

การศึกษาแนวทางการจัดสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ที่สอดคล้องกับ  
พฤติกรรมของวัยรุ่น ในพื้นที่บริเวณลานสาธารณะ  
กรณีศึกษา : The Center Point of Siam Square

A STUDY OF PHYSICAL ENVIRONMENT DESIGN OF  
PUBLIC PLAZA FOR ADOLESCENTS  
CASE STUDY : THE CENTER POINT OF SIAM SQUARE

อรุณรัตน์ ประภมรัตน์  
ARANYARAT PRATHOMRAT

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาสถาปัตยกรรมภายใน  
บัณฑิตวิทยาลัย  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พ.ศ. 2547

ISBN 974-15-1089-6

การศึกษาแนวทางการจัดสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ที่สอดคล้องกับ  
พฤติกรรมของวัยรุ่น ในพื้นที่บริเวณลานสาธารณะ  
กรณีศึกษา : The Center Point of Siam Square

A STUDY OF PHYSICAL ENVIRONMENT DESIGN OF  
PUBLIC PLAZA FOR ADOLESCENTS  
CASE STUDY : THE CENTER POINT OF SIAM SQUARE



อรุณรัตน์ ประถมรัตน์  
ARANYARAT PRATHOMRAT

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาสถาปัตยกรรมภายใน  
บัณฑิตวิทยาลัย  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
พ.ศ.2547

ISBN 974-15-1089-6

เลขหมู่.....  
เลขทะเบียน..... 53845  
วัน,เดือน,ปี 26 พ.ย. 2547



A STUDY OF PHYSICAL ENVIRONMENT DESIGN OF  
PUBLIC PLAZA FOR ADOLESCENTS  
CASE STUDY : THE CENTER POINT OF SIAM SQUARE

ARANYARAT PRATHOMRAT

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

2004

ISBN 974-15-1089-6

COPYRIGHT 2004

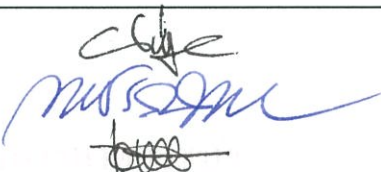
SCHOOL OF GRADUATE STUDIES

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

**บัณฑิตวิทยาลัย**  
**สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง**  
**ใบรับรองวิทยานิพนธ์**

**หัวข้อวิทยานิพนธ์** การศึกษาแนวทางการจัดสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของวัยรุ่นในพื้นที่บริเวณลานสาธารณะ กรณีศึกษา : The Center Point of Siam square  
A STUDY OF PHYSICAL ENVIRONMENT DESIGN OF PUBLIC PLAZA FOR ADOLESCENTS CASE STUDY : THE CENTER POINT OF SIAM SQUARE

**ชื่อนักศึกษา** นางสาวอรัญรัตน์ ประถมรัตน์  
**รหัสประจำตัว** 42063322  
**ปริญญา** สถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต  
**สาขาวิชา** สถาปัตยกรรมภายใน  
**อาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์** ผศ.นพปฎล สุวจินานนท์

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์		ลายมือชื่อ
ผศ.นพปฎล	สุวจินานนท์	
อาจารย์พวงเพชร	รัตนรามา	
ผศ.เอกพล	สิระชัยนันท์	

วัน/เดือน/ปี ที่สอบ 19 พฤษภาคม 2547 เวลา 10.00 น. เป็นต้นไป  
สถานที่สอบ ณ ภาควิชาสถาปัตยกรรมภายใน

  
บัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว  
(ผศ.ดร.จารุวัตร เจริญสุข)  
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 20 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2547

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การศึกษาแนวทางการจัดสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของวัยรุ่น ในพื้นที่บริเวณลานสาธารณะ กรณีศึกษา : The Center Point of Siam Square
นักศึกษา	นางสาวอรุณรัตน์ ประถมรัตน์
รหัสประจำตัว	42063322
ปริญญา	สถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชา	สถาปัตยกรรมภายใน
พ.ศ.	2547
อาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์	ผศ. นพปฎล สุวจิณามนธ์

### บทคัดย่อ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเข้ามาใช้พื้นที่สาธารณะของวัยรุ่น และใช้เป็นแนวทางในการออกแบบสภาพแวดล้อมในพื้นที่สาธารณะของศูนย์การค้าที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของวัยรุ่น โดยมีบริเวณพื้นที่ เซ็นเตอร์พอยท์ ลานสาธารณะในพื้นที่ของศูนย์การค้าสยามสแควร์ ซึ่งในปัจจุบันถือได้ว่าเป็นสถานที่ยอดนิยมในหมู่วัยรุ่นอีกแห่งหนึ่งของกรุงเทพมหานคร เป็นกรณีศึกษา บนพื้นฐานของประเด็นปัญหาที่ว่า พฤติกรรมของวัยรุ่นมักจะใช้เวลาร่วมกับกลุ่มเพื่อนตามสถานที่ต่างๆ โดยเฉพาะศูนย์การค้า จนคนทั่วไปมองว่าเป็นการมั่วสุม ดังนั้น การจัดสิ่งแวดล้อมที่ดีหรือการมีพื้นที่สาธารณะสำหรับให้วัยรุ่นได้ใช้เวลาร่วมทำกิจกรรมร่วมกันก็จะเป็นการควบคุม รวมทั้งส่งเสริมพฤติกรรม และการแสดงออกของวัยรุ่นให้เป็นไปในทางสร้างสรรค์ และในขณะเดียวกัน ยังเป็นการส่งเสริมให้เกิดประโยชน์ทางการค้าของศูนย์การค้าอีกทางหนึ่ง

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาทางด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ และจิตวิทยาทางสังคมโดยใช้วิธีการแจกแบบสอบถามและการสัมภาษณ์ ร่วมกับการสังเกตการณ์ และนำข้อมูลที่ได้มาประมวลวิเคราะห์ และนำมาหาข้อสรุปในเรื่องสภาพแวดล้อมทางด้านกายภาพ การใช้พื้นที่กิจกรรมต่างๆที่เกิดขึ้น รวมถึงความต้องการ และความพึงพอใจของผู้ใช้พื้นที่

จากการศึกษาโดยผ่านกระบวนการวิจัยและวิเคราะห์ พบว่า นอกจากสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่ได้รับการออกแบบอย่างสวยงาม ทันสมัย และสามารถตอบสนองการใช้สอยของผู้ใช้แล้ว สิ่งที่มีผลอย่างมากต่อการเข้ามาใช้พื้นที่ลานสาธารณะของวัยรุ่นก็คือ บรรยากาศของสถานที่ กิจกรรมที่เกิดขึ้น ภาพลักษณ์เชิงอุดมคติของสถานที่ หรือแม้กระทั่งกลุ่มผู้ใช้พื้นที่เอง สิ่งเหล่านี้ล้วนมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งที่จะดึงดูดให้วัยรุ่นเหล่านั้นเข้ามาใช้พื้นที่สาธารณะนั้นๆ โดยสิ่งที่มีผลต่อการดึงดูดมากที่สุดคือ กลุ่มคนที่เป็นผู้ใช้พื้นที่ ยิ่งถ้ามีกลุ่มคนในพื้นที่มากเท่าไร ก็ยิ่งทำให้กลุ่ม

วัยรุ่นตัดสินใจเข้ามาใช้พื้นที่นั้นๆมากขึ้น และสำหรับการวิจัยครั้งนี้ ยังมีตัวแปรอีกอย่างหนึ่งที่ต้องคำนึงถึงในการวิจัยก็คือสภาพภูมิอากาศ เนื่องจากเซ็นเตอร์พอยท์เป็นลานสาธารณะที่อยู่ในศูนย์การค้าแบบเปิดโล่ง

ผู้วิจัยได้เสนอแนะแนวทางในการออกแบบ โดยเน้นให้ผู้ออกแบบ และนักพัฒนาโครงการคำนึงถึงองค์ประกอบในแง่มุมต่างๆที่สามารถส่งเสริมให้เกิดการใช้พื้นที่ โดยเน้นการสร้างสรรค์และตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้ใช้มากกว่าที่เน้นแต่เพียงรูปแบบเป็นสำคัญ รวมถึงออกแบบให้ผู้รู้สึกสัมผัสได้ถึงลักษณะเฉพาะของพื้นที่นั้นๆจนเกิดความผูกพัน และรู้สึกเป็นเจ้าของร่วมกัน แต่ทั้งนี้และทั้งนั้น ต้องคำนึงถึงข้อจำกัดทางด้านสภาพแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรมของสถานที่เป็นสำคัญ

Thesis Title	A Study of Physical Environment Design of Public Plaza for Adolescents Case Study : The Center Point of Siam Square
Student	Ms.Aranyarat Prathomrat
Student ID.	42063322
Degree	Master of Architecture
Programme	Interior Architecture
Year	2004
Thesis Advisor	Asst. Prof. Nobpadol Suvachananonda

### ABSTRACT

The purpose of this thesis is to study factors which affect teenagers' usage of public plazas. The information and insights gathered will be useful when designing public spaces around the shopping centers in the future. The thesis is based on a case study of the Center Point of Siam Square, which is considered one of Bangkok's most popular places for teenagers. Today, teenagers usually meet and get together at different places especially at malls and department stores during their spare time. Many adults view such social gathering events to be unsuitable and even dangerous. Architecturally, it is important, therefore to have appropriate and well designed public spaces for these teenagers, so they can meet and interact in a positive and meaningful way. Not only will the teenagers benefit from this concept but so will the shopping centers.

The study includes not only the analysis of physical and psychological factors but also the results from the conducted surveys, interviews, and observations. A conclusion about the physical aspects, space utilization, and the needs of teenagers is then drawn.

From the research and analysis, it is evident there is a strong correlation between a modern, well design space and the space usage among the teenagers. Other factors which influence the space usage and popularity include atmosphere, activities, and social image. Places where there are already many people will be even more attractive for the teens. Weather is another factor which plays an important role and cannot be overlooked especially for public open spaces such as Center Point.

In this thesis, the author has also provided a design guideline for designers and project developers to help them to design public spaces. The guideline emphasizes that by focusing on the need of the users rather than on the aesthetic aspects alone, the space designed will be used more appropriately and creatively by the people. The author also raises the issue about the importance of creating a sense of belonging between the users and the space while respecting its physical and cultural aspects of the site.

# กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี ด้วยคำแนะนำและคำปรึกษาอันเป็นประโยชน์ จาก ผศ.นพปฎล สุวีจนานนท์ ซึ่งเป็นอาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง รวมถึงคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ทุกท่าน ได้แก่ อ.พวงเพชร รัตนรามมา และ ผศ.เอกพล สิริชัยนันท์ และขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านในภาควิชาสถาปัตยกรรมภายใน ที่ได้ถ่ายทอดความรู้อันมีค่าและเป็นประโยชน์ ขอขอบคุณบัณฑิตวิทยาลัยที่ได้ให้ทุนสนับสนุนในการวิจัยบางส่วน

ขอขอบพระคุณ คุณพรนริศ ชวนไชยสิทธิ์ กรรมการบริษัทพรไพลิน ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด สำหรับข้อมูลและแนวความคิดสำหรับโครงการ เซ็นเตอร์พอยท์

ขอขอบคุณสำนักงานจัดการทรัพย์สิน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย สำหรับข้อมูล และผังบริเวณของศูนย์การค้าสยามสแควร์

ขอขอบคุณ น้องๆ วิทยาลัยรุ่นพี่ตัวอย่างทุกคน ที่สละเวลาทำแบบสอบถามและสัมภาษณ์

ขอขอบคุณมากๆ สำหรับกำลังใจ และความช่วยเหลือจากเพื่อนๆ ในภาคทุกคน โดยเฉพาะ คุณดรณี ปริญาณฎฐ์ คุณอนัญ กิจนุกูล คุณนุชนางค์ พรหมอุทัย คุณปรีชญา โรจน์ฤตากร

ขอขอบคุณเพื่อนทุกคน ไม่ว่าจะเป็นเพื่อนเตรียมอุดม ศิลปากร และเพื่อนอื่นๆ สำหรับการถามถึง และกำลังใจ

ขอขอบคุณเป็นพิเศษสำหรับความช่วยเหลือจาก คุณจุฑามาต กาญจนไพโรจน์ และมากเป็นพิเศษสำหรับ คุณภริรักษ์ อนุรักษ์เยาวชน

สุดท้ายนี้ ต้องขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ ผู้ให้โอกาสทุกอย่างในชีวิต จนถึงวันนี้

คุณค่าและประโยชน์ใดๆ จากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ขอมอบแก่เด็กวัยรุ่นทุกคน ที่จะเป็นกำลังสำคัญของประเทศชาติต่อไป

# สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	III
กิตติกรรมประกาศ.....	V
สารบัญ.....	VI
สารบัญตาราง.....	IX
สารบัญภาพ.....	X
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.1.1 ประเด็นปัญหา.....	2
1.2 วัตถุประสงค์.....	3
1.3 สมมติฐานของการวิจัย.....	3
1.4 ทฤษฎีหรือแนวความคิดที่เกี่ยวข้องในงานวิจัย.....	3
1.5 ขอบเขตของการวิจัย.....	3
1.6 ผลที่คาดว่าจะได้รับ.....	4
1.7 ขั้นตอนของการศึกษา.....	4
1.8 นิยามศัพท์.....	5
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรม.....	6
2.1 ทฤษฎีและแนวความคิดที่เกี่ยวข้องกับวัยรุ่น.....	7
2.1.1 ความหมายของวัยรุ่น.....	7
2.1.2 พัฒนาการของวัยรุ่น.....	8
2.1.3 ความต้องการของวัยรุ่น.....	10
2.1.4 ความสนใจของวัยรุ่น.....	11
2.1.5 วัยรุ่นกับการใช้เวลาว่าง.....	14
2.1.6 วัยรุ่นกับการใช้พื้นที่สาธารณะ.....	16
2.2 ทฤษฎีและแนวความคิดที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่สาธารณะ.....	17
2.2.1 ความหมายของพื้นที่สาธารณะ.....	17

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
2.2.2 สภาพแวดล้อมทางกายภาพของพื้นที่สาธารณะ.....	18
2.2.3 การใช้พื้นที่ และกิจกรรม.....	26
2.2.4 ความต้องการและความพึงพอใจต่อพื้นที่สาธารณะ.....	31
2.2.5 คุณลักษณะที่ดีของพื้นที่สาธารณะ.....	33
<b>บทที่ 3 ลักษณะทั่วไปของพื้นที่ศึกษา.....</b>	<b>37</b>
3.1 แนวความคิดในการออกแบบเซ็นเตอร์พอยท์.....	38
3.2 ลักษณะทางกายภาพของเซ็นเตอร์พอยท์.....	40
3.2.1 ที่ตั้งและการเข้าถึง.....	40
3.2.2 ลักษณะการใช้พื้นที่.....	41
3.2.3 ลักษณะกิจกรรม.....	46
3.3 ลักษณะของผู้ใช้พื้นที่.....	50
<b>บทที่ 4 ระเบียบวิธีวิจัย.....</b>	<b>51</b>
4.1 การศึกษาและสำรวจข้อมูลเบื้องต้น.....	51
4.2 การออกแบบการวิจัย.....	51
4.2.1 กรอบแนวคิดและตัวแปรในการวิจัย.....	51
4.2.1.1 ประมวลนิยามด้านมโนทัศน์.....	52
4.2.1.2 ประมวลนิยามด้านปฏิบัติการ.....	52
4.3 การจัดทำเครื่องมือในการวิจัย.....	55
4.3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	55
4.3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	55
4.4 การวิเคราะห์และสรุปผล.....	57
<b>บทที่ 5 ผลการวิจัยและการวิเคราะห์.....</b>	<b>58</b>
5.1 ลักษณะทั่วไปของผู้ใช้พื้นที่.....	58
5.2 การใช้พื้นที่และกิจกรรม.....	63
5.3 ภาพลักษณ์ของสถานที่ และความสะดวกสบายในการใช้.....	68

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
5.4 การมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม.....	70
5.5 ความต้องการและความพึงพอใจของผู้ใช้พื้นที่.....	71
บทที่ 6 การสรุปการวิจัยและข้อเสนอแนะ.....	81
6.1 ผลสรุปข้อมูลการวิจัย.....	81
6.2 ข้อเสนอแนะแนวทางในการออกแบบ.....	84
6.3 ข้อเสนอแนะของการวิจัย.....	87
บรรณานุกรม.....	89
ภาคผนวก.....	91
ตัวอย่างแบบสอบถาม .....	92
ตัวอย่างแบบสังเกตการณ์.....	99
กรณีศึกษา.....	100
Harajuku Japan.....	100
The Schouwburgplein Rotterdam.....	107
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	115

# สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
3.1 ตารางแสดงการจำแนกผู้ใช้พื้นที่ตามเพศและวัย.....	50
4.1 แสดงการความสัมพันธ์ของตัวแปรในงานวิจัย.....	53
4.2 แสดงรายตัวแปรด้านมโนทัศน์ ด้านปฏิบัติการ และรายละเอียดของตัวแปร.....	54
4.3 แสดงตัวแปรและเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย.....	56
5.1 แสดง เพศ อายุ และระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง.....	58
5.2 แสดงความถี่ของพฤติกรรมการใช้พื้นที่ของกลุ่มตัวอย่าง.....	60
5.3 แสดงวัตถุประสงค์ในการเข้าใช้พื้นที่ของกลุ่มตัวอย่าง.....	62
5.4 แสดงพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างในเซ็นเตอร์พอยท์.....	63
5.5 แสดงลักษณะการใช้พื้นที่ตามความต้องการของกลุ่มตัวอย่าง.....	66
5.6 แสดงประเภทของร้านค้าตามความต้องการของกลุ่มตัวอย่าง.....	67
5.7 แสดงลักษณะที่ดึงดูดใจให้กลุ่มตัวอย่างเข้ามาใช้พื้นที่.....	68
5.8 แสดงสิ่งที่กลุ่มตัวอย่างชอบ และไม่ชอบในพื้นที่.....	73
5.9 แสดงสิ่งที่กลุ่มตัวอย่างต้องการให้มีเพิ่มหรือเอาออกเพื่อปรับปรุงพื้นที่.....	73
5.10 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศของกลุ่มตัวอย่างกับรูปแบบของที่นั่ง.....	77
5.11 แสดงการเลือกตำแหน่งที่นั่งตามความต้องการของกลุ่มตัวอย่าง.....	78
5.12 แสดงความสำคัญของปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการเข้าใช้พื้นที่.....	79
6.1 ข้อเสนอแนะแนวทางในการออกแบบ.....	85

# สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 กิจกรรมที่เกิดขึ้นในพื้นที่สาธารณะ ตามทฤษฎีของ Jan Gehl ,1987.....	27
2.2 องค์ประกอบที่นำไปสู่ความสำเร็จในการออกแบบพื้นที่สาธารณะ .....	34
2.3 Conceptual Framework ความสัมพันธ์ของทฤษฎี .....	36
3.1 แสดงทำเลที่ตั้งของ Center Point และศูนย์การค้าสยามสแควร์.....	37
3.2 แสดงแนวความคิดในการออกแบบ Center Point.....	39
3.3 แสดงเส้นทางเข้า-ออก และทางสัญจร ภายใน Center Point และสยามสแควร์.....	40
3.4 แสดงลักษณะการใช้พื้นที่ภายใน Center Point.....	41
3.5 ส่วน Open Space บริเวณด้านหน้า The Center Point of Siam Square.....	42
3.6 ร้าน Coffee World และ Dairy Queen 1 2 Call และทางเดิน.....	43
3.7 ร้านค้าภายในบริเวณ Center Point.....	44
3.8 บริเวณพื้นที่อเนกประสงค์ และเวที.....	45
3.9 บริเวณพื้นที่ส่วนบริการ และห้องน้ำ.....	46
3.10 กิจกรรมทางการค้าที่เกิดขึ้นใน Center Point.....	47
3.11 กิจกรรมการพักผ่อนที่เกิดขึ้นใน Center Point.....	47
3.12 กิจกรรมพิเศษที่เกิดขึ้นใน Center Point.....	48
3.13 Street Furniture ต่างๆที่ใช้ใน Center Point.....	49
5.1 แผนภูมิแสดงคุณลักษณะ (เพศ อายุ การศึกษา) ของกลุ่มตัวอย่าง.....	59
5.2 แผนภูมิแสดงความถี่ของพฤติกรรมการใช้พื้นที่ของกลุ่มตัวอย่าง.....	61
5.3 แผนภูมิแสดงวัตถุประสงค์ในการใช้พื้นที่ของกลุ่มตัวอย่าง.....	62
5.4 แผนภูมิแสดงพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างในเซ็นเตอร์พอยท์.....	64
5.5 ลักษณะของการจัดพื้นที่แบบต่าง (Zoning).....	65
5.6 แผนภูมิแสดงลักษณะของการ Zoning ตามความต้องการของกลุ่มตัวอย่าง.....	65
5.7 แผนภูมิแสดงลักษณะการใช้พื้นที่ตามความต้องการของกลุ่มตัวอย่าง.....	66
5.8 แผนภูมิแสดงประเภทของร้านค้าตามความต้องการของกลุ่มตัวอย่าง.....	67
5.9 แผนภูมิแสดงลักษณะที่ดึงดูดใจให้กลุ่มตัวอย่างเข้ามาใช้พื้นที่.....	69
5.10 แผนภูมิแสดงความรู้สึกสบายที่กลุ่มตัวอย่างมีต่อพื้นที่.....	69
5.11 แผนภูมิแสดงถึงโอกาสที่กลุ่มตัวอย่างได้เข้าร่วมกิจกรรม.....	71
5.12 แผนภูมิแสดงสิ่งที่กลุ่มตัวอย่างชอบ ในพื้นที่.....	72

## สารบัญญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
5.13 แผนภูมิแสดงสิ่งที่กลุ่มตัวอย่างไม่ชอบ ในพื้นที่.....	72
5.14 แผนภูมิแสดงสิ่งที่กลุ่มตัวอย่างต้องการให้มีเพิ่ม เพื่อปรับปรุงพื้นที่.....	74
5.15 แผนภูมิแสดงสิ่งที่กลุ่มตัวอย่างต้องการให้เอาออก เพื่อปรับปรุงพื้นที่.....	74
5.16 ที่นั่งรูปแบบต่างๆ.....	76
5.17 แผนภูมิแสดงที่นั่งรูปแบบต่างๆ ตามความต้องการของกลุ่มตัวอย่าง.....	76
5.18 แผนภูมิแสดงการเลือกตำแหน่งที่นั่งตามความต้องการของกลุ่มตัวอย่าง.....	78

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ความเป็นมา และความสำคัญของปัญหา

วัยรุ่นเป็นวัยที่มีการเปลี่ยนแปลงมากทั้งทางร่างกาย และจิตใจ ผู้ใหญ่มักจะกล่าวถึงวัยรุ่นอยู่เสมอว่าเป็นวัยที่มีปัญหาต่างๆมากมาย เป็นวัยวิกฤติการณ์ (critical period) หรือเป็นวัยแห่งพายุฝนแคม(storm & stress)(สุชา จันทน์เอม. 2529 :1) จริงๆแล้ววัยรุ่นเป็นระยะหัวเลี้ยวหัวต่อของชีวิตที่จะเปลี่ยนจากวัยเด็กไปสู่ผู้ใหญ่ ซึ่งเป็นช่วงที่มีบทบาทสำคัญต่อสังคม เพราะวัยรุ่นเหล่านั้นจะเติบโตเป็นผู้ใหญ่ที่จะต้องดำรงชีวิตอยู่ในสังคมต่อไป พฤติกรรมการแสดงออกของวัยรุ่นจะเกิดขึ้นอย่างหลากหลาย ทั้งในทางบวกและลบ โดยทั่วไปเด็กวัยรุ่นจะต้องการความอิสระ เป็นตัวของตัวเอง มีอารมณ์รุนแรงและเปลี่ยนแปลงง่าย และต้องการเป็นที่ยอมรับจากทั้งผู้ใหญ่ และเพื่อน ๆ

เด็กวัยรุ่นจะคล้อยตามระเบียบปฏิบัติของหมู่คณะหรือสังคม ซึ่งก็คือกลุ่มของวัยรุ่นด้วยกัน เพื่อนจะมีอิทธิพลต่อเด็กวัยรุ่นมาก จนผู้ใหญ่บางคนว่ากล่าวเด็กว่าติดเพื่อน หรือตามเพื่อนมากเกินไป เด็กวัยรุ่นมักจะมีค่านิยมคล้ายๆกัน เช่นการแต่งตัว การเลือกซื้อของ การใช้เวลาว่าง การเข้าสังคมในหมู่เพื่อนจะมีความสำคัญมากขึ้น วัยรุ่นต้องการที่จะอยู่เป็นกลุ่ม และได้ทำกิจกรรมร่วมกันกับเพื่อนๆ มากกว่าที่จะอยู่กับครอบครัว ดังจะเห็นได้ว่าวัยรุ่นมีกิจกรรมในยามว่างเป็นกิจกรรมที่ต้องอยู่นอกบ้าน เช่นการดูภาพยนตร์ เรียนพิเศษ เดินช้อปปิ้ง หรือเที่ยวเตร็ดเตร่อยู่กับเพื่อน ดังนั้นการจัดสิ่งแวดล้อมที่ดี หรือการมีพื้นที่สาธารณะ(public space) สำหรับให้เด็กวัยรุ่นได้ใช้เวลาว่างร่วมกัน ก็จะเป็นการส่งเสริมและควบคุมไม่ให้เกิดปัญหาในการพัฒนาการของเด็กวัยรุ่นได้

ในปัจจุบันนี้ วัยรุ่นส่วนมาก มักจะรวมกลุ่มกันตามพื้นที่ต่างๆในย่านศูนย์การค้า เพราะนอกจากจะได้มาซื้อของแล้ว ยังได้ใช้พื้นที่บริเวณลานของศูนย์การค้า เป็นที่รวมกลุ่มชุมนุมกัน โดยเฉพาะถ้าพื้นที่ลานเหล่านั้นได้รับการจัดสภาพแวดล้อม ที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของวัยรุ่น ดังเช่นพื้นที่ในบริเวณ Center Point ในศูนย์การค้าสยามสแควร์

สยามสแควร์ เป็นศูนย์การค้าที่อยู่ใจกลางเมือง ซึ่งจะมีลักษณะแตกต่างจากศูนย์การค้าอื่นๆ คือเป็นศูนย์การค้าแบบเปิดโล่ง (open mall) และจากองค์ประกอบหลายๆด้าน เช่นโรงภาพยนตร์, การเป็นแหล่งรวมของโรงเรียนกวดวิชา, ประเภทของสินค้าและบริการ ไม่ว่าจะเป็นร้านขายเสื้อผ้า , รองเท้า , กระเป๋า , เครื่องประดับ ตามแฟชั่น , ร้านอาหาร fast food , ร้านถ่ายรูป digital ซึ่งร้านค้าดังกล่าวมีความทันสมัย แปลกใหม่ เป็นที่นิยมของวัยรุ่นที่มีพฤติกรรมการบริโภคสินค้าและบริการ ในรูปแบบที่ทันสมัยอยู่เสมอ ทำให้สยามสแควร์เกิดภาพลักษณ์ว่าเป็นแหล่งของ

วัยรุ่น เป็นที่ที่เด็กวัยรุ่นจะมารวมกัน เพื่อทำกิจกรรมหลายๆอย่าง ไม่ว่าจะเป็นการช้อปปิ้ง , เรียนพิเศษ , การนัดพบกัน และจากพื้นฐานของวัยรุ่นที่มีการกล้าแสดงออก และเมื่อได้มารวมกัน ทำให้เกิดพฤติกรรมแปลกๆเกิดขึ้นทั้งในทางที่ดีและไม่ดี และ จนทำให้สยามสแควร์ กลายเป็นแหล่งที่คนทั่วไปมองว่า เป็นที่ที่เด็กวัยรุ่นมาจับกลุ่มกันมากกว่าที่ศูนย์การค้าอื่นๆ

### 1.1.1 ประเด็นปัญหา

เนื่องจาก วัยรุ่นมักจะนิยมไปใช้เวลาว่างนอกบ้าน เพื่อการรวมกลุ่มกัน ทำให้วัยรุ่นเหล่านี้จะพยายามหาพื้นที่ที่พวกเขาจะเข้าไปใช้ และสามารถตอบสนองความต้องการของพวกเขาได้มากที่สุด ซึ่งเราจะเห็นได้ว่า ศูนย์การค้า เป็นหนึ่งในที่เหล่านั้น เพราะนอกจากจะได้มาเพื่อช้อปปิ้งแล้ว ในศูนย์การค้ามักจะมีพื้นที่ให้พวกเขาได้รวมกลุ่ม นั่งพักผ่อน สังสรรค์กัน ในบริเวณพื้นที่ลานสาธารณะ ซึ่งเป็นพื้นที่ที่เอื้อประสงค์ เพื่อประกอบกิจกรรมต่างๆ อย่างเป็นอิสระสำหรับผู้มาใช้โครงการ

สำหรับพื้นที่บริเวณศูนย์การค้าสยามสแควร์ จากพื้นที่ใช้สอยและกิจกรรมที่เกิดขึ้น นอกจากสยามสแควร์จะเป็นแหล่งช้อปปิ้งแล้ว ยังประกอบไปด้วยโรงภาพยนตร์ โรงเรียนกวดวิชา ซึ่งสถานที่เหล่านี้เป็นสิ่งที่ดึงดูดวัยรุ่นให้เข้ามาใช้พื้นที่ โดยวัยรุ่นจะนิยมที่จะรวมตัวกัน ตามร้าน Fast food เช่น Dunkin Donut , Milk Plus และพื้นที่ลานสาธารณะต่างๆ ซึ่งลานที่ได้รับความนิยมจากวัยรุ่นเป็นอย่างมากคือ The Center Point of Siam Square

The Center Point of Siam Square ถือได้ว่าเป็นพื้นที่ลานสาธารณะแห่งหนึ่งในศูนย์การค้าสยามสแควร์ ที่มีรูปแบบการจัดพื้นที่ที่รวมเอาทั้งกิจกรรมทางด้านการค้า และการพักผ่อนไว้ด้วยกัน คือมีพื้นที่ร้านค้า ลานพักผ่อน และลานกิจกรรม ซึ่งพื้นที่บริเวณนี้ได้กลายเป็นที่พบปะรวมกลุ่มกันของวัยรุ่น มากกว่าพื้นที่อื่นๆในสยามสแควร์ อันเนื่องมาจากปัจจัยต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นลักษณะเด่นและรูปแบบที่ทันสมัยของพื้นที่ การจัดกิจกรรมที่ตอบสนองพฤติกรรมของวัยรุ่น หรือแม้กระทั่งตัววัยรุ่นเองก็มีส่วนดึงดูดให้พวกเขาเข้ามาใน Center Point แห่งนี้ เราจะได้เห็นวัยรุ่นที่มีความกล้าแสดงออก ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องการแต่งตัว การรวมกลุ่มกันทำกิจกรรม หรือรวมกลุ่มนั่งพูดคุย ดูคนอื่นๆ จนแทบจะยึดครองพื้นที่ในลานของ Center Point เกือบทั้งหมด

จะเห็นได้ว่า เมื่อมีการจัดพื้นที่และสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม สอดคล้องกับพฤติกรรมของวัยรุ่นแล้ว ก็จะสามารถดึงดูดให้วัยรุ่นเข้ามาใช้พื้นที่ในบริเวณนั้นๆได้ ซึ่งจะเป็นส่วนดีที่ทำให้สังคมได้รับรู้ว่าวัยรุ่นเหล่านี้มารวมกลุ่มกันทำอะไรบ้าง เพราะถึงแม้ว่าเราจะได้จัดให้มีพื้นที่สาธารณะให้วัยรุ่นได้พบปะสังสรรค์กัน วัยรุ่นก็ยังจะคงนัดพบกันอยู่ดีไม่ว่าที่ใดก็ตาม ซึ่งอาจจะไปในทางที่ออกนอกกลุ่มนอกลู่นอกทาง มีการมั่วสุมกันอย่างที่ผู้ใหญ่มักจะกล่าวถึงวัยรุ่นอยู่เสมอๆ แต่ถ้าเราจัดพื้นที่ที่วัยรุ่นจะสามารถมาใช้ชุมนุมกันให้อยู่ในสายตาของผู้ใหญ่ได้ ก็จะสามารถควบคุมไม่ให้เกิดปัญหาได้ในระดับหนึ่ง

ผู้วิจัยจึงเห็นว่า หากได้มีการศึกษาหาแนวทางในการจัดสภาพแวดล้อม โดยการศึกษารถึงปัจจัยต่างๆที่ทำให้เกิดพื้นที่ที่สามารถดึงดูดวัยรุ่นให้เข้ามาใช้ ในบริเวณของลานสาธารณะในศูนย์การค้าที่มีแนวโน้มที่วัยรุ่นจะนิยมมาใช้พื้นที่อยู่แล้วนั้น นอกจากจะเป็นการตอบสนองผลประโยชน์ทางด้านการค้าแล้ว ยังสามารถที่จะควบคุมและส่งเสริมพฤติกรรมการแสดงออกของวัยรุ่นให้เป็นไปในทางสร้างสรรค์ได้อีกด้วย

## 1.2 วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมในการใช้พื้นที่ เพื่อการรวมกลุ่มของวัยรุ่นในบริเวณลานสาธารณะของศูนย์การค้า
2. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเข้าใช้พื้นที่ลานสาธารณะของวัยรุ่น
3. เพื่อศึกษาถึงการจัดสภาพแวดล้อม ของพื้นที่ลานสาธารณะของศูนย์การค้า ที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของวัยรุ่น และใช้เป็นแนวทางในการออกแบบ

## 1.3 สมมติฐานของการวิจัย

1. การจัดสภาพแวดล้อมของพื้นที่ลานสาธารณะ มีผลต่อการตัดสินใจของวัยรุ่นในการเข้าไปใช้พื้นที่
2. ปัจจัยที่มีผลต่อการดึงดูดให้คนเข้ามาใช้พื้นที่ลานสาธารณะ มีได้มีแต่เพียงสภาพแวดล้อมทางกายภาพเท่านั้น แต่ยังขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมทางด้านจิตวิทยาอีกด้วย

## 1.4 ทฤษฎีหรือแนวความคิดที่เกี่ยวข้องในงานวิจัย

การวิจัยนี้จะศึกษาถึง การจัดสภาพแวดล้อมของลานสาธารณะ ที่สามารถตอบสนองพฤติกรรมของวัยรุ่น โดยสนใจศึกษาถึงปัจจัยต่างๆที่มีผลต่อการเข้าใช้พื้นที่ ทั้งในเชิงกายภาพ และจิตวิทยา โดยมีทฤษฎีและแนวความคิดที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวกับพฤติกรรมของวัยรุ่น
2. ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวกับการออกแบบพื้นที่สาธารณะ โดยจะเน้นที่เกี่ยวกับการออกแบบเชิงพฤติกรรม

## 1.5 ขอบเขตของการวิจัย

1. ในการวิจัยนี้ จะเลือกศึกษาพื้นที่บริเวณ The Center point of Siam Square ซึ่งเป็นลานสาธารณะอยู่ในศูนย์การค้าสยามสแควร์ ซึ่งเป็นที่ที่ได้รับความนิยมจากวัยรุ่นเป็นอย่างมาก โดยจากการสังเกตพื้นที่ใน Center point จะพบผู้คนหลากหลายวัยเข้ามาใช้พื้นที่ แต่วัยรุ่นจะมีสัดส่วน

เป็นจำนวนมากที่สุด และเข้ามาใช้พื้นที่เป็นช่วงเวลานานกว่าคนในวัยอื่น ที่ใช้ Center point เป็นทางผ่าน หรือหยุดแวะพักเท่านั้น

2. วัยรุ่นในงานวิจัยจะมีอายุตั้งแต่ 13-21 ปี หรือแบ่งได้เป็น 3 กลุ่ม คือกลุ่มที่เรียนในระดับมัธยมต้น มัธยมปลาย และกลุ่มที่เรียนในระดับมหาวิทยาลัย

3. จากการสังเกตเบื้องต้น พบว่าโดยส่วนใหญ่ ในวันจันทร์-ศุกร์ เวลาหลังเลิกเรียน ซึ่งอยู่ในช่วงเวลาประมาณ 16.00-19.00 น. และวันเสาร์-อาทิตย์ ในช่วงเวลาประมาณ 13.00-20.00 น. จะเป็นช่วงเวลาที่มียุควัยรุ่นเข้ามาใช้พื้นที่ในสยามสแควร์มากที่สุด ดังนั้นผู้วิจัยจะทำการศึกษาในช่วงเวลาดังกล่าว เพราะจะทำให้สามารถเก็บข้อมูลได้จำนวนมาก และครอบคลุม

## 1.6 ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ได้มาซึ่งแนวทางการจัดพื้นที่บริเวณ Plaza ของศูนย์การค้าที่สอดคล้องกับพฤติกรรม และกิจกรรมการใช้สอยของวัยรุ่น
2. สามารถนำผลที่ได้จากการวิจัย ไปใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้นที่เป็นประโยชน์ในด้านการออกแบบเชิงพฤติกรรม (Behavior design)
3. สามารถเป็นแนวทางสำหรับ Developer และผู้ออกแบบ ในการพัฒนาพื้นที่เพื่อเป็นประโยชน์แก่ชุมชน

## 1.7 ขั้นตอนของการศึกษา

ขั้นตอนในการทำวิจัยนี้แบ่งออกเป็น

1. กำหนดประเด็นปัญหาของการวิจัย โดยเริ่มจากการตั้งคำถาม และวัตถุประสงค์ กำหนดกรอบแห่งทฤษฎีและกรอบการวิจัย เพื่อใช้ในการกำหนดขอบเขตในการทบทวนวรรณกรรม และขอบเขตของการวิจัย ตั้งสมมติฐานในการวิจัย
2. สืบค้นและศึกษาข้อมูลเบื้องต้น ซึ่งจะแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ
  - ภาคเอกสาร โดยทำการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่ศึกษา
  - ภาคสนาม โดยการสำรวจทางกายภาพทั่วไปของพื้นที่ศึกษา
3. วางแผนการดำเนินงานวิจัย โดยนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์สรุปเพื่อกำหนดตัวแปรเครื่องมือ ที่จะใช้ในงานวิจัย
4. เก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม โดยเครื่องมือที่ใช้คือการสังเกตการณ์ และแบบสอบถาม ร่วมกับการสัมภาษณ์
5. วิเคราะห์ข้อมูล

## 6. สรุปผลที่ได้จากการวิเคราะห์ และเสนอแนะแนวทางในการออกแบบ

### 1.8 นิยามศัพท์

Plaza	ลานกว้างซึ่งใช้เป็นที่ชุมนุมสาธารณะ
Public Space	พื้นที่สาธารณะ หมายถึงพื้นที่บริเวณที่บุคคลทั่วไปมีสิทธิสามารถเข้าไปใช้สอยได้อย่างอิสระภายใต้ขอบเขตอันเป็นที่ยอมรับทั่วไปของสังคมหรือผู้ดูแลพื้นที่นั้น
Physical Environment	สภาพแวดล้อมทางกายภาพ หมายถึงสิ่งต่างๆที่ปวงทางกายภาพ ไม่ว่าจะเป็นสิ่งที่ปรากฏตามธรรมชาติหรือสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น
Psychological Environment	สภาพแวดล้อมทางด้านจิตวิทยา คือภาพลักษณ์ของพื้นที่นั้นๆ ที่เกิดจากบรรยากาศของสภาพแวดล้อม และส่งผลต่อจิตใจของผู้ใช้พื้นที่
Sense of Place	ความรู้สึกได้ ,ระลึกได้ในสถานที่ ผูกพันกับสภาพและตำแหน่งที่ตั้ง ซึ่งอาจเกิดขึ้นจากความสัมพันธ์ของการใช้สอย การสร้างความเป็นพิเศษ โดยสอดคล้องกับพฤติกรรมมนุษย์

## บทที่ 2

### การทบทวนวรรณกรรม

การวิจัยศึกษาถึง พฤติกรรมการใช้พื้นที่บริเวณ Plaza ของเด็กวัยรุ่นนี้ จะต้องศึกษา จิตวิทยา ของวัยรุ่น ซึ่งเป็นสาเหตุที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมต่างๆ โดยแนวคิดที่สำคัญสำหรับงานวิจัยนี้ก็คือ การใช้เวลาว่างของวัยรุ่น ที่ต้องการสถานที่สำหรับการรวมกลุ่มในหมู่เพื่อน และการแสดงออกอย่างอิสระ จึงจำเป็นที่จะต้องมีการจัดสภาพแวดล้อมทางกายภาพของสถานที่นั้นๆให้เหมาะสม โดยจะมี แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

#### วัยรุ่น

พัฒนาการของวัยรุ่น (Adolescent development)

- พัฒนาการทางอารมณ์
- พัฒนาการทางสังคม
- พัฒนาการทางสติปัญญา

ความต้องการของวัยรุ่น

ความสนใจของวัยรุ่น

การใช้เวลาว่าง และนันทนาการ (Leisure activities)

วัยรุ่นกับการใช้พื้นที่สาธารณะ

#### สภาพแวดล้อมของลานสาธารณะ

การจัดองค์ประกอบเชิงพื้นที่ (ทางด้านกายภาพ และ การใช้สอย)

พฤติกรรมการใช้พื้นที่ และกิจกรรม

ความต้องการ และความพึงพอใจ ต่อพื้นที่สาธารณะ

คุณลักษณะที่ดีของพื้นที่สาธารณะ ที่เอื้อต่อการใช้งานในชุมชน

## 2.1 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับวัยรุ่น

### 2.1.1 ความหมายของวัยรุ่น

เฮอร์ล็อก (Hurlock,1974) ได้อธิบายว่า “วัยรุ่น” ตรงกับคำว่า “adolescence” ในภาษาอังกฤษ มีรากศัพท์เดิมมาจากภาษาละตินว่า “adolescere” ซึ่งมีความหมายว่า เจริญเติบโต หรือเจริญเติบโตไปสู่วุฒิภาวะ (maturity) การที่เด็กจะบรรลุถึงขั้นวุฒิภาวะนี้ ไม่ใช่จะเจริญแต่ทางร่างกายด้านเดียวเท่านั้น ทางจิตใจก็จะต้องเจริญเป็นเงาตามตัวไปด้วย นั่นคือ จะต้องมีการพัฒนาการทั้ง 4 ด้านไปพร้อมๆ กัน ได้แก่ ร่างกาย อารมณ์ สติปัญญา และสังคม

นักจิตวิทยาที่ศูนย์สุขภาพจิต (2533) มีความเห็นว่า วัยรุ่น คือ วัยที่สภาพทางร่างกาย และสภาพทางอารมณ์ยังวุ่นวายไม่คงที่ มักกำลังอยู่ระหว่างความเป็นเด็ก และความเป็นผู้ใหญ่ เป็นวัยที่ต้องการอิสระ อยากรับผิดชอบของตัวเองในการเลือกสิ่งต่างๆ แต่ขณะเดียวกันก็ยังคงต้องการความอบอุ่น และขอแนะนำบางประการจากครอบครัว จากพ่อแม่ ประสบการณ์ความเข้าใจที่ดีและถูกต้องที่เด็กได้รับตั้งแต่วัยเด็กจนเข้าวัยรุ่น จะมีส่วนเสริมสร้างให้เขามีความมั่นใจในตัวเอง และสามารถดำเนินชีวิตในแบบที่ตัวเองเมื่อเติบโตเป็นผู้ใหญ่

สุโท เจริญสุข (2520) ได้สรุปเกี่ยวกับวัยรุ่นไว้ว่า วัยรุ่นจะเป็นเด็กในวัย 16-25 ปี ความเข้มข้นของอารมณ์จะมีมาก อ่อนไหว เปลี่ยนแปลงง่าย บางครั้งเก็บกด บางครั้งมั่นใจสูง บางครั้งไม่มั่นใจเลย บางครั้งคือวัน เป็นวัยหัวเลี้ยวหัวต่อของชีวิต มีการเข้ากลุ่มเพื่อจะทำให้เกิดความจงรักภักดีต่อกัน ยอมรับเอาค่านิยม ความเชื่อและความสนใจของคน หรือกลุ่มด้วยความเต็มใจ ทั้งยังนับถือวีรบุรุษ (heroes) ในสายตาของตน วัยรุ่นจะเกิดความสับสน และมีความขัดแย้งในค่านิยม ทศนคติ หรือความเชื่อของบุคคลที่มีอายุสูงกว่า เพราะบุคคลเหล่านั้นมีประสบการณ์และค่านิยมที่เป็นช่องว่างระหว่างวัย

สรุปได้ว่า วัยรุ่นเป็นวัยที่มีความเปลี่ยนแปลง ทั้งทางร่างกายและจิตใจ โดยทางร่างกาย คือ การที่ไม่เป็นเด็กอีกต่อไป และ จิตใจ หมายถึง การรู้จักควบคุมอารมณ์ ใช้เหตุผล รวมทั้งสามารถเข้ากลุ่ม หรือทำกิจกรรมต่างในสังคมได้

#### ช่วงอายุของวัยรุ่น

การก้าวเข้าสู่วัยรุ่นจะเริ่มนับจากการเริ่มมีวุฒิภาวะทางเพศ จนกระทั่งเป็นอิสระจากการปกครองของผู้ใหญ่ โดยจะแบ่งช่วงอายุของเด็กวัยรุ่นได้เป็น 3 ระยะ (สุชา,2529) คือ

- วัยรุ่นตอนต้น (early adolescence) อายุ 13-15 ปี จะเริ่มมีการเปลี่ยนแปลงทางร่างกาย
- วัยรุ่นตอนกลาง (middle adolescence) อายุ 15-18 ปี จะมีการเปลี่ยนแปลงทั้งทางด้านร่างกาย อย่างมาก ส่วนทางด้านจิตใจและความนึกคิด จะมีลักษณะค่อยเป็นค่อยไป
- วัยรุ่นตอนปลาย (late adolescence) อายุ 18-21 ปี จะมีการพัฒนาทางด้านจิตใจมากกว่าทางร่างกาย

การแบ่งดังกล่าวเป็นการแบ่งโดยใช้อายุเฉลี่ย เราไม่สามารถกำหนดให้ตายตัวได้ เพราะเหตุที่มีความแตกต่างกันในด้านอายุของการมีวุฒิภาวะทางเพศ

## 2.1.2 พัฒนาการของวัยรุ่น (Adolescent development)

### พัฒนาการทางอารมณ์

โรเจอร์ (Dorothy Rogers, 1972) ได้กล่าวถึงลักษณะอารมณ์ของวัยรุ่นว่าเป็น วัยที่มีอารมณ์รุนแรง การแสดงออกซึ่งอารมณ์ต่างๆเป็นไปโดยเปิดเผย ตรงไปตรงมา อารมณ์ต่างๆเกิดขึ้นได้ง่าย และเปลี่ยนแปลงง่าย ซึ่งเกิดจากปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาของวัยรุ่น ดังนี้

1. การเปลี่ยนแปลงทางร่างกาย เนื่องจากรูปร่าง สัดส่วนของวัยรุ่น จะมีความแตกต่างจากวัยเด็กมาก รวมไปถึงการทำงานของต่อมไร้ท่อ สิ่งเหล่านี้จะทำให้วัยรุ่นเกิดความวิตกกังวลเกี่ยวกับร่างกายของตน

2. อิทธิพลจากสภาพแวดล้อม ซึ่งจากการศึกษาพบว่า การที่เด็กวัยรุ่นมีอารมณ์รุนแรงนั้นมีสาเหตุมาจากสภาพแวดล้อมทางสังคม มากกว่าสาเหตุอื่นเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงทางร่างกาย ทั้งสภาพแวดล้อมจากที่บ้าน และจากภายนอก เนื่องจากวัยรุ่นมีประสบการณ์ใหม่เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ และประสบการณ์ที่เด็กพบมักจะขัดแย้งกับผู้ใหญ่ ความเข้มงวดของผู้ใหญ่ที่มีต่อความประพฤติของเด็ก ตลอดจนการคบเพื่อน การเรียน การแต่งกาย และการที่เด็กต้องปฏิบัติตามใจผู้ใหญ่อยู่ตลอดเวลา เป็นเหตุให้อารมณ์ของวัยรุ่นไม่มั่นคง หงุดหงิด มีความรู้สึกไว และมักแสดงออกทันที เพราะยังไม่เป็นผู้ใหญ่โดยสมบูรณ์

### 3. ความเปลี่ยนแปลงทางจิตใจ

- มีความรู้สึกทางเพศเกิดขึ้น เมื่อวัยรุ่นมีความเจริญทางเพศ นอกจากการเจริญเติบโตทางร่างกายแล้ว ยังมีความรู้สึกในเรื่องเพศด้วยเช่นกัน ซึ่งไม่ใช่เรื่องผิดปกติดะไร เราจะต้องให้การศึกษที่ถูกต้องในเรื่องเพศศึกษาแก่เด็กวัยรุ่น

- สติปัญญาและความคิดเปิดกว้างออก สนใจในการแสวงหาความรู้ใหม่ๆ เริ่มเข้าใจความสวความงาม ความไพเราะ ความดี

- เริ่มรู้จักรับผิดชอบและต้องการเป็นอิสระ ทดลองทำสิ่งใหม่ๆเรื่อยๆ จะรับสิ่งที่พอใจไว้เป็นของตน

- อารมณ์เปลี่ยนแปลงได้ง่ายและรุนแรง เด็กในวัยนี้จำเป็นต้องเปลี่ยนนิสัยหลายอย่างเพื่อให้เหมาะสมกับสภาพที่มีความรับผิดชอบ และเสรีภาพมากขึ้น

- มีจินตนาการมากขึ้น โดยเฉพาะการฝันกลางวัน

- ความเชื่อมั่นต่างๆ เป็นไปอย่างรุนแรง ถ้าเชื่ออะไรแล้วมักจะเชื่ออย่างจริงจัง เช่นการกระทำต่างๆ ที่เห็นว่าถูกต้องแล้ว แต่ในขณะเดียวกันก็มีความระแวงไม่ยอมเชื่ออะไรง่ายๆ นอกจากมีหลักฐานมาประกอบ

- มีความสนใจในการสมาคมมากขึ้น จะชวนช่วยร่วมสมาคมกับเพื่อนๆ ทั้งเพศเดียวกันและเพื่อนต่างเพศ หมู่คณะจะมีอิทธิพลเหนือชีวิตเด็กในวัยนี้

- ประสาทส่วนต่างๆ และความรู้สึกด้านสัมผัสตื่นตัวขึ้นมาก เห็นได้จากกรกระทำของเด็ก และความสนใจใหม่ๆ เช่นดนตรี ศิลปะ นอกจากนั้น บรรดานิสัยต่างๆ ก็มักจะเกิดขึ้นเปลี่ยนแปลง หรือเลิกไปในวัยนี้

### พัฒนาการทางสังคม

ทฤษฎีพัฒนาการทางจิตสังคม (Psychosocial Development) : **วัยรุ่นมีพัฒนาการอยู่ในขั้นความมีเอกลักษณ์** ของ อีริก บี อีริกสัน (Erik B. Erikson)

อีริกสัน อธิบายพัฒนาการด้านบุคลิกภาพของมนุษย์ ตั้งแต่วัยทารกจนถึงวัยชรา โดยแบ่งเป็น 8 ขั้น ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับวัยรุ่นจะอยู่ในขั้นที่ 5 คือ ขั้นพัฒนาความมีเอกลักษณ์กับความรู้สึกสับสน (Identity vs. Identity confusion) เด็กอยู่ในขั้นนี้ คือเด็กวัยรุ่นซึ่งจะพยายามเรียนรู้หน้าที่และความต้องการของตนเองในสังคม ถ้าการเรียนรู้ตนเอง ประสบความสำเร็จ เด็กก็จะเกิดความสับสนเกี่ยวกับหน้าที่และความต้องการของตนเองที่แท้จริง และจะเป็นผลต่อบุคลิกภาพของเด็ก โดยจะทำให้เด็กเกิดความสับสนและมีพฤติกรรมที่เป็นปัญหา

เด็กวัยรุ่นมีความต้องการอย่างรุนแรงในการที่จะทำให้ตนเอง เป็นที่ยอมรับนับถือของเพื่อนและบุคคลในสังคม โดยเฉพาะเพื่อนในวัยเดียวกัน ซึ่งจะช่วยให้วัยรุ่นค้นหาเอกลักษณ์ที่เป็นของตนเอง โดยไม่ใส่ใจนักว่าการกระทำนั้นๆ จะขัดกับสายตาของผู้ใหญ่หรือไม่ จะเกิดลักษณะการเลียนแบบอย่างตามเพื่อน peer culture (ปราณี ,2528) นอกจากนั้นเนื่องจากวัยนี้เป็นวัยที่มีความอยากรู้อยากเห็นสูง และต้องการเป็นอิสระจากผู้ใหญ่ เขาจึงเริ่มออกเที่ยวเตร่กับเพื่อนฝูง เพื่อความสนุกสนาน และเป็นการเรียนรู้สิ่งแวดล้อมไปด้วย โดยลักษณะการเที่ยวเตร่นี้ จะไปกันเป็นหมู่คณะ ทั้งชายและหญิง หรือเฉพาะชาย หรือหญิงเท่านั้น ไม่นิยมไปไหนตามลำพัง

พัฒนาการทางสังคมของวัยรุ่นจะเริ่มจากประสบการณ์ในวัยเด็ก เมื่อเด็กรู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม สมาชิกของกลุ่มรัก และต้องการตน ทำให้เด็กรู้สึกอบอุ่นและมีความสุข แต่ถ้าสมาชิกของกลุ่มไม่สนใจและทอดทิ้งเขา ความรู้สึกไม่อบอุ่นใจย่อมเกิดขึ้น ดังนั้นจึงเป็นที่ยอมรับกันว่าระบบสังคม มีอิทธิพลต่อเด็กวัยรุ่นหลายอย่าง โดยเฉพาะทางด้านจิตใจ ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อเด็กวัยรุ่นในแง่ของการมีความรู้สึกต่อตนเองว่า สังคมได้ตั้งความคาดหวังให้วัยรุ่นได้ดำเนินแนวทางของพฤติกรรมที่ได้วางแบบอย่างไว้ให้ ทำให้เด็กเกิดความกดดัน และสับสน

## พัฒนาการทางสติปัญญา

เปียเจต์ (Jean Piaget) ได้กล่าวถึงพัฒนาการทางสติปัญญาของมนุษย์ ตั้งแต่วัยแรกเกิดจนถึงวัยผู้ใหญ่ จะมีพัฒนาการตามลำดับ 4 ขั้น คือ

ขั้นที่ 1 การรับรู้ด้วยประสาทสัมผัส และการเคลื่อนไหว (sensorimotor activity)

ขั้นที่ 2 การคิดก่อนเหตุผล (preparational thought)

ขั้นที่ 3 การคิดแบบมีเหตุผลเชิงรูปธรรม (concrete operation)

ขั้นที่ 4 การคิดแบบมีเหตุผลเชิงนามธรรม (formal operation)

โดยลักษณะสติปัญญาของวัยรุ่นจะเป็นแบบที่ 4 การคิดแบบมีเหตุผลเชิงนามธรรม ซึ่งมีลักษณะเด่น คือ มีความสามารถในการวิเคราะห์ปัญหาได้หลายแง่มุมขึ้น สามารถคิดในสิ่งที่เป็นนามธรรมได้ ลักษณะการคิดจะเป็น แบบ deductive คือวิเคราะห์ข้อมูลโดยอาศัยเหตุผลมากขึ้น ซึ่งเป็นลักษณะการคิดแบบวิทยาศาสตร์ ในการแก้ไขปัญหาต่างๆไป วัยรุ่นมักจะคิดพิจารณาสิ่งต่างๆที่เกี่ยวข้องกับปัญหา เพื่อหาคำตอบโดยอาศัยกฎเกณฑ์หรือข้อสรุปต่างๆ

ทฤษฎีปัญญาทางสังคม (Social cognitive theory) : *เด็กวัยรุ่นเรียนรู้จากการสังเกตตัวแบบ*  
ของ อัลเบิร์ต แบนดูรา (Albert Bandura)

