

ข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบพื้นที่เปิดโล่งหน้าอาคารพาณิชย์กรรม
ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์ กรุงเทพมหานคร



นายพลกฤต กฤตโยภาส

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาภูมิสถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาภูมิสถาปัตยกรรม ภาควิชาภูมิสถาปัตยกรรม

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2552

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

DESIGN CONSIDERATIONS FOR COMMERCIAL BUILDING OPEN SPACE:
CENTRAL WORLD SHOPPING COMPLEX, BANGKOK.



Mr.Phonkrit Kritayopas

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements

for the Degree of Master of Landscape Architecture Program in Landscape Architecture

Department of Landscape Architecture

Faculty of Architecture

Chulalongkorn University

Academic Year 2009

หัวข้อวิทยานิพนธ์

ข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบพื้นที่เปิดโล่งหน้าอาคาร
พณิชยกรรม ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์ กรุงเทพมหานคร

โดย

นายพลกฤต กฤตโยภาส

สาขาวิชา

ภูมิสถาปัตยกรรม

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

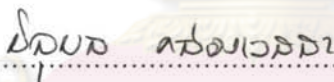
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พงศ์ศักดิ์ วัฒนสินธุ์

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วน
หนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารศิลป์



..... คณบดีคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
(ศาสตราจารย์ ดร. บันทิต จุลาสัย)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์



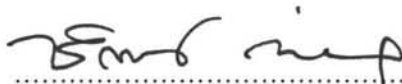
..... ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ นิลูบล คล่องเวสสะ)



..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พงศ์ศักดิ์ วัฒนสินธุ์)



..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ จามรี อาระยานิมิตสกุล)



..... กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย
(รองศาสตราจารย์ ดร. ชัยสิทธิ์ ต่านกิตติกุล)

พลกฤต กฤตโยภาส : ข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบพื้นที่เปิดโล่งหน้าอาคารพาณิชย์กรรม
ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์ กรุงเทพมหานคร (DESIGN CONSIDERATIONS FOR
COMMERCIAL BUILDING OPEN SPACE: CENTRAL WORLD SHOPPING
COMPLEX, BANGKOK.) อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก : ผศ.ดร.พงศ์ศักดิ์ วัฒนสินธุ์,
127 หน้า.

วัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อศึกษาข้อพิจารณาเพื่อการพัฒนาพื้นที่เปิดโล่งหน้าอาคาร
พาณิชย์กรรมศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์ ซึ่งขอบเขตการวิจัยครอบคลุมเนื้อหากรอบข้อพิจารณา
แนวคิด 3 ประเด็น คือ ด้านที่ตั้งโครงการ, ด้านรายละเอียดโครงการ, ด้านการออกแบบแนวคิดและ
องค์ประกอบ โดยดำเนินการศึกษาผ่านกลุ่มที่มีส่วนร่วมเกี่ยวกับโครงการ ทั้งเจ้าหน้าที่ของโครงการ
ภูมิสถาปนิก และผู้ใช้งานโครงการ ผลการศึกษาพบว่ากรอบพื้นที่เปิดโล่งของศูนย์การค้า
ค่อนข้างสอดคล้องตามแนวคิดทฤษฎีการออกแบบทางตะวันตกเป็นส่วนมาก นอกจากนั้นยังพบว่า
1) ขนาดของพื้นที่ 2) ภูมิอากาศเฉพาะที่ 3) กฎหมายอาคาร 4) ช่วงอายุของกลุ่มผู้ใช้งาน
5) องค์ประกอบทางภูมิทัศน์ และ 6) ความเชื่อในเรื่องสิ่งศักดิ์สิทธิ์ เป็นความแตกต่างที่พบเมื่อ
เทียบกับทฤษฎีการออกแบบทางตะวันตก ผลการศึกษานี้ได้นำมาใช้เสนอแนะเพื่อการออกแบบ
พื้นที่เปิดโล่งหน้าอาคารพาณิชย์กรรมให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมและคุณภาพชีวิตที่ดีของคน
เมืองต่อไป

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาควิชา..... ภูมิสถาปัตยกรรม..... ลายมือชื่อนิสิต พลกฤต กฤตโยภาส
สาขาวิชา..... ภูมิสถาปัตยกรรม..... ลายมือชื่ออ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก ผศ.ดร. พ.ศ. ๕.๕.๕
ปีการศึกษา..... 2552.....

507 41340 25 : MAJOR LANDSCAPE ARCHITECTURE

KEYWORDS : COMMERCIAL OPEN SPACE / PLAZA / SQUARE / DESIGN CONSIDERATION

PHONKRIT KRITAYOPAS: DESIGN CONSIDERATIONS FOR COMMERCIAL
BUILDING OPEN SPACE: CENTRAL WORLD SHOPPING COMPLEX,
BANGKOK. THESIS ADVISOR: ASST.PROF. PONGSAK VADHANASINDHU,
Ph.D., 127 pp.

The objective of this research was to study the development considerations of the commercial building open space at the Central World Square, Central World Shopping Complex. The scope of this research covered the conceptual framework of three considerations; (1) project location, (2) project details, and (3) design ideas and landscape elements. The study conducted by project participants including staff, landscape architect and users. It was found that open space design of the Central World Square is consistent with the western landscape design theories. However, some differences were observed including the size of the plaza, microclimate, building code, user's age range, landscape elements, and the belief in the supernatural. The results of the study could be adopted as recommendations for the design of commercial building open space appropriate to the environment and create good quality of life of a urban resident.

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Department : Landscape Architecture.....

Student's Signature : Phonkrit Kritayopas.

Field of Study : Landscape Architecture..

Advisor's Signature : P.Vadhanasindhu

Academic Year : 2009.....

กิตติกรรมประกาศ

ในการทำวิทยานิพนธ์ครั้งนี้ได้รับความช่วยเหลืออย่างดีของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พงศ์ศักดิ์ วัฒนสินธุ์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่สละเวลาเข้ามาช่วยเหลือ แนะนำและให้แนวทางในการทำวิทยานิพนธ์จนสำเร็จลุล่วงได้

ขอขอบคุณรองศาสตราจารย์ นิรุบล คล่องเวสสะ, รองศาสตราจารย์ ดร. ชัยสิทธิ์ ด่านกิตติกุล และรองศาสตราจารย์ จามรี อาระยานิมิตสกุล ที่ให้ความอนุเคราะห์ในการเป็นกรรมประเมินผลวิทยานิพนธ์

ขอขอบคุณคณาจารย์ทุกท่านของภาควิชาภูมิสถาปัตยกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ขอขอบคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. รุจิโรจน์ อนามบุตร และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. โชติมา จตุรวงศ์ อาจารย์ประจำคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร ที่ช่วยแนะนำให้เข้าศึกษาต่อด้านภูมิสถาปัตยกรรม ในระดับบัณฑิตศึกษา และขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ภาควิชาภูมิสถาปัตยกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่ช่วยอำนวยความสะดวกในทุกเรื่องตลอดระยะเวลาการศึกษา

ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ภายในโครงการเซ็นทรัลเวิลด์ และกลุ่มเซ็นทรัลพัฒนา รวมถึงผู้ให้สัมภาษณ์ทุกท่านที่ช่วยไขความกระจ่างให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้

ขอขอบคุณ คุณเกล้ามาศ ยิบอินซอย, คุณพิพัฒน์พงศ์ อิศรเสนา ณ อยุธยา, นาวาโท อิศรพันธุ์ สายโสภา ที่คอยช่วยเหลือ แนะนำ ประสานงานให้วิทยานิพนธ์สามารถลุล่วงไปอย่างดี, ขอขอบคุณ หม่อมหลวง ภูมิใจ ชุมพล, คุณพยุงค์ศักดิ์ และคุณชลิวรรณ วิริยะศิริ ผู้บริหาร บริษัท กาดเกษตร จำกัดและทีมงานทุกท่าน, เจ้าหน้าที่มูลนิธิพระราชนิเวศน์มฤคทายวัน อ.ชะอำ จ. เพชรบุรี

สุดท้ายนี้ขอขอบคุณครอบครัว บิดา มารดา ที่ให้การสนับสนุนการศึกษาตลอดมา ในทุกระดับชั้นการศึกษา รวมถึงขอขอบคุณเพื่อนทุกคนที่ร่วมเรียนระดับบัณฑิตศึกษาที่ภาควิชาภูมิสถาปัตยกรรมที่คอยช่วยเหลือ เอาใจใส่ และเป็นกำลังที่ดีตลอดระยะเวลาการทำวิทยานิพนธ์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฎ
สารบัญภาพ.....	ฏ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ในการศึกษา.....	3
1.3 ขอบเขตในการศึกษา.....	3
1.4 ระเบียบวิธีวิจัย.....	5
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	9
บทที่ 2 วรรณกรรมและการศึกษาที่เกี่ยวข้อง.....	11
2.1 ข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบด้านที่ตั้งโครงการ.....	13
2.1.1 สภาพแวดล้อมของที่ตั้ง.....	13
2.1.1.1 ตำแหน่งที่ตั้งและบริบทโดยรอบ.....	13
2.1.1.2 ขนาดและรูปร่าง.....	14
2.1.1.3 การเข้าถึงและการเชื่อมโยง.....	14
2.1.2 ภูมิอากาศเฉพาะที่.....	15
2.1.3 กฎหมายอาคาร และการกำหนดด้านความปลอดภัย.....	16
2.2 ข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบด้านรายละเอียดโครงการ.....	16
2.2.1 ผู้ใช้งาน.....	16
2.2.2 กิจกรรม เทศกาลและเหตุการณ์สำคัญ.....	17
2.3 ข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบด้านการออกแบบแนวคิดและองค์ประกอบ.....	19
2.3.1 แนวคิดในการออกแบบ.....	19
2.3.2 องค์ประกอบทางภูมิทัศน์.....	20

2.3.2.1	ที่นั่ง.....	20
2.3.2.2	พืชพรรณ.....	21
2.3.2.3	วัสดุปูพื้นและการเปลี่ยนระดับพื้น.....	21
2.3.2.4	งานศิลปะ ประติมากรรมในพื้นที่.....	22
2.3.2.5	จุดให้ข้อมูลข่าวสารและป้ายสัญลักษณ์บอกทาง.....	23
2.3.2.6	การใช้น้ำ.....	23
2.3.2.7	งานแสงสว่าง.....	23
บทที่ 3	ลักษณะทางกายภาพของพื้นที่เปิดโล่งหน้าอาคารพาณิชย์กรรม	
	ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวสต์.....	25
3.1	ลักษณะทางกายภาพด้านที่ตั้งโครงการ.....	27
3.1.1	สภาพแวดล้อมของที่ตั้ง.....	27
3.1.1.1	ตำแหน่งที่ตั้งและบริบทโดยรอบ.....	27
3.1.1.2	ขนาดและรูปร่าง.....	30
3.1.1.3	การเข้าถึงและการเชื่อมโยง.....	33
3.1.2	ภูมิอากาศเฉพาะที่.....	35
3.1.3	กฎหมายอาคาร และการกำหนดด้านความปลอดภัย.....	38
3.1.3.1	กฎหมายอาคาร.....	38
3.1.3.2	การกำหนดด้านความปลอดภัย.....	39
3.2	ลักษณะทางกายภาพด้านรายละเอียดโครงการ.....	40
3.2.1	ผู้ใช้งาน.....	40
3.2.2	กิจกรรม เทศกาลและเหตุการณ์สำคัญ.....	42
3.3	ลักษณะทางกายภาพด้านการออกแบบแนวคิดและองค์ประกอบ.....	53
3.3.1	แนวคิดในการออกแบบ.....	53
3.3.2	องค์ประกอบทางภูมิทัศน์.....	56
3.3.2.1	ที่นั่ง.....	56
3.3.2.2	พืชพรรณ.....	58
3.3.2.3	วัสดุปูพื้นและการเปลี่ยนระดับพื้น.....	61
3.3.2.4	งานศิลปะ ประติมากรรมในพื้นที่.....	64

	3.3.2.5	จุดให้ข้อมูลข่าวสารและป้ายสัญลักษณ์บอกทาง.....	68
	3.3.2.6	การใช้น้ำ.....	69
	3.3.2.7	งานแสงสว่าง.....	72
บทที่ 4	การวิเคราะห์ข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบพื้นที่เปิดโล่งหน้าอาคาร		
		พาณิชยกรรม ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์.....	75
4.1	การวิเคราะห์ข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบด้านที่ตั้งโครงการ.....		
4.1.1	การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของที่ตั้ง.....		
4.1.1.1	การวิเคราะห์ตำแหน่งที่ตั้งและบริบทโดยรอบ.....		
4.1.1.2	การวิเคราะห์ขนาดและรูปร่าง.....		
4.1.1.3	การวิเคราะห์การเข้าถึงและการเชื่อมโยง.....		
4.1.2	การวิเคราะห์ภูมิอากาศเฉพาะที่.....		
4.1.3	การวิเคราะห์กฎหมายอาคาร และการกำหนดด้านความปลอดภัย.....		
4.1.3.1	การวิเคราะห์กฎหมายอาคาร.....		
4.1.3.2	การวิเคราะห์การกำหนดด้านความปลอดภัย.....		
4.2	การวิเคราะห์ด้านรายละเอียดโครงการ.....		
4.2.1	การวิเคราะห์ผู้ใช้งาน.....		
4.2.2	การวิเคราะห์กิจกรรม เทศกาลและเหตุการณ์สำคัญ.....		
4.3	การวิเคราะห์ด้านการออกแบบแนวคิดและองค์ประกอบ.....		
4.3.1	การวิเคราะห์แนวคิดในการออกแบบ.....		
4.3.2	การวิเคราะห์องค์ประกอบทางภูมิทัศน์.....		
4.3.2.1	การวิเคราะห์ที่นั่ง.....		
4.3.2.2	การวิเคราะห์พืชพรรณ.....		
4.3.2.3	การวิเคราะห์วัสดุปูพื้นและการเปลี่ยนระดับพื้น.....		
4.3.2.4	การวิเคราะห์งานศิลปะ ประติมากรรมในพื้นที่.....		
4.3.2.5	การวิเคราะห์จุดให้ข้อมูลข่าวสารและป้ายสัญลักษณ์บอกทาง.....		
4.3.2.6	การวิเคราะห์การใช้น้ำ.....		

4.3.2.7	การวิเคราะห์งานแสงสว่าง.....	97
บทที่ 5	สรุปผล และข้อเสนอแนะ.....	100
5.1	สรุปผลข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบพื้นที่เปิดโล่งหน้าอาคาร พาณิชยกรรม ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์.....	100
5.1.1	สรุปผลข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบ ด้านที่ตั้งโครงการ.....	100
5.1.1.1	สภาพแวดล้อมของที่ตั้ง.....	100
5.1.1.2	ภูมิอากาศเฉพาะที่.....	102
5.1.1.3	กฎหมายอาคาร และการกำหนดด้านความปลอดภัย	103
5.1.2	สรุปผลข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบด้านรายละเอียดโครงการ.	104
5.1.2.1	ผู้ใช้งาน.....	104
5.1.2.2	กิจกรรม เทศกาลและเหตุการณ์สำคัญ.....	105
5.1.3	สรุปผลข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบด้านการออกแบบแนวคิด และองค์ประกอบ.....	106
5.1.3.1	แนวคิดในการออกแบบ.....	106
5.1.3.2	องค์ประกอบทางภูมิทัศน์.....	109
5.2	สรุปผลการวิเคราะห์ข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบพื้นที่เปิดโล่ง หน้าอาคารพาณิชยกรรม ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์ เปรียบเทียบกับ วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	117
5.2.1	สรุปผลการวิเคราะห์ความสอดคล้องกับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง..	118
5.2.2	สรุปผลการวิเคราะห์ความแตกต่างกับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง....	118
5.3	ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการออกแบบพื้นที่เปิดโล่งหน้าอาคารพาณิชยกรรม.	122
5.3.1	ข้อเสนอแนะด้านที่ตั้งโครงการ.....	123
5.3.2	ข้อเสนอแนะด้านรายละเอียดโครงการ.....	123
5.3.3	ข้อเสนอแนะด้านการออกแบบแนวคิดและองค์ประกอบ.....	124
5.4	ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต.....	124
	รายการอ้างอิง.....	125
	ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	127

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1 ประเด็นการวิเคราะห์ตำแหน่งที่ตั้งและบริบทโดยรอบ.....	76
4.2 ประเด็นการวิเคราะห์ขนาด.....	77
4.3 ประเด็นการวิเคราะห์รูปร่าง.....	78
4.4 ประเด็นการวิเคราะห์การเข้าถึงและการเชื่อมโยง.....	79
4.5 ประเด็นการวิเคราะห์ภูมิอากาศเฉพาะที่.....	80
4.6 ประเด็นการวิเคราะห์กฎหมายอาคาร.....	82
4.7 ประเด็นการวิเคราะห์การกำหนดด้านความปลอดภัย.....	83
4.8 ประเด็นการวิเคราะห์ผู้ใช้งาน.....	84
4.9 ประเด็นการวิเคราะห์กิจกรรม เทศกาลและเหตุการณ์สำคัญ.....	85
4.10 ประเด็นการวิเคราะห์แนวคิดในการออกแบบ.....	87
4.11 ประเด็นการวิเคราะห์องค์ประกอบทางภูมิทัศน์ ประเภทที่หนึ่ง.....	88
4.12 ประเด็นการวิเคราะห์องค์ประกอบทางภูมิทัศน์ ประเภทที่ชพรรณ.....	90
4.13 ประเด็นการวิเคราะห์องค์ประกอบทางภูมิทัศน์ ประเภทวัสดุปูพื้น และการเปลี่ยนระดับพื้น.....	91
4.14 ประเด็นการวิเคราะห์องค์ประกอบทางภูมิทัศน์ ประเภทงานศิลปะ ประติมากรรมในพื้นที่.....	93
4.15 ประเด็นการวิเคราะห์องค์ประกอบทางภูมิทัศน์ ประเภทจุดให้ข้อมูลข่าวสาร และป้ายสัญลักษณ์บอกทาง.....	95
4.16 ประเด็นการวิเคราะห์องค์ประกอบทางภูมิทัศน์ ประเภทการใช้น้ำ.....	96
4.17 ประเด็นการวิเคราะห์องค์ประกอบทางภูมิทัศน์ ประเภทงานแสงสว่าง.....	97
4.18 การให้ความสำคัญในแต่ละข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบ ของกลุ่มผู้ที่มีส่วน เกี่ยวข้องกับโครงการ.....	98
5.1 การสรุปผลการวิเคราะห์ข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบพื้นที่เปิดโล่ง เปรียบเทียบกับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	117

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1	3
3.1	26
3.2	26
3.3	28
3.4	29
3.5	29
3.6	31
3.7	32
3.8	33
3.9	36
3.10	37
3.11	37
3.12	39
3.13	41
3.14	41
3.15	42

3.16	การรวมกลุ่มของผู้ใช้งานใช้พื้นที่ด้านหน้าเซ็นทรัลเวิลด์สแควร์เพื่อพักผ่อน พูดคุย.....	42
3.17	บรรยากาศเทศกาลแฟชั่นประจำปีของนิตยสารแอลดี (Elle fashion week) ที่ใช้พื้นที่แสดงแบบแฟชั่นกลางแจ้ง.....	44
3.18	บรรยากาศเทศกาลแสดงวัฒนธรรมญี่ปุ่น (Japanese town) โดยความร่วมมือ ระหว่างเซ็นทรัลเวิลด์ กับสถานเอกอัครราชทูตญี่ปุ่น.....	44
3.19	บรรยากาศการจัดแสดงดนตรี ซึ่งมักจะมีการจัดแสดงดนตรีมากกว่า 2-3 ครั้งต่อเดือน.....	44
3.20	บรรยากาศงานเปิดตัวสินค้าและผลิตภัณฑ์.....	45
3.21	ภาพมุมสูงจากงานจัดแสดงศิลปะภาพถ่ายกลางแจ้ง.....	45
3.22	บรรยากาศงานกิจกรรม INDY IN TOWN ทุกช่วงบ่ายวันศุกร์ ที่มีผู้ร่วมงานเป็น จำนวนมาก.....	45
3.23	บรรยากาศงาน TALA Landscape'09 โดยสมาคมภูมิสถาปนิกประเทศไทย ที่เนรมิตพื้นที่เซ็นทรัลเวิลด์สแควร์เป็นสวนกลางเมือง (Urban park).....	46
3.24	ผู้ใช้งานเข้ามาใช้พื้นที่เพื่อการสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในพื้นที่ พระตรีมูรติ และ พระพิฆเนศวรในเวลากลางวัน.....	47
3.25	ผู้ใช้งานเข้ามาใช้พื้นที่เพื่อการสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในพื้นที่ พระตรีมูรติ และ พระพิฆเนศวร ในวันพฤหัสบดี ช่วงเวลาหลัง 21.30 น.	47
3.26	บรรยากาศลานเบียร์ที่เต็มไปด้วยความรื่นเริง คึกคักเต็มไปด้วยผู้ใช้งาน.....	48
3.27	บรรยากาศลานเบียร์ที่เต็มไปด้วยความรื่นเริง คึกคักเต็มไปด้วยผู้ใช้งาน.....	48
3.28	บรรยากาศในวันคริสต์มาส ที่คนเมืองจำนวนแสนคนหลั่งไหลเข้ามาเพื่อ บันทึกภาพกับต้นคริสต์มาส เป็นบรรยากาศที่คึกคักอย่างยิ่ง.....	49
3.29	บรรยากาศงาน HANDS กิจกรรมนันทนอวยหลังเข้าสู่ปีใหม่ ที่จัดขึ้นทุกปีที่ เซ็นทรัลเวิลด์สแควร์ และถนนราชดำริ.....	49
3.30	บรรยากาศรื่นเริงในเทศกาลสงกรานต์.....	50
3.31	การรณรงค์เพื่อลดภาวะโลกร้อน โดยการขี่จักรยานบนเซ็นทรัลเวิลด์สแควร์.....	50
3.32	กิจกรรมเกี่ยวเนื่องกับวัฒนธรรม บรรยากาศการจัดงานทำบุญเนื่องในวัน ครบรอบ 100 วันแห่งการสิ้นพระชนม์ สมเด็จพระเจ้าพี่นางเธอ เจ้าฟ้ากัลยา ณิวัฒนา กรมหลวงนราธิวาสราชนครินทร์.....	50

3.33	วันที่กลุ่มพันธมิตรประชาชนเพื่อประชาธิปไตยเข้ามาในบริเวณใช้พื้นที่.....	51
3.34	การนำเสนอแนวคิดของศูนย์การค้าที่ทันสมัย และยิ่งใหญ่ที่สุดของเซ็นทรัลพัฒนา.....	53
3.35	การนำเสนอแนวคิดของเซ็นทรัลเวิลด์สแควร์ที่เก๋หู ทันสมัย และมีระดับ.....	54
3.36	การออกแบบโดยการใช้น้ำเพื่อช่วยในการลดความร้อน.....	55
3.37	ที่นั่งที่ยื่นออกจากผนังกระเบื้องไม้ บริเวณด้านริมถนนราชดำริ.....	56
3.38	ที่นั่งบริเวณด้านหน้าอาคารศูนย์การค้า เป็นส่วนหนึ่งของเซ็นทรัลเวิลด์สแควร์..	56
3.39	การออกแบบกระเบื้องน้ำพุ บริเวณโซน A ที่สามารถใช้เป็นที่นั่งได้.....	57
3.40	การออกแบบระลอกเดียวดลานน้ำพุดนตรี บริเวณเซน เอทด์อร์อาร์ีน่า ที่สามารถใช้เป็นที่นั่งได้.....	57
3.41	การออกแบบแท่นน้ำพุ บริเวณโซน C ที่สามารถใช้เป็นที่นั่งได้.....	57
3.42	การปลูกพืชพรรณลงบนดิน บริเวณเซ็นทรัลเวิลด์สแควร์ ในภาพประกอบด้วยไม้ระดับสูงและไม้คลุมดิน.....	59
3.43	การปลูกหูกระจง บริเวณรอบลานน้ำพุดนตรี เพื่อสร้างอาณาเขตพื้นที่เปิดโล่ง..	59
3.44	การปลูกพยับหมอก บริเวณราวบันไดทางขึ้นลง พื้นที่เปิดโล่ง ซึ่งพยับหมอกเป็นพืชพรรณที่มีความทนต่อสภาพอากาศ และหาเปลี่ยนได้ง่าย.....	60
3.45	การปลูกปริกน้ำค้างในกระเบื้องไม้ ซึ่งเป็นพืชที่หาทดแทนเปลี่ยนได้ง่าย.....	60
3.46	บริเวณที่ใช้เป็นที่นั่งหลัก ใช้การปลูกชาฮกเกี้ยน ไม้ที่ทนทานสูงทั้งสภาพอากาศและการทำลายโดยฝีมือมนุษย์.....	60
3.47	ลดลายการปูพื้นทางสัญจรเพื่อเข้าสู่ประตูทางเข้าศูนย์การค้าที่เน้นสีสว่าง.....	62
3.48	ลดลายการปูพื้นสำหรับบริเวณจัดกิจกรรม ที่เน้นสีเข้ม.....	62
3.49	ระดับพื้นของเซ็นทรัลเวิลด์สแควร์ที่ไม่มีการเล่นระดับ ในบริเวณที่ใช้เพื่อการจัดกิจกรรม.....	63
3.50	ทางลาดสำหรับรถยนต์บริเวณโซน A สำหรับการบริการเพื่อการจัดกิจกรรม.....	63
3.51	ทางลาดสำหรับรถเข็น บริเวณเซน เอทด์อร์ อาร์ีน่า เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้พิการ และผู้สูงอายุ.....	63

3.52	งานศิลปะ ประติมากรรมของเครื่องตีมแอลกอฮอล์ที่เข้า พื้นที่เพื่อจัดกิจกรรม ลานเปียร์.....	65
3.53	ประติมากรรม “เดอะ เฮด” โดย ราวินเดอร์ ไรต์ดี ที่พบผู้ใช้งานจำนวนมากร่วม บันทึกภาพกับประติมากรรมชิ้นนี้.....	65
3.54	บรรยากาศนิทรรศการภาพถ่ายกลางแจ้งจากมุมสูง “Earth From Above”.....	66
3.55	ต้นคริสต์มาสยักษ์ ที่ใหญ่ที่สุดในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ภูมิสัญลักษณ์ประจำปี ที่สำคัญของเซ็นทรัลเวิลด์สแควร์ สามารถดึงดูด ผู้ใช้งานมากมาย.....	66
3.56	หอคอย The greeting ball tower งานศิลปะลอยตัว ที่เป็นตัวแทนแห่งการ เฉลิมฉลอง นับถอยหลังเข้าสู่ปีใหม่ จะให้หอคอยดังกล่าวในช่วงสัปดาห์สุดท้าย ก่อนเข้าสู่ปีใหม่.....	66
3.57	จอภาพ LED Screen บนเซ็นทรัลเวิลด์สแควร์ ในช่วงเวลากลางวัน.....	68
3.58	จอภาพ LED Screen บนเซ็นทรัลเวิลด์สแควร์ ในช่วงเวลากลางคืน.....	68
3.59	การใช้น้ำพุเป็นองค์ประกอบทางภูมิทัศน์ เพื่อแสดงความตื่นตาตื่นใจ และดึงดูดสายตา และช่วยเสริมขวัญให้แก่อาคารศูนย์การค้า.....	69
3.60	การใช้น้ำพุในกระบะในโซน A บริเวณด้านอาคารศูนย์การค้า เพื่อกันขอบเขต พื้นที่เปิดโล่ง โดยจะเห็นระดับที่สูงถึง 0.40 เมตร.....	70
3.61	การใช้น้ำพุในกระบะในโซน A บริเวณด้าน ถนนราชดำริ เพื่อกันอาณาเขต โดยจะมีขอบระดับความสูงเพียง 0.20 เมตร.....	70
3.62	การใช้จุดพ่นละอองน้ำฝอย บนโซน B เพื่อจัดการความร้อน.....	70
3.63	การใช้น้ำพุที่พุ่งจากพื้นโดยตรง เพื่อการจัดการความร้อนบนโซน C.....	71
3.64	ความสว่างของอาคารศูนย์การค้า ที่ส่งผลช่วยความสว่างแก่พื้นที่เปิดโล่ง ด้านหน้าได้มาก โดยไม่จำเป็นต้องใช้ดวงโคมเพื่อให้แสงสว่างด้านนอกมากนัก	73
3.65	ดวงโคมเสาสูงบริเวณด้านริมถนนราชดำริ ซึ่งเป็นดวงโคมสปอร์ตไลท์ ให้แสงสว่างหลักบนพื้นที่.....	73
3.66	การออกแบบเสาไฟสูง 2.50 เมตร ให้แสงสว่างทางตั้ง ตลอดแนวทางเดิน ทั้งนี้เสาไฟยังทำหน้าที่เป็นที่ติดป้ายประกาศได้อีกด้วย.....	73

- 3.67 การให้แสงสว่างในระบบน้ำพุ โดยให้แสงสว่าง แบบส่องขึ้น เพื่เน้นความ
สว่างของน้ำพุ..... 73
- 3.68 การออกแบบแสงสว่าง แบบแสงสีที่สดใสของลานน้ำพุดนตรี เพื่อสร้างควม
น่าสนใจให้พื้นที่..... 74



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญ

ย่านพาณิชยกรรมใจกลางเมือง (Central Business District) นอกจากจะเป็นศูนย์กลางของกิจกรรมทางเศรษฐกิจของเมืองแล้ว พื้นที่เปิดโล่งในย่านพาณิชยกรรมก็มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งที่จะกำหนดความมีชีวิตชีวาของย่าน กิจกรรมทางเศรษฐกิจที่หลากหลายและสามารถดึงดูดให้คนจำนวนมากเข้ามาในพื้นที่ คนและกิจกรรมเหล่านี้จะทำให้ย่านมีชีวิตและที่สำคัญเราสามารถมองเห็นผู้คนและกิจกรรมส่วนใหญ่ได้ในพื้นที่เปิดโล่งนั่นเอง

Goldstein and Elliot กล่าวถึงพื้นที่เปิดโล่งที่ดีว่าจะทำให้เกิดสภาพแวดล้อมและบรรยากาศทางธุรกิจที่ดี สามารถดึงดูดให้เกิดการลงทุนเพิ่มมากขึ้น และก่อให้เกิดการพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคมได้ (Goldstein and Elliot อ้างถึงใน ศราวุฑู ฉัตรเดชา, 2543: 2) ดังเช่นในบริเวณใจกลางเมืองนิวยอร์ก สหรัฐอเมริกา กิจกรรมที่เกิดขึ้นในพื้นที่เปิดโล่งของหน้าอาคารสำนักงานต่างๆ นั้นมีตั้งแต่การใช้ประโยชน์ที่เป็นการนัดพบเพื่อนหรือคนรัก ที่รวมตัวของกลุ่มวัยรุ่น ที่รับประทานอาหารกลางวัน และที่นั่งพักผ่อน ปิกนิก พบปะเพื่อพูดคุยกับเรื่องสัพเพเหระทั่วไป ตลอดจนถึงการนินทา (Whyte, 1980: 18-19)

Clare Cooper Marcus และ Carolyn Francis ได้ศึกษาข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบลานโล่งไว้ในหนังสือ “People Places Design Guidelines for Urban Open Space” ไว้ด้วยกันหลายประการ ได้แก่ สถานที่ตั้งและขนาดพื้นที่ โดยตำแหน่งที่เหมาะสมย่อมเอื้อให้เกิดกิจกรรมและมีผู้ใช้งานที่หลากหลาย รวมถึงการคำนึงถึงทิศทางแสงแดดและเงา แสงสะท้อน ทิศทางและปริมาณลม นอกจากนี้ยังมีองค์ประกอบ (elements) เช่น ที่นั่งที่เหมาะสม มีทิวทัศน์และมุมมองที่ดีให้กับผู้นั่ง รวมถึงการสร้างเอกลักษณ์และสุนทรียภาพให้กับพื้นที่ด้วยงานศิลปะ ประติมากรรมในพื้นที่

William H. Whyte พบว่าลานโล่งที่มีลักษณะทางกายภาพที่ดีนั้นย่อมส่งผลต่อการเพิ่มขึ้นของการใช้ประโยชน์ทั้งในแง่ของปริมาณของผู้ใช้งาน เวลาในการใช้พื้นที่ และรวมไปถึงความหลากหลายของการใช้งานที่เกิดขึ้นด้วย ทั้งนี้ยังได้ศึกษาองค์ประกอบที่มีส่วนสนับสนุนให้มีผู้มาใช้งานอย่างเต็มที่ ได้แก่ ที่นั่ง ซึ่งสามารถเคลื่อนย้ายได้ในรูปแบบ การป้องกันแดดและลม เพื่อให้เกิดความสบาย รวมถึงโอกาสในการเข้าถึงการซื้ออาหารและเครื่องดื่ม

จากการศึกษาเอกสารของ Marcus และ Whyte นักวิชาการผู้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการออกแบบพื้นที่เปิดโล่งในเมือง ประเภทลานโล่งของประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่าในการออกแบบลานโล่งพาณิชยกรรมมีข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบ ที่ทั้งสองเห็นร่วมกันอยู่ 5 ประการ คือ (1) สภาพแวดล้อมของที่ตั้ง, (2) ภูมิอากาศเฉพาะที่, (3) ผู้ใช้งาน, (4) กิจกรรม และ (5) องค์ประกอบทางภูมิทัศน์

ปีพุทธศักราช 2545 กลุ่มเซ็นทรัลพัฒนาตัดสินใจเช่าที่ดินโครงการเวสต์เทรคเซ็นเตอร์(เดิม) จากสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ เพื่อมาพัฒนาในชื่อเซ็นทรัลเวสต์¹ โครงการที่กลุ่มเซ็นทรัลพัฒนาตั้งใจให้เป็นโครงการแฟล็กชิพ (flagship) หรือโครงการที่มีขนาดใหญ่ที่สุดและมีศักยภาพสูงสุดของกลุ่ม โดยโครงการดังกล่าวประกอบด้วยศูนย์การค้า โรงแรม ศูนย์การประชุม และอาคารสำนักงาน หนึ่งในพื้นที่โครงการที่กลุ่มเซ็นทรัลพัฒนาได้บรรจุสร้างขึ้น คือลานด้านหน้าอาคารศูนย์การค้าในชื่อเซ็นทรัล เวิลด์สแควร์ (Central World Square)

เซ็นทรัลเวสต์สแควร์ ขนาดพื้นที่ 8,000 ตารางเมตร ตามความยาวกว่า 320 เมตร ขนานกับถนนราชดำริ ถูกจัดสร้างขึ้นเพื่อเป็นพื้นที่จัดกิจกรรมอเนกประสงค์ของศูนย์การค้า กอบชัย จิราธิวัฒน์² กล่าวว่า ลานดังกล่าวเป็นคำตอบที่เหมาะสมที่สุดสำหรับการประกอบกิจกรรมในรูปแบบต่างๆ ของคนเมืองเพราะตั้งอยู่ใจกลางเมือง เดินทางสะดวกสบาย และเป็นจุดหมายปลายทางที่ครบวงจร เป็นพื้นที่เติมเต็มความสุขของชีวิตคนเมืองให้สมบูรณ์แบบยิ่งย่อน้อยอย่างแท้จริง (สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์: ยั่งยืนด้วยความพอเพียง, 2551)

ปัจจุบันเซ็นทรัลเวสต์สแควร์ ถือเป็นพื้นที่เปิดโล่งหน้าอาคารพาณิชยกรรม ประเภทลานโล่งขนาดใหญ่ที่มีการจัดกิจกรรมต่างๆ เป็นจำนวนมาก ทั้งกิจกรรมส่งเสริมการขาย กิจกรรมของภาคเอกชน กิจกรรมตามเทศกาลและเหตุการณ์สำคัญ รวมทั้งกิจกรรมของภาครัฐที่เริ่มนิยมจัดมากขึ้น ในวันที่ไม่มีการจัดกิจกรรมก็มักจะมีผู้คนจำนวนมากเข้ามาใช้พื้นที่เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ รวมทั้งสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ประจำพื้นที่ คือพระตรีมูรติ และพระพิฆเนศวร

การวิจัยในครั้งนี้มีความมุ่งหมายหลักในการหาข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบพื้นที่เปิดโล่งหน้าอาคารพาณิชยกรรม ของศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวสต์ ในเบื้องต้นจะมีข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบ 3 ประเด็น คือ (1) ด้านที่ตั้งโครงการ ประกอบด้วย สภาพแวดล้อมของที่ตั้ง ภูมิอากาศเฉพาะที่ กฎหมายอาคาร และการกำหนดด้านความปลอดภัย (2) ด้านรายละเอียดโครงการ ประกอบด้วย

¹ ความหมายของตราสัญลักษณ์เซ็นทรัลเวสต์นี้ก็คือ ประสบการณ์จับจ่ายระดับโลก เป็นผู้นำกระแส " ที่สุดของที่สุด "

² กรรมการผู้จัดการใหญ่บริษัท เซ็นทรัลพัฒนา จำกัด (มหาชน)

ผู้ใช้งาน และกิจกรรม เทศกาล และเหตุการณ์สำคัญ (3) ด้านการออกแบบแนวคิดและองค์ประกอบประกอบด้วยแนวคิดในการออกแบบ และองค์ประกอบทางภูมิทัศน์

ผลการวิจัยครั้งนี้เป็นประโยชน์อย่างยิ่ง ในการเป็นส่วนช่วยในการพัฒนาแนวทางในการออกแบบพื้นที่เปิดโล่งหน้าอาคารพาณิชย์กรรม ประเภทลานโล่งให้มีความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อม และส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีของคนเมืองต่อไปในอนาคต

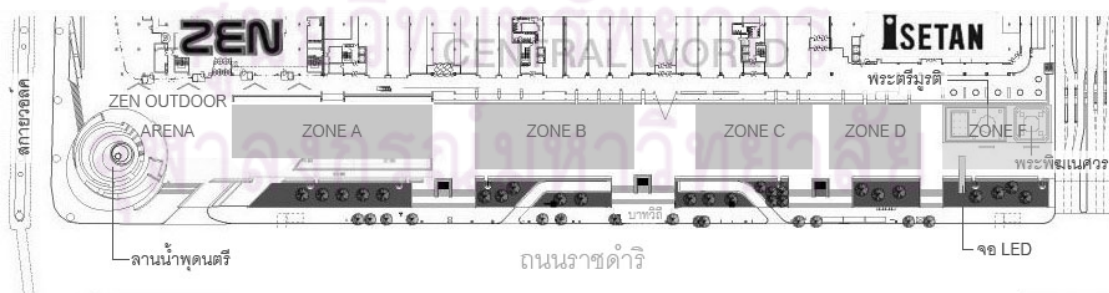
วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1. เพื่อศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง เกี่ยวกับพื้นที่เปิดโล่งหน้าอาคารพาณิชย์กรรม ประเภทลานโล่ง
2. เพื่อศึกษาข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบพื้นที่เปิดโล่งหน้าอาคารพาณิชย์กรรม ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์ ผ่านแนวคิดของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับโครงการ
3. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับโครงการ กับรูปแบบภูมิสถาปัตยกรรมของพื้นที่เปิดโล่งหน้าอาคารศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์

ขอบเขตในการศึกษา

1. ขอบเขตด้านพื้นที่ศึกษา

พื้นที่ศึกษาเป็นพื้นที่เปิดโล่งหน้าอาคารศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์ หรือเซ็นทรัลเวิลด์สแควร์ (Central World Square) บริเวณสี่แยกราชประสงค์ ความยาว 320 เมตรต่อเนื่องตามแนวถนนราชดำริ เป็นพื้นที่เปิดโล่งขนาด 8,000 ตารางเมตร เปิดใช้งานตั้งแต่เดือนมิถุนายน พ.ศ.2549 ได้รับการออกแบบภูมิสถาปัตยกรรมโดยบริษัท แลนด์สเคปอาร์คิเทค 49 จำกัด



รูปที่ 1.1 แสดงแผนผังเซ็นทรัลเวิลด์สแควร์

เหตุผลในการเลือกพื้นที่ศึกษา

- เป็นพื้นที่เปิดโล่งหน้าอาคารพาณิชย์กรรม (commercial building open space) ประเภทลานโล่ง ที่มีขนาดใหญ่ของประเทศในปัจจุบัน
- เป็นพื้นที่เปิดโล่งว่างใจกลางเมือง (Downtown Open Space) รายล้อมด้วยบริบทที่หลากหลาย ใกล้ระบบขนส่งมวลชนสาธารณะ สถานที่ราชการ ศูนย์การค้า และพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์
- เป็นพื้นที่ได้รับความนิยมในการจัดกิจกรรมทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน รวมถึงประชาชนนิยมใช้พื้นที่มาก ในช่วงเวลาที่แตกต่างกัน

2. ขอบเขตด้านเนื้อหาที่ศึกษา

2.1 เป็นการศึกษาที่มุ่งเน้นหาข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบพื้นที่เปิดโล่งหน้าอาคารพาณิชย์กรรม ที่ประกอบไปด้วยการศึกษา 3 ประเด็น คือ

2.1.1 ข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบด้านที่ตั้งโครงการ (Site Considerations)

- สภาพแวดล้อมของที่ตั้ง (Setting) ซึ่งมุ่งเน้นประเด็นที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่ในเรื่อง ตำแหน่งที่ตั้ง, บริบทโดยรอบโครงการ, ขนาดพื้นที่, รูปร่าง, การเข้าถึงและการเชื่อมโยง
- ภูมิอากาศเฉพาะที่ (Microclimate) ศึกษาสภาพแวดล้อมด้านภูมิอากาศ วิธีการป้องกันแดด และการป้องกันฝน
- กฎหมายอาคาร และการกำหนดด้านความปลอดภัย (Building Code and Safety) มุ่งเน้นศึกษาข้อกำหนดด้านกฎหมายของอาคารที่ส่งผลถึงรูปแบบและลักษณะของลานโล่ง รวมถึงการกำหนดด้านความปลอดภัย ศึกษาด้านการป้องกันอัคคีภัยและการรักษาความปลอดภัย

2.1.2 ข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบด้านรายละเอียดโครงการ (Program Considerations)

- ผู้ใช้งาน (Users) เน้นศึกษาประเด็นที่เกี่ยวกับผู้ใช้งาน โดยจำแนกตามประเภทผู้ใช้งาน, เพศ และช่วงอายุ

- กิจกรรม เทศกาลและเหตุการณ์สำคัญ (Activities) เน้นการศึกษาเกี่ยวกับกิจกรรม ที่เกิดในพื้นที่ศึกษาทั้งกิจกรรมต่างๆ ที่จัดขึ้น และกิจกรรมตามเทศกาลและเหตุการณ์สำคัญ

2.1.3 ข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบด้านการออกแบบแนวคิดและองค์ประกอบ (Design Considerations)

- แนวความคิดในการออกแบบ (Conceptual Design) ศึกษาเกี่ยวกับแนวคิดหลักในการออกแบบ และแนวคิดในการออกแบบภูมิทัศน์
- องค์ประกอบทางภูมิทัศน์ (Landscape Elements) เป็นการศึกษาองค์ประกอบในการออกแบบงานภูมิทัศน์ประกอบในลานโล่งของศูนย์การค้า โดยประกอบด้วย ที่นั่ง, พืชพรรณ, วัสดุปูพื้นและการเปลี่ยนระดับพื้น, งานศิลปะ ประติมากรรมในพื้นที่, การใช้น้ำ, จุดให้ข้อมูลข่าวสารและป้ายสัญลักษณ์บอกทาง และงานแสงสว่าง

2.2 เป็นงานวิจัยเชิงบรรยาย (Descriptive Research) ที่ทำการศึกษาข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบพื้นที่เปิดโล่งหน้าอาคารพาณิชย์กรรม ประเภทลานโล่งของวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องทางตะวันตก แล้วนำกรอบข้อพิจารณาที่ได้มาศึกษากับพื้นที่ศึกษา เพื่อศึกษาความสอดคล้องและแตกต่างรวมทั้งการศึกษาระดับการให้ความสำคัญในการออกแบบของผู้ที่มีส่วนร่วมเกี่ยวกับโครงการทั้งเจ้าหน้าที่โครงการ (ฝ่ายพัฒนาธุรกิจ, ฝ่ายการตลาด, ฝ่ายอาคารและสถานที่), ภูมิสถาปนิก และผู้ใช้งานโครงการ

ระเบียบวิธีวิจัย

1. การรวบรวมข้อมูลเบื้องต้น

1.1 การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง (Literature Review) ในการทบทวนวรรณกรรมนั้นเป็นการศึกษาทฤษฎีหรือแนวคิดที่เกี่ยวกับลานโล่งในเมือง และการออกแบบลานโล่งในเมือง เพื่อนำมาสร้างกรอบแนวคิดข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบลานโล่งหน้าอาคารพาณิชย์กรรม นอกจากนั้นยังเป็นการรวบรวมเนื้อหาเกี่ยวกับความสำคัญของลานโล่งที่มีต่อเมือง ซึ่งเนื้อหาที่ได้ค้นคว้าข้อมูลและรวบรวมมานั้นประกอบไปด้วย

- ลานโล่งในเมือง (Urban Plaza), บทบาทและความสำคัญของพื้นที่โล่ง รวมถึงคุณประโยชน์ของพื้นที่โล่ง
- ข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบลานโล่งหน้าอาคารพาณิชย์กรรม
- ปัจจัยสำคัญของพื้นที่เปิดโล่งสาธารณะมีคุณภาพ
- รูปแบบของลานโล่งที่มีประสิทธิภาพในการใช้งาน

1.2 ศึกษาข้อมูล (Information) พื้นที่ศึกษา พื้นที่เปิดโล่งหน้าอาคารพาณิชย์กรรม ประเภทลานโล่ง ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์ หรือเซ็นทรัลเวิลด์สแควร์ (Central World Square) ที่ปรากฏอยู่ในปัจจุบัน จากเอกสารต่างๆ เช่น บทความจากนิตยสาร และเอกสารจากสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ เป็นต้น เพื่อศึกษาความเป็นมาของโครงการ ลักษณะแนวคิดหรือความต้องการของศูนย์การค้า นอกจากนี้เป็นการลงสำรวจพื้นที่เบื้องต้น เพื่อสังเกตลักษณะของพื้นที่กิจกรรม และผู้ใช้งาน เพื่อนำมารวบรวมข้อมูลประกอบการทำวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องข้างต้น เพื่อนำมาสร้างกรอบแนวคิดข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบลานโล่งหน้าอาคารพาณิชย์กรรม

2. การสร้างกรอบแนวคิดข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบพื้นที่เปิดโล่งหน้าอาคารพาณิชย์กรรม ประเภทลานโล่ง

จากการศึกษาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องและการศึกษาข้อมูลของพื้นที่ศึกษาในเบื้องต้นแล้วนั้น ได้ทำการวิเคราะห์เพื่อสร้างกรอบแนวคิดข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบ ด้วยวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) ออกมาได้ 3 ประเด็น ซึ่งในขั้นต่อไปจะนำข้อพิจารณาที่ได้นั้น เก็บข้อมูลของพื้นที่ศึกษาโดยละเอียด สำหรับกรอบแนวคิดข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบพื้นที่เปิดโล่งหน้าอาคารพาณิชย์กรรม ประเภทลานโล่ง มีดังนี้

2.1 ข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบด้านที่ตั้งโครงการ ประกอบด้วย

2.1.1 สภาพแวดล้อมของที่ตั้ง

- ตำแหน่งที่ตั้งและบริบทโดยรอบ
- ขนาดพื้นที่และรูปร่าง
- การเข้าถึงและการเชื่อมโยง

2.1.2 ภูมิอากาศเฉพาะที่

2.1.3 กฎหมายอาคาร และการกำหนดด้านความปลอดภัย

- 2.2 ข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบด้านรายละเอียดโครงการ ประกอบด้วย
- 2.2.1 ผู้ใช้งาน
- 2.2.2 กิจกรรม เทศกาลและเหตุการณ์สำคัญ
- 2.3 ข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบด้านการออกแบบแนวคิดและองค์ประกอบประกอบด้วย
- 2.3.1 แนวคิดในการออกแบบ
- แนวคิดหลักในการออกแบบ
 - แนวคิดที่เกี่ยวกับการออกแบบภูมิทัศน์
- 2.3.2 องค์ประกอบทางภูมิทัศน์
- ที่นั่ง
 - พืชพรรณ
 - วัสดุปูพื้นและการเปลี่ยนระดับพื้น
 - งานศิลปะ ประติมากรรมในพื้นที่
 - จุดให้ข้อมูลข่าวสารและป้ายสัญลักษณ์บอกทาง
 - การใช้น้ำ
 - งานแสงสว่าง

3. วิธีการเก็บข้อมูล

- 3.1 การเก็บข้อมูลด้วยวิธีการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) โดยได้เข้าไปมีส่วนร่วมกับกิจกรรมที่เกิดขึ้นบนเซ็นทรัลเวสต์เวิลด์สแควร์ในช่วงของการเก็บข้อมูล เพื่อไม่ให้ผู้ใช้งานทั่วไปสังเกตความต่างของสถานภาพ และบันทึกภาพเพื่อเป็นหลักฐานในการสังเกตพฤติกรรมการใช้พื้นที่ของผู้ใช้งาน
- 3.2 การเก็บข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์ โดยการใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interviewing) ครอบคลุมเนื้อหาประเด็นข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบลานโล่งหน้าอาคารพาณิชย์กรรม ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวสต์เวิลด์ หรือเซ็นทรัลเวสต์เวิลด์สแควร์ ทั้ง 3 ประเด็น ซึ่งทำการสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องกับโครงการ ประกอบด้วย
- เจ้าหน้าที่โครงการ ได้แก่ ฝ่ายพัฒนาธุรกิจ, ฝ่ายการตลาด และฝ่ายอาคารและสถานที่
 - ภูมิสถาปนิกโครงการ

การสัมภาษณ์นอกจากจะสอบถามด้านข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบทั้ง 3 ประเด็น ยังสอบถามถึงความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบภูมิสถาปัตยกรรมโครงการ แนวคิดหรือความต้องการที่มากำหนดรูปแบบของพื้นที่เปิดโล่ง รวมถึงระดับการให้ความสำคัญกับประเด็นการออกแบบ

- 3.3 การเก็บข้อมูลด้วยวิธีออกแบบสอบถาม กลุ่มผู้ใช้งานพื้นที่โครงการ จำนวน 200 ชุด เป็นการสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-probability sampling) โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) ช่วงเวลาในการทำแบบสอบถามคือ 15.00 – 21.00 น. ในวันที่มีการจัดกิจกรรมและไม่มีการจัดกิจกรรม ซึ่งกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่จำนวน 200 คน แบ่งเป็นตามเพศหญิงและชายอย่างละ 100 คน โดยการสอบถามจะเน้นเนื้อหาประเด็นข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบพื้นที่เปิดโล่งหน้าอาคารพาณิชยกรรม ระดับการให้ความสำคัญกับประเด็นการออกแบบ

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลที่ได้จากขั้นตอนการเก็บข้อมูลในแต่ละประเด็นทั้งด้านที่ตั้งโครงการ, ด้านรายละเอียดโครงการ และด้านการออกแบบแนวคิดและองค์ประกอบ นำมาวิเคราะห์ข้อมูลซึ่งในการวิเคราะห์จะประกอบด้วย 2 ส่วนสำคัญคือ การเห็นด้วยกับวรรณกรรมการออกแบบพื้นที่เปิดโล่งหน้าอาคารพาณิชยกรรม และการวิเคราะห์บทสัมภาษณ์เพื่อหาข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบ

5. การสรุปผลและการเสนอแนะ

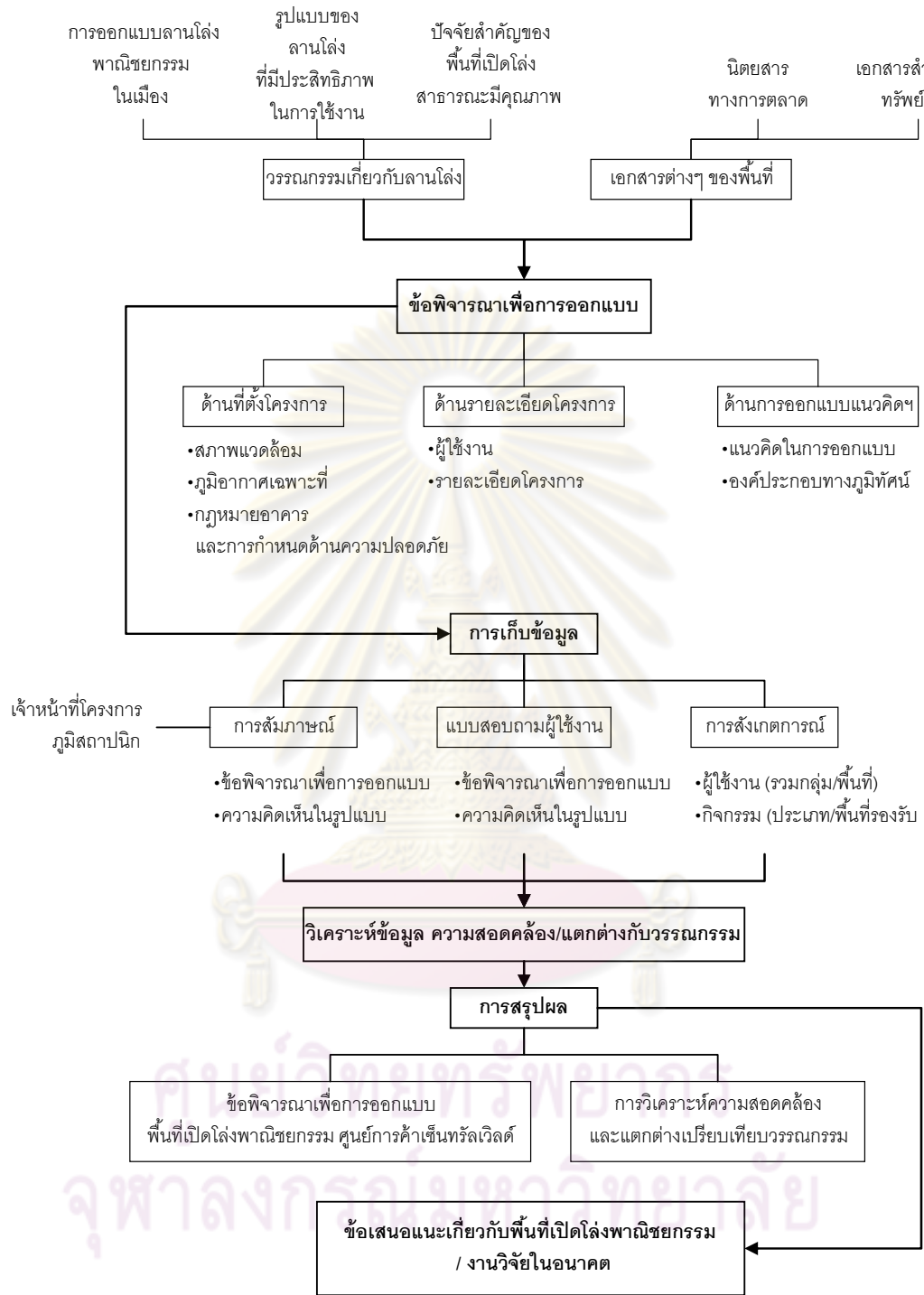
จากผลที่ได้จากการวิเคราะห์นำมาถึงการสรุปผลข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบพื้นที่เปิดโล่งหน้าอาคารศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์ โดยการแบ่งข้อพิจารณาเป็น 3 ประเด็น ประกอบด้วย ด้านที่ตั้งโครงการ, ด้านรายละเอียดโครงการ และด้านการออกแบบแนวคิดและองค์ประกอบ รวมถึงการสรุปผลการวิเคราะห์ข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบพื้นที่เปิดโล่งหน้าอาคารศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์ เปรียบเทียบกับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง พิจารณาความสอดคล้องและแตกต่างกับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง เพื่อเสนอแนะสำหรับการออกแบบพื้นที่เปิดโล่งหน้าอาคารพาณิชยกรรมต่อไปในอนาคต

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เป็นการรวบรวมเอกสารที่เกี่ยวข้องกับข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบพื้นที่เปิดโล่งหน้าอาคารพาณิชยกรรม ประเภทลานโล่ง
2. เพื่อเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการออกแบบพื้นที่เปิดโล่งหน้าอาคารพาณิชยกรรม ประเภทลานโล่ง
3. เพื่อเป็นเครื่องมือส่วนช่วยในการพัฒนาข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบพื้นที่เปิดโล่งหน้าอาคารพาณิชยกรรม ประเภทลานโล่งต่อไป



ศูนย์วิทยพัทยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



แผนภาพที่ 1.1 ขั้นตอนกระบวนการของงานวิจัย

บทที่ 2

วรรณกรรมและการศึกษาที่เกี่ยวข้อง

พื้นที่เปิดโล่งในย่านพาณิชยกรรมนับว่าเป็นสิ่งสำคัญอย่างหนึ่งในสังคมเมือง ที่สามารถสร้างความมีชีวิตชีวาของย่าน กิจกรรมทางเศรษฐกิจที่หลากหลายและสามารถดึงดูดให้คนจำนวนมากเข้ามาในพื้นที่ คนและกิจกรรมเหล่านี้จะทำให้ย่านมีชีวิตและที่สำคัญเราสามารถมองเห็นผู้คนและกิจกรรมส่วนใหญ่ได้ในพื้นที่เปิดโล่ง Goldstein and Elliot (Goldstein and Elliot อ้างถึงใน ศราวุธ ฉัตรเดชา, 2543: 2) กล่าวถึงพื้นที่เปิดโล่งที่ดีจะทำให้เกิดสภาพแวดล้อมและบรรยากาศทางธุรกิจที่ดี สามารถดึงดูดให้เกิดการลงทุนเพิ่มมากขึ้น และก่อให้เกิดการพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคมได้

