

บทที่ 2

แนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยนี้มุ่งเน้นศึกษากลุ่มผู้ซื้อ และคาดหวังว่าจะซื้อเรือนไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลส่วนตัว ทางด้านสภาพสังคม เศรษฐกิจ การใช้ชีวิต ด้านความต้องการและความคิดเห็นเกี่ยวกับเรือนไทย เพื่อหาแนวทางพัฒนาบ้านไทยให้เหมาะสมกับยุคนี้ต่อไปโดยผู้วิจัยได้ศึกษา แนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในหัวข้อต่าง ๆ ดังนี้

1. ลักษณะสำคัญของเรือนไทยภาคกลาง
2. แนวรูปแบบของเรือนไทยในปัจจุบัน
3. การเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรมที่อยู่อาศัยของคนไทย
4. การตลาดของเรือนไทย
5. ความคิดเห็นของนักวิชาการเกี่ยวกับเรือนไทย

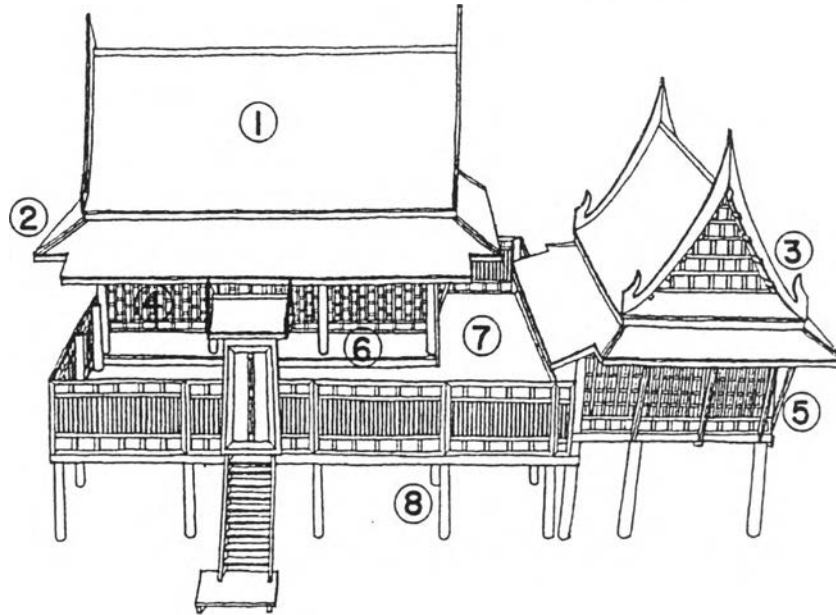
ลักษณะสำคัญของเรือนไทยภาคกลาง

จากการค้นคว้าเรื่องเรือนไทยภาคกลางของผู้เชี่ยวชาญด้านสถาปัตยกรรมไทยหลายท่าน ได้แก่ สมภพ ภิรมย์ (2512) ฤทัย ใจจงรัก (2518) โซติ กัลยาณมิตร (2525) ศรีศักร วัลลิโภดม (2537) และภิญโญ สุวรรณคีรี (อ้างถึงใน อาษา, 2538) ซึ่งได้ให้แนวความคิดเกี่ยวกับลักษณะสำคัญของเรือนไทยภาคกลาง อันเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงภูมิปัญญาของบรรพบุรุษของคนไทยที่ได้ออกแบบโดยคำนึงถึงลักษณะทางภูมิศาสตร์ สภาพดินฟ้าอากาศ และวัสดุก่อสร้างมาแล้วเป็นอย่างดี จึงได้พัฒนาแบบเรือนจนมีความเหมาะสมกับท้องถิ่น ดังจะสรุปเป็นลักษณะเด่นที่สำคัญได้ดังนี้ คือ

1. หลังคาทรงสูง
2. ชายคายื่นยาว
3. ฝาปะกน
4. ชานกว้าง
5. ใต้ถุนสูง
6. เข้ากับสภาพแวดล้อมภูมิอากาศ

7. มีต้นไม้มรณ
8. เป็นระบบสำเร็จรูป
9. ใช้วัสดุไม้
10. การเอนเสา

2.1 แสดงลักษณะเฉพาะที่เป็นเอกลักษณ์ของเรือนไทยภาคกลาง



ลักษณะเด่นของเรือนไทยภาคกลาง

- ① หลังคาทรงสูง . (HIGH PITCH ROOF)
- ② ชายคายื่นยาว .
- ③ ตัวเสาปั้นลม . (TOUA-NGAO-PAN-LOM)
- ④ ฝาปะกน .
- ⑤ ค้ำยัน .
- ⑥ ระเบียงมีหลังคาคลุม .
- ⑦ ชานเรือน . (OPEN COURT)
- ⑧ ยกใต้ถุนสูง .

แนวรูปแบบของเรือนไทยในปัจจุบัน

เรือนไทยที่เห็น และ มีสร้างกันในปัจจุบัน นี้ มีหลายลักษณะ ดังนี้

1. เรือนไม้ตามแบบโบราณ

สร้างด้วยไม้ทั้งหลังตามแบบของดั้งเดิม มีทั้งที่ปลูกสร้างขึ้นใหม่ และ นำเรือนไทยเก่าจากชนบทที่มีอายุ 50-60 ปี มาปรุงขึ้นใหม่ เพื่อใช้เป็นที่พักอาศัย โดยทั้งหมดทำตามแบบเดิมคือ มีฝาปะกน ทำด้วยไม้ มีเหงาป็นลม และมีใต้ถุนโปร่ง มีการจัดเรือนให้เป็นหมู่ มีชานตรงกลาง (ดูภาพ 2.2)

2. เรือนครึ่งตึกครึ่งไม้

เป็นเรือนไทยที่สร้างขึ้นด้วยการรื้อเรือนเก่ามาสร้างใหม่ เช่น กันห้องใต้ถุนบ้านให้เป็นห้องต่าง ๆ มีห้องครัว ห้องน้ำ ห้องรับแขก อยู่ชั้นล่าง ในส่วนของโครงสร้างชั้นล่างนี้ นิยมสร้างด้วยการก่ออิฐฉาบปูน ตามระบบการก่อสร้างสมัยใหม่ ส่วนชั้นบนยังเป็นเรือนไทยไม้เช่นของเดิม แต่ อาจจะมีปรับการใช้วัสดุในบางส่วน เช่น บานหน้าต่าง ของเดิมเป็นบานไม้เปิดเข้าด้านในห้อง ก็เปลี่ยนเป็นบานเปิดออกหรือบานเลื่อน และ ใช้กระจกแทน เป็นต้น กล่าวคือ ชั้นล่างทั้งหมดมีลักษณะเป็นตึกส่วนชั้นบนเป็นเรือนไม้ ทั้งนี้เพื่อให้สามารถสนองประโยชน์ใช้สอยตามวิถีชีวิตของคนยุคปัจจุบัน (ดูภาพ 2.3)

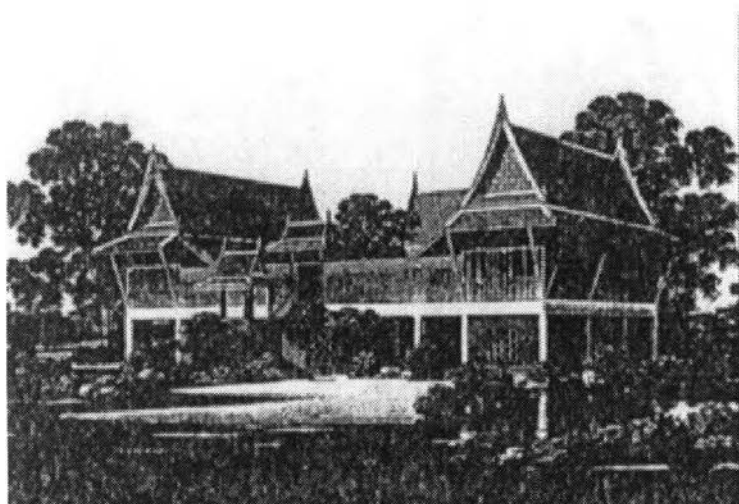
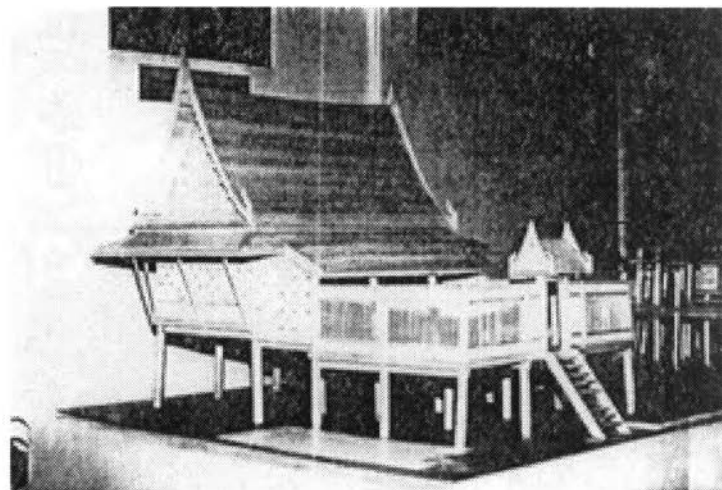
3. เรือนลักษณะไทย

เป็นเรือนแบบสมัยใหม่ที่ใช้วัสดุใหม่ ๆ และการจัดพื้นที่ใช้สอยแบบบ้านในยุคปัจจุบัน เช่น ทำบันไดไว้ในบ้าน ไม่มีระเบียงและนอกชาน ดังนั้นรูปร่างจึงไม่เหมือนเรือนไทยแบบดั้งเดิมไปบ้าง คือเหมือนบ้านแบบต่างชาติทั่วไป เพียงแต่มีเอกลักษณ์ไทยตรงที่หลังคายังเป็นเรือนไทยแบบเดิม คือทรงหลังคาสูง มีตัวเหงาป็นลม บ้านที่มีลักษณะเช่นที่กล่าวนี้ อาจจะเรียกอีกอย่างว่าเรือนไทยประยุกต์ (นุกูล ชมภูนิช, 2530) (ดูภาพ 2.4)

งานวิจัยของ วิมลสิทธิ์ หรยางกูร และคณะ (2536) เกี่ยวกับพัฒนาการแนวความคิด และรูปแบบของงานสถาปัตยกรรม กล่าวถึงรูปแบบของงานสถาปัตยกรรมไทยในช่วงปี พ.ศ. 2526 - ปัจจุบัน ระบุว่ามีความหลากหลายออกแบต่าง ๆ ดังนี้

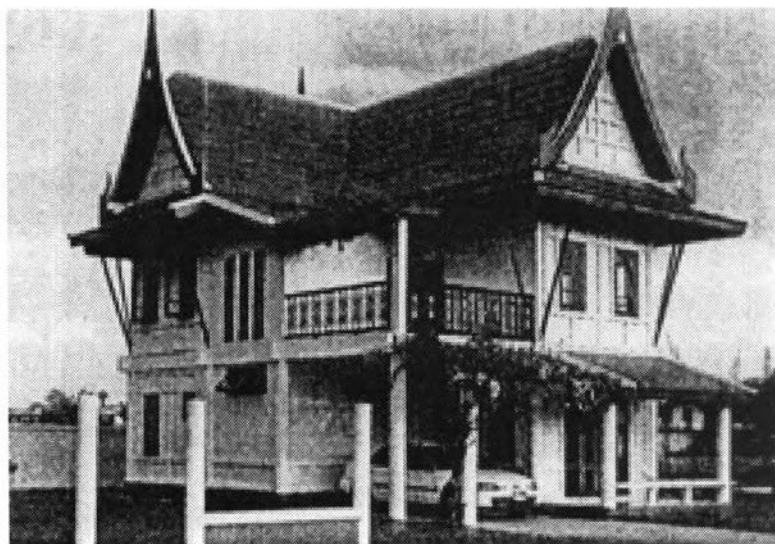
1. แนวอนุรักษ์นิยม แนวรูปแบบนี้ยึดถืองานสถาปัตยกรรมไทยเดิมเป็นต้นแบบทั้งด้าน ปรากฏการออกแบลักษณะทั่วไปตลอดจนวัสดุและวิธีการก่อสร้างรวมทั้งคติความเชื่อเกี่ยว-

