

การพัฒนาารูปแบบร้านน้ำชาเคลื่อนที่ท้องถิ่นภาคใต้
กรณีศึกษา: ร้านน้ำชาริมถนนราชดำเนิน อำเภอมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช

The Development of Mobile Teashop in Southern Region.
Case study of Mobile Teashop, Rajdamnoen Road, Muang Nakhon Si Thammarat

เรวัต สุขสิกาญจน์ (Rewat Suksikarn)*

บทคัดย่อ

การพัฒนาารูปแบบร้านน้ำชาเคลื่อนที่ท้องถิ่นภาคใต้ กรณีศึกษา: ร้านน้ำชาริมถนนราชดำเนินอ.เมือง จ.นครศรีธรรมราช มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาบริบทร้านน้ำชาเคลื่อนที่ท้องถิ่นภาคใต้ บริเวณริมถนนราชดำเนิน อำเภอมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อเป็นข้อมูลในการวิเคราะห์แนวทางการพัฒนารูปแบบ (2) พัฒนารูปแบบร้านน้ำชาเคลื่อนที่ท้องถิ่นภาคใต้บริเวณริมถนนราชดำเนิน อำเภอมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช และ (3) เป็นกรณีศึกษาในการออกแบบและพัฒนาร้านน้ำชาเคลื่อนที่ท้องถิ่นภาคใต้ ผู้ให้ข้อมูลในการวิจัย คือ เจ้าของกิจการร้านน้ำชาเคลื่อนที่ จำนวน 10 ร้าน ผู้ใช้บริการร้านน้ำชาเคลื่อนที่ จำนวน 60 คน แบ่งเป็นข้อมูลด้านบริบทของร้านน้ำชาเคลื่อนที่ จำนวน 30 คน และ ความพึงพอใจต่อร้านน้ำชาเคลื่อนที่ ที่ได้รับการออกแบบและพัฒนาแล้ว จำนวน 30 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสังเกต สอบถามและสัมภาษณ์ ด้านบริบทสภาพทั่วไปของเจ้าของกิจการ ขั้นตอนการพัฒนารูปแบบ และสุดท้ายเป็นการศึกษาความพึงพอใจต่อร้านน้ำชาเคลื่อนที่ ที่ได้รับการออกแบบและพัฒนาแล้วจากเจ้าของกิจการและผู้ใช้บริการร้านน้ำชาเคลื่อนที่ โดยวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยสรุปว่า ได้นำเอาบริบท สภาพทั่วไปของเจ้าของกิจการ และความต้องการของผู้ใช้บริการ มาวิเคราะห์เพื่อพัฒนารูปแบบร้านน้ำชาเคลื่อนที่ จนสามารถผลิตต้นแบบร้านน้ำชาเคลื่อนที่ท้องถิ่นภาคใต้ขึ้นมาได้ และนำมาประเมินความพึงพอใจจากเจ้าของกิจการ และผู้ให้บริการร้านน้ำชาเคลื่อนที่ ผลปรากฏในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และสามารถนำไปเป็นกรณีศึกษาในการออกแบบและพัฒนาร้านน้ำชาเคลื่อนที่ท้องถิ่นภาคใต้ต่อไปได้

คำสำคัญ: ร้านน้ำชาเคลื่อนที่, ท้องถิ่นภาคใต้, ถนนราชดำเนิน, อำเภอมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช

* ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ประจำสาขาวิชาการออกแบบอุตสาหกรรม สำนักวิชาสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ ประเทศไทย

Assistant Professor in Industrial Design, School of Architecture and Design, Walailak University, Thailand

Email: srewat@wu.ac.th

Abstract

The objectives of this research were to (1) study context of mobile teashop in Southern Region, Thailand area in Rajdamnoen Road, Muang Nakhon Si Thammarat for the data in analysis to development (2) Design and Develop the mobile teashop and (3) A case study in designing and develop mobile teashop in Southern Region. The informant of this research comprised, teashop proprietor amounts 10 shops, user amounts 60 persons, divide side context of mobile teashop amounts 30 persons, and satisfaction of mobile teashop that have design and develop already amounts 30 persons. A tool used in research is observe, questionnaires and interview the generality of the proprietor, develop of the mobile teashop, and last satisfaction education of mobile teashop that have design and develop already from proprietor and user, data analysis with percentage, means and Standard Deviation (S.D.). The results of this research were as follows: get context and generality of the proprietor, requirement of user come to analyse for develop mobile teashop can produce prototype, and bring assess the satisfaction from proprietor and user, the result is very satisfaction, and can induce a case study in designing and develop mobile teashop in Southern Region next.

Key Words : Mobile Teashop, Southern Region, Rajdamnoen Road, Muang Nakhon Si Thammarat.

บทนำ

ความสำคัญของปัญหา

ร้านน้ำชา นับว่าเป็นสถานที่อันเป็นเอกลักษณ์อย่างหนึ่งของชุมชนท้องถิ่นภาคใต้ ที่ไม่ค่อยปรากฏในภูมิภาคอื่น และไม่ได้เป็นแต่เพียงร้านจำหน่ายเครื่องดื่มประเภทชา กาแฟ เท่านั้น หากแต่เป็นสถานที่ที่รองรับกิจกรรมอื่นๆ อีกมากมาย เช่น พบปะสังสรรค์ พักผ่อน คุยธุรกิจ พูดคุยการบ้านการเมือง ฯลฯ ร้านน้ำชาจึงเป็นพื้นที่ที่แสดงเอกลักษณ์พิเศษเฉพาะตัวอันสะท้อนถึงสังคม ประเพณี วัฒนธรรมภาคใต้อย่างชัดเจน ร้านน้ำชาในภาคใต้มี 2 ประเภท คือ ร้านที่ตั้งอยู่กับที่ ซึ่งจะเปิดขายกันตอนเช้าไปจนถึงตอนบ่ายหรือเย็นจนถึงค่ำ ลูกค้านั้นหลากหลายวัย หลากหลายอาชีพ และอีกประเภทหนึ่งก็คือ ร้านที่เคลื่อนที่ได้ ซึ่งเป็นแบบรถเข็นพร้อมอุปกรณ์ขายกันตั้งแต่ตอนเย็นหลังพระอาทิตย์ตกดินไปจนถึงประมาณเที่ยงคืน ตั้งร้านขายบริเวณทางเท้าริมถนน หรือบริเวณที่ว่างที่กว้างขวางพอสำหรับตั้งร้านขายได้ ซึ่งลูกค้าของร้านน้ำชาทั้ง 2 ประเภทนี้ จะมีวัตถุประสงค์ในการดื่มแตกต่างกัน