Charles Eliot ได้ศึกษาเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์ของพื้นที่เปิดโล่งในเมือง พบว่าหน้าที่ของพื้นที่เปิดโล่งในเมืองคือ เป็นพื้นที่เพื่อการให้บริการ และเป็นส่วนประกอบสำคัญภายในเมือง ขณะที่ Stanley B. Tankel (1970 อ้างถึงใน ถนนมศักดิ์ แก้วเขียว, 2535: 22) ได้อธิบายความสำคัญของพื้นที่เปิดโล่งในเมืองไว้ 3 ประการ คือ การเป็นพื้นที่เพื่อการพักผ่อน , เป็นภูมิสัญลักษณ์ (Landmarks) ทำให้เกิดมุมมองที่มีความสวยงาม และเป็นพื้นที่ที่ทำให้เกิดความเป็นส่วนตัว

Christopher Tunnard and Boris Pushkarew (1963 อ้างถึงใน ถนนมศักดิ์ แก้วเขียว, 2535: 22) กล่าวว่าพื้นที่เปิดโล่งในเมืองนั้นจะส่งผลกระทบต่อกิจกรรมที่จะเกิดขึ้น ไม่ว่าจะเป็นขบวนการผลิตและแรงงาน ระบบป้องกันและรักษาความสงบ การตกแต่งประดับประดาเมือง และการพักผ่อนของประชากรเมืองอีกด้วย ซึ่งใกล้เคียงกับแนวคิดของ August Hecksher (1997: 303) กล่าวว่าพื้นที่เปิดโล่งในเมือง เป็นพื้นที่ที่ประชากรเมืองสามารถสัมผัสกับสิ่งแวดล้อมโดยรอบตัวได้เป็นอย่างดี องค์ประกอบและคุณสมบัติต่างๆ โดยรอบพื้นที่เปิดโล่ง ช่วยให้รู้สึกผ่อนคลาย และรู้สึกถึงความรื่นรมย์ และในเมืองที่มีอัตราของประชากรและความหลากหลายสูง พื้นที่เปิดโล่งในเมือง จะช่วยสามารถสร้างความรู้สึกร่วมกันและเป็นเอกภาพได้

สำหรับในประเทศไทยนั้น เดชา บุญค้ำ (2531: 15) ได้กล่าวถึงพื้นที่เปิดโล่งสาธารณะในเมืองไว้ว่า ที่เว้นว่างต่างๆ เช่น สวนสาธารณะ สนามเด็กเล่น ลานเชื่อมระหว่างอาคาร เป็นต้น เป็นองค์ประกอบหลักที่สามารถมองเห็นได้และเป็นส่วนที่สำคัญในการจัดทำเมืองให้ดูสวยงามมีความน่าประทับใจและมีเอกลักษณ์

ข้างต้นเป็นการกล่าวถึงคุณประโยชน์ของพื้นที่เปิดโล่งสาธารณะในเมือง ว่านอกจากจะสามารถสร้างความสวยงาม น่าประทับใจแล้วนั้น พื้นที่เปิดโล่งสาธารณะในเมืองยังเป็นส่วนหนึ่ง

ในการสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้แก่คนเมือง เป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจได้ดีให้แก่คนเมืองที่ดีในปัจจุบันอีกด้วย

หากจะพิจารณาถึงรูปแบบพื้นที่เปิดโล่งสาธารณะในเมืองแล้วนั้น พบว่ามีด้วยกันอยู่หลายรูปแบบ เช่น สวนสาธารณะ, สนามเด็กเล่น, สวนหย่อม หรือตลาดนัด แต่มีพื้นที่เปิดโล่งสาธารณะรูปแบบหนึ่งที่มีความนิยมในสร้างขึ้นในย่านพาณิชยกรรมคือ ลานโล่ง (plaza or square) ซึ่งมักจะมาพร้อมกับอาคารพาณิชยกรรม ที่อาจจะมีวัตถุประสงค์ในการสร้างขึ้นเพื่อประกอบกิจกรรมของพื้นที่โครงการ หรือการเกิดขึ้นตามกำหนดของกฎหมายอาคารและข้อบัญญัติ แต่ไม่ว่าอย่างไรก็ตามพื้นที่เปิดโล่งสาธารณะในเมือง ประเภทลานโล่งก็มักจะถูกจัดการให้เกิดความสวยงาม นำใช้งานด้วยองค์ประกอบทางภูมิทัศน์ และสร้างกิจกรรมต่างๆ ขึ้นให้เกิดความน่าสนใจ

Kevin Lynch (1981: 443) กล่าวว่า พื้นที่เปิดโล่งสาธารณะในเมือง ประเภทลานโล่งนั้น ถูกมุ่งหมายให้เป็นจุดรวมของกิจกรรม ตั้งอยู่ใจกลางเมือง โดยปกติแล้วมันจะถูกใช้ให้เป็นทางเดินผ่าน และล้อมรอบด้วยถนน เป็นที่ที่สามารถดึงดูดผู้คน และใช้เพื่อการนัดพบ เพราะสามารถพบปะกันได้ง่าย คล้ายคลึงกับแนวคิดของ Clare Cooper Marcus และ Carolyn Francis (1998: 7) ที่กล่าวว่า จัตุรัสหรือลานโล่ง เป็นศูนย์กลางกลางเมืองที่มีความสำคัญ ถูกสร้างขึ้นอย่างเป็นทางการ

ในการทบทวนวรรณกรรม แนวคิด รวมถึงทฤษฎีสำหรับการออกแบบพื้นที่เปิดโล่งหน้าอาคารพาณิชยกรรมขนาดใหญ่ ประเภทลานโล่ง คือ การออกแบบลานเซ็นทรัลเวิลด์สแควร์ (Central World Square) ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์ ได้ทำการวิเคราะห์เพื่อสร้างกรอบแนวคิดข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบ ด้วยวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) ภายใต้แนวคิดของการวางแผนงานภูมิทัศน์ แบ่งการพิจารณาในการออกแบบได้เป็นประเด็นหลัก 3 ประเด็น อันประกอบด้วย

- 2.1 ข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบด้านที่ตั้งโครงการ (Site Considerations)
- 2.2 ข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบด้านรายละเอียดโครงการ (Program Considerations)
- 2.3 ข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบด้านการออกแบบแนวคิดและองค์ประกอบ (Design Considerations)

2.1 ข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบด้านที่ตั้งโครงการ

2.1.1 สภาพแวดล้อมของที่ตั้ง (Setting)

2.1.1.1 ตำแหน่งที่ตั้งและบริบทโดยรอบ (Location & Context)

Goldsteen and Elliot กล่าวว่าพื้นที่เปิดโล่งพาดิชนยกรรมที่ตื้นนั้นจะทำให้เกิดสภาพแวดล้อมและบรรยากาศทางธุรกิจที่ดี สามารถดึงดูดให้เกิดการลงทุนเพิ่มมากขึ้น และก่อให้เกิดการพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคมได้เป็นอย่างดี (Goldsteen and Elliot อ้างถึงใน ศราวูฐ ฉัตรเดชา, 2543: 2) นอกจากนี้สภาพแวดล้อมที่ดีของพื้นที่เปิดโล่งพาดิชนยกรรม แล้ว บริบทในย่านนั้น (Whyte, 1980: 24-28) ย่อมส่งผลให้พื้นที่เปิดโล่งดังกล่าวมีการใช้งานในปริมาณสูงเช่นกัน

ตำแหน่งที่ตั้งพื้นที่เปิดโล่งสาธารณะ ประเภทลานโล่งต้องเป็นย่านที่ผู้คนที่ต้องการทำกิจกรรมที่มีความหลากหลาย โดยตำแหน่งที่ตั้งที่ดีมักจะอยู่ในพื้นที่ที่มีการใช้ประโยชน์ที่ดินที่มีความหลากหลาย เช่น ย่านพาดิชนยกรรมเมืองที่เป็นแหล่งรวม โรงแรม ที่พัก อาคารสำนักงาน (Marcus and Francis, 1998: 18) อาจเรียกได้ว่าบริบทที่เกิดจากประสบการณ์และความรับรู้ที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่เปิดโล่ง (Kato, 1993: 6 อ้างถึงใน ศราวูฐ ฉัตรเดชา, 2543: 16) ย่อมก่อให้เกิดความสัมพันธ์และรู้สึกผูกพันกับพื้นที่ได้ และส่งผลต่อเนื่องให้เกิดการใช้งานอย่างต่อเนื่องด้วยเช่นกัน

ตำแหน่งพื้นที่เปิดโล่งพาดิชนยกรรม ประเภทลานโล่ง ที่ได้ชื่อว่าประสบความสำเร็จมักจะมีด้านใดด้านหนึ่งติดถนนสาธารณะ (Marcus and Francis, 1998: 27) สอดคล้องกับการอธิบายที่ว่า การเปิดปลายด้านหนึ่งให้เชื่อมต่อกับทางสาธารณะนั้น (Loukaitou-Sideris and Banerjee, 1998: 229) จะเป็นผลดีต่อการเอื้อประโยชน์เพื่อการใช้งาน

ตำแหน่งที่ตั้งพื้นที่เปิดโล่งสาธารณะในเมือง ประเภทลานโล่ง ที่อยู่บริเวณหัวมุมถนน 2 เส้นมาติดกัน (Marcus and Francis, 1998: 18-19) ส่วนมากการใช้งานพื้นที่มักจะถูกใช้เป็นสถานที่นัดพบ หรือเพื่อการสัญจร เป็นต้น และในตำแหน่งที่ตั้งของลานโล่งที่อยู่บริเวณทางเดินเท้าขนาดใหญ่หรือเป็นส่วนระยะถอยร่นของอาคารตามกฎหมายนั้นการใช้งานพื้นที่มักจะถูกใช้เพื่อการสัญจร เพื่อการพักผ่อน เป็นต้น

การที่พื้นที่เปิดโล่งพาดิชนยกรรม ประเภทลานในเมืองจะประสบความสำเร็จส่วนหนึ่งต้องมาจากตำแหน่งที่ตั้ง ซึ่งควรจะใกล้กับถนนหรือเส้นทางสัญจรของผู้เดินเท้าใช้งานในอัตราสูง (Gibberd, 1997 อ้างถึงใน สกุลชัย ตันติเศรณี, 2549: 11) ซึ่งสอดคล้องกับที่ Marcus and Francis (1998: 18,65) ที่ว่าลานโล่งควรจะอยู่ในตำแหน่งที่มีศักยภาพการเดินเท้าสูง (catchment area) กล่าวคือสามารถเดินเท้าเชื่อมต่อไปยังสถานที่โดยรอบได้อย่างสะดวกสบาย ซึ่งอาจคำนึงถึงการวางแผนสำหรับระบบทางเดินเท้าในอนาคตได้ด้วย

การออกแบบพื้นที่เปิดโล่งพาณิชยกรรม ประเภทลานโล่ง ที่ใกล้กับถนนหรือเส้นทางสัญจรของผู้เดินเท้า (Hedman and Jaszewski, 1984: 80) ไม่ควรทำให้เกิดความรู้สึกแยกแยะระหว่างลานกับเส้นทางสัญจร

2.1.2.1 ขนาดและรูปร่าง (Size & Shape)

2.1.2.1.1 ขนาด (Size)

คงเป็นเรื่องยากที่จะกล่าวถึงความเหมาะสมของขนาดพื้นที่เปิดโล่งพาณิชยกรรม ประเภทลานโล่ง เพราะต้องพิจารณาถึงลักษณะเชิงพื้นที่และความเป็นปัจเจกของพื้นที่เป็นสำคัญ (Hedman and Jaszewski, 1984: 72) รวมถึงขนาดของอาคาร ซึ่งย่อมที่จะสัมพันธ์กับพื้นที่เว้นว่างโดยรอบ (Heckscher, 1997: 303) กล่าวคือ อาคารขนาดใหญ่มักจะมีพื้นที่เปิดโล่งรอบอาคารขนาดใหญ่ด้วยเช่นกัน

พื้นที่เปิดโล่งพาณิชยกรรม ประเภทลานโล่ง ต้องมีขนาดพอที่จะให้ผู้คนสามารถมองเห็นพื้นที่เปิดโล่งได้ชัดเจน ซึ่งจะส่งผลให้เกิดความนิยมเข้ามาใช้งาน (Whyte, 1980: 57) และการมีพื้นที่ที่มีขนาดใหญ่ (Hedman and Jaszewski, 1984: 72) มักจะเป็นพื้นที่เปิดโล่งที่ต้องการเน้นความสำคัญมากเช่นกัน

การศึกษาในสหรัฐอเมริกาเกี่ยวกับผู้ใช้งานพื้นที่เปิดโล่งพาณิชยกรรม ประเภทลานโล่ง พบว่าส่วนมากนิยมลานโล่งที่มีความกว้างมาก (Marcus and Francis, 1998: 20) ระยะเวลาความกว้างที่เหมาะสม ซึ่งเป็นระยะที่เห็นด้วยตาแล้วไม่รู้สึกรู้สึกกว้างจนเกินไป (facial expression) คือประมาณ 20-25 เมตร ซึ่งสอดคล้องกับที่เควิน ลินซ์ แนะนำระยะเวลาความกว้างของลานโล่งว่าไม่ควรเกิน 24 เมตร

2.1.2.1.2 รูปร่าง (Shape)

พื้นที่เปิดโล่งพาณิชยกรรม ประเภทลานโล่ง ที่มีรูปร่างที่เรียบง่าย คือรูปร่างที่ดีที่สุดและสามารถใช้ประโยชน์ได้สูงสุดเช่นเดียวกัน (Hedman and Jaszewski, 1984: 76-77) รวมถึงทำให้ผู้ใช้งานรับรู้ลักษณะของพื้นที่ได้ง่าย ก่อให้เกิดประสบการณ์เฉพาะพื้นที่ และควรเป็นแบบขอบปลายเปิด (open-ended edges) เนื่องด้วยแบบเปิดทำให้ผู้คนอยากเข้ามาใช้งานพื้นที่มากขึ้น (Loukaitou-Sideris and Banerjee, 1998: 229)

2.1.1.3 การเข้าถึงและการเชื่อมโยง (Access & Linkage)

พื้นที่เปิดโล่งพาณิชยกรรม ประเภทลานโล่ง ที่ได้รับความนิยมและมีการใช้งานในปริมาณสูง มักจะอยู่ในเส้นทางสัญจรที่สามารถเชื่อมโยงกับจุดสำคัญต่างๆ (Choke Point) ภายในเมืองได้ดี เช่น สถานีรถไฟ (Whyte, 1980: 12) และสามารถเชื่อมต่อไปยังพื้นที่ข้างเคียงที่

สามารถสนับสนุนพื้นที่ได้ดี เช่น อาคารสำนักงาน, ศูนย์การค้า, ธนาคาร, โรงพยาบาล เป็นต้น (Frieden and Sagalyn, 1997: 189) ซึ่งมักจะเป็นระยะที่สามารถเดินด้วยเท้าได้ หนึ่ง ร้านค้าหรือกิจกรรมที่เกิดขึ้นในบริเวณชั้นล่างของอาคารด้านที่ติดกับพื้นที่เปิดโล่งเป็นอีกส่วนหนึ่งที่จะทำให้พื้นที่มีความคึกคัก และช่วยเพิ่มโอกาสในการใช้งานพื้นที่ได้ดีขึ้นด้วย (Marcus and Francis, 1998: 65)

การเข้าถึงพื้นที่สำหรับพื้นที่เปิดโล่งพาณิชยกรรม ประเภทลานโล่ง ประกอบขึ้นด้วยปรากฏการณ์ 3 ด้าน ได้แก่ จำนวนชนิดของการขนส่งผู้คนเข้าสู่พื้นที่, แนวโน้มของประชากรที่จะเข้าสู่พื้นที่ด้วยวิธีการขนส่ง และลักษณะของพื้นที่ตั้งที่เป็นจุดหมายปลายทาง (Destination) ดังนั้นพื้นที่เปิดโล่งพาณิชยกรรม ประเภทลานโล่ง ที่มีความหลากหลายของชนิดการขนส่ง และมีจุดดึงดูดให้เป็นจุดหมายของผู้ใช้งานนั้น (Pushkarev and Zupan, 1975: 26,64,173) ย่อมได้เปรียบกว่าพื้นที่เปิดโล่งสาธารณะพื้นที่อื่นๆ

นอกจากนั้นการเข้าถึงพื้นที่เปิดโล่งสาธารณะนั้น ยังมีการกล่าวถึงการเข้าถึงพื้นที่ที่นอกเหนือทางกายภาพที่สามารถเข้าถึงพื้นที่ (Carr, 1992: 138) นั่นคือการเข้าถึงพื้นที่ด้วยสายตา และด้วยสัญลักษณ์ ซึ่งด้วยการเข้าถึงทั้งสองนั้นย่อมทำให้พื้นที่เปิดโล่งสาธารณะได้รับความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น

ในการศึกษาพื้นที่เปิดโล่ง ประเภทลานโล่ง ในประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่าความยาวด้านหน้าของลาน อย่างน้อย 50% จะต้องเปิดให้เข้าถึงพื้นที่สาธารณะได้ตลอดเวลา (Whyte, 1980: 114) โดยต้องสามารถเข้าถึงได้โดยตรงจากทางเดินสาธารณะที่ติดกัน หรือทางเดินเท้าที่ขยายออกตามความยาวด้านหน้า

2.1.2 ภูมิอากาศเฉพาะที่ (Microclimate)

สภาพภูมิอากาศของเมือง นับเป็นปัจจัยสำคัญในการก่อให้เกิดความหลากหลายของพื้นที่เปิดโล่งสาธารณะ ทั้งในแง่การใช้ประโยชน์และลักษณะทางกายภาพของพื้นที่ (Takashima, 1991: 88 อ้างถึงใน ศราวุฑู ฉัตรเดชา, 2543: 13) โดย Childs (1999: 29) ได้อธิบายถึงองค์ประกอบของ แสงแดด อุณหภูมิ ความชื้น และลมนี้เป็นปัจจัยสำคัญหลักที่ต้องพิจารณาในการออกแบบพื้นที่เปิดโล่งกลางแจ้ง

การคำนึงถึงภูมิอากาศเฉพาะที่ของพื้นที่เปิดโล่งพาณิชยกรรม ประเภทลานโล่ง ย่อมส่งผลถึงการใช้งานพื้นที่ ผู้คนที่เข้ามาใช้งานมักจะต้องการภาชนะนำสบาย (Marcus and Francis, 1998: 1) ซึ่งการพิจารณาเบื้องต้นเกี่ยวกับภูมิอากาศเฉพาะที่ พบว่าพื้นที่เปิดโล่งประเภทลานโล่ง ที่เป็นการใช้งานพื้นที่กลางแจ้ง ควรสามารถใช้งานภายนอกให้ได้อย่างน้อย 3 เดือนใน 1 ปี (Marcus and Francis, 1998: 65) ถ้าไม่ได้ต้องจัดเตรียมพื้นที่สำรองเพื่อการทดแทน

สำหรับการป้องกันแสงแดด ซึ่งส่งผลให้คุณภาพของประสบการณ์การใช้งานพื้นที่เปิดโล่ง พาณิชยกรรม ประเภทลานโล่ง แตกต่างกันไป โดยทำให้ผู้ใช้งานมีทางเลือกที่หลากหลายในการใช้งาน เช่น ใช้งานกลางแจ้ง หรือการใช้งานในร่ม ทั้งนี้ปริมาณแสงแดดในแต่ละฤดูกาลเองก็ส่งผลให้คุณภาพการใช้งานพื้นที่แตกต่างกันด้วย (Whyte, 1980: 40-42 และ Marcus and Francis, 1998: 65) พร้อมทั้งการเตรียมพื้นที่รองรับในกรณีที่มีการใช้งานตอนกลางวันและแดดร้อน

ทั้งนี้ยังต้องคำนึงถึงวิธีการป้องกันฝน ซึ่งสำหรับประเทศที่มีฝนตกชุกนั้น การออกแบบพื้นที่ให้สามารถป้องกันฝน หรือหลบฝนได้ชั่วคราว (Childs, 1999: 29) เช่น การออกแบบที่มีกันสาดยื่น หรือหลังคากระฉก รวมถึงการออกแบบของค้ำประกอบทางภูมิทัศน์ ประเภทอุปกรณ์ที่สามารถแห้งได้เร็วก็สามารถแก้ปัญหาภูมิอากาศเฉพาะที่ตั้งกล่าวได้ นอกจากนี้เรื่องการป้องกันแสงแดด และการป้องกันฝนแล้วนั้น อาจมีการพิจารณาแสงจ้า (glare) และปริมาณลมที่พัดเข้าสู่พื้นที่ก็เป็นอีกข้อพิจารณาที่น่าสนใจเพิ่มเติม (Marcus and Francis, 1998: 65)

2.1.3 กฎหมายอาคาร และการกำหนดด้านความปลอดภัย (Building Code and Safety)

พื้นที่เปิดโล่งพาณิชยกรรมนั้น ส่วนหนึ่งมักจะเกิดจากข้อกำหนดกฎหมายอาคาร หรือเทศบัญญัติในแต่ละท้องถิ่นกำหนดขึ้นมา เช่น ในกรณีที่ลานอยู่ด้านหน้าอาคารนั้น อาจเกิดขึ้นจากการกำหนดระยะถอยร่นอาคาร (Set back) เพื่อความสูง หรือ การกำหนดค่าอัตราส่วนของที่ว่างต่อพื้นที่อาคารรวม (OSR-Open Space Ratio) ในการออกแบบ ทั้งนี้ในบางประเทศมีการยื่นข้อเสนอเพื่อให้ภาคเอกชนที่จัดทำพื้นที่เปิดโล่งสาธารณะที่ประชาชนเข้าไปใช้งานได้ สามารถได้สิทธิพิเศษบางประการแลกเปลี่ยนกัน เช่น การลดหย่อนภาษี หรือการเพิ่มความสูงของอาคารได้ เป็นกรณีพิเศษ

การกำหนดด้านความปลอดภัยนั้น มักจะมุ่งไปในด้านการป้องกันอัคคีภัยที่ต้องมีการจัดเตรียมอุปกรณ์สายดับเพลิง (fire host cabinet) พื้นที่รองรับการจอดรถดับเพลิง พร้อมทั้งการตรวจสอบอุปกรณ์ให้ใช้งานได้ตลอดเวลา สำหรับในเรื่องการรักษาความปลอดภัย ควรมีการติดตั้งกล้องวงจรปิด เพื่อบันทึกภาพเอาไว้ และมีการเตรียมบุคลากรเพื่อการรักษาความปลอดภัยแล้วแต่ฝ่ายรักษาความปลอดภัยพิจารณาตามความเหมาะสม

2.2 ข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบด้านรายละเอียดโครงการ

2.2.1 ผู้ใช้งาน (Users)

ในการออกแบบพื้นที่เปิดโล่งพาณิชยกรรมนั้น สิ่งที่สามารถดึงดูดผู้ใช้งานมากที่สุดก็คือผู้ใช้งานด้วยตนเอง (Whyte, 1980: 19) โดยอาจจะกล่าวได้ว่าผู้ใช้งานที่แตกต่างกันทั้ง เพศ วัย

ระดับรายได้ รวมทั้งระดับการศึกษา ย่อมมีความต้องการและเป้าหมายที่หลากหลายและแตกต่างกันออกไปตามประสบการณ์ในอดีตที่ต่างกันของแต่ละบุคคล ในการใช้งานพื้นที่เปิดโล่งสาธารณะ (วิมลสิทธิ์ หรยางกูร, 2537: 2-3) นอกจากนี้ในพื้นที่เปิดโล่งสาธารณะที่มีจำนวนผู้ใช้งานมาก ย่อมแสดงผลถึงเรื่องเพศและอายุของผู้ใช้งาน ที่ย่อมจะแปรผลโดยตรงกัน (Marcus and Francis, 1998: 22) กล่าวได้ว่า ถ้าพื้นที่เปิดโล่งสาธารณะที่มีจำนวนผู้ใช้งานมาก ย่อมมีความหลากหลายด้านเพศและอายุของผู้ใช้งานมากเช่นกัน

จากการศึกษาในตะวันตก พบว่า มีความแตกต่างระหว่างเพศชายกับเพศหญิงในการใช้พื้นที่เปิดโล่งสาธารณะประเภทลานโล่ง โดยเพศชายจะนิยมใช้พื้นที่มากกว่าเพศหญิง 2-3 เท่า และผู้ชายนิยมนั่งบริเวณขอบของถนนหรือกำแพง จับกลุ่มเพื่อมองผู้คนที่เดินไปมาโดยเฉพาะเพศหญิง (Whyte, 1980: 18) ในขณะเดียวกัน ก็มีงานวิจัยอีกชิ้นนำเสนอถึงเรื่องเพศที่มีความแตกต่างคือ การใช้พื้นที่เปิดโล่งสาธารณะประเภทลานโล่ง ไม่ค่อยพบความแตกต่างในเรื่องของเพศ กล่าวคือมีสัดส่วนผู้หญิงและผู้ชายใกล้เคียงกัน แต่มักจะพบความแตกต่างของช่วงอายุผู้ใช้มากกว่า และพบความพอใจในประสบการณ์ที่ได้รับต่างกัน (Marcus and Francis, 1998: 22) โดยผู้ชายชอบประสบการณ์ที่เกิดแบบ Front Yard Behavior หรือการใช้พื้นที่เปิดโล่งสาธารณะเพื่อการปฏิสัมพันธ์ เนื่องจากประสบการณ์ชนิดนี้จะทำให้รู้สึกความเป็นสาธารณะ และสร้างความดึงดูดให้แก่ผู้ชายได้มากกว่า ซึ่งผู้หญิงจะชอบประสบการณ์แบบ Back Yard Behavior หรือประสบการณ์เพื่อการพักผ่อนมากกว่า

ผู้ใช้งานพื้นที่เปิดโล่งนิยมรวมตัวในบริเวณที่ใกล้กับถนนสาธารณะและทางเข้าออกอาคาร และมักอยู่ใกล้กับองค์ประกอบทางภูมิทัศน์ที่ถูกก่อสร้างขึ้น เช่น ที่นั่ง, ชั้นบันได, ขอบกระเบื้องไม้ หรือโดยรอบจุดสนใจต่างๆ (focal point) ในพื้นที่ (Marcus and Francis, 1998: 32) ดังนั้นการออกแบบพื้นที่เปิดโล่งพาณิชยกรรม ประเภทลานโล่ง นั้นมักเน้นความสำคัญที่สุดบริเวณทางเข้าอาคารและมักคำนึงให้เห็นผู้ใช้งานที่แลดูละลานตา (Hedman and Jaszewski, 1984: 71)

2.2.2 กิจกรรม เทศกาลและเหตุการณ์สำคัญ (Activities)

กิจกรรมที่เกิดขึ้นในพื้นที่เปิดโล่งพาณิชยกรรม จะได้รับการกำหนดด้วยประโยชน์ใช้สอยของที่ว่างและรูปร่างของพื้นที่ ซึ่งดัชนีที่จะใช้เป็นตัววัดประสิทธิภาพของพื้นที่เปิดโล่ง คือการใช้ประโยชน์ของพื้นที่ (Marcus and Francis, 1998: 1,29) ในบริเวณใจกลางเมืองนิวยอร์ก สหรัฐอเมริกา กิจกรรมที่เกิดขึ้นในพื้นที่เปิดโล่งของหน้าอาคารสำนักงานต่างๆ นั้นมีตั้งแต่การใช้ประโยชน์ที่เป็นการนัดพบเพื่อนหรือคนรัก ที่รวมตัวของกลุ่มวัยรุ่น ที่รับประทานอาหารกลางวัน

และที่นั่งพักผ่อน ปิกนิก พบปะเพื่อพูดคุยกับเรื่องสัพเพเหระทั่วไป ตลอดจนถึงการนินทา (Whyte, 1980: 18-19)

ได้มีการศึกษาเพื่อจำแนกรูปแบบกิจกรรมที่เกิดขึ้นในพื้นที่เปิดโล่งสาธารณะ ในสหรัฐอเมริกาในปี 1987 (Gehl, 1987: 11-14) พบว่าการใช้พื้นที่เปิดโล่งในย่านพาณิชยกรรมใจกลางเมือง มีรูปแบบกิจกรรมปรากฏทั้งสิ้น 3 รูปแบบคือ

1. กิจกรรมจำเป็น (Necessary activities) คือกิจกรรมที่สอดคล้องถึงพฤติกรรมของผู้ใช้งานพื้นที่ ที่ได้ใช้เป็นประจำ ในการใช้ประโยชน์พื้นที่ อาทิเช่นการเดินทางไปยังจุดต่างๆ การจอดรถประจำทาง รอพบปะเพื่อน ชื้อของ รวมทั้งการทำธุระต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่ อาจกล่าวได้ว่าถ้าบนพื้นที่เปิดโล่งนั้นมีกิจกรรมใด ก็จะเป็นปรากฏรูปแบบการทำกิจกรรมที่สอดคล้องกับกิจกรรมนั่นเอง

2. กิจกรรมทางเลือก (Optional activities) คือกิจกรรมที่ผู้ใช้งานกำหนดด้วยตนเอง สอดคล้องกับความต้องการ ทั้งนี้มักคำนึงถึงช่วงเวลาและภูมิอากาศเฉพาะที่ ซึ่งส่วนใหญ่มักเป็นกิจกรรมที่เป็นการพักผ่อนหย่อนใจ เช่น การพูดคุย นั่งเล่น การสูดอากาศ เป็นต้น กิจกรรมทางเลือกนั้นมักจะเป็นกิจกรรมที่สนับสนุนกับกิจกรรมจำเป็น (Necessary activities) โดยกล่าวได้ว่าถ้าคุณภาพของกิจกรรมจำเป็นดี มักจะก่อให้เกิดกิจกรรมทางเลือกที่ตีมากขึ้นด้วย

3. กิจกรรมทางสังคม หรือกิจกรรมผลลัพธ์ (Social activities or resultant activities) คือกิจกรรมที่เป็นผลสืบเนื่องมาจากกิจกรรมจำเป็นและกิจกรรมทางเลือก กล่าวคือจะเกิดกิจกรรมชนิดนี้ได้ นั้นย่อมต้องมีผู้ใช้งาน ที่มีการทำกิจกรรมร่วมกันในพื้นที่เปิดโล่ง ตัวอย่างรูปแบบกิจกรรมที่ปรากฏเช่น การละเล่น การทักทาย การเข้าร่วมกิจกรรมที่มีการจัดขึ้นเฉพาะ

ความหลากหลายของกิจกรรมที่เกิดขึ้นในพื้นที่เปิดโล่งพาณิชยกรรม เช่น การจัดแสดงสินค้า การแสดงดนตรี กิจกรรมตามเทศกาลต่างๆ ช่วยส่งเสริมสนับสนุนให้เกิดความความมีชีวิตชีวา รวมถึงวัตถุประสงค์ที่สามารถดึงดูดความสนใจและทัศนียภาพที่แปลกตาออกไปตามเวลาที่ต่างกัน องค์ประกอบเหล่านี้สามารถกระตุ้นปฏิสัมพันธ์ (triangulation) ของผู้คนกลุ่มต่างๆ กันได้เป็นอย่างดี (Whyte, 1980: 94-98)

กิจกรรมในพื้นที่เปิดโล่งนั้นมักมีมิติของเวลาเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย โดยกิจกรรมที่เกิดขึ้นก็มีความแตกต่างกันไปในแต่ละช่วงเวลาของวัน อีกทั้งอาจจะเปลี่ยนแปลงไปตาม สัปดาห์ เดือน ปี หรือฤดูกาลอีกด้วย (วิมลสิทธิ์ หรยางกูร, 2537: 2) ซึ่งทั้งสิ้นล้วนช่วยเพิ่มจังหวะชีวิตให้แก่พื้นที่เปิดโล่งพาณิชยกรรมได้เป็นอย่างดี (Childs, 1999: 30-31) พื้นที่เปิดโล่งที่มีการใช้งานในปริมาณสูงมักจะมีกิจกรรมที่เกิดขึ้นหลากหลายประเภทมากเช่นกัน และในทางกลับกันพื้นที่เปิดโล่งที่มีการใช้งานในปริมาณน้อย ก็มักจะมีกิจกรรมที่เกิดขึ้นน้อยด้วยเช่นกัน หรืออาจใช้เพียงเพื่อเป็นเส้นทางการสัญจร (Whyte, 1980: 14-15)

2.3 ข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบด้านการออกแบบแนวคิดและองค์ประกอบ

2.3.1 แนวความคิดในการออกแบบ

การกำหนดรูปแบบลักษณะพื้นที่เปิดโล่งพาณิชยกรรม ที่มีการแข่งขันทางด้านธุรกิจสูงนั้น มักจำเป็นต้องใช้พื้นที่อยู่อย่างเต็มศักยภาพ ส่งผลให้การใช้พื้นที่ขยายขอบเขตออกไป ทำให้เกิดรูปร่างแบบใหม่ภายในพื้นที่เปิดโล่ง (สกุลชัย ตันติเศรณี, 2549: 23) นอกจากนี้ สำหรับพื้นที่เปิดโล่งพาณิชยกรรม ควรมีการพัฒนากลยุทธ์เพื่อสร้างควมมีชีวิตชีวาให้กับพื้นที่เปิดโล่ง (Francis, 2003: 69) โดยอาจจะใช้ความร่วมมือกับองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชน ในการช่วยสร้างวิธีการในการสร้างความคึกคัก

ราคาที่ดิน สำหรับย่านที่ดินที่มีราคาสูงมาก ก็นับว่าเป็นเรื่องที่ต้องพิจารณาที่สำคัญการลงทุนทางธุรกิจจำเป็นต้องสามารถตอบแทนผู้ประกอบการทางธุรกิจที่มากที่สุด (Heckscher, 1997: 303) โดยมักจะแสดงให้เห็นอย่างชัดเจนในการใช้ที่ดิน คือ อาคารที่สูงขึ้นด้วยเป็นความต้องการทางพื้นที่ใช้สอย และต้องการใช้พื้นที่มากที่สุดที่จะสามารถเป็นไปได้

นอกจากนั้นการออกแบบพื้นที่เปิดโล่งของอาคาร ในย่านพาณิชยกรรม อาจพิจารณาถึงความต้องการแสดงอำนาจที่ยิ่งใหญ่ทางธุรกิจ (Imperial Pride) โดยการแสดงออกทางสิ่งก่อสร้าง (Heckscher, 1997: 303) เช่น ขนาดพื้นที่เปิดโล่ง, รูปแบบทางสถาปัตยกรรมของอาคารและในบริเวณโดยรอบ

ปัจจุบันยังมีประเด็นที่เจ้าของพื้นที่นิยมแสดงตัวว่า พื้นที่เปิดโล่งพาณิชยกรรมสามารถแสดงจรรยาบรรณในการประกอบธุรกิจ (Business Ethics) และสามารถเอื้ออำนวยผลประโยชน์แก่สาธารณะ (Heckscher, 1997: 303) ถึงแม้ว่าผู้ประกอบการทางธุรกิจมักจะมีเป้าหมายหลักคือ การสร้างให้เกิดผลตอบแทนสูงสุดก็ตาม

สำหรับแนวคิดที่เกี่ยวกับการออกแบบภูมิทัศน์ พบว่า พื้นที่เปิดโล่งพาณิชยกรรม ที่ได้รับความนิยมและมีการใช้งานในปริมาณสูง มักขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมของที่ตั้ง และรายละเอียดที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบเป็นอย่างมาก (Marcus and Francis, 1998: 5) ในการออกแบบต้องมีข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบที่แตกต่างจากพื้นที่เปิดโล่งประเภทอื่น แต่ข้อพิจารณาที่ค้ำประกันไม่จำเป็นต้องมีความเกี่ยวเนื่องหรือสัมพันธ์กันก็ได้ ทั้งนี้มักต้องพิจารณาถึงวัตถุประสงค์ตั้งต้นเป็นหลักก่อน (Hedman and Jaszewski, 1984: 71)

แนวคิดในการออกแบบพื้นที่เปิดโล่งพาณิชยกรรม ส่วนหนึ่งเพื่อต้องการหน่วงเวลาให้ผู้ใช้งาน ได้ใช้เวลาในพื้นที่ให้มากที่สุด (Frieden and Sagalyn, 1997: 193) ส่วนหนึ่งต้องทำให้ผู้ใช้งานรู้สึกถึงความเป็นเจ้าของพื้นที่ (Sense of belonging) ซึ่งส่งผลให้ผู้ใช้งานรู้สึกอิสระและเต็มทีกับการใช้งานพื้นที่ได้เป็นอย่างดี (ศราวุธ ฉัตรเดชา, 2543: 14) นอกจากนี้การ

ออกแบบต้องสามารถแก้ปัญหา ข้อจำกัดที่เกิดขึ้นบนพื้นที่เปิดโล่งพาณิชยกรรม ได้เป็นอย่างดีอีกด้วย

ภูมิสถาปนิก และเจ้าหน้าที่โครงการ จะต้องพิจารณาถึงการใช้งานพื้นที่เปิดโล่งพาณิชยกรรมที่ออกแบบร่วมกัน (Marcus and Francis, 1998: 65) เช่น การพิจารณาจุดเปลี่ยนถ่าย ที่พักผ่อนสำหรับการทานอาหาร ร้านกาแฟ การจัดนิทรรศการ การจัดแสดง รวมทั้งการพิจารณาในเรื่องตำแหน่งที่ตั้งและประเภทของที่ว่าง ทั้งในเรื่องของการเลือกวางตำแหน่งของพื้นที่เปิดโล่งพาณิชยกรรม ในผังรวมและแผนการพัฒนาพื้นที่ทั้งหมด หรือการพิจารณาโครงสร้างของที่ว่าง และรายละเอียดด้านการออกแบบ

2.3.2 องค์ประกอบทางภูมิทัศน์ (Landscape Elements)

ในการออกแบบพื้นที่เปิดโล่งพาณิชยกรรมนั้น มักจะให้ความสำคัญกับการออกแบบองค์ประกอบทางภูมิทัศน์ เพราะเป็นส่วนที่สร้างภาพลักษณ์ที่สวยงามและการออกแบบที่ดีย่อมส่งผลให้ผู้คนอยากเข้ามาใช้งานมากยิ่งขึ้นอีกด้วย (Marcus and Francis, 1998: 31) โดยองค์ประกอบทางภูมิทัศน์ที่นิยมใช้ในพื้นที่เปิดโล่ง ประกอบด้วย ที่นั่ง, พืชพรรณ, วัสดุพื้นและการเปลี่ยนระดับพื้น, งานศิลปะ ประติมากรรมในพื้นที่, จุดให้ข้อมูลข่าวสารและป้ายสัญลักษณ์บอกทาง, การใช้น้ำ และงานแสงสว่าง

นอกจากนี้ปัจจุบันต้องคำนึงถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่อการใช้งานของผู้พิการ ผู้สูงอายุ ด้วย (Marcus and Francis, 1998: 31) เช่น การออกแบบทางลาด รวจับสำหรับผู้พิการ เป็นต้น

2.3.2.1 ที่นั่ง (Seating)

การออกแบบที่นั่งเป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่ช่วยสนับสนุนการใช้งานของพื้นที่ลานโล่งในการพิจารณาในเรื่องของที่นั่ง ต้องพิจารณาถึงปริมาณผู้ใช้งานที่มีความต้องการในการใช้ที่นั่งเป็นประการแรก เพราะการออกแบบที่ออกมาต้องสอดคล้องกับความต้องการที่มีอยู่ และจะแสดงถึงปริมาณที่นั่งที่ควรจะมีในพื้นที่เปิดโล่งพาณิชยกรรม (Marcus and Francis, 1998: 66)

สำหรับที่นั่งอาจสามารถแบ่งได้เป็น 2 รูปแบบหลัก (Gehl, 2001: 161-163) ได้แก่ ที่นั่งพื้นฐาน (primary seating) อาจจะเป็นม้านั่งยาว ที่นั่งที่สามารถเคลื่อนย้ายได้ โดยทั่วไปแล้วนั้นไม่ว่าจะเป็นช่วงเวลาใด หรือมีกิจกรรมใดที่นั่งพื้นฐานจะเป็นที่นั่งหลักที่ผู้ใช้งานเลือกพิจารณานั่งก่อน และที่นั่งระดับรอง ซึ่งอาจจะเป็นกำแพงเตี้ย กระบะน้ำพุ กระบะต้นไม้ ที่ออกแบบมาให้สามารถนั่งได้และสามารถสร้างความรู้สึกที่ไม่โดดเดี่ยวได้ ซึ่งที่นั่งประเภทนี้ควรจะมีปริมาณร้อยละ 50 ของที่นั่งทั้งหมดที่มีอยู่บนพื้นที่เปิดโล่ง ประเภทลานโล่ง

ที่นั่งควรมีตำแหน่งการวางและการจัดกลุ่มที่หลากหลาย รวมทั้งรูปแบบที่หลากหลาย เช่น ที่นั่งที่เป็นเก้าอี้, ที่นั่งที่เป็นลักษณะยื่นจากผนัง เป็นต้น และที่นั่งที่มีลักษณะที่ไม่เป็นทางการ โดยการปรับประยุกต์จากขอบกระเบียดไม้, ขอบที่ตั้งน้ำพุ, บันได เป็นต้น (Childs, 1999: 28 และ Marcus and Francis, 1998: 32) โดยคุณสมบัติของที่นั่งที่ดี (Whyte, 1980: 30) อ้างถึงใน Marcus and Francis, 1998: 32) คือ จากตำแหน่งที่ตั้งต้องสามารถมองไปได้กว้างและไกลด้วย

ลักษณะที่นั่งต้องมีสามารถปรับเปลี่ยนใช้สอยได้ง่าย โดยทั่วไปนิยมที่นั่งที่มีความ 1.80 เมตรขึ้นไป สูงราว 0.42 เมตร ไม่มีพนักพิง และวัสดุที่เลือกใช้ (Marcus and Francis, 1998: 33,36) ไม่ควรที่จะเก็บสะสมความร้อนได้สูง ผิวสัมผัสไม่ลื่น และทนต่อการทำลายโดยฝีมือมนุษย์ (Vandalism) โดยทั่วไปอาจเลือกใช้คอนกรีต, เหล็ก, กระเบื้อง หรือหิน เป็นต้น

การออกแบบที่นั่งต้องคำนึงถึงการได้รับแสงแดดในแต่ละวันของบริเวณที่จัดสร้างที่นั่ง ซึ่งในทางประเทศตะวันตกนิยมต้องการแสงแดดให้กับบริเวณที่นั่ง (Marcus and Francis, 1998: 33)

2.3.2.2 พืชพรรณ (Planting)

พืชพรรณเป็นองค์ประกอบที่ทำให้ทัศนียภาพของพื้นที่เปิดโล่งพาดิษยกรรมสวยงาม เกิดความรู้สึกอบอุ่นและปลอดภัยในการใช้งาน ให้ร่มเงาและเกิดความรู้สึกสบายเมื่ออยู่ใกล้พืชพรรณอีกด้วย (Whyte, 1980: 46) ในทางตะวันตกนิยมใช้พืชพรรณหลายชนิดที่มีความแตกต่างทั้งรูปทรง, สี, ผิวสัมผัส, ความสูง รวมถึงไม้ดอกที่มีสีสันสวยงามในการประดับตกแต่ง ทั้งนี้ความสูงและทรงพุ่มของพืชพรรณที่นำมาใช้ต้องไม่บดบังทัศนียภาพที่เกิดขึ้นในลานโล่ง (Marcus and Francis, 1998: 37) โดยการเลือกใช้พืชพรรณที่มีใบร่วงเป็นจำนวนมาก อาจเป็นอุปสรรคในการดูแลรักษา และแลดูไม่สะอาดตา (Marcus and Francis, 1998: 66)

การเลือกใช้พืชพรรณบนพื้นที่เปิดโล่งที่เป็นด้านบนโครงสร้างหลังคา มีข้อจำกัดเกี่ยวกับรูปแบบของกระเบียดปลูกพืชพรรณ ซึ่งมักจะต้องเป็นแบบยกสูงขึ้นมาสูงกว่า การลดระดับลงไป โดยลักษณะกระเบียดต้องมีความคงทน แข็งแรงถาวร อนึ่งชนิดพืชพรรณที่อยู่ในกระเบียดปลูกต้องมีความทนทานต่อสภาพแวดล้อมและภูมิอากาศ สอดคล้องกับความต้องการของพืช และหาปลูกทดแทนได้ง่าย (Stevens, 1997 อ้างถึงใน พชร เลิศปิติวัฒนา, 2547: 17)

2.3.2.3 วัสดุปูพื้นและการเปลี่ยนระดับพื้น (Paving & Level Changes)

สำหรับลานโล่งพาดิษยกรรมนั้น การเปลี่ยนระดับพื้นเป็นการแสดงออกทางจิตวิทยาการใช้สถานที่ชนิดหนึ่ง ทำให้เกิดความรู้สึกเกี่ยวข้องกับพื้นที่ คือพื้นที่ที่มีความเฉพาะตัว

(Marcus and Francis, 1998: 39) โดยการเปลี่ยนระดับพื้นที่ที่ตื้นนั้นควรจะมีการเปลี่ยนระดับพื้นที่ที่สามารถให้นั่งได้ (Marcus and Francis, 1998: 18) ซึ่งการเปลี่ยนระดับพื้นเป็นวิธีการหนึ่งที่สามารถควบคุมจำนวนและบริเวณของผู้ใช้งานในการรวมกลุ่มได้ (Marcus and Francis, 1998: 28)

การเปลี่ยนระดับพื้นโดยการยกตัวลานขึ้นจากแนวพื้นถนนนั้น นิยมใช้แนวต้นไม้กั้นก่อนจะลงสู่ถนน นิยมยกพื้นไม่เกิน 1 เมตร หรือขั้นบันไดไม่เกิน 6 ขั้น (Marcus and Francis, 1998: 40) นอกจากนี้หากมีการเปลี่ยนระดับพื้นที่ต้องพิจารณาเรื่องการเชื่อมระดับพื้นที่ (Marcus and Francis, 1998: 67) ด้วยบันได หรือทางลาดเพิ่มเติมอีกด้วย

ในการปูพื้นลานโล่งนั้น ถ้าบริเวณใดต้องการให้เป็นทางสัญจร ควรปูพื้นด้วยลวดลายพื้นที่เป็นเส้นตรงมุ่งไปสู่ทางเข้านั้น และควรใช้วัสดุปูพื้นที่มีขนาดใหญ่ (Marcus and Francis, 1998: 43) การเปลี่ยนผิวสัมผัส สามารถช่วยในการกำหนดเส้นทางภายในลานโล่งได้ (Marcus and Francis, 1998: 31) และวัสดุที่ใช้ปูพื้น ควรจะเป็นวัสดุที่ไม่สะสมความร้อนไว้นาน

การออกแบบทางลาดต้องจัดให้ข้างเคียงกับบันไดทางเดินเพื่อความสะดวก (Whyte, 1980: 114) โดยทางลาดจะต้องมีความกว้างไม่น้อยกว่า 0.90 เมตร มีความชันไม่เกิน 1 ต่อ 12 (ความชัน 1:12) และพื้นผิวต้องไม่ลื่น สำหรับทางลาดที่ไม่มีที่กั้น จะต้องมีขอบกั้นสูงอย่างน้อย 0.05 เมตร

2.3.2.4 งานศิลปะ ประติมากรรมในพื้นที่ (Public Art)

การใช้งานศิลปะในพื้นที่ลานโล่งเปรียบเสมือนการสื่อสารระหว่างผู้ใช้งานกับพื้นที่ หากมีการใส่งานศิลปะลงไป จะทำให้เกิดความรู้สึกที่รื่นรมย์และความสุข กระตุ้นให้เกิดการเล่นและความคิดสร้างสรรค์และก่อให้เกิดการสื่อสารระหว่างผู้คนได้เป็นอย่างดี (Marcus and Francis, 1998: 67) ในการออกแบบลานโล่งขนาดใหญ่ นั้นการออกแบบภูมิสถาปัตยกรรมในพื้นที่ย่อมสร้างความโดดเด่น สามารถสังเกตและจดจำได้ง่ายยิ่งขึ้น (Hedman and Jaszewski, 1984: 81)

ขนาดของงานศิลปะ ประติมากรรม ต้องไม่รบกวนสัดส่วนของพื้นที่เปิดโล่งประเภทลานโล่งได้ (Hedman and Jaszewski, 1984: 85) โดยถ้าเป็นงานศิลปะ ประติมากรรมแนวราบมักจะส่งผลต่อพื้นที่โดยรอบในระยะใกล้เท่านั้น ซึ่งงานศิลปะ ประติมากรรมที่เหมาะสมกับพื้นที่ลานโล่งควรมีลักษณะสูงในทางตั้ง และมีรูปทรงที่ดูเคลื่อนไหว

ในการวางตำแหน่งงานศิลปะ น้ำพุหรือจุดสนใจพิเศษนั้น ควรพิจารณาวางไว้ในบริเวณที่มีเส้นทางผู้ผ่านไปมาจำนวนมากและเห็นได้ชัดเจน (Marcus and Francis, 1998: 40) เพื่อเป็นการสร้างความสนใจและดึงดูดให้ผู้คนเข้ามาใช้พื้นที่ลานโล่ง

สำหรับการติดตั้งงานศิลปะ ประติมากรรมบนพื้นที่เปิดโล่งที่ด้านล่างเป็นมี โครงสร้างรองรับ และมีการใช้งาน ควรติดตั้งตรงตำแหน่งจุดศูนย์กลางเสาที่รองรับพื้น เพื่อ สามารถถ่ายแรงลงสู่โครงสร้างได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Charles and Nicholas อ้างถึงใน พชร เลิศปิวิวัฒนา, 2547: 11)

2.3.2.5 จุดให้ข้อมูลข่าวสารและป้ายสัญลักษณ์บอกทาง (Information and Sign)

การสร้างจุดให้ข่าวสารเช่น ป้ายประกาศสำหรับกิจกรรมต่างๆ ก็มีความสำคัญใน เรื่องการการจัดกิจกรรม เพราะจะทำให้ผู้ใช้งานหรือผู้ที่ผ่านไปมารับทราบกิจกรรมต่างๆ ที่ได้จัด ขึ้น (Marcus and Francis, 1998: 67) สำหรับในช่วงเวลาที่พื้นที่เปิดโล่งไม่ได้มีการใช้งานสูง จุด ที่ให้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ในบริเวณก็จะเป็นดึงดูดอย่างยิ่ง (Childs, 1999: 28) ซึ่งทำให้พื้นที่เปิด โล่งพาณิชยกรรมมีความคึกคักและแลดูมีชีวิตชีวาตลอด หนึ่ง การออกแบบป้ายสัญลักษณ์ต้องม ีความชัดเจนและมองเห็นได้ในเวลากลางคืนได้ดี (Marcus and Francis, 1998: 69)

2.3.2.6 การใช้น้ำ (Water Features)

การใช้น้ำเป็นองค์ประกอบในพื้นที่เปิดโล่งพาณิชยกรรม นอกจากจะได้ในเรื่อง การสัมผัสทางสายตาด้านทัศนียภาพที่สวยงามแล้วนั้น ยังได้ในเรื่องของการสัมผัสของโสต คือการ ได้ยินเสียงของการใช้น้ำในรูปแบบต่างๆ เช่น น้ำพุ น้ำตก เป็นต้น และเสียงของน้ำยังช่วยในเรื่อง การกลบมลพิษทางเสียงโดยรอบพื้นที่เปิดโล่งอีกด้วย (Whyte, 1980: 47-48) นอกจากนั้นการ เลือกลงน้ำพุ สามารถเกิดประโยชน์ในการลดความร้อนบนผิวพื้นได้ ทั้งนี้ต้องพิจารณาเรื่องแรงลม ที่พัดเข้าหาน้ำพุด้วย (Marcus and Francis, 1998: 42) แต่สำหรับการใช้น้ำนั้นต้องพิจารณาถึง การดูแลรักษา และค่าใช้จ่ายที่จะตามมา (Marcus and Francis, 1998: 43)

ในเรื่องของการออกแบบน้ำพุ นั้น อาจพิจารณาในเรื่องขนาดของน้ำพุที่เหมาะสมกับพื้นที่ การคำนึงถึงลมที่อาจพัดละอองน้ำพุเข้าไปโดยรอบบริเวณ การออกแบบให้น้ำพุที่สามารถมี ประสบการณ์ร่วมได้ เช่น การสัมผัส การเดินผ่าน เป็นต้น (Marcus and Francis, 1998: 67)

2.3.2.7 งานแสงสว่าง (Lighting)

งานแสงสว่างเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับพื้นที่เปิดโล่ง ประเภทลานโล่ง เพราะนอกจาก เน้นหนักตามหน้าที่ใช้สอยคือการสร้างความสว่างเพื่อการสัญจรของผู้ใช้งานแล้วนั้น ยังส่งผลถึง ความปลอดภัยต่อผู้ใช้งานพื้นที่อีกด้วย และอีกประการที่แสงสว่างทำหน้าที่คือ การสร้างอารมณ์ และความรู้สึกให้กับพื้นที่เพื่อแสดงเอกลักษณ์เฉพาะตัวของพื้นที่ สามารถสร้างความประทับใจ ให้แก่ผู้คนที่ผ่านไปมา ซึ่งเรียกว่าการออกแบบแสงสว่าง

การออกแบบแสงสว่างอาจจะทำขึ้นเพื่อกำหนดขอบเขต แนวทางเดินของพื้นที่ หรือเพื่อการเน้นแสงสีในสร้างจุดดึงดูดน่าสนใจ การออกแบบให้สอดคล้องกับเทศกาลและงานรื่นเริง การส่องสว่างให้แก่ต้นไม้และภูมิทัศน์ต่างๆ เป็นต้น ซึ่งสำหรับการออกแบบแสงสว่างในพื้นที่เปิดโล่งพาณิชยกรรม ต้องมีการออกแบบให้ไม่เกิดพื้นที่จุดอับ กล่าวคือต้องมีแสงสว่างอย่างทั่วถึง และสามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจนโดยรอบบริเวณ เพื่อทำให้เกิดความรู้สึกปลอดภัยในการใช้งาน (Childs, 1999: 27) และดวงโคมต้องทนทานต่อแสงแดดและฝนที่ตกลงมา และความปลอดภัยในการเกิดไฟฟ้ารั่วอีกด้วย



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 3

ลักษณะทางกายภาพของพื้นที่เปิดโล่งหน้าอาคารพาณิชย์กรรม ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์

การศึกษาการออกแบบพื้นที่เปิดโล่งพาณิชย์กรรม ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์ ได้ทำการศึกษาผ่านข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบทั้ง 3 ประเด็นตามบทที่ 2 วรรณกรรมและการศึกษาที่เกี่ยวข้อง ซึ่งประกอบไปด้วย (1)ข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบด้านที่ตั้งโครงการ (2)ข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบด้านรายละเอียดโครงการ และ (3)ข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบด้านการออกแบบแนวคิดและองค์ประกอบ ซึ่งข้อมูลที่ปรากฏทั้งหมดนั้น ได้มาจาก 4 ส่วนประกอบสำคัญคือ การค้นคว้าจากเอกสารต่างๆ, การสังเกตการณ์โดยผู้วิจัย, การสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่โครงการ (ฝ่ายพัฒนาธุรกิจ, ฝ่ายการตลาด, ฝ่ายอาคารและสถานที่) และภูมิสถาปนิก รวมถึงการออกแบบสอบถามกลุ่มผู้ใช้งานพื้นที่โครงการ

ข้อมูลทั่วไปโครงการ

ชื่อโครงการ	: เซ็นทรัลเวิลด์สแควร์ (Central World Square) พื้นที่เปิดโล่งหน้าอาคารศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์
ที่ตั้งโครงการ	: บริเวณสี่แยกราชประสงค์ ถนนราชดำริ ติดกับ ถนนพระราม 1 เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร
เปิดดำเนินโครงการ	: มิถุนายน พ.ศ. 2549
ขนาดพื้นที่เปิดโล่ง	: 8,000 ตารางเมตร
เจ้าของที่ดินโครงการ	: สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์
ดำเนินโครงการ	: บริษัท เซ็นทรัลพัฒนา จำกัด (มหาชน)
สถาปนิกปรับปรุงแนวคิดศูนย์การค้า	: บริษัท Altoon + Porter จำกัด
ออกแบบปรับปรุงสถาปัตยกรรม	: บริษัท สถาปนิก 49 จำกัด
ออกแบบปรับปรุงภูมิสถาปัตยกรรม	: บริษัท แลนด์สเคป อาร์คิเทค 49 จำกัด
วิศวกรรมโครงการ	: บริษัท เคซีเอส แอนด์ แอสโซซิเอท จำกัด และ บริษัท เอสเคเค จำกัด
ที่ปรึกษาโครงการ	: บริษัท โปรเจค แพลนนิ่ง เซอร์วิส จำกัด
ดูแลสถานที่โดย	: ฝ่ายอาคารและสถานที่ ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์

ความเป็นมาของโครงการ

พื้นที่ของศูนย์การค้าเป็นที่ตั้งเดิมของวังเพชรบูรณ์ วังที่ประทับของสมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอ เจ้าฟ้าจุฑาธุชธราดิลก กรมขุนเพ็ชรบูรณ์อินทราชัย ต่อมาบริษัท วังเพชรบูรณ์ โดยนายอุเทน เตชะไพบูลย์ ได้เช่าที่ดินนี้จากสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ เพื่อก่อสร้างห้างสรรพสินค้าเวสต์เทรตเซ็นเตอร์ เริ่มก่อสร้างเมื่อ พ.ศ. 2525 และเปิดดำเนินการเมื่อ พ.ศ. 2532 ประกอบด้วยห้างสรรพสินค้าเซ็น (ZEN) และ อิเซตัน (Isetan)

เมื่อบริษัท วังเพชรบูรณ์ ประสบปัญหาทางการเงิน ไม่สามารถดำเนินการก่อสร้างโรงแรมและอาคารสำนักงานให้แล้วเสร็จ สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์จึงเปิดโอกาสให้บริษัทอื่นเข้ามาประมูลเป็นผู้บริหารศูนย์การค้า ซึ่งบริษัทที่เสนอตัวเข้ามาคือกลุ่มเซ็นทรัลพัฒนาและเดอะมอลล์กรุ๊ป ปัจจุบันโครงการนี้บริหารงานโดย บริษัท เซ็นทรัลพัฒนา จำกัด โดยในระยะแรกเป็นการปรับปรุงและต่อเติมอาคารสำนักงาน ที่ทางเจ้าของพื้นที่เดิมได้สร้างไว้แต่ยังไม่แล้วเสร็จ จากนั้นจึงเริ่มปรับปรุงในส่วนของศูนย์การค้าและลานกิจกรรมด้านหน้า โดยเปลี่ยนชื่อเป็นเซ็นทรัลเวิลด์พลาซ่า (Central World Plaza) และสร้างเซ็นทรัลเวิลด์สกายวอล์ก (Central World Skywalk) ทางเชื่อมลอยฟ้าระหว่างสถานีรถไฟฟ้าบีทีเอส สถานีชิดลม และสถานีสยาม โดยความร่วมมือกับกรุงเทพมหานคร เพื่อรองรับลูกค้าที่เพิ่มขึ้นในอนาคต

สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์พิจารณาอนุมัติให้เข้าพัฒนาโครงการ โดยทำสัญญาเช่าระยะยาว 30 ปี และได้สิทธิต่ออีก 30 ปี (สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์, 2551: 188) ต่อมาในปี 2549 บริษัทได้มีการปรับปรุงภูมิทัศน์ทั้งบริเวณโดยรอบทั้งหมด และเปลี่ยนชื่อศูนย์การค้าเป็นเซ็นทรัลเวิลด์ โดยสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี เสด็จพระราชดำเนินทรงเปิดศูนย์การค้า เมื่อวันที่ 8 พฤศจิกายน พ.ศ. 2550



ภาพที่ 3.1 แสดงภาพมุมสูงของศูนย์การค้าเวสต์เทรตเซ็นเตอร์



ภาพที่ 3.2 แสดงบรรยากาศลานเวิลด์เทรตเซ็นเตอร์ ก่อนการปรับปรุงภูมิทัศน์เป็นเซ็นทรัลเวิลด์สแควร์

เซ็นทรัลเวิลด์สแควร์ (Central World Square) เดิมเรียก ลานเวิลด์เทรดเซ็นเตอร์ ตามชื่อ ศูนย์การค้า โดยรูปแบบเดิมมีลักษณะเป็น ลานโล่งยาวตามแนวอาคารด้านหน้าศูนย์การค้า (ทิศ ตะวันออกของศูนย์การค้า) ด้านซ้ายสุดของพื้นที่ลานเป็นเทวาลัยพระตรีมูรติ ด้านขวาสุดเป็น เทวาลัยพระพิฆเนศ แบ่งการใช้งานพื้นที่ออกเป็น 5 โซน รวมเนื้อที่ใช้สอยทั้งหมด 4,581 ตาราง เมตร

หลังจากกลุ่มบริษัท เซ็นทรัลพัฒนา จำกัด ได้เข้ามาบริหารพื้นที่และเปลี่ยนชื่อศูนย์การค้า เป็นศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์ ได้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบของพื้นที่ลานกิจกรรมด้านหน้าใหม่ ทั้งหมด และเปลี่ยนชื่อเป็น เซ็นทรัลเวิลด์สแควร์ (Central World Square) ซึ่งทางกลุ่มเซ็นทรัล พัฒนาได้ประกาศอย่างชัดเจนว่าพื้นที่เปิดโล่งดังกล่าวเป็นลานกิจกรรมอเนกประสงค์ที่ใหญ่ที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

พื้นที่เปิดโล่งด้านหน้าอาคารศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์¹ เป็นความตกลงตามสัญญา กับ สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ซึ่งกำหนดไว้ในสัญญาเช่าที่ดินว่า เซ็นทรัลเวิลด์สามารถใช้เป็นพื้นที่เพื่อการค้าได้เพียง 35 ไร่ ส่วนที่เหลือต้องถูกกันไว้เป็นพื้นที่สาธารณะ (ปณทพ ตั้งศรี วงศ์ : นิตยสารผู้จัดการ กรกฎาคม, 2549) แต่พื้นที่ดังกล่าวกลุ่มเซ็นทรัลพัฒนา กลับสังเกตเห็น ศักยภาพสูงสุดของพื้นที่ ที่เป็นพื้นที่เปิดโล่งขนาดใหญ่ แห่งเดียวใจกลางเมือง ที่สามารถเดินทางเข้ามาได้อย่างสะดวกสบาย จึงพัฒนาพื้นที่ดังกล่าวเป็นลานสำหรับกิจกรรมอเนกประสงค์ ขนาดใหญ่ ที่สามารถรองรับผู้ใช้งานได้กว่า 100,000 คนต่อวัน

3.1 ลักษณะทางกายภาพด้านที่ตั้งโครงการ

3.1.1 สภาพแวดล้อมของที่ตั้ง

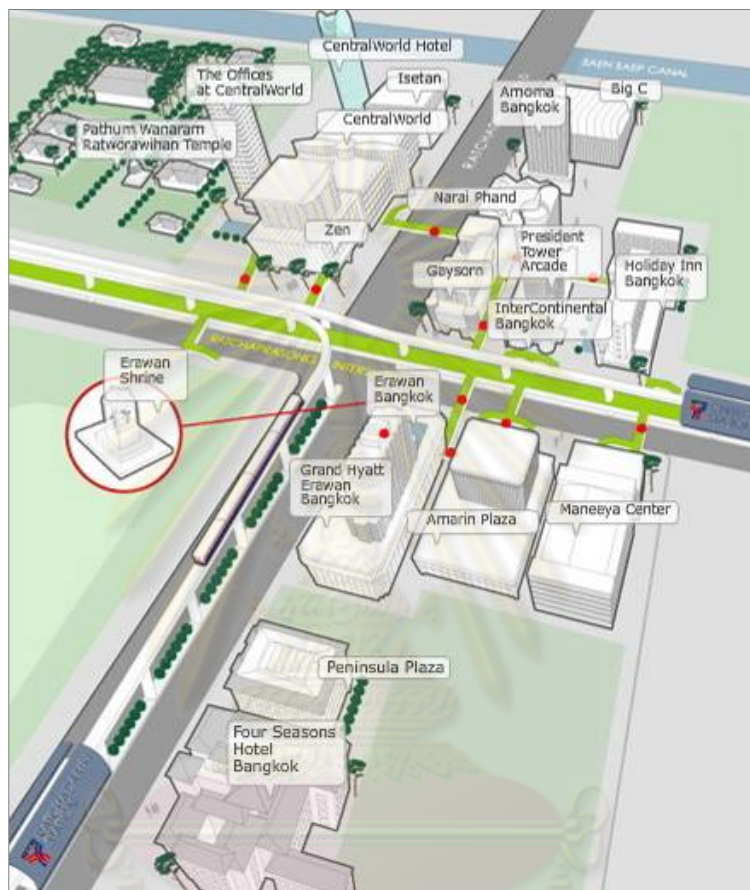
3.1.1.1 ตำแหน่งที่ตั้งและบริบทโดยรอบ

เซ็นทรัลเวิลด์สแควร์ (Central World Square) อยู่ด้านหน้าอาคารศูนย์การค้า เซ็นทรัลเวิลด์ หันหน้าเข้าสู่ทางด้านทิศตะวันออกของศูนย์การค้า ทอดตัวยาวนานแถวถนนราชดำริ (ระหว่างถนนพระราม 1 กับถนนเพชรบุรี) แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน โดยโครงการดังกล่าว เป็นโครงการศูนย์การค้าที่ใหญ่ที่สุดในประเทศ และใหญ่ที่สุดในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และอยู่ในทำเลที่ตั้งที่อยู่ใจกลางเมืองหลวงมากที่สุด

ย่านที่ตั้งของเซ็นทรัลเวิลด์สแควร์ เป็นย่านพาณิชยกรรม ที่เป็นธุรกิจการค้า สำคัญมากที่สุดแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร เรียกกันว่า ย่านราชประสงค์ (Ratchaprasong

¹ ในการศึกษาพิจารณาเฉพาะช่วงที่กลุ่มเซ็นทรัลพัฒนาเข้ามาพัฒนาพื้นที่ ในชื่อโครงการเซ็นทรัลเวิลด์แล้วเท่านั้น ไม่นับรวม ก่อนหน้าในชื่อโครงการเวิลด์เทรดเซ็นเตอร์

Square) ที่เต็มไปด้วยความหลากหลายของกิจกรรม สถานที่ที่มีความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ประกอบไปด้วย ศูนย์การค้าที่มีกลุ่มเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม (Niche Shopping Center), โรงแรมหรูระดับห้าดาว (Luxurious hotel) และสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ (Sacred Place) ดังภาพที่ 3.3



ภาพที่ 3.3 แสดงสถานที่สำคัญบริเวณย่านสี่แยกราชประสงค์

ที่มาของภาพ : http://www.ratchaprasong.org/sources/travel_map.aspx, 9 สิงหาคม ,2552.