ภาพที่ 2.2 เรือนไม้แบบโบราณ



ภาพที่ 2.3 เรือนครึ่งตึกครึ่งไม้

ภาพที่ 2.4 เรือนลักษณะไทย



แสดงภาพเรือนไทย 3 ลักษณะ

กับการออกแบบ นับเป็นการอนุรักษ์เฉพาะรูปแบบไว้ ในทำนองเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่ควรรักษารูปแบบเดิมไว้โดยไม่ผิดเพี้ยน ทั้งนี้ เป็นที่ยอมรับกันว่ารูปแบบของงานสถาปัตยกรรมไทยเดิมนั้น ได้พัฒนามาจนถึงขั้นสูงสุดแล้ว (ดูภาพ 2.5-2.6)

2. แนวสืบทอดรูปแบบไทยประเพณี ได้เน้นให้มีการปรับเปลี่ยนไปจากเดิมบ้างทั้งนี้รูปแบบโดยทั่วไปยังคงยึดถือระเบียบการออกแบบของงานสถาปัตยกรรมไทยประเพณีเป็นแม่แบบ แต่การปรับเปลี่ยนมักปรากฏในส่วนรายละเอียด เช่น สัดส่วน ลวดบัว เป็นต้น และมักนิยมใช้วัสดุใหม่ ๆ (ดูภาพ 2.7-2.8)

3. แนวสถาปัตยกรรมไทยร่วมสมัย เป็นรูปแบบใหม่ที่แฝงลักษณะไทยไว้ และได้พัฒนารูปแบบจนมีเอกลักษณ์ไทยในลักษณะปลีกย่อยแตกต่างกันไป หลายแนวรูปแบบ ได้แก่

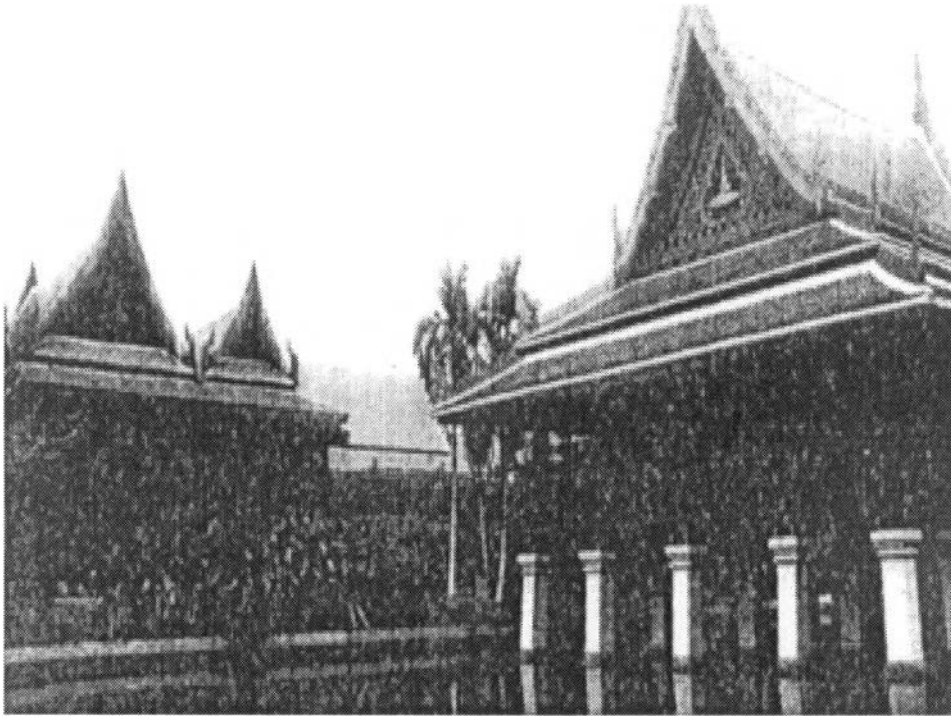
3.1 แนวรูปทรงประติมากรรม มักเป็นแนวรูปแบบของอาคารที่ได้พัฒนา รูปแบบขึ้นโดยมีพื้นฐานการออกแบบจากงานสถาปัตยกรรมไทยประเพณี พร้อมกับการปั้นแต่งรูปทรงรวมทั้งองค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมให้มีลักษณะสะดุดตาราวกับงานประติมากรรม (ดูภาพ 2.9-2.10)

3.2 แนวเน้นเอกลักษณ์ไทยด้วยบรรยากาศรวม แสดงลักษณะไทยด้วยการสร้างบรรยากาศโดยการจัดกลุ่มอาคารตามแบบอย่างการจัดกลุ่มของงานสถาปัตยกรรมไทย เพื่อเสริมสร้างบรรยากาศสงบรวมเย็น (ดูภาพ 2.11-2.12)

3.3 แนวเน้นเอกลักษณ์ไทยเชิงนามธรรม มักมีการออกแบบอาคารให้มีลักษณะเบา ลอยตัว ฯลฯ ซึ่งเป็นลักษณะเชิงนามธรรมในงานสถาปัตยกรรมไทย หรือแทนลักษณะไทยด้วยการสื่อความหมายทางสัญลักษณ์ เช่น การใช้รูปทรงสามเหลี่ยมแทนหลังคาจั้ว การใช้น้ำเป็นองค์ประกอบในผังอาคาร (ดูภาพ 2.13-2.14)

3.4 แนวเน้นเอกลักษณ์ไทยเฉพาะส่วน มีการใช้รูปแบบไทยเพียงส่วนใดส่วนหนึ่ง ของอาคารที่มีรูปแบบทั่วไปในแนวสากลร่วมสมัย เช่น การใช้ลักษณะไทยเฉพาะซุ้มทางเข้า หรือส่วนยอดของอาคาร เป็นต้น (ดูภาพ 2.15-2.16)

4. แนวเน้นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น มีลักษณะร่วมกับแนวสถาปัตยกรรมไทยร่วมสมัย ซึ่งเป็นรูปแบบที่ได้พัฒนามาจนมีลักษณะเฉพาะที่เป็นงานสถาปัตยกรรมร่วมสมัยที่แฝงลักษณะไทยไว้ แต่ได้เน้นการประยุกต์ลักษณะเด่นของงานสถาปัตยกรรมไทยในท้องถิ่นมาผสมผสาน (ดูภาพ 2.17-2.18)



ภาพที่ 2.5 อาคารเรือนไทยแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย สถาปนิก ภิญโญ สุวรรณคีรี
และเผ่า สุวรรณศักดิ์ศรี สร้างเสร็จ 2531



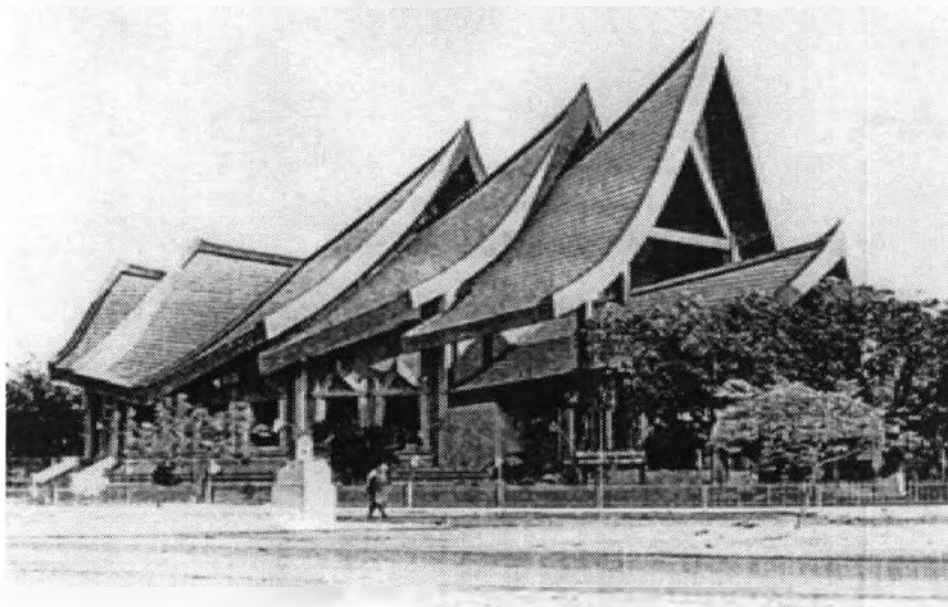
ภาพที่ 2.6 อาคารศูนย์วิจัยวัฒนธรรมเอเชียอาคเนย์ (ระเบียบ ตูณะเกษม)
มหาวิทยาลัยมหิดล ศาลายา นครปฐม สถาปนิก ฤทัย ใจจงรัก สร้างเสร็จ 2530



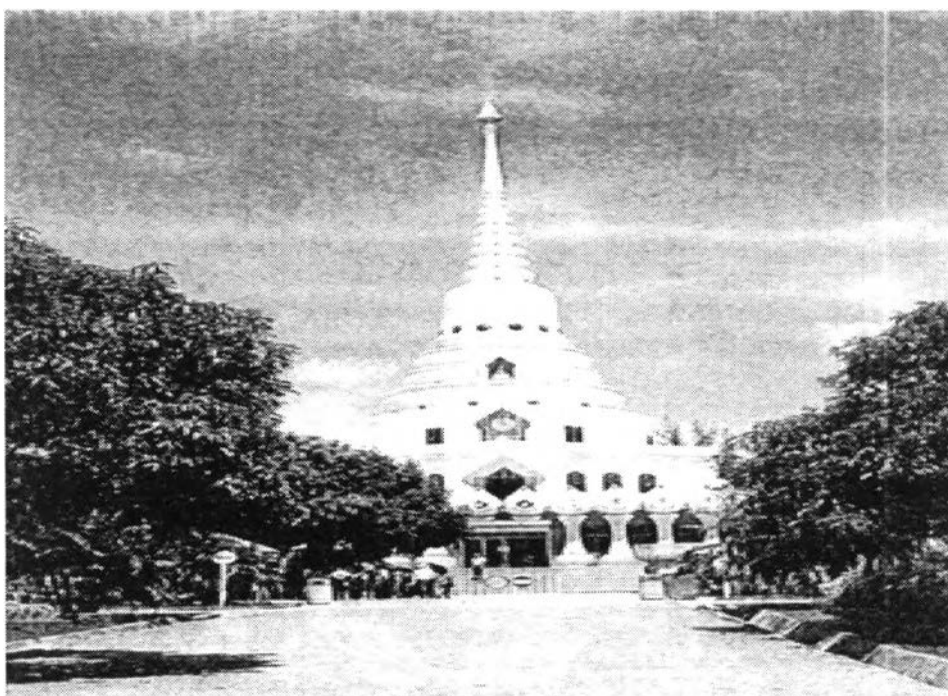
ภาพที่ 2.7 อาคารหอเฉลิมพระเกียรติ
พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดชมหาราช
ด้านหน้าหอสมุดแห่งชาติ ท่าवासกรี
สถาปนิก กรมโยธาธิการ สร้างเสร็จ 2532

