประเด็นสำคัญที่ทำให้เกิดความรู้สึกไม่แท้จริง คืองานศิลปะร่วมสมัยที่ไม่สอดคล้องกับบริบทรอบข้าง ภายในตลาดยังเป็นการจำลองลักษณะทางกายภาพ และการท่องเที่ยวเชิงพาณิชย์

ตารางที่ 4.12 ตารางแสดงการสรุปผลการศึกษามิติกายภาพ มิติกิจกรรม และมิติความหมาย

Physical	ปัจจัยที่ส่งผลต่อ	ตลาดคลองสวน	ตลาดน้ำอโยธยา
Setting	ความแท้จริง	<ul style="list-style-type: none"> - ทัศนวิสัยเปิด - ติดเอกลักษณ์กายภาพทางภูมิศาสตร์ - เป็นส่วนหนึ่งของสภาพภูมิศาสตร์โดยรอบ 	<ul style="list-style-type: none"> - ติดเอกลักษณ์กายภาพทางภูมิศาสตร์
	ความไม่แท้จริง	-	<ul style="list-style-type: none"> - ไม่เป็นส่วนหนึ่งของสภาพภูมิศาสตร์โดยรอบ
Design	ความแท้จริง	<ul style="list-style-type: none"> - การออกแบบร่วมสมัยกับยุคการก่อสร้าง และประวัติศาสตร์ของสถานที่ - ลักษณะการออกแบบสอดคล้องกลมกลืนกับบริบทรอบข้าง 	<ul style="list-style-type: none"> - การออกแบบร่วมสมัยกับยุคในอดีต สามารถเชื่อมโยงกับประวัติศาสตร์ของสถานที่โดยรอบ
	ความไม่แท้จริง	<ul style="list-style-type: none"> - การออกแบบปรับปรุงที่ไม่สอดคล้องกับบริบทรอบข้าง 	<ul style="list-style-type: none"> - การออกแบบที่ไม่สอดคล้องกับบริบทรอบข้าง - การออกแบบร่วมสมัยกับยุคปัจจุบัน ไม่ร่วมสมัยกับประวัติศาสตร์
Material	ความแท้จริง	<ul style="list-style-type: none"> - วัสดุที่มีอยู่จริงร่วมสมัยกับยุคการก่อสร้างประวัติศาสตร์ของสถานที่ - โทนสีสอดคล้องประวัติศาสตร์ของสถานที่ - การเปลี่ยนแปลงลักษณะกายภาพของวัสดุตามกาลเวลา 	<ul style="list-style-type: none"> - การใช้วัสดุที่ใช้ร่วมสมัยและเชื่อมโยงกับประวัติศาสตร์ในอดีต
	ความไม่แท้จริง	<ul style="list-style-type: none"> - การใช้วัสดุร่วมสมัยที่ไม่สอดคล้องกับบริบทรอบข้าง 	<ul style="list-style-type: none"> - การใช้วัสดุร่วมสมัยที่ไม่เชื่อมโยงกับยุคการก่อสร้างและประวัติศาสตร์ในอดีต - การใช้วัสดุร่วมสมัยที่ไม่สอดคล้องกับบริบทรอบข้าง

ตารางที่ 4.13 (ต่อ)

Activities	ปัจจัยที่ส่งผลต่อ	ตลาดคลองสวน	ตลาดน้ำอโยธยา
Use and change in use over time	ความแท้จริง	- ลักษณะการใช้งานร่วมระหว่าง อยู่อาศัยและร้านค้าสินค้า - ลักษณะกิจกรรมร่วมสมัยและยังไม่ถูกแปรเปลี่ยนตามกาลเวลา	-
	ความไม่แท้จริง	-	- ลักษณะการใช้งานท่องเที่ยวเชิงพาณิชย์
User	ความแท้จริง	- ผู้ใช้งานเป็นเจ้าของพื้นที่ อาศัยและดำรงชีวิตภายในพื้นที่ - เจ้าของพื้นที่ เป็นเจ้าของกิจการ - กลุ่มนักท่องเที่ยววัฒนธรรม	- กลุ่มท่องเที่ยว
	ความไม่แท้จริง	-	- ผู้ใช้งานเป็นเจ้าของกิจการภายในพื้นที่ ที่ไม่ได้อาศัยหรือดำรงชีวิตภายในพื้นที่
Meaning	ปัจจัยที่ส่งผลต่อ	ตลาดคลองสวน	ตลาดน้ำอโยธยา
Artistic Expression	ความแท้จริง	- อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม	- ร่วมสมัยและเชื่อมโยงกับประวัติศาสตร์ในอดีต
	ความไม่แท้จริง	-	- งานศิลปะไม่สอดคล้องกับบริบทรอบข้าง
Value	ความแท้จริง	- การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ - ศูนย์รวมของคุณค่าทางวัฒนธรรมของคนในชุมชน	-
	ความไม่แท้จริง	-	- การจำลองลักษณะทางกายภาพ - การท่องเที่ยวเชิงพาณิชย์

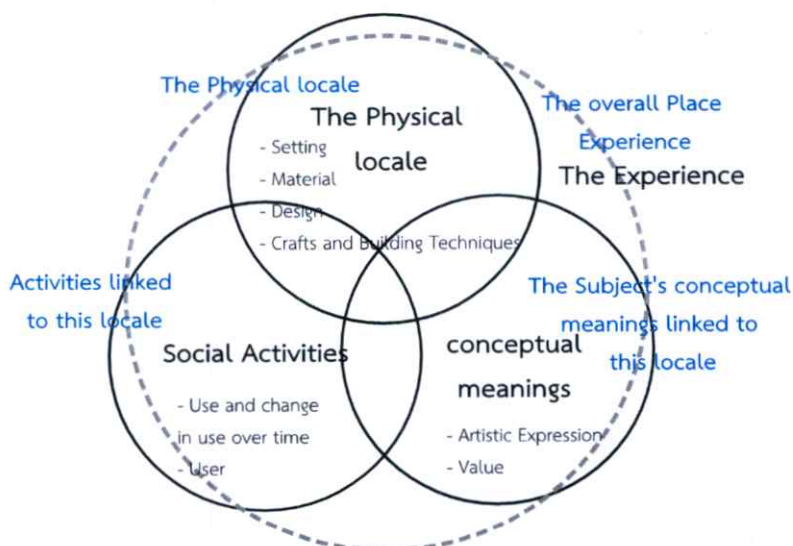
บทที่ 5

สรุปและอภิปรายผล

บทนี้ประกอบด้วย สรุปและอภิปรายผลการศึกษา การประเมินความแท้จริงขององค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมชุมชนตลาดเก่าริมน้ำผ่านมุมมองนักท่องเที่ยว โดยศึกษาเปรียบเทียบระหว่างตลาดน้ำคลองสวน (ตลาดเก่าดั้งเดิม) และตลาดน้ำไธยา (ตลาดสร้างใหม่เลียนแบบตลาดเก่า) ข้อจำกัดในงานวิจัย ข้อพิจารณาเพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในการออกแบบ และข้อเสนอแนะในการศึกษาต่อไป

5.1. สรุปผลการศึกษา

ปัจจัยที่ส่งผลกับการประเมินความแท้จริงของชุมชนตลาดริมน้ำที่เป็นกรณีศึกษาทั้ง 2 แห่งตามกรอบแนวคิดที่ดัดแปลงจาก Dimension of Authenticity (UNESCO's Hoi an Protocols, 2009) และ Place Experience Canter (1997) ซึ่งถูกจัดกลุ่มออกเป็น 3 ประเด็นหลัก คือมิติด้านกายภาพ (Physical) มิติด้านกิจกรรม (Activities) และมิติด้านความหมาย (Conceptual Meaning) ซึ่งประกอบกันเป็น ประสบการณ์ที่ผู้คนมี (Experience) ถึงความแท้จริงของชุมชนดังกล่าว



แผนภูมิภาพที่ 5.1 กรอบแนวคิดปรับตามผลการศึกษา Experience of Authenticity

ผลการศึกษาแบ่งออกเป็น 4 ประเด็นหลัก คือมิติด้านกายภาพ (Physical) มิติด้านกิจกรรม (Activities) มิติด้านความหมาย (Conceptual Meaning) และประสบการณ์ที่ผู้คนมี (Experience) ดัดแปลงจากออกแบบตามแนวความคิด Place Experience Canter (1997), Nanta (2554) จัดเรียงกลุ่มประเด็นย่อย 8 มิติ แบ่งเป็น 3 หมวดหลักดังนี้

1). **ด้านกายภาพ (Physical)** ประกอบด้วยที่ตั้ง (Setting) การออกแบบ (Design) วัสดุ (Material) ฝีมือและเทคนิคการก่อสร้าง (Crafts and Building Techniques) ซึ่งประกอบด้วย 10 ปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกว่าคุณชนตลาดริมน้ำมีความเป็นธรรมชาติ และมีวัฒนธรรมในรูปแบบดั้งเดิมที่ถูกสืบทอดกันมาแต่อดีต หรือมีความแท้จริง

ลักษณะของอาคาร หรือกลุ่มอาคารที่มีทัศนวิสัยเปิดออกไปช่วยให้มองเห็นสภาพแวดล้อมภายนอก ซึ่งมีเอกลักษณ์ทางภูมิศาสตร์ที่สำคัญของพื้นที่ที่ตั้ง ผนวกกับภูมิสถาปัตยกรรมภายในพื้นที่ โครงการที่มีลักษณะภูมิศาสตร์ที่ต่อเนื่องกับสภาพแวดล้อมภายนอกถือเป็นส่วนสำคัญที่ช่วยให้ตลาดริมน้ำมีความเป็นส่วนหนึ่งของบริบททางกายภาพโดยรอบ นอกจากนี้การออกแบบองค์ประกอบสถาปัตยกรรม ทั้งเทคนิคการก่อสร้าง การเลือกใช้หรือคงอยู่ของวัสดุ สีสนั ที่มีความร่วมสมัยและสอดคล้องกลมกลืนกับยุคการก่อสร้างประวัติศาสตร์ของสถานที่ ทำให้ผู้คนสามารถเชื่อมโยงตัวตลาดกับประวัติศาสตร์และบริบททางสังคมของสถานที่โดยรอบ รวมไปถึงลักษณะการเปลี่ยนแปลงทางกายภาพของวัสดุตามเวลา ก็เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการรับรู้ความแท้จริงด้านบวก

2). **ด้านกิจกรรม (Activities)** ประกอบด้วย การใช้งานและการเปลี่ยนแปลงการใช้งานตามระยะเวลา (Use and change in use over time) ผู้ใช้งาน (User) พบ 5 ปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดความรู้สึกแท้จริง ได้แก่ การใช้งานร่วมระหว่างอยู่อาศัยและร้านค้าสินค้า ผู้ใช้งานเป็นเจ้าของพื้นที่ ดำรงชีวิตและประกอบกิจกรรมในชุมชนดังที่เคยเป็นมาในอดีต

3). **ด้านความหมาย (Conceptual Meaning)** ประกอบด้วย งานศิลปะ (Artistic Expression) คุณค่า (Value) พบ 4 ปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดความรู้สึกแท้จริง ได้แก่ การแสดงอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมและคุณค่าทางวัฒนธรรมของชุมชน มีงานศิลปะร่วมสมัยกับยุคการก่อสร้าง และประวัติศาสตร์ของสถานที่หรือเชื่อมโยงกับประวัติศาสตร์ในอดีต ควรค่าแก่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าปัจจัยต่าง ๆ ที่ประกอบกันเป็นมิติด้านกายภาพ กิจกรรม และความหมาย ตามแนวคิด Place model มีผลต่อประสบการณ์การประเมินความแท้จริงองค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมของชุมชนตลาดเก่า โดยจะเห็นว่าพลวัตของมิติทั้งสามส่งผลต่อความสามารถของนักท่องเที่ยวในการแยกความแตกต่างระหว่าง ตลาดดั้งเดิม ออกจากตลาดใหม่ที่สร้างเลียนแบบของเก่า หาใช่ความสามารถในการแยกความแตกต่างส่งผลต่อการประเมินความแท้จริงดังที่ผู้วิจัยตั้งประเด็นคำถามในตอนเริ่มต้นการศึกษานี้

5.2. การอภิปรายผล

ปัจจัยหลักในการวิจัยนี้ถูกประยุกต์มาจาก Hoi an Protocols (2009) ซึ่งเป็นเอกสารของ UNESCO ที่พัฒนาต่อยอดจาก The Nara Document on Authenticity (1994) ในการให้แนวทางและข้อพิจารณาการประเมินคุณค่า ความแท้จริงของมรดกทางวัฒนธรรมในระดับโลกและท้องถิ่น อย่างไรก็ตามเอกสารทั้งสองฉบับ มิได้ขยายความและให้รายละเอียดเกี่ยวกับประเด็นที่ใช้ในการประเมิน การศึกษานี้เป็นการขยายองค์ความรู้ ในการประเมินความแท้จริงของนักท่องเที่ยวเชิงโยทยาอดีต ที่มีผลต่อชุมชนตลาดเก่าริมน้ำถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทางวัฒนธรรม โดยมีรายละเอียดดังนี้

ที่ตั้ง (Setting): Hoi an Protocols (2009) กล่าวถึงความสำคัญของที่ตั้ง ที่เป็นมรดกทางวัฒนธรรมแต่เพียงว่า *ที่ตั้งนั้นหมายถึงสภาพแวดล้อมกายภาพตามธรรมชาติและสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น สิ่งที่มาติดตั้งประกอบเพิ่มเติม และกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง (This includes natural and built aspects, fixtures and associated activities)* ในการศึกษาพบลักษณะเฉพาะของสภาพแวดล้อมกายภาพที่ส่งผลต่อการประเมินความแท้จริงในทางบวกของนักท่องเที่ยวว่า 1) ลักษณะปิดล้อมของที่ตั้ง ที่เปิดทัศนวิสัยให้สามารถมองออกไปยังสภาพแวดล้อมภายนอก 2) ที่ตั้งอยู่ติดกับเอกลักษณ์ทางภูมิศาสตร์ที่สำคัญของพื้นที่โครงการ และ 3) ภูมิสถาปัตยกรรมภายในที่ตั้งโครงการมีความเชื่อมโยง กับสภาพภูมิศาสตร์โดยรอบ

การออกแบบ (Design) ตามเอกสาร Nara Document on Authenticity (1994) และ Hoi an Protocols (2009) ให้เพียงแต่หัวข้อที่ต้องพิจารณาต่อการประเมินความแท้จริง ซึ่งในงานวิจัยนี้พบว่า 1) การออกแบบสถาปัตยกรรมและองค์ประกอบในโครงการนั้น ควรเชื่อมโยงกับประวัติศาสตร์ ยุคการก่อสร้างของสถานที่โดยรอบ 3) ลักษณะการออกแบบควรจะสอดคล้องกลมกลืนกับบริบทรอบข้าง

วัสดุ (Material) ตามคำอธิบาย Hoi an Protocols (2009) กล่าวว่า อายุหรือกาลเวลา แสดงให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงของพื้นผิว องค์ประกอบของตัวสิ่งปลูกสร้างหรือวัตถุ ซึ่งรวมถึงวัสดุ ทางกายภาพของสถานที่นั้น ๆ ส่วนประกอบ เนื้อหาและวัตถุ (Patina: *The sense of age or passage of time as reflected in the layers of visible change to fabric of a building or object. Fabric: "All the physical material of the place including components, fixtures, contents and objects*) สอดคล้องกับข้อค้นพบในงานวิจัยคือ 1) วัสดุที่ใช้มีอยู่จริงในยุคการ ก่อสร้าง 2) ตัววัสดุ การให้โทนสี เชื่อมโยงกับประวัติศาสตร์ในอดีต และ 3) การเปลี่ยนแปลงลักษณะ กายภาพของวัสดุตามเวลา

ฝีมือและเทคนิคการก่อสร้าง (Crafts and Building Techniques) แม้ไม่ถูกกล่าวถึงใน เอกสาร The Nara Document on Authenticity (1994) และ Hoi an Protocols (2009) งานวิจัย พบว่า 1) มีการใช้องค์ความรู้พื้นบ้านในยุคการก่อสร้าง และ 2) เทคนิคการก่อสร้างที่คำนึงถึงลักษณะ ภูมิศาสตร์ของสถานที่

การใช้งานและการเปลี่ยนแปลงการใช้งานตามระยะเวลา (Use and change in use over time) The Nara Document on Authenticity (1994) และ Hoi an Protocols (2009) กล่าวถึง รูปแบบการใช้งานของสถานที่ เช่นเดียวกิจกรรมและการปฏิบัติที่อาจเกิดขึ้นในสถานที่นั้น ๆ รวมถึงการเปลี่ยนแปลงการใช้งานตามระยะเวลา (*The functions of a place, as well as the activities and practices that may occur at the place*) สอดคล้องกับข้อค้นพบ ลักษณะการ ใช้งานร่วมระหว่างอยู่อาศัยและร้านค้าสินค้า และประกอบกิจกรรมในชุมชนดังที่เคยเป็นมาในอดีต

ผู้ใช้งาน (User) ในการศึกษาพบลักษณะผู้ใช้งานที่ส่งผลต่อการประเมินความแท้จริงใน ทางบวกว่า ผู้ใช้งานเป็นเจ้าของพื้นที่ และดำรงชีวิตภายในพื้นที่ เป็นประเด็นสำคัญที่ทำให้เห็นวิถีชีวิต ซึ่งไม่ถูกให้รายละเอียดในเอกสาร The Nara Document on Authenticity (1994) และ Hoi an Protocols (2009)

งานศิลปะ (Artistic Expression) ตาม Hoi an Protocols (2009) กล่าวถึงความสำคัญของ งานศิลปะคือ การแสดงออกทางศิลปะ ค่านิยมวิญญูณ ผลกระทบทางอารมณ์ บริบททางศาสนา การเชื่อมโยงทางประวัติศาสตร์เสียงกลิ่นและรสนิยมและกระบวนการสร้างสรรค์ (*artistic expression, values, spirit, emotional impact, religious context, historical associations, sounds, smells and tastes and creative process*) ในการศึกษาพบ การผสมผสานอัตลักษณ์ ทางวัฒนธรรม และงานศิลปะ เชื่อมโยงกับประวัติศาสตร์ของสถานที่ในอดีต

คุณค่า (Value) ในการศึกษาที่พบ คุณค่าทางวัฒนธรรมของชุมชน ควรค่าแก่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ สอดคล้องกับแนวคิดตาม The Nara Document on Authenticity (1994) และ Hoi an Protocols (2009) ที่กล่าวว่า *มรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้: แหล่งข้อมูลทั้งหมดที่มีศูนย์รวมทางกายภาพของคุณค่าทางวัฒนธรรมเช่นเมืองประวัติศาสตร์อาคารสถานที่ทางโบราณคดี ทัศนียภาพทางวัฒนธรรมและวัตถุ (Tangible cultural heritage: All resources that have some physical embodiment of cultural values such as historic towns, buildings, archaeological sites, cultural landscapes and objects)*

แม้ว่าการศึกษานี้จะมุ่งเน้นถึงการประเมินความแท้จริงองค์ประกอบสถาปัตยกรรมของชุมชนตลาดเก่าในมิติ ด้านกายภาพ (Physical) ด้านกิจกรรม (Activities) ด้านความหมาย (Conceptual Meaning) รวมเป็นประสบการณ์ที่ผู้คนมีต่อความแท้จริง (Experience of Authenticity) แต่ว่าการศึกษานี้ยังพบการประเมินความแท้จริงในทางลบ ซึ่งจะเป็นประเด็นคู่ตรงข้ามกับการประเมินความแท้จริงในด้านบวก เช่น ลักษณะภูมิศาสตร์ที่ไม่ต่อเนื่องกับสภาพแวดล้อมภายนอก การเลือกใช้วัสดุ โทนสี รวมถึงเทคนิคการก่อสร้าง ที่ทำให้ผู้คนไม่สามารถเชื่อมโยงตัวตลาดกับประวัติศาสตร์ และบริบททางสังคมของสถานที่โดยรอบ ภายในโครงการไม่เห็นถึงวิถีชีวิต รวมถึงลักษณะท่องเที่ยวเชิงพาณิชย์ อาจไม่ถูกกล่าวถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการประเมินความแท้จริงในทางลบ ในเอกสาร The Nara Document on Authenticity (1994) และ Hoi an Protocols (2009)