บริเวณด้านหน้าเซ็นทรัลเวิลด์สแควร์ เป็นพื้นที่ที่มีการจราจรติดขัดมากที่สุดแห่งหนึ่งในช่วงเวลาเย็น ด้วยลักษณะทำเลที่ตั้งของถนนราชดำริที่เชื่อมถนนสองสายหลักสำคัญเข้าด้วยกัน คือ ถนนเพชรบุรี และถนนพระราม 1 เข้าด้วยกัน นอกจากนี้ถนนราชดำริยังต่อเนื่องเชื่อมต่อไปยังบริเวณต่างๆ ได้อีก เช่น ถนนสีลม, ถนนพระราม 4, ถนนราชปรารภ เป็นต้น ทำให้ถนนราชดำริ เป็นถนนสาธารณะที่สำคัญมากบริเวณใจกลางเมือง เพราะเป็นพื้นที่เชื่อมต่อระบบการสัญจรของเมืองด้วยจำนวนรถยนต์ส่วนตัว และรถโดยสารประจำทางสาธารณะที่มากกว่าสิบเส้นทางการเดินทางที่ผ่านบริเวณนี้ ทำให้พื้นที่ดังกล่าวเป็นพื้นที่ที่ผู้คนใช้งานเพื่อเป็นจุดเปลี่ยน

ระบบการสัญจร เพื่อไปยังระบบขนส่งมวลชนต่างๆ คือ รถโดยสารประจำทางสาธารณะ, เรือด่วน โดยสารประจำทาง และรถไฟฟ้า สายสุขุมวิท

ผลจากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่โครงการ พบว่า ฝ่ายพัฒนาธุรกิจของกลุ่มเซ็นทรัล พัฒนาและฝ่ายการตลาดศูนย์การค้า ให้ความสำคัญกับเรื่องตำแหน่งที่ตั้งและบริบทโดยรอบ โครงการเป็นอย่างมาก หนึ่งอาจขยายความถึงการเลือกตำแหน่งที่ตั้งศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์ที่ กอบชัย จิราธิวัฒน์ ได้กล่าวถึงว่า เซ็นทรัลเวิลด์คือที่ดินที่มีผืนเดียว คือสุดยอดของประเทศไทย เป็นศูนย์กลางของกรุงเทพฯ แล้วก็เป็นศูนย์กลางของประเทศไทย เพราะว่าอยู่บนถนนที่มีความพร้อมทุกอย่าง คือระบบโครงสร้างพื้นฐานที่สอดคล้องรองรับ แล้วรวมถึงสภาพการค้าขายที่อยู่ รายล้อมมีโครงการใหญ่ๆ ที่อยู่รอบ (บัณฑิต ตั้งศรีวงศ์ : นิตยสารผู้จัดการ กรกฎาคม 2549) ซึ่ง กลุ่มเซ็นทรัลพัฒนาถือว่าที่ดินบริเวณนี้คือทำเลที่ดีที่สุดในการสร้างศูนย์การค้า และหวังให้เป็น จุดหมายปลายทางแห่งการจับจ่ายสินค้า ดังภาพที่ 3.4 และ 3.5



ภาพที่ 3.4 (บน) แสดงบรรยากาศของโครงการเซ็นทรัลเวิลด์ ในเวลากลางวัน (ภาพมุมสูงจากโรงแรมไอบีฮอกสกาย ชั้น 84)

ภาพที่ 3.5 (ล่าง) แสดงบรรยากาศของโครงการเซ็นทรัลเวิลด์ ในเวลากลางคืน (ภาพมุมสูงจากโรงแรมไอบีฮอกสกาย ชั้น 84)

ภูมิสถาปนิก อธิบายให้เห็นประเด็นด้านตำแหน่งที่ตั้งและบริบทโดยรอบนั้นมีความจำเป็นและสำคัญมากเช่นกัน โดยภูมิสถาปนิกต้องสามารถแสดงศักยภาพที่สูงที่สุดของที่ตั้งโครงการออกมาให้ได้ แต่สำหรับเซ็นทรัลเวิลด์สแควร์เป็นการปรับปรุงงานภูมิทัศน์ของพื้นที่เปิดโล่งเดิมที่มีให้เข้ากับแนวคิดโครงการใหม่ของกลุ่มเซ็นทรัลพัฒนา ทำให้การพิจารณาเรื่องตำแหน่งที่ตั้งโครงการและบริบทโดยรอบนั้นไม่ได้มีบทบาทในการตัดสินใจมากนัก

ผลจากแบบสอบถามกลุ่มผู้ใช้งานพื้นที่ พบว่า กลุ่มผู้ใช้งานพื้นที่เปิดโล่งให้ความสนใจของตำแหน่งที่ตั้งเซ็นทรัลเวิลด์สแควร์มาก ด้วยสถานที่ที่ตั้งอยู่ใจกลางเมือง รายล้อมด้วยย่านธุรกิจการค้าทั้งสยามสแควร์ และศูนย์การค้าย่านราชประสงค์ ใกล้สถานที่ศักดิ์สิทธิ์ที่ผู้ใช้งานให้ความเคารพนับถือ โดยผู้ใช้งานกล่าวว่า การเข้ามาใช้พื้นที่ในย่านนี้มีกิจกรรมให้เลือกทำได้หลายกิจกรรม ซึ่งส่วนหนึ่งคือการเข้ามาใช้เซ็นทรัลเวิลด์สแควร์ และพื้นที่ในศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์

3.1.1.2 ขนาดและรูปร่าง

เซ็นทรัลเวิลด์สแควร์มีขนาดพื้นที่ 8,000 ตารางเมตร ประกอบด้วยพื้นที่ย่อยทั้ง 6 พื้นที่ เรียกกันว่า เซน เอ้าท์ดอร์ อารีน่า, โซน A, B, C , D และ F โดยรูปร่างของเซ็นทรัลเวิลด์สแควร์เป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้าที่มีด้านยาวทอดตัวขนานตลอดแนวของรูปตั้งศูนย์การค้า

พื้นที่เปิดโล่งหันหน้าออกทางด้านทิศตะวันออก โดยมีอาคารศูนย์การค้าอยู่ด้านหลัง ด้านซ้ายมือสุดเป็นลานน้ำพุดนตรี ของพื้นที่ของเซน เอ้าท์ดอร์ อารีน่า (Zen outdoor arena) ด้านขวามือสุดติดถนนเซ็นทรัลเวิลด์ อเวนิว (Central world avenue) ด้านหน้าพื้นที่เปิดโล่งติดกับบาทวิถีของถนนราชดำริ บริเวณบาทวิถีมีทางลงเข้าสู่ลานจอดรถบริเวณใต้พื้นที่เปิดโล่ง

รายละเอียดในพื้นที่ประกอบด้วย

1. เซน เอ้าท์ดอร์ อารีน่า (Zen outdoor arena) ภายในประกอบด้วยพื้นที่รองรับการจัดกิจกรรม ที่เป็นพื้นที่ลานน้ำพุดนตรี
2. โซน A ภายในประกอบด้วยพื้นที่รองรับการจัดกิจกรรมให้เช่า เป็นที่ตั้งของลานน้ำพุ
3. โซน B ภายในประกอบด้วยพื้นที่รองรับการจัดกิจกรรมให้เช่า ติดตั้งกระบะน้ำพุ
4. โซน C ภายในประกอบด้วยพื้นที่รองรับการจัดกิจกรรมให้เช่า ติดตั้งน้ำพุกระจายรอบพื้นที่ จำนวน 30 จุด
5. โซน D ภายในประกอบด้วยพื้นที่รองรับการจัดกิจกรรมให้เช่า

6. โซน F ภายในประกอบด้วย เทวาลัยพระตรีมูรติ เทวาลัยพระพิฆเนศวร และจอ LED Screen ขนาด 9X16 เมตร

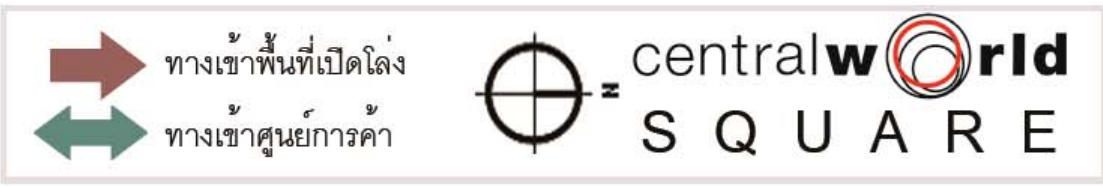
ผลจากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่โครงการ พบว่าฝ่ายพัฒนาธุรกิจของกลุ่มเซ็นทรัล พัฒนาและฝ่ายการตลาดศูนย์การค้า เห็นพ้องกันในเรื่องการขยายขนาดพื้นที่เปิดโล่งเดิมที่มีเส้นทางรถยนต์รับจ้างสาธารณะ และรื้อบันไดทางขึ้นชั้นที่ 2 ของอาคารศูนย์การค้าเดิมออก (สามารถดูรูปเส้นทางรถยนต์ และบันไดทางขึ้นชั้นที่ 2 ของเวสต์เทรคเซ็นเตอร์ที่ภาพที่ 3.1) เป็นพื้นที่จัดกิจกรรมอเนกประสงค์ที่เต็มขนาดพื้นที่ โดยอธิบายว่า ศักยภาพของขนาดพื้นที่ สามารถจัดกิจกรรมได้พร้อมกันหลายกิจกรรม สามารถรองรับผู้ใช้งานได้เป็นจำนวนมากที่สุด สำหรับรูปร่างของพื้นที่เปิดโล่งนั้นให้เป็นไปตามเดิมที่เป็นอยู่ คือเป็นสี่เหลี่ยมผืนผ้าขนาดใหญ่ เพราะสร้างความเข้าใจในพื้นที่ได้ง่าย จัดสรรพื้นที่ได้ง่ายและสามารถใช้พื้นที่ได้เต็มรูปร่าง



ภาพที่ 3.6 แสดงขนาดพื้นที่ของเซ็นทรัลเวสต์สแควร์ ที่มีขนาดใหญ่ถึง 8,000 ตารางเมตร สำหรับรองรับการจัดกิจกรรม

ภูมิสถาปนิก อธิบายถึงโจทย์ของศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวสต์ที่มีความต้องการพื้นที่เปิดโล่งภายนอกอาคาร สามารถจัดกิจกรรมอเนกประสงค์ได้เต็มพื้นที่มากที่สุด โดยเห็นด้วยกับแนวคิดการรื้อบันไดทางขึ้นชั้นที่ 2 ของอาคารศูนย์การค้าเดิม และการตัดต้นไม้ใหญ่ในบริเวณพื้นที่เปิดโล่งทิ้ง (รายละเอียดเรื่องเหตุผลของการตัดต้นไม้ใหญ่ อธิบายในหัวข้อที่ 3.1.2) เพื่อได้พื้นที่ขนาดใหญ่ตามโจทย์ของศูนย์การค้ากำหนดไว้ โดยในเรื่องรูปร่างที่เรียบง่ายของพื้นที่เปิดโล่งนั้น ภูมิสถาปนิกได้ให้ความสำคัญมาก เพราะสามารถจัดการใช้งานให้สามารถปรับเปลี่ยนได้ง่าย และยังสามารถออกแบบรายละเอียดงานองค์ประกอบภูมิทัศน์ได้สะดวกมากขึ้นด้วย รวมทั้งในแง่ของแนวคิดที่สะท้อนกับรูปร่าง ที่เรียบง่าย ดูทันสมัย สอดรับกับรูปด้านอาคารศูนย์การค้า

ผลจากแบบสอบถามกลุ่มผู้ใช้งานพื้นที่ พบว่า กลุ่มผู้ใช้งานพื้นที่เซ็นทรัลเวสต์สแควร์ ส่วนใหญ่พอใจกับขนาดที่ใหญ่ของพื้นที่เปิดโล่ง เพราะให้ความรู้สึกที่สบาย ปลอดภัย



ที่นั่งบริเวณทางเชื่อม ก่อนเข้าอาคาร



ทางเชื่อม ก่อนเข้าอาคาร เป็นเส้นทางสัญจร และพื้นที่หลบแดด หลบฝน

ที่นั่งรอบลานน้ำพุดนตรี



ลานน้ำพุดนตรี



กระเบื้องน้ำพุ



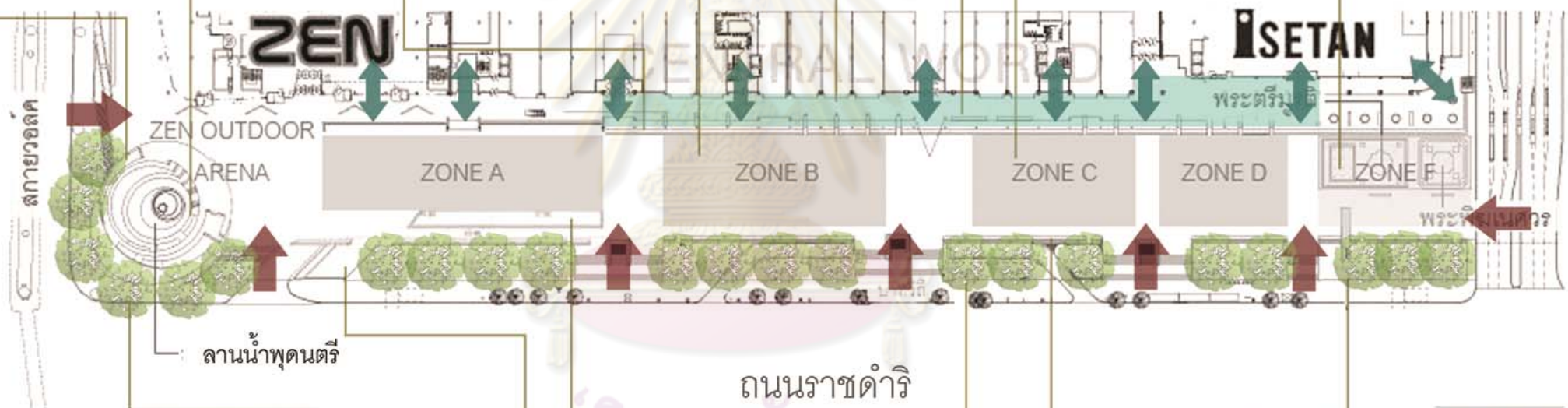
จุดพ่นละอองน้ำฝอย



น้ำพุขึ้นจากพื้น



เทวาลัยพระตรีมูรติ และพระพิฆเนศวร



กลุ่มหูกะจิง



ทางลาดเพื่อบริการ



กระเบื้องน้ำพุ



กลุ่มปาล์มขวด



ที่นั่งพื้นฐาน แบบยื่นจากผนัง



จอ LED SCREEN

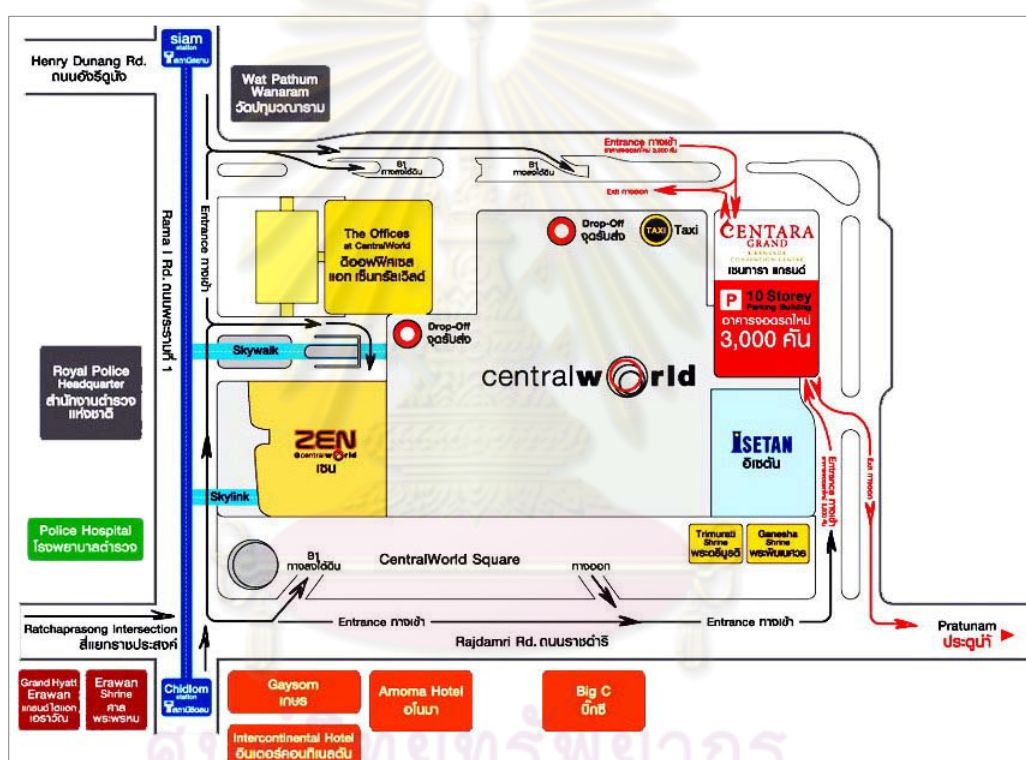


ภาพที่ 3.7 แสดงแผนผังเซ็นทรัลเวิลด์สแควร์

ไม่อึดอัด และสามารถใช้พื้นที่ได้อย่างอิสระ ไม่ต้องกลัวผู้คนมาจับจองในพฤติกรรม แต่ขณะเดียวกันกลุ่มผู้ใช้งานจำนวนหนึ่งไม่พึงพอใจกับขนาดที่รู้สึกที่ใหญ่เกินไป เพราะเดินผ่านแล้วรู้สึกร้อนในเวลากลางวัน หรือเดินผ่านแล้วเปียกเนื่องจากฝนตก สำหรับผลกระทบต่อด้านลบของขนาดพื้นที่จะไม่สร้างความรู้สึกมากนักกับผู้ใช้งานพื้นที่ในวันที่มีกิจกรรม อื่นๆ ผู้ใช้งานอาจเกิดความรู้สึกเชิงพื้นที่ที่เลวดูแน่นเต็มในวันที่มีกิจกรรม

3.1.1.3 การเข้าถึงและการเชื่อมโยง

การเข้าสู่เซ็นทรัลเวิลด์สแควร์ สามารถเข้าด้วยระบบการสัญจรหลายรูปแบบ โดยประกอบด้วย



ภาพที่ 3.8 แสดงเส้นทางสัญจรต่างที่สามารถเข้าสู่โครงการเซ็นทรัลเวิลด์

1. ระบบการสัญจรทางถนนสาธารณะ ด้วยการนำรถยนต์ส่วนตัว (ศูนย์การค้าสามารถรองรับรถยนต์พร้อมกันสูงสุด 7,000 คัน) , รถยนต์โดยสารรับจ้าง และรถโดยสารประจำทางสาธารณะ
2. ระบบการสัญจรทางระบบขนส่งมวลชน ประเภทราง ด้วยรถไฟฟ้า (Bangkok mass transit system - BTS) สถานีชิดลม หรือสถานีสยาม เชื่อมต่อมายังสกายวอล์คที่เชื่อมต่อสองสถานีเข้าด้วยกัน

3. ระบบการสัญจรทางน้ำ ด้วยการใช้เรือด่วนโดยสารประจำทาง ผ่านคลองแสนแสบ ที่ท่าเรือประตูน้ำ และในอนาคตอาจมีการสร้างท่าเรือเพิ่มเติมในบริเวณที่ติดกับถนนเซ็นทรัลเวิลด์
4. ระบบการสัญจรทางเท้า ด้วยการเดินเท้าจากสกายวอล์ค จากสถานีรถไฟฟ้า หรือเดินตามแนวบาทวิถี จากถนนพระราม 1 , ถนนราชดำริ และถนนเพชรบุรี

ซึ่งถือได้ว่าพื้นที่ดังกล่าวมีระบบการสัญจรทุกรูปแบบในเมืองที่สนับสนุนเข้าสู่พื้นที่ ขณะเดียวกันระบบการสัญจรดังกล่าว ก็นำผู้ใช้งานออกจากพื้นที่ได้อย่างสะดวก รวดเร็ว เช่นเดียวกัน ซึ่งการออกจากเซ็นทรัลเวิลด์สแควร์เพื่อไปยังพื้นที่สนับสนุนข้างเคียง ทั้งบริเวณย่านราชประสงค์ และย่านสยามสแควร์ ก็ทำได้ง่ายและสะดวกด้วยสกายวอล์ค (Sky walk) สะพานลอยทางเดินเท้าที่เชื่อมระหว่างสถานีชิดลม และสถานีสยาม ซึ่งมีผู้ใช้งานจำนวนมากไม่น้อยที่เลือกใช้เส้นทางนี้ในการเข้าสู่พื้นที่เปิดโล่ง นอกจากนี้ยังมีสะพานลอยข้ามถนนราชดำริบริการอีกจำนวน 2 จุด เพื่ออำนวยความสะดวกในการใช้งาน ในการเข้าสู่พื้นที่เปิดโล่ง

ผลจากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่โครงการ พบว่าประเด็นเรื่องการเข้าถึงและการเชื่อมโยงคือสิ่งสำคัญที่สุดของการออกแบบพื้นที่พาณิชยกรรมจำเป็นต้องพิจารณา ฝ่ายพัฒนาธุรกิจของกลุ่มเซ็นทรัลพัฒนา กล่าวว่าต้องพิจารณาถึงแนวโน้ม และวิธีการที่จะนำผู้ใช้งานเข้าสู่พื้นที่เพื่อทำกิจกรรม ซึ่งอาจจะเป็นข้อได้เปรียบของทำเลที่ตั้งที่แวดล้อมโดยถนนสาธารณะสายสำคัญ , คลองแสนแสบ และแนวของรถไฟฟ้า ซึ่งหลังจากพิจารณาแล้ววิธีการเข้าถึงพื้นที่ศูนย์การค้าที่น่าสนใจ คือด้วยระบบรถไฟฟ้า ที่โครงการเซ็นทรัลเวิลด์ อยู่ระหว่างสถานีสยามและสถานีชิดลม ทำให้กลุ่มเซ็นทรัลพัฒนา เลือกใช้วิธีการที่จะเชื่อมต่อผู้ใช้งานระหว่างทั้งสองพื้นที่ด้วยสะพานลอยทางเชื่อม (Sky walk) ซึ่งเปรียบเสมือนจุดเติมเต็มระบบขนส่งให้โครงการได้เป็นอย่างดี

นอกจากนี้กลุ่มเซ็นทรัลพัฒนายังมีโครงการที่จะประสานระบบถนนในบริเวณด้วยถนนสายเซ็นทรัลเวิลด์อเวนิว (Central World Avenue) ถนนที่ตัดผ่านระหว่างเซ็นทรัลเวิลด์กับวัดปทุมวนาราม เป็นทางเข้าสู่ลานจอดรถ อาคารจอดรถและโรงแรม นอกจากนี้ยังมีจุดเชื่อมต่อเซ็นทรัลลิงก์ (Central link) เชื่อมต่อไปยัง ถนนพญาไท สยามเซ็นเตอร์ สยามดิสคัฟเวอรีเซ็นเตอร์ อาคารสยามทาวเวอร์ สยามพารากอน และโรงแรมสยาม เคมเพนสกี เพื่อบรรเทาปัญหาการจราจรติดขัดบริเวณแยกปทุมวันต่อเนื่องมายังแยกเฉลิมเผ่าอีกด้วย และยังมีโครงการที่จะสร้างท่าเรือเพิ่มเติมบริเวณคลองแสนแสบ เพื่อจะเชื่อมต่อการเข้าถึงของผู้ใช้งานได้อีกวิธีหนึ่งอีกด้วย

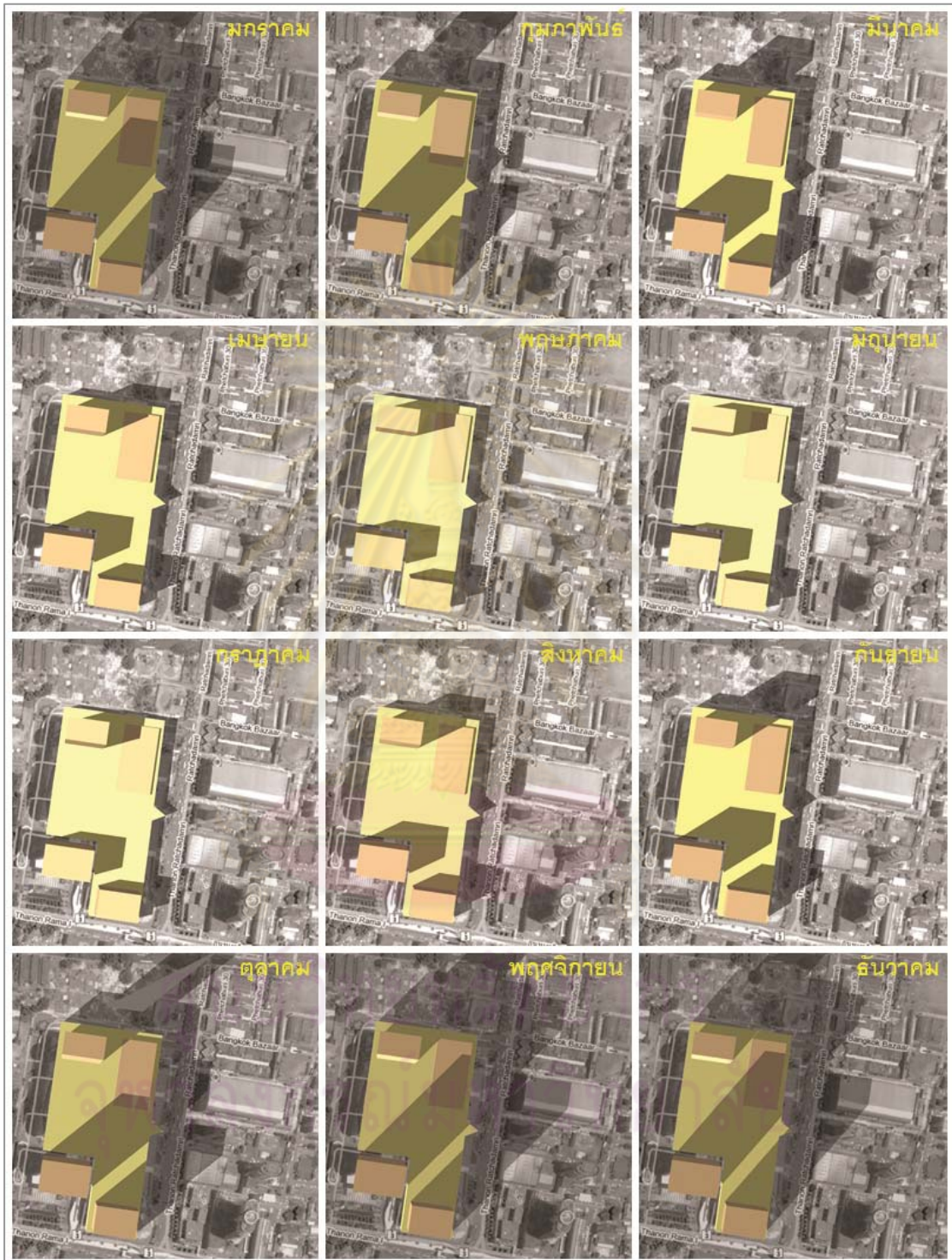
ภูมิสถาปนิก ได้อธิบายถึงลักษณะของพื้นที่เปิดโล่งที่ดีควรจะสามารเข้าถึงพื้นที่เปิดโล่งได้หลายวิธี ทั้งระบบรถโดยสารส่วนตัวระบบขนส่งมวลชน และทางเท้า ซึ่งก็เป็นข้อได้เปรียบของโครงการเซ็นทรัลเวิลด์ ที่สามารถให้ผู้ใช้งานเข้าพื้นที่เปิดโล่งได้อย่างสะดวก และหลากหลายวิธีการสัญจร แต่เมื่อผู้ใช้งานสามารถเข้าพื้นที่ได้ง่าย ภูมิสถาปนิกจึงต้องพิจารณาหาวิธีการในการออกแบบเพื่อควบคุมผู้ใช้งานให้ได้ต่อไป

ผลจากแบบสอบถามกลุ่มผู้ใช้งานพื้นที่ พบว่า กลุ่มผู้ใช้งานพื้นที่เซ็นทรัลเวิลด์ สแควร์ มีความพึงพอใจมากที่สามารถเข้าใช้พื้นที่เปิดโล่งได้หลากหลายวิธี โดยผู้ใช้งานส่วนมากเลือกวิธีเข้าถึงพื้นที่ด้วยระบบขนส่งมวลชนสาธารณะ และเชื่อมต่อด้วยการใช้สะพานลอยทางเชื่อมสถานีรถไฟฟ้า(Sky walk) เพื่ออำนวยความสะดวกทางการเดินทาง และยังสามารเชื่อมต่อผู้ใช้งานไปยังพื้นที่สนับสนุนข้างเคียงอย่างย่านราชประสงค์ หรือย่านสยามสแควร์ได้อย่างสะดวกและไม่ติดขัดด้วยระบบการจราจรบนถนนพระราม 1

3.1.2 ภูมิอากาศเฉพาะที่

เซ็นทรัลเวิลด์สแควร์ถูกวางตำแหน่งให้หันหน้าทางทิศตะวันออก โดยมีอาคารศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์ ซึ่งเซ็นทรัลเวิลด์สแควร์มีความลึก 25 เมตร และอาคารศูนย์การค้าสูง 34.5 เมตร ซึ่งทำให้ในช่วงบ่ายของทุกวัน ตัวลานได้รับร่มเงาของอาคารศูนย์การค้าที่ทอดตัวลงมาสู่บริเวณพื้นที่เปิดโล่ง ดังภาพที่ 3.9 ที่เป็นการแสดงภาพเงาที่ทอดลงบนพื้นที่เปิดโล่ง ทุกวันที่ 22 ตั้งแต่มกราคมถึงธันวาคม ที่เวลา 16.00 น. ผลจากเงาที่ช่วยให้พื้นที่ร่มแดดในช่วงบ่าย ทำให้พื้นที่เปิดโล่งด้านหน้าอาคารศูนย์การค้าไม่มีความจำเป็นที่จะต้องใช้ต้นไม้ใหญ่เพื่อให้ร่มเงา

แสงแดดเป็นสิ่งที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้สำหรับสภาพอากาศเมืองร้อนอย่างกรุงเทพมหานคร ศูนย์การค้าอนุญาตให้ผู้จัดกิจกรรมใช้พื้นที่เพื่อการจัดกิจกรรมตั้งแต่ 15.00 – 21.00 น.ในแต่ละวัน โดยอาจมีบางกิจกรรมที่ยืดหยุ่นเวลาถึง 24.00 น. โดยในช่วงเวลาดังกล่าวพื้นที่เปิดโล่งจะร่มแดดแล้ว โดยพื้นที่เปิดโล่งไม่มีการใช้พืชพรรณ ประเภทสูงให้ร่มเงาแก่พื้นที่ หนึ่งกิจกรรมที่เกิดขึ้นในเวลากลางวันจะเป็นกิจกรรมการพักรอ รอคอย รับประทานอาหาร ในบริเวณพื้นที่ด้านหน้าศูนย์การค้าที่ติดกับเซ็นทรัลเวิลด์สแควร์ หรือการสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ประจำพื้นที่บริเวณโซน F สำหรับพื้นที่เพื่อการป้องกันฝน พบว่าใช้พื้นที่ด้านหน้าก่อนเข้าสู่อาคารศูนย์การค้า บริเวณชั้นที่ 1 เพื่อการหลบฝนชั่วคราว หรือการเข้าไปใช้พื้นที่ภายในศูนย์การค้าได้เช่นเดียวกัน



ภาพที่ 3.9 แสดงการทอดตัวของเงา แนวอาคารโครงการเซ็นทรัลเวิลด์ ที่เวลา 16.00 น.ในแต่ละเดือน

ทั้งนี้รวมถึงการออกแบบวัสดุอาคารผิวพื้นที่ไม่สะท้อนแสง โดยเป็นวัสดุผิวสีเข้ม ผิวสัมผัสด้าน ทำให้ช่วยลดแสงจ้าเข้าสู่สายตาของผู้ใช้งาน

ผลจากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่โครงการ พบว่าเจ้าหน้าที่โครงการมีความเข้าใจลักษณะของพื้นที่เปิดโล่งที่เป็นลานโล่งขนาดใหญ่ ไม่มีหลังคา ซึ่งแน่นอนว่าย่อมได้รับผลกระทบโดยตรงกับแดดและฝน และเชื่อว่าเป็นเรื่องที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ โดยฝ่ายการตลาดของศูนย์การค้าได้อธิบายถึงสถิติการจัดงานในช่วงฤดูหนาวว่าเป็นฤดูกาลที่มีการจัดกิจกรรมมากที่สุดเพราะปลอดจากฝน และสภาพอากาศไม่ร้อนจนเกินไป และหากผู้ที่จัดงานที่มีความประสงค์จะจัดกิจกรรมขึ้นในช่วงหน้าฝน ก็แนะนำให้มีการใช้เต็นท์ หรือก่อสร้างหลังคาเพื่อป้องกันฝน หากมีความประสงค์ที่จะจัดงานบนพื้นที่เปิดโล่งเช่นทรัลเวิลด์สแควร์

ภูมิสถาปนิก กล่าวว่าเดิมการวางตำแหน่งของพื้นที่เปิดโล่งค่อนข้างดี และความสูงของอาคารศูนย์การค้าด้านหลังก็มีส่วนช่วย ทำให้พื้นที่เปิดโล่งร่มแดดในช่วงบ่ายของทุกวัน สามารถใช้งานพื้นที่ได้ตลอดทั้งปี แต่จะมีก็แต่ปัญหาฝนตก จึงควรมีพื้นที่เปลี่ยนถ่ายเพื่อหลบฝนชั่วคราวก่อนเข้าสู่อาคารศูนย์การค้า เพื่อให้ผู้ใช้งานได้รอคอยเพื่อให้ฝนหยุดตก และพื้นที่ดังกล่าวยังสามารถใช้เพื่อหลบแดดในเวลากลางวันได้อีกด้วย



ภาพที่ 3.10 (ซ้าย) พื้นที่เชื่อมต่อก่อนเข้าอาคารศูนย์การค้า ชั้นที่ 1 ที่ผู้ใช้งานใช้พื้นที่เพื่อหลบความร้อน ในเวลากลางวัน

ภาพที่ 3.11 (ขวา) พื้นที่เชื่อมต่อก่อนเข้าอาคารศูนย์การค้า ชั้นที่ 1 ที่ผู้ใช้งานใช้พื้นที่พักระหว่างที่ฝนตก

ผลจากแบบสอบถามกลุ่มผู้ใช้งานพื้นที่ พบว่า กลุ่มผู้ใช้งานพื้นที่เซ็นทรัลเวิลด์สแควร์ มีความพอใจสภาพอากาศของพื้นที่เปิดโล่งในช่วงเย็นถึงค่ำ มากกว่าในช่วงเวลากลางวันที่อากาศร้อน และชื่นชอบอากาศช่วงฤดูหนาวในช่วงเดือนพฤศจิกายนถึงเดือนกุมภาพันธ์ เพราะอากาศในช่วงเวลาดังกล่าวทำให้รู้สึกสบายไม่ร้อนอบอ้าวจนเกินไป และเหมาะกับการใช้งานพื้นที่ภายนอกอาคาร สำหรับในเรื่องของฝนตก ผู้ใช้งานส่วนใหญ่พยายามหลีกเลี่ยงการใช้พื้นที่ใน

ช่วงเวลาฝนตก และจะหันไปใช้พื้นที่ภายในศูนย์การค้าแทน หรืออาจใช้พื้นที่ด้านหน้าอาคารชั้น 1 เพื่อพักอระระหว่างฝนตก

3.1.3 กฎหมายอาคาร และการกำหนดด้านความปลอดภัย

3.1.3.1 กฎหมายอาคาร

ข้อกำหนดต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่เปิดโล่ง ในกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับอาคาร สำหรับในเขตกรุงเทพมหานคร คือการกำหนดระยะถอยร่นอาคารจากแนวถนนสาธารณะ และสัดส่วนพื้นที่เปิดโล่งต่อพื้นที่โครงการ กล่าวคือ ถ้าอาคารสาธารณะ ประเภทศูนย์การค้าติดถนน สาธารณะที่มีความกว้างตั้งแต่ 20 เมตร ขึ้นไป ให้ร่นแนวอาคารที่ห่างจากเขตถนนสาธารณะอย่างน้อย 2 เมตร และสัดส่วนเป็นพื้นที่เปิดโล่งเป็นร้อยละ 10 ตามลำดับ ซึ่งอาคารศูนย์การค้าเซ็นทรัล เวิลด์ เป็นโครงการที่รับช่วงจากโครงการเวิลด์เทรดเซ็นเตอร์จึงทำให้ข้อกำหนดดังกล่าวไม่มีผล โดยระยะถอยร่นจากแนวถนนราชดำริเป็นระยะ 35 เมตร (รวมบาทวิถีถริมถนนราชดำริ) ซึ่งเป็นระยะที่มากกว่าข้อบัญญัติ กทม.

โดยหากพิจารณาย้อนหลังกลับไปในสมัยที่มีการก่อสร้างโครงการศูนย์การค้า เวิลด์เทรดเซ็นเตอร์ พบว่าในช่วงเวลาดังกล่าวยังไม่มีข้อกำหนดด้านระยะถอยร่นอาคาร และการกำหนดสัดส่วนพื้นที่เปิดโล่งที่ชัดเจนดังเช่นปัจจุบัน และการใช้พื้นที่โครงการยังไม่เต็มพื้นที่โครงการที่มีอยู่สถาปนิก และภูมิสถาปนิกในช่วงเวลาดังกล่าวจึงแนะนำให้ถอยร่นพื้นที่ด้านหน้าโครงการเข้าไปให้มาก สร้างความแปลกใหม่ของพื้นที่ด้านหน้าศูนย์การค้า ซึ่งไม่ปรากฏในช่วงยุคสมัยนั้น

ผลจากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่โครงการ พบว่าฝ่ายพัฒนาธุรกิจของกลุ่มเซ็นทรัล พัฒนาให้ความสำคัญกับประเด็นเรื่องกฎหมายอาคาร และข้อบัญญัติที่เกี่ยวข้องกับอาคารใน ขั้นตอนการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ ส่วนหนึ่งมีข้อตกลงกับสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ที่กำหนดพื้นที่เปิดโล่งโครงการไว้ร้อยละ 35 และกำหนดให้เก็บพื้นที่เปิดโล่งด้านหน้าอาคารเอาไว้เพื่อประกอบกิจกรรม ขณะที่ฝ่ายการตลาดศูนย์การค้าที่ต้องดูแลพื้นที่ เซ็นทรัลเวิลด์สแควร์หลังการเปิดใช้งาน ให้ความสำคัญเกี่ยวกับข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องกับการต่อเติม ซ่อมแซมในพื้นที่ ที่ฝ่ายการตลาดต้องให้ผู้จัดงานยื่นแบบก่อสร้างสิ่งปลูกสร้างก่อนทำการสร้างจริงบนพื้นที่เปิดโล่ง โดยสิ่งปลูกสร้างต้องเป็นปลูกสร้างแบบชั่วคราว โดยมีความสูงไม่เกิน 8.00 เมตรจากระดับพื้น

ภูมิสถาปนิก ไม่ได้พิจารณาในเรื่องนี้มากนัก เพราะไม่มีข้อกำหนดในปัจจุบันที่จะส่งผลเกี่ยวเนื่องถึงการปรับปรุงภูมิทัศน์เซ็นทรัลเวิลด์สแควร์ และการปรับปรุงพื้นที่ใช้ลักษณะ

ของโครงสร้างเดิม เป็นตัวกำหนด สำหรับกลุ่มผู้ใช้งานก็ไม่ได้ให้ความสำคัญกับเรื่องกฎหมายอาคาร เนื่องจากไม่ได้มีผลถึงการตัดสินใจในการใช้งานพื้นที่เปิดโล่งเซ็นทรัลเวิลด์สแควร์

3.1.3.2 การกำหนดด้านความปลอดภัย

เซ็นทรัลเวิลด์สแควร์ มีการจัดเตรียมอุปกรณ์เพื่อป้องกันอัคคีภัยไว้เป็นอย่างดี ทั้งหิ้วจ่ายน้ำดับเพลิงจำนวน 6 จุด และ ท่อน้ำดับเพลิงบริเวณผนังอาคารศูนย์การค้าชั้นที่ 1 เป็นจำนวน 10 จุด ทางขึ้นสำหรับรถดับเพลิงจำนวน 2 จุด คือ ทางลาดบริเวณโซน A และบริเวณด้านข้างของเทวาลัยพระพิฆเนศวร ற்ப်ในเรื่องจากรักษาความปลอดภัยพบว่าการติดตั้งกล่องวงจรปิดเอาไว้ บนที่กภาพความเคลื่อนไหวบนพื้นที่เปิดโล่งเอาไว้ เพื่อการรักษาความปลอดภัย



ภาพที่ 3.12 แสดงการรักษาความปลอดภัยอย่างเข้มงวด ระดับสูงสุดในคืนวันที่ 31 ธันวาคม 2551 เพื่อการจัดงานนับถอยหลังเข้าสู่ปีใหม่

ผลจากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่โครงการ พบว่าฝ่ายอาคารและสถานที่ของศูนย์การค้า โดยในการรักษาความปลอดภัยนั้นได้มีการขอความร่วมมือกับสำนักงานตำรวจแห่งชาติเพื่อช่วยประสานงานในการรักษาความปลอดภัยเป็นกิจกรรมไป ซึ่งกิจกรรมที่ขอความร่วมมือเป็นกิจกรรมที่ทางหน่วยงานมีบุคลากรไม่เพียงพอในดูแลรักษา โดยทางหน่วยงานให้ความสำคัญในเรื่องการรักษาความปลอดภัยมาก ด้วยความเป็นพื้นที่เปิดโล่งของเซ็นทรัลเวิลด์สแควร์ ทำให้ผู้ใช้งานเข้าสู่พื้นที่ได้ง่าย สามารถควบคุมผู้ใช้งานได้ยาก จึงทำให้ต้องมีมาตรการในการควบคุมความปลอดภัยที่สูง ด้วยประสบการณ์ที่เคยมีการก่อเหตุลอบวางระเบิดตามจุดต่างๆ

หลายจุดในกรุงเทพมหานคร วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2549 และบริเวณในสถานที่ลอบวางระเบิด ใกล้กับศูนย์การค้ามาก สำหรับในเรื่องการป้องกันอัคคีภัยนั้น ทางศูนย์มีการตรวจสอบอุปกรณ์ดับเพลิงเบื้องต้นให้พร้อมใช้งานได้ตลอดเวลา

ภูมิสถาปนิก อธิบายถึงการกำหนดด้านความปลอดภัย เป็นประเด็นความสำคัญพอสมควรเพราะเป็นสิ่งจำเป็นพื้นฐานที่ต้องคำนึงพิจารณา เช่น จำนวนอุปกรณ์ดับเพลิง การออกแบบตำแหน่งเพื่อการจัดวางอุปกรณ์อำนวยความสะดวกเพื่อการดับเพลิง หรือการพิจารณาเส้นทางที่สามารถให้รถดับเพลิงเข้าถึงพื้นที่เปิดโล่ง เพื่อดับเพลิงได้อย่างสะดวกเป็นต้น ทั้งนี้ สำหรับการรักษาความปลอดภัยนักออกแบบแนะนำเพิ่มเติมว่าต้องคำนึงถึงเรื่องทางเข้าออกพื้นที่เปิดโล่ง เพราะถ้าพื้นที่เปิดโล่งที่มีทางเข้าออกหลายเส้นทาง อาจมีข้อด้อยในเรื่องการควบคุมผู้ใช้งานและการรักษาความปลอดภัย ขณะที่ผู้ใช้งานกลับไม่ได้ให้ความสนใจเกี่ยวกับการรักษาความปลอดภัยของโครงการเลย

3.2 ลักษณะทางกายภาพด้านรายละเอียดโครงการ

3.2.1 ผู้ใช้งาน

ผลจากการสังเกตการณ์กลุ่มผู้ใช้งานของเซ็นทรัลเวิลด์สแควร์ พบว่า ผู้ใช้งานของพื้นที่เปิดโล่งเป็นผู้ใช้งานที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป จนถึง 45 ปี เป็นส่วนใหญ่โดยจำนวนเฉลี่ยของเพศชายและเพศหญิงไม่ได้มีความแตกต่างกันมากนัก จะพบความแตกต่างของผู้ใช้งานที่เป็นชาวไทยมากกว่าชาวต่างชาติ โดยแบ่งเป็นผู้ใช้งานชาวไทย ร้อยละ 90 และชาวต่างชาติ ร้อยละ 10 สำหรับช่วงเวลาที่นิยมเข้ามาใช้งานพื้นที่เปิดโล่ง คือตั้งแต่ 15.00-22.00 น. ยกเว้นในช่วงเวลาในเดือนธันวาคมของแต่ละปี ที่จะมีผู้ใช้งานใช้พื้นที่เปิดโล่งจนถึง 24.00 น. ซึ่งมีความสอดคล้องกับข้อมูลที่ฝ่ายการตลาดศูนย์การค้าได้ให้ไว้ในเบื้องต้น

ผลจากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่โครงการ ฝ่ายพัฒนาธุรกิจของกลุ่มเซ็นทรัลพัฒนาและฝ่ายการตลาดของศูนย์การค้า พบว่ากลุ่มเป้าหมายที่ศูนย์การค้ามีความต้องการ คือ

1. กลุ่มผู้ใช้งานชาวไทย ช่วงอายุ 22-45 ปี (Young cosmopolitans) ร้อยละ 70 เป็นผู้ใช้งานที่มีกำลังในการใช้จ่ายปานกลางถึงสูง และมีความต้องการในการใช้พื้นที่ศูนย์การค้าทั้งจับจ่ายและใช้บริการเพื่อความบันเทิง ต้องการความหลากหลายของประสบการณ์ที่จะได้รับ
2. กลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ (International tourists) ร้อยละ 30 โดยเน้นกลุ่มนักท่องเที่ยวในแถบเอเชีย เช่น ประเทศสิงคโปร์, ฮองกง, ญี่ปุ่น, จีน, ไต้หวัน และเกาหลีใต้



ภาพที่ 3.13 แสดงความครคร้าของผู้ใช้งานวัยรุ่นที่เข้าร่วมกิจกรรม INDY INTOWN ทุกบ่ายวันศุกร์



ภาพที่ 3.14 (ขวา) บรรยายภาคผู้ใช้งานระหว่างรอคอยเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมการแสดงดนตรี

กลุ่มผู้ใช้งานของพื้นที่เปิดโล่งเซ็นทรัลเวิลด์สแควร์ก็สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายหลัก เพียงแต่มุ่งเน้นกลุ่มผู้ใช้งานที่มีจำนวนมากเป็นหลัก (Mass users) เป็นสิ่งสำคัญ ซึ่งหลังจากที่เปิดใช้งานมาช่วงเวลาหนึ่งฝ่ายการตลาดของศูนย์การค้า พบว่ากลุ่มผู้ใช้งานหลักของพื้นที่เปิดโล่งมีช่วงอายุที่ซ้อนทับกับกลุ่มเป้าหมายหลัก และพบกลุ่มผู้ใช้งานที่ช่วงอายุน้อยกว่าเป้าหมายหลักเพิ่มเติม คือ ช่วงอายุ 16-22 ปี จึงพิจารณาเพิ่มกลุ่มผู้ใช้งานพื้นที่เปิดโล่งกลายเป็นช่วงอายุตั้งแต่ 16-45 ปี โดยฝ่ายการตลาดศูนย์การค้า เห็นว่ากลุ่มผู้ใช้งานวัยรุ่นมีส่วนสำคัญที่ทำให้พื้นที่เปิดโล่งด้านหน้าละลานตา มีชีวิตชีวา จึงพยายามจัดกิจกรรมที่สอดคล้องกับความต้องการของวัยรุ่นหรือกลุ่มผู้ใช้งานที่ใช้พื้นที่เป็นปริมาณมาก



ภาพที่ 3.15 (ซ้าย) ผู้ใช้งานพักรอรถประจำทาง เพื่อรอคอย และพบปะเพื่อน

ภาพที่ 3.16 (ขวา) แสดงการรวมกลุ่มของผู้ใช้งานใช้พื้นที่ด้านหน้าเซ็นทรัลเวิลด์สแควร์เพื่อพักผ่อน พุดคุย

ภูมิสถาปนิก อธิบายเกี่ยวกับกลุ่มผู้ใช้งานไว้ว่า การออกแบบที่ต้องเน้นกลุ่มผู้ใช้งานที่มากนั้น การออกแบบพื้นที่ที่กว้างเรียบ ขนาดใหญ่ ไม่มีสิ่งกีดขวางภายใน รวมถึงไม่มีการเปลี่ยนระดับพื้น น่าจะเป็นคำตอบที่เหมาะสมกับการใช้งาน นอกจากนี้ภูมิสถาปนิกยังต้องทำความเข้าใจพฤติกรรมของผู้ใช้งาน เช่น การรวมกลุ่มของผู้ใช้งาน ที่มักจะใช้พื้นที่ใกล้บริเวณเข้าออกศูนย์การค้า ดังภาพที่ 3.16 หรือวิธีการใช้พื้นที่เพื่อออกแบบรายละเอียดต่างๆ ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้งาน

ผลการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ใช้งานพื้นที่เซ็นทรัลเวิลด์สแควร์ พบว่า ผู้ใช้งานจะดึงดูดผู้ใช้งานด้วยกันเองได้ดีที่สุด หากกลุ่มผู้ใช้งานมีความต้องการจะใช้พื้นที่เปิดโล่ง แล้วพบว่ามียุทธศาสตร์กลุ่มผู้ใช้งานเหมือนกันจำนวนมากอยู่ในพื้นที่เปิดโล่ง ก็จะยิ่งเพิ่มความน่าสนใจให้เข้าไปใช้งานมากยิ่งขึ้น ดังนั้นพื้นที่เปิดโล่งที่มีการจัดกิจกรรมที่ครึกครื้นไปด้วยผู้ใช้งาน สามารถกระตุ้นความรู้สึกปฏิสัมพันธ์ที่ดีและสร้างแรงจูงใจที่ดีต่อผู้ใช้งาน และรูปแบบกิจกรรมที่ผู้ใช้งานมีความนิยมคือ กิจกรรมเพื่อความบันเทิง สนุกสนานรื่นเริง ดนตรี เป็นต้น

3.2.2 กิจกรรม เทศกาลและเหตุการณ์สำคัญ

เซ็นทรัลเวิลด์สแควร์สร้างขึ้นเพื่อใช้จัดกิจกรรมอเนกประสงค์ ดังนั้นเพื่อให้โครงการดำเนินไปอย่างคุ้มค่าที่ที่สุด และศูนย์การค้าได้รับผลตอบแทนสูงสุด จึงจำเป็นต้องมีการจัดงานบนพื้นที่เปิดโล่งให้มากที่สุดเช่นกัน ซึ่งกิจกรรมที่จัดขึ้นจะสามารถดึงดูดกลุ่มผู้ใช้งานให้เข้ามาร่วมกิจกรรมในพื้นที่ โดยกิจกรรมหลักบนพื้นที่เปิดโล่งที่เกิดขึ้น ประกอบไปด้วย

- 1) กิจกรรมเพื่อส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ หรือประชาสัมพันธ์หน่วยงานหรือองค์กร โดยการจัดงานมาจากหน่วยงานหรือองค์กรต่างๆ ติดต่อขอเช่าพื้นที่

เพื่อการจัดงาน หรือทางศูนย์การค้าพิจารณาเชิญหน่วยงาน หรือองค์กรต่างๆให้เข้ามาจัดงานบริเวณพื้นที่เปิดโล่ง โดยลักษณะรูปแบบงานที่เกิดขึ้นจะมีทั้งงานวันเดียว หรือจัดเป็นช่วงเวลาหลายวัน ตัวอย่างการจัดงาน อาทิ เช่น

- เทศกาลแฟชั่นประจำปีของนิตยสารเอลล์ (Elle fashion week)
- เทศกาลแสดงวัฒนธรรมญี่ปุ่น
- เทศกาลดนตรี
- งานกิจกรรมกอล์ฟ รอยัล ทรอฟี (Golf Royal Trophy)
- งานเปิดตัวสินค้าและผลิตภัณฑ์
- งานเปิดตัวภาพยนตร์
- งานรณรงค์เพื่อการรักษาสุขภาพ
- งานแสดงสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์
- งานจัดการแข่งขันกีฬา เช่น เทนนิส หรือฟุตบอล
- งานแถลงข่าวการแสดงคอนเสิร์ตนักร้องเกาหลี วงดบังชินกิ
- งานจัดแสดงศิลปะกลางแจ้ง
- งานกิจกรรม INDY IN TOWN
- งาน TALA Landscape'09 โดยสมาคมภูมิสถาปนิกประเทศไทย

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาพที่ 3.17 แสดงบรรยากาศเทศกาลแฟชั่นประจำปีของนิตยสารแอลล์ (Elle fashion week) ที่ใช้พื้นที่แสดงแบบแฟชั่นกลางแจ้ง



ภาพที่ 3.18 แสดงบรรยากาศเทศกาลแสดงวัฒนธรรมญี่ปุ่น (Japanese town) โดยความร่วมมือระหว่างเซ็นทรัลเวิลด์ กับสถานเอกอัครราชทูตญี่ปุ่น



ภาพที่ 3.19 แสดงบรรยากาศการจัดแสดงดนตรี ซึ่งมักจะมีการจัดแสดงดนตรีมากกว่า 2-3 ครั้งต่อเดือน



ภาพที่ 3.20 บรรยายกาศงานเปิดตัวสินค้าและผลิตภัณฑ์



ภาพที่ 3.21 แสดงภาพมุมมองสูงจากการทำงานจัดแสดงศิลปะภาพถ่ายกลางแจ้ง



ภาพที่ 3.22 แสดงบรรยายกาศงานกิจกรรม INDY IN TOWN ทุกช่วงบายวันศุกร์ ที่มีผู้ร่วมงานเป็นจำนวนมาก



ภาพที่ 3.23 แสดงบรรยากาศงาน TALA Landscape'09 โดยสมาคมภูมิสถาปนิกประเทศไทย
ที่เนรมิตพื้นที่เซ็นทรัลเวิลด์สแควร์เป็นสวนกลางเมือง (Urban park)

2) กิจกรรมเพื่อการสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในพื้นที่

- สักการะเทวาลัยพระตรีมูรติ โดยผู้คนที่ทั่วไปมีความเชื่อเกี่ยวกับการสักการะพระตรีมูรติ เพื่ออธิษฐานขอพรเกี่ยวกับความรัก โดยผู้ใช้งานนิยมสักการะพระตรีมูรติในทุกวันพฤหัสบดี เวลา 21.30 น. ดังภาพที่ 3.25 และจะมีจำนวนมากยิ่งขึ้นช่วงเทศกาลวันวาเลนไทน์(เทศกาลแห่งความรัก) ในเดือนกุมภาพันธ์ หนึ่งในแต่ละปีจะมีนักท่องเที่ยวในแถบประเทศเอเชียเข้ามาสักการะเทวาลัยพระตรีมูรติกว่าแสนคนต่อปี
- สักการะเทวาลัยพระพิฆเนศวร เทพเจ้าแห่งความสำเร็จ โดยผู้คนมีความเชื่อว่าถ้ากราบไหว้พระพิฆเนศวรจะช่วยให้ชีวิตประสบความสำเร็จ นอกจากนั้นผู้ที่ประกอบอาชีพด้านศิลปะ วิทยากรก็มักจะนับถือพระพิฆเนศวร และในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา การกราบไหว้พระพิฆเนศวรเป็นวัฒนธรรมตามสมัยนิยม



ภาพที่ 3.24 (ซ้าย) ผู้ใช้งานเข้ามาใช้พื้นที่เพื่อการสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในพื้นที่ พระตรีมูรติ และพระพิฆเนศวรในเวลากลางวัน

ภาพที่ 3.25 (ขวา) ผู้ใช้งานเข้ามาใช้พื้นที่เพื่อการสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในพื้นที่ พระตรีมูรติ และพระพิฆเนศวร
ในวันพฤหัสบดี ช่วงเวลาหลัง 21.30 น.