ภาพที่ 2.8 อาคารศาลหลักเมืองกรุงเทพมหานคร
สถาปนิก คณะอนุกรรมการพิจารณาออกแบบ-
ก่อสร้างอาคารศาลหลักเมือง
(อาวุธ เงินชูกลิ่น) สร้างเสร็จ 2529





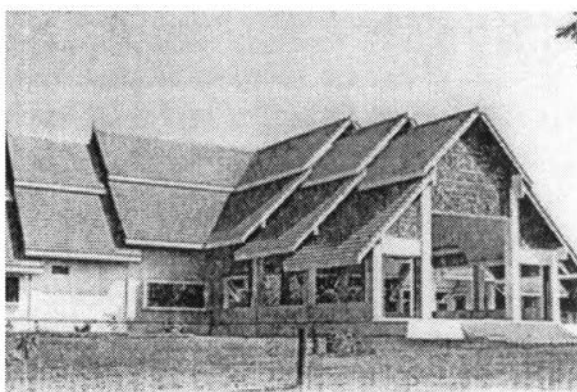
ภาพที่ 2.9 อาคารพิพิธภัณฑ์กัมมัฏฐานอัฐิธาตุ พระราชวุฒาจารย์
หลวงปู่ดูลย์ อตุโล วัดบูรพาราม สุรินทร์
สถาปนิก ศรีสุรินทร์ สร้างเสร็จ 2527



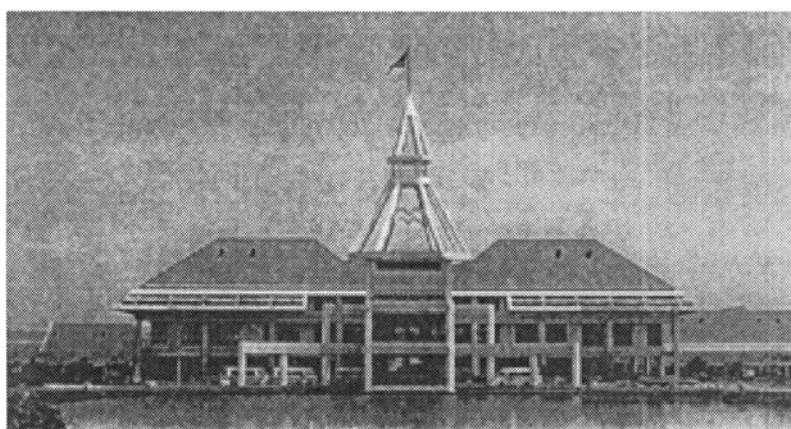
ภาพที่ 2.10 พระบรมธาตุเจดีย์มหาจักรีพัฒน์ วัดญาณสังวราราม ชลบุรี
สถาปนิก ประดิษฐ์ ยุวะพุกกะยกฉัตร 2531



ภาพที่ 2.11 อาคารสวนปาริฉัตร 2



ภาพที่ 2.12 อาคาร 25 ปี มหาวิทยาลัยขอนแก่น



ภาพที่ 2.13 อาคาร "ตึกโดม" มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต



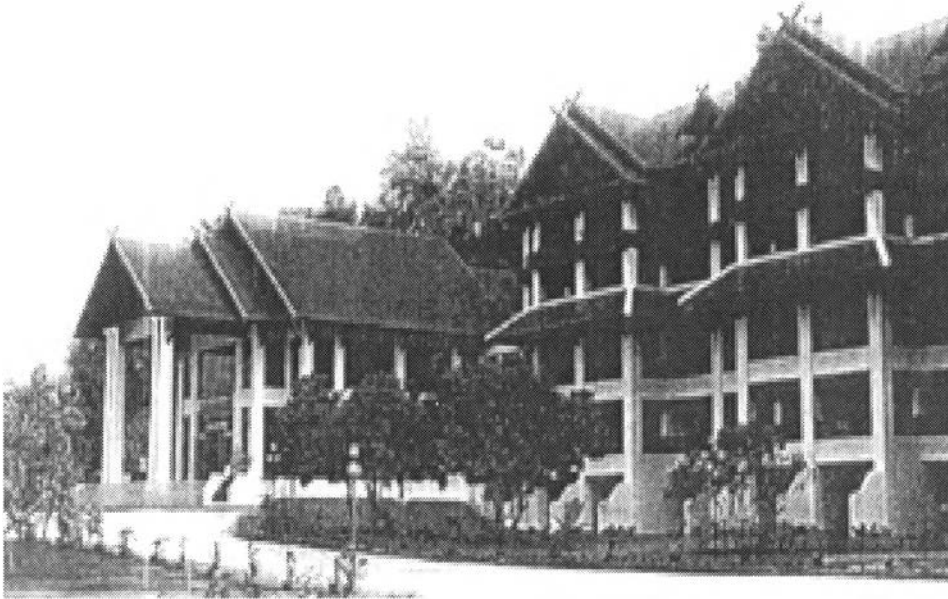
ภาพที่ 2.14 อาคารอุโบสถสำนักวิปัสสนาวิชิตธรรมบรรพต ชลบุรี



ภาพที่ 2.15 ชும்ทางเข้าอาคารโรงแรมลิตเติลดัก เชียงราย สถาปนิก
บริษัท สถาปนิกสริน จำกัด สร้างเสร็จ 2532



ภาพที่ 2.16 อาคารธนาคารทหารไทย สาขาตลาดหนองหอย เชียงใหม่ สถาปนิก สำนักงาน
ก่อสร้างธนาคารทหารไทย (เสาวลักษณ์ จิรสิทธิ์) สร้างเสร็จ 2531



ภาพที่ 2.17 อาคารโรงแรมรีสอร์ทโกลเดนไตรแองเกิล สามเหลี่ยมทองคำ เชียงราย
สถาปนิก บริษัท เบ็นท์เซเวอรินแอนด์แอสโซซิเอทส์ จำกัด สร้างเสร็จ 2532



ภาพที่ 2.18 อาคารบริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคใต้ตอนบน
สุราษฎร์ธานี สถาปนิก สำนักงานสถาปนิก โอ-อาร์ต สร้างเสร็จ 2530

เห็นได้ว่าในแนวรูปแบบของสถาปัตยกรรมทั้งหมดที่กล่าวมานี้ สามารถจำแนกแนวทางการเน้นเอกลักษณ์ไทย ได้เป็น 2 แนวใหญ่ ๆ คือ

1. ลักษณะไทยเชิงรูปธรรม
2. ลักษณะไทยเชิงนามธรรม

ในงานวิจัยนี้ได้ศึกษาโดยการสอบถามความคิดเห็นจากกลุ่มสถาปนิกในประเด็นเกี่ยวกับเอกลักษณ์นี้ สถาปนิกจำนวนมากโดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้สอนวิชาสถาปัตยกรรมไม่เห็นด้วยกับการลอกเลียนแบบอย่างของเดิม แต่ควรจะเป็นการสร้างสรรคงานสถาปัตยกรรมในรูปแบบใหม่ภายใต้เงื่อนไขของปัจจัยแวดล้อมต่าง ๆ ในปัจจุบันที่ได้เปลี่ยนไปจากอดีต สถาปนิก โดยรวมมีความเห็นว่าการทำให้มีเอกลักษณ์ไทยไม่จำเป็นต้องมีองค์ประกอบ เช่น ซ่อฟ้า ใบระกา หางหงส์ กานแล ฯลฯ แต่ลักษณะไทยเกี่ยวข้องกับความสามารถในการกันแดดกันฝน การรับลม การใช้วัสดุท้องถิ่น โดยเฉพาะการจัดพื้นที่ใช้สอยแบบไทย และควรจะต้องสอดคล้องกับสภาพดินฟ้าอากาศ สถาปนิกเห็นด้วยกับลักษณะไทยเชิงนามธรรมที่แสดงออกในความโปร่งสบาย ความร่มรื่นจากการมีส่วนขึ้นมาก ๆ รวมทั้งความอ่อนช้อย และการจัดสภาพแวดล้อมที่ร่มรื่น จึงสามารถสร้างบรรยากาศไทย ๆ ได้โดยไม่ต้องเกี่ยวข้องกับรูปแบบเก่า ๆ ส่วนการจะอิงรูปแบบจากอดีตมากหรือน้อย หรือไม่อิงเลยก็ขึ้นอยู่กับประเภทของอาคาร ว่าอาคารประเภทใดที่จำเป็นต้องมีเอกลักษณ์ไทยที่ชัดเจนตามรูปแบบดั้งเดิม

อาจกล่าวโดยสรุปได้ว่า สถาปนิกยังมีความคิดเห็นที่แตกต่างกันบ้างในการอิงรูปแบบจากอดีตในเชิงรูปธรรม แต่สถาปนิกโดยรวมมีความเห็นพ้องกันในเรื่องการออกแบบงานสถาปัตยกรรมให้มีลักษณะไทยในเชิงนามธรรม เพื่อให้เกิดเอกลักษณ์ไทยในปัจจุบัน แนวทางดังกล่าวได้แก่แนวทางสถาปัตยกรรมไทยร่วมสมัย หรือแนวเน้นเอกลักษณ์ไทยนั่นเอง ซึ่งกำลังเป็นแนวทางที่มีความสำคัญมากขึ้นตามลำดับในช่วงปลายของทศวรรษ 2520 เป็นต้นมา

การเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรมที่อยู่อาศัยของคนไทย

การสูญเสียวัฒนธรรมไทยที่เป็นรูปแบบของอาคารพักอาศัย อันได้แก่เรือนไทยเดิมไม่ว่าจะเป็นเรือนไทยภาคใดก็ตาม เมื่อพิจารณาดูแล้วจะเห็นว่าเป็นไปในทำนองเดียวกับการสูญเสียสถาปัตยกรรมแบบไทยในวังและวัด ทั้งนี้มีสาเหตุมาจาก

1. เหตุผลทางการเมืองในประวัติศาสตร์

ในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าอยู่หัว รัชกาลที่ 4 ประเทศไทยถูกคุกคามโดยชาติมหาอำนาจจากตะวันตก เพื่อใช้เป็นตลาดระบายสินค้าหรือเป็นประเทศ อาณานิคม ใน

ช่วงนี้หลายประเทศในภาคพื้นเอเชียต้องตกเป็นเมืองขึ้น รัชกาลที่ 4 จึงทรงเห็นควรดำเนิน วิเทศบาบรับเอาอิทธิพลตะวันตกเข้ามาในการพัฒนาประเทศในด้านต่าง ๆ อิทธิพลของสถาปัตยกรรมตะวันตกในช่วงนี้เป็นไปอย่างรุนแรงมาก อารยธรรมตะวันตกเข้ามามีบทบาทต่อชีวิตและ สังคมไทยอย่างมาก เนื่องจากไทยต้องใช้นโยบายผ่อนปรนกับประเทศมหาอำนาจตะวันตก เพื่อ ความอยู่รอดของประเทศ

