

ชื่อโครงการวิจัย(ภาษาไทย) โครงการเสนอแนะการออกแบบภาพลักษณ์องค์กรร้านสวนคนเมือง
(ภาษาอังกฤษ) Interior design proposal project for Corporate identity shop the
garden city

นางสาว ณัฐติชา ต้วงประพัฒน์(1),นายกิตติศักดิ์ เตชะกาญจนกิจ(2)

1. นักศึกษาคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรมสาขาออกแบบตกแต่งภายในและนิทรรศการ

Email aumnutticha05@hotmail.com

2. อาจารย์คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรมสาขาออกแบบตกแต่งภายในและนิทรรศการ

Email Bookijoke@gmail.com

บทคัดย่อ

ปัจจุบันในสังคมเมืองผู้คนได้มีการแข่งขันในเรื่องการทำงานการทำกิจกรรม จึงทำให้มองข้ามปัญหาของสุขภาพตนเอง ส่งผลด้านสุขภาพร่างกาย สาเหตุนี้ทำให้ผู้คนสังคมเมืองมองหาคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นโดยการผ่อนคลายความเครียดต่างๆ ผู้คนในเมืองนั้นไม่ค่อยนิยมปลูกพืชผักเอง เนื่องด้วยปัจจัยหลายด้านเช่น ผู้คนไม่มีเวลาให้การปลูกหรือความเข้าใจในกระบวนการปลูกยังมีไม่มากพอ จากกระแสสังคมในด้านการดูแลสุขภาพ และการรับประทานอาหารปลอดสารพิษเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้คนจดคิดกันมากขึ้นในเรื่องสุขภาพที่แย่งเมื่ออายุเพิ่มมากขึ้น อาการป่วยอาการป่วยต่างๆเพิ่มมากขึ้น จนลืมนดูแลสุขภาพของตนเอง จึงทำให้คนเมืองใส่ใจสุขภาพและหันกลับมาปลูกผักมากขึ้น จึงเกิดเป็นการบริหารจัดการพื้นที่ภายในที่พักอาศัย พุดคุยให้คำปรึกษา แนะนำการซื้อพันธุ์ และเชื่อมโยงไปยังสิ่งที่รองรับในการปลูกพืชคืออุปกรณ์ จากที่กล่าวมา และความสำคัญดังกล่าวผู้วิจัยเล็งเห็นความสำคัญของกลุ่มคนที่ให้ความสนใจในการเกษตร จึงเกิดร้านที่ครบวงจรซื้อขายแลกเปลี่ยนให้คำปรึกษาและออกแบบ เพื่อให้สะดวกต่อกลุ่มลูกค้าในการใช้งานในด้านต่างๆ เพื่อรองรับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นคนเมืองและกลุ่มคนที่ชื่นชอบ กิจกรรมด้านการเกษตร ที่มีพื้นที่อยู่อาศัยจำกัด

บทนำ

ปัจจุบันในสังคมเมืองผู้คนได้มีการแข่งขันในเรื่องการทำงาน การทำกิจกรรมต่างๆ ที่ตนเองต้องมีภาระรับผิดชอบในแต่ละวัน มีชีวิตที่เร่งรีบ ชีวิตที่วุ่นวาย ทำให้มองข้ามปัญหาของสุขภาพตนเอง ส่งผลด้านสุขภาพร่างกาย เช่น อาการป่วย เกิดโรคเครียดและโรคซึมเศร้า ผู้คนในสังคมเกิดปัญหาสุขภาพ ซึ่งสาเหตุนี้ทำให้ผู้คนสังคมนิยมมองหาคุณภาพชีวิตที่ดี เช่น การออกกำลังกาย การบริโภคอาหารที่สะอาด หรือแม้แต่งานอดิเรกในการผ่อนคลายความเครียดต่างๆ ดังนั้นผู้อยู่อาศัยจึงหากิจกรรมภายในที่พักอาศัยของตนเอง ยกตัวอย่างเช่นการดูแลต้นไม้และสวนในพื้นที่จำกัด ที่พักอาศัยเริ่มมีการปลูกพืชจากธรรมชาติ จากการปลูกพืชที่ดูเล่นหรือพืชที่นำไปรับประทานได้ ถือว่าเป็นอีกหนึ่งกิจกรรมในที่พักอาศัยที่จะช่วยทำให้ผู้คนในสังคมเมืองมีสุขภาพจิตใจและคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นในสังคมเมือง

ผู้คนในเมืองนั้นไม่ค่อยนิยมปลูกพืชผักเอง เนื่องจากปัจจัยหลายด้านเช่น ผู้คนไม่มีเวลาให้กับการปลูกหรือความเข้าใจในกระบวนการปลูกยังมีไม่มากพอ สถานที่ปลูกสภาพแวดล้อมไม่เอื้ออำนวย หลากหลายสาเหตุที่กล่าวมาทำให้คนในเมืองส่วนมากไม่ค่อยนิยมปลูกผัก จึงมองว่าการซื้อเป็นวิธีที่ง่ายและรวดเร็วที่สุด จากกระแสสังคมในด้านการดูแลสุขภาพ และการรับประทานอาหารปลอดสารพิษเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้คนจดคิดกันมากขึ้นในเรื่องสุขภาพที่แย่ลงเมื่ออายุเพิ่มมากขึ้น อาการป่วย อาการป่วยต่างๆเพิ่มมากขึ้นจากการใช้ชีวิตที่เร่งรีบ และการแข่งขัน จนลืมนดูแลสุขภาพของตนเอง จึงทำให้คนเมืองใส่ใจสุขภาพและหันกลับมาปลูกผักมากขึ้น การบริหารจัดการสรรพื้นที่ภายในที่พักอาศัย พุดคุยให้คำปรึกษา แนะนำการซื้อพันธุ์ผัก ซึ่งเป็นผักที่มี

ความเป็นธรรมชาติเนื่องจากเวลาปลูก จะไม่มีสารเคมีใดๆในการเพาะเลี้ยง สิ่งที่รองรับในการปลูกพืชคืออุปกรณ์การเกษตร อุปกรณ์การเกษตรแต่ละชิ้นมีประโยชน์ในการใช้สอยที่แตกต่างกันออกไป จึงเป็นสิ่งจำเป็นที่มักต้องมีในการประกอบกิจกรรมเมื่อที่ผู้คนหันมาปลูกพืชจนกลายเป็นระบบสมาชิกของกลุ่มคนที่ปลูกผักในเมือง การที่กลายเป็นสังคมแบบระบบสมาชิกที่ให้ความสนใจเฉพาะกลุ่ม จึงเกิดการแลกเปลี่ยนระหว่างสินค้าพืช การมีสมาชิกที่เยอะขึ้นทำให้มีสินค้าพืชที่มากขึ้น นอกเหนือจากจะส่งออกไป ก็มีการนำเอาสินค้าเวียนกลับมาใช้ภายในร้าน พืชที่เป็นของสดสู่การปรุงอาหารสำเร็จรูป จนกลายเป็นร้านอาหาร สินค้าสด และการแปรรูป หลังจากบริโภคแล้วให้นำสิ่งที่เหลือหรือเศษอาหารจากท่อระบายน้ำมาใช้ใหม่ มาทำเป็นปุ๋ยเพื่อหมุนเวียนผลิตอาหารได้อีก การจำหน่ายอาหารเพื่อสร้างภูมิคุ้มกันสุขภาพรวมทั้งยังส่งเสริมให้คนเมืองที่สนใจการเพาะปลูกแบบอินทรีย์ภายในพื้นที่ที่มีอยู่อย่างจำกัด เป็นวงจรการซื้อขายแลกเปลี่ยนกับผู้ที่มีประสบการณ์เดียวกันในด้านการเกษตรในสังคมเมือง