5.3. การนำไปใช้

งานวิจัยชิ้นนี้สามารถนำเสนอวิธีการในการออกแบบ เช่น การพัฒนาที่ยั่งยืนบนพื้นฐานเดิม การออกแบบต่อผู้ที่สนใจสร้างชุมชนตลาดเก่า ตลาดย้อนยุค และลักษณะองค์ประกอบสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ที่ช่วยให้นักท่องเที่ยวและบุคคลทั่วไปเกิดประสบการณ์ความประทับใจ ด้านบวกต่อสถานที่

ลักษณะของอาคาร หรือกลุ่มอาคารควรมีทัศนวิสัยเปิดออกไปช่วยให้มองเห็นสภาพแวดล้อมภายนอก ซึ่งมีเอกลักษณ์ทางภูมิศาสตร์ที่สำคัญของพื้นที่ตั้ง

ภูมิสถาปัตยกรรมภายในพื้นที่โครงการควรมีลักษณะภูมิศาสตร์ที่ต่อเนื่องกับสภาพแวดล้อมภายนอก

การออกแบบองค์ประกอบสถาปัตยกรรม ทั้งเทคนิคการก่อสร้าง การเลือกใช้หรือคงอยู่ของวัสดุ สี สัน ควรมีความร่วมสมัยและสอดคล้องกลมกลืนกับยุคการก่อสร้าง ประวัติศาสตร์ของสถานที่ อาจมีการปล่อยให้เห็นลักษณะการเปลี่ยนแปลงทางกายภาพของวัสดุตามเวลา

อย่างไรก็ตามการออกแบบเพียงลำพัง อาจไม่ทำให้เกิดประสบการณ์ถึงเนื้อแท้ ธรรมชาติดั้งเดิม ตลอดจนวัฒนธรรมที่ถูกสืบทอดกันมา แต่ควรมีการรักษาวิถีชีวิตและกิจกรรมดั้งเดิม เช่น การให้มีสมาชิกชุมชนดั้งเดิมอาศัยอยู่ภายในตลาด และดำเนินชีวิตดังที่เคยเป็น เพื่อให้ตลาดยังคงมีคุณค่าในฐานะที่เป็นพื้นที่ส่วนกลาง ศูนย์รวมในการดำรงชีพของชุมชน

5.3. ข้อจำกัดในงานวิจัย

ด้านเครื่องมือพบว่า แผนที่จากการรับรู้ (Perception Mapping) แม้จะเป็นวิธีการที่สามารถวางใจในแง่ของข้อเท็จจริงได้ แต่การอ่านแผนที่ก็อาจจะยากต่อการทำความเข้าใจของผู้ให้ข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้เป็นการเลือกตัวอย่างผู้ให้ข้อมูล โดยใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างผ่านเกณฑ์การประเมินโดยผู้วิจัย เนื่องจากมีระยะเวลาจำกัด และจากการศึกษานำร่องในประเด็นตรวจสอบเครื่องมือพบว่า การขอรูปภาพจากผู้นักท่องเที่ยวในพื้นที่วิจัย ณ สถานการณ์นั้น อาจดูเหมือนเป็นการคุกคามซึ่งอาจนำไปสู่การถูกปฏิเสธความร่วมมือในการทำวิจัยได้

การศึกษาครั้งนี้เลือกเก็บข้อมูลในวัน เสาร์-อาทิตย์ และช่วงเวลาเดียวกันของทุก ๆ ครั้งในการเก็บข้อมูล กับทั้ง 2 พื้นที่วิจัย แม้ว่าผลในการศึกษาจะมีประสิทธิภาพ แต่อาจไม่ได้ทำการศึกษาในช่วงวันเวลาปกติ เช่น จันทร์-ศุกร์ ด้วยระยะเวลาจำกัดในการทำการศึกษา

5.4. ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารุ่นต่อไป

การศึกษาครั้งนี้ข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ผ่านเครื่องมือทั้ง 4 เครื่องมือประกอบด้วย แผนที่จากการรับรู้ (Perception Mapping) การขอภาพถ่ายจากผู้ให้ข้อมูล (Photo Elicitation) การสัมภาษณ์ (Interview) และการสังเกตการณ์ (Observation) ซึ่งยังมีเทคนิคการเก็บข้อมูลอีกหลายวิธีที่น่าจะนำมาศึกษาความเหมาะสม เช่น แผนที่พฤติกรรม (Behavior Mapping) หรือ การแบ่งกลุ่มภาพ (Multiple Sorting Task) ในการศึกษาครั้งต่อไป

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเปรียบเทียบ ตลาดเก่าแบบดั้งเดิมและ ตลาดที่สร้างขึ้นใหม่ ด้วยจำลององค์ประกอบสภาพแวดล้อมและพื้นที่ทางกายภาพในลักษณะย้อนยุคเป็นหลัก ยังมีอีกหนึ่งองค์ประกอบในการศึกษาคือ ตลาดเก่าแบบดั้งเดิมที่มีการพัฒนาหรือปรับปรุง นอกจากนี้พื้นที่วิจัยอื่น ๆ ในสภาพแวดล้อมทางกายภาพคล้ายคลึง กับพื้นที่การศึกษาในครั้งนี้

การเลือกตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลนอกเหนือจาก กลุ่มนักท่องเที่ยวในการศึกษาครั้งนี้ยัง ยังมีกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ เช่น นักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ นักท่องเที่ยวต่างชาติ และนักท่องเที่ยวประเภทอื่น ๆ ที่มีความน่าสนใจเลือกเป็นตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลในการทำการศึกษา

บรรณานุกรม

- เกรียงไกร วัฒนาสวัสดิ์. (2555) “ความแท้แท้จริงในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต: กรณีศึกษาชุมชนตลาดสามชุกร้อยปี จังหวัดสุพรรณบุรี” วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิตสาขาวิชาการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยศิลปากร
- คณิตา ซองศิริ. (2553) การวิเคราะห์กระบวนการสร้างความหมายเรื่อง การโหยหาอดีตในรายการ ปกป้องทางโทรศัพท์สุด ตลาดสดสนามเป้า มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ดร. สันต์ สุวัจนราภินันท์ และ ดร. อภิญญา เฟื่องฟูสกุล. (2556) ปรากฏการณ์วิทยา: ทบทวนการใช้ “รากเหง้าและอัตลักษณ์” ในวาทกรรมของสถาปัตยกรรมไทยร่วมสมัย
- พัฒนา กิติอาษา. (2546) “มานุษยวิทยากับการศึกษาปรากฏการณ์โหยหาอดีตในสังคมไทยร่วมสมัย” กรุงเทพฯ ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร(องค์การมหาชน) มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- วิมลสิทธิ์ ทรายางกูร, บุษกร เสฐฐวรกิจ และศิวาพร กลิ่นมาลัย. (2554) จิตวิทยาสภาพแวดล้อม มูลฐานการสร้างสรรค้และจัดการสภาพแวดล้อมน่ายู่อาศัย. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- Boym, Svetlana. (2001) *The future of nostalgia*. New York: Basic Book
- Canter, D., Brown, J., & Groat, L. (1996). *A multiple sorting procedure for studying conceptual systems. Psychology in Action*. Dartmouth Benchmark Series. Dartmouth Publishing Company, Hantshire, UK, 71-106.
- Cohen, E. (2007) "'Authenticity" in *Tourism Studies: Apreś la Lutte*, *Tourism Recreation Research*, 32(2):75-82.
- David, Fred (1997). *Yearning for yesterday: A sociology of nostalgia*. New York: The Free Press.
- Deepak Chhabra. (2003) *STAGED AUTHENTICITY AND HERITAGE TOURISM*, *Annals of Tourism Research*, Vol. 30, No. 3, pp. 702–719: California State University-Sacramento, USA

- Engelhardt, R. A., & Rogers, P. R. (2009). **Hoi An Protocols for best conservation practice in Asia: Professional guidelines for assuring and preserving the authenticity of heritage sites in the context of the cultures of Asia.**
- Fraenkel, Jack R., Norman E. Wallen, and Helen H. Hyun. **How to design and evaluate research in education.** Vol. 7. New York: McGraw-Hill, 1993.
- Golomb, Jacob. (1995), **In Search of Authentic.** From Kiekegaard to Camus. London: Routledge
- Groat, L., & Wang, D. (2002). **Architectural research methods.** New York.
- Guba, E. G. (1981). **Criteria for assessing the trustworthiness of naturalistic inquiries.** Educational Technology research and development, 29(2), 75-91.
- Guba, E. G., & Lincoln, Y. S. (1994). **Competing paradigms in qualitative research.** Handbook of qualitative research, 2(163-194), 105.
- Harper, D. (2002). **Talking about pictures: A case for photo elicitation.** Visual studies, 17(1), 13-26.
- Huybrechts, L., Coenen, T., Laureyssens, T., & Machils, P. (2009, January). **Living Spaces: A Participatory Design Process Model Drawing on the Use of Boundary Objects.** In International Reports on Socio-Informatics (IRSI) (Vol. 6, No. 2, pp. 6-21). Internationales Institut für Sozio-Informatik.
- Huybrechts, L., Dreessen, K., & Schepers, S. (2012, August). **Mapping design practices: on risk, hybridity and participation.** In Proceedings of the 12th Participatory Design Conference: Exploratory Papers, Workshop Descriptions, Industry Cases- Volume 2 (pp. 29-32). ACM.
- ICOMOS (International Council on Monuments and Sites). (1964). **International charter for the conservation and restoration of monuments and sites (Venice Charter).** Accessed (March 11, 2012) Available from http://www.international.icomos.org /charters/venice_e.pdf.

- ICOMOS, (1994), **The Nara Document on Authenticity**. Cultural diversity and heritage diversity, 46-48. www.icomos.org/charters/nara-e.pdf.
- Jameson, Fredric. (1991) "**Postmodernism, Or the Cultural Logic of Late Capitalism**". Durham :Duke University.
- Kim, J. (2001). Sense of community in neotraditional and conventional suburban developments: **A comparative case study of Kentlands and Orchard Village** (Doctoral dissertation).
- Judith T.M. Gulikers. (2007) **The effect of practical experience on perceptions of assessment**: University of the Netherlands
- Jumsai Na Ayudhya, T. (2015). **Architectural experience in the everyday context** (Doctoral dissertation, Queensland University of Technology).
- Kemmerling, Garth. (2001). **A dictionary of philosophical terms and names**. Accessed December 10,2010. Available from <http://www.philosophypages.com/dy/a9.html>
- Kwanda, Timoticin. (2008). **Interpretation of cultural heritage: The living authenticity and the sense of place.**” In Proceedings of international Symposium 2007 on “Interpretation from Monument to Living Heritage” and 2Nd ICOMOS Thailand General Assembly November 1-3 ,2007, Bangkok, 2-13. Edited by Rasami Rattanachaiyanon. Bangkok: ICOMOS Thailand.
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). **Naturalistic inquiry** (Vol. 75). Sage.
- Lusk, A. C. (2002). **Guidelines for greenways: Determining the distance to, features of, and human needs met by destinations on multi-use corridors** (Doctoral dissertation).
- MacCannell,Dean. (1973). “ **Staged authenticity. arrangements of social space in tourist settings.**” *The American Journal of Sociology* 79,3 (November):589-603.

- MacCannell,Dean. (1999). **The Tourist: A new theory of the leisure class**. Los Angeles: University of California Press.
- Nanta, P. (2009). **Social Change and the Thai House: A Study of Transformation in the Traditional Dwelling of Central Thailand**.
- Niskasaari,kari. (2008). “ **Towards a socio-culturally sustainable definition of authenticity;Re-thinking the spirit of place.**” Paper presented at the 16th ICOMOS General Assembly and International Symposium: ' Finding the spirit of place – between the tangible and the intangible: Quebec, Canada,29 September-4 October.
- Scott, M. J., & Canter, D. V. (1997). **Picture or place? A multiple sorting study of landscape**. *Journal of environmental psychology*, 17(4), 263-281.
- Theobald,William F. (1998). **Global tourism**. 2nd ed. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Thomson,Guy M. (2005). “ **The way of authenticity and the quest for personal integrity.**” *European Journal of Psychotherapy. Counseling and Health* 7,3:143-157.
- WANG, N. (1999). **Rethinking Authenticity in Tourism Experience**. *Annals of Tourism Research* 26: 349–370
- Zeisel, J. (2006). **Inquiry by design**. *Environment/behavior/neuroscience in architecture, interiors, landscape, and planning*.

ภาคผนวก ก

แผนที่การรับรู้

วันที่ทำการทดลอง วันอาทิตย์ที่ 20 สิงหาคม 2560

เวลาเริ่มทำการทดลอง 10.00 น. เวลาจบทำการทดลอง 15.00 น. รวมระยะเวลาทั้งหมด 5 ชั่วโมง

สถานที่ตั้ง ตลาดน้ำอโยธยา ตั้งอยู่ที่ 65/12 หมู่ 7 ตำบลไผ่ลิง อำเภอพระนครศรีอยุธยา

จำนวนผู้ทำการทดลอง 7 คน หญิง 6 คน ชาย 1 คน







ครั้งที่ 2

วันที่ทำการทดลอง วันอาทิตย์ที่ 10 กันยายน 2560

เวลาเริ่มทำการทดลอง 10.00 น. เวลาจบทำการทดลอง 15.00 น. รวมระยะเวลาทั้งหมด 5 ชั่วโมง

สถานที่ตั้ง ตลาดน้ำอโยธยา ตั้งอยู่ที่ 65/12 หมู่ 7 ตำบลไผ่ลิง อำเภอพระนครศรีอยุธยา

จำนวนผู้ทำการทดลอง 3 คน หญิง 3 คน



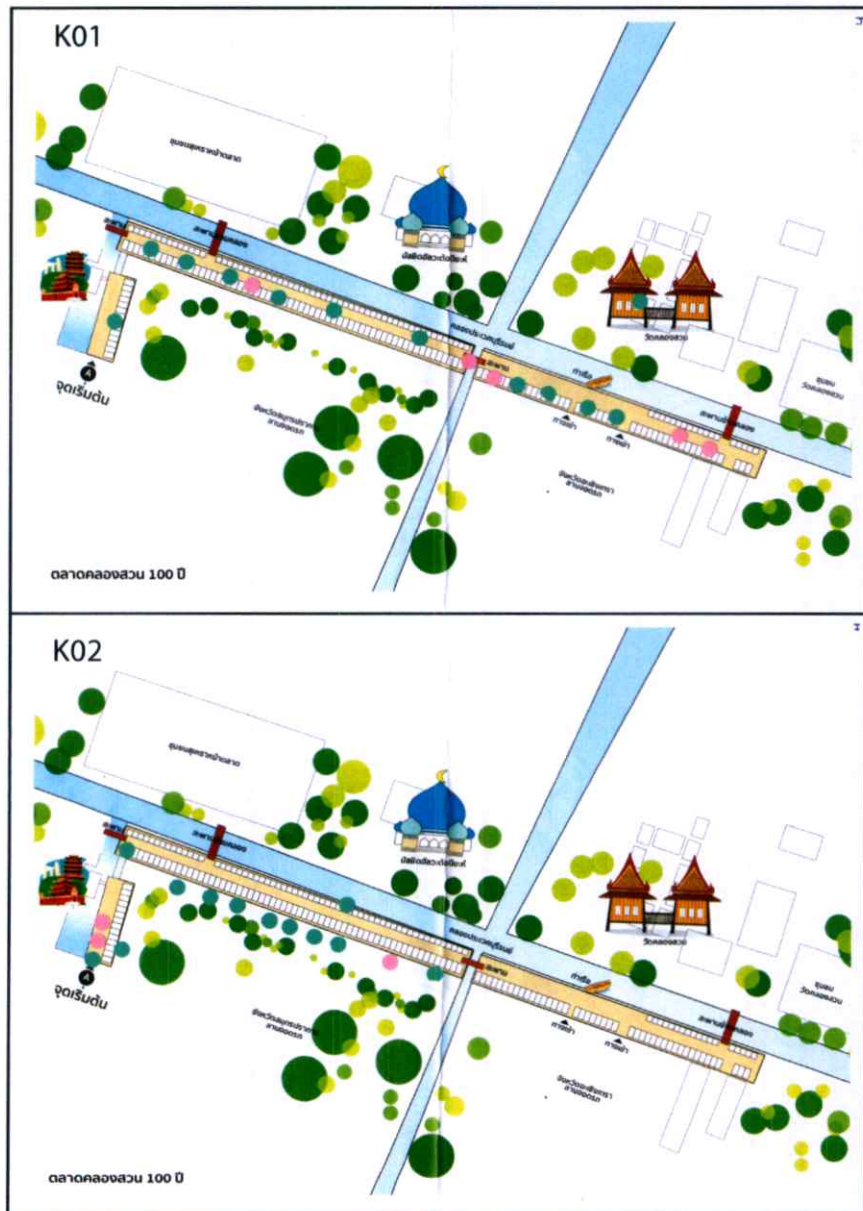
ภาพการซ้อนทับของแผนที่การรับรู้จากผู้ให้ข้อมูล ตลาดน้ำอโยธยา