2. อิทธิพลของช่างตะวันตกที่เข้ามารับราชการ

ซึ่งมีทั้งช่างชาวอังกฤษ เยอรมัน และอิตาลี รวมทั้งจากช่างไทยบางส่วนที่เคยเป็นผู้- ช่วยหรือเคยทำงานร่วมกับช่างชาวต่างชาติเหล่านี้ รูปแบบจึงมีลักษณะที่อิงสถาปัตยกรรมของ นานาประเทศที่ช่างเหล่านี้นำมาใช้ในการออกแบบ

3. คนไทยรุ่นใหม่ได้รับการศึกษาตามวิชาการ และรับเอาแนวความคิดแบบตะวันตก มากขึ้นจนไม่อาจกลับคืนไปสู่เอกลักษณ์ทางศิลปะหรือสถาปัตยกรรมเดิมได้อีก (โชติ ภัณฑามิตร 2525)

4. การที่คนไทยได้เห็นได้ใช้สิ่งใหม่ ๆ เช่น เครื่องใช้ไม้สอยแบบตะวันตกที่ทำให้ได้ รับความสะดวกสบายขึ้นมาก ก็มีส่วนสำคัญในการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิต และสภาพความเป็นอยู่ ของคนไทย ยกตัวอย่างเช่น เปลี่ยนสภาพจากสังคมใช้เรือใช้เกวียน มาเป็นสังคมใช้รถ เคยกินอยู่ นั่งนอนกับพื้นก็เปลี่ยนมาใช้โต๊ะ เก้าอี้ ความนิยมเช่นนี้จะเริ่มที่บุคคลชั้นสูงของสังคมก่อน เช่น เจ้าชายในพระราชวงศ์หรือขุนนาง แล้วจึงแพร่ลงมาสู่บุคคลระดับรองลงมาจนสู่ประชาชนทั่วไป ในเมืองหลวง บ้านเรือนจึงได้เปลี่ยนรูปแบบจากวัฒนธรรมเดิมสู่วัฒนธรรมใหม่ ความเปลี่ยนแปลงในเมืองหลวงย่อมเป็นต้นเหตุให้เมืองอื่น ๆ เปลี่ยนแปลงตาม เพราะถือกันว่าเมืองหลวงเป็น เมืองแม่แบบความเจริญของประเทศ

จากสาเหตุเหล่านี้มีผลให้ค่านิยมของคนไทยเกี่ยวกับที่อยู่อาศัยเปลี่ยนไป ปัจจุบันคน ไทยมักจะนิยมสร้างบ้านแบบยุโรปกันมาก ด้วยคิดว่ามีความสวยงามดูทันสมัยแสดงถึงความมี รสนิยมสูง และคิดว่าอยู่สบายกว่าบ้านไทยเพราะมีความสะดวกสบาย แต่หารู้ไม่ว่าสถาปัตยกรรม ของแต่ละท้องถิ่น หรือแต่ละชาตินั้นเกิดจากวิวัฒนาการอย่างค่อยเป็นค่อยไปตามสภาพอิทธิพล ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น สภาพภูมิอากาศ สภาพสังคม วัฒนธรรม และเศรษฐกิจ วัสดุก่อสร้าง และเทคโนโลยี จึงทำให้อาคารที่อยู่อาศัยมีลักษณะเฉพาะที่เหมาะสมกับท้องถิ่นนั้น ๆ ที่สำคัญคือ ในประเด็นความเหมาะสมของรูปแบบกับสภาพภูมิอากาศโดยเฉพาะอย่างยิ่งรูปแบบของบ้านพัก อาศัยที่เลียนแบบอย่างสถาปัตยกรรมยุโรป สำหรับภูมิอากาศบ้านเราต้องการสิ่งที่ทำหน้าที่ปก คลุมอาคารอย่างซาดคาซึ่งจำเป็นต้องขึ้นมาก ๆ เพื่อกันแดด และฝน ทำให้เกิดร่มเงาอันเป็น

เอกลักษณ์อย่างหนึ่งของสถาปัตยกรรมพื้นถิ่นไทยแต่เดิม แต่มักไม่พบการขึ้นชายคา มาก ๆ ในงานสถาปัตยกรรมปัจจุบัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งที่เลียนแบบมา บ้านอยู่อาศัยบางรูปแบบไม่มีชายคา หรือมีน้อยจนไม่สามารถให้ประโยชน์ได้ (วิมลสิทธิ์ หรยางกูร, 2529)

ด้วยเหตุที่บ้านที่นิยมกันในปัจจุบันไม่ค่อยมีการขึ้นชายคา ทำให้เกิดปัญหาในการอยู่อาศัย ซึ่งแตกต่างจากลักษณะของบ้านไทยสมัยก่อน คือ บ้านไทยสมัยก่อนถูกออกแบบมาและปลูกสร้างด้วยการกรองสภาพแวดล้อม หรือแก้ปัญหาพร้อมกับสภาพแวดล้อม ส่วนบ้านสมัยปัจจุบันแก้ปัญหาด้วยการหนี หรือต่อสู้กับธรรมชาติ ด้วยการปิดกั้นไม่ปรับสภาพแวดล้อมภายนอกบริเวณที่ตั้งอาคารให้มีคุณภาพดีขึ้น จึงไม่ยอมให้อากาศภายนอกผ่านเข้าไปในอาคาร และสิ่งจำเป็นในสมัยก่อน เช่น หลังคาทรงสูง ชายคาขึ้นกว้าง นอกชานที่เปิดโล่ง ระเบียงยาว ห้องที่เรียงแผ่ กลายเป็นสิ่งที่ฟุ่มเฟือยในสมัยนี้ ส่วนเครื่องปรับอากาศซึ่งถือเป็นสิ่งฟุ่มเฟือยเมื่อหลายปีที่แล้ว กลายเป็นสิ่งจำเป็นในเวลา (ตริงใจ บุรณสมภพ, 2537) โดยที่เราลืมคิดไปว่าการแก้ปัญหาความร้อนด้วยการซื้อเครื่องปรับอากาศมาติดตั้งเป็นการลงทุนที่ไม่มีวันสิ้นสุด ต้องจ่ายค่าไฟเพิ่มขึ้นทุกครั้งที่ใช้ แต่ถ้าวางทุนเพียงครั้งเดียว โดยหาวิธีทำให้บ้านเกิดความร่มเย็นตามธรรมชาติได้ จะได้ผลคุ้มค่ากว่า (นุกูล ชมภูนิช, 2530)

จากค่านิยมที่อยู่อาศัยที่เปลี่ยนไปเช่นนี้ คนไทยในปัจจุบันจึงคุ้นเคยแต่บ้านทรงยุโรป และไม่รู้จักเรือนไทยว่ามีข้อดีอย่างไร เนื่องจากขาดการปลูกฝัง ประกอบกับราคาที่ดินในปัจจุบันที่แพงขึ้นมาก จนหาที่ดินที่กว้างพอที่จะสร้างเรือนไทยในเมืองให้สวยงามดังเช่น สมัยก่อนก็ไม่ได้ยาก (ภิญโญ สุวรรณคีรี, สัมภาษณ์ 16 กันยายน 2537) จึงเป็นเหตุให้คนไทยทุกวันนี้ไม่นิยมสร้างเรือนไทยเพื่อพักอาศัย

นอกจากสาเหตุดังกล่าวมานี้ งานวิจัยเรื่องการอนุรักษ์เรือนไทยชนบทภาคกลางของพิภพ สุนทรสมัย และคณะ (2534) ได้กล่าวถึงสาเหตุที่ไม่ค่อยมีการสร้างเรือนไทย ในปัจจุบัน โดยการสอบถามจากผู้ปกครองห้องที่ที่เป็นกำนัน ผู้ใหญ่บ้าน หรือนายอำเภอ ผลการวิจัยพบว่าสาเหตุอันดับที่ 1 คือ เรือนไทยโบราณมีราคาแพง อันดับที่ 2 และ 3 คือ หาไม้สักทำเรือนไทยยาก และหาช่างที่เข้าใจเรือนไทยได้ยากตามลำดับ ส่วนนุกูล ชมภูนิช (2530) ให้ความเห็นว่าสาเหตุที่คนไทยไม่สร้างบ้านลักษณะไทย เพราะสาเหตุสำคัญ 2 ประการ ประการแรกคือ เพราะหาแบบไม่ได้ เกิดจากสถาปนิกไม่เสนอแบบเรือนไทยประยุกต์ให้กับสังคมไทย ประการที่สองคือ ความไม่เหมาะสมของเรือนไทยโบราณกับสังคมปัจจุบัน เป็นเหตุให้คนไทยเกิดความรู้สึกที่ไม่ดีต่อเรือนไทยและเมื่อที่จะอยู่บ้านแบบไทยจึงหันไปสนใจบ้านแบบต่างชาติกันมากขึ้น

ดังนั้น เราสามารถสรุปถึงสาเหตุที่ทำให้เรือนไทยเสื่อมความนิยมไปจากคนไทยจากเหตุผลต่าง ๆ ที่กล่าวมา ได้ดังนี้ คือ

1. นิยมตะวันตก และความสะอาดสบายอย่างตะวันตก
2. ค่านิยมเปลี่ยนแปลงไป เห็นว่าเรือนไทยหมดสมัยไม่เหมาะสมกับปัจจุบัน
3. เรือนไทยมีราคาแพง
4. หาช่างฝีมือและวัสดุยาก
5. หาแบบไม่ได้

การตลาดของเรือนไทย

ท่ามกลางการแข่งขันที่รุนแรงในธุรกิจที่อยู่อาศัย นักพัฒนาที่ดินต่างได้มีความพยายามใช้กลยุทธ์ทางการตลาดอย่างมากในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ (PROMOTION) เพื่อดึงดูดใจลูกค้าไม่ว่าจะเป็นการ ลด แลก แจก แถม รวมทั้งเงื่อนไขในการจ่ายเงิน ในขณะที่ด้วยกันผู้ประกอบการก็เริ่มให้ความสนใจกับ "PRODUCT" หรือรูปแบบบ้าน ซึ่งถือว่าเป็นอีกกลยุทธ์หนึ่งที่มีความสำคัญในปัจจุบัน เพื่อป้องกันความแตกต่างของสินค้า เนื่องจากผู้ซื้อมีโอกาสเลือกมากขึ้น มีกำลังซื้อเพิ่มขึ้น รูปแบบสถาปัตยกรรมก็เป็นประเด็นสำคัญในอันดับแรก ๆ รองลงมาจากทำเลและคุณภาพของสินค้าที่ผู้บริโภคจะหยิบยกขึ้นมาพิจารณา

เรือนไทยประยุกต์ เป็นตัวอย่างหนึ่งของกลยุทธ์ด้านรูปแบบที่เริ่มแทรกเข้ามาในตลาดที่อยู่อาศัยซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นโครงการบ้านจัดสรรรูปแบบตะวันตกที่เห็นกันอยู่ทั่วไป โครงการบ้านจัดสรรที่เป็นเรือนไทยประยุกต์จึงเป็นของใหม่ และยังมีจำนวนน้อย เนื่องจากเป็นรูปแบบที่ค่อนข้างเฉพาะตัว และความชอบมีจำกัดอยู่เฉพาะคนบางกลุ่ม ในอดีตผู้ที่ชอบและอยากมีเรือนไทยก็จะใช้วิธีหาซื้อเรือนไทยเก่าตามชนบทแล้วมาดัดแปลงและปรับปรุงใหม่ หรือไม่ก็สร้างขึ้นใหม่ทั้งหมด ซึ่งก็ต้องเป็นผู้มีฐานะดีมากจึงจะทำได้ เพราะเรือนไทยมีราคาแพงจึงไม่เป็นที่แพร่หลาย จากการได้สอบถามจากกลุ่มผู้ประกอบการเกี่ยวกับโครงการเรือนไทย ถึงแรงบันดาลใจในการทำโครงการประเภทนี้ พบว่าเป็นเพราะ

1. มีใจรักเรือนไทยอยู่แล้วเป็นทุนเดิม
2. อยากเห็นเรือนไทยกลับมาเป็นที่นิยมเหมือนในอดีต
3. ยังไม่มีใครทำโครงการประเภทนี้
4. เห็นว่ามีเอกลักษณ์โดดเด่นไม่เหมือนใคร
5. ต้องการอนุรักษ์วัฒนธรรมไทยไว้

โดยสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าระดับรายได้ปานกลางที่มีความชอบเรือนไทย แต่ไม่ทราบจะไปหาได้จากที่ไหน ปิยะ เจริญจรสกุล หนึ่งในผู้ประกอบการโครงการเรือนไทย ได้กล่าวไว้ว่า เอกลักษณ์ของเรือนไทยดั้งเดิม ในลักษณะเรือนไม้ทั้งหลัง ยกพื้นสูง มีระเบียงเพื่อเป็นที่สันทนาการภายในครอบครัว ในบรรยากาศร่มรื่นของธรรมชาติ ผู้อยู่อาศัยจะเกิดความรู้สึกภูมิใจ แต่ภายใต้สภาพแวดล้อมในปัจจุบัน การลงทุนทำเรือนไทยแท้ ๆ จะมีราคาแพงมาก อาจมีราคาถึง 10 ล้านบาท ไม่เหมาะกับกลุ่มลูกค้าระดับกลาง ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีความต้องการที่อยู่อาศัยเป็นจำนวนมาก ดังนั้นจึงต้องทำเป็นรูปแบบเรือนไทยประยุกต์ โดยคงรูปแบบภายนอกให้เป็นแบบเรือนไทยมากที่สุด (คุณภาพ 2.19-2.22)

ความยากง่ายของโครงการประเภทนี้ คือ งานฝีมือ ซึ่งจะต้องใช้ช่างฝีมือที่มีความชำนาญโดยเฉพาะเพื่อรักษาคุณภาพของเรือนไทย เนื่องจากเป็นงานที่มีรายละเอียดปลีกย่อยค่อนข้างมาก และมีการใช้ไม้เป็นส่วนประกอบของตัวบ้านในหลายส่วน เช่น บันได ราวบันได หน้าจั่ว นอกจากนี้ยังต้องพยายามหาวิธีออกแบบเพื่อไม่ให้ผู้อยู่อาศัยเกิดความรู้สึกอึดอัด เช่น การใช้วัสดุก่อสร้างสมัยใหม่มาดัดแปลงบางส่วน จึงทำให้ต้นทุนของโครงการสูงกว่าเมื่อเทียบกับโครงการบ้านจัดสรรทั่วไป

ผู้ประกอบการรายหนึ่งตั้งข้อสังเกตเกี่ยวกับโครงการเรือนไทยว่า การที่จะนำเสนอสินค้าใหม่ประเภทนี้ อาจต้องคำนึงถึงความคิดของคนรุ่นใหม่ที่มีต่อเรือนไทยด้วยว่าจะไปด้วยกันได้หรือไม่ คนที่มีอายุประมาณ 30 - 40 ปี ซึ่งถือเป็นกลุ่มหลักที่ต้องการซื้อที่อยู่อาศัยอาจจะรับไม่ได้เนื่องจากเป็นแบบที่แปลก แม้ว่าจะเป็นของไทยเราเองแต่ก็เป็นไทยประยุกต์ ถ้าหากเป็นเรือนไทยแท้ ๆ จะไม่ค่อยมีปัญหาเท่าไรนัก เพราะเป็นรูปแบบที่เจ้าของบ้านภาคภูมิใจได้เต็มที่

แต่ปัญหาอยู่ที่ว่าการทำรูปแบบเดิมคือแบบไทยประเพณีนั้นเหมาะสมหรือไม่ เพราะวัสดุ เช่น ไม้หายากและมีราคาแพง ฉะนั้นรูปแบบไทยประเพณีแท้ ๆ เหมาะสมกับผู้มีฐานะบางกลุ่ม และสามารถตอบสนองความต้องการของผู้อยู่อาศัยที่ปรับตัวให้เข้ากับบ้านลักษณะนี้ได้

สถานการณ์ของตลาดเรือนไทย

ธุรกิจเกี่ยวกับเรือนไทยน่าจะไปได้ดี เพราะปัจจุบันตลาดมีความต้องการสูง แต่ก็พบกับปัญหาและอุปสรรคบางประการที่ทำให้ ความพยายามในการทำธุรกิจประเภทนี้ไม่เป็นผล ในขณะที่ธุรกิจรับสร้างเรือนไทยขายยกหลังกลับเติบโต อาจมาจากสาเหตุต่าง ๆ ดังนี้



ภาพที่ 2.19



ภาพที่ 2.20



ภาพที่ 2.21



ภาพที่ 2.22

ภาพที่ 2.19-2.22 เรือนไทยที่มีอยู่ในตลาดที่อยู่อาศัย ในรูปของโครงการจัดสรร

1. ต้นทุนในการทำสูงกว่าบ้านทั่วไปประมาณ 20% ปัญหาสำคัญของธุรกิจเรือนไทยในปัจจุบัน คือการที่ประเทศไทยอยู่ในระหว่างการขาดแคลนไม้ จึงจำเป็นต้องนำไม้เข้าจากประเทศเพื่อนบ้าน ทำให้ไม่มีราคาแพง

2. สภาพแวดล้อมในเมืองใหญ่ไม่เอื้ออำนวย เนื่องจากราคาที่ดินที่ถีบตัวสูงขึ้นและสภาพการอยู่อาศัยในเมืองลักษณะที่ชายก็ตึก ชาวาก็เป็นตึกสูงลิ่วบีบคั้นกันอย่างไร้สุนทรียภาพในการอยู่อาศัยในเรือนไทยอย่างสิ้นเชิง

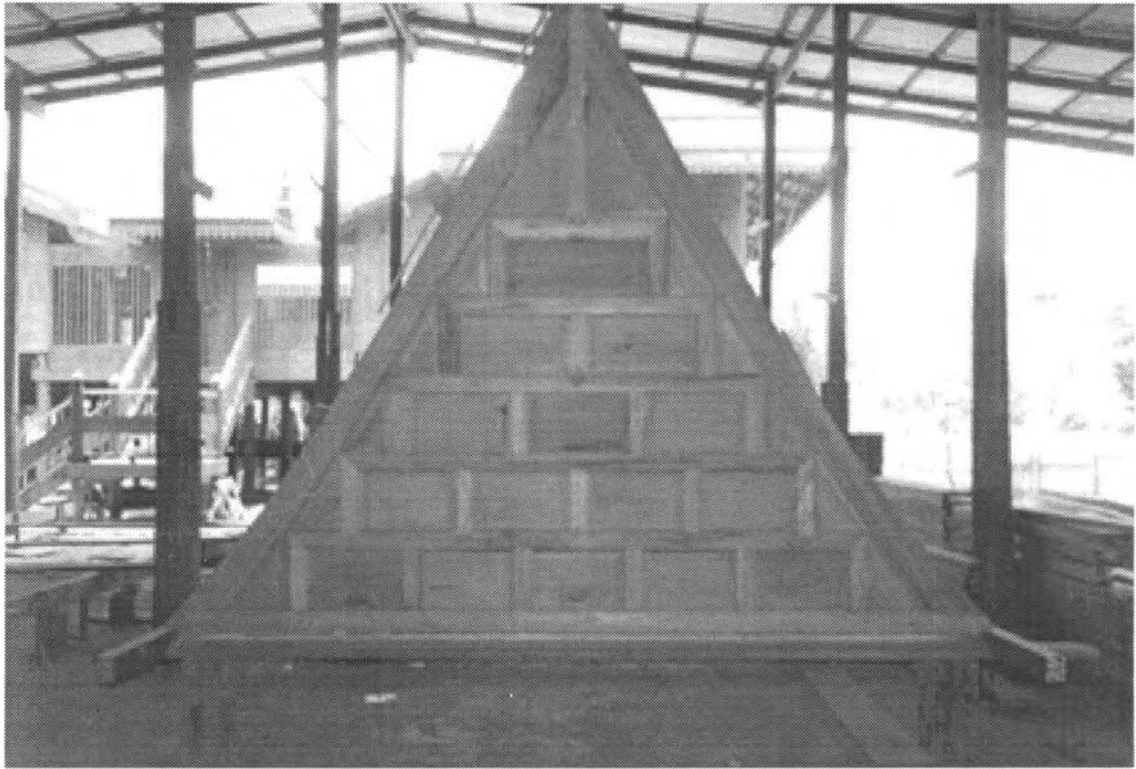
3. รูปแบบของบ้านที่ยังคุชชิตา ผู้เชี่ยวชาญท่านหนึ่งในกรมศิลปากรให้ความคิดเห็นต่อเรือนไทยที่สร้างขึ้นใหม่ว่า สำหรับเรือนไทยสำเร็จรูปที่มีสร้างขายกันมากบนถนนสายเอเชียที่อำเภอ บางปะหัน จังหวัดอยุธยา นั้น รูปแบบของตัวบ้านถือว่ายังไม่หลุดไปจากรูปทรงของเรือนไทยดั้งเดิมที่ลงตัวแม้ว่าหลายรายจะวาดปั้นลมหวานเกินไป แต่สัดส่วนและจังหวะนับว่าลงตัว (คุณภาพ 2.23-2.30) ส่วนเรือนไทยที่สร้างขายถึงขั้นเป็นหมู่บ้านจัดสรรนั้น ผู้เชี่ยวชาญท่านเดิมให้ความคิดเห็นว่ามันมองอย่างไรก็ยังไม่ใช่เรือนไทย แม้ว่าจะผ่านการประยุกต์แล้วก็ยังไม่ลงตัว บางรายดูแล้วย คล้ายไปทางกุฎิพระเสียมมากกว่าจะเป็นบ้านพักอาศัยของบุคคลธรรมดาสามัญ

เพียงเหตุผลเรื่องความสวยงามอย่างเดียว คงไม่สามารถอธิบายพฤติกรรมเกี่ยวกับความนิยมเรือนไทยได้อย่างชัดเจน เจ้าของเรือนไทยที่แท้จริงมักจะไม่ใช่ผู้ที่ซื้อเป็นบ้านหลังแรกเพื่อการอยู่อาศัย แต่มักจะเป็นบ้านหลังที่สองหรือถัดไปซึ่งเจ้าของต้องการแสดงถึงรสนิยมที่ค่อนข้างโดดเด่น และฐานะอันมั่งคั่งพร้อมสุราคาอย่างเต็มที่

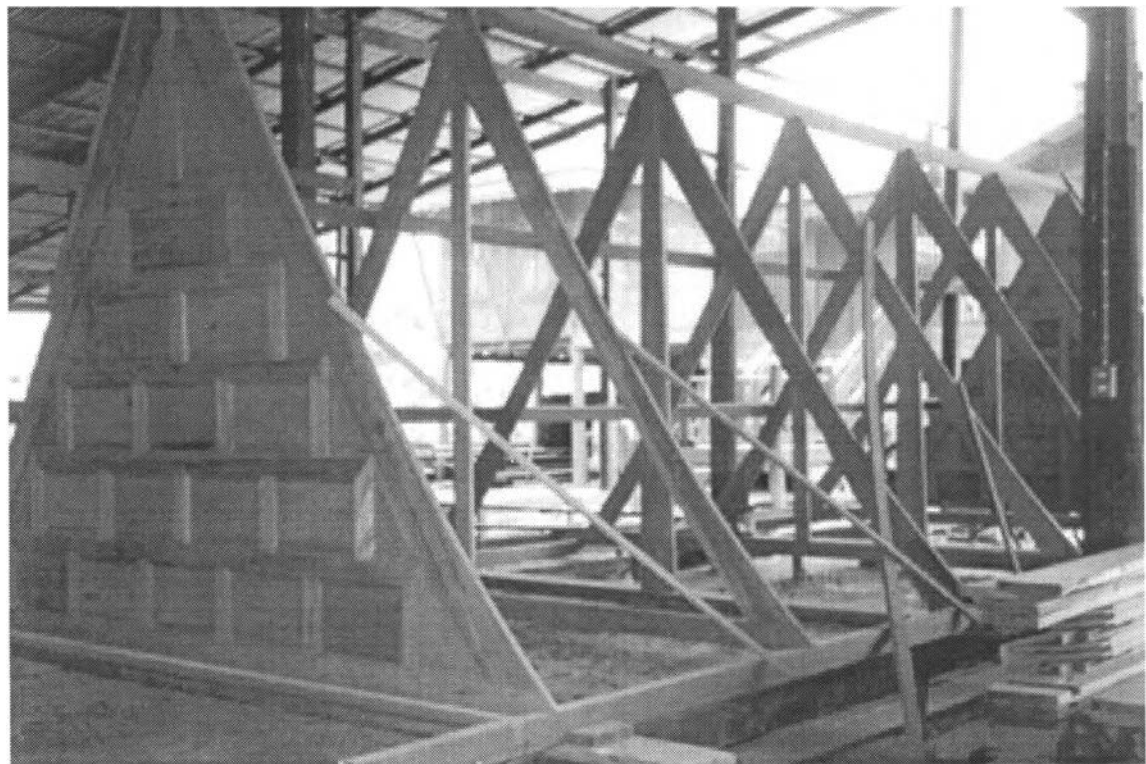
เรือนไทยถ้าจะให้อยู่อาศัยอย่างสวยงาม ต้องปลูกสร้างบนที่ดินผืนใหญ่ อย่างน้อยต้องมีขนาดไม่ต่ำกว่า 100 ตารางวา เพราะต้องอาศัยสภาพแวดล้อมที่ร่มรื่น โดยเฉพาะต้นไม้ใหญ่น้อยรอบบ้านซึ่งจะช่วยขับให้ตัวบ้านดูเด่นเป็นสง่าขึ้น

ในขณะที่เรือนไทยในโครงการจัดสรรต่าง ๆ มีข้อจำกัดหลายประการที่ทำให้ความเป็นเรือนไทยขาดความสมบูรณ์แบบ ไม่ว่าจะเป็นขนาดเนื้อที่ที่มีจำกัด หรือแม้แต่การควบคุมต้นทุนก่อสร้างต่อหน่วย ทำให้วัสดุที่ใช้จำเป็นต้องลดระดับลงมา แทนที่จะเป็นไม้ทั้งหมด ชั้นล่างก็ต้องเปลี่ยนมาใช้ผนังก่ออิฐฉาบปูนแทน เป็นผลให้รูปลักษณะของเรือนไทยในหมู่บ้านจัดสรรจึงแปลก ๆ

เรือนไทยในโครงการจัดสรรส่วนใหญ่ นั้น ไม่อาจเรียกว่าเป็นการประยุกต์ แต่เป็นการดัดแปลงเพราะใช้วัสดุสมัยใหม่ แต่ก็ยังคงรักษาไว้ซึ่งสถาปัตยกรรมไทยอยู่บ้างเล็กน้อยโดยเฉพาะหลังคาและการจัดช่องหน้าต่าง แต่ก็ยังคุชชิต ๆ กันอยู่ (วิมลสิทธิ์ หรยางกูร, อ้างถึงใน ผู้จัดการพรอพ เพอร์ตี้รายสัปดาห์, 2538)



ภาพที่ 2.23 แสดงหน้าจั่วอันเป็นส่วนหนึ่งของเครื่องหลังคา



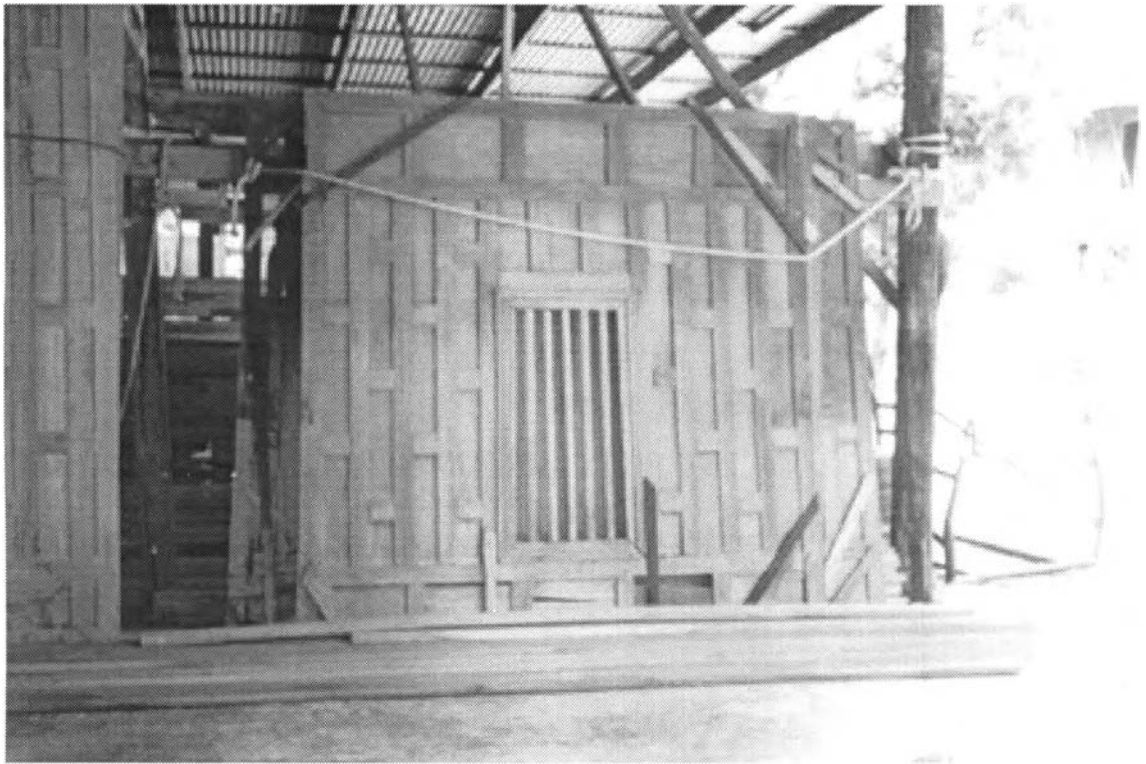
ภาพที่ 2.24 แสดงการประกอบโครงสร้างหลังคา ภายในงานผลิตชิ้นส่วนเรือนไทย



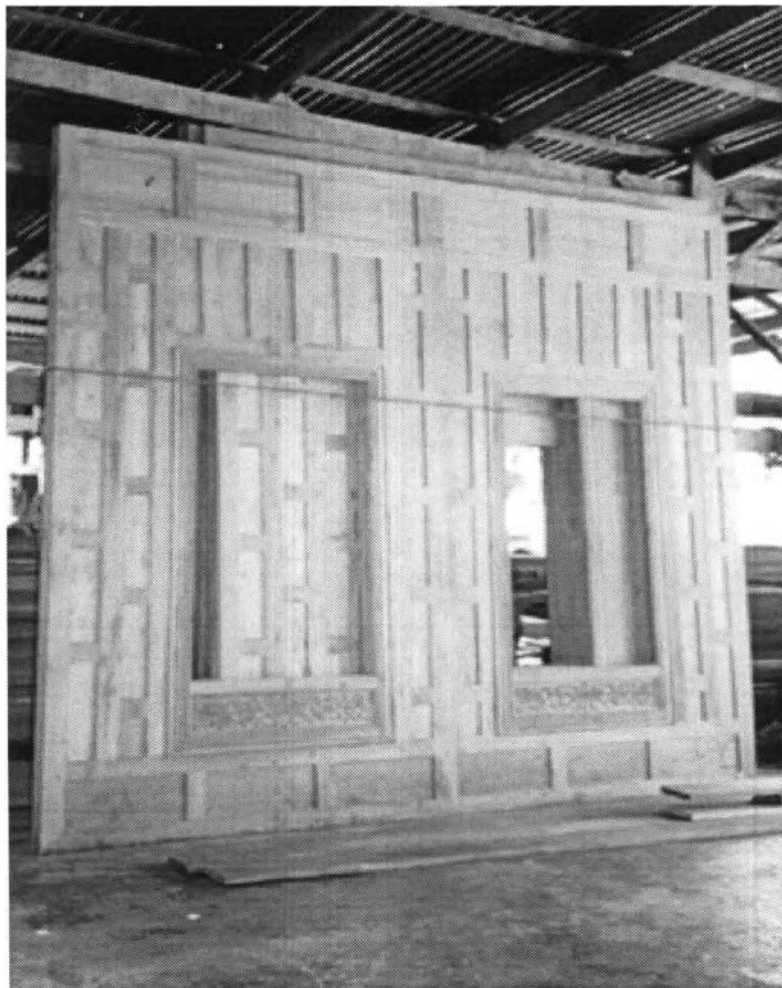
ภาพที่ 2.25 แสดงชิ้นส่วนของบันลม



ภาพที่ 2.26 แสดงส่วนของโครงสร้างฝาเรือน



ภาพที่ 2.27 แสดงฝาผนังของเรือนเก่าที่นำมาใช้เป็นต้นแบบในการผลิต



ภาพที่ 2.28 แสดงฝาเรือนที่ทำขึ้นใหม่



ภาพที่ 2.29 แสดงตัวเรือนไทยทั้งหลังที่ประกอบเสร็จเป็นเรือนหมู่



ภาพที่ 2.30 แสดงตัวเรือนไทยทั้งหลังที่ประกอบเสร็จเป็นเรือนหมู่

เนื่องเพราะเรือนไทยที่สมบูรณ์แบบต้องมีส่วนประกอบปลีกย่อยมากมาย อันแสดงถึงความละเอียดอ่อนในปลูกสร้างและการอยู่อาศัย ซึ่งเมื่อนำมาทำในรูปแบบบ้านจัดสรรไม่อาจให้ความสำคัญกับจุดนี้ได้มากนัก ด้วยติดขัดเรื่องผลกำไร ทำให้ต้องมีการตัดแปลงรูปแบบของตัวบ้านให้สร้างได้ง่ายขึ้น และในแง่ของบรรยากาศทั่วไปในโครงการก็เป็นรูปแบบที่ตายตัวไม่ว่าจะเป็นรูปทรงของบ้านที่เหมือนกันหมดทั้งโครงการ ปลูกไม้ประดับเป็นหย่อมสลับกับสนามหญ้า สภาพจึงเหมือนโครงการบ้านจัดสรรทั่วไปที่ดูแข็งกระด้าง ดังนั้น หากจะกล่าวโดยสรุปแล้ว เรือนไทยที่สร้างขายในโครงการจัดสรร ยังขาดในส่วนของชีวิตและจิตวิญญาณของบ้านไทยที่แท้จริงนั่นเอง

ลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย

การตลาดถือเป็นอีกจุดหนึ่งที่บ่งบอกว่าสินค้าชนิดนี้จะได้รับความเชื่อถือมากน้อยเพียงใด ตลาดเป้าหมาย (TARGET MARKET) ของธุรกิจเรือนไทย ซึ่งแน่นอนว่าจะต้องเป็นคนที่ชอบเรือนไทย อายุประมาณ 30 - 40 ปี เคยสัมผัสเรือนไทยมาก่อน หรือเคยอยู่ เช่น เป็นคนต่างจังหวัด หรือมีเจ้านั้นก็เป็นคนที่เคยอยู่เมืองนอกได้เห็นของนอก เมื่อเห็นแบบไทยก็ชอบแบบไทยมากกว่า ด้านรูปแบบยังพอรับได้ ส่วนคนที่เกิดในกรุงเทพฯ มักจะไม่ค่อยยอมรับเห็นว่าเขา เนื่องจากเห็นแต่ของสมัยใหม่มาตั้งแต่เกิด เชื่อว่ามีคนกลุ่มหนึ่งที่ต้องการซื้อ แต่ไม่ทราบจำนวนที่แน่ชัดว่ามีมากน้อยเพียงใด (ปิยะ เจริญจรัสกุล, ผู้จัดการบรอปเพอร์ตี้)

ในแง่ของผู้ที่มีรสนิยมชอบของไทย เสรี วงศ์มณฑา (อ้างถึง ในคู่แข่งธุรกิจ, 2534) เคยกล่าวไว้ว่า "กลุ่มคนไทยอายุ 60 ปีขึ้นไป กลุ่มนี้ยังเป็นไทยแท้ รักชาติ พวกนี้ยังคงอนุรักษ์นิยมชอบใส่ชุดไทย ชอบฟังดนตรีไทย จึงเริ่มจะมีแนวโน้มใหม่เกิดขึ้นคือ BACK TO THE CLASSIC จะกลับมา เพราะในขณะที่อิทธิพลของเทคโนโลยีเข้ามา ในส่วนลึก ๆ จะมีความกลัวเสียชาติเข้ามาด้วย โดยเฉพาะในกลุ่มคนที่สูงอายุ เพราะพวกนี้จะมีความรู้สึกว่าการไม่หลงไหลในต่างประเทศคือ IDENTITY ของตัวเอง เฟอร์นิเจอร์ไทย เรือนไทยจะกลับมา"

วัลดา จุฬาววัฒนทล (อ้างถึงในคู่แข่งธุรกิจ, 2534) ให้เหตุผลในเรื่องความเป็นไทยว่า "คนไทย OPEN MIND ยอมรับสิ่งต่าง ๆ ได้ง่าย แต่บางช่วงจะเกิดความรู้สึก NATIONALISTIC FEELING ความรู้สึกรักชาติ รักวัฒนธรรม อยากเก็บรักษาไว้ มีคนบางกลุ่มที่มีความรู้สึกกลัวเสียความเป็นชาติไปพยายามอนุรักษ์ คนไทยอย่างไรก็มียากฐานความเป็นไทยอยู่ แต่ที่สุดก็จะคละกันเพราะความเจริญทางเทคโนโลยีของโลก"

ในความเห็นของนุกุล ชมภูนิช (2527) มองว่าปัจจุบันผู้ที่นิยมสร้างเรือนไทยอยู่ก็มีไม่น้อย และล้วนเป็นบุคคลที่มีการศึกษาสูง ได้แก่ นายแพทย์ วิศวกร ซึ่งรู้ซึ่งถึงคุณค่าของบ้านไทย และมีความภาคภูมิใจในความเป็นไทยอย่างแท้จริง

สรุป ลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย คือ

1. อายุ 30 - 40 ปี
2. เป็นผู้ที่ชอบเรือนไทย เคยสัมผัสมาก่อน
3. เป็นคนมีการศึกษาดี

ส่วนเหตุผลที่ต้องการมีเรือนไทยคือ

1. สำหรับกลุ่มผู้มีฐานะดีมาก มีไว้เพื่ออวดความมั่งคั่งร่ำรวย
2. สำหรับผู้ที่มีฐานะธรรมดา มีเพราะซาบซึ้งรู้คุณค่าอย่างแท้จริง

ทฤษฎีทางการตลาดเกี่ยวกับการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (ANALIZING CONSUMER BEHAVIOR) เป็นการค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับการซื้อและการใช้ของผู้บริโภคเพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการ และพฤติกรรม การซื้อและการใช้ของผู้บริโภค คำตอบที่ได้จะช่วยให้นักการตลาดสามารถจัดกลยุทธ์การตลาด (MARKETING STRATEGIES) ที่สามารถสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม

คำถามที่ใช้เพื่อค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภคคือ 6 Ws และ 1 H ซึ่งประกอบด้วย WHO?,WHAT?,WHY?,WHO?,WHEN?,WHERE?,AND HOW? เพื่อค้นหาคำตอบ 7 ประการหรือ 7 Os ซึ่งประกอบด้วย OCCUPANTS, OBJECTS, OBJECTIVES, ORGANIZATIONS, OCCASIONS,OUTLETS AND OPERATIONS (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ,2538) เพื่อการใช้กลยุทธ์การตลาดให้สอดคล้องกับคำตอบเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

ลักษณะของคำถามและคำตอบที่ต้องการทราบรายละเอียด ดังนี้

1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (WHO IS IN THE TARGET MARKET?)

คำตอบที่ต้องการ : ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย (OCCUPANTS) ทางด้าน

- 1) ประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ เชื้อชาติ ศาสนา
- 2) ภูมิศาสตร์ ได้แก่ ภูมิภาค ขอบเขต จังหวัด ประเทศ
- 3) จิตวิทยา ได้แก่ ชั้นทางสังคม วิธีการดำเนินชีวิต ลักษณะส่วนบุคคล

และ 4) พฤติกรรมศาสตร์ ได้แก่ โอกาสในการซื้อ สถานะของผู้ซื้อ อัตราการใช้ ทัศนคติ ต่อผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

กลยุทธ์การตลาด : กลยุทธ์การตลาด (4 Ps) ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (WHAT DOES THE CONSUMER BUY?)

คำตอบที่ต้องการ : สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการ (ซื้อ) (OBJECTS)

สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการจากผลิตภัณฑ์ก็คือ ต้องการคุณสมบัติหรือองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ (PRODUCT COMPONENTS)

กลยุทธ์การตลาด:กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์(PRODUCT STRATEGIES) เช่น การบรรจุหีบห่อ ตราสินค้า รูปแบบ บริการ ฯลฯ

3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (WHY DOES THE CONSUMER BUY?)

คำตอบที่ต้องการ : วัตถุประสงค์ในการซื้อ (OBJECTIVES)

ผู้บริโภคซื้อสินค้าเพื่อสนองความต้องการของเขาทางด้านร่างกาย และด้านจิตวิทยา ซึ่งต้องศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ คือ

1) ปัจจัยภายใน หรือ ปัจจัยทางจิตวิทยา ได้แก่ การจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ ความเชื่อและทัศนคติ บุคลิกภาพ แนวคิด ของตนเอง

2) ปัจจัยภายนอก ประกอบด้วย

2.1 ปัจจัยทางสังคม ได้แก่ กลุ่มที่มีอิทธิพล ครอบครัว บทบาทและสถานะ

2.2 ปัจจัยทางวัฒนธรรมได้แก่วัฒนธรรมพื้นฐาน วัฒนธรรมย่อยเฉพาะกลุ่ม และชั้นของสังคม

2.3 ปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ อายุ อาชีพ รายได้ รูปแบบการดำรงชีวิต

กลยุทธ์การตลาด : กลยุทธ์ที่ใช้มากคือ กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (PROMOTION STRATEGIES)เช่นในการโฆษณาต้องหาเหตุผลจูงใจในการซื้อของผู้บริโภค เพื่อนำมากำหนดแนวความคิด และจุดขายในการโฆษณา

4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (WHO PARTICIPATES IN THE BUYING?)

คำตอบที่ต้องการ : บทบาทของกลุ่มต่าง ๆ (ORGANIZATIONS) ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อประกอบด้วย (1) ผู้ริเริ่ม (2) ผู้มีอิทธิพล (3) ผู้ตัดสินใจซื้อ (4) ผู้ซื้อ และ (5) ผู้ใช้

กลยุทธ์การตลาด : กลยุทธ์ที่ใช้มากที่สุดคือ กลยุทธ์การโฆษณา และ (หรือ) การส่งเสริมการตลาด (ADVERTISING AND PROMOTION STRATEGIES)

5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (WHEN DOES THE CONSUMER BUY?)

คำตอบที่ต้องการ : โอกาสในการซื้อ (OCCASIONS) เช่น ช่วงเดือนใดของปี หรือ ช่วงฤดูกาลใดของปี ช่วงวันใดของเดือน ช่วงเวลาใดของวัน โอกาสพิเศษ หรือเทศกาลวันสำคัญต่าง ๆ

กลยุทธ์การตลาด : กลยุทธ์ที่ใช้มากที่สุดคือ กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (PROMOTION STRATEGIES) เช่น จะโฆษณาเมื่อใด หรือทำการส่งเสริมการขายเมื่อใดจึงจะสอดคล้องกับโอกาสในการซื้อ

6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (WHERE DOES THE CONSUMER BUY?)

คำตอบที่ต้องการ : ช่องทางหรือแหล่ง (OUTLETS) ที่ผู้บริโภคไปทำการซื้อ เช่น ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านขายของชำ ฯลฯ

กลยุทธ์การตลาด : กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย (DISTRIBUTION CHANNEL STRATEGIES) บริษัทจะนำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมาย โดยพิจารณาว่าผ่านคนกลางต่าง ๆ อย่างไร

7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (HOW DOES THE CONSUMER BUY?)

