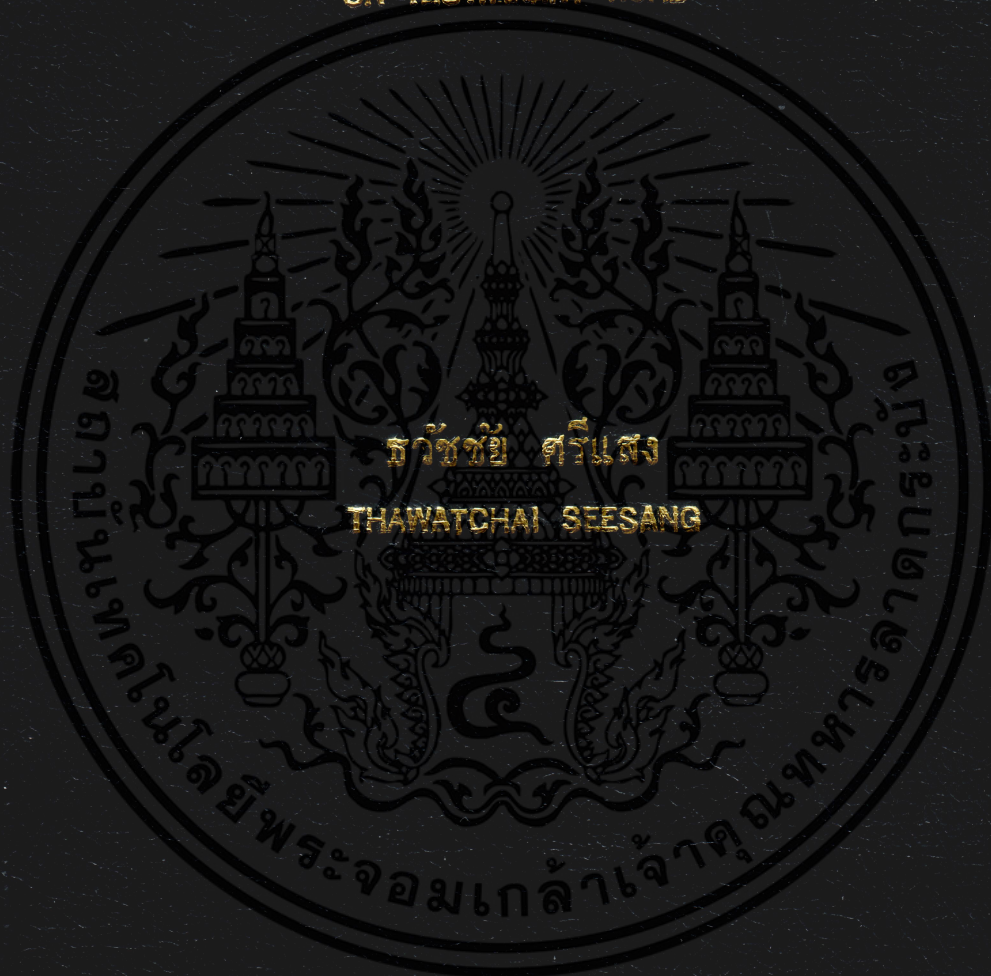


แนวทางในการควบคุมสื่อป้ายโฆษณาที่ติดตั้งกับอาคาร
ในถนนเยาวราช

THE CONCEPT OF CONTROLLING THE ADVERTISING BOARD
ON YAUWARART ROAD



จัดทำขึ้นเพื่อเป็นตัวแทนของกรมที่ดินตามหลักยุทธวิธีบูรณาการศาสตร์สู่คณาจารย์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

สาขาวิชาสถาปัตยกรรม

บัณฑิตวิทยาลัย

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พ.ศ. 2544

ISBN 974-648-085-3

แนวทางในการควบคุมสื่อป้ายโฆษณาที่ติดตั้งกับอาคาร
ในถนนเยาวราช

THE CONCEPT OF CONTROLLING THE ADVERTISING BOARD
ON YAUWARART ROAD



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาสถาปัตยกรรม

บัณฑิตวิทยาลัย

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พ.ศ. 2544

ISBN 974 - 648 - 086 - 3

ISBN 974 - 648 - 086 - 3

เลขที่ 39337

สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษานั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

**THE CONCEPT OF CONTROLLING THE ADVERTISING BOARD
ON YAUWARART ROAD**



**A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT
OF THE REQUIREMENT FOR THE DEGREE OF
MASTER OF INDUSTRIAL EDUCATION IN ARCHITECTURE
SCHOOL OF GRADUATE STUDIES
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG**

2001

ISBN 974 - 648 - 086 - 3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า



COPYRIGHT 2001

SCHOOL OF GRADUATE STUDIES

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

บัณฑิตวิทยาลัย
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ใบรับรองวิทยานิพนธ์

หัวข้อวิทยานิพนธ์ แนวทางในการควบคุมสื่อป้ายโฆษณาที่ติดตั้งกับอาคารในถนนเยาวราช
THE CONCEPT OF CONTROLLING THE ADVERTISING BOARD ON
YAUWARART ROAD

ชื่อนักศึกษา นายรัชชัย ศรีแสง

รหัสประจำตัว 41064006


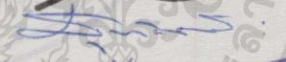
ปริญญา ครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต

สาขาวิชา สถาปัตยกรรม

อาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ อาจารย์สุรศักดิ์ กิ่งขาว

อาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ร่วม อาจารย์สุทัศน์ จุฬามานี

ดร.มาลัย จีรวัดนเกษตร์

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์	ลายมือชื่อ
อาจารย์สุรศักดิ์ กิ่งขาว	
อาจารย์สุทัศน์ จุฬามานี	
ดร.มาลัย จีรวัดนเกษตร์	
อาจารย์ไพรัตน์ พิภน้อย	
อาจารย์สมพล ดำรงเสถียร	

วัน/เดือน/ปี ที่สอบ 31 มกราคม 2544 เวลา 13.00 น. เป็นต้นไป

สถานที่สอบ ณ ห้องสมาคมศิษย์เก่าบัณฑิตศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม



วันที่ 14 เดือน สิงหาคม พ.ศ. 2544

หัวข้อวิทยานิพนธ์	แนวทางในการควบคุมสื่อป้ายโฆษณาที่ติดตั้งกับอาคารใน ถนนเยาวราช
นักศึกษา	นายรัชชัย ศรีแสง
รหัสประจำตัว	41064006
ปริญญา	ครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต
สาขาวิชา	สถาปัตยกรรม
พ.ศ.	2544
ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์	อาจารย์สุรศักดิ์ กังขาว
ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ร่วม	อาจารย์สุทัศน์ จุฬามณี ดร. มวลัย จีรวัดนเกษตร

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง แนวทางในการควบคุมสื่อป้ายโฆษณาที่ติดตั้งกับอาคารในถนนเยาวราช มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางควบคุมของพระราชบัญญัติและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับสื่อป้ายโฆษณา ผลกระทบของสื่อป้ายโฆษณาที่มีผลต่อสถาปัตยกรรมและผังเมืองในถนนเยาวราช และกำหนดแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขสื่อป้ายโฆษณาให้มีความสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมและความปลอดภัยของประชากรในปัจจุบันและอนาคต กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักวิชาการประกอบด้วย สถาปนิก นักผังเมือง เจ้าหน้าที่สำนักงานเขตสัมพันธวงศ์ กรมส่งเสริมสิ่งแวดล้อมและผู้บริโภค ประกอบด้วย ผู้อยู่อาศัยในอาคารที่ติดตั้งสื่อป้ายโฆษณา ผู้ขับขี่ยานพาหนะประชากรที่สัญจรทางเท้าในถนนเยาวราช โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิจัยจากเอกสาร การสำรวจ และการสัมภาษณ์นักวิชาการและผู้บริโภค

หลังจาก ได้ข้อมูลแล้วผู้วิจัยได้นำมาวิเคราะห์ สรุปผลการวิจัยและเสนอแนวความคิดในการควบคุมสื่อป้ายโฆษณาที่ติดตั้งกับอาคารในถนนเยาวราช

จากการวิจัยพบว่าถนนเยาวราชมีความยาว 1,430 เมตร กว้าง 20 เมตร และมีการติดตั้งป้ายโฆษณาในลักษณะต่างๆ ที่ไม่ถูกต้องตามพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร, ระเบียบกรุงเทพมหานครว่าด้วยการขออนุญาตติดตั้งป้ายโฆษณา และระเบียบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องบริเวณแยกถนนทางสวัสดิ์ไปจนถึงแยกถนนมหาจักร เป็นบริเวณที่มีป้ายโฆษณาในลักษณะต่างๆ ติดตั้งมากที่สุด บริเวณหนึ่งด้านหน้าของอาคารและได้กั้นเสาชั้นล่างของอาคาร เป็นตำแหน่งที่มีการติดตั้งป้ายโฆษณามากเป็นอันดับหนึ่ง

จากการติดตั้งป้ายโฆษณาที่ผิดกฎหมายในลักษณะต่างๆ ส่งผลเสียต่อผู้อยู่อาศัยในอาคารในเรื่องของการระบายอากาศและการถ่ายเทอากาศในอาคาร และอันตรายจากป้ายหักล้มลงมา นอกจากผู้อยู่อาศัยในอาคารแล้วยังส่งผลเสียต่อผู้สัญจรในถนน ในเรื่องของอันตรายจากป้ายหักล้มลงมา

ป้ายโฆษณาส่งผลเสียต่อชุมชนเมืองในเรื่องของป้ายคบบังทัศนียภาพและทัศนวิสัยของเมือง ทำให้เมืองขาดความเป็นระเบียบเรียบร้อย รองลงมาได้แก่ ปัญหาการที่ไม่สามารถควบคุมรูปแบบของงานสถาปัตยกรรม

แนวความคิดในการควบคุมและปรับปรุงสื่อป้ายโฆษณา ที่ติดตั้งกับอาคารในถนนเขาวราชเพื่อให้มีความสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมและองค์ประกอบอื่นๆ ตลอดจนความปลอดภัยของประชากร ดังนี้

1. ออกกฎข้อบังคับสำหรับติดตั้งป้ายโฆษณากับอาคารที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ เรื่อง ห้ามติดตั้งป้ายที่ขึ้นจากตัวอาคารสูงกว่าขอบหลังคาหรือคานฟ้าอาคาร ห้ามติดตั้งป้ายที่เป็นอาคารบนหลังคาอาคารหรือส่วนต่างๆของผนังอาคาร อนุญาตให้ติดตั้งป้ายผนังด้านหน้าอาคารที่ขอบกันสาดชั้นล่าง โดยไม่สูงกว่าขอบด้านล่างของหน้าต่างชั้นสอง

2. ออกกฎข้อบังคับสำหรับอาคารสมัยใหม่ เรื่อง อนุญาตให้ติดตั้งป้ายผนังไม่เกิน 25 % ของผนังด้านหน้าอาคาร อนุญาตให้แขวนป้ายได้กันสาดมีขนาดพื้นที่ได้ไม่เกิน 1.00 ตารางเมตร อนุญาตให้ป้ายขึ้นมีความสูงไม่เกิน 10.00 เมตร ตัวป้ายไม่สูงกว่าแนวคานฟ้า และป้ายขึ้นจากตัวอาคารได้ไม่เกิน 2.00 เมตร อนุญาตให้นำวัสดุสะท้อนแสงมาใช้ได้ไม่เกิน 10% ของพื้นที่ป้าย และป้ายโฆษณาทุกชนิดบริเวณสัญญาณไฟจราจรให้ใช้ไฟฟลูออเรสเซนต์ชนิดที่ติดตั้งภายในป้ายโฆษณา

3. โครงสร้างของป้ายโฆษณาควรสร้างด้วยวัสดุที่เป็นเหล็ก หรือวัสดุถาวรที่มีคุณภาพเทียบเท่า และควรปิดบังโครงสร้างด้วยวัสดุทนไฟ ป้ายโฆษณาควรนำสีแดง หรือสีเหลืองมาใช้เป็นสีหลัก และป้ายโฆษณาควรมีอายุการใช้งานไม่เกิน 5 ปี

จากผลการวิจัยในครั้งนี้ สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขสื่อป้ายโฆษณาในถนนเขาวราชให้มีความสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมชุมชนเมือง และความปลอดภัยของผู้อยู่อาศัย หรือเป็นข้อมูลเบื้องต้นในการจัดทำรายละเอียดข้อบังคับในการปลูกนร้างและติดตั้งสื่อป้ายโฆษณากับอาคารต่อไปในอนาคต

Thesis Title	The Concept of Controlling The Advertising Board on Yauwarart Road.
Student	Mr. Thawatchai Scesang
Student ID.	41064006
Degree	Master of Industrial Education
Programme	Architecture
Year	2001
Thesis Advisor	Mr. Surasavk Kangkue
Thesis Co-advisor	Mr. Sutaat Jufarmance Dr. Marlai Gerawatanakaset

ABSTRACT

This research is about the concept of controlling the advertising boards on Yauwarart Road, The purpose of this study was the ways of control legislation rules and that related with the advertising boards and also effect on advertising media which had to influence with both are architecture and town plan on Yauwarart Road and established to the ways of advertising boards improvement will be according to the environment and securities of the peoples in both are present and future. The sampling groups that using for this study such as the academics included with the architects , town planners, the officers of Samphantawonse District Office , Environment Support Department and the consumers with the peoples, whose live in the building which put on some advertising boards, transportation drivers, the peoples, whose passed on footpaths in Yauwarart Road area by collected data, researched from any documents and interview with the academics and the consumers.

After received data, then the researchers brought to analysis, research result and idea suggestion for controlling the advertising boards that put on the buildings on Yauwarart Road.

From the research that found on Yauwarart Road with long distance of 1,430 meters. wide of 20 meters. And put on the advertising boards in any characteristics that not correct under control building legislation, Bangkok rules as the permission to put on the advertising boards and any rules concerned such as. From Trongsawart rd. Mahajark this area havemany advertising board. In front of wall of the building and under awning at ground floor of the building were the located very much of put on the advertising board become as the first range

securities of the peoples, whose resident in that place or the basic data for provided control rule details for both construction and put on advertising boards with the building in the future.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ประสงค์ให้เอกสารนี้เป็นลิขสิทธิ์ของใครก็ตาม และผู้จัดทำขอสงวนสิทธิ์ในข้อความและข้อมูลที่มีอยู่ต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี เพราะได้รับความอนุเคราะห์ที่กรุณาจาก อาจารย์สุรศักดิ์ กังขาว อาจารย์สุทัศน์ จุฬามณี ดร.มาลัย จีรวัฒน์เกษตร์ ให้คำแนะนำและเป็นທີ່ปรึกษาในการทำวิทยานิพนธ์ ให้ความรู้และแนวความคิดในหลายด้านที่ผู้วิจัยไม่ทราบ อาจารย์สมพล ดำรงเสถียร อาจารย์ไพรัตน์ ฝึกน้อย ผู้ให้แนวคิดในช่วงแรกในการทำวิทยานิพนธ์

นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังได้รับความอนุเคราะห์ จากบุคคลและหน่วยงานอีกหลายฝ่าย อันประกอบด้วย

อาจารย์ชินศักดิ์ คัมภีกุล

อาจารย์ประจำคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

มหาวิทยาลัยศิลปากร

คุณอนันต์ เงินถาวร

เจ้าหน้าที่กองโยธาสำนักงานเขตสัมพันธวงศ์

คุณปราโมทย์ สุขประเสริฐ

เจ้าหน้าที่ฝ่ายเทศกิจ สำนักงานเขตสัมพันธวงศ์

คุณบุญอนันต์ บุญดี

เจ้าหน้าที่ฝ่ายการตลาด การเคหะแห่งชาติ

ขอขอบคุณ พ่อ แม่ สำหรับกำลังใจ และกำลังใจในการทำวิทยานิพนธ์

ขอขอบคุณเพื่อนๆ นักศึกษาทุกคนที่ช่วยเหลือให้คำแนะนำต่างๆ พร้อมทั้งช่วยตรวจทานและแก้ไขทฤษฎีอื่นๆ ที่ผิดพลาด จนสำเร็จสมบูรณ์ยิ่งขึ้นและยังให้กำลังใจต่อผู้วิจัยอย่างใกล้ชิดตลอดมา

ผู้วิจัยขอมอบวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ให้เป็นประโยชน์ต่อสังคม ผู้วิจัยหวังว่าวิทยานิพนธ์ฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ไม่มากนักน้อย

ธวัชชัย ศรีแสง

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	II
กิตติกรรมประกาศ.....	VI
สารบัญ.....	VII
สารบัญตาราง.....	X
สารบัญภาพ.....	XI
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย.....	2
1.3 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	3
1.4 ขอบเขตของการวิจัย.....	7
1.5 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย.....	8
บทที่ 2 วรรณกรรมและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	10
2.1 ประวัติความเป็นมาของเขตสัมพันธวงศ์.....	11
2.1.1 สภาพพื้นที่และภูมิประเทศ.....	12
2.1.2 สภาพแวดล้อมทางกายภาพของถนนเยาวราช.....	13
2.2 พระราชบัญญัติและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับสี่ป้ายโฆษณา.....	24
2.2.1 พระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522.....	24
2.2.2 กฎกระทรวงฉบับที่ 55 (พ.ศ. 2543) ออกตามความในพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522.....	25
2.2.3 กฎกระทรวงฉบับที่ 23 (พ.ศ. 2533) ออกตามความในพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522.....	26
2.2.4 ระเบียบกรุงเทพมหานคร ว่าด้วยการขออนุญาตติดตั้งป้ายโฆษณา พ.ศ. 2522.....	26
2.2.5 พระราชบัญญัติป้าย พ.ศ. 2510 และฉบับเพิ่มเติม พ.ศ. 2535.....	29
2.2.6 พระราชบัญญัติรักษาความสะอาด และความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบ้านเมือง พ.ศ. 2535.....	30

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ประสงค์เป็นต้นแบบหรือใช้เพื่อประโยชน์อื่นใดโดยไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์

สารบัญ(ต่อ)

หน้า

2.2.7 กฎกระทรวง (พ.ศ.2535) ออกตามความในพระราชบัญญัติรักษาความ สะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบ้านเมือง.....	31
2.2.8 บทกำหนดโทษ.....	33
2.2.9 การควบคุมการติดตั้งป้ายในบริเวณพื้นที่เฉพาะ.....	39
2.3 การขออนุญาตติดตั้งสื่อป้ายโฆษณาถาวรและสื่อป้ายโฆษณาชั่วคราว.....	39
2.4 ลักษณะของสื่อป้ายโฆษณาในต่างประเทศ.....	40
2.4.1 ลักษณะของสื่อป้ายโฆษณาในประเทศญี่ปุ่น.....	40
2.4.2 ลักษณะของสื่อป้ายโฆษณาในเกาะฮ่องกง.....	43
2.5 สภาพการติดตั้งป้ายโฆษณาและปัญหาที่เกิดขึ้นในเขตกรุงเทพมหานคร.....	45
2.6 ร่างข้อบัญญัติกรุงเทพมหานคร.....	63
2.7 การแบ่งประเภทของสื่อป้ายโฆษณา.....	71
2.8 ตำแหน่งในการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณา.....	73
2.9 ขนาดของสื่อป้ายโฆษณา.....	75
2.10 การใช้สีและแสงสว่างในสื่อป้ายโฆษณา.....	76
2.10.1 สีที่นำมาใช้ในสื่อป้ายโฆษณา.....	76
2.10.2 สีจากสื่อป้ายโฆษณาที่มีผลกระทบต่อดวงตาผู้สัญจร.....	78
2.10.3 การนำแสงสว่างไปใช้ในสื่อป้ายโฆษณา.....	79
2.10.4 ผลกระทบจากการใช้แสงสว่างในสื่อป้ายโฆษณา.....	83
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	85
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	85
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	86
3.2.1 การสร้างเครื่องมือ.....	86
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	88
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	88
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	90
4.1 การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสำรวจ.....	91

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไปวัตถุประสงค์อื่นใดโดยไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์ไว้ก่อนล่วงหน้า

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
4.2 การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์.....	109
4.2.1 การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับนักวิชาการ.....	110
4.2.2 การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับผู้บริโภค.....	130
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	136
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	136
5.2 อภิปราย.....	144
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	153
5.3.1 ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้.....	153
5.3.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป.....	154
5.3.3 ข้อเสนอแนะของพระราชบัญญัติและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับ สื่อป้ายโฆษณา.....	155
5.4 การนำเสนอแนวความคิดในการควบคุมสื่อป้ายโฆษณาที่ติดตั้งกับอาคาร.....	157
ตอนที่1แนวความคิดในการควบคุมสื่อป้ายโฆษณาที่ติดตั้งกับอาคาร ในถนนยาวราช.....	157
ตอนที่2แนวความคิดในการปรับปรุงสื่อป้ายโฆษณาที่ติดตั้งกับอาคาร ในถนนยาวราช.....	173
บรรณานุกรม.....	188
ภาคผนวก.....	190
ประวัติผู้เขียน.....	203

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1	แสดงลักษณะเปรียบเทียบป้ายโฆษณาของเกาะฮ่องกงและประเทศญี่ปุ่น.....45
2.2	แสดงข้อดีและข้อเสียในการเลือกทำเลที่ตั้ง.....74
2.3	แสดงการสะท้อนของสื่อต่างๆ คิดเป็นเปอร์เซ็นต์.....78
4.1	แสดงการจำแนกนักวิชาการตามลักษณะเพศ อายุ วุฒิการศึกษา ระยะเวลาการทำงาน.....110
4.2	แสดงการจำแนกการควบคุมเกี่ยวกับตำแหน่งหรือสถานที่ติดตั้งป้าย.....111
4.3	แสดงการจำแนกการควบคุมความสูงของป้าย.....116
4.4	แสดงการจำแนกการควบคุมสาระของการ โฆษณา.....118
4.5	แสดงการจำแนกป้ายที่ติดตั้งในถนนเยาวราชที่ผิดพระราชบัญญัติและกฎระเบียบ.....119
4.6	แสดงการจำแนกตำแหน่งในการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณา.....121
4.7	แสดงการจำแนกสภาพปัญหาในการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณา.....123
4.8	แสดงการจำแนกขนาดของสื่อป้ายโฆษณา.....126
4.9	แสดงการจำแนกการใช้สีและแสงในสื่อป้ายโฆษณา.....128
4.10	แสดงการจำแนกผู้บริโภคตามลักษณะเพศ อาชีพ อายุ วุฒิการศึกษา.....130
4.11	แสดงการจำแนกตำแหน่งในการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณา.....131
4.12	แสดงการจำแนกสภาพปัญหาในการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณา.....133
4.13	แสดงการจำแนกขนาดของสื่อป้ายโฆษณา.....135

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 แสดงแผนที่เขตสัมพันธวงศ์.....	12
2.2 แสดงลักษณะของถนนเขาวราชบริเวณวงเวียนโอเดียนต้นถนนเขาวราช ตัดถนนเจริญกรุง.....	14
2.3 แสดงลักษณะของถนนเขาวราช บริเวณถนนแปลงนาม ถนนเขาพานิช ถนนมั่งกรถึงถนนราชวงศ์.....	15
2.4 แสดงลักษณะของถนนเขาวราชบริเวณจักรวรรดิ.....	15
2.5 แสดงลักษณะทั่วไปของถนนเขาวราช.....	16
2.6 แสดงลักษณะของงานสถาปัตยกรรมในถนนเขาวราช.....	18
2.7 แสดงลักษณะอาคารที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ บริเวณถนนลำพูน ไซย ที่ถูกปิดบังและติดตั้งป้ายโฆษณาประเภทต่างๆ.....	19
2.8 แสดงลักษณะอาคารที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์บริเวณมุมถนนทรงสวัสดิ์ ที่ถูกปิดบัง และติดตั้งป้ายโฆษณาประเภทต่างๆ.....	20
2.9 แสดงลักษณะอาคารที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ บริเวณถนนเสริมสินค้าจนถึงถนน จักรวรรดิ.....	20
2.10 แสดงลักษณะของสถาปัตยกรรม ไทย-จีนยุคกลาง ที่ถูกป้ายโฆษณาปิดบังบริเวณ ถนนศุภงคี่.....	21
2.11 แสดงลักษณะของสถาปัตยกรรม ไทย-จีนยุคกลาง ที่ถูกป้ายโฆษณาปิดบังบริเวณ ถนนมั่งกร.....	22
2.12 แสดงลักษณะของสถาปัตยกรรม ไทย-จีนยุคใหม่ กับการติดตั้งป้ายโฆษณาบริเวณ บริษัทเอกธนา ตรงข้ามถนนลำพูน ไซย.....	23
2.13 แสดงลักษณะของสถาปัตยกรรม ไทย-จีนยุคใหม่ กับการติดตั้งป้ายโฆษณาบริเวณ อาคาร GRANDCHINA ถนนราชวงศ์.....	23
2.14 แสดงการควบคุมการติดตั้งป้ายโฆษณาภายในบริเวณโดยรอบพระราชวังสวนจิตรลดา.....	34
2.15 แสดงการควบคุมการติดตั้งป้ายโฆษณาภายในบริเวณกรุงรัตนโกสินทร์ชั้นใน.....	36
2.16 แสดงการควบคุมการติดตั้งป้ายโฆษณาภายในบริเวณเขตสัมพันธวงศ์.....	38
2.17 แสดง Shinjuku, Ward Tokyo. The new Tokyo Metropolis.....	41
2.18 แสดงภาพป้ายโฆษณาในย่าน Shinjuki.....	41
2.19 แสดง The historic Dotombori entertainment disfrict in central Osaka.....	42

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ก่อมลพิษใดๆ ทั้งสิ้น และต้องแจ้งไว้ล่วงหน้าก่อนการเผยแพร่เอกสารฉบับนี้

สารบัญภาพ(ต่อ)

ภาพที่	หน้า
2.20 แสดง Ginza. The mainstreet of Tokyu และ Street Kawasaki Daishi.....	43
2.21 แสดงลักษณะป้ายโฆษณาในย่าน Thim sha psui ถนนนาธาน.....	43
2.22 แสดงลักษณะป้ายโฆษณาบริเวณท่าเรือสตาร์เฟอร์รี่.....	44
2.23 แสดงลักษณะป้ายโฆษณาย่านเซ็นทรัลในเกาะฮ่องกง.....	44
2.24 แสดงป้ายโฆษณาคร่อมเหนือที่หรือทางสาธารณะ.....	46
2.25 แสดงการติดตั้งป้ายชั่วคราวที่เสาไฟฟ้า.....	46
2.26 แสดงป้ายที่ร่นจากแนวศูนย์กลางทางสาธารณะไม่เกิน 3.00 เมตร.....	47
2.27 แสดงป้ายบนอาคารที่ร่นจากเขตทางสาธารณะไม่ถึง 6.00 เมตร.....	49
2.28 แสดงป้ายโฆษณาที่ติดตั้งบังช่องลม หน้าค่าง หรือประตูของอาคาร.....	50
2.29 แสดงการติดตั้งป้ายได้กั้นเสา.....	53
2.30 แสดงป้ายโฆษณาที่ติดตั้งสูงกว่า 15.00 เมตร.....	54
2.31 แสดงป้ายโฆษณาที่ติดตั้งที่ผนังอาคารที่มีความสูงกว่าตัวอาคาร.....	55
2.32 แสดงป้ายที่เป็นอาคารบนหลังคาของอาคารและมีความสูงเกิน 2 เท่าของระยะผนัง ด้านหน้าอาคารจรดแนวถนนปากตรงข้าม.....	57
2.33 แสดงป้ายผ้าบังแดดที่แขวนในระดับต่ำกว่า 2.00 เมตร.....	59
2.34 แสดงป้ายที่ยื่นล้ำมาในเขตสาธารณะ.....	60
2.35 แสดงป้ายโฆษณาที่ใช้ข้อความขัดต่อศีลธรรม.....	62
2.36 แสดงสื่อป้ายโฆษณาที่เสื่อมสภาพที่ติดตั้งกับอาคาร.....	63
2.37 แสดงหลักการมองเห็นวัตถุของตา.....	80
2.38 แสดงตัวอย่างการติดตั้งแสงสว่างแก่ป้ายโฆษณา.....	81
2.39 แสดงการใช้หลอดแสงสีด้าควบคู่กับหลอดฟลูออเรสเซนท์.....	82
2.40 แสดงหลอดไฟกระพริบ.....	83
2.41 แสดงมุมของแสงबाटตาที่วัด 45° เป็นต้นไป.....	84
4.1 แสดงบริเวณที่มีการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณามากที่สุด.....	92
4.2 แสดงลักษณะของสื่อป้ายโฆษณาคร่อมเหนือสถานที่สาธารณะ บริเวณตรอก อิสราณูภาพ.....	93
4.3 แสดงลักษณะของสื่อป้ายโฆษณาคร่อมเหนือสถานที่สาธารณะบริเวณถนนมังกร.....	93

สารบัญภาพ(ต่อ)

ภาพที่	หน้า
4.4 แสดงป้ายบนอาคารที่รั้นแนวระยะห่างจากเขตทางสาธารณะไม่ถึง 6.00 เมตร บริเวณกัศดาการหูดตามไชน่าทาวน์ สกาล่า ถนนทรงสวัสดิ์.....	94
4.5 แสดงป้ายที่เป็นอาคาร บนหลังคาอาคาร และมีความสูงเกินสองเท่าของระยะผนัง ด้านหน้าจรดแนวถนนฟากตรงข้าม บริเวณวงเวียน โอเคียน.....	95
4.6 แสดงป้ายโฆษณาที่ติดตั้งบังช่องลม หน้าต่าง หรือประตูของอาคาร บริเวณห้างทอง โഴ่งแข่งเฮง ถนนผดุงค้ำว.....	96
4.7 แสดงการติดตั้งป้ายบังช่องลม หน้าต่าง หรือประตูของอาคาร บริเวณห้างทอง เลียงแข่งเฮง ตรอกอิสรานุกภาพ.....	96
4.8 แสดงการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณาในลักษณะแขวนได้กั้นสาด บริเวณ บริษัท เขวราชท้าว ถนนแปลงนาม.....	97
4.9 แสดงการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณาในลักษณะแขวนได้กั้นสาด บริเวณตรงข้ามตรอก อิสรานุกภาพ.....	97
4.10 แสดงป้ายโฆษณาที่ติดตั้งที่ผนังอาคาร และมีความสูงกว่าตัวอาคาร บริเวณถนน ลำพูนไชย.....	98
4.11 แสดงป้ายโฆษณาที่ติดตั้งที่ผนังอาคาร และมีความสูงกว่าตัวอาคาร บริเวณถนนผดุงค้ำว.....	98
4.12 แสดงป้ายผ้าบังแดดที่แขวนต่ำกว่า 2.00 เมตร.....	99
4.13 แสดงการแขวนผ้าบังแดดต่ำกว่า 2.00 เมตร บริเวณถนนแปลงนาม.....	99
4.14 แสดงป้ายโฆษณาที่ยื่นล้าออกมาในเขตสาธารณะ.....	100
4.15 แสดงป้ายโฆษณาที่ยื่นล้าออกมาในเขตสาธารณะ บริเวณถนนเขวพานิช.....	100
4.16 แสดงป้ายโฆษณาชั่วคราวที่ไม่ได้ติดแนบกับรั้วหรือผนังของอาคาร บริเวณ WHITE ORCHID HOTEL.....	101
4.17 แสดงป้ายโฆษณาชั่วคราวที่ไม่ได้แนบติดกับรั้วหรือผนังของอาคารบริเวณซอย เลื่อมฤทธิ.....	101
4.18 แสดงสื่อป้ายโฆษณาเสื่อมสภาพ บริเวณมุดถนนมังกร.....	102
4.19 แสดงสื่อป้ายโฆษณาเสื่อมสภาพ บริเวณถนนผดุงค้ำว.....	102
4.20 แสดงลักษณะการใช้สีในสื่อป้ายโฆษณา บริเวณถนนราชวงศ์.....	105
4.21 แสดงลักษณะการใช้สีในสื่อป้ายโฆษณา บริเวณถนนราชวงศ์.....	106
4.22 แสดงสื่อป้ายโฆษณาที่ใช้วัสดุสะท้อนแสงในทิศเหนือของถนนเขวราช.....	107

สารบัญญภาพ(ต่อ)

ภาพที่	หน้า
4.23 แสดงป้ายโฆษณาที่ติดตั้งไฟในลักษณะที่รบกวนสายตา.....	108
5.1 แสดงแนวความคิดในการเปิดมุมมองของถนน.....	157
5.2 แสดงแนวความคิดในการติดตั้งป้ายโฆษณากับอาคารที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์.....	160
5.3 แสดงแนวความคิดในการอนุรักษ์อาคารที่มีคุณค่าทางสถาปัตยกรรม.....	161
5.4 แสดงแนวความคิดในการปรับปรุงป้ายโฆษณาที่คร่อมเหนือสถานที่สาธารณะ.....	161
5.5 แสดงแนวความคิดในการปรับปรุงป้ายขนาดใหญ่ที่ติดตั้งบนอาคารที่ร่นแนวระยะห่างจากเขตทางสาธารณะไม่ถึง 6.00 เมตร.....	162
5.6 แสดงแนวความคิดในการปรับปรุงป้ายโฆษณาที่ติดตั้งบังช่องลม.....	163
5.7 แสดงแนวความคิดในการปรับปรุงป้ายโฆษณาได้กั้นสายตาชั้นล่างของอาคาร.....	164
5.8 แสดงแนวความคิดในการปรับปรุงป้ายโฆษณาที่ผนังของอาคารที่มีความสูงกว่าอาคาร.....	165
5.9 แสดงแนวความคิดในการปรับปรุงป้ายโฆษณาที่เป็นอาคารบนหลังคาอาคารและมีความสูงกว่าระดับพื้นดินเกินสองเท่าของระยะผนังด้านหน้าจุดแนวถนนปากตรงข้าม.....	166
5.10 แสดงแนวความคิดในการปรับปรุงค้ำบังแดดที่เขวนต่ำกว่า 2.00 เมตร.....	167
5.11 แสดงแนวความคิดในการปรับปรุงป้ายที่ผนังอาคารในลักษณะยื่นล้ำออกไปเหนือสถานที่สาธารณะ.....	168
5.12 แสดงแนวความคิดในการปรับปรุงป้ายโฆษณาชั่วคราวที่ไม่ได้คิดแนบกับรั้วหรือผนังของอาคาร.....	169
5.13 แสดงแนวความคิดในการปรับปรุงป้ายโฆษณาที่เสื่อมสภาพ.....	170
5.14 แสดงแนวความคิดในการควบคุมการใช้งานของป้ายโฆษณา.....	171
5.15 แสดงแนวความคิดในการนำสีไปใช้ในป้ายโฆษณา.....	171
5.16 แสดงแนวความคิดในการนำวัสดุสะท้อนแสงไปใช้ในป้ายโฆษณา.....	172
5.17 แสดงแนวความคิดในการป้องกันแสงบาดตาจากแสงไฟ.....	172
5.18 แสดงการวิเคราะห์ลักษณะทางกายภาพของถนนเยาวราช.....	173
5.19 แสดงการวิเคราะห์ตำแหน่งในการติดตั้งป้ายและตำแหน่งที่ปรับปรุงป้ายโฆษณา.....	174
5.20 แสดงการปรับปรุงป้ายโฆษณาที่ติดตั้งกับอาคารที่มีคุณค่าทางสถาปัตยกรรมบริเวณถนนท่าพรุไชย.....	175

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและสำคัญของปัญหา

จากสภาพการขยายตัวของเศรษฐกิจ อันเนื่องมาจากการแข่งขันของตลาดโลกมีแนวโน้ม ก่อให้เกิดอัตราการขยายตัวของเศรษฐกิจของประเทศภูมิภาคเอเชีย โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศไทย ส่งผลให้เกิดการแข่งขันทางการตลาดภายในประเทศมีอัตราสูงขึ้นทุกปี ซึ่งเป็นผลดีต่อผู้บริโภค สื่อโฆษณาจึงเป็นแนวทางเลือกอีกวิธีหนึ่งที่จะเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างแท้จริง ดังที่ ชินศักดิ์ ตันตกุล. (2540 : 84) ได้กล่าวว่าจากการแข่งขันทางเศรษฐกิจ การโฆษณาเป็นเครื่องมือที่สำคัญอย่างหนึ่ง การสร้างสื่อโฆษณาดีนค้าสามารถพบเห็นได้ทั่วไปและอยู่คู่กับสังคมเมืองเป็นเวลานาน ก็คือ “ป้ายโฆษณา” ซึ่งมีอยู่หลากหลายรูปแบบและหลากหลายขนาด

จากจำนวนเขตการปกครองทั้งหมด 50 เขต ในกรุงเทพมหานคร พบว่าในเขตสัมพันธวงศ์จะมีสื่อป้ายโฆษณามากถึง 4,435 ราย โดยมีอัตรารายได้เฉลี่ยจากป้ายทั้งหมด 8,822,483.45 บาท ซึ่งในจำนวนของสื่อป้ายโฆษณาเหล่านั้นจะพบว่าสื่อป้ายโฆษณาในเขตสัมพันธวงศ์มีมากเป็นอันดับ 2 ของกรุงเทพมหานคร (สำนักงานเขตสัมพันธวงศ์, 2542)

สื่อป้ายโฆษณามีลักษณะเป็นป้ายแสดงสินค้าที่ติดอยู่กับที่ เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถมองเห็น โดยมีจุดประสงค์ที่สำคัญเพื่อมุ่งเน้นเสริมแรงการจำชื่อ รวมทั้งสัญลักษณ์ของผลิตภัณฑ์สินค้าที่โฆษณา ลักษณะของป้ายโฆษณาที่ใช้ในปัจจุบันแบ่งออกเป็นป้ายโปสเตอร์ ป้ายเขียน ป้ายคบบ้าง เป็นพิเศษด้วยไฟฟ้า เป็นต้น ในส่วนของป้ายที่ติดอยู่กับที่ทั้งป้ายถาวรและป้ายชั่วคราว จะมีการติดตั้งอยู่ในตำแหน่งหรือจุดที่สามารถดึงดูดความสนใจแก่ผู้พบเห็นได้โดยทั่วไป เช่น บริเวณสี่แยก จุดตัดของถนนสายหลัก ข้างถนนสายหลัก หรือบนหลังคาของอาคารที่สามารถมองเห็นได้จากระยะไกลพอสมควร (พิบูล ทีปะปาล, 2536 : 98-100)

จากลักษณะการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณาในถนนเขาวราชจากวงเวียนโอเดียนจนถึงสี่แยกจุดตัดของถนนจักรวรรดิกับถนนเขาวราช ในเขตสัมพันธวงศ์ที่ติดตั้งกับอาคาร จะพบว่าที่ติดตั้งไม่ถูกต้องตามพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร ระเบียบกรุงเทพมหานครว่าด้วยการขออนุญาตติดตั้งป้ายโฆษณาและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. การติดตั้งป้ายคร่อมหรือเหนือสถานที่สาธารณะ
2. ป้ายหรือโครงป้ายที่ติดตั้งอยู่บนอาคารซึ่งร่นแนวระยะห่างจากเขตทาง หรือที่

สาธารณะไม่ถึง 6.00 เมตร

3. ป้ายโฆษณาที่ติดตั้งบังช่องลม หรือหน้าต่าง หรือประตูของอาคาร
4. การติดตั้งป้ายหรือโครงป้าย ได้กั้นสายตาชั้นล่างของอาคารในลักษณะแขวนเหนือทางเท้า
5. ป้ายหรือโครงป้ายที่ติดตั้งที่ผนังของอาคาร และมีความสูงกว่าตัวอาคาร
6. การปลูกสร้างป้ายที่เป็นอาคารบนหลังคาของอาคาร ซึ่งจะต้องถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของอาคารด้วย และมีความสูงจากระดับพื้นดินเกินสองเท่าของระยะจากผนังด้านหน้าของอาคารจดแนวถนนปากตรงข้าม
7. การแขวนผ้าบังแดดในระดับที่ต่ำกว่า 2.00 เมตร
8. ป้ายหรือโครงป้ายที่ติดตั้งที่ผนังของอาคาร ในลักษณะยื่นล้ำออกไปเหนือสถานที่สาธารณะ

สภาพปัญหาข้างต้นในถนนเยาวราช ทำให้เกิดผลเสียต่อภาพรวมของความเป็นองค์ประกอบของเมืองในด้านต่างๆ เช่น ก่อให้เกิดความสกปรกกรูกร้าง ทำลายความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบ้านเมือง การติดตั้งป้ายบังทัศนียภาพของสองข้างทาง ทำให้เกิดขวางการสัญจรบนทางเท้า และในบางครั้งอาจเกิดอันตรายอันเนื่องมาจากป้ายดังกล่าว ขาดความมั่นคงแข็งแรง หรือติดตั้งอยู่ในตำแหน่งที่สามารถทำให้เกิดอันตรายของผู้อยู่อาศัยในอาคาร อันเนื่องมาจากสื่อป้ายโฆษณาปิดบังช่องลมและทางหนีไฟ ตลอดจนการไม่สามารถควบคุมรูปแบบของงานสถาปัตยกรรม และรูปแบบของเมืองให้เป็นไปในทิศทางที่ดี

เพื่อให้ชุมชนในถนนเยาวราช เป็นชุมชนเมืองที่มีความเป็นระเบียบเรียบร้อยและสวยงาม ผู้วิจัยสนใจศึกษาถึงพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร และข้อกำหนดที่น่าสนใจที่เกี่ยวข้องกับป้ายโฆษณาและเมืองในส่วนของการกำหนดลักษณะของป้ายโฆษณา การขออนุญาตติดตั้งป้ายโฆษณา และการควบคุมการติดตั้งป้ายโฆษณา เพื่อเป็นแนวทางในการควบคุมและดำเนินการแก้ไขสื่อป้ายโฆษณาที่มากมายบนถนนเยาวราชในเขตสัมพันธวงศ์ ให้มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย สร้างความปลอดภัยต่อทรัพย์สินและตัวบุคคล ตลอดจนสามารถควบคุมรูปแบบของงานสถาปัตยกรรม และรูปแบบของเมืองให้เป็นไปในทิศทางที่ดี

1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

- 1.2.1 เพื่อศึกษาแนวทางควบคุมของพระราชบัญญัติและกฎระเบียบ ที่เกี่ยวข้องกับสื่อ

ป้ายโฆษณา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.2.2 ศึกษาผลกระทบของสื่อป้ายโฆษณา ที่มีผลต่อสถาปัตยกรรมและผังเมืองภายใน ถนนเยาวราช ตามความคิดเห็นของนักวิชาการ และผู้บริโภค

1.2.3 กำหนดแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขสื่อป้ายโฆษณา ให้มีความสอดคล้องกับ สภาพแวดล้อมของชุมชนเมือง และความปลอดภัยของประชากรในปัจจุบันและอนาคต

1.3 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้แยกกรอบแนวคิดออกเป็น 2 ส่วน

1. พระราชบัญญัติและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง

เนื่องจากปัจจุบันมีการติดตั้งป้ายหรือสิ่งก่อสร้างขึ้นสำหรับติดตั้งป้าย ในพื้นที่ กรุงเทพมหานคร ลักษณะต่างๆ เป็นจำนวนมาก ไม่มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย มีสภาพชำรุดไม่ มั่นคงแข็งแรง ป้ายหรือสิ่งก่อสร้างขึ้นสำหรับติดหรือตั้งป้ายโค่นล้มลงมา ก่อให้เกิดความเสียหาย หรือเป็น อันตรายต่อชีวิตและทรัพย์สินของประชาชน รวมทั้งทำลายสภาพสิ่งแวดล้อมหรือภูมิทัศน์ ของเมือง ดังนั้นเพื่อความเป็นระเบียบเรียบร้อยของเมือง การรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมหรือภูมิทัศน์ ของเมือง ความปลอดภัยในชีวิตหรือทรัพย์สินของประชาชน ความสะดวกหรือความปลอดภัยใน ด้านการจราจรหรือคมนาคมขนส่ง สมควรกำหนดมาตรการควบคุมการก่อสร้างอาคารประเภท ป้าย ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร (บทความ, สำนักงานเขตสัมพันธวงศ์, 2542 : 1).

เพื่อควบคุมการติดตั้งป้ายโฆษณาให้เป็นไปตามกฎหมาย อาศัยอำนาจตามความใน มาตรา 19 แห่งพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2518 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยการประกาศของคณะปฏิวัติ ฉบับที่ 24 ลงวันที่ 8 พฤศจิกายน พ.ศ. 2520

ข้อ 3. การขออนุญาตติดตั้งป้ายโฆษณาชั่วคราวที่เกี่ยวกับการกุศล สาธารณ- ประโยชน์ และป้ายนั้นทำด้วยผ้าหรือกระดาษซึ่งไม่เป็นอาคาร ตามพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522 ให้ยื่นคำขอรับอนุญาตตามพระราชบัญญัติรักษาความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบ้านเมือง พ.ศ. 2503 โดยใช้คำร้องขออนุญาตทำการโฆษณา (ข.ป.1) และให้ยื่นคำขอรับอนุญาตที่งานโยธา เขตท้องที่ที่จะติดตั้งป้ายโดยแจ้งรายละเอียดเพื่อประกอบการพิจารณาดังนี้

(1) ให้ยื่นคำขออนุญาตก่อนกำหนดวันติดตั้งป้ายไม่น้อยกว่า 5 วัน

(2) ให้แจ้งวัตถุประสงค์ของของการติดตั้ง สถานที่และจุดที่จะติดตั้งป้าย

โฆษณาโดยละเอียด

(3) ให้แจ้งจำนวนป้ายโฆษณา ลักษณะ ขนาด และการยึดเหนี่ยวในการติดตั้ง

ป้าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- (4) ให้แจ้งระยะเวลาการติดตั้งโฆษณาและการรื้อถอนหรือปลดออก
- (5) ให้แจ้งข้อความหรือภาพที่โฆษณาโดยละเอียดและชัดเจน
- (6) ในกรณีที่ตั้งติดตั้งในที่ดินหรืออาคารของเอกชน ต้องมีหนังสือยินยอมการติดตั้งจากเจ้าของสถานที่

ข้อ 4. การขออนุญาตติดตั้งป้ายโฆษณาถาวรและป้ายโฆษณาชั่วคราวที่มีได้ระบุไว้ในข้อ 3 ให้ยื่นคำขอรับอนุญาตที่งานโยธา เขตท้องที่ที่จะต้องติดตั้งป้าย โดยแจ้งรายละเอียดเพื่อประกอบการพิจารณาดังนี้

(1) ป้ายที่เป็นอาคารตามพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522 ต้องยื่นคำขอรับอนุญาต 2 ประเภท

(ก) ตามพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522 โดยใช้หนังสือขออนุญาตปลูกสร้างอาคาร (อ.1) พร้อมด้วยแผนผังแบบก่อสร้างและรายการก่อสร้าง

(ข) ตามพระราชบัญญัติรักษาความสะอาด และความเป็นระเบียบเรียบร้อยของ บ้านเมือง พ.ศ. 2503 โดยใช้คำร้องขออนุญาตทำการโฆษณา (จ.ป.1) พร้อมด้วยแผนผังแบบก่อสร้างและรายการก่อสร้าง

(2) ป้ายที่ไม่เป็นอาคารตามพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522 ให้ยื่นคำขอรับ อนุญาตเฉพาะการขออนุญาตตามพระราชบัญญัติรักษาความสะอาด และความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบ้านเมือง พ.ศ. 2503

(3) ต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขและแจ้งรายละเอียดตามที่กำหนดไว้ในข้อ 3 ด้วย

ข้อ 5. การขอต่ออายุใบอนุญาตตามพระราชบัญญัติรักษาความสะอาด และความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบ้านเมือง พ.ศ. 2503 ให้ใช้คำร้องขออนุญาตทำการโฆษณา (จ.ป. 1) พร้อมด้วยใบอนุญาต แผนผัง แบบก่อสร้างและรายการก่อสร้างเดิม

ข้อ 6. กรุงเทพมหานครจะแจ้งการอนุญาต หรือไม่อนุญาตสำหรับการขออนุญาตตามข้อ 3 และข้อ 4 ภายในกำหนด 5 วัน นับแต่วันที่รับคำขอ

ข้อ 7. กรุงเทพมหานครไม่อนุญาตให้ติดตั้งป้ายโฆษณาทุกชนิด โดยการติดคร่อมถนนหรือทางสาธารณะ บริเวณวงเวียน อนุสาวรีย์ สะพาน สะพานลอย สะพานลอยคนเดินข้าม เกาะกลางถนน สวนหย่อม สวนสาธารณะ บนทางเท้า ดันไม้ และเสาไฟฟ้าซึ่งอยู่ในที่สาธารณะ เว้นแต่การติดตั้งเพื่องานพระราชพิธี รัฐพิธี การต้อนรับราชอาคันตุกะ หรือแขกเมืองของรัฐบาล หรือในกรณีที่กรุงเทพมหานครได้พิจารณาเห็นสมควร

ข้อ 8. ป้ายโฆษณาตามข้อ 3 อนุญาตให้ติดตั้งได้เฉพาะการติดแนบกับรั้วหรือผนังของอาคารเท่านั้น ขนาดความสูงของป้ายต้องไม่สูงกว่าตัวอาคาร หรือรั้วที่ขออนุญาตติดตั้ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อ 9. ข้อความหรือภาพที่จะโฆษณาต้องไม่ขัดต่อกฎหมายหรือศีลธรรมอันดีงาม

ข้อ 10. การติดตั้งป้ายบนพื้นดินในที่เอกชน อนุญาตให้ติดตั้งสูงได้ไม่เกิน 15 เมตร ถ้าโครงสร้างเป็นไม้ต้องมีรัศมีห่างจากที่สาธารณะ เท่ากับความสูงของป้ายที่ติดตั้งทุกด้าน ถ้าโครงสร้างเป็นเหล็กหรือวัสดุถาวรที่มีคุณภาพเทียบเท่า อนุญาตให้ติดตั้งชิดเขตสาธารณะได้ ขอบล่างของป้ายที่ไม่มีแสงไฟต้องสูงไม่น้อยกว่า 2.00 เมตร ถ้ามีแสงไฟความสูงดังกล่าวต้องไม่น้อยกว่า 5.00 เมตร

ข้อ 11. ป้ายโฆษณาที่เป็นอาคารต้องติดตั้ง โดยไม่บังช่องลมหน้าค่างหรือประตูและต้องติดตั้งด้วยวัสดุอันถาวรและมั่นคงแข็งแรง

ข้อ 12. ป้ายหรือโครงป้ายที่ติดตั้งบนอาคาร ต้องห่างจากเขตทางหรือที่สาธารณะไม่น้อยกว่า 6.00 เมตร และอนุญาตให้ติดตั้งได้เฉพาะบนหลังคา หรือคาค้ำที่เป็นคอนกรีตเสริมเหล็กเท่านั้น

ข้อ 13. ป้ายหรือโครงป้ายที่ติดตั้งที่ผนังของอาคารห้ามติดตั้งสูงกว่าตัวอาคาร และห้ามยื่นล้ำออกไปเหนือที่ หรือเขตทางสาธารณะ

ข้อ 14. ห้ามติดตั้งป้ายหรือโครงป้ายได้กั้นสาครันล่างของอาคาร เว้นแต่ป้ายแจ้งชื่อร้านที่ติดตั้งแบบผนังด้านหน้าของอาคาร โดยยื่นจากผนังอาคารได้ไม่เกิน 0.10 เมตร

ข้อ 15. การติดตั้งป้ายโฆษณาที่อาคารและสูงเกินกว่า 3.25 เมตร แต่ไม่เกิน 5.00 เมตร ตัวป้ายโฆษณาต้องสูงไม่เกิน 1.50 เมตร และต้องห่างจากผนังอาคารไม่น้อยกว่า 0.50 เมตร ส่วนยื่นของตัวป้ายต้องหลบจากปลายกันสาดไม่น้อยกว่า 0.25 เมตร

ป้ายโฆษณาที่ติดตั้งขนานกับแนวกันสาดจะต้องหลบจากปลายกันสาดไม่น้อยกว่า 0.25 เมตร

ข้อ 16. การติดตั้งป้ายโฆษณาที่อาคารและสูงเกินกว่า 5.00 เมตร ตัวป้ายให้ยื่นจากผนังอาคารได้ไม่เกินส่วนยื่นของกันสาด

ข้อ 18. เมื่อครบกำหนดการอนุญาตแล้วจะต้องรื้อถอนหรือปลดออกให้เรียบร้อยภายในเวลาที่กำหนด

ข้อ 19. ผู้ที่ได้รับอนุญาตต้องเขียนเลขที่และวันที่ของหนังสืออนุญาตของเจ้าพนักงานท้องถิ่น แสดงไว้ที่ป้ายทุกป้ายที่ได้รับอนุญาต

ข้อ 20. ห้ามโฆษณาที่ฝ่าบังแดดยกเว้นค่าขวัญของทางราชการ และส่วนค่าสุดของฝ่าบังแดดต้องสูงไม่น้อยกว่า 2.00 เมตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อ 21. ต้องรักษาความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อย ตลอดระยะเวลาที่ป้าย ซึ่งได้รับอนุญาตติดตั้งอยู่

ป้ายโฆษณาที่ได้รับอนุญาตก่อนระเบียบนี้ใช้บังคับ ถ้าขัดกับระเบียบนี้ห้ามทำการต่อเติมหรือคัดแปลง เว้นแต่จะแก้ไขเพื่อให้ถูกต้องตามระเบียบนี้ (ระเบียบกรุงเทพมหานคร ว่าด้วยการขออนุญาตติดตั้งป้ายโฆษณา (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2522)

2. สภาพแวดล้อมทางกายภาพ

สื่อป้ายโฆษณาที่ติดตั้งกับอาคาร ถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของอาคารและสภาพแวดล้อมทางกายภาพของชุมชน การออกแบบที่ดีจะมีส่วนช่วยในการกำหนดสภาพแวดล้อมของชุมชน ในการจัดระเบียบให้กับองค์ประกอบต่างๆ ทางกายภาพ เพื่อให้เกิดสุนทรียภาพของรูปทรง (formal esthetics) และสภาพแวดล้อม

สภาพแวดล้อมข้างเคียงนั้น หมายความว่าถึงลักษณะทางธรรมชาติของภูมิประเทศ และสิ่งก่อสร้างที่มีอยู่เดิมโดยรอบบริเวณที่ก่อสร้าง ที่จะต้องออกแบบอาคารขึ้นมาใหม่ สถาปนิกจึงต้องศึกษาสภาพแวดล้อมเหล่านี้ และนำไปประกอบในการพิจารณาว่าตำแหน่งที่ตั้งอาคารลงในเนื้อที่ดิน เพื่อหลีกเลี่ยงที่จะกระทบกระเทือนต่ออาคารที่จะออกแบบ เช่น ต้องพิจารณาว่า อาคารข้างเคียงที่มีอยู่เดิม จะบดบังทิศทางลมของอาคารใหม่หรือไม่ ตลอดจนอยู่ในระยะใกล้ หรือมีมุมมองที่จะเห็นกันจนถึงขั้นเสียความเป็นส่วนตัว (privacy) ของอาคารที่จะต้องออกแบบขึ้นมาใหม่เพียงใด จะวางตัวอาคารไว้ส่วนใด (มุสดี ทิพทัส, 2536 : 7)

การติดตั้งสื่อป้ายโฆษณา ควรมีความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมทางกายภาพของเมือง โสภาคย์ ผาสุขนิรันดร์ (2537:108) ได้กล่าวว่า สื่อโฆษณาควรมีการกำหนดในแง่ของสถาปัตยกรรมและชนิดของการโฆษณา ควรเหมาะสมกับตำแหน่งที่ตั้ง การโฆษณาเดี่ยวซึ่งเป็นการกีดขวางอย่างชัดเจน เป็นสิ่งที่ขัดแย้งต่อทัศนียภาพแต่การออกแบบการ โฆษณารวมไว้หลาย ๆ อย่าง สามารถทำให้เกิดความสับสนในการมองเห็น การใช้ไฟสีโดยเฉพาะไฟกระพริบ อาจทำให้เกิดอันตรายต่อการสัญจรของรถยนต์ เพราะความสับสนในเครื่องหมายจราจร

ในสหราชอาณาจักร สื่อโฆษณาเป็นสิ่งที่มีการควบคุมอย่างเข้มงวดทางกฎหมาย คำจำกัดความของการโฆษณา ซึ่งรวมถึงรั้วกั้นและโครงสร้างที่คล้ายคลึงเป็นที่เข้าใจ และมีกฎเกณฑ์สำหรับที่ซึ่งอยู่ภายใต้เงื่อนไขให้มีการโฆษณาได้ โดยทั่วไปบริเวณที่มีการควบคุมพิเศษเป็นที่ๆ ไม่อนุญาตให้มีการโฆษณา ส่วนในที่อื่นๆ ต้องมีการพิจารณาเป็นเฉพาะรายการควบคุม เช่นนี้ ทำให้มีผลในการป้องกันการใช้อย่างผิดๆ ในบริเวณชนบทและชุมชน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สรุปแนวคิดบทความสำนักงานเขตสัมพันธวงศ์, ระเบียบกรุงเทพมหานคร, ผุสดีทิพทัส และโสภาค ผาสุขนิรันดร์ ผู้วิจัยได้แนวคิดในการศึกษาแนวทางในการควบคุมป้ายโฆษณา ดังต่อไปนี้ คือ

1. พระราชบัญญัติและกฎระเบียบ ที่เกี่ยวข้องกับสื่อป้ายโฆษณา
2. สภาพแวดล้อมในการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณา
 - 2.1 ตำแหน่งในการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณา
 - 2.2 สภาพปัญหาในการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณา
 - 2.3 ขนาดของสื่อป้ายโฆษณา
 - 2.4 การใช้สีและแสงในสื่อป้ายโฆษณา

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งศึกษาพระราชบัญญัติและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับสื่อป้ายโฆษณา โดยผู้วิจัย ได้เลือกทำการศึกษาเฉพาะถนนเยาวราชภายในเขตสัมพันธวงศ์

1.4.1 ทำการศึกษาเฉพาะปัญหาที่จากการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณา กับอาคารที่ผิดพระราชบัญญัติและกฎระเบียบต่างๆ

1.4.2 ผู้วิจัยได้เลือกทำการศึกษาเฉพาะสื่อป้ายโฆษณา ที่ติดตั้งกับอาคารบนถนนเยาวราช ตั้งแต่วงเวียนโอเคียน ไปจนถึงสี่แยกจุดตัดของถนนจักรวรรดิกับถนนเยาวราช ในเขตสัมพันธวงศ์ ในเรื่องของพระราชบัญญัติและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง

1.4.3 ประชากรที่ทำการศึกษาได้แก่ นักวิชาการ (สถาปนิก นักผังเมือง เจ้าหน้าที่สำนักงานเขตสัมพันธวงศ์ และกรมส่งเสริมสิ่งแวดล้อม) ผู้บริโภค (ผู้อยู่อาศัยในอาคารที่ติดตั้งสื่อป้ายโฆษณา, ผู้ขับขี่รถยนต์พาหนะ และประชาชนที่สัญจรบนถนนเยาวราช)

1.4.4 ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างเป็นแบบเจาะจง ดังนี้ นักวิชาการ จำนวน 50 ท่าน (สถาปนิก 15 ท่าน นักผังเมือง 15 ท่าน เจ้าหน้าที่สำนักงานเขตสัมพันธวงศ์ 10 ท่าน กรมส่งเสริมสิ่งแวดล้อม 10 ท่าน) ผู้บริโภค จำนวน 150 ท่าน (ผู้อยู่อาศัยในอาคารที่ติดตั้งสื่อป้ายโฆษณา 50 ท่าน ผู้ขับขี่รถยนต์พาหนะ 50 ท่าน ประชากรที่สัญจรในถนนเยาวราช 50 ท่าน)

1.4.5 ตัวแปรที่ทำการศึกษาประกอบด้วย พระราชบัญญัติและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับสื่อป้ายโฆษณา และสภาพแวดล้อมในการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณา (ตำแหน่งในการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณา สภาพปัญหาในการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณา ขนาดของสื่อป้ายโฆษณา และการใช้สีและแสงในสื่อป้ายโฆษณา)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.4.6 ศึกษาสื่อป้ายโฆษณาที่ติดตั้งก่อน และหลังระเบียบกรุงเทพมหานครว่าด้วยการขออนุญาตติดตั้งป้ายโฆษณา พ.ศ. 2522

1.5 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

1. นักวิชาการ หมายถึง บุคคลที่มีความรู้และมีความเข้าใจในสื่อป้ายโฆษณา ซึ่งประกอบไปด้วย สถาปนิก นักผังเมือง เจ้าหน้าที่สำนักงานเขตสัมพันธวงศ์ และเจ้าหน้าที่กรมส่งเสริมสิ่งแวดล้อม
2. ผู้บริโภค หมายถึง บุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับสื่อป้ายโฆษณาในถนนเยาวราช ซึ่งประกอบไปด้วย ผู้อยู่อาศัยในอาคารที่ติดตั้งสื่อป้ายโฆษณา ผู้ขับขี่รถยนต์ผ่านถนนเยาวราช และประชากรที่สัญจรบนถนนเยาวราช
3. ถนนเยาวราช หมายถึง ถนนสายหลักในเขตสัมพันธวงศ์ ซึ่งมีความยาว 1,430 เมตร กว้าง 20 เมตร สร้างขึ้นในสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5
4. พระราชบัญญัติและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับสื่อป้ายโฆษณา หมายถึง กติกาของสังคม ที่มีผลบังคับใช้ในเรื่องของสื่อป้ายโฆษณา ที่มีผลบังคับให้ทุกคนต้องปฏิบัติตาม เช่น พระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522, กฎกระทรวง ฉบับที่ 23 พ.ศ. 2533 ออกตามความในพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522, ระเบียบกรุงเทพมหานคร ว่าด้วยการขออนุญาตติดตั้งป้ายโฆษณา พ.ศ. 2522, พระราชบัญญัติภาษีป้าย พ.ศ. 2510, พระราชบัญญัติรักษาความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบ้านเมือง พ.ศ. 2535
5. สภาพแวดล้อมในการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณา หมายถึง สภาพแวดล้อมทางกายภาพของเมือง (physical) ที่สามารถสัมผัสได้ด้วยตา (Visaul) อันเกิดขึ้นจากการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณา
 - ตำแหน่งในการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณา หมายถึง บริเวณ และสถานที่ในการยึดติดและติดตั้งสื่อป้ายโฆษณากับอาคารต่างๆในถนนเยาวราช
 - สภาพปัญหาในการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณา หมายถึง ผลกระทบ และผลเสียที่เกิดจากการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณากับอาคารที่ผิดพระราชบัญญัติ และส่งผลกระทบต่อประชากร สภาพแวดล้อมของชุมชนเมือง และองค์ประกอบของเมืองในด้านต่างๆ
 - ขนาดของสื่อป้ายโฆษณา หมายถึง สัดส่วน และรูปทรงของตัวป้ายโฆษณาที่ติดตั้งกับอาคาร เป็นเป้าหมายที่ปรากฏออกมาจากสิ่งแวดล้อมที่ประกอบอยู่ในบริเวณนั้นๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- การใช้สีและแสงในสื่อป้ายโฆษณา หมายถึง การนำเอาสีต่างๆ และแสงสว่างมาใช้
ในสื่อป้ายโฆษณา เพื่อให้ป้ายโฆษณามีความโดดเด่น และสามารถใช้ประโยชน์ได้ในตอนกลาง
คืน เพื่อประโยชน์ในการสื่อสาร และการจดจำสัญลักษณ์ของสินค้า



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

วรรณกรรมและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาวิจัย ให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ โดยมีหัวข้อดังต่อไปนี้

2.1 ประวัติความเป็นมาของเขตสัมพันธวงศ์

2.1.1 สภาพพื้นที่และภูมิประเทศ

2.1.2 สภาพแวดล้อมทางกายภาพของถนนเยาวราช

2.2 พระราชบัญญัติและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับสื่อป้ายโฆษณา

2.2.1 พระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522

2.2.2 กฎกระทรวงฉบับที่ 55 (พ.ศ. 2543) ออกตามความในพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522

2.2.3 กฎกระทรวงฉบับที่ 23 (พ.ศ. 2533) ออกตามความในพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522

2.2.4 ระเบียบกรุงเทพมหานคร ว่าด้วยการขออนุญาตติดตั้งป้ายโฆษณา พ.ศ. 2522

2.2.5 พระราชบัญญัติกัมปาย พ.ศ. 2510 และฉบับเพิ่มเติม พ.ศ. 2535

2.2.6 พระราชบัญญัติรักษาความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบ้านเมือง พ.ศ. 2535

2.2.7 กฎกระทรวง (พ.ศ. 2535) ออกตามความในพระราชบัญญัติรักษาความสะอาด และความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบ้านเมือง พ.ศ. 2535

2.2.8 บทกำหนดโทษ

2.2.9 การควบคุมการติดตั้งป้ายในบริเวณพื้นที่เฉพาะ

2.3 การขออนุญาตติดตั้งป้ายโฆษณาถาวรและป้ายโฆษณาชั่วคราว

2.4 ลักษณะของสื่อป้ายโฆษณาในต่างประเทศ

2.4.1 ลักษณะของสื่อป้ายโฆษณาในประเทศญี่ปุ่น

2.4.2 ในลักษณะของสื่อป้ายโฆษณาในเกาะฮ่องกง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- 2.5 สภาพการติดตั้งป้ายโฆษณาและปัญหาที่เกิดขึ้นในเขตกรุงเทพมหานคร
- 2.6 ร่างข้อบัญญัติกรุงเทพมหานคร
- 2.7 การแบ่งประเภทของสื่อป้ายโฆษณา
- 2.8 ตำแหน่งในการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณา
- 2.9 ขนาดของสื่อป้ายโฆษณา
- 2.10 การใช้สีและแสงสว่างในสื่อป้ายโฆษณา
 - 2.10.1 สีที่นำมาใช้ในสื่อป้ายโฆษณา
 - 2.10.2 สีจากสื่อป้ายโฆษณาที่มีผลกระทบต่อดวงตาผู้สัญจร
 - 2.10.3 การนำแสงสว่างไปใช้ในสื่อป้ายโฆษณา
 - 2.10.4 ผลกระทบจากการใช้แสงสว่างในสื่อป้ายโฆษณา

2.1 ประวัติความเป็นมาของเขตสัมพันธวงศ์

ในปี พ.ศ. 2457 (สมัยรัชกาลที่ 6) สัมพันธวงศ์ มีฐานะเป็นอำเภอ เรียกอำเภอสัมพันธวงศ์ มีที่ว่าการอำเภอตั้งอยู่ที่สามแยกถนนทรงวาด ตัดกับถนนปทุมคงคา ตำบลศาลเจ้าแม่ทับทิม ซึ่งอยู่ในเขตของวัดสัมพันธวงศ์ (วัดเกาะ) ดังนั้น ชื่อของอำเภอสัมพันธวงศ์คงตั้งตามชื่อวัดนั่นเอง ในสมัยนั้นจัดการปกครองออกเป็น 14 ตำบล ในปี พ.ศ. 2476 ที่ว่าการอำเภอได้ย้ายไปตั้งใหม่ในบริเวณป้อมป้องปิศาจจิ้งจอก ตำบลตลาดน้อย โดยก่อนหน้านั้นในปี พ.ศ. 2469 ได้มีการยุบโอนอำเภอสามแยก ซึ่งมี 6 ตำบล ไปรวมกับอำเภอสัมพันธวงศ์ ต่อมาในปี พ.ศ. 2476 ได้ยุบโอนอำเภอจักรวรรดิ ซึ่งมี 18 ตำบล ไปรวมกับอำเภอสัมพันธวงศ์เช่นกัน และได้มีการแบ่งการปกครองใหม่ทั้งหมด โดยได้กลายมาเป็นอำเภอสัมพันธวงศ์ที่มี 3 ตำบล คือ ตำบลตลาดน้อย ตำบลสัมพันธวงศ์ และตำบลจักรวรรดิ

ในปี พ.ศ. 2514 ได้มีประกาศคณะปฏิวัติฉบับที่ 24 ลงวันที่ 21 ธันวาคม พ.ศ. 2514 รวมเอาเขตจังหวัดพระนคร และจังหวัดธนบุรีเข้าด้วยกัน เรียกว่า “นครหลวงกรุงเทพธนบุรี” ซึ่งต่อมาได้เปลี่ยนมาเป็นกรุงเทพมหานคร ตามประกาศคณะปฏิวัติ ฉบับที่ 335 ลงวันที่ 13 ธันวาคม พ.ศ. 2515 ต่อมาในปี พ.ศ. 2516 มีพระราชกฤษฎีกาแบ่งพื้นที่กรุงเทพมหานคร ออกเป็น 24 เขต อำเภอสัมพันธวงศ์ จึงกลายมาเป็นเขตสัมพันธวงศ์ ตำบลต่างๆ ก็กลายมาเป็นแขวง คือ แขวงตลาดน้อย แขวงสัมพันธวงศ์ และแขวงจักรวรรดิ ที่ทำการเขตเดิมเป็นอาคารไม้ 2 ชั้น ได้เกิดเพลิงไหม้ในปี พ.ศ. 2516 ซึ่งได้มีการสร้างใหม่เป็นตึก 5 ชั้น ตั้งอยู่บ้านเลขที่ 37 ถนนโยธา แขวงตลาดน้อย และเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในปัจจุบันเขตสัมพันธวงศ์เป็นเขตหนึ่งใน 50 เขตของกรุงเทพมหานคร (ข้อมูลทั่วไปสำนักงานเขตสัมพันธวงศ์, 2542)

2.1.1 สภาพพื้นที่และภูมิประเทศ

เขตสัมพันธวงศ์ มีพื้นที่ทั้งหมดประมาณ 1.43 ตารางกิโลเมตร เป็นเขตกลุ่มชั้นในขนาดเล็กที่มีพื้นที่น้อยที่สุดของกรุงเทพมหานคร เป็นที่ราบฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาตอนเหนือ มีอาณาเขตติดต่อดังต่อไปนี้

ทิศเหนือ จรดถนนเจริญกรุงจากสะพานเจริญสุวาศีถึงสะพานดำรงสถิตย์

ทิศใต้ จรดแม่น้ำเจ้าพระยาจากปากคลองผดุงกรุงเกษมถึงปากคลองโอ่งอ่าง

ทิศตะวันออก จรดคลองผดุงกรุงเกษมจากสะพานเจริญสุวาศีถึงปากคลองผดุงกรุงเกษมออกแม่น้ำเจ้าพระยา

ทิศตะวันตก จรดคลองโอ่งอ่างจากสะพานดำรงสถิตย์ถึงปากคลองโอ่งอ่างออกแม่น้ำเจ้าพระยา



ภาพที่ 2.1 แสดงแผนที่สัมพันธวงศ์

มีจำนวนประชากรทั้งสิ้น 38,072 คน แบ่งชายจำนวน 19,403 คน และหญิงจำนวน 18,624 คน โดยแบ่งการปกครอง ออกเป็น 3 แขวง ได้แก่ แขวงจักรวรรดิ แขวงสัมพันธวงศ์ และ แขวงตลาดน้อย (ข้อมูลทั่วไปสำนักงานเขตสัมพันธวงศ์, 2542)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา กรุงเทพมหานคร เขต 1 ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.2 สภาพแวดล้อมทางกายภาพของถนนเยาวราช

2.1.2.1 ประวัติของถนนเยาวราช

เยาวราช เป็นชุมชนเก่าของชาวไทยเชื้อสายจีน ที่ตั้งรกรากอยู่กันมานานกว่า 100 ปี ที่พื้นที่บริเวณนี้ วิธีการดำเนินชีวิตความเป็นชุมชนชาวจีนอย่างค่อนเนื่อง และยังคงรักษาวัฒนธรรมจีนที่ได้รับสืบทอดจากบรรพบุรุษ เปรียบเสมือนวิญญูณหล่อเลี้ยงชนรุ่นหลังให้ดำรง ชีวิตได้อย่างสมบูรณ์

ถนนเยาวราชเป็นหนึ่งในโครงการถนนตัดใหม่ 18 สาย ในรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 เมื่อปี พ.ศ. 2434 ซึ่งมี กรมขุนนริศรานุวัดติวงศ์ ซึ่งในขณะนั้นเป็นเสนาบดีกระทรวงโยธาธิการ แต่ปัจจุบันนี้ “ย่านเยาวราช” ไม่ได้หมายถึงบริเวณพื้นที่ที่ ถนนเยาวราชเท่านั้น แต่จะครอบคลุมบริเวณถนนจักรวรรดิ ถนนราชวงศ์ ถนนเจริญกรุงในช่วงที่ขนานกันกับถนนเยาวราช ถนนมิตรสัมพันธ์ และถนนทรงวาด ถนนเลียบบแม่น้ำเจ้าพระยา พื้นที่บริเวณนี้เป็นที่ตั้งรกรากดั้งเดิมของชาวจีนที่อพยพมาจากแผ่นดินใหญ่ ตั้งแต่กรุงรัตนโกสินทร์ตอนต้นจนถึงช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่สอง

ชาวจีนดั้งเดิมตั้งรกรากอยู่ในละแวกที่เป็นท้องสนามหลวงในปัจจุบัน ครั้งเมื่อองค์พุทธยอดฟ้าจุฬาโลก ปฐมกษัตริย์แห่งราชวงศ์จักรี มีพระบรมราชโองการให้สร้างพระบรมมหาราชวังขึ้นในบริเวณนั้น เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการสถาปนากรุงรัตนโกสินทร์เป็นราชธานี ปี พ.ศ. 2325 จึงทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ชาวจีนที่เคยตั้งรกรากอยู่บริเวณท่าเตียน และท้องสนามหลวงในปัจจุบัน อพยพบ้านเรือนไปตั้งอยู่ที่คลองสามปลื้ม ซึ่งต่อมาเป็นคลองขุด ชื่อคลองโองอ่าง ไปจนถึงคลองวัดปฐมคงคา หรือวัดสามหึง ต่อมาจึงเขียนเป็น “ลำเพ็ญ” ภายหลังเมื่อเกิดถนนเยาวราชขึ้น ในสมัยรัชกาลที่ 5 ชุมชนชาวจีนจึงขยายตัวเข้าไปอยู่อาศัย และประกอบสัมมาชีพตลอดแนวถนน

เยาวราชถือกำเนิดในครั้งพระราชดำริให้ตัดถนนใหม่ 18 สาย ถนนเยาวราชหรือยุพราช ได้ถูกกำหนดให้ก่อสร้างแทรกกลางระหว่างถนนเจริญกรุงกับถนนลำเพ็ญ โดยมีจุดเริ่มที่ป้อม มหาชัยไปทางทิศตะวันออกเฉียงใต้ บรรจบกับถนนเจริญกรุง (รายงานของคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541 : 9)

2.1.2.2 ลักษณะทั่วไปของถนนเยาวราช

ลักษณะของถนนเยาวราช มีความยาว 1,430 เมตร มีความกว้าง 20 เมตร สร้างขึ้นในสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 เดิมเป็นถนนดินแข็งตัดผ่านถนน

เจริญกรุง และถนนสำเพ็ง เมื่อปี พ.ศ. 2424 ได้แปรสภาพเป็นถนนคอนกรีต ในปี พ.ศ. 2470 ซึ่งเป็นช่วงที่เขาวราชเจริญรุ่งเรืองที่สุด

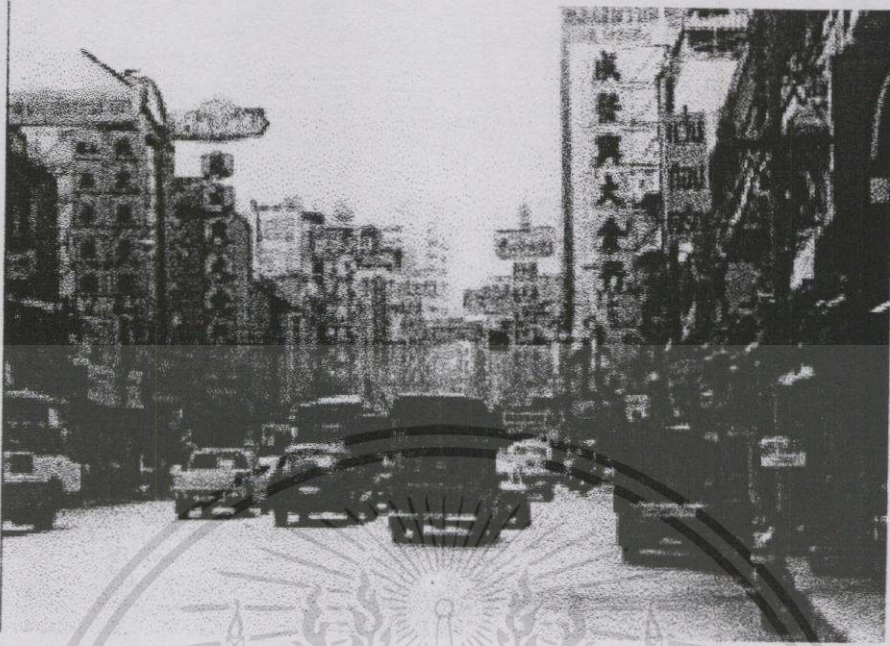
ลักษณะของพื้นผิวทางเท้าในสภาพปัจจุบัน มีลักษณะเป็นบล็อกลูกสี่เหลี่ยมปูตลอดแนว สีสันไม่ได้โดดเด่น ความกว้างทางเท้าในปัจจุบันมีความกว้างไม่เท่ากันตลอดถนนทางเท้า เฉลี่ยมีความกว้าง 2.50 เมตร ยกเว้นบางพื้นที่ เช่น ระหว่างถนนผดุงค้ำและถนนแปลงนาม ฝั่งเหนือ จะมีความกว้าง ขนาด 1.00 เมตร สลับกับ 3.00 เมตร และช่วงถนนระหว่างแยกเจริญกรุง กับถนนทรงสวัสดิ์ ทั้งฝั่งเหนือและฝั่งใต้จะมีความกว้างทางเท้าหลายขนาด ตั้งแต่ 2.50, 3.50 และ 4.00 เมตร

ถนนเขาวราช มีรูปร่างถนนทางกายภาพด้านสองขั้ว เปรียบเสมือนเป็นรูปมังกร ซึ่งเป็นสัตว์ชั้นสูง และเป็นมงคลของชาวจีน ด้านวงเวียนโอเคียนคั้นถนนเขาวราช ตัดกับถนนเจริญกรุง เป็น “หัวมังกร” ส่วนถนนจักรวรรดิ เป็น “หางมังกร” บริเวณท้องมังกร เป็นบริเวณที่มีร้านค้าทอง และร้านค้าอื่นๆ มีความมั่งคั่งและคึกคักที่สุด เนื่องจากเป็นบริเวณท้องมังกรตามความเชื่อในเรื่องของสองขั้ว รายละเอียดเพิ่มเติมดูแผนภาพที่ 2.5 (รายงานของคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541 : 2-9)



ภาพที่ 2.2 แสดงลักษณะของถนนเขาวราช บริเวณวงเวียนโอเคียนคั้นถนนเขาวราช ตัดถนนเจริญกรุง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