จากที่กล่าวมา และความสำคัญดังกล่าว ผู้วิจัยเล็งเห็นความสำคัญของกลุ่มคนที่ให้ความสนใจในการเกษตร จึงเกิดร้านที่ครบวงจรซื้อขายแลกเปลี่ยนให้คำปรึกษาและออกแบบ เพื่อให้สะดวกต่อกลุ่มลูกค้าในการใช้งานในด้านต่างๆ ผู้วิจัยจึงเสนอแนะโครงการเสนอแนะการออกแบบภาพลักษณ์และองค์กรร้านสวนคนเมือง เพื่อรองรับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นคนเมืองและกลุ่มคนที่ชื่นชอบกิจกรรมด้านการเกษตร ที่มีพื้นที่อยู่อาศัยจำกัด

วัตถุประสงค์งานวิจัย

1. ศึกษาแนวทางข้อมูลเกี่ยวกับร้านขายอุปกรณ์การเกษตรสำหรับกลุ่มคนเมือง มาใช้เป็นข้อมูลและกำหนดพื้นที่ในการออกแบบ

2. ศึกษาแนวทางการออกแบบเอกลักษณ์องค์กรประกอบไปด้วย สัญลักษณ์ เพื่อให้เกิดเป็นอัตลักษณ์ขององค์กร

3. นำความรู้ที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าปริญญาณิพนธ์การออกแบบร้านในห้างสรรพสินค้าไปประยุกต์ใช้ต่อให้เกิดประโยชน์

ขอบเขตการทำวิจัยแบ่งออกเป็น 3 ที่ศึกษาแบ่งออกเป็นดังนี้(บทที่2)

1. โครงการเสนอแนะการออกแบบภาพลักษณ์องค์กรร้านสวนคนเมือง

- ที่ตั้งและสภาพแวดล้อมของโครงการและพื้นที่ใกล้เคียง

- ผลกระทบด้านภูมิศาสตร์
- โครงการและวัสดุที่ใช้ในการออกแบบร้านสวนคนเมือง

- แนวความคิดในการออกแบบ
- ส่วนประกอบต่างๆภายในอาคารของโครงการ

2. การศึกษาข้อมูลรายละเอียดโครงการ

- สายงานการบริการและอัตรากำลังของโครงการ

- หน้าที่ของหน่วยงานและบุคลากร
- พฤติกรรมของผู้ใช้โครงการ

3. การศึกษาระบบการจัดพื้นที่และเครื่องใช้

- ประเภทขนาดและสัดส่วนของเฟอร์นิเจอร์และอุปกรณ์

- การแบ่งพื้นที่ใช้สอย และทางสัญจรภายใน
- การเลือกใช้และการจัดวางเฟอร์นิเจอร์ที่เหมาะสม

4. การศึกษาเรื่องจิตวิทยาของสี

5. การศึกษาข้อมูลทางด้านเทคนิคต่างๆ ที่นำมาใช้ในอาคาร

- ระบบไฟฟ้าและแสงสว่าง
- ระบบปรับอากาศ
- ระบบเสียง
- ระบบความปลอดภัย
- ระบบป้องกันอัคคีภัย
- ระบบน้ำและสุขาภิบาล
- วัสดุต่างๆที่นำมาใช้การออกแบบ

ระเบียบวิธีวิจัย

วิธีวิจัย การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเพื่อศึกษาและออกแบบเสนอแนะการออกแบบภาพลักษณ์องค์กรร้านสวนคนเมือง เพื่อออกแบบตกแต่งภายในอาคารสร้างความเข้าใจในการรับรู้เชิงพื้นที่ภายในอาคารต่อกลุ่มนักออกแบบตกแต่งภายในกับผู้ใช้ภายในอาคาร โดยวิธีการศึกษาข้อมูลจากเอกสารหนังสือ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ศึกษาข้อมูลโดยการสำรวจภาคสนาม แล้วสรุปวิเคราะห์เพื่อใช้ในการออกแบบการวิจัยนี้มีขั้นตอนการดำเนินงานดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นด้วยการทบทวนวรรณกรรมการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นจากเอกสารค้นคว้า ทบทวนแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ขั้นตอนที่ 2 ศึกษาองค์ประกอบด้านข้อมูลรายละเอียดโครงการ, การศึกษาระบบการจัดพื้นที่และอุปกรณ์เครื่องใช้, การศึกษาเรื่องจิตวิทยาของสี, การศึกษาข้อมูลทางด้านเทคนิคต่างๆ ที่นำมาใช้ในอาคาร

ขั้นตอนที่ 3 ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อประเมินในการออกแบบโครงการเสนอแนะการออกแบบภาพลักษณ์องค์กรร้านสวนคนเมือง ประกอบด้วยที่ตั้งและสภาพแวดล้อมของโครงการ

และพื้นที่ใกล้เคียง,โครงการและวัสดุที่ใช้ในการ
ออกแบบศูนย์การเรียนรู้ฯ,สายงานการบริการและ
อัตรากำลังของโครงการ,พฤติกรรมของผู้ใช้โครงการ,
ส่วนประกอบต่างๆภายในอาคารของโครงการ

ขั้นตอนที่4 ทำการวิเคราะห์เพื่อออกแบบใน
การสร้างแนวความคิดโครงการเสนอแนะการ
ออกแบบภาพลักษณ์องค์กรร้านสวนคนเมือง

ขั้นตอนที่5 ออกแบบพื้นที่ภายในโครงการ
เสนอแนะการออกแบบภาพลักษณ์องค์กรร้านสวน
คนเมือง

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการออกแบบ

การวิเคราะห์ที่ตั้ง (Site Analysis)

1. ห้างสรรพสินค้าสยามพารากอน ชั้นที่ 4

ที่ตั้งโครงการ ตั้งอยู่ที่ 991 สยามพารากอน
ถนน พระราม 1 แขวง ปทุมวัน เขต ปทุมวัน
กรุงเทพมหานคร 10330