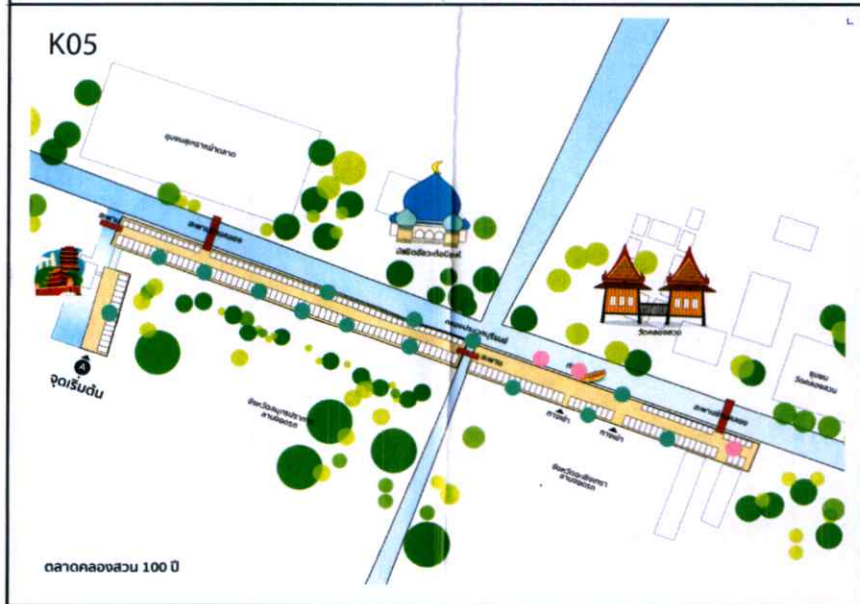
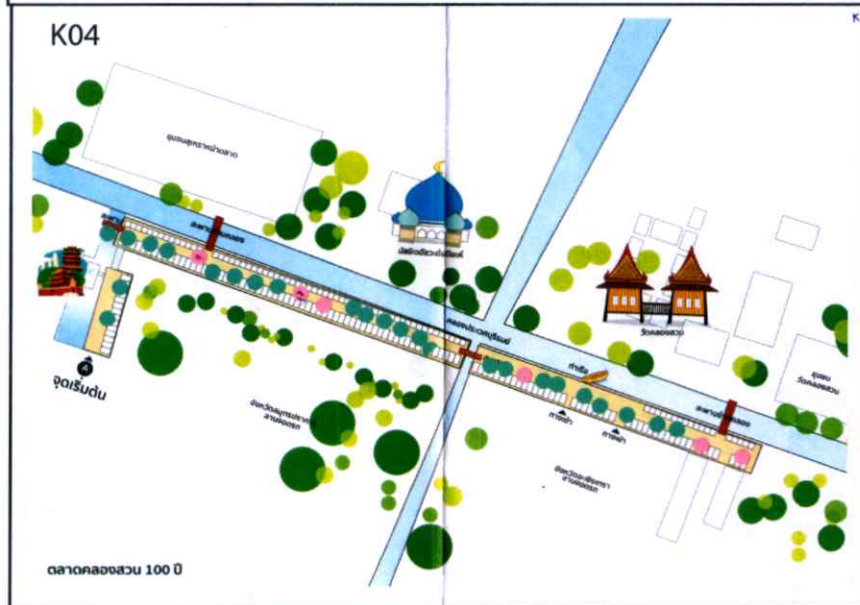
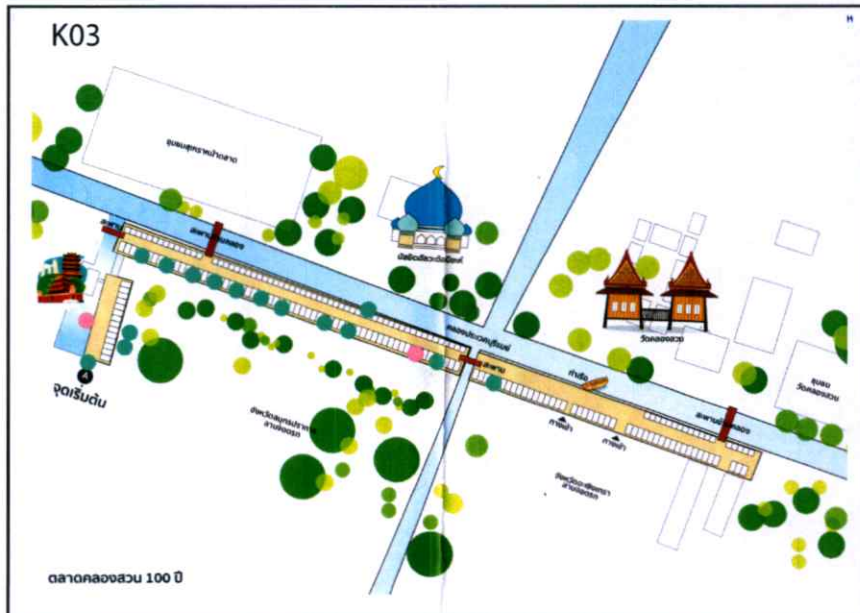
วันที่ทำการทดลอง วันอาทิตย์ที่ 27 สิงหาคม 2560

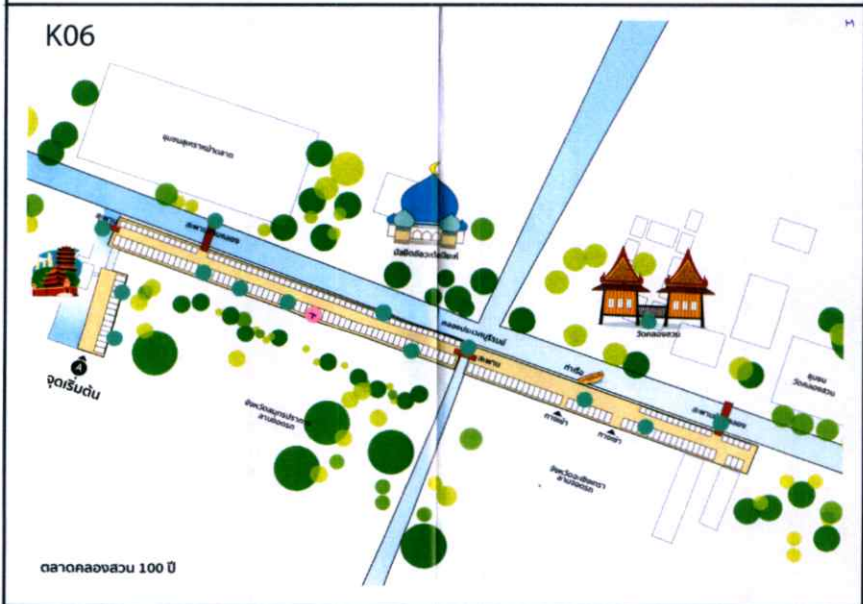
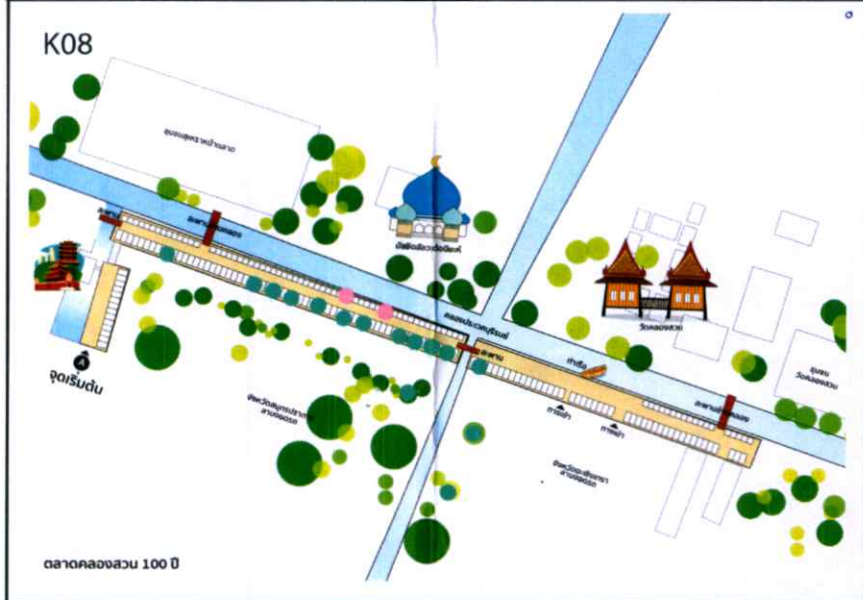
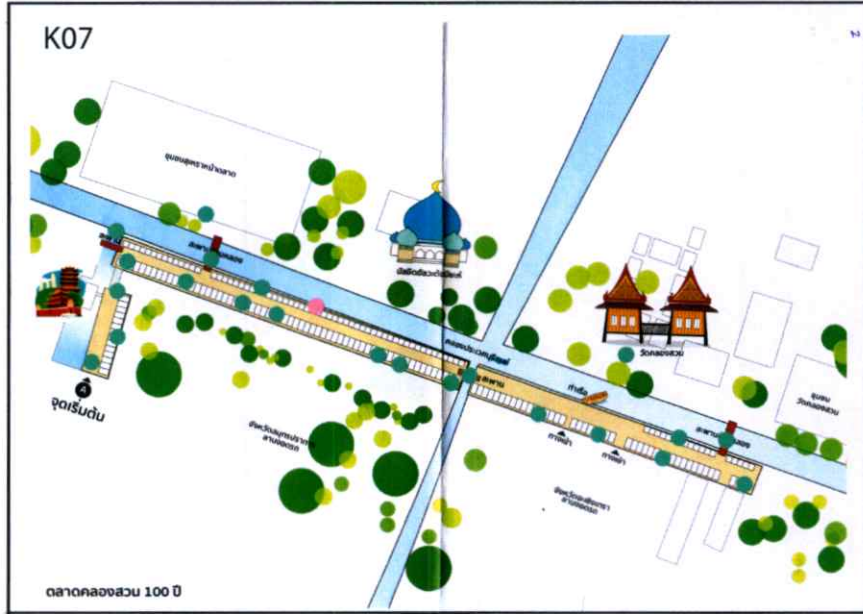
เวลาเริ่มทำการทดลอง 10.00 น. เวลาจบทำการทดลอง 15.00 น. รวมระยะเวลาทั้งหมด 5 ชั่วโมง

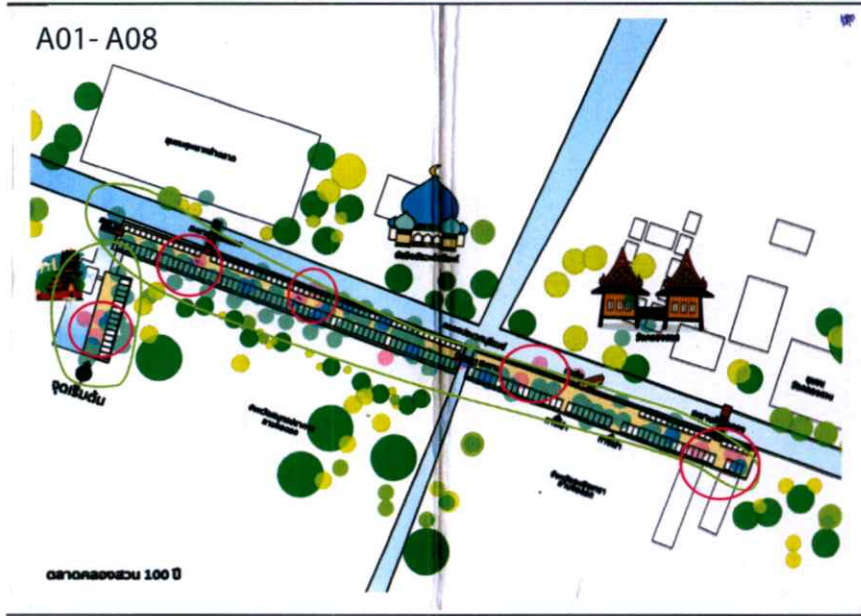
สถานที่ตั้ง ตลาดคลองสวน ตั้งอยู่ริมคลองประเวศน์บุรีรัมย์ ในพื้นที่ 2 จังหวัดคือ ตำบลเทพราช อำเภอบ้านโพธิ์ จังหวัดฉะเชิงเทรา

จำนวนผู้ทำการทดลอง 8 คน หญิง 6 คน ชาย 2 คน









ภาพการซ้อนทับของแผนที่การรับรู้จากผู้ให้ข้อมูล ตลาดคลองสวน

ภาคผนวก ข

ภาพถ่ายจากผู้ให้ข้อมูล

รหัสสีแทนค่าประเด็นการประเมินความแท้จริง

■ ที่ตั้ง (Setting)
 ■ การออกแบบ (Design)
 ■ วัสดุ (Material)
 ■ ฝีมือและเทคนิคการก่อสร้าง (Crafts and Building Techniques)
 ■ การใช้งานและการเปลี่ยนแปลงการใช้งานตามระยะเวลา (Use and change in use over time)
 ■ ผู้ใช้งาน (User)
 ■ งานศิลปะ (Artistic Expression)
 ■ คุณค่า (Value)

ครั้งที่ 1 ตลาดน้ำอโยธยา

วันที่ทำการทดลอง วันอาทิตย์ที่ 20 สิงหาคม 2560

เวลาเริ่มทำการทดลอง 10.00 น. เวลาจบทำการทดลอง 15.00 น. รวมระยะเวลาทั้งหมด 5 ชั่วโมง

สถานที่ตั้ง ตลาดน้ำอโยธยา ตั้งอยู่ที่ 65/12 หมู่ 7 ตำบลไผ่ลิง อำเภอพระนครศรีอยุธยา

จำนวนผู้ทำการทดลอง 7 คน หญิง 6 คน ชาย 1 คน

A01



A02



A03



A04



A05

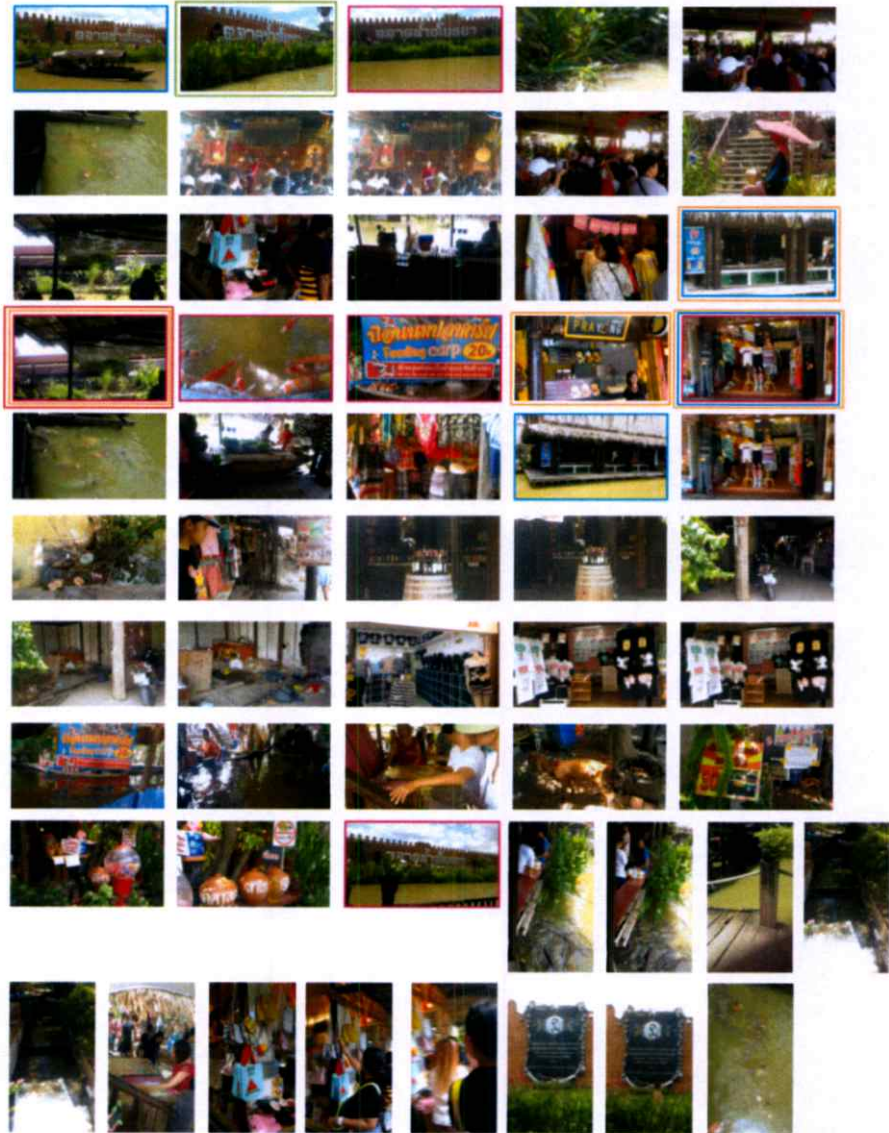


A06





A06



A07



ครั้งที่ 2 ตลาดน้ำอโยธยา

วันที่ทำการทดลอง วันอาทิตย์ที่ 10 กันยายน 2560

เวลาเริ่มทำการทดลอง 10.00 น. เวลาจบทำการทดลอง 15.00 น. รวมระยะเวลาทั้งหมด 5 ชั่วโมง

สถานที่ตั้ง ตลาดน้ำอโยธยา ตั้งอยู่ที่ 65/12 หมู่ 7 ตำบลไผ่ลิง อำเภอพระนครศรีอยุธยา

จำนวนผู้ทำการทดลอง 3 คน หญิง 3 คน

A08



ครั้งที่ 1 ตลาดน้ำคลองสวน

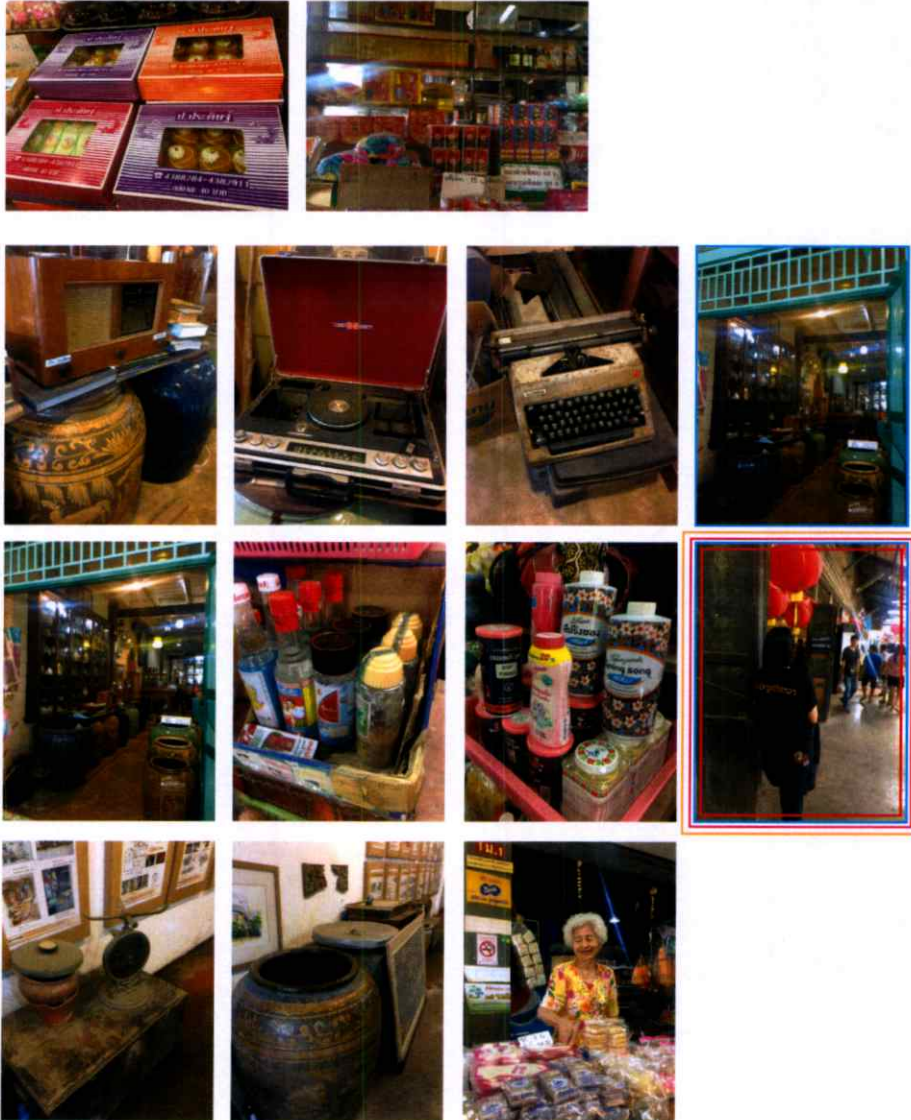
วันที่ทำการทดลอง วันอาทิตย์ที่ 27 สิงหาคม 2560

เวลาเริ่มทำการทดลอง 10.00 น. เวลาจบทำการทดลอง 15.00 น. รวมระยะเวลาทั้งหมด 5 ชั่วโมง

สถานที่ตั้ง ตลาดคลองสวน ตั้งอยู่ริมคลองประเวศน์บุรีรมย์ ในพื้นที่ 2 จังหวัดคือ ตำบลเทพราช อำเภอบ้านโพธิ์ จังหวัดฉะเชิงเทรา