ริมถนนราชดำเนิน ในเมืองนครศรีธรรมราช มีร้านน้ำชาเคลื่อนที่ที่ตั้งร้านขายอยู่เป็นจำนวนมากแสดงให้เห็นถึงวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของท้องถิ่น อันเป็นเอกลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวหรือผู้คนจากถิ่นอื่นกล่าวขานถึง แต่ทว่ารูปแบบของร้านน้ำชามีลักษณะใกล้เคียงกัน และขาดการสื่อสารถึงเอกลักษณ์ท้องถิ่น หากมีการออกแบบปรับปรุงและพัฒนา โดยใช้ศิลปะท้องถิ่นนครศรีธรรมราชอันมีความโดดเด่นและหลากหลาย มาเป็น

แนวทางในการพัฒนารูปแบบของร้านน้ำชาเคลื่อนที่ เพื่อดึงดูดกลุ่มผู้ใช้บริการจากในท้องถิ่นเองและต่างถิ่น จะเป็นการเพิ่มรายได้และเพิ่มมูลค่าทางการตลาดและเป็นการอนุรักษ์สืบสานประเพณีทางสังคมวัฒนธรรมอย่างเป็นรูปธรรมให้คงอยู่ได้อย่างมีประโยชน์และยั่งยืน

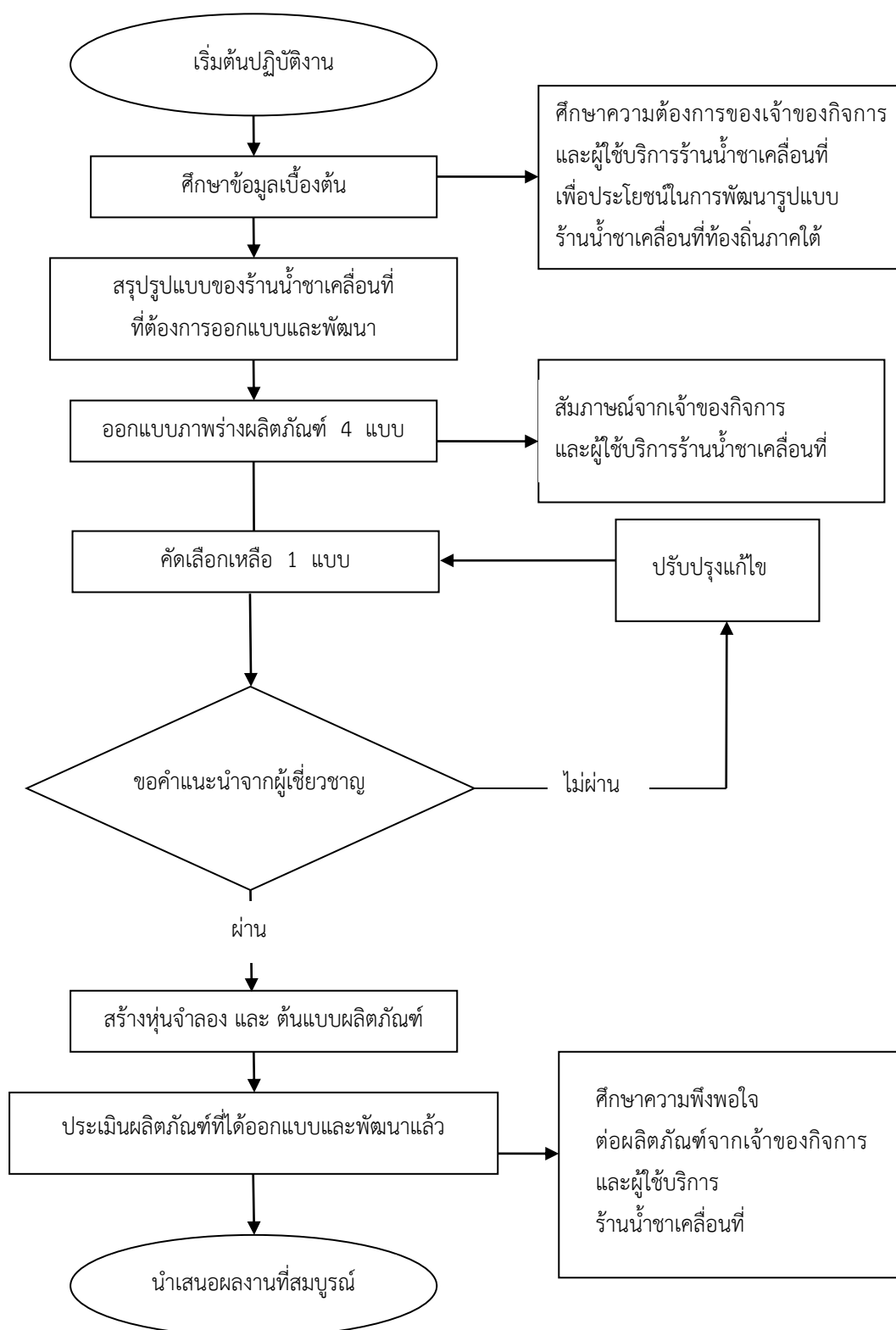
โครงการวิจัยนี้จึงเกิดขึ้นเพื่อศึกษาบริบทร้านน้ำชาเคลื่อนที่ท้องถิ่นภาคใต้ บริเวณริมถนนราชดำเนิน อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อเป็นข้อมูลในการพัฒนารูปแบบ การออกแบบร้านน้ำชาเคลื่อนที่ และเป็นกรณีศึกษาสำหรับร้านน้ำชาเคลื่อนที่ท้องถิ่นในภาคใต้ ที่ต้องการพัฒนารูปแบบอันสื่อถึงเอกลักษณ์ของท้องถิ่นอย่างแท้จริง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาบริบทร้านน้ำชาเคลื่อนที่ท้องถิ่นภาคใต้ บริเวณริมถนนราชดำเนิน อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อเป็นข้อมูลในการพัฒนารูปแบบ
2. เพื่อพัฒนารูปแบบร้านน้ำชาเคลื่อนที่ท้องถิ่นภาคใต้ บริเวณริมถนนราชดำเนิน อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช
3. เพื่อเป็นกรณีศึกษาในการออกแบบและพัฒนาร้านน้ำชาเคลื่อนที่ท้องถิ่นภาคใต้