สาเหตุที่เลือกตั้งโครงการ สยามพารากอน
ห้างสรรพสินค้าอันดับต้นๆของประเทศไทย เป็น
ศูนย์กลางธุรกิจ ขนาดใหญ่ที่มีทำเลที่ตั้งเหมาะสม
อยู่ใจกลางเมืองหลวงของประเทศไทย ด้วยการ
เดินทางที่สะดวกไปได้หลายเส้นทาง ทั้งรถโดยสาร
ประจำทาง / BTS สถานีเพลินจิต ศูนย์กลางธุรกิจ
จึงทำให้ในย่านนี้มีผู้คนมากมาย ทั้งชาวไทยและ
ชาวต่างชาติ

ที่ตั้งโครงการในส่วนช่องที่ 422Bและ422A
มีพื้นที่ขนาด 387.56 ตารางเมตร อาคาร
ห้างสรรพสินค้า โครงสร้างอาคารเป็นวัสดุปูนทั้งตัว
อาคาร สถานที่ตั้งนั้นอยู่ใจกลางเมืองใน ถนน
พระราม 1 เขตปทุมวัน



ภาพที่1 ภาพแสดงที่ตั้งอาคารภายในพื้นที่โครงการ
สยามพารากอน



ภาพที่2 ภาพแสดงที่ตั้งอาคารภายในพื้นที่โครงการ
สยามพารากอน

โดยที่ตั้งโครงการชั้นที่ 4ในส่วนช่องที่ 422B
และ422A มีอาณาเขตติดต่อ ดังนี้
ทิศเหนือ ติดกับ ทางสัญจรบันไดเลื่อน
ทิศใต้ ติดกับ โซน Paragon living
ทิศตะวันออก ติดกับ ร้าน Exotique Thai
ทิศตะวันตก ติดกับร้าน อาหารอิวาโอเมะ
**การวิเคราะห์ที่ตั้งของโครงการจากพื้นที่ภายใน
อาคารบนห้างสรรพสินค้าสยามพารากอน**

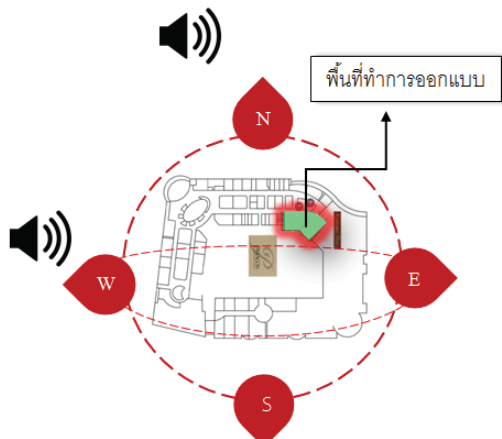
1.เสียง บริเวณด้านหน้าของร้าน(ทิศเหนือ)
เป็นทางสัญจรภายในอาคารสยามพารากอน เป็น
พื้นที่ ที่มีคนเดินผ่านสัญจรและพลุกพล่าน จึงมีเสียง
จากภายนอกเข้ามาในร้าน และด้านข้าง (ทิศ
ตะวันตก) ติดกับร้านอาหาร จึงจะได้รับผลกระทบ
จากเสียงของร้านข้างๆ

2.ทางสัญจร (ทิศเหนือ) บริเวณทางสัญจรที่เข้าถึงตัวโครงการง่ายและสะดวก เนื่องจากหน้าร้านใกล้กับบริเวณโถงบันไดเลื่อน ระยะความกว้างของพื้นที่ทางสัญจรหน้าร้าน มีระยะ 4.80 ซม. มีป้ายบอกทางที่ชัดเจน

3.การรักษาความปลอดภัย ระบบการตรวจจับควันและระบบตรวจจับความร้อนตามระยะทางสัญจร และป้ายบอกทางหนีไฟที่ชัดเจน

4.แสงสว่าง แสงสว่างในส่วนของหน้าร้าน (ทิศเหนือ) มีทุกระยะของพื้นที่สัญจร ลักษณะของฝ้าพื้นที่ทางสัญจร เป็นฝ้าครอบซ่อนไฟ และมีการห้อยโคมเป็นระยะ จึงทำให้หน้าร้านมีแสงสว่างมาก

5.สภาพแวดล้อม บริเวณสภาพแวดล้อมโดยรอบนั้นเป็นชั้นที่แบ่งระหว่างสินค้าที่ใช้ในบ้าน และ ร้านอาหารอย่างชัดเจน หน้าร้านไม่มีสิ่งบดบังและไม่ตั้งอยู่ในมุมอับ มีการระบายอากาศได้ดี แต่ผลกระทบอันดับต้นๆ จะเป็นเสียงระหว่างทางสัญจรหน้าร้าน(ทิศเหนือ) และ ด้านข้างจะเป็นเสียงของร้านอาหาร (ทิศตะวันตก)



ภาพที่3 ภาพแสดงการวิเคราะห์ที่ตั้งของโครงการในห้างสรรพสินค้าสยามพารากอน

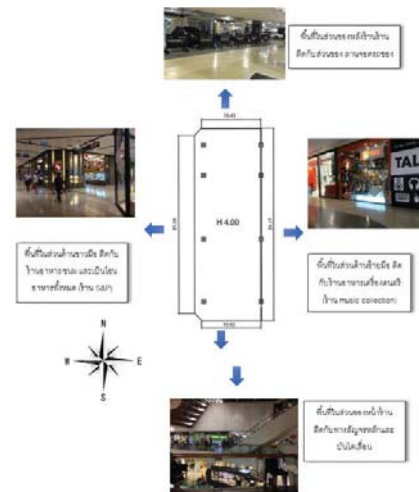
2. ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลพลาซ่า ชั้นที่ 3

ที่ตั้งโครงการ ตั้งอยู่ที่1693 ถนนพหลโยธิน แขวง จตุจักร เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900

สาเหตุที่เลือกตั้งโครงการ เช่นทรัลพลาซ่า ลาดพร้าว หรือ เซ็นทรัลลาดพร้าว เป็นศูนย์การค้า สำนักงาน ศูนย์แสดงสินค้า และโรงแรมครบวงจรซึ่งเป็นธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เพื่อการค้าปลีก แห่งแรกของบริษัท เซ็นทรัลพัฒนา จำกัด มหาชน ลาดพร้าวมีความโดดเด่นที่เห็นได้ชัดในเรื่องแฟชั่น ที่ตอบสนองต่อกลุ่มลูกค้าอย่างเช่นคนที่อยู่ในเมืองได้เป็นอย่างดี



ภาพที่4 ภาพแสดงที่ตั้งอาคารภายในพื้นที่โครงการเซ็นทรัลพลาซ่า ลาดพร้าว



ภาพที่5 ภาพแสดงอาณาเขตของร้าน Optic

โดยที่ตั้งโครงการชั้นที่ 3ในส่วนช่องที่ 332 มีอาณาเขตติดต่อ ดังนี้
ทิศเหนือ ติดกับ ลานจอดรถ
ทิศใต้ ติดกับ บันไดเลื่อน ทางสัญจร

ทิศตะวันออก ติดกับ ร้าน music collection
ทิศตะวันตก ติดกับ ร้านอาหาร ร้าน S&P
การวิเคราะห์ที่ตั้งของโครงการจากพื้นที่ภายใน
อาคารบนห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลพลาซา
ลาดพร้าว



1.เสียง บริเวณด้านหน้าของร้าน(ทิศใต้)
เป็นทางสัญจรภายในอาคารห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล
ลาดพร้าว จะได้รับผลกระทบจากเสียงของผู้คนที่
สัญจรไปมา และทางหลังร้านเป็น(ทิศเหนือ) จะ
ได้รับผลกระทบจากเสียงของรถยนต์ เนื่องจากเป็น
พื้นที่ของลานจอดรถ

ภาพที่ 6 ภาพแสดงการวิเคราะห์ที่ตั้งของโครงการใน
ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลพลาซา ลาดพร้าว

2.ทางสัญจร บริเวณทางสัญจรที่เข้าถึง
ตัวได้ทั้งด้านหน้าโครงการ(ทิศใต้) ใกล้กับทางสัญจร
ของบันไดเลื่อน และด้านข้างโครงการ(ทิศตะวันตก)
ที่เชื่อมไปสู่ประตูของลานจอดรถ(ทิศใต้)

3. กรณีศึกษาที่ 3 บนห้างสรรพสินค้า
ห้างสรรพสินค้าบิ๊กซี ซูเปอร์มาร์เก็ต สาขา
ราชดำริ ชั้นที่ 3

3.การรักษาความปลอดภัย ระบบการ
ตรวจจับควันและระบบตรวจจับความร้อนตาม
ระยะทางสัญญาณ และป้ายบอกทางหนีไฟในทุกระยะ

ที่ตั้งโครงการ ตั้งอยู่ที่ 97/11 ถนน
ราชดำริ แขวง ลุมพินี เขต ปทุมวัน
กรุงเทพมหานคร 10330

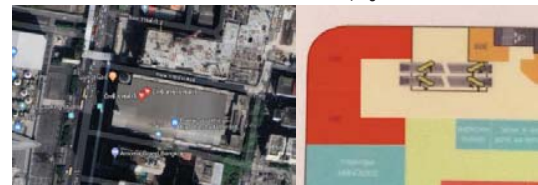
4.แสงสว่าง แสงสว่างในส่วนของหน้า
ร้าน(ทิศใต้) มีแสงที่ค่อนข้างน้อย ส่งผลกระทบต่อ
ทัศนียภาพในส่วนทางเดิน แสงไฟที่สว่างเป็นบางจุด

สาเหตุที่เลือกตั้งโครงการ โครงการที่
เน้นขายคนเมืองจึงเลือกตั้งโครงการในกรุงเทพ
จุดเด่นของบิ๊กซีในด้านการคัดสรรสินค้าอุปโภค
บริโภคทำให้ผู้คนเข้ามาให้บริการเป็นจำนวนมาก
และบิ๊กซี ซูเปอร์มาร์เก็ต สาขาราชดำริ ยังติดกับ
แหล่งท่องเที่ยวในย่านการท่องเที่ยว ซึ่งจะมีผู้คนเข้า
ใช้บริการที่ค่อนข้างมาก

5.สภาพแวดล้อมโดยรอบเป็นชั้นที่แบ่ง
ระหว่างสินค้าที่ใช้งานทั่วไป กับ ร้านอาหาร
ส่วนมากมีผลกระทบในเรื่องเสียงและ แสงสว่าง และ
รวมถึงมลภาวะที่มากในช่องทางลานจอดรถ(ทิศเหนือ)
แต่ข้อดีคือมีการสัญจรที่สะดวก เข้าออกที่ชัดเจน

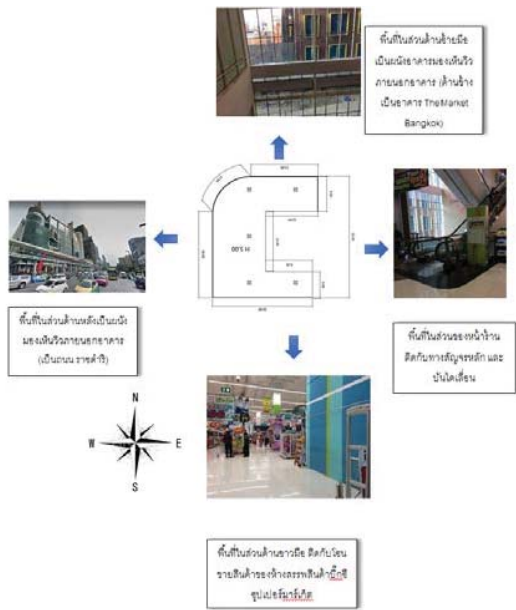
การเดินทางไปโครงการ

ที่ตั้งโครงการในส่วนช่องที่ 332 มีพื้นที่
ขนาด 401.50 ตารางเมตร อาคารห้างสรรพสินค้า
โครงสร้างอาคารเป็นวัสดุปูนทั้งตัวอาคาร



ภาพที่ 7 ภาพแสดงที่ตั้งอาคารภายในพื้นที่โครงการ
ห้างสรรพสินค้าบิ๊กซี

โดยที่ตั้งโครงการชั้นที่ 3 ในส่วนช่องที่ 332 มีอาณาเขตติดต่อ ดังนี้
ทิศเหนือ ติดกับ ผนังอาคารมองเห็นวิวภายนอก
ทิศใต้ ติดกับ พื้นที่ขายของบิ๊กซี
ทิศตะวันออก ติดกับ บันไดเลื่อน ทางสัญจร
ทิศตะวันตก ติดกับ ผนังอาคารมองเห็นวิว
ภายนอก



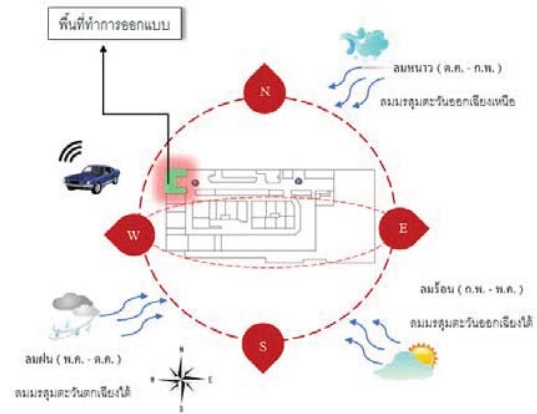
ภาพที่ 8 ภาพแสดงอาณาเขตบิ๊กซี

การวิเคราะห์อิทธิพลของสภาพภูมิอากาศ ภูมิศาสตร์

กรุงเทพมหานครตั้งอยู่ในบริเวณภาคกลางตอนล่างของประเทศไทย บริเวณละติจูดที่ 13.45 องศาเหนือ ลองจิจูด 100.28 องศาตะวันออก โดยเป็นเมืองหลวงของประเทศ มีพื้นที่ทั้งหมดประมาณ 1,568.7 ตารางกิโลเมตร และมีลักษณะภูมิศาสตร์ที่สำคัญ

ลักษณะภูมิประเทศของกรุงเทพมหานครเป็นที่ราบลุ่ม มีระดับความสูงจากระดับน้ำทะเลปานกลาง ประมาณ 1.50-2 เมตร โดยมีความลาดเอียง

ของระดับพื้นดินจากทิศเหนือ จะลาดเอียงสู่อ่าวไทยทาง ทิศใต้



ภาพที่ 9 ภาพแสดงอิทธิพลของสภาพภูมิอากาศต่ออาคารในห้างสรรพสินค้าบิ๊กซี

การวิเคราะห์สถาปัตยกรรมโครงการ เสนอแนะการออกแบบภาพลักษณ์องค์กร ร้านสวนคนเมือง

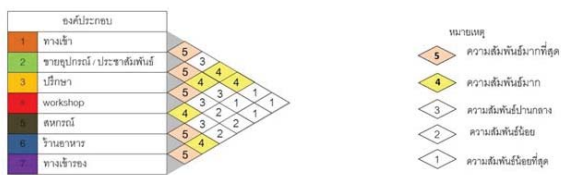
เนื่องจากโครงการนี้เป็นโครงการเสนอแนะ ผู้วิจัยมีความคิดที่จะเสนอตัวอาคารภายในห้างสรรพสินค้า มาใช้ในโครงการเสนอแนะการออกแบบภาพลักษณ์องค์กรร้านสวนคนเมือง ซึ่งมีที่ตั้งทั้งหมด 3 ที่ตั้งคือ 1.ห้างสรรพสินค้าสยามพารากอน 2.ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลพลาซ่า 3. บิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ และบูจจัดแสดงอิมแพ็ค เมืองทองธานี มีพื้นที่รวมทั้งสิ้น 1220.93 ตารางเมตร

ตัวอาคารมีลักษณะที่ทันสมัยและเรียบง่าย เป็นอาคารอาคารคอนกรีตเสริมเหล็กทั้งหมด

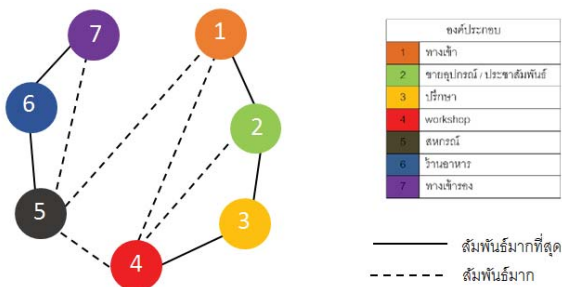
พื้นที่ภายในส่วนใหญ่เป็นพื้นที่โล่งกว้าง มีความสูงจากพื้นถึงฝ้าเพดานแตกต่างกันไป 1. ห้างสรรพสินค้าสยามพารากอนมีความสูง 4.80m. 2. ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลพลาซ่ามีความสูง 4.00 m. 3. บิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์มีความสูง 5.00 m.

การวิเคราะห์กระบวนการออกแบบ (Design Process) วิเคราะห์ ค่าความสัมพันธ์องค์ประกอบ

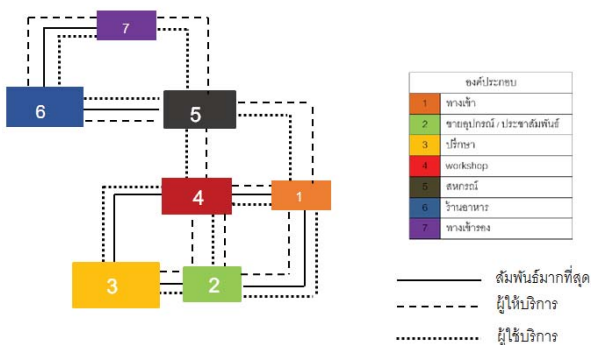
หลักของโครงการในส่วนนี้จะเป็นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของพื้นที่ในการออกแบบเพื่อหารูปแบบการเชื่อมโยงพื้นที่ให้เกิดการใช้งานของพื้นที่ร่วมกันเพื่อนำไปใช้ในการแบ่งพื้นที่ในการออกแบบ



ภาพที่10 แสดงแผนภูมิตารางค่าความสัมพันธ์องค์ประกอบหลักของโครงการ



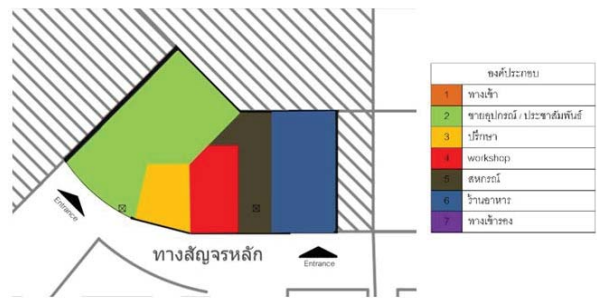
ภาพที่11 แสดงความสัมพันธ์แบบวงกลมทั้งหมดของโครงการ



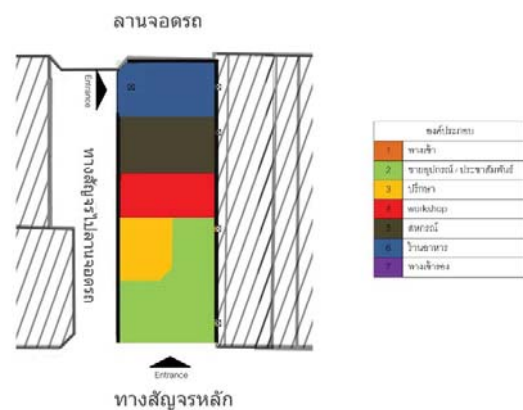
ภาพที่12 แสดงแผนภูมิประโยชน์ใช้สอยและทางสัญจรความสัมพันธ์องค์ประกอบหลักของโครงการ การแบ่งพื้นที่เพื่อใช้ในการออกแบบ

ในการออกแบบ Interior design proposal project for Corporate identity shop the garden city ผลจากการวิเคราะห์กระบวนการออกแบบ (Design Process) วิเคราะห์ ค่าความสัมพันธ์ทำให้เกิดการแบ่งพื้นที่ Zoning ทั้งหมดของโครงการ แบ่งเป็น 5 ฟังก์ชันใหญ่ดังนี้

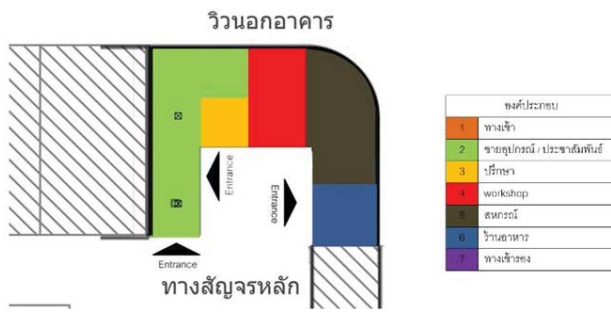
การแบ่งเขตพื้นที่ใช้สอย (Zoning)



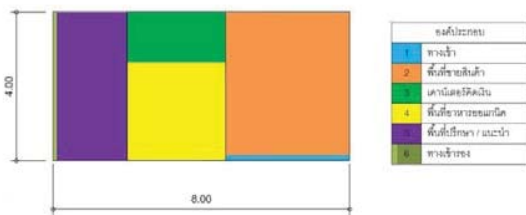
ภาพที่13 แสดงการแบ่งเขตพื้นที่ชั้นที่ตั้งสยามพารากอน



ภาพที่14 แสดงการแบ่งเขตพื้นที่ชั้นที่ตั้งเซ็นทรัลลาดพร้าว



ภาพที่15 แสดงการแบ่งเขตพื้นที่ชั้นที่ตั้งปักซี



ภาพที่16 แสดงการแบ่งเขตพื้นที่ตั้งบูธ

กระบวนการสร้างและวิเคราะห์งานออกแบบ (บทที่4)

ทำการวิเคราะห์เพื่อออกแบบในการสร้างแนวความคิดโครงการเสนอแนะการออกแบบภาพลักษณ์องค์กร

ร้านสวนคนเมืองแบ่งเป็นแนวคิดได้ดังนี้แนวคิดในการออกแบบโครงการเสนอแนะการออกแบบภาพลักษณ์องค์กรร้านสวนคนเมือง “สวนผักคนเมือง” คือวิถีชีวิตรูปแบบหนึ่งของคนที่ทำการเกษตรอยู่ในเมือง ด้วยความหมายของคำที่เข้าใจง่ายสื่อความหมายถึงกลุ่มเป้าหมายได้ทันที “สวนผัก” คือการทำสวนไม่ว่าจะเป็นสวนในลักษณะใดก็ได้แล้วแต่ที่ให้พืชผลทางการเกษตร และสอดคล้องไปในส่วนของ “คนเมือง” หมายถึงกลุ่มเป้าหมายที่สร้างผลผลิตไปสู่รายได้ ซึ่งเป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในเมือง มีการใช้ชีวิตอยู่กับสังคมและทรัพยากรทางธรรมชาติ

1. พื้นที่ส่วนขายอุปกรณ์เกษตร สีที่นำมาใช้คือ “สีเขียว” ผักที่มีสีเขียวมีสารสำคัญ คือ คลอโรฟิลล์(Chlorophyll), ลูทีน(Lutein) และซีแซนทีน(Zeaxanthin) ช่วยลดความเสี่ยงโรคมะเร็ง ช่วยเรื่องการเสื่อมของจอประสาทตา ช่วยเรื่องการขับถ่าย ดูแลภูมิคุ้มกันในร่างกาย ซึ่งเปรียบกับผักสีเขียว ให้เป็นอุปกรณ์เกษตร ที่จะดูแลรักษาพืชในการเพาะปลูก ผักสีเขียว ชนิดผักได้แก่ กะหล่ำปลีสีเขียว, คื่นช่าย, ผักกาด, แตงกวา, ตำลึง, ถั่วลันเตา ทฤษฎีความหมายของสีเขียว ให้ความรู้สึก สงบ เย็น รมรื่น รมเย็น พักผ่อน การผ่อนคลาย ธรรมชาติ



ภาพที่17 แสดงภาพ Perspective ขายอุปกรณ์ (สยามพารากอน)



ภาพที่18 แสดงภาพ Perspective ขายอุปกรณ์ (เซ็นทรัล)



ภาพที่19 แสดงภาพ Perspective ขยายอุปกรณ์(เบ็กชี)

2. ส่วนให้คำปรึกษา สีที่นำมาใช้คือ “สีขาว” ผักที่สีขาวมีสารสำคัญ คือ แซนโทน (Xanthone) ช่วยต้านอาการอักเสบ ด้านอนุมูลอิสระ เสริมสร้างสุขภาพ เปรียบกับผักสีขาว่าเป็นการเสริมสร้างความรู้ การหาข้อมูลเพื่อนำไปสู่ผลผลิต ชนิดผักได้แก่ กระเทียม, ผักกาดขาว, หัวไชเท้า, ดอกกะหล่ำ, ดอกแค, หอมหัวใหญ่ เป็นต้น ทฤษฎีความหมายของสีขาว ให้ความรู้สึกบริสุทธิ์ สะอาด สดใส เบาบาง อ่อนโยน เปิดเผย



ภาพที่20 แสดงภาพ Perspective สำนักงาน(สยามพารากอน)



ภาพที่21 แสดงภาพ Perspective สำนักงาน (เซ็นทรัล)



ภาพที่22 แสดงภาพ Perspective สำนักงาน(เบ็กชี)

3. ส่วน workshop สีที่นำมาใช้คือ “สีแดง” ผักที่มีสีแดงมีสารสำคัญ คือ โลโคปีน (Lycopene) เบตาไซซีน(Betacyclin) และสารแอนโทไซยานิน(Anthocyanin) โลโคปีนเป็นสารต้านอนุมูลอิสระชั้นดีช่วยยับยั้งเซลล์มะเร็ง ด้านอนุมูลอิสระ เสริมสร้างความจำ เปรียบกับเรื่องความจำ ทักษะในการปฏิบัติ ลงมือทำซึ่งต้องใช้การจำวิธีขั้นตอนในการปลูกพืชแต่ละชนิด ชนิดผักได้แก่ มะเขือเทศ, พริกแดง, หอมแดง เป็นต้น ทฤษฎีความหมายของสีแดง ให้ความรู้สึกร้อน การกระตุ้น ทำทาย เคลื่อนไหว ตื่นเต้น มีพลัง ความอุดมสมบูรณ์



ภาพที่23 แสดงภาพ Perspective work shop(สยามพารากอน)



ภาพที่24 แสดงภาพ Perspective work shop(เชียงตราล)



ภาพที่26 แสดงภาพ Perspective สหกรณ(สยามพารากอน)



ภาพที่25 แสดงภาพ Perspective work shop(บีกซี)



ภาพที่27 แสดงภาพ Perspective สหกรณ(เชียงตราล)

4.ส่วนสหกรณ สีที่นำมาใช้คือ “สีส้ม” ผักที่มีสีส้มมีสารสำคัญ คือ แคโรทีนอยด์ (Carotenoid) ซึ่งเป็นสารตั้งต้นของวิตามินเอ เบต้า-แคโรทีน(Beta-carotene) ฟลาโวนอยด์(Flavonoids) และวิตามินซี(Vitamin C) ช่วยต้านอนุมูลอิสระ สร้างภูมิคุ้มกัน ในร่างกายการรักษาระบบเซลล์ในร่างกาย เปรียบกับการสร้างระบบสมาชิกและรักษาสมาชิกในการทำการเกษตร เพื่อที่จะเพิ่มจำนวนผู้คนในสมาชิก ชนิดผักได้แก่ แครอท , ฟักทอง , มันเทศ พริกสีเหลือง เป็นต้น ทฤษฎีความหมายของสีส้ม ให้ความรู้สึก ความอบอุ่น ความสดใส มีชีวิตชีวา