จำนวนผู้ทำการทดลอง 8 คน หญิง 6 คน ชาย 2 คน

K01



K02



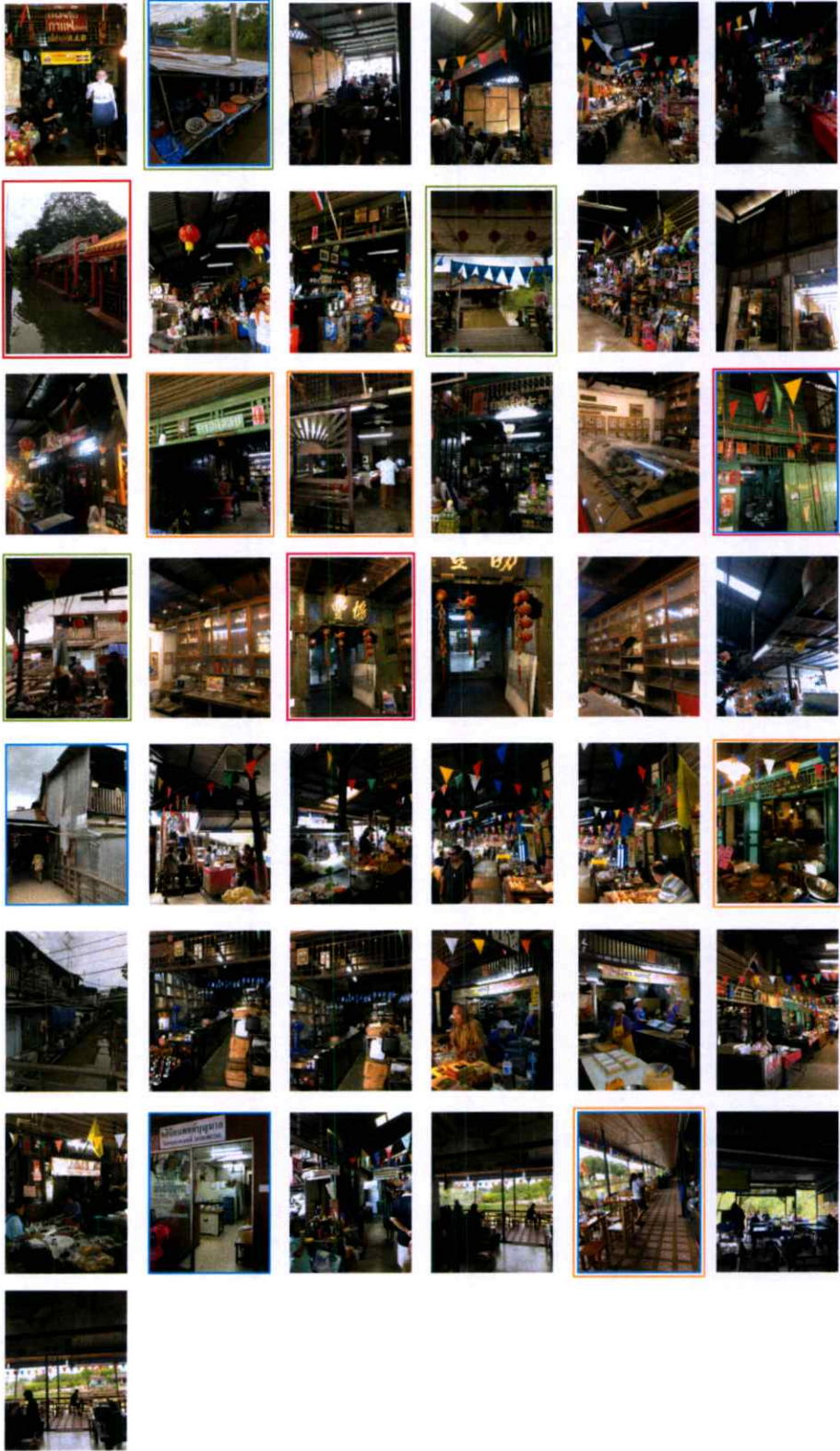
K03



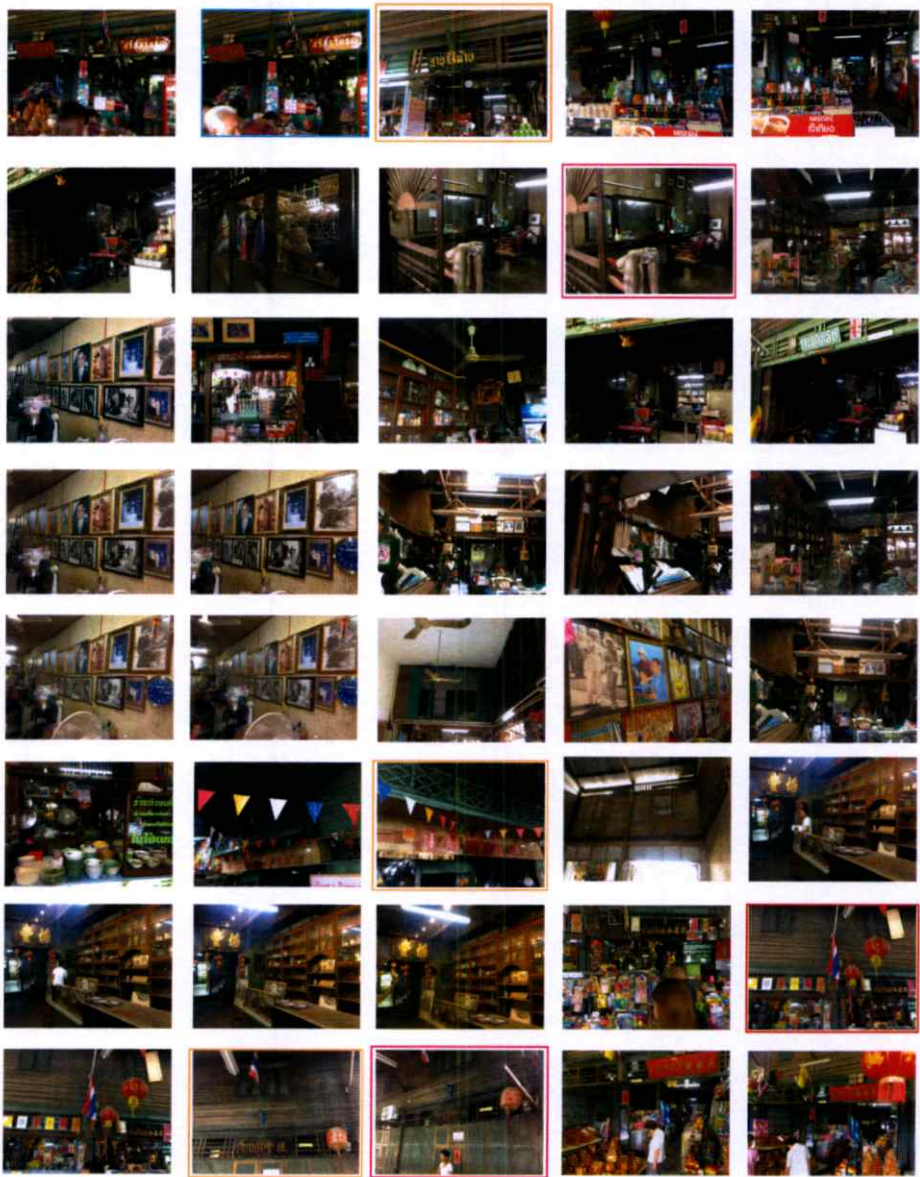
K04



K05

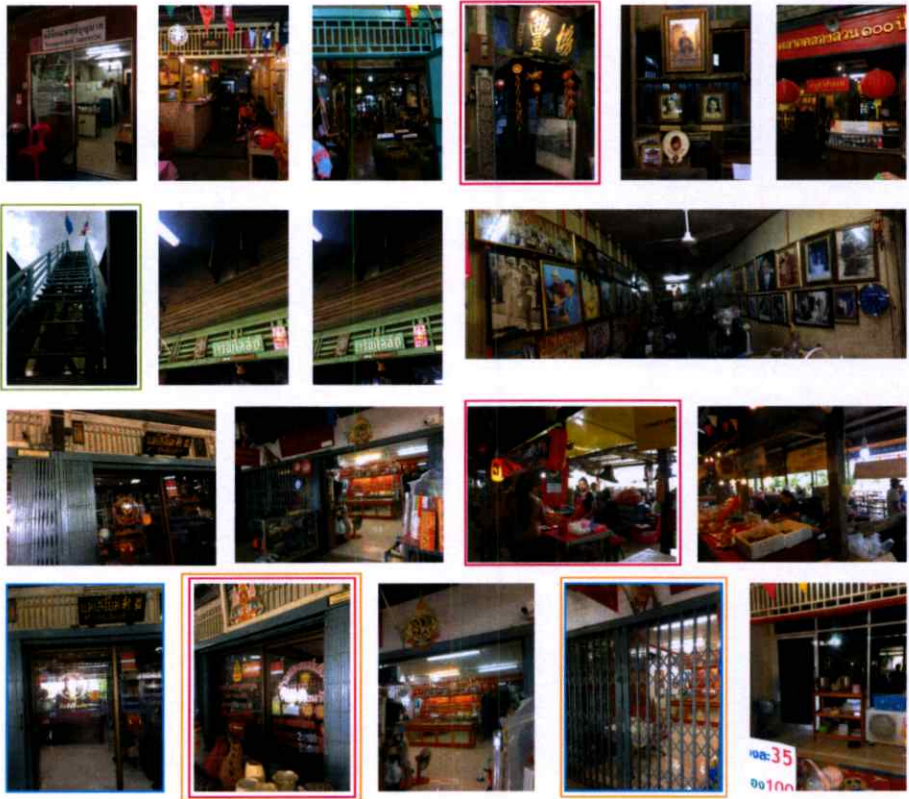


K06



K06





K07





K07



K08



ภาคผนวก ค

บทสัมภาษณ์

ชุดที่

แบบสัมภาษณ์

เรื่อง ระดับในการประเมินความแท้จริงองค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ รูปแบบชุมชนตลาดเก่า
ริมน้ำ และการกลับมาซ้ำของนักท่องเที่ยวเชิงโยธยาศาสตร์

วันที่.....เวลา.....น. สถานที่.....

เพศ.....อายุ.....ระดับการศึกษา.....อาชีพ.....

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. นักท่องเที่ยวคิดว่ารูปแบบสถาปัตยกรรมชุมชนตลาดเก่าริมน้ำในสถานที่นี้ เป็นลักษณะใด ก) รูปแบบสถาปัตยกรรมดั้งเดิม ข) รูปแบบสถาปัตยกรรมดั้งเดิมปรับปรุงใหม่ ค) รูปแบบสถาปัตยกรรมสร้างขึ้นใหม่ทำให้เก่า
2. นักท่องเที่ยวคิดว่าด้วยอะไรทำให้รูปแบบสถาปัตยกรรมชุมชนตลาดเก่าริมน้ำในสถานที่นี้ เป็นแบบที่ท่านคิด

ส่วนที่ 2 ข้อมูลจากการทำแบบสำรวจภาคสนาม

3. นักท่องเที่ยวคิดว่าส่วนบริเวณไหนที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ ส่วนที่ไม่ชอบจากการทำแบบสำรวจภาคสนาม และดูไม่จริงเพราะเหตุใดในประเด็นต่าง ๆ
 - ลักษณะของสถานที่ (Place)
 - ตำแหน่งที่ตั้งของสถานที่ (Location)
 - ลักษณะความสมบูรณ์เชิงพื้นที่ (Spatial integrity)
 - ลักษณะการใช้งานอย่างต่อเนื่อง (Degree of Continuity of use)
 - ลักษณะวิถีชีวิตสังคมวัฒนธรรมและบริบท (Socio-cultural context)
 - ลักษณะสภาพแวดล้อม (Environmental)
 - ลักษณะการออกแบบ (Design)
 - ลักษณะวัสดุ (Materials)
 - ระยะเวลาของสถานที่ (Period artwork)
 - ลักษณะตัวอย่างของวัสดุและรูปแบบ (Dated samples of materials and styles)
 - ลักษณะงานฝีมือแบบดั้งเดิม (Traditional crafts manuals and building guides)
 - ลักษณะความเป็นสนิมของวัสดุ (Patina)
4. นักท่องเที่ยวมีคิดอย่างไรจากความรู้สึกจากการเดินชมชุมชนตลาดเก่าริมน้ำใน ด้านกายภาพ ด้านสังคม และวิถีชีวิต
(ประเด็นในหัวข้อที่ 3)
5. นักท่องเที่ยวคิดว่า ชุมชนตลาดเก่าริมน้ำมีอะไรที่ขาดหายไป หรืออะไรที่ควรเพิ่มเติม หรืออะไรที่เป็นจุดเด่น เอกลักษณะในสถานที่นี้

รหัสสีแทนค่าประเด็นการประเมินความแท้จริง

■ ที่ตั้ง (Setting) ■ การออกแบบ (Design) ■ วัสดุ (Material) ■ ฝีมือและเทคนิคการก่อสร้าง
(Crafts and Building Techniques) ■ การใช้งานและการเปลี่ยนแปลงการใช้งานตามระยะเวลา (Use and
change in use over time) ■ ผู้ใช้งาน (User) ■ งานศิลปะ (Artistic Expression) ■ คุณค่า (Value)

การสำรวจที่ตลาดน้ำอยุธยา ครั้งที่ 1

ชื่อ A01
 สํารวจวันที่ 20 สิงหาคม 2560
 เวลา 10.00- 15.00 น.
 สถานที่ ตลาดน้ำอยุธยา

จุดแดงเกิดจากอะไร รู้สึกว่าโอเคสำหรับการเที่ยวตลาดน้ำ ครั้งแรกที่ตลาดน้ำอยุธยา. แดงที่เกิดขึ้นตรงกลาง เหมือนกันจัดฉากมากเกินไป ส่วนของการแสดง เป็นเรื่องจริงประวัติศาสตร์ จริง ทั้งฉากและคนแสดง มันคือการแสดง สร้างขึ้น เกินไป

คิดว่าเป็นตลาดย้อนยุคไม่ควรจะมีการแสดงแบบนี้มากเกินไปหรือเปล่า อาจจะมีได้เป็นครั้งเป็นคราว บางครั้งเป็นงานพิเศษเทศกาล ทำไรอยู่ร่วมกับทุกคนขายของ ภายในตลาดน้ำ มันดูจืดจางเกินไป

คิดว่าตลาดแบบนี้เป็นตลาดแบบไหน เข้าใจว่าเป็นเหมือนกันทำขึ้นทำเลียนแบบ แล้วให้มันเก่า เหมือนกับของเก่า เป็นการจำลอง วิถีชนธรรมหรือวิถี เก่าๆ

เรื่องลักษณะสถานที่และตำแหน่งที่ตั้ง มันคือพอที่จะเป็นตลาดน้ำ ย้อนยุคหรือเปล่า มีวังแล้วตำแหน่งที่ตั้งก็เลือกจากภาคใต้ แต่พอเป็นจริงตลาดน้ำมันไม่มีการใช้ชีวิตแบบวิถีชีวิตของน้ำ เหมือนกับเรื่องยกพื้นดินมาปลูกข้าว ควรจะมีวิถีชีวิตชาวบ้านในน้ำพายเรือขายของด้วย

แล้วเรื่องลักษณะของสังคมวัฒนธรรม เป็นอย่างไร มันไม่มีวิถีชีวิตความเป็นไทย มีเพียงการขายของไทย ขายของของเก่าแก่ขายอาหาร ภาพวิถีชีวิตจริงๆเลยไม่ค่อยมีละไม่ค่อยเห็น

เรื่องของลักษณะการออกแบบตัวตัวเอง หรือสภาพแวดล้อมภายในตลาดคิดว่าเป็นอย่างไร มันดูแท้จริงไหม หรือว่ามันดูย้อนยุคจริง ๆ ไหมมันปลอมไหม มันมี ผสมปนกันอยู่ ความรู้สึกภาพรวมมันดี รู้สึกได้ว่าเป็นเมืองเก่าเมือง นึง แต่ว่าบาง มี ที่ ออกแบบตกแต่งเก็บรายละเอียด ไม่ ดี จะเห็นที่เป็นสมัยใหม่ติดอยู่ด้วย แต่ภาพรวมก็รู้สึกว่ามันได้ไม่เงินปัญหาอะไร

และเรื่องวัสดุในตลาดเองมีความเก่าไหม รู้สึกว่ามีความเก่า มีการเลือกของเก่ามาใช้ จากการเดินในพื้นที่ทั้งหมด เรื่องอาคารบ้านเรือน วัสดุการตกแต่งต่าง ๆ การออกแบบอาคารเอง มีความรู้สึกยังง้าง้าง ในแง่ความรู้สึกที่เป็นตลาดย้อนยุค หรือตลาดเก่าโบราณ รู้สึกว่า มันก็โอเคที่เข้ามาละทำให้รู้สึกว่าเหมือนเป็นบรรยากาศของความ เป็นไทย ทั้งรูปแบบของ บ้านเรือน ของที่ขาย มันก็ได้ความรู้สึกนั้นจริง ๆ ที่เข้ามา

สิ่งที่มันขาดหายไปของตลาด ที่มันทำให้ดูรู้สึกว่ามันไม่ดั้งเดิมมันไม่เป็นตลาดโบราณทำให้รู้สึกว่ามันยังปลอมอยู่ คิดว่าอะไรที่มันขาดหายไปนี่ อะไรที่มันเป็นไทยมากขึ้นเช่นการที่คนมาขายของตลอดทั้งเหลือ อย่างที่บอกมันรู้สึกจืดจางไม่มาจัด ทั้งที่เป็นตลาดน้ำแล้วมีการใช้ชีวิตทางน้ำเลย ไม่มีพายเรือ กระทั่งวัสดุที่มันเป็นธรรมชาติ ที่ใช้ในการขายของ ให้มันดูมีสีสันกว่านี้หน่อย น่าจะโอเคขึ้น

ชื่อ A02
 สํารวจวันที่ 20 สิงหาคม 2560
 เวลา 10.00- 15.00 น.
 สถานที่ ตลาดน้ำอยุธยา

สามารถแยกลักษณะของตลาดออกใหม่ว่าตลาดนี้เป็นแบบไหน เป็นลักษณะอย่างไร เป็นตลาดที่เก่าแล้วปรับปรุงใหม่ หรือเป็นตลาดใหม่เราทำให้เก่า หรือเป็นตลาดดั้งเดิม น่าจะเป็นของใหม่ ที่ทำเลียนแบบของเก่า

สีเขียวเขียวที่เกิดขึ้น รู้สึกว่ามันแท้จริง หรือดั้งเดิมยังไง รู้สึกชอบ ที่ทำให้รู้สึกว่ามันเป็นตลาดโบราณ มันอาจจะไม่ได้เป็นตลาดเก่าโบราณมาก ๆ แต่ มันก็มีถึงลักษณะบรรยากาศ ที่เป็นของเก่า

จุดแดงที่เกิดขึ้นล่ะ มันอาจจะสมัยใหม่เกินไป จุดนี้ มันเกิดขึ้นว่า มันขวางทางเดินของพื้นที่ ที่จะเข้าไป ส่วนของหอศิลป์ ข้างในรู้สึกว่ามันสวยมากแต่คนกลับไม่ได้เข้าไป เพราะ เน้นร้านค้าที่มานั่งกิน แบบสมัยใหม่ กีด ขวางเส้นทางอยู่ **ซึ่งตัวร้านอาหารเองก็ไม่ได้ทำให้รู้สึกว่ามันย้อนยุค** ทั้ง แออัด เกินไปด้วย

สติกสติเกอร์สีแดง.จุดอื่นล่ะ ตรงนี้เป็นเรื่องของความสะอาดมันดูไม่ค่อยสะอาด ส่วนต่อไปก็เป็นเรื่องของ อาหารการกิน ที่รู้สึกว่ามันดู **ไม่ค่อยเป็นตลาดย้อนยุค** มันดูวุ่นวาย แล้วแออัด

เรื่องลักษณะสถานที่และตำแหน่งที่ตั้ง มันดีพอที่จะเป็นตลาดน้ำ ย้อนยุคหรือเปล่า **เหมาะสมในแง่** ของการเดินทาง สะดวก ที่จอดรถค่อนข้างเพียงพอ **สำหรับนักท่องเที่ยว** มองในเรื่องความสะดวกในการเข้าถึง มากกว่าความย้อนยุคมากกว่า