วิธีดำเนินการวิจัย

ศึกษาบริบทและสภาพทั่วไปของร้านน้ำชาเคลื่อนที่ท้องถิ่นภาคใต้ บริเวณริมถนนราชดำเนิน อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสังเกต สอบถามและสัมภาษณ์ และนำข้อมูลที่ได้มาสรุปแนวทางในการออกแบบ และออกแบบภาพร่างผลิตภัณฑ์ จำนวน 4 แบบ โดยคัดเลือกเหลือ 1 แบบ เพื่อขอคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญและปรับปรุงแก้ไข จนผลิตเป็นต้นแบบร้านน้ำชาเคลื่อนที่ท้องถิ่นภาคใต้ สุดท้ายเป็นการศึกษาความพึงพอใจต่อร้านน้ำชาเคลื่อนที่ ที่ได้รับการออกแบบและพัฒนาแล้ว จากเจ้าของกิจการและผู้ใช้บริการร้านน้ำชาเคลื่อนที่ โดยวิเคราะห์ข้อมูลด้วย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผู้ให้ข้อมูลในการวิจัย คือ เจ้าของกิจการร้านน้ำชาเคลื่อนที่ จำนวน 10 ร้าน ผู้ใช้บริการร้านน้ำชาเคลื่อนที่ จำนวน 60 คน แบ่งเป็นข้อมูลด้านบริบทของร้านน้ำชาเคลื่อนที่ จำนวน 30 คน และ ความพึงพอใจต่อร้านน้ำชาเคลื่อนที่ ที่ได้รับการออกแบบและพัฒนาแล้ว จำนวน 30 คน



ภาพที่ 1 ขั้นตอนการพัฒนาารูปแบบร้านน้ำชาเคลื่อนที่ท้องถิ่นภาคใต้
กรณีศึกษา: ร้านน้ำชาริมถนนราชดำเนิน อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 บริบทร้านน้ำชาเคลื่อนที่ท้องถิ่นภาคใต้ บริเวณริมถนนราชดำเนิน อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช

1.1 รูปแบบร้านน้ำชาเคลื่อนที่ท้องถิ่นภาคใต้ บริเวณริมถนนราชดำเนิน อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช มีอยู่ 2 รูปแบบ แบบแรกได้รับการสนับสนุนจากบริษัทที่ผลิตนม แบบที่ 2 ส่วนใหญ่จะสั่งผลิตจากร้าน หรือซื้อต่อมาจากผู้ประกอบการเดิมที่ไม่ใช่แล้ว หรือไม่ก็จากมรดกตกทอดจากรุ่นสู่รุ่น โดยจะได้รับการสนับสนุนบางส่วนจากบริษัทที่ผลิตนม ทั้ง 2 รูปแบบมีล้อเลื่อนสำหรับเคลื่อนที่ 3 ล้อ

1.2 พฤติกรรมเจ้าของกิจการร้านน้ำชาเคลื่อนที่ บริเวณริมถนนราชดำเนิน อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช เริ่มจากเซ็นร้านน้ำชามาที่จุดขายเป็นประจำก่อนจะให้บริการ 1 ชั่วโมง โดยมาจากบ้านส่วนหนึ่ง บางรายก็ฝากไว้ที่จุดใกล้ๆ หรือเก็บของพร้อมโต๊ะเก้าอี้ไว้ที่จุดขาย โดยมีเต็นท์คลุมไว้บังแดดฝนเพื่อความสะดวก หลังจากนั้นก็เริ่มติดตั้งอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ

1.3 ปัญหาในการใช้งานร้านน้ำชาเคลื่อนที่ของเจ้าของกิจการ 1.) ด้านขนาดของร้านน้ำชาเคลื่อนที่ไม่สอดคล้องกับขนาดสัดส่วนของเจ้าของ คือมีลักษณะสูงเกินไป ทำให้ใช้งานประกอบกิจกรรมทางด้านการให้บริการค่อนข้างยาก 2.) ด้านการจัดเก็บอุปกรณ์เกี่ยวกับการให้บริการ อาทิ หม้อต้มน้ำ กาน้ำ ถ้วย แก้ว ฯลฯ ไม่เป็นระเบียบ ทำให้บรรยากาศของร้านดูไม่สะอาด และการเคลื่อนย้ายหรือขนส่งต้องใช้เวลาในการจัดเก็บ