คำตอบที่ต้องการ : ขั้นตอน (OPERATIONS) ในการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย

- 1) การรับรู้ปัญหาหรือความต้องการ
- 2) การค้นหาข้อมูล
- 3) การประเมินผลพฤติกรรม
- 4) การตัดสินใจซื้อ
- 5) ความรู้สึกภายหลังการซื้อ

กลยุทธ์การตลาด : กลยุทธ์ที่ใช้มากที่สุดคือ กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (PROMOTION STRATEGIES) เช่น ในการขายโดยใช้พนักงานขาย พนักงานจะกำหนดศิลปะในการขายให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจ

แนวความคิดทางการตลาด NICHE MARKETING

เป็นแนวความคิดที่เกิดขึ้น หลังจากยุคที่การแข่งขันในตลาด MASS มีความรุนแรง ซึ่งตลาด MASS นี้เป็นการผลิตสินค้าในรูปแบบเดียวกันเป็นจำนวนมาก เพื่อนำออกวางตลาดให้ทั่วถึง โดยเป็นการมองตลาดว่า มีความต้องการที่คล้ายคลึงกัน และการที่ผลิตสินค้าในรูปแบบเดียวกันเป็นจำนวนมาก ทั้งนี้เพื่อเป็นการลดต้นทุนการผลิต แต่เมื่อมีแนวความคิดที่เป็น NICHE MARKETING ก็จะมีการแบ่งกลุ่มเป้าหมายให้เล็กลงเป็นกลุ่มย่อย ๆ ตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ ภูมิศาสตร์ จิตวิทยา และพฤติกรรมซึ่งแต่ละกลุ่มจะมีลักษณะและความต้องการที่แตกต่างกัน ตลาดจะเล็กลงมาก แต่สามารถผลิต PRODUCT ได้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น

การประยุกต์แนวความคิด NICHE MARKETING มาใช้กับเรือนไทย ก็โดยการที่เลือกกลุ่มเป้าหมายที่มีความชอบในเรือนไทยโดยเฉพาะ เนื่องจากเรือนไทยมีความสวยงามและมีเอกลักษณ์ไทยจึงถูกนำมาใช้เพื่อการตลาดเป็นการสร้างลักษณะเฉพาะตัวแก่ PRODUCT ในตลาดที่อยู่อาศัยเพื่อสนองความต้องการของผู้ที่รักเรือนไทย

สรุปความคิดเห็นของนักวิชาการเกี่ยวกับเรือนไทย

จากการสัมภาษณ์นักวิชาการผู้ทรงคุณวุฒิด้านสถาปัตยกรรมไทยถึงประเด็นในด้านคุณค่ากับสถานการณ์ของเรือนไทย โดยมีคำถาม 6 ข้อ คือ

1. คุณค่าของเรือนไทยคืออะไร
2. ความไม่เหมาะสมของเรือนไทยแบบดั้งเดิมกับสภาพปัจจุบันมีอะไรบ้าง
3. สาเหตุที่คนไทยปัจจุบันไม่นิยมสร้างเรือนไทยเป็นที่พักอาศัยคืออะไร
4. การพัฒนาเรือนไทยให้เหมาะสมกับสภาพปัจจุบันกับความเป็นไปได้ที่เรือนไทยจะได้รับความนิยม
5. รูปแบบของเรือนไทย ที่มีแนวโน้มจะได้รับการยอมรับจากคนไทย และสมควรที่จะนำมาพัฒนาต่อไปควรมีลักษณะอย่างไร
6. ลักษณะความเป็นไทยที่ควรเก็บรักษาไว้คืออะไร

มีข้อสรุปในแต่ละประเด็นดังนี้ คือ

คุณค่าของเรือนไทยคืออะไร

1. เหมาะสมกับสภาพภูมิศาสตร์ เพราะภาคกลางเป็นที่ลุ่ม น้ำท่วมทุกปี จึงทำให้ต้องยกใต้ถุนเรือนให้สูงพ้นน้ำ ทำให้สามารถป้องกันน้ำท่วมได้
2. เหมาะสมกับสภาพภูมิอากาศ เนื่องจากประเทศไทยมีสภาพอากาศที่ร้อนอบอ้าว จึงต้องมีหลังคาทรงสูงชัน เพื่อระบายความร้อน และมีชายคายื่นยาวคลุมตัวบ้านเพื่อป้องกันแดดส่อง ผ่นสาด อีกทั้งยังมีต้นไม้ให้ความร่มรื่น และเป็นร่มเงาให้กับตัวบ้านด้วย
3. เหมาะสมกับสภาพชีวิตความเป็นอยู่ สังคม ประเพณี เพราะคนไทยมีวิถีชีวิตที่เรียบง่าย ไม่ซับซ้อน พื้นที่ใช้สอยของเรือนจึงสะท้อนวิถีชีวิตคนไทย ได้แก่ ชานเรือน ซึ่งมีไว้เพื่อทำกิจกรรมร่วมกันของคนในบ้าน และใช้ประโยชน์ในการตากสิ่งของ อาหาร จัดสวนกระถาง เป็นต้น
4. ด้านวัสดุ และเทคโนโลยี เรือนไทยมีความสวยงามมีคุณค่าทั้งรูปทรงและวัสดุที่ใช้คือไม้ ซึ่งมีผิวสัมผัสที่สบายที่สุด อีกทั้งวิธีการก่อสร้างเป็นระบบสำเร็จรูป คือทำเป็นชิ้น ๆ มาประกอบกัน นับว่าเหมาะสมต่อเทคโนโลยีทางการก่อสร้างในสมัยก่อน
5. สะท้อนคติ ความเชื่อ ศาสนา ให้เห็นได้ในที่อยู่อาศัย คือ ความสงบ เรียบง่าย นอบน้อมถ่อมตน มีความกลมกลืนกับธรรมชาติ เพราะถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของธรรมชาติ ไม่ชิงเด่น

ความไม่เหมาะสมของเรือนไทยแบบดั้งเดิมกับสภาพปัจจุบันมีอะไรบ้าง

1. ใต้ถุนเรือนไทยของเดิมปล่อยโล่ง ถ้านำมาใช้ในปัจจุบัน ควรกันเป็นห้องเพื่อให้สามารถใช้ประโยชน์ได้เต็มที่ และเมื่อกันห้องที่ชั้นล่าง พื้นชานเรือนก็ควรจะต้องเปลี่ยนจากพื้นไม้เป็นพื้นปูนแล้วปูกระเบื้องทับ ทั้งนี้เพื่อป้องกันน้ำรั่วหยดลงไปในห้องชั้นล่างด้วย
2. สภาพสังคมและสิ่งแวดล้อมเปลี่ยนแปลงไป ในปัจจุบันอากาศร้อนขึ้น จำเป็นต้องติดตั้งเครื่องปรับอากาศ อีกทั้งมีมลภาวะ เช่น เสียง ฝุ่น มากกว่าสมัยก่อน จึงต้องติดกระจก นอกจากนั้นยังมีความจำเป็นต้องกันยูง แมลง รวมทั้งขโมยที่ชุกชุม จึงต้องติดมุ้งลวด-เหล็กดัด และคนไทยปัจจุบันใช้ชีวิตในที่ร่มมากขึ้น หน้าต่างของเดิมซึ่งมีขนาดเล็ก และจำนวนน้อย จึงควรต้องเพิ่มขนาดของหน้าต่างแล้วติดกระจกเพื่อให้แสงสว่างมากขึ้น

3. เรือนไทยถ้าจะสร้างให้สวยงามได้บรรยากาศไทย ต้องใช้พื้นที่มาก ซึ่งอาจจะไม่คุ้มในแง่เศรษฐกิจ เนื่องจากที่ดินกว้าง ๆ หายาก และราคาแพง ไม่คุ้มที่จะสร้าง และการสร้างในเมืองก็มีข้อจำกัดในด้านสุนทรียภาพเพราะความแออัด ทำให้เสียบรรยากาศในการอยู่อาศัยในเรือนไทย

4. วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนไทยเปลี่ยนไป จากการนั่ง นอน กับพื้น มาเป็นการใช้โต๊ะ เก้าอี้ ตู้ เตียง ซึ่งจัดแล้วไม่เข้ากับเรือนไทย อีกทั้งปัจจุบันต้องมีห้องน้ำในบ้าน มีที่จอดรถ ซึ่งของเดิมไม่มี ก็ต้องหาวิธีที่จะทำให้กลมกลืนกับเรือนไทยให้ได้

5. วัสดุไม้หายาก ราคาแพงมาก ประกอบกับช่างฝีมือที่รู้จริงหายาก

สาเหตุที่คนไทยปัจจุบันไม่นิยมสร้างเรือนไทยเป็นที่พักอาศัย

สรุปจากความเห็นของนักวิชาการ ว่าเป็นเพราะ

1. ปัญหาเรื่องที่ดินหายาก ราคาแพง
2. ค่านิยมเปลี่ยนไป เพราะคนไทยขาดการพัฒนาอย่างต่อเนื่องในด้านความเป็นไทย
3. นิยมความสะดวกสบายอย่างตะวันตก
4. ขาดการประชาสัมพันธ์และปลุกฝังให้คนรู้จักเรือนไทย
5. ราคาค่าก่อสร้างแพงมาก จนคนทั่วไปไม่อาจมีได้
6. ช่างฝีมือหายาก
7. ไม้หายาก และราคาแพง

การพัฒนาเรือนไทยให้เหมาะสมกับสภาพปัจจุบันกับความเป็นไปได้ที่เรือนไทยจะได้รับการยอมรับความนิยม

นักวิชาการตอบว่า ไม่แน่ใจ เป็นกลุ่มใหญ่ที่สุด โดยให้เหตุผลว่า ขึ้นอยู่กับ

1. การศึกษากลุ่มเป้าหมายทางการตลาดได้ดีเพียงไร
2. การประชาสัมพันธ์ให้คนทั่วไปทราบได้มากน้อยเพียงใด
3. กระแสความนิยมของคนไทยในแต่ละยุคสมัย
4. ฐานะทางการเงิน
5. การปลุกฝังค่านิยม
6. การพัฒนาบ้านไทยให้เหมาะสมกับสภาพปัจจุบันได้ดีแค่ไหน

กลุ่มตอบที่ตอบว่า น่าจะนิยมมากขึ้น ให้เหตุผลว่า

1. เหมาะสมกับสภาพภูมิอากาศของไทยที่สุด
2. ถ้ามีการพัฒนาดีให้คนไทยทุกระดับ ก็น่าจะได้รับความนิยม
3. มีการผลิตขายในราคาไม่แพงจนเกินไป

กลุ่มสุดท้าย คือ กลุ่มที่ตอบว่า น่าจะนิยมน้อยลง ได้ให้เหตุผลว่า

1. ราคาแพง เกินฐานะของคนทั่วไปจะมีได้
2. คนที่ชอบมีจำนวนจำกัด

รูปแบบของเรือนไทยที่มีแนวโน้มจะได้รับการยอมรับจากคนไทย และสมควรที่จะนำมาพัฒนาต่อไปควรมีลักษณะอย่างไร

นักวิชาการส่วนใหญ่เห็นว่าแบบที่ 1 (ดูภาพ 2.2) เป็นแบบเรือนไทยในอุดมคติ เพราะมีความสวยงาม แต่แบบที่ 2 กับ 3 (ดูภาพที่ 2.3-2.4) ยังไม่ใช่แนวทางการพัฒนาที่ดีนัก นักวิชาการเกือบทั้งหมดมีความเห็นว่า ในสภาพความเป็นจริงในปัจจุบัน ควรจะเป็นแบบที่ 4 คือ แบบใหม่ ที่เหมาะสมสำหรับคนไทยทุกระดับ ซึ่งเป็นการผสมผสานระหว่างของเก่าที่ยังใช้ได้ และไม่เปลี่ยนไปตามยุคสมัย คือ การแก้ปัญหาสภาพแวดล้อม ความสามารถในการกันแดดกันฝน รับลมกับของใหม่คือวิถีชีวิตคนไทยในปัจจุบัน รวมทั้งวัสดุและเทคโนโลยีสมัยใหม่ ให้รวมกันออกมาเป็นบ้านไทยของยุคนี้

ลักษณะความเป็นไทยที่ควรเก็บรักษาไว้

นักวิชาการจะเน้นลักษณะทางนามธรรมมากกว่า อันได้แก่ ความโปร่งโล่ง สบาย ร่มรื่น กันแดดกันฝน รับลม และเป็นหนึ่งเดียวกับธรรมชาติ เนื่องจากนักวิชาการเห็นว่าการพัฒนาบ้านสำหรับคนไทย ควรนำเนื้อหามาใช้ ความเป็นไทยอยู่ที่เนื้อหาเป็นหลักไม่ใช่เปลือก รูปโฉมนั้นเปลี่ยนแปลงได้ตามยุคสมัย แต่เนื้อหาไม่เปลี่ยน