แบนดูรา มีแนวความคิดว่า เด็กวัยรุ่นเรียนรู้จากการสังเกตตัวแบบ (model) โดยสังเกตว่าตัวแบบทำอะไรแล้วได้ผลกรรมอะไร เมื่อเห็นดังนั้นแล้ว ก็จะเกิดความคิดว่า ตนสามารถทำพฤติกรรมแบบใดได้อย่างไร และในวันข้างหน้าก็จะระลึกแบบแผนพฤติกรรมออกมากระทำได้

การเรียนรู้จากการสังเกตตัวแบบเกิดทั่วไปในสังคมกับบุคคลทุกเพศทุกวัย เช่น เด็กวัยรุ่นเลียนแบบการแต่งกายจากตัวแบบ เช่น เพื่อนสนิท เลียนแบบภาษาสแลงจากกลุ่มเพื่อน เลียนแบบการทำมาตกรรมจากภาพยนตร์ การเรียนรู้จากการสังเกตตัวแบบ จึงทำหน้าที่สร้างพฤติกรรมใหม่ เสริมพฤติกรรมที่มีอยู่แล้วให้ดียิ่งขึ้นและยับยั้งการเกิดพฤติกรรมเดิม ตัวแบบที่แบนดูรากล่าวถึงนั้นรวมถึงตัวแบบที่เป็นมนุษย์ด้วยภาพ หรือที่เรียกว่าทัศนสัญลักษณ์ต่างๆ เช่น ภาพยนตร์ รายการโทรทัศน์ และคำบอกเล่า เช่น นิทาน นิยาย ตัวแบบเหล่านี้จะทำหน้าที่ให้ข้อมูล จูงใจให้แสดงพฤติกรรมและให้การเสริมแรง ส่วนตัวแบบที่มีอิทธิพลให้เลียนแบบนั้น ตัวแบบต้องน่าสนใจ ทำให้ผู้เลียนแบบใส่ใจ จูงใจ และจำได้ ซึ่งจะนำไปสู่การเลียนแบบต่อไป

### 2.1.3 ความต้องการของวัยรุ่น

ความต้องการ เป็นแรงจูงใจ (motive) ให้เกิดพฤติกรรมแห่งการกระทำ นอกจากความต้องการพื้นฐาน (basic need) สำหรับการดำรงชีวิตแล้ว ยังมีความต้องการทางด้านจิตใจอีก

ตามปกติ วัยรุ่นย่อมมีความต้องการทางร่างกายเหมือนกับเด็ก หรือผู้ใหญ่ ส่วนความต้องการทางอารมณ์และสังคมนั้นจะแตกต่างออกไป ความต้องการของวัยรุ่นที่มีลักษณะสำคัญเป็นพิเศษมีดังนี้

1. ความรัก ความรักในที่นี้หมายถึง ความรักทุกชนิดซึ่งเป็นเครื่องนำความสุข ความอบอุ่นทางใจมาให้ รวมทั้งความรักซึ่งเรามีเพื่อการอยู่ร่วมกันเป็นสังคมด้วย วัยรุ่นต้องการความรัก ทั้งในฐานะเป็นผู้ให้และผู้รับ คือต้องการมีคนอื่นเป็นที่รัก และต้องการให้ตนเองเป็นที่รักของคนอื่นด้วย
2. ความต้องการทางเพศ เด็กวัยรุ่นมักจะพยายามดิ้นรนที่จะคบหาเพื่อนต่างเพศ ซึ่งมักจะได้รับการกีดกันจากผู้ใหญ่ เนื่องจากเกรงจะเกิดเรื่องเสียหาย ซึ่งก่อให้เกิดความกดดันทางธรรมชาติ เนื่องจากต่อมต่างๆในร่างกายทำงานเต็มที่ โดยเฉพาะต่อมเพศที่ผลิตฮอร์โมนออกมาเพื่อควบคุมการถึงวุฒิภาวะทางเพศ ทำให้วัยรุ่นพยายามหาทางออกเพื่อผ่อนคลายอารมณ์ไม่ว่าทางใดก็ตาม
3. ความต้องการได้รับอิสระ
4. ความต้องการที่จะหาเลี้ยงตนเอง เพราะคิดว่าการหาเงินได้ด้วยตนเองทำให้เกิดความรู้สึกภาคภูมิใจ การใช้จ่ายเงินในการจับจ่ายใช้สอยสิ่งต่างๆ เป็นไปได้สบายใจโดยไม่ต้องเกรงใจใคร และเป็นการพิสูจน์ให้เห็นว่าตนนั้นโตแล้ว ควรจะมีสิทธิเสรีภาพมากขึ้น แทนที่จะต้องถูกควบคุมเหมือนก่อน
5. ความต้องการที่จะได้รับความนับถือจากสังคม เด็กวัยรุ่นต้องการเป็นคนสำคัญ ต้องการเป็นที่นับถือของเพื่อนฝูง ต้องการให้เพื่อนฝูงและคนอื่นรับรู้ว่าตนมีคุณค่า ต้องการให้สังคมยอมรับนับถือว่าตนเป็นผู้ใหญ่แล้ว โดยพยายามทำตัวให้เหมือนผู้ใหญ่ เช่นการดื่มเหล้า สูบบุหรี่ การแต่งหน้า
6. ความต้องการในปรัชญาชีวิตที่น่าพอใจ เด็กวัยรุ่นจะถามเรื่องราวที่ตนอยากรู้อย่างมีเหตุผล
7. ความต้องการมีประสบการณ์แปลกใหม่ เกลียดความซ้ำซากจำเจ ชอบทดลอง ยิงเป็นสิ่งที่ต้องห้ามยิ่งอยากลอง ชอบฝ่าฝืนกฎระเบียบ ความต้องการเช่นนี้เป็นสาเหตุประการหนึ่งที่เร้าให้เด็กติดยาเสพติด ประพฤติผิดทางเพศ และต่อต้านกฎเกณฑ์ของสังคม

#### 2.1.4 ความสนใจของวัยรุ่น

ความสนใจของวัยรุ่นแต่ละคนจะขึ้นอยู่กับเพศ สติปัญญา สภาพแวดล้อม โอกาสในการเรียนรู้ ความสนใจของกลุ่มเพื่อน ความสนใจของครอบครัว ความสามารถที่มีมาแต่กำเนิด และองค์ประกอบอื่นๆอีกหลายอย่าง เฮิร์ลอค (Hurlock, E.B., 1974) แบ่งความสนใจของวัยรุ่นออกเป็น

1. ความสนใจทางสังคม (social interests) ความสนใจทางสังคมมักจะเกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ และบุคคลในสังคม เด็กวัยนี้จะมีความสนใจในกิจกรรมทางสังคม ทั้งที่เป็นกลุ่มใหญ่ และในหมู่เพื่อนสนิท ซึ่งขึ้นอยู่กับความพอใจของเขาที่จะเลือกกิจกรรม และการมีโอกาสที่จะเข้าร่วมกิจกรรมได้ การพบปะสนทนากันเป็นกลุ่มระหว่างเพื่อนสนิทเป็นกิจกรรมที่เด็กวัยรุ่นชอบทำการมีสถานที่ให้พวกเขาได้ออกมาพบกันก็เป็นการสร้างโอกาสทางหนึ่ง

2. ความสนใจส่วนบุคคล (personal interests) ซึ่งอาจแบ่งออกเป็นลักษณะต่างๆ ได้ดังนี้ (สุชา จันทน์เอม ,2529)

2.1 ความสนใจการแต่งกาย วัยรุ่นมีความเอาใจใส่ในเรื่องเสื้อผ้า พิถีพิถันในการแต่งกาย ทรงผม พยายามดูแฟชั่นเพื่อให้ทันสมัยและเป็นที่ยอมรับของเพื่อนฝูง โดยเฉพาะวัยรุ่นหญิงจะเห็นความสำคัญของการแต่งกายเป็นพิเศษ เขาจะเลือกเสื้อผ้าที่คิดว่าเป็นที่ดึงดูดของเพศตรงข้ามมากกว่าเพศเดียวกัน และขณะเดียวกันก็พยายามแต่งกายให้เหมือนเพื่อนๆ เพื่อให้กลุ่มเพื่อนยอมรับเขา

2.2 ความสนใจเรื่องสุขภาพ วัยรุ่นจะสนใจ เอาใจใส่เรื่องรูปร่าง สัดส่วน เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงทางร่างกายอย่างรวดเร็ว

2.3 ความสนใจเรื่องเพศ วัยรุ่นจะสนใจเพศตรงข้าม จึงพยายามปรับตัวให้เข้ากับเพื่อนต่างเพศ รวมถึงการปฏิบัติตนต่อเพศตรงข้าม

2.4 ความสนใจที่จะแสวงหาความเป็นอิสระ วัยรุ่นต้องการความเป็นอิสระในการมีความสัมพันธ์กับเพื่อน ทั้งเพศเดียวกันและต่างเพศ วัยรุ่นจะเลือกแสดงพฤติกรรมที่ทำให้เขามีความสุข ความเป็นตัวของตัวเอง

2.5 ความสนใจในอาชีพ วัยรุ่นโตพอที่จะนึกถึงความสำคัญของอาชีพ และเข้าใจว่าอาชีพนำมาซึ่งสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม ในช่วงวัยนี้ยังไม่ใช่วัยประกอบอาชีพอย่างแท้จริง แต่เป็นระยะที่พยายามค้นหาแนวทางอาชีพของตนในอนาคต

2.6 ความสนใจในการเรียน การศึกษามักจะมีอิทธิพลมาจากความสนใจทางอาชีพ วัยรุ่นจะคิดว่า โรงเรียนเป็นสถานที่ที่เขาจะได้ปรับปรุงสถานภาพชีวิต โดยการเข้าร่วมกิจกรรม และมีความสัมพันธ์กับเพื่อนๆ

3. ความสนใจในการพักผ่อนหย่อนใจ (recreational interests) เมื่อเด็กวัยรุ่นโตขึ้น การพักผ่อนหย่อนใจที่ใช้กำลังกายนั้นลดน้อยลง และความสนใจในการเล่นแบบเด็กก็หมดไป จะมีความสนใจในกิจกรรมบันเทิงเข้ามาแทน ได้แก่ เกมกีฬา การท่องเที่ยว งานอดิเรก การอ่านหนังสือ ดูภาพยนตร์ ฟังวิทยุและเทป ดูโทรทัศน์ การใช้จินตนาการ

สามารถสรุปพฤติกรรมของวัยรุ่นได้ว่า มีลักษณะดังนี้

- **มีความใฝ่ฝัน มีจินตนาการ** เนื่องจากวัยรุ่นเป็นวัยที่เพิ่งผ่านพ้นวัยเด็กมา ส่วนใหญ่สมองของวัยรุ่นยังคงบริสุทธิ์ มีพลังแห่งการเรียนรู้ มีจินตนาการ มีความใฝ่ฝันมาก เพราะยังไม่มีปัญหาใดๆมารบกวน
- **ชอบลองทำสิ่งใหม่ๆ** ในวัยที่เข้าสู่วัยรุ่นนั้น การได้เรียนรู้ประสบการณ์ต่างๆยังน้อย แต่ขณะเดียวกันก็มีความกระตือรือร้นที่จะเรียนรู้สูง วัยรุ่นจึงชอบที่จะทดลองทำสิ่งใหม่ๆตามกระแสวัฒนธรรมที่ได้รับมา ซึ่งส่วนใหญ่ไม่ได้มีการกลั่นกรองถึงความถูกต้องเหมาะสม จนบางครั้งดูเหมือนเป็นการพยายามทำสิ่งที่ฝืนกฎเกณฑ์
- **มีอารมณ์ร้อนแรง รวดเร็ว** เพราะวัยรุ่นอยู่ในช่วงที่กำลังเติบโตอย่างรวดเร็วจากเด็กสู่ความเป็นผู้ใหญ่ ฮอริโมนเพศในร่างกายจะส่งผลกระทบต่ออารมณ์ของวัยรุ่น ที่ต้องการจะทำสิ่งที่ตนเองเห็นว่าควรจะทำในทันที รวมทั้งการตัดสินใจ ชอบ รัก เกลียด สิ่งใดสิ่งหนึ่งที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ที่เรียกกันว่า รักง่ายหน่ายเร็ว
- **การรวมกลุ่ม** วัยรุ่นเป็นช่วงวัยที่ชอบการเข้าสังคม การรวมกลุ่มระหว่างเพื่อนฝูงมากที่สุด เพราะดูเหมือนว่าในช่วงวัยนี้ มีเพียงเพื่อนเท่านั้นที่สามารถคุยกันในเรื่องต่างๆได้ในภาษาเดียวกัน รู้เรื่องและเข้าใจกัน ปัญหาต่างๆทั้งทางด้านการเรียน ครอบครัว จะถูกนำมาปรึกษาหารือ เพื่อหาข้อสรุปในหมู่เพื่อน บนพื้นฐานความเข้าใจ และประสบการณ์ที่มีอยู่ ซึ่งบางครั้งก่อให้เกิดทัศนคติที่ไม่ถูกต้องต่อสังคม แต่บางครั้งก็เป็นการสร้างสรรค์ให้เกิดสิ่งที่ดีกว่า ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับว่าวัยรุ่นได้เรียนรู้อะไรมาก่อนหน้านั้น

### ความสำคัญของพฤติกรรมเด็กวัยรุ่น

ระดับบุคคล : *พฤติกรรมเด็กวัยรุ่นเป็นพื้นฐานของชีวิตในวัยผู้ใหญ่*

วัยรุ่นเป็นช่วงชีวิตที่มีการพัฒนาทั้งทางด้านร่างกาย อารมณ์ สังคม และสติปัญญาเป็นอย่างสูง จนกล่าวได้ว่าเป็นช่วงชีวิตที่พัฒนาศักยภาพอย่างเต็มที่ ดังนั้นประสบการณ์ที่เด็กวัยรุ่นได้รับในช่วงนี้ จะช่วยพัฒนาศักยภาพทั้งมิติด้านปริมาณและคุณภาพทางด้านร่างกาย อารมณ์ สังคม และสติปัญญาของตัวเด็กวัยรุ่นเอง และศักยภาพที่พัฒนาแล้วในวัยรุ่นก็จะเป็นพื้นฐานชีวิตในวัยผู้ใหญ่ต่อไป

ระดับประเทศ : *พฤติกรรมเด็กวัยรุ่นเป็นเครื่องชี้อนาคตของชาติ*

เนื่องจากการกระทำของเด็กวัยรุ่นจะเป็นผู้สืบทอดวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี ตลอดจนปกป้องรักษาเอกราชและความเป็นชาติไว้ ทั้งจะทำให้สังคมพัฒนาสืบต่อไป รัฐบาลได้ตระหนักถึงความสำคัญนี้ จึงกำหนดนโยบายพัฒนาเด็กและเยาวชนไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ เพื่อพัฒนาเด็กวัยรุ่นทั้งทางด้านสุขภาพกายและจิตใจ ,สติปัญญาและความสามารถ รวมถึงการพัฒนาบุคลิกภาพตลอดมา

## 2.1.5 วิทยุกับการใช้เวลาว่างและนันทนาการ

ทฤษฎีและแนวคิดของนักวิชาการต่างๆเกี่ยวกับการเล่นและนันทนาการ  
แนช (Nash) แบ่งกิจกรรมการใช้เวลาว่างออกเป็น 5 ชั้น ดังนี้

- กิจกรรมในระดับต่ำสุด นอกจากจะไม่มีประโยชน์แล้ว ยังสร้างความเดือดร้อนแก่ตัวเอง และสังคมอีกด้วย เช่นการขมขื่น จี้ปล้น และพฤติกรรมที่เป็นอันธพาล
- กิจกรรมในเวลาว่างที่บุคคลเลือกกระทำเพียงเพื่อหลบหนีจากความเบื่อหน่ายจากการมีเวลาว่าง หรือสิ่งที่ทำเพื่อใช้ฆ่าเวลา
- กิจกรรมที่มีประโยชน์มากในระดับสาม ได้แก่การใช้เวลาว่างทำกิจกรรมที่ตนเองสนใจ และมีความรู้สึกพึงพอใจในการทำกิจกรรมนั้น เช่น การฟังดนตรีประเภทที่ชอบ
- กิจกรรมการใช้เวลาว่างที่มีประโยชน์ในระดับสี่ ได้แก่ การทำกิจกรรมด้วยตนเองตามรูปแบบที่มีอยู่แล้ว เช่นการฟังดนตรีเป็นงานอดิเรก มีความเข้าใจและสามารถพูดถึงดนตรีชนิดต่างๆอย่างถูกต้อง
- กิจกรรมการใช้เวลาว่างที่เกิดประโยชน์สูงสุด ผู้ทำสามารถจะสร้างสรรค์ผลงานบางอย่างเกี่ยวกับสิ่งที่ตนสนใจทำอยู่ เช่นในกรณีผู้ชอบฟังดนตรี อาจจะเขียนบทความเกี่ยวกับดนตรีที่ตนชอบ

วินทรอป (Winthrop) แบ่งการใช้เวลาว่างเป็น 4 รูปแบบใหญ่ๆ คือ

- การพักผ่อน (rest) หมายถึงกิจกรรมที่ทำแล้วหายเหนื่อย เช่น การฟังเพลง การดูละคร เป็นต้น
- การพักผ่อนความเครียด (relaxation) เป็นการใช้เวลาเพื่อให้หายเบื่อ เช่น การเลี้ยงสัตว์ เลี้ยง การปลูกต้นไม้
- นันทนาการ (recreation) เป็นการใช้เวลาว่างที่ไม่ได้ใช้ผลประโยชน์อื่นใดนอกจากความพอใจ เช่น การเล่นกีฬา และเดินรำ
- การสร้างพลังใหม่ (renewal หรือ developmental leisure) เป็นกิจกรรมที่ทำแล้วนอกจากสร้างความพอใจ ยังสร้างเสริมพลังทางความคิด สติปัญญา จริยธรรม เช่น การไปเที่ยว พิพิธภัณฑ์ การเป็นนักร้องหรือนักดนตรีสมัครเล่น

สำหรับ นันทนาการ หรือ กิจกรรมการใช้เวลาว่างที่วิทยุนิยม มีดังนี้ (รัชนี ,2529 )

1. การสนทนา จะมีทั้งการคุยเล่นกัน การอภิปราย และการโต้แย้ง โดยทั่วไปเด็กวัยรุ่นแทบทุกคนจะช่างพูดช่างคุยอยู่แล้ว นักจิตวิทยาอธิบายว่าเป็นเพราะความไม่มั่นคงทางอารมณ์ที่เกิดขึ้นในช่วงวัยนี้ การพูดคุยจะช่วยให้รู้สึกว่าคุณเข้ากลุ่มเพื่อนได้

2. การอยู่เฉยๆ โดยไม่ทำอะไรเป็นแก่นสาร จะเป็นการช่วยผ่อนคลายความเครียดได้เป็นอย่างดี พฤติกรรมนี้วัยรุ่นจะแสดงได้ทั้งอยู่ตามลำพังและอยู่กับเพื่อนเป็นกลุ่มๆ ขณะที่ปล่อยตัว

ตามสบายเช่นนั้น สมองวัยรุ่นไม่ได้หยุดนิ่ง ถ้าอยู่ตามลำพังเขาจะคิดวอดมโนภาพไปเรื่อยๆ ไม่ก็อ่านหนังสือ หรือวางแผนว่าจะทำอะไรต่อไป ถ้าอยู่กับเพื่อนๆ เขาจะคุยกันได้นานเป็นชั่วโมงๆ

### 3. การพบปะสังสรรค์

4. เกมและกีฬา การเล่นเกมที่คิดสร้างขึ้นแบบเด็กๆหมดไป วันรุ่นมักจะเล่นกีฬาที่มีคนดู เกมที่อาศัยความถนัด และจะเล่นเกมหรือกีฬาเพื่อการออกกำลังกาย และให้ได้รับความบันเทิงใจไปด้วย จะมีความสนใจในกีฬาทุกประเภททั้งกลางแจ้งและในร่ม สำหรับในวัยรุ่นตอนปลาย การเล่นเกมจะค่อยๆลดลง โดยเปลี่ยนไปเป็นคนดู และเริ่มมีพฤติกรรมเปลี่ยนไปเป็นดูเพศตรงข้ามที่ไปดูกีฬา บางครั้งอาจมีการเพิ่มการพนันเข้าไปด้วย

5. งานอดิเรก ที่นิยมมากมี 2 ชนิด ได้แก่ งานสร้างสรรค์และการเก็บสะสม ถ้าวัยรุ่นได้รับความสนุกสนานจากนันทนาการเหล่านี้มาก อาจพัฒนาเป็นงานอดิเรกไปตลอดชีวิต

6. ฝันกลางวัน เป็นนันทนาการที่วัยรุ่นทำกันมาก และเป็นกันทุกคน โดยใช้เวลาเก็บตัวอยู่ตามลำพัง ซึ่งมีทั้งข้อดีและข้อเสีย คือจะเป็นแรงกระตุ้นให้อยากทำสิ่งต่างๆ ช่วยให้เข้าใจตนเองมากยิ่งขึ้น ทำให้มีความคิดสร้างสรรค์ ช่วยบรรเทาความผิดหวัง แต่ถ้ามีมากเกินไป อาจทำให้วันรุ่นมองตนเองผิดไปจากความเป็นจริง และอาจทำให้เกิดการแยกตัวจากสังคมได้

### 7. การอ่าน เป็นการพักผ่อนที่ได้รับความสนุกสนาน และช่วยให้เกิดความรู้

8. ภาพยนตร์ วัยรุ่นไปดูภาพยนตร์ด้วยเหตุผลที่ต่างกัน เช่นเป็นเรื่องที่น่าสนใจ ให้ความรู้ สนุก ช่วยให้ใกล้ชิดกับคนรัก เป็นการฆ่าเวลา ช่วยให้หายเบื่อ

9. การฟังวิทยุ เราจะพบและได้ยินผู้ใหญ่วุดกันบ่อยมากถึงพฤติกรรมของวัยรุ่นที่ชอบเปิดวิทยุเสียงดังลั่นตลอดเวลา ไม่ว่าตนจะทำอะไรอยู่ ดูคล้ายกับว่าวันรุ่นใช้เสียงเป็นเพื่อนขณะที่เขาไม่มีเพื่อนอยู่ข้างๆ

### 10. การดูโทรทัศน์

11. การออกเที่ยวนอกบ้าน เพราะวัยรุ่นมีความอยากรู้อยากเห็น อยากรับอิสระ

## Leisure activities

จากการงานวิจัยของ Csikszentmihalyi และ Larson (1984) พบว่า เด็กวัยรุ่นใช้เวลา 27% ในที่สาธารณะ หรืออยู่นอกบ้าน และจากทฤษฎีต่างๆที่ได้มีการกล่าวถึงมา แสดงให้เห็นว่า สิ่งแวดล้อมภายนอกมีความสำคัญสำหรับวัยรุ่น เพราะเด็กวัยรุ่นจะรู้สึกเหมือนได้เป็นผู้ใหญ่ และมีโอกาสได้ทำกิจกรรมต่างๆตามใจตัวเอง โดยไม่ต้องมีใครคอยควบคุม วัยรุ่นต้องการที่จะเข้าไปสู่โลกของการเป็นผู้ใหญ่ โดยการอยู่ในที่ที่ไม่มีความรู้สึกของการควบคุม ซึ่งสถานที่ที่เด็กวัยรุ่นคิดว่าเป็นเช่นนี้ได้แก่ ร้านอาหาร fast food หรือแหล่งช้อปปิ้ง ซึ่งจะตรงกันข้ามกับโรงเรียนที่เป็นที่ที่เขา รู้สึกว่าถูกควบคุม

วัยรุ่นใช้เวลา 40 % สำหรับการนัดพบกัน โดยประมาณ 16 % จะหมดไปกับการเข้าสังคม ซึ่งกิจกรรมที่เลือกทำจะไม่มีจุดหมายแน่นอน แต่จะเป็นกิจกรรมเพื่อการฆ่าเวลามากกว่า เช่นการพูดคุยกับเพื่อน หรือการอยู่กับเพื่อน ในโลกของวัยรุ่นนั้น การใช้เวลากับเพื่อนจะเป็นส่วนที่สำคัญที่สุด (Csikszentmihalyi and Larson, 1984) ซึ่งเรื่องนี้ Coleman, 1980 ก็ได้ให้ความเห็นไว้ว่า เด็กวัยรุ่นต้องการที่จะใช้เวลาส่วนใหญ่เพื่อรวมกลุ่มในการทำกิจกรรมกับเพื่อนรุ่นเดียวกัน เพราะฉะนั้น เพื่อนจะมีบทบาทอย่างมากในการพัฒนาการของเด็กวัยรุ่น

จากการศึกษาเหล่านี้ทำให้เราได้เห็นว่าการใช้เวลาว่างภายนอกบ้านกับเพื่อน และการเข้าสังคม เป็นส่วนที่สำคัญสำหรับวัยรุ่น ชุมชนควรจะต้องจัดพื้นที่สาธารณะ สำหรับให้เด็กวัยรุ่นได้มาใช้เวลาว่างนี้ เพื่อทำกิจกรรมกับกลุ่มเพื่อน ซึ่งถ้าวัยรุ่นไม่มีสถานที่สำหรับกิจกรรมลักษณะนี้ อาจจะทำให้วัยรุ่นต้องอยู่ตามลำพัง และจะมีผลเสียต่อการพัฒนาการของวัยรุ่น

## 2.1.6 วัยรุ่นกับการใช้พื้นที่สาธารณะ

### ทำไมวัยรุ่นจึงมีความต้องการพื้นที่สาธารณะในเมือง

วัยรุ่นมีความต้องการใช้พื้นที่สาธารณะเช่นเดียวกับคนกลุ่มอื่นๆโดยทั่วไป แต่เหตุผลที่แตกต่างก็คือต้องการใช้พื้นที่ดังกล่าวสำหรับการรวมตัวกัน และมีโอกาสได้เชื่อมสัมพันธ์ภาพระหว่างกัน รวมทั้งเป็นสถานที่ซึ่งวัยรุ่นเหล่านั้นได้ใช้เวลาว่างนอกบ้าน หรือสถานศึกษาโดยไม่จำเป็นต้องเสียค่าใช้จ่ายโดยไม่จำเป็น กิจกรรมที่เกิดขึ้นในพื้นที่ก็อย่างเช่นการเรียนพิเศษ หรือการใช้เวลาหลังเลิกเรียน กิจกรรมเหล่านี้นำมาซึ่งความเป็นศูนย์กลางที่ทำให้เกิดความเชื่อมโยงของกลุ่มระหว่างวัยรุ่น และเพื่อต้องการใช้เวลาอยู่ด้วยกันมากขึ้น โดยที่ลักษณะคุณภาพชีวิตจะเป็นอย่างไรนั้นก็ขึ้นอยู่กับลักษณะของบริบทเมือง การออกแบบ และการพัฒนาพื้นที่ที่มีอยู่ตลอดเวลาในแต่ละที่นั่นเอง

เมืองที่มีพัฒนาการอยู่อย่างต่อเนื่องนั้นทำให้พื้นที่สาธารณะที่วัยรุ่นจะเข้ามารวมตัวกันนั้นน้อยลง และพื้นที่ส่วนใหญ่ก็ถูกนำไปใช้ประโยชน์ที่มีการกำหนดลักษณะของประโยชน์ใช้สอยชัดเจนมากขึ้น แทนที่จะเป็นพื้นที่เปิดซึ่งมีความยืดหยุ่นในการใช้งานสูง เราจึงเห็นห้างสรรพสินค้า ห้างร้าน สวนสาธารณะ ทางเดินรถจักรยาน เข้ามาแทนที่ลานโล่ง ทางเดินริมถนนกว้างๆ สวนที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ ลำห้วย หรือแม้แต่ตรอกซอกซอยเล็กๆที่เกิดขึ้นจากการสัญจรไปมาเป็นเวลานาน

พื้นที่สาธารณะมักเป็นที่ต้องการขององค์กรต่างๆ และพยายามที่จะเข้ามาถือสิทธิ์อยู่ตลอดเวลา โดยส่วนใหญ่นั้นก็เพื่อสนองความต้องการเชิงพาณิชย์ และองค์กรเอกชน จุดนี้เองที่เกิดเป็นประเด็นคำถามขึ้นมาบ่อยๆต่อส่วนบริหารในท้องถิ่นว่าหลังจากพื้นที่เหล่านั้นถูกพัฒนาขึ้นแล้ว

จะยังคงตอบสนองความต้องการด้านการใช้สอย และสิทธิอันพึงชอบในการเข้าใช้พื้นที่ของคนในชุมชน รวมทั้งวัยรุ่นันได้หรือไม่

### วัยรุ่นันเข้ามาใช้พื้นที่สาธารณะอย่างไรบ้าง

ลักษณะของการใช้พื้นที่สาธารณะของวัยรุ่นันนั้นมีรูปแบบที่ค่อนข้างตายตัว และพบเห็นอยู่ 3 ประเภทคือ

1. การใช้พื้นที่กับการเข้าสังคมในหมู่คนวัยเดียวกัน กล่าวคือเมื่อเทียบกับกลุ่มผู้ใหญ่ หรือคนวัยทำงานแล้ว วัยรุ่นเหล่านี้จะมีเวลาว่างมาก แต่มีรายได้น้อย วัยรุ่นจึงต้องหาพื้นที่ที่เป็นศูนย์กลางสำหรับการเข้าสังคมเช่นการนัดพบปะสังสรรค์ หรือการได้ใช้เวลาทำกิจกรรม
2. การใช้พื้นที่ในการทำกิจกรรมใหม่ๆ และมีความหลากหลาย โดยส่วนใหญ่จะพบเห็นได้ตามห้างสรรพสินค้า วัยรุ่นมักมีทัศนคติต่อห้างสรรพสินค้าในแง่บวกเสมอ วัยรุ่นบางคนใช้เวลาในห้างสรรพสินค้ากับเพื่อนๆ เนื่องจากไม่อยากอยู่บ้านหรือในโรงเรียน ตรงจุดนี้เองเราจึงควรตระหนัก และให้ความสำคัญกับการออกแบบพื้นที่สาธารณะเพื่อที่วัยรุ่นันจะไม่เข้ามาใช้พื้นที่ในทางเสียหาย และควรระลึกละเอียดว่าจะมีโศกนาฏกรรมเกิดขึ้นได้ทุกเมื่อถ้าวัยรุ่นันคนใดก็ตามไม่ต้องการเข้าร่วมกลุ่มกับเพื่อน หรือคนในชุมชน และแยกตัวออกมาอยู่โดยลำพัง
3. การใช้พื้นที่เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ วัยรุ่นมักใช้พื้นที่สาธารณะเพื่อการเข้าสังคม และการสังสรรค์ ในรูปแบบต่างๆกันทั้งแบบ active และ passive ซึ่งส่วนใหญ่อาจจะไม่ค่อยได้เห็นแบบ passive มากนัก วัยรุ่นมักทำกิจกรรมทำด้วยกัน แต่เป็นกิจกรรมที่ไม่มีพิธีรีตองมากมาย และไม่ขึ้นอยู่กับการบังคับใดๆ กิจกรรมที่ทำกันนั้นต้องเป็นกิจกรรมที่พวกเขาได้มีโอกาสแสดงออกถึงความคิดสร้างสรรค์ อาจจะเกี่ยวข้องกับการออกแบบ การวางแผน หรือการเรียนรู้ที่มีความหลากหลาย รวมถึงการจัดระบบสังคมภายในกลุ่มตัวเองเท่าที่พื้นที่สาธารณะจะเอื้อให้เป็นไปได้ (Ray 1994)

## 2.2 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมของลานสาธารณะ

(Plaza or Public Space)

### 2.2.1 ความหมายของพื้นที่สาธารณะ และลานสาธารณะ

พื้นที่สาธารณะ หรือ Public space นั้นหมายถึงความถึงสภาพแวดล้อมกลางแจ้งที่ถูกออกแบบขึ้นโดยมีจุดประสงค์เพื่อช่วยลดบรรยากาศที่วุ่นวายจากการดำเนินชีวิตในสังคมเมืองใหญ่ องค์ประกอบที่เราพบเห็นในสภาพแวดล้อมของพื้นที่สาธารณะนั้นมีหลายรูปแบบเช่นทางคนเดิน แนวถนนในชุมชน สวนสาธารณะ ศาลากลาง จัตุรัส ลานกลางแจ้ง หรือพื้นที่ซึ่งเกิดจากการรวบรวมพื้นที่ดินขนาดเล็กที่กระจัดกระจายมาไว้ด้วยกัน ซึ่งโดยส่วนใหญ่มักเป็นสถานที่ร่มรื่น และ

เป็นสถานที่ที่คนในชุมชน วัฒนธรรม และกิจกรรมเชิงประเพณีได้หลอมรวมเป็นหนึ่งเดียวกัน เป็นพื้นที่ที่เอกลักษณ์ของท้องถิ่น หรือชุมชนนั้นๆ ได้เผยออกมาให้เห็นอย่างเห็นได้ชัด อันแสดงให้เห็นถึงการดำเนินชีวิตในที่สาธารณะ กลายเป็นบรรยากาศที่มีลักษณะเฉพาะตัวตั้งแต่ระดับชุมชน สถานที่ การติดต่อกันระหว่างคนในชุมชน ตลอดจนความเป็นถิ่นที่ในพื้นดินนั้นๆ พื้นที่สาธารณะเปิดโอกาสให้คนในชุมชนมีโอกาสได้ใช้เวลา และมีประสบการณ์ร่วมกัน นอกจากนี้ยังมีส่วนทำให้สภาพเศรษฐกิจในท้องถิ่นเกิดสภาพคล่อง และเพิ่มมูลค่าในแง่การใช้สอยที่ดินของเมืองแต่ละแห่งให้สูงขึ้น และบ่อยครั้งที่เราเห็นพื้นที่สาธารณะเหล่านี้มีส่วนช่วยบรรเทาความเคร่งเครียดจากการใช้เวลาในยานพาหนะเป็นเวลานานเช่นรถยนต์ หรือรถประจำทางโดยได้เปิดโอกาสให้คนได้เข้ามาสัมผัสกับสภาพธรรมชาติบ้างเป็นครั้งคราว สีเขียวของต้นไม้พืชพรรณที่ปลูกอยู่ในเมืองจะช่วยให้คนในชุมชนเกิดความประทับใจ และเต็มใจที่จะช่วยกันดูแลรักษาสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ รวมทั้งเป็นการเพิ่มจำนวนสัตว์ชนิดต่างๆ ที่อาศัยอยู่ในเมืองเพื่อความสมดุลของระบบนิเวศบนพื้นดินนั้นๆ ในเวลาเดียวกัน (PPS, 2000)

ลานสาธารณะ หรือ plaza ตามเมืองต่างๆ มีความพิเศษมากกว่าพื้นที่เปิดโล่งธรรมดา โดยเป็นสถานที่ที่จะมีผู้คนรวมตัวกันอย่างมีชีวิตชีวา และได้มีประสบการณ์ร่วมกัน คุณลักษณะของลานสาธารณะจะขึ้นอยู่กับปฏิสัมพันธ์ทางสังคม และศักยภาพในการดำเนินชีวิตของแต่ละคนที่อยู่ในลานสาธารณะนั้นๆ รวมถึงระดับของสภาวะสบายทั้งด้านกายภาพ และจิตวิทยาที่จะนำพาคนในชุมชนได้ทำกิจกรรมที่แตกต่างกันไป

โดยอาศัยนิยามของ J.B. Jackson (1994) ลานสาธารณะจะหมายความถึงพื้นที่เปิดโล่งในเมืองที่ดึงดูดให้ผู้คนเข้ามาใช้งาน และพักผ่อนหย่อนใจ

ในขณะที่ Kelvin Lynch บอกว่าลานสาธารณะนั้นคือแหล่งกิจกรรมต่างๆ ในเมืองซึ่งมักจะแทรกตัวอยู่ท่ามกลางอาคารขนาดใหญ่ หรือถนนสายต่างๆ และถนนเป็นองค์ประกอบสำคัญอย่างหนึ่งที่ทำให้เกิดลานสาธารณะเพราะเป็นตัวชักนำให้พื้นที่ต่างๆ เกิดการจัดตั้งกลุ่มกิจกรรม และดึงดูดให้คนในเมืองได้เข้ามาใช้ รวมทั้งมีการติดต่อกันทางสังคมอยู่ตลอดเวลา

ส่วนนิยามของลานสาธารณะที่ Cooper Marcus (1990) กล่าวว่า ลานสาธารณะนั้นหมายถึงพื้นที่สาธารณะกลางแจ้งที่มีการออกแบบพื้นผิวของสภาพภูมิทัศน์ให้สามารถใช้งานได้ ไม่ใช่สถานที่ที่เป็นทางผ่านหรือทางเดินรถ แต่เป็นที่ที่คนจะมาเดินเล่น ซี่จักรยานนั่งเล่น หรือนำอาหารมารับประทาน หรือแม้แต่นั่งเฉยๆ และมองเห็นความเป็นไปของโลกใบนี้

## 2.2.2 สภาพแวดล้อมทางกายภาพของพื้นที่สาธารณะ

การจัดองค์ประกอบเชิงพื้นที่

ทำเลที่ตั้ง (Location)

ทำเลที่ตั้งที่ดีที่สุดของการออกแบบพื้นที่สาธารณะคือ ตำแหน่งที่สามารถดึงดูดผู้คนได้หลากหลายประเภทเช่นในย่านที่มีโรงแรม ห้องชุดพักอาศัย อาคารสำนักงาน และย่านการค้า ซึ่งมีคนมากมายหลายจำพวกสัญจรผ่านไปมาทุกวันตั้งแต่พนักงานบริษัท นักท่องเที่ยว ครอบครัวที่มาพักผ่อนในวันหยุด ฯลฯ นอกจากนี้ ลักษณะ หรือรูปแบบเฉพาะของย่าน หรือของที่ตั้งก็ล้วนมีอิทธิพลต่อการออกแบบ และประโยชน์ใช้สอยของพื้นที่สาธารณะซึ่งกำลังจะถูกสร้างขึ้น ตัวอย่างเช่น

- พื้นที่หัวมุมซึ่งเกิดจากการตัดกันของถนนหรือทางเดินสองสายนั้น มักจะถูกใช้เป็นจุดนัดพบ เป็นจุดพักในทางผ่าน หรือแม้แต่การนั่งดูผู้คนที่เดินไปมา แต่ถ้าพื้นที่นั้นมีระดับพื้นที่แตกต่างกัน จะไม่ค่อยการเดินผ่านเข้ามาในพื้นที่ ดังนั้นจึงไม่มีการใช้งาน หรือการจัดกิจกรรม
- พื้นที่ที่อยู่ระหว่างกลุ่มอาคาร หรืออยู่ภายในซอยที่ลึกเข้าไป พื้นที่สาธารณะจะไม่ยื่นเข้าไปในอาคาร แต่จะถูกกำหนดไว้ตามตำแหน่งที่ได้เด่นชัด
- ทางเดินเท้าที่มีขนาดกว้างเป็นพิเศษอันเป็นผลมาจากกระยะเว้นตามกฎหมายอาคารสามารถเป็นได้ทั้งพื้นที่สาธารณะแบบที่ดีที่สุด จนถึงแบบที่มีปัญหามากที่สุด ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับรายละเอียดในการออกแบบ

### ความซับซ้อนด้านมุมมอง (Visual Complexity)

งานออกแบบพื้นที่สาธารณะที่ประสบความสำเร็จทั้งในด้านการใช้งาน และความสวยงาม ผู้คนมักจะกล่าวถึงในแง่ของการออกแบบรูปทรง สี สัน ตลอดจนพื้นผิววัสดุในงานออกแบบภูมิทัศน์ เช่นต้นไม้ พุ่มไม้ น้ำพุ งานประติมากรรม สิ่งสร้างต่างๆ ลักษณะของการจัดพื้นที่ การจัดมุมกิจกรรม ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงระดับพื้นทางเดิน ฯลฯ ในขณะที่พื้นที่สาธารณะซึ่งไม่เป็นที่นิยม นั้น เหล่าบรรดาผู้ใช้จะให้ความเห็นในแง่ที่ว่าลักษณะการจัดสภาพภูมิทัศน์ที่มีอยู่นั้นดูแห้งแล้ง และไม่มีชีวิตชีวา มีการใช้วัสดุ พื้นผิว และสี สันที่เกินความจำเป็น มีการใช้คอนกรีตหรือปูนกับส่วนทางเดินมากเกินความจำเป็นทำให้ดูแห้งแล้ง หลายครั้งที่ผู้ใช้ร้องเรียนว่าพื้นที่สาธารณะแห่งนั้นไม่มีสี สัน บ้างก็ว่ามีพื้นที่สีเขียวน้อยเกินไป บ้างก็มองค้ปะระกอบซ้ำๆเต็มไปหมดดูน่าเบื่อ และไม่ดึงดูดให้เข้ามาใช้ นอกจากนั้นยังไม่มีจุดหมายตาให้เป็นที่สังเกต ฯลฯ ดังนั้น การออกแบบจึงควรพิจารณาสัดส่วนเปรียบเทียบกันระหว่างความหนาแน่น และความหลากหลายกับความบางเบา และลักษณะที่ซ้ำๆเป็นหลัก

### ขอบเขต และการเข้าออกของผู้ใช้ในพื้นที่สาธารณะ (Boundaries and Transitions)

พื้นที่และลานสาธารณะจะต้องถูกออกแบบให้สามารถเกิดการรับรู้ได้ว่าเป็นสถานที่ประเภทใด ดังนั้นจึงควรตระหนักถึงการมองเห็น และการเข้าถึงของผู้ที่เดินผ่านไปผ่านมา ซึ่งในทางปฏิบัติ

แล้ว การแสดงตัวของสถานที่ในจุดที่อยู่กับทางสัญจรนั้นเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งยวด ลานสาธารณะที่ประสบความสำเร็จในการออกแบบ และมีการใช้สอยอย่างที่ต้องการมักอยู่ติดกับทางเท้าในเมืองอย่างน้อยหนึ่งด้าน และจะยิ่งดีถ้าขนาบสองด้านขึ้นไป ซึ่งจะทำให้ผู้ที่เดินผ่านไปมาสามารถมองเห็น เกิดความรู้สึกเสมือนกับว่ากำลังถูกเชื้อเชิญ และสามารถเข้าถึงได้ทันที การปลูกต้นไม้ยืนต้นโดยที่ปล่อยให้ทรงพุ่มของมันยื่น และครอบคลุมส่วนหนึ่งของทางเดินเท้าก็จะเป็นการแสดงออกเป็นนัยว่า คนที่เดินไปมานั้นได้เข้ามาสู่ส่วนหนึ่งของพื้นที่สาธารณะแห่งนั้นแล้ว ในขณะที่ หากมีการเล่นระดับระหว่างทางเท้าที่มีคนเดินไปมากับลานสาธารณะเพียงนิดเดียว ก็จะทำให้ดูเหมือนการแบ่งแยก และตัดขาด ทำให้จำนวนคนที่อาจเข้ามาใช้พื้นที่ลดจำนวนได้ส่วนหนึ่ง

ในส่วนของ การผ่านเข้าออกระหว่างทางเท้ากับลานสาธารณะก็เป็นอีกหนึ่งปัญหาสำคัญ สำหรับการออกแบบ เพราะเป็นส่วนที่อาจจะกระตุ้นให้คนเข้ามามากขึ้น หรือน้อยลงก็ได้ ลานสาธารณะโดยทั่วไปมักจะไม่ออกแบบให้มีการเล่นระดับระหว่างการเดินเข้าออก ตามด้วยการจัดวางเฟอร์นิเจอร์ริมถนน และการเล่นระดับภายในลาน หรือการออกแบบที่นั่ง และจัดวางเป็นกลุ่มอยู่กลางลาน ซึ่งโดยปกติผู้ที่เข้ามาใช้มักจะทำนั่งอยู่ในส่วนใกล้ทางเท้า ลานสาธารณะที่อยู่ใกล้กับทางสัญจรของคนเดินถนนมักจะได้รับคามนิยมอย่างมาก เนื่องจากมีการเข้าถึงง่าย มีผู้คนเดินผ่านไปมามากมายช่วยสร้างบรรยากาศที่มีชีวิตชีวา และปลอดภัยให้หนึ่งดู ถือเป็นการเล่นคนลายแบบ passive ไปในเวลาเดียวกัน ลักษณะของขอบเขต และการเข้าออกของคนเดินถนนสู่ลานหรือพื้นที่สาธารณะโดยทั่วไปมีอยู่ 4 แบบด้วยกันคือ

1. แบบที่เป็นช่องแคบ เช่นลานสาธารณะที่อยู่ระหว่างแนวอาคารสูง ความแคบของช่องทางเข้านั้นจะทำหน้าที่เป็นเสมือนกับกรอบประตูหน้าบ้านที่เปิดทิ้งไว้ให้คนเดินเข้าตามอริยาธัย ลานสาธารณะแบบนี้ไม่จำเป็นต้องสร้างขอบเขต เนื่องจากบริบทของมันเองได้ทำหน้าที่เป็นขอบเขตไปเรียบร้อยแล้ว
2. แบบที่มีการจัดคล้ายเวทีการแสดง เป็นแบบที่มีลักษณะของการแสดงตัวชัดเจน ส่วนใหญ่จะมีการเล่นระดับของพื้นเพื่อเน้นให้เห็นเด่นชัด มีการจัดเฟอร์นิเจอร์เพื่อดึงดูดให้คนได้ใช้เวลา นานขึ้น เนื่องจากลาน หรือพื้นที่สาธารณะแบบนี้จะมีคนเข้ามาใช้ไม่มากนัก โดยส่วนใหญ่แล้วจะเป็นลานหน้าอาคารที่มีการนัดพบ และรอคอยเพื่อการเข้าสู่ด้านในอาคาร
3. แบบที่อยู่หัวมุมถนน ตำแหน่งขอบเขต และการเข้าออกจะมีปริมาณมากกว่าแบบอื่นๆ เนื่องจากมองเห็นได้ และเข้าออกได้จากหลายทิศทาง นอกเหนือจากประโยชน์ใช้สอยแบบ passive เช่นการนั่งพักผ่อน หรือการนัดพบแล้ว ยังมีความเคลื่อนไหวอีกอย่างหนึ่งคือการ ใช้พื้นที่สาธารณะแบบนี้เป็นเส้นทางลัด และบ่อยครั้งที่พบว่าผู้ใช้ที่ตั้งใจใช้เป็นทางผ่านนั้น จะแวะนั่งพักภายในบริเวณพื้นที่สาธารณะก่อนที่จะเดินทางต่อไป ขอบเขต และทิศทาง การเข้าออกแบบนี้จะเป็นแบบที่กระตุ้นให้เกิดการใช้งานได้ง่ายที่สุด

4. แบบที่มีโครงสร้างรายล้อมเช่นการก่อกำแพงสูง และมีประตูโค้ง หรือประตูสี่เหลี่ยมขนาดใหญ่เป็นช่องเปิดที่ต้อนรับให้คนเดินเข้าไปด้านใน วิธีนี้จะแสดงออกถึงความเป็นด้านนอกและด้านในได้อย่างชัดเจนคล้ายกับการรับรู้แบบเดียวกับด้านนอก และด้านในของอาคาร การจัดพื้นที่ลักษณะนี้มักพบได้ตามโครงการเอกชนที่เปิดโอกาสให้คนภายนอกได้เข้ามาใช้พื้นที่ได้

ถ้าหากว่าลานสาธารณะถูกโอบล้อมด้วยผนังอาคารสองหรือสามด้าน การเข้าออกระหว่างอาคาร และพื้นที่ลานนั้นจะต้องได้รับการพิจารณาในการออกแบบมากขึ้น นอกจากนั้นนักออกแบบควรจำไว้เสมอว่าคนทั่วไปที่เข้ามาใช้พื้นที่นั้นโดยส่วนใหญ่ต้องการนั่งบริเวณขอบของพื้นที่ลานสาธารณะ มากกว่าที่จะดันดันเดินเข้าไปนั่งด้านใน ดังนั้นบริเวณขอบพื้นที่จึงควรจะถูกออกแบบให้มีกิจกรรมการนั่งที่สามารถมองเห็นความเคลื่อนไหวที่เกิดขึ้นรอบๆนั้นได้

แต่อย่างไรก็ดี รูปแบบของการกำหนดขอบเขต และการเข้าออกพื้นที่หรือลานสาธารณะนั้นอาจมีความเป็นไปได้ทางอื่นๆอีก ทั้งนี้ทั้งนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยทางบริบทอีกหลายประการเช่น ลักษณะภูมิประเทศ และภูมิอากาศ ตลอดจนลักษณะของอาคารที่อยู่ข้างเคียงที่นักออกแบบจะต้องศึกษา และทำความเข้าใจเพื่อที่จะออกแบบพื้นที่หรือลานสาธารณะให้ตอบสนองการใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

### ทางสัญจร (Circulation)

ทางสัญจรในพื้นที่สาธารณะไม่ได้ถูกออกแบบมาเพียงเพื่อการเดินจากที่หนึ่งไปสู่อีกที่หนึ่ง แต่ยังมีโอกาสเกี่ยวพันกับนโยบายด้านสุขภาพของคนในชุมชน เนื่องจากการเดินในที่กลางแจ้งถือเป็นการออกกำลังกายที่ดี และมีประโยชน์สำหรับทุกคน การออกแบบแบบทางสัญจรที่เอื้อต่อกิจกรรมการเดินจึงนับเป็นวิสัยทัศน์ที่น่าสนใจสำหรับผู้บริหารในชุมชนอีกข้อหนึ่ง เพราะการที่จะมีพื้นที่สาธารณะสำหรับกิจกรรมแบบนี้ได้ถือว่าชุมชนแห่งนั้นต้องมีมลภาวะน้อย ไร้เสียงดังรบกวน และมีอัตราการเกิดอุบัติเหตุ ผลประโยชน์ที่ตามมาก็คือจะทำให้ลานสาธารณะมีโอกาสได้สร้างการเชื่อมต่อกับทางเดินเท้า และพื้นที่ส่วนต่างๆของชุมชน

จุดประสงค์หลักในการใช้งานทางสัญจรของพื้นที่หรือลานสาธารณะโดยส่วนใหญ่ก็คือการเดินเข้าออกอาคาร และถ้าหากมองข้ามเรื่องสภาวะอากาศ การออกแบบที่สวยงาม หรืออะไรก็ตาม กลุ่มคนที่เข้ามาใช้งานล้วนต้องการเส้นทางเดินที่สั้นที่สุดเท่าที่จะทำได้เพื่อที่จะไปยังจุดต่างๆ เช่นป้ายรถเมล์ ลานจอดรถ หรือสี่แยก รวมถึงอาคารข้างเคียง ดังนั้นการออกแบบขั้นพื้นฐานอีกข้อหนึ่งในการออกแบบพื้นที่สาธารณะในเมืองก็คือการทำนายเส้นทางที่คนในพื้นที่จะใช้กันมากที่สุด เพื่อที่จะเตรียมทางสัญจรได้ตรงตามการใช้งานในช่วงเวลาเร่งรีบโดยเฉพาะในย่านธุรกิจหนาแน่น พื้นที่และลานสาธารณะโดยส่วนใหญ่จะต้องเตรียมทางสัญจร 3 แบบเพื่ออำนวยความสะดวกดังนี้

1. ทางเดินผ่าน (passing through) เพราะโดยส่วนใหญ่แล้วคนที่เดินเข้ามาในพื้นที่สาธารณะก็เพื่อใช้เป็นเส้นทางลัด หรืออย่างน้อยก็ต้องการเดินบนเส้นทางที่นำเดินไปยังอีกที่หนึ่ง
2. ทางเดินสู่ร้านค้าหรือส่วนบริการต่างๆ (access to shop) เป็นการสร้างความเชื่อมต่อพื้นที่สาธารณะกับส่วนบริการเช่นร้านกาแฟ ธนาคาร หรือร้านขายสินค้าต่างๆที่มีอยู่รายรอบ
3. ทางเดินเข้าสู่ที่นั่ง หรือจุดชมวิว (access to seating and viewing area) ผู้ใช้ส่วนหนึ่งเข้ามาในลาน และพื้นที่สาธารณะเพื่อนั่งพัก นั่งดูคนที่เดินผ่านไปมา ทานอาหาร ชมงานศิลปะ หรือชมการแสดงดนตรี และกิจกรรมอื่นๆที่พึงจะมีในพื้นที่สาธารณะนั้นๆ

เมื่อหากการทำงานส่วนสุดท้ายที่นักออกแบบไม่ควรลืมก็คือการเตรียมทางลาดไว้ในพื้นที่เสมอ โดยเตรียมไว้พร้อมๆกับขั้นบันได หรือการเล่นระดับพื้น เพราะพื้นที่ หรือลานสาธารณะควรจะเอื้อต่อผู้พิการ คนชราที่นั่งรถเข็น รถเข็นเด็กในการใช้งานเท่ากับคนปกติทั่วไป หรือแม้แต่ผู้ที่เข็นรถมาขายของในพื้นที่ก็มีโอกาสที่จะได้ใช้ทางลาดดังกล่าวนี้เช่นกัน

### รูปแบบที่นั่ง (Seating)

ในการออกแบบพื้นที่สาธารณะ รูปแบบของที่นั่งจะมีความหลากหลาย และแตกต่างกันไปตามกลุ่มผู้ใช้ และลักษณะการใช้งาน จากการศึกษาขององค์กร Project for Public Space ในปี ค.ศ.1978 พบว่าเราสามารถแยกแยะกลุ่มผู้ที่เข้ามานั่งในพื้นที่ หรือลานสาธารณะที่อยู่ในชุมชนเมืองได้ห้ากลุ่มใหญ่ๆคือ

1. กลุ่มคนที่เข้ามาจอดรถประจำทาง หรือรถแท็กซี่ ซึ่งเป็นกลุ่มที่ใช้เวลาน้อยที่สุดในพื้นที่
2. กลุ่มคนที่มักจะมานั่งตามริมทางเท้า หรือขอบพื้นที่สาธารณะ ส่วนใหญ่มานั่งพักผ่อนและใช้เวลา นั่งมองผู้คนที่เดินผ่านไปมา หรือแม้แต่นั่งสังเกตการณ์การจราจรบนท้องถนน กลุ่มคนเหล่านี้บางจำพวกอาจเป็นกลุ่มที่ชอบแสดงออกเพื่อเรียกร้องความสนใจ
3. กลุ่มคนที่ไม่ชอบแสดงตัวให้เป็นที่เด่นชัด กลุ่มคนเหล่านี้มักจะนั่งอยู่บริเวณด้านใจของพื้นที่สาธารณะ เป็นกลุ่มที่มักจะมาคนเดียว การจัดพื้นที่นั่งสำหรับคนกลุ่มนี้จึงควรตระหนักถึงความเป็นส่วนตัวเช่นจัดให้มีพื้นที่ด้านใดด้านหนึ่ง หรือการหันหน้าเข้ามุม
4. กลุ่มที่พยายามหลีกเลี่ยงจุดที่มีคนพลุกพล่านเช่นบริเวณทางเท้า หรือใกล้กับทางจราจร กลุ่มคนเหล่านี้มักจะเลือกนั่งบริเวณตรงกลางของพื้นที่ หรือร้านค้าที่อยู่โดยรอบเช่นร้านกาแฟ หรือร้านอาหาร จึงจำเป็นต้องเพิ่มจำนวนที่นั่งโดยรอบ และกลางพื้นที่ และต้องมีการเตรียมพื้นที่ขนาดเล็ก(Subspace)เพิ่มเติมสำหรับผู้ที่มาเป็นกลุ่มเล็กด้วย คนเหล่านี้จะมีจำนวนมากที่สุด

5. กลุ่มที่มาเป็นคู่ เช่นเพื่อน คู่รัก สามีภรรยา กลุ่มคนเหล่านี้พยายามเลือกหาบริเวณพื้นที่ที่แยกออกจากกลุ่มผู้คน ต้องการบริเวณที่มีความเป็นส่วนตัว ดังนั้น การจัดพื้นที่สำหรับคนกลุ่มนี้จึงควรอยู่ด้านหลัง หรือตอนท้ายของพื้นที่ ซึ่งเป็นบริเวณที่ถูกบกรวนจากการสัญจรต่างๆ น้อยกว่า แต่ในทางตรงกันข้ามเราอาจจะเห็นกลุ่มคนรักที่ชอบแสดงความรักต่อกันในที่สาธารณะมากกว่า

นอกจากกลุ่มคนที่เข้ามานั่งแล้ว นักออกแบบควรจะทำความเข้าใจกับพฤติกรรม และข้อควรตระหนักต่างๆ กับกิจกรรมการนั่งที่อาจเกิดขึ้นได้ในพื้นที่สาธารณะดังนี้

1. การนั่งมองกลุ่มคน (People Watching) ผู้ออกแบบควรตระหนักถึงช่วงเวลาของปีซึ่งมีความสัมพันธ์กับสภาพภูมิอากาศ เช่นในฤดูหนาว ผู้คนมักพยายามหาที่นั่งที่มีแสงแดดอบอุ่น ในขณะที่ประเทศโซนร้อนก็ควรจะมีการเตรียมพื้นที่ที่มีร่มเงาอาจจะจากต้นไม้ หรือร่มเงาจากตัวอาคารข้างเคียง
2. ที่นั่งหลักและรอง (Primary and Secondary Seating) กลุ่มผู้ใช้บางกลุ่มอาจไม่ได้เข้ามาใช้พื้นที่สาธารณะในช่วงที่มีการใช้งานหนาแน่นสูงสุด และในช่วงที่ไม่มีคนใช้งานมาก บางคนอาจรู้สึกประหม่าที่จะนั่งในส่วนที่นั่งหลักเช่น เก้าอี้ หรือม้านั่งยาวคนเดียว ผู้ออกแบบจึงควรเตรียมพื้นที่นั่งรองเอาไว้รองรับการใช้งานประเภทดังกล่าวในรูปแบบของสนามหญ้า การเล่นระดับของพื้นที่และสามารถนั่งดูความเคลื่อนไหวที่เกิดขึ้นโดยรอบ
3. รูปแบบของที่นั่ง (Styles of Seating) กลุ่มผู้ใช้แต่ละกลุ่มจะต้องการนั่งในรูปแบบที่แตกต่างกัน ในการออกแบบจึงควรมีทางเลือกที่หลากหลายเพื่อรองรับทั้งในแง่รูปแบบที่นั่ง หรือตำแหน่งการนั่ง คนแต่ละกลุ่มจะพยายามมองหาพื้นที่ที่พวกเขาต้องการ ลักษณะของที่นั่งต่างๆ มีดังนี้
  - ลักษณะของม้านั่ง (Benches) ผู้ที่เข้ามาใช้พื้นที่สาธารณะมักจะชอบนั่งม้านั่งที่ทำจากไม้ก่อนที่จะเลือกทางเลือกอื่นๆ ซึ่งรองลงมาได้แก่ชั้นบันได ที่ปลูกต้นไม้ ม้านั่งหิน และพื้นหญ้า ม้านั่งที่ทำจากไม้แบบไม่มีพนักพิงจะถูกใช้ได้อย่างยืดหยุ่น และมีความหลากหลายในกรณีที่มาคนสองคน อาจมีการนั่งกันคนละด้าน แต่ถ้ามาคนเดียวหรือห้าคน เก้าอี้ อาจถูกปรับเป็นโต๊ะวางอาหารเที่ยง นอกจากวัสดุแล้ว รูปแบบของม้านั่งก็เป็นสิ่งสำคัญเช่นการมีพนักพิงที่อ้างอิงสัดส่วนมนุษย์ และต้องมีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบอื่นๆ ที่อยู่ภายในพื้นที่สาธารณะนั้นๆ
  - กระบะปลูกต้นไม้ (Flower Bed) กระบะปลูกต้นไม้บริเวณหน้าร้านอาหารมักจะเตี้ย โดยทั่วไปจะสูงจากพื้นประมาณ 30 เซนติเมตร เวลาคนที่นั่งจะต้องชันเข่าขึ้นมาทำให้นั่งไม่สบาย แต่เนื่องจากการออกแบบจำเป็น ต้องระวังเรื่องมุมมองจากร้านค้าทำให้งานออกแบบต้องปรับให้เข้ากับความต้องการด้านการใช้สอย

- การเล่นระดับ และ ขอบหรือส่วนที่ยื่นออกมา (Steps and Ledges) ที่ที่เหมาะสมที่สุดสำหรับการนั่งจุดที่เข้าหาได้ง่ายที่สุด วิทยุรุ่นเป็นวัยที่ชอบจับกลุ่มกันที่บันไดหรือตามขอบพื้นที่สาธารณะ หรือลานสาธารณะซึ่งมีพื้นที่มากพอ และเป็นบริเวณพื้นที่ที่จับกลุ่มกันได้ และทำกิจกรรมได้ง่ายกว่ามานั่ง แต่อย่างไรก็ดี หากวิทยุรุ่นมากันเป็นกลุ่ม หรือมากกว่าสองคน ขึ้นบันไดหรือขอบพื้นที่จะมีลักษณะยาวเกินไปซึ่งก็อาจไม่สะดวกนัก
  - การนั่งโต๊ะ (Table Seating) ในช่วงเวลาที่จำกัดเช่นช่วงทานอาหารมื้อกลางวัน โดยทั่วไปหากมีที่นั่งว่าง คนจะนั่งทานอาหารกันที่มานั่ง แต่ก็มีคนบางกลุ่มนั่งทานบนโต๊ะกันเป็นกลุ่ม โดยเฉพาะโต๊ะที่มีร่วมทางกันแดดเนื่องจาก
    - ภายใต้อบแดดของร่ม จะมีความรู้สึกของความเป็นกลุ่มเป็นก้อน
    - ร่มสามารถรองรับหรือป้องกันสิ่งที่ตกมาจากด้านบนได้
    - เน้นความโดดเด่น พฤติกรรมที่แตกต่างจะเป็นที่สนใจของคนที่เดินผ่านไปมา
4. การนั่งคนเดียว และการนั่งเป็นกลุ่ม (Sitting Alone and in Groups) ผู้ที่มาคนเดียวส่วนมากจะนั่งในบริเวณที่ไม่อยู่ลึกเกินไปนัก ส่วนใหญ่จะเป็นพื้นที่ริมทางเดินเท้า แต่อีกขณะหนึ่งก็ไม่ต้องการเป็นเป้าสายตาของคนอื่น ดังนั้น ข้อควรตระหนักที่นักออกแบบไม่ควรลืมคือการจัดสรรพื้นที่ที่อยู่ในชอก และมุมที่เป็นส่วนตัวแต่ไม่ควรลับตาคนเพื่อความปลอดภัย และในบางโครงการอาจมีโอกาสใช้มานั่งที่เป็นวงกลมซึ่งล้อมรอบต้นไม้ซึ่งแต่ละคนจะมีมุมของตัวเองโดยรอบต้นไม้
  5. ทิศทางของตำแหน่งที่นั่ง (Orientation of Seating) การจัดวางตำแหน่ง และทิศทางที่หลากหลายก็มีความสำคัญในการจัดพื้นที่หรือลานสาธารณะ โดยคำนึงถึงมุมมอง และการทำงานที่เหมาะสมในจุดๆนั้น ตลอดจนลักษณะภูมิอากาศ และภูมิประเทศ
  6. วัสดุที่นำมาใช้ (Seating Materials) วัสดุที่นำมาใช้ทำมานั่งควรคำนึงถึงความเหมาะสมของสภาพภูมิประเทศ และสภาพภูมิอากาศ ไม่จะทำให้เรารู้สึกอบอุ่นสบาย และผ่อนคลายกว่าวัสดุอื่นๆเช่นคอนกรีต โลหะ หิน แต่ในขณะเดียวกันวัสดุทั้งหมดที่กล่าวมาก็สามารถประยุกต์ใช้ในผลิตเพื่อความคงทนกว่าได้

### พืชพรรณไม้ (Planting)

คุณภาพ และความหลากหลายของลักษณะพื้นผิว สี สัน รูปทรง เสียง และกลิ่นภายในพื้นที่สาธารณะสามารถสร้างขึ้นได้ด้วยการนำพืชพรรณชนิดต่างๆกันมาใช้ออกแบบและจัดเป็นสภาพภูมิทัศน์ การจัดพืชพรรณไม้ถือเป็นสิ่งจำเป็นอย่างมากสำหรับการดึงดูดให้ผู้ใช้อยากที่จะกลับมาอีกครั้ง ลักษณะดังต่อไปนี้ เป็นสิ่งที่ควรตระหนักในการออกแบบพื้นที่สาธารณะ

1. ความหลากหลายของพันธุ์พืช ทั้งนี้เพื่อการสร้างความน่าสนใจให้กับที่ตั้งโดยเฉพาะในกรณีที่ ผู้ใช้มาคนเดียว ไม่มีข้าวของติดมือมาใช้เวลาในพื้นที่เช่นหนังสือ อาหาร หรือเอกสารใดๆ หรือในกรณีที่ไม่มีคนเดินไปเดินมามากนัก
2. ความสูงของต้นไม้ เป็นปัจจัยสำคัญที่เกี่ยวพันกับมุมมองต่างๆ และการให้ร่มเงาต่อสถานที่
3. การใช้ต้นไม้ในการกำหนดขอบเขต
4. สีสน และกลิ่นหอม
5. การรักษาป้องกันพื้นที่สีเขียวในพื้นที่
6. การกำหนดเงื่อนไขในการเข้าใช้สนามหญ้า

### ทางเดิน (Paving)

ในการเดินเข้าออกพื้นที่สาธารณะ ผู้คนต้องการใช้เส้นทางจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่งในลักษณะของเส้นทางลัดที่ใกล้ที่สุด และสั้นที่สุด บ่อยครั้งที่เราเห็นคนเดินผ่าสนามหญ้าทุกวันจนเกิดเป็นแนวทางเดินที่เห็นได้ชัด จึงจำเป็นต้องมีการคาดการณ์ล่วงหน้าถึงเส้นทางที่คนมักจะเดินกัน ลักษณะพื้นผิวที่คนมักจะเดินกันคือมีพื้นผิวละเอียดเช่นพื้นหินล้าง หรือคอนกรีต ในขณะที่พื้นที่มีลักษณะหยาบเช่นเม็ดกรวดก้อนใหญ่ หรือก้อนอิฐ ผู้ใช้มักจะหลีกเลี่ยงที่จะใช้เป็นทางเดิน โดยเฉพาะกลุ่มผู้ใช้ที่เป็นผู้หญิง

### งานศิลปะ (Public Art)

การจัดวางงานศิลปะในพื้นที่หรือลานสาธารณะควรมีลักษณะดังต่อไปนี้

1. ช่วยสร้างบรรยากาศแห่งความสุขสนุกสนานให้กับพื้นที่ และลดความเคร่งเครียดจากชีวิตเมืองในแต่ละวัน
2. มีลูกเล่น มีความสร้างสรรค์ และกระตุ้นจินตนาการแก่ผู้พบเห็น
3. กระตุ้นให้เกิดการสนทนาความคิดเห็นของผู้ใช้แต่ละคน
4. นำมาซึ่งความสบาย ผ่อนคลาย และมีแต่ความเป็นกันเอง
5. ดึงดูดให้ผู้ใช้ได้เข้ามามีส่วนร่วมกับตัวผลงานเอง

### น้ำพุ (Fountain)

ภาพและเสียงของสายน้ำที่เคลื่อนไหวอย่างต่อเนื่องล้วนเป็นสิ่งที่ดึงดูดให้ผู้คนสนใจได้เสมอ เสียงน้ำพุที่ตั้งจนกลบเสียงที่หนาวหูของเมืองนั้นสามารถนำมาซึ่งบรรยากาศที่ผ่อนคลายได้ไม่ยากนัก เป็นเสียงที่ทำให้คนนึกถึงภาพน้ำตกอันแสนชุ่มฉ่ำ ดังนั้นผู้ออกแบบจึงควรวางสัดส่วนระหว่าง

ขนาดน้ำพุ ระยะที่นิ่ง และการใช้เสียงของน้ำให้เป็นประโยชน์ให้มีความสัมพันธ์กันอย่างเป็นองค์รวม แต่อย่างไรก็ดีค่าใช้จ่ายในการทำน้ำพุก็หมายถึงรายจ่ายที่เพิ่มขึ้น จึงควรเตรียมงบประมาณเพื่อการนี้โดยเฉพาะ

### ข้อมูลข่าวสาร และเครื่องหมาย (Information and Signs)

ในย่านธุรกิจ แม้ว่าพนักงานประจำจะจดจำเส้นทางไปบริษัทได้โดยไม่ต้องอาศัยป้ายขององค์กร แต่สำหรับผู้เพิ่งเคยเข้ามาแวะชม หรือพนักงานที่เข้าทำงานใหม่แล้ว ป้ายชื่อและสัญลักษณ์ที่ติดอยู่ตามพื้นที่สาธารณะล้วนเป็นสิ่งจำเป็นในการสื่อความหมาย นักออกแบบจึงควรให้ความสำคัญกับการออกแบบ Graphic Design ในพื้นที่ หรือลานสาธารณะไปในเวลาเดียวกัน นอกจากนี้ยังมีป้ายบอกทางไปยังพื้นที่ส่วนต่างๆอีกหลายอย่างเช่นห้องน้ำ โทรศัพท์สาธารณะ ร้านกาแฟ ลิฟต์ ฯลฯ ที่จะต้องได้รับการออกแบบให้เข้ากับตัวสถานที่

### การดูแลรักษา (Maintenance and Amenities)

ในพื้นที่สาธารณะใดๆ ผู้คนมักเอาใจใส่กับสถานที่เมื่อเห็นว่าสถานที่ได้รับการดูแล และบำรุงรักษาเป็นอย่างดี ตั้งแต่คนสวนที่ดูแลนำดอกไม้ที่ตายแล้วไปทิ้ง หรือการที่มีคนคอยเก็บกวาดสถานที่อยู่ตลอดเวลา คงเป็นการไม่ดีเท่าใดนัก ถ้าสนามหญ้าที่ควรจะเป็นสีเขียวนั้น เต็มไปด้วยต้นไม้ หรือต้นหญ้าที่ตายคาต้น เพราะนั่นแสดงถึงความไม่ต้อนรับแขกที่กำลังจะเข้ามา

นักออกแบบมักมองข้ามความสำคัญของถึงขณะอยู่บ่อยๆในการออกแบบพื้นที่หรือลานสาธารณะ แต่ในความเป็นจริงแล้วถึงขณะมีส่วนสำคัญมากในการบำรุงรักษาให้พื้นที่มีลักษณะที่เชื่อถืออยู่เสมอ

## 2.2.3 การใช้พื้นที่ และกิจกรรม

### ลักษณะของกิจกรรมที่เกิดขึ้นในพื้นที่สาธารณะ

อีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่จะทำให้การออกแบบพื้นที่สาธารณะห่างไกลจากความล้มเหลวได้ก็คือ การกำหนดกิจกรรม หรือเหตุการณ์ที่มีความแตกต่างกันไป และมีความหลากหลาย (Whyte, 1980) เพราะพื้นที่สาธารณะที่ดีที่สุดก็คือพื้นที่ที่มีกิจกรรมใหม่ๆเกิดขึ้น และหมุนเวียนอยู่ตลอดเวลา ซึ่งจะดึงดูดให้ผู้คนเข้ามาใช้งานกันมากขึ้น

	Quality of physical environment	
	Poor	good
Necessary activities	○	○
Optional activities	•	○
Social activities (Resultant activities)	●	○

ภาพที่ 2.1 กิจกรรมที่เกิดขึ้นในพื้นที่สาธารณะ ตามทฤษฎีของ Jan Gehl ,1987

กิจกรรมที่จำเป็นในพื้นที่สาธารณะส่วนใหญ่เป็นกิจกรรมพื้นฐานที่อยู่ในชีวิตประจำวันเช่น การเดิน การทำงาน การพบปะพูดคุย แต่ในส่วนกิจกรรมที่มีการวางแผนเพิ่มเติมมานั้นควรพึงระลึกเสมอว่าผู้ที่เข้ามาใช้จะต้องทำด้วยความเต็มใจ และมีความรู้สึกอยากมีส่วนร่วม ขึ้นอยู่กับกาลเทศะที่จะอำนวยความสะดวก เช่นสภาพภูมิอากาศ ขนาดของพื้นที่ ช่วงเวลาที่เหมาะสม และถ้าหากการออกแบบกิจกรรมพื้นฐานนั้นเป็นไปด้วยดี และมีประสิทธิภาพ คนก็จะใช้เวลามากขึ้น และมีช่วงเวลาในการพิจารณาที่จะเข้าร่วมกิจกรรมที่เสริมเข้ามานั้นมากขึ้น (Gehl,1987)

### ร้านขายของ (Vending)

ภายในพื้นที่สาธารณะนั้นมีวัฒนธรรมการขายอาหารตามซุ้มเล็กๆ รถตู้ หรือแม้แต่ซุ้มรูปแบบต่างๆมานานแล้ว แต่เมื่อโดยรอบพื้นที่สาธารณะนั้นประกอบด้วยห้างสรรพสินค้า และร้านขายของขนาดใหญ่ ร้านรวงเล็กๆเหล่านี้ก็เริ่มหายไปเนื่องจากมีกระแสสังคมใหม่ผลักดันให้คนยอมรับห้างที่อยู่ภายนอกพื้นที่ แต่อย่างไรก็ดี เราสามารถนำร้านค้าเหล่านี้กลับมาโดยมีการปรับปรุง และคำนึงถึงการออกแบบอยู่เสมอ ข้อดีของการมีร้านค้าประเภทนี้ มีดังนี้

1. ช่วยเพิ่มสีสัน และชีวิตชีวาให้กับสถานที่มากขึ้น
2. เพิ่มร่มเงา และที่กำบัง
3. มีความแตกต่างอย่างชัดเจน และกลายเป็นจุดหมายตา
4. ช่วยปรับปรุงภาพลักษณ์ของพื้นที่ให้มีความน่าสนใจกว่าเดิม
5. ช่วยให้บริการของลานไม่ดูว่างเปล่า หรือไร้กิจกรรม

## อาหาร (Food)

ในพื้นที่สาธารณะที่มีการนำแผงขายอาหาร หรือร้านอาหารกลางแจ้งเข้ามาจำหน่ายในสถานที่ที่ดึงดูดให้คนเข้ามาใช้พื้นที่สาธารณะแห่งนั้นมากกว่า แต่นอกเหนือจากบรรยากาศที่มีชีวิตชีวาของสถานที่ แต่ธุรกิจขายอาหารในพื้นที่สาธารณะแบบนี้ก็มีกระแสรายรับได้ดีไม่น้อยเลยในแต่ละวัน และสำหรับพื้นที่ที่มีขนาดใหญ่ การนำร้านอาหาร ร้านกาแฟ ชุมนขายอาหาร รถเข็น หรือแม้แต่ตู้กดอาหารสำเร็จรูปต่างก็ทำให้บรรยากาศแห่งกิจกรรมระหว่างมิตรภาพนั้นชัดเจนมากขึ้น แต่สิ่งที่จะต้องเตรียมไว้เสมอก็คือระบบการจัดเก็บขยะ เพราะคนที่เข้ามาใช้พื้นที่อาจจะทิ้งขยะกันอย่างไม่เป็นที่เป็นทาง

## โปรแกรมกิจกรรม (Activity Program)

ในงานออกแบบโดยทั่วไป นักออกแบบมักจะสรุปหน้าที่ของตัวเองหลังจากที่ทำการก่อสร้าง หรือการผลิตผลงานเสร็จสิ้นลง แต่ไม่ใช่กับการออกแบบพื้นที่สาธารณะในเมืองเป็นแน่ อาจจะเปรียบได้กับการออกแบบพื้นที่ว่างทั่วไปเช่นงานออกแบบผังเมือง หรืองานสถาปัตยกรรมที่ต้องมีการติดตามผลอย่างต่อเนื่องในระยะเวลาหนึ่ง และสำหรับการออกแบบพื้นที่สาธารณะนั้น การกำหนดโปรแกรมกิจกรรมให้เกิดขึ้นในพื้นที่จะทำให้พื้นที่สาธารณะมีชีวิต และมีความเคลื่อนไหวอยู่ตลอดเวลาเช่นการแสดงดนตรีกลางแจ้ง ตลอดจนการเปิดตัวสินค้า ฯลฯ หลักการโดยทั่วไปในการออกแบบพื้นที่สาธารณะมีดังนี้

1. กิจกรรมที่จัดขึ้นควรมีขอบเขตที่ชัดเจนเพื่อความเป็นระเบียบเรียบร้อย และความสะอาดในการบำรุงรักษาสถานที่
2. แก้อัปเดตที่มีน้ำหนักเบา และสะดวกต่อการเคลื่อนย้าย ควรมีการเตรียมไว้ให้พร้อมเสมอ สำหรับการเป็นที่นั่งสำรองสำหรับกิจกรรมที่มีการนั่งชมเช่นการแสดงดนตรี หรือการแสดงปาฐกถา
3. ระบบเสียงไม่ควรมีระดับความดังเกินความจำเป็น
4. ช่วงเวลาในการจัดกิจกรรมควรปรับให้ขึ้นอยู่กับช่วงเวลาที่สำคัญของสถานที่เช่นช่วงเช้า หรือช่วงพักเที่ยง ฯลฯ
5. ควรมีการโปรโมทกิจกรรมต่างๆผ่านสื่อต่างๆเพื่อแนะนำให้คนกล้าเข้ามาใช้งานมากขึ้น

## ลักษณะที่เป็นมิตรต่อผู้ใช้ และรูปแบบชีวิตในชุมชน

ลักษณะที่เป็นมิตรต่อผู้ใช้ในพื้นที่สาธารณะนั้นขึ้นอยู่กับความต้องการติดต่อสื่อสาร และการไว้วางใจระหว่างกันและกัน ประเด็นนี้เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมของคนที่เข้ามาอยู่ในระบบสังคม

และมีความต้องการความสบายใจในเชิงจิตวิทยา (Lang, 1994) ลักษณะของสถานที่ที่ดูเป็นกันเองกับผู้ใช้ใช้นั้น นอกจากจะช่วยให้พื้นที่นั้นมีชีวิตชีวาแล้ว ยังช่วยกระตุ้นให้ผู้ใช้เข้ามาใช้กล้าแสดงออก และเลิกปิดกั้นตัวเองมากขึ้น ทำให้มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และการทำกิจกรรมร่วมกันได้สะดวกขึ้น

รูปแบบชีวิตในชุมชนนั้นมักจะเกี่ยวข้องกับความแตกต่าง และความหลากหลายของกลุ่มคนที่เข้ามาใช้พื้นที่ซึ่งมักเป็นข้อจำกัดในการกำหนดกิจกรรมหลายๆอย่าง การทำความเข้าใจในจุดนี้จะทำให้เรามองเห็นบทบาทของแต่ละกลุ่มคนในชุมชนนั้นๆ พื้นที่สาธารณะจะทำให้กลุ่มคนที่แตกต่างกันกล้าเข้ามาหากันมากขึ้นและได้มีโอกาสเรียนรู้ซึ่งกันและกันทำให้ค้นพบแนวคิดใหม่ๆ อยู่เสมอ (Lynch, 1968) ลักษณะของชีวิตในที่สาธารณะ และการเข้าสังคมของคนที่แตกต่างกันไปในแต่ละคนนั้นขึ้นอยู่กับลักษณะเฉพาะขององค์ประกอบต่อไปนี้

- กิจกรรมที่เกิดขึ้น
- วัฒนธรรมของคน que เข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรม
- ช่วงเวลาที่กิจกรรมนั้นถูกกำหนดขึ้น

การได้มีโอกาสเข้าสังคมจะช่วยให้ความเครียดที่สะสมในช่วงระหว่างวันลดน้อยลง มีโอกาสได้พักผ่อนมากขึ้น ได้สร้างความบันเทิงให้กับตัวเอง และผู้อื่น และเปิดโอกาสให้ผู้คนจากหลากหลายที่มาได้ใช้เวลาด้วยกัน รวมทั้งแลกเปลี่ยนความคิด และการแสดงออกได้อย่างอิสระ พัฒนาการของพื้นที่สาธารณะจะขึ้นอยู่กับรูปแบบของวิถีชีวิตในสังคมที่มีอยู่เดิม และมีปัจจัยที่ผลักดันให้รูปแบบของพื้นที่สาธารณะที่ออกมานั้นมีชีวิตชีวา ปัจจัยดังกล่าวนั้นประกอบไปด้วย

1. รูปแบบเฉพาะของสภาพแวดล้อมของพื้นที่สาธารณะนั้นๆซึ่งรวมถึงสภาพภูมิอากาศ และสภาพภูมิประเทศ
2. รูปแบบเฉพาะของวัฒนธรรมทางด้านสังคมในชุมชน
3. รูปแบบเฉพาะเชิงกายภาพ และเชิงการใช้สอยในพื้นที่สาธารณะแห่งนั้น
4. นโยบายของฝ่ายปกครอง
5. ระบบเศรษฐกิจ
6. รูปแบบของสันตนาการ
7. ความต้องการด้านสุขอนามัยในสังคมนั้นๆ

จะเห็นว่า สภาพภูมิประเทศ และภูมิอากาศจะมีอิทธิพลต่อคุณภาพ และความสะดวกสบายของการใช้ชีวิต และการทำกิจกรรมกลางแจ้งเป็นอย่างมาก รูปแบบของการใช้ชีวิตในสังคมของประเทศที่อยู่ในโซนอบอุ่นจะดูมีความเคลื่อนไหวมากกว่าประเทศในโซนหนาว สภาพธรรมชาติในที่ตั้งก็มีส่วนทำให้รูปแบบของวิถีชีวิตในสังคมแตกต่างกันออกไป โดยนอกจากจะช่วยบรรเทาความตึงเครียดจากชีวิตในเมืองแต่ละวันแล้ว ยังช่วยให้ชีวิตมีความอ่อนโยน และผ่อนคลายมากขึ้น

ในส่วนของรูปแบบวัฒนธรรมในชุมชน คุณค่าทางสังคม และความเชื่อของผู้คนล้วนมีอิทธิพลต่อรูปแบบทางกายภาพของพื้นที่สาธารณะ ในชุมชนที่มีความแตกต่างทางด้านวัฒนธรรม ในหมู่คน ก็เป็นการยากที่จะสร้างความสัมพันธ์กันระหว่างคนเหล่านั้น เช่นชุมชนที่มีการค้าขายเสพติด จึงเป็นหน้าที่ และการท้าทายต่อนักออกแบบที่จะทำอะไรให้พื้นที่สาธารณะนั้นๆ กลายเป็นสถานที่ที่มีความปลอดภัย และสามารถเข้าไปใช้งานได้โดยไม่ต้องกังวลต่ออันตรายรูปแบบต่างๆ และในอีกแง่หนึ่ง รูปแบบของการใช้งานซึ่งสะท้อนอยู่บนรูปแบบทางกายภาพนั้นสามารถออกแบบให้มีผลต่อปริมาณ และคุณภาพของคนที่จะเข้ามาใช้งานได้เช่นกัน

ถ้าพิจารณากันในเชิงทฤษฎีแล้ว พื้นที่สาธารณะจะมีสี่ส้น และมีชีวิตชีวาได้โดยตัวผู้ใช้เองเช่นกัน คนที่เดินไปมาในพื้นที่เหล่านั้นล้วนมีส่วนในการดึงดูดความสนใจต่อผู้ใช้พื้นที่คนอื่นๆ ให้เข้ามาใช้พื้นที่ ลานสาธารณะที่มีการใช้งานสูงสุดนั้นมักจะตั้งอยู่ในบริเวณที่มีผู้คนหลากหลายประเภทเดินผ่านไปมาอยู่ตลอดเวลา เราจึงเห็นคนเดินกันเป็นกลุ่ม เดินกันเป็นคู่ และบ้างก็นัดกันมาเจอที่ในพื้นที่สาธารณะนั่นเอง ส่วนคนที่มาคนเดียวนั้นก็มักมีจุดประสงค์เพื่อเข้ามาสังเกตการณ์ และสัมผัสกับบรรยากาศที่มีผู้คนเดินไปเดินมาอย่างมีชีวิตชีวาเช่นเดียวกัน (Whyte, 1980) การออกแบบพื้นที่สาธารณะที่ต้องการให้สถานที่มีชีวิตชีวามักกำหนดองค์ประกอบพิเศษต่างๆ ในพื้นที่ เช่น ให้มีผู้หญิงเข้ามาใช้พื้นที่มากกว่าผู้ชาย มีอนุสาวรีย์ มีชั้นบันได หรือน้ำพุที่เชิญชวนให้ผู้ใช้ได้เข้ามานั่งเล่นเอนหลังพักผ่อน และเกิดการพูดคุยระหว่างกัน ตลอดจนการดูแลรักษาความปลอดภัยเพื่อความสบายใจของผู้ใช้

การศึกษาในเชิงทฤษฎีส่วนใหญ่มักให้ความสำคัญกับการออกแบบที่เน้นเรื่องความงาม มีลานสวยๆ มีต้นไม้เรียงกันเป็นทิวแถว แต่เพียงองค์ประกอบดังกล่าวนั้นไม่สามารถช่วยให้พื้นที่สาธารณะแห่งนั้นประสบความสำเร็จได้ แต่ต้องอาศัยองค์ประกอบหลายๆอย่างประกอบกันไปเช่น การออกแบบชั้นบันได พื้นที่นั่ง จุดนัดพบ ตลอดจนกิจกรรมพิเศษเช่น การแสดงกลางแจ้ง หรืองานศิลปะในที่สาธารณะ ที่จะสร้างสี่ส้น และความเคลื่อนไหวเพื่อดึงดูดให้คนเข้าเกิดขึ้นในพื้นที่นั้นได้ สิ่งเหล่านี้ปรากฏอยู่ในทฤษฎี “Triangulation” หรือ การมอง และพิจารณาองค์ประกอบหลายๆปัจจัยร่วมกันเพื่อหาแนวทางที่เหมาะสมของ William Whyte กล่าวไว้ว่า “ เป็นกระบวนการที่เกิดจากการกระตุ้นเราโดยปัจจัยภายนอกอื่นๆเพื่อสร้างความเชื่อมโยงกันในรูปแบบของการพูดคุยระหว่างผู้คน ทั้งที่รู้จักกัน และที่เป็นคนแปลกหน้าระหว่างกัน” (Whyte, 1980 หน้า 94)

แนวความคิดที่ Whyte ว่าเป็นแนวคิดที่นำเอาองค์ประกอบในพื้นที่สาธารณะที่มีความสัมพันธ์กันหรืออยู่ใกล้กันมาช่วยเสริมซึ่งกันและกันเพื่อเพิ่มกิจกรรมที่มีความเป็นไปได้เข้ามา เช่น ม้านั่งยาวหนึ่งตัว ถังขยะ และตู้โทรศัพท์ที่อยู่ใกล้ๆกันบริเวณป้ายรถเมล์จะทำให้เกิดกิจกรรมต่อเนื่องมากกว่าที่จะเอาไปวางแยกกัน หรืออย่างเช่นห้องอ่านหนังสือเด็กในห้องสมุดถูกออกแบบ

ให้อยู่ใกล้สนามเด็กเล่นในสวน ซึ่งมีผู้ขายอาหารตั้งอยู่ เราจะมองเห็นภาพของกลุ่มกิจกรรมที่เกิดขึ้นมากกว่าที่จะแยกองค์ประกอบแต่ละส่วนออกไปจากกัน

#### 2.2.4 ความต้องการของผู้ใช้ในพื้นที่สาธารณะ

เป้าหมายหลักของการออกแบบพื้นที่สาธารณะก็คือการตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของมนุษย์ซึ่งเป็นผู้ใช้พื้นที่นั้นๆ ความเข้าใจในสิ่งที่มนุษย์ต้องการซึ่งนำไปสู่พื้นที่สาธารณะที่มีการใช้งานอย่างตรงจุด คือหลักการสำคัญที่จะสร้างพื้นที่สาธารณะที่ดี ดังที่ John Lang ให้ข้อคิดไว้ว่า “การเติมเต็มความต้องการของมนุษย์คือเป้าหมายหลักของการออกแบบผังเมือง” (Lang, 1994) แต่โดยส่วนใหญ่ที่ผ่านมานักออกแบบโดยทั่วไปมักจะสันนิษฐาน และตัดสินใจงานออกแบบโดยอ้างอิงความต้องการของตัวเองเป็นหลักโดยปราศจากการอ้างอิงการวิจัยในเชิงทฤษฎีที่เคยมีมา ซึ่งลักษณะของการทำงานออกแบบเช่นนี้ก็พ้องกับสิ่งที่ John Lang เคยกล่าวไว้ว่า ” เมื่อใดก็ตามที่การออกแบบสภาพแวดล้อมถูกสร้างขึ้นเพื่อการใช้งานของมนุษย์ ผู้ออกแบบควรมีต้นแบบ หรือแนวทางที่จะบอกได้ถึงความต้องการที่แท้จริงของผู้ใช้เพื่อที่จะได้ทราบว่ามนุษย์นั้นมีความต้องการในการใช้งานจริงๆอย่างไรกันแน่ และประโยชน์ใช้สอยอะไรที่ควรถูกกำหนดขึ้นมาเพื่อใช้ในแต่โอกาส” (Lang, 1994) แต่น่าเสียดายที่มีนักออกแบบเพียงน้อยที่มีความเข้าใจในความต้องการใช้สอยของมนุษย์อย่างถ่องแท้ ส่วนใหญ่ได้แต่เพียงยึดเอาหลักการพื้นฐานข้างต้นเป็นมาตรฐานโดยปราศจากการทำความเข้าใจกับเนื้อหาของที่ตั้งแต่ละแห่งอย่างน่าเสียดาย(Lang, 1994)

ลานสาธารณะเป็นองค์ประกอบทางด้านผังเมืองซึ่งมีบทบาทสำคัญต่อวิถีชีวิตในชุมชน และยกระดับความพึงพอใจ ประสบการณ์ และความสุขในการใช้ชีวิตภายนอกที่พักอาศัยในบริบทของเมืองใหญ่ ลานสาธารณะที่ถูกออกแบบมาเพื่อเติมเต็มความต้องการอันหลากหลายของมนุษย์นั้น ล้วนอยู่บนพื้นฐานของความต้องการดังนี้

1. ความสะดวกสบาย
2. ความผ่อนคลาย
3. การใช้งานแบบ passive
4. การใช้งานแบบ active
5. ความแปลกใหม่ และชวนให้ค้นหา (Carr, et al. ,1992)

ความต้องการเหล่านี้สามารถนำมาใช้เพื่อออกแบบ และกำหนดในกิจกรรมต่างๆบนพื้นที่สาธารณะได้ ตั้งแต่การออกแบบพื้นที่ที่มีความเป็นกันเอง คำเนิ่งถึงเรื่องสวัสดิภาพ และสภาวะสบายของภูมิอากาศ มีองค์ประกอบหลายอย่างที่นำมาซึ่งความสะดวกสบายตั้งแต่อาหาร เครื่องดื่ม รั่มไม้ชายคา ฯลฯ ส่วนสภาวะสบายนั้นจำเป็นต้องคำนึงถึงเรื่องแดด ลม ฝน และหลบเงา ส่วนความสบายด้านสังคมวิทยานั้น การรักษาความปลอดภัยในสถานที่ก็จะช่วยให้เกิดความสบาย

ใจได้ไม่น้อย เพราะคนส่วนใหญ่หลีกเลี่ยงที่จะเข้าไปเดินในสวนสาธารณะ หรือลานสาธารณะก็ เพราะเหตุผลเรื่องความปลอดภัย

ในสวนของความผ่อนคลายนั้นขึ้นอยู่กับร่างกาย และจิตใจ เมื่อจิตใจสบาย ร่างกายก็จะรู้สึกผ่อนคลาย การสร้างบรรยากาศที่ผ่อนคลายในพื้นที่สาธารณะเราอาจทำได้โดยการจัดพื้นที่ที่มีความสงบเงียบที่แยกตัวห่างจากสภาพเมืองที่วุ่นวาย ในส่วนของการใช้งานแบบ passive จะมีความสัมพันธ์กับความต้องการที่จะทำกิจกรรมใดๆโดยปราศจากการใช้พลังงานมาก หรือต้องใช้กำลังเหมือนกับการใช้งานแบบ active เช่นการนั่งดูคนที่เดินไปเดินมา การนั่งคุยกันกับเพื่อนฝูง การนั่งชมการแสดง หรือนั่งอ่านหนังสือ ในทางกลับกัน กิจกรรมแบบ active ที่ต้องใช้พลังงาน และไม่อยู่เฉยในพื้นที่สาธารณะนั้นจะเป็นส่วนที่ดึงดูดให้คนเข้ามาใช้งานกันได้มากกว่า โดยเฉพาะวัยรุ่นซึ่งนิยมการแสดงออกมากกว่าจะปิดตัวอยู่เฉยๆ และข้อสุดท้าย ความต้องการค้นหาประสบการณ์แปลกใหม่นั้นมีอยู่ในใจของคนทุกคน การเข้ามาในพื้นที่สาธารณะเพื่อจุดประสงค์นี้ เกี่ยวพันกับการเรียนรู้สิ่งๆใหม่ที่ไม่เคยเห็นมาก่อนซึ่งจะนำมาซึ่งทั้งประสบการณ์ การเรียนรู้ และรสชาติชีวิต การสร้างสรรคัลักษณะทางกายภาพใหม่ๆที่มีความหลากหลาย และมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอจะช่วยดึงดูด และสร้างประสบการณ์ใหม่ๆให้กับคนที่เข้ามาใช้พื้นที่สาธารณะแห่งนั้น (Carr, et al. ,1992) จากที่กล่าวมา ทำให้เข้าใจได้ว่าความเข้าใจในความต้องการของมนุษย์ทั้งห้าข้อสามารถช่วยให้เราพัฒนาแนวทางในการศึกษา และค้นหาแนวทางการใช้สอยพื้นที่สาธารณะได้อย่างที่ต้องการ

### คุณภาพของพื้นที่สาธารณะ

โดยทั่วไปคุณภาพของสถานที่สาธารณะจะถูกพิจารณาอยู่สองแบบคือ คุณภาพเชิงกายภาพ และ คุณภาพเชิงการใช้สอย ซึ่งคุณภาพทั้งสองแบบดังกล่าวจะมีผลต่อผู้ใช้ในชุมชนทั้งในแง่ความปลอดภัย และความสะดวกสบาย และจะมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในรูปแบบกิจกรรม การเข้าถึง ลักษณะของที่ตั้ง และขอบเขตของการใช้พื้นที่นั้นๆ รวมทั้งเป็นส่วนที่จะชี้ให้เห็นว่าพื้นที่สาธารณะนั้นๆจะเอื้อหรือไม่เอื้อต่อการทำกิจกรรมต่างๆหรือไม่ คุณภาพทั้งหลายที่กล่าวมานี้จะเป็นตัวที่ช่วยสร้างความชัดเจนในแง่ของปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ตลอดจนความมีชีวิตชีวา และความสะดวกสบายในการใช้งานได้

งานออกแบบพื้นที่สาธารณะที่ดีนั้นขึ้นอยู่กับคุณภาพของการกำหนดการใช้สอยที่มีคุณภาพ และตรงจุดนี้เองที่จะบอกกับเราว่าลักษณะทางกายภาพของพื้นที่นั้นๆจะออกมาในรูปแบบใด อันจะเป็นส่วนสำคัญในการผลักดันให้คนเข้ามาใช้งานพื้นที่สาธารณะทั้งหลายนั้น จากการศึกษาโดยผู้เชี่ยวชาญ พบว่าพื้นที่สาธารณะที่มีคนเข้ามาใช้เป็นจำนวนมาก และมีความเคลื่อนไหวอยู่ตลอดเวลา นั้นมักจะตั้งอยู่ในบริเวณที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย อยู่ในสภาพแวดล้อมที่สามารถนั่งมอง

หรือสังเกตการณ์คนที่เดินผ่านไปมา มีที่นั่งเตรียมไว้อย่างเพียงพอกับความต้องการตามปริมาณของคนที่เข้ามา อาจมีการติดตั้งงานศิลปะหรือการจัดสวนที่มีองค์ประกอบทางธรรมชาติเข้ามามีส่วนร่วมเช่นน้ำพุ หรือน้ำตกเป็นต้น นอกจากนี้ในพื้นที่สาธารณะบางแห่งเช่นลาน หรือจัตุรัส อาจมีการนำอาหารเข้ามาจำหน่าย อาจมีการจัดตลาดนัด หรือกิจกรรมต่างๆที่กำลังอยู่ในความสนใจของคนในชุมชนเพื่อดึงดูดให้คนเข้ามามากขึ้น หรือแม้แต่คุณภาพเชิงกายภาพบางประการที่หลายคนมองข้ามก็คือการสร้างความรู้สึกปลอดภัยให้กับสถานที่ การคำนึงถึงตรงจุดนี้ก็จะมีส่วนผลักดันให้คนกล้าเข้ามาใช้ได้อีกไม่น้อยทีเดียว (Whyte, 1980)

จะเห็นว่าทั้งคุณภาพเชิงกายภาพ และคุณภาพเชิงการใช้สอยต่างมีส่วนทำให้พื้นที่สาธารณะแต่ละแห่งมีเอกลักษณ์ที่ชัดเจน และมีผลต่อความสะดวกสบายในการใช้สอย รวมทั้งมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของคนในชุมชน การพัฒนาปรับปรุงพื้นที่สาธารณะในเชิงบวกล้วนต้องการความร่วมมือของคนที่ต้องถึ้นนั้นๆ เพื่อที่จะนำมาซึ่งโปรแกรมที่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้ทั้งในแง่ของการจัดการ การวางแผนงานเพื่อกำหนดขอบเขตกิจกรรม และประโยชน์ใช้สอยต่างๆ ทั้งนี้ทั้งนั้นก็เพื่อความพึงพอใจของผู้ที่เข้ามาใช้พื้นที่สาธารณะนั้นๆนั่นเอง

## 2.2.5 คุณลักษณะที่ดีของพื้นที่สาธารณะ ที่เอื้อต่อการใช้งานในชุมชน

ตามหลักการของ PPS ( Project for Public Space) เขียนไว้ว่าพื้นที่สาธารณะที่ดีนั้นจะต้องมีคุณสมบัติ 4 ประการคือ

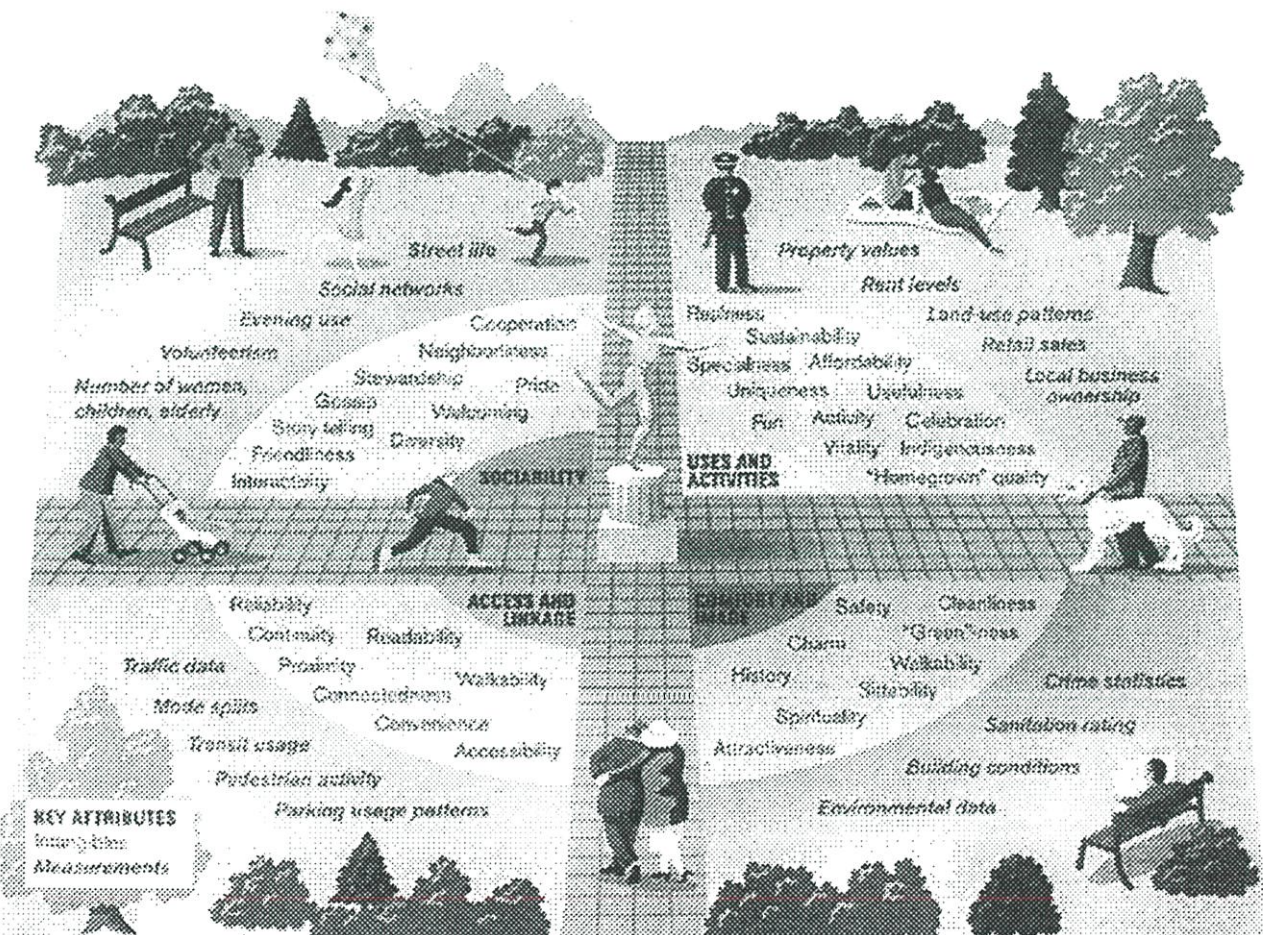
1. เข้าถึงได้ง่าย และมีการเชื่อมต่อกับพื้นที่สำคัญ (Access and linkage)
2. สะดวกสบาย และมีภาพลักษณ์ชัดเจน (Comfort and image)
3. ใช้งานได้จริง และมีกิจกรรม (Uses and activities)
4. มีความเป็นมิตรต่อผู้ใช้ (Sociability)

ในส่วนนี้สามารถอธิบายได้ในรายละเอียดดังนี้ การเข้าถึง จะมีความสัมพันธ์ต่อเนื่องกับความเป็นไปได้ในการมองเห็นจากระยะไกลภายในบริบทโดยรอบพื้นที่สาธารณะ และง่ายต่อการที่จะเข้ามาใช้ ทางสัญจรที่อยู่ภายใน หรือโดยรอบพื้นที่ควรจะถูกออกแบบให้เข้าออกได้สะดวก และองค์ประกอบทางกายภาพต่างๆนั้นก็ควรถูกออกแบบภายใต้แนวคิดที่เน้นการใช้งานได้ไม่ซับซ้อนจนเกินไป และตระหนักถึงสวัสดิภาพของผู้ใช้เป็นหลัก การจัดพื้นที่ที่มีประสิทธิภาพนั้นควรจะมองในแง่ของผู้ใช้ที่มีความต้องการเฉพาะเช่นเด็กและคนชรา ควรมีการเตรียมที่จอดรถไว้อย่างเพียงพอต่อความต้องการ หรืออย่างน้อยก็ควรอยู่ใกล้กับระบบขนส่งมวลชนของเมือง

ในเรื่องของ **ความสะดวกสบาย และมีภาพลักษณ์** ชัดเจนนั้นจะขึ้นอยู่กับ การเรียบเรียงรูปแบบทางกายภาพอย่างเอาใจใส่ และควรเตรียมความพร้อมในการบำรุงรักษาอย่างเป็นระบบ และมีความสม่ำเสมอในการปฏิบัติงาน เพราะเมื่อมองในระยะยาว การดูแลรักษาที่ดีจะช่วยสร้าง

ความประทับใจ และผู้ใช้จะรับรู้ได้ถึงความสะดวกสบาย และภาพลักษณ์ที่มีความปลอดภัยเวลาที่เข้ามาใช้งาน สิ่งเหล่านี้จะกลายเป็นลักษณะเฉพาะ และเสน่ห์ของสถานที่นั้นๆ ซึ่งง่ายต่อการจดจำ และจะเป็นจุดดึงดูดให้คนเข้ามาใช้งานเสมอ พื้นที่สาธารณะโดยส่วนใหญ่จะมีการเตรียมทางเดิน หรือที่นั่งพักไว้หลายรูปแบบให้เลือกใช้งานตามอัธยาศัยซึ่งในการออกแบบนั้นต้องมีการศึกษา และคำนึงถึงวิถีชีวิตของคนในแต่ละพื้นที่ก่อนที่จะนำมาออกแบบ และสร้างจริง

การใช้งาน และกิจกรรม ที่เกิดขึ้นในพื้นที่สาธารณะเป็นอีกหนึ่งเหตุผลสำคัญที่จะทำให้ผู้ใช้กลับมาอีกครั้งแล้วครั้งเล่า ถ้าพื้นที่ขาดกิจกรรม พื้นที่นั้นก็ว่างเปล่า และไม่ถูกใช้งาน ซึ่งเป็นตัวบ่งชี้ว่าจะต้องมีบางสิ่งบางอย่างผิดพลาดอย่างแน่นอน และในที่สุดท้าย ความเป็นมิตรต่อผู้ใช้ เมื่อใดก็ตามที่ผู้ใช้รู้สึกสบายใจที่จะนัดพบปะกับเพื่อนฝูงหรือญาติพี่น้อง หรือกล้าพูดคุยกับคนแปลกหน้าในพื้นที่สาธารณะแห่งนั้น นั่นก็หมายความว่าความรู้สึก และบรรยากาศของความเป็นถิ่นที่ และความสำนึกรักต่อชุมชนได้เกิดขึ้นมาแล้วในพื้นที่สาธารณะแห่งนั้น



ภาพที่ 2.2 องค์ประกอบที่นำไปสู่ความสำเร็จในการออกแบบพื้นที่สาธารณะ อ้างอิงจาก PPS (2000) How to turn a place around

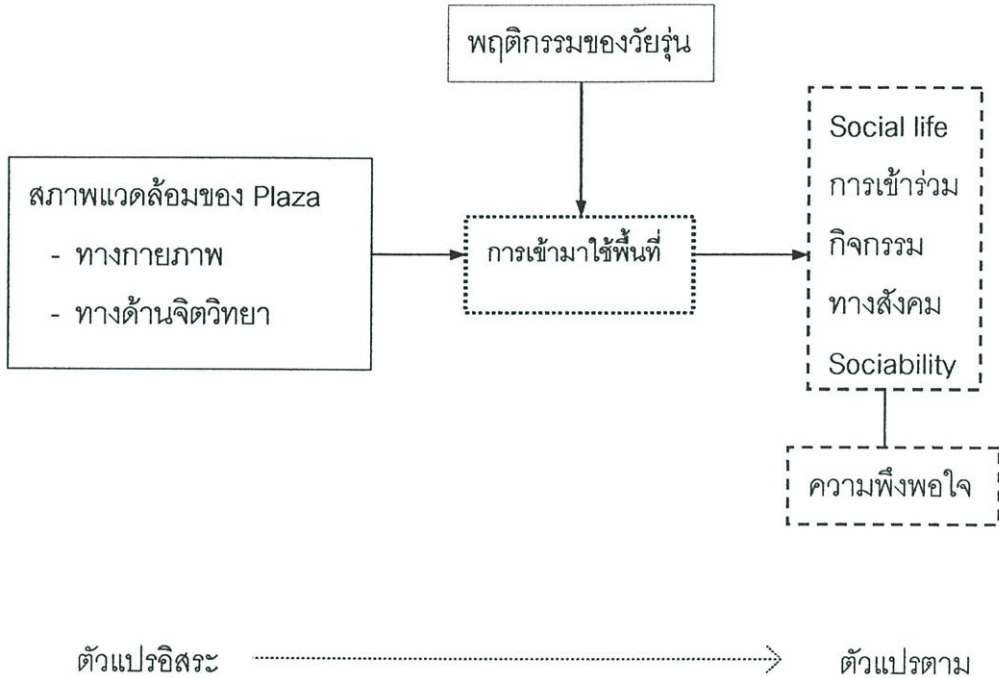
## ความล้มเหลวในการออกแบบพื้นที่สาธารณะ (PPS, 2000)

พื้นที่สาธารณะที่ถูกออกแบบอย่างสวยงามอาจมีภาพลักษณ์ที่ดี และมีความโดดเด่นในด้านสุนทรียภาพ แต่นั่นไม่ได้หมายความว่า จะสามารถใช้งานได้อย่างสะดวกสบาย ความต้องการในการใช้งานของผู้ใช้แต่ละคนอยู่ในระดับที่แตกต่างกันออกไป จึงควรที่จะออกแบบพื้นที่สาธารณะให้มีความยืดหยุ่นในการใช้งาน เมื่อใดก็ตามที่พื้นที่สาธารณะแห่งนั้นว่างเปล่า ไม่มีการใช้งาน ถูกปล่อยให้รกร้าง หรือมีการใช้งานโดยการบังคับ นั่นเป็นสิ่งที่บ่งบอกเราได้อย่างชัดเจนว่ากำลังมีบางอย่างผิดปกติกับการจัดการ และการออกแบบในพื้นที่นั้นอย่างแน่นอน

ลักษณะดังต่อไปนี้เป็นตัวอย่งสาเหตุที่ทำให้การออกแบบพื้นที่สาธารณะล้มเหลว

1. ขนาดพื้นที่สำหรับนั่งให้กับผู้ที่เข้ามาใช้งาน
2. ขาดกิจกรรมที่จะดึงดูดให้คนหมู่มากเข้ามาใช้งานเช่น สนามเด็กเล่น รถเข็นขายของ ป้ายรถเมล์ ฯลฯ
3. ออกแบบทางเข้าไม่ดีซึ่งนอกจากจะไม่มีลักษณะที่เชื้อเชิญแล้ว ยังทำให้การเข้าถึงและมุมมองเป็นไปได้ยาก
4. องค์ประกอบต่างๆในพื้นที่ชำรุดเสียหาย และไม่มีการซ่อมบำรุงเช่น ม้านั่งหัก ทางเดินเป็นหลุมเป็นบ่อ ซึ่งนอกจากจะใช้งานไม่ได้แล้ว ยังสร้างภาพลักษณ์ในด้านลบให้กับสถานที่ด้วย
5. การกำหนดทางเดินไม่ตรงกับความต้องการของการสัญจร
6. ทางสัญจรต่างๆเช่นทางรถจักรยาน ที่กัลบริยยนต์ ขาดความสะดวก ปลอดภัย และไม่เอื้อต่อการใช้งาน
7. ขาดกิจกรรมบนถนน และมีกำแพงว่างเปล่า ขาดลักษณะเฉพาะที่ดึงดูดความสนใจ
8. เข้าถึงจากระบบขนส่งมวลชนได้ยาก
9. ขาดกิจกรรมที่กระตุ้นเร้า และน่าตื่นตาตื่นใจ

จากการทบทวนวรรณกรรม สามารถเขียนแผนภูมิเพื่อเชื่อมโยงทฤษฎีต่างๆ ภายในกรอบของการวิจัย ได้ดังนี้



ภาพที่ 2.3 Conceptual Framework ความสัมพันธ์ของทฤษฎี

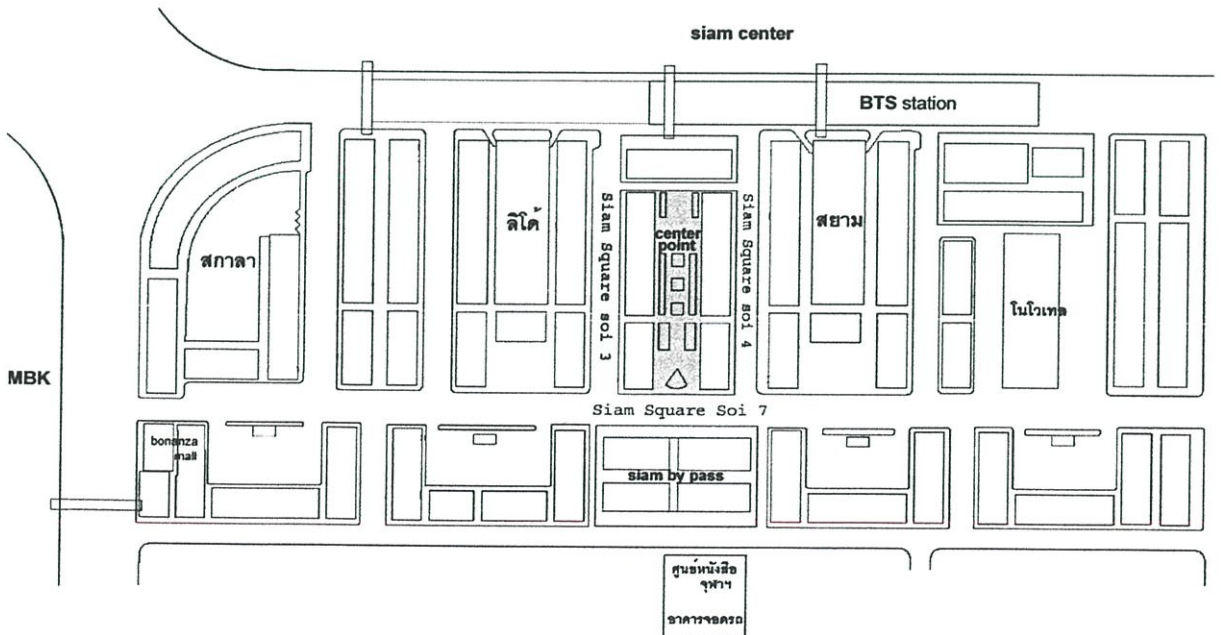
### บทที่ 3

## ลักษณะทั่วไปของพื้นที่ศึกษา

เซ็นเตอร์พอยท์ จัดเป็นพื้นที่ลานสาธารณะแห่งหนึ่งในศูนย์การค้าสยามสแควร์ ซึ่งเป็นโครงการร่วมกันระหว่าง บริษัท พรไพลิ่ง ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด และจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้มีการพัฒนาที่ดินบริเวณสยามสแควร์ ระหว่างสยามสแควร์ซอย 3 และซอย 4 รวมพื้นที่ประมาณ 2,000 ตรม. ให้เป็นพื้นที่ประกอบธุรกิจที่มีความงามของภูมิสถาปัตยกรรม เสริมสร้างสภาพแวดล้อมที่ดี และร่วมมือกัน แก่ชุมชนสยามสแควร์ตลอดจนส่งเสริมธุรกิจในพื้นที่บริเวณสยามสแควร์ (สำนักงานจัดการทรัพย์สินจุฬาฯ, หส. 258/41 วันที่ 1 ธันวาคม 2542) มีชื่อโครงการว่า “The Center Point of Siam Square” ซึ่งได้เปิดบริการเมื่อวันที่ 28 พฤศจิกายน 2542

โครงการ The Center Point of Siam Square มีเป้าหมายการพัฒนาพื้นที่ดังนี้

1. เพื่อให้เป็นพื้นที่ประกอบธุรกิจที่มีความงามทางภูมิสถาปัตยกรรม
2. เพื่อเสริมสร้างสภาพแวดล้อมที่ดี และร่วมมือกันแก่ชุมชน
3. เพื่อส่งเสริมธุรกิจที่มีอยู่เดิม
4. เพื่อสร้างความแปลกใหม่ สร้างพื้นที่ให้เป็นศูนย์กลางการพบปะสังสรรค์
5. เป็นศูนย์รวมของกิจกรรมสันทนาการ และการเรียนรู้ของย่านสยามสแควร์



ภาพที่ 3.1 แสดงทำเลที่ตั้งของ Center Point และศูนย์การค้าสยามสแควร์

### 3.1 แนวความคิดในการออกแบบเซ็นเตอร์พอยท์

แนวความคิดหลัก ในการออกแบบ The Center Point of Siam Square คือ ต้องการให้เป็น “ศูนย์กลางกิจกรรม” เนื่องจากที่ตั้งโครงการเป็นแกนกลางของศูนย์การค้าสยามสแควร์ ซึ่งมีการวางผังให้มีศูนย์กลางกิจกรรมกระจายไปโดยตลอดของพื้นที่ โดยมีโรงภาพยนตร์สกาล่า ลิโด สยาม และโรงแรมโนโวเทล เป็นศูนย์กลางกิจกรรมและโดยรอบศูนย์กลางกิจกรรมเหล่านี้จัดเป็นร้านค้าโดยแบ่งออกเป็นบล็อก และสิ่งที่สยามสแควร์ยังขาดอยู่คือพื้นที่สีเขียว พื้นที่สาธารณะ และพื้นที่ที่จะให้ผู้คนที่หยุดพักผ่อนคลายประกอบกิจกรรมชมนิทรรศการ ซึ่งเป็นวัตถุประสงค์หลักของการพัฒนาพื้นที่

#### 3.1.1 แนวความคิดในการออกแบบผังบริเวณ (Lay Out Design Conceptual)

จากวัตถุประสงค์ และการวิเคราะห์พื้นที่บริเวณโครงการ กลุ่มลูกค้าหลักเข้ามาใช้บริการในโครงการจะเป็นกลุ่มลูกค้าที่ใช้การสัญจรทางเท้าเป็นหลัก โดยทางเท้าที่เชื่อมยาวตลอดตั้งแต่โรงภาพยนตร์สกาล่าจนถึงโรงแรมโนโวเทล ซึ่งหมายถึงทางเท้าที่เชื่อมระหว่างสยามสแควร์ชอย 3 และชอย 4 จะเป็นทางเข้าหลักเข้าสู่โครงการโดยทางเท้า จึงกำหนดให้มีพื้นที่เป็นทางเดินต่อเนื่องจากชอย 3 และชอย 4 เป็นพื้นที่ที่จะรองรับผู้คนเปรียบเสมือนโถงรับรอง (Lobby) และเป็นจุดเปลี่ยนถ่ายแนวทางเดิน (Transfer) ไปยังกิจกรรมอื่นๆ

ด้านใต้ของโถงรับรองติดกับสยามสแควร์ชอย 7 จะเป็นเปิดโล่ง (Open Space) เพื่อเป็นปอดของสยามสแควร์และเชื่อมต่อสร้างบรรยากาศเชื้อเชิญให้คนเข้ามาใช้บริการภายในโครงการ โดยเน้นการออกแบบภูมิสถาปัตยกรรมเปรียบเสมือนสวนสาธารณะของสยามสแควร์ ส่วนทางด้านเหนือของโถงรับรองจะเป็นพื้นที่จัดกิจกรรมประกอบธุรกิจ ส่วนบริการของโครงการและสามารถปรับเปลี่ยนเป็นทางเข้าเพื่อรองรับกลุ่มลูกค้าที่จะเดินทางมาโดยรถไฟฟ้าในอนาคต

#### 3.1.2 แนวความคิดการออกแบบสถาปัตยกรรม (Architectural Design Conceptual)

เนื่องจากที่ตั้งโครงการ ตั้งอยู่ระหว่างอาคารพาณิชย์ถึง 3 ด้าน มีเพียงด้านทิศใต้เท่านั้นที่ติดกับสยามสแควร์ชอย 7 จึงกำหนดให้ขนาดความสูงของอาคารไล่ระดับพื้นที่เปิดโล่งด้านทิศใต้ไว้ระดับเป็นอาคารชั้นเดียวจนถึงอาคารสูง 3 ชั้น เวทีการแสดงอยู่ด้านในสุดทางทิศเหนือซึ่งอยู่ติดกับอาคารพาณิชย์ 3 ชั้น เพื่อให้เกิดความรู้สึกโปร่งสบาย ไม่บดบังทิศทางลมที่พัดมาทางทิศใต้ การเลือกใช้แบบรูปทรงอาคาร วัสดุผิว วัสดุผนังหลังคา กำหนดให้มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวบ่งบอกถึงความทันสมัย คงทน และบำรุงรักษาง่าย

#### 3.1.3 แนวความคิดการออกแบบโครงสร้าง (Structural Design Conceptual)

เนื่องจากที่ตั้งโครงการมีการทำเข็มเจาะไว้แล้ว รวมทั้งข้อกำหนดและเงื่อนไขการลงทุนได้กำหนดระยะเวลาก่อสร้างไม่เกิน 6 เดือน แนวความคิดการออกแบบโครงสร้าง จึงกำหนดแนวทาง

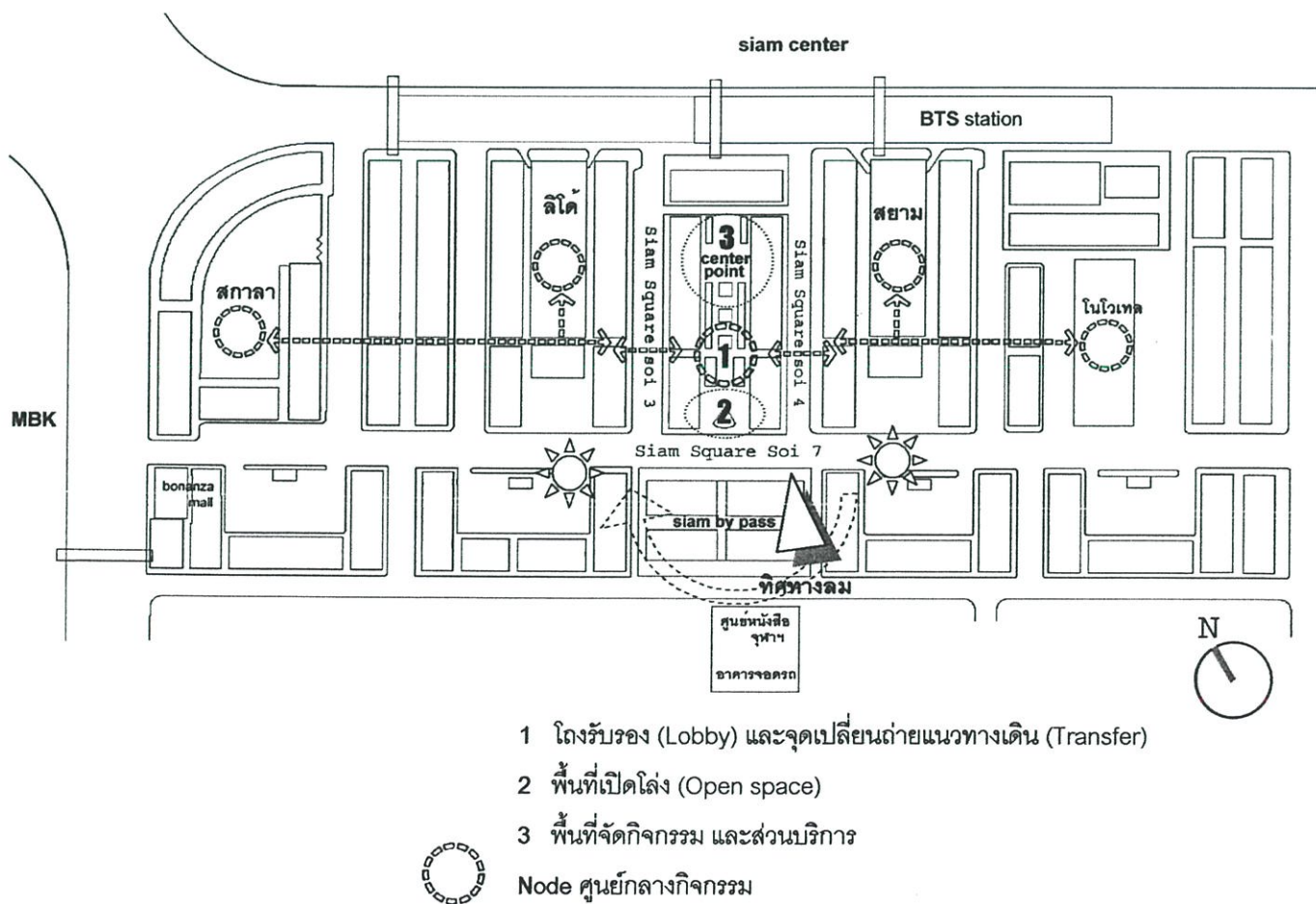
เลือกใช้ระบบสำเร็จรูป เพื่อประหยัดเวลาก่อสร้างและรบกวนสภาพแวดล้อมให้น้อยที่สุดรวมทั้งการเลือกใช้วัสดุที่สามารถผลิตในประเทศ

**3.1.4 แนวความคิดการออกแบบสุขาภิบาลและไฟฟ้า (Sanitary and Electrical Design Conceptual)**

นอกจากการออกแบบงานระบบที่ต้องคำนึงถึงมาตรฐานตามเทศบัญญัติ และข้อกำหนดเรื่องสิ่งแวดล้อมแล้ว ยังต้องคำนึงถึงความประหยัดจ่ายต่อการบำรุงรักษา การใช้งาน และสามารถควบคุมได้ทั่วถึงโดยไม่ต้องใช้บุคลากรมาก เนื่องจากจำนวนผู้ใช้บริการค่อนข้างมาก และโครงการเปรียบเสมือนพื้นที่สาธารณะของชุมชนสยามสแควร์

**3.1.5 แนวความคิดการออกแบบภูมิสถาปัตยกรรม (Landscape Architecture Design Conceptual)**

แนวความคิดการออกแบบภูมิสถาปัตยกรรมจะเป็นตัวส่งเสริมแนวความคิดทางด้านอื่นๆ ให้บรรลุเป้าหมาย โดยการเลือกใช้ต้นไม้สูงเพื่อให้ร่มเงาในส่วนพื้นที่เปิดโล่ง แต่ยังคงไว้ซึ่งความโปร่งสบาย ไม่บดบังทิศทางลม การเลือกใช้ต้นไม้ให้เหมาะกับสภาพการใช้งาน การบำรุงรักษา วัสดุที่ร่มรื่น และเชิญให้คนเข้ามาใช้บริการของทางโครงการ



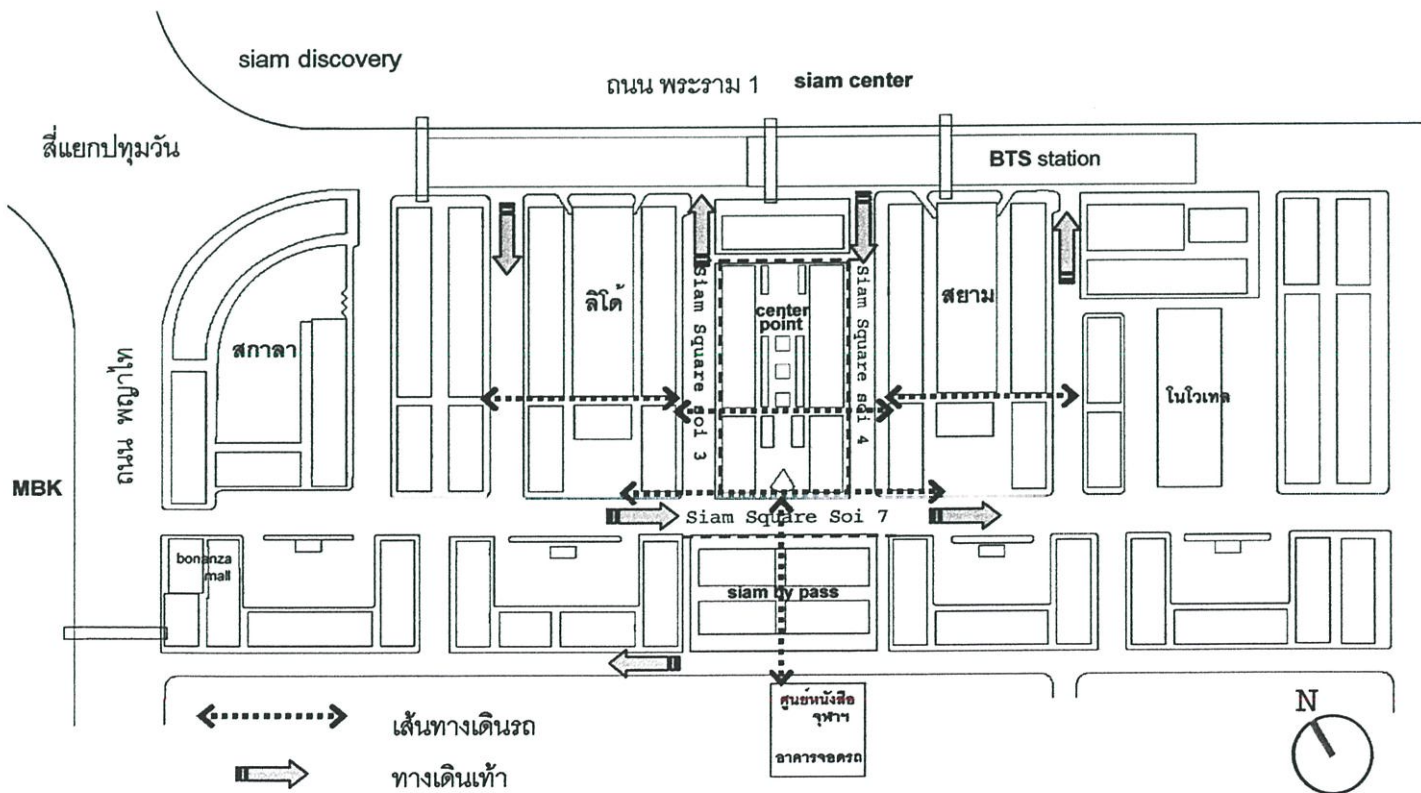
ภาพที่ 3.2 แสดงแนวความคิดในการออกแบบ Center Point

## 3.2 ลักษณะทางกายภาพของเซ็นเตอร์พอยท์

### 3.2.1 ที่ตั้งและการเข้าถึง

เซ็นเตอร์พอยท์ ตั้งอยู่ระหว่างสยามสแควร์ซอย 3 และ 4 ภายในศูนย์การค้าสยามสแควร์ มีพื้นที่ 1 ไร่ 64 ตารางวา คิดเป็น 1,856 ตารางเมตร มีรูปร่างของที่ดินเป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้าหน้ากว้าง 19 เมตร ความลึก 96 เมตร โดยมีรายละเอียดดังนี้

- ทิศเหนือ จรดถนนพระรามที่ 1 มีถนนซอยกว้างประมาณ 4 เมตร และอาคารพาณิชย์สภาพหลังรื้อกันระหว่างกลาง
- ทิศใต้ ติดถนนสยามสแควร์ ซอย 7 กว้างประมาณ 12 เมตร ซึ่งเป็นถนนภายในของสยามสแควร์
- ทิศตะวันออก จรดสยามสแควร์ซอย 4 โดยมีขอบทางกว้างประมาณ 2 เมตรครึ่งซึ่งมีอาคารพาณิชย์กันอยู่ สภาพเป็นด้านหลังส่วนมาก
- ทิศตะวันตก จรดสยามสแควร์ซอย 3 โดยมีขอบทางกว้างประมาณ 2 เมตรครึ่ง และมีอาคารพาณิชย์กันอยู่ สภาพเป็นด้านหลังส่วนมาก



ภาพที่ 3.3 แสดงเส้นทางเข้า-ออก และทางสัญจร ภายใน Center Point และสยามสแควร์

การสัญจรและทางเข้าถึงโครงการ (Circulation and Access) แบ่งเป็น

1. ทางรถยนต์

ทางด้านทิศเหนือของโครงการ ซึ่งปัจจุบันเป็นซอยเชื่อมระหว่างซอย 3 และซอย 4 ในโครงการจัดเป็นทางเท้าและทางรถยนต์ สำหรับส่วนบริการ (Service Entrance)

2. การเดินเท้า

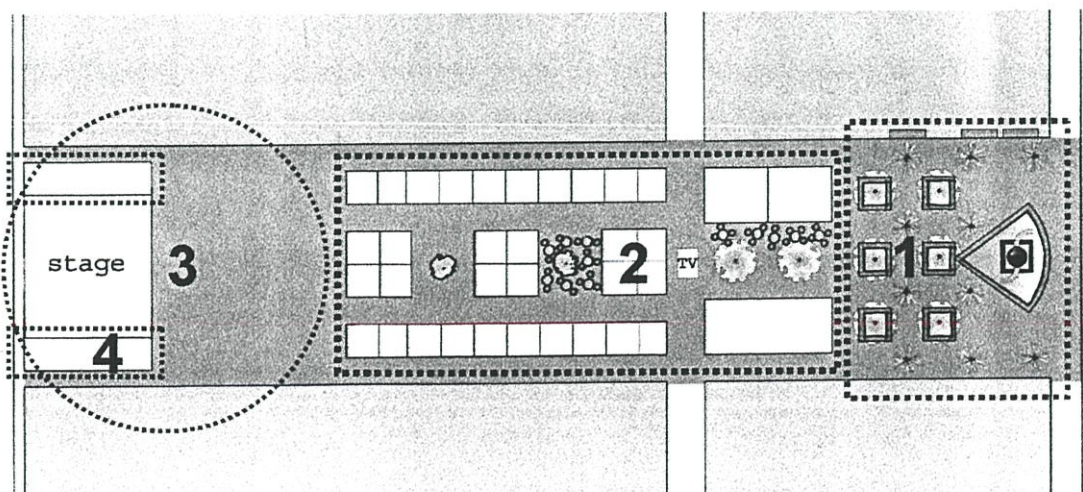
ด้านทิศใต้คือสยามสแควร์ซอย 7 ซึ่งเป็นถนนหลักเข้ามาในบริเวณสยามสแควร์ ทางด้านพญาไท และออกทางถนนอังรีดูนังต์ โดยลูกค้าสามารถเข้าถึงโครงการโดยทางเท้าข้างซอย 7 ซึ่งถือว่าเป็นทางด้านหน้าของเซ็นเตอร์พอยท์

ด้านทิศตะวันตกและทิศตะวันออก จะมีทางเท้าเดิมของสยามสแควร์ที่เชื่อมโยงกันยาวตลอดพื้นที่สยามสแควร์ จากโรงพยาบาลนครสีเกล้าผ่านโรงพยาบาลนครลิโด ผ่านที่ตั้งโครงการ โรงพยาบาลนครสยามและโรงแรมโนโวเทล ซึ่งเชื่อมโยงศูนย์กลางกิจกรรมทั้งหมดของสยามสแควร์ โดยโครงการจะเป็นศูนย์กลางเชื่อมโยงแนวการสัญจรหลักดังกล่าว เพื่อสร้างความต่อเนื่องของการใช้พื้นที่และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการที่ต้องการสร้างโครงการให้เป็นศูนย์กลางกิจกรรมของสยามสแควร์สมกับชื่อ “The Center Point of Siam Square”

### 3.2.2 ลักษณะการใช้พื้นที่

ลักษณะการใช้พื้นที่ในเซ็นเตอร์พอยท์ สามารถแบ่งออกเป็น 4 พื้นที่หลัก คือ

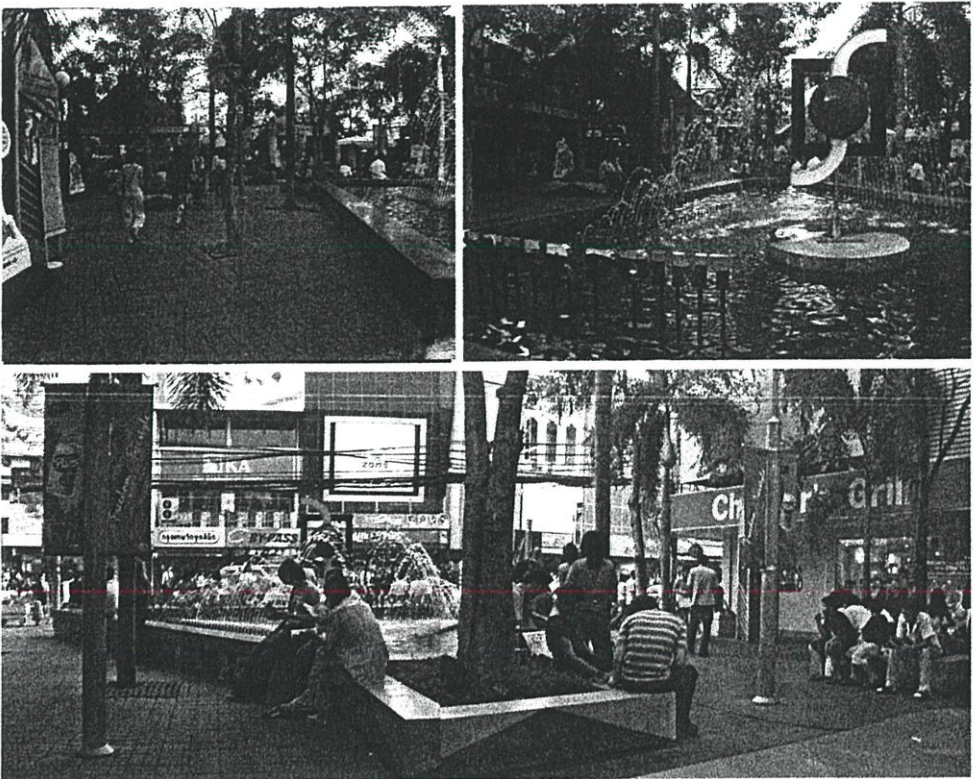
1. พื้นที่เปิดโล่ง (Open Space)
2. พื้นที่ประกอบธุรกิจ (Commercial Area)
3. พื้นที่อเนกประสงค์ (Multi-purposed Area)
4. พื้นที่บริการ (Service Area)



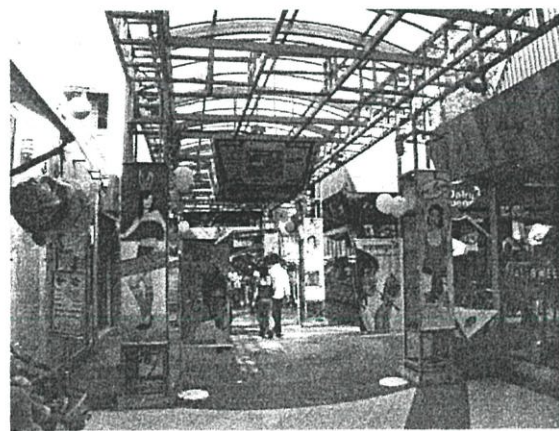
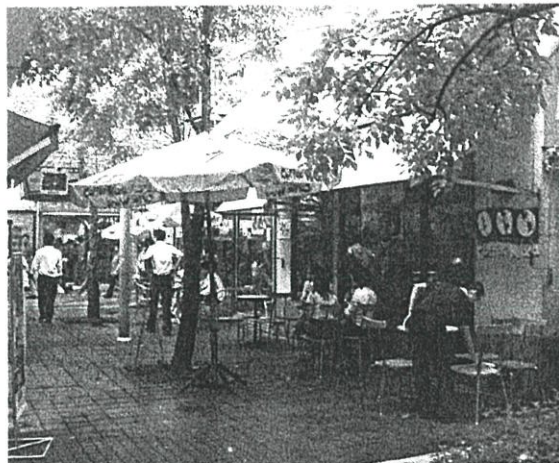
ภาพที่ 3.4 แสดงลักษณะการใช้พื้นที่ภายใน Center Point

โดยพื้นที่แต่ละส่วนจะเชื่อมกันอย่างต่อเนื่อง มีรายละเอียดดังนี้

1. **พื้นที่เปิดโล่ง (Open Space)** อยู่ทางด้านทิศใต้ของโครงการระยะ 20 เมตร มีขนาดพื้นที่ประมาณ 21 % ของพื้นที่ทั้งหมด ออกแบบให้เป็นเสมือนปอดของสยามสแควร์ เป็นตัวเชื่อมกิจกรรมและเป็นที่พักผ่อนสำหรับผู้สัญจรไปมา การออกแบบได้ผสมผสานงานสถาปัตยกรรมและงานภูมิสถาปัตยกรรมเข้าด้วยกัน โดยการกำหนดตำแหน่งของต้นไม้ตามระยะพิกัดหลักของโครงการคือระยะ 6.00x6.00 เมตร เป็นตำแหน่งของต้นไม้ยืนต้น รูปทรงสูงโปร่ง ให้ร่มเงาแต่ไม่บดบังลมทางด้านทิศใต้ มีบ่อน้ำพุเป็นรูปสามเหลี่ยมที่มีเส้นโค้งด้านหน้าโครงการให้ความรู้สึกกว้างสว่างาม ใช้สำหรับติดตั้งชื่อโครงการและรูปทรงสามเหลี่ยมที่ช่วยนำสายตา และเชื่อเชิญให้ผู้สัญจรเข้ามาใช้บริการ ในตำแหน่งของต้นไม้ใหญ่จะทำเป็นกระบะปลูกต้นไม้และมีสวนที่เป็นที่นั่งโดยรอบ ส่วนพื้นที่ต่อเนื่องจากพื้นที่เปิดโล่งเข้ามาเป็นระยะอีก 12 เมตร เป็นพื้นที่กึ่งเปิดโล่งมีร้านค้าอยู่ 2 ด้าน เป็นร้านขายเครื่องดื่ม ของว่าง สำหรับผู้ที่มานั่งพักผ่อน ปัจจุบันคือร้าน Coffee World และร้าน Diary Queen อีกด้านเป็นร้านโทรศัพท์มือถือ 1 2 Call ถัดเข้ามาจะเป็นทางเดิน ซึ่งจะตรงกับทางเชื่อมระหว่างสยามสแควร์ชอย 3 และชอย 4 พื้นที่ส่วนนี้ถือว่าเป็นโถงรับรองสำหรับผู้สัญจรทางเท้าที่ใช้เส้นทางนี้ โดยจะมีหลังคาโค้งมีลักษณะโปร่งแสง วางบนโครงเหล็กคลุมทางเดินตลอดแนวทางเดินที่ผ่านเซ็นเตอร์พอยท์ ที่จุดกึ่งกลางจะมีจอทีวีแขวนอยู่ 4 เครื่องสามารถดูได้จากทุกทิศทาง



ภาพที่ 3.5 ส่วน Open Space บริเวณด้านหน้า The Center Point of Siam Square

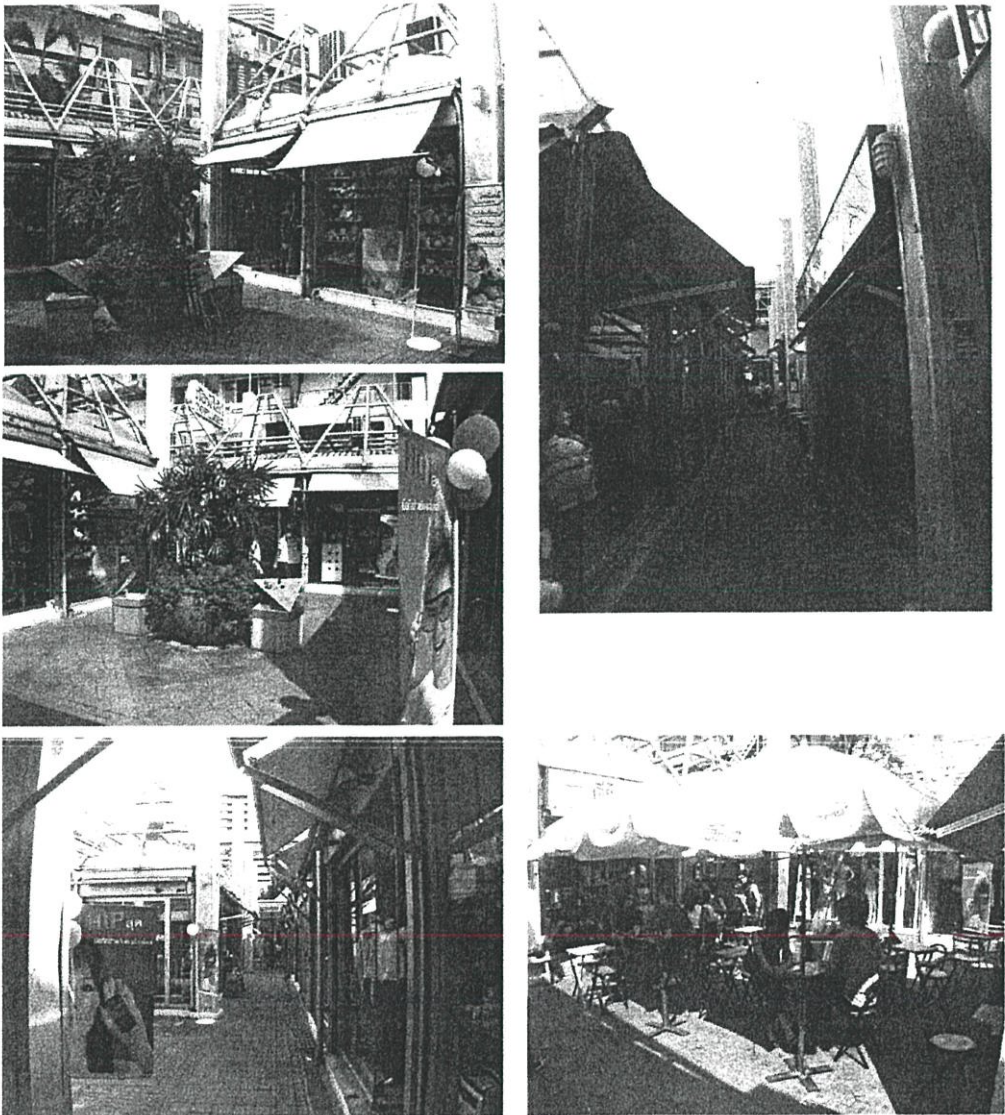


ภาพที่ 3.6 ร้าน Coffee World และ Dairy Queen 1 2 Call และทางเดิน

2. พื้นที่ประกอบธุรกิจ (Commercial Area) มีขนาดพื้นที่ประมาณ 50 % ของพื้นที่ทั้งหมด ประกอบด้วยร้านค้าขนาด 3.00x3.00 เมตรจำนวน 32 ร้าน รูปทรงหลังคาร้านค้าออกแบบให้มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ทันสมัย โดยทำเป็นหลังคา 2 ชั้น หลังคาจริงจะเป็นหลังคา Metal Sheet รูปทรงโค้งซ่อนอยู่ในขอบหลังคาและมีพื้นที่สำหรับติดตั้งเครื่องปรับอากาศ (Compressor) หลังคาอีกชั้น คือส่วนที่มองเห็นเป็นรูปทรงปั้นหยา เป็นโครงเหล็กกลม เปลือยทาสี หลังคาชั้นนี้ช่วยลดความร้อนที่จะถ่ายเทเข้าสู่ภายในร้านค้าเพื่อความประหยัดพลังงานในการใช้

เครื่องปรับอากาศ ลักษณะของหลังคารูปทรงเรขาคณิต ที่เป็นโครงสามเหลี่ยมโปร่ง ยังเป็นส่วนแสดงเอกลักษณ์เฉพาะตัวของโครงการ และอีกสิ่งหนึ่งคือ เสาลอยสูง 6.00 เมตร ด้านบนติดไฟประดับเป็นตารางพิกัดทำมุม 45 องศา กับตารางพิกัด ของเสาลอยเพื่อให้แสงสว่างในยามค่ำคืน และสอดคล้องกับไฟประดับตามต้นไม้ในพื้นที่เปิดโล่ง จุดนี้จะเป็นจุดดึงดูดให้ลูกค้ามาจับจ่ายใช้สอยในยามค่ำคืน

ประเภทของร้านค้าส่วนใหญ่จะเป็น ร้านขายเสื้อผ้า รองเท้า กระเป๋า เครื่องประดับ Gift shop สำหรับวัยรุ่น โดยร้านค้าเหล่านี้จะตั้งอยู่ริมรอบนอก เป็นแนวต่อเนื่องกับร้านค้าที่เป็นอาคารพาณิชย์ของสยามสแควร์ชอย 3 และ 4 และมีร้านขายเครื่องดื่ม 2 ร้านคือ ร้านกาแฟเอียร์แซ และ Sand Ice ตั้งอยู่ตรงกลาง โดยมีการเปิด พื้นที่เปิดโล่ง เพื่อวางโต๊ะและเก้าอี้กลางแจ้ง



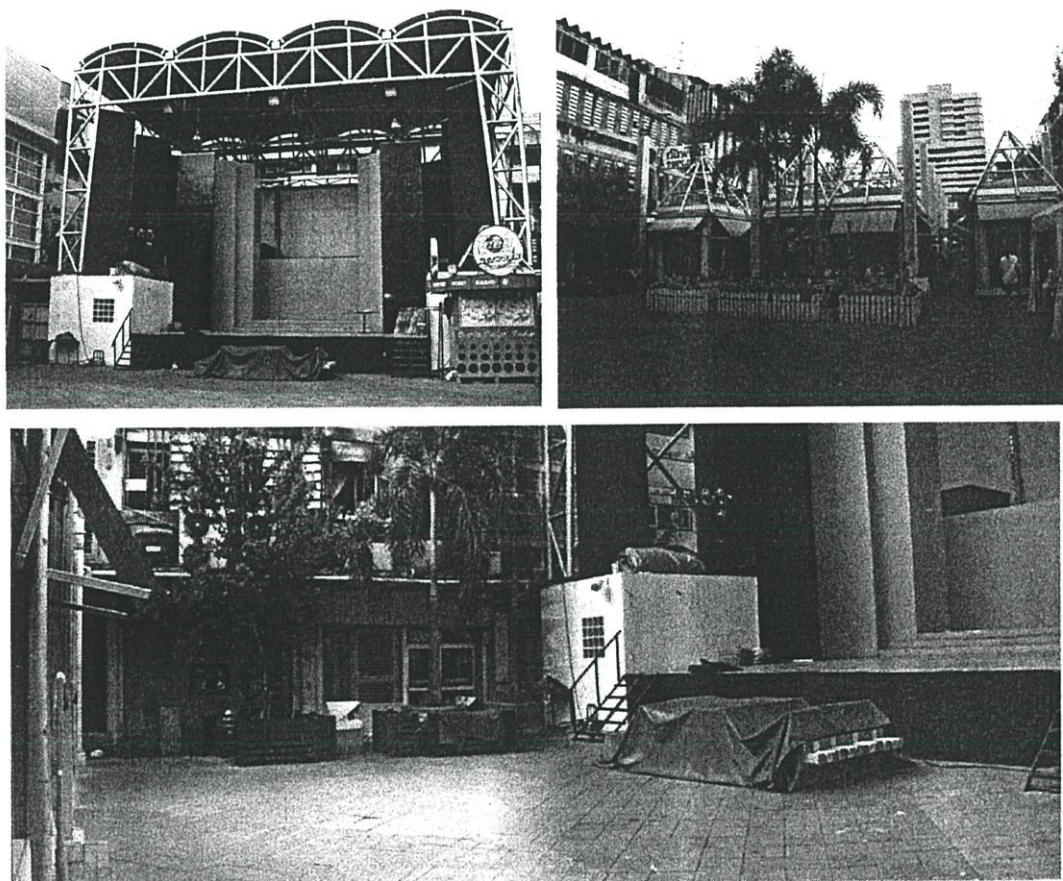
ภาพที่ 3.7 ร้านค้าภายในบริเวณ Center Point

3. พื้นที่เอนกประสงค์ (Multi-purposed Area) พื้นที่เอนกประสงค์จะเป็นพื้นที่โล่งสำหรับประกอบกิจกรรมสันทนาการต่างๆ เช่นการจัดนิทรรศการ การจัดแสดงคอนเสิร์ต การแสดงศิลปวัฒนธรรม หรือการจัดกิจกรรมพิเศษต่างๆ เป็นต้น ประกอบด้วยพื้นที่ 2 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ไม่มีหลังคาคลุม ขนาดพื้นที่ 16.50 x 19.00 เมตร

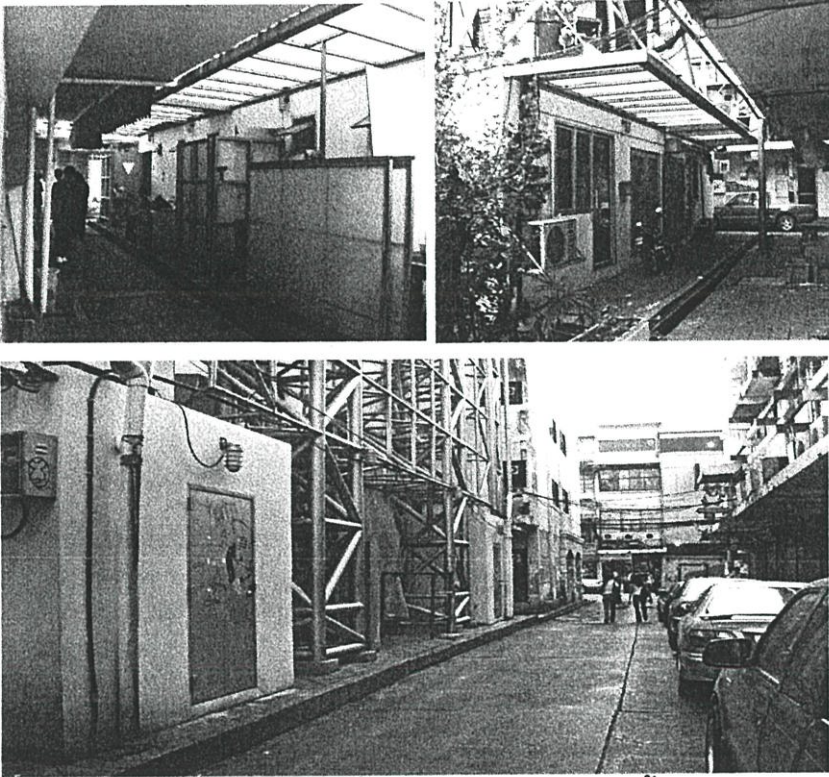
ส่วนที่ 2 มีหลังคาคลุม ขนาดพื้นที่ 12.00 x 19.00 เมตร

คิดเป็นพื้นที่ประมาณ 29 % ของพื้นที่ทั้งหมด โดยพื้นที่ในส่วนที่มีหลังคาคลุมจะเป็นส่วนของเวทีสำเร็จรูป ใช้โครงเหล็กดัดรับโครงหลังคาเป็นที่ติดตั้งระบบแสง สี เสียง



ภาพที่ 3.8 บริเวณพื้นที่เอนกประสงค์ และเวที

4. พื้นที่บริการ (Service Area) ตั้งอยู่บนพื้นที่เอนกประสงค์ บริเวณส่วนที่มีหลังคาคลุม เนื่องจากเป็นจุดที่ต้องรองรับการใช้งาน และอุปกรณ์จำนวนมาก ประกอบด้วยส่วนสำนักงาน ห้องเครื่องไฟฟ้า ประปา ห้องสุขา ห้องเก็บของ ห้องพักขยะ และเป็นส่วนที่รถยนต์สามารถจอดเทียบเพื่อการบริการได้



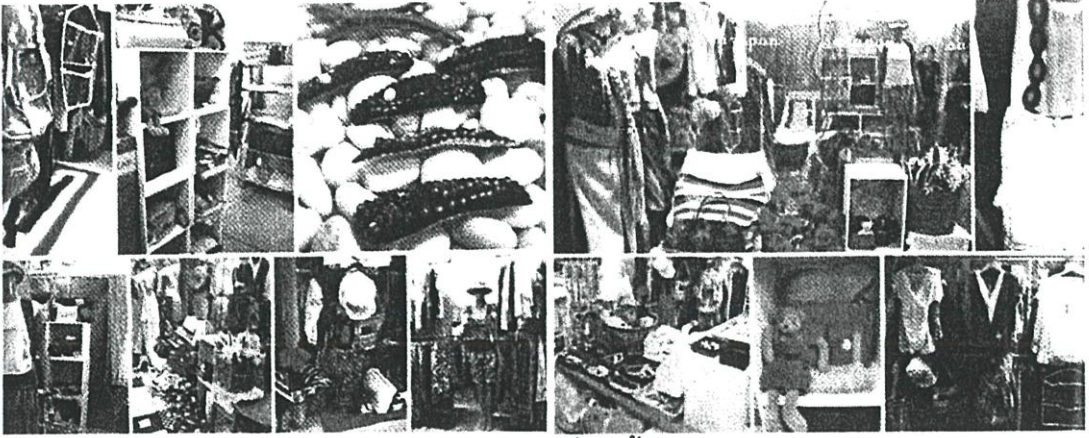
ภาพที่ 3.9 บริเวณพื้นที่ส่วนบริการ และห้องน้ำ

### 3.2.3 ลักษณะกิจกรรม

#### กิจกรรมทางการค้า

พื้นที่โดยรอบของเซ็นเตอร์พอยท์ จะเป็นร้านค้าที่ดึงดูดกลุ่มวัยรุ่น ชายสินค้าที่เป็นสินค้าแฟชั่นตามสมัยนิยมได้แก่ เสื้อผ้า, รองเท้า, เครื่องประดับ, Gift Shop, ร้านถ่ายรูป Digital, ร้านอาหารประเภท Fast Food และเครื่องดื่ม โดยในพื้นที่เซ็นเตอร์พอยท์ จะมีร้าน Coffee World , Dairy Queen , ร้านกาแฟเอี้ยะแซ และร้านขายน้ำปั่นเกล็ดหิมะ Sand Ice โดยแต่ละร้านจะมีพื้นที่จัดวางโต๊ะ เก้าอี้ ทั้งภายในและภายนอกร้าน บริเวณรอบนอกของเซ็นเตอร์พอยท์ จะเป็นร้าน Milk Plus , A&W , Chester , Deliya Bakery และร้านขายอาหาร ที่ตั้งอยู่บนชั้น 2 และ 3 ของอาคารพาณิชย์ที่ติดกับเซ็นเตอร์พอยท์ จากการสำรวจพบว่า ร้านเหล่านี้จะจัดที่นั่งหันหน้าเข้าสู่บริเวณลานเปิดโล่งของเซ็นเตอร์พอยท์

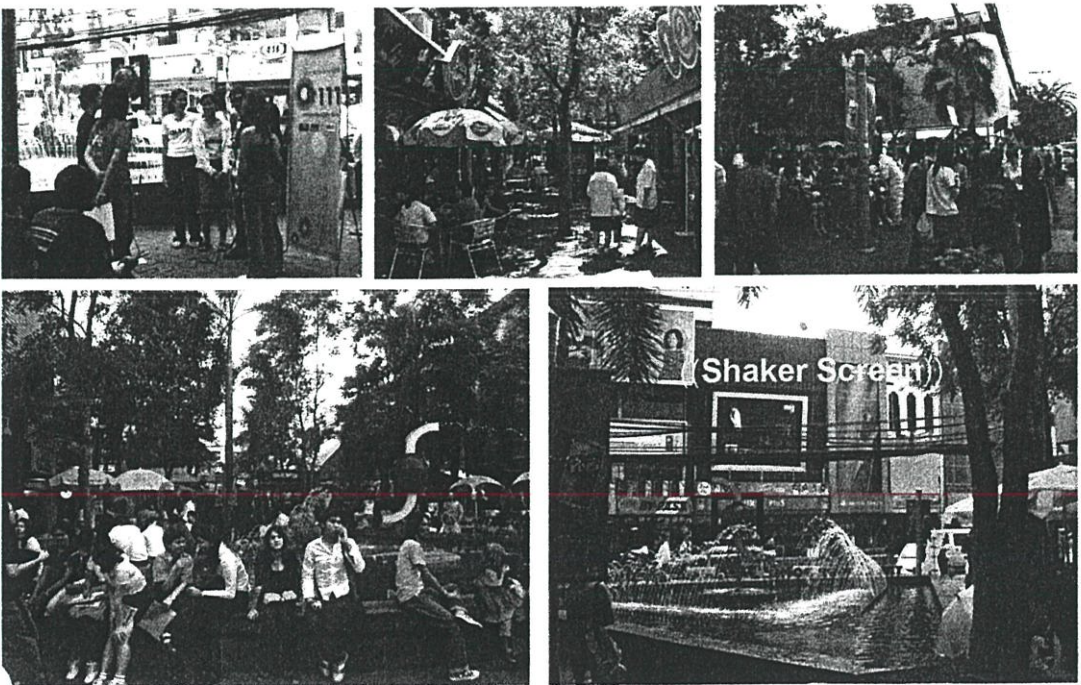




ภาพที่ 3.10 กิจกรรมทางการค้าที่เกิดขึ้นใน Center Point

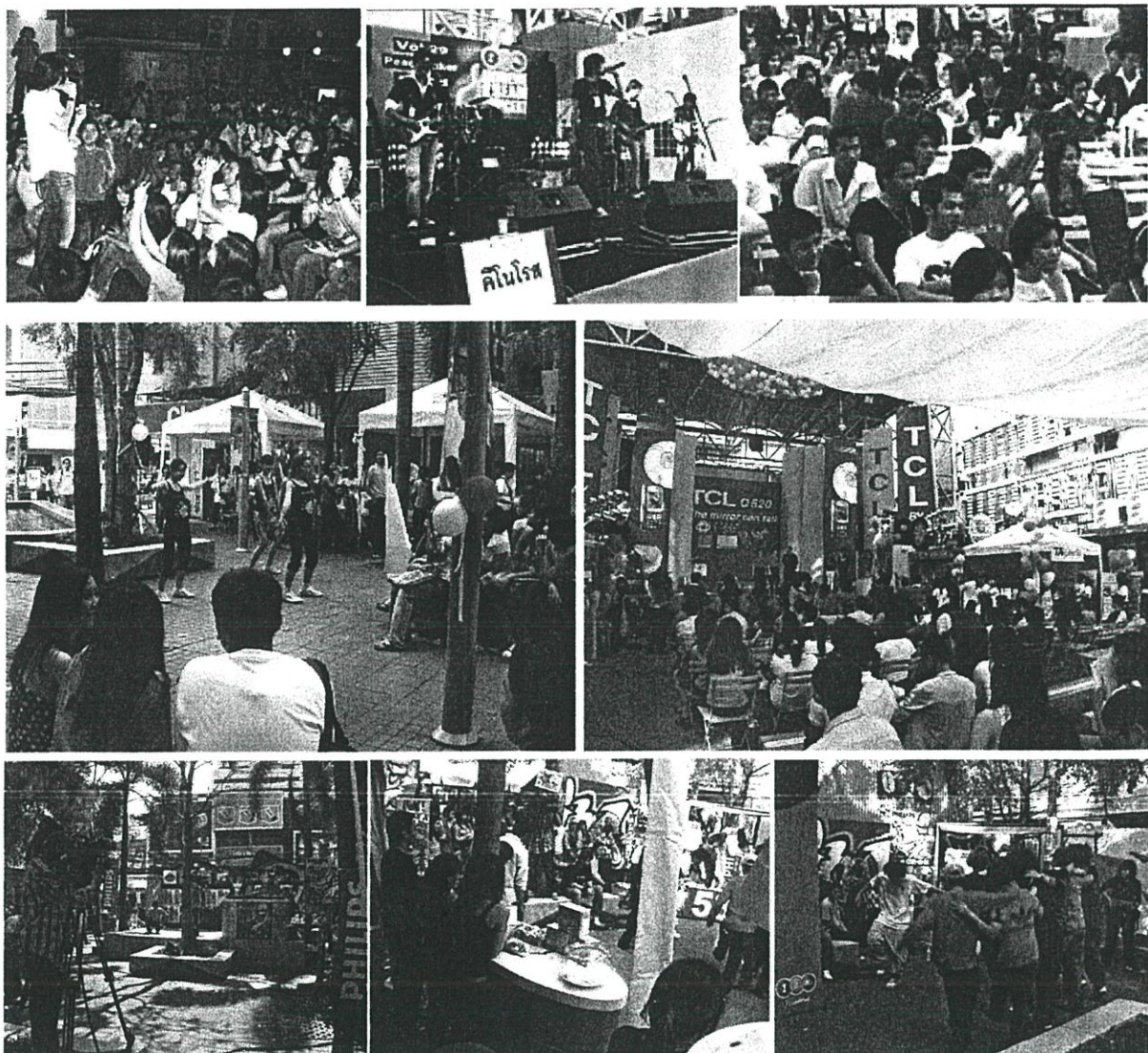
### กิจกรรมการพักผ่อน

ในพื้นที่ส่วนเปิดโล่ง จะเป็นส่วนที่มีคนเข้ามานั่งที่นั่งได้ต้นไม้ และรอบๆขอบบ่อน้ำพุ ได้มีการจัดกิจกรรมเพื่อดึงดูดกลุ่มวัยรุ่น คือ การติดตั้งจอ LCD Display ขนาดใหญ่ โดยเรียกว่า Shaker Screen บนพื้นที่ชั้น 2 ของร้านนม Milk Plus ซึ่งจะอยู่ตรงข้ามกับบริเวณน้ำพุหน้าเซ็นเตอร์พอยท์พอดี้ เพื่อใช้เป็นสื่ออีกชนิดหนึ่งในการติดต่อกับกลุ่มวัยรุ่นผู้ใช้พื้นที่และเป็นการหารายได้จากการโฆษณา มีการนำ Music video , รายการบันเทิง และสาระต่างๆ มาเปิดตั้งแต่เวลา 10.00 - 22.00 น.ทุกวัน นอกจากนี้ยังมีวีเจมาจัดรายการสด เปิดเพลงตามคำขอ จัดเกมต่างๆให้ร่วมสนุก มีการติดตั้งกล้องทีวี จับภาพบริเวณเซ็นเตอร์พอยท์ เพื่อเปิดโอกาสให้กลุ่มวัยรุ่นได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมด้วย



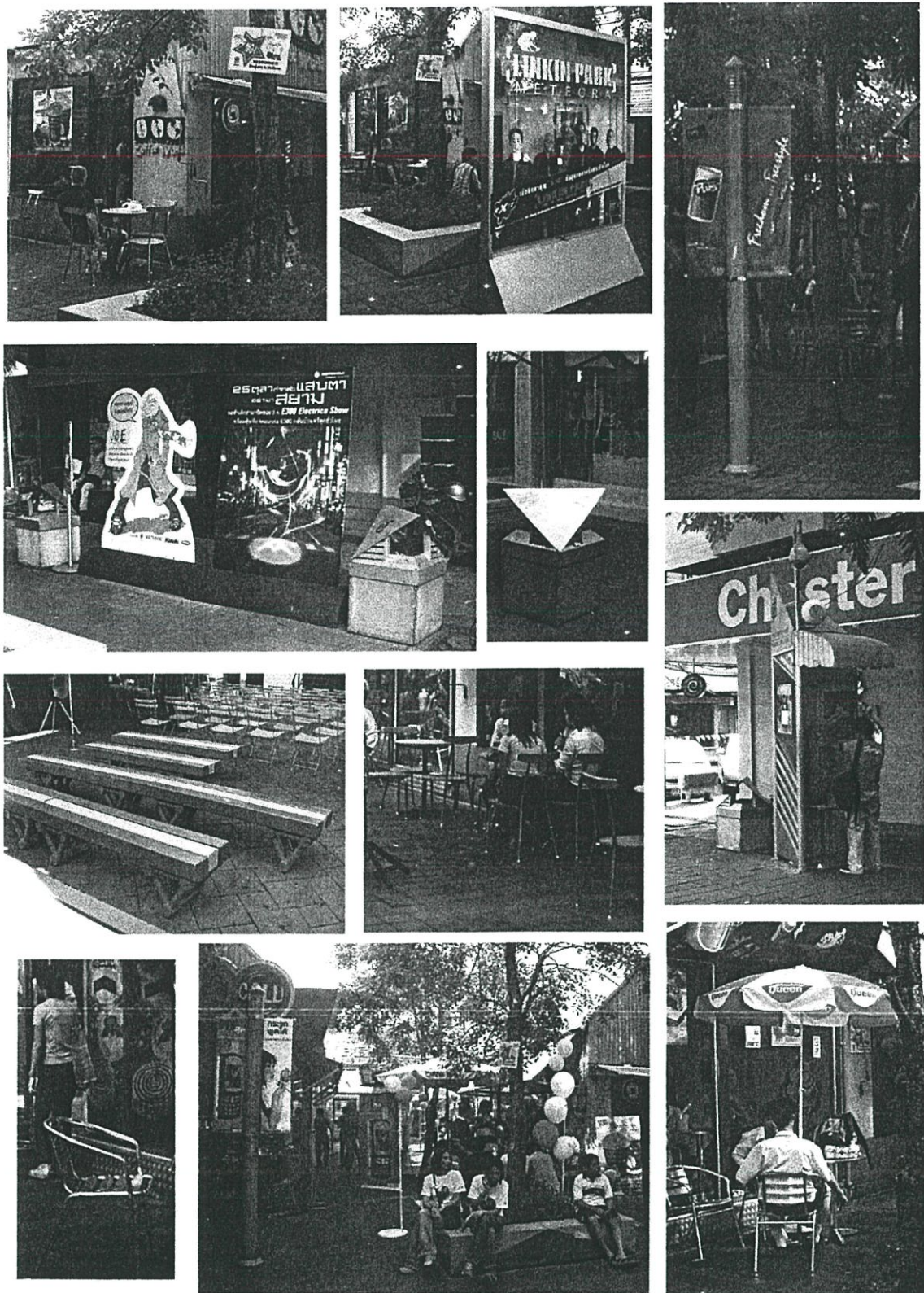
ภาพที่ 3.11 กิจกรรมการพักผ่อนที่เกิดขึ้นใน Center Point

กิจกรรมอีกอันหนึ่งจะเป็นการจัดกิจกรรมพิเศษเนื่องในโอกาสต่างๆ เช่นการจัดคอนเสิร์ต การเปิดตัวสินค้า และมีการจัด 1 2 Call Extreme Dream Concert เป็นการประกวดวงดนตรีสมัครเล่นทุกเดือน โดยใช้พื้นที่หลักคือ ลานอเนกประสงค์ และเวทีด้านในสุด บางครั้งก็มีการจัดพื้นที่กิจกรรม ติดตั้งเวที ชุ่มต่างๆกระจายไปในสวนลานน้ำพุด้านหน้าด้วย พื้นที่ในสวนลานอเนกประสงค์นี้ จากการสำรวจพบว่า ถ้าไม่มีการจัดกิจกรรมพิเศษ หรือคอนเสิร์ตแล้ว แทบจะไม่มีคนเข้ามาใช้พื้นที่ในส่วนนี้ เนื่องจากจะเป็นพื้นที่ที่เปิดโล่งทั้งหมดนอกจากสวนเวที ซึ่งไม่อนุญาตให้ขึ้นไปใช้แล้ว จะไม่มีหลังคาหรือต้นไม้ที่ช่วยบังแดด ทำให้พื้นที่ส่วนนี้ ในวันปกติแทบจะไม่มีกิจกรรมเกิดขึ้น



ภาพที่ 3.12 กิจกรรมพิเศษที่เกิดขึ้นใน Center Point

# Street Furniture



ภาพที่ 3.13 Street Furniture ต่างๆที่ใช้ใน Center Point

### 3.3 ลักษณะของผู้ใช้พื้นที่

เนื่องจากเซ็นเตอร์พอยท์ ตั้งอยู่ในศูนย์การค้าสยามสแควร์ ดังนั้นผู้มาใช้พื้นที่ ก็จะเป็นผู้ที่เข้ามาใช้พื้นที่ในสยามสแควร์ ไม่ว่าจะเป็นการ Shopping ดูหนัง เรียนพิเศษ โดยลักษณะผู้ใช้พื้นที่ที่มีความหลากหลาย แต่ส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มวัยรุ่น และวัยทำงาน ผู้ปกครองที่มาอบรมหลานเรียนพิเศษ มีนักท่องเที่ยวต่างชาติปะปนบ้าง เนื่องจากในบริเวณนั้นมีโรงแรมโนโวเทลตั้งอยู่ จากการสำรวจลักษณะของผู้มาใช้พื้นที่ เซ็นเตอร์พอยท์ และบริเวณใกล้เคียง โดยผู้วิจัยได้ทำการแจกแบบสอบถามจำนวน 310 ชุด เพื่อสอบถามถึงข้อมูลของผู้ใช้พื้นที่ (ดูรายละเอียดแบบสอบถามที่ภาคผนวก) พบว่าส่วนใหญ่จะเป็นวัยรุ่นอายุประมาณ 13 – 21 ปี ที่เข้ามาใช้พื้นที่ในเซ็นเตอร์พอยท์มากที่สุด ใช้เวลาอยู่ในเซ็นเตอร์พอยท์นานกว่ากลุ่มคนในวัยอื่นๆ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 3.1 จำแนกผู้ใช้พื้นที่ตามเพศและวัย

ช่วงอายุ	ชาย	หญิง	รวม
น้อยกว่า 13 ปี	0	2	2
13-21 ปี	111	108	219
22-30 ปี	34	43	77
มากกว่า 30 ปี	7	5	12
รวม	152	158	310

#### ช่วงเวลาในการใช้พื้นที่

จากการสังเกตพบว่า จะมีผู้คนแวะเวียนเข้ามาใช้พื้นที่บริเวณเซ็นเตอร์พอยท์ ตั้งแต่ช่วงเช้าไปจนถึงค่ำ ในเวลาประมาณ 9.00 – 22.00 น. โดยวันธรรมดาจะเริ่มมีวัยรุ่นมาชุมนุมกันตั้งแต่หลังเลิกเรียน ในช่วงเวลาประมาณ 15.30 – 16.00 น. เป็นต้นไป ส่วนในวันเสาร์-อาทิตย์ จะมีจำนวนผู้ใช้พื้นที่มากกว่า โดยจะมีทั้งกลุ่มวัยรุ่นที่มาชุมนุมกันเป็นประจำอยู่แล้ว, นักเรียนที่มาเรียนพิเศษหรือซื้อของ และกลุ่มผู้ใหญ่วัยทำงานมาแวะนั่งพักเหนื่อยจากการ Shopping โดยจะมีคนหนาแน่นตั้งแต่เวลาประมาณ 13.00 – 20.00 น.

## บทที่ 4

# ระเบียบวิธีวิจัย

### ขั้นตอนการวิจัย

1. ศึกษาและสำรวจข้อมูลเบื้องต้น
2. ออกแบบการวิจัย
3. จัดทำเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
4. วิเคราะห์และสรุปผล

#### 4.1 การศึกษาและสำรวจข้อมูลเบื้องต้น

ในการศึกษาและสำรวจเบื้องต้น เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับการวิจัย สามารถแบ่งที่มาของข้อมูลได้เป็น 2 ประเภท คือ

##### 4.1.1 ภาคเอกสาร

โดยการศึกษาจากการทบทวนวรรณกรรม , รายงานการวิจัย และเอกสารที่มีเนื้อหาสาระเกี่ยวข้องกับดังนี้

- ข้อมูลที่เกี่ยวกับจิตวิทยาวัยรุ่น เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรม และความต้องการของเด็กวัยรุ่น
- ข้อมูลที่เกี่ยวกับการจัดพื้นที่ลานสาธารณะ ทั้งด้านลักษณะทางกายภาพ กิจกรรมการใช้พื้นที่ และการออกแบบ
- ข้อมูลที่เกี่ยวกับสภาพทั่วไปของพื้นที่ที่ทำการศึกษา เพื่อให้ทราบถึงสภาพโดยทั่วไป , ขนาดขอบเขต และสถิติเกี่ยวกับการใช้พื้นที่

##### 4.1.2 ภาคสนาม

โดยการออกสำรวจสภาพทั่วไปของพื้นที่บริเวณเซ็นเตอร์พอยท์ และพื้นที่โดยรอบของศูนย์การค้าสยามสแควร์ ในเรื่องของลักษณะทางกายภาพ ลักษณะการใช้พื้นที่ กิจกรรมที่เกิดขึ้น และสัมภาษณ์ผู้เข้ามาใช้พื้นที่

#### 4.2 การออกแบบการวิจัย

##### 4.2.1 กรอบแนวคิดและตัวแปรในการวิจัย

การวิจัยนี้มุ่งศึกษาเพื่อหาแนวทางในการจัดสภาพแวดล้อมที่สอดคล้องกับพฤติกรรม โดยจะศึกษาถึง ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้พื้นที่บริเวณลานสาธารณะของวัยรุ่น ทั้งทางด้านกายภาพและจิตวิทยา

จากวัตถุประสงค์ สมมติฐาน และการทบทวนวรรณกรรม พบว่าตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย ได้แก่ ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับ สภาพแวดล้อมของลานสาธารณะทางด้านกายภาพ และทางด้านจิตวิทยา และตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของวัยรุ่น โดยนำมาประมวลเป็นนิยามด้านมโนทัศน์ (Conceptual Definition) และแปรต่อไปเป็นนิยามด้านปฏิบัติการ (Operation Definition) ได้ดังต่อไปนี้

#### 4.2.1.1 ประมวลนิยามด้านมโนทัศน์ (Conceptual Definition) แบ่งเป็น

- 1) สภาพแวดล้อมทางกายภาพของลานสาธารณะ ซึ่งประกอบด้วย การจัดองค์ประกอบเชิงพื้นที่ และองค์ประกอบต่างๆ (Design elements)
- 2) ลักษณะต่างๆของการใช้พื้นที่ ไม่ว่าจะเป็น คุณลักษณะด้านต่างๆของผู้ใช้พื้นที่ รวมไปถึงพฤติกรรมการใช้พื้นที่ และลักษณะของกิจกรรมที่เกิดขึ้นด้วย
- 3) สภาพแวดล้อมทางด้านจิตวิทยา คือองค์ประกอบที่มีผลทางด้านจิตใจโดยในงานวิจัยนี้จะศึกษาถึง ภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้น และการมีปฏิสัมพันธ์กันของผู้ใช้พื้นที่
- 4) พฤติกรรมของวัยรุ่น ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมาย ที่เข้ามาใช้พื้นที่บริเวณลานสาธารณะ

#### 4.2.1.2 ประมวลนิยามด้านปฏิบัติการ (Operation Definition)

- 1) สภาพแวดล้อมทางกายภาพ ประกอบด้วย การจัดองค์ประกอบเชิงพื้นที่ และองค์ประกอบต่างๆ โดยแต่ละหัวข้อจะแบ่งเป็นองค์ประกอบย่อยได้ดังนี้
  - การจัดองค์ประกอบเชิงพื้นที่ ได้แก่ ตำแหน่งที่ตั้ง และความเชื่อมต่อกับส่วนอื่นๆ , การเข้าถึง , Zoning, Circulation
  - องค์ประกอบต่างๆ (Design elements) ได้แก่ Street Furniture ประเภทต่างๆ เช่น ที่นั่ง ต้นไม้ น้ำพุ งานศิลปะต่างๆ เช่น ประติมากรรม ป้าย สัญลักษณ์ต่างๆ (graphic design) ชุ้มขายของ
- 2) ลักษณะการใช้พื้นที่ จะศึกษาในส่วนของผู้ใช้พื้นที่ และลักษณะของกิจกรรม โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้
  - ลักษณะของผู้ใช้พื้นที่ เป็นข้อมูลพื้นฐานของผู้ใช้พื้นที่ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา รวมไปถึง ช่วงเวลา และความถี่ในการใช้พื้นที่
  - ลักษณะของกิจกรรมที่เกิดขึ้นในพื้นที่ลานสาธารณะ ซึ่งจากการสำรวจ สามารถแบ่งได้เป็นเพื่อการค้า การพักผ่อน และกิจกรรมที่จัดขึ้นในโอกาสพิเศษต่างๆ
  - พฤติกรรมการใช้พื้นที่ คือพฤติกรรมต่างๆที่ผู้ใช้กระทำ เช่น การยืน เดิน นั่ง มองดูผู้คน พูดคุย และ กิน เป็นต้น

3) สภาพแวดล้อมทางด้านจิตวิทยา จากการทบทวนวรรณกรรมของ Project for Public Spaces, Inc. (PPS) จะได้ตัวแปรในการศึกษาคือ

- ภาพลักษณ์ และความสะอาดสบาย ได้แก่ ความดึงดูด ความสะอาด การดูแลรักษา และความปลอดภัย ในพื้นที่ลานสาธารณะที่มีต่อความรู้สึกของผู้ใช้พื้นที่ รวมไปถึงภาวะความสบายซึ่งมีผลมาจากสภาพภูมิอากาศ

- การมีปฏิสัมพันธ์กันของผู้ใช้พื้นที่ จะศึกษาจากการเข้าร่วมกิจกรรม ความกล้าแสดงออก และจำนวนผู้เข้าใช้พื้นที่

4) พฤติกรรมของวัยรุ่น ที่มีความต้องการเป็นอิสระ ต้องการแสดงออก และการใช้เวลาว่างในการอยู่กับเพื่อนๆ โดยกิจกรรมที่เกิดขึ้นจะเป็นการเที่ยวเตร็ดเตร่อยู่กับกลุ่มเพื่อนในบริเวณศูนย์การค้า โดยจะทำการศึกษาถึงตัวแปรต่างๆดังนี้

- กิจกรรมที่วัยรุ่นทำในการใช้เวลาว่าง ในพื้นที่ลานสาธารณะของศูนย์การค้า
- ความต้องการของวัยรุ่นที่มีต่อพื้นที่ลานสาธารณะ ในด้านองค์ประกอบ
- ความพึงพอใจต่อพื้นที่ (sense of place)

ตัวแปรต่างๆ ที่กล่าวมาสามารถเชื่อมโยงความสัมพันธ์กันได้ดังนี้

ตารางที่ 4.1 แสดงการความสัมพันธ์ของตัวแปรในงานวิจัย

ตัวแปรอิสระ	ตัวแปรตาม
<ul style="list-style-type: none"> <li>● สภาพแวดล้อมทางกายภาพ               <ul style="list-style-type: none"> <li>- การจัดองค์ประกอบเชิงพื้นที่</li> <li>- องค์ประกอบ (design elements)</li> </ul> </li> <li>● สภาพแวดล้อมทางด้านจิตวิทยา               <ul style="list-style-type: none"> <li>- ภาพลักษณ์</li> <li>- การมีปฏิสัมพันธ์ของผู้ใช้พื้นที่</li> </ul> </li> <li>● ลักษณะการใช้พื้นที่               <ul style="list-style-type: none"> <li>- ลักษณะของผู้ใช้พื้นที่</li> <li>- พฤติกรรมการใช้พื้นที่</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● พฤติกรรมของวัยรุ่น               <ul style="list-style-type: none"> <li>- ความต้องการ</li> <li>- ความพึงพอใจ</li> </ul> </li> <li>● กิจกรรมการใช้พื้นที่               <ul style="list-style-type: none"> <li>- ลักษณะของกิจกรรม</li> </ul> </li> </ul>

ตารางที่ 4.2 แสดงรายตัวแปรด้านมโนทัศน์ ด้านปฏิบัติการ และรายละเอียดของตัวแปร

Conceptual variable	Operational variable	Item
สภาพแวดล้อมทางกายภาพ	การจัดองค์ประกอบเชิงพื้นที่	ตำแหน่งที่ตั้ง ความเชื่อมต่อกับส่วนอื่น ๆ การเข้าถึง zoning circulation
	องค์ประกอบต่างๆ (Design Elements)	ที่นั่ง ต้นไม้ งานศิลปะต่างๆ เช่น น้ำพุ ประติมากรรม ป้าย สัญลักษณ์ต่างๆ (graphic design) ชุ้มชายของ
ลักษณะการใช้พื้นที่	ลักษณะผู้ใช้พื้นที่	เพศ อายุ , การศึกษา ช่วงเวลาในการทำกิจกรรม ความถี่ในการใช้พื้นที่
	พฤติกรรมการใช้พื้นที่	การยืน การเดิน การนั่ง การมองดูผู้อื่น การพูดคุย การกิน
	ลักษณะของกิจกรรม	พักผ่อน การค้า กิจกรรมพิเศษ (event)
สภาพแวดล้อมทางจิตวิทยา	ความสบาย และ ภาพลักษณ์ (comfort & image)	ความดึงดูด ความปลอดภัย ความสะอาด , การดูแลรักษา สภาพภูมิอากาศ
	การมีปฏิสัมพันธ์กัน (sociability)	การเข้าร่วมกิจกรรม ความกล้าแสดงออก จำนวนผู้เข้าใช้พื้นที่
พฤติกรรมของวัยรุ่น	ความพอใจ	ความพึงพอใจต่อบรรยากาศของสถานที่ ความชอบ ไม่ชอบ
	ความต้องการ	การส่งเสริมการทำกิจกรรม

## 4.3 การจัดทำเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

### 4.3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัย

ประชากรที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาวิจัย คือ ประชากรที่เป็นผู้ใช้สอยพื้นที่ ที่มีความคุ้นเคย ใกล้ชิดกับสภาพแวดล้อมทางกายภาพของพื้นที่บริเวณเซ็นเตอร์พอยท์ ซึ่งก็คือ วิทยาลัย เป็นผู้ใช้พื้นที่มากที่สุด ลักษณะของประชากรในการศึกษานี้ เป็นประชากรที่มีจำนวนนับได้ไม่ถ้วน (Infinite population) มีหน่วยประชากรเป็น จำนวนคน ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการเลือกตัวอย่าง คือ กลุ่มผู้ใช้สอยพื้นที่ ที่เป็นวิทยาลัย มีอายุระหว่าง 13 – 21 ปี การสุ่มตัวอย่างจะใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (accidental sampling) โดยเลือกจากวิทยาลัยที่เข้ามาตั้งในบริเวณเซ็นเตอร์พอยท์ ซึ่งจะเป็นกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ใช้พื้นที่เป็นเวลานาน

### 4.3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยนี้ประกอบด้วย การสังเกตการณ์ (Observations) และ การใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) ผสมกับการสัมภาษณ์ (Interview)

#### 4.3.2.1 การสังเกตการณ์ (Observations)

การสังเกตการณ์จะทำโดยการถ่ายรูป จดบันทึก ตามหัวข้อในแบบสังเกตการณ์ (Observation chart) (ดูที่ภาคผนวก) และจดบันทึกในแผนผัง (Map Tracing) เพื่อบันทึกข้อมูลที่เป็นลักษณะทางกายภาพของลานสาธารณะ รวมไปถึงข้อมูลของพฤติกรรมที่สังเกตได้

#### 4.3.2.2 แบบสอบถาม และการสัมภาษณ์ (Questionnaires & Interview)

แบบสอบถามจะใช้เพื่อเก็บข้อมูลของผู้ใช้พื้นที่ในเรื่องพฤติกรรม ที่ไม่สามารถสังเกตได้ เช่น ความคิดเห็น ความรู้สึก ความต้องการต่อสภาพแวดล้อมของลานสาธารณะ แบบสอบถามจะมีทั้งคำถามแบบปลายเปิดและปิด โดยที่คำถามแบบปลายปิดนั้น ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลพื้นฐานทั้งจากการวิเคราะห์และทบทวนวรรณกรรม เพื่อนำมากำหนดแนวทางคำตอบที่จะให้ผู้ตอบได้เลือก ส่วนคำถามปลายเปิด ก็จะเปิดโอกาสให้ผู้ตอบสามารถแสดงความคิดเห็น ความต้องการได้เต็มที่ โดยหลังจากที่ผู้ตอบได้ตอบคำถามปลายเปิดแล้ว ผู้วิจัยจะได้ทำการสัมภาษณ์ สอบถามความคิดเห็นเพิ่มเติมนอกเหนือไปจากข้อมูลดังกล่าว เพื่อให้ได้ทราบถึงทัศนคติ ความต้องการที่แท้จริงของผู้ตอบซึ่งเป็นวิทยาลัย เพราะเด็กในวัยนี้จะมีมุมมองที่แตกต่างไปจากผู้ใหญ่มาก

การวิจัยครั้งนี้ได้ทำการแจกแบบสอบถามจำนวน 150 ชุด ได้ทำการแจกในช่วงวันที่ 27 ต.ค. – 9 พ.ย. 2546 ตั้งแต่วันจันทร์ถึงศุกร์ และวันเสาร์-อาทิตย์ 2 สัปดาห์ รวม 9 วัน ระหว่างเวลา 14.00 – 20.00 น. เนื่องจากยังอยู่ในช่วงปิดภาคเรียน จึงทำให้มีวิทยาลัยมาใช้พื้นที่เกือบทุกวัน และเพิ่มมากขึ้นในวันเสาร์ ,อาทิตย์ และผู้วิจัยเลือกที่จะแจกในวันที่ไม่มีการจัดกิจกรรมพิเศษ เนื่องจากจะมีผู้ใช้พื้นที่มากกว่าปกติมาก

ตารางที่ 4.3 แสดงตัวแปรและเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

ตัวแปร		การวัดตัวแปร	Literature	Observation	Questionnaire	Interview
ลักษณะผู้ใช้พื้นที่		เพศ อายุ การศึกษา เวลาที่มาใช้พื้นที่ ความถี่ในการใช้พื้นที่		○ ○ ○ ○ ○	○ ○ ○ ○ ○	
การใช้พื้นที่ และกิจกรรม	พฤติกรรมการใช้พื้นที่	ผู้ใช้พื้นที่ทำอะไรบ้าง นั่ง / ยืน / เดิน / มองดูผู้อื่น / พูดคุย / กิน ตำแหน่งบริเวณที่ใช้พื้นที่		○ ○ ○	○ ○ ○	○
	ลักษณะของกิจกรรม	ประเภทของร้านค้า ประเภทของกิจกรรม		○ ○	○ ○	○ ○
	การจัดองค์ประกอบ เชิงพื้นที่	ตำแหน่งที่ตั้ง ขอบเขต การเชื่อมต่อ การเข้าถึง การแบ่งพื้นที่การใช้งาน (zoning) การสัญจร (circulation) ทางเดิน (paving)	○ ○ ○ ○	○ ○ ○ ○ ○	○ ○	
	องค์ประกอบต่างๆ	Street furniture ที่นั่ง / ต้นไม้ / น้ำพุ / ประติมากรรม / ป้าย		○ ○	○ ○	
ความสบายและ ภาพลักษณ์		ความดึงดูด ความปลอดภัย ความสะอาดและการดูแลรักษา สภาพภูมิอากาศ	○	○ ○ ○	○ ○ ○	○ ○ ○
การมีปฏิสัมพันธ์		การเข้าร่วมกิจกรรม ความกล้าแสดงออก จำนวนผู้เข้าใช้พื้นที่		○	○ ○	○ ○
ความพอใจ และ ความต้องการ		ความชอบ, ไม่ชอบ ความต้องการเพิ่ม, ลด ทัศนคติต่อพื้นที่			○ ○	○ ○ ○

#### 4.4 การวิเคราะห์และสรุปผล

เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลต่างๆ ตามวิธีการและเครื่องมือที่ได้กล่าวมาแล้ว ก็จะนำข้อมูลมาวิเคราะห์ โดยแบ่งเป็น

4.4.1 ข้อมูลที่เป็นข้อมูลเชิงคุณภาพ ซึ่งได้แก่ทัศนคติ ความคิดเห็น จะใช้วิธีการวิเคราะห์และการสังเคราะห์ นำเสนอในรูปแบบเชิงพรรณนา

4.4.2 ข้อมูลที่เป็นเชิงปริมาณ จะใช้การวิเคราะห์ทางสถิติ โดยการนับคะแนนและประมวลผลด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for Social Science) การแสดงผลใช้เป็นตารางแสดงความถี่ และการจัดอันดับ เพื่อนำมาเป็นข้อพิจารณา

จากนั้นจึงนำผลที่ได้จากการวิเคราะห์ข้างต้นมาสรุป เพื่อนำไปเป็นข้อเสนอแนะแนวทางในการออกแบบสถานสาธารณะเพื่อวัยรุ่น

## บทที่ 5

# ผลการวิจัยและการวิเคราะห์

ผลการวิจัยที่จะนำมาอภิปรายนี้ จะเป็นการรวบรวมการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากทั้งแบบสอบถาม การสัมภาษณ์ และการสังเกตการณ์ เพื่อตอบคำถามและวัตถุประสงค์การวิจัย โดยแบ่งเป็นหัวข้อต่างๆตามตัวแปรดังนี้

1. ลักษณะทั่วไปของผู้ใช้พื้นที่
2. การใช้พื้นที่และกิจกรรม
3. ภาพลักษณ์ของสถานที่ และความสะอาดภายในการใช้
4. การมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม
5. ความต้องการและความพึงพอใจของผู้ใช้พื้นที่

### 5.1 ลักษณะทั่วไปของผู้ใช้พื้นที่

จากแบบสอบถามจะแบ่งเป็น คุณลักษณะของผู้ตอบ โดยแบ่งเป็นเพศ อายุ ระดับการศึกษา และช่วงเวลา ความถี่ในการใช้พื้นที่ของกลุ่มตัวอย่าง รวมไปถึงวัตถุประสงค์ของการเข้ามาใช้พื้นที่ ในแต่ละหัวข้อจะมีรายละเอียดดังนี้

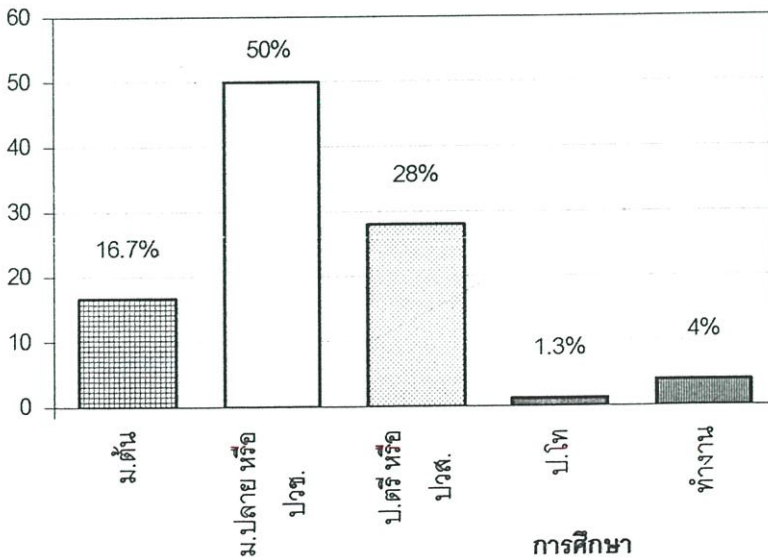
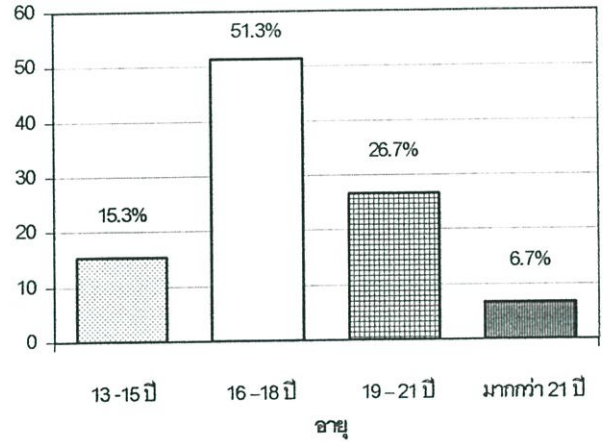
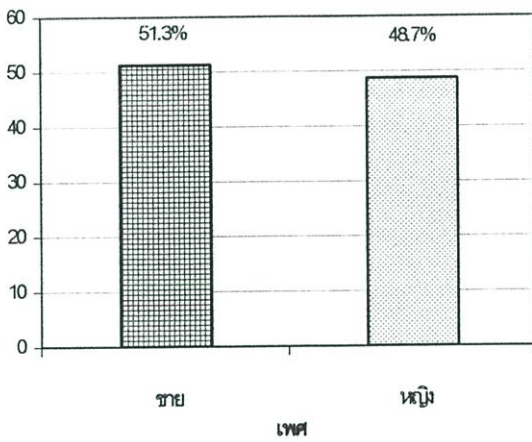
**คุณลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง** เป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับชั้นที่กำลังศึกษาอยู่

ตารางที่ 5.1 แสดง เพศ อายุ และระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง

อายุ	เพศ		รวม	ร้อยละ
	ชาย	หญิง		
13 -15 ปี	5	18	23	15.3%
16 –18 ปี	43	34	77	51.3%
19 – 21 ปี	22	18	40	26.7%
มากกว่า 21 ปี	7	3	10	6.7%
รวม	77	73	150	100

ตารางที่ 5.1 (ต่อ)

คุณลักษณะ	การจำแนกกลุ่มตัวอย่าง	จำนวน	ร้อยละ
ระดับการศึกษา	เรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น	25	16.7%
	เรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช.	75	50%
	เรียนปริญญาตรี หรือ ปวส.	42	28%
	เรียนปริญญาโท	2	1.3%
	ทำงาน	6	4%
	รวม	150	100



ภาพที่ 5.1 แผนภูมิแสดงคุณลักษณะ (เพศ อายุ การศึกษา) ของกลุ่มตัวอย่าง

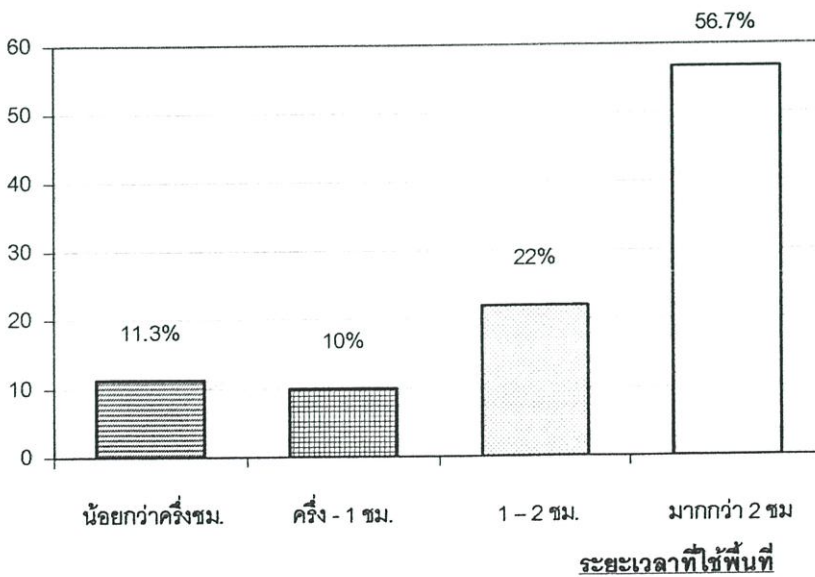
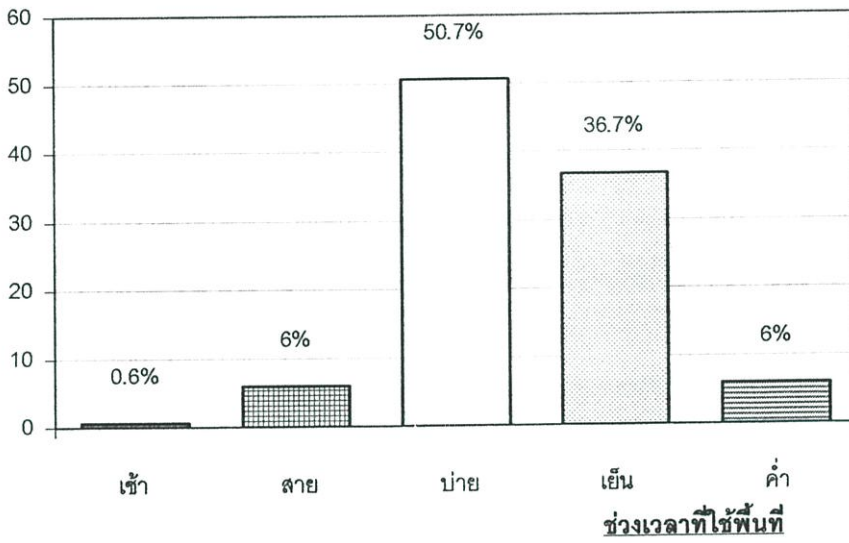
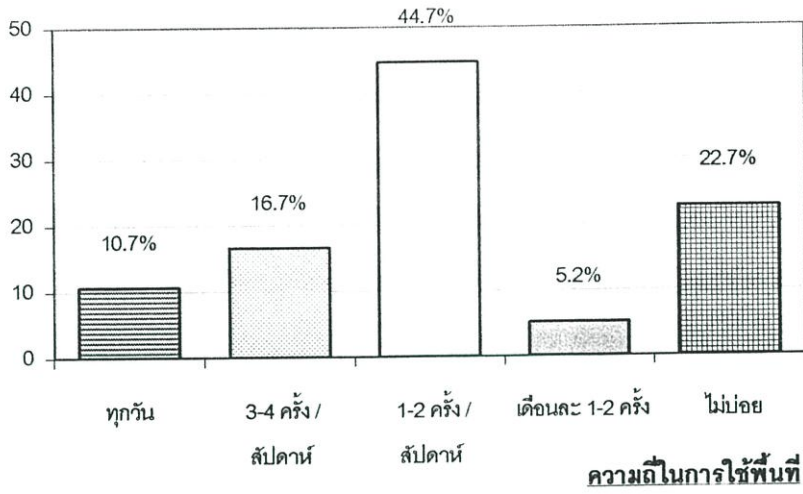
จากข้อมูลพบว่า กลุ่มวัยรุ่นซึ่งเป็นผู้ใช้พื้นที่หลักในเซ็นเตอร์พอยท์ มีอายุอยู่ในช่วง 13 – 21 ปี โดยจะเป็นช่วงวัยรุ่นตอนกลาง คือมีอายุระหว่าง 16 – 18 ปี มากที่สุดถึง 51.3% อายุระหว่าง 19 – 21 ปี 26.7% และอายุ 13 – 15 ปี 15.3% ตามลำดับ ซึ่งจะสัมพันธ์กับระดับการศึกษา คือจะเป็นนักเรียนที่ศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมปลาย หรือปวช. มากที่สุด คือ 50% (มีอายุระหว่าง 16-18 ปี) ศึกษาชั้นปริญญาตรี หรือปวส. 28% (มีอายุระหว่าง 19-21 ปี) และศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมต้น 16.7% (มีอายุระหว่าง 13-15 ปี)

เพศของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งชายและหญิง มีจำนวนใกล้เคียงกันคือ เพศชาย 51.3% (77 คน) และเพศหญิง 48% (73 คน) จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 150 คน

**ช่วงเวลาและความถี่ในการใช้พื้นที่** คำถามเพื่อใช้ในการหาข้อมูลความถี่ในการใช้พื้นที่จะแบ่งเป็น ความถี่ในการมาใช้พื้นที่, ช่วงเวลาที่เข้ามาใช้พื้นที่ และจำนวนเวลาที่ใช้พื้นที่

ตารางที่ 5.2 แสดงความถี่ของพฤติกรรมกรเข้าใช้พื้นที่ของกลุ่มตัวอย่าง

รายละเอียด	การแจกแจง	จำนวน	ร้อยละ
ความถี่ในการใช้พื้นที่	ทุกวัน	16	10.7%
	3-4 ครั้ง / สัปดาห์	25	16.7%
	1-2 ครั้ง / สัปดาห์	67	44.7%
	เดือนละ 1-2 ครั้ง	8	5.2%
	ไม่บ่อย	34	22.7%
ช่วงเวลาที่ใช้พื้นที่	เช้า (7.00-10.00)	1	0.6%
	สาย (10.00-13.00)	9	6%
	บ่าย (13.00-16.00)	76	50.7%
	เย็น (16.00-19.00)	55	36.7%
	ค่ำ (19.00-21.00)	9	6%
ระยะเวลาที่ใช้พื้นที่	น้อยกว่า ½ ชม.	17	11.3%
	½ - 1 ชม.	15	10%
	1 - 2 ชม.	33	22%
	มากกว่า 2 ชม.	85	56.7%
	รวม	150	100



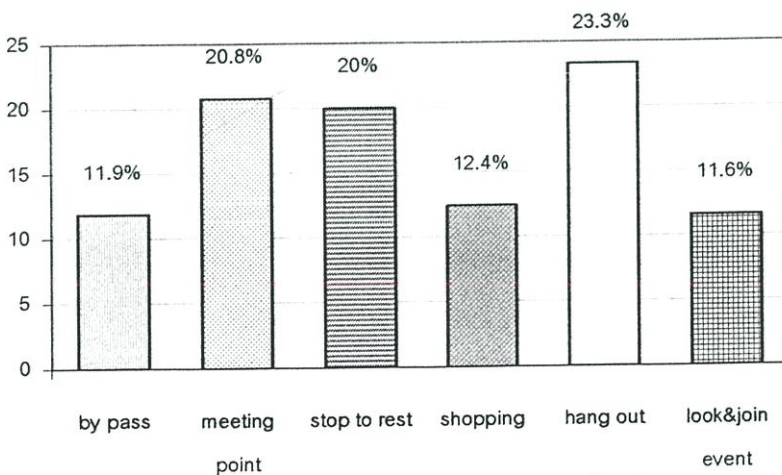
ภาพที่ 5.2 แผนภูมิแสดงความถี่ของพฤติกรรมการใช้พื้นที่ของกลุ่มตัวอย่าง

วัยรุ่นที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะเข้ามาใช้พื้นที่เซ็นเตอร์พอยท์ ประมาณ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็น 44.7% ส่วนมากตอบว่าเป็นวันเสาร์-อาทิตย์ ซึ่งจากผลสังเกตการณ์ ก็พบว่ามีวัยรุ่นมาใช้พื้นที่ในวันเสาร์และอาทิตย์ มากกว่าวันธรรมดา โดยช่วงเวลาที่กลุ่มตัวอย่างเข้ามาใช้พื้นที่กันมากคือช่วงบ่ายไปจนถึงเย็น คือช่วงเวลาบ่าย (13.00-16.00) 50.7% และช่วงเวลาเย็น (16.00-19.00) 36.7% จากการสังเกตก็พบว่า มีกลุ่มวัยรุ่นมาใช้พื้นที่ตั้งแต่ช่วงบ่าย 3 โมงเย็นเป็นต้นไป และเพิ่มมากขึ้นในช่วงเย็น ซึ่งน่าจะเป็นผลมาจากที่ว่าเป็นช่วงเวลาเลิกเรียน และพื้นที่บริเวณลานน้ำพุเริ่มจะไม่มีแดดส่อง พื้นที่ได้รับร่มเงาจากอาคารพาณิชย์ และต้นไม้ อีกทั้งสภาพอากาศในช่วงเย็นจะเย็นสบายกว่า ทำให้ในช่วงเย็น มีทั้งวัยรุ่นและกลุ่มผู้ใช้วัยอื่นๆ เข้ามาใช้พื้นที่เซ็นเตอร์พอยท์เป็นจำนวนมาก ซึ่งโดยมากจะเข้ามานั่งพักผ่อนที่ขอบบ่อน้ำพุ และที่นั่งใต้ต้นไม้

**วัตถุประสงค์ในการเข้ามาใช้พื้นที่** กลุ่มตัวอย่างจะเลือกคำตอบว่ามาที่เซ็นเตอร์พอยท์เพื่อทำอะไรบ้าง โดยเลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ และนำคำตอบมาวิเคราะห์โดยการหาผลรวมทั้งหมด ได้ผลดังนี้

ตารางที่ 5.3 แสดงวัตถุประสงค์ในการเข้าใช้พื้นที่ของกลุ่มตัวอย่าง

วัตถุประสงค์	คะแนน	ร้อยละ
ใช้เป็นทางผ่าน	44	11.9%
ใช้เป็นที่นั่งพบ	77	20.8%
ใช้เป็นที่ยุุดพัก	74	20%
เพื่อซื้อของจากร้านค้าใน Center Point	46	12.4%
ใช้เป็นที่พักปะสังสรรค์กับเพื่อนๆ	86	23.3%
เพื่อดู หรือร่วมกิจกรรม	43	11.6%
รวม	370	100%



ภาพที่ 5.3 แผนภูมิแสดงวัตถุประสงค์ในการเข้าใช้พื้นที่ของกลุ่มตัวอย่าง

วัตถุประสงค์หลัก 3 ข้อแรก ที่วัยรุ่นกลุ่มตัวอย่างเข้ามาใช้พื้นที่เซ็นเตอร์พอยท์คือ ใช้เป็นที่พบปะสังสรรค์กับเพื่อนๆ 23.3% ใช้เป็นสถานที่นัดพบ 20.8% และมาเพื่อหยุดพัก 20%

## 5.2 การใช้พื้นที่และ กิจกรรม

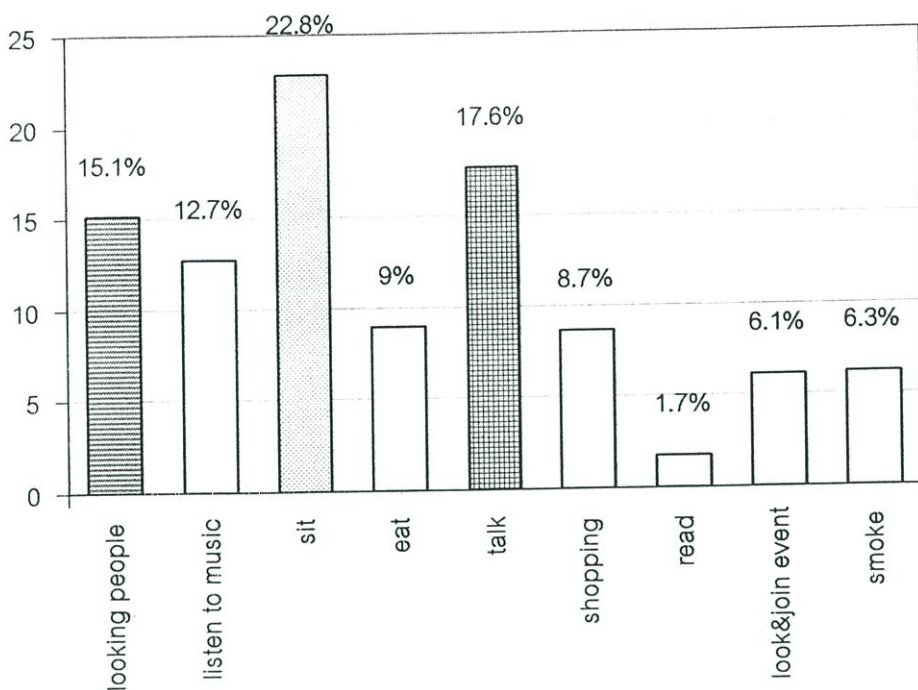
ในหัวข้อการใช้พื้นที่และกิจกรรมนี้ จะวิเคราะห์ในเรื่อง การใช้พื้นที่เชิงพฤติกรรมที่มีผลต่อลักษณะทางกายภาพ ตามพฤติกรรมและกิจกรรมที่เกิดขึ้น ซึ่งในการวิเคราะห์จะนำข้อมูลจากทั้งแบบสอบถาม การสัมภาษณ์ และการสังเกต มาประกอบกัน

การวิเคราะห์ผลจากแบบสอบถามในข้อที่ถามว่า คุณมักจะทำอะไรบ้างเมื่ออยู่ที่เซ็นเตอร์พอยท์ โดยจะให้กลุ่มตัวอย่างเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ คล้ายกับคำถามในข้อวัตถุประสงค์พบว่า กิจกรรมหลักที่กลุ่มตัวอย่างมักจะทำเมื่อมาที่เซ็นเตอร์พอยท์ คือ การนั่ง (22.8%) และพูดคุย (17.6%) นอกจากนั้นยังมีการดูคนอื่นๆ (15.1%) และฟังดนตรี (12.7%)

ตารางที่ 5.4 แสดงพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างในเซ็นเตอร์พอยท์

พฤติกรรม	คะแนน	ร้อยละ
ดูคนอื่นๆ	87	15.1%
ฟังและดู music video จาก Shaker Screen	73	12.7%
นั่งเล่น	131	22.8%
กิน	52	9%
คุยกับเพื่อนๆ หรือคนอื่น	101	17.6%
เดิน shopping	50	8.7%
อ่านหนังสือ นิตยสาร	10	1.7%
ดู และเข้าร่วมกิจกรรมพิเศษ เช่น คอนเสิร์ต ,เกม	35	6.1%
สูบบุหรี่	36	6.3%
รวม	575	100%

จะเห็นว่าวัยรุ่นกลุ่มตัวอย่างมักจะนิยมมานั่งเล่นที่เซ็นเตอร์พอยท์มากที่สุด โดยกิจกรรมที่เกิดขึ้นระหว่างนั้นก็จะมีพูดคุยสังสรรค์กัน การดูคนอื่นๆ และฟังดนตรีจาก Shaker Screen

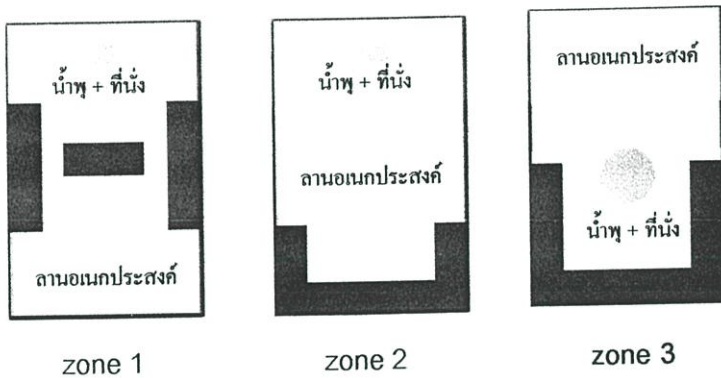


ภาพที่ 5.4 แผนภูมิแสดงพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างในเซ็นเตอร์พอยท์

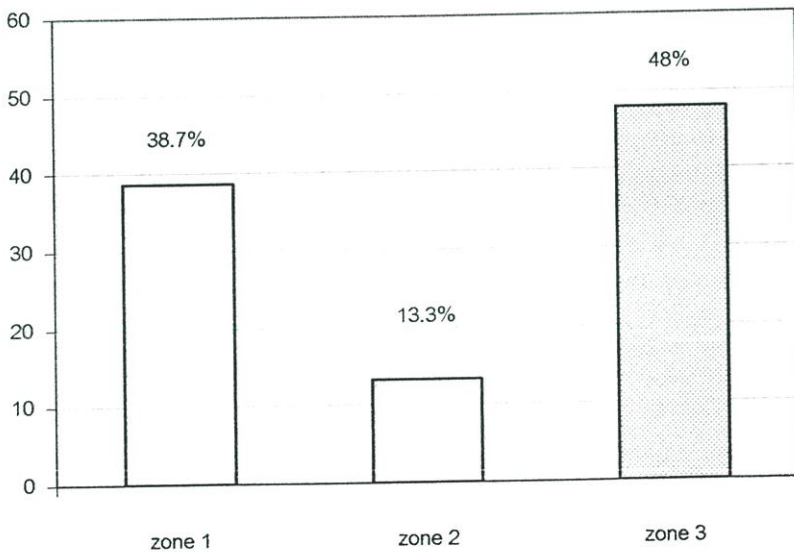
ซึ่งผลจากการสังเกตการณ์ ก็พบว่า มีวัยรุ่นเข้ามานั่งจับกลุ่มคุยกันในเซ็นเตอร์พอยท์เป็นเวลานาน บางกลุ่มจะสั่งเครื่องดื่ม แล้วก็นั่งคุยกันเป็นเวลานาน บางกลุ่มก็ใช้เป็นที่นัดพบ รอเพื่อน แวะเวียนมาหา บางกลุ่มก็แวะเข้ามานั่งพัก หลังจากการเดิน shopping ในสยามสแควร์ และพบเด็กวัยรุ่นเข้ามานั่งเพื่อดู และแบ่งรูปที่ถ่ายจากร้านถ่ายรูป digital ซึ่งมีอยู่ในบริเวณรอบๆ เป็นจำนวนมาก นอกจากนั้น การสังเกตยังพบอีกว่า กิจกรรมที่เกิดขึ้นระหว่างนี้ นอกจากจะมีการพูดคุย กิน และฟังเพลงแล้ว ยังมีกลุ่มวัยรุ่นให้ความสนใจกับการดูและเล่นเกมที่ถ่ายทอดไปยังจอ Shaker Screen พฤติกรรมที่พบมากจากผลการสังเกตคือ การสูบบุหรี่ ซึ่งมีทั้งเด็กวัยรุ่นชายและหญิง แต่ผลจากแบบสอบถามกลับมีเพียง 6.3% เท่านั้น อาจเป็นเพราะว่าผู้ตอบไม่อยากจะเลือกคำตอบในข้อนี้ เนื่องจากในบริเวณเซ็นเตอร์พอยท์ จะมีป้ายห้ามนักเรียนในเครื่องแบบสูบบุหรี่ติดอยู่

ในการวิเคราะห์เรื่องการใช้พื้นที่และกิจกรรมนี้ ได้มีการถามความเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อลักษณะการจัดพื้นที่ และกิจกรรม ตามความต้องการของผู้ใช้พื้นที่ มีรายละเอียดต่างๆดังนี้

จากการวิเคราะห์ข้อมูลในบทที่ 3 ผู้วิจัยได้แบ่งการจัดพื้นที่ (Zoning) ออกเป็น 3 ส่วน คือส่วนลานน้ำพุและที่นั่ง , ส่วนร้านค้า , ส่วนลานอเนกประสงค์ ผู้วิจัยได้จัดวางพื้นที่ในลักษณะต่างๆกัน 3 แบบ โดยการสลับตำแหน่งกัน แล้วให้กลุ่มตัวอย่างเลือก (ดูรูปประกอบ)



ภาพที่ 5.5 ลักษณะของการจัดพื้นที่แบบต่าง (Zoning)



ภาพที่ 5.6 แผนภูมิแสดงลักษณะของการ Zoning ตามความต้องการของกลุ่มตัวอย่าง

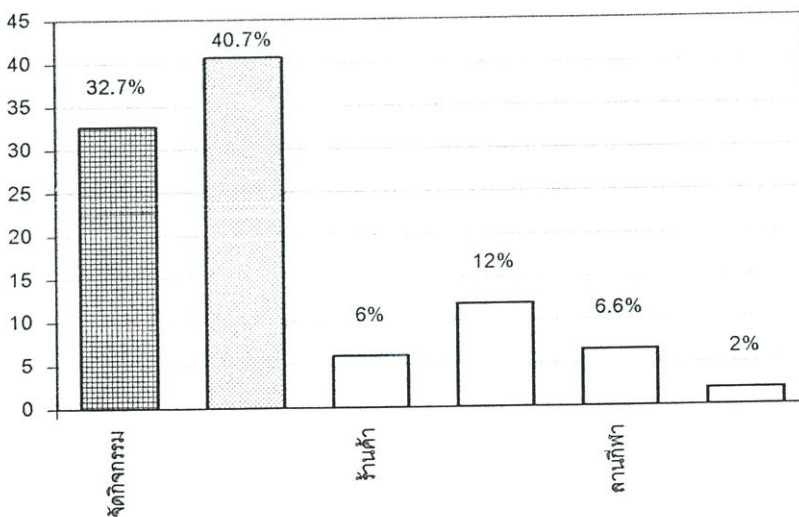
พบว่า วิทยุกลุ่มตัวอย่างเลือกการจัดพื้นที่ในแบบที่ 3 มากที่สุด (48%) ซึ่งจะเป็นการจัดพื้นที่โดยรวมเอา ลานอเนกประสงค์ กับลานน้ำพุ และที่นั่งไว้ด้วยกัน ผลจากการสัมภาษณ์เพิ่มเติม กลุ่มตัวอย่างต้องการให้ ลานอเนกประสงค์เป็นพื้นที่เปิดโล่ง ไม่มีการติดตั้งเวทีถาวรเหมือนในลักษณะปัจจุบัน ส่วนในแบบที่ 1 (38.7%) จะเป็นแบบที่ใกล้เคียงกับลักษณะการจัดพื้นที่ในปัจจุบัน คือมี

ลานน้ำพุ กับลานอเนกประสงค์แยกออกจากกันด้วยพื้นที่ร้านค้า แต่มีความต่อเนื่องของพื้นที่ 2 ส่วนมากกว่าเดิม โดยจากการสัมภาษณ์เพิ่มเติม กลุ่มตัวอย่างต้องการให้พื้นที่ร้านค้าที่กั้นพื้นที่ 2 ส่วนนี้เป็นร้านกึ่งเปิดโล่งสำหรับเป็นร้านขายเครื่องดื่ม อาหารว่างที่มีที่นั่งกลางแจ้งด้วย ในส่วนลานอเนกประสงค์ก็ไม่ต้องการให้มีเวทีที่ติดตั้งถาวรเช่นกัน

สำหรับลักษณะของการใช้พื้นที่ จะทำการวิเคราะห์จากการให้กลุ่มตัวอย่างตอบคำถามว่า ต้องการให้มีการใช้พื้นที่อย่างไร โดยในแบบสอบถามจะอ้างถึงพื้นที่ในส่วนลานอเนกประสงค์ ซึ่งในวันที่ไม่มีการจัดกิจกรรมพิเศษ หรือคอนเสิร์ต จะไม่ค่อยมีคนเข้าไปใช้พื้นที่ในส่วนนี้ จึงถือได้ว่าพื้นที่ส่วนนี้เป็นพื้นที่เปิดโล่งแห่งหนึ่งในเซ็นเตอร์พอยท์ แล้วให้วัยรุ่นกลุ่มตัวอย่างคิดจินตนาการว่า ต้องการให้พื้นที่ส่วนนี้เป็นอย่างไร แล้วจึงนำคำตอบมาจัดกลุ่ม ได้ผลดังนี้

ตารางที่ 5.5 แสดงลักษณะการใช้พื้นที่ตามความต้องการของกลุ่มตัวอย่าง

ลักษณะการใช้พื้นที่	จำนวน	ร้อยละ
จัดกิจกรรม	49	32.7%
จัดพื้นที่สำหรับนั่ง	61	40.7%
ร้านค้า	9	6%
ร้านขายเครื่องดื่ม	18	12%
ลานกีฬา	10	6.6%
เปิดโล่ง	3	2%
รวม	150	100%



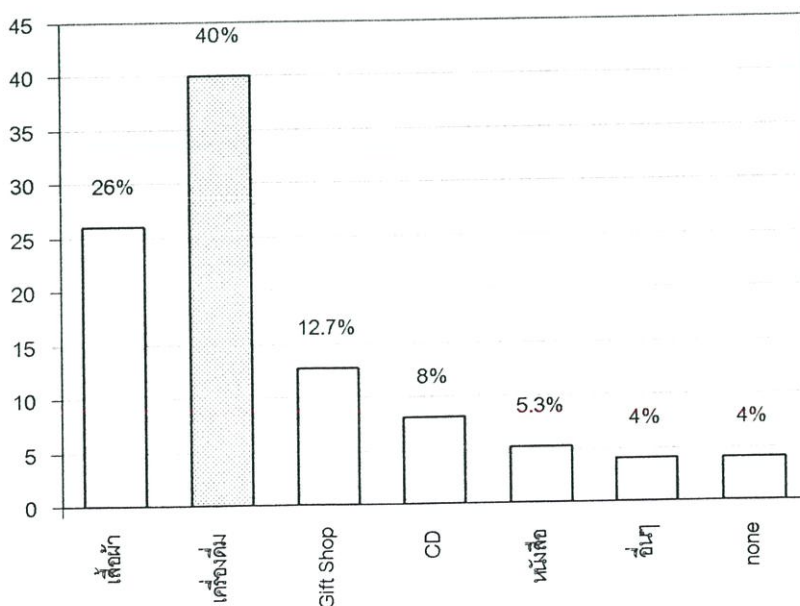
ภาพที่ 5.7 แผนภูมิแสดงลักษณะการใช้พื้นที่ตามความต้องการของกลุ่มตัวอย่าง

วัยรุ่นกลุ่มตัวอย่างต้องการให้มีการจัดพื้นที่เพื่อให้ได้เข้ามาใช้ประโยชน์ได้ โดยให้มีการจัดที่นั่ง น้ำพุ ปลูกต้นไม้ และทำที่กันแดด (40.7%) รองลงมาคือ การจัดพื้นที่สำหรับใช้ประกอบกิจกรรมต่างๆ (32.7%) เช่น การแสดงคอนเสิร์ต เป็นลานสำหรับเต้น HIP HOP จัดนิทรรศการหมุนเวียน หรือใช้พื้นที่เป็นลานกีฬาประเภท Extreme เช่นลานสเก็ตบอร์ด

ในส่วนของกิจกรรมการค้า ซึ่งเป็นอีกกิจกรรมหนึ่งที่ช่วยส่งเสริมให้มีคนเข้ามาใช้พื้นที่ในเซ็นเตอร์พอยท์ นอกจากกิจกรรมเพื่อการพักผ่อน และยังถือเป็นกิจกรรมหลักสำหรับศูนย์การค้าสยามสแควร์ โดยให้กลุ่มตัวอย่างตอบว่าต้องการให้มีร้านค้าประเภทใดบ้างในเซ็นเตอร์พอยท์

ตารางที่ 5.6 แสดงประเภทของร้านค้าตามความต้องการของกลุ่มตัวอย่าง

ประเภทของร้านค้า	จำนวน	ร้อยละ
เสื้อผ้า	39	26%
เครื่องดื่ม อาหารว่าง	60	40%
Gift Shop	19	12.7%
CD music / game	12	8%
หนังสือ	8	5.3%
อื่นๆ	6	4%
ไม่ต้องการร้านค้า	6	4%
รวม	150	100%



ภาพที่ 5.8 แผนภูมิแสดงประเภทของร้านค้าตามความต้องการของกลุ่มตัวอย่าง

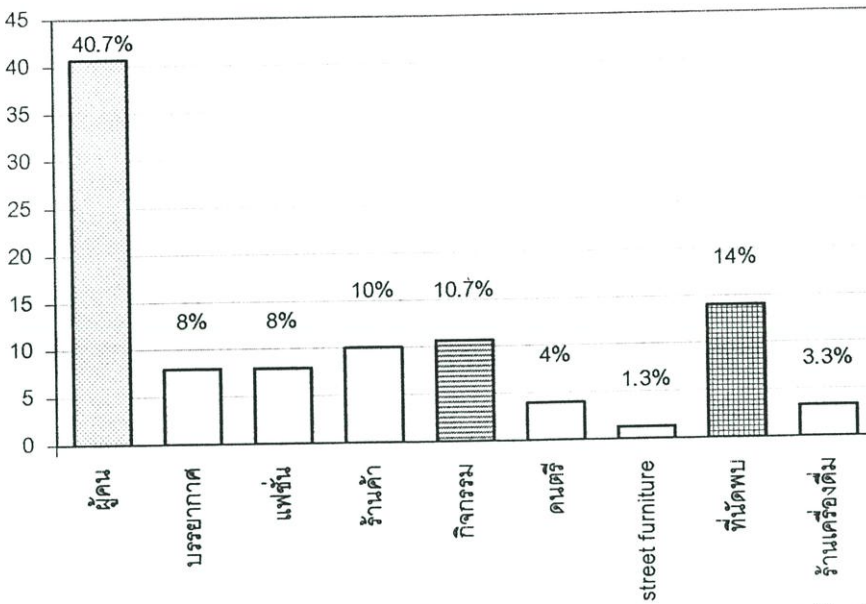
วัยรุ่นกลุ่มตัวอย่างต้องการให้มีร้านขายเครื่องดื่มหรืออาหาร (40%) และร้านขายเสื้อผ้าแฟชั่น (26%) มากที่สุด โดยกลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่า ร้านขายเครื่องดื่มควรมี โต๊ะ เก้าอี้ ตั้งไว้บริการนอกร้าน และขายในราคาไม่แพงจนเกินไป เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับผลที่ได้จากการสำรวจพบว่า มีร้านขายเครื่องดื่ม อาหารว่าง 4 ร้าน จากจำนวนร้านค้า 32 ร้าน โดยตั้งอยู่ตรงกลางระหว่างแนวของร้านค้าที่อยู่ด้านข้างทั้ง 2 ด้าน ร้านค้าส่วนใหญ่จะเป็นร้านขายเสื้อผ้าเกือบทั้งหมด มีร้าน Gift Shop ประมาณ 4-5 ร้าน

### 5.3 ภาพลักษณ์ของสถานที่ และความสะดวกสบายในการใช้

ในการวิเคราะห์เรื่อง ภาพลักษณ์นั้น จะพิจารณาถึงว่า พื้นที่ที่มีความดึงดูดต่อกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้มากเพียงใด และอย่างไร จากการสัมภาษณ์ทำให้ทราบว่า ภาพลักษณ์ของเซ็นเตอร์พอยท์ที่ดึงดูดให้วัยรุ่นเข้ามาใช้พื้นที่มากที่สุด ก็คือ กลุ่มคนที่เป็นวัยรุ่นด้วยกัน (40.7%) นอกจากนั้นก็จะเป็นการที่เซ็นเตอร์พอยท์เป็นที่นัดพบ (14%) สามารถใช้เป็น Landmark หรือจุดนัดพบได้ง่าย และเซ็นเตอร์พอยท์ยังเป็นแหล่งของกิจกรรมต่างๆของวัยรุ่น (10.7%) ไม่ว่าจะ เป็นคอนเสิร์ต การประกวดดนตรี การเปิดตัวศิลปิน การจัดงานเปิดตัวสินค้า หรือกิจกรรมขององค์กร มูลนิธิต่างๆ

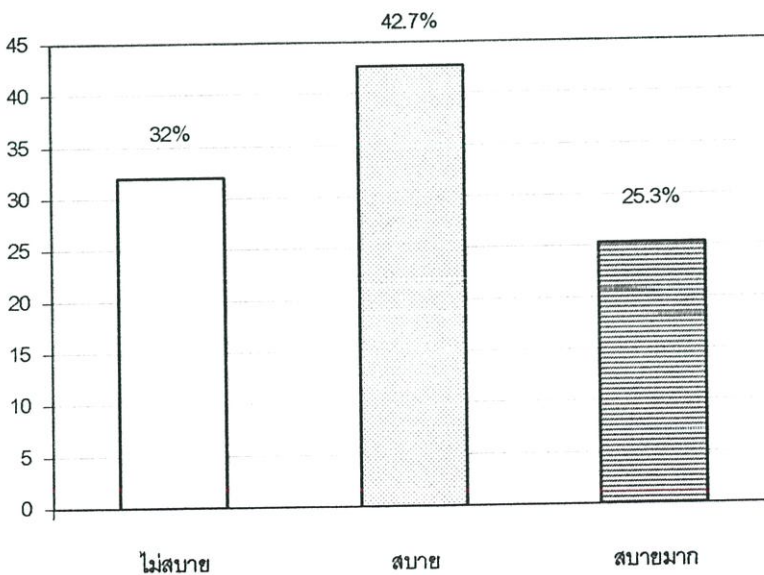
ตารางที่ 5.7 แสดงลักษณะที่ดึงดูดใจให้กลุ่มตัวอย่างเข้ามาใช้พื้นที่

สิ่งดึงดูด	จำนวน	ร้อยละ
ผู้คน	61	40.7%
บรรยากาศ	12	8%
แฟชั่น	12	8%
ร้านค้า	15	10%
กิจกรรม	16	10.7%
ดนตรี	6	4%
street furniture	2	1.3%
ที่นัดพบ	21	14%
ร้านเครื่องดื่ม	5	3.3%
รวม	150	100%



ภาพที่ 5.9 แผนภูมิแสดงลักษณะที่ดึงดูดใจให้กลุ่มตัวอย่างเข้ามาใช้พื้นที่

สำหรับเรื่องความสบายนั้น จะพิจารณาจากภาวะความสบายจากสภาพภูมิอากาศเป็นหลัก เนื่องจากเซ็นเตอร์พอยท์ เป็นลานสาธารณะที่อยู่ในศูนย์การค้าแบบเปิดโล่ง สภาพภูมิอากาศจึงเป็นส่วนที่มีผลกระทบอย่างยิ่ง ผู้วิจัยจะถามถึงภาวะความสบายของผู้ใช้พื้นที่ก่อนว่ารู้สึกอย่างไร ซึ่งกลุ่มตัวอย่างตอบว่า รู้สึกสบาย 42.7% และรู้สึกสบายมาก 25.3% ส่วนที่บอกว่ารู้สึกไม่สบายมีถึง 32%



ภาพที่ 5.10 แผนภูมิแสดงความรู้สึกสบายที่กลุ่มตัวอย่างมีต่อพื้นที่

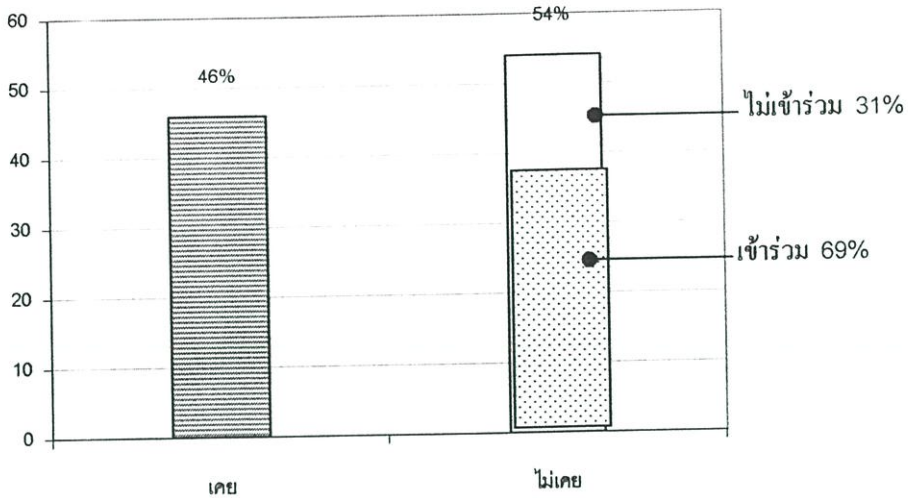
เมื่อผู้วิจัยสอบถามถึงเหตุผลต่อความรู้สึกนั้นๆ พบว่า สำหรับผู้ที่ตอบว่ารู้สึกสบาย เป็นเพราะว่า ที่เซ็นเตอร์พอยท์มีต้นไม้ใหญ่พอที่จะให้ร่มเงาสำหรับหลบแดดได้ และยังมีลมพัดให้ความเย็นสบายบ้างพอสมควร ถึงแม้ว่าสภาพอากาศโดยทั่วไปจะร้อนมากก็ตาม ผู้ที่ตอบว่าไม่รู้สึกสบายนั้นก็เนื่องมาจากรู้สึกว่าอากาศร้อนมาก ต้องการเข้าไปหลบอากาศร้อนตามร้านที่มีเครื่องปรับอากาศมากกว่า ที่นั่งที่มีต้นไม้ หรือที่บังแดดก็มีจำนวนน้อย ไม่สามารถรองรับคนได้เพียงพอ ดังนั้นจึงเลือกที่จะมาที่เซ็นเตอร์พอยท์ ในช่วงเย็นซึ่งไม่มีแดดแล้ว จะเห็นว่าคำถามนี้จะมีส่วนสัมพันธ์กับคำถามเรื่องช่วงเวลาที่ถูกกลุ่มตัวอย่างเลือกมาใช้พื้นที่เซ็นเตอร์พอยท์ ที่ปรากฏผลว่าจะมาในช่วงบ่ายและเย็น จากการสังเกตในพื้นที่พบว่า พื้นที่บริเวณลานน้ำพุจะมีแดดตั้งแต่ช่วงเวลาประมาณ 10.00 – 15.00 น. ซึ่งถ้าเป็นวันที่มีแดดจัด ก็จะมีคนมานั่งเฉพาะในส่วนที่เป็นร่มเงาของต้นไม้และ พื้นที่ในด้านที่ได้ร่มเงาจากอาคารพาณิชย์ด้านข้าง จำนวนคนจะมีไม่มากนัก ยกเว้นในวันที่มีการจัดกิจกรรม ทางผู้จัดก็จะนำเด็กร่วมกันแดด มาติดตั้งเพิ่ม

ผู้วิจัยได้ตั้งคำถามอีกข้อถึงสภาพอากาศ โดยถามว่ากลุ่มตัวอย่างคิดว่าสภาพอากาศมีผลต่อความสบาย ในระหว่างที่ใช้พื้นที่หรือไม่ ปรากฏว่ากลุ่มตัวอย่าง 86% ตอบว่าใช่ และได้ทำการสัมภาษณ์เพิ่มเติมว่ามีผลอย่างไร ส่วนมากจะตอบว่า ถ้ามีแดดจัด หรือฝนตก ก็จะไม่สามารถมาใช้พื้นที่ได้เลย ดังนั้นจะเลือกเข้ามาที่เซ็นเตอร์พอยท์ ในช่วงที่แดดไม่ร้อนมาก คือตั้งแต่ช่วงบ่าย จบถึงช่วงเย็น

#### 5.4 การมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Sociability)

ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับเรื่องทางสังคม จะวิเคราะห์จากการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม การเข้าร่วมกิจกรรม และการรวมกลุ่มกันของผู้ใช้พื้นที่ โดยจะถามถึงโอกาสในการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ของวัยรุ่นกลุ่มตัวอย่าง พบว่าวัยรุ่นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 46% เคยเข้าร่วมในกิจกรรมต่างๆ ที่จัดขึ้นบริเวณเซ็นเตอร์พอยท์ ไม่ว่าจะเป็นคอนเสิร์ต การร่วมเล่นเกม การขอเพลงจากวีเจ สำหรับผู้ที่ไม่เคยเข้าร่วมกิจกรรมเลยนั้น ผู้วิจัยก็ได้ถามต่อไปว่า ถ้ามีโอกาส จะเข้าร่วมกิจกรรมหรือไม่ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 89% จากผู้ที่ไม่เคยเข้าร่วมกิจกรรมใดๆ ตอบว่าอยากเข้าร่วมทำกิจกรรมเหล่านั้น (ดูภาพที่ 5.11 ประกอบ)

มีวัยรุ่นกลุ่มตัวอย่างถึง 67.3 % ที่รู้สึกว่าเมื่อมาที่เซ็นเตอร์พอยท์ ตนเองจะมีความกล้าแสดงออกมากขึ้น และเมื่อสัมภาษณ์เพิ่มเติม ก็พบว่า วัยรุ่นกลุ่มตัวอย่างคิดว่าพวกเขาได้จะมีโอกาสรู้จักเพื่อนใหม่ ได้พบปะสังสรรค์กับเพื่อนกลุ่มเดิม รู้สึกเป็นอิสระ มีความกล้าที่จะแสดงออกเมื่อได้อยู่ในสถานที่ที่เขาารู้สึกคุ้นเคย และรู้สึกว่าเป็นสถานที่สำหรับพวกเขา



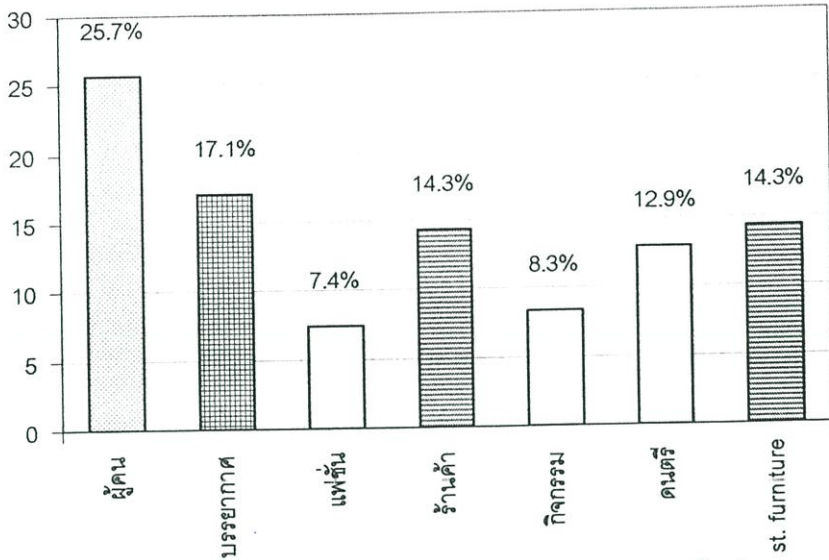
ภาพที่ 5.11 แผนภูมิแสดงถึงโอกาสที่กลุ่มตัวอย่างได้เข้าร่วมกิจกรรม

ส่วนผลจากการสังเกต พบว่า ผู้มาใช้พื้นที่จะมักเป็นกลุ่มประมาณ 3-4 คน จะพบเป็นคู่ชายหญิงเหมือนกันซึ่งส่วนใหญ่จะอยู่ในช่วงวัยรุ่นตอนปลาย แต่โดยรวมแล้วส่วนใหญ่เด็กวัยรุ่นมักจะมีมากเป็นกลุ่มใหญ่ ประมาณ 4-5 คน และใช้เวลาอยู่ในเซ็นเตอร์พอยท์เป็นเวลานาน ตั้งแต่บ่ายจนถึงเย็น บางครั้งก็จะมีวัยรุ่นต่างกลุ่มเข้ามาร่วมกลุ่มด้วย ซึ่งจากการสัมภาษณ์พบว่า บางครั้งก็เป็นกลุ่มที่ไม่ได้รู้จักกันมาก่อน เริ่มจากกลุ่มย่อยๆ 2-3 คนมาทำความรู้จักกับเพื่อนกลุ่มอื่น โดยเฉพาะเพื่อนต่างเพศ แต่บางครั้งก็พบว่ามีการนัดพบกันระหว่างกลุ่มวัยรุ่นเช่นกัน แต่ไม่เคยเกิดเหตุการณ์รุนแรงในพื้นที่ เนื่องจากว่ามีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยควบคุมอยู่

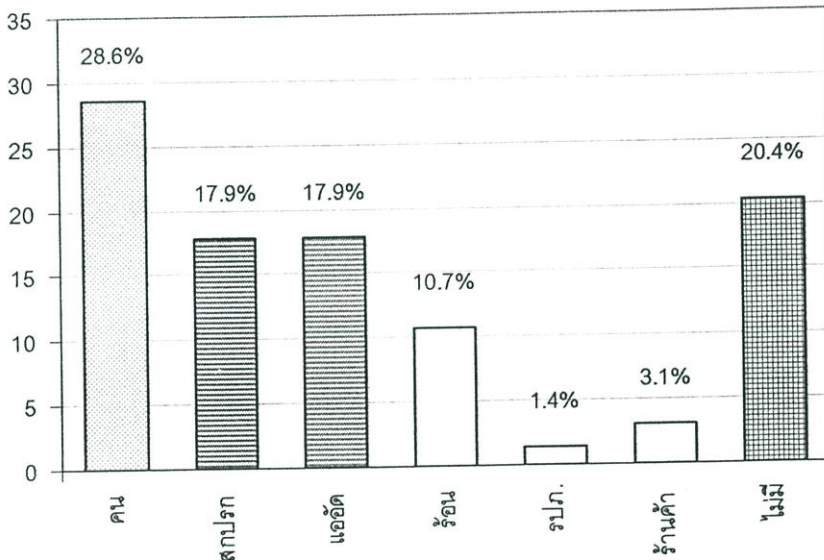
## 5.5 ความต้องการและความพึงพอใจของผู้ใช้พื้นที่

ในการวิเคราะห์เรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้พื้นที่ จะวิเคราะห์จากคำถามที่ว่า ชอบ และไม่ชอบอะไรในพื้นที่มากที่สุด เพราะอะไร ซึ่งจะเป็นคำถามแบบปลายเปิด หลังจากนั้นจะนำคำตอบที่ได้มาจับกลุ่มประมวลผลได้ดังต่อไปนี้ (ดูภาพที่ 5.12 และตารางที่ 5.8 ประกอบ)

สิ่งที่วัยรุ่นกลุ่มตัวอย่างชอบมากที่สุดคือ ผู้คน (25.7%) และบรรยากาศ (17.1%) สิ่งที่ขึ้นชอบถัดมาคือ ร้านค้า (14.3%) Street Furniture ได้แก่ที่นั่งและน้ำพุ (14.3%) และดนตรี (12.9%) จะเห็นได้ว่า สิ่งต่างๆเหล่านี้ ไม่ว่าจะเป็นร้านค้า ที่นั่ง ดนตรี กิจกรรม และแฟชั่นทันสมัย ล้วนเป็นส่วนที่ช่วยส่งเสริมให้เกิดบรรยากาศที่มีชีวิตชีวา เป็นที่พอใจของวัยรุ่นทั้งสิ้น สิ่งที่พบเพิ่มเติมจากการสัมภาษณ์ในส่วนนี้ก็คือ เมื่อถามกลุ่มตัวอย่างว่าชอบอะไรในเซ็นเตอร์พอยท์มากที่สุด คำตอบแรกของวัยรุ่นชายประมาณ 90% ก็คือ ผู้หญิง ส่วนวัยรุ่นหญิง ประมาณ 50% ก็จะตอบว่าผู้ชายเป็นการสะท้อนให้เห็นถึงพฤติกรรมของวัยรุ่นที่จะให้ความสนใจในเพศตรงข้าม



ภาพที่ 5.12 แผนภูมิแสดงสิ่งที่กลุ่มตัวอย่างชอบ ในพื้นที่



ภาพที่ 5.13 แผนภูมิแสดงสิ่งที่กลุ่มตัวอย่างไม่ชอบ ในพื้นที่

ส่วนสิ่งที่กลุ่มตัวอย่างไม่ชอบมากที่สุด ในเซ็นเตอร์พอยท์ ก็คือ กลุ่มคนบางประเภทที่สร้างความรำคาญใจ (28.6%) อย่างเช่น คนสูบบุหรี่ วิทยุรบกวนกลุ่มที่มีพฤติกรรมไปในทางมั่วสุม ก่อเรื่องทะเลาะวิวาทกัน และยังมีความแออัดเนื่องจากพื้นที่เล็กเกินไป โดยเฉพาะในช่วงที่มีการจัดกิจกรรม (17.9%) และความสกปรก พื้นที่ไม่ได้รับการดูแลรักษาเท่าที่ควร (17.9%) ซึ่งจากการสังเกตพบว่า มีพนักงานมาทำความสะอาด ดูแลพื้นที่วันละหลายครั้ง แต่อาจจะเป็นเพราะว่าถึงระยะเวลาในพื้นที่มีจำนวนน้อย และมีคนเข้ามาใช้พื้นที่เป็นจำนวนมาก มีข้อน่าสังเกตว่า มีกลุ่มตัวอย่างตอบว่า ไม่มีสิ่งที่ไม่ชอบในเซ็นเตอร์พอยท์เลย 20.4% ซึ่งแสดงว่า กลุ่มตัวอย่างเหล่านี้มีความพึงพอใจต่อพื้นที่นี้แล้ว

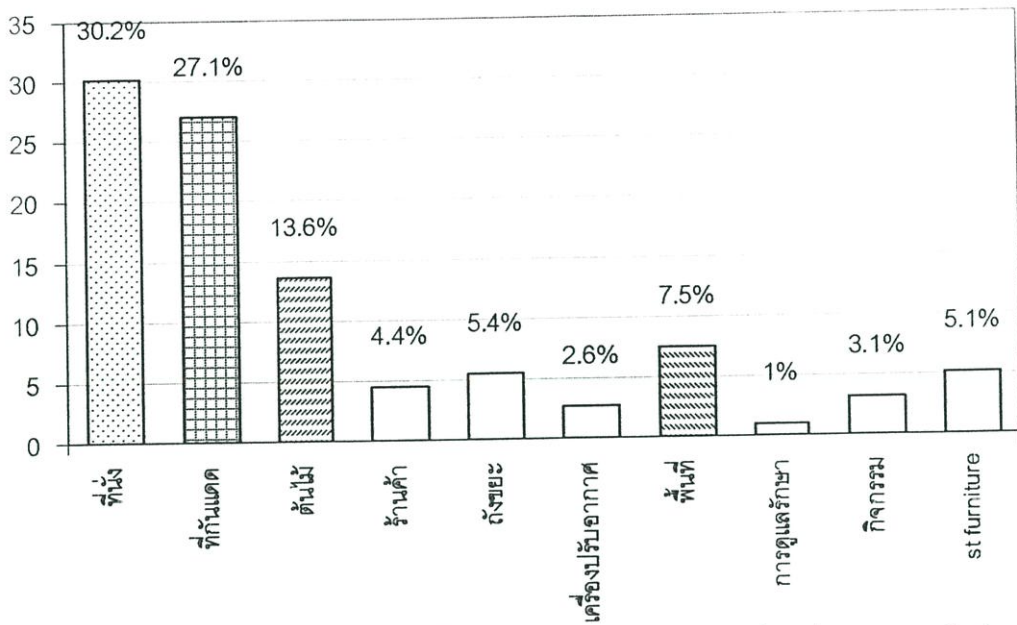
ตารางที่ 5.8 แสดงสิ่งที่กลุ่มตัวอย่างชอบ และไม่ชอบในพื้นที่

ชอบ	คะแนน	ร้อยละ	ไม่ชอบ	คะแนน	ร้อยละ
ผู้คน	90	25.7%	คนบางประเภท	56	28.6%
บรรยากาศ	60	17.1%	ความสกปรก	35	17.9%
แพชชั่น	26	7.4%	ความแออัด	35	17.9%
ร้านค้า	50	14.3%	อากาศร้อน	21	10.7%
กิจกรรม	29	8.3%	รปภ.	3	1.4%
ดนตรี	45	12.9%	ร้านค้า	6	3.1%
street furniture	50	14.3%	ไม่มี	40	20.4%
รวม	350	100%	รวม	196	100%

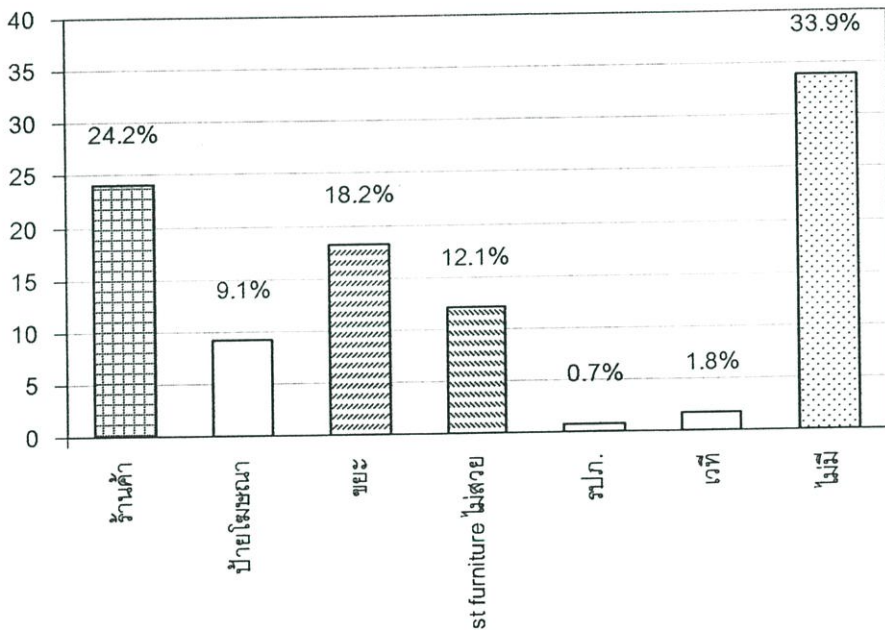
ในหัวข้อความต้องการของผู้ใช้พื้นที่ ก็เช่นเดียวกัน กลุ่มตัวอย่างจะตอบคำถามว่า ต้องการให้เพิ่มหรือเอาสิ่งใดออก เพื่อเป็นการปรับปรุงพื้นที่ ซึ่งจากการวิเคราะห์ได้ผลดังนี้

ตารางที่ 5.9 แสดงสิ่งที่กลุ่มตัวอย่างต้องการให้มีเพิ่มหรือเอาออกเพื่อปรับปรุงพื้นที่

เพิ่ม	คะแนน	ร้อยละ	เอาออก	คะแนน	ร้อยละ
ที่นั่ง	89	30.2%	ร้านค้า	40	24.2%
ที่กันแดด	80	27.1%	ป้ายโฆษณา	15	9.1%
ต้นไม้	40	13.6%	ขยะ	30	18.2%
ร้านค้า	13	4.4%	st furniture ที่ไม่สวย	20	12.1%
ถังขยะ	16	5.4%	รปภ.	1	0.7%
เครื่องปรับอากาศ	8	2.6%	เวที	3	1.8%
พื้นที่	22	7.5%	ไม่มี	56	33.9%
การดูแลรักษา	3	1%			
กิจกรรม	9	3.1%			
street furniture	15	5.1%			
รวม	295	100%	รวม	165	100%



ภาพที่ 5.14 แผนภูมิแสดงสิ่งที่กลุ่มตัวอย่างต้องการให้เพิ่ม เพื่อปรับปรุงพื้นที่



ภาพที่ 5.15 แผนภูมิแสดงสิ่งที่กลุ่มตัวอย่างต้องการให้เอาออก เพื่อปรับปรุงพื้นที่

สิ่งที่วัยรุ่นกลุ่มตัวอย่างต้องการให้เพิ่มมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ ที่นั่ง (30.2%) หลังคา กันแดด (27.1%) และต้นไม้ (13.6%) ทำให้พบว่า ความสำคัญของสภาพภูมิอากาศมีผลต่อการใช้เป็นอย่างมาก เนื่องจากเซ็นเตอร์พอยท์เป็นลานสาธารณะที่อยู่กลางแจ้ง และประเทศไทยเป็นเมืองร้อน ผู้ใช้พื้นที่จึงต้องการสิ่งที่ช่วยกันแดด ไม่ว่าจะเป็นหลังคา ต้นไม้ หรือ ร่ม และจากการสังเกตในพื้นที่เปิดโล่งของเซ็นเตอร์พอยท์ จะมีต้นไม้ใหญ่และร่มกันแดดของร้านขายเครื่องดื่มเป็นสิ่งช่วยกันแดด ในช่วงเวลาบ่าย ผู้ที่มาใช้พื้นที่จะนั่งอยู่ตามร่มเงาของต้นไม้เท่านั้น จึงทำให้มีจำนวน

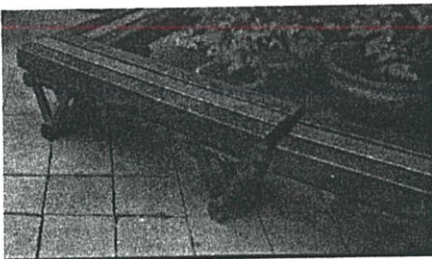
ผู้มาใช้พื้นที่น้อยกว่าในช่วงเย็น สิ่งอื่นๆที่กลุ่มตัวอย่างต้องการให้มีเพิ่ม คือ พื้นที่ (7.5%) ,Street Furniture ต่างๆ (5.1%) โดยเฉพาะถังขยะ (5.4%) จากการสัมภาษณ์พบว่า เวลาที่มีการจัดกิจกรรมพิเศษ จะมีคนแออัดมาก จึงอยากจะให้เพิ่มพื้นที่โดยรวมของเซ็นเตอร์พอยท์ให้มากกว่านี้ ในช่วงเวลาที่ไม่มีการจัดกิจกรรมพิเศษ ก็อยากให้มีเพิ่มพื้นที่ในส่วนที่นั่งพักผ่อนที่มีการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ (Street Furniture) ไม่ว่าจะเป็นที่นั่ง หรือต้นไม้

ส่วนสิ่งที่วัยรุ่นกลุ่มตัวอย่าง ต้องการให้เอาออกไปมากที่สุดคือ ร้านค้า (24.2%) , ขยะ (18.2%) , Street Furniture ที่ไม่สวยงาม (12.1%) โดยต้องการให้ Street Furniture เหล่านี้มีรูปแบบที่สวยงาม ดูทันสมัย และเหมาะกับประโยชน์ใช้สอยมากกว่านี้ เช่นถังขยะ หรือป้ายโฆษณา ซึ่งมีกลุ่มตัวอย่างระบุว่าต้องการให้เอาออกถึง 9.1% โดยให้เหตุผลว่า ไม่สวยและวางอยู่ในตำแหน่งที่ไม่เหมาะสม บดบังทัศนียภาพ และมีผู้ตอบว่า ไม่มีสิ่งใดจำเป็นที่จะต้องเอาออกเพื่อปรับปรุงพื้นที่เลยถึง 33.9% ซึ่งเป็นจำนวนมากที่สุด

จะเห็นได้ว่า ในการวิเคราะห์เรื่องความต้องการและความพึงพอใจนี้ ผู้วิจัยได้ทำการถามคำถามถึงสิ่งที่ชอบ ไม่ชอบ และสิ่งที่อยากให้มีเพิ่มขึ้น หรือเอาออก ซึ่งบางคำตอบก็จะซ้ำกัน เพื่อเป็นการตรวจสอบคำตอบจากผู้ตอบอีกครั้ง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนและครอบคลุมมากที่สุด เนื่องจากรูปแบบของคำถามเป็นแบบปลายเปิด เช่นในหัวข้อสิ่งที่กลุ่มตัวอย่างไม่ชอบ คือความสกปรก ก็จะมีกลุ่มตัวอย่างต้องการให้เอาขยะออก และเพิ่มถังขยะเพื่อรองรับขยะ หรือเพิ่มการดูแลรักษาความสะอาด ในคำตอบที่ว่าต้องการเพิ่มหรือเอาสิ่งใดออกเพื่อปรับปรุงพื้นที่ อันเป็นผลที่สอดคล้องกัน หรือพบว่าจำนวนผู้ที่ตอบว่าไม่มีสิ่งที่ไม่ชอบเลยในเซ็นเตอร์พอยท์ ก็ใกล้เคียงกับจำนวนผู้ที่ตอบว่าไม่ต้องการที่จะให้เอาสิ่งใดออกไป

**รูปแบบของที่นั่ง** จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า ที่นั่งเป็นส่วนประกอบสำคัญที่มีผลต่อการเข้าใช้พื้นที่สาธารณะมากกว่าตัวแปรอื่นๆ เพราะไม่ว่าพื้นที่สาธารณะนั้นจะได้รับการออกแบบอย่างไรดี และสวยงามเพียงใด ก็ไม่สามารถดึงดูดให้คนเข้ามาใช้พื้นที่ได้ ถ้าไม่มีที่ให้นั่ง (Whyte,1980)

ผู้วิจัยได้ทำการถามถึงความพอใจต่อประเภท และตำแหน่งของที่นั่งว่า วัยรุ่นที่เป็นกลุ่มตัวอย่างชอบที่จะนั่งที่นั่งแบบใด ที่ไหน โดยให้กลุ่มตัวอย่างเลือกประเภทของที่นั่งจากรูปภาพ 4 แบบได้ผลดังต่อไปนี้



1. ม้านั่ง (Bench)

21.3%



2. เก้าอี้ (Movable Chair) 37.3%

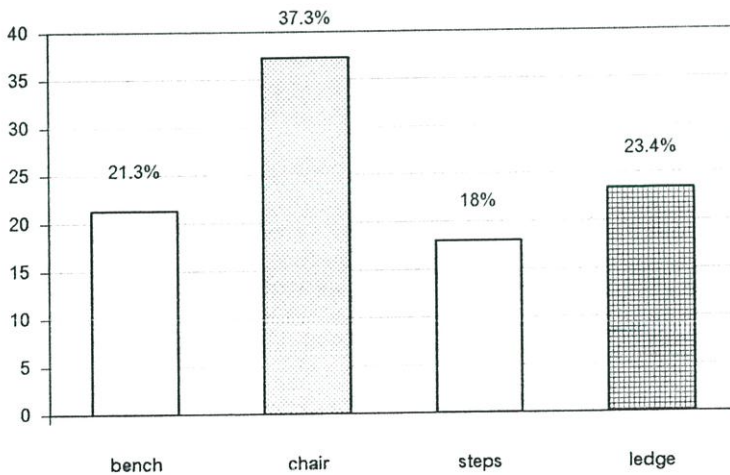


3. ขั้นบันได (Steps) 18%



4. ขอบที่ปลูกต้นไม้ (Ledge) 23.4%

ภาพที่ 5.16 ที่นั่งรูปแบบต่างๆ



ภาพที่ 5.17 แผนภูมิแสดงที่นั่งรูปแบบต่างๆ ตามความต้องการของกลุ่มตัวอย่าง

วัยรุ่นกลุ่มตัวอย่างเลือกที่นั่งแบบที่เป็นเก้าอี้มากที่สุด (37.3%) เพราะว่าเก้าอี้ลักษณะนี้สามารถเคลื่อนย้ายไปนั่งที่ใดก็ได้ และวัยรุ่นส่วนมากจะมักกันเป็นกลุ่มใหญ่ ที่นั่งประเภทม้านั่ง

หรือชอบที่ปลูกต้นไม้ จะไม่พอสำหรับทุกคนในกลุ่ม และไม่สามารถนั่งรวมกลุ่มกันได้ตามต้องการ จึงต้องการเก้าอี้มาเพิ่มเติมเพื่อสามารถตอบสนองตามรูปแบบที่วัยรุ่นต้องการ

ตารางที่ 5.10 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศของกลุ่มตัวอย่างกับรูปแบบของที่นั่ง

เพศ \ ที่นั่ง		bench	movable chair	step	ledge	รวม
		ชาย	จำนวน ร้อยละ	18 23.4%	20 26.0%	20 26.0%
หญิง	จำนวน ร้อยละ	14 19.2%	36 49.3%	7 9.6%	16 21.9%	73 100.0%
รวม		32 ร้อยละ	56 37.3%	27 18.0%	35 23.3%	150 100.0%

กำหนดระดับนัยสำคัญ = 0.05

ค่า Pearson chi-square = 11.489

ค่า P- values = Asymp. Sig. (2-sided) = 0.009

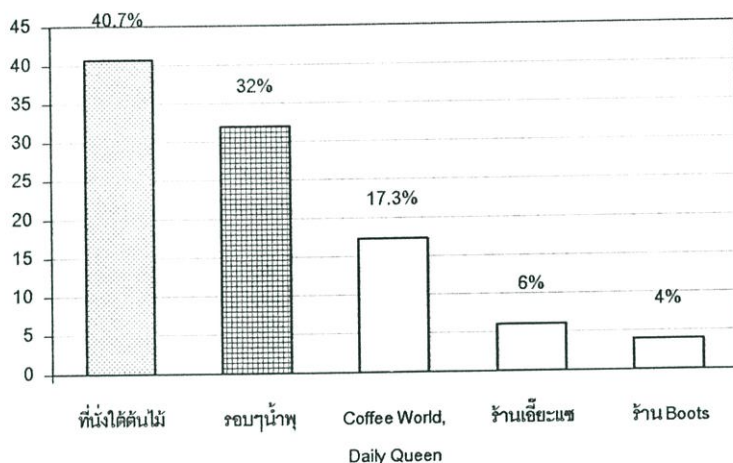
และเมื่อวิเคราะห์ถึงความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบของที่นั่งกับเพศของกลุ่มตัวอย่างแล้ว พบว่า ค่า Pearson chi-square = 11.489 และ ค่า P- values = Asymp. Sig. (2-sided) = 0.009 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แสดงว่า เพศมีความสำคัญกับที่นั่งอย่างมีนัยสำคัญ วัยรุ่นกลุ่มตัวอย่างเพศชายไม่ค่อยมีความแตกต่างในการเลือกแบบของเก้าอี้ คือมีค่าเฉลี่ยในแต่ละประเภทประมาณ 25% ส่วนเพศหญิง จะเลือกที่นั่งแบบเก้าอี้มากที่สุด (49.3%) และเลือกนั่งที่นั่งแบบชั้นบันไดน้อยที่สุด (9.6%) โดยที่เพศชายจะเลือกที่นั่งแบบชั้นบันไดมากกว่าเพศหญิงมากที่สุด

สำหรับตำแหน่งที่กลุ่มตัวอย่างเลือกที่นั่งนั้น วัดโดยให้กลุ่มตัวอย่างทำเครื่องหมายบนตำแหน่งที่เลือกในแผนที่ โดยให้ผู้ตอบพิจารณาแต่เพียงตำแหน่งเท่านั้น ไม่นำเอารูปแบบของที่นั่งมาพิจารณา ได้ผลดังนี้ (ดูตารางที่ 5.11 และ ภาพที่ 5.18 ประกอบ)

วัยรุ่นกลุ่มตัวอย่างเลือกที่จะนั่งในบริเวณใต้ต้นไม้ (40.7%) , รอบๆน้ำพุ (32%) และบริเวณหน้าร้าน Coffee World และ Dairy Queen (17.3%) ตามลำดับ จากการสัมภาษณ์และสังเกตการณ์พบว่า ผู้ใช้พื้นที่มักจะเลือกนั่งในตำแหน่งที่สามารถมองเห็นกิจกรรม หรือผู้คนเดินผ่านไปผ่านมาได้ เช่น ที่นั่งรอบๆน้ำพุ เพราะน้ำพุนี้ติดกับถนนสยามสแควร์ ซอย 7 ซึ่งเป็นทางสัญจรหลัก และเป็นตำแหน่งที่สามารถมองเห็นจอ Shaker Screen ได้ชัดเจนที่สุด สำหรับบริเวณใต้ต้นไม้ จะเป็นพื้นที่ที่ได้รับความนิยมจากต้นไม้ และลักษณะของที่นั่งเหมาะกับการนั่งแบบกลุ่มมากกว่า แต่จะเป็นตำแหน่งที่จะมีสายไฟฟ้าแรงสูงบังจอ Shaker Screen

ตารางที่ 5.11 แสดงการเลือกตำแหน่งที่นั่งตามความต้องการของกลุ่มตัวอย่าง

ตำแหน่งที่นั่ง	จำนวน	ร้อยละ
ที่นั่งใต้ต้นไม้	61	40.7%
รอบ ๆ น้ำพุ	48	32%
ที่นั่งบริเวณ Coffee World, Daily Queen	26	17.3%
ที่นั่งบริเวณร้านเอี๊ยะแซ	9	6%
ที่นั่งติดร้าน Boots	6	4%
รวม	150	100%



ภาพที่ 5.18 แผนภูมิแสดงการเลือกตำแหน่งที่นั่งตามความต้องการของกลุ่มตัวอย่าง

ที่นั่งบริเวณใต้ต้นไม้ และรอบน้ำพุ เป็นที่ที่วัยรุ่นสามารถมานั่งได้ทุกเมื่อ โดยไม่จำเป็นต้องจ่ายเงินเพื่อซื้อของ หรือเครื่องดื่มจากร้าน เป็นส่วนที่ทำให้เซ็นเตอร์พอยท์เป็นที่ที่ได้รับความนิยมจากวัยรุ่น

หัวข้อสุดท้ายในการวิเคราะห์เรื่องความพึงพอใจ และความต้องการ คือ ความคิดเห็นต่อบัณฑิตต่าง ๆ ว่ามีผลต่อการเข้าใช้พื้นที่มากเพียงใด โดยแบ่งคำตอบเป็น 3 ระดับ คือ น้อย ปานกลาง มาก แต่ระดับมีคะแนนดังนี้ น้อย = 1, ปานกลาง = 2, มาก = 3 แล้วนำมาวิเคราะห์จากผลคะแนนรวม สรุปได้ผลดังนี้

ตารางที่ 5.12 แสดงความสำคัญของปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการเข้าใช้พื้นที่

	น้อย	ปานกลาง	มาก	คะแนน
design	6	90	54	348
atmosphere	5	63	82	377
retail shop	20	81	49	329
seat	7	78	65	358
tree	24	76	50	326
clean	15	54	81	366
safe	26	63	61	335
site	16	67	67	351
paving	19	93	38	319
people	6	61	83	377
event	23	75	52	329
sociable	48	68	34	286

ปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้พื้นที่ ของกลุ่มตัวอย่าง สามารถเรียงลำดับได้ดังนี้

1. บรรยากาศโดยรวม และ กลุ่มผู้ใช้พื้นที่
2. ความสะอาดและการดูแลรักษา
3. ที่นั่ง
4. ตำแหน่งที่ตั้ง
5. การออกแบบลักษณะทางกายภาพ
6. ความปลอดภัย
7. ร้านค้า และ กิจกรรมต่างๆ
8. ต้นไม้
9. ทางเดิน
10. การได้มีส่วนร่วมกับคนอื่นหรือกิจกรรม

จากการวิเคราะห์ผลที่ได้ทั้งจากแบบสอบถาม และการสังเกต ทำให้สามารถระบุถึงปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการเข้าใช้พื้นที่ของวัยรุ่นกลุ่มตัวอย่าง ทั้งลักษณะทางกายภาพ กิจกรรม ความต้องการ รวมไปถึงความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างได้ สิ่งสำคัญที่พบคือ เนื่องจากพฤติกรรมของวัยรุ่นที่ชอบการสังคม การรวมกลุ่มระหว่างเพื่อนวัยเดียวกัน และความรักอิสระ กล้าแสดงออก ทำให้ปัจจัยในการเข้ามาใช้พื้นที่สาธารณะ ไม่ได้มีเพียงแต่สภาพแวดล้อมทางกายภาพ ที่จะต้องมีความ

สวยงาม ทันสมัย และตอบสนองความต้องการทางด้านประโยชน์ใช้สอยได้เท่านั้น ยังจะต้องมีกิจกรรมที่น่าสนใจ มีความหลากหลาย สามารถตอบสนองความชอบของวัยรุ่นได้ การสร้างบรรยากาศที่น่าดึงดูด กระตุ้นให้เกิดการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม การดูแลรักษาพื้นที่ และสภาพภูมิอากาศ ที่มีส่วนเป็นอย่างมากเช่นกัน และจะได้นำไปสรุปเป็นข้อเสนอแนะแนวทางในการออกแบบ ที่จะกล่าวถึงในบทต่อไป

## บทที่ 6

# การสรุปการวิจัยและข้อเสนอแนะ

### 6.1 ผลสรุปข้อมูลการวิจัย

การสรุปผลข้อมูลในบทนี้จะเป็นการตอบคำถามของการวิจัยที่ว่าปัจจัยอะไรบ้างที่จะมีผลต่อการเข้าใช้พื้นที่สวนสาธารณะของวัยรุ่น โดยเป็นการสรุปผลที่ได้จากทั้ง แบบสอบถาม, การสัมภาษณ์และการสังเกต โดยนำมาเสนอเป็นหัวข้อตามตัวแปรที่ได้กำหนดไว้

#### ลักษณะผู้ใช้พื้นที่

ผู้ใช้พื้นที่ในเซ็นเตอร์พอยท์แห่งนี้มีความหลากหลายแต่ส่วนใหญ่จะเป็นวัยรุ่น ที่มีอายุระหว่าง 13-21 ปีซึ่งมีถึง 72.6% จากการแจกแบบสอบถามครั้งแรกและวัยรุ่นกลุ่มตัวอย่างที่ได้ทำการสัมภาษณ์ พบว่าเป็นเด็กวัยรุ่นตอนกลาง (16-18 ปี) มากที่สุด ซึ่งอาจจะวิเคราะห์ได้ว่าเป็นผลมาจากการที่พื้นที่ในสยามสแควร์ มีโรงเรียนกวดวิชาและเด็กวัยรุ่นตอนกลางเป็นช่วงที่กำลังเรียนอยู่ในชั้นมัธยมปลาย ต้องเตรียมตัวที่จะสอบ Entrance เข้ามหาวิทยาลัย จึงมักมาใช้เวลาว่างที่เซ็นเตอร์พอยท์กันมาก โดยจะมีทั้งวัยรุ่นเพศชายและเพศหญิงในจำนวนใกล้เคียงกัน ระยะเวลาในการใช้พื้นที่แต่ละครั้งจะมากกว่า 2 ชั่วโมงขึ้นไป กลุ่มวัยรุ่นเหล่านี้จะเข้ามาใช้พื้นที่ ตั้งแต่ช่วงบ่ายเป็นต้นไปแต่จากการสังเกตจะมีคนทั่วไปมาใช้พื้นที่เซ็นเตอร์พอยท์มากในช่วงเย็น ซึ่งเป็นช่วงที่แดดไม่ร้อน อากาศค่อนข้างเย็นสบาย ทำให้จำนวนผู้ใช้พื้นที่ในช่วงเย็นมีมาก

#### การใช้พื้นที่และกิจกรรม

การใช้พื้นที่หลักๆของเซ็นเตอร์พอยท์ แบ่งเป็น 3 ส่วนคือส่วนลานน้ำพุ ส่วนร้านค้า และส่วนลานอเนกประสงค์

พื้นที่ส่วนลานน้ำพุ จะเป็นพื้นที่ที่มีต้นไม้ให้ร่มเงา มีการจัดที่นั่งทำให้พื้นที่ส่วนนี้มีคนเข้ามาใช้มากที่สุดโดยวัยรุ่นจะเข้ามานั่งชุมนุมรวมกลุ่มกันเพื่อพูดคุย นั่งดูคนอื่นๆที่เข้ามาใช้พื้นที่เช่นกัน กิจกรรมที่เกิดขึ้นเป็นประจำในส่วนนี้ จะมีการเปิดเพลง, Music VDO บนจอ Shaker Screen และจัดเกมต่างๆให้วัยรุ่นที่อยู่ในเซ็นเตอร์พอยท์ได้ร่วมสนุก ซึ่งจะมีจำนวนวัยรุ่นเพิ่มขึ้นอย่างมากในวันที่มีการจัดกิจกรรมพิเศษ มีการตั้งเต็นท์, ชุมนขายของ, ชุมนเล่นเกมในบริเวณพื้นที่ส่วนนี้

ส่วนร้านค้า ส่วนใหญ่จะเป็นร้านขายเสื้อผ้า เครื่องประดับที่วัยรุ่นนิยม และร้านขายเครื่องดื่มอาหารว่าง จำนวน 4 ร้าน และจากการสัมภาษณ์ กลุ่มวัยรุ่นอยากจะให้มีการขาย

เครื่องดื่มที่มีการจัดโต๊ะและเก้าอี้อยู่กลางแจ้งบริเวณหน้าร้าน ให้มากกว่านี้ เพื่อเป็นการเพิ่มจำนวนที่นั่งที่วัยรุ่นสามารถเข้ามานั่งได้

ส่วนลานอเนกประสงค์ เป็นพื้นที่เปิดโล่งไม่มีหลังคา และมีเวทีติดตั้งอยู่ด้านในสุด ใช้เป็นพื้นที่สำหรับจัดกิจกรรมพิเศษ , Concert ซึ่งมักจะจัดในวัน เสาร์ – อาทิตย์ เนื่องจากพื้นที่ในบริเวณนี้ค่อนข้างเล็ก และถูกกั้นจากพื้นที่ลานน้ำพุด้านหน้าด้วยร้านค้าทำให้มีคนแออัดมากในวันที่มีกิจกรรมพิเศษ แต่ในวันธรรมดาที่ไม่มีการจัดกิจกรรมก็แทบไม่มีกลุ่มวัยรุ่นเข้ามาใช้พื้นที่เลย เพราะไม่มีที่นั่งสำหรับนั่ง หรือร่มเงาพอที่จะหลบแดดได้

### ภาพลักษณ์ของพื้นที่

ภาพลักษณ์ของเซ็นเตอร์พอยท์ ที่มีต่อคนทั่วไปนั้นจะเป็นแหล่งชุมนุมของวัยรุ่นซึ่งในบางครั้งจะมีข่าวพูดถึงเซ็นเตอร์พอยท์ว่าเป็นแหล่งมั่วสุมของวัยรุ่น ซึ่งในปัจจุบันทางผู้ดูแลพื้นที่พยายามจัดกิจกรรมที่ส่งเสริมภาพลักษณ์ให้ดีขึ้น แต่ในสายตาของกลุ่มวัยรุ่นเองนั้น เซ็นเตอร์พอยท์เป็นที่สำหรับพวกเขาจะสามารถมาใช้เพื่อนัดพบรวมกลุ่มกัน ไม่ว่าจะมาเพื่อทำกิจกรรมอะไรหรือไม่ก็ตาม เป็นที่ๆเขาจะสามารถได้พบกับคนในวัยเดียวกัน สามารถติดตามข่าวสาร, แฟชั่น, สิ่งที่กำลังนิยม ซึ่งสิ่งที่ดึงดูดกลุ่มวัยรุ่นเข้ามาใช้พื้นที่มากที่สุด ก็คือกลุ่มวัยรุ่นที่เข้ามาใช้พื้นที่นั่นเอง ดังนั้นถ้าสามารถสร้างความรู้สึกที่ เซ็นเตอร์พอยท์เป็นสถานที่ของพวกเขา สร้างให้เกิดความผูกพันกับสถานที่แห่งนี้ วัยรุ่นก็จะเกิดความรู้สึกเป็นอิสระ มีความกล้าคิด กล้าทำ กล้าแสดงออกไปในทางสร้างสรรค์ นอกเหนือไปจากการได้พบปะสังสรรค์กับกลุ่มเพื่อนเท่านั้น

### ความสะดวกสบายในการใช้พื้นที่

ความสะดวกสบายในการใช้พื้นที่เป็นผลมาจากสภาพภูมิอากาศเป็นหลัก จึงอาจกล่าวได้ว่าสภาพภูมิอากาศเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดที่มีผลต่อการใช้พื้นที่ และเนื่องจากว่าประเทศไทยเป็นประเทศในเขตร้อน ผู้คนจึงมักเลือกที่จะเข้าไปเดินเล่นในห้างสรรพสินค้าที่มีการปรับอากาศกันมากกว่า ซึ่งแม้ว่าเซ็นเตอร์พอยท์จะเป็นสถานที่ที่ได้รับความนิยมจากวัยรุ่น แต่จากการศึกษาวิจัยก็พบว่า ในช่วงเวลากลางวันที่มีแดดจัดจะไม่ค่อยมีกลุ่มวัยรุ่นเข้ามาใช้พื้นที่เท่าไรนัก อาจจะมีบ้างที่เป็นบริเวณที่นั่งที่มีร่มเงาซึ่งได้จากต้นไม้ และเงาอาคารที่ช่วยกันแดดไปในตัว

จากการสำรวจพบว่า กลุ่มวัยรุ่นส่วนใหญ่จะบอกว่ารู้สึกสบายที่เข้ามาใช้งานในพื้นที่สาธารณะแห่งนี้ แต่นั่นเป็นเพราะว่าช่วงเวลาส่วนใหญ่ที่วัยรุ่นเหล่านี้จะเข้ามาใช้พื้นที่ก็คือช่วงเวลาดอนเย็นซึ่งไม่มีแสงแดดส่องเข้ามาแล้ว ถ้ามองภาพรวมในบริเวณศูนย์การค้าสยามสแควร์แล้ว จะเห็นว่าพื้นที่เซ็นเตอร์พอยท์เป็นพื้นที่แห่งเดียวที่มีจำนวนต้นไม้ใหญ่มากที่สุด รวมทั้งมีพื้นที่สำหรับ

นั่งพักผ่อนหย่อนใจ ดังนั้น ต้นไม้จึงเป็นสิ่งสำคัญสำหรับพื้นที่หรือลานสาธารณะที่อยู่กลางแจ้งและมีลักษณะเปิดโล่งเหมาะสมกับสภาพอากาศในเมืองไทยอย่างยิ่ง

นอกจากสภาพภูมิอากาศแล้ว ลักษณะทางกายภาพของพื้นที่สาธารณะก็มีผลต่อความรู้สึกสะดวกสบายของผู้ใช้ ซึ่งจะพิจารณาได้จากการบำรุงรักษา หรือมีการจัดการที่ดีของฝ่ายดูแลสถานที่ ซึ่งพื้นที่ของเซ็นเตอร์พอยท์นั้นเป็นโครงการที่ได้รับการพัฒนาขึ้นมาโดยบริษัทเอกชนซึ่งมีความชำนาญในด้านพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ทางบริษัทได้เตรียมพนักงานทำความสะอาดมากวาดเก็บขยะหลายครั้งต่อวัน แต่ก็ยังไม่พอเพียงพอต่อความต้องการทางด้านความสะดวกสบายของสถานที่ต่อผู้ใช้ ส่วนในเรื่องของความปลอดภัย ทางบริษัทได้เตรียมพนักงานรักษาความปลอดภัยคอยเฝ้าอยู่ห่างๆ พนักงานเหล่านี้จะมีหน้าที่คอยตักเตือนกลุ่มวัยรุ่นที่มีพฤติกรรมการแสดงออกที่ผิดกฎระเบียบของทางโครงการเช่นการดื่มของมึนเมา และนักเรียนในเครื่องแบบที่สูบบุหรี่

ในเรื่องของความปลอดภัย กลุ่มวัยรุ่นส่วนใหญ่ไม่รู้สึกรู้ว่าจะมีปัญหาใดๆเกิดขึ้นในพื้นที่แห่งนี้ แต่ก็ยังให้ความสำคัญ และตระหนักถึงอยู่ตลอดเวลา ด้วยเหตุนี้กลุ่มวัยรุ่นจึงเกิดความรู้สึกปลอดภัย และเกิดความรู้สึกเป็นอิสระ จึงเกิดความกล้าคิด กล้าทำ กล้าแสดงออกในทางสร้างสรรค์ นอกเหนือจากการได้นัดพบปะสังสรรค์กับเพื่อนฝูง

### การมีปฏิสัมพันธ์กับสังคม

ในบางครั้ง เราจะเห็นการรวมกลุ่มกันของวัยรุ่นจนเป็นกลุ่มใหญ่ ซึ่งต่างจากปกติที่จะเข้ามาเป็นกลุ่มสองสามคน วัยรุ่นเหล่านั้นรวมตัวกันเนื่องจากมีความกระตือรือร้นที่จะเข้าร่วมกิจกรรมที่เกิดขึ้นในพื้นที่เซ็นเตอร์พอยท์กับกลุ่มคนวัยเดียวกัน การมีปฏิสัมพันธ์กับโลกภายนอกของวัยรุ่นในพื้นที่สาธารณะแห่งนี้มีทั้งแบบประจำทุกวันเช่นการมานั่งชมรายการเพลง หรือมิวสิควิดีโอบนจอภาพขนาดใหญ่ที่เรียกว่า Shaker screen ซึ่งติดตั้งอยู่ที่ฝั่งตรงข้ามน้ำพุของเซ็นเตอร์พอยท์ หรือกิจกรรมที่มีเฉพาะกิจเช่นการถ่ายทำรายการโทรทัศน์ หรือการร่วมเล่นเกมสกีในรายการสนับสนุนการขายของสินค้าต่างๆ ตลอดจนกิจกรรมที่เกิดขึ้นเป็นครั้งๆไป เช่นการแสดงดนตรี การเปิดตัวสินค้า การจัดซุ้มเพื่อแจกสินค้าทดลองใช้ ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้เองที่ดึงดูดให้ผู้คนอยากที่จะเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมที่เกิดขึ้น ซึ่งตรงกับทฤษฎี Triangulation ของ Whyte (1980)

และเนื่องจากวัยรุ่นเป็นวัยที่กล้าแสดงออก และชอบเข้าสังคมกับเพื่อนฝูง เมื่อมีการจัดกิจกรรม และเตรียมพื้นที่ที่อำนวยความสะดวกการแสดงออกของพฤติกรรมวัยรุ่นเช่นพื้นที่ของเซ็นเตอร์พอยท์แห่งนี้ก็ยิ่งทำให้มีกลุ่มวัยรุ่นเข้ามาใช้พื้นที่มากขึ้น ทำให้เกิดลักษณะเฉพาะซึ่งกลายเป็นภาพลักษณ์ที่ชัดเจนของสถานที่แห่งนี้ไปโดยปริยาย รวมทั้งเป็นผลดีของทั้งฝ่ายวัยรุ่นซึ่งมีสถานที่ได้รวมตัวกัน ในขณะที่เจ้าของโครงการก็ได้รับประโยชน์ในแง่ของการประชาสัมพันธ์สินค้า

## ความต้องการและความพึงพอใจ

ปัจจัยที่ดึงดูดวัยรุ่นให้เข้ามาในพื้นที่เซ็นเตอร์พอยท์ได้มากที่สุดก็คือ กลุ่มคนที่เป็นวัยรุ่นด้วยกันเอง และบรรยากาศที่เกิดจากการออกแบบลักษณะทางกายภาพเช่นร่มเงาต้นไม้ ที่นั่ง น้ำพุ เฟอร์นิเจอร์ริมถนน ร้านค้า เสียงดนตรี รวมถึงกิจกรรมใหม่ๆ ที่ถูกจัดขึ้นอยู่เสมอๆ จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างไม่ได้กล่าวถึงกิจกรรมที่เกิดขึ้นรอบๆ มากนัก แต่ก็พบว่าเมื่อใดก็ตามที่มีกิจกรรมดังกล่าวเกิดขึ้น กลุ่มวัยรุ่นเหล่านี้ก็จะให้ความสนใจที่จะเข้าไปชม และขอเข้าไปมีส่วนร่วมเป็นจำนวนมาก ซึ่งก็ตรงกับพฤติกรรมที่ชอบแสดงออก และอยากเด่นตามวัย ในส่วนของคำถามเกี่ยวกับการใช้พื้นที่พบว่า วัยรุ่นต้องการให้มีการจัดกิจกรรมเป็นเปอร์เซ็นต์ที่มากกว่ารองลงมาจากความต้องการให้มีที่นั่งมากขึ้น

และสิ่งที่กลุ่มตัวอย่างระบุว่าไม่ชอบมากที่สุดในพื้นที่เซ็นเตอร์พอยท์ก็คือ การที่มีกลุ่มวัยรุ่นบางกลุ่มมีความประพฤติไม่เหมาะสมเช่น วัยรุ่นที่สูบบุหรี่ คู่หญิงชายที่แสดงออกด้วยพฤติกรรมไม่เหมาะสมในเชิงชู้สาว กลุ่มวัยรุ่นที่ทะเลาะวิวาท นอกจากนี้ก็เป็นปัญหาเรื่องความสะอาด ซึ่งส่วนใหญ่ต้องการให้เพิ่มจำนวนถังขยะ และมีพื้นที่รองรับขยะเพื่อความสอดคล้อง

สิ่งที่วัยรุ่นต้องการให้มีการปรับปรุงในพื้นที่เซ็นเตอร์พอยท์มากที่สุดก็คือ การเพิ่มที่บังแสงแดด และต้นไม้ โดยเสนอให้ลดจำนวนร้านค้าที่มีอยู่อย่างแออัดลงไป และให้ความเห็นต่อภาพลักษณ์ของเฟอร์นิเจอร์ริมถนนว่าไม่สวย มีรูปแบบที่ไม่ทันสมัย

ในบางแง่มุม อาจกล่าวได้ว่าวัยรุ่นมีความพึงพอใจกับสิ่งที่มีอยู่ในพื้นที่เซ็นเตอร์พอยท์อยู่ในระดับหนึ่ง เนื่องจากมีวัยรุ่นซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างบางคนระบุว่าไม่มีสิ่งที่ตนเองไม่พอใจ จึงไม่จำเป็นต้องมีการปรับปรุงใดๆ อีกแล้ว และเมื่อพิจารณาจากภาพรวมแล้ว วัยรุ่นที่เข้ามาใช้พื้นที่มักจะตัดสินใจว่าบรรยากาศของสถานที่ และกลุ่มคนที่เข้ามาใช้พื้นที่นั้น คือปัจจัยสำคัญสูงสุดที่ช่วยในการตัดสินใจเข้ามาในพื้นที่ ส่วนปัจจัยที่รองลงมาก็คือความสะอาด พื้นที่นั่ง ตำแหน่งที่ตั้ง และการออกแบบ

## 6.2 ข้อเสนอแนะแนวทางการออกแบบ

จากการวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้พื้นที่สาธารณะของวัยรุ่นที่เซ็นเตอร์พอยท์ พบว่าประกอบไปด้วย

- การจัดสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่สามารถตอบสนอง ทั้งในการใช้สอย และทางสุนทรียศาสตร์
- สภาพแวดล้อมที่ส่งผลทางด้านจิตวิทยา ได้แก่ ภาพลักษณ์ ความมีปฏิสัมพันธ์กันในพื้นที่กิจกรรมต่างๆ ความพึงพอใจของผู้ใช้ และสภาพภูมิอากาศ

และได้นำผลการศึกษางานวิจัยชิ้นนี้มาสรุปเป็น ข้อเสนอแนะในการออกแบบ ตามตัวแปร ในการวิจัย จะพบว่า ข้อเสนอแนะในบางข้อจะมีแนวทางซ้ำกันในหลายค่าตัวแปร เนื่องจาก ในแต่ละตัวแปรจะมีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 6.1 ข้อเสนอแนะแนวทางในการออกแบบ

	ตัวแปร	สภาพปัจจุบัน	ข้อเสนอแนะ
Access & Linkage	การจัดองค์ประกอบเชิงพื้นที่	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่สามารถมองเข้าไปเห็นพื้นที่ในส่วนนอกประสงค์ได้ ทำให้ไม่ทราบว่ามีการทำอะไร น่าสนใจ</li> <li>- เกิดจุดอับ เนื่องจากอาคารด้านข้างที่ติดกับพื้นที่ เป็นด้านหลังของร้านค้า</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- พยายามเปิดมุมมองจากพื้นที่ด้านหน้า โดยจัดกลุ่มของร้านค้าใหม่ และยังเป็นกรเพิ่มพื้นที่เปิดโล่งให้มากขึ้นด้วย</li> <li>- ปรับปรุงทางเดินที่ติดกับตึกแถวด้านข้าง ให้เกิดความน่าสนใจ ความสวยงาม ด้วยการประดับตกแต่ง เช่นการปลูกต้นไม้กระถาง</li> <li>- เปิดมุมมองไปสู่ภายนอกโครงการบ้าง เพื่อดึงดูดให้ร้านค้าด้านข้างสนใจที่จะตกแต่งบริเวณที่ต่อเนื่องกัน หรือเปิดทางเข้าหน้ามาสู่โครงการ</li> </ul>
	ลักษณะผู้ใช้พื้นที่	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้ใช้ส่วนใหญ่เป็นวัยรุ่นที่กำลังศึกษาอยู่</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เลือกจัดกิจกรรมที่เป็นที่สนใจของวัยรุ่น และเป็นไปในทางสร้างสรรค์</li> <li>- ไม่ควรคำนึงถึงแต่ด้านธุรกิจมากเกินไปนัก เพราะวัยรุ่นเป็นวัยที่ยังไม่มีรายได้</li> </ul>
Uses & Activities	ช่วงเวลา ความถี่ในการใช้พื้นที่	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีผู้ใช้พื้นที่มากเฉพาะในช่วงเย็น เนื่องจากจะมีแดดร้อน ในตอนเที่ยงและบ่าย</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- พยายามสร้างภาวะความสบายจากภูมิอากาศ โดยในการออกแบบ จะต้องคำนึงถึงทิศทาง ลมและแดด</li> <li>- สร้างร่มเงาให้กับพื้นที่โดยการทำที่กันแดด ปลูกต้นไม้ นำร่ม หรือผ้าใบมาขึง เพื่อกันแดดเฉพาะช่วงเวลา</li> </ul>

ตารางที่ 6.1 (ต่อ)

	ตัวแปร	สภาพปัจจุบัน	ข้อเสนอแนะ
Uses & Activities	การใช้พื้นที่และ กิจกรรม	<ul style="list-style-type: none"> <li>- พื้นที่ในสวน อเนกประสงค์ยังใช้งานไม่ คุ้มค่า</li> <li>- พื้นที่ที่มีความแออัดเมื่อ จัดกิจกรรมพิเศษ เนื่องจากมีผู้ใช้พื้นที่มาก</li> <li>- พื้นที่สำหรับการใช้งาน ในสวนพักผ่อน ยังไม่ เพียงพอ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ในบริเวณพื้นที่อเนกประสงค์ ควรจัดพื้นที่ให้ ดึงดูดการใช้งาน เช่น การเพิ่มที่นั่ง ที่กันแดด ที่สามารถเก็บขึ้นได้ เมื่อต้องการพื้นที่สำหรับ จัดกิจกรรม โดยพื้นที่นั้นควรมีความยืดหยุ่น สามารถปรับเปลี่ยนเพื่อรองรับกิจกรรม หลากหลายที่เกิดขึ้นได้</li> <li>- ควรจัดวางพื้นที่ให้มีพื้นที่เปิดโล่งต่อเนื่องกัน ให้สามารถถ่ายเทผู้คนได้สะดวก (zoning)</li> <li>- ปรับลดพื้นที่ร้านค้าปลีก หรือส่งเสริมให้มีร้าน ประเภทอาหาร เครื่องดื่มมากขึ้น เนื่องจาก การจัดวางโต๊ะ เก้าอี้ ภายนอกร้าน สามารถ เพิ่มพื้นที่ในส่วนที่นั่งที่วัยรุ่นต้องการได้</li> </ul>
Image	ภาพลักษณ์	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ขาดสิ่งดึงดูดที่เป็น ลักษณะทางกายภาพ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ควรปรับปรุงพื้นที่ กิจกรรมต่างๆ เพื่อให้ดึง ดูด และสอดคล้องกับพฤติกรรม ความ ต้องการของวัยรุ่นมากยิ่งขึ้น เช่น ร้านค้าแบบ ที่มีที่นั่งกลางแจ้ง ที่นั่งที่วัยรุ่นสามารถเข้ามา ใช้พื้นที่ได้โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย</li> <li>- พยายามใช้ประโยชน์จากอุปกรณ์ต่างๆ เช่น ไฟ จอ TV ที่กันแดด เพื่อสร้างความตื่นตาตื่น ใจ และบรรยากาศที่สนุกสนานให้กับพื้นที่</li> <li>- สร้างความรู้สึกผูกพันต่อสถานที่ (Sense of Place) โดยการจัดสภาพแวดล้อม และกิจ กรรมต่างๆ ที่ตอบสนองกลุ่มวัยรุ่น เพื่อกระตุ้น ให้เกิดการใช้พื้นที่</li> </ul>

ตารางที่ 6.1 (ต่อ)

	ตัวแปร	สภาพปัจจุบัน	ข้อเสนอแนะ
Image	ความต้องการ ความพึงพอใจ	- ปัญหาเรื่องความ สะอาด  - การจัดพื้นที่ยังไม่ สามารถตอบสนองการใช้ งานได้ในทุกกิจกรรม	- จัดการดูแลพื้นที่ และจัดหา Street Furniture ต่างๆ ให้พอเพียง โดยคำนึงถึงความสวยงาม และรูปแบบการใช้งานด้วย โดยเฉพาะถึงขยะ  - ศึกษาถึงความต้องการจากผู้ในพื้นที่ ปัญหา ที่เกิดขึ้นจากการใช้งาน เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไข
Comfort	ความสบาย	- สภาพอากาศร้อน ทำให้ ไม่มีคนมาใช้งานในบาง ช่วงเวลา	- ศึกษาถึงเรื่องทิศทางลม และแดดของพื้นที่ ก่อนการวางผัง ออกแบบ เพื่อการจัดวางพื้นที่ ต่างๆ ให้เหมาะสมกับช่วงเวลาการใช้งาน  - จัดให้มีต้นไม้ใหญ่ที่สามารถให้ร่มเงา และพื้นที่ ที่สีเขียว เพื่อลดความร้อน  - ติดตั้งที่กันแดด ที่ไม่ใช่โครงสร้างถาวร เพื่อให้ สามารถเคลื่อนย้ายได้ตามความเหมาะสม และการใช้งานเฉพาะช่วงเวลา
Sociability	การเข้าร่วม กิจกรรมทาง สังคม	- เกิดปัญหาความขัดแย้ง กับบุคคลบางประเภท เช่นคนสูบบุหรี่  - มีจำนวนผู้เข้าร่วม กิจกรรมต่างๆไม่มาก เท่าที่ควร ในบางกิจกรรม  - ลักษณะการจัดที่นั่งไม่ ส่งเสริมการรวมกลุ่มของ วัยรุ่น	- ออกกฎ และควบคุมพฤติกรรมบางประเภท โดยให้มีการดูแลอย่างเข้มงวด แต่ก็ไม่ควรให้ มากจนผู้ใช้รู้สึกอึดอัด  - พยายามจัดกิจกรรมให้มีความหลากหลาย ที่ สามารถดึงดูดความสนใจของวัยรุ่น รวมทั้ง การปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ  - จัดพื้นที่และสิ่งอำนวยความสะดวกที่สามารถ ปรับเปลี่ยนได้ตามความต้องการ เช่นการใช้ เก้าอี้ที่สามารถเคลื่อนย้ายได้

### 6.3 ข้อเสนอแนะของการวิจัย

นักออกแบบ และนักพัฒนาที่ดินซึ่งรับผิดชอบในเรื่องการสร้างสรรค์ จัดการ และบำรุงรักษา สภาพแวดล้อมในชุมชนต่างมีหน้าที่ที่จะทำความเข้าใจว่าสภาพแวดล้อมที่มีอยู่ในพื้นที่นั้นมีผลต่อ วิถีชีวิต รวมถึงการอยู่อาศัยของคนในชุมชนอย่างไร และลักษณะของการออกแบบที่มีอยู่เดิมนั้นมี เป้าหมาย และตรงกับความต้องการด้านการใช้สอยหรือไม่ และอย่างไร นักออกแบบนั้นควรมี

การศึกษา และรวบรวมข้อมูลเชิงแนวคิด ทฤษฎี ตลอดจนศาสตร์ในสาขาวิชาต่างๆ เพื่อที่จะนำเข้ามาใช้ในงานออกแบบ และใช้ปรับปรุงเปลี่ยนแปลงสิ่งที่มีอยู่เดิมให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

โดยทั่วไป สภาพแวดล้อมที่สามารถตอบสนองความต้องการด้านการใช้สอยของมนุษย์ได้อย่างเต็มที่ มีบรรยากาศที่น่าสนใจ มีความปลอดภัย อยู่ในสภาวะสบายทั้งด้านกายภาพ และด้านการใช้งานมักจะได้รับค่านิยมเป็นอันดับต้นๆ ซึ่งสภาพแวดล้อมเหล่านี้เองที่สามารถดึงดูดผู้คน และมีกิจกรรมหลากหลายรูปแบบถูกจัดขึ้นอยู่เสมอๆ

ปัจจัยสำคัญที่ทำให้คุณภาพงานออกแบบเป็นไปได้อย่างที่กล่าวมาข้างต้นก็คือ ผู้ออกแบบจะต้องทำความเข้าใจกับเนื้อหาบริบทที่ตั้งนั้นๆ รวมถึงความต้องการของกลุ่มผู้ใช้ที่กำลังจะเข้าไปใช้ในพื้นที่สาธารณะนั้นจริงๆ การออกแบบโดยการอ้างอิงผลงานของนักออกแบบต่างประเทศ หรือจากผลงานที่มีนักออกแบบคนอื่นทำมาแล้วนั้น ไม่สามารถช่วยแก้ปัญหา หรือใช้เป็นแนวทางในพื้นที่ซึ่งมีลักษณะเฉพาะได้

จากการศึกษาพบว่ามีปัจจัยมากมายหลายประการที่จะทำให้พื้นที่หรือลานสาธารณะมีบรรยากาศที่มีชีวิตชีวา เป็นสถานที่ที่ทุกคนจะเข้ามาใช้อย่างมีความสุข มีการเชื่อมต่อกันทางด้านสังคม มีความพึงพอใจในระดับพื้นฐาน และสะดวกสบายในการได้เข้ามาใช้งาน ด้วยเหตุผลนี้ จึงเป็นการพิสูจน์ให้เห็นทั้งในเชิงทฤษฎี และเชิงปฏิบัติว่าลักษณะทางกายภาพของบริบทที่ตั้ง และสภาพแวดล้อมไม่ได้เป็นปัจจัยเพียงฝ่ายเดียวที่ทำให้พื้นที่สาธารณะต่าง ๆ นั้นประสบความสำเร็จในการออกแบบ และการวางนโยบาย แต่ยังคงต้องอาศัยการรวมกันขององค์ประกอบอีกหลายประการเช่นสภาวะสบายของสภาพภูมิอากาศ ลักษณะเฉพาะของถิ่นที่บนพื้นที่สาธารณะแห่งนั้น ตลอดจนกิจกรรมในพื้นที่ที่ช่วยสนับสนุน และดึงดูดให้เกิดการเข้ามาใช้พื้นที่ของผู้คนมากขึ้น

ในการออกแบบ สิ่งที่ต้องระลึกอยู่ตลอดเวลาในขั้นตอนของการออกแบบก็คือ งานออกแบบที่มีความสวยงาม และดูแล้วน่าประทับใจ แต่ในทางตรงกันข้าม การศึกษาเนื้อหาของบริบทที่ตั้งเช่นลักษณะทางสังคม สภาพภูมิอากาศ จะทำให้งานออกแบบมีชีวิตชีวา และมีบรรยากาศที่ดึงดูดใจ รวมถึงการทำวิจัยด้วยวิธีการสังเกตการณ์ และสัมภาษณ์ล้วนเป็นวิธีที่จะทำให้เราเข้าใจเนื้อหาของถิ่นที่นั้นๆ เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการออกแบบต่อไป

สิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งก็คือ พื้นที่สาธารณะนั้นเป็นนอกจากจะทำหน้าที่ด้านการใช้สอยในระดับพื้นฐานแล้ว ยังทำหน้าที่เป็นสัญลักษณ์ที่สื่อถึงตัวผู้ใช้ และวิถีชีวิตของคนในชุมชน ซึ่งเนื้อหาเหล่านี้มีโอกาสเปลี่ยนแปลงได้เมื่อเวลาผ่านไป ด้วยเหตุนี้ การออกแบบพื้นที่สาธารณะในแต่ละถิ่นที่ ความต้องการของผู้ใช้ และปัญหาที่ต้องแก้ไขต่างๆจึงมีโอกาสเปลี่ยนแปลงได้อยู่ตลอดเวลาได้เช่นกัน จึงเป็นอีกประการหนึ่งในการออกแบบที่มีเนื้อหาสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมทางสังคมว่า จะต้องตระหนักถึงรูปแบบของวิถีชีวิตที่เกิดขึ้นอยู่เสมอ และนักออกแบบจะต้องเปลี่ยนแปลงการออกแบบของตนเพื่อที่จะรองรับกับความเปลี่ยนแปลงนั้นได้อย่างเหมาะสม

## บรรณานุกรม

- กิตติพันธ์ ธรรมประดิษฐ์ และคณะ. 2540. "การศึกษาวิจัยค่านิยมการใช้ชีวิตของวัยรุ่นไทยยุคโลกาภิวัตน์." คณะรัฐศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปราณี รามสูต. 2528. **จิตวิทยาวัยรุ่น**. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์รุ่งวัฒนา
- พรพิมล จันทร์พลับ .2538. **พัฒนาการวัยรุ่น**. กรุงเทพฯ : คณะเกษตรศาสตร์ บางพระ สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล.
- พรไพลิน ดีเวลลอปเมนท์, บริษัท. **The Center point of Siam Square** . กรุงเทพมหานคร : ม.ป.ท.:ม.ป.ป.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช สาขาศึกษาศาสตร์. 2532. **เอกสารการสอนชุดวิชาพฤติกรรมวัยรุ่น**. นนทบุรี : มหาวิทยาลัย.
- รัชนี ลาขโรจน์. 2529. **เอกสารการสอนชุดวิชาพัฒนาการวัยรุ่นและการอบรม**. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ศูนย์สุขภาพจิตวิทยา. 2533. **การเตรียมตัวเข้าสู่วัยรุ่น**. นวัตกรรมดาการพิมพ์.
- สุชา จันทน์เอม. 2529. **จิตวิทยาวัยรุ่น**. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- สุโท เจริญสุข. 2520. **จิตวิทยา พัฒนาการเด็กและวัยรุ่น**. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- Altman, Irwin and Zube, Ervin, H.,editor. 1989. **Public Places and Space**. New York : Plenum press.
- Carr, Stephen. et. al. 1992. **Public Space**. Massachusettes : Cambridge University Press.
- Coleman, John C. 1980. **The Nature of Adolescent**. New York : Methuen.
- Cooper-Hewitt Museum. 1981. **Urban Open Space**. USA : Rizzoli.
- Crowhurst, Suzanne, H. and Lennard, Henry, L. 1995. **Livable cities observed**. USA : Gondolier press.
- Csikszentmihalyi, Mihaly and Reed Laeson. 1984. **Being Adolescent**. New York : Basic Book Inc.
- Dorothy, Rogers. 1972. "The nature of Emotion" **The Psychology of Adolescence**.
- Elizabeth, Hurlock, B.1974. **Developmental Psychology**. New Delhi : Tata Mcgraw-Hill Publishing.
- Gehl, Jan. 1987. **Life between building**. Translated by Koch, Jo. New york.
- Guitner, Staci, J. 1998. "Valued dpaces of Adolescents in a Rural Community." Master of

- architecture, Virginia Polytechnic Institute and State University.
- Jackson, John Brinckerhoff. 1994. *A Sense of Place, A Sense of Time*. New Haven and London : Yale University Press.
- Lang, Jon. 1994. *Urban Design : The American Experience*. New York : Van Nostrand Reinhold.
- Lowe, Geoff and Lovejoy, Frances. *Shopping Malls as Teenage Public Space*. TASA 2000 conference, Adelaide : Flinders University, December 6-8
- Lynch, Kevin. 1968. "The Openness of Open Space," *Open Space for Human Needs*. Washington, D.C. Marcou : O'leary and Associates.
- Marcus, Clare, Cooper and Francis, Corollyn. 1990. *People Place : Design guideline for urban open space*. New York : Van Nostrand Reinhold.
- PPS : Project for Public Spaces. 2000. *Placemaking Tools*. [Online]. Available : <http://www.pps.org/info/placemakingtools/casesforplaces/>
- Project for Public Spaces Inc.2000. *How to turn a place around : A handbook for creating successful public spaces*. New york.
- Queensland University of Technology. 2000. *International Youth & Public Space Network*. [Online]. Available : <http://www.yspace.net>
- Ray, L. 1994, *Making Space for Young People: A Selective Literature Review of Literature on Young People and Recreation in Queensland*. Brisbane : Youth Affairs Network of Queensland.
- Rubenstein, Harvey, M. 1992. *Pedestrian malls, Streetscapes and urban spaces*. New York : John Wiley & Sons.
- Whyte, William, H. 1980. *The Social life of Small Urban Spaces*. Washington, D.C. : The Conservation Foundation.

ภาคผนวก

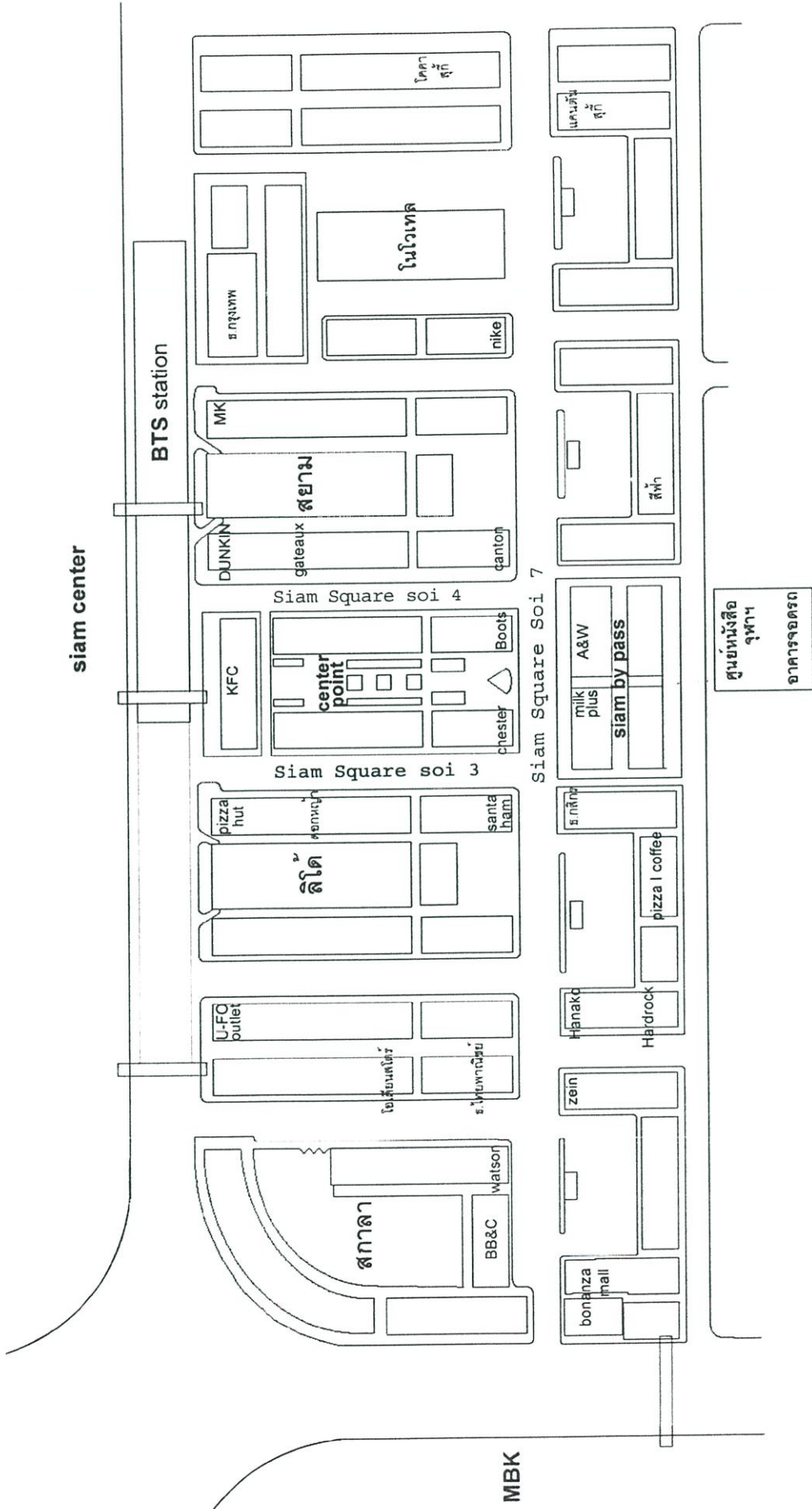
## แบบสอบถาม เรื่อง การใช้พื้นที่ในบริเวณสยามสแควร์

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ระดับมหาบัณฑิต ภาควิชาสถาปัตยกรรมภายใน สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง เรื่อง “ การศึกษาการจัดสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของวัยรุ่นในพื้นที่บริเวณลานสาธารณะ ของศูนย์การค้าสยามสแควร์ ”

ผู้วิจัยใคร่ขอความกรุณาจากท่าน ช่วยตอบแบบสอบถามนี้ และขอรับรองว่าข้อมูลทั้งหมดจะถูกนำไปใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น ขอขอบคุณในความร่วมมือ

กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ หน้าคำตอบที่ท่านต้องการ หรือเติมคำลงในช่องว่าง

- อายุ \_\_\_\_\_ ปี
  - เพศ  ชาย  หญิง
  - อาชีพ  นักเรียน / นักศึกษา ระดับชั้น (โปรดระบุ) \_\_\_\_\_  
 ทำงาน  
 รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ  พนักงานบริษัท / ลูกจ้าง  
 เจ้าของกิจการ / ค้าขาย  แม่บ้าน  อื่นๆ (โปรดระบุ)
- 
- ส่วนมากคุณมาสยามเพื่อทำอะไร ( เลือกและเรียง 3 อันดับแรก)  
 shopping  พบปะสังสรรค์  พักผ่อนเดินเล่นคลายเครียด  
 กินข้าว  เรียนพิเศษ  ดูหนัง  
 ทำงาน  อื่นๆ \_\_\_\_\_
  - คุณมาสยามบ่อยแค่ไหน  
 ทุกวัน  เกือบทุกวัน (3-4 ครั้ง/สัปดาห์)  2 ครั้ง/สัปดาห์  
 อาทิตย์ละครั้ง  เดือนละครั้ง หรือมากกว่า (ไม่บ่อย, นานๆมาที่)
  - ส่วนมากคุณจะมาสยามในช่วงเวลาใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)  
 7.00-10.00  10.00-13.00  13.00-16.00  16.00-19.00  19.00-21.00
  - คุณใช้เวลาอยู่ในสยามแต่ละครั้งนานเท่าไร  
 น้อยกว่า 1 ชม.  1-2 ชม.  2-4 ชม.  มากกว่า 4 ชม.
  - คุณเข้ามาใช้พื้นที่บริเวณใดในสยามมากที่สุด (ตอบได้มากกว่า 1 ที่)  
 (ดูแผนที่ แล้วเลือก โดยวงรอบบริเวณนั้นๆ)
  - ถ้าจะนัดพบเพื่อน หรือหยุดพัก คุณจะเลือก บริเวณหรือสถานที่ใดในสยาม  
 (ใส่เครื่องหมาย X ลงในแผนที่)



## แบบสอบถาม เรื่อง การใช้พื้นที่ในบริเวณ Center Point

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ระดับมหาบัณฑิต ภาควิชาสถาปัตยกรรมภายใน สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง เรื่อง "การศึกษาแนวทางการจัดสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของวัยรุ่น ในพื้นที่บริเวณลานสาธารณะ กรณีศึกษา : The Center Point of Siam Square " ผู้วิจัยใคร่ขอความกรุณา ช่วยตอบแบบสอบถามนี้ และขอรับรองว่าข้อมูลทั้งหมดจะถูกนำไปใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น ขอขอบคุณในความร่วมมือ

กรุณาใส่เครื่องหมาย  หน้าคำตอบที่ท่านต้องการ หรือเติมคำลงในช่องว่าง

1. อายุ \_\_\_\_\_ ปี
2. เพศ  ชาย  หญิง
3. อาชีพ  นักเรียน / นิสิต นักศึกษา ระดับชั้น (โปรดระบุ) \_\_\_\_\_  
 ทำงาน  
 รัฐบาล / รัฐวิสาหกิจ  พนักงานบริษัท / ลูกจ้าง  
 เจ้าของกิจการ / ค้าขาย  ว่างาน  อื่นๆ (โปรดระบุ) \_\_\_\_\_
4. คุณมาที่ center point บ่อยแค่ไหน  
 ทุกวัน  เกือบทุกวัน (3-4 ครั้ง/สัปดาห์)  2 ครั้ง/สัปดาห์  
 อาทิตย์ละครั้ง  เดือนละครั้ง หรือ 2 ครั้ง  ไม่บ่อย, นานๆมาที่
5. โดยส่วนใหญ่คุณจะมาที่ center point ในช่วงเวลาใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)  
 เช้า (7.00-10.00)  สาย (10.00-13.00)  บ่าย (13.00-16.00)  
 เย็น (16.00-19.00)  ค่ำ (19.00-21.00)
6. คุณใช้เวลาอยู่ใน Center Point แต่ละครั้งนานเท่าไร  
 น้อยกว่า 1/2 ชม.  1/2-1 ชม.  1-2 ชม.  มากกว่า 2 ชม.
7. เวลาคุณมาสยามสแควร์ คุณเข้ามาใช้พื้นที่ center point เพื่อทำอะไรบ้าง  
 เป็นทางผ่าน  
 เป็นที่นัดพบ  
 เป็นที่หยุดพัก  
 มาเพื่อซื้อของจากร้านที่อยู่ในบริเวณ center point  
 ใช้เป็นที่พบปะสังสรรค์กับเพื่อนๆ  
 ดู หรือ ร่วมกิจกรรมที่จัดขึ้น  
 อื่นๆ (โปรดระบุ) \_\_\_\_\_

8. เวลาที่ Center point คุณมักจะทำอะไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ดูคนอื่น ๆ
- ฟังและดู music video จาก screen shaker
- นั่งเล่น
- กิน
- คุยกับเพื่อนๆ หรือคนอื่น ๆ
- เดิน shopping
- อ่านหนังสือ นิตยสาร
- ดูและเข้าร่วมกิจกรรมพิเศษ เช่น คอนเสิร์ต เล่นเกม
- สูบบุหรี่
- อื่นๆ (โปรดระบุ) \_\_\_\_\_

9. สิ่งที่ตั้งใจให้คุณมาที่ Center point คืออะไร

.....

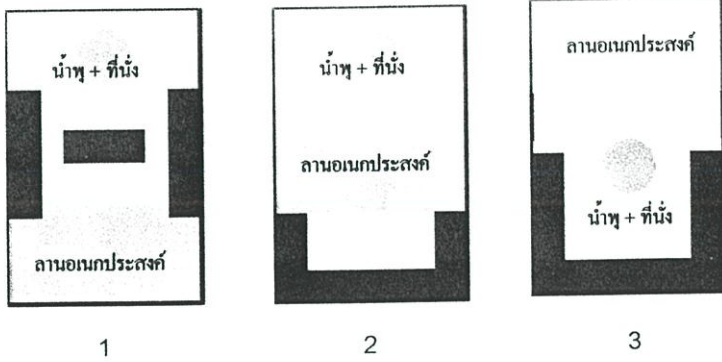
.....

.....

10. ลักษณะดังต่อไปนี้ มีผลต่อการตัดสินใจของคุณที่จะเข้ามาใช้พื้นที่ใน Center point มากแค่ไหน

	มีผลมาก	มีผลเหมือนกัน	ไม่มีผล	ข้อเสนอนั้นะ
การออกแบบ				
บรรยากาศโดยรวม				
ร้านค้าที่อยู่โดยรอบ				
ที่นั่ง				
ต้นไม้				
ความสะดวกสบาย				
ความปลอดภัย (เช่นมี รปภ.)				
ตำแหน่งที่ตั้ง				
ทางเดิน				
กลุ่มคนที่เข้ามาใช้พื้นที่				
กิจกรรมพิเศษต่างๆ				
การได้มีส่วนร่วมกับคนอื่น ๆ				

11. พื้นที่ บริเวณร้านค้า / น้ำพุ+ที่นั่ง / ลานอเนกประสงค์ คุณอยากให้มีการจัดวางตำแหน่งตามแบบใดมากที่สุด



12. คุณชอบอะไรใน Center Point มากที่สุด เพราะอะไร

.....

.....

.....

13. คุณไม่ชอบอะไรใน Center Point มากที่สุด เพราะอะไร

.....

.....

.....

14. สิ่งที่คุณอยากให้เพิ่มขึ้นมา หรือ อยากให้เขาออกไป เพื่อปรับปรุงให้ center point ดีขึ้น

เพิ่ม	เอาออก
.....	.....
.....	.....
.....	.....
.....	.....

15. คุณมีความรู้สึกสบายมากแค่ไหนเวลาที่มาที่ center point

สบายมาก                       สบาย                       ไม่สบาย

ความรู้สึกนั้นๆ เกิดจากอะไร .....

.....

16. สภาพอากาศมีผลต่อความสบายของคุณ ระหว่างที่อยู่ที่ center point หรือไม่

ใช่                                       ไม่ใช่

มีผลอย่างไร .....

.....

17. คุณอยากให้มีร้านขายของประเภทใด ภายใน center point

.....  
 .....

18. คุณเคยเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆที่จัดขึ้น ใน Center point หรือไม่ (เช่น concert ร่วมเล่นเกม งานเปิดตัวสินค้า)

เคย  ไม่เคย

ถ้าไม่เคย คุณคิดว่า ถ้ามีโอกาส จะเข้าร่วมหรือไม่ เพราะอะไร

.....  
 .....

19. เวลาที่มาที่ center point คุณจะรู้สึกว่าคุณมีความกล้าแสดงออก มากขึ้นกว่าปกติหรือไม่ (ไม่ว่าจะเป็นการทำกิจกรรมต่างๆ การแต่งตัว การพูดคุยกับคนอื่น)

ใช่  ไม่ใช่

20. ถ้าเลือกได้ คุณชอบที่จะนั่งที่นั่งแบบใด (รูปแบบของที่นั่ง)



1



2

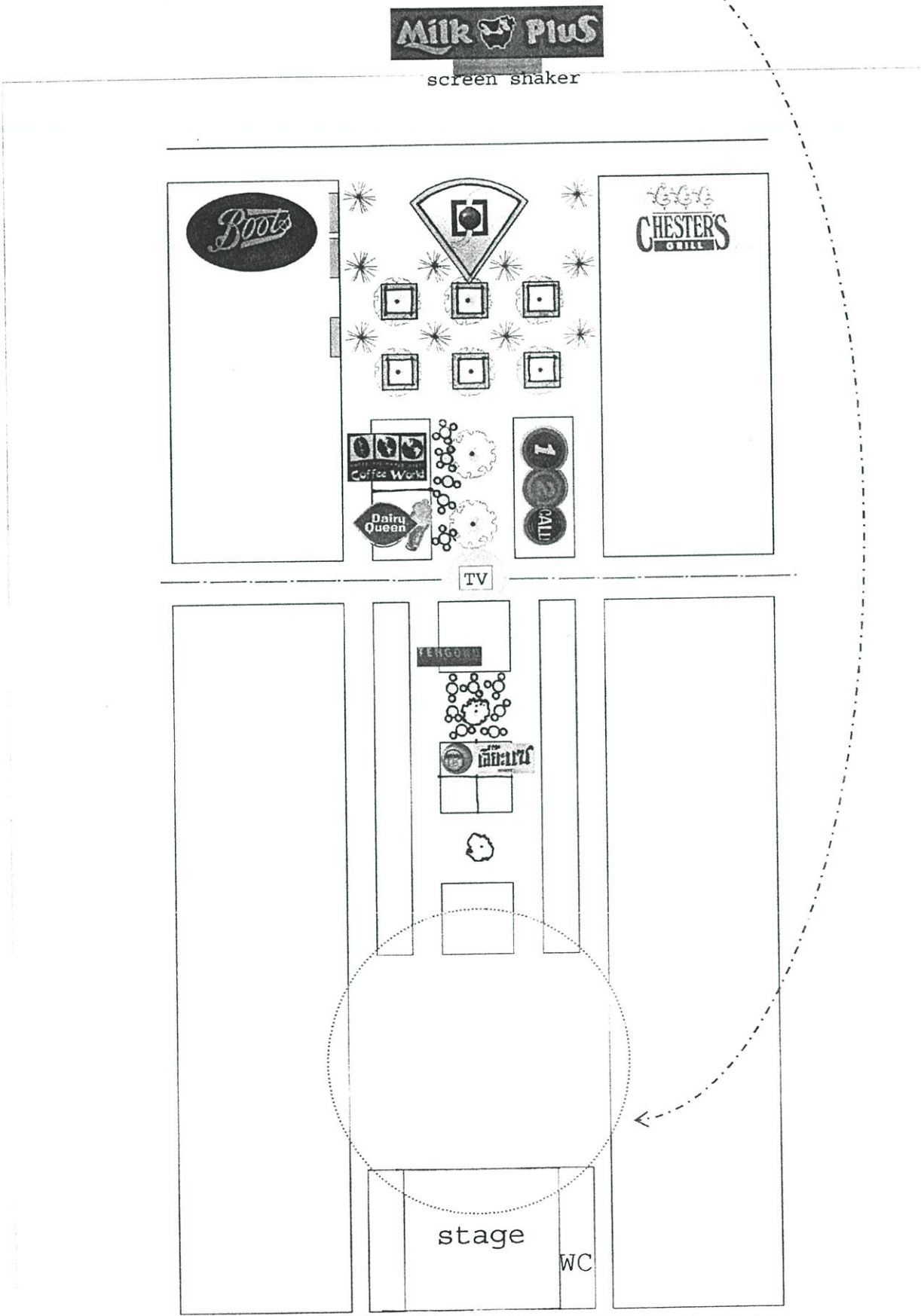


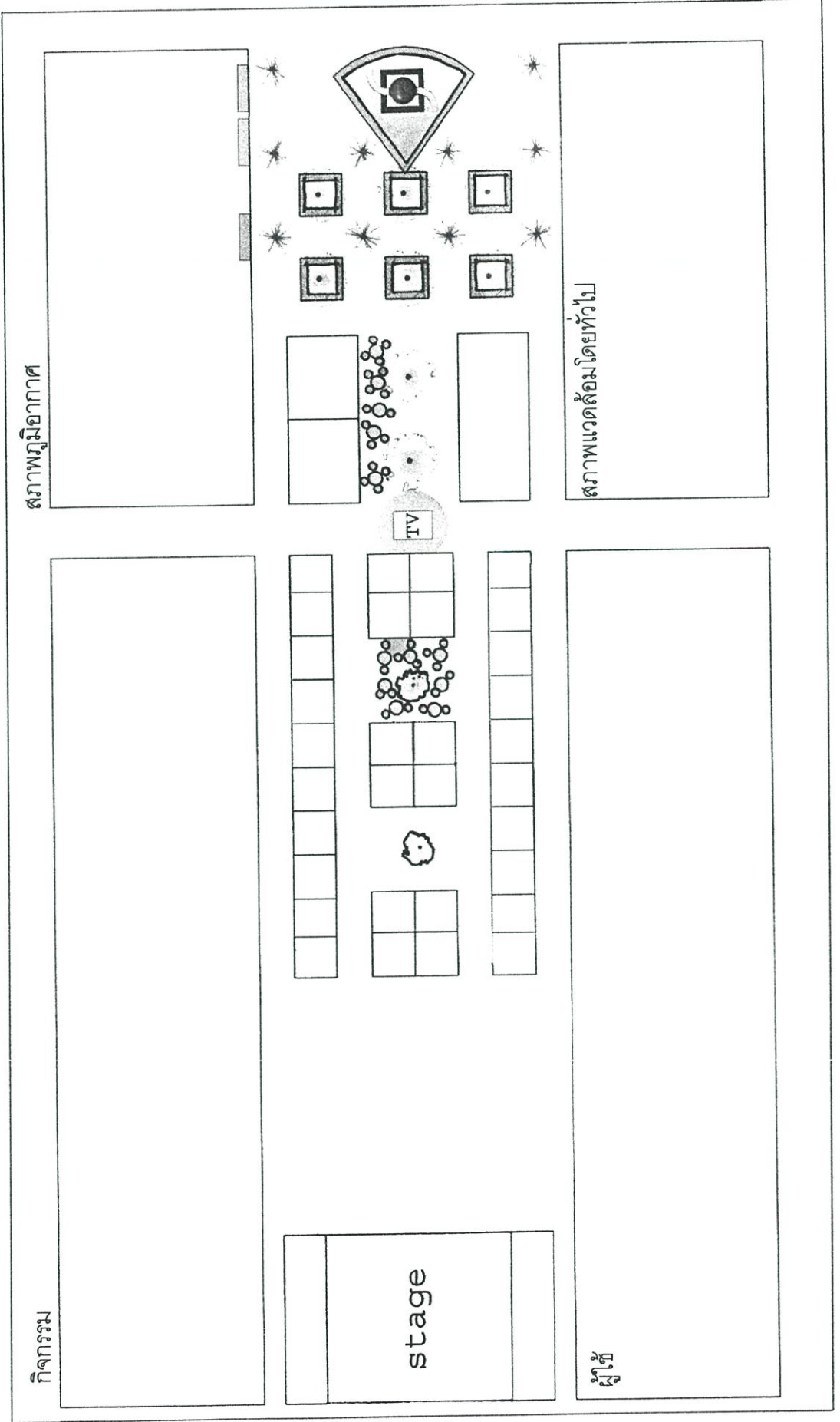
3



4

21. คุณมักจะเลือก นั่ง ที่ไหนใน center point เพราะอะไร ( เขียนลงในแผนที่ ) ( ตำแหน่ง )
22. คุณคิดว่าพื้นที่บริเวณหน้าเวที ในช่วงที่ไม่มีการจัดกิจกรรม ควรจะถูกใช้ทำอะไรได้บ้าง หรือควรจะจัดให้มีอะไรเพิ่มเติมแทนที่จะทิ้งให้ว่างเปล่า และไร้ประโยชน์ เพื่อที่คุณจะเข้ามาใช้ได้บ้าง





# กรณีศึกษา

ในกระบวนการค้นคว้าวิจัย ได้เลือกกรณีศึกษาขึ้นมาประกอบสองชิ้นด้วยกันคือ ย่านฮาราจูกุ ในกรุงโตเกียว ประเทศญี่ปุ่น และ The Schouwburgplein หรือ Theate Square ในเมืองร็อตเตอร์ดัม ประเทศเนเธอร์แลนด์ ด้วยเหตุผลที่ว่าพื้นที่สาธารณะทั้งสองแห่งนั้นเป็นที่รู้จักกันโดยทั่วไปว่าเป็นพื้นที่สาธารณะซึ่งมีการรวมตัวกันของวัยรุ่น และเป็นที่มาของวัฒนธรรมเฉพาะหลายอย่าง ซึ่งเป็นลักษณะที่พ้องกับพื้นที่เซ็นเตอร์พ้อยท์ ที่ทำการศึกษาค้นคว้า เพื่อแสดงถึงความเป็นไปได้ และแนวทางที่เคยมีการปฏิบัติมาของโครงการลักษณะนี้ โครงสร้างโดยรวมของเนื้อหาส่วนนี้ประกอบด้วย

1. ประวัติความเป็นมา และลักษณะโดยทั่วไปของกรณีศึกษา
2. ตำแหน่ง และลักษณะที่ตั้งของกรณีศึกษา
3. ลักษณะกิจกรรมของวัยรุ่นในพื้นที่กรณีศึกษา
4. บทวิเคราะห์ ซึ่งประกอบด้วยหลักการของ Project for Public Spaces หรือ PPS

ตามหัวข้อดังนี้

- ความสำคัญทางสังคม (Sociability)
- การเข้าถึงและการเชื่อมต่อของย่าน (access & linkage)
- การใช้งาน และกิจกรรม (uses & activities)
- ความสะดวกสบาย และภาพลักษณ์ของสถานที่ (comfort & image)

## ฮาราจูกุ (Harajuku)

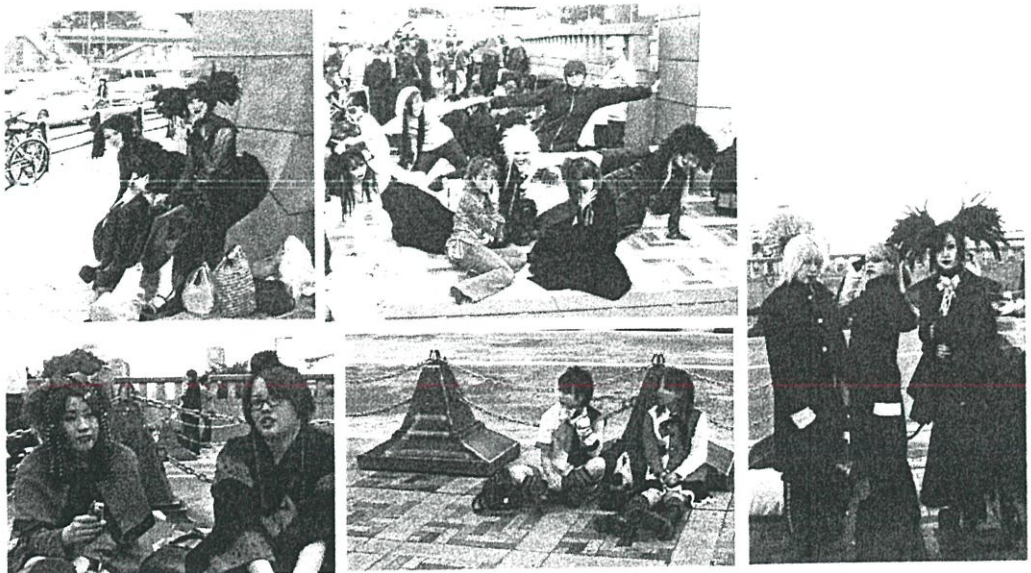
ประวัติความเป็นมา และลักษณะโดยทั่วไป

ความคึกคักในย่านฮาราจูกุนั้นเริ่มเป็นรูปเป็นร่างมาตั้งแต่ปีค.ศ.1964 เนื่องจากเป็นที่ญี่ปุ่นได้รับเกียรติเป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขันมหกรรมกีฬาโอลิมปิก มีคนเป็นล้านๆเดินทางมาที่ญี่ปุ่นและได้รู้จักฮาราจูกุเนื่องจากมีสนามกีฬาตั้งอยู่ในสวนสาธารณะโยโยกินั่นเอง ซึ่งแตกต่างจากสภาพก่อนหน้านั้นที่ฮาราจูกุเป็นเพียงเมืองที่รู้จักกันในฐานะเป็นที่ตั้งของโบราณสถาน และเมืองที่ผู้คนอาศัยอยู่อย่างสงบร่มเย็น อย่างมากก็มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเพื่อเยี่ยมชมวัดเมจิซึ่งเป็นวัดชินโตที่มีความสวยงามที่สร้างขึ้นในปีค.ศ. 1915 แต่ด้วยความเคลื่อนไหวที่พลิกโฉมตำบลเล็กๆนี้เอง ที่ผลักดันให้วัยรุ่นในเมือง พยายามเลียนแบบชาวตะวันตกที่เดินทางเข้ามาเพื่อชมมหกรรมกีฬาในครั้งนั้น

ปัจจุบัน ฮาราจูกุ เป็นที่รู้จักกันดีในฐานะของย่านๆหนึ่งของตำบลอาโอยามา ในกรุงโตเกียว ที่มีร้านค้าแฟชั่นจำนวนมากตั้งเรียงรายตามถนนหนทางหลักๆในย่านเช่นถนนทาเคชิตะที่มี

ผู้คนเดินเบียดเสียดอย่างล้นหลาม และถนนโคมโตะ ช่างได้ที่มีห้างสินค้าแบรนด์ดังมาเปิดกันตลอดเส้นถนน เมื่อมองในส่วนพื้นที่เปิดโล่ง และลานสาธารณะตามจุดต่างๆของฮาราจูกุ จะเห็นว่ามีกรกฎที่ใช้เป็นสถานที่ที่กลุ่มวัยรุ่นมักจะมาจับกลุ่มรวมตัวกัน เพื่อแสดงออกถึงพลังสร้างสรรค์ในด้านต่างๆ เช่นการแต่งกาย การแสดงดนตรี การร้องรำทำเพลง การแสดงงานศิลปะ ฯลฯ โดยเฉพาะในวันหยุดสุดสัปดาห์ ที่นี้เป็นสถานที่ที่วัยรุ่นญี่ปุ่นใช้เป็นแหล่งเผยแพร่วัฒนธรรม หรือเทรนด์แห่งแฟชั่นใหม่ๆ เช่นการแต่งตัวด้วยเสื้อผ้าที่ดูแปลกตา จนถึงการใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์รุ่นใหม่ล่าสุด การกำหนดข้อบังคับในชีวิตประจำวันเช่นท่าทางในการเดิน การแต่งหน้า การใช้ศัพท์แสลง ฯลฯ และเป็นอย่างนี้มาตลอดตั้งแต่ยุค 1960's ความเคลื่อนไหวทางสังคมส่วนนี้มีอิทธิพลไปถึงวัยรุ่นในเมืองต่างๆ ซึ่งโดยส่วนใหญ่ก็ได้อิทธิพลมาจากวัฒนธรรมอเมริกัน และนำมาประยุกต์ใช้จนกลายเป็นรูปแบบของตัวเองเช่นการเดินร่าเป็นทีมหลายๆคน อย่างในภาพยนตร์เรื่อง West Side Story และ Grease เป็นต้น

พฤติกรรมการแสดงออกของกลุ่มวัยรุ่นเหล่านี้ก็คือ มีการจับจองพื้นที่เพื่อการแสดง หรือว่านั่งจับกลุ่มชุมนุมกันบริเวณถนนซึ่งอยู่ติดกับสถานีรถไฟฮาราจูกุ และสวนสาธารณะโยโยกิ คนส่วนใหญ่ที่เดินทางโดยรถไฟเมื่อมาถึงก็จะรู้สึกเหมือนกับว่ากำลังเดินทางเข้ามาในเมืองที่เต็มไปด้วยวัยรุ่นที่แต่งตัวแปลกๆ มีการเปิดแผงขายเสื้อผ้า และข้าวของเครื่องใช้มือสอง และความเคลื่อนไหวที่มีชีวิตชีวา ภาพดังกล่าวก็ช่างดูขัดแย้งเสียเหลือเกินเมื่อเทียบกับวัดเมจิ และหมู่บ้านนักกีฬาที่ทางการได้ปรับปรุงมาจากกองบัญชาการทหารอเมริกันสมัยสงครามโลกซึ่งตั้งอยู่ในสวนสาธารณะโยโยกิ ดังนั้นเราจึงเห็นการทับซ้อนของวัฒนธรรมที่แตกต่างกันอยู่ตลอดเวลาในย่านแห่งนี้ ทั้งความเก่าและความใหม่ ทั้งวัฒนธรรมตะวันตก และตะวันออก และนั่นก็คือเสน่ห์ของฮาราจูกุที่วัยรุ่นญี่ปุ่นใฝ่ฝันจะเข้าไปเยือนสักครั้ง

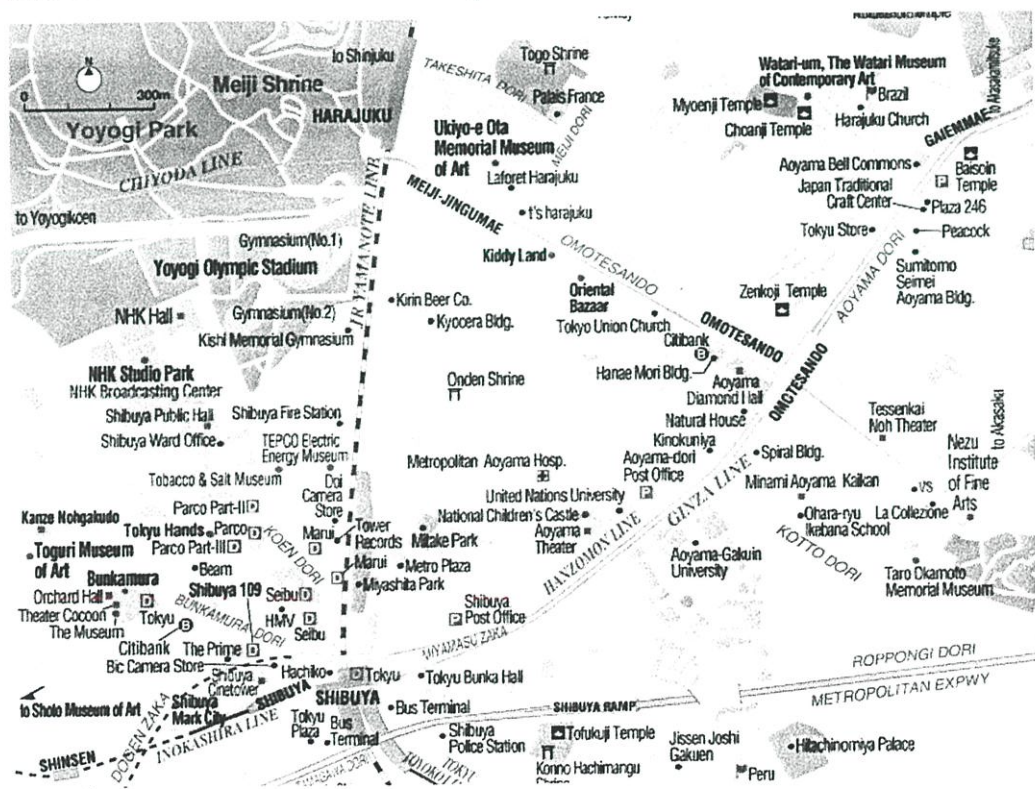


วัยรุ่นที่มาชุมนุมกันที่ฮาราจูกุ

## ตำแหน่ง และลักษณะที่ตั้ง

ถ้าดูจากประวัติศาสตร์ญี่ปุ่น จะพบว่าญี่ปุ่นต้องเผชิญกับกระแสวัฒนธรรมจากโลกภายนอกเข้ามา 2 ช่วงใหญ่ๆ คือ ตั้งแต่ในศตวรรษที่ 8 เมื่อครั้งที่วัฒนธรรมจีนเข้ามา เราจึงเห็นความเป็นจีนแทรกอยู่ในวิถีชีวิตของชาวญี่ปุ่น เช่น รูปแบบทางสถาปัตยกรรม อย่างอาคารบ้านเรือนในจังหวัดรอบนอก โดยเฉพาะที่เกี่ยวข้อง จะผสมผสานความเป็นจีนไว้อย่างชัดเจน และวัฒนธรรมจากโลกภายนอกรุกเข้ามาอีกครั้งเมื่อญี่ปุ่นเปิดประเทศรับเทคโนโลยีจากตะวันตกหลังสมัยสงครามโลก ถ้าเรามองย้อนกลับไปในยุค 1950's ได้เกี่ยวในยุคฟื้นฟูหลังสงครามโลกนั้นคนรุ่นใหม่จะมองข้ามย่านบันเทิงดั้งเดิมอย่างกินซ่า และอาซากุซ่า และให้ความสนใจกับย่านที่เติบโตขึ้นใหม่ซึ่งมีการพัฒนาตามสถานีขนส่งมวลชนให้เป็นย่านช้อปปิ้ง และสถานบันเทิงรูปแบบใหม่ๆ ที่นำเข้ามาจากต่างประเทศเช่นร้านอาหารฮาร์ บาร์ คลับ โรงหนัง และการแสดงโชว์

เมื่อยึดเอาตามตำแหน่งของสถานีรถไฟสามสถานีบนเส้นทางยามโนเตะ ไลน์เป็นจุดอ้างอิง เราจึงเห็นภาพตำแหน่งที่ตั้งของย่านต่างๆ จะเห็นว่าฮาราจุกุนั้นเป็นสถานีรถไฟซึ่งตั้งอยู่ระหว่างสถานีชินจูกุ และสถานีชิบูยะซึ่งเป็นอีกสองย่านการค้าแฟชั่น ซึ่งเป็นแหล่งจับจ่ายซื้อของของบรรดาวัยรุ่นเช่นกัน และเมื่อดูตามผังเมืองจะเห็นว่าตัวสถานีฮาราจุกุนั้นเป็นจุดสิ้นสุดของถนนเมจิ จิงกูมะ ซึ่งต่อเนื่องมาจากถนนโอโมเตะ ซังได้ ถนนแฟชั่นสำคัญที่เปรียบได้กับถนนสายของอิตาลีในปารีส บนความยาวประมาณหนึ่งกิโลเมตร จึงไม่น่าแปลกใจที่ที่ตั้งของฮาราจูกุจะเป็นเสมือนทางสามแพร่งของย่านแฟชั่นสำหรับวัยรุ่นที่มาบรรจบกัน



แผนที่แสดงตำแหน่งของย่านฮาราจูกุ

## ลักษณะกิจกรรมของวัยรุ่นในฮาราจูกุ

ฮาราจูกุในยุคเฟื่องฟูนั้น นอกเหนือจากการได้มาเดินบนถนนทาเคชิตะเพื่อจับจ่ายซื้อของแฟชั่นต่างๆ ซึ่งในบางวันนั้นมีคนล้นคนที่ล้นหลามแล้ว กลุ่มวัยรุ่นจะมารวมตัวชุมนุมกัน โดยการแต่งกายแบบ Cosplay มาอวดโฉมผู้คน และเข้าจับจองพื้นที่เพื่อการแสดงของตน บนถนนสายเล็กที่เชื่อมจากตัวสถานีรถไฟไปสู่ทางเข้าสวนสาธารณะโยโยกิในวันอาทิตย์ ในยุคนั้นเทศบาลเมืองได้ทำการปิดถนนเพื่อเปิดโอกาสให้วัยรุ่นเหล่านี้ได้ทำกิจกรรมอย่างที่เราเคยคุ้นตา แต่นับตั้งแต่ปีค.ศ. 1997 เทศบาลเมืองตัดสินใจเปิดถนนให้รถวิ่งในวันอาทิตย์อีกครั้งเนื่องจากปัญหาการจราจรติดขัด วันอาทิตย์ของฮาราจูกุทุกวันนี้จึงดูเหมือนจะเงียบเหงาลงไปไม่น้อย แต่อย่างไรก็ดี กลุ่มวัยรุ่นก็ยังไม่ได้หายไปไหนแต่เรายังเห็นการแสดงของพวกเขาได้ไม่ไกลจากที่เดิมเพียงแต่ย้ายมาอยู่ในเขตของสวนสาธารณะโยโยกิ ในขณะที่อีกหลายๆกลุ่มย้ายมาเปิดการแสดงบนถนนโอโมเตะ ซึ่งได้แทน และด้วยการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว เราจึงมีโอกาสได้เห็นกิจกรรมของกลุ่มวัยรุ่นในฮาราจูกุบ่อยขึ้น เนื่องจากสวนสาธารณะ และถนนสายแฟชั่นดังกล่าวนั้นเปิดทำการทุกวัน และเมื่อบวกกับกิจกรรมกลางแจ้งของสวน สาธารณะโยโยกิเช่นการออกกำลังกายเช่นการวิ่ง การขี่จักรยาน การเดินเล่น จึงทำให้บทบาทของพื้นที่สาธารณะในเมืองของฮาราจูกุนี้มีความหลากหลายมากขึ้น ทางเทศบาลจึงมีการปรับปรุงพื้นที่ด้วยการเพิ่มพื้นที่สนามหญ้า การติดตั้งเฟอร์นิเจอร์กลางแจ้ง และการเปลี่ยนพื้นปูทางเดินใหม่ การเตรียมเส้นทางของรถจักรยานในสวน เพื่อทำการรองรับกิจกรรมของวัยรุ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพมากกว่าเดิม



กิจกรรมของกลุ่มวัยรุ่นในฮาราจูกุ

## การเข้าถึงและการเชื่อมต่อของย่าน (Access & Linkage)

ฮาราจูกุสามารถเข้าถึงได้หลายเส้นทางดังนี้

- โดยรถไฟใต้ดินสาย Meiji Jingu-mae station Chiyoda line
- โดยรถไฟสาย Harajuku station on JR Yamanote line
- โดยรถยนต์ตามเส้นทางทางด่วน Tokyo Expressway เลี้ยวเข้าสู่ย่านด้วยทางออก Yoyogi interchange exit เข้าสู่ถนน Meiji street และเลี้ยวขวาเข้าสู่แยก Yoyogi-fukamachi

เมื่อพิจารณาตำแหน่งที่ตั้งของย่าน จะเห็นว่าฮาราจูกุนั้นเป็นสถานีรถไฟซึ่งตั้งอยู่ระหว่างสถานีชินจูกุ และสถานีชิบูยะซึ่งเป็นอีกสองย่านการค้า และแฟชั่นซึ่งเป็นแหล่งจับจ่ายซื้อของของบรรดาวัยรุ่นเช่นกัน และเมื่อดูตามผังของย่านจะเห็นว่าตัวสถานีฮาราจูกุนั้นเป็นจุดสิ้นสุดของถนนเมจิ จิงกูมะะ ซึ่งต่อเนื่องมาจากถนนโอโมเตะ ซังได ถนนแฟชั่นสำคัญที่เปรียบได้กับถนนสายของอาลิเซในปารีสบนความยาวประมาณหนึ่งกิโลเมตร จึงไม่น่าแปลกใจที่ที่ตั้งของฮาราจูกุจะเป็นเสมือนทางสามแพร่งของย่านแฟชั่นสำหรับวัยรุ่นที่มาบรรจบกัน นอกจากนั้นเส้นทางที่เป็นที่ตั้งของร้านค้า และสถานบันเทิง รวมถึงจุดดึงดูดความสนใจต่างๆก็มีระยะทาง และสภาพทางเดินเท้าที่เชื่อมต่อถึงกันได้ตลอด

## การใช้งาน และกิจกรรม (Uses & Activities)

เราสามารถแบ่งพื้นที่สาธารณะที่ถูกใช้งานตามกิจกรรมสำหรับวัยรุ่นในฮาราจูกุได้ตาม 3 ตำแหน่งใหญ่ๆคือ

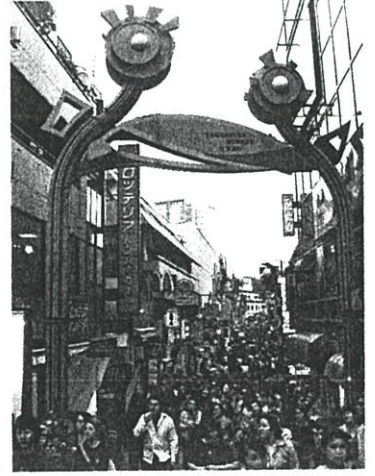
1. พื้นที่ในสวนสาธารณะโยโยกิ : หลังจากที่เทศบาลเมืองฮาโอยาม่ายกเลิกการปิดถนนบริเวณสถานีรถไฟฮาราจูกุมาตั้งแต่ปีค.ศ. 1997 กลุ่มวัยรุ่นบางกลุ่มได้ย้ายมารวมตัวกันที่สวนสาธารณะโยโยกิซึ่งเต็มไปด้วยพื้นที่สีเขียว และกิจกรรมสันทนาการทั้งแบบ active และแบบ passive แต่การแสดงต่างๆที่เคยเป็นเอกลักษณ์มานานหลายปีนั้นก็ยังคงเรียกร้องความสนใจผู้ที่เดินผ่านไปมาได้ไม่ยากนัก และด้วยการปรับปรุงพื้นที่ในสวนก็ทำให้มีกลุ่มวัยรุ่นที่ไม่ได้สนใจในเรื่องแฟชั่นได้เข้ามาใช้พื้นที่ที่ทางการได้เตรียมไว้ให้มากขึ้น มีการขี่จักรยาน วิ่งคอกก่าลังกาย นอนอ่านหนังสือบนสนามหญ้า ฯลฯ

2. พื้นที่ริมถนนโอโมเตะ ซังได : หลังจากที่เทศบาลเมืองฮาโอยาม่ายกเลิกการปิดถนนบริเวณสถานีรถไฟฮาราจูกุมาตั้งแต่ปีค.ศ. 1997 กลุ่มวัยรุ่นบางกลุ่มได้ย้ายมารวมตัวกันตามจุดต่างๆบนถนนโอโมเตะ ซังได เนื่องจากเป็นบริเวณที่มีคนพลุกพล่าน ทำให้เกิดพฤติกรรมการสังเกตการณ์ผู้ที่เดินผ่านไปมา เกิดกิจกรรมการแสดงออกเพื่อเรียกร้องความสนใจ โดยเฉพาะในวันหยุดสุดสัปดาห์ พื้นที่บนถนนนี้จะมีสีสัน และมีความคึกคักมากขึ้น กลุ่มวัยรุ่นจะเกาะกลุ่มกันตามจุดที่มีม้านั่ง ราวกัน ขอบถนน ชั้นบันได ฯลฯ โดยไม่ได้เข้าไปใช้พื้นที่ในห้างเนื่องจากสินค้ามีราคาแพง

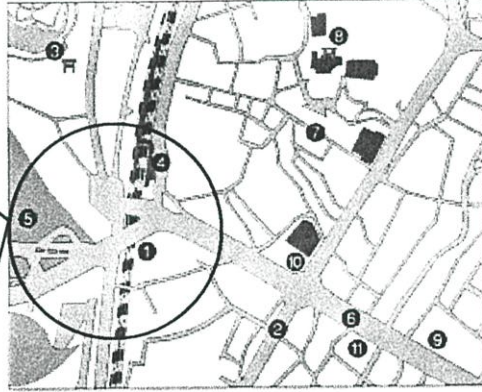
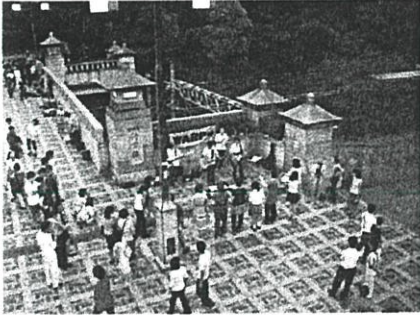
3. พื้นที่บนถนนทาเคชิตะ : นอกเหนือจากการใช้พื้นที่สาธารณะกลางแจ้งแล้ว ร้านค้า และสถานบันเทิงที่ตั้งเรียงรายตามแนวถนนทาเคชิตะก็ยังมีความหมายต่อกลุ่มวัยรุ่นอย่างมาก เนื่องจากเป็นสินค้าที่มีราคาที่ยาวรุ่นสามารถซื้อหาได้ และมีความหลากหลาย



4



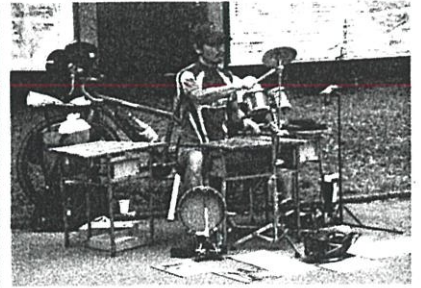
7



- 1 JR Yamanote Line
- 2 Meiji Avenue
- 3 Meiji Shrine
- 4 JR's Harajuku Station
- 5 Yoyogi Park
- 6 Omote-Sando Avenue
- 7 Takeshita Street
- 8 Togo Shrine
- 9 Dojunkai Apartments
- 10 Laforet Harajuku
- 11 Kiddy Land



6



5

ลักษณะการใช้พื้นที่ และกิจกรรมบริเวณฮาราจูกุ

## ความสะดวกสบาย และภาพลักษณ์ของสถานที่ (Comfort & Image)

พื้นที่ทุกส่วนในฮาราจูกุที่วัยรุ่นเข้าไปใช้งานนั้น ส่วนใหญ่ได้รับการปรับปรุงให้มีสภาพที่พร้อมใช้งานได้ตลอดเวลา แม้ว่าโดยส่วนใหญ่จะเป็นการหวังผลทางการค้า แต่โดยภาพรวมก็ทำให้ภาพลักษณ์ของย่านแห่งนี้มีความชัดเจนมากขึ้น และยังคงตอกย้ำความเป็นย่านสำคัญของวัยรุ่นเอาไว้ได้เช่น ภายในสวนสาธารณะโยโยกิ มีการจัดสรรพื้นที่สำหรับการใช้งานของวัยรุ่นทั้งแบบ active และ passive เราจึงได้เห็นภาพวงดนตรีวัยรุ่นบรรเลงอยู่ท่ามกลางพื้นที่สีเขียว ซึ่งต่างจากเมื่อก่อนที่เล่นอยู่บนพื้นที่ถนน วัยรุ่นเหล่านี้อาศัยองค์ประกอบทางภูมิสถาปัตยกรรมเช่น เฟอร์นิเจอร์กลางแจ้งอย่างเก้าอี้ ม้านั่งยาว เสากันทางเดินเป็นจุดยึด และแสดงอาณาเขตในการจับจองเพื่อการแสดง หรือใช้เป็นพื้นที่รวมกลุ่มของพวกที่แต่งตัวกันออกมาอย่างมีสีสัน นั่งจับกลุ่มคุยกันถึงเทรนด์แฟชั่นใหม่ๆ ในขณะที่วัยรุ่นซึ่งสนใจทางด้านกีฬา หรือสนทนาการก็มีพื้นที่สีเขียวขนาดใหญ่สำหรับการทำกิจกรรมที่พวกเขานิยม

ในขณะที่อีกด้านหนึ่งบนถนนสายโอโมเตะ ชังได๋ นั้นยังคงมีความเคลื่อนไหวที่ดึงดูดให้วัยรุ่นเข้าไปใช้งานอยู่ตลอดเวลา ในปีที่ผ่านมา อาคารใหม่ๆ ของแฟชั่นแบรนด์ชั้นนำถูกสร้างขึ้นมาอีกหลายโครงการเช่นห้าง Prada ออกแบบโดยสถาปนิกชาวสวิส Herzog & de Meuron ห้างหลุยส์ วิตตอง ออกแบบโดยสถาปนิกญี่ปุ่น Jun Aoki นั้นต่างได้รับการตีพิมพ์ในนิตยสารทางด้านการออกแบบไปทั่วโลก ยิ่งทำให้ย่านแห่งนี้เป็นที่รู้จักมากขึ้น ในขณะที่ถนนทาเคชิตะเป็นถนนสำหรับคนเดินเท้า ซึ่งดูเหมือนว่าคนที่เข้าไปจะต้องเดินเบียดเสียดกับคนอื่นๆ เนื่องจากขนาดถนนที่เล็ก แต่กลับกลายเป็นเสน่ห์ที่ดึงดูด เพราะเต็มไปด้วยร้านค้าที่ขายของตามแฟชั่น แต่ละร้านก็จะมีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง เป็นส่วนที่ทำให้วัยรุ่นอยากที่จะเข้าไปมากขึ้น

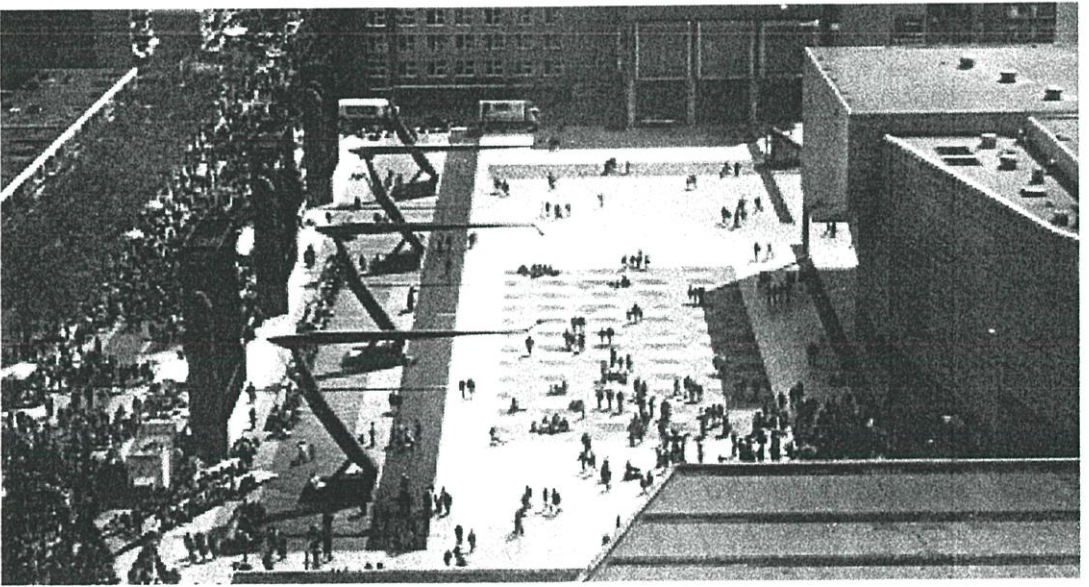
แต่อย่างไรก็ดี ในบางกิจกรรมก็มีผลกระทบทำให้วิถีชีวิตของชาวบ้านที่อาศัยอยู่ในเมืองนั้นเปลี่ยนแปลงไปเช่น มีการรวมตัวกันร้องเรียนการจัดงานวันคริสมาสต์เมื่อปีที่ผ่านมาทำให้อาคารที่พักอาศัยแถบนั้นได้รับความเดือดร้อนจากเสียงที่ดัง และขยะจากนักท่องเที่ยว

## ความสำคัญทางสังคม (Sociability)

ฮาราจูกุเป็นที่รู้จักโดยทั่วไปในฐานะย่านของวัยรุ่นที่สนใจและคลั่งไคล้ในแฟชั่น ซึ่งเป็นลักษณะเดียวกับสยามสแควร์ในกรุงเทพมหานคร เป็นย่านที่เต็มไปด้วยร้านค้าเกี่ยวกับแฟชั่น และสถานบันเทิงโดยเน้นไปที่กลุ่มวัยรุ่น จึงกลายเป็นที่รวมตัวกันของวัยรุ่นไปโดยปริยาย พฤติกรรมของวัยรุ่นโดยส่วนใหญ่ได้รับอิทธิพลจากวัฒนธรรมตะวันตก อาทิเช่น การแต่งตัวของวัยรุ่นที่นำสมัยไม่แพ้แฟชั่นในปารีส พฤติกรรมการใช้ชีวิตที่อิสระเช่น ความอิสระในการมีเพศสัมพันธ์ การใช้จ่ายที่ฟุ้งเฟ้อ เช่น การเสพติดเกม (ปาจิงโกะ) สล็อตแมชชีน เกมตู้ เด็กวัยรุ่นทั้งชายและหญิงเดินไปมาในย่านด้วยรูปแบบการแต่งกายที่มีลักษณะเฉพาะ (cosplay) เช่น สีมมที่ถูกย้อมเป็นสารพัดสี ใบหน้าฉาบขาวเนียน ขนตาหนาเป็นแพ เรียวกปากสีแดง รวมทั้งเล็บที่ได้รับการเคลือบสี แต่งเป็น

ลวดลายแพนซี ฯลฯ เป็นการแสดงออกเพื่อเรียกร้องความสนใจต่อคนทั่วไป และเพศตรงข้าม การรวมตัวกันของกลุ่มวัยรุ่นจะเริ่มต้นจากกลุ่มเพื่อนที่โรงเรียน และขยายขนาดเมื่อมีการทำความรู้จักกัน ฮาราจูกิจกลายเป็นย่านที่มีความหลากหลายของวัฒนธรรมวัยรุ่นที่ดึงดูดและเชื้อเชิญให้คนจากที่ต่างๆ ได้เข้ามาเยือน และมีส่วนร่วม รวมทั้งมีความหลากหลายทางด้านกายภาพของพื้นที่สาธารณะที่เปิดโอกาสให้คนทั่วไปได้เข้าไปใช้งานเช่น พื้นที่สีเขียวของสวนสาธารณะโยโยกิ สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์, street mall บนถนนทาเคชิตะ และโอโมเตะ ชังได้ ตลอดจนลานกิจกรรมสำหรับวัยรุ่นได้แสดงออกตามจุดต่างๆ ของย่าน

### The Schouwburgplein



The Schouwburgplein หรือ Theatre Square เมือง Rotterdam

### ประวัติความเป็นมาและลักษณะโดยทั่วไป

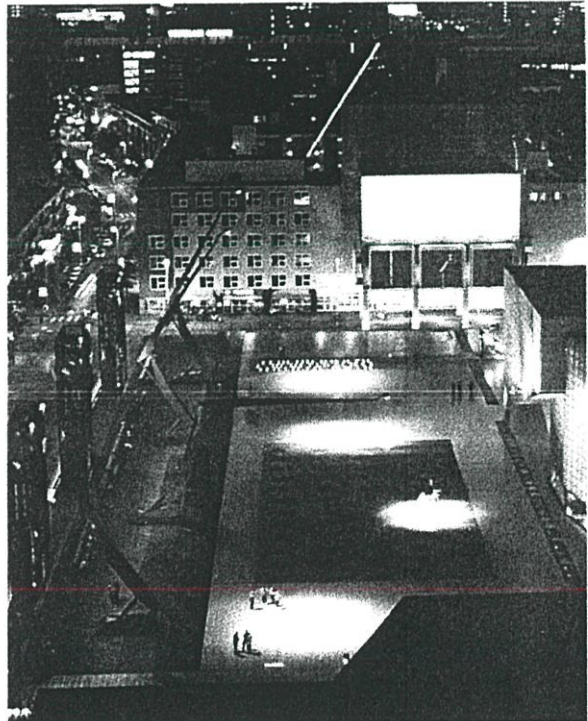
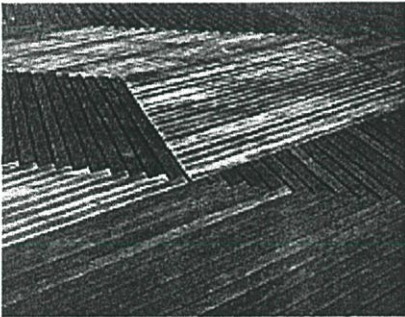
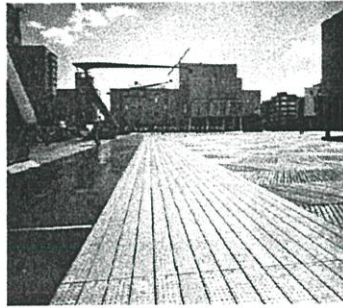
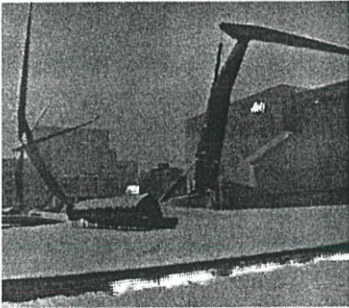
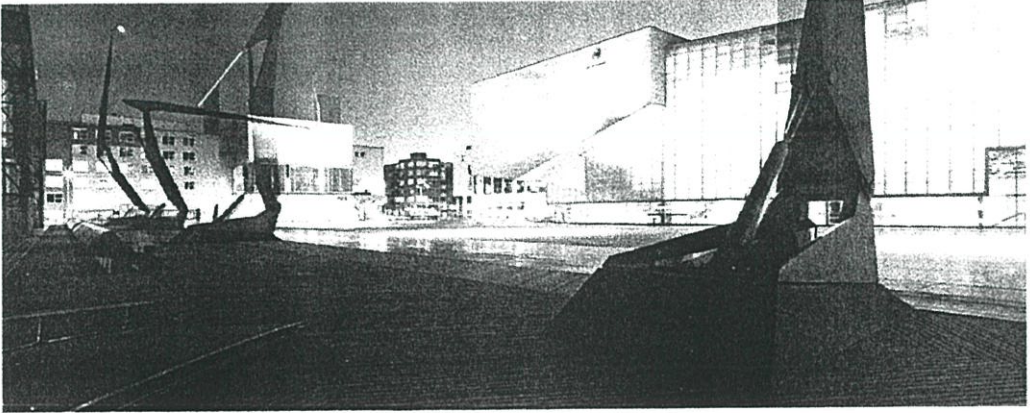
The Schouwburgplein หรือ Theatre Square คือชื่อของโครงการออกแบบผังของพื้นที่สาธารณะ และสภาพภูมิทัศน์โดยทีมภูมิสถาปนิก West 8 อันประกอบด้วย Adriaan Geuze, Wim Kloosterboer, Dirry de Bruin, Cyrus Clark, Erwin Bot, Dick Heydra, Huub Juurlink, Nigel Sampey, Erik Overdiep, Jurgen Beij และ Jerry van Eyck สร้างเสร็จในปีค.ศ. 1996 ด้วยแนวความคิดที่นำเสนอจุดรัศแห่งใหม่ของเมือง และให้ความสำคัญกับการสร้างพื้นที่เปิดโล่งสามารถรองรับกิจกรรมของคนในเมือง เป็นจุดที่คนในเมืองสามารถมาใช้สำหรับพักผ่อนหย่อนใจ เป็นพื้นที่หายใจของเมือง และเป็นพื้นที่ที่ผู้คนในชุมชนได้มีโอกาสเข้ามาใช้เวลา หรือทำกิจกรรมต่างๆ ร่วมกัน พื้นที่สาธารณะแห่งนี้ถูกออกแบบให้มีลักษณะเป็นพื้นที่สาธารณะที่มีความยืดหยุ่นในการใช้งาน และมีการคำนึงถึงการปรับเปลี่ยนการใช้สอยในระหว่างวัน และในทุกฤดูกาลทั้งในเชิง

กายภาพ และเชิงความหมายหรือภาพลักษณ์ที่สะท้อนถึงเรื่องราวของความเป็นเมืองท่าของ Rotterdam ที่มอดERNแบบจึงนำเสนอการผสมผสานกันด้วยองค์ประกอบหลากหลายทั้งด้านผังเมือง การออกแบบงานสถาปัตยกรรม และงานศิลปะ และด้วยการออกแบบที่คำนึงถึงกิจกรรมทั้งแบบ active และ passive จึงทำให้พื้นที่สาธารณะแห่งนี้มีรูปแบบเป็นวิถีชีวิตของคนในเมืองที่มีความหลากหลายด้วยความเคลื่อนไหวที่มีชีวิตชีวาของคนรุ่นใหม่ ในขณะที่เดียวกันก็สามารถเป็นที่พักผ่อนหย่อนใจของคนทั่วไปตั้งแต่เด็กเล็กๆจนถึงคนแก่คนเฒ่า

ผังรวมของ The Schouwburgplein นั้นถูกออกแบบบนบรรทัดฐานของการคาดการณ์ถึงกิจกรรมในช่วงระหว่างวันว่าจะมีกิจกรรมอะไรเกิดขึ้นบ้าง ตลอดจนการใช้วัสดุที่หลากหลาย และการอ้างอิงความสัมพันธ์ของพื้นที่กับทิศทางของแสง และเงาของดวงอาทิตย์ จนถึงการให้แสงไฟที่มีรูปแบบเฉพาะในยามค่ำคืน เราสามารถมองเห็นความตั้งใจของผู้ออกแบบที่มองภาพรวมของพื้นที่สาธารณะแห่งนี้ราวกับว่าเป็นห้องขนาดใหญ่ห้องหนึ่ง มีการแบ่งพื้นที่เป็นสองด้านใหญ่ๆคือ ด้านทิศตะวันตกจะเป็นด้านที่มีการรับแสงสว่างน้อยกว่า เพราะอยู่ในแนวร่มเงาของอาคาร จะปูด้วยพื้นอิพ็อกซีที่มีพื้นผิวขรุขระถูกประดับตกแต่งด้วยวัสดุแบบโมเสครูปใบไม้ชนิดต่างๆซึ่งทำจากโลหะหลายชนิด ส่วนพื้นที่ทางด้านทิศตะวันออก ซึ่งได้รับแสงสว่างมากกว่านั้นถูกปูด้วยวัสดุสองชนิดคือพื้นยาง และพื้นไม้ตีเว้นร่อง เป็นการช่วยลดความร้อนจากแสงแดด และมีการติดตั้งม้านั่งยาวที่วางขนานไปตามแนวด้านยาวของพื้นที่ ในช่วงฤดูใบไม้ผลิถึงช่วงฤดูร้อนจะมีการตกแต่งด้วยดอกไม้ท้องถิ่น

เนื่องจากข้างใต้พื้นที่สาธารณะแห่งนี้ถูกออกแบบให้เป็นพื้นที่จอดรถ จึงจำเป็นต้องมีการระบายอากาศ ที่มอดERNแบบจึงทำการออกแบบที่ระบายอากาศสามจุดให้ไหลสูงขึ้นมา 15 เมตรจากผิวดิน และครอบด้วยกล่องโครงสร้างตะแกรงเหล็กซึ่งมีการติดตั้งจอ LED สำหรับทำหน้าที่เป็นนาฬิกาการดิจิตอลคอยบอกเวลาให้กับคนที่เดินผ่านไปมา และสามารถมองเห็นได้จากระยะไกล ในเวลากลางคืนกล่องที่ครอบที่ระบายอากาศนี้จะเปล่งแสงเรืองออกมารอบๆเพื่อให้ความสว่างและเป็นจุดหมายตา ในขณะที่บนพื้นผิวของลานกว้างซึ่งปูด้วยวัสดุหลากชนิดก็มีการจัดแสงเป็นพิเศษเช่นกันคือ บริเวณที่เป็นพื้นไม้ซึ่งมีการตีเว้นร่อง และพื้นตะแกรงเหล็กนั้นจะมีแสงหลากสีส่องเรืองขึ้นมาจากพื้นที่ด้านล่างเพื่อกระตุ้นให้คนเกิดความอยากรู้อยากเห็นและเข้ามาใช้พื้นที่ในยามค่ำคืน ในบางมุมมองเราจึงรู้สึกว่าการานแห่งนี้มีความบาง และล่องลอย นอกจากนี้ที่มอดERNแบบยังติดตั้งเสาไฟขนาดใหญ่จำนวนสี่เสาที่สามารถโยกขึ้นโยกลงได้ด้วยระบบไฮดรอลิกตามการบังคับที่ฐานเมื่อมีการหยุดเหรียญลงไป เป็นองค์ประกอบอีกส่วนหนึ่งที่สร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างคนกับสถานที่ได้อย่างน่าสนใจ ในส่วนของกรรองรับกิจกรรมต่างๆ พื้นที่สาธารณะแห่งนี้มีการติดตั้งระบบน้ำประปา และไฟฟ้าไว้โดยรอบ ตลอดจนการเตรียมพื้นที่ติดตั้งโครงสร้างชั่วคราวเช่นเต็นท์หรือเพิงพักสำหรับการจัดกิจกรรมชั่วคราวถูกซ่อนอยู่ใต้พื้นลานอย่างมิดชิด และด้วยโครงสร้างที่

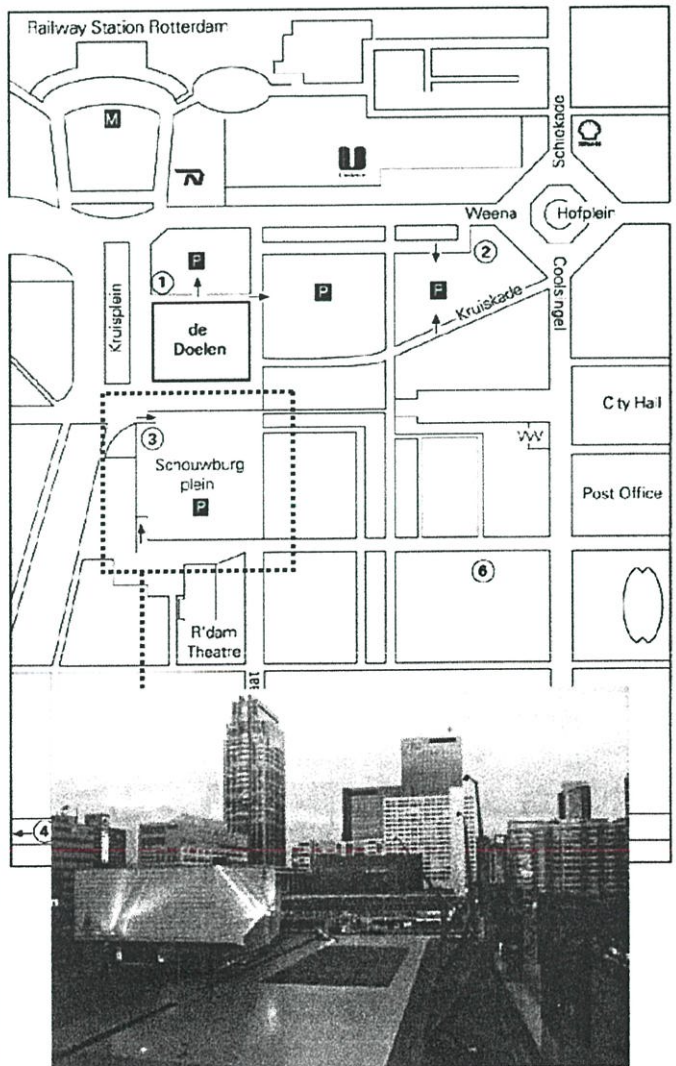
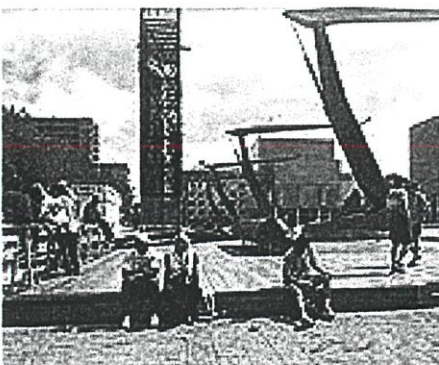
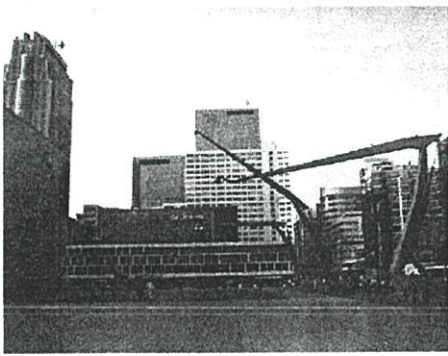
ซับซ้อน และมีความน่าสนใจดังกล่าว ทำให้พื้นที่สาธารณะแห่งนี้กลายเป็นแหล่งรวมกลุ่มของวัยรุ่น  
ในเมืองที่มีมาทำกิจกรรมกลางแจ้งด้วยกัน



ลักษณะทางกายภาพของ The Schouwburgplein

## ตำแหน่ง และลักษณะที่ตั้ง

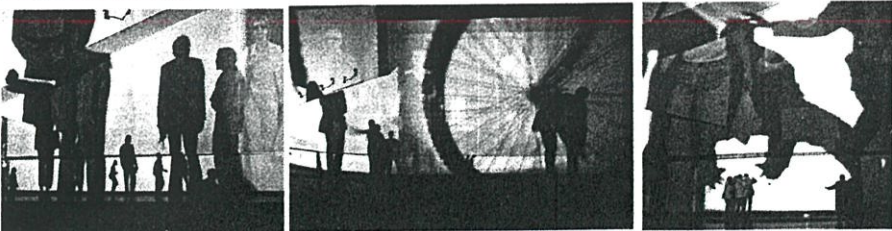
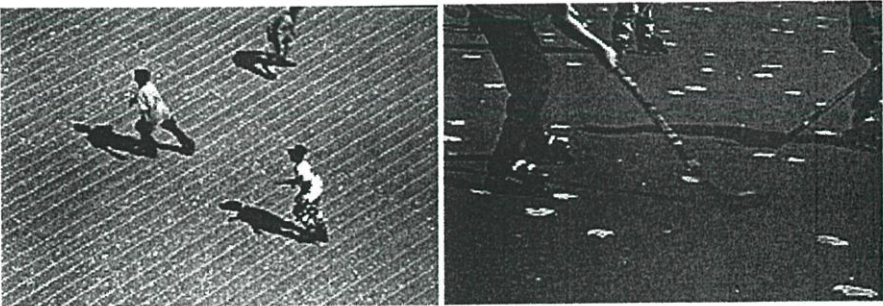
เมือง Rotterdam ในประเทศเนเธอร์แลนด์นั้นถือได้ว่าเป็นเมืองที่มีความเป็นเมืองใหม่อย่างเต็มรูปแบบ เมื่อเทียบกับเมื่อหกสิบปีก่อน ที่เมืองแห่งนี้ไม่มีอะไรเหลือเลย เนื่องจากถูกล่มด้วยระเบิดจนเมืองทั้งเมืองราบเป็นหน้ากลอง แต่หลังจากที่เมืองได้รับการพัฒนาอย่างเป็นขั้นเป็นตอนทางการเห็นว่าควรที่จะมีพื้นที่สาธารณะของเมืองเพื่อให้คนมารวมตัวกัน จึงจัดการประกวดแบบขึ้นในปีค.ศ.1993 และ West 8 คือทีมที่ชนะการประกวดด้วยแนวความคิดของลานโล่งที่มีโรงภาพยนตร์เป็นอาคารหลังเดียวที่โดดเด่นในที่ตั้งนั้น The Schouwburgplein หรือ Theatre Square คือโครงการดังกล่าว มีลักษณะเป็นพื้นที่สาธารณะขนาด 1,200 ตารางเมตรที่ตั้งอยู่ในเขตชุมชนใจกลางเมือง Rotterdam ประเทศเนเธอร์แลนด์ อยู่ใกล้กับสถานที่สำคัญเช่นตลาดกลางเมืองและที่ทำการเทศบาล โรงอุปรากร de Doelen ตั้งอยู่ริมถนนริมถนน Doorniksestraat ประกอบด้วยลานกิจกรรมเปิดโล่งที่โอบล้อมด้วย ด้วยโรงภาพยนตร์ เสาไฟที่มีรูปทรงอาคารคล้ายงานประติมากรรม และร้านค้าจำนวนมาก



แผนที่แสดงตำแหน่งของ The Schouwburgplein

## ลักษณะกิจกรรมของวัยรุ่นใน The Schouwburgplein

แม้ว่า The Schouwburgplein จะถูกออกแบบมาเพื่อรองรับกิจกรรมของคนทุกเพศทุกวัย แต่ในความเป็นจริงกลุ่มคนที่เข้ามาใช้พื้นที่ในแต่ละวัน โดยส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มวัยรุ่นที่มานัดพบปะสังสรรค์ และทำกิจกรรมต่างๆ ทั้งแบบ active และ passive เช่นการเล่นกีฬาากลางแจ้งอย่างสเก็ตบอร์ด อินไลน์สเก็ต ฮอคกี้ ขี่จักรยาน การเต้นรำ การนั่งคุยกันตามร้านค้า และตามม้านั่งในพื้นที่สาธารณะแห่งนี้ The Schouwburgplein มีพื้นที่ที่ดึงดูดใจสำคัญคือโรงภาพยนตร์ Pathe เพราะนอกจากวัยรุ่นจะเข้าไปชมภาพยนตร์แล้ว ยังใช้เป็นที่จับกลุ่มรวมตัวกันตามจุดต่างๆ ของอาคารอีกด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงเวลาที่มีการจัด Rotterdam Film Festival พวกวัยรุ่นเหล่านี้จะมารวมตัวกันเพื่อคอยดูดาราที่พวกเขาชื่นชอบ บ่อยครั้งที่สถานที่แห่งนี้มีกิจกรรมทางด้านศิลปะถูกจัดขึ้นอย่างเช่น การแสดง installation art หรือการแสดงงานประติมากรรมกลางแจ้ง หรือการแสดงสื่อผสมเช่น “Body Movies” ของกลุ่มศิลปินอิสระเมื่อปีค.ศ. 2003 มีการฉายภาพไปบนผิวอาคารโรงภาพยนตร์ ไปพร้อมๆ กับการยิงแสงไฟเพื่อให้มีเงาของคนที่เดินผ่านไปมาบนถนนปรากฏอยู่บนผิวอาคาร ทำให้เกิดการเล่นกับเงานั้นอย่างสนุกสนาน จะเห็นได้ว่ากิจกรรมสำหรับวัยรุ่นในพื้นที่สาธารณะแห่งนี้จะค่อนข้างก้าวไกลทางกิจกรรมทางด้านวัฒนธรรม ซึ่งเป็นการปลูกฝังค่านิยมที่ดีสำหรับกลุ่มวัยรุ่นโดยทางอ้อม



กิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นที่ The Schouwburgplein

## การเข้าถึงและการเชื่อมต่อของย่าน (access & linkage)

The Schouwburgplein ตั้งอยู่ใจกลางเมือง Rotterdam เป็นเมืองที่สามารถเข้าถึงได้จากหลายทางดังนี้

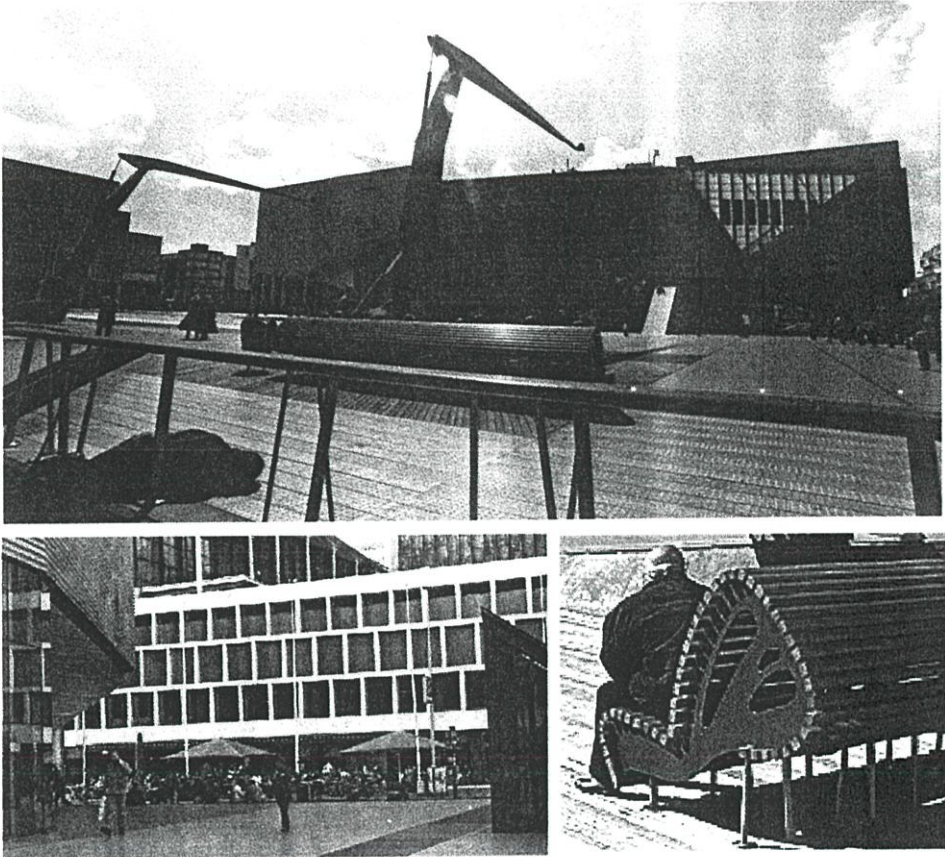
- ทางรถไฟจากกรุงอัมสเตอร์ดัมใช้เวลาหนึ่งชั่วโมง และเดินตามแนวทางคนเดิน Krusplein มาทางใต้ประมาณห้านาที
- ทางรถยนต์ วิ่งตามทางหลวงเส้นทาง A13, A20, และ A16 มุ่งหน้าสู่ Rotterdam และเข้ามาจอดรถที่ชั้นใต้ดินใต้พื้นที่
- โดยส่วนใหญ่พนักงานท่องเที่ยวจะเดินมาที่พื้นที่สาธารณะแห่งนี้จากสถานีรถไฟ ในขณะที่คนในท้องถิ่นจะใช้จักรยานที่มาจากบ้านพักของตัวเอง จะเห็นว่าตำแหน่งที่ตั้งของ The Schouwburgplein นั้นอยู่บนพื้นที่เข้าถึงได้ง่าย และมีการเชื่อมต่อกับพื้นที่สำคัญของเมือง
- ปัญหาการจราจร เนื่องจากการจัดการทางสัญจรในพื้นที่ที่มีประสิทธิภาพค่อนข้างสูง จึงไม่มีปัญหาการจราจรติดขัด และอีกส่วนหนึ่งคือ ประชากรที่นิยมใช้จักรยานในการสัญจรจึงทำให้คนในท้องถิ่นสามารถเข้ามาใช้งานได้มากขึ้นเช่นกัน
- สำหรับวัยรุ่น เนื่องจากพื้นที่สาธารณะแห่งนี้แวดล้อมด้วยร้านค้า และสิ่งบันเทิงมากมาย จึงทำให้กลุ่มวัยรุ่นนิยมรวมตัวกันตามพื้นที่ห้างร้าน และสถานที่ต่างๆ

## การใช้งาน และกิจกรรม (uses & activities)

เราสามารถแบ่งพื้นที่สาธารณะที่ถูกใช้งานตามกิจกรรมสำหรับวัยรุ่นใน The Schouwburgplein ได้ตาม 3 ตำแหน่งใหญ่ๆคือ

1. พื้นที่ลานโล่งกลางแจ้ง : วัยรุ่นจะเข้ามาใช้พื้นที่ในการเล่นกีฬาต่างๆและทำกิจกรรมต่างๆ ทั้งแบบ active และ passive เช่นการเล่นกีฬากลางแจ้งอย่างสเก็ตบอร์ด อินไลน์สเก็ต ฮอคกี้ ี่จักรยาน ฯลฯ ซึ่งในบางโอกาสที่มีการจัดกิจกรรมพิเศษ หรือกิจกรรมทางวัฒนธรรม กลุ่มวัยรุ่นก็มักให้ความสนใจและเข้ามามีส่วนร่วมเสมอ
2. พื้นที่มานั่ง และชงต์ประกอบต่างๆ : ม้านั่งที่มีความต่อเนื่องตามด้านยาวเป็นเฟอร์นิเจอร์กลางแจ้งที่มีการใช้งานมากกว่าส่วนอื่นๆ วัยรุ่นจะเข้ามาจับจองพื้นที่นั่งเป็นกลุ่ม และใช้เวลาอยู่ด้วยกัน หรือนั่งสังเกตการณ์คนที่เดินผ่านไปมา นั่งดูกิจกรรมที่เกิดขึ้น บางครั้งใช้เวลาตั้งแต่เช้าจรดเย็น โดยอาศัยอาหารมือเที่ยงจากร้านค้าแผงลอยที่อยู่ตามขอบพื้นที่ บ้างก็จะหยอดเหรียญเพื่อบังคับให้เสาไฟไฮดรอลิกเอนเอียงไปในทิศทางต่างๆ
3. พื้นที่ในอาคาร และร้านค้าต่างๆซึ่งตั้งอยู่โดยรอบ : นอกเหนือจากการใช้พื้นที่สาธารณะกลางแจ้งแล้ว ร้านค้า และสถานบันเทิงที่ตั้งโอบล้อมพื้นที่ก็มีการใช้งานโดยวัยรุ่นด้วย เช่นโรง

ภาพยนตร์ ร้านขายเสื้อผ้า ร้านขายอาหาร เป็นสถานที่ที่วัยรุ่นเหล่านี้จะเข้าไปจับจ่ายซื้อของ และสนุกสนานกับสิ่งที่ตัวเองสนใจ นอกเหนือจากการจับกลุ่มทางด้านนอก



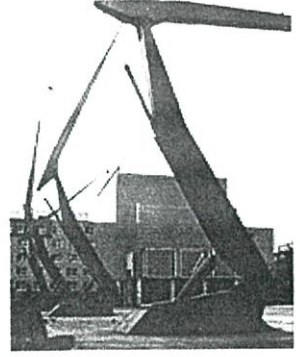
พื้นที่การใช้งานส่วนต่างๆของ The Schouwburgplein

### ความสะดวกสบาย และภาพลักษณ์ของสถานที่ (comfort & image)

ความเป็นพื้นที่สำหรับหายใจของคนเมืองใน Rotterdam ดูจะเป็นภาพลักษณ์สำคัญสำหรับ The Schouwburgplein เป็นที่ที่คนทั่วไปสามารถเข้ามานั่งพักผ่อนหย่อนใจได้อย่างสบายใจ ไม่ต้องกังวลเรื่องอาชญากรรม เนื่องจากเป็นพื้นที่เปิดโล่ง และมีเจ้าหน้าที่ตำรวจคอยเดินตรวจตราอยู่ตลอดเวลา ตัวอาคาร และงานสถาปัตยกรรมที่อยู่รายรอบซึ่งส่วนใหญ่เป็นอาคารที่ทำกิจกรรมทางด้านวัฒนธรรมนั้นก็มีส่วนส่งเสริมให้ตัวสถานที่ดูน่าสนใจมากขึ้น ในขณะที่สภาพแวดล้อมที่ถูกออกแบบและสร้างขึ้นใหม่ทั้งหมดนั้น ก็ดูเหมือนว่าจะดำเนินไปในทิศทางเดียวกันทั้งด้านความสวยงาม และประโยชน์ใช้สอยจึงทำให้กิจกรรมต่างๆดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ จุดหมายตาที่เป็นที่จดจำของคนทั่วไปบนพื้นที่สาธารณะแห่งนี้ก็คือจอ LED ขนาดใหญ่บนโครงสร้างกล่องที่ครอบท่อระบายอากาศ และ โคมไฟไฮดรอลิกสีแดงขนาดใหญ่ องค์ประกอบต่างๆเหล่านี้ล้วนประกอบกันอย่างลงตัว และช่วยดึงดูดให้เกิดการเข้ามาใช้งานในพื้นที่มากขึ้น

## ความสำคัญทางสังคม (Sociability)

The Schouwburgplein มีบทบาทในสังคมเมือง Rotterdam ในฐานะพื้นที่เปิดโล่งสำหรับให้เมืองได้มีโอกาสหายใจ ในช่วงเวลาต่างๆตั้งแต่เช้าจนค่ำเราจึงเห็นความเคลื่อนไหวของผู้คนเสมอ ร้านค้า และแผงลอยอาหารที่อยู่โดยรอบพื้นที่เป็นอีกส่วนหนึ่งที่ดึงดูด และรองรับการเข้ามาใช้งานของคนทั่วไป โดยเฉพาะวัยรุ่น เนื่องจากสินค้าที่จำหน่ายนั้นมีราคาไม่แพง และเนื่องจากพื้นที่นี้มีผู้คนเดินผ่านไปมาตลอดเวลา เพราะเป็นจุดพักของคนเมือง เป็นจุดจอตรกของชุมชน การจัดกิจกรรมต่างๆส่วนใหญ่จึงตั้งใจที่จะเข้ามาจัดกันบนพื้นที่แห่งนี้ The Schouwburgplein เป็นสถานที่ที่มีการแลกเปลี่ยนความคิด พูดคุย และสังเกตการณ์ผู้ที่เดินผ่านไปผ่านมาอยู่ตลอดเวลา โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับวัยรุ่นที่เข้ามาใช้พื้นที่ในการเล่นกีฬาต่างๆ



## ประวัติผู้เขียน

นางสาวอรุณรัตน์ ประถมรัตน์ เกิดเมื่อวันที่ 8 เมษายน พ.ศ. 2516 ที่กรุงเทพมหานคร สำเร็จการศึกษาชั้นปริญญาตรีสถาปัตยกรรมศาสตร์ สาขาสถาปัตยกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร ในปีการศึกษา 2539 ทำงานในตำแหน่งสถาปนิก ของสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล ในปี พ.ศ.2541 และเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรสถาปัตยกรรมมหาบัณฑิต สาขาสถาปัตยกรรม ภายใน สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง เมื่อปีพ.ศ. 2542 ปัจจุบัน เป็นสถาปนิกอิสระ