1.4 พฤติกรรมผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านน้ำชาเคลื่อนที่ มีทั้งตอนเช้าและเย็น ส่วนใหญ่นอกจากมาดื่มน้ำชาแล้วยังมีจุดประสงค์เพื่อการพบปะสังสรรค์ พูดคุยปัญหาในชีวิตประจำวัน สัพเพเหระหน้าที่การงาน เศรษฐกิจและการเมือง โดยนิยมมากับเพื่อน ประมาณ 2 คน ขึ้นไป ส่วนใหญ่ใช้บริการที่ร้านประจำ

1.5 ปัญหาในการใช้บริการร้านน้ำชาเคลื่อนที่ของผู้บริโภค 1.) ความสะอาดของทั้งสถานที่ตั้งและจุดให้บริการ วัสดุอุปกรณ์ ภาชนะ 2.) ความเป็นเอกลักษณ์ของร้านน้ำชาเคลื่อนที่ 3.) ความไม่เป็นระเบียบในการจัดวางวัสดุอุปกรณ์และการส่งเสริมการขาย 4.) ท่าเลที่ตั้งของร้านเหมาะสม



ภาพที่ 2 ร้านน้ำชาเคลื่อนที่ท้องถิ่นภาคใต้ ทั้ง 2 รูปแบบ

ที่มา : ถ่ายภาพเมื่อ มกราคม 2553



ภาพที่ 3 บรรยายภาพการให้บริการร้านน้ำชาเคลื่อนที่ ทั้งตอนเช้าและตอนเย็น
ที่มา : ถ่ายภาพเมื่อ มกราคม 2553



ภาพที่ 4 บรรยายภาพการบริโภคร้านน้ำชาเคลื่อนที่ริมถนนราชดำเนิน อำเภอเมือง
จังหวัดนครศรีธรรมราช
ที่มา : ถ่ายภาพเมื่อ มกราคม 2553

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสภาพทั่วไปของเจ้าของกิจการร้านน้ำชาเคลื่อนที่ เพื่อประโยชน์ในการพัฒนารูปแบบร้านน้ำชาเคลื่อนที่ท้องถิ่นภาคใต้

2.1 ข้อมูลสถานภาพของเจ้าของกิจการร้านน้ำชาเคลื่อนที่ จำนวน 10 ร้าน พบว่าเป็นเพศชาย 4 คน เป็นเพศหญิง 6 คน มีอายุตั้งแต่ 23 ปี ขึ้นไป มีระดับการศึกษาชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 ถึงประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง มีประสบการณ์ตั้งแต่ 8 ปีขึ้นไป ความสามารถในการประกอบอาชีพกิจการร้านน้ำชา ร้อยละ 80 ฝึกฝนด้วยตนเอง และ ร้อยละ 20 ได้รับการอบรมถ่ายทอดจากผู้มีประสบการณ์

2.2 ข้อมูลสภาพทั่วไปของร้านน้ำชาเคลื่อนที่ มีลักษณะของที่ตั้งอยู่บนบาทวิถีของเทศบาลนครนครศรีธรรมราช มีเครื่องดื่มทั้งกาแฟร้อน กาแฟเย็น ชาร้อน ชาเย็น ฯลฯ เครื่องดื่มที่ผู้บริโภคสั่งมากที่สุด คือ กาแฟร้อน อาหารประกอบที่ลูกค้าสั่งมากที่สุด คือ โรตีสานมะตะบะ เฉลี่ยจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการต่อวันอยู่ที่ประมาณ 50-80 คน กลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการมีทั้งพนักงานบริษัท ข้าราชการ พนักงานองค์กรของรัฐ นักท่องเที่ยว แม่บ้าน และนักเรียนนักศึกษา ทั้งผู้หญิงและผู้ชาย ร้านน้ำชาเคลื่อนที่ที่มีการใช้ไฟฟ้าให้แสงสว่าง เพราะประกอบการในเวลากลางวัน การจัดเก็บวัสดุอุปกรณ์ร้านน้ำชา โต๊ะเก้าอี้ หลังจากปิดร้าน ส่วนใหญ่นำไปเก็บไว้ที่บ้านหรือสถานที่ใกล้เคียง เจ้าของกิจการร้านน้ำชาเคลื่อนที่ทั้งหมดมีแนวความคิดที่จะพัฒนารูปแบบร้านน้ำชา

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการออกแบบร้านน้ำชาเคลื่อนที่ท้องถิ่นภาคใต้ บริเวณริมถนนราชดำเนิน อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช

3.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านเนื้อที่ สัดส่วน วัตถุประสงค์ในการใช้ ปริมาณและประเภทสิ่งของที่เก็บ

จากการศึกษาร้านน้ำชาเคลื่อนที่ บริเวณริมถนนราชดำเนิน อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่าร้านน้ำชาเคลื่อนที่มีหน้าที่ใช้สอยเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการใช้งาน แบ่งเป็นส่วนได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ส่วนพื้นที่ปฏิบัติงาน

ส่วนที่ 2 ส่วนวางอุปกรณ์สำหรับชงน้ำชา กาแฟ และเครื่องดื่ม

ส่วนที่ 3 ส่วนวางอาหารประกอบ

ส่วนที่ 4 ส่วนเก็บอุปกรณ์หลังการใช้งาน



ภาพที่ 5 ส่วนพื้นที่ปฏิบัติงาน
ที่มา : ถ่ายภาพเมื่อ เมษายน 2554



ภาพที่ 6 ส่วนวางอุปกรณ์สำหรับชงน้ำชา กาแฟ และเครื่องดื่ม
ที่มา : ถ่ายภาพเมื่อ เมษายน 2554