แล้วเรื่องลักษณะของสังคมวัฒนธรรม วิถีชีวิต มันมีความแท้จริงไหมหรือว่า มันมีความย้อนยุคไหมโบราณไหม ดู ปลอมหรือเปล่า มันเป็นอย่างไร ถ้ามองเรื่องวิถีชีวิตเรามองว่า **มันไม่มีความเป็นวิถีชีวิตเลย** ด้วยความรู้สึกที่ **มันเป็นตลาดที่** ถูกสร้างขึ้นใหม่ทำให้เป็นตลาดเก่า มันไม่ใช่ตลาดโบราณจริง ๆ ที่เราจะเข้าไปสัมผัสความโบราณ ที่เขามีมา **มันคือสิ่งที่สร้างขึ้นใหม่** มันเป็นเพียงแค่ตลาดการท่องเที่ยว เราไม่ได้สัมผัสวิถีชีวิตเลย

เรื่องของลักษณะการออกแบบตัววัสดุเอง หรือสภาพแวดล้อมภายในตลาดคิดว่าเป็นอย่างไร มันดูแท้จริงไหม หรือ ว่ามันดูย้อนยุคจริง ๆ ไหมมันปลอมไหม **สำหรับเราเนะ ถ้ามันสร้างขึ้นใหม่เลียนแบบของเก่า โบราณก็คิด** **ว่า มันโอเคนะ** เอาจริง ๆ คิดว่าเขา **เป็นไปตลาดมากกว่าเข้าไปสัมผัสวิถีชีวิตแบบเก่า** เน้นขายของ ไปเที่ยว **ซึ่งวัสดุ** **ส่วนใหญ่ที่เห็น ก็จะเป็นไม้** แต่ต้องเข้าใจว่าปัจจุบันที่จะทำ **เลียนแบบอดีตมันค่อนข้างยาก**

และเรื่องวัสดุในตลาดเองมีความเก่าไหม ส่วนใหญ่มันเก่าเพราะว่าเป็นไม้ แต่บางส่วน เช่นส่วนการแสดง อาจจะใช้ วัสดุใหม่ไม่ได้ เลยไปวัสดุทดแทน ที่เป็นเหล็ก อาจจะทำให้ส่วนนี้ดูไม่เก่า **แต่ถ้าเลือกได้ จะเลือกตลาดเก่าดั้งเดิม** ปรับปรุงเพียงเล็กน้อย พอจะทำให้รู้สึกถึงอารมณ์ ของตลาดเก่ามากกว่า ตลาดที่ถูกสร้างขึ้นใหม่

สิ่งที่มันขาดหายไปของตลาด ที่มันทำให้ดูรู้สึกว่ามันดั้งเดิมมันไม่เป็นตลาดโบราณทำให้รู้สึกว่ามันยังปลอมอยู่ คิด ว่าอะไรที่มันขาดหายไปนั่น **สิ่งที่ขาดหายไป คือเค้าตั้งใจทำให้เป็นตลาดน้ำ** แต่ลักษณะการ ขายของใน น้ำ หรือ **วิถีชีวิตในน้ำเอง มันไม่ค่อยเห็น** ส่วนใหญ่จะเป็นเรือที่จอดรอ ร้านค้า ที่เป็นห้องแถวล๊อคๆ มากกว่า **แต่ถ้า** **จะทำให้เป็นตลาดย้อนยุคที่สมบูรณ์** อาจจะค่อนข้างยาก เพราะเขาไม่ได้อาศัยอยู่ที่นั่น ดูเป็นที่ซื้อของมากกว่าให้ เราไปเรียนรู้วิถีชีวิต อย่างเช่นอัมพวา เป็นตลาดริมน้ำที่มีการใช้ชีวิต นอกจากจะเห็นผู้คนขายของเห็นวิถีชีวิตด้วย แต่สำหรับที่นี่ **กลับคิดว่าเหมือนแค่ไปซื้อของ กินข้าว ถ่ายรูป** แต่วิถีชีวิตตัดไปได้เลยไม่เห็นอยู่แล้ว

ชื่อ A03
 สำรจวันที่ 20 สิงหาคม 2560
 เวลา 10.00- 15.00 น.
 สถานที่ ตลาดน้ำอโยธยา

สามารถแยกลักษณะของตลาดออกใหม่ว่าตลาดนี้เป็นแบบไหน เป็นลักษณะอย่างไร เป็นตลาดที่เก่าแล้วปรับปรุง ใหม่ หรือเป็นตลาดใหม่เราทำให้เก่า หรือเป็นตลาดดั้งเดิม **เป็นตลาดที่สร้างขึ้นใหม่ ไม่ใช่ของเก่าเลย** **แต่พอคน** **ทำให้น้ำดูเก่า**

สีเขียวเขียวที่เกิดขึ้น รู้สึกว่ามันแท้จริง หรือดั้งเดิมยังงี้ รู้สึกว่ามันเก่าอยู่แล้ว อาจจะเป็นที่ ระยะเวลาในการ สร้าง ทำให้ดูเก่าจริง ๆ **วัสดุก็ดูเป็นของเก่า** การตกแต่งของอาคารบ้านเรือน

จุดแดงที่เกิดขึ้นล่ะ รู้สึกว่า การที่ไปปรับปรุง มันทำให้รู้สึก ว่า ไม่ได้โอเคเท่าไร **รู้สึกว่าอุปกรณ์บางอย่าง** **เช่นตัวการ ก่อลงเรือ** ที่ ทางเจ้าหมูน มันทำให้รู้สึกแปลกปลอม และไม่ใช่พวกกับบรรยากาศ บางที อาจจะไม ควรมีเลย กิจกรรมบางกิจกรรม อาจจะทำให้มันดูไม่เป็นตลาดย้อนยุค เช่นสปาเท้า

เรื่องลักษณะสถานที่และตำแหน่งที่ตั้ง มันดีพอที่จะเป็นตลาดน้ำ ย้อนยุคหรือเปล่า ในเรื่องของตำแหน่งที่ตั้ง
ก็คิดว่าพอได้ การเดินทางก็ไม่ยากลำบากอะไร

แล้วเรื่องลักษณะของสังคมวัฒนธรรม วิถีชีวิต มันมีความแท้จริงไหมหรือว่ามันมีความย้อนยุคไหมโบราณไหม ดู
ปลอมหรือเปล่า มันเป็นอย่างไร ทางด้านสังคมคิดว่ามันไม่มี มันไม่ใช่ที่พักอาศัย ไม่ใช่ตลาดที่เป็นที่พักอาศัย
อยู่ด้วย รู้สึกแค่ว่าตอนเข้ามาขายของตอนเย็นก็กลับบ้าน กลายเป็นว่าตลอดคืน ว่างไปเลย รู้สึกว่าใช้ชื่อ เป็นตลาด
น้ำ แต่ไม่มีร้านค้าในน้ำเลยมันทำให้รู้สึกเหมือนกับ มันได้มีชีวิตชีวาเกี่ยวกับมัน ควรจะมีการค้าขายในน้ำ ไม่ใช่แค่ว่า
มีน้ำ ก็จะเป็นตลาดน้ำได้

เรื่องของลักษณะการออกแบบตัววัสดุเอง หรือสภาพแวดล้อมภายในตลาดคิดว่าเป็นอย่างไร มันดูแท้จริงไหม หรือ
ว่ามันดูย้อนยุคจริง ๆ ไหมมันปลอมไหม จริง ๆ มันเก่า แต่พอมีการปรับปรุงแล้ว มันทำให้ดูใหม่ขึ้น มันเลย
ทำให้รู้สึกว่ามันจริง ๆ กลาง ๆ และลักษณะงานฝีมือ คอนข้างที่จะไม่ตี ในความรู้สึก มันเลยรู้สึกว่าอาจจะทำให้เก่า ก็
ไม่ได้เก่าที่สุด จะทำให้ใหม่ ก็ได้ใหม่ มันครึ่ง ๆ กลาง ๆ

สิ่งที่มันขาดหายไปของตลาด ที่มันทำให้รู้สึกว่ามันไม่ดั้งเดิมมันไม่เป็นตลาดโบราณทำให้รู้สึกว่ามันยังปลอมอยู่ คิด
ว่าอะไรที่มันขาดหายไปนั่น สิ่งที่มีนขาด สินค้า ก็อาจจะขาด เพราะดูไม่ค่อยเข้ากับความเป็นตลาดย้อน
ยุค และ การใช้ชีวิตเค้าไม่มีอยู่แล้ว

ชื่อ A04
สำรวจวันที่ 20 สิงหาคม 2560
เวลา 10.00- 15.00 น.
สถานที่ ตลาดน้ำอโยธยา

สามารถแยกลักษณะของตลาดออกใหม่ว่าตลาดนี้เป็นแบบไหน เป็นลักษณะอย่างไร เป็นตลาดที่เก่าแล้วปรับปรุง
ใหม่ หรือเป็นตลาดใหม่เราทำให้เก่า หรือเป็นตลาดดั้งเดิม รู้ว่าเป็นตลาดใหม่สื่อถึงเป็นตลาดน้ำ เรื่องราวของ
อยุธยา

สีเขียวเขียวที่เกิดขึ้น รู้สึกว่ามันแท้จริง หรือดั้งเดิมยังไง ดูแบบว่าเป็น เรือนไทยรู้สึกว่ามันคือเรือนไทยจริง ๆ
จุดแดงที่เกิดขึ้นล่ะ ตรงส่วนการแสดงมันพยายามที่จะสื่อเรื่องราวว่าแต่มันประปนกัน ไม่ใช่อยุธยาอย่าง
เดียว มีทั้งแม่น้ำค มันมั่ว พยายามที่จะทำให้คนสนุกแต่มันไม่สื่อความเป็นตัวตนของอยุธยา มันดูพยายามจะ ทำ จะ
เก่าก็เมเก่า จะใหม่ก็ใหม่ มันทำใจหรือสีกปลอม ๆ เรื่องทางสัญจรก็ดูติดขัด ภาพถ่าย 3 มิติที่มีนั้นมันดูแปลกมาก
ไม่เข้ากับส่วนอื่น ๆ

เรื่องลักษณะสถานที่และตำแหน่งที่ตั้ง มันดีพอที่จะเป็นตลาดน้ำ ย้อนยุคหรือเปล่า มันดูไม่สุดพยายามจะ
ให้เป็นตลาดน้ำ แต่เหมือนยังไม่สุด

แล้วเรื่องลักษณะของสังคมวัฒนธรรม วิถีชีวิต มันมีความแท้จริงไหมหรือว่ามันมีความย้อนยุคไหมโบราณไหม ดู
ปลอมหรือเปล่า มันเป็นอย่างไร รู้สึกว่ามันไม่ได้มีชีวิตชีวาหรือวัฒนธรรมมากมาย เหมือนที่ท่องเที่ยวแล้วขาย
ของมากกว่า

เรื่องของลักษณะการออกแบบตัววัสดุเอง หรือสภาพแวดล้อมภายในตลาดคิดว่าเป็นอย่างไร มันดูแท้จริงไหม หรือ
ว่ามันดูย้อนยุคจริง ๆ ไหมมันปลอมไหม รู้สึกว่าได้ในระดับหนึ่ง บางอย่างมันก็ยังดูขัด ในบางส่วนเหมือนพยายามจะ
ทำแต่มันก็ไม่ค่อยจะสมบูรณ์เท่าไร
และเรื่องวัสดุในตลาดเองมีความเก่าไหม

สิ่งที่มันขาดหายไปของตลาด ที่มันทำให้รู้สึกว่ามันไม่ดั้งเดิมมันไม่เป็นตลาดโบราณทำให้รู้สึกว่ามันยังปลอมอยู่ คิดว่าอะไรที่มันขาดหายไปในเรื่องนี้ วิถีชีวิตตลาดน้ำ ของชายต่าง ๆ มันยังคงไม่สื่อ มันยังไม่สื่อถึงเรื่องราว แค่ไปเดินที่ตลาดแล้วมีของมาขาย มันอาจจะไม่ทำให้รู้สึกถึง ตลาดเก่าริมฝั่งวัง ๑ ไม่ได้รู้ว่ามันไปที่นั่นแล้วเป็นจุดที่เราต้องมานั่งเฉยๆ

ชื่อ A05
 สำรวจวันที่ 20 สิงหาคม 2560
 เวลา 10.00- 15.00 น.
 สถานที่ ตลาดน้ำอโยธยา

สามารถแยกลักษณะของตลาดออกใหม่ว่าตลาดนี้เป็นแบบไหน เป็นลักษณะอย่างไร เป็นตลาดที่เก่าแล้วปรับปรุงใหม่ หรือเป็นตลาดใหม่เราทำให้เก่า หรือเป็นตลาดดั้งเดิม รู้สึกว่าตลาดแบบนี้เป็นตลาดที่สร้างขึ้นใหม่ไม่ได้เป็นตลาดที่มีอยู่เพราะในสมัยก่อนมันยังไม่มี

สีเขียวเขียวที่เกิดขึ้น รู้สึกว่ามันแท้จริง หรือดั้งเดิมยังไง จุดสีเขียวรู้สึกว่ามันคล้ายกับลักษณะสมัยก่อน บ้านเรือนอาจจะใช้ไม้มาเป็นวัสดุในการสร้างมันก็คือเป็นของเก่าดี

จุดแดงที่เกิดขึ้นละ บางทีเขาสร้างเหมือนแค่เป็นการตกแต่งเฉยๆ ร้านค้าบางร้านก็ดูใหม่เกินไปแตกต่างจากร้านข้างๆเกินไป บางส่วนดูเหมือนตลาดทั่วไป ธรรมดาไม่มีจุดเด่น

เรื่องลักษณะสถานที่และตำแหน่งที่ตั้ง มันคือพอที่จะเป็นตลาดน้ำ ย้อนยุคหรือเปล่า ที่ตั้งของตลาดเหมือนจะเป็นการจุดของน้ำตรงกลางและสร้างตลาดเป็นหลังเล็กโดยรอบ เหมือนตั้งใจให้เป็นพื้นที่ขายสินค้า

แล้วเรื่องลักษณะของสังคมวัฒนธรรม วิถีชีวิต มันมีความแท้จริงไหมหรือว่ามันมีความย้อนยุคไหมโบราณไหม ดูปลอมหรือเปล่า มันเป็นอย่างไร ลักษณะวิถีชีวิตที่บอกเลยว่ามันไม่ได้มีอยู่ด้วยความที่ตลาดนี้มันไม่ได้เป็นตลาดเก่า จะให้ไปมีการใช้ชีวิตแบบก่อนแบบเก่ามันคงเป็นไปได้ มันจะดูย้อนยุคก็แค่ร้านบ้างจุดที่พยายามทำออกมาให้มันดูเก่า แต่ภาพรวมมันก็ยังไม่ค่อยดูเป็นตลาดย้อนยุคอยู่ดี

เรื่องของลักษณะการออกแบบตัววัสดุเอง หรือสภาพแวดล้อมภายในตลาดคิดว่าเป็นอย่างไร มันดูแท้จริงไหม หรือว่ามันดูย้อนยุคจริง ๆ ไหมมันปลอมไหม บรรยากาศมันดูจำลองเพราะในอดีตเขาคงไม่ได้ใช้ชีวิตกันแบบนี้ ตัววัสดุเองก็เน้นเป็นไม้ใช้โครงเป็นหลัก ไม่ค่อยเห็นวิธีการทำแบบก่อน ๆ ที่เคยเห็นมา มันก็ดูไม่ใช่ของจริงเลย และเรื่องวัสดุในตลาดเองมีความเก่าไหม มีแค่ชนิดน้อยบางจุดบางจุดก็เป็นปูนไปหมด บางที่เหมือนเอามาตั้งโชว์เฉยๆ พื้นทางเดินก็เป็นไม้มันก็ดูเก่านะ

สิ่งที่มันขาดหายไปของตลาด ที่มันทำให้รู้สึกว่ามันไม่ดั้งเดิมมันไม่เป็นตลาดโบราณทำให้รู้สึกว่ามันยังปลอมอยู่ คิดว่าอะไรที่มันขาดหายไปในเรื่องนี้ ที่เห็นก็ของที่ขายในตลาดไม่ค่อยเห็นอะไรที่จะทำให้รู้สึกย้อนยุคเลย ร้านค้าดูเป็นร้านทั่ว ๆ ไปที่ไหนก็มีป้ายทางเข้าถูกติดรูปแบบไม่ได้ดูแล แต่มันก็เป็นที่ขายของฝาก ขายของที่ระลึกมากกว่า ไม่ได้มีวิถีชีวิตใด ๆ ถ้าถามว่าอะไรที่จะทำให้ตลาดนี้ดูไม่ปลอมมันก็คงยากเพราะเขาไม่ได้มีสิ่งในตลาดย้อนยุค มีคนที่มีดำเนินชีวิต แต่ถ้ามองเป็นตลาดท่องเที่ยวแบบชั่วคราวมันก็พอได้ สิ่งที่ไม่ควรมี ก็ที่ให้อาหารปลาด้วยขวดนม มันทำลาย ตลาดย้อนยุคมาก เป็นกิจกรรมที่ไม่น่าจะมีในตลาด

ชื่อ A06
 สัปดาห์วันที่ 20 สิงหาคม 2560
 เวลา 10.00- 15.00 น.
 สถานที่ ตลาดน้ำอโยธยา

สามารถแยกลักษณะของตลาดออกใหม่ว่าตลาดนี้เป็นแบบไหน เป็นลักษณะอย่างไร เป็นตลาดที่เก่าแล้วปรับปรุงใหม่ หรือเป็นตลาดใหม่เราทำให้เก่า หรือเป็นตลาดดั้งเดิม รู้สึกตลาดนี้มันเพิ่งมีได้ไม่นานเองเป็นตลาดที่เขาสร้างขึ้นมา มันไม่ได้มีตั้งแต่ก่อนอยู่แล้ว

สีเขียวเขียวที่เกิดขึ้น รู้สึกว่ามันแท้จริง หรือดั้งเดิมยังไง บรรยากาศโดยรวมมันก็เป็นตลาดเป็นจำลองภาพใน อดีตมีเคยมีมา

จุดแดงที่เกิดขึ้นล่ะ ร้านค้าไม่สมกับเป็นตลาดโบราณเลย ขายของที่ทันสมัยมาก ตลาดโบราณมันไม่ค่อยมีของใหม่มาขายเท่าไร

เรื่องลักษณะสถานที่และตำแหน่งที่ตั้ง มันคือที่จะเป็นตลาดน้ำ ย้อนยุคหรือเปล่า ที่ตั้งก็มีที่จอดรถเยอะนะ มีบ้านอยู่รวมกันมันเหมือนตึกบ้านใหม่หรือตึกสูงไป ๆ มันก็มีเรือที่เที่ยวรอบ ๆ ภายในตลาดเองนั้นแหละ เหมือนคุมให้อยู่ในพื้นที่ ส่วนใหญ่รอบ ๆ มันก็จะเป็นที่โล่งๆ

แล้วเรื่องลักษณะของสังคมวัฒนธรรม วิถีชีวิต มันมีความแท้จริงไหมหรือว่ามันมีความย้อนยุคใหม่โบราณใหม่ ปลูกหรือเปล่า มันเป็นอย่างไร วัฒนธรรมมันไม่ได้มี ตลาดเก่าสร้างขึ้นมาแล้วหลังใหม่ มันก็ย่อมไม่มีวิถีชีวิตคนก่อนคนแก่เขาก็ไม่ได้มาอาศัยอยู่กันที่นี่ มีแต่พ่อค้าแม่ค้าเขามาขายของกัน ถ้าถามว่ามันปลูกใหม่มันก็ปลูกแบบจำลองนั้นแหละ แต่เขาก็พยายามให้มันดูย้อนยุคนะ