3) กิจกรรมที่จัดขึ้นตามเทศกาล หรือเหตุการณ์สำคัญ

- เทศกาลลานเบียร์ (Beer Garden) บรรยากาศแห่งความสนุกสนานรื่นเริง ในช่วงเดือนพฤศจิกายนถึงเดือนธันวาคม ของทุกปี เป็นกิจกรรมประจำปีมีผู้ใช้งานจำนวนมาก ในแต่ละวันลานเบียร์สามารถรองรับผู้ใช้งานได้มากกว่า 10,000 คนต่อวัน กิจกรรมดังกล่าวจะจัดในเวลา 18.00 – 24.00 น. ดังภาพที่ 3.26
- เทศกาลคริสต์มาส กิจกรรมตามเทศกาลที่สำคัญมากที่สุด กิจกรรมหนึ่งที่ทุกปีมีจะมีการติดตั้งต้นคริสต์มาสยักษ์สูง 30 เมตร บนเซ็นทรัลเวิลด์สแควร์ และที่องค์ประกอบของตกแต่งอื่นๆ ที่เข้ามาช่วยประดับประดา ช่วยสร้างสีสัน ที่เต็มไปด้วยความสนุกสนาน รื่นเริง หนึ่งในที่ศูนย์การค้าบริเวณย่านราชประสงค์ ทั้งหมดจะพร้อมกันจัดตกแต่งประดับประดาสถานที่ตามเทศกาลคริสต์มาส และการประดับแสงไฟที่สดใสสวยงาม จนเป็นที่กล่าวขานสำหรับความสวยงามน่าประทับใจของบรรยากาศคริสต์มาสในย่านราชประสงค์ ดังภาพที่ 3.28
- กิจกรรมส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ (HANDS) กิจกรรมดังกล่าวจัดขึ้นบริเวณเซ็นทรัลเวิลด์สแควร์ และบนถนนราชดำริ ตั้งแต่ปีพุทธศักราช 2542 โดยความร่วมมือของศูนย์การค้า, กรุงเทพมหานคร และสมาคมผู้ประกอบการค้าราชประสงค์ ซึ่งจะจัดงานทุกค่ำคืนของวันที่ 31 ธันวาคม ดังภาพที่ 3.29

- เทศกาลสงกรานต์ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2550 มีการจัดงานรื่นเริงงานสงกรานต์ขึ้นบนพื้นที่เปิดโล่ง เพื่อเป็นทางเลือกหนึ่งแก่คนเมืองให้เข้ามาใช้สถานที่เพื่อความสนุกสนาน นอกเหนือจากถนนข้าวสาร และย่านสีลม ดังภาพที่ 3.30
- กิจกรรมจุดเทียนชัยถวายพระพร ในวันเฉลิมพระชนมพรรษา สมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช และพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ
- กิจกรรมเพื่อรณรงค์ลดสภาวะโลกร้อน ในยุคสมัยที่บ้านเมืองรณรงค์ประหยัดพลังงานทางศูนย์การค้าก็จัดงานบนเซ็นทรัลเวสต์สแควร์ เพื่อรณรงค์การใช้พลังงานให้น้อยลง โดยอาศัยกลุ่มผู้มีชื่อเสียง ดังภาพที่ 3.31 เป็นการใช้จักรยานเพื่อลดภาวะโลกร้อน



ภาพที่ 3.26-3.27 (ซ้ายไปขวา) บรรยากาศลานเบียร์ที่เต็มไปด้วยความรื่นเริง คึกคักเต็มไปด้วยผู้ใช้งาน



ภาพที่ 3.28 บรรยากาศในวันคริสต์มาส ที่คนเมืองจำนวนแสนคนหลั่งไหลเข้ามาเพื่อบันทึกภาพกับต้นคริสต์มาส เป็นบรรยากาศที่คึกคักอย่างยิ่ง



ภาพที่ 3.29 บรรยากาศงาน HANDS กิจกรรมนับถอยหลังเข้าสู่ปีใหม่ ที่จัดขึ้นทุกปีที่เซ็นทรัลเวิลด์สแควร์ และถนนราชดำริ



ภาพที่ 3.30 (ซ้าย) บรรยากาศคืนวันวิ่งในเทศกาลสงกรานต์



ภาพที่ 3.31 (ขวา) การรณรงค์เพื่อลดภาวะโลกร้อน โดยการขี่จักรยานบนเซ็นทรัลเวิลด์สแควร์



ภาพที่ 3.32 กิจกรรมเกี่ยวกับวัฒนธรรม บรรยากาศการจัดงานทำบุญเนื่องในวันครบรอบ 100 วันแห่งการสิ้นพระชนม์ สมเด็จพระเจ้าพี่นางเธอ เจ้าฟ้ากัลยาณิวัฒนา กรมหลวงนราธิวาสราชนครินทร์

นอกจากกิจกรรมหลักที่เซ็นทรัลเวิลด์สแควร์ พยายามสร้างสรรค์ให้มีตลอดปีแล้ว สิ่งที่เกิดขึ้นเพิ่มเติมเป็นผลต่อเนื้อที่ที่ดีคือ การเกิดขึ้นของกิจกรรมทางสังคม ที่ผู้ใช้งานเข้าร่วมส่วน ใหญ่ที่เข้ามาทำกิจกรรมบนพื้นที่เปิดโล่ง สามารถสร้างปฏิสัมพันธ์ (triangulation) เกิดความรู้สึก สนุกสนาน คึกคัก มีความสุขกับการเข้าร่วมกิจกรรม ขณะที่ผู้ใช้งานบางกลุ่มเลือกใช้ประสบการณ์ แบบผ่อนคลาย นั่งมองกิจกรรมที่เกิดขึ้น และนั่งพูดคุย โดยไม่ได้เข้ากับกิจกรรมโดยตรง ทำให้ พื้นที่เปิดโล่งมีความคึกคัก ชีวิตชีวา เพราะจะคราคร่ำไปด้วยกิจกรรมและผู้ใช้งาน ซึ่งการจัด กิจกรรมต่างๆ ทำให้ผู้ใช้งานใช้เวลาอยู่บนพื้นที่เปิดโล่งมากขึ้น และผู้ใช้งานส่วนหนึ่งจะเข้าไปใช้ งานในพื้นที่ศูนย์การค้าเป็นลำดับถัดไป

อนึ่งมีการพบกิจกรรมผลต่อเนื้อที่เพิ่มเติม คือ การเช่าสถานที่ของเซ็นทรัลเวิลด์สแควร์เพื่อถ่ายภาพยนตร์ทั้งไทยและเทศ ละคร หรือโฆษณา ดังที่จะเห็นภาพฉากของเซ็นทรัล เวิลด์สแควร์ อยู่ในภาพยนตร์ไทยหลายต่อหลายเรื่อง นอกจากนั้นยังมีการพยายามใช้พื้นที่บริเวณ เซ็นทรัลเวิลด์สแควร์และแนวบาทวิถีใกล้เคียง เพื่อการเรียกร้องเสรีภาพทางการเมืองของกลุ่ม พันมิตรประชาชนเพื่อประชาธิปไตย ที่เข้ามารวมพลกลุ่มผู้เรียกร้องบริเวณด้านหน้าเซ็นทรัล เวิลด์สแควร์ พร้อมการปราศรัยก่อนจะเคลื่อนย้ายกำลังพลไปยังสำนักงานตำรวจแห่งชาติ



ภาพที่ 3.33 แสดงวันที่กลุ่มพันธมิตรประชาชนเพื่อประชาธิปไตยเข้ามาในบริเวณใช้พื้นที่

ผลจากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่โครงการ ฝ่ายพัฒนาธุรกิจของกลุ่มเซ็นทรัล พัฒนา พบว่า การสร้างพื้นที่เปิดโล่งเพื่อการจัดกิจกรรม ต้องมีการจัดกิจกรรมให้มากที่สุด เพื่อ ความคุ้มค่าเพื่อการทดแทนพื้นที่ขายภายในอาคารศูนย์การค้าไปส่วนหนึ่ง ดังนั้นฝ่ายการตลาด ของศูนย์การค้าจึงต้องพยายามหาวิธีการเพื่อให้พื้นที่เปิดโล่งด้านหน้าอาคารมีกิจกรรมมากที่สุด ด้วยวิธีการเช่าสถานที่เพื่อจัดงานต่างๆ และการเชิญหน่วยงานหรือองค์กรเข้ามาจัดงานในพื้นที่

เปิดโล่ง นอกจากนี้ยังต้องสนับสนุนการจัดงานองค์กรภาครัฐ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์พื้นที่เปิดโล่ง

ฝ่ายการตลาดของศูนย์การค้ายังเพิ่มเติมว่า ในเซ็นทรัลเวิลด์สแควร์ต้องมีกิจกรรมรื่นเริงที่เกี่ยวกับเทศกาล (Festive Season) หรือเหตุการณ์สำคัญตามสมัยนิยม ทั้งเทศกาลคริสต์มาส เทศกาลส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ เทศกาลสงกรานต์ หรือเทศกาลลานเบียร์ เพราะกิจกรรมตามเทศกาล นั้นได้รับความนิยมมาก เมื่อเทียบกับกิจกรรมประเภทอื่น ดังเช่นที่ในแต่ละปีมีผู้คนจำนวนมากเข้ามาในช่วงเทศกาลคริสต์มาส เพื่อการบันทึกภาพถ่ายที่เซ็นทรัลเวิลด์สแควร์ จนกลายเป็นกิจกรรมประจำปีของคนเมืองกรุงเทพมหานครนิยมปฏิบัติกัน หรือหากจะกล่าวถึงลานเบียร์ที่มีความโดดเด่นในกรุงเทพมหานคร แน่แน่นอนว่าคงไม่มีที่ใดโดดเด่นกว่าลานเบียร์ที่เซ็นทรัลเวิลด์สแควร์อย่างแน่นอน

เซ็นทรัลเวิลด์สแควร์ยังมีความโดดเด่นเฉพาะตัวอีกอย่างหนึ่ง คือการกราบไหว้สักการะพระตรีมูรติ และพระพิฆเนศวร สิ่งศักดิ์สิทธิ์สำคัญประจำพื้นที่ ซึ่งจากจุดเริ่มต้นเป็นความเชื่อของกลุ่มผู้บริหารศูนย์การค้าที่ต้องการความเป็นสิริมงคลต่อสถานที่ แต่ปัจจุบันกลับกลายเป็นความเชื่อที่เกี่ยวเนื่องกับความรัก ที่ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติให้ความสนใจว่าปีละหลายล้านคน ซึ่งฝ่ายการตลาดถือเป็นแม่เหล็กสำคัญที่ทำให้เซ็นทรัลเวิลด์สแควร์มีผู้ใช้งานเป็นจำนวนมาก

นอกจากที่กล่าวไปแล้ว ส่วนหนึ่งที่ทำให้เซ็นทรัลเวิลด์สแควร์ประสบความสำเร็จในการเป็นลานกิจกรรมกลางแจ้งขนาดใหญ่ใจกลางเมืองที่แวดล้อมไปด้วยระบบโครงสร้างพื้นฐานที่อำนวยความสะดวกในการเข้าใช้งานพื้นที่เปิดโล่ง คือ การทำการตลาดสนับสนุนประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องในทุกสื่อที่มี

ภูมิสถาปนิก กล่าวว่า การออกแบบพื้นที่เพื่อรองรับการจัดกิจกรรมต้องปรับเปลี่ยนได้ง่าย ดังนั้นพื้นที่ต้องมีความกว้าง ว่างโล่ง ซึ่งภูมิสถาปนิกแนะนำว่าตัวแปรสำคัญในการออกแบบพื้นที่เปิดโล่งของอาคารพาณิชย์กรรมเพื่อการจัดกิจกรรมนั้น คือ จำนวนผู้ใช้งานที่มากที่สุดและความต้องการกิจกรรมที่มากที่สุด โดยทั้งสองอย่างสนับสนุนซึ่งกันและกัน ซึ่งอาจจะเป็นความได้เปรียบหนึ่งของเซ็นทรัลเวิลด์สแควร์ที่มีขนาดใหญ่ถึง 8,000 ตารางเมตร ทำให้สามารถจัดกิจกรรมพร้อมกันได้มากกว่าหนึ่งกิจกรรม โดยพื้นที่สามารถเปิดให้เช่าเพื่อจัดกิจกรรมพร้อมกันได้ถึง 4 พื้นที่ แล้วยังเหลือพื้นที่เป็นพื้นที่ทางสัญจร หรือเป็นพื้นที่ทางเลือกให้ผู้ใช้งานได้เลือกใช้งานได้อย่างไม่แออัด และภูมิสถาปนิกยังมีความปรารถนาให้พื้นที่เปิดโล่งดังกล่าวเป็นพื้นที่ทางเลือกเพื่อการพักผ่อนของคนเมือง เสริมสร้างประสบการณ์และคุณภาพชีวิตที่ดี

ผลจากแบบสอบถามกลุ่มผู้ใช้งานพื้นที่ พบว่า กลุ่มผู้ใช้งานพื้นที่เซ็นทรัลเวิลด์สแควร์ มีความพึงพอใจต่อรูปแบบของกิจกรรมที่จัดขึ้น เพราะเต็มไปด้วยความคึกคัก สนุกสนาน

มีชีวิตชีวา และผู้ใช้งานจะชื่นชอบมากเป็นพิเศษหากเมื่อมาใช้งานพื้นที่เซ็นทรัลเวิลด์สแควร์แล้วพบว่ามิกิจกรรมที่หลากหลายให้ได้เลือกเข้าไปใช้งาน รวมทั้งชื่นชอบกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับฤดูกาล และเหตุการณ์สำคัญโดยเฉพาะกิจกรรมในช่วงเดือนธันวาคมของทุกปี

3.3 ลักษณะทางกายภาพด้านการออกแบบแนวคิดและองค์ประกอบ

3.3.1 แนวคิดในการออกแบบ

ผลจากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่โครงการ ฝ่ายพัฒนาธุรกิจของกลุ่มเซ็นทรัลพัฒนาและฝ่ายการตลาดของศูนย์การค้า พบว่าในการออกแบบพื้นที่เปิดโล่งของอาคารศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์ สิ่งที่ต้องคำนึงหลักสำคัญที่สุดคือ ความต้องการด้านรายได้ที่จะเข้าสู่ศูนย์การค้าที่มากที่สุด (Maximize income) เพราะโครงการเป็นภาคเอกชนจึงมีความต้องการด้านรายได้เป็นสิ่งสำคัญ โดยวิธีที่ฝ่ายการตลาดเลือกใช้คือ การจัดกิจกรรมให้มากที่สุด เพื่อดึงดูดผู้คนให้เข้ามาใช้พื้นที่ให้มากที่สุดเช่นกัน โดยรายได้ที่ได้รับจากเซ็นทรัลเวิลด์สแควร์ ประกอบด้วย 2 ส่วนหลักคือ

1. รายได้ทางตรง คือ รายได้จากค่าเช่าพื้นที่เปิดโล่งเพื่อการจัดกิจกรรม
2. รายได้ทางอ้อม คือ รายได้จากกลุ่มผู้ใช้งานที่เข้าร่วมกิจกรรมพื้นที่เปิดโล่งลานด้านหน้าอาคาร และเข้ามาใช้บริการต่อภายในศูนย์การค้า



ภาพที่ 3.34 ภาพแสดงในการนำเสนอแนวคิดของศูนย์การค้าที่ทันสมัย และยิ่งใหญ่ที่สุดของเซ็นทรัลพัฒนา
ที่มาของรูป : <http://www.cpn.co.th/centralworld> , 9 สิงหาคม 2552.

การออกแบบเซ็นทรัลเวิลด์สแควร์ เป็นส่วนหนึ่งของศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์ โครงการที่กลุ่มเซ็นทรัลพัฒนา มีความคาดหวังที่จะให้เป็นที่สุดของที่สุดศูนย์การค้าที่กลุ่มเซ็นทรัลพัฒนามีอยู่ ดังนั้นการออกแบบจึงต้องเป็นที่สุดด้วยเช่นกัน ด้วยต้องมีความยิ่งใหญ่ของสถาปัตยกรรม และความยิ่งใหญ่ของพื้นที่เปิดโล่งหน้าบ้านที่ไม่มีศูนย์การค้าใดในย่าน ที่มีพื้นที่เปิดโล่งใหญ่กว่านี้ดังจะเห็นได้จากรูปด้านอาคารศูนย์การค้าที่แลดูใหญ่โต มโหฬาร (Imperial pride) แสดงอำนาจและศักยภาพสูงสุดของศูนย์การค้า ดังภาพที่ 3.34



ภาพที่ 3.35 ภาพแสดงในการนำเสนอแนวคิดของเซ็นทรัลเวิลด์สแควร์ที่โก้นุ ทันสมัย และมีระดับ
ที่มาของรูป : <http://www.cpn.co.th/centralworld> , 9 สิงหาคม 2552.

ในการออกแบบศูนย์การค้าใหญ่ในเมืองที่ใหญ่ที่สุด ฝ่ายพัฒนาธุรกิจเลือกใช้แนวคิดความทันสมัยให้แก่การออกแบบ เป็นการเปลี่ยนกระบวนทัศน์ที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบศูนย์การค้าใหม่ทั้งหมด สร้างสิ่งแวดล้อมใหม่ของการจับจ่ายและบริการ โดยภาพลักษณ์ของการออกแบบต้องดูหรูหรา ทันสมัย และมีระดับ ซึ่งแนวคิดดังกล่าวสะท้อนต่อมายังการออกแบบพื้นที่เปิดโล่งที่ต้องมีความทันสมัย เรียบง่าย และสนับสนุนตัวอาคารให้ดูโดดเด่นทั้งเวลากลางวันและกลางคืน

นอกจากนี้เซ็นทรัลเวิลด์สแควร์ยังเปรียบเสมือนเป็นคำตอบที่เหมาะสมที่สุดสำหรับการประกอบกิจกรรมในรูปแบบต่างๆ ของคนเมืองเพราะตั้งอยู่ใจกลางเมือง เดินทางสะดวกสบาย และเป็นจุดหมายปลายทางที่ครบวงจร เป็นดังสถานที่พักผ่อนของเมือง เป็นพื้นที่เติมเต็มความสุขของชีวิตคนเมืองให้สมบูรณ์แบบยิ่งขึ้นอย่างแท้จริง

ขณะที่ผลจากการสัมภาษณ์เกี่ยวกับแนวคิดในการออกแบบจากฝ่ายอาคารและสถานที่ของศูนย์การค้า พบว่า มีความต้องการด้านสิ่งแวดล้อมพื้นฐานทั้งระบบ น้ำประปา ไฟฟ้า การออกแบบพืชพรรณที่ประดับตกแต่งพื้นที่ให้สวยงาม รวมถึงการออกแบบที่เพื่อการซ่อมบำรุงในอนาคตก็น่าจะเป็นสิ่งที่การออกแบบควรต้องพิจารณาเพิ่มเติม โดยฝ่ายอาคารมักจะกล่าวถึงว่าภูมิสถาปนิกมักจะไม่ได้ให้ความสำคัญกับเรื่องการบำรุง ดูแลรักษาหลังการเปิดใช้งานพื้นที่เปิดโล่ง

ภูมิสถาปนิก อธิบายถึงแนวคิดวิธีการออกแบบที่สอดคล้องกับแนวคิดที่ฝ่ายพัฒนาธุรกิจของกลุ่มเซ็นทรัลพัฒนาให้โจทย์มาคือ การออกแบบรายละเอียดต่างๆ ที่สร้างความประทับใจ และดูสวยงาม แต่เรียบง่าย เพื่อให้ผู้ใช้งานใช้เวลาในพื้นที่เปิดโล่งให้นานมากที่สุด รวมทั้งต้องออกแบบให้รู้สึกไม่อึดอัดในการใช้งานพื้นที่ ให้ผู้ใช้งานรู้สึกถึงความสบาย โปร่ง และสามารถแสดงความเป็นอิสระได้ในการใช้พื้นที่จนสามารถใช้พื้นที่ได้นานจนลืมเวลาไปเสีย

การออกแบบเพื่อการจัดการด้านความร้อนสะสมบนพื้นที่เซ็นทรัลเวิลด์สแควร์ เป็นอีกหนึ่งแนวคิดในการออกแบบที่ภูมิสถาปนิกให้การพิจารณา เนื่องจากความร้อนจากแสงแดดในเวลากลางวัน ทำให้เกิดความร้อนสะสมในพื้นที่ ดังนั้นจึงภูมิสถาปนิกจึงเลือกใช้น้ำเป็นตัวช่วยในการจัดการด้านความร้อนบนพื้นที่เปิดโล่ง โดยการออกแบบน้ำพุเพื่อพ่นละอองน้ำฝอยในโซน B และโซน C ดังภาพที่ 3.36



ภาพที่ 3.36 แสดงการออกแบบโดยการใช้น้ำเพื่อช่วยในการลดความร้อน

การออกแบบที่รองรับจำนวนกิจกรรมและจำนวนผู้ใช้งานนั้น ภูมิสถาปนิกได้ออกแบบให้พื้นที่สำหรับการจัดกิจกรรมโล่งและเรียบที่สุด ไม่มีสิ่งกีดขวางบนพื้นที่ เพื่อให้สามารถใช้สอยพื้นที่ได้มากที่สุด และสามารถจัดกิจกรรมที่หลากหลายรูปแบบ ปรับเปลี่ยนได้ง่าย (Flexible Design)

ผลจากแบบสอบถามกลุ่มผู้ใช้งานพื้นที่ พบว่า กลุ่มผู้ใช้งานพื้นที่เซ็นทรัลเวิลด์สแควร์ มีความพอใจในภาพลักษณ์ที่ทันสมัยของพื้นที่เปิดโล่งรวมถึงอาคารศูนย์การค้า แต่ประเด็นในเรื่องแนวคิดในการออกแบบนั้นไม่ได้ส่งผลกระทบต่อการใช้พื้นที่ของผู้ใช้งานมาก ความสนใจสำคัญของผู้ใช้งานยังคงเป็นเรื่องกิจกรรมและกลุ่มผู้ใช้งานพื้นที่เป็นเรื่องใหญ่ ผู้ใช้งานส่วนหนึ่งเปรียบเทียบการใช้เซ็นทรัลเวิลด์สแควร์เสมือนการใช้งานสวนสาธารณะเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ เข้าใช้พื้นที่ที่จะได้รับความรู้สึกที่ผ่อนคลาย มีกิจกรรมที่ให้เลือกทำที่หลากหลาย อาจจะแตกต่างกันที่เซ็นทรัลเวิลด์สแควร์ ไม่ได้เป็นพื้นที่สีเขียวเหมือนอย่างสวนสาธารณะ

3.3.2 องค์ประกอบทางภูมิทัศน์

3.3.2.1 ที่นั่ง

การออกแบบที่นั่งบนเซ็นทรัลเวิลด์สแควร์มีอยู่ 2 ประเภท คือ ประเภทที่นั่งพื้นฐาน (primary seating) และที่นั่งระดับรอง (secondary seating) สำหรับที่นั่งประเภทพื้นฐานคือที่นั่งที่ถูกออกแบบมาเพื่อให้เป็นที่นั่งโดยเฉพาะ ในเซ็นทรัลเวิลด์สแควร์มีที่นั่งพื้นฐาน 2 รูปแบบคือ ที่นั่งที่ยื่นจากผนังกระเบื้องต้นไม้ บริเวณด้านหน้าของพื้นที่เปิดโล่งที่เป็นกระเบื้องต้นชาดัด ยาวตลอดแนว (ภาพที่ 3.37) และที่นั่งที่อยู่บริเวณทางเข้าศูนย์การค้าชั้นที่ 1 ที่ออกแบบเป็นที่นั่งและกระเบื้องปลูกต้นไม้ (ภาพที่ 3.38)



ภาพที่ 3.37 (ซ้าย) ที่นั่งที่ยื่นออกจากผนังกระเบื้องต้นไม้ บริเวณด้านริมถนนราชดำริ

ภาพที่ 3.38 (ขวา) ที่นั่งบริเวณด้านหน้าอาคารศูนย์การค้า เป็นส่วนหนึ่งของเซ็นทรัลเวิลด์สแควร์

ที่นั่งระดับรอง คือ การออกแบบองค์ประกอบทางภูมิทัศน์ชนิดอื่นๆ แต่ส่วนหนึ่งของการออกแบบถึงคำนึงเพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถนั่งได้ ซึ่งประกอบไปด้วย ลานน้ำพุดนตรี กระเบื้องน้ำพุในโซน A, โซน C, กระเบื้องต้นไม้วางบันไดทางขึ้น และการยกระดับพื้นทิวาลย์บริเวณโซน F โดยที่นั่งระดับรองนั้น มีระดับความสูงที่ราว 0.20 – 0.80 เมตร



ภาพที่ 3.39 (ซ้าย) แสดงการออกแบบกระแสน้ำพุ บริเวณโซน A ที่สามารถใช้เป็นที่นั่งได้



ภาพที่ 3.40 (ขวา) แสดงการออกแบบระลอกเสียดลานน้ำพุดนตรี บริเวณเซน เออาทิตย์ออริน่า ที่สามารถใช้เป็นที่นั่งได้



ภาพที่ 3.41 แสดงการออกแบบแท่นน้ำพุ บริเวณโซน C ที่สามารถใช้เป็นที่นั่งได้

ผลจากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่โครงการ พบว่าฝ่ายพัฒนาธุรกิจของกลุ่มเซ็นทรัล พัฒนาให้ความสำคัญกับที่นั่งในเรื่องหน้าที่ของที่นั่งเป็นพื้นที่หวงคนให้อยู่ภายในพื้นที่นานขึ้น รองรับการใช้งานของผู้คน และพอใจกับรูปแบบของที่นั่งที่อยู่เพียงแคโดยรอบ ทำให้เหลือพื้นที่ภายในเป็นลานขนาดกว้างในการจัดกิจกรรมได้สะดวก สอดคล้องกับความเห็นฝ่ายการตลาด ศูนย์การค้า ที่สังเกตเห็นการจัดวางตำแหน่งที่นั่งไว้โดยรอบเป็นสิ่งที่เหมาะสม โดยไม่ให้ความสำคัญเรื่องจำนวนที่นั่งกับจำนวนผู้ใช้งาน เพราะเชื่อว่าผู้ใช้งานที่เข้าร่วมกิจกรรม มีความประสงค์ที่จะใช้ที่นั่งเป็นจำนวนไม่มาก

ภูมิสถาปนิก กล่าวว่า การออกแบบที่นั่งในพื้นที่เปิดโล่ง เพื่อการจัดกิจกรรม อเนกประสงค์ ว่ามีแนวทางการออกแบบ 2 แนวทางคือ เป็นที่นั่งที่เคลื่อนย้ายได้ กับเคลื่อนย้าย ไม่ได้ แต่สำหรับโจทย์ของเซ็นทรัลเวิลด์สแควร์ ผู้ออกแบบเลือกใช้ที่นั่งแบบเคลื่อนย้ายไม่ได้ และ ออกแบบที่นั่งให้อยู่บริเวณโดยรอบขอบของพื้นที่เปิดโล่งเพียงเท่านั้น เพื่อให้พื้นที่ตรงกลาง สามารถจัดกิจกรรมที่เต็มพื้นที่ นอกจากนั้นภูมิสถาปนิกยังเลือกออกแบบที่นั่งเพิ่มเติมด้วยวิธีการ ยกขอบกระเบื้องต้นไม้ หรือขอบกระเบื้องน้ำพุ ให้ผู้ใช้งานสามารถนั่งพักได้ เป็นอีกหนึ่งทางเลือกเพื่อ การใช้งาน

นอกจากนั้นผู้ออกแบบอธิบายพฤติกรรมของผู้ใช้งานว่าจะเลือกใช้งานที่นั่งหลัก เป็นลำดับแรก แล้วจึงจะเลือกใช้งานที่นั่งระดับรอง เช่น กระเบื้องต้นไม้ หรือกระเบื้องน้ำพุ (ภาพที่ 3.14) ที่จะเห็นว่าผู้ใช้งานจะเลือกใช้นั่งระดับปกติก่อนใช้กระเบื้องน้ำพุเพื่อการนั่ง ทั้งนี้ยังมีสิ่งที่ ต้องพิจารณาเพิ่มเติมอีกในเรื่องจำนวนที่นั่ง รูปแบบของที่นั่ง และการออกแบบรายละเอียดที่นั่งให้ ผู้ใช้สะดวกสบาย และมีความปลอดภัยในการใช้งาน

ผลจากการสอบถามกลุ่มผู้ใช้งานพื้นที่ พบว่า กลุ่มผู้ใช้งานพื้นที่เปิดโล่ง ไม่ได้มี ความคาดหวังมากกับการจัดเตรียมที่นั่งเพื่อรองรับการใช้งานของเซ็นทรัลเวิลด์สแควร์ หากมี ความประสงค์ที่จะใช้ที่นั่งจะพิจารณาเลือกที่นั่งที่ไม่ร้อนแดดเป็นสิ่งแรก และใกล้เส้นทางสัญจร เข้าออกอาคารศูนย์การค้าก่อน

3.3.2.2 พืชพรรณ

การใช้พืชพรรณในพื้นที่เซ็นทรัลเวิลด์สแควร์ใช้เพื่อการกั้นอาณาเขตพื้นที่เปิด โล่งกับแนวบาทวิถีถนนราชดำริ และเพื่อความสวยงามเป็นส่วนสำคัญ การปลูกพืชพรรณสามารถ จำแนกได้ด้วยลักษณะการปลูก โดยจำแนกเป็นลักษณะการปลูกลงในพื้นดิน และลักษณะการ ปลูกในกระเบื้องต้นไมบบนพื้นที่เปิดโล่ง

1. ลักษณะการปลูกพืชพรรณลงในพื้นดินบริเวณพื้นที่เชื่อมต่อระหว่างแนว ถนนราชดำริกับพื้นที่เปิดโล่ง(ด้านล่างของพื้นที่เปิดโล่งเป็นลานจอดรถ จึงมีพื้นที่เว้นไว้เพื่อให้แสงสว่างส่องลงไปลานจอดรถ และเพื่อระบาย อากาศชั้นใต้ดิน) และบริเวณโดยรอบลานน้ำพุดนตรี พืชพรรณที่ใช้ ประกอบด้วย พืชพรรณระดับสูง ได้แก่ ปาล์มขวด และหูกระจง ซึ่งการ ปลูกต้นไม้มะดับสูง โดยการปลูกอย่างไม่สลับไปมา ตลอดแนวพื้นที่เปิด โล่ง สำหรับพืชพรรณคลุมดิน ได้แก่ ขาไก่ไทย โมก เศรษฐีไซ่ง่อน หนวด

ปลาดุกแคระ และหญ้ามาเลเซีย เป็นต้น ซึ่งจะปลูกเป็นไม้พุ่มและไม้คลุมดินดังภาพที่ 3.42



ภาพที่ 3.42 แสดงการปลูกพืชพรรณลงบนดิน บริเวณเซ็นทรัลเวสต์เกตควอเตอร์ ในภาพประกอบด้วยไม้ระดับสูงและไม้คลุมดิน

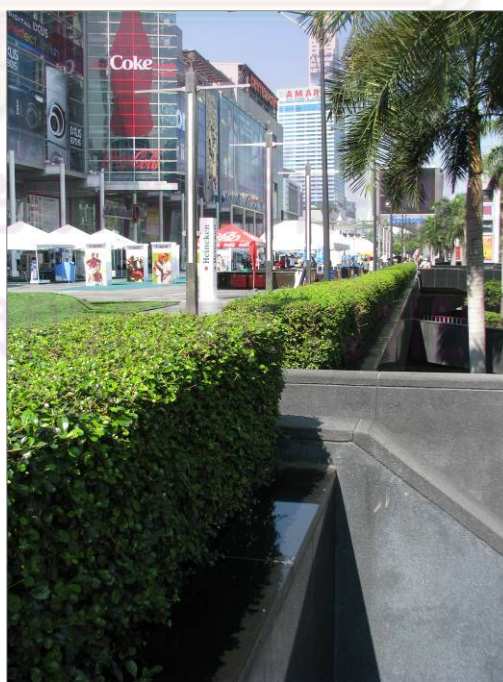


ภาพที่ 3.43 แสดงการปลูกหูกระจง บริเวณรอบลานน้ำพุดนตรี เพื่อสร้างอาณาเขตพื้นที่เปิดโล่ง

2. ลักษณะการปลูกพืชพรรณลงในกระบะต้นไม้พบบนพื้นที่เปิดโล่ง จากการสำรวจพบว่าพืชพรรณที่ปลูกในกระบะต้นไม้ที่ยกขึ้นจากพื้น จะเป็นไม้พุ่มหรือไม้ขนาดเล็ก และมักจะเลือกชนิดของพืชพรรณที่มีความทนทานต่อการเด็ด ทำลายโดยฝีมือมนุษย์ เช่น ชาดัด ปริกน้ำค้าง และ พยับหมอก เป็นต้น โดยจะถูกจัดวางในตำแหน่งโดยรอบพื้นที่เปิดโล่ง ยกเว้นบริเวณเทวาลัย มีการปลูกต้นไม้ใหญ่เพิ่มเติม บริเวณเทวาลัยพระศรีมูรติ เพื่อสร้างอาณาเขตบริเวณสถานที่ศักดิ์สิทธิ์



ภาพที่ 3.44 (ซ้าย) แสดงการปลูกพยับหมอก บริเวณราวบันไดทางขึ้นลง พื้นที่เปิดโล่ง ซึ่งพยับหมอกเป็นพืชพรรณที่มีความทนต่อสภาพอากาศ และหาเปลี่ยนได้ง่าย
ภาพที่ 3.45 (ขวา) แสดงการปลูกปริกน้ำค้างในกระบะต้นไม้ ซึ่งเป็นพืชที่หาทดแทนได้ง่าย



ภาพที่ 3.46 บริเวณที่ใช้เป็นที่นั่งหลัก ใช้การปลูกชาชกเกียน ไม้ที่ทนทานสูงทั้งสภาพอากาศและการทำลายโดยฝีมือมนุษย์

ผลจากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่โครงการ ฝ่ายพัฒนาธุรกิจของกลุ่มเซ็นทรัล พัฒนาและฝ่ายการตลาดของศูนย์การค้า พบว่าการใช้พืชพรรณสำหรับพื้นที่เปิดโล่งที่ปรากฏอยู่ บริเวณด้านหน้าติดแนวบาทวิถีถนนราชดำรินั้นเพียงเพื่อกันอาณาเขตของพื้นที่เปิดโล่งให้มีความชัดเจน โดยหากจะใช้พืชพรรณในพื้นที่เปิดโล่งเพื่อการจัดกิจกรรมอเนกประสงค์นั้น ฝ่ายพัฒนาธุรกิจแนะนำว่าการใช้พืชพรรณต้องไม่ให้เกะกะในพื้นที่สำหรับกิจกรรมเพราะเนื่องด้วยภาคเอกชนต้องการให้พื้นที่สามารถรองรับผู้ใช้งานได้มากที่สุด นอกจากนั้นการสัมภาษณ์ฝ่ายอาคารและสถานที่ของศูนย์การค้า พบว่าการใช้พืชพรรณประดับตกแต่งพื้นที่เปิดโล่ง สิ่งที่ตามมาคือการบำรุงดูแลรักษาโดยยิ่งถ้ามีจำนวนมากก็จะสิ้นเปลืองมากเช่นกัน

ภูมิสถาปนิก กล่าวว่าในการออกแบบพื้นที่เปิดโล่ง ประเภทลานโล่ง เพื่อจัดกิจกรรมอเนกประสงค์นั้น การใช้พืชพรรณในการออกแบบอาจจะไม่ใช่สิ่งสำคัญที่ต้องพิจารณา ควรจะพิจารณาตามโจทย์ที่ต้องการรองรับกิจกรรมและผู้ใช้งานให้มากที่สุด และภาพลักษณ์ที่ดูทันสมัยมากกว่า ซึ่งการใช้ต้นไม้ใหญ่ในพื้นที่ อาจจะทำให้ผลดีที่สร้างร่มเงาให้แก่พื้นที่และกลุ่มผู้ใช้งาน แต่อาจจะไม่สอดคล้องกับการจัดกิจกรรมที่ต้องการรองรับจำนวนของผู้ใช้งาน รวมถึงภาพลักษณ์ใหม่ที่ทันสมัยของศูนย์การค้า

การเลือกใช้พืชพรรณบนพื้นที่เปิดโล่ง มีข้อจำกัดของลักษณะโครงสร้างที่ชั้นล่างเป็นลานจอดรถ (ลักษณะคล้ายสวนหลังคา) จึงจำเป็นต้องใช้กระบะปลูกพืชพรรณที่เป็นแบบยกพื้นขึ้นเพียงเท่านั้น ซึ่งภูมิสถาปนิกจึงผนวกแนวคิดให้กระบะปลูกพืชพรรณ สามารถใช้เป็นที่นั่งได้เพิ่มเติมจากที่นั่งหลักพื้นฐาน

ผลจากแบบสอบถามกลุ่มผู้ใช้งานพื้นที่ พบว่า กลุ่มผู้ใช้งานพื้นที่เซ็นทรัล เวิลด์สแควร์ แสดงความต้องการในทางกลับกันกับฝ่ายอื่นๆ โดยต้องการความร่มรื่น และร่มเงาจากพืชพรรณที่มากขึ้นกว่าเดิม ส่วนหนึ่งจากการสอบถามผู้ใช้งานมีความพอใจเกี่ยวกับพืชพรรณ เพราะพืชพรรณสามารถสร้างความประทับใจ และสร้างทัศนคติที่ดีว่าการมีต้นไม้เป็นผลด้านดีกับพื้นที่ โดยที่ผู้ใช้งานไม่ได้สนใจว่าพืชพรรณขนาดใหญ่อาจส่งผลกระทบต่อการใช้สอยพื้นที่ของศูนย์การค้าในการจัดกิจกรรม

3.3.2.3 วัสดุปูพื้นและการเปลี่ยนระดับพื้น

การปูพื้นของเซ็นทรัลเวิลด์สแควร์ แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ พื้นสำหรับทางสัญจร และพื้นสำหรับพื้นที่จัดกิจกรรม โดยเลือกใช้วัสดุชนิดเดียวกันคือกระเบื้องซีเมนต์หนา ผิวด้านเรียบ ไม่ลื่น แต่มีความแตกต่างด้วยสีสันทันของวัสดุ มีสีหลักคือ สีขาว สีเทา และสีดำ รวมถึงความแตกต่างลวดลายของการปูพื้น โดยสำหรับพื้นที่ทางสัญจรเพื่อเข้าสู่ประตูทางเข้าศูนย์การค้าจะปู

ด้วยกระเบื้องซีเมนต์สีขาวสลับกับกระเบื้องสีเทา เป็นแนวตรงขวางกับทางสัญจรเพื่อเข้าสู่อาคาร ดังภาพที่ 3.47 และสำหรับพื้นที่สำหรับบริเวณจัดกิจกรรมนั้นจะเน้นด้วยกระเบื้องซีเมนต์สีดำกับกระเบื้องซีเมนต์สีเทา รูปแบบและลวดลายการปูพื้นจะแตกต่างกันตามแต่ละโซนพื้นที่ โดยเน้นเป็นลวดลายที่เป็นสีเหลี่ยมอยู่ ดังภาพที่ 3.48

เซ็นทรัลเวิลด์สแควร์ไม่มีการเปลี่ยนระดับพื้น ซึ่งระดับพื้นจะเท่ากันตลอดพื้นที่ ความต่างระดับพื้นที่อยู่ในบริเวณที่เชื่อมกับพื้นที่ก่อนทางเข้าสู่ศูนย์การค้าที่ใช้เป็นพื้นที่นั่งพัก และความต่างระดับกับพื้นขององค์ประกอบทางภูมิทัศน์ภายในพื้นที่ เช่น กระบะต้นไม้ กระบะน้ำพุ และการเปลี่ยนระดับพื้นยกของเทวาลัยพระตรีมูรติ และเทวาลัยพระพิฆเนศวร ในบริเวณที่เป็นพื้นที่ต่างระดับบริเวณทางเข้าออกพื้นที่เปิดโล่ง จะมีทั้งการออกแบบบันไดทางเดินเท้า และทางลาดเพื่อเชื่อมต่อความต่างระดับ หนึ่งทางลาด (ramp) มีทั้งทางลาดสำหรับรถยนต์เพื่อการบริการบริเวณโซน A และทางลาดสำหรับรถเข็น บริเวณเซน เอ้าท์ดอร์ อารีน่า (Zen outdoor Arena) ในภาพที่ 3.50 และ 3.51



ภาพที่ 3.47 (ซ้าย) ลวดลายการปูพื้นทางสัญจรเพื่อเข้าสู่ประตูทางเข้าสู่ศูนย์การค้า ที่เน้นสีสว่าง

ภาพที่ 3.48 (ขวา) ลวดลายการปูพื้นสำหรับบริเวณจัดกิจกรรม ที่เน้นสีเข้ม



ภาพที่ 3.49 แสดงระดับพื้นของเซ็นทรัลเวิลด์สแควร์ที่ไม่มีการเล่นระดับ ในบริเวณที่ใช้เพื่อการจัดกิจกรรม



ภาพที่ 3.50 (ซ้าย) ทางลาดสำหรับรถยนต์บริเวณโซน A สำหรับการบริการเพื่อการจัดกิจกรรม

ภาพที่ 3.51 (ขวา) ทางลาดสำหรับรถเข็น บริเวณเซ็น เอทด์อร์ อารีน่า เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้พิการ และผู้สูงอายุ

ผลจากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่โครงการ ฝ่ายพัฒนาธุรกิจของกลุ่มเซ็นทรัลพัฒนาและฝ่ายการตลาดของศูนย์การค้า แนะนำว่าในการสร้างพื้นที่เปิดโล่งเพื่อการจัดกิจกรรมของภาคเอกชน ไม่ควรเปลี่ยนระดับพื้นควรเป็นลานเรียบ จะมีความเหมาะสมมากกว่าเพราะสามารถจัดกิจกรรมได้สะดวก ปรับเปลี่ยนรูปแบบการจัดงานได้ง่าย ขณะที่ฝ่ายอาคารและสถานที่พึงพอใจที่เป็นลานเรียบไม่มีการเปลี่ยนระดับ ด้วยทำให้ผู้ใช้งานจำนวนมากมีความปลอดภัยในการใช้พื้นที่ ไม่สะดุดล้มพื้นที่มีความต่างระดับ รวมถึงง่ายในการดูแลรักษาพื้นที่ ฝ่ายอาคารและสถานที่ แนะนำเพิ่มเติมเกี่ยวกับวัสดุปูพื้นควรเป็นวัสดุที่หาทดแทนเปลี่ยนได้ง่าย เพราะโอกาสในการชำรุดมีสูงมาก

ภูมิสถาปนิก ให้ความสำคัญกับการออกแบบวัสดุปูพื้นและการเปลี่ยนระดับพื้น ด้วยเรื่องดังกล่าวเป็นสิ่งทีภูมิสถาปนิกต้องคิดคำนึงในการออกแบบที่ต้องตอบสนองทั้งการใช้งาน และภาพลักษณ์ของพื้นที่ โดยนักออกแบบเลือกใช้วัสดุปูพื้นที่มีสีเข้มในส่วนพื้นที่จัดกิจกรรม และดูไม่สกปรกง่าย และใช้วัสดุปูพื้นที่มีสีอ่อนในส่วนที่ใช้เป็นเส้นทางสัญจรเข้าสู่อาคารศูนย์การค้า เพื่อเน้นเป็นทางเข้าสู่อาคารศูนย์การค้า สำหรับการออกแบบลดทอนของการปูพื้น นักออกแบบใช้รูปแบบลดทอนสีเหลี่ยมในการปูพื้น ไม่ได้มีการใช้ลูกเล่นของการวางลดทอน สอดคล้องแนวคิดที่ทันสมัย เรียบง่าย จึงออกแบบลดทอนให้ดูเรียบง่ายด้วยเช่นเดียวกัน

ผลจากแบบสอบถามกลุ่มผู้ใช้งานพื้นที่ พบว่ากลุ่มผู้ใช้งานพื้นที่เซ็นทรัลเวิลด์ สแควร์ มีความพอใจกับการไม่เล่นระดับพื้นในพื้นที่เปิดโล่ง ทำให้รู้สึกถึงความปลอดภัย สะดุดล้มได้ยากกว่าพื้นที่ที่มีการเล่นระดับ ยิ่งวันที่มีการจัดกิจกรรม แล้วมีผู้ใช้งานเป็นจำนวนมาก แต่สำหรับเรื่องของการใช้วัสดุปูพื้นนั้น กลุ่มผู้ใช้งานไม่ได้ให้ความเห็นใดๆ เกี่ยวกับเรื่องดังกล่าว

3.3.2.4 งานศิลปะ ประติมากรรมในพื้นที่

ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์ เน้นแนวความคิดการใช้งานศิลปะ และประติมากรรมมาประกอบในพื้นที่ทั้งภายในศูนย์การค้า และภายนอกอาคารศูนย์การค้า ซึ่งงานศิลปะ ประติมากรรมสามารถสร้างความน่าสนใจให้พื้นที่ได้เป็นอย่างดี ดึงดูดผู้ใช้งานได้เป็นจำนวนมาก และผู้ใช้งานสามารถมีประสบการณ์ร่วมกับงานศิลปะ เช่น เดินชมนิทรรศการ หรือบันทึกภาพร่วมกับงานประติมากรรม เป็นต้น การจัดวางงานศิลปะ ประติมากรรมบนเซ็นทรัลเวิลด์สแควร์ ส่วนมากถูกวางไว้ในบริเวณ ลานน้ำพุดนตรี บริเวณทางเข้าออกทางสัญจร และบริเวณใกล้กับทางขึ้นลงพื้นที่เปิดโล่ง ติดแนวบาทวิถีริมถนนราชดำริ โดยในช่วงเวลาที่ทำการศึกษพื้นที่พบงานศิลปะ ประติมากรรม หลายประเภท อาทิเช่น

1. งานศิลปะ ประติมากรรมที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมที่จัดขึ้น เมื่อมีการจัดกิจกรรมเกิดขึ้น ซึ่งอาจเป็นกิจกรรมที่จัดขึ้นเพียงวันเดียว หรือกิจกรรมที่จัดเป็นช่วงระยะเวลาหลายวัน ผู้จัดงานก็มักจะเลือกใช้งานศิลปะ หรือประติมากรรมมาประดับตกแต่งพื้นที่ เช่น การจัดเทศกาลลานเบียร์ ,การจัดเทศกาลญี่ปุ่น, การจัดเทศกาลฟุตบอล หรือแม้แต่การจัดกิจกรรมเกี่ยวกับภาครัฐ อาทิเช่น กิจกรรมจัดแสดงสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์
2. งานศิลปะประติมากรรม ภายใต้แนวคิดโครงการ “เดอะ สคัลป์เจอร์ แอท เซ็นทรัลเวิลด์” (The sculpture at central world) เป็นโครงการที่นำงาน

ศิลปะเข้ามาเป็นหนึ่งในองค์ประกอบหลักของศูนย์ การค้าถือเป็นความนิยมสมัยใหม่ที่เกิดขึ้นกับศูนย์การค้าที่ตั้งอยู่ในมหานครหลักๆ ทั่วโลก อีกทั้งยังสะท้อนถึงบทบาทของศูนย์การค้าที่ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางในการพัก ผ่อนหย่อนใจในการใช้ชีวิต ซึ่งไม่จำกัดอยู่เพียงการนำเสนอสินค้าและบริการ แต่ยังมีมุ่งนำเสนองานศิลปะเพื่อจรรโลงใจ เช่น ประติมากรรมในชื่อ “เดอะ เฮด” (THE HEAD) ซึ่งเป็นรูปปั้นศีรษะหญิงชาวอินเดีย สร้างสรรค์ผลงานโดย ราวิเดอร์ เร็ดดี (Ravinder Reddy) ศิลปินระดับโลกชื่อดังชาวอินเดีย

3. งานศิลปะ ประติมากรรมตามเทศกาล และเหตุการณ์สำคัญ ในเซ็นทรัล เวิลด์สแควร์ได้พยายามให้มีงานศิลปะ ประติมากรรมที่สอดคล้องตามเทศกาลต่างๆ เช่น ต้นคริสต์มาสสูง 30 เมตร พร้อมองค์ประกอบประดับประดาเพิ่มบรรยากาศ ความสนุกสนาน, กิจกรรมเฉลิมพระชนมพรรษา หรือกิจกรรมนันทนาการเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระเจ้าพี่นางเธอ เจ้าฟ้ากัลยาณิวัฒนา กรมหลวงนราธิวาสราชนครินทร์



ภาพที่ 3.52 (ซ้าย) แสดงงานศิลปะ ประติมากรรมของเครื่องดีมแอลกอฮอล์ที่เช่า พื้นที่เพื่อจัดกิจกรรมลานเบียร์

ภาพที่ 3.53 (ขวา) ประติมากรรม “เดอะ เฮด” โดย ราวิเดอร์ เร็ดดี ที่พบผู้ใช้งานจำนวนมากร่วมบันทึกภาพกับประติมากรรมชิ้นนี้



ภาพที่ 3.54 บรรยายทัศนทรรศการภาพถ่ายกลางแจ้งจากมุมสูง “Earth From Above”



ภาพที่ 3.55 แสดงต้นคริสต์มาสยักษ์ ที่ใหญ่ที่สุดในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ภูมิสัญลักษณ์ประจำปีที่สำคัญของเซ็นทรัลเวิลด์สแควร์ สามารถดึงดูดผู้ใช้งานมากมาย

ภาพที่ 3.56 แสดงหอคอย The greeting ball tower งานศิลปะลอยตัว ที่เป็นตัวแทนแห่งการเฉลิมฉลองนับถอยหลังเข้าสู่ปีใหม่ จะให้หอคอยดังกล่าวในช่วงสัปดาห์สุดท้ายก่อนเข้าสู่ปีใหม่

ผลจากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่โครงการ ฝ่ายพัฒนาธุรกิจของกลุ่มเซ็นทรัล พัฒนาและฝ่ายการตลาดของศูนย์การค้า พบว่า แนวคิดของการนำงานศิลปะและประติมากรรม เข้ามาเป็นหนึ่งในองค์ประกอบหลักของศูนย์การค้า เป็นค่านิยมใหม่ที่เกิดขึ้นกับศูนย์การค้าที่ตั้งอยู่ในมหานครทั่วโลก อีกทั้งยังสะท้อนถึงบทบาทของศูนย์การค้าที่ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางในการพักผ่อนหย่อนใจในการใช้ชีวิต ซึ่งไม่จำกัดอยู่เพียงเพื่อการนำเสนอสินค้าและบริการ แต่ยังมุ่งนำเสนองานศิลปะเพื่อจรรโลงใจ ตัวอย่างของศูนย์การค้าที่นำเสนอค่านิยมดังกล่าว ได้แก่ ศูนย์การค้า Bull Ring ที่เมืองเบอร์มิงแฮม ประเทศอังกฤษ, ศูนย์การค้า Roppongi Hills ที่กรุงโตเกียว ประเทศญี่ปุ่น และ ศูนย์การค้า VivoCity ที่ประเทศสิงคโปร์ นอกจากนี้ทางศูนย์การค้าเชื่อว่างานศิลปะ และประติมากรรมจะเป็นหน้าที่เป็นแรงดึงดูดสำคัญสำหรับศูนย์การค้า ให้ผู้ใช้งานเกิดความสนใจและเข้ามาใช้พื้นที่

