การออกแบบเรขศิลป์ในสิ่งแวดล้อมพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน
จากแนวคิดไบโอฟิลเลีย สำหรับเจเนอเรชั่นวาย

น.ส.ศศิกาญจน์ นารถโคษา

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาศิลปกรรมศาสตร์
คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ปีการศึกษา 2565
ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ENVIRONMENTAL GRAPHIC DESIGN IN CO-WORKING SPACE USING THE BIOPHILIA CONCEPT FOR GENERATION Y

Miss Sasikarn Nartkosar

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

A Dissertation Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Doctor of Fine and Applied Arts in Fine and Applied Arts
FACULTY OF FINE AND APPLIED ARTS
Chulalongkorn University
Academic Year 2022

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การออกแบบเรขศิลป์ในสิ่งแวดล้อมพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน จากแนวคิดไบโอฟิลเลีย สำหรับเจเนอเรชั่นวาย
โดย	น.ส.ศศิกาญจน์ นารถโคษา
สาขาวิชา	ศิลปกรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพิ่มศักดิ์ สุวรรณทัต
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม	ศาสตราจารย์ ดร.ศุภกรณ์ ดิษฐพันธุ์

คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้นับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรดุษฎีบัณฑิต

---------- คณบดีคณะศิลปกรรมศาสตร์
(ศาสตราจารย์ ดร.บุษกร บิณฑสันต์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

---------- ประธานกรรมการ
(ศาสตราจารย์เดชา วราชุน)

---------- อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพิ่มศักดิ์ สุวรรณทัต)

---------- อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม
(ศาสตราจารย์ ดร.ศุภกรณ์ ดิษฐพันธุ์)

---------- กรรมการ
(รองศาสตราจารย์อารยะ ศรีกัลยาณบุตร)

---------- กรรมการ
(รองศาสตราจารย์วิไล อัศวเดชศักดิ์)

---------- กรรมการ
(อาจารย์ ดร.ปวินท์ บุนนาค)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ศศิกาญจน์ นารถโคษา : การออกแบบเรขศิลป์ในสิ่งแวดล้อมพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน จากแนวคิดไบโอฟิลเลีย สำหรับเจเนอเรชั่นวาย. (ENVIRONMENTAL GRAPHIC DESIGN IN CO-WORKING SPACE USING THE BIOPHILIA CONCEPT FOR GENERATION Y) อ.ที่ปรึกษาหลัก : ผศ. ดร.เพิ่มศักดิ์ สุวรรณทัต, อ.ที่ปรึกษาร่วม : ศ. ดร.ศุภกรณ์ ดิษฐพันธุ์

การออกแบบเรขศิลป์ในสิ่งแวดล้อมพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปันจาก แนวคิดไบโอฟิลเลีย สำหรับเจเนอเรชั่นวาย มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาแนวคิดไบโอฟิลเลียและพฤติกรรมของเจเนอเรชั่นวาย พัฒนาสู่องค์ประกอบทางการออกแบบเรขศิลป์สำหรับพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน ผู้วิจัยใช้การวิจัยแบบผสมผสาน (Mix Methods Research) ระหว่างวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ มีการศึกษาแนวคิดไบโอฟิลเลีย ในเชิงการออกแบบเรียกว่า การออกแบบไบโอฟิลลิค เป็นการเอาธรรมชาติมาเป็นศูนย์กลางของการออกแบบ หลังจากนั้นผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างเจเนอเรชั่นวาย จำนวน 411 ชุด และแบบสัมภาษณ์กลุ่มเจเนอเรชั่นวาย ที่เป็นสมาชิกของสำนักงานร่วมแบ่งปัน ในขอบเขตของโครงการจำนวน 10 คน เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมและความต้องการของกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปันในแต่ละโซน สรุปได้ว่า 1) ส่วนต้อนรับ ต้องการกระตือรือร้น จากบรรยากาศน้ำตกมากที่สุด ร้อยละ 56.84 2) สำนักงานร่วมแบ่งปัน ต้องการให้เป็นพื้นที่กระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ จากบรรยากาศชายหาดมากที่สุด ร้อยละ 62.77 3) สำนักงานส่วนตัว ต้องการความเป็นส่วนตัว จากบรรยากาศภูเขามากที่สุด ร้อยละ 70.75 4) ห้องประชุม ต้องการให้เป็นพื้นที่กระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ จากบรรยากาศชายหาดมากที่สุด ร้อยละ 64.57 5) พื้นที่ทานอาหาร ต้องการการกระตุ้นความอยากอาหาร จากบรรยากาศชายหาดมากที่สุด ร้อยละ 68.52 6) คาเฟ่ ต้องการความผ่อนคลาย จากบรรยากาศชายหาดมากที่สุด ร้อยละ 70.12 7) ส่วนพักผ่อน ต้องการความผ่อนคลาย จากบรรยากาศชายหาดมากที่สุด ร้อยละ 65.21 8) ห้องสมุด ต้องการความสงบ จากบรรยากาศภูเขามากที่สุด ร้อยละ 72.90 9) ห้องปริ้นเตอร์และห้องโทรศัพท์ ต้องการบรรยากาศสะดวกสบายจากภูเขามากที่สุด ร้อยละ 76.59

สรุปผลการวิจัยด้านการพัฒนาแนวคิดไบฟิลเลียสู่องค์ประกอบทางเรขศิลป์ สำหรับสำนักงานร่วมแบ่งปัน โดยองค์ประกอบทางเรขศิลป์ ดังนี้ 1) ความกระตือรือร้น ใช้เส้นประแนวเฉียง รูปทรงธรรมชาติ และ พื้นผิวขรุขระไม่สม่ำเสมอ 2) ความกระฉับกระเฉง ใช้เส้นนำสายตา จุดหลายขนาด และรูปร่างอิสระ 3) ความสะดวกสบาย ใช้เส้นคลื่น รูปร่างโค้งวงกว้าง และจุดค่อยๆกระจายตัว 4) ความสงบ ใช้พื้นที่สร้างบริเวณว่าง เส้นตรงแนวนอน และรูปร่างโค้งของภูเขา 5) ความเป็นส่วนตัว ใช้รูปร่างที่ปิดล้อม เส้นที่ถูกควบคุมการเคลื่อนไหว วางบนเส้นระนาบ และ ใช้ที่ว่างที่เกิดจากการซ้อนกันของภูเขา 6) กระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ ใช้จุดอิสระไร้ทิศทาง เส้นลื่นไหลมีขนาดแปรปรวน และพื้นผิวลักษณะหยาบเล็กน้อย มีร่องรอยไม่สม่ำเสมอ 7) ความผ่อนคลาย ใช้เส้นคลื่นต่ำที่เคลื่อนไหวช้าๆ รูปร่างอิสระ พื้นผิวบางเบาไหลลื่น 8) มีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ใช้รูปร่างของคลื่นกระจายตัวและรวมกลุ่ม เส้นแบบเกลียว และใช้จุดหลากหลายขนาดโดยค่อยๆรวมตัวกันในทิศใดทิศทางหนึ่ง 9) กระตุ้นความอยากอาหาร ใช้เส้นประเรียงต่อกันเป็นคลื่น รูปร่างและรูปทรงที่ไม่สมบูรณ์รอการเติมเต็ม 10) สร้างสมาธิ ใช้ที่ว่างวางวัตถุขนาดเล็กลงบนพื้นที่โล่งกว้าง รูปร่างที่มีฐานกว้างและแคบขึ้นไปคล้ายพีระมิด และใช้เส้นตรงแนวนอน

สาขาวิชา	ศิลปกรรมศาสตร์	ลายมือชื่อนิสิต .....
ปีการศึกษา	2565	ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาหลัก .....
		ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาร่วม .....

6281039035 : MAJOR FINE AND APPLIED ARTS
KEYWORD: BIOPHILIA, BIOPHILIC DESIGN, ENVIRONMENTAL GRAPHIC, PLACEMAKING, GRAPHIC DESIGN, GENERATION Y

SASIKARN NARTKOSAR : ENVIRONMENTAL GRAPHIC DESIGN IN CO-WORKING SPACE USING THE BIOPHILIA CONCEPT FOR GENERATION Y. ADVISOR: ASST. PROF. PERMSAK SUWANNATAT, PH.D. CO-ADVISOR: PROF. SUPPAKORN DISATAPUNDHU, PH.D.

The objectives of graphic design in a shared office space environment from the Biophilia concept for Generation Y are to study the concept of Biophilia and the behaviour of Generation Y and to develop them into graphic design elements for shared office spaces. The researcher used mixed methods research between quantitative and qualitative research. The Biophilia concept has been studied in terms of design, known as the biophilic design that adapts nature at the centre of the design. The researcher used a questionnaire with 411 samples of Generation Y and an interview form for 10 Generation Y members of the shared office in the project scope to analyze the behaviour and needs of the samples in the shared office space in each zone. It can be concluded that 1) the reception needs enthusiasm from the waterfall atmosphere the most, 56.84 percent; 2) the shared office needs space from the beach atmosphere to stimulate creativity the most, 62.77 percent; 3) the private office needs privacy from the mountain atmosphere the most; 70.75 percent; 4) conference room needs space from the beach atmosphere to stimulate creativity the most, 64.5 percent; 5) the dining area needs the beach atmosphere to stimulate an appetite the most, 68.52; 6) the café needs relaxation from the beach atmosphere the most, 70.12 percent; 7) the resting area needs relaxation from the beach atmosphere the most, 65.21 percent; 8) the library needs the calmness from the mountain atmosphere the most, 72.90 percent; and 9) the printer and telephone room needs the comfort atmosphere from the mountain the most, 76.59 percent.

Summary of research on the development of Biophilia concept to graphic elements for shared offices, the graphic elements are as follows: 1) enthusiasm by using diagonal dotted lines, natural shapes and uneven rough surface; 2) energetic by using leading lines, dots of various sizes, and free shape; 3) convenience by using wavy wide lines and the dot that gradually dispersed; 4) calmness by using the area to create space, horizontal straight lines and curved shapes of mountains; 5) privacy by using enclosed shapes and movement control lines placed on a plane line, and using the space arising from the stacking of mountains; 6) stimulating creativity by using free-flowing dots, flowing lines with variance sizes, and slightly rough surfaces with uneven traces; 7) relaxation by using slow moving wavy lines, free shapes, thin, light, and smooth surfaces; 8) social interactions by using dispersed and clustered wave shapes, spiral lines, and dots of various sizes by slowly converge in either direction; 9) stimulating appetite by using dotted lines to form wavy shapes and imperfect shapes to be filled; 10) building concentration by using the spaces for placing small objects on wide open spaces, a shape with a wide base and narrow ascending pyramid-like shape, and horizontal straight lines.

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

Field of Study:	Fine and Applied Arts	Student's Signature .....
Academic Year:	2022	Advisor's Signature .....
		Co-advisor's Signature .....

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์นี้เกิดจากความรักในการออกแบบกราฟิก ที่จะเป็นแนวทางในการช่วยสร้างสรรค์ให้โลกใบนี้น่าอยู่ยิ่งขึ้น ข้าพเจ้าจึงนำแนวคิดไบโอฟิลเลีย “ความโหยหาธรรมชาติของมนุษย์ มนุษย์กับธรรมชาติไม่สามารถแยกขาดจากกันได้ เป็นเพราะว่าเขาคือสิ่งๆเดียวกัน” วิจัยนี้จะสำเร็จลุล่วงด้วยดีไม่ได้ หากขาดบุคคลเหล่านี้

ข้าพเจ้าขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพิ่มศักดิ์ สุวรรณทัต ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก ที่ไม่เพียงให้คำปรึกษา ให้ความรู้ คอยผลักดันให้วิจัยนี้สำเร็จ ท่านอาจารย์ยังเป็นกำลังใจที่มีพลังบวกและให้ความเมตตาแก่ข้าพเจ้าตลอดระยะเวลา 3 ปีครึ่ง ขอขอบพระคุณ ศาสตราจารย์ ดร.ศุภกรณ์ ดิษฐพันธุ์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ที่คอยให้ความรู้ด้านวิจัย และเปิดโลกทัศน์ในแง่มุมใหม่ๆที่ข้าพเจ้าไม่เคยทราบมาก่อน ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์อารยะ ศรีกัลยาณบุตร ที่เสียสละเวลาให้คำปรึกษาแก่ข้าพเจ้าจนผลงานวิทยานิพนธ์ออกมาสำเร็จตามเวลาที่กำหนด ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์วิไล อัศวเดชศักดิ์ และอาจารย์ ดร.ปวินท์ บุนนาค กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่คอยชี้นำแนวทางให้วิจัยบรรลุเป้าหมายได้เป็นอย่างดี และขอขอบพระคุณ ศาสตราจารย์เดชา วราชุน แม้ข้าพเจ้าไม่เคยรู้จักและพูดคุยกับท่านมาก่อน แต่อาจารย์ก็ยังให้เกียรติมาเป็นประธานกรรมการสอบและคอยส่งกำลังใจมาให้ข้าพเจ้าในระหว่างที่พบอุปสรรคในงานวิจัยมาเสมอ

วิจัยนี้จะสมบูรณ์ไม่ได้หากขาดความกรุณาจากผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเรขศิลป์ และความร่วมมือการตอบแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างเจเนอเรชั่นวาย ทุกท่าน

ขอขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ ครอบครัวนารถโคษา ที่เป็นแบบอย่างในการดำเนินชีวิต ให้ลูกคนนี้ไม่ย่อท้อต่ออุปสรรค มีความพยายาม สอนให้ข้าพเจ้ามีจิตใจที่เข้มแข็งและหนักแน่น จึงฝ่าฟันทุกสิ่งที่เป็นอุปสรรคไปได้เสมอ

ขอบคุณแสงสว่างในวันที่มืดมัว คุณพงศ์ชนิศ อัครวงศ์ชัย คู่ชีวิตของข้าพเจ้าที่คอยช่วยเหลือวิจัยนี้อย่างเต็มกำลังความสามารถ เป็นกำลังใจในเบื้องหลังของทุกอย่าง อยู่เคียงข้างตั้งแต่วันสมัครเรียนมาจนถึงวันสอบจบ

ขอบคุณชีวิตนี้ที่เกิดมามีกัลยาณมิตรที่ดีที่คอยช่วยหลือในยามที่ลำบากทั้งกายและใจ ขอขอบคุณ คุณบวบ คุณแพรว คุณปอนด์ คุณเจน คุณเนย์ คุณนุ้กนิก และเพื่อนร่วมรุ่น DFA12 ทุกคน ที่ทำให้รู้ว่าเราเกิดมาโชคดีขนาดไหน

ท้ายนี้ขอขอบคุณ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่ให้ประสบการณ์ในทุกด้านของชีวิตแก่ข้าพเจ้า และหวังว่าวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่แสวงหาแนวทางในการสร้างสรรค์ผลงานการออกแบบเพื่อให้โลกใบนี้มีความน่าอยู่และยั่งยืนต่อไป

ศศิกาญจน์ นารถโคษา

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย ..... ค

บทคัดย่อภาษาอังกฤษ ..... ง

กิตติกรรมประกาศ ..... จ

สารบัญ ..... ฉ

สารบัญตาราง ..... ญ

สารบัญภาพ ..... ฐ

สารบัญแผนภาพ ..... น

บทที่ 1 บทนำ 1

1. ที่มาและความสำคัญของปัญหา 1

2. คำถามวิจัยในการวิจัย 4

3. วัตถุประสงค์ของงานวิจัย 4

4. ขอบเขตของงานวิจัย 4

5. กระบวนการวิจัยและขั้นตอนการดำเนินงาน 5

6. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ 7

7. คำจำกัดความในงานวิจัย 7

บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง 9

ส่วนที่ 1 แนวคิดไบโอฟิลเลีย (Biophilia) 10

1 ความหมายและความสำคัญของแนวคิดไบโอฟิลเลีย 11

1.2 แนวทางการออกแบบจากแนวคิดไบโอฟิลเลีย (Biophilic Design) 12

1.3 หลักการของแนวคิดการออกแบบไบโอฟิลลิค (Biophilic Design) 14

ส่วนที่ 2 แหล่งธรรมชาติในประเทศไทย 19

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

2.1 ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ 19
2.2 ความหมาย และลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ 20
ส่วนที่ 3 กลุ่มเจเนอเรชั่นวาย 39
3.1 ความหมายและคุณลักษณะของเจเนอเรชั่นวาย.....39
3.2 พฤติกรรมและความต้องการของเจเนอเรชั่นวายกับพื้นที่สำนักงาน.....42
ส่วนที่ 4 สำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co-Working Space).....51
4.1 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับสำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co-Working Space).....52
4.2 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบของพื้นที่ 53
4.3 สำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co-Working Space) ในขอบเขตโครงการ 58
ส่วนที่ 5 การวางตำแหน่งของแบรนด์ (Brand Positioning).....70
5.1 บุคลิกภาพของแบรนด์ (Brand Personality).....70
ส่วนที่ 6 การออกแบบเรขศิลป์สิ่งแวดล้อม 74
6.1 การออกแบบเรขศิลป์สิ่งแวดล้อม 74
6.2 การสร้างสรรค์สถานที่ (Placemaking).....76
6.3 องค์ประกอบทางการออกแบบเรขศิลป์.....80
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย..... 127
ระยะที่ 1..... 128
ขั้นตอนที่ 1 รวบรวมข้อมูล เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 128
ขั้นตอนที่ 2 การสร้างเครื่องมือการวิจัย ระยะที่ 1..... 129
ขั้นตอนที่ 3 วิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามร่วมกับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องและหา
องค์ประกอบทางเรขศิลป์เบื้องต้น 130
ระยะที่ 2..... 130
ขั้นตอนที่ 4 สร้างเครื่องมือการวิจัย ระยะที่ 2..... 130
ขั้นตอนที่ 5 สังเคราะห์ข้อมูล 132

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ขั้นตอนที่ 6 สร้างสรรค์ผลงานออกแบบกรณีตัวอย่าง 132
ขั้นตอนที่ 7 นำงานออกแบบเบื้องต้นไปประเมินความพึงพอใจโดยกลุ่มผู้เข้าใช้งานพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน(Co-Working Space) 133
ขั้นตอนที่ 8 สรุปผลงานวิจัย 133
บทที่ 4 วิเคราะห์ข้อมูล 134
1. การวิเคราะห์หลักการออกแบบแนวคิดไบโอฟิลลิคกับลักษณะทางกายภาพของสำนักงานร่วมแบ่งปัน 135
2. การวิเคราะห์หาตำแหน่งของแบรนด์ (Brand Positioning) และบุคลิกภาพของแบรนด์ (Brand Personality) 138
3. การวิเคราะห์หาองค์ประกอบเรขศิลป์เบื้องต้น จากแหล่งธรรมชาติของประเทศไทยทั้ง 10 แหล่ง 140
4. การวิเคราะห์ข้อมูล เครื่องมือการวิจัยเพื่อศึกษาแนวคิดไบโอฟิลเลีย และพฤติกรรมของเจเนอเรชั่นวาย พัฒนาสู่องค์ประกอบทางการออกแบบเรขศิลป์สำหรับพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน (วัตถุประสงค์ข้อ ที่ 1) 150
4.1 เครื่องมือแบบสอบถาม กลุ่มประชากรเจเนอเรชั่นวาย ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร 150
5. วิเคราะห์ตัวอย่างผลงานวิเคราะห์หาแนวนิยม องค์ประกอบการออกแบบเรขศิลป์สร้างสรรค์สถานที่ (Placemaking) 184
6. การวิเคราะห์เลือกชุดสีสะท้อนอารมณ์ จากชิเกโนบุ โคบายาชิ (Shigenobu Kobayashi) เชื่อมโยงสู่ไทยโทน 215
7. วิเคราะห์ข้อมูล เครื่องมือวิจัยแบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเรขศิลป์ เพื่อสร้างกระบวนการออกแบบเรขศิลป์จากแนวคิดไบโอฟิลเลีย 221
8. ผู้วิจัยสังเคราะห์ข้อมูล 275
8.1 ข้อจำกัด และสรุปแนวคิดไบโอฟิลเลียกับบรรยากาศที่กลุ่มตัวอย่างต้องการใช้ในโซนของสำนักงานร่วมแบ่งปัน 275
8.2 บุคลิกภาพของแบรนด์กับแนวทางการออกแบบ 276
8.3 ระบบการไล่ระดับสีของชิเกโนบุ โคบายาชิ เพื่อนำไปใช้ในงานออกแบบ 277

9. สรุปแผนภูมิกรอบแนวทางการออกแบบเรขศิลป์สิ่งแวดล้อมจากแนวคิดไบโอฟิลเลีย บนสำนักงานร่วมแบ่งปัน สำหรับเจเนอเรชั่นวาย 288
9.1 ชุดคำตอบจากวงล้อแนวทางการออกแบบเรขศิลป์ในสิ่งแวดล้อมพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน สำหรับเจเนอเรชั่นวาย 288
9.2 วงล้อชุดคำตอบขององค์ประกอบเรขศิลป์ที่เหมาะสมกับบุคลิกภาพของแบรนด์(Brand Personality) 298
บทที่ 5 การประยุกต์ใช้ผลการวิจัย 303
ตัวอย่างที่ 1 Launchpad Co-Working Space 303
ตัวอย่างที่ 2 The Hive Co-Working Space 317
บทที่ 6 การปรับปรุงและพัฒนาผลงานการออกแบบ 333
ส่วนที่ 1 ประเด็นด้านความเหมาะสมและความพึงพอใจในผลงานออกแบบ 335
ส่วนที่ 2 พัฒนาผลงานการออกแบบเรขศิลป์ในสิ่งแวดล้อมพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน จากแนวคิดไบโอฟิลเลีย สำหรับเจเนอเรชั่นวาย ให้เสร็จสมบูรณ์ 340
บทที่ 7 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ 355
1. สรุปผลการวิจัย 355
2. อภิปรายผลการวิจัย 365
3. ข้อเสนอแนะ 367
บรรณานุกรม 368
ภาคผนวก 372
ประวัติผู้เขียน 468

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 2.1 การคัดเลือกรูปภาพแหล่งธรรมชาติในประเทศไทย ทั้ง 10 แหล่ง (แหล่งละ 10 สถานที่) 30

ตารางที่ 2.2 การวิเคราะห์พฤติกรรมและความต้องการในพื้นที่ทำงานของกลุ่มเจเนอเรชั่นวาย จาก 10 วรรณกรรม 49

ตารางที่ 2.3 แสดงข้อมูลทั่วไปของ สำนักงานร่วมแบ่งปัน INN Office 60

ตารางที่ 2.4 แสดงข้อมูลทั่วไปของ สำนักงานร่วมแบ่งปัน The Cent 61

ตารางที่ 2.5 แสดงข้อมูลทั่วไปของ สำนักงานร่วมแบ่งปัน Regus 62

ตารางที่ 2.6 แสดงข้อมูลทั่วไปของ สำนักงานร่วมแบ่งปัน The Hive Bkk 63

ตารางที่ 2.7 แสดงข้อมูลทั่วไปของ สำนักงานร่วมแบ่งปัน Launchpad 64

ตารางที่ 2.8 แสดงข้อมูลทั่วไปของ สำนักงานร่วมแบ่งปัน JustCo 65

ตารางที่ 2.9 แสดงข้อมูลทั่วไปของ สำนักงานร่วมแบ่งปัน Space@Siam 66

ตารางที่ 2.10 แสดงข้อมูลทั่วไปของ สำนักงานร่วมแบ่งปัน Getaway 67

ตารางที่ 2.11 แสดงข้อมูลทั่วไปของ สำนักงานร่วมแบ่งปัน The Great room 68

ตารางที่ 2.12แสดงข้อมูลทั่วไปของ สำนักงานร่วมแบ่งปัน Klique Desk 69

ตารางที่ 2.13 บุคลิกภาพหลักและบุคลิกภาพย่อยจากหนังสือ Color Image Scale ของชิเกโนบุ โคบายาชิ (Shigenobu Kobayashi) 84

ตารางที่ 4.1 การหาความสัมพันธ์ระหว่างแนวคิดไบโอฟิลเลีย และพื้นที่การออกแบบในพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน 135

ตารางที่ 4.2 การวิเคราะห์หาองค์ประกอบเรขศิลป์เบื้องต้น จากแหล่งธรรมชาติของประเทศไทย ทั้ง 10 แหล่ง 140

ตารางที่ 4.3 สรุปข้อมูล ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง 151

ตารางที่ 4.4 สรุปข้อมูลด้านการเข้าใช้งาน 152

ตารางที่ 4.5 สรุปข้อมูลด้านการเข้าใช้งาน ประเด็นสิ่งที่กลุ่มตัวอย่างคำนึงถึงเมื่อเข้าใช้ Co–Working Space 153

ตารางที่ 4.6 สรุปข้อมูลด้านบรรยากาศ 153

ตารางที่ 4.7 สรุปข้อมูลด้านบรรยากาศ ประเด็นการนำรูปแบบ Work from home กลับมาใช้ในพื้นที่ของพื้นที่ทำงาน 154

ตารางที่ 4.8 พฤติกรรมในการพื้นที่การทำงานในยุคปัจจุบัน ด้านบรรยากาศ 155

ตารางที่ 4.9 สรุปข้อมูลด้านบรรยากาศ ประเด็นความต้องการเกี่ยวกับโซนต่าง ๆ ในสำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co–working space) สำหรับส่วนต้อนรับ 156

ตารางที่ 4.10 สรุปข้อมูลด้านบรรยากาศ ประเด็นความต้องการเกี่ยวกับโซนต่าง ๆ ในสำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co–working space) สำหรับส่วนสำนักงานร่วมแบ่งปันหรือพื้นที่การทำงานร่วมกัน.....157

ตารางที่ 4.11 สรุปข้อมูลด้านบรรยากาศ ประเด็นความต้องการเกี่ยวกับโซนต่าง ๆ ในสำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co–working space) สำหรับส่วนสำนักงานส่วนตัว 158

ตารางที่ 4.12 สรุปข้อมูลด้านบรรยากาศ ประเด็นความต้องการเกี่ยวกับโซนต่าง ๆ ในสำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co–working space) สำหรับส่วนห้องประชุม/ห้องระดมความคิด 159

ตารางที่ 4.13 สรุปข้อมูลด้านบรรยากาศ ประเด็นความต้องการเกี่ยวกับโซนต่าง ๆ ในสำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co–working space) สำหรับพื้นที่ทานอาหาร/เตรียมอาหาร.....160

ตารางที่ 4.14 สรุปข้อมูลด้านบรรยากาศ ประเด็นความต้องการเกี่ยวกับโซนต่าง ๆ ในสำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co–working space) สำหรับส่วนคาเฟ่.....161

ตารางที่ 4.15 สรุปข้อมูลด้านบรรยากาศ ประเด็นความต้องการเกี่ยวกับโซนต่าง ๆ ในสำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co–working space) สำหรับส่วนห้องพักผ่อน 162

ตารางที่ 4.16 สรุปข้อมูลด้านบรรยากาศ ประเด็นความต้องการเกี่ยวกับโซนต่าง ๆ ในสำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co–working space) สำหรับส่วนห้องสมุด 163

ตารางที่ 4.17 สรุปข้อมูลด้านบรรยากาศ ประเด็นความต้องการเกี่ยวกับโซนต่าง ๆ ในสำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co–working space) สำหรับส่วนห้องปริ้นเตอร์/ห้องโทรศัพท์ 164

ตารางที่ 4.18 สรุปด้านความต้องการเกี่ยวกับโซนพื้นที่การใช้งาน ในสำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co–working space).....165

ตารางที่ 4.19 สรุปความต้องการ พฤติกรรมของเจเนอเรชั่นวายที่มีต่อพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน โดยใช้แนวคิดไบโอฟิลเลีย เพื่อพัฒนาสู่องค์ประกอบทางการออกแบบเรขศิลป์ 181

ตารางที่ 4.20 ขั้นตอนการวิเคราะห์เลือกชุดสีสะท้อนอารมณ์ จากชิเกโนบุ โคบายาชิ (Shigenobu Kobayashi) เชื่อมโยงสู่ไทยโทน 216

ตารางที่ 4.21 สรุปข้อมูลด้านการเชื่อมโยงหลักการออกแบบเรขศิลป์กับความต้องการของเจเนอเรชั่นวาย ในพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน(Co-Working Space).....252

ตารางที่ 4.22 ระบบการไล่ระดับสีของชิเกโนบุ โคบายาชิ กับชุดไทยโทน.....278

ตารางที่ 5.1 ศึกษาวงล้อแนวทางการออกแบบเรขศิลป์สิ่งแวดล้อมจากแนวคิดไบโอฟิลเลีย บนสำนักงานร่วมแบ่งปัน สำหรับเจเนอร์เรชั่นวาย 307

ตารางที่ 5.2 ศึกษาวงล้อองค์ประกอบการออกแบบเรขศิลป์สื่อสารทางด้านอารมณ์ 321

ตารางที่ 7.1 สรุปผลการศึกษาแนวคิดไบโอฟิลเลียและพฤติกรรมของเจเนอเรชั่นวาย กับพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน 356

ตารางที่ 7.2 สรุปแนวคิดไบโอฟิลเลียและพฤติกรรมของเจเนอเรชั่นวายพัฒนา สู่องค์ประกอบทางเรขศิลป์.....358

ตารางที่ 7.3 สรุปแนวทางการออกแบบเรขศิลป์ สำหรับพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปันแบ่งตามบุคลิกภาพของแบรนด์(Brand Personality) 363

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

สารบัญภาพ

หน้า

ภาพที่ 2.1 ภาพชายหาด (Beach).....21
ภาพที่ 2.2 เกาะ (Island).....22
ภาพที่ 2.3 น้ำตก (Waterfall).....23
ภาพที่ 2.4 แหล่งน้ำ (Water Resource).....24
ภาพที่ 2.5 ถ้ำ (Cave).....25
ภาพที่ 2.6 ภูเขา (mountain).....26
ภาพที่ 2.7 แก่ง (Rapid).....26
ภาพที่ 2.8 โป่งพุร้อน (Thermal Spring).....27
ภาพที่ 2.9 ซากดึกดำบรรพ์ (Fossil).....28
ภาพที่ 2.10 ธรณีสัณฐานและภูมิลักษณวรรณา (Special Geography and Topography).....29
ภาพที่ 2.11 บรรยากาศภูเขา 10 แหล่ง.....30
ภาพที่ 2.12 บรรยากาศเกาะ 10 แหล่ง.....31
ภาพที่ 2.13 บรรยากาศน้ำตก 10 แหล่ง.....32
ภาพที่ 2.14 ภาพบรรยากาศแหล่งน้ำ.....33
ภาพที่ 2.15 บรรยากาศถ้ำ 10 แหล่ง.....34
ภาพที่ 2.16 บรรยากาศภูเขา 10 แหล่ง.....35
ภาพที่ 2.17 บรรยากาศแก่ง 10 แหล่ง.....36
ภาพที่ 2.18 โป่งพุร้อน 10 แหล่ง.....37
ภาพที่ 2.19 บรรยากาศซากดึกดำบรรพ์.....38
ภาพที่ 2.20 บรรยากาศธรณีสัณฐานและภูมิลักษณวรรณา 10 แหล่ง.....39
ภาพที่ 2.21 ลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์.....47

ภาพที่ 2.22 "HUBBA Thailand" สำนักงานร่วมแบ่งปันแห่งแรกของประเทศไทย 52
ภาพที่ 2.23 "The Hat Factory" สำนักงานร่วมแบ่งปันแห่งแรกของโลก ซานฟรานซิสโก, สหรัฐอเมริกา.....53
ภาพที่ 2.24 สถานีรถไฟฟ้า BTS และจุดตัดกับสถานีรถไฟฟ้าใต้ดิน MRT (สายสุขุมวิทและสายสีลม).....58
ภาพที่ 2.25 สำนักงานร่วมแบ่งปันในขอบเขตของโครงการ 59
ภาพที่ 2.26 สำนักงานร่วมแบ่งปัน INN Office.....60
ภาพที่ 2.27 สำนักงานร่วมแบ่งปัน The Cent 61
ภาพที่ 2.28 สำนักงานร่วมแบ่งปัน Regus Interchange 21 62
ภาพที่ 2.29 สำนักงานร่วมแบ่งปัน The Hive Bkk 63
ภาพที่ 2.30 สำนักงานร่วมแบ่งปัน Launchpad.....64
ภาพที่ 2.31 สำนักงานร่วมแบ่งปัน JustCo.....65
ภาพที่ 2.32 สำนักงานร่วมแบ่งปัน : Space@Siam.....66
ภาพที่ 2.33 สำนักงานร่วมแบ่งปัน : Getaway.....67
ภาพที่ 2.34 สำนักงานร่วมแบ่งปัน : The Great room.....68
ภาพที่ 2.35 สำนักงานร่วมแบ่งปัน : Klique Desk 69
ภาพที่ 2.36 ตัวอย่างการออกแบบเอกลักษณ์ให้กับสถานที่ 77
ภาพที่ 2.37 ตัวอย่างการออกแบบป้ายที่มีรูปแบบชัดเจนและเข้าใจได้ง่าย 78
ภาพที่ 2.38 ตัวอย่างการออกแบบบรรยากาศด้วยเรขศิลป์ที่มีอารมณ์แตกต่างกัน 78
ภาพที่ 2.39 ตัวอย่างการออกแบบสัญลักษณ์ที่ถือเป็นภาษาสากล 79
ภาพที่ 2.40 ภาพแสดงระดับสายตาในการมองเห็น 79
ภาพที่ 2.41 ภาพแสดงระยะสายตาในการมองเห็น 80
ภาพที่ 2.42 ภาพแสดงขนาดป้ายกราฟฟิกที่เหมาะสมภายในอาคาร 80
ภาพที่ 2.43 ระดับการไล่สีของ ชิเกโนบุ โคบายาชิ (Shigenobu Kobayashi).....92

ภาพที่ 2.44 ไทยโทนในระบบ CMYK จำนวน 168 เฉดสี 94
ภาพที่ 2.45 แสดงสมดุลซ้ายขวาเท่ากัน 96
ภาพที่ 2.46 แสดงสมดุลซ้ายขวาไม่เท่ากัน 96
ภาพที่ 2.47 แสดงสมดุลแบบรัศมี 97
ภาพที่ 2.48 ภาพแสดงความกลมกลืน (ซ้าย) แสดงความขัดแย้ง (ขวา) 98
ภาพที่ 2.49 แสดงการจัดวางองค์ประกอบการซ้ำเท่ากันทุกระยะ 99
ภาพที่ 2.50 แสดงการจัดวางรูปหรือองค์ประกอบที่มีการเว้นช่องไฟ 1 หรือ 2 ช่อง 99
ภาพที่ 2.51 แสดงการซ้ำแบบเพิ่มลดขนาด 100
ภาพที่ 2.52 แสดงการซ้ำแบบจังหวะก้าวหน้า 100
ภาพที่ 2.53 แสดงการซ้ำแบบสลับเป็นการจัดจังหวะตั้งแต่ 2 ชุดขึ้นไป 101
ภาพที่ 2.54 แสดงการซ้ำแบบจังหวะต่อเนื่อง 101
ภาพที่ 2.55 แสดงการซ้ำแบบจังหวะปกติตั้งแต่ 2 ชุดขึ้นไป 102
ภาพที่ 2.56 แสดงการซ้ำแบบจังหวะไม่ปกติ 102
ภาพที่ 2.57 แสดงพื้นที่ว่างเชิงบวก และพื้นที่ว่างเชิงลบ 103
ภาพที่ 2.58 แสดงการเน้นด้วยสีที่แตกต่าง 104
ภาพที่ 2.59 รูปทรงเรขาคณิต 104
ภาพที่ 2.60 รูปทรงธรรมชาติ 105
ภาพที่ 2.61 รูปที่มีด้านเป็นเส้นตรง 105
ภาพที่ 2.62 รูปที่ผิดปกติ 105
ภาพที่ 2.63 รูปอิสระ 106
ภาพที่ 2.64 จากอุบัติเหตุ 106
ภาพที่ 2.65 ตัวอักษรเนื้อความหัวกลม 107
ภาพที่ 2.66 ตัวอักษรตกแต่งแบบมีหัว 107
ภาพที่ 2.67 ตัวอักษรตกแต่งแบบหัวเป็นเชิง 107

ภาพที่ 2.68 ตัวอักษรแบบตัวอาลักษณ์ 108
ภาพที่ 2.69 ตัวอักษรแบบลายมือเขียน 108
ภาพที่ 2.70 ตัวพิมพ์แบบคัดลายมือ 109
ภาพที่ 2.71 ตัวพิมพ์แบบตัวเขียน 109
ภาพที่ 2.72 ตัวพิมพ์เซอรีฟ แบบโอลด์ สไตล์ 110
ภาพที่ 2.73 ตัวพิมพ์เซอรีฟ แบบทรานสิชันแนล 110
ภาพที่ 2.74 ตัวพิมพ์เซอรีฟ แบบสแควร์เซอริฟ 111
ภาพที่ 2.75 ตัวพิมพ์เซอรีฟ แบบโมเดิร์น 111
ภาพที่ 2.76 ตัวพิมพ์แบบแซนส์ เซอริฟ 112
ภาพที่ 2.77 ตัวพิมพ์ตัวตกแต่ง 112
ภาพที่ 2.78 ตัวอย่างสไตล์งานประเภท 3 Dimensions 116
ภาพที่ 2.79 ตัวอย่างสไตล์งานประเภท Abstract 117
ภาพที่ 2.80 ตัวอย่างสไตล์งานประเภท Clean and Minimalist 117
ภาพที่ 2.81 ตัวอย่างสไตล์งานประเภท Conceptual Art 118
ภาพที่ 2.82 ตัวอย่างสไตล์งานประเภท Feminine 119
ภาพที่ 2.83 ตัวอย่างสไตล์งานประเภท Flat 119
ภาพที่ 2.84 ตัวอย่างสไตล์งานประเภท Fun and Playful 120
ภาพที่ 2.85 ตัวอย่างสไตล์งานประเภท Geometric 121
ภาพที่ 2.86 ตัวอย่างสไตล์ งานประเภท Grunge 121
ภาพที่ 2.87 ตัวอย่างสไตล์งานประเภท Illustrated 122
ภาพที่ 2.88 ตัวอย่างสไตล์งานประเภท Luxurious 122
ภาพที่ 2.89 ตัวอย่างสไตล์งานประเภท Masculine 123
ภาพที่ 2.90 ตัวอย่างสไตล์งานประเภท Organic and natural 124
ภาพที่ 2.91 ตัวอย่างสไตล์งานประเภท Photorealism 124

ภาพที่ 2.92 ตัวอย่างสไตล์งานประเภท Typographic.....125
ภาพที่ 2.93 ตัวอย่างสไตล์งานประเภท Vintage and Retro 126
ภาพที่ 4.1 กราฟแสดงตำแหน่งของแบรนด์ (Brand Positioning).....139
ภาพที่ 4.2 องค์ประกอบทางเรขศิลป์เบื้องต้นของชายหาด 140
ภาพที่ 4.3 องค์ประกอบทางเรขศิลป์เบื้องต้นของเกาะ.....141
ภาพที่ 4.4 องค์ประกอบทางเรขศิลป์เบื้องต้นของน้ำตก 142
ภาพที่ 4.5 องค์ประกอบทางเรขศิลป์เบื้องต้นของแหล่งน้ำ.....143
ภาพที่ 4.6 องค์ประกอบทางเรขศิลป์เบื้องต้นของถ้ำ 144
ภาพที่ 4.7 องค์ประกอบทางเรขศิลป์เบื้องต้นของภูเขา 145
ภาพที่ 4.8 องค์ประกอบทางเรขศิลป์เบื้องต้นของแก่ง.....146
ภาพที่ 4.9 องค์ประกอบทางเรขศิลป์เบื้องต้นของโป่งพุร้อน 147
ภาพที่ 4.10 องค์ประกอบทางเรขศิลป์เบื้องต้นของแหล่งซากดึกดำบรรพ์.....148
ภาพที่ 4.11 องค์ประกอบทางเรขศิลป์เบื้องต้นของแหล่งธรณีสัณฐาน และภูมิลักษณวรรณา 149
ภาพที่ 4.12 Ballard Food Bank 185
ภาพที่ 4.13 Spotify New York.....186
ภาพที่ 4.14 Hildreth Elementary 187
ภาพที่ 4.15 Tangzhen Primary School 188
ภาพที่ 4.16 Alaska Airline.....189
ภาพที่ 4.17 The Glass Lab 190
ภาพที่ 4.18 Princeton Internal Atrium.....191
ภาพที่ 4.19 Taylor Street Apartments and little Italy Branch library 192
ภาพที่ 4.20 Ausgrid.....193
ภาพที่ 4.21 New Victory Theater.....195
ภาพที่ 4.22 Joplin Early Chidren’s Museum 196

ภาพที่ 4.23 Cayton Early Childhood Center 197
ภาพที่ 4.24 International Dairy Queen, Inc. Corporate Headquarters 198
ภาพที่ 4.25 First Sentier Invertors Workplace.....199
ภาพที่ 4.26 1MQ Workplace.....200
ภาพที่ 4.27 W Shanghai.....201
ภาพที่ 4.28 Field Nation.....202
ภาพที่ 4.29 Delmore “Buddy”Dye Learning Institure Office 203
ภาพที่ 4.30 Voiceprint at Emerson College 204
ภาพที่ 4.31 Oracle’s Austin Waterfront Campus-Art and Graphic Collection 205
ภาพที่ 4.32 Cal Poly.....206
ภาพที่ 4.33 University of owa Hospitals and Clinics Stead Family Children’s Hospital 207
ภาพที่ 4.34 Studio Black.....208
ภาพที่ 4.35 111 Java Corners Tech Company.....209
ภาพที่ 4.36 Hafele New York Showroom.....210
ภาพที่ 4.37 Ferrier Hodgson Signage & Wayfinding 211
ภาพที่ 4.38 222 Java Corner.....212
ภาพที่ 4.39 Linkedln Mountain View.....213
ภาพที่ 4.40 Roche 214
ภาพที่ 4.50 ชุดคำตอบขององค์ประกอบเรขศิลป์ที่เหมาะสมกับบุคลิกภาพของแบรน บุคลิกภาพจริงใจ (Sincerity).....298
ภาพที่ 4.51 ชุดคำตอบขององค์ประกอบเรขศิลป์ที่เหมาะสมกับบุคลิกภาพของแบรนด์ บุคลิกภาพน่าตื่นเต้น (Excitement) 299
ภาพที่ 4.52 ชุดคำตอบขององค์ประกอบเรขศิลป์ที่เหมาะสมกับบุคลิกภาพของแบรนด์ บุคลิกภาพโก้หรู (Sophistication) 301

ภาพที่ 4.53 ชุดคำตอบขององค์ประกอบเรขศิลป์ที่เหมาะสมกับบุคลิกภาพของแบรนด์ บุคลิกภาพเข้มแข็ง (Ruggedness).....302
ภาพที่ 5.1 อารมณ์(Mood board) ตัวอย่างที่ 1 309
ภาพที่ 5.2 การออกแบบเรขศิลป์บริเวณส่วนต้อนรับ(Reception)1 ตัวอย่างที่ 1 310
ภาพที่ 5.3 การออกแบบเรขศิลป์บริเวณส่วนต้อนรับ(Reception) 2 ตัวอย่างที่ 1 310
ภาพที่ 5.4 การออกแบบเรขศิลป์บริเวณบริเวณโซนพักผ่อน (Living area)1 ตัวอย่างที่ 1 311
ภาพที่ 5.5 การออกแบบเรขศิลป์บริเวณบริเวณโซนพักผ่อน (Living area) 2 ตัวอย่างที่ 1.....311
ภาพที่ 5.6 การออกแบบเรขศิลป์ ห้องประชุม Size S (Meeting room) 1 ตัวอย่างที่ 1.....312
ภาพที่ 5.7 การออกแบบเรขศิลป์ ห้องประชุม Size S (Meeting room) 2 ตัวอย่างที่ 1 312
ภาพที่ 5.8 การออกแบบเรขศิลป์ ห้องประชุม Size M (Meeting room) 1 ตัวอย่างที่ 1 313
ภาพที่ 5.9 การออกแบบเรขศิลป์ ห้องประชุม Size M (Meeting room) 2 ตัวอย่างที่ 1 313
ภาพที่ 5.10 การออกแบบเรขศิลป์ สำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co-Working Space) 1 ตัวอย่างที่ 1 314
ภาพที่ 5.11 การออกแบบเรขศิลป์ สำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co-Working Space) 2 ตัวอย่างที่ 1 314
ภาพที่ 5.12 การออกแบบสัญลักษณ์ภาพชุด 1 ตัวอย่างที่ 1.....315
ภาพที่ 5.13 การออกแบบสัญลักษณ์ภาพชุด 2 ตัวอย่างที่ 1 315
ภาพที่ 5.14 การออกแบบสัญลักษณ์ตามจุดทางแยก1 ตัวอย่างที่ 1 316
ภาพที่ 5.15 การออกแบบสัญลักษณ์ตามจุดทางแยก2 ตัวอย่างที่ 1 316
ภาพที่ 5.16 การออกแบบสัญลักษณ์ตามจุดทางแยก3 ตัวอย่างที่ 1 317
ภาพที่ 5.17 อารมณ์ (Mood board) ตัวอย่างที่ 2.....323
ภาพที่ 5.18 การออกแบบเรขศิลป์บริเวณส่วนต้อนรับ (Reception) 1 ตัวอย่างที่ 2 324
ภาพที่ 5.19 การออกแบบเรขศิลป์บริเวณส่วนต้อนรับ (Reception) 2 ตัวอย่างที่ 2 324
ภาพที่ 5.20 การออกแบบเรขศิลป์ สำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co-Working Space) 1 ตัวอย่างที่ 2 325

ภาพที่ 5.21 การออกแบบเรขศิลป์ สำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co-Working Space) 2 ตัวอย่างที่ 2 325
ภาพที่ 5.22 การออกแบบเรขศิลป์ ห้องประชุม (Meeting room) 1 ตัวอย่างที่ 2 326
ภาพที่ 5.23 การออกแบบเรขศิลป์ ห้องพักผ่อน (Living room) 1 ตัวอย่างที่ 2.....327
ภาพที่ 5.24 การออกแบบเรขศิลป์ ห้องพักผ่อน (Living room) 2 ตัวอย่างที่ 2.....327
ภาพที่ 5.25 การออกแบบเรขศิลป์ บูธโทรศัพท์ (Phone booth) 1 ตัวอย่างที่ 2.....328
ภาพที่ 5.26 การออกแบบเรขศิลป์ บูธโทรศัพท์ (Phone booth) 2 ตัวอย่างที่ 2.....328
ภาพที่ 5.27 การออกแบบสัญลักษณ์ภาพชุด 1 ตัวอย่างที่ 2.....329
ภาพที่ 5.28 การออกแบบสัญลักษณ์ภาพชุด 2 ตัวอย่างที่ 2.....329
ภาพที่ 5.29 การออกแบบสัญลักษณ์ตามจุดทางแยก 1 ตัวอย่างที่ 2 330
ภาพที่ 5.30 การออกแบบสัญลักษณ์ตามจุดทางแยก 2 ตัวอย่างที่ 2 330
ภาพที่ 5.31 การออกแบบสัญลักษณ์ตามจุดทางแยก 3 ตัวอย่างที่ 2 331
ภาพที่ 5.32 การออกแบบสัญลักษณ์ตามจุดทางแยก 4 ตัวอย่างที่ 2 331
ภาพที่ 5.33 การออกแบบสัญลักษณ์ตามจุดทางแยก 5 ตัวอย่างที่ 2 332
ภาพที่ 5.34 การออกแบบสัญลักษณ์ตามจุดทางแยก 6 ตัวอย่างที่ 2 332
ภาพที่ 6.2 บรรยากาศส่วนต้อนรับ (Reception).....343
ภาพที่ 6.3 การออกแบบเรขศิลป์สื่อสารบรรยากาศกระฉับกระเฉง (Energetic) จากน้ำตก.....343
ภาพที่ 6.4 การออกแบบเรขศิลป์สื่อสารบรรยากาศกระฉับกระเฉง (Energetic) จากน้ำตก 344
ภาพที่ 6.5 การออกแบบเรขศิลป์สื่อสารบรรยากาศสะดวกสบาย (Comfort) จากภูเขา 344
ภาพที่ 6.6 บรรยากาศห้องโทรศัพท์ (Telephone Booth).....345
ภาพที่ 6.7 การออกแบบเรขศิลป์สื่อสารบรรยากาศกระตือรือร้น (Active) จากน้ำตก 345
ภาพที่ 6.8 บรรยากาศห้องสมุด (Library).....346
ภาพที่ 6.9 การออกแบบเรขศิลป์สื่อสารบรรยากาศความสงบ (Calmness) จากภูเขา 346
ภาพที่ 6.10 บรรยากาศโซนพักผ่อน (Living area).....347

ภาพที่ 6.11 การออกแบบเรขศิลป์สื่อสารบรรยากาศความเป็นส่วนตัว (Private) จากภูเขา 347
ภาพที่ 6.12 บรรยากาศส่วนสำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co-Working Space).....348
ภาพที่ 6.13 การออกแบบเรขศิลป์สื่อสารบรรยากาศความสะดวกสบาย (Comfort) จากภูเขา ..348
ภาพที่ 6.14 บรรยากาศห้องประชุม (Meeting room) 349
ภาพที่ 6.15 การออกแบบเรขศิลป์สื่อสารบรรยากาศกระตือรือร้น (Active) จากน้ำตก.....349
ภาพที่ 6.16 บรรยากาศสำนักงานส่วนตัว (Private office).....350
ภาพที่ 6.17 การออกแบบเรขศิลป์สื่อสารความเป็นส่วนตัว (Private) จากภูเขา.....350
ภาพที่ 6.18 ภาพรวมของบรรยากาศ THE Hive Co-Working Space 351
ภาพที่ 6.19 สัญลักษณ์ใน THE Hive Co-Working Space 352
ภาพที่ 6.20 สัญลักษณ์จุดด้านหน้าของ THE Hive Co-Working Space.....352
ภาพที่ 6.21 สัญลักษณ์จุดด้านหน้าห้องโทรศัพท์เชื่อมไปสู่โซนพักผ่อน 353
ภาพที่ 6.22 สัญลักษณ์ในบริเวณสำนักงานร่วมแบ่งปัน 353
ภาพที่ 6.23 ภาพรวมของสัญลักษณ์ THE Hive Co-Working Space 354

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

สารบัญแผนภาพ

หน้า

แผนภาพที่ 2.1 แผนผังการจัดกลุ่มบุคลิกภาพตราสินค้า.....74

แผนภาพที่ 3.1 แผนผังการดำเนินการวิจัย 127

แผนภาพที่ 4.1 แผนภูมิความต้องการของกลุ่มเจเนอเรชั่นวายที่มีต่อพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน 183

แผนภาพที่ 4.2 วงล้อชุดคำตอบแนวทางการออกแบบเรขศิลป์ในสิ่งแวดล้อมพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน สำหรับเจเนอเรชั่นวาย ในส่วนต้อนรับ (Reception).....289

แผนภาพที่ 4.3 วงล้อชุดคำตอบแนวทางการออกแบบเรขศิลป์ในสิ่งแวดล้อมพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน สำหรับเจเนอเรชั่นวาย ในส่วนพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co-Working Space).....290

แผนภาพที่ 4.4 วงล้อชุดคำตอบแนวทางการออกแบบเรขศิลป์ในสิ่งแวดล้อมพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน สำหรับเจเนอเรชั่นวาย ในส่วนสำนักงานส่วนตัว (Private Office).....291

แผนภาพที่ 4.5 วงล้อชุดคำตอบแนวทางการออกแบบเรขศิลป์ในสิ่งแวดล้อมพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน สำหรับเจเนอเรชั่นวาย ในส่วนพื้นที่รับประทานอาหาร (Pantry).....292

แผนภาพที่ 4.6 วงล้อชุดคำตอบแนวทางการออกแบบเรขศิลป์ในสิ่งแวดล้อมพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน สำหรับเจเนอเรชั่นวาย ในส่วนคาเฟ่ (Cafe).....293

แผนภาพที่ 4.7 วงล้อชุดคำตอบแนวทางการออกแบบเรขศิลป์ในสิ่งแวดล้อมพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน สำหรับเจเนอเรชั่นวาย ในส่วนพักผ่อน (Living area).....294

แผนภาพที่ 4.8 วงล้อชุดคำตอบแนวทางการออกแบบเรขศิลป์ในสิ่งแวดล้อมพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน สำหรับเจเนอเรชั่นวาย ในส่วนห้องประชุม (Meeting Room).....295

แผนภาพที่ 4.9 วงล้อชุดคำตอบแนวทางการออกแบบเรขศิลป์ในสิ่งแวดล้อมพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน สำหรับเจเนอเรชั่นวาย ในส่วนห้องสมุด (Library).....296

แผนภาพที่ 4.10 วงล้อชุดคำตอบแนวทางการออกแบบเรขศิลป์ในสิ่งแวดล้อมพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน สำหรับเจเนอเรชั่นวาย ในส่วนห้องปริ้นเตอร์หรือห้องโทรศัพท์(Printing & Telephone room).....297

แผนภาพที่ 6.1 การเลือกธรรมชาติและชุดสีให้มีความเหมาะสมกับภาพลักษณ์แบรนด์ The Hive 341

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

บทที่ 1
บทนำ

1. ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันในยุคสมัยที่เปลี่ยนไปปัญหาในด้านสิ่งแวดล้อมนั้นกำลังเป็นปัญหาที่คนทั่วโลกจะต้องตระหนักถึงเพราะสภาพแวดล้อมในปัจจุบันเป็นพิษและส่งผลกระทบที่ทำให้สภาพแวดล้อมย่ำแย่ลง ซึ่งเพราะฝีมือมนุษย์เป็นคนทำร้ายสิ่งแวดล้อมเองหากเราพิจารณามองดูแล้วปัญหาสิ่งแวดล้อมนั้นปัญหาที่แท้จริงนั้นเกิดมาจากสังคมเมืองที่มีแหล่งประชากรอยู่อาศัยกันอย่างหนาแน่น มีการผลิต การค้า ที่ต้องตอบสนองกับจำนวนของผู้บริโภคที่มีเพิ่มขึ้นตามยุคสมัย ผลที่ตามมาเลยเกิดโรงงานอุตสาหกรรมมากมาย ที่เป็นบ่อเกิดของการทำลายสิ่งแวดล้อมทางอ้อม สถิติจำนวนก๊าซคาบอนไดร์ออกไซด์ในแต่ละประเทศทั่วโลกที่ค่ามลพิษเพิ่มขึ้นมากกว่า 80 เปอร์เซ็นต์ ก่อให้เกิดสภาวะวิกฤตในมิติด้านสิ่งแวดล้อมที่ส่งต่อการใช้ชีวิตของคน หรือที่เรียกว่า Climate Change จากความกดดันของวิวัฒนาการในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง (Evolutionary Forces) ได้ส่งต่อถึงการอพยพ และความผกผันของสิ่งมีชีวิตมากมาย การขาดสมดุลที่ส่งผลต่อสุขภาวะของประชาชนในเมืองอย่างเลี่ยงไม่ได้ ผู้คนที่นิยมใช้ชีวิตอยู่ในอาคาร มนุษย์เราต่างต้องการพฤติกรรมไบโอฟิลเลีย หมายถึงการได้ซึมซับธรรมชาติเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของร่างกายผ่านรูป รส กลิ่น เสียง และสัมผัส การที่สิ่งมีชีวิตทั้งหมดเป็นผลผลิตของธรรมชาติ ก็จะมีความเชื่อมโยงเข้าหากันอย่างเป็นธรรมชาติไปด้วย ไบโอฟิลเลีย หมายถึง ผู้ที่โหยหาสิ่งมีชีวิตที่รวมธรรมชาติและสัตว์มาช่วยในการบำบัดความเครียดความเครียด (เกชา ธีระโกเมน, 2563) แนวคิดไบโอฟิลเลีย(Biophilia) คือการผสมผสานการออกแบบกับแนวคิดของ Biophilic Design เป็นการออกแบบที่คำนึงถึงการใช้ชีวิตของผู้คนที่อาศัย ให้มีสุขภาพ (Health) และ คุณภาพชีวิตที่ดี (Well-being) โดยการเชื่อมโยงให้ผู้คนเป็นส่วนหนึ่งของธรรมชาติอย่างแท้จริง สิ่งมีชีวิตทั้งหมดนั้นเป็นผลผลิตของธรรมชาติ และจะมีความเชื่อมโยงเข้าหากันอย่างเป็นธรรมชาติโดยไม่ต้องปรุงแต่ง (Builder, 2016) มีการนำเสนอแนวทางในการออกแบบเรียกว่า Biophilic Design ซึ่งเป็นการนำรูปแบบของธรรมชาติมาใช้ การออกแบบที่เลียนแบบธรรมชาติ หรือการออกแบบให้มุมพื้นที่ภายในอาคารได้เชื่อมโยงกับธรรมชาติอย่างต่อเนื่อง การใช้สัญลักษณ์ในการออกแบบ อาทิ รูปร่าง และลวดลาย พื้นผิวที่มีอยู่ในธรรมชาติเข้ามาผสานกับวัสดุ ผู้วิจัยเล็งเห็นศักยภาพของแหล่งธรรมชาติของไทย ทั้ง 10 แหล่ง ได้แก่ ชายหาด เกาะ ภูเขา น้ำตก แหล่งน้ำ ถ้ำ แก่ง โป่งพุร้อน แหล่งซากดึกดำบรรพ์ และแหล่งธรณีสัณฐานและภูมิวรรณา (สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, 2563) ออกแบบสร้างบรรยากาศในหลักการของไบโอฟิลเลียที่จะนำความเป็นธรรมชาติเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของพื้นที่เพื่อให้คนในพื้นที่มีสุขภาพ (Health) และ คุณภาพชีวิตที่ดี (Well-being) ซึ่งก็เป็นสิ่งที่ตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมายที่ต้องการความยืดหยุ่น ต้องการพื้นที่การทำงานที่มีความสมดุล คนรุ่นนี้เติบโตในยุคเศรษฐกิจเฟื่องฟู มีความคาดหวังสูง เชื่อมั่นในตนเองและมั่นใจในความสามารถที่จะประสบความสำเร็จด้วยตนเอง เป็น

คนรุ่นแรกที่ยอมรับการใช้เทคโนโลยีอย่างเต็มใจ ให้ความสนใจอย่างมากต่อเงิน แสวงหาความสำเร็จด้านการเงินชอบทำงานเป็นทีมและพึ่งพาตนเองได้สูง มีค่านิยมต่ออิสรภาพในการทำงานและการใช้ชีวิต (Life style) อย่างเช่นกลุ่มเจเนอร์เรชั่นวาย ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่เกิดระหว่าง พ.ศ. 2524-2544 (รัชฎา อสิสนธิสกุล และ อ้อยอุมา รุ่งเรือง, 2548) กลุ่มเจเนอเรชั่นวายต้องการความสมดุลระหว่างชีวิตทำงานและชีวิตส่วนตัว(Work life balance) มักจัดสรรเวลาให้งานและชีวิตส่วนตัวในจุดที่สมดุลกัน นอกจากนั้นยังต้องการความยืดหยุ่นในการทำงาน เช่น สามารถเลือกหรือปรับเวลาเข้าทำงานได้ หรือทำงานจากที่บ้านหรือที่อื่น ๆได้ และเชื่อว่าการวัดประสิทธิภาพการทำงาน ไม่ได้ขึ้นอยู่ที่ชั่วโมงที่ใช้ทำงาน แต่อยู่ที่ผลงานที่ได้มากกว่า สำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co-Working Space) จึงเป็นทางเลือกที่ตอบโจทย์และยกระดับความสุขในการทำงานได้ดีกับกลุ่มเจเนอเรชั่นวาย เพราะยุคนี้ทุกคนสามารถสร้างสมดุลระหว่างเวลาการทำงานและเวลาส่วนตัวด้วยตัวเอง (Work-Life Balance) ได้อย่างมีอิสระ เมื่อเราเปลี่ยนบรรยากาศจากออฟฟิศสี่เหลี่ยม มาสู่สำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co-Working Space) ที่มีการออกแบบสวยงามทันสมัย มีสิ่งอำนวยสะดวกครบวงจร รวมถึงมีพื้นที่ให้เราได้ผ่อนคลาย ประกอบกับที่เวลางานมีความยืดหยุ่นมาก ทำให้มีความคิดที่ปลอดโปร่งและเปิดกว้างมากยิ่งขึ้น จากสถิติการขยายตัวของธุรกิจ Co-Working Space นั้น พบว่าในปี 2561 เติบโตจากปี 2560 ถึง 50 เปอร์เซ็นต์ บนพื้นที่ 100,000 ตารางเมตร คิดเป็นสัดส่วน 2.6 เปอร์เซ็นต์ ของตลาดสำนักงานให้เช่าแบบดั้งเดิม และปี 2562 แนวโน้มผู้ประกอบการหลายรายขยายพื้นที่ให้บริการเพิ่มอีก 30,000 ตารางเมตร เติบโต 40 เปอร์เซ็นต์ การเติบโตของ Co-Working Space ในเมืองไทยช่วงปีที่ผ่านมา สะท้อนให้เห็นว่ามีสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการสร้างโอกาสทางธุรกิจดึงดูดนักลงทุนทั้งไทยและเทศ ทำให้มีอัตราการการแข่งขันกันสูง(เน็กซัสเรียลเอสเตท แอ็ดไวท์ดซอร์รี่, 2565) โดยหัวใจหลักของการธุรกิจสำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co-Working Space) คือ ความสะดวกสบาย การลดต้นทุนทางธุรกิจ ความยืดหยุ่นในการทำงาน การเกิดสังคมและชุมชนของเหล่าผู้เชี่ยวชาญในหลากหลายสาขา และบรรยากาศสภาพแวดล้อมที่ดีของสำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co-Working Space) ซึ่งจะเป็นจุดดึงดูดอันทรงพลังให้ผู้เข้าไปใช้งานเกิดความคิดสร้างสรรค์ ไอเดียใหม่ๆ รวมถึงบรรยากาศความผ่อนคลาย สอดคล้องกับการใช้ชีวิตแบบสมดุล อีกทั้งช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานได้ดียิ่งขึ้น ในปัจจุบันการดำเนินธุรกิจที่มีเรื่องของพื้นที่เข้ามาเกี่ยวข้องอย่างสำนักงานร่วมแบ่งปันต่างให้ความสำคัญกับเรื่องการออกแบบเรขศิลป์สิ่งแวดล้อม (Environmental Graphic Design) มากขึ้น เพื่อตอบสนองด้านการใช้สอยและตอบสนองด้านสุนทรียศาสตร์เพื่อสร้างประสบการณ์ที่แตกต่างแก่ผู้ใช้งาน ชัญญานุช หัสดินรัตน์(2557) กล่าวว่า นอกเหนือจากความคาดหวังในด้านการอำนวยความสะดวกแล้ว ผู้ใช้บริการสำนักงานร่วมแบ่งปันก็มีความคาดหวังต่อประสบการณ์ที่ได้รับจากการใช้บริการสำนักงานร่วมแบ่งปันด้วยเป็นอันดับต่อมา การออกแบบเรขศิลป์สิ่งแวดล้อม เป็นงานออกแบบสัญลักษณ์ภาพชุด (Pictogram) การออกแบบแผนที่ (Map) การออกแบบเพื่อใช้สร้างสรรค์สถานที่ (Placemaking) เพื่อเล่าเรื่องราวที่สามารถสร้างความน่าสนใจให้กับสถานที่ ครอบคลุมไปจนถึงการออกแบบตกแต่งเพื่อสร้างบรรยากาศต่าง ๆ เช่น ซุ้มทางเข้า ที่นัดพบหรือจุดเยี่ยมชม ลวดลายบนผนังหรือบนพื้น ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่าการออกแบบเรขศิลป์สิ่งแวดล้อม คือการรวมกันขององค์ประกอบของสิ่งก่อสร้าง

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

บรรยากาศ และสภาพแวดล้อมหรือบริบทของสถานที่ ซึ่งเป็นตัวแทนของการสื่อสารเพื่อทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่โดดเด่นและง่ายต่อการจดจำ จะเห็นได้ว่าการออกแบบเรขศิลป์สิ่งแวดล้อมล้วนต้องใช้องค์ประกอบทางด้านศิลปะ การจัดองค์ประกอบศิลป์ ตัวอักษร สัญลักษณ์ ภาพ ที่จะเป็นตัวสื่อสารให้ไปถึงกลุ่มผู้ใช้งานให้เข้าใจได้โดยง่าย และรวดเร็ว

จากพฤติกรรมของเจเนอเรชั่นวายในปัจจุบันที่พยายามจะหาความสมดุลในการใช้ชีวิต หรือ Work life balance การทำงานที่สามารถยืดหยุ่นได้ มีเวลาพักผ่อน และต้องการมีพื้นที่การทำงานที่มีบรรยากาศไม่ตึงเครียดมากจนเกินไป ดังนั้นสำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co-Working Space) จึงเป็นสถานที่ที่ตอบโจทย์กับกลุ่มเป้าหมายวัยทำงานในปัจจุบัน กล่าวคือ ความสะดวกสบาย การลดต้นทุนทางธุรกิจ ความยืดหยุ่นในการทำงาน การเกิดสังคมและชุมชนของเหล่าผู้เชี่ยวชาญในหลากหลายสาขา และบรรยากาศสภาพแวดล้อมในพื้นที่การทำงานที่ดี ซึ่งสอดคล้องแนวคิดไบโอฟิลเลีย เป็นแนวคิดสร้างความสมดุลระหว่างคนกับธรรมชาติ ผนวกกับการออกแบบเรขศิลป์สิ่งแวดล้อม (Environmental Graphic Design) ซึ่งเป็นแนวคิดการออกแบบโดยใช้ธรรมชาติเป็นศูนย์กลาง (Biophilic Design) ที่จะเป็นตัวสร้างอัตลักษณ์บนพื้นที่ เพื่อสร้างประสบการณ์เฉพาะพื้นที่และสร้างบรรยากาศในการทำงานของพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน ให้ใกล้ชิดกับธรรมชาติซึ่งจะเป็นตัวช่วยให้วัยทำงานมีความสงบทางด้านจิตใจ และมีส่วนส่งผลให้ประสิทธิภาพในการทำงานดียิ่งขึ้น นอกจากนั้นผู้วิจัยเล็งเห็นว่าองค์ประกอบเรขศิลป์เบื้องต้นจากแนวคิดไบโอฟิลเลีย ที่หยิบยกมาจากธรรมชาติทั้ง 10 แหล่งของประเทศไทย มีศักยภาพในการเป็นต้นทางสื่อสารทางด้านบรรยากาศ มีความหลากหลายทางอารมณ์ ความรู้สึก เป็นชุดความคิดที่สามารถนำไปปรับใช้ไม่ใช่เพียงแค่พื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co-Working Space) ดังนั้นสำนักงานร่วมแบ่งปัน(Co-Working Space) จึงเป็นสถานที่ที่ตอบโจทย์กับกลุ่มเป้าหมายวัยทำงานในปัจจุบัน กล่าวคือ ความสะดวกสบาย การลดต้นทุนทางธุรกิจ ความยืดหยุ่นในการทำงาน การเกิดสังคมและชุมชนของเหล่าผู้เชี่ยวชาญในหลากหลายสาขา และบรรยากาศสภาพแวดล้อมในพื้นที่การทำงานที่ดี ซึ่งสอดคล้องแนวคิดไบโอฟิลเลีย เป็นแนวคิดสร้างความสมดุลระหว่างคนกับธรรมชาติ ผนวกกับการออกแบบเรขศิลป์สิ่งแวดล้อม(Environmental Graphic Design) ซึ่งเป็นแนวคิดการออกแบบโดยใช้ธรรมชาติเป็นศูนย์กลาง(Biophilic Design) ที่จะเป็นตัวสร้างอัตลักษณ์บนพื้นที่ เพื่อสร้างประสบการณ์เฉพาะพื้นที่และสร้างบรรยากาศในการทำงานของพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน ให้ใกล้ชิดกับธรรมชาติซึ่งจะเป็นตัวช่วยให้วัยทำงานมีความสงบทางด้านจิตใจ และมีส่วนส่งผลให้ประสิทธิภาพในการทำงานดียิ่งขึ้น

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

2. คำถามวิจัยในการวิจัย

1. แนวคิดไบโอฟิลเลีย สามารถพัฒนาสู่องค์ประกอบทางออกแบบเรขศิลป์ สำหรับเจเนอเรชั่นวายอย่างไร

2. องค์ประกอบเรขศิลป์จากแนวคิดไบโอฟิลเลีย จะสามารถประยุกต์ใช้กับพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปันได้อย่างไรบ้าง

3. วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

เพื่อศึกษาแนวคิดไบโอฟิลเลีย และพฤติกรรมของเจเนอเรชั่นวาย พัฒนาสู่องค์ประกอบทางการออกแบบเรขศิลป์สำหรับพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน

4. ขอบเขตของงานวิจัย

4.1ขอบเขตด้านประชากร แบ่งกลุ่มตัวอย่างเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

4.1.1 กลุ่มเจเนอเรชั่นวาย

-กลุ่มวัยทำงานเจเนอเรชั่นวาย ที่เคยเข้าใช้พื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน

- กลุ่มผู้เข้าใช้งานพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปันอย่างสม่ำเสมอ (ผู้เช่า) เป็นกลุ่มคนที่ชื่นชอบในธรรมชาติ จำนวน 10 คน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

4.1.2 กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ

- ด้านการออกแบบเรขศิลป์ / เรขศิลป์สิ่งแวดล้อม / ออกแบบตกแต่งภายใน จำนวน 9 คน

4.2 ขอบเขตด้านพื้นที่

ในวิจัยนี้จะเน้นการออกแบบเรขศิลป์สิ่งแวดล้อมสำหรับพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปันในพื้นที่กรุงเทพมหานคร พื้นที่วิจัยคือ สำนักงานร่วมแบ่งปันที่มีที่ตั้งใกล้กับสถานีรถไฟฟ้า BTS (สายสุขุมวิทและสายสีลม) และมีจุดตัดกับสถานีรถไฟฟ้าใต้ดิน MRT ในกรุงเทพมหานคร

4.3 ขอบเขตด้านเนื้อหา

เน้นศึกษาเรขศิลป์สิ่งแวดล้อมในการสร้างสรรค์สถานที่(Placemaking) เน้นส่งเสริมการสร้างบรรยากาศ และภาพลักษณ์ของสำนักงานร่วมแบ่งปันเป็นหลัก

5. กระบวนการวิจัยและขั้นตอนการดำเนินงาน

การออกแบบเรขศิลป์ในสิ่งแวดล้อมพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน จากแนวคิดไบโอฟิลเลีย สำหรับเจเนอเรชั่นวาย มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาแนวคิดไบโอฟิลเลีย และพฤติกรรมของเจเนอเรชั่นวาย พัฒนาสู่องค์ประกอบทางการออกแบบเรขศิลป์สำหรับพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน ซึ่งเป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mix Methods Research) วิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยแบ่งเป็น 2 ระยะและมีกระบวนการ ดังนี้

<u>ระยะที่ 1</u>

ขั้นตอนที่ 1 รวบรวมข้อมูล เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การรวบรวมเพื่อศึกษาแนวคิด ความสำคัญ องค์ประกอบของแนวคิดไบโอฟิลเลียเพื่อการออกแบบเรขศิลป์สิ่งแวดล้อมสำหรับพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปันสำหรับเจเนอเรชั่นวาย โดยศึกษาในหัวข้อต่อไปนี้ วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวคิด ความสำคัญขององค์ประกอบเรขศิลป์สิ่งแวดล้อมในพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน

1. ศึกษาวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดไบโอฟิลเลีย

2. การรวบรวมข้อมูล เอกสารเกี่ยวข้องกับแหล่งธรรมชาติในประเทศไทย

3. รวบรวมข้อมูล เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องด้านพฤติกรรมของกลุ่มเจเนอเรชั่นวาย กับการใช้งานในภายในพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน(Co-Working Space)

4. รวบรวมข้อมูล เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับลักษณะกายภาพของสำนักงานรวมแบ่งปัน(Co-Working Space) ในขอบเขตพื้นที่ของงานวิจัย

5. ศึกษาวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวางตำแหน่งของแบรนด์ (Brand Positioning) และบุคลิกภาพตราสินค้า (Brand Personality)

Chulalongkorn University

6. ศึกษาวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบเรขศิลป์สิ่งแวดล้อม ในพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน(Co-Working Space) ผู้วิจัยกำหนดขอบเขต ไว้ดังนี้

6.1 การออกแบบเรขศิลป์เพื่อช่วยสร้างสรรค์สถานที่ (Placemaking)

6.2 การออกแบบสัญลักษณ์ให้สอดคล้องกับ บุคลิกภาพของแบรนด์ (Brand Personality)

ขั้นตอนที่ 2 การสำรวจพื้นที่วิจัยและสัมภาษณ์กลุ่มเจเนอเรชั่นวาย

1. ใช้แบบสอบถามแบบปลายปิด (Close-Form) และแบบปลายเปิด (Open-Form) กับกลุ่มวัยทำงานเจเนอเรชั่นวาย สอบถามพฤติกรรม ความต้องการของเจเนอเรชั่นวาย เกี่ยวกับพื้นที่การทำงานในยุคปัจจุบันและอนาคต รวมถึงการสอบถามเกี่ยวกับความต้องการด้านบรรยากาศของห้องแต่ละโซนในพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co-Working Space)

2. ใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured interview) และใช้เครื่องมือแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) กับกลุ่มผู้เข้าใช้พื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปันในพื้นที่กรุงเทพมหานคร เพื่อสอบถามเกี่ยวกับข้อดี-ข้อเสีย ปัญหา ความต้องการของกลุ่มผู้ใช้งานในพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน(Co-Working Space)แต่ละสาขา ความถี่ของการเข้าใช้ในแต่ละห้องและเชื่อมโยงความต้องการในพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน(Co-Working Space) กับแนวคิดไบโอฟิลเลีย

ขั้นตอนที่ 3 วิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามร่วมกับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องและหาองค์ประกอบทางเรขศิลป์เบื้องต้น

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

สรุปข้อมูลทั้งหมดและสังเคราะห์ข้อมูล จากแบบสอบถามทั้ง 2 ชุด และสร้างองค์ประกอบทางเรขศิลป์เบื้องต้นจากแนวคิดไบโอฟิลเลีย จากแหล่งธรรมชาติในประเทศไทยทั้ง 10 แหล่ง

<u>ระยะที่ 2</u>

ขั้นตอนที่ 4 สร้างเครื่องมือการวิจัย ระยะที่ 2

ใช้แบบสอบถามแบบปลายปิด (Close-Form) และปลายเปิด (Open-Form) โดยวิธีการสนทนาแบบกลุ่มกับผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเรขศิลป์ เพื่อคัดเลือกแหล่งธรรมชาติที่มีความเหมาะสมกับโซนต่าง ๆของพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co-Working Space) และเชื่อมโยง

องค์ประกอบเรขศิลป์กับแนวนิยมและทิศทางการออกแบบเรขศิลป์สิ่งแวดล้อมที่มีความเหมาะสม และหาแนวทางการออกแบบ

ขั้นตอนที่ 5 สังเคราะห์ข้อมูล

หลังจากผู้วิจัยได้ผลการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเรขศิลป์ ได้ทำการสังเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม และสรุปกระบวนการออกแบบเรขศิลป์จากแนวคิดไบโอฟิลเลียในพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปันสำหรับเจเนอเรชั่นวาย

ขั้นตอนที่ 6 สร้างสรรค์ผลงานออกแบบกรณีตัวอย่าง

เมื่อได้ข้อสรุปและแนวทางการออกแบบเรขศิลป์จากแนวคิดไบโอฟิลเลียในพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปันสำหรับเจเนอเรชั่นวาย ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์พื้นที่กรณีตัวอย่างเพื่อสร้าง Design Brief สำหรับพื้นที่ และออกแบบผลงานสร้างสรรค์ออกแบบเบื้องต้น

ขั้นตอนที่ 7 นำงานออกแบบเบื้องต้นไปประเมินความพึงพอใจโดยกลุ่มผู้เข้าใช้งานพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน(Co-Working Space)

ใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก(In-Depth Interview) กลุ่มผู้เข้าใช้พื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co-Working Space) ในพื้นที่กรณีตัวอย่าง และพัฒนาผลงานต้นแบบให้ตรงกับความต้องการมากขึ้น

ขั้นตอนที่ 8 สรุปผลงานวิจัย

สรุปผลงานวิจัยและเผยแพร่ผลงานวิจัยในรูปแบบนิทรรศการ และสื่ออิเล็คทรอนิกส์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

6. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้องค์ความรู้จากการออกแบบเรขศิลป์สิ่งแวดล้อมจากแนวคิดไบโอฟิลเลียสำหรับเจเนอเรชั่นวายในพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน
2. ได้ต้นแบบทางการออกแบบเรขศิลป์สิ่งแวดล้อมสำหรับพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน จากแนวคิดไบโอฟิลเลียสำหรับเจเนอเรชั่นวาย

7. คำจำกัดความในงานวิจัย

ไบโอฟิลเลีย (Biophilia) หมายถึง หมายถึง ผู้โหยหาสิ่งมีชีวิต หรือการใช้สิ่งมีชีวิตที่รวมทั้งธรรมชาติและสัตว์มาช่วยบำบัดความเครียด (เกชา ธีระโกเมน, 2563)

การออกแบบไบโอฟิลลิค (Biophilic Design) หมายถึง แนวทางการออกแบบที่คำนึงถึงการใช้ชีวิตของผู้อยู่อาศัยให้มีสุขภาพ และคุณภาพชีวิตที่ดี โดยเชื่อมโยงให้ผู้คนเป็นส่วนหนึ่งของธรรมชาติอย่างแท้จริง ธรรมชาติคือศูนย์กลางของงานออกแบบ (ธนพล เนียมคง, 2563)

สำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co-Working Space) หมายถึง ธุรกิจที่ให้บริการพื้นที่ทำงานร่วมกัน เกิดขึ้นมาเพื่อตอบสนองด้านกายภาพของพื้นที่การทำงาน ที่เน้นพื้นที่การทำงานที่ก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ การเรียนรู้ประสบการณ์ และแลกเปลี่ยนไอเดียระหว่างกัน จึงก่อให้เกิดรูปแบบพื้นที่ในการทำงานที่หลากหลาย เพื่อสนองต่อความต้องการของกลุ่มวัยทำงาน (ธัญญรัตน์ ทองถม, 2560)

แหล่งธรรมชาติในประเทศไทยทั้ง 10 แหล่ง ได้แก่ 1. ชายหาด 2.เกาะ 3.น้ำตก 4. แหล่งน้ำ 5.ถ้ำ 6.ภูเขา 7. แก่ง 8. โป่งพุร้อน 9. ซากดึกดำบรรพ์ 10. ธรณีสัณฐานและภูมิลักษณวรรณา (สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, 2552)

การออกแบบเพื่อช่วยสร้างสรรค์สถานที่ (Placemaking) หมายถึง การที่พื้นที่นั้นสามารถรองรับชีวิตสาธารณะได้ดี เป็นพื้นที่ที่สามารถแสดงออกถึงความเป็นตัวตน เป็นพื้นที่ที่สามารถค้นพบสถานที่ เรื่องราวใหม่ๆ เป็นพื้นที่สาธารณะที่สามารถเชื่อมต่อกับผู้คนและเข้าถึงได้ง่ายรวมถึงควรจะแบ่งปันกันได้ (TKPark, 2562)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

บทที่ 2
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในบทนี้เป็นส่วนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเป็นข้อมูลที่รวบรวมเพื่อใช้ในการวิเคราะห์หาหลักเกณฑ์และแนวทางในการนำแนวคิดไบโอฟิลเลียไปใช้ในการออกแบบเรขศิลป์สิ่งแวดล้อมในสำนักงานร่วมแบ่งปัน สำหรับเจเนอเรชั่นวาย รวมทั้งทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและข้อมูลพื้นฐานของสำนักงานร่วมแบ่งปันในขอบเขตของโครงการ ผู้วิจัยได้แบ่งเนื้อหาออกเป็นหัวข้อสำคัญ ดังนี้

ส่วนที่ 1 แนวคิดไบโอฟิลเลีย (Biophilia)

2.1 ความหมายและความสำคัญ

2.2 การออกแบบไบโอฟิลลิค (Biophilic Design)

2.3 หลักการของแนวคิดการออกแบบไบโอฟิลลิค (Biophilic Design)

ส่วนที่ 2 แหล่งธรรมชาติของประเทศไทย

2.1 การแบ่งประเภทแหล่งธรรมชาติของประเทศไทย

2.2 ความหมาย และลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

ส่วนที่ 3 กลุ่มเจเนอเรชั่นวาย

3.1 ความหมายและคุณลักษณะของเจเนอเรชั่นวาย

3.2 พฤติกรรมของเจเนอเรชั่นวาย

3.3 พฤติกรรมและความต้องการของเจเนอเรชั่นวายกับพื้นที่สำนักงาน

ส่วนที่ 4 สำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co-Working Space)

4.1 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับสำนักงานร่วมแบ่งปัน

4.2 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับองค์ประกอบของพื้นที่

4.3 สำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co-Working Space) ในขอบเขตโครงการ

ส่วนที่ 5 การวางตำแหน่งของแบรนด์ (Brand Positioning)

5.1 บุคลิกภาพของแบรนด์ (Brand Personality)

ส่วนที่ 6 การออกแบบเรขศิลป์สิ่งแวดล้อม

6.1 การออกแบบเรขศิลป์สิ่งแวดล้อม

6.2 การออกแบบเรขศิลป์ Placemaking

6.3 องค์ประกอบทางการออกแบบเรขศิลป์

ส่วนที่ 1 แนวคิดไบโอฟิลเลีย (Biophilia)

วิถีชีวิตที่ยั่งยืน เป็นทั้งการศึกษาเมืองและแนวทางการสร้างเมืองวิถีชีวิต ซึ่งมุ่งเน้นไปที่การส่งเสริมความมีชีวิตในระยะยาวโดยการลดการบริโภคของเสียและผลกระทบที่เป็นอันตรายต่อผู้คนและสถานที่ในขณะเดียวกันก็เพิ่มความเป็นอยู่โดยรวมของทั้งผู้คนและสถานที่ ความเป็นอยู่ที่ดีรวมถึงปัจจัยทางกายภาพนิเวศวิทยาเศรษฐกิจสังคมสุขภาพและความเสมอภาคซึ่งประกอบด้วยเมืองและประชากรของพวกเขา ในบริบทของวิถีชีวิตร่วมสมัยคำว่า เมือง หมายถึงการตั้งถิ่นฐานของมนุษย์หลายระดับจากเมืองสู่เมืองมหานครและพื้นที่ขนาดใหญ่ซึ่งรวมถึงพื้นที่รอบนอก / ชานเมือง / พื้นที่ภายนอก ความยั่งยืนเป็นองค์ประกอบหลักในการปฏิบัติวิชาชีพด้านการวางผังเมืองและการออกแบบเมืองพร้อมกับสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องภูมิสถาปัตยกรรมสถาปัตยกรรมและวิศวกรรมโยธาและสิ่งแวดล้อม วิถีชีวิตสีเขียวและความเป็นเมืองเชิงนิเวศวิทยาเป็นคำศัพท์ทั่วไปอื่น ๆ ที่คล้ายคลึงกับวิถีชีวิตแบบเมืองที่ยั่งยืนอย่างไรก็ตามสามารถตีความได้ว่ามุ่งเน้นไปที่สภาพแวดล้อมและระบบนิเวศทางธรรมชาติมากขึ้นและน้อยลงในด้านเศรษฐกิจและสังคม นอกจากนี้ยังเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตแบบเมืองที่ยั่งยืนคือแนวทางการพัฒนาที่ดินที่เรียกว่า การพัฒนาที่ยั่งยืนเป็นกระบวนการสร้างอาคารที่ยั่งยืนทางกายภาพเช่นเดียวกับแนวปฏิบัติของการวางผังเมืองที่เรียกว่า การเติบโตอย่างชาญฉลาด หรือ การจัดการการเจริญเติบโตซึ่งแสดงถึงกระบวนการของการวางแผนการออกแบบและการสร้างการตั้งถิ่นฐานในเมืองที่มีความยั่งยืนมากกว่าหากไม่ได้วางแผนตามเกณฑ์และหลักการด้านความยั่งยืน

ที่มาของคำ วิถีชีวิตที่ยั่งยืน ได้รับการอ้างถึงศาสตราจารย์ซูซานโอเวนส์แห่งมหาวิทยาลัยเคมบริดจ์ในสหราชอาณาจักรในปี 1990 ตามที่นักศึกษาปริญญาเอกของเธอและปัจจุบันเป็นศาสตราจารย์ด้านสถาปัตยกรรมฟิลลิปแท็บบ์ หลักสูตรบัณฑิตศึกษาของมหาวิทยาลัยแห่งแรกชื่อ Sustainable Urbanism ก่อตั้งขึ้นโดยศาสตราจารย์ Michael Neuman และ Phillip Tabb ที่ Texas A&M University ในปี 2545 [5]. ปัจจุบันมีโครงการของมหาวิทยาลัยหลายสิบแห่งที่มีชื่อทั่วโลก ในปี 2018 มีบทความหนังสือและสิ่งพิมพ์ทางวิชาการหลายร้อยรายการที่มีชื่อเรื่องที่มีคำตรง วิถีชีวิตที่ยั่งยืน และบทความหนังสือและสิ่งพิมพ์หลายพันรายการที่มีคำศัพท์นั้น ๆ ตามที่ Google Scholar ระบุ ในปี 2550 มีเหตุการณ์สำคัญสองเหตุการณ์เกิดขึ้นในสหรัฐอเมริกาซึ่งเป็นการขยายฐานความรู้และการแพร่กระจายของความเป็นเมืองที่ยั่งยืน ครั้งแรกคือการประชุมนานาชาติเรื่องวิถีชีวิตที่ยั่งยืนที่ Texas A&M University ในเดือนเมษายนซึ่งมีผู้เข้าร่วมเกือบ 200 คนจาก 5 ทวีป ประการที่สองในปีต่อมาคือการตีพิมพ์หนังสือ วิถีชีวิตที่ยั่งยืน โดย ดั๊กฟาร์ แนวทางนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อขจัดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมจากการพัฒนาเมืองโดยการจัดหาและจัดหาทรัพยากรทั้งหมดในพื้นที่ วงจรชีวิตที่สมบูรณ์ของบริการและสินค้าสาธารณะเช่นไฟฟ้าและอาหารได้รับการประเมินจากการผลิตจนถึงการบริโภคโดยมีจุดประสงค์เพื่อกำจัดของเสียหรือสิ่งแวดล้อมภายนอก ตั้งแต่นั้นเป็น

ต้นมาการวิจัยและการปฏิบัติที่สำคัญทั่วโลกได้ขยายคำนี้ออกไปอย่างมากโดยรวมถึงปัจจัยทางสังคม เศรษฐกิจสวัสดิการและสุขภาพของประชาชนรวมถึงปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมและกายภาพในหนังสือ Farr ดังนั้นจึงนำมันไปมากกว่าด้านการออกแบบเมืองในการวางผังเมืองนโยบายและการพัฒนาทั้งหมด แนวทางที่มุ่งเน้นด้านสังคมและเศรษฐกิจใช้ข้อกำหนดเมืองที่ยุติธรรม และ**แค่เมือง** องค์การสหประชาชาติได้รวมเอาความเป็นเมืองที่ยั่งยืนเข้าไว้ในเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของโลกตามเป้าหมายที่ 11 เมืองและชุมชนที่ยั่งยืน

มีองค์กรหลายแห่งที่ส่งเสริมและวิจัยแนวทางการพัฒนาเมืองอย่างยั่งยืนรวมถึงหน่วยงานของรัฐองค์กรพัฒนาเอกชนสมาคมวิชาชีพมหาวิทยาลัยและสถาบันวิจัยมูลนิธิเพื่อการกุศลและองค์กรวิชาชีพทั่วโลก ที่เกี่ยวข้องกับความเป็นเมืองที่ยั่งยืนคือ Ecocity หรือ วิถีเชิงนิเวศ การเคลื่อนไหวซึ่งเป็นอีกแนวทางหนึ่งที่เน้นการสร้างสภาพแวดล้อมในเมืองตามหลักการทางนิเวศวิทยาและ เมืองที่ยืดหยุ่นการเคลื่อนไหวซึ่งมุ่งเน้นไปที่การจัดการกับทรัพยากรที่หมดลงโดยการสร้างทรัพยากรในท้องถิ่นแบบกระจายเพื่อแทนที่ห่วงโซ่อุปทานทั่วโลกในกรณีที่เกิดการหยุดชะงักครั้งใหญ่ ในขณะที่ความคิดของเมืองที่มีความยืดหยุ่นได้พัฒนาไปเรื่อย ๆ มันก็ก้าวไปไกลกว่าการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศเช่นกันที่จะรวมการตอบสนองที่ยืดหยุ่นโดยระบบนิเวศในเมืองและธรรมชาติแบบผสมผสานเช่นภูมิภาคในเมืองต่อภัยธรรมชาติสงครามและความขัดแย้งผลกระทบและวิกฤตทางเศรษฐกิจการอพยพครั้งใหญ่และผลกระทบอื่น ๆ

1 ความหมายและความสำคัญของแนวคิดไบโอฟิลเลีย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

Edward Osborne Wilson, 1984 กล่าวว่า สมมติฐาน biophilia (เรียกอีกอย่างว่า BET) ชี้ให้เห็นว่ามนุษย์มีแนวโน้มโดยธรรมชาติที่จะแสวงหาความสัมพันธ์ด้วยธรรมชาติ และรูปแบบอื่น ๆ ของชีวิต เอ็ดเวิร์ดโอวิลสันแนะนำและเป็นที่นิยมของสมมติฐานในหนังสือ ไบโอฟีเลีย ให้คำจำกัดความของ biophilia ว่า "ความต้องการที่จะเชื่อมโยงกับสิ่งมีชีวิตในรูปแบบอื่น

ไบโอฟิลเลีย (Biophilia) มาจากคำว่า ไบออส (Bio) ในภาษากรีกที่แปลว่า สิ่งมีชีวิต บวกกับคำว่า พิลาส (Philos) แปลว่า ความรักในลักษณะฉันมิตร หรือกัลยาณมิตร (Builder, 2016) เริ่มต้นจากEdward Osborne Wilson นักชีววิทยาชาวสหรัฐอเมริกา ที่ได้นำเสนอคำว่า Biophilia ในหนังสือชื่อเดียวกันนี้เองในปีค.ศ. 1984 โดยนิยามคำว่า Biophilia ไว้ว่า ความต้องการที่จะเชื่อมโยงกับชีวิตอื่น ๆ (The Urge to Affiliate with Other Forms of Life) ซึ่งเป็นธรรมชาติของ

สิ่งมีชีวิตนั่นเอง และการที่สิ่งมีชีวิตทั้งหมดเป็นผลผลิตของธรรมชาติ ก็จะมีความเชื่อมโยงเข้าหากันอย่างเป็นธรรมชาติไปด้วย

ไบโอฟิลเลีย มีรากศัพท์มาจากภาษากรีก เป็นแนวคิดปรัชญา ที่หมายถึง ผู้ที่โหยหาสิ่งมีชีวิตที่รวมธรรมชาติและสัตว์มาช่วยในการบำบัดความเครียด (เกชา ธีระโกเมน, 2563) แนวคิดไบโอฟิลเลีย(Biophilia) คือการผสมผสานการออกแบบกับแนวคิดของ Biophilic Design ซึ่งเป็นการออกแบบที่ไม่ใช่แค่การปลูกต้นไม้ หรือ การออกแบบให้เข้ากับธรรมชาติเพียงอย่างเดียว แต่เป็นการออกแบบที่คำนึงถึงการใช้ชีวิตของผู้คนที่อาศัย ให้มีสุขภาพ (Health) และ คุณภาพชีวิตที่ดี (Well-being) โดยการเชื่อมโยงให้ผู้คนเป็นส่วนหนึ่งของธรรมชาติอย่างแท้จริง สิ่งมีชีวิตทั้งหมดนั้นเป็นผลผลิตของธรรมชาติ และจะมีความเชื่อมโยงเข้าหากันอย่างเป็นธรรมชาติโดยไม่ต้องปรุงแต่ง (Wilson, 1984)

1.2 แนวทางการออกแบบจากแนวคิดไบโอฟิลเลีย (Biophilic Design)

Stephen Kellert ถือเป็นหนึ่งในผู้บุกเบิกการออกแบบทางชีววิถีได้สร้างกรอบที่ใช้ธรรมชาติในสภาพแวดล้อมที่สร้างขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของมนุษย์หลักการของเขามีจุดมุ่งหมายเพื่อแสดงความเคารพต่อธรรมชาติและจัดสภาพแวดล้อมในเมืองให้สมบูรณ์ นั่นคือหลายความรู้สึก มิติข้อมูลและคุณลักษณะที่กำหนดกรอบชีววิถีของ Kellert อยู่ด้านล่างประสบการณ์ตรงหมายถึงการสัมผัสที่จับต้องได้กับลักษณะทางธรรมชาติ

การออกแบบไบโอฟิลลิค (Biophilic design)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

“Biophilia is the innately emotional affiliation of human beings to other living organism” (Wilson, 1984)

Kellert S (2015) กล่าวว่า Biophilic design พยายามที่จะเชื่อมโยงความต้องการโดยธรรมชาติของคน ในการเชื่อมโยงกับธรรมชาติในสภาพแวดล้อมที่สร้างขึ้น การขยายทฤษฎีของ biophilia การออกแบบ biophilic ตระหนักว่าสิ่งมีชีวิตมีวิวัฒนาการมามากกว่า 99% ของประวัติศาสตร์ ในการตอบสนองแบบปรับตัวต่อโลกธรรมชาติการออกแบบพื้นควรเชื่อมโยงกับลักษณะและกระบวนการทางธรรมชาติ ซึ่งส่งผลต่อสุขภาพกายและใจของผู้คนในพื้นที่นั้น ๆ มีความสมบูรณ์ และความเป็นอยู่ที่ดี

พิไลพร นุ่นมา (2557) กล่าวว่า Biophilic design เกี่ยวข้องกับการออกแบบสภาพแวดล้อม เพื่อส่งเสริมให้มนุษย์มีปฏิสัมพันธ์กับธรรมชาติ โดยได้นำเสนอแนวทางการออกแบบสภาพแวดล้อม ที่สามารถนำไปปรับใช้ได้ในบริบทต่าง ๆ เช่น สถานที่ทำงาน โรงพยาบาล ที่อยู่อาศัย เมือง และที่เกี่ยวข้องกับวิจัยเรื่องการออกแบบพื้นที่เรียนรู้ธรรมชาติสำหรับโรงเรียนปฐมวัย ได้เสนอแนวทางที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาศักยภาพของเด็ก กล่าวคือได้ให้ความสำคัญกับการเชื่อมต่อกับธรรมชาติว่าเป็นการส่งเสริมพัฒนาการของเด็ก โดยเฉพาะการทำงานของระบบสมอง ที่จะนำไปสู่การพัฒนาการด้านสติปัญญาของเด็กปฐมวัย ที่จะสะท้อนออกมาในรูปแบบของ การที่เด็กมีความคิด มีความเข้าใจ สามารถเชื่อมโยงความคิดต่าง ๆได้

ธนพล เนียมคง (2563) กล่าวว่า การออกแบบทางสถาปัตยกรรม การผสมผสานการออกแบบกับแนวคิด Biophilic Design จึงเป็นการออกแบบที่ไม่ใช่แค่การปลูกต้นไม้ หรือการออกแบบให้เข้ากับธรรมชาติเพียงอย่างเดียว แต่เป็นการออกแบบที่คำนึงถึงการใช้ชีวิตของผู้คนที่อาศัยให้มีสุขภาพ(Health) และคุณภาพชีวิตที่ดี(Well-being) โดยการเชื่อมโยงให้ผู้คนเป็นส่วนหนึ่งของธรรมชาติอย่าแท้จริง มีคอนเซ็ปคือ ความธรรมชาติเป็นศูนย์กลางของการออกแบบ

กัลย์สุดา ภูพันธ์เชือก (2563) กล่าวว่า การแก้ไขข้อบกพร่องของอาคารร่วมสมัยและแนวปฏิบัติโดยการกำหนดกรอบใหม่ให้ประสบการณ์ธรรมชาติในสภาพแวดล้อมที่สร้างขึ้น Biophilic design พยายามสร้างความเป็นอยู่ที่ดีสำหรับมนุษย์ การประยุกต์ใช้ที่ประสบความสำเร็จของการออกแบบจำเป็นต้องยึดมั่นในหลักการบางอย่าง กล่าวคือ 1) การทำซ้ำและยั่งยืนต่อธรรมชาติ 2) การมุ่งเน้นการปรับตัวของมนุษย์ไปยังโลกธรรมชาติเมื่อเวลาผ่านไป 3) การส่งเสริมความผูกพันทางอารมณ์กับลักษณะเฉพาะเจาะจงกับสถานที่ 4) การส่งเสริมปฏิสัมพันธ์ที่ดีระหว่างคนและธรรมชาติที่ส่งเสริมความรู้สึก ความรับผิดชอบที่เพิ่มขึ้นของมนุษย์และธรรมชาติ 5) ส่งเสริมการเสริมแรงซึ่งกันและกัน การเชื่อมต่อและการแก้ไขปัญหาทางสถาปัตยกรรมแบบบูรณาการ

JustCo (2022) กล่าวว่า Biophilic design มีพื้นฐานมาจากแนวคิดในการเพิ่มการเชื่อมต่อกับสิ่งแวดล้อมผ่านการผสมผสานขององค์ประกอบและวัสดุจากธรรมชาติ การใช้วัสดุที่เป็นพื้นผิวไม้ นำความรู้สึกของธรรมชาติ เช่น ดิน เข้ามาสู่พื้นที่สำนักงาน และต้นไม้ก็เติมชีวิตชีวาให้กับวันทำงาน ควรมีการใช้น้ำยาเคลือบเงาและเน้นความเขียวขจีของต้นไม้ในสำนักงานให้มากขึ้น เพื่อเพิ่มความรู้สึกสบายและประสิทธิภาพการทำงาน และควบคู่ไปกับความยั่งยืน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

Biophilic design in Hospitality หรือโรงแรม ที่พัก จะช่วยเพิ่มบรรยากาศให้ผ่อนคลายมากขึ้นอีกยังเพิ่มมูลค่าที่พักได้ถึง 23%

Biophilic design in Healthcare space หรือตามสถานพยาบาล โรงพยาบาลต่าง ๆ จะช่วยให้คนไข้ลดระยะเวลาพักฟื้นภายหลังการผ่าตัดได้ถึง 8.5% และช่วยบรรเทาอาการจากการรักษาถึง 22%

Biophilic design in School หรือในโรงเรียน หรือสถานศึกษาต่าง ๆ จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพทางการเรียนได้ถึง 20% - 25%

Biophilic design in Retails หรือร้านค้าต่าง ๆจะช่วยความน่าซื้อสินค้าขึ้น 8-12%

Biophilic design in Workplace หรือในที่ทำงาน สามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานเพิ่มขึ้น 8% และทำให้ผู้คนที่อยู่อาศัย มีคุณภาพชีวิตที่ดียิ่งขึ้นถึง 13% (Health O, 2018)

ผู้วิจัยสรุปได้ว่า แนวคิดไบโอฟิลเลีย เป็นแนวคิดเชิงปรัชญา เมื่อคนอยู่ในพื้นที่เมืองที่ไร้ชีวิตชีวา ทำงานอยู่ในพื้นที่สี่เหลี่ยมหรือป่าคอนกรีตเป็นเวลานาน ย่อมมีความโหยหาธรรมชาติ เพื่อมาเติมเต็มจิตใจมาบำบัดความเครียด เพราะคนกับธรรมชาติคือสิ่งๆเดียวกัน ส่วนแนวคิดการออกแบบไบโอฟิลลิค(Biophilic design) คือการนำเอาธรรมชาติเข้ามาไว้ในพื้นที่ ผ่านการออกแบบที่เชื่อมโยงเอาคนกับธรรมชาติเข้าไว้ด้วยกันเพื่อส่งเสริมให้มนุษย์มีปฏิสัมพันธ์กับธรรมชาติ ด้วยวิธีการต่าง ๆ เพื่อช่วยให้คนในพื้นที่ทำงานหรือสำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co-Working Space) ทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และอยู่อาศัยด้วยคุณภาพชีวิตที่ดียิ่งขึ้น ตามกฎเกณฑ์ของแนวคิดการออกแบบไบโอฟิลลิค ที่จะกล่าวในหัวข้อต่อไป

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

1.3 หลักการของแนวคิดการออกแบบไบโอฟิลลิค (Biophilic Design)

2.3.1 Direct Contact เทคนิคนี้เป็นการใช้องค์ประกอบธรรมชาติเข้าไปใช้ในงานออกแบบโดยตรง ซึ่งจะปรากฏให้เห็นในเชิงกายภาพ เช่น พืชพรรณ ผิวสัมผัส แสงธรรมชาติ สร้างบรรยากาศแห่งความชุ่มชื่น หรือสร้างบรรยากาศทางธรรมชาติผ่านประสาทสัมผัสอื่น ๆ เช่น การสัมผัสพื้นผิว อุณหภูมิ กลิ่น รสชาติ เสียง โดยใช้การเปิดเสียงเลียนแบบธรรมชาติ การใช้น้ำมันหอมระเหย ไปจนถึงการรับรู้ทางสายตา จากการเคลื่อนไหวของใบไม้ เงาจากต้นไม้ การเคลื่อนไหวของน้ำ

หลักการออกแบบการนำองค์ประกอบของธรรมชาติมาใช้โดยตรง

1. Visual Connection with Nature การได้มีปฏิสัมพันธ์กับองค์ประกอบธรรมชาติ ด้วยการมองเห็นการมีองค์ประกอบที่สอดแทรกเข้ามาหาโดยการใช้ไม้กระถาง การใช้กำแพงต้นไม้ในอาคารหรือการใช้หลังคาเขียว พื้นที่ต้นไม้ระหว่างอาคาร

2. Non-Visual Connection with Nature การสัมผัสธรรมชาติด้วยประสาทสัมผัสอื่น ๆ เช่น การสัมผัสพื้นผิว อุณหภูมิ กลิ่น รสชาติ เสียง โดยใช้การเปิดเสียงเลียนแบบธรรมชาติ การใช้น้ำมันหอมระเหยจากธรรมชาติ และวัสดุแวดล้อมที่เป็นธรรมชาติ

3. Non-Rhythmic Sensory Stimuli การได้รับรู้การเคลื่อนไหวแบบอิสระของธรรมชาติ เช่น ใบไม้ไหว การเคลื่อนไหวของคลื่นน้ำ เงาจากต้นไม้ และจุดให้อาหารนก

4. Thermal & Airflow Variability การรับรู้อุณหภูมิ ลมที่พัดผ่าน อาจสื่อสารผ่านคุณสมบัติของวัสดุที่มีสีสันเปลี่ยนไปเมื่ออุณหภูมิและความชื้นเปลี่ยน การแสดงการเคลื่อนที่ของลมออกมาเป็นกายภาพ

2.3.2 Indirect Contact ลดทอนรูปทรงเดิม แต่นำจุดเด่นบางอย่างมาปรับใช้ คือ การนำเอาองค์ประกอบทางธรรมชาติมาใช้โดยการลดทอนเส้นสายลงให้ไม่มีรูปลักษณ์เหมือนในธรรมชาติ แต่ยังคงลักษณะเด่นขององค์ประกอบทางธรรมชาตินั้นไว้ได้อยู่ เช่น การนำเอารูปทรง สี หรือเอกลักษณ์บางอย่างของใบไม้ ต้นไม้ กิ่งไม้ ภูเขา มาตกแต่งร่วมกับวัสดุที่มีลักษณะพื้นผิวแบบธรรมชาติ เช่น ลวดลายของไม้ เปลือกไม้ หิน จนเกิดเป็นรูปแบบการตกแต่งที่จำลองความเป็นธรรมชาติได้อย่างแนบเนียน นอกจากนี้การใช้ลูกเล่นเรื่องความซับซ้อนของธรรมชาติ เช่น การใช้แสงเงามาใช้ในการออกแบบ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

หลักการออกแบบการลดทอนรูปทรงเดิม แต่นำจุดเด่นบางอย่างมาปรับใช้

1. Biomorphic Forms & Patterns การจำลององค์ประกอบธรรมชาติ โดยการใช้รูปทรง สีสันและลวดลายเข้ามาใช้ในองค์ประกอบภายในอาคารและลักษณะของสถาปัตยกรรม เช่น กิ่งก้านของต้นไม้ ลักษณะของหุบเขา ลวดลายซ้ำหรือมีการเพิ่มขึ้นแบบลำดับฟีโบนักชี (Fibonacci)

2. Material Connection with Nature การเลือกพื้นผิววัสดุ สีสัน ที่มีลักษณะเหมือนธรรมชาติ เช่น ลวดลายของไม้ เปลือกไม้ หนัง ก้อนหิน

3. Complexity & Order การจำลองความซับซ้อนของธรรมชาติ อาจอยู่ในลวดลายพื้นผิวที่มีสีสันและลวดลายที่ซับซ้อน เช่น การใช้แสงเงาที่ซับซ้อน การแสดงโครงสร้างที่ซับซ้อนล้อเลียนธรรมชาติ

4. Human Spatial Respond ออกแบบพื้นที่ให้ตอบสนองสัญชาติญาณของมนุษย์

การออกแบบพื้นที่โดยให้ความสำคัญกับพฤติกรรมหรือสัญชาติญาณธรรมชาติของ มนุษย์ เช่น สัญชาติญาณชอบความท้าทาย ความลึกลับ ความเปิดเผย ความรักสงบ สิ่งเหล่านี้เป็นส่วนหนึ่งของจิตใต้สำนึก ซึ่งเมื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบจะเป็นการออกแบบพื้นที่โดยคำนึงถึงผู้ใช้งาน ไม่ว่าจะเป็นการออกแบบภายในอาคารให้ดูโปร่งโล่ง แต่มีมุมทำงานส่วนตัวเป็นพื้นที่แสนสงบเพื่อหลบหลีกความวุ่นวาย สร้างมุมที่หลากหลายโดยตอบสนอง

2.3.3 Human Spatial Respond ประสบการณ์ของพื้นที่และสถานที่ใช้ความสัมพันธ์เชิงพื้นที่เพื่อเพิ่มความเป็นอยู่

หลักการออกแบบพื้นที่ให้ตอบสนองสัญชาติญาณของมนุษย์

1. ออกแบบพื้นที่ให้มีความโปร่งโล่ง มองเห็นบรรยากาศโดยรอบได้ง่าย

2. ออกแบบพื้นที่ซ่อนตัว แต่ยังสามารถมองเห็นส่วนอื่น ๆ ของอาคารได้ง่าย เช่น มุมทำงานส่วนตัว

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

3. ออกแบบพื้นที่ให้เกิดความรู้สึกว่าน่าค้นหา หรือลูกเล่นที่แปลกใหม่

4. ออกแบบพื้นที่ให้ดูท้าทาย หรือออกแบบมุมหนึ่งโดยอิงจากคอนเซ็ปต์รวม เช่น พื้นที่นั่งเล่นรูปทรงรังนกที่ยื่นออกมาจากส่วนหลักอื่น ๆ ของอาคาร

การใช้องค์ประกอบเหล่านี้ยังมีระดับความลึกในการออกแบบพื้นที่อาคารและภายในอาคารตามงบประมาณการก่อสร้าง ในกรณีมีงบประมาณน้อย อาจใช้ไม้กระถางที่เคลื่อนย้ายและจัดการได้ง่าย หรือใช้เรขศิลป์เป็นตัวช่วยในงานออกแบบเพื่อลดงบประมาณ หากมีงบประมาณมากขึ้นอาจใช้การนำเอาพื้นที่ธรรมชาติเข้ามาไว้ในอาคารและมีการใช้ทั้งวัสดุและระบบการจัดการที่สอดคล้องกับระบบนิเวศได้ (Heath 0, 2018) องค์ประกอบธรรมชาติ (Environment feature) รูปทรงธรรมชาติ (Natural shape and form) แบบแผนจากธรรมชาติ (Natural pattern and process) แสงและที่ว่าง (Light and space) ความสัมพันธ์กับที่ตั้ง (Place-based relationship)

และ ออกแบบพื้นที่ให้ตอบสนองสัญชาติญาณของมนุษย์ (Human Spatial Respond) ซึ่งเกณฑ์ที่สามารถนำมาเป็นพื้นฐานเพื่อปรับใช้ในงานวิจัยนี้ได้คือ องค์ประกอบธรรมชาติ (Environment feature) รูปทรงธรรมชาติ (Natural shape and form) และออกแบบพื้นที่ให้ตอบสนองสัญชาติญาณของมนุษย์(Human Spatial Respond) ซึ่งมีเนื้อหาสรุปได้ดังต่อไปนี้

1) องค์ประกอบธรรมชาติ (Environment feature) หมายถึง ส่วนต่าง ๆ จากธรรมชาติที่ดึงมาใช้เป็นส่วนหนึ่งในการออกแบบได้ ซึ่งได้กล่าวถึงองค์ประกอบ 12 อย่าง ได้แก่

1.1) สี (Color) คือ การดึงเอาโทนสีที่งดงามจากธรรมชาติ เช่น ท้องฟ้า สีหิน ดิน ต้นไม้ มาใช้ในการออกแบบ

1.2) น้ำ (Water) คือ การใช้น้ำเป็นส่วนหนึ่งในการออกแบบ เพื่อช่วยส่งเสริมการรับรู้ หรือใช้เส้นจากน้ำในการสื่อสารอารมณ์

1.3) อากาศ (Air) คือ การออกแบบเรขศิลป์กับสัญชาตญาณของมนุษย์ เพื่อให้รับรู้ถึงการเคลื่อนไหว การรับรู้กลิ่น โดยนำมาสร้างบรรยากาศในการออกแบบ

1.4) แสงอาทิตย์ (Sunlight) คือ การให้ความสำคัญกับแสงธรรมชาติในตอนกลางวัน (Daylight)

1.5) พืชพันธุ์และต้นไม้ (Plant) คือ การนำพืชพันธุ์ต้นไม้มาเป็นส่วนหนึ่งในการออกแบบสิ่งแวดล้อมที่น่าอยู่

1.6) สัตว์ (Animal) คือ การนำสัตว์มาเป็นส่วนหนึ่งของสภาพแวดล้อม อาจนำมาใช้โดยตรง หรือผ่านการดึงรูปแบบมาใช้ในการตกแต่ง เพื่อสื่อความหมายทางอ้อม

1.7) วัสดุธรรมชาติ (Natural material) คือ การเลือกใช้วัสดุจากธรรมชาติมาใช้ในการออกแบบ เช่น หิน ไม้ เป็นต้น

1.8) มุมมอง (View) คือ การให้ความสำคัญกับการเชื่อมต่อทางสายตากับธรรมชาติภายนอกอาคาร เช่น การออกแบบกราฟิกให้ล้อกับธรรมชาติภายนอกอาคาร

1.9) ผนังอาคารเขียว (Facade greening) คือ การออกแบบให้ต้นไม้หรือพืชพันธุ์ธรรมชาติ เป็นส่วนหนึ่งของผนังอาคาร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

1.10) สภาพธรณีวิทยาและภูมิทัศน์ (Geology landscape) คือ การออกแบบกราฟิกการสื่อสารธรรมชาติให้เป็นสัมพันธ์และเป็นส่วนเดียวกันกับสภาพธรณีวิทยาและภูมิทัศน์

1.11) ที่อยู่อาศัยและระบบนิเวศ (Habitat and ecology system) คือ การออกแบบโดยคำนึงถึงระบบนิเวศเดิมในพื้นที่

1.12) ไฟ (Fire) คือ การนำความรู้สึกอบอุ่นของไฟ หรืออารมณ์ที่สื่อสารได้ถึงความอบอุ่นมาใช้ในการออกแบบเรขศิลป์สิ่งแวดล้อม

2) รูปทรงธรรมชาติ (Natural shape and form) หมายถึง การปรับและดัดแปลงหรือการสื่อความหมายรูปทรงทางเรขศิลป์ เพื่อสื่อสารอารมณ์และบรรยากาศต่าง ๆได้ด้วย

3) ออกแบบพื้นที่ให้ตอบสนองสัญชาติญาณของมนุษย์ (Human Spatial Respond) หมายถึงการออกแบบเรขศิลป์สิ่งแวดล้อมให้สอดคล้องกับความต้องการด้านสัญชาตญาณมนุษย์ของกลุ่มตัวอย่างเจเนอร์เรชั่นวายในสำนักงานร่วมแบ่งปัน ในโซนต่าง ๆ เช่น ส่วนพักผ่อน ต้องการความผ่อนคลาย ห้องสำนักงานส่วนตัว ต้องการความสงบ เป็นต้น

จากแนวคิดการออกแบบไบโอฟิลลิค (Biophilic design) สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการออกแบบเรขศิลป์ในสิ่งแวดล้อมสำนักงานร่วมแบ่งปัน สำหรับเจเนอเรชั่นวาย โดยการนำธรรมชาติเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการออกแบบสร้างบรรยากาศ ให้กับพื้นที่โดยคำนึงถึงผู้ใช้พื้นที่เป็นหลัก และธรรมชาติที่มีศักยภาพในการนำมาเป็นทางเลือกในการออกแบบเรขศิลป์ ต้องเป็นกลุ่มธรรมชาติที่เข้าเกณฑ์การออกแบบไบโอฟิลลิค (Biophilic design) คือองค์ประกอบทางธรรมชาติ (Environmental Feature) ทั้ง 12 ข้อ ผู้วิจัยเล็งเห็นว่าแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติในประเทศไทยทั้ง 10 แหล่ง อันได้แก่ 1. ชายหาด 2.เกาะ 3.น้ำตก 4. แหล่งน้ำ 5.ถ้ำ 6.ภูเขา 7. แก่ง 8. โป่งพุร้อน 9. ซากดึกดำบรรพ์ 10. ธรณีสัณฐานและภูมิลักษณวรรณา (สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, 2552) มีความสอดคล้องกับแนวทางการออกแบบไบโอฟิลลิค (Biophilic design) ครบทั้ง 12 ข้อ และยังสามารถสกัดออกมาเป็นองค์ประกอบทางเรขศิลป์เบื้องต้นให้สื่อสารด้านอารมณ์รวมถึงสัญชาตญาณของมนุษย์ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่สำนักงานได้ ผู้วิจัยจึงมองเห็นความเป็นไปได้และนำมาเป็นทางเลือกในการออกแบบเรขศิลป์ในบทถัดไป

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ส่วนที่ 2 แหล่งธรรมชาติในประเทศไทย

แหล่งธรรมชาติในประเทศไทย หรือแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (Natural Attraction) เป็นสถานที่ที่เปิดใช้เพื่อการท่องเที่ยว โดยมีทรัพยากรธรรมชาติเป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเยือน ซึ่งทรัพยากรธรรมชาติเหล่านี้อาจจะเป็นความงดงามตามสภาพธรรมชาติ ความแปลกตาของสภาพธรรมชาติสัณฐานที่สำคัญทางธรณีวิทยาและภูมิศาสตร์อันเป็นเอกลักษณ์หรือเป็นสัญลักษณ์ของท้องถิ่นนั้น ๆ สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติที่มีลักษณะพิเศษ (Special Environmental Features) หรือสภาพแวดล้อมที่มีคุณค่าทางวิชาการก็ได้ ทรัพยากรทั้งทางด้านชีวภาพและกายภาพ ได้แก่ พื้นที่ป่า สัตว์ป่า น้ำตก ถ้ำ ชายหาด เกาะ แก่ง และปะการัง เป็นต้น ทรัพยากรการท่องเที่ยวเหล่านี้มีความงดงามโดดเด่น เอื้ออำนวยประโยชน์ต่อการพักผ่อนหย่อนใจ และการศึกษาธรรมชาติ

2.1 ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

มหาวิทยาลัยเจ้าพระยา(2552) มีการแบ่งแยก ดังนี้

การท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติ (Nature Based Tourism)

1) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) เป็นชื่อที่คุ้นหู และได้รับการรณรงค์มาอย่างต่อเนื่อง เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และยังดำรงไว้ซึ่งวัฒนธรรมแบบดั้งเดิม

2) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล (Marine Ecotourism) คล้ายกับแบบแรก แต่เน้นแหล่งธรรมชาติทางทะเลที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นรวมทั้งระบบนิเวศทางทะเลด้วย เช่น ป่าโกงกาง หมู่บ้านชาวเล เที่ยวชมที่อยู่ของปลาวาฬ

3) การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา (Geotourism) เป็นการท่องเที่ยวเพื่อดูความงามของภูมิทัศน์ที่มีความแปลกที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงของเปลือกโลก เช่น อุโมงค์ ถ้ำบนหน้าผา ถ้ำน้ำลอด ถ้ำหินงอกหินย้อย ฟอสซิล รวมทั้งศึกษาธรรมชาติของหิน ดิน แร่ เป็นต้น

4) การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agrotourism) คือการเดินทางไปท่องเที่ยวในพื้นที่เกษตรกรรม สวนเกษตร วนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์และเลี้ยงสัตว์ อาจเข้าชมเพื่อความรื่นรมย์ เพื่อเพิ่มประสบการณ์ใหม่ก็ได้ เช่น ชมทุ่งดอกทานตะวัน ป้อนอาหารแกะ รีดนมวัว เป็นต้น

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

2.2 ความหมาย และลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (2552) ได้แบ่งประเภทของแหล่งธรรมชาติออกเป็น 10 แหล่ง ได้แก่ 1. ชายหาด 2.เกาะ 3.น้ำตก 4. แหล่งน้ำ 5.ถ้ำ 6.ภูเขา 7. แก่ง 8. โป่งพุร้อน 9. ซากดึกดำบรรพ์ 10. ธรณีสัณฐานและภูมิลักษณวรรณา โดยมีความหมายและลักษณะ ดังนี้

2.2.1 ชายหาด (Beach)

หาด หรือ ชายหาด คือที่ลาดลงไปในน้ำหรือบริเวณที่ตื้นเขินเป็นเนินอยู่กลางน้ำ โดยมากเป็นเนินทราย มักมีการเปลี่ยนแปลงรูปร่างอยู่เสมอ (Transient Feature) จึงเป็นสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ (Dynamic Environment)

ลักษณะที่น่าสนใจของสภาพแวดล้อมทางทะเลประการหนึ่ง คือ บริเวณชายหาด หรือบริเวณน้ำขึ้นสูงสุด และน้ำลงต่ำสุด เพราะบริเวณนี้เป็นบริเวณที่ สภาพแวดล้อมเปลี่ยนแปลงมากในวันหนึ่งๆ บางครั้งอยู่ใต้น้ำ บางครั้งอยู่พ้นน้ำ เป็นเวลานานๆ ด้วยสภาพแวดล้อมที่ผันแปรมากเช่นนี้ทำให้บริเวณชายหาด มีการแบ่งแยกเขต (Zonation) ของสิ่งมีชีวิตทั้งพืช และสัตว์ ระยะเวลาที่สิ่งมีชีวิตสัมผัสอากาศเมื่อน้ำลง เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการจำกัดการแพร่กระจายของสิ่งมีชีวิตตามชายหาด นอกจากนี้แล้วยังมีปัจจัยอื่น ๆ อีก เช่น ลักษณะของพื้นที่ (Substrate) และความแรงของคลื่น

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ชายหาดในประเทศไทย มี 3 แบบ คือ หาดหิน หาดทราย หาดเลน หาดหิน (Rocky beach) หาดหินเกิดขึ้นเพราะคลื่นที่กระทบฝั่งเป็นคลื่นแรงที่กัดเซาะ (Erosion) มากกว่าที่เป็นคลื่นที่พัดพาเอาตะกอนมาตกทับถมกัน ประกอบกับพื้นที่เดิมเป็นหินแข็ง ดังนั้นลักษณะของพื้นที่ ที่ปรากฏจึงเป็นหินแข็งที่ประกอบด้วยแอ่ง และรอยแยกแตกของหิน มีชะง่อนหินที่ไม่ได้รับแสงเต็มที่ มีซอกหิน และมีส่วนของหินที่ได้รับแสง และสัมผัสอากาศเต็มที่ สิ่งมีชีวิตในหาดหินจึงมีความหลากหลายของชนิด (Species diversity) สูงมาก หาดหินที่มีคลื่นไม่แรงจะมีสาหร่ายต่าง ๆ ปรากฏอยู่ ส่วนหาดหินที่มีคลื่นแรง สิ่งมีชีวิตที่อาศัยอยู่ได้จะเป็นพวกเกาะติดกับพื้นที่ได้ดี เช่น หอยนางรม

ภาพที่ 2.1 ภาพชายหาด (Beach)

ที่มา : https://naturalsite.onep.go.th/meaning

2.2.2 เกาะ (Island)

เกาะ (Island) เป็นพื้นดินที่ล้อมรอบด้วยน้ำ มีขนาดเล็กกว่าทวีป อาจอยู่ในมหาสมุทร ทะเล ทะเลสาบ หรือแม่น้ำ เกาะขนาดเล็กเรียกว่า เกาะเล็ก (Isle) ซึ่งรวมถึงอะทอลล์ (Atoll) หรือ เกาะปะการังวงแหวน และ เกาะปริ่มน้ำ (Key หรือ Kay) ที่เป็นเกาะขนาดเล็กโผล่ขึ้นมาเหนือพื้นน้ำ เกาะหลายเกาะที่อยู่รวมกันเป็นกลุ่ม เรียกว่า กลุ่มเกาะ (Archipelago)

อาจแบ่งเกาะได้เป็น 3 ประเภทใหญ่ ๆ คือ เกาะริมทวีป (Continental island) เกาะแม่น้ำ (River island) และ เกาะภูเขาไฟ (Volcanic island) นอกจากนี้ยังมีเกาะเทียม (Artificial island) ที่สร้างขึ้นโดยมนุษย์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ภาพที่ 2.2 เกาะ (Island)

ที่มา : https://naturalsite.onep.go.th/meaning

2.2.3 น้ำตก (Waterfall)

น้ำตก คือ สายน้ำที่ไหลลงมาจากแหล่งต้นน้ำตามธรรมชาติ โดยบริเวณนั้นมีพื้นที่ลดหลั่นกันเป็นชั้นอันเกิดจากการยุบตัวของแผ่นดินและต่ำลง เกิดการไหลจากน้ำที่อยู่ในที่สูงมาสู่ที่ต่ำ จึงเป็นที่มาของคำว่า น้ำตก การเกิดของน้ำตกนั้นมีสาเหตุหลายประการ สามารถสรุปเบื้องต้น ดังนี้

- เกิดการเคลื่อนตัวของเปลือกโลกก็จะทำให้บริเวณนั้นยุบตัวลงทำให้เป็นน้ำตกได้

- กรณีบริเวณที่เป็นหิมะปกคลุมยอดเขา เมื่อหิมะเหล่านั้นเจอความร้อนก็จะละลายกลายเป็นน้ำแล้วไหลลงสู่ที่ต่ำหรือแม่น้ำต่าง ๆ

- เกิดจากปรากฏการณ์ตามธรรมชาติที่มีน้ำผุดจากใต้ดินจนเกิดเป็นแอ่งน้ำขนาดใหญ่บนเขาแล้วไหลลงมาสู่ที่ต่ำหรือที่ราบด้านล่าง บริเวณที่ถูกน้ำกัดเซาะก็จะกลายเป็นลำธาร

ภาพที่ 2.3 น้ำตก (Waterfall)
ที่มา : https://naturalsite.onep.go.th/meaning

2.2.4 แหล่งน้ำ (Water Resource) หมายถึง พรุหนอง บึง ทะเลสาบ คลอง ลำธาร และแม่น้ำ

ประเภทของแหล่งน้ำ(Aquatic habitat) แบ่งตามความเค็ม ได้ดังนี้

1) แหล่งน้ำจืด (Freshwater habitat) เป็นแหล่งน้ำที่มีความเค็มไม่เกิน 0.5 ppt. แบ่งได้ 2 ลักษณะคือ

(1) แหล่งน้ำนิ่ง (Lentic / standing water) = Limnology , Hydrology แหล่งน้ำนิ่ง (Lentic / standing water) = Limnology , Hydrology : เป็นแหล่งน้ำปิดมีขนาดเล็กและไม่มีน้ำตลอดปี เช่น บ่อ บึง หนอง ทะเลสาบ ไม่มีการไหลของน้ำ น้ำมีการเคลื่อนที่ได้ส่วนใหญ่จากกระแสลมเท่านั้น ซึ่งได้แก่

(2) แหล่งน้ำไหล (Lotic / running water) เช่น แม่น้ำลำคลอง ลำธาร ต้นน้ำอาจมีขนาดเล็กและค่อยๆ ใหญ่ขึ้นตอนปลายของลำน้ำ

2) แหล่งน้ำกร่อย (Estuarine) เป็นบริเวณที่เป็นเขตติดต่อระหว่างทะเลและแม่น้ำ ทำให้มีการผสมกันระหว่างน้ำจืดและน้ำเค็มซึ่งมีความเค็มตั้งแต่ 0.5 - 30 ppt. แหล่งน้ำกร่อยจะอยู่ตามบริเวณปากแม่น้ำที่เปิดสู่ทะเล อ่าวต่าง ๆ หรือด้านหลังบริเวณ Barrier beach จึงกล่าวได้

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ว่า Estuaries คือ Ecotone ของแหล่งน้ำ ซึ่งEcotone เป็นบริเวณที่เชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างระบบนิเวศน้ำเค็มและระบบนิเวศน้ำจืด

3) แหล่งน้ำเค็ม (Marine habitat) เป็นแหล่งน้ำที่มีความเค็มมากกว่า 35 ppt ความเค็มนี้เกิดจากเกลือโซเดี่ยม คลอไรด์ เป็นส่วนใหญ่

ภาพที่ 2.4 แหล่งน้ำ (Water Resource)
ที่มา : https://naturalsite.onep.go.th/meaning

2.2.5 ถ้ำ (Cave)

ถ้ำ คือโพรงที่ลึกเข้าไปในภูเขาหรือเป็นช่องที่เป็นโพรงลึกเข้าไปในพื้นดินหรือภูเขา มีขนาดใหญ่พอที่มนุษย์สามารถเข้าไปได้ เกิดขึ้นตามธรรมชาติ โดยทั่วไปถ้ำเกิดในหินปูนที่มีน้ำใต้ดินไหลผ่านกัดเซาะ ซึ่งมักพบตามภูเขาหินปูนหรือ ภูเขาชายฝั่งทะเล นอกจากนี้ยังมีถ้ำที่เกิดจากการกระทำของมนุษย์อีกด้วย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ประเภทของถ้ำ

- ถ้ำหินปูน เกิดจากการกัดเซาะของน้ำใต้ดินและน้ำฝนจนทำให้เกิดเป็นโพรงถ้ำ

- ถ้ำน้ำแข็ง เป็นถ้ำในแถบขั้วโลก ส่วนใหญ่เกิดจากการละลายในธารน้ำแข็ง สามารถเกิดได้ในเขตหุบเขาที่อุณหภูมิต่ำตลอดปีด้วยเช่นกัน

- โพรงหินชายฝั่ง เกิดจากคลื่นทะเลที่กัดเซาะหินผาจนเกิดเป็นโพรงถ้ำ

- ถ้ำภูเขาไฟ เกิดจากการเย็นตัวของลาวาขณะไหลทะลักออกมาจากภูเขาไฟ

ภาพที่ 2.5 ถ้ำ (Cave)
ที่มา : https://naturalsite.onep.go.th/meaning

2.2.6 ภูเขา (Mountain & Hill)

ภูเขา (mountain) เป็นลักษณะของพื้นโลกที่มีความสูงกว่าพื้นที่บริเวณโดยรอบ ภูเขา หรือเทือกเขาหมายถึง ลักษณะภูมิประเทศ ที่มีความสูงตั้งแต่ 600 เมตรขึ้นไปจากพื้นที่บริเวณรอบ ซึ่งมีลักษณะคล้ายกับเนินเขา แต่ว่าเนินเขานั้น จะมีพื้นที่สูงจากบริเวณรอบ ๆ ประมาณ 150 แต่ไม่เกิน 600 เมตร ภูเขาสามารถแบ่ง เป็นประเภทต่าง ๆ ดังนี้

- ภูเขาโก่งตัว เกิดจากการบีบอัดตัวของหินหนืด ในแนวขนาน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

- ภูเขาเลื่อนตัวหรือหักตัว เกิดจากการเลื่อนของหินทำให้มีการยกตัวและการทรุดตัวเกิดเป็นภูเขา

- ภูเขาโดม เกิดจากการที่หินหนืดดันตัว แต่ว่ายังไม่ทันพ้นพื้นผิวของโลก ก็เย็นตัวก่อน

- ภูเขาไฟ เกิดจากการที่หินละลาย ก่อตัวและทับถมกัน

ภาพที่ 2.6 ภูเขา (mountain)

ที่มา : https://naturalsite.onep.go.th/meaning

2.2.7 แก่ง (Rapid)

แก่ง (Rapid) หมายถึง ลักษณะของแหล่งน้ำที่มีหินก้อนเล็ก ก้อนใหญ่ โผล่ขึ้นมากลางแหล่งน้ำนั้น โดยที่ลักษณะของหินที่โผล่ขึ้นมากลางแหล่งน้ำจะมีลักษณะแตกต่างกัน ในบางครั้งทำให้กีดขวางการจราจรทางน้ำเช่น แหล่งแก่งกลางแม่น้ำโขง หรือบางครั้งแก่งหินที่เกิดขึ้นมีโพรงอยู่ด้านใต้ของหิน ทำให้สภาพของน้ำกลายเป็น "น้ำวน" เนื่องจากหินที่เกิดขึ้นมีลักษณะแตกต่างกัน จึงเป็นแหล่งพักอาศัยที่เหมาะสมของสัตว์น้ำ และนอกจากนี้ยังชะลอการไหลของน้ำทำให้น้ำไหลช้าลง จากการระเบิดแก่งกลางแม่น้ำโขงทำให้แหล่งอาศัยของสัตว์น้ำน้อยลง น้ำไหลแรงมากขึ้นในฤดูน้ำหลาก และไม่มีแหล่งกักน้ำในฤดูแล้งจึงทำให้น้ำแห้งขอด

ภาพที่ 2.7 แก่ง (Rapid)

ที่มา : https://naturalsite.onep.go.th/meaning

2.2.8 โป่งพุร้อน (Thermal Spring)

น้ำร้อนที่พบในแหล่งพลังงานความร้อนใต้พิภพแต่ละแหล่ง มักมีกำเนิดมาจากน้ำเย็นบนผิวดินหรือน้ำฝน (Meteoric Water) ที่ไหลซึมผ่านช่องว่าง หรือ รอยแตกของหินลึกลงไปใต้ดิน ได้รับความร้อนจากหินร้อน ทำให้มีอุณหภูมิและความดันสูงไหลกลับสู่เบื้องบน และสะสมตัวในแหล่งกักเก็บ นอกจากนั้น อาจจะมาจากไอน้ำของหินหนืดที่เย็นตัว (Magmatic Water) และน้ำที่กักเก็บในช่องว่างระหว่างเม็ดแร่ประกอบหิน (Connate Water) หรือน้ำที่ได้จากการตกผลึกของหินบางชนิด

ลักษณะธรณีวิทยา ที่มีความสำคัญต่อระบบพลังงานความร้อนใต้พิภพโดยเฉพาะทางภาคเหนือของไทย คือ รอยเลื่อน (Fault) และรอยแยก (Joints) ส่วนโครงสร้างทางธรณีวิทยาอื่น ๆ เช่น ระนาบของชั้นหิน (Bedding) รอยคดโค้ง (Folding) ริ้วขนาน (Foliation)

CHULALONGKORN UNIVERSITY

ภาพที่ 2.8 โป่งพุร้อน (Thermal Spring)

ที่มา : https://naturalsite.onep.go.th/meaning

2.2.9 ซากดึกดำบรรพ์ (Fossil)

ซากดึกดำบรรพ์ คือซากและร่องรอยของสิ่งมีชีวิตทั้งพืชและสัตว์ที่เคยอาศัยอยู่ในบริเวณนั้น เมื่อตายลงซากก็ถูกทับถมและฝังตัวอยู่ในหินตะกอนนักธรณีวิทยา ใช้ซากดึกดำบรรพ์เป็นหลักฐานบอกกล่าวถึงประวัติความเป็นมาของพื้นที่ต่าง ๆ ซึ่งสามารถบอกถึงสภาพแวดล้อมในอดีตว่าเป็นบนบก หรือใน ทะเล เป็นต้น นอกจากนั้นซากดึกดำบรรพ์ ยังสามารถบอกช่วงอายุของหินชนิดอื่นเกิดอยู่ร่วมกับหินตะกอนเหล่านั้นได้ด้วย

ซากดึกดำบรรพ์ส่วนใหญ่จะพบอยู่ในหินตะกอนลักษณะที่ปรากฏเป็นซากซึ่งเดิมจะเป็นโครงสร้างส่วนที่แข็งของสิ่งมีชีวิตนั้น ๆ โดยทั่วไปพืชและสัตว์จะเปลี่ยนสภาพเป็นซากดึกดำบรรพ์ได้ต้องมีโครงร่างที่แข็ง เพราะสารละลายของแร่ธาตุต่าง ๆ ได้แก่ แคลไซต์ โดโลไมต์ ซิลิกา และสารประกอบเหล็กบางชนิดเช่น ฮีมาไทต์ แทรกซึมประสานเข้าไปในช่องว่างของซากสิ่งมีชีวิตนั้นได้ทำให้ซากสิ่งมีชีวิตนั้นทนทานต่อการพุผังกลายเป็นซากดึกดำบรรพ์ยังคงสภาพเกือบเหมือนเดิมและถูกฝังในชั้นตะกอนทันที เพราะการฝังกลบอย่างรวดเร็วทำให้ซากของสิ่งมีชีวิตสามารถชะลอการลายตัว ซึ่งวัสดุที่ฝังกลบซากขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมและการดำเนินชีวิตของสิ่งมีชีวิตนั้น เช่น ซากของสัตว์ทะเลเรามักจะพบมากกว่าสัตว์ชนิดอื่นเนื่องจากซากสัตว์จะจมลงสู่ท้องทะเล ถูกโคลนและตะกอนเม็ดละเอียดทำให้ซากสิ่งมีชีวิตเสียหายน้อยที่สุด ดังนั้นซากดึกดำบรรพ์ที่เกิดในท้องทะเล เช่น ในหินปูน หินดินดาน มักจะเป็นซากดึกดำบรรพ์ที่ยังคงรูปได้สมบูรณ์ เช่น ซากดึกดำบรรพ์จำพวกหอยตะเกียงและปะการังในหินปูน

ภาพที่ 2.9 ซากดึกดำบรรพ์ (Fossil)

ที่มา : https://naturalsite.onep.go.th/meaning

2.2.10 ธรณีสัณฐานและภูมิลักษณวรรณา (Special Geography and Topography)

ธรณีสัณฐาน หมายถึง แบบรูป หรือลักษณะของเปลือกโลก ที่มีรูปพรรณสัณฐานต่าง ๆ กัน เช่น เป็นภูเขา ที่ราบสูง ที่ราบ และอื่น ๆ การศึกษาเกี่ยวกับลักษณะภูมิประเทศเรียกว่า ธรณีสัณฐานวิทยา

แหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยทางธรรมชาติมักจะเกี่ยวข้องกับสภาพทางธรณีวิทยา ที่มีส่วนประกอบทางธรรมชาติที่ของโลก ซึ่งเกิดกระบวนการเปลี่ยนแปลงทางธรณีวิทยา ต่าง ๆ ตลอดจนสิ่งมีชีวิต ตั้งแต่อดีตเรื่อยมา ที่เกิดขึ้นกับพื้นผิวโลกตลอดลึกลงไปในเปลือกโลกก่อเกิดธรรมชาติทางธรณีที่งดงามแปลกตา เห็นได้จากหลายแห่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางธรณีวิทยาโดดเด่น

ภาพที่ 2.10 ธรณีสัณฐานและภูมิลักษณวรรณา (Special Geography and Topography)
ที่มา : https://naturalsite.onep.go.th/meaning

สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เป็นหน่วยงานในสังกัดกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มีภารกิจเกี่ยวกับการกำหนดนโยบายและแผนรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม โดยเสนอแนะนโยบายและแผนการอนุรักษ์และบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รวมทั้งสนับสนุนการจัดการเพื่อนำไปสู่การปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม ตลอดจนติดตามตรวจสอบมาตรการเงื่อนไข ผลกระทบสิ่งแวดล้อมตามรายงานการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างความเข้มแข็งด้านเศรษฐกิจของประเทศและสนับสนุนการพัฒนาที่ยั่งยืนและคุณภาพชีวิตที่ดี

หลังจากผู้วิจัยได้สืบค้นความหมายและความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ทั้ง 10 แหล่ง มีความน่าสนใจและมีองค์ประกอบ ที่ผู้วิจัยคาดว่าสามารถสกัดเป็นองค์ประกอบทางเรขศิลป์เบื้องต้นออกมาจากรูปภาพได้ จึงได้ทำการคัดเลือกภาพธรรมชาติทั้ง 10 แหล่ง จากเกณฑ์ที่ต้องเป็นแหล่งธรรมชาติที่ถูกสืบค้นมากที่สุด 10 อันดับ และมีความหมายตรงกับคำจำกัดความ ที่สำนักงาน

นโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมได้ให้ไว้ เพื่อหาภาพรวมของแหล่งธรรมชาติและนำไปสู่การสกัดองค์ประกอบทางเรขศิลป์เบื้องต้น ในบทที่ 4 ต่อไป

ตารางที่ 2.1 การคัดเลือกรูปภาพแหล่งธรรมชาติในประเทศไทย ทั้ง 10 แหล่ง (แหล่งละ 10 สถานที่)

ประเภทแหล่งธรรมชาติและคำจำกัดความ	**สถานที่**	**ภาพประกอบ**
1.ชายหาด(Beach) คือที่ลาดลงไปในน้ำหรือบริเวณที่ตื้นเขินเป็นเนินอยู่กลางน้ำ โดยมากเป็นเนินทราย มักมีการเปลี่ยนแปลงรูปร่างอยู่เสมอ	1. หาดเขาตะเกียบ จ.ประจวบคีรีขันธ์ 2. หาดบางเสร่ จ.ชลบุรี 3. หาดจอมเทียน จ.ชลบุรี 4. อ่าวประจวบ จ.ประจวบคีรีขันธ์ 5. หาดพัทยา จ.ชลบุรี 6. หาดชะอำ จ.เพชรบุรี 7. หาดน้ำริน จ.ระยอง 8. หาดทรายแก้ว จ.ชลบุรี 9. หาดปึกเตียน จ.เพชรบุรี 10. หาดเจ้าสำราญ จ.เพชรบุรี	 ภาพที่ 2.11 บรรยากาศภูเขา 10 แหล่ง ที่มา : ผู้วิจัย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ประเภทแหล่งธรรมชาติและคำจำกัดความ	สถานที่	ภาพประกอบ
2. เกาะ (Island) คือพื้นดินที่ล้อมรอบด้วยน้ำ มีขนาดเล็กกว่าทวีป อาจอยู่ในมหาสมุทร ทะเล ทะเลสาบ หรือแม่น้ำ	1. เกาะช้าง จ.ตราด 2. เกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี 3. เกาะพีพี จ.กระบี่ 4. เกาะหลีเป๊ะ จ.สตูล 5. เกาะมุก จ.ตรัง 6. เกาะแสมสาร จ.ชลบุรี 7. เกาะยอ จ.สงขลา 8. เกาะแตน จ.สุราษฎร์ธานี 9. เกาะรัง จ.ตราด 10. เกาะรอก จ.กระบี่	 ภาพที่ 2.12 บรรยากาศเกาะ 10 แหล่ง ที่มา : ผู้วิจัย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ประเภทแหล่งธรรมชาติและคำจำกัดความ	สถานที่	ภาพประกอบ
3. น้ำตก (Waterfall) คือ สายน้ำที่ไหลลงมาจากแหล่งต้นน้ำตามธรรมชาติ โดยบริเวณนั้นมีพื้นที่ลดหลั่นกันเป็นชั้นอันเกิดจากการยุบตัวของแผ่นดินและต่ำลง เกิดการไหลจากน้ำที่อยู่ในที่สูงมาสู่ที่ต่ำ	1. น้ำตกแม่ยาย จ.สุราษฎร์ธานี 2. น้ำตกห้วยแม่ขมิ้น จ.กาญจนบุรี 3. น้ำตกคลองลาน จ. กำแพงเพชร 4. น้ำตกกระทิง จ.จันทบุรี 5. น้ำตกกะเปาะ จ.ชุมพร 6. น้ำตกขุนกรณ์ จ.เชียงราย 7. น้ำตกแม่ยะ จ.เชียงใหม่ 8. น้ำตกสาริกา จ.นครนายก 9. น้ำตกเหวสุวัต จ.นครราชสีมา 10. น้ำตกเขาอีโต้ จ.ปราจีนบุรี	 ภาพที่ 2.13 บรรยากาศน้ำตก 10 แหล่ง ที่มา : ผู้วิจัย

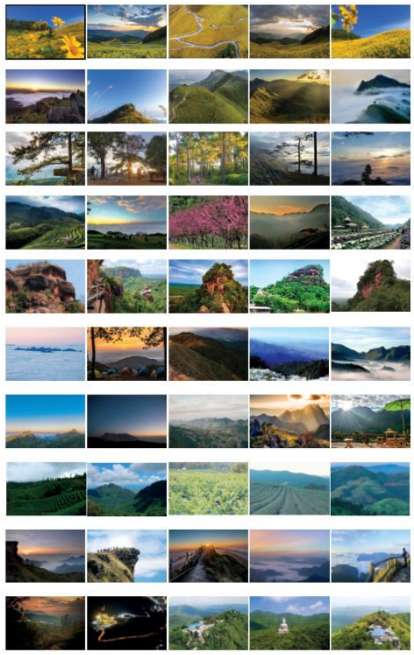
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ประเภทแหล่งธรรมชาติและคำจำกัดความ	สถานที่	ภาพประกอบ
4. แหล่งน้ำ (Water Resource) คือพรุหนอง บึง ทะเลสาบ คลอง ลำธาร และแม่น้ำ	1. บ่อน้ำผุดปากช่อง จ.นครราชสีมา 2. ป่าต้นน้ำราด จ.สุราษฎร์ธานี 3. สระมรกต จ.กระบี่ 4. ทะเลสองห้อง จ.ตรัง 5. ท่าปอมคลองสองน้ำ จ.กระบี่ 6. เกาะหัวใจ จ.ตรัง 7. บึงพลาญชัย จ.ร้อยเอ็ด 8. หนองหาร จ.สกลนคร 9. แก่งสามชั้น จ.นครนายก 10. หนองประจัก จ.อุดรธานี	 ภาพที่ 2.14 ภาพบรรยากาศแหล่งน้ำ 10 แหล่ง ที่มา : ผู้วิจัย

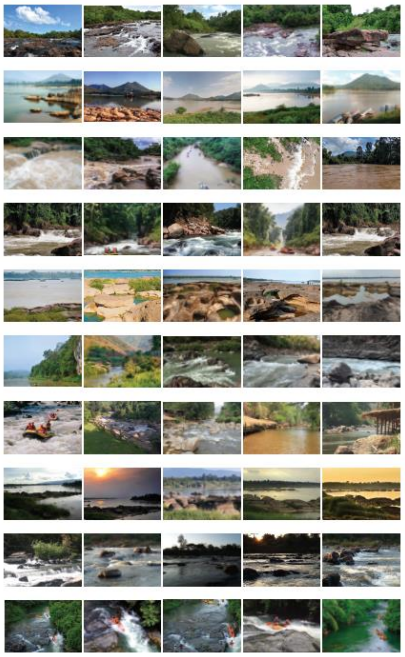
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ประเภทแหล่งธรรมชาติและคำจำกัดความ	สถานที่	ภาพประกอบ
5. ถ้ำ (Cave) คือโพรงที่ลึกเข้าไปในภูเขาหรือเป็นช่องที่เป็นโพรงลึกเข้าไปในพื้นดินหรือภูเขา มีขนาดใหญ่พอที่มนุษย์สามารถเข้าไปได้	1. ถ้ำเอราวัณ จ. หนองบัวลำภู 2. ถ้ำภูผาเพชร จ.สตูล 3. ถ้ำน้ำลอด จ.ชุมพร 4. ถ้ำพระยานคร จ.ประจวบคีรีขันธ์ 5. ถ้ำพุงช้าง จ.พังงา 6. ถ้ำหลวง จ.เชียงราย 7. ถ้ำลำคลองงู จ.กาญจนบุรี 8. ถ้ำละว้า จ.กาญจนบุรี 9. ถ้ำผาไท จ.ลำปาง 10. ถ้ำแม่อุสุ จ.ตาก	 ภาพที่ 2.15 บรรยากาศถ้ำ 10 แหล่ง ที่มา : ผู้วิจัย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ประเภทแหล่งธรรมชาติและคำจำกัดความ	สถานที่	ภาพประกอบ
6. ภูเขา (Mountain & Hill) เป็นลักษณะของพื้นโลกที่มีความสูงกว่าพื้นที่บริเวณโดยรอบ ภูเขา หรือเทือกเขา หมายถึง ลักษณะภูมิประเทศ ที่มีความสูงตั้งแต่ 600 เมตรขึ้นไปจากพื้นที่บริเวณรอบ ซึ่งมีลักษณะคล้ายกับเนินเขา	1.ดอยแม่อูคอ จ.แม่ฮ่องสอน 2. ดอยผาตั้ง จ.เชียงราย 3. ภูกระดึง จ.เลย 4. ดอยอ่างขาง จ.เชียงใหม่ 5. ภูทอก จ.บึงกาฬ 6. ดอยผ้าห่มปก จ.เชียงใหม่ 7. ดอยหลวงเชียงดาว จ.เชียงใหม่ 8. ดอยแม่สลอง จ.เชียงราย 9. ภูชี้ฟ้า จ.เชียงราย 10. เขาวง จ.จันทบุรี	 ภาพที่ 2.16 บรรยากาศภูเขา 10 แหล่ง ที่มา : ผู้วิจัย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ประเภทแหล่งธรรมชาติและคำจำกัดความ	สถานที่	ภาพประกอบ
7. แก่ง (Rapid) ลักษณะของแหล่งน้ำที่มีหินก้อนเล็ก ก้อนใหญ่ โผล่ขึ้นมากลางแหล่งน้ำนั้น โดยที่ลักษณะของหินที่โผล่ขึ้นมากลางแหล่งน้ำจะมีลักษณะแตกต่างกัน ในบางครั้งทำให้กีดขวางการจราจรทางน้ำ ทำให้สภาพของน้ำกลายเป็น "น้ำวน"	1. แก่งหินเพิง จ.ปราจีนบุรี 2. แก่งคุดคู้ จ.เลย 3. แก่งลำน้ำเข็ก จ.พิษณุโลก 4. แก่งน้ำว่า จ.น่าน 5. แก่งกะเบา จ.มุกดาหาร 6. แก่งหลวง จ.แพร่ 7. แก่งกื้ด จ.เชียงใหม่ 8. แก่งอาฮง จ.บึงกาฬ 9. แก่งตาดข่า จ.เลย 10. แก่งหนามมดแดง จ.พัทลุง	 ภาพที่ 2.17 บรรยากาศแก่ง 10 แหล่ง ที่มา : ผู้วิจัย**4**

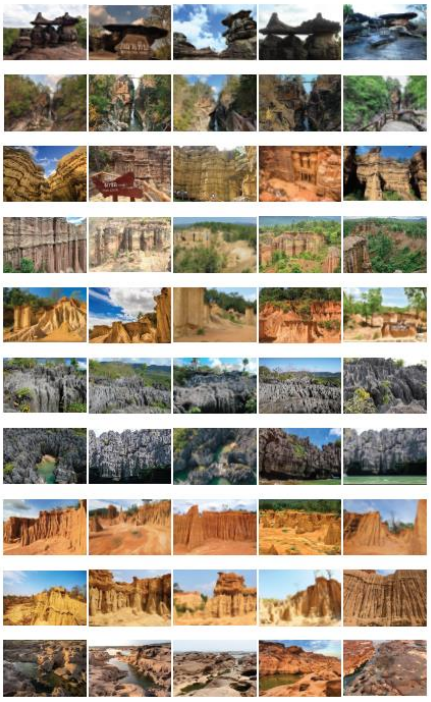
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ประเภทแหล่งธรรมชาติและคำจำกัดความ	สถานที่	ภาพประกอบ
8. โป่งพุร้อน (Thermal Spring) น้ำร้อนที่พบในแหล่งพลังงานความร้อนใต้พิภพแต่ละแหล่ง มักมีกำเนิดมาจากน้ำเย็นบนผิวดินหรือน้ำฝน (Meteoric Water) ที่ไหลซึมผ่านช่องว่าง หรือรอยแตกของหินลึกลงไปใต้ดิน ได้รับความร้อนจากหินร้อน ทำให้มีอุณหภูมิและความดันสูงไหลกลับสู่เบื้องบน	1. น้ำพุร้อนแม่ฝาง จ.เชียงใหม่ 2. น้ำพุร้อนสันกำแพง จ.เชียงใหม่ 3. น้ำตกร้อนคลองท่อม จ.กระบี่ 4. น้ำพุร้อนพระร่วง จ.กำแพงเพชร 5. ภูโคลน คันทรีคลับ จ.แม่ฮ่องสอน 6. น้ำพุร้อนแจ้ซ้อน จ.ลำปาง 7. บ่อน้ำแร่ร้อนบ้านพรรั้ง จ.ระนอง 8. บ่อน้ำร้อนเบตง จ.ยะลา 9. วนอุทยานบ่อน้ำร้อนกันตัง จ.ตรัง 10. บ่อน้ำพุเทพพนม จ.เชียงใหม่	 ภาพที่ 2.18 โป่งพุร้อน 10 แหล่ง ที่มา : ผู้วิจัย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ประเภทแหล่งธรรมชาติและคำจำกัดความ	สถานที่	ภาพประกอบ
9. ซากดึกดำบรรพ์ (Fossil) คือซากและร่องรอยของสิ่งมีชีวิตทั้งพืชและสัตว์ที่เคยอาศัยอยู่ในบริเวณนั้น เมื่อตายลงซากก็ถูกทับถมและฝังตัวอยู่ในหินตะกอน	1. ภูเวียง จ.ขอนแก่น 2.สุสานหอย จ.กระบี่ 3.วาฬ จ.สมุทรสาคร 4.ไดโนเสาร์ภูกุ้มข้าว จ. กาฬสินธุ์ 5.พิพิธภัณฑ์สิรินธร จ.กาฬสินธุ์ 6.ฟอซซิลใบไม้กลายเป็นหิน จ.เพชรบูรณ์ 7.ฟอสซิล อ.เขาฉกรรจ์ จ.สระแก้ว 8.ฟอร์กาโนเซอราโตดัส แอนเคมเป อายุ 150 ล้านปี จ. กาฬสินธุ์ 9.ซากฟอสซิลดึกดำบรรพ์อายุ 240 ปี จ.เพชรบูรณ์ 10.แหล่งไม้กลายเป็นหิน จ.ตาก	 ภาพที่ 2.19 บรรยากาศซากดึกดำบรรพ์ 10 แหล่ง ที่มา : ผู้วิจัย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ประเภทแหล่งธรรมชาติและคำจำกัดความ	สถานที่	ภาพประกอบ
10. ธรณีสัณฐานและภูมิลักษณวรรณา (Special Geography and Topography) คือ แบบรูป หรือลักษณะของเปลือกโลก ที่มีรูปพรรณสัณฐานต่าง ๆ กัน เช่น เป็นภูเขา ที่ราบสูง ที่ราบลักษณะอื่น ๆ	1. ภูผาเทิบ จ.มุกดาหาร 2. ออบหลวง จ.เชียงใหม่ 3. ผาจ้อ จ.เชียงใหม่ 4. ผาสิงห์เหลียว จ.เชียงใหม่ 5. แพะเมืองผี จ.แพร่ 6. ภูเขาหินปะการัง จ.แพร่ 7. ปราสาทหินพัน จ.สตูล 8. ละลุ จ.สระแก้ว 9. เสาดินนาน้อย จ.น่าน 10. สามพันโบก จ.อุบลราชธานี	 ภาพที่ 2.20 บรรยากาศธรณีสัณฐานและภูมิลักษณวรรณา 10 แหล่ง ที่มา : ผู้วิจัย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ส่วนที่ 3 กลุ่มเจเนอเรชั่นวาย

3.1 ความหมายและคุณลักษณะของเจเนอเรชั่นวาย

รัชฎา อสิสนธิสกุล และ อ้อยอุมา รุ่งเรือง, (2548 : 15) กล่าวว่า เจเนอเรชั่นวาย หมายถึง คนที่เกิดระหว่าง พ.ศ. 2524-2544 มีทักษะด้านกีฬา คาราเต้ เข้าค่ายคอมพิวเตอร์ และกิจกรรม ต่าง ๆ มีทัศนคติและมุมมองใหม่ ๆ ต่อเรื่องเพศ สถานที่ เวลาและระยะทางอย่างง่าย ๆ สงสัยเรื่องเกี่ยวกับการแบ่งแยกเชื้อชาติและเพศ ตามแนวคิดเดิมมีเพื่อนสนทนาทางอินเทอร์เน็ตซึ่งสามารถติดต่อเวลาใดก็ได้ อุปสรรคด้านเวลาและสถานที่ไม่มีอิทธิพลต่อคนรุ่นนี้ มีความเต็มใจทำงานและเรียนรู้ มีความเชื่อมั่นในตนเอง มุ่งผลสัมฤทธิ์

รัชฎา อสิสนธิสกุล และ อ้อยอุมา รุ่งเรือง, (2548 : 15) กล่าวว่า เจเนอเรชั่นวาย คือ กลุ่มคนที่เพิ่งเริ่มเข้าสู่การทำงาน คนรุ่นนี้เติบโตในยุคเศรษฐกิจเฟื่องฟู มีความคาดหวังสูง เชื่อมั่นในตนเองและมั่นใจในความสามารถที่จะประสบความสำเร็จด้วยตนเอง ไม่เคยหยุดค้นหางานตามอุดมคติ ไม่คิดว่าการเปลี่ยนแปลงงานบ่อยเป็นเรื่องผิดและมองหาสิ่งสำคัญในงานอยู่เสมอ พอใจกับการเปลี่ยนแปลง เป็นคนรุ่นแรกที่ยอมรับการใช้เทคโนโลยีอย่างเต็มใจ ให้ความสนใจอย่างมากต่อเงิน แสวงหาความสำเร็จด้านการเงินชอบทำงานเป็นทีมและพึ่งพาตนเองได้สูง มีค่านิยมต่ออิสรภาพและชีวิตที่สะดวกสบาย

รัชฎา อสิสนธิสกุล และ อ้อยอุมา รุ่งเรือง, (2548 : 16) ได้ให้คำนิยามของคำว่า เจเนอเรชั่นวายว่า คือกลุ่มคนที่เห็นว่า Laptops โทรศัพท์เคลื่อนที่ โรคเอดส์ และยาเสพติดไม่ใช่เรื่องแปลกในชีวิต มีความสามารถในการปรับตัว ความคิดสร้างสรรค์คุ้นเคยกับเทคโนโลยี ยืดหยุ่น ชาญฉลาด และยึดมั่น ในขณะเดียวกันมีลักษณะที่ไม่อดทนไม่เคารพนับถือ มีแรงจูงใจด้านภาพลักษณ์ ตรงไปตรงมาและช่างสงสัยจากคำจำกัดความดังกล่าว ถ้าเปรียบเทียบวัยกับการทำงาน ถือ ว่าเป็นกลุ่มที่เพิ่งเริ่มทำงานและมีลักษณะโดดเด่นแตกต่างจากเจเนอเรชั่นอื่น คือ เจเนอร์เรชั่นวายมีความคุ้นเคยต่อเทคโนโลยี มีความสามารถในการปรับตัวรักการเรียนรู้ต่อเนื่องและมั่นใจในตนเอง

3.1.1 มั่นใจในตนเองสูง ความมั่นใจในเชิงลึกของ เจเนอเรชั่นวายเป็นไปในเชิงรู้สึกดีกับตนเอง ไม่ได้เปรียบเทียบกับผู้ใด จนบางครั้งจะถูกเข้าใจว่าไม่อ่อนน้อม แข็งกระด้าง เจเนอเรชั่นวายไม่ค่อยพบความประหม่า หรือเก้อเขินเมื่อต้องพูดต่อหน้าสาธารณชน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

3.1.2 ไม่เคารพผู้อาวุโสกว่า ผู้ที่มีอายุสูงกว่า หรือมีตำแหน่งสูงกว่าโดยอัตโนมัติแต่หากจะเคารพใครนั้นต้องเคารพที่ตัวตนของคนนั้น ๆ จะอายุมากกว่าหรืออาวุโสกว่าก็ไม่มีผลใดๆ

3.1.3 มีความจงรักภักดีต่อองค์กรต่ำ เป็นคนเลือกงานไม่ใช่เลือกองค์กร เวลาทำงานเจเนอเรชั่นวายจึงยื่นข้อเสนอที่จะทำหน้าที่ที่สูงกว่าที่องค์กรเสนอให้ และมององค์กรเป็นสะพานเชื่อมต่อไปสู่ทางเป้าหมายแห่งอาชีพ ทัศนคตินี้จึงสร้างอัตราการลาออกที่สูงมาก

บรูช ทูลแกน (Bruce Tulgan) (2009) อ้างอิงนุสรา ทองรอด ได้กล่าวถึงพฤติกรรมของคนเจเนอเรชั่นวาย ซึ่งทำให้เกิดการยอมรับและเข้าใจพวกคนเจเนอเรชั่นวายมากที่สุดจากการอ่านบทความนี้ ที่สำคัญจะทำอย่างไร ดังนั้นสิ่งที่ผู้บริหารควรทำ คือ เข้าใจธรรมชาติที่แท้จริงของคนเจเนอเรชั่นวาย หากเวลาพูดคุยตกลงกันตั้งแต่เริ่มแรกในหัวข้อต่อไปนี้

1. การยืดหยุ่นเรื่องสถานที่ทำงาน เช่น การปล่อยให้นั่งทำงานตามใจชอบ เปิดเพลงเบา ๆ เข้าทำงานสายได้ ทำงานทางอินเทอร์เน็ต หรือ ทำงานอยู่ที่บ้านได้ โดยผลงานยังคงยอดเยี่ยมเหมือนเดิม

2. การเติมความรู้ให้พนักงานอย่างสม่ำเสมอ สิ่งที่คน เจเนอเรชั่นวายกังวลมากที่สุดคือความล้าสมัย บริษัทจึงต้องเตรียมหัวข้อฝึกอบรมเอาไว้ เพื่อเน้นย้ำให้เพื่อนร่วมงานให้มีการถ่ายทอดวิชาให้

3. การเข้าถึงตัวผู้บริหารระดับสูงหรือคนที่มีอำนาจในการแก้ปัญหาได้ เพราะคนเจเนอเรชั่นวายต้องการคำตอบจากคนที่แก้ปัญหาได้จริงและมีความรวดเร็ว

4. การให้อำนาจในการทำงาน เพราะว่าคนเจเนอเรชั่นวายเชื่อว่าความสำเร็จ แบบขั้นบันไดจะนำไปสู่ความสำเร็จที่สูงกว่า และไม่แคร์เลยว่าขั้นบันไดนั้นจะมีความสูงขนาดไหน แต่เขาต้องการให้ผู้บริหารองค์กรได้เห็นว่า เขาได้ทำงานนั้นอย่างจริงจังตลอดเวลา ขอบข่ายหน้าที่ความรับผิดชอบที่มีอยู่ต้องให้อำนาจแก่เขาอย่างเต็มที่ เพื่อที่จะให้พวกเขาได้ ดำเนินการทำงาน ควบคุมผลงานให้ออกมาตามที่องค์กรต้องการ พร้อมที่จะให้หัวหน้าได้ตรวจสอบ

5. การแก้ปัญหาและการปรับตัว ปัญหาของคนเจเนอเรชั่นวายมักพบในสถานที่ทำงานคือการปฏิสัมพันธ์กับคนในองค์กรไม่ค่อยดีไม่สนใจลำดับขั้นหรือการบังคับบัญชา การทำงานจะใช้ความเป็นเพื่อนในการทำงาน หัวหน้าจึงควรสอนวิธีการปรับตัวและวิธีการเอาตัวรอดในที่ทำงานให้พวกเขาโดยเริ่มต้นตั้งแต่การพิจารณาบทบาทและหน้าที่ของตนเอง การทำงานร่วมกับผู้อื่น การแก้ปัญหาเฉพาะหน้า โดยเปิดให้มีการประชุมย่อย เพื่อสอนงานให้เรื่องเหล่านี้จากผู้มีประสบการณ์อย่างแท้จริง

6. การบริหารตัวเอง ความเชื่อที่ดูเหมือนว่าใช่ ว่าคนเจเนอเรชั่นวายไม่เคารพ ผู้อาวุโสกว่า ซึ่งคนพันธุ์นี้จะได้รับการเลี้ยงดูมาดี ดูแลอย่างใกล้ชิดจากพ่อและแม่ ผู้ปกครอง และครู ต่างให้ความชื่นชมและเห็นความสำคัญ ของพวกเขามาก ผู้บริหารรุ่นเก่าไม่ควรมองข้ามเรื่องนี้ ด้วยเพียงเหตุผลเพียงว่าพวกเขาผ่านโลกมาน้อยไม่มีประสบการณ์ คนเจเนอเรชั่นวายชอบผนวกสไตล์ของตัวเองเข้ากับชีวิตการทำงานและมักมีปัญหาด้านการบริหารเวลา ทูลแกน จึงสรุปว่า ของขวัญที่ดีที่สุด ที่หัวหน้างานจะให้ได้คือ การสอนให้เขารู้จักแยกแยะสิ่งที่เป็นประโยชน์และไม่เป็นประโยชน์ออกจากกัน อีกทั้งสอนวิธีกำจัดการใช้เวลาอย่างไร้ประโยชน์ออกไป เช่น การประเมินตนเอง การวางแผนและการทำเช็คลิสต์

7. การเป็นผู้นำที่เข้มแข็ง ลูกน้องเจเนอเรชั่นวายต้องการทำงานอยู่ ภายใต้หัวหน้างานที่ มีความโปร่งใสไม่ควรบ่นลูกน้องว่าทำไมไม่ทำในสิ่งที่ควรทำ ควรบอกไปตรง ๆ เลยว่าเราต้องการอะไรจากเขาบ้าง ความเด็ดขาด เมื่อออกกฎใด ๆ มาแล้ว ต้องรักษากฎอย่างเคร่งครัด ไม่ลำเอียง และจำไว้อย่างหนึ่งว่า การเชิญพนักงานที่ไม่เอาไหนออก 1 คน จะทำให้พนักงานที่เหลืออยู่ขยันมากขึ้นทันตาเห็นโฟกัสที่วิธีการแก้ปัญหา ไม่ใช่ที่ตัวปัญหา

8. การเปลี่ยนงานบ่อย คนเจเนอเรชั่นวายมักจะโดนต่อว่าอยู่บ่อยครั้งว่า เป็นคนเหยียบขี้ไก่ไม่ฝ่อ ไม่สู้งานหนักชอบแต่งานเบา ๆ แต่หารู้ไม่ว่าพวกเขาจะลาออกก็ต่อเมื่อรู้สึกว่า ทำงานแล้วไม่มีความสุข หรือทำงานหนักมากไปก็ไม่มีอะไรดีขึ้น

3.2 พฤติกรรมและความต้องการของเจเนอเรชั่นวายกับพื้นที่สำนักงาน

3.2.1 ลักษณะที่เกี่ยวข้องกับการทำงานของเจเนอเรชั่นวาย

เสาวคนธ์ วิทวัสโอฬาร (2550 : 22-25 อ้างถึงใน เมทินี สิริสาร, 2554: 10) กล่าวว่า แนวโน้มพฤติกรรมของเจเนอเรชั่นวายมีอยู่ 13 ประการ คือ

1) เป็นตัวของตัวเองสูง มีความคิดอ่าน มีทัศนคติเป้าหมาย รวมถึงการแต่งกาย วิธีพูดจา รูปแบบการใช้ชีวิตที่เป็นแบบฉบับของตัวเอง มีความภูมิใจในตนเองไม่ต้องการเป็นอย่างใครยืนหยัดความคิดเห็นของตนเอง และไม่คล้อยตามผู้อื่นง่าย ๆ

2) ความอดทนต่ำ ทั้งร่างกายและจิตใจ เมื่อ หิว ร้อน เหนื่อยหรือง่วงจะแสดงออกมาอย่างจริงใจ และยังมีภูมิต้านทานทางด้านจิตใจต่ำกว่าเจเนอเรชั่นอื่นอีกด้วย เจเนอเรชั่นวายจะเก็บอารมณ์ไม่ค่อยได้ หากเกิดปัญหาหรือไม่พอใจในงานก็มีโอกาสลาออกจากงานสูง และหากมีผลการทำงานที่ดีมากแต่มีโอกาสความก้าวหน้าหรือค่าจ้างไม่ทันใจ ก็พร้อมที่จะออกไปหาความก้าวหน้าที่อื่น

3) อยากรู้อยากเห็น มักเก็บความสงสัยไว้ไม่ได้และมักถามว่าทำไมอยู่บ่อย ๆ เมื่อได้รับคำสั่งหรือองค์กรมีการเปลี่ยนแปลง รวมทั้งต้องการคำตอบจากการถามนั้นทันที

4) ท้าทายกฎระเบียบ เจเนอเรชั่นวายนิยมกฎระเบียบ ข้อบังคับ กติกาใด ๆ มักตั้งคำถามและต้องการความยืดหยุ่นเสมอ ยิ่งมีการควบคุมที่เข้มงวด ก็จะยิ่งกระตุ้นให้มีการฝ่าฝืนหรือ

แหกกฎมากขึ้นเท่านั้น นอกจากกฎระเบียบแล้ว เจเนอเรชั่นวายไม่นิยมปฏิบัติตามวัฒนธรรมประเพณี หรือแนวปฏิบัติเดิม ๆ เท่าไหร่

5) มีความทะเยอทะยานสูง เป้าหมายทางอาชีพชัดเจนและสูงลิ่ว และพร้อมที่จะมุ่งมั่นที่จะไปให้ถึง มีความจงรักภักดีต่อวิชาชีพ ไม่ใช่จงรักภักดีต่อองค์กร หากองค์กรไม่ตอบโจทย์เรื่องความก้าวหน้า ก็พร้อมที่จะเปลี่ยนงาน ไม่ค่อยนิยมทำงานระดับล่าง และอยากมีการเติบโตแบบก้าวกระโดด พุ่งสู่เป้าหมายด้วยระยะเวลาอันสั้น

6) คุ้นเคยกับเทคโนโลยี ใช้คอมพิวเตอร์อย่างคล่องแคล่วและมักใช้ชีวิตใน Cyber Space

7) ชอบการเปลี่ยนแปลง มีทัศนคติที่ดีต่อการเปลี่ยนแปลง แม้ว่าไม่สามารถนำไปสู่สิ่งที่ดีกว่าแต่ก็กล้าเสี่ยง อยากลอง รู้สึกตื่นเต้นเร้าใจที่จะเปลี่ยนไปสู่สิ่งใหม่ อยากมีส่วนร่วมในการเปลี่ยนแปลงขององค์กร หากทำอะไรหลายอย่างซ้ำ ๆ กันเหมือนเดิมก็จะยิ่งรู้สึกเบื่อหน่ายเป็นอย่างยิ่ง

8) กระตือรือร้น ไฟแรงและคล่องแคล่วมาก คิดเร็ว พูดเร็ว ทำเร็ว เมื่อทำอะไรมักอยากจะเห็นผลเร็ว ๆ บางครั้งเหมือนไม่รอบคอบ ยิ่งทำงานที่ชอบก็จะยิ่งตื่นเต้นกระตือรือร้นแต่เมื่อใดที่ทำงานที่ไม่ชอบก็จะยิ่งเบื่อหน่าย

9) มองโลกในแง่ดีมาก เมื่อจะทำอะไรก็มักคิดเชิงบวกหรือคิดในแง่ดีกว่า ทุกอย่างเป็นไปได้และประสบความสำเร็จรวมทั้งยังมีทัศนคติที่ดีต่อเจเนอเรชั่นบี และเจเนอเรชั่นเอ็กซ์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

10) มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มีไอเดียมากมายอยู่ในหัว อยากพูดอยากระบายอยากให้เกิดขึ้นจริงและไม่ยึดติดกับกรอบ ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์นี้มีผลมาจากการเลี้ยงดูของบิดามารดาสมัยใหม่ทำให้มีความมั่นใจ กล้าคิด กล้าทำ

3.2.2 ความต้องการของกลุ่มเจเนอเรชั่นวายในสำหรับพื้นที่สำนักงาน

ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับความต้องการของกลุ่มเจเนอเรชั่นวายในสำหรับพื้นที่สำนักงานเพื่อหาความต้องการด้านอารมณ์ความรู้สึก บรรยากาศ สิ่งแวดล้อม สังคม ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของกลุ่มเจเนอร์เรชั่นวาย รวม 10 วรรณกรรม ดังนี้

Knight Frank (2017) กล่าวว่า ความต้องการของกลุ่มเจเนอเรชั่นวายสำหรับพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co-Working Space) ด้านการออกแบบ 4 ประการ 1.ออกแบบพื้นที่ให้ตระหนักถึงสังคม สนับสนุนการเชื่อมต่อด้านสังคมและความเป็นส่วนตัว ออกแบบพื้นที่สีเขียวโดยพิจารณาถึงการใช้ชีวิตในพื้นที่สำนักงาน 2. ออกแบบพื้นที่เปิดโอกาสให้เชื่อมโยงคนหลากหลายอาชีพให้คำปรึกษาข้ามสายงาน เพื่อการพัฒนาความรู้ ด้านอื่น ๆไปพร้อมๆกัน 3. ออกแบบWork life balance ออกแบบพื้นที่ให้สะท้อนถึงการผสานระหว่างรูปแบบการทำงานและการใช้ชีวิต สนับสนุนการออกแบบพื้นที่ทำงานให้เหมือนบ้าน แต่ก็ต้องคำนึงถึงช่วงเวลาทำงานจะต้องมีพื้นที่ที่ให้ความสงบแก่ผู้ใช้งานในพื้นที่ด้วย 4. ออกแบบโดยคำนึงถึงเทคโนโลยี ให้พื้นที่การทำงานสามารถบูรณาการเทคโนโลยีเข้ามาใช้ประโยชน์ในกระบวนการทำงานได้

RMJM (2021) กล่าวว่า กลุ่มเจเนอเรชั่นวายมีสัดส่วนมากที่สุด เมื่อเทียบกับเจเนอเรชั่นอื่น ๆ ลักษณะการทำงานก็จะแตกต่างออกไป การออกแบบที่คำนึงถึงความต้องการและพฤติกรรมของความเฉพาะของเจเนอเรชั่นนี้จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง โดยการออกแบบมีหลักการพิจารณา ดังนี้ Well-Being in workplace การออกแบบพื้นที่การทำงานที่คำนึงถึงวิถีชีวิตที่ดีต่อสุขภาพ คนกลุ่มเจเนอเรชั่นวายมองหาพื้นที่การทำงานที่ให้ความสะดวกสบายและความสวยงาม เช่น พื้นที่ที่ให้ความสะดวก (Convenience) ความสบาย (Comfort) เรื่องของแสง (Lighting) โทนสี (Color schemes) ในขณะเดียวกันพื้นที่การทำงานต้องส่งเสริมด้านการสื่อสาร และประสิทธิภาพการทำงานไปพร้อมๆกัน จำเป็นต้องมีพื้นที่ส่วนตัว และส่วนกลางโดยต้องบริหารจัดการให้เหมาะสม นอกจากนั้นภาพลักษณ์ของแบรนด์ยังมีผลต่อการตัดสินใจในเรื่องความภักดีต่อแบรนด์อีกด้วย กล่าวคือ คนกลุ่มนี้เบื่อง่ายและมักเปลี่ยนงานบ่อย ดังนั้นเขาจึงมองหาบริษัทที่ออกแบบภาพลักษณ์ที่สร้างความพึงพอใจในสถานที่ทำงาน กระตุ้นให้พนักงานอยู่และเติบโตไปพร้อมกันกับองค์กร

Office Principle (2019) กล่าวว่า กลุ่มเจเนอเรชั่นวาย ไม่ชอบการนั่งติดโต๊ะทำงาน หรือการนั่งอยู่ในที่เดิมๆตลอดเวลา คนกลุ่มนี้ต้องการพื้นที่การทำงานที่อิสระซึ่งสามารถเชื่อมต่อกับเพื่อนร่วมงานได้ แต่ทั้งนี้ต้องมีมุมส่วนตัว ที่สามารถให้ความเงียบสงบให้พวกเขาด้วย นอกจากนั้นต้องการพื้นที่ที่ยืดหยุ่น ที่สามารถทำงานจากที่ไหนก็ได้โดยใช้เทคโนโลยีให้เป็นประโยชน์ การออกแบบพื้นที่ที่รองรับการทำงานในหลากหลายรูปแบบ มีพื้นที่สำหรับความคิดสร้างสรรค์ รวมถึงมีส่วนพื้นที่ที่สามารถพักผ่อนและรับประทานอาหารได้

Alec Wilcox (2019) กล่าวว่า ภาพลักษณ์ของสำนักงานเปลี่ยนไป เนื่องจากกลุ่มเจเนอเรชั่นวายมีอุปกรณ์การทำงานที่เล็กลง เช่น การทำงานผ่านโทรศัพท์มือถือ แท็บเล็ต โน๊ตบุ๊คขนาดเล็ก ทำให้สามารถทำงานในบริบทพื้นที่แบบไหนก็ได้ รูปแบบเฟอร์นิเจอร์ที่ใช้สามารถล้อกับชุดเฟอร์นิเจอร์ที่ใช้กับร้านกาแฟ ดังนั้นพื้นที่การทำงานของคนกลุ่มนี้ต้องมีความยืดหยุ่น รองรับพฤติกรรมการชอบมีพื้นที่ส่วนตัว และในขณะเดียวกันต้องมีพื้นที่ส่วนกลางให้คนที่สำนักงานมาพบปะพูดคุยกันได้ การออกแบบพื้นที่ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมคำนึงถึงสุขภาพจิตและร่างกายของพนักงาน มีการออกแบบให้เชื่อมต่อกับธรรมชาติ อาศัยแสงของธรรมชาติให้เชื่อมโยงกับคน รวมถึงมีพื้นทีให้พักผ่อนเพื่อชาร์ทพลังงาน

Insight environments (2017) กล่าวว่า จากการศึกษาพบว่า การมีความสุขในงานของกลุ่มคนเจเนอเรชั่นวายไม่ใช่แค่เรื่องของค่าตอบแทน แต่เป็นการมองหาสภาพแวดล้อมในการทำงานที่สร้างแรงบันดาลใจ การรู้สึกมีส่วนร่วมกับองค์กร มีพื้นที่การทำงานที่ยืดหยุ่น บรรยากาศการทำงานควรมีความเป็นกันเอง มีพื้นที่ผ่อนคลาย มีความเคลื่อนไหว มีพื้นที่ที่ยืดหยุ่นในการทำงานทั้งในภาวะที่ต้องการความกระตือรือร้น กระฉับกระเฉง หรือพื้นที่แห่งความสงบเมื่อต้องการสมาธิในการทำงาน เสนอแนะให้จัดสรรค์พื้นที่สีเขียวเพื่อสร้างความอบอุ่นและยั่งยืน

Morch Allan (2019) กล่าวว่า 5 ขั้นตอนของการสร้างสรรค์พื้นที่สำนักงานให้กับกลุ่มเจเนอเรชั่นวาย ได้แก่ 1.พื้นที่ควรให้อิสระในการสร้างสรรค์ มีพื้นที่สำหรับแบ่งปันความคิดกับเพื่อนร่วมงาน 2.ด้านการสื่อสาร การสื่อสารอย่างเปิดเผยของบริษัททำให้กลุ่มเจเนอเรชันวายเป็นส่วนหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับเป้าหมายบริษัทเพราะเขาจะให้ความสำคัญกับเรื่องคุณค่า 3. การให้ความยืดหยุ่นกับพื้นที่ในการทำงาน กลุ่มเจเนอร์เรชั่นวายสามารถทำงานที่ไหนก็ได้ เขามองว่าการทำงานลักษณะนี้ช่วยสร้างประสิทธิภาพการทำงานได้ดียิ่งกว่า 4. ควรมีพื้นที่สำหรับการประชุม ห้องรับรอง ห้องโทรศัพท์สำหรับพูดคุยเรื่องส่วนตัว 5.คนกลุ่มเจเนอเรชั่นวายให้ความสำคัญกับเทคโนโลยี

เดชา เดชะวัฒนะไพศาล และคณะ (2557) กล่าวว่า กลุ่มคนเจเนอเรชั่นวายชอบทำงานเป็นกลุ่ม ชอบสร้างสร้างสังคม ต้องการพัฒนาการเรียนรู้ ต้องการความน่าเชื่อถือ ต้องการเวลาส่วนตัว การประชุมเป็นงานสังคม ชอบงานที่ท้าท้าย มีความยืดหยุ่น เน้นคุณภาพชีวิต

รัฐพล พุกเจริญ (2558) กล่าวว่า เจเนอเรชั่นวายให้ความสำคัญกับเรื่องเงิน ความรับผิดชอบในงาน การมีปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ความยืดหยุ่นในพื้นที่การทำงาน ทำเลที่ตั้ง และความสวยงามทันสมัยขององค์กร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

Dallas J (2021) กล่าวว่า กลุ่มคนเจเนอเรชั่นวายต้องการพื้นที่ที่สร้างความกระตือรือร้นและความกระฉับกระเฉงในการทำงาน สำนักงานร่วมแบ่งปัน(Co-Working Space) จึงเป็นคำตอบของพื้นที่การทำงานของคนกลุ่มนี้ สำนักงานที่มีความยืดหยุ่นของพื้นที่ ต้องการพื้นที่พักผ่อน คาเฟ่ พื้นที่สำหรับการงีบหลับ บริบทพื้นที่เหมาะกับการสร้าง Community เน้นการทำงานร่วมกัน นอกจากนั้นคนกลุ่มเจเนอเรชั่นวายยังใส่ใจเรื่องสุขภาพจิต การมีชีวิตการทำงาน สิ่งแวดล้อมที่สมดุล

Inspiring Workspaces (2017) คนกลุ่มเจเนอเรชั่นวายต้องการสภาพแวดล้อมที่สร้างสรรค์ สำนักงานร่วมแบ่งปัน(Co-Working Space) ให้บรรยากาศที่ทันสมัย ง่ายต่อการเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวก และพื้นที่ช่วยขจัดความเครียดได้ และสำนักงานร่วมแบ่งปัน(Co-Working Space)ที่ดีสำหรับเจเนอเรชั่นวายควรมีพื้นที่ช่วยติดต่อทางธุรกิจและสร้างสังคม(Social Connection)

ความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's Theory of Motivation)

1) ปีระมิดลำดับขั้นความต้องการของ Coworking Space

ทฤษฎีเรื่องลำดับขั้นของความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's Theory of Motivation) ที่อธิบายไว้ว่าแต่ละบุคคลมีลำดับขั้นของความต้องการ โดยการจูงใจจะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการในขั้นแรกที่มีความจำเป็นมากที่สุดได้ถูกเติมเต็มแล้ว บุคคลก็จะเกิดแรงจูงใจที่จะเติมเต็มความต้องการในขั้นที่สูงขึ้นเรื่อยๆ ถือเป็นอีกหนึ่งแนวคิดที่สามารถนำมาปรับใช้กับธุรกิจบริการ Coworking Space ได้ ซึ่ง William van den Broek (2015) อธิบายการนำแนวคิดมาประยุกต์ใช้ดังนี้

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ภาพที่ 2.21 ลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์
ที่มา : https://www.brandage.com/article/4591

1. ความต้องการขั้นพื้นฐาน (Psychological Needs) เป็นความต้องการทางกายภาพของผู้บริโภค ถือเป็นลำดับขั้นที่มีความจำเป็นมากที่สุด ซึ่งสำหรับธุรกิจ Coworking Space แล้ว สิ่งที่จำเป็นต้องมีเพื่อตอบสนองความต้องการพื้นฐานของผู้ใช้บริการที่ต้องการสถานที่สำหรับการทำงาน ได้แก่ อุปกรณ์สำนักงาน อาหารและเครื่องดื่ม สัญญาณอินเตอร์เนตไร้สาย (WiFi) ห้องน้ำ ปลั๊กไฟ และการเดินทางที่สะดวกสบาย เป็นต้น

2. ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย (Safety Needs) ต้องการหลีกเลี่ยงหรือลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น ซึ่ง Coworking Space สามารถรองรับความต้องการดังกล่าวผ่านการสร้างระบบรักษาความปลอดภัย และความเชื่อใจกันระหว่างผู้ใช้บริการ นอกจากนี้ยังลดความเสี่ยงเรื่องความมั่นคงทางการเงินด้วยการระบุค่าใช้จ่ายในการใช้บริการอย่างชัดเจน ทั้งยังมีตัวเลือกในการใช้บริการที่หลากหลาย ผู้ใช้บริการสามารถเลือกการให้บริการที่ตรงกับความต้องการของตนเองได้

3. ความต้องการทางสังคม (Social Needs) จะได้รับการตอบสนองผ่านการสร้างบรรยากาศในการทำงานที่เอื้อต่อการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน จนกลายเป็นชุมชน (Community) ที่ถือเป็นเอกลักษณ์ของการเลือกทำงานในCoworking Space นอกจากนี้ยังมีการจัดกิจกรรมเพื่อพัฒนาศักยภาพ (Workshop) และกิจกรรมทางสังคม (Social Event) อย่างสม่ำเสมอ เพื่อสร้างโอกาสในการทำความรู้จักและแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ประสบการณ์ และความเชี่ยวชาญระหว่างกัน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

4. ความต้องการการยอมรับนับถือ (Esteem Needs) ความหลากหลายด้านสาขาอาชีพของผู้ใช้บริการ จะส่งผลให้ผู้ใช้บริการแต่ละรายได้รับการยอมรับนับถือในฐานะผู้เชี่ยวชาญในสาขาอาชีพของตนเอง สามารถให้คำปรึกษาหรือคำแนะนำเพื่อช่วยสร้างประโยชน์ให้แก่ผู้ใช้บริการรายอื่นได้

5. ความต้องการตัวตน (Self-actualization) การทำงานใน Coworking Space ที่บรรยากาศเอื้อต่อการทำงาน มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและการพูดคุยกันในชุมชน (Community) จะช่วยกระตุ้นให้ผู้ใช้บริการเกิดการพัฒนาตนเองอยู่ตลอดเวลา รวมทั้งการจัดกิจกรรมเพื่อพัฒนาศักยภาพ (Workshop) และกิจกรรมทางสังคม (Social Event) อย่างหลากหลาย ส่งผลให้ผู้ใช้บริการสามารถเรียนรู้และพัฒนาทักษะใหม่ๆ ได้ตลอดเวลา

ผู้วิจัยได้ทำการนำแนวคิดความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's Theory of Motivation) มาสร้างเกณฑ์ในการคัดคำสำคัญ(Keywords) พฤติกรรมและความต้องการในพื้นที่ทำงานของกลุ่มเจเนอเรชั่นวายอีกครั้ง จากวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง 10 วรรณกรรม ด้วยเกณฑ์ประสิทธิภาพในการทำงาน ด้านสังคม สิ่งแวดล้อม และด้านสุขภาพ ซึ่งเป็นปัจจัยหลักในความต้องการของกลุ่มเจเนอร์เรชั่นวายกับพื้นที่สำนักงาน เพื่อความชัดเจน ในการนำไปสร้างเครื่องมือแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ในบทที่ 3 ต่อไป

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ตารางที่ 2.2 การวิเคราะห์พฤติกรรมและความต้องการในพื้นที่ทำงานของกลุ่มเจเนอเรชั่นวาย จาก 10 วรรณกรรม

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	ประสิทธิภาพในการทำงาน	สังคม	สิ่งแวดล้อม	สุขภาพ
Knight Frank(2017)	-ความเป็นส่วนตัว -พื้นที่ให้ความสงบ -เทคโนโลยี	-เชื่อมต่อสังคม	-ออกแบบพื้นที่สีเขียว -ออกแบบพื้นที่ทำงานให้เหมือนบ้าน	- Work life balance
RMJM(2021)	-ความสะดวกสบาย -มีพื้นที่ส่วนตัว	-ภาพลักษณ์ของแบรนด์	- ความสวยงาม	- พื้นที่การทำงานที่คำนึงถึงวิถีชีวิตที่ดีต่อสุขภาพ
Office Principle(2019)	-พื้นที่การทำงานที่อิสระ -ความเงียบสงบ	-เชื่อมต่อทางสังคม	-พื้นที่ที่ยืดหยุ่น -พื้นที่สำหรับความคิดสร้างสรรค์	-พื้นที่สำหรับพักผ่อน
Alec Wilcox(2019)	-มีพื้นที่ส่วนตัว	-มีพื้นที่ส่วนกลางเชื่อมต่อทางสังคม	-พื้นที่ที่ยืดหยุ่น	-พื้นที่ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม -พื้นที่ให้พักผ่อน
Insight environments(2017)	-สร้างความกระตือรือร้น -กระฉับกระเฉง -พื้นที่แห่งความสงบ -ต้องการสมาธิ	-มีส่วนร่วมกับองค์กร	-สภาพแวดล้อมในการทำงานที่สร้างแรงบันดาลใจ -พื้นที่การทำงานที่ยืดหยุ่น -มีความเป็นกันเอง -มีพื้นที่ผ่อนคลาย	-พื้นที่สีเขียวเพื่อสร้างความอบอุ่นและยั่งยืน
Morch Allan(2019)	-เทคโนโลยี	-แบ่งปันความคิดกับเพื่อนร่วมงาน	-พื้นที่ที่ยืดหยุ่น -พื้นที่การสร้างสรรค์	

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	ประสิทธิภาพในการทำงาน	สังคม	สิ่งแวดล้อม	สุขภาพ
เดชา เดชะวัฒนะไพศาล และคณะ (2557)	- งานที่ท้าทาย	-ชอบสร้างสร้างสังคม	-ต้องการเวลาส่วนตัว -มีความยืดหยุ่น	-เน้นคุณภาพชีวิต
รัฐพล พุกเจริญ (2558)		-การมีปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน - ความสวยงามทันสมัยขององค์กร	-ความยืดหยุ่นในพื้นที่การทำงาน	
Dallas J (2021)	-พื้นที่ที่สร้างความกระตือรือร้น - ความกระฉับกระเฉง		-สำนักงานที่มีความยืดหยุ่นของพื้นที่ -พื้นที่สำหรับการงีบหลับ -ต้องการพื้นที่พักผ่อน, คาเฟ่	-ใส่ใจเรื่องสุขภาพจิต การมีชีวิตการทำงานสิ่งแวดล้อมที่สมดุล
Inspiring Workspaces (2017)	-ง่ายต่อการเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวก	-บรรยากาศช่วยส่งเสริมการติดต่อทางธุรกิจและสร้างสังคม	-สภาพแวดล้อมที่สร้างสรรค์ -บรรยากาศที่ทันสมัย	-พื้นที่ช่วยขจัดความเครียดได้

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ผู้วิจัยวิเคราะห์พฤติกรรมและความต้องการในพื้นที่ทำงานของกลุ่มเจเนอเรชั่นวาย สรุป เป็นคำสำคัญได้ ดังนี้ ด้านประสิทธิภาพการทำงาน : ต้องการสมาธิ สงบ เป็นส่วนตัว กระตือรือร้น และกระฉับกระเฉง ด้านสังคม : ต้องการพื้นที่มีบรรยากาศที่สร้างปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ด้านสิ่งแวดล้อม : กระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ ทันสมัย สะดวกสบาย และมีพื้นที่ผ่อนคลาย ด้านสุขภาพ : ส่งเสริมความสมดุลในการทำงาน ยืดหยุ่น มีสิ่งแวดล้อมที่ช่วยสร้างสมดุล

ส่วนที่ 4 สำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co-Working Space)

สำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co-Working Space) แห่งแรกของโลกเกิดขึ้นในปี ค.ศ. 2005 ที่เมืองซานฟรานซิสโกประเทศสหรัฐอเมริกา โดย Brad Newberg และก่อตั้งร้านที่ชื่อว่า "The Hat Factory" ขึ้นมาเพื่อเป็นศูนย์รวมสำหรับลูกค้านักเขียนบทความกลุ่มเล็ก ๆ 2-3 คน ที่เป็นลูกค้าประจำในตอนนั้น โดยจำกัดความหมายไว้ว่า "การทำงานในพื้นที่ร่วมกัน" ก่อนที่จะเริ่มนิยมมากขึ้นเรื่อย ๆ จากการบอกเล่ากันในกลุ่มอาชีพสายงานอิสระที่ได้แวะเวียนเข้ามาทดลองใช้งานพื้นที่การทำงานรูปแบบใหม่กันจนเป็นที่ยอมรับและแพร่หลายสู่สังคมหมู่มากขึ้นเรื่อย ๆ

สำหรับประเทศไทยธุรกิจสำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co-Working Space) แห่งแรกเกิดขึ้นในปี พ.ศ. 2554 ตั้งอยู่ใจกลางกรุงเทพมหานคร ถนนสุขุมวิท โดยคุณสำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co-Working Space) อมฤต เจริญพันธุ์ และใช้ชื่อว่า "HUBBA Thailand" ที่มีจุดกำเนิดของธุรกิจมาจากปัญหาที่ไม่สามารถหาสถานที่ทำงานได้ในช่วงเหตุการณ์น้ำท่วมใหญ่ปีพ.ศ. 2554 ที่มีความต้องการสถานที่ในการทำงาน จากประสบการณ์การไปนั่งทำงานตามห้องเช่าหรือร้านกาแฟ ที่พบปัญหาเรื่องความไม่สะดวกในการทำงานมากมาย ไม่ว่าจะเป็นความไม่พร้อมด้านสิ่งอำนวยความสะดวก หรือการใช้บริการร้านกาแฟขณะที่ลูกค้าแน่นร้านไม่สะดวกในการพูดคุยงาน ค่าบริการอินเทอร์เน็ตที่มีค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูง ความไม่สะดวกในการถ่ายเอกสารหรือปริ้นท์เอกสารจึงเกิดช่องว่างทางธุรกิจตรงนี้ ทำให้เกิดแนวโน้มธุรกิจสำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co-Working Space) เพื่อรองรับการทำงานยุค 3.0 ที่ทำให้ผู้คนทำงานได้โดยไร้ข้อจำกัด ทั้งด้านสถานที่ เวลา อุปกรณ์สำนักงานต่าง ๆ ตลอดจนเทคโนโลยีที่ใช้ในการทำงาน สามารถรองรับกับความต้องการของกลุ่มผู้ประกอบอาชีพอิสระ (Freelance) และกลุ่มผู้ประกอบการใหม่ด้านเทคโนโลยี (Startup) ที่เพิ่มขึ้นอย่างมากในขณะนั้น

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ภาพที่ 2.22 "HUBBA Thailand" สำนักงานร่วมแบ่งปันแห่งแรกของประเทศไทย

ที่มา : https://www.forfur.com/media/idea/5001/5001_14331442301711241203

4.1 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับสำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co-Working Space)

หัวใจสำคัญของพื้นที่การทำงานร่วมกัน เกิดจากการที่กลุ่มคนที่หลากหลายต่างสาขาอาชีพมารวมตัวกัน และทำงานภายในพื้นที่เดียวกัน ซึ่งส่วนใหญ่แล้วคนที่จะมาทำงานร่วมกันนี้มักเป็นกลุ่มคนทำงานอิสระ และแน่นอนว่าการทำงานในลักษณะนี้จะแตกต่างจากการทำงานในบริษัทหรือองค์กรทั่ว ๆ ไป นั้นคือ "ทุกคนต่างคนต่างทำงานของตัวเอง เพียงแต่แบ่งปันพื้นที่ในการทำงานร่วมกันเท่านั้น" สถานที่ให้เช่าพื้นที่การทำงานร่วมกัน หรือ สำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co-Working Space) จึงเกิดขึ้นเพื่อรองรับรูปแบบการทำงานในลักษณะนี้ อีกทั้งยังหมายถึงการรวมตัวกันในพื้นที่เพื่อทำงานชั่วคราวและยังอาจหมายถึงชุมชนย่อม ๆ ที่เป็นสังคมแห่งการแบ่งปันของคนทำงานจากหลายสาขาอาชีพได้อีกด้วย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

4.1.1 ความเป็นมาและความหมาย สำนักงานร่วมแบ่งปัน Co-Working Space)

"Co-Working Space" เป็นแนวคิดที่มีต้นแบบมาจาก C-Base ณ กรุงเบอร์ลิน ประเทศเยอรมนี เมื่อปี ค.ศ. 1995 ซึ่งเป็นสถานที่ที่เปิดให้บุคคลทั่วไปสามารถเข้ามาประชุม ทำงาน และใช้อินเทอร์เน็ตร่วมกันได้ และต่อมาในปี ค.ศ. 1999 Bernie DeKoven เริ่มใช้คำว่า Co-working ในความหมายของสถานที่ส่วนกลางที่ผู้คนสามารถทำงานร่วมกันได้

ภาพที่ 2.23 "The Hat Factory" สำนักงานร่วมแบ่งปันแห่งแรกของโลก
ซานฟรานซิสโก, สหรัฐอเมริกา
ที่มา : https://www.hubbathailand.com/hubba-blog/working-at-coworkingspace

4.2 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบของพื้นที่

4.2.1 การแบ่งสัดส่วนพื้นที่ในสำนักงานร่วมแบ่งปัน

สำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co-Working Space) เกิดขึ้นมาเพื่อตอบสนองด้านกายภาพของพื้นที่การทำงาน ที่เน้นพื้นที่การทำงานที่ก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ การเรียนรู้ประสบการณ์ และแลกเปลี่ยนไอเดียระหว่างกัน จึงก่อให้เกิดรูปแบบพื้นที่ในการทำงานที่หลากหลายเพื่อสนองต่อความต้องการของกลุ่มคนทำงาน องค์ประกอบด้านพื้นที่ภายในสำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co-Working Space) สามารถแบ่งได้เป็น 3 ส่วน ดังนี้

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

1) พื้นที่ส่วนสาธารณะ (Public Zone)

ส่วนสาธารณะ คือส่วนด้านหน้าเป็นส่วนที่คนจากภายนอกสามารถเข้าถึงได้ ประกอบด้วยส่วนต่าง ๆ ดังนี้

(1) ส่วนต้อนรับ (Information)

เป็นส่วนแรกของพื้นที่ที่สามารถเข้าถึงได้ เปรียบเสมือนภาพลักษณ์หน้าตาของสถานที่ให้บริการ และเป็นส่วนสำคัญในการให้ข้อมูลติดต่อสอบถามต่าง ๆ แก่ผู้มาติดต่อ

(2) ส่วนพักคอย (Waiting Area)

อาจแยกออกเป็นสัดส่วนที่อยู่ได้ทั้งภายในหรือภายนอกอาคาร และอาจเป็นพื้นที่เดียวกันกับส่วนต้อนรับ เพื่อให้เหมาะกับจุดประสงค์ ใช้งานพื้นที่ได้สะดวก หรืออาจถูกจัดวางตำแหน่งตามสไตล์ของการตกแต่งก็เป็นได้

2) พื้นที่ส่วนกึ่งสาธารณะ (Semi-Public Zone)

เป็นส่วนที่เชื่อมต่อจากส่วนสาธารณะ สามารถจำแนกองค์ประกอบพื้นที่ได้เป็น 3 ส่วนหลัก ๆ ดังนี้

(1) พื้นที่การทำงาน (Working Area) พื้นที่มีลักษณะเป็นพื้นที่เปิด สามารถใช้งานได้พร้อมกันทีละหลาย ๆ คนเป็นรูปแบบการทำงานที่ไม่เป็นทางการ และไม่ต้องการใช้สมาธิในการทำงานมาก จึงใช้เป็นพื้นที่การทำงานร่วมกันที่สามารถทำงาน พูดคุยแลกเปลี่ยนระหว่างกันได้ และยังเป็นรูปแบบพื้นฐานของพื้นที่การทำงนสร้างสรรค์อีกด้วย และควรมีการวางแผนเพื่อให้รองรับต่อเทคโนโลยีต่าง ๆ ที่ช่วยส่งเสริมการทำงานให้สะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น

(2) ห้องประชุม (Meeting Room)

ควรเป็นห้องที่สามารถเปิดหรือปิดได้โดยสะดวก กรณีที่ต้องการความเป็นส่วนตัว อาจกั้นด้วยผนังกระจกซึ่งทำให้รู้สึกไม่อึดอัด และควรเตรียมอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการประชุมไว้ให้พร้อม เช่น ทีวี ไวท์บอร์ด เป็นต้น

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

(3) พื้นที่ส่วนสนับสนุน (Support Area)

ได้แก่ ส่วนเอนกประสงค์(Multi-function) อาจเป็นส่วนที่ใช้รับรองลูกค้าเพื่อใช้เป็นส่วนพักผ่อนหรือส่วนเปลี่ยนบรรยากาศการทำงาน ส่วนเตรียมอาหาร(Pantry) อาจใช้ร่วมกับส่วนเอนกประสงค์ เนื่องจากผู้ใช้บริการอาจใช้เป็นส่วนพักรับประทานอาหารกลางวัน ซึ่งจะได้ไม่ส่งกลิ่นรบกวนส่วนทำงาน พื้นที่พักผ่อน(Relation Area) เป็นพื้นที่สำหรับใช้พักผ่อนจากการทำงานที่สามารถใช้พื้นที่จัดกิจกรรมได้ ห้องสมุด(Library room) ใช้สำหรับค้นคว้าอ่านหนังสือ ห้องเล่นเกมส์(Game room) เพื่อผ่อนคลายจากการทำงานเป็นที่สำหรับการพบปะสังสรรค์กันเป็นกลุ่มสังคม เป็นต้น

3) พื้นที่ส่วนตัว (Private Zone)

พื้นที่ส่วนนี้แบ่งไว้สำหรับผู้ใช้บริการที่ต้องการความเป็นส่วนตัว ซึ่งจะถูกจัดแบ่งพื้นที่เป็นสัดส่วน ประกอบด้วยส่วนต่าง ๆ ดังนี้

(1) ห้องทำงาน (Working room)

ควรออกแบบให้มีบรรยากาศน่าทำงาน มีสมาธิในการทำงาน และควรวางแผนเพื่อให้รองรับเทคโนโลยีต่าง ๆที่ช่วยส่งเสริม การทำงานให้สะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น และมีความเป็นส่วนตัวมากกว่าพื้นที่ส่วนกึ่งสาธารณะ

(2) พื้นที่เก็บของ (Storage)

เอกสารสิ่งที่จำเป็นสำหรับออฟฟิศทุกประเภท ยิ่งนานวันยิ่งมีเอกสารเพิ่มทวีคูณ ผู้ใช้บริการในพื้นที่ทำงานร่วมบางทีอาจไม่อยากที่จะขนย้ายอุปกรณ์ ดังนั้น ควรเตรียมสถานที่เพื่อจัดเก็บไว้รองรับเพื่อให้สะดวกต่อผู้ใช้บริการ เป็นต้น

4.2.2 การปรับใช้งานของพื้นที่ทำงาน

ลักษณะสำคัญของสำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co-Working Space) คือการเป็นคอมมิวนิตี้ที่มีการเข้าถึงระหว่างกันจากการแชร์ประสบการณ์เพื่อแลกเปลี่ยนความคิด หรือแม้กระทั้งการแบ่งปันพื้นที่ในการทำงานร่วมกันกับผู้อื่น การอยู่เป็นคอมมิวนิตี้ของสำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co-Working Space) คือความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มคนหรือสังคมนั้น ๆ จากการทำความรู้จักพูดคุยและการแบ่งปันกันขณะทำงานร่วมกันกับผู้อื่น

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

การออกแบบพื้นที่ให้มีความยืดหยุ่นในการปรับใช้งาน เพื่อรองรับกับความต้องการในการทำงานและสนับสนุนกิจกรรมต่าง ๆ ให้เกิดความสมดุลระหว่างผู้ใช้งานกับพื้นที่การทำงานยุคใหม่ที่ก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ที่สำคัญของสำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co-Working Space) มีทั้งหมด 5 รูปแบบภาวะ (Wurkon and Baramizi Lab, 2016) ได้แก่

1) Stimulate คือ ภาวะที่ต้องการค้นหาไอเดียใหม่ ๆ หรือภาวะที่ต้องการกระตุ้นความคิดเพื่อหาวิธีแก้ปัญหา หาทางที่ดีที่สุดในการตอบโจทย์งาน เป็นภาวะที่กระตุ้นให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ มักจะเกิดขึ้นได้ในหลายรูปแบบ ตั้งแต่การสนทนาพูดคุยสัพเพเหระกับเพื่อนร่วมงาน การขยับเขยื้อนเคลื่อนไหวเปลี่ยนอิริยาบถ การพบปะพูดคุยกันของคนในองค์กรยามเช้าก่อนเข้าทำงาน การประชุมวางแผนงานแบบระยะสั้นสบาย ๆ ที่ไม่เป็นทางการ เพื่ออัพเดตข่าวสารหรือสถานการณ์

ในชีวิตประจำวัน หรือแม้กระทั่งการถูกกล่อมเกลาด้วยบรรยากาศรอบข้าง ก็ล้วนแล้วแต่เป็นกิจกรรมที่ก่อให้เกิดสภาวะกระตุ้น อีกทั้งยังเสริมสร้างความสามัคคีและก่อให้เกิดการทำงานเป็นทีมอันจะส่งผลให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นอีกด้วย

2) Focus คือ ภาวะการทำงานที่มีการครุ่นคิด ไตร่ตรอง จดจ่อมุ่งความสนใจกับงานหรือการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ โดยเฉพาะ เป็นภาวะซึ่งปราศจากการรบกวนหรือการขัดสมาธิในการทำงาน ได้แก่ ห้องทำงานส่วนตัว หรือการมีที่กั้นสายตาระหว่างโต๊ะทำงาน ฯลฯ เพราะในแต่ละวันของการทำงานหรือแม้แต่ในชีวิตประจำวัน เราหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่จะต้องรับมือกับปัญหาต่าง ๆ ที่ผ่านเข้ามามากมาย สิ่งหนึ่งที่จะเอื้ออำนวยให้การแก้ไขปัญหาเหล่านั้นลุล่วงไปได้ด้วยดีนั้น ล้วนเริ่มต้นจากการมีสมาธิ การที่เราได้คิดได้จดจ่อกับการแก้ปัญหา ดังนั้นหากเรามีพื้นที่เพื่อตอบสนองการทำงานที่ก่อให้เกิดสภาวะจดจ่อแล้ว ไม่ว่าปัญหาจะมาในรูปแบบใด เราก็พร้อมที่จะรับมือกับมันและวางแผนแก้ไขมันได้อย่างมีประสิทธิภาพที่สุด

3) Collaboration คือ ภาวะการทำงานที่ต้องทำงานร่วมกับผู้อื่นหรือการทำงานเป็นทีม เพื่อสร้างสรรค์งานให้สำเร็จบรรลุเป้าหมายงานร่วมกัน สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อนร่วมงาน มีทั้งรูปแบบการจัดมุมเพื่อเปิดโอกาสให้ขีดเขียน สภาวะร่วมมือนี้มีประโยชน์ 3 ประการ คือ

(1) ส่งเสริมความเป็น Teamwork ในการ Collaboration คือการทำงานร่วมกัน ไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบที่เป็นทางการหรือไม่เป็นทางการก็ตาม สิ่งที่ได้รับนอกเหนือจากการทำงานที่มีประสิทธิภาพแล้ว การสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงานกันก็มีโอกาสเกิดขึ้นด้วย ซึ่งจะส่งผลให้ทีมงานเกิดความสามัคคี เปิดใจรับฟังความคิดเห็นซึ่งกันและกันมากยิ่งขึ้น ทำให้บรรยากาศของการทำงานร่วมกันราบรื่นยิ่งขึ้น

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

(2) เกิดการสื่อสารร่วมกัน หรือ Communication การนำเสนอข้อมูลหรือแบ่งปันเรื่องราวให้บุคคลหลากหลาย นับเป็นการฝึกการเรียบเรียงและสื่อสารข้อมูลได้อย่างดี เพราะการจัดการกับข้อมูลที่ดีไม่ได้เป็นเพียงแค่ลงมือเรียบเรียงคำพูดหรือตัวอักษร ถ้าหากขาดการสื่อสารหรือพูดคุย แบ่งปันความคิดร่วมกัน ผลลัพธ์งานที่ออกมาอาจไม่สมบูรณ์แบบอย่างที่ต้องการก็เป็นได้

(3) Innovation นวัตกรรมที่เกิดจากการต่อยอดความคิดร่วมกัน บางครั้งนวัตกรรมไม่สามารถเกิดขึ้นได้เพียงลำพัง เพราะการได้มาซึ่งผลงานที่มีประสิทธิภาพนั้น บ่อยครั้งเกิดขึ้นจากการทำงานเป็นทีมการได้แบ่งปันความรู้และไอเดียร่วมกันกับผู้อื่น ก่อให้เกิดการต่อยอดทางความคิด พัฒนาเป็นแนวทางแก้ปัญหาหรือจุดเริ่มต้นในสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ ๆ ที่คาดไม่ถึง

ขึ้นมาได้ จะเห็นว่าองค์กรระดับโลกที่สร้างสรรค์นวัตกรรมนั้น โดยมากมักให้ความสำคัญของการร่วมกันทำงานเป็นทีมทั้งสิ้น

จากประโยชน์ทั้ง 3 ประการที่กล่าวมา ทำให้เห็นว่าการ Collaboration นั้นส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานและให้ผลลัพธ์ที่ดีต่อตัวงาน หากแต่สามารถพัฒนาศักยภาพให้กับคนทำงานและสร้างปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ร่วมงานอื่น ๆ ได้เช่นเดียวกัน

(4) Play คือ ภาวะที่เอื้อให้เกิดการผ่อนคลายจากการทำงาน เกิดความคิดสร้างสรรค์ เช่น พื้นที่โล่งสำหรับทำกิจกรรมร่วมกัน จนไปถึงพื้นที่ออกกำลังกาย หรืออุปกรณ์เกม ฯลฯ ตัวอย่างการออกแบบสำนักงานระดับโลก อาทิเช่น บริษัท Lego ผู้ออกแบบและผลิตของเล่นตัวต่อที่มีชื่อเสียงระดับโลกจากเดนมาร์ก ได้ออกแบบสำนักงานใหญ่ในเมืองบิลลุนด์ ประเทศเดนมาร์กที่ตกแต่งบรรยากาศด้วยตุ๊กตาตัวต่อ Lego ทั้งบริเวณพื้นที่ทำงานและบริเวณโดยรอบ รวมไปถึงการใช้ต้นไม้มาช่วยสร้างความผ่อนคลาย และที่น่าสนใจคือการออกแบบให้มีท่อขนาดใหญ่ที่เป็นที่เล่นลื่นไถลที่เราเล่นกันสมัยเด็ก ๆ ติดตั้งบริเวณพื้นที่ทำงานให้พนักงานสามารถลื่นไถลจากชั้น 2 ลงมาชั้น 1 เพื่อสร้างความรู้สึกแปลกใหม่และลดความจำเจน่าเบื่อในวันทำงานได้

นอกจากที่กล่าวมา ยังมีอีกหลายองค์กรที่สร้างพื้นที่สำหรับสภาวะเล่นสนุกได้อย่างน่าสนใจ ซึ่งสามารถทำได้หลากหลายรูปแบบ เริ่มตั้งแต่พื้นที่โล่ง ๆ ให้สามารถจัดกิจกรรมร่วมกัน ไปจนถึงออกแบบให้มีอุปกรณ์หรือเครื่องเล่นให้พนักงานเข้ามาเล่นและใช้งาน เสมือนดั่งให้หลุดออกจากพื้นที่ทำงานโดยสิ้นเชิง เพราะสภาวะเล่นสนุกนั้นเป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยสร้างบรรยากาศการทำงานให้ผ่อนคลาย และในขณะเดียวกันก็สามารถช่วยสร้างสภาพจิตใจผู้ร่วมทำงานให้มีความสุขมากยิ่งขึ้น เพราะได้พักผ่อนจากความตึงเครียด ลดความจริงจังจากการทำงาน และช่วยสร้างสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อนร่วมงานอื่น ๆ จากการทำกิจกรรมร่วมกันได้อีกด้วย

(5) Learn คือ ภาวะที่เกิดการเรียนรู้ การตกผลึกทางความคิดหลังจากการปฏิบัติงาน หรือภาวะที่เกิดการถ่ายทอดความรู้จากผู้มีประสบการณ์ สามารถสร้างได้ด้วยรูปแบบของกิจกรรมต่าง ๆ อาทิเช่น การสะท้อนทางความคิด (Reflect) การค้นคว้า (Search) การสอบถาม (Ask) การให้คำปรึกษา (Mentoring) การสอน (Teaching) และการฝึกอบรม (Training) พื้นที่สำหรับกิจกรรมในสภาวะนี้ ควรมีลักษณะเป็นพื้นที่เฉพาะหรือแยกออกจากพื้นที่ภายนอก เพราะเป็นกิจกรรมที่ต้องใช้สมาธิและความตั้งใจ ซึ่งสภาวะนี้สามารถเกิดขึ้นได้กับคนคนเดียวไปถึงกลุ่มขนาดใหญ่ สามารถสร้างขึ้นได้ในรูปแบบของห้องสมุด ที่รวบรวมหนังสือที่ให้ความรู้ในการทำงานหรือ

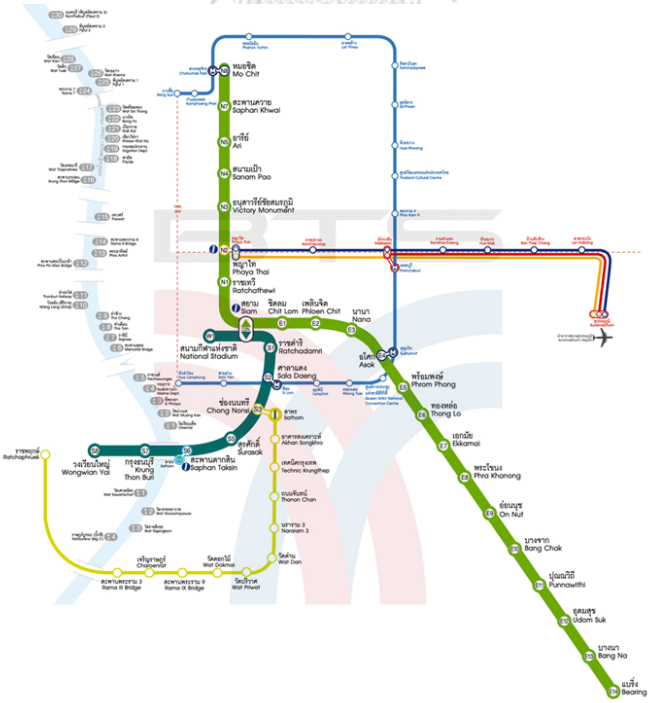
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

เอกสารงานต่าง ๆ มีโต๊ะเก้าอี้ขนาดพอเหมาะเพื่อการนั่งทำงานในระยะสั้น หรือแม้แต่ห้องอบรมสัมมนาที่เหมาะกับการเรียนการสอนสำหรับพนักงานจำนวนมาก

สิ่งที่เป็นหัวใจหลักของภาวะการเรียนรู้ คือ การเรียนรู้และทบทวน เพราะการทำงานที่ดีนั้น ไม่ได้ต้องการเพียงแค่ผลลัพธ์ของงาน แต่เราต้องการเรียนรู้การทำงาน เพื่อนำประสบการณ์ และบทเรียนในการทำงานที่ดีมาช่วยลดการเกิดข้อผิดพลาดในอนาคต

4.3 สำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co-Working Space) ในขอบเขตโครงการ

ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตพื้นที่ของงานวิจัยนี้ จะเน้นศึกษาพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปันในพื้นที่กรุงเทพมหานคร พื้นที่วิจัยคือ สำนักงานร่วมแบ่งปันที่มีที่ตั้งใกล้กับสถานีรถไฟฟ้า BTS (สายสุขุมวิทและสายสีลม) และมีจุดตัดกับสถานีรถไฟฟ้าใต้ดิน MRT ในกรุงเทพมหานคร เนื่องจากกลุ่มเจเนอเรชั่นวายให้ความสำคัญกับเรื่องความยืดหยุ่นในพื้นที่การทำงาน และทำเลที่ตั้งที่เดินทางสะดวก (รัฐพล พุกเจริญ, 2558) และ ผู้ใช้บริการสำนักงานร่วมแบ่งปันให้ความสำคัญมากที่สุดในการเลือกเข้าใช้บริการ คือ เรื่องความสะดวกในการเดินทาง เช่น ใกล้รถไฟฟ้า รถไฟฟ้าใต้ดิน หรือใกล้เคียงที่อยู่ (สมพิศ รุจิบรรจงกุล, 2560)



ภาพที่ 2.24 สถานีรถไฟฟ้า BTS และจุดตัดกับสถานีรถไฟฟ้าใต้ดิน MRT (สายสุขุมวิทและสายสีลม)
ที่มา : https://www.bts.co.th/library/system-structuer.html

ผู้วิจัยได้สืบค้นสำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co-Working Space) ในขอบเขตของโครงการ รวม 12 ที่ จากจุดตัดของพื้นที่ขนส่ง Bts(สายสุขุมวิทและสีลม) กับ Mrt โดยใช้เกณฑ์คัดเลือก จากพื้นที่ตั้ง กลุ่มผู้ใช้งานหลักเป็นกลุ่มเจเนอเรชั่นวายและมีการเปิดให้บริการสม่ำเสมอ ได้แก่

จุดตัดจุดที่ 1 Bts สถานีหมอชิต กับ Mrt สถานีสวนจัตุจักร : INN office และ The Cent

จุดตัดจุดที่ 2 Bts สถานีอโศก กับ Mrt สถานีสุขุมวิท : Regus และ The Hive Bkk

จุดตัดจุดที่ 3 Bts สถานีศาลาแดง กับ Mrt สถานีสีลม : Launchpad และ Justco

และ **จุดที่ 4** จุดตัดเชื่อมต่อระหว่าง Bts สายสุขุมวิท กับสายสีลม : Space@Siam, Getaway, Klique Desk และ The Great rooom

ภาพที่ 2.25 สำนักงานร่วมแบ่งปันในขอบเขตของโครงการ

ที่มา : ผู้วิจัย

4.3.1 ข้อมูลทางกายภาพสำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co-Working Space)

1) สำนักงานร่วมแบ่งปัน : INN Office

ภาพที่ 2.26 สำนักงานร่วมแบ่งปัน INN Office

ที่มา : https://www.thaihometown.com/office/2632705

ตารางที่ 2.3 แสดงข้อมูลทั่วไปของ สำนักงานร่วมแบ่งปัน INN Office

ข้อมูล	รายละเอียด
1) ที่ตั้ง	ถนนพหลโยธิน เขตพญาไท
2) Bts/Mrt	Bts สถานีหมอชิต กับ Mrt สถานีสวนจัตุจักร
3) เวลาเปิดให้บริการ	10.00 น. – 24.00 น.
4) พื้นที่ให้บริการ	- พื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co-Working Space) - ห้องประชุม (Meeting room) - พื้นที่พักผ่อน (Living room) - ห้องสำนักงานส่วนตัว (Private office) - ส่วนต้อนรับ (Reception)
5) ค่าบริการ	สำนักงานร่วมแบ่งปัน - 280 บาท / วัน - 4,500 ต่อเดือน
	-ห้องประชุม 300 บาท/ชม.
	-ห้องทำงาน 10,900 บาท/เดือน
6) สไตล์การตกแต่งภายใน	มินิมอล (Minimal Style)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

2) สำนักงานร่วมแบ่งปัน : The Cent

ภาพที่ 2.27 สำนักงานร่วมแบ่งปัน The Cent

ที่มา : https://www.eventbanana.com/Seeker/VenueDetail/571/the-cent-coworking-space#lg=1&slide=0

ตารางที่ 2.4 แสดงข้อมูลทั่วไปของ สำนักงานร่วมแบ่งปัน The Cent

ข้อมูล	รายละเอียด
1) ที่ตั้ง	ถนนพหลโยธิน เขตพญาไท
2) Bts/Mrt	Bts สถานีหมอชิต กับ Mrt สถานีสวนจัตุจักร
3) เวลาเปิดให้บริการ	09.00 น. – 20.00 น.
4) พื้นที่ให้บริการ	- พื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co-Working Space) - ห้องประชุม (Meeting room) - พื้นที่พักผ่อน (Living room) - พื้นที่สำหรับเตรียมอาหาร (Pantry) - ส่วนต้อนรับ (Reception)
5) ค่าบริการ	พื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน - 220 บาท / วัน - 4,700 บาท / เดือน
	-ห้องประชุม 600 บาท/ชม.
	-ห้องทำงาน 4,000 บาท/เดือน
6) สไตล์การตกแต่งภายใน	มินิมอล (Minimal Style)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

3) สำนักงานร่วมแบ่งปัน : Regus Interchange 21

ภาพที่ 2.28 สำนักงานร่วมแบ่งปัน Regus Interchange 21

ที่มา : https://flyspaces.com/bangkok/regus-bangkok-interchange-21/1877

ตารางที่ 2.5 แสดงข้อมูลทั่วไปของ สำนักงานร่วมแบ่งปัน Regus

ข้อมูล	รายละเอียด
1) ที่ตั้ง	ถนนสุขุมวิท เขตคลองเตยเหนือ
2) Bts/Mrt	สถานีอโศก กับ Mrt สถานีสุขุมวิท
3) เวลาเปิดให้บริการ	24 ชั่วโมง
4) พื้นที่ให้บริการ	- พื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co-Working Space) - ห้องประชุม (Meeting room) - พื้นที่พักผ่อน (Living room) - พื้นที่สำหรับเตรียมอาหาร (Pantry) - ส่วนต้อนรับ (Reception)
5) ค่าบริการ	- พื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน 2,400 บาท / เดือน
	- ห้องประชุม 450 บาท/ชม.
	- ห้องทำงาน 6,590 บาท/เดือน
6) สไตล์การตกแต่งภายใน	สแกนดิเนเวียน (Scandinavian Style)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

4) สำนักงานร่วมแบ่งปัน : The Hive Bkk

ภาพที่ 2.29 สำนักงานร่วมแบ่งปัน The Hive Bkk

ที่มา : https://www.baanlaesuan.com/8369/design/lifestyle/the-hive-bangkok

ตารางที่ 2.6 แสดงข้อมูลทั่วไปของ สำนักงานร่วมแบ่งปัน The Hive Bkk

ข้อมูล	รายละเอียด
1) ที่ตั้ง	ถนนสุขุมวิท เขตคลองตันเหนือ
2) Bts/Mrt	สถานีอโศก กับ Mrt สถานีสุขุมวิท
3) เวลาเปิดให้บริการ	09.00 น. – 18.00 น.
4) พื้นที่ให้บริการ	- พื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co-Working Space) - ห้องประชุม (Meeting room) - ห้องสำนักงานส่วนตัว (Private office) - พื้นที่พักผ่อน (Living room) - คาเฟ่ (Cafe) - ห้องปริ้นเตอร์และห้องโทรศัพท์ (Printer & Telephone room) - ส่วนต้อนรับ (Reception)
5) ค่าบริการ	พื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน 350 บาท/วัน 5,000 บาท / เดือน
	- ห้องประชุม 500 บาท/ชม.
	-ห้องทำงาน 9,000 บาท/เดือน
6) สไตล์การตกแต่งภายใน	ล๊อฟ (Loft Style)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

5) สำนักงานร่วมแบ่งปัน : Launchpad

ภาพที่ 2.30 สำนักงานร่วมแบ่งปัน Launchpad

ที่มา : https://www.launchpad.co.th/servicedoffices?lightbox=image_16tf

ตารางที่ 2.7 แสดงข้อมูลทั่วไปของ สำนักงานร่วมแบ่งปัน Launchpad

ข้อมูล	รายละเอียด
1) ที่ตั้ง	ถนนสีลม เขตบางรัก
2) Bts/Mrt	Bts สถานีศาลาแดง กับ Mrt สถานีสีลม
3) เวลาเปิดให้บริการ	09.00 น. – 18.00 น.
4) พื้นที่ให้บริการ	- พื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co-Working Space) - ห้องประชุม (Meeting room) - พื้นที่พักผ่อน (Living room) - พื้นที่สำนักงานส่วนตัว (Private Office) - พื้นที่สำหรับเตรียมอาหาร (Pantry) - ส่วนต้อนรับ (Reception) - ห้องปริ้นเตอร์ (Printer room)
6) ค่าบริการ	พื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน - 350 บาท / วัน - 4,500 บาท / เดือน
	- ห้องประชุม 400 บาท/ชม.
	- ห้องทำงาน 10,000 บาท/เดือน
7) สไตล์การตกแต่งภายใน	มินิมอล (Minimal Style)

6) สำนักงานร่วมแบ่งปัน : JustCo

ภาพที่ 2.31 สำนักงานร่วมแบ่งปัน JustCo

ที่มา : https://www.justcoglobal.com/th/centre/aia-sathorn-tower/

ตารางที่ 2.8 แสดงข้อมูลทั่วไปของ สำนักงานร่วมแบ่งปัน JustCo

ข้อมูล	รายละเอียด
1) ที่ตั้ง	ถนนสาทรใต้ เขตบางรัก
2) Bts/Mrt	Bts สถานีศาลาแดง กับ Mrt สถานีสีลม
3) เวลาเปิดให้บริการ	24 ชั่วโมง
4) พื้นที่ให้บริการ	- พื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co-Working Space) - ห้องประชุม (Meeting room) - พื้นที่พักผ่อน (Living room) - พื้นที่สำนักงานส่วนตัว (Private Office) - พื้นที่สำหรับเตรียมอาหาร (Pantry) - ส่วนต้อนรับ (Reception) - คาเฟ่ (Cafe) - ห้องสมุด (Library) - ห้องปริ้นเตอร์และห้องโทรศัพท์ (Printer & Telephone room)
6) ค่าบริการ	- สำนักงานร่วมแบ่งปัน 5,200 บาท/เดือน
	- ห้องประชุม 1,300 บาท/ชม.
	- ห้องทำงาน 8,400 บาท/เดือน
7) สไตล์การตกแต่งภายใน	คอนเท็มโพรารี (Contemporary Style)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

7) สำนักงานร่วมแบ่งปัน : Space@Siam

ภาพที่ 2.32 สำนักงานร่วมแบ่งปัน : Space@Siam

ที่มา : https://www.mangozero.com/review-co-working-space-getaway/

ตารางที่ 2.9 แสดงข้อมูลทั่วไปของ สำนักงานร่วมแบ่งปัน Space@Siam

ข้อมูล	รายละเอียด
1) ที่ตั้ง	ซอยสยามสแควร์2 เขตปทุมวัน
2) Bts/Mrt	Bts สยาม
3) เวลาเปิดให้บริการ	08.00 น. – 22.00 น.
4) พื้นที่ให้บริการ	- พื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co-Working Space) - ห้องประชุม (Meeting room) - ส่วนต้อนรับ (Reception) - คาเฟ่ (Cafe)
6) ค่าบริการ	พื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน - 330 บาท/วัน
	- ห้องประชุม 400 บาท/ชม.
	- ห้องทำงาน 2,700 บาท/เดือน
7) สไตล์การตกแต่งภายใน	สแกนดิเนเวียน (Scandinavian Style)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

8) สำนักงานร่วมแบ่งปัน : Getaway

ภาพที่ 2.33 สำนักงานร่วมแบ่งปัน : Getaway

ที่มา : https://www.mangozero.com/review-co-working-space-getaway/

ตารางที่ 2.10 แสดงข้อมูลทั่วไปของ สำนักงานร่วมแบ่งปัน Getaway

ข้อมูล	รายละเอียด
1) ที่ตั้ง	ซอยสยามสแควร์ 8 เขตปทุมวัน
2) Bts/Mrt	Bts สยาม
3) เวลาเปิดให้บริการ	08.00 น. – 22.00 น.
4) พื้นที่ให้บริการ	- พื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co-Working Space) - ห้องประชุม (Meeting room) - ส่วนพักผ่อน (Living Area) - ส่วนต้อนรับ (Reception)
6) ค่าบริการ	- พื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน - 40 บาท/ชม. - 200 บาท/วัน
	- ห้องประชุม 400 บาท/ชม.
7) สไตล์การตกแต่งภายใน	สแกนดิเนเวียน (Scandinavian Style)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

9) สำนักงานร่วมแบ่งปัน : The Great room

ภาพที่ 2.34 สำนักงานร่วมแบ่งปัน : The Great room

ที่มา : https://thegreatroom.co/coworking-spaces-bangkok/gaysorn-tower/

ตารางที่ 2.11 แสดงข้อมูลทั่วไปของ สำนักงานร่วมแบ่งปัน The Great room

ข้อมูล	รายละเอียด
1) ที่ตั้ง	ซอยสยามสแควร์2 เขตปทุมวัน
2) Bts/Mrt	Bts ชิดลม
3) เวลาเปิดให้บริการ	09.00 น. – 18.00 น.
4) พื้นที่ให้บริการ	- พื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co-Working Space) - ห้องประชุม (Meeting room) - พื้นที่พักผ่อน (Living room) - พื้นที่สำนักงานส่วนตัว (Private Office) - พื้นที่สำหรับเตรียมอาหาร (Pantry) - ส่วนต้อนรับ (Reception) - คาเฟ่ (Cafe) - ห้องสมุด (Library) - ห้องปริ้นเตอร์และห้องโทรศัพท์ (Printer & Telephone room)
6) ค่าบริการ	- พื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน 950 บาท/วัน
	- ห้องประชุม 280 บาท/ชม.
	- ห้องสำนักงานส่วนตัว 24,000 บาท/เดือน
7) สไตล์การตกแต่งภายใน	โอเรียนทอล(Oriental Style)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

10) สำนักงานร่วมแบ่งปัน : Klique Desk

ภาพที่ 2.35 สำนักงานร่วมแบ่งปัน : Klique Desk

ที่มา : https://www.mangozero.com/review-co-working-space-getaway/

ตารางที่ 2.12แสดงข้อมูลทั่วไปของ สำนักงานร่วมแบ่งปัน Klique Desk

ข้อมูล	รายละเอียด
1) ที่ตั้ง	ซอยจุฬา 9 เขตปทุมวัน
2) Bts/Mrt	Bts สยาม และ Mrt สามย่าน
3) เวลาเปิดให้บริการ	09.00 น. – 24.00 น.
4) พื้นที่ให้บริการ	- พื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co-Working Space) - ห้องประชุม (Meeting room) - พื้นที่สำหรับเตรียมอาหาร (Pantry) - พื้นที่กิจกรรมอเนกประสงค์ (Event Space) - ส่วนต้อนรับ (Reception)
6) ค่าบริการ	- พื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน 200 บาท/วัน
	- ห้องประชุม 350 บาท/ชม.
7) สไตล์การตกแต่งภายใน	คอนเท็มโพรารี (Contemporary Style)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

จากการศึกษาข้อมูลทางกายภาพของสำนักงานร่วมแบ่งปัน(Co-Working Space) ทั้ง 10 แหล่ง สรุปได้ว่า แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ตามขนาดของสำนักงาน

1. กลุ่มขนาดเล็ก : ขนาดประมาณ 800 – 1,000 ตรม.

ประกอบด้วยส่วน พื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co-Working Space) ห้องประชุม (Meeting room) ส่วนพักผ่อน (Living Area) ส่วนต้อนรับ (Reception)

2. กลุ่มขนาดกลาง : ขนาดประมาณ 1,200 – 1,8000 ตรม.

ประกอบด้วยส่วน พื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co-Working Space) ห้องประชุม (Meeting room) พื้นที่พักผ่อน (Living room) พื้นที่สำนักงานส่วนตัว (Private Office) พื้นที่สำหรับเตรียมอาหาร (Pantry) คาเฟ่ (Café) ส่วนต้อนรับ (Reception)

3. กลุ่มขนาดใหญ่ : ขนาด 2,000 ตรม.ขึ้นไป

ประกอบด้วยห้อง พื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co-Working Space) ห้องประชุม (Meeting room) พื้นที่พักผ่อน (Living room) พื้นที่สำนักงานส่วนตัว (Private Office) พื้นที่สำหรับเตรียมอาหาร (Pantry) ส่วนต้อนรับ (Reception) คาเฟ่ (Café) ห้องสมุด (Library) ห้องปริ้นเตอร์และห้องโทรศัพท์ (Printer & Telephone room)

ส่วนที่ 5 การวางตำแหน่งของแบรนด์ (Brand Positioning)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

5.1 บุคลิกภาพของแบรนด์ (Brand Personality)

Aaker (1997) กล่าวว่า บุคลิกภาพของแบรนด์ หรือบุคลิกภาพตราสินค้า คือ กลุ่มลักษณะเฉพาะทางบุคลิกภาพของมนุษย์ที่เชื่อมโยงกับตราสินค้า ซึ่งจะรวมถึงลักษณะทางประชากรทั่วไปตลอดจนบุคลิก และอุปนิสัย ดังนั้นบุคลิกภาพจึงเป็นสิ่งที่บ่งบอกลักษณะที่เด่นชัด และถาวรของตราสินค้า

ชวนะ ภวกานันท์ (2547) กล่าวว่า บุคลิกภาพตราสินค้าว่า คือกลุ่มของบุคลิกลักษณะเฉพาะของมนุษย์ที่สัมพันธ์กับตราสินค้า โดยธรรมชาติของผู้บริโภคจะเปรียบเทียบตราสินค้ากับบุคลิกลักษณะของมนุษย์ ยกตัวอย่างเช่น Marlboro ให้ภาพลักษณ์ของลักษณะที่แข็งแรง และชอบเข้าสังคมขณะที่ Chanel ถูกมองว่าเป็นความมีประสบการณ์ รอบรู้ และมีเสน่ห์ที่ดึงดูดใจ เป็นต้น โดยการใช้ตราสินค้าเหล่านี้ ผู้บริโภคจะแสดงถึงบุคลิกลักษณะเฉพาะที่แน่นอนของตนเองไปสู่บุคคล

อื่น และตัวของผู้บริโภคเองก็ได้รับการยอมรับทางสังคม ดังนั้น จึงยังคงรักษา และพัฒนาเอกลักษณ์ของตนต่อไป ผลประโยชน์เช่นนี้ เรียกว่า การเพิ่มคุณค่า (Added values) บุคลิกภาพตราสินค้าจึงเป็นเครื่องมือที่สำคัญของการจำแนกความแตกต่าง และการพัฒนาความเสมอภาคกันของตราสินค้าในระยะยาว

ปิยนันท์ สวัสดิ์ศฤงฆาร (2555) กล่าวว่า Brand Personality คือ เป็นชุดของบุคลิกภาพบุคคลที่ร่วมอยู่ในตราสินค้า ลูกค้ามักจะเอาตราสินค้าไปเป็นตัวอธิบายบุคลิกภาพของบุคคล ตราสินค้าดังๆ มักจะแทนภาพของผู้ประสบชัยชนะในเวทีการค้า บุคลิกภาพที่แฝงอยู่ในโคคาโคล่า คือความเยือกเย็น ความเป็นอเมริกัน ความเป็นของแท้ บุคลิกภาพนี้เองที่เป็นตราสินค้าซึ่งทำให้โคคาโคล่าต่างไปจากคู่แข่ง ตราสินค้าที่สามารถแสดงบุคลิกภาพอันเป็นที่ชื่นชอบยอมรับของลูกค้าได้มากเท่าไร ตราสินค้านั้นก็จะยิ่งมีความโดดเด่นเสมือนเป็นภาพตัวแทนความชื่นชอบของลูกค้าได้มากเท่านั้น ในการโฆษณาสินค้า ผู้โฆษณาจะผูกโยงบุคลิกภาพที่ต้องการสร้างให้เป็นตัวแทนของสินค้าเข้าไว้ในการโฆษณา เช่น บุหรี่ Marlboro จะสร้างตราสินค้าด้วยภาพคาวบอยที่เสร็จจากงานผ่อนอารมณ์คลายเครียดด้วยการสูบบุหรี่ เป็นภาพตัวแทนของความเป็นชาย ในขณะที่ Virginia Slim เป็นตราสินค้าของสุภาพสตรีที่มีรสนิยม Chevrolet สร้างตราสินค้าด้วยภาพความสมบุกสมบันโดยมีการตระเวนทั่วอเมริกาประหนึ่งการตอกย้ำว่านี่คือพื้นที่การขายของเขา ใครอย่ามายุ่ง Red Bull แสดงภาพตราสินค้าด้วยความว่องไว ปราดเปรียว แข็งแกร่ง

ชุติกาญจน์ ศรีวิบูลย์ และคณะ (2554) กล่าวว่า บทบาทของบุคลิกภาพตราสินค้ามีความสำคัญมากในการบริหารตราสินค้า อีกทั้งเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้บริโภคเข้าใจในตราสินค้ามากขึ้นอีกด้วย บุคลิกภาพตราสินค้าจะแสดงถึงคุณลักษณะ และประโยชน์ของสินค้า อีกทั้งยังเป็นสิ่งที่ช่วยสนับสนุนให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกว่าสินค้านั้น ๆ เป็นสินค้าสำหรับตนเองไปจนถึงตราสินค้านั้น ๆ กลายเป็นส่วนหนึ่งของตัวตนของผู้บริโภค โดยผู้บริโภคจะทำการประเมินค่าเอกลักษณ์ของตนเองโดยผ่านทางบุคลิกภาพที่ตราสินค้านั้นกำหนดไว้ ดังนั้นถ้านักการตลาดสามารถสร้างบุคลิกภาพให้ความสอดคล้องกับตราสินค้าได้ ตราสินค้านั้น ๆ จำเป็นต้องมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นเฉพาะตัว และคู่แข่งยากที่จะเลียนแบบบุคลิกภาพตราสินค้านี้ได้การสร้างบุคลิกภาพตราสินค้า ประกอบไปด้วย

1. วิเคราะห์บุคลิกภาพตราสินค้าของคู่แข่ง และให้บุคลิกภาพตราสินค้านั้นมีความแตกต่างจากคู่แข่ง

2. ทำการกำหนดกลุ่ม และเป้าหมายให้มีความชัดเจน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

3. ศึกษาพิจารณาความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

4. สร้างแนวทางโครงร่างทางบุคลิกภาพของผู้บริโภค และกำหนดบุคลิกภาพให้กับตราสินค้า โดยการกำหนดบุคลิกภาพตราสินค้าให้กับตราสินค้าจะทำเสมือนกับการกำหนดให้ตราสินค้าเป็นคนๆ หนึ่งจากนั้นจึงกำหนดรายละเอียดต่าง ๆ ให้แก่ตราสินค้า ซึ่งมีลักษณะเช่นเดียวกับรายละเอียดที่ใช้อธิบายคนๆ หนึ่งสาระสำคัญประกอบไปด้วยลักษณะทางกายภาพ ได้แก่ อาชีพ อายุ รายได้ เพศ สถานะทางสังคม สถานะครอบครัว และลักษณะทางจิตวิทยา ได้แก่ นิสัย ทัศนคติต่อสิ่งต่าง ๆ และพฤติกรรมการตอบสนองต่อสิ่งเร้า

นอกจากนี้บุคลิกภาพตราสินค้ายังหมายถึงลักษณะจุดเด่นของตราสินค้าที่บ่งบอกถึงลักษณะของมนุษย์เปรียบเสมือนตราสินค้านั้นเป็นมนุษย์เป็นสิ่งที่มีชีวิต และสร้างบุคลิกให้ออกมาในรูปแบบต่าง ๆ เช่น สนุกสนานร่าเริง นักผจญภัย ชอบความตื่นเต้นเร้าใจ ชอบเข้าสังคม เป็นต้น โดยการสร้างบุคลิกภาพตราสินค้านั้นจะทำให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้ และเข้าใจในตราสินค้านั้น ๆ เมื่อพูดถึงตราสินค้านั้น ๆ จะนึกถึงบุคลิกภาพของตราสินค้านั้นไปในแนวทางที่นักการตลาดสร้างขึ้น

Jennifer Aaker ได้ทำวิจัยไว้ตั้งแต่ปี ค.ศ.1997 เพื่อค้นหาว่าคุณสมบัติอะไรบ้างที่สามารถนำมาใช้อธิบายความเป็นตราสินค้า และคุณสมบัติที่ว่านั้นมีตัวชี้วัดอะไร ผลการวิจัยได้พบลักษณะ 5 ประการหรือ (5 Big Five Factor) พร้อมตัวชี้วัดจำนวนหนึ่งซึ่งสามารถใช้เป็นกรอบความคิดได้ดีพอสมควร คุณสมบัติ และตัวชี้วัดดังกล่าว ได้แก่ ความจริงใจ (Sincerity) ความกระตือรือร้น (Excitement) ความมีอำนาจ (Competence) ความหรูหรา (Sophistication) ความห้าวหาญ (Ruggedness)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

1. ความจริงใจ (Sincerity) หมายถึง การที่ตราสินค้ามีบุคลิกภาพสำคัญคือจริงใจต่อผู้บริโภค เช่นเดียวกับสมาชิกในครอบครัวมีความรู้สึกห่วงใยซึ่งกันและกัน นอกจากนี้ยังเป็นบุคลิกภาพของตราสินค้าที่แสดงถึงความจริงจัง ความร่าเริง ความซื่อสัตย์ หรือความปลอดภัย นั้นคือเป็นตราสินค้าที่ดูซื่อสัตย์เรียบง่าย ลักษณะบุคลิกภาพแบบจริงใจนั้นเหมาะกับสินค้าที่ผู้บริโภคมีความคุ้นเคย และใช้เป็นประจำในชีวิตประจำวันประกอบด้วยบุคลิกภาพติดดิน (Down-to-earth) รักครอบครัว (Family-oriented) ไม่ค่อยเปิดรับสิ่งใหม่ๆ (Small-town) ซื่อสัตย์ (Honest) จริงใจ (Sincere) เป็นในแบบที่ตนเองเป็น (Real) ดีงาม (Wholesome) เป็นต้นแบบ (Original) ร่าเริง (Cheerful) มีอารมณ์อ่อนไหว (Sentimental) และมีความเป็นมิตร (Friendly)

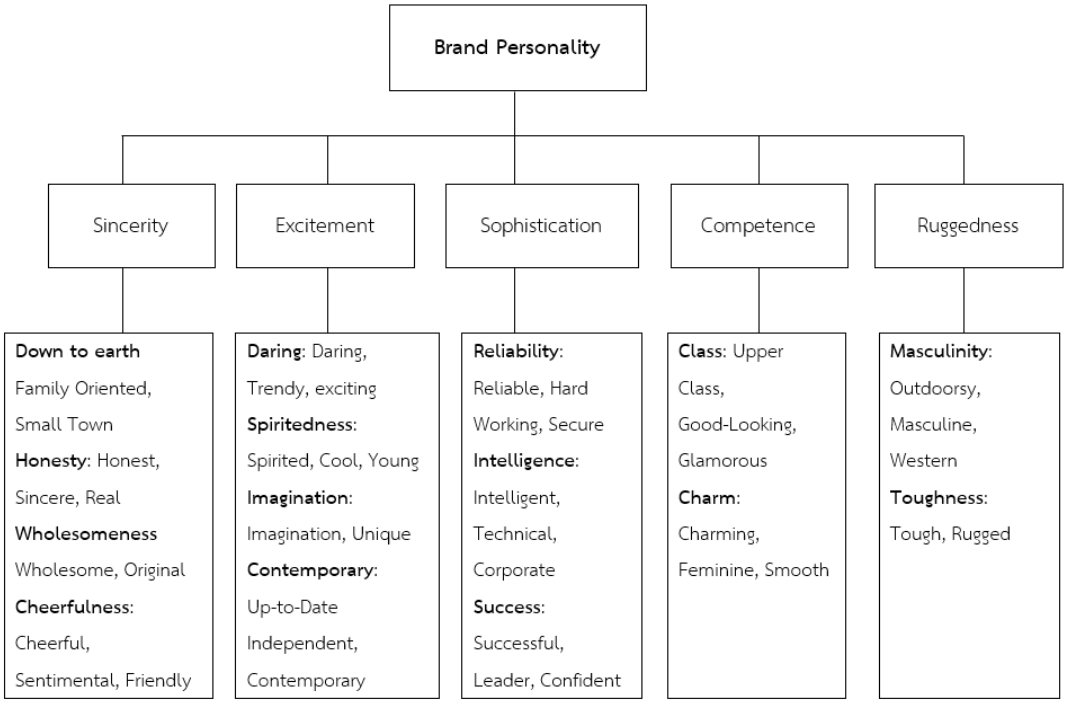
2. ความน่าตื่นเต้น (Excitement) หมายถึง การที่ตราสินค้ามีบุคลิกภาพที่เต็มไปด้วยพลังอยู่เสมอความรู้สึกที่ผู้บริโภคมีต่อตราสินค้านี้คือ ความทันสมัย ความร้อนแรง ความเป็นวัยรุ่น ความมุ่งมั่น ความกล้าหาญ การจิตนาการ การผจญภัย ความตื่นเต้น และความสนุกสนาน บุคลิกภาพแบบกระตือรือร้น ประกอบด้วยบุคลิกภาพกล้าท้าทาย (Daring) นำสมัย (Trendy) เป็นคนน่าตื่นเต้น (Exciting) มุ่งมั่น (Spirited) เท่ห์ (Cool) มีความเป็นหนุ่มสาว (Young) ช่างจินตนาการ (Imaginative) มีเอกลักษณ์ (Unique) ทันสมัย (Up-to-date) เป็นตัวของตัวเอง (Independent) และเป็นคนร่วมสมัย (Contemporary)

3. มีความสามารถ (Competence) หมายถึง การที่ตราสินค้ามีบุคลิกภาพแสดงถึงความน่าเชื่อถือไว้ใจได้ ความเป็นผู้นำ ความฉลาดมีไหวพริบดี ความสำเร็จ บุคลิกภาพแบบมีอำนาจเหมาะกับสินค้าที่ต้องแสดงออกถึงความน่าเชื่อถือ ประกอบด้วยบุคลิกภาพน่าเชื่อถือ (Reliable) ขยัน (Hard working) มีความมั่นคง (Secure) ฉลาด (Intelligent) มีความเชี่ยวชาญ (Technical) เห็นแก่หมู่คณะ (Corporate) ประสบความสำเร็จ (Successful) มีความเป็นผู้นำ (Leader) และมั่นใจในตนเอง (Confident)

4. ความโก้หรู (Sophistication) หมายถึง การที่ตราสินค้าแสดงออกถึงสถานะทางสังคม ดูเป็นผู้มีฐานะทางการเงิน สุขุม นุ่มลึก มีเสน่ห์ บุคลิกภาพหรูหราเหมาะกับสินค้าที่แสดงออกถึงสถานะทางสังคม ประกอบด้วยบุคลิกภาพ เป็นคนมีระดับ (Upper class) มีความหรูหรา (Glamorous) ดูดี (Good looking) มีเสน่ห์ (Charming) มีความเป็นผู้หญิง (Feminine) และเป็นคนเรียบง่าย (Smooth)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

5. ความเข้มแข็ง (Ruggedness) หมายถึง การที่ตราสินค้ามีบุคลิกธรรมดาเป็นไปตามธรรมชาติ มีลักษณะ แข็งแกร่ง อดทน คล่องแคล่ว มีเหตุผล บุคลิกภาพแบบห้าวหาญเหมาะกับสินค้าประเภท มอเตอร์ไซค์ กางเกงยีนส์ บุหรี่ ประกอบด้วยบุคลิกภาพ ชอบกิจกรรมนอกบ้าน (Outdoorsy) มีความเป็นชาย (Masculine) มีความเป็นตะวันตก (Western) หัวแข็ง (Tough) และห้าวหาญ (Rugged) (กุลนันทน์ ศรีพงษ์พันธุ์ และ ก่อพงษ์ พลโยราช, 2556)



แผนภาพที่ 2.1 แผนผังการจัดกลุ่มบุคลิกภาพตราสินค้า

ที่มา: Avis, M. (2015). Brand personality factor based models: A critical review. Australasian Marketing Journal, 89-96.

จากข้อมูลด้านบุคลิกภาพตราสินค้า (Brand Personality) เป็นส่วนที่ผู้ประกอบการหรือนักออกแบบสามารถหยิบยกไปใช้เป็นข้อแนะนำในการกำหนดบุคลิกลักษณะของแบรนด์ ซึ่งจะนำไปสู่สไตล์การออกแบบเรขศิลป์ที่เหมาะสม โดยผู้วิจัยจะนำเสนอการวิเคราะห์เชื่อมโยงสู่การออกแบบในบทที่ 4 เพื่อเป็นตัวอย่างการออกแบบเบื้องต้นต่อไป

ส่วนที่ 6 การออกแบบเรขศิลป์สิ่งแวดล้อม

6.1 การออกแบบเรขศิลป์สิ่งแวดล้อม

การออกแบบเรขศิลป์สิ่งแวดล้อม หรือ Environmental Graphic Design หรือ การออกแบบเรขศิลป์ในสภาพแวดล้อมต่าง ๆ หรือ การออกแบบกราฟิกเชิงประสบการณ์ (Experiential Graphic Design) เป็นอาชีพการออกแบบ ที่เกี่ยวข้องกับวงการออกแบบมากมาย รวมถึง กราฟิกดีไซน์ Graphic Design สถาปัตยกรรม Architecture การออกแบบทางอุตสาหกรรม Industrial

Design และภูมิสถาปัตยกรรม Landscape Design ผู้ประกอบการงานด้านนี้เกี่ยวข้องกับงานรูปลักษณ์ภายนอกของสถานที่ การบอกชี้นำทาง (Way finding) การสื่อสารความเป็นความเป็นลักษณะเฉพาะและตราสินค้า การออกแบบสารสนเทศ และการสร้างสำนึกในถิ่นที่ คำว่า เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม มีความหมายว่า กราฟิกดีไซน์ ซึ่งเป็นส่วนของการสร้างสภาวะแวดล้อมที่ถูกสร้างขึ้น Built Environment ซึ่งไม่ใช่สิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติ หรือ วิศวกรรมด้านสิ่งแวดล้อม เนื่องจากความสับสนระหว่างสองคำดังกล่าว สาขานี้จึงเป็นที่ทราบกันในปัจจุบันว่าเป็น การออกแบบเรขศิลป์เชิงประสบการณ์ หรือ การออกแบบเรขศิลป์ในสภาพแวดล้อมต่าง ๆ (Experiential Graphic Design)

ตัวอย่างของงานบางชิ้นที่ผลิตโดยนักออกแบบเรขศิลป์ในสภาพแวดล้อมต่าง ๆ รวมถึงการออกแบบและการวางแผนโปรแกรมเครื่องหมายสัญลักษณ์ การปรึกษาการออกแบบป้ายสัญลักษณ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ การออกแบบจัดแสดง และการสื่อความหมายสิ่งแวดล้อมสันทนาการ การออกแบบร้านค้าปลีก การออกแบบเพื่อสร้างความเข้าใจข้อมูลและแผนที่ เพื่อที่จะช่วยให้เกิดการจดจำ กล่าวถึง และระลึกถึงสภาพแวดล้อมของพื้นที่นั้น ๆ ได้

สาขานี้พัฒนามาจากจุดเริ่มต้นของงานทางด้านการออกแบบเครื่องหมาย ตราสัญลักษณ์ การสร้างแบรนด์และการออกแบบตราสินค้า และผู้ประกอบการงานนี้ต้องมีความคุ้นเคยกับการสื่อสาร และการออกแบบเชิงข้อมูล หรือด้านสารสนเทศ ตลอดจนวัสดุต่าง (ขั้นตอนกระบวนการและการสร้าง การประดิษฐ์ หรือการประกอบ นอกจากนี้รวมถึงการสร้างรหัส และข้อกำหนดมาตรฐานเฉพาะโครงการ นักออกแบบเรขศิลป์เพื่อสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ต้องได้รับการฝึกอบรมด้านการออกแบบอยู่เสมอ ๆ เช่น การออกแบบกราฟิก การออกแบบอุตสาหกรรม ด้านสถาปัตยกรรม หรือการออกแบบตกแต่งภายใน และฝึกหัดงานในสถานธุรกิจหรือองค์กรซึ่งมีการดำเนินงานในด้านนี้ ในปัจจุบันไม่มีการรับรองในวิชาชีพนี้ แต่มีสมาคมวิชาชีพสำหรับนักออกแบบในสาขานี้ที่เรียกว่า สมาคมเพื่อการออกแบบเรขศิลป์ในสภาพแวดล้อมต่าง ๆ หรือ Society for Experiential Graphic Design หรือ SEGD หรือ สมาคมเพื่อการออกแบบกราฟิกเชิงประสบการณ์

สมาคมการออกแบบกราฟิกสภาพแวดล้อม (SEGD: Society for Environmental Graphic Design) ได้กล่าวไว้ว่า การออกแบบกราฟิกสภาพแวดล้อมมีหน้าที่ในการชี้นำทาง สื่อสารอัตลักษณ์และข้อมูล รวมทั้งการสร้างรูปแบบและแนวความคิดให้กับสถานที่ ซึ่งตัวอย่างงานออกแบบที่มีการใช้กราฟิกสภาพแวดล้อมจะประกอบไปด้วย ระบบป้ายสัญลักษณ์ ป้ายหรือกราฟิกทางสถาปัตยกรรม

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

การออกแบบนิทรรศการ การออกแบบเอกลักษณ์องศ์กร การออกแบบภาพสัญลักษณ์ การออกแบบแผนผังหรือแผนที่ การออกแบบตกแต่งร้านค้า และการออกแบบสื่อแฝงในบรรยากาศ เป็นต้น

จากที่ได้กล่าวมาแล้วว่าการออกแบบกราฟิกสภาพแวดล้อมจะเกี่ยวข้องกับการพัฒนาระบบการสื่อสารข้อมูลด้วยกราฟิกสำหรับสถานที่ต่าง ๆ ในสภาพแวดล้อม ซึ่งจะมีวิธีการสื่อสารข้อมูลที่สลับซับซ้อนและรายละเอียดที่แตกต่างกัน โดย เวย์น ฮันท์ (Wayne Hunt) ได้แบ่งประเภทของการออกแบบกราฟิกสำหรับสภาพแวดล้อมไว้ 3 ประเภท (Hunt, 1994, p, 4) ซึ่งผู้วิจัยจะเน้นไปที่การออกแบบสื่อแฝงบรรยากาศหรือการสร้างเอกลักษณ์ให้กับพื้นที่ ที่เรียกว่า Placemaking เพราะ การรวมกันขององค์ประกอบของสิ่งก่อสร้าง บรรยากาศ และสภาพแวดล้อมหรือบริบทของสถานที่เหล่านี้ล้วนเป็นประเภทของงานออกแบบกราฟิกสภาพแวดล้อม ซึ่งเป็นตัวแทนของการสื่อสารเพื่อทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่โดดเด่นและง่ายต่อการจดจำ

6.2 การสร้างสรรค์สถานที่ (Placemaking)

6.2.1 องค์ประกอบของการสร้างสรรค์สถานที่ (Placemaking)

Project for Public Spaces (PPS) องค์กรสนับสนุนการสรรค์สร้างถิ่นที่ (Place) ได้กำหนดองค์ประกอบไว้ 4 ด้าน คือ

1) การเข้าถึงและเชื่อมโยง (Access & Linkages) พื้นที่ในเมืองต้องสะดวกที่จะเข้าถึง และสะดวกที่จะเดินทางผ่าน ทั้งในด้านการมองเห็นและการกระทำที่เกิดขึ้นจริง Place ที่ดีต้องได้รับการพัฒนาในด้านการเชื่อมโยงเดินทางระหว่างพื้นที่หนึ่งๆกับพื้นที่โดยรอบ

2) สภาวะน่าสบายและภาพลักษณ์ (Comfort & Image) พื้นที่เมืองสะท้อนถึงความน่าสบายในการใช้งานหรือไม่มีภาพลักษณ์ที่ดีหรือไม่ สภาวะน่าสบายและภาพลักษณ์ที่ดีรวมถึงการส่งเสริมการรับรู้พื้นที่ว่ามีความปลอดภัย สะอาด และมีที่ให้นั่งเล่น พูดคุย รวมกลุ่ม พบปะสังสรรค์ทางสังคม

3) การใช้งานและกิจกรรม (Uses & Activities) กิจกรรมของมนุษย์คือรากฐานการสร้าง Place ที่ดีในเมือง มันคือเหตุผลแรกเริ่มของผู้คนที่จะเข้าไปยังพื้นที่ จากไปแล้วยังหวนกลับมาอีกครั้งและอีกครั้ง สร้างความผูกพันระหว่างคนกับพื้นที่จนก่อเกิด Place ในเมือง

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

4) การสร้างสังคม (Sociability) หมายถึงการสร้างสำนึกต่อถิ่นที่ (Sense of Place) โดยส่งเสริมโอกาสให้ผู้คนพบปะเพื่อน พูดคุยหรือมองเห็นเพื่อนบ้านหรือผู้คนในละแวก มั่นใจและรู้สึกปลอดภัยที่จะอยู่ในพื้นที่สาธารณะร่วมกับคนอื่น หากสิ่งเหล่านี้มีขึ้นแล้ว ผู้คนจะผูกพันกับพื้นที่ สำนึกต่อถิ่นที่ก็จะเข็มแข็ง เมื่อผู้คนไม่ว่าจะคนในถิ่นหรือคนนอกถิ่นมีสำนึกความรู้สึกพิเศษต่อพื้นที่ ก็ย่อมแสดงพฤติกรรมและใช้งานพื้นที่อย่างเหมาะสมกับอัตลักษณ์ของพื้นที่และสังคมนั้น ๆ

จนัธ เที่ยงสุรินทร์ (2665) กล่าวว่า การออกแบบเรขศิลป์เพื่อช่วยสร้างสรรค์สถานที่ (Placemaking) คนทั่วไปมักนึกถึงงานออกแบบเรขศิลป์สิ่งแวดล้อม(Environmental Graphic Design) ซึ่งลักษณะเด่นคือการออกแบบป้ายบอกทาง (Wayfinding) แต่ป้ายบอกทาง ที่ได้รับความนิยมปัจจุบันจะเน้นพัฒนาลักษณะเป็น Passive มากกว่า Active เช่นการบอกโซนด้วยการเปลี่ยนลายกระเบื้องปูพื้นแทนการใช้ตัวหนังสือ การเปิดมุมมองให้เห็นลิฟต์แทนที่จะติดป้ายบอกทางไปลิฟต์

ธนกฤต วนะสุข (2563) กล่าวว่า หลักกการออกแบบเพื่อช่วยสร้างสรรค์สถานที่ (Placemaking) เป็นการนำเอาเรขศิลป์มาใช้สื่อสาร เพื่อช่วยในการนำทางหรือช่วยในการระบุตำแหน่งต่าง ๆในสถานที่นั้น ๆ โดยการออกแบบกราฟฟิกตามหลักการพิจารณาดังนี้

1. สร้างเอกลักษณ์ให้กับสถานที่นั้น ๆ การสร้างเอกลักษณ์ให้กับสถานที่นั้น ๆเป็นการสร้างความแตกต่างและภาพจำต่อผู้คนให้สามารถรับรู้และจดจำตำแหน่งต่าง ๆได้ ซึ่งมีความสำคัญมากในบริเวณทางแยก (Giannasca, 2014)

ภาพที่ 2.36 ตัวอย่างการออกแบบเอกลักษณ์ให้กับสถานที่

ที่มา : https://www.slideshare.net/FrostSydney/creating-impactful-spatial-experiences?from_action=save

2. การสร้างรูปแบบเส้นทางที่สามารถเข้าใจได้ง่าย การใช้กราฟฟิกในการสื่อสารบอกเส้นทางการเดิน หรือระบุตำแหน่งต่าง ๆนั้น ควรคำนึงถึงโครงสร้าง ตำแหน่ง ขนาดสัญลักษณ์และอักษรเป็นหลัก เพื่อสร้างความชัดเจนและไม่ก่อให้เกิดความสับสนต่อผู้ที่ใช้งาน โดยเฉพาะบริเวณทางแยกที่มักพบปัญหาสำหรับผู้ใช้งานเสมอ (Giannasca, 2014)

ภาพที่ 2.37 ตัวอย่างการออกแบบป้ายที่มีรูปแบบชัดเจนและเข้าใจได้ง่าย
ที่มา : https://www.slideshare.net/FrostSydney/creating-impactful-spatial-experiences?from_action=save

3. สร้างพื้นที่ให้มีบรรยากาศสื่อสารที่แตกต่างกัน การออกแบบเรขศิลป์แต่ละห้องควรให้มีบรรยากาศที่ส่งเสริมลักษณะการใช้สอย และพฤติกรรมของผู้เข้าใช้งานให้มากที่สุด ในแต่ละห้องในสำนักงานร่วมแบ่งปันมีการใช้งานที่แตกต่างกันออกไป ดังนั้นการต้องแต่งบรรยากาศให้มีความหลากหลายทางอารมณ์จะทำให้ห้องนั้น ๆมีบรรยากาศที่เหมาะสมและส่งเสริมการอยู่อาศัยได้ดียิ่งขึ้น (Giannasca, 2014)

CHULALONGKORN UNIVERSITY

ภาพที่ 2.38 ตัวอย่างการออกแบบบรรยากาศด้วยเรขศิลป์ที่มีอารมณ์แตกต่างกัน
ที่มา : https://www.slideshare.net/FrostSydney/creating-impactful-spatial-experiences?from_action=save

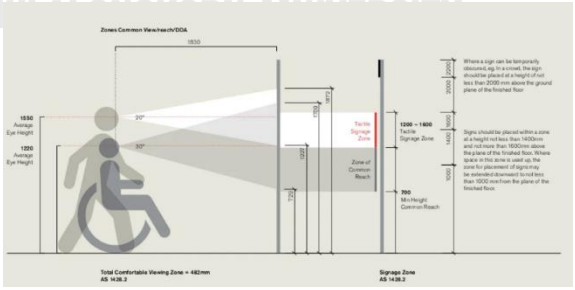
4. การใช้ภาษาสากลในระบบ การออกแบบป้ายบอกทางและสัญลักษณ์ต่าง ๆนั้น ควรคำนึงเสมือนว่าผู้ใช้งานมายังสถานที่นี้เป็นครั้งแรก เพราะฉะนั้นภาษาและสัญลักษณ์ที่ใช้ควรมีความเป็นสากล เพื่อง่ายต่อการเข้าใจของผู้ที่มางาน (Giannasca, 2014)

ภาพที่ 2.39 ตัวอย่างการออกแบบสัญลักษณ์ที่ถือเป็นภาษาสากล

ที่มา : https://www.slideshare.net/FrostSydney/creating-impactful-spatial-experiences?from_action=save

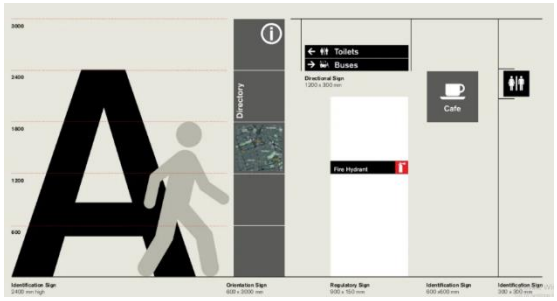
มาตรฐานการมองเห็น ตำแหน่งและขนาดของเรขศิลป์นั้นมีความสำคัญ ป้ายต่าง ๆควรอยู่ในระดับสายตา เพื่อสะดวกต่อการมองเห็น รวมถึงขนาดที่เหมาะสม หากขนาดใหญ่เกินไปจะเป็นการสร้างความอึดอัดหรือยัดเยียดข้อมูลให้ผู้ใช้งานมากเกินไปและหากขนาดเล็กไปจะเป็นการสร้างความลำบากต่อผู้ใช้งาน โดยปัจจุบันได้มีการกำหนดมาตรฐานต่าง ๆสำหรับกราฟฟิกสิ่งแวดล้อม ไว้ดังนี้ (Giannasca, 2014)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University



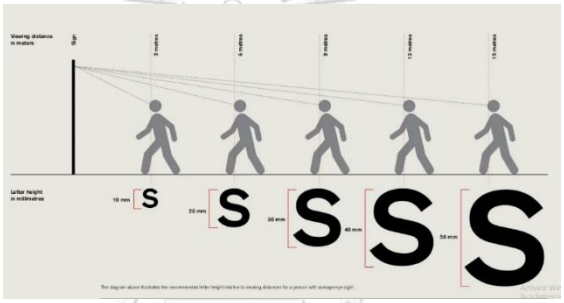
ภาพที่ 2.40 ภาพแสดงระดับสายตาในการมองเห็น

ที่มา : https://www.slideshare.net/FrostSydney/creating-impactful-spatial-experiences?from_action=save



ภาพที่ 2.41 ภาพแสดงระยะสายตาในการมองเห็น

ที่มา : https://www.slideshare.net/FrostSydney/creating-impactful-spatial-experiences?from_action=save



ภาพที่ 2.42 ภาพแสดงขนาดป้ายกราฟฟิกที่เหมาะสมภายในอาคาร

ที่มา : https://www.slideshare.net/FrostSydney/creating-impactful-spatial-experiences?from_action=save

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

6.3 องค์ประกอบทางการออกแบบเรขศิลป์

การออกแบบเรขศิลป์หรือการออกแบบกราฟิก มีนักวิชาการให้คำกำกับไว้หลายคำ เช่น การออกแบบเรขศิลป์ และการออกแบบกราฟิก หรือ การออกแบบกราฟิก ผู้วิจัยในฐานะผู้ทำการศึกษาในเรื่องนี้ และมีอาชีพทางด้าน Graphic Design ขอใช้คำว่า การออกแบบเรขศิลป์ และทับศัพท์จะเหมาะสมกว่า

Amy E. Arntson (2007) กล่าวถึง Graphic Design ว่า หมายถึง การแก้ปัญหาบนผิวแบนราบ พื้นผิว 2 มิติ วงการใหม่ของการออกแบบเว็บ (Web design) และมัลติมีเดีย (multimedia) ได้ขยายวงกว้างออกเป็น 3-D และ4-D บางครั้งนักออกแบบรุ่นใหม่พูดถึงพวกเขาเองว่าเป็น สถาปนิกด้านข้อมูล เกี่ยวกับในเรื่องความสำคัญของลำดับชั้นองค์กร ผู้ที่ทำงานด้านการออกแบบกำลังค้นหา

คำนิยายร่วมสมัยที่สะท้อนและช่วยทำให้ความสำคัญของแรงงานด้านนี้ชัดเจนขึ้น นักออกแบบจะคิดวางแผนและออกแบบที่สื่อสารข้อความเฉพาะกับผู้ชมที่เฉพาะเจาะจงภายใต้ข้อจำกัดที่กำหนดไว้คือทางด้านการเงิน ทางด้านกายภาพ หรือทางด้านจิตวิทยา

Robin Landa (Robin Landa, 2011) ให้ความหมายว่า Graphic Design คือ รูปแบบของการสื่อสารด้วยภาพที่ใช้ในการถ่ายทอดข้อความหรือข้อมูลข่าวสารแก่ผู้ชม เป็นการแสดงออกถึงความคิดที่อาศัยการสร้างสรรค์ การคัดเลือกและการจัดองค์ประกอบภาพ การออกแบบกราฟิกที่มีประสิทธิภาพช่วยทำให้ข้อความมีความหมายมากขึ้น ศาสตราจารย์ Alan Ronnins กล่าวว่า "การออกแบบกราฟิกจึงเป็นหนทางหนึ่งที่ความคิดสร้างสรรค์นำมาใช้บนความเป็นจริงเสมือน"

Paul Harris, Gavin Ambrose. (Paul Harris, 2009). อธิบายความหมายของ Graphic Design ว่าเป็นแขนงวิชาเกี่ยวกันทัศนศิลป์ (Visual arts Discipline) ที่รวบรวมเนื้อหาไว้หลาย ๆ ด้าน อาจจะได้แก่ แนวคิดเพื่อกำหนดทิศทางการออกแบบ (Art direction) การออกแบบตัวอักษรเพื่อการสื่อสาร (Typography) กระบวนการการจัดเตรียมเนื้อเรื่อง (Text) และกราฟิก (Graphic) บนหน้าเอกสาร (Page layout) เทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology) และด้านที่เกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์อื่น ๆ (Creative aspects) ความหลายหลายนี้หมายถึงว่ามีภูมิทัศน์ที่แยกออกเป็นส่วนย่อย ๆ สำหรับการทำออกแบบภายใต้ความเชี่ยวชาญและความสนใจเฉพาะเจาะจงของนักออกแบบ

Amy E. Arntson. (1998) กล่าวว่า การออกแบบกราฟิกคือการแก้ไขปัญหางาน 2 มิติ บนพื้นระนาบ โดยนักออกแบบได้ใช้ความคิดสร้างสรรค์การจัดการและการวางแผนตลอดจนการตัดสินใจในขั้นตอนสุดท้ายของงานออกแบบ เพื่อให้ได้งานออกแบบที่สามารถถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารจากผู้ส่งสารถึงผู้รับสารเฉพาะกลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

6.3.1 องค์ประกอบศิลป์ประกอบด้วยหน่วยย่อย ดังนี้

1) จุด (Dot)

จุดเป็นองค์ประกอบศิลป์เบื้องต้นที่สามารถสร้างเส้น รูปร่าง รูปทรง ลวดลาย พื้นผิว น้ำหนักอ่อนเข้ม การเคลื่อนไหวในการออกแบบได้ เช่น การจัดวางเรียงจุดขนาดและสีที่แตกต่างกันให้เกิดเป็นภาพที่มีมิติ ระยะใกล้ไกล ความวูบวาบตาและจังหวะที่สวยงาม

จุดสร้างการรับรู้และมีประโยชน์อย่างยิ่งในการออกแบบ เนื่องจากสามารถสร้างเป็นภาพ ลวดลาย ภาพกราฟิก หรือนำไปเป็นส่วนประดับในการออกแบบสิ่งพิมพ์ ดังนี้

1.1) จุดที่ใช้ในการออกแบบกราฟิก จุดสามารถนำไปออกแบบกราฟิก ลวดลาย ด้วยการสร้างขนาดที่แตกต่างกันเพื่อสร้างระยะใกล้ไกลและความหลากหลาย กำหนดกลุ่มสีให้กลมกลืนหรือสีขัดแย้งกันเพื่อสร้างการรับรู้ตามวัตถุประสงค์ การวางตำแหน่งของจุดแต่ละจุดให้เกิดลวดลายที่แปลกใหม่ ดังเช่น จุดที่ปรากฏในลวดลายเสือดาวสร้างแรงบันดาลใจในการจัดวางตำแหน่งจุดให้เป็นภาพกราฟิกได้เป็นอย่างดี

2) เส้น

เส้นใช้สร้างรูปร่าง รูปทรง ลวดลาย พื้นผิว น้ำหนักอ่อนแก่ แสงเงา ระยะใกล้ไกล พื้นที่ว่างและตัวอักษร การใช้เส้นในการออกแบบยังสามารถเลือกขนาดและลักษณะเส้นที่แตกต่างกันเพื่อใช้แสดงออกตามวัตถุประสงค์ของการออกแบบ

3) รูปร่างและรูปทรง (Shape and Form)

รูปร่างมี 2 มิติ คือ ความกว้างและความยาว มีลักษณะแบนราบ ในขณะที่รูปทรง มี 3 มิติ คือ ความกว้าง ความยาว และความลึก นักออกแบบนำรูปร่าง-รูปทรงจากธรรมชาติ เช่น ใบไม้ สัตว์ รูปร่าง-รูปทรงประดิษฐ์และรูปร่าง-รูปทรงเรขาคณิตมาออกแบบบรรจุภัณฑ์และป้ายเพื่อสื่อความหมายต่าง ๆ ได้

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

4) พื้นที่และปริมาตร (Space & Volume)

พื้นที่เป็นการบอกขนาดของเนื้อที่ มีมิติวัดเป็นความกว้างและความยาว มีหน่วยวัดเป็นตาราง เช่น กระดาษที่มีพื้นที่ 4 ตารางนิ้ว หมายถึงกระดาษมีความกว้าง 2 นิ้ว และความยาว 2 นิ้ว ในขณะที่ปริมาตรจะเป็นการบอกความจุ มีมิติวัดเป็นความกว้าง ความยาว และความลึก มีหน่วยวัดเป็นลูกบาศก์ เช่น กล่องที่มีปริมาตร 8 ลูกบาศก์นิ้ว หมายถึง กล่องมีขนาดกว้าง ยาวและลึก ด้านละ 2 นิ้ว

นอกจากนี้ยังมีสูตรการวัดปริมาตรของรูปทรงต่าง ๆ อีกมากมาย เช่น รูปทรงกระบอก รูปทรงกรวย รูปทรงกลม เป็นต้น

การออกแบบ 2 มิติ เช่น ภาพประกอบหรือสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ พื้นที่จะสื่อความหมายถึงบริเวณที่จัดวางรูปหรือตัวหนังสือลงในพื้นที่นั้น หากจัดองค์ประกอบแน่นเกินไปก็จะรู้สึกอึดอัดหรือจัดน้อยเกินไปก็จะรู้สึกว่าง เรียกว่ามีบริเวณว่าง (Space) หรือพื้นหลัง (Background) มากเกินไป หากเป็นงานประติมากรรม 3 มิติ บริเวณว่างจะสื่อถึงช่องว่างในงานประติมากรรม ในขณะที่ปริมาตรจะสื่อถึงความหนักแน่น มีมวล มีน้ำหนัก มีการรวมเป็นกลุ่มก้อน เช่น ภาพหรือวัตถุที่มีผิวหยาบขรุขระจะให้ความรู้สึกว่ามีมวล มีน้ำหนักมาก กว่าผิวราบเรียบ หรือการจัดองค์ประกอบภาพให้อยู่เป็นกลุ่มก้อนจะให้ความรู้สึกว่ามีมวลหรือปริมาตรมากกว่าที่จัดองค์ประกอบภาพกระจายกันอยู่ไม่เป็นกลุ่มก้อน เป็นต้น

5) ลักษณะผิว (Texture)

ลักษณะผิว คือ พื้นที่ด้านนอกของวัตถุที่รับรู้ได้ด้วยสายตา สัมผัส หรือการได้ยินเสียงของผิวที่แตกต่างกัน พื้นผิวเกิดขึ้นได้จากธรรมชาติและเกิดจากมนุษย์สร้างขึ้น พื้นผิวธรรมชาติ เช่น ผิวเปลือกไม้ ผิวก้อนหิน ผิวทราย เป็นต้น ส่วนพื้นผิวที่เกิดจากมนุษย์สร้างขึ้น เช่น ผิวเรียบของกระดาษ ผิวมันวาวของกระจก ผิวโลหะ เป็นต้น

พื้นผิวก่อให้เกิดการรับรู้ที่แตกต่างกัน เช่น พื้นผิวเรียบ ละเอียด ก่อให้เกิดความรู้สึกสะอาด บริสุทธิ์ เงียบสงบ เรียบร้อย สุภาพ ผิวมันวาวให้ความรู้สึกกว้างตื่นเต้น หรูหรา ผิวขรุขระหรือหยาบก่อให้เกิด ความรู้สึกน่ากลัว แข็งแรง มีน้ำหนัก นอกจากนี้ผิวหยาบจะให้ความรู้สึกว่าอยู่ใกล้ ในขณะที่ผิวละเอียดจะให้ความรู้สึกว่าอยู่ไกลออกไป

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

6) สี (Color)

สีเป็นองค์ประกอบศิลป์ที่สำคัญยิ่ง สร้างแรงปะทะและแรงดึงดูดใจต่อผู้พบเห็น สีเป็นสื่อในการแสดงออกและการรับรู้ทางจิตวิทยา แสดงบุคลิกอุปนิสัยของบุคคล ความรู้สึกชอบไม่ชอบ สร้างรสนิยม สร้างความจดจำ สียังแสดงลักษณะเฉพาะของกลุ่มชนและเชื้อชาติ นอกจากนี้การใช้สีในการออกแบบยังมีทั้งสีทางศิลปะ สีในการพิมพ์ สีของแสง ซึ่งแต่ละชนิดมีแม่สีและลักษณะการใช้ที่แตกต่างกัน

ข้อมูลเกี่ยวกับแนวคิดและทฤษฎีบุคลิกภาพ จากหนังสือ Color Image Scale ของ ชิเกโนบุ โคบายาชิ (Shigenobu Kobayashi)

บุคลิกภาพประกอบปรากฏในงานออกแบบกราฟฟิกมีความสำคัญอย่างยิ่งในการเป็นแนวทางให้นักออกแบบสามารถสร้างสรรค์ผลงานที่สามารถสื่อความหมายหรือแนวคิดได้ตรงตามโจทย์ โดยบุคลิกภาพประกอบนำมาใช้ในงานวิจัยครั้งนี้จะใช้วิธีการแบ่งบุคลิกภาพจากสีเป็นตัวอ้างอิงสีเป็นตัวบ่งบอกบุคลิกภาพและอารมณ์ได้มากที่สุด (Shigenobu Kobayashi; & Color Image Scale. 12) เพื่อให้งานออกแบบมีประสิทธิภาพในการสื่อสารและทำให้ผู้พบเห็นเกิดอารมณ์คล้อยตามไปในงานออกแบบ โดยผู้วิจัยได้นำทฤษฎี Image Scale ของ ชิเกโนบุ โคบายาชิ (Shigenobu Kobayashi) ซึ่งมีการแบ่งหมวดหมู่ของสีที่เหมาะสมกับบุคลิกภาพซึ่งนิยามคำตามรูปแบบการใช้ชีวิตของมนุษย์ (Life Style) ออกเป็น 15 หมวด โดยแต่ละหมวดจะแยกย่อยลงไปอีก รวมทั้งหมด 180 บุคลิกภาพ มาใช้อ้างอิงในการวิเคราะห์ร่วมกับความต้องการด้านบรรยากาศ อารมณ์ของห้องในสำนักงานร่วมแบ่งปันที่กลุ่มตัวอย่างต้องการ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 2.13 บุคลิกภาพหลักและบุคลิกภาพย่อยจากหนังสือ Color Image Scale ของชิเกโนบุ โคบายาชิ (Shigenobu Kobayashi)

บุคลิกภาพหลัก	บุคลิกภาพย่อย
1.ชวนฝัน (Romantic)	นุ่มนวล, อ่อนนุ่ม อ่อนๆ (Soft) มีสเน่ห์, ดูน่าหลงไหล (Charming) น่ารักใคร่ (Amiable) น่าสัมผัส, น่าจับต้อง (Agreeable to the touch) ซื่อ, ไร้เดียงสา, ไม่ทันคน (Innocent) อ่อนหวานและชวนฝัน (Sweet and dreamy) อ่อนแอ, ปวกเปียก (Supple) งดงามเหมือนในฝัน (Dreamy)

บุคลิกภาพหลัก	บุคลิกภาพย่อย
2.ชัดเจน,โปร่งใส,ไม่มีข้อสงสัย (Clear)	สุกใส, สว่าง, เปล่งปลั่ง (Light) เนี๊ยบ, เรียบร้อย, ไร้ที่ติ (Neat) ดูสดชื่นและเป็นหนุ่มสาว (Fresh and young) บริสุทธิ์ (Pure) สะอาด, หมดจด (Clean) เรียบสะอาด (Pure and simple) ดูใสเหมือนแก้วเปล่งประกาย (Crystalline) สะอาดสดชื่น (Clean and fresh) เรียบง่าย (Simple)
3.สบายๆไม่มีกฎเกณฑ์ (Cool-Casual)	เป็นหนุ่มเป็นสาว (Youthful) มั่นคง, หนักแน่น (Steady) แลดูอ่อนวัย (Young) ฉลาด, โก้เก๋, ผึ่งผาย (Smart) ดูเป็นชาวตะวันตก (Western) ดูกระฉับกระเฉง, คล่องแคล่วแบบนักกีฬา (Sporty) รวดเร็ว (Speedy) กระฉับกระเฉง (Agile)
4.สมัยใหม่, หัวใหม่ (Modern)	ผู้ดี, เก๋อย่างชาวกรุง (Urban) หัวก้าวหน้า, คนหัวใหม่ (Progressive) ดูใจเย็น, สงบ (Composed) มีชื่อเสียง, เป็นที่จดจำ (Distinguished) ดูมีสติปัญญา (Intellectual) ได้รับการอบรม (Cultivated) ถูกต้อง แน่นอน (Exact) เฉียบแหลม (Sharp) ดูสมเหตุสมผล (Rational) ดูเป็นผู้ชาย, สุขุมหนักแน่น (Masculine) ล้ำเลิศ, น่าทึ่ง (Sublime) เอาจริงเอาจัง (Earnest) ดูทำตัวเหมาะสม (Proper) ดูเป็นโลหะ (Metallic)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

บุคลิกภาพหลัก	บุคลิกภาพย่อย
5.เป็นทางการ (Formal)	ดูมีค่า (Precious) ถมึงทึง, ขึงขัง (Solemn) สง่าผ่าเผย, ตระหง่าน (Majestic) มีเกียรติยศ, ดูภูมิฐาน (Dignified) เชี่ยวชาญ, น่าเชื่อถือ (Authoritative)
6.ยอดเยี่ยม, เลอเลิศ (Dandy)	ดูสูงส่ง, เป็นชนชั้นสูง (Aristocratic) ขยันขันแข็ง (Diligent) ลึกลับ, มีเล่ห์เหลี่ยม (Subtle and mysterious) เรียบโก้ (Quiet and sophisticated) เด่น, มีชื่อเสียง (Eminent) มีรสขม (Bitter) สงบ, เรียบนิ่ง (Placid) กระทัดรัด, กระฉับกระเฉง (Dapper) ดูเหมาะสมที่จะใช้งาน (Practical) ไพเราะ, กังวาน (Sound) แข็งแกร่งทนทาน (Strong and robust) เอาจริงเอาจัง (Serious)
7.ได้รับความนิยมมาโดยตลอด (Classic)	ดูเป็นชนบท, ต่างจังหวัด (Provincial) ดูหยาบๆไม่พิถีพิถัน (Rustic) สุกฉ่ำ, อุดมสมบูรณ์ (Mellow) มีรสชาติ, มีรสนิยม (Tasteful) ซับซ้อน (Complex) ล้าสมัย, เชย (Old-fashioned) ประเพณีนิยม (Traditional) หัวเก่า, อนุรักษ์นิยม (Conservative) ประณีตบรรจง (Elaborate) หนักหน่วงและลึกซึ้ง (Heavy and deep) แข็งแกร่ง, ทนทาน (Sturdy)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

บุคลิกภาพหลัก	บุคลิกภาพย่อย
8.ดูเป็นชนเผ่า, ป่าเถื่อน (Ethnic Wild)	ดูป่าเถื่อน (Wild) ดูเป็นชนเผ่า (Ethnic) มีวินัย, เอาการเอางาน (Robust) ไม่อ่อนน้อม (Untamed)
9.ดูมีการเคลื่อนไหว (Dynamic)	มีชีวิตชีวา (Lively) ร้อน, เผ็ด (Hot) ดูกบฏ, ท้าทายแนวคิดเดิมๆ (Progressive) อย่างแข็งขัน, กระปรี้กระเปร่า (Vigorous) มีพละกำลัง (Forceful) เด่นชัด, อาจหาญ, ชัดเจน (Bold) เคลื่อนไหว, กระฉับกระเฉง (Dynamic and active) คล่องแคล่ว, ว่องไว (Active) ดุเด็ดเผ็ดมัน (Fiery) สะดุดตา (Striking) จัดๆ แรงกล้า (Intense)
10.หรูหรา, โอ่อ่า, งดงาม (Gorgeous)	ดูหลักแหลม (Brilliant) มีเสน่ห์, งดงาม (Fascinating) เป็นเงา (Glossy) เย้ายวน (Alluring) จับต้องได้, มีหลักฐาน (Substantial) รวย, มีฐานะ (Rich) มากมาย, พรั่งพรู (Abundant) ดูมีกลิ่นหอม (Aromatic) รอบคอบ, เป็นผู้ใหญ่ (Mature) ฟุ่มเฟือย, หรูหราเกินจำเป็น (Extravagant) หรูหรา, ฟุ่มเฟือย (Luxurious) มีการประดับประดา (Decorative) ดูโอ่อ่า, ยิ่งใหญ่, อลังการ (Grand)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

บุคลิกภาพหลัก	บุคลิกภาพย่อย
11.สบายๆ (Casual)	ชื่นบานใจ, น่ายินดี (Cheerful) ปิติยินดี (Happy) เฉลิมฉลอง, รื่นเริง (Festival) สนุกสนาน (Enjoyable) สดใส, สว่างไสว (Bright) เตะตา, ลานตา (Dazzling) สนุกสนาน, รื่นเริง (Merry) รื่นรมย์, เพลิดเพลิน (Amusing) ฟู่ฟ่า (Flamboyant) ขี้โอ่, ชอบแสดงออก (Showy) เต็มไปด้วยสีสัน (Colorful) ฉูดฉาด (Vivid) ดูเป็นของเมืองร้อน (Tropical) อร่อย, ชื่นใจ, จับใจ (Delicious) ดูเป็นมิตร (Friendly)
12.น่ารัก, กระจุ๋มกระจิ๋ม (Pretty)	อ่อนหวาน (Sweet) เบิกบาน, ผ่องใส (Sunny) น่ารัก, น่าเอ็นดู (Cute) เหมือนเด็กๆ, น่าเอ็นดู (Childlike)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

บุคลิกภาพหลัก	บุคลิกภาพย่อย
13.เป็นธรรมชาติ (Natural)	สุภาพ, นุ่มนวล (Gentle) ใกล้ชิด, เป็นส่วนตัว (Intimate) ใจคอกว้างขวาง, น่านับถือ (Generouse) พึงพอใจ (Pleasant) ชวนหัว, สบายๆ (Lighthearted) พักอย่างสงบ (Restful) อิสระ, ตามใจอยาก, สบายๆ (Free) มีสุขภาพดี (Healthy) ราบรื่น, เรียบๆ (Smooth) ดูเป็นของพื้นถิ่น (Domestic) เปิดเผย, ตรงไปตรงมา (Open) อ่อนๆ (Mild) ระลึกถึงความหลัง (Nostalgic) หวานอมเปรี้ยว (Sweet-sour) สะอาด, บริสุทธิ์ (Wholesome) ดูมีรสเปรี้ยว (Citrus) ดูสงบ, สบาย (Peaceful) ง่าย, กระจ่างชัด (Plain) สงบนิ่ง, เยือกเย็น (Tranquil) สดใหม่, สดชื่น (Fresh) สะเทือนอารมณ์ (Emotional) แห้งๆ (Dry) นุ่มนวล, เบาๆ (Tender) มีวัฒนธรรม (Cultured) ประณีต, บรรจง (Delicate) ดึงดูดและเรียบง่าย (Simple and appealing) ดูเกี่ยวกับน้ำ (Aqueous) ชุ่มฉ่ำ (Devy)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

บุคลิกภาพหลัก	บุคลิกภาพย่อย
14.สะโอดสะอง, สวยแบบผู้ดี (Elegant)	ดูเป็นผู้หญิง, อ่อนหวาน (Feminine) โก้, เพรียว, เฉี่ยว (Sleek) สวยบริสุทธิ์ (Pure and elegant) เป็นมันเงา (Polished) สวยสุภาพ (Gentle and elegant) สง่างาม, นุ่มนวลเหมาะสม (Graceful) สงบ, ใจเย็น (Sedate) ดูสูงส่ง, มีเกียรติ (Noble) กำลังเป็นที่นิยม (Fashionable) สงบ, นิ่ง (Calm) สละสลวย, ประณีต (Refined) มีเล่ห์เหลี่ยม (Subtle น่าหลงไหล (Interesting) ลึกลับ, น่าค้นหา (Mysterious) สงบเสงี่ยม, เจียมตัว (Modest)
15.เก๋, เท่ห์, ทันสมัยแบบวัยรุ่น (Chic)	เงียบ, สงบ (Quiet) สูงส่งทรงเกียรติ (Noble and elegant) ดูเป็นญี่ปุ่น (Japanese) สุขุมนุ่มลึก (Sober) เรียบหรู (Quiet and elegant) มีท่า, มีสไตล์ (Stylish)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

6.3.2 ข้อมูลเกี่ยวกับแนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการออกแบบ

การใช้สี (Color)

โคบายาชิ (Kobayashi. 1990: 6-9) ได้สร้างระบบ Color Image Scale ขึ้นมาเพื่อเป็นเครื่องมือในการแยกแยะคุณสมบัติต่าง ๆของสี โดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ ๆดังนี้ (1) chromatic เช่น สีแดง เหลือง ฟ้า และ (2) achromatic เช่น สีขาว สีดำ สีเทา ซึ่งในระบบของ Japanese Industrial Standard จะมีอยู่ 10 สีที่ใช้เป็นพื้นฐานในการผสมสีต่าง ๆ โดยสีแต่ละสีจะมีความแตกต่างของโทนสีด้วย 2 ปัจจัย คือ ความสว่างของสี หรือที่เรียกว่า Value และ ความอิ่มตัวของสี หรือที่เรียกว่า chroma

ระบบการไล่ระดับสีของ Kobayashi ขึ้นอยู่กับระยะห่างระหว่างสีในสเกลที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของสี ดังเช่น สีขาว สีแดง และสีดำ ที่มีระยะห่างที่ไกลจากกัน ทำให้ภาพลักษณ์ของสียิ่งแตกต่างกันมากขึ้น ในทางตรงข้าม สีที่มีระยะห่างใกล้เคียงกันก็จะให้ภาพลักษณ์ที่คล้ายคลึงกัน ซึ่งสามารถแบ่งเฉดและโทนสีได้ดังนี้

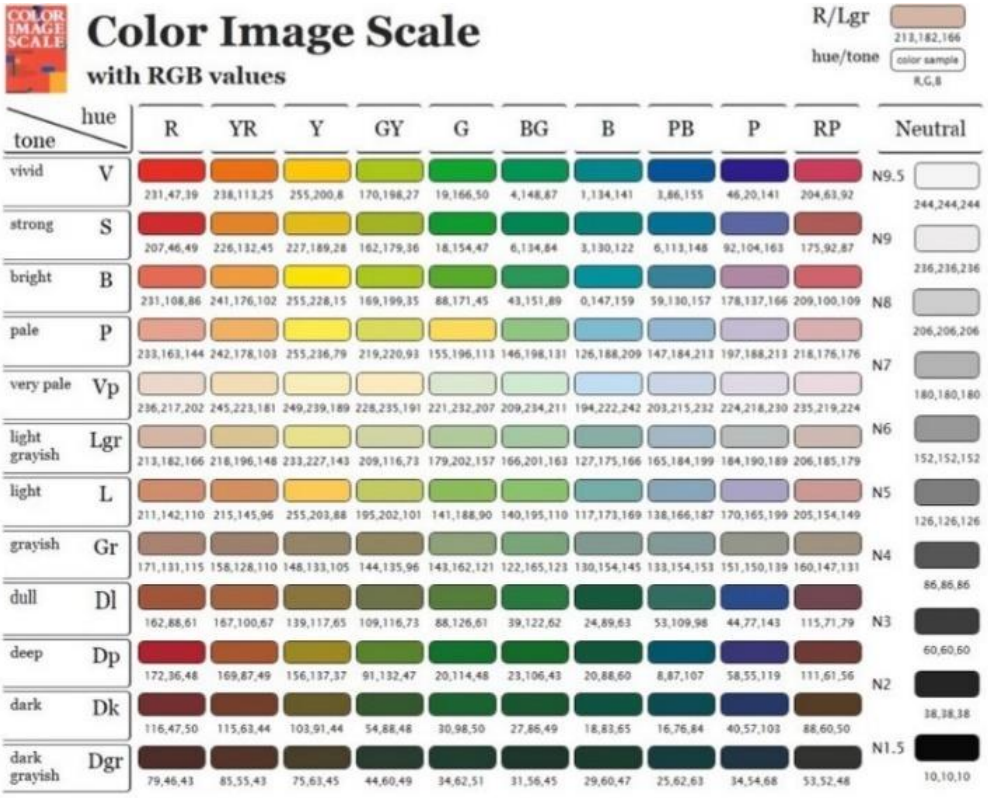
Vivid tones คือ สีสด เป็นสีเดี่ยวที่มีความอิ่มตัวของสีสูงที่สุด เป็นสีสด ให้ความรู้สึกมีชีวิตชีวา และดึงดูดความสนใจได้ดี

Bright tones คือ สีสว่าง เป็นสีเดี่ยวที่ความสว่างของสีสูง เป็นสีที่สว่างใส ให้ความรู้สึกที่ อ่อนหวาน น่ารัก ช่างฝัน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

Subdue tones คือ สีหม่น เป็นสีที่มีสว่างของสีในระดับกลางถึงต่ำ ให้ความรู้สึกที่สงบเงียบ นุ่มนวล หรูหรา และอนุรักษ์นิยม

Dark tones คือ สีโทนมืด เป็นสีเข้มที่ไม่มีความสว่างของสีหรือมีในระดับที่ต่ำมาก ให้ความรู้สึกเคร่งเครียด เอาจริงเอาจัง



ภาพที่ 2.43 ระดับการไล่สีของ ชิเกโนบุ โคบายาชิ (Shigenobu Kobayashi)

ที่มา : การศึกษาและพัฒนารูปแบบกราฟฟิกเพื่อปรับภาพลักษณ์องค์กรสำหรับ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, ทนงศักดิ์ เกติวงษ์, น.17

สีไทยโทน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ไพโรจน์ พิทยเมธี(2559) กล่าวว่า สีเป็นสิ่งที่มีความสำคัญอย่างหนึ่งในการดำรงชีวิต ซึ่งมนุษย์รู้จักสามารถ นำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในชีวิตประจำวันมาตั้งแต่สมัยดึกดำบรรพ์ในอดีตกาล มนุษย์ได้ค้นพบสีจากแหล่งต่าง ๆ จากพืช สัตว์ ดิน และแร่ธาตุนานาชนิด จากการค้นพบสีต่าง ๆ เหล่านั้น มนุษย์ได้นำเอาสีต่าง ๆ มาใช้ประโยชน์อย่างกว้างขวาง โดยนำมาระบายลงไปบนสิ่งของ ภาชนะเครื่องใช้ หรือ ระบายลงไปบนรูปปั้น รูปแกะสลัก เพื่อให้รูปเด่นชัดขึ้น มีความเหมือนจริงมากขึ้น รวมไปถึงการใช้สีวาดลงไปบนผนังถ้ำ หน้าผา ก้อนหิน เพื่อใช้ถ่ายทอดเรื่องราว และทำให้เกิดความรู้สึกถึงพลังอำนาจ ที่มีอยู่เหนือสิ่งต่าง ๆ ทั้งปวง การใช้สีทาตามร่างกายเพื่อกระตุ้นให้เกิดความฮึกเหิม เกิดพลังอำนาจ หรือใช้สีเป็นสัญลักษณ์ในการถ่ายทอดความหมายอย่างใดอย่างหนึ่ง

หมู่สีไทยหลัก 5 สีแบบโบราณ

1. หมู่สีดำ สีดำนี้บางทีก็เรียกอีกอย่างหนึ่งว่า “เขม่า” คือ เขม่าซึ่งได้จากไฟฟืน สีดำอีกชนิดเรียกว่า “หมึก” ลักษณะเป็นสีดำผสมยางไม้ปั้นเป็นแท่ง เมื่อจะใช้จึงฝนออกละลายกับน้ำ ใช้ตัดเส้นดำที่เป็นส่วนละเอียด

2. หมู่สีขาว สีขาวนี้ช่างรุ่นเก่าเรียกว่า “ฝุ่น” ที่เรียกดังนี้ก็เนื่องด้วยเนื้อสีมีลักษณะและสีเหมือนฝุ่นที่สตรีใช้ผัดหน้า สีขาวใหญ่เดียวกันก็ยังมีความจัดต่าง ๆ กันออกไปด้วยคุณลักษณะในตัวของมันเอง ได้แก่ สีน้ำปูน สีดินขาว สีฝุ่นขาว สีขาวฝุ่น สีขาวกระบัง สีขาวปูน

3. หมู่สีแดง สีแดงซึ่งช่างเขียนใช้เขียนระบายรูปภาพนั้น มีคุณสมบัติอ่อนกลาง และแก่ต่าง ๆ กันเป็นหลายระดับ ซึ่งจำแนกออกตามลักษณะได้ดังต่อไปนี้ สีดิน สีชาด หรือสีแดงชาด สีเสน สีแดงลิ้นจี่

4. หมู่สีเหลือง ประกอบด้วย สีเหลืองดิน จากดิน สีเหลืองรง จากรงทอง

5. หมู่สีคราม สีครามเป็นสีซึ่งทำได้จากต้นคราม สีครามนี้มีชื่อเรียกต่างกันออกไปหลายนัย เช่นเรียกว่า สีขาบบ้าง สีน้ำเงินบ้าง หรือสีกรมท่าบ้าง

6. หมู่สีเขียว ช่างเขียนของไทยเตรียมสีเขียวจากวัตถุธาตุที่สำคัญสองอย่างด้วยกันคือ สีเขียวตังแช สีเขียวใบแค

7. หมู่สีเสน เกิดจากสนิมของดีบุก

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

จากข้อมูลข้างต้น จะเห็นที่มาที่ไปของสีไทยโทน ว่ามาจากพืชพรรณและสีจากธรรมชาติ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจนำมาเป็นต้นแบบในการจัดชุดสีสำหรับแนวคิดไบโอฟิลเลีย และด้วยโทนสีที่มีความหลากหลายจึงสามารถนำมาเทียบเคียงกับชุดสีสะท้อนอารมณ์ของชิเกโนบุ โคบายาชิ นำไปสู่การวิเคราะห์สร้างแบบสอบถามในบทที่ 4 ต่อไป

ภาพที่ 2.44 ไทยโทนในระบบ CMYK จำนวน 168 เฉดสี

ที่มา : https://www.salika.co/2019/11/29/thaitone-color-by-pairoj-pittayamatee/

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

6.3.3 การจัดองค์ประกอบศิลป์ Principles of Design

การจัดองค์ประกอบกอบศิลป์ เป็นการเรียนรู้เกี่ยวกับความสัมพันธ์ขององค์ประกอบ การจัดวางตำแหน่ง การจัดวางองค์ประกอบมีผลต่อการรับรู้ความงามทางศิลปะ อีกทั้งการจัดองค์ประกอบศิลป์ยังเป็นแนวทางการออกแบบพื้นฐานที่มีความสำคัญต่อความคิดสร้างสรรค์ ในการสร้างงานศิลปะ 2 มิติ และ 3 มิติ

ขอบข่ายการจัดองค์ประกอบศิลป์

วิรุณ ตั้งเจริญ (2545) เสนอขอบข่ายการจัดองค์ประกอบศิลป์ตามทฤษฎีเกสตอลท์ (Gestalt Theory) ที่ให้ความสำคัญกับการจัดองค์ประกอบด้วยการมองภาพส่วนรวมและส่วนย่อย โดยสรุปว่า ส่วนรวมมีค่ามากกว่าส่วนย่อยทั้งหมด นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญกับหลักของความง่าย (Simplicity principle) ความคล้ายคลึง (Similarity) ความใกล้เคียง (Proximity) ความต่อเนื่อง (Continuation) ความใกล้ชิด (Closure) รูปและพื้น (Figure and Ground)

ปราโมทย์ แสงพลสิทธิ์ (2548, หน้า 173) เสนอว่า การจัดองค์ประกอบเป็นหลักของการออกแบบที่นำมาใช้สร้างสรรค์ผลงานศิลปะโดยการควบคุมและปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ทางการออกแบบ เริ่มต้นด้วยการเทียบเคียงข้อแตกต่างของมูลฐานทั้งหมดที่กำหนดขึ้นในการออกแบบ แล้วนำมาจัดวางให้เกิดความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน เช่น การ ใช้หลักดุลยภาพ การเน้นความกลมกลืน ความหลากหลาย ความลดหลั่น ความเคลื่อนไหว จังหวะและสัดส่วน เป็นต้น

การจัดองค์ประกอบทางด้านเรขศิลป์

1) ความสมดุล (Balance)

ความสมดุล คือลักษณะน้ำหนักขององค์ประกอบศิลป์ที่จัดวางไว้ด้านหนึ่งเท่ากันกับน้ำหนักอีกด้านหนึ่ง โดยทั่วไปจะแบ่งลักษณะการสมดุลออกเป็น 3 ลักษณะ คือ

1.1) สมดุลซ้ายขวาเท่ากัน (Symmetrical Balance)

การจัดองค์ประกอบแบบสมดุลซ้ายขวาเท่ากันเป็นการจัดวางรูปร่าง รูปทรง น้ำหนักสี ตัวอักษรหรือองค์ประกอบศิลป์ทั้งด้านซ้ายและขวาของพื้นที่ว่างให้มีจำนวนสัดส่วนและค่าน้ำหนักเท่ากันทุกประการอย่างแท้จริง หรืออีกลักษณะหนึ่งคือเท่ากันแต่ไม่เหมือนกันทุกประการ สังเกตได้ด้วยการสมมุติให้มีเส้นแบ่งกึ่งกลางหน้ากระดาษในแนวตั้ง แล้วพิจารณาว่าด้านซ้ายและขวาของกระดาษหรือระนาบรองรับ มีการจัดวางองค์ประกอบเท่ากันทุกประการหรือคล้ายคลึงกัน การจัดวางแบบนี้เป็นการจัดวางอย่างง่าย (Simply layout) มีความสมดุลกลางภาพ ไม่มีจุดเด่น-จุดรอง ให้ความรู้สึกสงบนิ่งเป็นระเบียบเรียบร้อย

ภาพที่ 2.45 แสดงสมดุลซ้ายขวาเท่ากัน

ที่มา : https://www.pinterest.com/pin/30962316160315652/

1.2) สมดุลซ้ายขวาไม่เท่ากัน (Asymmetrical Balance)

การจัดองค์ประกอบแบบสมดุลด้านซ้าย-ขวา ไม่เท่ากันเป็นการจัดวางรูปร่าง รูปทรง น้ำหนักสี ตัวอักษร หรือองค์ประกอบศิลป์อื่นใดทั้งด้านซ้ายและขวาของพื้นที่ว่างที่มีจำนวน สัดส่วนและค่าน้ำหนักไม่เท่ากัน การจัดแบบนี้มักสร้างจุดสนใจไว้ด้านใดด้านหนึ่งแล้วด้านที่เหลือจะเป็นส่วนสนับสนุน เช่น จัดวางรูปด้านซ้าย มีขนาดใหญ่แต่มีน้ำหนักเบากว่าด้านขวาที่มีขนาดเล็กแต่น้ำหนักเข้มกว่า เพื่อสร้างสมดุลทางความรู้สึกให้เกิดขึ้น ซึ่งจะสร้างความน่าสนใจได้มากขึ้นการออกแบบลักษณะนี้มักเป็นแบบกึ่งทางการที่ไม่ต้องการความเป็นระเบียบมากนัก

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ภาพที่ 2.46 แสดงสมดุลซ้ายขวาไม่เท่ากัน

ที่มา : https://www.pinterest.com/pin/37858453103215828/

1.3) สมดุลแบบรัศมีหรือวงขด (Radial or Spiral)

การจัดองค์ประกอบแบบรัศมี (Radial) หรือวงขด (Spiral) เป็นการจัดวางรูปร่าง รูปทรง น้ำหนักสี ตัวอักษรหรือองค์ประกอบศิลป์อื่นใดที่มีลักษณะพื้นที่ว่าง สัดส่วนและน้ำหนักเท่ากันโดยวัดจากจุด ถึงกลางภาพ องค์ประกอบภาพจะหมุนวนหรือกระจายจากจุดศูนย์กลางจุดสนใจจึงอยู่ที่จุดกึ่งกลางภาพ เช่น ภาพล้อรถยนต์ที่มีก้านล้อกระจาย ออกมาจากจุดศูนย์กลางเท่ากัน ภาพกังหันลมที่มีใบกังหันกางออกมาจาก จุดศูนย์กลางเท่ากัน ภาพที่มีองค์ประกอบศิลป์ล้อมรอบจุดศูนย์กลางของภาพ เป็นต้น ความสมดุลแบบรัศมีสร้างความรู้สึกเคลื่อนไหว หมุนวน ล่องลอย ไม่สงบนิ่ง การออกแบบลักษณะนี้สร้างความรู้สึกตื่นตัว ไม่เป็นระเบียบหรือไม่เป็นทางการ

ภาพที่ 2.47 แสดงสมดุลแบบรัศมี

ที่มา : https://www.pinterest.com/pin/1017391372125007284/

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

2) ความกลมกลืนและขัดแย้ง (Harmony and Contrast)

การออกแบบกลมกลืนเป็นการออกแบบด้วยการจัดองค์ประกอบที่มีลักษณะใกล้เคียงกันไม่แตกต่างกันมากนักมาจัดวางไว้ด้วยกัน ก่อให้เกิดความคล้ายคลึงกัน (Harmony or Balance Tones) เช่น การนำรูปร่างวงกลมมาจัดวางกับรูปร่างแปดเหลี่ยม การใช้สีเหลือง ส้ม แดง ในภาพเดียวกัน เป็นต้น การออกแบบกลมกลืนให้ความรู้สึกเรียบง่าย สงบ เป็นทางการ

ภาพที่ 2.48 ภาพแสดงความกลมกลืน (ซ้าย) แสดงความขัดแย้ง (ขวา)
ที่มา : https://www.pinterest.com/pin/754775218812730993/

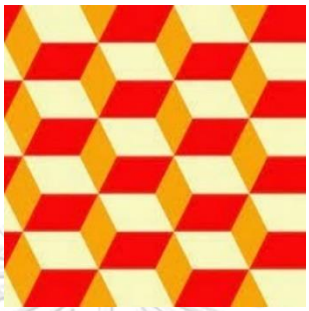
ในทางตรงกันข้ามการนำองค์ประกอบที่มีลักษณะไม่คล้ายคลึงกันมาจัดวางไว้ด้วยกันจะก่อให้เกิดความขัดแย้ง (Contrast) เช่น การนำวงกลมมาวางคู่กับรูปสามเหลี่ยม การใช้สีเหลืองกับสีม่วง สีส้มกับสีน้ำเงิน หรือสีเขียวกับแดง ซึ่งเป็นสีคู่ตรงข้ามในวงจรสี เป็นต้น ออกแบบขัดแย้งให้ความรู้สึกโฉบเฉี่ยว สนุกสนาน ไม่เป็นทางการ

3) จังหวะ (Rhythm or Pattern)

คือ การจัดวางองค์ประกอบศิลป์ด้วยการคำนึงถึงการวางตำแหน่ง รูปร่าง รูปทรง สี เส้น น้ำหนัก ทิศทาง ระยะห่าง และช่องไฟ (Space) จนเกิดเป็นภาพต้นแบบ (Pattern) การจัดวางองค์ประกอบดังกล่าว เรียกว่าการวางจังหวะ (Rhythm) สามารถจัดวางได้ตามความคิดสร้างสรรค์ก่อให้เกิดความงามแตกต่างกัน

3.1) การวางจังหวะซ้ำกัน (Repetition Rhythm)

เป็นการจัดวางรูปหรือองค์ประกอบศิลป์ให้มีช่องไฟห่างเท่ากันหรือซ้ำกันทุกระยะ ไม่มีการเน้นขนาดให้แตกต่างกันออกไป ถ้าเป็นการใช้สีก็ใช้สีเดียวกัน จะให้ความรู้สึกเรียบง่าย เป็นระเบียบ



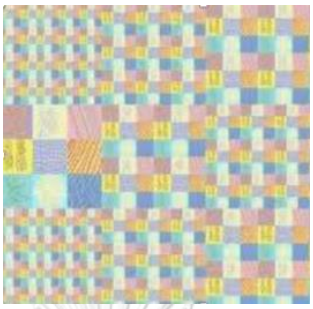
ภาพที่ 2.49 แสดงการจัดวางองค์ประกอบการซ้ำเท่ากันทุกระยะ
ที่มา : https://www.pinterest.com/pin/701506079454209243/

3.2) การเว้นช่องไฟ (Space) เป็นการจัดวางรูปหรือองค์ประกอบที่มีการเว้นช่องไฟ 1 หรือ 2 ช่อง เพื่อไม่ให้การจัดวางซ้ำกันตลอด ทำให้เกิดจังหวะซ้อนกันขึ้น 2 จังหวะ จึงเกิดจังหวะที่ไม่เหมือนกันอย่าง สมบูรณ์เหมือนการวางซ้ำ ทำให้เกิดความหลากหลายของจังหวะขึ้น ลักษณะนี้ก่อให้เกิดความรู้สึกสนุกขึ้น เนื่องมาจากมีการเปลี่ยนแปลงจังหวะการจัดวาง

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ภาพที่ 2.50 แสดงการจัดวางรูปหรือองค์ประกอบที่มีการเว้นช่องไฟ 1 หรือ 2 ช่อง
ที่มา : https://www.interaction-design.org/literature/article/repetition-pattern-and-rhythm

3.3) การเพิ่มหรือลดขนาด (Enlargement or Reduction) เป็นการสร้างความแตกต่างของจังหวะด้วยการเพิ่มหรือลดขนาดรูปที่นำ มาจัดเรียงกันก่อให้เกิดจังหวะภาพที่แตกต่างกันออกไป



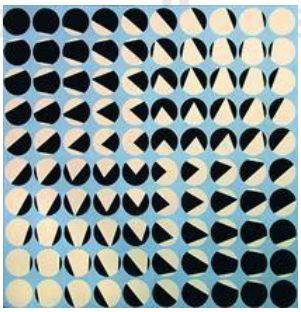
ภาพที่ 2.51 แสดงการซ้ำแบบเพิ่มลดขนาด

ที่มา : https://www.interaction-design.org/literature/article/repetition-pattern-and-rhythm

3.4) จังหวะก้าวหน้า หรือเคลื่อนไหว (Progressive Rhythm or Flowing Rhythm)

เป็นการจัดวางจังหวะให้มีช่องไฟเท่ากันแต่เปลี่ยนขนาด ทิศทาง น้ำหนักสี พื้นผิวหรือความหนาบางเพื่อให้เกิ ความรู้สึกเคลื่อนไหว เติบโตและการเปลี่ยนแปลง

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University



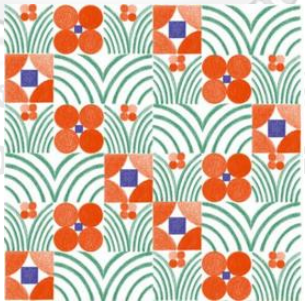
ภาพที่ 2.52 แสดงการซ้ำแบบจังหวะก้าวหน้า

ที่มา : https://www.pinterest.com/pin/1002262092048900410/

3.5) การสลับ (Alternative Rhythm) เป็นการจัดจังหวะตั้งแต่ 2 ชุดขึ้นไป จัดวางสลับและต่อเนื่องกันไป อาจจัดชุดใดชุดหนึ่งให้มีการเปลี่ยนแปลงจังหวะแบบก้าวหน้าด้วยการเปลี่ยนสีหรือพื้นผิว เพื่อสร้างความแตกต่างของจังหวะไม่ให้สลับซ้ำกันมากเกินไป

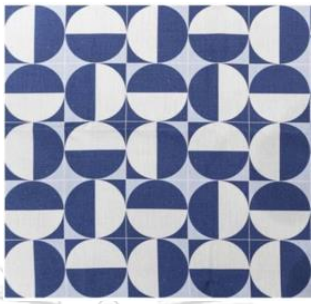
ภาพที่ 2.53 แสดงการซ้ำแบบสลับเป็นการจัดจังหวะตั้งแต่ 2 ชุดขึ้นไป
ที่มา : https://in.pinterest.com/pin/664421751291141295/

3.6) การจัดจังหวะต่อเนื่อง (Continuous Rhythm) เป็นการจัดวางจังหวะหลายชุดให้สัมพันธ์กันอย่างเป็นระบบ โดยเปลี่ยนตำแหน่งกันในแต่ละชุด จากการเรียงลำดับ 1 2 3 เป็น 2 3 1 และเป็น 3 1 2 ถือ เป็นหนึ่งชุด หรือจัดวาง 1 2 3 เป็น 3 2 1 และเป็น 1 2 3 ทำให้เกิดจังหวะเพิ่มขึ้นอีกหนึ่งชุด เป็นต้น



ภาพที่ 2.54 แสดงการซ้ำแบบจังหวะต่อเนื่อง
ที่มา : https://in.pinterest.com/pin/112730796918600363/

3.7) การซ้อนจังหวะปกติ (Regulation Crossing Rhythm) เป็นการจัดวางจังหวะตั้งแต่ 2 ชุดขึ้นไปในลักษณะวางคู่ขนานกัน ต่อกันหรือทับซ้อนกัน โดยจัดช่องไฟทั้งสองชุดให้สอดคล้องกัน ลวดลายที่ เกิดขึ้นจะละเอียดและซับซ้อนกว่าการใช้จังหวะชุดเดียว เปรียบเสมือนการเล่นดนตรีหลายชิ้นจะเกิดเสียงประสานกันมากขึ้น

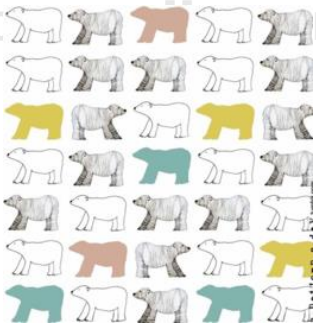


ภาพที่ 2.55 แสดงการซ้ำแบบจังหวะปกติตั้งแต่ 2 ชุดขึ้นไป

ที่มา : https://in.pinterest.com/pin/19069998415060148/

3.8) การซ้อนจังหวะไม่ปกติ (Non-Regulation Rhythm) เป็นการจัดวางจังหวะตั้งแต่ 2 ชุดขึ้นไปในลักษณะวางคู่ขนานกัน ต่อด้านบน-ล่าง หรือทับซ้อนกัน แต่มีการวางเหลื่อมช่องไฟกันหรือวางจังหวะไม่เหมือนกัน เช่น ชุดที่ 1 วางในจังหวะสม่ำเสมอ แต่ชุดที่ 2 วางแบบเว้นจังหวะ หรือเปลี่ยนทิศทางให้เกิดจังหวะใหม่ เป็นต้น การจัดแบบไม่ปกตินี้จะเกิดจังหวะที่ซับซ้อนมากยิ่งขึ้น

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY



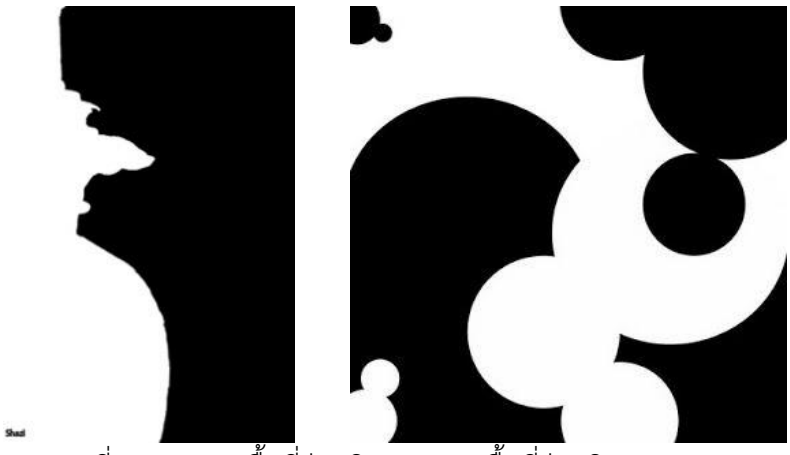
ภาพที่ 2.56 แสดงการซ้ำแบบจังหวะไม่ปกติ

ที่มา : https://in.pinterest.com/pin/52565520630132647/

4) ที่ว่าง (space)

ตามปกติที่ว่างจะกว้างขวางจนหาขอบเขตไม่ได้ ที่ว่างเป็นทัศนธาตุที่มองไม่เห็น ที่ว่างจะปรากฏขึ้นเมื่อ มีทัศนธาตุอื่นเกิดขึ้น ที่ว่างจึงเหมือนสนามที่ทัศนาตุอื่น ๆจะลงไปแสดงหรือปรากฏในบทบาทของรูปทรง โดยงานศิลปะแต่ละประเภทจะใช้ที่ว่างต่างกันตามลักษณะของงาน เช่นจิตรกรรมใช้ที่ว่างที่เป็น 2 มิติ แต่อาจทำให้เกิดการลวงตาเป็น 3 มิติ งานประติมากรรมใช้ที่ว่างจริงๆ โอบล้อมและเจาะทะลุรูปทรงที่ เป็น 3 มิติ สถาปัตยกรรมใช้ที่ว่างจริงเช่นเดียวกับปะติมากรรมและยังเป็นที่ว่างที่เราสามารถเข้าไปอยู่ ภายในได้อีกด้วย

การใช้ที่ว่าง ในการออกแบบบริเวณว่างโดยรอบวัตถุ (Object) เรียกว่า พื้นที่ว่างทางลบ (Negative Space) และบริเวณว่างที่ตัวของวัตถุเรียกว่า พื้นที่ว่างทางบวก (Positive Space) ในการออกแบบงานต่าง ๆ จะต้องคำนึงถึงช่วงระยะ ให้มีความสัมพันธ์กัน ในการออกแบบงานประเภท 2 มิติ จะต้องกำหนดกรอบพื้นที่ (Space Frame) เป็นรูปสี่เหลี่ยม สามเหลี่ยม วงกลม หรือรูปร่างอิสระก่อน แล้วจึงจะสร้างรูปร่างรูปทรงตามที่ต้องการลงในกรอบพื้นที่อีกทีหนึ่ง

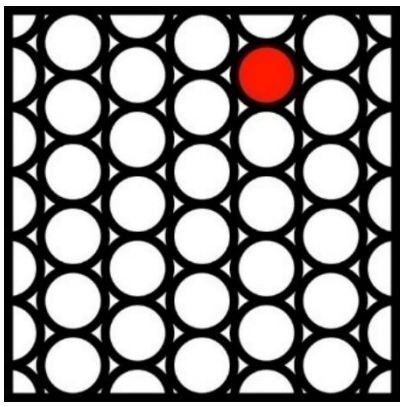


ภาพที่ 2.57 แสดงพื้นที่ว่างเชิงบวก และพื้นที่ว่างเชิงลบ

ที่มา : https://www.pinterest.com/pin/271060471308352400/

5) การเน้น (Emphasis)

การเน้น (emphasis) เป็นการเลือกทำให้ส่วนใดส่วนหนึ่งของสิ่งเร้าให้มีความเข้มโดดเด่นกว่าองค์ประกอบอื่น ๆ ชวยกระตุ้นให้ผู้ชมเกิดการรับรู้นิทรรศการได้มากกว่าสิ่งแวดล้อมทั่วไป ทำให้ผู้ชมรับรู้จุดที่เน้นได้ชัดเจนกว่าสวนอื่นทีมีลักษณะเป็นปกติธรรมดาการเน้นให้เกิดจุดเด่นอาจต้องอาศัยองค์ประกอบศิลป์ ได้แก่ สี แสงเงา พื้นผิว รูปร่าง รูปทรง ซึ่งแต่ละองค์ประกอบมีวิธีเน้นได้หลายวิธี



ภาพที่ 2.58 แสดงการเน้นด้วยสีที่แตกต่าง
ที่มา : https://www.pinterest.com/pin/5207355809408369/

เอื้อเอ็นดู ดิศกุล ณ อยุธยา กล่าวว่า บนพื้นผิวของงานสองมิติ รูปทรงที่ไม่ใช่จุดหรือเส้นที่มีลักษณะแบบทั้งหมด คือ ระนาบ ระนาบเกิดจากแนวเส้นที่ต่อเนื่องซึ่งเป็นองค์ประกอบในความคิดที่ปิดล้อมพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่ง ทำให้เกิดขอบของรูปทรง ดังนั้นลักษณะพิเศษของเส้นดังกล่าวและความสัมพันธ์ต่อกันจะเป็นตัวกำหนดและมีผลต่อรูปร่างของรูปทรงระนาบ (Planar Form) การจัดกลุ่มรูปร่างลักษณะต่าง ๆ ของรูปทรงระนาบ (Form as Plane) แบ่งได้เป็น

1) รูปทรงเรขาคณิต (Geometric) กำหนดโครงสร้างโดยวิธีคณิตศาสตร์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ภาพที่ 2.59 รูปทรงเรขาคณิต
ที่มา : การศึกษาและพัฒนารูปแบบกราฟฟิกเพื่อปรับภาพลักษณ์องค์กรสำหรับ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, ทนงศักดิ์ เกติวงษ์, น.21

2) รูปทรงธรรมชาติ (Organic) ประกอบจากเส้นโค้ง มีลักษณะคล้ายของเหลวที่เติบโตได้

ภาพที่ 2.60 รูปทรงธรรมชาติ
ที่มา : การศึกษาและพัฒนารูปแบบกราฟฟิกเพื่อปรับภาพลักษณ์องค์กรสำหรับ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, ทนงศักดิ์ เกติวงษ์, น.21

3) รูปที่มีด้านเป็นเส้นตรง (Rectilinear) ประกอบจากเส้นตรง ซึ่งไม่มีความสัมพันธ์กันทางคณิตศาสตร์

ภาพที่ 2.61 รูปที่มีด้านเป็นเส้นตรง
ที่มา : การศึกษาและพัฒนารูปแบบกราฟฟิกเพื่อปรับภาพลักษณ์องค์กรสำหรับ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, ทนงศักดิ์ เกติวงษ์, น.22

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

4) รูปที่ผิดปกติ (Irregular) ประกอบจากเส้นโค้งและเส้นตรง ซึ่งไม่มีความสัมพันธ์กันทางคณิตศาสตร์

ภาพที่ 2.62 รูปที่ผิดปกติ
ที่มา : การศึกษาและพัฒนารูปแบบกราฟฟิกเพื่อปรับภาพลักษณ์องค์กรสำหรับ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, ทนงศักดิ์ เกติวงษ์, น.22

5) รูปอิสระ (Hand-Draw) การเขียนด้วยมือ ลายมือ ที่ไม่ใช้เครื่องมือประกอบ

ภาพที่ 2.63 รูปอิสระ
ที่มา : การศึกษาและพัฒนารูปแบบกราฟฟิกเพื่อปรับภาพลักษณ์องค์กรสำหรับ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, ทนงศักดิ์ เกติวงษ์, น.22

6) รูปจากอุบัติเหตุ (Accidental) ทำขึ้นโดยไม่ตั้งใจ มักเป็นผลมาจากกรรมวิธีหรือวัสดุใด ๆ

ภาพที่ 2.64 จากอุบัติเหตุ
ที่มา : การศึกษาและพัฒนารูปแบบกราฟฟิกเพื่อปรับภาพลักษณ์องค์กรสำหรับ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, ทนงศักดิ์ เกติวงษ์, น.22

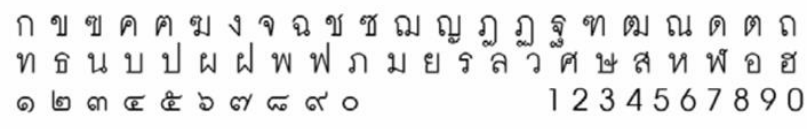
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ตัวอักษร (Typography)

ตัวอักษรไทยตามลักษณะรูปร่างตัวอักษร

จากราชบัณฑิตยสถาน (2540: 1) ได้ทำการแบ่งประเภทตัวอักษรไทย และเกณฑ์ที่แบ่งแบบสากลตาม ลักษณะการออกแบบ Perfect, C. and Rockledge, G. Type Finder (London: Sarema Press, 1990: 12) เป็นหลัก ซึ่งการแบ่งประเภททั้ง 2 ส่วนนี้ เมื่อนำเอามาประกอบกัน ก็จะแบ่งประเภทแบบตัวอักษรออกได้เป็น 5 กลุ่มใหญ่ ๆ ดังนี้

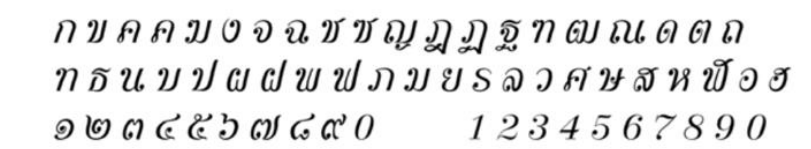
1. ตัวเนื้อความแบบหัวกลม ตัวพิมพ์แบบที่มีหัวเป็นวงกลมที่ใช้เป็นตัวข้อความเนื้อเรื่อง เป็นแบบตัวภาษาไทยที่อ่านได้ง่ายที่สุด จึงนิยมใช้กับการพิมพ์ข้อความขนาดยาวๆ



ภาพที่ 2.65 ตัวอักษรเนื้อความหัวกลม

ที่มา : การศึกษาและพัฒนารูปแบบกราฟฟิกเพื่อปรับภาพลักษณ์องค์กรสำหรับคณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, ทนงศักดิ์ เกติวงษ์, น.26

2. ตัวตกแต่งแบบมีหัว หมายถึง ตัวพิมพ์แบบที่ได้รับการออกแบบให้มีลักษณะแปลกออกไปเป็นพิเศษ มักจะใช้กับข้อความสั้น ๆ

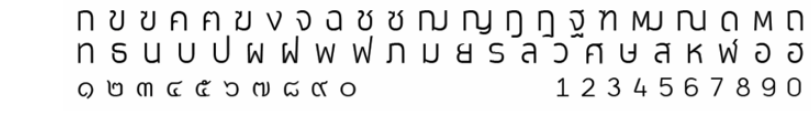


ภาพที่ 2.66 ตัวอักษรตกแต่งแบบมีหัว

ที่มา : การศึกษาและพัฒนารูปแบบกราฟฟิกเพื่อปรับภาพลักษณ์องค์กรสำหรับคณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, ทนงศักดิ์ เกติวงษ์, น.26

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

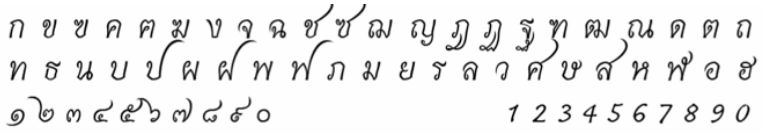
3. ตัวตกแต่งแบบตัวไม่มีหัว หรือมีหัวเป็นจงอย หรือเชิง หมายถึง ตัวพิมพ์แบบที่มีหัวเป็นจงอยเหมือนถูกปาดออก



ภาพที่ 2.67 ตัวอักษรตกแต่งแบบหัวเป็นเชิง

ที่มา : การศึกษาและพัฒนารูปแบบกราฟฟิกเพื่อปรับภาพลักษณ์องค์กรสำหรับคณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, ทนงศักดิ์ เกติวงษ์, น.26

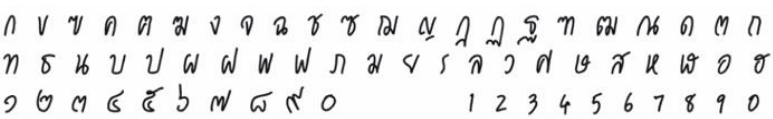
4. ตัวอาลักษณ์ หมายถึง เป็นตัวพิมพ์ที่มีลักษณะเหมือนตัวคัดลายมือ หรือตัวพิมพ์ที่ดูเหมือนเขียนด้วยปากกาคอแร้ง นิยมใช้ในการเรียงพิมพ์ข้อความสั้นๆ และต้องการให้ดูเก่าแก่โบราณ



ภาพที่ 2.68 ตัวอักษรแบบตัวอาลักษณ์

ที่มา : การศึกษาและพัฒนารูปแบบกราฟฟิกเพื่อปรับภาพลักษณ์องค์กรสำหรับคณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, ทนงศักดิ์ เกติวงษ์, น.27

5. ตัวลายมือเขียน เป็นตัวพิมพ์ที่มีลักษณะเหมือนตัวลายมือเขียน นิยมใช้ในการเรียงพิมพ์ข้อความสั้น ๆ



ภาพที่ 2.69 ตัวอักษรแบบลายมือเขียน

ที่มา : การศึกษาและพัฒนารูปแบบกราฟฟิกเพื่อปรับภาพลักษณ์องค์กรสำหรับคณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, ทนงศักดิ์ เกติวงษ์, น.27

CHULALONGKORN UNIVERSITY

ประเภทตัวพิมพ์ในภาษาอังกฤษ

อารยะ ศรีกัลยาณบุตร (2550) กล่าวว่า ตัวอักษรที่ใช้เป็นตัวพิมพ์ในภาษาอังกฤษที่จริงแล้ว คือ ตัวอักษรที่มีรากมาจากภาษาละตินที่ได้มีการพัฒนาคิดค้นแบบใหม่ๆ ขึ้นตลอดระยะเวลาอันยาวนาน ในปัจจุบันมีแบบตัวอักษรที่ใช้เป็นตัวพิมพ์อยู่มากมายแทบจะนับไม่ถ้วน อย่างไรก็ตาม ประเภทของตัวพิมพ์เหล่านั้นสามารถนำมาจัดแบ่งเป็นหมวดหมู่ได้เป็นประเภทใหญ่ ๆ ดังนี้

1. ตัวพิมพ์แบบตัวคัดลายมือ (Text letters or blackletter type) ตัวพิมพ์ที่มีลักษณะเหมือนตัวคัดลายมือ หรือตัวพิมพ์ที่ดเหมือนเขียนด้วยปากกาคอแร้ง บางครั้งก็เรียกว่า ตัวอาลักษณ์ ส่วนใหญ่มักมีลักษณะความหนาบางไม่

เท่ากันตลอดทั้งตัวอักษร นิยมใช้ในการเรียงพิมพ์ข้อความสั้นๆ และนิยมใช้ในงานออกแบบที่ต้องการให้ดูเก่าแก่หรือดูโบราณ ตัวพิมพ์แบบนี้ที่สำคัญ เช่น โรทันดา (Rotunda)

ภาพที่ 2.70 ตัวพิมพ์แบบคัดลายมือ
ที่มา : การออกแบบสิ่งพิมพ์, อารยะ ศรีกัลยาณบุตร, น.79

2. ตัวพิมพ์แบบตัวเขียน (Script or cursive typefaces) เป็นตัวพิมพ์ที่มีลักษณะเหมือนตัวลายมือเขียน คือ เป็นตัวพิมพ์ที่มีเส้นต่อเนื่องกันระหว่างแต่ละตัว ส่วนใหญ่มักมีลักษณะความหนาบางของเส้นตัวอักษรไม่เท่ากันตลอดทั้งตัวอักษร นิยมใช้ในการเรียงพิมพ์ข้อความสั้นๆ เช่น บัตรเชิญ ตัวพิมพ์แบบนี้ที่สำคัญ เช่น โคโรเนท (Coronet)

ภาพที่ 2.71 ตัวพิมพ์แบบตัวเขียน
ที่มา : https://www.dafont.com/

3. ตัวพิมพ์แบบเซอริฟ (Serif typefaces) เป็นตัวพิมพ์ที่มีส่วนที่เป็นฐานหรือติ่ง บางครั้งก็เรียกว่า ตัวมีเชิง ส่วนใหญ่มักมีลักษณะความหนาบางของเส้นตัวอักษรไม่เท่ากันตลอดทั้งตัวอักษร ในอดีตนิยมใช้ในการเรียงพิมพ์ข้อความที่มีขนาดยาวๆ เนื่องจากเชื่อว่าเป็นแบบตัวพิมพ์ที่อ่านง่ายกว่าตัวอักษรที่ไม่มีฐานหรือติ่งตัวพิมพ์แบบเซอริฟ แบ่งเป็นประเภทย่อยๆ ได้ ดังนี้

3.1) ตัวพิมพ์แบบโอลด์ สไตล์ (Old style) เป็นตัวพิมพ์ที่มีส่วนที่เป็นฐานหรือติ่งที่มีจุดเด่นอยู่ที่ส่วนที่เป็นเส้นทแยงของตัวอักษร โดยส่วนที่บางที่สุดจะเป็นมุมของตัวอักษร ไม่ใช่ส่วนบนหรือล่างหรือตัวอักษรแบบเซอริฟอื่น ๆ ตัวพิมพ์แบบนี้ที่สำคัญ เช่น การามอนด์ (Garamond) กาวดี โอลด์ สไตล์ (Goudy Old Style) และพาลาติโน (Palatino)

ภาพที่ 2.72 ตัวพิมพ์เซอรีฟ แบบโอลด์ สไตล์
ที่มา : การออกแบบสิ่งพิมพ์, อารยะ ศรีกัลยาณบุตร, น.80

3.2) ตัวพิมพ์แบบทรานสิชันแนล (Transitional) เป็นตัวพิมพ์ที่มีส่วนที่เป็นฐานหรือติ่งที่มีจุดเด่นอยู่ที่ส่วนที่หนาและบางมีความแตกต่างกันมากกว่าตัวพิมพ์แบบโอลด์สไตล์ บางครั้งก็เรียกตัวพิมพ์แบบนี้ว่า ตัวบาโรค (Baroque) ตัวพิมพ์แบบนี้ที่สำคัญ เช่น ไทมส์ นิว โรมัน (Times New Roman) และบาสเคอร์วิลล์ (Baskerville)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ภาพที่ 2.73 ตัวพิมพ์เซอรีฟ แบบทรานสิชันแนล
ที่มา : การออกแบบสิ่งพิมพ์, อารยะ ศรีกัลยาณบุตร, น.80

3.3) ตัวพิมพ์แบบสแควร์เซอริฟ (Stab serif หรือ Square serif) เป็นตัวพิมพ์ที่มีส่วนที่เป็นฐานหรือติ่งที่มีลักษณะเป็นสี่เหลี่ยม ส่วนใหญ่มักมีลักษณะความหนาบางของเส้นตัวอักษรไม่เท่ากันตลอดทั้งตัวอักษร ตัวอักษรประเภทนี้ได้รับการพัฒนาขึ้นครั้งแรกในประเทศอังกฤษ ในช่วงที่มีความนิยมศิลปวัฒนธรรมของประเทศอียิปต์ บางครั้งจึงมีการเรียกตัวอักษรประเภทนี้ว่า ตัวอียิปต์เตียน (Egyptian) หรือตัวแอนติคส์ (Antiques) ตัวพิมพ์แบบนี้ที่สำคัญ เช่น คลาเรนดอน (Clarendon) ร้อกเวล (Rockwell) และคูเลีย (Courier)

ภาพที่ 2.74 ตัวพิมพ์เซอรีฟ แบบสแควร์เซอริฟ
ที่มา : การออกแบบสิ่งพิมพ์, อารยะ ศรีกัลยาณบุตร, น.80

3.4) ตัวพิมพ์แบบโมเดิร์น (Modern) เป็นตัวพิมพ์ที่มีส่วนที่เป็นฐานหรือติ่งที่มีจุดเด่นอยู่ที่ส่วนที่หนาและบางมีความแตกต่างกันมากกว่าตัวแบบเซอริฟอื่น ๆ โดยส่วนที่เป็นเส้นแนวตั้งของตัวอักษรมักจะเป็นเส้นตรงและหนา ในขณะที่ส่วนที่เป็นฐานหรือติ่งจะบางมาก ตัวพิมพ์แบบนี้ที่สำคัญ เช่น โบโดนี (Bodoni) และเซนจูรี สกูลบุ๊ค (Century Schoolbook)

ภาพที่ 2.75 ตัวพิมพ์เซอรีฟ แบบโมเดิร์น
ที่มา : ที่มา : การออกแบบสิ่งพิมพ์, อารยะ ศรีกัลยาณบุตร, น.81

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

4.ตัวพิมพ์แบบแซนส์ เซอริฟ (Sans-serif typefaces) เป็นตัวพิมพ์ที่ไม่มีส่วนที่เป็นฐานหรือติ่ง บางครั้งก็เรียกว่า ตัวไม่มีเชิง ส่วนใหญ่มักมีลักษณะความหนาของเส้นตัวอักษรที่เท่ากันตลอดทั้งตัวอักษร ตัวพิมพ์ประเภทนี้ที่มีความหนาของเส้นตัวอักษรไม่เท่ากันตลอดทั้งตัวอักษรจะเรียกว่าตัวกอธิกส์ (Gothics) ในอดีตนิยมใช้ในการเรียงพิมพ์ข้อความพาดหัว ไม่ใช้กับข้อความที่มีขนาดยาวๆ เนื่องจากเชื่อว่าเป็นแบบตัวพิมพ์ที่อ่านยากกว่าตัวพิมพ์ที่มีฐานหรือติ่ง แต่เนื่องจากเทคโนโลยีที่ดีขึ้นทำให้เกิดความคมชัด จนใน ปัจจุบันสามารถนำใช้ได้ไม่แตกต่างกัน ตัวพิมพ์แบบนี้ที่สำคัญ เช่น เฮลเวติก้า (Helvetica) เอเรียล (Arial) และยูนิเวิร์ส (Universe)

Typography

ภาพที่ 2.76 ตัวพิมพ์แบบแซนส์ เซอริฟ
ที่มา : การออกแบบสิ่งพิมพ์, อารยะ ศรีกัลยาณบุตร, น.81

5. ตัวพิมพ์ตัวตกแต่ง (display typefaces) เป็นตัวพิมพ์ที่มีลักษณะพิเศษแตกต่างจากตัวอักษรที่เห็นกันบ่อยๆ มีรูปแบบการใช้งานเพื่อการตกแต่งโดยเฉพาะ และไม่เหมาะสมที่จะนำมาใช้พิมพ์เป็นข้อความ ดังนั้นจึงนิยมใช้กับข้อความสั้นๆ ที่เป็นพาดหัวหรือหัวเรื่อง เพื่อเรียกร้องความสนใจนอกจากตัวพิมพ์ประเภทนี้จะได้รับการออกแบบให้มีลักษณะแปลกตาแล้ว บางครั้งยังมีการนำภาพ เช่น ภาพคน ภาพสัตว์ เข้ามาประกอบเป็นส่วนหนึ่งของตัวพิมพ์อีกด้วย

ภาพที่ 2.77 ตัวพิมพ์ตัวตกแต่ง
ที่มา : ที่มา : https://www.dafont.com/

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ด้านองค์ประกอบและการจัดองค์ประกอบเรขศิลป์ ผู้วิจัยจะนำไปเป็นต้นทางในการสกัดองค์ประกอบทางเรขศิลป์เบื้องต้นจากแหล่งธรรมชาติทั้ง 10 แหล่ง เพื่อนำไปสร้างเครื่องมือแบบสอบถามชุดที่ 3 กับกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านเรขศิลป์ในบทที่ 4 ต่อไป

ด้านองค์ประกอบเรื่องสี จากชิเกโนบุ โคบายาชิ ผู้วิจัยจะนำไปเป็นต้นทางในการเทียบเคียงอารมณ์ ความรู้สึก บรรยากาศของห้องในสำนักงานร่วมแบ่งปัน ให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มตัวอย่างและสีที่มาจากธรรมชาติที่ถูกคัดเลือก ในบทที่ 4 เช่นกัน

ภาพ

การสื่อสารด้วยภาพ

การสื่อสารด้วยภาพ(Visual Communication) คือ การสื่อสารที่มุ่งให้ความคิด ความเข้าใจของผู้รับสารตรงกับความคิด ความเข้าใจของผู้ส่งสาร เนื่องจากธรรมชาติของมนุษย์เมื่อได้รับข่าวสารอย่างเดียวกันมา แต่จะมีความเข้าใจและความรู้สึกนึกคิดที่แตกต่างกันออกไป ดังนั้นการสื่อสารที่ดีจะต้องมีการวางแผนในการสื่อสาร(ภูมิบดี ใจสมัคร, 2556)

รูปภาพสามารถกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการ และตอบสนองเชิงอารมณ์ ดังนั้นรูปถ่ายหรือรูปวาดจึงเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ทรงอานุภาพ (นภาวรรณ คณานุรักษ์)

Meyers และ Lubliner (1998) แบ่งภาพเป็น 2 ประเภท คือภาพถ่าย (Photo) และภาพประกอบ (Illustration) (นสธร ลิ้มไชยาวัฒน์, 2545)

1.ภาพถ่าย(Photo) เป็นภาพที่สามารถสื่อสารความรู้สึกและอารมณ์ได้จากภาพ ช่วยทำให้พื้นที่มีชีวิตชีวา

ภาพถ่ายมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการโฆษณาขายผลิตภัณฑ์ในปัจจุบัน เนื่องจากผู้บริโภคต้องการเห็นผลิตภัณฑ์จริงก่อนพิจารณาซื้อ ดังนั้นการถ่ายภาพที่เหมือนจริงจึงจะโน้มน้าวความคิดและความต้องการของผู้บริโภคได้(ศิริพร ปีเตอร์, 2546)

2.ภาพประกอบ(Illustration) เป็นภาพที่ไม่ใช่ภาพถ่าย แต่เป็นภาพที่วาดให้เสมือนจริงหรือต่างไปจากเดิมเลยก็ได้ การใช้ภาพประกอบมีวิธีที่หลากหลาย ดังนั้นการออกแบบการสื่อสารอารมณ์ในพื้นที่สำนักงานที่แตกต่างกันไปได้หลายแนวทาง ได้แก่ภาพเหมือนจริง ภาพนามธรรม ภาพเหนือธรรมชาติ หรือภาพเซอร์เรียว ภาพการ์ตูน ภาพล้อเลียน

ปฐมพงศ์ อยู่จำนงค์(2564) กล่าวว่า ภาพคอมพิวเตอร์กราฟิก คือการสร้าง การตกแต่งแก้ไขหรือการจัดการเกี่ยวกับรูปภาพ โดยใช้คอมพิวเตอร์ในการจัดการ เช่น การทำImage Retouch ภาพคนแก่ให้มีวัยที่เด็กขึ้นได้ การสร้างภาพตามจินตนาการและการใช้ภาพกราฟิกในการนำเสนอข้อมูลต่าง ๆ เพื่อให้สามารถสื่อสารความหมายได้ตรงตามที่ผู้สื่อสารความต้องการและน่าสนใจยิ่งขึ้น สามารถแบ่งเทคนิคภาพที่สร้างจากคอมพิวเตอร์กราฟิกได้ 2 ส่วนใหญ่ ๆ ได้แก่

1. ภาพตกแต่งจากโปรแกรมคอมพิวเตอร์ (Computer Retouch) คือการตกแต่งภาพให้ดูดีกว่าต้นฉบับ หรือเพิ่มกราฟฟิกตกแต่งที่ใช้ร่วมกับภาพ เพื่อให้ดูดีกว่าภาพต้นฉบับและนำไปใช้ในงานตามความต้องการ

2. ภาพประกอบจากคอมพิวเตอร์ (Computer Graphic Illustration) ในอดีต Illustration ถูกนำไปใช้ในงานทางด้านสิ่งพิมพ์ งานแกะสลักลงสี การใช้ปากกาและหมึก ในปัจจุบันมีเทคโนโลยีเข้ามาเกี่ยวข้อง งาน Illustration จึงถูกพัฒนามาพร้อมๆกับคอมพิวเตอร์และนำมาใช้หลากหลายมากขึ้น แบ่งประเภทงาน Illustration ออกเป็น 2 รูปแบบหลัก ๆ ได้แก่

1) การใช้มือวาดภาพแบบดิจิตอล (Freehand digital illustration) งานรูปแบบนี้จะใช้เครื่องมืออันได้แก่ปากกาอิเล็กทรอนิกส์ช่วยในการวาด ซึ่งจะให้ความรู้สึกนุ่มนวล สะอาด สามารถใส่แสงเงา และความซับซ้อนได้

2) เวคเตอร์กราฟิก(Vector graphic) เป็นงาน illustration อีกรูปแบบนึงที่ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในการสร้างชิ้นงาน โดยภาพที่ถูกสร้างนั้นสามารถที่จะสเกลขนาดให้ใหญ่หรือเล็กได้โดยเสียคุณภาพ โดยส่วนใหญ่ภาพลักษณะนี้จะเป็นภาพที่มีองค์ประกอบ ขนาด และความหมายที่ชัดเจน

อีกนัยนึงการสื่อสารด้วยยังภาพ หมายถึง การสื่อสารที่แปลงตัวอักษรให้กลับมาเป็นรูปธรรมและมีความหมาย ด้วยการใช้รหัสภาพ (Icon) หรือสัญลักษณ์ แสดงถึงเรื่องราวและเหตุการณ์ต่าง ๆ เป็นวิธีการที่มนุษย์เอาชนะเวลาและอุปสรรคด้านภาษา สามารถถ่ายทอด วัฒนธรรมระหว่างประเทศใช้ภาษาต่างกันได้ ทำให้เข้าใจได้ง่ายด้วยสมองของมนุษย์ (ธัชพล อินทรเทวี, 2556)

เครื่องหมาย หรือ Sign อาจแยกออกได้เป็น 3 กลุ่ม คือ Symbol, Signal, Signage จะเห็นได้ว่าเครื่องหมายสัญลักษณ์ในรูปของสัญลักษณ์ เครื่องหมายสัญลักษณ์และป้ายสัญลักษณ์ มีความสัมพันธ์เกี่ยวเนื่องกันและเป็นสิ่งที่แยกออกจากกันได้ยาก ใช้สื่อสารในลักษณะที่เป็นสากล คือใช้แทนคำพูดยาวและยากได้ ปัญหาจึงอาจมาจากสัญลักษณ์ที่ไม่สอดคล้องกับวัฒนธรรมบางประเทศและบางครั้งยังสร้างความสับสนโดยเข้าใจว่าป้ายสัญลักษณ์เป็นตราสัญลักษณ์ขององค์กร โครงการหรือกลุ่มได้เหมือนกัน ป้ายสัญลักษณ์โดยรวมมีหน้าที่หลัก คือ เพื่อถ่ายทอดข้อมูลในลักษณะของการชี้ทาง แนะนำสถานที่ หรือบังคับควบคุมเพื่อใช้กับคนหมู่มาก ดังนั้นป้ายสัญลักษณ์จึงควรต้องมีการใช้สัญลักษณ์ภาพในลักษณะของภาษาเพื่อสื่อความหมายกับสาธารณะชน ซึ่งแตกต่างจากตราสัญลักษณ์ที่ใช้เพื่อการสร้างภาพลักษณ์แทนหน่วยงาน กิจการ หรือบุคคล (เอื้อเอ็นดู ดิศกุล ณ อยุธยา, 2543)

ภาษาภาพ (Logogram) หรือ Pictogram คือสัญลักษณ์ที่พาดพิงถึงวัตถุ อากัปกิริยา กระบวนการคิดรวบยอด ที่เป็นประโยชน์ต่อปัญหาทางภาษา เพราะใช้ดีกับการจราจร สนามบินระหว่างประเทศ ศูนย์ท่องเที่ยว ซึ่งต้องสื่อสารกับคนจำนวนมาก ที่มีหลายชาติหลายภาษา และมีระดับการศึกษาแตกต่างกัน ส่วนสัญลักษณ์ภาพที่ได้รับการยอมรับมากที่สุด คือ สัญลักษณ์ภาพที่ใช้บนท้องถนนทั่วโลก ดังนั้นเครื่องหมายสัญลักษณ์ภาพ จึงไม่ใช่เป็นสมบัติขององค์กรใดองค์กรหนึ่งโดยเฉพาะ หากแต่เป็นที่ยอมรับของคนทั้งโลกให้ใช้งานเพื่อการสื่อสารถือเป็นงานสาธารณประโยชน์

แนวทางการใช้สัญลักษณ์

การใช้สัญลักษณ์แบบเส้น ในการบอกเส้นทางใช้ในพื้นที่มีอาคารสิ่งปลูกสร้างมากกว่าหนึ่งแห่ง และมีที่ตั้งซึ่งอยู่ในแนวเดียวกัน การใช้สัญลักษณ์แบบเส้น แสดงให้เห็นทิศทางที่ตั้งของสถานที่สิ่งก่อสร้าง ส่วนข้อจำกัด คือเหมาะสำหรับบอกเส้นทางเท่านั้น เช่น ป้ายเส้นทางเดินรถไฟฟ้า BTS ป้ายข้อมูลฉุกเฉินทางไปห้องน้ำ ห้องพยาบาล

การใช้สัญลักษณ์ภาพแบบภาพ บอกอาณาเขตที่แน่นอน แสดงให้เห็นทิศทาง โดยมุ่งเน้นไปยังรูปเหมือน ที่สามารถึงดูดความสนใจของผู้คนได้ ส่วนมากใช้กับนิทรรศการ ห้องพักผู้โดยสารเป็นวิธีง่ายแก่การเข้าใจและมีประสิทธิภาพ ใช้ในงานหรือสถานที่ที่มีคนหนาแน่น และคนมีความต้องการรับรู้ข้อมูลจากสัญลักษณ์

การใช้สัญลักษณ์แบบแผนที่ ในการบอกทิศทาง ใช้สำหรับหาทิศทางหรือแหล่งที่ตั้งโดยศึกษาข้อมูลจากแผนที่ มักใช้ในชุมชน เมือง แหล่งที่อยู่อาศัย และสถานที่ต่าง ๆ ผู้ที่ต้องการหาข้อมูลสามารถตรวจสอบเส้นทางและระยะทางได้จากแผนที่ ช่วยให้ความสะดวกสบาย และความรวดเร็วในการหาข้อมูล (เอื้อเอ็นดู ดิศกุล ณ อยุธยา, 2543)

รูปแบบการออกแบบ

99Design (2019) จากบทความ “Your visual guide to design styles” ได้กล่าวถึงวิธีการและ ความสำคัญของสไตล์การออกแบบในงานออกแบบเรขศิลป์นั้นจัดเป็นวิธีการหนึ่งที่ช่วยให้นักออกแบบสามารถนำไปใช้งานได้ง่ายที่สุดใน ซึ่งเป็นจุดการเชื่อมโยงความสัมพันธ์และข้อมูลในการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งจะสามารถช่วยในการทำหน้าที่ได้ดี เพื่อส่งเสริมให้งานออกแบบเกิดประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งบทความดังกล่าวได้อธิบายและแบ่งการใช้สไตล์ออกได้เป็น 17 ประเภทดังนี้

1. การออกแบบสไตล์สามมิติ (3 Dimensions)

เป็นลักษณะการออกแบบให้รู้สึกถึงมิติโดยไม่มีการใช้สีที่เรียบแบน เน้นการใช้ระยะมิติ การลวงตาด้วยความลึกของแสงและเงาบนภาพประกอบและตัวอักษรที่ปรากฏ จากภาพลวงตาของความลึก หรือลักษณะวิธีการจะมีความคล้ายคลึงกับงานแนว Skeuomorphic ซึ่งเป็นการออกแบบที่ใช้การเลียนแบบการสร้างสิ่งที่คล้ายกับวัตถุจริงขึ้นมาด้วยลักษณะเฉพาะของการออกแบบสไตล์สามมิติ

ภาพที่ 2.78 ตัวอย่างสไตล์งานประเภท 3 Dimensions

ที่มา : https://99designs.com/profiles/akirax3/designs/311445

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

2. การออกแบบแนวเชิงธรรม (Abstract)

การออกแบบแนวเชิงธรรมสื่อสารแนวคิดที่ออกมาไม่ชัดเจน เป็นการใช้รูปทรงแบบของการสร้างผลงานศิลปะแนวคิดในการสื่อสารที่ไม่ขึ้นกับรูปลักษณ์ และอาจไม่มีอยู่ในโลกแห่งความเป็นจริง ด้วยลักษณะรูปแบบการออกแบบที่เป็นเชิงนามธรรมนั้นเกิดจากการออกแบบด้วยเทคนิคผสมผสานของสีและรูปร่างเข้ามาสร้างองค์ประกอบขึ้นด้วยกันโดยทั่วไปจะขึ้นอยู่กับนักออกแบบและกลุ่มเป้าหมายจะใช้การตีความกันออกมาอย่างไรก็ตามแต่การตีความส่วนบุคคล สามารถใช้รวมกับงานออกแบบประเภทสามมิติหรือต้องการเสนอบนความเรียบง่ายในงานออกแบบ

ภาพที่ 2.79 ตัวอย่างสไตล์งานประเภท Abstract

ที่มา : https://99designs.com/profiles/cecece/designs/545800

3. การออกแบบแนวสะอาดเรียบง่าย (Clean and Minimalist)

การออกแบบแนวสะอาดเรียบง่ายจากอิทธิพล Minimalism เป็นสไตล์หรือเทคนิคที่โดด เด่นด้วยความรู้สึกและความเรียบง่าย ใช้การออกแบบด้วยรูปทรงพื้นฐาน การเลือกใช้สีจำนวนน้อย ๆ ไม่เน้นการจัดวางองค์ประกอบด้วยสิ่งที่ไม่จำเป็นเข้าไปในงานออกแบบแนวคิดจะมีความตรงข้ามกับการออกแบบแนวเชิงธรรม (Abstract) เน้นเรียบง่ายเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายสามารถเข้าใจการสื่อสารของข้อความได้ง่ายที่สุด

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ภาพที่ 2.80 ตัวอย่างสไตล์งานประเภท Clean and Minimalist

ที่มา: https://99designs.com/profiles/ludibes/designs/512905

4. การออกแบบเชิงแนวคิด (Conceptual Art)

การออกแบบเชิงแนวคิด จัดเป็นส่วนหนึ่งของของ ภาพประกอบ (Illustration) และอีกทั้งยังเป็นภาพเชิงเปรียบเทียบของ ความคิดภาพ (Visual idea) โดยการออกแบบลักษณะนี้ส่วนใหญ่ใช้การออกแบบสร้างภาพเพื่อแสดงว่าเป็นการสมมติจากจินตนาการด้วยการถ่ายถอดออกมาเป็นภาพประกอบเนื่องจากไม่จำเป็นต้องมีความคล้ายคลึงกับวัตถุจริง หรือไม่จำเป็นต้องเกิดขึ้นจริง ด้วยอาจกล่าวได้ว่าเป็นการออกแบบจำลองเหตุการณ์อนาคตขึ้นมาตามความเข้าใจในมโนคติ (Idea) ของผู้ออกแบบ

ภาพที่ 2.81 ตัวอย่างสไตล์งานประเภท Conceptual Art

ที่มา: https://99designs.com/profiles/1016097/designs/47174

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

5. การออกแบบโดยใช้ความเป็นผู้หญิง (Feminine)

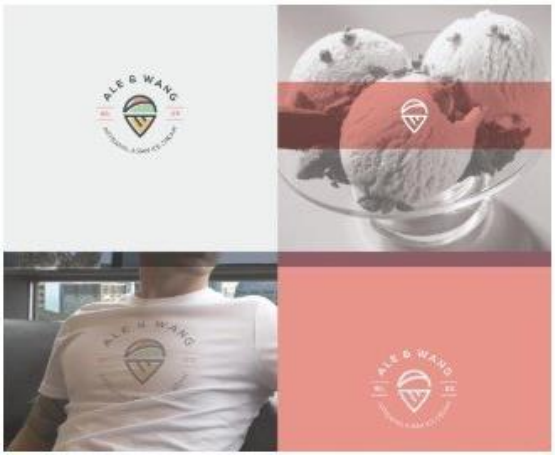
ออกแบบโดยใช้ความเป็นผู้หญิง จะมีความโดดเด่นด้วยการใช้รายละเอียดที่สามารถดึงดูดความสนใจของผู้หญิงโดยเฉพาะได้ ด้วยลวดลายบางเบาอ่อนช้อยและใช้สีที่ดูแล้วรู้สึกอ่อนหวานจากการไล่ระดับสีแดงอมชมพูที่ดูแล้วนุ่มละมุนมาช่วยในการสื่อสาร เช่น การออกแบบจานโดยใช้สีสีอ่อนลายใบไม้และการเขียนเรียงซ้อนให้เกิดความอ่อนช้อยสวยงาม เป็นต้น

ภาพที่ 2.82 ตัวอย่างสไตล์งานประเภท Feminine

ที่มา: https://99designs.com/profiles/ananana14/designs/359972

6. การออกแบบให้ความเรียบแบน (Flat)

สไตล์การออกแบบให้ความเรียบแบนหรือ Flat นี้เป็นประเภทย่อยของการออกแบบรูปลักษณ์แบบดูน้อยและเรียบง่าย (Minimalist) โดยใช้สีน้อยที่สุดประกอบกับการใช้ความราบเรียบของเส้นและสีเข้ามาเป็นจุดเด่น จุดประสงค์หลักเพื่อความสวยงามสะอาดตา



ภาพที่ 2.83 ตัวอย่างสไตล์งานประเภท Flat

ที่มา: https://99designs.com/profiles/ludibes/designs/270420

7. ออกแบบโดยใช้สีสันและความสนุก (Fun and Playful)

สไตล์การออกแบบ Fun and Playful เป็นการออกแบบที่เน้นสีสันด้วยแรงบันดาลใจจาก ความสนุกสนาน โดยการออกแบบสื่อสารให้ความรู้สึกที่ไม่เป็นทางการดูน่ารักและติดตลก ซึ่งสไตล์นี้นิยมใช้ในการออกแบบสร้างตัวการ์ตูนมาประกอบการวาดรูปแบบที่ไม่สมจริงหรือกึ่งจริง (Non-Realistic or Semi-Realistic) เข้ามาใช้ในงานออกแบบ

ภาพที่ 2.84 ตัวอย่างสไตล์งานประเภท Fun and Playful

ที่มา: https://99designs.com/profiles/gangmaz/designs/114378

8. การออกแบบด้วยรูปทรงเรขาคณิต (Geometric)

เป็นสไตล์การออกแบบที่ได้มาจากแนวความคิดของรูปแบบเรขาคณิตเข้ามาประกอบการ จัดองค์ปะกอบทางเรขศิลป์ โดยลักษณะการออกแบบเน้นใช้เส้นตรงและรูปร่างรูปทรงเรขาคณิตเป็นหลักเช่น สี่เหลี่ยมสี่เหลี่ยมและสามเหลี่ยม การทับซ้อนตัดกันไปมาจะเป็นรูปทรง (Form) ทาง เรขาคณิตใหม่ขึ้นอย่ามีทิศทาง (Direction) จากการจัดวางอย่างมีจังหวะที่ว่าง และใช้สีแต่งแต้มลงไปเพื่อให้เกิดความโดดเด่นน่าสนใจมากขึ้น

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ภาพที่ 2.85 ตัวอย่างสไตล์งานประเภท Geometric

ที่มา: https://99designs.com/profiles/hengkyangsari/designs/408077

9. การออกแบบสไตล์แนวดิบ (Grunge)

การออกแบบ Grunge Style เป็นแนวดิบผสมระหว่าง แนว Punk Style และ Casual Style เข้าด้วยกัน โดยการออกแบบจะเป็นประเภทจะกระตุ้นความดิบจากความคมเข้ม จากบุคลิกสื่อสารถึงความกล้าหาญ ดูสุขุมอยู่บนแนวทางการออกแบบร่วมสมัยในปี ค.ศ. 1990 โดยทั่วไปแล้วบางครั้งจะนิยมการออกแบบโดยใช้ภาพประกอบและตัวอักษรที่มีลักษณะสื่อสารถึงอารมณ์ที่สังเกตแล้วรู้สึกเกิดความเศร้าและแฝงด้วยความหม่นหมอง หรือเปลี่ยนไปในทางตรงกันข้ามที่ดุดันโหดร้าย เป็นต้น

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาพที่ 2.86 ตัวอย่างสไตล์ งานประเภท Grunge

ที่มา: https://99designs.com/profiles/flavia2767/designs/667341

10. การออกแบบสไตล์ภาพประกอบ (Illustrated)

เป็นการใช้รูปแบบภาพประกอบมาใช้ในการสื่อสารความหมายอย่างตรงไปตรงมาซึ่งใช้กระบวนการอธิบายด้วยภาพที่นำมาประกอบสื่อสารควบคู่กันกับตัวอักษรข้อความตามแนวคิดของนักออกแบบ โดยใช้ในการออกแบบหัวเรื่อง ชื่องาน ชื่อสินค้า เป็นต้น ต้องสามารถทำงานสื่อสารควบคู่กันออกมาได้อย่างกลมกลืนและองค์ประกอบสอดคล้องกันมากที่สุด

ภาพที่ 2.87 ตัวอย่างสไตล์งานประเภท Illustrated

ที่มา: https://99designs.com/profiles/lucadia/designs/948

11. การออกแบบจากความหรูหรา (Luxurious)

สไตล์ที่ต้องการออกแบบสื่อสารออกมาจากแนวคิดความเรียบหรูหรามีระดับ ดูมีมาตรฐานสื่อสารภาพลักษณ์ให้ดูความน่าเชื่อถือมีราคาสูง การออกแบบจะนิยมใช้สีที่สื่อสารถึงความร่ำรวย ความมีรสนิยมเข้ามาใช้ในงานออกแบบเป็นหลัก เช่น การใช้พิมพ์สีเงินหรือสีทอง บนแผ่นหนังหรือกระดาษสีเข็มนั้นสามารถช่วยสื่อสารสไตล์ Luxurious ออกมาได้เป็นอย่างดี

ภาพที่ 2.88 ตัวอย่างสไตล์งานประเภท Luxurious

ที่มา: https://99designs.com/profiles/yokaona/designs/804781

12. การออกแบบโดยใช้ความเป็นผู้ชาย (Masculine)

เป็นลักษณะสไตล์การออกแบบที่เน้นการแสดงออกถึงความเป็นชาย การดึงดูดความสนใจของผู้ชาย ด้วยการออกแบบจากเส้นที่เรียบง่ายโดยใช้กลุ่มสีดำขาวหรือสีเข็ม การแสดงออกด้วยพื้นผิว (Texture) ที่ให้ความรู้สึก "ขรุขระ" ลักษณะสีที่ใช้มักนิยมใช้สีดำทองและทองแดง บนการออกแบบที่เรียบง่ายและสามารถใช้แบบอักษรแบบเก่าหรือแบบอักษรที่เรียบง่ายและทันสมัย เข้ามาประกอบสื่อสารร่วมกันด้วยกันได้

ภาพที่ 2.89 ตัวอย่างสไตล์งานประเภท Masculine

ที่มา: https://99designs.com/profiles/executor/designs/259231

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

13. การออกแบบจากรูปทรงธรรมชาติ (Organic and natural)

การออกแบบ Organic and natural เป็นสไตล์ที่ใช้รูปแบบตามธรรมชาติ ที่มีความสมจริง และมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นด้วยลายเส้นที่ถูกเขียนอย่างต่อเนื่องกันจะประกอบด้วยเส้นโค้งความมนต่าง ๆ จะไม่มีการใช้รูปทรงเรขาคณิตเขามาใช้ในการออกแบบ เนื่องจากการเลือกใช้รูปทรงธรรมชาติ กับสีสันตามธรรมชาติ ยังให้ความรู้สึกเรียบง่าย ดูรู้สึกดีต่อสุขภาพ จากการใช้พื้นผิวของไม้ กระดาษ หรือใช้วัสดุตามธรรมชาติมานำเสนอ อย่างเช่นการใช้ดอกไม้ ผลไม้ ใบไม้จริงมาประกอบการจัดองค์ประกอบทางการออกแบบ

ภาพที่ 2.90 ตัวอย่างสไตล์งานประเภท Organic and natural

ที่มา: https://99designs.com/profiles/martislupus

14. การออกแบบด้วยภาพประกอบสมจริง (Photorealism)

สไตล์การออกแบบด้วยภาพประกอบสมจริง Photorealism เป็นรูปแบบของการใช้ภาพประกอบที่นักออกแบบทำแบบขึ้นจากคอมพิวเตอร์หรือการวาดด้วยมือเพื่อให้ผลงานออกมา มีความใกล้เคียงกับภาพต้นฉบับหรือภาพถ่ายให้มากที่สุดหรือนักออกแบบสามารถนำไปดัดแปลงภาพไปใช้ในการสื่อสารตามเรื่องราวที่ต้องการได้โดยมีรายละเอียดของภาพมาอย่างครบถ้วนและดูสมบูรณ์สวยงาม

ภาพที่ 2.91 ตัวอย่างสไตล์งานประเภท Photorealism

ที่มา: https://99designs.com/profiles/bathi

15. การใช้ภาพลักษณ์ความเป็นมืออาชีพ (Professional and Corporate)

ลักษณะการออกแบบด้วยการใช้ภาพลักษณ์ความเป็นมืออาชีพ เหมาะสำหรับองค์กรที่ต้องการส่งเสริมภาพลักษณ์ในสายอาชีพที่ตนทำอยู่ เพื่อต้องการสร้างความประทับใจ ความรู้สึกที่เป็นทางการเป็นการเป็นงาน ดูน่าเชื่อถือให้กับกลุ่มเป้าหมาย ด้วยการแสดงออกผ่านการใช้รูปทรง และสีที่มีความเรียบง่ายสะอาดตา การใช้ภาพประกอบต้องสื่อสารได้ชัดเจน การจัดองค์ประกอบตามรูปแบบการอ่านสื่อสารอย่างเป็นระเบียบเรียบร้อยสามารถเข้าใจได้ง่าย

ภาพที่ ตัวอย่างสไตล์งานประเภท Professional and Corporate

ที่มา: https://99designs.com/profiles/254321/designs/111913

16. การใช้การออกแบบตัวอักษร (Typographic)

เป็นสไตล์การเลือกใช้รูปแบบตัวอักษรจากการปรับเปลี่ยนแบบของคำเฉพาะคำ ด้วยการ ออกแบบของคำที่ต้องการเขียนพาดหัวเรื่องหรือสโลแกน มาใช้ในงานออกแบบเพื่อเป็นจุดเด่นช่วย กระตุ้นการตอบสนองต่อกลุ่มเป้าหมาย หรือจากนำไปใช้สำหรับการออกแบบตราสัญลักษณ์ที่ต้อง ปรับเปลี่ยนแบบอักษรขึ้นมาใหม่เพื่อใช้งานโดยเฉพาะในการสื่อสารข้อมูลหลักของงานออกไป

ภาพที่ 2.92 ตัวอย่างสไตล์งานประเภท Typographic

ที่มา: https://99designs.com/profiles/stvmink

17. การออกแบบสไตล์วินเทจย้อนยุค (Vintage and Retro)

ความหมายของคำว่า Vintage หรือ Retro (ย่อมาจากคำว่า "Retrospective") เป็นสไตล์ที่มีกระแสที่มาจากอดีตที่ผ่านมา สไตล์การออกแบบวินเทจ ที่กำลังได้รับความนิยมมากขึ้น รวมถึงการผสมผสานการออกแบบสไตล์ Victoriana, Steam punk, Bauhaus และ Minimalist style เข้ามาประกอบกันในงานออกแบบ ซึ่งบางครั้งงานออกแบบสไตล์ได้รับแรงบันดาลใจจากสไตล์การตกแต่งในหลากหลายยุคสมัยเข้าด้วยกันได้อย่างลงตัวสวยงาม จึงเรียกแนวทางที่เกิดการผสมผสานร่วมกันนี้ว่าการออกแบบสไตล์วินเทจย้อนยุค Vintage and Retro เป็นต้น

ภาพที่ 2.93 ตัวอย่างสไตล์งานประเภท Vintage and Retro

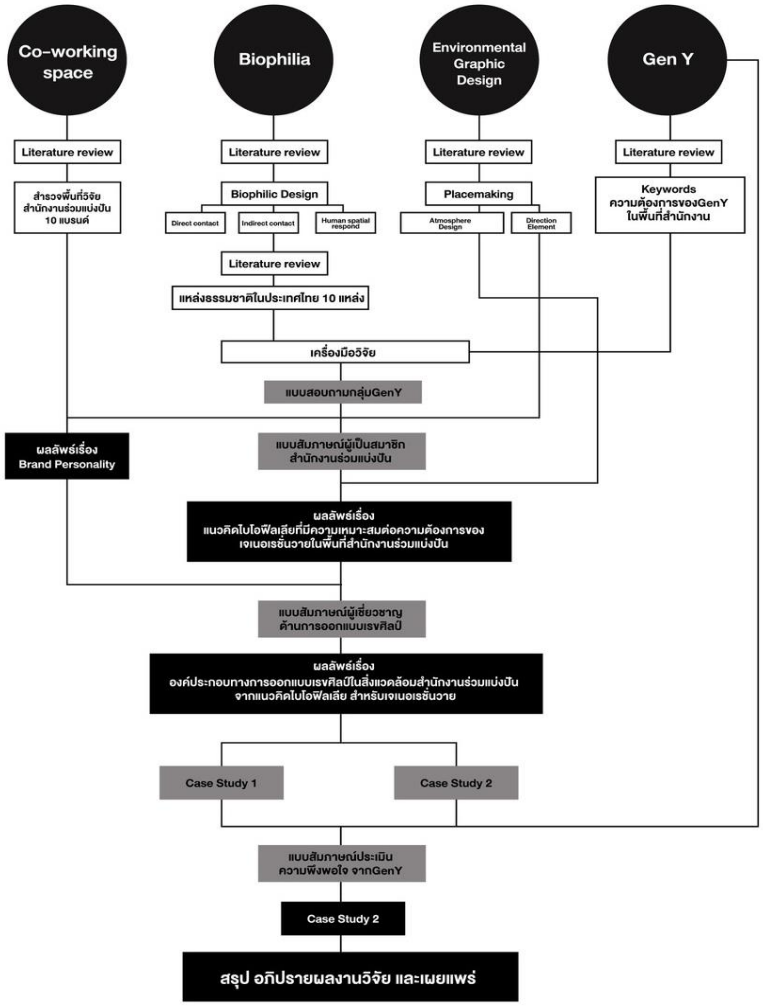
ที่มา: https:/99designs.com/profiles/wooden

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ในส่วนเรื่องรูปแบบการออกแบบ(Style) ผู้วิจัยจะนำไปสร้างเป็นตัวเลือกในแบบสอบถามในส่วนของบุคลิกภาพของแบรนด์ในเครื่องมือแบบสอบถามสำหรับผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเรขศิลป์ และสรุปแนวทางอีกครั้งในบทที่ 4

บทที่ 3
วิธีดำเนินการวิจัย

วิทยานิพนธ์เรื่อง การออกแบบเรขศิลป์ในสิ่งแวดล้อมพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน จากแนวคิดไบโอฟิลเลีย สำหรับเจเนอเรชั่นวาย การวิจัยนี้ได้ใช้กระบวนการวิจัยแบบผสมผสาน (Mix Methods Research) ระหว่างวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาแนวคิดไบโอฟิลเลีย และพฤติกรรมของเจเนอเรชั่นวาย พัฒนาสู่องค์ประกอบทางการออกแบบเรขศิลป์สำหรับพื้นที่สำนักงานร่วม โดยมีกระบวนการวิจัย ดังนี้



แผนภาพที่ 3.1 แผนผังการดำเนินการวิจัย

ที่มา : ผู้วิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัย โดยมีกระบวนการ ดังนี้

ระยะที่ 1

ขั้นตอนที่ 1 รวบรวมข้อมูล เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การรวบรวมเพื่อศึกษาแนวคิด ความสำคัญ องค์ประกอบของแนวคิดไบโอฟิลเลียเพื่อการออกแบบเรขศิลป์สิ่งแวดล้อมสำหรับพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปันสำหรับเจเนอเรชั่นวาย โดยศึกษาในหัวข้อต่อไปนี้ วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวคิด ความสำคัญขององค์ประกอบเรขศิลป์สิ่งแวดล้อมในพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน

1. ศึกษาวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดไบโอฟิลเลีย

2. การรวบรวมข้อมูล เอกสารเกี่ยวข้องกับแหล่งธรรมชาติในประเทศไทย

3. รวบรวมข้อมูล เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องด้านพฤติกรรมของกลุ่มเจเนอเรชั่นวาย กับการใช้งานในภายในพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน(Co-Working Space)

4. รวบรวมข้อมูล เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับลักษณะกายภาพของสำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co-Working Space) ในขอบเขตพื้นที่ของงานวิจัย

5. ศึกษาวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวางตำแหน่งของแบรนด์ (Brand Positioning) และบุคลิกภาพตราสินค้า (Brand Personality)

6. ศึกษาวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบเรขศิลป์สิ่งแวดล้อม ในพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน(Co-Working Space) ผู้วิจัยกำหนดขอบเขต ไว้ดังนี้

6.1 การออกแบบเรขศิลป์เพื่อช่วยสร้างสรรค์สถานที่ (Placemaking)

6.2 การออกแบบสัญลักษณ์ให้สอดคล้องกับ บุคลิกภาพของแบรนด์ (Brand Personality)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ขั้นตอนที่ 2 การสร้างเครื่องมือการวิจัย ระยะที่ 1

หลังจากผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูล เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้ทำการสรุปการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อนำมาสร้างเครื่องมือการวิจัย(Research Instrument) ในระยะที่ 1 ประกอบด้วย แบบสอบถาม 1 ชุด และแบบสัมภาษณ์ 1 ชุด ระยะที่2 ประกอบด้วย แบบสอบถาม 3 ชุด และได้รับการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ตรวจสอบความครอบคลุมของเนื้อหา (Structural Content) และความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content validity) เพื่อให้ข้อคำถามแต่ละข้อสอดคล้องกับเนื้อหาและจุดประสงค์ของการวิจัย (Index of Item-Objective Congruence หรือ IOC) จากผู้ทรงคุณวุฒิที่ตรวจสอบเครื่องมือวิจัย โดยมีรายนามต่อดังนี้

1) รองศาสตราจารย์ อาวิน อินทรังษี ผู้ทรงคุณวุฒิท่านที่ 1
2) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วัชราธร เพ็ญศศิธร ผู้ทรงคุณวุฒิท่านที่ 2
3) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ธนารักษ์ จันทรประสิทธิ์ ผู้ทรงคุณวุฒิท่านที่ 3

จากนั้นได้ส่งข้อมูลไปยังคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน กลุ่มสหสถาบัน ชุดที่ 2 สังคมศาสตร์ มนุษยศาสตร์ และศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ซึ่งได้ใบรับรองโครงการวิจัย รูปแบบพิจารณาทบทวน : แบบลดขั้นตอน

1. เครื่องมือแบบสอบถาม (Questionnaire)

ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือแบบสอบถามกับกลุ่มเจเนอเรชั่นวาย จำนวน 400 ชุด โดยเป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งมีเกณฑ์การคัดเลือก ดังนี้ เป็นประชากรเจเนอเรชั่นวาย อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ที่เคยเข้าใช้งานสำนักงานร่วมแบ่งปัน(Co-Working Space)

ใช้แบบสอบถามแบบปลายปิด (Close-Form) และแบบปลายเปิด (Open-Form) กับกลุ่มวัยทำงานเจเนอเรชั่นวาย สอบถามพฤติกรรม ความต้องการของเจเนอเรชั่นวาย เกี่ยวกับพื้นที่การทำงานในยุคปัจจุบันและอนาคต รวมถึงการสอบถามเกี่ยวกับความต้องการด้านบรรยากาศของห้องแต่ละโซนในพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co-Working Space)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

2. เครื่องมือแบบสัมภาษณ์ (Interview)

ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือแบบสัมภาษณ์กับกลุ่มเป็นสมาชิกของพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน(Co-Working Space)โดยใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสุ่มตามวัตถุประสงค์(Purposeful Random Sampling) มีเกณฑ์การคัดเลือก ดังนี้ เป็นผู้เช่าหรือเป็นผู้ที่เข้าใช้งานพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co-Working Space) ในขอบเขตของโครงการ เป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร และเป็นผู้ที่มีความชื่นชอบธรรมชาติ

ใช้เครื่องมือแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง(Structured Interview) และใช้เครื่องมือแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) กับกลุ่มผู้เข้าใช้พื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปันในพื้นที่กรุงเทพมหานคร เพื่อสอบถามเกี่ยวกับข้อดี-ข้อเสีย ปัญหา ความต้องการของกลุ่มผู้ใช้งานในพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co-Working Space) แต่ละสาขา ความถี่ของการเข้าใช้ในแต่ละห้องและเชื่อมโยงความต้องการในพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน(Co-Working Space) กับแนวคิดไบโอฟิลเลีย

ขั้นตอนที่ 3 วิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามร่วมกับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องและหาองค์ประกอบทางเรขศิลป์เบื้องต้น

สรุปข้อมูลทั้งหมดและสังเคราะห์ข้อมูล จากแบบสอบถามทั้ง 2 ชุด และสร้างองค์ประกอบทางเรขศิลป์เบื้องต้นจากแนวคิดไบโอฟิลเลีย จากธรรมชาติทั้ง10 แหล่ง

ระยะที่ 2

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ขั้นตอนที่ 4 สร้างเครื่องมือการวิจัย ระยะที่ 2

หลังจากผู้วิจัยได้วิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูล หลังจากนั้นผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการสรุปไปสร้างแบบสอบถามชุดที่ 3-4 สำหรับผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเรขศิลป์ และแบบสอบถามชุดที่ 5 คือแบบประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง

เครื่องมือแบบสอบถาม (Interview)

ใช้แบบสอบถามแบบปลายปิด(Close-Form)และปลายเปิด(Open-Form) โดยวิธีการสนทนาแบบกลุ่มกับผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเรขศิลป์ จำนวน 9 ท่าน เพื่อเชื่อมโยงองค์ประกอบเรขศิลป์จากแนวคิดไบโอฟิลเลีย พัฒนาสู่กระบวนการการออกแบบเรขศิลป์สิ่งแวดล้อมในพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน(Co-Working Space)

ใช้วิธีการแบบเจาะจง (Purposive sampling) เพื่อความหลากหลายจากทัศนคติจากบุคคลหลายกลุ่ม อาทิ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญในวงการวิชาการ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญสายงานเรขศิลป์และออกแบบตกแต่งภายใน จึงกำหนดบุคคลตามเกณฑ์ดังนี้ มีประสบการณ์เฉพาะในสายงานการออกแบบเรขศิลป์/ เรขศิลป์สิ่งแวดล้อม /ออกแบบตกแต่งภายใน อย่างใดอย่างหนึ่งก็ได้ ซึ่งประกอบด้วย นักออกแบบเรขศิลป์ที่ประกอบอาชีพในสายงานนี้ 10 ปีขึ้นไป นักวิชาการหรืออาจารย์ที่ดำรงตำแหน่ง ศาสตราจารย์ รองศาสตราจารย์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อาจารย์ดร. สาขาออกแบบเรขศิลป์/เรขศิลป์สิ่งแวดล้อม/ออกแบบตกแต่งภายใน อย่างใดอย่างหนึ่ง โดยมีรายนาม ดังต่อไปนี้

1) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. บุรินทร์ เปล่งดีสกุล
   อาชีพ : อาจารย์ประจำ มีประสบการณ์การทำงานในสายงาน 23 ปี
   ที่ทำงาน : คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
   ตำแหน่ง : คณบดี และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์
2) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นภกมล พิมลเกตุ
   อาชีพ : อาจารย์ประจำ มีประสบการณ์การทำงานในสายงาน 30 ปี
   ที่ทำงาน : คณะสถาปัตยกรรม ศิลปะ และการออกแบบ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
   ตำแหน่ง : ผู้ช่วยศาสตราจารย์
3) อาจารย์ ดร.ไพโรจน์ พิทยเมธี
   อาชีพ : อาจารย์ประจำ มีประสบการณ์การทำงานในสายงาน 27 ปี
   ที่ทำงาน : คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
   ตำแหน่ง : อาจารย์
4) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ชาลี มธุรการ
   อาชีพ : อาจารย์ประจำ มีประสบการณ์การทำงานในสายงาน 24 ปี
   ที่ทำงาน : คณะสถาปัตยกรรม ศิลปะ และการออกแบบ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
   ตำแหน่ง : ผู้ช่วยศาสตราจารย์
5) อาจารย์ ดร. ภาคินี เปล่งดีสกุล
   อาชีพ : อาจารย์ประจำ มีประสบการณ์การทำงานในสายงาน 13 ปี
   ที่ทำงาน : คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
   ตำแหน่ง : อาจารย์

6) คุณกฤตย์ หลงเจริญ

อาชีพ : นักออกแบบเรขศิลป์สิ่งแวดล้อม และอาจารย์พิเศษ มีประสบการณ์การทำงานในสายงาน 25 ปี

ที่ทำงาน : Shrimp Asia Co.,Ltd

ตำแหน่ง : Design Director

7) คุณศิรวัชร รังสกฤษฎ์โยธิน

อาชีพ : นักออกแบบตกแต่งภายใน มีประสบการณ์การทำงานในสายงาน 15 ปี

ที่ทำงาน : Continue Space Co.,Ltd

ตำแหน่ง : Design Director

8) คุณสิทธิกร ชาติเชษฐ์พงษ์

อาชีพ : นักออกแบบเรขศิลป์ มีประสบการณ์การทำงานในสายงาน 12 ปี

ที่ทำงาน : Miskawaan Health Group

ตำแหน่ง : Senior Graphic Designer

9) คุณปาจารีย์ คะศรีทอง

อาชีพ : นักออกแบบเรขศิลป์ มีประสบการณ์การทำงานในสายงาน 10 ปี

ที่ทำงาน : Central Group

ตำแหน่ง : Graphic and Product Designer

CHULALONGKORN UNIVERSITY

ขั้นตอนที่ 5 สังเคราะห์ข้อมูล

หลังจากผู้วิจัยได้ผลการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเรขศิลป์ ได้ทำการสังเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม และสรุปกระบวนการออกแบบเรขศิลป์จากแนวคิดไบโอฟิลเลียในพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปันสำหรับเจเนอเรชั่นวาย

ขั้นตอนที่ 6 สร้างสรรค์ผลงานออกแบบกรณีตัวอย่าง

เมื่อได้ข้อสรุปและแนวทางการออกแบบเรขศิลป์จากแนวคิดไบโอฟิลเลียในพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปันสำหรับเจเนอเรชั่นวาย ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์พื้นที่กรณีตัวอย่างเพื่อสร้าง Design Brief สำหรับพื้นที่ และออกแบบผลงานสร้างสรรค์ออกแบบเบื้องต้น

ขั้นตอนที่ 7 นำงานออกแบบเบื้องต้นไปประเมินความพึงพอใจโดยกลุ่มผู้เข้าใช้งานพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน(Co-Working Space)

ใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก(In-Depth Interview) กลุ่มผู้เข้าใช้พื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co-Working Space) ในพื้นที่กรณีตัวอย่าง และพัฒนาผลงานต้นแบบให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มตัวอย่างมากขึ้น

ขั้นตอนที่ 8 สรุปผลงานวิจัย

สรุปผลงานวิจัยและเผยแพร่ผลงานวิจัยในรูปแบบนิทรรศการ และสื่ออิเล็คทรอนิกส์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

บทที่ 4
วิเคราะห์ข้อมูล

วิทยานิพนธ์เรื่องการออกแบบเรขศิลป์ในสิ่งแวดล้อมพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน จากแนวคิดไบโอฟิลเลีย สำหรับเจเนอร์เรชั่นวาย มีการวิเคราะห์ข้อมูลจากการดำเนินการวิจัย ดังต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์หลักการออกแบบแนวคิดไบโอฟิลลิคกับลักษณะทางกายภาพของสำนักงานร่วมแบ่งปัน

2. การวิเคราะห์หาตำแหน่งของแบรนด์ (Brand Positioning)

3. การวิเคราะห์หาองค์ประกอบเรขศิลป์เบื้องต้น จากแหล่งธรรมชาติของประเทศไทยทั้ง 10 แหล่ง

4. การวิเคราะห์ข้อมูล เครื่องมือการวิจัยเพื่อศึกษาแนวคิดไบโอฟิลเลีย และพฤติกรรมของเจเนอเรชั่นวาย พัฒนาสู่องค์ประกอบทางการออกแบบเรขศิลป์สำหรับพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน

5. วิเคราะห์ตัวอย่างผลงานการออกแบบการสร้างสรรค์บรรยากาศจากแนวคิดไบโอฟิลเลีย (Biophilic Design) และวิเคราะห์หาแนวนิยม องค์ประกอบการออกแบบเรขศิลป์สร้างสรรค์สถานที่ (Placemaking)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

6. การวิเคราะห์เลือกชุดสีสะท้อนอารมณ์ จากชิเกโนบุ โคบายาชิ (Shigenobu Kobayashi) เชื่อมโยงสู่ไทยโทน

7. วิเคราะห์ข้อมูล เครื่องมือวิจัยแบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเรขศิลป์ เพื่อสร้างกระบวนการออกแบบเรขศิลป์จากแนวคิดไบโอฟิลเลีย

8. ผู้วิจัยสังเคราะห์ข้อมูล

9. สรุปแผนภูมิกรอบแนวทางการออกแบบเรขศิลป์สิ่งแวดล้อมจากแนวคิดไบโอฟิลเลีย บนสำนักงานร่วมแบ่งปัน สำหรับเจเนอเรชั่นวาย

1. การวิเคราะห์หลักการออกแบบแนวคิดไบโอฟิลลิคกับลักษณะทางกายภาพของสำนักงานร่วมแบ่งปัน

จากบทที่ 2 ผู้วิจัยได้นำเสนอแนวทางปฏิบัติแนวคิดไบโอฟิลเลีย หรือการออกแบบไบโอฟิลลิค(Biophilic Design) โดยจะแบ่งหลักการของแนวคิดออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ การนำองค์ประกอบของธรรมชาติมาใช้โดยตรง (Direct Contact) การลดทอนรูปทรงเดิมแต่นำจุดเด่นบางอย่างมาปรับใช้(Indirect Contact) การออกแบบประสบการณ์ของพื้นที่และสถานที่(Human Spatial Respond) โดยหลักการที่เข้าข่ายในจุดประสงค์ของงานวิจัยและจะนำมาวิเคราะห์ร่วมกับลักษณะทางกายภาพของสำนักงานร่วมแบ่งปัน

จะใช้ เรื่องการนำองค์ประกอบของธรรมชาติมาใช้โดยตรง (Direct Contact) การลดทอนรูปทรงเดิมแต่นำจุดเด่นบางอย่างมาปรับใช้ (Indirect Contact) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 4.1 การหาความสัมพันธ์ระหว่างแนวคิดไบโอฟิลเลีย
และพื้นที่การออกแบบในพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน

หาความสัมพันธ์ระหว่างแนวคิดและพื้นที่การออกแบบ			
นำองค์ประกอบของธรรมชาติมาใช้โดยตรง (Direct Contact)	**ลักษณะทางกายภาพของสำนักงานร่วมแบ่งปัน**	**การลดทอนรูปทรง (Indirect Contact)**	**ลักษณะทางกายภาพของสำนักงานร่วมแบ่งปัน**
1. Visual Connection with Nature การได้มีปฏิสัมพันธ์กับองค์ประกอบธรรมชาติด้วยการมองเห็น	**มีปฏิสัมพันธ์กับองค์ประกอบทางธรรมชาติ<u>การนำต้นไม้เข้ามาจัดวางในพื้นที่</u>** เหมาะกับการใช้กับสำนักงานร่วมแบ่งปันที่มีพื้นที่กลาง - ขนาดใหญ่ **<u>การใช้กำแพงต้นไม้</u>** เหมาะสำหรับสำนักงานร่วมแบ่งปันที่มีงบประมาณการก่อสร้างสูง	**1.Biomorphic Forms & Patterns** การจำลององค์ประกอบธรรมชาติ	**จำลององค์ประกอบทางธรรมชาติ<u>ด้านกราฟิก</u>** นำรูปทรง ลวดลาย มาออกแบบ โดยใช้การจัดองค์ประกอบที่มาจากธรรมชาติ เช่น การซ้อนกันของภูเขา และใช้สีสันจากธรรมชาติ หลีกเลี่ยงการใช้สีที่มาจากเคมี

CHULALONGKORN UNIVERSITY

หาความสัมพันธ์ระหว่างแนวคิดและพื้นที่การออกแบบ			
นำองค์ประกอบของธรรมชาติมาใช้โดยตรง (Direct Contact)	**ลักษณะทางกายภาพของสำนักงานร่วมแบ่งปัน**	**การลดทอนรูปทรง (Indirect Contact)**	**ลักษณะทางกายภาพของสำนักงานร่วมแบ่งปัน**
2. Non-Visual Connection with Nature การสัมผัสธรรมชาติด้วยประสาทสัมผัสอื่น ๆ	**การสัมผัส พื้นผิวธรรมชาติ** **<u>ด้านกราฟิก</u>** สามารถถ่ายทอดผ่านกราฟิก ภาพถ่ายหรือวัสดุธรรมชาติ จากเฟอร์นิเจอร์หรือโครงสร้างของการออกแบบตกแต่งภายใน **<u>เสียงเลียนแบบธรรมชาติ</u>** เป็นข้อเสนอแนะให้สำนักงานร่วมแบ่งปัน ใช้เสียงธรรมชาติเข้ามาร่วมสร้างบรรยากาศได้ เช่น เสียงนก เสียงน้ำไหล	**2. Material Connection with Nature** การเลือกพื้นผิววัสดุ สีสัน ที่มีลักษณะเหมือนธรรมชาติ	**การเลือกวัสดุในการใช้กับพื้นที่** **<u>โครงสร้างภายในอาคาร</u>** แนะนำให้เลือกใช้วัสดุที่เป็นธรรมชาติ เช่น ไม้ หนัง **<u>เฟอร์นิเจอร์ในสำนักงาน</u>** แนะนำเลือกใช้วัสดุที่โครงสร้างไม้ รูปทรงที่เป็นออแกนิค เช่น รูปทรงหิน
3.Non-Rhythmic Sensory Stimuli การได้รับรู้การเคลื่อนไหวแบบอิสระของธรรมชาติ	**การเคลื่อนไหวแบบอิสระของธรรมชาติ** **<u>ด้านโครงสร้าง</u>** ออกแบบโครงสร้างทางสถาปัตยกรรม ให้มีหน้าต่างที่สามารถมองเห็นธรรมชาติที่เคลื่อนไหวภายนอกได้ **<u>ด้านกราฟิก</u>** สามารถถ่ายทอดผ่านกราฟิกที่แสดงการเคลื่อนไหว หรือ รูปภาพการเคลื่อนไหวทางธรรมชาติที่สมจริง	**3. Complexity & Order** การจำลองความซับซ้อนของธรรมชาติ อาจอยู่ในลวดลายพื้นผิวที่มีสีสันและลวดลายที่ซับซ้อน เช่น การใช้แสงเงาที่ซับซ้อน การแสดงโครงสร้างที่ซับซ้อนล้อเลียนธรรมชาติ	**การจำลองความซับซ้อนของธรรมชาติ** **<u>โครงสร้างภายในอาคาร</u>** แนะนำให้สร้างโครงสร้างในอาคารที่เปิดรับแสงจากธรรมชาติ อาจออกแบบร่วมกับบริบทภายนอกเพื่อให้เกิดมิติของแสงที่เล่นกับธรรมชาติจริงๆ **<u>ด้านกราฟิก</u>** แนะนำการออกแบบกราฟฟิกที่มีลวดลายซับซ้อนล้อเลียน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

หาความสัมพันธ์ระหว่างแนวคิดและพื้นที่การออกแบบ			
นำองค์ประกอบของธรรมชาติมาใช้โดยตรง (Direct Contact)	**ลักษณะทางกายภาพของสำนักงานร่วมแบ่งปัน**	**การลดทอนรูปทรง (Indirect Contact)**	**ลักษณะทางกายภาพของสำนักงานร่วมแบ่งปัน**
			ธรรมชาติ หรือออกแบบกราฟิกที่เล่นกับแสงภายนอกให้เกิดมิมิการตกกระทบของเงาจากกราฟิกที่ล้อกับธรรมชาติ หรืออาจออกแบบกราฟิกที่เล่นกับLightingภายในอาคาร
4. Thermal & Airflow Variability การรับรู้อุณหภูมิลมที่พัดผ่าน	**การรับรู้อุณหภูมิ** **<u>ด้านโครงสร้าง</u>** ออกแบบโครงสร้างทางสถาปัตยกรรม ให้มีหน้าต่างเปิดออกไปรับลมได้ หรือมีโซนที่เป็น Outdoor เพื่อให้ผู้ใช้งานออกไปสัมผัสอากาศด้านนอกอาคารได้ **<u>ด้านกราฟิก</u>** สามารถถ่ายทอดผ่านกราฟิกที่แสดงการเคลื่อนไหว หรือ รูปภาพการเคลื่อนไหวทางธรรมชาติที่สมจริง มาร่วมออกแบบ	**4. Human Spatial Respond** ออกแบบพื้นที่ให้ตอบสนองสัญชาติญาณของมนุษย์	**นำสัญชาตญาณของมนุษย์มาใช้ร่วมกับการออกแบบ** **<u>ด้านการจัดวางพื้นที่</u>** เน้นการจัดวางพื้นที่ในสำนักงานโดยให้ความสำคัญกับพฤติกรรมมนุษย์ **<u>ด้านกราฟิก</u>** ออกแบบบรรยากาศโดยการใช้ความรู้สึกหรือสัญชาตญาณที่ตัวอย่างต้องการในพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปันในแต่ละโซน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

สรุปการวิเคราะห์ตารางการหาความสัมพันธ์ระหว่างแนวคิดไบโอฟิลเลียและพื้นที่การออกแบบในพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน พบว่า นำองค์ประกอบของธรรมชาติมาใช้โดยตรง(Direct Contact) : การสัมผัส พื้นผิวธรรมชาติสามารถถ่ายทอดผ่านกราฟิก ภาพถ่ายทางธรรมชาติหรือวัสดุธรรมชาติ จากเฟอร์นิเจอร์หรือโครงสร้างของการออกแบบตกแต่งภายในได้ การรับรู้อุณหภูมิสามารถถ่ายทอดผ่านกราฟิกที่แสดงการเคลื่อนไหว หรือ รูปภาพการเคลื่อนไหวทางธรรมชาติที่สมจริงมาร่วมออกแบบ ส่วนในด้านการลดทอนรูปทรง(Indirect Contact) ด้านจำลององค์ประกอบทางธรรมชาติสามารถนำรูปทรง ลวดลาย มาออกแบบ โดยใช้การจัดองค์ประกอบที่มาจากธรรมชาติ เช่น การซ้อนกันของภูเขา และใช้สีสันจากธรมชาติ หลีกเลี่ยงการใช้สีที่มาจากเคมี ด้านการจำลองความซับซ้อนของธรรมชาติ ออกแบบกราฟฟิกที่มีลวดลายซับซ้อนล้อเลียนธรรมชาติหรือออกแบบกราฟิกที่เล่นกับแสงภายนอก ให้เกิดมิติการตกกระทบของเงาจากกราฟิกที่ล้อกับธรรมชาติ หรืออาจออกแบบกราฟิกที่เล่นกับ Lighting ภายในอาคาร และนำสัญชาตญาณของมนุษย์ มาใช้ร่วมกับการออกแบบ ออกแบบบรรยากาศโดยการใช้ความรู้สึกหรือสัญชาตญาณที่กลุ่มตัวอย่างต้องการในพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปันในแต่ละโซน โดยผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือเพื่อสอบถามเกี่ยวกับความต้องการ อารมณ์ในแต่ละพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน สำหรับสอบถามกลุ่มตัวอย่างเจเนอเรชั่นวายไว้เบื้องต้นแล้ว

ส่วนองค์ประกอบในการออกแบบไบโอฟิลลิคส่วนอื่น เช่น การนำต้นไม้เข้ามาไว้ในพื้นที่ และการออกแบบโครงสร้างอื่น ๆให้สัมพันธ์กับแนวคิด ผู้วิจัยจะนำไปสอบถามกับผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบอีกครั้ง

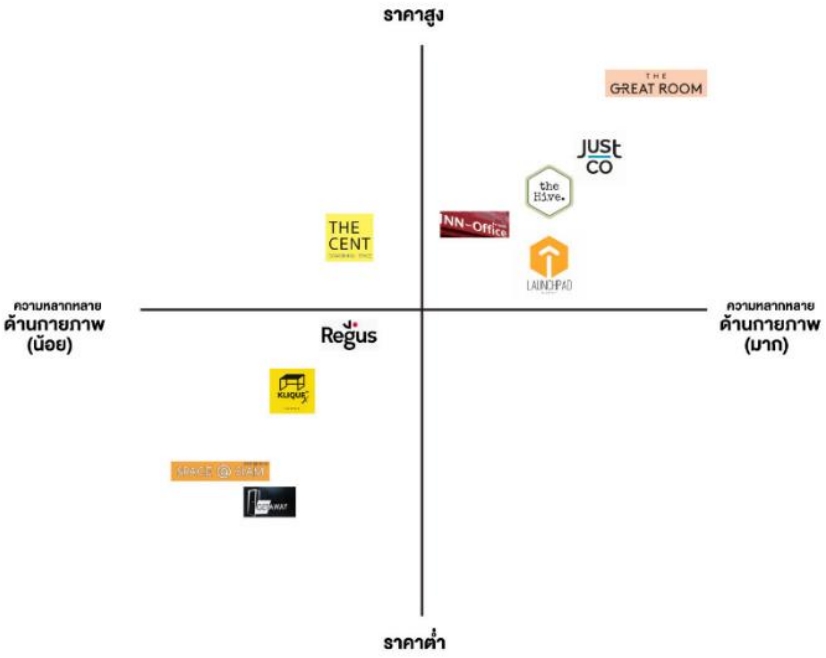
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

2. การวิเคราะห์หาตำแหน่งของแบรนด์ (Brand Positioning) และบุคลิกภาพของแบรนด์ (Brand Personality)

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์หาตำแหน่งของแบรนด์ (Brand Positioning) ของสำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co-Working Space) ในขอบเขตโครงการ โดยประเมินจากราคาของการให้บริการ และความหลากหลายทางด้านกายภาพ หรือด้านบรรยากาศ ที่ให้บริการแก่สมาชิก ทั้ง 10 แหล่ง ได้แก่ INN Office, The Cent, Regus, The Hive Bkk, Launchpad, JustCo, Space@Siam, Getaway, Klique Desk และ The Greatroomหลังจากนั้นผู้วิจัยทำการวิเคราะห์บุคลิกภาพของแบรนด์ (Brand Personality) จากการตกแต่งและบรรยากาศ รวมถึงภาพลักษณ์โดยรวมของแบรนด์เพื่อเป็น

แนวทางในการเสนอแนะให้กับนักออกแบบที่จะหยิบยกไปเป็นแนวทางการออกแบบให้สอดคล้องกับแบรนด์ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

การวิเคราะห์หาตำแหน่งของแบรนด์ (Brand Positioning)



ภาพที่ 4.1 กราฟแสดงตำแหน่งของแบรนด์ (Brand Positioning) ของสำนักงานร่วมแบ่งปัน(Co-Working Space) ในขอบเขตโครงการ

ที่มา : ผู้วิจัย

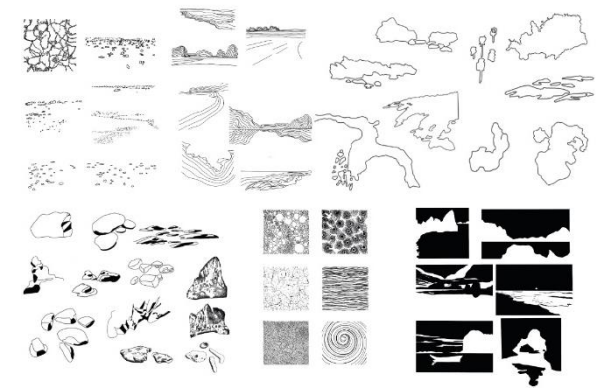
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

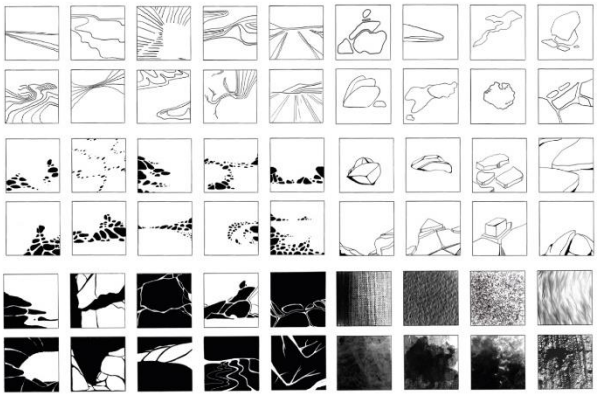
จากกราฟแสดงตำแหน่งของแบรนด์ (Brand Positioning) ผู้วิจัยวิเคราะห์ได้ว่า ราคาของการให้บริการของสำนักงานร่วมแบ่งปัน(Co-Working Space) มีผลแปรผันตามความหลากหลายทางกายภาพหรือมีการให้บริการของโซนต่าง ๆที่หลากหลาย รวมถึงขนาดของพื้นที่การให้บริการด้วย ในส่วนของทำเล/ที่ตั้งอยู่ใกล้สถานีรถไฟฟ้า ซึ่งหากสำนักงานร่วมแบ่งปันตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้าชั้นนำมีต้นทุนที่สูง ก็ล้วนมีผลต่อการตั้งราคาและมีตำแหน่งทางการตลาดที่สูงขึ้นตาม รวมถึงกลุ่มเป้าหมายของแบรนด์หากเป็นกลุ่มนักเรียน นักศึกษาและกลุ่มเจเนอเรชั่นวายตอนต้น จะมีราคาต่ำกว่ากลุ่มเป้าหมายที่เป็นเจเนอเรชั่นวายตอนปลาย

3. การวิเคราะห์หาองค์ประกอบเรขศิลป์เบื้องต้น จากแหล่งธรรมชาติของประเทศไทยทั้ง 10 แหล่ง

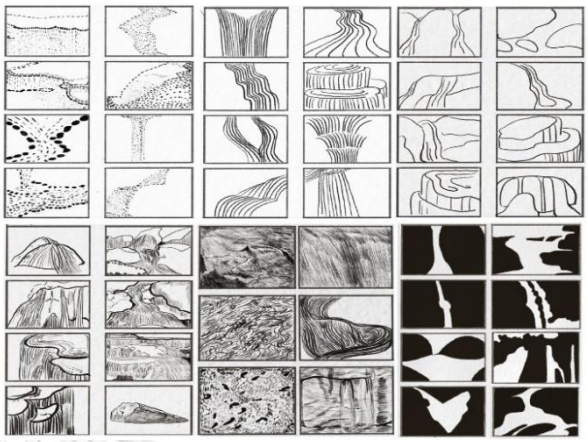
ผู้วิจัยได้ศึกษา แหล่งธรรมชาติในประเทศไทย ซึ่งมีองค์ประกอบสอดคล้องกับแนวคิดไบโอฟิลเลียด้านDirect Contact โดยได้นำแหล่งธรรมชาติในประเทศไทย ทั้ง 10 แหล่ง ได้แก่ 1. ชายหาด 2. เกาะ 3.น้ำตก 4. แหล่งน้ำ 5. ถ้ำ 6. ภูเขา 7. แก่ง 8. โป่งพุร้อน 9. ซากดึกดำบรรพ์ 10. ธรณีสัณฐานและภูมิลักษณวรรณา (สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, 2552) และผู้วิจัยนำมาสกัดเป็นด้าน Indirect Contact โดยจัดกลุ่มองค์ประกอบทางเรขศิลป์เบื้องต้น ได้แก่ จุด (Dot), เส้น (Line), รูปร่าง (Shape), รูปทรง (Form), พื้นผิว (Texture), ที่ว่าง (Space) เพื่อนำไปประกอบการสร้างแบบสอบถามและใช้ในการออกแบบต่อไป

ตารางที่ 4.2 การวิเคราะห์หาองค์ประกอบเรขศิลป์เบื้องต้น
จากแหล่งธรรมชาติของประเทศไทยทั้ง 10 แหล่ง

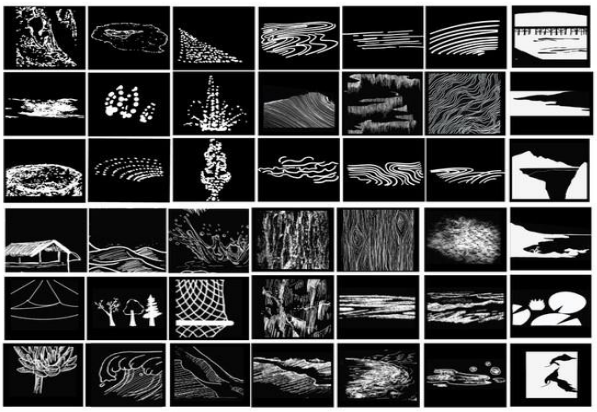
บรรยากาศแหล่งธรรมชาติ	**องค์ประกอบเรขศิลป์เบื้องต้น** จุด (Dot), เส้น (Line), รูปร่าง (Shape), รูปทรง (Form), พื้นผิว (Texture), ที่ว่าง (Space)
1) ชายหาด (Beach) 	 ภาพที่ 4.2 องค์ประกอบทางเรขศิลป์เบื้องต้นของชายหาด ที่มา : ผู้วิจัย จุดมีความละเอียดจากลักษณะของทรายและโขดหิน ลักษณะเส้นของคลื่นมีความพลิ้วไหว ให้อารมณ์ไหลลื่นผ่อนคลาย รูปร่างรูปทรงมีเส้นปิด ทำให้รู้สึกถึงความเป็นส่วนตัว พื้นผิวมีความลื่นไหลแต่บางจุดมีความขรุขระ ตามพื้นที่ของชายหาด ให้ความรู้สึกถึงการแปรเปลี่ยน ไม่มั่นคงตลอดเวลา

บรรยากาศแหล่งธรรมชาติ	องค์ประกอบเรขศิลป์เบื้องต้น จุด (Dot), เส้น (Line), รูปร่าง (Shape), รูปทรง (Form), พื้นผิว (Texture), ที่ว่าง (Space)
2) เกาะ (Island) 	 ภาพที่ 4.3 องค์ประกอบทางเรขศิลป์เบื้องต้นของเกาะ ที่มา : ผู้วิจัย จุดไล่ระดับความเล็กใหญ่จากคลื่นน้ำที่ล้อมรอบแผ่นดิน เส้นมีลักษณะลื่นไหล ให้ความรู้สึกผ่อนคลายไม่มั่นคง รูปร่าง รูปทรงใช้เส้นปิดเนื่องจากมากจากลักษณะมุมสูงของเกาะ ทำให้รู้สึกถึงความเป็นส่วนตัว พื้นผิวมีความลื่นไหลแต่บางจุดมีความขรุขระ ให้ความรู้สึกถึงการแปรเปลี่ยน ตามลักษณะของพื้นที่

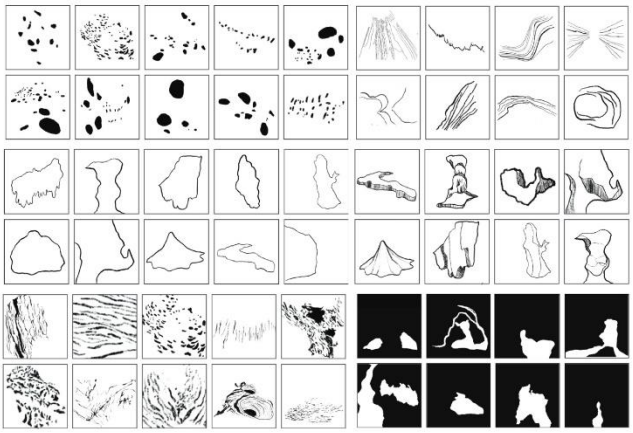
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

บรรยากาศแหล่งธรรมชาติ	องค์ประกอบเรขศิลป์เบื้องต้น จุด (Dot), เส้น (Line), รูปร่าง (Shape), รูปทรง (Form), พื้นผิว (Texture), ที่ว่าง (Space)
3. น้ำตก (Waterfall) 	 ภาพที่ 4.4 องค์ประกอบทางเรขศิลป์เบื้องต้นของน้ำตก ที่มา : ผู้วิจัย จุด เส้น มาจากสายน้ำที่ไหลผ่านหินจากที่สูงลงมาที่ต่ำ ให้ความรู้สึกตื่นเต้น มีบริเวณที่ลดหลั่นกันอันเกิดจากการยุบตัวของแผ่นดินที่ค่อยๆต่ำลง ส่วนรูปทรงจะเห็นมิติของชั้นหินกับที่กำลังไหลชัดเจนมากขึ้น พื้นผิวเกิดจากกระแสน้ำที่ไหลผ่านชั้นหินอย่างรุนแรง จนเกิดเส้นที่ความที่มีความถี่มาก ที่ว่างเห็นเป็นช่องน้ำไหลผ่านหินด้านข้าง ทำให้ได้ความรู้สึกกระตือรือร้น กระฉับกระเฉง

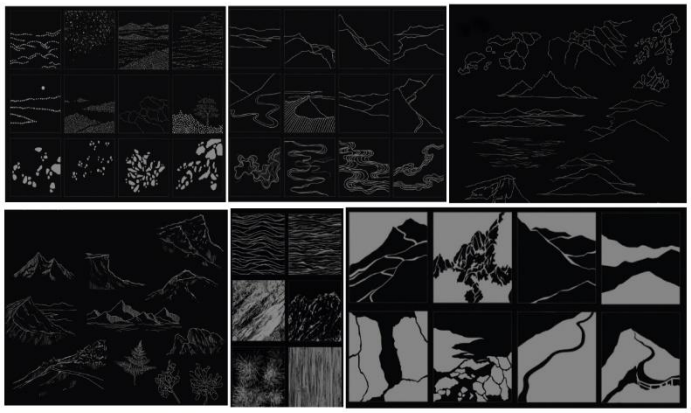
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

บรรยากาศแหล่งธรรมชาติ	องค์ประกอบเรขศิลป์เบื้องต้น จุด (Dot), เส้น (Line), รูปร่าง (Shape), รูปทรง (Form), พื้นผิว (Texture), ที่ว่าง (Space)
4. แหล่งน้ำ **(Water Resource)** 	 ภาพที่ 4.5 องค์ประกอบทางเรขศิลป์เบื้องต้นของแหล่งน้ำ ที่มา : ผู้วิจัย จุด เส้น มีลักษณะนิ่งและมีการเคลื่อนไหวเล็กน้อย ให้ความรู้สึกสงบสบายๆ จากการไหลหรือกระเพื่อมของน้ำบางจุดช่วยสร้างจุดเด่นให้กับสายตา รูปทรงมีลักษณะของพื้นน้ำและวิถีชีวิตในแม่น้ำอื่น ๆประกอบพื้นผิวใช้เส้นการไหลของน้ำเช่นกันมีทั้งแบบกระแสน้ำขึ้นและลงตามทิศทางของลม สื่อสารถึงความอ่อนไหว ไม่คงตัว

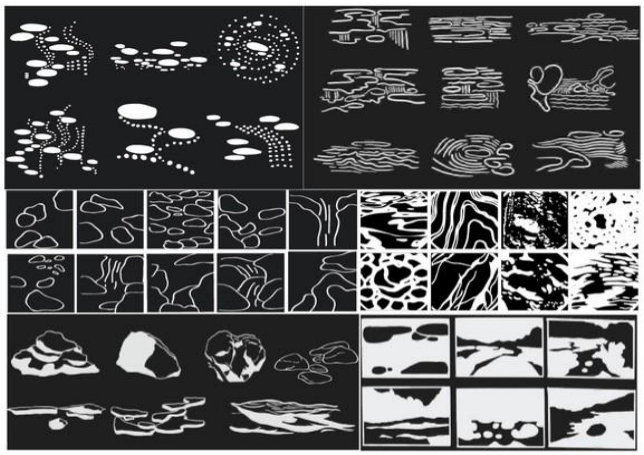
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

บรรยากาศแหล่งธรรมชาติ	องค์ประกอบเรขศิลป์เบื้องต้น จุด (Dot), เส้น (Line), รูปร่าง (Shape), รูปทรง (Form), พื้นผิว (Texture), ที่ว่าง (Space)
5. ถ้ำ (Cave) 	 ภาพที่ 4.6 องค์ประกอบทางเรขศิลป์เบื้องต้นของถ้ำ ที่มา : ผู้วิจัย จุด เส้น พื้นผิวมาจากโพรงและพื้นผิวของถ้ำ ให้ความรู้สึกตื่นเต้นจากจุดที่ไม่มีความคงตัว รูปร่างรูปทรงมาจากโพรงที่มีลักษณะลึกเข้าไป มีลักษณะของหินงอกหินย้อยภายในถ้ำเป็นส่วนที่น่าค้นหาเพราะรูปทรงแตกต่างกันอย่างเป็นธรรมชาติ และที่ว่างมาจากการมองพื้นที่ ว่างจากปากถ้ำ หรือรูต่าง ๆภายในถ้ำ ให้อารมณ์สงบ สร้างสมาธิได้ดี

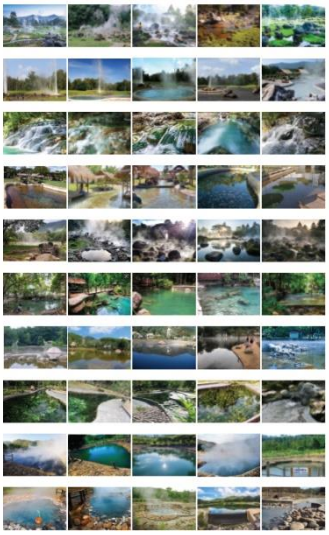
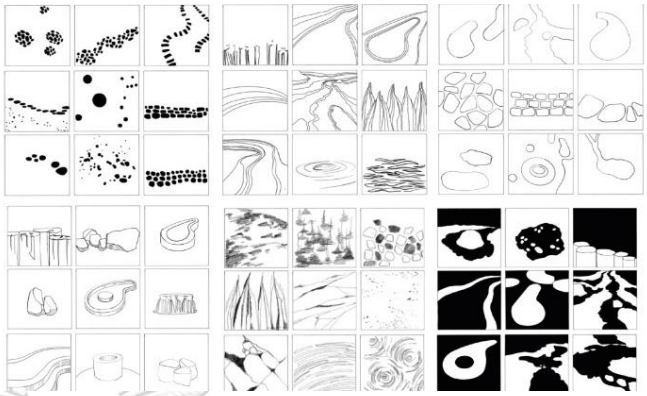
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

บรรยากาศแหล่งธรรมชาติ	องค์ประกอบเรขศิลป์เบื้องต้น จุด (Dot), เส้น (Line), รูปร่าง (Shape), รูปทรง (Form), พื้นผิว (Texture), ที่ว่าง (Space)
6. ภูเขา **(Mountain & Hill)** 	 ภาพที่ 4.7 องค์ประกอบทางเรขศิลป์เบื้องต้นของภูเขา ที่มา : ผู้วิจัย จุดล้อกับการทรุดตัวของภูเขา สื่อสารถึงความแข็งแรงหนักแน่น เส้นเกิดจากรูปทรงที่ทอดเป็นเนิน การซ้อนกันของภูเขา ให้ความรู้สึกสงบ มีเส้นของหมอกทอดตามทิวเขาให้ความรู้สึกปลอดโปร่งสบายตา รูปทรงเป็นเนินสูงสลับเนินต่ำรู้สึกถึงการไล่ระดับ พื้นผิวได้มาจากลำต้นพุ่มไม้บนเนินเขา

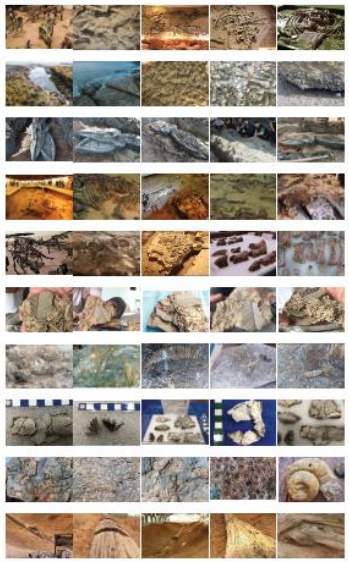
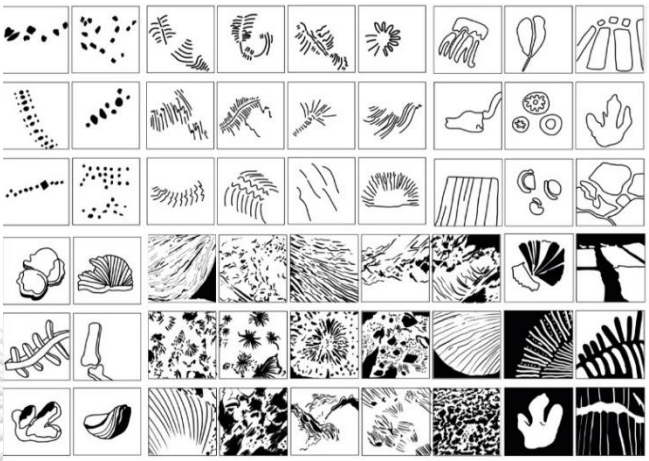
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

บรรยากาศแหล่งธรรมชาติ	องค์ประกอบเรขศิลป์เบื้องต้น จุด (Dot), เส้น (Line), รูปร่าง (Shape), รูปทรง (Form), พื้นผิว (Texture), ที่ว่าง (Space)
7. แก่ง (Rapid) 	 ภาพที่ 4.8 องค์ประกอบทางเรขศิลป์เบื้องต้นของแก่ง ที่มา : ผู้วิจัย จุด เส้น พื้นผิวมาจากโพรงและพื้นผิวของถ้ำ ให้ความรู้สึกตื่นเต้นจากจุดที่ไม่มีความคงตัว รูปร่างรูปทรงมาจากโพรงที่มีลักษณะลึกเข้าไป มีลักษณะของหินงอกหินย้อยภายในถ้ำเป็นส่วนที่น่าค้นหาเพราะรูปทรงแตกต่างกันอย่างเป็นธรรมชาติ และที่ว่างมาจากการมองพื้นที่ ว่างจากปากถ้ำ หรือรูต่าง ๆภายในถ้ำ ให้อารมณ์สงบ สร้างสมาธิได้ดี

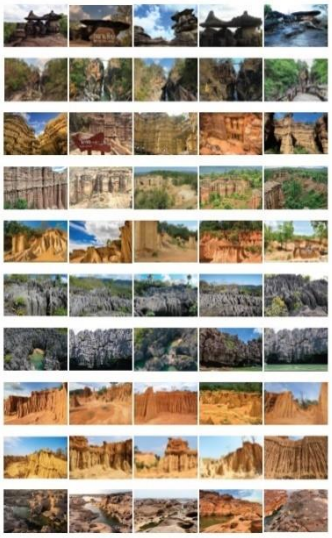
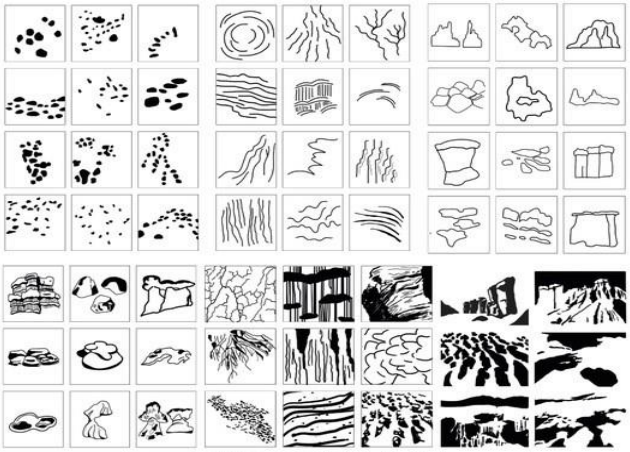
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

บรรยากาศแหล่งธรรมชาติ	องค์ประกอบเรขศิลป์เบื้องต้น จุด (Dot), เส้น (Line), รูปร่าง (Shape), รูปทรง (Form), พื้นผิว (Texture), ที่ว่าง (Space)
8. โป่งพุร้อน (Thermal Spring) 	 ภาพที่ 4.9 องค์ประกอบทางเรขศิลป์เบื้องต้นของโป่งพุร้อน ที่มา : ผู้วิจัย จุด เส้น มีลักษณะลื่นไหลตามรูปทรงของพื้นที่โป่งพุร้อน เป็นจุดที่มีความไล่เรียงต่อกัน ให้ความรู้สึกความเป็นกลุ่มเป็นก้อน รูปร่างรูปทรงมีลักษณะของน้ำบนผิวดิน อยู่ระหว่างรอยแตกของหิน มีลักษณะของเส้นไอน้ำที่ระเหยผ่านอากาศ ให้ความรู้สึกตื่นเต้น น่าค้นหา พื้นผิวมากจากหิน เส้นของผิวน้ำ การเคลื่อนไหวที่มาบางจุดปะทุเนื่องจากความร้อนสูง ให้ความรู้แปลกตาและน่าค้นหาเช่นกัน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

บรรยากาศแหล่งธรรมชาติ	องค์ประกอบเรขศิลป์เบื้องต้น จุด (Dot), เส้น (Line), รูปร่าง (Shape), รูปทรง (Form), พื้นผิว (Texture), ที่ว่าง (Space)
9. ซากดึกดำบรรพ์ (Fossil) 	 ภาพที่ 4.10 องค์ประกอบทางเรขศิลป์เบื้องต้นของแหล่งซากดึกดำบรรพ์ ที่มา : ผู้วิจัย จุด เส้น มาจากโครงของของซากพืช ซากสัตว์ที่ตายลงและถูกฝังตัวอยู่ในหินตะกอน ได้รูปร่าง รูปทรงที่เป็นออแกนิค ลักษณะของรอยเท้า โครงกระดูก รวมถึงซากสัตว์ทะเล รวมถึงลักษณะของรอยเท้า โครงกระดูก รวมถึงซากสัตว์ทะเล พื้นผิวมาจากตะกอนและเส้นของหิน ที่ว่างเกิดจากมิติของรูปร่างของซากที่ฝังอยู่กับหิน มีความแปลกตา น่าค้นหาเพราะแต่ละชิ้นจะมีความแตกต่างกันตามธรรมชาติ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

บรรยากาศแหล่งธรรมชาติ	องค์ประกอบเรขศิลป์เบื้องต้น จุด (Dot), เส้น (Line), รูปร่าง (Shape), รูปทรง (Form), พื้นผิว (Texture), ที่ว่าง (Space)
10. ธรณีสัณฐานและภูมิลักษณวรรณา (Special Geography and Topography) 	 ภาพที่ 4.11 องค์ประกอบทางเรขศิลป์เบื้องต้นของแหล่งธรณีสัณฐานและภูมิลักษณวรรณา ที่มา : ผู้วิจัย จุด เส้น ขรุขระ เป็นลักษณะของผิวเปลือกโลกที่มีลักษณะแปลกตา รูปร่าง รูปทรงเป็นลักษณะรอยแยกของหิน ที่เกิดจากการกัดเซาะของทางน้ำไหลหลากเป็นบริเวณกว้างทำให้พื้นดินสึกกร่อนผุพัง พื้นผิวที่ขรุขระเกิดจากการถูกกัดเซาะเช่นกัน ที่ว่างมีริ้วของการกัดเซาะของน้ำจนเกิดพื้นที่ว่าง (Space) ที่มีความพิเศษ มีความแปลกตา น่าค้นหา สร้างความตื่นตาตื่นใจ เนื่องจากลักษณะพิเศษของธรรมชาติกลุ่มนี้ไม่สามารถคาดเดารูปแบบที่ตายตัวได้

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

สรุปการสกัดองค์ประกอบทางเรขศิลป์เบื้องต้นของแหล่งธรรมชาติของประเทศไทย ทั้ง 10 แหล่ง พบว่า องค์ประกอบแต่ละแหล่งให้ความรู้สึก ที่แตกต่างกันซึ่งนักออกแบบสามารถหยิบยกไปใช้กับงานออกแบบเรขศิลป์ได้ตามแนวทางการออกแบบและตามความเหมาะสมของพื้นที่ ซึ่งผู้วิจัยจะวิเคราะห์หาแนวนิยมทางการออกแบบเรขศิลป์สร้างสรรค์สถานที่(Placemaking) ในลำดับถัดไป เพื่อสร้างกรอบในการออกแบบเรขศิลป์สิ่งแวดล้อมให้กับสำนักงานร่วมแบ่งปันให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น

4. การวิเคราะห์ข้อมูล เครื่องมือการวิจัยเพื่อศึกษาแนวคิดไบโอฟิลเลีย และพฤติกรรมของเจเนอเรชั่นวาย พัฒนาสู่องค์ประกอบทางการออกแบบเรขศิลป์สำหรับพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน (วัตถุประสงค์ข้อ ที่ 1)

หลังจากผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์สรุปเป็นคำสำคัญ พฤติกรรมของเจเนอเรชั่นวายด้านความต้องการในพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปันและสถานที่ทำงาน จากวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง 10 วรรณกรรม และได้ศึกษาลักษณะทางกายของสำนักงานร่วมแบ่งปัน(Co-Working Space) ในขอบเขตของโครงการ ไว้ในบทที่ 2 เพื่อสร้างเครื่องมือแบบสอบถามและเครื่องมือแบบสัมภาษณ์กับกลุ่มตัวอย่าง โดยมีรายละเอียดดังนี้

4.1 เครื่องมือแบบสอบถาม กลุ่มประชากรเจเนอเรชั่นวาย ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร

วิธีคำนวณหากลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของทาโร ยามาเน(Taro Yamane)

$$n = \frac{N}{1 + (N)(e^2)}$$

เมื่อ n คือ จำนวนตัวอย่างหรือขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
N คือ ขนาดของกลุ่มประชากร
e คือ ระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

สสช สำนักงานสถิติแห่งชาติ ระบุว่าประชากรสำมะโนประชากร จำแนกตามอายุ กลุ่มคนที่เกิดระหว่าง พ.ศ. 2524-2544 ในกรุงเทพมหานคร ในปี 2564 มีจำนวน 5,263,000 คน ดังนั้นค่า N แทนค่าด้วย 5,263,000

กำหนดค่าความคลาดเคลื่อน e = 0.05 ซึ่งได้ค่า N หรือจำนวนตัวอย่างประชากรออกมาเท่ากับ 400

ดังนั้น การคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมจึงกำหนดไว้ที่ 400 ตัวอย่าง โดยเป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งเลือกจากประชากรเจเนอเรชั่นวาย คนที่เกิดระหว่าง พ.ศ. 2524-2544 อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ที่เคยเข้าใช้งานสำนักงานร่วมแบ่งปัน(Co-Working Space)

4.1.1 ผลการวิเคราะห์เครื่องมือแบบสอบถาม

ผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามเชิงปริมาณ(Quantitative Research) จำนวน 400 ชุด เนื่องจากสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรน่า-19 ผู้วิจัยจึงแจกแบบสอบถามผ่านช่องทาง Google document มีผู้ตอบแบบสอบถามกลับมา 411 ชุด แบ่งเป็น เพศชาย 112 คน เพศหญิง 290 คน และไม่ระบุเพศ 9 คน โดยต้องเป็นผู้ที่เคยเข้าใช้สำนักงานร่วมแบ่งปัน สาขาใดสาขาหนึ่ง ในกรุงเทพมหานคร สรุปข้อมูลได้ดังนี้

ตารางที่ 4.3 สรุปข้อมูล ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

สถานภาพส่วนบุคคล		จำนวนคน	ร้อยละ
1.เพศ			
	ชาย	112	27.3
	หญิง	**290**	**70.5**
	ไม่ระบุ	9	2.2
	รวม	411	100
2.การศึกษา			
	ปริญญาตรี	**252**	**61.4**
	ปริญญาโท	135	32.8
	ปริญญาเอก	24	25.8
	รวม	411	100
3. อาชีพ			
	นักเรียน/นักศึกษา	24	5.9
	ธุรกิจส่วนตัว/ผู้ประกอบการ/อาชีพอิสระ	93	22.6
	พนักงาน / ลูกจ้างบริษัท	**240**	**58.4**
	อื่น ๆ	54	13.1
	รวม	411	100
4.รายได้			
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	18	4.4
	10,001 – 30,000	120	29.2
	30,001 – 50,000	**159**	**38.7**
	50,001 – 70,000	51	12.4
	70,001 – 90,000	33	8
	100,000 บาทขึ้นไป	30	7.3
	รวม	411	100

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

สรุปข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เพศกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย กลุ่มตัวอย่างเจเนอเรชั่นวาย เพศหญิง มีสัดส่วนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 70.5% รองลงมาคือเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 27.3% และไม่ระบุเพศ มีสัดส่วนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 2.2% ตามลำดับ

สรุปข้อมูลด้านการศึกษา ของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย ปริญญาตรี มีสัดส่วนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 61.4% รองลงมาคือปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 32.8% และปริญญาเอก คิดเป็นร้อยละ 25.8% ตามลำดับ

สรุปข้อมูลด้านอาชีพ ของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย อาชีพพนักงาน/ลูกจ้างบริษัท มีสัดส่วนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 58.4% รองลงมาคือธุรกิจส่วนตัว/ผู้ประกอบการ/อาชีพอิสระ คิดเป็นร้อยละ 22.6% และนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 5.9% ตามลำดับ

สรุปข้อมูลด้านรายได้ ของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย รายได้ 30,001 - 50,000 มีสัดส่วนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.7% รองลงมาคือ 10,001 - 30,000 คิดเป็นร้อยละ 29.2% และ50,001 – 70,000 คิดเป็นร้อยละ 12.4% ตามลำดับ

ตอนที่ 2 พฤติกรรมในการพื้นที่การทำงานในยุคปัจจุบัน

2.1 ด้านการเข้าใช้งาน

ตารางที่ 4.4 สรุปข้อมูลด้านการเข้าใช้งาน

ด้านการเข้าใช้งาน	จำนวนคน	ร้อยละ
1. การทำงานที่บ้าน(Work from home) ทำให้ประสิทธิภาพในการทำงานของคุณลดลงหรือไม่?		
ใช่	292	71.04
ไม่ใช่	119	28.96
รวม	411	100

สรุปข้อมูลด้านการเข้าใช้งาน ประเด็นการทำงานที่บ้าน (Work from home) ทำให้กลุ่มตัวอย่าง มีประสิทธิภาพลดลง คิดเป็นร้อยละ 71.04 เนื่องจาก บริบทของบ้านทำให้รู้สึกไม่มีสมาธิโดนรบกวนง่าย การทำงานที่บ้านไม่มีการเข้าถึงระบบบางระบบในสำนักงาน และบางครั้งล่าช้าในการสื่อสารกับผู้ร่วมงาน

ตารางที่ 4.5 สรุปข้อมูลด้านการเข้าใช้งาน
ประเด็นสิ่งที่กลุ่มตัวอย่างคำนึงถึงเมื่อเข้าใช้ Co–Working Space

สิ่งที่คำนึงถึงเมื่อเข้าใช้บริการ Co-Working Space	**ลำดับความสำคัญ** (1มากที่สุด – 5น้อยที่สุด) (N=411)					**คะแนนรวม (max =2,055)**	**ร้อยละของคะแนนรวม**
	ลำดับที่1 (5 คะแนน)	ลำดับที่2 (4 คะแนน)	ลำดับที่3 (3 คะแนน)	ลำดับที่4 (2 คะแนน)	ลำดับที่5 (1 คะแนน)		
1. **ภาพลักษณ์มีความโดดเด่น มีบรรยากาศที่ดี**	90	75	63	90	93	1212	**58.98**
2 .**สิ่งอำนวยความสะดวกเอื้อต่อการใช้ชีวิตแบบสมดุล**	85	108	107	71	40	1360	**66.18**
3. สังคม หรือสายสัมพันธ์ใน Co-Working Space	39	36	90	99	147	954	46.42
4. การยืดหยุ่นของพื้นที่ทำงานและความเหมาะสมในการจัดโซนต่าง ๆ	42	111	81	108	69	1182	57.52
5. **ทำเลสะดวกสบายในการเดินทาง ราคาเหมาะสม**	155	81	70	43	62	1457	**70.90**

สรุปข้อมูลด้านการเข้าใช้งาน ประเด็นสิ่งที่กลุ่มตัวอย่างคำนึงถึงเมื่อเข้าใช้ Co–working space ได้แก่ ทำเลสะดวกสบายในการเดินทาง ราคาเหมาะสม มีสัดส่วนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 70.90 รองลงมาสิ่งอำนวยความสะดวกเอื้อต่อการใช้ชีวิตแบบสมดุล คิดเป็นร้อยละ 66.18 และภาพลักษณ์มีความโดดเด่น บรรยากาศที่ดี คิดเป็นร้อยละ 58.98 ตามลำดับ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

2.2 ด้านบรรยากาศ

ตารางที่ 4.6 สรุปข้อมูลด้านบรรยากาศ

จงเรียงลำดับสถานที่ที่ให้บรรยากาศที่ช่วยส่งเสริมการทำงานของคุณให้มีประสิทธิภาพ	**ลำดับความสำคัญ** (1มากที่สุด – 5น้อยที่สุด) (N=411)					**คะแนนรวม (max =2,055)**	**ร้อยละของคะแนนรวม**
	ลำดับที่1 (5 คะแนน)	ลำดับที่2 (4 คะแนน)	ลำดับที่3 (3 คะแนน)	ลำดับที่4 (2 คะแนน)	ลำดับที่5 (1 คะแนน)		
1. **สำนักงาน(Office)/องค์กร**	114	75	57	54	111	1260	**61.31**
2. **สำนักงานร่วมแบ่งปัน(Co-Working Space)**	51	108	102	99	51	1242	**60.44**
3. บ้าน	66	78	81	57	129	1128	54.89
4. **บ้าน สลับกับสำนักงาน(Office)**	93	96	99	105	18	1374	**66.86**
5. บ้าน สลับกับสำนักงานร่วมแบ่งปัน	87	54	72	96	102	1161	56.50

สรุปข้อมูลด้านบรรยากาศ ประเด็นพื้นที่ที่กลุ่มตัวอย่างคิดว่าช่วยส่งเสริมการทำงานให้มีประสิทธิภาพ ได้แก่ บ้านสลับกับสำนักงาน(Office) คิดเป็นร้อยละ 66.86 รองลงมา สำนักงาน (Office) คิดเป็นร้อยละ 61.31 และสำนักงานร่วมแบ่งปัน(Co-Working Space) คิดเป็นร้อยละ 60.44 ตามลำดับ ซึ่งจะเห็นได้ว่าทั้ง สามลำดับมีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน

ตารางที่ 4.7 สรุปข้อมูลด้านบรรยากาศ
ประเด็นการนำรูปแบบ Work from home กลับมาใช้ในพื้นที่ของพื้นที่ทำงาน

หากนำรูปแบบการทำงานแบบ Work from home กลับมาใช้ในพื้นที่ของพื้นที่ทำงานหรือองค์กร คุณต้องการบรรยากาศของพื้นที่การทำงานหลังสถานการณ์โควิด – 19 เป็นอย่างไร	**ลำดับความสำคัญ** (1มากที่สุด – 5น้อยที่สุด) (N=411)					**คะแนนรวม (max =2,055)**	**ร้อยละของคะแนนรวม**
	ลำดับที่1 (5 คะแนน)	ลำดับที่2 (4 คะแนน)	ลำดับที่3 (3 คะแนน)	ลำดับที่4 (2 คะแนน)	ลำดับที่5 (1 คะแนน)		
1.พื้นที่ทำงานที่บรรยากาศเหมือนบ้าน	57	54	63	63	174	990	48.18
2.**พื้นที่ทำงานที่บรรยากาศที่ให้ความรู้สึกเป็นส่วนตัว**	99	87	57	111	57	1293	**62.92**
3.**พื้นที่ทำงานที่ที่มีบรรยากาศเชื่อมต่อด้านสังคมได้แต่ยังให้ความรู้สึกปลอดภัยในพื้นที่เดียวกัน**	84	72	129	78	48	1299	**63.21**
4.**พื้นที่ที่มีบรรยากาศที่สามารถสร้างแรงบันดาลใจ และกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์**	66	120	105	93	27	1338	**65.11**
5.พื้นที่ที่มีบรรยากาศสร้างความสมดุลระหว่างงานกับชีวิต (Work life balance)	105	78	57	66	105	1245	60.58

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

สรุปข้อมูลด้านบรรยากาศ ประเด็นการนำรูปแบบWork from home กลับมาใช้ในพื้นที่ของพื้นที่ทำงาน กลุ่มตัวอย่างต้องการ พื้นที่ที่มีบรรยากาศที่สามารถสร้างแรงบันดาลใจ และกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ คิดเป็นร้อยละ 65.11 มีสัดส่วนมากที่สุด รองลงมาได้แก่ พื้นที่ทำงานที่ที่มีบรรยากาศเชื่อมต่อด้านสังคมได้แต่ยังให้ความรู้สึกปลอดภัยในพื้นที่เดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 63.21 และพื้นที่ทำงานที่บรรยากาศที่ให้ความรู้สึกเป็นส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 62.92 ซึ่งจะเห็นได้ว่าทั้งสามลำดับมีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน

สรุปความต้องการด้านบรรยากาศ 3 ลำดับแรก ที่กลุ่มตัวอย่างต้องการจากพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน(Co–working space) ดังนี้

ตารางที่ 4.8 พฤติกรรมในการพื้นที่การทำงานในยุคปัจจุบัน ด้านบรรยากาศ

ข้อคำถาม	ความต้องการด้านบรรยากาศ	ร้อยละ
1. สถานที่ที่ให้บรรยากาศที่ช่วยส่งเสริมการทำงานของคุณให้มีประสิทธิภาพ	1.บ้านสลับกับสำนักงาน(Office)	22.29
	2. สำนักงาน(Office)	20.44
	3.สำนักงานร่วมแบ่งปัน(Co-Working Space)	21.15
2.รูปแบบการทำงานแบบ Work from home ที่อยากให้นำมาปรับใช้ในพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน	1.พื้นที่ทำงานที่ที่มีบรรยากาศเชื่อมต่อด้านสังคมได้แต่ยังให้ความรู้สึกปลอดภัยในพื้นที่เดียวกัน	21.22
	2.พื้นที่ที่มีบรรยากาศที่สามารถสร้างแรงบันดาลใจและกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์	21.7
	3.พื้นที่ทำงานที่บรรยากาศที่ให้ความรู้สึกเป็นส่วนตัว	20.83

สรุปพฤติกรรมในพื้นที่การทำงานยุคปัจจุบัน ประเด็นสถานที่ให้บรรยากาศช่วยสงเสริมการทำงานของกลุ่มตัวอย่างมีประสิทธิภาพ ได้แก่ บ้านสลับกับสำนักงานคิดเป็นร้อยละ 22.29 รองลงมาเป็นสำนักงานร่วมแบ่งปัน ร้อยละ 21.15 และบ้านสลับกับสำนักงาน คิดเป็นร้อยละ 20.44 ซึ่งถือว่าทั้งสามลำดับมีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน

สรุปประเด็นรูปแบบการทำงานแบบ Work from home ที่กลุ่มตัวอย่างอยากให้นำมาปรับใช้ในพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน ได้แก่ พื้นที่ที่สามารถสร้างแรงบันดาลใจและกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ คิดเป็นร้อยละ 21.7 รองลงมา ได้แก่ พื้นที่ทำงานที่ที่มีบรรยากาศเชื่อมต่อด้านสังคมได้แต่ยังให้ความรู้สึกปลอดภัยในพื้นที่เดียวกัน ร้อยละ 21.22 และลำดับสุดท้าย พื้นที่ทำงานที่บรรยากาศที่ให้ความรู้สึกเป็นส่วนตัว ร้อยละ 20.83 ตามลำดับ ซึ่งถือว่าทั้งสามลำดับมีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

2.3 ด้านความต้องการเกี่ยวกับโซนพื้นที่การใช้งานในสำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co–working space)

ตารางที่ 4.9 สรุปข้อมูลด้านบรรยากาศ ประเด็นความต้องการเกี่ยวกับโซนต่าง ๆ ในสำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co–working space) สำหรับส่วนต้อนรับ

บรรยากาศของห้องส่วนต้อนรับ	ลำดับความสำคัญ (1มากที่สุด – 5น้อยที่สุด) (N=411)						คะแนนรวม (max = 2,055)	ร้อยละของคะแนนรวม
	ลำดับที่1 (5 คะแนน)	ลำดับที่2 (4 คะแนน)	ลำดับที่3 (3 คะแนน)	ลำดับที่4 (2 คะแนน)	ลำดับที่5 (1 คะแนน)	ไม่ให้ความสำคัญเลย (0 คะแนน)		
กระตือรือร้น	135	51	50	36	72	67	1168	**56.84**
กระฉับกระเฉง	21	105	47	35	14	189	925	**45.01**
สร้างความสงบ	28	30	54	45	21	233	745	36.25
ความเป็นส่วนตัว	27	39	39	57	39	210	732	35.62
กระตุ้นความคิดสร้างสรรค์	42	33	60	45	51	180	792	38.54
สะดวกสบาย	60	54	74	67	46	110	982	**47.79**
สร้างสมาธิ	9	27	18	27	36	294	555	27.01
ผ่อนคลาย	25	39	36	39	69	203	670	32.60
มีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม	64	33	33	51	39	191	844	41.07
กระตุ้นความอยากอาหาร	0	0	0	9	24	378	396	19.27

สรุปข้อมูลด้านบรรยากาศ ประเด็นความต้องการเกี่ยวกับโซนต่าง ๆ ในสำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co–working space) สำหรับส่วนต้อนรับ บรรยากาศที่ให้ความรู้สึกกระตือรือร้น มีสัดส่วนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ56.84 รองลงมา ได้แก่ ความสะดวกสบาย คิดเป็นร้อยละ 47.79 และความกระฉับกระเฉง คิดเป็นร้อยละ 45.01 ตามลำดับ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ตารางที่ 4.10 สรุปข้อมูลด้านบรรยากาศ ประเด็นความต้องการเกี่ยวกับโซนต่าง ๆ ในสำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co–working space) สำหรับส่วนสำนักงานร่วมแบ่งปันหรือพื้นที่การทำงานร่วมกัน

บรรยากาศของห้องส่วนพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน	**ลำดับความสำคัญ** (1มากที่สุด – 5น้อยที่สุด) (N=411)						**คะแนนรวม** (max = 2,055)	**ร้อยละของคะแนนรวม**
	ลำดับที่1 (5 คะแนน)	ลำดับที่2 (4 คะแนน)	ลำดับที่3 (3 คะแนน)	ลำดับที่4 (2 คะแนน)	ลำดับที่5 (1 คะแนน)	ไม่ให้ความสำคัญเลย (0 คะแนน)		
กระตือรือร้น	39	33	24	33	33	249	465	22.63
กระฉับกระเฉง	15	45	18	33	39	261	375	18.25
สร้างความสงบ	42	24	45	27	45	228	495	24.09
ความเป็นส่วนตัว	42	38	24	46	27	234	526	25.60
กระตุ้นความคิดสร้างสรรค์	116	90	84	49	61	11	1290	**62.77**
สะดวกสบาย	60	70	78	59	42	102	932	**45.35**
สร้างสมาธิ	9	30	48	54	33	237	417	20.29
ผ่อนคลาย	27	45	39	63	57	180	558	27.15
มีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม	57	33	51	47	59	164	664	**32.31**
กระตุ้นความอยากอาหาร	4	3	0	0	15	389	32	1.56

สรุปข้อมูลด้านบรรยากาศ ประเด็นความต้องการเกี่ยวกับโซนต่าง ๆ ในสำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co–working space) สำหรับส่วนสำนักงานร่วมแบ่งปันหรือพื้นที่การทำงานร่วมกัน บรรยากาศที่ให้ความรู้สึกที่ช่วยกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ มีสัดส่วนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 62.77 รองลงมาได้แก่ความสะดวกสบาย คิดเป็นร้อยละ 45.35 และมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม คิดเป็นร้อยละ 32.31 ตามลำดับ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ตารางที่ 4.11 สรุปข้อมูลด้านบรรยากาศ ประเด็นความต้องการเกี่ยวกับโซนต่าง ๆ ในสำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co–working space) สำหรับส่วนสำนักงานส่วนตัว

บรรยากาศของห้องสำนักงานส่วนตัว	**ลำดับความสำคัญ** (1มากที่สุด – 5น้อยที่สุด) (N=411)						**คะแนนรวม** (max = 2,055)	**ร้อยละของคะแนนรวม**
	ลำดับที่1 (5 คะแนน)	ลำดับที่2 (4 คะแนน)	ลำดับที่3 (3 คะแนน)	ลำดับที่4 (2 คะแนน)	ลำดับที่5 (1 คะแนน)	ไม่ให้ความสำคัญเลย (0 คะแนน)		
กระตือรือร้น	18	6	15	21	37	314	201	9.78
กระฉับกระเฉง	3	12	3	18	19	356	108	5.26
สร้างความสงบ	45	99	51	59	46	111	892	**43.41**
ความเป็นส่วนตัว	178	85	44	46	58	0	1454	**70.75**
กระตุ้นความคิดสร้างสรรค์	48	63	63	39	51	147	759	36.93
สะดวกสบาย	47	84	118	51	37	74	1027	**49.98**
สร้างสมาธิ	21	30	84	99	40	137	675	32.85
ผ่อนคลาย	30	26	33	66	85	171	485	23.60
มีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม	15	3	0	12	22	359	111	5.40
กระตุ้นความอยากอาหาร	6	3	0	0	16	386	42	2.04

สรุปข้อมูลด้านบรรยากาศ ประเด็นความต้องการเกี่ยวกับโซนต่าง ๆ ในสำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co–working space) สำหรับส่วนสำนักงานส่วนตัว บรรยากาศที่ให้ความรู้สึกความเป็นส่วนตัว มีสัดส่วนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 70.75 รองลงมา ได้แก่ความสะดวกสบาย คิดเป็นร้อยละ 49.98 และสร้างความสงบ คิดเป็นร้อยละ 43.41 ตามลำดับ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ตารางที่ 4.12 สรุปข้อมูลด้านบรรยากาศ ประเด็นความต้องการเกี่ยวกับโซนต่าง ๆ ในสำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co–working space) สำหรับส่วนห้องประชุม/ห้องระดมความคิด

บรรยากาศของห้องส่วนห้องประชุม/ระดมความคิด	**ลำดับความสำคัญ** (1มากที่สุด – 5น้อยที่สุด) (N=411)						**คะแนนรวม** (max = 2,055)	**ร้อยละของคะแนนรวม**
	ลำดับที่1 (5 คะแนน)	ลำดับที่2 (4 คะแนน)	ลำดับที่3 (3 คะแนน)	ลำดับที่4 (2 คะแนน)	ลำดับที่5 (1 คะแนน)	ไม่ให้ความสำคัญเลย (0 คะแนน)		
กระตือรือร้น	63	57	44	52	78	117	779	**37.91**
กระฉับกระเฉง	9	60	72	69	27	174	639	31.09
สร้างความสงบ	9	15	21	9	18	339	186	9.05
ความเป็นส่วนตัว	36	30	36	18	33	258	444	21.61
กระตุ้นความคิดสร้างสรรค์	123	78	82	77	50	1	1327	**64.57**
สะดวกสบาย	30	48	45	75	51	162	627	30.51
สร้างสมาธิ	21	24	33	21	48	264	342	16.64
ผ่อนคลาย	27	36	18	21	48	261	375	18.25
มีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม	78	63	60	63	52	95	948	**46.13**
กระตุ้นความอยากอาหาร	15	0	0	6	6	384	87	4.23

สรุปข้อมูลด้านบรรยากาศ ประเด็นความต้องการเกี่ยวกับโซนต่าง ๆ ในสำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co–working space) สำหรับส่วนห้องประชุม/ห้องระดมความคิด บรรยากาศที่ให้ความรู้สึกช่วยกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ มีสัดส่วนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 64.57 รองลงมา ได้แก่ การมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม คิดเป็นร้อยละ 46.13 และสร้างความกระตือรือร้น คิดเป็นร้อยละ 37.91 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13 สรุปข้อมูลด้านบรรยากาศ ประเด็นความต้องการเกี่ยวกับโซนต่าง ๆ ในสำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co–working space) สำหรับพื้นที่ทานอาหาร/เตรียมอาหาร

บรรยากาศของห้อง พื้นที่ทานอาหาร/เตรียมอาหาร	**ลำดับความสำคัญ** (1มากที่สุด – 5น้อยที่สุด) (N=411)						**คะแนนรวม** (max = 2,055)	**ร้อยละของคะแนนรวม**
	ลำดับที่1 (5 คะแนน)	ลำดับที่2 (4 คะแนน)	ลำดับที่3 (3 คะแนน)	ลำดับที่4 (2 คะแนน)	ลำดับที่5 (1 คะแนน)	ไม่ให้ความสำคัญเลย (0 คะแนน)		
กระตือรือร้น	24	12	6	21	53	295	228	11.09
กระฉับกระเฉง	21	36	21	33	44	256	378	18.39
สร้างความสงบ	3	15	36	18	74	265	219	10.66
ความเป็นส่วนตัว	36	21	30	60	53	211	474	23.07
กระตุ้นความคิดสร้างสรรค์	15	9	12	15	17	343	177	8.61
สะดวกสบาย	69	100	72	84	19	67	1129	**54.94**
สร้างสมาธิ	3	3	0	3	16	386	33	1.61
ผ่อนคลาย	27	57	144	65	32	86	925	**45.01**
มีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม	24	105	33	72	33	144	783	38.10
กระตุ้นความอยากอาหาร	189	53	57	40	70	2	1408	**68.52**

สรุปข้อมูลด้านบรรยากาศ ประเด็นความต้องการเกี่ยวกับโซนต่าง ๆ ในสำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co–working space) สำหรับพื้นที่ทานอาหาร/เตรียมอาหาร บรรยากาศที่ให้ความรู้สึกช่วยกระตุ้นความอยากอาหาร มีสัดส่วนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 68.52 รองลงมา ได้แก่ ความสะดวกสบาย คิดเป็นร้อยละ 54.94 และความผ่อนคลาย คิดเป็นร้อยละ 45.01 ตามลำดับ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ตารางที่ 4.14 สรุปข้อมูลด้านบรรยากาศ ประเด็นความต้องการเกี่ยวกับโซนต่าง ๆ ในสำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co–working space) สำหรับส่วนคาเฟ่

บรรยากาศของห้องส่วนคาเฟ่	**ลำดับความสำคัญ** (1มากที่สุด – 5น้อยที่สุด) (N=411)						**คะแนนรวม** (max = 2,055)	**ร้อยละของคะแนนรวม**
	ลำดับที่1 (5 คะแนน)	ลำดับที่2 (4 คะแนน)	ลำดับที่3 (3 คะแนน)	ลำดับที่4 (2 คะแนน)	ลำดับที่5 (1 คะแนน)	ไม่ให้ความสำคัญเลย (0 คะแนน)		
กระตือรือร้น	27	6	12	21	36	309	237	11.53
กระฉับกระเฉง	6	27	12	30	39	297	234	11.39
สร้างความสงบ	15	18	36	30	42	270	315	15.33
ความเป็นส่วนตัว	9	15	36	36	51	264	285	13.87
กระตุ้นความคิดสร้างสรรค์	54	24	42	42	51	198	576	28.03
สะดวกสบาย	48	111	60	63	33	96	990	**48.18**
สร้างสมาธิ	6	9	21	21	12	342	171	8.32
ผ่อนคลาย	140	97	79	58	37	0	1441	**70.12**
มีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม	48	53	77	68	50	115	819	**39.85**
กระตุ้นความอยากอาหาร	58	51	36	42	60	164	686	33.38

สรุปข้อมูลด้านบรรยากาศ ประเด็นความต้องการเกี่ยวกับโซนต่าง ๆ ในสำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co–working space) สำหรับส่วนคาเฟ่ บรรยากาศที่ให้ความรู้สึกผ่อนคลาย มีสัดส่วนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 70.12 รองลงมา ได้แก่ความสะดวกสบาย คิดเป็นร้อยละ 48.18 และมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม คิดเป็นร้อยละ 39.85 ตามลำดับ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ตารางที่ 4.15 สรุปข้อมูลด้านบรรยากาศ ประเด็นความต้องการเกี่ยวกับโซนต่าง ๆ ในสำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co–working space) สำหรับส่วนห้องพักผ่อน

บรรยากาศของห้องส่วนห้องพักผ่อน	**ลำดับความสำคัญ** (1มากที่สุด – 5น้อยที่สุด) (N=411)						**คะแนนรวม** (max = 2,055)	**ร้อยละของคะแนนรวม**
	ลำดับที่1 (5 คะแนน)	ลำดับที่2 (4 คะแนน)	ลำดับที่3 (3 คะแนน)	ลำดับที่4 (2 คะแนน)	ลำดับที่5 (1 คะแนน)	ไม่ให้ความสำคัญเลย (0 คะแนน)		
กระตือรือร้น	21	9	0	3	18	360	147	7.15
กระฉับกระเฉง	3	15	12	20	9	352	151	7.35
สร้างความสงบ	41	54	81	98	48	89	860	41.85
ความเป็นส่วนตัว	78	90	71	25	42	105	1013	**49.29**
กระตุ้นความคิดสร้างสรรค์	25	6	18	36	35	291	275	13.38
สะดวกสบาย	49	84	132	75	41	30	1127	**54.84**
สร้างสมาธิ	35	54	33	66	114	109	622	30.27
ผ่อนคลาย	138	87	52	73	55	6	1340	**65.21**
มีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม	15	9	9	12	35	331	162	7.88
กระตุ้นความอยากอาหาร	6	3	3	3	14	382	57	2.77

สรุปข้อมูลด้านบรรยากาศ ประเด็นความต้องการเกี่ยวกับโซนต่าง ๆ ในสำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co–working space) สำหรับส่วนห้องพักผ่อน บรรยากาศที่ให้ความรู้สึกผ่อนคลาย มีสัดส่วนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 65.21 รองลงมา ได้แก่ ความสะดวกสบาย คิดเป็นร้อยละ 54.84 และความเป็นส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 49.29 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.16 สรุปข้อมูลด้านบรรยากาศ ประเด็นความต้องการเกี่ยวกับโซนต่าง ๆ ในสำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co–working space) สำหรับส่วนห้องสมุด

บรรยากาศของห้องส่วนห้องสมุด	**ลำดับความสำคัญ** (1มากที่สุด – 5น้อยที่สุด) (N=411)						**คะแนนรวม** (max = 2,055)	**ร้อยละของคะแนนรวม**
	ลำดับที่1 (5 คะแนน)	ลำดับที่2 (4 คะแนน)	ลำดับที่3 (3 คะแนน)	ลำดับที่4 (2 คะแนน)	ลำดับที่5 (1 คะแนน)	ไม่ให้ความสำคัญเลย (0 คะแนน)		
กระตือรือร้น	24	6	12	12	30	327	204	9.93
กระฉับกระเฉง	9	21	3	21	15	342	180	8.76
สร้างความสงบ	135	113	97	40	26	0	1498	**72.90**
ความเป็นส่วนตัว	36	66	42	57	75	135	684	33.28
กระตุ้นความคิดสร้างสรรค์	39	43	37	66	36	190	610	29.68
สะดวกสบาย	41	48	90	109	87	36	885	**43.07**
สร้างสมาธิ	85	72	90	48	54	62	1079	**52.51**
ผ่อนคลาย	27	36	28	48	57	215	459	22.34
มีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม	6	6	12	10	25	352	110	5.35
กระตุ้นความอยากอาหาร	9	0	0	0	6	396	45	2.19

สรุปข้อมูลด้านบรรยากาศ ประเด็นความต้องการเกี่ยวกับโซนต่าง ๆ ในสำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co–working space) สำหรับส่วนห้องสมุด บรรยากาศที่ให้ความสงบ มีสัดส่วนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 72.90 รองลงมา ได้แก่ การสร้างสมาธิ คิดเป็นร้อยละ 52.51 และความสะดวกสบาย คิดเป็นร้อยละ 43.07 ตามลำดับ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ตารางที่ 4.17 สรุปข้อมูลด้านบรรยากาศ ประเด็นความต้องการเกี่ยวกับโซนต่าง ๆ ในสำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co–working space) สำหรับส่วนห้องปริ้นเตอร์/ห้องโทรศัพท์

บรรยากาศของห้องส่วนห้องปริ้นเตอร์/ห้องโทรศัพท์	**ลำดับความสำคัญ** (1มากที่สุด – 5น้อยที่สุด) (N=411)						**คะแนนรวม** (max = 2,055)	**ร้อยละของคะแนนรวม**
	ลำดับที่1 (5 คะแนน)	ลำดับที่2 (4 คะแนน)	ลำดับที่3 (3 คะแนน)	ลำดับที่4 (2 คะแนน)	ลำดับที่5 (1 คะแนน)	ไม่ให้ความสำคัญเลย (0 คะแนน)		
<u>กระตือรือร้น</u>	42	57	42	85	90	95	734	**<u>35.72</u>**
<u>กระฉับกระเฉง</u>	45	90	45	55	51	125	830	**<u>40.39</u>**
สร้างความสงบ	9	24	57	36	45	240	384	18.69
ความเป็นส่วนตัว	30	54	63	42	57	165	639	31.09
กระตุ้นความคิดสร้างสรรค์	24	27	42	24	33	261	402	19.56
<u>สะดวกสบาย</u>	195	66	99	19	24	8	1574	**<u>76.59</u>**
สร้างสมาธิ	12	18	18	33	18	312	252	12.26
ผ่อนคลาย	21	12	27	39	36	276	312	15.18
มีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม	24	63	18	78	54	174	582	28.32
กระตุ้นความอยากอาหาร	9	0	0	0	3	399	45	2.19

สรุปข้อมูลด้านบรรยากาศ ประเด็นความต้องการเกี่ยวกับโซนต่าง ๆ ในสำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co–working space) สำหรับส่วนห้องปริ้นเตอร์/ห้องโทรศัพท์ บรรยากาศที่ให้ความสะดวกสบาย มีสัดส่วนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 76.59 รองลงมา ได้แก่ ความกระฉับกระเฉง คิดเป็นร้อยละ 40.39 และความกระตือรือร้น คิดเป็นร้อยละ 35.72 ตามลำดับ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

สรุปความต้องการด้านบรรยากาศ 3 ลำดับแรกที่กลุ่มตัวอย่างต้องการในแต่ละโซนในพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน ทั้งหมด 9 โซน/ห้อง ได้แก่ ส่วนต้อนรับ (Reception) สำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co–working space) สำนักงานส่วนตัว (Private Office) ห้องประชุม (Meeting room) พื้นที่ทานอาหาร (Pantry) คาเฟ่ (Café) ห้องพักผ่อน (Living room) ห้องสมุด (Library) และห้องปริ้นเตอร์/ห้องโทรศัพท์ (Printing room & Telephone room) สรุปได้ ดังนี้

ตารางที่ 4.18 สรุปด้านความต้องการเกี่ยวกับโซนพื้นที่การใช้งาน
ในสำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co–working space)

ห้อง/โซน ในสำนักงานร่วมแบ่งปัน	บรรยากาศที่กลุ่มตัวอย่างต้องการ	ร้อยละ
1. ส่วนต้อนรับ (Reception)	1.ความกระตือรือร้น (Active)	56.84
	2.ความสะดวกสบาย (Comfort)	47.79
	3.ความกระฉับกระเฉง (Energetic)	45.01
2. สำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co–working space)	1.กระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ (Creativity)	65.77
	2.ความสะดวกสบาย (Comfort)	45.35
	3.มีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Social Connection)	32.31
3. สำนักงานส่วนตัว (Private Office)	1.ความเป็นส่วนตัว (Private)	70.75
	2.ความสะดวกสบาย (Comfort)	49.98
	3.สร้างความสงบ (Calmness)	43.41
4. ห้องประชุม (Meeting room)	1.กระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ (Creativity)	64.57
	2.มีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Social Connection)	46.13
	3.ความกระตือรือร้น (Active)	37.91
5. พื้นที่ทานอาหาร (Pantry)	1.กระตุ้นความอยากอาหาร(Appetite)	68.52
	2.ความสะดวกสบาย (Comfort)	54.94
	3.ความผ่อนคลาย (Relax)	45.01
6. คาเฟ่ (Café)	1.ความผ่อนคลาย (Relax)	70.12
	2.ความสะดวกสบาย (Comfort)	48.18
	3.มีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Social Connection)	39.85
7. ห้องพักผ่อน (Living room)	1.ความผ่อนคลาย (Relax)	65.21
	2.ความสะดวกสบาย (Comfort)	54.84
	3.ความเป็นส่วนตัว (Private)	49.29
8. ห้องสมุด (Library)	1.สร้างความสงบ (Calmness)	72.90
	2.สร้างสมาธิ(Concentrate)	52.51
	3.ความสะดวกสบาย (Comfort)	43.07
9. ห้องปริ้นเตอร์/ห้องโทรศัพท์ (Printing room & Telephone room)	1.ความสะดวกสบาย (Comfort)	76.59
	2..ความกระฉับกระเฉง (Energetic)	40.39
	3.ความกระตือรือร้น (Active)	35.72

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวอย่าง ด้านความต้องการในพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน

- การมีแสงสว่างทั้งจากแสงธรรมชาติ และแสงประดิษฐ์ที่เพียงพอ หรือการออกแบบ Lighting ที่ดีจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานในพื้นที่ Co-Working Space มากขึ้น
- การตกแต่งที่สบายตา และมีพื้นที่สีเขียว
- การเชื่อมโยงเรื่องราวของพื้นที่ต่าง ๆกันในแต่ละ unit เป็นสิ่งที่ไม่ควรมองข้าม แม้จะมีประโยชน์ใช้งานที่ต่างกัน
- ต้องการพื้นที่ที่สร้างแรงบันดาลใจและความคิดสร้างสรรค์ได้ มีบริเวณที่ต้องการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมแยกชัดเจน มีความเป็นส่วนตัว ผ่อนคลาย สงบ และ สะดวกสบาย
- ต้องการพื้นที่ที่มีความเป็นธรรมชาติเข้ามาเกี่ยวโยง กิจกรรมเพื่อให้ได้พักสมองและผ่อนคลายจากการทำงาน
- ต้องการพื้นที่การทำงานไม่มีสิ่งรบกวนสมาธิ

จากประเด็นการเสนอแนะของกลุ่มตัวอย่างพบว่ามีความสอดคล้องกับการศึกษาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับความต้องการในพื้นที่สำนักงาน ในหลายประเด็น เช่น ความต้องการพื้นที่ทำงานที่ช่วยสร้างสมดุลให้กับชีวิต การมีพื้นที่ที่หลากหลายให้เหมาะสมกับความต้องการในด้านบรรยากาศของแต่ละห้อง การออกแบบให้พื้นที่การทำงานช่วยกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ มีความเป็นส่วนตัว สงบ ผ่อนคลาย และการนำธรรมชาติเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการออกแบบก็เป็นการเสนอแนะที่สอดคล้องกับแนวความคิดของหัวข้อวิทยานิพนธ์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

4.1.2 ผลการวิเคราะห์เครื่องมือแบบสัมภาษณ์

ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือแบบสัมภาษณ์ กับกลุ่มตัวอย่างเจเนอเรชั่นวายที่เข้าใช้งาน แบบเป็นผู้เช่าในสำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co-Working Space) อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร และเป็นผู้ที่มีความชื่นชอบธรรมชาติ จำนวน 10 คน ซึ่งเป็นตัวแทนสำนักงานร่วมแบ่งปันแต่ละสาขาในขอบเขตพื้นที่วิจัย โดยผู้ให้สัมภาษณ์ไม่ยินยอมให้เปิดเผยชื่อ เพื่อปกป้องสิทธิ์ของตนเอง ผู้วิจัยจึงจะนำเสนอเพียงข้อมูลเบื้องต้น เช่น อายุ เพศ และสาขาที่เข้าใช้งาน เพื่อเป็นประโยชน์ต่องานวิจัย โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

1. **INN office**

   Location : อยู่ในพื้นที่ของจุดตัด Bts สถานีหมอชิต กับ Mrt สถานีสวนจัตุจักร
   ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ : เพศชาย อายุ 34 ปี
   ความถี่ ในการเข้าใช้งานพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปันในสาขานี้ 4-5 ครั้งต่อสัปดาห์

2. **The Cent**

   Location : อยู่ในพื้นที่ของจุดตัด Bts สถานีหมอชิต กับ Mrt สถานีสวนจัตุจักร
   ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ : เพศชาย อายุ 22 ปี
   ความถี่ ในการเข้าใช้งานพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปันในสาขานี้ 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์

3. **Regus Interchange**

   Location : อยู่ในพื้นที่ของจุดตัด Bts สถานีอโศก กับ Mrt สถานีสุขุมวิท
   ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ : เพศหญิง อายุ 35 ปี
   ความถี่ ในการเข้าใช้งานพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปันในสาขานี้ 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์

4. **The Hive Bkk**

   Location : อยู่ในพื้นที่ของจุดตัด Bts สถานีอโศก กับ Mrt สถานีสุขุมวิท
   ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ : เพศหญิง อายุ 32 ปี
   ความถี่ ในการเข้าใช้งานพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปันในสาขานี้ 4-5 ครั้งต่อสัปดาห์

5. **Launchpad**

   Location : อยู่ในพื้นที่ของจุดตัด Bts สถานีศาลาแดง กับ Mrt สถานีสีลม
   ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ : เพศชาย อายุ 26 ปี
   ความถี่ ในการเข้าใช้งานพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปันในสาขานี้ 4-5 ครั้งต่อสัปดาห์

6. Justco สีลม

Location : อยู่ในพื้นที่ของจุดตัด Bts สถานีศาลาแดง กับ Mrt สถานีสีลม

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ : เพศชาย อายุ 39 ปี

ความถี่ ในการเข้าใช้งานพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปันในสาขานี้ 4-5 ครั้งต่อสัปดาห์

7. Space@Siam

Location : อยู่ในพื้นที่ของจุดตัดเชื่อมต่อระหว่าง Bts สายสุขุมวิท กับสายสีลม

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ : เพศหญิง อายุ 23 ปี

ความถี่ ในการเข้าใช้งานพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปันในสาขานี้ 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์

8. Getaway

Location : อยู่ในพื้นที่ของจุดตัดเชื่อมต่อระหว่าง Bts สายสุขุมวิท กับสายสีลม

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ : เพศชาย อายุ 27 ปี

ความถี่ ในการเข้าใช้งานพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปันในสาขานี้ 4-5 ครั้งต่อสัปดาห์

9. Klique Desk สามย่าน

Location : อยู่ในพื้นที่ของจุดตัดเชื่อมต่อระหว่าง Bts สายสุขุมวิท กับสายสีลม

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ : เพศหญิง อายุ 37 ปี

ความถี่ ในการเข้าใช้งานพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปันในสาขานี้ 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

10. The Great room

Location : อยู่ในพื้นที่ของจุดตัดเชื่อมต่อระหว่าง Bts สายสุขุมวิท กับสายสีลม

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ : เพศหญิง อายุ 29 ปี

ความถี่ ในการเข้าใช้งานพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปันในสาขานี้ 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมเชิงลึกในการเข้าใช้งานพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน

<u>ด้านการเข้าใช้งาน</u>

การให้ความสำคัญกับโซนพื้นที่ในสำนักงานร่วมแบ่งปัน	**ค่าคะแนน (N=10) (Min=1, Max=5)**	**คะแนนรวม (Max = 50)**	**ร้อยละของคะแนนรวม**
	M (ค่าเฉลี่ย)		
ส่วนต้อนรับ	0.1	1	2
พื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน	4.2	42	84
สำนักงานส่วนตัว	3.4	34	68
ห้องประชุม	3.0	30	60
พื้นที่ทานอาหาร	1.9	19	38
คาเฟ่	1.3	13	26
ห้องพักผ่อน	0.4	4	8
ห้องสมุด	0.6	6	12
ห้องปริ้นเตอร์/ห้องโทรศัพท์	0.1	1	2

สรุปการให้ความสำคัญกับโซนพื้นที่ในสำนักงานร่วมแบ่งปัน อันดับที่แรก ได้แก่ พื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน คิดเป็นร้อยละ 84 อันดับที่สอง สำนักงานส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 68 และห้องประชุม คิดเป็นร้อยละ 60 ตามลำดับ

การตกแต่งบรรยากาศของแต่งละโซนให้มีความแตกต่างกันมีผลต่อการทำงาน	ความคิดเห็น
กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 1	มีผล เนื่องจากช่วยให้บรรยากาศไม่ซ้ำซาก ไม่จำเจ เหมาะกับพฤติกรรมแต่ละช่วงเวลาที่อาศัยในพื้นที่สำนักงานแต่ละวัน
กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 2	มีผล เพราะบรรยากาศจะช่วยส่งเสริมให้การใช้พื้นที่นั้น ๆมีความลื่นไหล
กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 3	มีผล โดยเฉพาะเรื่องสี จะช่วยเรื่องการสื่อสารด้านอารมณ์และบรรยากาศได้ดี
กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 4	มีผล เพราะจะช่วยให้เกิดความไม่น่าเบื่อในการใช้งานแต่ละโซน เพราะต้องใช้เวลาอยู่ในพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปันเป็นเวลานาน ดังนั้นการออกแบบบรรยากาศให้เหมาะกับวัตถุประสงค์ของห้องนั้น ๆสำคัญมาก
กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 5	มีผลมาก เนื่องจากFeelingในการใช้งานแต่ละโซนมีความแตกต่างกัน
กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 6	มีผล เนื่องจากโซนแต่ละโซนมีเป้าหมาย หรือหน้าที่การใช้งานที่แตกต่างกัน ดังนั้นการตกแต่งบรรยากาศควรตอบสนองความต้องการของจุดประสงค์การใช้งานพื้นที่นั้น ๆ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

การตกแต่งบรรยากาศของแต่งละโซนให้มีความแตกต่างกันมีผลต่อการทำงาน	ความคิดเห็น
กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 7	มีผล ซึ่งพื้นที่ควรมีสัดส่วนที่ชัดเจนในแต่ละพื้นที่ เช่น ความส่วนตัว ความสงบ
กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 8	มีผล สีของห้องมีผลต่อบรรยากาศการทำงาน และโครงสร้างของพื้นที่หากมีเดานที่ต่ำมากเกินไปจะทำให้รู้สึกอึดอัด นั่งทำงานได้ไม่นาน
กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 9	มีผล โทนสีต่างกันจะทำให้บรรยากาศต่างกัน
กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 10	มีผล บรรยากาศมีผลต่ออารมณ์ความรู้สึกและหน้าที่ใช้สอยของห้องนั้น ๆ

สรุปความคิดเห็นเกี่ยวกับการตกแต่งบรรยากาศของแต่ละโซนของพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปันให้มีความแตกต่างกันมีผลต่อการทำงาน กลุ่มตัวอย่างทั้ง 10 คน เห็นตรงกันว่า การตกแต่งบรรยากาศของแต่ละโซนของพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปันให้มีความแตกต่างกันมีผลต่อการทำงาน และการอยู่อาศัยในพื้นที่ การออกแบบบรรยากาศให้มีความสอดคล้องกับหน้าที่ใช้สอบของห้องมีความสำคัญ ซึ่งจะเป็นส่วนส่งเสริมงานให้บรรลุสู่เป้าหมายได้

<u>ด้านข้อดี-ข้อเสีย</u>

ข้อดี 3 อันดับ ด้านการตกแต่งบรรยากาศ ในสาขาที่เข้าใช้บริการ	**ค่าคะแนน (N=10) (Min=1, Max=3)**	**คะแนนรวม (Max = 30)**	**ร้อยละของคะแนนรวม**
	M (ค่าเฉลี่ย)		
ด้านความกระตือรือร้น (Active)	0.1	1	3.33
ด้านความกระฉับกระเฉง (Energetic)	0	0	0
ด้านความสร้างความสงบ (Calmness)	0.8	8	26.67
ด้านความเป็นส่วนตัว (Private)	1.4	14	46.66
ด้านการกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ (Creativity)	1.0	10	33.33

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ข้อดี 3 อันดับ ด้านการตกแต่งบรรยากาศ ในสาขาที่เข้าใช้บริการ	ค่าคะแนน (N=10) (Min=1, Max=3) M (ค่าเฉลี่ย)	คะแนนรวม (Max = 30)	ร้อยละของคะแนนรวม
ด้านความสะดวกสบาย (Comfort)	1.5	15	50
ด้านการสร้างสมาธิ (Concentrate)	0.9	9	30
ด้านการผ่อนคลาย (Relax)	0.2	2	6.67
ด้านความการการเชื่อมต่อด้านสังคม (Social connection)	0.1	1	3.33

สรุปข้อดีของสำนักงานร่วมแบ่งปันในปัจจุบัน ที่กลุ่มตัวอย่างมองว่าเป็นข้อดีของสำนักงานที่ใช้งานอยู่ ได้แก่ ด้านความสะดวกสบาย (Comfort) คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมาด้านความเป็นส่วนตัว(Private) คิดเป็นร้อยละ 46.66 และด้านการกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) คิดเป็นร้อยละ ตามลำดับ 33.33 ซึ่งทั้งสามลำดับมีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ข้อเสีย 3 อันดับ ด้านการตกแต่งบรรยากาศ ในสาขาที่เข้าใช้บริการ	ค่าคะแนน (N=10) (Min=1, Max=3) M (ค่าเฉลี่ย)	คะแนนรวม (Max = 30)	ร้อยละของคะแนนรวม
ด้านความกระตือรือร้น (Active)	0.3	3	10
ด้านความกระฉับกระเฉง (Energetic)	0.8	8	26.67
ด้านความสร้างความสงบ (Calmness)	1.2	12	40
ด้านความเป็นส่วนตัว (Private)	0.6	6	20
ด้านการกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ (Creativity)	0.4	4	13.33
ด้านความสะดวกสบาย (Comfort)	0.3	3	10
ด้านการสร้างสมาธิ (Concentrate)	0.7	7	23.33
ด้านการผ่อนคลาย (Relax)	0.4	4	13.33
ด้านการเชื่อมต่อด้านสังคม (Social connection)	1.3	13	43.33

สรุปข้อเสียของสำนักงานร่วมแบ่งปันในปัจจุบัน ที่กลุ่มตัวอย่างมองว่าต้องปรับปรุงของสำนักงานที่ใช้งานอยู่ ได้แก่ การเชื่อมต่อด้านสังคม (Social connection) คิดเป็นร้อยละ 43.33 รองลงมาด้านความสร้างความสงบ (Calmness) คิดเป็นร้อยละ 40 และ ด้านความกระฉับกระเฉง (Energetic) คิดเป็นร้อยละ 26.67 ตามลำดับ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ข้อคิดเห็นด้านข้อดี-ข้อเสียเพิ่มเติม

ข้อเสนอแนะ	
กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 1	ข้อดีเป็นพื้นที่ที่ออกแบบมาช่วยด้านความสงบ ความเป็นส่วนตัว ข้อเสียคือความสะดวกสบายและแต่ละห้องมีการตกแต่งคล้ายกัน บรรยากาศไม่ค่อยอบอุ่นนัก
กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 2	ข้อดีคือด้านความสะดวกสบาย ความเป็นกันเองของพนักงานและบรรยากาศ แต่ข้อเสียคือด้านการเชื่อมต่อด้านสังคม เพราะแม้ว่าจะจัดพื้นที่ติดๆกันแต่บรรยากาศไม่เอื้อต่อการติดต่อธุรกิจ ดังนั้นบรรยากาศหรือการจัดการพื้นที่มีผลต่อความต้องการในแต่ละห้องมากๆ
กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 3	ข้อดีด้านความเป็นส่วนตัว สะดวกสบายและการสร้างสมาธิ ส่วนข้อเสียบรรยากาศจะมีความคล้ายๆกันทุกโซน ไม่มีพื้นที่สำหรับสร้างแรงบันดาลใจและพื้นที่ค่อนข้างเป็นทางการมากเกินไป
กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 4	ข้อดีคือด้านความเป็นส่วนตัว สงบ ช่วยให้มีประสิทธิภาพการทำงาน แต่เมื่อต้องการการพักผ่อนสมองหรือหาพื้นที่สำหรับสร้างแรงบันดาลใจที่นี่ยังไม่ตอบโจทย์ในส่วนนี้
กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 5	ข้อดีเป็นพื้นที่ที่ออกแบบมาช่วยกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์และมีความสะดวกสบายเป็นกันเอง แต่ข้อเสียคือพื้นที่ค่อนข้างเปิดกว้างมีสิ่งรบกวนได้ง่าย โดยเฉพาะเรื่องเสียงมีผลต่อสมาธิ หากทางสาขามีการนำเสนอห้องเงียบหรือสร้างความสงบไว้สำหรับการทำงานคนเดียวจะดีมากๆ
กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 6	ข้อดีเป็นพื้นที่ที่ออกแบบมาช่วยกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ เมื่อเครียดจากงานมีพื้นที่สำหรับการผ่อนคลาย แต่ยังขาดพื้นที่ที่ช่วยส่งเสริมด้านความสงบและสร้างสมาธิ หากมีการออกแบบพื้นที่ส่วนกลางให้มีความเป็นส่วนตัวมีบริบทพื้นที่ที่ช่วยปิดบังในบางส่วนจะช่วยให้มีความยืดหยุ่นในการใช้งานมากขึ้น
กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 7	ข้อดีคือเป็นพื้นที่ที่มีความสะดวกสบาย ข้อเสียคือด้านความเป็นส่วนตัว บรรยากาศในการตกแต่งแต่งละห้องมีความคล้ายคลึงกัน และไม่ค่อยมีความเป็นส่วนตัวและขาดพื้นที่สำหรับสร้างแรงบันดาลใจ
กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 8	ข้อดีของที่นี่คือด้านความสะดวกสบาย มีความเป็นกันเอง เป็นสังคมที่สามารถติดต่อกับเพื่อนหน้าใหม่ๆที่เข้ามาใช้สำนักงานร่วมแบ่งปันแห่งนี้ได้ สวนข้อเสียคือด้านการตกแต่งคือด้านสมาธิทำงานได้ไม่ค่อยนานเนื่องจากบางห้องมีความอึดอัดและสีไม่ค่อยสบายตา และยังขาดพื้นที่มในการสร้างแรงบันดาลใจ เพราะตกแต่งคล้ายๆกันทุกห้อง
กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 9	เป็นพื้นที่ที่ช่วยกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ได้ดี แต่ขาดเรื่องความสงบและการจัดเฟอร์นิเจอร์ควรมีส่วนที่เป็นส่วนรวมและพื้นที่ส่วนตัว
กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 10	ข้อดีเป็นด้านความสงบ มีพื้นที่การทำงานส่วนตัว ส่วนข้อเสียราคาค่อนข้างสูง

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

สรุปข้อคิดเห็นเพิ่มเติมด้านข้อดี-ข้อเสียในสำนักงานร่วมแบ่งปัน แต่ละสาขาในพื้นที่การวิจัย แต่ละที่มีข้อดี-ข้อเสียที่แตกต่างกันออกไปตามความคิดเห็นและความต้องการของแต่ละบุคคล แต่สิ่งที่กลุ่มตัวอย่างให้ความคิดเห็นตรงกันหลายคนคือเรื่อง การออกแบบพื้นที่แต่ละโซนให้มีความแตกต่างกันเพื่อรองรับการใช้งานที่แตกต่างกันออกไป และกลุ่มตัวอย่างเน้นย้ำเรื่องการตกแต่งพื้นที่ที่กระตุ้นด้านความคิดสร้างสรรค์ สร้างแรงบันดาลใจ ซึ่งสอดคล้องกับการรีวิววรรณกรรมด้านความต้องการของเจเนอเรชั่นวาย

<u>ด้านการเชื่อมโยงกับแนวคิดไบโอฟิลเลีย</u>

สถานที่ทางธรรมชาติที่นึกถึงเมื่อ	กลุ่มตัวอย่างคนที่										คะแนนรวม	ร้อยละ
<u>ต้องการความผ่อนคลายหรือตึงเครียดจากการทำงาน</u>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
ชายหาด	✓	✓	✓		✓	✓	✓			✓	7	70
เกาะ				✓							1	10
ภูเขา								✓	✓		2	20
น้ำตก											0	0
แม่น้ำ									✓		1	10
ถ้ำ											0	0
แก่ง											0	0
โป่งพุร้อน											0	0
แหล่งซากดึกดำบรรพ์											0	0
แหล่งธรณีสัณฐานและภูมิลักษณวรรณา											0	0
รวม											10	100

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

สรุปสถานที่ทางธรรมชาติที่กลุ่มตัวอย่างนึกถึงเมื่อต้องการความผ่อนคลายหรือตึงเครียดจากการทำงาน มากที่สุดได้แก่ ชายหาด โดยคิดเป็นร้อยละ 70 ของธรรมชาติทั้งหมด

สถานที่ทางธรรมชาติที่นึกถึงเมื่อต้องการความ **กระตือรือร้น(Active)**	กลุ่มตัวอย่างคนที่										คะแนนรวม	ร้อยละ
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
ชายหาด	✓									✓	2	20
เกาะ											0	0
ภูเขา											0	0
น้ำตก		✓		✓	✓			✓	✓		6	60
แม่น้ำ											0	0
ถ้ำ											0	0
แก่ง			✓				✓				2	20
โป่งพุร้อน											0	0
แหล่งซากดึกดำบรรพ์											0	0
แหล่งธรณีสัณฐานและภูมิลักษณวรรณา											0	0
รวม											10	100

สรุป สถานที่ทางธรรมชาติที่กลุ่มตัวอย่างนึกถึงเมื่อต้องการความกระตือรือร้น (Active) มากที่สุดได้แก่ น้ำตก โดยคิดเป็นร้อยละ 60 ของธรรมชาติทั้งหมด

สถานที่ทางธรรมชาติที่นึกถึงเมื่อ **ต้องใช้ไอเดีย ความคิดสร้างสรรค์**ในการทำงา	กลุ่มตัวอย่างคนที่										คะแนนรวม	ร้อยละ
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
ชายหาด	✓	✓	✓			✓	✓	✓	✓	✓	8	80
เกาะ											0	0
ภูเขา				✓							1	10
น้ำตก					✓						1	10
แม่น้ำ											0	0
ถ้ำ											0	0
แก่ง											0	0
โป่งพุร้อน											0	0
แหล่งซากดึกดำบรรพ์											0	0
แหล่งธรณีสัณฐานและภูมิลักษณวรรณา											0	0
รวม											10	100

CHULALONGKORN UNIVERSITY

สรุป สถานที่ทางธรรมชาติที่กลุ่มตัวอย่างนึกถึงเมื่อต้องใช้ไอเดีย ความคิดสร้างสรรค์ในการทำงานมากที่สุดได้แก่ ชายหาด โดยคิดเป็นร้อยละ 80 ของธรรมชาติทั้งหมด

สถานที่ทางธรรมชาติที่นึกถึงเมื่อ	กลุ่มตัวอย่างคนที่										คะแนนรวม	ร้อยละ
ต้องการการกระตุ้นความอยากอาหาร	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
ชายหาด		✓	✓	✓		✓	✓		✓		6	60
เกาะ	✓							✓		✓	3	30
ภูเขา											0	0
น้ำตก					✓						1	10
แม่น้ำ											0	0
ถ้ำ											0	0
แก่ง											0	0
โป่งพุร้อน											0	0
แหล่งซากดึกดำบรรพ์											0	0
แหล่งธรณีสัณฐานและภูมิลักษณวรรณา											0	0
รวม											10	100

สรุปสถานที่ทางธรรมชาติที่กลุ่มตัวอย่างนึกถึงเมื่อต้องการกระตุ้นความอยากอาหารมากที่สุดได้แก่ ชายหาด โดยคิดเป็นร้อยละ 80 ของธรรมชาติทั้งหมด

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

สถานที่ทางธรรมชาติที่นึกถึงเมื่อ	กลุ่มตัวอย่างคนที่										คะแนนรวม	ร้อยละ
ต้องการสมาธิ ในการทำงาน	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
ชายหาด											0	0
เกาะ											0	0
ภูเขา		✓	✓						✓		3	30
น้ำตก											0	0
แม่น้ำ	✓										1	10
ถ้ำ				✓	✓	✓	✓	✓		✓	6	60
แก่ง											0	0
โป่งพุร้อน											0	0
แหล่งซากดึกดำบรรพ์											0	0

สถานที่ทางธรรมชาติที่นึกถึงเมื่อ **ต้องการสมาธิ** ในการทำงาน	กลุ่มตัวอย่างคนที่										คะแนนรวม	ร้อยละ
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
แหล่งธรณีสัณฐานและภูมิลักษณวรรณา											0	0
รวม											10	100

สรุปสถานที่ทางธรรมชาติที่กลุ่มตัวอย่างนึกถึงเมื่อต้องการสมาธิในการทำงานที่สุดได้แก่ถ้ำ โดยคิดเป็นร้อยละ 60 ของธรรมชาติทั้งหมด

สถานที่ทางธรรมชาติที่นึกถึงเมื่อ **ต้องการสร้างสังคมและติดต่อธุรกิจกับเพื่อนใหม่ๆ**	กลุ่มตัวอย่างคนที่										คะแนนรวม	ร้อยละ
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
ชายหาด	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	9	90
เกาะ											0	0
ภูเขา											0	0
น้ำตก		✓									1	10
แม่น้ำ											0	0
ถ้ำ											0	0
แก่ง											0	0
โป่งพุร้อน											0	0
แหล่งซากดึกดำบรรพ์											0	0
แหล่งธรณีสัณฐานและภูมิลักษณวรรณา											0	0
รวม											10	100

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

สรุปสถานที่ทางธรรมชาติที่กลุ่มตัวอย่างนึกถึงเมื่อต้องการสร้างสังคมและติดต่อธุรกิจกับเพื่อนใหม่ ๆ มากที่สุดได้แก่ชายหาด โดยคิดเป็นร้อยละ 90 ของธรรมชาติทั้งหมด

บรรยากาศทางธรรมชาติที่เหมาเป็น**พื้นที่สะดวกสบาย (Comfort zone)**	กลุ่มตัวอย่างคนที่										คะแนนรวม	ร้อยละ
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
ชายหาด					✓						1	10
เกาะ											0	0
ภูเขา			✓	✓		✓		✓	✓	✓	6	60
น้ำตก											0	0
แม่น้ำ	✓	✓					✓				3	30
ถ้ำ											0	0
แก่ง											0	0
โป่งพุร้อน											0	0
แหล่งซากดึกดำบรรพ์											0	0
แหล่งธรณีสัณฐานและภูมิลักษณวรรณา											0	0
รวม											10	100

สรุปสถานที่ทางธรรมชาติที่กลุ่มตัวอย่างคิดว่าเหมาะจะเป็นพื้นที่สะดวกสบาย (Comfort Zone) มากที่สุดได้แก่ภูเขา โดยคิดเป็นร้อยละ 80 ของธรรมชาติทั้งหมด

ถานที่ทางธรรมชาติที่นึกถึงเมื่อ**ต้องการความเป็นส่วนตัว(Priva**	กลุ่มตัวอย่างคนที่										คะแนนรวม	ร้อยละ
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
ชายหาด											0	0
เกาะ											0	0
ภูเขา	✓		✓	✓	✓			✓	✓	✓	7	70
น้ำตก											0	0
แม่น้ำ						✓	✓				2	20
ถ้ำ		✓									1	10
แก่ง											0	0
โป่งพุร้อน											0	0
แหล่งซากดึกดำบรรพ์											0	0
แหล่งธรณีสัณฐานและภูมิลักษณวรรณา											0	0
รวม											10	100

สรุปสถานที่ทางธรรมชาติที่กลุ่มตัวอย่างนึกถึงเมื่อต้องการความเป็นส่วนตัว (Private) มากที่สุดได้แก่ภูเขา โดยคิดเป็นร้อยละ 70 ของธรรมชาติทั้งหมด

สถานที่ทางธรรมชาติที่นึกถึงเมื่อ	กลุ่มตัวอย่างคนที่										คะแนน	ร้อยละ
ความกระฉับกระเฉง(Energetic)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	รวม	
ชายหาด	✓									✓	2	20
เกาะ											0	0
ภูเขา											0	0
น้ำตก		✓		✓	✓	✓		✓	✓		6	60
แม่น้ำ											0	0
ถ้ำ											0	0
แก่ง			✓				✓				2	20
โป่งพุร้อน											0	0
แหล่งซากดึกดำบรรพ์											0	0
แหล่งธรณีสัณฐาน และภูมิลักษณวรรณา											0	0
รวม											10	100

สรุปสถานที่ทางธรรมชาติที่กลุ่มตัวอย่างนึกถึงเมื่อต้องการความกระฉับกระเฉง (Energetic) มากที่สุดได้แก่น้ำตก โดยคิดเป็นร้อยละ 60 ของธรรมชาติทั้งหมด

บรรยากาศทางธรรมชาติที่สร้าง	กลุ่มตัวอย่างคนที่										คะแนน	ร้อยละ
ความสงบ(Calmness)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	รวม	
ชายหาด											0	0
เกาะ											0	0
ภูเขา	✓		✓			✓	✓	✓	✓		6	60
น้ำตก											0	0
แม่น้ำ		✓		✓	✓						3	30
ถ้ำ										✓	1	10
แก่ง											0	0
โป่งพุร้อน											0	0
แหล่งซากดึกดำบรรพ์											0	0
แหล่งธรณีสัณฐาน และภูมิลักษณวรรณา											0	0
รวม											10	100

สรุปสถานที่ทางธรรมชาติที่กลุ่มตัวอย่างต้องการสร้างความสงบ (Calmness) มากที่สุด ได้แก่ภูเขา โดยคิดเป็นร้อยละ 60 ของธรรมชาติทั้งหมด

Chulalongkorn University

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมด้านการตกแต่งและสร้างบรรยากาศ

ข้อเสนอแนะ	
กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 1	ถ้าเป็นไปได้อยากให้แต่ละห้องมีการตกแต่งที่ไม่เหมือนกันเลย ในช่วงแรกที่เข้าทำงานรู้สึกประทับใจกับการตกแต่ง แต่เมื่ออยู่นานไปเริ่มเคยชินกับสภาพแวดล้อม แนะนำว่าอยากให้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบของโซนการทำงานเพื่อความไม่จำเจในการเข้าใช้พื้นที่เป็นระยะเวลานาน
กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 2	พื้นที่ค่อนข้างเล็กและแออัด ถ้าออกแบบบรรยากาศให้ดูโปร่ง สบาย และจัดเรียงเฟอร์นิเจอร์ให้ห่างกันมีระยะมากขึ้น จะช่วยให้การใช้งานหรือการอาศัยในพื้นที่สะดวกสบายขึ้น
กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 3	อยากให้มีกราฟิกที่แจ้งเตือนเวลาให้ขยับตัว หรือควรแจ้งเตือนการลุกออกจากโต๊ะบ้างเพื่อช่วยในเรื่องOffice syndrome
กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 4	บรรยากาศสงบเป็นข้อดีของที่นี่ แต่บางทำให้รู้สึกอึดอัดและดูเป็นทางการมากเกินไป หากนำบรรยากาศของธรรมชาติเข้ามาตกแต่งให้รู้สึกผ่อนคลาย จะช่วยลดความตึงเครียดในการทำงานได้
กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 5	พื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปันไม่ควรมีความเป็นทางการจนเกินไป จนทำให้ผู้เข้ามาใช้งานรู้สึกเขินอาย ควรออกแบบพื้นที่ให้มีความเป็นกันเอง แนวเชื้อเชิญ เฟรนด์ลี่ จะช่วยให้บรรยากาศน่าอยู่มากขึ้น หรือมีการบริหารจัดการมุมให้ชัดเจนให้ผู้ใช้งานเข้าเลือกใช้ได้ตามความต้องการหรือความต้องการในขณะนั้น
กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 6	หากเพิ่มเรื่องประสาทสัมผัสด้านอื่น ๆเข้าไปในพื้นที่สำนักงานได้เช่น เรื่องกลิ่นหรือกราฟิกที่ใช้innovation เข้าไปช่วยสร้างสรรค์ผลงานเพื่อสร้างCreativity ให้กับพื้นที่
กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 7	พื้นที่ค่อนข้างจำกัดและแคบทำให้ไม่มีความเป็นส่วนตัว หากนำบรรยากาศธรรมชาติเข้ามาตกแต่งจะดีมาก จะช่วยลดความอึดอัดได้ดี อาจมีเสียงของธรรมชาติเปิดเป็นดนตรีระหว่างทำงาน หรือมีละอองน้ำช่วยเพิ่มความสดชื่นเมื่อต้องการ
กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 8	ด้านความปลอดโปร่ง แสงจากหน้าต่างจะช่วยเรื่องนี้ได้ดี พื้นที่ด้านการกระตุ้นความคิดสร้างสรรคจำเป็นจะต้องมีในพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปันเพราะผู้ใช้ใช้เวลาอยู่ในพื้นที่นานๆอาจเปิดความอึดอัดและคิดงานไม่ออก
กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 9	ต้องการให้พื้นที่แต่ละโซนจัดโครงสีให้แตกต่างกันเพื่อบรรยากาศที่แตกต่าง หากมีการนำต้นไม้ดอกไม้เข้ามาประดับตกแต่งให้พื้นที่มีชีวิตชีวา จะช่วยให้น่าอยู่มากขึ้น
กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 10	เน้นการจัดสัดส่วนของพื้นที่ที่ดี มีความเป็นส่วนตัว มีพื้นที่ใช้ร่วมกันที่ชัดเจนยิ่งขึ้น ให้ความสำคัญกับการตกแต่งบรรยากาศแต่ละห้อง ไม่ใช่แค่สวย แต่ต้องตอบกับฟังก์ชั่นของห้องนั้น ๆด้วย

สรุปข้อเสนอแนะการตกแต่งด้านบรรยากาศของสำนักงานร่วมแบ่งปันในขอบเขตพื้นที่วิจัยกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อการจัดสรรพื้นที่แต่ละโซนให้ชัดเจน บรรยากาศมีผลต่อการอยู่อาศัยหรือการทำงานในพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปันเป็นอย่างมาก สีมีผลต่ออารมณ์ หากนำบรรยากาศของธรรมชาติเข้ามาร่วมออกแบบด้วยจะช่วยให้เกิดความผ่อนคลายและเป็นกันเองมากขึ้น

ตารางที่ 4.19 สรุปความต้องการ พฤติกรรมของเจเนอเรชั่นวายที่มีต่อพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน โดยใช้แนวคิดไบโอฟิลเลีย เพื่อพัฒนาสู่องค์ประกอบทางการออกแบบเรขศิลป์

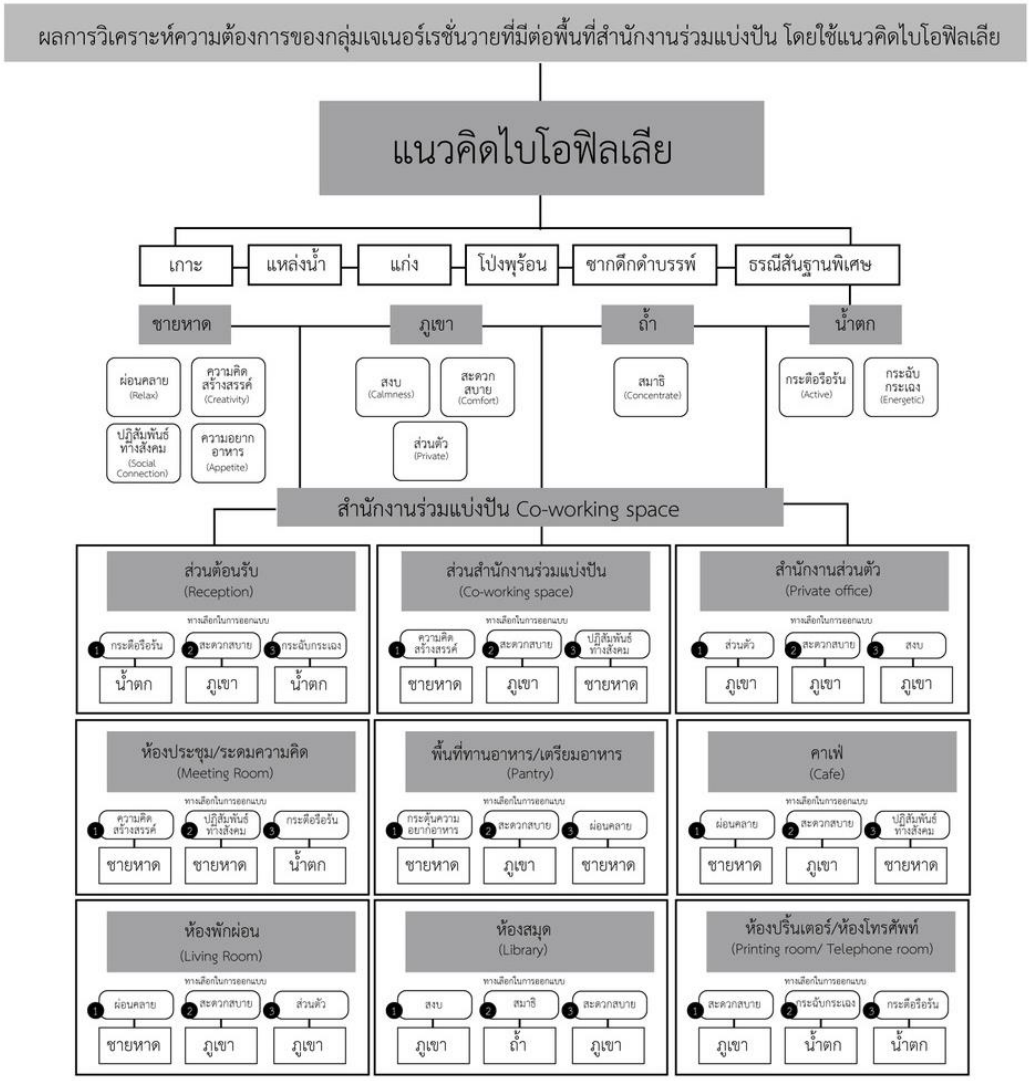
ผลการวิเคราะห์ความต้องการของกลุ่มเจเนอเรชั่นวาย ที่มีต่อพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน โดยใช้แนวคิดไบโอฟิลเลีย		
ห้อง/โซน สำนักงานร่วมแบ่งปัน	**ความต้องการของเจเนอร์เรชั่นวาย**	**บรรยากาศจากแหล่งธรรมชาติ**
ส่วนต้อนรับ (Reception)	1. กระตือรือร้น (Active)	1. น้ำตก
	2. สะดวกสบาย (Comfort)	2. ภูเขา
	3. กระฉับกระเฉง (Energetic)	3. น้ำตก
สำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co-Working Space)	1. กระตุ้นความคิดสร้างสรรค์(Creativity)	1. ชายหาด
	2. สะดวกสบาย(Comfort)	2. ภูเขา
	3. มีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Social connection)	3. ชายหาด
สำนักงานส่วนตัว (Private Office)	1.ความเป็นส่วนตัว (Privacy)	1. ภูเขา
	2. สะดวกสบาย (Comfort)	2. ภูเขา
	3. ความสงบ (Calmness)	3. ภูเขา
ห้องประชุม/ระดมความคิด (Meeting room)	1. กระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ (Creativity)	1. ชายหาด
	2. มีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Social connection)	2. ชายหาด
	3. กระตือรือร้น (Active)	3. น้ำตก
พื้นที่ทานอาหาร/เตรียมอาหาร (Pantry)	1. กระตุ้นความอยากอาหาร (Appetite)	1. ชายหาด
	2. สะดวกสบาย (Comfort)	2. ภูเขา
	3. ผ่อนคลาย (Relax)	3. ชายหาด
คาเฟ่ (Café)	1. ผ่อนคลาย (Relax)	1. ชายหาด
	2. สะดวกสบาย (Comfort)	2. ภูเขา
	3. มีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Social connection)	3. ชายหาด

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ผลการวิเคราะห์ความต้องการของกลุ่มเจเนอเรชั่นวาย ที่มีต่อพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน โดยใช้แนวคิดไบโอฟิลเลีย		
ห้อง/โซน สำนักงานร่วมแบ่งปัน	**ความต้องการของเจเนอร์เรชั่นวาย**	**บรรยากาศจากแหล่งธรรมชาติ**
ห้องพักผ่อน (Living room)	1. ผ่อนคลาย (Relax)	1. ชายหาด
	2. สะดวกสบาย (Comfort)	2. ภูเขา
	3. ความเป็นส่วนตัว (Privacy)	3. ภูเขา
ห้องสมุด (Library)	1. ความสงบ (Calmness)	1. ภูเขา
	2. สร้างสมาธิ (Concentrate)	2. ถ้ำ
	3. สะดวกสบาย (Comfort)	3. ภูเขา
ห้องปริ้นเตอร์/ห้องโทรศัพท์ (Printing room / Telephone room)	1. สะดวกสบาย (Comfort)	1. ภูเขา
	2. กระฉับกระเฉง (Energetic)	2. น้ำตก
	3. กระตือรือร้น (Active)	3. น้ำตก

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

แผนภาพที่ 4.1 แผนภูมิความต้องการของกลุ่มเจเนอเรชั่นวายที่มีต่อพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน โดยใช้แนวคิดไบโอฟิลเลีย



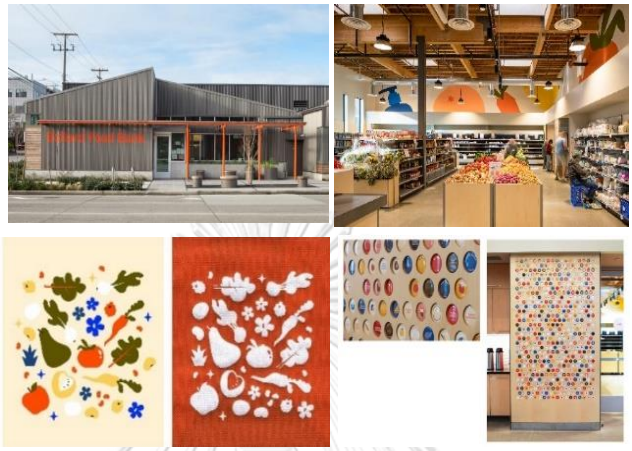
5. วิเคราะห์ตัวอย่างผลงานวิเคราะห์หาแนวนิยม องค์ประกอบการออกแบบเรขศิลป์สร้างสรรค์สถานที่ (Placemaking)

5.2 วิเคราะห์หาแนวนิยม องค์ประกอบการออกแบบเรขศิลป์สร้างสรรค์สถานที่ (Placemaking)

องค์ประกอบทางเรขศิลป์ในสำนักงานร่วมแบ่งปัน ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา ผลงานการออกแบบ Placemaking ปี 2022 – 2018 จากผลงานที่ได้รับรางวัล SEGD Global Design Awards ในสาขา Placemaking & Identity โดยมีเกณฑ์การคัดเลือกผลงานมาวิเคราะห์ จากเรขศิลป์ตกแต่งสำหรับพื้นที่ที่เป็นในอาคาร เน้นผลงานที่ใช้หลัก Placemaking Design และมีบริบทของพื้นที่ใกล้เคียงกับสำนักงานร่วมแบ่งปัน(Co- working space) เพื่อศึกษาว่าผลงานเหล่านั้นนิยมใช้ออกแบบเรขศิลป์สิ่งแวดล้อม ในหมวดเรขศิลป์สร้างสรรค์สถานที่ (Placemaking)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

1. **ปี 2022 ชื่อผลงาน : Ballard Food Bank** Ballardเป็นศูนย์ให้บริการแก่ชุมชน 8 แหล่ง ออกแบบโดยใช้พันธกิจ A Hub For hope เชื่อมโยงจิตวิญญาณของคนในชุมชน ออกแบบสะท้อนให้เห็นผ่านป้าย กราฟิกสิ่งแวดล้อม สีสันสดใส วัสดุใช้งานได้จริงให้ความอบอุ่น และตัวอักษรที่เป็นมิตร อ่านง่ายและถูกใช้งานในพื้นที่ทั้งและนอกอาคาร



ภาพที่ 4.12 Ballard Food Bank

ที่มา : https://awards.segd.org/projects/ballard-food-bank/

<u>วิเคราะห์ผลงานการออกแบบ</u>

การออกแบบเรขศิลป์เบื้องต้น ใช้รูปร่างแบบธรรมชาติ(Nature Shape) ดัดแปลงจากรูปทรงผักผลไม้ชนิดต่าง ๆ ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์หลักของแบรนด์

การใช้สี ใช้สีแทนรูปร่างด้วยสีที่มีความใกล้เคียงกับองค์ประกอบที่นำมาใช้ และภาพรูปของภาพมีการใช้สีคู่ตรงข้าม เช่น เขียว-แดง น้ำเงิน-ส้ม สร้างจุดเด่นให้กับผลงาน

ตัวอักษร ใช้ตัวอักษรภาษาอังกฤษแบบแซนส์ เซอรีฟ สื่อสารความเป็นมิตร อ่านง่าย ใช้สีส้มที่เป็นสีประจำของแบรนด์

การจัดองค์ประกอบเรขศิลป์ ใช้การจัดองค์ประกอบเรื่องความกลมกลืน(Harmony) : กลมกลืนกับองค์ปรกอบที่คล้ายคลึงกัน

รูปแบบการนำเสนอ ใช้การออกแบบจากรูปทรงธรรมชาติ(Organic and natural)

2. **ปี 2022 ชื่อผลงาน : Spotify New York** เน้นการออกแบบบรรยากาศ จากการทำงานแบบมีไดนามิซึ่งเป็นจุดขายของ Spotify ออกแบบสื่อสาร 16 เรื่องราวที่เป็นหัวใจหลักของแบรนด์ที่คนทั่วโลกรู้จัก Spotify ออกแบบWay Finding Brand Experience Artworks และActivations แต่ละองค์ประกอบตอบสนองความต้องการที่แตกต่างกันขององค์กรแบบไดนามิก

ภาพที่ 4.13 Spotify New York

ที่มา : https://awards.segd.org/projects/spotify-new-york/

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

<u>วิเคราะห์ผลงานการออกแบบ</u>

การออกแบบเรขศิลป์เบื้องต้น ภาพที่1(ซ้ายบน) ใช้รูปร่างแบบอิสระ(Free Shape) ภาพที่2-3-4 มีการใช้รูปร่างเรขาคณิต(Geometric Shape)

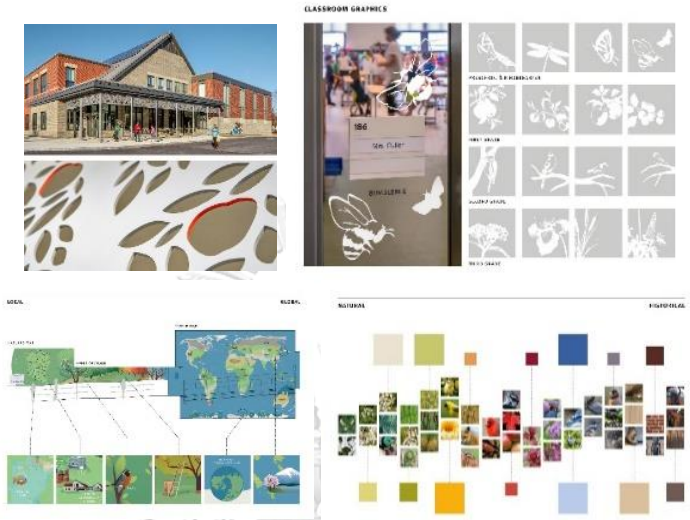
การใช้สี ภาพที่1 ใช้สี Complementary สีคู่ตรงข้าม เช่น เขียว-แดง น้ำเงิน-ส้ม สร้างจุดเด่นให้กับผลงาน ภาพที่2(ขวาบน) ใช้สีAnalogous colors สามสีติดกันในวงล้อสี ภาพที่3(ซ้ายล่าง) ใช้สีTriadic การเลือกใช้สีแบบสมดุล

ตัวอักษร ใช้ตัวอักษรภาษาอังกฤษแบบแซนส์ เซอรีฟ เน้นการอ่านง่าย และดูไม่เป็นทางการมากจนเกินไป

การจัดองค์ประกอบเรขศิลป์ ใช้การจัดองค์ประกอบเรื่องความกลมกลืน (Harmony) : กลมกลืนกับองค์ปรกอบที่คล้ายคลึงกัน และใช้เรื่องจังหวะ (Rhythm) การซ้ำแบบจังหวะต่อเนื่อง

รูปแบบการนำเสนอ การออกแบบใช้สไตล์สีสันและความสนุก (Fun & Playful)

3. **ปี 2022 ชื่อผลงาน : Hildreth Elementary** ออกแบบกราฟิกให้โรงเรียน และออกแบบโดยเชื่อมโยงกับจิตวิญญาณของคนในชุมชนนั้น ทีมออกแบบรวบรวมแรงบันดาลใจ องค์ประกอบการเชื่อมโยงอาคารใหม่กับมรดกความเป็นภูมิทัศน์ของเมือง



ภาพที่ 4.14 Hildreth Elementary

ที่มา : https://awards.segd.org/projects/hildreth-elementary-school/

<u>วิเคราะห์ผลงานการออกแบบ</u>

การออกแบบเรขศิลป์เบื้องต้น ใช้รูปร่างแบบธรรมชาติ(Nature Shape) ดัดแปลงจากรูปสัตว์และพืชชนิดต่าง ๆในชุมชน

การใช้สี ใช้สี(Color palette) ที่มาจากธรรมชาติโดยตรง

ตัวอักษร ใช้ตัวอักษรภาษาอังกฤษแบบแซนส์ เซอรีฟ เน้นการอ่านง่าย

การจัดองค์ประกอบเรขศิลป์ ใช้การจัดองค์ประกอบใช้เรื่องจังหวะ(Rhythm) และพื้นที่เชิงบวกและเชิงลบ(Positive & Negative Space)

รูปแบบการนำเสนอ ใช้การออกแบบจากรูปทรงธรรมชาติ(Organic and natural)

4. **ปี 2021 ชื่อผลงาน : Tangzhen Primary School** ใช้องค์ประกอบภาพ จากมหาสมุทรแห่งความรู้ เป็นสัญลักษณ์ทั่วพื้นที่โรงเรียน แรงบันดาลใจจากเอกลักษณ์ของสถานที่และแนวคิดทางการศึกษา มุ่งเน้นกระบวนการเรียนรู้ ทีมงานออกแบบใช้องค์ประกอบภาพบทสนทนา “มหาสมุทรแห่งการเรียนรู้”

ภาพที่ 4.15 Tangzhen Primary School

ที่มา : https://awards.segd.org/projects/dialogue-with-you-and-me/

<u>วิเคราะห์ผลงานการออกแบบ</u>

การออกแบบเรขศิลป์เบื้องต้น ใช้รูปร่างแบบอิสระ(Free Shape) ผสมรูปร่างเรขาคณิต (Geometric Shape)

การใช้สี ใช้สี Complementary สีคู่ตรงข้าม เช่น เขียว-แดง น้ำเงิน-ส้ม สร้างจุดเด่นให้กับพื้นที่

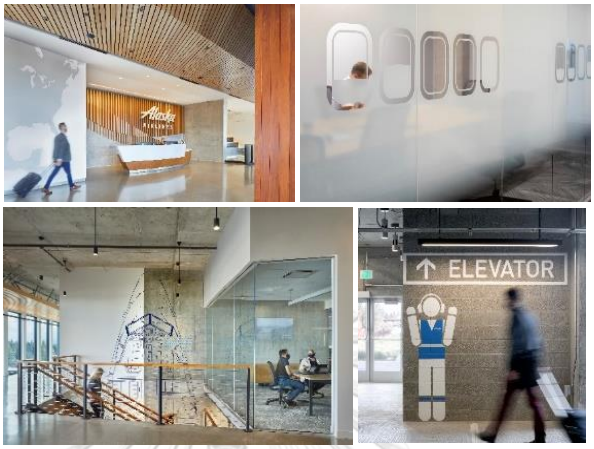
ตัวอักษร ใช้ตัวอักษรภาษาอังกฤษแบบแซนส์ เซอรีฟ ที่มีความหนา เน้นการอ่านและเข้าใจง่าย

การจัดองค์ประกอบเรขศิลป์ ใช้การจัดองค์ประกอบใช้เรื่องความสมดุล(Balance)

รูปแบบการนำเสนอ การออกแบบใช้สไตล์สีสันและความสนุก(Fun & Playful)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

5. **ปี 2021 ชื่อผลงาน : Alaska Airline** ใช้กราฟิกการบอกเล่าเรื่องราวของสายการบินว่าAlaskaเติบโตมาอยู่ในธุรกิจการบินจนถึงปัจจุบันได้อย่างไร เป้าหมายของการออกแบบเป็นการสร้างสถานที่ต้อนรับสำหรับพนักงานที่อาศัยอยู่ระหว่างเที่ยวบิน เน้นบรรยากาศเป็นมิตรและสะดวกสบาย



ภาพที่ 4.16 Alaska Airline

ที่มา : https://awards.segd.org/projects/connecting-flight-creating-a-hub-for-the-alaskan-airlines-crew/

<u>วิเคราะห์ผลงานการออกแบบ</u>

การออกแบบเรขศิลป์เบื้องต้น ใช้รูปร่างแบบเรขาคณิต(Geometric Shape) ที่สร้างมาจากรูปทรงและองค์ประกอบต่าง ๆของเครื่องบิน

การใช้สี ใช้สีของ CI แบรนด์ คือสีน้ำเงิน – ขาว - น้ำตาล

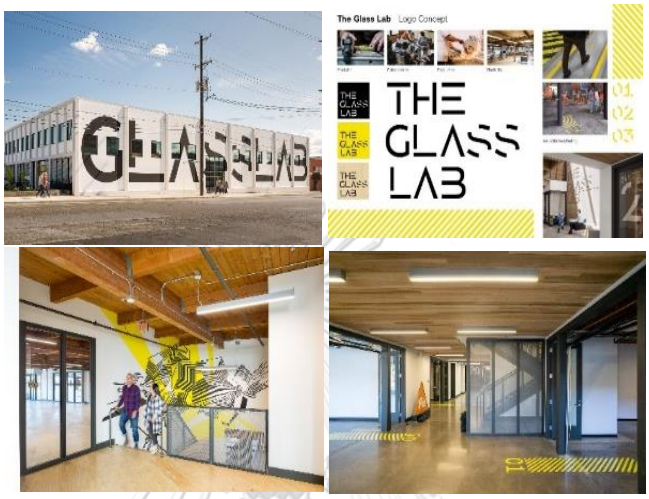
ตัวอักษร ใช้ตัวอักษรภาษาอังกฤษแบบแซนส์ เซอรีฟ เน้นการอ่านง่ายและสื่อสารถึงแบรนด์

การจัดองค์ประกอบเรขศิลป์ ใช้การจัดองค์ประกอบใช้เรื่องความสมดุล(Balance) และพื้นที่เชิงบวกและเชิงลบ(Positive & Negative Space)

รูปแบบการนำเสนอ การใช้ภาพลักษณ์ความเป็นมืออาชีพ(Professional and Corporate)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

6. **ปี 2021 ชื่อผลงาน : The Glass Lab** ใช้รูปทรงเรขาคณิตในการออกแบบกราฟิกเพื่อสื่อสารถึงสัญลักษณ์ทางอุตสาหกรรม จุดเด่นคือตัวอักษรSuper Graphic ที่อยู่ด้านหน้าอาคารสร้างความโดดเด่นให้กับองค์กรแสดงออกถึงศูนย์กลางนวัตกรรมใหม่ในพื้นที่บริเวณนั้น



ภาพที่ 4.17 The Glass Lab

ที่มา : https://awards.segd.org/projects/the-glass-lab/

<u>วิเคราะห์ผลงานการออกแบบ</u>

การออกแบบเรขศิลป์เบื้องต้น ใช้รูปร่างแบบเรขาคณิต(Geometric Shape)

การใช้สี ใช้สีของ CI แบรนด์ คือสีดำ-เหลือง-น้ำตาลอ่อน

ตัวอักษร ใช้ตัวอักษรภาษาอังกฤษแบบแซนส์ เซอรีฟ ที่ถูกออกแบบมาเฉพาะสำหรับแบรนด์

การจัดองค์ประกอบเรขศิลป์ ใช้การจัดองค์ประกอบใช้เรื่องความขัดแย้ง(Contrast)ด้วยสีและรูปทรง

รูปแบบการนำเสนอ การออกแบบด้วยรูปทรงเรขาคณิต(Geometric)

7. **ปี 2021 ชื่อผลงาน : Princeton Internal Atrium** : ใช้กราฟิกบนพื้นเป็นอ้างอิงจากบุคคลสำคัญทั่วโลก การออกแบบได้แรงบันดาลใจจากบทกวีเรื่อง Ulyses เน้นการออกแบบกราฟิกที่ให้สื่อสารอารมณ์เบาๆเพื่อไม่ให้แข่งกับลักษณะของสถาปัตยกรรม

ภาพที่ 4.18 Princeton Internal Atrium

ที่มา : https://segd.org/princeton-international-atrium

<u>วิเคราะห์ผลงานการออกแบบ</u>

การออกแบบเรขศิลป์เบื้องต้น ใช้จุด เส้น และตัวอักษร ร่วมกัน

การใช้สี ใช้สีโทนขาว-เทา-ดำ

ตัวอักษร ใช้ตัวอักษรภาษาอังกฤษแบบตัวพิมพ์เซอรีฟ แบบโอลด์สไตล์

การจัดองค์ประกอบเรขศิลป์ ใช้การจัดองค์ประกอบใช้เรื่องความสมดุล(Balance) แบบรัศมี

รูปแบบการนำเสนอ การออกแบบแนวสะอาดเรียบง่าย(Clean and Minimalist)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

8. **ปี 2021 ชื่อผลงาน : Taylor Street Apartments and little Italy Branch library** ห้องสมุดสำหรับคนต่างวัยเชิญชวนให้ทุกคนมาใช้งานร่วมกัน ถูกออกแบบพื้นที่ให้นำเสนอความอบอุ่นและแบ่งปัน โดยสร้างความสดใส และแรงบันดาลใจผู้ที่เข้าใช้งาน

ภาพที่ 4.19 Taylor Street Apartments and little Italy Branch library

ที่มา : https://segd.org/taylor-street-apartments-and-little-italy-branch-library

<u>วิเคราะห์ผลงานการออกแบบ</u>

การออกแบบเรขศิลป์เบื้องต้น ใช้รูปร่างแบบธรรมชาติ(Nature Shape) และสัญลักษณ์ใช้รูปที่มีด้านเป็นเส้นตรง(Rectilinear Shape)

การใช้สี ใช้สี Complementary สีคู่ตรงข้าม เช่น เขียว-แดง น้ำเงิน-ส้ม สร้างจุดเด่นและความสดใสให้กับพื้นที่

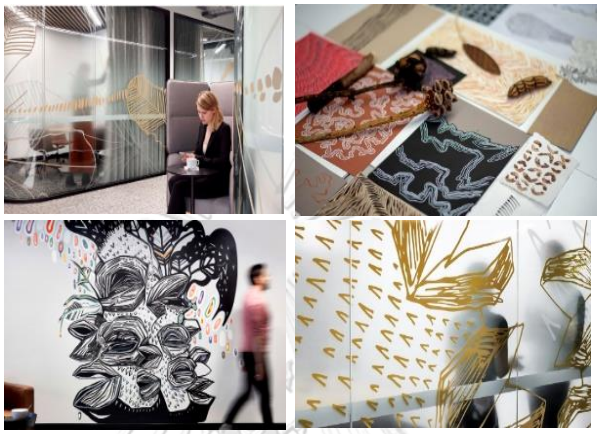
ตัวอักษร ใช้ตัวอักษรภาษาอังกฤษแบบดิสเพลย์ (Display)

การจัดองค์ประกอบเรขศิลป์ ใช้การจัดองค์ประกอบเรื่องความกลมกลืน(Harmony) : กลมกลืนกับองค์ปรกอบที่คล้ายคลึงกัน

รูปแบบการนำเสนอ การออกแบบสไตล์ภาพประกอบ(illustrated)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

9. **ปี 2020 ชื่อผลงาน : Ausgrid** สถานที่ทำงานของบริษัทพลังงานชั้นนำที่ตกแต่งด้วยศิลปะชนพื้นเมืองผ่าน Collaboration workshop มีการจัดสรรธีมเป็นกลุ่มของการออกแบบ ทั้งหมด 19 ชั้น ใช้ชุดสีที่มาจากธรรมชาติ



ภาพที่ 4.20 Ausgrid

ที่มา : https://segd.org/ausgrid

<u>วิเคราะห์ผลงานการออกแบบ</u>

การออกแบบเรขศิลป์เบื้องต้น ใช้เส้น จุด รูปร่างแบบธรรมชาติ(Nature Shape)

การใช้สี ใช้สีจากธรรมชาติ (Natural Palette)

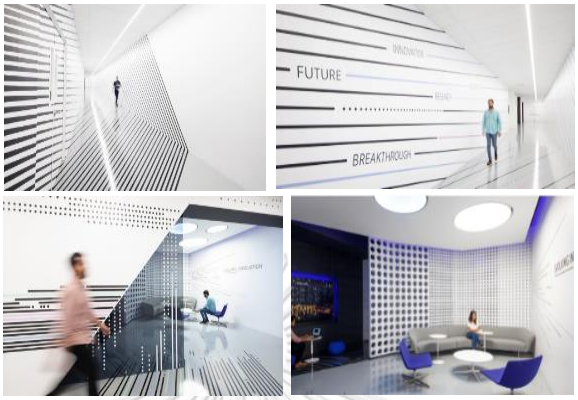
ตัวอักษร -

การจัดองค์ประกอบเรขศิลป์ ใช้การจัดองค์ประกอบเรื่องความกลมกลืน(Harmony) : กลมกลืนกับองค์ประกอบที่คล้ายคลึงกัน และใช้เรื่องความสมดุล(Balance)

รูปแบบการนำเสนอ ใช้การออกแบบจากรูปทรงธรรมชาติ(Organic and natural)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

10. **ปี 2020 ชื่อผลงาน : Inter Megalab Lobby** ปรับปรุงการออกแบบพื้นที่โดยใช้ความโปร่งและใส พื้นที่ว่าง กราฟิกสื่อสารถึงไดนามิก การเดินทางมุ่งสู่อนาคต สื่อสารให้กับผู้เข้าเยี่ยมชมและพยายามเพิ่มโอกาสในการ Interactกับ Intel sitesทั่วโลก



ภาพ Inter Megalab Lobby

ที่มา : https://segd.org/intel-megalab-lobby

<u>วิเคราะห์ผลงานการออกแบบ</u>

การออกแบบเรขศิลป์เบื้องต้น ใช้จุด เส้น ที่มีความเป็นเรขาคณิต ร่วมกับตัวอักษร

การใช้สี ใช้สีของแบรนด์ ดำ – น้ำเงิน - ขาว

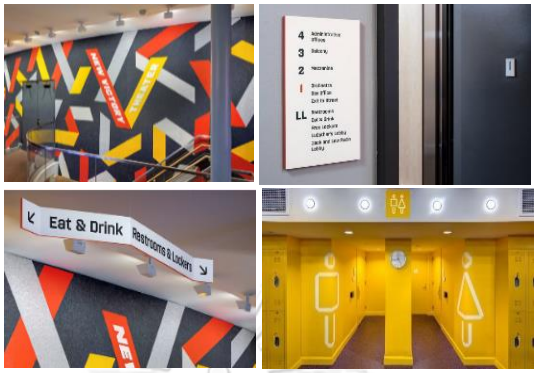
ตัวอักษร ใช้ตัวอักษรภาษาอังกฤษแบบแซนส์ เซอรีฟ เน้นความสะอาดและอ่านง่าย

การจัดองค์ประกอบเรขศิลป์ ใช้การจัดองค์ประกอบเรื่องการเน้น(Emphasis) ให้เกิดจุดเด่น และใช้เรื่องการเคลื่อนไหวประกอบอยู่ในงานด้วย

รูปแบบการนำเสนอ การออกแบบด้วยรูปทรงเรขาคณิต(Geometric)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

11. **ปี 2020 ชื่อผลงาน : New Victory Theater** โรงละครที่ไม่แสวงหาผลกำไร ออกแบบอัตลักษณ์ของแบรนด์ขึ้นมาใหม่ ทำการออกแบบให้เหมาะสมกับผู้ชมที่เป็นเด็ก โดยในส่วนLobbyจะออกแบบเน้นการดึงดูดผู้เข้าชมได้ดียิ่งขึ้น



ภาพที่ 4.21 New Victory Theater

ที่มา : https://segd.org/new-victory-theater

<u>วิเคราะห์ผลงานการออกแบบ</u>

การออกแบบเรขศิลป์เบื้องต้น ใช้รูปร่างและสัญลักษณ์แบบเรขาคณิต(Geometric Shape)

การใช้สี ใช้สี Complementary สีคู่ตรงข้าม ร่วมกับสีเทา เพื่อให้กราฟิกเกิดความโดดเด่น

ตัวอักษร ใช้ตัวอักษรภาษาอังกฤษแบบแซนส์ เซอรีฟ ที่มีการตัดมุมบางส่วนออก เพื่อให้ตัวอักษรดูมีความเข้มแข็ง

การจัดองค์ประกอบเรขศิลป์ ใช้การจัดองค์ประกอบเรื่องจังหวะ(Rhythm)

รูปแบบการนำเสนอ การออกแบบด้วยรูปทรงเรขาคณิต(Geometric)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

12. **ปี 2020 ชื่อผลงาน : Joplin Early Chidren's Museum** พิพิธภัณฑ์ที่ออกแบบให้เหมือนสนามหญ้าหลังบ้านที่เด็กทุกคนสามารถออกไปเล่นกับเพื่อนๆได้ เน้นออกแบบส่งเสริมให้เด็กได้พัฒนาการเรียนรู้ ได้รับประสบการณ์ผ่านประสาทสัมผัส

ภาพที่ 4.22 Joplin Early Chidren's Museum
ที่มา : https://segd.org/joplin-early-childhood-center

<u>วิเคราะห์ผลงานการออกแบบ</u>

การออกแบบเรขศิลป์เบื้องต้น ใช้รูปทรงแบบธรรมชาติ(Nature Shape) และพื้นผิวจากธรรมชาติ

การใช้สี ใช้ชุดสีที่มาจากธรรมชาติ

ตัวอักษร -

การจัดองค์ประกอบเรขศิลป์ ใช้การจัดองค์ประกอบเรื่องความกลมกลืน(Harmony) : กลมกลืนกับองค์ประกอบที่คล้ายคลึงกัน และใช้เรื่องความสมดุล(Balance)

รูปแบบการนำเสนอ ใช้การออกแบบจากรูปทรงธรรมชาติ(Organic and natural)

13. **ปี 2020 ชื่อผลงาน : Cayton Early Childhood Center** การออกแบบที่กระตุ้นให้เด็กและคนทุกวัยใช้งาน โดยเฉพาะการออกแบบให้เด็กกล้าที่จะลองเล่นและลองสัมผัสสิ่งต่าง ๆ เพื่อการเรียนรู้ โดยผ่านประสาทสัมผัส การออกแบบมีการผสานระบบAnalog และDigital mediaเขาด้วยกันเพื่อจุดประกายจินตนาการและสร้างแรงบันดาลใจให้กับผู้ใช้งาน

ภาพที่ 4.23 Cayton Early Childhood Center

ที่มา : https://segd.org/cayton-childrens-museum

<u>วิเคราะห์ผลงานการออกแบบ</u>

การออกแบบเรขศิลป์เบื้องต้น ใช้รูปทรงแบบธรรมชาติ(Nature Shape) และพื้นผิวจากธรรมชาติ

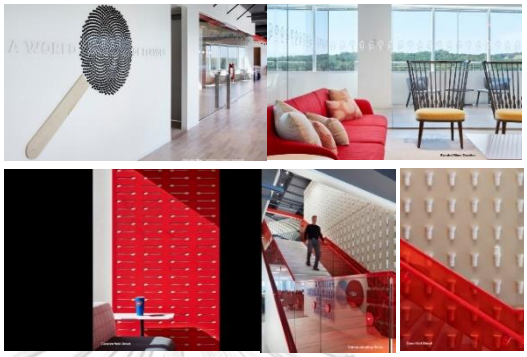
การใช้สี ใช้ชุดสีที่มาจากธรรมชาติ ร่วมกับโทนสีสดใส(Colorful)

ตัวอักษร ใช้ตัวอักษรภาษาอังกฤษแบบดิสเพลย์ (Display)

การจัดองค์ประกอบเรขศิลป์ ใช้การจัดองค์ประกอบเรื่องความกลมกลืน(Harmony) : กลมกลืนกับองค์ประกอบที่คล้ายคลึงกัน และใช้เรื่องความสมดุล(Balance)

รูปแบบการนำเสนอ ใช้การออกแบบจากรูปทรงธรรมชาติ(Organic and natural)

14. **ปี 2020 ชื่อผลงาน : International Dairy Queen, Inc. Corporate Headquarters** ตกแต่งแบบทีเล่นทีจริงด้วยแนวคิด Sophisti – kitsch มีโซนให้พนักงานได้พักผ่อนในช่วงกลางวัน ลักษณะของบันไดเชื่อมชั้น1-2มีผนังออกแบบด้วยไอศกรีมโคนจากแดรี่ควีนสามมิตินำผู้ใช้งานไปสู่โซนพลาซ่าซึ่งเป็นพื้นที่ที่ให้ชีวิตชีวาแก่คนในพื้นที่



ภาพที่ 4.24 International Dairy Queen, Inc. Corporate Headquarters

ที่มา : https://awards.segd.org/projects/international-dairy-queen-inc-corporate-headquarters/

<u>วิเคราะห์ผลงานการออกแบบ</u>

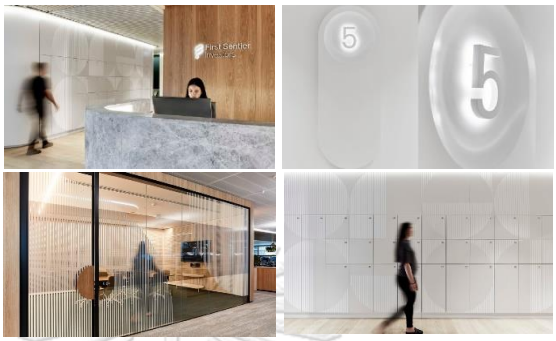
การออกแบบเรขศิลป์เบื้องต้น ใช้รูปร่างและสัญลักษณ์แบบเรขาคณิต(Geometric Shape) **การใช้สี** ใช้ชุดสีของแบรนด์ สีแดง-สีขาว

ตัวอักษร ใช้ตัวอักษรภาษาอังกฤษแบบแซนส์ เซอรีฟ แบบเรียบง่ายสะอาดตา

การจัดองค์ประกอบเรขศิลป์ ใช้การจัดองค์ประกอบเรื่องการเน้น(Emphasis) และความขัดแย้ง(Contrast)

รูปแบบการนำเสนอ การออกแบบใช้สไตล์สีสันและความสนุก(Fun & Playful)

15. **ปี 2020 ชื่อผลงาน : First Sentier Invertors Workplace** บริษัทด้านการลงทุนในซิดนีย์ แต่ตกแต่งด้วยแนววามคิดวาบิซาบิ เพื่อสื่อสารการพร้อมรับความไม่สมบูรณ์แบบตลอดเวลา เน้นการใช้วัสดุทำมือที่เป็กรากฐานสำคัญของวาบิซาบิ ใช้การสื่อสารรูปทรงและลวดลายเรขาคณิตที่เรียบง่ายแบบญี่ปุ่นดั้งเดิม



ภาพที่ 4.25 First Sentier Invertors Workplace

ที่มา : https://segd.org/first-sentier-investors-workplace

<u>วิเคราะห์ผลงานการออกแบบ</u>

การออกแบบเรขศิลป์เบื้องต้น ใช้รูปร่างและเส้นแบบเรขาคณิต(Geometric Shape)

การใช้สี ใช้ชุดสีของแบรนด์ สีขาว-เทา-น้ำตาล

ตัวอักษร ใช้ตัวอักษรภาษาอังกฤษแบบแซนส์ เซอรีฟ แบบเรียบง่ายสะอาดตา

การจัดองค์ประกอบเรขศิลป์ ใช้การจัดองค์ประกอบเรื่องจังหวะ(Rhythm)

รูปแบบการนำเสนอ การออกแบบแนวสะอาดเรียบง่าย(Clean & Minimalist)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

16. **ปี 2020 ชื่อผลงาน :** 1MQ Workplace ไม่ได้ใช้การออกแบบกราฟฟิกแต่ใช้สตรีทอาร์ตมาเป็นส่วนหนึ่งของการตกแต่ง ทำงานร่วมกับศิลปินท้องถิ่น ออกแบบกราฟิกให้สื่อสารถึงความอบอุ่นและเป็นกันเอง พื้นที่ที่มีชีวิตชีวาให้รู้สึกราวกับว่าที่ทำงานเหมือนบ้านที่ถูกรายล้อมด้วยเมือง

ภาพที่ 4.26 1MQ Workplace

ที่มา : https://segd.org/1mq-workplace

<u>วิเคราะห์ผลงานการออกแบบ</u>

การออกแบบเรขศิลป์เบื้องต้น ใช้รูปทรงแบบธรรมชาติ(Nature Shape) และพื้นผิวจากธรรมชาติ

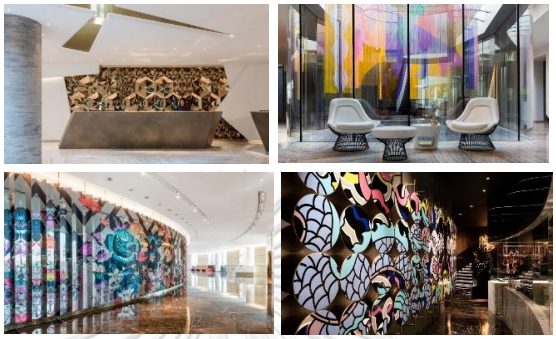
การใช้สี ใช้สีแบบTetradic Complementary และมีบางโซนที่ใช้สี Monochromatic

ตัวอักษร ใช้ตัวอักษรภาษาอังกฤษตัวพิมพ์แบบตัวเขียน

การจัดองค์ประกอบเรขศิลป์ ใช้การจัดองค์ประกอบเรื่องความกลมกลืน(Harmony) : กลมกลืนกับองค์ประกอบที่คล้ายคลึงกัน และใช้เรื่องความสมดุล(Balance)

รูปแบบการนำเสนอ ใช้การออกแบบจากรูปทรงธรรมชาติ(Organic and natural)

17. ปี 2019 ชื่อผลงาน : W Shanghai โรงแรม W ที่เซี่ยงไฮ้รื้อฟื้นแนวคิด Hai Pai หรือ East meet west ที่เคยเฟื่องฟูในเซียงไฮ้ ในอดีตให้กลับมาใหม่ ใช้การออกแบบกราฟิกลายดอกไม้จากQi Paoแบบตะวันออกดั้งเดิมและสร้างภาพตัดปะสะท้อนความเย้ายวนใจของเซี่ยงไฮ้



ภาพที่ 4.27 W Shanghai

ที่มา : https://segd.org/w-shanghai

<u>วิเคราะห์ผลงานการออกแบบ</u>

การออกแบบเรขศิลป์เบื้องต้น ใช้รูปทรงแบบธรรมชาติ(Nature Shape) และบางโซนใช้ใช้รูปทรง(Geometric Form)

การใช้สี ใช้สีแบบTriadic

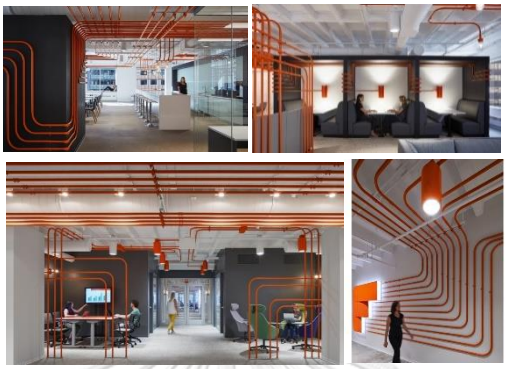
ตัวอักษร -

การจัดองค์ประกอบเรขศิลป์ ใช้การจัดองค์ประกอบเรื่องจังหวะ(Rhythm) และการเน้น(Emphasis)

รูปแบบการนำเสนอ ใช้การออกแบบสไตล์วินเทจย้อนยุค(Vintage and Retro)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

18. ปี 2019 ชื่อผลงาน : Field Nation บริษัทออกแบบแอพพลิเคชั่นมือถือตกแต่งภายในด้วยท่อ เพื่อสื่อสารถึงโครงข่ายและการเชื่อมต่อ พื้นที่แกนกลางเน้นการเชื่อมต่อพิธีกรรรมทางวัฒนธรรมและแนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ทีมออกแบบเน้นการใช้เส้นในการนำทางไปสู่เทคโนโลยีซึ่งเป็นเป้าหมายหลักขององค์กร



ภาพที่ 4.28 Field Nation

ที่มา : https://segd.org/field-nation

<u>วิเคราะห์ผลงานการออกแบบ</u>

การออกแบบเรขศิลป์เบื้องต้น ใช้รูปทรงและเส้นแบบเรขาคณิต(Geometric)

การใช้สี ใช้สีของแบรนด์ ส้ม - ขาว

ตัวอักษร -

การจัดองค์ประกอบเรขศิลป์ ใช้การจัดองค์ประกอบเรื่องจังหวะ(Rhythm) แบบก้าวหน้าและเคลื่อนไหว

รูปแบบการนำเสนอ การออกแบบด้วยรูปทรงเรขาคณิต(Geometric)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

19. ปี 2019 ชื่อผลงาน : Delmore “Buddy”Dye Learning Institure Office การตกแต่งที่ใช้แรงบันดาลใจจากงานศิลปะแอฟริกา สะท้อนความเป็นวัฒนธรรมและศิลปะได้เป็นอย่างดีในทุกๆองค์ประกอบที่นำมาใช้

ภาพที่ 4.29 Delmore “Buddy”Dye Learning Institure Office

ที่มา : https://segd.org/delmore-%E2%80%9Cbuddy%E2%80%9D-daye-learning-institute-office

<u>วิเคราะห์ผลงานการออกแบบ</u>

การออกแบบเรขศิลป์เบื้องต้น ใช้จุด เส้น รูปร่าง พื้นผิว จากธรรมชาติ

การใช้สี ใช้สีธรรมชาติ สีดำ - สีน้ำตาล - และสีแดงจากสีของแบรนด์

ตัวอักษร -

การจัดองค์ประกอบเรขศิลป์ ใช้การจัดองค์ประกอบเรื่องจังหวะ(Rhythm) การซ้ำแบบจังหวะซ้ำกัน

รูปแบบการนำเสนอ ใช้การออกแบบจากรูปทรงธรรมชาติ(Organic and natural)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

20. ปี 2019 ชื่อผลงาน : Voiceprint at Emerson College จุดกำเนิดของโรงเรียนคือการเป็นโรงเรียน สอนปาฐกถาและการโต้วาที จึงถูกออกแบบจากแผ่นซับเสียงขนาดใหญ่ เพื่อแสดงให้เห็นถึงจุดเด่นด้านนี้

ภาพที่ 4.30 Voiceprint at Emerson College

ที่มา : https://segd.org/voiceprint-emerson-college

<u>วิเคราะห์ผลงานการออกแบบ</u>

การออกแบบเรขศิลป์เบื้องต้น พื้นผิว

การใช้สี ใช้สีแบบRectangular Tetradic

ตัวอักษร -

การจัดองค์ประกอบเรขศิลป์ ใช้การจัดองค์ประกอบเรื่องความกลมกลืน(Harmony) : กลมกลืนกับองค์ประกอบที่คล้ายคลึงกัน

รูปแบบการนำเสนอ การออกแบบใช้สไตล์สีสันและความสนุก(Fun & Playful)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

21. ปี 2019 ชื่อผลงาน : Oracle's Austin Waterfront Campus-Art and Graphic Collection ใช้จุดเด่นของเมืองAustin(Texas) มาเป็นองค์ประกอบในการออกแบบ ทีมออกแบบได้ทำการวางแผนการออกแบบโดยมุ่งมั่นสร้างสรรค์นวัตกรรมและแผนงานอันทะเยอทยานเพื่อมุ่งเน้นการออกแบบกราฟิก ศิลปะ และการติดตั้งแบบ Interactive

ภาพที่ 4.31 Oracle's Austin Waterfront Campus-Art and Graphic Collection

ที่มา : https://segd.org/oracles-austin-waterfront-campus%E2%80%94art-and-graphics-collection

<u>วิเคราะห์ผลงานการออกแบบ</u>

การออกแบบเรขศิลป์เบื้องต้น รูปร่างรูปทรงแบบอิสระ (Free form) และมีการใช้รูปทรงที่ดัดแปลงมาจากรถ

การใช้สี ใช้สี Complementary สีคู่ตรงข้าม ร่วมกับสีเทา

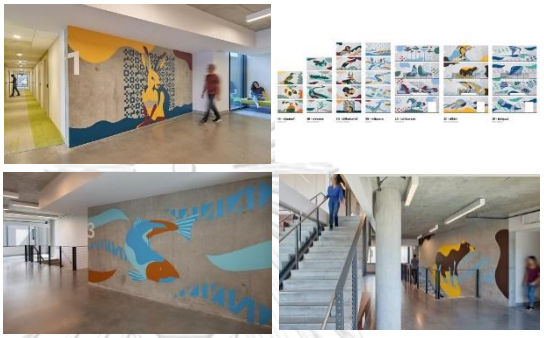
ตัวอักษร ใช้ตัวอักษรภาษาอังกฤษแบบสแควร์เซอรีฟ ผสมแบบแซนส์ เซอรีฟ

การจัดองค์ประกอบเรขศิลป์ ใช้การจัดองค์ประกอบเรื่องจังหวะ(Rhythm) และการเน้น(Emphasis)

รูปแบบการนำเสนอ การออกแบบใช้สไตล์สีสันและความสนุก(Fun & Playful)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

22. ปี 2019 ชื่อผลงาน : Cal Poly มหาวิทยาลัยปรับปรุง โดยการทำงานกับตัวแทนชนพื้นเมือง เพื่อสร้างงานให้สะท้อนอัตลักษณ์ของพื้นที่ ศิลปะภายในตัวอาคารถูกบอกเล่าเรื่องราวภูมิทัศน์หลักของอาคารแต่ละหลัง เช่น เรื่องถ้ำของกระต่าย ดอกไม้ป่า ดอกป๊อปปี้แคลิฟอร์เนีย การออกแบบลวดลายเพื่อเชื่อมต่อจากมหาวิทยาลัยไปสู่หอพักของตนเอง นอกจากนั้นยังพยายามสื่อสารให้นักเรียนเคารพในผืนดินและระบบนิเวศของกันและกันอีกด้วย



ภาพที่ 4.32 Cal Poly

ที่มา : https://segd.org/cal-poly

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

<u>วิเคราะห์ผลงานการออกแบบ</u>

การออกแบบเรขศิลป์เบื้องต้น รูปร่างแบบธรรมชาติ(Nature Shape)

การใช้สี ใช้สี Rectangular Tetradic

ตัวอักษร -

การจัดองค์ประกอบเรขศิลป์ ใช้การจัดองค์ประกอบเรื่องจังหวะ(Rhythm) และความกลมกลืน(Harmony)

รูปแบบการนำเสนอ ใช้การออกแบบจากรูปทรงธรรมชาติ(Organic and natural)

23. ปี 2018 ชื่อผลงาน : University of owa Hospitals and Clinics Stead Family Chidren's Hospital ออกแบบตกแต่งโรงพยาบาลและคลินคิของมหาวิทยาลัยไอโอวา แนวคิดกราฟิกเพื่อสิ่งแวดล้อมได้นำเรื่องราวของภูมิประเทศของไอโอวา เช่น พื้นที่เพาะปลูก พื้นที่ชุ่มน้ำ ป่าไม้ และทุ่งหญ้า ลวดลายและวัสดุต่าง ๆได้รับแรงบันดาลใจจากธรรมชาติและที่อยู่อาศัยของคนในพื้นที่

ภาพที่ 4.33 University of owa Hospitals and Clinics
Stead Family Children's Hospital

ที่มา : https://segd.org/university-iowa-hospitals-and-clinics-stead-family-childrens-hospital

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

<u>วิเคราะห์ผลงานการออกแบบ</u>

การออกแบบเรขศิลป์เบื้องต้น รูปร่างแบบธรรมชาติ(Nature Shape)

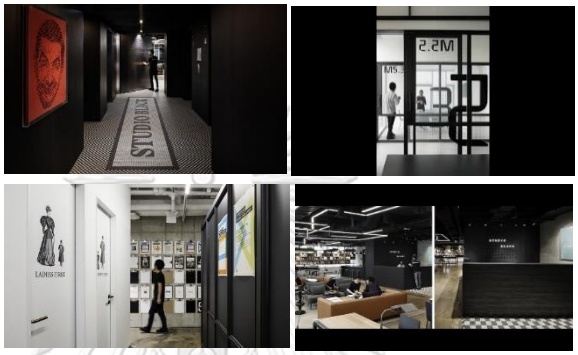
การใช้สี ใช้สี Monochromatic

ตัวอักษร -

การจัดองค์ประกอบเรขศิลป์ ใช้การจัดองค์ประกอบเรื่องความกลมกลืน(Harmony)

รูปแบบการนำเสนอ ใช้การออกแบบจากรูปทรงธรรมชาติ (Organic and natural)

24. ปี 2018 ชื่อผลงาน : Studio Black พื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปันที่ต้องการเปลือยเนื้อแท้วัสดุดิบๆ เพื่อให้กระตุ้นสตาร์ทอัพ คนรุ่นใหม่ตระหนักถึงโลกแห่งความจริง ทีมออกแบบระบุรูปแบบตัวอักษรและโลโก้ใหม่สำหรับแบรนด์ ใช้ความร่วมสมัยสื่อสารข้อความในลักษณะที่โดดเด่นชัดเจน ผสมผสานกับวัสดุแผงโลหะสีดำซึ่งสื่อสารถึงพื้นที่ที่ก้าวล้ำนำสมัยของแบรนด์



ภาพที่ 4.34 Studio Black

ที่มา : https://segd.org/studio-black

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

<u>วิเคราะห์ผลงานการออกแบบ</u>

การออกแบบเรขศิลป์เบื้องต้น รูปร่างแบบธรรมชาติ(Nature Shape) ผสมผสานรูปทรง(Geometric Form)

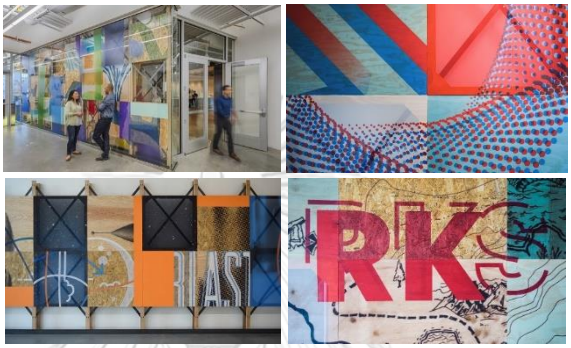
การใช้สี ใช้สี Monochromatic ผสมกับสีแดงเพื่อสร้างจุดเด่นในบางโซน

ตัวอักษร ใช้ตัวอักษรภาษาอังกฤษตัวพิมพ์แบบทรานสิชันแนล ผสมแบบแซนส์ เซอรีฟ

การจัดองค์ประกอบเรขศิลป์ ใช้การจัดองค์ประกอบเรื่องความกลมกลืน(Harmony)

รูปแบบการนำเสนอ ใช้การออกแบบโดยใช้ความเป็นผู้ชาย(Masculine)

25. ปี 2018 ชื่อผลงาน : 111 Java Corners Tech Company ที่แหวกแนวด้วยการ Curate งานศิลปะติดตั้ง 30 จุดทั่วอาคาร ออกแบบเพื่อตอบสนองความยืดหยุ่นในการทำงานให้กับพนักงาน มีการนำผลงานศิลปะ 770 ชิ้นมาตกแต่งร่วมกับไม้อัดที่ถูกตกแต่งด้วยภาพพิมพ์ โครงสร้างการออกแบบง่ายต่อการเคลื่อนย้ายหากต้องการจัดพื้นที่แบบใหม่ในอนาคต



ภาพที่ 4.35 111 Java Corners Tech Company

ที่มา : https://segd.org/111-java-corners

<u>วิเคราะห์ผลงานการออกแบบ</u>

การออกแบบเรขศิลป์เบื้องต้น เป็นการผสมผสานระหว่างรูปร่างและเส้นแบบธรรมชาติ (Nature Shape) กับรูปร่างแบบเรขาคณิต(Geometric Shape)

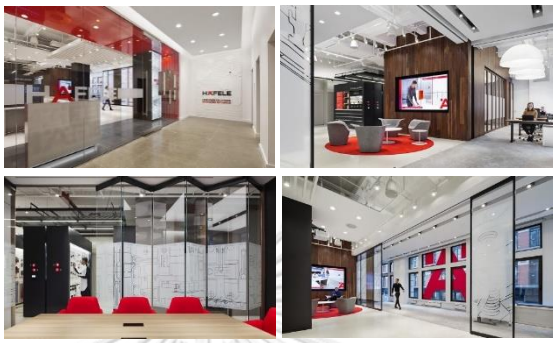
การใช้สี ใช้สี Tetradic Complementary การใช้สีสี่สีตามรูปแบบสีข้างเคียงคู่ตรงข้าม

ตัวอักษร ใช้ตัวอักษรภาษาอังกฤษแบบแซนส์ เซอรีฟ และมีการตกแต่งด้วยเส้นเพิ่มเติม

การจัดองค์ประกอบเรขศิลป์ ใช้การจัดองค์ประกอบเรื่องการเน้น(Emphasis)

รูปแบบการนำเสนอ ใช้การออกแบบจากรูปทรงธรรมชาติ(Organic and natural)

26. ปี 2018 ชื่อผลงาน : Hafele New York Showroom โชว์รูมทำหน้าที่เป็น Laboratory ให้ลูกค่ามาทดลองสินค้าด้วยตนเอง ออกแบบพื้นที่สร้างแรงบันดาลให้กับลูกค้า โดยใช้อิทธิพลการกระตุ้นการขายว่า “ทำไมต้องซื้อ Hafele” ทุกพื้นที่ออกแบบสื่อสารถึงแบรนด์ให้ความรู้สึกเข้าใจในแบรนด์ที่เน้นคุณภาพของวัสดุและการใช้งาน



ภาพที่ 4.36 Hafele New York Showroom

ที่มา : https://segd.org/hafele-new-york-showroom

<u>วิเคราะห์ผลงานการออกแบบ</u>

การออกแบบเรขศิลป์เบื้องต้น เป็นการผสมผสานระหว่างรูปร่างและเส้นแบบธรรมชาติ (Nature Shape) กับรูปร่างแบบเรขาคณิต(Geometric Shape)

การใช้สี ใช้สีของแบรนด์ คือ สีแดง - สีขาว

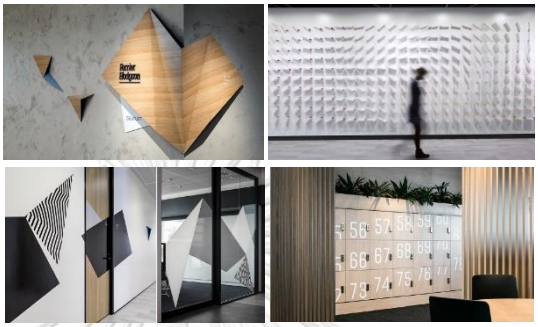
ตัวอักษร ใช้ตัวอักษรภาษาอังกฤษแบบแซนส์ เซอรีฟ แบบหนาและมั่นคง

การจัดองค์ประกอบเรขศิลป์ ใช้การจัดองค์ประกอบเรื่องการเน้น(Emphasis) ด้วยสีและความกลมกลืนด้วยรูปร่างที่คล้ายกัน

รูปแบบการนำเสนอ ใช้การออกแบบการใช้ภาพลักษณ์ความเป็นมืออาชีพ (Professional and Corporate)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

27. ปี 2018 ชื่อผลงาน : Ferrier Hodgson Signage & Wayfinding งานSignage ผสมผสานกับศิลปะติดตั้งแสดงถึง ฝูงนกตามผู้นำ ใช้แรงบันดาลใจพฤติกรรมของฝูงนก การเคลื่อนไหวของนกที่มีความแม่นยำทางคณิตศาสตร์-ผู้ทรงอิทธิพลในการสร้างเส้นไม่เหมือนใคร สื่อถึงธุรกิจหลักของบริษัทที่เป็นผู้นำการให้คำปรึกษาด้านการลงทุน



ภาพที่ 4.37 Ferrier Hodgson Signage & Wayfinding

ที่มา : https://segd.org/ferrier-hodgson-signage-wayfinding

<u>วิเคราะห์ผลงานการออกแบบ</u>

การออกแบบเรขศิลป์เบื้องต้น รูปร่าง รูปทรง เส้นแบบเรขาคณิต(Geometric)

การใช้สี ใช้สีMonochromatic สีขาว - สีดำ - สีเทา

ตัวอักษร ใช้ตัวอักษรภาษาอังกฤษตัวพิมพ์แบบโมเดิร์น ผสมผสานแบบแซนส์ เซอรีฟ

การจัดองค์ประกอบเรขศิลป์ ใช้การจัดองค์ประกอบเรื่องใช้การจัดองค์ประกอบเรื่องจังหวะ(Rhythm) แบบเคลื่อนไหวและต่อเนื่อง

รูปแบบการนำเสนอ การออกแบบนามธรรม(Abstract)

28. ปี 2018 ชื่อผลงาน : 222 Java Corner บริษัทTech company ที่แปรรูปขยะจากป้ายบิลบอร์ดมาเป็นงานตกแต่ง มีการใช้เทคนิคพิมพ์และกาวติดใบเรียกเก็บเงินมาสร้างสรรค์ผลงานโปสเตอร์ที่มีเอกลักษณ์จำนวน 160 ชิ้น และโปสเตอร์ถูกนำไปเข้ากรอบไม้อัดและนำไปตกแต่งในจุดต่าง ๆขององค์กร

ภาพที่ 4.38 222 Java Corner

ที่มา : https://segd.org/222-java-corners

<u>วิเคราะห์ผลงานการออกแบบ</u>

การออกแบบเรขศิลป์เบื้องต้น รูปร่าง รูปทรง และเส้นแบบธรรมชาติ(Nature Shape)

การใช้สี ใช้สีแบบสดใส(Colorful)

ตัวอักษร ใช้ตัวอักษรภาษาอังกฤษแบบแซนส์ เซอรีฟ

การจัดองค์ประกอบเรขศิลป์ ใช้การจัดองค์ประกอบเรื่องจังหวะ(Rhythm) และความขัดแย้ง(Contrast)

รูปแบบการนำเสนอ การออกแบบสไตล์ภาพประกอบ(illustrated)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

29. ปี 2018 ชื่อผลงาน : Linkedln Mountain View ออกแบบด้วยศิลปะหลากหลายชาติเพื่อรองรับพนักงานที่เป็น Talent ทั่วโลก ใช้แนวคิดการกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ การคิด และการเล่น เพื่อส่งเสริมวัฒนธรรม ช่วยให้พนักงานรู้สึกสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ และเป็นแรงดึงดูดในการให้พนักงานมาทำงานทุกวัน

ภาพที่ 4.39 Linkedln Mountain View

ที่มา : https://segd.org/linkedin-mountain-view

<u>วิเคราะห์ผลงานการออกแบบ</u>

การออกแบบเรขศิลป์เบื้องต้น รูปร่าง รูปทรง (Geometric)

การใช้สี ใช้สีแบบสดใส(Colorful) และมีบางโซนใช้สีแบบ Monochromatic

ตัวอักษร ใช้ตัวอักษรภาษาอังกฤษแบบแซนส์ เซอรีฟ

การจัดองค์ประกอบเรขศิลป์ ใช้การจัดองค์ประกอบเรื่องจังหวะ(Rhythm) และการเน้น(Emphasis)

รูปแบบการนำเสนอ การออกแบบด้วยรูปทรงเรขาคณิต(Geometric)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

30. ปี 2018 ชื่อผลงาน : Roche บริษัทที่ตกแต่งสำนักงานด้วยศิลปะที่กระตุ้นความคิดสร้างสรรค์และความเข้าใจสัญชาตญาณของมนุษย์ แรงบันดาลใจจากการเน้นการส่งเสริมการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมไปสู่ความยืดหยุ่นและการทำงานร่วมกันมากขึ้น ใช้เทคนิคการวาดมือด้วยพู่กันทั้งอาคาร

ภาพที่ 4.40 Roche

ที่มา : https://segd.org/roche-sydney

<u>วิเคราะห์ผลงานการออกแบบ</u>

การออกแบบเรขศิลป์เบื้องต้น รูปร่างแบบอิสระ (Free form)

การใช้สี ใช้สีแบบสดใส(Colorful) และมีบางโซนใช้สีแบบ Monochromatic สีขาว - สีดำ

ตัวอักษร ใช้ตัวอักษรภาษาอังกฤษตัวพิมพ์แบบตัวเขียน แบบแซนส์ เซอรีฟ และตัวพิมพ์ตัวตกแต่งแบบดิสเพลย์

การจัดองค์ประกอบเรขศิลป์ ใช้การจัดองค์ประกอบเรื่องความขัดแย้ง(contrast) การใช้พื้นที่เชิงบวก เชิงลบ(Positive & Negative Space)

รูปแบบการนำเสนอ การออกแบบใช้สไตล์สีสันและความสนุก(Fun & Playful)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

จากการทบทวนวรรณกรรมด้านการออกแบบเรขศิลป์ จากผลงานที่ได้รับรางวัล SEGD Global Design Awards ในสาขา Placemaking & Identity ตั้งแต่ปี 2022 – 2016 ผู้วิจัยได้สรุปองค์ประกอบด้านเรขศิลป์เบื้องต้นที่ได้รับความนิยมนำไปใช้สร้างสรรค์ผลงาน ได้แก่ เรื่องรูปร่างและรูปทรง (Shape and Form) มีทั้งแบบรูปร่างที่เป็นธรรมชาติ รูปร่างอิสระ และรูปร่างแบบเรขาคณิต นอกจากนั้นยังมีการนิยมใช้ เส้น (Line) ลักษณะผิว (Texture) เป็นองค์ประกอบร่วมอีกด้วย ประเด็นการใช้สีในผลงานออกแบบ พบว่ามีการนิยมใช้สีComplementary สีคู่ตรงข้าม ในพื้นที่ที่ต้องการความสดใส มีจุดเด่น เร้าอารมณ์ ในผลงานที่ใช้แรงบันดาลใจจากธรรมชาติจะนิยมใช้ชุดสีที่มาจากธรรมชาติโดยตรง แล้วจับชุดสีให้มีความน่าสนใจ ส่วนผลงานที่เน้นการนำเสนออัตลักษณ์ก็จะใช้โทนสีของแบรนด์มาร่วมในการออกแบบ และมีบางผลงานที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นผู้ใหญ่หรือต้องการความน่าเชื่อถือจะเน้นใช้ชุดสีแบบ Monochromatic ประเด็นตัวอักษร ที่นิยมใช้ส่วนมากจะ ตัวอักษรภาษาอังกฤษแบบแซนส์ เซอรีฟ เพราะมีความเป็นสากลและอ่านง่าย จะมีในบางผลงานที่ใช้ตัวอักษรแบบดิสเพลย์เพื่อให้สะท้อนความเป็นแบรนด์มากขึ้น ประเด็นการจัดองค์ประกอบเรขศิลป์นิยมใช้ความสมดุล (Balance) ความกลมกลืนและขัดแย้ง (Harmony and Contrast) จังหวะ (Rhythm or Pattern) ที่ว่าง (space) และการเน้น (Emphasis) และประเด็นรูปแบบการนำเสนอผลงานนิยมใช้ไนสไตล์ที่ค่อนข้างหลากหลายเช่น การออกแบบจากรูปทรงธรรมชาติ(Organic and natural) การออกแบบใช้สไตล์สีสันและความสนุก(Fun & Playful) การออกแบบด้วยรูปทรงเรขาคณิต (Geometric) ใช้การออกแบบการใช้ภาพลักษณ์ความเป็นมืออาชีพ(Professional and Corporate) การออกแบบแนวสะอาดเรียบง่าย(Clean & Minimalist) ซึ่งรูปแบบการนำเสนอขึ้นอยู่กับตัวบุคลิกภาพของแบรนด์หรือรูปแบบแนวคิดที่นักออกแบบต้องการจะสื่อสารกับผู้ใช้งานว่าจะให้อารมณ์และบุคลิกภาพของงานอยู่ในทิศทางแบบใด

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

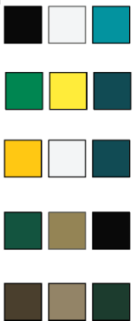
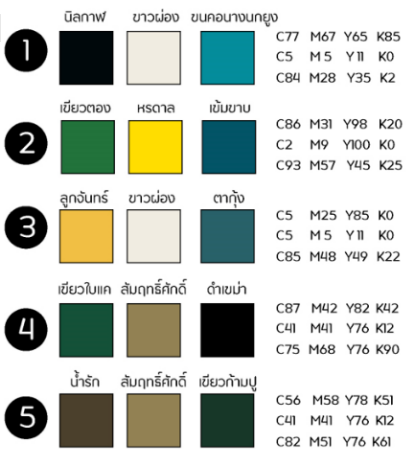
6. การวิเคราะห์เลือกชุดสีสะท้อนอารมณ์ จากชิเกโนบุ โคบายาชิ (Shigenobu Kobayashi) เชื่อมโยงสู่ไทยโทน

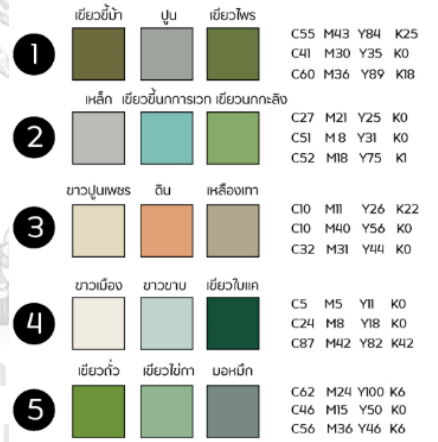
จากการศึกษาผลงานการออกแบบสร้างสรรค์สถานที่(Placemaking) ที่ได้รับรางวัลในปี 2022-2018 พบว่าชุดสีที่ได้รับความนิยมและถูกหยิบยกไปใช้งาน คือชุดสี Complementary คือสีคู่ตรงข้ามในวงจรสี ที่ต้องการสื่อสารความสดใส สร้างจุดเด่นและเร้าอารมณ์ ส่วนในผลงานที่ใช้แรง

บันดาลใจจากธรรมชาติจะนิยมใช้ชุดสีที่มาจากธรรมชาติโดยตรง แล้วจับคู่ชุดสีให้มีความน่าสนใจ ส่วนผลงานที่เน้นการนำเสนออัตลักษณ์ก็จะใช้โทนสีของแบรนด์มาร่วมในการออกแบบ

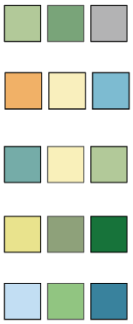
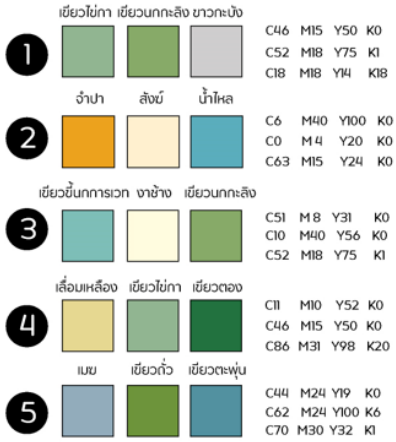
จะเห็นได้ว่าการเลือกใช้ชุดสีจะมีผลต่ออารมณ์ของผู้ใช้งานอย่างมาก จากที่ผู้วิจัยทำการศึกษาเรื่องสีสะท้อนอารมณ์ Color Image Scale ของ ชิเกโนบุ โคบายาชิ (Shigenobu Kobayashi) พบว่ามีชุดสีสะท้อนอารมณ์และบรรยากาศที่หลากหลายและครอบคลุมกับความต้องการของกลุ่มตัวอย่างเจเนอเรชั่นวายในแต่ละห้องบนสำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co-Working Space) หลังจากนั้นได้ทำการคัดเลือก 5 ชุดสีที่เข้าข่ายอารมณ์และความรู้สึกที่สรุปมา หลังจากนั้นจะทำการเทียบเคียงชุดสีไทยโทนของของอ.ดร. ไพโรจน์ พิทยาเมธี ซึ่งเป็นสีที่มีที่มาที่ไปจากธรรมชาติโดยตรง สอดคล้องกับแนวทางของแนวคิดไบโอฟิลเลียที่จะหลีกเลี่ยงการใช้สีทางเคมีในการออกแบบ และสอดคล้องกับแหล่งที่มาขององค์ประกอบทางเรขศิลป์เบื้องต้นมาจากแหล่งธรรมชาติของไทยอีกด้วย แล้วจึงให้ผู้เชี่ยวชาญด้านเรขศิลป์ช่วยคัดกรองอีกครั้งในแบบสอบถามชุดที่ 3

ตารางที่ 4.20 ขั้นตอนการวิเคราะห์เลือกชุดสีสะท้อนอารมณ์
จากชิเกโนบุ โคบายาชิ (Shigenobu Kobayashi) เชื่อมโยงสู่ไทยโทน

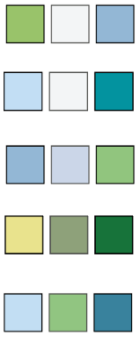
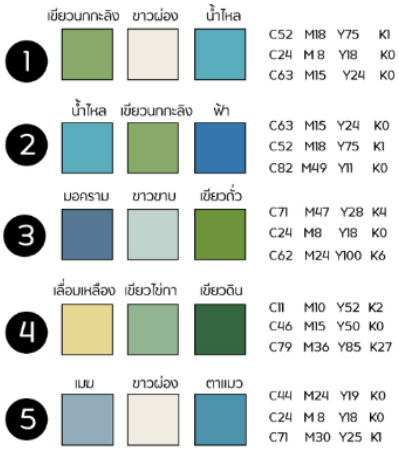
อารมณ์ / ความรู้สึก บรรยากาศ	**ชุดสีสะท้อนอารมณ์ ชิเกโนบุ โคบายาชิ**	**สีที่เทียบเคียงกับ ชุดไทยโทน**
1. กระตือรือร้น (Active)		

อารมณ์ / ความรู้สึก บรรยากาศ	ชุดสีสะท้อนอารมณ์ ชิเกโนบุ โคบายาชิ	สีที่เทียบเคียงกับ ชุดไทยโทน
2. กระฉับกระเฉง (Energetic)		
3. ความสงบ (Calmness)		

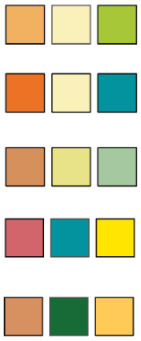
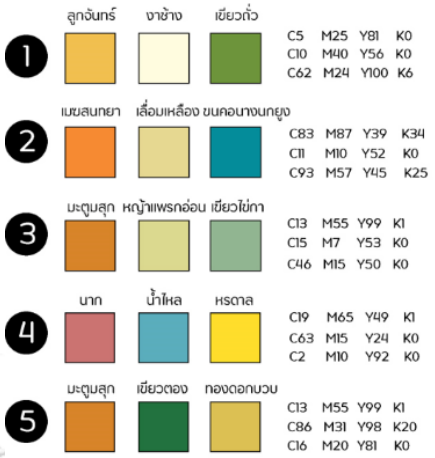
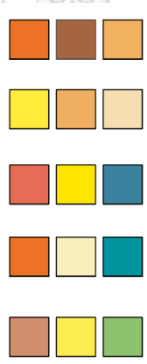
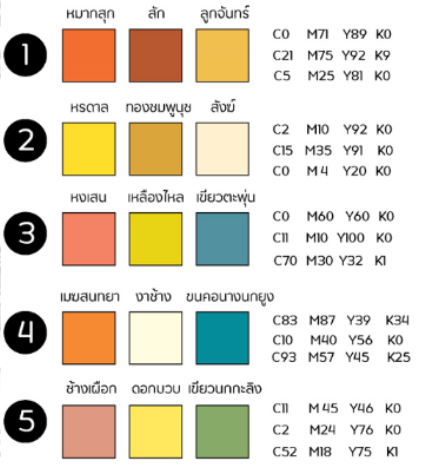
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

อารมณ์ / ความรู้สึก บรรยากาศ	ชุดสีสะท้อนอารมณ์ ชิเกโนบุ โคบายาชิ	สีที่เทียบเคียงกับ ชุดไทยโทน
4. สะดวกสบาย (Comfort)		
5. ความเป็นส่วนตัว (Privacy)		

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

อารมณ์ / ความรู้สึก บรรยากาศ	ชุดสีสะท้อนอารมณ์ ชิเกโนบุ โคบายาชิ	สีที่เทียบเคียงกับ ชุดไทยโทน
6. ผ่อนคลาย (Relax)		
7. กระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ (Creativity)		

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

อารมณ์ / ความรู้สึก บรรยากาศ	ชุดสีสะท้อนอารมณ์ ชิเกโนบุ โคบายาชิ	สีที่เทียบเคียงกับ ชุดไทยโทน
8. มีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Social connection)		
9. กระตุ้นความอยากอาหาร (Appetite)		

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

อารมณ์ / ความรู้สึก บรรยากาศ	ชุดสีสะท้อนอารมณ์ ชิเกโนบุ โคบายาชิ	สีที่เทียบเคียงกับ ชุดไทยโทน
10. สร้างสมาธิ (Concentrate)		

สรุปการวิเคราะห์ชุดสีสะท้อนอารมณ์ และเชื่อมโยงกับไทยโทน ผู้วิจัยได้นำชุดค่าโทนสีที่ถูกเทียบเคียงไปให้ผู้เชี่ยวชาญด้านโทนสีไทย อ.ดร. ไพโรจน์ พิทยาเมธี ช่วยคัดกรองค่าสีเพื่อความแม่นยำอีกครั้ง จะเห็นได้ว่าค่าสีของไทยโทน มีโทนสีที่ครอบคลุมกับโทนสีสะท้อนอารมณ์จากหลักการของชิเกโนบุ โคบายาชิ (Shigenobu Kobayashi) และข้อดีของไทยโทนเป็นสีที่มีชื่อเรียกและมีค่าสี CMYK/RGB ซึ่งนักออกแบบสามารถหยิบกไปใช้งานได้ง่าย หลังจากนี้ผู้วิจัยจะนำชุดสีที่ถูกคัดเลือกจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเรขศิลป์ ไปกระจายค่าน้ำหนักสีอีกครั้ง เพื่อง่ายต่อการใช้งานกับบุคลิกภาพของแบรนด์ต่อไป

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

7. วิเคราะห์ข้อมูล เครื่องมือวิจัยแบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเรขศิลป์ เพื่อสร้างกระบวนการออกแบบเรขศิลป์จากแนวคิดไบโอฟิลเลีย

แบบสอบถามชุดนี้จัดทำขึ้นเพื่อหาคำตอบการพัฒนาแนวคิดไบโอฟิลเลียสู่องค์ประกอบทางการออกแบบเรขศิลป์สำหรับพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน โดยแบบสัมภาษณ์ให้ผู้เชี่ยวชาญเชื่อมโยงองค์ประกอบเรขศิลป์จากแนวคิดไบโอฟิลเลีย พัฒนาสู่การออกแบบเรขศิลป์สิ่งแวดล้อมในพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน(Co-Working Space) โดยกลุ่มผู้เชี่ยวชาญจะเป็นกลุ่มนักวิชาการ และนักออกแบบทางด้านเรขศิลป์ และหรือด้านการออกแบบเรขศิลป์สิ่งแวดล้อม และหรือ ออกแบบตกแต่ง

ภายใน อายุการทำงาน ไม่น้อยกว่า 10 ปี โดยมีเกณฑ์ความถี่ในการคัดเลือก เกินครึ่งขึ้นไปจะเลือกนำมาใช้ในขั้นตอนถัดไป ส่วนคำถามปลายเปิดจะนำไปวิเคราะห์ สังเคราะห์อีกครั้งในขั้นตอนถัดไป

โดยมี แบบสอบถามทั้งหมด 4 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพส่วนบุคคลของผู้เชี่ยวชาญ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการนำแนวคิดการออกแบบแนวคิดไบโอฟิลลิค (Biophilic Design) มาใช้ในงานออกแบบเรขศิลป์

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับการเชื่อมโยงหลักการออกแบบเรขศิลป์กับความต้องการของเจเนอเรชั่นวาย ในพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน(Co-Working Space)

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับความเหมาะสมของเรขศิลป์กับบุคลิกของแบรนด์ (Brand Personality)

โดยผู้วิจัยจะสรุปข้อมูลเริ่มจากตอนที่ 2

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการนำแนวคิดการออกแบบแนวคิดไบโอฟิลลิค (Biophilic Design) มาใช้ในงานออกแบบเรขศิลป์

ข้อจำกัดด้านการออกแบบแนวคิดไบโอฟิลลิค (Biophilic Design) กับลักษณะทางกายภาพของพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน(Co-Working Space)	
ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 1	เรขศิลป์ที่เป็นภาพประกอบจากคอมพิวเตอร์ (Computer Graphic illustration) มีองค์ประกอบเบื้องต้น เช่น เรื่องเส้น หรือสี ที่สามารถสื่อสารอารมณ์ ความรู้สึกได้ แต่ในทางแนวความคิดไบโอฟิลเลียจะต้องใช้องค์ประกอบของทำธรรมชาติมาร่วมด้วย เช่น ต้นไม้กระถาง อุโมงค์ต้นไม้ จึงจะทำให้กลุ่มตัวอย่างได้สัมผัสกับธรรมชาติที่ไม่ได้ถูกปรุงแต่งอย่างแท้จริง แต่ในทางกลับกัน หากพื้นที่ที่จะทำการออกแบบมีข้อจำกัดด้านงบประมาณนักออกแบบสามารถใช้รูปถ่ายของธรรมชาติแทนต้นไม้จริงมาจัดวางในห้องร่วมกับกราฟิกการสื่อสารอารมณ์ จะช่วยให้พื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งดูมีชีวิตชีวา และสอดคล้องกับแนวคิดมาขึ้น
ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 2	เรื่องแสง จากธรรมชาติ นักออกแบบสามารถออกแบบกราฟิกให้เกี่ยวข้องกับแสงภายนอกอาคาร เช่น การออกแบบ Glass Design ให้ได้ effectของธรรมชาติได้จากแสง

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ข้อจำกัดด้านการออกแบบแนวคิดไบโอฟิลลิค (Biophilic Design) กับลักษณะทางกายภาพของพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน(Co-Working Space)	
ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 3	Direct contact คือการนำธรรมชาติเข้ามาไว้ให้คนในพื้นที่ได้สัมผัส ในส่วนของIndirect contact คือการสัมผัสธรรมชาติทางอ้อม ผ่านรูปร่าง รูปทรงตัดทอนจากธรรมชาติ การจัดวางองค์ประกอบที่เลียนแบบธรรมชาติ ร่วมกับการเล่นกับสัญชาตญาณของมนุษย์ ในส่วนของการออกแบบเรขศิลป์จะไปสอดคล้องกับแนวทางของ Indirect contact ซึ่งจะเหมาะกับกลุ่มผู้ประกอบการที่มีงบประมาณจำกัด จึงแนะนำว่าให้นำภาพถ่ายทางธรรมชาติ หรือภาพถ่ายที่ถูกดัดแปลงเล็กน้อยเช่น เงาต้นไม้ พื้นผิวของต้นไม้ มาผสมผสานกับเรขศิลป์สื่อสารอารมณ์จะช่วยสะท้อนความเป็นแนวคิดไบโอฟิลเลียได้ดียิ่งขึ้น
ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 4	สามารถใช้ภาพถ่ายผสมผสานกับเรขศิลป์จากที่เป็นภาพประกอบ เพิ่มความมีชีวิตชีวาให้กับพื้นที่ได้
ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 5	ออกแบบการจัดวางพื้นที่ให้คล้ายธรรมชาติ ใช้วัสดุธรรมชาติ เช่น ไม้ ใช้สีจากธรรมชาติ ไมใช้เคมี
ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 6	การใช้กราฟิกที่สื่อสารธรรมชาติ อาจนำเสนอผ่านConcept Recycle การใช้วัสดุธรรมชาติ สีของธรรมชาติ การจัดวางแบบธรรมชาติมาใช้ร่วมกับการออกแบบ
ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 7	ใช้สีจากธรรมชาติ /เรขศิลป์เป็นแนวทางนึงในการช่วยคุมงบประมาณการก่อสร้างงานออกแบบได้ดี มองว่าหากเรขศิลป์ช่วยสื่อสารความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้และช่วยให้พื้นที่มีชีวิตชีวาด้วยรูปแบบของภาพถ่าย ก็จะช่วยลดต้นทุนปละการดูแลรักษาต้นไม้จริงๆที่จะเอามาวางในพื้นที่
ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 8	ออกแบบพื้นที่ให้มีบริบทคล้ายธรรมชาติมากที่สุด จะช่วยให้ผู้อาศัยในพื้นที่สามารถนึกถึงบรรยากาศของธรรมชาติจริงๆเมื่อเกิดภาวะการโหยหาธรรมชาติ
ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 9	เห็นด้วยกับท่านผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 2 เรื่องแสงมีบทบาทการออกแบบเรขศิลป์สิ่งแวดล้อมในพื้นที่นักออกแบบสามารถวางแผนการออกแบบลวดลายบนผนังกระจกที่เล่นกับแสงธรรมชาติ การจินตนาการผ่านรูปแบบกราฟฟิกผ่านแสงธรรมชาติ หรืออาจลองใช้การออกแบบกับแสงภายในห้องก็ได้ เพื่อให้เกิดอิทธิพลลวดลายที่เกิดจากแสงแสงความเคลื่อนไหวคล้ายธรรมชาติ

สรุปความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบแนวคิดไบโอฟิลลิค (Biophilic Design) กับลักษณะทางกายภาพของพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน(Co-Working Space) การออกแบบเรขศิลป์สอดคล้องกับแนวทางการออกแบบไบโอฟิลลิค(Biophilic Design) ในด้าน Indirect contact คือการสัมผัสธรรมชาติทางอ้อม ผ่านรูปร่าง รูปทรงตัดทอนจากธรรมชาติ การจัดวางองค์ประกอบที่เลียนแบบธรรมชาติ ร่วมกับการเล่นกับสัญชาตญาณของมนุษย์ ซึ่งจะเหมาะกับกลุ่ม

ผู้ประกอบการที่มีงบประมาณจำกัด ผู้เชี่ยวชาญมากกว่าครึ่งแนะนำว่าให้นำภาพถ่ายทางธรรมชาติหรือภาพถ่ายที่ถูกดัดแปลงเล็กน้อย เช่น เงาต้นไม้ พื้นผิวของต้นไม้ มาผสมผสานกับเรขศิลป์สื่อสารอารมณ์จะช่วยสะท้อนความเป็นแนวคิดไบโอฟิลเลียได้ดียิ่งขึ้น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับขนาดพื้นที่ของการออกแบบ นักออกแบบต้องลองจัดวางให้องค์ประกอบมีความลงตัวเหมาะสมกับห้องนั้น ๆ ส่วนของการจัดองค์ประกอบผู้เชี่ยวชาญแนะนำให้จัดองค์ประกอบให้ใกล้เคียงกับธรรมชาติหรือการจำลองธรรมชาติมาไว้ในพื้นที่สำนักงานให้มากที่สุด และเรื่องแสง มีความสำคัญต่อการออกแบบเรขศิลป์บนที่พื้นสำนักงานร่วมแบ่งปันและแนวคิดอย่างมาก ดังนั้นนักออกแบบควรวางแผนและออกแบบให้ถ่ายทอดความเป็นธรรมชาติที่ช่วยสร้างจินตนาการให้กับกลุ่มตัวอย่าง

เทคนิคการนำเสนอภาพที่สอดคล้องกับ Biophilic Design และการสร้างบรรยากาศในสำนักงานร่วมแบ่งปัน ในอารมณ์ต่าง ๆ	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่									**จำนวน (คน)**	**ร้อยละ**
	1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**		
ภาพถ่าย(Photography)						✓			✓	2	22.22
ภาพตกแต่งจากคอมพิวเตอร์ (Computer Retouch)	✓	✓	✓	✓					✓	5	55.55
ภาพประกอบจากคอมพิวเตอร์ (Computer Graphic illustration)		✓	✓	✓		✓	✓		✓	6	66.67
อื่น ๆ..ผสมผสานเทคนิคระหว่างภาพประกอบและภาพถ่าย....	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	8	88.89

สรุปเทคนิคการนำเสนอภาพที่สอดคล้องกับ Biophilic Design และการสร้างบรรยากาศในสำนักงานร่วมแบ่งปัน ในอารมณ์ต่าง ๆ เป็นการผสมผสานเทคนิคระหว่างภาพประกอบจากคอมพิวเตอร์กับภาพถ่าย คิดเป็นร้อยละ 88.89 ผู้เชี่ยวชาญแนะนำว่าควรมีเทคนิคการใช้ภาพถ่ายจริงของธรรมชาติเข้าร่วมในการออกแบบ เพื่อเพิ่มมิติของงาน และอันดับ 2 เป็นภาพประกอบจากคอมพิวเตอร์ (Computer Graphic illustration) คิดเป็นร้อยละ 66.67 รวมถึงอันดับ3 ภาพตกแต่งจากคอมพิวเตอร์ (Computer Retouch) คิดเป็นร้อยละ 55.55

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับการเชื่อมโยงหลักการออกแบบเรขศิลป์กับความต้องการของเจเนอเรชั่นวายในพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน(Co-Working Space)

ด้านความกระตือรือร้น(Active) ที่ใช้องค์ประกอบเรขศิลป์จากน้ำตก

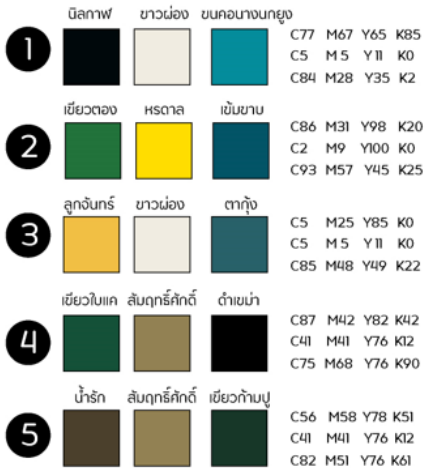
องค์ประกอบทางเรขศิลป์เบื้องต้นจากน้ำตกที่สื่อสารความกระตือรือร้น(Active) ได้ดี	**ค่าคะแนน (N=9) (Min=1, Max=6)** M (ค่าเฉลี่ย)	**คะแนนรวม (Max = 54)**	**ร้อยละของคะแนนรวม**
จุด (Dot)	2.67	24	44.44
เส้น (Line)	5.33	48	88.89
รูปร่าง (Shape)	3.11	28	51.85
รูปทรง (Form)	4.56	41	75.93
พื้นผิว (Texture)	3.33	30	55.56
ที่ว่าง (Space)	2.00	18	33.33

สรุปองค์ประกอบทางเรขศิลป์เบื้องต้นจากน้ำตกที่สื่อสารความกระตือรือร้น (Active) ได้ดี 3 อันดับ ได้แก่ เส้น(Line) คิดเป็นร้อยละ 88.89 อันดับที่ 2 รูปทรง (Form) คิดเป็นร้อยละ 75.93 และพื้นผิว (Texture) คิดเป็นร้อยละ 55.56 ตามลำดับ

หลักการจัดองค์ประกอบที่สื่อสาร ความกระตือรือร้น(Active) ได้ดี	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่									**จำนวน (คน)**	**ร้อยละ**
	1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**		
จังหวะ(Rhythm & Pattern)	✓	✓		✓		✓	✓	✓	✓	7	77.78
การวางจังหวะซ้ำกัน (Repetition Rhythm)										0	0
การเว้นช่องไฟ (Space)							✓			1	11.11
การเพิ่ม หรือลดขนาด (Enlargement or Reduction)	✓	✓		✓		✓		✓		5	55.55
จังหวะก้าวหน้าหรือเคลื่อนไหว (Progressive Rhythm)		✓				✓	✓	✓	✓	5	55.55
การสลับ(Alternative Rhythm)		✓					✓			2	22.22

หลักการจัดองค์ประกอบที่สื่อสาร ความกระตือรือร้น(Active) ได้ดี	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่									**จำนวน (คน)**	**ร้อยละ**
	1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**		
การจัดจังหวะต่อเนื่อง (Continuous Rhythm)				✓						1	11.11
การซ้อนจังหวะปกติ (Regulation Crossing Rhythm)										0	0
การซ้อนจังหวะไม่ปกติ (Non-Regulation Crossing Rhythm)										0	0
ความสมดุล (Balance)			✓		✓					2	22.22
สมดุลซ้ายขวาเท่ากัน (Symmetrical Balance)										0	0
สมดุลซ้ายขวาไม่เท่ากัน (Asymmetrical Balance)			✓		✓					2	22.22
สมดุลแบบรัศมี (Radial or Spiral)										0	0
ความกลมกลืน(Harmony)										0	0
ความขัดแย้ง (Contrast)		✓	✓	✓	✓			✓		6	66.67
พื้นที่เชิงบวกและพื้นที่เชิงลบ(Positive & Negative Space)	✓	✓		✓		✓		✓		5	55.55
การเน้น(Emphasis)										0	0

สรุปหลักการจัดองค์ประกอบที่สื่อสาร ความกระตือรือร้น(Active) ได้ดีโดยที่ผู้เชี่ยวชาญเห็นด้วยมากที่สุดเป็นอันดับแรกคือ จังหวะ(Rhythm & Pattern) โดยคิดเป็นร้อยละ77.78 ของผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด ได้แก่ การเพิ่ม หรือลดขนาด (Enlargement or Reduction), จังหวะก้าวหน้าหรือเคลื่อนไหว (Progressive Rhythm) อันดับที่สองคือเรื่องพื้นที่เชิงบวกและพื้นที่เชิงลบ(Positive & Negative Space) และในลำดับสุดท้ายเรื่องความขัดแย้ง (Contrast) ผู้เชี่ยวชาญเห็นด้วยที่อัตราส่วน 66.67 ของผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด ที่อันตราส่วนร้อยละ 55.55 ตามลำดับ

ชุดสีไทยโทนที่สื่อสาร ความกระตือรือร้น (Active) ได้ดี	ค่าคะแนน (N=9) (Min=1, Max=5) M (ค่าเฉลี่ย)	คะแนนรวม (Max = 45)	ร้อยละของคะแนนรวม
	2.89	26	57.78
	4.89	44	97.78
	4.00	36	80.00
	1.78	16	35.56
	1.44	13	28.89

สรุปได้ว่า ชุดสีไทยโทนที่สื่อสารความกระตือรือร้น(Active) ได้ดี 3 อันดับ คือ ชุดสีเขียวตอง-หรดาล-เข้มขาบ คิดเป็นร้อยละ 97.78 อันดับที่สอง ชุดสีลูกจันทร์-ขาวผ่อง-ตากุ้ง คิดเป็นร้อยละ 80.00 และ อันดับสาม ชุดสีนิลกาฬ-ขาวผ่อง-ขนคอนกยูง คิดเป็นร้อยละ 57.78 ตามลำดับ

ด้านความกระฉับกระเฉง (Energetic) ที่ใช้องค์ประกอบเรขศิลป์จากน้ำตก

องค์ประกอบทางเรขศิลป์เบื้องต้นจากน้ำตก ที่สื่อสาร ถึงความกระฉับกระเฉง (Energetic) ได้ดี	ค่าคะแนน (N=9) (Min=1, Max=6) M (ค่าเฉลี่ย)	คะแนนรวม (Max = 54)	ร้อยละของคะแนนรวม
จุด (Dot)	4.78	43	79.63
เส้น (Line)	5.22	47	87.04
รูปร่าง (Shape)	4.44	40	74.07
รูปทรง (Form)	3.44	31	57.41
พื้นผิว (Texture)	1.89	17	31.48
ที่ว่าง (Space)	2.00	18	33.33

สรุปได้ว่า องค์ประกอบทางเรขศิลป์เบื้องต้นจากน้ำตกที่สื่อสารความกระฉับกระเฉง (Energetic) ได้มากที่สุด ได้แก่ เส้น (Line) คิดเป็นร้อยละ 87.04 อันดับที่สอง จุด (Dot) คิดเป็นร้อยละ 79.63 และ อันดับที่ สามคือ รูปร่าง (Shape) คิดเป็นร้อยละ 74.07

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

หลักการจัดองค์ประกอบที่สื่อสาร ความกระฉับกระเฉง (Energetic) ได้ดี	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่									**จำนวน (คน)**	**ร้อยละ**
	1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**		
จังหวะ(Rhythm & Pattern)		✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	7	77.78
การวางจังหวะซ้ำกัน (Repetition Rhythm)										0	0
การเว้นช่องไฟ (Space)										0	0
การเพิ่ม หรือลดขนาด (Enlargement or Reduction)		✓		✓		✓	✓	✓	✓	6	66.67
จังหวะก้าวหน้าหรือเคลื่อนไหว (Progressive Rhythm)		✓				✓	✓	✓	✓	5	55.55
การสลับ(Alternative Rhythm)										0	0
การจัดจังหวะต่อเนื่อง (Continuous Rhythm)										0	0
การซ้อนจังหวะปกติ (Regulation Crossing Rhythm)										0	0
การซ้อนจังหวะไม่ปกติ (Non-Regulation Crossing Rhythm)										0	0
ความสมดุล (Balance)	✓	✓		✓						3	33.33
สมดุลซ้ายขวาเท่ากัน (Symmetrical Balance)										0	0
สมดุลซ้ายขวาไม่เท่ากัน (Asymmetrical Balance)	✓	✓		✓						3	33.33
สมดุลแบบรัศมี (Radial or Spiral)										0	0
ความกลมกลืน (Harmony)										0	0
ความขัดแย้ง (Contrast)	✓		✓		✓	✓		✓	✓	6	66.67
พื้นที่เชิงบวกและพื้นที่เชิงลบ (Positive & Negative Space)	✓		✓			✓		✓	✓	5	55.55
การเน้น(Emphasis)			✓							0	0

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

สรุปหลักการจัดองค์ประกอบที่สื่อสารความกระฉับกระเฉง (Energetic) ได้ดี โดยที่ผู้เชี่ยวชาญเห็นด้วยมากที่สุดเป็นอันดับแรก ได้แก่ จังหวะ(Rhythm & Pattern) โดยคิดเป็นร้อยละ 77.78 ของผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด โดยผู้เชี่ยวชาญเลือกจังหวะ การเพิ่ม หรือลดขนาด (Enlargement or Reduction) และจังหวะก้าวหน้าหรือเคลื่อนไหว (Progressive Rhythm) ให้นำไปใช้ในงานออกแบบได้ ในลำดับที่สองได้แก่ ความขัดแย้ง (Contrast) ผู้เชี่ยวชาญเห็นด้วยที่ร้อยละ 66.67 และในลำดับสุดท้าย ได้แก่ พื้นที่เชิงบวกและพื้นที่เชิงลบ(Positive & Negative Space) โดยคิดเป็นร้อยละ 55.55 ตามลำดับ

ชุดสีไทยโทนที่สื่อสาร ความกระฉับกระเฉง (Energetic) ได้ดี	**ค่าคะแนน (N=9) (Min=1, Max=5) M (ค่าเฉลี่ย)**	**คะแนนรวม (Max = 45)**	**ร้อยละของคะแนนรวม**
1 ครามฝรั่ง ขาวผ่อง ขนคอนกยูง C99 M79 Y2 K0 C24 M8 Y18 K0 C84 M28 Y35 K2	4.33	39	86.67
2 ขาวขาบ ขาวผ่อง ขนคอนกยูง C24 M8 Y18 K0 C24 M 8 Y18 K0 C93 M57 Y45 K25	3.44	31	68.89
3 ดินแดง ส้ก สัมฤทธิ์ C29 M76 Y82 K22 C21 M 75 Y 92 K9 C57 M56 Y67 K39	2.67	24	53.33
4 เขียวใบแค ม่วงเขียว สัมฤทธิ์ศักดิ์ C87 M42 Y82 K42 C41 M41 Y76 K12 C49 M62 Y43 K15	3.11	28	62.22
5 สัมฤทธิ์เดช หมอก น้ำรัก C66 M56 Y64 K44 C14 M17 Y26 K0 C60 M70 Y70 K70	1.44	13	28.89

สรุปได้ว่า ชุดสีไทยโทนที่สื่อสารความกระตือรือร้น(Active) ได้ดี 3 อันดับ ได้แก่ ชุดสีครามฝรั่ง-ขาวผ่อง-ขนคอนกยูง คิดเป็นร้อยละ 86.67 อันดับที่สอง ชุดสีขาวขาบ-ขาวผ่อง-ขนคอนกยูง คิดเป็นร้อยละ 68.89 และ อันดับสาม ชุดสีเขียวใบแค-ม่วงเขียว-สัมฤทธิ์ศักดิ์ คิดเป็นร้อยละ 62.22 ตามลำดับ

ด้านความสะดวกสบาย(Comfort) ที่ใช้องค์ประกอบเรขศิลป์จากภูเขา

องค์ประกอบทางเรขศิลป์เบื้องต้นจากภูเขาที่สื่อสาร สะดวกสบาย(Comfort) ได้ดี	**ค่าคะแนน (N=9) (Min=1, Max=6)**	**คะแนนรวม (Max = 54)**	**ร้อยละของคะแนนรวม**
	M (ค่าเฉลี่ย)		
จุด (Dot)	4.33	39	72.22
เส้น (Line)	5.56	50	92.59
รูปร่าง (Shape)	5.11	46	85.19
รูปทรง (Form)	1.89	17	31.48
พื้นผิว (Texture)	2.11	19	35.19
ที่ว่าง (Space)	2.00	18	33.33

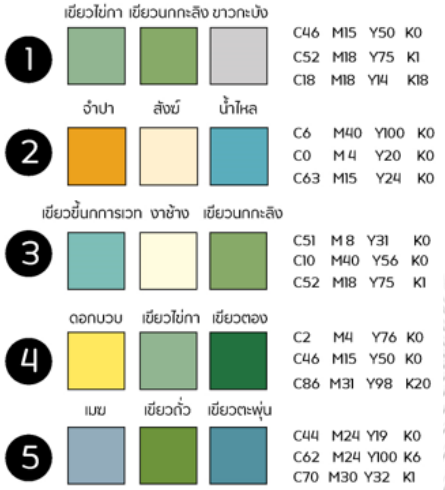
สรุป องค์ประกอบทางเรขศิลป์เบื้องต้นจากภูเขาที่สื่อสารความสะดวกสบาย (Comfort) ได้ดี 3 อันดับ ได้แก่ เส้น (Line) คิดเป็นร้อยละ 92.59 อันดับที่สอง รูปร่าง (Shape) คิดเป็นร้อยละ 85.19 และ อันดับสาม จุด (Dot) คิดเป็นร้อยละ 72.22 ตามลำดับ

หลักการจัดองค์ประกอบที่สื่อสาร ความสะดวกสบาย (Comfort) ได้ดี	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่									**จำนวน (คน)**	**ร้อยละ**
	1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**		
จังหวะ(Rhythm & Pattern)	✓	✓	✓		✓		✓	✓	✓	7	77.78
การวางจังหวะซ้ำกัน (Repetition Rhythm)	✓		✓		✓		✓		✓	5	55.55
การเว้นช่องไฟ (Space)		✓						✓		2	22.22
การเพิ่ม หรือลดขนาด (Enlargement or Reduction)											0
จังหวะก้าวหน้าหรือเคลื่อนไหว (Progressive Rhythm)	✓	✓			✓		✓	✓		5	55.55
การสลับ (Alternative Rhythm)											0
การจัดจังหวะต่อเนื่อง (Continuous Rhythm)	✓				✓					2	22.22
การซ้อนจังหวะปกติ (Regulation Crossing Rhythm)	✓	✓	✓		✓		✓		✓	6	66.67
การซ้อนจังหวะไม่ปกติ										0	0

หลักการจัดองค์ประกอบที่สื่อสาร ความสะดวกสบาย (Comfort) ได้ดี	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่									**จำนวน (คน)**	**ร้อยละ**
	1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**		
(Non-Regulation Crossing Rhythm)											
ความสมดุล (Balance)		✓		✓	✓	✓		✓	✓	6	66.67
สมดุลซ้ายขวาเท่ากัน (Symmetrical Balance)		✓		✓	✓	✓		✓	✓	6	66.67
สมดุลซ้ายขวาไม่เท่ากัน (Asymmetrical Balance)				✓					✓	2	22.22
สมดุลแบบรัศมี (Radial or Spiral)		✓		✓	✓	✓		✓	✓	6	66.67
ความกลมกลืน(Harmony)	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	8	88.89
ความขัดแย้ง (Contrast)										0	0
พื้นที่เชิงบวกและพื้นที่เชิงลบ(Positive & Negative Space)		✓				✓	✓			3	33.33
การเน้น(Emphasis)							✓			1	11.11

หลักการจัดองค์ประกอบที่สื่อสาร ความสะดวกสบาย(Comfort) ได้ดี โดยที่ผู้เชี่ยวชาญเห็นด้วยมากที่สุดเป็นอันดับแรก ได้แก่ ความกลมกลืน(Harmony) โดยคิดเป็นร้อยละ 88.89 ในลำดับรองลงมา จังหวะ(Rhythm & Pattern) ผู้เชี่ยวชาญเห็นด้วยที่ร้อยละ 77.78 โดยเลือก การวางจังหวะซ้ำกัน (Repetition Rhythm), จังหวะก้าวหน้าหรือเคลื่อนไหว (Progressive Rhythm) และการซ้อนจังหวะปกติ (Regulation Crossing Rhythm) และในลำดับสุดท้าย ได้แก่ ความสมดุล (Balance)โดยคิดเป็นร้อยละ 66.67 ของผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ชุดสีไทยโทนที่สื่อสาร ความสะดวกสบาย (Comfort) ได้ดี	ค่าคะแนน (N=9) (Min=1, Max=5) M (ค่าเฉลี่ย)	คะแนนรวม (Max = 45)	ร้อยละของคะแนนรวม
	2.00	18	40.00
	3.00	27	60.00
	3.89	35	77.78
	2.11	19	42.22
	4.00	36	80.00

สรุปได้ว่า ชุดสีไทยโทนที่สื่อสารความสะดวกสบาย(Comfort) ได้ดี 3 อันดับ ได้แก่ ชุดสีเมฆ-เขียวถั่ว-เขียวตะพุ่น คิดเป็นร้อยละ 80.00 อันดับที่สอง ชุดสีเขียวขี้นกการเวท-งาช้าง-เขียวนกกะลิง คิดเป็นร้อยละ 77.78 และ อันดับสาม จำปา-สังฆ์-น้ำไหล คิดเป็นร้อยละ 60.00 ตามลำดับ

ด้านความสงบ(Calmness) ใช้องค์ประกอบทางเรขศิลป์จากภูเขา

องค์ประกอบทางเรขศิลป์เบื้องต้นจากภูเขาที่สื่อสาร สะดวกสบาย(Comfort) ได้ดี	ค่าคะแนน (N=9) (Min=1, Max=6) M (ค่าเฉลี่ย)	คะแนนรวม (Max = 54)	ร้อยละของคะแนนรวม
จุด (Dot)	1.67	15	27.78
เส้น (Line)	4.78	43	79.63
รูปร่าง (Shape)	4.33	39	72.22
รูปทรง (Form)	2.89	26	48.15
พื้นผิว (Texture)	2.11	19	35.19
ที่ว่าง (Space)	5.22	47	87.04

สรุปองค์ประกอบทางเรขศิลป์เบื้องต้นจากภูเขาที่สื่อสารความสงบ(Calmness) ได้ดี 3 อันดับ ได้แก่ ที่ว่าง (Space) คิดเป็นร้อยละ 87.04 อันดับที่สอง เส้น (Line) คิดเป็นร้อยละ 79.63 และ อันดับสาม รูปร่าง (Shape) คิดเป็นร้อยละ 72.22 ตามลำดับ

หลักการจัดองค์ประกอบที่สื่อสาร ความสงบ (Calmness) ได้ดี	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่									**จำนวน (คน)**	**ร้อยละ**
	1	2	3	4	5	6	7	8	9		
จังหวะ(Rhythm & Pattern)	✓		✓		✓	✓	✓			5	55.55
การวางจังหวะซ้ำกัน (Repetition Rhythm)	✓		✓		✓	✓	✓			5	55.55
การเว้นช่องไฟ (Space)										0	0
การเพิ่ม หรือลดขนาด (Enlargement or Reduction)	✓									1	11.11
จังหวะก้าวหน้าหรือเคลื่อนไหว (Progressive Rhythm)	✓		✓		✓	✓	✓			5	55.55
การสลับ(Alternative Rhythm)	✓				✓					2	22.22
การจัดจังหวะต่อเนื่อง (Continuous Rhythm)			✓			✓	✓			3	33.33
การซ้อนจังหวะปกติ (Regulation Crossing Rhythm)	✓		✓		✓	✓	✓			5	55.55
การซ้อนจังหวะไม่ปกติ (Non-Regulation Crossing Rhythm)										0	0
ความสมดุล (Balance)	✓	✓	✓	✓	✓			✓	✓	7	77.78
สมดุลซ้ายขวาเท่ากัน (Symmetrical Balance)	✓	✓	✓	✓	✓			✓	✓	7	77.78
สมดุลซ้ายขวาไม่เท่ากัน (Asymmetrical Balance)										0	0
สมดุลแบบรัศมี (Radial or Spiral)	✓	✓		✓	✓			✓		5	55.55
ความกลมกลืน (Harmony)	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	8	88.89
ความขัดแย้ง (Contrast)										0	0

Chulalongkorn University

หลักการจัดองค์ประกอบที่สื่อสาร ความสงบ (Calmness) ได้ดี	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่									จำนวน (คน)	ร้อยละ
	1	2	3	4	5	6	7	8	9		
พื้นที่เชิงบวกและพื้นที่เชิงลบ(Positive & Negative Space)									✓	1	11.11
การเน้น(Emphasis)										0	0

หลักการจัดองค์ประกอบที่สื่อสารความสงบ (Calmness) ได้ดี โดยที่ผู้เชี่ยวชาญเห็นด้วยมากที่สุดเป็นอันดับแรกได้แก่ ความกลมกลืน(Harmony) โดยคิดเป็นร้อยละ 88.89 ในลำดับถัดมา ความสมดุล (Balance) ผู้เชี่ยวชาญเห็นด้วยที่ร้อยละ 77.78 โดยเลือกสมดุลซ้ายขวาเท่ากัน (Symmetrical Balance) และ สมดุลแบบรัศมี (Radial or Spiral) ในลำดับสุดท้ายที่ผู้เชี่ยวชาญเห็นด้วย คือเรื่องจังหวะ(Rhythm & Pattern) คิดเป็นร้อยละ 55.55 โดยจังหวะที่ถูกเลือก ได้แก่ การวางจังหวะซ้ำกัน (Repetition Rhythm), จังหวะก้าวหน้าหรือเคลื่อนไหว (Progressive Rhythm) และ การซ้อนจังหวะปกติ (Regulation Crossing Rhythm)

ชุดสีไทยโทนที่สื่อสาร ความสงบ(Calmness) ได้ดี	ค่าคะแนน (N=9) (Min=1, Max=5) M (ค่าเฉลี่ย)	คะแนนรวม (Max = 45)	ร้อยละของคะแนนรวม
1 เขียวขี้ม้า C55 M43 Y84 K25 / ปูน C41 M30 Y35 K0 / เขียวไพร C60 M36 Y89 K18	2.89	26	57.78
2 เหล็ก C27 M21 Y25 K0 / เขียวขี้นกการเวก C51 M8 Y31 K0 / เขียวนกกะลิง C52 M18 Y75 K1	4.22	38	84.44
3 ขาวปูนเพชร C10 M11 Y26 K22 / ดิน C10 M40 Y56 K0 / เหลืองเทา C32 M31 Y44 K0	2.33	21	46.67
4 ขาวเมือง C5 M5 Y11 K0 / ขาวขาบ C24 M8 Y18 K0 / เขียวใบแค C87 M42 Y82 K42	2.89	26	57.78
5 เขียวถั่ว C62 M24 Y100 K6 / เขียวไข่กา C46 M15 Y50 K0 / มอหมึก C56 M36 Y46 K6	2.67	24	53.33

สรุปได้ว่า ชุดสีไทยโทนที่สื่อสารความสงบ(Calmness) ได้ดี 3 อันดับ ได้แก่ ชุดสีเหล็ก-เขียวขี้นกการเวท-เขียวนกกะลิง คิดเป็นร้อยละ 84.44 อันดับที่สองและสามได้แก่ ชุดสีเขียวขี้ม้า-ปูน-เขียวไพร และ ชุดสีขาวมือง-ขาวขาบ-เขียวใบแค ได้เท่ากันโดยคิดเป็นร้อยละ 57.78

ด้านความเป็นส่วนตัว(Private) ใช้องค์ประกอบทางเรขศิลป์จากภูเขา

องค์ประกอบทางเรขศิลป์เบื้องต้นจากภูเขาที่สื่อสาร ความเป็นส่วนตัว(Private) ได้ดี	**ค่าคะแนน (N=9) (Min=1, Max=6)** M (ค่าเฉลี่ย)	**คะแนนรวม (Max = 54)**	**ร้อยละของคะแนนรวม**
จุด (Dot)	1.67	15	27.78
เส้น (Line)	4.67	42	77.78
รูปร่าง (Shape)	5.33	48	88.89
รูปทรง (Form)	2.78	25	46.30
พื้นผิว (Texture)	2.22	20	37.04
ที่ว่าง (Space)	4.33	39	72.22

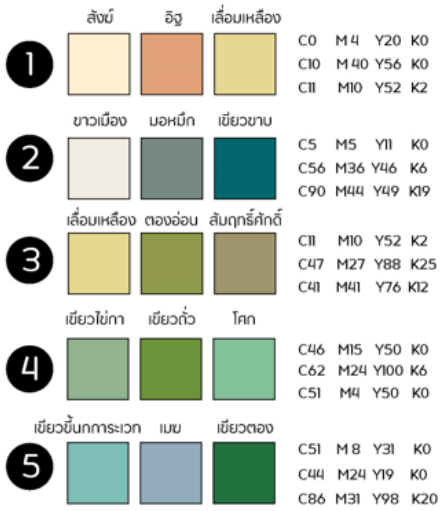
สรุปองค์ประกอบทางเรขศิลป์เบื้องต้นจากภูเขาที่สื่อสารความเป็นส่วนตัว (Private) ได้ดี 3อันดับ ได้แก่ รูปร่าง (Shape) คิดเป็นร้อยละ 88.89 อันดับที่สอง เส้น (Line) คิดเป็นร้อยละ 77.78 และ อันดับสาม ที่ว่าง (Space) คิดเป็นร้อยละ 72.22 ตามลำดับ

หลักการจัดองค์ประกอบที่สื่อสารความเป็นส่วนตัว (Private) ได้ดี	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่									**จำนวน (คน)**	**ร้อยละ**
	1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**		
จังหวะ(Rhythm & Pattern)	✓		✓				✓			3	33.33
การวางจังหวะซ้ำกัน (Repetition Rhythm)										0	0
การเว้นช่องไฟ (Space)			✓							1	11.11
การเพิ่ม หรือลดขนาด (Enlargement or Reduction)	✓						✓			2	22.22
จังหวะก้าวหน้าหรือเคลื่อนไหว (Progressive Rhythm)										0	0
การสลับ(Alternative Rhythm)										0	0

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

หลักการจัดองค์ประกอบที่สื่อสารความเป็นส่วนตัว (Private) ได้ดี	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่									**จำนวน (คน)**	**ร้อยละ**
	1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**		
การจัดจังหวะต่อเนื่อง (Continuous Rhythm)	✓		✓				✓			3	33.33
การซ้อนจังหวะปกติ (Regulation Crossing Rhythm)			✓				✓			2	22.22
การซ้อนจังหวะไม่ปกติ (Non-Regulation Crossing Rhythm)										0	0
ความสมดุล (Balance)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	9	100
สมดุลซ้ายขวาเท่ากัน (Symmetrical Balance)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		8	88.89
สมดุลซ้ายขวาไม่เท่ากัน (Asymmetrical Balance)			✓	✓					✓	3	33.33
สมดุลแบบรัศมี (Radial or Spiral)	✓	✓	✓	✓				✓	✓	6	66.67
ความกลมกลืน(Harmony)	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓		7	77.78
ความขัดแย้ง (Contrast)											
พื้นที่เชิงบวกและพื้นที่เชิงลบ(Positive & Negative Space)	✓		✓	✓	✓		✓			5	55.55
การเน้น(Emphasis)					✓			✓		2	22.22

สรุป หลักการจัดองค์ประกอบที่สื่อสาร ความเป็นส่วนตัว (Private) ได้ดี โดยที่ผู้เชี่ยวชาญเห็นด้วยมากที่สุดเป็นอันดับแรกได้แก่ ความสมดุล (Balance) คิดเป็นร้อยละ 100 โดย เลือกสมดุลซ้ายขวาเท่ากัน (Symmetrical Balance) และ สมดุลแบบรัศมี (Radial or Spiral) ในลำดับถัดมา ความกลมกลืน(Harmony) ผู้เชี่ยวชาญเห็นด้วยที่ร้อยละ 77.78 และในลำดับสุดท้าย พื้นที่เชิงบวกและพื้นที่เชิงลบ (Positive & Negative Space) โดยคิดเป็นร้อยละ 55.55 ตามลำดับ

ชุดสีไทยโทนที่สื่อสาร ความเป็นส่วนตัว (Private) ได้ดี	ค่าคะแนน (N=9) (Min=1, Max=5) M (ค่าเฉลี่ย)	คะแนนรวม (Max = 45)	ร้อยละของคะแนนรวม
	2.33	21	46.67
	3.67	33	73.33
	3.44	31	68.89
	2.67	24	53.33
	2.89	26	57.78

สรุปชุดสีไทยโทนที่สื่อสาร ความเป็นส่วนตัว(Private) ได้ดี 3 อันดับได้แก่ ชุดสีขาวเมือง-มอหมึก-เขียวขาบ คิดเป็นร้อยละ 73.33 อันดับที่สองได้แก่ ชุดสีเลื่อมเหลือง-ตองอ่อน-สัมฤทธิ์ศักดิ์ คิดเป็นร้อยละ 68.89 และอันดับที่สาม ชุดสีเขียวขี้นกการะเวท-เมฆ-เขียวตอง โดยคิดเป็นร้อยละ 57.78

ด้านความคิดสร้างสรรค์(Creativity) ใช้องค์ประกอบเรขศิลป์จากชายหาด

องค์ประกอบทางเรขศิลป์เบื้องต้นจากชายหาดที่สื่อสาร ความคิดสร้างสรรค์(Creativity) ได้ดี	ค่าคะแนน (N=9) (Min=1, Max=6) M (ค่าเฉลี่ย)	คะแนนรวม (Max = 54)	ร้อยละของคะแนนรวม
จุด (Dot)	5.33	48	88.89
เส้น (Line)	4.56	41	75.93
รูปร่าง (Shape)	3.00	27	50.00
รูปทรง (Form)	2.33	21	38.89
พื้นผิว (Texture)	3.44	31	57.41
ที่ว่าง (Space)	2.33	21	38.89

สรุป องค์ประกอบทางเรขศิลป์เบื้องต้นจากชายหาดที่สื่อสารความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) ได้ดี 3 อันดับ ได้แก่ จุด (Dot) คิดเป็นร้อยละ 88.89 อันดับที่สอง เส้น (Line) คิดเป็นร้อยละ 75.93 และ อันดับสาม พื้นผิว (Texture) คิดเป็นร้อยละ 57.41 ตามลำดับ

หลักการจัดองค์ประกอบที่สื่อสารความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) ได้ดี	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่									**จำนวน (คน)**	**ร้อยละ**
	1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**		
จังหวะ(Rhythm & Pattern)	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓		7	77.78
การวางจังหวะซ้ำกัน (Repetition Rhythm)	✓							✓		2	22.22
การเว้นช่องไฟ (Space)	✓	✓	✓		✓		✓	✓		6	66.67
การเพิ่ม หรือลดขนาด (Enlargement or Reduction)	✓				✓	✓				3	33.33
จังหวะก้าวหน้าหรือเคลื่อนไหว (Progressive Rhythm)		✓	✓		✓	✓	✓			5	55.55
การสลับ(Alternative Rhythm)	✓	✓	✓			✓	✓			5	55.55
การจัดจังหวะต่อเนื่อง (Continuous Rhythm)		✓	✓		✓	✓	✓			5	55.55
การซ้อนจังหวะปกติ (Regulation Crossing Rhythm)		✓	✓		✓	✓	✓			5	55.55
การซ้อนจังหวะไม่ปกติ (Non-Regulation Crossing Rhythm)		✓			✓					2	22.22
ความสมดุล (Balance)	✓						✓		✓	3	33.33
สมดุลซ้ายขวาเท่ากัน (Symmetrical Balance)										0	0
สมดุลซ้ายขวาไม่เท่ากัน (Asymmetrical Balance)	✓						✓		✓	3	33.33
สมดุลแบบรัศมี (Radial or Spiral)										0	0
ความกลมกลืน(Harmony)										0	0
ความขัดแย้ง (Contrast)	✓	✓	✓	✓		✓			✓	6	66.67

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

หลักการจัดองค์ประกอบที่สื่อสารความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) ได้ดี	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่									**จำนวน (คน)**	**ร้อยละ**
	1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**		
พื้นที่เชิงบวกและพื้นที่เชิงลบ(Positive & Negative Space)					✓		✓			2	22.22
การเน้น(Emphasis)		✓	✓	✓		✓		✓		5	55.55

สรุป หลักการจัดองค์ประกอบที่สื่อสารความคิดสร้างสรรค์(Creativity) ได้ดี โดยที่ผู้เชี่ยวชาญเห็นด้วยมากที่สุดเป็นอันดับแรกได้แก่ จังหวะ(Rhythm & Pattern) คิดเป็นร้อยละ 77.78 โดยจังหวะที่ได้รับเลือกมีดังต่อไปนี้ การเว้นช่องไฟ (Space), จังหวะก้าวหน้าหรือเคลื่อนไหว (Progressive Rhythm), การสลับ(Alternative Rhythm), การจัดจังหวะต่อเนื่อง (Continuous Rhythm) และ การซ้อนจังหวะปกติ (Regulation Crossing Rhythm) ในลำดับถัดมา ความขัดแย้ง (Contrast) ผู้เชี่ยวชาญเห็นด้วยที่ร้อยละ 66.67 และในลำดับสุดท้าย การเน้น(Emphasis) โดยคิดเป็นร้อยละ 55.55

ชุดสีไทยโทนที่สื่อสาร ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) ได้ดี	**ค่าคะแนน (N=9) (Min=1, Max=5)** M **(ค่าเฉลี่ย)**	**คะแนนรวม (Max = 45)**	ร้อยละของคะแนนรวม
1 เขียวไข่ครุฑ C82 M21 Y48 K2 / ขาวเมือง C5 M5 Y11 K0 / เมฆ C71 M30 Y25 K1	3.67	33	73.33
2 ม่วงคราม C83 M87 Y39 K34 / น้ำตาล C37 M69 Y79 K33 / เขียวตั๊ว C62 M24 Y100 K6	4.11	37	82.22
3 งาช้าง C10 M40 Y56 K0 / ขาวขาบ C24 M8 Y18 K0 / ปูน C41 M30 Y35 K0	3.00	27	60.00
4 ส้มฤทธิ์ C57 M56 Y67 K39 / มหาดไทย C60 M39 Y79 K21 / หมึกจีน C74 M63 Y56 K48	1.44	13	28.89
5 ขาวขาบ C24 M8 Y18 K0 / เทา C53 M41 Y42 K6 / เข้มขาบ C93 M56 Y46 K25	2.78	25	55.56

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สรุปชุดสีไทยโทนที่สื่อสารความคิดสร้างสรรค์(Creativity) ได้ดี 3 อันดับ คือชุดสีม่วงคราม-น้ำตาล-เขียวถั่ว คิดเป็นร้อยละ 82.22 อันดับที่สองได้แก่ ชุดสีเขียวไข่ครุฑ-ขาวเมือง-เมฆ คิดเป็นร้อยละ 73.33 และอันดับที่สาม ชุดสีงาช้าง-ขาวขาม-ปูน โดยคิดเป็นร้อยละ 60.00

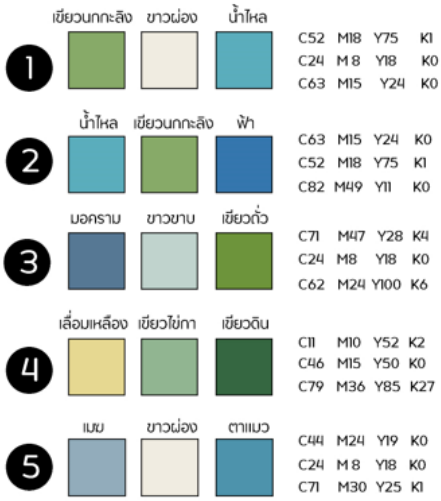
องค์ประกอบทางเรขศิลป์เบื้องต้นจากชายหาดที่สื่อสาร ความคิดสร้างสรรค์(Creativity) ได้ดี	**ค่าคะแนน (N=9) (Min=1, Max=6)** M (ค่าเฉลี่ย)	**คะแนนรวม (Max = 54)**	**ร้อยละของคะแนนรวม**
จุด (Dot)	1.67	15	27.78
เส้น (Line)	5.56	50	92.59
รูปร่าง (Shape)	4.89	44	81.48
รูปทรง (Form)	1.89	17	31.48
พื้นผิว (Texture)	4.33	39	72.22
ที่ว่าง (Space)	2.67	24	44.44

สรุป องค์ประกอบทางเรขศิลป์เบื้องต้นจากชายหาดที่สื่อสารความผ่อนคลาย (Relax) ได้ดี 3 อันดับ ได้แก่ เส้น (Line) คิดเป็นร้อยละ 92.59 อันดับที่สอง รูปร่าง (Shape) คิดเป็นร้อยละ 81.48 และ อันดับสาม พื้นผิว (Texture) คิดเป็นร้อยละ 72.22 ตามลำดับ

หลักการจัดองค์ประกอบที่สื่อสารความผ่อนคลาย (Relax) ได้ดี	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่									**จำนวน (คน)**	**ร้อยละ**
	1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**		
จังหวะ(Rhythm & Pattern)	✓		✓	✓	✓		✓	✓	✓	7	77.78
การวางจังหวะซ้ำกัน (Repetition Rhythm)	✓		✓	✓	✓			✓		5	55.55
การเว้นช่องไฟ (Space)										0	0
การเพิ่ม หรือลดขนาด (Enlargement or Reduction)	✓			✓	✓			✓		4	44.44
จังหวะก้าวหน้าหรือเคลื่อนไหว (Progressive Rhythm)	✓				✓		✓			3	33.33

หลักการจัดองค์ประกอบที่สื่อสารความผ่อนคลาย (Relax) ได้ดี	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่									**จำนวน (คน)**	**ร้อยละ**
	1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**		
การสลับ(Alternative Rhythm)										0	0
การจัดจังหวะต่อเนื่อง (Continuous Rhythm)	✓		✓	✓	✓		✓	✓	✓	7	77.78
การซ้อนจังหวะปกติ (Regulation Crossing Rhythm)	✓		✓	✓	✓			✓	✓	6	66.67
การซ้อนจังหวะไม่ปกติ (Non-Regulation Crossing Rhythm)										0	0
ความสมดุล (Balance)		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	8	88.89
สมดุลซ้ายขวาเท่ากัน (Symmetrical Balance)		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	8	88.89
สมดุลซ้ายขวาไม่เท่ากัน (Asymmetrical Balance)			✓	✓					✓	3	33.33
สมดุลแบบรัศมี (Radial or Spiral)		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	8	88.89
ความกลมกลืน(Harmony)	✓		✓	✓	✓					4	44.44
ความขัดแย้ง (Contrast)										0	0
พื้นที่เชิงบวกและพื้นที่เชิงลบ(Positive & Negative Space)	✓	✓	✓		✓		✓		✓	6	66.67
การเน้น(Emphasis)										0	0

สรุป หลักการจัดองค์ประกอบที่สื่อสารความผ่อนคลาย(Relax) ได้ดี โดยที่ผู้เชี่ยวชาญเห็นด้วยมากที่สุดเป็นอันดับแรกคือ ความสมดุล (Balance)คิดเป็นร้อยละ 88.89 โดยความสมดุลที่ได้รับเลือกมีดังต่อไปนี้ สมดุลซ้ายขวาเท่ากัน (Symmetrical Balance) และ สมดุลแบบรัศมี (Radial or Spiral) ในลำดับถัดมา จังหวะ(Rhythm & Pattern) ผู้เชี่ยวชาญเห็นด้วยที่ร้อยละ 77.78 โดยจังหวะที่ได้รับเลือกได้แก่ การวางจังหวะซ้ำกัน (Repetition Rhythm), การจัดจังหวะต่อเนื่อง (Continuous Rhythm) และ การซ้อนจังหวะปกติ (Regulation Crossing Rhythm) และในลำดับสุดท้าย พื้นที่เชิงบวกและพื้นที่เชิงลบ(Positive & Negative Space) โดยคิดเป็นร้อยละ 66.67

ชุดสีไทยโทนที่สื่อสาร สื่อสารความผ่อนคลาย (Relax) ได้ดี	ค่าคะแนน (N=9) (Min=1, Max=5) M (ค่าเฉลี่ย)	คะแนนรวม (Max = 45)	ร้อยละของคะแนนรวม
	3.56	32	71.11
	4.67	42	93.33
	3.00	27	60.00
	1.67	15	33.33
	2.11	19	42.22

สรุปชุดสีไทยโทนที่สื่อสาร ความผ่อนคลาย(Relax) ได้ดี 3 อันดับ ได่แก่ ชุดสีน้ำไหล-เขียวนกกะลิง-ฟ้า คิดเป็นร้อยละ 93.33 อันดับที่สองได้แก่ ชุดสีเขียวนกกะลิง-ขาวผ่อง-น้ำไหล คิดเป็นร้อยละ 71.11 และอันดับที่สาม ชุดสีมอคราม-ขาวขาบ-เขียวถั่ว โดยคิดเป็นร้อยละ 60.00

ด้านการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม(Social Connection)ที่ใช้องค์ประกอบเรขศิลป์ จากชายหาด

องค์ประกอบทางเรขศิลป์เบื้องต้นจากชายหาดที่สื่อสาร การมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม(Social Connection)ได้ดี	ค่าคะแนน (N=9) (Min=1, Max=6) M (ค่าเฉลี่ย)	คะแนนรวม (Max = 54)	ร้อยละของคะแนนรวม
จุด (Dot)	4.00	36	66.67
เส้น (Line)	4.78	43	79.63
รูปร่าง (Shape)	5.67	51	94.44
รูปทรง (Form)	2.78	25	46.30
พื้นผิว (Texture)	2.22	20	37.04
ที่ว่าง (Space)	1.56	14	25.93

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

สรุปองค์ประกอบทางเรขศิลป์เบื้องต้นจากชายหาดที่สื่อสารการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Social Connection) ได้ดี 3 อันดับ ได้แก่ รูปร่าง (Shape) คิดเป็นร้อยละ 99.44 อันดับที่สอง เส้น (Line) คิดเป็นร้อยละ 79.63 และ อันดับสาม จุด (Dot) คิดเป็นร้อยละ 66.67 ตามลำดับ

หลักการจัดองค์ประกอบที่สื่อสารการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม(Social Connection)ได้ดี	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่									**จำนวน (คน)**	**ร้อยละ**
	1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**		
จังหวะ(Rhythm & Pattern)	✓	✓		✓	✓	✓	✓		✓	7	77.78
การวางจังหวะซ้ำกัน (Repetition Rhythm)	✓	✓		✓		✓			✓	5	55.55
การเว้นช่องไฟ (Space)										0	0
การเพิ่ม หรือลดขนาด (Enlargement or Reduction)		✓				✓				2	22.22
จังหวะก้าวหน้าหรือเคลื่อนไหว (Progressive Rhythm)		✓		✓					✓	3	33.33
การสลับ(Alternative Rhythm)	✓	✓		✓	✓		✓			5	55.55
การจัดจังหวะต่อเนื่อง (Continuous Rhythm)	✓	✓			✓	✓	✓			5	55.55
การซ้อนจังหวะปกติ (Regulation Crossing Rhythm)	✓	✓		✓	✓	✓			✓	6	66.67
การซ้อนจังหวะไม่ปกติ (Non-Regulation Crossing Rhythm)							✓			1	11.11
ความสมดุล (Balance)	✓		✓			✓		✓	✓	5	55.55
สมดุลซ้ายขวาเท่ากัน (Symmetrical Balance)	✓		✓			✓		✓	✓	5	55.55
สมดุลซ้ายขวาไม่เท่ากัน (Asymmetrical Balance)	✓							✓		2	22.22

หลักการจัดองค์ประกอบที่สื่อสารการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม(Social Connection)ได้ดี	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่									**จำนวน (คน)**	**ร้อยละ**
	1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**		
สมดุลแบบรัศมี (Radial or Spiral)	✓		✓			✓		✓	✓	5	55.55
ความกลมกลืน (Harmony)	✓	✓		✓	✓	✓	✓			6	66.67
ความขัดแย้ง (Contrast)										0	0
พื้นที่เชิงบวกและพื้นที่เชิงลบ(Positive & Negative Space)		✓						✓		2	22.22
การเน้น(Emphasis)		✓					✓		✓	3	33.33

สรุป หลักการจัดองค์ประกอบที่สื่อสารการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม(Social Connection)ได้ดี โดยที่ผู้เชี่ยวชาญเห็นด้วยมากที่สุดเป็นอันดับแรกได้แก่ จังหวะ(Rhythm & Pattern) คิดเป็นร้อยละ 77.78 โดยจังหวะที่ได้รับเลือกมีดังต่อไปนี้ การวางจังหวะซ้ำกัน (Repetition Rhythm), การสลับ (Alternative Rhythm), การจัดจังหวะต่อเนื่อง (Continuous Rhythm), การซ้อนจังหวะปกติ (Regulation Crossing Rhythm) ในลำดับถัดมา ความกลมกลืน(Harmony) ผู้เชี่ยวชาญเห็นด้วยที่ร้อยละ 66.67 และในลำดับสุดท้าย ความสมดุล (Balance) คิดเป็นร้อยละ 55.55 โดยสมดุลที่ถูกเลือกได้แก่ สมดุลซ้ายขวาเท่ากัน (Symmetrical Balance) และ สมดุลแบบรัศมี (Radial or Spiral)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ชุดสีไทยโทนที่สื่อสารการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม(Social Connection) ได้ดี	ค่าคะแนน (N=9) (Min=1, Max=5) M (ค่าเฉลี่ย)	คะแนนรวม (Max = 45)	ร้อยละของคะแนนรวม
1 ลูกจันทร์ C5 M25 Y81 K0 / งาช้าง C10 M40 Y56 K0 / เขียวถั่ว C62 M24 Y100 K6	3.22	29	64.44
2 เมฆสนทยา C83 M87 Y39 K34 / เลื่อมเหลือง C11 M10 Y52 K0 / ขนคอนางนกยูง C93 M57 Y45 K25	4.22	38	84.44
3 มะตูมสุก C13 M55 Y99 K1 / หญ้าแพรกอ่อน C15 M7 Y53 K0 / เขียวไข่กา C46 M15 Y50 K0	2.44	22	48.89
4 นาก C19 M65 Y49 K1 / น้ำไหล C63 M15 Y24 K0 / หรดาล C2 M10 Y92 K0	3.67	33	73.33
5 มะตูมสุก C13 M55 Y99 K1 / เขียวตอง C86 M31 Y98 K20 / ทองดอกบวบ C16 M20 Y81 K0	1.44	13	28.89

สรุปชุดสีไทยโทนที่สื่อสาร การมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม(Social Connection) ได้ดี 3 อันดับ ได้แก่ ชุดสีเมฆสนทยา-เลื่อมเหลือง-ขนคอนางนกยูง คิดเป็นร้อยละ 84.44 อันดับที่สองได้แก่ ชุดสีนาก-น้ำไหล-หรดาล คิดเป็นร้อยละ 73.33 และอันดับที่สาม ชุดสีลูกจันทร์-งาช้าง-เขียวถั่ว โดยคิดเป็นร้อยละ 64.44

ด้านการกระตุ้นความอยากอาหาร(Appetite) ที่ใช้องค์ประกอบเรขศิลป์ จากชายหาด

องค์ประกอบทางเรขศิลป์เบื้องต้นจากชายหาดที่สื่อสาร กระตุ้นความอยากอาหาร(Appetite) ได้ดี	ค่าคะแนน (N=9) (Min=1, Max=6) M (ค่าเฉลี่ย)	คะแนนรวม (Max = 54)	ร้อยละของคะแนนรวม
จุด (Dot)	1.56	14	25.93
เส้น (Line)	5.22	47	87.04
รูปร่าง (Shape)	4.56	41	75.93
รูปทรง (Form)	4.44	40	74.07
พื้นผิว (Texture)	2.00	18	33.33
ที่ว่าง (Space)	3.22	29	53.70

สรุปองค์ประกอบทางเรขศิลป์เบื้องต้นจากชายหาดที่สื่อสารการกระตุ้นความอยากอาหาร(Appetite) ได้ดี 3 อันดับ ได้แก่ เส้น (Line) คิดเป็นร้อยละ 87.04 อันดับที่สอง รูปร่าง (Shape) คิดเป็นร้อยละ 75.93 และ อันดับสามรูปทรง (Form) ได้ไกล้เคียงกันโดยคิดเป็นร้อยละ 74.07 ตามลำดับ

หลักการจัดองค์ประกอบที่สื่อสารการกระตุ้นความอยากอาหาร(Appetite) ได้ดี	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่									**จำนวน (คน)**	**ร้อยละ**
	1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**		
จังหวะ(Rhythm & Pattern)	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	8	88.89
การวางจังหวะซ้ำกัน (Repetition Rhythm)										0	0
การเว้นช่องไฟ (Space)	✓		✓	✓		✓		✓	✓	6	66.67
การเพิ่ม หรือลดขนาด (Enlargement or Reduction)		✓		✓	✓	✓		✓		5	55.55
จังหวะก้าวหน้าหรือเคลื่อนไหว (Progressive Rhythm)	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓		6	66.67
การสลับ (Alternative Rhythm)	✓	✓		✓	✓	✓			✓	6	66.67
การจัดจังหวะต่อเนื่อง (Continuous Rhythm)										0	0
การซ้อนจังหวะปกติ (Regulation Crossing Rhythm)										0	0
การซ้อนจังหวะไม่ปกติ (Non-Regulation Crossing Rhythm)		✓				✓			✓	3	33.33
ความสมดุล (Balance)										0	0
สมดุลซ้ายขวาเท่ากัน (Symmetrical Balance)										0	0
สมดุลซ้ายขวาไม่เท่ากัน (Asymmetrical Balance)										0	0
สมดุลแบบรัศมี (Radial or Spiral)										0	0
ความกลมกลืน(Harmony)										0	0
ความขัดแย้ง (Contrast)		✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	7	77.78

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

หลักการจัดองค์ประกอบที่สื่อสารการกระตุ้นความอยากอาหาร(Appetite) ได้ดี	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่									จำนวน (คน)	ร้อยละ
	1	2	3	4	5	6	7	8	9		
พื้นที่เชิงบวกและพื้นที่เชิงลบ(Positive & Negative Space)	✓	✓	✓	✓						4	44.44
การเน้น(Emphasis)	✓	✓	✓		✓	✓	✓			6	66.67

สรุป หลักการจัดองค์ประกอบที่สื่อสารการกระตุ้นความอยากอาหาร(Appetite) ได้ดี โดยที่ผู้เชี่ยวชาญเห็นด้วยมากที่สุดเป็นอันดับแรกคือ จังหวะ(Rhythm & Pattern) คิดเป็นร้อยละ 88.89 โดยจังหวะที่ได้รับเลือกมีดังต่อไปนี้ การเว้นช่องไฟ (Space) , การเพิ่ม หรือลดขนาด (Enlargement or Reduction), จังหวะก้าวหน้าหรือเคลื่อนไหว (Progressive Rhythm), และ การสลับ (Alternative Rhythm)ในลำดับถัดมา ความขัดแย้ง (Contrast) ผู้เชี่ยวชาญเห็นด้วยที่ร้อยละ 77.78 และในลำดับสุดท้าย การเน้น(Emphasis) คิดเป็นร้อยละ 66.67

ชุดสีไทยโทนที่สื่อสารการกระตุ้นความอยากอาหาร(Appetite) ได้ดี	ค่าคะแนน (N=9) (Min=1, Max=5) M (ค่าเฉลี่ย)	คะแนนรวม (Max = 45)	ร้อยละของคะแนนรวม
1 หมากสุก สัก ลูกจันทร์ C0 M71 Y89 K0 C21 M75 Y92 K9 C5 M25 Y81 K0	3.44	31	68.89
2 หรดาล ทองชมพูนุช สังฆ์ C2 M10 Y92 K0 C15 M35 Y91 K0 C0 M4 Y20 K0	4.44	40	88.89
3 หงเสน เหลืองไหล เขียวตะพุ่น C0 M60 Y60 K0 C11 M10 Y100 K0 C70 M30 Y32 K1	2.44	22	48.89
4 เมฆสนทยา งาช้าง ขนคอนางนกยูง C83 M87 Y39 K34 C10 M40 Y56 K0 C93 M57 Y45 K25	2.11	19	42.22
5 ช้างเผือก ดอกบวบ เขียวนกกะลิง C11 M45 Y46 K0 C2 M24 Y76 K0 C52 M18 Y75 K1	2.56	23	51.11

สรุปชุดสีไทยโทนที่สื่อสาร การกระตุ้นความอยากอาหาร(Appetite)ได้ดี 3 อันดับ ได้แก่ ชุดสีหรดาล-ทองชมพูนุช-สังฆ์ คิดเป็นร้อยละ 88.89 อันดับที่สองได้แก่ ชุดสีหมากสุก-สัก-ลูกจันทร์ คิดเป็นร้อยละ 68.89 และอันดับที่สาม ชุดสีช้างเผือก-ดอกบวบ-เขียวนกกะลิง โดยคิดเป็นร้อยละ 51.11

ด้านการสร้างสมาธิ(Concentrate) ที่ใช้องค์ประกอบเรขศิลป์จากถ้ำ

องค์ประกอบทางเรขศิลป์เบื้องต้นจากถ้ำที่สื่อสารด้านการสร้างสมาธิ(Concentrate) ได้ดี	**ค่าคะแนน (N=9) (Min=1, Max=6)** M (ค่าเฉลี่ย)	**คะแนนรวม (Max = 54)**	**ร้อยละของคะแนนรวม**
จุด (Dot)	1.89	17	31.48
เส้น (Line)	4.78	43	79.63
รูปร่าง (Shape)	4.22	38	70.37
รูปทรง (Form)	3.11	28	51.85
พื้นผิว (Texture)	1.78	16	29.63
ที่ว่าง (Space)	5.22	47	87.04

สรุป องค์ประกอบทางเรขศิลป์เบื้องต้นจากถ้ำที่สื่อสารด้านการสร้างสมาธิ (Concentrate) ได้ดี 3อันดับ ได้แก่ ที่ว่าง (Space) คิดเป็นร้อยละ 87.04 อันดับที่สอง เส้น (Line) คิดเป็นร้อยละ 79.63 และ อันดับสาม รูปร่าง (Shape) คิดเป็นร้อยละ 70.37 ตามลำดับ

หลักการจัดองค์ประกอบที่สื่อสารด้านการสร้างสมาธิ (Concentrate) ได้ดี	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่									**จำนวน (คน)**	**ร้อยละ**
	1	2	3	4	5	6	7	8	9		
จังหวะ(Rhythm & Pattern)	✓	✓	✓		✓		✓			5	55.55
การวางจังหวะซ้ำกัน (Repetition Rhythm)	✓	✓	✓		✓		✓			5	55.55
การเว้นช่องไฟ (Space)										0	0
การเพิ่ม หรือลดขนาด (Enlargement or Reduction)										0	0
จังหวะก้าวหน้าหรือเคลื่อนไหว (Progressive Rhythm)	✓				✓					2	22.22
การสลับ(Alternative Rhythm)										0	0
การจัดจังหวะต่อเนื่อง (Continuous Rhythm)	✓	✓	✓		✓		✓			5	55.55

หลักการจัดองค์ประกอบที่สื่อสารด้านการสร้างสมาธิ (Concentrate) ได้ดี	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่									**จำนวน (คน)**	**ร้อยละ**
	1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**		
การซ้อนจังหวะปกติ (Regulation Crossing Rhythm)	✓	✓	✓		✓		✓			5	55.55
การซ้อนจังหวะไม่ปกติ (Non-Regulation Crossing Rhythm)										0	0
ความสมดุล (Balance)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	9	100
สมดุลซ้ายขวาเท่ากัน (Symmetrical Balance)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	9	100
สมดุลซ้ายขวาไม่เท่ากัน (Asymmetrical Balance)										0	0
สมดุลแบบรัศมี (Radial or Spiral)	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓		7	77.78
ความกลมกลืน(Harmony)		✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	7	77.78
ความขัดแย้ง (Contrast)										0	0
พื้นที่เชิงบวกและพื้นที่เชิงลบ(Positive & Negative Space)										0	0
การเน้น(Emphasis)										0	0

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

สรุป หลักการจัดองค์ประกอบที่สื่อสารด้านการสร้างสมาธิ(Concentrate) ได้ดี โดยที่ผู้เชี่ยวชาญเห็นด้วยมากที่สุดเป็นอันดับแรกคือ ความสมดุล (Balance) คิดเป็นร้อยละ 100 โดยสมดุลที่เลือกคือ สมดุลซ้ายขวาเท่ากัน (Symmetrical Balance) และ สมดุลแบบรัศมี (Radial or Spiral) ในลำดับถัดมา ความกลมกลืน(Harmony) ผู้เชี่ยวชาญเห็นด้วยที่ร้อยละ 77.78 และในลำดับสุดท้าย จังหวะ(Rhythm & Pattern) คิดเป็นร้อยละ 55.55 โดยจังหวะที่เลือกได้แก่ การวางจังหวะซ้ำกัน (Repetition Rhythm), การจัดจังหวะต่อเนื่อง (Continuous Rhythm) และ การซ้อนจังหวะปกติ (Regulation Crossing Rhythm)

ชุดสีไทยโทนที่สื่อสารด้านการสร้างสมาธิ (Concentrate) ได้ดี	ค่าคะแนน (N=9) (Min=1, Max=5) M (ค่าเฉลี่ย)	คะแนนรวม (Max = 45)	ร้อยละของคะแนนรวม
1 ขาวขาบ เหล็ก ทองแดงลุก C24 M8 Y18 K0 C27 M21 Y25 K0 C15 M50 Y6 K0	2.33	21	46.67
2 น้ำตาล ควายเผือก ดิน C37 M69 Y79 K33 C5 M25 Y24 K0 C10 M40 Y56 K0	3.67	33	73.33
3 เขียวดิน ส้มฤทธิ์ศักดิ์ หมึกจีน C11 M10 Y52 K2 C49 M62 Y43 K15 C74 M63 Y56 K48	2.44	22	48.89
4 เสื่อมพราย ดอกเลา เหล็กไหล C11 M25 Y31 K0 C31 M25 Y30 K0 C64 M63 Y73 K73	3.56	32	71.11
5 เข้มขาบ ขาวขาบ เทาเขียว C24 M8 Y18 K0 C24 M8 Y18 K0 C46 M25 Y35 K0	3.00	27	60.00

สรุปชุดสีไทยโทนที่สื่อสารด้านการสร้างสมาธิ(Concentrate) ได้ดี 3 อันดับ ได้แก่ น้ำตาล-ควายเผือก-ดิน คิดเป็นร้อยละ 73.33 อันดับที่สองตามมาด้วยอันตราส่วนที่ใกล้เคียงได้แก่ ชุดสีเสื่อมพราย-ดอกเลา-เหล็กไหล โดยคิดเป็นร้อยละ 71.11 และอันดับที่สาม ชุดสีเข้มขาบ-ขาวขาบ-เทาเขียว โดยคิดเป็นร้อยละ 60.00

ข้อเสนอแนะในการออกแบบของผู้เชี่ยวชาญ

1. ด้านแนวคิดไบโอฟิลเลีย

การใช้ภาพในการออกแบบ ในกรณีที่พื้นที่ในการออกแบบมีขนาดใหญ่ เพียงพอที่จะนำต้นไม้เข้ามาประดับตกแต่งได้ นักออกแบบสามารถใช้ภาพประกอบจากคอมพิวเตอร์(Computer Graphic illustration) เพื่อง่ายต่อการจัดองค์ประกอบทางเรขศิลป์(Composition) แต่ในกรณีที่พื้นที่การออกแบบมีขนาดจำกัด ไม่สามารถนำต้นไม้หรือวัสดุธรรมชาติเข้ามาสร้างพื้นผิวได้ นักออกแบบสามารถนำเทคนิคการออกแบบภาพมาผสมผสานกัน ให้เกิดมิติและการเข้าถึงบรรยากาศในขอบเขตแนวคิดไบโอฟิลเลียได้มากขึ้น เช่น การนำภาพถ่ายทางธรรมชาติมาไว้ในบางจุดของห้อง ผสมผสานกับเทคนิคการใช้ภาพประกอบจากคอมพิวเตอร์(Computer Graphic illustration) หรือภาพตกแต่งจากคอมพิวเตอร์ (Computer Retouch)ไว้ในพื้นที่เดียวกัน และสามารถใช้เฟอร์นิเจอร์จากวัสดุ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ธรรมชาติ รูปทรงที่เป็นธรรมชาติ การจัดวางเลียนแบบธรรมชาติ เข้ามาช่วยส่งเสริมความเป็นแนวคิดไบโอฟิลเลียได้อีกนัยนึง

2. ด้านองค์ประกอบเรขศิลป์เบื้องต้นจากแนวคิดไบโอฟิลเลีย

ผู้เชี่ยวชาญแนะนำ การใช้คำจำกัดความ ในการใช้องค์ประกอบการทางเรขศิลป์เบื้องต้น ที่จะช่วยสื่อสารทางด้านอารมณ์และบรรยากาศได้ตรงกับความต้องการของกลุ่มตัวอย่างมากขึ้น

2.1 ความกระตือรือร้น (Active) จากบรรยากาศน้ำตก ใช้เส้นประแนวเฉียง รูปทรงธรรมชาติพื้นผิวขรุขระ ไม่สม่ำเสมอ เคลื่อนไหว ไม่หยุดนิ่ง

2.2 ความกระฉับกระเฉง (Energetic) จากบรรยากาศน้ำตก ใช้เส้นที่นำสายตา จุดมีหลาย ขนาด รูปร่างอิสระ มีการเคลื่อนไหว

2.3 ความสะดวกสบาย (Comfort) จากบรรยากาศภูเขา ใช้เส้นคลื่น รูปร่างโค้งวงกว้าง จุดค่อยๆกระจายตัว สบายตา

2.4 ความสงบ (Calmness) จากบรรยากาศภูเขา ใช้พื้นที่สร้างบริเวณว่าง เส้นตรงแนวนอน รูปร่างโค้งภูเขา แบบสม่ำเสมอ วางด้านใดด้านหนึ่งติดกับพื้นราบ

2.5 ความเป็นส่วนตัว (Private) จากบรรยากาศภูเขา รูปร่างที่ปิดล้อม เส้นที่ถูกควบคุมการเคลื่อนไหว วางบนเส้นระนาบ ที่ว่างใช้การซ้อนกันของภูเขา

2.6 กระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) จากบรรยากาศชายหาด ใช้จุดอิสระไร้ทิศทาง เส้นลื่นไหลมีขนาดแปรปรวน พื้นผิวลักษณะหยาบเล็กน้อย มีร่องรอยไม่สม่ำเสมอ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

2.7 ความผ่อนคลาย (Relax) จากบรรยากาศชายหาด ใช้เส้นคลื่นต่ำที่เคลื่อนไหวช้าๆ รูปร่างอิสระ พื้นผิวบางเบาไหลลื่น สบายตา

2.8 มีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Social Connection) จากบรรยากาศชายหาด ใช้รูปร่างของคลื่น เส้นแบบเกลียว ใช้จุดหลากหลายขนาด มีการกระจายตัวและค่อยๆรวมตัวกันในทิศทางหนึ่ง

2.9 กระตุ้นความอยากอาหาร(Appetite) จากบรรยากาศชายหาด เส้นประที่เรียงต่อกันเป็นคลื่น รูปร่างรูปทรงไม่สมบูรณ์รอการเติมเต็ม

2.10 สร้างสมาธิ(Concentrate) จากบรรยากาศของถ้ำ วางวัตถุเล็กลงบนพื้นที่โล่งกว้าง เส้นตรงแนวนอน รูปร่างที่มีฐานกว้างและแคบขึ้นไปคล้ายพีระมิด เส้นตรงแนวนอน

ตารางที่ 4.21 สรุปข้อมูลด้านการเชื่อมโยงหลักการออกแบบเรขศิลป์กับความต้องการของเจเนอเรชั่นวาย ในพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน(Co-Working Space)

อารมณ์และบรรยากาศ	**ห้อง/โซน สำนักงานร่วมแบ่งปัน**	**องค์ประกอบเรขศิลป์เบื้องต้น**	**การจัดองค์ประกอบ**	**ชุดสี**
1.ความกระตือรือร้น (Active)	1.ส่วนต้อนรับ 2.ห้องประชุม 3.ห้องปริ้นเตอร์/โทรศัพท์	1.เส้น 2.รูปทรง 3.พื้นผิว	**1.จังหวะ** -การเพิ่ม หรือลดขนาด - จังหวะก้าวหน้าหรือเคลื่อนไหว -การจัดจังหวะต่อเนื่อง **2.ความขัดแย้ง** **3.พื้นที่เชิงบวกและพื้นที่เชิงลบ**	
2.ความกระฉับกระเฉง (Energetic)	1.ส่วนต้อนรับ 2.ห้องปริ้นเตอร์/โทรศัพท์	1.เส้น 2.จุด 3.รูปร่าง	**1.จังหวะ** -การเพิ่ม หรือลดขนาด -จังหวะก้าวหน้าหรือเคลื่อนไหว -การจัดจังหวะต่อเนื่อง **2.ความขัดแย้ง** **3.พื้นที่เชิงบวกและพื้นที่เชิงลบ**	

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

อารมณ์และบรรยากาศ	ห้อง/โซน สำนักงานร่วมแบ่งปัน	องค์ประกอบเรขศิลป์เบื้องต้น	การจัดองค์ประกอบ	ชุดสี
3.ความสะดวกสบาย (Comfort)	1.ส่วนต้อนรับ 2.พื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน 3.สำนักงานส่วนตัว 4.พื้นที่ทานอาหาร 5.คาเฟ่ 6.ห้องพักผ่อน 7.ห้องสมุด 8.ห้องปริ้นเตอร์/โทรศัพท์	1.เส้น 2.รูปร่าง 3.จุด	**1.ความกลมกลืน** **2.จังหวะ** -การวางจังหวะซ้ำกัน -จังหวะก้าวหน้าหรือเคลื่อนไหว -การซ้อนจังหวะปกติ **3.ความสมดุล** -สมดุลซ้ายขวาเท่ากัน -สมดุลแบบรัศมี	
4.สร้างความสงบ (Calmness)	1.สำนักงานส่วนตัว 2.ห้องสมุด	1.ที่ว่าง 2.เส้น 3.รูปร่าง	**1.ความกลมกลืน** **2.ความสมดุล** -สมดุลซ้ายขวาเท่ากัน -สมดุลแบบรัศมี **3.จังหวะ** -การวางจังหวะซ้ำกัน -จังหวะก้าวหน้าหรือเคลื่อนไหว -การซ้อนจังหวะปกติ	

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

อารมณ์และบรรยากาศ	ห้อง/โซน สำนักงานร่วมแบ่งปัน	องค์ประกอบเรขศิลป์เบื้องต้น	การจัดองค์ประกอบ	ชุดสี
5.ความเป็นส่วนตัว (Private)	1.สำนักงานส่วนตัว 2.ห้องพักผ่อน	1.รูปร่าง 2.เส้น 3.ที่ว่าง	**1.ความสมดุล** -สมดุลซ้ายขวาเท่ากัน -สมดุลแบบรัศมี **2.ความกลมกลืน** **3.พื้นที่เชิงบวกและพื้นที่เชิงลบ**	
6.กระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ (Creativity)	1.พื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน 2.ห้องประชุม	1.จุด 2.เส้น 3.พื้นผิว	**1.จังหวะ** -การเว้นช่องไฟ - จังหวะก้าวหน้าหรือเคลื่อนไหว - การสลับ - การซ้อนจังหวะปกติ **2.ความขัดแย้ง** **3.การเน้น**	
7.ความผ่อนคลาย (Relax)	1.พื้นที่ทานอาหาร 2.คาเฟ่ 3.ห้องพักผ่อน	1.เส้น 2.รูปร่าง 3.พื้นผิว	**1.ความสมดุล** -สมดุลซ้ายขวาเท่ากัน -สมดุลแบบรัศมี **2.จังหวะ** -การวางจังหวะซ้ำกัน -การจัดจังหวะต่อเนื่อง -การซ้อนจังหวะปกติ **3.พื้นที่เชิงบวกและพื้นที่เชิงลบ**	

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

อารมณ์และบรรยากาศ	ห้อง/โซน สำนักงานร่วมแบ่งปัน	องค์ประกอบเรขศิลป์เบื้องต้น	การจัดองค์ประกอบ	ชุดสี
8.มีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Social Connection)	1.พื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน 2.ห้องประชุม 3.คาเฟ่	1.รูปร่าง 2.เส้น 3.จุด	**1.จังหวะ** -การวางจังหวะซ้ำกัน -การสลับ -การจัดจังหวะต่อเนื่อง -การซ้อนจังหวะปกติ **2.ความกลมกลืน** **3.ความสมดุล** -สมดุลซ้ายขวาเท่ากัน -สมดุลแบบรัศมี	
9.กระตุ้นความอยากอาหาร (Appetite)	1.พื้นที่ทานอาหาร	1.เส้น 2.รูปร่าง 3.รูปทรง	**1.จังหวะ** -การเว้นช่องไฟ -การเพิ่ม หรือลดขนาด -จังหวะก้าวหน้าหรือเคลื่อนไหวต่อเนื่อง -การสลับ **2.ความขัดแย้ง** **3.การเน้น**	

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

อารมณ์และบรรยากาศ	ห้อง/โซน สำนักงานร่วมแบ่งปัน	องค์ประกอบเรขศิลป์เบื้องต้น	การจัดองค์ประกอบ	ชุดสี
10.สร้างสมาธิ (Concentrate)	1.ห้องสมุด	1.ที่ว่าง 2.รูปร่าง 3.เส้น	**1.ความสมดุล** **2.ความกลมกลืน** **3.จังหวะ** -การวางจังหวะซ้ำกัน -การจัดจังหวะต่อเนื่อง -การซ้อนจังหวะปกติ -สมดุลซ้ายขวาเท่ากัน -สมดุลแบบรัศมี	

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับเรขศิลป์ที่เหมาะสมกับบุคลิกของแบรนด์ (Brand Personality) เพื่อนำไปสู่การออกแบบส่วนแบรนด์ในสำนักงานร่วมแบ่งปัน เช่น สัญลักษณ์ภาพ, ป้ายสัญลักษณ์ ที่อยู่ในขอบเขตของPlacemaking

ด้านองค์ประกอบเรขศิลป์สิ่งแวดล้อมที่เหมาะสำหรับการออกแบบแบรนด์ที่มีบุคลิกภาพจริงใจ (Sincerity)

ประเภทตัวอักษร (ภาษาอังกฤษ)	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่									**จำนวน (คน)**	**ร้อยละ**
	1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**		
แบบคัดลายมือ (Text letters or blackletter Typeface)										0	0
แบบตัวเขียน (Script or Cursive Typefaces)		✓	✓	✓		✓			✓	5	55.55
แบบโอลด์สไตล์(Old style)										0	0
แบบทรานสิชันแนล (Transitional)	✓				✓	✓		✓		4	44.44
แบบสแคว์เซอรีฟ (Square serif)	✓	✓								2	22.22
โมเดิร์น(Modern)										0	0
แซน เซอรีฟ (San-serif Typefaces)	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓		7	77.78
ดิสเพลย์ (Display)										0	0

สรุปประเภทตัวอักษร (ภาษาอังกฤษ) ที่เหมาะกับแบรนด์บุคลิกภาพจริงใจ(Sincerity) ได้แก่ แซน เซอรีฟ (San-serif Typefaces) คิดเป็นร้อยละ 77.78 และ แบบตัวเขียน (Script or Cursive Typefaces) คิดเป็นร้อยละ 55.55

ประเภทตัวอักษร (ภาษาไทย)	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่									จำนวน (คน)	ร้อยละ
	1	2	3	4	5	6	7	8	9		
ตัวเนื้อความแบบหัวกลม	✓	✓	✓		✓	✓		✓		6	66.67
ตัวตกแต่งแบบมีหัว		✓				✓				2	22.22
ตัวตกแต่งแบบตัวไม่มีหัวหรือมีหัวเป็นเชิง	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		7	77.78
ตัวอาลักษณ์										0	0
ตัวลายมือเขียน				✓					✓	2	22.22

สรุปประเภทตัวอักษร (ภาษาไทย) ที่เหมาะกับแบรนด์บุคลิกภาพจริงใจ (Sincerity) ได้แก่ ตัวตกแต่งแบบตัวไม่มีหัว หรือมีหัวเป็นเชิง คิดเป็นร้อยละ 77.78 และ ตัวเนื้อความแบบหัวกลม คิดเป็นร้อยละ 66.67

ประเภทรูปทรง	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่									จำนวน (คน)	ร้อยละ
	1	2	3	4	5	6	7	8	9		
รูปทรงเรขาคณิต (Geometric)							✓			1	11.11
รูปทรงธรรมชาติ (Organic)	✓	✓			✓	✓		✓	✓	6	66.67
รูปที่มีด้านเป็นเส้นตรง (Rectilinear)				✓						1	11.11
รูปที่ผิดปกติ (Irregular)										0	0
รูปอิสระ (Hand-Draw)			✓							1	11.11
รูปจากอุบัติเหตุ (Accidental)										0	0

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

สรุปประเภทรูปทรง ที่เหมาะสมที่จะนำมาออกแบบแบรนด์กับบุคลิกภาพจริงใจ(Sincerity) ผู้เชี่ยวชาญเห็นด้วยมากที่สุด คือ รูปทรงธรรมชาติ (Organic) คิดเป็นร้อยละ 66.67

รูปแบบการออกแบบ (Style)	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่									**จำนวน (คน)**	**ร้อยละ**
	1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**		
การออกแบบแนวเชิงความคิด (Conceptual Art)	✓		✓	✓	✓		✓	✓	✓	7	77.78
การออกแบบด้วยภาพประกอบสมจริง (Photorealism)				✓						1	11.11
การออกแบบจากรูปทรงธรรมชาติ (Organic & Natural)	✓	✓		✓		✓	✓	✓	✓	7	77.78
การออกแบบแนวดิบ (Grunge)										0	0
การออกแบบใช้ความเป็นผู้ชาย (Masculine)										0	0
การออกแบบแนวใช้สีสันสนุกสนาน (Fun and Playful)	✓			✓		✓	✓		✓	5	55.55
การออกแบบแนวนามธรรม (Abstract)										0	0
การออกแบบจากความหรูหรา (Luxurious)										0	0
การออกแบบโดยใช้ความเป็นผู้หญิง (Feminine)				✓						1	11.11
การออกแบบแนวสะอาดเรียบง่าย (Clean & Minimalist)	✓					✓				2	22.22
การออกแบบภาพลักษณ์มืออาชีพ (Professional)										0	0
การออกแบบสไตล์ 3 มิติ (3 Dimension)										0	0
การออกแบบสไตล์ภาพประกอบ (illustrated)										0	0
การออกแบบจากตัวอักษร (Typographic)								✓		1	11.11

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

รูปแบบการออกแบบ (Style)	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่									**จำนวน (คน)**	**ร้อยละ**
	1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**		
การออกแบบให้ความเรียบแบน (Flat)	✓	✓				✓				3	33.33
การออกแบบสไตล์วินเทจย้อนยุค (Vintage & Retro)										0	0
การออกแบบจากรูปทรงเรขาคณิต (Geometric)									✓	1	11.11

สรุปประเภทรูปแบบการออกแบบ (Style) ที่เหมาะสมกับแบรนด์บุคลิกภาพจริงใจ (Sincerity) มากที่สุด ได้แก่การออกแบบแนวเชิงความคิด (Conceptual Art) และการออกแบบจากรูปทรงธรรมชาติ (Organic & Natural) เท่ากันคิดเป็นร้อยละ 77.78 และการออกแบบแนวใช้สีสันสนุกสนาน (Fun and Playful) คิดเป็นร้อยละ55.55

ด้านองค์ประกอบเรขศิลป์สิ่งแวดล้อมที่เหมาะสำหรับการออกแบบแบรนด์ที่มีบุคลิกภาพน่าตื่นเต้น (Excitement)

ประเภทตัวอักษร (ภาษาอังกฤษ)	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่									**จำนวน (คน)**	**ร้อยละ**
	1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**		
แบบคัดลายมือ (Text letters or blackletter Typeface)		✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	7	77.78
แบบตัวเขียน (Script or Cursive Typefaces)	✓			✓	✓					3	33.33
แบบโอลด์สไตล์(Old style)										0	0
แบบทรานสิชันแนล (Transitional)					✓					1	11.11
แบบสแคว์เซอรีฟ (Square serif)		✓								1	11.11
โมเดิร์น(Modern)	✓		✓		✓			✓	✓	5	55.55
แซน เซอรีฟ (San-serif Typefaces)										0	0
ดิสเพลย์ (Display)										0	0

CHULALONGKORN UNIVERSITY

สรุปประเภทตัวอักษร (ภาษาอังกฤษ) ที่เหมาะกับแบรนด์บุคลิกภาพน่าตื่นเต้น(Excitement) ได้แก่ แบบคัดลายมือ (Text letters or blackletter Typeface) คิดเป็นร้อยละ 77.78 และ โมเดิร์น(Modern) คิดเป็นร้อยละ 55.55

ประเภทตัวอักษร (ภาษาไทย)	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่									**จำนวน (คน)**	**ร้อยละ**
	1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**		
ตัวเนื้อความแบบหัวกลม	✓					✓				2	22.22
ตัวตกแต่งแบบมีหัว					✓					1	11.11
ตัวตกแต่งแบบตัวไม่มีหัวหรือมีหัวเป็นเชิง	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	8	88.89
ตัวอาลักษณ์										0	0
ตัวลายมือเขียน		✓		✓	✓			✓	✓	5	55.55

สรุปประเภทตัวอักษร (ภาษาไทย) ที่เหมาะกับแบรนด์บุคลิกภาพน่าตื่นเต้น(Excitement) ได้แก่ ตัวตกแต่งแบบตัวไม่มีหัว หรือมีหัวเป็นเชิง คิดเป็นร้อยละ 88.89 และตัวลายมือเขียน คิดเป็นร้อยละ 55.55

ประเภทรูปทรง	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่									**จำนวน (คน)**	**ร้อยละ**
	1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**		
รูปทรงเรขาคณิต (Geometric)										0	0
รูปทรงธรรมชาติ (Organic)										0	0
รูปที่มีด้านเป็นเส้นตรง (Rectilinear)	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓		8	88.89
รูปที่ผิดปกติ (Irregular)			✓						✓	2	22.22
รูปอิสระ (Hand-Draw)										0	0
รูปจากอุบัติเหตุ (Accidental)										0	0

สรุปประเภทรูปทรง ที่เหมาะกับแบรนด์บุคลิกภาพน่าตื่นเต้น(Excitement)) ผู้เชี่ยวชาญเห็นด้วยมากที่สุด ได้แก่ รูปที่มีด้านเป็นเส้นตรง (Rectilinear) คิดเป็นร้อยละ 88.89

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

รูปแบบการออกแบบ (Style)	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่									**จำนวน (คน)**	**ร้อยละ**
	1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**		
การออกแบบแนวเชิงความคิด (Conceptual Art)		✓			✓					2	22.22
การออกแบบด้วยภาพประกอบสมจริง (Photorealism)			✓	✓						2	22.22
การออกแบบจากรูปทรงธรรมชาติ (Organic & Natural)										0	0
การออกแบบแนวดิบ (Grunge)										0	0
การออกแบบใช้ความเป็นผู้ชาย (Masculine)										0	0
การออกแบบแนวใช้สีสันสนุกสนาน (Fun and Playful)	✓							✓	✓	3	33.33
การออกแบบแนวนามธรรม (Abstract)										0	0
การออกแบบจากความหรูหรา (Luxurious)										0	0
การออกแบบโดยใช้ความเป็นผู้หญิง (Feminine)										0	0
การออกแบบแนวสะอาดเรียบง่าย (Clean & Minimalist)										0	0
การออกแบบภาพลักษณ์มืออาชีพ (Professional)										0	0
การออกแบบสไตล์ 3 มิติ (3 Dimension)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		8	88.89
การออกแบบสไตล์ภาพประกอบ (illustrated)	✓	✓		✓	✓	✓	✓		✓	7	77.78
การออกแบบจากตัวอักษร (Typographic)	✓		✓		✓	✓	✓			5	55.55

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

รูปแบบการออกแบบ (Style)	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่									**จำนวน (คน)**	**ร้อยละ**
	1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**		
การออกแบบให้ความเรียบแบน (Flat)										0	0
การออกแบบสไตล์วินเทจย้อนยุค (Vintage & Retro)										0	0
การออกแบบจากรูปทรงเรขาคณิต (Geometric)	✓									1	11.11

สรุปประเภทรูปแบบการออกแบบ(Style) ที่เหมาะสมกับแบรนด์บุคลิกภาพน่าตื่นเต้น (Excitement) ได้แก่ การออกแบบสไตล์ 3 มิติ (3 Dimension) คิดเป็นร้อยละ 88.89, การออกแบบสไตล์ภาพประกอบ (illustrated) คิดเป็นร้อยละ 77.78 และ การออกแบบจากตัวอักษร (Typographic) คิดเป็นร้อยละ 55.55

ด้านองค์ประกอบเรขศิลป์สิ่งแวดล้อมที่เหมาะสำหรับการออกแบบแบรนด์ที่มีบุคลิกภาพมีความสามารถ(Competence)

ประเภทตัวอักษร (ภาษาอังกฤษ)	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่									**จำนวน (คน)**	**ร้อยละ**
	1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**		
แบบคัดลายมือ (Text letters or blackletter Typeface)		✓			✓					2	22.22
แบบตัวเขียน (Script or Cursive Typefaces)							✓		✓	2	22.22
แบบโอลด์สไตล์(Old style)				✓	✓	✓				3	33.33
แบบทรานสิชันแนล (Transitional)		✓	✓	✓	✓	✓		✓		6	66.67
แบบสแคว์เซอรีฟ (Square serif)	✓				✓					2	22.22
โมเดิร์น(Modern)	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	8	88.89
แซน เซอรีฟ (San-serif Typefaces)		✓					✓			2	22.22
ดิสเพลย์ (Display)										0	0

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

สรุปประเภทตัวอักษร (ภาษาอังกฤษ) ที่เหมาะสมกับแบรนด์บุคลิกภาพมีความสามารถ (Competence) ได้แก่ โมเดิร์น(Modern) คิดเป็นร้อยละ 88.89 และ แบบทรานสิชันแนล (Transitional) คิดเป็นร้อยละ 66.67

ประเภทตัวอักษร (ภาษาไทย)	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่									**จำนวน (คน)**	**ร้อยละ**
	1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**		
ตัวเนื้อความแบบหัวกลม	✓	✓		✓	✓	✓		✓	✓	7	77.78
ตัวตกแต่งแบบมีหัว			✓		✓					2	22.22
ตัวตกแต่งแบบตัวไม่มีหัวหรือมีหัวเป็นเชิง	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	8	88.89
ตัวอาลักษณ์										0	0
ตัวลายมือเขียน										0	0

สรุปประเภทตัวอักษร (ภาษาไทย) ที่เหมาะสมกับแบรนด์บุคลิกภาพมีความสามารถ(Competence) ได้แก่ ตัวตกแต่งแบบตัวไม่มีหัว หรือมีหัวเป็นเชิง คิดเป็นร้อยละ 88.89 และตัวเนื้อความแบบหัวกลม คิดเป็นร้อยละ 77.78

ประเภทรูปทรง	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่									**จำนวน (คน)**	**ร้อยละ**
	1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**		
รูปทรงเรขาคณิต (Geometric)	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	8	88.89
รูปทรงธรรมชาติ (Organic)										0	0
รูปที่มีด้านเป็นเส้นตรง (Rectilinear)				✓						1	11.11
รูปที่ผิดปกติ (Irregular)										0	0
รูปอิสระ (Hand-Draw)										0	0
รูปจากอุบัติเหตุ (Accidental)										0	0

สรุปประเภทรูปทรง ที่เหมาะสมกับบุคลิกภาพมีความสามารถ(Competence) ได้แก่ รูปทรงเรขาคณิต (Geometric) คิดเป็นร้อยละ 88.89

CHULALONGKORN UNIVERSITY

รูปแบบการออกแบบ (Style)	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่									**จำนวน (คน)**	**ร้อยละ**
	1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**		
การออกแบบแนวเชิงความคิด (Conceptual Art)										0	0
การออกแบบด้วยภาพประกอบสมจริง (Photorealism)										0	0
การออกแบบจากรูปทรงธรรมชาติ (Organic & Natural)	✓				✓					2	22.22
การออกแบบแนวดิบ (Grunge)										0	0
การออกแบบใช้ความเป็นผู้ชาย (Masculine)										0	0
การออกแบบแนวใช้สีสันสนุกสนาน (Fun and Playful)										0	0
การออกแบบแนวนามธรรม (Abstract)			✓	✓						2	22.22
การออกแบบจากความหรูหรา (Luxurious)										0	0
การออกแบบโดยใช้ความเป็นผู้หญิง (Feminine)										0	0
การออกแบบแนวสะอาดเรียบง่าย (Clean & Minimalist)	✓	✓		✓	✓		✓	✓	✓	7	77.78
การออกแบบภาพลักษณ์มืออาชีพ (Professional)	✓		✓	✓		✓		✓		6	66.67
การออกแบบสไตล์ 3 มิติ (3 Dimension)										0	0
การออกแบบสไตล์ภาพประกอบ (illustrated)										0	0
การออกแบบจากตัวอักษร (Typographic)										0	0

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

รูปแบบการออกแบบ (Style)	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่									**จำนวน (คน)**	**ร้อยละ**
	1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**		
การออกแบบให้ความเรียบแบน (Flat)	✓									1	11.11
การออกแบบสไตล์วินเทจย้อนยุค (Vintage & Retro)										0	0
การออกแบบจากรูปทรงเรขาคณิต (Geometric)	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓	8	88.89

สรุปประเภทรูปแบบการออกแบบ(Style) ที่เหมาะกับแบรนด์บุคลิกภาพบุคลิกภาพมีความสามารถ(Competence) ได้แก่ การออกแบบจากรูปทรงเรขาคณิต (Geometric) คิดเป็นร้อยละ 88.89, การออกแบบแนวสะอาดเรียบง่าย (Clean & Minimalist) คิดเป็นร้อยละ 77.78 และการออกแบบภาพลักษณ์มืออาชีพ (Professional) คิดเป็นร้อยละ 66.67

ด้านองค์ประกอบเรขศิลป์สิ่งแวดล้อมที่เหมาะสำหรับการออกแบบแบรนด์ที่มีบุคลิกภาพมีบุคลิกภาพโก้หรู(Sophistication)

ประเภทตัวอักษร (ภาษาอังกฤษ)	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่									**จำนวน (คน)**	**ร้อยละ**
	1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**		
แบบคัดลายมือ (Text letters or blackletter Typeface)		✓		✓				✓		0	0
แบบตัวเขียน (Script or Cursive Typefaces)										0	0
แบบโอลด์สไตล์(Old style)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		8	88.89
แบบทรานสิชันแนล (Transitional)						✓	✓	✓		0	0
แบบสแคว์เซอรีฟ (Square serif)										0	0
โมเดิร์น(Modern)	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓		7	77.78
แซน เซอรีฟ (San-serif Typefaces)					✓				✓	2	22.22
ดิสเพลย์ (Display)										0	0

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

สรุปประเภทตัวอักษร (ภาษาอังกฤษ) ที่เหมาะสมกับบุคลิกภาพโก้หรู(Sophistication) ได้แก่ แบบโอลด์สไตล์(Old style) คิดเป็นร้อยละ 88.89 และ โมเดิร์น (Modern) คิดเป็นร้อยละ 77.78

ประเภทตัวอักษร (ภาษาไทย)	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่									**จำนวน (คน)**	**ร้อยละ**
	1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**		
ตัวเนื้อความแบบหัวกลม		✓		✓		✓		✓	✓	5	55.55
ตัวตกแต่งแบบมีหัว				✓							0
ตัวตกแต่งแบบตัวไม่มีหัวหรือมีหัวเป็นเชิง	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	8	88.89
ตัวอาลักษณ์										0	0
ตัวลายมือเขียน										0	0

สรุปประเภทตัวอักษร (ภาษาไทย) ที่เหมาะสมกับบุคลิกภาพมีบุคลิกภาพโก้หรู(Sophistication) ได้แก่ ตัวตกแต่งแบบตัวไม่มีหัว หรือมีหัวเป็นเชิง คิดเป็นร้อยละ 88.89 และ ตัวเนื้อความแบบหัวกลม คิดเป็นร้อยละ 55.55

ประเภทรูปทรง	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่									**จำนวน (คน)**	**ร้อยละ**
	1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**		
รูปทรงเรขาคณิต (Geometric)	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	8	88.89
รูปทรงธรรมชาติ (Organic)							✓			1	11.11
รูปที่มีด้านเป็นเส้นตรง (Rectilinear)										0	0
รูปที่ผิดปกติ (Irregular)										0	0
รูปอิสระ (Hand-Draw)										0	0
รูปจากอุบัติเหตุ (Accidental)										0	0

สรุปประเภทรูปทรง ที่เหมาะสมกับแบรนด์บุคลิกภาพโก้หรู(Sophistication) ได้แก่ รูปทรงเรขาคณิต (Geometric) คิดเป็นร้อยละ 88.89

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

รูปแบบการออกแบบ (Style)	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่									**จำนวน (คน)**	**ร้อยละ**
	1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**		
การออกแบบแนวเชิงความคิด (Conceptual Art)										0	0
การออกแบบด้วยภาพประกอบสมจริง (Photorealism)										0	0
การออกแบบจากรูปทรงธรรมชาติ (Organic & Natural)										0	0
การออกแบบแนวดิบ (Grunge)					✓				✓	2	22.22
การออกแบบใช้ความเป็นผู้ชาย (Masculine)										0	0
การออกแบบแนวใช้สีสันสนุกสนาน (Fun and Playful)										0	0
การออกแบบแนวนามธรรม (Abstract)										0	0
การออกแบบจากความหรูหรา (Luxurious)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	9	100
การออกแบบโดยใช้ความเป็นผู้หญิง (Feminine)		✓		✓	✓	✓		✓		5	55.55
การออกแบบแนวสะอาดเรียบง่าย (Clean & Minimalist)										0	0
การออกแบบภาพลักษณ์มืออาชีพ (Professional)										0	0
การออกแบบสไตล์ 3 มิติ (3 Dimension)			✓							1	11.11
การออกแบบสไตล์ภาพประกอบ (illustrated)										0	0
การออกแบบจากตัวอักษร (Typographic)						✓		✓		2	22.22

รูปแบบการออกแบบ (Style)	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่									**จำนวน (คน)**	**ร้อยละ**
	1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**		
การออกแบบให้ความเรียบแบน (Flat)	✓		✓			✓				3	33.33
การออกแบบสไตล์วินเทจย้อนยุค (Vintage & Retro)	✓	✓	✓	✓	✓		✓		✓	7	77.78
การออกแบบจากรูปทรงเรขาคณิต (Geometric)	✓		✓			✓			✓	4	44.44

สรุปประเภทรูปแบบการออกแบบ(Style) ที่เหมาะสมกับแบรนด์บุคลิกภาพโก้หรู (Sophistication) ได้แก่ การออกแบบจากความหรูหรา (Luxurious) คิดเป็นร้อยละ 100, การออกแบบสไตล์วินเทจย้อนยุค (Vintage & Retro) คิดเป็นร้อยละ 77.78 และ การออกแบบโดยใช้ความเป็นผู้หญิง (Feminine) คิดเป็นร้อยละ 55.55

ด้านองค์ประกอบเรขศิลป์สิ่งแวดล้อมที่เหมาะสำหรับการออกแบบแบรนด์ที่มีบุคลิกภาพเข้มแข็ง(Ruggedness)

ประเภทตัวอักษร (ภาษาอังกฤษ)	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่									**จำนวน (คน)**	**ร้อยละ**
	1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**		
แบบคัดลายมือ (Text letters or blackletter Typeface)		✓			✓		✓		✓	4	44.44
แบบตัวเขียน (Script or Cursive Typefaces)										0	0
การเว้นช่องไฟ (Space)										0	0
แบบโอลด์สไตล์(Old style)					✓					1	11.11
แบบทรานสิชันแนล (Transitional)	✓			✓	✓					3	33.33
แบบสแคว์เซอรีฟ (Square serif)		✓	✓	✓	✓	✓			✓	6	66.67
โมเดิร์น(Modern)	✓					✓				2	22.22
แซน เซอรีฟ (San-serif Typefaces)		✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓	7	77.78
ดิสเพลย์ (Display)										0	0

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

สรุปประเภทตัวอักษร (ภาษาอังกฤษ) ที่เหมาะสมกับบุคลิกภาพโก้หรู(Sophistication) ได้แก่ แซน เซอรีฟ (San-serif Typefaces) คิดเป็นร้อยละ 77.78 และ แบบสแคว์เซอรีฟ (Square serif) คิดเป็นร้อยละ 66.67

ประเภทตัวอักษร (ภาษาไทย)	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่									**จำนวน (คน)**	**ร้อยละ**
	1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**		
ตัวเนื้อความแบบหัวกลม	✓	✓	✓		✓	✓		✓		6	66.67
ตัวตกแต่งแบบมีหัว										0	0
ตัวตกแต่งแบบตัวไม่มีหัวหรือมีหัวเป็นเชิง		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	8	88.89
ตัวอาลักษณ์										0	0
ตัวลายมือเขียน										0	0

สรุปประเภทตัวอักษร (ภาษาไทย) ที่เหมาะสมกับแบรนด์บุคลิกภาพมีบุคลิกภาพเข้มแข็ง (Ruggedness) ได้แก่ ตัวตกแต่งแบบตัวไม่มีหัว หรือมีหัวเป็นเชิง คิดเป็นร้อยละ 88.89 และ ตัวเนื้อความแบบหัวกลม คิดเป็นร้อยละ 66.67

ประเภทรูปทรง	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่									**จำนวน (คน)**	**ร้อยละ**
	1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**		
รูปทรงเรขาคณิต (Geometric)	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓		7	77.78
รูปทรงธรรมชาติ (Organic)										0	0
รูปที่มีด้านเป็นเส้นตรง (Rectilinear)			✓						✓	2	22.22
รูปที่ผิดปกติ (Irregular)										0	0
รูปอิสระ (Hand-Draw)										0	0
รูปจากอุบัติเหตุ (Accidental)										0	0

สรุปประเภทรูปทรง ที่เหมาะกับบุคลิกภาพแบรนด์บุคลิกภาพเข้มแข็ง(Ruggedness) ได้แก่ รูปทรงเรขาคณิต (Geometric) คิดเป็นร้อยละ 77.78

CHULALONGKORN UNIVERSITY

รูปแบบการออกแบบ (Style)	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่									**จำนวน (คน)**	**ร้อยละ**
	1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**		
การออกแบบแนวเชิงความคิด (Conceptual Art)										0	0
การออกแบบด้วยภาพประกอบสมจริง (Photorealism)			✓							1	11.11
การออกแบบจากรูปทรงธรรมชาติ (Organic & Natural)										0	0
การออกแบบแนวดิบ (Grunge)	✓		✓	✓	✓		✓	✓		6	66.67
การออกแบบใช้ความเป็นผู้ชาย (Masculine)	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓		7	77.78
การออกแบบแนวใช้สีสันสนุกสนาน (Fun and Playful)										0	0
การออกแบบแนวนามธรรม (Abstract)	✓	✓	✓		✓	✓	✓		✓	7	77.78
การออกแบบจากความหรูหรา (Luxurious)										0	0
การออกแบบโดยใช้ความเป็นผู้หญิง (Feminine)										0	0
การออกแบบแนวสะอาดเรียบง่าย (Clean & Minimalist)										0	0
การออกแบบภาพลักษณ์มืออาชีพ (Professional)										0	0
การออกแบบสไตล์ 3 มิติ (3 Dimension)										0	0
การออกแบบสไตล์ภาพประกอบ (illustrated)	✓						✓			2	22.22

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

รูปแบบการออกแบบ (Style)	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่									**จำนวน (คน)**	**ร้อยละ**
	1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**		
การออกแบบจากตัวอักษร (Typographic)										0	0
การออกแบบให้ความเรียบแบน (Flat)										0	0
การออกแบบสไตล์วินเทจย้อนยุค (Vintage & Retro)	✓	✓							✓	3	33.33
การออกแบบจากรูปทรงเรขาคณิต (Geometric)	✓			✓	✓					3	33.33

สรุปประเภทรูปแบบการออกแบบ (Style) ที่เหมาะกับบุคลิกภาพเข้มแข็ง (Ruggedness) ได้แก่ การออกแบบใช้ความเป็นผู้ชาย (Masculine) และ การออกแบบแนวนามธรรม (Abstract) คิดเป็นร้อยละ77.78 เท่ากัน รวมถึงการออกแบบแนวดิบ (Grunge) ที่คิดเป็นร้อยละ 66.67

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

บุคลิกภาพของแบรนด์	ประเภทตัวอักษร (อังกฤษ)	ประเภทตัวอักษร (ภาษาไทย)	ประเภทรูปทรง	รูปแบบการออกแบบ
บุคลิกภาพจริงใจ (Sincerity)	- แซน เซอรีฟ (San - serif Typefaces) - แบบตัวเขียน (Script or Cursive Typefaces)	- ตัวตกแต่งแบบตัวไม่มีหัว หรือมีหัวเป็นเชิง - ตัวเนื้อความแบบหัวกลม	รูปทรงธรรมชาติ (Organic)	- การออกแบบแนวเชิงความคิด (Conceptual Art) - การออกแบบแนวใช้สีสันสนุกสนาน (Fun and Playful) - การออกแบบจากรูปทรงธรรมชาติ (Organic & Natural)
บุคลิกภาพน่าตื่นเต้น(Excitement)	- แบบตัวเขียน (Script or Cursive Typefaces) - โมเดิร์น(Modern)	- ตัวตกแต่งแบบตัวไม่มีหัว หรือมีหัวเป็นเชิง - ตัวลายมือเขียน	รูปที่มีด้านเป็นเส้นตรง (Rectilinear)	- การออกแบบสไตล์ 3 มิติ (3 Dimension) - การออกแบบสไตล์ภาพประกอบ (illustrated) - การออกแบบจากตัวอักษร (Typographic)
บุคลิกภาพมีความสามารถ (Competence)	- โมเดิร์น(Modern) -แบบทรานสิชันแนล(Transitional)	- ตัวเนื้อความแบบหัวกลม - ตัวตกแต่งแบบตัวไม่มีหัว หรือมีหัวเป็นเชิง	รูปทรงเรขาคณิต (Geometric)	- การออกแบบแนวสะอาดเรียบง่าย (Clean & Minimalist) - การออกแบบจากรูปทรงเรขาคณิต (Geometric) - การออกแบบภาพลักษณ์มืออาชีพ (Professional)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

บุคลิกภาพของแบรนด์	ประเภทตัวอักษร (อังกฤษ)	ประเภทตัวอักษร (ภาษาไทย)	ประเภทรูปทรง	รูปแบบการออกแบบ
บุคลิกภาพโก้หรู (Sophistication)	- แบบโอลด์สไตล์ (Old style) - โมเดิร์น(Modern)	- ตัวตกแต่งแบบตัวไม่มีหัว หรือมีหัวเป็นเชิง - ตัวเนื้อความแบบหัวกลม	รูปทรงเรขาคณิต (Geometric)	-การออกแบบจากความหรูหรา (Luxurious) -การออกแบบโดยใช้ความเป็นผู้หญิง (Feminine) - การออกแบบสไตล์วินเทจย้อนยุค (Vintage & Retro)
บุคลิกภาพเข้มแข็ง (Ruggedness)	- แซน เซอรีฟ (San - serif Typefaces) -แบบสแคว์เซอรีฟ (Square serif)	- ตัวตกแต่งแบบตัวไม่มีหัว หรือมีหัวเป็นเชิง - ตัวเนื้อความแบบหัวกลม	รูปทรงเรขาคณิต (Geometric)	- การออกแบบแนวดิบ (Grunge) - การออกแบบใช้ความเป็นผู้ชาย (Masculine) - การออกแบบแนวนามธรรม (Abstract)

สรุป ด้านองค์ประกอบเรขศิลป์สิ่งแวดล้อมที่เหมาะสำหรับการออกแบบให้เหมาะสมกับบุคลิกภาพของแบรนด์ (Brand Personality) บุคลิกภาพจริงใจ (Sincerity) แนะนำให้ใช้ตัวอักษร (อังกฤษ) ประเภท แซน เซอรีฟ (San -serif Typefaces) หรือ แบบตัวเขียน (Script or Cursive Typefaces) ตัวอักษร(ภาษาไทย) แนะนำใช้ตัวตกแต่งแบบตัวไม่มีหัวหรือมีหัวเป็นเชิง หรือ ตัวเนื้อความแบบหัวกลม การออกแบบสัญลักษณ์ ใช้รูปทรงธรรมชาติ (Organic) รูปแบบการออกแบบสามารถเลือกใช้ การออกแบบแนวเชิงความคิด (Conceptual Art), การออกแบบแนวใช้สีสันสนุกสนาน (Fun and Playful) และการออกแบบจากรูปทรงธรรมชาติ (Organic & Natural) บุคลิกภาพน่าตื่นเต้น(Excitement)แนะนำให้ใช้ตัวอักษร(อังกฤษ) ประเภทแบบตัวเขียน (Script or Cursive Typefaces) หรือแบบโมเดิร์น (Modern) ตัวอักษร(ภาษาไทย) แนะนำใช้ตัวตกแต่งแบบตัวไม่มีหัว หรือมีหัวเป็นเชิง หรือตัวลายมือเขียน การออกแบบสัญลักษณ์ ใช้รูปที่มีด้านเป็นเส้นตรง (Rectilinear) รูปแบบการออกแบบสามารถเลือกใช้ การออกแบบสไตล์ 3 มิติ (3 Dimension), การออกแบบสไตล์ภาพประกอบ (illustrated) และการออกแบบจากตัวอักษร (Typographic)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

บุคลิกภาพมีความสามารถ (Competence) แนะนำให้ใช้ตัวอักษร(อังกฤษ) ประเภทโมเดิร์น (Modern) หรือแบบทรานสิชันแนล (Transitional) การออกแบบสัญลักษณ์ ใช้รูปทรงเรขาคณิต (Geometric) รูปแบบการออกแบบสามารถเลือกใช้ การออกแบบแนวสะอาดเรียบง่าย (Clean & Minimalist), การออกแบบจากรูปทรงเรขาคณิต (Geometric) และการออกแบบภาพลักษณ์มืออาชีพ (Professional) แบรนด์บุคลิกภาพโก้หรู (Sophistication) แนะนำให้ใช้ตัวอักษร(อังกฤษ) ประเภทโอลด์สไตล์ (Old style) หรือ โมเดิร์น(Modern) ตัวอักษร(ภาษาไทย) แนะนำใช้ตัวตกแต่งแบบตัวไม่มีหัวหรือมีหัวเป็นเชิง หรือตัวเนื้อความแบบหัวกลม การออกแบบสัญลักษณ์ ใช้รูปทรงรูปทรงเรขาคณิต (Geometric) รูปแบบการออกแบบสามารถเลือกใช้ การออกแบบจากความหรูหรา (Luxurious), การออกแบบโดยใช้ความเป็นผู้หญิง (Feminine), การออกแบบสไตล์วินเทจย้อนยุค (Vintage & Retro) แบรนด์บุคลิกภาพเข้มแข็ง (Ruggedness) แนะนำให้ใช้ตัวอักษร(อังกฤษ) ประเภท แซน เซอรีฟ (San -serif Typefaces) หรือแบบสแคว์เซอรีฟ (Square serif) ตัวอักษร (ภาษาไทย) แนะนำตัวตกแต่งแบบตัวไม่มีหัวหรือมีหัวเป็นเชิง หรือตัวเนื้อความแบบหัวกลม การออกแบบสัญลักษณ์ ใช้รูปทรงเรขาคณิต (Geometric) รูปแบบการออกแบบสามารถเลือกใช้ การออกแบบแนวดิบ (Grunge), การออกแบบใช้ความเป็นผู้ชาย (Masculine) และการออกแบบแนวนามธรรม (Abstract)

8. ผู้วิจัยสังเคราะห์ข้อมูล

8.1 ข้อจำกัด และสรุปแนวคิดไบโอฟิลเลียกับบรรยากาศที่กลุ่มตัวอย่างต้องการใช้ในโซนของสำนักงานร่วมแบ่งปัน

จากตารางหาความสัมพันธ์ระหว่างแนวคิดไบโอฟิลเลียและพื้นที่การออกแบบในพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน ในการวิเคราะห์ข้อมูลหัวข้อ1 ผู้วิจัยจะสังเคราะห์ผลในแง่ของเรขศิลป์เป็นหลัก พบว่า

นำองค์ประกอบของธรรมชาติมาใช้โดยตรง(Direct Contact) :

1) **การสัมผัส พื้นผิวธรรมชาติ**

นักออกแบบสามารถถ่ายทอดผ่านการใช้ภาพถ่ายทางธรรมชาติ (Photography) หรือภาพดัดแปลงจากภาพธรรมชาติ เพื่อให้ยังเห็นบรรยากาศ และบริบทของธรรมชาติอยู่

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

2) การเคลื่อนไหวแบบอิสระของธรรมชาติ

นักออกแบบสามารถถ่ายทอดผ่านกราฟิกที่แสดงการเคลื่อนไหว หรือ รูปภาพการเคลื่อนไหวทางธรรมชาติที่สมจริง

นำองค์ประกอบทางธรรมชาติมาลดทอนรูปทรง (Indirect Contact)

1) **ด้านจำลององค์ประกอบทางธรรมชาติ** สามารถนำรูปทรง ลวดลาย มาออกแบบ โดยใช้การจัดองค์ประกอบที่มาจากธรรมชาติ สามารถใช้ภาพประกอบจากคอมพิวเตอร์ (Computer Graphic illustration)

2) การจำลองความซับซ้อนของธรรมชาติ นักออกแบบสามารถออกแบบที่มีลวดลายซับซ้อนที่ล้อเลียนธรรมชาติ หรือออกแบบให้ลาดลายเล่นกับแสงภายนอก เพื่อเกิดมิมิการตกกระทบของเงาจากกราฟิกที่ล้อกับธรรมชาติ หรืออาจออกแบบเรขศิลป์เลียนแบบธรรมชาติที่สัมพันธ์กับ Lighting ภายในอาคาร

3) นำสัญชาตญาณของมนุษย์มาใช้ร่วมกับการออกแบบ ออกแบบบรรยากาศให้สอบสนองสัญชาตญาณที่กลุ่มตัวอย่างต้องการในแต่ละโซนของพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน

8.2 บุคลิกภาพของแบรนด์กับแนวทางการออกแบบ

ข้อแนะนำในการออกแบบ ตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ด้านตัวอักษร ภาษาอังกฤษและภาษาไทย สามารถเลือกใช้ได้ในทั้ง 2 ตัวเลือก ซึ่งนักออกแบบสามารถหาตัวอักษรที่มีลักษณะเข้าข่าย กับลักษณะของตัวอักษรที่ถูกเลือกนำมาประยุกต์ใช้กับงานออกแบบได้

ด้านรูปทรง แนะนำให้ใช้กับการออกแบบสัญลักษณ์(Sign) หรือ สัญลักษณ์ภาพชุด (Pictogram) ภายในสำนักงานร่วมแบ่งปัน หรือการออกแบบสร้างสรรค์พื้นที่(Placemaking) ในส่วนกลางของสำนักงาน

ด้านรูปแบบการออกแบบ แนะนำให้เลือกใช้ 1 แนวทาง จาก 3 แนวทางทั้งนี้ต้องขึ้นอยู่กับคอนเซปของงานดีไซน์โครงการนั้น ๆด้วย นักออกแบบสามารถดูรูปแบบการออกแบบประกอบการตัดสินใจ

ด้านชุดสี ผู้เชี่ยวชาญแนะนำให้กระจายเฉดสี ให้มีค่าสีหนักเบา เพื่อง่ายต่อการนำไปใช้กับแบรนด์ต่าง ๆ และช่วยแบ่งภาพลักษณ์ของแบรนด์ออกจากกันได้ง่าย

8.3 ระบบการไล่ระดับสีของชิเกโนบุ โคบายาชิ เพื่อนำไปใช้ในงานออกแบบ

หลังจากผู้วิจัยได้วิเคราะห์แบบสอบถามของผู้เชี่ยวชาญในด้านข้อเสนอแนะเพิ่มเติม มีการแนะนำถึงการกระจายค่าสี ในระบบการไล่ระดับสีของ Kobayashi เพื่อให้แบรนด์หยิบยกไปใช้ให้สอดคล้องกับบุคลิกภาพของแบรนด์มากขึ้น

ซึ่งสามารถแบ่งเฉดและโทนสีได้ดังนี้

Vivid tones คือ สีสด เป็นสีเดี่ยวที่มีความอิ่มตัวของสีสูงที่สุด เป็นสีสด ให้ความรู้สึกมีชีวิตชีวา และดึงดูดความสนใจได้ดี

Bright tones คือ สีสว่าง เป็นสีเดี่ยวที่ความสว่างของสีสูง เป็นสีที่สว่างใส ให้ความรู้สึกที่ อ่อนหวาน น่ารัก ช่างฝัน

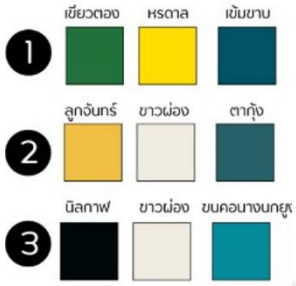
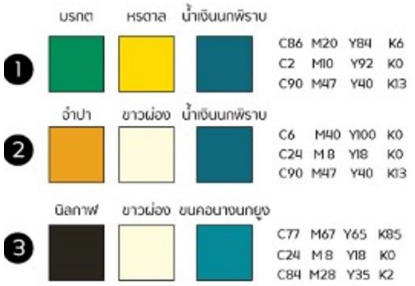
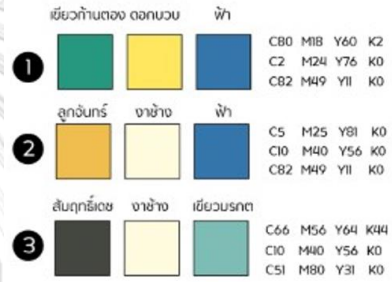
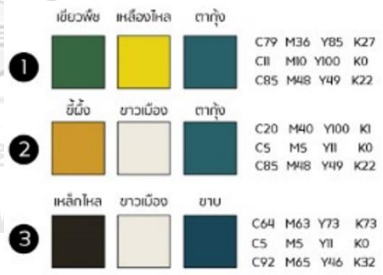
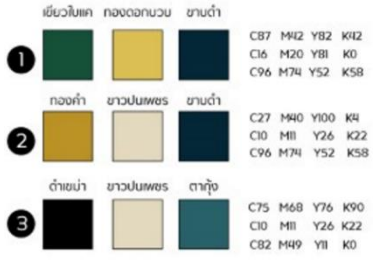
Subdue tones คือ สีหม่น เป็นสีที่มีสว่างของสีในระดับกลางถึงต่ำ ให้ความรู้สึกที่สงบเงียบ นุ่มนวล หรูหรา และอนุรักษ์นิยม

Dark tones คือ สีโทนมืด เป็นสีเข้มที่ไม่มีความสว่างของสีหรือมีในระดับที่ต่ำมาก ให้ความรู้สึกเคร่งเครียด เอาจริงเอาจัง

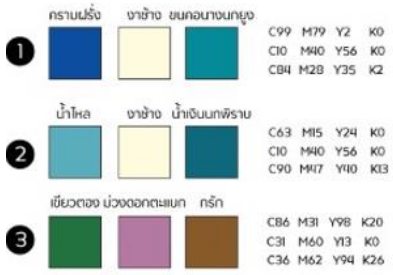
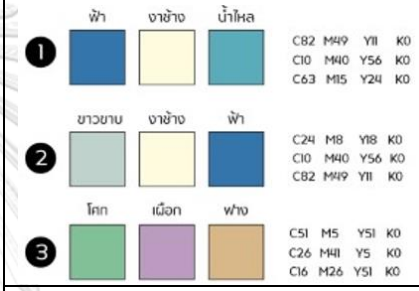
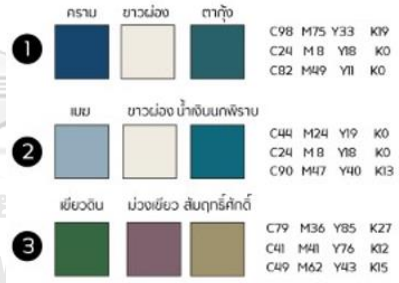
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ผู้วิจัยได้นำสีที่สะท้อนอารมณ์และบรรยากาศ ที่ได้รับการคัดเลือกจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ 3 ลำดับแรก มากระจายไล่ระดับค่าสี โดยมีรายละเอียด ดังนี้

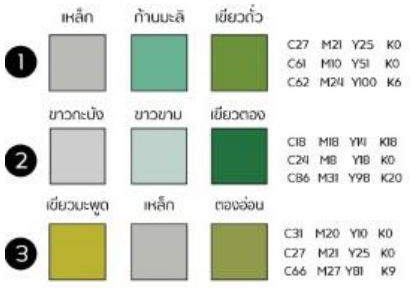
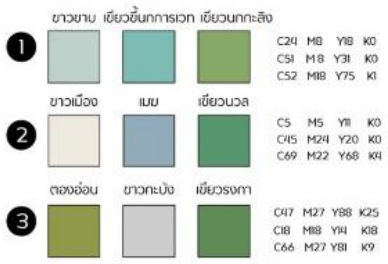
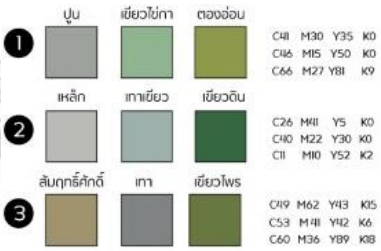
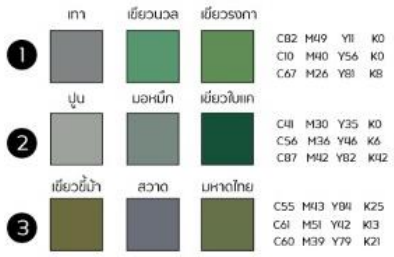
ตารางที่ 4.22 ระบบการไล่ระดับสีของชิเกโนบุ โคบายาชิ กับชุดไทยโทน

อารมณ์ / ความรู้สึก	ชุดสีไทยโทน สะท้อนอารมณ์	การแบ่งเฉดสี ตามหลักการของ ชิเกโนบุ โคบายาชิ
1.กระตือรือร้น (Active)		Vivid tones 
		Bright tones 
		Subdue tones 
		Dark tones 

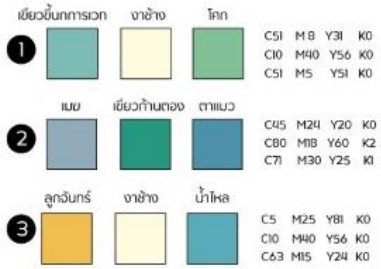
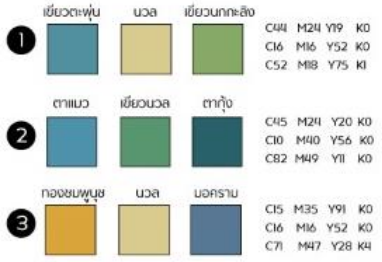
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

อารมณ์ / ความรู้สึก	ชุดสีไทยโทน สะท้อนอารมณ์	การแบ่งเฉดสี ตามหลักการของ ชิเกโนบุ โคบายาชิ
2.กระฉับกระเฉง (Energetic)		Vivid tones  Bright tones  Subdue tones  Dark tones

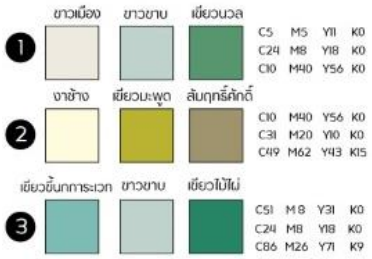
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

อารมณ์ / ความรู้สึก	ชุดสีไทยโทน สะท้อนอารมณ์	การแบ่งเฉดสี ตามหลักการของ ชิเกโนบุ โคบายาชิ
3. ความสงบ (Calmness)		**Vivid tones** 
		Bright tones 
		Subdue tone 
		Dark tones 

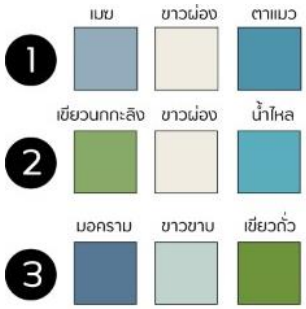
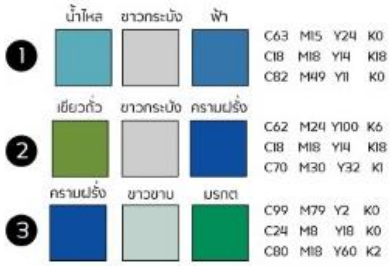
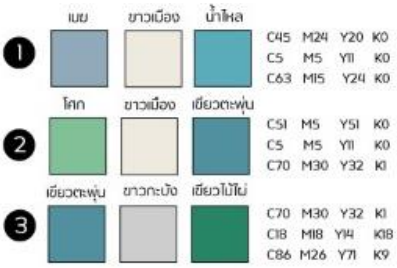
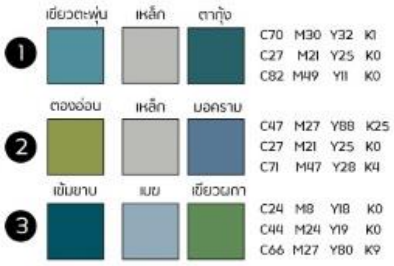
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

อารมณ์ / ความรู้สึก	ชุดสีไทยโทน สะท้อนอารมณ์	การแบ่งเฉดสี ตามหลักการของ ชิเกโนบุ โคบายาชิ
4.สะดวกสบาย (Comfort)		Vivid tones
		Bright tones 
		Subdue tones 
		Dark tones

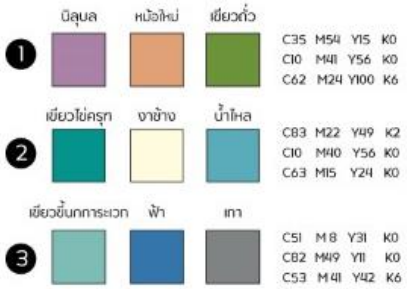
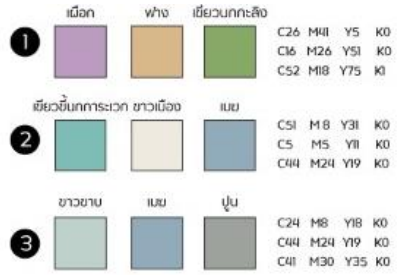
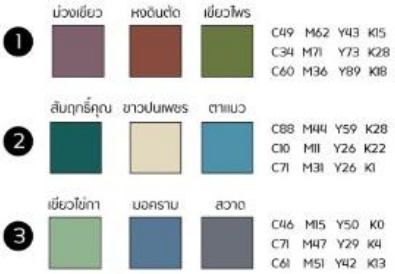
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

อารมณ์ / ความรู้สึก	ชุดสีไทยโทน สะท้อนอารมณ์	การแบ่งเฉดสี ตามหลักการของ ชิเกโนบุ โคบายาชิ
5. ความเป็นส่วนตัว (Privacy)		Vivid tones Bright tones  Subdue tones Dark tones

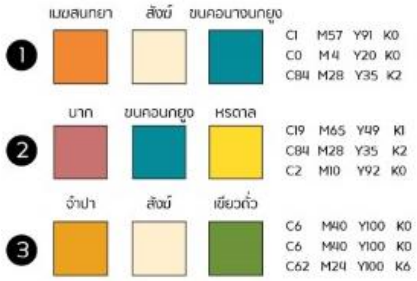
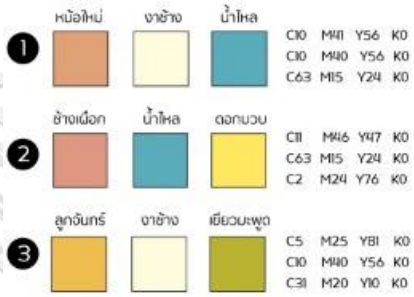
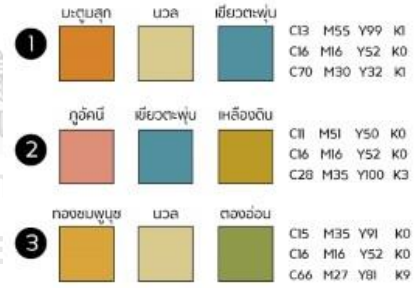
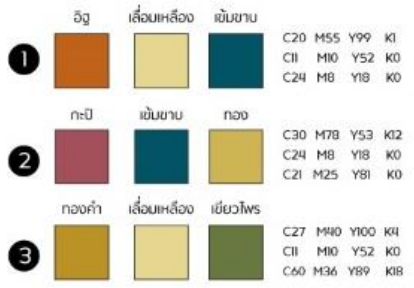
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

อารมณ์ / ความรู้สึก	ชุดสีไทยโทน สะท้อนอารมณ์	การแบ่งเฉดสี ตามหลักการของ ชิเกโนบุ โคบายาชิ
6. ผ่อนคลาย (Relax)		Vivid tones  Bright tones  Subdue tones  Dark tones

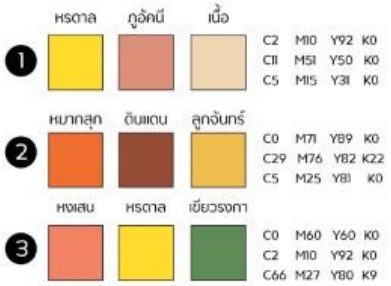
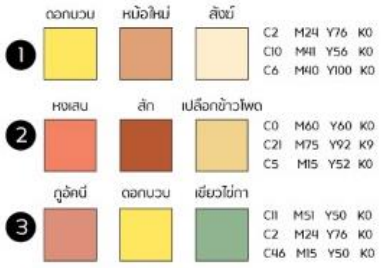
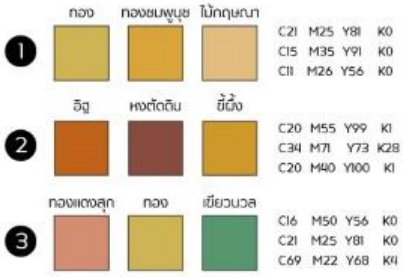
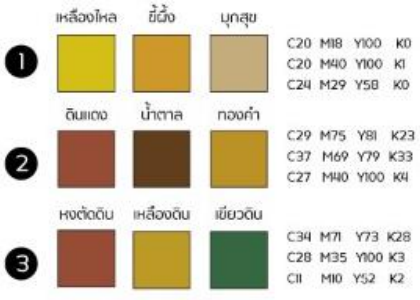
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยา
CHULALONGKORN UNIVE

อารมณ์ / ความรู้สึก	ชุดสีไทยโทน สะท้อนอารมณ์	การแบ่งเฉดสี ตามหลักการของ ชิเกโนบุ โคบายาชิ
7. กระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ (Creativity)		Vivid tones 
		Bright tones 
		Subdue tones 
		Dark tones

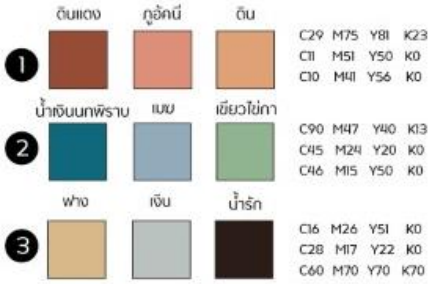
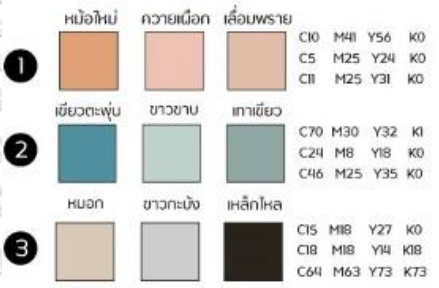
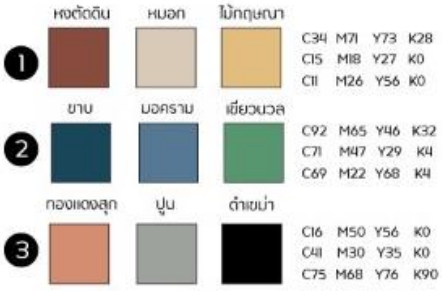
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยา
Chulalongkorn Univei

อารมณ์ / ความรู้สึก	ชุดสีไทยโทน สะท้อนอารมณ์	การแบ่งเฉดสี ตามหลักการของ ชิเกโนบุ โคบายาชิ
8. มีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Social connection)		Vivid tones  Bright tones  Subdue tones  Dark tones 

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

อารมณ์ / ความรู้สึก	ชุดสีไทยโทน สะท้อนอารมณ์	การแบ่งเฉดสี ตามหลักการของ ชิเกโนบุ โคบายาชิ
9. กระตุ้นความอยากอาหาร (Appetite)		Vivid tones 
		Bright tones 
		Subdue tones 
		Dark tones 

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

อารมณ์ / ความรู้สึก	ชุดสีไทยโทน สะท้อนอารมณ์	การแบ่งเฉดสี ตามหลักการของ ชิเกโนบุ โคบายาชิ
10. สร้างสมาธิ (Concentrate)		**Vivid tones**  **Bright tones**  **Subdue tones**  **Dark tones**

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

จากตารางข้างต้นสรุปได้ว่า

Vivid tones คือ สีสด แนะนำใช้ออกแบบกับ แบรนด์บุคลิกภาพน่าตื่นเต้น (Excitement) และบุคลิกภาพมีความสามารถ(Competence)

Bright tones คือ สีสว่าง แนะนำใช้ออกแบบกับ แบรนด์บุคลิกภาพจริงใจ (Sincerity)

Subdue tones คือ สีหม่น แนะนำใช้ออกแบบกับ แบรนด์บุคลิกภาพโก้หรู(Sophistication)

Dark tones คือ สีโทนมืด แนะนำใช้ออกแบบกับ แบรนด์บุคลิกภาพเข้มแข็ง (Ruggedness)

แต่ทั้งนี้การเลือกใช้เฉดค่าน้ำหนักสีจะขึ้นอยู่กับรูปแบบการนำเสนองาน และคอนเซปของงานออกแบบด้วย อาจมีการกระจายน้ำหนักสีให้มีความหนัก-เบา เพื่อความไม่น่าเบื่อและความยืดหยุ่นในการออกแบบ นักออกแบบจำเป็นต้องพิจารณาร่วมกันเพื่อนำไปสู่การใช้งานที่เหมาะสม

9. สรุปแผนภูมิกรอบแนวทางการออกแบบเรขศิลป์สิ่งแวดล้อมจากแนวคิดไบโอฟิลเลีย บนสำนักงานร่วมแบ่งปัน สำหรับเจเนอเรชั่นวาย

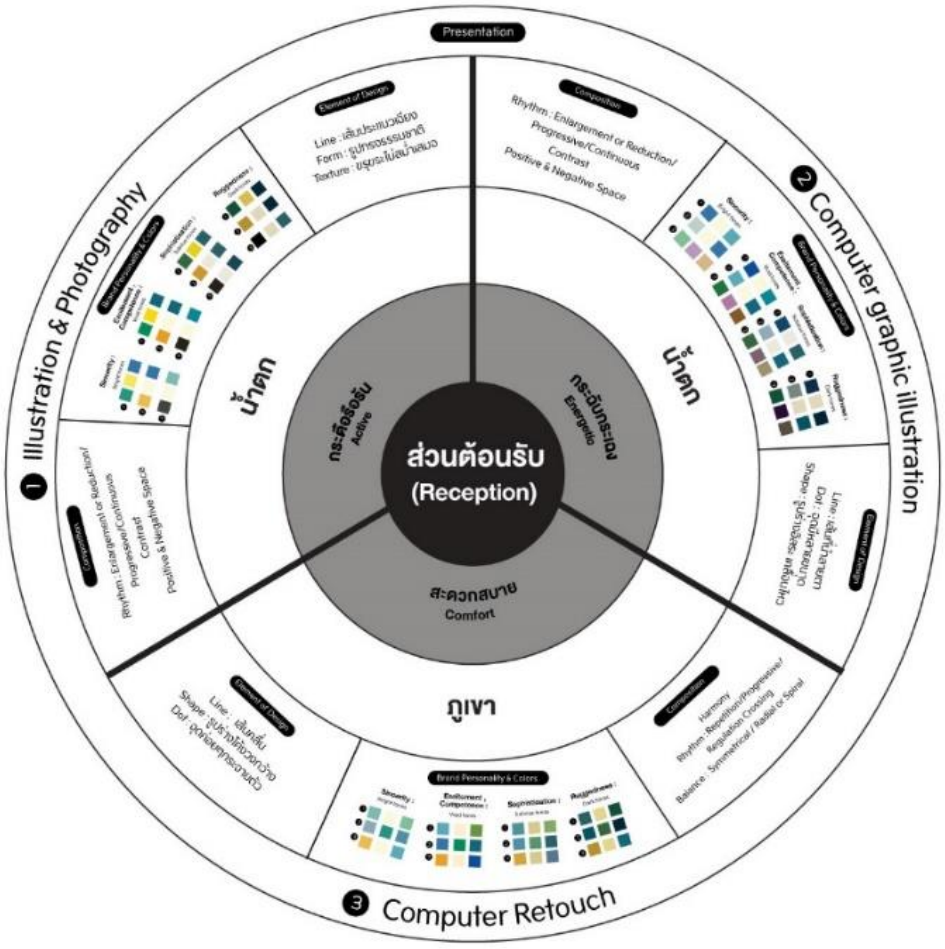
จากการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยแบ่งการสรุปเป็น 2 ส่วน ได้แก่

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

1. ชุดคำตอบจากวงล้อแนวทางการออกแบบเรขศิลป์สิ่งแวดล้อมจากแนวคิดไบโอฟิลเลีย บนสำนักงานร่วมแบ่งปัน สำหรับเจเนอเรชั่นวาย
2. ชุดคำตอบขององค์ประกอบเรขศิลป์ที่เหมาะสมกับบุคลิกภาพของแบรนด์(Brand Personality)

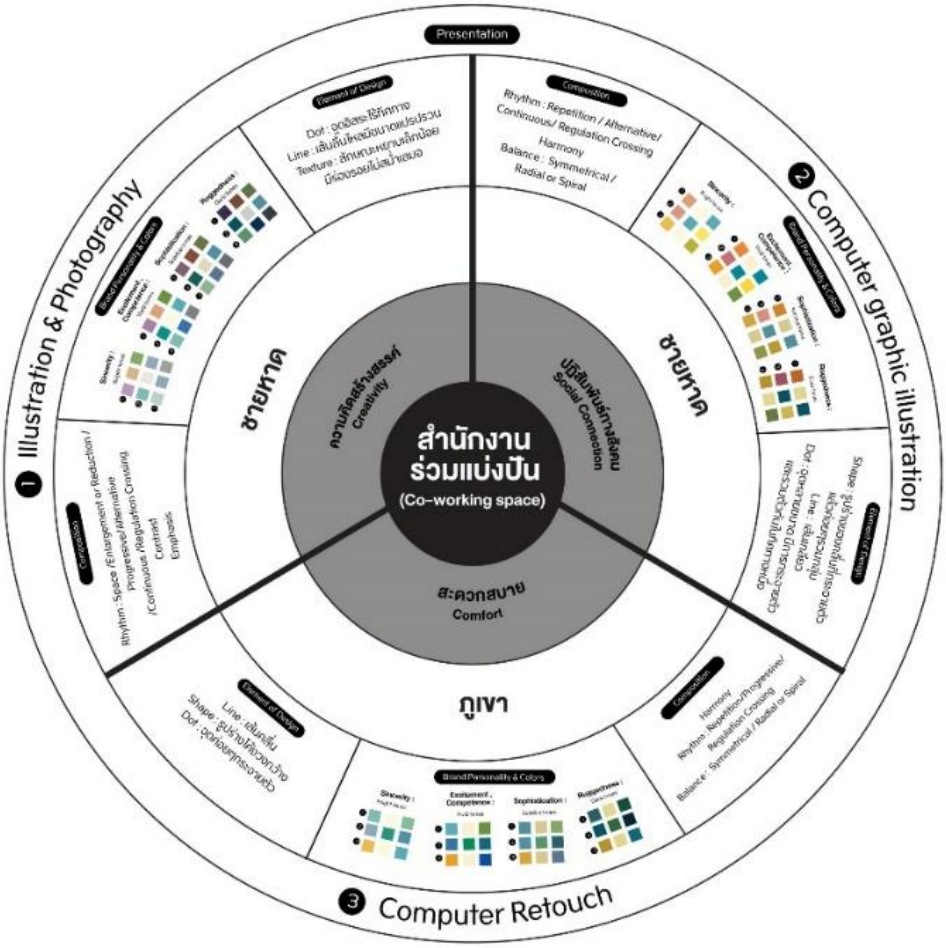
9.1 ชุดคำตอบจากวงล้อแนวทางการออกแบบเรขศิลป์ในสิ่งแวดล้อมพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน สำหรับเจเนอเรชั่นวาย

โดยส่วนนี้จะนำไปประยุกต์ใช้กับการออกแบบการสร้างสรรค์พื้นที่(Placemaking) ส่งเสริมบรรยากาศในห้องต่าง ๆ ของสำนักงานร่วมแบ่งปัน ตามความต้องการของกลุ่มตัวอย่างเจเนอเรชั่นวาย สรุปได้ดังนี้



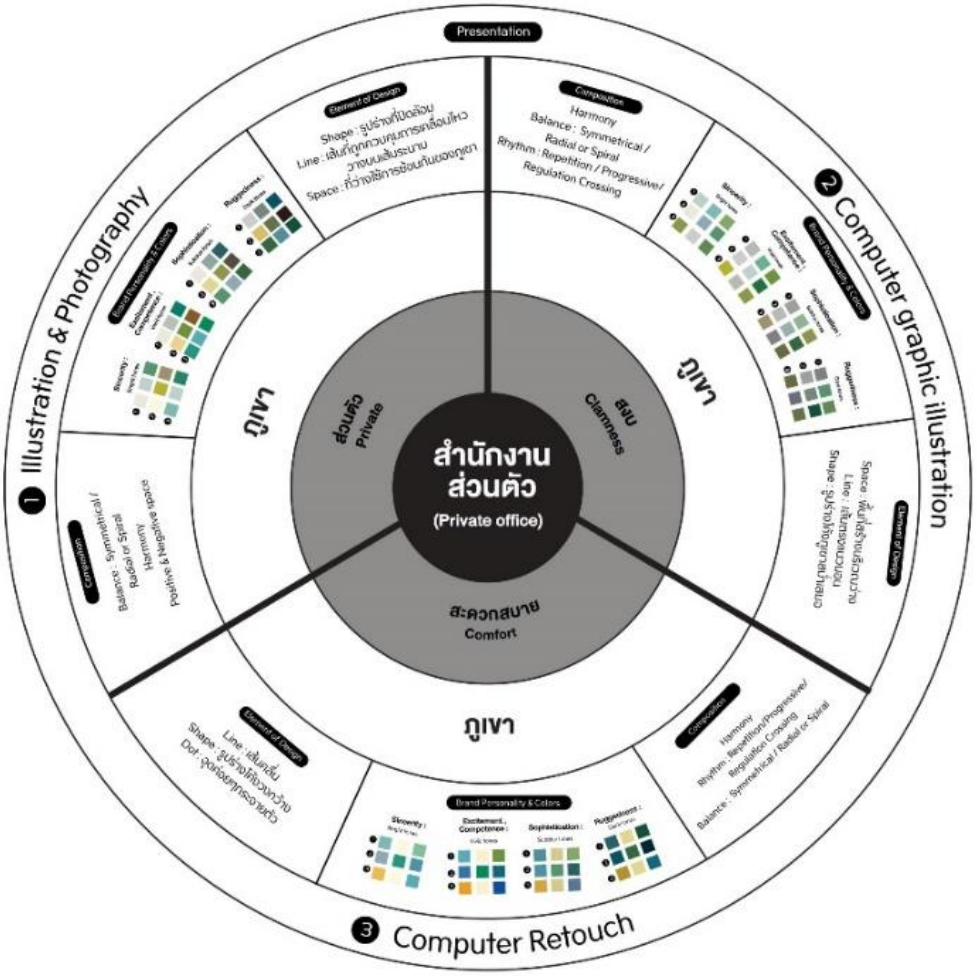
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

แผนภาพที่ 4.2 วงล้อชุดคำตอบแนวทางการออกแบบเรขศิลป์ในสิ่งแวดล้อมพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน สำหรับเจเนอเรชั่นวาย ในส่วนต้อนรับ (Reception)



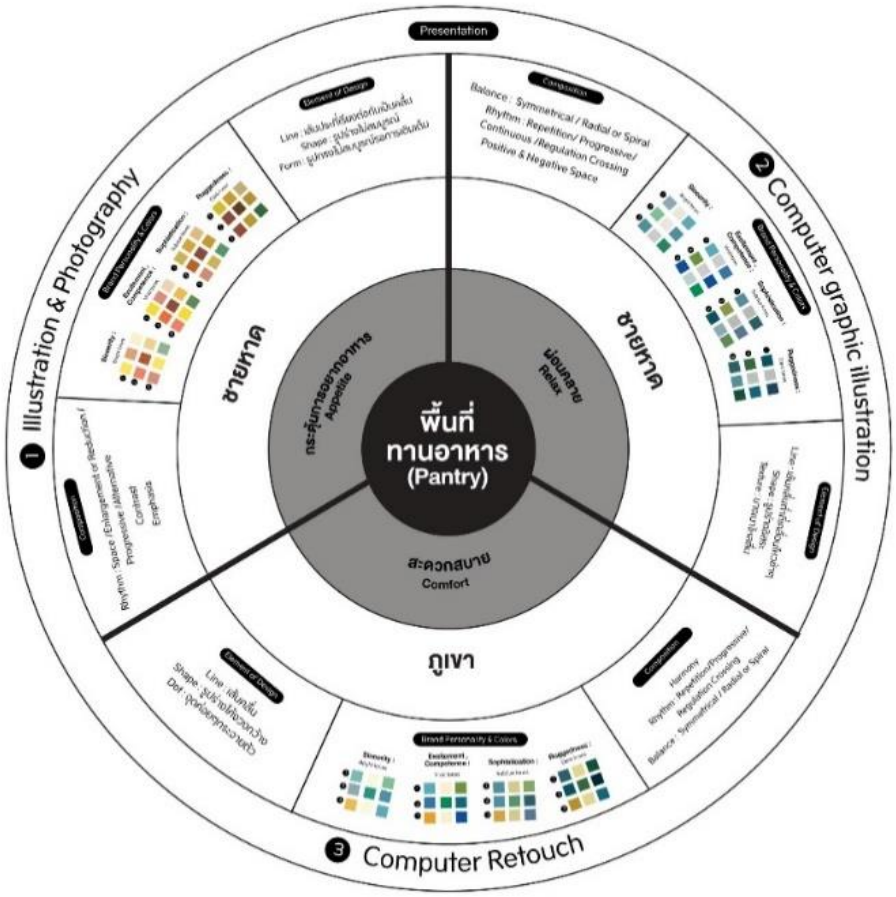
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

แผนภาพที่ 4.3 วงล้อชุดคำตอบแนวทางการออกแบบเรขศิลป์ในสิ่งแวดล้อมพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน สำหรับเจเนอเรชั่นวาย ในส่วนพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co-Working Space)

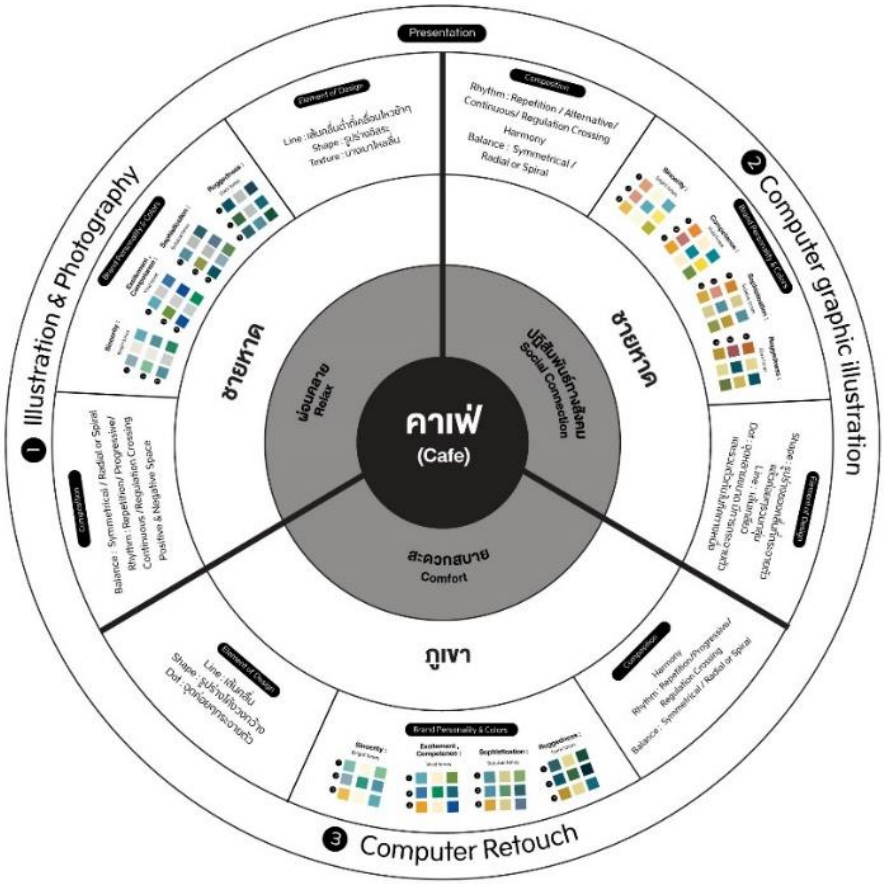


จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

แผนภาพที่ 4.4 วงล้อชุดคำตอบแนวทางการออกแบบเรขศิลป์ในสิ่งแวดล้อมพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน สำหรับเจเนอเรชั่นวาย ในส่วนสำนักงานส่วนตัว (Private Office)

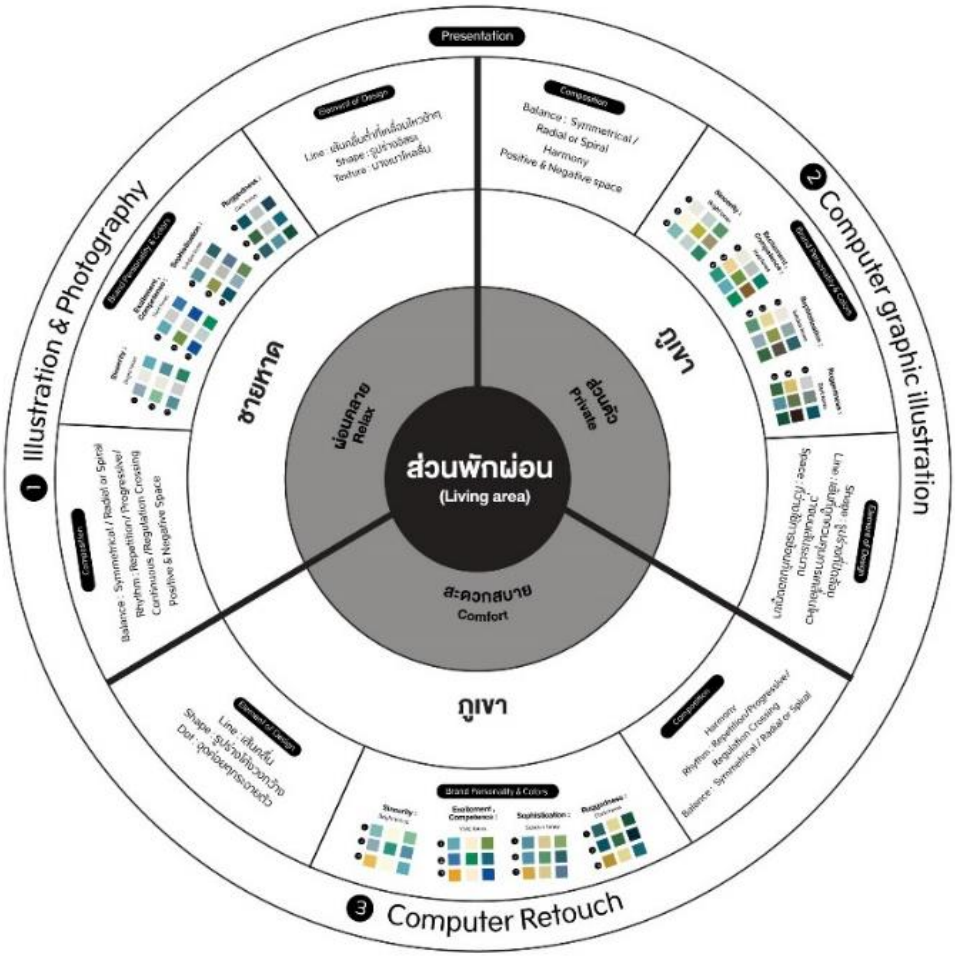


แผนภาพที่ 4.5 วงล้อชุดคำตอบแนวทางการออกแบบเรขศิลป์ในสิ่งแวดล้อมพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน สำหรับเจเนอเรชั่นวาย ในส่วนพื้นที่รับประทานอาหาร (Pantry)

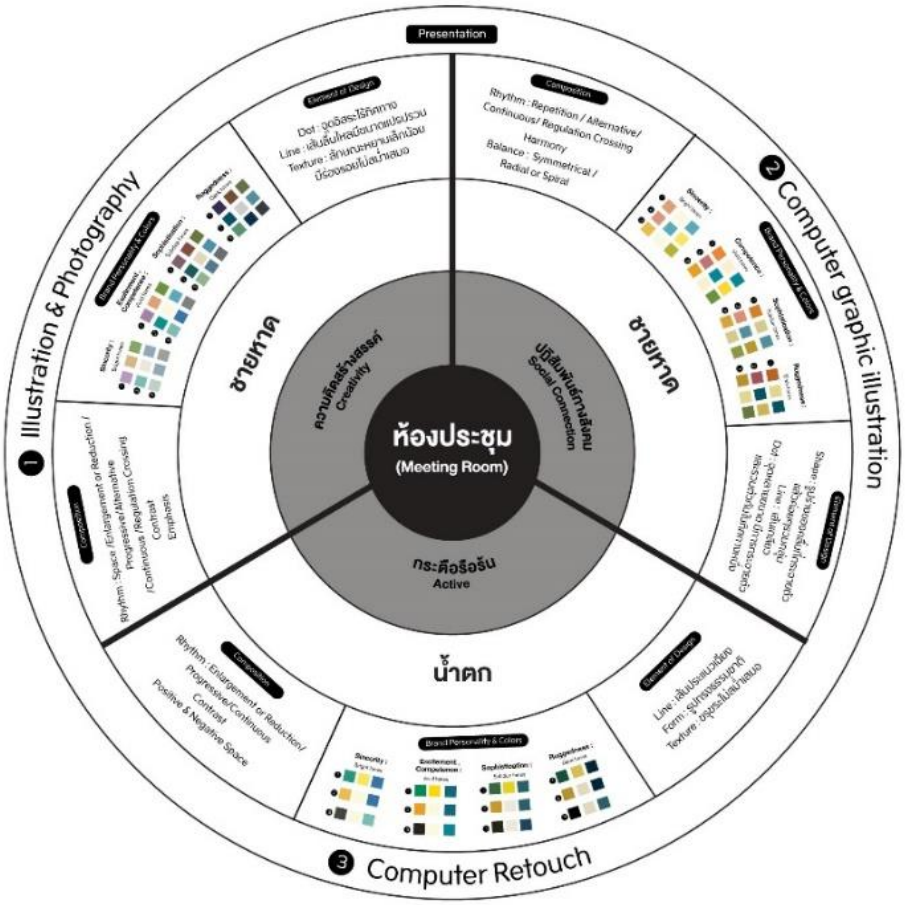


แผนภาพที่ 4.6 วงล้อชุดคำตอบแนวทางการออกแบบเรขศิลป์ในสิ่งแวดล้อมพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน สำหรับเจเนอเรชั่นวาย ในส่วนคาเฟ่ (Cafe)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

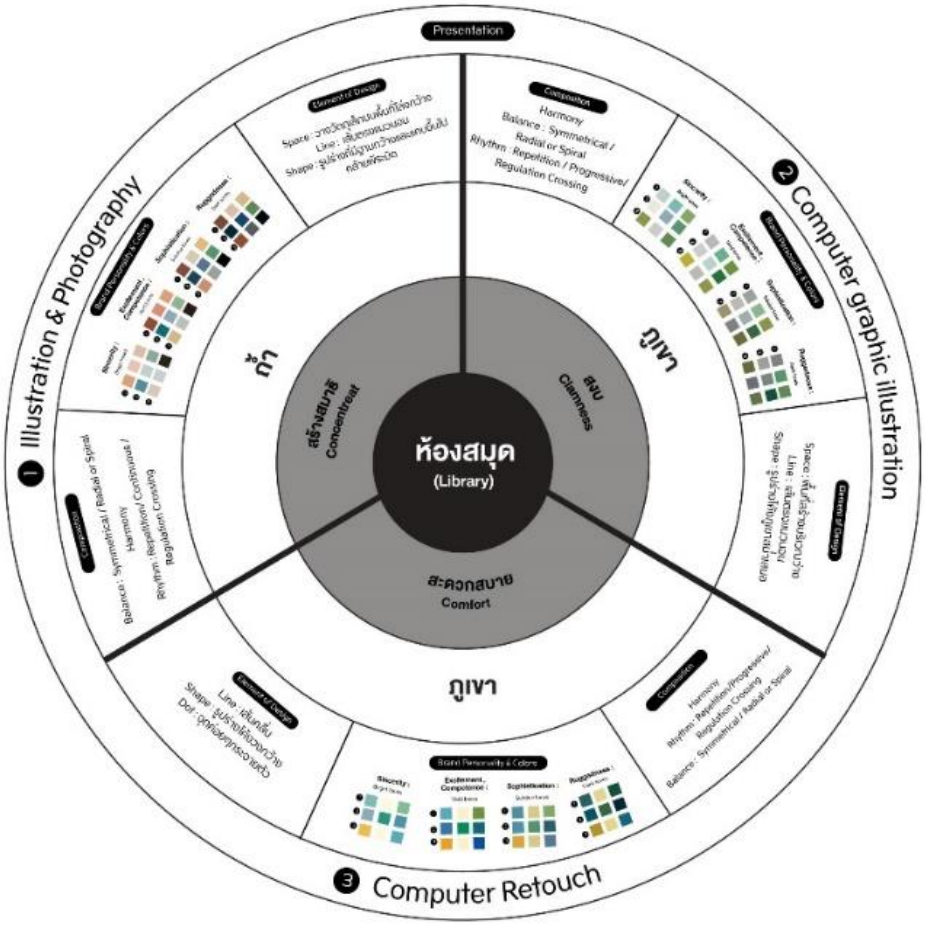


แผนภาพที่ 4.7 วงล้อชุดคำตอบแนวทางการออกแบบเรขศิลป์ในสิ่งแวดล้อมพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน สำหรับเจเนอเรชั่นวาย ในส่วนพักผ่อน (Living area)



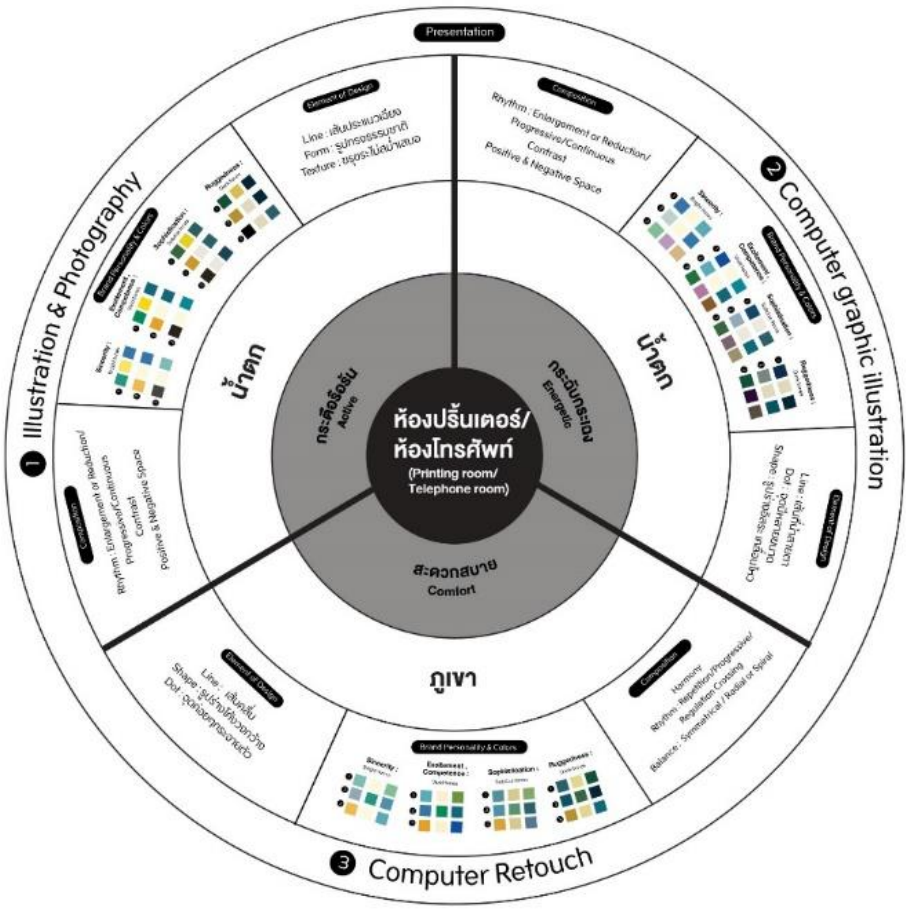
แผนภาพที่ 4.8 วงล้อชุดคำตอบแนวทางการออกแบบเรขศิลป์ในสิ่งแวดล้อมพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน สำหรับเจเนอเรชั่นวาย ในส่วนห้องประชุม (Meeting Room)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

แผนภาพที่ 4.9 วงล้อชุดคำตอบแนวทางการออกแบบเรขศิลป์ในสิ่งแวดล้อมพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน สำหรับเจเนอเรชั่นวาย ในส่วนห้องสมุด (Library)

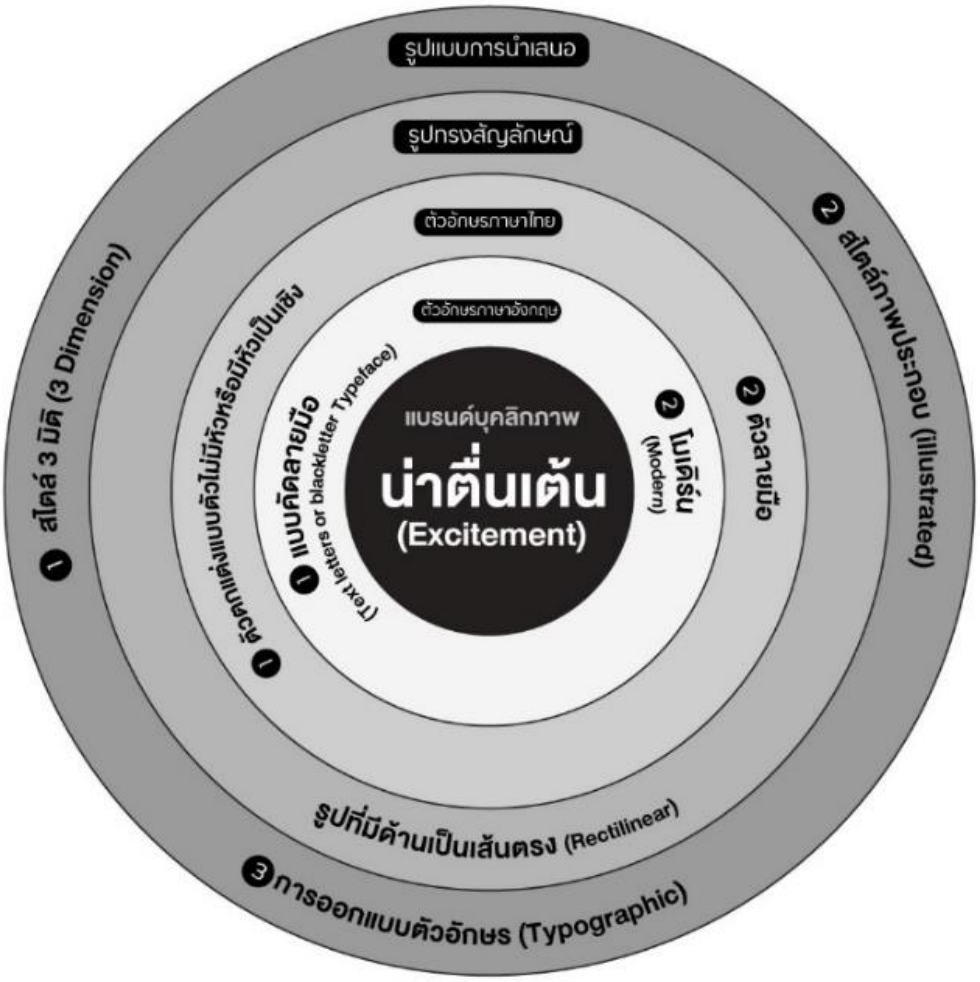


แผนภาพที่ 4.10 วงล้อชุดคำตอบแนวทางการออกแบบเรขศิลป์ในสิ่งแวดล้อมพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน สำหรับเจเนอเรชั่นวาย ในส่วนห้องปริ้นเตอร์หรือห้องโทรศัพท์(Printing & Telephone room)

9.2 วงล้อชุดคำตอบขององค์ประกอบเรขศิลป์ที่เหมาะสมกับบุคลิกภาพของแบรนด์(Brand Personality)

โดยส่วนนี้จะนำไปประยุกต์ใช้กับการออกแบบสร้างสรรค์พื้นที่(Placemaking) ในพื้นที่ส่วนกลาง และรูปแบบสัญลักษณ์ภาพชุด(Pictogram) ของสำนักงานร่วมแบ่งปัน สรุปได้ดังนี้

ภาพที่ 4.41 ชุดคำตอบขององค์ประกอบเรขศิลป์ที่เหมาะสมกับบุคลิกภาพของแบรนบุคลิกภาพจริงใจ (Sincerity)

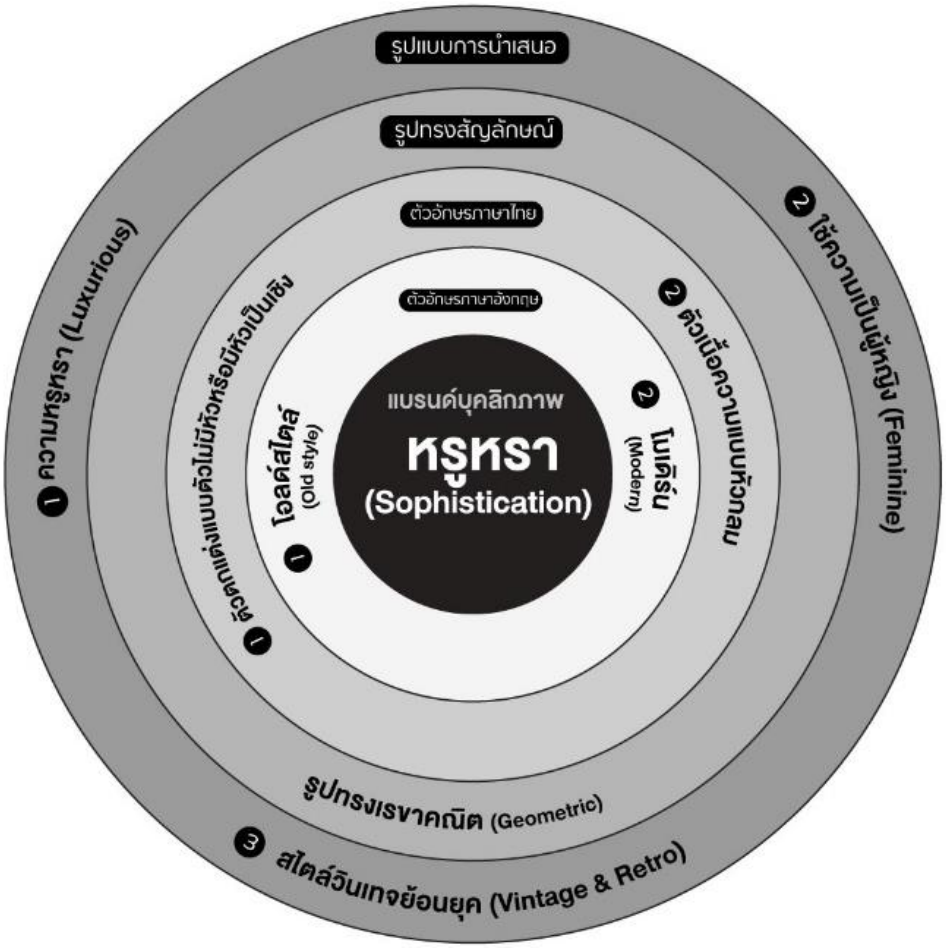


จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ภาพที่ 4.42 ชุดคำตอบขององค์ประกอบเรขศิลป์ที่เหมาะสมกับบุคลิกภาพของแบรนด์บุคลิกภาพน่าตื่นเต้น (Excitement)

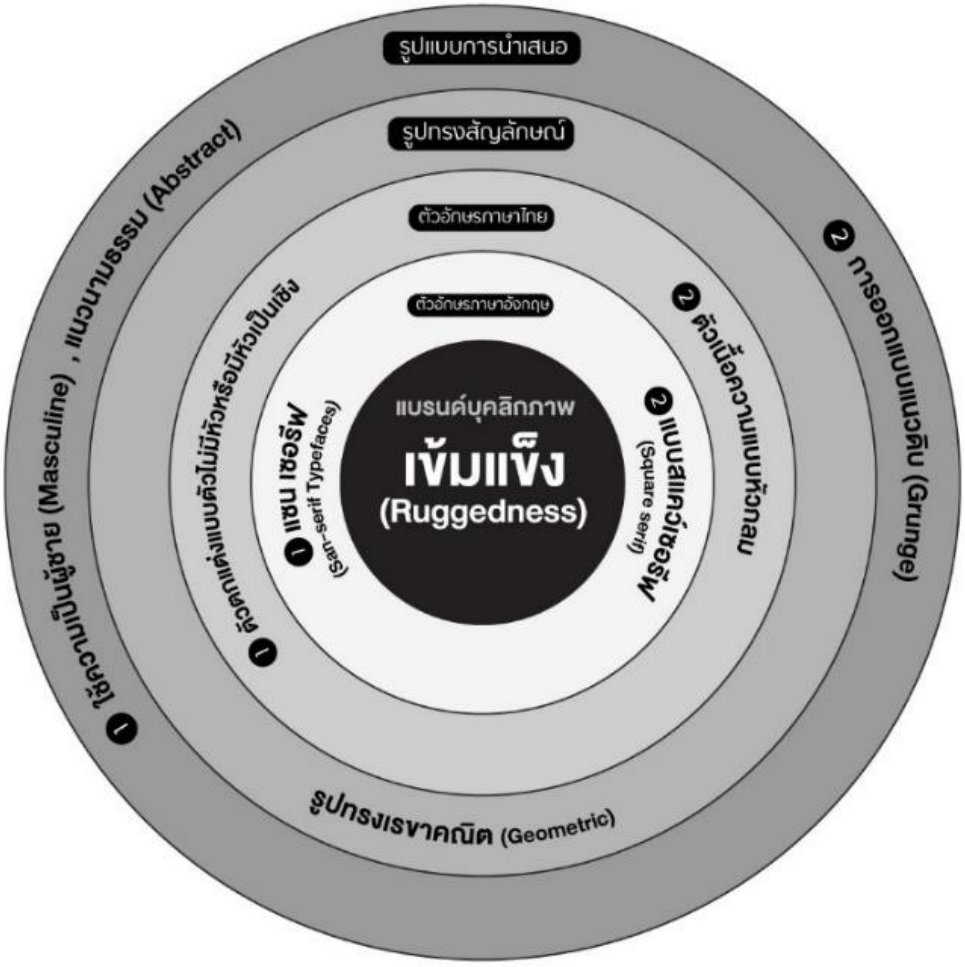
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ภาพที่ ชุดคำตอบขององค์ประกอบเรขศิลป์ที่เหมาะสมกับบุคลิกภาพของแบรนด์บุคลิกภาพมีความสามารถ (Competence)



ภาพที่ 4.43 ชุดคำตอบขององค์ประกอบเรขศิลป์ที่เหมาะสมกับบุคลิกภาพของแบรนด์บุคลิกภาพ โก้หรู (Sophistication)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ภาพที่ 4.44 ชุดคำตอบขององค์ประกอบเรขศิลป์ที่เหมาะสมกับบุคลิกภาพของแบรนด์บุคลิกภาพเข้มแข็ง (Ruggedness)

บทที่ 5
การประยุกต์ใช้ผลการวิจัย

จากการสรุปวงล้อชุดคำตอบจากวงล้อแนวทางการออกแบบเรขศิลป์สิ่งแวดล้อมจากแนวคิดไบโอฟิลเลียในสำนักงานร่วมแบ่งปัน สำหรับเจเนอเรชั่นวาย และชุดคำตอบขององค์ประกอบเรขศิลป์ที่เหมาะสมกับบุคลิกภาพของแบรนด์(Brand Personality) ผู้วิจัยนำมาประยุกต์ใช้คำตอบโดยมีรายละเอียดดังนี้

ตัวอย่างการประยุกต์ใช้คำตอบ

ขั้นตอนที่ 1 การวิเคราะห์ SWOT แนวคิดไบโอฟิลเลียกับพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co-Working Space)

ขั้นตอนที่ 2 กำหนดโจทย์ที่ต้องการสร้างสรรค์

Project : การออกแบบเรขศิลป์สิ่งแวดล้อมในสำนักงานร่วมแบ่งปัน จากแนวคิดไบโอฟิลเลีย สำหรับเจเนอเรชั่นวาย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ตัวอย่างที่ 1 Launchpad Co-Working Space

ขั้นตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ SWOT เปรียบเทียบกับคู่แข่ง

เพื่อนำเสนอแนวทางการออกแบบต้นแบบเรขศิลป์สิ่งแวดล้อมในสำนักงานร่วมแบ่งปัน จากแนวคิดไบโอฟิลเลีย สำหรับเจเนอเรชั่นวาย ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

ผู้วิจัยสรุปความคิดเห็นจากการวิเคราะห์และทบทวนวรรณกรรมเพื่อประเมินจุดแข็งจุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค เพื่อหาข้อสรุปและสามารถพัฒนาไปสู่แนวคิดในการออกแบบได้ โดยหลักการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ หรือ SWOT เป็นเครื่องมือสรุปความคิดเห็น ได้ดังนี้

จุดแข็ง (Strengths)

- พื้นที่สำนักงานมีความเป็นกันเอง สะดวกสบาย
- ออกแบบตกแต่งแต่ละโซนมีบรรยากาศที่แตกต่างกัน

จุดอ่อน (Weakness)

- ผู้คนพลุกพล่าน ยากในการสร้างสมาธิในการทำงาน
- แต่ละชั้นของสำนักงานอยู่แยกส่วนกัน ทำให้แต่ละโซนไม่มีความต่อเนื่อง ยากต่อการเข้าใช้งาน

โอกาส (Opportunities)

- ออกแบบเรขศิลป์ในส่วนกลางจากบุคลิกภาพของแบรนด์สร้างความต่อเนื่องของพื้นที่ส่วนกลาง
- ออกแบบเรขศิลป์ที่นำบรรยากาศมาจากแหล่งธรรมชาติ จะช่วยส่งเสริมให้ประสิทธิภาพการทำงานดียิ่งขึ้น
- การออกแบบสร้างบรรยากาศจากเรขศิลป์ ช่วยลดงบประมาณในการสร้างสรรค์ผลงาน
- ออกแบบเรขศิลป์ให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายอย่างแท้จริง

อุปสรรค (Threats)

- เทคโนโลยีช่วยสร้างสรรค์ลวดลาย ที่ส่งเสริมบรรยากาศ โดยไม่ต้องพึ่งลวดลายบนฝาผนัง
- วิกฤตโรคระบาด อาจจะทำให้ธุรกิจสำนักงานร่วมแบ่งปันต้องชะลอตัว

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

การออกแบบโจทย์ของงานออกแบบ (Design Brief) ตัวอย่างที่ 1

พื้นที่กรณีตัวอย่าง (Case Study) : Launchpad Co- Working space

ขอบเขตการการออกแบบ (Scope of Work) :

Placemaking : เรขศิลป์ตกแต่งบรรยากาศในห้องต่าง ๆ

Direction Element : สัญลักษณ์ตามจุดทางแยก

Pictogram : สัญลักษณ์ภาพชุด

ที่มาและความสำคัญ (Background)

Research case : Launchpad สำนักงานร่วมแบ่งปันที่มีภาพลักษณ์ทันสมัย และพร้อมบริการสิ่งแวดล้อมที่สร้างสรรค์และเน้นการสร้างชุมชนให้กับบริษัทอย่างมืออาชีพ Launchpad เน้นการตกแต่งบรรยากาศที่สร้างสรรค์ และสนุกสนาน ซึ่งช่วยให้กลุ่มวัยทำงานสามารถจดจ่อและทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตั้งอยู่ในย่านสีลม ใกล้กับ Bts สุรศักดิ์ เดินทางสะดวกเหมาะกับกลุ่มเป้าหมายที่ให้ความสำคัญกับทำเล พื้นที่ในสำนักงาน ประกอบด้วย **ส่วนต้อนรับ**(Reception), **สำนักงานร่วมแบ่งปัน**(Co-Working Space), **ห้องประชุม**(Meeting room), **และส่วนเตรียมอาหาร**(Pantry), **ห้องพักผ่อน**(Living room), **สำนักงานส่วนตัว**(Private office), คาเฟ่(Cafe), และ ห้องปริ้นเตอร์(Printing Room)

ปัญหา (Problem)

Launchpad Co-Working Space ยังไม่มีการตกแต่งบรรยากาศเพื่อการสื่อสาร ให้ตอบสนองความต้องการในแต่ละห้องของสำนักงานร่วมแบ่งปัน

วัตถุประสงค์ (Objective)

เพื่อกำหนดแนวความคิดการออกแบบเรขศิลป์สิ่งแวดล้อมในสำนักงานร่วมแบ่งปัน จากแนวคิดไบโอฟิลเลีย สำหรับเจเนอเรชั่นวาย ในการสร้างบรรยากาศให้กับพื้นที่การทำงาน เพื่อส่งเสริมให้ผู้ที่อยู่อาศัยในพื้นที่ทำงานให้มีสุขภาพ(Health) และคุณภาพชีวิตที่ดี(Well–Being)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย(Target)

กลุ่มคนเจเนอเรชั่นวาย ซึ่งเป็นผู้เช่าในสำนักงานร่วมแบ่งปัน(Co-Working Space) ของพื้นที่กรณีตัวอย่าง

ทางกายภาพ (Demographic)

- กลุ่มคนที่เช่าในพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน
- กลุ่มเป้าหมายหลัก กลุ่มเจเนอเรชั่นวายตอนต้น (อายุ 21 - 30ปี) อาศัยในกรุงเทพมหานคร

- กลุ่มเป้าหมายรอง กลุ่มเจเนอเรชั่นวายตอนปลาย (อายุ 31- 41ปี) อาศัยในกรุงเทพมหานคร

ทางจิตวิสัย(Psychography)

คนที่ชื่นชอบธรรมชาติ รักและโหยหาธรรมชาติ ส่งเสริมการนำบรรยากาศธรรมชาติเข้ามาไว้ในพื้นที่การทำงาน ที่ตั้งอยู่ในพื้นที่เขตเมืองหลวง

จะสื่อสารแนวความคิดอะไร (What the communication)

สมองปลอดโปร่งจากความสดชื่นของธรรมชาติ

สิ่งสนับสนุนแนวความคิด(Support)

กลุ่มคนวัยทำงานในสำนักงานร่วมแบ่งปัน ต้องเจอสิ่งแวดล้อมเดิมๆทุกวัน ควรมีการตกแต่งบรรยากาศพื้นที่ในแต่ละส่วน ให้มีความแตกต่างกันเพื่อให้เกิดความหลากหลายทางด้านอารมณ์ อีกทั้งแนวคิดไบโอฟิลเลียจะเป็นการนำเอาธรรมชาติมาประยุกต์ออกแบบให้สอดคล้องกับลักษณะกายภาพของพื้นที่อย่างเหมาะสม

บุคลิกภาพที่ต้องการจะสื่อ (How to communication)

ออกแบบให้สอดคล้องกับบุคลิกภาพของแบรนด์(Brand Personality) ออกแบบให้มีบุคลิกภาพจริงใจ(Sincerity) ภาพลักษณ์ที่สนุกสนาน(Playful) ดูเป็นมิตร(Friendly) เข้าถึงได้ง่าย (Casual)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

<u>การประยุกต์ผลการวิจัย(Criteria Applying Research Finding)</u>

บุคลิกของแบรนด์ (Brand Personality) : บุคลิกภาพจริงใจ(Sincerity)

ตัวอักษร : ภาษาอังกฤษ

1. แบบแซนเซอรีฟ (San-serif Typeface)
2. แบบตัวเขียน (Script or Cursive Typeface)

ภาษาไทย

1. ตัวตกแต่งแบบตัวไม่มีหัว หรือหัวมีเชิง

2. ตัวเนื้อความแบบหัวกลม

รูปทรงสัญลักษณ์ : รูปทรงธรรมชาติ (Organic form)

รูปแบบการนำเสนอผลงาน : การออกแบบจากรูปทรงธรรมชาติ (Organic & Natural)

ตารางที่ 5.1 ศึกษาวงล้อแนวทางการออกแบบเรขศิลป์สิ่งแวดล้อมจากแนวคิดไบโอฟิลเลียบนสำนักงานร่วมแบ่งปัน สำหรับเจเนอร์เรชั่นวาย

ห้อง /โซน	แหล่งธรรมชาติ (อารมณ์/ บรรยากาศ)	องค์ประกอบทางเรขศิลป์	การจัดองค์ประกอบ	ชุดสี
ส่วนต้อนรับ (Reception)	ภูเขา (สะดวกสบาย - Comfort)	1.เส้น 2.รูปร่าง 3.จุด	1.กลมกลืน 2.จังหวะ -การวางจังหวะซ้ำกัน -จังหวะก้าวหน้าหรือเคลื่อนไหว -การซ้อนจังหวะปกติ 3.สมดุล -สมดุลซ้ายขวาเท่ากัน -สมดุลแบบรัศมี	
โซนพักผ่อน (Living area)	ชายหาด (ผ่อนคลาย -Relax)	1.เส้น 3.รูปร่าง 4.พื้นผิว	1.สมดุล -สมดุลซ้ายขวาเท่ากัน -สมดุลแบบรัศมี 2.จังหวะ -การวางจังหวะซ้ำกัน -จังหวะก้าวหน้าหรือเคลื่อนไหว -การจัดจังหวะต่อเนื่อง -การซ้อนจังหวะปกติ 2.พื้นที่เชิงบวก/เชิงลบ	

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ห้อง /โซน	แหล่งธรรมชาติ (อารมณ์/ บรรยากาศ)	องค์ประกอบทางเรขศิลป์	การจัดองค์ประกอบ	ชุดสี
ห้องประชุม 1 (Meeting room)	ชายหาด (กระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ – Creativity)	1.จุด 2.เส้น 3.พื้นผิว	1.จังหวะ -การเว้นช่องไฟ -การเพิ่มหรือลดขนาด -จังหวะก้าวหน้าหรือเคลื่อนไหว -การสลับ -การจัดจังหวะต่อเนื่อง -การซ้อนจังหวะปกติ 2.ขัดแย้ง 3.การเน้น	
ห้องประชุม 2 (Meeting room)	น้ำตก (กระตือรือร้น – Active)	1.เส้น 2.รูปทรง 3.พื้นผิว	1.จังหวะ -การเพิ่ม หรือลดขนาด -จังหวะก้าวหน้าหรือเคลื่อนไหว -การจัดจังหวะต่อเนื่อง 2.ขัดแย้ง 3.พื้นที่เชิงบวก/เชิงลบ	
สำนักงานร่วมแบ่งปัน	ชายหาด (มีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม – Social connection)	1.รูปร่าง 2.เส้น 3.จุด	1.จังหวะ -การวางจังหวะซ้ำกัน -การสลับ -การจัดจังหวะต่อเนื่อง -การซ้อนจังหวะปกติ 2.กลมกลืน 3.สมดุล -สมดุลซ้ายขวาเท่ากัน -สมดุลแบบรัศมี	

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

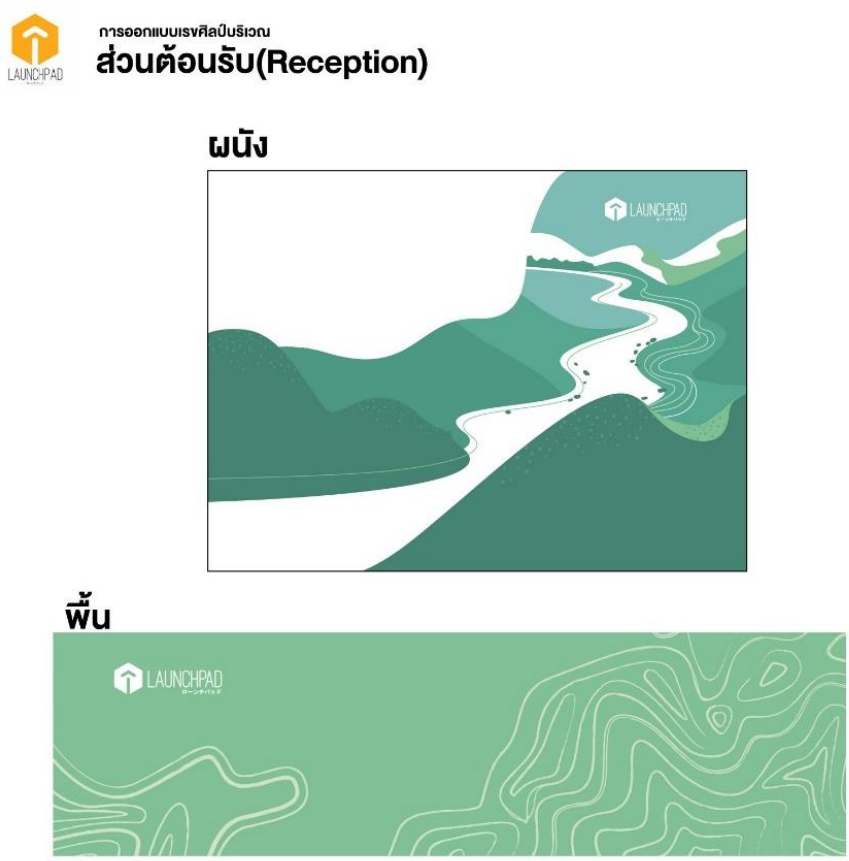
ผลงานการออกแบบเบื้องต้น ตัวอย่างที่ 1

ภาพที่ 5.1 อารมณ์(Mood board) ตัวอย่างที่ 1

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

Placemaking : เรขศิลป์ตกแต่งบรรยากาศในบริเวณห้องต่าง ๆในสำนักงานร่วมแบ่งปัน

ตัวอย่างที่ 1



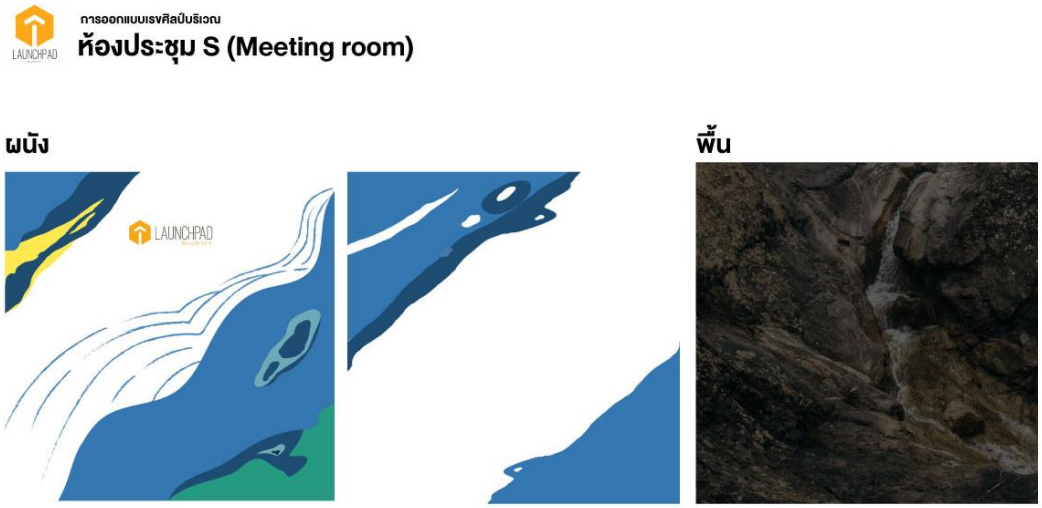
ภาพที่ 5.2 การออกแบบเรขศิลป์บริเวณส่วนต้อนรับ(Reception)1 ตัวอย่างที่ 1

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

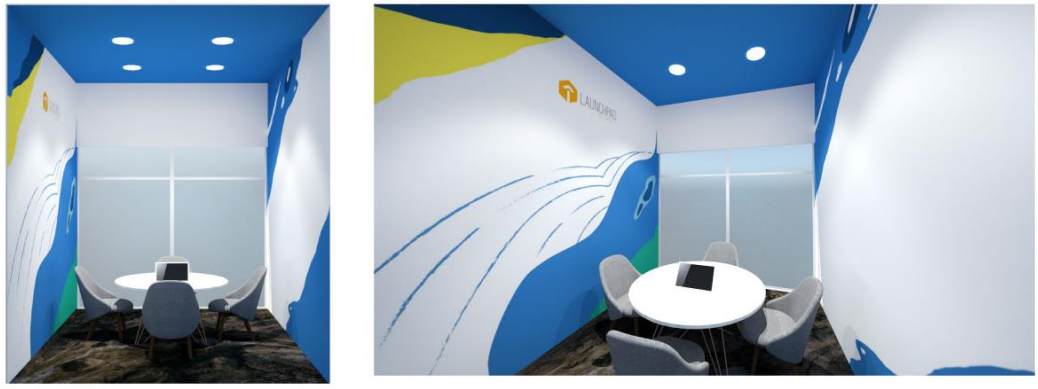
ภาพที่ 5.3 การออกแบบเรขศิลป์บริเวณส่วนต้อนรับ(Reception) 2 ตัวอย่างที่ 1

ภาพที่ 5.4 การออกแบบเรขศิลป์บริเวณบริเวณโซนพักผ่อน (Living area)1 ตัวอย่างที่ 1

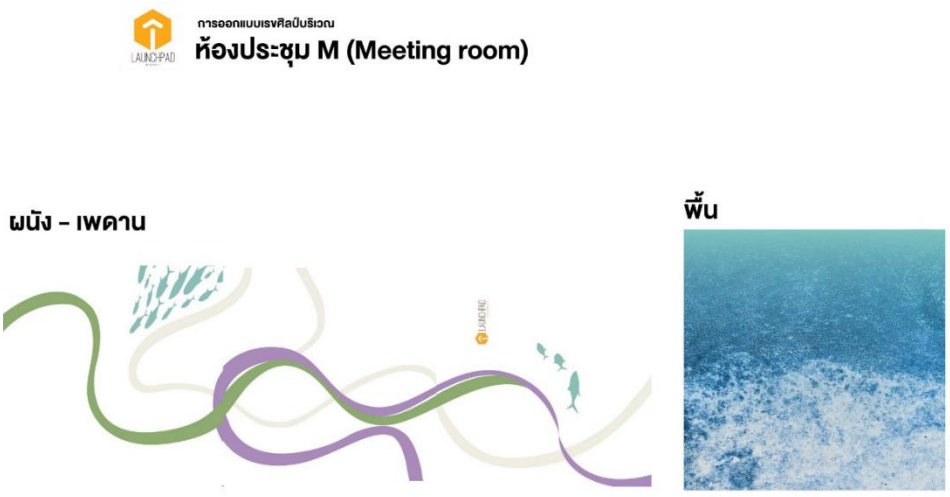
ภาพที่ 5.5 การออกแบบเรขศิลป์บริเวณบริเวณโซนพักผ่อน (Living area) 2 ตัวอย่างที่ 1



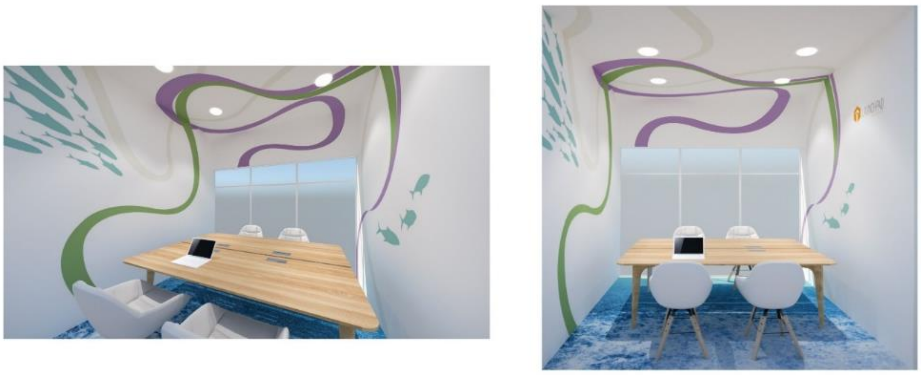
ภาพที่ 5.6 การออกแบบเรขศิลป์ ห้องประชุม Size S (Meeting room) 1 ตัวอย่างที่ 1



ภาพที่ 5.7 การออกแบบเรขศิลป์ ห้องประชุม Size S (Meeting room) 2 ตัวอย่างที่ 1

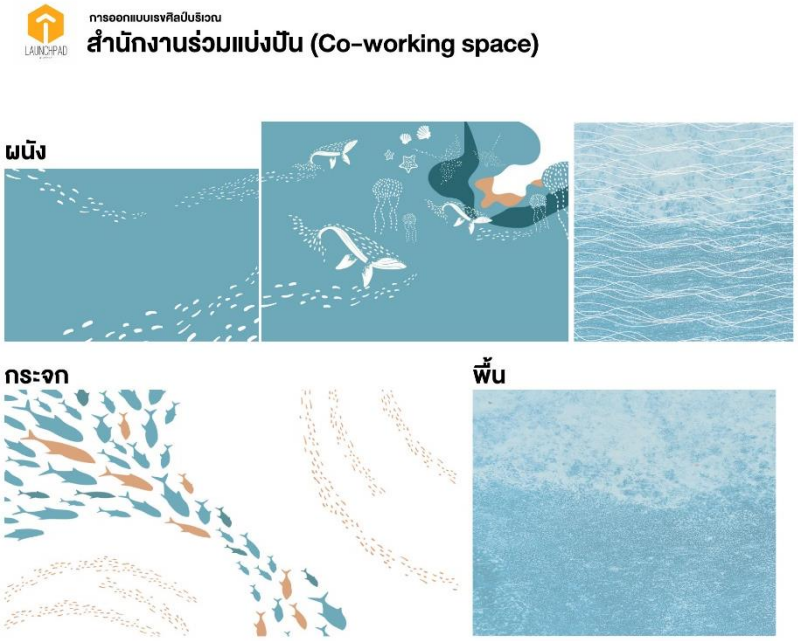


ภาพที่ 5.8 การออกแบบเรขศิลป์ ห้องประชุม Size M (Meeting room) 1 ตัวอย่างที่ 1



ภาพที่ 5.9 การออกแบบเรขศิลป์ ห้องประชุม Size M (Meeting room) 2 ตัวอย่างที่ 1

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University



ภาพที่ 5.10 การออกแบบเรขศิลป์ สำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co-Working Space) 1 ตัวอย่างที่ 1

ภาพที่ 5.11 การออกแบบเรขศิลป์ สำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co-Working Space) 2 ตัวอย่างที่ 1

Pictogram : สัญลักษณ์ภาพชุด

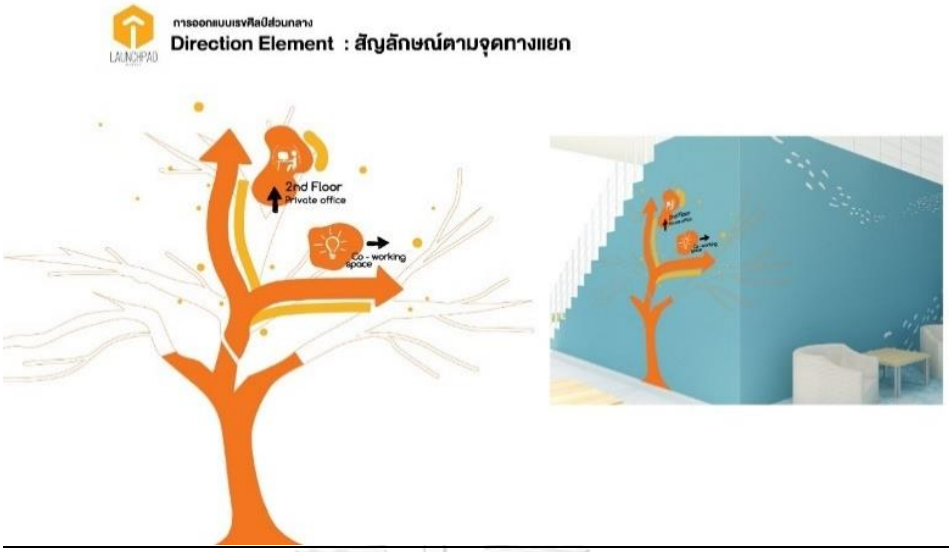
ภาพที่ 5.12 การออกแบบสัญลักษณ์ภาพชุด 1 ตัวอย่างที่ 1

ภาพที่ 5.13 การออกแบบสัญลักษณ์ภาพชุด 2 ตัวอย่างที่ 1

Direction Element : สัญลักษณ์ตามจุดทางแยก

ภาพที่ 5.14 การออกแบบสัญลักษณ์ตามจุดทางแยก1 ตัวอย่างที่ 1

ภาพที่ 5.15 การออกแบบสัญลักษณ์ตามจุดทางแยก2 ตัวอย่างที่ 1



ภาพที่ 5.16 การออกแบบสัญลักษณ์ตามจุดทางแยก3 ตัวอย่างที่ 1

ตัวอย่างที่ 2 The Hive Co-Working Space

ขั้นตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ SWOT เปรียบเทียบกับคู่แข่ง

เพื่อนำเสนอแนวทางการออกแบบต้นแบบเรขศิลป์สิ่งแวดล้อมในสำนักงานร่วมแบ่งปัน จากแนวคิดไบโอฟิลเลีย สำหรับเจเนอเรชั่นวาย ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

ผู้วิจัยสรุปความคิดเห็นจากการวิเคราะห์และทบทวนวรรณกรรมเพื่อประเมินจุดแข็งจุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค เพื่อหาข้อสรุปและสามารถพัฒนาไปสู่แนวคิดในการออกแบบได้ โดยหลักการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ หรือSWOT เป็นเครื่องมือสรุปความคิดเห็น ได้ดังนี้

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

<u>จุดแข็ง (Strengths)</u>

- การแบ่งโซนต่าง ๆ มีสัดส่วนที่ชัดเจน
- พื้นที่สำนักงานเงียบสงบ ผู้คนไม่พลุกพล่าน
- ออกแบบตกแต่งสไตล์loft ให้ภาพลักษณ์เท่ ทันสมัย

<u>จุดอ่อน (Weakness)</u>

- พื้นที่ในสำนักงานเงียบ ทำให้บรรยากาศเชื่อมต่อทางสังคมกับสมาชิกท่านอื่นเป็นไปได้ยาก
- บรรยากาศภาพรวมไม่ค่อยผ่อนคลาย ไม่เป็นกันเอง

<u>โอกาส (Opportunities)</u>

- แนวคิดไบโอฟิลเลียมาใช้ในการออกแบบ สร้างบรรยากาศที่หลากหลาย
- ออกแบบเรขศิลป์ที่นำบรรยากาศมาจากแหล่งธรรมชาติ จะช่วยส่งเสริมให้ประสิทธิภาพการทำงานดียิ่งขึ้น
- การออกแบบสร้างบรรยากาศจากเรขศิลป์ ช่วยลดงบประมาณในการสร้างสรรค์ผลงาน
- ออกแบบเรขศิลป์ให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายอย่างแท้จริง

<u>อุปสรรค (Threats)</u>

- เทคโนโลยีช่วยสร้างสรรค์ลวดลาย ที่ส่งเสริมบรรยากาศ โดยไม่ต้องพึ่งลวดลายบนฝาผนัง
- วิกฤตโรคระบาด อาจจะทำให้ธุรกิจสำนักงานร่วมแบ่งปันต้องชะลอตัว

พื้นที่กรณีตัวอย่าง (Case Study)) : The Hive Co- Working space

ขอบเขตการการออกแบบ (Scope of Work) :

Placemaking : เรขศิลป์ตกแต่งบรรยากาศในห้องต่าง ๆ

Direction Element : สัญลักษณ์ตามจุดทางแยก

Pictogram : สัญลักษณ์ภาพชุด

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ที่มาและความสำคัญ (Background)

Research case : The Hive มีต้นกำเนิดจากประเทศฮ่องกง มาเปิดสาขาแรกในไทย เมื่อปี 2014 โดยตั้งอยู่ในโครงการพิมาน 49 ถนนสุขุมวิท 49 ใกล้ Bts พร้อมพงษ์ ภายในตกแต่งในสไตล์ลอฟต์(Loft) ภายในพื้นที่ของโซนสำนักงานร่วมแบ่งปัน ประกอบด้วย ส่วนต้อนรับ (Reception), สำนักงานร่วมแบ่งปัน(Co-Working Space), ห้องประชุม(Meeting room), ห้องพักผ่อน(Living room), สำนักงานส่วนตัว(Private office), คาเฟ่(Cafe) และห้องโทรศัพท์ (Telephone Booth)

ปัญหา (Problem)

The Hive Co-Working space มีบรรยากาศที่เคร่งขรึม จริงจัง ไม่เป็นกันเอง

วัตถุประสงค์ (Objective)

การออกแบบเรขศิลป์สิ่งแวดล้อมในสำนักงานร่วมแบ่งปัน จากแนวคิดไบโอฟิลเลีย สำหรับเจเนอเรชั่นวาย ในการสร้างบรรยากาศให้กับพื้นที่การทำงานให้ช่วยเชื่อมโยงคนกับธรรมชาติ เพื่อส่งเสริมให้ผู้ที่อยู่อาศัยในพื้นที่ทำงานให้มีสุขภาพ(Health) และคุณภาพชีวิตที่ดี(Well–Being)

การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย(Target)

กลุ่มคนเจเนอเรชั่นวาย ซึ่งเป็นผู้เช่าในสำนักงานร่วมแบ่งปัน(Co-Working Space) ของพื้นที่กรณีตัวอย่าง

ทางกายภาพ (Demographic)

- กลุ่มคนที่เช่าในพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน
- กลุ่มเป้าหมายหลัก กลุ่มเจเนอเรชั่นวาย ตอนปลาย (อายุ 31- 41ปี) อาศัยในกรุงเทพมหานคร
- กลุ่มเป้าหมายรอง กลุ่มเจเนอเรชั่นวาย ตอนต้น (อายุ 21 - 30ปี) อาศัยในกรุงเทพมหานคร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ทางจิตวิสัย(Psychography)

คนที่ชื่นชอบธรรมชาติ รักและโหยหาธรรมชาติ ส่งเสริมการนำบรรยากาศธรรมชาติเข้ามาไว้ในพื้นที่การทำงาน ที่ตั้งอยู่ในพื้นที่เขตเมืองหลวง

จะสื่อสารแนวความคิดอะไร (What the communication)

พลังจากธรรมชาติอันแข็งแกร่ง

สิ่งสนับสนุนแนวความคิด (Support)

พลังจากธรรมชาติ ชะช่วยสร้างบรรยากาศให้กับพื้นที่การทำงานในแต่ละส่วนของสำนักงานร่วมแบ่งปันที่เหมาะสมกับความต้องการและหน้าที่ใช้สอยของห้องนั้น ๆ

บุคลิกภาพที่ต้องการจะสื่อสาร (How to communication)

ออกแบบเรขศิลป์สิ่งแวดล้อม ให้สอดคล้องกับบุคลิกภาพของแบรนด์ ออกแบบให้มีบุคลิกภาพเข้มแข็ง(Ruggedness) ภาพลักษณ์ที่ห้าวหาญ (Rugged) เท่(Cool) และมีสไตล์ (Stylish)

<u>การประยุกต์ผลการวิจัย(Criteria Applying Research Finding)</u>

บุคลิกของแบรนด์ (Brand Personality) : บุคลิกภาพเข้มแข็ง (Ruggedness)

ตัวอักษร : ภาษาอังกฤษ

1. แบบแซนเซอรีฟ(San-serif Typeface)
2. แบบสแคว์เซอรีฟ(Square Serif)

ภาษาไทย

1. ตัวตกแต่งแบบตัวไม่มีหัว หรือหัวมีเชิง
2. ตัวเนื้อความแบบหัวกลม

รูปทรงสัญลักษณ์ : รูปทรงเรขาคณิต(Geometric form)

รูปแบบการนำเสนอผลงาน : นามธรรม (Abstract)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ตารางที่ 5.2 ศึกษาวงล้อองค์ประกอบการออกแบบเรขศิลป์สื่อสารทางด้านอารมณ์

ห้อง /โซน	แหล่งธรรมชาติ (อารมณ์/บรรยากาศ)	องค์ประกอบทางเรขศิลป์	การจัดองค์ประกอบ	ชุดสี
ส่วนต้อนรับ (Reception)	น้ำตก (กระฉับกระเฉง - Energetic)	1.เส้น 2.จุด 3.รูปร่าง	1.จังหวะ -การเพิ่มหรือลดขนาด -จังหวะก้าวหน้าหรือเคลื่อนไหว -การจัดจังหวะต่อเนื่อง 2.ขัดแย้ง 3.พื้นที่เชิงบวก/เชิงลบ	
สำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co-Working Space)	ชายหาด (กระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ – Creativity)	1.จุด 2.เส้น 3.พื้นผิว	1.จังหวะ -การเว้นช่องไฟ -การเพิ่มหรือลดขนาด -จังหวะก้าวหน้าหรือเคลื่อนไหว -การสลับ -การจัดจังหวะต่อเนื่อง -การซ้อนจังหวะปกติ 2.ขัดแย้ง 3.การเน้น	

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ห้อง /โซน	แหล่งธรรมชาติ (อารมณ์/บรรยากาศ)	องค์ประกอบทางเรขศิลป์	การจัดองค์ประกอบ	ชุดสี
ห้องประชุม (Meeting room)	น้ำตก (กระตือรือร้น – Active)	1.เส้น 2.รูปทรง 3.พื้นผิว	1.จังหวะ -การเพิ่มหรือลดขนาด -จังหวะก้าวหน้าหรือเคลื่อนไหว -การสลับ -การจัดจังหวะต่อเนื่อง 2.ขัดแย้ง 3.พื้นที่เชิงบวก/เชิงลบ	
ส่วนพักผ่อน (Living area)	ภูเขา (เป็นส่วนตัว - Private)	1.รูปร่าง 2.เส้น 3.ที่ว่าง	1.สมดุล -สมดุลซ้ายขวาเท่ากัน -สมดุลแบบรัศมี 2.กลมกลืน 3.พื้นที่เชิงบวก/เชิงลบ	
ห้องโทรศัพท์ (Phone Booth)	ภูเขา (สะดวกสบาย - Comfort)	1.เส้น 2.รูปร่าง 3.จุด	1.กลมกลืน 2.จังหวะ -การวางจังหวะซ้ำกัน -จังหวะก้าวหน้าหรือเคลื่อนไหว -การซ้อนจังหวะปกติ 3.สมดุล -สมดุลซ้ายขวาเท่ากัน -สมดุลแบบรัศมี	

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

สิ่งที่คาดว่าจะได้รับ(Desired Response)

เพื่อสร้างบรรยากาศให้กับพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน แต่ละห้องให้สอดคล้องตามความต้องการของกลุ่มวัยทำงานเจเนอเรชั่นวาย และออกนำเสนอรูปแบบเรขศิลป์ให้สอดคล้องกับบุคลิกภาพของแบรนด์

ผลงานการออกแบบเบื้องต้น ตัวอย่างที่ 2

ภาพที่ 5.17 อารมณ์ (Mood board) ตัวอย่างที่ 2

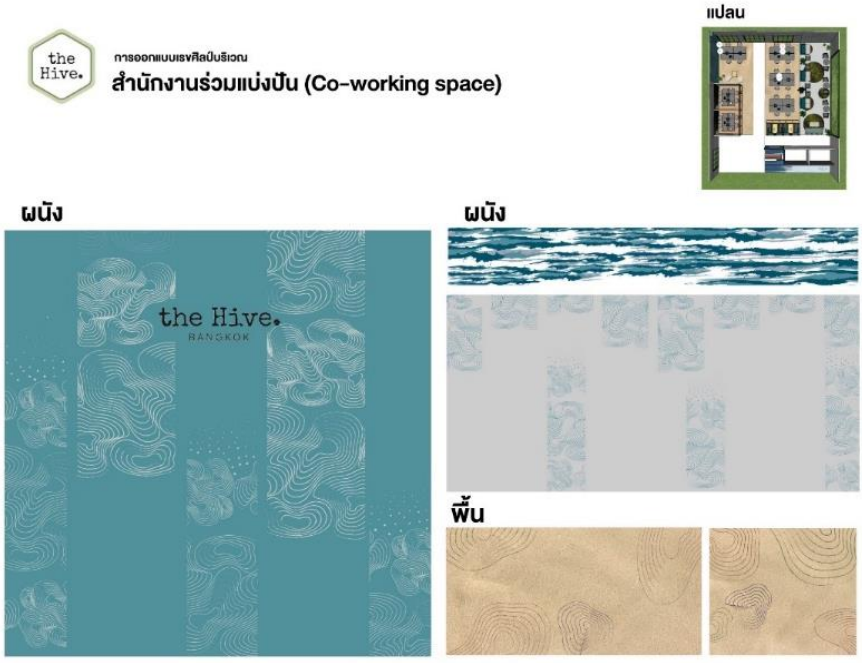
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

Placemaking : เรขศิลป์ตกแต่งบรรยากาศในบริเวณห้องต่าง ๆในสำนักงานร่วมแบ่งปัน

ตัวอย่างที่ 2

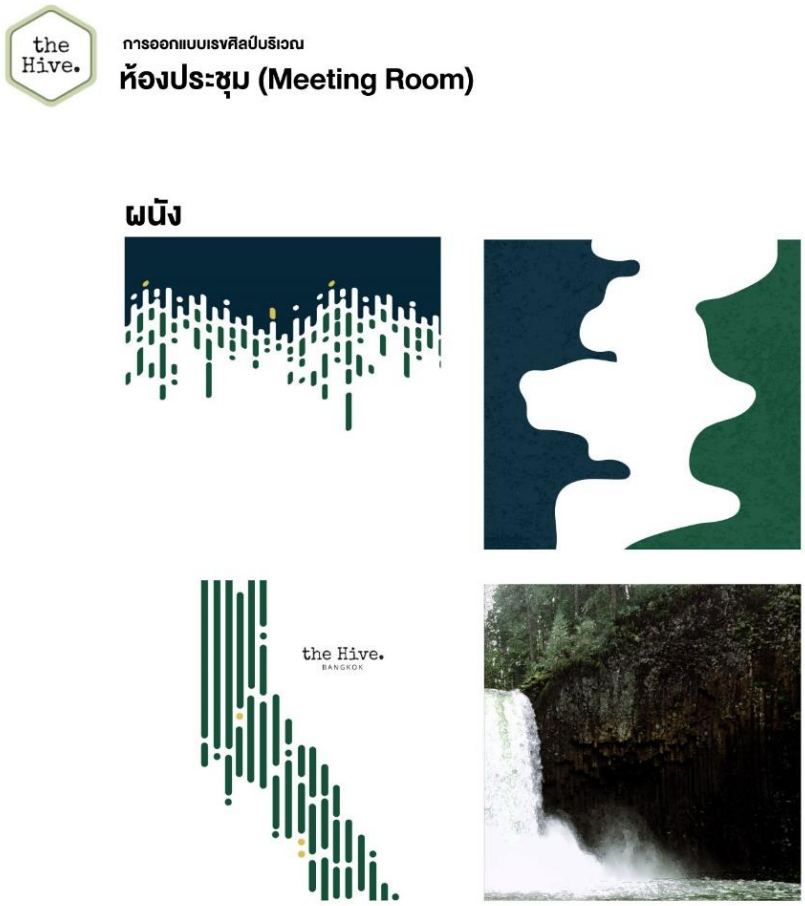
ภาพที่ 5.18 การออกแบบเรขศิลป์บริเวณส่วนต้อนรับ (Reception) 1 ตัวอย่างที่ 2

ภาพที่ 5.19 การออกแบบเรขศิลป์บริเวณส่วนต้อนรับ (Reception) 2 ตัวอย่างที่ 2



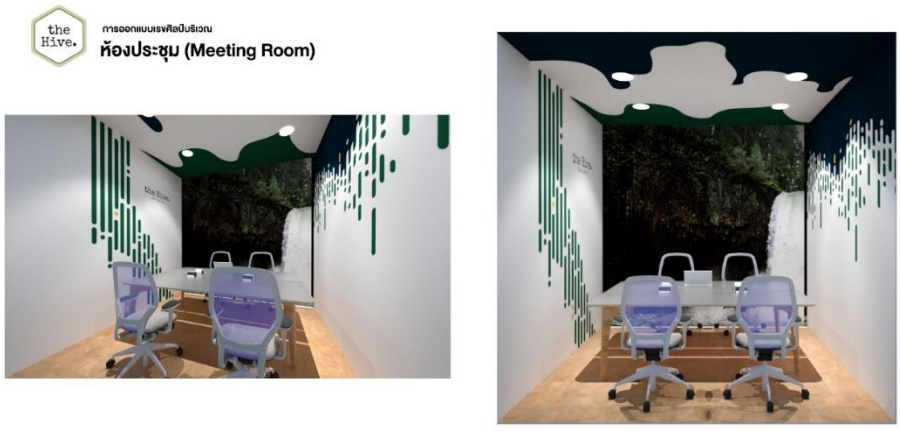
ภาพที่ 5.20 การออกแบบเรขศิลป์ สำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co-Working Space) 1 ตัวอย่างที่ 2

ภาพที่ 5.21 การออกแบบเรขศิลป์ สำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co-Working Space) 2 ตัวอย่างที่ 2



ภาพที่ 5.22 การออกแบบเรขศิลป์ ห้องประชุม (Meeting room) 1 ตัวอย่างที่ 2

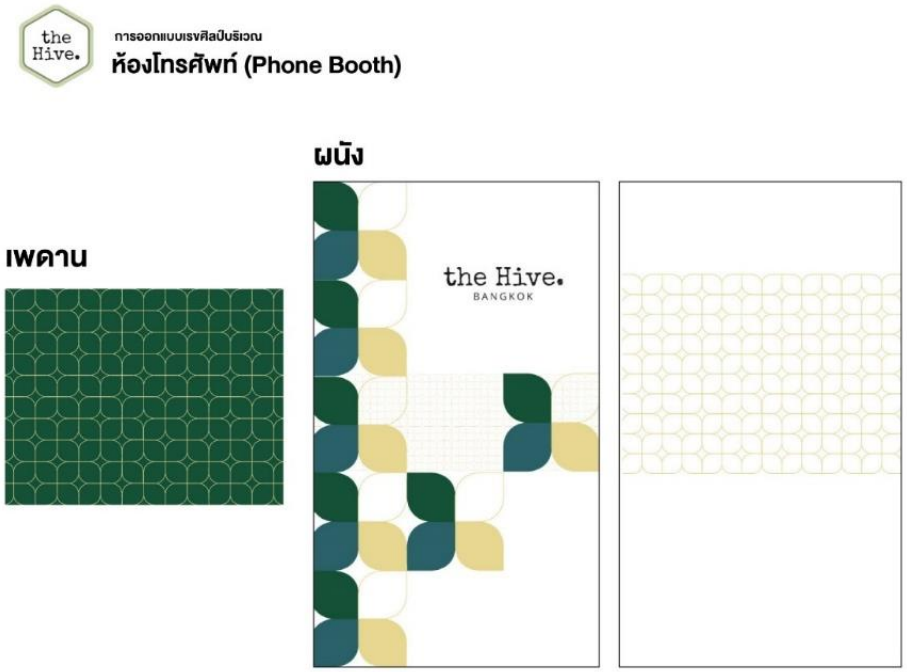
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



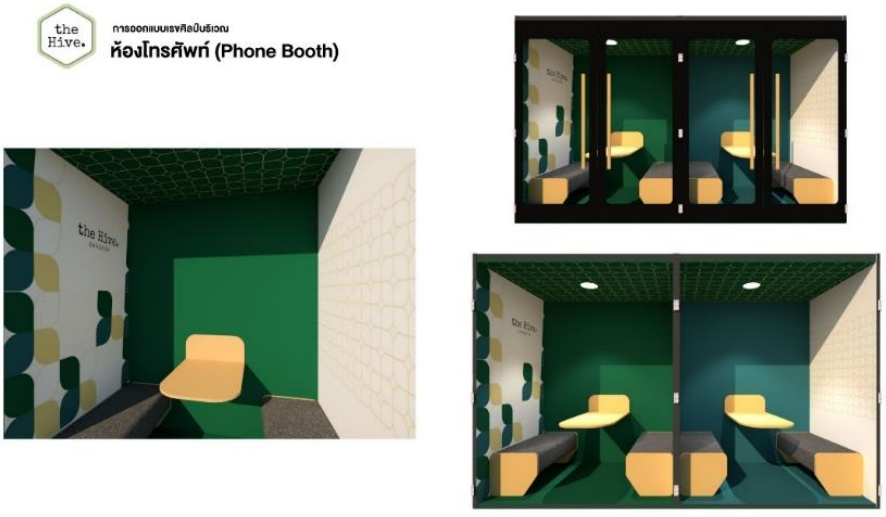
ภาพที่ การออกแบบเรขศิลป์ ห้องประชุม (Meeting room) 2 ตัวอย่างที่ 2

ภาพที่ 5.23 การออกแบบเรขศิลป์ ห้องพักผ่อน (Living room) 1 ตัวอย่างที่ 2

ภาพที่ 5.24 การออกแบบเรขศิลป์ ห้องพักผ่อน (Living room) 2 ตัวอย่างที่ 2



ภาพที่ 5.25 การออกแบบเรขศิลป์ บูธโทรศัพท์ (Phone booth) 1 ตัวอย่างที่ 2



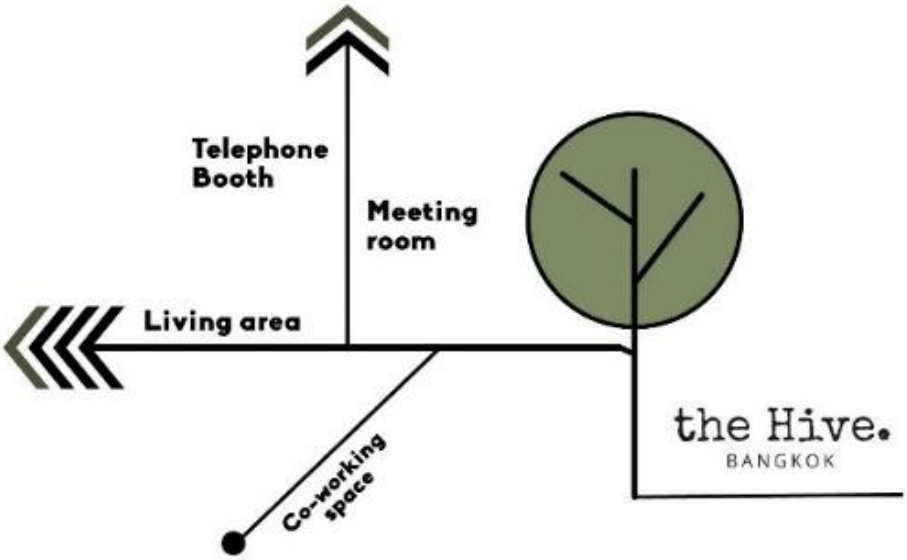
ภาพที่ 5.26 การออกแบบเรขศิลป์ บูธโทรศัพท์ (Phone booth) 2 ตัวอย่างที่ 2

Pictogram : สัญลักษณ์ภาพชุด

ภาพที่ 5.27 การออกแบบสัญลักษณ์ภาพชุด 1 ตัวอย่างที่ 2

ภาพที่ 5.28 การออกแบบสัญลักษณ์ภาพชุด 2 ตัวอย่างที่ 2

Direction Element : สัญลักษณ์ตามจุดทางแยก



ภาพที่ 5.29 การออกแบบสัญลักษณ์ตามจุดทางแยก 1 ตัวอย่างที่ 2

ภาพที่ 5.30 การออกแบบสัญลักษณ์ตามจุดทางแยก 2 ตัวอย่างที่ 2

ภาพที่ 5.31 การออกแบบสัญลักษณ์ตามจุดทางแยก 3 ตัวอย่างที่ 2

ภาพที่ 5.32 การออกแบบสัญลักษณ์ตามจุดทางแยก 4 ตัวอย่างที่ 2

ภาพที่ 5.33 การออกแบบสัญลักษณ์ตามจุดทางแยก 5 ตัวอย่างที่ 2

ภาพที่ 5.34 การออกแบบสัญลักษณ์ตามจุดทางแยก 6 ตัวอย่างที่ 2

บทที่ 6
การปรับปรุงและพัฒนาผลงานการออกแบบ

จากชุดคำตอบของผลการวิจัย ผู้วิจัยได้ทำการประยุกต์คำตอบการออกแบบเรขศิลป์ในสิ่งแวดล้อมพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน จากแนวคิดไบโอฟิลเลีย สำหรับเจเนอเรชั่นวาย โดยนำเสนอตัวอย่างของการประยุกต์ใช้ผลการวิจัยกับสำนักงานร่วมแบ่งปันในขอบเขตของโครงการ จำนวน 2 ตัวอย่าง ได้แก่ 1) Launchpad Co- Working space ในรูปแบบแบรนด์บุคลิกภาพจริงใจ 2) The Hive Co- Working space ในรูปแบบแบรนด์บุคลิกภาพเข้มแข็ง เรียบร้อยแล้วนั้น จึงได้นำเสนอความก้าวหน้าต่อกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และได้เข้าสู่กระบวนการการปรับปรุงและพัฒนาผลงานการออกแบบขั้นสุดท้าย โดยมีขั้นตอนการดำเนินงาน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ประเมินความพึงพอใจ เพื่อนำไปปรับปรุงและพัฒนา

1.1 ประเด็นด้านความเหมาะสมและความพึงพอใจในผลงานออกแบบ

1.2 ประเด็นด้านข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงผลงานการออกแบบ

ส่วนที่ 2 พัฒนาผลงานการออกแบบเรขศิลป์ในสิ่งแวดล้อมพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน จากแนวคิดไบโอฟิลเลีย สำหรับเจเนอเรชั่นวาย ให้เสร็จสมบูรณ์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

เพื่อนำผลงานออกแบบมาปรับปรุงและพัฒนา ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลแบบเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) กับกลุ่มตัวอย่างเจเนอเรชั่นวายที่เป็นสมาชิกหรือเข้าใช้งานสำนักงานร่วมแบ่งปัน(Co-Working Space) อย่างสม่ำเสมอ จำนวน 10 คน โดยใช้การสัมภาษณ์ผ่าน โปรแกรม Zoom เพื่อสอบถามความพึงพอใจในผลงานการออกแบบเบื้องต้น และนำข้อเสนอแนะมาพัฒนาปรับปรุงผลงานการออกแบบให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเจเนอเรชั่นวายมากขึ้น

โดยผู้ให้สัมภาษณ์ไม่ยินยอมให้เปิดเผยชื่อ เพื่อปกป้องสิทธิ์ของตนเอง ผู้วิจัยจึงจะนำเสนอเพียงข้อมูลเบื้องต้น เช่น อายุ เพศ และสาขาที่เข้าใช้งาน เพื่อเป็นประโยชน์ต่องานวิจัย โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ : เพศชาย อายุ 34 ปี

ความถี่ ในการเข้าใช้งานพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปันในสาขานี้ 4-5 ครั้งต่อสัปดาห์
สำนักงานร่วมแบ่งปันที่เป็นสมาชิก : INN office

2. ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ : เพศชาย อายุ 22 ปี
ความถี่ ในการเข้าใช้งานพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปันในสาขานี้ 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์
สำนักงานร่วมแบ่งปันที่เป็นสมาชิก : The Cent
3. ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ : เพศหญิง อายุ 35 ปี
ความถี่ ในการเข้าใช้งานพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปันในสาขานี้ 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์
สำนักงานร่วมแบ่งปันที่เป็นสมาชิก : Regus Interchange
4. ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ : เพศหญิง อายุ 32 ปี
ความถี่ ในการเข้าใช้งานพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปันในสาขานี้ 4-5 ครั้งต่อสัปดาห์
สำนักงานร่วมแบ่งปันที่เป็นสมาชิก : The Hive Bkk

5. ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ : เพศชาย อายุ 26 ปี
ความถี่ ในการเข้าใช้งานพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปันในสาขานี้ 4-5 ครั้งต่อสัปดาห์
สำนักงานร่วมแบ่งปันที่เป็นสมาชิก : Launchpad
6. ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ : เพศชาย อายุ 39 ปี
ความถี่ ในการเข้าใช้งานพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปันในสาขานี้ 4-5 ครั้งต่อสัปดาห์
สำนักงานร่วมแบ่งปันที่เป็นสมาชิก : Justco สีลม

7. ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ : เพศหญิง อายุ 23 ปี
ความถี่ ในการเข้าใช้งานพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปันในสาขานี้ 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์
สำนักงานร่วมแบ่งปันที่เป็นสมาชิก : Space@Siam

8. ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ : เพศชาย อายุ 27 ปี
ความถี่ ในการเข้าใช้งานพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปันในสาขานี้ 4-5 ครั้งต่อสัปดาห์
สำนักงานร่วมแบ่งปันที่เป็นสมาชิก : Getaway
9. ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ : เพศหญิง อายุ 37 ปี
ความถี่ ในการเข้าใช้งานพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปันในสาขานี้ 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์
สำนักงานร่วมแบ่งปันที่เป็นสมาชิก : Klique Desk สามย่าน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

10. ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ : เพศหญิง อายุ 29 ปี
ความถี่ ในการเข้าใช้งานพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปันในสาขานี้ 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์
สำนักงานร่วมแบ่งปันที่เป็นสมาชิก : The Great room

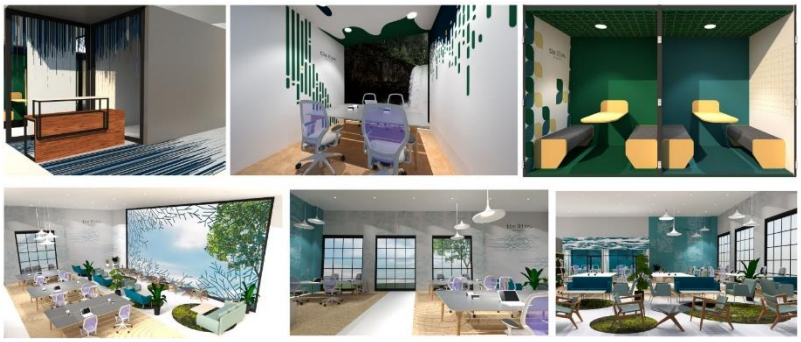
หลังจากนั้นผู้วิจัยได้ทำการถอดบทสัมภาษณ์ เพื่อหาบทสรุปและแนวทางการออกแบบที่มีความชัดเจนมากขึ้น โดยมีเกณฑ์การคัดเลือกจากความถี่ของการตอบแบบสอบถามที่มีความซ้ำกันมากกว่าครึ่งของจำนวนทั้งหมด และพิจารณาจากคำแนะนำของกลุ่มตัวอย่างที่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย เพื่อนำมาวิเคราะห์เป็นบทสรุปแนวทางการออกแบบ ผู้วิจัยสามารถสรุปเป็นประเด็นพอสังเขป ได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ประเด็นด้านความเหมาะสมและความพึงพอใจในผลงานออกแบบ

1. แนวทางของผลงานการออกแบบบรรยากาศสำนักงานร่วมแบ่งปัน(Co-Working Space) ที่ท่านคาดว่าจะเข้าใช้งาน และตรงกับความต้องการของท่านมากที่สุด

สำนักงานร่วมแบ่งปัน A (Launchpad)

สำนักงานร่วมแบ่งปัน B (The Hive)



กลุ่มตัวอย่าง	รูปแบบการออกแบบ สำนักงานร่วมแบ่งปัน A	รูปแบบการออกแบบ สำนักงานร่วมแบ่งปัน B
คนที่ 1		✓
คนที่ 2	✓	
คนที่ 3		✓
คนที่ 4		✓
คนที่ 5		✓
คนที่ 6		✓
คนที่ 7	✓	
คนที่ 8		✓
คนที่ 9		✓
คนที่ 10		✓
คะแนนรวม	2	8

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

สรุป กลุ่มตัวอย่างชื่นชอบรูปแบบการออกแบบเบื้องต้นของสำนักงานร่วมแบ่งปัน B (The Hive) จำนวน 8 คน และชื่นชอบรูปแบบการออกแบบเบื้องต้นของสำนักงานร่วมแบ่งปัน A (Launchpad) จำนวน 2 คน

โดยข้อคำถามหลังจากนี้จะเป็นการเลือกรูปแบบการนำเสนอ (Style) ของผลงานออกแบบเบื้องต้นของสำนักงานร่วมแบ่งปัน โดยกลุ่มที่มีความชื่นชอบรูปแบบ A จะได้ทำการเลือกรูปแบบการนำเสนอ (Style) ในสำนักงานร่วมแบ่งปัน A เท่านั้น และกลุ่มที่มีความชื่นชอบรูปแบบ B จะได้ทำการเลือกรูปแบบการนำเสนอ (Style) ในสำนักงานร่วมแบ่งปัน B เท่านั้น พร้อมยกเหตุผลประกอบ

รูปแบบการนำเสนอ (Style) ของสำนักงานร่วมแบ่งปัน A (Launchpad)

รูปแบบที่ 1

รูปแบบที่ 2

รูปแบบที่ 3

รูปแบบที่ 4

รูปแบบที่ 5

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 2 : ชื่นชอบการนำเสนอรูปแบบที่ 5 เนื่องจากลวดลายเข้าใจได้ง่าย ให้ความสดชื่น มองดูแล้วสบาย หากทำงานเครียดๆแล้วเหมือนได้นั่งอยู่ในพื้นที่ ที่จำลองความใกล้เคียงธรรมชาติจะทำให้รู้สึกผ่อนคลายและมีพลังในการทำงาน

กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 7 : ชื่นชอบการนำเสนอรูปแบบที่ 2 เนื่องจากชอบลายเส้นที่ช่วยให้รู้สึกผ่อนคลาย มีการเล่นกราฟิกกับบริบทของท้องฟ้าและแสงภายนอกอาคาร ได้ผลกระทบเงาของใบไม้กับตัวเฟอร์นิเจอร์ และชอบการนำเอาพื้นผิวของทรายมาใช้เป็นพรมปูพื้น ทำให้รู้สึกถึงความเป็นธรรมชาติ

รูปแบบการนำเสนอ (Style) ของสำนักงานร่วมแบ่งปัน B (The Hive)

รูปแบบที่ 1

รูปแบบที่ 2

รูปแบบที่ 3

รูปแบบที่ 4

รูปแบบที่ 5

กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 1 : ชื่นชอบการนำเสนอรูปแบบที่ 3 เนื่องจากการออกแบบน้ำตกดูน่าสนใจ ไม่ตรงไปตรงมาจนเกินไป ให้ความรู้สึกเท่ ร่วมสมัย ไม่เบื่อง่าย ส่วนภาพถ่ายของน้ำตกที่ใช้ร่วมกันน่าสนใจแต่อยากให้ลดขนาดลง เนื่องจากห้องมีขนาดเล็กทำให้รู้สึกอึดอัดมากเกินไป

กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 3 : ชื่นชอบการนำเสนอรูปแบบที่ 4 เนื่องจากเส้นสายของชายหาดที่นำมาใช้มีรูปแบบที่ไม่เคยเห็นมาก่อน คู่สีสวย ทำให้รู้สึกสดชื่น พื้นทรายที่วางเป็นพื้นมีการออกแบบกับเส้นสายกราฟิก ดูทันสมัย แต่อยากให้เพิ่มความสว่างของห้อง เพื่อให้ดูสบายตายิ่งขึ้น

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 4 : ชื่นชอบการนำเสนอรูปแบบที่ 3 ชอบไอเดียที่นำเส้นสายของน้ำตกมาดัดแปลงให้ไม่เหมือนใคร มีความAbstract ช่วยให้ภาพรวมของCo-Working Space ไม่น่าเบื่อ และดูมีความเป็นผู้ใหญ่ ส่วนภาพน้ำตกที่นำมาใช้ตรงไปตรงมามากเกินไป ดูขัดกับรูปแบบกราฟิกที่นำเสนอ ถ้าหากปรับเป็นการใช้พื้นผิวของหิน ดิน หรือ การกระเด็นของน้ำแทน คิดว่าภาพรวมของห้องจะออกมาลงตัว

กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 5 : ชื่นชอบการนำเสนอรูปแบบที่ 1 เพราะภาพรวมดูทันสมัย ไม่เยอะจนเกินไป คู่สีที่นำมาใช้สวยงาม ลงตัว ถ้าหากนำพื้นผิวของธรรมชาติมาใช้ร่วมในการออกแบบจะน่าสนใจมากขึ้น

กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 6 : ชื่นชอบการนำเสนอรูปแบบที่ 3 เนื่องจากแปลกตา ไม่เคยเห็นการนำธรรมชาติมาออกแบบในรูปแบบนี้ โดยมากจะมีการใช้เส้นรูปร่างรูปทรงที่คุ้นตากันอยู่แล้ว เช่นใบไม้ ต้นไม้ แต่รูปแบบที่ 3 นี้ มองแล้วช่วยสร้างสรรค์ไอเดียให้คิดต่อได้หลายอย่าง และมีความสนุกสนานปนอยู่ในกราฟิกนั้นด้วย

กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 8 : ชื่นชอบการนำเสนอรูปแบบที่ 3 เป็นการออกแบบInspirationจากธรรมชาติ ที่ดูเท่ๆแมนๆ ทำให้ไม่รู้สึกเขินอายเมื่อเข้าไปใช้งาน ถ้ากระจายรูปแบบนี้นำไปใช้กับห้องอื่นๆและทำให้ผลงานทั้งสำนักงานดูมีความเชื่อมโยงกันจะดีมากๆ ชอบคู่สีของธรรมชาติที่ดูไม่เขียวใบไม้ท้องฟ้าสีตุ่น ดูมีรสนิยม

กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 9 : ชื่นชอบการนำเสนอรูปแบบที่ 3 ชื่นชอบการนำเสนอรูปแบบที่ 3 ชื่นชอบการออกแบบห้องขนาดเล็กให้ดูมีความหมาย มีการปล่อยพื้นที่ว่าง(สีขาว) ให้ห้องดูกว้างขึ้น ส่วนรูปแบบลวดลายทำออกมาดูหน้าสนใจกว่าห้องอื่น และแปลกตา แต่ก็ยังสื่อสารถึงน้ำตกได้ ส่วนรูปที่ใช้มีขนาดใหญ่เกินไปทำให้รู้สึกน่ากลัว อาจเป็นเพราะห้องมีขนาดเล็กด้วย ถ้าใช้การทำเป็นพื้นผิวจัดวางร่วมกับกราฟิกแทนจะดูกลมกลืน

กลุ่มตัวอย่าง คนที่ 10 : ชื่นชอบการนำเสนอรูปแบบที่ 3 การออกแบบโดดเด่นจากห้องอื่น ๆ เป็นสไตล์การออกแบบที่ไม่ค่อยพบใน Co-Working Space แปลกตาแต่ยังสื่อสารถึงเส้นของน้ำ หยดน้ำ ความเป็นธรรมชาติ แต่ส่วนตัวไม่ชอบรูปที่วางกลางห้อง อาจเปลี่ยนการจัดวาง หรือลดขนาด จะดูน่าค้นหาและน่าสนใจกว่านี้

สรุป ประเด็นด้านความเหมาะสมและความพึงพอใจในผลงานออกแบบ จากการคัดเลือกรูปแบบการนำเสนอผลงานการออกแบบพบว่า จำนวนมากกว่าครึ่งของกลุ่มตัวอย่างชื่นชอบรูปแบบการออกแบบของสำนักงาน B (The Hive) และรูปแบบ(Style) นำเสนอรูปแบบที่ 3 ห้องประชุมที่ใช้น้ำตกถูกเลือกมากที่สุด เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างชอบความแปลกตา เป็นการนำเอาธรรมชาติมาออกแบบที่ไม่เหมือนใคร แต่ยังให้ความรู้สึกถึงพลังของธรรมชาติ แฝงไปด้วยความเท่ ทันสมัย ไม่ตรงไปตรงมาจนมากเกินไป คู่สีที่ใช้ไม่ค่อยพบเห็นการใช้ชุดสีแนวนี้ในการออกแบบที่มีแรงบันดาลใจจากธรรมชาติ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของกลุ่มตัวอย่าง

สรุปประเด็น ข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงผลงานการออกแบบ ผู้วิจัยจะสรุปเป็นภาพรวม ดังนี้

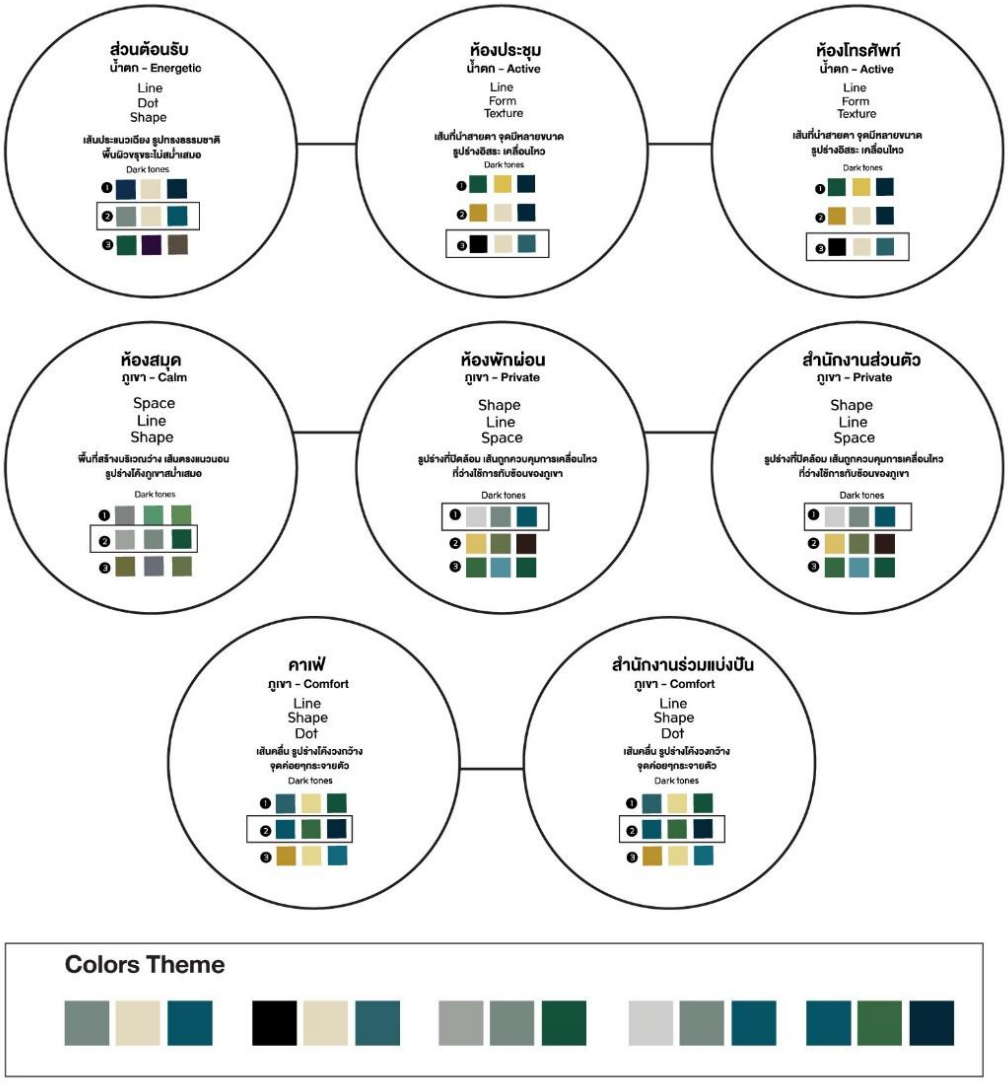
1.ประเด็นการใช้ภาพน้ำตกในรูปแบบที่ 3 มีขนาดใหญ่จนเกินไป กลุ่มตัวอย่างหลายคนไม่เห็นด้วยกับการนำภาพถ่ายมาวางผนังกลางห้อง แนะนำลดขนาดรูปภาพ หรือใช้พื้นผิวของธรรมชาติแทนการใช้ภาพจริง และจุดของการวางภาพควรให้มีความเหมาะสมกับลักษณะการมองหรือสายตาของผู้ใช้งาน หากลองปรับไปใช้กับเฟอร์นิเจอร์ หรือพื้นของห้องเช่นเดียวกับรูปแบบที่ 2 จะช่วยลดการดึงดูดสายตาจากกราฟิกที่ออกแบบได้ดีทีเดียว

2.ประเด็นการนำรูปแบบ(Style) หรือองค์ประกอบที่มีความต่อเนื่องกันในทุกห้อง มาให้ทั้ง Co-Working Space จะช่วยให้สำนักงานมีความเป็นอันหนึ่งอันเดียว

3. การใช้สี เน้นคุมโทนให้ทุกห้องมีความใกล้เคียงกัน

ส่วนที่ 2 พัฒนาผลงานการออกแบบเรขศิลป์ในสิ่งแวดล้อมพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน จากแนวคิดไบโอฟิลเลีย สำหรับเจเนอเรชั่นวาย ให้เสร็จสมบูรณ์

จากการประเมินความพึงพอใจ และข้อเสนอแนะของกลุ่มเจเนอเรชั่นวาย ก่อนผู้วิจัยจะทำการพัฒนาผลงานออกแบบ The Hive Co-Working Space ต่อให้เสร็จสมบูรณ์ ได้ทำการเลือกแหล่งธรรมชาติ บรรยากาศห้องต่าง ๆ และโทนสีจากวงล้อผลคำตอบของการออกแบบ ให้มีความเป็น Branding และสร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียว(Unity) ให้กับผลงานออกแบบสุดท้าย โดย The Hive เป็นแบรนด์สำนักงานร่วมแบ่งปันที่มีบุคลิกภาพเข้มแข็ง(Ruggedness) และมีภาพลักษณ์ที่ห้าวหาญ (Rugged) เท่ (Cool) และมีสไตล์ (Stylish) ดังนั้นผู้วิจัยจะทำการเลือกคำตอบมาใช้ในการออกแบบให้มีความสอดคล้องกับตามภาพลักษณ์ที่จะสื่อสาร ดังนี้



CHULALONGKORN UNIVERSITY

แผนภาพที่ 6.1 การเลือกธรรมชาติและชุดสีให้มีความเหมาะสมกับภาพลักษณ์แบรนด์ The Hive

การออกแบบเรขศิลป์ ทั้งหมด 8 ห้อง/โซน โดยมีรายละเอียดทางการออกแบบ ดังนี้

1. ส่วนต้อนรับ (Reception) ออกแบบโดยใช้เรื่องความกระฉับกระเฉง (Energetic) ออกแบบโดยใช้เรื่องเลือกใช้การจัดองค์ประกอบด้านความขัดแย้งด้วยรูปร่าง และ การจัดจังหวะแบบก้าวหน้าหรือเคลื่อนไหว

2. คาเฟ่(Café) ออกแบบโดยใช้เรื่องความสะดวกสบาย(Comfort) จากบรรยากาศภูเขา เลือกใช้การจัดองค์ประกอบด้านความกลมกลืนและความสมดุล ซ้ายขวาเท่ากัน

3. ห้องโทรศัพท์ (Telephone Booth) และห้องประชุม (Meeting room) ออกแบบโดยใช้เรื่องความกระตือรือร้น (Active) ออกแบบโดยใช้เรื่องเลือกใช้การจัดองค์ประกอบด้านความขัดแย้ง

4. ห้องสมุด (Library) ออกแบบโดยใช้เรื่องความสงบ (Calmness) จากบรรยากาศภูเขา เลือกใช้การจัดองค์ประกอบด้านความสมดุลซ้ายขวาเท่ากัน

5. ส่วนพักผ่อน(Living area) ออกแบบโดยใช้เรื่องความเป็นส่วนตัว (Private) จากบรรยากาศภูเขา ความสมดุล ซ้ายขวาเท่ากัน และพื้นที่เชิงบวกและเชิงลบ

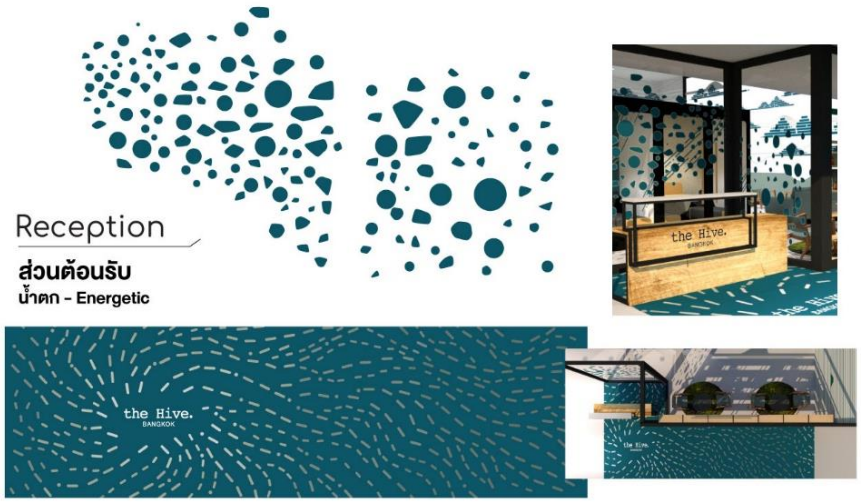
6. ส่วนสำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co-Working Space) ออกแบบโดยใช้เรื่องความสะดวกสบาย (Comfort) จากบรรยากาศภูเขา เลือกใช้การจัดองค์ประกอบด้านความกลมกลืนและความสมดุลซ้ายขวาเท่ากัน

7. สำนักงานส่วนตัว (Private office)) ออกแบบโดยใช้เรื่องความเป็นส่วนตัว (Private) จากบรรยากาศภูเขา ความสมดุล ซ้ายขวาเท่ากัน และความกลมกลืน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ตัวอย่างการออกแบบ Placemaking : เรขศิลป์ตกแต่งบรรยากาศในบริเวณห้องต่าง ๆ ใน THE Hive Co-Working Space

ภาพที่ 6.1 บรรยากาศส่วนต้อนรับ (Reception)



ภาพที่ 6.2 การออกแบบเรขศิลป์สื่อสารบรรยากาศกระฉับกระเฉง (Energetic) จากน้ำตก

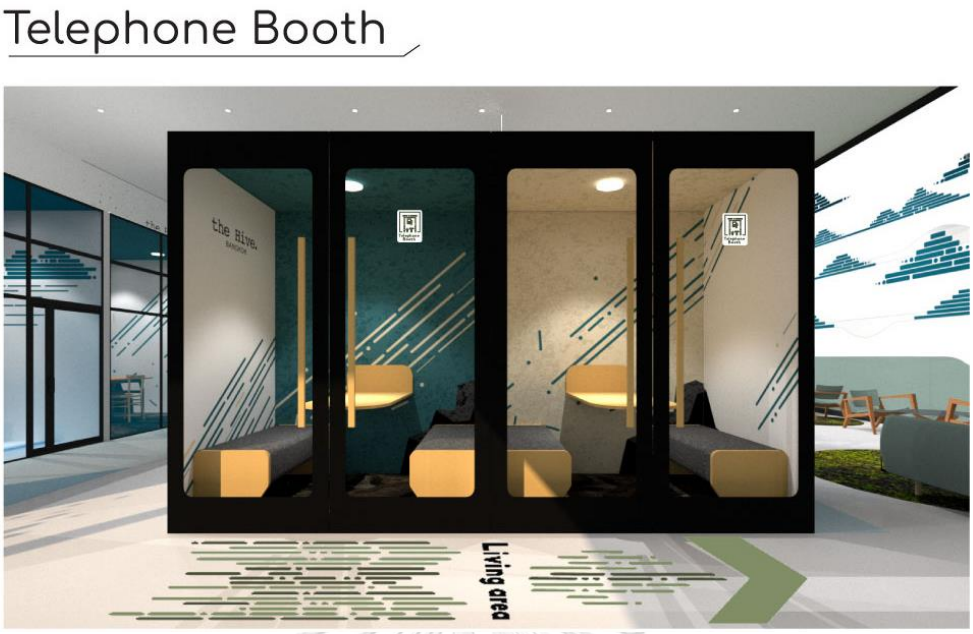
ภาพที่ บรรยากาศคาเฟ่(Café)

Cafe

ภาพที่ 6.3 การออกแบบเรขศิลป์สื่อสารบรรยากาศกระฉับกระเฉง (Energetic) จากน้ำตก

ภาพที่ บรรยากาศคาเฟ่ (Café)

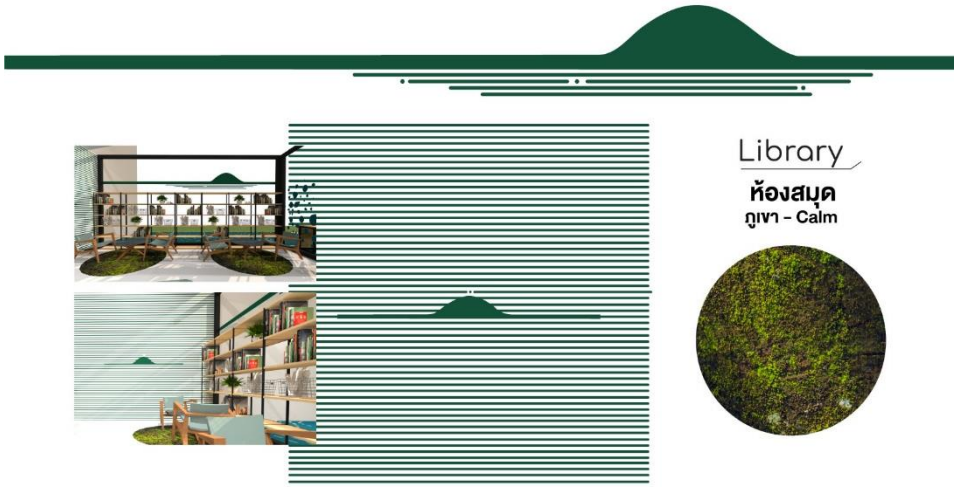
ภาพที่ 6.4 การออกแบบเรขศิลป์สื่อสารบรรยากาศสะดวกสบาย (Comfort) จากภูเขา



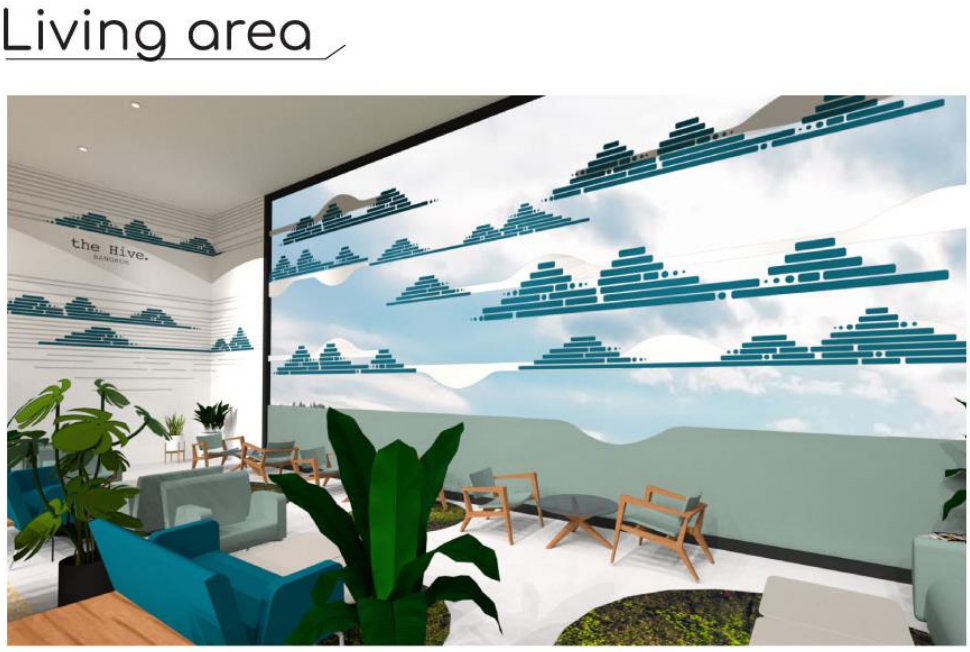
ภาพที่ 6.5 บรรยากาศห้องโทรศัพท์ (Telephone Booth)

ภาพที่ 6.6 การออกแบบเรขศิลป์สื่อสารบรรยากาศกระตือรือร้น (Active) จากน้ำตก

ภาพที่ 6.7 บรรยากาศห้องสมุด (Library)



ภาพที่ 6.8 การออกแบบเรขศิลป์สื่อสารบรรยากาศความสงบ (Calmness) จากภูเขา



ภาพที่ 6.9 บรรยากาศโซนพักผ่อน (Living area)

ภาพที่ 6.10 การออกแบบเรขศิลป์สื่อสารบรรยากาศความเป็นส่วนตัว (Private) จากภูเขา

ภาพที่ 6.11 บรรยากาศส่วนสำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co-Working Space)

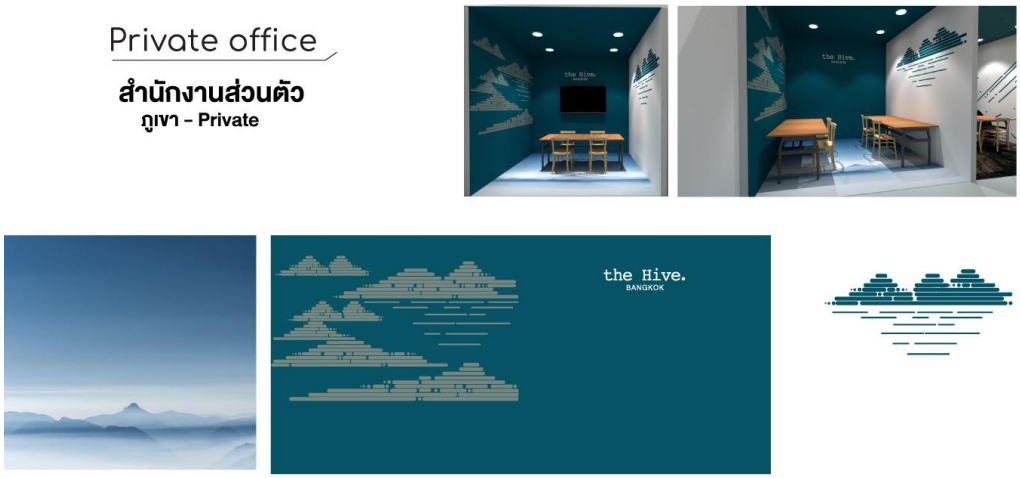
ภาพที่ 6.12 การออกแบบเรขศิลป์สื่อสารบรรยากาศความสะดวกสบาย (Comfort) จากภูเขา

Meeting room

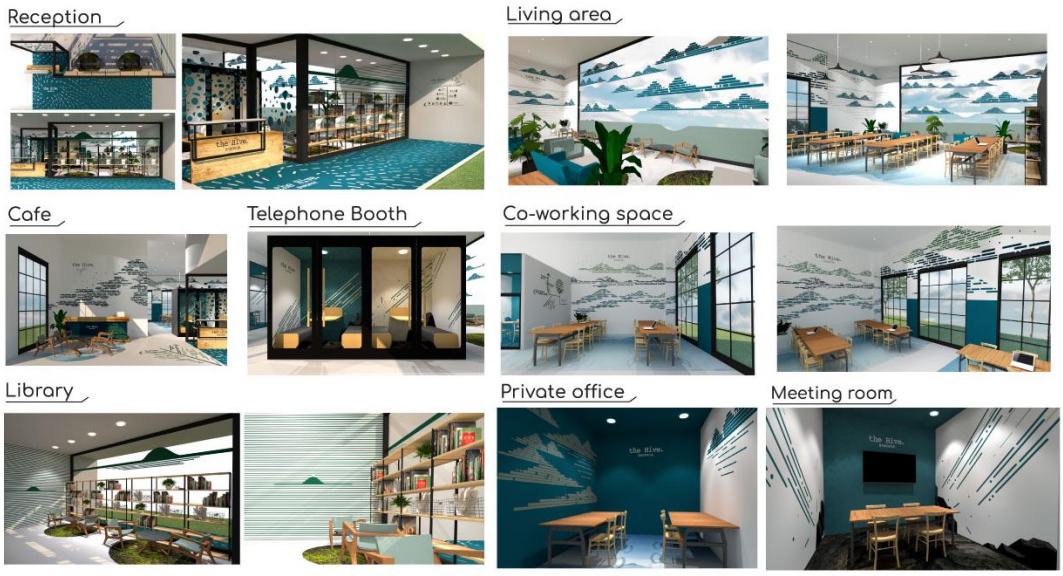
ภาพที่ 6.13 บรรยากาศห้องประชุม (Meeting room)

ภาพที่ 6.14 การออกแบบเรขศิลป์สื่อสารบรรยากาศกระตือรือร้น (Active) จากน้ำตก

ภาพที่ 6.15 บรรยากาศสำนักงานส่วนตัว (Private office)



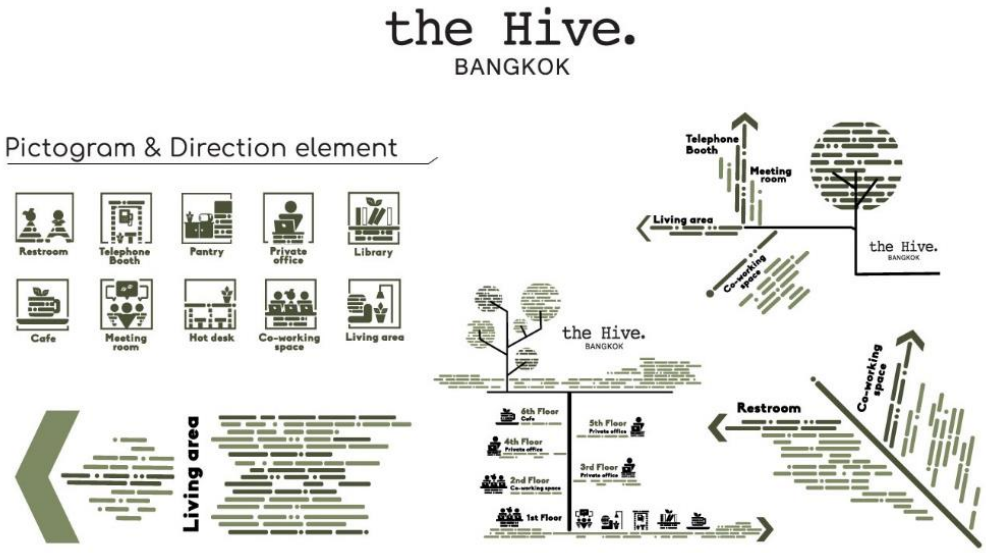
ภาพที่ 6.16 การออกแบบเรขศิลป์สื่อสารความเป็นส่วนตัว (Private) จากภูเขา



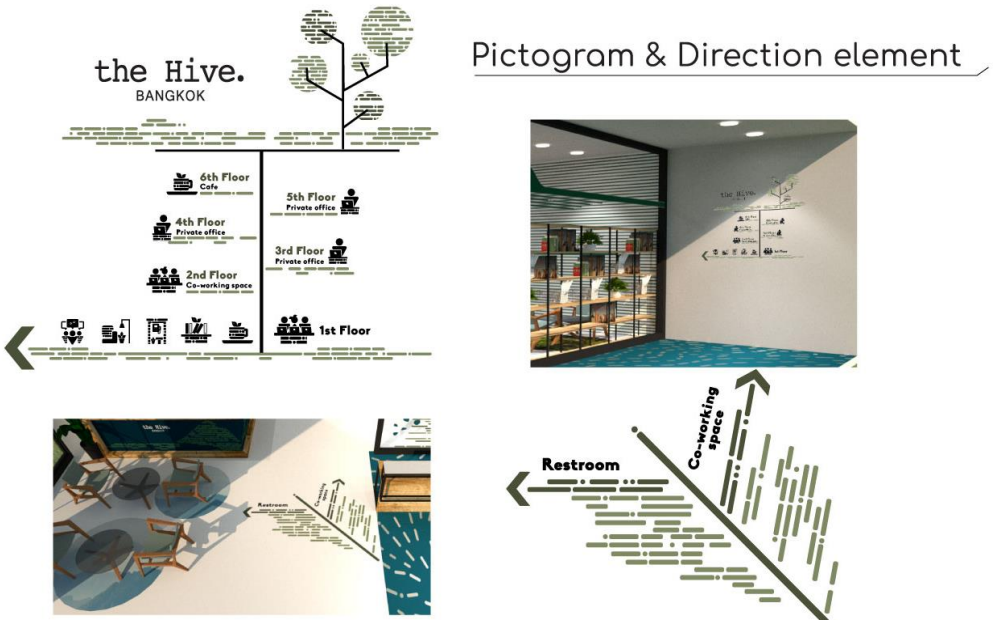
ภาพที่ 6.17 ภาพรวมของบรรยากาศ THE Hive Co-Working Space

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

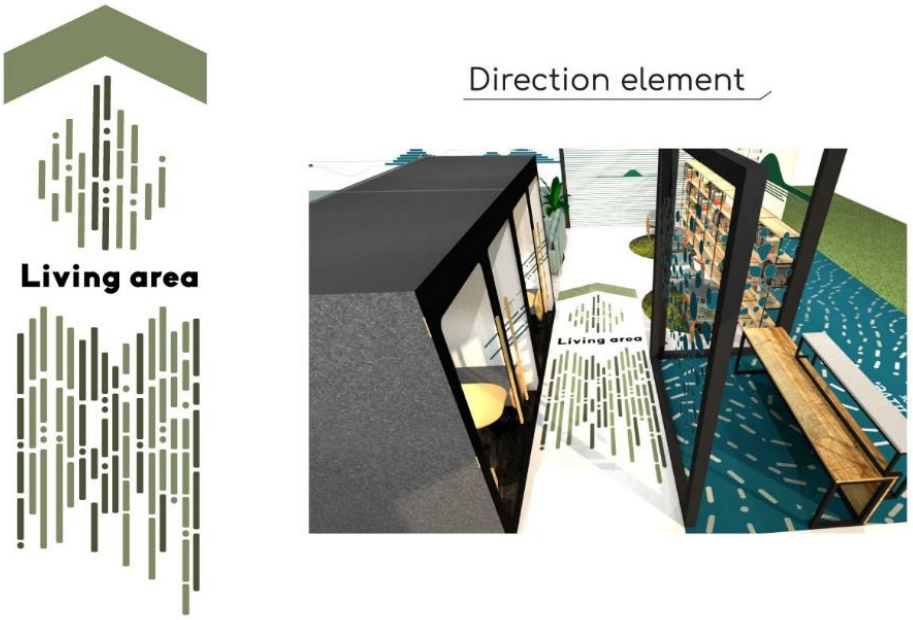
ตัวอย่างการออกแบบ Direction Element : สัญลักษณ์ตามจุดทางแยก



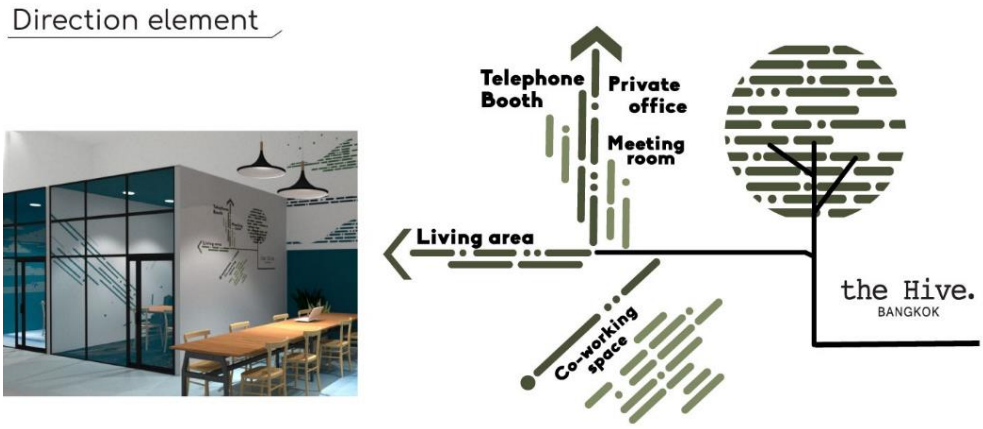
ภาพที่ 6.18 สัญลักษณ์ใน THE Hive Co-Working Space



ภาพที่ 6.19 สัญลักษณ์จุดด้านหน้าของ THE Hive Co-Working Space



ภาพที่ 6.20 สัญลักษณ์จุดด้านหน้าห้องโทรศัพท์เชื่อมไปสู่โซนพักผ่อน



ภาพที่ 6.21 สัญลักษณ์ในบริเวณสำนักงานร่วมแบ่งปัน

ภาพที่ 6.22 ภาพรวมของสัญลักษณ์ THE Hive Co-Working Space

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

บทที่ 7
สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

จากการนำเสนอกระบวนการวิจัย ผลการวิจัย และผลงานการออกแบบจากผลการวิจัย การออกแบบเรขศิลป์ในสิ่งแวดล้อมพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน จากแนวคิดไบโอฟิลเลีย สำหรับเจเนอเรชั่นวาย ได้ดำเนินการจนเสร็จสิ้นครบถ้วนตามแผนงาน ภายใต้วัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาแนวคิดไบโอฟิลเลีย และพฤติกรรมของเจเนอเรชั่นวาย พัฒนาสู่องค์ประกอบทางการออกแบบเรขศิลป์สำหรับพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน

ในการนี้ผู้วิจัยได้นำผลการวิจัยมาใช้ในการประยุกต์และออกแบบเรขศิลป์ในสิ่งแวดล้อมสำหรับ แบรนด์ The Hive Co-Working Space และปรับปรุงพัฒนาผลงานในขั้นตอนสุดท้ายจนเสร็จสมบูรณ์ ทั้งนี้ผู้วิจัยสามารถสรุปผล อภิปรายผล และให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับงานวิจัยฉบับนี้ได้ดังต่อไปนี้

1. สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ เป็น 3 ประเด็น ดังนี้

1) สรุปการศึกษาแนวคิดไบโอฟิลเลียและพฤติกรรมของเจเนอเรชั่นวาย กับพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน โดยแนวคิดไบโอฟิลเลีย หรือการออกแบบไบโอฟิลลิค (Biophilic Design) เป็นการนำเอาธรรมชาติเข้ามาไว้ในพื้นที่เพื่อสร้างความรู้สึกให้กับผู้อยู่อาศัยให้มีความเชื่อมโยงกับธรรมชาติ ในวิจัยนี้จะเป็นการนำเอาแหล่งธรรมชาติของประเทศไทยทั้ง 10 แหล่ง อันได้แก่ 1. ชายหาด 2. เกาะ 3. น้ำตก 4. แหล่งน้ำ 5. ถ้ำ 6. ภูเขา 7. แก่ง 8. โป่งพุร้อน 9. ซากดึกดำบรรพ์ 10. ธรณีสัณฐานและภูมิลักษณวรรณา (สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, 2552) โดยถูกคัดเลือกโดยกลุ่มตัวอย่างเจเนอเรชั่นวาย เหลือเพียง 4 แหล่งที่ตรงกับความต้องการในแต่ละโซนของสำนักงานร่วมแบ่งปัน ได้แก่ ชายหาด ภูเขา น้ำตก และถ้ำ มาเป็นต้นทางในการออกแบบเรขศิลป์ในสิ่งแวดล้อมพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน จากแนวคิดไบโอฟิลเลีย สำหรับเจเนอเรชั่นวาย และความต้องการของเจเนอเรชั่นวายในพื้นที่สำนักงาน

ร่วมแบ่งปัน ได้แก่ ความกระตือรือร้น (Active) กระฉับกระเฉง (Energetic) สร้างความสงบ (Calmness) ความเป็นส่วนตัว (Privacy) กระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) สะดวกสบาย (Comfortable) สร้างสมาธิ (Concentrate) ผ่อนคลาย (Relax) มีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Social connection) และกระตุ้นความอยากอาหาร(Stimulate appetite) สามารถสรุปผลการวิจัย ได้ดังนี้

ตารางที่ 7.1 สรุปผลการศึกษาแนวคิดไบโอฟิลเลียและพฤติกรรมของเจเนอเรชั่นวาย กับพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน

ผลการศึกษาแนวคิดไบโอฟิลเลียและพฤติกรรมของกลุ่มเจเนอเรชั่นวาย ที่มีต่อพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน			
ห้อง/โซน สำนักงานร่วมแบ่งปัน	**ความต้องการของ เจเนอเรชั่นวาย**	**ร้อยละ**	**บรรยากาศจาก แหล่งธรรมชาติ**
ส่วนต้อนรับ (Reception)	1. กระตือรือร้น (Active)	56.84	1. น้ำตก
	2. สะดวกสบาย (Comfort)	47.79	2. ภูเขา
	3. กระฉับกระเฉง (Energetic)	45.01	3. น้ำตก
สำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co-Working Space)	1. กระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ (Creativity)	62.77	1. ชายหาด
	2. สะดวกสบาย(Comfort)	45.35	2. ภูเขา
	3. มีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Social connection)	32.31	3. ชายหาด
สำนักงานส่วนตัว (Private Office)	1.ความเป็นส่วนตัว (Privacy)	70.75	1. ภูเขา
	2. สะดวกสบาย (Comfort)	49.98	2. ภูเขา
	3. ความสงบ (Calmness)	43.41	3. ภูเขา
ห้องประชุม/ระดมความคิด (Meeting room)	1. กระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ (Creativity)	64.57	1. ชายหาด
	2. มีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Social connection)	46.13	2. ชายหาด
	3. กระตือรือร้น (Active)	37.91	3. น้ำตก
พื้นที่ทานอาหาร/เตรียมอาหาร (Pantry)	1. กระตุ้นความอยากอาหาร (Appetite)	68.52	1. ชายหาด

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ผลการศึกษาแนวคิดไบโอฟิลเลียและพฤติกรรมของกลุ่มเจเนอเรชั่นวาย ที่มีต่อพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน			
ห้อง/โซน สำนักงานร่วมแบ่งปัน	**ความต้องการของ เจเนอเรชั่นวาย**	**ร้อยละ**	**บรรยากาศจาก แหล่งธรรมชาติ**
	2. สะดวกสบาย (Comfort)	54.94	2. ภูเขา
	3. ผ่อนคลาย (Relax)	45.01	3. ชายหาด
คาเฟ่ (Café)	1. ผ่อนคลาย (Relax)	70.12	1. ชายหาด
	2. สะดวกสบาย (Comfort)	48.18	2. ภูเขา
	3. มีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Social connection)	39.85	3. ชายหาด
ห้องพักผ่อน (Living room)	1. ผ่อนคลาย (Relax)	65.21	1. ชายหาด
	2. สะดวกสบาย (Comfort)	54.84	2. ภูเขา
	3. ความเป็นส่วนตัว (Privacy)	49.29	3. ภูเขา
ห้องสมุด (Library)	1. ความสงบ (Calmness)	72.90	1. ภูเขา
	2. สร้างสมาธิ (Concentrate)	52.51	2. ถ้ำ
	3. สะดวกสบาย (Comfort)	43.07	3. ภูเขา
ห้องปริ้นเตอร์/ห้องโทรศัพท์ (Printing room / Telephone room)	1. สะดวกสบาย (Comfort)	76.59	1. ภูเขา
	2. กระฉับกระเฉง (Energetic)	40.39	2. น้ำตก
	3. กระตือรือร้น (Active)	35.72	3. น้ำตก

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

2) สรุปแนวคิดไบโอฟิลเลียและพฤติกรรมของเจเนอเรชั่นวายพัฒนาสู่องค์ประกอบทางเรขศิลป์ สำหรับสำนักงานร่วมแบ่งปัน โดยองค์ประกอบทางเรขศิลป์จะถูกจัดกลุ่มตามอารมณ์และบรรยากาศ 9 ประเภท ดังนี้ 1.ความกระตือรือร้น (Active) 2. ความกระฉับกระเฉง (Energetic) 3.ความสะดวกสบาย (Comfort) 4.สร้างความสงบ (Calmness) 5.ความเป็นส่วนตัว (Private) 6.กระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) 7.ความผ่อนคลาย (Relax) 8.มีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Social Connection) 9.กระตุ้นความอยากอาหาร (Appetite) 10.สร้างสมาธิ (Concentrate)

ตารางที่ 7.2 สรุปแนวคิดไบโอฟิลเลียและพฤติกรรมของเจเนอเรชั่นวายพัฒนาสู่องค์ประกอบทางเรขศิลป์

อารมณ์และบรรยากาศ	ห้อง/โซน สำนักงานร่วมแบ่งปัน	องค์ประกอบเรขศิลป์เบื้องต้น	การจัดองค์ประกอบ	ชุดสี
1.ความกระตือรือร้น (Active)	1.ส่วนต้อนรับ 2.ห้องประชุม 3.ห้องปริ้นเตอร์/โทรศัพท์	1.เส้น - เส้นประแนวเฉียง 2.รูปทรง - ธรรมชาติ 3.พื้นผิว - ขรุขระไม่สม่ำเสมอ	**1.จังหวะ** - การเพิ่ม หรือลดขนาด - จังหวะก้าวหน้าหรือเคลื่อนไหว - การจัดจังหวะต่อเนื่อง **2.ความขัดแย้ง** **3.พื้นที่เชิงบวกและพื้นที่เชิงลบ**	
2.ความกระฉับกระเฉง (Energetic)	1.ส่วนต้อนรับ 2.ห้องปริ้นเตอร์/โทรศัพท์	1.เส้น - เส้นนำสายตา 2 .จุ ด - ใช้ จุ ด หลายขนาด 3.รูปร่าง - รูปร่างอิสระ	**1.จังหวะ** - การเพิ่ม หรือลดขนาด - จังหวะก้าวหน้าหรือเคลื่อนไหว - การจัดจังหวะต่อเนื่อง **2.ความขัดแย้ง** **3.พื้นที่เชิงบวกและพื้นที่เชิงลบ**	

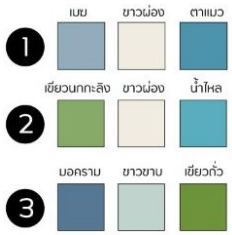
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

อารมณ์และบรรยากาศ	ห้อง/โซน สำนักงานร่วมแบ่งปัน	องค์ประกอบเรขศิลป์เบื้องต้น	การจัดองค์ประกอบ	ชุดสี
3.ความสะดวกสบาย (Comfort)	1.ส่วนต้อนรับ 2.พื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน 3.สำนักงานส่วนตัว 4.พื้นที่ทานอาหาร 5.คาเฟ่ 6.ห้องพักผ่อน 7.ห้องสมุด 8.ห้องปริ้นเตอร์/โทรศัพท์	1.เส้น - เส้นคลื่น 2.รูปร่าง – โค้งวงกว้าง 3.จุด – ค่อยๆ กระจายตัว	**1.ความกลมกลืน** **2.จังหวะ** - การวางจังหวะซ้ำกัน - จังหวะก้าวหน้าหรือเคลื่อนไหว - การซ้อนจังหวะปกติ **3.ความสมดุล** - สมดุลซ้ายขวาเท่ากัน - สมดุลแบบรัศมี	
4.สร้างความสงบ (Calmness)	1.สำนักงานส่วนตัว 2.ห้องสมุด	1.ที่ว่าง - ใช้พื้นที่สร้างบริเวณว่าง 2.เส้น – ตรงแนวนอน 3.รูปร่าง – โค้งของภูเขา	**1.ความกลมกลืน** **2.ความสมดุล** - สมดุลซ้ายขวาเท่ากัน - สมดุลแบบรัศมี **3.จังหวะ** - การวางจังหวะซ้ำกัน - จังหวะก้าวหน้าหรือเคลื่อนไหว - การซ้อนจังหวะปกติ	

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

อารมณ์และบรรยากาศ	ห้อง/โซน สำนักงานร่วมแบ่งปัน	องค์ประกอบเรขศิลป์เบื้องต้น	การจัดองค์ประกอบ	ชุดสี
5.ความเป็นส่วนตัว (Private)	1.สำนักงานส่วนตัว 2.ห้องพักผ่อน	1.รูปร่าง - รูปร่างที่ปิดล้อม 2.เส้น - เส้นที่ถูกควบคุมการเคลื่อนไหว วางบนเส้นระนาบ 3.ที่ว่าง - ใช้การซ้อนกันของภูเขา	**1.ความสมดุล** - สมดุลซ้ายขวาเท่ากัน - สมดุลแบบรัศมี **2.ความกลมกลืน** **3.พื้นที่เชิงบวกและพื้นที่เชิงลบ**	
6.กระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ (Creativity)	1.พื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน 2.ห้องประชุม	1.จุด - ใช้จุดอิสระไร้ทิศทาง 2.เส้น - เส้นลื่นไหลมีขนาดแปรปรวน 3.พื้นผิว - พื้นผิวลักษณะหยาบเล็กน้อย มีร่องรอยไม่สม่ำเสมอ	**1.จังหวะ** - การเว้นช่องไฟ - จังหวะก้าวหน้าหรือเคลื่อนไหว - การสลับ - การซ้อนจังหวะปกติ **2.ความขัดแย้ง** **3.การเน้น**	

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

อารมณ์และบรรยากาศ	ห้อง/โซน สำนักงานร่วมแบ่งปัน	องค์ประกอบเรขศิลป์เบื้องต้น	การจัดองค์ประกอบ	ชุดสี
7.ความผ่อนคลาย (Relax)	1.พื้นที่ทานอาหาร 2.คาเฟ่ 3.ห้องพักผ่อน	1.เส้น - ใช้เส้นคลื่นต่ำที่เคลื่อนไหวช้าๆ 2.รูปร่าง - รูปร่างอิสระ 3.พื้นผิว - พื้นผิวบางเบาไหลลื่น	**1.ความสมดุล** - สมดุลซ้ายขวาเท่ากัน - สมดุลแบบรัศมี **2.จังหวะ** - การวางจังหวะซ้ำกัน - การจัดจังหวะต่อเนื่อง - การซ้อนจังหวะปกติ **3.พื้นที่เชิงบวกและพื้นที่เชิงลบ**	
8.มีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Social Connection)	1.พื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน 2.ห้องประชุม 3.คาเฟ่	1.รูปร่าง - ใช้รูปร่างของคลื่นกระจายตัวและรวมกลุ่ม 2.เส้น - เส้นแบบเกลียว 3.จุด - ใช้จุดหลากหลายขนาดโดยค่อยๆรวมตัวกันในทิศใดทิศทางหนึ่ง	**1.จังหวะ** - การวางจังหวะซ้ำกัน - การสลับ - การจัดจังหวะต่อเนื่อง - การซ้อนจังหวะปกติ **2.ความกลมกลืน** **3.ความสมดุล** - สมดุลซ้ายขวาเท่ากัน - สมดุลแบบรัศมี	

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

อารมณ์และบรรยากาศ	ห้อง/โซน สำนักงานร่วมแบ่งปัน	องค์ประกอบเรขศิลป์เบื้องต้น	การจัดองค์ประกอบ	ชุดสี
9.กระตุ้นความอยากอาหาร (Appetite)	1.พื้นที่ทานอาหาร	1.เส้น - เส้นประเรียงต่อกันเป็นคลื่น 2.รูปร่าง และ 3.รูปทรง - ที่ไม่สมบูรณ์รอการเติมเต็ม	**1.จังหวะ** - การเว้นช่องไฟ - การเพิ่ม หรือลดขนาด - จังหวะก้าวหน้าหรือเคลื่อนไหวต่อเนื่อง - การสลับ **2.ความขัดแย้ง** **3.การเน้น**	
10.สร้างสมาธิ (Concentrate)	1.ห้องสมุด	1.ที่ว่าง – วางวัตถุขนาดเล็กลงบนพื้นที่โล่งกว้าง 2.รูปร่าง - รูปร่างที่มีฐานกว้างและแคบขึ้นไปคล้ายพีระมิด 3.เส้น - เส้นตรงแนวนอน	**1.ความสมดุล** **2.ความกลมกลืน** **3.จังหวะ** - การวางจังหวะซ้ำกัน - การจัดจังหวะต่อเนื่อง - การซ้อนจังหวะปกติ - สมดุลซ้ายขวาเท่ากัน - สมดุลแบบรัศมี	

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

3) แนวทางการออกแบบเรขศิลป์ สำหรับพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปันแบ่งตามบุคลิกภาพของแบรนด์(Brand Personality) โดยแบ่งออก 5 ประเภท ดังนี้ 1. บุคลิกภาพจริงใจ (Sincerity) 2.บุคลิกภาพน่าตื่นเต้น (Excitement) 3. บุคลิกภาพมีความสามารถ (Competence) 4.บุคลิกภาพโก้หรู (Sophistication) 5.บุคลิกภาพเข้มแข็ง (Ruggedness)

ตารางที่ 7.3 สรุปแนวทางการออกแบบเรขศิลป์ สำหรับพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปันแบ่งตามบุคลิกภาพของแบรนด์(Brand Personality)

บุคลิกภาพของแบรนด์	**ประเภทตัวอักษร (อังกฤษ)**	**ประเภทตัวอักษร (ภาษาไทย)**	**ประเภทรูปทรง**	**รูปแบบการออกแบบ**
	ร้อยละ	**ร้อยละ**	**ร้อยละ**	**ร้อยละ**
บุคลิกภาพจริงใจ (Sincerity)	แซน เซอรีฟ (San - serif Typefaces) 77.78% แบบตัวเขียน (Script or Cursive Typefaces) 55.55%	ตัวตกแต่งแบบตัวไม่มีหัว หรือมีหัวเป็นเชิง 77.78% ตัวเนื้อความแบบหัวกลม 66.67%	รูปทรงธรรมชาติ (Organic) 66.67%	การออกแบบแนวเชิงความคิด (Conceptual Art) และ การออกแบบแนวใช้สีสันสนุกสนาน (Fun and Playful) 77.78% การออกแบบจากรูปทรงธรรมชาติ (Organic & Natural) 55.55%
บุคลิกภาพน่าตื่นเต้น(Excitement)	แบบตัวเขียน (Script or Cursive Typefaces) 77.78% โมเดิร์น(Modern) 55.55%	ตัวตกแต่งแบบตัวไม่มีหัว หรือมีหัวเป็นเชิง 88.89% ตัวลายมือเขียน 55.55%	รูปที่มีด้านเป็นเส้นตรง (Rectilinear) 88.89%	การออกแบบสไตล์ 3 มิติ (3 Dimension) 88.89% การออกแบบสไตล์ภาพประกอบ (illustrated) 77.78% การออกแบบจากตัวอักษร (Typographic) 55.55%

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

บุคลิกภาพของแบรนด์	ประเภทตัวอักษร (อังกฤษ)	ประเภทตัวอักษร (ภาษาไทย)	ประเภทรูปทรง	รูปแบบการออกแบบ
	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ
บุคลิกภาพมีความสามารถ (Competence)	โมเดิร์น(Modern) 88.89% แบบทรานสิชันแนล (Transitional) 66.67%	ตัวตกแต่งแบบตัวไม่มีหัว หรือมีหัวเป็นเชิง 88.89% ตัวเนื้อความแบบหัวกลม 77.78%	รูปทรงเรขาคณิต (Geometric) 88.89%	การออกแบบจากรูปทรงเรขาคณิต (Geometric) 88.89% การออกแบบแนวสะอาดเรียบง่าย (Clean & Minimalist) 77.78% การออกแบบภาพลักษณ์มืออาชีพ (Professional) 66.67%
บุคลิกภาพโก้หรู (Sophistication)	แบบโอลด์สไตล์(Old style) 88.89% โมเดิร์น(Modern) 77.78%	ตัวตกแต่งแบบตัวไม่มีหัว หรือมีหัวเป็นเชิง 88.89% ตัวเนื้อความแบบหัวกลม 55.55%	รูปทรงเรขาคณิต (Geometric) 88.89%	การออกแบบจากความหรูหรา (Luxurious) 100% การออกแบบโดยใช้ความเป็นผู้หญิง (Feminine) 77.78% การออกแบบสไตล์วินเทจย้อนยุค (Vintage & Retro) 55.55%
บุคลิกภาพเข้มแข็ง (Ruggedness)	แซน เซอรีฟ (San - serif Typefaces) 77.78% แบบสแคว์เซอรีฟ (Square serif) 66.67%	ตัวตกแต่งแบบตัวไม่มีหัว หรือมีหัวเป็นเชิง 88.89% ตัวเนื้อความแบบหัวกลม 66.67%	รูปทรงเรขาคณิต (Geometric) 77.78%	การออกแบบแนวดิบ (Grunge) และ การออกแบบใช้ความเป็นผู้ชาย (Masculine) 77.78% การออกแบบแนวนามธรรม (Abstract) 66.67%

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

2. อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาแนวคิดไบโอฟิลเลีย หรือในทางการออกแบบเรียกว่า Biophilic Design พบว่า ไบโอฟิลเลียเป็นแนวคิดที่ถูกนำมาใช้ในเชิงการออกแบบพื้นที่ การออกแบบสถาปัตยกรรม และการออกแบบตกแต่งภายใน เพื่อให้ผู้อยู่อาศัยมีสุขภาพ (Health) และคุณภาพชีวิต (Well-being) ที่ดียิ่งขึ้น ส่วนในทางการออกแบบเรขศิลป์จะเป็นการนำส่วนของธรรมชาติมาตัดทอนรูปร่าง รูปทรง ใช้เส้นสาย และสร้างลวดลายและพื้นผิวให้สื่อสารถึงธรรมชาติ ช่วยสร้างบรรยากาศให้พื้นที่นั้น ๆมีความเชื่อมโยงกับธรรมชาติเป็นหลัก ตามหลักแนวคิดไบโอฟิลเลีย จะเป็นการเชื่อมโยงให้ผู้คนเป็นส่วนหนึ่งของธรรมชาติอย่างแท้จริง สิ่งมีชีวิตทั้งหมดนั้นเป็นผลผลิตของธรรมชาติ และจะมีความเชื่อมโยงเข้าหากันอย่างเป็นธรรมชาติโดยไม่ต้องปรุงแต่ง (Wilson, 1984) ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของกลุ่มตัวอย่างเจเนอเรชั่นวาย เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นความต้องการในพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปันอย่างแท้จริงจากวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องและวิเคราะห์ร่วมกับเครื่องมือแบบสอบถาม พบว่า ในห้อง/โซนต่าง ๆในสำนักงานร่วมแบ่งปัน มีความต้องการด้านบรรยากาศที่แตกต่างกัน ตามพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างและหน้าที่ใช้สอยของห้องนั้น ๆ สอดคล้องกับงานวิจัย ของ รัชปราณี ชำนาญณรงค์ (2553) ที่ศึกษาเรื่องรูปแบบในการออกแบบสภาพแวดล้อมในสำนักงานที่ส่งเสริมประสิทธิภาพในการทำงานตามทัศนะของพนักงาน ผลวิจัยพบว่า มีการแบ่งสัดส่วนของสำนักงานตามภาระการใช้งานให้มีบรรยากาศที่แตกต่างกัน ได้แก่ ส่วนปฏิบัติงาน(Base Zone) มีลักษณะห้องที่เปิดโล่ง ไม่มีผนังกั้น ให้ความสะดวกสบาย ในส่วนงานสร้างสรรค์ (Creativity zone) เป็นพื้นที่ใช้ความคิดระดมสมองจะเน้นการประดับตกแต่งกระถางต้นไม้ตามมุมห้อง และจัดอยู่ในพื้นที่ที่เป็นส่วนตัว ในส่วนงานสมาธิ (Concentrate zone) จัดอยู่ในมุมส่วนตัวคนไม่พลุกพล่าน บรรยากาศเงียบสงบเพื่อสร้างสมาธิ และส่วนผ่อนคลาย (Refresh zone) จะใช้เป็นพื้นที่เปิดโล่งมีต้นไม้ประดับตกแต่ง เพื่อสร้างความสบายตาให้กับผู้ใช้งาน แต่มีผลสรุปแตกต่างกันในด้านทางเลือกในการออกแบบการสื่อสารด้านอารมณ์ต่าง ๆของแต่ละห้องตามความต้องการของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

ผู้วิจัยสรุปชุดคำตอบ ในด้านอารมณ์ที่สื่อสารของห้องและคำตอบด้านแหล่งธรรมชาติของไทยที่เหมาะสมกับอารมณ์นั้น ๆ เช่น ห้องพักผ่อนต้องการบรรยากาศที่ผ่อนคลายจากทะเล สอดคล้องกับวิจัยของสุวภาพ ประภาสวัสดิ์ (2554) ที่เคยศึกษาด้านความรู้สึกต่อการท่องเที่ยวชายหาดช่วยให้กลุ่มตัวอย่างรู้สึกถึงความผ่อนคลาย สนุกสนาน และวิจัยของ J. Aron Hipp และ Oladele A. Ogunseitan (2011) ได้ศึกษาเรื่องทะเล สามารถช่วย เยียวยาจิตใจได้พบว่าการอยู่ท่ามกลางทะเล ส่งผลดีต่อร่างกายรวมถึงภาพเส้นเกลียวคลื่นของหาดจะช่วยให้รู้สึกผ่อนคลายมากขึ้น ส่วนห้องสำนักงานส่วนตัวกลุ่มตัวอย่างต้องการความเป็นส่วนตัว, ความสะดวกสบาย ที่มาจาก

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

บรรยากาศของภูเขา สอดคล้องกับวิจัยของมณี มีมาก (2558) ที่เคยศึกษาลักษณะทางกายภาพของวิวทิวทัศน์ภูเขา ต้นไม้ ลักษณะของเนินเขาที่ทอดตัวเป็นเส้นโค้งทับซ้อนรู้สึกได้ถึงความนิ่งสงบ และด้านการใช้องค์ประกอบเรขศิลป์เบื้องต้นจากเส้นโค้งจากภูเขาที่มีความกว้างจะทำให้รู้สึกสบาย สงบ ในขณะเดียวกันเส้นโค้งที่มีลักษณะค่อยๆลดหลั่นของขนาด ทำให้รู้สึกถึงความเคลื่อนไหวอย่างช้า ๆ ร่วมด้วย แต่แตกต่างกับวิจัยนี้ในด้านแหล่งธรรมชาติอื่น ๆที่นำมาศึกษาในวิจัย เช่น น้ำตก ใช้องค์ประกอบทางเรขศิลป์ที่เป็นเส้นประแนวเฉียง รูปทรงธรรมชาติ พื้นผิวที่ขรุขระ สามารถสื่อสารถึงความกระตือรือร้นได้ เป็นต้น

ผู้วิจัยได้สรุปชุดคำตอบการสื่อสารด้านอารมณ์ของบรรยากาศจากแหล่งธรรมชาติไว้ห้องละ 3 ชุดคำตอบ เพื่อความหลากหลายในการหยิบยกไปใช้งานให้สอดคล้องกับบุคลิกภาพของแบรนด์ (Brand personality) ได้แก่ 1.บุคลิกภาพจริงใจ (Sincerity) 2.บุคลิกภาพน่าตื่นเต้น (Excitement) 3. บุคลิกภาพมีความสามารถ (Competence) 4.บุคลิกภาพโก้หรู (Sophistication) 5.บุคลิกภาพเข้มแข็ง (Ruggedness) ทั้งนี้นักออกแบบสามารถวิเคราะห์บุคลิกภาพของแบรนด์ตนเองให้มีความสอดคล้องกับคำนิยามในบทที่ 2 หรือเทียบเคียงกับแบรนด์สำนักงานร่วมแบ่งปันในกลุ่มกรณีศึกษาก็ได้ ในส่วนของการประยุกต์ผลงานวิจัย ผู้วิจัยได้หยิบยกแบรนด์ The Hive Co-Working Space มาเป็นตัวอย่างในการออกแบบ ซึ่งมีบุคลิกภาพเข้มแข็ง (Ruggedness) ดังนั้น ผู้วิจัยจะเลือกใช้ธรรมชาติที่ให้ภาพลักษณ์ที่ห้าวหาญ (Rugged) เท่(Cool) ได้แก่ น้ำตกและภูเขา ชุดสีที่เลือกใช้เป็นกลุ่มโทนสีมืด (Dark tones) สอดคล้องกับงานวิจัยของ ทนงศักดิ์ เกติวงษ์ (2555) ที่ศึกษาเรื่องการศึกษาและพัฒนารูปแบบกราฟิกเพื่อปรับภาพลักษณ์องค์กร เลือกใช้กลุ่มสีโทนมืด ใช้เส้นตรง รูปทรงที่เป็นเรขาคณิต (Geometric) และตัวอักษรแบบแซน เซอรีฟ (San -serif Typefaces) สะท้อนภาพลักษณ์ภาพลักษณ์ที่ห้าวหาญ (Rugged) เท่(Cool) มีท่า มีสไตล์ (Stylish) แต่แตกต่างในส่วนที่วิจัยนี้มีคำตอบในการแนะนำการใช้ตัวอักษรภาษาไทยได้แก่ 1) ตัวตกแต่งแบบไม่มีหัวหรือหัวมีเชิง 2) ตัวเนื้อความแบบหัวกลม ในบุคลิกภาพแบรนด์เข้มแข็ง (Ruggedness)

ในประเด็นของการนำแนวคิดไบโอฟิลเลียและพฤติกรรมในพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปันของเจเนอเรชั่นวาย พัฒนาสู่องค์ประกอบทางเรขศิลป์ ผู้วิจัยสามารถสรุปชุดคำตอบด้านเรขศิลป์เป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ 1)องค์ประกอบทางเรขศิลป์เบื้องต้น(Element of design) ที่สื่อสารทางด้านอารมณ์และบรรยากาศธรรมชาติตามความต้องการของกลุ่มเจเนอเรชั่นวาย 2) ด้านการจัดองค์ประกอบศิลป์ (Composition) จะเป็นตัวช่วยในการสร้างสรรค์ผลงานการออกแบบให้ตรงกับอารมณ์และความรู้สึกของห้องนั้น ๆ มากขึ้น ในผลการวิจัยได้ นักออกแบบสามารถยิบหยกการจัดองค์ประกอบที่มีความ

เหมาะสมกับลักษณะการออกแบบมาอย่างน้อย 1 อย่างก็สามารถสร้างสรรค์ผลงานการออกแบบได้ 3) ด้านชุดสี (Color scheme) ผู้วิจัยเลือกใช้สีไทยโทนเพราะสีไทยโทนมีที่มาจากธรรมชาติและเป็นสีจากธรรมชาติของไทย ซึ่งสอดคล้องกับหลักการออกแบบจากแนวคิดไบโอฟิลเลียที่ไม่นิยมใช้สีที่มาจากเคมี และนำมาวิเคราะห์ร่วมกับชุดสีสื่อสารอารมณ์ (Color image scale) ของโคบายาชิ เพื่อให้ได้ชุดสีไทยโทนที่สื่อสารอารมณ์ตามความต้องการของเจเนอเรชั่นวายในห้องต่าง ๆของสำนักงานร่วมแบ่งปัน และได้สรุปคำตอบของเรื่องสีไว้ 3 ชุดสี เพื่อให้ง่ายต่อการหยิบยกไปใช้ให้สอดคล้องกับบุคลิกภาพของแบรนด์ สอดคล้องกับวิจัยของ ธนพล เนียมคง (2563) เรื่องการออกแบบสื่อธุรกิจสำหรับตู้รีฟิลสินค้าจากธรรมชาติ มีการศึกษาแนวคิดไบโอฟิลเลียมาใช้ในงานออกแบบ ได้เลือกสีไทยโทนเพื่อสะท้อนความเป็นไทยและสีที่มีที่มาจากธรรมชาติ โดยใช้สีเขียวขจีเพื่อสื่อสารความรู้สึกสดชื่น อุดมสมบูรณ์ และสีฟางให้ความรู้สึกเป็นธรรมชาติ ในผลงานการออกแบบสุดท้าย แต่วิจัยนี้มีความแตกต่างด้านการนำชุดสีที่มีการสื่อสารทางด้านอารมณ์มาใช้ร่วมในงานหรือตัวแบรนด์ด้วย

3. ข้อเสนอแนะ

3.1 ควรมีการนำเสนอความแตกต่าง ระหว่างการออกแบบแต่ละโซนของสำนักงานร่วมแบ่งปัน ที่มีการเลือกใช้ธรรมชาติและอารมณ์แบบเดียวกัน เช่น ในส่วนต้อนรับควรมีการออกแบบที่หวือหวามากกว่าห้องอื่น ๆ เพราะเป็นส่วนแรกที่ลูกค้าจะพบเห็นเป็นจุดแรก

3.2 การออกแบบในภาพรวม อาจมีการเว้นพื้นที่ว่างเป็นสีเรียบบ้าง เพื่อให้ผู้เข้าใช้งานได้มีจุดได้พักสายตาจากลวดลายที่ออกแบบ หรือในห้องที่ต้องการสมาธิควรมีการนำเสนอเปอร์เซ็นของลวดลายในการออกแบบให้มีความเหมาะสมกับหน้าที่ใช้สอยห้องนั้น ๆ

3.3 ข้อจำกัดในการเลือกชุดสีไทยโทนมาเป็นตัวตั้งตนของวิจัย มีผลทำให้ตัวเลือกในการเลือกใช้ค่อนข้างน้อย อาจไม่ครอบคลุมกับชุดสีที่เหมาะกับบุคลิกภาพของแบรนด์ ทั้ง 5 บุคลิกภาพ

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

กัลย์สุดา ภูพันธ์เชือก. (2563). *การศึกษาแนวทางการออกแบบและแปรรูปวัสดุใบไวนิลประเภทใช้แล้วเพื่อสร้างสรรค์สภาพแวดล้อมของพื้นที่พักอาศัยที่จำกัด* (วิทยานิพนธ์ระดับปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร). http://ithesis-ir.su.ac.th/dspace/handle/123456789/2988

เกชา ธีระโกเมน. (2563). แนวคิดไบโอฟิลเลียช่วยบำบัดความเครียดมนุษย์. https://www.terrabkk.com/articles/197498/terra-interview .

จนัธ เที่ยงสุรินทร์. (2564). *การออกแบบเรขศิลป์เพื่อเปลี่ยนสภาพนอน-เพลส โดยใช้แนวคิดเมืองโลกร่วมกับทุนทางวัฒนธรรมไทย กรณีศึกษาเมืองพิมายกรุงเทพมหานคร* (วิทยานิพนธ์ระดับปริญญาดุษฎีบัณฑิต,จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย). http://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/79369

จิรายุฑ ประเสริฐศรี. (2563). การออกแบบภาพสื่อสารทางทัศน์พื้นที่จีโอพาร์คโคราชสะท้อนพลวัตภูมิศาสตร์บรรพกาล *วารสารคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์* มหาวิทยาลัยบุรีรัมย์, 18(1), 25 -.49.

ชัญญานุช หัสดินรัตน์. (2557). *กลยุทธ์การบริหารประสบการณ์ลูกค้าของธุรกิจออฟฟิศร่วมแบ่งปัน* (วิทยานิพนธ์ระดับปริญญามหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย). https://www.car.chula.ac.th/display7.php?bib=b2050975

ทนงศักดิ์ เกติวงษ์. (2555). *การศึกษาและพัฒนารูปแบบกราฟิกเพื่อปรับภาพลักษณ์องค์กร สำหรับคณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทที่ไม่มีการตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ธนกฤต วนะสุข. (2563). *การออกแบบกราฟิกเพื่อสร้างบรรยากาศที่ดีในโรงพยาบาล* (วิทยานิพนธ์ระดับปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรังสิต). https://rsuir-library.rsu.ac.th/bitstream/123456789/486/1/Thanakrit%20Wanasook.pdf

ธนพล เนียมคง. (2563). *การออกแบบสื่อธุรกิจสำหรับตู้รีฟิลสินค้าจากธรรมชาติ* (วิทยานิพนธ์ระดับปริญญามหาบัณฑิต, มหาลัยศรีนครินทรวิโรฒ). http://ir-ithesis.swu.ac.th/dspace/bitstream/123456789/1367/1/gs611130203.pdf

ธัญญรัตน์ ทองถม. (2560). *ปัจจัยผลกระทบต่อความพึงพอใจผู้ใช้งานอาคารกรณีศึกษาโคเวิร์คกิ้งสเปซ ในเขตกรุงเทพมหานคร* (วิทยานิพนธ์ระดับปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์). http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2017/TU_2017_5916033128_8642_8148.pdf

ธันยพร กวีบริบูรณ์. (2561). *ลักษณะทางประชากร แรงจูงใจของผู้บริโภคและพฤติกรรมการใช้บริการโค*

เวิร์คกิ้งสเปซในเขตกรุงเทพมหานคร (วิทยานิพนธ์ระดับปริญญามหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย). http://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/62984

บริษัท เน็กซัส เรียลเอสเตท แอ็ดไวท์ดซอร์รี่ จำกัด. (2561). แนวโน้มการเติบโตของตลาดอาคารสำนักงานในอีก 5 ปี ข้างหน้า, https://www.kobkid.com/news-condominium/เน็กซัสเผยแนวโน้มการเติบโตของตลาดอาคารสำนักงานในอีก-5-ปีข้างหน้า

พิไลพร นุ่นมา. (2557). *การออกแบบพื้นที่เรียนรู้ธรรมชาติสำหรับโรงเรียนปฐมวัย* วิทยานิพนธ์ระดับปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์). http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2014/TU_2014_5616030127_677_1341.pdf

มณี มีมาก. (2558). *"พื้นที่และเวลาแห่งความสงบสุข,"* (วิทยานิพนธ์ระดับปริญญาดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร). http://www.sure.su.ac.th/xmlui/handle/123456789/20410?attempt=2&

เมทินี สิริสาร. (2554). *ความคาดหวังเกี่ยวกับการทำงานร่วมกันของหัวหน้างานกับลูกน้องรุ่นใหม่.* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทที่ไม่มีการตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

รัชฎา อสิสนธิสกุล และ อ้อยอุมา รุ่งเรือง. (2548). *การสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับเจเนอเรชั่นวาย (Generation Y) เพื่อการประยุกต์ใช้ในที่ทำงาน* (วิทยานิพนธ์ระดับปริญญามหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์). file:///C:/Users/user/Downloads/11-255761-%E0%B8%AA%E0%B8%B8%E0%B8%98%E0%B8%99%E0%B8%B2+%E0%B8%9A%E0%B8%B8%E0%B8%8D%E0%B9%80%E0%B8%AB%E0%B8%A5%E0%B8%B7%E0%B8%AD(143-157)%20(3).pdf

รัชปราณี ชำนาญณรงค์. (2553). *รูปแบบในการออกแบบสภาพแวดล้อมในสำนักงานที่ส่งเสริมประสิทธิภาพในการทำงานตามทัศนะของพนักงาน : กรณีศึกษา : KTC Smart Office โรงพยาบาล* (วิทยานิพนธ์ระดับปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร). http://www.thapra.lib.su.ac.th/thesis/showthesis_th.asp?id=0000004541

ศิรชัช ชมเสียง และ อภิโชค เลขะกุล. (2564). การใช้ธรรมชาติจำลองเพื่อช่วยฟื้นฟูจิตใจจากความเหนื่อยล้าสำหรับพื้นที่การอ่านในสำนักหอสมุด. *วารสารศรีนครินทรวิโรฒวิจัยและพัฒนา(สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*, 13(25), 120 -.132.

สมพิศ รุจิบรรจงกุล. (2560). *กลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจ Co-Working Space ในเขตกรุงเทมหานคร.* (วิทยานิพนธ์ระดับปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์). http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2017/TU_2017_5902030310_8023_6766.pdf

สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. (2563) .*น้ำตกธารารักษ์ แหล่งธรรมชาติอันควรอนุรักษ์ ประเภทน้ำตก*. หนังสืออิเล็กทรอนิกส์. https://naturalsite.onep.go.th/document/detail/85

สุวภาพ ประภาสวัสดิ์. (2554). *ทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวแบบวันเดียว ณ หาดบางแสน จังหวัดชลบุรี ของประชากรเขตกรุงเทพมหานคร* (วิทยานิพนธ์ระดับปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ). http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/554/1/suwapap_prap.pdf

เอื้อเอ็นดู ดิศกุล ณ อยุธยา. (2543). *ระบบป้ายสัญลักษณ์ Signage sytem* (พิมพ์ครั้งที่1). พลัสเพลส.

ภาษาอังกฤษ

Alec Wilcox. (2019). *Millennials and Office design : An Evolving story*. https://sparkyourspaces.com/millennials-and-office-design-an-evolving-story/

Buildernews. (2559). *Biophilic Design*. https://www.buildernews.in.th/news-updates/1053%20J.%20Aron%20Hipp%20%E0%B9%81%E0%B8%A5%E0%B8%B0%20Oladele%20A.%20Ogunseitan

Dallas J. (2021). *Co-working for Millennials – What Millennial Want?*. https://www.globenewswire.com/en/news-release/2021/01/28/2166320/0/en/Coworking-for-Millennials-What-Millennials-Want-by-Venture-X-Dallas-Galleria-Suited-Best-for-Millennials.html

Edward Osborne Wilson. (1984). *Biophilic Design กับการออกแบบสู่ธรรมชาติที่ลงตัว*. https://www.d1.co.th/post/15

Giannasca. (2014). *Creating Impactful spatial experiences*. https://www.slideshare.net/FrostSydney/creating-impactful-spatial-experiences?from_action=save

Insight environments. (2017). *What Millennials really want from workplace design*. https://www.ie-uk.com/blog/millennials-workplace-design

Inspiring Workspaces. (2017). *Co-Working Space – Future of millennial start-ups*. https://isprout.in/coworking-spaces-future-of-millennial-startups/

J. Aron Hipp, and Oladele A. Ogunseitan. (2011). Effect of environmental conditions on perceived psychological restorativeness of coastal parks. *Journal of Environmental Psychology*, 31(4), 421-429.

JustCo. (2022). *Biophic design*. https://www.justcoglobal.com/id/en/media-centre/best-practice-office-design-for-2020

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

Kellert S. (2015). *What is and is not biophilic design*. https://metropolismag.com/viewpoints/what-is-and-is-not-biophilic-design/

Morch Allan. (2019). *5 Steps to creating the ideal for millennial*s. https://www.askcody.com/blog/creating-the-ideal-millennial-office-space-design

Office Principle. (2019). *Designing A Modern Workplace For Millennials and Generation z*. https://officeprinciples.com/insights/designing-modern-workplace-millennials-generation-z

Oliverhealth. (2018). *Biophilic design in Workplace*. www.oliverheath.com

RMJM. (2021). *Well-Being in workplace design*. https://rmjm.com/how-to-workplace-design-for-millennials/

TKPark. (2562). *พื้นที่สาธารณะ เทศะรังสรรค์ สถานที่แบ่งปัน แนวคิดเชื่อมโยงห้องสมุดกับการพัฒนาเมือง*. https://www.tkpark.or.th/tha/articles_detail/

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ภาคผนวก

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

แบบสอบถามกลุ่มเจเนอรเรชั่นวาย ในเขตกรุงเทพมหานคร

เพื่อการวิจัยในระดับดุษฎีบัณฑิตคณะศิลปกรรมศาสตร์ ภาควิชานฤมิตศิลป์ ภายใต้หัวข้อ

“การออกแบบเรขศิลป์ในสิ่งแวดล้อมพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co-Working Space) จากแนวคิดไบโอฟิลเลีย สำหรับเจเนอเรชั่นวาย”

คณะศิลปกรรมศาสตร์ ภาควิชานฤมิตศิลป์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

โดย นางสาวศศิกาญจน์ นารถโคษา

จุดประสงค์ของแบบสอบถาม

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมด้านเข้าใช้งาน ด้านบรรยากาศ และด้านพื้นที่การใช้งานในพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปันปัจจุบันและอนาคต

คำชี้แจง

โปรดทำเครื่องหมาย✓ ลงใน ☐ หรือเติมข้อความลงในช่องว่างที่สอดคล้องกับท่านมากที่สุด

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

คำชี้แจงของผู้ตอบแบบสอบถาม : โปรดทำเครื่องหมาย✓ ลงใน ☐ ที่สอดคล้องกับท่านมากที่สุด**เพียง 1 ข้อ**

1. เพศ

☐ ชาย

☐ หญิง

☐ ไม่ระบุ

2. การศึกษา

☐ ปริญญาตรี

☐ ปริญญาโท

☐ ปริญญาเอก

☐ อื่น ๆ โปรดระบุ .....

3. อาชีพ

☐นักศึกษา

☐ธุรกิจส่วนตัว / ผู้ประกอบการ (Entrepreneur)/ผู้ประกอบการมือใหม่ (Start up)/อาชีพอิสระ (Freelance)

☐พนักงาน / ลูกจ้างบริษัท

☐อื่น ๆ โปรดระบุ .....

4.รายได้

☐ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท

☐10,001 – 30,000

☐30,001 – 50,000

☐50,001 – 70,000

☐70,001 – 90,000

☐100,000 บาทขึ้นไป

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ตอนที่ 2 พฤติกรรมในการพื้นที่การทำงานในยุคปัจจุบัน

คำชี้แจงของผู้ตอบแบบสอบถาม : โปรดทำเครื่องหมาย✓ ลงใน ☐ หรือเติมข้อความลงในช่องว่างที่สอดคล้องกับท่าน

<u>ด้านการเข้าใช้งาน</u>

5. การทำงานที่บ้าน(Work from home) ทำให้ประสิทธิภาพในการทำงานของคุณลดลงหรือไม่

☐ ใช่

เพราะ

.....

☐ ไม่ใช่

เพราะ

.....

6. หากคุณต้องเข้าใช้บริการในพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน(Co-Working Space) สิ่งที่**<u>คุณคำนึงถึง</u>**คืออะไร

(จงเรียงลำดับความสำคัญจากมากไปน้อย (1มากที่สุด – 5น้อยที่สุด)

☐ ภาพลักษณ์มีความโดดเด่น มีบรรยากาศที่ดี

☐ สิ่งอำนวยความสะดวกเอื้อต่อการใช้ชีวิตแบบสมดุล (Work life balance)

☐ สังคม หรือสายสัมพันธ์(Connection) ใน Co-Working Space

☐ การยืดหยุ่นของพื้นที่ทำงาน และความเหมาะสมในการจัดโซนต่าง ๆ

☐ ทำเลสะดวกสบายในการเดินทาง ราคาเหมาะสม

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

<u>ด้านบรรยากาศ</u>

7. จงเรียงลำดับสถานที่ๆให้บรรยากาศที่ช่วยส่งเสริมการทำงานของคุณให้มีประสิทธิภาพ

(จงเรียงลำดับจากมากไปน้อย (1มากที่สุด – 5น้อยที่สุด)

☐ สำนักงาน(Office)/องค์กร

☐ สำนักงานร่วมแบ่งปัน(Co-Working Space)

☐ บ้าน

☐ บ้าน สลับกับสำนักงาน(Office)

☐ บ้าน สลับกับสำนักงานร่วมแบ่งปัน(Co-Working Space)

8. หากนำรูปแบบการทำงานแบบ Work from home กลับมาใช้ในพื้นที่ของพื้นที่ทำงานหรือองค์กรของคุณ คุณต้องการบรรยากาศของพื้นที่การทำงานหลังสถานการณ์โควิด – 19 เป็นอย่างไร

(จงเรียงลำดับความสำคัญจากมากไปน้อย (1มากที่สุด – 5น้อยที่สุด)

☐ พื้นที่ทำงานที่บรรยากาศเหมือนบ้าน

☐ พื้นที่ทำงานที่บรรยากาศที่ให้ความรู้สึกเป็นส่วนตัว

☐ พื้นที่ทำงานที่ที่มีบรรยากาศเชื่อมต่อด้านสังคมได้แต่ยังให้ความรู้สึกปลอดภัยในพื้นที่เดียวกัน

☐ พื้นที่ที่มีบรรยากาศที่สามารถสร้างแรงบันดาลใจ และกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์

☐ พื้นที่ที่มีบรรยากาศสร้างความสมดุลระหว่างงานกับชีวิต (Work life balance)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

<u>ด้านความต้องการเกี่ยวกับโซนพื้นที่การใช้งาน</u>

9. คุณต้องการให้ **<u>ส่วนต้อนรับ(Reception)</u>** ในพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน(Co-Working Space) ควรมีบรรยากาศแบบใด

จงเรียงลำดับจากมากไปน้อย 5อันดับ (1มากที่สุด – 5น้อยที่สุด)

☐ กระตือรือร้น (Active)

☐ กระฉับกระเฉง (Energetic)

☐ สร้างความสงบ (Calmness)

☐ ความเป็นส่วนตัว (Privacy)

☐ กระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ (Creativity)

☐ สะดวกสบาย (Comfortable)

☐ สร้างสมาธิ (Concentrate)

☐ ผ่อนคลาย (Relax)

☐ มีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Social connection)

☐ กระตุ้นความอยากอาหาร(Stimulate appetite)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

10. คุณต้องการให้ **<u>ส่วนพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน/พื้นที่ทำงานส่วนกลาง</u>** ในพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน(Co-Working Space) มีบรรยากาศแบบใด

จงเรียงลำดับจากมากไปน้อย 5อันดับ (1มากที่สุด – 5น้อยที่สุด)

☐ กระตือรือร้น (Active)

☐ กระฉับกระเฉง (Energetic)

☐ สร้างความสงบ (Calmness)

☐ ความเป็นส่วนตัว (Privacy)

☐ กระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ (Creativity)

☐ สะดวกสบาย (Comfortable)

☐ สร้างสมาธิ (Concentrate)

☐ ผ่อนคลาย (Relax)

☐ มีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Social connection)

☐ กระตุ้นความอยากอาหาร(Stimulate appetite)

11. คุณต้องการให้ **สำนักงานส่วนตัว(Private office)** ในพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน(Co-Working Space) มีบรรยากาศแบบใด

จงเรียงลำดับจากมากไปน้อย 5อันดับ (1มากที่สุด – 5น้อยที่สุด)

☐ กระตือรือร้น (Active)

☐ กระฉับกระเฉง (Energetic)

☐ สร้างความสงบ (Calmness)

☐ ความเป็นส่วนตัว (Privacy)

☐ กระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ (Creativity)

☐ สะดวกสบาย (Comfortable)

☐ สร้างสมาธิ (Concentrate)

☐ ผ่อนคลาย (Relax)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

☐ มีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Social connection)

☐ กระตุ้นความอยากอาหาร(Stimulate appetite)

12. คุณคิดว่า **ห้องประชุม/ระดมความคิด (Meeting Room)** ในพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน(Co-Working Space) ควรมีบรรยากาศแบบใด

จงเรียงลำดับจากมากไปน้อย 5อันดับ (1มากที่สุด – 5น้อยที่สุด)

☐ กระตือรือร้น (Active)

☐ กระฉับกระเฉง (Energetic)

☐ สร้างความสงบ (Calmness)

☐ ความเป็นส่วนตัว (Privacy)

☐ กระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ (Creativity)

☐ สะดวกสบาย (Comfortable)

☐ สร้างสมาธิ (Concentrate)

☐ ผ่อนคลาย (Relax)

☐ มีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Social connection)

☐ กระตุ้นความอยากอาหาร(Stimulate appetite)

13. คุณต้องการให้ **พื้นที่ทานอาหาร/เตรียมอาหาร(Pantry)** ในพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน(Co-Working Space) มีบรรยากาศแบบใด

จงเรียงลำดับจากมากไปน้อย 5อันดับ (1มากที่สุด – 5น้อยที่สุด)

☐ กระตือรือร้น (Active)

☐ กระฉับกระเฉง (Energetic)

☐ สร้างความสงบ (Calmness)

☐ ความเป็นส่วนตัว (Privacy)

☐ กระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ (Creativity)

☐ สะดวกสบาย (Comfortable)

☐ สร้างสมาธิ (Concentrate)

☐ ผ่อนคลาย (Relax)

☐ มีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Social connection)

☐ กระตุ้นความอยากอาหาร(Stimulate appetite)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

14. คุณต้องการให้ **คาเฟ่(Cafe)** ในพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน(Co-Working Space) มีบรรยากาศแบบใด จงเรียงลำดับจากมากไปน้อย 5อันดับ (1มากที่สุด – 5น้อยที่สุด)

☐ กระตือรือร้น (Active)

☐ กระฉับกระเฉง (Energetic)

☐ สร้างความสงบ (Calmness)

☐ ความเป็นส่วนตัว (Privacy)

☐ กระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ (Creativity)

☐ สะดวกสบาย (Comfortable)

☐ สร้างสมาธิ (Concentrate)

☐ ผ่อนคลาย (Relax)

☐ มีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Social connection)

☐ กระตุ้นความอยากอาหาร(Stimulate appetite)

15. คุณต้องการให้ **ห้องพักผ่อน** ในพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน(Co-Working Space) มีบรรยากาศแบบใด จงเรียงลำดับจากมากไปน้อย 5อันดับ (1มากที่สุด – 5น้อยที่สุด)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

☐ กระตือรือร้น (Active)

☐ กระฉับกระเฉง (Energetic)

☐ สร้างความสงบ (Calmness)

☐ ความเป็นส่วนตัว (Privacy)

☐ กระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ (Creativity)

☐ สะดวกสบาย (Comfortable)

☐ สร้างสมาธิ (Concentrate)

☐ ผ่อนคลาย (Relax)

☐ มีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Social connection)

☐ กระตุ้นความอยากอาหาร(Stimulate appetite)

16. คุณต้องการให้ **ห้องสมุด(library)** ในพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน(Co-Working Space) มีบรรยากาศแบบใด จงเรียงลำดับจากมากไปน้อย 5อันดับ (1มากที่สุด – 5น้อยที่สุด)

☐ กระตือรือร้น (Active)

☐ กระฉับกระเฉง (Energetic)

☐ สร้างความสงบ (Calmness)

☐ ความเป็นส่วนตัว (Privacy)

☐ กระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ (Creativity)

☐ สะดวกสบาย (Comfortable)

☐ สร้างสมาธิ (Concentrate)

☐ ผ่อนคลาย (Relax)

☐ มีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Social connection)

☐ กระตุ้นความอยากอาหาร(Stimulate appetite)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

17. คุณต้องการให้ **ห้องปริ้นเตอร์(Printing Room)/ห้องโทรศัพท์(Phone Room)** ในพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน(Co-Working Space) มีบรรยากาศแบบใด

จงเรียงลำดับจากมากไปน้อย 5อันดับ (1มากที่สุด – 5น้อยที่สุด)

☐ กระตือรือร้น (Active)

☐ กระฉับกระเฉง (Energetic)

☐ สร้างความสงบ (Calmness)

☐ ความเป็นส่วนตัว (Privacy)

☐ กระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ (Creativity)

☐ สะดวกสบาย (Comfortable)

☐ สร้างสมาธิ (Concentrate)

☐ ผ่อนคลาย (Relax)

☐ มีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Social connection)

☐ กระตุ้นความอยากอาหาร(Stimulate appetite)

ข้อเสนอแนะ ด้านความต้องการในพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน

.....

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

แบบสัมภาษณ์กลุ่มผู้ใช้งานพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน ในเขตกรุงเทพมหานคร

เพื่อการวิจัยในระดับดุษฎีบัณฑิตคณะศิลปกรรมศาสตร์ ภาควิชานฤมิตศิลป์ ภายใต้หัวข้อ

“การออกแบบเรขศิลป์ในสิ่งแวดล้อมพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co-Working Space) จากแนวคิดไบโอฟิลเลีย สำหรับเจเนอเรชั่นวาย”

คณะศิลปกรรมศาสตร์ ภาควิชานฤมิตศิลป์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

โดย นางสาวศศิกาญจน์ นารถโคษา

สัมภาษณ์ผ่าน ผ่านโปรแกรม Zoom

จุดประสงค์ของแบบสอบถาม

เพื่อสอบถามความคิดเห็นเชิงลึก ในการเข้าใช้พื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปันในแต่ละสาขา

คำจำกัดความ

ชายหาด หมายถึง ที่ลาดลงไปในน้ำหรือบริเวณที่ตื้นเขินเป็นเนินอยู่กลางน้ำ โดยมากเป็นเนินทราย มักมีการเปลี่ยนแปลงรูปร่างอยู่เสมอ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

เกาะ หมายถึง คือพื้นดินที่ล้อมรอบด้วยน้ำ มีขนาดเล็กกว่าทวีป อาจอยู่ในมหาสมุทร ทะเล ทะเลสาบ หรือแม่น้ำ

ภูเขา หมายถึง ลักษณะของพื้นโลกที่มีความสูงกว่าพื้นที่บริเวณโดยรอบ ภูเขา หรือเทือกเขาหมายถึง ลักษณะภูมิประเทศ ที่มีความสูงตั้งแต่ 600 เมตรขึ้นไปจากพื้นที่บริเวณรอบ ซึ่งมีลักษณะคล้ายกับเนินเขา

แหล่งน้ำ หมายถึง พรุหนอง บึง ทะเลสาบ คลอง ลำธาร และแม่น้ำ

ถ้ำ หมายถึง โพรงที่ลึกเข้าไปในภูเขาหรือเป็นช่องที่เป็นโพรงลึกเข้าไปในพื้นดินหรือภูเขา มีขนาดใหญ่พอที่มนุษย์สามารถเข้าไปได้

น้ำตก หมายถึง สายน้ำที่ไหลลงมาจากแหล่งต้นน้ำตามธรรมชาติ โดยบริเวณนั้นมีพื้นที่ลดหลั่นกันเป็นชั้นอันเกิดจากการยุบตัวของแผ่นดินและต่ำลง เกิดการไหลจากน้ำที่อยู่ในที่สูงมาสู่ที่ต่ำ

แก่ง หมายถึง ลักษณะของแหล่งน้ำที่มีหินก้อนเล็ก ก้อนใหญ่ โผล่ขึ้นมากลางแหล่งน้ำนั้น โดยที่ลักษณะของหินที่โผล่ขึ้นมากลางแหล่งน้ำจะมีลักษณะแตกต่างกัน ในบางครั้งทำให้กีดขวางการจราจรทางน้ำ ทำให้สภาพของน้ำกลายเป็น "น้ำวน"

โป่งพุร้อน หมายถึง น้ำร้อนที่พบในแหล่งพลังงานความร้อนใต้พิภพแต่ละแหล่ง มักมีกำเนิดมาจากน้ำเย็นบนผิวดินหรือน้ำฝน (Meteoric Water) ที่ไหลซึมผ่านช่องว่าง หรือ รอยแตกของหินลึกลงไปใต้ดิน ได้รับความร้อนจากหินร้อน ทำให้มีอุณหภูมิและความดันสูงไหลกลับสู่เบื้องบน

แหล่งซากดึกดำบรรพ์ หมายถึง ซากและร่องรอยของสิ่งมีชีวิตทั้งพืชและสัตว์ที่เคยอาศัยอยู่ในบริเวณนั้น เมื่อตายลงซากก็ถูกทับถมและฝังตัวอยู่ในหินตะกอน

แหล่งธรณีสัณฐานและภูมิลักษณะวรรณา หมายถึง แบบรูป หรือลักษณะของเปลือกโลก ที่มีรูปพรรณสัณฐานต่าง ๆ กัน เช่น เป็นภูเขา ที่ราบสูง ที่ราบลักษณะอื่น ๆ

ตอนที่ 1 : แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

คำชี้แจง : โปรดเติมข้อความลงในช่องว่างที่สอดคล้องกับท่านมากที่สุด

1.เพศ

☐ ชาย ☐ หญิง ☐ ไม่ระบุ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

2. อาชีพ

☐นักศึกษา

☐ธุรกิจส่วนตัว / ผู้ประกอบการ (Entrepreneur)/ผู้ประกอบการมือใหม่ (Start up)/อาชีพอิสระ (Freelance)

☐พนักงาน / ลูกจ้างบริษัท

☐อื่น ๆ โปรดระบุ .....

3. อายุ .....

4.รายได้

☐ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท ☐10,001 – 30,000

☐30,001 – 50,000 ☐50,001 – 70,000

☐70,001 – 90,000 ☐100,000 บาทขึ้นไป

5.คุณเข้าใช้พื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน บ่อยแค่ไหน กี่ครั้งต่อสัปดาห์

☐1ครั้ง/สัปดาห์

☐2-3 ครั้ง/สัปดาห์

☐4-5 ครั้ง/สัปดาห์

☐ทุกวัน

☐อื่น ๆโปรดระบุ .....

6. ชื่อของสำนักงานร่วมแบ่งปันที่คุณเป็นสมาชิกและเข้าใช้งาน มีที่ตั้งใกล้กับBtsสถานีใด

.....

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

7. ชื่อของสำนักงานร่วมแบ่งปันที่คุณเป็นสมาชิกและเข้าใช้งาน มีที่ตั้งใกล้กับMrtสถานีใด

.....

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมเชิงลึกในการเข้าใช้งานพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน

คำชี้แจงของผู้ตอบแบบสอบถาม : โปรดทำเครื่องหมาย✓ ลงใน ☐ หรือเติมข้อความลงในช่องว่างที่สอดคล้องกับท่านมากที่สุด

<u>ด้านการเข้าใช้งาน</u>

8. หากคุณต้องเข้าใช้บริการในพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน(Co-Working Space) **<u>คุณจะเข้าใช้งานหรือให้ความสำคัญกับโซนใด</u>** จงเรียงลำดับความสำคัญจากมากไปน้อย (1มากที่สุด – 5น้อยที่สุด)

☐ ส่วนต้อนรับ

☐ พื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน/พื้นที่ทำงานส่วนกลาง

☐ สำนักงานส่วนตัว

☐ ห้องประชุม/ระดมความคิด

☐ พื้นที่ทานอาหาร/เตรียมอาหาร(Pantry)

☐ คาเฟ่

☐ ห้องพักผ่อน

☐ ห้องสมุด

☐ ห้องปริ้นเตอร์/ห้องโทรศัพท์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

9. การตกแต่งบรรยากาศของ<u>แต่ละโซน</u>ของพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน(Co-Working Space) ให้มีความแตกต่างกันมีผลต่อการทำงานหรือใช้ชีวิตในพื้นที่หรือไม่ อย่างไร

☐ มี

เพราะ .....

☐ ไม่มี

เพราะ .....

ด้านข้อดี-ข้อเสีย

10. **ข้อดี 3 อันดับ ด้านการตกแต่งบรรยากาศ**ของพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน(Co-Working Space) สาขาที่คุณใช้บริการ

จงเรียงลำดับความสำคัญจากมากไปน้อย (1มากที่สุด – 3น้อยที่สุด)

☐ ช่วยส่งเสริมด้านความกระตือรือร้น (Active)

☐ ช่วยส่งเสริมด้านความกระฉับกระเฉง (Energetic)

☐ ช่วยส่งเสริมด้านความสร้างความสงบ (Calmness)

☐ ช่วยส่งเสริมด้านความเป็นส่วนตัว (Privacy)

☐ ช่วยส่งเสริมด้านการกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ (Creativity)

☐ ช่วยส่งเสริมด้านความสะดวกสบาย (Comfortable)

☐ ช่วยส่งเสริมด้านการสร้างสมาธิ (Concentrate)

☐ ช่วยส่งเสริมด้านการผ่อนคลาย (Relax)

☐ ช่วยส่งเสริมด้านความการเชื่อมต่อด้านสังคม (Social connection)

11. **ข้อเสีย 3อันดับ ด้านการตกแต่งบรรยากาศ**ของพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน(Co-Working Space) สาขาที่คุณใช้บริการ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

จงเรียงลำดับความสำคัญจากมากไปน้อย (1มากที่สุด – 3น้อยที่สุด)

☐ ด้านความกระตือรือร้น (Active)

☐ ด้านความกระฉับกระเฉง (Energetic)

☐ ด้านความสร้างความสงบ (Calmness)

☐ ด้านความเป็นส่วนตัว (Privacy)

☐ ด้านการกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ (Creativity)

☐ ด้านความสะดวกสบาย (Comfortable)

☐ ด้านการสร้างสมาธิ (Concentrate)

☐ ด้านการผ่อนคลาย (Relax)

☐ ด้านความการเชื่อมต่อด้านสังคม (Social connection)

12. ข้อคิดเห็นด้านข้อดีข้อเสียเพิ่มเติม

.....

<u>ด้านการเชื่อมโยงกับแนวคิดไบโอฟิลเลีย</u>

13. คุณนึกถึงสถานที่ใดมากที่สุด เมื่อ**<u>ต้องการความผ่อนคลาย</u>** หรือ **<u>ตึงเครียดจากการทำงาน</u>**

☐ ชายหาด ☐ เกาะ

☐ ภูเขา ☐ น้ำตก

☐ แม่น้ำ ☐ ถ้ำ

☐ แก่ง ☐ โป่งพุร้อน

☐ แหล่งซากดึกดำบรรพ์ ☐ แหล่งธรณีสัณฐานและภูมิลักษณวรรณา

14. เมื่อคุณต้องการความ**<u>กระตือรือร้น(Active)</u>**ในการทำงาน คุณคิดว่าน่าจะเอาตัวเองไปอยู่ในสถานที่ใดมากที่สุด

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

☐ ชายหาด ☐ เกาะ

☐ ภูเขา ☐ น้ำตก

☐ แม่น้ำ ☐ ถ้ำ

☐ แก่ง ☐ โป่งพุร้อน

☐ แหล่งซากดึกดำบรรพ์ ☐ แหล่งธรณีสัณฐานและภูมิลักษณวรรณา

5. เมื่อคุณ**ต้องใช้ไอเดีย ความคิดสร้างสรรค์**ในการทำงาน คุณคิดว่าต้องเอาตัวเองไปอยู่ในบรรยากาศแบบใดมากที่สุด

☐ ชายหาด ☐ เกาะ

☐ ภูเขา ☐ น้ำตก

☐ แม่น้ำ ☐ ถ้ำ

☐ แก่ง ☐ โป่งพุร้อน

☐ แหล่งซากดึกดำบรรพ์ ☐ แหล่งธรณีสัณฐานและภูมิลักษณวรรณา

16. บรรยากาศแบบใด ที่**กระตุ้นให้คุณอยากอาหาร** มากที่สุด

☐ ชายหาด ☐ เกาะ

☐ ภูเขา ☐ น้ำตก

☐ แม่น้ำ ☐ ถ้ำ

☐ แก่ง ☐ โป่งพุร้อน

☐ แหล่งซากดึกดำบรรพ์ ☐ แหล่งธรณีสัณฐานและภูมิลักษณวรรณา

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

17. เมื่อคุณ**ต้องการใช้สมาธิ**ในการทำงาน คุณคิดว่าต้องเอาตัวเองไปอยู่ในบรรยากาศแบบใดมากที่สุด

☐ ชายหาด ☐ เกาะ

☐ ภูเขา ☐ น้ำตก

☐ แม่น้ำ ☐ ถ้ำ

☐ แก่ง ☐ โป่งพุร้อน

☐ แหล่งซากดึกดำบรรพ์ ☐ แหล่งธรณีสัณฐานและภูมิลักษณวรรณา

18. บรรยากาศแบบใดเหมาะสม เมื่อคุณ**<u>ต้องการสร้างสังคมและติดต่อธุรกิจกับเพื่อนใหม่ ๆ</u>** มากที่สุด

☐ ชายหาด ☐ เกาะ

☐ ภูเขา ☐ น้ำตก

☐ แม่น้ำ ☐ ถ้ำ

☐ แก่ง ☐ โป่งพุร้อน

☐ แหล่งซากดึกดำบรรพ์ ☐ แหล่งธรณีสัณฐานและภูมิลักษณวรรณา

19. บรรยากาศแบบใดเหมาะสม **<u>สำหรับเป็นพื้นที่สะดวกสบาย (Comfort zone)</u>** ในสำนักงานร่วมแบ่งปัน(Co-Working Space)มากที่สุด

☐ ชายหาด ☐ เกาะ

☐ ภูเขา ☐ น้ำตก

☐ แม่น้ำ ☐ ถ้ำ

☐ แก่ง ☐ โป่งพุร้อน

☐ แหล่งซากดึกดำบรรพ์ ☐ แหล่งธรณีสัณฐานและภูมิลักษณวรรณา

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

20. พื้นที่ที่คุณ **<u>ต้องการความเป็นส่วนตัว</u>** จะเอาตัวเองไปอยู่ในบรรยากาศแบบใดมากที่สุด

☐ ชายหาด ☐ เกาะ

☐ ภูเขา ☐ น้ำตก

☐ แม่น้ำ ☐ ถ้ำ

☐ แก่ง ☐ โป่งพุร้อน

☐ แหล่งซากดึกดำบรรพ์ ☐ แหล่งธรณีสัณฐานและภูมิลักษณวรรณา

21. เมื่อคุณต้องการ**ความกระฉับกระเฉง(Energetic)** ในการทำงาน คุณคิดว่าต้องเอาตัวเองไปอยู่ในบรรยากาศแบบใดมากที่สุด

☐ ชายหาด ☐ เกาะ

☐ ภูเขา ☐ น้ำตก

☐ แม่น้ำ ☐ ถ้ำ

☐ แก่ง ☐ โป่งพุร้อน

☐ แหล่งซากดึกดำบรรพ์ ☐ แหล่งธรณีสัณฐานและภูมิลักษณวรรณา

22. เมื่อคุณต้องการความ **สงบ** คุณคิดว่าต้องเอาตัวเองไปอยู่ในบรรยากาศแบบใดมากที่สุด

☐ ชายหาด ☐ เกาะ

☐ ภูเขา ☐ น้ำตก

☐ แม่น้ำ ☐ ถ้ำ

☐ แก่ง ☐ โป่งพุร้อน

☐ แหล่งซากดึกดำบรรพ์ ☐ แหล่งธรณีสัณฐานและภูมิลักษณวรรณา

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมด้านการตกแต่งและสร้างบรรยากาศ

.....

.....

แบบสอบถามผู้เชี่ยวชาญในงานออกแบบเรขศิลป์

เพื่อการวิจัยในระดับดุษฎีบัณฑิตคณะศิลปกรรมศาสตร์ ภาควิชานฤมิตศิลป์ ภายใต้หัวข้อ

“การออกแบบเรขศิลป์ในสิ่งแวดล้อมพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co-Working Space) จากแนวคิดไบโอฟิลเลีย สำหรับเจเนอเรชั่นวาย”

คณะศิลปกรรมศาสตร์ ภาควิชานฤมิตศิลป์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

โดย นางสาวศศิกาญจน์ นารถโคษา

สัมภาษณ์ประชุมแบบกลุ่ม ผ่านโปรแกรม Zoom

จุดประสงค์ของแบบสอบถาม

เพื่อเชื่อมโยงองค์ประกอบเรขศิลป์จากแนวคิดไบโอฟิลเลีย พัฒนาสู่การออกแบบเรขศิลป์สิ่งแวดล้อมในพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน(Co-Working Space)

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพส่วนบุคคลของผู้เชี่ยวชาญ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการนำแนวคิดการออกแบบแนวคิดไบโอฟิลลิค (Biophilic Design) มาใช้ในงานออกแบบเรขศิลป์

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับการเชื่อมโยงหลักการออกแบบเรขศิลป์กับความต้องการของเจเนอเรชั่นวายในพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน(Co-Working Space)

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับความเหมาะสมของเรขศิลป์กับบุคลิกของแบรนด์ (Brand Personality)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ตอนที่ 1 : แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพส่วนบุคคลของผู้เชี่ยวชาญ

คำชี้แจง : โปรดเติมข้อความลงในช่องว่าง

1.ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์

.....

2. อายุ ..... ปี

3.วุฒิการศึกษา

.....

ตำแหน่ง

.....

4.สถานที่ทำงาน

.....

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

5.ประสบการณ์การทำงานเกี่ยวกับด้านการออกแบบเรขศิลป์ หรือ/และเรขศิลป์สิ่งแวดล้อม หรือ/และออกแบบตกแต่งภายใน

.....ปี

คำจำกัดความ

ไบโอฟิลเลีย (Biophilia) หมายถึง ความรักในสิ่งมีชีวิต ความโหยหาธรรมชาติ และความสมดุลระหว่างคนกับธรรมชาติ

ไบโอฟิลลิค ดีไซน์ (Biophilic Design) หมายถึง แนวทางการออกแบบที่เชื่อมโยงคนให้เป็นส่วนหนึ่งของธรรมชาติ โดยมองธรรมชาติเป็นศูนย์กลาง

สำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co-Working Space) หมายถึง ธุรกิจที่ให้บริการพื้นที่ทำงานร่วมกัน

แหล่งธรรมชาติในประเทศไทยทั้ง 10 แหล่ง ได้แก่ 1. ชายหาด 2.เกาะ 3.น้ำตก 4. แหล่งน้ำ 5.ถ้ำ 6. ภูเขา 7. แก่ง

8. โป่งพุร้อน 9. ซากดึกดำบรรพ์ 10. ธรณีสัณฐานและภูมิลักษณวรรณา

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการนำแนวคิดการออกแบบแนวคิดไบโอฟิลลิค (Biophilic Design) มาใช้ในงานออกแบบเรขศิลป์

9. ข้อจำกัดด้านการออกแบบแนวคิดไบโอฟิลลิค (Biophilic Design) กับลักษณะทางกายภาพของพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน(Co-Working Space)

Direct Contact / Indirect Contact

ข้อสรุป.....

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

10. จงเลือกเทคนิคการนำเสนอภาพที่เข้าข่ายการออกแบบแนวคิดไบโอฟิลลิค (Biophilic Design) และการสร้างบรรยากาศในสำนักงานร่วมแบ่งปัน ในอารมณ์ต่าง ๆ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1) ☐ ภาพถ่าย(Photography)

2) ☐ ภาพตกแต่งจากคอมพิวเตอร์ (Computer Retouch)

3) ☐ ภาพประกอบจากคอมพิวเตอร์ (Computer Graphic illustration)

4) ☐ อื่น ๆ.....

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับการเชื่อมโยงหลักการออกแบบเรขศิลป์กับความต้องการของเจเนอร์เรชั่นวายในพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน(Co-Working Space)

คำชี้แจง : โปรดเติมคำตอบหรือทำเครื่องหมาย✓ ลงใน ☐ ที่ท่านคิดว่าเหมาะสม

11. เมื่อกลุ่มตัวอย่างต้องการกระตุ้นความ**"กระตือรือร้น(Active)"** โดยใช้องค์ประกอบทางเรขศิลป์จาก **"น้ำตก"** สำหรับพื้นที่ ดังนี้

- ส่วนต้อนรับ(Reception)

- ห้องประชุม(Meeting Room)/ระดมความคิด

- ห้องปริ้นเตอร์/โทรศัพท์ (Printing Room / Telephone Room)

11.1 จงเรียงลำดับความสำคัญขององค์ประกอบทางเรขศิลป์เบื้องต้นจากน้ำตก ที่สื่อสาร **กระตือรือร้น(Active)** ได้ดี

คะแนน 1-6 (1 = เหมาะสมมากที่สุด และ 6 = เหมาะสมน้อยที่สุด)

☐ จุด ☐ เส้น ☐ รูปร่าง ☐รูปทรง ☐ พื้นผิว ☐ที่ว่าง

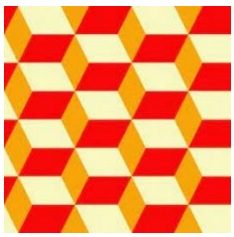
11.2 หลักการจัดองค์ประกอบ(Composition) (ตอบได้มากกว่า 1ข้อ)

1) ☐ จังหวะ 2) ☐ ความสมดุล. 3) ☐ ความกลมกลืน และขัดแย้ง

4) ☐ พื้นที่เชิงบวกและพื้นที่เชิงลบ 5) ☐ การเน้น

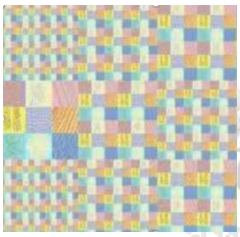
1) ☐ จังหวะ(Rhythm & Pattern)

☐ การวางจังหวะซ้ำกัน (Repetition Rhythm)

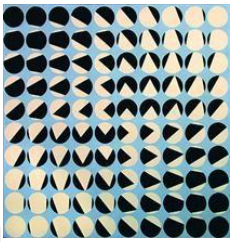


☐ การเว้นช่องไฟ (Space)

☐ การเพิ่ม หรือลดขนาด (Enlargement or Reduction)



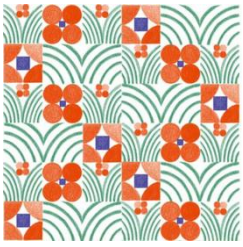
☐จังหวะก้าวหน้าหรือเคลื่อนไหว (Progressive Rhythm)



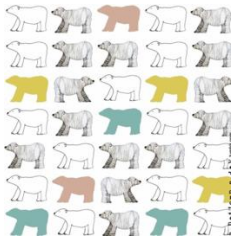
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

☐ การสลับ(Alternative Rhythm)

☐ การจัดจังหวะต่อเนื่อง (Continuous Rhythm)



☐ การซ้อนจังหวะปกติ (Regulation Crossing Rhythm) ☐ การซ้อนจังหวะไม่ปกติ (Non-Regulation Crossing Rhythm)

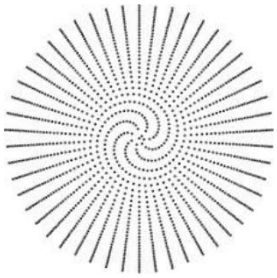


2) ☐ ความสมดุล (Balance)

☐ สมดุลซ้ายขวาเท่ากัน (Symmetrical Balance) ☐ สมดุลซ้ายขวาไม่เท่ากัน (Asymmetrical Balance)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

☐ สมดุลแบบรัศมี (Radial or Spiral)

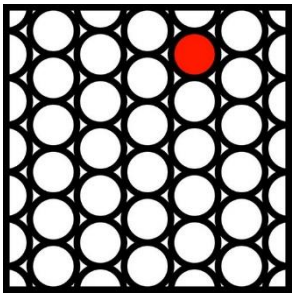


3) ☐ ความกลมกลืน และขัดแย้ง (Harmony and Contrast)

☐ ความกลมกลืน ☐ ความขัดแย้ง

4) ☐ พื้นที่เชิงบวกและพื้นที่เชิงลบ(Positive & Negative Space)

5) ☐ การเน้น(Emphasis)

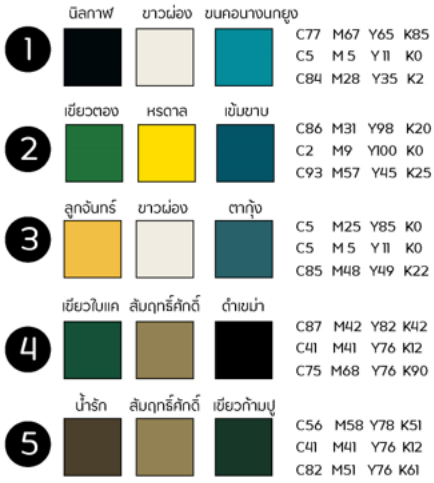


จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

11.3 จงเรียงลำดับความเหมาะสมของชุดสีที่สื่อสารถึง **“ความกระตือรือร้น(Active)”**

คะแนน 1-5 (1 = เหมาะสมมากที่สุด และ 5 = เหมาะสมน้อยที่สุด)

_ 1) ☐ 2) ☐ 3) ☐ 4) ☐ 5) ☐



12. เมื่อกลุ่มตัวอย่างต้องการกระตุ้นความ“**กระฉับกระเฉง (Energetic)**”โดยใช้องค์ประกอบทางเรขศิลป์จาก **“น้ำตก”** สำหรับพื้นที่ ดังนี้

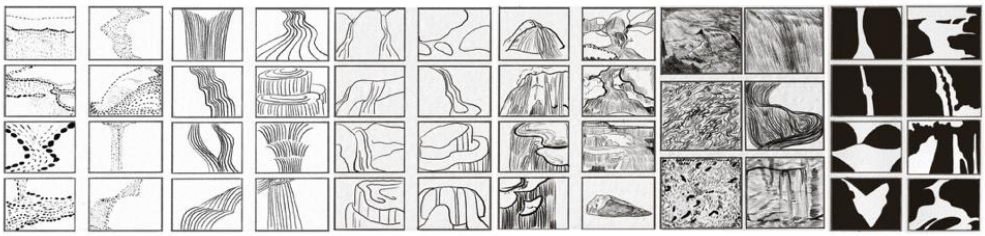
- ส่วนต้อนรับ(Reception)

- ห้องปริ้นเตอร์/โทรศัพท์ (Printing Room / Telephone Room)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

12. 1 จงเรียงลำดับความสำคัญขององค์ประกอบทางเรขศิลป์เบื้องต้นจากน้ำตก ที่สื่อสาร“**กระฉับกระเฉง (Energetic)**”

คะแนน 1-6 (1 = เหมาะสมมากที่สุด และ 6 = เหมาะสมน้อยที่สุด)



☐ จุด ☐ เส้น ☐ รูปร่าง ☐รูปทรง ☐ พื้นผิว ☐ที่ว่าง

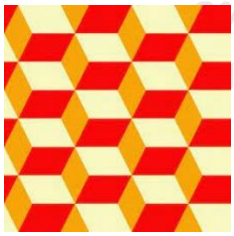
12.2 หลักการจัดองค์ประกอบ(Composition) (ตอบได้มากกว่า 1ข้อ)

1) ☐ จังหวะ 2) ☐ ความสมดุล. 3) ☐ ความกลมกลืน และขัดแย้ง

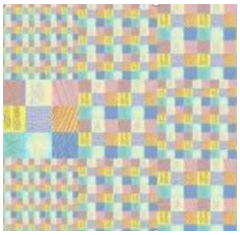
4) ☐ พื้นที่เชิงบวกและพื้นที่เชิงลบ 5) ☐ การเน้น

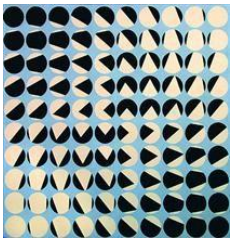
1) ☐ จังหวะ(Rhythm & Pattern)

☐ การวางจังหวะซ้ำกัน (Repetition Rhythm) ☐ การเว้นช่องไฟ (Space)



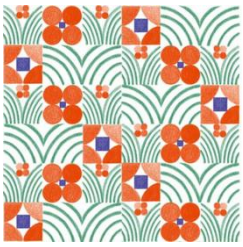
☐ การเพิ่ม หรือลดขนาด (Enlargement or Reduction) ☐จังหวะก้าวหน้าหรือเคลื่อนไหว (Progressive Rhythm)



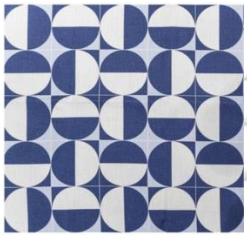


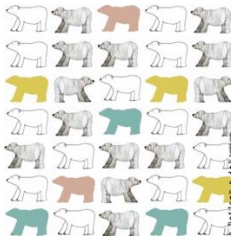
☐ การสลับ(Alternative Rhythm)

☐ การจัดจังหวะต่อเนื่อง (Continuous Rhythm)



☐ การซ้อนจังหวะปกติ (Regulation Crossing Rhythm)☐ การซ้อนจังหวะไม่ปกติ (Non-Regulation Crossing Rhythm)





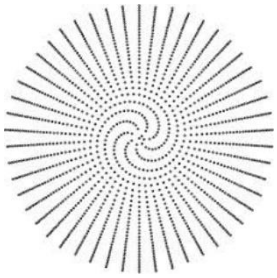
2) ☐ ความสมดุล (Balance)

☐ สมดุลซ้ายขวาเท่ากัน (Symmetrical Balance)

☐ สมดุลซ้ายขวาไม่เท่ากัน (Asymmetrical Balance)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
LONGKORN UN

☐ สมดุลแบบรัศมี (Radial or Spiral)

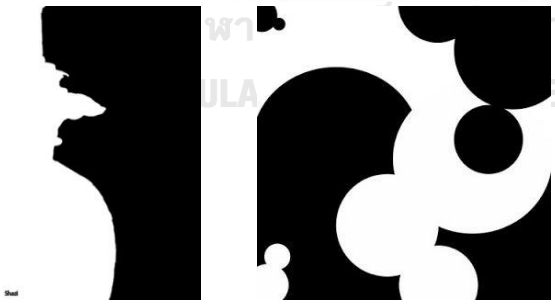


3) ☐ ความกลมกลืน และขัดแย้ง (Harmony and Contrast)

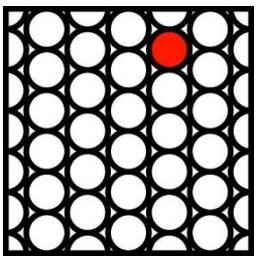
☐ ความกลมกลืน

☐ ความขัดแย้ง

4) ☐ พื้นที่เชิงบวกและพื้นที่เชิงลบ(Positive & Negative Space)



5) ☐ การเน้น(Emphasis)



12.3จงเรียงลำดับความเหมาะสมของชุดสีที่สื่อสารถึง “**กระฉับกระเฉง (Energetic)**”

คะแนน 1-5 (1 = เหมาะสมมากที่สุด และ 5 = เหมาะสมน้อยที่สุด)

1) ☐ 2) ☐ 3) ☐ 4) ☐ 5) ☐

13. เมื่อกลุ่มตัวอย่างต้องการความ **“สะดวกสบาย(Comfort)”** ใช้องค์ประกอบทางเรขศิลป์จาก **“ภูเขา”** สำหรับพื้นที่ ดังนี้

- ส่วนต้อนรับ(Reception)

- พื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน(Co-Working Space)

- สำนักงานส่วนตัว(Private Office)

- พื้นที่ทานอาหาร / เตรียมอาหาร(Pantry)

- คาเฟ่ (Cafe)

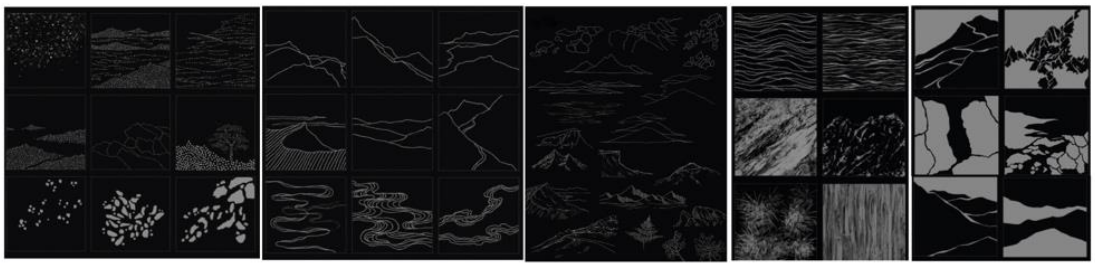
- ห้องพักผ่อน (Living room)

- ห้องสมุด (Library)

- ห้องปริ้นเตอร์/โทรศัพท์ (Printing Room / Telephone Room)

13.1จงเรียงลำดับความสำคัญขององค์ประกอบทางเรขศิลป์เบื้องต้นจากภูเขา ที่สื่อสาร**“สะดวกสบาย(Comfort)”**

คะแนน 1-6 (1 = เหมาะสมมากที่สุด และ 6 = เหมาะสมน้อยที่สุด)



☐ จุด ☐ เส้น ☐ รูปร่าง ☐รูปทรง ☐ พื้นผิว ☐ที่ว่าง

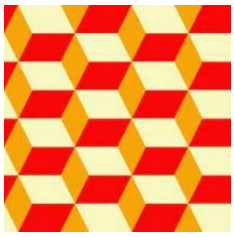
13.2 หลักการจัดองค์ประกอบ(Composition) (ตอบได้มากกว่า 1ข้อ)

1) ☐ จังหวะ 2) ☐ ความสมดุล. 3) ☐ ความกลมกลืน และขัดแย้ง

4) ☐ พื้นที่เชิงบวกและพื้นที่เชิงลบ 5) ☐ การเน้น

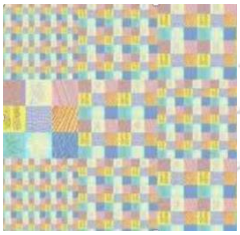
1) ☐ จังหวะ(Rhythm & Pattern)

☐ การวางจังหวะซ้ำกัน (Repetition Rhythm)

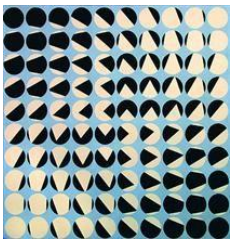


☐ การเว้นช่องไฟ (Space)

☐ การเพิ่ม หรือลดขนาด (Enlargement or Reduction)

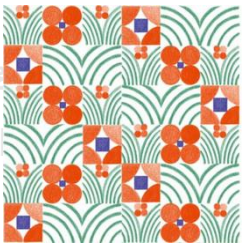


☐จังหวะก้าวหน้าหรือเคลื่อนไหว (Progressive Rhythm)



☐ การสลับ(Alternative Rhythm)

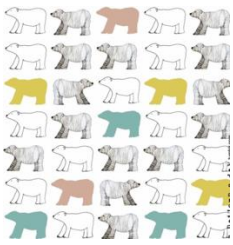
☐ การจัดจังหวะต่อเนื่อง (Continuous Rhythm)



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

☐ การซ้อนจังหวะปกติ (Regulation Crossing Rhythm)

☐ การซ้อนจังหวะไม่ปกติ (Non-Regulation Crossing Rhythm)

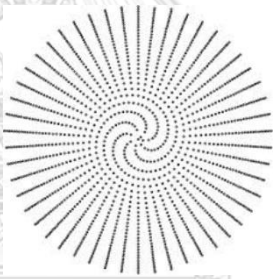


2) ☐ ความสมดุล (Balance)

☐ สมดุลซ้ายขวาเท่ากัน (Symmetrical Balance)

☐สมดุลซ้ายขวาไม่เท่ากัน(Asymmetrical Balance)

☐ สมดุลแบบรัศมี (Radial or Spiral)



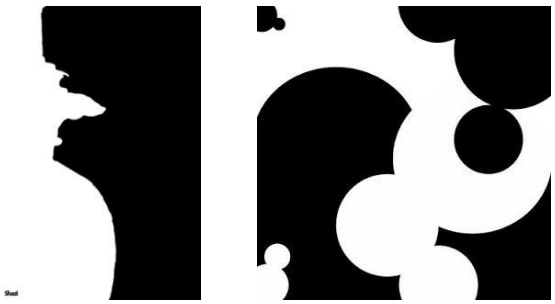
3) ☐ ความกลมกลืน และขัดแย้ง (Harmony and Contrast)

☐ ความกลมกลืน

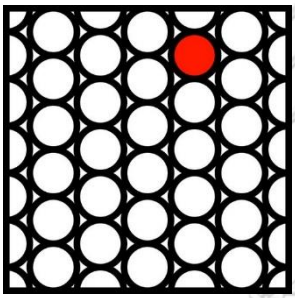
☐ ความขัดแย้ง

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

4) ☐ พื้นที่เชิงบวกและพื้นที่เชิงลบ(Positive & Negative Space)



5) ☐ การเน้น(Emphasis)

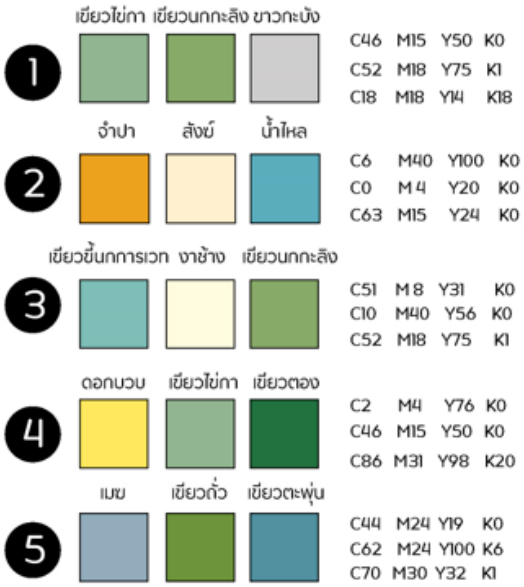


จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

13.3 จงเรียงลำดับความเหมาะสมของชุดสีที่สื่อสารถึง **“สะดวกสบาย(Comfort)”**

คะแนน 1-5 (1 = เหมาะสมมากที่สุด และ 5 = เหมาะสมน้อยที่สุด)

1) ☐ 2) ☐ 3) ☐ 4) ☐ 5) ☐



14. เมื่อกลุ่มตัวอย่างต้องการความ **“<u>สงบ(Calmness)</u>”** ใช้องค์ประกอบทางเรขศิลป์จาก **“ภูเขา”** สำหรับพื้นที่ ดังนี้

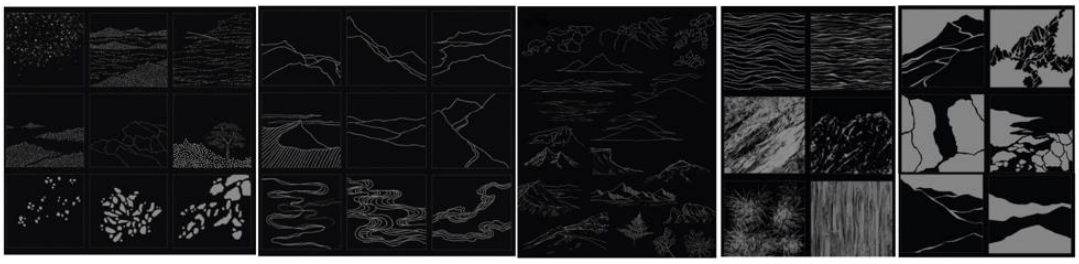
- สำนักงานส่วนตัว(Private Office)

- ห้องสมุด (Library)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

14.1จงเรียงลำดับความสำคัญขององค์ประกอบทางเรขศิลป์เบื้องต้นจากภูเขา ที่สื่อสาร**“สงบ(Calmness)”**

คะแนน 1-6 (1 = เหมาะสมมากที่สุด และ 6 = เหมาะสมน้อยที่สุด)



☐ จุด ☐ เส้น ☐ รูปร่าง ☐รูปทรง ☐ พื้นผิว ☐ที่ว่าง

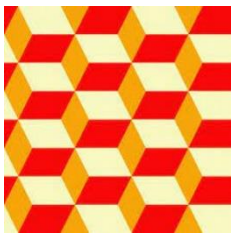
14.2หลักการจัดองค์ประกอบ(Composition) (ตอบได้มากกว่า 1ข้อ)

1) ☐ จังหวะ 2) ☐ ความสมดุล. 3) ☐ ความกลมกลืน และขัดแย้ง

4) ☐ พื้นที่เชิงบวกและพื้นที่เชิงลบ 5) ☐ การเน้น

1) ☐ จังหวะ(Rhythm & Pattern)

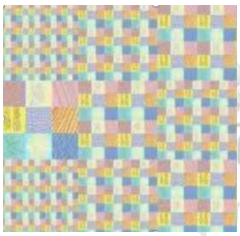
☐ การวางจังหวะซ้ำกัน (Repetition Rhythm)

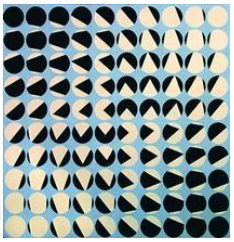


☐ การเว้นช่องไฟ (Space)

☐ การเพิ่ม หรือลดขนาด (Enlargement or Reduction)

☐จังหวะก้าวหน้าหรือเคลื่อนไหว (Progressive Rhythm)

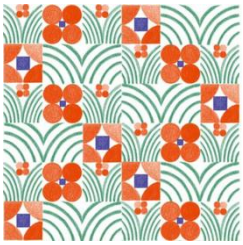




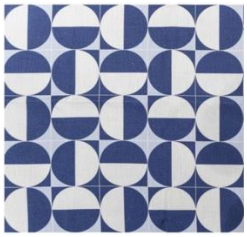
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

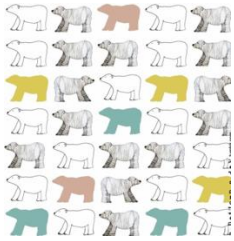
☐ การสลับ(Alternative Rhythm)

☐ การจัดจังหวะต่อเนื่อง (Continuous Rhythm)



☐ การซ้อนจังหวะปกติ (Regulation Crossing Rhythm)☐ การซ้อนจังหวะไม่ปกติ (Non-Regulation Crossing Rhythm)



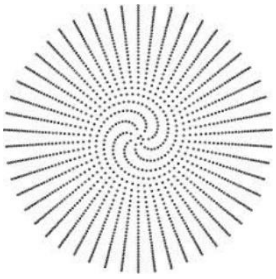


2) ☐ ความสมดุล (Balance)

☐ สมดุลซ้ายขวาเท่ากัน (Symmetrical Balance) ☐ สมดุลซ้ายขวาไม่เท่ากัน (Asymmetrical Balance)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

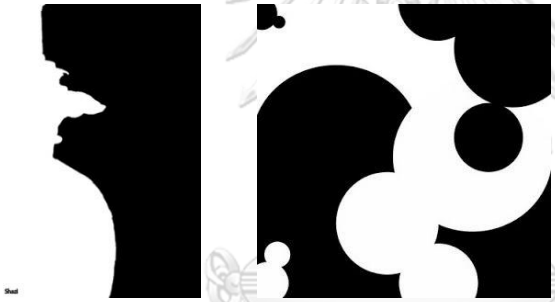
☐ สมดุลแบบรัศมี (Radial or Spiral)



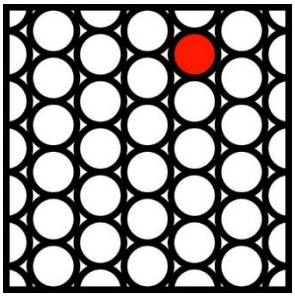
3) ☐ ความกลมกลืน และขัดแย้ง (Harmony and Contrast)

☐ ความกลมกลืน ☐ ความขัดแย้ง

4) ☐ พื้นที่เชิงบวกและพื้นที่เชิงลบ(Positive & Negative Space)



5) ☐ การเน้น(Emphasis)

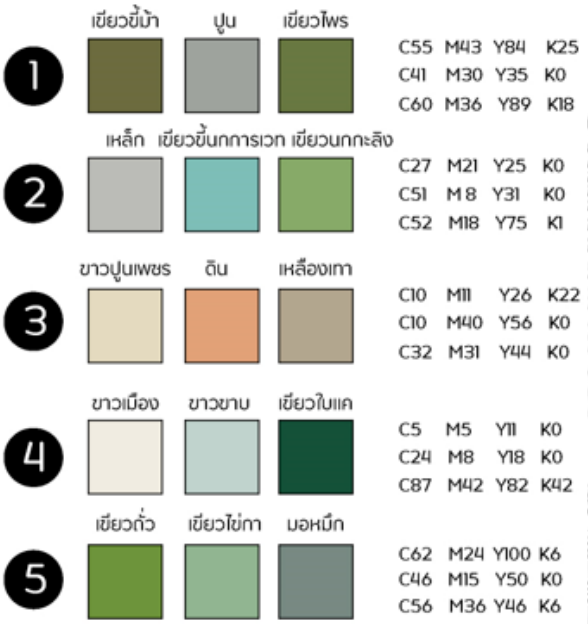


จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

14.3 จงเรียงลำดับความเหมาะสมของชุดสีที่สื่อสารถึง **“สงบ(Calmness)”**

คะแนน 1-5 (1 = เหมาะสมมากที่สุด และ 5 = เหมาะสมน้อยที่สุด)

_ 1) ☐ 2) ☐ 3) ☐ 4) ☐ 5) ☐



15. เมื่อกลุ่มตัวอย่างต้องการความ **“เป็นส่วนตัว(Private)”** ใช้องค์ประกอบทางเรขศิลป์จาก **“ภูเขา”** สำหรับพื้นที่ ดังนี้

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

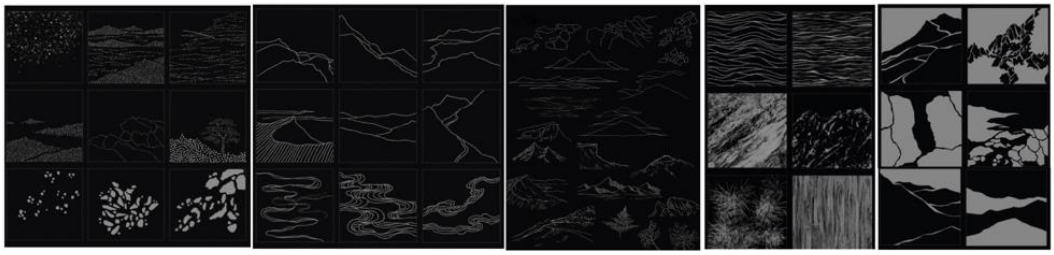
- สำนักงานส่วนตัว(Private Office)

- ห้องพักผ่อน(Living Room)

แนะนำการใช้องค์ประกอบทางเรขศิลป์ ที่สอดคล้องกับความ **“ส่วนตัว(Private)”** ที่มาจากองค์ประกอบเรขศิลป์เบื้องต้น จาก **“ภูเขา”**

15.1 จงเรียงลำดับความสำคัญขององค์ประกอบทางเรขศิลป์เบื้องต้นจากภูเขา ที่สื่อสาร**“ส่วนตัว(Private)”**

คะแนน 1-6 (1 = เหมาะสมมากที่สุด และ 6 = เหมาะสมน้อยที่สุด)



☐ จุด ☐ เส้น ☐ รูปร่าง ☐รูปทรง ☐ พื้นผิว ☐ที่ว่าง

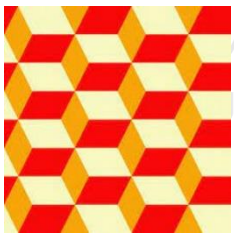
15.2 หลักการจัดองค์ประกอบ(Composition) (ตอบได้มากกว่า 1ข้อ)

1) ☐ จังหวะ 2) ☐ ความสมดุล. 3) ☐ ความกลมกลืน และขัดแย้ง

4) ☐ พื้นที่เชิงบวกและพื้นที่เชิงลบ 5) ☐ การเน้น

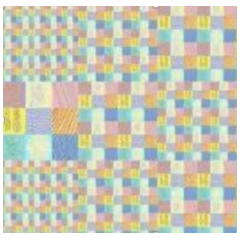
1) ☐ จังหวะ(Rhythm & Pattern)

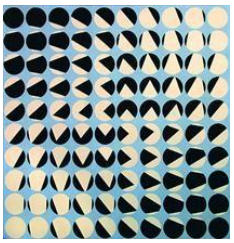
☐ การวางจังหวะซ้ำกัน (Repetition Rhythm) ☐ การเว้นช่องไฟ (Space)



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

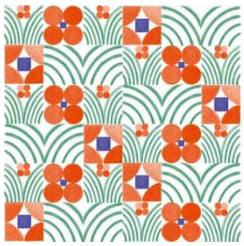
☐ การเพิ่ม หรือลดขนาด (Enlargement or Reduction) ☐จังหวะก้าวหน้าหรือเคลื่อนไหว (Progressive Rhythm)





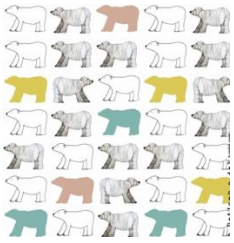
☐ การสลับ(Alternative Rhythm)

☐ การจัดจังหวะต่อเนื่อง (Continuous Rhythm)



☐ การซ้อนจังหวะปกติ (Regulation Crossing Rhythm)

☐ การซ้อนจังหวะไม่ปกติ (Non-Regulation Crossing Rhythm)



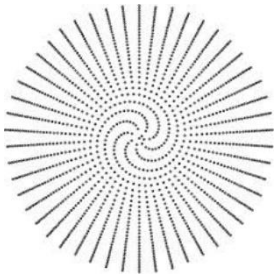
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

2) ☐ ความสมดุล (Balance)

☐ สมดุลซ้ายขวาเท่ากัน (Symmetrical Balance)

☐ สมดุลซ้ายขวาไม่เท่ากัน (Asymmetrical Balance)

☐ สมดุลแบบรัศมี (Radial or Spiral)



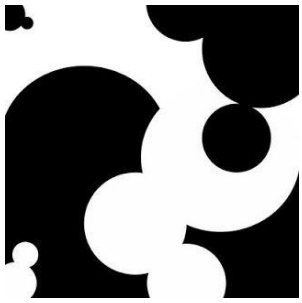
3) ☐ ความกลมกลืน และขัดแย้ง (Harmony and Contrast)

☐ ความกลมกลืน

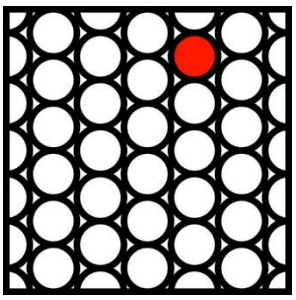
☐ ความขัดแย้ง

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

4) ☐ พื้นที่เชิงบวกและพื้นที่เชิงลบ(Positive & Negative Space)



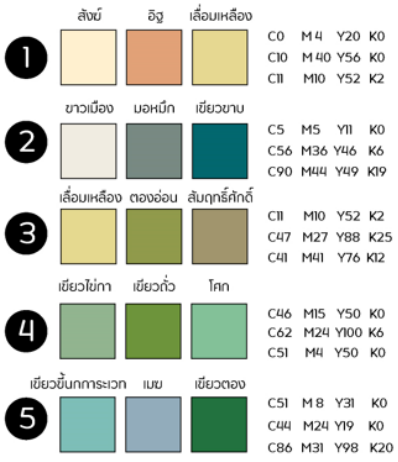
5) ☐ การเน้น(Emphasis)



15.3 จงเรียงลำดับความเหมาะสมของชุดสีที่สื่อสารถึง **“ส่วนตัว(Private)”**

คะแนน 1-5 (1 = เหมาะสมมากที่สุด และ 5 = เหมาะสมน้อยที่สุด)

_ 1) ☐ 2) ☐ 3) ☐ 4) ☐ 5) ☐



ณ์มหาวิทยาลัย
KORN UNIVERSITY

16. เมื่อกลุ่มตัวอย่างต้องการบรรยากาศกระตุ้น **“ความคิดสร้างสรรค์(Creativity)”** ใช้องค์ประกอบทางเรขศิลป์จาก **“ชายหาด”** สำหรับพื้นที่ ดังนี้

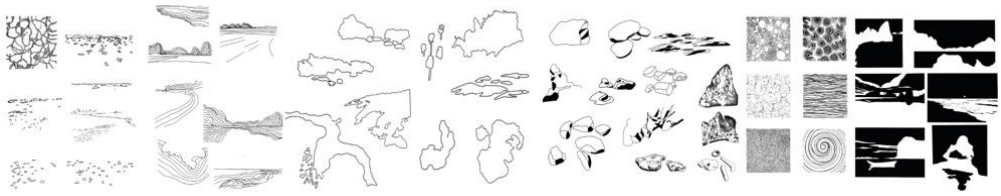
- พื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน(Co-Working Space)

- ห้องประชุม(Meeting Room)/ระดมความคิด

แนะนำการใช้องค์ประกอบทางเรขศิลป์ ที่สอดคล้องกับความ **“ความคิดสร้างสรรค์(Creativity)”** ที่มาจากองค์ประกอบเรขศิลป์เบื้องต้น จาก **“ชายหาด”**

16.1จงเรียงลำดับความสำคัญขององค์ประกอบทางเรขศิลป์เบื้องต้นจากภูเขาที่สื่อสาร**“ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity)”**

คะแนน 1-6 (1 = เหมาะสมมากที่สุด และ 6 = เหมาะสมน้อยที่สุด)



☐ จุด ☐ เส้น ☐ รูปร่าง ☐รูปทรง ☐ พื้นผิว ☐ที่ว่าง

16.2 หลักการจัดองค์ประกอบ(Composition) (ตอบได้มากกว่า 1ข้อ)

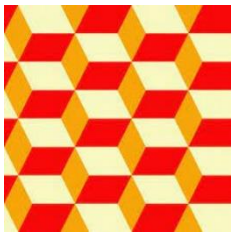
1) ☐ จังหวะ 2) ☐ ความสมดุล. 3) ☐ ความกลมกลืน และขัดแย้ง

4) ☐ พื้นที่เชิงบวกและพื้นที่เชิงลบ 5) ☐ การเน้น

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

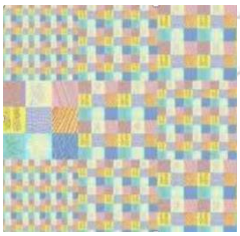
1) ☐ จังหวะ(Rhythm & Pattern)

☐ การวางจังหวะซ้ำกัน (Repetition Rhythm)

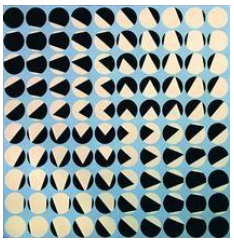


☐ การเว้นช่องไฟ (Space)

☐ การเพิ่ม หรือลดขนาด (Enlargement or Reduction)



☐จังหวะก้าวหน้าหรือเคลื่อนไหว (Progressive Rhythm)



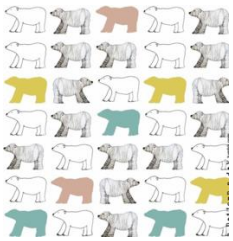
☐ การสลับ(Alternative Rhythm)

☐ การจัดจังหวะต่อเนื่อง (Continuous Rhythm)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

☐ การซ้อนจังหวะปกติ (Regulation Crossing Rhythm)☐ การซ้อนจังหวะไม่ปกติ (Non-Regulation Crossing

Rhythm)

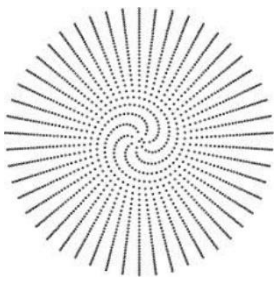


2) ☐ ความสมดุล (Balance)

☐ สมดุลซ้ายขวาเท่ากัน (Symmetrical Balance) ☐ สมดุลซ้ายขวาไม่เท่ากัน (Asymmetrical Balance)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

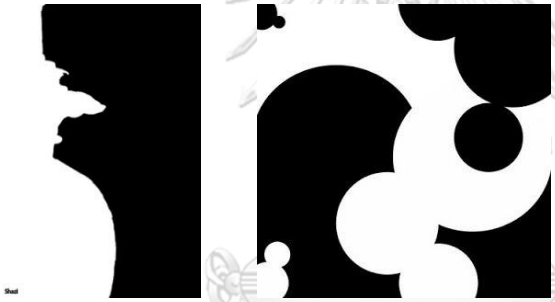
☐ สมดุลแบบรัศมี (Radial or Spiral)



3) ☐ ความกลมกลืน และขัดแย้ง (Harmony and Contrast)

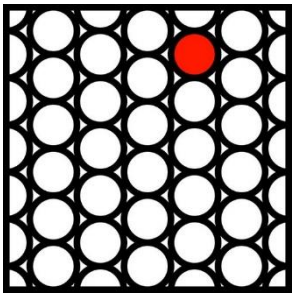
☐ ความกลมกลืน ☐ ความขัดแย้ง

4) ☐ พื้นที่เชิงบวกและพื้นที่เชิงลบ(Positive & Negative Space)



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

5) ☐ การเน้น(Emphasis)



16.3 จงเรียงลำดับความเหมาะสมของชุดสีที่สื่อสารถึง **“ความคิดสร้างสรรค์(Creativity)”**

คะแนน 1-5 (1 = เหมาะสมมากที่สุด และ 5 = เหมาะสมน้อยที่สุด)

_ 1) ☐ 2) ☐ 3) ☐ 4) ☐ 5) ☐

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

17. เมื่อกลุ่มตัวอย่างต้องการบรรยากาศช่วย **“ผ่อนคลาย(Relax)”** ใช้องค์ประกอบทางเรขศิลป์จาก **“ชายหาด”** สำหรับพื้นที่ ดังนี้

- พื้นที่ทานอาหาร / เตรียมอาหาร(Pantry)

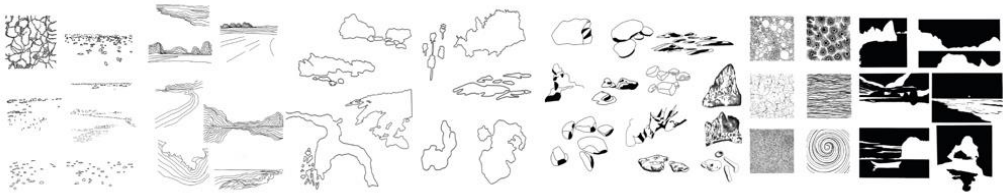
- คาเฟ่ (Cafe)

- ห้องพักผ่อน(Living Room)

แนะนำการใช้องค์ประกอบทางเรขศิลป์ ที่สอดคล้องกับความ **“ผ่อนคลาย(Relax)”** ที่มาจากองค์ประกอบเรขศิลป์เบื้องต้น จาก **“ชายหาด”**

17.1จงเรียงลำดับความสำคัญขององค์ประกอบทางเรขศิลป์เบื้องต้นจากภูเขาที่สื่อสาร **“ผ่อนคลาย(Relax)”**

คะแนน 1-6 (1 = เหมาะสมมากที่สุด และ 6 = เหมาะสมน้อยที่สุด)



☐ จุด ☐ เส้น ☐ รูปร่าง ☐รูปทรง ☐ พื้นผิว ☐ที่ว่าง

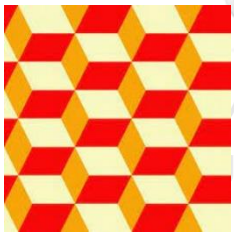
17.2 หลักการจัดองค์ประกอบ(Composition) (ตอบได้มากกว่า 1ข้อ)

1) ☐ จังหวะ 2) ☐ ความสมดุล. 3) ☐ ความกลมกลืน และขัดแย้ง

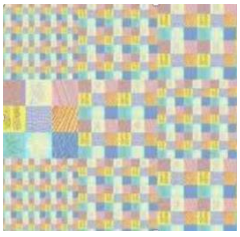
4) ☐ พื้นที่เชิงบวกและพื้นที่เชิงลบ 5) ☐ การเน้น

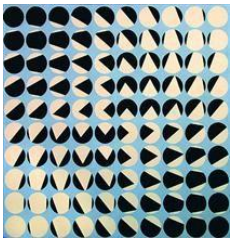
1) ☐ จังหวะ(Rhythm & Pattern)

☐ การวางจังหวะซ้ำกัน (Repetition Rhythm) ☐ การเว้นช่องไฟ (Space)



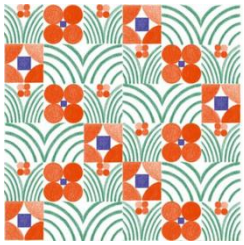
☐ การเพิ่ม หรือลดขนาด (Enlargement or Reduction) ☐จังหวะก้าวหน้าหรือเคลื่อนไหว (Progressive Rhythm)



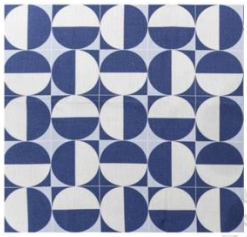


☐ การสลับ(Alternative Rhythm)

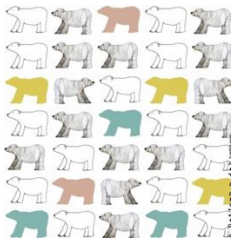
☐ การจัดจังหวะต่อเนื่อง (Continuous Rhythm)



☐ การซ้อนจังหวะปกติ (Regulation Crossing Rhythm)



☐ การซ้อนจังหวะไม่ปกติ (Non-Regulation Crossing Rhythm)



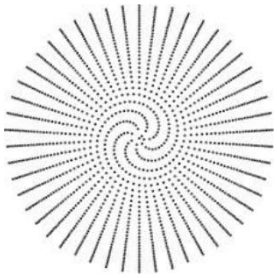
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

2) ☐ ความสมดุล (Balance)

☐ สมดุลซ้ายขวาเท่ากัน (Symmetrical Balance)

☐ สมดุลซ้ายขวาไม่เท่ากัน (Asymmetrical Balance)

☐ สมดุลแบบรัศมี (Radial or Spiral)



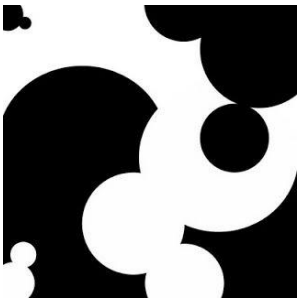
3) ☐ ความกลมกลืน และขัดแย้ง (Harmony and Contrast)

☐ ความกลมกลืน

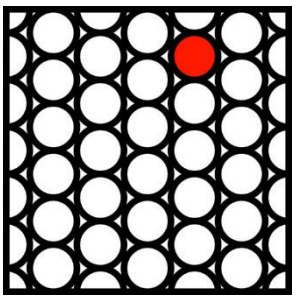
☐ ความขัดแย้ง

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

4) ☐ พื้นที่เชิงบวกและพื้นที่เชิงลบ(Positive & Negative Space)



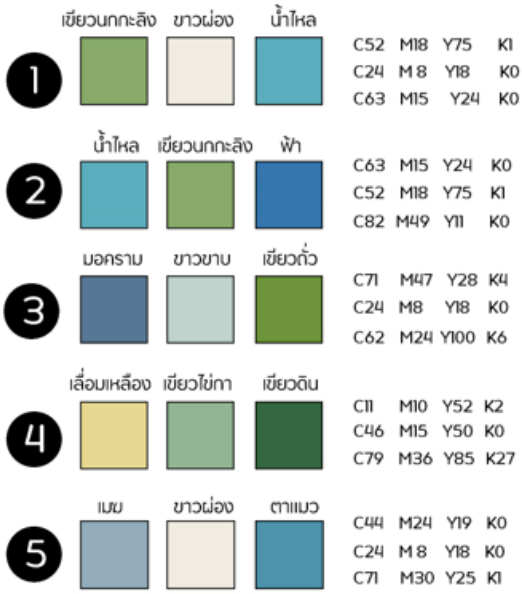
5) ☐ การเน้น(Emphasis)



17.3 จงเรียงลำดับความเหมาะสมของชุดสีที่สื่อสารถึง **“ผ่อนคลาย(Relax)”**

คะแนน 1-5 (1 = เหมาะสมมากที่สุด และ 5 = เหมาะสมน้อยที่สุด)

_ 1) ☐ 2) ☐ 3) ☐ 4) ☐ 5) ☐



18. เมื่อกลุ่มตัวอย่างต้องการบรรยากาศช่วยสร้าง **“ปฏิสัมพันธ์ทางสังคม(Social Connection)”** ใช้องค์ประกอบทางเรขศิลป์จาก **“ชายหาด”** สำหรับพื้นที่ ดังนี้

- พื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน(Co-Working Space)

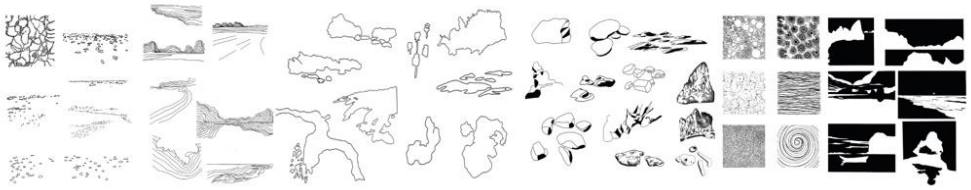
- ห้องประชุม(Meeting Room)/ระดมความคิด

- คาเฟ่ (Cafe)

แนะนำการใช้องค์ประกอบทางเรขศิลป์ ที่สอดคล้องกับการ **“มีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม(Social Connection)”** ที่มาจากองค์ประกอบเรขศิลป์เบื้องต้น จาก **“ชายหาด”**

18.1จงเรียงลำดับความสำคัญขององค์ประกอบทางเรขศิลป์เบื้องต้นจากภูเขาที่สื่อสาร**“ปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Social Connection)”**

คะแนน 1-6 (1 = เหมาะสมมากที่สุด และ 6 = เหมาะสมน้อยที่สุด)

☐  จุด ☐

18. 2

หลักการจัดองค์ประกอบ(Composition) (ตอบได้มากกว่า 1ข้อ)

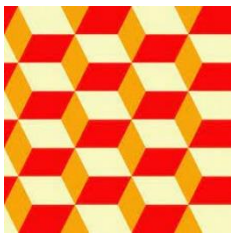
1) ☐ จังหวะ 2) ☐ ความสมดุล. 3) ☐ ความกลมกลืน และขัดแย้ง

4) ☐ พื้นที่เชิงบวกและพื้นที่เชิงลบ 5) ☐ การเน้น

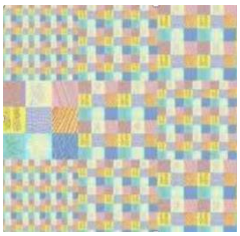
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

1) ☐ จังหวะ(Rhythm & Pattern)

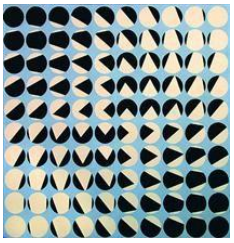
☐ การวางจังหวะซ้ำกัน (Repetition Rhythm) ☐ การเว้นช่องไฟ (Space)



☐ การเพิ่ม หรือลดขนาด (Enlargement or Reduction)



☐จังหวะก้าวหน้าหรือเคลื่อนไหว (Progressive Rhythm)



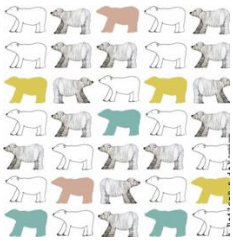
☐ การสลับ(Alternative Rhythm)

☐ การจัดจังหวะต่อเนื่อง (Continuous Rhythm)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

☐ การซ้อนจังหวะปกติ (Regulation Crossing Rhythm)

☐ การซ้อนจังหวะไม่ปกติ (Non-Regulation Crossing Rhythm)

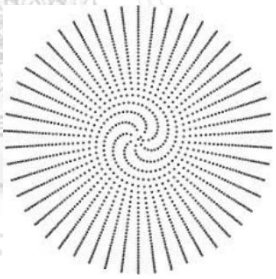


2) ☐ ความสมดุล (Balance)

☐ สมดุลซ้ายขวาเท่ากัน (Symmetrical Balance)

☐ สมดุลซ้ายขวาไม่เท่ากัน (Asymmetrical Balance)

☐ สมดุลแบบรัศมี (Radial or Spiral)



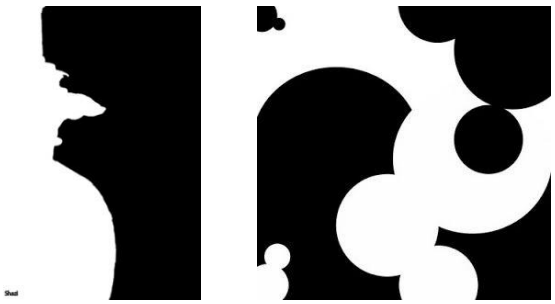
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

3) ☐ ความกลมกลืน และขัดแย้ง (Harmony and Contrast)

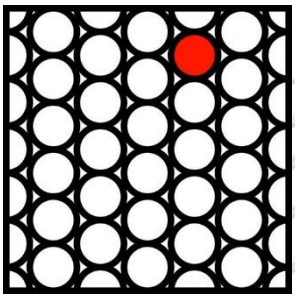
☐ ความกลมกลืน

☐ ความขัดแย้ง

4) ☐ พื้นที่เชิงบวกและพื้นที่เชิงลบ(Positive & Negative Space)



5) ☐ การเน้น(Emphasis)

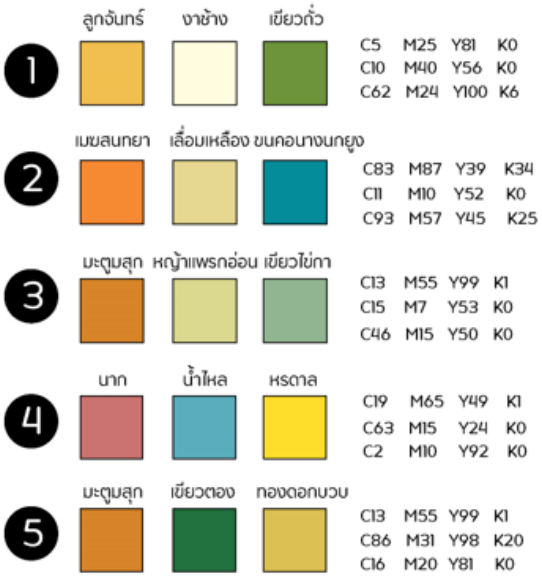


18.3 จงเรียงลำดับความเหมาะสมของชุดสีที่สื่อสารถึง **“ปฏิสัมพันธ์ทางสังคม(Social Connection)”**

คะแนน 1-5 (1 = เหมาะสมมากที่สุด และ 5 = เหมาะสมน้อยที่สุด)

_ 1) ☐ 2) ☐ 3) ☐ 4) ☐ 5) ☐

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
UNIVERSITY

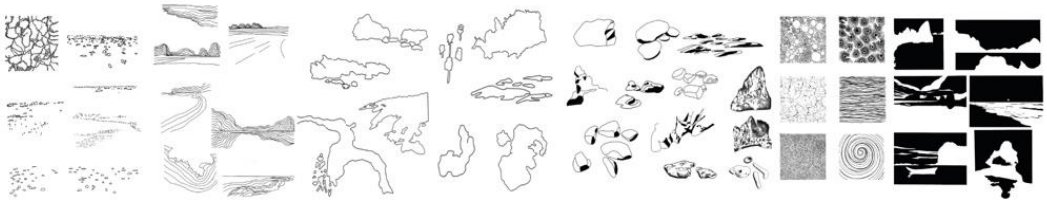


19. เมื่อกลุ่มตัวอย่างต้องการบรรยากาศช่วย **“กระตุ้นความอยากอาหาร(Appetite)”** ใช้องค์ประกอบทางเรขศิลป์จาก **“ชายหาด”** สำหรับพื้นที่ ดังนี้

- พื้นที่ทานอาหาร / เตรียมอาหาร(Pantry)

แนะนำการใช้องค์ประกอบทางเรขศิลป์ ที่สอดคล้องกับการ **“กระตุ้นความอยากอาหาร”** ที่มาจากองค์ประกอบเรขศิลป์เบื้องต้น จาก **“ชายหาด”**

19.1จงเรียงลำดับความสำคัญขององค์ประกอบทางเรขศิลป์เบื้องต้นจากภูเขาที่สื่อสาร**“กระตุ้นความอยากอาหาร (Appetite)”** คะแนน 1-6 (1 = เหมาะสมมากที่สุด และ 6 = เหมาะสมน้อยที่สุด)



☐ จุด ☐ เส้น ☐ รูปร่าง ☐รูปทรง ☐ พื้นผิว ☐ที่ว่าง

19.2 หลักการจัดองค์ประกอบ(Composition) (ตอบได้มากกว่า 1ข้อ)

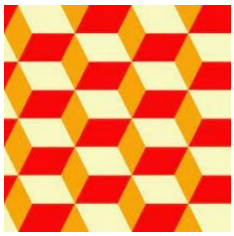
1) ☐ จังหวะ 2) ☐ ความสมดุล. 3) ☐ ความกลมกลืน และขัดแย้ง

4) ☐ พื้นที่เชิงบวกและพื้นที่เชิงลบ 5) ☐ การเน้น

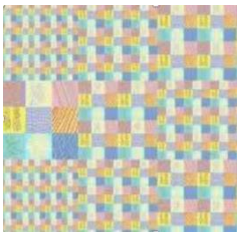
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

1) ☐ จังหวะ(Rhythm & Pattern)

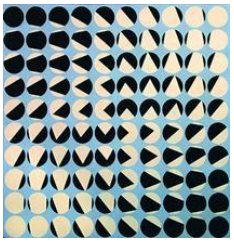
☐ การวางจังหวะซ้ำกัน (Repetition Rhythm) ☐ การเว้นช่องไฟ (Space)



☐ การเพิ่ม หรือลดขนาด (Enlargement or Reduction)

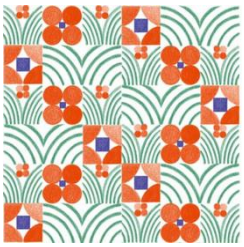


☐จังหวะก้าวหน้าหรือเคลื่อนไหว (Progressive Rhythm)



☐ การสลับ(Alternative Rhythm)

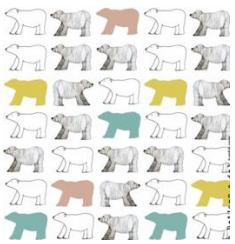
☐ การจัดจังหวะต่อเนื่อง (Continuous Rhythm)



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

☐ การซ้อนจังหวะปกติ (Regulation Crossing Rhythm)

☐ การซ้อนจังหวะไม่ปกติ (Non-Regulation Crossing Rhythm)

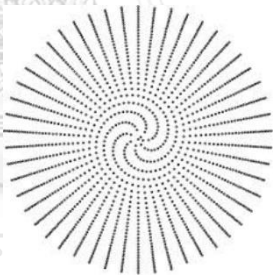


2) ☐ ความสมดุล (Balance)

☐ สมดุลซ้ายขวาเท่ากัน (Symmetrical Balance)

☐ สมดุลซ้ายขวาไม่เท่ากัน (Asymmetrical Balance)

☐ สมดุลแบบรัศมี (Radial or Spiral)



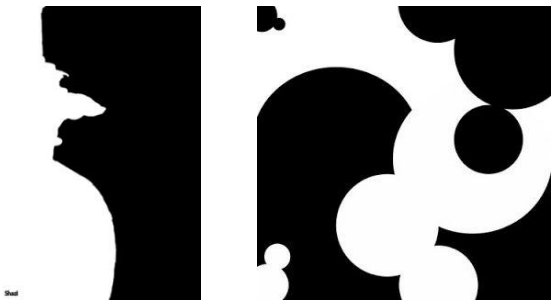
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

3) ☐ ความกลมกลืน และขัดแย้ง (Harmony and Contrast)

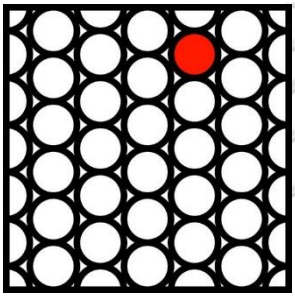
☐ ความกลมกลืน

☐ ความขัดแย้ง

4) ☐ พื้นที่เชิงบวกและพื้นที่เชิงลบ(Positive & Negative Space)



5) ☐ การเน้น(Emphasis)

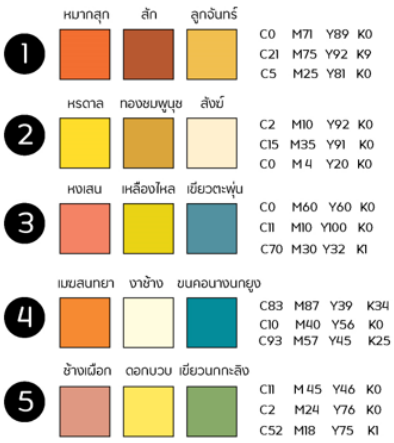


19.3 จงเรียงลำดับความเหมาะสมของชุดสีที่สื่อสารถึง **“กระตุ้นความอยากอาหาร(Appetite)”**

คะแนน 1-5 (1 = เหมาะสมมากที่สุด และ 5 = เหมาะสมน้อยที่สุด)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

_ 1) ☐ 2) ☐ 3) ☐ 4) ☐ 5) ☐



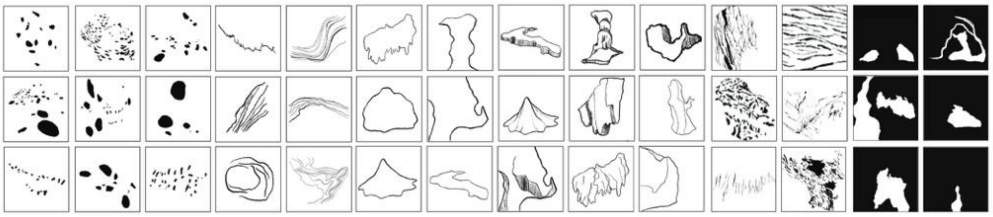
20. เมื่อกลุ่มตัวอย่างต้องการบรรยากาศช่วย **“สร้างสมาธิ(Concentrate)”** ใช้องค์ประกอบทางเรขศิลป์จาก **“ถ้ำ”** สำหรับพื้นที่ ดังนี้

- ห้องสมุด (Library)

แนะนำการใช้องค์ประกอบทางเรขศิลป์ ที่สอดคล้องกับความ **“สร้างสมาธิ(Concentrate)”** ที่มาจากองค์ประกอบเรขศิลป์เบื้องต้น จาก **“ถ้ำ”**

20.1 จงเรียงลำดับความสำคัญขององค์ประกอบทางเรขศิลป์เบื้องต้นจากภูเขาที่สื่อสาร**“สร้างสมาธิ (Concentrate)”**

คะแนน 1-6 (1 = เหมาะสมมากที่สุด และ 6 = เหมาะสมน้อยที่สุด)



☐ จุด ☐ เส้น ☐ รูปร่าง ☐รูปทรง ☐ พื้นผิว ☐ที่ว่าง

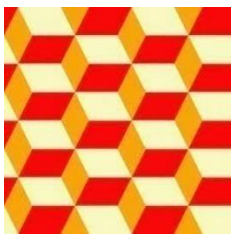
20.2 หลักการจัดองค์ประกอบ(Composition) (ตอบได้มากกว่า 1ข้อ)

1) ☐ จังหวะ 2) ☐ ความสมดุล. 3) ☐ ความกลมกลืน และขัดแย้ง

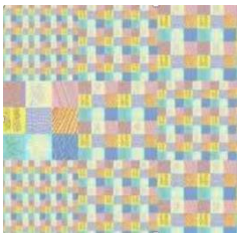
4) ☐ พื้นที่เชิงบวกและพื้นที่เชิงลบ 5) ☐ การเน้น

1) ☐ จังหวะ(Rhythm & Pattern)

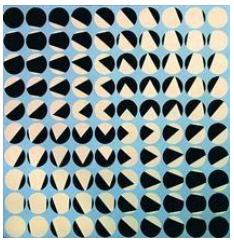
☐ การวางจังหวะซ้ำกัน (Repetition Rhythm) ☐ การเว้นช่องไฟ (Space)



☐ การเพิ่ม หรือลดขนาด (Enlargement or Reduction)

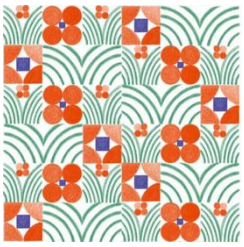


☐จังหวะก้าวหน้าหรือเคลื่อนไหว (Progressive Rhythm)



☐ การสลับ(Alternative Rhythm)

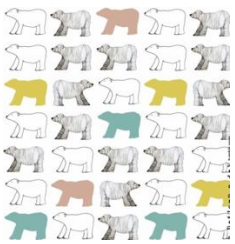
☐ การจัดจังหวะต่อเนื่อง (Continuous Rhythm)



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

☐ การซ้อนจังหวะปกติ (Regulation Crossing Rhythm)

☐ การซ้อนจังหวะไม่ปกติ (Non-Regulation Crossing Rhythm)

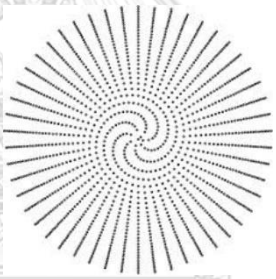


2) ☐ ความสมดุล (Balance)

☐ สมดุลซ้ายขวาเท่ากัน (Symmetrical Balance)

☐ สมดุลซ้ายขวาไม่เท่ากัน (Asymmetrical Balance)

☐ สมดุลแบบรัศมี (Radial or Spiral)



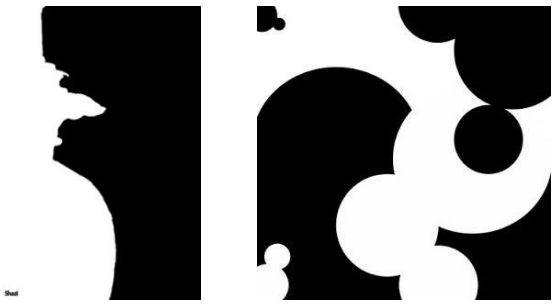
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

3) ☐ ความกลมกลืน และขัดแย้ง (Harmony and Contrast)

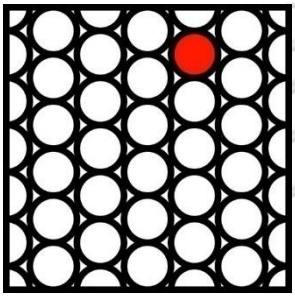
☐ ความกลมกลืน

☐ ความขัดแย้ง

4) ☐ พื้นที่เชิงบวกและพื้นที่เชิงลบ(Positive & Negative Space)



5) ☐ การเน้น(Emphasis)



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

19.3 จงเรียงลำดับความเหมาะสมของชุดสีที่สื่อสารถึง **“สร้างสมาธิ(Concentrate)”**

คะแนน 1-5 (1 = เหมาะสมมากที่สุด และ 5 = เหมาะสมน้อยที่สุด)

_ 1) ☐ 2) ☐ 3) ☐ 4) ☐ 5) ☐

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับเรขศิลป์ที่เหมาะสมกับบุคลิกของแบรนด์ (Brand Personality)

แบบสอบถามนี้จะนำไปสู่การออกแบบส่วนแบรนด์ในสำนักงานร่วมแบ่งปัน เช่น สัญลักษณ์ภาพ, ป้ายสัญลักษณ์

ที่อยู่ในขอบเขตของPlacemaking รวมถึงรูปแบบของเรขศิลป์การสร้างบรรยากาศให้กับสำนักงานร่วมแบ่งปัน

คำชี้แจง : โปรดเติมคำตอบหรือทำเครื่องหมาย✓ ลงใน ☐ ที่ท่านคิดว่าเหมาะสม

21. คุณคิดว่าองค์ประกอบเรขศิลป์ประเภทใดเหมาะสมกับ แบรนด์สำนักงานร่วมแบ่งปัน ที่มี **“บุคลิกภาพจริงใจ (Sincerity)”**

(บุคลิกภาพติดดิน, รักครอบครัว, ไม่ค่อยเปิดรับสิ่งใหม่ๆ, ซื่อสัตย์, จริงใจ, เป็นในแบบของตัวเอง, ดีงาม, เป็นต้นแบบ, ร่าเริง, มีอารมณ์อ่อนไหว และเป็นมิตร)

21.1 ประเภทตัวอักษร (ภาษาอังกฤษ) ตอบได้มากกว่า 1ข้อ

Typography ☐ แบบคัดลายมือ(Text letters or blackletter Typeface)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

Typography ☐ แบบตัวเขียน
(Script or Cursive Typefaces)

Typography ☐ แบบโอลด์สไตล์(Old style)

☐ แบบทรานสิชันแนล (Transitional)

☐ แบบสแคว์เซอรีฟ (Square serif)

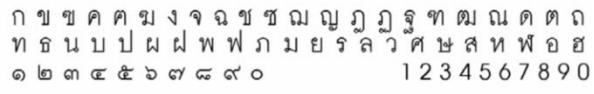
☐ โมเดิร์น(Modern

☐ แซน เซอรีฟ (San-serif Typefaces)

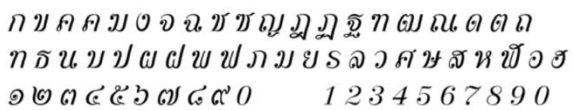
☐ ดิสเพลย์ (Display)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

21.2 ประเภทตัวอักษร (ภาษาไทย) ตอบได้มากกว่า 1ข้อ

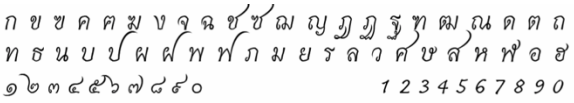


☐ ตัวเนื้อความแบบหัวกลม

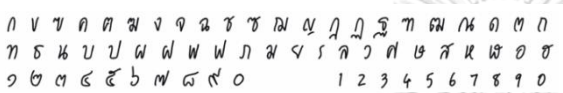


☐ ตัวตกแต่งแบบมีหัว

☐ ตัวตกแต่งแบบตัวไม่มีหัว หรือมีหัวเป็นเชิง



☐ ตัวอาลักษณ์



☐ ตัวลายมือเขียน

21.3 ประเภทรูปทรง

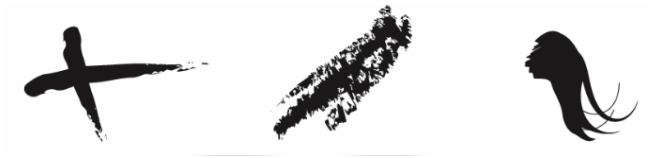
☐ รูปทรงเรขาคณิต (Geometric)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

☐ รูปทรงธรรมชาติ (Organic)

☐ รูปที่มีด้านเป็นเส้นตรง (Rectilinear)

☐ รูปที่ผิดปกติ (Irregular)



☐ รูปอิสระ (Hand-Draw)

☐ รูปจากอุบัติเหตุ (Accidental)

21.4 จงเลือกรูปแบบการออกแบบ(Style) ที่เหมาะสมกับแบรนด์**“บุคลิกภาพจริงใจ(Sincerity)”**

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ การออกแบบแนวเชิงความคิด (Conceptual Art)

☐ การออกแบบด้วยภาพประกอบสมจริง (Photorealism)

☐ การออกแบบจากรูปทรงธรรมชาติ (Organic & Natural)

☐ การออกแบบแนวดิบ (Grunge)

☐ การออกแบบใช้ความเป็นผู้ชาย (Masculine)

☐ การออกแบบแนวใช้สีสันสนุกสนาน (Fun and Playful)

☐ การออกแบบแนวนามธรรม (Abstract)

☐ การออกแบบจากความหรูหรา (Luxurious)

☐ การออกแบบโดยใช้ความเป็นผู้หญิง (Feminine)

☐ การออกแบบแนวสะอาดเรียบง่าย (Clean & Minimalist)

☐ การออกแบบภาพลักษณ์มืออาชีพ (Professional)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

☐ การออกแบบสไตล์ 3 มิติ (3 Dimension)

☐ การออกแบบสไตล์ภาพประกอบ (illustrated)

☐ การออกแบบจากตัวอักษร (Typographic)

☐ การออกแบบให้ความเรียบแบน (Flat)

☐ การออกแบบสไตล์วินเทจย้อนยุค (Vintage & Retro)

☐ การออกแบบจากรูปทรงเรขาคณิต (Geometric)

22. คุณคิดว่าองค์ประกอบเรขศิลป์ประเภทใดเหมาะสมกับ แบรนด์สำนักงานร่วมแบ่งปัน ที่มี **“บุคลิกภาพน่าตื่นเต้น(Excitement)”**

(บุคลิกภาพกล้าท้าทาย, คนนำสมัย, คนน่าตื่นเต้น, มุ่งมั่น, เท่ห์, มีความเป็นหนุ่มสาว, ช่างจินตนาการ, มีเอกลักษณ์ไม่เหมือนใคร, ทันสมัย, เป็นตัวของตัวเอง และเป็นคนร่วมสมัย)

22.1 ประเภทตัวอักษร (ภาษาอังกฤษ) ตอบได้มากกว่า 1ข้อ

Typography ☐ แบบคัดลายมือ (Text letters or blackletter Typeface)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

Typography ☐ แบบตัวเขียน

(Script or Cursive Typefaces)

Typography ☐ แบบโอลด์สไตล์(Old style)

☐ แบบทรานสิชันแนล (Transitional)

☐ แบบสแคว์เซอรีฟ (Square serif)

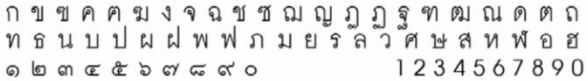
☐ โมเดิร์น(Modern

☐ แซน เซอรีฟ (San-serif Typefaces)

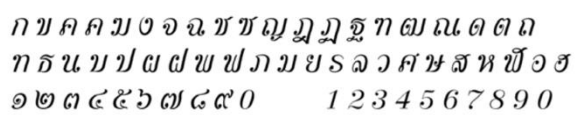
☐ ดิสเพลย์ (Display)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

22.2 ประเภทตัวอักษร (ภาษาไทย) ตอบได้มากกว่า 1ข้อ

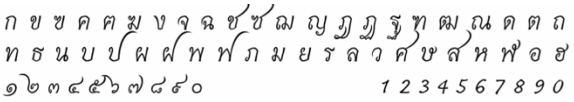


☐ ตัวเนื้อความแบบหัวกลม

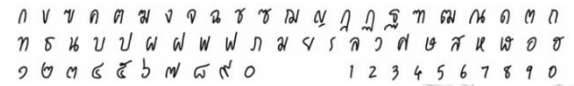


☐ ตัวตกแต่งแบบมีหัว

☐ ตัวตกแต่งแบบตัวไม่มีหัว หรือมีหัวเป็นเชิง



☐ ตัวอาลักษณ์



☐ ตัวลายมือเขียน

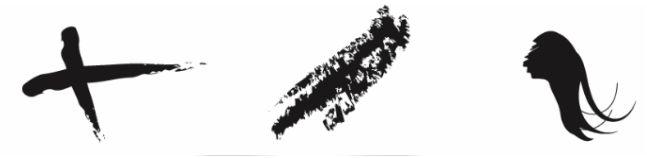
22.3 ประเภทรูปทรง

☐ รูปทรงเรขาคณิต (Geometric)

☐ รูปทรงธรรมชาติ (Organic)

☐ รูปที่มีด้านเป็นเส้นตรง (Rectilinear)

☐ รูปที่ผิดปกติ (Irregular)



☐ รูปอิสระ (Hand-Draw)

☐ รูปจากอุบัติเหตุ (Accidental)

22.4 จงเลือกรูปแบบการออกแบบ(Style) ที่เหมาะสมกับแบรนด์**“บุคลิกภาพน่าตื่นเต้น(Excitement)”**

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ การออกแบบแนวเชิงความคิด (Conceptual Art)

☐ การออกแบบด้วยภาพประกอบสมจริง (Photorealism)

☐ การออกแบบจากรูปทรงธรรมชาติ (Organic & Natural)

☐ การออกแบบแนวดิบ (Grunge)

☐ การออกแบบใช้ความเป็นผู้ชาย (Masculine)

☐ การออกแบบแนวใช้สีสันสนุกสนาน (Fun and Playful)

☐ การออกแบบแนวนามธรรม (Abstract)

☐ การออกแบบจากความหรูหรา (Luxurious)

☐ การออกแบบโดยใช้ความเป็นผู้หญิง (Feminine)

☐ การออกแบบแนวสะอาดเรียบง่าย (Clean & Minimalist)

☐ การออกแบบภาพลักษณ์มืออาชีพ (Professional)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

☐ การออกแบบสไตล์ 3 มิติ (3 Dimension)

☐ การออกแบบสไตล์ภาพประกอบ (illustrated)

☐ การออกแบบจากตัวอักษร (Typographic)

☐ การออกแบบให้ความเรียบแบน (Flat)

☐ การออกแบบสไตล์วินเทจย้อนยุค (Vintage & Retro)

☐ การออกแบบจากรูปทรงเรขาคณิต (Geometric)

23. คุณคิดว่าองค์ประกอบเรขศิลป์ประเภทใดเหมาะสมกับ สำนักงานร่วมแบ่งปัน ที่มี **“บุคลิกภาพมีความสามารถ (Competence)”**

(บุคลิกภาพน่าเชื่อถือ, ขยัน, มีความมั่นคง, ฉลาด, มีความเชี่ยวชาญ, เห็นแก่หมู่คณะ, ประสบความสำเร็จ, มีความเป็นผู้นำ, และมั่นใจในตัวเอง)

23.1 ประเภทตัวอักษร (ภาษาอังกฤษ) ตอบได้มากกว่า 1ข้อ

Typography ☐ แบบคัดลายมือ (Text letters or blackletter Typeface)

Typography ☐ แบบตัวเขียน

(Script or Cursive Typefaces)

Typography ☐ แบบโอลด์สไตล์(Old style)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

☐ แบบทรานสิชันแนล (Transitional)

☐ แบบสแคว์เซอรีฟ (Square serif)

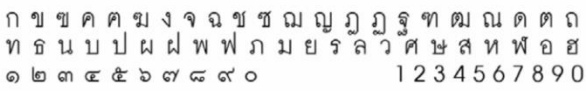
☐ โมเดิร์น(Modern

☐ แซน เซอรีฟ (San-serif Typefaces)

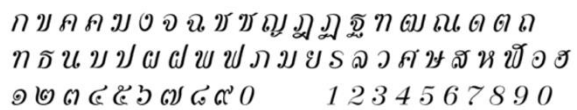
☐ ดิสเพลย์ (Display)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

23.2 ประเภทตัวอักษร (ภาษาไทย) ตอบได้มากกว่า 1ข้อ

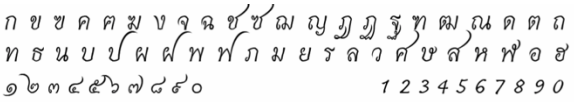


☐ ตัวเนื้อความแบบหัวกลม

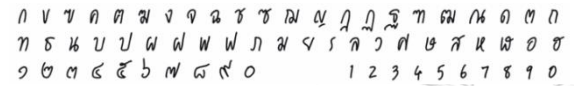


☐ ตัวตกแต่งแบบมีหัว

☐ ตัวตกแต่งแบบตัวไม่มีหัว หรือมีหัวเป็นเชิง



☐ ตัวอาลักษณ์



☐ ตัวลายมือเขียน

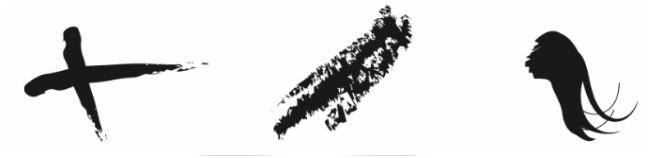
23.3 ประเภทรูปทรง

☐ รูปทรงเรขาคณิต (Geometric)

☐ รูปทรงธรรมชาติ (Organic)

☐ รูปที่มีด้านเป็นเส้นตรง (Rectilinear)

☐ รูปที่ผิดปกติ (Irregular)



☐ รูปอิสระ (Hand-Draw)

☐ รูปจากอุบัติเหตุ (Accidental)

23.4 จงเลือกรูปแบบการออกแบบ(Style) ที่เหมาะสมกับแบรนด์**“บุคลิกภาพมีความสามารถ(Competence)”**

ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

☐ การออกแบบแนวเชิงความคิด (Conceptual Art)

☐ การออกแบบด้วยภาพประกอบสมจริง (Photorealism)

☐ การออกแบบจากรูปทรงธรรมชาติ (Organic & Natural)

☐ การออกแบบแนวดิบ (Grunge)

☐ การออกแบบใช้ความเป็นผู้ชาย (Masculine)

☐ การออกแบบแนวใช้สีสันสนุกสนาน (Fun and Playful)

☐ การออกแบบแนวนามธรรม (Abstract)

☐ การออกแบบจากความหรูหรา (Luxurious)

☐ การออกแบบโดยใช้ความเป็นผู้หญิง (Feminine)

☐ การออกแบบแนวสะอาดเรียบง่าย (Clean & Minimalist)

☐ การออกแบบภาพลักษณ์มืออาชีพ (Professional)

☐ การออกแบบสไตล์ 3 มิติ (3 Dimension)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

☐ การออกแบบสไตล์ภาพประกอบ (illustrated)

☐ การออกแบบจากตัวอักษร (Typographic)

☐ การออกแบบให้ความเรียบแบน (Flat)

☐ การออกแบบสไตล์วินเทจย้อนยุค (Vintage & Retro)

☐ การออกแบบจากรูปทรงเรขาคณิต (Geometric)

24. คุณคิดว่าองค์ประกอบเรขศิลป์ประเภทใดเหมาะสมกับ สำนักงานร่วมแบ่งปัน ที่มี **“บุคลิกภาพโก้หรู (Sophistication)”**

(บุคลิกภาพเป็นคนมีระดับ, มีความหรูหรา, ดูดี, มีเสน่ห์, มีความเป็นผู้หญิง, และเป็นคนเรียบง่าย)

24.1 ประเภทตัวอักษร (ภาษาอังกฤษ) ตอบได้มากกว่า 1ข้อ

Typography

☐ แบบคัดลายมือ (Text letters or blackletter Typeface)

Typography

☐ แบบตัวเขียน

(Script or Cursive Typefaces)

Typography

☐ แบบโอลด์สไตล์(Old style)

Typography

☐ แบบทรานสิชันแนล (Transitional)

☐ แบบสแคว์เซอรีฟ (Square serif)

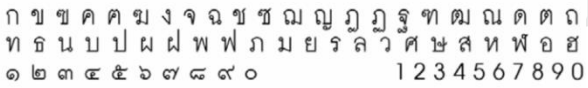
☐ โมเดิร์น(Modern)

☐ แซน เซอรีฟ (San-serif Typefaces)

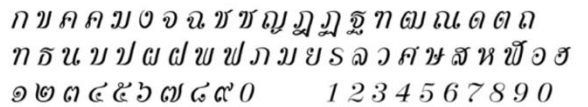
☐ ดิสเพลย์ (Display)

24.2 ประเภทตัวอักษร (ภาษาไทย) ตอบได้มากกว่า 1ข้อ

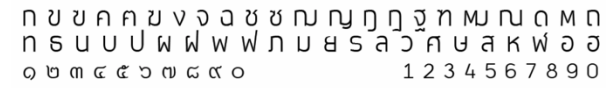
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University



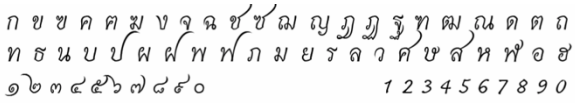
☐ ตัวเนื้อความแบบหัวกลม



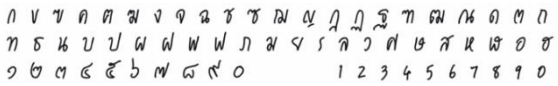
☐ ตัวตกแต่งแบบมีหัว



☐ ตัวตกแต่งแบบตัวไม่มีหัว หรือมีหัวเป็นเชิง



☐ ตัวอาลักษณ์



☐ ตัวลายมือเขียน

24.3 ประเภทรูปทรง

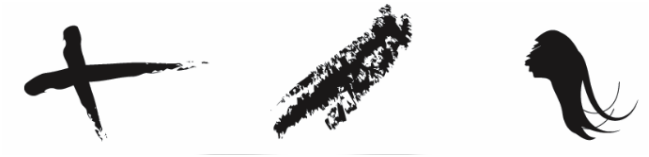
☐ รูปทรงเรขาคณิต (Geometric)

☐ รูปทรงธรรมชาติ (Organic)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

☐ รูปที่มีด้านเป็นเส้นตรง (Rectilinear)

☐ รูปที่ผิดปกติ (Irregular)



☐ รูปอิสระ (Hand-Draw)

☐ รูปจากอุบัติเหตุ (Accidental)

24.4 จงเลือกรูปแบบการออกแบบ(Style) ที่เหมาะสมกับแบรนด์**“บุคลิกภาพโก้หรู(Sophistication)”**

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ การออกแบบแนวเชิงความคิด (Conceptual Art)

☐ การออกแบบด้วยภาพประกอบสมจริง (Photorealism)

☐ การออกแบบจากรูปทรงธรรมชาติ (Organic & Natural)

☐ การออกแบบแนวดิบ (Grunge)

☐ การออกแบบใช้ความเป็นผู้ชาย (Masculine)

☐ การออกแบบแนวใช้สีสันสนุกสนาน (Fun and Playful)

☐ การออกแบบแนวนามธรรม (Abstract)

☐ การออกแบบจากความหรูหรา (Luxurious)

☐ การออกแบบโดยใช้ความเป็นผู้หญิง (Feminine)

☐ การออกแบบแนวสะอาดเรียบง่าย (Clean & Minimalist)

☐ การออกแบบภาพลักษณ์มืออาชีพ (Professional)

☐ การออกแบบสไตล์ 3 มิติ (3 Dimension)

☐ การออกแบบสไตล์ภาพประกอบ (illustrated)

☐ การออกแบบจากตัวอักษร (Typographic)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

☐ การออกแบบให้ความเรียบแบน (Flat)

☐ การออกแบบสไตล์วินเทจย้อนยุค (Vintage & Retro)

☐ การออกแบบจากรูปทรงเรขาคณิต (Geometric)

25. คุณคิดว่าองค์ประกอบเรขศิลป์ประเภทใดเหมาะสมกับ สำนักงานร่วมแบ่งปัน ที่มี **“บุคลิกภาพเข้มแข็ง (Ruggedness)”**

(บุคลิกชอบกิจกรรมนอกบ้าน, มีความเป็นชาย, มีความตะวันตก, หัวแข็ง มุทะลุ, และห้าวหาญ)

25.1 ประเภทตัวอักษร (ภาษาอังกฤษ) ตอบได้มากกว่า 1ข้อ

☐ แบบคัดลายมือ (Text letters or blackletter Typeface)

☐ แบบตัวเขียน

(Script or Cursive Typefaces)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

☐ แบบโอลด์สไตล์(Old style)

☐ แบบทรานสิชันแนล (Transitional)

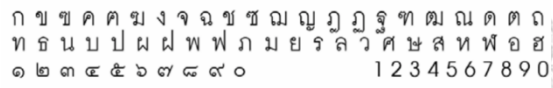
☐ แบบสแคว์เซอรีฟ (Square serif)

☐ โมเดิร์น(Modern)

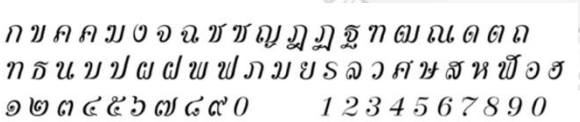
☐ แซน เซอรีฟ (San-serif Typefaces)

☐ ดิสเพลย์ (Display)

25.2 ประเภทตัวอักษร (ภาษาไทย) ตอบได้มากกว่า 1ข้อ

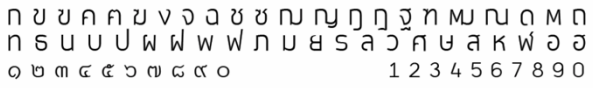


☐ ตัวเนื้อความแบบหัวกลม

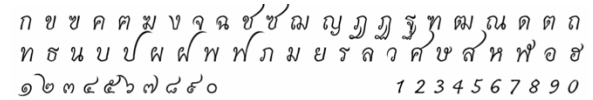


☐ ตัวตกแต่งแบบมีหัว

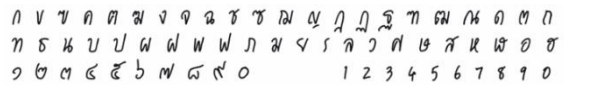
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University



☐ ตัวตกแต่งแบบตัวไม่มีหัว หรือมีหัวเป็นเชิง



☐ ตัวอาลักษณ์



☐ ตัวลายมือเขียน

25.3 ประเภทรูปทรง

☐ รูปทรงเรขาคณิต (Geometric)

☐ รูปทรงธรรมชาติ (Organic)

☐ รูปที่มีด้านเป็นเส้นตรง (Rectilinear)

☐ รูปที่ผิดปกติ (Irregular)

☐ รูปอิสระ (Hand-Draw)

☐ รูปจากอุบัติเหตุ (Accidental)

25.4 จงเลือกรูปแบบการออกแบบ(Style) ที่เหมาะสมกับแบรนด์**“บุคลิกภาพเข้มแข็ง(Ruggedness)”**

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ การออกแบบแนวเชิงความคิด (Conceptual Art)

☐ การออกแบบด้วยภาพประกอบสมจริง (Photorealism)

☐ การออกแบบจากรูปทรงธรรมชาติ (Organic & Natural)

☐ การออกแบบแนวดิบ (Grunge)

☐ การออกแบบใช้ความเป็นผู้ชาย (Masculine)

☐ การออกแบบแนวใช้สีสันสนุกสนาน (Fun and Playful)

☐ การออกแบบแนวนามธรรม (Abstract)

☐ การออกแบบจากความหรูหรา (Luxurious)

☐ การออกแบบโดยใช้ความเป็นผู้หญิง (Feminine)

☐ การออกแบบแนวสะอาดเรียบง่าย (Clean & Minimalist)

☐ การออกแบบภาพลักษณ์มืออาชีพ (Professional)

☐ การออกแบบสไตล์ 3 มิติ (3 Dimension)

☐ การออกแบบสไตล์ภาพประกอบ (illustrated)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

☐ การออกแบบจากตัวอักษร (Typographic)

☐ การออกแบบให้ความเรียบแบน (Flat)

☐ การออกแบบสไตล์วินเทจย้อนยุค (Vintage & Retro)

☐ การออกแบบจากรูปทรงเรขาคณิต (Geometric)

26. ข้อเสนอแนะ

.....

แบบสอบถามความพึงพอใจผลงานการออกแบบ

เพื่อการวิจัยในระดับดุษฎีบัณฑิตคณะศิลปกรรมศาสตร์ ภาควิชานฤมิตศิลป์ ภายใต้หัวข้อ

“การออกแบบเรขศิลป์ในสิ่งแวดล้อมพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co-Working Space) จากแนวคิดไบโอฟิลเลีย สำหรับเจเนอเรชั่นวาย”

คณะศิลปกรรมศาสตร์ ภาควิชานฤมิตศิลป์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

โดย นางสาวศศิกาญจน์ นารถโคษา

จุดประสงค์ของแบบสอบถาม

เพื่อสัมภาษณ์ความพึงพอใจและหาทิศทางในการพัฒนาผลงานออกแบบเรขศิลป์ในสิ่งแวดล้อมพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co-Working Space) จากแนวคิดไบโอฟิลเลีย สำหรับเจเนอเรชั่นวาย

ตอนที่ 1 : แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

คำชี้แจง : โปรดเติมข้อความลงในช่องว่าง

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

1.ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์.....

2.เพศ

☐ ชาย ☐ หญิง ☐ ไม่ระบุ

3. อายุ..... ปี

4. ชื่อของสำนักงานร่วมแบ่งปันที่คุณเป็นสมาชิกและเข้าใช้งาน

.....

ตอนที่ 2 สอบถามความพึงพอใจ เพื่อนำไปพัฒนาผลงานออกแบบเรขศิลป์ในสิ่งแวดล้อมพื้นที่สำนักงานร่วมแบ่งปัน (Co-Working Space) จากแนวคิดไบโอฟิลเลีย สำหรับเจเนอเรชั่นวาย

คำชี้แจงของผู้ตอบแบบสอบถาม : โปรดแสดงความคิดเห็นที่สอดคล้องกับท่านมากที่สุด

1. จงเลือกแนวทางของผลงานการออกแบบบรรยากาศสำนักงานร่วมแบ่งปัน(Co-Working Space) ที่ท่านคาดว่าจะเข้าใช้งาน และตรงกับความต้องการของท่านมากที่สุด

☐ รูปแบบการออกแบบเบื้องต้น สำนักงาน A

☐ รูปแบบการออกแบบเบื้องต้น สำนักงาน B

2. หากท่านเลือกรูปแบบการออกแบบเบื้องต้น สำนักงาน A จงเลือกคำตอบที่สอดคล้องกับท่านมากที่สุด

(หากท่านเลือกรูปแบบการออกแบบเบื้องต้น สำนักงาน B ให้ข้ามไปตอบข้อถัดไป)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

2.1 จงเลือกรูปแบบการนำเสนอ (Style) ของการออกแบบที่ท่านชื่นชอบมากที่สุด พร้อมอธิบายเหตุผลประกอบ

☐ รูปแบบการนำเสนอ รูปแบบที่ 1

เหตุผล .....

☐ รูปแบบการนำเสนอ รูปแบบที่ 2

เหตุผล .....

☐ รูปแบบการนำเสนอ รูปแบบที่ 3

เหตุผล .....

☐ รูปแบบการนำเสนอ รูปแบบที่ 4

เหตุผล .....

☐ รูปแบบการนำเสนอ รูปแบบที่ 5

เหตุผล .....

ณ์มหาวิทยาลัย
KORN UNIVERSITY

3. หากท่านเลือกรูปแบบการออกแบบเบื้องต้น สำนักงาน B จงเลือกคำตอบที่สอดคล้องกับท่านมากที่สุด

(หากท่านเลือกรูปแบบการออกแบบเบื้องต้น สำนักงาน A ไม่ต้องตอบคำถามข้อนี้)

3.1 จงเลือกรูปแบบการนำเสนอ (Style) ของการออกแบบที่ท่านชื่นชอบมากที่สุด พร้อมอธิบายเหตุผลประกอบ

☐ รูปแบบการนำเสนอ รูปแบบที่ 1

เหตุผล .....

☐ รูปแบบการนำเสนอ รูปแบบที่ 2

เหตุผล .....

ณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

☐ รูปแบบการนำเสนอ รูปแบบที่ 3

เหตุผล .....

☐ รูปแบบการนำเสนอ รูปแบบที่ 4

เหตุผล .....

☐ รูปแบบการนำเสนอ รูปแบบที่ 5

เหตุผล .....

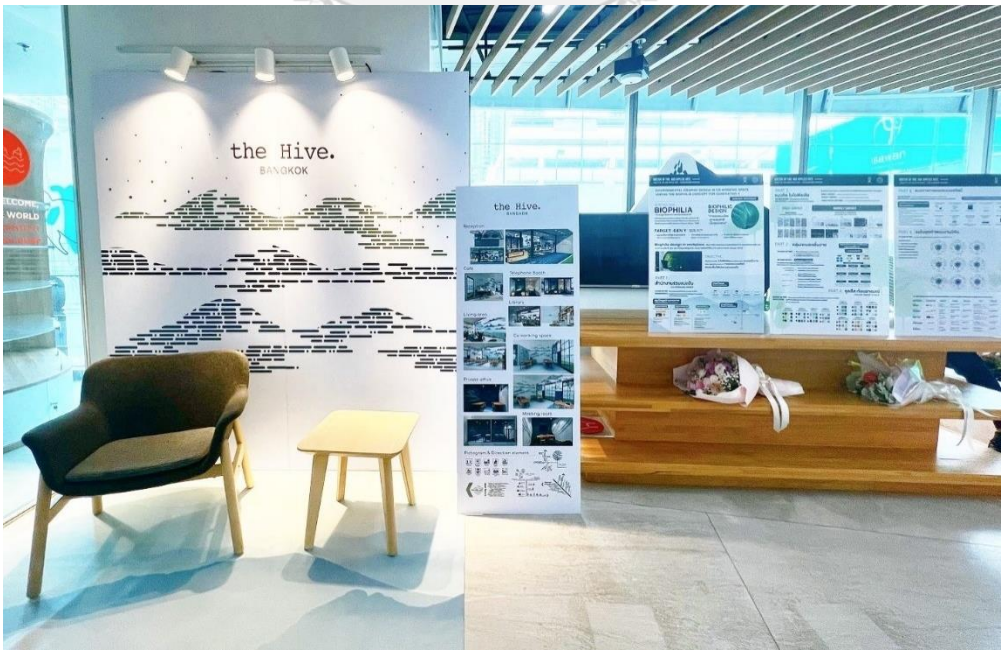
4. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ภาพบรรยากาศแสดงนิทรรศการดุษฎีนิพนธ์ ณ ศูนย์วิจัยนวัตกรรมและความยั่งยืน(RISC) ระหว่างวันที่ 30 พฤศจิกายน – 2 ธันวาคม 2565 ชั้น 4 ตึกแมกโนเลียส์ บูเลอวาร์ด ราชดำริ



the Hive.
the Hive.

BIOPHILIA
แนวคิด
ไบโอฟิลเลีย

BIOPHILIA
แนวคิด
ไบโอฟิลเลีย
BIOPHILIC
DESIGN

BIOPHILIA
BIOPHILIC
DESIGN
TARGET : GEN Y

BIOPHILIA
แนวคิด
ไบโอฟิลเลีย
BIOPHILIC
DESIGN

BIOPHILIA
แนวคิด
ไบโอฟิลเลีย
(Edward Osborne Wilson, 1984)
BIOPHILIC
DESIGN

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นางสาวศศิกาญจน์ นารถโคษา
วัน เดือน ปี เกิด	2 มีนาคม 2533
สถานที่เกิด	จังหวัดสกลนคร
วุฒิการศึกษา	พ.ศ. 2554 สถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาออกแบบอุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น พ.ศ. 2556 ศิลปมหาบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบผลิตภัณฑ์ คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
ที่อยู่ปัจจุบัน	91 ม.3 ต.บ้านแป้น อ.โพนนาแก้ว จ.สกลนคร 47230
ผลงานตีพิมพ์	2558 การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ตกแต่งสวนที่สะท้อนอัตลักษณ์ไทย การเผยแพร่วารสารวิชาการ ศิลปะสถาปัตยกรรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร 2563 แนวทางการออกแบบเฟอร์นิเจอร์จากแรงบันดาลใจแบบไทยร่วมสมัย งานประชุมวิชาการระดับชาติครั้งที่ 30 มหาวิทยาลัยทักษิณ 2664 การถอดรูปร่างจากแรงบันดาลใจธรรมชาติสู่การออกแบบ งานประชุมวิชาการระดับชาติครั้งที่ 31 มหาวิทยาลัยทักษิณ 2565 การศึกษาและออกแบบเฟอร์นิเจอร์เพื่อสะดวกต่อการปรับเปลี่ยนหน้าที่ใช้สอย งานประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 32 มหาวิทยาลัยทักษิณ 2565 การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ตกแต่งที่พักอาศัย จากเศษผ้าย้อมครามที่สะท้อนอัตลักษณ์จังหวัดสกลนคร การเผยแพร่วารสารสถาปัตยกรรม การออกแบบและการก่อสร้าง มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
รางวัลที่ได้รับ	2564 รางวัลระดับดี นำเสนอผลงานวิจัย(ภาคบรรยาย) เรื่อง “การถอดรูปร่างจากแรงบันดาลใจธรรมชาติสู่การออกแบบ” Session นวัตกรรมและผลงานสร้างสรรค์ งานประชุมวิชาการระดับชาติครั้งที่ 31 มหาวิทยาลัยทักษิณ ประจำปี 2564 2565 รางวัลระดับดี นำเสนอผลงานวิจัย(ภาคบรรยาย) เรื่อง “การศึกษาและออกแบบเฟอร์นิเจอร์เพื่อสะดวกต่อการปรับเปลี่ยนหน้าที่ใช้สอย” Session ผลงานสร้างสรรค์ งานประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยทักษิณ ครั้งที่ 32 ประจำปี 2565

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University