เรื่องของลักษณะการออกแบบตัววัสดุเอง หรือสภาพแวดล้อมภายในตลาดคิดว่าเป็นอย่างไร มันดูแท้จริงไหม หรือว่ามันดูย้อนยุคจริง ๆ ใหม่มันปลูกใหม่ วัสดุที่ใช้มันก็โอเค เป็นไม้ก่อนๆอาจจะด้วย โดนน้ำท่วมก็ยิ่งทำให้ไม้มันดูเก่ามากขึ้น แต่ร้านขายของมันก็ทำใหม่สะอาดจน บ้างอันก็ดูไม่เหมือนกับตลาดย้อนยุคเลย บางร้านก็ทำจนเหมือนไม่ใช่ตลาดย้อนยุค โครงสร้างโครงร้านมันก็ดูแบบครึ่งๆกลางๆ นะ ไม่เก่าไปเลยแต่มันก็ได้ใหม่มากมายอะไร

และเรื่องวัสดุในตลาดเองมีความเก่าไหม วัสดุมันก็พอมี ส่วนใหญ่ก็เห็นไม้ แต่ถ้าเป็นตลาดแบบอยุธยาที่มีความมีวัสดุพื้นบ้าน มาด้วยหรือเปล่านั้น วัสดุแบบชาวบ้านๆ นะ

สิ่งที่มันขาดหายไปของตลาด ที่มันทำให้รู้สึกว่ามันไม่ดั้งเดิมมันไม่เป็นตลาดโบราณทำให้รู้สึกว่ามันยังปลูกอยู่ คิดว่าอะไรที่มันขาดหายไปนี่ สิ่งแรกที่มันหายไปเลยก็น่าจะเป็นวิถีชีวิตนั้นแหละมันไม่ได้มีอยู่แล้วใน แบบนี้ มันมีข้าง มีบ้านร้านค้า มีส่วนอื่นที่มันเหมือนจะเป็นสิ่งย้อนยุคนะแต่มันก็ไม่สมบูรณ์ขนาดนั้น มันก็ยังไม่ให้ความรู้สึกแบบย้อนยุคแบบแท้จริงสักเท่าไร

ชื่อ A07
 สัปดาห์วันที่ 20 สิงหาคม 2560
 เวลา 10.00- 15.00 น.
 สถานที่ ตลาดน้ำอโยธยา

สามารถแยกลักษณะของตลาดออกใหม่ว่าตลาดนี้เป็นแบบไหน เป็นลักษณะอย่างไร เป็นตลาดที่เก่าแล้วปรับปรุงใหม่ หรือเป็นตลาดใหม่เราทำให้เก่า หรือเป็นตลาดดั้งเดิม น่าจะเป็นตลาดที่สร้างขึ้นใหม่มาใหม่

สีเขียวเขียวที่เกิดขึ้น รู้สึกว่ามันแท้จริง หรือดั้งเดิมยังไง มีบรรยากาศของร้านค้า การให้อาหารปลา เรือโบราณ

จุดแดงที่เกิดขึ้นล่ะ การที่เอาสัตว์มาให้มันมันไม่ควรจะเกิดขึ้น รู้สึกว่าเหมือนการนำสัตว์มาทรมาน

เรื่องลักษณะสถานที่และตำแหน่งที่ตั้ง มนต์พ้อที่จะเป็นตลาดน้ำ ย้อนยุคหรือเปล่า

มันก็ไม่เชิงย้อน

ยุค มันก็เป็นตลาดทั่วไป มันไม่ได้ดูย้อนยุคมากกว่า

แล้วเรื่องลักษณะของสังคมวัฒนธรรม วิถีชีวิต มันมีความแท้จริงไหมหรือว่ามันมีความย้อนยุคไหมโบราณใหม่ ดูปลอมหรือเปล่า มันเป็นอย่างไร

ไม่ค่อยมี จะมีคนมาทำขนมมาทำให้เห็น เป็นบางร้านส่วนใหญ่จะเห็นเป็น

ของสำเร็จมาแล้ว วิถีชีวิตตรงนั้นมันเลยขาดหายไป มีความรู้สึกเหมือนตลาดทั่วไป

เรื่องของลักษณะการออกแบบตัววัสดุเอง หรือสภาพแวดล้อมภายในตลาดคิดว่าเป็นอย่างไร มันดูแท้จริงไหม หรือว่ามันดูย้อนยุคจริง ๆ ไหมมันปลอมไหม การออกแบบมันก็ค่อนข้างสื่อให้ดูเป็นย้อนยุคนะแต่มันก็จะได้แค่คล้าย ๆ

และเรื่องวัสดุในตลาดเองมีความเก่าไหม วัสดุมันก็ดูเก่าบาง ไหมบาง มันก็กลืน ๆ กันไป สะพานเก่า ๆ

สิ่งที่มันขาดหายไปของตลาด ที่มันทำให้ดูรู้สึกว่ามันไม่ดั้งเดิมมันไม่เป็นตลาดโบราณทำให้รู้สึกว่ามันยังปลอมอยู่ คิดว่าอะไรที่มันขาดหายไปตอนนี้

ไม่รู้จะเหมือนเดินซื้อของธรรมดา ไม่ได้มีจุดเด่นอะไรมากมาย ลักษณะบ้าน บ้านเก่า เป็นห้อง มันก็จะมีอาคารบ้านเรือนเก่า ๆ แต่ที่นี้ก็พยายามทำนะ แต่มันก็ได้บ้างจุด

การสำรวจที่ตลาดน้ำอยุธยา ครั้งที่ 2

ชื่อ A08
สำรวจวันที่ 10 กันยายน 2560
เวลา 10.00- 15.00 น.
สถานที่ ตลาดน้ำอยุธยา

สามารถแยกลักษณะของตลาดออกใหม่ว่าตลาดนี้เป็นแบบไหน เป็นลักษณะอย่างไร เป็นตลาดที่เก่าแล้วปรับปรุงใหม่ หรือเป็นตลาดใหม่เราทำให้เก่า หรือเป็นตลาดดั้งเดิม

ของใหม่สร้างให้มันเก่า แบบจำลอง

สีเขียวเขียวที่เกิดขึ้น รู้สึกว่ามันแท้จริง หรือดั้งเดิมยังไง

เกิดจากพวกถ้าเห็นอันแรกเลย คือการทำซุ้มขาย นางจะเป็นแบบมันดูว่าเพนเก่าจริงตั้งแต่มันเป็นไม้กับใบจาก ทำให้รู้สึกว่ามันดูเป็นของเก่านะ ดูไม่ปลอม

จุดแดงที่เกิดขึ้นละ

มันเห็นเหล็ก มันเป็นโซนแดงที่ข้างล่างมันเห็นเป็นสีเหล็กทาสีน้ำตาล ข้างบนเป็นหลังคา ข้างล่างดูชัดๆไม่เข้ากัน มันดูไม่ย้อนยุค

เรื่องลักษณะสถานที่และตำแหน่งที่ตั้ง มนต์พ้อที่จะเป็นตลาดน้ำ ย้อนยุคหรือเปล่า มันน่าจะ ถ้าด้านความสมบูรณ์ของพื้นที่ คิดว่า ของหน้ามีหลากหลายกว่านี้ อันนี้มันเพนร้านค้าขนมแบบขนมหาง่ายไข่ม้วน หาได้ทั่วไป ด้วยความเป็นบางอันเข้า โรตียุทธยาแต่ว่า โรตีม่วงข้างกันหลายร้าน ที่ตั้งก็โอเคนะ เป็นพื้นที่ ที่เดินง่าย ดูง่าย

แล้วเรื่องลักษณะของสังคมวัฒนธรรม วิถีชีวิต มันมีความแท้จริงไหมหรือว่ามันมีความย้อนยุคไหมโบราณใหม่ ดูปลอมหรือเปล่า มันเป็นอย่างไร

เพราะว่ามาเปิดร้านขาย ไม่เหมือนตลาดคลองสวนที่เป็นบ้านเค้าใช้ชีวิตอยู่

ตรงนั้น แต่อันนี้มันเป็นร้านที่มาเปิดเปิดเข้าเย็นกลับ

เรื่องของลักษณะการออกแบบตัววัสดุเอง หรือสภาพแวดล้อมภายในตลาดคิดว่าเป็นอย่างไร มันดูแท้จริงไหม หรือว่ามันดูย้อนยุคจริง ๆ ไหมมันปลอมไหม และเรื่องวัสดุในตลาดเองมีความเก่าไหม มันโอเคนะ แต่ว่าอย่างที่ยบอก

บางส่วนมันดูย้อนยุคไปเลย บางส่วนวัสดุมันดูชัดกัน ก็เลยว่า โอ๊ะตรงนี้ดูย้อนยุค ตรงนี้ดูโบราณนะ แต่ตรงนี้ทำไมถึงเป็นแบบนี้

ทำไมตรงนี้ถึงดูไม่เรียลแล้วหละ เป็นแค่เฉพาะจุดเห็นแต่เรือที่รู้สึกว่าย้อน โอเค ให้มันเหมือนแบบในหนัง

อยุธยาพวกเจ้าอะไรแบบนี้ ความเก่าเหมือนเขาทำให้เก่ามากกว่า นางเหมือนเอาใบจากมาวางทับหลังคาเลย

สิ่งที่มันขาดหายไปของตลาด ที่มันทำให้รู้สึกว่ามันไม่ดั้งเดิมมันไม่เป็นตลาดโบราณทำให้รู้สึกว่ามันยังปลอมอยู่ คิดว่าอะไรที่มันขาดหายไปนี่

บางมีเรื่องเป็นจุดเด่น ถ้าตลาดก็เหมือนตลาดทั่วไป สิ่งที่เขาฉันไม่รู้ว่าจะไรมันขาด เดินเข้าไปเป็นตลาดย้อนยุค แต่ไม่รู้สึกว่ามันเป็นตลาดเก่า มันเหมือนเมืองจำลองดูว่าไม่ใช่ตลาดโบราณ

ชื่อ A09

สำรวจวันที่ 10 กันยายน 2560

เวลา 10.00- 15.00 น.

สามารถแยกลักษณะของตลาดออกใหม่ว่าตลาดนี้เป็นแบบไหน เป็นลักษณะอย่างไร เป็นตลาดที่เก่าแล้วปรับปรุงใหม่ หรือเป็นตลาดใหม่เราทำให้เก่า หรือเป็นตลาดดั้งเดิม ตลาดสร้างขึ้นมาแล้วทำให้ดูเก่า

สีเขียวเขียวที่เกิดขึ้น รู้สึกว่ามันแท้จริง หรือดั้งเดิมยังไ ของที่เขา ตัวอาคารก็โอเค แต่ว่าสิ่งตกแต่งอื่น ๆ มันก็อาจจะมันไม่เข้ากันบ้าง แต่โครงสร้างมันโอเค มีพิวส์ของตลาดน้ำ

จุดแดงที่เกิดขึ้น ไม่ชอบตรงที่ว่ามันเป็นเชิงธุรกิจ ไม่ใช่เชิงตลาด เพราะโซนนี้มันจะมีแต่แบบขายของ เสื้อผ้ามันไม่ใช่ความรู้สึกจริงของการไปเดินตลาดน้ำ แต่ว่าโครงสร้างโอเค

เรื่องลักษณะสถานที่และตำแหน่งที่ตั้ง มันดีพอที่จะเป็นตลาดน้ำ ย้อนยุคหรือเปล่า มันก็โอเคน้ำ แต่พื้นที่มันก็กว้าง มีร้านค้าให้เลือกเยอะ

แล้วเรื่องลักษณะของสังคมวัฒนธรรม วิถีชีวิต มันมีความแท้จริงไหมหรือว่า มันมีความย้อนยุคมั๊ยโบราณใหม่ ปลอมหรือเปล่า มันเป็นอย่างไร มันเป็นตลาดน้ำทางธุรกิจ

เรื่องของลักษณะการออกแบบตัววัสดุเอง หรือสภาพแวดล้อมภายในตลาดคิดว่าเป็นอย่างไร มันดูแท้จริงไหม หรือว่ามันดูย้อนยุคจริง ๆ ไหมมันปลอมไหม และเรื่องวัสดุในตลาดเองมีความเก่าไหม โอเค วัสดุก็โอเค แต่ว่าบางสิ่งพวกวัสดุที่ต่อเติมที่ใหม่มันไม่โอเค มันไม่เข้า เป็นโครงไม้ เป็นกันสาด ดูไม่เข้ากัน งานฝีมือดูไม่ค่อยสวยเท่าไร เฉยๆ งานธรรมดาๆ เหมือนโครงสร้างมันไม่เด่นชัด ไม่มีงานฝีมือที่เป็นเอกลักษณ์ โครงสร้างที่เป็นตัวบ้านตัวไม้ถูกต่อเติมไปด้วยวัสดุอื่นที่ไม่เข้ากัน ความเก่าไม่เก่าเลย

สิ่งที่มันขาดหายไปของตลาด ที่มันทำให้รู้สึกว่ามันไม่ดั้งเดิมมันไม่เป็นตลาดโบราณทำให้รู้สึกว่ามันยังปลอมอยู่ คิดว่าอะไรที่มันขาดหายไปนี่ โดยภาพรวม เฉยๆ คือมันไม่มีความย้อนยุค เหมือนตลาดทั่ว ๆ ไป เหมือนร้านขายของทั่วไปตามตลาด เป็นของที่มีมันมีทุกที่ ไม่มีอะไรที่มันเป็นแบบว่าไม่เหมือนที่อื่น เหมือนร้านของฝากทั่วไป

ชื่อ A10

สำรวจวันที่ 10 กันยายน 2560

เวลา 10.00- 15.00 น.

สถานที่ ตลาดน้ำอโยธยา

สามารถแยกลักษณะของตลาดออกใหม่ว่าตลาดนี้เป็นแบบไหน เป็นลักษณะอย่างไร เป็นตลาดที่เก่าแล้วปรับปรุงใหม่ หรือเป็นตลาดใหม่เราทำให้เก่า หรือเป็นตลาดดั้งเดิม เป็นตลาดที่จำลองให้เก่า

สีเขียวเขียวที่เกิดขึ้น รู้สึกว่ามันแท้จริง หรือดั้งเดิมยังไ

คือบรรยากาศโดยรวมก็มีความเป็นความย้อนยุคอยู่บ้าง อาทิเช่นแบบเราเดินเข้ามาอย่างเนี่ย ก็มีท่าเรือ มีไม้โบราณ มองไปฝั่งตรงข้ามเป็นบ้านทรงไทยเป็นสถาปัตยกรรมแบบก่อน เราเห็นกำแพง กำแพงอิฐแดง ซึ่งเรามองว่าเหล่านี้เป็น วัสดุที่ใช้ก่อสร้างในยุคอยุธยา น่าจะมีความใกล้เคียง อย่างพวกเรือนไทย แลนสเคปโดยรวมมัน อยู่ริมน้ำ เรามองว่ามันน่าจะซิงค์กับวิถีชีวิตของความเป็นคนไทยในสมัยก่อน

จุดแดงที่เกิดขึ้นละ อย่างจุดแดงๆที่เราไม่ชอบนะ คือเราว่ามันมีอิลิเมนต์ที่มันเป็นสมัยใหม่เข้าไปเต็ม ส่วนใหญ่แล้วมันน่าจะเป็นงานตกแต่ง กระจุ๊กกระจิ๊ก ไม่ว่าจะเป็นงานทลายอิน ของแบรนด์ เช่นงานเก้าอี้ เอโอเอส ไม่ได้ตัดให้ปรดักล้อกันกับสถานที่สักเท่าไร แต่ถ้าเป็นป้ายมันเป็นของเค้าอยู่แล้วเป็นตลาดน้ำ แม้กระทั่งร้านแบรนด์เนอร้านค้า หลายๆร้านยังไม่เข้าตีกับสถานที่สักทีเดียว แต่ว่าฟังก์ชันการใช้งานเราว่ามันก็โอเคตรงที่ ระบบเมเนสเมนของเค้า **พ่อค้าแม่ค้า**ต้องแต่งตัวขายของนะ หรือการใช้วัสดุในการตกแต่งร้าน การใช้ภาชนะบางอย่างมันก็มีความ มันอาจจะไม่อยุธยาสักทีเดียวก็ได้แต่มันก็ยังมีความเป็นไทยแทรกมานิดนึง

เรื่องลักษณะสถานที่และตำแหน่งที่ตั้ง มันดีพอที่จะเป็นตลาดน้ำ ย้อนยุคหรือเปล่า แต่ว่ามัน**อาจจะสวยกว่า**นี้ก็ได้ สมมติว่า จากแลนสเคปตรงนั้นมองออกไปไกล ๆ เห็นเป็นสถาปัตยกรรม ต้องอยุ่อย่างจริง ๆ สมมติว่าเห็นว่าเก้าอี้มันก็จะสวยมีเสน่ห์ขึ้นมาอีก เพราะจากกาดตลาดตรงนั้นมองไปเห็นสถาปัตยกรรมของจริง แต่โดยภาพรวมมันก็สะดวกสบายดี **วิธีการ**มาก็ไม่ได้ลำบากความสมบูรณ์ของแลนสเคปมันก็โอเคนะ พื้นที่ดิน พื้นน้ำ คุลมรีนตี เพียงเพราะอาจเมืองไทยมันอ้าว มันก็เลยแบบนี้ดิ้ง ปัจจุบันก็ไม่ได้ร่มเย็นเหมือนเมื่อก่อน แล้วเรื่องลักษณะของสังคมวัฒนธรรม วิถีชีวิต มันมีความแท้จริงไหมหรือว่า มันมีความย้อนยุคไหมโบราณใหม่ ปลูกอมหรือเปล่า มันเป็นอย่างไร

น้อยนะ คือโดยภาพรวมแบบนี้ คนไทยในอดีต เค้าใช้ชีวิตริมน้ำ แต่เราไม่เห็นการใช้ฟังก์ชันนั้นให้เป็นประโยชน์ คือเรื่องที่เราเห็นอาจเป็นแค่เรือสัญจร ก็มิมิคให้เราเห็นแค่ว่าเรามาถึงเรือไม้ดูสิ แต่เราไม่เห็นวิถีชีวิตที่เป็นตลาดน้ำ เช่นพ่อค้าแม่ค้าขายของในเรือ เหมือนอัมพวา เราไม่เห็นเหมือนเมืองมัลลิกา **เขา**ไม่ได้ย้อนให้เป้นสมัยนั้นเราก็จะเห็นความพลาสติกอะไรอยู่เยอะ โอเคเราเข้าใจว่าบางครั้งเรามาซื้อของเราก็ต้องใส่ถุงพลาสติก กลับบ้าน คือมันน่าจะมีระบบการเก็บแบบว่า คือให้หน้าบ้านยังสวยอะ หน้าบ้านหอมฟุ้ง เป็นกลิ่นอายเก่าๆอะไรแบบเนี้ย แต่อันนี้คือ เราไม่เห็นการจัดการให้เรียบร้อยตรงนั้น

เรื่องของลักษณะการออกแบบตัววัสดุเอง หรือสภาพแวดล้อมภายในตลาดคิดว่าเป็นอย่างไร มันดูแท้จริงไหม หรือว่ามันดูย้อนยุคจริง ๆ ไหมมันปลอมไหม **และเรื่องวัสดุ**ในตลาดเองมีความเก่าไหม **เราว่ามันยังดูไม่****เข้าร่องเข้ารอย** อย่างที่เราบอกว่าอิลิเมนต์ที่มันดูเป้นสมัยใหม่อย่างงานอิงค์เจทที่เข้ามามันไม่จิงค์กับสถานที่ อย่างบางร้านเค้าก็พยายามทำซ้อป้ายร้านให้เป็นแบบไม้ที่เป้นสลักฉลุให้เป็นพ่อนไทย มันก็โอเค อย่างบางร้านอย่างเจียคือศิลปะที่เค้าเอาเข้ามาแต่งเราก็ไม่เข้าใจมันไม่ได้โบราณพอมันเอามาแต่งอยู่ด้วยกันก็แบบสเปอะสะปะแต่ว่าการใช้วัสดุก็เหมือนที่เราบอกว่าเราว่ามัน