ภาพที่ 7 ส่วนวางอาหารประกอบ

ที่มา : ถ่ายภาพเมื่อ เมษายน 2554



ภาพที่ 8 ส่วนเก็บอุปกรณ์หลังการใช้งาน

ที่มา : ถ่ายภาพเมื่อ เมษายน 2554

3.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านสัดส่วนและระยะการเคลื่อนไหวของมนุษย์ขณะใช้งาน

จากการศึกษาเอกสารข้อมูลเกี่ยวกับขนาดสัดส่วนของมนุษย์ สามารถสรุปมิติขนาดสัดส่วนของร้านน้ำชาเคลื่อนที่ บริเวณริมถนนราชดำเนิน อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ดังนี้ คือ กว้าง 1160 ยาว 3000 สูง 2350 มิติความสูงของเคาน์เตอร์วางอุปกรณ์ชงน้ำชา กาแฟ 750 (หน่วย: มิลลิเมตร)



ภาพที่ 9 พฤติกรรมการใช้งานของเจ้าของกิจการร้านน้ำชา
ที่มา : ถ่ายภาพเมื่อ เมษายน 2554

3.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านโครงสร้าง

จากการศึกษาเอกสารข้อมูลและได้รับคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ เกี่ยวกับวัสดุที่นำมาทำโครงสร้าง และเปรียบเทียบความแข็งแรงทางกายภาพของแต่ละวัสดุ ที่ใช้ในการผลิตร้านน้ำชาเคลื่อนที่ โดยแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ 1.) ส่วนตัวรถขึ้น และ 2.) ส่วนป้ายและการประดับตกแต่ง

ส่วนที่ 1 ส่วนตัวรถขึ้น โครงสร้างหลักใช้เหล็กท่อเหลี่ยมปิดผิวด้วยแผ่นอะลูมิเนียม ด้านบน เคา์เตอร์ปูด้วยแผ่นไม้กระดานอัดปิดผิวด้วยสแตนเลส เพราะมีคุณสมบัติแข็งแรง ส่วนหลังคาเลือกใช้ผ้าใบ เพราะสามารถปิดโครงสร้างได้เรียบร้อย และเลือกใช้สีตามที่ต้องการได้

ส่วนที่ 2 ส่วนป้ายและการประดับตกแต่ง ใช้แผ่นพลาสติก (Plaswood) เพราะมีคุณสมบัติแข็งแรง น้ำหนักเบา และปิดผิวสติกเกอร์เพื่อให้ได้รูปแบบตามที่ต้องการได้สะดวก

3.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านความงาม

ในการวิเคราะห์ข้อมูลด้านความงามของร้านน้ำชาเคลื่อนที่ บริเวณริมถนนราชดำเนิน อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 รูปร่าง รูปทรง และส่วนที่ 2 เรขศิลป์ (Graphic) สำหรับการตกแต่ง

ส่วนที่ 1 รูปร่าง รูปทรง ของร้านน้ำชาเคลื่อนที่ นำเอารูปทรงของหลังคาบ้านหยา ภาคใต้ มาเป็นเอกลักษณ์ของร้านน้ำชาเคลื่อนที่ เพื่อสร้างการจดจำต่อผู้พบเห็น

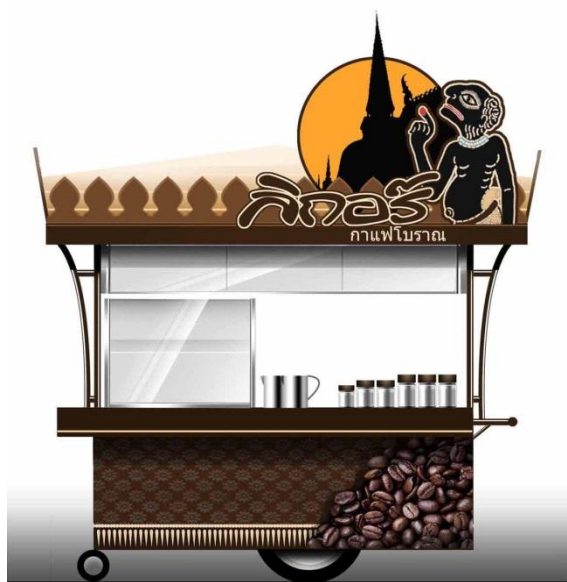
ส่วนที่ 2 เรขศิลป์ (Graphic) สำหรับการตกแต่ง ใช้อัตลักษณ์ของศิลปะการแสดงท้องถิ่น คือ หนังตะลุง โดยนำเอารูปหนังตะลุงตัวตลกย้ายเข้ามาใช้ เพราะเป็นรูปหนังตะลุงที่ผู้คนจดจำได้มากที่สุด เป็นตัวแทนของคนภาคใต้ ด้านหลังเป็นรูปวัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร สื่อถึงจังหวัดนครศรีธรรมราช สีที่ใช้ประกอบด้วยสีเหลือง สีน้ำตาล และสีดำ เป็นหลัก สื่อถึงความรุ่งเรืองของเมืองประวัติศาสตร์จังหวัดนครศรีธรรมราช

จากผลการวิเคราะห์ดังกล่าว จึงนำเสนอรูปแบบร้านน้ำชาเคลื่อนที่ ในรูปแบบของภาพร่างการออกแบบ (Sketch Design) เพื่อสัมภาษณ์ความต้องการของกลุ่มเจ้าของกิจการร้านน้ำชาและผู้ใช้บริการ มีทั้งหมด 4 รูปแบบ ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของความต้องการรูปแบบร้านน้ำชาเคลื่อนที่ที่ท้องถิ่นภาคใต้ บริเวณริมถนนราชดำเนิน อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ของเจ้าของกิจการ และผู้ใช้บริการร้านน้ำชาเคลื่อนที่

รายการ	เจ้าของกิจการ (N=10)		ผู้ใช้บริการ (N=30)		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
รูปแบบ A 	2	20	5	16.70	7	18.35
รูปแบบ B 	2	20	7	23.30	9	21.65
รูปแบบ C 	3	30	10	33.30	13	31.65
รูปแบบ D 	3	30	8	26.70	11	28.35
รวม	10	100	30	100	60	100

จากตารางที่ 1 พบว่า เจ้าของกิจการ และผู้ใช้บริการร้านน้ำชาเคลื่อนที่ มีความต้องการรูปแบบร้านน้ำชาเคลื่อนที่ที่ท้องถิ่นภาคใต้ บริเวณริมถนนราชดำเนิน อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ในภาพรวมได้แก่รูปแบบ C คิดเป็นร้อยละ 31.65 เพราะเหตุผลที่ว่าใช้เอกลักษณ์ของศิลปะการแสดงท้องถิ่น คือ หนังตะลุง โดยนำเอารูปหนังตะลุงตัวตลกย้ายเพ่ง มาใช้เป็นตัวแทนของคนท้องถิ่นภาคใต้ ที่มีลักษณะเชิญชวนให้มาดื่มกินน้ำชา กาแฟ ซึ่งเหมาะสมที่จะสร้างเป็นจุดจดจำได้ดี แต่ควรจะมีลักษณะเฉพาะของท้องถิ่นให้ชัดเจนกว่านี้ ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ จึงเสนอแนะให้นำรูปแบบ D มาผสมผสานกัน โดยการใช้รูปด้านหลังเป็นวัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร ที่สื่อเฉพาะเจาะจงถึงจังหวัดนครศรีธรรมราช แต่ถ้าจะนำไปใช้กับจังหวัดอื่นๆ ในภาคใต้ ก็ให้ใช้เอกลักษณ์หรือสิ่งที่สื่อสารแทนความเป็นจังหวัดนั้นๆ ได้ โดยมีย้ายเพ่งเป็นตัวแทนของคนท้องถิ่นภาคใต้ ส่วนชื่อร้านก็ให้ปรับเปลี่ยนตามจังหวัดไปด้วย ร้านน้ำชาเคลื่อนที่ที่ท้องถิ่นภาคใต้ ทัศนศึกษาริมถนนราชดำเนิน อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ใช้ชื่อ “ลิทอร์” เพราะเป็นชื่อเมืองเก่าในสมัยประวัติศาสตร์ของจังหวัดนครศรีธรรมราช



ภาพที่ 10 รูปแบบร้านน้ำชาเคลื่อนที่ที่ท้องถิ่นภาคใต้ บริเวณริมถนนราชดำเนิน อำเภอเมือง
จังหวัดนครศรีธรรมราช ที่ปรับเปลี่ยนตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ

หลังจากปรับเปลี่ยนตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญครั้งแรกไปแล้ว ลักษณะโดยรวมของความงามด้านรูปร่าง และรูปทรง แสดงอัตลักษณ์ได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น แต่เรขศิลป์ (Graphic) ด้านข้างร้านน้ำชาเคลื่อนที่ ยังมองดูเป็นการเน้นภาพกาแฟจนเด่นชัดมากเกินไป ไม่สอดคล้องกับการส่งเสริมภาพลักษณ์ในด้านการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว และสื่อถึงเอกลักษณ์ที่ชัดเจนของจังหวัด ผู้เชี่ยวชาญจึงแนะนำว่าควรปรับปรุงเรขศิลป์ (Graphic) สำหรับการตกแต่งด้านข้างร้านน้ำชาเคลื่อนที่ทั้ง 3 ด้าน เพื่อให้สามารถสื่อสารถึงความเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดนครศรีธรรมราช ทั้งในขณะที่ใช้งานและจัดเก็บ เพื่อให้เกิดประโยชน์ในแง่การประชาสัมพันธ์อีกทางหนึ่งด้วย จึงนำเสนอรูปแบบเรขศิลป์ของศิลปะและประเพณีที่โดดเด่นของจังหวัด

นครศรีธรรมราช อันได้แก่ ประเพณีแห่ผ้าขึ้นธาตุ วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร เสาชิงช้าบริเวณริมถนนราชดำเนิน มโนห์รา และสัญลักษณ์ของเมืองสิบสองนักษัตร ซึ่งทั้งหมดมีการจัดวางรูปแบบเพื่อดูความเหมาะสมด้านการเล่าเรื่องราวกับความสวยงาม ปรับแบบทั้งหมด 3 ครั้ง จึงสรุปแบบสุดท้าย



ภาพที่ 11 รูปด้าน (Elevation) และแบบเรขศิลป์ (Graphic) ร้านน้ำชาเคลื่อนที่
ปรับแบบตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญครั้งสุดท้าย



ภาพที่ 12 ต้นแบบ (Prototype) ร้านน้ำชาเคลื่อนที่ที่ท้องถิ่นภาคใต้ด้านต่างๆ
ที่มา: ถ่ายภาพเมื่อ พฤษภาคม 2556



ภาพที่ 13 ผลงานต้นแบบ (Prototype) ร้านน้ำชาเคลื่อนที่และการทำงาน
ที่มา : ถ่ายภาพเมื่อ พฤษภาคม 2556



ภาพที่ 14 บรรยากาศร้านน้ำชาเคลื่อนที่ท้องถิ่นภาคใต้ ริมถนนราชดำเนิน อำเภอเมือง
จังหวัดนครศรีธรรมราช
ที่มา : ถ่ายภาพเมื่อ พฤษภาคม 2556

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการประเมินความพึงพอใจของเจ้าของกิจการและผู้ใช้บริการร้านน้ำชาเคลื่อนที่ ที่ได้รับการออกแบบและพัฒนาแล้ว

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของเจ้าของกิจการร้านน้ำชาเคลื่อนที่ ที่มีต่อร้านน้ำชาเคลื่อนที่ท้องถิ่นภาคใต้ที่พัฒนาขึ้นใหม่

