

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและที่มาของปัญหา

ชิโนโปรตุกีส เป็น สถาปัตยกรรมแบบหนึ่งที่เกิดจากการผสมผสานกันระหว่างตะวันออกและตะวันตก แดบคาบสมุทรมาลายูในยุคสมัยแห่งจักรวรรดินิยมของตะวันตก ราวปี พ.ศ. 2054 สามารถพบเห็นได้ในเมืองปีนัง เมืองมะละกา ประเทศมาเลเซีย ประเทศสิงคโปร์ หรือ เมืองมาเก๊า รวมไปถึงประเทศไทย (วิกิพีเดีย, 2553) ในประเทศไทย สถาปัตยกรรมแบบชิโนโปรตุกีสจะพบมากในแถบภาคใต้โดยเฉพาะในจังหวัดภูเก็ตที่ถือได้ว่ามีอาคารแบบชิโนโปรตุกีสที่มีความสวยงามทรงคุณค่ามากที่สุด และนับเป็นเอกลักษณ์คู่บ้านคู่เมืองอย่างหนึ่ง ไม่น้อยหน้าไปกว่าเอกลักษณ์ในด้านความงามของทะเลและหมู่เกาะ คำว่าชิโนโปรตุกีสเกิดจาก คำสองคำรวมกันอันได้แก่คำว่า Sino ที่มีรากศัพท์มาจากภาษาละติน ที่มีความหมายว่า จีน ส่วนคำว่าPortuguese หมายถึง ชาวโปรตุเกส ซึ่งเป็นชาวตะวันตกชาติแรกที่เข้ามาสู่ดินแดนในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และประเทศจีน สถาปัตยกรรมดังกล่าวจึงเป็นส่วนผสมที่เกิดจากศิลปะแบบจีนและศิลปะแบบตะวันตก ผสมกันอย่างลงตัว ลักษณะเด่นที่เห็นได้ชัดอย่างหนึ่งของสถาปัตยกรรมดังกล่าวได้แก่ ลวดลายประดับอาคารที่มีความสวยงามมีลักษณะเฉพาะตนที่นอกจากด้านความงามแล้วยังสะท้อนถึงความหมาย พุทธิปัญญาและคติความเชื่อ รวมไปถึงประวัติกความเป็นมาด้วย จากความสำคัญดังกล่าว ปัจจุบันอาคารสถาปัตยกรรมแบบชิโนโปรตุกีสในหลายเมืองจึงได้รับการอนุรักษ์เป็นอย่างดี โดยเฉพาะในเขตเมืองเก่าบนเกาะมาเก๊า ประเทศจีน และในเมืองยอร์กทาวน์ บนเกาะปีนัง เป็นตัวอย่างที่ดีของการอนุรักษ์และได้รับการส่งเสริมจนเป็นที่ยอมรับในระดับสากล โดยองค์การยูเนสโก ได้ประกาศให้พื้นที่เมืองประวัติศาสตร์ทั้งสองเป็น พื้นที่มรดกโลกทางวัฒนธรรม ในปี พ.ศ. 2548 และ 2551 ตามลำดับ

สำหรับในพื้นที่เมืองเก่าภูเก็ต ปัจจุบัน เทศบาลนครภูเก็ต รวมทั้งหน่วยงานจากภาครัฐและองค์กรเอกชน องค์กรท้องถิ่นในเมืองภูเก็ต ได้ร่วมกันพัฒนาและอนุรักษ์ย่านเมืองเก่าขึ้นมา มีการกำหนดให้พื้นที่ประมาณ 210 ไร่ ซึ่งครอบคลุมถนนรัชฎา ถนนพังงา ถนนเขาวราช ถนนกระบี่ ถนนดีบุก ถนนถลาง

ถนนเทพกระษัตรี ให้เป็นพื้นที่อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมศิลปกรรม โดยออกเป็นประกาศกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2537 ได้มีการควบคุมให้พื้นที่อนุรักษ์นี้ ให้มีความสูงอาคารได้ไม่เกิน 12 เมตร และยังได้ส่งเสริมให้มีการพัฒนาอาคารในรูปแบบดั้งเดิมไว้ อย่างเช่นมีการให้เว้นช่องทางเดิน ด้านหน้า และคงรูปแบบอาคารลักษณะชิโนโปรตุกีสไว้ เพื่อให้เป็นเอกลักษณ์ของเมืองภูเก็ต (วิกิพีเรีย , 2553) นอกจากนี้ทางจังหวัดภูเก็ตร่วมกับเทศบาลนครภูเก็ตยังได้จัดทำโครงการศึกษาการเสริมสร้างกิจกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวพื้นที่ศิลปวัฒนธรรมชิโนโปรตุกีส จังหวัดภูเก็ต ด้วยเพื่อการอนุรักษ์และฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรมในเขตเมืองเก่าจังหวัดภูเก็ตได้อย่างมีมาตรฐานและยั่งยืน เพื่อนำไปสู่การกระตุ้นให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศเกิดความเติบโตอย่างสูงสุด พื้นที่เศรษฐกิจธุรกิจการค้าในเขตเมืองให้กลับมารุ่งเรือง และสร้างรายได้ให้คนภูเก็ต ตลอดจนส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตและจังหวัดภาคใต้อย่างเป็นทางการและเป็นรูปธรรมและยั่งยืน โดยมีแผนงานการปรับปรุงเส้นทางประวัติศาสตร์เขตเมืองเก่าจังหวัดภูเก็ต เน้นการสร้างบรรยากาศการชมเมืองเก่าให้เหมือนอยู่ในพิพิธภัณฑ์ขนาดใหญ่ที่มีชีวิตย้อนยุค เส้นทางชมเมืองจะมีเนื้อหาที่เป็นเอกลักษณ์และเป็นการช้อนภาพอดีตบนภาพปัจจุบันของเมืองเก่า รวมถึงการปรับปรุงสภาพแวดล้อมภายในเขตเมืองเก่า เพื่อจัดแสดงวิถีชีวิตและระบบเศรษฐกิจของชาวบาบ๋าและกลุ่มชนที่เกี่ยวข้องในสมัยก่อตั้งย่านเมืองเก่าภูเก็ต (ภูเก็ตโพสต์ , 30 กรกฎาคม 2553)

อาคารตามแบบสถาปัตยกรรมแบบชิโนโปรตุกีสในย่านเมืองเก่าภูเก็ต เป็นอาคารส่วนใหญ่สร้างขึ้นในช่วงที่พระยารัษฎานุประดิษฐ์มหิศรภักดี ดำรงตำแหน่งเทศาภิบาลมณฑลภูเก็ตในช่วง ปีพ.ศ. 2444-2456 ด้วยขณะนั้นเมืองภูเก็ตเป็นเมืองท่าค้าขายที่มีชื่อเสียงแห่งหนึ่งในคาบสมุทรมลายู และผู้คนชาวเมืองส่วนใหญ่ชาวจีนโพ้นทะเลรวมตัวกันประกอบเป็นชุมชนชาวจีนขนาดใหญ่ จึงมีความสัมพันธ์ค้าขายกับเมืองต่างๆในคาบสมุทรมลายูเป็นอย่างดี ในจำนวนเมืองท่าต่างๆ ภูเก็ตมีความใกล้ชิดกับ เมืองจอร์จทาวน์ บนเกาะปีนังมากที่สุด เนื่องด้วยระยะทาง ความสัมพันธ์ทางการค้าและความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดในลักษณะเครือญาติหรือผู้สนิทสนมกัน ทำให้อาคารสถาปัตยกรรมแบบชิโนโปรตุกีสในภูเก็ต ได้รับอิทธิพลจากรูปแบบอาคารในเมืองจอร์จทาวน์ด้วย แต่อย่างไรก็ตามในรายละเอียดของอาคารกลับมีลักษณะบางอย่างที่แตกต่างกัน มีโดยเฉพาะในส่วนของลวดลายที่ประกอบอาคารที่มีลักษณะเฉพาะตน เนื่องจากอิทธิพลของรูปแบบในช่วงเวลาสร้างที่แตกต่าง ความเชื่อและวิถีชีวิต และเทคนิควิธีที่แตกต่าง ในช่วงเวลาที่แตกต่างกันนั่นเอง

ในเรื่องผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจัดเป็นทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญอย่างหนึ่งเพราะ นอกจากเป็นการเพิ่มรายได้ให้ประชาชนแล้วยังเป็นการเน้นย้ำให้ระลึกเรื่องราวหรือเหตุการณ์และภาพ

ประทับใจจากการท่องเที่ยวในทีมนั้นๆด้วย สำหรับผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกนั้นควรเป็นสิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวเมื่อมีไว้ครอบครองเพื่อเป็นเครื่องเตือนความจำ โดยควรมีคุณค่าและมีเอกลักษณ์ในวัฒนธรรมท้องถิ่นนั้นแฝงอยู่ ซึ่งความเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละสถานที่ท่องเที่ยวจะแตกต่างกันซึ่งทำให้ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกในแต่ละพื้นที่แตกต่างกันด้วยอิทธิพลของรูปแบบ วัสดุที่ใช้ เทคนิคการทำคุณค่าและค่านิยม หรือ ประเพณีนิยมในท้องถิ่นที่แตกต่าง จากสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาพำนักที่จังหวัดภูเก็ต ในช่วงเดือนมกราคม-มิถุนายน 2553 ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พบว่ามีจำนวนนักท่องเที่ยวรวมทั้งสิ้น 1,504,286 คน เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 246,082 คน และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจำนวน 1,258,204 คน ในจำนวนนี้เป็นนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรปมากที่สุด จำนวน 633,793 คน คิดเป็นร้อยละ 50.37 (เป็นนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรปตอนเหนือ-ตอนกลางมากที่สุด รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรปตะวันตก-ตอนใต้) ถัดมาได้แก่นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชีย จำนวน 278,554 คน คิดเป็นร้อยละ 22.14 และนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคออสเตรเลียและนิวซีแลนด์ จำนวน 206,333 คน คิดเป็นร้อยละ 16.40 ตามลำดับ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2553) ดังนั้นจึงเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรปจึงมีบทบาทต่อการท่องเที่ยวในภูเก็ตมาก สำหรับการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวนั้นพบว่านักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรปตอนเหนือและตอนกลางให้ความสำคัญกับ ความสวยงาม ความมีเอกลักษณ์ สีสัน ประโยชน์ใช้สอย ขนาด-น้ำหนัก ราคา รูปร่างแปลกใหม่ และความประณีต มากที่สุดตามลำดับ (สมสกุล จีระศิลป์, 2552, หน้า 98) สำหรับนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรปตะวันตกและตอนใต้ ก็ให้ความสำคัญกับความสวยงาม ความมีเอกลักษณ์ สีสัน ประโยชน์ใช้สอย ราคาที่เหมาะสม ความประณีต รูปร่างแปลกใหม่ และขนาด-น้ำหนัก มากที่สุดตามลำดับ (สมสกุล จีระศิลป์, 2551, หน้า 110) ซึ่งเห็นได้ว่าปัจจัยในเรื่องของความสวยงาม ความมีเอกลักษณ์ และสีสัน จึงมีความสำคัญมากที่สุดโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มเป้าหมายที่สำคัญของภูเก็ต โดยนักท่องเที่ยวเหล่านี้จะให้ความสนใจและประทับใจในเรื่องของ อาหารไทย ธรรมชาติที่สวยงาม และสถาปัตยกรรม มากที่สุด (สมสกุล จีระศิลป์, 2552, หน้า 87) แต่จุดอ่อนที่เป็นข้อจำกัดของจังหวัดภูเก็ตก็คือผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกส่วนใหญ่ยังขาดความเป็นเอกลักษณ์ ของที่ระลึกพื้นเมืองค่อนข้างหายาก ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่นำมาจำหน่ายในภูเก็ตส่วนใหญ่จึงเป็นผลิตภัณฑ์จากถิ่นอื่นๆที่ขาดเอกลักษณ์ของภูเก็ตและมีจำหน่ายทั่วไปในท้องที่อื่น หากเราสร้างเอกลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกของภูเก็ตได้ก็จะช่วยเพิ่มศักยภาพให้กับผลิตภัณฑ์และการท่องเที่ยวในภาพรวมของภูเก็ตและยังช่วยสร้างสีสันและคุณค่าให้กับเมืองเก่าภูเก็ตที่อยู่ในช่วงของการฟื้นฟูชีวิตและการอนุรักษ์บ้านเมืองให้สมบูรณ์ ดังคำกล่าวของคุณอัญชัญ แกมเชย ผู้จัดการ บางกอกฟอรัม การประชุมเครือข่ายเครือข่ายฟื้นฟูเมืองเก่าให้มีชีวิต เมื่อวันที่ 17 กรกฎาคม พ.ศ. 2553 ที่พูดถึง ตลาดร้อยปีสามชุก ว่า แม้ตลาด

สามชุกจะได้รับรางวัลดีเด่นในด้านการอนุรักษ์มรดกวัฒนธรรมในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกจากองค์การยูเนสโกก็ตาม แต่ตลาดสามชุกก็มีจุดอ่อนที่ยังขาดผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ที่บอกความเป็นสามชุกทำให้สามชุกความสมบูรณ์ในตัว ในการวิจัยครั้งนี้จึงเห็นว่าควรสร้างสรรค์จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ที่บอกกล่าวถึงกันได้ดี ผู้วิจัยมีความเห็นว่าความงามที่เป็นเอกลักษณ์ของสถาปัตยกรรมแบบชิโนโปรตุกิสที่ภูเก็ต เป็นหนึ่งคำตอบ ที่บอกกล่าวถึงเอกลักษณ์และประวัติความเป็นมาของภูเก็ตได้ดี จึงเป็นโอกาส ดีที่ควรต่อยอดและสร้างสรรค์งานที่ทรงคุณค่าเพื่อเพิ่มมูลค่าให้สูงยิ่งขึ้น

ดังนั้นการวิจัยในครั้งนี้จึงเป็นการค้นหารูปแบบสถาปัตยกรรมและลวดลายประดับในสถาปัตยกรรมชิโนโปรตุกิส ที่มีความสวยงามที่เหมาะสมและเป็นอัตลักษณ์ โดยนำมาประยุกต์และสร้างสรรค์บนพื้นฐานกระบวนการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์บนรากฐานของศิลปวัฒนธรรมภูมิปัญญาพื้นถิ่น เพื่อให้เกิดการต่อยอดภูมิปัญญา สร้างมูลค่าเพิ่มและพัฒนาผลิตภัณฑ์ในเชิงพาณิชย์ รวมถึงการสร้างเอกลักษณ์สินค้าที่แตกต่างจากพื้นที่อื่น ซึ่งจะเป็นการช่วยอนุรักษ์รักษาศิลปวัฒนธรรมพื้นถิ่น ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ช่วยให้ส่งเสริมและสร้างกระบวนการเรียนรู้และสร้างฐานข้อมูลให้กับชุมชนหรือหน่วยงานที่ต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ผู้วิจัยหวังว่างานวิจัยนี้จะส่งผลให้เกิดความรักในศิลปวัฒนธรรมพื้นถิ่น ช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ช่วยเสริมสร้างกิจกรรมและการฟื้นฟูพื้นที่เมืองเก่าให้มีชีวิตชีวาเพิ่มขึ้น ทั้งหมดจะส่งผลให้เกิดการยกระดับคุณภาพชีวิต ส่งเสริมด้านการผลิตและออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจังหวัดภูเก็ตให้มีอัตลักษณ์ และมาตรฐานสามารถแข่งขันกับตลาดในระดับสากลได้และเกิดการพัฒนาในระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์และการพัฒนาที่ยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

- 1 เพื่อ ศึกษาารูปแบบสถาปัตยกรรมและลวดลายสถาปัตยกรรมชิโนโปรตุกิส
- 2 เพื่อสร้างสรรค์งานออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกโดยการนำารูปแบบสถาปัตยกรรมและลวดลายประดับสถาปัตยกรรมชิโนโปรตุกิสมาใช้และต่อยอด

ขอบเขตของโครงการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้มีขอบเขตของการศึกษาวิจัยดังต่อไปนี้

- 1.เป็นการศึกษาเพื่อค้นหารูปแบบสถาปัตยกรรมและลวดลายประดับอาคารสถาปัตยกรรมชิโนโปรตุกิสเพื่อนำาประยุกต์ใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

2 พื้นที่ที่ทำการศึกษาคือพื้นที่ในส่วน พื้นที่เมืองเก่าภูเก็ตที่เป็นพื้นที่อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ศิลปกรรม ตามประกาศกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี พ.ศ. 2537 โดยนำมาวิเคราะห์เพื่อให้ทราบ ถึงลักษณะของสถาปัตยกรรมชิโนโปรตุกิส ซึ่งจะมีส่วนช่วยในการสร้างอัตลักษณ์ในงานออกแบบ

3 พื้นที่ที่ทำการศึกษาคือพื้นที่เฉพาะในส่วนที่ตั้งของรูปแบบสถาปัตยกรรมและลวดลาย ตกแต่งสถาปัตยกรรมชิโนโปรตุกิสจำกัดเฉพาะด้านต่างๆของอาคารที่มองเห็นได้ง่ายเท่านั้น

4 ผลลัพธ์ของที่ระลึกที่ทำการศึกษาและออกแบบจะเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นของฝาก ของขวัญ หรือ ของที่ระลึก ที่มีขนาดที่สามารถพกหรือนำพาได้สะดวก โดยเน้นเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจาก วัสดุพื้นถิ่นเป็นองค์ประกอบหลัก อาทิ เช่น ผลิตภัณฑ์จากผ้า วัสดุจากเปลือกหอย-ไข่มุก หรือ ผลิตภัณฑ์ เซรามิกส์ เป็นต้น

5 ผลลัพธ์ของที่ระลึกนี้ จะเน้นกลุ่มเป้าหมายในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ และ ชาว ไทย ที่มีระดับรายได้ตั้งแต่ระดับปานกลาง ถึง ระดับสูง

คำสำคัญ (keywords) ของโครงการวิจัย

สถาปัตยกรรมชิโนโปรตุกิส , ลวดลายประดับ , สร้างสรรค์การออกแบบ , ผลลัพธ์ของที่ ระลึก

กรอบแนวความคิดของโครงการวิจัย

ในการวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้นำทฤษฎีที่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการที่สำคัญ 3 เรื่อง หลักได้แก่ การพัฒนาอย่างยั่งยืน แนวคิดเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และ หลักการออกแบบและพัฒนา ผลิตภัณฑ์ มาบูรณาการด้วยกันและกำหนดเป็นกรอบแนวคิดของโครงการวิจัย ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

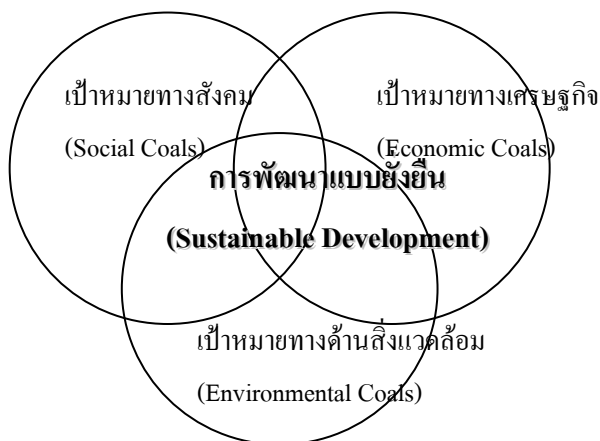
“การพัฒนาอย่างยั่งยืน” เป็นการพัฒนาที่มุ่งการสร้างสมดุลใน 3 มิติได้แก่ สังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม

มิติการพัฒนาสังคม หมายถึง การพัฒนาคน ชุมชน และสังคมให้เชื่อมโยงกับการพัฒนา เศรษฐกิจ ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ได้อย่างสมดุล ปรับตัวรู้ทันการเปลี่ยนแปลง มีจิตสำนึก และวิถีที่เกื้อกูลต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

มิติทางเศรษฐกิจ หมายถึง เศรษฐกิจที่มีเสถียรภาพอย่างต่อเนื่องในระยะยาว และเป็นการ ขยายตัวอย่างมีคุณภาพและสมดุล เอื้อประโยชน์ต่อคนส่วนใหญ่

มิติทางสิ่งแวดล้อม หมายถึง การใช้ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุล และเกื้อกูลกับคน ชุมชนและสังคม สามารถรักษาสภาพแวดล้อมได้อย่างเหมาะสมและสืบทอดถึงคนรุ่นหลังได้

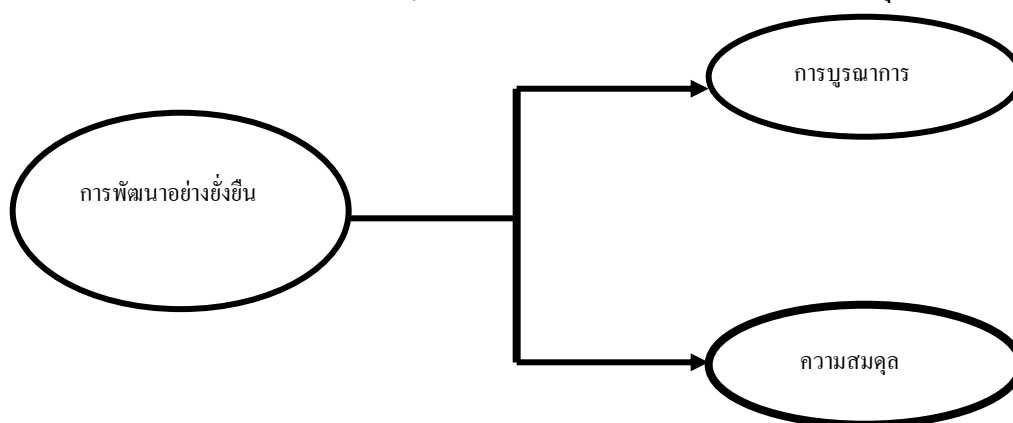
โดยการพัฒนาทุกด้านล้วนแล้วแต่มีความสัมพันธ์กันและเกี่ยวเนื่องกัน และแสดงได้โดย แผนภาพนี้



แผนภาพแสดงความสัมพันธ์ของมิติต่างๆอย่างสมดุลเพื่อนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน

นอกจากนี้พระธรรมปิฎก (ประยูร ธมฺมจิตฺโต, 2539, หน้า 58-59) ยังกล่าวว่าหัวใจของการพัฒนาที่ยั่งยืนนั้นประกอบด้วย คำศัพท์ที่นำมาจับคู่กัน 2 คู่ได้แก่ การพัฒนา กับ สิ่งแวดล้อม และ เศรษฐกิจ กับ นิเวศวิทยา โดยเห็นว่าควรให้ความเจริญทางเศรษฐกิจอยู่ภายใต้เงื่อนไขการอนุรักษ์สภาพแวดล้อม หมายความว่า การพัฒนาหรือการเติบโตทางเศรษฐกิจอยู่ในภาวะที่สิ่งแวดล้อมรองรับหรือ เจริญโดยไม่รังแกธรรมชาติหรือสภาพแวดล้อม

การพัฒนาที่ยั่งยืนนี้มีลักษณะเป็นการพัฒนาที่เป็นบูรณาการ คือทำให้เกิดเป็นองค์รวม (holistic) หมายถึงการนำองค์ประกอบต่างๆที่เกี่ยวข้องมาประสานกันครบองค์ และมีคุณภาพ



ดังนั้นธรรมชาติแวดล้อมกับเศรษฐกิจจะต้องถูกบูรณาการเข้าด้วยกัน แล้วจะเกิดสภาพที่เรียกว่า ยั่งยืนในเศรษฐกิจและในสภาพแวดล้อม หรือพูดอีกความหมายหนึ่งคือ การทำให้กิจกรรมของมนุษย์

สอดคล้องกับกฎเกณฑ์ของธรรมชาติซึ่งเป็นรากฐานของการพัฒนาที่ยั่งยืน(ประยูทธ ปยุตโต , 2539, หน้า 62-63)

จึงอาจสรุปได้ว่า กรอบ แนวความคิดการพัฒนาที่ยั่งยืนประกอบด้วย

1. การพัฒนาที่มุ่งการสร้างสามัคคีใน 3 มิติได้แก่ สังคม (คน ประกอบด้วยคนในพื้นที่และนักท่องเที่ยว และ ชุมชน) เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม
2. มีลักษณะการพัฒนาเป็นแบบบูรณาการและเกิดดุลยภาพเข้าด้วยกันเป็นองค์รวม
3. จุดมุ่งหมาย เพื่อ การทำให้กิจกรรมมนุษย์สอดคล้องกับธรรมชาติแวดล้อมอย่างเหมาะสม

แนวคิดเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ นั้นมีความเชื่อมโยงเป็นอย่างมากในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ เพราะเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็น การสร้างสรรค์สินค้าและบริการใหม่ๆ ที่ใช้ความคิด)สร้างสรรค์(ในการเชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรม เทคโนโลยี สังคมและความเป็นอยู่และบูรณาการเข้าด้วยกันอย่างเหมาะสมและลงตัว

ปัจจุบันยังไม่มีerkกำหนดคำนิยามของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่เป็นหนึ่งเดียวขึ้นอยู่กับนำไปปรับใช้ให้เข้ากับระบบเศรษฐกิจของแต่ละประเทศและองค์กรที่เกี่ยวข้องต่างๆ โดยความหมายอย่างง่ายของ “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” ซึ่งนิยามโดย John Howkins คือ การสร้างมูลค่าที่เกิดจากความคิดของมนุษย์สำหรับสาขาการผลิตที่พัฒนาไปสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ จะเรียกว่าอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industries) ซึ่งหมายถึง กลุ่มกิจกรรมการผลิตที่ต้องพึ่งพาความคิดสร้างสรรค์เป็นวัตถุดิบสำคัญ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ มีองค์ประกอบร่วมของแนวคิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ การศึกษา การสร้างสรรค์งาน และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญาที่เชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรม การสั่งสมความรู้ของสังคม และเทคโนโลยี /นวัตกรรมสมัยใหม่ (สำนักบริการข้อมูลมหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2552)

ประเทศในยุโรป เช่น ฝรั่งเศส หรืออิตาลี ล้วนเป็นประเทศที่ประสบความสำเร็จจากการใช้ การใช้เศรษฐกิจสร้างสรรค์ มาพัฒนาหรือกระตุ้นเศรษฐกิจทั้งทางตรงและทางอ้อมอย่างได้ผล ในแถบเอเชีย ประเทศเกาหลี ที่ถือเป็นตัวอย่างของการก้าวกระโดด และมุ่งมั่นใช้ "เศรษฐกิจสร้างสรรค์" เป็นอาวุธหลักสำหรับการแข่งขันในตลาดโลก จนประสบความสำเร็จอย่างน่าทึ่งและชื่นชม โดยใช้สื่อต่างๆ (Media) ในการเข้าถึงผู้บริโภคทั่วโลก ภายใต้การสนับสนุนของรัฐบาล ด้วยการจัดระบบและการจัดการ มองถึงสิ่งที่มีและพัฒนาเชื่อมโยงเพิ่มมูลค่าของที่เกาหลีมีอยู่ จากภาพยนตร์ที่สื่อถึงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม มาสู่สินค้าและบริการ จนกลายเป็นแม่เหล็กขนาดใหญ่ของการท่องเที่ยวเกาหลีที่สร้างรายได้และดึงเงิน เข้า

ประเทศได้เป็นกอบเป็นกำ ซึ่งก็สอดคล้องกับแนวคิดของ นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะที่กล่าวว่า การแข่งขันทางเศรษฐกิจ ต้องหาจุดอ่อนและดึงความเข้มแข็งของประเทศ ไทยออกมา โดยผ่านกระบวนการของความคิดที่สร้างสรรค์ และดึงทุนที่ไม่ใช่เป็นตัวเงิน แต่เป็นความคิดทางประวัติศาสตร์ ประเพณี วัฒนธรรม เพื่อดึงความเป็นไทยที่หลากหลายออกมา แล้วมาแปลงหรือต่อยอดเพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการ ซึ่งจะสามารถขับเคลื่อนให้เศรษฐกิจของไทยเติบโตไปได้อย่างมากในอนาคต และวันนี้สิ่งที่จะนำพาเศรษฐกิจเดินไปข้างหน้า คือ การมองไปในอดีตและมองไปในอนาคต ซึ่งการมองไปในอดีต คือ การนำเอาจุดแข็งของประเทศที่ถูกกลืนหายไป โดยเฉพาะทุนทางวัฒนธรรมนำมาใช้เพื่อประโยชน์ในทางเศรษฐกิจ และการมองไปข้างหน้า คือ ดูแนวโน้มความเป็นจริงของเศรษฐกิจโลก ซึ่งในระบบปัจจุบันเป็นระบบทุนนิยม ที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่พร้อมจะจ่ายเงินเพิ่มกับสินค้าที่มี การออกแบบ ซึ่งเป็นที่นิยมของคนทั่วไป (อภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ, 2552)

การพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ในการวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้นำแนวความคิดของ วิบูล ลิ้มศูวรรณ(2538) , หน้า (90ซึ่งมีแนวคิดหลักในการพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ดีต้องคำนึงความเหมาะสม 3ด้านได้แก่

1. ด้านประโยชน์ใช้สอย
2. ด้านความงาม
3. ด้านความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์

กระบวนการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ เป็นกระบวนการทำงานด้วยระบบวิธีการทางวิทยาศาสตร์ คือ เป็นกระบวนการแก้ปัญหาที่ใช้ระบบระเบียบวิธีการทดลองค้นหาเหตุผลข้อแก้ไขปรับปรุงสรุปหาแนวทางปฏิบัติหรือวิธีการออกแบบที่มีประสิทธิภาพตรงตามวัตถุประสงค์ ดังนั้น ขั้นตอนกระบวนการออกแบบจึงเป็นไปในลักษณะพัฒนาและสร้างสรรค์ (อุดมศักดิ์ สาริบุตร, 2549 , หน้า19)

สำหรับกระบวนการออกแบบนั้นมีด้วยกันหลายวิธีการ แต่วิธีการหนึ่งที่ได้รับการนิยมนั้นได้แบ่งการทำงานออกเป็น 8 ขั้นตอนดังต่อไปนี้ (นวลน้อย บุญวงษ์, 2542 ,หน้า 142-143)

1. การกำหนดขอบเขตของปัญหา (Identification of the Problem)

การนำเอาโจทย์หรือปัญหาที่ได้รับในการออกแบบมาศึกษาพิจารณาให้เข้าใจถึงเงื่อนไขต่างๆที่เกี่ยวข้องและทำการกำหนดขอบเขตการทำงานเพื่อแก้ปัญหาอย่างเหมาะสมไม่กว้างหรือแคบเกินไป

2. การค้นคว้าหาข้อมูล (Information)

การศึกษาและรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับงานออกแบบ นำมาจัดจำแนกอย่างเป็นระบบ

ตามหัวข้อที่มีความสัมพันธ์กับปัญหา ข้อมูลมีคุณค่าช่วยให้เกิดความรู้ความเข้าใจและช่วยเสนอแนะวิธีการต่างๆสำหรับแก้ปัญหา

3. การวิเคราะห์ (Analysis)

การนำข้อมูลที่จำแนกไว้แล้วมาแยกแยะ เปรียบเทียบและจัดให้เกิดความสัมพันธ์ ผลจากการวิเคราะห์จะช่วยเสนอแนะตั้งแต่ทางเลือกจนถึงเกณฑ์สำหรับการพิจารณาทางเลือกในการแก้ปัญหา

4. การสร้างแนวความคิดหลัก (Conceptual Design)

การใช้เทคนิคต่างๆ เพื่อสร้างสรรค์แนวความคิดหลักในการออกแบบ แนวความคิดหลักควรมีลักษณะที่สามารถแก้ปัญหาได้อย่างตรงประเด็น และมีความกว้างครอบคลุมการแก้ปัญหาย่อย มีความแปลกใหม่ไม่ซ้ำกับแนวทางที่เคยมีมาก่อนและยังมีลักษณะเป็นความคิด หรือ สมมุติฐานที่อาจจะยังเป็นนามธรรม นอกจากนี้แนวคิดในการออกแบบไม่จำเป็นต้องมีอยู่ครั้งเดียวโดยเฉพาะปัญหาที่มีความซับซ้อน ในระยะแรกเป็นการสร้างแนวคิดโดยรวมและเมื่อทำการออกแบบก็จะมีการสร้างแนวคิดเสริมตามไปแต่ละขั้นตอน หรือทุกระดับของการแก้ปัญหานั้น เพื่อการออกแบบลึกลงไปทุกขั้นตอนสามารถทำได้อย่างสร้างสรรค์มากขึ้น

5. การออกแบบร่าง (Preliminary Design)

การนำแนวความคิดหลักมาตีความ แปรรูปหรือประยุกต์สร้างขึ้นจากสิ่งที่เป็นนามธรรมมาให้กลายเป็นรูปธรรม มีตัวตนมองเห็นและจับต้องได้ ด้วยการร่างเป็นภาพ สอง มิติ หรือ สามมิติ หรือเป็นหุ่นจำลอง

6. การคัดเลือก (Selection)

การนำแบบร่างที่สร้างขึ้นเป็นจำนวนมากมาเปรียบเทียบ โดยที่ใช้เกณฑ์จากการวิเคราะห์เพื่อคัดเลือกหรือเลือกสรร แบบที่เหมาะสมสามารถแก้ปัญหาได้ดี มีความเป็นไปได้ในการผลิตและการตลาด

7. การออกแบบรายละเอียด(Detail Design)

การนำแบบที่ผ่านการพิจารณาคัดเลือกแล้วมาพัฒนาต่อไปจนถึงขั้นรายละเอียดของส่วนประกอบย่อยๆ เพื่อให้เกิดความสมบูรณ์ครบถ้วนยิ่งขึ้น การออกแบบรายละเอียดจะเกิดขึ้นขณะเขียนแบบ เป็นขั้นตอนสำคัญที่มีส่วนช่วยเปลี่ยนแปลงแบบที่มาจากแนวคิดธรรมดาให้มีความน่าสนใจและใช้งานได้ดี หรือในทางตรงข้ามอาจทำลายแนวคิดที่ดีให้มีคุณค่าด้อยลงได้

8. การประเมินผล (Evaluation)

การนำแบบที่สำเร็จทั้งในลักษณะ สองมิติ และสามมิติ มาทำการประเมินผลงานนั้นๆ ว่ามี

ความถูกต้องและครบถ้วนตามขอบเขตและจุดมุ่งหมายที่ตั้งไว้เพียงใด การประเมินช่วยให้รู้ระดับคุณภาพของงานออกแบบและเป็นการตรวจสอบสุดท้ายก่อนการลงทุนผลิต และจำหน่าย

สำหรับการสร้างสรรค์รูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่นั้นผู้วิจัยจะนำเทคนิคการวิเคราะห์ของ นิรัช สดสังข์ (2547, หน้า 53) มาประยุกต์ใช้ ซึ่งการวิเคราะห์สร้างสรรค์เพื่อให้ได้รูปลักษณะใหม่ของผลิตภัณฑ์ได้แก่

1. การศึกษาการทดแทน (Substitute)
2. การศึกษาการผสมผสาน(Combine)
3. การศึกษาการดัดแปลง (Adapt)
4. การศึกษาการจัดใหม่ (Rearrange)
5. การขยาย/เพิ่ม/ย่อ/ลด (Magnify - Minify)
6. การใช้วิธีอื่นๆ (Put to other uses)
7. การตัดส่วนที่ไม่จำเป็นออก (Eliminate)
8. การต่อเติมให้รายละเอียดเพิ่มเติม (Elaborate)
9. การกลับข้าง (Reverse)

วิธีการดำเนินการวิจัย

ก)วิธีการดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลทั้งปฐมภูมิและทุติยภูมิ รวมถึงการสำรวจภาคสนามเพื่อการศึกษาเป็นข้อมูลประกอบการวิจัย จากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้รับการวิเคราะห์ มาเข้าสู่กระบวนการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ซึ่งสามารถแบ่งเป็นขั้นตอนใหญ่ๆออกเป็น 2 ส่วนใหญ่ดังนี้

1. การค้นหาและรวบรวมรูปแบบสถาปัตยกรรมและลวดลายประดับสถาปัตยกรรมชิโนโปตุกิส เพื่อให้ทราบถึงบุคลิกและลักษณะของสถาปัตยกรรมและลวดลายที่เป็นอัตลักษณ์ ซึ่งประกอบด้วยขั้นตอนดังนี้

- 1.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลและวรรณกรรม/งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 1.2 สำรวจ และวิเคราะห์เปรียบเทียบ เพื่อนำมาประเมินคุณค่าจากกรณีศึกษา
- 1.3 นำผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากส่วนที่ 1 และ 2 มาสรุปและประเมินคุณค่าเพื่อทราบถึงบุคลิกและลักษณะที่เป็นอัตลักษณ์ของรูปแบบสถาปัตยกรรมและลวดลาย ประดับสถาปัตยกรรมชิโนโปตุกิส

การเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นการศึกษารวบรวมข้อมูลที่จะนำมาใช้ในการวิจัยโดยแยกออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ ได้แก่

1. ข้อมูลปฐมภูมิ เป็นข้อมูลที่ได้จากการสำรวจภาคสนามจากพื้นที่จริง ในพื้นที่เป้าหมายโดยวิธีดังต่อไปนี้

1.1 การเก็บรวบรวม สํารวจและบันทึกรูปแบบลวดลายและองค์ประกอบที่เป็น ส่วนตกแต่งในงานสถาปัตยกรรมชิโนโปรตุกีส โดยวิธีการถ่ายภาพอาคารสถาปัตยกรรม พร้อมกับรูป ขยายในส่วนละเอียดของลวดลายและองค์ประกอบตกแต่งสถาปัตยกรรมที่เป็นลักษณะเด่นของอาคาร โดยในพื้นที่ศึกษา เพื่อนำมาเปรียบเทียบ บันทึกเป็นฐานข้อมูลการออกแบบ และประเมินคุณค่า

1.2 การสอบถามและหรือสัมภาษณ์ ความคิดเห็นของผู้อาศัยหรือผู้รู้เกี่ยวกับ รูปแบบลวดลายและองค์ประกอบตกแต่งอาคารเพื่อให้ทราบถึงประวัติ ที่มา รวมถึงความเชื่อที่เกี่ยวข้อง กับสถาปัตยกรรม

2. ข้อมูลทุติยภูมิเป็นข้อมูลที่รวบรวมจากเอกสาร งานวิจัย สิ่งพิมพ์ และสื่อต่างๆจาก หน่วยงานต่างทั้งในและต่างประเทศ การวิเคราะห์เปรียบเทียบ ประเมินคุณค่า

1. การวิเคราะห์เปรียบเทียบข้อมูลปฐมภูมิเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจ ภาคสนาม เพื่อทราบถึง ลักษณะเด่นและแตกต่างของทางกายภาพของรูปแบบสถาปัตยกรรม ลวดลาย และองค์ประกอบที่เป็นส่วนดับสถาปัตยกรรม และโดยการเปรียบเทียบจากรูปถ่ายและการสัมภาษณ์

2. การวิเคราะห์ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ในเชิงเอกสารและนำมา เปรียบเทียบและวิเคราะห์ผล

3. นำผลที่ได้จากการวิเคราะห์ทั้งสองส่วนมาเปรียบเทียบเพื่อประเมินคุณค่าของรูปแบบ สถาปัตยกรรมและลวดลายที่ได้เพื่อประเมินคุณค่าและค้นหาคุณลักษณะของสถาปัตยกรรมและลวดลายที่ เป็นอัตลักษณ์

2. นำลักษณะและรูปแบบสถาปัตยกรรมและรูปแบบของลวดลายที่ได้ มาประยุกต์เข้าสู่ กระบวนการการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

2.1 ทำการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นในการทำงานวิจัย เพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับงานวิจัย เพื่อทราบถึงข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความต้องการของผู้บริโภคต่อรูปแบบของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

2.2 สรุปข้อมูลประกอบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

2.3 ผู้กระบวนกรออกแบบในขั้นตอนออกแบบผลิตภัณฑ์ฯ หลังจากนั้นจึงทำการประเมินรูปแบบ โดยการผู้เชี่ยวชาญในด้านการออกแบบที่มีประสบการณ์ในการออกแบบไม่น้อยกว่า 3 ปี จำนวนสามคน

2.4 จัดทำรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

2.5 สรุปผลการดำเนินการและรายงานผลการดำเนินงาน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ลักษณะของเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบการสังเกต การสัมภาษณ์ แบบสอบถาม และการเก็บข้อมูลรูปแบบลวดลายด้วยภาพถ่ายและการบันทึกเสียง ที่ใช้เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ซึ่งประกอบไปด้วยเครื่องมือดังต่อไปนี้

1. แบบสำรวจและ
2. แบบสอบถามและสัมภาษณ์ด้านความต้องการและความพึงพอใจของผู้บริโภค/ผู้ใช้
3. กล้องถ่ายภาพและเครื่องบันทึกเสียงเพื่อบันทึกข้อมูลที่เกี่ยวข้องในเรื่องของรูปแบบและลวดลาย

ข) สถานที่ที่ทำการวิจัยและเก็บข้อมูล

พื้นที่เมืองเก่าภูเก็ต ตามประกาศกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี พ.ศ. 2537

ค) กลุ่มเป้าหมาย

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ และ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ระดับปานกลาง ถึง ระดับสูง ผลสำเร็จของการวิจัยที่คาดว่าจะได้รับและหน่วยงานที่จะนำผลการวิจัยมาใช้ประโยชน์

1. ได้รูปแบบสถาปัตยกรรมและลวดลายประดับในสถาปัตยกรรมแบบชิโนโปรตุกิส สามารถนำมาเป็นฐานข้อมูลเพื่อการศึกษาและการอนุรักษ์ฟื้นฟูและพัฒนา สถาปัตยกรรมแบบชิโนโปรตุกิส และเป็นข้อมูลในการประยุกต์ใช้เพื่องานออกแบบ ต่างๆที่สะท้อนงานศิลปะบนสถาปัตยกรรมแบบชิโนโปรตุกิสที่มีความเป็นเอกลักษณ์
2. ได้ทราบกระบวนการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่ดีและเหมาะสม มีความเป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่น จากการประยุกต์ใช้ลวดลายประดับสถาปัตยกรรมชิโนโปรตุกิสมาสร้างสรรค์และต่อยอด
3. ได้ต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่มีความเหมาะสมและมีความเป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่น

ข. ความคุ้มค่าของโครงการวิจัย

1. ความคุ้มค่าทางการอนุรักษ์ฟื้นฟูสถาปัตยกรรมที่ทรงคุณค่าและทราบถึงวิธีการต่อยอดทุนทางศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นให้สร้างมูลค่าเพิ่ม

2. ความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจ งานวิจัยนี้จะมีส่วนเกี่ยวข้องกับกิจกรรมและการฟื้นฟูพื้นที่เมืองเก่าที่มีผลโดยตรงต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดภูเก็ต จากผลดังกล่าวจะนำมาซึ่งรายได้ที่เพิ่มขึ้นทั้งในระดับชุมชน จังหวัด และประเทศ นำไปสู่คุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของประชาชน

3. ความคุ้มค่าทางภาพลักษณ์และชื่อเสียงของจังหวัดภูเก็ตและประเทศไทย จะเป็นการช่วยเผยแพร่คุณค่าเชิงประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรมให้ชาวโลกได้รู้จักและเข้าใจดียิ่งขึ้น

กระบวนการผลักดันผลงานดังกล่าวออกสู่การใช้ประโยชน์

จัดพิมพ์เอกสารผลการวิจัยเผยแพร่ไปยังวารสารต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม การออกแบบ สถาปัตยกรรม และการท่องเที่ยว อาทิเช่น วารสารศิลปวัฒนธรรม วารสารสารคดี วารสารอาษา ฯลฯ

จัดพิมพ์เอกสารผลการวิจัยเผยแพร่ไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาทิเช่น เทศบาลนครภูเก็ต การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กรมส่งเสริมการค้าส่งออก กรมพัฒนาชุมชน หน่วยงานที่เกี่ยวข้องหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งในระดับประเทศและระดับจังหวัด ห้องสมุด สถาบันการศึกษาและมหาวิทยาลัย ฯลฯ

จัดการเผยแพร่และอบรมความรู้ที่ได้จากการวิจัยในระดับชุมชนเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ และนำเสนอผลการวิจัยเผยแพร่ในการประชุมระดับชาติ