ภาพที่28 แสดงภาพ Perspective สหกรณ(บีกซี)

5.ส่วนร้านอาหาร สีที่นำมาใช้คือ “สีม่วง” ผักที่มีสีม่วงมีสารสำคัญ แอนโทไซยานิน (Anthocyanin) ช่วยต้านอนุมูลอิสระ มี กระตุ้นการไหลเวียนของเลือด และลดความเสี่ยงในการเป็นโรคหัวใจหลอดเลือดได้ บำรุงตับและบำรุงระบบย่อย เสริมภูมิคุ้มกัน ยับยั้งการเกิดอาหารเป็นพิษ สีม่วงเปรียบกับการดูแลระบบทางเดินอาหาร การใส่ใจในเรื่องคุณค่าทางโภชนาการที่ส่งต่อให้กับลูกค้า

ชนิดผักได้แก่ กะหล่ำปลีสีม่วง, มะเขือม่วง, หอมแดง เป็นต้น ทฤษฎีความหมายของสีม่วง ให้ความรู้สึก น่าติดตาม เร้นลับ มีพลังแฝงอยู่ ความรัก ความสงบ



ภาพที่29 แสดงภาพ Perspective ร้านอาหาร (สยามพารากอน)



ภาพที่30 แสดงภาพ Perspective ร้านอาหาร (เซ็นทรัล)



ภาพที่31 แสดงภาพ Perspective ร้านอาหาร(บิ๊กซี)

แนวคิดบูรณาการ

ซุ้มไม้เลื้อย ที่มาซุ้มไม้เลื้อยหรือ ร้านไม้เลื้อย (pergola) เป็นสิ่งก่อสร้างประดับสวน (garden

feature) ที่มีลักษณะเป็นซุ้มเหนือทางเดินหรือ บริเวณที่นั่งพักผ่อน ที่สร้างขึ้นเพื่อใช้เป็นร่มเงา ตัว สิ่งก่อสร้างประกอบด้วยเสาและโครงหลังคาโปร่ง หรือแผงตาตาราง (lattice) เพื่อให้ไม้สามารถเลื้อย ได้หรือช่วยรักษารูปทรงของไม้เลื้อยตามทรงหรือ โครงสร้างที่ต้องการ ร้านไม้เลื้อยในปัจจุบันมักจะเป็น สิ่งก่อสร้างจากธรรมชาติ "อุโมงค์ไม้เลื้อย" หรือ "อุโมงค์เขียว" เป็นการสร้างศิลปวิทยาที่ใช้การตัด ยอดที่ออกใหม่ของไม้ที่ตัดง่าย ให้เป็นซุ้มโค้งเป็น ระยะไปตามรูปทรงสวนกันเพื่อให้ไม้เลื้อยได้ การ พัฒนาของซุ้มที่ใช้พืชไม้เลื้อยที่เป็นของเดิมอยู่แล้ว นำมาประยุกต์ใช้กับการปลูกผักประเภทไม้เลื้อยเช่น ถั่วฝักยาว ถั่วพู แตงกวา บวบ ฟัก มะระ มะเขือ วัสดุที่ใช้ตัดโค้งส่วนมากจะเป็นไม้ ที่สามารถหาได้ ง่ายตามท้องตลาด จึงเป็นแนวคิดการนำลักษณะของ การปลูกพืชในรูปแบบของซุ้ม ที่มีความโดดเด่น มา ใช้ออกแบบบูรณาการ



ภาพที่32 แสดงภาพ Perspective บูรณาการ

บทสรุปและข้อเสนอแนะ(บทที่5)

โครงการเสนอแนะการออกแบบ ภาพลักษณ์องค์กรร้านสวนคนเมือง ภายในของ โครงการทั้ง3 ที่ตั้งจะมีพื้นที่การใช้สอยที่เหมือนกัน แบ่งเป็นพื้นที่ขายอุปกรณ์ การเกษตร พื้นที่ สำนักงาน พื้นที่ทำกิจกรรม(workshop) พื้นที่ สหกรณ์การเกษตร พื้นที่ร้านอาหาร ในแต่ละพื้นที่มี การออกแบบตกแต่งโดยหยิบยกนำเอาเอกลักษณ์

ของพืชแต่ละสี และรูปทรงพืชแต่ละ สีมาใช้ในการ ออกแบบตกแต่งภายในแต่ละส่วน พื้นที่ตั้งของ โครงการทั้ง 3 ที่ตั้ง 1.ภายใน ห้างสรรพสินค้าสยาม พารากอนมีขนาด 2. ภายในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล 3. ภายในห้างสรรพสินค้าบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ และส่วนบูธจัดแสดง ที่ตั้งอิมแพ็ค เมืองทองธานี ใน ส่วนของการสร้างอัตลักษณ์องค์กร (Identity) ประกอบด้วย การออกแบบ Logo ร้านและ ส่วน ภาพลักษณ์หน้าร้าน

แนวคิดในการออกแบบโครงการเสนอแนะ การออกแบบภาพลักษณ์องค์กรร้านสวนคนเมือง คือ “สวนผักคนเมือง” คือวิถีชีวิตรูปแบบหนึ่งของคนที่ ทำการเกษตรอยู่ในเมือง ความหมายของคำที่ เข้าใจ ง่ายสื่อความหมายถึงกลุ่มเป้าหมายได้ทันที “สวน ผัก” คือการทำสวนไม่ว่าจะเป็นสวนใน ลักษณะใดก็ แล้วแต่ ที่ให้พืชผลทางการเกษตร และสอดคล้องไป ในส่วนของ “คนเมือง” หมายถึง กลุ่มเป้าหมายที่ สร้างผลผลิตไปสู่รายได้ ซึ่งเป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในเมือง มี การใช้ชีวิตอยู่กับสังคมและ ทรัพยากรทางธรรมชาติ

สรุปปัญหาจากการทำโครงการเสนอแนะ การออกแบบภาพลักษณ์องค์กรร้านสวนคนเมือง

สรุปสิ่งที่ผู้วิจัยได้ปรับแก้ (ภาคหัวข้อ) ผู้วิจัยได้นำอาคารสถาปนิกมาใช้ในการออกแบบ ซึ่ง เกิดปัญหาคือ การใช้อาคารที่ผิดประเภท ส่งผลให้ผู้ เข้าใช้บริการไม่ค่อยเข้ามาใช้บริการภายในอาคาร มากนัก จึงแก้ปัญหาโดยการเลือกที่ตั้งใหม่ ที่อยู่ใน ห้างสรรพสินค้าแทน เนื่องจากพฤติกรรมผู้ใช้บริการ ของคนเมืองนั้นนิยมเดินห้างสรรพสินค้าเป็นส่วน ใหญ่ จะทำให้ทำเลที่ตั้งนั้นน่าสนใจมากกว่าการแยก เป็นตัวอาคาร