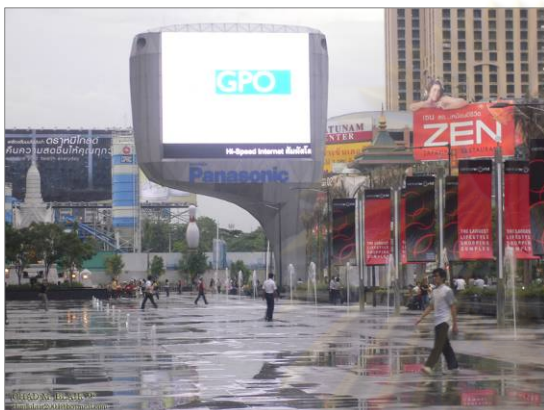
ภูมิสถาปนิก อธิบายถึงการใช้งานศิลปะ และงานประติมากรรมของเซ็นทรัล เวิลด์สแควร์ว่า เป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ทันสมัย และมีระดับของศูนย์การค้า โดยการใช้งานศิลปะหมุนเวียนมาจัดแสดง การจัดแสดงงานศิลปะใจกลางเมือง สามารถสร้างความน่าสนใจและแรงดึงดูดที่ดีให้แก่พื้นที่เปิดโล่งมาก ทำให้พื้นที่ที่มีความงามมากยิ่งขึ้น สร้างความคึกคักมีชีวิตชีวา หน้าที่ของนักออกแบบอาจจะไม่ใช่การสร้างงานศิลปะ หรือประติมากรรมให้ แต่เป็นการเตรียมพื้นที่ หรือแนะนำบริเวณที่เหมาะสมในการติดตั้งงานศิลปะ หรืองานประติมากรรม

นอกจากนั้นภูมิสถาปนิกได้พิจารณาโครงสร้างของพื้นที่ต้องรองรับงานศิลปะ ประติมากรรม หรือภูมิสัญลักษณ์ขนาดใหญ่ เช่น พื้นที่ตั้งต้นคริสต์มาสยักษ์ สูง 30 เมตร จำเป็นต้องเพิ่มโครงสร้างเสารับน้ำหนัก บริเวณลานจอดรถด้านล่างของพื้นที่เปิดโล่ง เพื่อรองรับน้ำหนักอันมหาศาลของต้นคริสต์มาส ดังภาพที่ 3.55 โดยพื้นที่บริเวณ เช่น เอทาดอร์ อารีน่า จะมีความสามารถในการรับน้ำหนักทางโครงสร้างได้มากกว่าบริเวณอื่น แต่อย่างไรก็ตามโครงสร้างพื้นในบริเวณอื่น ๆ ก็มีความสามารถในการรับน้ำหนักที่ดี ด้วยการออกแบบระบบโครงสร้างเดิมตั้งแต่เป็นลานเวิลด์เทรดเซ็นเตอร์ ที่มีลักษณะเป็นสวนหลังคา ที่ต้องพิจารณาการออกแบบโครงสร้างด้านล่างชั้นจอดรถ B1 ไม่ให้เป็นข้อจำกัดสำหรับการรับน้ำหนักสำหรับพื้นที่เปิดโล่งด้านบน

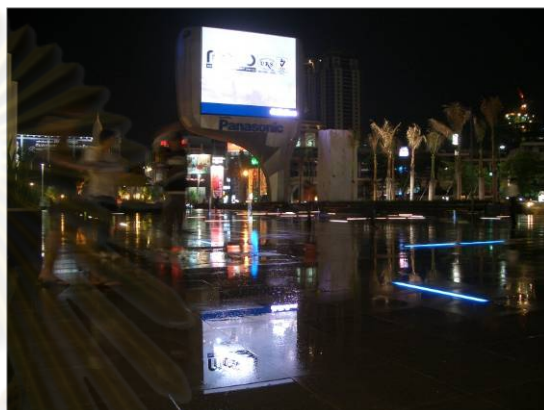
ผลจากแบบสอบถามกลุ่มผู้ใช้งานพื้นที่ พบว่า กลุ่มผู้ใช้งานพื้นที่เซ็นทรัลเวิลด์สแควร์ มีความพึงพอใจงานศิลปะ ประติมากรรมของเซ็นทรัลเวิลด์สแควร์มาก เพราะเป็นแรงดึงดูดหนึ่งที่สำคัญที่ทำให้กลุ่มผู้ใช้งานเข้ามาใช้พื้นที่ในบริเวณลานด้านหน้าศูนย์การค้า เพื่อมาบันทึกภาพร่วมกับงานศิลปะ และงานประติมากรรม และมีความต้องการให้มีการหมุนเวียนงานศิลปะอย่างต่อเนื่อง

3.3.2.5 จุดให้ข้อมูลข่าวสารและป้ายสัญลักษณ์บอกทาง

เซ็นทรัลเวิลด์สแควร์ บริเวณโซน F มีการติดตั้งจอภาพ LED Screen ขนาด 9X16 เมตร เพื่อให้ข้อมูลข่าวสาร ความเคลื่อนไหวของศูนย์การค้า และการถ่ายทอดภาพบรรยากาศสดในการจัดกิจกรรมต่างๆ ของพื้นที่เปิดโล่ง ซึ่งสามารถสร้างความคึกคัก มีชีวิตชีวาให้แก่พื้นที่เปิดโล่งได้เป็นอย่างดี โดยการเปิดจอภาพดังกล่าวจะเปิดในเวลาทำการของศูนย์การค้า เซ็นทรัลเวิลด์



ภาพที่ 3.57 (ซ้าย) แสดงจอภาพ LED Screen บนเซ็นทรัลเวิลด์สแควร์ ในช่วงเวลากลางวัน



ภาพที่ 3.58 (ขวา) แสดงจอภาพ LED Screen บนเซ็นทรัลเวิลด์สแควร์ ในช่วงเวลากลางคืน

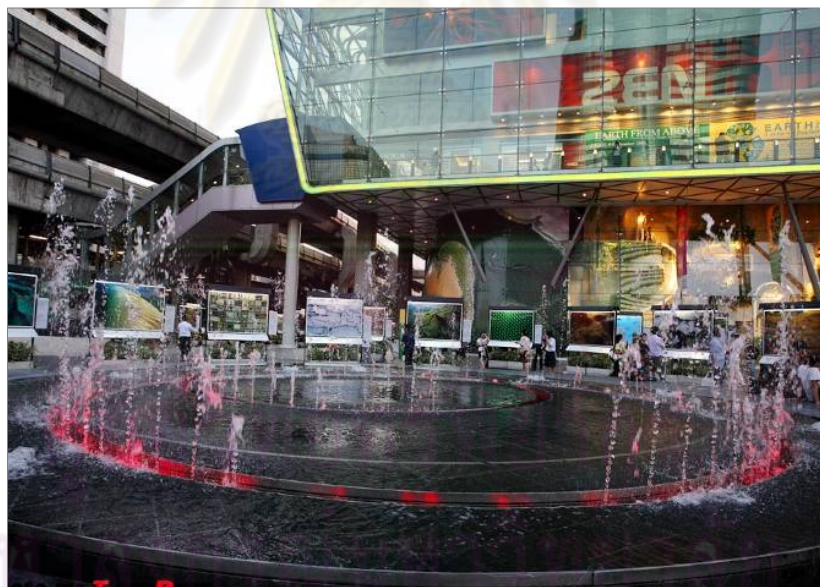
ผลจากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่โครงการ ฝ่ายพัฒนาธุรกิจของกลุ่มเซ็นทรัลพัฒนาและฝ่ายการตลาดของศูนย์การค้า พบว่า เดิมการติดตั้งจอภาพ LED Screen เป็นของบริษัทโฆษณาที่เช่าพื้นที่เพื่อติดตั้งจอภาพให้ข้อมูลข่าวสาร ต่อมาเมื่อหมดสัญญาเช่าพื้นที่ กลุ่มเซ็นทรัลพัฒนาจึงตัดสินใจเช่าซื้อจอภาพ LED มาเป็นของกลุ่มเซ็นทรัลพัฒนา เพื่อการใช้ประโยชน์สูงสุด โดยจอภาพดังกล่าวมีขนาดใหญ่ที่สุดในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เป็นตัวแทนแห่งความทันสมัยอย่างหนึ่ง ที่ทำให้เมืองมีชีวิตชีวา ช่วยให้พื้นที่เปิดโล่งด้านหน้าแลดูไม่เงียบเหงาในเวลากลางวัน มีความคึกคักตลอดทั้งเวลากลางวันและกลางคืน นอกจากนี้จอภาพ LED Screen ยังทำหน้าที่เป็นเครื่องมือหรือสื่อกลางแจ้งที่สำคัญ ในการช่วยสนับสนุนการตลาดให้ศูนย์การค้าได้เป็นอย่างดี

ภูมิสถาปนิก กล่าวว่า ด้วยขนาดที่ใหญ่โตของจอภาพ ที่เห็นภาพได้ชัดไกลตลอดทั้งพื้นที่เปิดโล่งเซ็นทรัลเวิลด์สแควร์ และด้วยภาพที่เคลื่อนไหวไปมาตลอดเวลา ช่วยสร้างความรู้สึกของผู้ใช้งานพื้นที่เปิดโล่ง ให้มีสีสันอยู่ตลอดในเวลากลางวัน และจะยิ่งทรงอิทธิพลมากในเวลากลางคืน เสมือนเป็นเครื่องมือของศูนย์การค้าที่คอยทำหน้าที่สื่อสารกับผู้ใช้งาน และในเวลาที่มีการจัดกิจกรรม ศูนย์การค้าจะถ่ายทอดภาพบรรยากาศให้ผู้ใช้งานทั้งลานได้ชม ซึ่งถึงแม้ว่าผู้ใช้งานไม่ได้อยู่ในกิจกรรมนั้นโดยตรงก็ยังคงมีความรู้สึกร่วมกับกิจกรรมได้เป็นอย่างดี

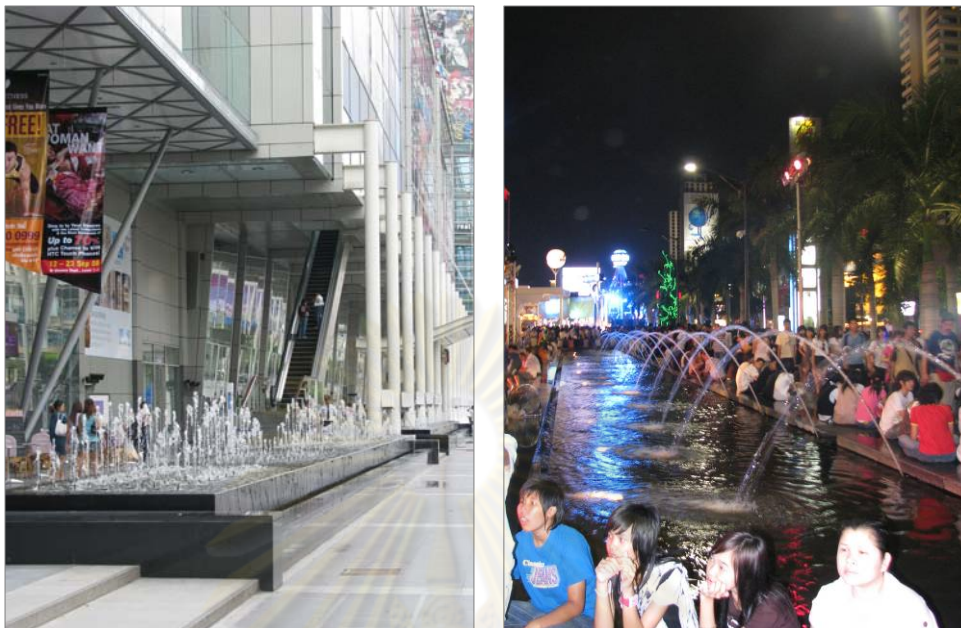
ผลจากแบบสอบถามกลุ่มผู้ใช้งานพื้นที่ พบว่า กลุ่มผู้ใช้งานพื้นที่เซ็นทรัลเวิลด์ สแควร์ มีความชื่นชอบจอ LED Screen เพราะช่วยสร้างความเพลิดเพลินขณะเวลาที่อยู่บนพื้นที่เปิดโล่ง ผู้ใช้งานชอบความเคลื่อนไหวตลอดเวลาของจอภาพ ที่ทำให้รู้สึกไม่เจียบเหงานจนเกินไป และสามารถรับรู้ข่าวสารบ้านเมืองได้ แม้จะอยู่นอกสถานที่ และมีความเห็นสอดคล้องกับนักออกแบบที่ศูนย์การค้าถ่ายทอดภาพบรรยากาศการจัดงานให้ผู้ใช้งานได้ร่วมสนุก

3.3.2.6 การใช้น้ำ

การออกแบบการใช้น้ำเป็นองค์ประกอบทางภูมิทัศน์ของเซ็นทรัลเวิลด์สแควร์นั้น ประกอบด้วย ลานน้ำพุดนตรีในเซ็น เอาร์ทอว์ อารีน่า , การใช้กระแสน้ำพุ ในโซน A , การใช้จุดพ่นละอองน้ำฝอยในโซน B , การใช้น้ำพุพ่นจากพื้น ในโซน C และการใช้น้ำไหลบริเวณเทวาลัยพระตรีมูรติ ซึ่งการใช้น้ำบนพื้นที่เปิดโล่ง จะเปิดการใช้งานในช่วงเวลาหลัง 15.00 น. ของแต่ละวัน ยกเว้นการใช้จุดพ่นละอองน้ำฝอย ที่จะเปิดใช้งานในวันที่ไม่มีการจัดกิจกรรมบนพื้นที่เท่านั้น



ภาพที่ 3.59 แสดงการใช้น้ำพุเป็นองค์ประกอบทางภูมิทัศน์ เพื่อแสดงความตื่นตาตื่นใจ และดึงดูดสายตา และช่วยเสริมฮวงจุ้ยให้แก่อาคารศูนย์การค้า



ภาพที่ 3.60 (ซ้าย) แสดงการใช้น้ำพุในกระเบในโซน A บริเวณด้านอาคารศูนย์การค้า เพื่อกันขอบเขตพื้นที่เปิดโล่ง โดยจะเห็นระดับที่สูงถึง 0.40 เมตร

ภาพที่ 3.61 (ขวา) แสดงการใช้น้ำพุในกระเบในโซน A บริเวณด้าน ถนนราชดำริ เพื่อกันอาณาเขต โดยจะมีขอบระดับความสูงเพียง 0.20 เมตร



ภาพที่ 3.62 การใช้จุดพ่นละอองน้ำฝอย บนโซน B เพื่อจัดการความร้อน



ภาพที่ 3.63 การใช้น้ำพุที่พุ่งจากพื้นโดยตรง เพื่อการจัดการความร้อนบนโซน C

ผลจากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่โครงการ ฝ่ายพัฒนาธุรกิจของกลุ่มเซ็นทรัล พัฒนาและฝ่ายการตลาดของศูนย์การค้า พบว่าการใช้น้ำบนพื้นที่เปิดโล่งช่วยให้ผลทางด้านจิตวิทยาของผู้ใช้งานที่เกิดความรู้สึกสบาย และผ่อนคลาย โดยเรียกว่า”ร่มรื่นได้ด้วยน้ำ” และการใช้น้ำช่วยเสริมภาพลักษณ์ที่ทันสมัย ดังเช่นจะเห็นได้จากลานน้ำพุดนตรีในบริเวณเซ็น เอทท์ดอร์ อารีน่า แต่ทั้งนี้การใช้น้ำต้องไม่กระทบการใช้งานพื้นที่เพื่อการจัดกิจกรรม จึงควรใช้น้ำแค่โดยรอบพื้นที่เพียงเท่านั้น ขณะที่ฝ่ายอาคารและสถานที่สังเกตเห็นว่าไม่ว่าจะใช้น้ำรูปแบบใดก็ตาม สิ่งตามมาคือการซ่อมบำรุงรักษา ซึ่งค่อนข้างเป็นปัญหาอยู่มาก ทั้งระบบน้ำรั่วไหล อุปกรณ์ชำรุดเสียหาย รวมถึงการเพิ่มงานให้พนักงานทำความสะอาดที่ต้องคอยดูแล ชัดถูกระเบะน้ำพุไม่ให้ตะไคร่น้ำจับอีกด้วย

ภูมิสถาปนิก กล่าวว่า การใช้น้ำในการออกแบบพื้นที่เปิดโล่ง ประเภทลานโล่งมีความสำคัญ นอกจากน้ำจะมีส่วนช่วยสร้างบรรยากาศที่ร่มรื่น ให้ความรู้สึกที่ผ่อนคลายในการใช้พื้นที่ และการใช้น้ำช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ทันสมัยแล้ว ยังมีประโยชน์ในการจัดการความร้อนสะสมบนพื้นที่เปิดโล่งได้เป็นอย่างดี ดังที่ภูมิสถาปนิกออกแบบจุดพ่นละอองน้ำฝอยในโซน B และ น้ำพุพุ่งจากพื้น ในโซน C เพราะเซ็นทรัลเวสต์แควร์จะรับแดดโดยตรงในเวลากลางวัน ซึ่งจะส่งผลให้เกิดความร้อนสะสมอยู่มาก จึงเลือกใช้จุดพ่นละอองน้ำฝอยจากพื้นเพื่อช่วยลดปัญหาดังกล่าว และยังสวยงามอีกด้วย

นอกจากนั้น ภูมิสถาปนิก ได้อธิบายถึงความแตกต่างของแนวคิดในการใช้น้ำในแต่ละโซนพื้นที่บนเซ็นทรัลเวิลด์สแควร์ โดย

1. โซน เอาร์ทดอร์ อาร์น่า การใช้น้ำเป็นไปเพื่อความน่าตื่นตาตื่นใจ ผสานแนวคิดทางศาสตร์ของจุ้ยเพื่อการค้า
2. โซน A การใช้น้ำเพื่อสร้างขอบเขตที่ชัดเจน เนื่องด้วยโซนดังกล่าวมีความยาวมากที่สุด ซึ่งการใช้กระแสน้ำจะวางไว้ด้านแนวอาคารศูนย์การค้า และด้านใกล้ถนนราชดำริ ซึ่งระดับความสูงของด้านที่ใกล้ถนนราชดำริ กระแสน้ำจะสูงเพียง 0.20 เมตร เนื่องด้วยใกล้ทางเดิน และใกล้กับที่นั่งด้านหลัง
3. โซน B การใช้น้ำพ่นละอองน้ำฝอยจากพื้น เป็นละอองคล้ายหมอก นอกจากจะใช้เพื่อลดความร้อนบนพื้นที่เปิดโล่ง ยังสามารถสร้างความสวยงาม, ความเพลิดเพลิน ทศนียภาพที่ดี
4. โซน C การใช้น้ำจะเป็นน้ำพุพุ่งขึ้นมาจากพื้นลานโดยตรง เพื่อการจัดการความร้อนบนผิวพื้น

ผลจากแบบสอบถามกลุ่มผู้ใช้งานพื้นที่ พบว่า กลุ่มผู้ใช้งานพื้นที่เซ็นทรัลเวิลด์สแควร์ ไม่ได้ให้ความคิดเห็นในเรื่องของการใช้น้ำ นอกจากในแง่ของความสวยงามจากการใช้น้ำเป็นองค์ประกอบทางภูมิทัศน์ และการใช้น้ำในพื้นที่ต้องมีการควบคุม ไม่ให้เปียกหรือชื้นจนเกินไป จนเกิดความลำบากในการใช้พื้นที่

3.3.2.7 งานแสงสว่าง

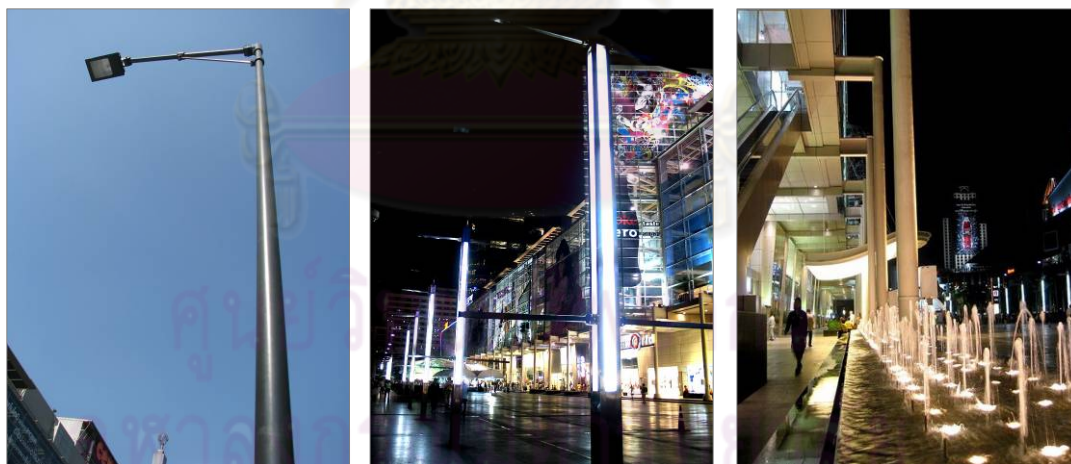
การออกแบบงานแสงสว่างบนพื้นที่เปิดโล่งเซ็นทรัลเวิลด์สแควร์ พบว่ามีการเลือกใช้ดวงโคมหลายประเภทโดยประกอบด้วย ดวงโคมเสาสูงในบริเวณใกล้ถนนราชดำริ, ดวงโคมฝังผนัง บริเวณบันไดทางขึ้นลงพื้นที่เปิดโล่ง และบริเวณที่นั่งพักรอ และดวงโคมฝังพื้น ในบริเวณพื้นที่จัดกิจกรรม ทั้งนี้ยังมีการออกแบบแสงสว่างประดับในองค์ประกอบทางภูมิทัศน์ จำพวกกระแสน้ำพุ และกระแสน้ำ

ผลจากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่โครงการ ฝ่ายพัฒนาธุรกิจของกลุ่มเซ็นทรัลพัฒนาและฝ่ายการตลาดของศูนย์การค้า ให้ความสำคัญของการออกแบบงานแสงสว่างภายในอาคารศูนย์การค้าเป็นสิ่งสำคัญกว่าภายนอกอาคาร ด้วยแนวคิดของบริษัท Altoon+Porter จำกัด ที่เข้ามาวางแนวคิดของรูปด้านอาคารศูนย์การค้าที่เป็นผนังกระจกยาวกว่า 300 เมตร ให้เต็มไปด้วยความสดใสของสีส้มจากแสงสว่างในยามค่ำคืนเป็นจุดเด่นของโครงการเซ็นทรัลเวิลด์ ส่งผลให้งานแสงสว่างภายนอกอาคารลดความสำคัญลง และแสงสว่างจากตัวอาคารก็สามารถช่วยพื้นที่

เปิดโล่งด้านหน้าได้เป็นอย่างมาก ขณะที่ฝ่ายอาคารและสถานที่ให้ความสำคัญในเรื่องความทนทานของดวงโคม เพราะมีดวงโคมจำนวนมากที่นักออกแบบเลือกใช้งาน แต่ภายหลังเกิดการชำรุดและไม่สามารถหาดวงโคมมาเปลี่ยนทดแทนได้



ภาพที่ 3.64 แสดงความสว่างของอาคารศูนย์การค้า ที่ส่งผลช่วยความสว่างแก่พื้นที่เปิดโล่งด้านหน้าได้มาก โดยไม่จำเป็นต้องใช้ดวงโคมเพื่อให้แสงสว่างด้านนอกมากนัก



ภาพที่ 3.65 (ซ้าย) แสดงดวงโคมเสาสูงบริเวณด้านริมถนนราชดำริ ซึ่งเป็นดวงโคมสปอร์ตไลท์ให้แสงสว่างหลักบนพื้นที่

ภาพที่ 3.66 (กลาง) การออกแบบเสาไฟสูง 2.50 เมตร ให้แสงสว่างทางตั้ง ตลอดแนวทางเดิน

ทั้งนี้เสาไฟยังทำหน้าที่เป็นที่ติดตั้งป้ายประกาศได้อีกด้วย

ภาพที่ 3.67 (ขวา) การให้แสงสว่างในกระเบื้องน้ำพุ โดยให้แสงสว่าง แบบส่องขึ้น เพื่อเน้นความสว่างของน้ำพุ



ภาพที่ 3.68 การออกแบบแสงสว่าง แบบแสงสีที่สดใสของลานน้ำพุดนตรี เพื่อสร้างความน่าสนใจให้พื้นที่

ภูมิสถาปนิก ออกแบบตามแนวคิดที่ฝ่ายพัฒนาธุรกิจของกลุ่มเซ็นทรัลพัฒนา มอบหมาย โดยการออกแบบงานแสงสว่างของเซ็นทรัลเวิลด์สแควร์จะมีให้เกิดความสว่างพอสมควร โดยความสว่างจะเน้นจากดวงโคมเสาสูงด้านริมแนวบาทวิถีบนถนนราชดำริ รวมถึงดวงโคมฝังผนังเพื่อความปลอดภัยในการใช้งาน โดยลูกเล่นงานแสงสว่างภายนอกอาคารนั้นจะอยู่ที่ 2 ส่วนหลัก คือการออกแบบแสงสว่างให้แก่ลานน้ำพุดนตรี และการให้แสงสว่างแบบฉายขึ้นบริเวณ โซน B และ C แต่อย่างไรก็ตามนักออกแบบยังคงแนวคิดการออกแบบงานแสงสว่างเป็นการสนับสนุนแสงสว่างหลักจากตัวอาคาร

ผลจากแบบสอบถามกลุ่มผู้ใช้งานพื้นที่ พบว่า กลุ่มผู้ใช้งานพื้นที่เซ็นทรัลเวิลด์สแควร์ มีความพอใจกับระดับความสว่างบนพื้นที่เปิดโล่ง เพราะส่วนหนึ่งแสงสว่างจากตัวอาคาร ศูนย์การค้าช่วยให้แสงสว่างไว้ได้อย่างมาก หนึ่งอาจเนื่องด้วยกิจกรรมที่จัดขึ้นบนพื้นที่ไม่จำเป็นต้องอาศัยความสว่างมากนัก แต่สิ่งที่ผู้ใช้งานอยากเห็น คือ แสงสว่างที่มีความแตกต่างกันออกไปในแต่ละช่วงเวลา หรือฤดูกาล

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบพื้นที่เปิดโล่งหน้าอาคาร พาณิชยกรรม ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์

ในการวิเคราะห์ข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบพื้นที่เปิดโล่งหน้าอาคารของศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์หรือเซ็นทรัลเวิลด์สแควร์นั้น ได้ข้อมูลจากการสำรวจจากผู้วิจัย รวมทั้งการสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนร่วมกับพื้นที่คือ ฝ่ายพัฒนาธุรกิจกลุ่มเซ็นทรัลพัฒนา, ฝ่ายการตลาดศูนย์การค้า, ฝ่ายอาคารและสถานที่ศูนย์การค้า, ภูมิสถาปนิกโครงการ และผู้ใช้งานพื้นที่ ซึ่งข้อมูลที่ใช้สำหรับการวิเคราะห์แบ่งออกเป็น 2 ประเด็นหลักคือ ความเห็นด้วยหรือการให้ความสำคัญกับบรรณกรรมการออกแบบพื้นที่เปิดโล่งหน้าอาคารพาณิชยกรรม และการวิเคราะห์บทสัมภาษณ์เพื่อหาข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบ รวมทั้งการเปรียบเทียบกับบรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบพื้นที่เปิดโล่งหน้าอาคารพาณิชยกรรม ประเภทลานโล่ง และการให้ความสำคัญกับประเด็นการออกแบบทั้งด้านที่ตั้งโครงการ, ด้านรายละเอียดโครงการ และด้านการออกแบบแนวคิดและองค์ประกอบ ผ่านกลุ่มผู้มีส่วนร่วมข้างต้น

โดยการวิเคราะห์นั้นจะเป็นการวิเคราะห์ภายใต้กรอบบรรณกรรมที่เกี่ยวข้องตามบทที่ 2 เปรียบเทียบกับลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏขึ้นจริงของเซ็นทรัลเวิลด์สแควร์ โดยพิจารณาถึงความสอดคล้องและแตกต่างกัน รวมทั้งการอธิบายถึงความสอดคล้องหรือความแตกต่าง และการบ่งชี้ถึงการให้ความสำคัญกับการออกแบบลานโล่งพาณิชยกรรมตามประเด็นการพิจารณา

หมายเหตุ การกำหนดสัญลักษณ์ที่แทนความหมายในตาราง มีความหมายดังนี้

- แทนความหมาย ให้ความสำคัญกับประเด็นนั้นมาก
- ◐ แทนความหมาย ให้ความสำคัญกับประเด็นนั้นปานกลาง
- แทนความหมาย ให้ความสำคัญกับประเด็นนั้นน้อยมาก
หรือไม่ได้ให้ความสำคัญกับประเด็นนั้น

4.1 การวิเคราะห์ข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบด้านที่ตั้งโครงการ

4.1.1 การวิเคราะห์ด้านสภาพแวดล้อมของที่ตั้ง

4.1.1.1 การวิเคราะห์ตำแหน่งที่ตั้งและบริบทโดยรอบ

ตารางที่ 4.1 แสดงประเด็นการวิเคราะห์ตำแหน่งที่ตั้งและบริบทโดยรอบ

ประเด็นด้านตำแหน่งที่ตั้งและบริบท โดยรอบ	การให้ความสำคัญ					สิ่งที่ปรากฏขึ้น
	เจ้าหน้าที่โครงการ			ภูมิสถาปนิก	ผู้ใช้งาน	
	ฝ่ายการตลาด	ฝ่ายอาคาร	ฝ่ายพัฒนากิจการ			
ตำแหน่งที่ตั้งต้องเป็นย่านที่ผู้ใช้งาน ที่มีความต้องการทำกิจกรรมที่มีความหลากหลาย	●	○	●	●	○	⊕ เกิดความชัดเจนที่ส่งผลสนับสนุนการใช้ย่านพาณิชยกรรมของบริเวณราชประสงค์ที่เป็นย่านธุรกิจการค้า สำหรับผู้ที่รายได้และกำลังซื้อระดับปานกลางถึงสูง
ตำแหน่งที่ตั้งมักจะมีด้านใดด้านหนึ่งติดถนนสาธารณะ	●	○	○	○	○	⊕ เพิ่มการเข้าถึงของคนเข้าพื้นที่ และสามารถสร้างความรู้สึกที่โดดเด่นให้แก่อาคารพาณิชยกรรมได้ ⊖ ความหนาแน่นของผู้คนในชั่วโมงเร่งด่วนและการใช้ที่ไม่พึงประสงค์ขึ้นโดยรอบ
ที่ตั้งใกล้เส้นทางสัญจรของผู้เดินเท้าใช้งานในอัตราสูง	●	○	●	●	○	⊕ สร้างความคึกคักโดยรอบบริเวณและเพิ่มโอกาสการเข้าถึงพื้นที่เปิดโล่งได้เป็นอย่างดี

การวิเคราะห์ด้านตำแหน่งที่ตั้งและบริบทโดยรอบ เปรียบเทียบกับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง พบว่าตำแหน่งที่ตั้งมีความสอดคล้องกับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในบทที่ 2 (หัวข้อ 2.1.1.1) เนื่องจากประเด็นตามตารางที่ 4.1 นั้นได้กล่าวถึงตำแหน่งที่ตั้งควรอยู่ในย่านที่มีกิจกรรมที่หลากหลาย ซึ่งปรากฏว่าเซ็นทรัลเวิลด์สแควร์ตั้งอยู่ในย่านราชประสงค์ ซึ่งเป็นย่านพาณิชยกรรมสำคัญกลางใจเมืองกรุงเทพมหานคร ซึ่งประกอบไปด้วยกิจกรรมที่หลากหลาย เช่น การจับจ่ายซื้อสินค้า, การแสดงความเคารพนับถือสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ รวมทั้งใกล้กับโรงแรมต่างๆ ทั้งนี้เซ็นทรัลเวิลด์สแควร์ยังติดถนนราชดำริ (ถนนสาธารณะขนาด 6 ช่องทางการจราจร) อีกด้วยซึ่งสนับสนุนโอกาสในการเข้าพื้นที่เป็นอย่างดี จึงวิเคราะห์ได้ว่าประเด็นดังกล่าวมีความสอดคล้องกับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การวิเคราะห์ผลสัมฤทธิ์ประเด็นด้านตำแหน่งที่ตั้งและบริบทโดยรอบ พบข้อมูลในการพิจารณาเพื่อการออกแบบ คือ การวางตำแหน่งที่ตั้งของศูนย์การค้ามีความสำคัญระดับสูงสุด โดยในการเลือกตำแหน่งที่ตั้งศูนย์การค้า กลุ่มเซ็นทรัลพัฒนาถือว่าที่ดินบริเวณนี้ดังกล่าวคือทำเลที่ดีที่สุดในการสร้างศูนย์การค้า ต้องมีความหลากหลายของการใช้ที่ดินรายรอบที่ตั้ง และบริเวณย่าน

ที่ตั้งต้องเอื้อประโยชน์ทางการค้า หรือมีความโดดเด่นในการสร้างศักยภาพของพื้นที่โครงการให้มากที่สุด (รูปที่ 3.3) และมักจะเลือกที่ตั้งที่ใกล้กับถนนสายสำคัญของเมือง เช่น ถนนสีลม, ถนนสุขุมวิท, ถนนลาดพร้าว เป็นต้น

4.1.1.2 การวิเคราะห์ขนาดและรูปร่าง

4.1.1.2.1 การวิเคราะห์ขนาด

ตารางที่ 4.2 แสดงประเด็นการวิเคราะห์ขนาด

ประเด็นด้านขนาดพื้นที่	การให้ความสำคัญ					สิ่งที่ปรากฏขึ้น
	เจ้าหน้าที่โครงการ					
	ฝ่ายการตลาด	ฝ่ายอาคาร	ฝ่ายพัฒนาธุรกิจ	ภูมิสถาปนิก	ผู้ใช้งาน	
ขนาดพื้นที่เปิดโล่งแปรผันตรงตามขนาดพื้นที่อาคารพาณิชย์กรรม	●	○	○	○	○	⊕ ขนาดพื้นที่ที่ใหญ่ ก็จะสามารถจัดกิจกรรมได้หลากหลายพร้อมกัน รวมทั้งรองรับผู้ใช้งานได้เป็นจำนวนมาก ⊖ พื้นที่ขนาดใหญ่ต้องดูแล บำรุงรักษา มากกว่าขนาดเล็ก
ผู้ใช้งานต้องสามารถมองเห็นพื้นที่เปิดโล่งได้ชัดเจน จากสถานที่ต่างๆ ใกล้เคียง	●	○	●	●	●	⊕ สามารถดึงดูดคนทางสายตาได้เป็นอย่างดี
ความลึกของลาน คอระยะที่เห็นด้วยตาแล้วไม่รู้สึกร้างจนเกินไป คือประมาณ 20-25 เมตร	○	○	○	●	○	

การวิเคราะห์ด้านขนาดพื้นที่ เปรียบเทียบกับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง พบว่าขนาดพื้นที่ที่มีความสอดคล้องและแตกต่างกับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในบทที่ 2 (หัวข้อ 2.1.1.2.1) เนื่องจากประเด็นตามตารางที่ 4.2 นั้นได้กล่าวถึงประเด็นที่เกี่ยวข้องกับขนาดพื้นที่ที่มุ่งไปในแง่การรับรู้ด้วยสายตา ทั้งการมองเห็นลานโล่งได้ชัดเจนและระยะที่เห็นด้วยตาแล้วไม่รู้สึกร้างจนเกินไป ทั้งคู่ช่วยให้เกิดความรู้สึกของผู้ใช้งานที่อยากเข้าไปใช้งานพื้นที่ เพราะขนาดที่เป็นจุดดึงดูดความสนใจสามารถมองเห็นสิ่งที่เกิดขึ้นทั้งผู้คนและกิจกรรมได้ง่าย และขนาดของลานโล่งที่ใหญ่ ย่อมสร้างความรู้สึกว่าคุณค่ามากขึ้นเท่านั้น

ถึงแม้ว่าขนาดความกว้างของลานโล่งคือ 23 เมตร ซึ่งสอดคล้องกับระยะที่เห็นด้วยตาแล้วไม่รู้สึกร้างจนเกินไป แต่การสอดคล้องกันนั้นเป็นการสอดคล้องที่เกิดจากคนละเหตุผล กล่าวคือตามวรรณกรรมเป็นการอธิบายถึงระยะที่มนุษย์รับรู้ด้วยสายตา แต่ในกรณีของพื้นที่ศึกษาเป็น

ระยะที่เกิดจากการถอยร่นแนวเดิม จึงวิเคราะห์ได้ว่าประเด็นดังกล่าวมีความสอดคล้องกับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในแง่ของความแตกต่าง พบว่าขนาดพื้นที่ที่สัมพันธ์กับขนาดอาคารนั้น ถูกมองไปในด้านของการเว้นว่างตามกฎหมายและเทศบัญญัติ รวมถึงการสร้างความยิ่งใหญ่แก่สถานที่เพียงเท่านั้น โดยไม่ได้คำนึงถึงการใช้งาน ว่าพื้นที่ที่มีขนาดใหญ่ย่อมรองรับกิจกรรมและผู้ใช้งานได้จำนวนมากเช่นกัน

การวิเคราะห์ผลสัมฤทธิ์ประเด็นด้านขนาดพื้นที่ พบข้อมูลในการพิจารณาเพื่อการออกแบบ คือ ในปัจจุบันส่วนมากพื้นที่เปิดโล่งพาณิชยกรรมมักไม่ได้ให้ความสำคัญกับเรื่องขนาดมากนัก แต่ทางโครงการเซ็นทรัลเวิลด์ กลับเห็นว่าขนาดพื้นที่เปิดโล่งของศูนย์การค้ายิ่งใหญ่ ยิ่งดี เพราะสามารถรองรับกิจกรรมและผู้ใช้งานได้จำนวนมาก แต่ทั้งนี้ต้องศึกษาความเป็นไปได้การจัดกิจกรรมเพิ่มเติมด้วย และขนาดที่ใหญ่ของเซ็นทรัลเวิลด์สแควร์ก็สามารถสร้างความรู้สึกที่ยิ่งใหญ่ของศูนย์การค้า ที่เป็นที่สุดของโครงการศูนย์การค้าที่กลุ่มเซ็นทรัลพัฒนา และสามารถประกาศตนเองอย่างภาคภูมิใจว่าเป็นพื้นที่เปิดโล่งพาณิชยกรรมที่ใหญ่ที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

4.1.1.2.2 การวิเคราะห์รูปร่าง

ตารางที่ 4.3 แสดงประเด็นการวิเคราะห์รูปร่าง

ประเด็นด้านรูปร่าง	การให้ความสำคัญ					สิ่งที่ปรากฏขึ้น
	เจ้าหน้าที่โครงการ			ภูมิสถาปนิก	ผู้ใช้งาน	
	ฝ่ายการตลาด	ฝ่ายอาคาร	ฝ่ายพัฒนาธุรกิจ			
รูปร่างของลานที่ดีที่สุด คือ รูปร่างที่มีความเรียบง่าย	●	○	◐	●	○	⊕ สามารถจัดการได้ง่าย ปรับเปลี่ยนได้มาก และก่อให้เกิดผลประโยชน์ได้สูงสุด
ลานโล่งควรมีลักษณะ แบบขอบปลายเปิด (open-ended edges)	●	○	●	●	○	⊕ สร้างความรู้สึกเชื่อใจและสามารถเข้าพื้นที่ได้ง่าย ⊖ ควบคุมกลุ่มผู้ใช้งานได้ลำบากกว่าแบบขอบปิด

การวิเคราะห์ด้านรูปร่าง เปรียบเทียบกับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง พบว่ารูปร่างมีความสอดคล้องกับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในบทที่ 2 (หัวข้อ 2.1.1.2.2) เนื่องจากประเด็นตามตารางที่ 4.3 นั้นได้กล่าวถึงรูปร่างที่มีความเรียบง่าย จัดเป็นรูปร่างที่ดีที่สุด ซึ่งปรากฏว่าเซ็นทรัลเวิลด์สแควร์ ได้ถูกออกแบบปรับปรุงเป็นลานกว้างสี่เหลี่ยมผืนผ้าขนาดใหญ่ และแบ่งเป็นพื้นที่ย่อยอีก 4 โซน (โซน A ,B, C ,D ขนาดแตกต่างกัน) ซึ่งก็เป็นรูปร่างสี่เหลี่ยมผืนผ้าเช่นกัน ทั้งนี้ฝ่าย

การตลาดได้แนะนำว่ารูปร่างที่เรียบสะดวกกับการใช้งานและการจัดกิจกรรมต่างๆ มากที่สุด ขณะที่ฝ่ายอาคารและสถานที่ก็ยอมรับว่ารูปร่างดังกล่าวสามารถจัดการรักษาความปลอดภัยได้ง่ายเช่นกัน สำหรับการออกแบบขอบปลายเปิดนั้นนอกจากจะเปิดให้เข้าสู่พื้นที่ได้แล้วนั้น ภูมิสถาปนิกยังเชื่อว่าสามารถเกิดความรู้สึกเชิงเชิญได้เป็นอย่างดี จึงวิเคราะห์ได้ว่าประเด็นดังกล่าวมีความสอดคล้องกับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การวิเคราะห์ผลสัมฤทธิ์ประเด็นด้านรูปร่าง พบข้อมูลในการพิจารณาเพื่อการออกแบบคือ รูปร่างที่เรียบง่ายของพื้นที่เปิดโล่ง สามารถจัดการพื้นที่และทำให้ผู้ใช้งานจดจำพื้นที่ได้ง่าย ทั้งการจัดกิจกรรม การควบคุม และการรักษาความปลอดภัยในพื้นที่เปิดโล่ง และในการออกแบบรายละเอียดต่างๆ บนพื้นที่เปิดโล่งจะต้องไม่สร้างความเกะกะบนพื้นที่ การทำให้รูปร่างหลักเสียไปด้วยการเพิ่มลูกเล่นของรูปร่างที่เว้าแหว่ง รวมทั้งในแง่ของแนวคิดที่สะท้อนกับรูปร่าง ที่เรียบง่าย คุณทันสมัย สอดรับกับรูปด้านอาคารศูนย์การค้า

4.1.1.3 การวิเคราะห์การเข้าถึงและการเชื่อมโยง

ตารางที่ 4.4 แสดงประเด็นการวิเคราะห์การเข้าถึงและการเชื่อมโยง

ประเด็นด้านการเข้าถึงและการเชื่อมโยง	การให้ความสำคัญ					สิ่งที่ปรากฏขึ้น
	เจ้าหน้าที่โครงการ			ภูมิสถาปนิก	ผู้ใช้งาน	
	ฝ่ายการตลาด	ฝ่ายอาคาร	ฝ่ายพัฒนาธุรกิจ			
ลานโล่งต้องสามารถเข้าถึงและเชื่อมโยงไปยังจุดสำคัญต่างๆ (Choke Point)	●	●	●	●	●	⊕ เพิ่มโอกาสทางเลือกให้ผู้ใช้งานเข้าถึงพื้นที่ได้เป็นอย่างดี ด้วยรูปแบบการสัญจรที่มีความหลากหลาย ทั้งการเดินทางด้วยพาหนะส่วนตัว และระบบขนส่งสาธารณะ
จากที่ตั้งลานโล่ง ควรเชื่อมต่อไปยังพื้นที่ข้างเคียงที่สามารถสนับสนุนพื้นที่ได้ดี	●	●	●	●	●	⊕ ด้วยการเดินเท้าผ่านทางสกายวอล์ค ที่เชื่อมต่อไปยังแยกราชประสงค์ สร้างแรงดึงดูดในย่านพาณิชย์กรรมให้มีความชัดเจนเป็นจุดหมายปลายทาง (destination) ด้านธุรกิจ

การวิเคราะห์ด้านการเข้าถึงและการเชื่อมโยง เปรียบเทียบกับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง พบว่าการเข้าถึงและการเชื่อมโยงมีความสอดคล้องกับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในบทที่ 2 (หัวข้อ 2.1.1.3) เนื่องจากประเด็นตามตารางที่ 4.4 นั้นได้กล่าวถึงการเข้าถึงและการเชื่อมโยงพื้นที่ทั้งใน

แง่ของการเข้าถึงพื้นที่ตั้งโครงการด้วยวิธีการต่างๆ จากการสัญจร และการเชื่อมโยงจากพื้นที่ตั้งโครงการ ออกไปยังพื้นที่สนับสนุนข้างเคียงของพื้นที่โครงการอีกด้วย

ในแง่ของการเข้าถึงพื้นที่โครงการเซนต์ทรัลเวสต์แควร์ตั้งอยู่ในตำแหน่งศูนย์กลางของเมืองหลวง ใจกลางย่านพาณิชย์กรรมสำคัญ ซึ่งสามารถเข้าถึงด้วยวิธีการสัญจร 3 ประเภทหลัก คือ ทางถนนโดยรถยนต์และรถประจำทาง ,ทางเท้าโดยสะพานเชื่อมระหว่างสถานีรถไฟฟ้าสยามกับชิดลมหรือสกายวอล์ค และทางน้ำโดยเรือจากคลองแสนแสบ(โครงการในอนาคตของเซ็นทรัลพัฒนา) ทั้งหมดเป็นรูปแบบการขนส่งหลักของกรุงเทพมหานครที่ผ่านบริเวณโครงการทั้งหมด (รูปที่ 3.8) ซึ่งเอื้อประโยชน์อย่างยิ่งในการเข้าถึงพื้นที่โครงการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสร้างสกายวอล์ค ทำให้ช่วยเพิ่มโอกาสการเข้าถึงพื้นที่ที่สูงขึ้นมาก และเพิ่มโอกาสเชื่อมโยงต่อไปยังพื้นที่สนับสนุนข้างเคียงทั้งย่านแยกราชประสงค์และย่านสยามสแควร์ จึงวิเคราะห์ได้ว่าประเด็นดังกล่าวมีความสอดคล้องกับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การวิเคราะห์ผลสัมฤทธิ์ประเด็นด้านการเข้าถึงและการเชื่อมโยง พบข้อมูลในการพิจารณาเพื่อการออกแบบ คือ แนวโน้มของโอกาสในการเข้าถึงพื้นที่ตั้งโครงการที่สูง สามารถนำผู้ใช้งานจำนวนมากเข้าสู่พื้นที่โครงการได้ รวมถึงจำนวนวิธีการสัญจรที่ช่วยเพิ่มทางเลือกให้ผู้ใช้งานเข้าพื้นที่ให้มากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเติมเต็มระบบขนส่งสาธารณะในบริเวณพื้นที่ให้ได้

4.1.2 การวิเคราะห์ภูมิอากาศเฉพาะที่

ตารางที่ 4.5 แสดงประเด็นการวิเคราะห์ภูมิอากาศเฉพาะที่

ประเด็นด้านภูมิอากาศเฉพาะที่	การให้ความสำคัญ					สิ่งที่ปรากฏขึ้น
	เจ้าหน้าที่โครงการ			ภูมิสถาปนิก	ผู้ใช้งาน	
	ฝ่ายการตลาด	ฝ่ายอาคาร	ฝ่ายพัฒนาธุรกิจ			
การวางตำแหน่งลานโล่งที่เกิดร่มเงาสามารถใช้งานได้มากกว่า 3 เดือนในรอบปี	●	○	●	●	○	⊕ ลานหันหน้าทางทิศตะวันออก โดยตัวอาคารศูนย์การค้าด้านหลังจะช่วยบังแดดให้ซึ่งทำให้ลานร่มแดดในช่วงบ่าย ตั้งแต่ 15.00 น. จึงสามารถใช้งานได้ตลอดทั้งปี
การเตรียมพื้นที่รองรับสำรอง ในกรณีที่มีการใช้งานตอนกลางวันและแดดร้อน	○	○	●	●	○	ศูนย์การค้าไม่อนุญาตให้จัดกิจกรรมก่อนเวลา 15.00 น.
การป้องกันแสงตกกระทบ โดยการเลือกใช้วัสดุที่ผิวสัมผัสนุ่ม หรือไม่สะท้อนแสง	○	○	○	●	○	⊕ วัสดุคาดผิวพื้นสีเข้ม ผิวสัมผัสด้าน จึงลดการสะท้อนแสง (glare) เข้าสู่สายตาในเวลากลางวัน

ประเด็นด้านภูมิอากาศเฉพาะที่ (ต่อ)	การให้ความสำคัญ					สิ่งที่ปรากฏขึ้น
	เจ้าหน้าที่โครงการ			ภูมิสถาปนิก	ผู้ใช้งาน	
	ฝ่ายการตลาด	ฝ่ายอาคาร	ฝ่ายพัฒนาธุรกิจ			
						⊖ การเลือกใช้วัสดุผิวอาคารแข็ง สีเข้มจึงอาจมีความร้อนสะสมให้มากกว่าผิวสัมผัสอ่อนนุ่ม
การออกแบบพื้นที่ข้างเคียงสำหรับการป้องกันฝน เช่น กันสาดยื่น หรือหลังคากระฉก	●	○	●	○	○	⊕ ผู้ใช้งานสามารถหลบฝนในกรณีเวลาที่มีกิจกรรมได้ง่ายและสะดวก
การออกแบบองค์ประกอบทางภูมิทัศน์ที่สามารถนั่งได้เร็ว	○	●	○	●	○	ศูนย์การค้าใช้คนงานทำความสะอาด กวาดน้ำฝนลงท่อระบายในทันทีหลังฝนตก

การวิเคราะห์ด้านภูมิอากาศเฉพาะที่ เปรียบเทียบกับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง พบว่า ภูมิอากาศเฉพาะที่มีความสอดคล้องและแตกต่างกับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในบทที่ 2 (หัวข้อ 2.1.2) เนื่องจากประเด็นตามตารางที่ 4.5 มุ่งเน้นในเรื่องภูมิอากาศเฉพาะที่ในเรื่องของการป้องกันแดดและการป้องกันฝน ในของความสอดคล้องนั้น พบว่าเซ็นทรัลเวิลด์สแควร์ได้พยายามออกแบบพื้นที่ให้รองรับการป้องกันแดดและฝน เช่น การออกแบบพื้นที่ชั้นที่ 1 ของศูนย์การค้าให้เว้าเข้าไปกว่าชั้นอื่นๆ เพื่อเป็นพื้นที่หลบฝนชั่วคราว หรือการออกแบบรายละเอียดเรื่องวัสดุปิดผิวพื้นที่ที่มีสีเข้ม ผิวสัมผัสด้าน ไม่สะท้อนแสง จึงวิเคราะห์ได้ว่าประเด็นดังกล่าวมีความสอดคล้องกับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในแง่ความแตกต่างกับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง มี 2 ประเด็นที่เกิดขึ้นคือ การวางตำแหน่งลานที่เกิดร่มเงา สามารถใช้งานได้มากกว่า 3 เดือน ในรอบปี (รูปที่ 3.9) หน้า สำหรับประเด็นนี้ในประเทศตะวันตก มีข้อจำกัดในเรื่องของสภาพอากาศหนาวเย็น จนไม่สามารถใช้งานภายนอกอาคารได้ ซึ่งแตกต่างกับสภาพแวดล้อมในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งไม่มีสภาพอากาศรุนแรงดังกล่าว และประเด็นการใช้งานในเวลากลางวันของลาน ในกรณีเซ็นทรัลเวิลด์สแควร์นั้นได้กำหนดให้จัดกิจกรรมได้ในช่วงเย็น ภายหลังจากเวลา 15.00 น. ไปแล้วไปแต่ละวัน ซึ่งขณะที่ทางประเทศตะวันตกนิยมให้ใช้งานในช่วงเวลากลางวัน เพราะมีอากาศที่อบอุ่นกว่าช่วงเย็น จึงวิเคราะห์ได้ว่าประเด็นดังกล่าวที่มีความแตกต่างกับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การวิเคราะห์ผลสัมฤทธิ์ประเด็นด้านภูมิอากาศเฉพาะที่ พบข้อมูลในการพิจารณาเพื่อการออกแบบ คือ ประเด็นการสร้างร่มเงาให้แก่พื้นที่เปิดโล่ง โดยการออกแบบพื้นที่สำหรับการจัดกิจกรรมนั้นต้องร่วมแดดในช่วงเวลาที่มีการจัดกิจกรรม และการพิจารณาเพิ่มเติมพื้นที่ข้างเคียง

พื้นที่เปิดโล่งเพื่อการหลบแดด ซึ่งรวมถึงสามารถใช้พื้นที่เพื่อหลบฝนได้เพิ่มเติมอีกด้วย (รูปที่ 3.10 และ 3.11) เช่นกันนอกจากนั้นการพิจารณาสภาพภูมิอากาศในแต่ละฤดูกาลที่ส่งผลต่อกิจกรรมและการจัดพื้นที่เพื่อรองรับที่แตกต่างกันออกไป โดยเฉพาะสภาพภูมิอากาศในช่วงฤดูหนาวของแต่ละปี ที่สภาพอากาศไม่ร้อนนัก สามารถใช้พื้นที่ภายนอกอาคารได้อย่างสบาย

4.1.3 การวิเคราะห์กฎหมายอาคาร และการกำหนดด้านความปลอดภัย

4.1.3.1 การวิเคราะห์กฎหมายอาคาร

ตารางที่ 4.6 แสดงประเด็นการวิเคราะห์กฎหมายอาคาร

ประเด็นด้านกฎหมายอาคาร	การให้ความสำคัญ					สิ่งที่ปรากฏขึ้น
	เจ้าหน้าที่โครงการ			ภูมิสถาปนิก	ผู้ใช้งาน	
	ฝ่ายการตลาด	ฝ่ายอาคาร	ฝ่ายพัฒนาธุรกิจ			
การกำหนดระยะถอยร่นอาคาร	○	○	●	●	○	
การยกระดับพื้นลาน ที่ต่ำกว่า 1.20 เมตร จากระดับอ้างอิงจากแนวนอน จะไม่ถือเป็นอาคาร	○	○	●	○	○	⊕ ลานยกพื้นสูงกว่า 1.20 เมตร ซึ่งถือเป็นอาคาร ทำให้ต้องมีการออกแบบเพื่อการป้องกันความปลอดภัย และอำนวยความสะดวกให้แก่บริเวณพื้นที่จอดรถด้านล่าง
การยื่นแบบต่อภาครัฐ ในการเปลี่ยนแปลง ต่อเติม ซ่อมแซม สิ่งปลูกสร้างบนพื้นที่ลานโล่ง	●	○	●	○	○	⊕ สร้างความมั่นใจด้านความปลอดภัยในการใช้งานพื้นที่ลาน และเป็นไปตามกำหนดตามข้อบัญญัติ กทม.พ.ศ. 2544

การวิเคราะห์ด้านกฎหมายอาคาร เปรียบเทียบกับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง พบว่ากฎหมายอาคาร มีความแตกต่างกับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในบทที่ 2 (หัวข้อ 2.1.3.1) เนื่องจากประเด็นตามตารางที่ 4.6 นั้นมุ่งไปเกี่ยวกับข้อกำหนดกฎหมายที่เกิดขึ้นในกรุงเทพมหานคร ตามข้อบัญญัติกม. พ.ศ.2544 ซึ่งแต่ละประเทศย่อมมีข้อกำหนดกฎหมายที่ไม่เหมือนกัน ดังนั้นข้อพิจารณาที่เกี่ยวข้องกับกฎหมายนั้นจึงเป็นเพียงกรอบโดยกว้าง ที่ต้องพิจารณาซึ่งแตกต่างกันออกไปตามภูมิภาคที่โครงการนั้นตั้งอยู่ นอกจากนั้นโครงการดังกล่าวยังเป็นโครงการที่รับช่วงมาจากโครงการเวสต์เทรคเซ็นเตอร์ที่ก่อสร้างแล้วกว่า 20 ปี ทำให้ข้อกำหนดในปัจจุบันไม่มีผลต่อการปรับปรุงภูมิทัศน์เซ็นทรัลเวสต์สแควร์

การวิเคราะห์ผลสัมฤทธิ์ประเด็นด้านกฎหมายอาคาร พบข้อมูลในการพิจารณาเพื่อการออกแบบ คือ การพิจารณาข้อบัญญัติ หรือเทศบัญญัติของแต่ละท้องถิ่น ซึ่งมักเกี่ยวเนื่องกับอาคาร เช่น การกำหนดระยะถอยร่นอาคารจากแนวนอนสาธารณะ, การกำหนดพื้นที่เปิดโล่งขั้นต่ำเป็น

ร้อยละ สำหรับอาคาร และการยื่นแบบต่อภาครัฐ ในกรณีที่มีเปลี่ยนแปลง ซ่อมแซม หรือต่อเติมสิ่งปลูกสร้างบนพื้นที่เปิดโล่ง

4.1.3.2 การวิเคราะห์การกำหนดด้านความปลอดภัย

ตารางที่ 4.7 แสดงประเด็นการวิเคราะห์การกำหนดด้านความปลอดภัย

ประเด็นด้านการกำหนดด้านความปลอดภัย	การให้ความสำคัญ					สิ่งที่ปรากฏขึ้น
	เจ้าหน้าที่โครงการ			ภูมิสถาปนิก	ผู้ใช้งาน	
	ฝ่ายการตลาด	ฝ่ายอาคาร	ฝ่ายพัฒนาธุรกิจ			
การจัดเตรียมการเบื้องต้นเพื่อป้องกันอัคคีภัย	○	●	●	●	○	เป็นมาตรฐานตามกฎหมายกำหนด
การควบคุมตำแหน่งเข้าออกลานโล่งของผู้ใช้งานเพื่อการรักษาความปลอดภัย	●	●	○	●	○	<p>⊕ สามารถควบคุมจำนวนผู้ใช้งาน และตรวจสอบด้านความปลอดภัยต่อสถานที่และผู้คนได้ ในเวลาที่มีการกิจกรรมที่มีผู้เข้าร่วมเป็นจำนวนมาก เช่น กิจกรรมปีใหม่หรือสงกรานต์</p> <p>⊖ เนื่องจากทางเข้าออกพื้นที่ได้มีหลายทาง จึงต้องใช้บุคลากรจำนวนมากในการควบคุม และถ้ามีจำนวนผู้ใช้งานที่มาก ก็จะทำให้เวลาสูงกว่าจะได้เข้าใช้งานพื้นที่</p>