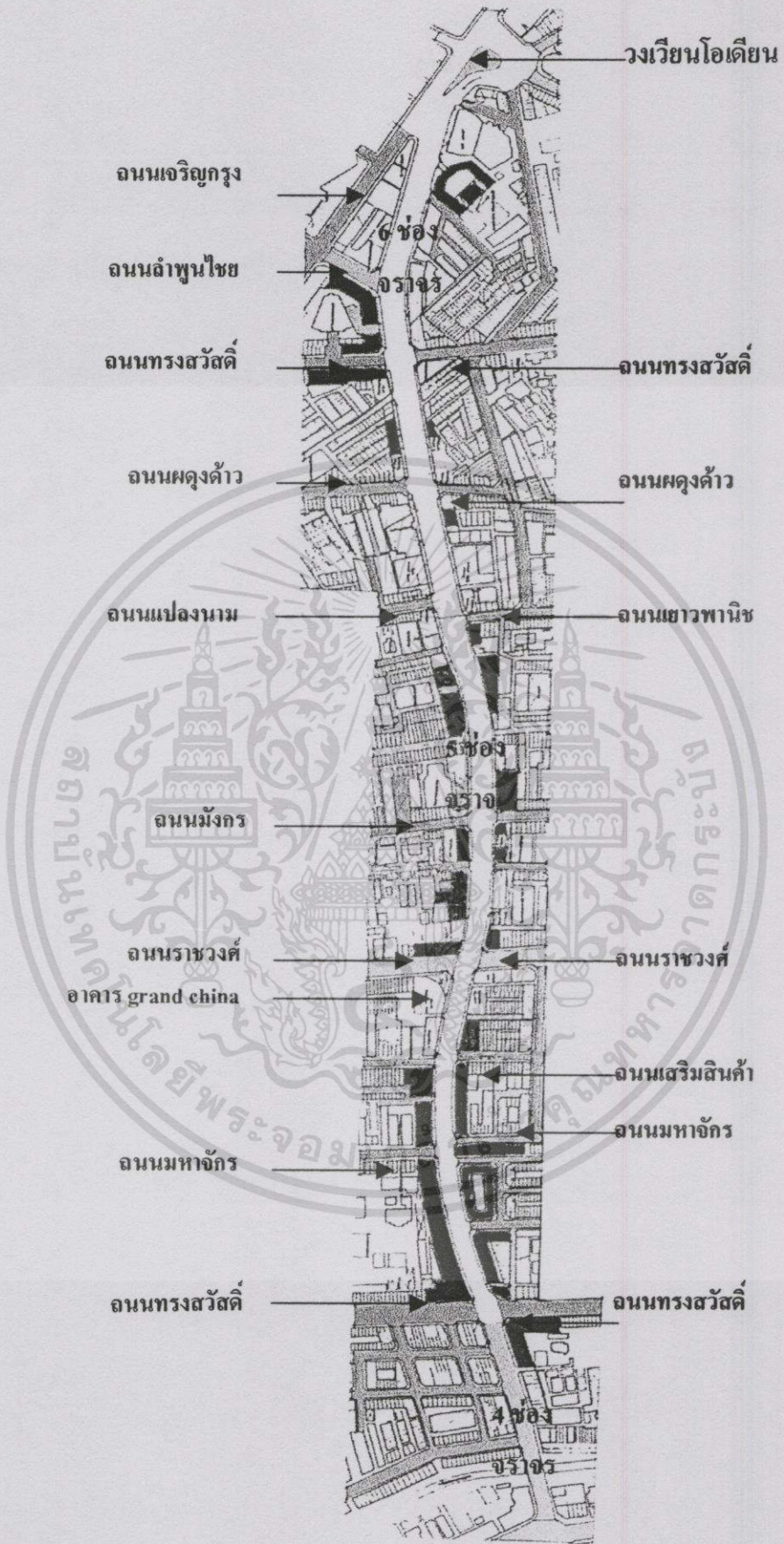


ภาพที่ 2.3 แสดงลักษณะของถนนเขาวราช บริเวณถนนแปดงาม ถนนดาวพานิช ถนนมังกร ถึง ถนนราชวงศ์



ภาพที่ 2.4 แสดงลักษณะของถนนเขาวราช บริเวณถนนจักรวรรดิ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



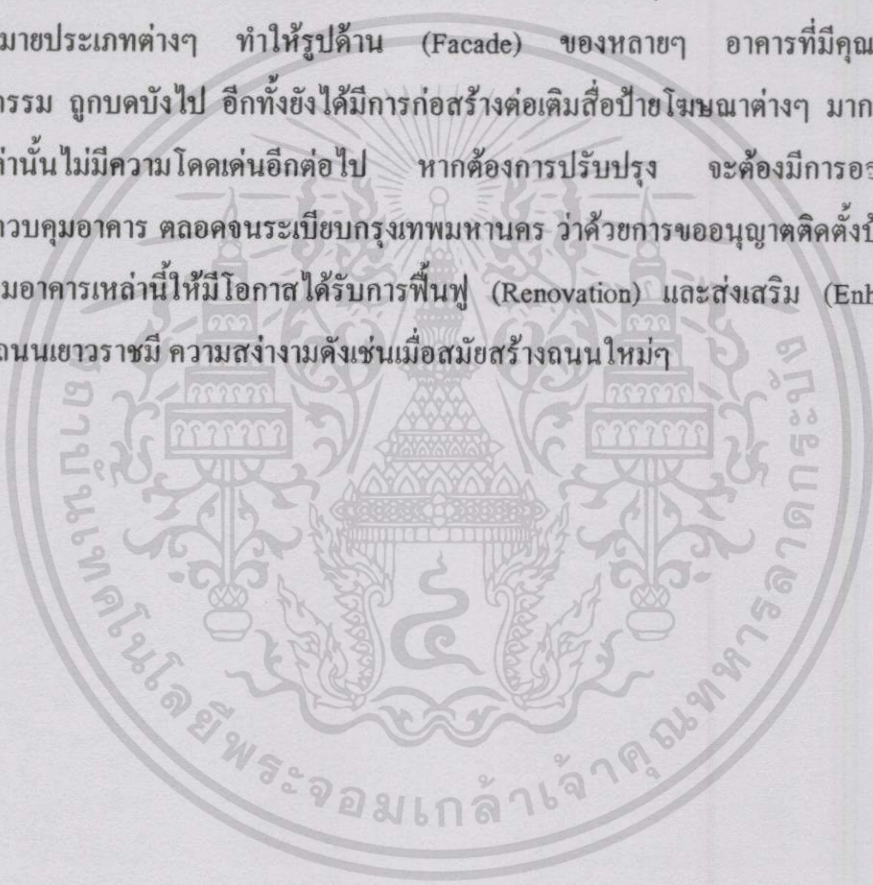
ภาพที่ 2.5 แสดงลักษณะทั่วไปของถนนเขาวราช

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.2.4 ลักษณะของงานสถาปัตยกรรมในถนนเยาวราช

ลักษณะของสถาปัตยกรรมในถนนเยาวราช ประกอบด้วยอาคารที่มีคุณค่าประวัติศาสตร์ เป็นตัวอย่างของงานสถาปัตยกรรมที่สมควรอนุรักษ์ (Conservation) และฟื้นฟู (Renovation) และอาคารสมัยใหม่ประกอบด้วย อาคารที่มีลักษณะสถาปัตยกรรมไทย-จีนยุคกลาง และยุคใหม่ ซึ่งอาคารเหล่านี้มีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม มีการก่อสร้างตามสภาพเศรษฐกิจ และเทคโนโลยีต่างๆแต่เนื่องจากถูกบังคับด้วยการตกแต่งอาคารด้วยวัสดุใหม่ ตลอดจนสื่อป้ายโฆษณาที่ผิดกฎหมายประเภทต่างๆ ทำให้รูปด้าน (Facade) ของหลายๆ อาคารที่มีคุณค่าทางด้านสถาปัตยกรรม ถูกบังคับไป อีกทั้งยังได้มีการก่อสร้างต่อเติมสื่อป้ายโฆษณาต่างๆ มากมาย ทำให้อาคารเหล่านั้นไม่มีความโดดเด่นอีกต่อไป หากต้องการปรับปรุง จะต้องมีการออกกฎหมายกฎหมายควบคุมอาคาร ตลอดจนระเบียบกรุงเทพมหานคร ว่าด้วยการขออนุญาตติดตั้งป้ายโฆษณา เพื่อควบคุมอาคารเหล่านี้ให้มีโอกาสได้รับการฟื้นฟู (Renovation) และส่งเสริม (Enhance) ให้อาคารริมถนนเยาวราชมี ความสง่างามดังเช่นเมื่อสมัยสร้างถนนใหม่ๆ





- แสดงกลุ่มอาคารสถาปัตยกรรมยุคเก่า
- แสดงกลุ่มอาคารสถาปัตยกรรมยุคกลาง
- แสดงกลุ่มอาคารสถาปัตยกรรมปรับปรุงใหม่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ภาพที่ 2.6 แสดงลักษณะของงานสถาปัตยกรรมในถนนยาวราช

1) ลักษณะอาคารที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์

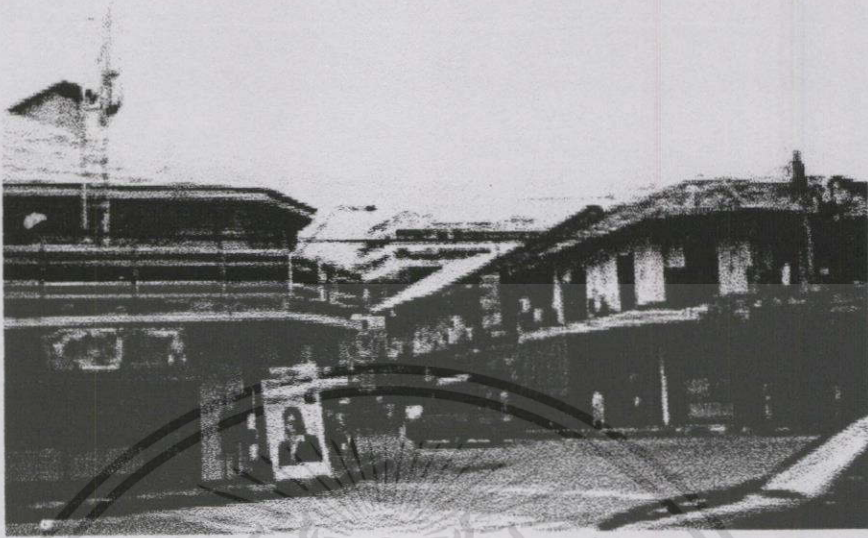
สถาปัตยกรรมที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ได้แก่ อาคารทรงยุโรปและจีน ที่ก่อสร้างกันมาตั้งแต่รัชกาลที่ 5 อาคารเหล่านี้เป็นอาคารที่ก่อสร้างขึ้นเมื่อ “ตึกแถว” หรือ “อาคารพาณิชย์” เริ่มเป็นที่นิยม ตึกแถวเหล่านี้ มักสร้างด้วยโครงสร้าง คสล. และผสมกับโครงสร้างไม้ค่อนข้างมาก ไม่ว่าจะพื้นหรือเพดาน ส่วนผนังต่างๆ ใช้ก่ออิฐฉาบปูน อาคารเหล่านี้ได้เข้ามาแทนที่อาคาร ไม้ เนื่องจากเป็นตัวแสดงความเจริญรุ่งเรือง มีตั้งแต่ชั้นเดียวและสองชั้น วัสดุของหน้าต่างและประตูเป็นไม้ หลังคาเป็นกระเบื้องหางว่าว สมัยยุคก่อนนี้ตรงกับยุคของ ค.ศ. 1900 ซึ่งเริ่มนิยมสไตล์แบบทางยุโรป อาคารเหล่านี้ได้มีการประยุกต์ด้วยลวดลายของไทย ทำให้เกิดสถาปัตยกรรมแบบผสมผสาน อีกทั้งยังได้นำรูปแบบอาคารก่ออิฐแบบจีน และลวดลายจีนเข้ามาผสมผสาน จึงทำให้มีลักษณะที่โดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์ บางส่วนมีการต่อเติมและถูกดัดแปลงถูกห่อหุ้มด้วยวัสดุสมัยใหม่ ตลอดจนการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณาประเภทต่างๆ ในลักษณะที่ผิดพระราชบัญญัติและกฎระเบียบต่างๆ ส่งผลให้ความสวยงามและคุณค่าทางประวัติศาสตร์ของงานสถาปัตยกรรมถูกบดบังไป รายละเอียดเพิ่มเติมดูแผนที่ 2.6



ภาพที่ 2.7 แสดงลักษณะอาคารที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์บริเวณถนนลำพูน ไซ ที่ถูกปิดบังและดัดตั้งด้วยสื่อป้ายโฆษณาประเภทต่างๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.8 แสดงลักษณะอาคารที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ บริเวณมุมถนนทรงสวัสดิ์ ที่ถูกปิดบัง และติดตั้งด้วยสื่อป้ายโฆษณาประเภทต่างๆ



ภาพที่ 2.9 แสดงลักษณะอาคารที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ บริเวณถนนเสริมสินค้า จนถึงถนนจักรวรรดิ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2) ลักษณะอาคารสมัยใหม่

-ลักษณะสถาปัตยกรรมไทย - จีน ยุคกลาง

เป็นยุคที่โครงสร้างคอนกรีตเสริมเหล็กของเสาและคาน ระบบฐานราก ต่างๆ เป็นคอนกรีต ผนังเป็นก่ออิฐฉาบปูน วงกบหน้าต่าง บานหน้าต่าง บานประตู เป็นไม้กระฉากที่ ไข่มุกเป็นกระฉากดี มีลวดลายสวยงาม กระเบื้องดินเผาเคลือบมีลวดลาย ยุคนี้เริ่มมีความเจริญทาง เศรษฐกิจ อาคารสูงประมาณ 6-7 ชั้น ได้รับความนิยมมาก อาคารเริ่มมีลวดลายปูนปั้นสูงต่ำ ละมึ การใช้พื้นผิวประเภทกรวดล้าง ทราซ์ล้าง ทำลวดลายภายนอกอาคาร อาคารเหล่านี้บางแห่งได้ถูก บดบังด้วยวัสดุปูนสมัยใหม่ ตลอดจนการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณาประเภทต่างๆ ส่งผลเสียต่อคุณค่า ของงานสถาปัตยกรรม และทัศนียภาพของชุมชน สถาปัตยกรรมที่ถูกผลกระทบส่วนใหญ่จะเป็น ตึกแถวหรือห้องแถว ที่สร้างขึ้นเนื่องจากความจำเป็นทางการใช้สอย รายละเอียดเพิ่มเติมดูแผน ภาพที่ 2.6



ภาพที่ 2.10 แสดงลักษณะสถาปัตยกรรมไทย - จีน ยุคกลางที่ถูกสื่อป้ายโฆษณาปิดบัง บริเวณถนน

ผลุงค้ำว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.11 แสดงลักษณะของสถาปัตยกรรมไทย - จีน ยุคกลางที่ถูกดัดแปลงโดยสถาปนิก บัณฑิต
ถนนมัสการ

-ลักษณะสถาปัตยกรรมไทย - จีน ยุคใหม่

อาคารสมัยใหม่ก่อสร้างขึ้นตามเทคโนโลยี วัสดุประเภทเหล็กและกระจก ได้ถูกนำมาใช้ในงานสถาปัตยกรรม ระบบการก่อสร้างแบบโครงสร้างสำเร็จรูปเริ่มเข้ามาแทนที่ไม่ใช่เนื่องจากไม้เริ่มหายาก หรือมีราคาสูงในตลาด วัสดุอาคารสมัยใหม่นี้มีระบบความปลอดภัยและมีความสูงมากขึ้นยิ่งขึ้น เนื่องจากความจำเป็นในเรื่องการใช้พื้นที่ และราคาที่ดินที่แพง อาคารที่ไม่เคยก่อสร้างโดยไม่ได้คำนึงถึงเรื่องที่จอดรถ ก็จำเป็นต้องมีที่จอดรถหรืออาคารจอดรถ ดึงแถวที่เป็นห้องๆ ในยุคกลาง ได้กลายมาเป็นอาคารคอมเพล็กซ์ หรือกลุ่มของอาคารภายในอาคารใหญ่อาคารหนึ่ง แต่รายละเอียดความงามของงานสถาปัตยกรรมบางแห่ง ได้ถูกบดบังโดยสื่อป้ายโฆษณาประเภทต่างๆ รายละเอียดเพิ่มเติมดูแผนภาพที่ 2.6



ภาพที่ 2.12 แสดงลักษณะของสถาปัตยกรรมไทย-จีนยุคใหม่ กับการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณา บริเวณ
บริษัทเอกรณา ตรงข้ามถนนลำพูน ไซ



ภาพที่ 2.13 แสดงลักษณะของสถาปัตยกรรมไทย-จีน ยุคใหม่ กับการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณา บริเวณ
อาคาร GRAN CHINA ถนนราชวงศ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างถึงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2 พระราชบัญญัติและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับสื่อป้ายโฆษณา

ปริญญา จิตรกรานที่กิจ (2537 : 25) ได้ให้คำจำกัดความของกฎหมายไว้ว่า กฎหมาย หมายถึง กติกาของสังคมที่มีผลบังคับให้ทุกคนต้องปฏิบัติตาม ไม่ว่าจะป็นรัฐ เจ้าหน้าที่ของรัฐ หรือประชาชนแต่ละคน กติกาสังคมที่เรียกว่ากฎหมายนี้ ถูกกำหนดขึ้นโดยระบบเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง ดังรัฐที่มีการปกครองและเศรษฐกิจแบบเสรีนิยมประชาธิปไตย

จอห์น เมอร์ริแมน (John Merryman) ศาสตราจารย์กฎหมายชาวอเมริกัน ได้ชี้ให้เห็นถึง หลักพื้นฐานเบื้องต้นของกฎหมาย และการพัฒนาว่าอยู่ที่แนวความคิดในเรื่องความก้าวหน้า หรือ ความเชื่อที่ว่า สังคมมีการเคลื่อนตัว ไปสู่ระดับที่ดีขึ้น เพียงแต่คิดและจัดการสรรพสิ่งต่างๆ ได้อย่าง เหมาะสม (Pertchsiri, 1987 : 45)

2.2.1 พระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522

(3) ป้ายหรือสิ่งที่สร้างขึ้นสำหรับติดหรือตั้งป้าย

(ก) ที่ติดหรือตั้งไว้ในระยะห่างจากที่สาธารณะ และมีขนาดเกินหนึ่งตารางเมตร หรือมีน้ำหนักรวมทั้งโครงสร้างเกินสิบกิโลกรัม

(ข) ที่ติดหรือตั้งไว้ในระยะห่างจากสาธารณะ ซึ่งเมื่อวัดในทางราบแล้วระยะห่างจากที่สาธารณะมีน้อยกว่าความสูงของป้ายนั้นเมื่อวัดจากพื้นดิน และมีขนาดหรือมีน้ำหนักเกินกว่าที่กำหนดในกฎกระทรวง

หมวด 3

ลักษณะอาคารต่างๆ

ข้อ 24 ป้ายโฆษณาที่เป็นอาคาร ต้องติดตั้งโดยไม่บังช่องลม หน้าต่าง หรือประตู และ ต้องติดตั้งด้วยวัสดุอันถาวร เพื่อป้องกันการหลุดออก

หมวด 6

แนวอาคารและระยะต่างๆ

ข้อ 52 ห้ามมิให้บุคคลใดปลูกสร้างอาคาร หรือส่วนของอาคารยื่นออกมาใน หรือเหนือ ทางเดินสาธารณะ เว้นแต่จะได้รับอนุญาตจากผู้ว่าราชการจังหวัดเป็นหนังสือ ซึ่งจะต้องไม่เกิน กำหนด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อ 82 ป้ายหรือโครงป้ายที่ติดตั้งบนอาคาร ต้องห่างจากเขตทางหรือที่สาธารณะ ไม่น้อยกว่า 6.00 เมตร และอนุญาตให้ติดตั้งได้เฉพาะบนหลังคา หรือคานฟ้าที่เป็นคอนกรีตเสริมเหล็กเท่านั้น

2.2.2 กฎกระทรวง ฉบับที่ 55 (พ.ศ. 2543) ออกตามความในพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522

หมวด 3

ลักษณะอาคารต่างๆ

ข้อ 7 ป้ายหรือสิ่งก่อสร้างขึ้นสำหรับติดตั้งป้ายที่อาคารต้องไม่บังช่องระบายอากาศ น้ำตา ประตูหรือทางหนีไฟ

ข้อ 8 ป้ายหรือสิ่งก่อสร้างขึ้นสำหรับติดตั้งป้ายบนหลังคาหรือคานฟ้าของอาคารต้องไม่ล้ำออกนอกแนวผนังรอบนอกของอาคาร และส่วนบนสุดของป้ายหรือสิ่งก่อสร้างขึ้นสำหรับติดตั้งป้ายต้องสูงไม่เกิน 6 เมตร จากส่วนสูงสุดของหลังคาหรือคานฟ้าของอาคารที่ติดตั้งป้ายนั้น

ข้อ 9 ป้ายที่ยื่นจากผนังอาคารให้ยื่นได้ไม่เกินแนวกั้นสาด และให้สูงได้ไม่เกิน 60 เซนติเมตร หรือมีพื้นที่ป้ายไม่เกิน 2 ตารางเมตร

ข้อ 10 ป้ายที่ติดตั้งเหนือกันสาดและไม่ได้ยื่นจากผนังอาคาร ให้ติดตั้งได้โดยมีความสูงของป้ายไม่เกิน 60 เซนติเมตร วัดจากขอบบนของปลายกันสาดนั้น หรือมีพื้นที่ป้ายไม่เกิน 2 ตารางเมตร

ข้อ 11 ป้ายที่ติดตั้งได้กันสาดให้ติดตั้งแนบผนังอาคาร และต้องสูงจากพื้นทางทำนั้นไม่น้อยกว่า 2.50 เมตร

ข้อ 12 ป้ายโฆษณาสำหรับโรงมหรสพให้ติดตั้งขนานกับผนังโรงมหรสพ และยื่นจากผนังอาคารได้ไม่เกิน 50 เซนติเมตร หรือหากติดตั้งป้ายบนกันสาด จะต้องไม่ยื่นล้ำแนวปลายแนวกันสาดนั้น และความสูงของป้ายทั้งสองกรณีต้องไม่สูงเกินความสูงของอาคาร

ข้อ 13 ป้ายที่ติดตั้งอยู่บนพื้นดินโดยตรง ต้องมีความสูงไม่เกินระยะที่วัดจากจุดที่ติดตั้งป้ายไปจนถึงกึ่งกลางถนนสาธารณะที่อยู่ใกล้ป้ายนั้นที่สุด และมีความยาวของป้ายไม่เกิน 32 เมตร

หมวด 2

ส่วนต่างๆของอาคาร

ข้อ 14 สิ่งก่อสร้างขึ้นสำหรับติดตั้งป้ายที่ติดตั้งบนพื้นดินโดยตรงให้ทำด้วยวัสดุทนไฟทั้งหมด

หมวด 4

แนวอาคารและระยะต่างๆ

ข้อ 41 อาคารที่ก่อสร้างหรือดัดแปลงใกล้ถนนสาธารณะที่มีความกว้างน้อยกว่า 6 เมตร ให้เว้นแนวอาคารห่างจากกึ่งกลางถนนสาธารณะอย่างน้อย 3 เมตร

ข้อ 44 ความสูงของอาคาร ไม่ว่าจะจากจุดหนึ่งจุดใด ต้องไม่เกินสองเท่าของระยะราบ วัดจากจุดนั้นไปตั้งฉากกับแนวเขตด้านตรงข้ามของถนนสาธารณะที่อยู่ใกล้อาคารนั้นที่สุด

2.2.3 กฎกระทรวง ฉบับที่ 23 (พ.ศ. 2533) ออกตามความในพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 4 และมาตรา 5(3) แห่งพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522 รัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทยออกกฎกระทรวงไว้ดังต่อไปนี้

- ให้ป้ายหรือสิ่งก่อสร้างขึ้นสำหรับติด หรือตั้งป้ายที่ติด หรือตั้งไว้ในระยะห่างจากที่สาธารณะ ซึ่งเมื่อวัดในทางราบแล้ว ระยะห่างจากที่สาธารณะมีน้อยกว่าความสูงของป้ายนั้น เมื่อวัดจากพื้นดิน และมีขนาดความกว้างของป้ายเกินห้าสิบเซนติเมตร หรือยาวเกินหนึ่งเมตร หรือเนื้อที่ของป้ายเกินห้าพันตารางเซนติเมตร หรือมีน้ำหนักของป้ายหรือสิ่งก่อสร้างขึ้นสำหรับติด หรือตั้งป้ายอย่างใดอย่างหนึ่ง หรือทั้งสองอย่างรวมกันเกินสิบกิโลกรัม

หมายเหตุ เหตุผลในการประกาศใช้กฎกระทรวงฉบับนี้ คือ โดยที่มาตรา 4 แห่งพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522 บัญญัติให้ “อาคาร” หมายรวมถึงป้ายหรือสิ่งก่อสร้างขึ้นสำหรับติดหรือตั้งไว้ในระยะห่างจากที่สาธารณะ ซึ่งเมื่อวัดในทางราบแล้วระยะห่างที่สาธารณะมีน้อยกว่าความสูงของป้ายนั้นเมื่อวัดจากพื้นดิน และมีขนาดหรือน้ำหนักเกินที่กำหนดในกฎกระทรวง จึงจำเป็นต้องออกกฎกระทรวงนี้

2.2.4 ระเบียบกรุงเทพมหานคร ว่าด้วยการขออนุญาตติดตั้งป้ายโฆษณา พ.ศ. 2522

เพื่อควบคุมการติดตั้งป้ายโฆษณาให้เป็นไปตามกฎหมาย อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 19 แห่งพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2518 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยประกาศของคณะปฏิวัติ ฉบับที่ 24 ลงวันที่ 8 พฤศจิกายน พ.ศ. 2520

ข้อ 1 ระเบียบนี้ให้เรียกว่า “ระเบียบกรุงเทพมหานคร ว่าด้วยการขออนุญาตติดตั้งป้ายโฆษณา พ.ศ. 2522”

ข้อ 3 การขออนุญาตติดตั้งป้ายโฆษณาชั่วคราวที่เกี่ยวกับการกุศล สาธารณประโยชน์ และป้ายนั้นทำด้วยผ้าหรือกระดาษซึ่งไม่เป็นอาคาร ตามพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522 ให้ยื่นคำขอรับอนุญาตตามพระราชบัญญัติรักษาความสะอาด และความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบ้านเมือง พ.ศ. 2503 โดยใช้คำร้องขออนุญาตทำการโฆษณา (ข.ป.1) และให้ยื่นคำขอรับอนุญาตที่งานโยธาเขตท้องที่ที่จะติดตั้งป้าย โดยแจ้งรายละเอียดเพื่อประกอบการพิจารณา ดังนี้

- (1) ให้ยื่นคำขออนุญาตก่อนกำหนดวันติดตั้งป้ายไม่น้อยกว่า 5 วัน
- (2) ให้แจ้งวัตถุประสงค์ของการติดตั้ง สถานที่และจุดที่จะติดตั้งป้ายโฆษณา

โดยละเอียด

ตั้งป้าย

- (3) ให้แจ้งจำนวนป้ายโฆษณา ลักษณะ ขนาด และการยึดเหนี่ยวในการติดตั้งป้าย
- (4) ให้แจ้งระยะเวลาการติดตั้งโฆษณาและการรื้อถอนหรือปลดออก
- (5) ให้แจ้งข้อความหรือภาพที่โฆษณาโดยละเอียดและชัดเจน
- (6) ในกรณีที่ติดตั้งในที่ดินหรืออาคารของเอกชน ต้องมีหนังสือยินยอมการ

ติดตั้งจากเจ้าของสถานที่

ข้อ 4 การขออนุญาตติดตั้งป้ายโฆษณาถาวรและป้ายโฆษณาชั่วคราว ที่มีได้ระบุไว้ในข้อ 3 ให้ยื่นคำขอรับอนุญาตที่งานโยธา เขตท้องที่ที่จะติดตั้งป้าย โดยแจ้งรายละเอียดเพื่อประกอบการพิจารณาดังนี้

(1) ป้ายที่เป็นอาคารตามพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522 ต้องยื่นคำขอรับอนุญาต 2 ประเภท คือ

(ก) ตามพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522 โดยใช้หนังสือขออนุญาตปลูกสร้างอาคาร (อ.1) พร้อมด้วยแผนผังแบบก่อสร้างและรายการก่อสร้าง

(ข) ตามพระราชบัญญัติรักษาความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบ้านเมือง พ.ศ. 2503 โดยใช้คำร้องขออนุญาตทำการโฆษณา (ข.ป.1) พร้อมด้วยแผนผังแบบก่อสร้างและรายการก่อสร้าง

(2) ป้ายที่ไม่เป็นอาคารตามพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522 ให้ยื่นคำขอรับอนุญาต เฉพาะการขออนุญาตตามพระราชบัญญัติรักษาความสะอาด และความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบ้านเมือง พ.ศ. 2503

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(3) ต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขและแจ้งรายละเอียดตามที่กำหนดไว้ในข้อ 3 ด้วย

ข้อ 5 การขอต่ออายุใบอนุญาตตามพระราชบัญญัติรักษาความสะอาด และความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบ้านเมือง พ.ศ. 2503 ให้ใช้คำร้องขออนุญาตทำการโฆษณา (ข.ป.1) พร้อมด้วยใบอนุญาต แผนผัง แบบก่อสร้างและรายการก่อสร้าง

ข้อ 6 กรุงเทพมหานครจะแจ้งการอนุญาตหรือไม่อนุญาตสำหรับการขออนุญาตตามข้อ 3 และข้อ 4 ภายในกำหนด 5 วัน นับแต่วันที่ได้รับคำขอ

ข้อ 7 กรุงเทพมหานครไม่อนุญาตให้ติดตั้งป้ายโฆษณาทุกชนิด โดยการติดคร่อมถนนหรือทางสาธารณะ บริเวณวงเวียน อนุสาวรีย์ สะพาน สะพานลอย สะพานลอยคนเดินข้าม เกาะกลางถนน สวนหย่อม สวนสาธารณะบนทางเท้า ต้นไม้และเสาไฟฟ้าซึ่งอยู่ในที่สาธารณะ เว้นแต่การติดตั้งเพื่องานพระราชพิธี รัฐพิธี การต้อนรับราชอาคันตุกะหรือแขกเมืองของรัฐบาล หรือในกรณีที่กรุงเทพมหานครได้พิจารณาเห็นสมควร

ข้อ 8 ป้ายโฆษณาตามข้อ 3 อนุญาตให้ติดตั้งได้เฉพาะการติดแนบกับรั้วหรือผนังของอาคารเท่านั้น ขนาดความสูงของป้ายต้องไม่สูงกว่าตัวอาคารหรือรั้วที่ขออนุญาตติดตั้ง

ข้อ 9 ข้อความหรือภาพที่จะโฆษณาต้องไม่ขัดต่อกฎหมายหรือศีลธรรมอันดีงาม

ข้อ 10 การติดตั้งป้ายบนพื้นดินในที่เอกชน อนุญาตให้ติดตั้งสูงได้ไม่เกิน 15 เมตร ถ้าโครงสร้างเป็นไม้ ต้องมีรัศมีห่างจากที่สาธารณะ เท่ากับความสูงของป้ายที่ติดตั้งทุกด้าน ถ้าโครงสร้างเป็นเหล็กหรือวัสดุถาวรที่มีคุณภาพเทียบเท่า อนุญาตให้ติดตั้งชิดเขตสาธารณะได้ ขอบล่างของป้ายที่ไม่มีแสงไฟต้องสูงไม่น้อยกว่า 2.00 เมตร ถ้ามีแสงไฟความสูงดังกล่าว ต้องไม่น้อยกว่า 5.00 เมตร

ข้อ 11 ป้ายโฆษณาที่เป็นอาคารต้องติดตั้งโดยไม่บังช่องลมหน้าต่างหรือประตู และต้องติดตั้งด้วยวัสดุอันถาวรและมั่นคงแข็งแรง

ข้อ 12 ป้ายหรือโครงป้ายที่ติดตั้งบนอาคาร ต้องห่างจากเขตทางหรือที่สาธารณะ ไม่น้อยกว่า 6.00 เมตร และอนุญาตให้ติดตั้งได้เฉพาะบนหลังคา หรือคานฟ้าที่เป็นคอนกรีตเสริมเหล็กเท่านั้น

ข้อ 13 ป้ายหรือโครงป้ายที่ติดตั้งที่ผนังของอาคาร ห้ามติดตั้งสูงกว่าตัวอาคารและห้ามยื่นล้ำออกไปเหนือหรือเขตทางสาธารณะ

ข้อ 14 ห้ามติดตั้งป้ายหรือโครงป้ายใดกันเสาชั้นล่างของอาคาร เว้นแต่ป้ายแจ้งชื่อร้านที่ติดตั้งแบบผนังด้านหน้าของอาคาร โดยยื่นจากผนังอาคารได้ไม่เกิน 0.10 เมตร

ข้อ 15 การติดตั้งป้ายโฆษณาที่อาคารและสูงเกินกว่า 3.25 เมตร แต่ไม่เกิน 5.00 เมตร ตัวป้ายโฆษณาต้องสูงไม่เกิน 1.50 เมตร และต้องห่างจากผนังอาคารไม่น้อยกว่า 0.50 เมตร ส่วนยื่นของตัวป้ายต้องหลบจากปลายกันเสาไม่น้อยกว่า 0.25 เมตร

ป้ายโฆษณาที่ติดตั้งขนานกับแนวกันเสาจะต้องหลบจากปลายกันเสาไม่น้อยกว่า 0.25 เมตร

ข้อ 16 การติดตั้งป้ายโฆษณาที่อาคารและสูงเกินกว่า 5.00 เมตร ตัวป้ายให้ยื่นจากผนังอาคารได้ไม่เกินส่วนยื่นของกันเสา

ข้อ 17 ป้ายโฆษณาที่ติดตั้งใกล้สายไฟฟ้า ต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ของการไฟฟ้านครหลวง

ข้อ 18 เมื่อครบกำหนดการอนุญาตแล้วจะต้องรื้อถอนหรือปลดออกให้เรียบร้อยภายในเวลาที่กำหนด

ข้อ 19 ผู้ที่ได้รับอนุญาตต้องเขียนเลขที่ และวันที่ของหนังสืออนุญาตของเจ้าพนักงานท้องถิ่น แสดงไว้ที่ป้ายทุกป้ายที่ได้รับอนุญาต

ข้อ 20 ห้ามโฆษณาที่ผ้าบังแดดยกเว้นค่าขวัญของทางราชการ และส่วนต่ำสุดของผ้าบังแดดต้องสูงไม่น้อยกว่า 2.00 เมตร

ข้อ 21 ต้องรักษาความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อย ตลอดระยะเวลาที่ป้ายซึ่งได้รับอนุญาตติดตั้งอยู่

ป้ายโฆษณาที่ได้รับอนุญาตก่อนระเบียบนี้ใช้บังคับ ถ้าขัดกับระเบียบนี้ห้ามทำการต่อเติมหรือตัดแปลง เว้นแต่จะแก้ไขเพื่อให้ถูกต้องตามระเบียบนี้

2.2.5 พระราชบัญญัติภาษีป้าย พ.ศ. 2510 และฉบับเพิ่มเติม พ.ศ. 2535

ป้ายที่ติดตั้งบนอสังหาริมทรัพย์ของบุคคลอื่นและพื้นที่เกิน 2 ตารางเมตร ต้องมีชื่อและที่อยู่เจ้าของป้ายเป็นตัวอักษรไทยที่ชัดเจนที่มุมขวาด้านล่างของป้าย

อัตราภาษีป้ายได้มีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม และเริ่มใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2534 เป็นต้นไป ดังนี้

1. ป้ายที่มีอักษรไทยล้วน ให้คิดอัตรา 10 บาท ต่อห้าร้อยตารางเซนติเมตร
2. ป้ายที่มีอักษรไทยปนกับอักษรต่างประเทศ และหรือปนกับภาพ และหรือเครื่องหมายอื่น ให้คิดอัตรา 100 บาท ต่อห้าร้อยตารางเซนติเมตร
3. ป้ายดังต่อไปนี้ ให้คิดอัตรา 200 ต่อห้าร้อยตารางเซนติเมตร
 - 3.1 ป้ายที่ไม่มีอักษรไทย ไม่ว่าจะมียภาพหรือเครื่องหมายใดหรือไม่
 - 3.2 ป้ายที่มีอักษรไทยบางส่วน หรือทั้งหมด อยู่ได้หรือต่ำกว่าอักษรต่างประเทศ
4. ป้ายตาม 1, 2, หรือ 3 ซึ่งมีข้อความ เครื่องหมาย หรือภาพที่เคลื่อนที่ หรือเปลี่ยนเป็นข้อความ เครื่องหมาย หรือภาพอื่นได้ โดยเครื่องจักรกล หรือโดยวิธีใดๆ ให้คิดอัตราภาษีตามจำนวนข้อความ เครื่องหมาย หรือภาพ หรือตามระยะเวลาที่ข้อความ เครื่องหมาย หรือภาพปรากฏอยู่ในป้ายนี้ ทั้งนี้ตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่กำหนดในกฎกระทรวง ถ้ายังไม่ได้ออกกฎกระทรวง ให้คิดอัตราภาษีตามบัญชีอัตราภาษีป้ายนี้
5. พื้นที่ของป้ายไม่ว่าจะมีรูปร่างหรือลักษณะอย่างไร ให้คำนวณดังนี้
 - 5.1 ถ้าเป็นป้ายที่มีขอบเขตกำหนดได้ ให้เอาส่วนกว้างที่สุดคูณด้วยส่วนยาวที่สุดของขอบเขตป้ายเป็นตารางเซนติเมตร
 - 5.2 ถ้าเป็นป้ายที่ไม่มีขอบเขตกำหนดได้ ให้ถือว่าตัวอักษร ภาพ หรือเครื่องหมายที่อยู่ริมสุดเป็นขอบเขตสำหรับกำหนดส่วนกว้างที่สุด และยาวที่สุด แล้วคำนวณตาม 5.1
6. ป้ายตาม 1, 2, 3 หรือ 4 เมื่อคำนวณพื้นที่ของป้ายแล้ว
 - 6.1 ถ้ามีเศษเกินกึ่งหนึ่งของห้าร้อยตารางเซนติเมตร ให้นำเป็นห้าร้อยตารางเซนติเมตร ถ้าไม่เกินกึ่งหนึ่ง ให้ปัดทิ้ง
 - 6.2 ถ้ามีอัตราที่ต้องเสียภาษีต่ำกว่าป้ายละ 200 บาท ให้เสียภาษีป้ายละ 200 บาท

2.2.6 พระราชบัญญัติรักษาความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบ้านเมือง พ.ศ.

2535

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หมวด 1

การรักษาความสะอาดในที่สาธารณะและสถานสาธารณะ

มาตรา 10 การโฆษณาด้วยการปิดทึง หรือโปรยแผ่นประกาศ หรือใบปลิวในที่สาธารณะ จะกระทำได้อต่อเมื่อได้รับหนังสืออนุญาตจากเจ้าพนักงานท้องถิ่น หรือพนักงานเจ้าหน้าที่ และต้องปฏิบัติให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ หรือเงื่อนไขที่กำหนดในหนังสืออนุญาตด้วย

มาตรา 11 การโฆษณาตามมาตรา 10 โดยมีได้รับอนุญาตจากพนักงานท้องถิ่นหรือพนักงานเจ้าหน้าที่ หรือได้รับอนุญาต แต่มิได้ปฏิบัติให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดในการอนุญาตให้เจ้าพนักงานท้องถิ่นหรือพนักงานเจ้าหน้าที่ที่มีอำนาจสั่งเป็นหนังสือให้ผู้โฆษณาปลด รื้อถอน ขูด ลบหรือล้างข้อความหรือภาพนั้นภายในเวลาที่กำหนด

ถ้าการโฆษณาดังกล่าวความพรรคหนึ่งมีข้อความหรือภาพ ที่มีผลกระทบต่อความสงบเรียบร้อย หรือศีลธรรมอันดีของประชาชนหรือลามกอนาจาร พนักงานเจ้าหน้าที่ที่มีอำนาจปลด รื้อถอน ขูด ลบหรือล้างข้อความหรือภาพนั้น ได้เองโดยคึกค้ำใช้จ่ายจากผู้โฆษณาตามที่ได้ใช้จ่ายไป

หมวด 4

การรักษาความเป็นระเบียบเรียบร้อย

มาตรา 39 ห้ามมิให้ผู้ใดติดตั้ง ตาก วาง หรือแขวนสิ่งใดๆ ในที่สาธารณะเว้นแต่ได้รับหนังสืออนุญาตจากเจ้าพนักงานท้องถิ่น หรือพนักงานเจ้าหน้าที่ หรือเป็นการกระทำของราชการส่วนท้องถิ่น ราชการส่วนอื่นหรือรัฐวิสาหกิจหรือของหน่วยงานที่มีอำนาจกระทำได้ หรือเป็นการวางไว้เพียงชั่วคราว

มาตรา 40 ห้ามมิให้ผู้ใดติดตั้ง ตาก วาง หรือแขวนสิ่งใดๆ ที่อาคารในลักษณะที่สกปรกรกรุงรัง หรือไม่เป็นระเบียบเรียบร้อย และมีสภาพที่ประชาชนอาจเห็นได้จากที่สาธารณะ

มาตรา 41 เจ้าของอาคาร ซึ่งตั้งอยู่ในระยะไม่เกินสี่สิบเมตรจากขอบทางเดินรถที่มีผิวจราจรกว้างไม่ต่ำกว่าแปดเมตร และผู้สัญจรไปมาอาจเห็นอาคาร หรือบริเวณของอาคารได้จากถนนนั้นต้องดูแลรักษาอาคารนั้นมีให้สกปรกรกรุงรัง

2.2.7 กฎกระทรวง (พ.ศ. 2535) ออกตามความในพระราชบัญญัติรักษาความสะอาด และความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบ้านเมือง พ.ศ. 2535

ข้อ 1 ผู้ใดประสงค์จะขออนุญาตกระทำการโฆษณาด้วยการปิด ทึงหรือโปรยแผ่นประกาศหรือใบปลิวในที่สาธารณะ ให้ยื่นคำร้องตามแบบ รส. 1 ทำยกกฎกระทรวงนี้ต่อเจ้าพนักงานท้องถิ่น หรือพนักงานเจ้าหน้าที่แห่งท้องที่ ที่จะทำการโฆษณาพร้อมด้วยตัวอย่างของแผ่นประกาศหรือใบปลิวที่จะโฆษณา จำนวน 2 ชุด

ข้อ 2 การขออนุญาตกระทำการโฆษณาด้วยการปิด ทิ้ง หรือโปรยแผ่นประกาศ หรือใบปลิวตามข้อ (1) ให้เจ้าพนักงานท้องถิ่นหรือพนักงานเจ้าหน้าที่ อนุญาตได้ในกรณีดังต่อไปนี้

(1) มีคำรับรองของผู้ขออนุญาตว่าจะเก็บ ปลูก รื้อถอน ชูด ลบ หรือล้างแผ่นประกาศ หรือใบปลิวเมื่อหนังสืออนุญาตหมดอายุ

(2) ในกรณีที่กฎหมายกำหนดให้การโฆษณาเรื่องใด ต้องได้รับอนุมัติข้อความหรือ ภาพที่ใช้ในการโฆษณา หรือต้องปฏิบัติตามกฎหมายใด ต้องได้รับอนุมัติหรือได้ปฏิบัติตามกฎหมายนั้นแล้ว

ข้อ 3 บริเวณที่ไม่อนุญาตให้ติดตั้งป้ายโฆษณาได้แก่ บริเวณ ครอบคลุม หรือทางสาธารณะ วงเวียน อนุสาวรีย์ สะพาน สะพานลอย สะพานลอยคนเดินข้าม เกาะกลางถนน สวนหย่อม สวนสาธารณะ ถนน ต้นไม้และเสาไฟฟ้าซึ่งอยู่ในที่สาธารณะ ทั้งนี้ เว้นแต่การติดตั้งเพื่องานพระราชพิธี รัฐพิธี หรือการต้อนรับราชอาคันตุกะหรือแขกเมืองของรัฐบาล

ข้อ 5 ในการอนุญาต เจ้าพนักงานท้องถิ่น หรือพนักงานเจ้าหน้าที่ต้องแสดงเขตท้องที่ที่อนุญาตให้โฆษณาไว้ในหนังสืออนุญาต และต้องกำหนดอายุของหนังสืออนุญาต ภายใต้อัตลักษณ์ดังต่อไปนี้

(1) การโฆษณาที่เป็นการค้าครั้งละไม่เกินหกสิบวัน

(2) การโฆษณาที่ไม่เป็นการค้าครั้งละไม่เกินสามสิบวัน

ข้อ 7 ให้เจ้าพนักงานท้องถิ่น หรือพนักงานเจ้าหน้าที่ เรียกเก็บค่าธรรมเนียมในการขออนุญาตตามอัตรา ดังต่อไปนี้

(1) หนังสืออนุญาตให้ปิด ทิ้ง หรือโปรยแผ่นประกาศหรือใบปลิว เพื่อการโฆษณาที่เป็นการค้า ฉบับละ 200 บาท

(2) หนังสืออนุญาตให้ปิด ทิ้ง หรือโปรยแผ่นประกาศหรือใบปลิว เพื่อการโฆษณาอื่นๆ ที่ไม่เป็นการค้า ฉบับละ 100 บาท

2.2.8 บทกำหนดโทษ

ข้อบัญญัติควบคุมอาคาร เรื่องควบคุมการก่อสร้างอาคาร พ.ศ. 2522

มาตรา 65 ผู้ใดก่อสร้าง ดัดแปลง เคลื่อนย้ายอาคาร ต้องได้รับอนุญาตจากเจ้าพนักงานท้องถิ่น หรือแจ้งต่อเจ้าพนักงานท้องถิ่น ผู้ใดฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามต้องโทษจำคุกไม่เกิน 3 เดือน หรือปรับไม่เกินหกหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

พระราชบัญญัติรักษาความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบ้านเมือง พ.ศ.

มาตรา 54 ผู้ใดติดตั้ง ตาก วาง หรือแขวนสิ่งใดในที่สาธารณะต้องได้รับหนังสืออนุญาตจากเจ้าพนักงานท้องถิ่น หรือพนักงานเจ้าหน้าที่

ผู้ใดติดตั้ง ตาก วาง หรือแขวนสิ่งใดๆที่อาคารในลักษณะที่สกปรกรกรุงรัง หรือไม่เป็นระเบียบเรียบร้อย หรือมีสภาพที่ประชาชนเห็นได้จากที่สาธารณะ ผู้ใดฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตาม ต้องระวางโทษปรับไม่เกิน สองพันบาท

มาตรา 56 การโฆษณาด้วยการปิด ทิ้ง หรือโปรยแผ่นประกาศหรือใบปลิวในที่สาธารณะ จะกระทำได้อต่อเมื่อได้รับหนังสืออนุญาตจากเจ้าพนักงานท้องถิ่น หรือพนักงานเจ้าหน้าที่ ผู้ใดฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตาม ต้องระวางโทษปรับไม่เกินสองพันบาท

2.2.9 การควบคุมการติดตั้งป้ายในบริเวณพื้นที่เฉพาะ

ซึ่งเป็นบริเวณพื้นที่เพื่อการอนุรักษ์โบราณสถาน หรือบริเวณที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ หรือบริเวณที่สมควรรักษาเป็นพิเศษ โดยมีพื้นที่และข้อกำหนดควบคุมที่สำคัญ ได้แก่

2.2.9.1 ข้อบัญญัติกรุงเทพมหานคร เรื่อง กำหนดบริเวณห้ามก่อสร้าง ดัดแปลง ใช้หรือเปลี่ยนแปลงใช้อาคารบางชนิด หรือบางประเภทในท้องที่แขวงถนนนครไชยศรี แขวงวชิรพยาบาล แขวงคูสิต แขวงสวนจิตรลดา แขวงสี่แยกมหานาค เขตคูสิต แขวงทุ่งพญาไท แขวงสามเสนใน เขตพญาไท แขวงวัดโสมนัส เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย และแขวงวัดสามพระยา แขวงวัดบางขุนพรหม เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2526

ข้อ 4 ภายในบริเวณที่ 1 ห้ามมิให้บุคคลใดก่อสร้างหรือดัดแปลงอาคารอื่นใด ซึ่งมีความสูงไม่เกิน 12 เมตร โดยวัดจากระดับถนน หรือขอบทางเท้าที่ใกล้ที่สุดถึงส่วนที่สูงที่สุดของอาคาร

ข้อ 5 ภายในบริเวณที่ 2 ห้ามมิให้บุคคลใดก่อสร้างหรือดัดแปลงอาคารอื่นใด ซึ่งมีความสูงไม่เกิน 20 เมตร โดยวัดจากระดับถนน หรือขอบทางเท้าที่ใกล้ที่สุดถึงส่วนที่สูงที่สุดของอาคาร

แผนที่ท้ายข้อบัญญัติกรุงเทพมหานคร
 เรื่อง กำหนดบริเวณห้ามก่อสร้าง คัดแปลง ใช้หรือเปลี่ยนแปลงใช้อาคารบางชนิดหรือบางประเภท
 ในท้องที่แขวงถนนนครไชยศรี แขวงวีรพยาบาล แขวงคูด้ดิน แขวงฉนวนจิตรลดา แขวงลิ้นแยมหานคร เขตคูด้ดิน
 แขวงทุ่งพญาไท แขวงลวมเลนไน เขตพญาไท แขวงวัดโสมนัส เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย
 และแขวงวัดลวมพระยา แขวงบางขุนพรหม เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร

พ.ศ. ๒๕๒๖

มาตราส่วน ๑:๒๐,๐๐๐

๑๐๐ ม. ๒๐๐ ม. ๓๐๐ ม. ๔๐๐ ม. ๕๐๐ ม. ๖๐๐ ม. ๗๐๐ ม. ๘๐๐ ม. ๙๐๐ เมตร



- เครื่องหมาย**
- แนวเขตกำหนดบริเวณห้ามก่อสร้าง คัดแปลง ใช้หรือเปลี่ยนแปลงใช้อาคารบางชนิดหรือบางประเภท
 - - - - - เขตคลองเขต
 - · - · - · - เขตของแขวง
 - == ทางหลวง ถนน
 - ==== ทางรถไฟ
 - ||| ระแนง
 - ~ แม่น้ำ คลอง

กองผังเมือง
 สำนักงานปลัดกรุงเทพมหานคร
 ผู้บัญชาการกอง กองผังเมือง
 ปลัดกรุงเทพมหานคร

ภาพที่ 2.14 แสดงการควบคุมการติดตั้งป้ายโฆษณาภายในบริเวณโคจรอบพระราชวังสวนจิตรลดา เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น มิใช่ผู้จัดทำเพื่อเผยแพร่หรือใช้ในการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2.9.2 ข้อบัญญัติกรุงเทพมหานคร เรื่อง กำหนดบริเวณห้ามก่อสร้าง ดัดแปลง ใช้หรือ
เปลี่ยนการใช้อาคารบางชนิด หรือบางประเภทในบริเวณกรุงรัตนโกสินทร์ชั้นใน ในท้องที่แขวง
พระบรมมหาราชวัง เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2528

ข้อ 4 ภายในบริเวณที่ 1 ห้ามมิให้บุคคลใดก่อสร้างหรือดัดแปลงอาคารห้องแถว ตึก
แถว โรงงาน ตามกฎหมายว่าด้วยโรงงาน อาคารพาณิชย์ อาคารสาธารณะ หรืออาคารอื่นใด ยกเว้น
อาคารทางศาสนา ที่ทำการของทางราชการ โดยให้มีความสูงได้ไม่เกินความสูงของอาคารเดิม และ
จะต้องไม่เกิน 16 เมตร ทั้งนี้ให้วัดจากระดับถนนหรือขอบทางเท้าที่ใกล้ที่สุดถึงส่วนที่สูงที่สุด ของ
อาคาร

ข้อ 5 ภายในบริเวณที่ 2 บริเวณที่ 3 และบริเวณที่ 4 ห้ามมิให้บุคคลใดก่อสร้างหรือ
ดัดแปลงอาคารบางชนิดหรือบางประเภท

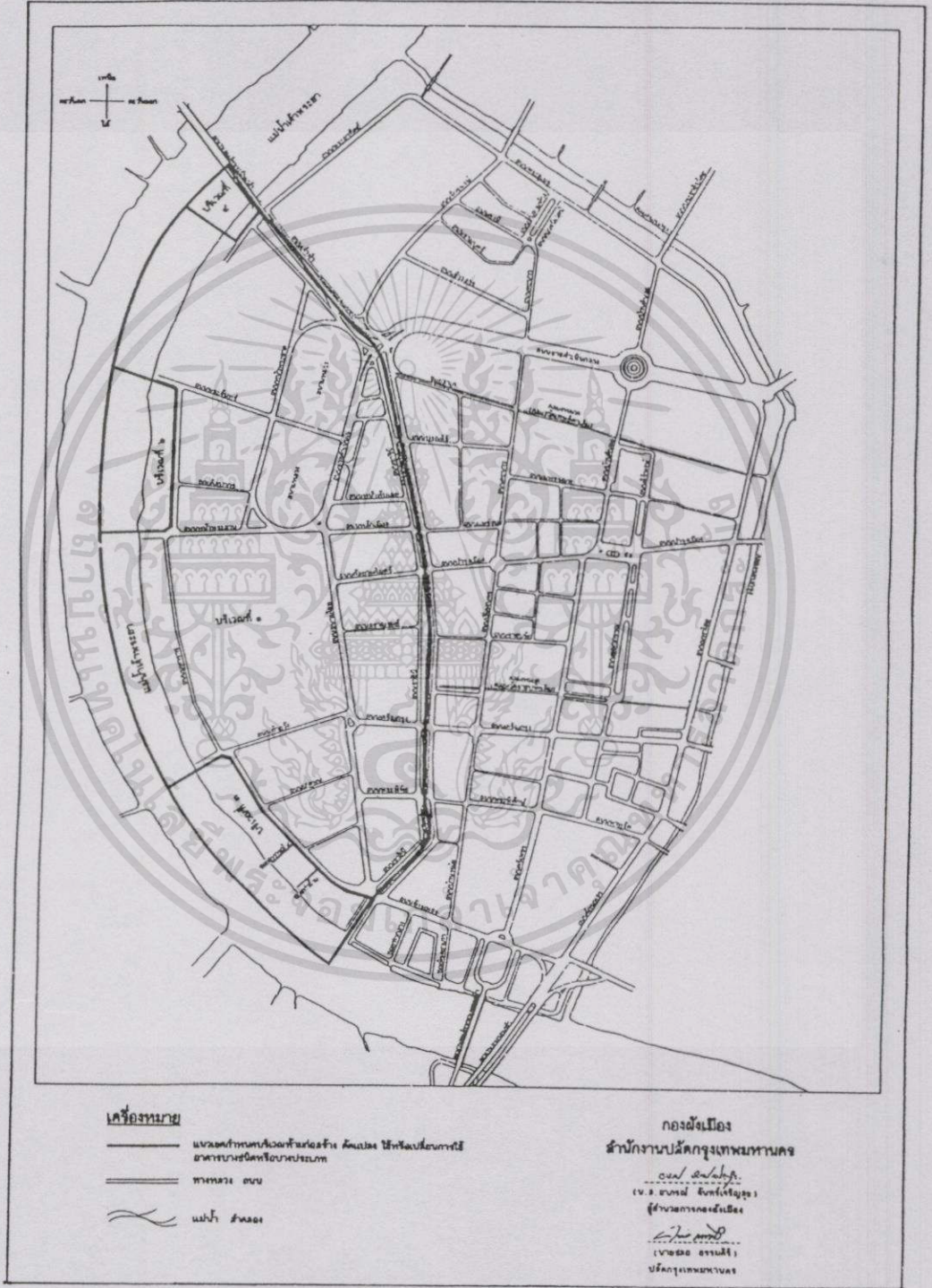
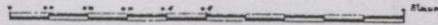
(12) ป้ายชื่อสถานประกอบกิจการที่มีพื้นที่รวมกันเกิน 5 ตารางเมตร หรือป้าย
โฆษณา

(13) อาคารที่มีความสูงเกิน 16 เมตร โดยวัดจากระดับถนน หรือขอบทางเท้าที่
ใกล้ที่สุดถึงส่วนที่สูงที่สุดของอาคาร

แผนที่ที่ เชื้อขัณฑ์ กรุงเทพมหานคร
 เรื่อง กำหนดบริเวณห้ามก่อสร้าง คัดแปลง ใช้ หรือเปลี่ยนแปลงการใช้อาคาร
 บางชนิด หรือบางประเภท ภายในบริเวณกรุงรัตนโกสินทร์ชั้นใน
 ในท้องที่แขวงพระบรมมหาราชวัง เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร

พ.ศ. ๒๕๒๘

มาตราส่วน



ภาพที่ 2.15 แสดงการควบคุมการติดตั้งป้ายโฆษณาภายในบริเวณกรุงรัตนโกสินทร์ชั้นใน เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น มิได้อยู่ภายใต้ลิขสิทธิ์ในด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น ลีเก็งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2.9.3 ข้อบัญญัติกรุงเทพมหานครเรื่อง กำหนดบริเวณห้ามก่อสร้าง คัดแปลงอาคาร บางชนิด หรือบางประเภท ในท้องที่แขวงวัดสามพระยา แขวงบ้านบาตร เขตพระนคร แขวงวัด โสมนัส แขวงบ้านบาตร แขวงคลองมหาราช แขวงวัดเทพศิรินทร์ แขวงป้อมปราบศัตรูพ่าย เขต ป้อมปราบศัตรูพ่าย และแขวงสัมพันธวงศ์ แขวงจักรวรรดิ แขวงตลาดน้อย เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2542

ข้อ 3 ในข้อบัญญัตินี้

(ก) “แนวเขตที่วัด” หมายความว่า แนวที่ซึ่งตั้งวัดตลอดจนเขตของวัดนั้น ทั้ง นี้ไม่รวมถึงที่ธรณีสงฆ์ หรือที่กัลปนา หรือที่ซึ่งกันไว้เพื่อหาผลประโยชน์

(ข) “บริเวณที่ 1” หมายความว่า พื้นที่ในบริเวณระหว่างทิศเหนือจดถนนท่า เกยม ถนนวิสุทธิกษัตริย์ ถนนจักรพรรดิพงษ์ ถนนหลานหลวง ทิศตะวันออกจดแนวกึ่งกลางคลอง ผดุงกรุงเกษม ทิศใต้จดแนวกึ่งกลางคลองบางลำภู และแนวกึ่งกลางคลองมหาราช ทิศตะวันตกจด แนวขนานซึ่งห่างจากริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาไปทางทิศตะวันออก 45 เมตร ทั้งนี้ไม่รวมพื้นที่ใน บริเวณที่ 3

(ค) “บริเวณที่ 2” หมายความว่า พื้นที่ในบริเวณระหว่างทิศเหนือจดแนวกึ่ง กลางคลองมหาราช ทิศตะวันออกจดแนวกึ่งกลางคลองผดุงกรุงเกษม ทิศใต้จดแนวขนานซึ่งห่าง จากริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาไปทางทิศเหนือ 45 เมตร ทิศตะวันตกจดแนวกึ่งกลางคลองโอ่งอ่าง ทั้งนี้ ไม่รวมพื้นที่ในบริเวณที่ 3

(ง) “บริเวณที่ 3” หมายความว่า พื้นที่ในบริเวณที่อยู่ในระยะ 50 เมตร รอบ แนวเขตที่วัด วัดกุศลสมาคร วัดกันมาศุยาราม วัดคณิกาผล วัดจักรวรรดิราชาวาสวรมหาวิหาร วัด ชัยชนะสงคราม วัดชัยภูมิการาม วัดคิสานุการาม วัดศรีทศเทพวรวิหาร วัดไตรมิตรวิทยารามวรวิ หार วัดเทพศิรินทราวาสราชวรหาร วัดเทวีวรรณุติ วัดบพิตรพิมุขวรวิหาร วัดปทุมคงคาราชวร วิหาร วัดปรีณายกวรวิหาร วัดพระพิเรนทร์ วัดพลับพลาชัย วัดมงคลสมาคม วัดมังกกรมลาวาส วัด โลกาอนุเคราะห์ วัดสระเกศราชวรมหาวิหาร วัดสีตาราม วัดสังเวชวิศยารามวรวิหาร วัดสัมพันธ วงศารามวรวิหาร วัดสามพระยา วัดใหม่อมตโรต วัดอุภัยราชบำรุง วัดเอี่ยมวรมุข โบสถ์กัลหาวร์ มัสยิดมหาราช

ข้อ 4 ห้ามมิให้บุคคลใดก่อสร้างอาคาร ดังต่อไปนี้

- (1) ภายในบริเวณที่ 1 อาคารที่มีความสูงเกิน 20 เมตร
- (2) ภายในบริเวณที่ 2 อาคารที่มีความสูงเกิน 37 เมตร
- (3) ภายในบริเวณที่ 3 อาคารที่มีความสูงเกิน 16 เมตร

การวัดความสูงให้วัดจากระดับถนนที่ใกล้ที่สุด ถึงส่วนที่สูงที่สุดของอาคาร ป้ายที่เป็นอาคาร ให้วัดความสูงจากระดับถนนที่ใกล้ที่สุดถึงส่วนที่สูงที่สุด ของ

ป้าย

แผนที่ที่ท้ายข้อบัญญัติกรุงเทพมหานคร

เขตบริเวณห้ามก่อสร้าง คัดแปลงอาคารหรืออาคารประเภท ในท้องที่แขวงวัดสามพระยา แขวงบ้านพานถม เขตพระนคร
วัดโสมนัส แขวงบ้านบาตร แขวงคลองมหาพฤกษ์ แขวงวัดเทพศิรินทร์ แขวงบ่อนปรนศิริสุทนต์ เขตบ่อนปรนศิริสุทนต์
แขวงมีนบุรี แขวงจักรวรรดิ แขวงตลาดน้อย เขตมีนบุรีแขวงมีนบุรี กรุงเทพมหานคร













พ.ศ. ๒๕๕๒

มาตราส่วน
















๑๐๐ ๑๖๐ ๑๕๐ ๑๖๐ ๑๕๐ ๑๐๐ กิโลเมตร



เครื่องหมาย

-  บริเวณที่ ๑
-  บริเวณที่ ๒
-  บริเวณที่ ๓
-  แนวเขตกำหนดบริเวณห้ามก่อสร้าง คัดแปลง
-  แผงระบายน้ำหรือทางระบาย
-  เขตอุโมงค์
-  เขตอุโมงค์
-  ทางหลวง ถนน ตรอก ซอย
-  ระบายน้ำ
-  แก้วน้ำ ฝาคดลง
-  ทางรถไฟ
-  ราง
- รางรถราง
- ราง

ฉลากผังเมือง

-  (นานาสถาปัตยกรรม)
-  (ผู้อำนวยความสะดวก)
-  (ระบายน้ำ)
-  (ระบายน้ำ)
-  (ระบายน้ำ)
-  (ระบายน้ำ)
-  (ระบายน้ำ)
-  (ระบายน้ำ)
-  (ระบายน้ำ)
-  (ระบายน้ำ)
-  (ระบายน้ำ)
-  (ระบายน้ำ)
-  (ระบายน้ำ)
-  (ระบายน้ำ)
-  (ระบายน้ำ)

ภาพที่ 2.16 แสดงการควบคุมการติดตั้งป้ายโฆษณาภายในบริเวณเขตสัมพันธวงศ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่สามารถนำข้อมูลไปใช้โดยไม่ได้รับอนุญาต

2.3 การขออนุญาตติดตั้งสื่อป้ายโฆษณาถาวรและสื่อป้ายโฆษณาชั่วคราว

จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่กองควบคุมงานโยธา (กทม. 2) สามารถปฏิบัติได้ดังนี้

1. ป้ายโฆษณาบนพื้นดินหรือบนอาคาร (มีความหมายรวมถึงตัวอาคาร) ที่มีความสูงเกิน 15 เมตร ให้ยื่นคำขอรับอนุญาตที่งานโยธา (กทม.)

2. ป้ายโฆษณาบนพื้นดินหรือบนอาคาร (มีความหมายรวมถึงตัวอาคาร) ที่มีความสูงไม่เกิน 15 เมตร ให้ยื่นคำขอรับอนุญาตที่งานโยธา เขตท้องที่ที่จะติดตั้งป้าย โดยแจ้งรายละเอียดเพื่อประกอบการพิจารณาดังนี้

(1) ป้ายที่เป็นอาคารตามพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522 ต้องยื่นคำขอรับอนุญาต 2 ประเภท คือ

(ก) ตามพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522 โดยใช้หนังสือขออนุญาตปลูกสร้างอาคาร (อ.1) พร้อมด้วยแผนผังแบบก่อสร้างและรายการก่อสร้าง

(ข) ตามพระราชบัญญัติรักษาความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบ้านเมือง พ.ศ. 2503 โดยใช้คำร้องขออนุญาตทำการโฆษณา (ข.ป.1) พร้อมด้วยแผนผังแบบก่อสร้างและรายการก่อสร้าง

(2) ป้ายที่ไม่เป็นอาคารตามพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522 ให้ยื่นคำขอรับอนุญาตเฉพาะการขออนุญาตตามพระราชบัญญัติรักษาความสะอาด และความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบ้านเมือง พ.ศ. 2503

จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่สำนักงานเขต ในการยื่นคำร้องขอติดตั้งป้ายโฆษณานั้น ทางเขตจะพิจารณาจุดใหญ่ๆ ก่อนอนุญาตให้ก่อสร้างได้ดังนี้

1. ป้ายนั้นอยู่ห่างจากอาคารอื่นหรือสาธารณะน้อยกว่า 2 เมตร
2. ความสูง จะพิจารณาจาก
 - ถ้าป้ายติดพื้นดิน จะต้องสูงไม่เกิน 15 เมตร
 - ถ้าป้ายติดบนหลังคาชั้นลาดฟ้าของอาคาร หรือ คีกรถ ความสูงจากพื้นดินถึงป้ายต้องไม่เกิน 15 เมตร

3. โครงสร้างทั่วไป เช่น ความแข็งแรง วิศวกรคำนวณและควบคุมงานก่อสร้าง รวมไปถึงระยะความไกลของไฟส่องถึงป้าย ต้องไม่เกิน 5 เมตร เป็นต้น

ทางเขตจะคิดค่าธรรมเนียมใบอนุญาตก่อสร้าง ฉบับละ 200 บาท และค่าธรรมเนียมในการตรวจแบบแปลนสำหรับก่อสร้างป้ายโฆษณา โดยคิดตามพื้นที่ของป้ายโดยเอาส่วนที่กว้างที่สุดคูณด้วยส่วนที่ยาวที่สุดแล้วคิดในอัตรา ตร.ม. ละ 4 บาท และเศษของ ตร.ม. หรือเมตร ตั้งแต่กึ่งหนึ่งขึ้นไป ให้ถือเป็นหน่วยเต็ม ถ้าต่ำกว่ากึ่งหนึ่งให้ปัดทิ้ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในการตรวจสอบงานก่อสร้าง ทางฝ่ายโยธาของสำนักงานเขตจะทำการตรวจทุกๆ 15 วัน โดยจะมีวิศวกรควบคุมงานเป็นฝ่ายดูแลตรวจสอบความแข็งแรงและถูกต้องตามการก่อสร้าง แต่ปัญหาส่วนใหญ่ จะเกิดจากการก่อสร้างหรือติดตั้งสื่อป้ายโฆษณา โดยไม่มีการขออนุญาตจากทางสำนักงานเขตและทางกรมโยธา ซึ่งจะผิดกฎหมายพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522 และระเบียบกรุงเทพมหานครว่าด้วยการขออนุญาตติดตั้งป้ายโฆษณา พ.ศ. 2522 ตลอดจนพระราชบัญญัติต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น พระราชบัญญัติรักษาความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบ้านเมือง พ.ศ. 2503 ซึ่งปัญหาที่เกิดขึ้น ทางสำนักงานเขตไม่ได้กวัดจันและออกไปตรวจสอบ จึงก่อปัญหาในด้านต่างๆ ต่องานสถาปัตยกรรมและสภาพแวดล้อมของชุมชนเมือง ตลอดจนความปลอดภัยในชีวิตหรือทรัพย์สินของประชาชน ความสะดวกหรือปลอดภัยในด้านการจราจร

2.4 ลักษณะของสื่อป้ายโฆษณาในต่างประเทศ

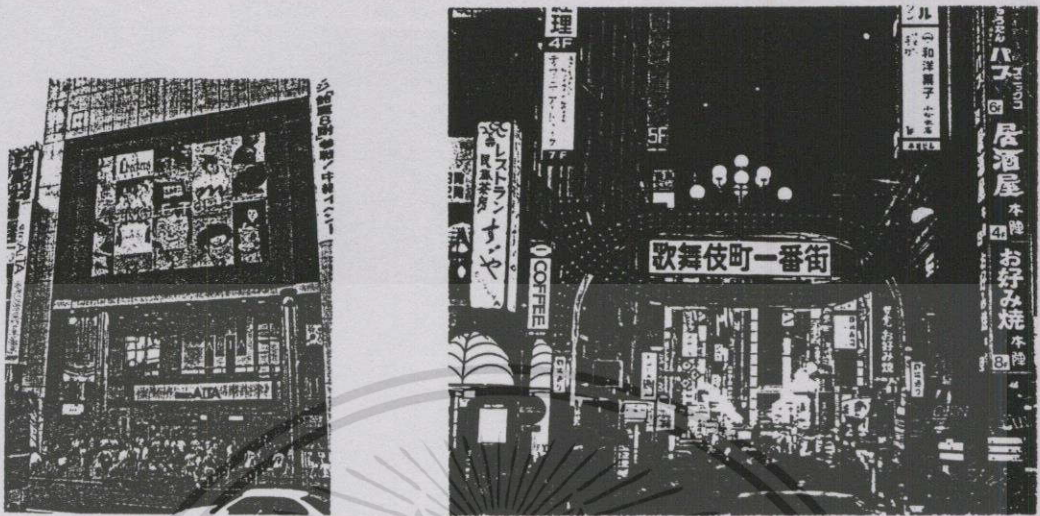
ลักษณะของสื่อป้ายโฆษณาที่ติดตั้งกับอาคาร ในประเทศไทย จะมีลักษณะหลายรูปแบบที่คล้ายคลึงจากต่างประเทศ จากการสัมภาษณ์ คุณ บุญอนันต์ บุลดี (ฝ่ายการตลาดการเคหะแห่งชาติ, 2542) ได้ให้แนวความคิดว่าสื่อป้ายโฆษณาในต่างประเทศ ได้แก่ ประเทศญี่ปุ่นจะมีลักษณะที่หนาแน่นและมีจำนวนที่มากกว่าประเทศไทย แต่จะมีการกำหนด Zone ในการติดตั้ง เช่น ในย่านการค้าหรือชุมชนใหญ่ที่มีประชากรหนาแน่น และลี้กักจอบไปด้วยสรรพสิ่งที่ให้ความบันเทิงในยามราตรี

สื่อป้ายโฆษณาบางประเภทในประเทศไทย จะได้รับอิทธิพลมาจากประเทศญี่ปุ่น อเมริกา หรือเกาะฮ่องกง เป็นต้น ดังตัวอย่างเช่น

1. Bus size, Bus back และ Bus body และได้รับอิทธิพลจากเกาะฮ่องกง
2. ป้าย Bill boards ขนาดใหญ่จะได้รับอิทธิพลจากประเทศอเมริกา
3. ป้าย Electronic จะได้รับอิทธิพลจากประเทศญี่ปุ่น

2.4.1 ลักษณะของสื่อป้ายโฆษณาในประเทศญี่ปุ่น

บริเวณที่มีสื่อป้ายโฆษณามาก จะพบในย่านชุมชนใหญ่ที่มีประชากรหนาแน่น มีแหล่งบันเทิงในยามราตรี ดังเช่น ย่าน Shinjuku หรือในย่านที่มีแหล่งแฟชั่นชั้นนำในย่าน Harajuku ดังเช่นตัวอย่าง (Japan An Illustrated Encyclopedia, 2537: 8, 1379)



ภาพที่ 2.17 แสดง Shinjuku Ward Tokyo. The new Tokyo Metropolis

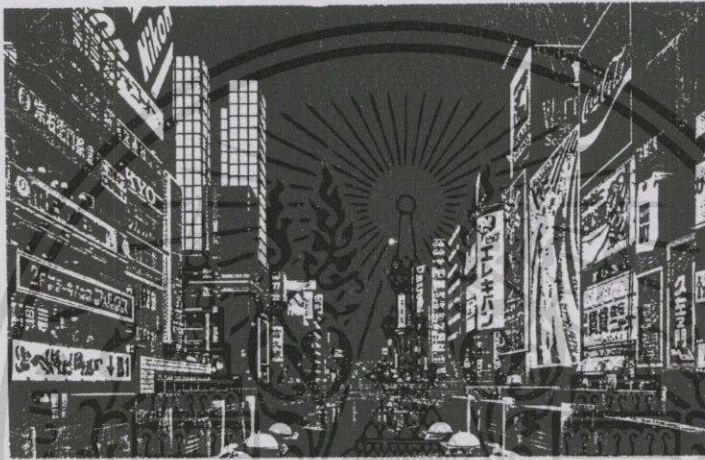
ลักษณะของสื่อป้ายโฆษณาติดตั้งในลักษณะยื่นออกมาจากอาคาร 0.70-1.50 m. ไม่จำกัดความสูงและตำแหน่งที่ติดตั้ง แต่จะไม่สูงกว่าตัวอาคาร แต่จะไม่นิยมติดตั้งบนหลังคาคานฟ้าของอาคาร จะนิยมติดตั้งที่ผนังของอาคารบริเวณด้านหน้าของตัวอาคาร ลักษณะสื่อป้ายโฆษณา จะเป็นแบบ Electronic



ภาพที่ 2.18 แสดงสภาพของป้ายโฆษณาในย่าน Shinjuku

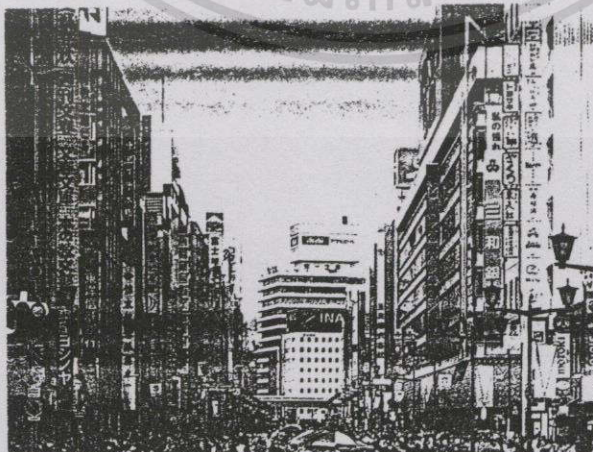
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างถึงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลักษณะของสื่อป้ายโฆษณาในย่าน shinjuku จะมีความหลากหลายของรูปแบบ ขนาด และประเภท มีลักษณะที่คล้ายคลึงกับสื่อป้ายโฆษณาในถนนเยาวราช แต่ในย่าน Shinjuku ป้ายที่ติดตั้ง กับอาคารจะยื่นออกมาจากตัวอาคารไม่เกิน 1.50 m. และจะปกปิดวัสดุโครงสร้างของป้ายโฆษณา ลักษณะของแผงบังแดดจะถูกยกขึ้นสูงมากกว่า 2.00 m. และมีรูปแบบที่คล้ายคลึงกันตลอดแนว (วารสารการท่องเที่ยวยุโรป, 1999: 3)



ภาพที่ 2.19 แสดง The historic Dotombori entertainment district in central Osaka

ลักษณะของสื่อป้ายโฆษณาในย่าน Osaka จะคล้ายคลึงกับย่าน Shinjuku แต่จะมีความหลากหลายของป้ายผนังที่ติดกับด้านหน้าของอาคารตลอดจน Electronic ที่ใช้กับป้ายโฆษณาที่มากกว่า แต่สิ่งที่ขาดหายไป ได้แก่ แผงบังแดดที่มีน้อย (Japan an illustrated Encyclopedia. 2537: 1662)



ภาพที่ 2.20 แสดง Ginza. The main street of Tokyo และ street Kawasaki Daishi

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น ลึกทั้งห้าปีให้ตัดแปลงเป็นหัว และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลักษณะของตึ้อป้ายโฆษณาจะเหมือนกับในย่านการค้าต่างๆ แต่การติดตั้งป้ายตึ้อป้ายโฆษณาจะไม่ปิดบังทัศนียภาพอันสวยงามของคอมไฟและถนน ตึ้อป้ายโฆษณาจะมีขนาดเล็กไม่จำกัดความสูง (Japan An Illustrated Encyclopedia. 2537: 456, 765)

2.4.2 ลักษณะของตึ้อป้ายโฆษณาในเกาะฮ่องกง

คุณวิโรจน์ เลิศบรรเจดจิต ปัจจุบันเขียน Program computer (นักศึกษามาจากประเทศสิงคโปร์) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับตึ้อป้ายโฆษณาในประเทศสิงคโปร์และเกาะฮ่องกง ว่ามีลักษณะที่เหมือนกันในลักษณะของการควบคุม Zone ในการติดตั้งป้ายโฆษณา เช่น ย่านจิมซาจู้ย (Tsim sha Tsui) บนถนนนาธาน ในเกาะฮ่องกง ซึ่งเป็นที่ตั้งของโรงแรมชั้นนำ และร้านค้าต่างๆ มากมาย จะเป็นย่านที่สามารถเห็นตึ้อป้ายโฆษณาได้ชัดเจนและมากมาย แต่ตึ้อป้ายโฆษณา จะมีลักษณะที่เป็นระเบียบมีการจัดวางที่ดี มีการกำหนดขนาดและตำแหน่งที่ติดตั้ง จะไม่บดบังทัศนวิสัยและทัศนียภาพของเมือง



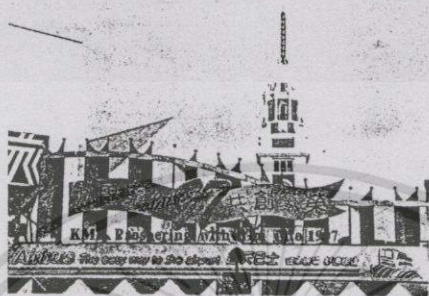
ภาพที่ 2.21 แสดงลักษณะตึ้อป้ายโฆษณา ย่าน Tsim Sha Psui บนถนนนาธาน (วารสารท่องเที่ยวเกาะ Hong Kong. 1997: 30)

ลักษณะของตึ้อป้ายโฆษณาในย่าน tsim sha psui สามารถแบ่งออกได้ 3 ประเภท ได้แก่

1. ป้ายยื่นจะยื่นจากอาคาร 1.50-5.00 m. แต่จะไม่สูง
2. ป้ายผนังจะติดตั้งสูงกว่าชั้น 2 แต่จะไม่สูงกว่าตัวอาคาร
3. ป้ายชั่วคราว เช่น ป้ายแสดงราคาสินค้าจะติดตั้งกับอาคาร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างถึงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.22 แสดงลักษณะป้ายโฆษณาบริเวณท่าเรือสตาร์เฟอร์รี่

ลักษณะของสื่อป้ายโฆษณาที่ติดตั้งกับอาคาร จะมีความแปลกตาแต่มีขนาดที่ไม่ใหญ่ และจะเน้นสีส้มที่สะดุดตา ลักษณะของป้ายจะไม่ติดตั้งสูงกว่าตัวอาคาร แต่จะขนานยาวไปกับผนังของอาคาร (Hong Kong, 1997: 30)



ภาพที่ 2.23 แสดงลักษณะป้ายโฆษณาย่านเซ็นทรัลในเกาะฮ่องกง

สื่อป้ายโฆษณาจะเป็นลักษณะของป้ายยื่น จะติดตั้งบริเวณชั้นที่ 2-3 ของอาคาร แต่จะไม่มีลักษณะของป้าย Billboards ขนาดใหญ่บนอาคาร จะเป็นเพียงป้ายชื่อของสินค้ามากกว่ารูปภาพ (วารสารการท่องเที่ยวเกาะ Hong Kong, 1997: 19,60)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น ลึกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และตัดง้างถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.1 แสดงลักษณะเปรียบเทียบป้ายโฆษณาของเกาะฮ่องกง และประเทศญี่ปุ่น

ฮ่องกง	ญี่ปุ่น
1. มีสีสันสวยงาม	1. ป้ายมีสีสันสวยงามรูปทรงแปลกตา
2. ป้ายจะขึ้นจากอาคาร 1.50-5.00 m.	2. ลักษณะป้ายจะขึ้นจากอาคารประมาณ 1.00-1.50 m.
3. ป้ายที่ติดตั้งจะไม่นิยมในทางสูงเหมือนกับญี่ปุ่น	3. ป้ายที่ติดตั้งกับอาคารจะสูงตามลักษณะของตัวหนังสือ แต่จะไม่สูงกว่าตัวอาคาร
4. ป้ายบนอาคารจะเป็นเพียงตัวหนังสือ	4. ป้าย Billboards ที่ติดตั้งบนอาคารน้อย
5. ป้ายผนังจะติดกับที่อาคารชั้น 2 ถึงลาดฟ้า	5. ป้ายผนังจะติดตั้งเฉพาะด้านหน้าและระเบียงของอาคาร
6. ปิคบัง โครงสร้างบางส่วนเหมือนกับประเทศไทย	6. จะปิดบังโครงสร้างไม่โชว์โครงสร้าง
7. จะไม่ติดตั้งป้ายที่ได้กันเสาของอาคาร	7. จะไม่ติดตั้งป้ายได้กันเสาของอาคาร

2.5 สภาพการติดตั้งป้ายโฆษณาและปัญหาที่เกิดขึ้นในเขตกรุงเทพมหานคร

จากการศึกษาข้อกฎหมาย ซึ่งถือว่าเป็นเครื่องมือของเจ้าพนักงานท้องถิ่น ในการควบคุมการติดตั้งป้ายโฆษณาได้กล่าวมาแล้ว จะเห็นได้ว่าลักษณะของข้อกฎหมายเท่าที่มีอยู่นั้นมีการบังคับและควบคุมการติดตั้งป้ายลักษณะต่างๆ อยู่มากพอสมควร และมีความพอเพียงที่จะสามารถจัดระเบียบของเมืองได้ในระดับหนึ่ง ปัญหาที่พบเห็นโดยทั่วไป อาจกล่าวได้ว่ามีสาเหตุอันเนื่องมาจากการละเลยและหลบเลี่ยงการปฏิบัติตามกฎหมาย หรือความรู้เท่าไม่ถึงการณ์ อย่างไรก็ตาม ปัญหาทั้งหลายก็ควรได้รับการแก้ไขตามความเหมาะสม

สำหรับปัญหาที่เกิดขึ้นกับเขตกรุงเทพมหานครในปัจจุบัน อันเนื่องมาจากการติดตั้งป้ายที่มีลักษณะผิดกฎหมาย ซึ่งสามารถพบเห็นได้ทั่วไป ได้แก่

2.5.1 การติดตั้งป้ายชื่อสถานประกอบการ หรือป้ายโฆษณาคร่อมหรือเหนือสถานที่สาธารณะ ไม่ว่าจะเป็นบนหรือเหนือทางเท้า ถนน เกาะกลางถนน สะพานลอยคนเดินข้าม ต้นไม้ เสาไฟฟ้าและอื่นๆ ซึ่งมีลักษณะที่เป็นป้ายทั้งป้ายถาวรและป้ายชั่วคราว

ป้ายลักษณะนี้พบเห็นได้โดยทั่วไป โดยเฉพาะในย่านการค้าซึ่งปัญหาที่เกิดขึ้นจากป้ายลักษณะนี้ คือ การก่อให้เกิดความรุงรัง การบดบังทัศนียภาพ การกีดขวางการสัญจรบนทางเท้า รวมทั้งยังก่อให้เกิดอันตรายต่อผู้คนที่สัญจรไปมาได้



ภาพที่ 2.24 แสดงป้ายโฆษณาคร่อมเหนือที่หรือทางสาธารณะ

2.5.2 ป้ายโฆษณาชั่วคราวที่เกี่ยวกับการกุศล สาธารณะประโยชน์ ป้ายนั้นทำด้วยผ้า หรือ กระดาษ ซึ่งไม่เป็นอาคาร อนุญาตให้ติดตั้งได้เฉพาะการติดตั้งแนบกับรั้วหรือผนังของ อาคารเท่านั้น ขนาดความสูงของป้ายต้องไม่สูงกว่าตัวอาคารหรือรั้วที่อนุญาตติดตั้ง

ป้ายในลักษณะนี้จะพบเห็นได้โดยทั่วไป ในย่านการค้าที่มีประชากรหนาแน่น โดยเฉพาะบริเวณทางเท้าและที่สาธารณะทั่วไป ป้ายในลักษณะนี้จะก่อให้เกิดผลเสียในเรื่องการบดบังทัศนวิสัยในการสัญจรและกีดขวางทางเท้าในขณะที่สัญจร ตลอดจนความไม่เป็นระเบียบเรียบร้อยของเมือง

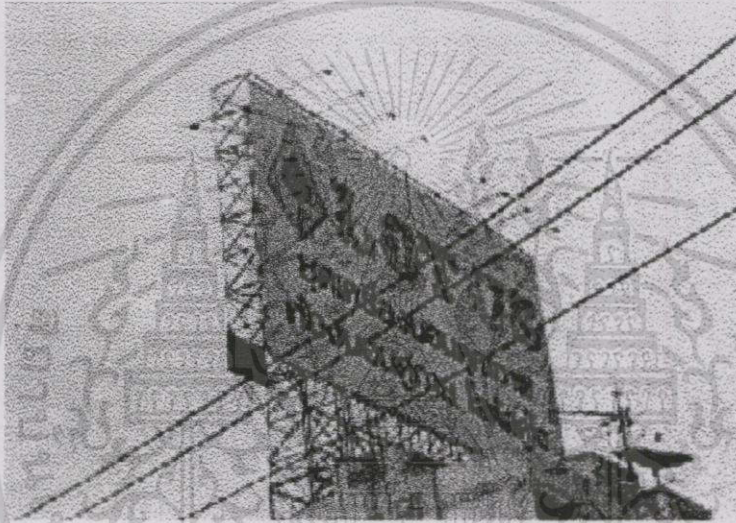


ภาพที่ 2.25 แสดงการติดตั้งป้ายชั่วคราวที่เสาไฟฟ้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างถึงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.5.3 ป้ายที่เป็นอาคารและสร้างอยู่ริมทางสาธารณะที่มีความกว้างไม่เกิน 6.00 เมตร แต่รันแนวป้ายห่างจากศูนย์กลางสาธารณะไม่ถึง 3.00 เมตร

ปัญหานี้จะพบเห็นไม่มากนัก ส่วนใหญ่จะพบในซอยสาธารณะขนาดเล็ก ซึ่งป้ายลักษณะนี้จะทำให้เกิดทัศนวิสัยที่ไม่ดี และทำให้มุมมองที่ค่อนข้างแคบอยู่แล้วของซอยมีขนาดเล็กลงไปอีก



ภาพที่ 2.26 แสดงป้ายที่รันจากแนวศูนย์กลางสาธารณะไม่เกิน 3.00 เมตร

จุดประสงค์ของการออกแบบอาคารและการจัดวางผังนั้น คือผลลัพธ์ของสภาพแวดล้อมที่มีคุณภาพ สนองความต้องการประโยชน์ใช้สอยของมนุษย์ และทำให้เกิดความเป็นอยู่ที่รื่นรมย์ จุดเริ่มต้นของการออกแบบจึงอยู่ที่สภาพเดิมของธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่มนุษย์สร้างขึ้นไว้ก่อน และความต้องการของมนุษย์ที่จะใช้ชีวิตอยู่ภายในสิ่งแวดล้อมนั้น ดังนั้น ในการออกแบบอาคารและการต่อเติมอาคาร ควรคำนึงถึงผู้อยู่อาศัย การถ่ายเทของอากาศ ตลอดจนการเกิดอับค้ำภัย ทางหนีไฟของอาคาร ดังที่ ผศ.ศ. ทิพทัส (2538: 5-21) กล่าวไว้ว่า ผู้อยู่อาศัยในอาคารไม่ว่าในฐานะใดก็ตาม ย่อมต้องการความสุขสบายในอาคาร ใช้สอยได้สะดวก มีการสัญจรคล่องตัวเป็นต้น เหล่านี้ล้วนเป็นความต้องการขั้นพื้นฐานทั่วไป ที่มนุษย์ต้องการ ส่วนสภาพทางธรรมชาติที่แวดล้อมนั้น มักเปลี่ยนแปลงไปตามฤดูกาล และปรากฏการณ์ ทางธรรมชาติต่างๆ ตลอดจนความเจริญเติบโตของชุมชนนั้นๆ ที่จะเป็นส่วนทำให้เกิดปัญหาในเรื่องการขยายตัวอย่างรวดเร็ว เกิดการจราจรที่คับคั่งและปัญหาในเรื่องระบบสาธารณูปโภคต่างๆ ด้วยสิ่งเหล่านี้จึงเป็นปัญหาสำคัญที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างถึงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สถาปนิกจะต้องหยิบยกมาพิจารณาประกอบการออกแบบ และหนทางแก้ไขปัญหาเหล่านี้ไว้ให้รัดกุม

สิ่งสำคัญอีกประการหนึ่ง ที่สถาปนิกจะต้องนำไปพิจารณาในการออกแบบอาคารก็คือ การใช้สอยของแต่ละอาคาร ซึ่งสถาปนิกจะต้องศึกษาว่าอาคารที่จะต้องออกแบบนั้น มีจุดประสงค์อย่างไร จะสร้างขึ้นสำหรับประกอบกิจกรรมชนิดใด และมีความต้องการในการใช้สอยเช่นใด ทั้งนี้ก็เพื่อเป็นแนวทางในการที่จะออกแบบ ให้เป็นการเสริมสร้างความสะดวกสบายในการเคลื่อนไหว การติดต่อระหว่างแต่ละส่วนภายในเนื้อที่เหล่านั้น และเพื่อให้การทำงานหรือการพักผ่อนของมนุษย์ผู้ใช้อาคารเป็นไปอย่างราบรื่น ควรใช้แต่ละส่วนและตำแหน่งที่ตั้งควรให้เหมาะสมกับความต้องการและความจำเป็นทางการใช้สอย การสัญจรติดต่อระหว่างแต่ละส่วนสะดวกและไม่รบกวนกัน มีความปลอดภัยในด้านการใช้สอยถูกต้องตามกฎหมาย เกี่ยวกับการปลูกสร้างหรือเทศบัญญัติ ตลอดจนมีบรรยากาศของแต่ละส่วน ที่สอดคล้องกับการใช้สอยและประเภทของอาคารด้วย

๒) โสภาคย์ ผาสุขนิรันดร์ (2537: 107) ได้กล่าวถึงการต่อเติมอาคารซึ่งมีความหมายรวมถึงการจัดวางตำแหน่งของสื่อบ้านโฆษณาไว้ว่า สื่อบ้านโฆษณา ตำแหน่งที่ตั้งติดตั้ง ต้องไม่บดบังหรือไม่ชัดเจน ต้องมีความสัมพันธ์ของการมองเห็นกับพื้นผิวถนนหรือส่วนประกอบพื้นผิวอื่นๆ ถ้าป้ายติดอยู่บนกำแพงหรืออาคาร ป้ายนั้นๆ จะกลายเป็นส่วนหนึ่งของสถาปัตยกรรม ซึ่งควรได้รับการพิจารณาในการออกแบบด้วย

การออกแบบที่ดี ควรประกอบด้วยสิ่งดังต่อไปนี้

1. การวางแผนควบคุม
2. ความร่วมมือระหว่างการผลิตและผู้มีอำนาจในการควบคุมการผลิตให้อยู่ภายในขอบเขตการยอมรับของการออกแบบ
3. การใช้หน่วยพิภดในการออกแบบ เช่น หน่วยพิภดแนวนอนและตั้ง ณ ที่ติดตั้งตัวหนังสือ

ในการติดตั้งสื่อบ้านโฆษณาในปัจจุบัน นอกจากจะติดตั้งในสถานที่ต่างๆ แล้ว บางส่วนจะถูกติดตั้งไว้กับอาคาร สิ่งนี้ควรคำนึงถึงนอกเหนือจาก 3 ข้อ ที่ โสภาคย์ ผาสุขนิรันดร์ ได้กล่าวมาแล้ว ยังควรคำนึงถึงการติดตั้งปิดบังช่องเปิดของอาคาร ซึ่งมีส่วนในการระบายลมและแสงสว่างเข้าสู่อาคาร ตลอดจนการหนีไฟ

2.5.4 ป้ายหรือโครงป้ายที่ติดตั้งบนอาคาร ซึ่งร่นแนวระยะห่างจากเขตทางหรือที่สาธารณะ ไม่ถึง 6.00 เมตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ป้ายลักษณะนี้พบเป็นจำนวนมาก ส่วนใหญ่มักติดตั้งอยู่บนหลังคาของตึกแถว ซึ่งในกรณีนี้นอกจากจะทำให้เมืองขาดความเป็นระเบียบแล้ว ยังอาจก่อให้เกิดอันตรายต่อผู้สัญจรไปมาได้ และพังลงมาในที่สาธารณะโดยสาเหตุของความไม่แข็งแรงของโครงสร้าง หรือการโดนพายุพัดอย่างรุนแรง



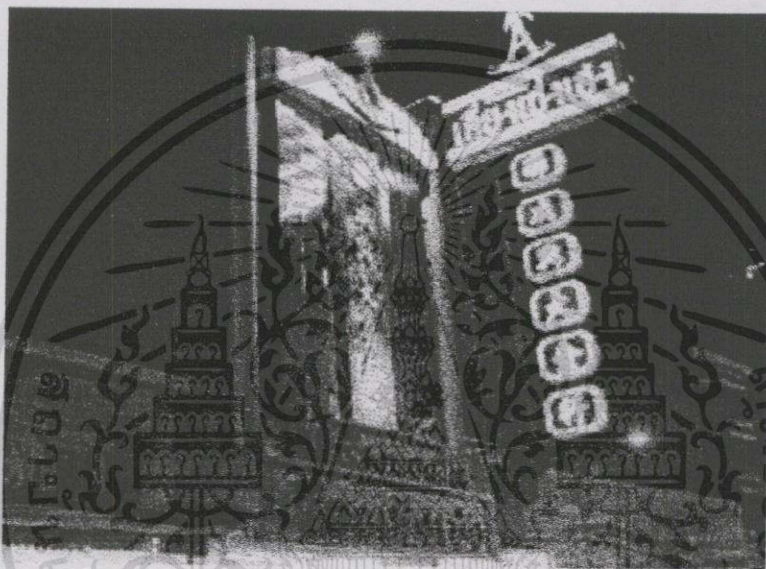
ภาพที่ 2.27 แสดงป้ายบนอาคารที่ร่นจากเขตทางสาธารณะไม่ถึง 6.00 เมตร

สื่อป้ายโฆษณาในปัจจุบันมีการก่อสร้างในหลายลักษณะ เพื่อประโยชน์ในหลายๆ ด้าน เช่น ความประหยัด ความสะดวกสบาย เป็นต้น โดยไม่ได้ยึดถือพระราชบัญญัติและกฎหมายควบคุม ตลอดจนความปลอดภัยของผู้สัญจรไปมา ดังที่ จีนศักดิ์ ตันจิกุล (2540: 84) ได้กล่าวว่ สื่อป้ายโฆษณาจำนวนหนึ่งก่อให้เกิดความรกรุงรัง และทำลายความเป็นระเบียบเรียบร้อยของเมือง ตลอดจนในบางครั้งก็ได้ก่อให้เกิดอันตราย อันเนื่องมาจากสื่อป้ายโฆษณาดังกล่าวขาดความมั่นคงแข็งแรง หรือติดตั้งอยู่ในตำแหน่งที่ไม่เหมาะสม เช่น อันตรายที่เกิดขึ้นจากแรงลม ซึ่งทำให้ป้ายล้มลงมาและสร้างความเสียหายและเป็นอันตรายต่อผู้สัญจร

2.5.5 ป้ายโฆษณาที่ติดตั้งบังช่องลม หน้าต่าง หรือประตูของอาคาร

ป้ายลักษณะนี้พบเป็นจำนวนมาก และเกือบจะทั้งหมดจะติดตั้งบริเวณผนังด้านหน้าของตึกแถวที่เป็นอาคารร้านค้าที่อยู่ริมถนน โดยเฉพาะถนนที่มีขนาดกว้างเกิน 6.00 เมตร ซึ่งเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกรใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กรณีของการติดตั้งป้ายในลักษณะนี้ จะก่อให้เกิดปัญหาหลายประการ ตั้งแต่การทำให้ทัศนียภาพสองข้างทางของถนนในเมืองขาดระเบียบ และไม่สามารถควบคุมรูปแบบของสถาปัตยกรรมได้เท่าที่ควรเป็นไป จนกระทั่งถึงการเป็นอันตรายต่อผู้อาศัยหรือใช้สอยภายในอาคาร เนื่องจากการขาดการระบายอากาศที่ดี และการขาดทางหนีไฟจากภายในอาคาร หรือทางที่บุคคลภายนอกจะสามารถเข้าไปช่วยเหลือผู้ที่อยู่ภายในได้ในกรณีเกิดเพลิงไหม้



ภาพที่ 2.28 แสดงป้ายโฆษณาที่ติดตั้งบังช่องลม หน้าต่าง หรือประตูของอาคาร

สถาวิทย์ คำนรารังกุล (2540: 42-53) ได้กล่าวถึงรูปแบบของอาคารซึ่งมีความหมาย รวมถึงสื่อป้ายโฆษณาที่ไม่สอดคล้องกับรูปแบบของสถาปัตยกรรมโดยรอบนั้น มีส่วนทำให้เกิดทัศนียภาพที่ไม่น่ามอง เนื่องจากการขาดความกลมกลืนระหว่างอาคารในบริเวณนั้น และเกิดเป็นภาพภูมิทัศน์ที่ไม่ดีของบริเวณนั้น ส่วนสาเหตุก็เนื่องมาจากรูปแบบอาคารที่ไม่สัมพันธ์และเกี่ยวข้องกับอาคารโดยรอบที่มีอยู่เดิมทุกประการ ควรจะให้อาคารใหม่นั้นมีความกลมกลืนกับอาคารที่มีอยู่เดิม เนื่องจากอาคารใหม่ที่สร้างขึ้นไม่ได้สร้างขึ้นมาเพื่อประโยชน์ใช้สอยในตัวเองเท่านั้น แต่ยังเป็นส่วนหนึ่งของภูมิทัศน์ เป็นตัวล่อที่ว่างการที่ design อาคารได้ดีสวยงาม แต่ไม่ได้สังเกตไปรอบๆ ถึงลักษณะรูปแบบที่มีอยู่เดิม จึงคลาดกันไปไม่เป็นระเบียบ บ้านเมืองจึงไม่สวยงาม โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่ออาคารที่สร้างใหม่นั้นอยู่ใกล้เคียงหรืออยู่ในบริเวณเดียวกับอาคารอนุรักษ์ จึงต้องเพิ่มความระมัดระวังและความตั้งใจในการ design เป็นการพิเศษ ตัวอย่างเช่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างถึงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บริเวณถนนราชดำเนินกลาง จะมีแนวของอาคารอนุรักษ์อยู่ทั้ง 2 ฝั่งของถนน ดังนั้นถ้าจะก่อสร้างอาคารใดๆ ซึ่งสามารถจะมองเห็นได้จากช่วงว่างที่เป็นระยะห่างระหว่างอาคารก็ควรที่จะคำนึงถึงรูปแบบและลักษณะ รวมทั้งสีสรรของอาคารอนุรักษ์ด้วย

ทั้งนี้รวมถึงการปรับปรุงตกแต่งหรือเปลี่ยนแปลงอาคารที่มีอยู่เดิมให้สอดคล้องและ สัมพันธ์กับอาคาร โดยรอบอีกด้วย

แนวทางแก้ไข

1. สถาปนิกผู้ออกแบบจะต้องมีจิตสำนึกในการที่จะออกแบบอาคารที่มีอยู่ใหม่หรือปรับปรุงอาคารที่มีอยู่เดิม

2. ใช้กฎหมายควบคุมอาคารที่เป็นอาคารอนุรักษ์ให้มีแนวทางในการแก้ไขหรือปรับปรุงให้เป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด

ทัศนียภาพที่ไม่น่ามองที่เกิดจากสาเหตุต่างๆ นั้น เมื่อนำมาทำการศึกษาวิเคราะห์ผลกระทบที่เกิดขึ้น จะสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 รูปแบบ ดังนี้

ทัศนียภาพที่ไม่น่ามองที่ส่งผลกระทบต่อภูมิทัศน์ของชุมชนหรือเมืองโดยรวม ทัศนียภาพที่ไม่น่ามองที่เกิดขึ้นนี้ จะเป็นทัศนียภาพที่เกิดตามจุดต่างๆ ในเมืองซึ่งจะเป็น scale เล็กๆ แต่เมื่อมองในมุมกว้างขึ้นหรือใน scale ที่ใหญ่กว่าชุมชนหรือเมือง ย่อมส่งผลกระทบต่อดังนี้

1. สภาพภูมิทัศน์ของชุมชนหรือเมืองโดยรวมหมดความสวยงาม

2. ชุมชนหรือเมืองขาดความเป็นระเบียบเรียบร้อย

3. แสดงให้เห็นถึงการขาดความรับผิดชอบของหน่วยงานที่รับผิดชอบในด้านการวางมาตรฐานการดำเนินการและการแก้ไขปัญหาเรื่องทัศนียภาพที่ไม่น่ามอง

ตัวอย่างของผลกระทบในลักษณะนี้เกิดจากทัศนียภาพต่างๆ ไปที่มีให้เห็นอยู่ตามชุมชนหรือเมือง ซึ่งมีผลต่อการทำลายภูมิทัศน์ของชุมชนและเมืองทั้งสิ้น

ทัศนียภาพไม่น่ามองที่ส่งผลกระทบต่อศิลปกรรมโบราณ หรือสถานที่ที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์

ผลกระทบของทัศนียภาพที่ไม่น่ามอง ที่ส่งผลกระทบต่อศิลปกรรมโบราณหรือสถานที่ที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ เกิดได้ 2 รูปแบบ ดังนี้

1. เกิดขึ้นโดยตรงต่อตัวศิลปกรรม โบราณหรือสถานที่ที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ ทำให้ทรุดโทรมเสียหาย ซึ่งมีสาเหตุหลักๆ ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.1 การสร้างอาคารรुक้าโบราณสถาน

1.2 การสร้างฝาย เขื่อน ถนน เข้ารูก้าหรือบคบังโบราณสถาน

1.3 ความรู้เท่าไม่ถึงการณ์หรือความไม่รู้และเข้าใจในตัวโบราณสถานนั้นๆ

จึงทำให้ออกแบบ ปรับปรุง ซ่อมแซมอย่างผิดๆ

2. ความเห็นแก่ประโยชน์ส่วนตัวในการที่จะขุดขโมยโบราณวัตถุไปเพื่อประโยชน์ส่วนตน

3. เกิดขึ้นโดยทางอ้อม โดยส่งผลกระทบต่อคุณค่าทางศิลปกรรมโบราณ หรืออาคารที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ ซึ่งมีสาเหตุหลักๆ มาจาก

3.1 การสร้างอาคารขึ้นมาใหม่ซึ่งทำการขัดแย้งทางภูมิทัศน์ระหว่างสิ่งก่อสร้างแบบใหม่กับเก่า

3.2 การสร้างอาคารบคบังโบราณสถาน

3.3 การใช้ที่ดินและการก่อสร้างอาคารใหม่ ไม่ได้มีการเว้นที่ว่างให้เหมาะสมเพื่อรักษาสภาพแวดล้อมของโบราณสถาน

3.4 ป้ายโฆษณา เสาไฟฟ้า ถังขยะ น้ำเสีย ตลอดจนบริการต่างๆ สำหรับนักท่องเที่ยว เช่น ห้องน้ำ ร้านค้า แผงลอย เป็นสิ่งที่ทำลายและบคบังทัศนียภาพของโบราณสถานต่างๆ ทัศนียภาพไม่น่ามองที่ส่งผลกระทบต่อขนบธรรมเนียมประเพณีต่างๆ และวัฒนธรรมที่ดั้งเดิมของชาติไทย

ทัศนียภาพที่ไม่น่ามองประเภทนี้ นอกจากทำลายความสวยงามของสภาพภูมิของชุมชนหรือเมืองแล้ว ยังส่งผลกระทบต่อขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรมอันดั้งเดิมของชาติอีกด้วย โดยที่ผลกระทบนี้จะทำลายขนบธรรมเนียมประเพณี วิถีชีวิตต่างๆ ที่มีอยู่ หรือเป็นตัวขัดขวางการดำรงอยู่ของขนบธรรมเนียมประเพณี โดยส่วนใหญ่จะกระทบต่อวัฒนธรรม ซึ่งจะเข้าไปในทางอ้อม ค่อยๆ เลือนหายไปไม่ทันรู้ตัวจนในที่สุด ขนบธรรมเนียมประเพณีและ วัฒนธรรมได้สูญหายไป ดังเช่น โครงการถนนเลียบบแม่น้ำเจ้าพระยา

สรุป จากผลกระทบจาก 3 รูปแบบนั้น การเกิดทัศนียภาพที่ไม่น่ามองอันเกิดจากสี่ต้นในสี่ป้ายโฆษณา การจัดวางตำแหน่ง และสถานที่ติดตั้งทั้งหมด ล้วนเป็นพื้นฐานของผลกระทบ แต่ละอย่างทั้งสิ้น เนื่องจากในการจำแนกแจกแจงทัศนียภาพที่ไม่น่ามองออกตามผลกระทบที่เกิดขึ้น ย่อมขึ้นกับว่าทัศนียภาพที่เกิดขึ้นนั้นมีความมากน้อยเพียงใด และสถานที่นั้นๆ มีความสำคัญเพียงใด เกิดตรงบริเวณไหน โดยที่ในแต่ละบริเวณจะมีผลกระทบที่แตกต่างกันออกไป

2.5.6 การติดตั้งป้ายหรือโครงป้ายได้กั้นสายตาชั้นล่างของอาคาร ในลักษณะแขวนหรือยื่นออกมาเหนือทางเท้า

นี้พบเห็นได้โดยทั่วไป ซึ่งปัญหาของป้ายลักษณะนี้ก็คือ การสร้างความไม่เป็นระเบียบและการก่อให้เกิดอันตรายต่อผู้คนที่สัญจรไปมาบนทางเท้า



ภาพที่ 2.29 แสดงการติดตั้งป้ายได้กั้นสายตา

เฉลิม รัตนทัศนีย์ (2539: 7) ได้กล่าวถึงคุณค่าของสถาปัตยกรรมไว้ว่า ความมั่นคงแข็งแรงก็เป็นคุณค่าที่สำคัญยิ่ง เพราะการก่อสร้างที่ไม่มั่นคงแข็งแรง ย่อมทำให้คุณค่าอย่างอื่นต้องพลอยสูญเปล่าไปด้วย กล่าวคือ สถาปัตยกรรมนั้นแม้จะทรงคุณค่าอย่างอื่นสักเท่าใด เมื่อสถาปัตยกรรมนั้นไม่อาจทรงสภาพเป็นสิ่งก่อสร้างอยู่ได้ คือพังทลายลงแล้ว คุณค่าอย่างอื่นแม้จะดีวิเศษสักเท่าใดก็คงไม่อาจชมได้โดยตรง

2.5.7 การติดตั้งป้ายโฆษณาบนพื้นดินในที่ของเอกชนที่มีความสูงของป้ายเกินกว่า 15.00 เมตร

ป้ายชนิดนี้จะพบเห็นมากในบริเวณที่มีการก่อสร้างโครงการที่เป็นอาคารการค้าขนาดใหญ่ หรือบริเวณริมถนนสายหลักที่อยู่บริเวณรอบนอกของเมือง ซึ่งป้ายลักษณะนี้จะก่อให้เกิดปัญหาในแง่ของความปลอดภัยได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในขณะที่เกิดพายุฝนฟ้าคะนอง จน

สามารถทำให้ป้ายโฆษณาที่ขาดความแข็งแรงหักล้มลงมา
ชุมชนเมือง

สร้างความเสียหายต่อผู้สัญจรและ



ภาพที่ 2.30 แสดงป้ายโฆษณาที่ติดตั้งสูงกว่า 15.00 เมตร

สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี (2539: 61) ได้กล่าวถึงปัญหาของสื่อป้ายโฆษณา Billboards ขนาดใหญ่ไว้ว่า ในปัจจุบันป้ายโฆษณาที่ติดตั้งอยู่ในกรุงเทพมหานคร ที่มีจำนวนมากมายนั้น มีทั้งแบบปฏิบัติถูกต้องตามกฎหมายในการขออนุญาตติดตั้ง และแบบไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย ติดตั้งป้ายโฆษณาโดยไม่มีการขออนุญาต ดังนั้นป้ายโฆษณาที่ไม่ได้ขออนุญาตส่วนมากจะดำเนินการก่อสร้างโดยไม่ได้คำนึงถึงความปลอดภัย และไม่ได้คำนึงถึงความเหมาะสมของสถานที่ตั้ง ซึ่งมักจะก่อให้เกิดปัญหาต่างๆ ตามมา เช่น ป้ายล้มหรือหักเมื่อเกิดพายุหรือลมพัดแรง ป้ายขึ้นดิวๆ กันกันไป ไม่ถูกต้องตามขั้นตอนการก่อสร้าง ซึ่งเป็นผลก่อให้เกิดทัศนียภาพที่ไม่สวยงาม เหล่านี้เป็นต้น

2.5.8 ป้ายหรือโครงป้ายที่ติดตั้งที่ผนังของอาคารห้ามติดตั้งสูงกว่าตัวอาคาร

ป้ายชนิดนี้จะพบได้บริเวณริมถนนและซอยขนาดเล็ก ซึ่งส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการให้คนทั่วไปเห็นป้ายได้ชัดเจน และเพื่อให้สื่อป้ายโฆษณาของคนมีขนาดใหญ่กว่าป้ายข้างเคียง

ป้ายประเภทนี้จะมีลักษณะที่ผิดกฎหมายตามระเบียบกรุงเทพมหานคร ว่าด้วยการขออนุญาตติดตั้งป้ายโฆษณา พ.ศ. 2522 ในข้อ 13 ซึ่งปัญหาที่เกิดจากป้ายลักษณะนี้จะเกิดขึ้นเหมือนกับป้ายที่ติดตั้งบังช่องลม หน้าต่าง หรือประตูของอาคาร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างถึงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.31 แสดงป้ายโฆษณาที่ติดตั้งที่ผนังอาคารที่มีความสูงกว่าตัวอาคาร

โศภาค ศาสฺตุนิรันดร์ (2537: 11) ได้กล่าวถึงสิ่งแวดล้อมต่างๆ ซึ่งรวมถึงป้ายโฆษณาในเรื่องการออกแบบไว้ว่า รูปลักษณะของสิ่งแวดล้อมกายภาพมีผลต่ออารมณ์และจิตใจของมนุษย์โดยผ่านทางสายตา ดังนั้นการเกิดขึ้นของสิ่งก่อสร้างต่างๆ รวมถึงถนนและบริเวณเปิดโล่งสวนสาธารณะแบบต่างๆ จึงมีความสำคัญต่อจิตใจของมนุษย์ ในเชิงปฏิบัติการออกแบบเพื่อให้ได้มาซึ่งทัศนศิลป์ ควรเริ่มต้นตั้งแต่ขั้นแรกของการวางผัง ต่อเนื่องไปจนถึงการจัดส่วนละเอียดของสิ่งเล็กๆ น้อยๆ รูปลักษณะ มิใช่สิ่งที่จะนำมาคำนึงภายหลังสุดของการออกแบบ ถึงแม้ว่าการแก้ไขตกแต่งรูปลักษณะของอาคารอาจทำได้ภายหลัง เพื่อปรับปรุงสภาพแวดล้อมที่มีอยู่เดิมให้ดีขึ้น หรือใช้ในกรณีแก้ไขความบกพร่องทางทัศนศิลป์ที่มีได้คิดเตรียมไว้ก่อน ความรู้เกี่ยวกับธรรมชาติของแสงและการมองเห็นของมนุษย์ เป็นพื้นฐานเบื้องต้นที่สำคัญต่อการออกแบบทัศนศิลป์ที่ดี

มุสดี ทิพทัส (2536: 16-17) ได้กล่าวถึงการออกแบบอาคารในเรื่องของทิศทางลม และแสงแดดไว้ว่า การออกแบบส่วนประกอบของอาคารที่จะช่วยบังแดด ลดแสง และนำทางให้ลมพัดผ่านเข้าภายในได้สะดวกนั้น เป็นสิ่งที่สถาปนิกต้องนำไปพิจารณาควบคู่กันไปกับรูปทรงอาคาร การเจาะช่องแสงหรือช่องประตูหน้าต่างบนตัวอาคาร มีหลักใหญ่เพื่อเป็นการควบคุมปริมาณของแสงธรรมชาติ ควบคุมทิศทางและการกระจายของแสงภายในอาคาร และการมองเห็นทิวทัศน์ภายนอก

นอกจากนั้นก็เพื่อเป็นการระบายอากาศให้มีลมพัดผ่านเข้าภายในอาคาร ให้
อากาศถ่ายเทได้สะดวก ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับอาคารในแถบร้อนชื้น การที่ออกแบบช่องเปิด
ต่างๆ เพื่อให้ได้ผลทางด้านความสบายตามจุดประสงค์ในการออกแบบของอาคารแต่ละหลังนั้น
ขึ้นอยู่กับจำนวน ขนาด รูปร่าง และตำแหน่งที่ตั้ง ตลอดจนชนิดของวัสดุที่ใช้กับช่องเปิดเหล่านี้
ด้วย

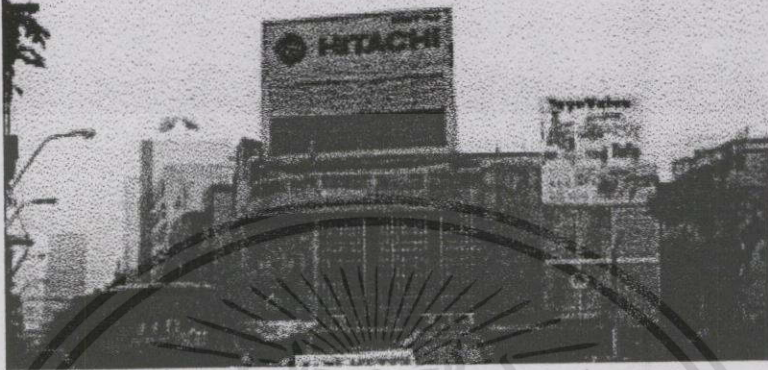
การนำแสงธรรมชาติมาใช้ในการให้แสงสว่างแก่อาคาร จัดได้ว่าเป็นการนำแสง
ที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดมาใช้งาน นอกจากนี้ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายค่าพลังงานแต่อย่างใดแล้ว ยังพบ
ว่าแสงธรรมชาติ จะมีความร้อนปนเข้ามาน้อยกว่าแสงประดิษฐ์ ในคุณภาพของแสงที่ใกล้เคียงกัน
จึงเป็นการช่วยลดการใช้พลังงานไฟฟ้า ส่วนของแสงประดิษฐ์โดยตรงในช่วงเวลาที่ยังมีแสงสว่าง
ธรรมชาติเพียงพอ และหากพิจารณาถึงพลังงานที่ใช้กับระบบปรับอากาศภายในอาคาร การให้แสง
สว่างภายในอาคาร โดยอาศัยแสงสว่างธรรมชาติก็จะช่วยลดภาระการทำความเย็น เป็นการลดการใช้
พลังงานในส่วนเครื่องปรับอากาศด้วยอีกทางหนึ่งเช่นกัน (คมกฤษ ชูเกียรติมัน, 2540: 66)

สรุป ในการติดตั้งส้อมป้ายโฆษณาที่ผนังของอาคาร จำเป็นจะต้องยึดหลักของ
พระราชบัญญัติและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนสภาพแวดล้อมทางกายภาพของอาคารในย่าน
นั้น การติดตั้งส้อมป้ายโฆษณาควรจะไม่ปิดบังช่องลม การส่องสว่างของแสงแดดเข้าสู่ตัวอาคาร
และอาคารข้างเคียง แต่สิ่งสำคัญที่ควรยึดถือคือ ความปลอดภัยจากการติดตั้งส้อมป้ายโฆษณาทั้งต่อผู้
อยู่อาศัยภายในอาคาร และผู้สัญจรบนทางสาธารณะ

2.5.9 การปลูกสร้างป้ายที่เป็นอาคารบนหลังคาของอาคาร ซึ่งจะต้องถือว่าเป็นส่วน
หนึ่งของอาคารด้วย และมีความสูงจากระดับพื้นดินเกินสองเท่าของระยะผนัง ด้านหน้าของอาคาร
จดแนวนนพาดตรงข้าม

ป้ายลักษณะนี้จะพบได้ตามริมถนน ซอยขนาดเล็ก ซึ่งส่วนใหญ่จะมีจุดมุ่งหมาย
ในการติดตั้งก็เพื่อ ต้องการให้คนทั่วไปได้มองเห็นป้ายดังกล่าวจากระยะไกล หรือจากที่สูง เช่น
บนทางด่วน หรือบนอาคาร เป็นต้น

ป้ายประเภทนี้ก็จะมึลักษณะที่ผิดกฎหมาย คือ ความสูงของตัวป้าย หรือตัวโครง
ป้ายและอาคารรวมกันตามแต่กรณี มีค่าเกินกว่าสองเท่าของระยะจากผนังด้านหน้าของอาคารจด
แนวนนพาดตรงข้าม ปัญหาที่เกิดขึ้นจากป้ายลักษณะนี้ จะเป็นในส่วนของความเป็นระเบียบ และ
ความมั่นคงและความปลอดภัย



ภาพที่ 2.32 แสดงป้ายที่เป็นอาคารบนหลังคาของอาคารและมีความสูงเกิน 2 เท่า ของระยะผนัง
ด้านหน้าอาคารจรดแนวถนนปากตรงข้าม

สรุประนา นนทภักดิ์ (2535: 47-67) ได้กล่าวถึงทัศนียภาพที่มีอยู่ในที่ว่างและ
ปรากฏแก่สายตาของเรา ทัศนียภาพของเมืองได้มีการพัฒนามาตามยุคตามสมัยของแต่ละสังคม
องค์ประกอบทางทัศนียภาพของเมือง มีองค์ประกอบที่ควรพิจารณาด้านสุนทรียภาพ คือ วิมุขกว้าง ตัว
ปิดล้อม ถนน และความสัมพันธ์ระหว่างอุปกรณ์ประกอบถนนในที่ว่าง

วิมุขกว้าง มีเส้นขอบฟ้าเป็นพื้นฐานสำคัญ ถ้าอาคารสูงในเมืองถูกจับกลุ่มให้ได้
จังหวะ สัมพันธ์กับผลที่ออกมา อาจก่อให้เกิดความปิดทึบทางสุนทรียภาพได้

ตัวปิดล้อม การที่วัดดูตั้งขวางสายตาของผู้มองจะเกิดความรู้สึกถูกปิดล้อม แต่จะ
รู้สึกถูกปิดล้อมมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับมุมมองและระยะห่างจากวัตถุ

ถนน ความน่าสนใจทางสุนทรียภาพของถนน อยู่ที่เนื้อที่สองข้าง ทัศนียภาพ
หรือช่วงวิวของถนน และลักษณะของอาคารที่ขนานทั้งสองข้าง

อุปกรณ์ประกอบถนน เป็นเครื่องประกอบในการบริการสาธารณะ หลักการ
สำคัญคือ การจัดให้อุปกรณ์เป็นส่วนย่อยหรือส่วนประกอบส่วนหนึ่งของลักษณะเฉพาะของเนื้อที่
บริเวณที่ อุปกรณ์เหล่านี้เน้นตั้งอยู่ให้มากที่สุด

ลักษณะของการวางสื่อป้ายโฆษณาซึ่งส่งผลต่อวิมุขกว้าง ซึ่งมีเส้นขอบฟ้าคือ
ส่วนฉากหลังของเส้นรอบนอกของอาคารและต้นไม้ ซึ่งมองเห็นเป็นความลึกหรือเห็นเป็นทัศนีย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพ และบรรยากาศเป็นตัวประกอบอีกอันหนึ่ง อาคารสูงในเมืองมักจะเป็นตัวก่อให้เกิดปัญหาทางสุนทรียภาพของเมืองในปัจจุบัน ในทางปฏิบัติเราควรตั้งคำถามถึงปัจจัยชนิดใดที่ช่วยให้ชนมอง ทั้งนี้เนื่องจากอาคารเหล่านี้ถ้าไม่เป็นที่ยอมรับในสังคม มีหลักฐานหรือร่องรอยหลายประการที่พอจะนำมากล่าวอ้าง เพื่อชี้ให้เห็นได้ว่า ความเอาใจใส่ในหลักการแห่ง “อินทรีย์ภาพ” (Organic Unity) จะช่วยส่งผลให้อยู่ในขั้นที่พอใจได้ หมายความว่า แต่ละส่วนขององค์ประกอบ โดยลักษณะจำเพาะของมันจะแสดงถึงความสัมพันธ์ที่มีต่อส่วนรวมทั้งหมด และกับส่วนขององค์ประกอบอื่นๆ ดังเช่นที่เราได้พบได้เห็นในธรรมชาติทั่วไป ถ้าตึกสูงหลายๆ หลังถูกจับรวมกลุ่มกันให้ได้จังหวะสัมพันธ์ ผลลัพธ์ที่ออกมา ก็อาจก่อให้เกิดความปิติทางสุนทรียได้ แต่ถ้าตึกสูงเหล่านี้ถูกจับวางลงโดยไม่มี ความสัมพันธ์กันเลย ผลลัพธ์ที่ออกมา ก็อาจจะเป็นไปในทางที่ไม่สวยงาม

ดร.บัณฑิต จุลาสัย (2540: 210) ได้กล่าวเสริมว่า การวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อมทางด้านสุนทรียภาพ มีพื้นฐานมาจากความรู้สึกหรือความพอใจ ที่มาจากการรับรู้ทางการมองเห็น ดังนั้น การมองเห็น : ทัศนาการ ทัศนภาพ : ภาพที่มองเห็น และผู้ที่มองเห็น : ทัศนาการ จึงเป็นประเด็นหลักในการวิเคราะห์ทางด้านสุนทรียภาพ เหมือนเช่นที่ Heap 1991 สรุปว่า การวิเคราะห์ผลกระทบทางด้านสุนทรียภาพ คือ การวิเคราะห์ผลกระทบทางด้านทัศนาการ Visual Impact Assessment นั้นเอง

การรับรู้ Perception จากการมองเห็นที่มีต่อภาพที่มองเห็นนั้น ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ การใส่ใจ และการให้คุณค่าของผู้มองเห็นภาพแต่ละคน รวมไปถึงค่านิยมในสังคม attitude ดังนั้น หลายครั้งผู้ประเมินผลกระทบ จะพิจารณาไปถึงภูมิหลังของผู้มองเห็นภาพ หรือทัศนาการ ในด้านอายุ เพศ การศึกษา ตลอดจนสภาพสังคม วัฒนธรรมประเพณี และความเชื่อของผู้คนที่เกี่ยวข้องในโครงการ

การมองเห็น ภาพที่เห็นจะเป็นสิ่งสำคัญในการวิเคราะห์ เพราะภาพ View หรือภาพที่มองเห็นทัศนภาพ เป็นสิ่งที่ทำให้การรับรู้ของผู้มองเห็นภาพ Viewer หรือทัศนาการหากเกิดการรับรู้ หรือเกิดความพอใจ อาจเรียกได้ว่า Vista ภาพประทับใจ หรือทัศนียภาพ ซึ่งในทางทัศนศิลป์ Visual Art นิยมความงามของภาพว่า ประกอบด้วยองค์ประกอบทางศิลปะ คือ จุด เส้น ระบาย รูปร่าง รูปทรง ผิวสัมผัส แสงเงา สี สัดส่วน จังหวะ ความสมดุล ความกลมกลืน ความขัดแย้ง ความเคลื่อนไหว และการสื่อความหมาย

ในปัจจุบัน ป้ายโฆษณาที่ติดตั้งอยู่ในกรุงเทพมหานครจำนวนมาก มีแบบปฏิบัติถูกต้องตามกฎหมายในการขออนุญาตติดตั้งและแบบไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย ติดตั้งป้ายโฆษณาโดยไม่มีการขออนุญาต ดังนั้นป้ายโฆษณาที่ไม่ได้ขออนุญาต ส่วนมากจะดำเนินการก่อสร้างโดยไม่ได้คำนึงถึงความปลอดภัย และไม่ได้คำนึงถึงความเหมาะสมของสถานที่ตั้ง ซึ่งมักจะก่อให้เกิดปัญหาต่างๆ ตามมา เช่น ป้ายล้มหรือหักเมื่อเกิดพายุหรือลมพัดแรง ป้ายขึ้นติดยกั้นกันไป ไม่ถูกต้องตามขั้นตอนการก่อสร้าง ซึ่งเป็นผลให้เกิดทัศนียภาพที่ไม่สวยงาม ก่อให้เกิดมลภาวะทางสายตาแก่ผู้พบเห็น เกิดความไม่สวยงามแก่บ้านเมืองและชุมชน

2.5.10 การโฆษณาบนผ้าบังแดดและแขวนผ้าบังแดดที่ต่ำกว่า 2.00 เมตร

การโฆษณาในลักษณะนี้ พบเห็นได้โดยทั่วไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งบริเวณด้านหน้าของตึกแถว ซึ่งโดยรูปแบบของการโฆษณาอาจมองได้เป็นทั้งการเพิ่มสีสันให้กับเมือง หรือการสร้างความครุรงรุ้งให้เพิ่มขึ้นได้

สำหรับปัญหาของผ้าบังแดดส่วนใหญ่ที่มีผลกระทบต่อผู้สัญจรโดยตรงก็คือ การแขวนที่อยู่ในระดับต่ำเกินไป คือสูงไม่พ้นระดับศีรษะของคน จึงทำให้บางครั้งเป็นอันตรายต่อผู้คนที่สัญจรไปมาได้



ภาพที่ 2.33 ป้ายผ้าบังแดดที่แขวนในระดับต่ำกว่า 2.00 เมตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารทสงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.5.11 ป้ายและโครงป้ายที่ติดตั้งที่ผนังของอาคาร

ที่ยื่นล้ำออกไปเหนือเขตทาง

สาธารณะ

ป้ายชนิดนี้จะพบได้โดยทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งจะก่อให้เกิดปัญหาเกี่ยวกับการบดบังทัศนียภาพของเมือง ตลอดจนความปลอดภัยของผู้สัญจรอันเนื่องมาจากป้ายขาดความมั่นคงแข็งแรง



ภาพที่ 2.34 แสดงป้ายที่ยื่นล้ำมาในเขตสาธารณะ

การจัดวางอาคารและเมืองถือเป็นทัศนียภาพทางสถาปัตยกรรมที่สวยงาม และเป็นสุนทรียภาพ ดร.บัณฑิต จุลาสัย (2540: 220) ได้กล่าวว่า สุนทรียภาพ Aesthetic จัดอยู่ในหัวข้อผลกระทบทางด้านคุณค่าต่อคุณภาพชีวิต ซึ่งเป็นลำดับที่สี่ในสี่หัวข้อหลัก นอกเหนือจากทรัพยากรสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ทรัพยากรสิ่งแวดล้อมทางชีวภาพ และคุณค่าการใช้ประโยชน์ของมนุษย์ โดยมีแนวทางที่ต้องศึกษาคุณค่าความงดงามของแหล่งท่องเที่ยว สถานที่สำคัญทางธรรมชาติ แหล่งธรรมชาติอันควรอนุรักษ์เท่านั้น ในขณะที่เดียวกันมีหัวข้ออื่นที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ประวัติศาสตร์ มีประเด็นศึกษาเกี่ยวกับโบราณสถาน โบราณวัตถุ โบราณคดี ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรมดั้งเดิม และสันตนาการ มีประเด็นศึกษาเกี่ยวกับรูปลักษณะการใช้พื้นที่สันตนาการ พื้นที่พักผ่อนหย่อนใจ สาธารณะ พื้นที่สีเขียว เป็นต้น

ผลกระทบที่เกิดขึ้น ทัศนากร การมองเห็น ทัศนภาพ ภาพที่มองเห็น และทัศนากร ผู้ที่มองเห็น ทั้งนี้พิจารณาตามความสัมพันธ์ของสิ่งที่ปรากฏในโครงการและสิ่งที่อยู่โดยรอบ การศึกษาผลกระทบที่เกิดขึ้น สามารถศึกษาได้จากหัวข้อดังต่อไปนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. การบดบังมุมมอง ผลกระทบอันเนื่องมาจากสิ่งก่อสร้างบดบัง หรือปิดบังมุมมองทัศนียภาพของทัศนากรที่อยู่โดยรอบ ทั้งนี้ระดับความรุนแรงอยู่ที่ทัศนภาพที่สวยงาม หรือทัศนียภาพและลักษณะการปิดกั้นที่ทำให้ทัศนากรยาก หรือ ไม่คุ้นเคยกับที่เป็นอยู่เดิม

2. ความชัดเจน ผลกระทบในลักษณะคล้ายกับการบดบัง แต่มีผลต่อทัศนากรที่ทำให้ทัศนากรเห็นภาพไม่ชัดเจน ขุ่นมัว ทั้งนี้เนื่องมาจากการปิดกั้นแสงสว่างที่มีผลต่อการมองเห็น

3. ตำแหน่ง ดังนั้นตำแหน่งของทัศนากรจึงมีความสำคัญในการวิเคราะห์ ทั้งในด้านระดับความสูงตำแหน่งและระยะห่าง ซึ่งส่งผลให้ทัศนียภาพแปรเปลี่ยนไป ทั้งการบดบังและความชัดเจน

4. โอกาส เช่นเดียวกับโอกาสในทัศนากร ผลกระทบที่เกิดขึ้นซึ่งขึ้นอยู่กับความถี่จำนวนครั้ง ความบ่อย ระยะเวลา โอกาสที่เกิดขึ้นนั้นมีระยะเวลายาวนานหรือสั้นๆ ช่วงเวลาในแต่ละวันหรือแต่ละฤดูกาลที่โอกาสมองเห็น ทั้งนี้สัมพันธ์กับความมืด ความสว่าง และสภาพภูมิทัศน์ที่แปรเปลี่ยนตามฤดูกาล

สถาวิทย์ คำนธำรงกุล (2542: 37) ได้กล่าวถึง Facade ของอาคารและสื่อป้ายโฆษณาต่างๆ ที่มีการจัดทำเพื่อบอกเล่า หรืออธิบายถึงบริการต่างๆ ของร้านค้าต่างๆ ปัจจุบันมีการแข่งขัน กันอย่างมาก เพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้าเพื่อให้มาใช้บริการของร้านค้าเหล่านั้น ซึ่งมีผลต่อภูมิทัศน์ของเมืองไทยเป็นอันมาก

เนื่องจากขาดความเป็นระเบียบเรียบร้อยของ Facade นั้นๆ และที่สำคัญ Facade เหล่านี้ได้บดบังทัศนียภาพอันงดงามและสำคัญของเมือง ปิดบังทางจราจรหรือดึงดูดความสนใจของผู้ขับขี่ยานพาหนะ ซึ่งนอกจากก่อให้เกิดทัศนียภาพที่ไม่น่ามองแล้วยังก่อให้เกิดอันตรายอีกด้วย Facade อาคารและสื่อป้ายโฆษณาต่างๆ จะมีอยู่อย่างมากมายทั่วๆ ไป ภายในเมืองเป็นทัศนียภาพที่ไม่น่ามอง

1. ความสูงของสื่อป้ายโฆษณาไม่มีการควบคุมความสูง ทำให้เกิดมีการสลัดสูง-ต่ำ ทำให้ Sky line ของบริเวณนั้นเสียไป

2. Facade ของร้านค้าและสื่อป้ายโฆษณามักจะถูกปล่อยให้ทรุดโทรม เก่า ชำรุด โดยไม่มีการดูแล เกิดความไม่สวยงาม

3. การจัดวางตำแหน่งของสื่อป้ายโฆษณาบดบังหรือปิดกั้นทัศนียภาพของเมือง ทำให้คุณค่าของงานสถาปัตยกรรมบางชิ้นถูกลดคุณค่าลง

สรุป จากสภาพเศรษฐกิจที่เริ่มฟื้นฟูและมีการแข่งขันที่สูงขึ้น มีการขยายตัวของสื่อโฆษณา ทำให้ในบางครั้งมีการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณา โดยเข้าไปรุกรานหรือใกล้ชิดกับโบราณสถาน สถานที่อยู่ในบริเวณนั้น จนบดบังความสง่างาม ทำให้สูญเสียคุณค่าและความเป็นเอกลักษณ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ของสิ่งที่มีคุณค่าทางด้านประวัติศาสตร์และโบราณคดี ตลอดจนบังคับทัศนียภาพที่สวยงามของสภาพบ้านเมือง ซึ่งส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมโดยรวมของเมืองอีกด้านหนึ่ง ดังนั้นจำเป็นที่ระบบกฎหมายจะช่วยทำให้เกิดขึ้น ต่อการรับรู้ทัศนียภาพ เช่น ลักษณะของอาคารบ้านเรือน การติดตั้งป้ายโฆษณา การวางตำแหน่งป้ายโฆษณา และการใช้สีสັນในป้ายโฆษณา เป็นต้น

2.5.12 ป้ายโฆษณาที่ใช้ข้อความที่มีลักษณะขัดต่อศีลธรรมอันดีงาม

ป้ายในลักษณะนี้มักจะเป็นป้ายโฆษณาภาพยนตร์ ซึ่งมักจะมีการตั้งชื่อเรื่อง และอาจมีภาพซึ่งต่อไปในทางอนาจาร ซึ่งปัญหาจะส่งผลกระทบต่อภาพพจน์ของเมืองและเยาวชนของผู้ที่พบเห็น



ภาพที่ 2.35 แสดงป้ายโฆษณาที่ใช้ข้อความขัดต่อศีลธรรม

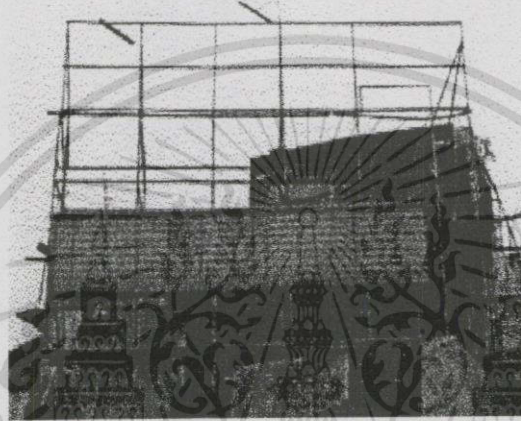
สมเด็จพระบัญญัติ (2539: 2) ได้กล่าวถึงการโฆษณาว่า เป็นกิจกรรมทางสื่อสารมวลชน และสื่อสารมวลชนมีบทบาทและอิทธิพลสำคัญต่อการรับรู้ และสร้างสรรค์ทัศนคติต่อผู้รับสาร ดังนั้นการโฆษณาจึงกลายเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่สามารถเผยแพร่ข่าวสาร เกี่ยวกับสินค้าและผลิตภัณฑ์ผ่านทางสื่อโฆษณาต่างๆ ไปยังกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

การใช้จุดเร้าใจในเรื่องเพศ ก่อให้เกิดการดึงดูดความสนใจได้ดี สามารถกระตุ้นความปรารถนาในจิตใจได้สำนึก ผู้ชายและผู้หญิงมีการตอบสนองต่อโฆษณาที่ใช้จุดเร้าใจดังกล่าวต่างกัน การรับรู้ของชายขึ้นอยู่กับคุณสมบัติของภาพเปลือย สำหรับหญิง การโฆษณาจะมีเนื้อหาเกี่ยวกับความโรแมนติก หรือความเขี้ยววน ผู้ส่งสารต้องใช้จุดเร้าใจในเรื่องเพศอย่างมีจรรยาบรรณ มิเช่นนั้นจะส่งผลกระทบต่อสังคม (นัคดา เนตรรัตน์, 2539: 23)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.5.13 ป้ายโฆษณาเก่าที่เสื่อมสภาพที่ติดตั้งกับอาคาร

ป้ายประเภทนี้จะพบเห็นได้ทั่วไปในชุมชนเมือง ปัญหาที่เกิดจากป้ายโฆษณาประเภทนี้ จะเกี่ยวข้องกับความปลอดภัยของบ้านเมือง ตลอดจนความปลอดภัยของผู้สัญจรอันเนื่องมาจากป้าย ขาดความมั่นคงแข็งแรง



ภาพที่ 2.36 แสดงสื่อป้ายโฆษณาที่เสื่อมสภาพที่ติดตั้งกับอาคาร

ลักษณะของสื่อป้ายโฆษณาที่เก่าเสื่อมสภาพ การจัดให้มีการปรับปรุงแก้ไขตั้งแต่คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2540 : 4-5) ได้กล่าวว่า ในการปรับปรุงพัฒนาภูมิทัศน์ควรอยู่ที่การเลือกใช้ หรือออกแบบรูปแบบเฟอร์นิเจอร์ถนน ที่มีความโดดเด่น สวยงาม มีเอกลักษณ์ และใช้เฉพาะถนนเท่านั้น ทั้งนี้เพื่อเป็นการสร้างให้เกิดภาพหรือจินตนาการ อันเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่ให้กับผู้มาเยือนได้

การปรับปรุงและการจัดการควบคุมป้ายโฆษณา และป้ายร้านค้า การ “สะสาง” หรือขจัดวัสดุตกแต่งอาคารที่ไม่มีความเหมาะสมออกไป และออกกฎหมายควบคุมอาคารที่มีความงดงามทางด้านสถาปัตยกรรม

2.6 ร่างข้อบัญญัติกรุงเทพมหานคร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เรื่องกำหนดบริเวณห้ามก่อสร้างคัดแปลงอาคารประเภทป้าย ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยที่เป็นการสมควรตราข้อบัญญัติกรุงเทพมหานคร ว่าด้วยการกำหนดบริเวณห้ามก่อสร้าง คัดแปลงอาคารประเภทป้ายในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 9 แห่งพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522 แก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2535 และมาตรา 97 แห่งพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2538 กรุงเทพมหานครโดยความเห็นชอบของสภากรุงเทพมหานคร จึงตราข้อบัญญัติขึ้นไว้ดังต่อไปนี้

ข้อ 1 ข้อบัญญัตินี้เรียกว่า “ข้อบัญญัติกรุงเทพมหานคร เรื่อง กำหนดห้ามบริเวณก่อสร้าง คัดแปลงอาคารประเภทป้าย ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร พ.ศ....”

ข้อ 2 ข้อบัญญัตินี้ ให้ใช้บังคับตั้งแต่วันถัดจากวันประกาศในราชกิจจานุเบกษาเป็นต้นไป

ข้อ 3 ในข้อบัญญัตินี้

1. อาคารประเภทป้าย หมายถึง ป้ายหรือสิ่งก่อสร้างขึ้นสำหรับติดหรือตั้งป้ายตามกฎหมายว่าด้วยการควบคุมอาคาร

2. ป้ายยื่น หมายถึง ป้ายหรือสิ่งก่อสร้างขึ้นสำหรับติดหรือตั้งป้ายที่ยึดติดอาคารหรือกับโครงสร้างที่ยื่นออกนอกอาคาร

3. ป้ายผนัง หมายถึง ป้ายหรือสิ่งก่อสร้างขึ้นสำหรับติดหรือตั้งป้ายที่ยึดติดกับผนังหรือโครงสร้างของอาคารในลักษณะที่ขนานกับผนังอาคาร

4. ป้ายบนอาคาร หมายถึง ป้ายหรือสิ่งก่อสร้างขึ้นสำหรับติดหรือตั้งป้ายไว้บนหรือเหนืออาคาร

5. ป้ายบนพื้นดิน หมายถึง ป้ายหรือสิ่งก่อสร้างขึ้นสำหรับติดหรือตั้งป้ายบนพื้นดิน

6. ป้ายอิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง ป้ายที่มีตัวอักษรหรือภาพที่เปลี่ยนแปลงเคลื่อนไหว โดยใช้วงจรไฟฟ้าที่ใช้สารกึ่งตัวนำและอุปกรณ์อื่นๆ ซึ่งควบคุมการเคลื่อนที่ของอิเล็กตรอน

7. ป้ายประดับไฟกะพริบ หมายถึง ป้ายที่มีอุปกรณ์ไฟฟ้าเป็นส่วนประกอบในการปรับเปลี่ยนแสงสว่างเป็นระยะ

8. ป้ายชั่วคราว หมายถึง ป้าย หรือสิ่งก่อสร้างขึ้นสำหรับติดหรือตั้งป้ายที่มีกำหนดเวลาการรื้อถอน และหมายรวมถึงแผ่นผ้าโฆษณา

9. เครื่องหมายหรือสัญลักษณ์ (โลโก้) หมายถึง ป้ายหรือสิ่งก่อสร้างขึ้นมาสำหรับติดที่ผนังอาคารที่เป็นเครื่องหมายหรือสัญลักษณ์เพื่อแสดงสถานที่หรือชื่อร้านค้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

10. บริเวณที่อยู่อาศัยหนาแน่นน้อย หมายถึง บริเวณที่อยู่อาศัยหนาแน่นน้อยที่กำหนดตามผังการจำแนกประเภทการใช้ประโยชน์ที่ดินตามผังเมืองรวมกรุงเทพมหานคร
11. บริเวณที่อยู่อาศัยหนาแน่นปานกลาง ที่กำหนดตามผังการจำแนกประเภทการใช้ประโยชน์ที่ดิน ตามผังเมืองรวมกรุงเทพมหานคร
12. บริเวณที่อยู่อาศัยหนาแน่นมาก หมายถึง บริเวณที่อยู่อาศัยหนาแน่นมากที่กำหนดตามผังการจำแนกประเภทการใช้ประโยชน์ที่ดิน ตามผังเมืองรวมกรุงเทพมหานคร
13. บริเวณพาณิชยกรรม หมายถึง บริเวณพาณิชยกรรม ที่กำหนดตามผังการจำแนกประเภทการใช้ประโยชน์ที่ดินตามผังเมืองรวมกรุงเทพมหานคร
14. บริเวณอุตสาหกรรมหรือคลังสินค้า หมายถึง บริเวณอุตสาหกรรมหรือคลังสินค้าที่กำหนดตามผังการจำแนกประเภทการใช้ประโยชน์ที่ดินตามผังเมืองรวมกรุงเทพมหานคร
15. บริเวณคลังสินค้า หมายถึง บริเวณคลังสินค้า ที่กำหนดตามผังการจำแนกประเภทการใช้ประโยชน์ที่ดินตามผังเมืองรวมกรุงเทพมหานคร
16. บริเวณอุตสาหกรรมเฉพาะกิจ หมายถึง บริเวณอุตสาหกรรมเฉพาะกิจที่กำหนดตามผังการจำแนกประเภทการใช้ประโยชน์ที่ดิน ตามผังเมืองรวมกรุงเทพมหานคร
17. บริเวณชนบทหรือเกษตรกรรม หมายถึง บริเวณชนบทหรือเกษตรกรรมที่กำหนดตามผังการจำแนกประเภทการใช้ประโยชน์ที่ดิน ตามผังเมืองรวมกรุงเทพมหานคร
18. บริเวณที่โล่งเพื่อนันทนาการหรือรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม หมายถึง บริเวณที่โล่งเพื่อนันทนาการหรือรักษาสิ่งแวดล้อม ที่กำหนดตามผังการจำแนกประเภทการใช้ประโยชน์ที่ดินตามผังเมืองรวมกรุงเทพมหานคร
19. บริเวณสถาบันการศึกษา หมายถึง บริเวณสถาบันการศึกษาที่กำหนดตาม ผังการจำแนกประเภทการใช้ประโยชน์ที่ดิน ตามผังเมืองรวมกรุงเทพมหานคร
20. บริเวณอนุรักษ์ชนบทหรือเกษตรกรรม หมายถึง บริเวณอนุรักษ์ชนบท หรือเกษตรกรรม ที่กำหนดตามผังการจำแนกประเภทการใช้ประโยชน์ที่ดิน ตามผังเมืองรวมกรุงเทพมหานคร
21. บริเวณอนุรักษ์เพื่อส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมไทย หมายถึง บริเวณเพื่อส่งเสริมเอกลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมไทย ที่กำหนดตามผังการจำแนกประเภทการใช้ประโยชน์ที่ดินตามผังเมืองรวมกรุงเทพมหานคร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

22. บริเวณสถาบันศาสนา หมายถึง บริเวณสถาบันศาสนาที่กำหนดตามผังการ
 จำแนกประเภทการใช้ประโยชน์ที่ดินตามผังเมืองรวมกรุงเทพมหานคร

23. บริเวณสถาบันราชการ สาธารณูปโภคหรือสาธารณูปการ หมายถึง บริเวณ
 สถาบันราชการ สาธารณูปโภคหรือสาธารณูปการ ที่กำหนดตามผังการจำแนกประเภทการใช้
 ประโยชน์ตามผังเมืองรวมกรุงเทพมหานคร

24. บริเวณริมถนนสายหลัก หมายถึง บริเวณภายในระยะ 30 เมตร ทั้งสองฟาก
 จากเขตถนน หรือที่สาธารณะซึ่งมีความกว้างเกิน 40 เมตรขึ้นไป

25. บริเวณริมถนนสายรอง หมายถึง บริเวณภายในระยะ 30 เมตร ทั้งสองฟาก
 จากเขตถนน หรือที่สาธารณะซึ่งมีความกว้างตั้งแต่ 12 เมตรขึ้นไปแต่ไม่เกิน 40 เมตร

26. บริเวณริมทางพิเศษ หมายถึง บริเวณภายในระยะ 30 เมตร ทั้งสองฟากจาก
 เขตถนน หรือที่สาธารณะตามกฎหมายว่าด้วยกฏหมายว่าด้วยกฏหมายแห่งประเทศไทย

27. ระดับพื้นที่ดิน หมายถึง ระดับถนน หรือที่สาธารณะ หรือขอบทางเท้าที่ใกล้
 ที่สุด

ข้อ 4 ภายในบริเวณที่อยู่อาศัยหนาแน่นน้อย ห้ามมิให้บุคคลใดก่อสร้างหรือตัดแปลง
 อาคารประเภทป้าย ดังต่อไปนี้

1. ป้ายบนอาคาร
2. ป้ายบนพื้นดิน
3. ป้ายที่ขึ้นจากแนวอาคารเกิน 2 เมตร หรือมีความสูงของป้ายหรือสิ่งที่สร้างขึ้น
 สำหรับติดตั้งหรือตั้งป้ายเกิน 15 เมตร หรือมีส่วนหนึ่งส่วนใดของป้ายสูงน้อยกว่า 3.25 เมตร เมื่อ
 วัดจากระดับพื้นดินหรือติดตั้งสูงกว่าตัวอาคาร
4. ป้ายผนังที่มีความสูงของป้าย หรือสิ่งที่สร้างขึ้นสำหรับติดตั้งหรือตั้งป้ายเกิน
 15 เมตร หรือมีส่วนหนึ่งส่วนใดของป้ายสูงน้อยกว่า 3.25 เมตร เมื่อวัดจากระดับพื้นดิน หรือติดตั้ง
 สูงกว่าตัวอาคาร
5. ป้ายชั่วคราวที่มีความสูงของป้ายหรือสิ่งที่สร้างขึ้นสำหรับติดตั้งหรือตั้งป้าย
 เกิน 15 เมตร เมื่อวัดจากระดับพื้นดิน หรือขนาดพื้นที่ของป้ายเกิน 50 ตารางเมตร
6. ป้ายตาม (3)-(5) ที่เป็นป้ายประดับไปกะพริบหรือป้ายอิเล็กทรอนิกส์ เว้นแต่
 เป็นการติดตั้งระบบไฟฟ้าเพื่อให้แสงสว่างกับป้าย

ทั้งนี้ ไม่รวมพื้นที่ภายในบริเวณริมถนนสายหลัก บริเวณริมถนนสาขรอง และ บริเวณริมทางพิเศษ

ข้อ 5 ภายในบริเวณที่อยู่อาศัยหนาแน่นปานกลาง หรือบริเวณที่อยู่อาศัยหนาแน่นมาก ห้ามมิให้บุคคลใดก่อสร้างหรือดัดแปลงอาคารประเภทป้าย ดังต่อไปนี้

1. ป้ายบนอาคาร
2. ป้ายบนพื้นดินที่มีความสูงของป้ายหรือสิ่งที่สูงขึ้นสำหรับติดหรือตั้งป้ายเกิน 15 เมตร เมื่อวัดจากระดับพื้นดิน หรือขนาดพื้นที่ของป้ายเกิน 50 ตารางเมตร
3. ป้ายอื่นที่ขึ้นจากแนวอาคารเกิน 2 เมตร หรือมีความสูงของป้ายหรือสิ่งที่สูงขึ้นสำหรับติดตั้งหรือตั้งป้ายเกิน 15 เมตร หรือมีส่วนหนึ่งส่วนใดของป้ายสูงน้อยกว่า 3.25 เมตร เมื่อวัดจากระดับพื้นดิน หรือติดตั้งสูงกว่าตัวอาคาร
4. ป้ายหนึ่งที่มีความสูงของป้ายหรือสิ่งที่สูงขึ้น สำหรับติดตั้งหรือตั้งป้ายเกิน 15 เมตร หรือมีส่วนหนึ่งส่วนใดของป้ายสูงน้อยกว่า 3.25 เมตร เมื่อวัดจากระดับพื้นดิน หรือติดตั้งสูงกว่าตัวอาคาร
5. ป้ายชั่วคราวที่มีความสูงของป้าย หรือสิ่งที่สูงขึ้นสำหรับติดหรือตั้งป้ายเกิน 15 เมตร เมื่อวัดจากระดับพื้นดิน หรือขนาดพื้นที่ของป้ายเกิน 50 ตารางเมตร
6. ป้ายตาม (2)-(5) ที่เป็นป้ายประดับไฟกะพริบหรือป้ายอิเล็กทรอนิกส์ เว้นแต่เป็นการติดตั้งระบบไฟฟ้าเพื่อให้แสงสว่างกับป้าย

ทั้งนี้ ไม่รวมพื้นที่ภายในบริเวณริมถนนสายหลัก บริเวณริมถนนสาขรอง และ บริเวณริมทางพิเศษ

ข้อ 6 ภายในบริเวณพาณิชย์กรรม บริเวณอุตสาหกรรมหรือคลังสินค้า บริเวณคลังสินค้า บริเวณอุตสาหกรรมเฉพาะกิจ ห้ามมิให้บุคคลใดก่อสร้างหรือดัดแปลงอาคารประเภทป้าย ดังต่อไปนี้

1. ป้ายบนอาคารที่มีความสูงของป้ายหรือสิ่งที่สูงขึ้นสำหรับติดหรือตั้งป้ายเกิน 2 ใน 3 ส่วนของความสูงของตัวอาคารเมื่อวัดจากระดับพื้นดิน หรือความสูงของป้ายนั้นเกิน 30 เมตร เมื่อวัดจากระดับพื้นดินหรือขนาดพื้นที่ของป้ายที่เกิน 150 ตารางเมตร
2. ป้ายบนพื้นดินที่มีความสูงของป้ายหรือสิ่งที่สูงขึ้นสำหรับติดหรือตั้งป้ายเกิน 30 เมตร เมื่อวัดจากระดับพื้นดิน หรือขนาดพื้นที่ของป้ายเกิน 200 ตารางเมตร

3. ป้ายยื่นที่ยื่นจากแนวอาคารเกิน 2 เมตร หรือมีความสูงของป้าย หรือสิ่งที
สร้างขึ้นสำหรับติดตั้งหรือตั้งป้ายเกิน 15 เมตร หรือมีส่วนหนึ่งส่วนใดของป้ายสูงน้อยกว่า 3.25
เมตร เมื่อวัดจากระดับพื้นดิน หรือติดตั้งสูงกว่าตัวอาคาร

4. ป้ายผนังที่มีความสูงของป้ายหรือสิ่งทีสร้างขึ้นสำหรับติดหรือตั้งป้ายเกิน 15
เมตร หรือมีส่วนหนึ่งส่วนใดของป้ายสูงน้อยกว่า 3.25 เมตร เมื่อวัดจากระดับพื้นดิน หรือติดตั้งสูง
กว่าตัวอาคาร

5. ป้ายชั่วคราวที่มีความสูงของป้ายหรือสิ่งทีสร้างขึ้นสำหรับติดตั้งป้ายเกิน 15
เมตร เมื่อวัดจากระดับพื้นดินหรือขนาดพื้นที่ของป้ายเกิน 50 ตารางเมตร ทั้งนี้ไม่รวมพื้นที่ภายใน
บริเวณริมทางพิเศษ

ข้อ 7 ภายในบริเวณอนุรักษ์เพื่อส่งเสริมเอกลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมไทย ห้ามมิให้บุคคล
ใดก่อสร้างหรือดัดแปลงอาคารประเภทป้าย ดังต่อไปนี้

1. ป้ายบนอาคาร
2. ป้ายบนพื้นดิน
3. ป้ายยื่นที่ยื่นจากแนวอาคารเกิน 2 เมตร หรือมีความสูงของป้ายหรือสิ่งทีสร้าง
ขึ้นสำหรับติดตั้งหรือตั้งป้ายเกิน 15 เมตร หรือมีส่วนหนึ่งส่วนใดของป้ายสูงน้อยกว่า 3.25 เมตร
เมื่อวัดจากระดับพื้นดิน หรือติดตั้งสูงกว่าตัวอาคาร หรือขนาดพื้นที่ของป้ายรวมกันเกิน 5 ตาราง
เมตร

4. ป้ายผนังที่มีความสูงของป้ายหรือสิ่งทีสร้างขึ้นสำหรับติดหรือตั้งป้ายเกิน 15
เมตร หรือมีส่วนหนึ่งส่วนใดของป้ายสูงน้อยกว่า 3.25 เมตร เมื่อวัดจากระดับพื้นดิน หรือติดตั้งสูง
กว่าตัวอาคาร หรือขนาดพื้นที่ของป้ายรวมกันเกิน 5 ตารางเมตร

5. ป้ายชั่วคราว

6. ป้ายตาม (3)-(5) ที่เป็นป้ายประดับไฟกะพริบหรือป้ายอิเล็กทรอนิกส์ เว้นแต่
เป็นการติดตั้งระบบไฟฟ้าเพื่อให้แสงสว่างกับป้าย

ข้อ 8 ภายในบริเวณที่โล่งเพื่อนันทนาการหรือการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม บริเวณ
สถาบันศาสนา บริเวณสถานการศึกษา บริเวณสถาบันราชการ สาธารณูปโภคหรือสาธารณูปการ
ห้ามมิให้บุคคลใดก่อสร้างหรือดัดแปลงอาคารประเภทป้าย ดังต่อไปนี้

1. ป้ายบนอาคาร

2. ป้ายบนพื้นดิน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ป้ายยื่น

4. ป้ายผนัง

5. ป้ายชั่วคราวที่มีความสูงของป้ายหรือสิ่งก่อสร้างขึ้นสำหรับติดตั้งป้ายเกิน 15 เมตร เมื่อวัดจากระดับพื้นดิน หรือขนาดพื้นที่ของป้ายรวมกันเกิน 15 ตารางเมตร

6. ป้ายตาม (5) ที่เป็นป้ายระดับไฟกะพริบหรือป้ายอิเล็กทรอนิกส์ เว้นแต่เป็นการติดตั้งระบบไฟฟ้าเพื่อให้แสงสว่างกับป้าย ทั้งนี้ไม่รวมพื้นที่ภายในบริเวณริมถนนสายหลัก บริเวณริมถนนสายรอง และบริเวณริมทางพิเศษ

ข้อ 9 ภายในบริเวณชนบทหรือเกษตรกรรม หรือบริเวณอนุรักษ์ชนบทหรือเกษตรกรรม ห้ามมิให้บุคคลใดก่อสร้างหรือตัดแปลงอาคารประเภทป้าย ดังต่อไปนี้

1. ป้ายบนอาคาร

2. ป้ายบนพื้นดินที่มีความสูงของป้ายหรือสิ่งก่อสร้างขึ้นสำหรับติดหรือตั้งป้ายเกิน 12 เมตร เมื่อวัดจากระดับพื้นดิน หรือขนาดพื้นที่ของป้ายรวมกันเกิน 50 ตารางเมตร

3. ป้ายยื่นที่ยื่นจากแนวอาคารเกิน 2 เมตร หรือมีความสูงของป้าย หรือสิ่งก่อสร้างขึ้นสำหรับติดตั้งหรือตั้งป้ายเกิน 12 เมตร หรือมีส่วนหนึ่งส่วนใดของป้ายสูงน้อยกว่า 3.25 เมตร เมื่อวัดจากระดับพื้นดิน หรือติดตั้งสูงกว่าตัวอาคาร หรือขนาดพื้นที่ของป้ายรวมกันเกิน 50 ตารางเมตร

4. ป้ายผนังที่มีความสูงของป้าย หรือสิ่งก่อสร้างขึ้นสำหรับติด หรือตั้งป้ายเกิน 12 เมตร หรือมีส่วนหนึ่งส่วนใดของป้ายสูงน้อยกว่า 3.25 เมตร เมื่อวัดจากระดับพื้นดิน หรือติดตั้งสูงกว่าตัวอาคาร หรือขนาดพื้นที่ของป้ายรวมกันเกิน 50 ตารางเมตร

5. ป้ายชั่วคราวที่มีความสูงของป้าย หรือสิ่งก่อสร้างขึ้นสำหรับติดตั้งป้ายเกิน 12 เมตร เมื่อวัดจากระดับพื้นดิน หรือขนาดพื้นที่ของป้ายรวมกันเกิน 50 ตารางเมตร

6. ป้ายตาม (2)- (5) ที่เป็นป้ายระดับไฟกะพริบหรือป้ายอิเล็กทรอนิกส์ เว้นแต่เป็นการติดตั้งระบบไฟฟ้าเพื่อให้แสงสว่างกับป้าย

ทั้งนี้ไม่รวมพื้นที่ภายในบริเวณริมถนนสายหลัก บริเวณริมถนนสายรอง และบริเวณริมทางพิเศษ

ข้อ 10 ภายในบริเวณริมถนนสายหลักและบริเวณริมทางพิเศษ ห้ามมิให้บุคคลใดก่อสร้าง หรือตัดแปลงอาคารประเภทป้าย ดังต่อไปนี้

1. ป้ายบนอาคารที่มีความสูงของป้ายหรือสิ่งสร้างขึ้นสำหรับติดหรือตั้งป้ายเกิน 2 ใน 3 ส่วนของความสูงของตัวอาคารเมื่อวัดจากระดับพื้นดิน หรือความสูงของป้ายนั้นเกิน 30 เมตร เมื่อวัดจากระดับพื้นดิน หรือขนาดพื้นที่ของป้ายรวมกันเกิน 150 ตารางเมตร
2. ป้ายบนพื้นดินที่มีความสูงของป้ายหรือสิ่งที่สร้างขึ้นสำหรับติดหรือตั้งป้ายเกิน 30 เมตร เมื่อวัดจากระดับพื้นดิน หรือขนาดพื้นที่ของป้าย รวมกันเกิน 200 ตารางเมตร
3. ป้ายยื่นที่ขึ้นจากแนวอาคารเกิน 2 เมตร หรือมีความสูงของป้ายหรือสิ่งที่สร้างขึ้นสำหรับติดตั้งหรือตั้งป้ายเกิน 15 เมตร หรือมีส่วนหนึ่งส่วนใดของป้ายสูงน้อยกว่า 3.25 เมตร เมื่อวัดจากระดับพื้นดิน หรือติดตั้งสูงกว่าอาคาร
4. ป้ายผนังที่มีความสูงของป้ายหรือสิ่งที่สร้างขึ้นสำหรับติด หรือตั้งป้ายเกิน 15 เมตร หรือมีส่วนหนึ่งส่วนใดของป้ายสูงน้อยกว่า 3.25 เมตร เมื่อวัดจากระดับพื้นดิน หรือติดตั้งสูงกว่าตัวอาคาร หรือขนาดพื้นที่ของป้ายรวมกันเกิน 75 ตารางเมตร
5. ป้ายชั่วคราวที่มีความสูงของป้ายหรือสิ่งที่สร้างขึ้นสำหรับติดตั้งหรือตั้งป้ายเกิน 15 เมตร เมื่อวัดจากระดับพื้นดิน หรือขนาดพื้นที่ของป้ายรวมกันเกิน 75 ตารางเมตร
6. ป้ายตาม (1) - (5) ที่เป็นป้ายประดับ ไฟกะพริบหรือป้ายอิเล็กทรอนิกส์ เว้นแต่เป็นการติดตั้งระบบ ไฟฟ้าเพื่อให้แสงสว่างกับป้าย

ข้อ 11 ภายในบริเวณริมถนนสายรอง ห้ามมิให้บุคคลใดก่อสร้างหรือดัดแปลงอาคารประเภทป้าย ดังต่อไปนี้

1. ป้ายบนอาคารที่มีความสูงของป้ายหรือสิ่งสร้างขึ้นสำหรับติด หรือตั้งป้ายเกิน 2 ใน 3 ส่วนของความสูงของตัวอาคารเมื่อวัดจากระดับพื้นดิน หรือความสูงของป้ายนั้นเกิน 30 เมตร เมื่อวัดจากระดับพื้นดิน หรือขนาดพื้นที่ของป้ายรวมกันเกิน 150 ตารางเมตร
2. ป้ายบนพื้นดินที่มีความสูงของป้ายหรือสิ่งที่สร้างขึ้นสำหรับติด หรือตั้งป้ายเกิน 30 เมตร เมื่อวัดจากระดับพื้นดิน หรือขนาดพื้นที่ของป้ายรวมกันเกิน 200 ตารางเมตร
3. ป้ายยื่นที่ขึ้นจากแนวอาคารเกิน 2 เมตร หรือมีความสูงของป้ายหรือสิ่งที่สร้างขึ้นสำหรับติดตั้งหรือตั้งป้ายเกิน 15 เมตร หรือมีส่วนหนึ่งส่วนใดของป้ายสูงน้อยกว่า 3.25 เมตร เมื่อวัดจากระดับพื้นดิน หรือติดตั้งสูงกว่าอาคาร
4. ป้ายผนังที่มีความสูงของป้ายหรือสิ่งที่สร้างขึ้นสำหรับติดหรือตั้งป้ายเกิน 15 เมตร หรือมีส่วนหนึ่งส่วนใดของป้ายสูงน้อยกว่า 3.25 เมตร เมื่อวัดจากระดับพื้นดิน หรือติดตั้งสูงกว่าตัวอาคาร หรือขนาดพื้นที่ของป้ายรวมกันเกิน 50 ตารางเมตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. ป้ายชั่วคราวที่มีความสูงของป้ายหรือสิ่งก่อสร้างขึ้นสำหรับติดตั้งหรือตั้งป้ายเกิน 15 เมตร เมื่อวัดจากระดับพื้นดิน หรือขนาดพื้นที่ของป้ายรวมกันเกิน 50 ตารางเมตร

ข้อ 12 โครงสร้างของป้ายต้องมีลักษณะดังต่อไปนี้

1. โครงสร้างสำหรับติดตั้งป้ายบนพื้นดินจะต้องเป็นโครงสร้างที่แข็งแรง และมั่นคงถาวรชนิดเสาเดี่ยว หรือเสาคู่เท่านั้น โดยขอบล่างของป้ายจะต้องสูงไม่น้อยกว่า 5 เมตร เมื่อวัดจากระดับพื้นดิน และในกรณีเสาเดี่ยวหรือเสาคู่เป็นโครงสร้างถัก จะต้องเปิดโครงถักด้วยวัสดุถาวรทนไฟเป็นส่วนใหญ่

2. โครงสร้างสำหรับติดตั้งป้ายบนอาคาร เมื่อติดตั้งแผ่นโฆษณาแล้วจะต้องปิดส่วนที่เป็นโครงสร้างของป้ายทุกด้านด้วยวัสดุถาวรทนไฟเป็นส่วนใหญ่

ข้อ 13 ข้อบัญญัตินี้มีให้ใช้บังคับกับป้ายชื่อถนน ตรอก ซอย ป้ายทางราชการ ป้ายเพื่อการเลือกตั้ง เครื่องหมายหรือสัญลักษณ์ (โลโก้)

ข้อ 14 ให้ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครรักษาการตามข้อบัญญัตินี้

2.7 การแบ่งประเภทของสื่อป้ายโฆษณา

1. ป้ายโฆษณากลางแจ้ง (outdoor advertising) เป็นสื่อโฆษณาที่จัดทำป้ายแสดงสิ่งโฆษณาที่ติดตั้งอยู่กับที่ เพื่อให้ผู้คนที่ผ่านไปมามองเห็นได้ โดยมีจุดประสงค์ที่สำคัญเพื่อมุ่งเน้นเสริมแรงการจำชื่อตราของผลิตภัณฑ์ที่โฆษณา เพื่อให้ผู้บริโภคจำได้ (brand-name reinforcement (Russell and Land ,1990 : 144))

ประเภทของป้ายโฆษณากลางแจ้ง แบ่งออกได้ 3 ประเภท (พิบูล ทีปะปาล : 98)

ป้ายโปสเตอร์ (Posters or billboards)

ป้ายเขียน (Paint bolletines or painted displays)

ป้ายที่ตกแต่งเป็นพิเศษด้วยไฟฟ้า (electric spectaculars)

สำหรับลักษณะของป้ายแต่ละประเภท การเลือกทำเลที่ติดตั้งป้ายรวมทั้งจุดแข็ง จุดอ่อน พอสรุปได้ดังนี้ (เจริญศักดิ์ อึ้งเจริญวัฒนา, 2531 : 230-233)

1. ป้ายโปสเตอร์ (poster or billboards) ลักษณะของงานโฆษณาแบบป้ายโปสเตอร์นี้ จะใช้พิมพ์ด้วยกระดาษแผ่นใหญ่ๆ จากโรงพิมพ์แล้วนำไปปิดทับลงบนแผ่นป้ายที่ทำไว้โดยเฉพาะ ปกติป้ายโปสเตอร์จะมีขนาดความกว้าง 28 นิ้ว และยาว 41 นิ้ว แต่อาจจะมีความกว้าง 12

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ฟุต และยาว 25 ฟุต ซึ่งต้องใช้กระดาษเท่ากับ 24 แผ่น เรียกว่า "24 Sheet Poster" ซึ่งเป็นขนาดมาตรฐานป้ายโปสเตอร์นี้ อาจจะทำไฟส่องด้วยก็ได้หากต้องการให้เห็นในตอนกลางคืน

2. ป้ายเขียน (painted bulletines) ป้ายแบบนี้มักจะนำไปติดในทำเลที่ดีกว่าป้ายโปสเตอร์ คือ ในย่านที่มีการจราจรคับคั่งมีขนาดใหญ่กว่าป้ายโปสเตอร์ และการทำจะพิถีพิถันมากกว่า โดยจิตรกรมาเขียนภาพและข้อความที่ต้องการโฆษณาลงบนป้าย โครงสร้างของป้ายโดยทั่วไปจะทำด้วยเหล็ก สำหรับขนาดของป้ายโดยทั่วไปจะกว้าง 12 ฟุต ยาว 42 ฟุต แต่จะใหญ่กว่านี้ก็ได้เพื่อให้ภาพที่มีสีสันสะดุดตาและใกล้เคียงของจริง

ป้ายเขียนนั้นอาจจะทำไฟส่องให้เห็นได้ในตอนกลางคืน หรืออาจจะทำให้แผ่นป้ายพลิกกลับไปมาให้เห็นอีกด้านที่มีข้อความโฆษณาต่างกันด้วยการใช้มอเตอร์ไฟฟ้าเข้าช่วย เพื่อเรียกร้องความสนใจก็ได้ และบางครั้งอาจจะต่อเคเบิลหรือขยายป้ายออกไปเพื่อติดตั้งอย่างอื่นเพิ่ม เช่น นาฬิกา เครื่องหมายของร้านค้า เป็นต้น

3. ป้ายคบบ้างเป็นพิเศษด้วยไฟฟ้า (electric spectaculars) ไม่มีขนาดมาตรฐาน แต่ควรใหญ่พอที่จะทำให้ผู้เห็นสามารถเห็นได้ง่าย สถานที่ติดตั้งมักอยู่ในทำเลที่ดีที่สุด การออกแบบจะทำเพื่อเรียกร้องความสนใจจากผู้ผ่านไปมาจำนวนมาก ค่าใช้จ่ายในการทำจะแพงที่สุด ป้ายแบบนี้จะใช้โครงเหล็ก แผ่นโลหะ แผ่นพลาสติก หลอดไฟฟ้าประเภทต่างๆ รวมทั้งอุปกรณ์ที่จะทำให้เกิดความเคลื่อนไหวได้ ป้ายแบบนี้จะให้ประโยชน์มากทั้งกลางวัน และกลางคืน เพราะแสงสว่างของป้ายจะตัดกับความมืดในตอนกลางคืน ป้ายแบบนี้ต้องใช้ความรู้ทางเทคนิคในการเขียนรูปร่วมกับความรู้ทางด้านแสงประกอบกัน และในบางครั้งหากต้องการเรียกร้องความสนใจเป็นพิเศษผู้โฆษณาอาจทำป้ายนี้ในลักษณะที่เป็น 3 มิติ คือ จัดทำให้เหมือนกับสินค้านั้นจริงๆ ไม่ว่าจะมองจากด้านไหน

สื่อป้ายโฆษณา นอกจากป้ายโฆษณากลางแจ้งแล้วยังได้รวมถึงสื่อป้ายโฆษณาประเภทอื่นด้วย ดังที่ ศศ.ลดาวลัย ยมจินดา และ รศ.สุพรรณิ พังคะลี (2531 : 118) กล่าวไว้ว่า

2. ป้ายโฆษณาเคลื่อนที่ (Transit Advertising) หมายถึง เครื่องหมายโฆษณาที่ติดตั้งไว้บนหรือข้างในของรถไฟ รถใต้ดิน รถราง รถโดยสาร รถแท็กซี่ และยานพาหนะอื่นๆ ที่ใช้ในการขนส่งสาธารณะ หรือติดตั้งไว้ที่สถานีของพาหนะเหล่านั้น

โดยทั่วไปป้ายโฆษณาแบบเคลื่อนที่นี้ ข้อความในโฆษณาจะมีลักษณะคล้ายกับป้ายกลางแจ้งแต่อาจมีรายละเอียดมากกว่า และคำว่าป้ายเคลื่อนที่ก็ไม่ค่อยครอบคลุมนัก เพราะว่าป้ายชนิดนี้มีรูปแบบที่สำคัญคือ

1. Car card ป้ายโฆษณาที่ติดไว้ภายในรถโดยสาร รถไฟ เป็นต้น ซึ่งผู้โดยสารจะมีเวลาอ่านป้ายโฆษณาในระหว่างที่นั่งในรถนั้น ส่วนมากทำด้วยกระดาษและขนาดเล็ก
2. Traveling display ป้ายโฆษณาขนาดใหญ่กว่า Car card ติดไว้หรือระบายสีไว้ด้านนอกของพาหนะที่ใช้ขนส่งสาธารณะป้ายนี้จะเคลื่อนที่ไปตามเส้นทางของพาหนะนั้น
3. Station poster ป้ายโฆษณาขนาดต่างๆ ที่ติดไว้ตามสถานีรถไฟ รถโดยสาร ท่าอากาศยาน หรือป้ายรถเมล์

สรุป จากทฤษฎีต่างๆ ที่นักสังคมวิทยาได้ศึกษามาข้างต้น พอสรุปได้ว่าสื่อป้ายโฆษณาสามารถแบ่งประเภทได้ตามลักษณะการติดตั้ง โดยรวมถึงขนาดของสื่อโฆษณา และวิธีการในการสื่อ แต่ที่พบว่ามีปัญหาส่งผลกระทบต่องานสถาปัตยกรรม และสภาพแวดล้อมของชุมชนเมืองได้แก่ป้ายโฆษณาประเภทต่างๆ ที่ก่อสร้างและติดตั้งผิดพระราชบัญญัติ และกฎระเบียบต่างๆ ที่ควบคุมตลอดจนการละเลยในการควบคุมและติดตามของเจ้าหน้าที่ท้องถิ่น

2.8 ตำแหน่งในการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณา

หลักเกณฑ์การพิจารณาเลือกทำเลในการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณา ซึ่งมีทั้งข้อดีและข้อเสียในการติดตั้ง พิบูล ที่ปะปาล (2536 : 100-101) ได้กล่าวถึงสื่อป้ายโฆษณาที่ทำให้เกิดความน่าสนใจ มีหลักที่ควรนำมาพิจารณา ดังต่อไปนี้

1. ระยะทางจากจุดที่ตั้งป้ายกับประชาชนจับจี้ยวดยาน ต้องห่างพอที่จะเห็นและอ่านได้ชัดเจน
 2. ประเภทของการเดินทางและความรวดเร็วของพาหนะที่ผ่านจุดที่ตั้งป้ายต้องนานพอที่จะเห็นและอ่านโฆษณาได้ครบครัน
 3. สถานที่ติดตั้งควรเป็นทางขวางหน้าของผู้ใช้ถนน ถ้าเป็นสถานที่ขนานกับถนนจะได้รับความสนใจน้อยลง
 4. สถานที่ที่จะติดตั้งให้คำนึงแก่ป้ายได้ดีเพียงใด
 5. รูปร่างและขนาดของป้าย ต้องเป็นที่ดึงดูดความสนใจของผู้ผ่านไปมาได้เป็นอย่างดี
 6. เปรียบเทียบราคาของแต่ละสถานที่ที่จะติดตั้ง และการเจรจาต่อรอง
- ซึ่งทำเลในการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณาจะมีข้อดีและข้อเสียในด้านต่างๆ ดังนี้

ตารางที่ 2.2 แสดงข้อดีและข้อเสียในการเลือกทำเลที่ตั้ง

ข้อดี	ข้อเสีย
1. ให้ความครอบคลุมสูงในท้องถิ่นที่ตั้งอยู่ที่คนจำนวนมากต้องผ่าน	1. ถ้าสภาพแวดล้อมที่ติดตั้งไม่ดี จะไม่ได้รับความสนใจ
2. ให้ความถี่สูงแก่ผู้เดินทางที่มักใช้เส้นทางนั้นเป็นประจำ	2. กีดขวางทางเดินบนทางเท้า
3. เหมาะกับคำสั่งๆ เป็นการเตือนความจำ หรือภาพแสดงสินค้า	3. เกิดผลเสียต่องานสถาปัตยกรรมที่สวยงาม
4. ป้ายที่มีไฟส่องจะดึงดูดความสนใจได้มาก	4. ปิดบังช่องลม หน้าต่าง ประตูอาคาร
5. ไม่มีข้อจำกัดในเรื่องเวลา	5. เป็นสิ่งที่รบกวนบ้านเมือง
	6. ปริมาณแสงไฟที่มากเกินไป เป็นการรบกวนต่อสายตามากเกินไป

สมจิตร เตชะบัญญัติ (2539 : 50) ได้กล่าวถึง ข้อพิจารณาในการเลือกสถานที่ติดตั้งสื่อป้ายโฆษณา ที่มีความสะดวกและมีแนวในการโฆษณาสินค้า ดังนี้

1. อาคารหรือสิ่งก่อสร้างมั่นคงแข็งแรงหรือสูงกว่าสิ่งก่อสร้างย่านนั้น และเป็นสิ่งสะดวกและสังเกตเห็นง่าย โดยไม่มีสิ่งก่อสร้างอื่นๆ มาบัง ซึ่งทำให้สามารถมองเห็นป้ายโฆษณาบนอาคารนั้นได้จากระยะไกล หรือมองเห็น ได้จากบนสะพานหรือบนทางด่วน เป็นต้น
2. บนถนนสายใหญ่ๆ หรือทางด่วนสายต่างๆ ที่เห็นได้ระยะไกล เช่น หัวโค้งของถนนหรือบนทางด่วนที่เป็นที่สะดวก
3. สี่แยกของถนนใหญ่ สี่แยกของวงเวียน หรือจุดตัดของทางด่วน
4. ย่านการค้าชั้นหนึ่ง หรือโรงพยาบาล หรือไฮเต็ลชั้นหนึ่ง
5. ย่านตลาดสด หรือร้านอาหารและร้านค้าต่างๆ ที่เป็นที่ชุมชน หรือบริเวณที่ผู้คนสัญจรไปมาหนาแน่นตลอดวัน

สรุป การเลือกทำเลสถานที่ติดตั้งป้ายนั้น ควรจะอยู่ในทำเลที่ทำมุมฉากกับสายตาและอยู่ในจุดที่เด่นและสะดวก ส่วนขนาดของป้ายนั้น โดยปกติขนาดมาตรฐานทั่วไปคือ 10 × 3 เมตร แต่ทั้งนี้ในทางปฏิบัติมักจะเลือกติดตั้งป้ายโฆษณาตามขนาดของสถานที่ และพิจารณาขนาดของป้ายอื่นๆ ในบริเวณใกล้เคียง ซึ่งป้ายควรจะเด่นและใหญ่กว่าป้ายอื่นๆ และสามารถมองเห็นสะดวก จากการแข่งขันในการใช้สื่อป้ายโฆษณานั้นจะก่อให้เกิดผลเสียในด้านต่างๆ ของชุมชนเมือง

ตลอดจนการปิดบังความสวยงามของงานสถาปัตยกรรม และความปลอดภัยของผู้สัญจร และผู้อยู่อาศัยในอาคาร อันเนื่องมาจากการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณาที่ไม่ถูกต้อง และสอดคล้องกับพระราชบัญญัติและกฎระเบียบต่างๆ ที่ว่าด้วยการควบคุมป้ายโฆษณา

2.9 ขนาดของสื่อป้ายโฆษณา

นัคดา เนตรรัตน์ (2539 : 38) กล่าวว่า สิ่งที่สำคัญของการออกแบบโฆษณาผ่านสื่อโฆษณา คือ การมองเห็นได้ชัด ซึ่งในที่นี้หมายถึง การที่ป้ายโฆษณาจะเป็นเป้าสายตาที่ปรากฏไหล่ออกมาจากสิ่งแวดล้อมอื่นๆ ที่ประกอบอยู่ในบริเวณนั้นๆ ขนาดที่ใหญ่จึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะเป็นเป้าสายตาแก่ผู้รับสารที่ผ่านไป

ขนาดจึงเป็นคุณลักษณะที่สำคัญในการสร้างสรรค์ ออกแบบโฆษณาผ่านสื่อป้ายโฆษณา เพราะขนาดที่ใหญ่จะเป็นสิ่งเร้าใจที่ดี ดึงดูดความสนใจ ช่วยให้เข้าใจและจดจำได้ง่าย ทนทานยิ่งกว่าสิ่งเร้าขนาดเล็ก ยิ่งขนาดของป้ายมีขนาดใหญ่ ก็จะมีมองเห็นเด่นชัดกว่าป้ายที่มีขนาดเล็ก อีกทั้งสามารถมองเห็นได้ตั้งแต่ในระยะไกล

นอกจากขนาดของป้ายที่ใหญ่แล้ว การนำเสนอภาพโฆษณาหรือตัวอักษรที่ใช้ประกอบในชิ้นงานโฆษณาก็ควรจะมีขนาดใหญ่พอที่จะมองเห็นและอ่านได้ชัดเจนด้วย เพราะการที่มีขนาดใหญ่กว่าที่เป็นอยู่ตามธรรมชาติจริงๆ จะส่งผลกระทบต่อคนสะดุดตาอย่างแรง

1. ป้ายโปสเตอร์ (Poster or billboards) ปกติป้ายโปสเตอร์จะมีขนาดความกว้าง 28 นิ้ว และยาว 41 นิ้ว แต่อาจจะมีความกว้าง 12 ฟุต และยาว 25 ฟุต ที่ต้องใช้กระดาษเท่ากับ 24 แผ่น เรียกว่า "24 sheet Poster"

2. ป้ายเขียน (Painted bulletines) ขนาดของป้ายโดยทั่วไปจะกว้าง 12 ฟุต ยาว 42 ฟุต แต่จะใหญ่กว่านี้ก็ได้

3. ป้ายอิเล็กทรอนิกส์ (Electric spectavelars) จะไม่มีขนาดมาตรฐานที่แน่นอน แต่ควรใหญ่พอที่จะทำให้ผู้เห็นสามารถมองเห็นได้ง่าย

4. ป้าย Cut-out or Billboards ป้ายโฆษณาประเภทนี้จะมีขนาดใหญ่ตั้งแต่ 16 ตารางเมตร หรือ 4×4 เมตรขึ้นไป จากการสัมภาษณ์ฝ่ายการตลาดการเคหะแห่งชาติ ป้ายประเภทนี้ทางการเคหะจะใช้ขนาด 4.80×7.20 เมตร

5. ป้ายชั่วคราว (ผ้า, พลาสติก) ป้ายประเภทนี้ทางการเคหะจะใช้ขนาด 4.80×90.00 เซ็นติเมตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. ฝ้าผนัง (ฝ้าที่ยึดติดผนังหรือโครงสร้างของอาคาร) ฝ้าชนิดนี้จะมีขนาดโดยประมาณ 10.00×4.00 เมตร
7. ฝ้ายื่น (ฝ้าที่ยื่นออกนอกอาคาร) ฝ้าประเภทนี้ที่ถนนเขาวราชจะมีขนาดโดยประมาณ 8.00×3.00 เมตร
8. ฝ้าบนอาคาร (ฝ้าที่ติดตั้งไว้บนหรือเหนืออาคาร) ฝ้าประเภทนี้จะมีขนาดใกล้เคียงกับฝ้า Cut-Out จะมีขนาด 4×4 เมตรขึ้นไป

2.10 การใช้สีและแสงสว่างในสื่อป้ายโฆษณา

2.10.1 สีที่นำไปใช้ในสื่อป้ายโฆษณา

การโฆษณาค้นสื่อป้ายโฆษณาในปัจจุบันนั้น จัดได้ว่าเป็นการสื่อสารด้วยตัวหนังสือภาพ โดยเป็นเรื่องของการโฆษณาสินค้าต่างๆ ในรูปแบบแตกต่างกันไป บ้างก็มีเพียงรูปภาพและประโยคหรือคำเพียงไม่กี่คำ บ้างก็มีเพียงรูปภาพและชื่อสินค้า หรือมีประโยคเชิญชวนมากมายปรากฏอยู่บนป้าย ซึ่งสามารถพบเห็นสื่อป้ายโฆษณาเหล่านี้อย่างมากมาย ติดตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จนไม่อาจปฏิเสธได้ว่าปัจจุบันการโฆษณาเป็นธุรกิจที่มีความจำเป็นต่อการตลาด (สมจิตร เศษะบัญญัติ, 2539 : 12-13)

สี เป็นหนึ่งในประโยชน์ขั้นแรกๆของสื่อป้ายโฆษณา ที่จะช่วยกระตุ้นความสนใจของผู้รับสารที่ผ่านไปมา โดยเฉพาะในเวลากลางคืน สีจะมีคุณสมบัติของสิ่งเร้าที่ดี จะช่วยสร้างความแตกต่างและความตัดกัน อีกทั้งความเข้มของสีจะให้ความสว่างแก่สายตา เห็นได้ชัด นัคดา เนตรรัตน์ (2539 : 35-36) ได้กล่าวเกี่ยวกับการใช้สีในสื่อป้ายโฆษณาต่ออีกว่า นอกจากการใช้สีจะช่วยสร้างความสะดุดตาความน่าสนใจแก่สารโฆษณานบนสื่อป้ายโฆษณาแล้ว การใช้สีที่เหมาะสมกับสินค้า โดยแสดงถึงเอกลักษณ์ของสินค้า จะช่วยเตือนการจดจำแก่ผู้รับสาร และการใช้สีที่เหมาะสมกับส่วนประกอบต่างๆ ในชิ้นงานโฆษณา จะก่อให้เกิดความหมายและความรู้สึกที่ดี เช่น สีเขียว แสดงความร่มรื่น และสีทองแดง แสดงความอบอุ่น นำมาใช้กับโฆษณาบ้าน เพื่อสื่อความหมายว่าบ้านอยู่ในบรรยากาศที่ร่มรื่น อบอุ่น น่าอยู่อาศัย

ดังนั้นสรุปได้ว่า สีที่ใช้ในการสื่อสาร โฆษณาค้นสื่อป้ายโฆษณา ควรมีลักษณะดังนี้

1. สีควรจะสร้างความสะดุดตา โดยใช้สีที่สว่างและหรือสีที่ตัดกัน
2. สีควรจะแสดงเอกลักษณ์ของสินค้า
3. สีควรจะเหมาะสมกับส่วนประกอบอื่นๆ ในชิ้นงานโฆษณา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. สื่จากสื่อป้ายโฆษณาควรมีความกลมกลืนกับชุมชน

นักดา เนตรรัตน์ (2539 : 164-165) ได้กล่าวต่ออีกว่า การใช้สีในการสื่อสารโฆษณาผ่านสื่อป้ายโฆษณานั้น นอกจากสีจะสร้างความสะดุดตา ช่วยในการเรียกความสนใจจากผู้รับสารไปมาแล้ว การใช้สียังมีลักษณะเด่นที่สำคัญ คือ

1. สีจะแสดงเอกลักษณ์ของสินค้า ช่วยสร้างการจดจำแก่ผู้บริโภค

ในงานโฆษณาที่สื่อสารผ่านสื่อป้ายโฆษณา มีการใช้สีที่แสดงเอกลักษณ์ของสินค้า เช่น สินค้าประเภทเครื่องคัม ในการโฆษณาผ่านสื่อป้ายโฆษณา ไม่สามารถบอกรสชาติได้ว่า ชำ หวาน อร่อยแค่ไหน แต่จะใช้สีมาช่วยให้เห็นว่าน่าทาน ซึ่งสีที่ใช้ก็จะเป็นเอกลักษณ์ของเครื่องคัมยี่ห้อ นั้นๆ

2. สีช่วยสะท้อนให้เห็นบุคลิกของสินค้า

พบว่า สินค้าแต่ละประเภทที่นำเสนอผ่านสื่อป้ายโฆษณานั้น จะใช้โทนสีที่สะท้อนให้เห็นบุคลิกของสินค้า ตัวอย่างเช่น การใช้โทนสีเหลือง-ทอง เพื่อแสดงถึงความอบอุ่น ความมีพลัง การใช้สีเขียวๆ ไม่หวิ้อหวา เพื่อแสดงให้เห็นถึงบุคลิกที่เรียบง่าย ชริมๆ เป็นผู้ใหญ่ การใช้โทนสีสว่างๆ สีสดๆ เช่น สีฟ้า สีเหลือง สีแดง เพื่อสื่อถึงบุคลิกที่สนุกสนาน

3. สีช่วยเน้นน้ำหนักความสำคัญของข้อความ

การใช้สีที่แตกต่างกัน เช่น สีเข้ม สีอ่อน การสลับสีต่างๆ หรือการทําเป็นแถบสี เป็นลักษณะรูปแบบการนำเสนอที่พบได้ในข้อความโฆษณาผ่านสื่อป้ายโฆษณา ให้นัยยะในการสื่อความหมายถึงการให้ความสำคัญแก่ข้อความที่แตกต่างกันไป ตัวอย่างเช่น โฆษณاب้านเดี่ยว ที่ใช้สีแดงบนข้อความแสดงราคา ขณะที่ข้อความส่วนอื่นๆ ใช้สีขาว ให้นัยยะในการสื่อความหมายถึงการเอาราคาเป็นจุดขาย

สรุป หลักโดยทั่วไปในการใช้สี ต้องคำนึงถึงเรื่องแสงก่อนอื่น และต้องไม่ลืมว่าแสงประกอบด้วยแถบคลื่นสีต่างๆ ทำให้สายตามนุษย์มองเห็นและเกิดความรู้สึกต่อสิ่งแวดล้อมรอบข้าง การเลือกใช้วัสดุสีสรรพ์ คุณภาพผิว จะต้องให้มีความเหมาะสมและได้ประโยชน์ เน้นความชัดเจนตามจุดประสงค์ที่ได้ออกแบบไว้ ในทางตรงกันข้ามการใช้สีโดยไม่ได้คำนึงถึงรูปทรงของสิ่งนั้นๆ หรือการใช้สีโดยปราศจากหลักเกณฑ์ อาจทำให้เกิดความสับสนรบกวนจักษุประสาทหรือทำให้งานนั้นดูย่อกำลัง ปราศจากความหมายที่แน่ชัด คลุมเคลือ

ผลจากจิตใจของการใช้สี เป็นที่ยอมรับแล้วว่าสีมีผลต่อจิตใจ กระทบอารมณ์ของมนุษย์

แม้ว่าผลดังกล่าวจะเกิดขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลและอาจมีข้อยกเว้น แต่โดยทั่วไปพอสรุปได้ว่า มีสี

เอกสารนเป็นเอกสารทงสวนเวสชาติรบกการเขงานเพอการศึกษาเทานน เมื่อนูญเตเห็นาเบเซประเอชนันดในการค้า

บางสีที่ทำให้เกิดความรู้สึกบางอย่างที่นักออกแบบต้องนำมาพิจารณาประกอบการเลือกใช้ให้เหมาะสมกับโอกาสและสถานที่ ไม่ว่าจะเป็นภายนอกอาคาร หรือภายในอาคาร ซึ่งเป็นที่ๆ สีมักมีความใกล้ชิดกับผู้ใช้สอยมาก และต้องการความละเอียดอ่อนในการเลือกใช้

2.10.2 สีจากสื่อป้ายโฆษณาที่มีผลกระทบต่อดวงตาผู้สัญจร

ศุรเชษฐ์ บูรณปริญญากุล (2537 : 8) ได้กล่าวถึงการรับรู้สีของมนุษย์ว่า เกิดจากแสง spectrum ของแสง ซึ่งตกกระทบกับวัตถุ วัตถุจะดูดกลืนสีไว้และสะท้อนออกมา เฉพาะบางสีที่มนุษย์สามารถจะสัมผัสได้

สีมีอิทธิพลในด้านจิตวิทยาแก่มนุษย์มาก สีอาจเป็นเหตุให้เกิดอารมณ์เปลี่ยนแปลงได้ หลายอารมณ์ เกิดการตีความและแปลความหมายไปตามแต่ละบุคคล โดยจะขึ้นอยู่กับหลายๆ สิ่ง เช่น วัฒนธรรม เพศ อายุ ประสบการณ์ และการรับรู้จากอดีต การใช้สีช่วยให้มีประสิทธิภาพดีขึ้น และบางเวลาก็ช่วยแก้ความรู้สึกกับพร่องต่างๆ ได้ด้วย

ทวีเดช จีวบาง (2537 : 51-58) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับการสะท้อนของสีต่างๆ ไว้ว่า สำหรับวัตถุที่มีสีขาว เงาและแสงมักจะใช้สีของบรรยากาศ ถ้าวัตถุนั้นอยู่ใกล้เคียงกับผนังสีเขียว สีของผนังจะสะท้อนเข้าไปจับวัตถุนั้น จึงแสดงให้เห็นถึงสิ่งแวดล้อมวัตถุขาวนั้น แต่ทั้งนี้ต้องยกเว้น สำหรับวัตถุที่มีความมัน เช่น แก้ว กระจก เครื่องเรือนหรือโลหะที่ขัดมัน เพราะวัตถุเหล่านี้ยอมรับแสง ได้ทั้งด้านซ้ายและด้านขวา และยังรับสีจากวัตถุที่แวดล้อมและเป็นสีมารวมไว้ในตัวของวัตถุด้วย เช่น กระจกเงา จึงทำให้สีของวัตถุนั้นเปลี่ยนแปลงไปจากสีเดิมด้วย จนหาสีแท้ของสีเดิมไม่ได้ เป็นเหตุให้วัตถุเปลี่ยนสีไปตามแสงสว่างที่มีมากหรือน้อย

ตารางที่ 2.3 แสดงค่าการสะท้อนของสีต่างๆ คิดเป็นเปอร์เซ็นต์

สี	การสะท้อน
สีขาว	80-90%
สีงาช้าง	70-80%
สีเหลือง	65-70%
สีชมพูอ่อนอมม่วง	60-65%
สีเหลืองออกน้ำตาล	55-65%
สีชมพู	46-70%

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกรใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.3 (ต่อ)

สีเทา	35-50%
สีฟ้า	35-50%
สีเขียวอ่อน	25-50%
สีเขียวแก่	15-25%
สีน้ำตาลแก่	5-10%
สีน้ำตาล	8-12%
สีน้ำเงินแก่	10-20%
สีแดง	15-25%
สีแดงเข้ม	7-10%
สีดำ	2-5%

น. ณ ปากน้ำ (2525 : 64) ได้กล่าวถึงการนำสีไปใช้กับอาคาร ซึ่งมีความหมายรวมถึงสื่อป้ายโฆษณาว่า อาคารสมัยใหม่ในเมืองไทย ส่วนใหญ่สถาปนิกผู้มีความเข้าใจเรื่องสีจึงมักจะใช้สีสดใสรองอยู่สีแท้ เช่น แดงสด เขียวสด เหลืองสด อาจทำให้บาดเจ็บและเมื่อย การนำสีเหล่านี้มาใช้กับอาคารที่ถาวรอาจจะไม่เหมาะสม นอกจากงานมหกรรมชั่วคราวชั่วคราวเท่านั้น

เราคงได้เห็นกันแล้วว่า วิศวกรรมของเราส่วนใหญ่มักจะใช้สีปูนขาวทาฉาบบนเจดีย์บนกำแพงแก้ว และภายนอกกุฏิสงฆ์ ซึ่งเมื่อโดนแดดจัดจะแสบตา

สรุป การใช้สีในงานสื่อป้ายโฆษณา อาจมีความจำเป็นจะต้องใช้สีคู่กันอย่างสดๆ ในเนื้อที่ใหญ่โต สีสดๆ ที่อยู่เนื้อเดียวกัน มีปริมาณกว้างใหญ่อาจจะดูบาดตาและก่อความรำคาญให้แก่ผู้ที่พบเห็น หรือมองในเวลานานๆ อาจก่อให้เกิดอันตรายได้ เช่น ผู้ขับขี่ยานยนต์บนถนนทางด่วน เมื่อมองดูป้ายโฆษณาที่มีสีและแสงที่บาดตา อาจจะได้รับอุบัติเหตุได้ เราอาจแก้ไขด้วยการใช้เส้นดำหนักหรือสีเข้มอื่นๆ มาเป็นเส้นคั่นกลางระหว่างสีตัดกันนั้นเสีย ก็จะช่วยลดความตัดกันอย่างรุนแรงลงไปได้ ถ้าใช้อย่างถูกจังหวะก็จะเกิดผลงานที่สวยงาม หรือหน่วยงานของราชการออกกฎหมายบังคับ และควบคุมการใช้สีในสื่อป้ายโฆษณาให้ถูกต้องแต่ละ Zone

2.10.3 การนำแสงสว่างไปใช้ในสื่อป้ายโฆษณา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างถึงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สมพันธ์ อำพวัน (2534 : 11) กล่าวว่า เรามองเห็นได้โดยที่แสงจากต้นกำเนิดแสงโดยตรงเข้าสู่ตา หรือแสงจากที่ออกจากแหล่งกำเนิดแสงเมื่อกระทบวัตถุแล้วสะท้อนเข้าสู่ตา ดังภาพที่ 2.49 โดยผ่านเลนส์แก้วตาซึ่งมีลักษณะเป็นเลนส์นูน แล้วโฟกัสลงบนเรตินา ซึ่งถือว่าเป็นจอร์รับภาพของตามนุษย์ ที่เรตินานั้นจะมีเส้นใยประสาท ซึ่งรับความรู้สึกต่อภาพที่ปรากฏขึ้นไปสู่สมอง ทำให้การรับรู้การมองเห็นภาพต่างๆ และประสาทตานั้นก็จะทำหน้าที่ปรับความรู้สึกรับรู้ให้เห็นในภาพที่เป็นจริง คือ ไม่กลับบนลงล่าง



ภาพที่ 2.37 แสดงหลักการมองเห็นวัตถุของตา

ในการนำแสงสว่างมาใช้ในงานสื่อป้ายโฆษณาที่มีด้วยกันหลายรูปแบบ เพื่อประโยชน์ในการสื่อสารการค้าดังที่ นัคดา เนตรรัตน์ (2539 : 38-168) กล่าวไว้ว่า การใช้หลอดไฟนีออนเป็นการนำหลอดไฟต่างๆ มาเป็นวัสดุในการสร้างสรรค์งานโฆษณา โดยอาจเป็นลักษณะไฟกระพริบ หรือไฟในวงจรที่ดูเหมือนวิ่งตามกัน แสดงการเคลื่อนไหวได้ และอาจมีการสลับสีต่างๆ ย่อมดึงดูดความสนใจให้ผู้ผ่านไปมามองเห็นได้เด่นชัดในเวลากลางคืน และสามารถดึงสายตาให้ติดตามสารโฆษณานั้นได้นานกว่า วิธีนี้ปรากฏเป็นวิธีที่ได้ผล จนกระทั่งบางประเทศมีกฎหมายห้ามคิดไว้ข้างถนนเพื่อป้องกันอุบัติเหตุ

สาคร พลาราม (2524 : 151-155) ได้กล่าวถึงไฟฟ้าสำหรับสื่อป้ายโฆษณาจะใช้เพื่อโฆษณาสินค้าบนแผ่นป้ายหรือผนังอาคาร เพื่อให้มองเห็นได้ชัดเจนในเวลากลางคืน

ชนิดของไฟโฆษณา

1. ชนิดใช้หลอดไส้ไม่มีสิ่งปกปิด
2. ชนิดหลอดไส้มีสิ่งปกปิด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างถึงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ชนิดให้แสงสว่างออกมาจากภายในป้ายโฆษณา
4. ชนิดใช้เงาที่บดบังแสง
5. ชนิดใช้หลอดกระจายแสงกว้าง

ส่วนประกอบของไฟโฆษณา ไฟโฆษณาที่ดีต้องประกอบด้วย

1. ทำให้เกิดความดึงดูดใจหรือเป็นจุดสนใจ
2. ทำให้เกิดความชัดเจนต่อป้ายหรือสิ่งพิมพ์ที่โฆษณา
3. บอกคุณสมบัติของสินค้าที่โฆษณา
4. ใช้ในการส่งถ่ายข้อมูล

ส่วนประกอบของไฟโฆษณาสินค้า ข้อ 2, 3, 4 มักจะใช้ในงานทางศิลปะ ซึ่งเป็นความสามารถของผู้ออกแบบเอง ส่วนประกอบตามข้อ 1 จะใช้ในงานการโฆษณาสินค้าที่จะต้องให้แสงสว่างสูงมาก เพราะพื้นที่ๆ มีแสงมากย่อมจะดึงดูดความสนใจมาก

ไฟสว่างสำหรับป้าย (Cut-out sign Light)

ภาพที่ 2.50 เป็นการให้แสงสว่างแก่ป้ายโฆษณาแบบง่ายๆ แสงสว่างที่ต้องไปยังป้ายจะทำให้ดึงดูดความสนใจแก่ผู้พบเห็น เพราะป้ายโฆษณามีความสว่างเหมือนกับมองเห็นในเวลากลางวัน

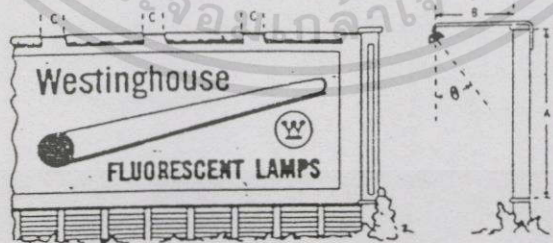


Fig. 19-1. Simple form of billboard illumination.

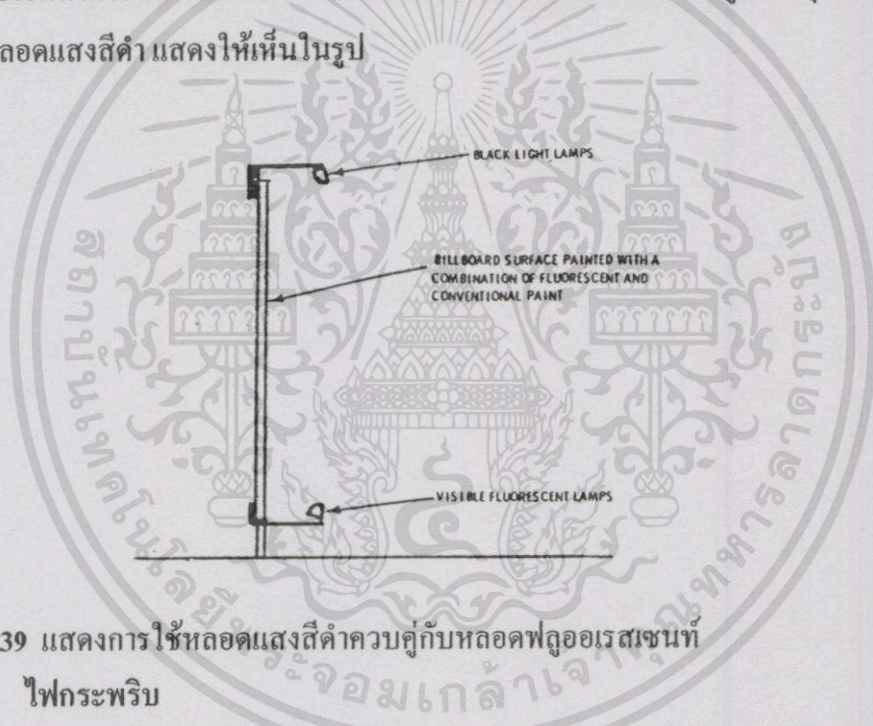
ภาพที่ 2.38 ตัวอย่างการติดตั้งแสงสว่างแก่ป้ายโฆษณา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ป้ายโฆษณาในยุคแรกมักจะใช้หลอดไส้ธรรมดา แต่ในปัจจุบันไฟโฆษณาได้ใช้หลอดไส้ที่มีมุมกระจายแสงกว้าง และหลอดฟลูออเรสเซนต์ และได้มีการนำหลอดไอปรอทมาใช้ในงานโฆษณาสินค้าด้วย การใช้หลอดสีต่างๆ ประกอบกันเข้า

การใช้หลอดแสงดำ (Black Light) ในงานโฆษณา

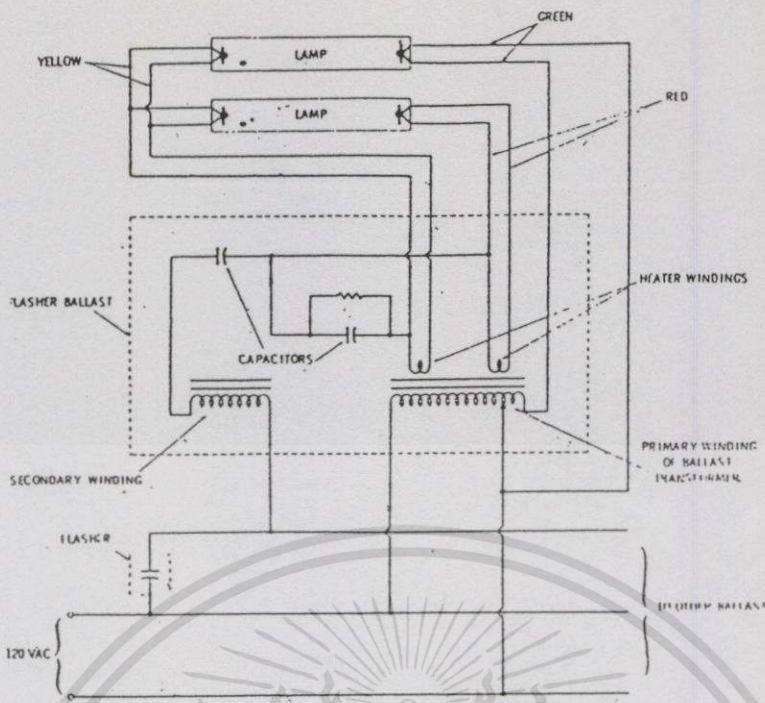
การใช้หลอดแสงดำกับแผ่นป้ายโฆษณานั้น จะต้องใช้ควบคู่กับหลอดฟลูออเรสเซนต์ เพราะในเวลากลางวันจะต้องใช้หลอดฟลูออเรสเซนต์ ให้แสงสว่างแก่แผ่นป้ายและในเวลากลางคืนก็ให้หลอดแสงดำเป็นตัวให้แสงสว่างแก่แผ่นป้าย แผ่นป้ายที่จะใช้กับหลอดแสงดำ จะต้องเป็นแผ่นป้ายที่ทำด้วยสีสะท้อนแสง เพราะสีสะท้อนแสงจะเรืองแสงเมื่อถูกรังสีอุลตราไวโอเลตที่เกิดจากหลอดแสงดำ แสดงให้เห็นในรูป



ภาพที่ 2.39 แสดงการใช้หลอดแสงดำควบคู่กับหลอดฟลูออเรสเซนต์ไฟกระพริบ

ไฟกระพริบ หมายถึง ไฟที่ติด-ดับถี่ๆ ติดต่อกัน ไฟกระพริบจะทำให้เกิดความรู้สึกตื่นตาตื่นใจแก่ผู้พบเห็น ซึ่งเกิดมาจากความสว่างของดวงไฟและการเคลื่อนที่ของดวงไฟนั่นเอง

หลอดกระพริบง่ายๆ ที่เห็นกันทั่วไปก็คือ หลอดไส้ที่กระพริบได้ด้วยตัวเอง ซึ่งมีการทำงานดังนี้ ที่ไส้หลอดจะมี Bimetallic Strip เมื่อหลอดติดความร้อนของไส้หลอดจะทำให้ Bimetallic Strip ที่ต่อไส้หลอดร้อนขึ้นไปด้วย เมื่อมีความร้อนจะทำให้ Bimetallic Strip เกิดการขยายตัวและงอตัวออกมา วงจรไฟฟ้าของหลอดก็จะเปิด ทำให้หลอดไฟดับเมื่อหลอดเย็นตัวลง Bimetallic Strip ก็จะเย็นลงด้วยและจะงอตัวไปปิดวงจรไส้หลอด หลอดไฟก็จะติดอีก และจะเป็นเช่นนี้เรื่อยๆ



ภาพที่ 2.40 แสดงหลอดฟลูออเรสเซนต์ที่กระพริบ

2.10.4 ผลกระทบจากการใช้แสงสว่างในสื่อป้ายโฆษณา

การใช้แสงสว่างที่ดีในงานสื่อป้ายโฆษณา ควรมีคุณสมบัติของความส่องสว่างหรือ อิลูมิแนนซ์ที่เพียงพอ แสงสี ความนิ่มนวลของสภาวะแวดล้อม แสงบาดตาและอื่นๆ ก็มีผลต่อการมองเห็นด้วย การมองเห็นวัตถุชัดเจนเพียงไม่พอ สิ่งสำคัญที่สุดก็คือ ต้องมีความสบายตาในการมองเห็น

ชำนาญ ห่อเกียรติ (2540 : 13) ได้กล่าวถึง แสงบาดตา หมายถึง แสงที่เข้าตาทำให้มองเห็นวัตถุได้ยากหรือมองไม่เห็นเลย การจัดโคมให้ส่องสว่างโดยทั่วไปต้องการแสงบาดตาน้อยที่สุด โคมไฟฟ้าแต่ละชนิดให้แสงบาดตาไม่เหมือนกัน มาตรฐานมีการกำหนดไว้ว่าถ้าต้องการคุณภาพของแสงสว่างที่ดี มีความส่องสว่างเท่าใด มีแสงบาดตาได้มากที่สุดเป็นเท่าใด

แสงบาดตา มีด้วยกันสองแบบใหญ่ๆ คือ แสงบาดตาแบบไม่สามารถมองเห็นได้ (Disability Glare) และแสงบาดตาแบบไม่สบายตา (Discomfort Glare) แสงบาดตาแบบไม่สามารถมองเห็นได้ เป็นแสงบาดตาประเภทที่ทำให้ไม่สามารถมองเห็นวัตถุได้ เช่น มีแสงเข้าตามากจนไม่สามารถมองเห็นวัตถุได้ ถ้วนแสงบาดตาแบบไม่สบายตา เป็นแสงบาดตาประเภทที่ยังมองเห็นวัตถุได้ แต่เป็นไปด้วยความลำบากและไม่สบายตา เพราะมีแสงย้อนเข้าตา

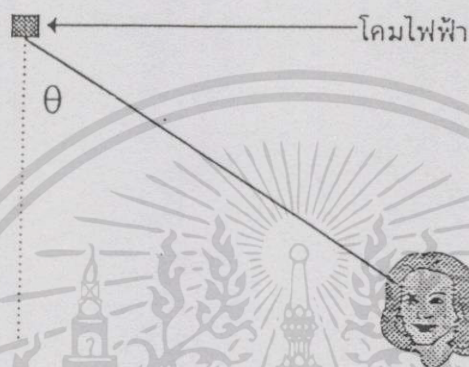
แสงบาดตาจากโคม วัดกันด้วยมุมที่ทำกับแนวตั้งจากโคมมายังในส่วนที่เกินกว่า 45 องศาขึ้นไป ถ้ามองโคมที่มุมมากกว่า 45 องศา แล้วยังมีแสงเข้าตามากก็แสดงว่าโคมมีแสงบาดตา

แต่ถ้ามองแล้วแม้มีแสงเข้าตาแต่ไม่มากจนทำให้บาดเจ็บ และมองเห็นวัตถุได้ไม่ลำบากอย่างนี้ก็

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น ลีกรังห่านมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และตั้งค่างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เรียกว่าแสงบาดตาไม่ได้สร้างปัญหาแต่อย่างใด การพิจารณาแสงบาดตามีหลายมาตรฐาน แต่ที่นิยมใช้กันมากได้แก่ กราฟลูมิแนนซ์ตาม CIE ซึ่งจะกล่าวไว้ในเรื่องของโคม



ภาพที่ 2.41 มุมของแสงบาดตาที่วัดมุม 45° เป็นต้นไป

แสงบาดตามีมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับโคมไฟ โคมไฟที่ให้แสงด้านข้างมากก็มักให้แสงบาดตามาก โดยทั่วไปโคมไฟจะถูกออกแบบให้ใช้สำหรับหลอดแต่ละชนิดโดยเฉพาะ

ศาสตราจารย์ พลาธารม (2524 : 153) ได้กล่าวถึงการวางตำแหน่งที่จะติดตั้งดวงไฟฟ้า การวางตำแหน่งดวงไฟของแผ่นป้าย ปกติจะติดตั้งอยู่ส่วนบนและส่วนล่างของแผ่นป้าย เมื่อต้องการให้แผ่นป้ายมีความสว่างมากก็ใช้งานทั้งด้านบนและด้านล่าง ด้านล่างของแผ่นป้ายนิยมติดตั้งดวงไฟที่กระจายแสงเป็นมุมกว้าง ซึ่งจะเกิดปัญหาการเกิดเงาในเวลากลางวัน และแก้ปัญหาแสงที่ทำให้ระคายเคืองสายตาในเวลากลางคืนได้ ดังแสดงในภาพที่ 2.54 หลอดที่ใช้จะต้องมีสิ่งปกปิดไม่ให้แสงกระจายออกมาโดยตรงมายังด้านหน้าของแผ่นป้าย และจะต้องมีโครงสร้างเพื่อป้องกันให้แก่หลอดด้วย

หลอดที่จะใช้ติดตั้งด้านบนของแผ่นป้าย จะต้องคำนึงถึงเงาที่จะเกิดขึ้น เช่น เงาจากวัตถุที่อยู่รอบๆ แผ่นป้าย ซึ่งมักจะเกิดขึ้นในเวลากลางวัน และเงาที่เกิดจากส่วนประกอบต่างๆ ภายในป้ายส่องโดยตรงจากดวงไฟ แต่ปัญหานี้ก็สามารถแก้ไขได้โดยจัดหาฝาครอบดวงไฟไม่ให้แสงสว่างส่องโดยตรงออกมายังด้านหน้าของแผ่นป้าย

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาแนวทางในการควบคุมสื่อป้ายโฆษณา ซึ่งการวิจัยได้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยผู้วิจัยได้ศึกษาจากตำรา เอกสารงานวิจัย จากการใช้แบบสำรวจ และแบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนในการวิจัยได้ดังนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
 - 3.2.1 การสร้างเครื่องมือ
 - 3.2.2 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ
- 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากรได้แก่

นักวิชาการ ประกอบไปด้วยสถาปนิก, นักผังเมือง, เจ้าหน้าที่สำนักงานเขตสัมพันธวงศ์ และกรมส่งเสริมสิ่งแวดล้อม ที่มีความรู้และความเข้าใจในสื่อป้ายโฆษณา

ผู้บริหาร ประกอบไปด้วย ผู้อยู่อาศัยในอาคารที่ติดตั้งสื่อป้ายโฆษณา, ผู้ขับขี่ยวดยานพาหนะและประชากรที่สัญจรทางเท้าในถนนเยาวราช

3.1.2 กลุ่มตัวอย่างได้แก่

นักวิชาการ ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างของนักวิชาการในการวิจัยโดยเป็นแบบเจาะจง ดังนี้

สถาปนิก	15	ท่าน
นักผังเมือง	15	ท่าน
เจ้าหน้าที่สำนักงานเขตสัมพันธวงศ์	10	ท่าน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กรมส่งเสริมสิ่งแวดล้อม 10 ท่าน

ผู้บริโภครู้จัก ผู้วิจัยได้ดำเนินการกำหนดกลุ่มตัวอย่างของผู้บริโภคในการวิจัย โดยเป็นแบบเฉพาะเจาะจง ดังนี้

ผู้อยู่อาศัยในอาคารที่ติดตั้งสื่อบีเอ็มวี 50 ท่าน

ผู้ขับขี้อัฒยานพาหนะ 50 ท่าน

ประชากรที่สัญจรในถนนเยาวราช 50 ท่าน

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ผู้วิจัยเลือกใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบไปด้วย

1. พระราชบัญญัติและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง
2. แบบสำรวจ
3. แบบสัมภาษณ์

3.2.1 การสร้างเครื่องมือ

การสร้างแบบสำรวจ

ผู้วิจัยดำเนินการสร้างแบบสำรวจโดยการศึกษาจากพระราชบัญญัติและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง งานวิจัย และโครงสร้างทางการวิจัย มาเป็นกรอบในการสร้างแบบสำรวจให้สอดคล้องและครอบคลุมเนื้อหาสาระ และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยแบ่งออกเป็นตอนดังนี้

ตอนที่ 1 แนวทางการสำรวจการติดตั้งสื่อบีเอ็มวี โดยศึกษาจากพระราชบัญญัติและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง 2 ข้อ

ตอนที่ 2 แนวทางการสำรวจการใช้ดี วัสดุสะท้อนแสง และการใช้แสงสว่างภายในสื่อบีเอ็มวี 3 ข้อ

ลักษณะของแบบสำรวจ จะเก็บข้อมูลในตอนกลางวันและตอนกลางคืนควบคู่กันไป

การสร้างแบบสัมภาษณ์

ผู้วิจัยดำเนินการสร้างแบบสัมภาษณ์โดยศึกษาจากพระราชบัญญัติและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง งานวิจัย โครงสร้างทางการวิจัย และแบบสำรวจ มาเป็นกรอบในการสร้างแบบสัมภาษณ์ให้สอดคล้องและครอบคลุมเนื้อหาสาระ และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยแบบสัมภาษณ์แบ่งออกเป็น 2 ชุด ชุดที่ 1 ใช้นักวิชาการ ชุดที่ 2 ใช้นักผู้บริโภค โดยแบบสัมภาษณ์แต่ละชุดแบ่งออกได้เป็นตอนดังนี้

ชุดที่ 1 สำหรับนักวิชาการ

งาน	ตอนที่ 1	ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ ได้แก่ วุฒิการศึกษา ลักษณะในการปฏิบัติงาน	5	ข้อ
	ตอนที่ 2	ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับ พระราชบัญญัติระเบียบที่เกี่ยวกับสื่อ ป้ายโฆษณา	2	ข้อ
	ตอนที่ 3	ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมในการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณา โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน		
	ส่วนที่ 1	ตำแหน่งในการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณา	2	ข้อ
	ส่วนที่ 2	สภาพปัญหาในการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณา	4	ข้อ
	ส่วนที่ 3	ขนาดของสื่อป้ายโฆษณา	2	ข้อ
	ส่วนที่ 4	การใช้สีและแสงในสื่อป้ายโฆษณา	4	ข้อ

ชุดที่ 2 สำหรับผู้บริโภคร

	ตอนที่ 1	ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ ได้แก่ เพศ วุฒิการศึกษา	5	ข้อ
	ตอนที่ 2	ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมในการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณา โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน		
	ส่วนที่ 1	ตำแหน่งในการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณา	3	ข้อ
	ส่วนที่ 2	สภาพปัญหาในการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณา	4	ข้อ
	ส่วนที่ 3	ขนาดของสื่อป้ายโฆษณา	3	ข้อ

3.2.2 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

3.2.2.1 ผู้วิจัยนำแบบสัมภาษณ์ที่สร้างเสร็จแล้วนำเสนอต่ออาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ และอาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ร่วม เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและความชัดเจนในข้อคำถาม

3.2.2.2 ดำเนินการแก้ไขแบบสัมภาษณ์อีกครั้ง และขอความอนุเคราะห์จากผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อพิจารณาตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาและสำนวนภาษาที่ใช้ โดยมีรายนามผู้เชี่ยวชาญดังนี้

1. อาจารย์ชินศักดิ์ คัมภีกุล อาจารย์ประจำคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

2. อาจารย์สมพล คำรงเสถียร อาจารย์ประจำคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร
ลาดกระบัง
3. อาจารย์อัจฉรา สืบสินธุ์สกุลไทย อาจารย์ประจำคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร
ลาดกระบัง
4. นางวรรณทวี ศรีสุกใส ส่วนคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณา
สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค
5. คุณอนันต์ เงินถาวร เจ้าหน้าที่กองโฆษณาสำนักงานเขตสัมพันธวงศ์

3.2.2.3 หลังจากผู้วิจัยได้รับคำแนะนำจากผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้วิจัยนำแบบสัมภาษณ์มาแก้ไข
ร่วมกับอาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ และอาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ร่วมอีกครั้ง เพื่อตรวจสอบ
ปรับปรุงแก้ไขและนำแบบสัมภาษณ์ไปใช้จริง

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.3.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสำรวจ ผู้วิจัยได้ศึกษาสภาพแวดล้อมทางกายภาพของ
เขตสัมพันธวงศ์ โดยการบันทึกด้วยกล้องถ่ายรูป

3.3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสัมภาษณ์ ผู้วิจัยนำหนังสือขอความร่วมมือในการเก็บ
รวบรวมข้อมูลจากงานบัณฑิตศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง เพื่อขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.3.3 เมื่อทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสำรวจและแบบสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้ทำการ
ตรวจสอบข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อได้ข้อมูลดิบแล้วผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยแบ่งออกเป็น 2 ขั้นตอนดังนี้คือ
ตอนที่ 1 หาค่าความถี่ร้อยละของสถานภาพส่วนตัวและสถานภาพทั่วไปของผู้ให้
สัมภาษณ์

ตอนที่ 2 หาค่าความถี่ร้อยละข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็น ในเรื่องควบคุมสภาพแวดล้อม
ของเมือง อันเกิดจากสื่อป้ายโฆษณาในด้านต่างๆ ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. พระราชบัญญัติและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง
2. สภาพแวดล้อมในการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณา
 - 2.1 ตำแหน่งในการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณา
 - 2.2 สภาพปัญหาในการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณา
 - 2.3 ขนาดของสื่อป้ายโฆษณา
 - 2.4 การใช้สีและแสงในสื่อป้ายโฆษณา



บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัย เรื่อง “แนวทางในการควบคุมสื่อป้ายโฆษณาที่ติดตั้งกับอาคารในถนนเยาวราช” เพื่อศึกษาแนวทางควบคุมของพระราชบัญญัติ และกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับสื่อป้ายโฆษณา ตลอดจนผลกระทบของสื่อป้ายโฆษณาที่มีผลต่อสถาปัตยกรรมและผังเมืองในถนนเยาวราช และกำหนดแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขสื่อป้ายโฆษณาให้มีความสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมและองค์ประกอบอื่นๆ

การนำเสนอผลของการวิเคราะห์ข้อมูลนำเสนอตามลำดับดังนี้

แบบสำรวจ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลในการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณาในพื้นที่ศึกษาโดยการศึกษาจากพระราชบัญญัติและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง และนำมาวิเคราะห์หาแนวทางที่ดีที่สุดเพื่อเป็นแนวความคิดในการออกแบบ

ตอนที่ 1 แนวทางในการสำรวจสื่อป้ายโฆษณา โดยศึกษาจากพระราชบัญญัติและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง

ตอนที่ 2 แนวทางในการสำรวจการใช้สี วัสดุสะท้อนแสง และการใช้แสงสว่างภายในสื่อป้ายโฆษณา

แบบสัมภาษณ์ จากการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 ชุด สำหรับนักวิชาการและผู้บริโภคที่ใช้เป็นเครื่องมือในการทำวิจัย และเมื่อได้ข้อมูลแล้วก็จะทำการรวบรวมข้อมูล และนำมาวิเคราะห์หาแนวทางที่ดีที่สุด เพื่อเป็นแนวความคิดในการออกแบบ

ชุดที่ 1 สำหรับนักวิชาการ

ตอนที่ 1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

ตอนที่ 2. ข้อมูลความคิดเป็นเกี่ยวกับพระราชบัญญัติ และกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับสื่อป้ายโฆษณา

ตอนที่ 3. ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมในการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณา

ชุดที่ 2. สำหรับผู้บริโภค

ตอนที่ 1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

ตอนที่ 2. ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพแวดล้อม ในการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณา

แบบสัมภาษณ์แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ เลือกคำตอบที่ถูกที่สุดเพียงข้อเดียว และสามารถเลือกคำตอบได้มากกว่า 1 ข้อ เกณฑ์ในการพิจารณาวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ เพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการออกแบบ มีดังต่อไปนี้

1. เลือกตอบเพียงข้อเดียว ใช้เกณฑ์ความคิดเห็นส่วนใหญ่ โดยในข้อใดมีค่าร้อยละสูงที่สุดถือเอาข้อมูลนั้นนำมาเป็นเกณฑ์ในการออกแบบ
2. เลือกคำตอบมากกว่า 1 ข้อ ใช้เกณฑ์ร้อยละ 50 ขึ้นไป หรือข้อใดที่มีเกณฑ์ค่าเฉลี่ยไม่ถึงร้อยละ 50 ก็ใช้ข้อมูลที่มีค่าร้อยละที่สูงที่สุด เพราะถือว่าข้อนั้นมีผู้ตอบมากที่สุด

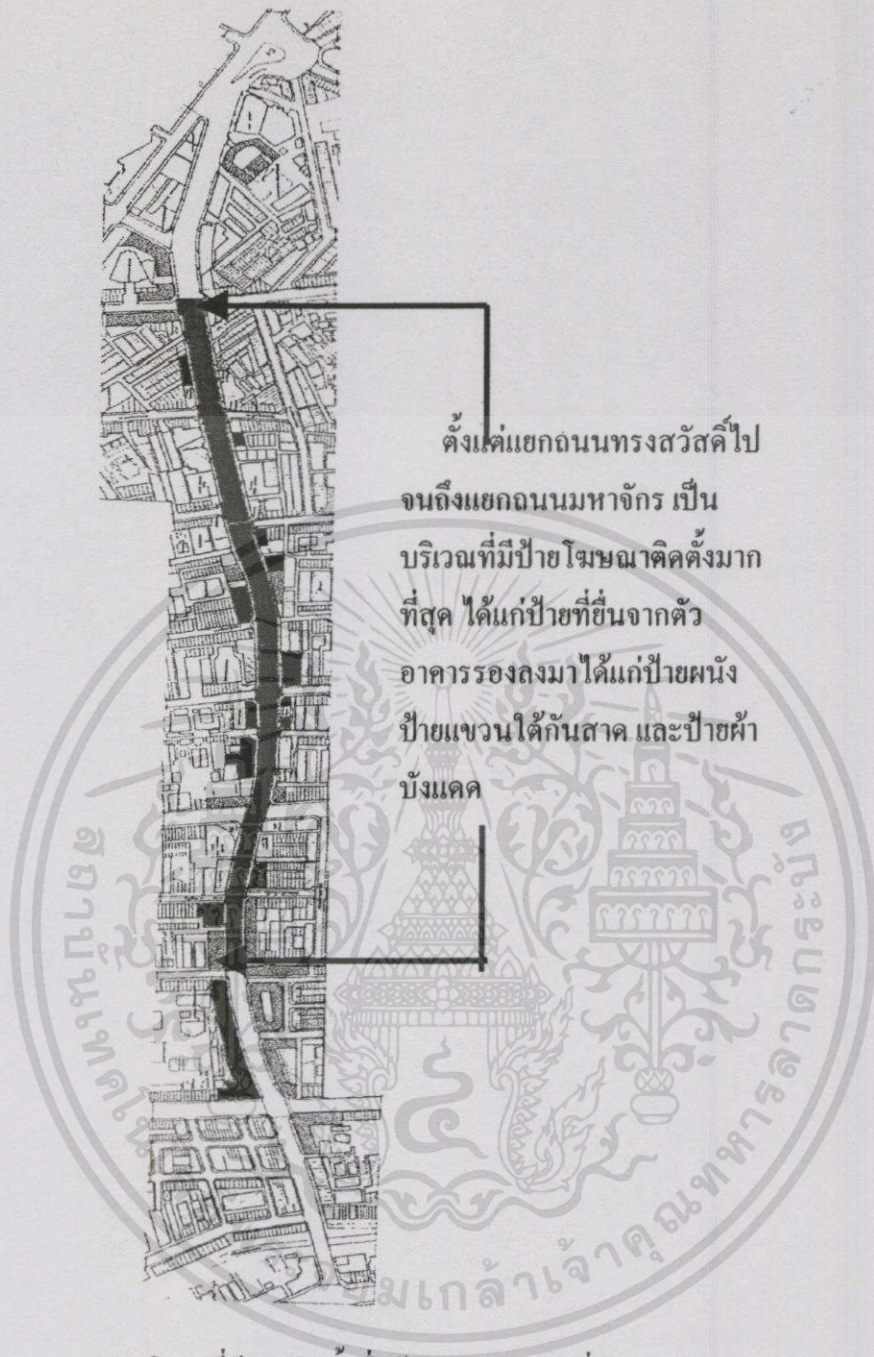
4.1 การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสำรวจ

ในการแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสำรวจ จะแสดงออกมาในรูปแบบของการคิดตั้งป้ายโฆษณาในลักษณะต่างๆ ที่ผิดพระราชบัญญัติ และกฎระเบียบ การนำสี วัสดุสะท้อนแสง และแสงสว่างที่นำมาใช้ในสื่อป้ายโฆษณา ตลอดจนสภาพปัญหาที่เกิดขึ้น โดยในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัย ได้ศึกษาจากพื้นที่จริง โดยการนำเสนอเป็นขั้นตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 วิเคราะห์แนวทางในการสำรวจสื่อป้ายโฆษณา โดยศึกษาจากพระราชบัญญัติและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง

ข้อ 1. บริเวณที่มีการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณามากที่สุดและประเภทของป้ายที่มีการติดตั้งมากที่สุด บริเวณที่มีสื่อป้ายโฆษณาติดตั้งมากที่สุดเริ่มตั้งแต่ แยกถนนทรงสวัสดิ์ ไปจนถึงแยกถนนมหาจักร ซึ่งเป็นช่วงที่มีช่องการจราจร 5 ช่องการจราจร

ป้ายที่มีการติดตั้งมากที่สุดได้แก่ ป้ายโฆษณาที่ขึ้นจากผนังด้านหน้าอาคาร รองลงมาได้แก่ ป้ายผนังที่ติดด้านหน้าอาคาร ป้ายโฆษณาหรือโครงป้ายที่แขวนได้กั้นเสาชั้นล่างของอาคารและป้ายผ้าบังแดดด้านหน้าของอาคารตามลำดับ รายละเอียดแผนภาพที่ 4.1



ภาพที่ 4.1 แสดงบริเวณที่มีการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณามากที่สุด

ข้อ 2. ลักษณะของสื่อป้ายโฆษณา

2.1 ลักษณะของสื่อป้ายโฆษณาที่มีการติดตั้งคิดพระราชบัญญัติและกฎระเบียบ

จากลักษณะการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณาในถนนเยาวราช จะพบว่าการติดตั้งป้ายที่ไม่ถูกต้องตามพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร และระเบียบกรุงเทพมหานครว่าด้วยการขออนุญาตติดตั้งป้ายโฆษณา และกฎระเบียบต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง จำนวน 267 ตำแหน่ง คิดเป็นร้อยละ 37.10 ของป้ายโฆษณาทั้งหมด 720 ตำแหน่ง ซึ่งส่งผลกระทบต่อภาพรวมของความเป็นองค์ประกอบของเมืองในด้านต่างๆ และความปลอดภัยของผู้อยู่อาศัย ซึ่งสามารถพบเห็นได้ทั่วไปดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. ลักษณะการติดตั้งป้ายคร่อมหรือเหนือสถานที่สาธารณะ จำนวน 3 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 1.12 ป้ายที่ติดตั้งในลักษณะนี้เป็นป้ายผ้าสำหรับการโฆษณาสินค้าของสถานประกอบการ ตลอดจนป้ายเพื่อการกุศลและรัฐพิธีในวันที่มีความสำคัญ เช่น วันตรุษจีน เป็นต้น

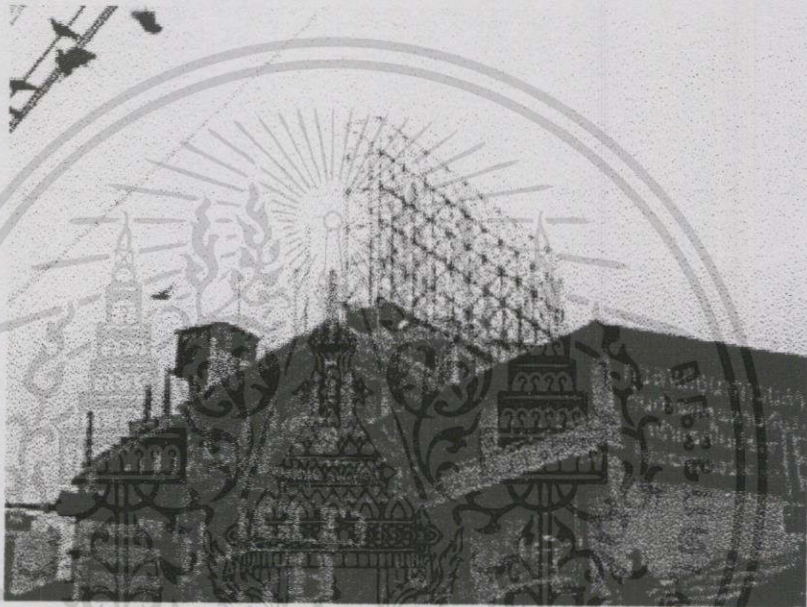


ภาพที่ 4.2 แสดงลักษณะของสื่อป้ายโฆษณาคร่อมหรือเหนือสถานที่สาธารณะบริเวณตรอกอิสรานุภาพ



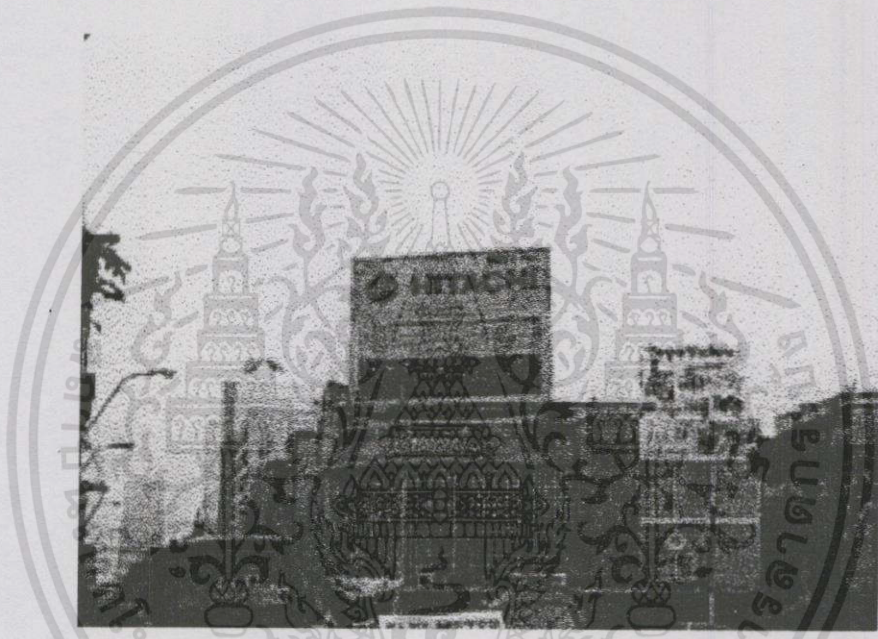
ภาพที่ 4.3 แสดงลักษณะของสื่อป้ายโฆษณาคร่อมหรือเหนือสถานที่สาธารณะบริเวณถนนมังกร เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ลักษณะของป้ายหรือโครงป้ายขนาดใหญ่ที่ติดตั้งบนหลังคาอาคารที่อาคาร ซึ่ง
 รั่นแนวระยะห่างจากเขตทางสาธารณะไม่ถึง 6.00 เมตร จำนวน 3 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 1.12
 ป้ายในลักษณะนี้จะเป็นป้ายขนาดใหญ่ที่ใช้โฆษณาสินค้าต่างๆ



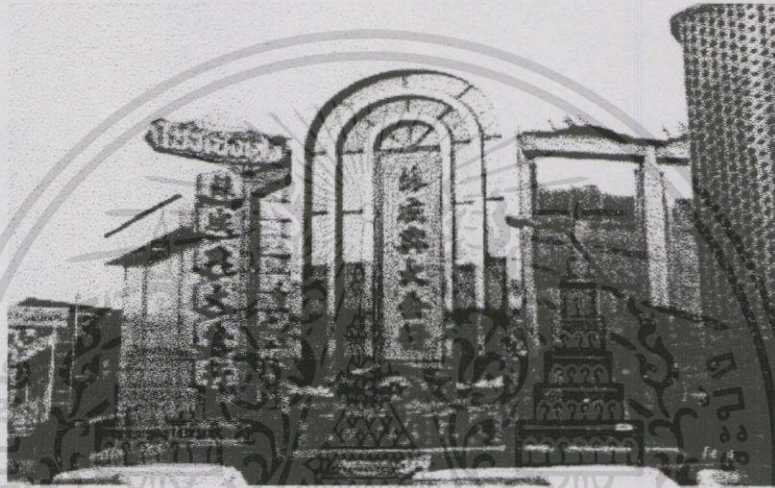
ภาพที่ 4.4 แสดงป้ายบนอาคารที่รั่นแนวระยะห่างจากเขตทางสาธารณะไม่ถึง 6.00 เมตร บริเวณ
 ภัตตาคารหุจดามไชน่าทาวน์ สกาล่า ถนนทรงสวัสดิ์

3. ลักษณะของป้ายที่เป็นอาคารที่ติดตั้งบนหลังคาอาคาร ซึ่งจะต้องถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของอาคาร และมีความสูงกว่าระดับพื้นดินเกินสองเท่าของระยะจากผนังด้านหน้าของอาคารจรดแนวถนนพาดตรงข้าม จำนวน 1 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 0.37 ป้าย ในลักษณะนี้จะ เป็นป้ายขนาดใหญ่ที่ใช้โฆษณาสินค้าต่างๆ

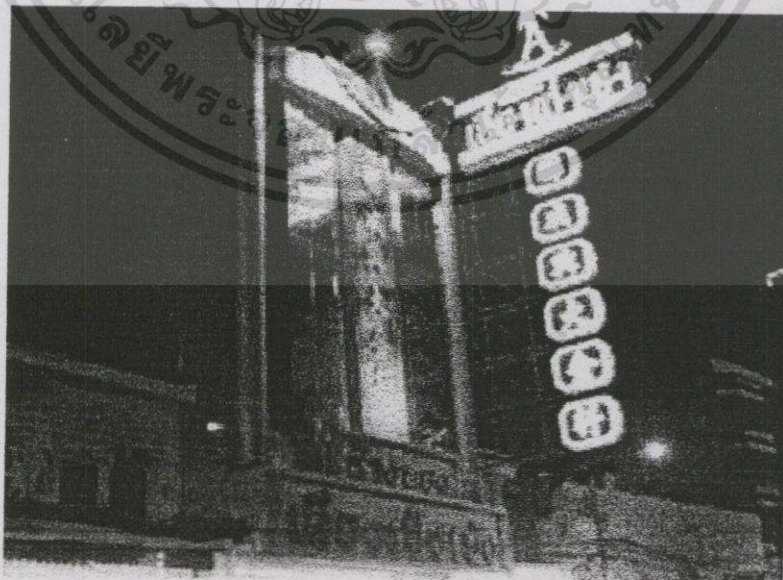


ภาพที่ 4.5 แสดงป้ายที่เป็นอาคารบนหลังคาของอาคาร และมีความสูงเกินสองเท่าของระยะผนังด้านหน้าอาคารจรดแนวถนนพาดตรงข้าม บริเวณแยกวงเวียน โอเคียน

4. ลักษณะของป้ายที่ติดตั้งบังช่องลม หน้าต่าง หรือประตูของอาคาร จำนวน 60 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 22.47 ป้ายในลักษณะนี้จะเป็นป้ายผนังขนาดใหญ่ที่ติดตั้งที่ผนังด้านหน้าของอาคารเป็นป้ายโฆษณาสินค้าของสถานประกอบการ ตั้งแต่บริเวณแยกถนนราชวงศ์ ถึงแยกถนนผดุงคำวมีการติดตั้งมากที่สุด



ภาพที่ 4.6 แสดงป้ายโฆษณาที่ติดตั้งบังช่องลม หน้าต่าง หรือประตูของอาคาร บริเวณห้างทอง โขงเซ่งเฮง ถนนผดุงคำว



ภาพที่ 4.7 แสดงป้ายโฆษณาที่ติดตั้งบังช่องลม หน้าต่าง หรือประตูของอาคาร บริเวณห้าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งไปยังทางเทศบาลนครอุบลราชธานีศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. ลักษณะการติดตั้งป้ายหรือโครงป้ายใต้กันสาดชั้นล่างของอาคารในลักษณะแขวนเหนือทางเท้า จำนวน 57 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 21.35 ป้ายในลักษณะนี้จะเป็นป้ายโฆษณาสินค้าของสถานประกอบการ ตั้งแต่แยกลำพูน ไซ้ ถึงแยกถนนเสริมสินค้ามีการติดตั้งมากที่สุด



ภาพที่ 4.8 แสดงการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณาในลักษณะแขวนใต้กันสาด บริเวณ บ.เขาวราชท้าว ถนนแปลงนาม



ภาพที่ 4.9 แสดงการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณาในลักษณะแขวนใต้กันสาด บริเวณตรงข้ามตรอก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ **อิสราณภาพ** ทรัพยากรการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. ลักษณะของป้ายหรือโครงป้าย ที่ติดตั้งที่ผนังของอาคาร และมีความสูงกว่าตัวอาคาร จำนวน 25 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 9.36 ป้ายในลักษณะนี้จะเป็นป้ายโฆษณาสินค้าของสถานประกอบการ



ภาพที่ 4.10 แสดงป้ายโฆษณาที่ติดตั้งที่ผนังอาคารและมีความสูงกว่าตัวอาคาร บริเวณ มุมถนน ลำพูน ไซ



ภาพที่ 4.11 แสดงป้ายโฆษณาที่ติดตั้งที่ผนังของอาคารและมีอาคารสูงกว่าตัวอาคาร บริเวณ

ผดุงค้ำว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7. ลักษณะของป้ายผ้าบังแดดที่แขวนต่ำกว่า 2.00 เมตร จำนวน 29 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 10.86 ป้ายในลักษณะนี้ติดตั้งเพื่อบังแสงแดดเข้าสู่ตัวอาคาร ผิดพระราชบัญญัติและกฎระเบียบในเรื่องของการแขวนป้าย ที่วัดจากพื้นดินถึงส่วนต่ำสุดของป้ายต่ำกว่า 2.00 เมตร ตั้งแต่แยกถนนแปลงนามถึงแยกถนนจักรวรรดิ เป็นบริเวณที่มีการติดตั้งมากที่สุด



ภาพที่ 4.12 แสดงป้ายผ้าบังแดดที่แขวนในระดับต่ำกว่า 2.00 เมตร



ภาพที่ 4.13 แสดงการแขวนผ้าบังแดดต่ำกว่า 2.00 เมตร บริเวณถนนแปลงนาม เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

8. ลักษณะของป้ายและโครงป้ายที่ติดตั้งที่ผนังของอาคารในลักษณะยื่นล้ำออกไปเหนือสถานที่สาธารณะ จำนวน 69 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 22.84 ป้ายที่ติดตั้งในลักษณะนี้จะเป็นป้ายโฆษณาสินค้าของของสถานประกอบการ ตั้งแต่บริเวณแยกถนนทรงสวัสดิ์ ถึงแยกถนนราชวงศ์ เป็นบริเวณที่มีการติดตั้งมากที่สุด



ภาพที่ 4.14 แสดงป้ายโฆษณาที่ยื่นล้ำออกมาในเขตสาธารณะ



ภาพที่ 4.15 แสดงป้ายโฆษณาที่ยื่นล้ำออกมาในเขตสาธารณะ บริเวณถนนเยาวพานิช

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อใช้ในการศึกษาเท่านั้น มิใช่เพื่อเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

9. ลักษณะของป้ายชั่วคราวที่ไม่ได้ติดแนบกับรั้วหรือผนังของอาคาร จำนวน 7 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 2.62 ป้ายที่ติดตั้งในลักษณะนี้จะเป็นป้ายโฆษณาของสถานประกอบการ และป้ายเพื่อการกุศลในงานพิธีต่างๆ เช่น วันตรุษจีน เป็นต้น



ภาพที่ 4.16 แสดงป้ายโฆษณาชั่วคราวที่ไม่ได้ติดแนบกับรั้วหรือผนังของอาคาร บริเวณ
WHITE ORCHID HOTEL



ภาพที่ 4.17 แสดงป้ายโฆษณาชั่วคราวที่ไม่ได้ติดแนบกับรั้วหรือผนังของอาคาร บริเวณซอย
เลื่อมฤทธิ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

10. ลักษณะของป้ายเก่าเสื่อมสภาพที่ติดตั้งกับอาคาร จำนวน 13 ป้าย คิดเป็น ร้อยละ 4.87 ป้ายในลักษณะนี้ส่วนใหญ่จะเป็นป้ายโฆษณาสินค้าของสถานประกอบการ



ภาพที่ 4.18 แสดงสื่อป้ายโฆษณาเสื่อมสภาพ บริเวณห้วมุมถนนมั่งกร



ภาพที่ 4.19 แสดงสื่อป้ายโฆษณาเสื่อมสภาพบริเวณผดุงด้าว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะถืโดยทั้งลััน ดึกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเป็คหา และต้องอ้างถึงถึงเจ้าของเอกสารทคครั้งที่มีกรนำงไปใช้

2.2 ตำแหน่งที่มีการติดตั้งป้าย และโครงสร้างของสื่อป้ายโฆษณาในลักษณะต่างๆ

ในการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณาในพื้นที่ศึกษา ตำแหน่งที่มีการติดตั้งมากที่สุด ได้แก่ ผนังด้านหน้าของอาคาร และบริเวณใต้กันสาดชั้นล่างของอาคาร

ตำแหน่งผนังด้านหน้าของอาคาร มีป้ายโฆษณาที่ติดตั้ง ได้แก่ ป้ายที่ติดตั้งบังช่องลมหน้าต่างหรือประตูของอาคาร ป้ายที่ติดตั้งที่ตัวอาคารแต่มีความสูงกว่าตัวอาคารและป้ายที่ยื่นล้าออกไปเหนือสถานที่สาธารณะ

ตำแหน่งใต้กันสาดชั้นล่างของอาคาร มีป้ายโฆษณาที่ติดตั้ง ได้แก่ ป้ายที่ติดตั้งใต้กันสาดในลักษณะแขวน ป้ายผ้าบังแดด และป้ายที่ยื่นล้าออกมาเหนือสถานที่สาธารณะ

ตำแหน่งบนหลังคาอาคารของอาคาร ป้ายที่ติดตั้งในลักษณะนี้ ได้แก่ ป้ายโฆษณาต่างๆ มีขนาดใหญ่กว่า 16 ตารางเมตร ตำแหน่งอื่น ๆ ได้แก่ ป้ายที่ติดตั้งครอบเหนือสถานที่สาธารณะจะติดตั้งระหว่างอาคารหนึ่งกับอีกอาคารหนึ่ง และระหว่างอาคารกับเสาไฟฟ้า ในส่วนของป้ายโฆษณาชั่วคราวจะติดตั้งที่เสาไฟฟ้าและกันสาดของอาคาร

โครงสร้างของโครงป้ายโฆษณาในพื้นที่ศึกษาจะเป็นโครงสร้างที่ทำจากเหล็ก แต่สภาพการติดตั้งไม่มีความปลอดภัยเพียงพอ

2.3 ขนาดและรูปแบบของสื่อป้ายโฆษณาในลักษณะต่างๆ

ป้ายที่ติดตั้งครอบเหนือสถานที่สาธารณะ และป้ายโฆษณาชั่วคราว ป้ายทั้งสองลักษณะจะไม่มีขนาดที่แน่นอนและชัดเจน แต่รูปแบบของป้ายจะเป็นสี่เหลี่ยมผืนผ้า

ป้ายที่แขวนใต้กันสาด และป้ายผ้าบังแดด ป้ายทั้งสองลักษณะจะมีขนาดและรูปร่างเหมือนกันคือ ป้ายที่แขวนใต้กันสาดขนาดของป้ายจะมีขนาด 1.00- 3.00 ตารางเมตร และป้ายผ้าบังแดดจะมีขนาด 8.00 ตารางเมตร ป้ายทั้งสองลักษณะจะมีรูปแบบสี่เหลี่ยมผืนผ้า

ป้ายที่ติดตั้งบนหลังคาอาคารของอาคาร ป้ายในลักษณะนี้จะเป็นป้ายโฆษณาที่มีขนาดใหญ่ 27.50 ตารางเมตร ถึง 72.00 ตารางเมตร รูปแบบของป้ายจะเป็นสี่เหลี่ยมผืนผ้าและสี่เหลี่ยมจัตุรัส

ป้ายที่ติดตั้งบังช่องลม หน้าต่างหรือประตูของอาคาร ขนาดของป้ายในลักษณะนี้จะขึ้นอยู่กับความสูงและความกว้างของตัวอาคาร เพราะในพื้นที่ศึกษาป้ายในลักษณะนี้จะติดตั้งปิดบังพื้นที่ด้านหน้าของอาคารเพิ่มความกว้างและความสูงของตัวอาคาร รูปแบบของป้ายจะเป็นสี่เหลี่ยมผืนผ้า

ป้ายที่ติดตั้งที่ผนังของอาคารในลักษณะยื่นล้าออกไปเหนือสถานที่สาธารณะ ป้ายในลักษณะนี้จะติดตั้งที่ผนังด้านหน้าของอาคาร และใต้กันสาดชั้นล่างของอาคาร ขนาดของป้ายที่ยื่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากอาคารที่ติดตั้งด้านหน้าของอาคารจะมีความสูงของตัวป้าย 3.00 - 10.00 เมตร และจะมีการยื่นจากตัวอาคาร 2.00 - 5.00 เมตร รูปแบบของป้ายจะเป็นสี่เหลี่ยม ขนาด 1.00 ตารางเมตร หลายชั้นเรียงเป็นแนวตั้ง ป้ายยื่นที่ติดตั้งบริเวณใต้กันสาดจะมีรูปแบบสี่เหลี่ยมผืนผ้า ขนาด 1.00-1.50 ตารางเมตร

ป้ายที่ติดตั้งที่ผนังของอาคาร แต่มีความสูงกว่าตัวอาคาร ป้ายที่ติดตั้งในลักษณะนี้ประกอบด้วยป้ายผนังที่ติดตั้งด้านหน้าของอาคารจะมีรูปแบบสี่เหลี่ยมผืนผ้า และไม่มีขนาดที่แน่นอนตายตัวแต่จะมีความสูงกว่าตัวอาคาร 1.00 - 3.00 เมตร ป้ายยื่นจากผนังด้านหน้าของอาคารตัวป้ายจะมีรูปแบบสี่เหลี่ยม ขนาด 1.00 ตารางเมตร หลายชั้นวางเรียงเป็นแนวตั้ง และจะมีความสูงกว่าตัวอาคาร 1.00 - 5.00 เมตร

2.4 สภาพปัญหาที่เกิดจากสื่อป้ายโฆษณาในลักษณะต่างๆ

จากการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณาในลักษณะต่างๆ ในถนนเยาวราช ส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมของชุมชนเมือง ผู้อยู่อาศัยในอาคารที่ติดตั้งสื่อป้ายโฆษณาและผู้สัญจรดังนี้

สภาพการติดตั้งป้ายก่อให้เกิดความสกปรกรกรุงรัง การบดบังทัศนียภาพของถนน การกีดขวางทางสัญจรบนทางเท้า ตลอดจนความปลอดภัยของผู้สัญจรอันเนื่องจากป้ายโฆษณาขาดความมั่นคงแข็งแรง ป้ายที่ก่อให้เกิดปัญหาในลักษณะนี้ ได้แก่ ป้ายที่ติดตั้งคร่อมหรือเหนือสถานที่สาธารณะ ป้ายที่ติดตั้งใต้กันสาดในลักษณะแขวน ป้ายผ้าบังแดดที่แขวนต่ำกว่า 2.00 เมตร ป้ายที่ติดตั้งที่ผนังของอาคาร ในลักษณะยื่นล้ำออกไปเหนือสถานที่สาธารณะป้ายชั่วคราวที่ไม่ได้ติดแนบกับรั้วหรือผนังของอาคาร และป้ายเก่าที่เสื่อมสภาพการใช้งาน

สภาพการติดตั้งป้ายทำให้ทัศนียภาพสองข้างทางของถนนไม่เป็นระเบียบ ไม่สามารถควบคุมรูปแบบของงานสถาปัตยกรรมได้เท่าที่ควรเป็นไป จนกระทั่งเป็นอันตรายต่อผู้อยู่อาศัยหรือใช้สอยภายในอาคาร เนื่องจากขาดการระบายอากาศที่ดี และการขาดทางหนีไปจากภายในอาคารหรือทางที่บุคคลภายนอกจะสามารถเข้าไปช่วยเหลือผู้ที่อยู่ภายในอาคาร ในกรณีที่เกิดเพลิงไหม้ ป้ายที่ก่อให้เกิดปัญหาในลักษณะนี้ ได้แก่ ป้ายที่ติดตั้งบังช่องลมหน้าต่างหรือประตูของอาคาร และป้ายที่ติดตั้งที่ผนังของอาคารแต่มีความสูงกว่าตัวอาคาร

สภาพการติดตั้งป้ายทำให้เมืองขาดความเป็นระเบียบเรียบร้อยและยังก่อให้เกิดอันตรายต่อผู้สัญจรไปมาได้ อันเนื่องมาจากป้ายโฆษณาพาดลงมาในที่สาธารณะโดยสาเหตุของความไม่แข็งแรงของโครงสร้าง หรือจากการโดนพายุพัดอย่างรุนแรง ป้ายที่ก่อให้เกิดปัญหาในลักษณะนี้ ได้แก่ ป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ที่ติดตั้งบนหลังคาอาคารฟ้าของอาคาร

ตอนที่ 2 วิเคราะห์แนวทางในการสำรวจการใช้สี วัสดุสะท้อนแสงและการใช้แสงสว่างภายในสื่อ ป้ายโฆษณา

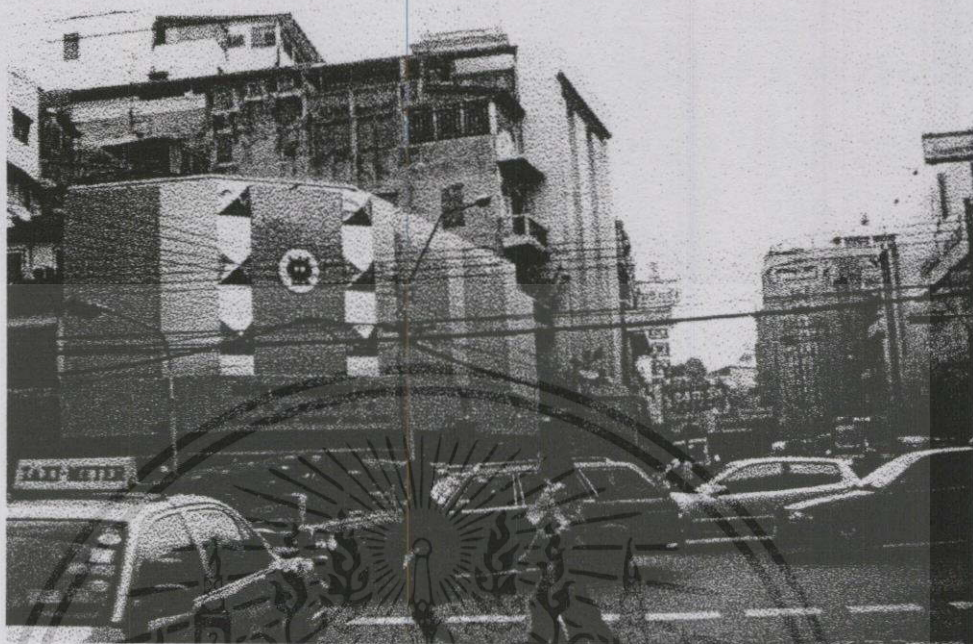
ข้อ 1. ลักษณะของสีที่นำมาใช้ในสื่อป้ายโฆษณาและก่อให้เกิดปัญหาด้านใด

ป้ายโฆษณาในพื้นที่ศึกษามีการนำสีมาใช้ในลักษณะที่มีความหลากหลาย ป้ายโฆษณาที่มีการนำสีมาใช้มากที่สุด ได้แก่ ป้ายที่ยื่นจากตัวอาคาร และป้ายผนังด้านหน้าของอาคาร จำนวน 154 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 21.39 ของป้ายโฆษณาทั้งหมด ป้ายโฆษณาที่ติดตั้งกับอาคารในทิศเหนือ บริเวณจุดตัดถนนผดุงคำว ไปจนถึงจุดตัดถนนราชวงศ์ สีที่นำมาใช้กับป้ายจะมีลักษณะสะท้อนแสง และจะมีสีบาดตาขณะสัญจร

ผลเสียจากการใช้สีที่ไม่มีควมคมในสื่อป้ายโฆษณา จะส่งผลถึงองค์ประกอบโดยรวมของเมือง ซึ่งก่อให้เกิดความรกรุงรัง ทำลายความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน ตลอดจนอันตรายต่อผู้สัญจรในถนน อันเนื่องมาจากการใช้สีที่สีลักษณะบาดตา ผู้ขับขี่ยานพาหนะ



ภาพที่ 4.20 แสดงลักษณะการใช้สีในสื่อป้ายโฆษณา บริเวณถนนราชวงศ์

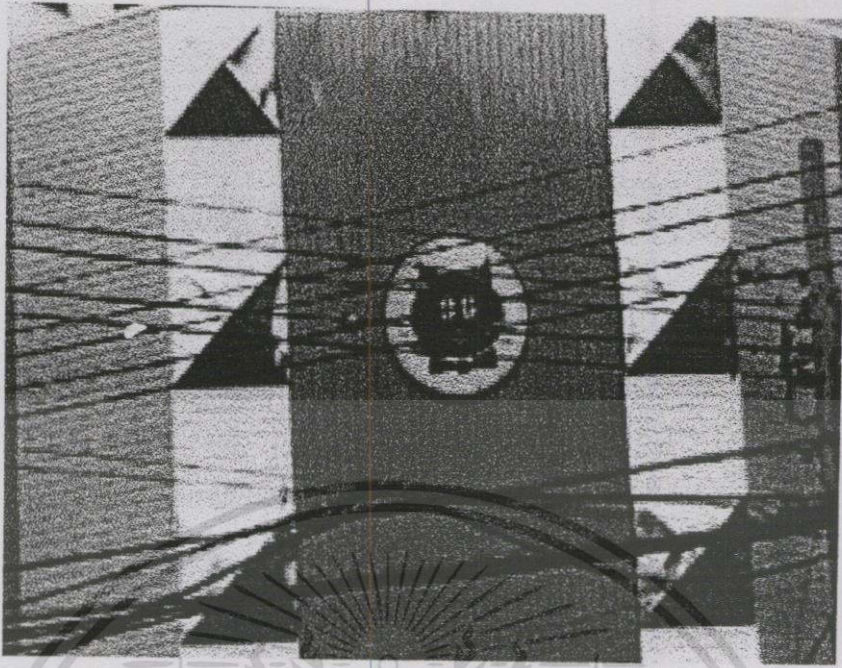


ภาพที่ 4.21 แสดงลักษณะการใช้สีในสื่อป้ายโฆษณาบริเวณถนนราชวงศ์

ข้อ 2. ลักษณะของวัสดุที่นำมาใช้ในสื่อป้ายโฆษณา และก่อให้เกิดปัญหาด้านใด

บริเวณแยกถนนผดุงด้าวไปจนถึงแยกถนนราชวงศ์ สื่อป้ายโฆษณามีการนำวัสดุสะท้อนแสงมาใช้มากที่สุด จำนวน 17 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 2.36 ของป้ายทั้งหมด วัสดุสะท้อนแสงประเภทสังกะสี จะมีการนำมาใช้มากที่สุด ซึ่งป้ายโฆษณาที่มีการนำมาใช้มากที่สุด ได้แก่ ป้ายผนังด้านหน้าของอาคารในช่วงเวลา 12.00 - 16.00 น. ป้ายโฆษณาที่ติดตั้งกับอาคารในทิศเหนือจะมีการสะท้อนแสงมากที่สุด

ผลเสียจากการนำวัสดุสะท้อนแสงมาใช้ในสื่อป้ายโฆษณาโดยขาดการควบคุม จะส่งผลโดยตรงต่อความปลอดภัยของผู้สัญจรทางถนน อันเนื่องมาจากป้ายโฆษณาสะท้อนแสงแดดเข้าสู่ดวงตาผู้สัญจร ทำให้เสียสมาธิในการขับขี่รถยนต์พาหนะ

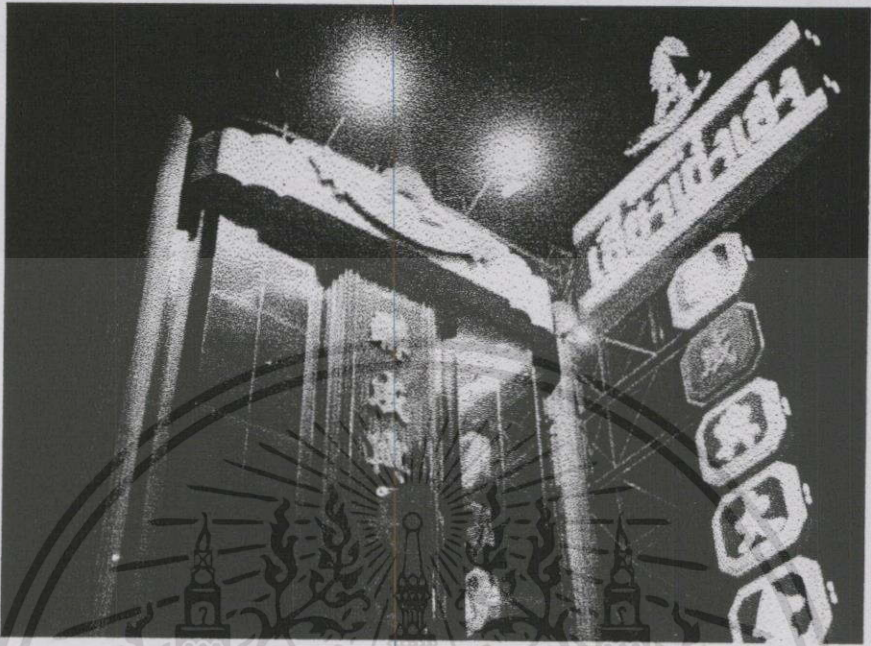


ภาพที่ 4.22 แสดงสื่อป้ายโฆษณาที่ใช้วัสดุสะท้อนแสงในทิศเหนือของถนนเขาวราช

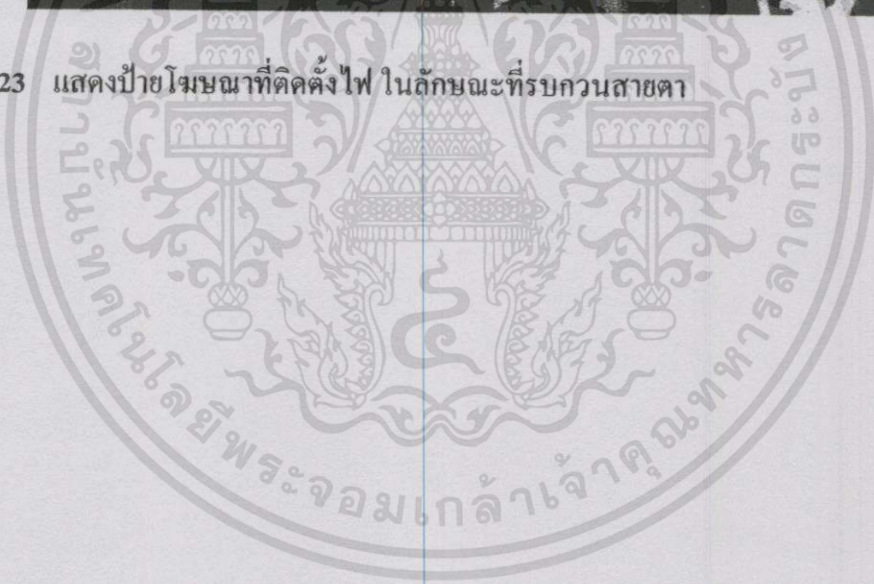
ข้อ 3. ลักษณะของแสงสว่างที่นำมาใช้ในสื่อป้ายโฆษณาและก่อให้เกิดปัญหาในด้านใด

แสงสว่างที่มีการนำมาใช้กับป้ายโฆษณาในบริเวณพื้นที่ศึกษามากที่สุด ได้แก่ ไฟฟลูออเรสเซนต์ รองลงมาได้แก่ ไฟสปอร์ตไลท์ และไฟชนิดตามลำดับ โดยนำมาใช้กับป้ายผนังของอาคารและป้ายที่ยื่นจากตัวอาคาร จำนวน 129 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 17.92 ของป้ายทั้งหมดในช่วงเวลา 19.00 - 22.00 น. ป้ายโฆษณาในพื้นที่ศึกษา จะเปิดไฟสว่างมากที่สุด

ผลเสียจากการใช้แสงสว่างในสื่อป้ายโฆษณาที่ขาดการควบคุมจะส่งผลเสียต่อผู้สัญจรทางถนนในกรณีที่แสงสว่างจากป้ายโฆษณาสะท้อนเข้าสู่ดวงตาผู้สัญจรในลักษณะของแสงบาดตา ทำให้เสียสมาธิในขณะที่ขับขี่รถยนต์พาหนะ



ภาพที่ 4.23 แสดงป้ายโฆษณาที่ติดตั้งไฟ ในลักษณะที่รบกวนสายตา



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าคุณเคสสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2 การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์

ชุดที่ 1 สำหรับนักวิชาการ

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็นตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 วิเคราะห์คำร้อยละของ ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

ตอนที่ 2 วิเคราะห์คำร้อยละของข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับพระราชบัญญัติ และกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับสื่อป้ายโฆษณา

ตอนที่ 3 วิเคราะห์คำร้อยละของข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมในการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณา โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1. ตำแหน่งในการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณา

ส่วนที่ 2. สภาพปัญหาในการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณา

ส่วนที่ 3. ขนาดของสื่อป้ายโฆษณา

ส่วนที่ 4. การใช้สีและแสงในสื่อป้ายโฆษณา

ชุดที่ 2 สำหรับผู้บริโภค

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็นตอน ดังนี้

ตอนที่ 1. วิเคราะห์คำร้อยละของ ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

ตอนที่ 2. วิเคราะห์คำร้อยละของข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพแวดล้อม ในการติดตั้งป้ายโฆษณา โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1. ตำแหน่งในการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณา

ส่วนที่ 2. สภาพปัญหาในการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณา

ส่วนที่ 3. ขนาดของสื่อป้ายโฆษณา

ในการแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล จะแสดงผลออกมาในรูปของตาราง ประกอบกับผลสรุปของความคิดเห็นของนักวิชาการและผู้บริโภค โดยในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยนำหนังสือขอความร่วมมือในการเก็บข้อมูลจากบัณฑิตศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ไปยังนักวิชาการในการเก็บรวบรวมข้อมูล และใช้วิธีออกสนามเดินสุ่มในพื้นที่ศึกษา และให้ผู้บริโภคตอบแบบสัมภาษณ์ โดยใช้แบบสัมภาษณ์ทั้ง 2 ชุดทั้งสิ้น 200 ตัวอย่าง

4.2.1 เสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับนักวิชาการ

ตอนที่ 1. วิเคราะห์ค่าร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

ตารางที่ 4.1 แสดงการจำแนกนักวิชาการตามลักษณะเพศ อายุ วุฒิการศึกษา ระยะเวลาการทำงาน

ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ	50	100.0
ชาย	35	0
หญิง	15	70.00
		30.00
2. อายุ	50	100.0
20 – 30 ปี	19	0
30 - 40 ปี	11	38.00
40 ปีขึ้นไป	20	22.00
		40.00
3. วุฒิการศึกษา	50	100.0
ปริญญาตรี	25	0
สูงกว่าปริญญาตรี	8	50.00
อื่น ๆ (ไปรตระบุ) (ต่ำกว่าปริญญาตรี)	17	16.00
		34.00
4. ระยะเวลาการทำงาน	50	100.0
ต่ำกว่า 5 ปี	18	0
5 – 10 ปี	9	36.00
มากกว่า 10 ปี	23	18.00
		46.00

จากตารางพบว่า นักวิชาการในสาขาต่าง ๆ ที่มีความเข้าใจในสื่อป้ายโฆษณาและชุมชนเมืองส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 70.00 มีอายุอยู่ในระหว่าง 40 ปี ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 40.00

มีวุฒิการศึกษาในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 50.00 ระยะเวลาในการทำงานของ

นักวิชาการ จะมากกว่า 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 46.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 2. วิเคราะห์ค่าร้อยละของข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับพระราชบัญญัติและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับสื่อป้ายโฆษณา

ตารางที่ 4.2 แสดงการจำแนกการควบคุมเกี่ยวกับตำแหน่งหรือสถานที่ติดตั้งป้าย

1. พระราชบัญญัติและกฎระเบียบต่าง ๆ ที่ใช้ควบคุมสื่อป้ายโฆษณาในปัจจุบันท่านคิดว่ามีข้อบกพร่องหรือไม่

1.1 การควบคุมเกี่ยวข้องกับตำแหน่งหรือสถานที่ติดตั้งป้าย	มีข้อบกพร่อง	ไม่มีข้อบกพร่อง
1.1.1 ห้ามมิให้บุคคลใดปลูกสร้างอาคาร (หมายรวมถึงป้ายโฆษณา) หรือส่วนของอาคารยื่นออกมาในหรือเหนือทางหรือที่ดินสาธารณะ	40.00	60.00
1.1.2 กรุงเทพมหานคร ไม่อนุญาตให้ติดตั้งป้าย โฆษณาทุกชนิด โดยมีการติดคร่อมถนน หรือทางสาธารณะ บริเวณวงเวียน อนุสรณ์ สะพาน สะพานลอย สะพานลอยคนข้าม เกาะกลางถนน สวดย่อม สวนสาธารณะ บนทางเท้า ต้นไม้ และเสาไฟฟ้า ซึ่งอยู่ในที่สาธารณะ เว้นแต่การติดตั้งเพื่องานราชพิธี รัฐพิธี การต้อนรับราชอินทกะหรือมณฑลเมืองของรัฐบาลหรือในกรณีที่กรุงเทพมหานครเห็นสมควร	58.00	42.00
1.1.3 ป้ายโฆษณาชั่วคราว ที่เกี่ยวกับบุคคลสาธารณะ ประโยชน์ และป้ายนั้นทำด้วยผ้าหรือกระดาษ ซึ่งไม่เป็นอาคาร อนุญาตให้ติดตั้งได้เฉพาะการติดแบบกันรั้ว หรือผนังของอาคารเท่านั้น ขนาดความสูงของป้ายต้องไม่สูงกว่าตัวอาคารหรือรั้วที่ขออนุญาตติดตั้ง	54.00	46.00
1.1.4 อาคาร (หมายรวมถึงป้ายโฆษณา) ปลูกสร้างริมทางสาธารณะที่มีความกว้างไม่ถึง 6.00 เมตร ให้รั้วแนวอาคาร (หมายรวมถึงป้ายโฆษณา) ห่างจากศูนย์กลาง ทางสาธารณะอย่างน้อย 3.00 เมตร	34.00	60.00
1.1.5 ป้ายหรือโครงป้ายที่ติดตั้งบนอาคาร ต้องห่างจากเขตทางหรือที่สาธารณะไม่น้อยกว่า 6.00 เมตร และอนุญาตให้ติดตั้งได้เฉพาะหลังคา หรือดาดฟ้าที่เป็นคอนกรีตเสริมเหล็กเท่านั้น	54.00	42.00

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

1.1 การควบคุมเกี่ยวข้องกับตำแหน่งหรือสถานที่ติดตั้งป้าย	มีข้อบกพร่อง	ไม่มีข้อบกพร่อง
1.1.6 ป้ายโฆษณาที่เป็นอาคารต้องติดตั้งโดยไม่มีช่องลมหน้าต่าง หรือประตู และต้องติดตั้งด้วยวัตถุอันตรายและมั่นคงแข็งแรง	28.00	72.00
1.1.7 ห้ามติดตั้งป้ายหรือโครงป้ายใต้กันสาดชั้นล่างของอาคาร เว้นแต่ป้ายแจ้งชื่อร้านที่ติดตั้งแนบผนังด้านหน้าของอาคาร โดยยื่นจากผนังอาคารไม่เกิน 0.10 เมตร	40.00	58.00
1.1.8 การติดตั้งป้ายโฆษณาที่อาคาร และสูงเกินกว่า 3.25 เมตร แต่ไม่เกิน 5.00 เมตร ตัวป้ายต้องสูงไม่เกิน 1.50 เมตร และต้องห่างจากผนังอาคารไม่น้อยกว่า 0.50 เมตร ส่วนยื่นของตัวป้ายต้องหลบจากปลายกันสาดไม่น้อยกว่า 0.25 เมตร ป้ายโฆษณาที่ติดตั้งขนานกับแนวกันสาดจะต้องหลบจากปลายกันสาดไม่น้อยกว่า 0.25 เมตร	20.00	80.00
1.1.9 การติดตั้งป้ายโฆษณาที่อาคาร และสูงเกินกว่า 5.00 เมตร ตัวป้ายให้ยื่นจากผนังอาคารได้ไม่เกินส่วนยื่นของกันสาด	40.00	54.00
1.1.10 เมื่อครบกำหนดการขออนุญาตแล้วจะต้องรื้อถอนหรือปลดออกให้เรียบร้อยภายในเวลาที่กำหนด	40.00	60.00
1.1.11 ผู้ได้รับอนุญาตต้องเขียนเลขที่และวันที่ของหนังสืออนุญาตของเจ้าพนักงานท้องถิ่น แสดงไว้ที่ป้ายทุกป้ายที่ได้รับอนุญาต	28.00	72.00
1.1.12 ต้องรักษาความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยตลอดระยะเวลาที่ป้ายซึ่งได้รับอนุญาตติดตั้งอยู่	32.00	68.00

จากตารางจะพบว่า ในเรื่องของความบกพร่องของพระราชบัญญัติและกฎระเบียบต่าง ๆ ที่ใช้ควบคุมสื่อป้ายโฆษณาในปัจจุบัน โดยแยกพิจารณาจากการควบคุมเกี่ยวข้องกับตำแหน่งหรือสถานที่ติดตั้งป้าย ในหัวข้อ ห้ามมิให้บุคคลใดปลูกสร้างอาคาร (หมายรวมถึงป้ายโฆษณา) หรือ ส่วนของอาคารยื่นออกมาในหรือเหนือทางหรือที่ดินสาธารณะ ไม่มีข้อบกพร่อง คิดเป็นร้อยละ 60.00 หัวข้อ กรุงเทพมหานครไม่อนุญาตให้ติดตั้งป้ายโฆษณาทุกชนิด โดยการติดคร่อมถนนหรือทางสาธารณะบริเวณวงเวียน อนุสรณ์ สะพาน สะพานลอย สะพานลอยคนข้าม เกาะกลาง

ถนน สวนหย่อม สวนสาธารณะ บนทางเท้า ต้นไม้ และเสาไฟฟ้า ซึ่งอยู่ในที่สาธารณะ เว้นแต่ การติดตั้งเพื่องานราชพิธี รัฐพิธี การต้อนรับราชอันตุงะ หรือแขกเมืองของรัฐบาล หรือในกรณี ที่ กรุงเทพมหานครเห็นสมควร มีข้อบกพร่อง คิดเป็นร้อยละ 58.00 หัวข้อ ป้ายโฆษณาชั่วคราวที่ เกี่ยวกับการกุศล สาธารณะประโยชน์ และป้ายนั้นทำด้วยผ้า หรือกระดาษ ซึ่งไม่เป็นอาคาร อนุญาตให้ ติดตั้งได้ เฉพาะการติดแนบกับรั้ว หรือผนังของอาคารเท่านั้น ขนาดความสูงของป้ายต้องไม่สูงกว่า ตัวอาคารหรือรั้วที่ขออนุญาตติดตั้ง มีข้อบกพร่อง คิดเป็นร้อยละ 54.00 หัวข้อ อาคาร (หมายรวม ถึงป้ายโฆษณา) ปลุกสร้างริมทาง สาธารณะที่มีความกว้างไม่ถึง 6.00 เมตร ให้รั้นแนวอาคาร (หมายรวมถึงป้ายโฆษณา) ห่างจากศูนย์กลาง ทางสาธารณะอย่างน้อย 3.00 เมตร ไม่มีข้อบกพร่อง คิดเป็นร้อยละ 60.00 เมตร หัวข้อ ป้ายหรือโครงป้ายที่ติดตั้งบนอาคาร ต้องห่างจากเขตทางหรือ ที่สาธารณะ ไม่น้อยกว่า 6.00 เมตร และอนุญาตให้ติดตั้งได้เฉพาะหลังคาหรือคานฟ้าที่เป็นคอนกรีต เสริมเหล็กเท่านั้น มีข้อบกพร่องคิดเป็นร้อยละ 54.00 หัวข้อ ป้ายโฆษณาที่เป็นอาคารต้องติดตั้ง โดยไม่บังช่องลมหน้าต่าง หรือประตู และต้องติดตั้งด้วยวัสดุอันถาวรและมั่นคงแข็งแรง ไม่มีข้อ บกพร่อง คิดเป็นร้อยละ 72.00 หัวข้อ ห้ามติดตั้งป้ายหรือโครงป้ายได้กั้นสายตาชั้นล่างของอาคารเว้น แต่ป้ายแจ้งชื่อร้านที่ติดตั้งแบบผนังด้านหน้าของอาคาร โดยยื่นจากผนังอาคารได้ไม่เกิน 0.10 เมตร ไม่มีข้อบกพร่อง คิดเป็นร้อยละ 58.00 หัวข้อ การติดตั้งป้ายโฆษณาที่อาคาร และสูงเกินกว่า 3.25 เมตร แต่ไม่เกิน 5.00 เมตร ตัวป้ายต้องสูงไม่เกิน 1.50 เมตร และต้องห่างจากผนังอาคารไม่น้อย กว่า 0.50 เมตร ส่วนยื่นของตัวป้ายต้องหลบจากปลายกันสาดไม่น้อยกว่า 0.25 เมตร ป้ายโฆษณา ที่ติดตั้งขนานกับแนวกันสาดจะต้องหลบจากปลายกันสาดไม่น้อยกว่า 0.25 เมตร ไม่มีข้อบก พร่อง คิดเป็นร้อยละ 80.00 หัวข้อ การติดตั้งป้ายโฆษณาที่อาคาร และสูงเกินกว่า 5.00 เมตร ตัว ป้ายให้ยื่นจากผนังอาคารได้ไม่เกินส่วนยื่นของกันสาด ไม่มีข้อบกพร่อง คิดเป็นร้อยละ 54.00 หัว ข้อ เมื่อครบกำหนดการขออนุญาตแล้ว ต้องรื้อถอนหรือปลดออกให้เรียบร้อยภายในเวลาที่กำหนด ไม่มีข้อบกพร่อง คิดเป็นร้อยละ 60.00 หัวข้อ ผู้ที่ได้รับอนุญาตต้องเขียนเลขที่และวันที่ของหนังสือ อนุญาตของเจ้าพนักงานท้องถิ่น แสดงไว้ที่ป้ายทุกป้ายที่ได้รับอนุญาต ไม่มีข้อบกพร่อง คิดเป็น ร้อยละ 72.00 หัวข้อ ต้องรักษาความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อย ตลอดระยะเวลาที่ป้าย ซึ่งได้รับอนุญาตติดตั้งอยู่ ไม่มีข้อบกพร่อง คิดเป็นร้อยละ 68.00

สรุป พระราชบัญญัติและกฎระเบียบต่าง ๆ ที่ใช้ควบคุมสื่อป้ายโฆษณาในลักษณะต่าง ๆ ในปัจจุบัน สามารถแยกพิจารณาตามการควบคุมเกี่ยวข้องกับตำแหน่งหรือสถานที่ติดตั้งป้าย พบ ว่าหัวข้อที่ไม่มีข้อบกพร่อง มีดังนี้

1. ห้ามมิให้บุคคลใดปลูกสร้างอาคาร (หมายรวมถึงป้ายโฆษณา) หรือส่วนของอาคาร ขึ้นออกมาในหรือเหนือ หรือที่ดินสาธารณะ (ข้อบัญญัติกรุงเทพมหานคร เรื่องควบคุมการก่อสร้างอาคาร พ.ศ. 2522 ข้อ 69) นักวิชาการที่เห็นว่ามีข้อบกพร่องให้แนวคิดว่าจะควรแยกกฎหมายควบคุมป้ายโฆษณาออกจากกฎหมายควบคุมอาคาร

2. อาคาร (หมายรวมถึงป้ายโฆษณา) ปลูกสร้างริมทางสาธารณะที่มีความกว้างไม่ถึง 6.00 เมตร ให้รั้นแนวอาคาร (หมายรวมถึงป้ายโฆษณา) ห่างจากศูนย์กลางทางสาธารณะอย่างน้อย 3.00 เมตร (ข้อบัญญัติกรุงเทพมหานคร เรื่องควบคุมก่อสร้างอาคาร พ.ศ. 2522 ข้อ 72 วรรคหนึ่ง) นักวิชาการที่เห็นว่ามีข้อบกพร่องให้แนวคิดว่าจะควรจำกัดความสูงของป้าย และอาคารที่ทำการติดตั้งป้าย ตลอดจนระยะถอยร่นของอาคารน้อยเกินไป

3. ป้ายโฆษณาที่เป็นอาคารต้องติดตั้งโดยไม่บังช่องลมหน้าต่าง หรือประตู และต้องติดตั้งด้วยวัสดุอันถาวรและมั่นคงแข็งแรง (ระเบียบกรุงเทพมหานคร ว่าด้วยการขออนุญาตติดตั้งป้ายโฆษณา พ.ศ. 2522 ข้อ 11 และข้อบัญญัติกรุงเทพมหานคร เรื่อง ควบคุมการก่อสร้างอาคาร พ.ศ. 2522 ข้อ 28) นักวิชาการที่เห็นว่ามีข้อบกพร่องให้แนวคิดว่าจะควรกำหนดลักษณะของป้ายควรมีรูปร่างมาตรฐานที่ชัดเจน

4. ห้ามติดตั้งป้ายหรือ โครงป้ายใต้กันสาดชั้นล่างของอาคารเว้นแต่ป้ายแจ้งชื่อร้านที่ติดตั้งแบบผนังด้านหน้าของอาคาร โดยยื่นจากผนังอาคารไม่เกิน 0.10 เมตร (ระเบียบกรุงเทพมหานครว่าด้วยการขออนุญาตติดตั้งป้ายโฆษณา พ.ศ. 2522 ข้อ 14 และข้อบัญญัติกรุงเทพมหานคร เรื่อง ควบคุมการก่อสร้างอาคาร พ.ศ. 2522 ข้อ 82(3))

5. การติดตั้งป้ายโฆษณาที่อาคาร และสูงเกินกว่า 3.25 เมตร แต่ไม่เกิน 5.00 เมตร ตัวป้ายต้องสูงไม่เกิน 1.50 เมตร และต้องห่างจากผนังอาคารไม่น้อยกว่า 0.50 เมตร ส่วนยื่นของตัวป้ายต้องหลบจากปลายกันสาดไม่น้อยกว่า 0.25 เมตร ป้ายโฆษณาที่ติดตั้งขนานกับแนวกันสาดจะต้องหลบจากปลายกันสาดไม่น้อยกว่า 0.25 เมตร (ระเบียบกรุงเทพมหานครว่าด้วยการขออนุญาตติดตั้งป้ายโฆษณา พ.ศ. 2522 ข้อ 15)

6. การติดตั้งป้ายโฆษณาที่อาคาร และสูงเกินกว่า 5.00 เมตร ตัวป้ายให้ยื่นจากผนังอาคารได้ไม่เกินส่วนยื่นของกันสาด (ระเบียบกรุงเทพมหานคร ว่าด้วยการขออนุญาตติดตั้งป้ายโฆษณา พ.ศ. 2522 ข้อ 16) นักวิชาการที่เห็นว่ามีข้อบกพร่องให้แนวคิดว่าจะควรกำหนดระยะยื่นออกมาจากตัวอาคารอย่างชัดเจนโดยไม่เอากันสาดของอาคารเป็นตัววัด เช่น ควรยื่นออกมาจากอาคาร 2.00 เมตร

7. เมื่อครบกำหนดการอนุญาตแล้ว จะต้องรื้อถอนหรือปลดออกให้เรียบร้อยภายในเวลาที่กำหนด (ระเบียบกรุงเทพมหานคร ว่าด้วยการขออนุญาตติดตั้งป้ายโฆษณา พ.ศ. 2522 ข้อ 18)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไปว่ากรณียุติทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างถึงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

8. ผู้ที่ได้รับอนุญาตต้องเขียนเลขที่และวันที่ของหนังสืออนุญาต ของเจ้าพนักงานท้องถิ่น แสดงไว้ที่ป้ายทุกป้ายที่ได้รับอนุญาต (ระเบียบกรุงเทพมหานคร ว่าด้วยการขออนุญาตติดตั้งป้าย โฆษณา พ.ศ. 2522 ข้อ 19)

9. ต้องรักษาความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อย ตลอดระยะเวลาที่ป้ายซึ่งได้รับ อนุญาตติดตั้งอยู่(ระเบียบกรุงเทพมหานคร ว่าด้วยการขออนุญาตติดตั้งป้ายโฆษณา พ.ศ.2522ข้อ 21)

ในส่วน of ข้อกฎหมายที่มีความบกพร่องสามารถแยกพิจารณาตามการควบคุมเกี่ยวข้องกับ ตำแหน่งหรือสถานที่ติดตั้งป้าย ดังนี้

1. กรุงเทพมหานคร ไม่อนุญาตให้ติดตั้งป้าย โฆษณาทุกชนิดโดยการติดคร่อมถนน หรือทางสาธารณะ บริเวณวงเวียน อนุสรณ์ สะพาน สะพานลอย สะพานลอยคนข้าม เกาะกลาง ถนน สวดย่อม สวนสาธารณะ บนทางเท้า ดินไม้ และเสาไฟฟ้า ซึ่งอยู่ในที่สาธารณะ เว้นแต่ การติดตั้งเพื่องานราชพิธี รัฐพิธี การต้อนรับราชอันตกะหรือแขกเมืองของรัฐบาลหรือในกรณี ที่ กรุงเทพมหานครเห็นสมควร (ระเบียบกรุงเทพมหานคร ว่าด้วยการขออนุญาตติดตั้งป้ายโฆษณา พ.ศ. 2522 ข้อ 7) ข้อบกพร่องของกฎหมายข้อนี้คือ การเห็นสมควรของ กทม. นั้นจะไม่มีอะไร เป็นเครื่องวัดที่ชัดเจน ควรจะมีข้อกฎหมายที่ชัดเจนกว่านี้

2. ป้ายโฆษณาชั่วคราวที่เกี่ยวกับกุศลสาธารณะ ประโยชน์และป้ายนั้นทำด้วยผ้าหรือ กระดาษ ซึ่งไม่เป็นอาคาร อนุญาตให้ติดตั้งได้เฉพาะการติดแบบถาวร หรือผนังของอาคารเท่านั้น ขนาดความสูงของป้ายต้องไม่สูงกว่าตัวอาคารหรือรั้วที่ขออนุญาตติดตั้ง (ระเบียบ กรุงเทพมหานคร ว่าด้วยการขออนุญาตติดตั้งป้ายโฆษณา พ.ศ. 2522 ข้อ 8) ข้อบกพร่องของ กฎหมายข้อนี้คือ การขาดข้อบังคับในเรื่องของขนาด และความสูงของตัวป้ายที่ติดตั้งกับอาคารที่ ชัดเจน ควรกำหนดลักษณะและขนาดของป้ายชั่วคราวที่ชัดเจนขึ้น

3. ป้ายหรือโครงป้ายที่ติดตั้งบนอาคาร ต้องห่างจากเขตทางหรือที่สาธารณะ ไม่น้อยกว่า 6.00 เมตร และอนุญาตให้ติดตั้งได้เฉพาะหลังคา หรือคานฟ้าที่บ้านคอนกรีตเสริมเหล็กเท่านั้น (ระเบียบกรุงเทพมหานคร ว่าด้วยการขออนุญาตติดตั้งป้ายโฆษณา พ.ศ. 2522 ข้อ 12 และข้อ บัญญัติกรุงเทพมหานคร เรื่อง ควบคุมการก่อสร้างอาคาร พ.ศ. 2522 ข้อ 8(1)) ข้อบกพร่องของ กฎหมายข้อนี้คือ การไม่ได้ระบุลักษณะของป้าย ขนาดของป้ายที่ชัดเจน ตลอดจนโครงสร้างควร ออกกฎหมายที่ชัดเจนและแข็งแรง เพื่อความปลอดภัยของผู้อยู่อาศัยและผู้สัญจร

ตารางที่ 4.3 แสดงการจำแนกการควบคุมความสูงของป้าย

1.2 การควบคุมความสูงของป้าย	มีข้อบกพร่อง	ไม่มีข้อบกพร่อง
1.2.1 การติดตั้งป้ายบนพื้นดินในที่ของเอกชน อนุญาตให้ติดตั้งสูงได้ไม่เกิน 15 เมตร ถ้าโครงสร้างเป็นไม้ต้องมีรัศมีห่างจากที่สาธารณะ เท่ากับความสูงของป้ายที่ติดตั้งทุกด้าน ถ้าโครงสร้างเป็นเหล็กหรือวัสดุถาวร ที่มีคุณภาพเทียบเท่า อนุญาตให้ติดตั้งชิดเขตสาธารณะได้ ขอบล่างของป้ายที่ไม่มีแสงไฟ ต้องสูงไม่น้อยกว่า 2.00 เมตร ถ้ามีแสงไฟ ความสูงดังกล่าวต้องไม่น้อยกว่า 5.00 เมตร	52.00	46.00
1.2.2 ป้ายหรือโครงป้ายที่ติดตั้งที่ผนังของอาคาร ห้ามติดตั้งสูงกว่าตัวอาคาร และห้ามยื่นล้ำออกไปเหนือที่ หรือเขตทางสาธารณะ	26.00	70.00
1.2.3 ห้ามมิให้ปลูกสร้างอาคาร (หมายรวมถึงป้ายโฆษณา) สูงกว่าระดับพื้นดินเกินสองเท่าของระยะจากผนังด้านหน้าของอาคาร จดแนວນนຳກຸງຂ້າມ	24.00	72.00

จากตารางจะพบว่า พระราชบัญญัติและกฎระเบียบต่าง ๆ ที่ใช้ควบคุมสื่อป้ายโฆษณาในลักษณะต่าง ๆ ในปัจจุบัน โดยแยกพิจารณาจากการควบคุมความสูงของป้าย ดังนี้ หัวข้อ การติดตั้งป้ายบนพื้นดินในที่ของเอกชน อนุญาตให้ติดตั้งสูงได้ไม่เกิน 15 เมตร ถ้าโครงสร้างเป็นไม้ต้องมีรัศมีห่างจากที่สาธารณะ เท่ากับความสูงของป้ายที่ติดตั้งทุกด้าน ถ้าโครงสร้างเป็นเหล็กหรือวัสดุถาวร ที่มีคุณภาพเทียบเท่า อนุญาตให้ติดตั้งชิดเขตสาธารณะได้ ขอบล่างของป้ายที่ไม่มีแสงไฟ ต้องสูงไม่น้อยกว่า 2.00 เมตร ถ้ามีแสงไฟ ความสูงดังกล่าวต้องไม่น้อยกว่า 5.00 เมตร มีข้อบกพร่องคิดเป็นร้อยละ 52.00 หัวข้อ ป้ายหรือโครงป้ายที่ติดตั้งที่ผนังของอาคาร ห้ามติดตั้งสูงกว่าตัวอาคาร และห้ามยื่นล้ำออกไปเหนือที่ หรือเขตทางสาธารณะ ไม่มีข้อบกพร่อง คิดเป็นร้อยละ 70.00 หัวข้อ ห้ามมิให้ปลูกสร้างอาคาร (หมายรวมถึงป้ายโฆษณา) สูงกว่าระดับพื้นดินเกินสองเท่าของระยะจากผนังด้านหน้าของอาคาร จดแนວນນຳກຸງຂ້າມ ไม่มีข้อบกพร่องคิดเป็นร้อยละ 72.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สรุป พระราชบัญญัติและกฎระเบียบต่าง ๆ ที่ใช้ควบคุมสื่อป้ายโฆษณาในลักษณะต่าง ๆ ในปัจจุบัน โดยแยกพิจารณาจากการควบคุมความสูงของป้าย พบว่าหัวข้อกฎหมายที่ไม่มีข้อบกพร่องมีดังนี้

1. ป้ายหรือโครงป้ายที่ติดตั้งที่ผนังของอาคาร ห้ามติดตั้งสูงกว่าตัวอาคาร และห้ามยื่นล้ำออกไปเหนือที่ หรือเขตทางสาธารณะ (ระเบียบกรุงเทพมหานคร ว่าด้วยการขออนุญาตติดตั้งป้ายโฆษณา พ.ศ. 2522 ข้อ 13)

2. ห้ามมิให้ปลูกสร้างอาคาร (หมายรวมถึงป้ายโฆษณา) สูงกว่าระดับพื้นดินเกินสองเท่าของระยะจากผนังด้านหน้าของอาคาร จดแนวดนนฟากตรงข้าม (ระเบียบกรุงเทพมหานคร เรื่อง ควบคุมการก่อสร้างอาคาร พ.ศ. 2522 ข้อ 17)

ในส่วนหัวข้อกฎหมายที่มีข้อบกพร่อง สามารถแยกพิจารณาจากการควบคุมความสูงของป้าย ดังนี้

1. การติดตั้งป้ายบนพื้นดินในที่ของเอกชน อนุญาตให้ติดตั้งสูงได้ไม่เกิน 15 เมตร ถ้าโครงสร้างเป็นไม้ต้องมีรัศมีห่างจากที่สาธารณะ เท่ากับความสูงของป้ายที่ติดตั้งทุกด้าน ถ้าโครงสร้างเป็นเหล็กหรือวัสดุถาวร ที่มีคุณภาพเทียบเท่า อนุญาตให้ติดตั้งชิดเขตสาธารณะได้ ขอบล่างของป้ายที่ไม่มีแสงไฟ ต้องสูงไม่น้อยกว่า 2.00 เมตร ถ้ามีแสงไฟ ความสูงดังกล่าวต้องไม่น้อยกว่า 5.00 เมตร (ระเบียบกรุงเทพมหานคร ว่าด้วยการขออนุญาตติดตั้งป้ายโฆษณา พ.ศ. 2522 ข้อ 10) ข้อบกพร่องของกฎหมายข้อนี้คือ ถ้าโครงสร้างเป็นเหล็กหรือวัสดุถาวรที่มีคุณภาพเทียบเท่า อนุญาตให้ติดตั้งชิดเขตสาธารณะได้ ซึ่งจะก่อให้เกิดอันตรายขณะสัญจร ควรมีระยะร่นเข้าไปจากเขตทางสาธารณะประมาณ 6.00 เมตร

ตารางที่ 4.4 แสดงการจำแนกการควบคุมสาระของการโฆษณา

1.3 การควบคุมสาระของการโฆษณา	มีข้อบกพร่อง	ไม่มีข้อบกพร่อง
1.3.1 ข้อความหรือภาพที่จะโฆษณาต้องไม่ขัดต่อกฎหมายหรือศีลธรรมอันดีงาม	36.00	64.00
1.3.2 ห้ามโฆษณาที่ฝ่าบังแดดยกเว้นคำขวัญของทางราชการและส่วนต่ำสุดของฝ่าบังแดด ต้องสูงไม่น้อยกว่า 2.00 เมตร	52.00	46.00

จากตารางพบว่า พระราชบัญญัติและกฎระเบียบต่าง ๆ ที่ใช้ควบคุมสื่อป้ายโฆษณาในลักษณะต่าง ๆ ในปัจจุบัน โดยแยกพิจารณาจากการควบคุมสาระของการโฆษณา ดังนี้ หัวข้อข้อความหรือภาพที่จะโฆษณาต้องไม่ขัดต่อกฎหมายหรือศีลธรรมอันดีงาม ไม่มีข้อบกพร่อง คิดเป็นร้อยละ 64.00 หัวข้อ ห้ามโฆษณาที่ฝ่าบังแดด ยกเว้นคำขวัญของทางราชการ และส่วนต่ำสุดของฝ่าบังแดดต้องสูงไม่น้อยกว่า 2.00 เมตร มีข้อบกพร่อง คิดเป็นร้อยละ 52.00

สรุป พระราชบัญญัติและกฎระเบียบต่าง ๆ ที่ใช้ควบคุมสื่อป้ายโฆษณาในลักษณะต่าง ๆ ในปัจจุบัน โดยแยกพิจารณาจากการควบคุมสาระของการโฆษณา พบว่าหัวข้อกฎหมายที่ไม่มีข้อบกพร่อง มีดังนี้

1. ข้อความหรือภาพที่จะโฆษณาต้องไม่ขัดต่อกฎหมาย หรือศีลธรรมอันดีงาม (ระเบียบกรุงเทพมหานคร ว่าด้วยการขออนุญาตติดตั้งป้ายโฆษณา พ.ศ. 2522 ข้อ 9)

ในส่วนของข้อบกพร่อง สามารถแยกพิจารณาจากการควบคุมสาระของการโฆษณา ดังนี้

1. ห้ามโฆษณาที่ฝ่าบังแดดยกเว้นคำขวัญของทางราชการและส่วนต่ำสุดของฝ่าบังแดดต้องสูงไม่น้อยกว่า 2.00 เมตร (ระเบียบกรุงเทพมหานคร ว่าด้วยการขออนุญาตติดตั้งป้ายโฆษณา พ.ศ. 2522 ข้อ 20) ข้อบกพร่องของกฎหมายข้อนี้คือ ในกฎหมายข้อนี้บังคับใช้เฉพาะข้อความหรือคำขวัญ โดยไม่ได้กล่าวถึงรูปภาพต่าง ๆ ทำให้เป็นช่องว่างในการละเมิดกฎหมาย

ตารางที่ 4.5 แสดงการจำแนกป้ายที่ติดตั้งในถนนเขาวราชที่ผัดพระราชบัญญัติและกฎระเบียบ

2. ป้ายที่ติดตั้งในถนนเขาวราชที่ผัดพระราชบัญญัติและกฎระเบียบ ท่านคิดว่าควรแก้ไขอย่างไร				
ป้ายที่ติดตั้งในถนนเขาวราชที่ผัดพระราชบัญญัติ และกฎระเบียบ	ปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้องตามกฎหมาย	ปลดออก	ควบคุมอายุการใช้งาน	อื่น ๆ (โปรดระบุ)
2.1 ป้ายผ้าบังแดดที่อยู่ในระดับที่ต่ำกว่า 2.00 เมตร	54.00	36.00	10.00	0.00
2.2 ป้ายผนังที่ติดตั้งบังช่องลม หน้าต่าง หรือประตูของอาคาร	46.00	42.00	12.00	0.00
2.3 ป้ายที่แขวนห้อยได้กันเสาชั้นล่างของอาคาร	40.00	30.00	20.00	10.00
2.4 ป้ายที่ติดตั้งบนคานฝ้าของอาคาร ซึ่งร่นระยะห่างจากเขตทางสาธารณะไม่ถึง 6.00 เมตร	40.00	30.00	30.00	0.00
2.5 ป้ายที่ติดตั้งที่ผนังอาคาร และยื่นล้ำออกไปเหนือสถานที่สาธารณะ	42.00	30.00	28.00	0.00
2.6 ป้ายที่ติดตั้งไฟกระพริบ และแสงสะท้อนเข้าสู่ดวงตาผู้สัญจร ไปมา	36.00	36.00	20.00	8.00
2.7 ป้ายที่ติดตั้งด้านหน้าอาคาร แต่มีความสูงกว่าตัวอาคาร	54.00	28.00	18.00	0.00

จากตารางพบว่า สื่อป้ายโฆษณาที่ติดตั้งในพื้นที่ศึกษาในลักษณะที่ผัดพระราชบัญญัติและกฎระเบียบ มีแนวทางในการดำเนินการในลักษณะต่าง ๆ ดังนี้ ป้ายผ้าบังแดดที่อยู่ในระดับที่ต่ำกว่า 2.00 เมตร ควรปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้องตามกฎหมาย คิดเป็นร้อยละ 54.00 ป้ายผนังที่ติดตั้งบังช่องลม หน้าต่าง หรือประตูของอาคาร ควรปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้องตามกฎหมายคิดเป็นร้อยละ 46.00 ป้ายที่แขวนห้อยได้กันเสาชั้นล่างของอาคาร ควรปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้องตามกฎหมาย คิดเป็นร้อยละ 40.00 ส่วนป้ายที่ติดตั้งบนคานฝ้าของอาคาร ซึ่งร่นระยะห่างจากเขตทางสาธารณะไม่ถึง 6.00 เมตร ควรปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้องตามกฎหมาย คิดเป็นร้อยละ 40.00 ป้าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ที่ติดตั้งที่ผนังอาคาร และยื่นล้าออกไปเหนือสถานที่สาธารณะ ควรปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้องตามกฎหมาย คิดเป็นร้อยละ 42.00 ป้ายที่ติดตั้งไฟกระพริบ และแสงสะท้อนเข้าสู่ดวงตาผู้สัญจร ไปมา ควรปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้องตามกฎหมาย คิดเป็นร้อยละ 36.00 หรือทำการปลดออก คิดเป็นร้อยละ 36.00 และป้ายที่ติดตั้งที่ผนังด้านหน้าอาคาร แต่มีความสูงกว่าตัวอาคาร ควรปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้องตามกฎหมาย คิดเป็นร้อยละ 54.00

สรุป สื่อป้ายโฆษณาที่ติดตั้งในพื้นที่ศึกษา ในลักษณะที่ผิดพระราชบัญญัติและกฎระเบียบ มีแนวทางในการดำเนินการปรับปรุงแก้ไขในลักษณะที่ต่างกัน โดยขึ้นอยู่กับประเภทของสื่อป้ายโฆษณาและตำแหน่งในการติดตั้ง ดังนี้ สื่อป้ายโฆษณาที่ควรปรับปรุงให้ถูกต้องตามกฎหมาย ประกอบด้วย ป้ายผ้าบังแดดที่อยู่ในระดับที่ต่ำกว่า 2.00 เมตร ป้ายที่ติดบนคานฟ้าของอาคาร ซึ่งร่นระยะห่างจากเขตสาธารณะไม่ถึง 6.00 เมตรและป้ายที่ติดตั้งที่ผนังด้านหน้าอาคาร แต่มีความสูงกว่าตัวอาคาร ประเภทของป้าย ที่ควรปรับปรุงให้ถูกต้องตามกฎหมาย และรักษาไว้ซึ่งบรรยากาศของย่านการค้า ได้แก่ ป้ายผนังที่ติดตั้งบังช่องลม หน้าต่าง หรือประตูของอาคาร ป้ายที่แขวนห้อยได้กั้นเสาของอาคารและ ป้ายที่ติดตั้งที่ผนังอาคาร และยื่นล้าออกไปเหนือสถานที่สาธารณะ ส่วนป้ายที่ติดไฟกระพริบ และแสงสะท้อนเข้าสู่ดวงตาผู้สัญจรไปมา ควรปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้องตามกฎหมาย หรือปลดออกก็ได้

ตอนที่ 3 วิเคราะห์ค่าร้อยละ ของข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพแวดล้อม ในการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณา

ส่วนที่ 1 ตำแหน่งในการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณา

ตารางที่ 4.6 แสดงการจำแนกตำแหน่งในการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณา

1. ถ้ามีการจำกัดการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณาในถนนเขาวราช ท่านคิดว่าตำแหน่งที่เหมาะสมของสื่อป้ายโฆษณาควรติดตั้งที่ใดบ้าง

	ได้กั้น เสา	บนกันเสาและ ขนานกับแนว กันเสา	ผนังด้าน หน้าอาคาร	คาดฟ้า ของอาคาร	อื่น ๆ (โปรด ระบุ)
1.1 ป้ายผนังของอาคาร	0.00	20.00	70.00	0.00	10.00
1.2 ป้ายยื่นที่ติดด้าน หน้าอาคาร	16.00	14.00	60.00	0.00	10.00
1.3 ป้าย Billboards	0.00	34.00	20.00	46.00	10.00
1.4 ป้ายแขวนได้กั้น เสาชั้นล่าง	40.00	34.00	16.00	0.00	10.00
1.5 ป้ายอิเล็กทรอนิกส์	0.00	20.00	20.00	40.00	10.00
1.6 ป้ายผ้ากันแดด	70.00	14.00	6.00	0.00	10.00

ตำแหน่งในการติดตั้งป้ายโฆษณา	จำนวน	ร้อยละ
2. ป้ายโฆษณาติดตั้งในตำแหน่งใดที่จะก่อให้เกิดปัญหาที่มากที่สุด	50	100.00
ได้กั้นเสา	17	34.00
บนกันเสาและขนานกับแนวกันเสา	0	0.00
ผนังด้านหน้าอาคาร	15	30.00
คาดฟ้าของอาคาร	15	30.00
อื่น ๆ (โปรดระบุ) (ผนังด้านข้าง)	3	6.00

จากตารางจะพบว่า ตำแหน่งที่เหมาะสมในการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณาประเภทต่าง ๆ ในพื้นที่ศึกษา สามารถแบ่งได้เป็นประเภทต่าง ๆ คือ ป้ายผนังอาคารควรติดตั้งที่ผนังด้านหน้า

อาคารคิดเป็นร้อยละ 70.00 ป้ายขึ้นที่ติดด้านหลังของอาคาร ควรติดตั้งที่ผนังด้านหลังอาคาร คิดเป็นร้อยละ 60.00 ป้าย Billboards ควรติดตั้งที่คาบฟ้าของอาคารคิดเป็นร้อยละ 46.00 ป้ายแขวนได้กั้นสาดชั้นล่าง สามารถติดได้ในตำแหน่งได้กั้นสาด คิดเป็นร้อยละ 40.00 ส่วนป้ายอิเล็กทรอนิกส์ ควรติดตั้งที่ คาบฟ้าของอาคารคิดเป็นร้อยละ 40.00 และป้ายผ้าบังแดด ควรติดตั้งที่ได้กั้นสาด คิดเป็นร้อยละ 70.00

สื่อป้ายโฆษณาประเภทต่าง ๆ ควรติดตั้งในแต่ละตำแหน่งที่ต่างกัน ดังนั้น ตำแหน่งที่ก่อให้เกิดปัญหาแก่ชุมชนเมืองและผู้อยู่อาศัยมากที่สุดคือตำแหน่งได้กั้นสาด คิดเป็นร้อยละ 34.00 รองลงมาได้แก่ ตำแหน่งผนังด้านหลังอาคาร คิดเป็นร้อยละ 30.00 และคาบฟ้าของอาคาร คิดเป็นร้อยละ 30.00

สรุป ในการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณาประเภทต่าง ๆ ที่อาคาร ตำแหน่งที่เหมาะสมและควรทำการติดตั้งป้ายโฆษณา ได้แก่ บริเวณผนังด้านหลังของอาคาร ซึ่งป้ายโฆษณาที่เหมาะสมในการติดตั้งคือ ป้ายผนังของอาคาร และป้ายขึ้นที่ติดด้านหลังของอาคาร บริเวณคาบฟ้าของอาคาร ป้ายโฆษณาที่เหมาะสมในการติดตั้งคือ ป้าย Billboards และป้ายอิเล็กทรอนิกส์ และบริเวณได้กั้นสาด ป้ายโฆษณาที่เหมาะสมในการติดตั้งคือ ป้ายผ้าบังแดดและป้านที่แขวนได้กั้นสาด ส่วนตำแหน่งของสื่อป้ายโฆษณาที่ก่อให้เกิดปัญหามากที่สุด ได้แก่บริเวณได้กั้นสาดชั้นล่างของอาคาร ซึ่งมีผลกระทบต่อผู้สัญจรในเรื่องของความปลอดภัย รองลงมาคือในตำแหน่งด้านหลังของอาคาร และคาบฟ้าของอาคาร ซึ่งมีผลกระทบต่อทัศนียภาพของชุมชนเมือง ในการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณาจึงควรมีการออกแบบให้ถูกต้องตามพระราชบัญญัติ และกฎระเบียบต่าง ๆ ตลอดจนสอดคล้องเอกลักษณ์ของท้องถิ่น ทัศนียภาพ โดยรวมของชุมชนเมือง และความปลอดภัยของผู้สัญจร

ส่วนที่ 2 สภาพปัญหาในการติดตั้งป้ายโฆษณา

ตารางที่ 4.7 แสดงการจำแนกสภาพปัญหาในการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณา

สภาพปัญหาในการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณา (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)	จำนวน	ร้อยละ
1. ป้ายโฆษณาส่งผลกระทบต่อผู้อยู่อาศัยในอาคารอย่างไร		
อันตรายจากป้ายหักถั้ม	37	74.00
การระบายอากาศในอาคาร	37	74.00
ปัญหาป้ายปิดบังทางหนีไฟ	25	50.00
การนำแสงดวงมาใช้ในอาคาร	25	50.00
อื่น ๆ (โพรกระบุ) (ปิดบังมุมมองจากภายในอาคาร)	7	14.00
2. ป้ายโฆษณาส่งผลกระทบต่อผู้สัญจรอย่างไร		
อันตรายจากป้ายหักถั้ม	37	74.00
ป้ายกีดขวางทางสัญจร	25	50.00
เสียสมาธิขณะขับรถ (แสงบาดตา)	20	40.00
อันตรายขณะสัญจร (เดินชนป้าย)	25	50.00
อื่น ๆ (โพรกระบุ) (ปิดบังมุมมองของถนน)	4	8.00
3. สื่อป้ายโฆษณาส่งผลกระทบต่อชุมชนเมืองอย่างไร		
บดบังทัศนียภาพและทัศนวิสัย	40	80.00
ไม่สามารถควบคุมรูปแบบของสถาปัตยกรรม	35	70.00
เมืองขาดความเป็นระเบียบ	40	80.00
อื่น ๆ (โพรกระบุ) (ทำลาย sky line ของเมือง)	5	10.00
4. ท่านคิดว่าควรมีแนวทางควบคุมสื่อป้ายโฆษณาที่เสื่อมสภาพอย่างไร		
มีการตรวจสอบความมั่นคงแข็งแรง	40	80.00
ทำลายทิ้ง	10	20.00
ควบคุมอายุการใช้งาน	35	70.00
ปรับปรุงใหม่	20	40.00
อื่น ๆ (โพรกระบุ) (ปลดออก)	4	8.00

จากตารางพบว่า ปัญหาของสื่อป้ายโฆษณาที่เกิดขึ้นในพื้นที่ศึกษาส่งผลเสียต่อผู้อยู่อาศัยในอาคารในเรื่องของการระบายอากาศและการถ่ายเทอากาศภายในอาคาร คิดเป็นร้อยละ 74.00 หรืออันตรายอันเนื่องมาจากป้ายขาดความแข็งแรงและหักล้มลงมา คิดเป็นร้อยละ 74.00 รองลงมาได้แก่การติดตั้งสื่อป้ายโฆษณาปิดบังทางหนีไฟ คิดเป็นร้อยละ 50.00 และการนำแสงสว่างมาใช้ในอาคาร คิดเป็นร้อยละ 50.00 นอกจากผลเสียต่อผู้อยู่อาศัยในอาคารแล้วยังมีผลเสียต่อผู้สัญจร ในเรื่องของอันตรายจากป้ายหักล้ม คิดเป็นร้อยละ 74.00 รองลงมาได้แก่ การกีดขวางทางสัญจร คิดเป็นร้อยละ 50.00 และอันตรายขณะสัญจร เช่น เดินชนป้ายโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 50.00 ตลอดจนเสียสมาธิขณะสัญจร เช่น แสงบาดตา คิดเป็นร้อยละ 40.00

ในเรื่องของสื่อป้ายโฆษณาส่งผลเสียต่อชุมชน ได้แก่ สื่อป้ายโฆษณาบดบังทัศนียภาพและทัศนวิสัย คิดเป็นร้อยละ 80.00 และการที่ป้ายโฆษณาทำให้เมืองขาดความเป็นระเบียบ คิดเป็นร้อยละ 80.00 รองลงมาคือ การที่ไม่สามารถควบคุมรูปแบบของงานสถาปัตยกรรมอันเนื่องมาจากการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณาต่าง ๆ ที่อาคาร คิดเป็นร้อยละ 70.00

แนวทางที่ใช้ในการควบคุมในสื่อป้ายโฆษณาที่เสื่อมสภาพ คือ มีการตรวจสอบความมั่นคงแข็งแรง คิดเป็นร้อยละ 80.00 รองลงมา คือ การควบคุมอายุการใช้งาน คิดเป็นร้อยละ 70.00 และปรับปรุงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 40.00

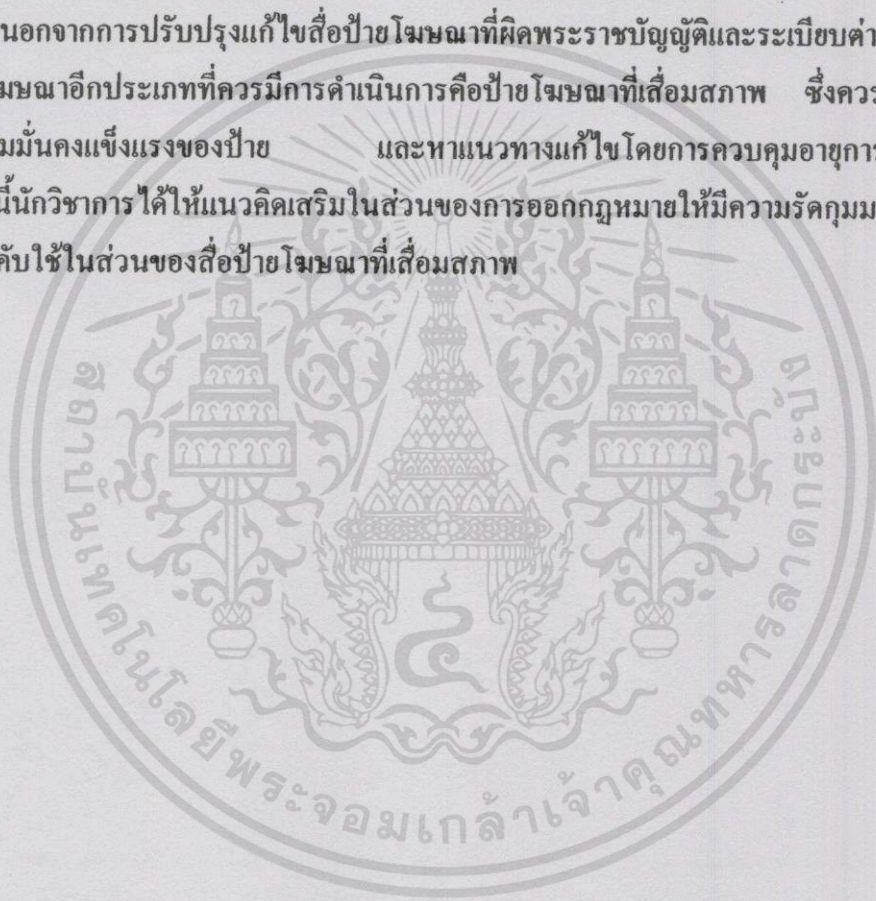
สรุป ปัญหาของสื่อป้ายโฆษณาติดตั้งกับอาคารประเภทต่าง ๆ ที่ส่งผลเสียต่อผู้อยู่อาศัยในอาคารที่ติดตั้งสื่อป้ายโฆษณาในเรื่องของการระบายอากาศและการถ่ายเทอากาศในอาคารปัญหานี้จะเกิดขึ้นกับการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณาปิดบังช่องลม หน้าต่างหรือประตูของอาคาร และอันตรายอันเนื่องมาจากสื่อป้ายโฆษณาขาดความแข็งแรงและหักล้มลงมา ปัญหาประเภทนี้เกิดจากป้ายโฆษณาที่ติดตั้งห้อยแขวนได้กันสาด ป้ายที่ยื่นล้ำออกไปเหนือที่หรือสถานที่สาธารณะ และป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ที่ติดตั้งบนหลังคาอาคาร รองลงมาได้แก่การติดตั้งสื่อป้ายโฆษณาปิดบังทางหนีไฟ และการนำแสงสว่างธรรมชาติมาใช้ในอาคาร ปัญหาประเภทนี้เกิดขึ้นโดยตรงจากการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณาปิดบังช่องลม หน้าต่าง หรือประตูอาคาร ผลเสียของสื่อป้ายโฆษณานอกจากจะส่งผลต่อผู้อยู่อาศัยในอาคารแล้วยังส่งผลเสียต่อผู้สัญจรในถนนอันเนื่องมาจากสื่อป้ายโฆษณาขาดความมั่นคงแข็งแรงและหักล้มลงมา รองลงมาได้แก่การกีดขวางทางสัญจร อันเนื่องมาจากการติดตั้งป้ายโฆษณายื่นล้ำออกไปเหนือสถานที่สาธารณะ นอกจากนี้จะกีดขวางทางเดินแล้วยังทำให้ทัศนียภาพสองข้างทางไม่มีความสวยงามส่งผลเสียต่อการสัญจรทางเท้า เช่น การเดินชนสื่อป้ายโฆษณาและแสดงสะท้อนบาดตาจากป้ายโฆษณา ปัญหานี้จะเกิดจากป้ายผ้าบังแดดที่ติดตั้งผิดพระราชบัญญัติ และป้ายโฆษณาที่ใช้วัสดุสีและแสงไฟในลักษณะที่บาดตา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้





สื่อป้ายโฆษณาที่ส่งผลเสียต่อชุมชนเมือง ได้แก่สื่อป้ายโฆษณาบดบังทัศนียภาพ และทัศนวิสัยและทำให้เมืองขาดความเป็นระเบียบ ซึ่งป้ายโฆษณาที่ส่งผลเสียในด้านนี้คือ ป้ายโฆษณาที่ยื่นล้ำออกไปเหนือสถานที่สาธารณะ และป้ายโฆษณาบนหลังคาอาคาร ร่องลงมือคือ การที่ไม่สามารถควบคุมรูปแบบของงานสถาปัตยกรรม ปัญหาเช่นนี้เกิดจากสื่อป้ายโฆษณาที่ติดตั้งที่ผนังด้านหน้าของอาคารเป็นส่วนใหญ่ ปัญหาประเภทนี้สามารถควบคุมได้ หากมีการออกแบบและการจัดปรับปรุงให้ถูกต้องตามพระราชบัญญัติและสภาพแวดล้อม

นอกจากการปรับปรุงแก้ไขสื่อป้ายโฆษณาที่ผิดพระราชบัญญัติและระเบียบต่าง ๆ แล้วสื่อป้ายโฆษณาอีกประเภทที่ควรมีการดำเนินการคือป้ายโฆษณาที่เสื่อมสภาพ ซึ่งควรมีการตรวจสอบความมั่นคงแข็งแรงของป้าย และหาแนวทางแก้ไขโดยการควบคุมอายุการใช้งานป้ายประเภทนี้นักวิชาการได้ให้แนวคิดเสริมในส่วนของการออกกฎหมายให้มีความรัดกุมมากขึ้น และมีการบังคับใช้ในส่วนของสื่อป้ายโฆษณาที่เสื่อมสภาพ



ส่วนที่ 3 ขนาดของสื่อป้ายโฆษณา

ตารางที่ 4.8 แสดงการจำแนกขนาดของสื่อป้ายโฆษณา

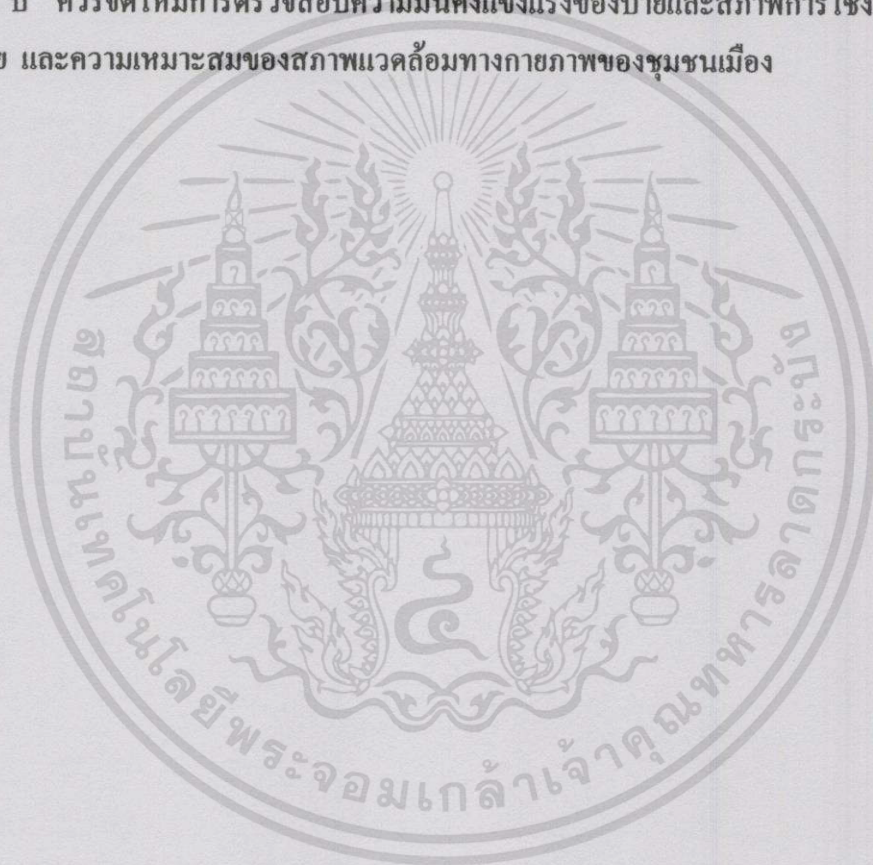
1. รูปแบบและขนาดของสื่อป้ายโฆษณาในถนนเยาวราชในอนาคตควรเป็นไปในรูปแบบใด					
					อื่น ๆ (โปรดระบุ)
1.1 ป้ายที่ยื่นจากอาคาร	54.00	36.00	0.00	0.00	10.00
1.2 ป้ายโฆษณาบนหลังคา	0.00	64.00	0.00	26.00	10.00
1.3 ป้าย Billboards	0.00	56.00	0.00	34.00	10.00
1.4 ป้ายผนังด้านหน้าอาคาร	20.00	50.00	0.00	20.00	10.00
1.5 ป้ายแขวนได้กั้นสาด	0.00	70.00	4.00	16.00	10.00
1.6 ป้ายอิเล็กทรอนิกส์	12.00	60.00	4.00	14.00	10.00

ขนาดของสื่อป้ายโฆษณา	จำนวน	ร้อยละ
2. อายุการใช้งานของสื่อป้ายโฆษณาควรมีอายุกี่ปี	50	100.00
ต่ำกว่า 5 ปี	30	60.00
5-10 ปี	13	26.00
มากกว่า 10 ปี	0	0.00
อื่น ๆ (โปรดระบุ) (1 ปี)	7	14.00

จากตารางจะพบว่า รูปแบบของสื่อป้ายโฆษณาในถนนเยาวราชในอนาคตสามารถแบ่งแยกตามประเภทของสื่อป้ายโฆษณา คือ ป้ายที่ยื่นจากตัวอาคาร ควรมีลักษณะ คิดเป็นร้อยละ 54.00 ป้ายโฆษณาบนหลังคาของอาคารควรมีลักษณะ คิดเป็นร้อยละ 64.00 ป้าย Billboards ควรมีลักษณะ คิดเป็นร้อยละ 56.00 รองลงมาป้าย Billboards ควรมีลักษณะ คิดเป็นร้อยละ 34.00 ป้ายผนังด้านหน้าอาคารควรมีลักษณะ คิดเป็นร้อยละ 50.00 ป้ายที่แขวนได้กั้นสาดควรมีลักษณะ คิดเป็นร้อยละ 70.00 และป้ายอิเล็กทรอนิกส์ ควรมีลักษณะ คิดเป็นร้อยละ 60.00 และอายุการใช้งานของสื่อป้ายโฆษณาควรมีอายุต่ำกว่า 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 60.00

สรุป รูปแบบของสื่อป้ายโฆษณาที่สามารถนำมาใช้ในพื้นที่ศึกษาจะมีลักษณะ
 เป็นหลัก ซึ่งประกอบด้วย ป้ายโฆษณาบนหลังคาอาคาร ป้ายbillboards ซึ่งป้าย
 billboards สามารถเปลี่ยนแปลงรูปแบบได้ในลักษณะ ป้ายผนังที่ติดตั้งด้านหน้าของอาคาร
 ป้ายที่แขวนได้กันสาด และป้ายอิเล็กทรอนิกส์ ในส่วนของรูปแบบของป้ายในลักษณะ
 จะเหมาะสมกับสื่อป้ายโฆษณาประเภทป้ายที่ขึ้นจากอาคาร

อายุการใช้งานของสื่อป้ายโฆษณาประเภทต่าง ๆ ควรมีอายุประมาณ 5 ปี โดยเมื่ออายุ
 ครบ 1 ปี ควรจัดให้มีการตรวจสอบความมั่นคงแข็งแรงของป้ายและสภาพการใช้งานเพื่อความ
 ปลอดภัย และความเหมาะสมของสภาพแวดล้อมทางกายภาพของชุมชนเมือง



ส่วนที่ 4 การใช้สีและแสงในสื่อป้ายโฆษณา

ตารางที่ 4.9 แสดงการจำแนกการใช้สีและแสงในสื่อป้ายโฆษณา

การใช้สีและแสงในสื่อป้ายโฆษณา	จำนวน	ร้อยละ			
1. การนำสีไปใช้ในสื่อป้ายโฆษณาควรคำนึงถึงอะไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)					
เอกลักษณ์ของท้องถิ่น	15	30.00			
สภาพอาคารข้างเคียง	35	70.00			
ผลเสียต่อผู้สัญจร	28	56.00			
อื่นๆ(โปรดระบุ) (เอกลักษณ์ของชุมชน)	7	14.00			
2. สื่อป้ายโฆษณาในถนนเขวราชควรใช้สีอะไรเป็นสีหลัก	50	100.00			
แดง	23	46.00			
เหลือง	15	30.00			
เขียว	5	10.00			
อื่นๆ(โปรดระบุ) (ขาว)	7	14.00			
3. การนำแสงสว่างไปใช้ในสื่อป้ายโฆษณาควรคำนึงถึง	50	100.00			
ความเหมาะสมของชุมชน	17	34.00			
อันตรายขณะสัญจร(แสงบาดตา)	27	54.00			
อื่นๆ(โปรดระบุ) (ขนาดของป้ายโฆษณา)	6	12.00			
4. สื่อป้ายโฆษณาควรใช้แสงสว่างประเภทใด					
	Black	ฟลูออเรส	ไฟกระ	ไฟชนิด	อื่นๆ
	Light	เซนท์	พริบ		(โปรดระบุ)
4.1 ป้ายยื่นจากอาคาร	10.00	60.00	6.00	14.00	10.00
4.2 ป้าย Billboards	30.00	30.00	18.00	14.00	8.00
4.3 ป้ายผนังด้านหน้า อาคาร	14.00	46.00	6.00	26.00	8.00
4.4 ป้ายอิเล็กทรอนิกส์	20.00	26.00	40.00	6.00	8.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางจะพบว่า การนำสีไปใช้ในสื่อป้ายโฆษณาควรคำนึงถึง สภาพของอาคารข้างเคียงคิดเป็นร้อยละ 70.00 รองลงมาคือ ผลเสียที่เกิดต่อผู้สัญจร คิดเป็นร้อยละ 56.00 สีที่เหมาะสมที่ควรนำไปใช้ในพื้นที่ศึกษา ควรเป็นสีแดง คิดเป็นร้อยละ 46.00 และรองลงมาคือ สีเหลือง คิดเป็นร้อยละ 30.00 ในการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณา สิ่งที่ควรคำนึง ถึงในยามค่ำคืน คือ แสงสว่างที่ส่องสว่างให้กับสื่อป้ายโฆษณา ในการนำแสงสว่างไปใช้ควรจะคำนึงถึง อันตรายขณะสัญจร เป็นหลัก คิดเป็นร้อยละ 54.00 รองลงมาคือความเหมาะสมของชุมชนคิดเป็นร้อยละ 34.00

ในการนำแสงสว่างมาใช้กับสื่อป้ายโฆษณาที่ติดตั้งกับอาคารควรคำนึงถึงประเภทของสื่อป้ายโฆษณา ซึ่งแสงสว่างที่เหมาะสมคือ ป้ายยื่นจากตัวอาคาร ควรใช้แสงสว่างประเภท ฟลูออเรสเซนต์ คิดเป็นร้อยละ 60.00 ป้าย Billboards ควรใช้แสงสว่างประเภท Black Light คิดเป็นร้อยละ 30.00 และฟลูออเรสเซนต์ คิดเป็นร้อยละ 30.00 ป้ายผนังด้านหน้าอาคาร ควรใช้แสงสว่างประเภท ฟลูออเรสเซนต์ คิดเป็นร้อยละ 46.00 รองลงมาคือ ไฟคบ คิดเป็นร้อยละ 26.00 ส่วนป้ายอิเล็กทรอนิกส์ ควรใช้แสงสว่างประเภท ไฟกระพริบ คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมาคือ ฟลูออเรสเซนต์ คิดเป็นร้อยละ 26.00

สรุป ในการนำสีต่างๆ ไปใช้ในสื่อป้ายโฆษณา สิ่งที่ควรคำนึงถึงมากที่สุดคือ สภาพแวดล้อมของอาคารข้างเคียง รองลงมาคือผลเสียที่เกิดต่อผู้สัญจร จะเห็นได้ว่าการออกแบบและติดตั้งสื่อป้ายโฆษณาที่อาคาร มีความจำเป็นที่จะต้องศึกษาถึงสภาพชุมชน งานสถาปัตยกรรม ตลอดจนความปลอดภัยของประชาชนในชุมชนเมือง สีที่เหมาะสมที่สุดควรนำไปใช้ในพื้นที่ย่านสีแดง รองลงมาคือ สีเหลือง ซึ่งตรงกับความเชื่อของชาวจีนที่สีแดงเป็นสีแห่งความโชคดีและเป็นเอกลักษณ์ของย่านชาวจีน ในการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณาสิ่งทีควรคำนึงถึงในยามค่ำคืนคือ แสงสว่างที่ส่องสว่างให้กับสื่อป้ายโฆษณา ในการนำแสงสว่างไปใช้ในสื่อป้ายโฆษณาสิ่งแรกที่ควรคำนึงถึงคือ อันตรายขณะสัญจร เช่น การจราจรบนท้องถนนที่มีผลกระทบจากแสงไฟจากสื่อป้ายโฆษณา สะท้อนเข้าสู่ดวงตา ซึ่งมีผลต่อสมาธิในรถขับขี่ยวดยานพาหนะ รองลงมาคือ ความเหมาะสมของชุมชนและสภาพแวดล้อมของอาคารข้างเคียงให้มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย

ในการนำแสงสว่างมาใช้กับสื่อป้ายโฆษณาที่ติดตั้งกับอาคาร ประเภทของแสงสว่างที่เหมาะสมในการนำไปใช้งานมากที่สุดคือ ฟลูออเรสเซนต์ มีความเหมาะสมกับป้ายที่ยื่นจากตัวอาคาร สำหรับป้ายผนังด้านหน้าอาคาร สามารถนำไฟคบมาประยุกต์ใช้กับฟลูออเรสเซนต์ได้ แต่เป็นที่น่าสังเกตว่า ป้าย Billboards สามารถนำไฟ Black Light และไปฟลูออเรสเซนต์มาใช้ควบคู่หรือแยกใช้ได้ตามความเหมาะสมของสถานที่และขนาดของป้าย ส่วนป้ายอิเล็กทรอนิกส์ ควรใช้ไฟกระพริบ รองลงมาคือ ฟลูออเรสเซนต์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2.2 การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับผู้บริโภค

ตอนที่ 1 วิเคราะห์ค่าร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

ตาราง 4.10 แสดงการจำแนกผู้บริโภคตามลักษณะเพศ อาชีพ อายุ วุฒิการศึกษา

ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ	150	100.00
ชาย	98	65.33
หญิง	52	34.67
2. อายุ	150	10.00
ต่ำกว่า 20 ปี	5	3.33
20-30 ปี	45	30.00
30-40 ปี	79	52.67
40 ปีขึ้นไป	21	14.00
3. วุฒิการศึกษา	150	100.00
ต่ำกว่าปริญญาตรี	83	55.33
ปริญญาตรี	52	34.67
สูงกว่าปริญญาตรี	15	10.00

จากตารางจะพบว่า ผู้บริโภคที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับพื้นที่ศึกษาส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 65.33 มีอายุอยู่ระหว่าง 30 - 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 52.67 รองลงมาเป็นผู้ที่มีอายุอยู่ระหว่าง 20-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.00 ระดับวุฒิการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 55.33 รองลงมาได้แก่ปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 34.67 อาชีพของผู้บริโภคส่วนใหญ่ค้าขาย รองลงมาได้แก่ การรับราชการ

ตอนที่ 2. วิเคราะห์ค่าร้อยละของข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพแวดล้อม ในการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณา

ส่วนที่ 1 ตำแหน่งในการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณา

ตารางที่ 4.11 แสดงการจำแนกตำแหน่งในการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณา

ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์	จำนวน	ร้อยละ
1. ประเภทของป้ายโฆษณาที่ติดตั้งที่อาคารของท่าน (สำหรับผู้อยู่อาศัยในอาคาร , ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)		
ป้ายขึ้นหน้าอาคาร	25	50.00
ป้ายผนังด้านหน้าอาคาร	29	58.00
ป้ายผนังด้านหลังอาคาร	7	14.00
ป้ายแขวนใต้กันสาด	14	28.00
ป้ายผ้าบังแดด	17	34.00
2. ท่านเคยประสบปัญหาจากป้ายโฆษณาประเภทใดในถนนเยาวราช (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)		
ป้ายขึ้นหน้าอาคาร	53	35.33
ป้ายผนังด้านหน้าอาคาร	34	22.67
ป้ายบนหลังคาอาคาร	6	4.00
ป้ายแขวนใต้กันสาด	70	46.67
ป้ายผ้าบังแดด	75	50.00
อื่น ๆ (โปสเตอร์) (ป้ายชั่วคราว)	18	12.00
3. ท่านเคยประสบปัญหาจากป้ายโฆษณาในบริเวณใดบ้าง	150	100.00
บริเวณสี่แยก	39	26.00
บริเวณฟุตบอล	102	68.00
อื่น ๆ (โปสเตอร์) (บริเวณถนน)	9	6.00

จากตารางจะพบว่า ประเภทของสื่อป้ายโฆษณาที่ติดตั้งกับอาคาร เป็นประเภทป้ายผนังด้านหน้าอาคารคิดเป็นร้อยละ 58.00 รองลงมาได้แก่ป้ายขึ้นหน้าอาคาร คิดเป็นร้อยละ 50.00

และป้ายผ้าบังแดด คิดเป็นร้อยละ 34.00 ซึ่งป้ายโฆษณาประเภทต่าง ๆ ที่ติดตั้งกับอาคาร จะก่อให้เกิดปัญหาต่อผู้อาศัยบ้างแต่ไม่มากมาย

ส่วนป้ายโฆษณาที่ก่อให้เกิดปัญหาแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่ศึกษาคือ ป้ายผ้าบังแดด คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาได้แก่ ป้ายแขวนใต้กันสาด คิดเป็นร้อยละ 46.67 และป้ายยื่นหน้าอาคาร คิดเป็นร้อยละ 35.33 ผู้บริโภคจะประสบปัญหาจากสื่อป้ายโฆษณาบริเวณฟุตบอลบาส คิดเป็นร้อยละ 68.00



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 2 สภาพปัญหาในการติดตั้งป้ายโฆษณา

ตารางที่ 4.12 แสดงการจำแนกสภาพปัญหาในการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณา

สภาพปัญหาในการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณา (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)	จำนวน	ร้อยละ
1. ท่านคิดว่าป้ายโฆษณาจะก่อให้เกิดปัญหากับท่านในเรื่องใดบ้าง		
อันตรายขณะสัญจร (เดินชนป้าย)	85	56.67
ปัญหาการระบายอากาศ	5	3.33
บดบังมุมมองขณะสัญจร	50	33.33
อันตรายจากป้ายหักล้มลงมา	81	54.00
เสียดสมาธิขณะขับรถ (แสงบาดตา)	31	20.67
อื่นๆ (โป๊วครระบุ) (ปิดบังช่องทางหนีไฟ)	17	11.33
2. ป้ายโฆษณาส่งผลกระทบต่อชุมชนเมืองอย่างไร		
สวยงามเหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจ	20	13.33
ไม่เป็นระเบียบรกรุงรัง	125	83.33
บดบังทัศนียภาพและมุมมองของถนน	70	46.67
3. ป้ายโฆษณาเสื่อมสภาพก่อให้เกิดปัญหาต่อชุมชนเมือง และตัวท่านอย่างไร		
ไม่เป็นระเบียบ, รกรุงรัง	68	45.33
อาจเกิดอันตราย ป้ายหักล้มลงมา	120	80.00
ควรมีการตรวจสอบความแข็งแรง	35	23.33
4. ท่านมีมาตรการควบคุมหรือแนวทางแก้ไขป้ายโฆษณาที่ผิดกฎหมายอย่างไร		
แก้ไขให้ถูกต้องตามกฎหมาย	115	76.67
มีการจำกัดเฉพาะป้ายที่จะเกิดขึ้นใหม่	54	36.00
อื่นๆ (โป๊วครระบุ) (ปลดออก)	17	11.33

จากตารางจะพบว่า สื่อป้ายโฆษณาจะก่อให้เกิดปัญหาแก่ผู้ที่มีความเกี่ยวข้องกับพื้นที่ศึกษาในเรื่องอันตรายขณะสัญจร (เดินชนป้าย) คิดเป็นร้อยละ 56.67 และอันตรายจากสื่อป้ายโฆษณาหักล้มลงมา คิดเป็นร้อยละ 54.00 รองลงมาคือการบดบังมุมมองขณะสัญจร คิดเป็นร้อยละ 33.33 ปัญหาที่เกิดขึ้นต่อพื้นที่ศึกษาส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องของความไม่เป็นระเบียบ รกรุงรัง คิดเป็นร้อยละ 83.33 รองลงมาคือ การบดบังทัศนียภาพและมุมมองของถนนคิดเป็นร้อยละ 46.67

ปัญหาที่เกิดจากป้ายโฆษณาเสื่อมสภาพ คือ อันตรายจากป้ายหักล้มลงมา คิดเป็นร้อยละ 80.00 รองลงมาคือความไม่เป็นระเบียบและรกรุงรัง คิดเป็นร้อยละ 45.33 มาตรการที่ควรดำเนินการสำหรับสื่อป้ายโฆษณาที่ผิดกฎหมายควรจะแก้ไขให้ถูกต้องตามกฎหมาย คิดเป็นร้อยละ 76.67



ส่วนที่ 3 ขนาดของสื่อป้ายโฆษณา

ตารางที่ 4.13 แสดงการจำแนกขนาดของสื่อป้ายโฆษณา

ขนาดของสื่อป้ายโฆษณา	จำนวน	ร้อยละ
1. ท่านคิดว่าควรมีการปิดบังโครงสร้างของสื่อป้ายโฆษณาหรือไม่		
ควร	75	50.00
ไม่ควร	70	46.67
อื่น ๆ (โปรดระบุ) (ไม่ออกความคิดเห็น)	5	3.33
2. การนำวัสดุสะท้อนแสง (กระจก, ตังกะสี) มาใช้ในสื่อป้ายโฆษณาส่งผลให้แสงสะท้อนจากแสงแดดเข้าสู่ดวงตาท่านขณะสัญจรหรือไม่		
ส่งผลกระทบต่อ	130	86.67
ไม่ส่งผลกระทบต่อ	7	4.67
อื่น ๆ (โปรดระบุ) (ไม่ออกความคิดเห็น)	13	8.67
3. การนำสีมาใช้ในสื่อป้ายโฆษณาส่งผลต่อตัวท่านและชุมชนอย่างไร		
สีสะท้อนสายตาระหว่างสัญจร	85	56.67
ทำให้บ้านเมืองมีความสกปรก	30	20.00
อื่น ๆ (โปรดระบุ) (ทำลายเอกลักษณ์ของชุมชน)	35	23.33

จากตารางจะพบว่า ควรให้มีการปิดบังโครงสร้างของสื่อป้ายโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 50.00 และไม่ควรมีการนำวัสดุสะท้อนแสง (กระจก, ตังกะสี) มาใช้ในสื่อป้ายโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 46.67 การนำสีมาใช้ในการสื่อป้ายโฆษณา ควรจะคำนึงถึงสีสะท้อนสายตาระหว่างสัญจรเป็นหลัก คิดเป็นร้อยละ 56.67

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

ในการทำวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาแนวทางในการควบคุมสื่อป้ายโฆษณาที่ติดตั้งกับอาคารในถนนเขาวราช โดยได้กำหนดวัตถุประสงค์ไว้คือ

1. เพื่อศึกษาแนวทางควบคุมของพระราชบัญญัติ และกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับสื่อป้ายโฆษณา
2. ศึกษาผลกระทบของสื่อป้ายโฆษณาที่มีผลต่อสถาปัตยกรรม และผังเมืองภายในถนนเขาวราช ตามความคิดเห็นของนักวิชาการและผู้บริโภค
3. กำหนดแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขสื่อป้ายโฆษณาให้มีความสอดคล้องกับสภาพแวดล้อม และองค์ประกอบอื่นๆ ในปัจจุบันและอนาคต

5.1.1 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสำรวจ

โดยสามารถสรุปผลการวิจัยที่ได้จากบทที่ 4 ออกเป็น 2 ตอน

ตอนที่ 1 แนวทางในการสำรวจสื่อป้ายโฆษณา โดยศึกษาจากพระราชบัญญัติ และกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง

ตอนที่ 2 แนวทางในการสำรวจการใช้ดี วัสดุสะท้อนแสง และการใช้แสงสว่างภายในสื่อป้ายโฆษณา

ตอนที่ 1 แนวทางในการสำรวจสื่อป้ายโฆษณา โดยศึกษาจากพระราชบัญญัติ และกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาพบว่าในถนนเขาวราช ป้ายโฆษณาในลักษณะที่ยื่นจากผนังด้านหน้าของอาคารมีการติดตั้งมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ป้ายผนังที่ติดตั้งด้านหน้าของอาคาร บริเวณแยกถนนทรงสวัสดิ์ ไปจนถึงแยกถนนมหาจักร เช่นบริเวณที่มีสื่อป้ายโฆษณาในลักษณะต่างๆ ติดตั้งมากที่สุด ป้ายโฆษณาในลักษณะต่างๆ ในถนนเขาวราชมีการติดตั้งไม่ถูกต้องตามพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร ระเบียบกรุงเทพมหานคร ว่าด้วยการขออนุญาตติดตั้งป้ายโฆษณา และกฎระเบียบต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง สามารถพบเห็นได้ทั่วไป ดังนี้

1. ลักษณะการติดตั้งป้ายคร่อมหรือเหนือสถานที่สาธารณะ ป้ายในลักษณะนี้จะไม่มีรูปแบบและขนาดที่แน่นอนชัดเจน
2. ป้ายหรือ โครงป้ายขนาดใหญ่ที่ติดตั้งบนหลังคาอาคารฟ้าของอาคาร ซึ่งร่นแนวระยะห่างจากเขตทางสาธารณะ หรือที่สาธารณะไม่ถึง 6.00 เมตร ป้ายในลักษณะนี้จะมีรูปแบบสี่เหลี่ยมผืนผ้า ขนาด 72.00 ตารางเมตร
3. ลักษณะของป้ายที่เป็นอาคารที่ติดตั้งบนหลังคาอาคารฟ้าของอาคาร ซึ่งจะต้องถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของอาคาร และมีความสูงกว่าระดับพื้นดินเกินสองเท่าของระยะจากผนังด้านหน้าของอาคารจดแนวถนนปากตรงข้าม ป้ายในลักษณะนี้มีรูปแบบสี่เหลี่ยมจัตุรัส ขนาด 27.50 ตารางเมตร
4. ลักษณะของป้ายที่ติดตั้งบังช่องลม หน้าต่าง หรือประตูของอาคาร ป้ายในลักษณะนี้มีรูปแบบสี่เหลี่ยมผืนผ้า ขนาดของป้ายจะขึ้นอยู่กับความสูงและความกว้างของตัวอาคาร
5. การติดตั้งป้ายหรือ โครงป้ายใต้กันสาดชั้นล่างของอาคาร ในลักษณะแขวนเหนือทางเท้า ป้ายในลักษณะนี้มีรูปแบบสี่เหลี่ยมผืนผ้า ขนาด 1.00-3.00 ตารางเมตร
6. ลักษณะของป้ายหรือ โครงป้ายที่ติดตั้งที่ผนังของอาคาร และมีความสูงกว่าตัวอาคาร ป้ายในลักษณะนี้ประกอบด้วย ป้ายผนังที่ติดตั้งด้านหน้าอาคาร มีรูปแบบสี่เหลี่ยมผืนผ้า ไม่มีขนาดที่แน่นอนและชัดเจน แต่จะมีความสูงกว่าตัวอาคาร 1.00-3.00 เมตร ป้ายยื่นจากผนังด้านหน้าของอาคาร ตัวป้ายจะมีรูปแบบสี่เหลี่ยมขนาด 1.00 ตารางเมตร หลายชิ้นวางเรียงเป็นแนวตั้ง และมีความสูงกว่าตัวอาคาร 1.00-5.00 เมตร
7. ลักษณะของป้ายผ้าบังแดดที่แขวนต่ำกว่า 2.00 เมตร ป้ายในลักษณะนี้มีรูปแบบสี่เหลี่ยมผืนผ้า ขนาด 8.00 ตารางเมตร
8. ป้ายและ โครงป้ายที่ติดตั้งที่ผนังของอาคาร ในลักษณะที่ยื่นล้ำออกไปเหนือสถานที่สาธารณะ ป้ายในลักษณะนี้ประกอบด้วยป้ายที่ยื่นจากอาคารที่ติดตั้งด้านหน้าของอาคารมีรูปแบบสี่เหลี่ยมขนาด 1.00 ตารางเมตร หลายชิ้นวางเรียงเป็นแนวตั้ง มีความสูง 3.00 -10.00 เมตร และจะมีการยื่นจากตัวอาคาร 2.00-5.00 ป้ายที่ติดตั้งบริเวณใต้กันสาด มีรูปแบบสี่เหลี่ยมผืนผ้าขนาด 1.00-1.50 ตารางเมตร
9. ลักษณะของป้ายชั่วคราวที่ไม่ได้ติดแนบกับรั้วหรือผนังของอาคาร ป้ายในลักษณะนี้จะมีรูปแบบสี่เหลี่ยมผืนผ้า ขนาดจะไม่แน่นอนชัดเจน
10. ลักษณะของป้ายเก่าเสื่อมสภาพที่ติดตั้งกับอาคาร ป้ายในลักษณะนี้จะไม่มีรูปแบบและขนาดที่แน่นอนชัดเจน

ตำแหน่งที่มีการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณาในลักษณะต่างๆ มากที่สุด ได้แก่ บริเวณผนังด้านหน้าของอาคาร และบริเวณใต้กันสาดชั้นล่างของอาคาร ในบริเวณหลังคาอาคารฟ้า และส่วนอื่นๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ของอาคารจะมีการติดตั้งน้อยโดยจะขึ้นอยู่กับประเภทของป้ายโฆษณา และลักษณะในการติดตั้ง โครงสร้างที่ติดตั้งป้ายจะทำจากโลหะประเภทเหล็ก แต่สภาพการติดตั้งไม่มีความปลอดภัยเพียงพอ ปัญหาจากการติดตั้งป้ายโฆษณาในลักษณะต่างๆ ก่อให้เกิดความสกปรกรกรุงรัง บดบังทัศนียภาพ ของถนน การกีดขวางทางสัญจรบนทางเท้า ความปลอดภัยของผู้สัญจรอันเนื่องมาจากป้ายโฆษณา ขาดความมั่นคงแข็งแรง ไม่สามารถควบคุมรูปแบบของงานสถาปัตยกรรมได้เท่าที่ควรเป็นไป ตลอดจนอันตรายต่อผู้อยู่อาศัยหรือใช้สอยภายในอาคาร เนื่องจากขาดการระบายอากาศที่ดี และ ป้ายโฆษณาบดบังทางหนีไปจากภายในอาคาร หรือทางที่บุคคลภายนอกจะสามารถเข้าไปช่วยเหลือ ผู้ที่อยู่ในอาคารในกรณีที่เกิดเพลิงไหม้

ตอนที่ 2. แนวทางในการสำรวจใช้สี วัสดุสะท้อนแสง และการใช้แสงสว่างภายในสื่อป้ายโฆษณา

การนำสีมาใช้ในถนนเขาวราชจะมีความหลากหลาย ป้ายที่ยื่นจากตัวอาคาร และป้ายผนัง ด้านหน้าอาคาร มีการนำสีมาใช้มากที่สุด และป้ายที่ติดตั้งในทิศเหนือของถนนเขาวราช สีจะ สะท้อนแสงแดดเข้าสู่ดวงตาผู้สัญจร

บริเวณแยกถนนผดุงคำว ไปจนถึงแยกถนนราชวงศ์ ป้ายโฆษณาจะมีการนำวัสดุสะท้อน แสงประเภทสังกะสีมาใช้มากที่สุด ในช่วงเวลา 12.00-16.00 น. วัสดุสะท้อนแสงในป้ายผนังด้าน หน้าอาคารที่ติดตั้งในทิศเหนือจะมีการสะท้อนแสงมากที่สุด

ในถนนเขาวราชป้ายโฆษณาประเภทต่างๆ จะนำไฟฟลูออเรสเซนต์มาใช้มากที่สุด รองลง มาได้แก่ไฟสปอร์ตไลท์ และไฟขดตามลำดับ ป้ายผนังของอาคารและป้ายที่ยื่นจากตัวอาคารจะมี การนำมาใช้มากที่สุดในช่วงเวลา 19.00-22.00 น. เป็นช่วงเวลาที่มีการให้แสงสว่างในป้ายโฆษณา และจะส่งผลกระทบต่อผู้สัญจร

การใช้สี วัสดุสะท้อนแสง และการให้แสงสว่างในสื่อป้ายโฆษณาที่ขาดการควบคุม จะส่ง ผลเสียต่อผู้สัญจรทางถนนในกรณีที่มีการสะท้อนแสงเข้าสู่ดวงตาผู้สัญจร ทำให้เสียสมาธิในขณะที่ ขับขี่ยานพาหนะ

5.1.2 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์

โดยสามารถสรุปผลจากการวิจัยได้จากบทที่ 4 ออกเป็น 3 ตอน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

ตอนที่ 2 ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับพระราชบัญญัติ และกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง กับสื่อป้ายโฆษณา

ตอนที่ 3 ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมในการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนุญาตเห็นาไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

นักวิชาการในสาขาต่างๆ ที่ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่จะเป็นเพศชาย มีอายุอยู่ในช่วง 20-40 ปี มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรีระยะเวลาในการทำงานมากกว่า 10 ปี

ในบริเวณพื้นที่ศึกษาจะประกอบไปด้วยผู้อยู่อาศัยและสัญจรส่วนใหญ่จะเป็นเพศชาย เฉลี่ยจะมีอายุระหว่าง 30-40 ปี รองลงมาจะมีอายุระหว่าง 20-30 ปี ระดับวุฒิการศึกษาอยู่ในเกณฑ์ที่ต่ำกว่าปริญญาตรี รองลงมาได้แก่ปริญญาตรี เป็นที่น่าสังเกตว่าส่วนใหญ่ของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จะประกอบอาชีพค้าขายและรับราชการ ซึ่งมีความสัมพันธ์กับสื่อป้ายโฆษณาในถนนเยาวราช

ตอนที่ 2 ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับพระราชบัญญัติ และกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับสื่อป้ายโฆษณา

1. การควบคุมเกี่ยวข้องกับตำแหน่งหรือสถานที่ติดตั้งป้าย

พระราชบัญญัติและกฎระเบียบต่างๆ ที่ใช้ควบคุมสื่อป้ายโฆษณาในลักษณะต่างๆ ในปัจจุบัน สามารถแยกพิจารณาตามการควบคุมเกี่ยวข้องกับตำแหน่งหรือสถานที่ติดตั้งป้ายพบว่าหัวข้อที่มีข้อบกพร่อง มีดังนี้

1.1 กรุงเทพมหานคร ไม่อนุญาตให้ติดตั้งป้ายโฆษณาทุกชนิด โดยการติดคร่อมถนน หรือทางสาธารณะบริเวณวงเวียน อนุสรณ์ สะพาน สะพานลอย สะพานลอยคนข้าม เกาะกลางถนน สวนหย่อม สวนสาธารณะ บนทางเท้า ต้นไม้ และเสาไฟฟ้า ซึ่งอยู่ในที่สาธารณะเว้นแต่การติดตั้งเพื่องานราชพิธี รัฐพิธี การต้อนรับราชอาคันตุกะหรือแขกเมืองของรัฐบาล หรือในกรณีที่กรุงเทพมหานคร เห็นสมควร (ระเบียบกรุงเทพมหานคร ว่าด้วยการขออนุญาตติดตั้งป้ายโฆษณา พ.ศ. 2522 ข้อ 7) ข้อบกพร่องของกฎหมายข้อนี้ นักวิชาการได้ให้แนวคิดไว้ว่า การที่กฎหมายข้อนี้ให้อยู่ดุลพินิจของทางกรุงเทพมหานครนั้น ไม่มีอะไรเป็นตัววัดที่แน่นอน ดังนั้นควรกำหนด Zone ในการติดตั้ง ป้ายเพื่องานพิธี รัฐพิธี โดยกำหนดให้แต่ละเขตการปกครองกำหนด Zone ที่สามารถติดตั้ง

1.2 ป้ายโฆษณาชั่วคราวที่เกี่ยวกับการกุศล สาธารณประโยชน์ และป้ายนั้นทำด้วยผ้า หรือกระดาษ ซึ่งไม่เป็นอาคาร อนุญาตให้ติดตั้งได้เฉพาะกาสติดแนบกับรั้ว หรือผนังของอาคารเท่านั้น ขนาดความสูงของป้ายต้องไม่สูงกว่าตัวอาคารหรือรั้วที่ขออนุญาตติดตั้ง (ระเบียบกรุงเทพมหานคร ว่าด้วยการขออนุญาตติดตั้งป้ายโฆษณา พ.ศ. 2522 ข้อ 8) ข้อบกพร่องของกฎหมายข้อนี้ นักวิชาการได้ให้แนวคิดไว้ว่า ขนาดข้อบังคับในเรื่องของขนาดและความสูงของตัวป้ายที่ชัดเจน ควรกำหนดขนาดและรูปทรงของป้ายชั่วคราวที่ชัดเจนขึ้น เช่น ป้ายโฆษณาชั่วคราวที่มีขนาดไม่เกิน 1.00 ตารางเมตร อนุญาตให้ติดตั้งได้เฉพาะแนบกับรั้วหรือผนังของอาคารเท่านั้น

ความสูงของป้ายต้องไม่สูงกว่า 4.00 เมตร ของตัวอาคาร หรือความสูงของรั้วที่ขออนุญาตติดตั้ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.3 ป้ายหรือโครงป้ายที่ติดตั้งบนอาคาร ต้องห่างจากเขตทางหรือที่สาธารณะไม่น้อยกว่า 6.00 เมตร และอนุญาตให้ติดตั้งได้เฉพาะหลังคา หรือคานฟ้าที่เป็นคอนกรีตเสริมเหล็กเท่านั้น (ระเบียบกรุงเทพมหานคร ว่าด้วยการขออนุญาตติดตั้งป้ายโฆษณา พ.ศ. 2522 ข้อ 12 และข้อบัญญัติกรุงเทพมหานคร เรื่องควบคุมการก่อสร้างอาคาร พ.ศ. 2522 ข้อ 82 (1)) ข้อบกพร่องของกฎหมายข้อนี้ นักวิชาการให้แนวคิดว่าการที่กฎหมายไม่ได้ระบุลักษณะและขนาดของป้ายที่ชัดเจนตลอดจนโครงสร้างควรออกกฎเกณฑ์ที่ชัดเจนและแข็งแรง เพื่อความปลอดภัยของผู้อยู่อาศัยและผู้สัญจร เช่น ป้าย หรือ โครงป้ายที่ติดตั้งบนอาคาร ควรมีรูปทรงสี่เหลี่ยมจัตุรัส และอนุญาตให้ติดตั้งได้เฉพาะหลังคา หรือคานฟ้าที่เป็นคอนกรีตเสริมเหล็กเท่านั้น วัสดุที่ใช้ทำโครงสร้างเป็นเหล็กหรือวัสดุถาวรที่มีคุณภาพเทียบเท่า

2. การควบคุมความสูงของป้าย

พระราชบัญญัติและกฎระเบียบต่างๆ ที่ใช้ควบคุมสื่อป้ายโฆษณาในลักษณะต่างๆ ในปัจจุบัน โดยแยกพิจารณาจากการควบคุมความสูงของป้าย พบว่า หัวข้อกฎหมายที่มีข้อบกพร่อง มีดังนี้

2.1 การติดตั้งป้ายบนพื้นดินในที่ของเอกชน อนุญาตให้ติดตั้งสูงได้ไม่เกิน 15 เมตร ถ้าโครงสร้างเป็นไม้ต้องมีรัศมีห่างจากที่สาธารณะเท่ากับความสูงของป้ายที่ติดตั้งทุกด้าน ถ้าโครงสร้างเป็นเหล็กหรือวัสดุถาวรที่มีคุณภาพเทียบเท่า อนุญาตให้ติดตั้งชิดเขตสาธารณะได้ ขอบล่างของป้ายที่ไม่มีแสงไฟ ต้องสูงไม่น้อยกว่า 2.00 เมตร ถ้ามีแสงไฟ ความสูงดังกล่าวต้องไม่น้อยกว่า 5.00 เมตร (ระเบียบกรุงเทพมหานคร ว่าด้วยการขออนุญาตติดตั้งป้ายโฆษณา พ.ศ. 2522 ข้อ 10) ข้อบกพร่องของกฎหมายข้อนี้ นักวิชาการให้แนวคิดไว้ว่า ป้ายโฆษณาที่โครงสร้างเป็นเหล็กหรือวัสดุถาวรที่มีคุณภาพเทียบเท่า อนุญาตให้ติดตั้งชิดเขตสาธารณะได้ ซึ่งจะก่อให้เกิดอันตรายขณะสัญจร ควรมีระยะถอยร่นเข้าไปจากเขตทางสาธารณะ 6.00 เมตร

3. การควบคุมสาระของการโฆษณา

พระราชบัญญัติและกฎระเบียบต่างๆ ที่ใช้ควบคุมสื่อป้ายโฆษณาในลักษณะต่างๆ ในปัจจุบัน โดยแยกพิจารณาจากการควบคุมสาระของการโฆษณา พบว่าหัว ข้อกฎหมายที่มีข้อบกพร่อง มีดังนี้

3.1. ห้ามโฆษณาที่ผ้าบังแดดยกเว้นคำขวัญของทางราชการ และส่วนต่ำสุดของผ้าบังแดด ต้องสูงไม่น้อยกว่า 2.00 เมตร (ระเบียบกรุงเทพมหานคร ว่าด้วยการขออนุญาตติดตั้งป้ายโฆษณา พ.ศ. 2522 ข้อ 20) ข้อบกพร่องของกฎหมายข้อนี้ นักวิชาการให้แนวคิดว่า ข้อความหรือคำขวัญของทางราชการ โดยไม่ได้กล่าวถึงรูปภาพต่างๆ ที่ควรบังคับ ทำให้เกิดช่องว่างในการละเมิดกฎหมายได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. ป้ายที่ติดตั้งในถนนเยาวราชที่ผิดพระราชบัญญัติและกฎระเบียบต่างๆ

มีแนวทางในการดำเนินการปรับปรุงแก้ไขในลักษณะที่ต่างๆ กัน โดยขึ้นอยู่กับประเภทของสื่อป้ายโฆษณา และตำแหน่งในการติดตั้ง ดังนี้

ป้ายโฆษณาที่ควรปรับปรุงให้ถูกต้องตามกฎหมาย ประกอบไปด้วยป้ายผ้าบังแดดที่อยู่ในระดับที่ต่ำกว่า 2.00 ป้ายที่ติดตั้งบนคานฟ้าของอาคาร ซึ่งร่นระยะห่างจากเขตทางสาธารณะไม่ถึง 6.00 เมตร และป้ายที่ติดตั้งที่ผนังอาคาร แต่มีความสูงต่ำกว่าตัวอาคาร

ป้ายที่ควรปรับปรุงให้ถูกต้องตามกฎหมาย และสภาพแวดล้อมของย่านการค้า ประกอบไปด้วย ป้ายที่ติดตั้งในลักษณะแขวนได้กั้นเสา ป้ายที่ติดตั้งปิดบังช่องลม หน้าต่าง ประตู ประตูของอาคาร และป้ายที่ยื่นล้ำออกไปเหนือสถานที่สาธารณะ ป้ายทั้งสามประเภทควรมีการออกแบบและปรับปรุงให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมของชุมชนเมือง ส่วนป้ายโฆษณาที่ติดตั้งไฟกระพริบ และแสงสะท้อนเข้าสู่ดวงตาผู้สัญจร ไปมา ควรปรับปรุงให้ถูกต้องตามกฎหมาย หรือจะทำการปลดออกก็ได้

ตอนที่ 3 ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมในการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณา

ส่วนที่ 1 ตำแหน่งในการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณา

ในการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณาประเภทต่างๆ ที่อาคาร ตำแหน่งที่เหมาะสมและควรทำการติดตั้งป้ายโฆษณา ได้แก่ บริเวณผนังด้านหน้าของอาคาร ซึ่งป้ายโฆษณาที่เหมาะสมในการติดตั้ง คือ ป้ายผนังของอาคาร ซึ่งป้ายโฆษณาในลักษณะนี้ส่วนใหญ่จะปิดบังช่องลม หน้าต่างหรือประตูของอาคาร ซึ่งมีลักษณะผิดกฎหมาย ดังนั้นควรมีการออกแบบให้ถูกต้องกฎหมาย และสอดคล้องกับสภาพแวดล้อม ป้ายที่เหมาะสมในการติดตั้งอีกประเภทคือ ป้ายยื่นที่ติดตั้งด้านหน้าของอาคาร บริเวณคานฟ้าของอาคาร ป้ายโฆษณาที่เหมาะสมในการติดตั้งคือ ป้ายBillboards และป้ายอิเล็กทรอนิกส์ ในตำแหน่งนี้จะมีผลโดยตรงต่อทัศนียภาพโดยรวมของเมืองและความปลอดภัย ดังนั้นในการติดตั้งป้ายที่ตำแหน่งนี้จำเป็นต้องมีการออกแบบที่ดี และบริเวณได้กั้นเสา ป้ายโฆษณาที่เหมาะสมในการติดตั้งคือ ป้ายผ้าบังแดด และป้ายที่แขวนได้กั้นเสา แต่ป้ายที่แขวนได้กั้นเสาจะมีลักษณะที่ผิดกฎหมาย ป้ายประเภทนี้ควรมีการปรับปรุงให้ถูกต้องกฎหมายและสภาพแวดล้อมของย่านการค้า ส่วนตำแหน่งที่ก่อให้เกิดปัญหามากที่สุด ได้แก่ บริเวณได้กั้นเสาชั้นล่างของอาคาร ซึ่งมีผลกระทบต่อผู้สัญจรในเรื่องของความปลอดภัย รองลงมาคือในตำแหน่งด้านหน้าของอาคาร และคานฟ้าของอาคาร ซึ่งในตำแหน่งนี้จะมีผลกระทบต่อทัศนียภาพของชุมชนเมือง ในการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณาจึงควรมีการออกแบบให้ถูกต้องตามพระราชบัญญัติและกฎระเบียบต่างๆ ตลอดจนสอดคล้องกับเอกลักษณ์ของท้องถิ่น ทัศนียภาพโดยรวมของชุมชนเมือง และความปลอดภัยของผู้สัญจร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ป้ายโฆษณาที่ประชากรที่มีความเกี่ยวข้องกับพื้นที่ศึกษาประสบปัญหามากที่สุด คือ ป้ายผ้าบังแดด รองลงมาได้แก่ป้ายแขวนใต้กันสาด และป้ายขึ้นหน้าอาคาร ส่วนใหญ่ประชาชนจะประสบปัญหาจากสื่อป้ายโฆษณาบริเวณฟุตบอล จากสื่อป้ายโฆษณาที่ติดตั้งผิดกฎหมาย ส่วนป้ายที่ยื่นจากการจะส่งผลเสียต่อผู้สัญจรทางถนนโดยตรง

ส่วนที่ 2 สภาพปัญหาในการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณา

ปัญหาของสื่อป้ายโฆษณาที่ติดตั้งกับอาคารประเภทต่างๆ ส่งผลเสียต่อผู้อยู่อาศัยในอาคาร ในเมืองต่างๆ ดังนี้ เรื่องการระบายอากาศ และการถ่ายเทอากาศภายในอาคาร ปัญหาประเภทนี้จะเกิดจากการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณาปิดบังช่องลม หน้าต่างหรือประตูของอาคาร นอกจากนี้ยังมีปัญหาอันตรายต่อเนื่องมาจากสื่อป้ายโฆษณาขาดความแข็งแรงและหักล้มลงมา ปัญหาประเภทนี้เกิดจาก ป้ายโฆษณาที่แขวนใต้กันสาด ป้ายที่ยื่นล้ำออกไปเหนือสถานที่สาธารณะ และป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ที่ติดตั้งบนหลังคาอาคาร ส่วนปัญหารองลงมาคือ ปัญหาป้ายโฆษณาปิดบังทางหนีไฟ และการนำแสงสว่างธรรมชาติเข้ามาใช้ในอาคาร ปัญหาประเภทนี้เกิดขึ้นโดยตรงจากการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณาปิดบังช่องลมหน้าต่างหรือประตูของอาคาร

ผลเสียของสื่อป้ายโฆษณานอกจากจะส่งผลเสียต่อผู้อยู่อาศัยในอาคารแล้ว ยังส่งผลเสียต่อผู้สัญจรในถนน ในเรื่องของอันตรายต่างๆ จากป้ายโฆษณาหักล้มลงมา ปัญหาประเภทนี้เกิดจากการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณาผิดพระราชบัญญัติและกฎระเบียบ ตลอดจนสื่อป้ายโฆษณาขาดความแข็งแรง ปัญหารองลงมาได้แก่ การกีดขวางทางสัญจร อันเนื่องมาจากการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณายื่นล้ำออกไปเหนือสถานที่สาธารณะ นอกจากการกีดขวางทางสัญจรแล้วยังทำให้ทัศนียภาพสองข้างทางไม่มีความสวยงามส่งผลเสียต่อการสัญจรทางเท้า เช่น การเดินชนสื่อป้ายโฆษณา ปัญหาประเภทนี้จะเกิดจากป้ายผ้าบังแดดที่ติดตั้งผิดพระราชบัญญัติและกฎระเบียบ

สื่อป้ายโฆษณาที่ส่งผลเสียต่อชุมชน ได้แก่ สื่อป้ายโฆษณาบดบังทัศนียภาพและทัศนวิสัย และทำให้เมืองขาดความเป็นระเบียบ ซึ่งป้ายโฆษณาที่ส่งผลเสียในด้านนี้คือ ป้ายโฆษณาที่ยื่นล้ำออกไปเหนือสถานที่สาธารณะ และป้ายโฆษณาบนหลังคาอาคาร ปัญหารองลงมาคือ ไม่สามารถควบคุมรูปแบบของงานสถาปัตยกรรม ปัญหาประเภทนี้เกิดจากสื่อป้ายโฆษณาที่ติดตั้งที่ผนังด้านหน้าของอาคารเป็นส่วนใหญ่ ปัญหาประเภทนี้สามารถควบคุมได้ หากมีการออกแบบและจัดปรับปรุงให้ถูกต้องตามพระราชบัญญัติและกฎระเบียบ

นอกจากการปรับปรุงแก้ไขสื่อป้ายโฆษณาที่ผิดพระราชบัญญัติและกฎระเบียบแล้ว สื่อป้ายโฆษณาอีกประเภทที่ควรมีการดำเนินการคือป้ายโฆษณาที่เสื่อมสภาพ ป้ายประเภทนี้ผู้บริโภคให้ความเห็นว่า จะเกิดอันตรายจากป้ายหักล้มลงมา รองลงมาคือความไม่เป็นระเบียบรกรุงรัง นักวิชาการมีความเห็นว่า ควรมีการตรวจสอบความมั่นคง แข็งแรงของป้าย และหาแนวทาง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แก้ไขโดยการควบคุมอายุการใช้งานของป้ายประเภทนี้ นักวิชาการได้ให้แนวคิดเสริมในส่วนของ การออกกฎหมายให้มีความรัดกุมมากขึ้น และมีการบังคับใช้ในส่วนของสื่อป้ายโฆษณาที่เสื่อมสภาพ

ส่วนที่ 3 ขนาดของสื่อป้ายโฆษณา

รูปแบบของสื่อป้ายโฆษณาที่สามารถนำมาใช้ในพื้นที่ศึกษา ควรจะมีลักษณะ

เป็นหลัก ซึ่งประกอบด้วย ป้ายโฆษณาบนหลังคาอาคารป้าย Billboards ซึ่งป้าย Billboards สามารถเปลี่ยนแปลงรูปแบบได้ในลักษณะ ป้ายผนังที่ติดด้านหน้าอาคาร ป้ายแขวนได้กันเสา และป้ายอิเล็กทรอนิกส์ รูปแบบของป้ายในลักษณะ จะเหมาะสมกับสื่อป้ายโฆษณาประเภทที่อื่นจากตัวอาคาร

อายุการใช้งานของสื่อป้ายโฆษณาประเภทต่างๆ ควรมีอายุประมาณ 5 ปี โดยเมื่อมีอายุครบ 1 ปี ควรจัดให้มีการตรวจสอบความมั่นคงแข็งแรงของป้ายและสภาพการใช้งาน เพื่อความปลอดภัยและสภาพแวดล้อมของชุมชนเมือง ในส่วนของโครงสร้างของสื่อป้ายโฆษณา ผู้บริโภคให้แนวคิดควรมีการปิดบังโครงสร้างและไม่ควรนำวัสดุสะท้อนแสง (กระจก, สังกะสี) มาใช้เป็นที่หลักในป้ายโฆษณา

ส่วนที่ 4 การใช้สีและแสงในสื่อป้ายโฆษณา

ในการนำสีต่างๆ ไปใช้ในสื่อป้ายโฆษณา สิ่งที่ต้องคำนึงถึงมากที่สุด คือ สภาพแวดล้อมของอาคารข้างเคียง รองลงมาคือผลเสียที่เกิดต่อผู้สัญจร จะเห็นได้ว่าการออกแบบและติดตั้งสื่อป้ายโฆษณาที่อาคาร มีความจำเป็นที่จะต้องศึกษาถึงสภาพชุมชน งานสถาปัตยกรรม ตลอดจนความปลอดภัยของประชาชนในชุมชนเมือง สีที่เหมาะสมที่สุดที่ควรนำไปใช้ในพื้นที่ศึกษา คือ สีแดง รองลงมาคือ สีเหลือง ซึ่งตรงกับความเชื่อของชาวจีนที่ว่าสีแดงเป็นสีแห่งความโชคดี และเป็นเอกลักษณ์ของย่านชาวจีน ในการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณา สิ่งที่ต้องนึกถึงในยามคำนึงคือ แสงสว่างที่ส่องสว่างให้กับสื่อป้ายโฆษณา ในการนำแสงสว่างไปใช้ในสื่อป้ายโฆษณา สิ่งแรกที่ควรนึกถึง คือ อันตรายขณะสัญจร เช่น การจราจรบนท้องถนน ที่มีผลกระทบจากแสงไฟจากสื่อป้ายโฆษณาสะท้อนเข้าสู่ดวงตา ซึ่งมีผลต่อสมาชิกในการขับขี่รถยนต์ยานพาหนะ รองลงมาคือ ความเหมาะสมของชุมชน และสภาพแวดล้อมของอาคารข้างเคียงให้มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย

ในการนำแสงมาใช้กับสื่อป้ายโฆษณาที่ติดตั้งกับอาคาร ประเภทของแสงสว่างที่เหมาะสมในการนำไปใช้งานมากที่สุด คือ ฟลูออเรสเซนต์ มีความเหมาะสมกับป้ายที่อื่นจากตัวอาคาร สำหรับป้ายผนังด้านหน้าอาคารสามารถนำไฟคมาประยุกต์ใช้กับไฟฟลูออเรสเซนต์ แต่เป็นที่น่าสังเกตว่า ป้าย Billboards สามารถนำไฟ Black light และไฟฟลูออเรสเซนต์มาใช้ควบคู่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กันหรือแยกใช้ได้ตามความเหมาะสมของสถานที่และขนาดของป้าย ส่วนป้ายอิเล็กทรอนิกส์ควรใช้ไฟกระพริบ รองลงมาคือฟลูออเรสเซนต์

5.2 อภิปราย

จากผลการศึกษาและวิจัยเรื่อง แนวทางในการควบคุมสื่อป้ายโฆษณาที่ติดตั้งกับอาคารในถนนเยาวราช มีประเด็นสำคัญที่ควรนำมาอภิปราย โดยสามารถแบ่งออกได้ตามรายละเอียด ดังนี้

5.2.1 ลักษณะการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณาในถนนเยาวราช มีการติดตั้งป้ายที่ไม่ถูกต้องตามพระราชบัญญัติและกฎระเบียบต่างๆ พบว่าป้ายโฆษณาที่ยื่นจากผนังด้านหน้าของอาคารมีการติดตั้งมากที่สุด รองลงมาได้แก่ป้ายผนังที่ติดตั้งด้านหน้าอาคาร และป้ายโฆษณาหรือโครงป้ายที่ติดตั้งได้กั้นเสาชั้นล่างของอาคาร และป้ายผ้าบังแดดด้านหน้าอาคารตามลำดับ ป้ายโฆษณาต่างๆ เหล่านี้ส่งผลกระทบต่องานสถาปัตยกรรม และสภาพแวดล้อมทางกายภาพของชุมชนเมือง ตลอดจนความปลอดภัยของผู้สัญจร รายงานของคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2541 : 33) เสนอแนะว่า ป้ายโฆษณาชื่อหน้าร้านที่มีลักษณะผิดกฎหมาย ควรมีการจัดระเบียบ อย่านำรูกลิ้าเข้าไปในเขตทางสาธารณะ ป้ายควรสูงเท่าไร ขนาดเล็กหรือใหญ่อย่างไร ควรเน้นให้มีความแข็งแรง เพราะเคยมีพายุพัดทำให้ป้ายโฆษณาพังลงมาทำอันตรายแก่ผู้สัญจร ควรให้วิศวกรตรวจสอบความมั่นคงแข็งแรงเป็นประจำ มีความสอดคล้องกับ บทความ สำนักงานเขตสัมพันธวงศ์ (2542 : 1) ว่า ในปัจจุบันมีการติดตั้งป้ายหรือสิ่งก่อสร้างขึ้นสำหรับติดตั้งป้ายในลักษณะต่างๆ เป็นจำนวนมาก ไม่มีความเป็นระเบียบ มีสภาพชำรุด ไม่มั่นคงแข็งแรง ป้ายหรือสิ่งก่อสร้างขึ้นสำหรับติดหรือตั้งป้าย โคนล้มลงมา ก่อให้เกิดความเสียหายหรือเป็นอันตรายต่อชีวิตและทรัพย์สินของประชาชน รวมทั้งทำลายสภาพสิ่งแวดล้อมหรือภูมิทัศน์ของเมือง เพื่อความเป็นระเบียบเรียบร้อยของเมือง การรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม หรือภูมิทัศน์ของเมือง ความปลอดภัยในชีวิตหรือทรัพย์สินของประชาชน ความสะดวกหรือปลอดภัยในด้านการจราจรหรือคมนาคมขนส่ง สมควรกำหนด มาตรการควบคุมการก่อสร้างอาคารประเภทป้ายโฆษณา ดังนั้นในการปรับปรุงสื่อป้ายโฆษณาในถนนเยาวราชจำเป็นต้องยึดพระราชบัญญัติและกฎระเบียบต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนต้องศึกษาถึงเอกลักษณ์ของท้องถิ่น สภาพแวดล้อมของชุมชนเมือง และลักษณะของงานสถาปัตยกรรมควบคู่ไปด้วย

5.2.1.1 การติดตั้งป้ายคร่อมหรือเหนือสถานที่สาธารณะ ข้อบัญญัติกรุงเทพมหานคร เรื่อง ควบคุมการก่อสร้างอาคาร พ.ศ. 2522 ข้อ 69 บังคับไว้ว่า ห้ามมิให้บุคคลใดปลูกสร้างอาคาร หรือส่วนของอาคารยื่นออกมาในหรือเหนือทาง หรือที่ดินสาธารณะ ซึ่งมีความสอดคล้องกับ ระเบียบกรุงเทพมหานครว่าด้วยการขออนุญาตติดตั้งป้ายโฆษณา พ.ศ. 2522 ข้อ 7 ว่าด้วย กรุงเทพมหานคร อนุญาตให้ติดตั้งป้ายโฆษณาทุกชนิด โดยการติดคร่อมถนน หรือทางสาธารณะ บริเวณวงเวียน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อนุสรณ์ สะพาน สะพานลอย สะพานลอยคนข้าม เกาะกลางถนน สวนหย่อม สวนสาธารณะ บนทางเท้า ดันไม้ และเสาไฟฟ้า ซึ่งอยู่ในที่สาธารณะเว้นแต่การติดตั้งเพื่องานราชพิธี รัฐพิธี การต้อนรับราชอาคันตุกะ หรือแขกเมืองของรัฐบาล หรือในกรณีที่ กรุงเทพมหานครเห็นสมควร ปัญหาของป้ายประเภทนี้คือการก่อให้เกิดความรกรุงรัง การบดบังทัศนียภาพ การกีดขวางทางเดินบนทางเท้า รวมทั้งยังก่อให้เกิดอันตรายต่อผู้ที่สัญจรไปมา ดังนั้นแนวทางปรับปรุงป้ายโฆษณาในลักษณะนี้ควรดำเนินการให้มีความสอดคล้องกับพระราชบัญญัติและกฎหมายต่างๆ

5.2.1.2 ป้ายหรือโครงป้ายที่ติดตั้งบนอาคารซึ่งร่นแนวระยะห่างจากเขตทางหรือที่สาธารณะไม่ถึง 6.00 เมตร ระเบียบกรุงเทพมหานคร ว่าด้วยการขออนุญาตติดตั้งป้ายโฆษณา พ.ศ. 2522 ข้อ 12 และข้อบัญญัติกรุงเทพมหานคร เรื่องการควบคุมการก่อสร้างอาคาร พ.ศ. 2522 ข้อ 82 (1) บังคับไว้ว่าป้ายหรือโครงป้ายที่ติดตั้งบนอาคาร ต้องห่างจากเขตทางหรือที่สาธารณะไม่น้อยกว่า 6.00 เมตร และอนุญาตให้ติดตั้งได้เฉพาะหลังคา หรือคาค้ำที่เป็นคอนกรีตเสริมเหล็กเท่านั้น ป้ายประเภทนี้ส่งผลให้เมืองขาดความเป็นระเบียบเรียบร้อย และยังอาจก่อให้เกิดอันตรายต่อผู้สัญจรอันเนื่องมาจากป้ายโฆษณาขาดความแข็งแรงและพังลงมา ชินศักดิ์ ตันจิกุล (2540 : 84) กล่าวว่าสื่อป้ายโฆษณาจำนวนหนึ่งก่อให้เกิดความรกรุงรัง และทำลายความเป็นระเบียบเรียบร้อยของเมือง ตลอดจนในบางครั้งก็ได้ก่อให้เกิดอันตรายอันเนื่องมาจากสื่อป้ายโฆษณาดังกล่าวขาดความมั่นคงแข็งแรงหรือติดตั้งอยู่ในตำแหน่งที่ไม่เหมาะสม เช่น อันตรายที่เกิดจากแรงลม ทำให้ป้ายล้มลงมา สร้างความเสียหายและเป็นอันตรายแก่ผู้สัญจร ดังนั้นแนวทางปรับปรุงป้ายโฆษณาในลักษณะนี้ควรดำเนินการให้มีความสอดคล้องกับข้อบัญญัติควบคุมอาคาร ข้อ 82 ตลอดจนการกำหนดป้ายโฆษณาไม่ให้สูงเกิน 6.00 เมตร จากส่วนสูงสุดของหลังคา หรือ 15 เมตรจากพื้นดิน

5.2.1.3 ลักษณะของป้ายที่เป็นอาคารบนหลังคาอาคาร ซึ่งต้องถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของอาคารด้วย และมีความสูงกว่าระดับพื้นดินเกินสองเท่าของระยะของผนังด้านหน้าของอาคารจดแนวถนนปากตรงข้าม ข้อบัญญัติกรุงเทพมหานคร เรื่อง ควบคุมการก่อสร้างอาคาร พ.ศ. 2522 ข้อ 71. บังคับไว้ว่า ห้ามมิให้ปลูกสร้างอาคาร สูงกว่าระดับพื้นดินเกินสองเท่าของระยะจากผนังด้านหน้าของอาคาร จดแนวถนนปากตรงข้าม ปัญหาของป้ายประเภทนี้ จะเป็นในส่วนของความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบ้านเมือง และอันตรายจากป้ายโฆษณาหักล้มลงมา กฎกระทรวง ฉบับที่ 55 ออกตามความในพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522 ข้อ 8 ว่าป้ายหรือสิ่งที่สร้างขึ้นสำหรับติดตั้งบนหลังคาและส่วนบนสุดของป้ายหรือสิ่งที่สร้างขึ้นสำหรับติดตั้งป้ายต้องสูงไม่เกิน 6 เมตร จากส่วนสูงสุดของหลังคาหรือคาค้ำของอาคารที่ติดตั้งป้ายนั้น ดังนั้นป้ายประเภทนี้ควรดำเนินการปรับปรุงให้ถูกต้องตามกฎหมาย ตลอดจนการกำหนดขนาดของป้ายโฆษณา ไม่ให้สูงเกิน 6.00 เมตร จากส่วนสูงสุดของหลังคา หรือ 15.00 เมตรจากพื้นดิน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.2.1.4 ลักษณะของป้ายที่ติดตั้งบังช่องลม หน้าต่างหรือประตูของอาคาร เป็นป้ายโฆษณาที่มีการติดตั้งมากที่สุด และเป็นเอกลักษณ์ของย่านการค้า ระเบียบกรุงเทพมหานคร ว่าด้วยการขออนุญาตติดตั้งป้ายโฆษณา พ.ศ. 2522 ข้อ 11 และข้อบัญญัติกรุงเทพมหานคร เรื่อง ควบคุมการก่อสร้างอาคาร พ.ศ. 2522 ข้อ 28 บังคับไว้ว่า ป้ายโฆษณาที่เป็นอาคาร ต้องติดตั้งโดยไม่บังช่องลม หน้าต่าง หรือประตู และต้องติดตั้งด้วยวัสดุอันถาวรและมั่นคงแข็งแรง ป้ายโฆษณาประเภทนี้ทำให้ทัศนียภาพสองข้างทางของถนนไม่เป็นระเบียบ ตลอดจนไม่สามารถควบคุมรูปแบบของสถาปัตยกรรมได้เท่าที่ควรเป็นไป และอันตรายต่อผู้อยู่อาศัยหรือใช้สอยภายในอาคาร เนื่องจากขาดการระบายอากาศที่ดี และป้ายโฆษณาปิดทางหนีไฟ ดังที่ ศุภศิริ ทิพทัส (2538 : 5-11) กล่าวว่า ในการออกแบบอาคาร และต่อเติมอาคารควรคำนึงถึงผู้อยู่อาศัยในอาคาร การถ่ายเทอากาศ ตลอดจนการเกิดอัคคีภัย และทางหนีไฟของอาคาร ดังนั้นแนวทางปรับปรุงป้ายโฆษณาในลักษณะนี้ควรดำเนินการให้ถูกต้องตามกฎหมาย และสภาพแวดล้อมของย่านการค้าของชาวจีน โดยการอนุโลมให้สามารถติดตั้งที่ผนังด้านหน้าบริเวณขอบกันสาดชั้นสองของอาคารไม่เกิน 25 เปอร์เซ็นต์ ของพื้นที่ด้านหน้าของอาคาร สอดคล้องกับ คำธร กุลชล (2540:56) ว่าป้ายชื่อบริษัทหรือป้ายห้างร้านที่ติดตั้งในระดับตั้งแต่ชั้นสองขึ้นไป ควรย้ายมาติดตั้งในระดับเหนือขอบกันสาดชั้นล่าง เพื่อความเป็นระเบียบเรียบร้อย และอยู่ในระดับเดียวกัน

5.2.1.5 การติดตั้งป้ายหรือโครงป้ายใกล้กันสาดชั้นล่างของอาคาร ในลักษณะแขวนเหนือทางเท้า ระเบียบกรุงเทพมหานครว่าด้วยการขออนุญาตติดตั้งป้ายโฆษณา พ.ศ. 2522 ข้อ 14 และข้อบัญญัติกรุงเทพมหานคร เรื่องควบคุมการก่อสร้างอาคาร พ.ศ. 2522 ข้อ 82 (3) บังคับไว้ว่า ห้ามติดตั้งป้ายหรือโครงป้ายได้กั้นสาดชั้นล่างของอาคาร เว้นแต่ป้ายแจ้งชื่อร้านที่ติดตั้งแนบผนังด้านหน้าของอาคาร โดยยื่นจากผนังอาคารได้ไม่เกิน 0.10 เมตร ป้ายประเภทนี้จะสร้างความไม่เป็นระเบียบเรียบร้อยของบ้านเมือง ทำให้มุมมองบนทางที่มีลักษณะแคบลงไปกว่าปกติ และก่อให้เกิดอันตรายต่อผู้สัญจรอันเนื่องมาจากป้ายขาดความมั่นคงแข็งแรง พระราชบัญญัติรักษาความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบ้านเมือง พ.ศ. 2535 มาตรา 40 บังคับไว้ว่า ห้ามมิให้ผู้ใดติดตั้ง ตาก วาง หรือแขวนสิ่งใดๆ ที่อาคารในลักษณะที่สกปรก รุงรัง หรือไม่เป็นระเบียบเรียบร้อย และมีสภาพที่ประชาชนอาจเห็นได้จากที่สาธารณะ ป้ายโฆษณาในลักษณะนี้ ควรปรับปรุงให้ถูกต้องตามกฎหมาย แต่ในทางปฏิบัติในถนนเยาวราชเป็นย่านธุรกิจ ดังนั้นในการรักษาบรรยากาศของย่านการค้าควรมีการปรับปรุงป้ายโดยกำหนดขนาดไม่เกิน 1.00 ตารางเมตร และกำหนดรูปทรงและลักษณะการใช้สีสอดคล้องกัน คำธร กุลชล (2540 : 56) ว่าป้ายโฆษณาที่ติดตั้งในระดับใต้กันสาดชั้นล่าง อนุโลมให้คงไว้เพื่อรักษาบรรยากาศของย่านธุรกิจ

5.2.1.6 ลักษณะของป้ายหรือโครงป้ายที่ติดตั้งที่ผนังของอาคาร และมีความสูงกว่าตัวอาคาร ระเบียบกรุงเทพมหานคร ว่าด้วยการขออนุญาตติดตั้งป้ายโฆษณา พ.ศ. 2522 ข้อ 13 บังคับไว้ว่า ป้ายหรือโครงป้ายที่ติดตั้งที่ผนังของอาคาร ห้ามติดตั้งสูงกว่าตัวอาคาร และห้ามยื่นล้ำออกไปเหนือที่หรือเขตทางสาธารณะ ดังนั้นป้ายโฆษณาในลักษณะนี้ ควรทำการแก้ไขโดยยึดถือระเบียบกรุงเทพมหานคร ว่าด้วยการขออนุญาตติดตั้งป้ายโฆษณา ข้อ 13 เป็นเกณฑ์ในการปรับปรุง

5.2.1.7 ลักษณะของป้ายผ้าบังแดดที่แขวนต่ำกว่า 2.00 ระเบียบกรุงเทพมหานคร ว่าด้วยการขออนุญาตติดตั้งป้ายโฆษณา พ.ศ. 2522 ข้อ 20 ส่วนต่ำสุดของผ้าบังแดดต้องสูงไม่น้อยกว่า 2.00 เมตร ป้ายประเภทนี้จะมีผลกระทบต่อผู้สัญจร และผู้อยู่อาศัยโดยตรงในเรื่องอันตรายต่อผู้ที่สัญจรไปมา ตลอดจนความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบ้านเมือง ป้ายในลักษณะนี้ควรดำเนินการปรับปรุงโดยการติดตั้งป้ายให้ส่วนต่ำสุดของป้ายสูงกว่า 2.00 เมตร จากระดับพื้นดิน เพื่อความปลอดภัยของผู้สัญจร

5.2.1.8 ป้ายและโครงป้ายที่ติดตั้งที่ผนังของอาคารในลักษณะที่ยื่นล้ำออกไปเหนือสถานที่สาธารณะ ข้อบัญญัติกรุงเทพมหานคร เรื่อง ควบคุมการก่อสร้างอาคาร พ.ศ. 2522 ข้อ 69 บังคับไว้ว่า ห้ามมิให้ปลูกสร้างอาคาร หรือส่วนของอาคารยื่นออกมาในหรือเหนือทางหรือที่ดินสาธารณะ สอดคล้องกับ ระเบียบกรุงเทพมหานคร ว่าด้วยการขออนุญาตติดตั้งป้ายโฆษณา พ.ศ. 2522 ข้อ 13 บังคับไว้ว่า ป้ายหรือโครงป้ายที่ติดตั้งที่ผนังของอาคารห้ามติดตั้งสูงกว่าตัวอาคาร และห้ามยื่นล้ำออกไปเหนือที่หรือเขตทางสาธารณะ ปัญหาที่เกิดจากป้ายประเภทนี้จะเกี่ยวกับการบดบังทัศนียภาพของเมือง ทำให้มุมมองของถนนมีลักษณะแคบลงไปและเมืองขาดระเบียบเรียบร้อย ตลอดจนความปลอดภัยของผู้สัญจรอันเนื่องมาจากป้ายโฆษณาขาดความมั่นคงแข็งแรง โสภณีย์ ผาสุขนิรันดร์ (2537 : 107) ได้กล่าวถึงการต่อเติมอาคารซึ่งมีความหมายรวมถึงการจัดวางตำแหน่งของสื่อป้ายโฆษณาไว้ว่า สื่อป้ายโฆษณา ตำแหน่งที่ติดตั้ง ต้องไม่บดบังความชัดเจน ต้องมีความสัมพันธ์ของการมองเห็นกับมุมมองของถนน ถ้าป้ายติดอยู่บนกำแพงหรืออาคาร ป้ายนั้นๆ จะกลายเป็นส่วนหนึ่งของสถาปัตยกรรมจึงควรได้รับการพิจารณาในการออกแบบ มีความสอดคล้องกับสภาพวิสัย คำนรารัตนกุล (2542 : 37) ในเรื่องการขาดความเป็นระเบียบของ Facade ของอาคารทำให้บดบังทัศนียภาพอันงดงามและความสำคัญของเมือง ปิดบังทางจราจร หรือดึงดูความสนใจของผู้ขับขี่ยวดยานพาหนะ ซึ่งนอกจากก่อให้เกิดทัศนียภาพที่ไม่น่ามองแล้วยังก่อให้เกิดอันตรายได้ ป้ายโฆษณาในลักษณะนี้ ควรปรับปรุงแก้ไขให้มีความสอดคล้องกับกฎหมายและสภาพแวดล้อมของย่านการค้า ดังนั้นควรกำหนดตำแหน่งในการติดตั้งไม่ให้มีการติดตั้งสูงกว่าตัวอาคารและควรกำหนดการยื่นของป้ายจากตัวอาคาร ได้ไม่เกิน 2.00 เมตร สอดคล้องกับร่างข้อบัญญัติกรุงเทพมหานครเรื่องกำหนดบริเวณห้ามก่อสร้าง คัดแปลงอาคารประเภทป้ายในพื้นที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กรุงเทพมหานคร (พ.ศ.2542:6) ว่า ภายในบริเวณถนนสายหลัก ห้ามมิให้บุคคลใดปลูกสร้างหรือดัดแปลงอาคารประเภทป้ายที่ขึ้นจากแนวอาคารเกิน 2 เมตร หรือมีความสูงของป้ายหรือสิ่งก่อสร้างสำหรับติดตั้งป้ายเกิน 15 เมตร หรือมีส่วนหนึ่งส่วนใดของป้ายสูงน้อกว่า 3.25 เมตร เมื่อวัดจากระดับพื้นดิน หรือติดตั้งสูงกว่าตัวอาคาร

5.2.1.9 ลักษณะของป้ายชั่วคราวที่ไม่ได้ติดแนบกับรั้วหรือผนังของอาคาร ระเบียบกรุงเทพมหานคร ว่าด้วยการขออนุญาตติดตั้งป้ายโฆษณา พ.ศ. 2522 ข้อ 8 บังคับไว้ว่าป้ายโฆษณาชั่วคราวที่เกี่ยวกับการกุศล สาธารณประโยชน์ และป้ายนั้นทำด้วยผ้าหรือกระดาษ ซึ่งไม่เป็นอาคาร อนุญาตให้ติดตั้งได้เฉพาะการติดแนบกับรั้ว หรือผนังของอาคารเท่านั้น ขนาดความสูง ของป้าย ต้องไม่สูงกว่าตัวอาคารหรือรั้วที่ขออนุญาตติดตั้ง ป้ายโฆษณาในลักษณะนี้ก่อให้เกิดผลเสียในเรื่องของความเป็นระเบียบเรียบร้อย ตลอดจนก่อให้เกิดอันตรายอันเนื่องจากป้ายโฆษณาเกาะเกาะทางเท้า พระราชบัญญัติรักษาความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบ้านเมือง พ.ศ. 2535 มาตรา 11 อนุญาตให้พนักงานท้องถิ่นหรือพนักงานเจ้าหน้าที่มีอำนาจสั่งเป็นหนังสือให้ผู้โฆษณา ปลด รื้อ ชูค ลบ หรือล้างข้อความหรือภาพโฆษณาออกไป ดังนั้น เพื่อความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบ้านเมือง ป้ายโฆษณาในลักษณะนี้ควรทำการปลดออก หรือดำเนินการปรับปรุงให้ถูกต้องตามกฎหมาย

5.2.1.10 ลักษณะของป้ายเก่าเสื่อมสภาพที่ติดตั้งกับอาคาร ระเบียบกรุงเทพมหานคร ว่าด้วยการขออนุญาตติดตั้งป้ายโฆษณา ข้อ 18. ได้บังคับป้ายโฆษณาที่ครบกำหนดอายุการขออนุญาตติดตั้งป้าย เมื่อครบกำหนดการอนุญาตแล้วจะต้องรื้อถอนหรือปลดออกให้เรียบร้อยภายในเวลาที่กำหนด ซึ่งมีความสอดคล้องกับ ข้อ 21 ในเรื่องของความสะอาดว่า ต้องรักษาความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยตลอดระยะเวลาที่ป้ายซึ่งได้รับอนุญาตติดตั้งอยู่ ป้ายประเภทนี้ก่อให้เกิดปัญหาเรื่องของความรุงรังและขาดความเป็นระเบียบเรียบร้อย ตลอดจนอันตรายจากป้ายขาดความมั่นคงแข็งแรง ระเบียบกรุงเทพมหานคร ว่าด้วยการขออนุญาตติดตั้งป้ายโฆษณา ข้อ 21 ว่า ต้องรักษาความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยตลอดระยะเวลาที่ป้ายซึ่งได้รับอนุญาตติดตั้งอยู่ สอดคล้องกับ สภาวิทย์ คำนธำรงกุล (2542 : 3) ที่กล่าวถึงป้ายโฆษณาว่า Facade ของร้านค้า และสื่อป้ายโฆษณามักจะถูกปล่อยให้ทรุดโทรม เก่า ชำรุด โดยไม่มีการดูแลเกิดความไม่สวยงาม ดังนั้น ในทางปฏิบัติป้ายโฆษณาประเภทนี้ควรมีการตรวจสอบสภาพการใช้งาน ถ้ามีสภาพทรุดโทรมให้ทำการปลดออก ถ้ามีสภาพดีให้ปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้องกฎหมาย

5.2.2 ลักษณะที่นำมาใช้ในสื่อป้ายโฆษณาในถนนเยาวราชมีกรใช้สีที่มีหลากหลาย ป้ายโฆษณาที่มีการนำสีมาใช้มากที่สุดได้แก่ป้ายที่ขึ้นจากตัวอาคาร และป้ายผนังด้านหน้าของอาคาร ผลเสียของการใช้สีที่ไม่มีการควบคุม ส่งผลกับองค์ประกอบโดยรวมของเมือง ทำลายความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน และอันตรายจากการใช้สีที่บาดตาผู้ขับขี่ยานพาหนะ สอดคล้องกับ สภาวิทย์ คำน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชำระ (2540 : 37) Facade ของร้านค้าและป้ายโฆษณา มีขนาดใหญ่ เล็กแตกต่างกัน มีการใช้สีที่มีความหลากหลายรูปแบบ เมื่อพิจารณาถึงภาพรวมของบริเวณจะเกิดความหลากหลาย ไม่คงามและเป็นระเบียบเรียบร้อย ตลอดจนทำให้สูญเสียเอกลักษณ์ ของชุมชนนั้นๆ ดังนั้นแนวทางในการดำเนินการเกี่ยวกับการใช้สีในป้ายโฆษณา ควรมีการกำหนดการใช้สีที่มีความสอดคล้องกับย่านนั้นๆ โดยใช้สีที่อยู่ในโทนเดียวกัน เช่นในถนนเขาวราช ควรใช้สีแดง และสีทองเป็นสีหลักในการโฆษณา และนำสีอื่นๆ เช่น สีเขียว สีน้ำเงิน สีขาว มาใช้ประกอบในอัตราส่วนที่น้อย เพื่อลดการขาดคาของสี

5.2.3 ลักษณะของวัสดุที่นำมาใช้ในสื่อป้ายโฆษณา วัสดุสะท้อนแสงประเภท สังกะสี ถูกนำมาใช้ในป้ายโฆษณาประเภท ป้ายผนังด้านหน้าอาคาร ในช่วงเวลา 12.00-16.00 น. ป้ายโฆษณาที่ติดตั้งกับอาคารในทิศเหนือจะมีการสะท้อนแสงมากที่สุด ส่งผลโดยตรงต่อความปลอดภัยของผู้สัญจรทางถนน ทำให้เสียสมาธิในการขับขี่รถยนต์พาหนะ โสภากย์ ผาสุกนิรันดร์ (2537:27) ได้กล่าวถึงวัสดุสะท้อนแสง ซึ่งสอดคล้องกับ สภาวิทย์ ดำรงจรูญ (2540 : 46) ว่า การนำวัสดุสะท้อนแสง ซึ่งทั่วไปจะมีลักษณะเป็นวัสดุขุดมัน เช่น โลหะขัดเงา กระจกเงา หรือพลาสติกบางชนิด ควรเลือกใช้อย่างระมัดระวังหากมีการนำมาใช้มากเกินไปจะทำให้สะท้อนแสง รบกวนสายตา ซึ่งเป็นอันตรายต่อผู้ขับขี่รถยนต์บนท้องถนน ดังนั้นในการนำวัสดุต่างๆ มาใช้ในป้ายโฆษณา ควรเลือกประเภทที่ไม่สะท้อนแสง หรือสามารถนำมาใช้ในอัตราส่วนที่น้อย ในกรณีที่ต้องการเน้นส่วนที่สำคัญภายในป้ายโฆษณา

5.2.4 ลักษณะของแสงสว่างที่นำมาใช้ในสื่อป้ายโฆษณา ไฟฟลูออเรสเซนต์ ถูกนำมาใช้ในป้ายโฆษณามากที่สุด รองลงมาได้แก่ ไฟสปอร์ตไลท์ และไฟซด โดยนำมาใช้กับป้ายผนังของอาคาร และป้ายที่ยื่นจากตัวอาคาร ในช่วงเวลา 19.00-22.00 น. ป้ายโฆษณาในถนนเขาวราชมีการเปิดไฟสว่างมากที่สุด ซึ่งผลเสียต่อผู้สัญจรทางถนน ในกรณีที่แสงสว่างจากป้ายโฆษณาสะท้อนเข้าสู่ดวงตาผู้สัญจรในลักษณะขอบแสงบาดตา ชำนาญ ห่อเกียรติ (2540 : 13) กล่าวว่า แสงบาดตาจากดวงโคม สามารถวัดด้วยมุมที่ทำจากแนวคิ่งของโคมมายังในส่วนของที่เกิน 45 องศา ขึ้นไป ถ้ายังมีแสงเข้าสู่ดวงตามาก แสดงว่าดวงโคมมีแสงบาดตา ดังนั้น การนำแสงสว่างมาใช้ในสื่อป้ายโฆษณา ควรมีการออกแบบตำแหน่งที่ติดตั้งดวงไฟ และควรมีวัสดุป้องกันแสงสะท้อนเข้าสู่ดวงตาผู้สัญจร และเป็นการป้องกันน้ำฝนเข้าสู่โคมไฟ

5.2.5 ข้อบกพร่องของพระราชบัญญัติ และกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับสื่อป้ายโฆษณา

5.2.5.1 ตำแหน่งหรือสถานที่ติดตั้งป้าย

- กรุงเทพมหานคร ไม่อนุญาตให้ติดตั้งป้ายโฆษณาทุกชนิด โดยการติดคร่อมถนน หรือทางสาธารณะบริเวณวงเวียน อนุสรณ์ สะพาน สะพานลอย สะพานลอยคนข้าม เกาะกลางถนน เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สวนหย่อม สวนสาธารณะ บนทางเท้า ต้นไม้ และเสาไฟฟ้า ซึ่งอยู่ในที่สาธารณะเว้นแต่การติดตั้งเพื่องานราชพิธี รัฐพิธี การต้อนรับราชอันตุงกะ หรือแขกเมืองของรัฐบาล หรือในกรณีกรุงเทพมหานครเห็นสมควร ระเบียบกรุงเทพมหานคร ว่าด้วยการขออนุญาตติดตั้งป้ายโฆษณา พ.ศ. 2522 ข้อ 7) การที่กฎหมายข้อนี้อยู่ในดุลพินิจของทางกรุงเทพมหานคร ไม่มีอะไรเป็นตัววัดที่แน่นอน ดังนั้นจึงควรกำหนด zone ในการติดตั้งป้าย เพื่อราชพิธี หรือรัฐพิธี โดยกำหนดให้แต่ละเขตการปกครองกำหนด zone ที่สามารถติดตั้งได้

- ป้ายโฆษณาชั่วคราวที่เกี่ยวกับการกุศล สาธารณประโยชน์ และป้ายนั้นทำด้วยผ้าหรือกระดาษ ซึ่งไม่เป็นอาคาร อนุญาตให้ติดตั้งได้เฉพาะการติดแนบกับรั้ว หรือผนังของอาคารเท่านั้น ขนาดความสูงของป้ายต้องไม่สูงกว่าตัวอาคาร หรือรั้วที่ขออนุญาตติดตั้ง ระเบียบกรุงเทพมหานคร ว่าด้วยการขออนุญาตติดตั้งป้ายโฆษณา พ.ศ. 2522 ข้อ 8) กฎหมายข้อนี้ขาดข้อข้อบังคับในเรื่องของขนาดและความสูงของป้ายที่ชัดเจน ชุดิพร คล่องวิชา และคณะ (2540 : 79) กล่าวว่า สาระของกฎหมาย จะเน้นไปที่การจำกัดความสูงของอาคาร หรือตัดแปลงไม่ให้ไปทำลายสภาพภูมิทัศน์ของพื้นที่ที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม แต่ไม่ได้เน้นการควบคุมรูปแบบของอาคาร ดังนั้นควรกำหนดขนาดของป้ายมีขนาดไม่เกิน 1.00 ตารางเมตร และอนุญาตให้ติดตั้งได้เฉพาะแนบกับรั้ว หรือผนังของอาคารเท่านั้น ความสูงของป้ายต้องไม่สูงกว่า 4.00 เมตร ของตัวอาคาร หรือความสูงของรั้วที่ขออนุญาตติดตั้ง

- ป้าย หรือ โครงป้ายที่ติดตั้งบนอาคาร ต้องห่างจากเขตทางหรือที่สาธารณะไม่น้อยกว่า 6.00 เมตร และอนุญาตให้ติดตั้งได้เฉพาะหลังคา หรือคานฟ้าที่เป็นคอนกรีตเสริมเหล็กเท่านั้น ระเบียบกรุงเทพมหานคร ว่าด้วยการขออนุญาตติดตั้งป้ายโฆษณา พ.ศ. 2522 ข้อ 12. และข้อบัญญัติกรุงเทพมหานคร เรื่องควบคุมการก่อสร้างอาคาร พ.ศ. 2522 ข้อ 82(1) กฎหมายข้อนี้ไม่ได้ระบุลักษณะของป้ายที่ชัดเจน ตลอดจนโครงสร้างของป้ายควรออกกฎหมายที่ชัดเจน เพื่อความปลอดภัยของผู้อยู่อาศัย และผู้สัญจร สุสติ ทิพทัส (2536 : 33) กล่าวว่า ควรเลือกใช้ชนิดของโครงสร้าง เพื่อให้เหมาะสมกับประเภทของอาคาร และวิธีการก่อสร้าง ให้อาคารมีโครงสร้างที่มั่นคงแข็งแรง มีการใช้โครงสร้างที่เหมาะสมกับกิจกรรม และการใช้สอยของอาคาร ให้อาคารมีโครงสร้างที่มั่นคงแข็งแรง มีการใช้โครงสร้างที่เหมาะสมกับกิจกรรมและการใช้สอยของอาคาร และเหมาะสมกับคุณสมบัติของวัสดุและการรับน้ำหนัก ดังนั้น ป้ายโฆษณาที่ติดตั้งบนอาคาร ควรมีรูปร่างทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้าหรือสี่เหลี่ยมจัตุรัส และอนุญาตให้ติดตั้งได้เฉพาะหลังคา หรือคานฟ้าที่เป็นคอนกรีตเสริมเหล็กเท่านั้น วัสดุที่ใช้ทำโครงสร้างควรเป็นเหล็ก หรือวัสดุถาวรที่มีคุณภาพเทียบเท่า

5.2.5.2 การควบคุมความสูงของป้าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- การติดตั้งป้ายบนพื้นดินในที่ของเอกชน อนุญาตให้ติดตั้งสูงได้ไม่เกิน 15 เมตร ถ้าโครงสร้างเป็นไม้ต้องมีรัศมีห่างจากที่สาธารณะเท่ากับความสูงของป้ายที่ติดตั้งทุกด้าน ถ้าโครงสร้างเป็นเหล็กหรือวัสดุถาวรที่มีคุณภาพเทียบเท่า อนุญาตให้ติดตั้งชิดเขตสาธารณะได้ ขอบล่างของป้ายที่ไม่มีแสงไฟ ต้องสูงไม่น้อยกว่า 2.00 เมตร ถ้ามีแสงไฟ ความสูงดังกล่าวต้องไม่น้อยกว่า 5.00 เมตร ระเบียบกรุงเทพมหานคร ว่าด้วยการขออนุญาตติดตั้งป้ายโฆษณา พ.ศ. 2522 ข้อ 10) ข้อบกพร่องคือป้ายโฆษณาที่โครงสร้างเป็นเหล็กหรือวัสดุถาวรที่มีคุณภาพเทียบเท่า อนุญาตให้ติดตั้งชิดเขตสาธารณะได้ ซึ่งก่อให้เกิดอันตรายขณะสัญจร ควรมีระยะถอยร่นเข้าไปในเขตทางสาธารณะ 6.00 เมตร

5.2.5.3 การควบคุมสาระของการโฆษณา

- ห้ามโฆษณาที่ฝ่าบังแดดยกเว้นค่าขวัญของทางราชการ และส่วนต่ำสุดของฝ่าบังแดด ต้องสูงไม่น้อยกว่า 2.00 เมตร ระเบียบกรุงเทพมหานคร ว่าด้วยการขออนุญาตติดตั้งป้ายโฆษณา พ.ศ. 2522 ข้อ 20) กฎหมายข้อนี้นี้ยกเว้นเฉพาะค่าขวัญของทางราชการ โดยไม่ได้กล่าวถึงภาพโฆษณาต่างๆ ที่ควรบังคับ พระราชบัญญัติรักษาความสะอาด และความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบ้านเมือง พ.ศ. 2535 มาตรา 11 การโฆษณามีข้อความหรือภาพที่มีผลกระทบต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีงามของประชาชน หรือลามกอนาจาร พนักงานเจ้าหน้าที่ที่มีอำนาจหรือดอน ชูด ลบ หรือล้างข้อความ หรือภาพนั้น ได้เองโดยคิดค่าใช้จ่ายจากผู้โฆษณาตามที่ค่าใช้จ่ายไปจริง ดังนั้นจึงควรกำหนดบริเวณ.odkสามารถติดตั้งป้ายโฆษณาชนิดนี้

5.2.6 ตำแหน่งในการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณา

5.2.6.1 ผนังด้านหน้าอาคาร ป้ายโฆษณาที่ติดตั้งที่ตำแหน่งนี้ส่วนใหญ่ จะเป็นป้ายยื่นที่ติดด้านหน้าอาคาร และป้ายผนังของอาคาร กฤติกา มาโนช (2540 : 45) กล่าวว่า การติดตั้งป้ายโฆษณา ตลอดจนสัญลักษณ์ และเครื่องหมายต่างๆ ในอันที่จะดึงดูดความสนใจให้ผู้ที่ได้พบเห็น โดยจะคิดไว้ตามมุมเมือง ตามผนังด้านหน้าของอาคาร หน้าต่างร้านค้า มีความสอดคล้องกับ พิบูล ทีปะปาล (2536 : 100) ระยะทางจากจุดที่ตั้งป้ายกับประชาชนจับชี่วดยานต้องห่างพอที่จะเห็นและอ่านได้ชัดเจน ในตำแหน่งนี้จะมีปัญหาในเรื่องของการปิดบังช่องลมประตูหน้าต่าง ดังนั้นในการติดตั้งควรมีการออกแบบให้สอดคล้องกับกฎหมาย และสภาพของชุมชนเมือง

5.2.6.2 คาดฟ้าของอาคาร ป้ายโฆษณาที่ติดตั้งในตำแหน่งนี้จะเป็นป้าย Billboard และป้ายอิเล็กทรอนิกส์ ชินศักดิ์ ตันจิกุล (2540 : 84) กล่าวว่า ป้ายโฆษณาที่ติดตั้งอยู่กับที่ มักจะมีการติดตั้งอยู่ในตำแหน่ง หรือจุดที่สามารถดึงดูดความสนใจแก่ผู้พบเห็นได้ เช่น บนคาดฟ้าของอาคารที่สามารถมองเห็นได้จากระยะไกล ป้ายโฆษณาที่ติดตั้งในตำแหน่งนี้เป็นป้ายขนาดใหญ่ และมีการ

ใช้เทคนิคพิเศษในการติดตั้ง ดังนั้นจึงควรดำเนินการให้ถูกต้องตามพระราชบัญญัติ และสภาพแวดล้อมของชุมชนเมือง

5.2.6.3 ได้กั้นเสาชั้นล่างของอาคาร เป็นตำแหน่งที่ก่อให้เกิดปัญหาแก่ชุมชนเมืองมากที่สุด ทั้งความปลอดภัย และสภาพแวดล้อมของชุมชนเมือง ป้ายโฆษณาที่ติดตั้งในตำแหน่งนี้ได้แก่ ป้ายผ้าบังแดด และป้ายแขวนได้กั้นเสาชั้นล่างของอาคาร กำร กุลชล (2540 : 56) กล่าวว่า ป้ายที่ติดตั้งในระดับได้กั้นเสาชั้นล่างอนุโลมให้คงไว้เพื่อรักษาบรรยากาศของย่านธุรกิจ ดังนั้นในการติดตั้งป้ายโฆษณาในตำแหน่งนี้ควรยึดกฎหมายเป็นหลัก แต่ป้ายชื้อร้านค้าได้กั้นเสาในลักษณะแขวนหรือห้อยควรกำหนดขนาด 1.00 ตารางเมตร และให้ติดตั้งได้ เพื่อรักษาบรรยากาศย่านการค้าของถนนเยาวราชไว้

5.2.7 ขนาดรูปทรงของสื่อป้ายโฆษณา

5.2.7.1 รูปแบบของป้ายโฆษณาในถนนเยาวราช ควรมีลักษณะ เป็นหลัก ซึ่งประกอบด้วยป้ายโฆษณาบนหลังคาอาคาร ป้าย Billboards ป้ายผนังที่ติดด้านหน้าอาคาร ป้ายอิเล็กทรอนิกส์ และป้ายแขวนได้กั้นเสา ส่วนรูปแบบ จะเหมาะสมกับป้ายโฆษณาที่ยื่นจากตัวอาคาร สอดคล้องกับ โสภากย์ ศาสุขนิรันดร์ (2537 : 43) ว่า รูปสี่เหลี่ยมผืนผ้าที่มีลักษณะยาว ย่อมดึงดูดสายตาให้มีทิศทางการดูออกไปในทางยาว ป้ายที่ยื่นจากผนังอาคารในถนนเยาวราชนิยมใช้ภาษาจีน ลักษณะของภาษาจีนจะสอดคล้องกับภาษาญี่ปุ่นในลักษณะที่อ่านจากด้านบนลงมาด้านล่าง ดังนั้นลักษณะป้ายชนิดนี้ควรเป็นสี่เหลี่ยมผืนผ้าในแนวตั้ง

5.2.7.2 โครงสร้างของสื่อป้ายโฆษณาในถนนเยาวราช ควรมีการปิดบังโครงสร้าง สอดคล้องกับร่างข้อบัญญัติกรุงเทพมหานคร เรื่องกำหนดบริเวณห้ามก่อสร้าง ดัดแปลงอาคาร ประเภทป้าย ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร (พ.ศ. 2542 : 7) ข้อ 12 (1) โครงสร้างสำหรับติดตั้งป้ายบนพื้นดินจะต้องเป็นโครงสร้างที่แข็งแรง และมั่นคงถาวร ชนิดเสาเดี่ยว หรือเสาคู่เท่านั้น และในกรณีเสาเดี่ยวหรือเสาคู่เป็นโครงถักจะต้องปิดโครงถักด้วยวัสดุถาวรทนไฟ และข้อ 12 (2) โครงสร้างสำหรับติดตั้งป้ายบนอาคาร เพื่อติดตั้งแผ่นป้ายโฆษณาแล้ว จะต้องปิดส่วนที่เป็นโครงสร้างของป้ายทุกด้านด้วยวัสดุถาวรทนไฟเป็นส่วนใหญ่ ดังนั้นป้ายโฆษณาที่ควรปิดบังโครงสร้างในถนนเยาวราช ได้แก่ ป้ายบนอาคาร และป้ายขนาดใหญ่ที่ยื่นจากตัวอาคาร

5.2.7.3 อายุการใช้งานในถนนเยาวราช ควรมีอายุการใช้งานไม่เกิน 5 ปี และเมื่อครบ 1 ปี ควรจัดให้มีการตรวจสอบความมั่นคง แข็งแรงของป้ายและสถานการใช้งาน สอดคล้องกับ ชินศักดิ์ ตันท์กุล (2540 : 91) เจ้าพนักงานท้องถิ่น และเจ้าของป้ายหรือโครงป้ายต่างๆ ควรดำเนินการให้มีการตรวจสอบความมั่นคงแข็งแรงของป้ายอยู่อย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้เกิดความปลอดภัย โดยกำหนดระยะเวลาที่จะต้องทำการตรวจสอบสภาพป้ายไว้อย่างชัดเจน หรือ 1 ปี เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.2.8 สีและแสงในสื่อป้ายโฆษณา

5.2.8.1 สีในสื่อป้ายโฆษณาในถนนเขาวราช ในการนำสีไปใช้ในสื่อป้ายโฆษณา ดังที่ควรคำนึงถึงมากที่สุด คือ สภาพแวดล้อมอาคารข้างเคียง รองลงมาคือผลเสียที่เกิดต่อผู้สัญจร และเอกลักษณ์ของท้องถิ่น สีที่ควรใช้เป็นสีหลักในป้ายโฆษณาในถนนเขาวราช คือ สีแดง รองลงมาคือ สีเหลือง หรือสีทอง สอดคล้องกับ อำนวยชัย ปฏิพัทธ์เผ่าพงศ์ (2532 : 146-148) กล่าวว่า สีแดง คือสีที่เป็นมงคลสำหรับชาวจีน บ่งบอกถึงความสุข ไฟ หรือความอบอุ่น หรือผลกำไรที่เข้มแข็ง สีเหลือง คือสีของพระอาทิตย์ และความสดใส แสดงถึงความมีอายุยืน ดังนั้นควรใช้สีแดง และสีเหลืองหรือสีทอง เป็นสีหลัก และใช้สีเขียว น้ำเงิน และขาว มาใช้ในบางจุด เพื่อลดการใช้สีที่บาดตาจนเกินไป

5.2.8.2 แสงสว่างที่ใช้ในสื่อป้ายโฆษณาในถนนเขาวราช มากที่สุดคือ ฟลูออเรสเซนต์ที่เหมาะสมกับป้ายที่ยื่นจากตัวอาคาร และป้ายผนังด้านหน้าอาคาร ส่วนป้าย Billboards สามารถนำไฟ Black Light และ ฟลูออเรสเซนต์มาใช้ร่วมกันได้ สาคร พลาราช (2524 : 152) กล่าวว่า ในปัจจุบันได้ใช้หลอดไส้ที่มีมุมการกระจายแสงกว้าง และหลอดฟลูออเรสเซนต์ มาใช้ในงานโฆษณาสินค้า โดยในเวลากลางวันจะใช้หลอดฟลูออเรสเซนต์ให้แสงสว่างกับป้าย ในเวลากลางคืนใช้หลอดแสงสีค่า ให้แสงสว่างแก่ป้ายโฆษณา และป้ายอิเล็กทรอนิกส์ ควรใช้ไฟกระพริบควบคู่กับไฟฟลูออเรสเซนต์ สาคร พลาราช (2524 : 154) กล่าวเสริมว่า ไฟกระพริบจะทำให้เกิดความรู้สึกตื่นตาตื่นใจแก่ผู้พบเห็น ซึ่งเกิดจากแสงสว่างของไฟและการเคลื่อนที่ของดวงไฟ ดังนั้นในการนำแสงสว่างมาใช้ในถนนเขาวราชควรใช้หลอดฟลูออเรสเซนต์เป็นหลัก และนำไฟ Black Light มาใช้ในงานโฆษณาขนาดใหญ่ และไฟกระพริบหรือไฟขด มาใช้กับป้ายโฆษณาในจุดที่ต้องการเน้นความสำคัญเป็นพิเศษ

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการศึกษาเรื่อง แนวทางในการควบคุมสื่อป้ายโฆษณาที่ติดตั้งกับอาคารในถนนเขาวราช ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการปรับปรุงแก้ไขสภาพของสื่อป้ายโฆษณาให้มีความสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมของชุมชน และความปลอดภัยของผู้สัญจร ดังต่อไปนี้

5.3.1.1 ในการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณาที่อาคารที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ โดยไม่ทำให้คุณค่าของงานสถาปัตยกรรมถูกบดบังและถูกทำลายลงไป เช่น ห้ามติดตั้งป้ายที่ยื่นจากตัวอาคารสูงกว่าขอบหลังคา หรือคาบฟ้าของอาคาร ห้ามติดตั้งป้ายที่เป็นอาคารบนหลังคาหรือส่วนต่างๆของ

ผนังอาคาร อนุญาตให้ติดตั้งป้ายผนังด้านหน้าอาคาร ตั้งแต่ขอบกันสาดชั้นล่าง โดยไม่สูงกว่าขอบ
ด้านล่างของหน้าต่างชั้นสอง

5.3.1.2. ออกกฎข้อบังคับสำหรับป้ายผนังให้สามารถติดตั้งไม่เกิน 25% ของผนังด้าน
หน้าอาคาร และอนุญาตให้ติดตั้งเหนือขอบกันสาดขึ้นไป

5.3.1.3 ออกกฎข้อบังคับสำหรับป้ายที่แขวนได้กันสาด ให้มีขนาดของป้ายไม่เกิน 1.00
ตารางเมตร ตัวป้ายไม่ยื่นล้ำออกมาจากแนวคิงของกันสาด

5.3.1.4 ออกกฎข้อบังคับสำหรับป้ายที่ยื่นล้ำออกไปเหนือสถานที่สาธารณะ ให้ติดตั้ง
บริเวณชั้นสองของอาคารขึ้นไป ตัวป้ายยื่นจากอาคารได้ไม่เกิน 2.00 เมตร ความสูงของป้ายไม่เกิน
10.00 เมตรและไม่สูงกว่าแนวหลังคาคาบฟ้าของอาคารอาคาร ส่วนต่ำสุดของป้ายไม่น้อยกว่า 3.25
เมตร

5.3.1.5 ออกกฎข้อบังคับให้ป้ายโฆษณาในถนนเยาวราชมีอายุการใช้งาน 5 ปี และใน
ทุกๆปี ควรมีการตรวจสอบความมั่นคงแข็งแรงของป้ายเพื่อปรับปรุงแก้ไข และเมื่อครบ 5 ปี จะมี
การตรวจสอบการใช้งานเพื่อต่อสัญญาฉบับใหม่

5.3.1.6 ผู้ที่ได้รับอนุญาตให้ติดตั้งป้ายต้องเขียนเลขที่ และวันที่ของหนังสืออนุญาต
ของเจ้าพนักงานท้องถิ่น แสดงไว้ที่ป้ายทุกป้าย และป้ายที่ติดตั้งบนอสังหาริมทรัพย์ของบุคคลอื่น
และมีพื้นที่เกิน 2.00 ตารางเมตร ต้องมีชื่อและที่อยู่ของเจ้าของป้ายเป็นอักษรภาษาไทยที่ชัดเจน ที่
มุมขวาด้านล่างของป้าย

5.3.1.7 ออกกฎข้อบังคับสำหรับป้ายโฆษณาทุกประเภทในถนนเยาวราช ห้ามนำวัสดุ
สะท้อนแสงประเภทสังกะสีขัดมัน หรือกระจกเงา มาใช้เป็น ไม่เกิน 10% ของพื้นที่ป้าย

5.3.1.8 โครงสร้างของป้ายโฆษณาควรมีการก่อสร้างให้มีความมั่นคงแข็งแรง โดยใช้
วัสดุที่เป็นเหล็ก หรือวัสดุที่มีคุณภาพเทียบเท่า และควรมีการควบคุมให้มีการปิดบังตัวโครงสร้าง
ของป้ายโฆษณา ด้วยวัสดุทึบไฟเพื่อความเรียบร้อยและเป็นระเบียบเรียบร้อย และความสวยงาม

5.3.1.9 ในการนำสีไปใช้ในสื่อป้ายโฆษณา ควรมีการคำนึงถึงเอกลักษณ์ของท้องถิ่น
ควบคู่ไปกับสภาพแวดล้อมของชุมชน และความปลอดภัยของผู้สัญจร สำหรับในพื้นที่ศึกษา ควร
นำสีแดงและสีทอง มาใช้เป็นสีหลัก ควบคู่ไปกับสีรองเช่น สีเขียว สีน้ำเงิน และสีขาว เป็นต้น

5.3.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

จากการศึกษา พบว่ายังมีประเด็นและตัวแปรอื่นๆ ที่น่าสนใจ และนำศึกษาอีกหลาย
ประการ จึงขอเสนอแนะแนวทางสำหรับศึกษาในโอกาสต่อไป เพื่อเป็นการปรับปรุงสื่อป้าย

โฆษณาประเภทต่างๆ ให้มีความสอดคล้องกับชุมชนเมือง และความปลอดภัยมากที่สุด ตัวแปรที่น่าสนใจในการศึกษาในครั้งต่อไป มีดังนี้

5.3.2.1 ศึกษาข้อมูลของป้ายโฆษณาทุกประเภทที่พระราชบัญญัติ และระเบียบต่างๆ บังคับใช้ในเขตกรุงเทพมหานคร นอกเหนือจากสื่อป้ายโฆษณาที่ติดตั้งกับอาคาร ส่งผลกระทบต่อชุมชนเมือง และประชาชนในด้านใดบ้าง เพื่อหาแนวทางในการปรับปรุงแก้ไข

5.3.2.2 นอกเหนือจากการศึกษาสภาพการติดตั้งป้ายโฆษณาของทางเอกชนแล้ว ควรมีการศึกษาสภาพความเป็นระเบียบเรียบร้อย และความมั่นคงแข็งแรงของป้ายต่างๆ ของทางราชการ ด้วย เช่น ป้ายที่เกี่ยวข้องกับการจราจร ป้ายหยุดรถประจำทาง ป้ายโครงการปรับปรุง และก่อสร้างสาธารณูปโภคต่างๆ ของทางราชการ เป็นต้น

5.3.2.3 นอกเหนือจากการศึกษาป้ายหรือโครงป้ายของเอกชน และป้ายต่างๆ ของทางราชการแล้ว ควรมีการศึกษาถึงองค์ประกอบของถนน ที่สื่อป้ายโฆษณาอาจส่งผลกระทบต่อความปลอดภัย เช่น ม้านั่ง ชุ้มต้นไม้ เสาธงสำหรับงานเทศกาลต่างๆ ศาลานั่งพักผ่อน ชุมให้ร่มเงาผู้คนเดินเท้า ป้อมตำรวจ เป็นต้น เพื่อเป็นการพัฒนาสภาพแวดล้อมทางกายภาพ และเอกลักษณ์ของท้องถิ่น

5.3.2.4 ศึกษาเปรียบเทียบสภาพปัญหาของสื่อป้ายโฆษณาในถนน อื่นๆ เช่น ถนนที่มีการเดินรถสวนกัน ถนนซอยเล็กๆ หรือทางด่วน เป็นต้น ว่ามีปัญหาต่อสภาพแวดล้อม หรือความปลอดภัยของชุมชนเมืองว่ามีความแตกต่างกันอย่างไร

5.3.3 ข้อเสนอแนะของพระราชบัญญัติ และกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับสื่อป้ายโฆษณา

จากสภาพปัญหาต่างๆ ของสื่อป้ายโฆษณาที่ส่งผลกระทบต่อผู้อยู่อาศัย และสภาพแวดล้อมในชุมชนเมือง จะพบว่าการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณาโดยทั่วไปยังมีการละเมิดพระราชบัญญัติและกฎระเบียบต่างๆ อยู่เป็นจำนวนมาก ดังนั้นในการดำเนินการเพื่อให้เกิดความเหมาะสมในการจัดระเบียบในการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณา ควรมีแนวทางดังนี้

5.3.3.1 ระเบียบกรุงเทพมหานคร ว่าด้วยการขออนุญาตติดตั้งป้ายโฆษณา พ.ศ. 2522 ข้อ 7 บังคับไว้ว่า กรุงเทพมหานคร ไม่อนุญาตให้ติดตั้งป้ายโฆษณาทุกชนิด โดยการติดคร่อมถนน หรือทางสาธารณะบริเวณวงเวียน อนุสรณ์ สะพาน สะพานลอย สะพานลอยคนข้าม เกาะกลางถนน สวนหย่อม สวนสาธารณะ บนทางเท้า ต้นไม้ และเสาไฟฟ้า ซึ่งอยู่ในที่สาธารณะเว้นแต่การติดตั้งเพื่องานราชพิธี รัฐพิธี การต้อนรับราชอันตุงะ หรือแขกเมืองของรัฐบาล หรือในกรณีที่กรุงเทพมหานครเห็นสมควร กฎหมายในข้อนี้ ให้แต่ละเขตการปกครองให้กำหนด zone ที่สามารถติดตั้งป้ายเพื่องานราชพิธี หรือรัฐพิธี ในการต้อนรับราชอันตุงะ

5.3.3.2 ระเบียบกรุงเทพมหานคร ว่าด้วยการขออนุญาตติดตั้งป้ายโฆษณา พ.ศ. 2522 ข้อ 8 บังคับไว้ว่า ป้ายโฆษณาชั่วคราวที่เกี่ยวกับการกุศล สาธารณประโยชน์ และป้ายนั้นทำด้วยผ้า หรือกระดาษ ซึ่งไม่เป็นอาคาร อนุญาตให้ติดตั้งได้เฉพาะการติดแนบกับรั้ว หรือผนังของอาคารเท่านั้น ขนาดความสูงของป้ายต้องไม่สูงกว่าตัวอาคารหรือรั้วที่ขออนุญาตติดตั้ง กฎหมายในข้อนี้ควร กำหนดขนาดของป้าย มีขนาดไม่เกิน 1.00 ตารางเมตร และอนุญาตให้ติดตั้งได้เฉพาะแนบกับรั้ว หรือผนังของอาคารเท่านั้น ความสูงของป้าย ต้องไม่สูงกว่า 4.00 เมตรของอาคาร หรือความสูงของรั้วที่ขออนุญาตติดตั้ง

5.3.3.3 ระเบียบกรุงเทพมหานครว่าด้วยการขออนุญาตติดตั้งป้ายโฆษณา พ.ศ. 2522 ข้อ 12 และข้อบัญญัติกรุงเทพมหานคร เรื่องควบคุมการก่อสร้างอาคาร พ.ศ. 2522 ข้อ 82 (1) ป้าย หรือโครงป้ายที่ติดตั้งบนอาคาร ต้องห่างจากเขตทางหรือที่สาธารณะไม่น้อยกว่า 6.00 เมตร และ อนุญาตให้ติดตั้งได้เฉพาะหลังคา หรือคานฟ้าที่เป็นคอนกรีตเสริมเหล็กเท่านั้น กฎหมายในข้อนี้ ควรกำหนดลักษณะของป้ายโฆษณาที่ติดตั้งบนอาคาร ควรมีรูปร่างสี่เหลี่ยมผืนผ้าหรือสี่เหลี่ยมจัตุรัส และวัสดุที่ใช้ทำโครงสร้าง ควรเป็นเหล็กหรือวัสดุถาวรที่มีคุณภาพเทียบเท่า

5.3.3.4 ระเบียบกรุงเทพมหานคร ว่าด้วยการขออนุญาตติดตั้งป้ายโฆษณา พ.ศ. 2522 ข้อ 10 บังคับไว้ว่า การติดตั้งป้ายบนพื้นดินในที่ของเอกชน อนุญาตให้ติดตั้งสูงได้ไม่เกิน 15 เมตร ถ้าโครงสร้างเป็นไม้ต้องมีรัศมีห่างจากที่สาธารณะเท่ากับ ความสูงของป้ายที่ติดตั้งทุกด้าน ถ้าโครงสร้างเป็นเหล็กหรือวัสดุถาวรที่มีคุณภาพเทียบเท่า อนุญาตให้ติดตั้งชิดเขตสาธารณะได้ ขอบล่างของป้ายที่ไม่มีแสงไฟ ต้องสูงไม่น้อยกว่า 2.00 เมตร ถ้ามีแสงไฟ ความสูงดังกล่าวต้องไม่น้อยกว่า 5.00 เมตร กฎหมายในข้อนี้ควรกำหนดระยะของรั้วของโครงสร้างที่เห็นเหล็ก หรือวัสดุถาวรที่มีคุณภาพเทียบเท่า ให้ติดตั้งห่างจากเขตทางสาธารณะ 6.00 เมตร เพื่อความปลอดภัยในขณะสัญจรในกรณีที่ดินบางถนนไม่มีทางเท้า

5.4 การนำเสนอแนวความคิดในการควบคุมสื่อป้ายโฆษณาที่ติดตั้งกับอาคาร

จากผลการวิจัยเรื่อง แนวทางในการควบคุมสื่อป้ายโฆษณาที่ติดตั้งกับอาคารในถนนเยาวราช ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลและทำการสรุปผลการวิจัย นำมาเสนอเป็นแนวความคิดในการควบคุมสื่อป้ายโฆษณาที่ติดตั้งกับอาคาร เพื่อให้บรรลุถึงวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งไว้ โดยแบ่งแนวความคิดออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

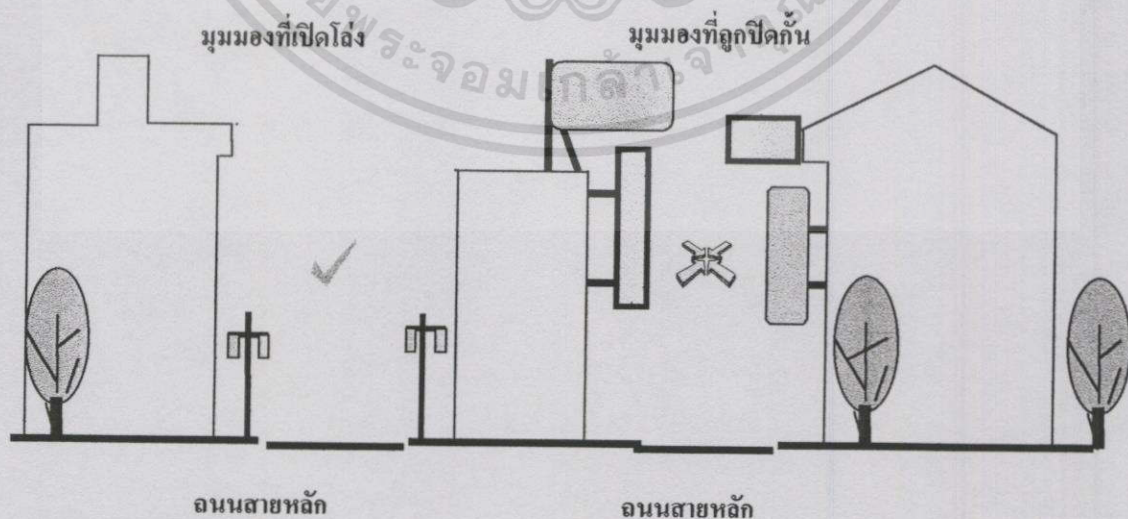
ตอนที่ 1 แนวความคิดในการควบคุมสื่อป้ายโฆษณาที่ติดตั้งกับอาคารในถนนเยาวราช

ตอนที่ 2 เป็นแนวความคิดในการปรับปรุงสื่อป้ายโฆษณา ที่ติดตั้งกับอาคารในถนนเยาวราช

ตอนที่ 1 แนวความคิดในการควบคุมสื่อป้ายโฆษณาที่ติดตั้งกับอาคารในถนนเยาวราช

◆ มุมมองของถนน

- ในถนนสายหลักซึ่งเป็นถนนขนาดใหญ่ที่มีการคมนาคมคับคั่ง ถนนควรออกแบบให้มีลักษณะเปิดโล่ง เป็นการเปิดมุมมองของถนนเพื่อไม่ให้เกิดความรู้สึกถูกปิดกั้น

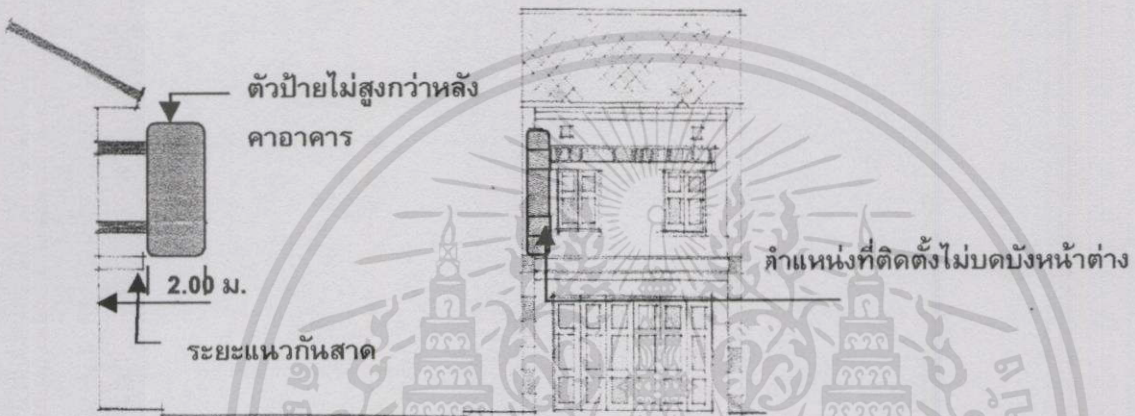


ภาพที่ 5.1 แสดงแนวความคิดในการเปิดมุมมองของถนน

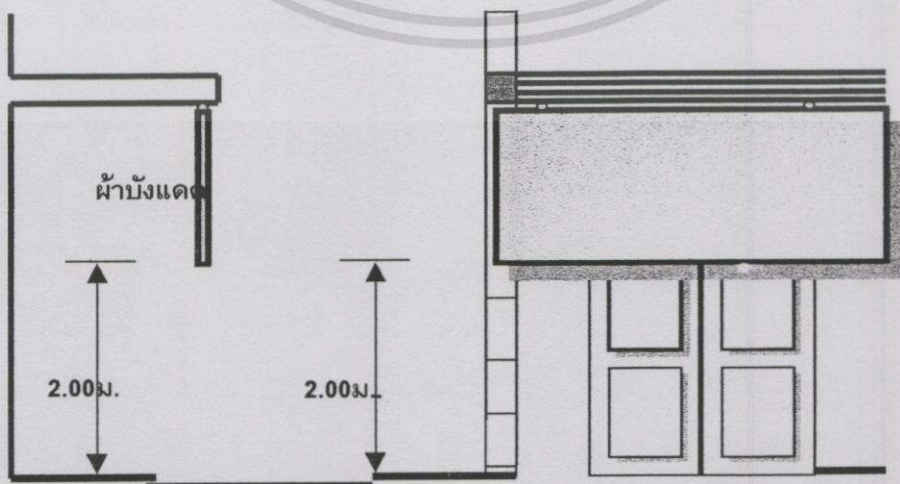
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. แนวทางปรับปรุงป้ายโฆษณาที่ติดตั้งกับอาคารที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์

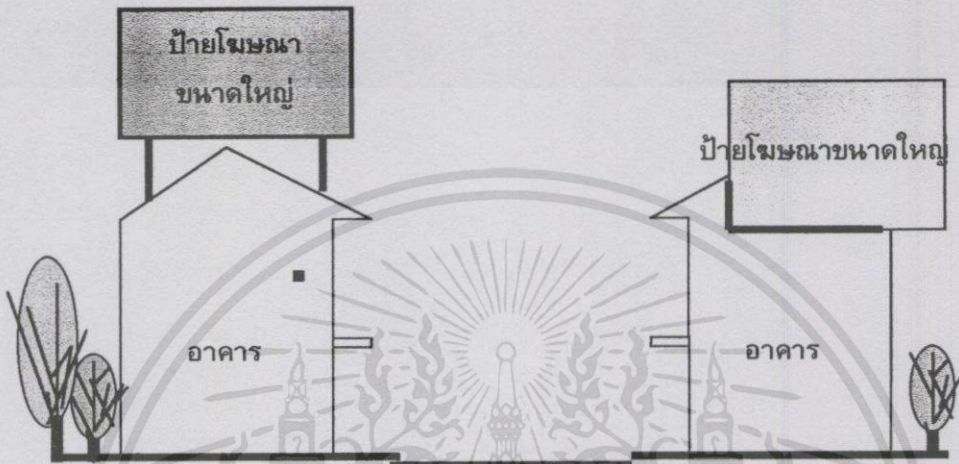
- การติดตั้งป้ายขึ้นจากตัวอาคาร ตัวป้ายไม่ควรสูงกว่าขอบหลังคาอาคาร และระยะขึ้นของป้ายไม่ควรเกิน 2.00 เมตร จากปลายกันสาด เพื่อเป็นการรักษามรดกทางศิลปวัฒนธรรมของย่านการค้า



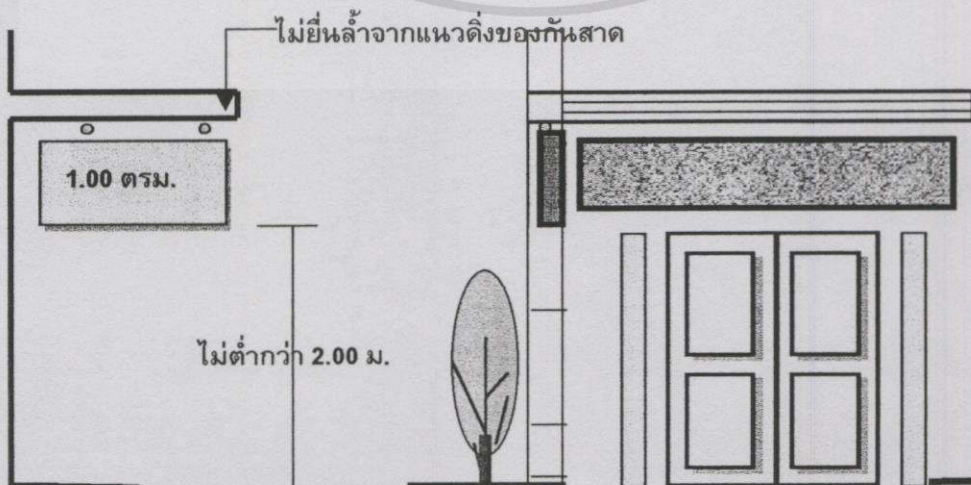
- ห้ามมีการโฆษณาบนผ้าบังแดด
- ความกว้างของป้ายต้องไม่เกินระยะความกว้างของอาคาร



- อาคารที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ ไม่ควรติดตั้งป้ายที่เป็นอาคารบนหลังคาอาคาร หรือในส่วนต่างๆ ของอาคาร

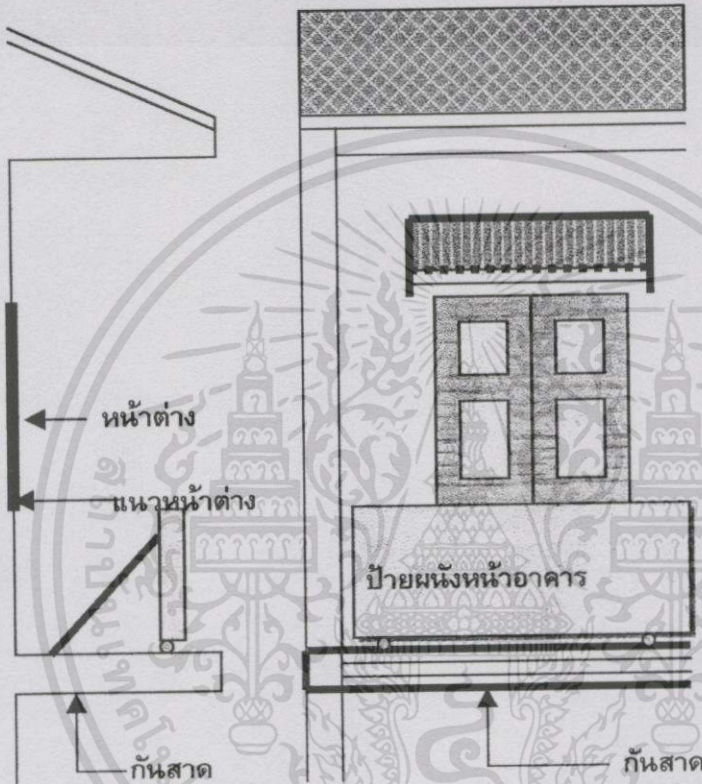


- อนุญาตให้ติดตั้งป้ายชื่อประกอบการที่ผนังด้านหน้าอาคารบริเวณใต้กันสาด โดยยื่นจากผนังอาคารได้ไม่เกิน 0.10 เมตร และอนุญาตให้ติดตั้งป้ายชื่อประกอบการขนาด 1.00 ตารางเมตร ในลักษณะแขวนห้อยใต้กันสาด
- ตัวป้ายต้องไม่ยื่นถ้ำออกมาจากแนวตั้งของกันสาด



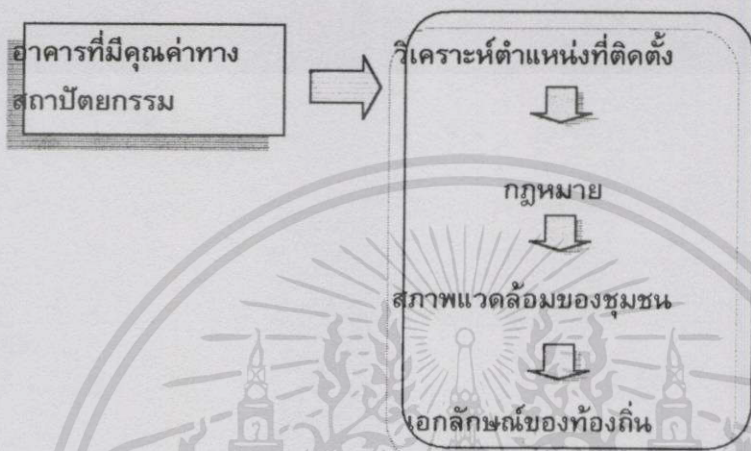
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ภาพที่ 5.2 (ต่อ) อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ไม่ควรติดตั้งป้ายผนังในลักษณะที่สูงกว่าอาคาร แต่อนุญาตให้ติดตั้งบนกันสาดได้ ไม่ควรสูงกว่าขอบค้ำกลางของหน้าต่างชั้นสอง
- ตัวป้ายต้องไม่ล้ำออกมาจากแนวค้ำของกันสาด



ภาพที่ 5.2 (ต่อ)

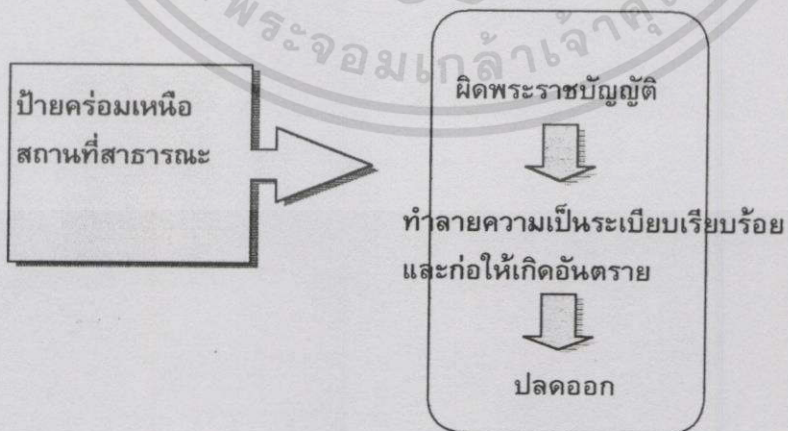
2. แนวทางปรับปรุงป้ายโฆษณาที่ติดตั้งกับอาคารสมัยใหม่ การติดตั้งป้ายโฆษณาควรยึดหลักของกฎหมาย และสภาพแวดล้อมของชุมชนเป็นเกณฑ์



ภาพที่ 5.3 แสดงแนวความคิดในการอนุรักษ์อาคารที่มีคุณค่าทางสถาปัตยกรรม

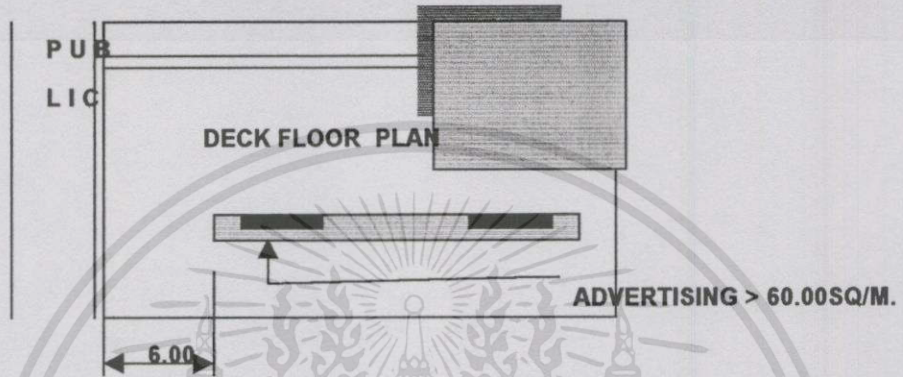
◆ ป้ายโฆษณาคร่อมเหนือสถานที่สาธารณะ

- ควรทำการปลดออกมาจากตำแหน่งเดิม เพื่อให้สอดคล้องกับกฎหมายและสภาพแวดล้อมของเมือง

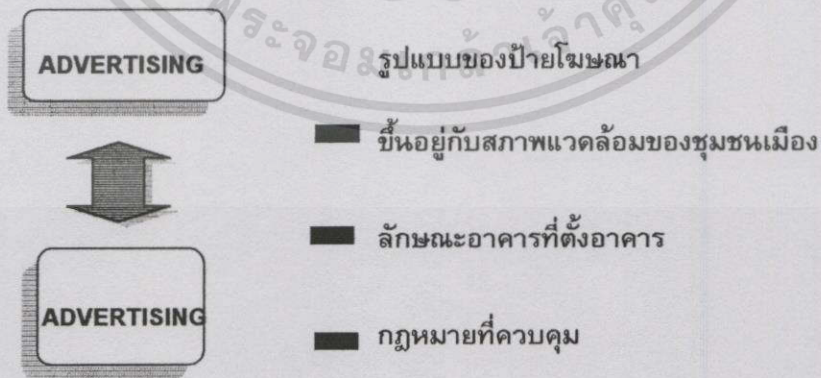


ภาพที่ 5.4 แสดงแนวความคิดในการปรับปรุงป้ายโฆษณาคร่อมเหนือสถานที่สาธารณะ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น มิอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ♦ ป้ายบนอาคารซึ่งร่นแนวระยะห่างจากเขตทางสาธารณะไม่ถึง 6.00 เมตร
 - ตำแหน่งที่ติดตั้ง ควรติดตั้งบนหลังคาอาคาร



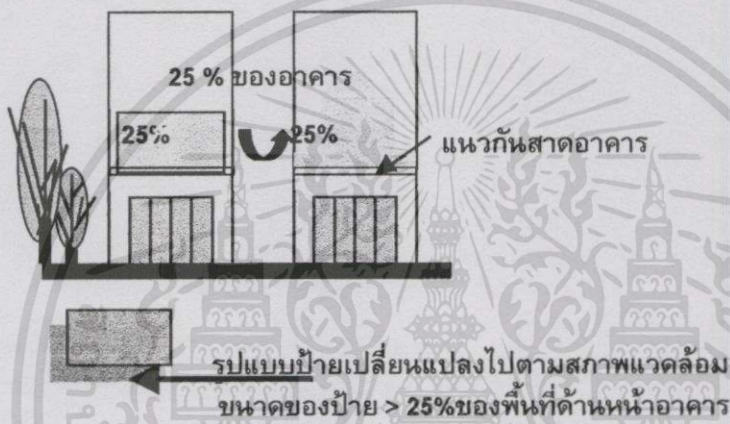
- รูปแบบของป้ายโฆษณาเป็นสี่เหลี่ยมผืนผ้าหรือสี่เหลี่ยมจัตุรัส ความสูงของป้าย ไม่เกิน 6.00 เมตรจากหลังคาอาคารหรือ 15.00 เมตรจากพื้นดิน
- การนำแสงสว่างไปใช้ในป้ายโฆษณา ควรใช้ ไฟฟลูออเรสเซนต์ และนำไฟ Black Light มาใช้ประกอบในป้ายโฆษณาที่มีขนาดใหญ่



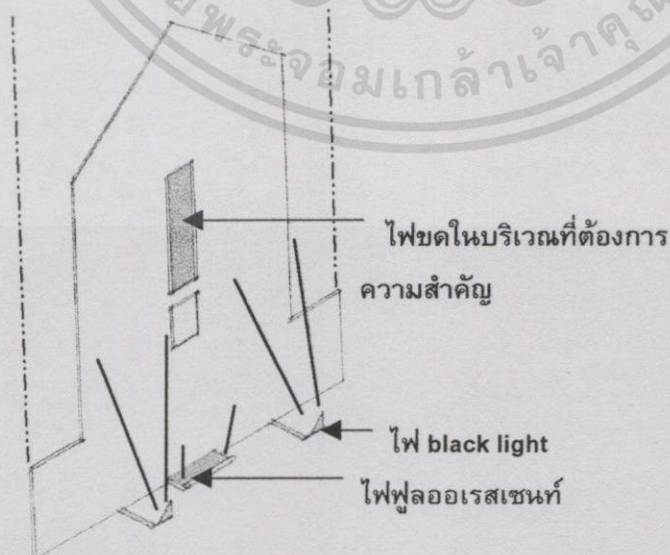
ภาพที่ 5.5 แสดงแนวความคิดในการปรับปรุงป้ายบนอาคารที่ร่นระยะห่างจากเขตทางสาธารณะไม่ถึง 6.00 เมตร

♦ ป้ายโฆษณาที่ติดตั้งบังช่องลม หน้าต่าง หรือประตูของอาคาร

- ป้ายผนังในถนนเขาวราช ควรมีการอนุรักษ์ไว้เพื่อรักษาบรรยากาศของย่านการค้า และควรติดตั้งที่ด้านหน้าอาคารบริเวณเหนือขอบกันสาดของอาคารขึ้นไป
- รูปแบบของป้ายควรเป็นไปในรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า หรือปรับปรุงได้ตามความเหมาะสมของสภาพแวดล้อม โดยไม่ปิดบังผนังด้านหน้าอาคารเกิน 25% ของพื้นที่ด้านหน้าอาคาร



- ประเภทของไฟที่นำมาใช้ คือ ไฟฟลูออเรสเซนต์ ไฟ Black Light และนำไฟขดมาใช้ในกรณีที่ต้องการเน้นส่วนที่สำคัญ

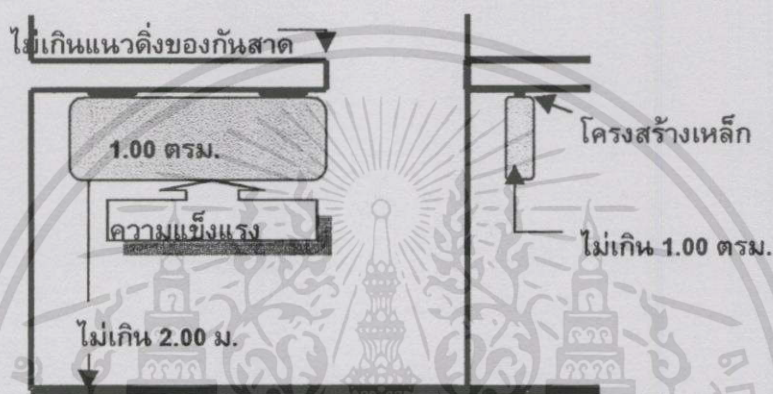


ภาพที่ 5.6 แนวความคิดในการปรับปรุงป้ายโฆษณาที่ติดตั้งบังช่องลม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

♦ ป้ายใต้กันสาดชั้นล่างในลักษณะแขวนเหนือทางเท้า

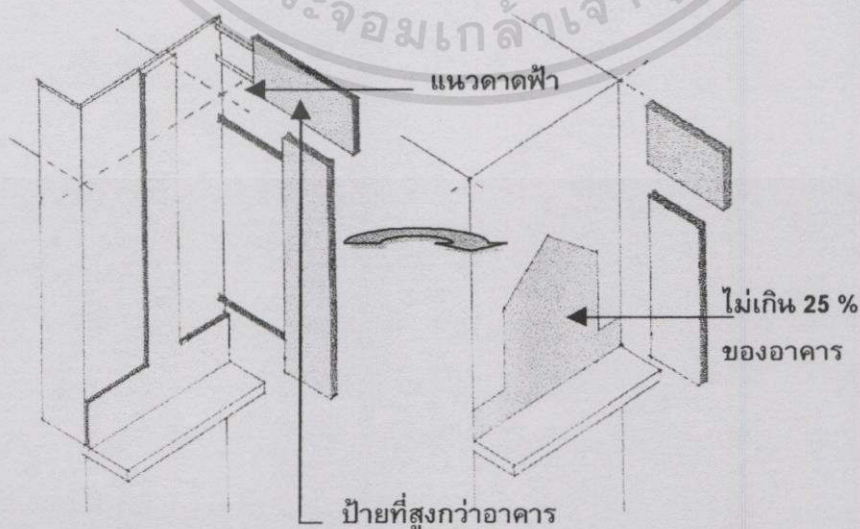
• ป้ายในลักษณะนี้อनुญาติให้สามารถติดตั้งได้ เพื่อรักษาบรรยากาศของย่านการค้า โดยอนุญาติให้ติดตั้งในตำแหน่งเดิม รูปแบบของป้ายเป็นสี่เหลี่ยมผืนผ้า ขนาด 1.00×0.70 เมตร โดยไม่ติดตั้งยื่นล้ำออกมาจากแนวค้ำของกันสาด



ภาพที่ 5. 7 แสดงแนวความคิดในการปรับปรุงป้ายใต้กันสาดชั้นล่างของอาคาร

♦ ป้ายที่ผนังอาคารแต่มีความสูงกว่าอาคาร

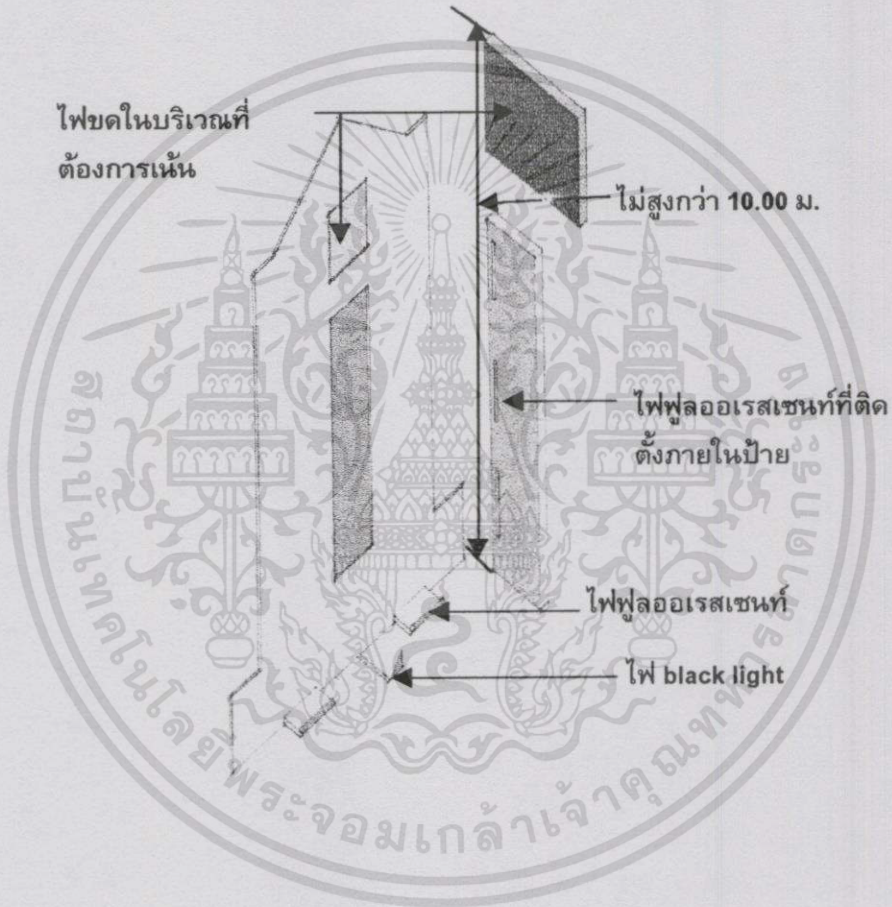
• ป้ายประเภทนี้ ควรติดตั้งที่ผนังด้านหน้าเช่นเดิม แต่ควรปรับปรุงไม่ให้สูงกว่าอาคาร และไม่ปิดบังด้านหน้าของอาคารเกิน 25%



ภาพที่ 5.8 แสดงแนวความคิดในการปรับปรุงป้ายที่ผนังอาคารที่มีความสูงกว่าตัวอาคาร ให้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ป้ายยื่นอนุญาตให้ติดตั้งยื่นจากตัวอาคาร ได้ไม่เกิน 2.00 เมตร นับจากปลายกัน
 ลาดของอาคาร เพื่อเป็นการรักษาบรรยากาศของย่านการค้า
- ประเภทของไฟที่นำมาใช้คือ ไฟฟลูออเรสเซนต์ และไฟ Black Light ตลอดจน
 ไฟชนิดในกรณีที่ต้องการเน้นส่วนที่สำคัญ

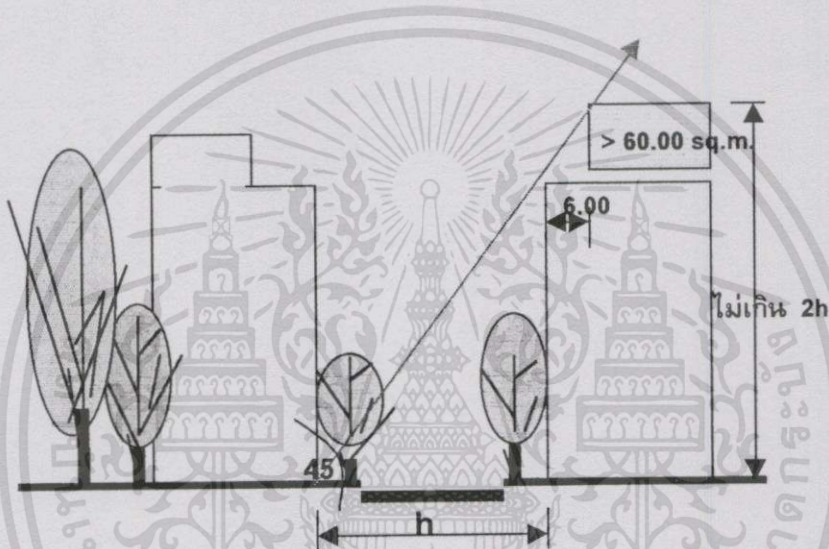


ภาพที่ 5.8 (ต่อ)

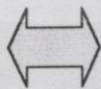
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

♦ ป้ายที่เป็นอาคารบนหลังคาอาคาร ถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของอาคาร และมีความสูงกว่าระดับพื้นดินเกินสองเท่าของระยะของผนังด้านหน้าอาคารจดแนวถนนปากตรงข้าม

• ป้ายประเภทนี้ให้ติดตั้งในตำแหน่งบนคาบฟ้าของอาคาร ป้ายไม่สูง 6.00 เมตรจากหลังคาคาบฟ้า หรือ 15.00 เมตรจากพื้นดิน ป้ายประเภทนี้ควรใช้ไฟประเภทฟลูออเรสเซนต์ และใช้ไฟ Black Light ในป้ายที่มีขนาดใหญ่หลายๆ



• รูปแบบของป้ายโฆษณาสามารถเปลี่ยนแปลงได้



■ สภาพแวดล้อม

■ กฎหมาย

■ อาคารที่ติดตั้ง

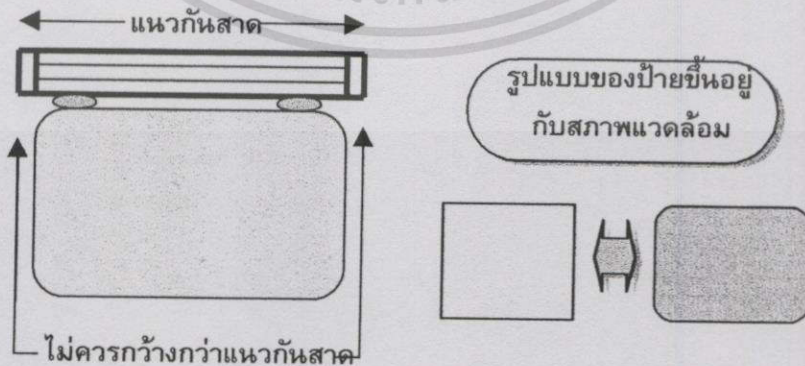
ภาพที่ 5.9 แสดงแนวความคิดในการปรับปรุงป้ายที่เป็นอาคารบนหลังคาอาคารและมีความสูงกว่าระดับพื้นดินเกินสองเท่าของระยะของผนังด้านหน้าอาคารจดแนวถนนปากตรงข้าม

♦ การโฆษณาบนผ้าบังแดดและแขวนต่ำกว่า 2.00 เมตร

- ตำแหน่งในการติดตั้งป้ายประเภทนี้ ควรติดตั้งไว้ได้กั้นเสาเช่นเดิม และห้ามโฆษณาในลักษณะต่างๆ ทั้งภาพและตัวอักษร ยกเว้นป้ายในรัฐพิธีของทางราชการที่ อนุญาตให้มีการโฆษณาด้วยอักษร แต่ห้ามโฆษณาด้วยภาพต่างๆ



- รูปแบบของป้ายผ้าบังแดด ควรเป็นสี่เหลี่ยมผืนผ้า ขนาดไม่ควรกว้างกว่าแนว กั้นเสาของอาคารและควรติดตั้งด้วยวัสดุถาวรแข็งแรง

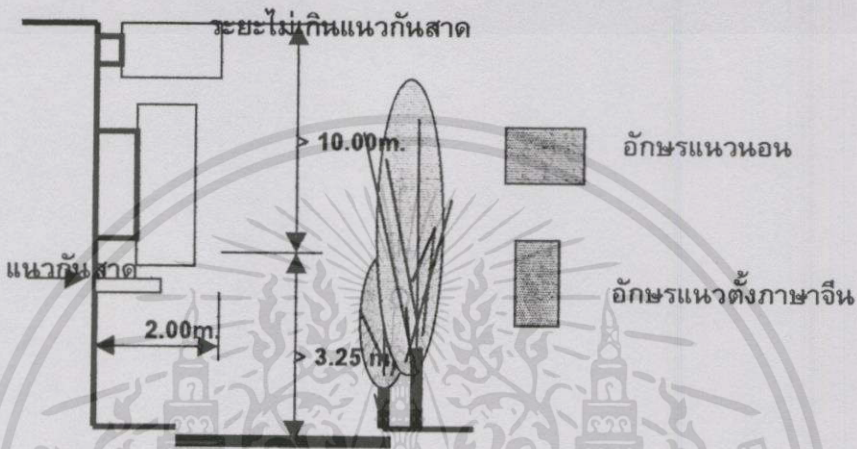


ภาพที่ 5.10 แสดงแนวคิดในการปรับปรุงป้ายผ้าบังแดดที่แขวนต่ำกว่า 2.00 เมตร

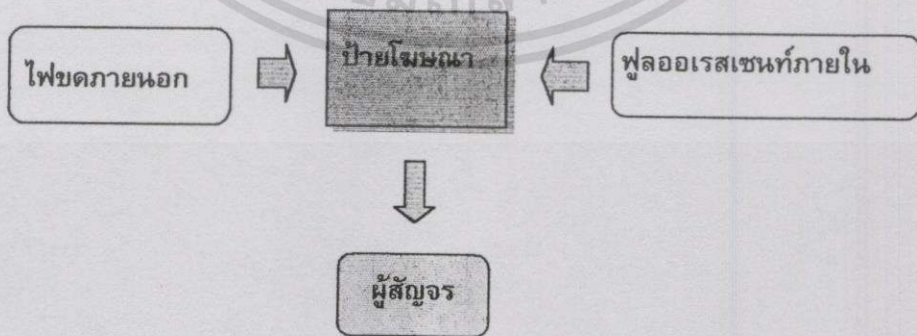
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

♦ ป้ายและโครงป้ายที่ผนังอาคารในลักษณะที่ยื่นล้าออกไปเหนือสถานที่สาธารณะ

- ตำแหน่งในการติดตั้งให้ติดตั้งบริเวณด้านหน้าอาคารตั้งแต่ชั้น 2 ของอาคาร จนถึงแนวคานฟ้าของอาคาร



- ป้ายในลักษณะนี้สามารถยื่นจากอาคาร ได้ 2.00 เมตร เพื่อเป็นการรักษาบรรยากาศย่านการค้า
- รูปแบบของป้ายควรเป็นสี่เหลี่ยมผืนผ้า ในลักษณะตั้ง สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามสภาพแวดล้อมและลักษณะการใช้งาน และควรใช้ไฟฟลูออเรสเซนต์ ติดตั้งไว้ในป้ายโฆษณา หรือ ไฟคัลกานนอกป้ายโฆษณาในกรณีที่ต้องการเน้นส่วนที่มีความสำคัญ

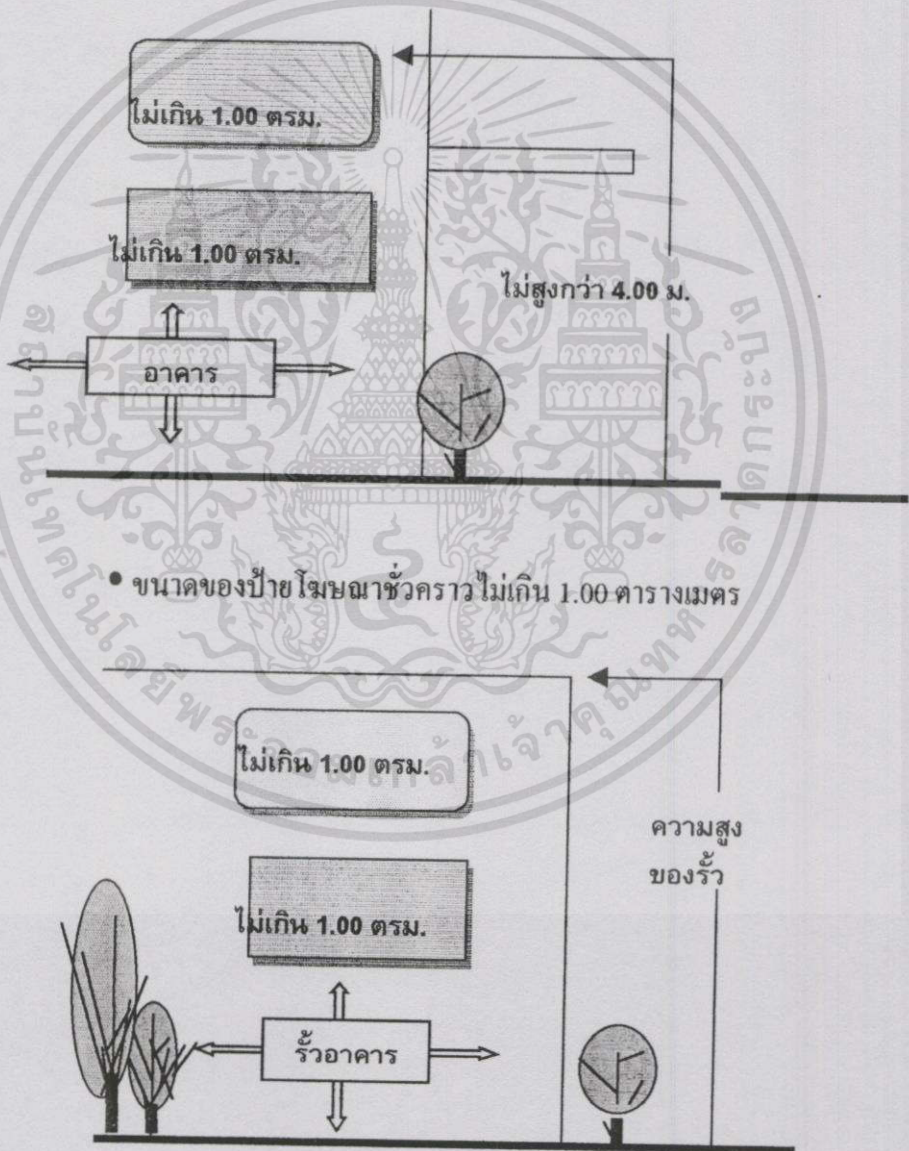


ภาพที่ 5.11 แสดงแนวความคิดในการปรับปรุงป้ายที่ผนังอาคารในลักษณะยื่นล้าออกไปเหนือที่หรือทางสาธารณะ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

♦ ป้ายชั่วคราวที่ไม่ได้ติดแนบกับรั้วหรืออาคาร

- ตำแหน่งในการติดตั้งไม่ควรสูงกว่ารั้ว และให้ติดตั้งที่อาคารได้ไม่เกิน 4.00 เมตร ระยะเวลาในการติดตั้งไม่เกิน 60 วัน
- ป้ายโฆษณาชั่วคราวที่ไม่ได้ติดตั้งที่ผนังอาคารหรือรั้วให้ทำการปลดออก
- ในการใช้สี ข้อความ และภาพ ในป้าย ควรคำนึงถึงสภาพแวดล้อมและศีลธรรม



ภาพที่ 5.12 แสดงแนวความคิดในการปรับปรุงป้ายโฆษณาชั่วคราวที่ไม่ได้ติดแนบกับรั้วหรือ

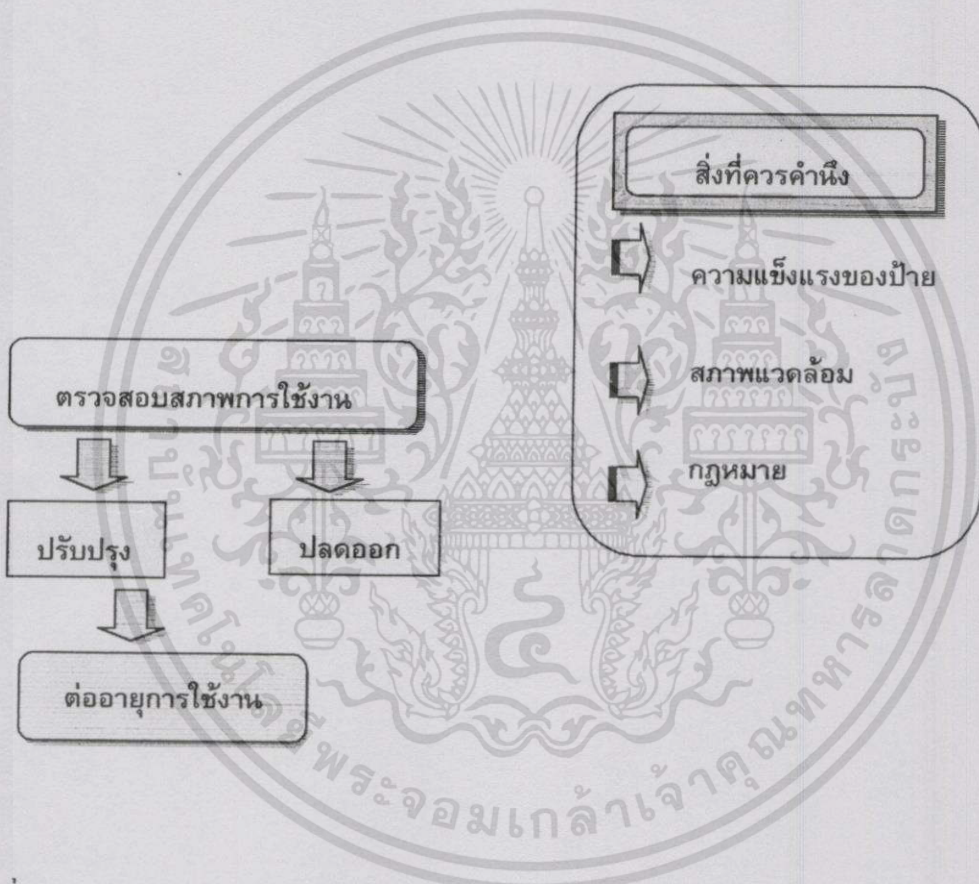
อาคาร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีกรนำไปใช้

♦ ป้ายโฆษณาที่เสื่อมสภาพที่ติดตั้งกับอาคาร

- ตำแหน่งในการติดตั้งควรติดตั้งในตำแหน่งเดิม
- ควรมีการตรวจสอบสภาพการใช้งานและความมั่นคงแข็งแรงของป้าย ถ้า

ป้ายอยู่ในสภาพการใช้งาน และมีความมั่นคงแข็งแรง ให้ปรับปรุงให้ถูกต้องตามกฎหมายและสภาพแวดล้อม ถ้าป้ายไม่อยู่ในสภาพการใช้งาน ให้ปลดออก



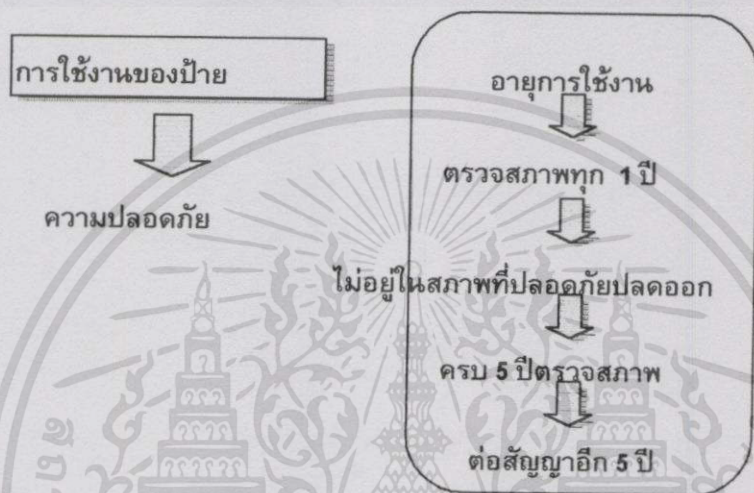
ภาพที่ 5.13 แสดงแนวความคิดในการปรับปรุงป้ายโฆษณาที่เสื่อมสภาพ

♦ โครงสร้างสำหรับติดตั้งป้ายโฆษณา

- ป้ายหรือโครงสร้างป้ายสำหรับติดตั้งป้ายโฆษณาทุกชนิด ควรเป็นวัสดุที่ทำจากเหล็กหรือวัสดุที่มีคุณภาพเทียบเท่า และควรปิดบังโครงสร้างของป้ายด้วยวัสดุทึบไฟ เพื่อความเป็นระเบียบเรียบร้อยของถนน และสร้างความปลอดภัยให้แก่ผู้สัญจร

♦ อายุการใช้งานของป้ายโฆษณา

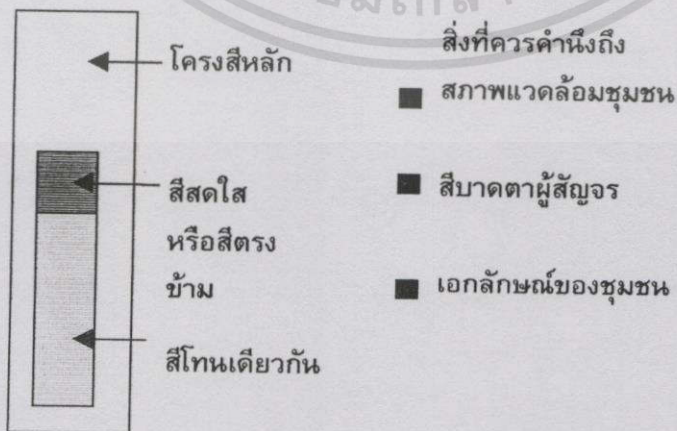
• ป้ายโฆษณาควรมีอายุ 5 ปี ในแต่ละปีจะมีการตรวจสอบสภาพการใช้งานของป้าย ถ้าป้ายไม่อยู่ในสภาพการใช้งาน ให้ปลดออกหรือปรับปรุงแก้ไขตามสภาพ เมื่อครบ 5 ปี จะมีการตรวจสอบสภาพการใช้งานเพื่อต่ออายุการใช้งานอีก 5 ปี



ภาพที่ 5.14 แสดงแนวความคิดในการควบคุมการใช้งานของป้ายโฆษณา

♦ การนำสีไปใช้ในป้ายโฆษณา

• ป้ายโฆษณาในถนนเขาวราช ควรใช้สีแดงหรือทองเป็นหลัก โดยมีการใช้สีอื่นควบคู่เพื่อลดการบาดตาของสี เช่น สีเขียว น้ำเงิน หรือขาว

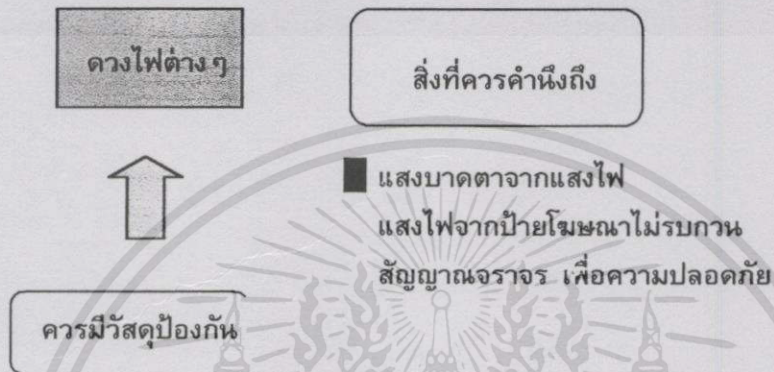


ภาพที่ 5.15 แสดงแนวความคิดในการใช้สีในป้ายโฆษณา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น ดึงทั้งห้าหน้าให้ตัดแบ่งลงเป็นอีกห้าหน้า และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

♦ การนำวัสดุไปใช้ในป้ายโฆษณา

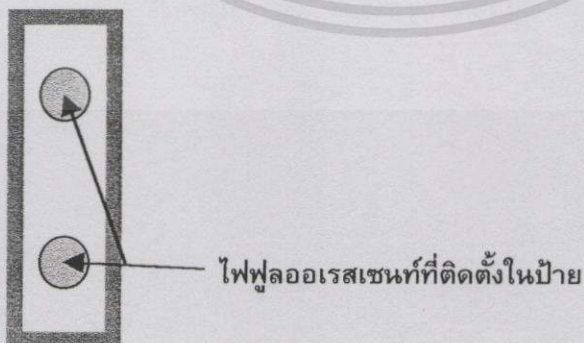
- ไม่ควรเลือกประเภทที่สะท้อนแสง เช่น โลหะขัดมัน กระຈกงา แต่สามารถนำมาใช้ในอัตราส่วนที่น้อย เพื่อต้องการเน้นในส่วนสำคัญของป้ายโฆษณา



ภาพที่ 5.16 แสดงแนวความคิดในการนำวัสดุสะท้อนแสงไปใช้ในป้ายโฆษณา

♦ ดวงไฟที่ติดตั้งที่ป้ายโฆษณา

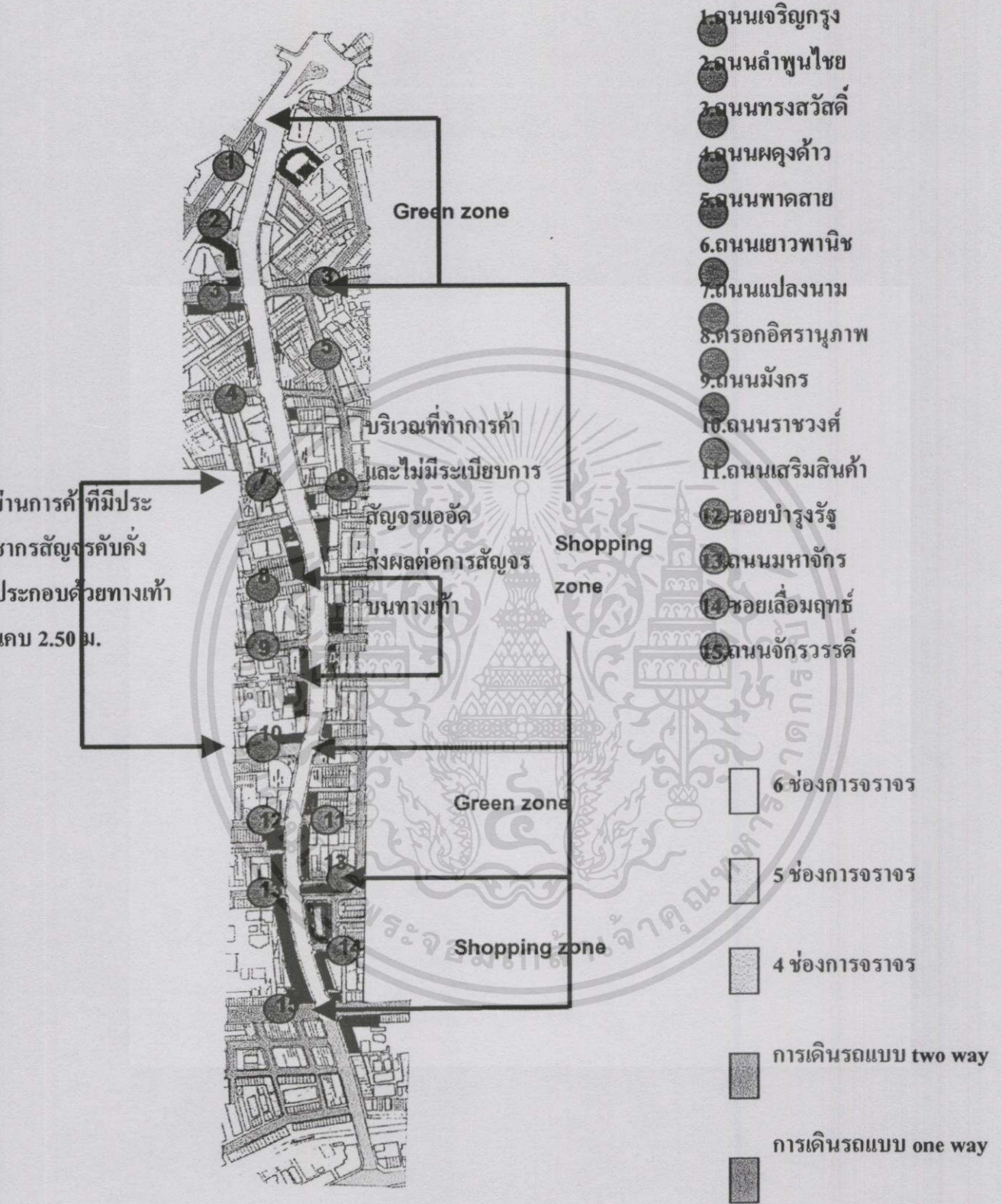
- ควรมีการนำวัสดุมาใช้เพื่อป้องกันแสงสะท้อนเข้าสู่ดวงตาของผู้สัญจร และป้องกันดวงไฟจากน้ำฝนหรือวัสดุต่างๆ
- ในบริเวณสี่แยกของถนนที่มีไฟสัญญาณจราจร ควรใช้ไฟฟลูออเรสเซนต์ชนิดที่ติดตั้งภายในป้ายโฆษณา



ภาพที่ 5.17 แสดงแนวความคิดในการป้องกันแสงบาดตาจากแสงไฟ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

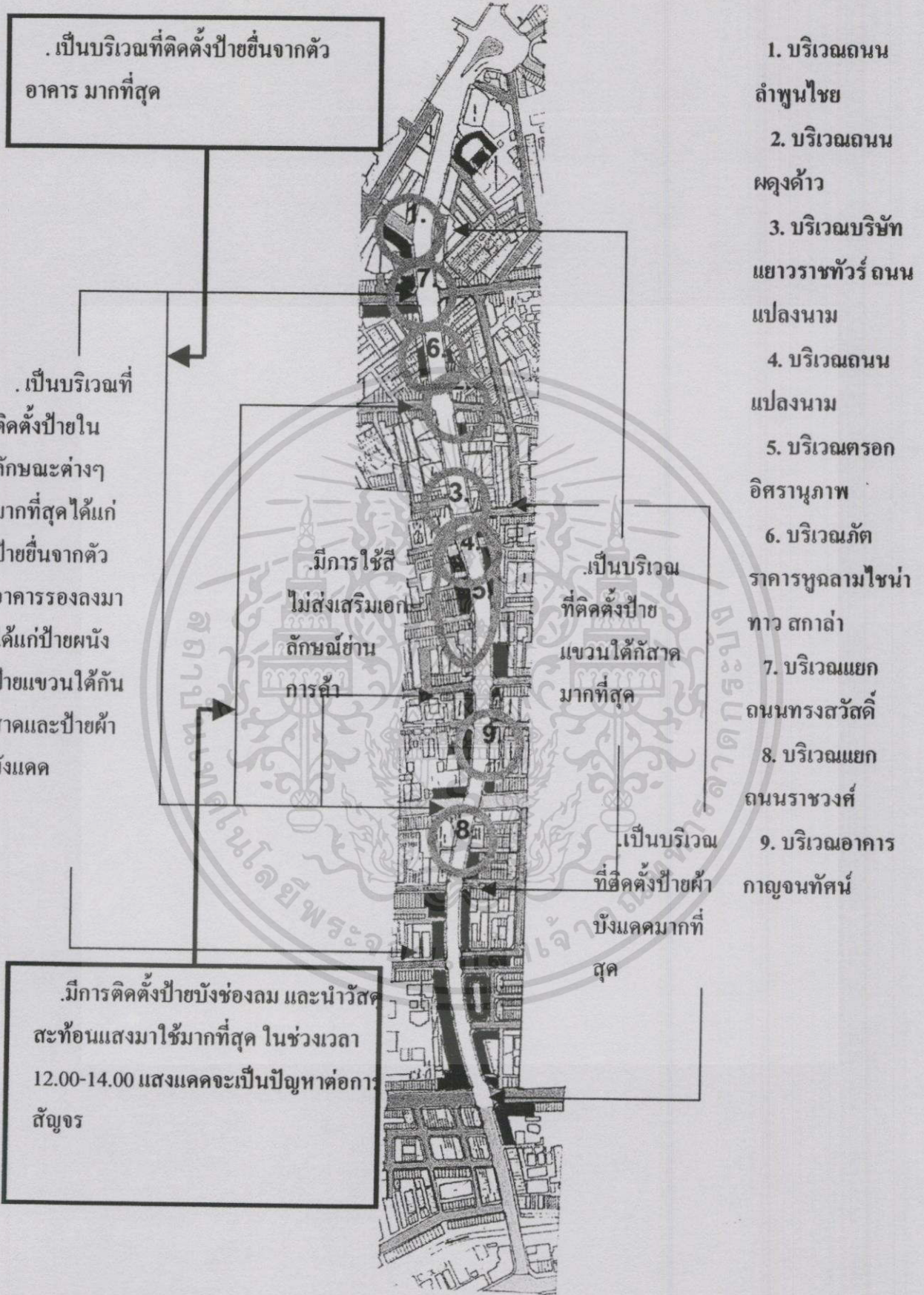
ตอนที่ 2 แนวความคิดในการปรับปรุงสื่อป้ายโฆษณาที่ติดตั้งกับอาคาร ในถนนเยาวราช



ภาพที่ 5.18 แสดงการวิเคราะห์ลักษณะทางกายภาพของถนนเยาวราช

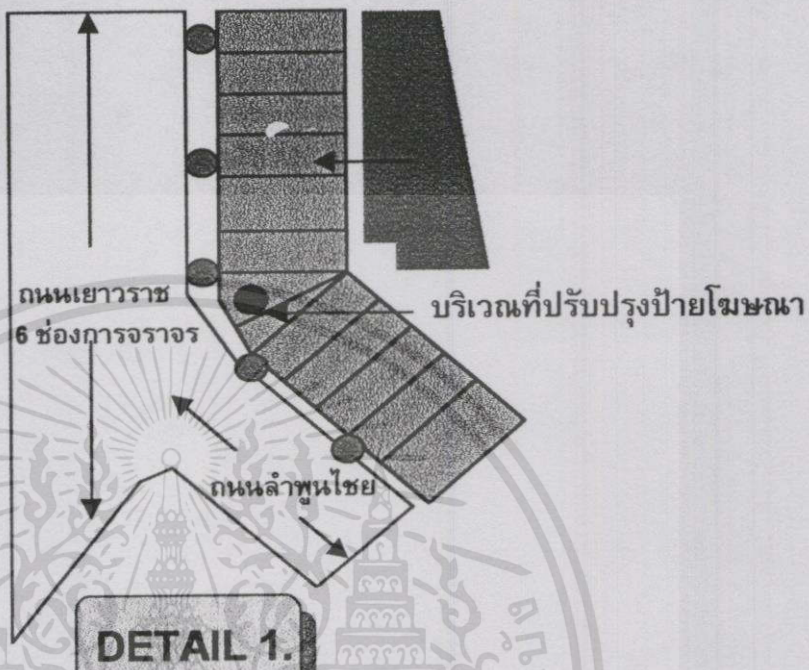
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.19 แสดงการวิเคราะห์ตำแหน่งในการติดตั้งป้าย และตำแหน่งที่ปรับปรุงป้ายโฆษณา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

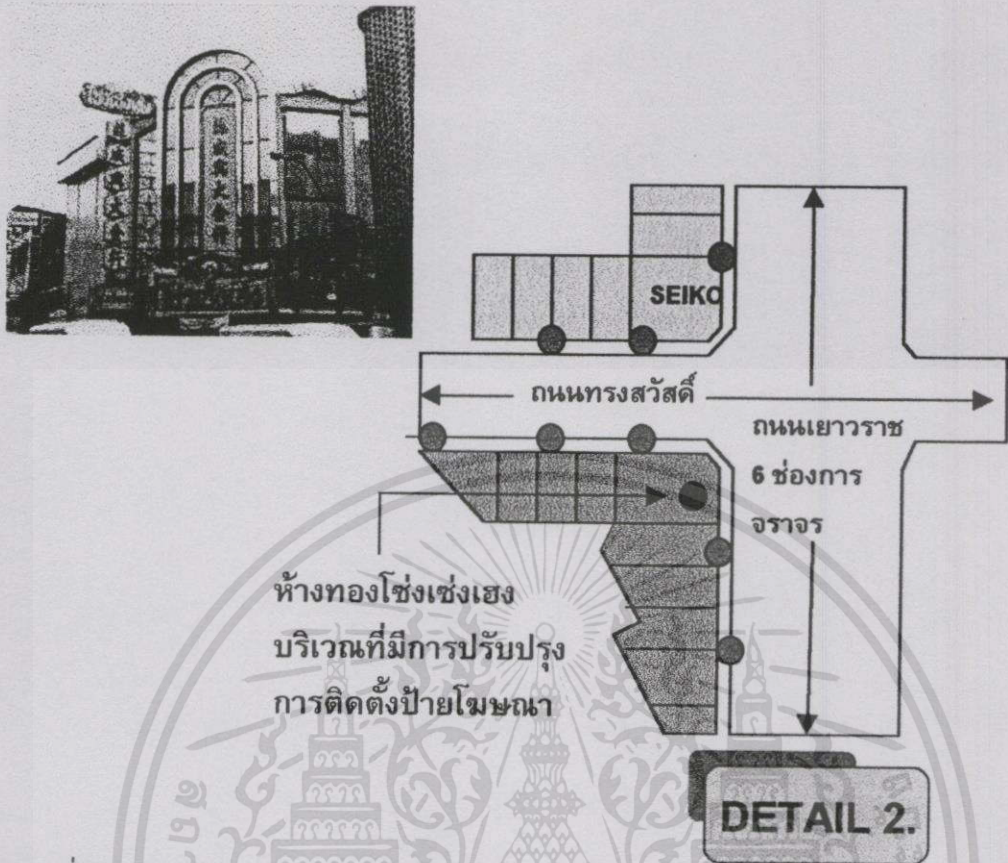


- ป้ายโฆษณาที่ปิดบังทางช่องลม ประตู และมีความสูงกว่าตวอาคาร

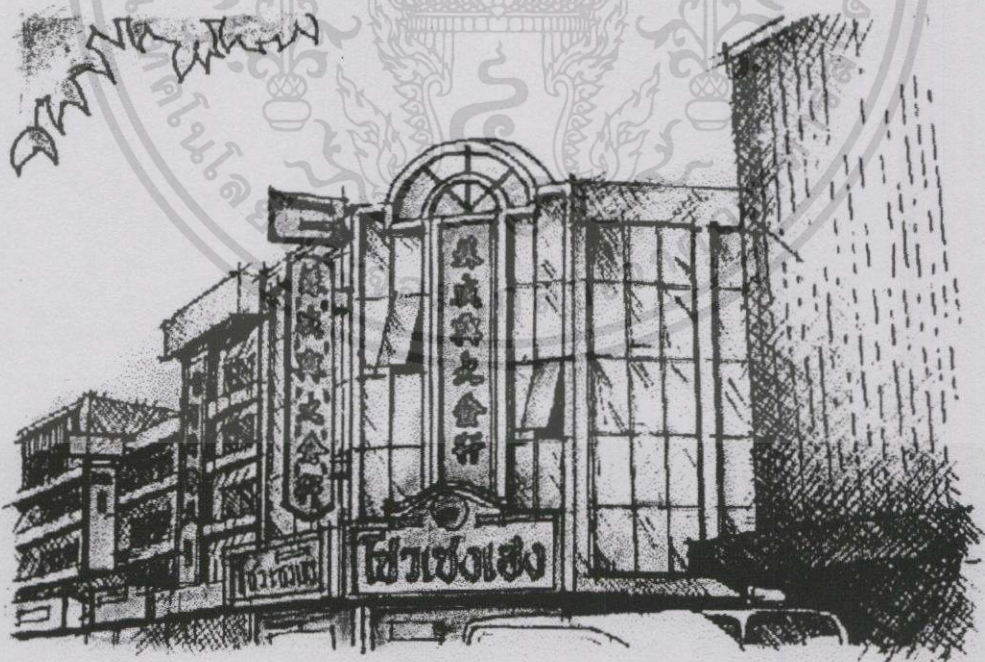


ภาพที่ 5.20 แสดงการปรับปรุงป้ายโฆษณาที่ติดตั้งกับอาคารที่มีคุณค่าทางสถาปัตยกรรม บริเวณถนนลำพูนซอย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

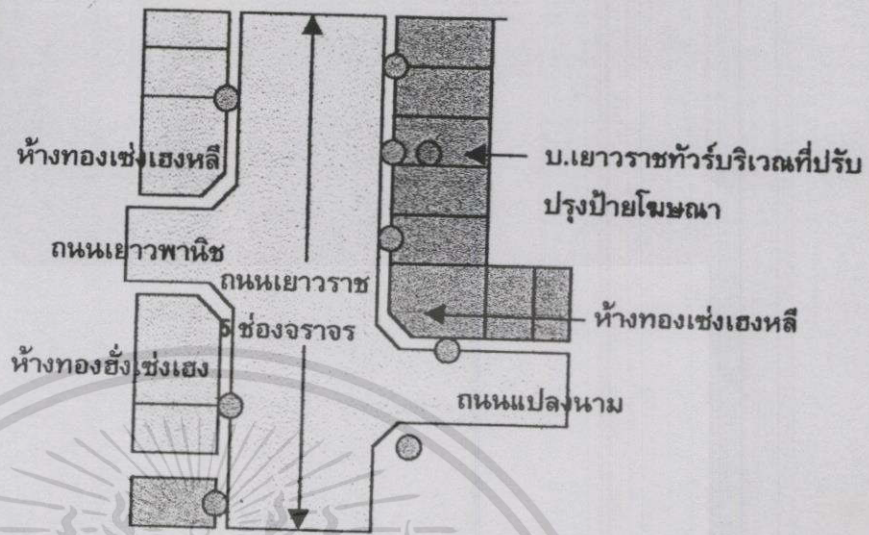
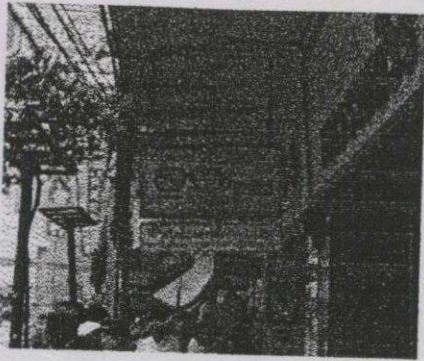


- ป้ายที่ปิดบังช่องลม บริเวณห้างทองชิงเซ่งเฮง



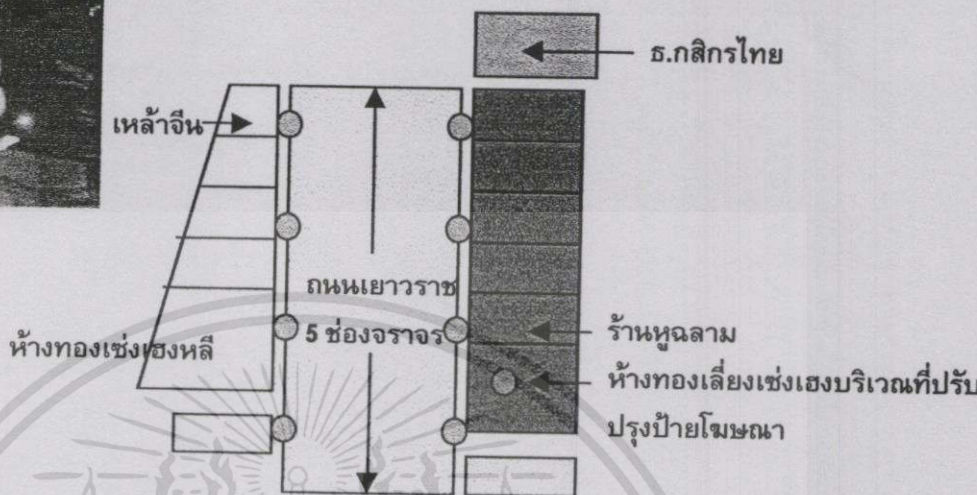
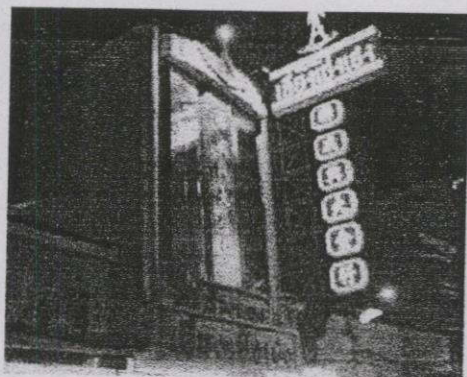
ภาพที่ 5.21 แสดงการปรับปรุงป้ายโฆษณาที่ติดตั้งบังช่องลม หน้าต่าง หรือประตูของอาคาร บริเวณ ถนนผดุงด้าว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

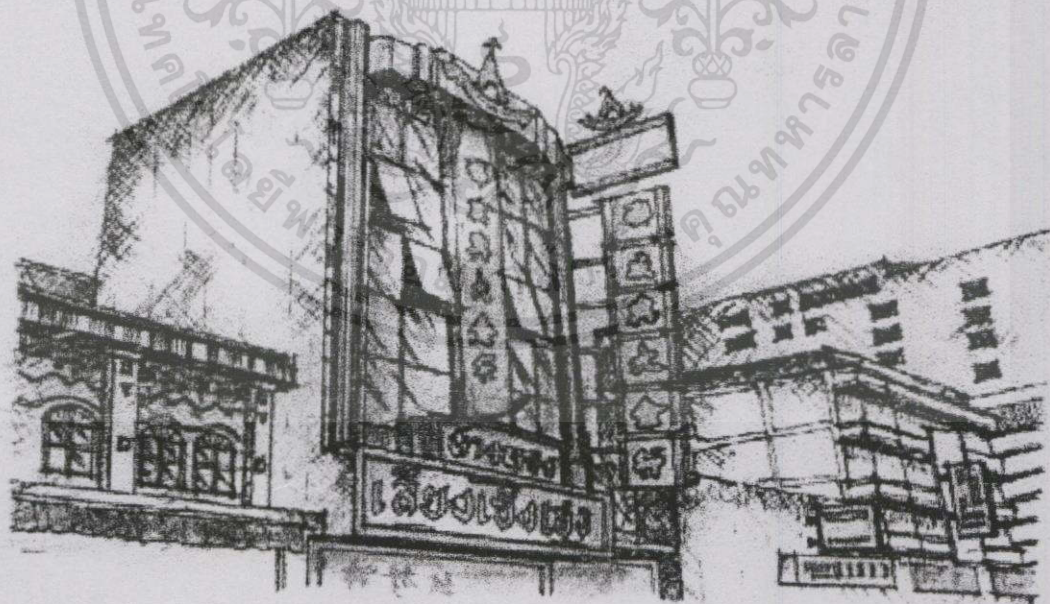


ภาพที่ 5.22 แสดงการปรับปรุงป้ายโฆษณาที่แขวนได้กันสาดชั้นล่างของอาคาร บริเวณบริษัทเยาวราชทัวร์ ถนนแปลงนาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



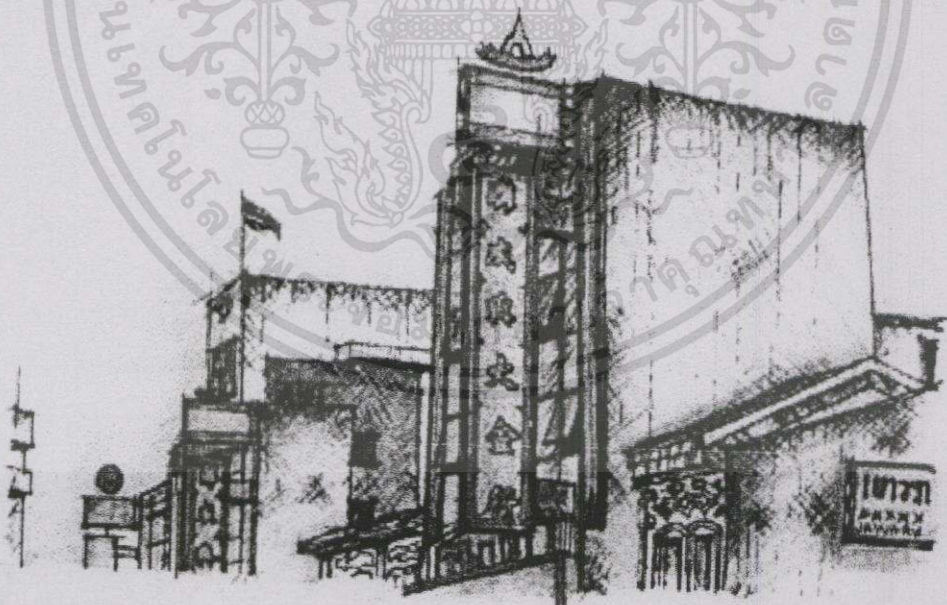
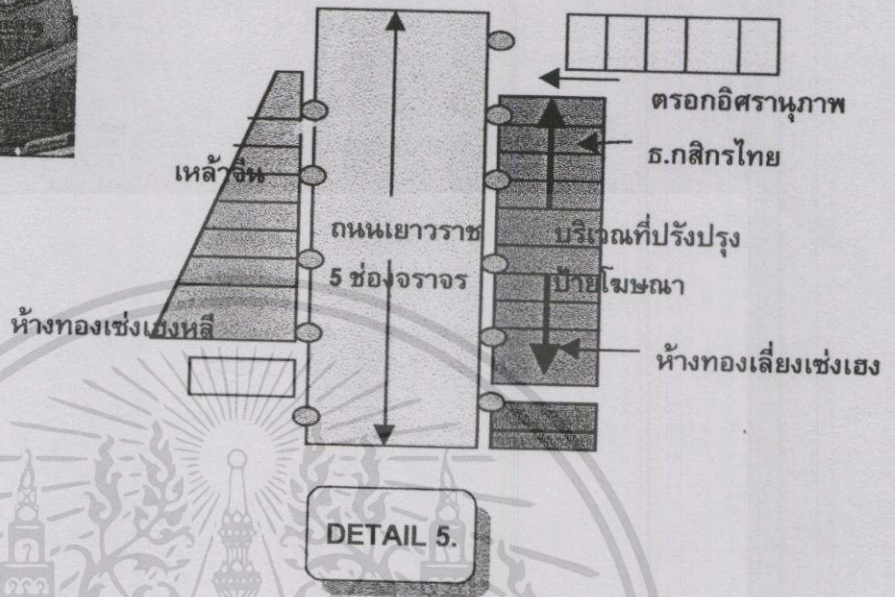
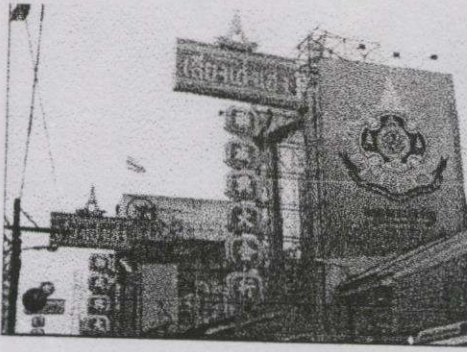
DETAIL 4.



ภาพที่ 5.23 แสดงการปรับปรุงป้ายโฆษณาที่ยื่นล้ำออกมาเหนือสถานที่สาธารณะ และป้ายปิดบัง

ช่องลม หน้าต่างหรือประตูของอาคาร บริเวณถนนแปลงนาม อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

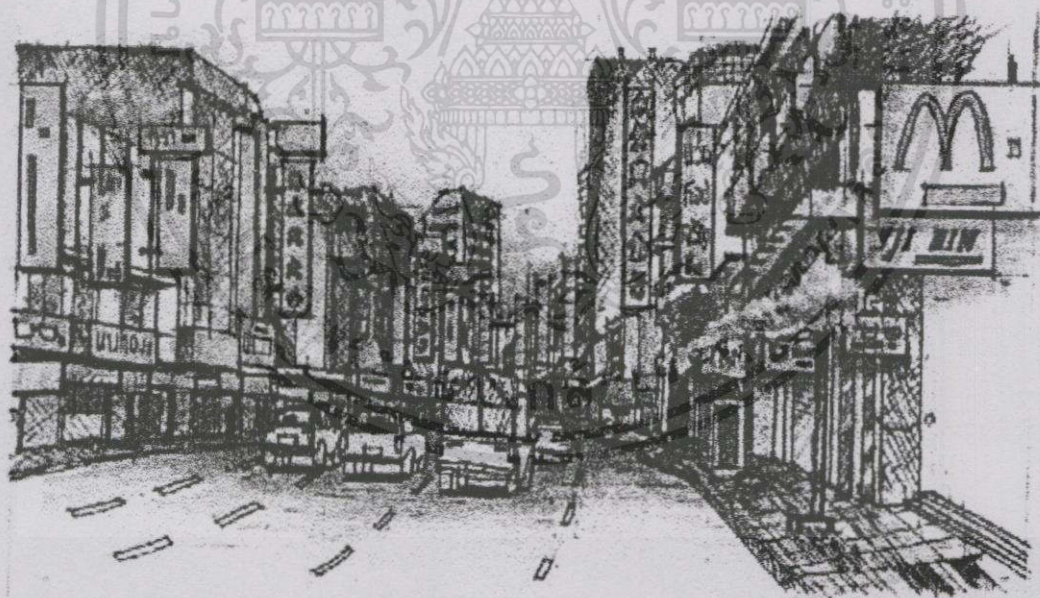
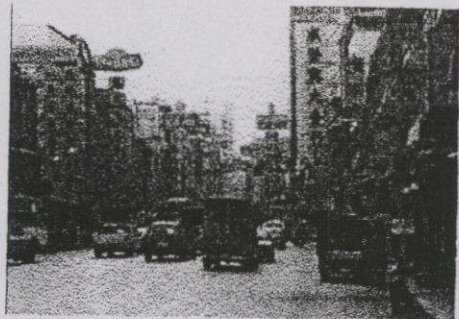
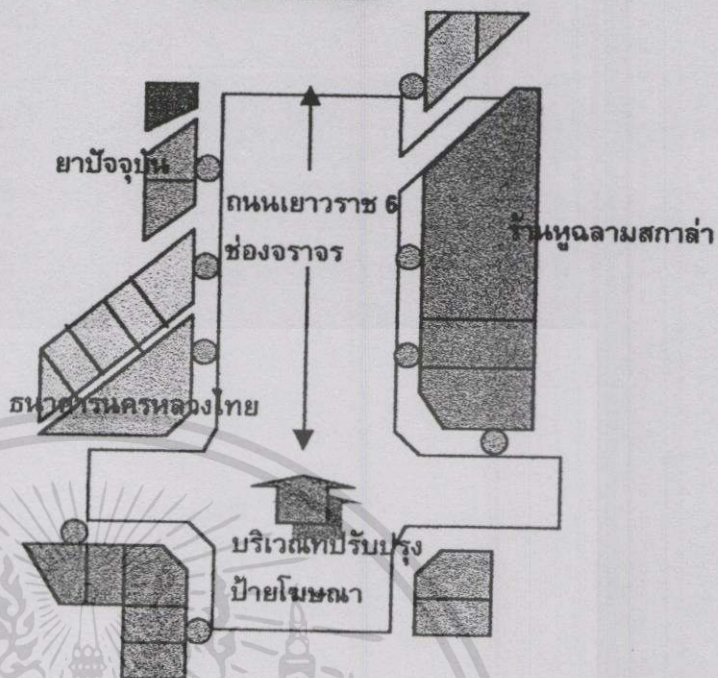
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และตั้งวางถึงถึงเจ้าของอาคารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.24 แสดงทัศนียภาพโดยรวมของป้ายโฆษณาที่อื่นล้าออกมาเหนือสถานที่สาธารณะ และ
ป้ายปิดบังช่องลม บริเวณตรอกอิศรานุภาพ

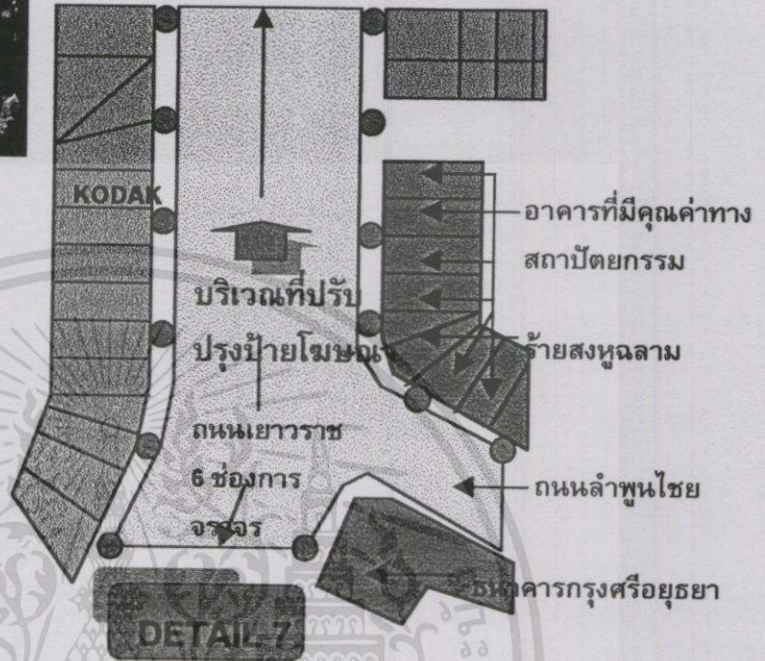
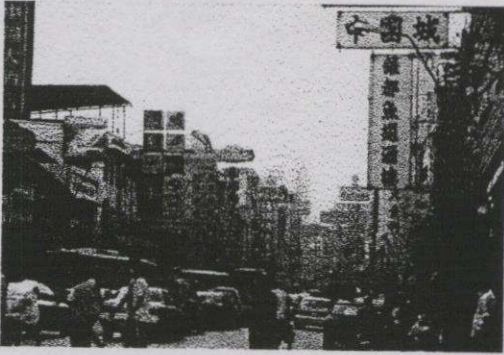
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

DETAIL 6.



ภาพที่ 5.25 แสดงทัศนียภาพโดยรวมของป้ายโฆษณาในถนนเขาวราช บริเวณภัตตราคารหูดลามโซ
 นาทาว สกาล่า

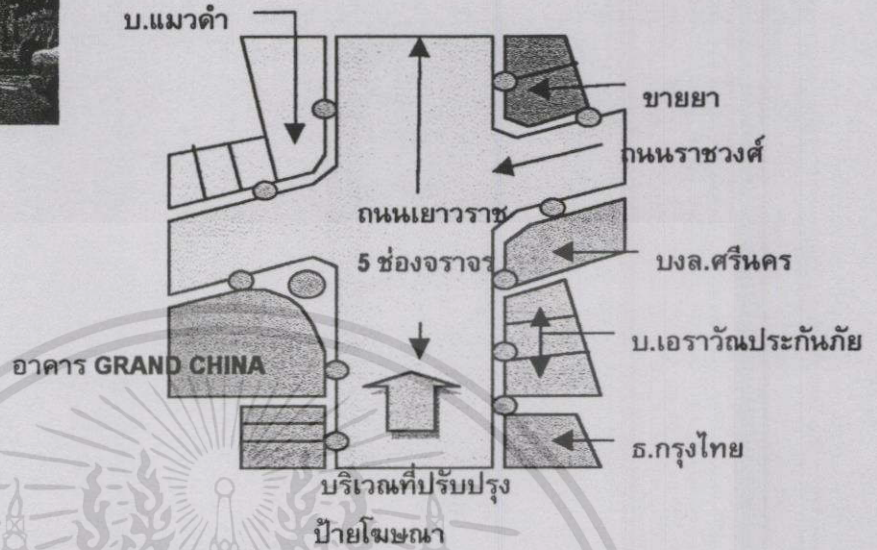
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



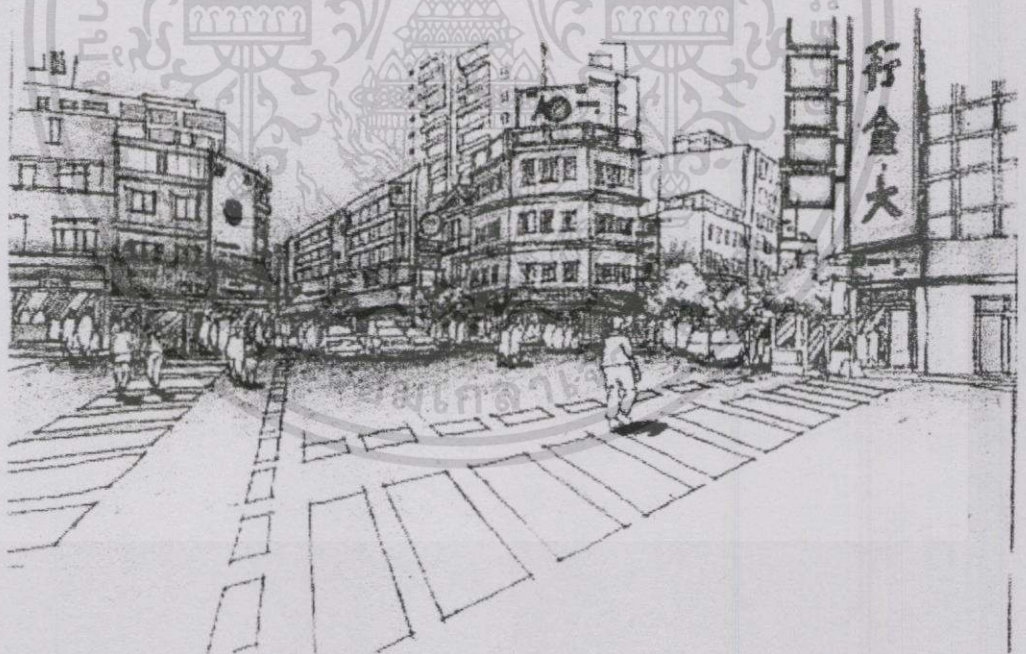
- มุมมองที่เห็นป้ายโฆษณาที่ยื่นจากตัวอาคารได้ชัดเจน และมีการติดตั้งป้ายโฆษณาที่รกรุงรังส่งผลต่อทัศนียภาพของถนน และความปลอดภัยของผู้สัญจร



ภาพที่ 5.26 แสดงทัศนียภาพโดยรวมของป้ายโฆษณาในถนนเยาวราช บริเวณแยกถนนทองสวัสดิ์ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น ลึกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

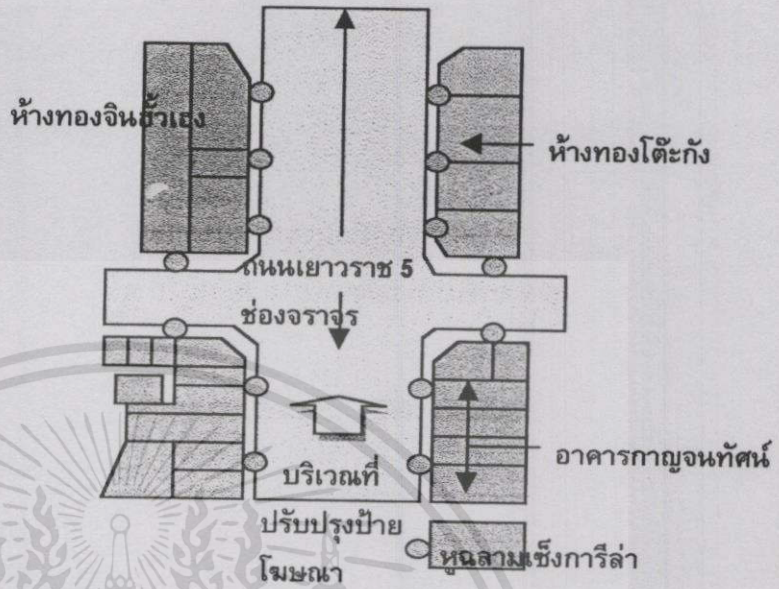
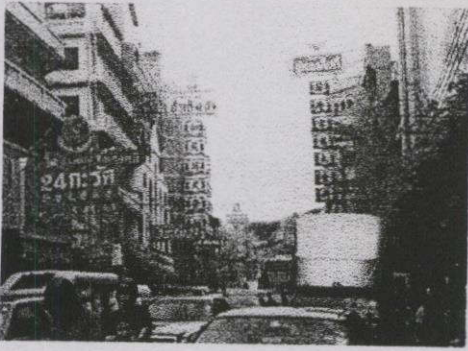


DETAIL 8.



ภาพที่ 5.27 แสดงทัศนียภาพโดยรวมของป้ายโฆษณาในถนนเยาวราช บริเวณอาคาร GRAND CHINA แยกถนนราชวงศ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



DETAIL 9

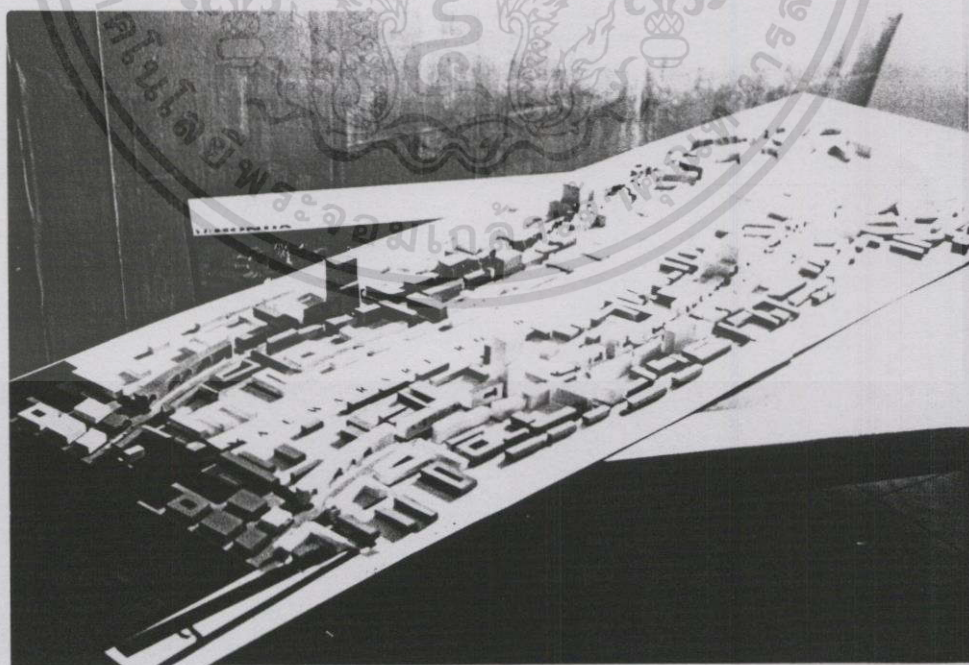


ภาพที่ 5.28 แสดงทัศนียภาพโดยรวมของป้ายโฆษณาในถนนเยาวราช บริเวณอาคารกาญจนาทัศน์ด้านการค้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนเวลาหรับการเขียนเพื่อใช้ทำรายงานเท่านั้น เมื่อผู้เขียนได้เขียนเสร็จเรียบร้อยแล้ว

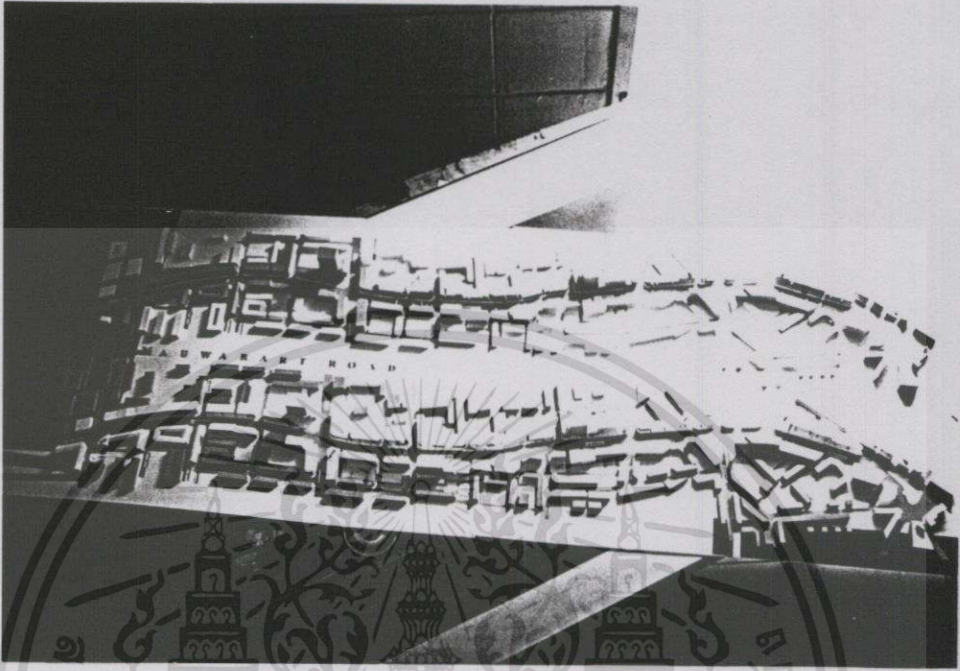


ภาพที่ 5.29 แสดงภาพจำลองโดยรวมของถนนเขาวราช

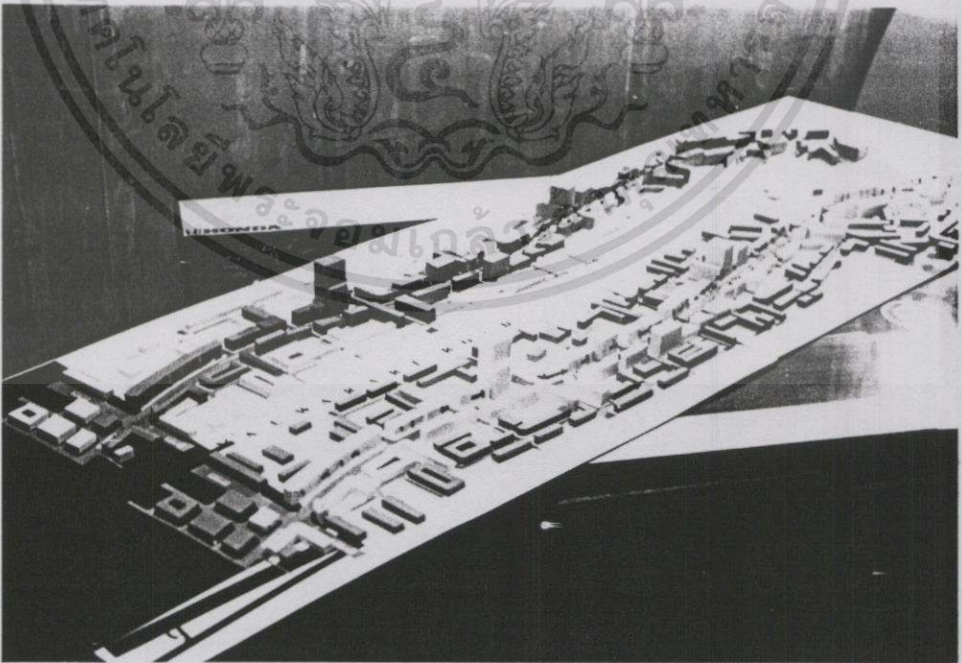


ภาพที่ 5.30 แสดงภาพจำลองในทิศตะวันออกเฉียงเหนือของถนนเขาวราช

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และตั้งก้างกึ่งถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

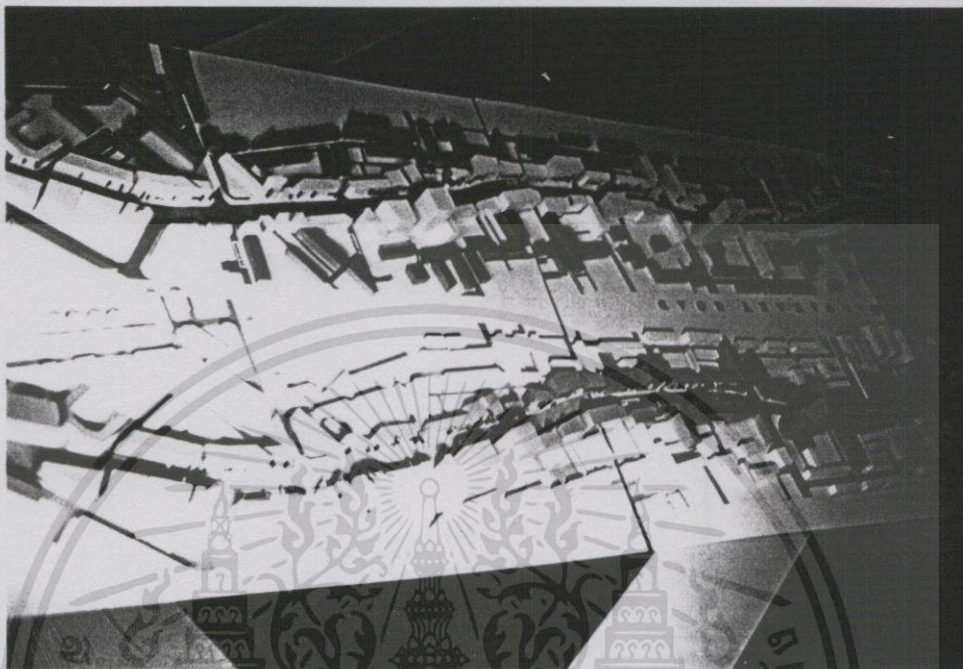


ภาพที่ 5.31 แสดงภาพจำลองในมุมมองด้านบนของถนนเยาวราช

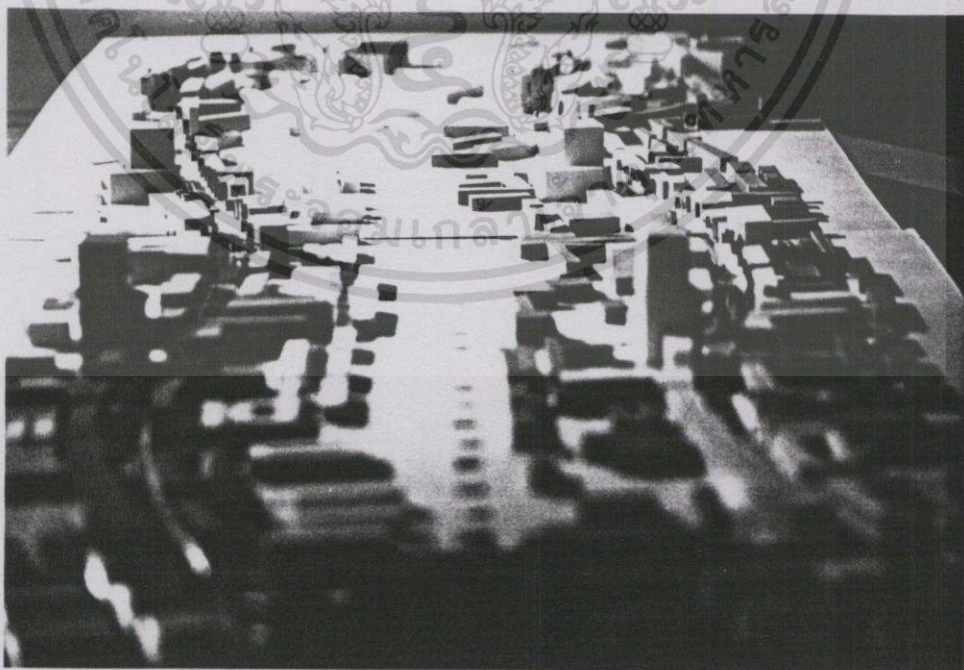


ภาพที่ 5.32 แสดงภาพจำลองในทิศตะวันตกเฉียงเหนือของถนนเยาวราช

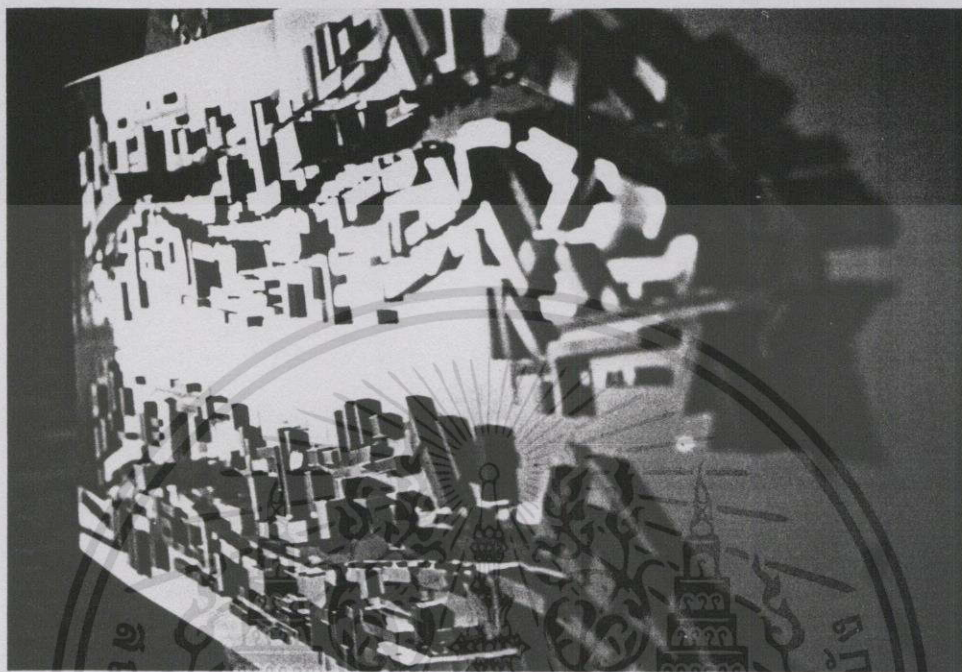
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไปว่ากรณีใดทั้งสิ้น ลึกซึ้งห่างไกลให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



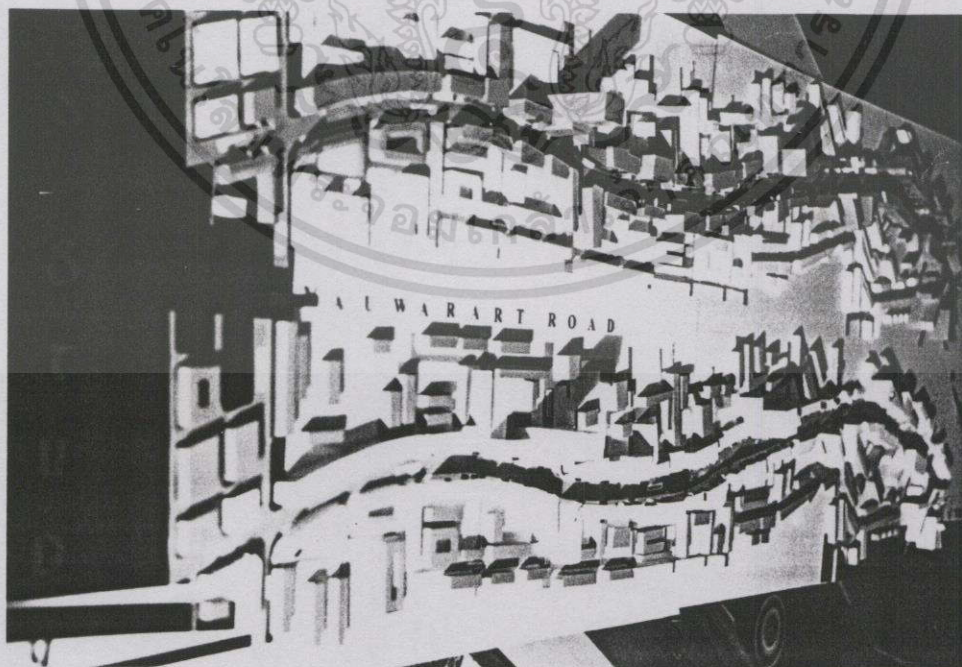
ภาพที่ 5.33 แสดงภาพจำลองในทิศตะวันตกของถนนเยาวราช



ภาพที่ 5.34 แสดงภาพจำลองในมุมมองจากถนนจักรวรรดิ
 เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.35 แสดงภาพจำลองในมุมมองจากวงเวียนโอเดียน



ภาพที่ 5.36 แสดงภาพจำลองในมุมมองจากถนนจักรวรรดิ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์การเขียนเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น ผู้ใช้ทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างถึงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม

- กฤติกา มาโนช. 2540. “การเปิดรับและทัศนคติเกี่ยวกับป้ายรณรงค์รักษาวินัยจราจรของผู้ใช้รถใน กรุงเทพมหานคร”.วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ บัณฑิตวิทยาลัย,จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กำธร กุลชล.2540. “การฟื้นฟูสภาพแวดล้อมบนถนนราชดำเนินกลาง:ประสบการณ์จากภาคปฏิบัติ”. หน้าจั่ว.40(15) : 39-54.
- คมกฤษ ชูเกียรติ.2541. “การใช้แสงธรรมชาติเสริมเพื่อลดพลังงานในอาคาร”.สารศาสตร์สถาปัตยกรรม.41(2):66-84.
- เฉลิม รัตนทัศนีย์.2539.วิวัฒนาการศิลปศาสตร์สถาปัตยกรรมไทยพุทธศาสนา.กรุงเทพฯ :บริษัท อมรินทร์พริ้นท์ แอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด(มหาชน).
- ชินศักดิ์ ตันจิกุล.2540. “ป้ายโฆษณาความสวยงามหรือมลภาวะของเมืองกรุง”. หน้าจั่ว.40(15):84-94.
- ชุตินทร คล่องวิชา และคณะ.2540.กฎหมายการผังเมืองกับการคุ้มครองพื้นที่ในกรุงเทพมหานคร.กรุงเทพฯ : คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์มหาวิทาลัยศิลปากร.
- ชำนาญ ห่อเกียรติ.2540.เทคนิคการส่องแสง.กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ลดาวัลย์ ยมจินดา,ศส. และสุพรรณิ มังคลี,รศ.2531.หลักการโฆษณา. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ บริษัท ประชาชน จำกัด
- บัณฑิต จุลาสัย,รศ.ดร.2540. “การวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมทางดานสุนทรียภาพ”.สารศาสตร์สถาปัตยกรรม.40(1) : 204-228.
- ปริญญา จิตรกรนทีกิจ.2537. “ปัญหากฎหมายในการปฏิบัติให้เป็นไปตามผังเมือง”.วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิตสาขาวิชานิเทศศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ศุสดี ทิพทัส.2536.เกณฑ์ในการออกแบบสถาปัตยกรรม.กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ทวีเดช จีวบาง.2537. เรียนรู้ทฤษฎีสถิตี. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.
- พิบูล ทีปะปาด,ศส.2536.การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย.กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์อมรรการพิมพ์.
- น.ณปากน้ำ.(นามแฝง).2525.หลักการใช้สี .กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด.
- นัตดา เนตรรัตนะ.2539. “กลยุทธ์ในการสื่อสารงานโฆษณาผ่านสื่ออินเตอร์คบนทางด่วน”.วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย,จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นิตยสารเที่ยวรอบโลก,(ผู้รวบรวม).2542.คู่มือนักเดินทางฉบับพกพา ญี่ปุ่น.กรุงเทพฯ:บริษัทอดิตดาพับลิเคชั่น(ประเทศไทย)จำกัด.

เอกสารนี้เป็นเอกสารสงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นิตยสารเที่ยวรอบโลก,(ผู้รวบรวม).2540.ฮ่องกง เสนอตะวันออก. กรุงเทพฯ:บริษัทอภิตดาพับลิเคชั่น (ประเทศไทย)จำกัด.

สมจิตร เตชะบัญญัติ.2539. “การวิเคราะห์ภาวะกรรมของป้ายโฆษณาในกรุงเทพมหานคร”. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย,จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สภาวีทย์ คำนธำรงกุล.2540.ทัศนอุจาด.กรุงเทพฯ:คณะสถาปัตยกรรม มหาวิทยาลัยศิลปากร.

สรรเพชญ นนทภักดิ์.2535.การศึกษาคุณค่าทางสุนทรียภาพด้านผังเมือง.กรุงเทพฯ:จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สมพันธ์ อำพวัน.2534.การออกแบบเดินสายและแสงสว่าง.กรุงเทพฯ:สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

สาคร พลาราชม.2524.การส่องสว่าง.กรุงเทพฯ:.....

สุรเชษฐ์ บูรณปริญากุล.2537.การใช้สีในงานสถาปัตยกรรม.กรุงเทพฯ: คณะสถาปัตยกรรม มหาวิทยาลัยศิลปากร.

โสภาคย์ ผาสุขนิรันดร์.2537.การออกแบบสถาปัตยกรรมแวดล้อมในชุมชน.กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สมาคมสถาปนิกในพระบรมราชูปถัมภ์,(ผู้รวบรวม).2538.กฎหมายอาญา.กรุงเทพฯ:สำนักพิมพ์เมฆาเพรส.

สถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.2541.รายงานการศึกษาและออกแบบรายละเอียดโครงการพัฒนาภูมิทัศน์ถนนเยาวราช.กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สำนักงานเขตสัมพันธวงศ์.2542.ข้อมูลทั่วไปสำนักงานเขตสัมพันธวงศ์.กรุงเทพฯฝ่ายปกครองสำนักงานเขตสัมพันธวงศ์.

สำนักงานเขตสัมพันธวงศ์.2542.ร่างข้อบัญญัติกรุงเทพมหานคร.กรุงเทพฯ:ฝ่ายโยธาธิการสำนักงานเขตสัมพันธวงศ์.

อรศิริ ปาณินท์.2538.ที่ว่างทางสถาปัตยกรรม.พิมพ์ครั้งที่2.กรุงเทพฯ:สำนักพิมพ์RANGSIT UNIVERSITY PRESS.

Petchsiri,Eastern Impartation of Western Criminal Law (N.P. : Publication of Comparative Criminal Law Project 1987),45

Russell, J.Thomas and Lean, W.R.onald. 1990. Kieppnev's Advertising Procedure I Ithed Engiewood cliffs.N.J. Prenttce-Hall,Inc.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบสำรวจลักษณะการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณา สำหรับผู้วิจัย

แบบสำรวจลักษณะของสื่อป้ายโฆษณาที่ติดตั้งกับอาคารในถนนเยาวราช เพื่อศึกษาถึงลักษณะการติดตั้ง การนำวัสดุ สี และแสงสว่างมาใช้ในสื่อป้ายโฆษณาตลอดจนปัญหาทางด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพอันเกิดจากสื่อป้ายโฆษณา

ตอนที่ 1 แนวทางในการสำรวจสื่อป้ายโฆษณา โดยศึกษาจากพระราชบัญญัติและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง

1. บริเวณที่มีการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณามากที่สุด และประเภทของป้ายที่มีการติดตั้งมากที่สุด

2. ลักษณะของสื่อป้าย

2.1 ลักษณะของสื่อป้ายโฆษณาที่มีการติดตั้งผิดพระราชบัญญัติและกฎระเบียบ

2.2 ตำแหน่งที่มีการติดตั้ง และ โครงสร้างของสื่อป้ายโฆษณาในลักษณะต่างๆ

2.3 ขนาดและรูปแบบของสื่อป้ายโฆษณาในลักษณะต่างๆ

2.4 สภาพปัญหาที่เกิดจากสื่อป้ายโฆษณาในลักษณะต่างๆ

ตอนที่ 2 แนวทางในการสำรวจการใช้สี วัสดุสะท้อนแสง และการใช้แสงสว่างภายในสื่อ
ป้ายโฆษณา

1. ลักษณะของสีที่นำมาใช้ในสื่อป้ายโฆษณา และก่อให้เกิดปัญหาในด้านใด _____

2. ลักษณะของวัสดุที่นำมาใช้ในสื่อป้ายโฆษณา และก่อให้เกิดปัญหาในด้านใด _____

3. ลักษณะของแสงสว่างที่นำมาใช้ในสื่อป้ายโฆษณา และก่อให้เกิดปัญหาในด้านใด _____

แบบสัมภาษณ์ประกอบการวิจัย
เรื่อง
แนวทางในการควบคุมสื่อป้ายโฆษณาที่ติดตั้งกับอาคารในถนนเยาวราช

คำชี้แจง

โครงการวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาแนวทางควบคุมของพระราชบัญญัติ และกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับสื่อป้ายโฆษณา ตลอดจนผลกระทบของสื่อป้ายโฆษณา ที่มีผลต่อสถาปัตยกรรมและผังเมืองในถนนเยาวราช และกำหนดแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขให้มีความสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมและองค์ประกอบอื่นๆ

ดังนั้นจึงขอความร่วมมือจากท่าน ตอบแบบสัมภาษณ์ตามสภาพความเป็นจริง และให้ครบทุกข้อ ซึ่งจะทำการวิจัยครั้งนี้ได้ผลตรงตามเป้าหมายยิ่งขึ้น คำตอบและความคิดเห็นต่างๆของท่าน ผู้วิจัยจะนำไปใช้ประโยชน์เพื่อการศึกษาเท่านั้น ซึ่งจะไม่มีผลต่อตัวผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ และหน่วยงานของท่าน ผู้วิจัยขอขอบคุณในความกรุณาของท่านเป็นอย่างยิ่ง

แบบสัมภาษณ์และคำชี้แจงมีทั้งหมด 8 หน้า, แบ่งเป็น 3 ตอนคือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

ตอนที่ 2 ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางควบคุมของพระราชบัญญัติและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับสื่อป้ายโฆษณา

ตอนที่ 3 ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพแวดล้อม

แบบสัมภาษณ์ ชุดที่ 1 สำหรับนักวิชาการ

โปรดใส่เครื่องหมาย ลงในช่องว่าง ตามสภาพที่เป็นจริง หรือกรอกข้อความลงในช่องว่าง ตามสภาพที่เป็นจริง

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

1. เพศ ชาย หญิง
2. อายุ ต่ำกว่า 20 ปี 20-30 ปี
 30-40 ปี 40 ปีขึ้นไป
3. วุฒิการศึกษา ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี
 อื่นๆ (โปรดระบุ) _____
4. ปัจจุบันประกอบอาชีพ สถาปนิก นักผังเมือง
 เจ้าหน้าที่สำนักงานเขตสัมพันธวงศ์
 กรมส่งเสริมสิ่งแวดล้อม
 ตำแหน่ง _____
5. ระยะเวลาการทำงาน ต่ำกว่า 5 ปี 5-10 ปี
 มากกว่า 10 ปี

ตอนที่ 2 ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางควบคุมของพระราชบัญญัติ และกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับสื่อป้ายโฆษณา

1. พระราชบัญญัติและกฎระเบียบต่างๆ ที่ใช้ควบคุมสื่อป้ายโฆษณา ในปัจจุบันท่านคิดว่ามีข้อบกพร่องหรือไม่อย่างไร (ถ้ามีข้อบกพร่องให้เสนอเหตุผล และแนวทางแก้ไข)

1.1 การควบคุมเกี่ยวข้องกับตำแหน่งหรือสถานที่ติดตั้งป้าย

1.1.1 ห้ามมิให้บุคคลใดปลูกสร้างอาคาร (หมายรวมถึงป้ายโฆษณา) หรือส่วนของอาคารยื่นออกมาในหรือเหนือทาง หรือที่ดินสาธารณะ

- มีข้อบกพร่อง ไม่มีข้อบกพร่อง

เหตุผลของข้อบกพร่อง _____

แนวทางแก้ไข _____

1.1.2 กรุงเทพมหานคร ไม่อนุญาตให้ติดตั้งป้ายโฆษณาทุกชนิด โดยการติดคร่อม ถนนหรือทางสาธารณะบริเวณวงเวียน อนุสรณ์ สะพาน สะพานลอย สะพานลอยคนข้าม เกาะกลางถนน สวนหย่อม สวนสาธารณะ บนทางเท้า ต้นไม้ และเสาไฟฟ้า ซึ่งอยู่ในที่สาธารณะเว้นแต่การติดตั้งเพื่องานราชพิธี รัฐพิธี การต้อนรับราชบัณฑิตหรือแขกเมืองของรัฐบาล หรือในกรณีที่กรุงเทพมหานครเห็นสมควร

มีข้อบกพร่อง ไม่มีข้อบกพร่อง

เหตุผลของข้อบกพร่อง _____

แนวทางแก้ไข _____

1.1.3. ป้ายโฆษณาชั่วคราวที่เกี่ยวกับการกุศล สาธารณประโยชน์ และป้ายนั้นทำด้วยผ้าหรือกระดาษ ซึ่งไม่เป็นอาคาร อนุญาตให้ติดตั้งได้เฉพาะการติดแนบกับรั้ว หรือผนังของอาคารเท่านั้น ขนาดความสูงของป้ายต้องไม่สูงกว่าตัวอาคารหรือรั้วที่ขอ อนุญาตติดตั้ง

มีข้อบกพร่อง ไม่มีข้อบกพร่อง

เหตุผลของข้อบกพร่อง _____

แนวทางแก้ไข _____

1.1.4. อาคาร (หมายรวมถึงป้ายโฆษณา) ปลูกสร้างริมทางสาธารณะที่มีความกว้างไม่ถึง 6.00 เมตร ให้รั้วแนวอาคาร (หมายรวมถึงป้ายโฆษณา) ห่างจากศูนย์กลางทางสาธารณะอย่างน้อย 3.00 เมตร

มีข้อบกพร่อง ไม่มีข้อบกพร่อง

เหตุผลของข้อบกพร่อง _____

แนวทางแก้ไข _____

1.1.5. ป้ายหรือโครงป้ายที่ติดตั้งบนอาคาร ต้องห่างจากเขตทางหรือที่สาธารณะไม่น้อยกว่า 6.00 เมตร และอนุญาตให้ติดตั้งได้เฉพาะหลังคา หรือคานาฟ้าที่เป็นคอนกรีตเสริมเหล็กเท่านั้น

มีข้อบกพร่อง ไม่มีข้อบกพร่อง

เหตุผลของข้อบกพร่อง _____

แนวทางแก้ไข _____

- 1.1.6 ป้ายโฆษณาที่เป็น อาคารต้องติดตั้งโดยไม่มีช่องลมหน้าค่าง หรือประตู และต้องติดตั้งด้วยวัสดุอันถาวรและมั่นคงแข็งแรง

มีข้อบกพร่อง ไม่มีข้อบกพร่อง

เหตุผลของข้อบกพร่อง _____

แนวทางแก้ไข _____

- 1.1.7 ห้ามติดตั้งป้ายหรือ โครงป้ายได้กั้นสายตาชั้นล่างของอาคาร เว้นแต่ป้ายแจ้งชื่อร้านที่ติดตั้งแบบผนังด้านหน้าของอาคาร โดยยื่นจากผนังอาคาร ได้ไม่เกิน 0.10 เมตร

มีข้อบกพร่อง ไม่มีข้อบกพร่อง

เหตุผลของข้อบกพร่อง _____

แนวทางแก้ไข _____

- 1.1.8 การติดตั้งป้ายโฆษณาที่อาคาร และสูงเกินกว่า 3.25 เมตร แต่ไม่เกิน 5.00 เมตร ตัวป้ายต้องสูงไม่เกิน 1.50 เมตร และต้องห่างจากผนังอาคาร ไม่น้อยกว่า 0.50 เมตร ส่วนยื่นของตัวป้ายต้องหลบจากปลายกันสาด ไม่น้อยกว่า 0.25 เมตร ป้ายโฆษณาที่ติดตั้งขนานกับแนวกันสาดจะต้องหลบจากป้ายกันสาด ไม่น้อยกว่า 0.25 เมตร

มีข้อบกพร่อง ไม่มีข้อบกพร่อง

เหตุผลของข้อบกพร่อง _____

แนวทางแก้ไข _____

- 1.1.9 การติดตั้งป้าย โฆษณาที่อาคาร และสูงเกินกว่า 5.00 เมตร ตัวป้ายให้ยื่นจากผนังอาคารได้ ไม่เกินส่วนยื่นของกันสาด

มีข้อบกพร่อง ไม่มีข้อบกพร่อง

เหตุผลของข้อบกพร่อง _____

แนวทางแก้ไข _____

- 1.1.10 เมื่อครบกำหนดการอนุญาตแล้วจะต้องรื้อถอนหรือปลดออกให้เรียบร้อยภายในเวลาที่กำหนด

มีข้อบกพร่อง ไม่มีข้อบกพร่อง

เหตุผลของข้อบกพร่อง _____

แนวทางแก้ไข _____

- 1.1.11 ผู้ได้รับอนุญาตต้องเขียนเลขที่และวันที่ของหนังสืออนุญาตของเจ้าพนักงานท้องถิ่น แสดงไว้ที่ป้ายทุกป้ายที่ได้รับอนุญาต

มีข้อบกพร่อง ไม่มีข้อบกพร่อง

เหตุผลของข้อบกพร่อง _____

แนวทางแก้ไข _____

1.1.12. ต้องรักษาความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยตลอดระยะเวลาที่ป้ายซึ่งได้รับอนุญาตติดตั้งอยู่

มีข้อบกพร่อง ไม่มีข้อบกพร่อง

เหตุผลของข้อบกพร่อง _____

แนวทางแก้ไข _____

1.2 การควบคุมความสูงของป้าย

1.2.1 การติดตั้งป้ายบนพื้นดินในที่ของเอกชน อนุญาตให้ติดตั้งสูงได้ไม่เกิน 15 เมตร ถ้าโครงสร้างเป็นไม้ต้องมีรัศมีห่างจากที่สาธารณะเท่ากับความสูงของป้ายที่ติดตั้งทุกด้าน ถ้าโครงสร้างเป็นเหล็กหรือวัสดุถาวรที่มีคุณภาพเทียบเท่า อนุญาตให้ติดตั้งชิดเขตสาธารณะได้ ขอบล่างของป้ายที่ไม่มีแสงไฟ ต้องสูงไม่น้อยกว่า 2.00 เมตร ถ้ามีแสงไฟ ความสูงดังกล่าวต้องไม่น้อยกว่า 5.00 เมตร

มีข้อบกพร่อง ไม่มีข้อบกพร่อง

เหตุผลของข้อบกพร่อง _____

แนวทางแก้ไข _____

1.2.2 ป้ายหรือ โครงป้ายที่ติดตั้งที่ผนังของอาคาร ห้ามติดตั้งสูงกว่าตัวอาคาร และห้ามยื่นล้ำออกไปเหนือ หรือเขตทางสาธารณะ

มีข้อบกพร่อง ไม่มีข้อบกพร่อง

เหตุผลของข้อบกพร่อง _____

แนวทางแก้ไข _____

1.2.3 ห้ามมิให้ปลูกสร้างอาคาร (หมายรวมถึงป้ายโฆษณา) สูงกว่าระดับพื้นดินเกินสองเท่าของระยะจากผนังด้านหน้าของอาคาร จดแนวนอนฟากตรงข้าม

มีข้อบกพร่อง ไม่มีข้อบกพร่อง

เหตุผลของข้อบกพร่อง _____

แนวทางแก้ไข _____

1.3 การควบคุมสาระของการโฆษณา

1.3.1 ข้อความหรือภาพที่จะโฆษณาต้องไม่ขัดต่อกฎหมาย หรือศีลธรรมอันดีงาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น ตีพิมพ์ห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มีข้อบกพร่อง ไม่มีข้อบกพร่อง

เหตุผลของข้อบกพร่อง _____

แนวทางแก้ไข _____

- 1.3.2 ห้ามโฆษณาที่ผ้าบังแดดยกเว้นคำขวัญของทางราชการ และส่วนคำสุดของผ้าบังแดด ต้องสูงไม่น้อยกว่า 2.00 เมตร

มีข้อบกพร่อง ไม่มีข้อบกพร่อง

เหตุผลของข้อบกพร่อง _____

แนวทางแก้ไข _____

2. ป้ายที่ติดตั้งในถนนเยาวราชที่ผิดพระราชบัญญัติและกฎระเบียบ ท่านคิดว่าควรแก้ไขอย่างไร (นำตัวเลือกไปตอบในข้อ 1.1-1.7 หรือมีคำตอบอื่นๆ โปรดระบุ)

A. ปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้องกฎหมาย B. ปลดออก C. ควบคุมอายุการใช้งาน

- 2.1 ป้ายผ้าบังแดดที่อยู่ในระดับที่ต่ำกว่า 2.00 เมตร

- 2.2 ป้ายผนังที่ติดคั้งบังช่องลม หน้าต่างหรือประตูของอาคาร

- 2.3 ป้ายที่แขวนห้อยได้กั้นสายตาชั้นล่างของอาคารในลักษณะแขวน

- 2.4 ป้ายที่ติดตั้งบนคานฟ้าของอาคาร ซึ่งร่นแนวระยะห่างจากเขตทางสาธารณะไม่ถึง 6.00 เมตร

- 2.5 ป้ายที่ติดตั้งที่ผนังของอาคาร และยื่นล้ำออกไปเหนือทางสาธารณะ

- 2.6 ป้ายที่ติดตั้งไฟกระพริบ และแสงสะท้อนเข้าสู่ตาผู้สัญจรไปมา

- 2.7 ป้ายที่ติดตั้งด้านหน้าของอาคาร แต่มีความสูงกว่าตัวอาคาร

ตอนที่ 3 เป็นข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพแวดล้อม

ส่วนที่ 1 ตำแหน่งในการติดตั้งป้ายโฆษณา

1. ถ้ามีการจำกัดการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณาในถนนเยาวราช ท่านคิดว่าตำแหน่งที่เหมาะสมของสื่อป้ายโฆษณาควรติดตั้งที่ใดบ้าง (นำตัวเลือกไปตอบในข้อ 1.1-1.5 และข้อ 2. หรือมีคำตอบอื่นๆ โปรดระบุ)

A. ใต้กั้นสาด

B. บนกั้นสาดและขนานกับแนวกั้นสาด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

C. ผนังด้านหน้าอาคาร

D. ฝ้าของอาคาร

- 1.1 ป้ายผนังของอาคาร _____
- 1.2 ป้ายยื่นที่ติดด้านหน้าอาคาร _____
- 1.3 ป้าย BILL BOARDS _____
- 1.4 ป้ายแขวนได้กันเสาชั้นล่าง _____
- 1.5 ป้ายอิเล็กทรอนิกส์ _____
- 1.6 ป้ายผ้าบังแดด _____

2. ป้ายโฆษณาที่ติดตั้งในตำแหน่งใดที่จะก่อให้เกิดปัญหามากที่สุด _____

ส่วนที่ 2 สภาพปัญหาในการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณา (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

1. ป้ายโฆษณาส่งผลเสียต่อผู้อยู่อาศัยในอาคารอย่างไร

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> อันตรายจากป้ายหักถล่ม | <input type="checkbox"/> การระบายอากาศในอาคาร |
| <input type="checkbox"/> ปัญหาป้ายปิดบังทางหนีไฟ | <input type="checkbox"/> การนำแสงสว่างมาใช้ในอาคาร |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ) _____ | |

2. ป้ายโฆษณาส่งผลกระทบต่อผู้สัญจรอย่างไร

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> อันตรายจากป้ายหักถล่ม | <input type="checkbox"/> ป้ายกีดขวางทางสัญจร |
| <input type="checkbox"/> เสียสมาธิขณะขับรถ (แสงบาดตา) | <input type="checkbox"/> อันตรายขณะสัญจร (เดินชนป้าย) |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ) _____ | |

3. สื่อป้ายโฆษณาส่งผลกระทบต่อชุมชนเมืองอย่างไร

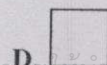
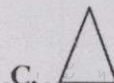
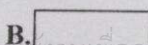
- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> บดบังทัศนียภาพและทัศนวิสัย | <input type="checkbox"/> ไม่สามารถควบคุมรูปแบบของสถาปัตยกรรม |
| <input type="checkbox"/> เมืองขาดความเป็นระเบียบ | <input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ) _____ |

4. ท่านคิดว่าควรมีแนวทางควบคุมสื่อป้ายโฆษณาที่เสื่อมสภาพอย่างไร

- | | |
|--|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> มีการตรวจสอบความมั่นคงแข็งแรง | <input type="checkbox"/> ทำลายทิ้ง |
| <input type="checkbox"/> ควบคุมอายุการใช้งาน | <input type="checkbox"/> ปรับปรุงใหม่ |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ) _____ | |

ส่วนที่ 3 ขนาดของสื่อป้ายโฆษณา

1. รูปแบบและขนาดของสื่อป้ายโฆษณาในถนนเขวราชในอนาคตควรจะเป็นไปในรูปแบบใด (นำตัวเลือกไปตอบในข้อ 1.1-1.6 หรือคำตอบอื่นๆ โปรดระบุ)



- 1.1 ป้ายที่อื่นจากตัวอาคาร _____
- 1.2 ป้ายโฆษณาบนหลังคา _____
- 1.3 ป้าย Billboards _____
- 1.4 ป้ายผนังด้านหน้าอาคาร _____
- 1.5 ป้ายแขวนใต้กันสาด _____
- 1.6 ป้ายอิเล็กทรอนิกส์ _____

2. อายุการใช้งานของสื่อป้ายโฆษณาควรมีอายุกี่ปี

- ต่ำกว่า 5 ปี 5-10 ปี
 มากกว่า 10 ปี อื่นๆ (โปรดระบุ) _____

ส่วนที่ 4 การใช้สีและแสงในสื่อป้ายโฆษณา

1. การนำสีไปใช้ในสื่อป้ายโฆษณา ควรคำนึงถึงอะไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

- เอกลักษณะของท้องถิ่น สภาพอาคารข้างเคียง
 ผลเสียต่อผู้สัญจร อื่นๆ (โปรดระบุ) _____

2. สื่อป้ายโฆษณาในถนนเขวราชควรใช้สีอะไรเป็นสีหลัก

- แดง เหลือง
 เขียว อื่นๆ (โปรดระบุ) _____

3. การนำแสงสว่างไปใช้ในสื่อป้ายโฆษณาควรคำนึงถึง

- ความเหมาะสมของชุมชน อันตรายขณะสัญจร (เดินชนป้าย)
 อื่นๆ (โปรดระบุ) _____

4. สื่อป้ายโฆษณาควรใช้แสงสว่างประเภทใด (นำตัวเลือกไปตอบในข้อ 4.1-4.4 หรือมีคำตอบ อื่นๆ โปรดระบุ)

A. Black Light

B. ฟลูออเรสเซนต์

C. ไฟกระพริบ

D. ไฟชุด

- 4.1 ป้ายอื่นจากตัวอาคาร _____
- 4.2 ป้าย Billboards _____
- 4.3 ป้ายผนังด้านหน้าอาคาร _____
- 4.4 ป้ายอิเล็กทรอนิกส์ _____

แบบสัมภาษณ์ ชุดที่ 2. สำหรับผู้บริโภค

โปรดใส่เครื่องหมาย ลงในช่องว่าง ตามสภาพที่เป็นจริง หรือกรอกข้อความลงในช่องว่าง ตามสภาพที่เป็นจริง

ตอนที่ 1 เป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

1. เพศ ชาย หญิง
2. อาชีพ _____
3. อายุ ต่ำกว่า 20 ปี 20-30 ปี
 30-40 ปี 40 ปีขึ้นไป
4. วุฒิการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี
 สูงกว่าปริญญาตรี อื่น ๆ
5. มีความเกี่ยวข้องกับสื่อป้ายโฆษณาในถนนเยาวราช
 ผู้อยู่อาศัยในอาคารที่ติดตั้งสื่อป้ายโฆษณา ผู้สัญจรบนถนนเยาวราช
 ผู้ขับขี่ยานพาหนะผ่านถนนเยาวราช

ตอนที่ 2 เป็นข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมในการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณา

ส่วนที่ 1 ตำแหน่งในการติดตั้งป้ายโฆษณา

1. ประเภทของป้ายโฆษณาที่ติดตั้งที่อาคารของท่าน (สำหรับผู้อยู่อาศัยในอาคาร) <ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ>
 ป้ายยื่นหน้าอาคาร ป้ายผนังด้านหน้าอาคาร
 ป้ายบนหลังคาอาคาร ฉายแขวนใต้กันสาด
 ป้ายผ้าบังแดด อื่นๆ (โปรดระบุ).....
- 1.2 ก่อให้เกิดปัญหาที่ท่านหรือไม่.....
2. ท่านเคยประสบปัญหาจากป้ายโฆษณาประเภทใดในถนนเยาวราช <ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ>
 ป้ายยื่นด้านหน้าอาคาร ป้ายผนังด้านหน้าอาคาร
 ป้ายบนหลังคาอาคาร ป้ายแขวนใต้กันสาด
 ป้ายผ้าบังแดด อื่นๆ (โปรดระบุ).....
3. ท่านเคยประสบปัญหาจากป้ายโฆษณาในบริเวณใด
 บริเวณสี่แยก บริเวณฟุตบอล
 อื่นๆ (โปรดระบุ).....

ส่วนที่ 2 สภาพปัญหาในการติดตั้งสื่อป้ายโฆษณา <ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ>

1. ท่านคิดว่าป้ายโฆษณาจะก่อให้เกิดปัญหากับท่านในเรื่องใดบ้าง

<input type="checkbox"/> อันตรายขณะสัญจร (เดินชนป้าย)	<input type="checkbox"/> ปัญหาการระบายอากาศ
<input type="checkbox"/> บดบังมุมมองขณะสัญจร	<input type="checkbox"/> อันตรายจากป้ายหักล้มลงมา
<input type="checkbox"/> เสียสมาธิขณะขับรถ (แสงบาดตา)	<input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ).....
2. ป้ายโฆษณาส่งผลกระทบต่อชุมชนเมืองอย่างไร

<input type="checkbox"/> สวยงามเหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจ	<input type="checkbox"/> ไม่เป็นระเบียบ, รกรุงรัง
<input type="checkbox"/> บดบังทัศนียภาพและมุมมองของถนน	<input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ).....
3. ป้ายโฆษณาเสื่อมสภาพ ก่อให้เกิดปัญหาต่อชุมชนเมืองและตัวท่านอย่างไร

<input type="checkbox"/> ไม่เป็นระเบียบ, รกรุงรัง	<input type="checkbox"/> อาจเกิดอันตรายป้ายหักล้มลงมา
<input type="checkbox"/> ควรมีการตรวจสอบความแข็งแรง	<input type="checkbox"/> อื่นๆโปรดระบุ).....
4. ท่านมีมาตรการควบคุมหรือแนวทางแก้ไขป้ายโฆษณาที่ผิดกฎหมายอย่างไร

<input type="checkbox"/> แก้ไขให้ถูกต้องตามกฎหมาย	<input type="checkbox"/> มีการจำกัดเฉพาะป้ายที่จะเกิดขึ้นใหม่
<input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ).....	

ส่วนที่ 3 ขนาดของสื่อป้ายโฆษณา

1. ท่านคิดว่าควรมีการปิดบังโครงสร้างของสื่อป้ายโฆษณาหรือไม่

<input type="checkbox"/> ควร	<input type="checkbox"/> ไม่ควร
<input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ).....	
2. การนำวัสดุสะท้อนแสง (กระจก, สังกะสี) มาใช้ในสื่อป้ายโฆษณาส่งผลให้แสงสะท้อนจากแสงแดดเข้าสู่ดวงตาท่านขณะสัญจรหรือไม่

<input type="checkbox"/> ส่งผลกระทบ	<input type="checkbox"/> ไม่ส่งผลกระทบ
<input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ).....	
3. การนำสีมาใช้ในสื่อป้ายโฆษณาส่งผลต่อตัวท่านและชุมชนอย่างไร

<input type="checkbox"/> สีสะท้อนสายตาระหว่างสัญจร	<input type="checkbox"/> ทำให้บ้านเมืองมีความสกปรก
<input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ).....	

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นายรัชชัย ศรีแสง
วัน เดือน ปีเกิด	28 ธันวาคม 2516
สถานที่เกิด	อำเภอ เมือง จังหวัด สุราษฎร์ธานี
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	27/19 หมู่ 6 ตำบลบางรีน อำเภอเมือง จังหวัดระนอง 85000
ประวัติการศึกษา	ปีการศึกษา 2540 สำเร็จการศึกษา ครุศาสตรบัณฑิต สาขาสถาปัตยกรรม จากสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ปีการศึกษา 2544 สำเร็จการศึกษา ครุศาสตรบัณฑิต สาขาสถาปัตยกรรม จากสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