รายการ	เจ้าของกิจการ (N=10)		
	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ด้านสมรรถนะ (ความสามารถหน้าที่ใช้สอย)			
1.1 การออกแบบมีความสัมพันธ์กับหน้าที่ใช้สอย	4.00	0.47	มาก
1.2 การออกแบบสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้	4.00	0.66	มาก
1.3 การออกแบบโครงสร้างมีความแข็งแรง คงทน	4.70	0.48	มากที่สุด
2. ด้านความมั่นใจได้			
2.1 การออกแบบมีความสะดวกสบายในการใช้	4.20	0.63	มาก
2.2 การออกแบบโครงสร้างมีมิติที่เหมาะสมกับขนาดสัดส่วนของผู้ใช้งาน	4.70	0.48	มากที่สุด
2.3 การออกแบบโครงสร้างมีมิติที่เหมาะสมต่อพฤติกรรมการใช้งาน	4.50	0.52	มากที่สุด
3. ด้านความประทับใจเมื่อได้เป็นเจ้าของ			
3.1 การออกแบบมีความสวยงาม	4.70	0.48	มากที่สุด
3.2 การออกแบบมีเอกลักษณ์เฉพาะ	4.80	0.42	มากที่สุด
3.3 มีความประทับใจเมื่อได้เป็นเจ้าของ	4.00	0.47	มาก
รวม	4.40	0.51	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่าผลการประเมินความพึงพอใจของเจ้าของกิจการร้านน้ำชาเคลื่อนที่ ที่มีต่อร้านน้ำชาเคลื่อนที่ท้องถิ่นภาคใต้ที่พัฒนาขึ้นใหม่ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.40$, $S.D.=0.51$) โดยแยกรายละเอียดออกเป็นรายข้อได้ดังนี้ การออกแบบพื้นที่มีความสัมพันธ์กับหน้าที่ใช้สอย อยู่ในเกณฑ์ระดับพึงพอใจมาก($\bar{x}=4.00$, $S.D.=0.47$) การออกแบบสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งาน อยู่ในเกณฑ์ระดับพึงพอใจมาก($\bar{x}=4.00$, $S.D.=0.66$) การออกแบบโครงสร้างมีความแข็งแรง คงทน อยู่ในเกณฑ์ระดับพึงพอใจมากที่สุด ($\bar{x}=4.70$, $S.D.=0.48$) การออกแบบมีความสะดวกสบายในการใช้ อยู่ในเกณฑ์ระดับพึงพอใจมาก ($\bar{x}=4.20$, $S.D.=0.63$) การออกแบบโครงสร้างมีมิติที่เหมาะสมกับขนาดสัดส่วนของผู้ใช้งาน อยู่ในเกณฑ์ระดับพึงพอใจมากที่สุด ($\bar{x}=4.70$, $S.D.=0.48$) การออกแบบโครงสร้างมีมิติที่เหมาะสมต่อพฤติกรรมการใช้งาน อยู่ในเกณฑ์ระดับพึงพอใจมากที่สุด ($\bar{x}=4.50$, $S.D.=0.52$) การออกแบบมีความสวยงาม อยู่ในเกณฑ์ระดับ

พึงพอใจมากที่สุด ($\bar{x}=4.70$, $S.D.=0.48$) การออกแบบมีเอกลักษณ์เฉพาะ อยู่ในเกณฑ์ระดับพึงพอใจมากที่สุด ($\bar{x}=4.80$, $S.D.=0.42$) และมีความประทับใจเมื่อได้เป็นเจ้าของ อยู่ในเกณฑ์ระดับพึงพอใจ ($\bar{x}=4.00$, $S.D.=0.47$)

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการร้านน้ำชาเคลื่อนที่ ที่มีต่อร้านน้ำชาเคลื่อนที่ท้องถิ่นภาคใต้ที่พัฒนาขึ้นใหม่

รายการ	ผู้ให้บริการ (N=30)		
	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ด้านความมั่นใจได้			
1.1 ร้านน้ำชาแบบใหม่เพิ่มความมั่นใจมากขึ้นต่อคุณภาพการบริการ	4.30	0.59	มาก
1.2 ร้านน้ำชาแบบใหม่มีพื้นที่เหมาะสมต่อการใช้บริการ	4.53	0.50	มากที่สุด
1.3 มีความมั่นใจมากขึ้นเมื่อต้องใช้บริการ	4.30	0.46	มาก
1.4 มีความมั่นใจมากขึ้นเมื่อต้องการใช้บริการซ้ำ	4.26	0.44	มาก
2. ด้านความประทับใจ			
2.1 การออกแบบร้านน้ำชามีความสวยงาม	4.66	0.47	มากที่สุด
2.2 การออกแบบร้านน้ำชามีเอกลักษณ์เฉพาะ	4.80	0.40	มากที่สุด
2.3 มีความประทับใจเมื่อได้ใช้บริการ	4.10	0.40	มาก
รวม	4.42	0.46	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่าผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านน้ำชาเคลื่อนที่ ที่มีต่อร้านน้ำชาเคลื่อนที่ท้องถิ่นภาคใต้ที่พัฒนาขึ้นใหม่ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.42$, $S.D.=0.46$) โดยแยกรายละเอียดออกเป็นรายข้อได้ดังนี้ ร้านน้ำชาแบบใหม่เพิ่มความมั่นใจมากขึ้นต่อคุณภาพการบริการ อยู่ในเกณฑ์ระดับพึงพอใจมาก ($\bar{x}=4.30$, $S.D.=0.59$) ร้านน้ำชาแบบใหม่มีพื้นที่เหมาะสมต่อการใช้บริการ อยู่ในเกณฑ์ระดับพึงพอใจมากที่สุด ($\bar{x}=4.53$, $S.D.=0.50$) มีความมั่นใจมากขึ้นเมื่อต้องใช้บริการ อยู่ในเกณฑ์ระดับพึงพอใจมาก ($\bar{x}=4.30$, $S.D.=0.46$) มีความมั่นใจมากขึ้นเมื่อต้องการใช้บริการซ้ำ อยู่ในเกณฑ์ระดับพึงพอใจมาก ($\bar{x}=4.26$, $S.D.=0.44$) การออกแบบร้านน้ำชามีความสวยงาม อยู่ในเกณฑ์ระดับพึงพอใจมากที่สุด ($\bar{x}=4.66$, $S.D.=0.47$) การออกแบบร้านน้ำชามีเอกลักษณ์เฉพาะ อยู่ในเกณฑ์ระดับพึงพอใจมากที่สุด ($\bar{x}=4.80$, $S.D.=0.40$) มีความประทับใจเมื่อได้ใช้บริการ อยู่ในเกณฑ์ระดับพึงพอใจมาก ($\bar{x}=4.10$, $S.D.=0.40$)