การวิเคราะห์ด้านการกำหนดด้านความปลอดภัย เปรียบเทียบกับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง พบว่าการกำหนดด้านความปลอดภัย มีความสอดคล้องกับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในบทที่ 2 (หัวข้อ 2.1.3.2) เนื่องจากประเด็นตามตารางที่ 4.7 มุ่งเน้นการกำหนดด้านความปลอดภัยในเรื่องของการป้องกันอัคคีภัยและการรักษาความปลอดภัยของผู้ใช้งาน ซึ่งเซนทรัลเว็ลด์สควาร์ก็ได้ออกแบบให้สอดคล้องกับประเด็นดังกล่าวไว้ได้อย่างดีพอควร ทั้งการจัดเตรียมห้วปถอยน้ำดับเพลิง , ท่อน้ำดับเพลิงจัดเตรียมเอาไว้ และการจัดยามรักษาความปลอดภัยตลอดพื้นที่ รวมทั้งการเพิ่มจำนวนยามรักษาความปลอดภัยในการจัดกิจกรรมต่างๆ และการติดตั้งกล้องวงจรปิดเพื่อบันทึกเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นบนพื้นที่อีกด้วย จึงวิเคราะห์ได้ว่าประเด็นดังกล่าวมีความสอดคล้องกับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การวิเคราะห์ผลสัมฤทธิ์ประเด็นด้านการกำหนดด้านความปลอดภัย พบข้อมูลในการพิจารณาเพื่อการออกแบบ คือการสร้างมาตรการป้องกัน และรักษาความปลอดภัยให้แก่ผู้ใช้งาน เป็นเรื่องที่ต้องพิจารณาสำคัญมาก เนื่องด้วยพื้นที่เปิดโล่งที่สามารถรวมผู้คนได้มาก ย่อมอาจเกิด

ความไม่ปลอดภัยได้ขึ้นทุกขณะเวลา ดังนั้นในการจัดกิจกรรมสำคัญต่างๆ ขึ้นควรเพิ่มมาตรการรักษาความปลอดภัยให้สูงขึ้น (รูปที่ 3.12) และตรวจสอบอุปกรณ์ที่จัดเตรียมไว้เพื่อการรักษาความปลอดภัยให้พร้อมใช้งานได้เสมอ

4.2 การวิเคราะห์ด้านรายละเอียดโครงการ

4.2.1 การวิเคราะห์ผู้ใช้งาน

ตารางที่ 4.8 แสดงประเด็นการวิเคราะห์ผู้ใช้งาน

ประเด็นด้านผู้ใช้งาน	การให้ความสำคัญ					สิ่งที่ปรากฏขึ้น
	เจ้าหน้าที่โครงการ					
	ฝ่ายการตลาด	ฝ่ายอาคาร	ฝ่ายพัฒนาธุรกิจ	ภูมิสถาปนิก	ผู้ใช้งาน	
ผู้ใช้งานพื้นที่มีสัดส่วนระหว่างเพศหญิงและเพศชายไม่แตกต่างกัน	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
ผู้ใช้งานเพศชาย ขึ้นขอบประสบการณ์แบบมีส่วนร่วมกับกิจกรรม (front yard behavior)	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	⊕ การจัดกิจกรรมประเภทที่ทำให้ผู้ใช้งานมีส่วนร่วมเป็นสิ่งน่าสนใจ เพราะสามารถดึงดูดผู้ใช้งานให้เข้ามาใช้พื้นที่ได้เป็นจำนวนมาก นอกจากนั้นยังสามารถสร้างความรู้สึกของการมีส่วนร่วมกับพื้นที่
ผู้ใช้งานเพศหญิง ขึ้นขอบประสบการณ์แบบผ่อนคลาย (back yard behavior)	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	
ผู้ใช้งานพื้นที่ส่วนมากเป็นช่วงอายุของวัยทำงานขึ้นไป	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	

การวิเคราะห์ด้านผู้ใช้งาน เปรียบเทียบกับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง พบว่ากลุ่มผู้ใช้งาน มีความสอดคล้องและแตกต่างกับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในบทที่ 2 (หัวข้อ 2.2.1) เนื่องจากประเด็นตามตารางที่ 4.8 มุ่งเน้นการศึกษากลุ่มผู้ใช้งานโดยแบ่งเป็นเพศและช่วงอายุ ซึ่งพบว่าในเรื่องของเพศของผู้ใช้งานมีสัดส่วนที่ไม่แตกต่างกันมากนัก ผู้ใช้งานทั้งชายและหญิงชอบประสบการณ์ทั้งแบบมีส่วนร่วมกับกิจกรรมและประสบการณ์แบบผ่อนคลาย กิจกรรมที่จัดขึ้นมักเป็นกิจกรรมที่คึกคัก สนุกสนาน ให้ผู้ใช้งานได้มีประสบการณ์แบบมีส่วนร่วม ซึ่งขณะเดียวกันที่กิจกรรมเกิดขึ้นกลับมีผู้ใช้งานจำนวนหนึ่งเลือกใช้ประสบการณ์แบบผ่อนคลาย นั่งพูดคุย และมองดูกิจกรรมอย่างเพลิดเพลิน แต่ไม่ได้เข้าไปร่วมสนุกสนานกับกิจกรรม จึงวิเคราะห์ได้ว่าประเด็นดังกล่าวมีความสอดคล้องกับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในแง่ของความแตกต่างนั้น พบว่าในประเทศตะวันตกผู้ใช้งานพื้นที่เปิดโล่งพาณิชยกรรม ส่วนใหญ่เป็นวัยทำงาน (เฉลี่ยอายุ 25 ปี ขึ้นไป) ที่เข้ามาใช้งาน แต่ในเซ็นทรัลเวสต์แควร์กลับพบ กลุ่มผู้ใช้งานที่มีอายุต่ำกว่านั้นคือ ตั้งแต่อายุ 15 ปีขึ้นไป ที่นิยมเข้ามาใช้งานโดยเฉพาะในบ่ายวัน ศุกร์ ที่มีการจัดกิจกรรม INDY IN TOWN ที่เป็นพื้นที่แสดงพลังของคนรุ่นใหม่ และในกิจกรรม ต่างๆ โดยเฉพาะกิจกรรมด้านที่เกี่ยวข้องกับดนตรี และการแสดง (รูปที่ 3.13) ซึ่งกล่าวได้ว่ากลุ่ม ผู้ใช้งานพื้นที่เปิดโล่งนี้ มีตั้งแต่วัยรุ่นขึ้นไป สอดคล้องกับการวางกลุ่มผู้ใช้งานเป้าหมายของ ศูนย์การค้าที่เน้นกลุ่มผู้ใช้งานที่ตั้งแต่วัยรุ่นขึ้นไปและเป็นวัยที่มีกำลังจับจ่ายสินค้าปานกลางถึง ระดับสูง จึงวิเคราะห์ได้ว่าประเด็นดังกล่าวมีความแตกต่างกับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การวิเคราะห์ผลสัมฤทธิ์ประเด็นด้านผู้ใช้งาน พบข้อมูลในการพิจารณาเพื่อการ ออกแบบ คือ การคำนึงถึงกลุ่มผู้ใช้งานที่มีปริมาณมาก (mass users) และเล็งเห็นว่ากลุ่มผู้ใช้งาน วัยรุ่นมีส่วนสำคัญที่ทำให้ลานโล่งด้านหน้ามีชีวิตชีวา ละลานตา จึงพยายามจัดกิจกรรมที่สอดคล้อง กับความต้องการของวัยรุ่นหรือกลุ่มผู้ใช้งานที่ใช้พื้นที่เป็นปริมาณมาก ซึ่งที่สามารถสร้างความ สนุกสนาน คึกคักที่ดีที่สุดของพื้นที่เปิดโล่งเชิงพาณิชย์คือตัวของผู้ใช้งานนั่นเอง

4.2.2 การวิเคราะห์กิจกรรม เทศกาลและเหตุการณ์สำคัญ

ตารางที่ 4.9 แสดงประเด็นการวิเคราะห์กิจกรรม เทศกาลและเหตุการณ์สำคัญ

ประเด็นด้านกิจกรรม เทศกาลและ เหตุการณ์สำคัญ	การให้ความสำคัญ					สิ่งที่ปรากฏขึ้น
	เจ้าหน้าที่โครงการ			ภูมิสถาปนิก	ผู้ใช้งาน	
	ฝ่ายการตลาด	ฝ่ายอาคาร	ฝ่ายพัฒนาธุรกิจ			
จัดกิจกรรมเป็นจำนวนมากและบ่อยครั้ง ต่อสัปดาห์	●	○	●	●	○	⊕ พื้นที่ด้านหน้าไม่เงียบเหงา แลดูคึกคัก มีชีวิตชีวาตลอดวัน และยังส่งผลโดยตรงให้ ศูนย์การค้ามีรายได้จากค่าเช่าสถานที่
เกิดกิจกรรมทางสังคมตามมาจาก กิจกรรมหลักของพื้นที่	●	○	●	●	●	⊕ เมื่อเกิดกิจกรรมทางสังคมขึ้น มีผู้ใช้งาน มาพักผ่อน พุดคุย รอคอยเพื่อนและใช้เวลา บนพื้นที่เป็นเวลานาน ก็จะนิยมไปใช้พื้นที่ใน ศูนย์การค้าต่อ ซึ่งสร้างรายได้ให้ศูนย์การค้า ได้อีกทาง
มีการจัดกิจกรรมเพื่อสังคม หรือกิจกรรม ตามเหตุการณ์สำคัญที่เกิดขึ้น	●	○	●	○	○	⊕ โครงการมีภาพลักษณ์ที่ดีในด้านสังคม และได้กลุ่มผู้ใช้งานเพิ่มเติมจากกิจกรรม หลักของพื้นที่ รวมถึงทำให้พื้นที่มีความ ทันสมัยเกาะกระแสทางสังคมได้เป็นอย่างดี

ประเด็นด้านกิจกรรม เทศกาลและเหตุการณ์สำคัญ (ต่อ)	การให้ความสำคัญ					สิ่งที่ปรากฏขึ้น
	เจ้าหน้าที่โครงการ			ภูมิสถาปนิก	ผู้ใช้งาน	
	ฝ่ายการตลาด	ฝ่ายอาคาร	ฝ่ายพัฒนาธุรกิจ			
						⊖ ศูนย์การค้าจำกัดเวลาในการจัดงานไว้ที่หลัง 15.00 น. เพราะอากาศบริเวณด้านหน้าค่อนข้างร้อน ยกเว้นกิจกรรมสงกรานต์ที่เปิดให้ใช้งานได้ทั้งวัน
มีกิจกรรมที่โดดเด่นเฉพาะตัว	●	●	●	○	●	⊕ เทวาลัยพระตรีมูรติ และพระพิฆเนศวรสามารถสร้างความโดดเด่นให้แก่พื้นที่ได้เป็นอย่างดี เป็นเอกลักษณ์ที่ผู้คนต้องกล่าวถึง เป็นความเชื่อทางตะวันออกเฉพาะถิ่น ที่แต่ละปีมีผู้ใช้งานจำนวนมากเข้ามากราบไหว้สักการะ
ผู้ใช้งานมีทางเลือกในการร่วมกิจกรรมที่จัดขึ้น	●	●	●	●	●	⊕ ด้วยขนาดใหญ่ สามารถเกิดทางเลือกให้แก่ผู้ใช้งานที่สามารถเข้าร่วมกิจกรรมโดยตรง หรือใช้พื้นที่ข้างเคียงและส่วนกิจกรรมด้วยการมองดู

การวิเคราะห์ด้านกิจกรรม เทศกาลและเหตุการณ์สำคัญ เปรียบเทียบกับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง พบว่ากิจกรรม เทศกาลและเหตุการณ์สำคัญ มีความสอดคล้องและแตกต่างกับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในบทที่ 2 (หัวข้อ 2.2.2) เนื่องจากประเด็นตามตารางที่ 4.9 มุ่งเน้นการศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบกิจกรรมที่ควรเกิดขึ้นบนพื้นที่ลาน ช่วงเวลา และฤดูกาล ที่ส่งผลให้เกิดกิจกรรมที่แตกต่างกัน และด้วยขนาดที่ใหญ่พอที่จะให้สามารถจัดกิจกรรมพร้อมกันได้หลายงานทำให้ผู้ใช้งานสามารถเกิดทางเลือกในการใช้งานได้ ซึ่งเช่นทริลเวลดส์แควร์ ก็เกิดกิจกรรมที่สอดคล้องแนวคิดที่เกี่ยวข้องกิจกรรม เทศกาลและเหตุการณ์ได้เป็นอย่างดี โดยขณะที่เกิดกิจกรรมหลักบนพื้นที่ ก็เกิดกิจกรรมทางเลือกขึ้นบนพื้นที่ด้วยเช่นกันจึงวิเคราะห์ได้ว่าประเด็นดังกล่าวมีความสอดคล้องกับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในแง่ของความแตกต่างพบว่า มีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อเฉพาะถิ่นตะวันออก ในด้านการปกป้องรักษา คุ่มครองสถานที่ และเสริมสิริมงคล คือ การไหว้สักการะพระตรีมูรติ และพระพิฆเนศวร ซึ่งเป็นความโดดเด่นเฉพาะตัว และสร้างแรงดึงดูดให้ผู้คนจำนวนมากเข้ามากราบไหว้ เพื่อสร้างสิริมงคล รวมถึงขอสิ่งที่ยิ่งประสงค์อีกด้วย ซึ่งเรื่องดังกล่าวเป็นความเชื่อเฉพาะถิ่น ที่ในย่านราชประสงค์นิยมสร้างขึ้นมา จึงวิเคราะห์ได้ว่าประเด็นดังกล่าวมีความแตกต่างกับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง (รูปที่ 3.24 และ 3.25)

การวิเคราะห์ผลสัมฤทธิ์ประเด็นด้านกิจกรรม เทศกาลและเหตุการณ์สำคัญ พบข้อมูลในการพิจารณาเพื่อการออกแบบ คือ การจัดกิจกรรมให้มากที่สุดในรอบปี เนื่องด้วยส่งผลในเรื่องรายได้และภาพลักษณ์ของศูนย์การค้า โดยเฉพาะกิจกรรมที่สัมพันธ์กับเทศกาล และฤดูกาล เพราะสามารถสร้างความรู้สึกมีส่วนร่วมของผู้ใช้งานได้ง่าย และสร้างความสนใจให้แก่ผู้ใช้งานได้มาก นอกจากนี้การจัดกิจกรรมประเภทเพื่อสังคม หรือเพื่อมวลชน ก็เป็นอีกประเภทกิจกรรมที่ศูนย์การค้าพึงพิจารณาจัดขึ้น ทั้งนี้การมีกิจกรรมที่มีความโดดเด่นเฉพาะตัวของแต่ละพื้นที่ หรือย่านที่สามารถสร้างเอกลักษณ์ของพื้นที่ได้ก็เป็นเรื่องที่น่าจะนำมาพิจารณาให้เกิดจุดเด่นของพื้นที่เปิดโล่ง

4.3 การวิเคราะห์ด้านการออกแบบแนวคิดและองค์ประกอบ

4.3.1 การวิเคราะห์แนวคิดในการออกแบบ

ตารางที่ 4.10 แสดงประเด็นการวิเคราะห์แนวคิดในการออกแบบ

ประเด็นด้านแนวคิดในการออกแบบ	การให้ความสำคัญ					สิ่งที่ปรากฏขึ้น
	เจ้าหน้าที่โครงการ			ภูมิสถาปนิก	ผู้ใช้งาน	
	ฝ่ายการตลาด	ฝ่ายอาคาร	ฝ่ายพัฒนาธุรกิจ			
การใช้พื้นที่มีอยู่อย่างคุ้มค่าที่สุด และสร้างรายได้มากที่สุด	●	●	●	●	○	⊕ สามารถจัดกิจกรรมหลายงานพร้อมๆกัน ทำให้ผู้ใช้งานมีทางเลือกในการร่วมกิจกรรม ดูศึกศึก สนุกสนาน
การสร้างภาพลักษณ์ของพื้นที่	●	●	●	●	●	⊕ พื้นที่เปิดโล่งเป็นตัวแทนแห่งความทันสมัย , เป็นพื้นที่ของคนเมืองในการจัดกิจกรรมสำคัญต่างๆ
การจัดการด้านความร้อนบนพื้นที่	●	●	●	●	○	⊕ เป็นการเตรียมพื้นที่เพื่อการใช้งานในช่วงเวลาบ่าย ทำให้ผู้ใช้งานไม่รู้สึกร้อนจนเกินไป ⊖ พื้นลานอาจจะเปียกอยู่บ้าง และต้องใช้เวลากว่าชั่วโมงถึงจะแห้ง

การวิเคราะห์ด้านแนวคิดในการออกแบบ เปรียบเทียบกับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง พบว่าแนวคิดในการออกแบบมีความสอดคล้องกับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในบทที่ 2 (หัวข้อ 2.3.1.) เนื่องจากประเด็นตามตารางที่ 4.10 เน้นเกี่ยวกับการออกแบบที่ต้องใช้พื้นที่อย่างเต็มที่ และคุ้มค่าอย่างที่สุด และยังต้องคำนึงถึงรายได้ที่ต้องมากที่สุดเช่นกัน ซึ่งเป็นแนวความคิดหลักที่พื้นที่พาณิชย์กรรม นอกจากนั้นยังต้องพิจารณาถึงเรื่องภาพลักษณ์ของพื้นที่ซึ่งอาจจะเป็นทั้งแบบทันสมัย

ร่วมสมัย หรือย้อนยุคก็ตาม ซึ่งจะเห็นได้ว่าเซ็นทรัลเวิลด์สแควร์ออกแบบมาโดยให้ความสำคัญเรื่องขนาดพื้นที่ที่สามารถจัดงานออกมาได้มากที่สุด และต้องมีภาพลักษณ์ที่ทันสมัย ตามแนวคิดของศูนย์การค้า (รูปที่ 3.34) ซึ่งก็สอดคล้องกับวรรณกรรมทางตะวันตกเช่นกัน นอกจากนี้ยังมี การพิจารณาเรื่องการจัดการด้านความร้อน ด้วยไม่สามารถหลีกเลี่ยงแสงแดดได้ ทำให้มีความร้อนสะสมอยู่บนพื้นที่ ดังนั้นถึงมีการออกแบบเพื่อการจัดการด้านความร้อนด้วยน้ำพุพื้นละอองฝอย (รูปที่ 3.36) จึงวิเคราะห์ได้ว่าประเด็นดังกล่าวมีความสอดคล้องกับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การวิเคราะห์ผลสัมฤทธิ์ประเด็นด้านแนวคิดในการออกแบบ พบข้อมูลในการพิจารณาเพื่อการออกแบบ คือการวางทิศทางของศูนย์การค้าหลัก การออกแบบพื้นที่เปิดโล่งต้องเป็นแนวทางของการสนับสนุนแนวคิดหลักของพื้นที่ นอกเหนือความคุ้มค่าทางตัวเลขรายได้ที่องค์การภาคเอกชนควรได้รับ แล้วนั้นสิ่งหนึ่งที่เพิ่มเติมขึ้นมา คือการแสดงออกต่อการรับผิดชอบต่อสังคม หรือการสร้างแนวคิดเพื่อมวลชนผนวกเพิ่มเติมลงกับการออกแบบ เช่น การให้คุณค่าแก่สังคมเมือง จากประสบการณ์การใช้พื้นที่เปิดโล่ง ให้ผู้ใช้งานรู้สึกถึงการพักผ่อนหย่อนใจ ผ่อนคลายในการใช้งานพื้นที่ นอกจากนี้สิ่งที่ต้องพิจารณาเพิ่มเติมในงานออกแบบ คือ การสามารถในการปรับเปลี่ยนพื้นที่ใช้งาน ในการรองรับการจัดกิจกรรมที่ต้องมากที่สุดที่สามารถจะกระทำได้

4.3.2 การวิเคราะห์องค์ประกอบทางภูมิทัศน์

4.3.2.1 การวิเคราะห์ที่นั้ง

ตารางที่ 4.11 แสดงประเด็นการวิเคราะห์องค์ประกอบทางภูมิทัศน์ ประเภทที่นั้ง

ประเด็นด้านองค์ประกอบทางภูมิทัศน์ ประเภทที่นั้ง	การให้ความสำคัญ					สิ่งที่ปรากฏขึ้น
	เจ้าหน้าที่โครงการ			ภูมิสถาปนิก	ผู้ใช้งาน	
	ฝ่ายการตลาด	ฝ่ายอาคาร	ฝ่ายพัฒนาธุรกิจ			
ที่นั้งควรมีความหลากหลายทั้งตำแหน่ง การวางและการจัดกลุ่ม	●	○	●	●	○	⊕ เกิดความหลากหลายรูปแบบ ในการรวมกลุ่มของผู้ใช้งานพื้นที่ ซึ่งตอบสนองรูปแบบกิจกรรมที่ผู้ใช้พึงประสงค์
ลักษณะที่นั้งที่ดี ควรสามารถปรับเปลี่ยนใช้สอยได้ง่าย	○	○	○	○	○	ในการออกแบบ ไม่ได้ให้มีการปรับเปลี่ยนการใช้สอยที่นั้งเป็นการใช้สอยแบบอื่น
วัสดุที่เลือกใช้กับที่นั้ง ไม่ควรจะเป็นวัสดุที่ร้อนได้สูง ผิวสัมผัสไม่ลื่น และทนต่อการทำลายโดยฝีมือมนุษย์	○	●	○	●	○	⊕ เกิดความปลอดภัยของผู้ใช้งานในการใช้งาน รวมถึงการทำให้มุมเก้าอี้ให้โค้งมนขึ้น เพื่อลดการบาดเจ็บของผู้ใช้งาน และวัสดุที่มีความหนาทำให้ชำรุดได้ยากกว่า ⊖ การเลือกใช้วัสดุปิดผิวที่นั้งที่เป็นสีเข้ม ส่งผลการสะสมความร้อนที่มากกว่าสีอ่อน

การวิเคราะห์ด้านองค์ประกอบทางภูมิทัศน์ ประเภทที่หนึ่ง เปรียบเทียบกับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง พบว่าการออกแบบที่หนึ่ง มีความสอดคล้องและแตกต่างกับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในบทที่ 2 (หัวข้อ 2.3.2.1) เนื่องจากประเด็นตามตารางที่ 4.14 อธิบายถึงข้อพิจารณาที่เกี่ยวกับความหลากหลายทั้งรูปแบบ และการจัดวางของที่หนึ่ง การปรับเปลี่ยนที่หนึ่งเพื่อการใช้งานประเภทอื่น ๆ รวมถึงการเลือกใช้วัสดุประกอบขึ้นเป็นที่หนึ่ง ในเซ็นทรัลเวสต์แควร์ พบว่า การออกแบบที่หนึ่งมีทั้งสิ้น 2 ประเภท คือประเภทที่หนึ่งพื้นฐาน จำพวกที่หนึ่งยึดติดกับผนังเป็นแนวยาว หรือที่หนึ่งประเภทกล่องสี่เหลี่ยมที่ก่อขึ้นมา และที่หนึ่งระดับริ่ง จำพวกกระเบื้องน้ำพุ หรือกระเบื้องต้นไม้ ซึ่งแต่ละประเภทก็ถูกจัดวางในคนละตำแหน่งแตกต่างกันตามพื้นที่ทั้ง 4 โซน แต่อย่างไรก็ตามการจัดวางตำแหน่งของที่หนึ่งจะถูกจัดวางเฉพาะในตำแหน่งขอบโดยรอบพื้นที่ทั้งหมด และเว้นว่างพื้นที่ขนาดกว้างไว้ด้านในเพื่อการจัดกิจกรรม

ในแง่ของการออกแบบที่หนึ่งนั้น พบว่าศูนย์การค้าไม่ได้ออกแบบให้ที่หนึ่งสามารถเคลื่อนย้ายได้ โดยเป็นที่หนึ่งแบบยึดติดทั้งหมด จึงไม่สามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบเพื่อการใช้งานได้ตามวรรณกรรม แต่ใช้การจัดวางตำแหน่งที่หนึ่งไว้โดยรอบตัวลานแทน โดยไม่มีการวางที่หนึ่งไว้กลางลาน ถือว่าเป็นแนวทางหนึ่งที่ผู้ออกแบบภูมิทัศน์กำหนดไว้ จึงวิเคราะห์ได้ว่าประเด็นดังกล่าวมีความสอดคล้องกับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การวิเคราะห์ผลสัมฤทธิ์ประเด็นด้านองค์ประกอบทางภูมิทัศน์ ประเภทที่หนึ่ง พบข้อมูลในการพิจารณาเพื่อการออกแบบ คือ การออกแบบที่หนึ่งต้องไม่สร้างความเกะกะ หรือกีดขวางพื้นที่รองรับการจัดกิจกรรม ทั้งนี้บางครั้งการออกแบบที่หนึ่งที่สามารถเคลื่อนย้ายได้ อาจจะต้องเป็นมาตรการเพื่อป้องกันที่หนึ่งสูญหาย หรือชำรุดจากการเคลื่อนย้ายไปมา ทั้งนี้การออกแบบที่หนึ่งจำเป็นจะต้องใช้การออกแบบองค์ประกอบทางภูมิทัศน์ชนิดอื่นที่สามารถปรับใช้เป็นที่หนึ่งให้ได้เพิ่มเติม เพราะไม่เช่นนั้นบนพื้นที่เปิดโล่งอาจจะเต็มไปด้วยที่หนึ่งจำนวนมากเกินไป

สิ่งสำคัญอีกอย่างคือการออกแบบให้ที่หนึ่งอยู่ในพื้นที่ที่ได้รับแสงแดดน้อย หรือได้รับแสงแดดในบางช่วงเวลาเพียงเท่านั้น เนื่องจากที่หนึ่งที่ได้รับแสงแดดตลอดเวลาจะไม่มีการใช้งาน ทั้งนี้การออกแบบที่หนึ่งอาจจะพิจารณาเรื่องการหันหน้าการวางทิศทางของที่หนึ่ง ซึ่งหากต้องการให้ผู้ใช้งานเกิดปฏิสัมพันธ์ต่อกันอาจจะออกแบบที่หนึ่งที่หันหน้าเข้าหากัน หรือในทางตรงกันข้ามหากประสงค์ให้ผู้ใช้งานได้รับอิสระ หรือความเป็นส่วนตัวจากการใช้ที่หนึ่งควรจะหันทิศทางของที่หนึ่งเป็นที่หนึ่งแบบเส้นตรง(รูปที่ 3.37) หรือที่หนึ่งที่สามารถนั่งได้โดยรอบพื้นที่ (รูปที่ 3.38)

4.3.2.2 การวิเคราะห์พืชพรรณ

ตารางที่ 4.12 แสดงประเด็นการวิเคราะห์องค์ประกอบทางภูมิทัศน์ ประเภทพืชพรรณ

ประเด็นด้านองค์ประกอบทางภูมิทัศน์ ประเภทพืชพรรณ	การให้ความสำคัญ					สิ่งที่ปรากฏขึ้น
	เจ้าหน้าที่โครงการ			ภูมิสถาปนิก	ผู้ใช้งาน	
	ฝ่ายการตลาด	ฝ่ายอาคาร	ฝ่ายพัฒนาธุรกิจ			
ความสูงและทรงพุ่มของพืชพรรณที่นำมาใช้ต้องไม่บดบังทัศนียภาพ	○	●	●	●	○	⊕ เกิดลักษณะที่ว่างภายในโอบล้อมผู้คนภายในพื้นที่ ด้วยความสูงของต้นไม้ 2 ระดับ คือ ประมาณ 1.50 - 2.00 เมตร และ ประมาณ 8-10 เมตร และต้นไม้ยังช่วยบดบังความคับคั่งของจราจรบนถนนราชดำริได้เป็นอย่างดี
ต้นไม้ที่อยู่ใกล้ผู้ใช้งาน ควรมีความทนทานต่อการทำลายโดยฝีมือมนุษย์	●	○	●	●	○	⊕ การปลูกซอกเกียนเป็นแนว ตัดแต่งเป็นทรงพุ่มเป็นเหลี่ยม ในบริเวณใกล้กับที่นั่ง ทำให้เกิดความรู้สึกเป็นทางการ จนไม่ยอมสัมผัส ซึ่งส่งผลให้ทนทานต่อการทำลาย
การเลือกใช้ความหลากหลายของพืชพรรณ เพื่อการตกแต่ง เช่นรูปทรง, สี, ผิวสัมผัส, ความสูง	○	○	○	●	○	⊕ การใช้พืชพรรณที่หลากหลาย สร้างความรู้สึกสดชื่น ร่มรื่น นำใช้งาน ⊖ ด้วยสภาพอากาศกลางวันที่ร้อน จึงเลือกใช้พืชพรรณที่ทนทานและน้อยชนิด หากใช้มากชนิดต้องดูแลบำรุงรักษามาก เพื่อให้สวยงามตลอดเวลา
การปลูกต้นไม้ขนาดใหญ่บนลานโล่ง	○	○	○	●	●	⊕ การมีต้นไม้ขนาดใหญ่บนลานสามารถสร้างร่มเงาที่ดีให้แก่ผู้ใช้งาน เพราะสามารถอาศัยพื้นที่ใต้ต้นไม้เพื่อหลบร้อนได้ ⊖ ขนาดของต้นไม้ใหญ่ ทำให้สูญเสียพื้นที่จัดกิจกรรมบางส่วนไป

การวิเคราะห์ด้านพืชพรรณ เปรียบเทียบกับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง พบว่าพืชพรรณมีความสอดคล้องและแตกต่างกับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในบทที่ 2 (หัวข้อ 2.3.2.2) เนื่องจากประเด็นตามตารางที่ 4.15 นั้นมุ่งเน้นในเรื่องการใช้พืชพรรณ เพื่อสวยงาม ในการตกแต่ง ประดับประดาสถานที่เพียงเท่านั้น พบว่าในกรณีเช่นทรัลเวสต์แควร์ก็เช่นเดียวกัน การเลือกใช้ต้นไม้ในพื้นที่ ถูกเลือกขึ้นมาเพื่อใช้กันอาณาเขตพื้นที่เปิดโล่ง โดยต้นไม้ที่มีระดับสูง คือ ปาล์มขวดและหูกระจงสองชนิดเพียงเท่านั้น (รูปที่ 3.42 และ 3.43) แล้วก็จะต้นไม้ระดับเตี้ยไปเลย และมีการปลูกต้นไม้เพิ่มเติมในส่วนที่เป็นกระบะต้นไม้บ้าง เช่น ซอกเกียน พยับหมอก หลิวใบ และลิ้นมังกร

การเลือกใช้พืชพรรณนั้นถูกพิจารณาในด้านของความสวยงามและความทนทานต่อสภาพอากาศ และทนต่อการทำลายโดยฝีมือมนุษย์เป็นหลัก (รูปที่ 3.44, 3.45 และ 3.46) จึงวิเคราะห์ได้ว่า ประเด็นดังกล่าวมีความสอดคล้องกับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

สำหรับความแตกต่างกับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องนั้น พบว่า ไม่ได้มีการคำนึงถึงปริมาณ ต้นไม้ที่เหมาะสมกับขนาดพื้นที่, การเลือกใช้ต้นไม้ที่มีดอกสีส้มสวยงามเป็นจำนวนมาก เนื่องจาก ไม้ดอกมักจะเป็นไม้ที่ต้องการการดูแลรักษาสูง หรือการปลูกต้นไม้ขนาดใหญ่เพื่อให้ร่มเงาแก่พื้นที่ ลานในเวลากลางวัน รวมถึงการคำนึงต้นไม้ที่มีคุณค่าทางนิเวศเมือง และพื้นที่สีเขียวของเมือง จึง วิเคราะห์ได้ว่าประเด็นดังกล่าวที่มีความแตกต่างกับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การวิเคราะห์ผลสัมฤทธิ์ประเด็นด้านองค์ประกอบทางภูมิทัศน์ ประเภทพืชพรรณ พบ ข้อมูลในการพิจารณาเพื่อการออกแบบ คือ การใช้พืชพรรณเพื่อการออกแบบ จะใช้พืชพรรณในการสร้างอาณาเขตของพื้นที่เปิดโล่ง และสร้างความเป็นส่วนตัวของพื้นที่เปิดโล่งให้แยกออกจาก บริเวณแนวบาทวิถีด้านหน้าเป็นแนวคิดหลัก แต่ทั้งนี้อาจจะเป็นส่วนดีของเซ็นทรัลเวสต์สแควร์ที่ไม่จำเป็นต้องใช้ต้นไม้ใหญ่ในการให้ร่มเงาพื้นที่เปิดโล่งเนื่องจากแนวอาคารที่สามารถบังแสงแดด ได้ในช่วงบ่าย

นอกจากนั้นพิจารณาเรื่องกระบะปลูกพืชพรรณที่บนพื้นที่เปิดโล่ง ที่อยู่บนโครงสร้าง (ลักษณะคล้ายสวนหลังคา) มักจะเป็นกระบะปลูกแบบยกพื้นเท่านั้น (Raised Planter) เพราะ ข้อจำกัดทางโครงสร้างที่ไม่นิยมเจาะพื้นลงไปเพื่อปลูกต้นไม้ ทำให้ความสูงของพื้นที่ชั้นจอดรถ B1 ไม่ได้รับความกระทบกระเทือน

4.3.2.3 การวิเคราะห์วัสดุปูพื้นและการเปลี่ยนระดับพื้น

ตารางที่ 4.13 แสดงประเด็นการวิเคราะห์องค์ประกอบทางภูมิทัศน์ ประเภทวัสดุปูพื้นและการเปลี่ยนระดับพื้น

ประเด็นด้านองค์ประกอบทาง ภูมิทัศน์ ประเภทวัสดุปูพื้นและการเปลี่ยน ระดับพื้น	การให้ความสำคัญ					สิ่งที่ปรากฏขึ้น
	เจ้าหน้าที่โครงการ			ภูมิสถาปนิก	ผู้ใช้งาน	
	ฝ่ายการตลาด	ฝ่ายอาคาร	ฝ่ายพัฒนาธุรกิจ			
บริเวณที่เป็นเส้นทางสัญจร ควรจะปูพื้น ด้วยลายพื้นที่เป็นลักษณะตรงมุ่งไปสู่ ทางเข้านั้น	○	●	○	●	●	⊕ สร้างแนวเส้นทางที่มีชัดเจน ในการเดิน เข้าสู่ศูนย์การค้า สามารถแบ่งพื้นที่ลาน ออกเป็นสัดส่วน
การเปลี่ยนผิวสัมผัสวัสดุปูพื้น สามารถ ช่วยในการกำหนดเส้นทางสัญจรได้	●	○	○	●	○	⊕ สร้างให้เกิดความรู้สึกรู้สึกของผู้ใช้งาน ที่ ความแตกต่างของพื้นแบ่งแยกกว่าเป็น ทางเดินกับพื้นที่จัดกิจกรรม

ประเด็นด้านองค์ประกอบทาง ภูมิทัศน์ ประเภทวัสดุปูพื้นและการเปลี่ยน ระดับพื้น (ต่อ)	การให้ความสำคัญ					สิ่งที่ปรากฏขึ้น
	เจ้าหน้าที่โครงการ			ภูมิสถาปนิก	ผู้ใช้งาน	
	ฝ่ายการตลาด	ฝ่ายอาคาร	ฝ่ายพัฒนาธุรกิจ			
						⊖ ควรเลือกวัสดุที่ไม่ใช่ผิวขรุขระ เพราะ อาจจะทำให้ได้รับอุบัติเหตุได้
การเปลี่ยนระดับพื้นลานโล่ง เพื่อให้ สามารถกลายเป็นที่นั่งได้	●	○	●	●	●	⊕ เป็นรูปแบบที่นั่งประเภทรอง ซึ่งสามารถ รองรับการใช้งานเวลาที่มีการจัดกิจกรรม
การออกแบบรายละเอียดเชื่อมระดับพื้นที่ ด้วยบันได หรือทางลาด	○	○	○	●	○	⊕ เอื้อประโยชน์ให้ผู้ใช้งานทุกประเภททั้งผู้ พิการ และผู้สูงอายุ ให้สามารถเข้าพื้นที่ได้ ง่ายขึ้น

การวิเคราะห์ด้านวัสดุปูพื้นและการเปลี่ยนระดับพื้น เปรียบเทียบกับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง พบว่าวัสดุปูพื้นและการเปลี่ยนระดับพื้นมีความสอดคล้องกับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในบทที่ 2 (หัวข้อ 2.3.2.3) เนื่องจากประเด็นตามตารางที่ 4.13 มุ่งเน้นการออกแบบวัสดุปูพื้นและการเปลี่ยนระดับพื้นลานโล่งที่ทำให้เกิดความรู้สึกแยกแยะความแตกต่างกัน ส่งผลให้ผู้ใช้งานแยกแยะพื้นที่ออกจากกัน คือพื้นที่จัดกิจกรรมและพื้นที่ทางเดิน รวมทั้งการออกแบบให้ได้ประโยชน์ใช้สอยเพิ่มเติม เช่น การเปลี่ยนระดับพื้นให้สามารถนั่งได้ ซึ่งก็มีความเหมาะสมในการออกแบบและสามารถประยุกต์ใช้ได้ในอนาคตต่อไป จึงวิเคราะห์ได้ว่าประเด็นดังกล่าวมีความสอดคล้องกับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การวิเคราะห์ผลสัมฤทธิ์ประเด็นด้านองค์ประกอบทางภูมิทัศน์ ประเภทวัสดุปูพื้นและการเปลี่ยนระดับพื้น พบข้อมูลในการพิจารณาเพื่อการออกแบบ คือ การสร้างพื้นที่เปิดโล่งเพื่อการจัดกิจกรรม ไม่ควรเล่นระดับพื้นให้มาก ควรเป็นลานเรียบจะเหมาะสมกว่าเพราะสามารถจัดกิจกรรมได้สะดวก ไม่เกิดความแปลกแยก และทำให้ผู้ใช้งานจำนวนมากมีความปลอดภัยในการใช้พื้นที่ ไม่สะดุดล้มขั้นที่มีการเปลี่ยนระดับพื้น (รูปที่ 3.49) ทั้งนี้การออกแบบโดยใช้สีเข้มของพื้นที่สามารถสร้างจุดเด่น 2 ด้านคือ พื้นที่เปิดโล่งดูไม่สกปรกเลอะเทอะได้ง่าย และการออกแบบโดยการใช้สีเข้ม เป็นการแสดงออกให้ดูเรียบ ใ้หุ้ดูแลดูทันสมัย

4.3.2.4 การวิเคราะห์งานศิลปะ ประติมากรรมในพื้นที่

ตารางที่ 4.14 แสดงประเด็นการวิเคราะห์ห้องศิลปะประกอบทางภูมิทัศน์ ประเภทงานศิลปะ ประติมากรรมในพื้นที่

ประเด็นด้านองค์ประกอบทาง ภูมิทัศน์ ประเภทงานศิลปะ ประติมากรรมในพื้นที่	การให้ความสำคัญ					สิ่งที่ปรากฏขึ้น
	เจ้าหน้าที่โครงการ			ภูมิสถาปนิก	ผู้ใช้งาน	
	ฝ่ายการตลาด	ฝ่ายอาคาร	ฝ่ายพัฒนาธุรกิจ			
การออกแบบ จัดวางงานศิลปะ ประติมากรรม หรือการออกแบบภูมิ สัญลักษณ์ (landmark) ในพื้นที่ยอมสร้าง ความโดดเด่น	●	○	●	●	●	⊕ การจัดวางงานศิลปะหรือ ประติมากรรม ที่โดดเด่น สามารถดึงดูดผู้ใช้งานให้เข้ามาใช้ พื้นที่ได้เป็นจำนวนมาก สร้างภาพลักษณ์ที่ ดีให้พื้นที่ได้เป็นอย่างดี และสามารถสร้าง รายได้เข้าสู่โครงการได้เป็นอย่างดี
การวางตำแหน่งชิ้นงานในบริเวณที่มี เส้นทางผู้ใช้งานผ่านไปมาจำนวนมาก และสามารถเห็นได้ชัดเจน	●	○	●	●	○	⊕ ตำแหน่งที่ตั้งยังสร้างโอกาสในการเข้าถึง งานศิลปะได้มาก ทำให้ผู้ใช้งานได้ ประสบการณ์กับงานศิลปะเพิ่มขึ้น และทำ ให้พื้นที่แลดูโดดเด่นมากยิ่งขึ้น เช่นบริเวณ ลานน้ำพุดนตรี ที่สามารถมองลงมาจาก สกายวอล์คได้
ระบบโครงสร้างพื้น ต้องแข็งแรง สามารถ รองรับน้ำหนักของประติมากรรมได้	○	○	●	●	○	⊕ สามารถรองรับงานประติมากรรมที่มี ขนาดใหญ่ได้เป็นอย่างดี และมีความ ปลอดภัยในการติดตั้ง

การวิเคราะห์ด้านงานศิลปะ ประติมากรรมในพื้นที่ เปรียบเทียบกับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องพบว่างานศิลปะ ประติมากรรมในพื้นที่ มีความสอดคล้องและแตกต่างกับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในบทที่ 2 (หัวข้อ 2.3.2.4) เนื่องจากประเด็นตามตารางที่ 4.14 พบว่า การออกแบบงานศิลปะ ประติมากรรมนั้นได้ถูกจัดวางให้เพื่อสร้างความน่าสนใจให้กับพื้นที่เปิดโล่ง โดยมักถูกวางเพื่อการประดับประดา ตกแต่ง โดยการจัดวางตำแหน่งที่ตั้งงานศิลปะมักจะถูกจัดวางไว้ในตำแหน่งที่มองเห็นได้ง่าย และงานศิลปะ ประติมากรรมบนเซ็นทรัลเวสต์สแควร์ ได้จัดวางชิ้นงานศิลปะเพื่อสร้างความน่าสนใจให้พื้นที่ และถูกจัดวางใกล้ทางเข้าออก ใกล้ป้ายรถประจำทาง หรือบริเวณลานน้ำพุดนตรี ซึ่งแต่ละตำแหน่งที่จัดวางเป็นพื้นที่ที่ผู้ใช้งานจำนวนมากสามารถมองเห็น จึงวิเคราะห์ได้ว่าประเด็นดังกล่าวมีความสอดคล้องกับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในแง่ของความแตกต่างกับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องพบว่า พบว่างานศิลปะ ประติมากรรม มักจะถูกจัดวางเพื่อการประดับประดา ตกแต่งสถานที่ แต่ในกรณีพื้นที่ศึกษานั้น พบว่างานศิลปะ ประติมากรรม เป็นหนึ่งในแนวคิดของศูนย์การค้า ที่ต้องการชูจุดเด่นเรื่องงานศิลปะ ประติมากรรม

โดยในแต่ละปีจะมีโครงการ “เดอะ สคัลป์เจอร์ แอท เซ็นทรัลเวิลด์” (The sculpture at central world) ที่เป็นการนำงานศิลปะ ประติมากรรมระดับโลกมาจัดแสดง

ตัวอย่างงานศิลปะ งานประติมากรรมที่จัดแสดง คือประติมากรรมในชื่อ “เดอะ เฮด” (The Head) โดย ราวินเดอร์ เร็ดดี ศิลปินระดับโลกชื่อดังชาวอินเดีย (รูปที่ 3.52) หรือต้นคริสต์มาสสูง 30 เมตรในเทศกาลคริสต์มาส-ส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ (รูปที่ 3.55) ที่เต็มไปด้วยชื่อเสียงที่ผู้ใช้งานกล่าวถึงกัน นอกจากงานศิลปะ ประติมากรรมจะสามารถดึงดูดความสนใจได้ดีแล้ว ยังเกิดประสบการณ์ร่วมกับผู้ใช้งาน เช่น กิจกรรมถ่ายภาพร่วมกับงานประติมากรรม และศูนย์การค้ายังสามารถสร้างรายได้จากประติมากรรมที่จัดแสดง โดยเป็นการแนะนำผลิตภัณฑ์หรือสินค้า ที่นำมาโปรโมทในพื้นที่ได้อีกทางหนึ่งด้วย

การวิเคราะห์ผลสัมฤทธิ์ประเด็นด้านองค์ประกอบทางภูมิทัศน์ ประเภทงานศิลปะ ประติมากรรมในพื้นที่ พบข้อมูลในการพิจารณาเพื่อการออกแบบ คือ การเลือกใช้งานประติมากรรมในการตกแต่งสถานที่ อาคารประเภทศูนย์การค้า เป็นแนวคิดสมัยนิยมในช่วงนี้ที่ศูนย์การค้านิยมใช้กันมาก ส่วนหนึ่งงานศิลปะ ประติมากรรมถูกแสดงออกทางด้านสุนทรียภาพ ความงาม ซึ่งผู้ใช้งานยุคใหม่ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมีความต้องการในการใช้ชีวิตที่หลากหลายรูปแบบ และมีแนวโน้มให้ความสนใจในงานศิลปะมากขึ้น สะท้อนบทบาทของศูนย์การค้าที่ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางในการพัก ผ่อนหย่อนใจในการใช้ชีวิต ซึ่งไม่จำกัดอยู่เพียงเพื่อนำเสนอสินค้าและบริการ แต่ยังมีมุ่งนำเสนอองานศิลปะเพื่อจรรโลงใจ

อีกหนึ่งรูปแบบพฤติกรรมของผู้ใช้งานชาวไทย ให้ความสนใจกับการบันทึกภาพถ่ายร่วมกับงานศิลปะ ประติมากรรมเป็นอย่างมาก เช่นกิจกรรมเทศกาลคริสต์มาส ที่มีผู้ใช้งานมากกว่าแสนคนหมุนเวียนเข้ามาถ่ายภาพร่วมกับต้นคริสต์มาสสูง 30 เมตร ซึ่งการพิจารณางานศิลปะ ประติมากรรมที่จะนำมาจัดแสดงนั้น อาจจัดแบ่งได้เป็น งานศิลปะ ประติมากรรมระดับโลก โดยศิลปินผู้มีชื่อเสียง ซึ่งสามารถทำการสนับสนุนโฆษณาได้มาก และสร้างความดึงดูดได้อย่างสูง หรืออาจจะเป็นงานศิลปะตามเทศกาลยุคสมัย หรืองานศิลปะ ประติมากรรมที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์สินค้าของบางบริษัท ที่ต้องการทำการตลาดเพื่อการเสนอขายสินค้า

นอกจากนั้นการพิจารณาเพิ่มเติมเรื่องระบบโครงสร้างพื้น ชั้นจอดรถ B1 ด้านล่างของเซ็นทรัลเวิลด์สแควร์ บริเวณโซน เซน เอาดอร์ อารีน่า ที่ได้รับการเพิ่มระบบโครงสร้างรับน้ำหนักเอาไว้เพิ่มเติมจากระบบโครงสร้างเดิมที่ก็มีความสามารถรับน้ำหนักได้ดีอยู่แล้ว เพื่อให้สามารถรับน้ำหนักของประติมากรรมที่มากขึ้นได้อีก ดังเช่น น้ำหนักของต้นคริสต์มาส ที่จะติดตั้งได้ในบริเวณโซนดังกล่าวเพียงเท่านั้น แสดงให้เห็นถึงการออกแบบรายละเอียดด้านโครงสร้าง ลักษณะแบบสวนหลังคาของพื้นที่เปิดโล่ง ที่มีการเตรียมพร้อมในการออกแบบ เพื่อรับน้ำหนักบนพื้นที่เปิดโล่ง

4.3.2.5 การวิเคราะห์จุดให้ข้อมูลข่าวสารและป้ายสัญลักษณ์บอกทาง

ตารางที่ 4.15 แสดงประเด็นการวิเคราะห์ห้องค้ประกอบทางภูมิทัศน์ ประเภทจุดให้ข้อมูลข่าวสาร และป้ายสัญลักษณ์บอกทาง

ประเด็นด้านองค์ประกอบทางภูมิทัศน์ ประเภทจุดให้ข้อมูลข่าวสารและป้าย สัญลักษณ์บอกทาง	การให้ความสำคัญ					สิ่งที่ปรากฏขึ้น
	เจ้าหน้าที่โครงการ			ภูมิสถาปนิก	ผู้ใช้งาน	
	ฝ่ายการตลาด	ฝ่ายอาคาร	ฝ่ายพัฒนาธุรกิจ			
การสร้างพื้นที่เพื่อให้ข้อมูลข่าวสาร ใน พื้นที่เปิดโล่ง	●	○	●	○	●	⊕ จอ LED Screen ทำหน้าที่เพื่อการให้ ข้อมูลข่าวสารได้ดี ในเวลากลางวัน สร้าง ความสนใจให้แก่ผู้คนได้มาก ดัชนีภาพและ เสียงสามารถช่วยเพิ่มความคึกคักบนพื้นที่ได้ อย่างดี และเวลาจัดกิจกรรมยังสามารถ ถ่ายทอดสดบรรยากาศในงาน ยิ่งเพิ่มความ คึกคัก

การวิเคราะห์ด้านจุดให้ข้อมูลข่าวสารและป้ายสัญลักษณ์บอกทาง เปรียบเทียบกับ
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง พบว่าจุดให้ข้อมูลข่าวสารและป้ายสัญลักษณ์บอกทางมีความสอดคล้อง
กับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในบทที่ 2 (หัวข้อ 2.3.2.5) เนื่องจากประเด็นตามตารางที่ 4.15 พบว่า
การมีจุดเพื่อการให้ข้อมูลข่าวสารในเวลากลางวัน ขณะไม่มีการจัดกิจกรรมช่วยเพิ่มความคึกคัก
มีชีวิตชีวาให้แก่พื้นที่ได้เป็นอย่างดี ซึ่งในเซ็นทรัลเวิลด์สแควร์ใช้ จอ LED Screen ขนาด 9 X16
เมตร จอภาพขนาดใหญ่จนสามารถมองเห็นได้ชัดเจนทั่วทั้งพื้นที่ เพื่อการให้ข้อมูลต่างๆ เช่น
ข่าวสารบ้านเมือง ข่าวการจัดงาน รายการแฟชั่น รายการส่งเสริมการขาย หรือกิจกรรมภายใน
ศูนย์การค้า จากการสังเกตการณ์ผู้ใช้งานให้ความสนใจกับจอแสดงข้อมูลชนิดนี้เป็นอย่างมาก(รูป
ที่ 3.57 และ 3.58)

หากมีการจัดกิจกรรมบนพื้นที่ จอ LED Screen จะทำหน้าที่ถ่ายทอดบรรยากาศจาก
กิจกรรม ให้ผู้ใช้งานเกิดความรู้สึกร่วมไปกับกิจกรรมที่เกิดขึ้นในพื้นที่ ถือว่าการเลือกใช้อุปกรณ์
ขนาดใหญ่เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารเป็นตัวเลือกที่ดีสำหรับการออกแบบพื้นที่เปิดโล่งพาณิชยกรรมใน
อนาคต จึงวิเคราะห์ได้ว่าประเด็นดังกล่าวมีความสอดคล้องกับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การวิเคราะห์ผลสัมฤทธิ์ประเด็นด้านองค์ประกอบทางภูมิทัศน์ ประเภทจุดให้ข้อมูล
ข่าวสารและป้ายสัญลักษณ์บอกทาง พบข้อมูลในการพิจารณาเพื่อการออกแบบ คือ การสร้าง
ความรู้สึกว่ามีสิ่งที่สามารถสื่อสารกับผู้ใช้งานได้ตลอดเวลาในพื้นที่เปิดโล่ง สร้างความสนใจและ
ความคึกคัก แม้จะไม่มีการใช้งานพื้นที่เปิดโล่งแต่อย่างใด และยังเป็นวิธีการทำการตลาดที่สำคัญ

วิธีหนึ่งที่แนะนำสถานที่ ร้านค้าภายในพื้นที่ศูนย์การค้า รวมถึงชาวสารบ้านเมือง ความบันเทิงต่างๆ ให้ผู้ใช้งานได้เพลิดเพลิน และใช้เวลาในพื้นที่เปิดโล่งไปอย่างไม่ยึดติดกับเวลา ซึ่งกลุ่มเซ็นทรัลพัฒนาเองเห็นความสำคัญมากเกี่ยวกับการสื่อสารระหว่างผู้ใช้งานกับองค์กร ดังจะเห็นจากโครงการศูนย์การค้าใหม่ของกลุ่มที่จะมีการติดตั้งจอ LED Screen บริเวณด้านหน้าอาคาร ศูนย์การค้าทุกที่ เช่น โครงการเซ็นทรัล เฟสติวัล พัทยา หรือเซ็นทรัลพลาซ่า ชลบุรี เป็นต้น

4.3.2.6 การวิเคราะห์การใช้น้ำ

ตารางที่ 4.16 แสดงประเด็นการวิเคราะห์องค์ประกอบทางภูมิทัศน์ ประเภทการใช้น้ำ

ประเด็นด้านองค์ประกอบทางภูมิทัศน์ ประเภทการใช้น้ำ	การให้ความสำคัญ					สิ่งที่ปรากฏขึ้น
	เจ้าหน้าที่โครงการ			ภูมิสถาปนิก	ผู้ใช้งาน	
	ฝ่ายการตลาด	ฝ่ายอาคาร	ฝ่ายพัฒนาธุรกิจ			
การใช้น้ำ เพื่อทัศนียภาพที่สวยงาม	●	○	●	●	●	⊕ นำช่วยให้เกิดความรู้สึกผ่อนคลาย สดชื่น รู้สึกรื่นรมย์ สนุกสนาน ⊖ เสียค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษาสูง และ ชำรุดง่าย
การใช้น้ำ เพื่อการจัดการด้านความร้อนที่สะสมในเวลากลางวัน	●	●	○	●	○	⊕ การใช้ละอองน้ำพ่นฝอยกระจายช่วยลดความร้อนบนพื้นที่ได้ดี ⊖ ทำให้พื้นลานเปียกและใช้เวลากว่า ชั่วโมงถึงจะแห้งใช้งานได้
การใช้น้ำเป็นองค์ประกอบเพื่อการลดมลพิษทางเสียงโดยรอบ	○	○	○	○	○	⊕ เป็นการสร้างสุนทรียะแก่ผู้ใช้งาน ที่สามารถ ปลีกตัว แยกออกมาจากสภาพแวดล้อมกลางเมืองที่เสียงดังจอแจ เติมไปด้วยมลภาวะทางเสียงจากระบบการจราจร

การวิเคราะห์ด้านการใช้น้ำ เปรียบเทียบกับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง พบว่าการใช้น้ำมีความสอดคล้องและแตกต่างกับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในบทที่ 2 (หัวข้อ 2.3.2.6) เนื่องจากประเด็นตามตารางที่ 4.16 พบว่าการใช้น้ำในการออกแบบภายในพื้นที่เซ็นทรัลเวสต์สแควร์ ถูกเน้นไปในด้านการให้ความสวยงามแก่พื้นที่ เป็นตกแต่งสถานที่ และส่วนหนึ่งถูกออกแบบมาเพื่อการช่วยลดความร้อนที่สะสมอยู่บนพื้นที่ในเวลากลางวัน โดยการออกแบบเป็นน้ำพุพ่นฝอยละอองน้ำ จึงวิเคราะห์ได้ว่าประเด็นดังกล่าวมีความสอดคล้องกับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

สำหรับในด้านของความแตกต่างนั้น พบว่าไม่ได้คำนึงถึงเรื่องการใช้น้ำเพื่อกลมกลืนทิศทางเสียงจากการจราจรที่หนาแน่นโดยรอบพื้นที่เปิดโล่ง ในประเทศตะวันตกมักใช้การออกแบบให้เสียงจากน้ำ เช่น น้ำตก หรือน้ำพุ เพื่อกลบเสียงจากสภาพการจราจรที่จอแจ ซึ่งถือว่าประเด็นดังกล่าวมีความแตกต่างกับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การวิเคราะห์ผลสัมฤทธิ์ประเด็นด้านองค์ประกอบทางภูมิทัศน์ ประเภทการใช้น้ำ พบข้อมูลในการพิจารณาเพื่อการออกแบบ คือการเสริมสร้างฮวงจุ้ยให้แก่อาคาร, การใช้น้ำช่วยสร้างบรรยากาศที่ร่มเย็น ให้ความรู้สึกที่ผ่อนคลายในการใช้พื้นที่ และการใช้น้ำช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ทันสมัย ดูโก้หรูอีกด้วย นอกจากนี้การใช้น้ำเป็นองค์ประกอบ สามารถการจัดการเพื่อลดความร้อนบนพื้นที่เปิดโล่ง หนึ่งการออกแบบรูปแบบการใช้น้ำ อาจจะมีการใช้รูปแบบที่มีความหลากหลาย เพราะสามารถสร้างความรู้สึกที่แตกต่างกันได้ ทั้งน้ำพุ, น้ำตก, ทางน้ำไหล เป็นต้น