น่าจะโอเคนะ **วัสดุที่เป็นโครงสร้างหลัก**ของเค้า การใช้ไม้การใช้มาจากแจ่มๆบ้างคือแต่ว่ามันไม่ได้เป็นภาพรวมของ**ใหญ่เข้ามา** มันก็เราดูแบบอิน การใช้อิฐหรือแบบบ้านไม้ไทยในสมัยก่อนแบบยกสูงแบบสำนักงาน บ้านชั้นเดียวที่เป็นมุงจากบ้านไม้เราว่ามันน่าจะซิงค์กับสถาปัตยกรรมในสมัยก่อน

สิ่งที่มันขาดหายไปของตลาด ที่มันทำให้รู้สึกว่ามันไม่ดั้งเดิมมันไม่เป็นตลาดโบราณทำให้รู้สึกว่ามันยังปลอมอยู่ คิดว่าอะไรที่มันขาดหายไปนี่ คือมองภาพใหญ่**ไม่**คือเห็นพวกงานฝีมือ งานประณีตศิลป์**เราว่ามันไม่ชัด**อย่างอยุธยาเขาก็มีการใช้คาแบบอาจจะเอาศัพท์ที่เป็นอำเภอ หรือศัพท์ถนของอยุธยา มาเล่น ถ้าเราเดินไปเรื่อย ๆ จะเห็นแต่ว่ามันไม่ค่อยชัด แต่ถ้าเราอยู่กรุงเทพแบบ บอกว่าอันนี้คือชุมชนบทบาทแล้วมันมีอะไรมาเดคคอปเรทให้มันมีความบทบาทให้มันลอยขึ้นมา แต่อันนี้เราไม่เห็น ไอโคนิค ซิมโบลิค ของอยุธยา ที่แบบเป้นงานฝีมือ งานประณีตศิลป์ งานหัตถศิลป์ งานจิตรกรรมเนี้ย แทบไม่เห็นเลยคือมันอาจจะเป้นไปได้ที่มันไม่มี เพราะมันเป็นวิถีชาวบ้านใจเป็นวิถีตลาดริมน้ำ มันก็เลยไม่ต้องแบบสวยงามเบอร์สิบ

เพียงแต่ว่าถ้าไปที่จะให้ไปเรียนรู้เรื่องนี้ เราว่ามันไม่ชัดมันอาจจะเก่าด้วยระยะเวลาที่มันสร้างมาประมาณนี้แล้วหรือแบบสภาพดินฟ้าอากาศ แต่มันไม่ได้เป้นเมืองโบราณหรือเก่ามากเบอร์นั้น แต่มันคือเรา สำหรับเราที่เป็นคนปัจจุบันไปเที่ยวตลาดน้ำที่เขา **เป้นเมืองจำลองขึ้นมา**เราเข้าใจในความที่มันจะไม่เก่า

เพียงแต่ว่ามันจะขัดหูขัดตาก็คืออะไรที่มันไม่เข้าพวกมากกว่า ขัดกับ อลิเมนต์ใหม่ๆเราเข้าใจในพ้อยนั้นแต่ว่าในความ
ที่มันเป็นวิถีชาวบ้านมันก็ไม่ต้องแบบของจริงตั้งแต่อยู่ยา เพียงแต่ว่ามันต้องจำลองให้พิวส์มันกลับไป แต่พิวส์มัน
ไม่ได้กลับไป เพราะมันมีสินค้าเช่นกระเป๋าดิสนีย์ คือร้านค้าหลายๆร้านมันก็ไม่ได้เข้าพวก กับความเป็นตลาดน้ำ
โบราณ ขาดวิถีชีวิตริมน้ำ คือมีน้ำเป็นครึ่งหนึ่งแต่ไม่ใช่ให้เกิดประโยชน์

แต่ไม่เห็นภาพแบบร้านก๋วยเตี๋ยวเรือที่พายเรือมา ร้านผลไม้ต้องแถมที่พายเรือมาจริง ๆ เป็นเหมือนเรือจำลองที่
ดิสเพย์มาอยู่บนบก ซึ่งเรามองว่าพิวส์มันไม่เหมือนไปเดิมถ่มพว คืออิมแพกมันได้พิวส์มันนะ แต่ที่เนี่ย ไม่ได้

การสำรวจที่ตลาดคลองสวน ครั้งที่ 1

ชื่อ K01
สำรวจวันที่ 27 สิงหาคม 2560
เวลา 10.00- 15.00 น.
สถานที่ ตลาดน้ำคลองสวน

สามารถแยกลักษณะของตลาดออกใหม่ว่าตลาดนี้เป็นแบบไหน เป็นลักษณะอย่างไร เป็นตลาดที่เก่าแล้วปรับปรุง
ใหม่ หรือเป็นตลาดใหม่เราทำให้เก่า หรือเป็นตลาดดั้งเดิม น่าจะเก่าดั้งเดิม แล้วมีปรับปรุงบางส่วน ผังที่เป็นบ้าน
จริง ให้ความรู้สึกที่เก่า แต่แถบฝั่งเขี่ยอารมณ์ยังไม่ได้ ไม่ได้ให้ความรู้สึกเป็นตลาด เหมือนร้านค้าธรรมดาตามดั่ง
เหมือนเอาของเก่าๆมาขายเพื่อสร้างความรู้สึกรมากกว่า

สีเขียวเขียวที่เกิดขึ้น รู้สึกว่ามันแท้จริง หรือดั้งเดิมยังไง จุดแดงที่เกิดขึ้นล่ะ น่าจะเป็นร้านทอง ส่วน
ตรงเนี่ยความรู้สึกแถบนี้เหมือนมานั่งรอ ยังไม่ได้ให้ความรู้สึกที่เก่า แต่แถบข้างหน้าโอเคแค่บ้านนะ หลังจากเดินลง
มาก็รู้สึกเฉยๆ พอพ้นแถบนี้ไปเริ่มมา ตรงร้านทอง เหมือนเป็นร้านทองยุคใหม่ ร้านนี้ให้ความรู้สึกโบราณ อีก
ร้านนี้เหมือนร้านทองในตลาดทั่วไปเอามาใส่ไว้ รู้สึกแตกต่าง เหมือนประมาณว่ามันไม่เข้า เหมือนการแต่งตัว
สมมุติว่าร้านแบบนั้นเหมือนการแต่งแต่ เหมือนแบบนุ่งผ้าถุงใส่เสื้อคอกระเช้าอันนั้นยังรู้สึกได้ แต่มีที่มาแบบ
เหมือนอยู่ร้านทั่วไปแล้วเอาร้านทองมาตั้ง มันไม่ได้โบราณแบบนั้น

เรื่องลักษณะสถานที่และตำแหน่งที่ตั้ง มันดีพอที่จะเป็นตลาดน้ำ ย้อนยุคหรือเปล่า ถ้าสายน้ำตรงพื้นที่นั่งกิน
ก๋วยเตี๋ยวเปิดมาก็ ให้ความรู้สึกที่เรียกความรู้สึกตอนเด็ก ๆ กลับมาได้ เพราะเราโตมากับสายน้ำ มันรู้สึกได้ว่ามัน
โอเค แล้วยังมีสะพานสูงๆทำเหมือนเมื่อก่อนโดยสายโดยเรือ ให้ความรู้สึกทำไมสะพานต้องสูงขนาดนั้น เหมือน
การต่อเรือมันสูงให้มันผ่านได้ มันเรียกความรู้สึกเด็ก ๆ กลับมาได้

แล้วเรื่องลักษณะของสังคมวัฒนธรรม วิถีชีวิต มันมีความแท้จริงไหมหรือว่ามันมีความย้อนยุคไหมโบราณไหม ดู
ปลอมหรือเปล่า มันเป็นอย่างไร

ถ้าแถบนี้ให้ความรู้สึก เพราะมีคนจีนดั้งเดิม คนเก่าๆที่มีชีวิตอยู่ พวกอามา อาจทำให้ความรู้สึกที่คงเหลืออยู่ แต่ถ้า
เป็นรุ่นลูกหลานอะไรแบบนี้หลังจากตรงนี้อีกสักพักที่เปอรุ่นเรารุ่นหลาน ความรู้สึกอาจจะจางๆไป แต่ถ้าคนแก่
มาขายขายซะส่วนใหญ่แถบนี้คนแก่ขายมีรุ่นลูกหลานมาช่วยเสริม

เรื่องของลักษณะการออกแบบตัววัสดุเอง หรือสภาพแวดล้อมภายในตลาดคิดว่าเป็นอย่างไร มันดูแท้จริงไหม หรือ
ว่ามันดูย้อนยุคจริง ๆ ไหมมันปลอมไหม และเรื่องวัสดุในตลาดเองมีความเก่าไหม มีเพ็ชรมที่ ยัง
เป็นเปิดประตู เหนงมองไปความเป็นสังกะสี แต่ที่ห้อยแดงๆไม่รู้สึกที่เก่านะ มันเหมือนเป็นเงินสามเชื้อชาติที่มา
อยู่ตรงนี้ ให้ความรู้สึกเฉยๆแต่ถ้าไม่ได้ก็จะให้ความรู้สึกที่มันเก่ากว่านี้

สิ่งที่มันขาดหายไปของตลาด ที่มันทำให้รู้สึกที่มันไม่ดั้งเดิมมันไม่เป็นตลาดโบราณทำให้รู้สึกที่มันยังปลอมอยู่ คิด
ว่าอะไรที่มันขาดหายไปนั้น การแต่งตัวจริง ๆ คนโบราณ ถ้ามองไปเห็นคนใส่เสื้อคอกระเช้าถ้ามองไปเห็นงอบใส่
เสื้อสีน้ำเงินเหมือนชวานาถ้าเกิดแต่งได้แบบนี้ละ

มันเหมือนน่าจะจะมีเก็นตุแอร์ เกินไป มีความเป็นแอร์ สองสามปีข้างหน้าเหมือนจะมีความสากลเข้ามา ถ้าจะให้ลงไปโอะยากแต่ถ้าจะให้ขึ้นมาทันสมัยหน่อยอยู่ที่ผู้บริหาร ถ้าคนบริหารชอบความดั้งเดิมจริง ๆ มันก็จะรู้คำตอบว่าต้องการอะไร เนี่ยดูความเป็นเก่า ๆ หยัก ๆ สามเหลี่ยมโค้ง ๆ ถ้ามันผู้ทั้งไปคนที่จะมาซ่อมแซมบำรุงรักษาถ้ามันไม่ไหวโบราณมันก็จะเอาเออว่ามาติดความเป็นเออว่าก็มาแทนที่มองเข้ามาเป็นความรู้สึกก็เป็นของชายความเปนไทย แต่ถ้าเป็นเอกลักษณ์เพิ่มเก่า แต่ถ้าจะให้พิเศษนิดนึงก็จะเป็นพวกขนม ขนมโบราณ หมากฝรั่งโบราณ ขนมโบราณต่าง ๆ ที่เป็นแฉงๆมันเรียกได้เพราะทุกคนโตมากับขนมอยู่แล้ว

ชื่อ K02
 สํารวจวันที่ 27 สิงหาคม 2560
 เวลา 10.00- 15.00 น.
 สถานที่ ตลาดน้ำคลองสวน

สามารถแยกลักษณะของตลาดออกใหม่ว่าตลาดนี้เป็นแบบไหน เป็นลักษณะอย่างไร เป็นตลาดที่เก่าแล้วปรับปรุงใหม่ หรือเป็นตลาดใหม่เราทำให้เก่า หรือเป็นตลาดดั้งเดิม

ในความรู้สึกของน้านะ ว่ามันไม่เก่า100% ดูมีการปรุงแต่งอะ ปรับปรุงแล้วรู้สึกพอได้

สีเขียวเขียวที่เกิดขึ้น รู้สึกว่ามันแท้จริง หรือดั้งเดิมยังง จุดแดงที่เกิดขึ้นละ น้าไม่ชอบ แต่ทางเข้าได้ เป็นไม้ยังโอเค แต่พอมารู้จักแล้วมันไม่เก่า ไม่โอเค มันไม่เหมือนเป็นผ้าไม้ มองมาแล้วดูไม่เก่า ฟังร้านของมีสองร้านเลยเกิดการเปรียบเทียบ

เรื่องลักษณะสถานที่และตำแหน่งที่ตั้ง มันดีพอที่จะเป็นตลาดน้ำ ย้อนยุคหรือเปล่า ก็โอเค ได้ติดคลองถึงฝั่งโอเค วิถียังไม่สมบูรณ์ บางคนด้วยการแต่งตัวด้วย หรือว่ามันทำไม่ได้บางอย่างมันหายไป ดูเหมือนแหล่งท่องเที่ยวแล้วเรื่องลักษณะของสังคมวัฒนธรรม วิถีชีวิต มันมีความแท้จริงไหมหรือว่า มันมีความย้อนยุคใหม่โบราณใหม่ดูปลอมหรือเปล่า มันเป็นอย่างไร เป็นบ้านเขาเลยแล้วก็เปิดเป็นร้านค้า

เรื่องของลักษณะการออกแบบตัววัสดุเอง หรือสภาพแวดล้อมภายในตลาดคิดว่าเป็นอย่างไร มันดูแท้จริงไหม หรือว่ามันดูย้อนยุคจริง ๆ ไหมมันปลอมไหม และเรื่องวัสดุในตลาดเองมีความเก่าไหม ฝ้าดูเก่าได้ลือคที่มองเข้าไปแล้วดูเก่า ได้ บางร้านหลุดไปเลย ไม่ได้

สิ่งที่มันขาดหายไปของตลาด ที่มันทำให้ดูรู้สึกว่ามันไม่ดั้งเดิมมันไม่เป็นตลาดโบราณทำให้รู้สึกว่ามันยังปลอมอยู่ คิดว่าอะไรที่มันขาดหายไปเนี่ย ไม่โอเค บางอย่างดูเหมือนเอาของใหม่มาผสมผสาน เอาของใหม่มาไม่เยอะ แต่ส่วนใหญ่เน้นของเราเด็ก ๆ ไม่ได้มีอะไรขาดไปจุดเด่น ก็คล้ายๆกันหมด ไม่ได้แตกต่างจากตลาดทั่วไปให้กลับมาใหม่ ไม่มาแล้ว

ชื่อ K03
 สํารวจวันที่ 27 สิงหาคม 2560
 เวลา 10.00- 15.00 น.
 สถานที่ ตลาดน้ำคลองสวน

สามารถแยกลักษณะของตลาดออกใหม่ว่าตลาดนี้เป็นแบบไหน เป็นลักษณะอย่างไร เป็นตลาดที่เก่าแล้วปรับปรุงใหม่ หรือเป็นตลาดใหม่เราทำให้เก่า หรือเป็นตลาดดั้งเดิม ตลาดเก่าดั้งเดิมที่มีการปรับปรุงตลาดเก่าที่เคยเห็นไม่เป็นแบบนี้ เป็นตลาดที่ไม่ค่อยมีคน เมื่อก่อนเป็นพื้นไม้ที่ไม้ดี พอปรับปรุงแล้วมันดีขึ้น

สีเขียวเขียวที่เกิดขึ้น รู้สึกว่ามันแท้จริง หรือดั้งเดิมยังง จุดแดงที่เกิดขึ้นละ มองแล้วมันดูแปลกไป ซึ่งครั้งแรกที่เคยเห็นในอดีตมันเป็นตู้โบราณใช้ทองแฉง ตอนนี้เป็นประตูเหล็ก ด้วยเศรษฐกิจและความปลอดภัยเลยมองว่ามันแปลกขึ้นมา สะพานค่อนข้างชันมาก ด้านหลังตลาดถูกปรับปรุงแล้วไม่ตีเพราะอาจจะคิดว่าไม่มีคนเดิน

เรื่องลักษณะสถานที่และตำแหน่งที่ตั้ง มันดีพอที่จะเป็นตลาดน้ำ ย้อนยุคหรือเปล่า

มันเกินมันดีมี มีคลอง ไปและอยากกลับมาอีก

แล้วเรื่องลักษณะของสังคมวัฒนธรรม วิถีชีวิต มันมีความแท้จริงไหมหรือว่ามันมีความย้อนยุคไหมโบราณใหม่ ดูปลอมหรือเปล่า มันเป็นอย่างไร

มีลี คนแก่ๆเขาอยู่ในบ้าน คนวัยรุ่นน่าจะไปอยู่ข้างนอกแต่ผู้ใหญ่ที่อยู่ที่นี่ก็นอนอยู่ที่นี่ วันธรรมดาเปิดขายใช้ชีวิต

เรื่องของลักษณะการออกแบบตัววัสดุเอง หรือสภาพแวดล้อมภายในตลาดคิดว่าเป็นอย่างไร มันดูแท้จริงไหม หรือว่ามันดูย้อนยุคจริง ๆ ไหมมันปลอมไหม และเรื่องวัสดุในตลาดเองมีความเก่าไหม

สวย หมายความว่าตรงนี้ อาคารบ้านเรือนมันดีมาก วัสดุเอง มันก็มาตามกาลเวลา

สิ่งที่มันขาดหายไปของตลาด ที่มันทำให้รู้สึกว่ามันไม่ดั้งเดิมมันไม่เป็นตลาดโบราณทำให้รู้สึกว่ามันยังปลอมอยู่ คิดว่าอะไรที่มันขาดหายไปนี่ มันไม่ขาดอะไรเลย มองว่าความเก่าคือจุดเด่นที่ตรงนี้เลยปัจจุบันเราก็โยยหาความเก่ากัน โยยหาวัฒนธรรม ของโบราณ มันไม่ปลอม

ชื่อ K04
สำรวจวันที่ 27 สิงหาคม 2560
เวลา 10.00- 15.00 น.
สถานที่ ตลาดน้ำคลองสวน

สามารถแยกลักษณะของตลาดออกใหม่ว่าตลาดนี้เป็นแบบไหน เป็นลักษณะอย่างไร เป็นตลาดที่เก่าแล้วปรับปรุงใหม่ หรือเป็นตลาดใหม่เราทำให้เก่า หรือเป็นตลาดดั้งเดิม เป็นตลาดเก่าดั้งเดิมแต่ก็มีการปรับปรุงบางส่วนขึ้นมาใหม่

สีเขียวเขียวที่เกิดขึ้น รู้สึกว่ามันแท้จริง หรือดั้งเดิมยังงี้ มีลักษณะอาคารบ้านเรือนที่เก่าและดั้งเดิม

จุดแดงที่เกิดขึ้นละ ร้านขายปืนโตหรือร้านค้าอาคารอื่น ๆ ที่ทำขึ้นมาใหม่ ร้านทอง ไม่เข้ากับตลาดเดิมที่มันเป็นอยู่แต่ก็ไม่ได้รู้สึกแปลกปลอม

เรื่องลักษณะสถานที่และตำแหน่งที่ตั้ง มันดีพอที่จะเป็นตลาดน้ำ ย้อนยุคหรือเปล่า โอเคมาก และให้มากกว่า อัมพวา ที่อัมพวาคือเหมือนแม่ค้าที่อื่นมาขายของ แต่ที่นี่มันเป็นจริงมากกว่าและมีวิถีชีวิต คือคนที่อยู่ตรงนี้นายจริง

แล้วเรื่องลักษณะของสังคมวัฒนธรรม วิถีชีวิต มันมีความแท้จริงไหมหรือว่ามันมีความย้อนยุคไหมโบราณใหม่ ดูปลอมหรือเปล่า มันเป็นอย่างไร

มันมีการค้าขาย มีวิถีชีวิตการอยู่อาศัย เราไม่ได้มองแต่ข้างหน้าแต่เรามองเข้าไปถึงข้างในบ้าน มันเป็นบ้าน

เรื่องของลักษณะการออกแบบตัววัสดุเอง หรือสภาพแวดล้อมภายในตลาดคิดว่าเป็นอย่างไร มันดูแท้จริงไหม หรือว่ามันดูย้อนยุคจริง ๆ ไหมมันปลอมไหม

เป็นเมืองเก่า เป็นตลาดน้ำ เป็นบ้านเก่า ก็ตรงตามสิ่งที่เขาพยายามจะบอก คิดว่ามันโอเคนะ

และเรื่องวัสดุในตลาดเองมีความเก่าไหม ส่วนความเก่ามันมีมากวัสดุส่วนใหญ่เป็นไม้ ความเป็นสนิมมันก็มีนะ แต่เก่าจริงดูเฝอแมงมุมก็รู้แล้วว่ามันเก่า โครงสร้างเห็นไม้ แต่รู้สึกว่าที่นี่แข็งแรงและปลอดภัย

สิ่งที่มันขาดหายไปของตลาด ที่มันทำให้รู้สึกว่ามันไม่ดั้งเดิมมันไม่เป็นตลาดโบราณทำให้รู้สึกว่ามันยังปลอมอยู่ คิดว่าอะไรที่มันขาดหายไปนี่ ไม่ได้มีอะไรที่เราารู้สึกว่ามันหายไปนะ แต่อาจจะดูเรื่องถึงขยะเพราะเดินซื้อ

ของกินแล้วไม่มีที่ทิ้ง และคิดว่าเอกลักษณ์ที่เด่นจริง ๆ คือเรื่องอาคาร บ้านที่มันมีความเก่า เมืองเก่า ลักษณะของขายมันก็คล้ายกัน แต่ตัวอาคารบ้านเรือน มันเด่นออกมาเลย

ชื่อ K05
 สํารวจวันที่ 20 สิงหาคม 2560
 เวลา 10.00- 15.00 น.
 สถานที่ ตลาดน้ำคลองสวน

สามารถแยกลักษณะของตลาดออกใหม่ว่าตลาดนี้เป็นแบบไหน เป็นลักษณะอย่างไร เป็นตลาดที่เก่าแล้วปรับปรุงใหม่ หรือเป็นตลาดใหม่เราทำให้เก่า หรือเป็นตลาดดั้งเดิม เดินปุ๊บก็รู้สึกเลยว่า **เป็นตลาดดั้งเดิมที่มีมาช้านาน** อยู่แล้วความรู้ที่เดินเข้าคิดว่ามันเป็นตลาดเดิมจริง ๆ

สีเขียวเขียวที่เกิดขึ้น รู้สึกว่ามันแท้จริง หรือดั้งเดิมยังไง การตกแต่งแบบเก่า โบราณมาก **รู้สึกประทับใจในความเป็นวิถีชีวิต** ถึงจะไม่โชว้ออกมามากมายนักจะเน้นไป **ทางด้านการค้าขาย**

จุดแดงที่เกิดขึ้นล่ะ **ข้ามสะพานไปจะมีโซนหนึ่งที่อยู่ริมน้ำสร้างขึ้นมาเพื่อให้คนได้กินอาหารริมน้ำ แต่อาจจะทำลายความเป็นเอกลักษณ์อาคารบ้านเรือน ทำเรือริมน้ำสร้างด้วยปูนหมดเลย วางกระเบื้อง วางโต๊ะ ทำให้เกิดความรู้สึกที่ไม่กลมกลืนกัน ถ้าเปลี่ยนหรือปรับปรุงโซนนั้นจะทำให้ดีมากขึ้น โซนด้านหลังมีอาคารที่ก่อสร้างมาใหม่ที่ไม่เชื่อมกับความเก่าของอาคารเดิม**

เรื่องลักษณะสถานที่และตำแหน่งที่ตั้ง มันดีพอที่จะเป็นตลาดน้ำ ย้อนยุคหรือเปล่า ลักษณะรู้สึกวาโอเคมาก ๆ **มันก็เลยรู้สึกว่ามันเก่าจริง ๆ มีลักษณะการใช้งานอย่างสวยงาม**

แล้วเรื่องลักษณะของสังคมวัฒนธรรม วิถีชีวิต มันมีความแท้จริงไหมหรือว่า มันมีความย้อนยุคใหม่โบราณใหม่ ดูปลอมหรือเปล่า มันเป็นอย่างไร **มันก็รู้สึกว่ามันดีจริง ๆ เพราะคนที่อยู่ในตลาดไม่ใช่การมาขายของแต่**

กลับรู้สึกว่ามันเป็นบ้านเขาจริง ๆ มีการค้าขายจริง ๆ มองไปข้างทางก็ยังมีคนใช้ชีวิต มีใช้คลองใช้วัดดูดี ของที่ขายก็เป็นของที่ได้อยู่ในชีวิตประจำวันทั่วไป

เรื่องของลักษณะการออกแบบตัววัสดุเอง หรือสภาพแวดล้อมภายในตลาดคิดว่าเป็นอย่างไร มันดูแท้จริงไหม หรือว่ามันดูย้อนยุคจริง ๆ ไหมมันปลอมไหม **มีความรู้สึกตั้งแต่เดินเข้าไปเหมือนทุกอย่างเหมือนอยู่มา**

มากแล้ว เก๋มากเป็นไม้ สีที่ใช่ก็เหมือนนานมาแล้ว รูปทรงบ้านเรือนเป็นของเก่าจริง ๆ และเรื่องวัสดุในตลาดเองมีความเก่าไหม **ที่นี่มีเยอะมาก มีความเป็นไม้เก่า มีความเป็นสีเก่า มีความเป็นรูปทรงการออกแบบ**

สิ่งที่มันขาดหายไปของตลาด ที่มันทำให้ดูรู้สึกว่ามันไม่ดั้งเดิมมันไม่เป็นตลาดโบราณทำให้รู้สึกว่ามันยังปลอมอยู่ คิดว่าอะไรที่มันขาดหายไปนั่น **ที่เน้นเรื่องกิน เรื่องของสินค้ามันอาจจะไม่หลากหลายมากนัก แต่จุดเด่นหรือเอกลักษณ์คืออาคารบ้านเรือนมีความเก๋มาก เป็นเอกลักษณ์จริงไม่สร้างมาเพื่อขายแต่เป็นที่อยู่อาศัยจริง ๆ**

ชื่อ K06
 สํารวจวันที่ 27 สิงหาคม 2560
 เวลา 10.00- 15.00 น.
 สถานที่ ตลาดน้ำคลองสวน

สามารถแยกลักษณะของตลาดออกใหม่ว่าตลาดนี้เป็นแบบไหน เป็นลักษณะอย่างไร เป็นตลาดที่เก่าแล้วปรับปรุงใหม่ หรือเป็นตลาดใหม่เราทำให้เก่า หรือเป็นตลาดดั้งเดิม **ของเก่าและมีการปรับปรุง และมันก็ดูโอเค และมีความเก่ามาก ๆ**

จุดแดงที่เกิดขึ้นล่ะ มันเป็นโซนไม้ ๆ แทรกกับกระจุก มันไม่ได้ไม่ชอบนะแต่มันดูไม่ค่อยกลมกลืนแต่ก็ไม่รู้ว่ามันแปลกหรือแยอะไร

เรื่องลักษณะสถานที่และตำแหน่งที่ตั้ง มันดีพอที่จะเป็นตลาดน้ำ ย้อนยุคหรือเปล่า โอเคนะมันดี มันเดินง่าย สะดวกสบาย

ชื่อ K08
 สํารวจวันที่ 27 สิงหาคม 2560
 เวลา 10.00- 15.00 น.
 สถานที่ ตลาดน้ำคลองสวน

สามารถแยกลักษณะของตลาดออกใหม่ว่าตลาดนี้เป็นแบบไหน เป็นลักษณะอย่างไร เป็นตลาดที่เก่าแล้วปรับปรุงใหม่ หรือเป็นตลาดใหม่เราทำให้เก่า หรือเป็นตลาดดั้งเดิม มันเป็นตลาดเก่าที่ดูเก๋จริง ๆ แต่ที่นี้ว่ามันมีบางส่วนที่ปรับปรุงขึ้นมาใหม่ ปรับแล้วรู้สึกว่ามันไม่คงสถานะของความเก่าไว้ ซึ่งบางอย่างมันเปลี่ยนแปลง บางร้านตัดแปลงจากเก่ามาเป็นใหม่ ซึ่งทำให้ความคงเดิมมันหายไป บางร้านมีแต่หยักไย้คุณไม่ขายก็น่าจะทำให้สะอาดมีของวางสองสามชั้น มีของวางแค่ด้านหน้า ถ้าคุณจะไม่ขายคุณน่าจะปรับปรุงซึ่งมันไม่ใช่ใจ

สีเขียวเขียวที่เกิดขึ้น รู้สึกว่ามันแท้จริง หรือดั้งเดิมยังไง

สีน้ำตาลดั้งเดิม ยังคงความเก่า สีน้ำตาลสมัยน้ำแฉึก ๆ ตัว

เอามาวาง เราเดินมาแล้วเรารู้สึกว่ายังคงความเก่าไว้

จุดแดงที่เกิดขึ้นละ ความเก่ามันหายไป

เรื่องลักษณะสถานที่และตำแหน่งที่ตั้ง มันดีพอที่จะเป็นตลาดน้ำ ย้อนยุคหรือเปล่า ที่ตั้งของมันไม่เลว แต่ต้องปรับปรุงในเรื่องความสะอาดอย่างเช่นร้านที่ไปกินอย่างจ้อย่างที่น้ำจ่อยถ่าย ตรงนั้นอะจะสกปรกมากร้านก๋วยเตี๋ยวร้านนั้นอะ บรรยากาศดี แต่สมควรปรับปรุงเพราะถ้าเค้าได้รับการพัฒนาน่าจะน่านั่งมากกว่านี้

แล้วเรื่องลักษณะของสังคัมวัฒนธรรม วิถีชีวิต มันมีความแท้จริงไหมหรือว่ามันมีความย้อนยุคใหม่โบราณใหม่ ดูปลอมหรือเปล่า มันเป็นอย่างไร รู้สึกชีวิต มันเหมือนลักษณะทั่วไปทุกวัน ๆ แต่ส่วนใหญ่จะเป็นของเล่นกับ

ขนม ของใช้เก่า ๆ ซะมากกว่า อาหารเป็นอาหารสำเร็จน้อย อาหารทำขึ้นมาเช่นก๋วยเตี๋ยวที่ทำมาใหม่ๆโอเค

เรื่องของลักษณะการออกแบบตัววัสดุเอง หรือสภาพแวดล้อมภายในตลาดคิดว่าเป็นอย่างไร มันดูแท้จริงไหม หรือว่ามันดูย้อนยุคจริง ๆ ใหม่มันปลอมไหม และเรื่องวัสดุในตลาดเองมีความเก่าไหม มี เยอะ เกือบแทบทุก

ร้านด้วยซ้ำ มีความใหม่อยู่แค่ไม่กี่ร้านซึ่งพอคงความเดิมอยู่

สิ่งที่มันขาดหายไปของตลาด ที่มันทำให้รู้สึกว่ามันไม่ดั้งเดิมมันไม่เป็นตลาดโบราณทำให้รู้สึกว่ามันยังไม่ปลอมอยู่ คิดว่าอะไรที่มันขาดหายไปในนี้ มันเฉยๆ บางอย่างไม่สมควรจะเอามา เช่นไอตุ๊กตาบาร์บี้ มันไม่เก๋นะ ไม่คงความเก่า มีพวกร้านทอง เป็นพวกทางเดิน ก็ไม่น่าเก่าขนาดนั้นนะ

จุดเด่น คือบรรยากาศ ลักษณะอาคารเป็นของเก่าโบราณ ฝาเป็นบานพับบานเพ็ญ ซึ่งบางอย่างเป็นพวกบานเหล็กอย่างเนี้ย น้อยมาก เหล็กพับ เพราะอาคารส่วนมากเป็นบานเพ็ญ มาหลายรอบแล้วนะ ก็มาเดินเที่ยวได้มารอบที่ 5-6 มาหลายเที่ยวแล้ว ส่วนมากซื้อของเก่าๆกลับไป

ภาคผนวก จ

เอกสารประกอบวรรณกรรมปริทัศน์

CONSEIL INTERNATIONAL
DES MONUMENTS ET DES SITES



INTERNATIONAL COUNCIL
ON MONUMENTS AND SITES

THE NARA DOCUMENT ON AUTHENTICITY (1994)

PREAMBLE

1. We, the experts assembled in Nara (Japan), wish to acknowledge the generous spirit and intellectual courage of the Japanese authorities in providing a timely forum in which we could challenge conventional thinking in the conservation field, and debate ways and means of broadening our horizons to bring greater respect for cultural and heritage diversity to conservation practice.

2. We also wish to acknowledge the value of the framework for discussion provided by the World Heritage Committee's desire to apply the test of authenticity in ways which accord full respect to the social and cultural values of all societies, in examining the outstanding universal value of cultural properties proposed for the World Heritage List.

3. The Nara Document on Authenticity is conceived in the spirit of the Charter of Venice, 1964, and builds on it and extends it in response to the expanding scope of cultural heritage concerns and interests in our contemporary world.

4. In a world that is increasingly subject to the forces of globalization and homogenization, and in a world in which the search for cultural identity is sometimes pursued through aggressive nationalism and the suppression of the cultures of minorities, the essential contribution made by the consideration of authenticity in conservation practice is to clarify and illuminate the collective memory of humanity.

CULTURAL DIVERSITY AND HERITAGE DIVERSITY

5. The diversity of cultures and heritage in our world is an irreplaceable source of spiritual and intellectual richness for all humankind. The protection and enhancement of cultural and heritage diversity in our world should be actively promoted as an essential aspect of human development.

6. Cultural heritage diversity exists in time and space, and demands respect for other cultures and all aspects of their belief systems. In cases where cultural values appear to be in conflict, respect for cultural diversity demands acknowledgment of the legitimacy of the cultural values of all parties.

7. All cultures and societies are rooted in the particular forms and means of tangible and intangible expression which constitute their heritage, and these should be respected.

8. It is important to underline a fundamental principle of UNESCO, to the effect that the cultural heritage of each is the cultural heritage of all. Responsibility for cultural heritage and the management of it belongs, in the first place, to the cultural community that has generated it, and subsequently to that which cares for it. However, in addition to these responsibilities, adherence to the international charters and conventions developed for conservation of cultural heritage also obliges consideration of the principles and responsibilities flowing from them. Balancing their own requirements with those of other cultural communities is, for each community, highly desirable, provided achieving this balance does not undermine their fundamental cultural values.

VALUES AND AUTHENTICITY

9. Conservation of cultural heritage in all its forms and historical periods is rooted in the values attributed to the heritage. Our ability to understand these values depends, in part, on the degree to which information sources about these values may be understood as credible or

truthful. Knowledge and understanding of these sources of information, in relation to original and subsequent characteristics of the cultural heritage, and their meaning, is a requisite basis for assessing all aspects of authenticity.

10. Authenticity, considered in this way and affirmed in the Charter of Venice, appears as the essential qualifying factor concerning values. The understanding of authenticity plays a fundamental role in all scientific studies of the cultural heritage, in conservation and restoration planning, as well as within the inscription procedures used for the World Heritage Convention and other cultural heritage inventories.

11. All judgements about values attributed to cultural properties as well as the credibility of related information sources may differ from culture to culture, and even within the same culture. It is thus not possible to base judgements of values and authenticity within fixed criteria. On the contrary, the respect due to all cultures requires that heritage properties must be considered and judged within the cultural contexts to which they belong.

12. Therefore, it is of the highest importance and urgency that, within each culture, recognition be accorded to the specific nature of its heritage values and the credibility and truthfulness of related information sources.

13. Depending on the nature of the cultural heritage, its cultural context, and its evolution through time, authenticity judgements may be linked to the worth of a great variety of sources of information. Aspects of the sources may include form and design, materials and substance, use and function, traditions and techniques, location and setting, and spirit and feeling, and other internal and external factors. The use of these sources permits elaboration of the specific artistic, historic, social, and scientific dimensions of the cultural heritage being examined.

APPENDIX 1

Suggestions for follow-up (proposed by H. Stovel)

1. Respect for cultural and heritage diversity requires conscious efforts to avoid imposing mechanistic formulae or standardized procedures in attempting to define or determine authenticity of particular monuments and sites.

2. Efforts to determine authenticity in a manner respectful of cultures and heritage diversity requires approaches which encourage cultures to develop analytical processes and tools specific to their nature and needs. Such approaches may have several aspects in common:

- efforts to ensure assessment of authenticity involve multidisciplinary collaboration and the appropriate utilization of all available expertise and knowledge;
- efforts to ensure attributed values are truly representative of a culture and the diversity of its interests, in particular monuments and sites;
- efforts to document clearly the particular nature of authenticity for monuments and sites as a practical guide to future treatment and monitoring;
- efforts to update authenticity assessments in light of changing values and circumstances.

3. Particularly important are efforts to ensure that attributed values are respected, and that their determination includes efforts to build, as far as possible, a multidisciplinary and community consensus concerning these values.

4. Approaches should also build on and facilitate international co-operation among all those with an interest in conservation of cultural heritage, in order to improve global respect and understanding for the diverse expressions and values of each culture.

5. Continuation and extension of this dialogue to the various regions and cultures of the world is a prerequisite to increasing the practical value of consideration of authenticity in the conservation of the common heritage of humankind.

6. Increasing awareness within the public of this fundamental dimension of heritage is an absolute necessity in order to arrive at concrete measures for safeguarding the vestiges of the past. This means developing greater understanding of the values represented by the cultural properties themselves, as well as respecting the role such monuments and sites play in contemporary society.

APPENDIX 2

Definitions

Conservation: all efforts designed to understand cultural heritage, know its history and meaning, ensure its material safeguard and, as required, its presentation, restoration and enhancement. (Cultural heritage is understood to include monuments, groups of buildings and sites of cultural value as defined in article one of the World Heritage Convention).

Information sources: all material, written, oral and figurative sources which make it possible to know the nature, specifications, meaning and history of the cultural heritage.

The Nara Document on Authenticity was drafted by the 45 participants at the Nara Conference on Authenticity in Relation to the World Heritage Convention, held at Nara, Japan, from 1-6 November 1994, at the invitation of the Agency for Cultural Affairs (Government of Japan) and the Nara Prefecture. The Agency organized the Nara Conference in cooperation with UNESCO, ICCROM and ICOMOS.

This final version of the Nara Document has been edited by the general rapporteurs of the Nara Conference, Mr. Raymond Lemaire and Mr. Herb Stovel.

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล	เอกณัฐ์ ชูเกษร
วัน เดือน ปีเกิด	2 พฤศจิกายน 2533
ที่อยู่	155 ถนน ไทยรามัญ แขวง สามวาตะวันตก เขต คลองสามวา จังหวัด กรุงเทพมหานคร 10510 โทร. 062-4268446
ประวัติการศึกษา	
2009 - 2012	Bachelor's degree in Interior Design, Sripatum University, Bangkok, Thailand.
2003 - 2009	High School in English-Chinese Program, Triamudomsuksa nomkiao School, Bangkok, Thailand.
ประสบการณ์การทำงาน	
2016 - Present	Freelance Interior Architect: House, Retail shop, Condo, Clinic dental, residential house, Hotel and resort.
2017 - 2019	Special Lecturer in Architecture, Department of Interior, Sripatum University, Bangkok, Thailand.
2015 - 2016	Interior Architect in D-63 Company Limited: Event, Shop, Exhibition, Booths.
2014 - 2015	Interior Architect in At real design company limited: House, Retail shop, Condo, Clinic dental, residential house, and Hotel.
2014	Interior Architect in The Mall Group: Retail shop in Department store
2013	Interior Architect in Artlonga and Aviva: Aviva - Bang & Olufsen, Leicht kitchen. Interior Architect in Rising Group limited: House, Retail shop, Condo, Clinic dental, residential house, Hotel and resort.

ผลงานวิจัย

Chukesorn S, Nanta P, (July 21, 2017) **Assessment Validation: Tools for Appraising of the Perception toward Architectural Elements of Riverside Market, Settlement Built Environment Research Associates Conference, BERAC8, 2017 Faculty of Architecture and Planning, Thammasat University, Bangkok.**