สรุปสิ่งที่ผู้วิจัยได้ปรับแก้ (ภาคข้อมูล) ผู้วิจัยได้มีการนำวัสดุมาใช้ในการออกแบบที่ไม่ค่อย ตรงกับภาพลักษณ์องค์กร ซึ่งเกิดปัญหาคือ กรรมการมองว่าเมื่อเลือกวัสดุแล้วทำให้ออกแบบ มาได้ไม่ตรงกับภาพลักษณ์องค์กร เช่น การเลือกใช้ วัสดุที่ไม่ได้มาจากธรรมชาติมากเกินไป อาทิเช่น เหล็ก สแตนเลส หรือวัสดุพลาสติก จึงแก้ปัญหาโดย การเลือกใช้วัสดุที่ทำจากไม้จริงมาใช้ในงานมากขึ้น และวัสดุตกแต่งประเภทผนังต้นไม้เพื่อให้ตรงตาม ภาพลักษณ์องค์กร ร้านสวนคนเมือง

สรุปสิ่งที่ผู้วิจัยได้ปรับแก้ (ภาคออกแบบ) ผู้วิจัยได้มีการออกแบบส่วนหน้าร้านทั้ง 3 ที่ตั้ง ซึ่ง เกิดปัญหาคือ ภาพลักษณ์หน้าร้านไม่เป็นไปใน ทิศทางเดียวกัน และการออกแบบที่ไม่มีเอกลักษณ์ ที่เด่นชัด รวมถึงการหิบบกวัสดุที่นำมาใช้ออกแบบ โครงการไม่สื่อไปถึงการยกระดับของร้านทั้ง 3 ที่ตั้ง จึงแก้ปัญหาโดยการ ปรับเปลี่ยนหน้าร้านทั้งหมดให้ ไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งแนวคิดหน้าร้านคือ รูปทรง สีเหลี่ยม และ ลังไม้ สื่อความหมายคือ พื้นที่พัก อาศัย ภายในลังไม้จะมีของตกแต่งซึ่งเป็นผัก สื่อ ความหมาย ถึงการปลูกพืช จึงเป็นพื้นที่พักอาศัยที่มี การเพาะปลูกภายในอาคาร หน้าร้านทั้ง 3 ที่ตั้งจะมี window display ที่คล้ายกัน และการแก้ปัญหา เรื่อง Identity แต่ละที่ตั้งก็จะมีการใช้วัสดุที่ใช้ตกแต่ง window display ที่แตกต่างกันออกไป คือ สยาม พารากอนใช้วัสดุ สแตนเลสสีทอง เซ็นทรัลใช้วัสดุ สแตนเลสสีเงิน และ บิ๊กซีใช้วัสดุเป็นไม้จริง ตกแต่ง แต่ละที่ให้มีมีความแตกต่างกันในเรื่องของวัสดุที่ใช้ก็ สามารถยกระดับจากทรูหรามากหรือน้อยก็จะ

แตกต่างกันออกไป และกลายเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละที่ตั้ง

5.2 ข้อเสนอแนะ

5.2.1 ผู้จัดทำปฏิญญานิพนธ์เสนอแนะให้มีการเพิ่มในเรื่องของฟังก์ชันการใช้งานของร้านสวนคนเมืองให้มีความแปลกใหม่ไปจากเดิม

5.2.2 ผู้จัดทำปฏิญญานิพนธ์เสนอแนะให้มีการเพิ่มแนวคิดในการในการปรับดีไซน์ของร้านสวนคนเมือง

5.2.3 ผู้จัดทำปฏิญญานิพนธ์เสนอแนะให้มีการเพิ่มพื้นที่ในการออกแบบส่วนบูธจัดแสดงงาน

เอกสารอ้างอิง

ทากาฮาชิ เท็ตสึชิ.2560.japan only ญี่ปุ่นเขาจัดร้านแบบนี้ไง.พิมพ์ครั้งที่4.กรุงเทพฯ:มติชน,2560.160หน้า

นาถศิริ โกมลพันธุ์.2557.สวนผักคนเมือง.พิมพ์ครั้งที่1.นนทบุรี:หจก.ภาพพิมพ์,2557.102หน้า

นันทนา ปริมาณศิษฐ์.ปลูกผักกินเอง เมนูอร่อยจากสวนผักคนเมือง.กรุงเทพฯ:มติชน,2558.224หน้า

นิดดา หงส์วิวัฒน์.ผักและสุขภาพVEGETABLES & HEALTH.พิมพ์ครั้งที่2 .กรุงเทพฯ:สำนักพิมพ์แสงแดด จำกัด,2547.

อฤชร์ พงษ์ไสว.ผักและผลไม้ในงานสลัด.กรุงเทพฯ:บ้านและสวน,2547.127หน้า

นนทชาติ ปราชญ์รักษา.ผักสมุนไพร ปลูกกินเองง่ายๆ ภายในบ้าน.พิมพ์ครั้งที่1.กรุงเทพฯ:ยูโรปาเพรส บจก,2552.160หน้า

พรพิมล เรื่องศิริ.สวนสวยกินได้.กรุงเทพฯ:ซีเอ็ดยูเคชั่น,2544.152หน้า

รศ.ดร รัชนี้ คงคาอุยฉาย,ริฎุ เจริญศิริ.โภชนาการกับผัก.กรุงเทพฯ:สารคดี-เมืองโบราณ,2558.132หน้า

4 ประเภท สวนแนวตั้ง ให้นำไปประยุกต์ใช้ สืบค้นจาก [Online] <https://www.baanlaesuan.com/42684/ideas/vertical-garden-2> สืบค้นเมื่อวันที่ 8 พฤษภาคม 2561

หลักการออกแบบร้านค้าปลีกสมัยใหม่ สืบค้นจาก [Online]<https://www.slideshare.net/UtaiSukviwatsirikul/ss-66642552> สืบค้นเมื่อวันที่ 25 เมษายน 2561

เอกสารสอนชุดวิชา การจัดการและเทคนิคการบริการในภัตตาคารอาหาร,4,9-12

ประเภท ของสหกรณ์ สืบค้นจาก [Online] <http://www.cpd.go.th/cpdth2560/index.php/component/k2/item/185> สืบค้นเมื่อวันที่ 25 เมษายน 2561

ประวัติสหกรณ์ในประเทศไทย สืบค้นจาก [Online] <http://web.cpd.go.th/rayong/index.php/knowledge/knowledge3> สืบค้นเมื่อวันที่ 25 เมษายน 2561

เครื่องมือเกษตร สืบค้นจาก [Online] <http://aggientun.blogspot.com/2016/05/2.html> สืบค้นเมื่อวันที่ 15 พฤษภาคม 2561