4.3.2.7 การวิเคราะห์งานแสงสว่าง

ตารางที่ 4.17 แสดงประเด็นการวิเคราะห์องค์ประกอบทางภูมิทัศน์ ประเภทงานแสงสว่าง

ประเด็นด้านองค์ประกอบทางภูมิทัศน์ ประเภทงานแสงสว่าง	การให้ความสำคัญ					สิ่งที่ปรากฏขึ้น
	เจ้าหน้าที่โครงการ			ภูมิสถาปนิก	ผู้ใช้งาน	
	ฝ่ายการตลาด	ฝ่ายอาคาร	ฝ่ายพัฒนากิจการ			
มีการเลือกใช้ดวงโคมที่หลากหลายชนิด เช่น สปอร์ตไลท์ ,เสาโคมสูง ,ติดผนัง หรือ ฝังพื้น	○	○	○	●	○	⊕ สร้างความสว่างหลายรูปแบบ ทำให้เกิดความรู้สึกสว่างเพียงพอ ทั้งที่ไม่ได้ใช้จำนวนดวงโคมมากนัก ทั้งนี้ส่วนหนึ่งอาจเป็นแสงสว่างจากอาคารศูนย์การค้า ที่ช่วยไม่ทำให้พื้นที่ด้านหน้าดูมืดเกินไป
การเลือกใช้ชนิดดวงโคมที่ใช้ต้องมีความทนทานต่อสภาพอากาศ ทั้งแสงแดดและฝนที่ตกลงมา	○	●	○	●	○	⊖ ดวงโคมฝังพื้นบางชนิดไม่ทนทาน ชำรุดง่าย และไม่สามารถหาดวงโคมชนิดเดียวกันมาทดแทนได้
การออกแบบแสงสว่างที่ให้ความรู้สึกแตกต่างกันออกไปในแต่ละพื้นที่ หรือแต่ละงานเทศกาล	●	○	●	●	●	⊕ เป็นการสร้างเอกลักษณ์ให้พื้นที่ เกิดความรู้สึกแตกต่างกันออกไป

การวิเคราะห์ด้านงานแสงสว่าง เปรียบเทียบกับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง พบว่างานแสงสว่าง มีความสอดคล้องกับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในบทที่ 2 (หัวข้อ 2.3.2.7) เนื่องจากประเด็นตามตารางที่ 4.17 เป็นข้อพิจารณาเกี่ยวกับการใช้ดวงโคมเพื่อความสว่างให้แก่พื้นที่ และเพื่อสร้างบรรยากาศที่ดีแก่พื้นที่เปิดโล่ง โดยเซ็นทรัลเวิลด์สแควร์ได้รับการออกแบบแสงสว่างได้เพียงพอ

ทั้งนี้ได้รับแสงสว่างเพิ่มเติมจากตัวอาคารศูนย์การค้า ที่เน้นเรื่องการออกแบบแสงสว่าง ดังนั้นการออกแบบบนพื้นที่เปิดโล่งจึงถูกออกแบบมาแค่เพียงพอ ไม่ได้เน้นให้เกิดบรรยากาศมากมายนัก ยกเว้นในบางกิจกรรมอาจมีออกแบบแสงสว่างช่วยเพิ่มเพื่อสร้างบรรยากาศให้แก่งาน จึงวิเคราะห์ได้ว่าประเด็นดังกล่าวมีความสอดคล้องกับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การวิเคราะห์ผลสัมฤทธิ์ประเด็นด้านองค์ประกอบทางภูมิทัศน์ ประเภทงานแสงสว่าง พบข้อมูลในการพิจารณาเพื่อการออกแบบ คือ การออกแบบแสงสว่างที่ให้ความรู้สึกที่แตกต่างกันออกไปตามพื้นที่ แตกต่างกันออกไปตามฤดูกาล ซึ่งอาจจะใช้การเปลี่ยนสีหลอดไฟให้แตกต่างกัน หรือสร้างระดับความสว่างที่แตกต่างกันตามกิจกรรม (รูปที่ 3.68)

จากการวิเคราะห์ข้างต้นผ่านกลุ่มผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับโครงการ ประกอบด้วย ฝ่ายพัฒนาธุรกิจของกลุ่มเซ็นทรัลพัฒนา, ฝ่ายการตลาด ศูนย์การค้า, ฝ่ายอาคารและสถานที่ ศูนย์การค้า, ภูมิสถาปนิกโครงการ และกลุ่มผู้ใช้งานโครงการ ซึ่งแต่ละกลุ่มผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องมีความสนใจ รวมถึงการให้ความสำคัญในประเด็นของข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบที่มีความแตกต่างกันออกไป ดังตาราง

ตารางที่ 4.18 แสดงการให้ความสำคัญในแต่ละข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบ ของกลุ่มผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับโครงการ

ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับโครงการ	ข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบ		
	ด้านที่ตั้งโครงการ	ด้านรายละเอียดโครงการ	ด้านการออกแบบแนวคิดและองค์ประกอบ
(1) เจ้าหน้าที่ ฝ่ายการตลาด ศูนย์การค้า	●	●	○
(2) เจ้าหน้าที่ ฝ่ายอาคารและสถานที่ ศูนย์การค้า	○	●	●
(3) เจ้าหน้าที่ ฝ่ายพัฒนาธุรกิจ กลุ่มเซ็นทรัลพัฒนา	●	●	●
(4) ภูมิสถาปนิกโครงการ	●	●	●
(5) ผู้ใช้งานโครงการ	●	●	○

การวิเคราะห์การให้ความสำคัญในแต่ละข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบ ของกลุ่ม ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับโครงการ พบว่า แต่ละกลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับโครงการมีบทบาท หรือความต้องการที่มีความแตกต่างกันออกไป สะท้อนออกมาถึงประเด็นที่ให้ความสำคัญ ได้แก่

1. ข้อพิจารณาด้านที่ตั้งโครงการ พบว่ากลุ่มที่ให้ความสำคัญในเรื่องนี้มาก คือฝ่าย การตลาดศูนย์การค้า, ฝ่ายพัฒนาธุรกิจ และภูมิสถาปนิก โดยกลุ่มผู้ใช้งานพื้นที่ ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง และฝ่ายอาคารและสถานที่ให้ความสำคัญกับ เรื่องนี้น้อยมาก
2. ด้านรายละเอียดโครงการ พบว่าฝ่ายการตลาดศูนย์การค้า, ฝ่ายพัฒนาธุรกิจ และกลุ่มผู้ใช้งานพื้นที่ ให้ความสำคัญในเรื่องดังกล่าวมาก สำหรับภูมิสถาปนิก และฝ่ายอาคารสถานที่ให้ความสำคัญระดับปานกลาง
3. ด้านการออกแบบแนวคิดและองค์ประกอบ พบว่าฝ่ายพัฒนาธุรกิจ และภูมิ สถาปนิกให้ความสำคัญกับเรื่องดังกล่าวมาก ในแง่ของการออกแบบ แต่ขณะที่ ฝ่ายอาคารและสถานที่ให้ความสำคัญกับเรื่องนี้มากเช่นกัน แต่มุ่งเน้นในด้านการ ดูแล บำรุงรักษามากกว่าการออกแบบ สำหรับฝ่ายการตลาดศูนย์การค้า และ กลุ่มผู้ใช้งานไม่ได้ให้ความสำคัญกับเรื่องนี้

ผลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า ในกระบวนการออกแบบพื้นที่เปิดโล่งหน้าอาคาร พาณิชยกรรมแต่ละผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับโครงการ สามารถแสดงบทบาทในประเด็นที่เห็น ความสำเร็จได้อย่างชัดเจน โดยหากในกระบวนการออกแบบสามารถนำความเห็นของทุกกลุ่ม นำมาบูรณาการร่วมเข้าด้วยกัน จะสามารถออกแบบพื้นที่เปิดโล่งหน้าอาคารพาณิชยกรรมที่ ตอบสนองกลุ่มผู้ที่มีส่วนร่วมได้ดี และงานออกแบบก็จะมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 5

สรุปผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาที่ผ่านมาทั้งหมดทั้งการรวบรวมเอกสาร ทฤษฎีการออกแบบ ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง การสังเกตการณ์จากการลงสำรวจพื้นที่เปิดโล่งของอาคารพาณิชย์กรรม ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์ การสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับโครงการ ทั้งเจ้าหน้าที่โครงการ (ฝ่ายพัฒนาธุรกิจ, ฝ่ายการตลาด, ฝ่ายอาคารและสถานที่), ภูมิสถาปนิกโครงการ และการออกแบบสอบถามผู้ใช้งานพื้นที่ สามารถสรุปผลการวิจัยเกี่ยวกับข้อพิจารณาในออกแบบเปิดโล่งของอาคารพาณิชย์กรรม ได้จากการวิเคราะห์ผลที่เกิดขึ้นในพื้นที่พื้นที่เปิดโล่งของอาคารพาณิชย์กรรม ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์ ทั้งผลทางด้านบวกและผลทางด้านลบนำมาเปรียบเทียบกับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำผลที่ได้มาสร้างเป็นข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบ

5.1 สรุปผลข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบพื้นที่เปิดโล่งหน้าอาคารพาณิชย์กรรม ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์

5.1.1 สรุปผลข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบด้านที่ตั้งโครงการ

5.1.1.1 สภาพแวดล้อมของที่ตั้ง

1) ตำแหน่งที่ตั้งและบริบทโดยรอบ

สรุปผลการศึกษา พบว่าเซ็นทรัลเวิลด์สแควร์ ตั้งอยู่ด้านหน้าศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์ หันหน้าเข้าสู่ทางด้านทิศตะวันออกของศูนย์การค้า ทอดตัวยาวขนานแถวถนนราชดำริ เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร โดยย่านที่ตั้งของโครงการเป็นย่านพาณิชย์กรรม ที่เป็นธุรกิจการค้าสำคัญมากที่สุดแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร มีความหลากหลายทางกิจกรรมที่เกิดขึ้น เรียกกันว่า ย่านราชประสงค์ โดยทางกลุ่มเซ็นทรัลพัฒนามีความตั้งใจที่จะให้โครงการเซ็นทรัลเวิลด์เป็นโครงการที่ใหญ่และมีศักยภาพสูงสุดของกลุ่ม

ข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบด้านตำแหน่งที่ตั้งและบริบทโดยรอบ คือ การวางตำแหน่งพื้นที่เปิดโล่งของอาคารพาณิชย์กรรม อยู่ในย่านที่มีความหลากหลายในการใช้ที่ดิน และพื้นที่เปิดโล่งควรอยู่ติดริมถนนสาธารณะอย่างน้อยที่สุดด้านหนึ่ง (Marcus and Francis, 1998: 27) เพื่ออำนวยความสะดวกในการเข้าถึงพื้นที่ มีความใกล้กับถนนหรือเส้นทางสัญจรของผู้เดินเท้าใช้งานในอัตราสูง (Gibberd, 1997 อ้างถึงใน สกฤษชัย ตันดิเศรณี, 2549: 11)

2) ขนาดพื้นที่และรูปร่าง

(ก) ขนาดพื้นที่

สรุปผลการศึกษา พบว่าเซ็นทรัลเวสต์แควร์มีขนาดพื้นที่ 8,000 ตารางเมตร ประกอบด้วยพื้นที่ย่อยทั้ง 6 พื้นที่ ประกอบด้วย เซน เอาทดอร์ อารีน่า, โซน A, B, C, D และ F สามารถจัดกิจกรรมพร้อมกันบนพื้นที่สูงสุดถึง 4 กิจกรรมหลักตามพื้นที่ให้เช่าโซน (พื้นที่ให้เช่า ได้แก่ โซน A, B, C และ D) จากการศึกษาพบว่า ขนาดพื้นที่เปิดโล่งไม่จำเป็นต้องสัมพันธ์กับขนาดของอาคารพาณิชย์กรรม กล่าวคือ อาคารที่มีพื้นที่ใช้สอยมากก็ไม่จำเป็นต้องมีพื้นที่เปิดโล่งมาเช่นกัน ทั้งนี้ขนาดพื้นที่เปิดโล่งที่ใหญ่อาจสามารถสร้างผลประโยชน์ให้กับอาคารพาณิชย์กรรมไม่น้อยกว่าพื้นที่ภายในก็เป็นได้

ข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบด้านขนาดพื้นที่ คือ พื้นที่เปิดโล่งพาณิชย์กรรมมีขนาดใหญ่พอที่จะจัดกิจกรรมมากกว่าหนึ่งกิจกรรมพร้อมกัน พร้อมยังเหลือพื้นที่โดยรอบ ให้ผู้ใช้งานได้มีทางเลือกเพื่อร่วมกิจกรรม หรือพักผ่อน พักผ่อน นั่งพูดคุย เป็นต้น และขนาดพื้นที่เปิดโล่งต้องสัมพันธ์กับความรู้สึกของคนเมื่อมองเห็น ดังนั้นการออกแบบที่มีขนาดใหญ่พอที่จะทำให้ผู้คนสนใจได้ นอกจากนั้นการสร้างพื้นที่เปิดโล่งที่มีขนาดใหญ่แสดงว่าอาคารพาณิชย์กรรมนั้น มีความต้องการเน้นความสำคัญกับพื้นที่เปิดโล่งนั้นมาก

(ข) รูปร่าง

สรุปผลการศึกษา พบว่าเซ็นทรัลเวสต์แควร์ มีรูปร่างเป็นสี่เหลี่ยมผืนผ้าขนาดใหญ่ ยาวทอดตัวขนานตลอดแนวของรูปตั้งศูนย์การค้า มีลักษณะเป็นขอบปลายเปิดสู่ออกถนนราชดำริ ซึ่งรูปร่างที่เรียบง่ายนี้เป็นการสะท้อนแนวคิดที่ทันสมัยของศูนย์การค้า และรูปร่างที่ง่ายต่อการเข้าใจนี้ ช่วยในการจัดการพื้นที่และทำให้ผู้ใช้งานจดจำพื้นที่ได้ง่าย ทั้งการจัดกิจกรรม การควบคุม และการรักษาความปลอดภัยในพื้นที่เปิดโล่ง

ข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบด้านรูปร่าง คือ รูปร่างของพื้นที่เปิดโล่งเพื่อการจัดกิจกรรมจะมีลักษณะรูปร่างที่เรียบง่าย เช่น ถ้าเป็นสี่เหลี่ยมผืนผ้าก็จะเต็มรูปร่างของทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า ไม่มีลูกเล่นการออกแบบที่เว้าแหว่ง หรือรูปร่างแปลกประหลาด เนื่องจากสามารถใช้งานพื้นที่เพื่อจัดกิจกรรมได้อย่างเต็มที่ และยังทำให้ผู้ใช้งานจดจำสัญลักษณ์ของพื้นที่ได้ง่าย และเป็นขอบปลายเปิดไปสู่แนวถนน (Loukaitou-Sideris and Banerjee, 1998: 229) เพราะสามารถสร้างความรู้สึกเชิญให้เข้าไปใช้งานได้มากกว่า

3) การเข้าถึงและการเชื่อมโยง

สรุปผลการศึกษา พบว่าเซ็นทรัลเวสต์เวิลด์สแควร์ สามารถเข้าถึงพื้นที่ได้ด้วยวิธีการสัญจรที่หลากหลายประเภท ประกอบด้วย ระบบการสัญจรทางถนนสาธารณะ, ระบบการสัญจรทางระบบขนส่งมวลชน ประเภทราง, ระบบการสัญจรทางน้ำ และระบบการสัญจรทางเท้า ทุกระบบการสัญจรข้างต้นเอื้อประโยชน์ในการเข้าสู่พื้นที่เปิดโล่งได้เป็นอย่างดี รวมถึงการสร้างสกายวอล์ค ที่ช่วยเพิ่มโอกาสการเข้าถึงพื้นที่โดยการไ้ระบบการเดินเท้าที่สูงขึ้นมา ซึ่งเป็นสิ่งที่กลุ่มเซ็นทรัลพัฒนาศึกษาแล้วพบว่า การสร้างสกายวอล์คเป็นทางเลือกที่ดีสำหรับการเติมเต็มระบบเดินทางด้วยเท้า เพราะเอื้อให้คนเข้าสู่พื้นที่ได้ง่ายขึ้นและสามารถเพิ่มโอกาสเชื่อมโยงต่อไปยังพื้นที่สนับสนุนข้างเคียงทั้งย่านแยกราชประสงค์และย่านสยามสแควร์

ข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบด้านการเข้าถึงและการเชื่อมโยง คือ การพิจารณาแนวโน้มของผู้ใช้งานที่จะเข้าถึงพื้นที่เปิดโล่ง (Pushkarev and Zupan, 1975: 26,64,173) ว่ากลุ่มผู้ใช้งานเลือกรูปแบบการสัญจรใดในการเข้าถึงพื้นที่เปิดโล่งมากที่สุด ดังนั้นการออกแบบต้องรองรับการใช้งานการสัญจรด้วยวิธีดังกล่าวให้ได้มากที่สุด เช่น การออกแบบสะพานเชื่อมกับสถานีรถไฟฟ้าเข้ากับอาคารพาณิชย์กรรมดังที่ปรากฏ เป็นต้น

การคำนึงถึงความหลากหลายของประเภทของการสัญจรที่สามารถเข้าถึงพื้นที่ เพราะเป็นทางเลือกให้ผู้ใช้งานเข้าถึงพื้นที่ นอกจากนั้นยังพิจารณาเรื่องการเข้าถึงและการเชื่อมต่อออกพื้นที่เปิดโล่งโดยการเดินเท้าเป็นเรื่องสำคัญ ทั้งเส้นทางเดินเท้าเพื่อเข้าถึงพื้นที่เปิดโล่ง และเส้นทางเดินเท้าออกจากพื้นที่ไปยังพื้นที่สนับสนุนใกล้เคียง(Frieden and Sagalyn, 1997: 189) เช่น ศูนย์การค้าหรืออาคารสำนักงานที่ใกล้เคียง

5.1.1.2 ภูมิอากาศเฉพาะที่

สรุปผลการศึกษา พบว่าเซ็นทรัลเวสต์เวิลด์สแควร์หันหน้าทางทิศตะวันออก โดยมีอาคารศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวสต์เวิลด์อยู่ด้านหลังพื้นที่เปิดโล่ง พื้นที่เปิดโล่งมีความลึก 25 เมตร และอาคารศูนย์การค้ามีความสูง 34.5 เมตร ซึ่งทำให้ในช่วงบ่ายของทุกวัน พื้นที่จะได้รับร่มเงาของอาคารศูนย์การค้าที่ทอดตัวลงมาสู่บริเวณพื้นที่ บนพื้นที่เปิดโล่งไม่มีการใช้พืชพรรณ ประเภทสูงให้ร่มเงาแก่พื้นที่ ในการป้องกันแสงแดดนั้น พบว่าเซ็นทรัลเวสต์เวิลด์สแควร์เตรียมพื้นที่ด้านหน้าก่อนเข้าสู่อาคารศูนย์การค้าบริเวณชั้นที่ 1 ไว้เพื่อให้ผู้ใช้งานได้ใช้พื้นที่ระหว่างวันสามารถนั่งพักผ่อนพูดคุย รับประทานอาหารได้ และพื้นที่ดังกล่าวยังใช้ประโยชน์ในการหลบฝนได้ชั่วคราวอีกด้วย

ข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบด้านภูมิอากาศเฉพาะที่ คือ การวางทิศทางของพื้นที่เปิดโล่งให้มีความสัมพันธ์กับอาคารพาณิชย์กรรม คือ การหันหน้าพื้นที่เปิดโล่งไปทางทิศ

ตะวันออก โดยมีตัวอาคารอยู่ด้านหลัง เพื่อให้อาคารช่วยบังแดดในช่วงบ่าย ทำให้พื้นที่เปิดโล่งร่วม โดยไม่ต้องใช้ต้นไม้ขนาดใหญ่บนลาน เพื่อสร้างร่มเงาบนพื้นที่เปิดโล่งเพิ่มเติม

แสงแดดบนพื้นที่เปิดโล่ง อาจเป็นเรื่องที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ ดังนั้นพื้นที่เปิดโล่งจึงความเหมาะสมกับการใช้งานช่วงเย็นมากกว่า โดยภูมิสถาปนิกได้ทำการประสานงานเพิ่มเติมกับสถาปนิกออกแบบ ในการแบ่งพื้นที่บางส่วน ก่อนเข้าตัวอาคาร หรือการจัดเตรียมพื้นที่สำรองข้างเคียงให้ผู้ใช้งาน (Marcus and Francis, 1998: 65) ได้มีประสบการณ์การใช้พื้นที่เปิดโล่งในเวลากลางวัน แต่ไม่ร้อนแดด เช่น การเว้นส่วนหนึ่งของอาคารเข้าไป หรือออกแบบเป็น Canopy ยื่นออกมา และในพื้นที่เดียวกันยังสามารถใช้เป็นพื้นที่ในการหลบฝนได้อีกด้วย

ข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบด้านภูมิอากาศเฉพาะที่เพิ่มเติม ประกอบด้วย การใช้ต้นไม้ช่วยป้องกันแสงแดด ให้ร่มเงา และสามารถให้ผู้ใช้งานนั่งใต้ต้นไม้ได้ อาจจะต้องพิจารณาเพิ่มเติมถึงการวางตำแหน่งต้นไม้ไม่มีกีดขวางและสูญเสียพื้นที่เพื่อการจัดกิจกรรมไป สำหรับเรื่องฝนตก ควรคำนึงถึงเรื่องออกแบบเส้นทางเพื่อการระบายน้ำหลังฝนตก เพื่อป้องกันน้ำท่วมขัง เจาะแฉะ และระบายน้ำไม่ทัน ซึ่งนักออกแบบ อาจประสานงานกับวิศวกร เพื่อศึกษาวิธีการระบายน้ำ ขนาดท่อระบายน้ำ นอกจากนี้การคำนึงถึงการเตรียมพร้อมใช้สถานที่ให้เร็วที่สุดหลังฝนตก โดยการเลือกวัสดุที่ไม่ซึมน้ำ หรือวัสดุที่แห้งได้เร็ว มาใช้ในการออกแบบพื้นที่เปิดโล่ง

5.1.1.3 กฎหมายอาคาร และการกำหนดด้านความปลอดภัย

1) กฎหมายอาคาร

สรุปผลการศึกษา พบว่าเช่นทรัสต์เวลด์สแควร์ ไม่อยู่ในข้อกำหนดต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่เปิดโล่ง และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับอาคารของกรุงเทพมหานคร ตามข้อบัญญัติ กทม. 2544 โดยลักษณะพื้นที่เปิดโล่งเป็นไปตามโครงสร้างเดิมที่โครงการเวลด์เทรดเซ็นเตอร์ กำหนดไว้ ซึ่งก็มากกว่าตามที่ข้อบัญญัติกำหนดเอาไว้ในปัจจุบัน

ข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบด้านกฎหมายอาคาร คือ ศูนย์การค้าได้พิจารณากฎหมายอาคารทั้งหมดอย่างรอบคอบก่อนการออกแบบ สำหรับพื้นที่กรุงเทพมหานคร ใช้ข้อบัญญัติ กทม. 2544 ในการควบคุมการก่อสร้าง ซึ่งข้อบัญญัติที่ส่งผลโดยตรงเกี่ยวกับพื้นที่เปิดโล่ง อาทิเช่น การกำหนดระยะถอยร่นอาคารจากแนวถนนสาธารณะ, การกำหนดพื้นที่เปิดโล่งขั้นต่ำเป็นร้อยละสำหรับอาคาร, การยื่นแบบต่อภาครัฐ ในกรณีที่มีเปลี่ยนแปลง ซ่อมแซม หรือต่อเติมพื้นที่ เป็นต้น แต่เนื่องด้วยโครงการดังกล่าวเป็นโครงการที่รับช่วงจากโครงการเดิม ดังนั้นผลทางด้านกฎหมายจึงไม่ได้มีผลกระทบ และเดิมระยะถอยร่นของอาคารศูนย์การค้า ก็มากกว่าตามที่ข้อบัญญัติกำหนด

มีเพียงข้อกำหนดที่โครงการเซ็นทรัลเวิลด์ทำความตกลงร่วมกับสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ซึ่งกำหนดไว้ในสัญญาเช่าที่ดินว่า เซ็นทรัลเวิลด์สามารถใช้เป็นพื้นที่เพื่อการค้าได้เพียง 35 ไร่ ส่วนที่เหลือต้องถูกกันไว้เป็นพื้นที่สาธารณะ (บันทึก ตั้งศรีวงศ์ : นิตยสารผู้จัดการ กรกฎาคม, 2549) และต้องเก็บพื้นที่เปิดโล่งด้านหน้าอาคารศูนย์การค้าไว้เพื่อจัดกิจกรรม และเป็นพื้นที่ที่สาธารณะให้คนเมืองได้ใช้ประโยชน์

นอกจากนี้ภูมิสถาปนิกและฝ่ายการตลาดศูนย์การค้าได้ร่วมเสนอเพิ่มเติมเกี่ยวกับข้อกำหนดสิ่งปลูกสร้างที่จะเข้ามาก่อสร้างบนพื้นที่เปิดโล่ง เพื่อสร้างมาตรฐานสร้างมาตรการเพื่อความปลอดภัยในการใช้งานพื้นที่ เช่น การกำหนดความสูงสิ่งปลูกสร้างหรือการกำหนดวัสดุในการก่อสร้าง เป็นต้น โดยสิ่งปลูกสร้างต้องมีความสูงไม่เกิน 8 เมตรและเป็นสิ่งปลูกสร้างชั่วคราวเพียงเท่านั้น

2) การกำหนดด้านความปลอดภัย

สรุปผลการศึกษา พบว่าเซ็นทรัลเวิลด์สแควร์ มีมาตรการพื้นฐานเพื่อป้องกันและรักษาความปลอดภัยได้เป็นอย่างดี โดยสำหรับการป้องกันอัคคีภัยมีการเตรียมหัวจ่ายน้ำดับเพลิง และสายท่อน้ำดับเพลิงไว้ตลอดทั้งพื้นที่ มีการติดตั้งกล้องวงจรปิด เพื่อบันทึกภาพความเคลื่อนไหว และมียามรักษาความปลอดภัยประจำพื้นที่ตลอดเวลา ทั้งนี้ในวันที่มีการจัดกิจกรรมจะมีมาตรการในการรักษาความปลอดภัยเพิ่มเติมขึ้นตามความสำคัญของกิจกรรมที่เกิดขึ้น

ข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบด้านการกำหนดด้านความปลอดภัย คือ มาตรการที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันอัคคีภัย เช่น จำนวนอุปกรณ์ขั้นต่ำ ในการเตรียมการเพื่อการดับเพลิง รวมถึงการพิจารณาเส้นทาง หรือพื้นที่ให้รถดับเพลิงขนาดใหญ่ เข้าสู่พื้นที่ได้เพื่อช่วยในการดับเพลิง และคำนึงถึงการรักษาความปลอดภัยในเบื้องต้น โดยการประสานงานกับฝ่ายอาคารสถานที่ และเจ้าหน้าที่ตำรวจ เพื่อศึกษาความต้องการ จำนวน และวิธีการ เพื่อนำมาออกแบบให้สอดคล้องกับการรักษาความปลอดภัย เช่น การออกแบบช่องทางเข้าออกพื้นที่ หรือการออกแบบไม่ให้มีชอกหลืบ เพื่อป้องกันการสร้างความเสียหายแก่พื้นที่

5.1.2 สรุปผลข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบด้านรายละเอียดโครงการ

5.1.2.1 ผู้ใช้งาน

สรุปผลการศึกษา พบว่าเซ็นทรัลเวิลด์สแควร์มีกลุ่มผู้ใช้งานอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป จนถึง 45 ปี โดยเฉลี่ยเพศชายและเพศหญิงอย่างละเท่าๆ กัน อาจพบความแตกต่างที่เป็นชาวไทยมากกว่าชาวต่างชาติมาก สำหรับช่วงเวลาที่นิยมเข้ามาใช้งานพื้นที่เปิดโล่ง คือตั้งแต่ 15.00-22.00 น. ยกเว้นในช่วงเวลาในเดือนธันวาคมของแต่ละปี ที่จะมีผู้ใช้งานใช้พื้นที่เปิดโล่ง

จนถึง 24.00 น. โดยกลุ่มผู้ใช้งานส่วนมากเข้าใช้พื้นที่ทั้งบริเวณเซ็นทรัลเวิลด์สแควร์ และพื้นที่ภายในศูนย์การค้า

ข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบด้านผู้ใช้งาน คือ การศึกษากลุ่มผู้ใช้งานหลัก ที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่ศูนย์การค้ากำหนด จะช่วยให้การพิจารณาเรื่องการจัดกิจกรรมทำได้ง่ายขึ้น เนื่องด้วยความต้องการของกลุ่มผู้ใช้งานที่มาก ดังนั้นกิจกรรมที่จัดขึ้น จำเป็นต้องสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้งาน ซึ่งกลุ่มผู้ใช้งานที่นิยมใช้พื้นที่เปิดโล่ง คือกลุ่มวัยรุ่น อายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป ที่ชื่นชอบมีความนิยมประสบการณ์กับพื้นที่เปิดโล่งแบบมีส่วนร่วมกิจกรรมที่มีความสนุกสนาน คึกคัก เสียงเพลง ดนตรี รวมถึงกิจกรรมตามเทศกาล เช่น คริสต์มาส ปีใหม่ ลานเบียร์ และวัฒนธรรมตามสมัยนิยม เช่น ศิลปินเกาหลี ญี่ปุ่น การแต่งตัวเลียนแบบตามตัวการ์ตูนญี่ปุ่น

โดยพฤติกรรมของกลุ่มผู้ใช้งานนิยมใช้พื้นที่ที่เข้าถึงได้ง่ายก่อน เป็นลำดับเข้าไป และกลุ่มผู้ใช้งานวัยรุ่น มีพฤติกรรมชอบให้ผู้คนสนใจในกลุ่ม จึงมักรวมตัวในพื้นที่เข้าออก หรือเส้นทางสัญจร ดังนั้น การออกแบบควรจัดเตรียมพื้นที่รองรับการใช้งาน (Hedman and Jaszewski, 1984 :71) ในบริเวณใกล้ทางสัญจรเพื่อให้กลุ่มผู้ใช้งานสามารถใช้งานได้

5.1.2.2 กิจกรรม เทศกาลและเหตุการณ์สำคัญ

สรุปผลการศึกษา พบว่าเซ็นทรัลเวิลด์สแควร์ มีการจัดงานเฉลี่ยกว่า 15 ครั้งต่อเดือน การจัดกิจกรรมมีประเภทเบ็ดเสร็จในวันเดียว หรือใช้ระยะเวลาหลายวันในการจัดกิจกรรม โดยเวลาที่ศูนย์การค้าให้ใช้จัดกิจกรรม คือตั้งแต่ 15.00 – 21.00 น. ยกเว้นบางกิจกรรมที่อาจจะใช้พื้นที่ถึง 24.00 น. โดยกิจกรรมที่จัดบนเซ็นทรัลเวิลด์สแควร์ประกอบไปด้วย กิจกรรมเพื่อส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ หรือประชาสัมพันธ์หน่วยงานหรือองค์กร, กิจกรรมเพื่อการระลึกการะสังคีตดิถีในในพื้นที่ คือพระตรีมูรติ และพระพิฆเนศวร รวมทั้งกิจกรรมที่จัดขึ้นตามเทศกาล หรือเหตุการณ์สำคัญ

สิ่งที่เกิดขึ้นเพิ่มเติมเป็นผลต่อเนื่องที่ดีคือ การเกิดขึ้นของกิจกรรมทางสังคมที่ผู้ใช้งานเข้าร่วมส่วนใหญ่ที่เข้ามาร่วมกิจกรรมบนพื้นที่เปิดโล่ง สามารถสร้างปฏิสัมพันธ์ (triangulation) เกิดความรู้สึกสนุกสนาน คึกคัก มีความสุขกับการเข้าร่วมกิจกรรม ขณะที่ผู้ใช้งานบางกลุ่มเลือกใช้ประสบการณ์แบบผ่อนคลาย นั่งมองกิจกรรมที่เกิดขึ้น และนั่งพูดคุย โดยไม่ได้เข้ากับกิจกรรมโดยตรง ทำให้พื้นที่เปิดโล่งมีความคึกคัก ชิววิเศษ เนื่องจากความครคร่าไปด้วยกิจกรรมและผู้ใช้งาน ซึ่งการจัดกิจกรรมต่างๆ ทำให้ผู้ใช้งานใช้เวลาอยู่บนพื้นที่เปิดโล่งมากขึ้น และผู้ใช้งานส่วนหนึ่งจะไปใช้งานในพื้นที่ศูนย์การค้าเป็นลำดับถัดไป นอกจากนี้พบกิจกรรมผลต่อเนื่องเพิ่มเติม คือ การเข้าสถานที่ของเซ็นทรัลเวิลด์สแควร์ เพื่อถ่ายภาพยนตร์ทั้งไทยและเทศละคร หรือโฆษณา

ข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบด้านกิจกรรม เทศกาลและเหตุการณ์สำคัญ คือ ประเภทของกิจกรรมที่เกิดขึ้นบนพื้นที่เปิดโล่งซึ่งสามารถพิจารณาแบ่งได้ 3 ประเภทชนิดกิจกรรม ดังนี้

(1) กิจกรรมหลักที่เกิดขึ้นบนพื้นที่ โดยส่วนมากเป็นกิจกรรมส่งเสริมการขาย เปิดตัวสินค้า การแสดงดนตรี และกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวัยรุ่น การขายสินค้า การจัดแสดง นิทรรศการ ภาพถ่าย หรือกิจกรรมที่ต้องรองรับผู้ใช้งานจำนวนมากๆ ได้ ทั้งนี้อาจรวมไปถึง กิจกรรมของภาครัฐที่อาจใช้พื้นที่ของภาคเอกชนในการจัดงาน

(2) กิจกรรมตามเทศกาลและเหตุการณ์สำคัญ การสร้างกิจกรรมที่ตาม เทศกาล ช่วยเพิ่มแรงดึงดูดที่น่าสนใจให้แก่พื้นที่ได้เป็นอย่างดี เช่น กิจกรรมสงกรานต์ ลอยกระทง คริสต์มาส การส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ เป็นต้น และกิจกรรมตามเหตุการณ์สำคัญ เช่น การจัดงานเฉลิมพระชนมพรรษา การรณรงค์ลดโลกร้อน เป็นต้น นอกจากนี้ควรรองรับการจัดงานตาม สมัยนิยม เช่น กิจกรรมดนตรีเกาหลี การจัดเทศกาลกีฬา เป็นต้น

(3) กิจกรรมที่เป็นผลพลอยได้หรือกิจกรรมทางสังคม เมื่อมีการจัดกิจกรรม หรือไม่มีการจัดกิจกรรมก็ตาม ส่วนหนึ่งพื้นที่เปิดโล่งจะถูกใช้งานเพื่อการพักผ่อนสำหรับคนเมือง ผู้ใช้งานนิยมนั่งพักผ่อน รอคอย นัดพบ พูดคุย ตลอดจนไปยังการรับประทานอาหาร (Whyte, 1980: 18-19)

ซึ่งในการกำหนดรูปแบบกิจกรรม จะเป็นการประสานงานร่วมกันถึงความเหมาะสมของประเภทกิจกรรมประเภท เพื่อการจัดเตรียมพื้นที่รองรับการจัดกิจกรรมที่น่าจะเกิดขึ้นได้ โดยในการออกแบบเพื่อรองรับแนวคิดทางกิจกรรมที่มีความหลากหลาย ดังนั้นพื้นที่เปิดโล่งจึงต้องมีขนาดใหญ่ พอที่จะรองรับกิจกรรมพร้อมกันได้อย่างน้อยสองกิจกรรม และยังเหลือพื้นที่ส่วนหนึ่งเพื่อให้เกิดกิจกรรมทางสังคมได้ และพื้นที่เพื่อการรองรับการจัดพื้นที่กิจกรรม จำเป็นต้องมีความต่อเนื่องกัน โดยอาจคั่นด้วยเส้นทางสัญจร และไม่ควรมีการเปลี่ยนแปลงระดับพื้น เป็นระนาบแบนยาวต่อเนื่องกัน นอกจากนี้ภูมิสถาปนิกได้พิจารณาถึงมิติทางเวลา และฤดูกาล ซึ่งส่งผลต่อจิตวิทยาการใช้พื้นที่เปิดโล่ง และประเภทกิจกรรมที่อาจเกิดขึ้นบนพื้นที่ (วิมลสิทธิ์ หรยางกูร, 2537 : 2)

5.1.3 สรุปผลข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบด้านการออกแบบแนวคิดและองค์ประกอบ

5.1.3.1 แนวคิดในการออกแบบ

1) แนวคิดหลักในการออกแบบ

สรุปผลการศึกษา พบว่าเซ็นทรัลเวิลด์สแควร์ได้รับการสร้างขึ้นเพื่อเป็นพื้นที่ส่งเสริมการขายที่สำคัญส่วนหนึ่งของโครงการเซ็นทรัลเวิลด์ ดังนั้นตัวเลขรายได้จากการใช้พื้นที่

เปิดโล่งจึงมีความสำคัญ เพราะฉะนั้นแนวคิดสำคัญในการออกแบบต้องตอบสนอง ความต้องการด้านรายได้ที่จะเข้าสู่ศูนย์การค้าที่มากที่สุด (Maximize income) โดยรายได้จากการใช้งานพื้นที่เปิดโล่งเป็นทั้งรายได้ทางตรง และทางอ้อม ดังนั้นวิธีการที่ต้องการใช้คือ การจัดกิจกรรมให้มากที่สุด เพื่อดึงดูดผู้ใช้งานให้เข้ามาใช้พื้นที่ให้มากที่สุดด้วยเช่นกัน

ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์ เป็นโครงการที่กลุ่มเซ็นทรัลพัฒนามีความคาดหวังที่จะเป็นที่สุดแห่งศูนย์การค้าที่มี แนวคิดของศูนย์การค้าจึงต้องยิ่งใหญ่ที่สุด ดังนั้นการออกแบบพื้นที่เปิดโล่งด้านหน้า ต้องสะท้อนภาพลักษณ์ที่ยิ่งใหญ่ของศูนย์การค้าที่ใหญ่ที่สุดในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และการออกแบบที่สนับสนุนอาคารศูนย์การค้า ด้วยการออกแบบที่เน้นแนวราบมากกว่าแนวตั้ง เพื่อให้รูปตั้งของอาคารดูมีความสง่างามและยิ่งใหญ่

นอกจากนั้นแนวคิดที่เพิ่มเติมขึ้นมา คือการเสนอตัวใช้พื้นที่เปิดโล่งเซ็นทรัลเวิลด์สแควร์เพื่อประโยชน์ทางสาธารณะ ทั้งการจัดกิจกรรมต่างๆ ของภาครัฐ การจัดกิจกรรมตามเทศกาลและเหตุการณ์สำคัญ และใช้พื้นที่เซ็นทรัลเวิลด์สแควร์เสมือนเป็นพื้นที่สาธารณะกลางใจเมือง เพื่อประโยชน์ในพักผ่อนหย่อนใจ สามารถเข้ามาใช้งานได้เป็นอย่างดี และเกิดความรู้สึกร่วมเป็นเจ้าของพื้นที่ด้วยกัน กลุ่มเซ็นทรัลพัฒนาเล็งเห็นปฏิสัมพันธ์ทางสังคมเมืองที่เกิดขึ้นในการใช้พื้นที่ จึงพยายามมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมที่สอดคล้องกับความต้องการใช้งานพื้นที่เปิดโล่ง

ข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบด้านแนวคิดหลักในการออกแบบ คือ ความมุ่งหมายหลักคือเพื่อหารายได้ตอบแทนกลับให้เป็นตัวเลขที่สูงสุด คุ่มค่ากับเปลี่ยนพื้นที่ค้าขายภายในอาคาร เป็นพื้นที่เปิดโล่งภายนอกอาคารพาณิชย์กรรม ภูมิสถาปนิก ประสานงานกับเจ้าหน้าที่ของโครงการ ถึงวิธีการและรูปแบบที่จะหารายได้สูงสุด ทั้งกลุ่มผู้ใช้งาน และกิจกรรมที่ต้องการจัดขึ้น โดยที่การออกแบบยังต้องมีความงาม และเหมาะสมกับสภาพแวดล้อม โดยท้ายที่สุดออกมาเป็นพื้นที่เปิดโล่งดังที่ปรากฏ

นอกจากนั้นการออกแบบภูมิสถาปัตยกรรมโครงการ ยังต้องสนับสนุนให้อาคารพาณิชย์กรรม แลดูมีความยิ่งใหญ่ (Imperial pride) ทั้งนี้ผู้ออกแบบได้คำนึงถึงประเด็นนี้ด้วยเช่นกัน เพราะในปัจจุบัน การออกแบบอาคารนิยมการแสดงออกทางพลังอำนาจ ความยิ่งใหญ่ อลังการของโครงการที่มีต่อพื้นที่โดยรอบ (Heckscher, 1997 : 303) และต้องไม่รบกวนรูปตั้งของอาคาร เน้นการออกแบบพื้นที่เปิดโล่งโดยใช้แนวคิดการออกแบบในแนวราบ (horizontal) เป็นส่วนมาก

ภูมิสถาปนิก ได้ทำการประสานงานกับเจ้าหน้าที่โครงการ และสถาปนิกงานอาคารสูงทิศทางการออกแบบแนวคิดโดยในการออกแบบโดยภาพรวม หรือแนวคิดในการออกแบบอาคารที่เน้นความล้ำสมัย เพื่อนำมาปรับใช้ให้แนวคิดในการออกแบบภูมิสถาปัตยกรรมสอดคล้องกับทิศทางโดยรวมทั้งหมด

2) แนวคิดที่เกี่ยวกับการออกแบบภูมิทัศน์

สรุปผลการศึกษา พบว่าเซ็นทรัลเวสต์เวิลด์สแควร์เน้นแนวคิดการออกแบบที่ทันสมัย เรียบง่าย ดังแสดงออกทางการออกแบบทางภูมิทัศน์ ด้วยวัสดุปูพื้นเป็นสีน้ำตาลเข้ม, การออกแบบแสงสว่างที่น่าสนใจ ขณะเดียวกันยังสามารถใช้งานเพื่อการจัดกิจกรรมได้พื้นที่ใช้สอยมากที่สุดด้วยเช่นกัน นอกจากนี้การออกแบบให้ที่นั่งกระจายตัวตลอดทั้งพื้นที่เปิดโล่ง ยังทำให้เกิดการกระจายตัวของกลุ่มผู้ใช้งานทั้งพื้นที่ ทำให้พื้นที่แลดูคึกคัก มีชีวิตชีวา แม้ในวันที่ไม่มีการจัดกิจกรรมใดๆ

แนวคิดที่เกี่ยวกับการออกแบบภูมิทัศน์อีกด้านหนึ่ง คือการใช้น้ำเพื่อการจัดการความร้อนบนพื้นที่เซ็นทรัลเวสต์เวิลด์สแควร์ เนื่องด้วยพื้นที่เปิดโล่งจะได้รับแสงแดดในเวลากลางวันอย่างเต็มที่ แนวคิดเรื่องการใช้น้ำจึงเกิดประโยชน์ได้มากกว่าความสวยงาม และช่วยให้เกิดความเคลื่อนไหวบนพื้นที่ได้เป็นอย่างดี กล่าวคือ การใช้น้ำเพื่อลดระดับความร้อนที่สะสมบนพื้นที่เปิดโล่งในเวลากลางวัน โดยการติดตั้งจุดพ่นละอองน้ำฝอย และการติดตั้งน้ำพุกระจายโดยรอบพื้นที่

ข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบด้านแนวคิดที่เกี่ยวกับการออกแบบภูมิทัศน์ คือ ความต้องการในการห้วงเวลาให้ผู้ใช้งาน ให้ได้ใช้เวลาในพื้นที่เปิดโล่งให้มากที่สุด (Frieden and Sagalyn, 1997: 193) ซึ่งสิ่งที่จะสามารถห้วงผู้ใช้งานให้อยู่ในพื้นที่ได้นานขึ้น ก็คือกลุ่มผู้ใช้งานและรูปแบบกิจกรรมที่จัดขึ้นบนพื้นที่เปิดโล่ง จึงต้องพิจารณาเรื่องของผู้ใช้งาน และกิจกรรมที่รองรับเป็นเรื่องสำคัญที่สุด เพราะผู้ใช้งานและกิจกรรม สามารถสร้างความคึกคัก สนุกสนาน ความละลานตา มีชีวิตชีวาให้แก่พื้นที่เปิดโล่ง และส่งผลต่อภาพลักษณ์ขององค์กรเอกชนได้เป็นอย่างดี

อนึ่งการสร้างความรู้สึกให้ผู้ใช้งานได้รับอิสระจากการใช้พื้นที่เปิดโล่ง และสามารถแสดงความเป็นตนเองได้ โดยประเภทกิจกรรมที่รองรับ ที่เหมาะสมกับช่วงอายุของผู้ใช้งาน รวมทั้งการออกแบบรายละเอียดภูมิทัศน์ ให้ผู้ใช้งานรู้สึกเกิดปฏิสัมพันธ์กันได้

ข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบด้านแนวคิดที่เกี่ยวกับการออกแบบภูมิทัศน์เพิ่มเติม ประกอบด้วย การออกแบบให้องค์ประกอบทางภูมิทัศน์ ให้สามารถปรับเปลี่ยนได้ (Flexible design) หรือถ้าไม่ออกแบบให้สามารถปรับเปลี่ยนได้ ก็ควรจะให้องค์ประกอบภูมิทัศน์ไม่อยู่ในบริเวณพื้นที่จัดกิจกรรม เพื่อความสามารถในการจัดพื้นที่ได้อย่างสูงสุด และนอกจากการออกแบบพื้นที่เปิดโล่งพาณิชยกรรมให้มีสวยงามแล้ว ภูมิสถาปนิก อาจพิจารณาถึงว่าพื้นที่เปิดโล่งควรจะให้คุณค่าทางด้านสิ่งแวดล้อมเมือง โดยในการออกแบบพื้นที่เปิดโล่งอาจช่วยเพิ่มพื้นที่สีเขียวให้เมือง หรือควรจะมีในเรื่องการให้คุณค่าแก่สังคมเมือง จากประสบการณ์การใช้พื้นที่เปิดโล่ง ให้ผู้ใช้งานรู้สึกถึงการพักผ่อนหย่อนใจ ผ่อนคลายในการใช้งานพื้นที่

5.1.3.2 องค์ประกอบทางภูมิทัศน์

1) ที่นั่ง

สรุปผลการศึกษา พบว่าเซ็นทรัลเวสต์แควร์มีรูปแบบที่นั่งเป็นแบบไม่สามารถเคลื่อนย้าย มีอยู่ 2 ประเภท คือ ประเภทที่นั่งพื้นฐาน คือ ที่นั่งที่ยื่นจากผนังกระเบื้องตันไม่บริเวณด้านหน้าของพื้นที่เปิดโล่งที่เป็นกระเบื้องตันซอกเกี้ยน ยาวตลอดแนว และที่นั่งที่อยู่บริเวณทางเข้าศูนย์การค้าชั้นที่ 1 ที่ออกแบบเป็นที่นั่งพร้อมกระเบื้องปลูกต้นไม้ สำหรับที่นั่งระดับรอง คือ ลานน้ำพุดนตรี, กระเบื้องน้ำพุในโซน A, โซน C, กระเบื้องตันไม้ราวบันไดทางขึ้น และการยกกระดပ်พื้นเทวาลัยบริเวณโซน F โดยที่นั่งระดับรองนั้น มีระดับความสูงที่ราว 0.20 – 0.80 เมตร

ในการจัดวางตำแหน่งที่นั่ง พบว่าได้รับการวางในบริเวณโดยรอบพื้นที่เปิดโล่งเพียงเท่านั้น โดยเว้นว่างพื้นที่ตรงกลางเพื่อการจัดกิจกรรมได้พื้นที่สูงสุด นอกจากนั้นการวางตำแหน่งที่นั่งต้องไม่ได้รับความร้อนจากแสงตลอด เนื่องจากมีผลโดยตรงด้านการใช้งาน ซึ่งที่นั่งที่ได้รับความร้อนจากแสงแดดจะไม่สามารถใช้งานได้ รวมถึงการออกแบบรายละเอียดเกี่ยวกับที่นั่ง เช่น การออกแบบให้ที่นั่งมีมุมที่โค้งมนเพื่อลดอันตรายจากการใช้งาน หรือการเลือกใช้วัสดุที่ผิวไม่ลื่น และมีความทนทานสูง

ข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบด้านองค์ประกอบทางภูมิทัศน์ ประเภทที่นั่ง คือ การพิจารณาความสามารถของพื้นที่เปิดโล่งในการรองรับจำนวนผู้ใช้งานพร้อมกันเต็มพื้นที่สูงสุด เพื่อวิเคราะห์จำนวนที่เหมาะสมของที่นั่ง อย่างไรก็ตาม ผู้ใช้งานส่วนมากไม่ได้คาดหวังในเรื่องของจำนวนที่นั่งที่ต้องมีจำนวนเพียงพอต่อความต้องการของผู้ใช้งาน โดยลักษณะของที่นั่งได้แบ่งออกเป็น 2 รูปแบบหลัก (Gehl 2001 :161-163) คือ ที่นั่งพื้นฐาน ที่เป็นเก้าอี้ หรือม้านั่งยาว และที่นั่งระดับรองซึ่งอาจจะเป็นชั้นบันได กระเบื้องน้ำพุ หรือกระเบื้องตันไม้ ซึ่งที่นั่งระดับรองควรมีปริมาณพอๆ กับที่นั่งพื้นฐาน

การวางตำแหน่งที่นั่งได้พิจารณาเรื่องความต้องการปฏิสัมพันธ์ของผู้ใช้งานในการออกแบบจัดวางที่นั่ง โดยหันที่นั่งเข้าหากัน ถ้าต้องการความปฏิสัมพันธ์ของผู้ใช้งาน หรือหันหน้าที่นั่งออกจากกันเมื่อไม่ต้องการความปฏิสัมพันธ์ของผู้ใช้งานลักษณะการวางที่นั่งนอกจากนี้ภูมิสถาปนิกคำนึงถึงทัศนียภาพที่ผู้ใช้งานจะมองเห็น โดยการมองเห็นควรมองเห็นไกลและกว้าง เช่น มองเห็นกิจกรรมที่สนุกสนาน, มองเห็นน้ำพุ น้ำตก หรือมองเห็นกลุ่มผู้ใช้งานที่ละลานตา

อย่างไรก็ตามมีการพิจารณาถึงปริมาณแสงแดดที่ตกกระทบกับพื้นที่เปิดโล่งทุกช่วงเวลา เพื่อพิจารณาตำแหน่งจัดวางที่นั่ง ซึ่งไม่หันเข้าหาแสงแดด หรือได้รับแสงแดดเป็นเวลานาน เพราะถ้าสภาพอากาศร้อนผู้ใช้งานจะไม่เลือกใช้พื้นที่บริเวณนั้น (Marcus and Francis, 1998: 33) ที่นั่งที่เกิดจากขอบกระเบื้องตันไม้ กระเบื้องน้ำพุ มีระยะความห่างพอสมควร เพื่อ

ป้องกันไม่ให้ผู้ใช้งานเปียก หรือผู้ใช้งานเด็ดทำลายต้นไม้ รวมถึงวัสดุที่เลือกเป็นที่นั่ง (Marcus and Francis, 1998: 33,36) ที่ระบายน้ำร้อน ผิวดมผัดไม้เส้น บริเวณมุมโค้งมน เพื่อลดและป้องกันอุบัติเหตุ

ข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบด้านองค์ประกอบทางภูมิทัศน์ ประเภทที่นั่งเพิ่มเติม ประกอบด้วย ที่นั่งที่สามารถปรับเปลี่ยนเคลื่อนย้ายได้(Non-fixed seating) จะออกแบบที่นั่งที่ไม่มีน้ำหนักมากจนเกิดความลำบากในการเคลื่อนย้าย รวมถึงการออกแบบให้ทนทานต่อการขนย้าย ทั้งวัสดุและรูปร่าง อนึ่งที่นั่งประเภทดังกล่าวนี้อาจต้องพิจารณาเรื่องการป้องกันความสูญหายเพิ่มเติมอีกด้วย แต่สำหรับที่นั่งที่ไม่สามารถปรับเปลี่ยนเคลื่อนย้ายได้ (Fixed seating) ต้องออกแบบให้ตำแหน่งการจัดวางไม่ขวางอยู่ในพื้นที่ในการจัดกิจกรรม เพื่อประโยชน์ในการใช้พื้นที่สูงสุด โดยอาจจัดวางไว้โดยรอบพื้นที่เพียงเท่านั้น

2) พืชพรรณ

สรุปผลการศึกษา พบว่าเซ็นทรัลเวสต์แควร์มีการใช้พืชพรรณประกอบการออกแบบพื้นที่เปิดโล่ง เพื่อการกั้นอาณาเขตพื้นที่เปิดโล่งกับแนวบาทวิถีถนนราชดำริ และเพื่อความสวยงามเป็นส่วนสำคัญ โดยสามารถจำแนกรูปแบบการปลูกพืชพรรณตามลักษณะการปลูกเป็นลักษณะการปลูกลงในพื้นดินในพื้นที่บริเวณพื้นที่เชื่อมต่อระหว่างแนวถนนราชดำริกับพื้นที่เปิดโล่ง รวมถึงพื้นที่โดยรอบลานน้ำพุดนตรี และลักษณะการปลูกในกระเบะต้นไม้บนพื้นที่เปิดโล่งบริเวณบนพื้นที่เปิดโล่งในกระเบะต้นไม้

การเลือกใช้พรรณไม้พบเพียงการใช้พืชพรรณในระดับสูง และพืชพรรณคลุมดินเพียงเท่านั้น ไม่มีการใช้พืชพรรณระดับกลางในการออกแบบ เนื่องด้วยการใช้พืชพรรณระดับกลางจะบดบังระดับสายตาในการมองทัศนียภาพโดยรวมของพื้นที่ ทั้งนี้ชนิดพืชพรรณจะค่อนข้างเป็นไม้ที่มีความทนทานสูง ทนต่อสภาพแวดล้อมกลางแจ้ง อากาศร้อน บำรุงดูแลรักษา น้อย และสามารถทนทานต่อการเด็ดทำลายโดยผู้ใช้งาน ได้แก่ ปาล์มขวด, หูกะจิง, ซาฮกเกี้ยน, บริกน้ำค้าง, ชุ่มกระต่ายต่าง(เศรษฐีไซ่ง่อน) และหนวดปลากดกแคระ เป็นต้น

นอกจากนั้นยังพบว่าเซ็นทรัลเวสต์แควร์ไม่ได้เลือกใช้พืชพรรณระดับสูงปลูกเพื่อให้ร่มเงาบนพื้นที่เปิดโล่ง ด้วยแนวของอาคารศูนย์การค้าจะช่วยบังแสงแดดในช่วงบ่ายให้แก่พื้นที่ จึงไม่จำเป็นต้องใช้พืชพรรณขนาดใหญ่ในพื้นที่ แต่ผลจากการเก็บข้อมูลกลับพบว่าผู้ใช้งานกลับมีความต้องการจำนวนต้นไม้ที่เพิ่มมากขึ้น

ข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบด้านองค์ประกอบทางภูมิทัศน์ ประเภทพืชพรรณ คือ การเลือกใช้พืชพรรณ ได้รับการพิจารณาในเรื่องประโยชน์ใช้สอยทางด้านกรกั้นอาณาเขตพื้นที่ การสร้างความรู้สึกที่อบอุ่น และเพื่อความสวยงามเพียงเท่านั้น โดยการใช้พืชพรรณ

ระดับสูง คือปาล์มขวดและหูกระจง นอกจากนี้ใช้พืชพรรณเพื่อคลุมดิน และเลือกใช้พืชพรรณที่มีความทนทานสูงต่อการทำลายในบริเวณที่ใกล้กับกลุ่มผู้ใช้งาน นอกจากนี้ยังพิจารณาด้านการบำรุงรักษา การรดน้ำต้นไม้บนพื้นที่เปิดโล่ง เช่น การออกแบบระบบรดน้ำอัตโนมัติ หรือการจัดสรรเวลาให้ผู้ดูแลสถานที่ที่สามารถเข้ารดน้ำต้นไม้โดยไม่รบกวนการจัดกิจกรรม

ข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบด้านองค์ประกอบทางภูมิทัศน์ ประเภทพืชพรรณ เพิ่มเติม ประกอบด้วย นอกเหนือจากความสวยงามจากพืชพรรณ อาจพิจารณาเพิ่มถึงการใช้พืชพรรณเพื่อการเพิ่มพื้นที่สีเขียวในแก่เมือง เป็นสวนในเมืองประเภทหนึ่ง(Urban Park) หรือพิจารณาถึงการเพิ่มคุณค่าทางสิ่งแวดล้อมให้ทางระบบนิเวศเมือง โดยการเลือกใช้พืชพรรณบางประเภทที่ช่วยกรองฝุ่นละออง รวมทั้งการออกแบบโดยใช้พืชพรรณให้มีจำนวนเพิ่มขึ้นกว่าปัจจุบัน

การพิจารณาความสูง และทรงพุ่ม ของพืชพรรณในอนาคตว่าจะมีลักษณะที่อาจจะกระทบต่อพื้นที่อย่างไร ซึ่งพืชพรรณที่แนะนำควรมีลักษณะสูงโปร่ง มีทรงพุ่มอยู่ด้านบน เพื่อให้พื้นที่ใต้ต้นไม้สามารถใช้งานได้ นอกจากนี้ยังมีการพิจารณาเรื่อง กระบะปลูกพืชพรรณบนพื้นที่เปิดโล่ง ที่ต้องเป็นแบบยกพื้นเท่านั้น เพราะข้อจำกัดเรื่องโครงสร้างของชั้นจอดรถ B1

3) วัสดุปูพื้นและการเปลี่ยนระดับพื้น

(ก) วัสดุปูพื้น

สรุปผลการศึกษา พบว่าเซินทรัลเวสต์เวิลด์สแควร์ปูพื้นด้วยวัสดุเดียวกันทั้งหมด คือกระเบื้องซีเมนต์ หนา ผิวด้าน เรียบ ไม่ลื่น แตกต่างกันเพียงแคสีและลวดลาย โดยรูปแบบของการปูพื้นแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ พื้นสำหรับทางสัญจร และพื้นสำหรับพื้นที่จัดกิจกรรม สำหรับพื้นที่ทางสัญจรเพื่อเข้าสู่ประตูทางเข้าศูนย์การค้าจะปูด้วยกระเบื้องซีเมนต์สีขาวสลับกับกระเบื้องสีเทา เป็นแนวตรงขวางกับทางสัญจรเพื่อเข้าสู่อาคาร และสำหรับพื้นที่สำหรับบริเวณจัดกิจกรรมนั้นจะเน้นด้วยกระเบื้องซีเมนต์สีดำกับกระเบื้องซีเมนต์สีเทา รูปแบบและลวดลายการปูพื้นจะแตกต่างกันตามแต่ละโซนพื้นที่ โดยเน้นเป็นลวดลายที่เป็นสีเหลี่ยมอยู่ การเลือกใช้สีในการออกแบบวัสดุปูพื้นนั้นการใช้สีเข้มเป็นการสะท้อนแนวคิดการออกแบบที่ทันสมัยของพื้นที่เปิดโล่ง สำหรับอาคารศูนย์การค้าที่มีความเป็นที่สุดในเมืองไทย