สรุป

โครงการวิจัยนี้ได้นำเอาบริบท สภาพทั่วไปของเจ้าของกิจการ และความต้องการของผู้ใช้บริการ มาวิเคราะห์เพื่อพัฒนารูปแบบร้านน้ำชาเคลื่อนที่ จนสามารถผลิตต้นแบบร้านน้ำชาเคลื่อนที่ท้องถิ่นภาคใต้บริเวณริมถนนราชดำเนิน อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ขึ้นมาได้ และนำมาประเมินความพึงพอใจจากเจ้าของกิจการด้านสมรรถนะ ด้านความมั่นใจได้ และด้านความประทับใจเมื่อได้เป็นเจ้าของ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก และประเมินความพึงพอใจจากผู้ให้บริการร้านน้ำชาเคลื่อนที่ ด้านความมั่นใจได้ และด้านความประทับใจ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ต้นแบบของร้านน้ำชาเคลื่อนที่ สามารถนำไปเป็นกรณีศึกษาสำหรับการพัฒนารูปแบบร้านน้ำชาเคลื่อนที่ท้องถิ่นภาคใต้ที่ต้องการสื่อถึงเอกลักษณ์ของท้องถิ่นในจังหวัดอื่นๆ ต่อไปได้

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

ณัฐพร เทียวพานิช. (2556). “การออกแบบเลขศิลป์สิ่งแวดล้อมอัตลักษณ์ล้านนา” วารสารวิชาการ Veridian E-Journal SU ปีที่ 6, ฉบับที่ 5 (กรกฎาคม-ธันวาคม) : 16-36.

เทศบาลนครนครศรีธรรมราช. **ท่องเที่ยวเมืองนคร**. ม.ป.ท., ม.ป.ป.

----- . **ท่องเที่ยวในดินแดนอารยธรรม: นครศรีธรรมราช**. อินทนนท์ มีเดีย แพลน. ม.ป.ป.

ธรรมธร ศรีสุรีย์ไพศาล. (2556). “การออกแบบเลขศิลป์ที่แสดงอัตลักษณ์จังหวัดสมุทรสาคร” วารสารวิชาการ Veridian E-Journal SU ปีที่ 6, ฉบับที่ 4 (มกราคม-มิถุนายน) : 54-73.

ศิริธร รัตน์เจริญจร. (2544). **ร้านกาแฟ: ความหมายในวัฒนธรรมไทยยุคบริโภคนิยม**. วิทยานิพนธ์หลักสูตรสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี สาขาวิชามานุษยวิทยา บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สุธรรม ชยันต์เกียรติ. (2550). **ในร้านโกปี**. เอกสารเผยแพร่.

สุระเชษฐ์ วิชยานิช. (2547). **การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านน้ำชา อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช**. การศึกษาอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์.

เอกวิทย์ ณ ถลาง. (2544). **ภูมิปัญญาท้องถิ่น**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: อัมรินทร์.

โอปอล์ ประภาวดี. (2547). **ร้านน้ำชา: พื้นที่ที่มีความหมายของคนเมืองนครศรีธรรมราช กรณีศึกษาเขตเทศบาลเมืองนครศรีธรรมราช**. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชามานุษยวิทยา บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ภาษาต่างประเทศ

Eakawit Na Thalang. (2001). **Wisdom of Southern in Thailand**. (2nd ed.). Bangkok: Amarin.

Nakhon Si Thammarat Municipality. **Muang Nakhon Travel**. (n.p.), (n.d.)

----- . **Travel in Civilization: Nakhon Si Thammarat**. Intention Media Plan. (n.d.)

Nataporn Teawpanich. (2013). “Environmental Graphic Design for Lanna Identity” **Veridian E-Journal SU**, Vol.6 No.5 (July-December) : 16-36.

- Opal Prapavadee. (2004). **Tea House: A meaningful Public Sphere for Nakhon Si Thammarat's Urban Population and a case study of Nakhon Si Thammarat Municipality**. Thesis Master of Arts (Anthropology), Graduate School, Silpakorn University.
- Sarinthorn Ratjaroenkhajorn. (2001). **Coffeehouse: Meanings in the cultural sphere of Thai consumerism**. Thesis Master of Arts (Anthropology), Graduate School, Thammasat University.
- Surachet Vitchyavanich. (2004). **The Behavior of Nam-Cha Drinking Customers in Amphur Muang Nakhon Si Thammarat Province**. Independent Study Master of Business Administration, Graduate School, Walailak University.
- Suthum Chayunkiat. (2007). **In Kopee Shop**. Document.
- Thamathorn Srisureepisal. (2013). "Graphic Identity Design of Samutsakhon Province" **Veridian E-Journal SU**, Vol.6 No.4 (January-June) : 54-73.