ข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบด้านองค์ประกอบทางภูมิทัศน์ ประเภทวัสดุปูพื้นคือ การออกแบบลวดลายวัสดุปูพื้นเป็นจิตวิทยายาอย่างหนึ่งที่จะช่วยให้ผู้ใช้งานสามารถแยกแยะบริเวณพื้นที่จัดกิจกรรมและบริเวณเส้นทางสัญจรออกจากกันได้ และยังสามารถสร้างลักษณะเฉพาะตัวของพื้นที่มีได้อีกด้วย (Marcus and Francis,1998: 39) จึงไม่เลือกใช้ความหลากหลายทั้งชนิดวัสดุ และสี เพื่อลดความล้าตา และความไม่เป็นเอกภาพของพื้นที่เปิดโล่ง นอกจากนี้ภูมิสถาปนิกพิจารณาการปูพื้นให้บริเวณที่เน้นให้เป็นเส้นทางสัญจร หรือเส้นทาง

เพื่อเข้าสู่อาคารพาณิชย์กรรม ด้วยสี่วัสดุปูพื้นที่แตกต่างกัน โดยปูพื้นเป็นเส้นตรงเน้นเข้าไปสู่ภายในอาคาร และหลีกเลี่ยงการเลือกวัสดุลาดผิวที่มีความลื่น สามารถสะท้อนแสงได้ เพราะเกิดปัญหาแสงจ้า และไม่ใช้ผิวสัมผัสที่ขรุขระ ที่อาจทำให้ผู้ใช้งานสะดุดล้มได้

(ข) การเปลี่ยนระดับพื้น

สรุปผลการศึกษา พบว่าเซ็นทรัลเวสต์เวิลด์สแควร์ไม่มีการเปลี่ยนระดับพื้น ระดับพื้นจะเรียบยาวต่อเนื่อง ถ้าจะมีการเปลี่ยนระดับพื้นจะอยู่ในบริเวณที่ไม่ใช่พื้นที่เพื่อรองรับการจัดกิจกรรม เช่น กระบะต้นไม้ กระบะน้ำพุ และการเปลี่ยนระดับพื้นยกของเทวาลัยพระตรีมูรติ และเทวาลัยพระพิฆเนศวร ในบริเวณที่เป็นพื้นต่างระดับบริเวณทางเข้าออกพื้นที่เปิดโล่ง จะมีทั้งการออกแบบบันไดทางเดินเท้า และทางลาด เพื่อเชื่อมต่อความต่างระดับ ในการเปลี่ยนระดับพื้นสามารถใช้เป็นที่นั่งสำรองได้ ทั้งนี้การไม่เล่นระดับพื้นนั้นมีส่วนช่วยให้เกิดความปลอดภัยในการใช้งาน ไม่สะดุดล้มได้ง่ายในช่วงเวลาที่มีผู้ใช้งานเป็นจำนวนมากพร้อมกัน

ข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบด้านองค์ประกอบทางภูมิทัศน์ประเภทการเปลี่ยนระดับพื้น คือ ในการออกแบบพื้นที่เปิดโล่งของพาณิชย์กรรมที่ต้องการในการจัดกิจกรรมที่มีจำนวนมาก ไม่มีการเปลี่ยนระดับพื้นที่จัดกิจกรรม เป็นพื้นที่เรียบ แบนราบ ระดับเสมอกัน แต่เล่นระดับพื้นที่ที่เป็นบริเวณที่นั่ง หรือพื้นที่ทางเข้าออกแทนการเปลี่ยนระดับพื้นโดยรอบบริเวณพื้นที่จัดกิจกรรม และได้ผนวกการเล่นระดับไปกับกับการออกแบบองค์ประกอบทางภูมิทัศน์ให้สามารถนั่งได้ด้วย ในกรณีที่มีการเปลี่ยนระดับพื้น ได้ออกแบบทางเชื่อมพื้นที่ต่างระดับเข้าด้วยกัน โดยอาจจะเป็นบันได หรือทางลาด โดยทางลาดคำนึงถึงการออกแบบสำหรับผู้พิการสูงอายุ และการบริการ

4) งานศิลปะ ประติมากรรมในพื้นที่

สรุปผลการศึกษา พบว่าเซ็นทรัลเวสต์เวิลด์สแควร์ให้ความสำคัญกับการใช้งานศิลปะ ประติมากรรมเป็นอย่างดีด้วยเป็นแนวคิดสมัยนิยม ที่ศูนย์การค้าที่มีชื่อเสียงระดับโลกนิยมใช้กัน ซึ่งการใช้งานศิลปะ ประติมากรรมสะท้อนบทบาทของศูนย์การค้าที่ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางในการพักผ่อนหย่อนใจในการใช้ชีวิต ซึ่งไม่จำกัดอยู่เพียงแค่การนำเสนอสินค้าและบริการ แต่ยังมีนำเสนอผลงานศิลปะเพื่อจรรโลงใจ โดยประเภทของงานศิลปะ ประติมากรรมที่บนพื้นที่ประกอบด้วย งานศิลปะ ประติมากรรมที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมที่จัดขึ้น เมื่อมีการจัดกิจกรรมเกิดขึ้น, งานศิลปะประติมากรรม ภายใต้แนวคิดโครงการเดอะ สคัลป์เจอร์ แอท เซ็นทรัลเวสต์ รวมถึงงานศิลปะ ประติมากรรมตามเทศกาล และเหตุการณ์สำคัญ

งานศิลปะ ประติมากรรม สามารถสร้างแรงดึงดูดมหาศาลแก่พื้นที่ ผู้ใช้งานจำนวนมากเข้าบันทึกภาพร่วมกับงานศิลปะเป็นที่ระลึก ดังนั้นการวางตำแหน่งงานศิลปะ งานประติมากรรมมักถูกวางในตำแหน่งที่สังเกตเห็นได้ง่าย เป็นเส้นทางเข้าออกทางสัญจร ใกล้ป้ายรถประจำทาง หรือพื้นที่ในการจัดแสดงโดยเฉพาะ เช่น เชาท์ดอร์อาร์น่า งานศิลปะบางชิ้นที่มีขนาดใหญ่จะต้องได้รับคำปรึกษาจากวิศวกร และสถาปนิกในการจัดวางเพื่อความปลอดภัยในการจัดแสดง

ข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบด้านองค์ประกอบทางภูมิทัศน์ ประเภทงานศิลปะ ประติมากรรมในพื้นที่ คือ การพิจารณาประเภทงานศิลปะ ประติมากรรมที่เหมาะสมกับพื้นที่ โดยงานศิลปะนั้น อาจเป็นได้ทั้ง ภูมิสัญลักษณ์ (Hedman and Jaszewski, 1984: 81) งานศิลปะตั้งจัดแสดงนิทรรศการภาพเขียน ภาพถ่าย เป็นต้น โดยงานศิลปะที่เหมาะสมกับพื้นที่เปิดโล่งเป็นงานศิลปะหมุนเวียนมากกว่างานศิลปะถาวร และการพิจารณาช่วงเวลาที่เหมาะสมในการจัดวาง โดยศูนย์การค้าได้นำเสนอผลงานศิลปะที่เป็นผลงานประจำปี ตั้งอยู่ในช่วงเวลาเดียวกันของทุกปี หรือมีนิทรรศการหมุนเวียนในช่วงเวลาเดียวกันของแต่ละปี เพื่อสร้างแรงดึงดูดสำคัญให้แก่พื้นที่ เช่น งานประติมากรรมที่เกี่ยวข้องกับเทศกาลสงกรานต์ ลอยกระทง คริสต์มาส หรือเทศกาลส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่

นอกจากนั้นยังมีการพิจารณาพื้นที่ในการวางชิ้นงานศิลปะ โดยตำแหน่งจัดวางจะอยู่ที่พื้นที่ที่ผู้ใช้งานมองเห็นได้เป็นจำนวนมาก หรือ ใกล้ทางสัญจรเข้าออกศูนย์การค้า ซึ่งอาจจะปรับเปลี่ยนได้ตามโอกาส และความเหมาะสม รวมถึงการจัดเตรียมพื้นที่โดยรอบงานศิลปะ ให้ผู้ใช้งานสามารถมีประสบการณ์ร่วมกับงานศิลปะได้ โดยผู้ใช้งานส่วนมากนิยมบันทึกภาพร่วมกับงานศิลปะ หรือประติมากรรม ดังนั้นจึงได้จัดเตรียมพื้นที่รอบๆ ไว้ให้ผู้ใช้งานเข้าไปได้ อนึ่ง ถ้างานศิลปะดังกล่าวมีการใช้ไฟฟ้าประกอบ จำเป็นต้องพิจารณาเพิ่มเติมเรื่องการจัดเก็บสายไฟให้เรียบร้อยเพื่อป้องกันอันตราย

ข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบด้านองค์ประกอบทางภูมิทัศน์ ประเภทงานศิลปะ ประติมากรรมในพื้นที่เพิ่มเติม ประกอบด้วย การพิจารณาขนาดของงานศิลปะ และจำนวนที่เหมาะสม โดยงานศิลปะแนวราบ (low horizontal) จะส่งผลต่อพื้นที่โดยรอบในระยะใกล้ ขณะที่งานศิลปะแนวตั้ง (high vertical) จะส่งผลต่อพื้นที่โดยรอบในระยะที่ไกลกว่า ซึ่งงานศิลปะประติมากรรมที่มีความเหมาะสมกับพื้นที่เปิดโล่งน่าจะมีลักษณะสูงในทางตั้ง และมีรูปทรงที่ดูเคลื่อนไหว (Hedman and Jaszewski, 1984: 85) และทนทานต่อสภาพแวดล้อมกลางแจ้ง ที่ต้องโดนแดดและฝน รวมถึงทนต่อการทำลายโดยฝีมือมนุษย์

งานศิลปะ ประติมากรรมที่มีขนาดใหญ่ และน้ำหนักมาก จะมีการประสานงานร่วมกับวิศวกรโครงสร้าง เพื่อพิจารณาความสามารถในการรับน้ำหนักของพื้น โดยอาจมีการ

เพิ่มเติมระบบโครงสร้างด้านล่าง และมาตรการเพื่อความปลอดภัย อนึ่ง งานศิลปะประติมากรรมขนาดใหญ่ที่ติดตั้ง จำเป็นต้องยื่นแบบก่อสร้างต่อสำนักงานเขตให้รับทราบการก่อสร้างเพิ่มเติม

5) จุดให้ข้อมูลข่าวสารและป้ายสัญลักษณ์บอกทาง

สรุปผลการศึกษา พบว่าเซ็นทรัลเวิลด์สแควร์ บริเวณโซน F มีการติดตั้งจอภาพ LED Screen ขนาด 9X16 เมตร เพื่อการสื่อสารข้อมูลทั้งข่าวสาร ความบันเทิง การประชาสัมพันธ์ข้อมูลทางการตลาดของศูนย์การค้า ให้แก่ผู้ใช้งาน รวมถึงการถ่ายทอดภาพบรรยากาศสดจากการจัดกิจกรรมบนพื้นที่เปิดโล่ง ทำให้บรรยากาศภายในพื้นที่คึกคักมีชีวิตชีวา มีความเคลื่อนไหวตลอดเวลา แม้ไม่มีการจัดกิจกรรมบนพื้นที่ นอกจากนี้การวางป้ายโฆษณาจำนวนมาก และละลานตา สร้างความน่าสนใจให้พื้นที่ที่เป็นพื้นที่ส่งเสริมการค้าขายที่ดี

ข้อเสนอแนะสำหรับใช้เป็นข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบด้านองค์ประกอบทางภูมิทัศน์ ประเภทจุดให้ข้อมูลข่าวสารและป้ายสัญลักษณ์บอกทาง คือ การใช้สื่อกลางแจ้งในพื้นที่เปิดโล่งเพื่อการสื่อสารกับผู้ใช้งาน ก่อให้เกิดความคึกคัก ความรู้สึกร่วม(Childs, 1999: 28) ซึ่งในปัจจุบัน ได้เลือกใช้จอภาพ LED เพราะมีสามารถให้ข้อมูลที่เป็นภาพเคลื่อนไหว ดึงดูดความสนใจได้มากและสามารถถ่ายทอดสดบรรยากาศ ที่คึกคักให้แก่ผู้ใช้งานได้มีความรู้สึกร่วม ซึ่งขนาดใหญ่ของจอภาพสามารถมองเห็นได้อย่างทั่วถึงทั้งบริเวณ

การออกแบบป้ายสัญลักษณ์บอกทางนั้น จะใช้ป้ายมีขนาดใหญ่พอที่สังเกตเห็น และอยู่รวมกันไม่กระจัดกระจาย โดยอาจรวมกับป้ายศูนย์การค้า หรือป้ายโฆษณา และต้องสามารถมองเห็นได้ดีในเวลากลางคืน(Marcus and Francis, 1998: 69) นอกจากนี้ศูนย์การค้าได้คำนึงถึงการป้ายโฆษณาเพื่อสร้างบรรยากาศคึกคักบนพื้นที่ การวางป้ายโฆษณาที่ละลานตา ช่วยทำให้พื้นที่เปิดโล่งมีชีวิตชีวา ซึ่งตำแหน่งที่วางป้ายโฆษณาต้องให้ผู้ใช้งานมองเห็นได้ง่าย เช่น การวางไว้ใกล้ที่นั่ง หรือทางเข้าออกอาคารพาณิชย์กรรม

6) การใช้น้ำ

สรุปผลการศึกษา พบว่าเซ็นทรัลเวิลด์สแควร์มีการใช้น้ำเป็นองค์ประกอบภูมิทัศน์ที่สำคัญ ทั้งประโยชน์เพื่อเสริมฮวงจุ้ยทางการค้า, ความสวยงาม รื่นรมย์ และเพื่อการจัดการความร้อนสะสมบนพื้นที่ โดยการใช้น้ำบนพื้นที่เปิดโล่ง นอกจากนี้การใช้น้ำยังเป็นการนำเสนอความทันสมัยของพื้นที่ ซึ่งนำเสนอรูปแบบการใช้น้ำที่มีความหลากหลายทั้งน้ำพุ, น้ำตก, ละอองน้ำพ่นฝอย และการใช้ทางน้ำไหล ที่ก่อให้เกิดประสบการณ์ที่แตกต่างกันออกไปในแต่ละพื้นที่

การใช้น้ำบนพื้นที่เปิดโล่ง ประกอบด้วย ในบริเวณลานน้ำพุดนตรีในเซน เอาร์ทอร์ อารีน่า, การใช้กระแสน้ำพุที่มีระดับกระแสน้ำที่ 0.20 เมตร ในโซน A, การใช้จุดพ่นละอองน้ำฝอยในโซน B, การใช้น้ำพุพ่นจากพื้น ในโซน C และการใช้น้ำไหลบริเวณเทวาลัยพระตรีมูรติ ซึ่งการใช้น้ำบนพื้นที่เปิดโล่ง จะเปิดการใช้งานในช่วงเวลาหลัง 15.00 น.ของแต่วัน ยกเว้นการใช้จุดพ่นละอองน้ำฝอย ที่จะเปิดใช้งานในวันที่ไม่มีการจัดกิจกรรมบนพื้นที่เท่านั้น ในปัจจุบันระบบการใช้น้ำบนพื้นที่เปิดโล่ง ชำรุด และขาดการซ่อมบำรุง จึงไม่ค่อยได้เห็นการใช้งาน

ข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบด้านองค์ประกอบทางภูมิทัศน์ ประเภทการใช้น้ำ คือ ภูมิสถาปนิกพิจารณาเรื่องนี้เป็นเรื่องสำคัญ เพราะการใช้น้ำนอกสามารถช่วยลดความร้อนบนผิวพื้นได้อย่างรวดเร็ว (Marcus and Francis, 1998: 42) ซึ่งอาจออกแบบเป็นน้ำพุ น้ำพุพ่น ละอองน้ำฝอย หรือการออกแบบให้น้ำไหลบนพื้นก็เป็นได้ และยังได้ความรื่นรมย์ สวยงามเพิ่มเติมอีกด้วย ซึ่งในปัจจุบันการใช้น้ำเป็นองค์ประกอบทางภูมิทัศน์จะตามมาด้วยค่าใช้จ่ายในการดูแลจำนวนมาก ซึ่งทำให้ระบบการใช้น้ำบางประเภทในพื้นที่ไม่มีการใช้งาน

ข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบด้านองค์ประกอบทางภูมิทัศน์ ประเภทการใช้น้ำเพิ่มเติม ประกอบด้วย การใช้น้ำเพื่อกลบมลพิษทางเสียง เป็นอีกวิธีหนึ่งที่น้ำสามารถช่วยได้มาก ในต่างประเทศใช้เสียงจากน้ำตกหรือน้ำพุ เพื่อช่วยกลบเสียงจากถนนโดยรอบที่คับคั่ง (Whyte, 1980: 47-48) ซึ่งได้ประโยชน์ทั้งสองด้านคือ เสียงจากถนนไม่รบกวนพื้นที่เปิดโล่ง และเสียงดังจากพื้นที่เปิดโล่งเอง ก็ไม่ดังออกไปด้านนอกอีกด้วย

การเลือกใช้น้ำบนพื้นที่เปิดโล่ง มักจะตามมาด้วยค่าใช้จ่ายในการดูแลที่สูง ซึ่งภูมิสถาปนิกต้องพิจารณา และแนะนำให้ภาคเอกชนรับทราบไว้ ทั้งการดูแลรักษาให้ใช้งานได้ตลอดเวลา ค่าเปลี่ยนอุปกรณ์เมื่อมีการชำรุดเสียหาย ทั้งนี้ผู้ปกครองควรสามารถหาได้ภายในประเทศและเป็นอุปกรณ์ที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลาย นอกจากนี้ต้องพิจารณาการจัดการพื้นที่หลังการใช้น้ำ เช่น การเข็ดทำความสะอาด หรือกวาดเก็บน้ำออกจากพื้นที่ทันที หลังการใช้น้ำ โดยการใช้บุคลากร หรือเครื่องมืออำนวยความสะดวก

นอกจากนั้นอาจพิจารณาเพิ่มเติมในเรื่องแรงลมที่อาจพัดเข้าสู่พื้นที่เปิดโล่ง เพราะแรงลมอาจทำให้น้ำเปลี่ยนทิศทางไปจากที่ประสงค์ไว้ ซึ่งอาจทำให้ผู้ใช้งานได้รับความเดือดร้อน

7) งานแสงสว่าง

สรุปผลการศึกษา พบว่าเซ็นทรัลเวสต์แควร์มีการออกแบบงานแสงสว่างบนพื้นที่เปิดโล่ง เพื่อสนับสนุนแนวคิดหลักของอาคารศูนย์ที่เน้นความส่องสว่างสดใส ผ่านผนังกระจก

อาคาร (glass façade) แม้ว่าความสว่างบนเซ็นทรัลเวสต์สแควร์จะมีจำนวนไม่มากนัก แต่ก็เพียงพอต่อการใช้งาน และผู้ใช้งานก็ไม่ได้ต้องการความสว่างที่มากกว่าที่เป็นอยู่

โดยการให้แสงสว่างบนเซ็นทรัลเวสต์สแควร์ ประกอบด้วยดวงโคมเสาสูงในบริเวณใกล้ถนนราชดำริ, ดวงโคมฝังผนัง บริเวณบันไดทางขึ้นลงพื้นที่เปิดโล่ง และบริเวณที่นั่งพักผ่อน และดวงโคมฝังพื้น ในบริเวณพื้นที่จัดกิจกรรม ทั้งนี้ยังมีการออกแบบแสงสว่างประดับในองค์ประกอบทางภูมิทัศน์จำพวกกระบะน้ำพุ และกระบะต้นไม้ ในการออกแบบแสงสว่างในช่วงแรกมีการออกแบบ แสงสีในสว่าง เช่นการเปลี่ยนสีหลอดไฟในดวงโคมที่ส่องลานน้ำพุดนตรี หรือการเปลี่ยนหลอดไฟฝังพื้น ให้เกิดอารมณ์ที่แตกต่างกันออกไป แต่ปัจจุบันใช้เพียงหลอดสีขาวนวล (warm white) เพียงเท่านั้น

ข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบด้านองค์ประกอบทางภูมิทัศน์ ประเภทงานแสงสว่าง คือ ภูมิสถาปนิกได้ประสานงานกับสถาปนิก หรือผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบแสงสว่าง เพื่อทำความเข้าใจในเรื่องของการวางแนวคิดของงานแสงสว่างสำหรับพื้นที่เปิดโล่ง ทั้งนี้อาจจะเป็นงานแสงสว่างของพื้นที่เปิดโล่งเป็นตัวโดดเด่น หรืออาจจะให้งานแสงสว่างของอาคารพาณิชย์กรรมเป็นตัวเด่นแล้วของพื้นที่เปิดโล่งเป็นส่วนประกอบสนับสนุน แต่ที่ปรากฏในโครงการดังกล่าวนี้เป็นประเด็นหลัง

ในการออกแบบแสงสว่างมีการพิจารณาขั้นพื้นฐาน คือ แสงสว่างในวันเวลาปกติ เมื่อไม่มีกิจกรรม และการออกแบบที่คำนึงถึงเวลาที่มีการจัดกิจกรรม เพราะแสงสีที่เกิดขึ้นนั้นสามารถสร้างบรรยากาศให้เกิดความสนุกรื่นเริง ในการพิจารณาด้านของความส่องสว่างนั้น ต้องพิจารณาในเบื้องต้นว่าพื้นที่เปิดโล่งได้รับแสงสว่างจากบริเวณอื่นหรือไม่ เช่น แสงสว่างจากตัวอาคาร ,หรือบริบทโดยรอบประเภทอาคารข้างเคียง แสงสว่างจากระบบไฟฟ้าในเมือง

การเลือกใช้งานดวงโคมเพื่อให้แสงสว่าง มีด้วยกันหลายประเภททั้ง ชนิดโคมสปอร์ตไลท์สูง, ชนิดดวงโคมเสาสูง, ชนิดดวงโคมเสาเตี้ย, ชนิดดวงโคมฝังผนัง และชนิดดวงโคมฝังพื้น การเลือกใช้ต้องคำนึงถึงผลของความส่องสว่างต่อพื้นที่เปิดโล่ง และได้เลือกใช้ดวงโคมที่หลากหลายชนิด เนื่องด้วยประเภทของดวงโคมให้ความส่องสว่างและความรู้สึกที่ไม่เหมือนกัน เช่น พื้นที่ที่เป็นบริเวณจัดกิจกรรมหลัก จะไม่เลือกใช้ดวงโคมแบบแสงสว่างส่องขึ้น เพราะรบกวนสายตา

นอกจากนั้นยังพิจารณาถึงระบบการเดินสายไฟในพื้นที่เปิดโล่ง ที่ไม่รบกวนเกะกะ รวมถึงการระวางไม่ให้ระบบสายไฟเกี่ยวข้องกับระบบน้ำ จนสร้างอันตรายแก่ผู้ใช้งาน และการดูแลรักษาในตอนหลังการใช้งาน เช่น การซ่อมบำรุงรักษา โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเปลี่ยนดวงโคมเมื่อมีการชำรุด

5.2 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบพื้นที่เปิดโล่ง หน้าอาคารพาณิชย์กรรม ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวสต์ เปรียบเทียบกับ วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ตารางที่ 5.1 แสดงการสรุปผลการวิเคราะห์ข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบพื้นที่เปิดโล่ง
เปรียบเทียบกับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ประเด็นที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบ เปรียบเทียบกับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	สอดคล้อง	แตกต่าง
1. ข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบด้านที่ตั้งโครงการ (Site Considerations)		
1.1 สภาพแวดล้อม		
1.1.1 ตำแหน่งที่ตั้งและบริบทโดยรอบ	✓	
1.1.2 ขนาดพื้นที่และรูปร่าง	✓	
1.1.2.1 ขนาดพื้นที่	✓	✓
1.1.2.2 รูปร่าง	✓	
1.1.3 การเข้าถึงและการเชื่อมโยง	✓	
1.2 ภูมิอากาศเฉพาะที่		
1.2.1 การป้องกันแดดและฝน	✓	✓
1.3 กฎหมายอาคาร และการกำหนดด้านความปลอดภัย		
1.3.1 กฎหมายอาคาร		✓
1.3.2 การกำหนดด้านความปลอดภัย	✓	
2. ข้อพิจารณาด้านรายละเอียดโครงการ (Program Considerations)		
2.1 ผู้ใช้งาน		
2.1.1 เพศ	✓	
2.1.2 ช่วงอายุ	✓	✓
2.2 กิจกรรม เทศกาลและเหตุการณ์สำคัญ		
2.2.1 กิจกรรม	✓	
2.2.2 เทศกาลและเหตุการณ์สำคัญ	✓	✓
3. ข้อพิจารณาด้านการออกแบบแนวคิดและองค์ประกอบ (Design Considerations)		
3.1 แนวคิดในการออกแบบ		
3.1.1 แนวคิดหลักในการออกแบบ	✓	
3.1.2 แนวคิดที่เกี่ยวกับการออกแบบภูมิทัศน์	✓	

ประเด็นที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบ เปรียบเทียบกับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)	สอดคล้อง	แตกต่าง
3.2 องค์ประกอบทางภูมิทัศน์		
3.2.1 ที่นั่ง	✓	
3.2.2 พืชพรรณ	✓	✓
3.2.3 วัสดุปูพื้นและการเปลี่ยนระดับพื้น	✓	
3.2.4 งานศิลปะ ประติมากรรมในพื้นที่	✓	✓
3.2.5 จุดให้ข้อมูลข่าวสารและป้ายสัญลักษณ์ บอกทาง	✓	✓
3.2.6 การใช้น้ำ	✓	✓
3.2.7 งานแสงสว่าง	✓	

5.2.1 สรุปผลการวิเคราะห์ความสอดคล้องกับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

จากการวิเคราะห์ข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบพื้นที่เปิดโล่ง ของศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์ เปรียบเทียบกับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง (ดูตารางที่ 5.1 และเนื้อหาตามบทที่ 4 ประกอบ) พบว่า ข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบค่อนข้างมีความสอดคล้องกับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องเป็นส่วนมาก โดยเหตุผลของความสอดคล้องกับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง คือ ภูมิสถาปนิกโครงการ ได้ ทำการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นก่อนการออกแบบ ทั้งการพูดคุยกับเจ้าหน้าที่โครงการเกี่ยวกับ ศักยภาพและความต้องการของพื้นที่ แนวคิดในการออกแบบ รวมทั้งการศึกษาแนวคิดและทฤษฎี การออกแบบพื้นที่เปิดโล่ง ประเภทลานโล่ง และการศึกษาการก่อสร้างพื้นที่เปิดโล่งพาณิชยกรรม จากสถานที่อื่นมาประกอบ เพื่อนำมาปรับใช้ และพัฒนาในการออกแบบต่อไป

5.2.2 สรุปผลการวิเคราะห์ความแตกต่างกับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

จากการวิเคราะห์ข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบพื้นที่เปิดโล่ง ของศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์ เปรียบเทียบกับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง (ดูตารางที่ 5.1 และเนื้อหาตามบทที่ 4 ประกอบ) พบว่าใน การออกแบบลานเซ็นทรัลเวิลด์สแควร์มีความแตกต่างกับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา ซึ่ง จากการวิเคราะห์สามารถสรุปผลได้ 6 ประการคือ

1. ขนาดของพื้นที่เปิดโล่งที่มีความแตกต่างกัน

การใช้งานพื้นที่เปิดโล่งของอาคารพาณิชย์กรรม พบว่า ขนาดพื้นที่เปิดโล่งไม่จำเป็นต้องสัมพันธ์กับขนาดของอาคารพาณิชย์กรรม โดยอาคารที่มีขนาดใหญ่อาจจะไม่จำเป็นต้องมีพื้นที่เปิดโล่งขนาดใหญ่ เช่นกัน แต่จากการศึกษาพบว่า ขนาดพื้นที่ของพื้นที่เปิดโล่งกลับมีความสัมพันธ์กับกิจกรรม และผู้ใช้งาน โดยขนาดพื้นที่เปิดโล่งที่มีขนาดใหญ่ ช่วยให้เกิดความรู้สึกของผู้ใช้งานที่อยากเข้าไปใช้งานพื้นที่ เพราะเปิดโอกาสให้ผู้ใช้งานมีทางเลือกที่หลากหลาย

พื้นที่เปิดโล่งของอาคารพาณิชย์กรรมที่มีขนาดใหญ่จนสามารถจัดกิจกรรมพร้อมกันมากกว่าหนึ่งกิจกรรม และยังเหลือพื้นที่โดยรอบ ให้ผู้ใช้งานสามารถพักผ่อน พักผ่อน นั่งพูดคุย หรือมองเห็นความเคลื่อนไหวบนพื้นที่จัดกิจกรรม ถือได้ว่ามีความหลากหลายมาก มักจะได้รับการจัดกิจกรรมที่บ่อย และผู้ใช้งานจำนวนมากเช่นกัน ซึ่งย่อมส่งผลต่อรายได้ที่ศูนย์การค้าจะได้รับตามมา

2. สภาพภูมิอากาศที่มีความแตกต่างกัน

กรุงเทพมหานครตั้งอยู่ในภูมิภาคเขตร้อนชื้น มีฝนตกชุกย่อมมีความแตกต่างกับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง โดยในประเทศสหรัฐอเมริกาแนวทางการออกแบบพื้นที่เปิดโล่งประเภทลานโล่งนั้น เน้นให้ผู้ใช้งานได้ใช้งานในช่วงเวลากลางวัน และสามารถใช้งานพื้นที่เปิดโล่งเฉลี่ยเพียง 3 เดือนต่อปี ด้วยเหตุที่มีสภาพภูมิอากาศที่หนาวเย็น มีหิมะตก จนไม่สามารถใช้งานภายนอกอาคารได้

แตกต่างกับสภาพภูมิอากาศในประเทศไทย ที่ต้องพยายามหลีกเลี่ยงความร้อนจากแสงแดด โดยนิยมใช้พื้นที่เปิดโล่งภายนอกอาคารในช่วงเวลาเย็นถึงค่ำมากกว่าช่วงเวลากลางวัน หนึ่งอาจสัมพันธ์เชื่อมโยงถึงเรื่องการวางทิศทางของพื้นที่เปิดโล่งที่หันหน้าทางทิศตะวันตกโดยมีอาคารศูนย์การค้าอยู่ด้านหลัง ส่งผลช่วยให้พื้นที่เปิดโล่งด้านหน้าอาคารร่มแดดในช่วงบ่าย โดยไม่จำเป็นต้องอาศัยต้นไม้ใหญ่ช่วยให้ร่มเงา

สำหรับพื้นที่เปิดโล่งภายนอกอาคารของไทย สามารถใช้งานได้ตลอดทั้งปี โดยไม่ต้องกังวลกับสภาพอากาศแปรปรวนและหนาวรุนแรง มีเพียงแค่ฝนตกชุกบ้างในช่วงเดือนพฤษภาคม - กันยายนในแต่ละปี ซึ่งหลีกเลี่ยงการจัดกิจกรรม หรือก่อสร้างอาคารชั่วคราวหรือกางเต็นท์ผ้าใบในการป้องกันฝนทดแทน จึงสามารถสรุปได้ว่าสาเหตุของภูมิอากาศของกรุงเทพมหานครเป็นความแตกต่างกับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

3. กฎหมายและเทศบัญญัติมีความแตกต่างกัน

พื้นที่เปิดโล่งของอาคารนั้นมักจะมีที่มาจากข้อกำหนดและเทศบัญญัติของแต่ละพื้นที่กำหนด โดยเกิดจากการกำหนดระยะถอยร่นอาคารจากแนวถนนสาธารณะ หรือการกำหนดพื้นที่เปิดโล่งขั้นต่ำเป็นร้อยละ เป็นต้น แต่สำหรับเซ็นทรัลเวิลด์สแควร์นั้นมีการถอยร่นพื้นที่ด้านหน้าไปมากกว่าที่เทศบัญญัติกำหนดเอาไว้ ซึ่งเป็นผลดีแก่ศูนย์การค้า เพราะยังทำให้เกิดพื้นที่เปิดโล่งที่กว้างขึ้น และสามารถจัดกิจกรรมได้สะดวกสบายมากยิ่งขึ้นด้วยเช่นกัน

4. กลุ่มผู้ใช้งานแตกต่างกัน

การศึกษาพื้นที่เปิดโล่งในตะวันตกจะพบว่า กลุ่มผู้ใช้งานส่วนมากจะเป็นผู้ใหญ่วัยทำงานที่มีอายุเฉลี่ยมากกว่า 25 ปีขึ้นไป และกลุ่มผู้ใช้งานพื้นที่ นิยมใช้พื้นที่พักผ่อนแบบเพื่อการผ่อนคลาย นั่งรับประทานอาหารกลางวัน พุดคุย หรือนั่งมองผู้คนเดินผ่านไปมา และเน้นปฏิสัมพันธ์ของผู้คนทางสังคมเป็นเสียมาก

ขณะที่พื้นที่ศึกษาเซ็นทรัลเวิลด์สแควร์ ทางกลุ่มเซ็นทรัลพัฒนาเน้นการจัดกิจกรรมที่มีส่วนร่วม สนุกสนาน มีชีวิตชีวา เช่น การแสดงดนตรี คอนเสิร์ต การจัดเทศกาลเกาหลี-ญี่ปุ่น การขายของใช้สำหรับวัยรุ่น การจัดงานตามเทศกาลต่างๆ ซึ่งทำให้มีกลุ่มผู้ใช้งานที่เป็นวัยรุ่นที่สูงมาก อายุเฉลี่ยตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป หนึ่ง เนื่องจากศูนย์การค้ากำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการเน้นกลุ่มผู้ใช้งานจำนวนมาก (mass users) กับพื้นที่เปิดโล่งพาณิชยกรรมด้านหน้า เพื่อสร้างความละลานตา คึกคัก จึงพยายามออกแบบให้ผู้ใช้งานกับกิจกรรมมีความสัมพันธ์กัน โดยการจัดกิจกรรมที่สนุกสนานรื่นเริง เพื่อการรองรับการใช้งานของคนเมืองรุ่นใหม่ที่มีกำลังใช้จ่ายระดับปานกลางถึงสูง (young cosmopolitans)

ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่า การออกแบบพื้นที่เปิดโล่งพาณิชยกรรม ควรจะออกแบบให้รองรับความต้องการของกลุ่มผู้ใช้งานหลัก โดยสำหรับในกรุงเทพมหานครนั้นจะเป็นกลุ่มวัยรุ่นที่เลือกใช้พื้นที่เปิดโล่งภายนอกอาคาร และกลุ่มผู้ใช้งานวัยรุ่นก็นิยมชมชอบกิจกรรมที่สนุกสนาน เพลิดเพลิน สามารถใช้งานบนพื้นที่เปิดโล่งได้เป็นระยะเวลาานาน และหลังจากนั้นก็เข้าใช้งานต่อภายในศูนย์การค้าต่อไป

5. ลักษณะความเชื่อเฉพาะถิ่นที่แตกต่างกัน

วรรณกรรมตะวันตก ไม่ปรากฏลักษณะความเชื่อเกี่ยวกับสิ่งศักดิ์สิทธิ์เหนือธรรมชาติ ที่ทำหน้าที่คุ้มครองสถานที่แบบในทางประเทศตะวันออก ในประเทศไทยก็เช่นเดียวกันมักมีความเชื่อในเรื่องสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่คอยปกป้อง คุ้มครองรักษาพื้นที่ ดังนั้นมักจะก่อสร้างขึ้นหน้าบ้าน หรือหน้า

อาคารเพื่อเสริมศรัทธา ให้แก่ผู้ใช้งานหรือผู้อยู่อาศัย กรณีของพื้นที่ศึกษาก็เช่นเดียวกันเช่นที่วัดเวฬุสแควร์ก็เช่นเดียวกัน

- การสร้างเทวาลัยประดิษฐานพระตรีมูรติ เทพเจ้าที่มีความเชื่อว่าเป็นเทพเจ้าที่ปกป้องรักษาวังเพชรบูรณ์ (ที่ดินเดิม ก่อนการพัฒนาในปัจจุบัน)
- การสร้างเทวาลัยประดิษฐานพระพิฆเนศวร เทพเจ้าแห่งศิลปวิทยาการ

ใช้เพียงแต่ในบริเวณเขื่อนลัดเวฬุสแควร์ ศูนย์การค้าเขื่อนลัดเวฬุส ที่มีก่อสร้างเทวาลัยบูชาเทพเจ้า โครงการในบริเวณสี่แยกราชประสงค์เกือบทั้งหมดก็มีการก่อสร้างเทวาลัยประดิษฐานเทพเจ้า อาทิเช่น ทำวรมหาพรหมหน้าศูนย์การค้าเอราวัณ , พระลักษมีบนศูนย์การค้าเกษรพลาซ่า ซึ่งเหล่าเทพเจ้าศักดิ์สิทธิ์ เป็นลักษณะความเชื่อแบบทางตะวันออก ผู้คนสร้างขึ้นเพื่อสักการะ คุ่มครองสถานที่ ปกป้องรักษาและเสริมศรัทธาต่อพื้นที่โครงการที่ดียิ่ง

นอกจากนั้นเทพเจ้าบริเวณสี่แยกราชประสงค์ กลับได้รับชื่อเสียงดังไปทั่วโลก ในแต่ละปีมีทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติหลายแสนคน แวะเวียนเข้ามากราบไหว้สักการะ ทำให้พื้นที่เปิดโล่งพาณิชยกรรมแบบโลกตะวันออก กลับมีเสน่ห์ดึงดูดผู้คนทั่วโลกได้ แตกต่างกับพื้นที่เปิดโล่งทางตะวันตกเป็นอย่างมาก นอกจากนี้ยังมีการพิจารณาศาสตร์เรื่องฮวงจุ้ยเพื่อส่งเสริมการค้าเพิ่มเติมขึ้นมา

6. แนวคิดของการออกแบบองค์ประกอบทางภูมิทัศน์ที่มีความแตกต่างกัน

แนวทางการออกแบบองค์ประกอบทางภูมิทัศน์ จากแนวคิดของภูมิสถาปนิกก็มีความแตกต่างกัน ส่วนหนึ่งเพราะนักออกแบบพยายามเลือก และปรับใช้ให้เหมาะกับรูปแบบภูมิสถาปัตยกรรมที่เกิดขึ้นในกรุงเทพมหานคร จากประสบการณ์การออกแบบ และการปฏิบัติก่อสร้างจริงตามโครงการต่างๆ ก่อนหน้า โดยจากวิเคราะห์พบการออกแบบองค์ประกอบทางภูมิทัศน์ที่มีความแตกต่างดังนี้

- 1) พืชพรรณ ภูมิสถาปนิกมักเลือกการออกแบบพืชพรรณ โดยเน้นในแง่ของความสวยงาม ประดับตกแต่งพื้นที่ และการใช้พืชพรรณเพื่อกั้นอาณาเขตพื้นที่เปิดโล่งเสียมากกว่า การคำนึงว่าพืชพรรณที่สามารถสร้างร่มเงาให้พื้นที่เปิดโล่งนำอาคารพาณิชยกรรมได้ดี, การคำนึงปริมาณพื้นที่สีเขียวในเมืองที่พื้นที่เปิดโล่งพาณิชยกรรมก็สามารถช่วยเพิ่มพื้นที่สีเขียวให้แก่เมืองได้ และการใช้พืชพรรณเพื่อการเพิ่มคุณค่าทางระบบนิเวศเมือง
- 2) งานศิลปะ ประติมากรรมในพื้นที่ ถูกนำมาพิจารณาเป็นเรื่องสำคัญมากกว่าแค่เป็นเพียงสิ่งประดับประดาพื้นที่ เพราะเป็นจุดดึงดูดให้ผู้ใช้งานเข้ามาใช้พื้นที่ เช่น การ

บันทึกภาพถ่ายร่วมกับงานศิลปะ ประติมากรรม และสามารถสร้างรายได้จาก ประติมากรรมที่เป็นสินค้า ที่นำมาโปรโมทในพื้นที่ได้อีกทางหนึ่งด้วย

- 3) การใช้น้ำ ภูมิสถาปนิกเลือกใช้น้ำในการออกแบบเพื่อความสวยงาม รื่นรมย์ และเพื่อจัดการกับความร้อนที่สะสมกับพื้นที่ในเวลากลางวัน เช่น การออกแบบให้มีจุดพ่น ละอองน้ำฝอยเพื่อดับความร้อนบนพื้นที่เปิดโล่ง มากกว่าเทคนิคการใช้น้ำในการกลมกลืนทิศทางเสียงจากถนนรอบข้างที่จ่อแฉติดขัด ทั้งสองด้านคือ เสียงจากถนนไม่รบกวนพื้นที่เปิดโล่ง และเสียงดังจากพื้นที่เปิดโล่งเอง ก็ไม่ดังออกไปด้านนอกอีกด้วย
- 4) จุดให้ข้อมูลข่าวสารและป้ายสัญลักษณ์บอกทาง การใช้จอLEDขนาดใหญ่ เพื่อให้ ข้อมูลข่าวสารตลอดวัน และใช้ถ่ายทอดสดบรรยากาศการจัดกิจกรรม สร้างความ คึกคักมีชีวิตชีวา การสื่อสารกับผู้คนและสร้างการมีส่วนร่วมกับพื้นที่ได้เป็นอย่างดี

นอกจากนี้ยังมีความแตกต่างหนึ่งที่ทำให้พื้นที่เปิดโล่งพาณิชยกรรมของไทย มีความแตกต่างกับพื้นที่เปิดโล่งพาณิชยกรรมทางตะวันตก คือรูปแบบทางศิลปวัฒนธรรมของแต่ละพื้นที่ ซึ่งย่อมส่งผลโดยตรงต่อระบบความแนวคิดที่เกิดขึ้นสำหรับการออกแบบพื้นที่เปิดโล่งให้มีความ ต่างกัน ทั้งแนวคิดจากผู้บริหารและเจ้าหน้าที่โครงการ แนวคิดของภูมิสถาปนิกของแต่ละประเทศ และแนวคิดของผู้ใช้งานที่มีพฤติกรรมการใช้พื้นที่เปิดโล่งที่ไม่เหมือนกัน

5.3 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการออกแบบพื้นที่เปิดโล่งหน้าอาคารพาณิชยกรรม

ข้อเสนอแนะสำหรับการออกแบบพื้นที่เปิดโล่งหน้าอาคารพาณิชยกรรม แบ่งกลุ่มเป็น 3 ด้านตามข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบ โดยพัฒนาข้อเสนอแนะมาจากลักษณะความแตกต่างของ วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับสิ่งที่ปรากฏขึ้นของพื้นที่เปิดโล่งหน้าอาคาร พาณิชยกรรม ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์ โดยความแตกต่าง อาจจะมีความสอดคล้องกับพฤติกรรม การใช้งาน, สภาพแวดล้อม, ความเชื่อเฉพาะถิ่น ที่ทางเจ้าหน้าที่โครงการ และภูมิสถาปนิก เห็น แล้วว่ามีความเหมาะสมกับพื้นที่เปิดโล่งหน้าอาคารพาณิชยกรรม ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์

อย่างไรก็ตาม กลุ่มผู้มีส่วนร่วมทั้งโครงการ ทั้งเจ้าหน้าที่โครงการ, ภูมิสถาปนิก และกลุ่ม ผู้ใช้งานโครงการ เป็นกลุ่มผู้ที่มีบทบาทสำคัญที่มีส่วนร่วมทางความคิดในการออกแบบพื้นที่เปิด โล่งหน้าอาคารพาณิชยกรรม เนื่องด้วยมุมมองที่น่าสนใจในแต่ละด้านที่มีความแตกต่างกัน ดังนั้น หากภูมิสถาปนิก สามารถบูรณาการความเห็นของกลุ่มผู้มีส่วนร่วมทั้งโครงการ ในแต่ละประเด็น ข้อพิจารณาเข้าด้วยกัน ก็ย่อมจะส่งผลให้งานออกแบบพื้นที่เปิดโล่งหน้าอาคารพาณิชยกรรมมี ประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และเป็นไปตามความต้องการใช้งานของทุกฝ่ายร่วมกัน

5.3.1 ข้อเสนอแนะด้านที่ตั้งโครงการ

- 1) ควรให้ความสำคัญกับเรื่องขนาดของพื้นที่เปิดโล่ง เนื่องด้วยขนาดพื้นที่เปิดโล่งที่ใหญ่สามารถจัดกิจกรรมพร้อมกันได้ ซึ่งสามารถเพิ่มทางเลือกของการใช้งานได้มากขึ้น และรองรับกลุ่มผู้ใช้งานได้มากและหลากหลาย
- 2) ควรให้ความสำคัญในการวางตำแหน่งและทิศทางพื้นที่เปิดโล่งให้สัมพันธ์กับอาคาร เพื่อให้แนวของอาคาร ช่วยบังแดด ทำให้พื้นที่เปิดโล่งได้ร่มเงาในช่วงบ่าย
- 3) สำหรับกรุงเทพมหานคร มีโอกาสสูงในการเพิ่มพื้นที่เปิดโล่งพาณิชยกรรม เพราะส่วนหนึ่งมีข้อบัญญัติที่เกี่ยวข้องกับระยะถอยร่นอาคารมาเกี่ยวข้อง ส่งผลให้เกิดพื้นที่เปิดโล่งที่มีคุณภาพได้ง่าย โดยภาครัฐอาจเข้ามีส่วนร่วมโดย การให้ผลตอบแทนกลับสำหรับหน่วยงานเอกชนที่ทำพื้นที่เปิดโล่งขนาดใหญ่เพื่อให้ผู้คนได้ใช้งาน ที่มีพื้นที่มากกว่าตามที่กฎหมายหรือข้อบัญญัติได้กำหนดไว้, การส่วนลดหย่อนภาษี หรือการอนุญาตให้เพิ่มสัดส่วนการก่อสร้างอาคารต่อพื้นที่ดิน (F.A.R. – Floor Area Ratio) สำหรับองค์กรภาคเอกชนที่มีส่วนสร้างพื้นที่เปิดโล่ง

5.3.2 ข้อเสนอแนะด้านรายละเอียดโครงการ

- 1) ควรจัดกิจกรรมบนพื้นที่เปิดโล่ง ที่ตอบสนองกับกลุ่มผู้ใช้งานจำนวนมาก (mass users) ซึ่งอาจจะเป็นกลุ่มวัยรุ่นถึงวัยทำงาน ช่วงอายุ 22-45 ปี เป็นกลุ่มที่ใช้พื้นที่เปิดโล่งพาณิชยกรรมเป็นมากที่สุด เช่น การจัดแสดงดนตรี หรือวัฒนธรรมตะวันออก การจำหน่ายสินค้าทำมือ เป็นต้น
- 2) การสร้างสิ่งศักดิ์สิทธิ์บนพื้นที่เปิดโล่ง นอกจากเป็นความเชื่อในการคุ้มครองสถานที่และเสริมสร้างศรัทธาแล้ว ยังสามารถดึงดูดกลุ่มผู้ใช้งานได้เพิ่มขึ้น ในการเข้ามาเคารพสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในพื้นที่ได้อีกด้วย
- 3) การสร้างพื้นที่เปิดโล่งพาณิชยกรรม (commercial open space) ที่ประสบความสำเร็จ นอกจากการออกแบบและการจัดการที่ดีแล้วนั้น การสนับสนุนทางการตลาดอย่างต่อเนื่อง โดยการใช้สื่อแขนงต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต สื่อกลางแจ้ง ก็เป็นวิธีการที่ควรปฏิบัติเพิ่มเติม หนึ่ง ปัจจุบันองค์กรเอกชนมีความนิยมในการสร้างผลประโยชน์ตอบแทนสู่สังคม (Corporate Social Responsibility - CSR) ทั้งการจัดงานให้ภาครัฐ หรือการรณรงค์ร่วมกิจกรรมต่างๆ กับภาครัฐ ซึ่งเหล่านี้สามารถจัดขึ้นในพื้นที่เปิดโล่งพาณิชยกรรมได้เป็นอย่างดี และใกล้ชิดกับกลุ่มผู้ใช้งานได้ง่าย

5.3.3 ข้อเสนอแนะด้านการออกแบบแนวคิดและองค์ประกอบ

- 1) การออกแบบควรคำนึงถึงการเพิ่มคุณค่าให้กับระบบนิเวศเมือง และการสร้างสิ่งแวดล้อมที่ดี เช่น การเพิ่มปริมาณต้นไม้ การลดปริมาณการสะสมความร้อนบนพื้นที่เปิดโล่ง ด้วยให้ลมพัดผ่านได้อย่างต่อเนื่อง หรือการเลือกใช้วัสดุที่ระบายความร้อนได้อย่างรวดเร็ว นอกเหนือจากความสวยงาม
- 2) การออกแบบให้องค์ประกอบทางภูมิทัศน์ สามารถปรับเปลี่ยนได้ (Flexible design) เพื่อประโยชน์สูงสุดในการใช้งาน หรือหากออกแบบให้ไม่สามารถปรับเปลี่ยนได้ ก็ควรจะให้องค์ประกอบภูมิทัศน์ ไม่อยู่ในบริเวณพื้นที่จัดกิจกรรม เพื่อความสามารถในการจัดพื้นที่ได้อย่างสูงสุด
- 3) การออกแบบควรพิจารณาเรื่องระบบโครงสร้าง และการรับน้ำหนักของพื้นที่เพิ่มเติม หากพื้นที่เปิดโล่งตั้งอยู่บนระบบโครงสร้างอาคาร เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมในการใช้งานของพื้นที่เปิดโล่ง เพื่อรองรับการใช้งานที่ต้องรับกลุ่มผู้ใช้งานจำนวนมาก รวมทั้งการติดตั้งวัตถุที่มีน้ำหนักมาก เช่น อาคารก่อสร้างชั่วคราว หรืองานประติมากรรม บนพื้นที่เปิดโล่ง

5.4 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับงานวิจัยในอนาคต

1. การศึกษาข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบพื้นที่เปิดโล่งของอาคารพาณิชย์กรรมอื่นๆ เพิ่มเติม เพื่อมาพัฒนาข้อพิจารณาเพื่อการออกแบบ จนสามารถสร้างเกณฑ์ในการออกแบบพื้นที่เปิดโล่งพาณิชย์กรรมร่วมกันได้
2. การศึกษาความคุ้มค่าจากการเปลี่ยนพื้นที่พาณิชย์กรรม ไปเป็นพื้นที่เปิดโล่งภายนอกอาคารทดแทน
3. การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้พื้นที่เปิดโล่งพาณิชย์กรรมของผู้ใช้งาน กับรูปแบบของกิจกรรมเชิงพาณิชย์
4. การศึกษาแนวทางการเลือกใช้พืชพรรณที่เหมาะสมกับพื้นที่เปิดโล่งของอาคารพาณิชย์กรรม ให้ได้ประโยชน์ทั้งความสวยงาม และคุณค่าทางสิ่งแวดล้อมเมือง

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

เดชา บุญค้ำ. พื้นที่ใช้สอยร่วมภายนอก. อาษา กรกฎาคม 2537 : 81-86.

ถนนอมศักดิ์ แก้วเขียว. การศึกษารูปแบบและบทบาทที่ว่างในชุมชนเมือง กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาการวางผังเมือง คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2535.

จิตติพรรณ เกินสม. ผู้จัดการฝ่ายการตลาด ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์. สัมภาษณ์, 19 มีนาคม 2552. บริดาพันธ์ บัณฑิตยานนท์. ภูมิสถาปนิก บริษัท แลนด์สเคป อาร์คิเทค 49 จำกัด. สัมภาษณ์, 4 เมษายน 2552.

ปัทมพร ตั้งศรีวงศ์. The The Mission The Generations Episode III. นิตยสารผู้จัดการ 3608 [Online]. 2549. Available from : <http://www.gotomanager.com/news/> [9 ธันวาคม 2551]

พชร เลิศปิไควพัฒนา. การออกแบบสวนหลังคาในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาภูมิสถาปัตยกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2547.

พวงรัตน์ ทวีรัตน์. วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.

นพดล อุดมกิจโชติ. ผู้จัดการฝ่ายอาคารและสถานที่ ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์. สัมภาษณ์, 19 มีนาคม 2552.

วัลยา จิราธิวัฒน์. ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่ฝ่ายพัฒนารุรกิจ บริษัท เซ็นทรัลพัฒนา จำกัด. สัมภาษณ์, 23 มีนาคม 2552.

ศราวุธ ฉัตรเดชา. การใช้ประโยชน์พื้นที่โล่งในย่านพาณิชยกรรมของกรุงเทพมหานคร :กรณีศึกษา บริเวณ ถนนสาทร-สีลม-สุรวงศ์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาการวางผังเมือง คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.

สกุลชัย ตันติเศรณี. แนวทางการพัฒนาด้านกายภาพของพื้นที่โล่งว่างเพื่อการพาณิชย์ภายในย่านถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาการออกแบบชุมชนเมือง คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2549.

สิทธิพร ภิรมย์รัตน์. การวางแผนและผังชุมชนเมือง : ประสบการณ์สหรัฐอเมริกา. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2541.

สี่ดวงศ์ วิชัยลักษณ์ และ เบญจางค์วัลย์ วิชัยลักษณ์. ข้อบัญญัติกรุงเทพมหานคร เรื่องควบคุมอาคาร พ.ศ. 2544. กรุงเทพฯ : นิติวาณิช, 2548.

สุจรรยา สุนทรพรเจริญ และ ศรีัญญา แดงอินทวัฒน์. กลยุทธ์ Brand Building สยามพารากอน Vs เซ็นทรัลเวสต์เกต. กรุงเทพฯ : บริษัท ฐานการพิมพ์ จำกัด, 2549.

สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์. ยั่งยืนด้วยความพอเพียง. กรุงเทพฯ : ดาวฤกษ์ คอมมูนิเคชั่นส์, 2551.

อลิศรา มีนะกนิษฐ. วิวัฒนาการลานโล่งในเมือง : ไทยและเทศ. หน้าจั่ว เล่มที่ 19 (2545-2546) : 87-100.

อังสนา บุญโยภาส. เอกสารการสอน มาตรฐานลานโล่ง. กรุงเทพมหานคร : คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2551. (อัดสำเนา)

ภาษาอังกฤษ

Childs, M.C. Parking Space : A design ,implementation, and use manual for architects, planners and engineers. New York : McGraw-Hill,1999.

Chiara, J.D. and Koppelman, L. Urban Planning and Design Criteria. 2nd edition. New York : Van Nostrand Reinhold Company,1975.

Francis, M. A Case Study Method For Landscape Architecture. Landscape Journal v.20 (2001) : 15-29.

Francis, M. Urban Open Space: Designing for user needs. Washington : Island Press, 2003.

Frieden, B. J. and Sagalyn, L.B. Downtown Inc. : How America rebuilds cities. 6th edition. Massachusetts : The MIT press,1997.

Gehl, J. Life Between Buildings: Using public space. New York : Vand Nostrand Reinhold, 1987.

Goldsteen, J.B. and Elliot, C.D. Designing America : Creating urban identity. New York : Van Nostrand Reinhold, 1994.

Heckscher, A. Open Spaces : The life of American cities. New York : Harper&Row Publisher, 1997.

Hedman, R. and Jaszewski, A. Fundamentals of Urban Design. America Planning Association. Washington D.C : Planers Press, 1984.

Loukaitou-Sideris, A. and Banerjee, T. Urban Design Downtown : Poetics and politics of form. Los angeles : University of California press, 1998.

Marcus, Clare Cooper and Francis, Carolyn. People Places Design Guidelines for Urban Open Space. 2nd edition. New York : Vand Nostrand Reinhold, 1998.

Sucher, D. City comforts : How to build an urban village. Seatte : City Comforts Press, 1995.

Whyte W. H. The Social Life of Small Urban Spaces . Washington D.C. : The Conservation Foudation, 1980.

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นายพลกฤต กฤตโยภาส

วัน/เดือน/ปีเกิด : 1 พฤษภาคม 2527

ที่อยู่ : 350/19 ซ.รัตนพราหมณ์ ถ.สุขุมวิท 54 แขวงบางจาก
เขตพระโขนง กรุงเทพฯ 10260

อีเมลล์ : phonkrit_msg@yahoo.com

ประวัติการศึกษา

- : ระดับปริญญาตรี สถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต
- สาขาวิชาสถาปัตยกรรมไทย เกียรตินิยมอันดับ 2
- มหาวิทยาลัยศิลปากร (2550)

ประสบการณ์การทำงาน

- : ออกแบบ และวางผังงานภูมิทัศน์ พระราชินีเวศน์มฤคทายวัน
และบ้านเจ้าพระยารามราฆพ อ.ชะอำ จ.เพชรบุรี
- : ผู้ช่วยวิจัยโครงการจัดเก็บและบันทึกข้อมูลการออกแบบ
ก่อสร้างพระเมรุและอาคารประกอบ ในงานพระราชทานเพลิง
พระศพ สมเด็จพระเจ้าพี่นางเธอเจ้าฟ้ากัลยาณิวัฒนา
กรมหลวงนราธิวาสราชนครินทร์ โดยสมาคมสถาปนิกสยาม
ในพระบรมราชูปถัมภ์

ทุนการศึกษาที่ได้รับ

- : ทุนเตรียมกำลังสำรองด้านสถาปัตยกรรมไทย สำหรับ
นักศึกษาด้านสถาปัตยกรรมไทย ปีการศึกษา 2545-2549
- : ทุนส่งเสริมการศึกษา ประเภทเรียนดี สาขาภูมิสถาปัตยกรรม
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย