



แนวทางการออกแบบพื้นที่สาธารณะที่ตอบรับกับพฤติกรรมของคนรุ่นใหม่



การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการออกแบบชุมชนเมือง

ภาควิชาการออกแบบและวางผังชุมชนเมือง

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2558

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

แนวทางการออกแบบพื้นที่สาธารณะที่ตอบรับกับพฤติกรรมของคนรุ่นใหม่



การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการออกแบบชุมชนเมือง

ภาควิชาการออกแบบและวางผังชุมชนเมือง

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2558

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

THE CONCEPT FOR APPROPRIATE PUBLIC SPACE TO THE BEHAVIOR OF  
THE GENERATION Y



An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree  
Master of Architecture Program in Urban Design  
Department of Urban Design and Planning  
Graduate School, Silpakorn University  
Academic Year 2015  
Copyright of Graduate School, Silpakorn University

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเรื่อง “แนวทางการออกแบบพื้นที่สาธารณะที่ตอบรับกับพฤติกรรมของคนรุ่นใหม่” เสนอโดย นางสาวธนกร จูดาศรี เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบชุมชนเมือง

.....  
(รองศาสตราจารย์ ดร.ปานใจ ธารทัศนวงศ์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่.....เดือน..... พ.ศ. ....

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิงหนาท แสงสีหนาท

คณะกรรมการตรวจสอบการค้นคว้าอิสระ

..... ประธานกรรมการ

(อาจารย์ ดร. ธนะ จีระพิวัฒน์)

...../...../.....

..... กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุพักตรา สุทรสุภา)

...../...../.....

..... กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สิงหนาท แสงสีหนาท)

...../...../.....



56051203: สาขาวิชาออกแบบชุมชนเมือง

คำสำคัญ: พื้นที่สาธารณะ / คนรุ่นใหม่

ธนกร จูดาศรี: แนวทางการออกแบบพื้นที่สาธารณะที่ตอบรับกับพฤติกรรมของคนรุ่นใหม่.  
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ. ผศ.ดร. สิงหนาท แสงสีหนาท. 96 หน้า

งานวิจัยชิ้นนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการออกแบบพื้นที่สาธารณะที่ตอบรับกับพฤติกรรมของคนรุ่นใหม่ โดยรวบรวมข้อมูลทฤษฎี แนวคิดเกี่ยวกับพื้นที่สาธารณะและพฤติกรรมของกลุ่มคนรุ่นใหม่ รวมทั้งการสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง เพื่อให้ได้ปัจจัยที่สำคัญที่จะใช้เป็นแนวทางในการออกแบบพื้นที่สาธารณะที่ตอบรับกับพฤติกรรมของกลุ่มคนรุ่นใหม่ โดยมีพื้นที่กรณีศึกษา ได้แก่ พื้นที่บริเวณถนนข้าวสาร ทางเดินภายในศูนย์การค้า Siam Square One และร้านกาแฟ Too Fast to Sleep ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ กลุ่มคนรุ่นใหม่ที่เข้ามาใช้งานภายในพื้นที่กรณีศึกษา โดยใช้วิธีสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างด้วยแบบสอบถาม (Questionnaires) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ การสำรวจพื้นที่ การวิเคราะห์พื้นที่เพื่อการออกแบบ และการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง

ผลการวิจัย พบว่า แนวทางการออกแบบพื้นที่สาธารณะที่ตอบรับกับพฤติกรรมของคนรุ่นใหม่ โดยพิจารณาจากปัจจัยที่ได้จากเกณฑ์การพิจารณาพื้นที่สาธารณะที่ตอบรับกับพฤติกรรมกับคนรุ่นใหม่ ควบคู่ไปกับแนวคิดการสร้างสภาพแวดล้อมที่ตอบสนองพฤติกรรมมนุษย์ (Sociogenic Environment) โดย ศาสตราจารย์ โจน แลง และทฤษฎีจิตวิทยาความจำเป็นพื้นฐานของมนุษย์ (Basic Human Needs) ของ อัมบราซิม มาสโลว์ มาประยุกต์ใช้ในการออกแบบชุมชนเมือง พบว่าพื้นที่สาธารณะที่ตอบรับกับพฤติกรรมของกลุ่มคนรุ่นใหม่ จะต้องคำนึงถึงปัจจัยด้านความริบเร่งในชีวิตประจำวัน พื้นที่สาธารณะที่ตอบรับกับพฤติกรรมของคนรุ่นใหม่ นั้นจะต้องมีการเชื่อมโยงกับลักษณะการใช้ประโยชน์ที่ดิน หรือกิจกรรมการใช้ประโยชน์ที่ดินที่หลากหลายประเภท ทั้งนี้เพื่อให้เกิดบรรยากาศที่มีชีวิตชีวา เนื่องจากมีคนผ่านไปมาจำนวนมากตลอดเวลา รวมไปถึงสามารถเชื่อมต่อการเดินทางได้หลากหลายรูปแบบ ที่ไม่จำเพาะเจาะจงแค่รูปแบบการเดินทางเพียงแบบเดียว จึงต้องมีการพัฒนาระบบขนส่งสาธารณะ เพื่อเพิ่มช่องทางการเข้าถึง การปรับปรุงทางเท้าหรือพื้นผิวถนน ให้มีความสะดวกต่อการใช้งาน ทันสมัยเป็นที่นิยม และมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆที่ครบครัน เพื่อให้พื้นที่สาธารณะนั้นตอบรับกับความต้องการของกลุ่มคนรุ่นใหม่มากที่สุด

ภาควิชาการออกแบบและวางผังชุมชนเมือง

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ลายมือชื่อนักศึกษา.....

ปีการศึกษา 2558

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ.....

56051203: MAJOR: URBAN DESIGN

KEY WORD: PUBLIC SPACE / GENERATION Y

THANAKORN CHUDASRI: THE CONCEPT FOR APPROPRIATE PUBLIC SPACE TO THE BEHAVIOR OF THE GENERATION Y. INDEPENDENT STUDY ADVISOR: ASST. PROF. SINGHANAT SANGSEHANAT, Ph.D. 96 pp.

This research aims to study the design of public spaces that respond to the behavior of the generation Y. As for data collection, Gathering information theory The concept of the public sphere and the behavior of the generation Y. The opinion of the sample to get the key factors that will be adopted in the design of public spaces that respond to the behavior of the generation Y included. The study area includes the area around Khao San Road, Walkway Siam Square One shopping center and a coffee shop Too Fast to Sleep, which were used in the study. A group of young people who come to using in the study areas. Using interviews with questionnaires used in the research is to explore the area.

The results indicated that the design of the public response to the behavior of the generation Y. Considering the factors considered by the public response to the behavior of the young generation. Coupled with the concept of creating an environment that responds to human behavior (Sociogenic Environment) by Professor Jones Lang and psychological theory of human basic needs (Basic Human Needs) Burnham Abraham Maslow applied in urban design experience. That the public response to the behavior of the generation Y will have to factor in the rush of everyday life. The public response to the behavior of a new generation that has to be linked to the nature of land use. Or various types of land use. In addition to the lively atmosphere. Because there are a lot of people pass by all the time. To connect to a variety of destinations. It requires the development of public transport to access channel Improving sidewalks or road surfaces. For ease of use. Modern Popular The facilities are expected. The public spaces that meet the needs of new generations as possible

---

Department of Urban Design and Planning

Graduate School, Silpakorn University

Student's signature.....

Academic Year 2015

An Independent Advisor's signature.....

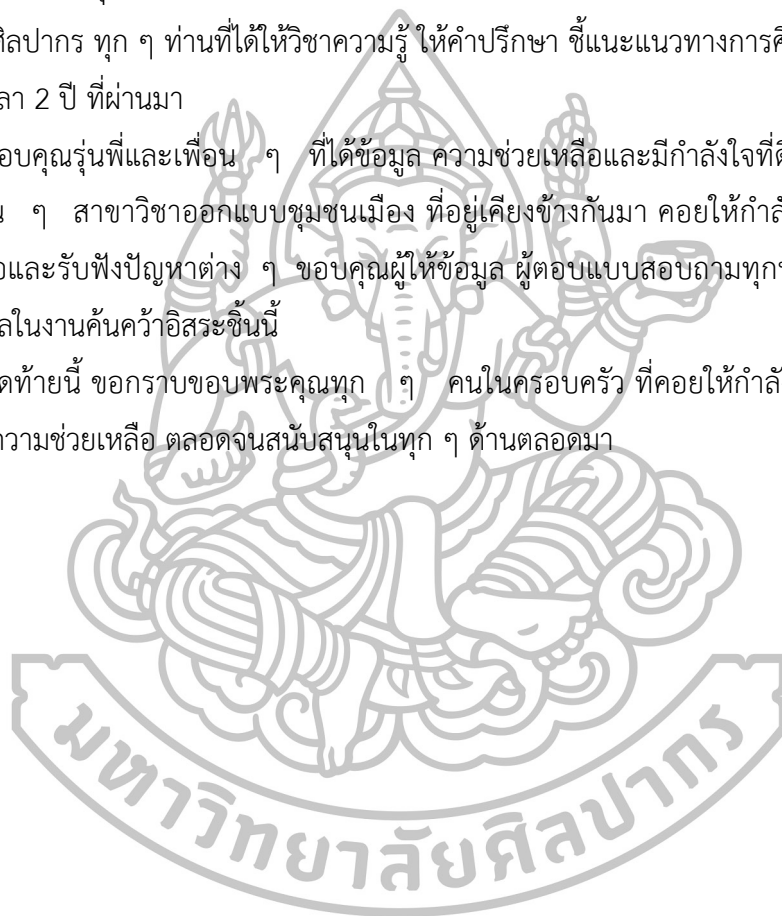
## กิตติกรรมประกาศ

การทำค้นคว้าอิสระในครั้งนี้สำเร็จลงได้ด้วยความช่วยเหลือจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สิงหนาท แสงสีหนาท ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ ที่ได้ช่วยแนะนำ ชี้แนะ และให้คำปรึกษาด้วยความเอาใจใส่มาโดยตลอด ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณอาจารย์เป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอบพระคุณคณาจารย์คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สาขาวิชาออกแบบชุมชนเมือง มหาวิทยาลัยศิลปากร ทุก ๆ ท่านที่ได้ให้วิชาความรู้ ให้คำปรึกษา ชี้แนะแนวทางการศึกษาแก่ผู้ศึกษาตลอดระยะเวลา 2 ปี ที่ผ่านมา

ขอบคุณรุ่นพี่และเพื่อน ๆ ที่ได้ข้อมูล ความช่วยเหลือและมีกำลังใจที่ดีให้กันตลอดมา ขอขอบคุณเพื่อน ๆ สาขาวิชาออกแบบชุมชนเมือง ที่อยู่เคียงข้างกันมา คอยให้กำลังใจ คำปรึกษา คอยช่วยเหลือและรับฟังปัญหาต่าง ๆ ขอขอบคุณผู้ให้ข้อมูล ผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่สละเวลาในการให้ข้อมูลในงานค้นคว้าอิสระชิ้นนี้

สุดท้ายนี้ ขอกราบขอบพระคุณทุก ๆ คนในครอบครัว ที่คอยให้กำลังใจ ให้ความรัก ความห่วงใย ความช่วยเหลือ ตลอดจนสนับสนุนในทุก ๆ ด้านตลอดมา



## สารบัญ

		หน้า
	บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
	บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
	กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
	สารบัญตาราง.....	ณ
	สารบัญภาพ.....	ญ
	สารบัญแผนที่.....	ฎ
	สารบัญแผนภูมิ.....	ฏ
	บทที่	
1	บทนำ.....	1
	ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
	วัตถุประสงค์ในการศึกษา.....	2
	คำถามทางการศึกษา.....	2
	นิยามศัพท์.....	2
	ขอบเขตด้านการศึกษา.....	3
	ขั้นตอนในการศึกษา.....	3
	แหล่งที่มาของข้อมูล.....	4
	เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย.....	4
	การประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล.....	4
	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากสิ่งที่ค้นพบ.....	5
2	แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	6
	แนวคิดและพฤติกรรมของคนรุ่นใหม่ (Generation Y).....	6
	แนวคิดเกี่ยวกับพื้นที่และพื้นที่สาธารณะ.....	11
	แนวคิดการสร้างสภาพแวดล้อมที่ตอบสนองกับพฤติกรรมมนุษย์.....	19
	สรุปผลการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	21
3	ระเบียบวิธีวิจัย.....	24
	ขั้นตอนการวิจัย.....	24
	แหล่งที่มาของข้อมูล.....	26
	กลุ่มตัวอย่าง.....	27



บทที่	หน้า
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	27
การประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล .....	28
การคัดเลือกกรณีศึกษา .....	29
4 การวิเคราะห์ลักษณะพื้นที่สาธารณะของกรณีศึกษา.....	30
ถนนข้าวสาร.....	31
ศูนย์การค้า Siam Square One .....	39
ร้านกาแฟ Too Fast to Sleep .....	44
สรุปการวิเคราะห์พื้นที่สาธารณะของกรณีศึกษา .....	51
5 การวิเคราะห์พฤติกรรมและทัศนคติของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีต่อพื้นที่สาธารณะ .....	55
ลักษณะของพื้นที่สาธารณะ.....	55
ปัจจัยการเกิดพื้นที่สาธารณะ .....	56
กิจกรรมภายในพื้นที่.....	57
ความรู้สึกต่อสถานที่.....	58
การเป็นพื้นที่เชิงสังคม.....	58
สรุปผลการวิเคราะห์พฤติกรรมและทัศนคติของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีพื้นที่ สาธารณะ.....	59
6 สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ .....	68
ผลการศึกษาลักษณะของพื้นที่สาธารณะที่ตอบรับกับพฤติกรรมของคนรุ่นใหม่ ที่ได้จากการวิเคราะห์พื้นที่กรณีศึกษา.....	68
การวิเคราะห์ลักษณะของพื้นที่สาธารณะที่ตอบรับกับความต้องการของ กลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ได้จากการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง .....	77
แนวทางการออกแบบพื้นที่สาธารณะที่ตอบรับกับพฤติกรรมของคนรุ่นใหม่ ....	81
อภิปรายผลการศึกษา.....	86
ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยในอนาคต .....	88
รายการอ้างอิง.....	89
ภาคผนวก .....	92
ประวัติผู้วิจัย .....	96

## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	สรุปลักษณะเด่นของกลุ่มคนรุ่นใหม่ .....	21
2	แสดงประเภทแหล่งที่ของข้อมูล.....	26
3	สรุปลักษณะของพื้นที่สาธารณะที่ตอบรับกับความต้องการของกลุ่มคนรุ่นใหม่ ที่ได้จากการวิเคราะห์พื้นที่กรณีศึกษา.....	52
4	แสดงรายละเอียดลักษณะของพื้นที่สาธารณะที่ตอบรับกับพฤติกรรมของกลุ่ม คนรุ่นใหม่ที่ได้จากการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างคนรุ่นใหม่ ที่เข้ามาใช้งานภายในพื้นที่กรณีศึกษา.....	64
5	สรุปเกณฑ์การพิจารณาพื้นที่สาธารณะที่ตอบรับกับความต้องการของกลุ่มคนรุ่นใหม่	72
6	สรุปลักษณะของพื้นที่สาธารณะที่ตอบรับกับความต้องการของกลุ่มคนรุ่นใหม่ ที่ได้จากการวิเคราะห์พื้นที่กรณีศึกษา.....	74
7	สรุปลักษณะของพื้นที่สาธารณะที่ตอบรับกับความต้องการของกลุ่มคนรุ่นใหม่ ที่ได้จากการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง.....	77



## สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	พีรามิตประชากรไทยจำแนกตามอายุและเพศในปี 2015.....	8
2	พีรามิตความจำเป็นพื้นฐานของมนุษย์ ของอัมบราฮัม มาสโลว์.....	19
3	ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย .....	25
4	แสดงกิจกรรมที่เกิดขึ้นทั้งกลางวันและกลางคืน.....	33
5	แสดงลักษณะการใช้ประโยชน์ที่ดินในปัจจุบัน .....	35
6	แสดงให้เห็นถึงเก้าอี้และร่มผ้าใบเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ที่เข้ามาใช้งาน .....	36
7	แสดงถึงกิจกรรม Active ที่เกิดขึ้นภายในพื้นที่ .....	37
8	แสดงให้เห็นถึงกิจกรรมประเภท Passive ที่เกิดขึ้นบนพื้นที่ .....	38
9	แสดงลักษณะทางกายของพื้นที่ว่างสาธารณะภายในพื้นที่ศึกษา.....	41
10	แสดงถึงเก้าอี้และที่นั่งที่จัดวางไว้ตลอดทั้งพื้นที่.....	42
11	แสดงถึงกิจกรรมประเภท Active ภายในพื้นที่.....	43
12	แสดงถึงกิจกรรมประเภท Passive ที่เกิดขึ้นภายในพื้นที่.....	44
13	ภาพแสดงบรรยากาศภายในพื้นที่ศึกษา .....	48
14	ภาพแสดงสิ่งอำนวยความสะดวกภายในพื้นที่ศึกษา.....	49
15	ภาพแสดงกิจกรรมประเภท Active ภายในพื้นที่ศึกษา.....	50
16	ภาพแสดงกิจกรรมประเภท Passive ภายในพื้นที่ศึกษา.....	50
17	ภาพแสดงกิจกรรมเชิงสังคมในพื้นที่ศึกษา.....	51

## สารบัญแผนที่

แผนที่ที่		หน้า
1	แผนที่แสดงการเข้าถึงพื้นที่ศึกษา .....	32
2	แผนที่แสดงการใช้ประโยชน์อาคารในปัจจุบัน .....	34
3	แผนที่แสดงตำแหน่งของพื้นที่ศึกษา .....	39
4	แผนที่แสดงการใช้ประโยชน์อาคารของพื้นที่ศึกษา .....	40
5	แผนที่แสดงตำแหน่งของพื้นที่ศึกษา .....	45
6	แผนที่แสดงการใช้ประโยชน์อาคารของพื้นที่ศึกษา .....	46
7	แผนที่แสดงการเข้าถึงของพื้นที่ศึกษา .....	47



## สารบัญแผนภูมิ

แผนภูมิที่		หน้า
1	ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่เข้ามาใช้งานภายในพื้นที่ถนนข้าวสาร.....	60
2	ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่เข้ามาใช้งานภายในพื้นที่ศูนย์การค้า Siam Square One.....	61
3	ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่เข้ามาใช้งานภายในพื้นที่ร้านกาแฟ Too Fast to Sleep.....	62
4	เปรียบเทียบความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่เข้ามาใช้งานภายในพื้นที่กรณีศึกษา.....	63
5	เปรียบเทียบการวิเคราะห์พื้นที่และความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่เข้ามาใช้งาน ภายในพื้นที่ในแต่ละปัจจัย.....	80



## บทที่ 1

### บทนำ

#### ที่มาและความสำคัญของปัญหา

พื้นที่สาธารณะ (Public Space) คือ พื้นที่ที่ทุกคนสามารถเข้ามาใช้ประโยชน์ได้โดยไม่ถูกกีดกันจากสถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ ซึ่งพื้นที่สาธารณะนั้นไม่เพียงเป็นพื้นที่สำหรับพบปะพูดคุย แลกเปลี่ยนความคิดเห็นเพียงอย่างเดียว แต่ยังรวมถึงการเป็นพื้นที่เพื่อส่งเสริมให้เกิดการมีปฏิสัมพันธ์ของคนในชุมชนหรือเมืองที่จะเป็นส่วนที่ช่วยสร้างความมีชีวิตชีวาให้กับเมือง นอกจากนี้พื้นที่สาธารณะยังเป็นพื้นที่พักผ่อนหรือพื้นที่สำหรับทำกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกัน เพื่อเสริมสร้างความรู้สึกเป็นส่วนรวม (Sense of Public) และการมีปฏิสัมพันธ์กันทางสังคม (Social Interactions) แต่การใช้พื้นที่สาธารณะในปัจจุบันนั้นมีความหลากหลายมากขึ้นโดยคนกลุ่มต่าง ๆ มีความต้องการใช้พื้นที่สาธารณะทั้งภายในอาคาร ภายนอกอาคาร ตลอดจนพื้นที่คาบเกี่ยวระหว่างกัน เพื่อสร้างการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม การทำงาน การพักผ่อนและอื่น ๆ ซึ่งกลุ่มคนรุ่นใหม่ (Generation Y) ที่มีพฤติกรรมที่มีลักษณะเฉพาะตัว ชื่นชอบทำงานเป็นทีม คนเหล่านี้ไม่ชอบที่จะนั่งทำงานอยู่คนเดียวง่าย ๆ โดยไม่สูงส่งกับใครพวกเขาต้องการที่จะทำงานที่มีโอกาสพูดคุย สังสรรค์กับผู้อื่นและต้องการสถานที่ทำงานที่มีลักษณะเปิดโล่งที่เปิดโอกาสให้สร้างปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน (พสุ เดชะรินทร์, 2552) มากไปกว่านั้นพฤติกรรม ค่านิยม และวิถีชีวิตของกลุ่มคนรุ่นใหม่ (Generation Y) ตามเมืองใหญ่ ๆ ในประเทศไทยได้แสดงให้เห็นถึงความต้องการใช้พื้นที่สาธารณะเพื่อดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ภายในชีวิตประจำวันที่มากขึ้น จึงส่งผลให้พื้นที่สาธารณะมีนัยยะสำคัญที่ส่งผลต่อพฤติกรรม ค่านิยม และทัศนคติของกลุ่มคนรุ่นใหม่

วิถีชีวิตและวัฒนธรรมของกลุ่มคนรุ่นใหม่ (Generation Y) ในปัจจุบัน มีความเกี่ยวข้องกับพื้นที่สาธารณะซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตและชีวิตประจำวัน (Lifestyle and Daily life) อาทิเช่น เป็นที่นัดหมายเพื่อพบปะพูดคุย การใช้เป็นสถานที่ในการทำงาน อ่านหนังสือ รวมทั้งการรวมกลุ่มทำกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกัน โดยจากการสังเกตพฤติกรรมการเข้ามาใช้งานภายในพื้นที่สาธารณะนั้นพบว่า กลุ่มคนรุ่นใหม่ใช้เวลาในการประกอบกิจกรรมต่าง ๆ บนพื้นที่สาธารณะมากกว่า 3-5 ชม. ขึ้นไป และเป็นจำนวนหลายครั้งต่อสัปดาห์ ทั้งนี้การเลือกใช้พื้นที่สาธารณะประเภทต่าง ๆ ยังเป็นการบ่งชี้ถึงสถานะทางสังคม ค่านิยม และการเป็นส่วนหนึ่ง (Sense of Belonging) ของความเป็นคนรุ่นใหม่ อย่างไรก็ตาม กลุ่มคนรุ่นใหม่นิยมประกอบกิจกรรมต่าง ๆ ที่กล่าวมาบนพื้นที่สาธารณะ โดย

นิยมใช้เป็นต้นตอพบปะ เพื่อทำงาน ทำกิจกรรมหรือมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกัน บนพื้นที่สาธารณะที่มีลักษณะเฉพาะตัว เป็นเอกลักษณ์ และแตกต่างกับพื้นที่สาธารณะเมืองที่ปรากฏโดยทั่วไป ซึ่งมีความน่าสนใจอย่างยิ่งในการศึกษาพื้นที่สาธารณะที่คนรุ่นใหม่นิยม เพื่อวิเคราะห์ถึง “ความเป็นพื้นที่สาธารณะของเมือง” ทั้งในมิติทางกายภาพ สังคมและวัฒนธรรม และทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบกับลักษณะพื้นที่สาธารณะที่ปรากฏอยู่ในเมือง เพื่อสังเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างซึ่งไม่ใช่เพียงมิติทางกายภาพ แต่รวมถึงความสัมพันธ์ทางสังคมและกายภาพ (Socio-Spatial Patterns) และการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้จากสถานที่ เพื่อทำการสรุปและเสนอแนวทางการออกแบบพื้นที่สาธารณะที่เหมาะสมต่อการเป็นพื้นที่สาธารณะของเมือง (Urban Space) สำหรับคนรุ่นใหม่

การค้นคว้าอิสระนี้จึงทำการศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มคนรุ่นใหม่และพื้นที่สาธารณะที่หลากหลาย ทั้งพื้นที่สาธารณะที่กลุ่มคนรุ่นใหม่นิยมใช้ เพื่อให้เข้าใจถึงพื้นที่สาธารณะที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มคนรุ่นใหม่มากที่สุด

### วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1. เพื่อศึกษาวัฒนธรรม วิถีชีวิต และพฤติกรรมของคนรุ่นใหม่
2. เพื่อศึกษาถึงความต้องการ ความชอบ และทัศนคติของคนรุ่นใหม่ที่มีต่อพื้นที่สาธารณะ
3. เพื่อศึกษาพื้นที่สาธารณะที่เหมาะสมกับคนรุ่นใหม่ทั้งในมิติกายภาพ สังคม และวัฒนธรรม

### คำถามทางการศึกษา

1. วัฒนธรรม วิถีชีวิต และพฤติกรรมของคนรุ่นใหม่เป็นอย่างไร
2. พื้นที่สาธารณะที่คนรุ่นใหม่นิยมและใช้งานมีกี่ประเภท และมีลักษณะอย่างไร
3. พื้นที่สาธารณะที่เหมาะสมกับพฤติกรรมของคนรุ่นใหม่ควรเป็นอย่างไร

### นิยามศัพท์

**1. พื้นที่สาธารณะ** พื้นที่ที่บุคคลทั่วไป มีสิทธิสามารถเข้ามาใช้งานได้อย่างอิสระภายใต้ขอบเขต ที่เป็นที่ยอมรับทั่วไปในสังคมหรือผู้ดูแลพื้นที่นั้น โดยการศึกษานี้จะศึกษาพื้นที่สาธารณะในเขตกรุงเทพมหานครที่เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่นิยมเข้าไปใช้งาน ประเภทภายในอาคาร ภายนอกอาคาร และพื้นที่คาบเกี่ยว

**2. คนรุ่นใหม่ (Generation Y)** กลุ่มคนที่เกิดตั้งแต่ พ.ศ. 2524 – 2543 โดยกลุ่มคนรุ่นใหม่นี้อยู่ทั้งในช่วงวัยเรียนและวัยทำงาน ลักษณะเด่นของคนกลุ่มนี้คือ ชอบแสดงออกถึงความเป็นตัวของตัวเองสูง และสนุกกับการทำงานเป็นทีม ไม่ชอบอยู่ในกรอบ เป็นตัวของตัวเอง และไม่ชอบเงื่อนไข

## ขอบเขตด้านการศึกษา

### ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษานี้มีขอบเขตการศึกษากลุ่มคนรุ่นใหม่ คือกลุ่มคนที่เกิดตั้งแต่ พ.ศ. 2524 – 2543 โดยกลุ่มคนรุ่นใหม่นี้ยู่ทั้งในช่วงวัยเรียนและวัยทำงาน ลักษณะเด่นของคนกลุ่มนี้คือ ชอบแสดงออกถึงความเป็นตัวของตัวเองสูง และสนุกกับการทำงานเป็นทีม ไม่ชอบอยู่ในกรอบ และไม่ชอบเงื่อนไข โดยจะศึกษาจากวัฒนธรรม วิถีชีวิต และพฤติกรรมของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่เข้ามาใช้พื้นที่สาธารณะ เพื่อให้ทราบถึงความต้องการและพฤติกรรมการใช้พื้นที่สาธารณะ เพื่อนำสู่แนวทางการออกแบบพื้นที่สาธารณะที่ตอบรับกับพฤติกรรมของคนรุ่นใหม่

### ขอบเขตด้านพื้นที่

การศึกษานี้มีขอบเขตการศึกษาพื้นที่สาธารณะทั้งภายในอาคาร ภายนอกอาคาร และพื้นที่คาบเกี่ยวในด้านขนาด ที่ตั้ง รูปแบบ ค่านิยม ลักษณะทางสังคมของผู้ใช้ เพื่อชี้ถึงนัยยะการเป็นพื้นที่สาธารณะระดับเมือง โดยพื้นที่สาธารณะดังกล่าวจะต้องมีผู้ใช้บริการเป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ ซึ่งการศึกษานี้จะเลือกกรณีศึกษาจากการใช้เกณฑ์การพิจารณาข้างต้น เพื่อนำไปสู่การศึกษาพื้นที่สาธารณะที่ตอบรับกับคนรุ่นใหม่ต่อไป

## ขั้นตอนในการศึกษา

กระบวนการวิจัยประกอบด้วยการทำงาน 6 ขั้นตอนหลัก ๆ ดังนี้

**ขั้นตอนที่ 1** การนำเสนอโครงการ เป็นขั้นตอนของการดำเนินการเพื่อให้ได้มาซึ่งหัวข้อของการวิจัยผ่านกระบวนการปรึกษาจากที่ปรึกษางานวิจัยและคณะกรรมการ

**ขั้นตอนที่ 2** การศึกษาองค์ความรู้หลักการ งานวิจัย แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ซึ่งในงานวิจัยขั้นนี้เป็นการศึกษาถึงแนวทางการออกแบบพื้นที่สาธารณะที่เหมาะสมกับพฤติกรรมของคนรุ่นใหม่และทำการสรุปแนวทางเพื่อไปใช้ในการวิจัยต่อไป

**ขั้นตอนที่ 3** ออกแบบการวิจัย เป็นขั้นตอนของการดำเนินการออกแบบงานวิจัย กำหนดขั้นตอนการวิจัย แหล่งที่มาของข้อมูล ออกแบบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย กลุ่มประชากรตัวอย่าง การวิเคราะห์ข้อมูล รวมถึงแนวทางการสรุปผลงานวิจัย

**ขั้นตอนที่ 4** ดำเนินการวิจัย เป็นการทำการศึกษาพื้นที่โครงการผ่านเครื่องมือแบบสัมภาษณ์และทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากพฤติกรรมการใช้พื้นที่สาธารณะของกลุ่มคนรุ่นใหม่ ที่ได้จากกลุ่มตัวอย่าง โดยนำแนวคิดที่ได้จากขั้นตอนที่ 2 เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล

**ขั้นตอนที่ 5** สรุปผลการวิเคราะห์ เป็นการสรุปผลการศึกษาของงานวิจัยทั้งหมด รวมถึงไปเสนอแนะแนวทางในการดำเนินการวิจัยต่อไป

**ขั้นตอนที่ 6** การจัดทำรายงานสรุปผลการศึกษา



## แหล่งที่มาของข้อมูล

### ข้อมูลปฐมภูมิ

ข้อมูลในส่วนนี้เป็นข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามและการสำรวจภาคสนามภายในพื้นที่ศึกษา การจัดทำแผนที่ ตารางสรุปลักษณะเด่นของกลุ่มคนรุ่นใหม่และแนวทางการออกแบบพื้นที่สาธารณะที่ตอบรับกับพฤติกรรมของกลุ่มคนรุ่นใหม่ ทั้งนี้รวมถึงภาพถ่ายภายในพื้นที่ศึกษา เพื่อใช้สำหรับประกอบในการศึกษาวิจัย

### ข้อมูลทุติยภูมิ

ข้อมูลในส่วนนี้จะประกอบไปด้วยข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย แนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆ ที่ได้จากหน่วยงานต่าง ๆ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมไปถึงแหล่งข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อนำมาใช้เป็นกรอบแนวคิดและข้อมูลที่ใช้สำหรับการศึกษาวิจัย

### กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัย

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัยคือกลุ่มคนรุ่นใหม่ (Generation Y) ซึ่งเป็นกลุ่มผู้ที่เข้ามาใช้งานภายในพื้นที่ศึกษา โดยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างจากการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) ภายในพื้นที่ศึกษา พื้นที่ละ 20 คน ทั้งหมด 3 พื้นที่ รวมทั้งสิ้น 60 คน เพื่อสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีต่อพื้นที่สาธารณะ

### เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

ในการทำวิจัยครั้งนี้จะใช้แบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง และนำไปวิเคราะห์เพื่อสรุปผลรวมกับลักษณะพื้นที่สาธารณะที่เหมาะสมกับคนรุ่นใหม่

### การประมวลผล และการวิเคราะห์ข้อมูล

#### การประมวลผลข้อมูล

นำข้อมูลที่ได้จากการสำรวจ และจากการสัมภาษณ์มาเรียบเรียงในรูปแบบเขียนบรรยายเชิงพรรณนา และสรุปถึงแนวทางการออกแบบพื้นที่สาธารณะที่ตอบรับกับพฤติกรรมของคนรุ่นใหม่

#### การวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลทั้งปฐมภูมิ และทุติยภูมิที่ได้จากการสำรวจพื้นที่ศึกษา และสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างของคนรุ่นใหม่ เพื่อนำมาวิเคราะห์เชิงคุณภาพ โดยใช้การบรรยายเชิงพรรณนาเป็นส่วนช่วยในการสนับสนุนงานวิจัย

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากสิ่งที่ค้นพบ

เพื่อทราบถึงวัฒนธรรม วิถีชีวิต และพฤติกรรมของคนรุ่นใหม่ รวมถึงความต้องการ ความชอบ และทัศนคติของคนรุ่นใหม่ที่มีต่อพื้นที่สาธารณะ ซึ่งจะนำไปสู่การออกแบบพื้นที่ สาธารณะที่ตอบรับกับพฤติกรรมของคนรุ่นใหม่



## บทที่ 2

### แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

จุดมุ่งหมายของบทนี้คือการศึกษแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่สาธารณะ พฤติกรรมของคนรุ่นใหม่ และความเปลี่ยนแปลงของการใช้พื้นที่สาธารณะ จึงมีเนื้อหาสำคัญ คือแนวคิดเกี่ยวกับพื้นที่และพื้นที่สาธารณะ และพฤติกรรมของคนรุ่นใหม่และการเปลี่ยนแปลงการใช้พื้นที่สาธารณะ

#### แนวคิดและพฤติกรรมของคนรุ่นใหม่ (Generation Y)

##### แนวคิดเกี่ยวกับคนรุ่นใหม่ (Generation Y)

แนวคิดเรื่อง Generation นั้น เป็นการแบ่งกลุ่มคนออกเป็นรุ่นตามช่วงอายุต่าง ๆ กันออกไป ซึ่งในประเทศไทยได้มีการศึกษาและให้ความสนใจในเรื่อง Generation (ธนาคารไทยพาณิชย์, 2557) ไว้ดังต่อไปนี้

1. Baby boomers หรือ Generation Boomer หรือ Gen B เป็นผู้ที่เกิดในช่วง พ.ศ. 2489-2507 (ค.ศ.1946-1964) ซึ่งเป็นช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 ที่กำลังจะยุติและมีการดำเนินนโยบายส่งเสริมให้แต่ละครอบครัวมีลูกมาก หลังจากที่หลายชาติต้องสูญเสียทหารในสงครามไปจำนวนมาก การเกิดและเติบโตของคนในรุ่นนี้จึงเกิดพร้อม ๆ กันกับการบูรณะ การสร้าง การฟื้นฟูในหลายสิ่ง คนในกลุ่มนี้เป็นคนที่รู้คุณค่าของเงิน ทำงานหนักเพื่อสร้างฐานะให้กับครอบครัว แต่งานเมื่อมีอายุน้อย มีลูกเร็ว มีค่านิยมทำงานราชการเพราะเชื่อว่าเป็นอาชีพที่มีเกียรติและศักดิ์ศรี รวมถึงในระหว่างที่ทำงานนั้น จะเก็บสะสมเงินเพื่อใช้ชีวิตในบั้นปลายอย่างมีความสุข

2. Generation X หรือ X Generation หรือ Gen X เป็นผู้ที่เกิดในช่วง พ.ศ.2508-2522 (ค.ศ.1965-1980) คนในกลุ่มนี้จะมีแตกต่างกับคนในกลุ่ม Baby Boomers เพราะมีการต่อสู้ดิ้นรนที่น้อยกว่า เป็นคนในรุ่นลูกหลานของ Baby Boomers รวมทั้งสภาพโดยรวมของเศรษฐกิจที่ดีกว่า ส่งผลให้คน Gen X ที่อยู่ใ้ในวัยทำงาน สามารถเลือกงานได้รวมถึงการตั้งเงื่อนไขให้แก่ที่ทำงานได้ตามความต้องการของตน คนกลุ่ม Gen X ทำงานในลักษณะใช้ความคิด สมาชิกหลักในครอบครัวทำงานทั้งสองคน รายได้ดีทั้งคู่ ใช้ชีวิตแบบคนทันสมัย ทั้งนี้ Gen Z หลายคนเป็นหัวหน้า Baby Boomers ที่อายุมากกว่าประสบการณ์มากกว่าแต่ความรู้ต่ำกว่า นอกจากนี้ยังมีนักวิชาการ

บางส่วนแบ่งคนในยุคนี้ออกเป็นกลุ่มย่อยที่เรียกว่า Yuppies ซึ่งเป็นกลุ่มคนหนุ่มสาวสมัยใหม่ในขณะนั้นมีรายได้สูง มีกำลังซื้อสินค้าแบรนด์เนมดัง ๆ กังวลเรื่องภาพลักษณ์ กล้าที่จะใช้จ่ายฟุ่มเฟือย คนในยุคนี้หลายคนนิยมใช้บัตรเครดิต

**3. Generation Y Y Generation หรือ Gen Y หรือ Why Generation เป็นผู้ที่เกิดในช่วง พ.ศ.2524-2543 (ค.ศ.1980-2000)** คนในกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่เกิดขึ้นมาท่ามกลางความแตกต่างระหว่าง Baby Boomers กับ Gen X โดยที่ Baby Boomers อาจจะเป็นปู่ตาตายหรือญาติผู้ใหญ่ในครอบครัว และมี Gen Y เป็นปิตามารดา โดยที่ Baby Boomers ในครอบครัวมีความต้องการให้กลุ่ม Gen Y มีพฤติกรรมประพฤติตนอยู่ในกรอบ แต่คนกลุ่ม Gen X กลับอยากให้คนในกลุ่ม Gen Y เป็นตัวของตัวเอง และทำหายในสิ่งที่เป็นอย่างเดิม คนกลุ่ม Gen Y จึงมักสับสน แต่มีความต้องการที่จะได้รับความสำเร็จในทุกอย่างที่ตนสนใจเร็วกว่า Baby Boomers และ Gen X นอกจากนี้ Gen Y ยังเป็นคนที่มีความใจร้อน ต้องการเห็นผลสำเร็จทุกอย่างอย่างรวดเร็ว เนื่องจากเชื่อในศักยภาพของตนเอง และเชื่อว่ามีความพร้อมด้านฐานะทางการเงินที่มักจะได้รับการสนับสนุนจาก Gen X ซึ่งมีรายดี โดยที่คน Gen Y มีความเชื่อว่าการประสบความสำเร็จในชีวิตจะต้องเกิดขึ้นจากการทำงานหนัก ทำให้มีการแต่งงานช้าลง มักจะแต่งงานเมื่ออายุ 30 ปีขึ้นไป หากมีแฟนทำให้เป็นอุปสรรคกับงาน อาจจะมีการตัดสินใจเลิกกับคู่รัก เพื่อที่จะทำให้งานสำเร็จลุล่วง

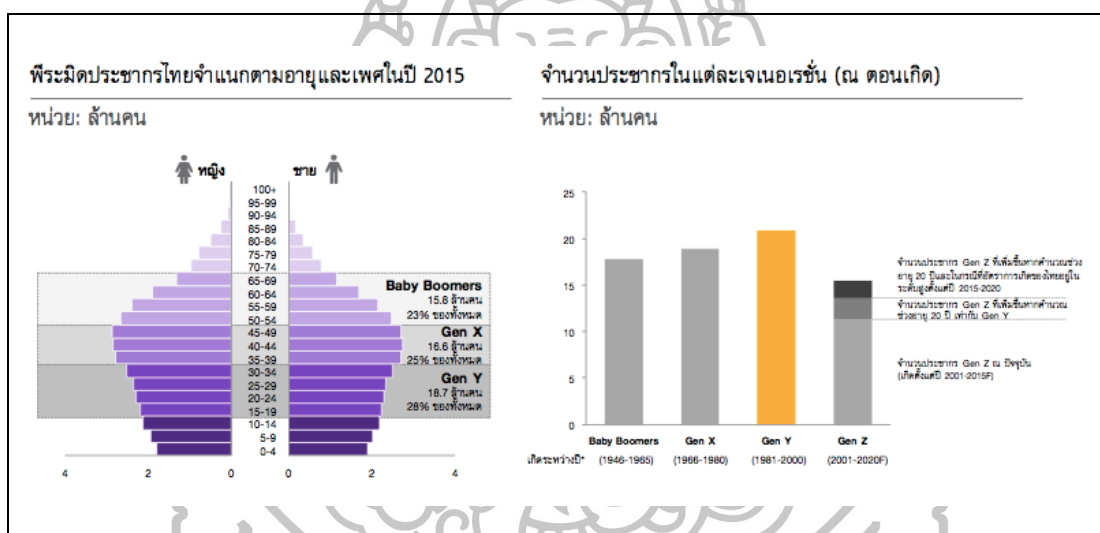
**4. Generation Z หรือ Gen Z เป็นคนรุ่นที่ถัดมาจาก Gen Y เป็นผู้ที่เกิดในช่วง พ.ศ. 2543-2563 (ค.ศ.2001-2020)** คนในรุ่นนี้จะมีหลายชื่อเรียก เช่น Generation V ที่มาจากราคำว่า Virtual หรือ Generation C ที่มาจากราคำว่า Community หรือ Content หรือ Internet Generation หรือ Google Generation โดยที่คนในรุ่นนี้มีความผูกพันอยู่กับสื่อประเภทต่าง ๆ เช่น DVD, Internet, โทรศัพท์มือถือ เป็นต้น และคนในรุ่นนี้มักจะมีความคิดสร้างสรรค์มากกว่า Gen X และ Gen Y

นอกจากนี้ยังมีนักวิชาการไทยหลายท่าน (ชวนะ ภวภานันท์, 2548; ชัชชินทร์ ไชยวัฒน์, 2555) ได้ให้ความสนใจเรื่อง Gen Y ไว้ดังต่อไปนี้

ชวนะ ภวภานันท์ (2548) ได้กล่าวถึงคนหนุ่มสาวยุคใหม่ที่เรียกคนกลุ่มนี้ว่า ยัปปี้ หรือ Yuppies มีความหมายย่อมาจาก Y-Young คือ หนุ่ม/สาว U-Urban คือ คนเมือง P-Profession คือ ผู้มีความรู้ Pies คือ จำนวนหลาย ๆ คน กล่าวคือ กลุ่มคนหนุ่มสาวที่อยู่ในเมืองและความรู้สูง ซึ่งกลุ่มคนรุ่นใหม่ในอเมริกาพบว่ามีกำลังซื้อสูงมาก ใช้จ่ายซื้อของฟุ้งเฟ้อในอนาคต ใช้ชีวิตไฮเทค โนโลยีและการสื่อสารสมัยใหม่ เช่น คอมพิวเตอร์ ดาวเทียม ซอบออยู่ในเมืองใหญ่ อาศัยตามอพาร์ทเมนต์ มีความรู้ดี ต้องการคุณภาพชีวิตที่ดี สุขภาพดี ออกกำลังกายสม่ำเสมอ ทำงานวันละไม่กี่ชั่วโมง มีวันหยุดพักผ่อนสุดสัปดาห์ ตามชายทะเล ป่าเขา และกลับเข้ามาเตรียมทำงานในตอนเย็นวันอาทิตย์ ดูแลตัวเองด้านอาหารและสุขภาพที่ดี นิยม Health food และทานอาหารแบบ Fast food

ชัชรินทร์ ไชยวัฒน์ (2555) ได้ให้ความหมายของ Generation Y ว่า ผู้ที่เกิดในช่วง 1985 ถึงปัจจุบัน 2001 คนกลุ่มนี้มักจะหลงใหลและบูชาวัตถุ

ทั้งนี้จะเห็นได้ว่า การให้ความหมายของ Gen Y นั้น ยังไม่สามารถสร้างความเข้าใจให้ตรงกันในเรื่องของข้อสรุปช่วงอายุของกลุ่ม Gen Y ได้ และยังมีชื่อเรียกแทนกลุ่มนี้ที่แตกต่างกันไปอีกด้วย “Gen Y” ตามนิยามที่มักใช้กันทั่วโลกคือกลุ่มผู้ที่เกิดระหว่างปี 1980 ถึง 2000 (ปัจจุบันอายุ 15 ถึง 34 ปี) ลักษณะเฉพาะของกลุ่มคนรุ่นใหม่ (Generation Y) เป็นกลุ่มผู้ที่เกิดในช่วงที่การใช้งานอินเทอร์เน็ตและเครือข่ายสังคมออนไลน์กำลังได้รับความนิยมอย่างมาก ทำให้คนรุ่นนี้ชอบใช้ช่องทางออนไลน์ในการติดต่อสื่อสารระหว่างกัน



ภาพที่ 1 พีระมิดประชากรไทยจำแนกตามอายุและเพศในปี 2015

ที่มา: ธนาคารไทยพาณิชย์, กลยุทธ์มัดใจผู้บริโภค Gen Y (กรุงเทพฯ: Economic Intelligence Center, 2557), 7.

จากภาพแผนภูมิข้างต้นจะสังเกตเห็นได้ว่าสัดส่วนของ Gen Y ในประเทศไทยนั้น มีขนาดของจำนวนประชากรมากที่สุด เนื่องจากมีจำนวนประชากรประมาณ 16.6 ล้านคน หรือคิดเป็น 25% ของจำนวนประชากรในประเทศไทยทั้งหมด ซึ่งในกลุ่มคนรุ่นใหม่หรือ Generation Y นี้ สามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ Gen Y กลุ่มบน คือ กลุ่มผู้ที่มีอายุ 30-34 ปี Gen Y กลุ่มล่าง คือ กลุ่มผู้ที่มีอายุ 25-29 ปี Gen Y กลุ่มวัยรุ่น คือ กลุ่มผู้ที่มีอายุ 15-24 ปี

### พฤติกรรมของคนรุ่นใหม่

พฤติกรรมที่โดดเด่นของกลุ่มคนรุ่นใหม่ (Generation Y) นี้ จะมีความคล่องตัวในด้านเทคโนโลยี สามารถพึ่งพาตัวเองได้โดยใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ เนื่องจากกลุ่มคนรุ่นใหม่เติบโตมาพร้อมกับเทคโนโลยี อินเทอร์เน็ต สังคมออนไลน์ และเทคโนโลยีการสื่อสารไร้สาย ทั้งหมดทำให้เป็นคนมั่นใจในการใช้ IT ในชีวิตประจำวัน ชอบมีสังคมรวมถึงความชื่นชอบในการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ บางครั้งมีการศึกษาข้อมูลก่อนการตัดสินใจ โดยอาศัยการศึกษาข้อมูลที่ได้มาจากบุคคลที่สามเป็นส่วนมาก เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นในการตัดสินใจ นอกจากนี้กลุ่มคนรุ่นใหม่ยังพิถีพิถันในการเลือกอุปโภคบริโภค มีมาตรฐานสูง ชื่นชอบความสะดวกสบาย ต้องมีความรวดเร็วในเรื่องของการดำเนินการหรือการเดินทาง

ปัจจัยจูงใจที่สำคัญของคนใน Gen Y อีกประการหนึ่ง คือ การทำงานเป็นทีม คนเหล่านี้ไม่ชอบที่จะนั่งทำงานอยู่คนเดียวง่าย ๆ โดยไม่สูงส่งกับใคร พวกเขาต้องการที่จะทำงานที่มีโอกาสพูดคุย สังสรรค์กับผู้อื่นและต้องการสถานที่ทำงานที่มีลักษณะเปิดโล่งที่เปิดโอกาสให้สร้างปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน (พสุ เดชะรินทร์, 2552)

เสาวคนธ์ วิทวัสโอฬาร (2550) ได้ศึกษาและรวบรวมผลการวิจัยเกี่ยวกับ Gen Y โดยได้นำผลการวิจัยที่ได้ศึกษา ลักษณะ บุคลิกภาพ ทักษะคติ ค่านิยมและแนวโน้มพฤติกรรมของกลุ่ม Gen Y ต่างชาติ (ไม่พบระบุข้อมูลประเทศ) พบว่า มีลักษณะดังต่อไปนี้

1. เป็นตัวของตัวเองสูง มีความคิดความอ่าน มีทัศนคติ เป้าหมาย รวมถึงการแต่งกาย วิถีพุดจา รูปแบบการใช้ชีวิตที่เป็นแบบฉบับของตัวเอง
2. ความอดทนต่ำ ความอดทนทั้งร่างกายและจิตใจ เมื่อเกิดความรู้สึก หิว ร้อน หรืออ้วน จะแสดงอาการออกมาอย่างชัดเจน
3. อยากรู้อยากเห็น หาคำตอบจากสิ่งที่สงสัย ด้วยการใช้คำถาม ทำไม อยู่บ่อย ๆ
4. ทำทนายกฎระเบียบ ไม่นิยมกฎระเบียบ ข้อบังคับ กฎกติกา รวมถึงไม่นิยมปฏิบัติตามวัฒนธรรมประเพณี หรือแนวปฏิบัติเดิม ๆ
5. ทะเยอทะยาน มีเป้าหมายทางอาชีพชัดเจนและสูงลิ่ว นอกจากนี้ยังมีความมุ่งมั่นและทุ่มเทเพื่อให้ไปถึงเป้าหมาย
6. คู่กันเคยกับเทคโนโลยี มีความคุ้นเคยกับอุปกรณ์เครื่องมือเทคโนโลยี ชอบความทันสมัย
7. ชอบการเปลี่ยนแปลง มีทัศนคติที่ดีต่อการเปลี่ยนแปลง แม้ไม่แน่ใจว่าจะนำไปสู่สิ่งที่ดีกว่า แต่ก็กล้าที่จะเสี่ยง ชอบมีส่วนร่วมในการผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ชอบความตื่นเต้นท้าทาย
8. กระตือรือร้น คิดไว ทำไว คล่องแคล่ว ตื่นตัวตลอดเวลา

9. มองโลกในแง่ดีมาก มักคิดในแง่บวก ทุกอย่างเป็นไปได้และจะประสบความสำเร็จ  
เนื่องประสบการณ์ยังน้อยจึงมองเห็นแต่ด้านบวกของชีวิต

10. มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มีแนวคิดต่าง ๆ มากมาย อยากรแสดงออก มีความคิดที่  
แตกต่าง(นอกกรอบ) กล้าคิดกล้าทำ

11. มั่นใจในตัวเองสูง ความมั่นใจในตัวเองนี้ มักจะมีขึ้นไปในทิศทางที่ทำให้รู้สึกดีกับ  
ตัวเอง

12. ไม่เคารพผู้อาวุโสกว่า เชื่อมมั่นในตัวเองสูง จนอาจมองได้ว่าไม่อ่อนน้อมและมีสัมมา  
คาราวะ

### สังคมและวิถีชีวิตของ Gen Y

สิ่งที่ Generation อื่นไม่ค่อยชอบ Generation Y ส่วนใหญ่มักจะเป็นเรื่องบุคลิกภาพ  
ด้านการกล้าแสดงออก แต่จะยอมรับในเรื่องความสามารถทางด้านเทคโนโลยี โดยเฉพาะเรื่อง  
เกี่ยวกับคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต นอกจากนี้ ลักษณะนิสัยและการแสดงออกของ Generation Y  
ยังมีลักษณะเป็นพวก Hip-Hop ต้องการทราบเหตุผลว่า “ทำไม” ต้องทำเช่นนั้น มีวัฒนธรรมเป็น  
แบบสากลมากกว่ารุ่นอื่น ดิวิดีโอเกมส์ เชื่อมมั่นในตัวเองสูง การสนใจเทคโนโลยีอย่างมาก ทำให้  
Generation Y กลายเป็นคนที่ฉลาด และเป็นผู้ที่คอยแก้ไขปัญหา เพราะพวกเขาทราบว่าน่าจะค้นหา  
ข้อมูลได้จากที่ใด เวลาไหน และทำได้อย่างรวดเร็ว Generation Y จะมีความสามารถในการทำงาน  
หลายด้านที่เกี่ยวกับการติดต่อสื่อสารและสื่อหลายประเภท อีกทั้งยังสามารถทำงานหลาย ๆ อย่างได้  
ในเวลาเดียวกัน (รัชฎา อสิสนธิสกุล, 2548)

ศรีกัญญา มงคลศิริ (2548) สรุปลักษณะเฉพาะของ Gen Y ดังนี้

1. การแต่งกายมีรสนิยม มีความคิดเป็นของตัวเอง เลือกใช้เทคโนโลยีเพื่อดำรงชีวิต การ  
ใช้ภาษาต่างประเทศและการติดต่อเพื่อนต่างแดน

2. เนื่องจาก Gen Y ได้รับการเลี้ยงดูจากพ่อแม่เต็มไปด้วยความรักทำให้มีของใช้ของเล่น  
มากมาย ซึ่งของใช้ของเล่นส่วนมากมักเป็นของที่ทันสมัย ทำงานด้วยเทคโนโลยี มีโอกาสเรียนพิเศษ  
หรือมีพี่เลี้ยงส่วนตัวดูแล ด้วยสภาพครอบครัวที่เพียบพร้อม Gen Y จึงเป็น Generation ที่เต็มไปด้วย  
ความสุข มีภาระหน้าที่เรียนให้สำเร็จเพื่อมาสืบทอดกิจการที่พ่อแม่สร้างไว้ให้ แรงกดดันจะมีเพียง  
ต้องทำทุกอย่างให้สำเร็จ

3. Gen Y ไม่ยึดติดในแบรนด์เท่า Gen X โดยแบรนด์ที่สามารถดึงเงินออกมาจาก  
กระเป๋า Gen Y ได้ต้องเป็นแบรนด์ที่มีคุณค่าด้านหน้าที่การทำงาน (Function Value) สูง ในขณะที่  
คุณค่าทางอารมณ์ (Emotional Value) ต่ำด้วย

4. Gen Y เชื่อว่าโลกนี้มีทางเลือก เพราะสิ่งต่าง ๆ รอบตัวของ Gen Y ต่างก็เต็มไปด้วย  
ทางเลือกที่หลากหลาย สามารถวิเคราะห์ได้ ดังนี้

4.1 การศึกษาและการทำงาน: เมื่อเริ่มเรียนหนังสือสามารถเลือกได้ว่าจะเรียนสายภาษาหรือสายวิทยาศาสตร์ เมื่อสอบเข้ามหาวิทยาลัยก็สามารถเลือกคณะได้ตามต้องการ เมื่อเรียนจบก็สามารถเลือกจะทำงานกิจการของครอบครัวหรือทำงานบริษัทอื่น

4.2 เพศของตนเอง: ด้วยสังคมที่เปิดกว้างและยอมรับมากขึ้น จึงมีอิสระที่จะเลือกเพศของตนเองได้อย่างเสรีกว่ารุ่นก่อน สามารถเลือกที่จะเปลี่ยนเพศได้อย่างสบายขึ้น

4.3 คู่รัก: สามารถเลือกได้ว่าต้องการที่จะมีคู่รักลักษณะไหน บางคนเลือกที่จะมีคู่รักต่างเพศระยะหนึ่ง แล้วก็เปลี่ยนใจไปมีคู่รักเป็นเพศเดียวกันอีกระยะหนึ่ง สังคมก็ถือเป็นเรื่องปกติ

4.4 การสื่อสาร: สามารถเลือกได้ว่าจะสื่อสารแบบพูดคุยด้วยเสียงหรือ ไร้เสียง จะใช้โทรศัพท์บ้านหรือโทรศัพท์เคลื่อนที่

4.5 ศาสนา: เลือกได้ว่าจะนับถือศาสนาอะไร หรือไม่นับถือศาสนาอะไรก็สามารถไปวัดทำบุญตักบาตรตามธรรมเนียมไทย กินเจตามธรรมเนียมจีน ฉลองคริสต์มาส ตามธรรมเนียมตะวันตก เป็นต้น

4.6 การเมือง: เชื่อว่าตนเองมีทางเลือก ไม่จำเป็นต้องเลือกคนแบบเดิม ๆ ที่เคยเป็นที่นิยมกัน

5. Gen Y เป็นคนสมัยใหม่เป็นตัวของตัวเองและนิยมใช้ชีวิตแบบตลกขบขัน (Edgy) นิสัยเช่นนี้ทำให้พฤติกรรมการซื้อสินค้ามีแนวโน้มที่จะเลือกสรรสิ่งที่ซื้อแล้วมีความสุข (Purchase-Happy) มากกว่าหุหุ

6. ความเป็นยุคแห่งโลกาภิวัตน์นั้น Gen Y จึงไม่รู้สึกลึกลับถึงความแตกต่างระหว่างชนชาติของมนุษย์ที่อยู่ร่วมโลกมากนัก ทั้งนี้เป็นเพราะการสื่อสารที่ไร้พรมแดน การศึกษาในต่างประเทศ และการได้สัมผัสคนรอบข้างที่มีชื่อเสียง ทำให้ Gen Y ยินดีให้ความร่วมมือในกิจกรรมต่าง ๆ มากมายที่เป็นกิจกรรมรณรงค์ให้ความช่วยเหลือกันและกันของมนุษย์ ทั้งในชาติเดียวกันและระหว่างชาติ

## แนวคิดเกี่ยวกับพื้นที่และพื้นที่สาธารณะ

### ความสำคัญของพื้นที่สาธารณะของชุมชนเมือง

เจ้าฟ้าชายชาร์ลแห่งเวลส์ และมณฑลราชกุมารแห่งประเทศสหราชอาณาจักร มีพระดำรัสในหนังสือ The Vision of Britain ว่าจิตวิญญาณร่วมของชุมชนเมืองถูกสร้างขึ้นในพื้นที่ว่างสาธารณะของเมือง (Square) หรือพื้นที่ปิดล้อม (Courtyard) ที่มีการจัดสภาพแวดล้อมอย่างเหมาะสมได้ง่ายกว่าพื้นที่ที่มีการพัฒนาอย่างกระจัดกระจาย (Prince of Wales, 1989: 87)

พื้นที่สาธารณะในเมืองมีต้นกำเนิดมาจากประเทศตะวันตก ในสมัยกรีกโบราณนั้นวิถีชีวิตของคน ตะวันตกมีวิถีที่ผูกพันรั้งลึกซึ้งกับลานสาธารณะในเมือง ทั้งในแง่เศรษฐกิจ สังคมและการเมือง แต่สำหรับ สังคมไทยหรือสังคมของประเทศตะวันออก พื้นที่สาธารณะในเมืองไม่ได้มีบทบาทเกี่ยวข้อง



กับวิถีชีวิตของคนไทยมาก่อน แม้จะพบว่ากรุงเทพมหานครในปัจจุบันจะมีการเจริญเติบโตทางกายภาพของเมืองทั้งใน รูปแบบอาคาร บ้านเรือน ระบบขนส่งคมนาคมใกล้เคียงกับเมืองต่าง ๆ ทางตะวันตก รวมไปถึงการขาดแคลนพื้นที่ว่างสาธารณะและลานสาธารณะในเมือง ซึ่งถือเป็นส่วนประกอบที่สำคัญที่สุดส่วนหนึ่งของสังคมเมืองของประเทศทางตะวันตก

### **ความหมายของพื้นที่สาธารณะและลานสาธารณะ**

พื้นที่สาธารณะ หมายถึง สภาพแวดล้อมกลางแจ้งที่ถูกออกแบบขึ้นเพื่อลดบรรยากาศที่วุ่นวายจากการดำเนินชีวิตในสังคมเมืองใหญ่ องค์ประกอบของพื้นที่สาธารณะมีหลายรูปแบบ เช่น ทางสำหรับคนเดิน สวนสาธารณะ จัตุรัส ลานกลางแจ้ง ซึ่งเป็นสถานที่ที่คนในชุมชน วัฒนธรรม และกิจกรรมเชิงประเพณี ได้หลอมรวมเป็นหนึ่งเดียวกัน แสดงให้เห็นถึงการดำเนินชีวิตในพื้นที่สาธารณะที่เปิดโอกาสให้คนในชุมชน ได้ใช้เวลาและมีกิจกรรมร่วมกัน นอกจากนี้ยังมีสวนส่งเสริมบรรยากาศทางเศรษฐกิจและเพิ่มมูลค่าในแง่การใช้สอยที่ดินของแต่ละเมืองให้สูงขึ้น (PPS, 2000)

พื้นที่สาธารณะที่ถูกล้อมรอบด้วยร้านค้าหรืออยู่ในย่านธุรกิจ มีบทบาทสำคัญอย่างมากที่จะกำหนดบรรยากาศที่มีชีวิตชีวาของร้านค้าบริเวณนั้น กิจกรรมทางเศรษฐกิจที่หลากหลายและเข้มข้นจะดึงดูดให้ ผู้คนจำนวนมากเข้ามาในพื้นที่ ซึ่งผู้คนและกิจกรรมทางเศรษฐกิจเหล่านี้จะทำให้เกิดความมีชีวิตชีวาให้กับ ย่านธุรกิจ โดยที่เราจะสามารถมองเห็นคนและกิจกรรมส่วนใหญ่ได้จากพื้นที่สาธารณะที่ชัดเจนมากกว่า กิจกรรมภายในห้างร้าน พื้นที่สาธารณะที่ดีกว่าจะทำให้เกิดสภาพแวดล้อมและบรรยากาศทางธุรกิจที่ดี ซึ่งจะส่งผลที่จะเกิดการดึงดูดให้มีการลงทุนที่เพิ่มสูงขึ้น จึงก่อให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจและทางสังคมได้ (Goldstein and Elliott, 1994: 1-2)

บทบาทความสำคัญของพื้นที่สาธารณะในย่านธุรกิจ กำลังเป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวางมากขึ้น โดยเมืองต่าง ๆ ในประเทศที่พัฒนาแล้ว เช่น สหรัฐอเมริกาให้ความสำคัญต่อการพัฒนาและวางแผนพื้นที่ สาธารณะเพื่อเพิ่มความมีชีวิตชีวาแก่ย่านธุรกิจในเมือง ซึ่งหลายเมืองสำคัญในสหรัฐอเมริกาได้แสดงให้เห็นว่าเมืองที่มีพัฒนาการด้านกายภาพที่เป็นไปในลักษณะนี้นั้น จะทำให้มีการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอย่างดีตามมา แต่ในทางกลับกันเมืองที่ไม่ได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาพื้นที่สาธารณะ ก็จะมีผลให้เกิดความเสื่อมโทรมแก่สภาพเศรษฐกิจและสังคมเมืองอีกด้วย (Hecksher, 1997: 1-2)

### **ลักษณะของพื้นที่สาธารณะ**

พื้นที่สาธารณะจะมีลักษณะที่ขึ้นอยู่กับการนิยามและจุดประสงค์การศึกษาของผู้วิจัย ซึ่งลักษณะพื้นที่สาธารณะที่มีผลต่อการเกิดและทำกิจกรรม (อภิศักดิ์ ไพฑากำ, 2543) ประกอบด้วย

#### **1. รูปร่างและบริเวณของพื้นที่สาธารณะ**

รูปร่างของพื้นที่สาธารณะนั้นเกิดจากหน้าที่ใช้สอย พื้นที่รูปร่างของพื้นที่สาธารณะมีหลายชนิด ได้แก่ สี่เหลี่ยมจัตุรัส สี่เหลี่ยมผืนผ้า วงกลม หรือรูปร่างไม่แน่นอนแล้วแต่สภาวะการ

เกิดขึ้นของพื้นที่และจุดประสงค์ของการสร้าง ซึ่งรูปทรงต่าง ๆ มาเชื่อมต่อกัน ดังนั้น ขรูปร่างของพื้นที่สาธารณะจึงมีผลมาจากระบบของเส้นทาง ถนน และทางเท้าด้วย

## 2. ขอบเขตของพื้นที่สาธารณะ

ขอบเขตของพื้นที่สาธารณะเมืองมักถูกกำหนดด้วยองค์ประกอบในสามมิติ ได้แก่

**2.1 ระนาบผนัง หรือ ระนาบตั้ง (The panel, Wall or Frame)** ได้แก่ โครงสร้างต่าง ๆ ที่เรียงรายโดยรอบอาคาร กำแพง รั้ว แนวเสา และ หลังคาที่ยื่นออกมา ตัวอาคาร หรือแนวต้นไม้

**2.2 ระนาบพื้น หรือ ระนาบทางแนวนอน (The Floor)** จะถูกกำหนด โดยแนวของอาคาร แนวของถนน ทางเท้า หรือ โดยลวดลายวัสดุที่ใช้

**2.3 ระนาบเพดาน หรือ ระนาบเหนือศีรษะ (The Ceiling)** ซึ่งมักจะมีขอบเขตไม่แน่นอนอาจเปิดโล่งหรือมีหลังคาคลุม ได้แก่ ทางเดินที่มีหลังคาคลุม กิ่งพุ่มของต้นไม้

## 3. ตำแหน่งที่ตั้งของพื้นที่สาธารณะ

ตำแหน่งพื้นที่สาธารณะจะทำให้เห็นถึงประโยชน์การใช้สอย หรือการใช้งานของสถานที่อย่างชัดเจนมากขึ้น ซึ่งมาจากความต้องการของประชาชนและแนวคิดในการวางผัง ซึ่งสามารถสรุปตำแหน่งที่ตั้งของพื้นที่สาธารณะได้ดังนี้

**3.1 บริเวณใจกลางเมือง** จะดูเสมือนว่าเป็นจุดศูนย์กลางของถนนอาคาร หรือเป็นศูนย์กลางของการขยายตัวของเมืองทั้งหมด

**3.2 บริเวณที่เป็นจุดตัดของถนน** จะอยู่บริเวณถนนสายหลักทางร่วมทางแยกเกิดเป็นสี่แยกหรือวงเวียน บางครั้งอาจเกิดในจุดเดียวกับศูนย์กลางเมือง

**3.3 บริเวณโดยรอบอาคารสาธารณะที่มีความสำคัญ** เป็นเสมือนทางเข้าหลักไปสู่อาคารสาธารณะนั้น ศาลากลาง โบสถ์ ศาลเจ้า ตลาดหรือบริเวณที่เป็นย่านธุรกิจ ความสำคัญของพื้นที่สาธารณะ จะเห็นจากตำแหน่งสำคัญของอาคารสำคัญที่จะหันหน้าเข้าหาพื้นที่สาธารณะทั้งหมด

**3.4 บริเวณที่เป็นประตูทางเข้า** ส่วนมากมักเกิดในสมัยยุคกลางและที่มักมีพื้นที่ภายในตรง จุดทางเข้า มักมีการใช้งานเป็นตลาดที่มีการซื้อขายสินค้ากัน หรือเป็นจุดเปลี่ยนสินค้าจากภายในเมือง และนอกเมือง หรือเป็นจุดหยุดพัก พื้นที่สาธารณะเหล่านี้มักจะมีถนนแยกออกหลายสายไปสู่จุดต่าง ๆ

## ประเภทพื้นที่ว่างสาธารณะ

### 1. พื้นที่ว่างสาธารณะประเภทพื้นที่ (space)

**1.1 จัตุรัส (Square)** มิติด้านผังเมือง Zucker (1959, 1970: 75-111) เป็นผู้ศึกษาพื้นที่ว่างสาธารณะในแบบแผนประเพณี ได้ให้ความหมายพื้นที่ว่างสาธารณะว่าเป็น “พื้นที่ว่างเมือง” ที่เกิดจากการสร้างเมืองและการวางผังเมือง (city planning) Moughtin (1995) ได้ให้ความหมาย

จัตุรัสหรือพลาซ่า ว่าเป็นพื้นที่ที่ล้อมกรอบผนังอาคาร เพื่อใช้ประโยชน์หลายประการ และแยกประเภทกลุ่มของพื้นที่ว่างสาธารณะประเภทจัตุรัสออกเป็นประเภทต่าง ๆ ได้ดังนี้

#### 1.1.1 จัตุรัสตลาด

#### 1.1.2 จัตุรัสตลาดที่มีลักษณะขยายออกไปทั้งสองข้าง

#### 1.1.3 จัตุรัสบริเวณประตูเมือง

#### 1.1.4 จัตุรัสใจกลางเมือง

1.2 พลาซ่า (Plaza) พื้นที่ว่างสาธารณะประเภทพลาซ่า เป็นพื้นที่ว่างที่เชื่อมติดกับถนนและบาทวิถี บางแห่งทำบาทวิถีให้กว้างออกไปเชื่อมต่อกับพื้นที่ว่างหน้าอาคาร เป็นพื้นที่สำหรับใช้งานหรือกิจกรรมที่เกิดขึ้นในระยะเวลานั้น ๆ เช่น นั่งคอย นัดพบ หรือมอง (Marcus and Francis, 1990: 15) พลาซ่ามีหลายลักษณะ สามารถแบ่งได้ดังนี้

1.2.1 พลาซ่าถนน (The Street Plaza) เป็นพลาซ่าชิดทางเดินมีกำแพงขอบอยู่ชิดบาทวิถีสำหรับนั่ง หรือเป็นพลาซ่ากว้าง เป็นสถานที่พักคอยรถประจำทาง อาจจะมีที่นั่ง มีซุ้มหลังคา พลาซ่าทำหน้าที่เป็นจุดเชื่อมของผู้เดินเท้าเป็นทางผ่านกลางแจ้งและทางเชื่อมระหว่างอาคาร

1.2.2 พลาซ่าโถงบริษัท (The Corporate Foyer) ตั้งอยู่หน้าองค์กรขนาดใหญ่ที่มีลักษณะเป็นอาคารสูง ใช้เพื่อสร้างความสง่างามและเสริมภาพลักษณ์อาคาร

1.2.3 พลาซ่าปอดสีเขียวของเมือง (The Urban Oasis) เป็นพลาซ่าที่มีต้นไม้มาก จัดพื้นที่ไม้ให้มีเสียงรบกวนและหลีกเลี่ยงกิจกรรมของเมือง เป็นพื้นที่รับประทานอาหารเที่ยงหรืออ่านหนังสือ

1.2.4 พลาซ่าหน้าท่า (The Transit Foyer) ทำหน้าที่เป็นโถงเปลี่ยนวิธีการเดินทาง สร้างเพื่อการเข้าถึงอาคารผู้โดยสารของการขนส่งสาธารณะ

1.2.5 พลาซ่าพื้นที่สาธารณะ (The Ground Public Place) เป็นพลาซ่าที่คล้ายกับจัตุรัสของเมือง ตั้งอยู่ในพื้นที่ที่มีการใช้ประโยชน์อาคารอย่างหลากหลาย ดึงดูดผู้ใช้ด้วยระยะห่างและความหลากหลายของ อายุ เพศ และเชื้อชาติ มักจะเป็นพื้นที่ขนาดใหญ่และเป็นศูนย์รวมกิจกรรม

1.3 พื้นที่ว่างเปล่า (Leftover Space) พื้นที่ว่างเปล่านั้นมักจะเป็นพื้นที่ว่างที่รอการพัฒนาหรือพื้นที่ลักษณะเช่น พื้นที่ว่างสาธารณะกลางชุมชน พื้นที่รกร้างว่างเปล่าพื้นที่ว่างสาธารณะของภาครัฐ ลานว่างในพื้นที่สาธารณะของรัฐบาลท้องถิ่น

## 2. พื้นที่สาธารณะประเภทถนนหรือบาทวิถี

ถนนมีความหมายแตกต่างจากทางหลวง (Road) วัตถุประสงค์ของทางหลวงนั้นมีไว้เพื่อรองรับการสัญจรของรถ (Cohen, 1999: 191) อธิบายถึงข้อกำหนดทางกายของขนาด ความกว้าง บาทวิถี มุมถนน และการเปลี่ยนแปลงความยาว เพื่อเชื่อมโยงระหว่างลำดับชั้น (Hierarchy)

ของเมือง (Apple, 1981; Jacobs, 1961) กล่าวว่า ถนนในฐานะที่เป็นพื้นที่คุณภาพของการดำเนินชีวิตในพื้นที่ว่างสาธารณะ ถนนและบาทวิถีนั้นสามารถใช้เพื่อเป็นตัวเชื่อมของอาณาเขตพื้นที่สาธารณะของประชาชน

### 3. พื้นที่ว่างสาธารณะประเภทสวน

3.1 พื้นที่เลียบริมแม่น้ำ (Water Front) ลักษณะของพื้นที่เลียบริมแม่น้ำเป็นพื้นที่ที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ มีรูปทรงเป็นแนวยาวและแสดงขอบเขตอย่างชัดเจนของพื้นที่ระหว่างพื้นดินและแม่น้ำ มักเป็นพื้นที่ซึ่งมีโอกาสของการใช้เป็นพื้นที่ว่างสาธารณะ เป็นสถานที่เพื่อการพักผ่อน การชมวิวิวทิวทัศน์

3.2 สวนสาธารณะ (Park) ลำดับชั้นของสวนสาธารณะแสดงถึงคุณลักษณะและการจัดอันดับ ซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวก ขอบเขตการให้บริการ ความถี่ของการเข้ามาใช้บริการ และปัจจัยอื่น ๆ สวนสาธารณะสามารถแบ่งออกเป็นลำดับชั้นของสวนได้ดังต่อไปนี้

3.2.1 สวนระดับภาค (Regional Park) สวนมักอยู่ในเมืองขนาดใหญ่ หรือพื้นที่อนุรักษ์และเป็นพื้นที่ขนาดใหญ่ มีลักษณะของสวนที่เลียนแบบธรรมชาติ เพื่อใช้สำหรับศึกษาธรรมชาติ หรือสงวนรักษาพันธุ์ไม้ มีขนาดของสวน มากกว่า 1,160,000 ตารางเมตร บริการประชาชนในเขตเมือง รอยเมอง และจังหวัดใกล้เคียง ความถี่ในการใช้พื้นที่เป็นช่วงสุดสัปดาห์ ระยะเวลาที่ใช้เป็นเวลายาวนาน

3.2.2 สวนระดับเมือง (City Park) สวนที่ให้บริการระดับเมือง เป็นสวนที่มีสิ่งอำนวยความสะดวก มีสิ่งสวยงาม เช่น สระน้ำ หรือน้ำพุ มีกิจกรรมนันทนาการต่าง ๆ มีขนาดของสวนมากกว่า 160,000 ตารางเมตร บริการประชาชนในเขตเมืองและรอบเมือง ความถี่ในการใช้พื้นที่เป็นช่วงสุดสัปดาห์ ระยะเวลาที่ใช้มีระยะเวลานาน

3.2.3 สวนระดับชุมชน (Community Park) หรือระดับย่าน (District Park) เป็นสวนที่อุปกรณ์สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับประชาชน รวมถึงการเป็นศูนย์กลางนันทนาการของย่าน มีขนาดของสวนประมาณ 20,000 ตารางเมตร รัศมีการให้บริการ 1,500-2,500 เมตร บริการประชาชนราว 1,500 ครอบครัว ความถี่ในการใช้บริการทุกวัน ระยะเวลาที่ใช้ประมาณ 1 ชั่วโมง

3.2.4 สวนระดับชุมชนละแวกบ้าน (Neighborhood Park) เป็นพื้นที่ขนาดเล็ก เพื่อสนับสนุนกิจกรรมนันทนาการของชุมชนละแวกบ้าน รัศมีการให้บริการประมาณ 800 เมตรหรือเดินถึงภายใน 5-10 นาที บริการประชาชน 800-1,000 คน ความถี่ในการใช้บริการทุกวันและใช้บริการในระยะเวลาสั้น ๆ

3.2.5 สวนขนาดเล็ก (Small Park, Pocket Park) เป็นพื้นที่ว่างขนาด 200 ตารางเมตร เพื่อเป็นสถานที่นั่งพักผ่อน นั่งชั่วคราว พบปะ คอยคนหรือนั่งดูผู้คนไปมา ระยะเวลาให้บริการประมาณ 500 เมตร ให้บริการประชาชนประมาณ 200-300 คน ความถี่ในการให้บริการทุกวัน มีระยะเวลาการให้บริการสั้น ๆ

### ปัจจัยในการเกิดพื้นที่สาธารณะ

1. ปัจจัยทางธรรมชาติหรือกายภาพ (Natural or Physical Determination) ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น

1.1 สภาพทางอากาศและอุณหภูมิ มีอิทธิพลกับการเกิดพื้นที่สาธารณะเป็นอย่างมาก เช่น ในเมืองที่มีอากาศร้อน คนออกมาทำกิจกรรมจึงทำให้เกิดพื้นที่สาธารณะภายนอกอาคาร ส่วนพื้นที่ที่มีอากาศหนาวเย็น พื้นที่สาธารณะมักเกิดในอาคาร

1.2 สภาพที่ดินหรือชนิดของดิน ซึ่งโครงสร้างของดินจะมีอิทธิพลต่อวัสดุก่อสร้าง การระบายน้ำของพื้นที่และความมั่นคงของโครงสร้าง เป็นต้น

1.3 สภาพภูมิอากาศ ซึ่งจะมีผลโดยตรงกับสภาพอากาศ นอกจากนี้ยังมีผลต่อมุมมองของแสงอาทิตย์ที่ตกลงมา ช่วงเวลาที่มีแดด พื้นที่ส่วนที่อยู่กลางแจ้งควรมีส่วนที่ได้รับความร่มเงา ความเย็นของอากาศ ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะสัมพันธ์กับรูปร่างของผังและตำแหน่งพื้นที่โล่ง

2. ปัจจัยทางเศรษฐกิจและการเมือง (Economic or Political Determination) ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น

2.1 สภาพเศรษฐกิจ เป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดการรวมกลุ่มทำการค้าขายก่อให้เกิดพื้นที่สาธารณะ ซึ่งจะมีผลต่อขนาด รูปร่าง และตำแหน่งของพื้นที่สาธารณะด้วย

2.2 สภาพทางการเมือง พื้นที่อาจถูกใช้เป็นที่รวมกลุ่มทางการเมืองทางการเมืองการทหาร โดยเฉพาะในยุคที่ระบอบประชาธิปไตยรุ่งเรือง เช่น ในยุคกรีก พื้นที่สาธารณะจึงมักจะมีขนาดใหญ่เพื่อรับคนจำนวนมากและเพื่อแสดงถึงความยิ่งใหญ่

### กิจกรรมที่เกิดขึ้นในพื้นที่สาธารณะ

มนุษย์จะทำกิจกรรมในหนึ่งวันเพื่อวัตถุประสงค์ 3 ด้านหลัก คือ ด้านความต้องการ การของร่างกาย เช่น การนอน การรับประทานอาหาร ประมาณ 10 ชั่วโมง ด้านเศรษฐกิจ ประมาณ 9 ชั่วโมง และด้านการพักผ่อนประมาณ 5 ชั่วโมง (Ratcliffe, 1975, อ้างถึงใน กฤติยา โชควัฒนชัย, 2544) และการพักผ่อนสามารถแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่ กิจกรรมนันทนาการแบบกระฉับกระเฉง (Active Recreation) เช่น การเล่นกีฬา นันทนาการ และกิจกรรมนันทนาการแบบผ่อนคลาย (Passive Recreation) เช่น การนั่งเล่น พักผ่อน เล่นเกม พบปะพูดคุย

Jan Gehl (1987: 11) ได้จำแนกกิจกรรมที่เกิดขึ้นในโครงข่ายพื้นที่โล่งของ เมืองไว้เป็นประเภทหลัก ๆ ดังนี้

1. กิจกรรมจำเป็น (Necessary Activities) หมายถึง กิจกรรมหลักของกิจวัตรประจำวันที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ในการทำกิจกรรมบนพื้นที่สาธารณะ เช่น การเดินไปโรงเรียน หรือทำงาน การรอรถประจำทาง ส่วนใหญ่เป็นเกี่ยวกับกิจกรรมการเดินทางต่าง ๆ อาจต้องการผู้ร่วมทำกิจกรรมหรือไม่ต้องการ เป็นกิจกรรมที่มีความเสมอภาคกันในทุกสภาพแวดล้อม และไม่ค่อยมีความสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อม เนื่องจากเป็นกิจกรรมที่จำเป็น

2. กิจกรรมทางเลือก หรือ กิจกรรมพักผ่อนหย่อนใจ (Optional or Recreational Activity) หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับความต้องการของผู้ทำกิจกรรม และเกิดขึ้นเมื่อมีเวลาและสถานที่เอื้ออำนวย เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการพักผ่อนหย่อนใจเป็นหลัก เช่น การเดินเล่นรับลมหรือสูดอากาศบริสุทธิ์ ยืน หรือนั่งเล่น เพื่อความเพลิดเพลิน ซึ่งมีความสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมที่ต้องการดึงดูดและเหมาะสมในการทำกิจกรรม

3. กิจกรรมผลลัพธ์ หรือ กิจกรรมทางสังคม (Resultant or Social Activity) หมายถึง กิจกรรมที่มีการพบปะ มีความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบกิจกรรมร่วมกัน เป็นกิจกรรมที่เกิดต่อเนื่องกับกิจกรรมทั้งสองข้างต้น คือต้องอาศัยการที่มีผู้ประกอบกิจกรรม ในพื้นที่โล่งนั้นเสียก่อน ได้แก่ การละเล่น การตกทาย การสนทนา กิจกรรมร่วมกันของชุมชน และรวมถึงปฏิสัมพันธ์ทางอ้อม (Passive Contact) เช่นการดูหรือฟังคนอื่น ๆ ที่อยู่ในบริเวณ เดียวกัน

Amos Rapoport และ Haryadi (อ้างถึงใน ปรีดา หุตะจูฑะ, 2546: 35) แสดงให้เห็นว่าวิถีชีวิต การทำกิจกรรมและการใช้พื้นที่ที่มีความสัมพันธ์กัน เริ่มจากการจำกัดความคำว่า “วัฒนธรรม” ว่าเป็นสิ่งที่ส่งผลต่อความเชื่อด้านสภาพภูมิศาสตร์ สภาพทางเศรษฐกิจ สังคม ฯลฯ สิ่งนั้นจะก่อให้เกิดโลกทัศน์ที่ มนุษย์สามารถตีคุณค่า แล้วเลือกเอาคุณค่านั้น ๆ มาเป็นค่านิยมในการดำเนินชีวิตที่แสดงออกมาในรูปของระบบกิจกรรม ในที่สุดก็เกิดเป็นการใช้พื้นที่หรือระบบที่ตั้ง

ระบบกิจกรรมที่เกิดขึ้นบนพื้นที่ในระดับบุคคล (Individual Level) และระดับกลุ่ม (Group Level) จะประกอบด้วยองค์ประกอบ 3 ส่วนใหญ่ ๆ คือ (อ้างถึงใน คณิชา, 2544) เวลา (The Time of An Activity) แบ่งเป็นช่วงเวลาของการทำกิจกรรม (Duration) และเวลาที่ทำกิจกรรม (Time of Occurrence) พื้นที่ที่จะถูกใช้ทำกิจกรรม (The Space Over Which The Activity Take Place) ชนิดของกิจกรรม (The Type of Activity)

นอกจากนี้ระบบของกิจกรรมยังขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่น ๆ ได้แก่ ลักษณะทางเศรษฐกิจ ตำแหน่งที่ตั้งของบ้าน ธรรมเนียมการเดินทาง หรือการเคลื่อนที่ (Mobility) ซึ่งจะเกี่ยวกับต้นทุน ที่ใช้ในการเดินทาง การเป็นเข้าของยานพาหนะ วัตถุประสงค์ของการเดินทาง ประเภทของเที่ยวการเดินทาง เป็นต้น ช่วงชีวิต (Stage in life Corse) รวมถึงโอกาสที่จะทำกิจกรรม

## ความรู้สึกต่อสถานที่ (Sense of Place)

ความรู้สึกต่อสถานที่ที่มีความแตกต่างกันออกไปโดยขึ้นอยู่กับสถานที่นั้น ๆ หรือประโยชน์ใช้สอยของสถานที่นั้น ๆ ซึ่งความรู้สึกต่อสถานที่นั้นคือการให้ความสำคัญกับการปรับตัวเพื่อให้เข้ากับสภาพแวดล้อม โดย Ian Nairn ได้นิยามเกี่ยวกับความรู้สึกต่อสถานที่ไว้ดังนี้

พื้นที่หรือสถานที่ใดสถานที่หนึ่ง เมื่อมีคนเข้าไปใช้พื้นที่นั้นทุกคนจำเป็นที่จะต้องสร้างความสัมพันธ์ระหว่างตนเองและสภาพแวดล้อมเหล่านั้นหรืออาจเป็นความรู้สึกสำนึกต่อสถานที่ ซึ่งไม่ใช่ศิลปะที่ถูกสร้างขึ้นมา แต่มันเป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นตามกระบวนการทางจิตวิทยาของมนุษย์ (Nairn, 1965: 6)

ความรู้สึกต่อสถานที่ที่เกิดขึ้นเป็นผลมาจากความต้องการและความสนใจของมนุษย์ที่จะรับรู้ ซึ่งจะเกิดจากส่วนลึกของจิตสำนึกที่มีต่อสถานที่และก่อให้เกิดพฤติกรรมต่าง ๆ ของคน ในรูปแบบที่แตกต่างกัน ทางด้านจิตวิทยาได้แบ่งความรู้สึกต่อสถานที่ออกเป็น 2 ลักษณะ (Edward, 1980: 65) ดังนี้

### 1. ความรู้สึกต่อสถานที่ที่เกิดขึ้นโดยไม่รู้ตัว (Unselfconscious sense of place)

ความรู้สึกที่มีต่อสถานที่นั้นเป็นการสร้างความสัมพันธ์ต่อเอกลักษณ์เฉพาะตัวของสถานที่ กระบวนการนี้เป็นกระบวนการทางธรรมชาติที่ถูกสร้างขึ้น ทั้งนี้ยังมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เกิดการปรับตัวที่มีความสอดคล้องกับสภาพแวดล้อม ซึ่งก็จะแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล โดยจะขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ เช่น ความรู้ ประสบการณ์ วัฒนธรรม ที่ศนคติ เป็นต้น แต่อย่างไรก็ตามทางด้านจิตวิทยา ยังไม่มีใครสามารถบอกได้ว่าความรู้สึกต่อสถานที่ที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ โดยที่ไม่มีใครตัวนั้น จะเกิดขึ้นในช่วงเวลาใด และไม่สามารถกำหนดได้โดยตรง

### 2. ความรู้สึกต่อสถานที่ที่เกิดขึ้นโดยรู้ตัว (Self conscious sense of place)

ความรู้สึกต่อสถานที่ที่เกิดขึ้นโดยรู้ตัวนั้น เป็นประสบการณ์การรับรู้ที่พัฒนามาจากความรู้สึกต่อสถานที่ที่เกิดขึ้นโดยไม่รู้ตัว ซึ่งสาเหตุของการรับรู้ความรู้สึกเหล่านี้ได้จะเกิดจากการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างคนกับสถานที่ที่มีรูปธรรมมากขึ้น จึงจะเห็นได้ว่าปัจจัยที่ทำให้เกิดความรู้สึกต่อสถานที่นั้นเป็นสิ่งที่สามารถเข้าใจได้ง่ายและมีเหตุปัจจัยในการเกิดขึ้นอย่างชัดเจน เช่น อาจเกิดขึ้นจากการรับรู้รูปทรง (Form) หรือ รูปแบบ (Pattern) ซึ่งทั้งนี้ทั้งนั้นก็ขึ้นอยู่กับความสามารถในการรับรู้ของแต่ละบุคคล รวมถึงแต่ละลักษณะทางวัฒนธรรมอีกด้วย

## แนวคิดการสร้างสภาพแวดล้อมที่ตอบสนองพฤติกรรมมนุษย์ (Sociogenic Environment)

โจน แลง (1994) ได้สรุปรูปแบบพฤติกรรมซึ่งเกิดจากความจำเป็นพื้นฐานแต่ละชั้นจากทฤษฎีจิตวิทยา ความจำเป็นพื้นฐานของมนุษย์ (Basic Human Needs) ของ อัมบราฮัม มาสโลว์ โดยใช้ชื่อหัวข้อว่า Behavioral Program โดยแบ่งออกเป็น 7 ด้าน ดังนี้



ภาพที่ 2 พีระมิตความจำเป็นพื้นฐานของมนุษย์ ของอัมบราฮัม มาสโลว์  
ที่มา: กำธร กุลชล, **การออกแบบชุมชนเมืองคืออะไร การติดตามหาคำตอบในรอบ 40 ปี**  
(นครปฐม: โรงพิมพ์แห่งมหาวิทยาลัยศิลปากร, 2545).

### ด้านสรีระ

การสนองพฤติกรรมด้านสรีระนี้ มุ่งเน้นให้ทุกคนต้องมีโอกาสเข้าถึงในบริการพื้นฐานต่างๆ มีการบริการสาธารณะสุขที่มีคุณภาพและกระจายอย่างทั่วถึง อีกทั้งการจัดให้มีกิจกรรมนันทนาการเพื่อส่งเสริมสุขภาพ โดยมีสถานทดสอบสมรรถนะของร่างกายสำหรับชนทุกวัย รวมถึงการมีพื้นที่เปิดโล่งที่มีคุณภาพ เพื่อเอื้ออำนวยความสบายแก่ร่างกาย

### ด้านความมั่นคงปลอดภัย

การตอบสนองในด้านนี้คือ ต้องมีการแยกการใช้ที่ดินที่เป็นอันตรายออกจากย่านอื่น ๆ และใช้ที่ดินแบบผสมผสานในย่านที่ไม่มีอันตราย เพื่อให้มีผู้คนผ่านไปมาตลอดเวลา รวมถึงการดูแล



สอดคล้องความปลอดภัย นอกจากนี้ยังต้องส่งเสริมให้เกิดความเป็นส่วนตัวอย่างพอเหมาะของคนแต่ละกลุ่ม การสร้างความรู้สึกต่อสถานที่ (Sense of Place) ทั้งทางกายภาพและทางสังคม

#### **ด้านการยอมรับเป็นพวก**

การสร้างความรู้สึกเป็นพวกเดียวในกลุ่มบุคคลที่ไม่ได้เป็นเครือญาติหรือมีเชื้อสายเดียวกัน แต่ต้องใช้ชีวิตอยู่ในชุมชนเดียวกันนั้น ต้องสร้างความเชื่อมั่นโดยถือว่าสังคมที่ดี คือสังคมที่รู้จักหน้าค่าตากัน มีขนาดที่ไม่ใหญ่จนเกินไปจนทำให้เกิดพวกที่รู้สึกหลุดกลุ่ม แต่ก็ไม่เล็กจนเกินไปจนหมดโอกาสที่จะสร้างสรรค์ความหลากหลาย โดยสร้างสังคมที่คล้ายคลึงกันในวงแคบและสังคมที่หลากหลายในวงกว้าง

#### **ด้านการนับถือยกย่อง**

การจัดสภาพแวดล้อมให้มีความหลากหลายด้วยกิจกรรมต่าง ๆ ที่ไม่ซ้ำซากจำเจ แต่ในขณะเดียวกันก็ต้องรักษาความเป็นส่วนตัวสำหรับย่านพักอาศัย รวมถึงการส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วมในภาคประชาชน ในการตัดสินใจในกระบวนการโครงการต่าง ๆ เพราะสิ่งเหล่านี้คือส่วนสำคัญในการสร้างความภาคภูมิใจแก่ผู้พักอาศัย

#### **ด้านความรู้และสติปัญญา**

เป็นเรื่องที่เกี่ยวกับการแสวงหาประสบการณ์จากกิจกรรมต่าง ๆ ด้วยความอยากรู้อยากลอง เพื่อพัฒนาความชำนาญ ทั้งทางร่างกายและทางสมอง เช่น การทดสอบความจำ การเฝ้าสังเกตสิ่งรอบ ๆ ตัว แล้วลองทำตาม การเล่นเกม การใช้โทรศัพท์ เป็นต้น

#### **ด้านสุนทรียภาพ**

ความพึงพอใจในความสวยงามอันเกิดจากการจัดระเบียบของสภาพแวดล้อม ทั้งสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ และสภาพแวดล้อมที่มนุษย์สร้างขึ้น ซึ่งสามารถแบ่งสุนทรียภาพออกเป็น 3 ด้านได้แก่

1. สุนทรียภาพที่เกิดจากประสาทสัมผัส
2. สุนทรียภาพที่เกิดจากรูปทรง
3. สุนทรียภาพที่เกิดสัญลักษณ์

#### **ด้านศักยภาพของตนอย่างเต็มที่**

ผู้ที่มีความพึงพอใจในชีวิตของตน มีทัศนคติที่ดี มองโลกแห่งความเป็นจริง ยอมรับสภาพต่าง ๆ และใส่ใจในสังคมของเพื่อนมนุษย์ มุ่งแก้ปัญหามากกว่าแสวงหาความยกย่องให้ตนเอง และสามารถพลิกวิกฤติให้เป็นโอกาส ซึ่งบุคคลที่มีคุณสมบัติเหล่านี้ ควรได้รับเลือกให้เป็นตัวแทนของสาธารณชนในการแสดงความคิดเห็นและร่วมมีบทบาทในกระบวนการออกแบบชุมชนเมือง

### สรุปการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาและทบทวนแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่สาธารณะ และพฤติกรรมของคนรุ่นใหม่ เพื่อนำไปสู่การจัดทำกรอบแนวคิดและเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยการนำลักษณะเด่นของกลุ่มคนรุ่นใหม่มาเปรียบเทียบกับลักษณะของพื้นที่สาธารณะ เพื่อให้ได้เกณฑ์พิจารณาพื้นที่สาธารณะที่จะนำไปสู่วิเคราะห์ลักษณะความเป็นไปได้ของพื้นที่สาธารณะที่เหมาะสมกับพฤติกรรมของคนรุ่นใหม่ ซึ่งสามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

#### ตารางที่ 1 สรุปลักษณะเด่นของกลุ่มคนรุ่นใหม่

ลักษณะเด่นของกลุ่มคนรุ่นใหม่	
1. บุคลิกภาพ	<p><b>1. เป็นตัวของตัวเองสูง</b> มีความเป็นตัวของตัวเอง ซึ่งบุคคลในกลุ่ม Gen Y นี้ จะแสดงตัวตนของตนเอง ออกมาอย่างเด่นชัด เพื่อแสดงให้เห็นถึงการมีความมั่นใจและจุดยืนที่ตัวเองมีในสังคม</p> <p><b>2. มีความคล่องตัว กระตือรือร้น ทะเยอทะยาน</b> บุคคลในกลุ่มนี้จะชอบความรวดเร็ว จึงส่งผลให้มีบุคลิกภาพที่คล่องแคล่ว ทำอะไรหลาย ๆ อย่างได้อย่างรวดเร็ว อีกทั้งความทะเยอทะยาน เพื่อเป็นสิ่งปลุกเร้าให้ตนเองเกิดความกระตือรือร้นอยู่เสมอ</p> <p><b>3. ชอบความแปลกใหม่ ไม่ชอบความจำเจ</b> ชอบค้นหาสิ่งแปลกใหม่ ไม่ชอบการทำซ้ำเดิมซ้ำ ๆ มักจะออกไปหาแรงบันดาลใจเพื่อให้ตนเองเกิดความคิดแปลกใหม่อยู่เสมอ</p> <p><b>4. มีความมั่นใจในตัวเองสูง</b> เนื่องจากการเป็นตัวของตัวเองที่มาก จึงส่งผลให้มีความมั่นใจในตัวเองสูง เพื่อให้ตัวเองมีบทบาทในสังคมที่เด่นชัด</p> <p><b>5. กล้าคิดกล้าทำ</b> มีความคิดสร้างสรรค์ เพื่อให้เกิดแนวคิดใหม่ ๆ เนื่องด้วยจากมีบุคลิกที่ไม่ชอบความจำเจ เป็นตัวของตัวเอง จึงทำให้กล้าทำ กล้าคิดริเริ่มอะไรใหม่ ๆ</p>

ตารางที่ 1 สรุปลักษณะเด่นของกลุ่มคนรุ่นใหม่ (ต่อ)

<b>ลักษณะเด่นของกลุ่มคนรุ่นใหม่</b>	
<b>2. ทักษะคติ</b>	<p><b>1. มองโลกในแง่ดี</b> คิดบวก เลือกมองในมุมที่เป็นด้านดี เพราะเนื่องจากผ่านโลกมาน้อย จึงทำให้เลือกที่จะมองแต่ด้านดี ๆ ของชีวิต</p> <p><b>2. ชอบเข้าสังคม</b> ชอบการรวมกลุ่ม ชอบการพบปะพูดคุยกับผู้คน ไม่ชอบอยู่อย่างโดดเดี่ยว จึงส่งผลให้ Gen Y ชอบเข้าสังคม</p> <p><b>3. มีเป้าหมายที่ชัดเจน</b> กำหนดเป้าหมายและมีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน จะทำเป้าหมายนั้นให้ประสบความสำเร็จ</p>
<b>3. ค่านิยม</b>	<p><b>1. ตามกระแส ชอบการเปลี่ยนแปลง</b> เนื่องจากไม่ชอบความจำเจ ชอบการเปลี่ยนแปลง จึงส่งผลให้คนในกลุ่ม Gen Y จึงต้องตามโลกและตามกระแสให้ทันอยู่ตลอดเวลา</p> <p><b>2. เน้นคุณค่าด้านหน้าที่ของการใช้สอย (Function Value)</b> คนในกลุ่ม Gen Y จะเลือกมองที่หน้าที่ของการใช้สอยเป็นหลักเพื่อประโยชน์ที่สูงที่สุดที่เกิดจากการใช้งาน</p> <p><b>3. มีรสนิยมที่ดี เป็นตัวของตัวเอง</b> คนในกลุ่ม Gen Y มันจะมีรสนิยมที่ชอบแสดงออกถึงความเป็นตัวของตัวเอง เพื่อบ่งบอกถึงลักษณะพิเศษที่เฉพาะตัวของแต่ละบุคคล</p>
<b>4. วิถีชีวิต</b>	<p><b>1. ชอบความรวดเร็ว</b> เนื่องจากมีความคล่องตัวสูงจึงทำให้การใช้ชีวิตต้องมีความรีบเร่ง กระฉับกระเฉง</p> <p><b>2. ชอบความสะดวกสบาย</b> เน้นการใช้อุปกรณ์อำนวยความสะดวกและอุปกรณ์ด้านเทคโนโลยีต่าง ๆ ที่ช่วยให้การใช้ชีวิตดำเนินไปอย่างราบรื่น</p> <p><b>3. ไม่ชอบการถูกจำกัดด้วยกฎระเบียบ</b> เชื่อว่าตนเองมีทางเลือกและไม่จำเป็นต้องเลือกเหมือนคนแบบเดิม ๆ ที่เคยเป็น</p>

ตารางที่ 1 สรุปลักษณะเด่นของกลุ่มคนรุ่นใหม่ (ต่อ)

	ลักษณะเด่นของกลุ่มคนรุ่นใหม่
	<p><b>4. มีความคิดแปลกใหม่</b></p> <p>มักมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ไม่ชอบอยู่ในกรอบหรือถูกจำกัดด้วยค่านิยมแบบเดิม ๆ</p>

ที่มา: ผู้วิจัยปรับปรุงจาก ธนาคารไทยพาณิชย์, **กลยุทธ์มัดใจผู้บริโภค Gen Y** (กรุงเทพฯ: Economic Intelligence Center, 2557), 7; เสาวคนธ์ วิทวัสโอฬาร, **Gen Y จับให้มันคั้นให้เวิร์ค** (กรุงเทพฯ: เนชั่นมัลติมีเดีย กรุ๊ป, 2550).

จากตารางที่ 1 เป็นตารางสรุปลักษณะเด่นของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ได้จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับคนรุ่นใหม่ เพื่อให้ทราบพฤติกรรมของคนรุ่นใหม่ที่มีลักษณะเฉพาะตัวเพื่อนำไปสู่การหาความเป็นไปได้ของพื้นที่สาธารณะที่ตอบสนองต่อปรับกับความต้องการของกลุ่มคนรุ่นใหม่



### บทที่ 3

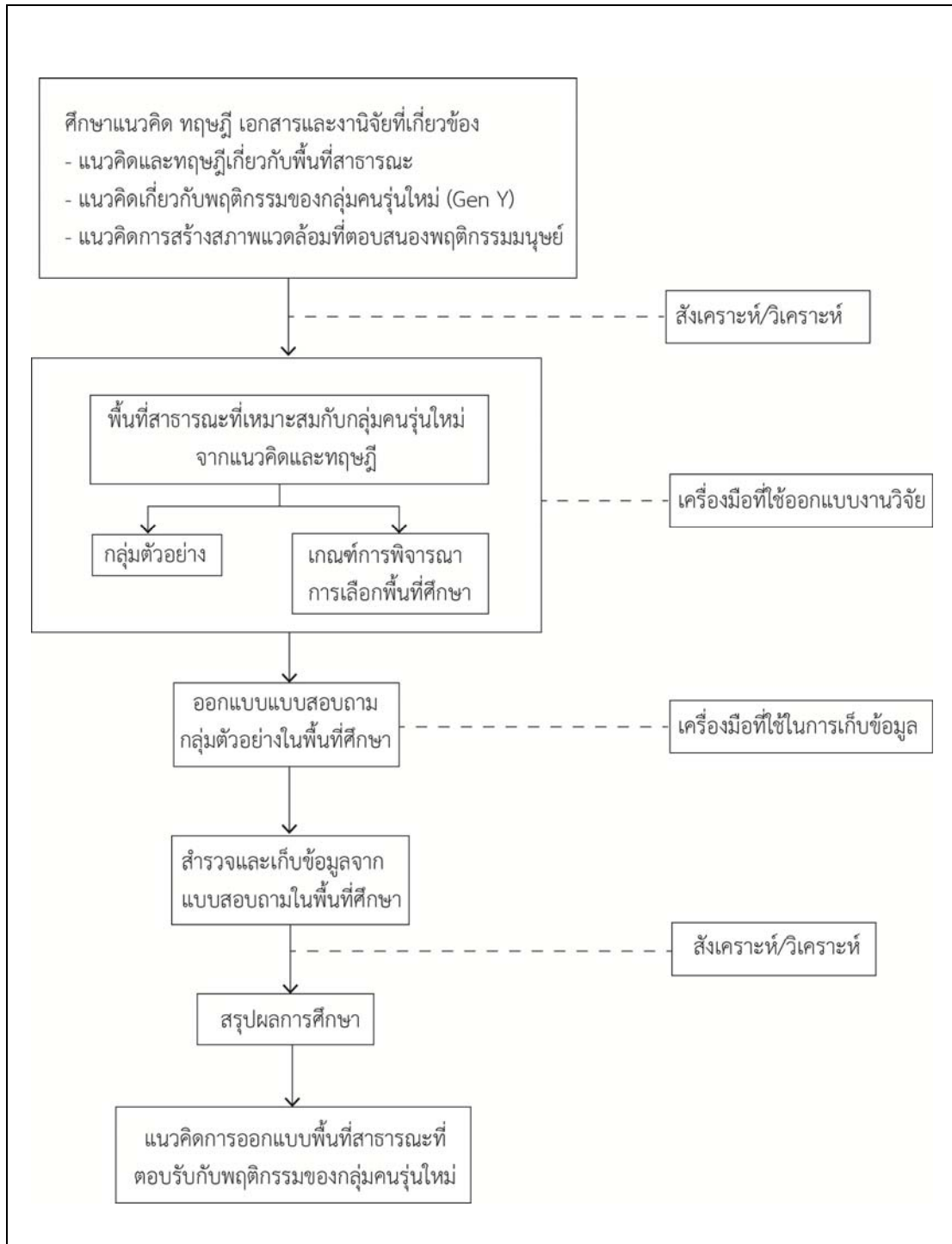
#### ระเบียบวิธีวิจัย

การดำเนินการวิจัยสำหรับศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีต่อการใช้พื้นที่สาธารณะ เพื่อให้เข้าใจถึงพื้นที่สาธารณะที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มคนรุ่นใหม่และนำไปสู่แนวทางการออกแบบพื้นที่สาธารณะที่ตอบรับกับพฤติกรรมของกลุ่มคนรุ่นใหม่ โดยบทนี้จะกล่าวถึงวิธีการดำเนินการวิจัย การคัดเลือกพื้นที่ศึกษา กลุ่มตัวอย่าง การเก็บข้อมูล และรวมไปถึงผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการศึกษา ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

#### ขั้นตอนการวิจัย

การศึกษาวิจัยจะอธิบายถึงกระบวนการศึกษาวิจัยโดยละเอียด ซึ่งประกอบด้วยขั้นตอนการศึกษาข้อมูล ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล และขั้นตอนการสรุปผลของข้อมูล โดยมีรายละเอียดในการดำเนินการแต่ละขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาและรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่สาธารณะ พฤติกรรมของกลุ่มคนรุ่นใหม่รวมไปถึงการเปลี่ยนการใช้พื้นที่สาธารณะ
2. สังเคราะห์ทฤษฎีและแนวคิดระหว่างพื้นที่สาธารณะกับพฤติกรรมของกลุ่มคนรุ่นใหม่เพื่อนำไปเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการออกแบบงานวิจัย
3. นำเครื่องมือที่ได้จากการสังเคราะห์ทฤษฎีและแนวคิด มาสรุปเพื่อหาเกณฑ์การพิจารณาพื้นที่สาธารณะที่เหมาะสมกับคนรุ่นใหม่
4. ลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลพื้นที่ศึกษาถึงสภาพทางกายภาพโดยทั่วไปและสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง เพื่อให้ทราบถึงความต้องการการใช้พื้นที่สาธารณะของคนรุ่นใหม่
5. วิเคราะห์ และสังเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมและทัศนคติของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีต่อพื้นที่สาธารณะ
6. การสรุปผลการวิเคราะห์ เพื่อนำไปสู่แนวทางการออกแบบพื้นที่สาธารณะที่ตอบรับกับพฤติกรรมของคนรุ่นใหม่



ภาพที่ 3 ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

### แหล่งที่มาของข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาวิจัยแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ ข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิ ซึ่งสามารถสรุปประเภทของข้อมูล ลักษณะของข้อมูล และแหล่งที่มาของข้อมูลสรุปได้ในตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2 แสดงประเภทแหล่งที่ของข้อมูล

ประเภทของข้อมูล	ลักษณะของข้อมูล	แหล่งที่มาของข้อมูล
ข้อมูลปฐมภูมิ	1. ลักษณะทั่วไปของพื้นที่ศึกษา 1.1 ประวัติของพื้นที่ 1.2 ทำเลที่ตั้งของพื้นที่ 1.3 การเข้าถึงพื้นที่ 1.4 กิจกรรมที่เกิดขึ้นภายในพื้นที่	1. การจัดทำแผนที่ 2. การสำรวจภาคสนาม
	2. ความคิดเห็นของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีต่อการ ใช้พื้นที่สาธารณะ	การสำรวจภาคสนาม
ข้อมูลทุติยภูมิ	1. แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง 1.1 แนวคิดเกี่ยวกับพื้นที่สาธารณะ 1.2 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมของกลุ่มคนรุ่นใหม่ 1.3 แนวคิดเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงการใช้พื้นที่สาธารณะ	เอกสาร งานวิจัย และข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ที่เกี่ยวข้อง
	2. ลักษณะของพื้นที่สาธารณะที่เหมาะสมกับกลุ่มคนรุ่นใหม่	สังเคราะห์จากเอกสาร งานวิจัยและข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ที่เกี่ยวข้อง
	3. การใช้ประโยชน์ที่ดินของพื้นที่ศึกษา	สำนักผังเมืองกทม.

ในการทำวิจัยชิ้นนี้ต้องอาศัยการวิเคราะห์รวบรวมข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิ โดยข้อมูลปฐมภูมิในงานวิจัยได้แก่การลงพื้นที่สำรวจพื้นที่ศึกษา เพื่อศึกษาลักษณะทางกายภาพ และกิจกรรมในพื้นที่ รวมทั้งสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมและทัศนคติที่มีต่อการ ใช้พื้นที่

สาธารณะของคนรุ่นใหม่ ข้อมูลทุติยภูมิจะเป็นการศึกษาเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อรวบรวม และใช้ในการออกแบบเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย แผนที่รวมทั้งการภาพประกอบในงานวิจัย

### กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัยคือกลุ่มคนรุ่นใหม่ (Generation Y) ซึ่งเป็นกลุ่มผู้ที่เข้ามาใช้งานภายในพื้นที่ศึกษา โดยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างจากการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) ภายในพื้นที่ศึกษา พื้นที่ละ 20 คน ทั้งหมด 3 พื้นที่ รวมทั้งสิ้น 60 คน เพื่อสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีต่อพื้นที่สาธารณะ

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาวิจัยนี้มุ่งเน้นและให้ความสำคัญกับการสังเคราะห์แนวคิดและทฤษฎีร่วมกับการสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่จะนำไปใช้ในการวิเคราะห์ ที่จะนำไปสู่การนำเสนอแนวคิดการออกแบบพื้นที่สาธารณะที่ตอบรับกับพฤติกรรมของกลุ่มคนรุ่นใหม่ โดยเครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูลพื้นที่ศึกษานั้นแบ่งออกเป็น 2 เครื่องมือ ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

#### เครื่องมือที่ใช้ในการออกแบบงานวิจัย

การสังเคราะห์แนวคิด ทฤษฎีและเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย เพื่อให้ได้กรอบแนวคิดในการวิจัย ที่นำไปสู่การกำหนดเกณฑ์ในการพิจารณาการเลือกพื้นที่ศึกษา และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

#### เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

การออกแบบแบบสอบถามกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่เข้ามาใช้งานภายในพื้นที่เพื่อสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้พื้นที่สาธารณะ ซึ่งการใช้พื้นที่สาธารณะนั้นได้มาจากการสังเคราะห์และวิเคราะห์จากกรอบแนวคิดในการวิจัย และพื้นที่ที่กลุ่มคนรุ่นใหม่นิยมไปใช้งานที่ได้จากเกณฑ์การพิจารณาในการเลือกพื้นที่ศึกษา โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

##### 1. วัตถุประสงค์

เพื่อสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่เข้ามาใช้งานภายในพื้นที่ศึกษา ที่มีต่อการใช้งานพื้นที่สาธารณะ

##### 2. กรอบในการตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีต่อการใช้พื้นที่สาธารณะนั้นแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

2.1 ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัว ในส่วนนี้ผู้ที่ตอบแบบสอบถามจะกรอกข้อมูลส่วนตัวเพื่อใช้จำแนกลักษณะเฉพาะของแต่ละบุคคล เช่น เพศ อายุ เป็นต้น



2.2 ส่วนที่ 2 ลักษณะพื้นที่สาธารณะตามความต้องการของคนรุ่นใหม่ ในส่วนนี้จะเป็นการสอบถามความคิดเห็นของผู้ที่เข้ามาใช้งานที่มีต่อพื้นที่ โดยคำถามในส่วนนี้จะเป็นการให้ค่าคะแนนความพึงพอใจพร้อมทั้งให้เหตุผลที่เกี่ยวกับคำถามนั้น ๆ โดยคำถามที่ใช้สอบถามความพึงพอใจนี้ ได้มาจากการสังเคราะห์แนวคิดและทฤษฎีระหว่างพื้นที่สาธารณะและกลุ่มคนรุ่นใหม่ เพื่อให้ได้พื้นที่ที่ตรงกับความต้องการและพฤติกรรมของกลุ่มคนรุ่นใหม่มากที่สุด (ภาคผนวก)

นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาทบทวนเอกสารและงานวิจัยต่าง ๆ เพื่อให้เข้าใจถึงแนวคิดหลักการ รวมไปถึงวิธีการต่าง ๆ ที่ใช้เป็นองค์ความรู้ในการวิจัย เพื่อนำไปสู่การสังเคราะห์และวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจ ที่จะนำไปสู่การสรุปผลในลำดับต่อไป ทั้งนี้เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลมีดังต่อไปนี้

1. แบบสอบถามกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่เข้ามาใช้งานภายในพื้นที่ศึกษา (ภาคผนวก)
2. กล้องถ่ายภาพ

#### การประมวลและการวิเคราะห์ข้อมูล

นำผลที่ได้มาวิเคราะห์เพื่ออภิปรายผลและมุ่งหาคำตอบของการวิจัย เพื่อนำผลที่ได้จากการศึกษาเสนอแนะเป็นแนวทางการออกแบบพื้นที่สาธารณะที่ตอบรับกับพฤติกรรมของคนรุ่นใหม่ โดยการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังต่อไปนี้

1. วิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎี เพื่อจัดทำเป็นเกณฑ์การพิจารณาพื้นที่สาธารณะที่ตอบรับกับความต้องการของกลุ่มคนรุ่นใหม่
2. วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจภาคสนาม สำรวจพฤติกรรม และสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มคนรุ่นใหม่ โดยหัวข้อที่จะทำการวิเคราะห์สามารถแบ่งได้ดังนี้
  - 2.1 ลักษณะของพื้นที่สาธารณะ
  - 2.2 ปัจจัยการเกิดพื้นที่สาธารณะ
  - 2.3 กิจกรรมที่เกิดขึ้นภายในพื้นที่สาธารณะ
  - 2.4 ความรู้สึกต่อสถานที่
  - 2.5 การเป็นพื้นที่เชิงสังคม
3. วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจภาคสนาม สำรวจพฤติกรรม และสอบถามความคิดเห็นของของคนรุ่นใหม่ที่มีต่อการใช้พื้นที่สาธารณะ ควบคู่กับเกณฑ์การพิจารณาพื้นที่สาธารณะที่ตอบรับกับความต้องการของคนรุ่นใหม่จากแนวคิดและทฤษฎี เพื่อหาความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการใช้พื้นที่สาธารณะของคนรุ่นใหม่ และนำไปสู่การนำผลการศึกษาเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบพื้นที่สาธารณะที่ตอบรับกับพฤติกรรมของคนรุ่นใหม่

### การคัดเลือกกรณีศึกษา

เกณฑ์ในการคัดเลือกพื้นที่ศึกษา พิจารณาจากการสังเคราะห์แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มคนรุ่นใหม่และพื้นที่สาธารณะ เพื่อนำมาใช้สรุปความเป็นไปได้ของลักษณะพื้นที่สาธารณะที่ตอบรับกับความต้องการของกลุ่มคนรุ่นใหม่ ซึ่งเกณฑ์ที่ใช้มีการพิจารณาเลือกพื้นที่กรณีศึกษามีดังต่อไปนี้

1. ลักษณะของพื้นที่สาธารณะ
2. ปัจจัยการเกิดพื้นที่สาธารณะ
3. กิจกรรมที่เกิดขึ้นภายในพื้นที่สาธารณะ
4. ความรู้สึกต่อสถานที่
5. การเป็นพื้นที่เชิงสังคม

โดยการคัดเลือกพื้นที่ศึกษานอกจากจะนำเกณฑ์ข้างต้นมาใช้ในการพิจารณาแล้ว ยังคัดเลือกพื้นที่ศึกษาจากพื้นที่ที่กำลังเป็นที่นิยม รวมทั้งมีลักษณะการใช้พื้นที่ที่แตกต่างกัน ซึ่งไม่จำกัดประเภทของพื้นที่สาธารณะภายในอาคารหรือภายนอกอาคาร โดยศึกษาถึงประเด็นต่าง ๆ ที่กล่าวมาในข้างต้น เพื่อให้ทราบถึงพื้นที่สาธารณะที่กำลังเป็นที่นิยมนั้นส่งผลต่อลักษณะของพื้นที่สาธารณะ รวมทั้งเพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรม ทัศนคติและความต้องการที่มีต่อการใช้พื้นที่สาธารณะของกลุ่มคนรุ่นใหม่

เมื่อพิจารณาจากเกณฑ์ที่ได้จากการสังเคราะห์แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับคนรุ่นใหม่และพื้นที่สาธารณะ พบว่า มีพื้นที่ที่สอดคล้องและตรงตามเกณฑ์การพิจารณาในข้างต้น เช่น พื้นที่ที่มีการเข้าถึงง่าย ตั้งอยู่กลางใจเมือง และมีบทบาทในการเป็นพื้นที่สาธารณะของเมือง และเมื่อพิจารณาจากการเป็นพื้นที่ที่คนรุ่นใหม่นิยมเข้าใช้งานในปัจจุบัน พบว่ามีพื้นที่ที่น่าสนใจ และเหมาะสมในการเลือกพื้นที่กรณีศึกษา ได้แก่ ถนนข้าวสาร ซึ่งเป็นพื้นที่ภายนอกอาคาร ร้านกาแฟ Too Fast to Sleep ซึ่งเป็นพื้นที่ภายในอาคาร และบริเวณทางเดินเชื่อมต่อกันในศูนย์การค้า Siam Square One ที่เป็นพื้นที่คาบเกี่ยว ที่ตรงตามเกณฑ์การพิจารณาและกำลังเป็นที่นิยมในปัจจุบัน

## บทที่ 4

### การวิเคราะห์ลักษณะพื้นที่สาธารณะของกรณีศึกษา

จากการศึกษาและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มคนรุ่นใหม่และพื้นที่สาธารณะ จนได้เกณฑ์การพิจารณาที่นำมาใช้ประยุกต์เพื่อใช้ในการคัดเลือกพื้นที่ศึกษา เกณฑ์ในการคัดเลือกพื้นที่ศึกษา พิจารณาจากการสังเคราะห์แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มคนรุ่นใหม่และพื้นที่สาธารณะ เพื่อนำมาใช้สรุปความเป็นไปได้ของลักษณะพื้นที่สาธารณะที่ตอบรับกับความต้องการของกลุ่มคนรุ่นใหม่ ซึ่งเกณฑ์ที่ใช้มีการพิจารณาเลือกพื้นที่กรณีศึกษามีดังต่อไปนี้

1. ลักษณะของพื้นที่สาธารณะ
2. ปัจจัยการเกิดพื้นที่สาธารณะ
3. กิจกรรมที่เกิดขึ้นภายในพื้นที่สาธารณะ
4. ความรู้สึกต่อสถานที่
5. การเป็นพื้นที่เชิงสังคม

โดยการคัดเลือกพื้นที่ศึกษานอกจากจะนำเกณฑ์ข้างต้นมาใช้ในการพิจารณาแล้ว ยังคัดเลือกพื้นที่ศึกษาจากพื้นที่ที่กำลังเป็นที่นิยม รวมทั้งมีลักษณะการใช้พื้นที่ที่แตกต่างกัน ที่เป็นพื้นที่สาธารณะภายนอกอาคาร ภายในอาคาร และพื้นที่คาบเกี่ยว โดยศึกษาถึงประเด็นต่าง ๆ ที่กล่าวมาในข้างต้น เพื่อให้ทราบถึงพื้นที่สาธารณะที่กำลังเป็นที่นิยมนั้นส่งผลต่อลักษณะของพื้นที่สาธารณะรวมทั้งเพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรม ทักษะและความต้องการที่มีต่อการใช้พื้นที่สาธารณะของกลุ่มคนรุ่นใหม่

จากการพิจารณาโดยใช้เกณฑ์ที่กล่าวมาข้างต้น พบว่า พื้นที่ที่เหมาะสมต่อการศึกษา ที่สอดคล้องตามเกณฑ์การพิจารณาพื้นที่สาธารณะที่ตอบรับกับความต้องการของคนรุ่นใหม่ รวมทั้งเป็นพื้นที่ที่ได้รับความนิยมเข้าไปใช้งานของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่เป็นพื้นที่กรณีศึกษา ได้แก่ พื้นที่สาธารณะภายนอกอาคาร บริเวณถนนข้าวสาร พื้นที่คาบเกี่ยว บริเวณทางเดินเชื่อมต่อภายในศูนย์การค้า Siam Square One และพื้นที่สาธารณะภายในอาคาร ภายในร้านกาแฟ Too Fast to Sleep ซึ่งในบทการศึกษานี้ จะกล่าวถึงข้อมูลทั่วไปและรายละเอียดของพื้นที่กรณีศึกษา ทั้งที่ได้จากการสำรวจด้วยตนเองและได้จากการศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ ข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ โดยสามารถแบ่งออกเป็นหัวข้อต่าง ๆ ได้ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของพื้นที่ศึกษา
2. การวิเคราะห์ลักษณะของพื้นที่สาธารณะที่เหมาะสมกับคนรุ่นใหม่
3. สรุปผลการวิเคราะห์ลักษณะพื้นที่สาธารณะของกรณีศึกษา

## ถนนข้าวสาร

### ข้อมูลทั่วไปของพื้นที่ศึกษา

ที่ตั้งโครงการ	ถนนข้าวสาร แขวงตลาดยอต เขตพระนคร
ประเภทของพื้นที่สาธารณะ	พื้นที่สาธารณะภายนอกอาคาร
รถประจำทาง	การเข้าถึงบริเวณถนนข้าวสารสามารถเดินทางได้หลายทาง ทั้งรถประจำทางที่ผ่านย่าน บางลำพู และรถประจำทางที่ผ่านถนนราชดำเนิน (หน้ากองสลาก)
การเข้าถึง	สามารถเข้าถึงได้จากถนนราชดำเนินกลางเข้าสู่แยกคอกวัว แล้วเข้าสู่ถนนตะนาว หรือสามารถเข้าถึงได้จากถนนจักรพงษ์บริเวณโรงพักชนะสงคราม

### ประวัติความเป็นมา

ถนนข้าวสาร เดิมเป็นย่านเก่าตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 6 เป็นตรอกที่ขายข้าวสาร เป็นแหล่งค้าขายข้าวสารที่ใหญ่ที่สุดของเขตพระนคร ซึ่งข้าวสารจำนวนมากจะถูกขนส่งมาจากฉางข้าวหลวงสะพานช้างโรงสี ริมคลองคูเมืองเดิม หรือ ปัจจุบันก็คือ คลองหลอด เลียบมาตามแม่น้ำเจ้าพระยาขึ้นที่ท่าเรือบางลำพู เพื่อนำข้าวมาขายให้แก่ชาวบ้านในชุมชนต่าง ๆ ที่อาศัยอยู่ในบริเวณนี้ นอกจากนี้ก็ยังขายถ่านหุงข้าว ของชำ โดยถัดออกไป 1 ถนน จะเป็นคลองที่เชื่อมต่อมาจากแม่น้ำเจ้าพระยา มีการค้าขายข้าวสารมากมายจึงเรียกว่าตรอกข้าวสาร (เพราะขนาดเล็ก) ต่อมาจึงเปลี่ยนเป็นถนนข้าวสาร หลังจากนั้นก็เริ่มเกิดชุมชนขึ้น และขยับขยายต่อไป ต่อมาเริ่มมีร้านขายของมากขึ้น เช่นร้านขายของเล่น อย่างลูกข่าง ร้านขายก๊วยเตี๋ยวเรือ

ต่อมามีความเปลี่ยนแปลงของชุมชนแห่งนี้เริ่มเปลี่ยนไป เมื่อระยะหลังเริ่มมีคนเข้ามาเรื่อย ๆ จนกลายเป็นศูนย์รวมของพวกแบ็คแพ็คเกอร์ที่มาท่องเที่ยวประเทศไทย จนเป็นที่โด่งดังในที่สุด ก่อนที่จะมาปรับเปลี่ยนรูปแบบอีกทีในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมากลายเป็นย่านบันเทิงยามราตรีที่สำคัญของกรุงเทพฯ เนื่องจากพื้นที่บริเวณถนนข้าวสารเป็นพื้นที่ที่มีอาคารอยู่เป็นจำนวนมาก ซึ่งมีการก่อสร้างอาคารอย่างเต็มพื้นที่ในแปลงที่ดินและการเว้นช่วงห่างของอาคารตามกฎหมาย ซึ่งเป็นผลให้พื้นที่ว่างบริเวณถนนข้าวสารนั้นมีจำนวนไม่มาก และสามารถแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะได้ ดังนี้

1. ที่ว่างสาธารณะ ที่ว่างสาธารณะภายในถนนข้าวสาร ได้แก่พื้นที่บริเวณถนนข้าวสาร ซึ่งเป็นถนนสาธารณะมีผู้คนใช้งานตลอดทั้งวัน

2. ที่ว่างบริเวณด้านหน้าอาคาร แม้ว่าอาคารบางส่วนจะมีการก่อสร้างต่อเติมออกมาเพื่อทำเป็นร้านค้า แต่บางส่วนก็ยังคงมีการเว้นว่างไว้ เพื่อใช้งานเป็นพื้นที่โล่งและใช้งานเป็นร้านอาหาร

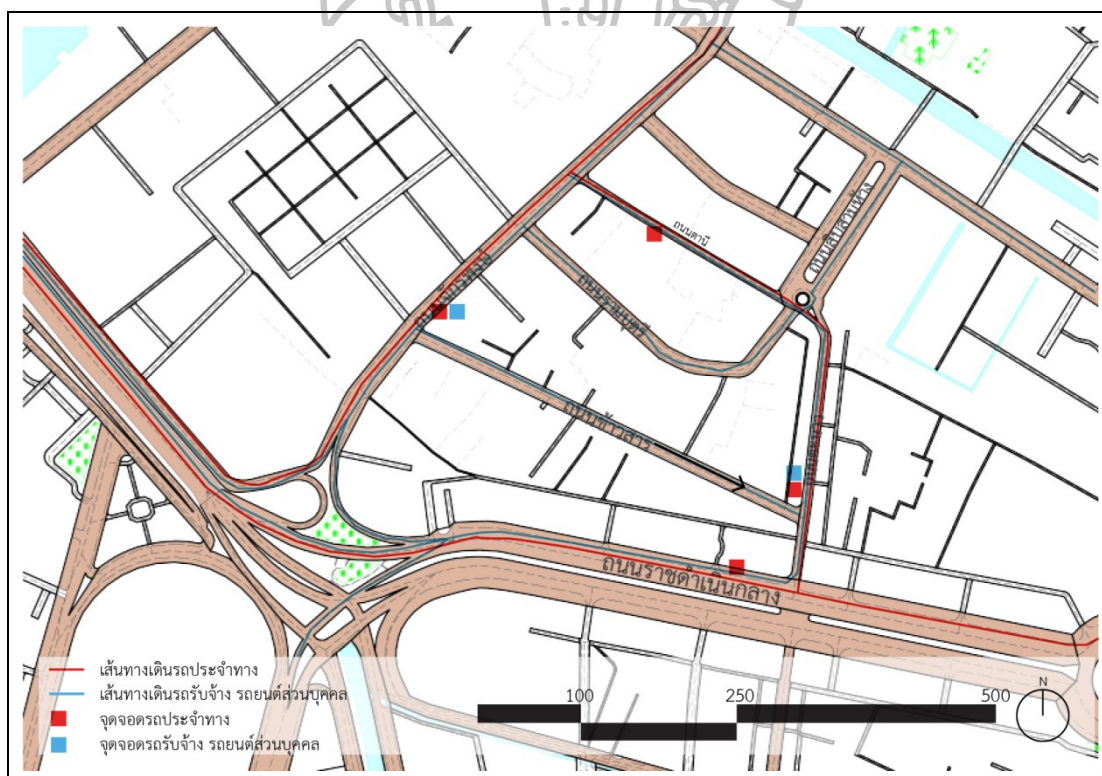
## การวิเคราะห์ลักษณะของพื้นที่สาธารณะ

### 1. ลักษณะของพื้นที่สาธารณะ

#### 1.1 ด้านที่ตั้ง

ทำเลที่ตั้งของพื้นที่ศึกษานั้นตอบรับและดึงดูดการใช้งานของกลุ่มคนรุ่นใหม่ เนื่องจากพื้นที่ถนนข้าวสารตั้งอยู่ในบริเวณเขตรัตนโกสินทร์ชั้นใน ที่เป็นย่านท่องเที่ยว ย่านประวัติศาสตร์ และยังสามารถเดินทางเข้าถึงพื้นที่ได้ง่ายและสามารถเดินทางได้หลายวิธี เช่น การเดินเท้า การปั่นจักรยาน รถยนต์ส่วนบุคคล รถโดยสารประจำทาง เป็นต้น

ตำแหน่งที่ตั้งของพื้นที่ศึกษานั้น มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับพฤติกรรมของกลุ่มคนรุ่นใหม่ เนื่องจากถนนข้าวสารเป็นพื้นที่ที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย เดินทางได้สะดวก เนื่องจากมีการเชื่อมต่อพื้นที่ได้หลายวิธี เช่น ทางจักรยาน รถโดยสารประจำทาง เป็นต้น อีกทั้งยังเป็นพื้นที่ถนนคนเดินที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับของกลุ่มคนรุ่นใหม่ในปัจจุบัน



แผนที่ที่ 1 แผนที่แสดงการเข้าถึงพื้นที่ศึกษา

ที่มา: ปรับปรุงจาก กรมโยธาธิการและผังเมือง, กรุงเทพมหานคร, UDP Bangkok [โปรแกรมคอมพิวเตอร์] (กรุงเทพฯ: กรมโยธาธิการและผังเมือง กรุงเทพมหานคร, 2549).

## 1.2 ด้านกายภาพ

ด้านกายภาพของพื้นที่ศึกษานั้นเหมาะสมกับกลุ่มคนรุ่นใหม่ เนื่องจากพื้นที่สาธารณะบนถนนข้าวสารสามารถปรับเปลี่ยนได้ตามลักษณะของกิจกรรม ซึ่งทำให้พื้นที่นั้นมีความยืดหยุ่น เพื่อรองรับกิจกรรมต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นบนพื้นที่ รวมทั้งส่งเสริมให้พื้นที่นั้นเกิดความมีชีวิตชีวา มีกิจกรรมที่หลากหลาย น่าค้นหา และไม่เรียบโล่งจนเกินไป

จากลักษณะของพื้นที่สาธารณะทั้งในด้านที่ตั้งและด้านกายภาพนั้น จะเห็นได้ว่าพื้นที่บนถนนข้าวสาร ตอบรับและเหมาะสมกับกลุ่มคนใน Gen Y เป็นอย่างยิ่ง อาทิ การเข้าถึงที่สะดวก ง่ายเดินทางสะดวก ซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมของคนในกลุ่ม Gen Y ที่ชอบความสะดวก รวดเร็ว รวมถึงการชอบแสดงออกถึงความเป็นตัวของตัวเอง ไม่ชอบความจำเจ จึงส่งผลให้พื้นที่บนถนนข้าวสารนั้นเป็นที่นิยมของคนในกลุ่มนี้ ด้วยความที่พื้นที่นั้นมีเอกลักษณ์ในตัวเองและมีเสน่ห์ที่ไม่เหมือนใคร

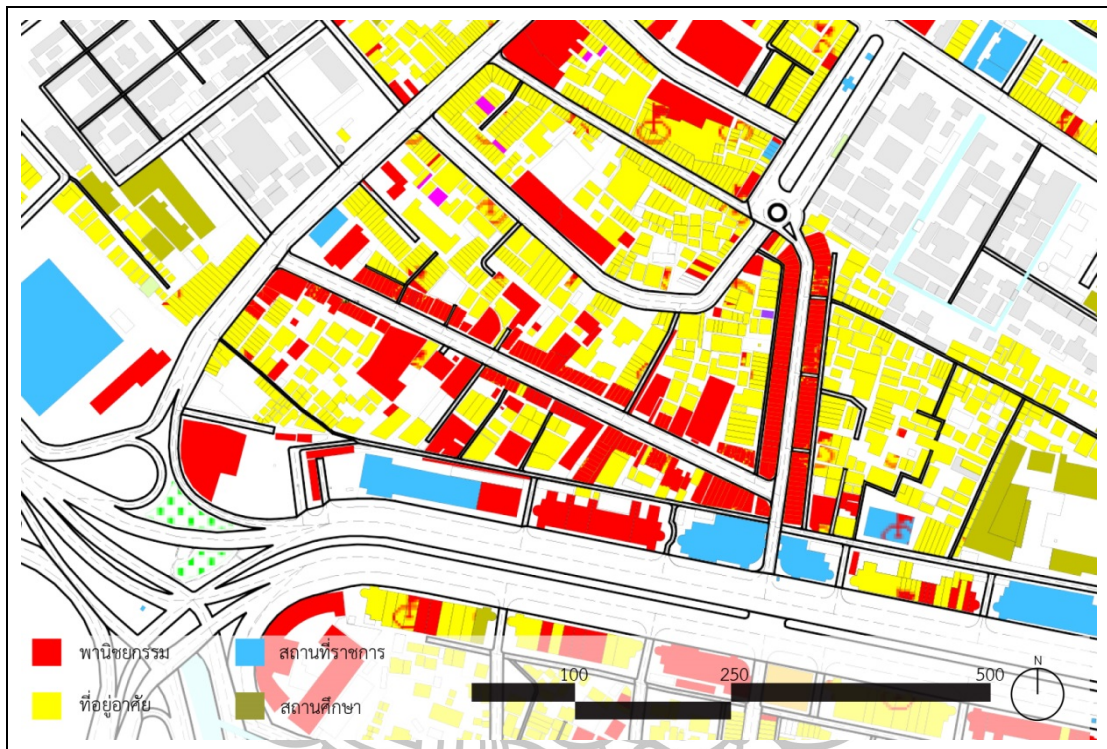
อาคารส่วนใหญ่ในพื้นที่ของถนนข้าวสารนั้น เป็นการประกอบกิจการเพื่อตอบรับกับความต้องการของนักท่องเที่ยว การใช้ประโยชน์ของอาคารส่วนใหญ่มีการใช้อาคารเป็นที่พักของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ อาคารที่ตั้งอยู่ริมถนนส่วนใหญ่เป็นกิจกรรมร้านค้าประเภทต่าง ๆ ร้านอาหาร ร้านสะดวกซื้อ บริษัททัวร์ ร้านหนังสือหรือร้านขายของที่ระลึก โดยใช้พื้นที่ในส่วนชั้นล่างของอาคารในการประกอบกิจการ



ภาพที่ 4 แสดงกิจกรรมที่เกิดขึ้นทั้งกลางวันและกลางคืน  
(ภาพถ่ายโดยผู้วิจัย, พฤษภาคม 2558)

ส่วนการใช้ประโยชน์อาคารในพื้นที่ด้านหลังของอาคารที่อยู่ริมถนนเข้าไป เป็นลักษณะของเกสต์เฮ้าส์ซึ่งพบได้ทั้งในลักษณะของบ้านเรือนเก่าแบ่งเป็นห้องเช่า และอาคารขนาดใหญ่

ซึ่งสร้างขึ้นเพื่อการทำเป็นห้องพักของนักท่องเที่ยว หรืออาคารเก่าในพื้นที่ที่มีการเปิดพื้นที่เป็นร้านค้าต่าง ๆ เช่นร้านอาหารแพสตาร์บัค ร้านทรูอินเทอร์เน็ท นอกจากนี้แล้วยังมีอาคารบางส่วนที่มีการทำกิจการประเภทสถานบันเทิง เช่น ผับ บาร์ เป็นต้น



แผนที่ที่ 2 แผนที่แสดงการใช้ประโยชน์อาคารในปัจจุบัน

ที่มา: ปรับปรุงจาก กรมโยธาธิการและผังเมือง, กรุงเทพมหานคร, UDP Bangkok [โปรแกรมคอมพิวเตอร์] (กรุงเทพฯ: กรมโยธาธิการและผังเมือง กรุงเทพมหานคร, 2549).

การใช้ประโยชน์อาคารบริเวณถนนข้าวสาร ได้แก่ สีแดง คือการใช้ประโยชน์อาคารประเภทพาณิชย์กรรม สีเหลือง คือการใช้ประโยชน์อาคารประเภทที่อยู่อาศัย สีฟ้า คือการใช้ประโยชน์อาคารประเภทสถาบันราชการ และสีเขียว คือการใช้ประโยชน์อาคารประเภทสถานศึกษา นอกจากนี้ยังมีการเกิดกิจการใหม่ที่เกิดขึ้นตามยุคสมัยที่เปลี่ยนไป อย่างเช่น การทำกิจการประเภทร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดหรือแม้กระทั่งร้านอินเทอร์เน็ต รวมไปถึงกิจการเก่าที่ทำกันมาตั้งแต่ก่อนที่ถนนข้าวสารจะได้รับความนิยม ซึ่งกิจการเหล่านี้จะอยู่บริเวณรอบพื้นที่ถนนอย่างเช่น อาคารเก่าบริเวณถนนตะนาว



ภาพที่ 5 แสดงลักษณะการใช้ประโยชน์ที่ดินในปัจจุบัน  
(ภาพถ่ายโดยผู้วิจัย, พฤษภาคม 2558)

## 2. ปัจจัยการเกิดพื้นที่สาธารณะ

### 2.1 ขอบเขตการให้บริการ

ขอบเขตการให้บริการของพื้นที่ถนนข้าวสาร มีระยะการเข้าถึงที่เหมาะสมกับกลุ่มคนรุ่นใหม่ เนื่องจากมีระยะเดินเท้าประมาณ 5-10 นาทีจากจุดบริการรถขนส่งสาธารณะ จึงทำให้สะดวกต่อการเข้าถึง อีกทั้งยังตั้งอยู่ในเขตเมืองชั้นในที่รายล้อมไปด้วยสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ด้วยบริบทแวดล้อมที่เป็นที่นิยมกันของกลุ่มคนรุ่นใหม่ จึงส่งผลให้พื้นที่ถนนข้าวสารกลายเป็นที่นิยมของคนในกลุ่ม Gen Y

### 2.2 ความสะดวกสบาย

พื้นที่ศึกษามีสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมกับกลุ่มคนรุ่นใหม่ เนื่องจากพื้นที่ถนนข้าวสารมีกิจกรรมเกิดขึ้นตลอดทั่วทั้งถนน จึงมีการอำนวยความสะดวกด้วยการกางเต็นท์ผ้าใบกันแดด เพื่อป้องกันแสงแดดและก่อให้เกิดความร่มรื่น รวมไปถึงการจัดให้มีที่นั่งริมถนน เพื่อให้ผู้คนที่เข้ามาใช้งานสามารถนั่งพักและทำกิจกรรมต่าง ๆ ได้อย่างสะดวกสบาย





ภาพที่ 6 แสดงให้เห็นถึงแก๊งค์และร่มผ้าใบเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ที่เข้ามาใช้งาน (ภาพถ่ายโดยผู้วิจัย, พฤษภาคม 2558)

### 2.3 ความรีบเร่งในชีวิตประจำวัน

พื้นที่ศึกษาตอบรับกับความรีบเร่งในชีวิตประจำวันและวิถีชีวิตของกลุ่มคนรุ่นใหม่ เนื่องจากถนนข้าวสารมีการใช้ประโยชน์ที่ดินที่หลากหลาย อาทิเช่น บริเวณที่เป็นพื้นที่พาณิชย์กรรม พื้นที่อยู่อาศัย รวมถึงพื้นที่เปิดโล่งสาธารณะ จึงทำให้สะท้อนให้เห็นถึงความหลากหลายในเชิงประสบการณ์ ที่ทำให้ภาพลักษณ์ของพื้นที่นั้นเกิดความหลากหลาย รวมถึงการพื้นที่ถนนข้าวสารสามารถเชื่อมต่อไปยังพื้นที่อื่น ๆ ได้อย่างสะดวก ด้วยระบบการเดินทางที่มีหลากหลายรูปแบบทำให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ชอบความสะดวกและรวดเร็วในการเดินทาง

### 2.4 ภาพลักษณ์ของพื้นที่สาธารณะ

ถนนข้าวสารในอดีตมีสังคมในลักษณะที่เป็นสังคมที่พึ่งพาอาศัยกัน มีความร่วมมือในการทำกิจกรรมระหว่างกัน มีความเป็นอยู่อย่างราบรื่น โดยเป็นไปอย่างเรียบง่ายและดำรงเอกลักษณ์การเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ และเอกลักษณ์เหล่านี้เริ่มหายไปเมื่อผู้คนเริ่มเข้ามาในถนนข้าวสารมากขึ้น ซึ่งคนที่เข้ามาในพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นคนนอกพื้นที่ ที่เข้ามาใช้งานในพื้นที่ถนนข้าวสารโดยอาศัยเป็นเพียงที่พักระหว่างทางหรือเป็นจุดเริ่มต้นที่จะเดินทางท่องเที่ยวไปยังที่อื่น ๆ การพบปะของผู้คนจึงมีวัตถุประสงค์ทางด้านธุรกิจ การเข้ามาพักผ่อน หรือนัดพบกัน จึงทำให้ลักษณะทางสังคมที่เปลี่ยนไปจากเดิมเพราะคนภายนอกที่เข้ามาใช้งานเพิ่มมากขึ้น

ภาพลักษณ์ของพื้นที่ศึกษาที่ทำให้เกิดแรงดึงดูดกลุ่มคนรุ่นใหม่ให้เข้ามาใช้งานนั้น เนื่องจากพื้นที่ถนนข้าวสารนอกจากจะมีเอกลักษณ์ที่เฉพาะตัวที่ส่งเสริมให้เป็นที่นิยมในกลุ่มคนรุ่นใหม่แล้วนั้น ภาพลักษณ์ของพื้นที่ที่สะท้อนในบทบาทของพื้นที่สาธารณะนั้น มีกลิ่นอายของวัฒนธรรมที่ผสมกับย่านกินดื่ม ถนนคนเดิน รวมถึงบริบทรอบข้างที่เป็นที่นิยม จึงส่งผลให้ภาพลักษณ์ของพื้นที่ดูทันสมัยตลอดเวลา

จากปัจจัยการเกิดพื้นที่สาธารณะนั้น จะเห็นได้ว่าพื้นที่บนถนนข้าวสารนั้นเป็นที่นิยมของกลุ่มคนรุ่นใหม่ เนื่องจากปัจจัยต่าง ๆ ที่ตอบสนองกับความต้องการของกลุ่มคนรุ่นใหม่ อาทิเช่น ตำแหน่งที่ตั้งของพื้นที่ที่เข้าถึงง่าย ทำให้สะดวกต่อการเดินทางเชื่อมต่อสู่พื้นที่อื่น เพราะพฤติกรรมของคน Gen Y นั้นชอบความสะดวกรวดเร็วและมีวิถีชีวิตที่รีบเร่ง อีกทั้งภาพลักษณ์ของพื้นที่ที่ดูทันสมัยและกิจกรรมที่หลากหลาย จึงทำให้กลายเป็นที่นิยมในกลุ่มคน Gen Y ที่ไม่ชอบความซ้ำซากจำเจ

### 3. กิจกรรมที่เกิดขึ้นบนพื้นที่สาธารณะ

#### 3.1 กิจกรรมนันทนาการแบบกระฉับกระเฉง (Active Recreation)

กิจกรรมที่เกิดขึ้นบนพื้นที่ศึกษานั้นสอดคล้องกับพฤติกรรมของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีความคล่องตัวและกระฉับกระเฉงสูง เนื่องจากกิจกรรมส่วนใหญ่ที่เกิดขึ้นบนถนนข้าวสาร เป็นกิจกรรมประเภทกระฉับกระเฉงที่ต้องการขยับหรือเคลื่อนที่ของร่างกาย เช่น การเดิน รวมไปถึงการเต้น ที่เป็นการแสดงเปิดหมวกหรือการรวมกลุ่มกันของวัยรุ่น ซึ่งจะพบเห็นได้ตลอดพื้นที่บนถนนข้าวสาร



ภาพที่ 7 แสดงถึงกิจกรรม Active ที่เกิดขึ้นภายในพื้นที่  
(ภาพถ่ายโดยผู้วิจัย, พฤษภาคม 2558)

#### 3.2 กิจกรรมนันทนาการแบบผ่อนคลาย (Passive Recreation)

กิจกรรมประเภท Passive ที่เกิดขึ้นบนพื้นที่เหมาะสมกับพฤติกรรมของกลุ่มคนรุ่นใหม่ เนื่องจากกิจกรรมประเภทนี้จะเกิดจากพฤติกรรมที่ชอบมองคน ชอบสังเกตเรื่องราวหรือเหตุการณ์ต่าง ๆ ซึ่งเป็นพฤติกรรมของกลุ่มคนรุ่นใหม่ ซึ่งจะพบได้ตามพื้นที่ที่มีที่นั่งสำหรับนั่งพัก นั่งมอง หรือพื้นที่ที่เอื้อต่อการมองเห็นผู้คนที่เดินผ่านไปมาหรือกลุ่มคนที่กำลังทำกิจกรรมต่าง ๆ อยู่



ภาพที่ 8 แสดงให้เห็นถึงกิจกรรมประเภท Passive ที่เกิดขึ้นบนพื้นที่  
(ภาพถ่ายโดยผู้วิจัย, พฤษภาคม 2558)

#### 4. ความรู้สึกต่อสถานที่

แต่เดิมนั้น ถนนข้าวสารเป็นเพียงย่านที่พักอาศัยของข้าราชการมาตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 2 แต่เมื่อเริ่มมีการจัดตั้งตลาดขึ้นเมื่อสมัยรัชกาลที่ 3 คือตลาดบางลำพูหรือตลาดยอดบริเวณริมคลองบางลำพู ส่งผลให้พื้นที่บริเวณถนนข้าวสารนี้กลายเป็นย่านการค้าที่เป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด ซึ่งจากการเป็นย่านการค้าที่เก่าแก่ ประกอบกับเป็นพื้นที่ที่มีชื่อเสียงจึงทำให้ลักษณะของการค้าส่วนใหญ่เป็นประเภทเกสต์เฮาส์ บริษัททัวร์ ร้านอาหาร สถานบันเทิง หรือแม้กระทั่งร้านขายของที่ระลึกเล็ก ๆ น้อย ๆ เพื่อรองรับกลุ่มคนที่เข้ามาใช้บริการภายในพื้นที่

แรงดึงดูดที่ก่อให้เกิดความรู้สึกต่อสถานที่ของกลุ่มคนรุ่นใหม่ต่อพื้นที่ศึกษานั้น เนื่องจากลักษณะของการตกแต่งร้าน บรรยากาศ รวมไปถึงรูปแบบของกิจกรรมและวัฒนธรรมที่พบได้บนถนนข้าวสาร ส่งผลให้คนในกลุ่ม Gen Y นิยมเข้ามาใช้งานด้วยปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดความรู้สึกต่อสถานที่ที่เป็นแรงดึงดูดให้กลุ่มคนรุ่นใหม่เข้ามาใช้งานภายในพื้นที่ เช่น ขนาดของพื้นที่ถนนข้าวสารที่มีขนาดไม่ใหญ่จนเกินไป รูปแบบหรือลักษณะการตกแต่งที่ทันสมัย กลุ่มคนที่เข้ามาใช้งาน รวมไปถึงรูปแบบของการมีปฏิสัมพันธ์กันในพื้นที่ เป็นต้น

#### 5. มิติด้านพื้นที่เชิงสังคม

มิติด้านพื้นที่เชิงสังคมของพื้นที่ศึกษานั้นเหมาะสมกับกลุ่มคนรุ่นใหม่ เนื่องจากในกลุ่มคนรุ่นใหม่ มีพฤติกรรมที่ชอบเข้าสังคม ชอบทำกิจกรรมและสร้างการมีปฏิสัมพันธ์กัน พื้นที่สาธารณะอย่างถนนข้าวสารจึงเป็นพื้นที่สำหรับให้รวมกลุ่มกันเพื่อทำกิจกรรมเหล่านั้น ซึ่งการทำกิจกรรมเชิงสังคมต่าง ๆ เริ่มตั้งแต่การนั่งมองจวบจนไปถึงการพูดคุยหรือทำกิจกรรมอื่นร่วมกันบนพื้นที่ถนนข้าวสาร นับว่าเป็นการสร้างพื้นที่เชิงสังคมที่รวมกันระหว่างพื้นที่สาธารณะกับกิจกรรมด้านสังคมเอาไว้ด้วยกัน

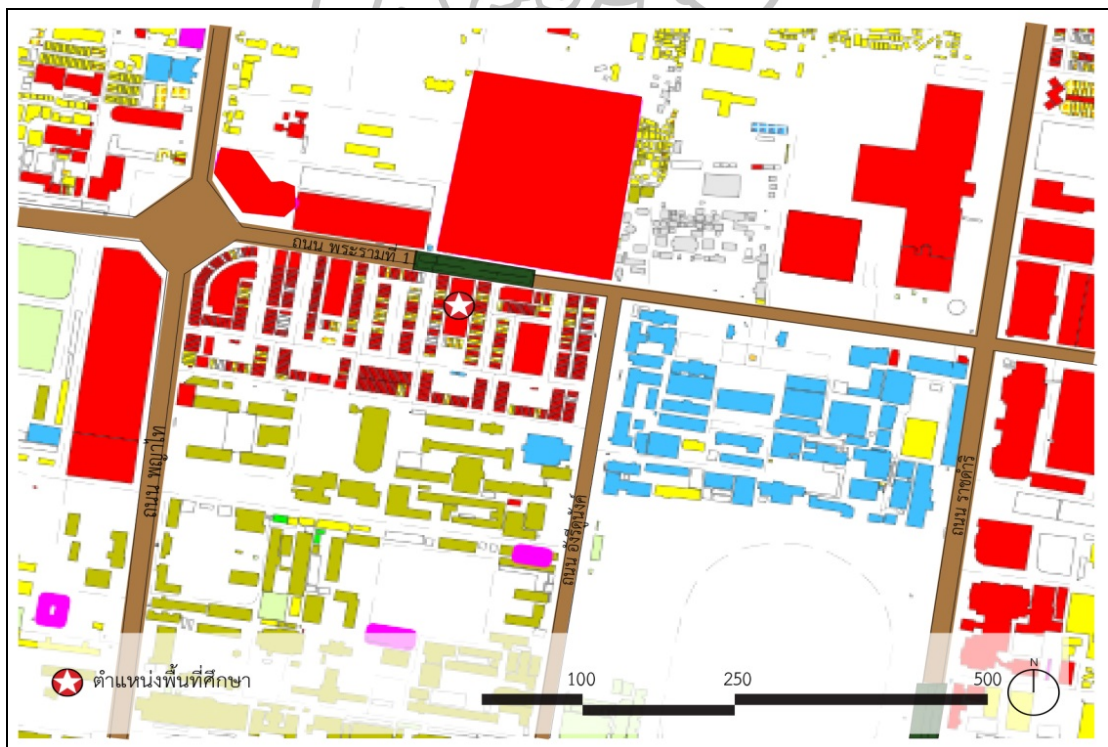
## ศูนย์การค้า Siam Square One

### ข้อมูลทั่วไปของพื้นที่ศึกษา

ที่ตั้งโครงการ	ถนนพญาไท แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร
ประเภทของพื้นที่สาธารณะ	พื้นที่สาธารณะภายในอาคาร
การเข้าถึง	ถนนพระรามที่ 1, ถนนอังรีดูนังค์, ถนนพญาไท, รถไฟฟ้า BTS สถานีสยาม

### ประวัติความเป็นมา

สยามสแควร์เป็นศูนย์กลางย่านการค้า ริมนถนนพระรามที่ 1 เริ่มแรกจากกลุ่มอาคารพาณิชย์และโรงภาพยนตร์ที่ได้รับความนิยมอย่างรวดเร็ว จนแผ่ขยายไปสู่ที่ดินรอบข้าง เกิดเป็นศูนย์การค้าขนาดใหญ่ โรงแรม และอาคารสำนักงานทันสมัยจำนวนมากมาย รวมทั้งเป็นช้อปปิ้งสตรีทที่ให้อิสระแก่การเดินทางพักผ่อนเพื่อจับจ่าย เป็นจุดนัดพบ เพื่ออัพเดทแฟชั่นและกระแสวัฒนธรรมร่วมสมัย รวมทั้งยังคงเป็นแหล่งช้อปปิ้งที่ครองใจทั้งวัยรุ่นและหนุ่มสาววัยทำงานมาอย่างยาวนาน



แผนที่ที่ 3 แผนที่แสดงตำแหน่งของพื้นที่ศึกษา

ที่มา: ปรับปรุงจาก กรมโยธาธิการและผังเมือง, กรุงเทพมหานคร, UDP Bangkok [โปรแกรมคอมพิวเตอร์] (กรุงเทพฯ: กรมโยธาธิการและผังเมือง กรุงเทพมหานคร, 2549).

ศูนย์การค้า Siam Square One จึงเป็นศูนย์รวมของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่นิยมนัดพบปะ เดินพักผ่อนเพื่อจับจ่ายจ่าย รวมไปถึงการเป็นจุดนัดพบ นอกจากนี้ยังมีทางเดินเชื่อมต่อระหว่างศูนย์การค้ากับสถานีรถไฟฟ้าบีทีเอสสยาม จึงทำให้ศูนย์การค้าเป็นที่นิยมในกลุ่มคนรุ่นใหม่ จึงส่งผลให้บริเวณพื้นที่คาบเกี่ยวของพื้นที่ศูนย์การค้ามีกิจกรรมเกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา

### การวิเคราะห์ลักษณะของพื้นที่สาธารณะ

#### 1. ลักษณะของพื้นที่สาธารณะ



แผนที่ที่ 4 แผนที่แสดงการใช้ประโยชน์อาคารของพื้นที่ศึกษา

ที่มา: ปรับปรุงจาก กรมโยธาธิการและผังเมือง, กรุงเทพมหานคร, UDP Bangkok [โปรแกรมคอมพิวเตอร์] (กรุงเทพฯ: กรมโยธาธิการและผังเมือง กรุงเทพมหานคร, 2549).

#### 1.1 ด้านที่ตั้ง

ด้านที่ตั้งของพื้นที่ศึกษาตอบรับกับความพลวัตของกลุ่มคนรุ่นใหม่ เนื่องจากศูนย์การค้าสยามสแควร์วันตั้งอยู่ในเขตปทุมวัน ซึ่งเป็นย่านศูนย์การค้า สถาบันการศึกษา แหล่งรวมวัยรุ่น รวมถึงยังเป็นพื้นที่เชื่อมต่อขนส่งสาธารณะทั้งระบบรางและรถโดยสารประจำทาง จึงทำให้

พื้นที่มีการเข้าถึงได้ง่าย จากหลายระบบการเดินทาง เช่น การเดินเท้า การปั่นจักรยาน รถยนต์ส่วนบุคคล รวมถึงรถโดยสารประจำทาง จึงทำให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ชอบความรวดเร็ว คล่องตัวและสะดวกสบาย

ตำแหน่งที่ตั้งของพื้นที่ศึกษาดึงดูดกลุ่มคนรุ่นใหม่ เนื่องจากพื้นที่คาบเกี่ยวภายในอาคารของศูนย์การค้าสยามสแควร์วัน สามารถเข้าถึงได้ง่าย เพราะมีการเชื่อมต่อจากสถานีรถไฟฟ้าสยาม ซึ่งสามารถเดินเข้าใช้งานในพื้นที่ได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว อีกทั้งยังสามารถเข้าถึงได้จากหลายช่องทาง นอกจากนี้พื้นที่ตั้งของศูนย์การค้าฯ นั้นตั้งอยู่พื้นที่ที่มีชื่อเสียงและเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมของกลุ่มคนรุ่นใหม่ในปัจจุบัน

## 1.2 ด้านกายภาพ

ด้านกายภาพของพื้นที่ศึกษามีความเหมาะสมและดึงดูดกลุ่มคนรุ่นใหม่ เนื่องจากพื้นที่คาบเกี่ยวภายในอาคารของศูนย์การค้าสยามสแควร์วัน มีการออกแบบให้มีที่พักระหว่างชั้นอย่างทั่วถึง รวมทั้งการออกแบบของที่ว่างภายในอาคารมีความดึงดูดให้ผู้คนอยากเข้ามาใช้งาน เช่น การมีที่นั่งพักรวม มีการออกแบบทางลาด รวมทั้งกิจกรรมหลากหลายที่เกิดขึ้นบนพื้นที่และมีผู้เข้ามาใช้งานตลอดทั้งวัน จึงส่งเสริมให้เกิดความมีชีวิตชีวาขึ้นภายในพื้นที่



ภาพที่ 9 แสดงลักษณะทางกายของพื้นที่ว่างสาธารณะภายในพื้นที่ศึกษา (ภาพถ่ายโดยผู้วิจัย, พฤษภาคม 2558)

## 2. ปัจจัยการเกิดพื้นที่สาธารณะ

### 2.1 ขอบเขตการให้บริการ

พื้นที่ศึกษามีขอบเขตการให้บริการที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของกลุ่มคนรุ่นใหม่ เนื่องจากขอบเขตการให้บริการมีระยะเดินเท้าประมาณ 5-10 นาที รัศมีการให้บริการประมาณ 1

กิโลเมตร จึงส่งผลให้พื้นที่นั้นมีความสะดวกต่อการเข้าถึง รวมทั้งเป็นพื้นที่ที่เป็นที่นิยมด้วยบริบทแวดล้อมเป็นช้อปปิ้งเซ็นเตอร์ที่ทันสมัย ซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ชอบความสะดวกสบาย ที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายและพื้นที่ที่เป็นที่นิยม

## 2.2 ความสะดวกสบาย

พื้นที่ศึกษามีการอำนวยความสะดวกเพื่อดึงดูดกลุ่มคนรุ่นใหม่ให้เข้ามาใช้งาน เนื่องจากพื้นที่สาธารณะภายในอาคารมีการจัดวางเก้าอี้ไว้ตลอดทั่วทั้งพื้นที่ เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ที่เข้ามาใช้งานภายในพื้นที่ มีอากาศที่ถ่ายเทได้สะดวกไม่ร้อนหรือเย็นจนเกินไปเพื่อก่อให้เกิดภะวะน่าสบายภายในพื้นที่ นอกจากนี้ยังมีบริการอินเทอร์เน็ตไร้สายไว้สำหรับบริการผู้ที่เข้ามาใช้งานอีกด้วย



ภาพที่ 10 แสดงถึงเก้าอี้และที่นั่งที่จัดวางไว้ตลอดทั้งพื้นที่  
(ภาพถ่ายโดยผู้วิจัย, พฤษภาคม 2558)

## 2.3 ความริบเร่งในชีวิตประจำวัน

ความริบเร่งในชีวิตประจำวันของกลุ่มคนรุ่นใหม่ทำให้พื้นที่ศึกษาเหมาะสมกับความต้องการและสอดคล้องกับวิถีชีวิต เนื่องจากที่ตั้งของพื้นที่สาธารณะตั้งอยู่กลางใจเมืองที่มีการเชื่อมต่อเชื่อมต่อหลายระบบการเดินทางที่ตอบรับกับความริบเร่งของการใช้ชีวิตในปัจจุบัน อีกทั้งพฤติกรรมและลักษณะเด่นของกลุ่มคนรุ่นใหม่นั้น ต้องการเดินทางไปสู่พื้นที่ต่าง ๆ ด้วยความสะดวกและรวดเร็ว จึงส่งผลให้พื้นที่ศึกษานั้นเป็นที่นิยม

## 2.4 ภาพลักษณ์ของพื้นที่สาธารณะ

ภาพลักษณ์ของพื้นที่ศึกษาเหมาะสมกับกลุ่มคนรุ่นใหม่นั้น เนื่องจากบริบทรอบข้างของพื้นที่เป็นย่านที่มีช้อปปิ้งเซ็นเตอร์ที่ทันสมัยและเป็นที่นิยม อีกทั้งยังเป็นพื้นที่พานิชยกรรมที่มี

ชื่อเสียงจึงทำให้พื้นที่สาธารณะนี้เป็นที่นิยมของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีภคมนัดพบเจอหรือนั่งพักผ่อนในเวลาว่าง นอกจากนี้พื้นที่สาธารณะนี้ยังเป็นพื้นที่เปลี่ยนผ่านไปสู่พื้นที่อื่น ด้วยการคมนาคมที่สะดวก และมีการเชื่อมต่อของระบบการเดินทางประเภทต่าง ๆ ที่สะดวกสบาย จึงส่งผลให้ภาพลักษณ์ของพื้นที่ดูทันสมัยและมีชีวิตชีวาที่ดึงดูดให้ผู้คนหลั่งไหลกันเข้ามาใช้งานตลอดทั้งวัน

### 3. กิจกรรมที่เกิดขึ้นบนพื้นที่

#### 3.1 กิจกรรมนันทนาการแบบกระฉับกระเฉง (Active Recreation)

กิจกรรมที่เกิดขึ้นบนพื้นที่ศึกษาดึงดูดกลุ่มคนรุ่นใหม่ เนื่องจากพื้นที่ศึกษามีกิจกรรมกระฉับกระเฉงที่ต้องการขยับหรือเคลื่อนไหวของร่างกายเกิดขึ้นภายในพื้นที่ อาทิ การเดิน การรวมกลุ่มกันเพื่อทำกิจกรรมเข้าจังหวะ เช่น การเต้น หรือรวมไปถึงการแสดงดนตรี สามารถพบเห็นได้ทั่วไปตลอดทั้งพื้นที่ ซึ่งก่อให้เกิดความหลากหลายของกิจกรรมและช่วยสร้างควมมีชีวิตชีวาที่ไม่จำเจให้กับพื้นที่



ภาพที่ 11 แสดงถึงกิจกรรมประเภท Active ภายในพื้นที่  
(ภาพถ่ายโดยผู้วิจัย, พฤษภาคม 2558)

#### 3.2 กิจกรรมนันทนาการแบบผ่อนคลาย (Passive Recreation)

กิจกรรมที่เกิดขึ้นบนพื้นที่ศึกษาสอดคล้องกับพฤติกรรมของกลุ่มคนรุ่นใหม่ เนื่องจากกิจกรรมประเภทนี้เป็นกิจกรรมส่วนใหญ่ที่ผู้ที่เข้ามาใช้งานนิยมทำกัน เช่น การนั่งคุย นั่งมอง หรือนั่งรอ เพื่อนัดพบหรือสังเกตการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นภายในพื้นที่ ซึ่งจะพบได้ตลอดทั้งพื้นที่ ซึ่งพื้นที่เองก็เอื้อต่อการทำกิจกรรมประเภทนี้ เนื่องจากมีการออกแบบพื้นที่สำหรับนั่งพัก หรือนั่งมอง ผู้คนที่กำลังทำกิจกรรมต่าง ๆ หรือแม้กระทั่งเดินผ่านพื้นที่สาธารณะนี้ไปสู่พื้นที่อื่นที่อยู่ติดกัน





ภาพที่ 12 แสดงถึงกิจกรรมประเภท Passive ที่เกิดขึ้นภายในพื้นที่  
(ภาพถ่ายโดยผู้วิจัย, พฤษภาคม 2558)

#### 4. ความรู้สึกต่อสถานที่

การออกแบบและตกแต่งพื้นที่ ถูกออกแบบมาเพื่อให้เกิดความรู้สึกผ่อนคลาย มีการใช้ต้นไม้ การทำพื้นที่ต่างระดับ เพื่อให้ผู้ที่เข้ามาใช้งานรู้สึกเหมือนกำลังนั่งเล่นอยู่ในสถานที่ที่คุ้นเคย อย่างพื้นที่หน้าบ้าน ด้วยขนาดและลักษณะการตกแต่งที่ไม่ใหญ่หรือกว้างจนเกินไป ส่งผลให้ผู้ที่เข้ามาใช้งานรู้สึกถึงความคุ้นเคยต่อสถานที่ที่เป็นแรงดึงดูดให้ผู้ที่เข้ามาใช้งานในพื้นที่

#### 5. มิติด้านพื้นที่เชิงสังคม

พื้นที่สาธารณะภายในอาคารศูนย์การค้าสยามสแควร์วันนั้น มีพื้นที่สำหรับทำกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งกิจกรรมประเภท Active และกิจกรรมประเภท Passive จึงส่งผลให้เกิดการปฏิสัมพันธ์กันระหว่างผู้ที่เข้ามาใช้งานภายในพื้นที่ การเอื้อให้เกิดการทำกิจกรรมต่าง ๆ เช่นการรวมกลุ่มทำกิจกรรมกัน หรือการนั่งมองผู้คนที่เดินผ่านไปมา รวมไปถึงการทำกิจกรรมอื่นร่วมกันบนพื้นที่สาธารณะ ซึ่งนับได้ว่าพื้นที่สาธารณะภายในอาคารนั้นเป็นการรวมกันระหว่างพื้นที่สาธารณะกับกิจกรรมทางสังคมเอาไว้ด้วยกัน

#### ร้านกาแฟ Too Fast To Sleep

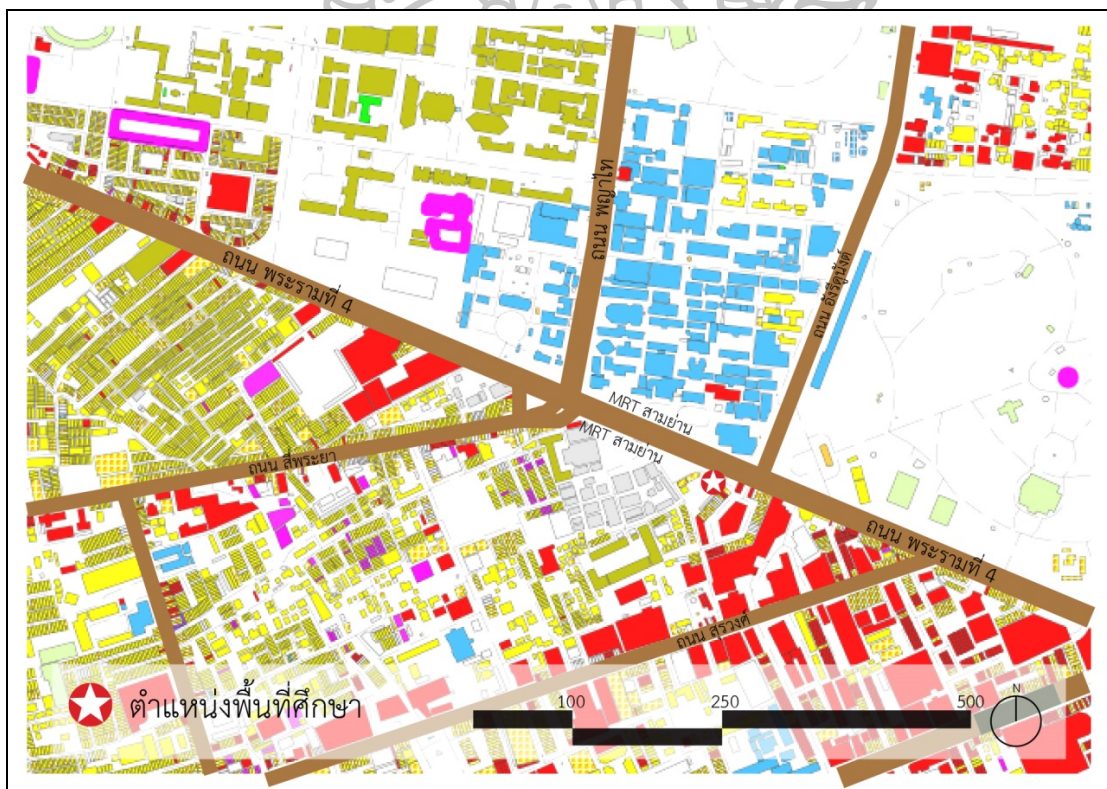
##### ข้อมูลทั่วไปของพื้นที่ศึกษา

ที่ตั้งโครงการ	ถนนพระราม 4 แขวงสี่พระยา เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร
ประเภทของพื้นที่สาธารณะ	คาเฟ่/ร้านกาแฟ
การเข้าถึง	ถนนพระราม 4, รถไฟฟ้ามหานคร (MRT) สถานีสามย่าน

### ประวัติความเป็นมา

พื้นที่ว่างกลางใจเมือง ที่รายล้อมไปด้วยย่านที่อยู่อาศัย สถาบันการศึกษา สถานีรถไฟใต้ดิน และตั้งอยู่บนถนนสายหลักคือถนนพระรามที่ 4 จึงส่งผลให้พื้นที่บริเวณนี้มีศักยภาพ เจ้าของพื้นที่จึงมองเห็นศักยภาพเหล่านี้ จึงคิดริเริ่มทำร้านกาแฟดีไซน์ที่เปิดตลอด 24 ชั่วโมง ที่เน้นกลุ่มผู้ที่เข้ามาใช้งานเป็นกลุ่มนักเรียน นักศึกษา คนทำงาน และบุคคลทั่วไป ให้สามารถเข้ามาใช้งานได้

ร้านกาแฟ 24 ชั่วโมงนี้ ได้แนวคิดมาจากความต้องการหาที่อ่านหนังสือของเจ้าของร้าน ที่อยากมีสถานที่ที่มีความสะดวกสบาย เข้าถึงง่ายและเปิดตลอด 24 ชั่วโมง เพื่อรองรับความต้องการของผู้ที่ต้องการพื้นที่สำหรับนั่งอ่านหนังสือ นัดพบ พูดคุย หรือทำงานกัน โดยระยะการให้บริการของร้านนั้นจะเปิดให้บริการตลอดทั้งวัน คือทั้งกลางวันและกลางคืน ทำให้ทุกวันมีผู้มาใช้บริการที่ร้านกาแฟแห่งนี้เป็นจำนวนมาก



แผนที่ที่ 5 แผนที่แสดงตำแหน่งของพื้นที่ศึกษา

ที่มา: ปรับปรุงจาก กรมโยธาธิการและผังเมือง, กรุงเทพมหานคร, UDP Bangkok [โปรแกรมคอมพิวเตอร์] (กรุงเทพฯ: กรมโยธาธิการและผังเมือง กรุงเทพมหานคร, 2549).

## การวิเคราะห์ลักษณะของพื้นที่สาธารณะ

### 1. ลักษณะของพื้นที่สาธารณะ

#### 1.1 ด้านที่ตั้ง

ตำแหน่งที่ตั้งของพื้นที่ ตั้งอยู่ในกลางใจเมืองรายล้อมไปด้วยแหล่งที่อยู่อาศัย ย่านพาณิชยกรรม สถาบันการศึกษา รวมทั้งเป็นจุดเปลี่ยนถ่ายรถโดยสารสาธารณะไปยังระบบรถไฟฟ้ามหานคร (MRT) ได้อีกด้วย จึงทำให้เป็นพื้นที่ที่เข้าถึงได้สะดวกและเป็นพื้นที่ที่ได้รับความนิยมจากกลุ่มคนรุ่นใหม่ เนื่องจากอยู่ใกล้กับแหล่งงานและสถาบันการศึกษา



แผนที่ที่ 6 แผนที่แสดงการใช้ประโยชน์อาคารของพื้นที่ศึกษา

ที่มา: ปรับปรุงจาก กรมโยธาธิการและผังเมือง, กรุงเทพมหานคร, UDP Bangkok [โปรแกรมคอมพิวเตอร์] (กรุงเทพฯ: กรมโยธาธิการและผังเมือง กรุงเทพมหานคร, 2549).

ตำแหน่งที่ตั้งของพื้นที่เข้าถึงได้ง่ายจากหลายรูปแบบการเดินทาง อาทิเช่น การเดิน การปั่นจักรยาน รถยนต์ส่วนบุคคล รถโดยสารประจำทางและรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร นอกจากนี้พื้นที่ตั้งของร้านยังเป็นพื้นที่ยอดนิยมของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ต้องการหาร้านกาแฟเพื่อนัดพบ นัดทำงาน หรือแม้กระทั่งการนั่งอ่านหนังสือ ด้วยความที่เข้าถึงได้ง่ายและอยู่บริเวณกลางใจเมือง จึงส่งผลให้พื้นที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก



แผนที่ที่ 7 แผนที่แสดงการเข้าถึงของพื้นที่ศึกษา

ที่มา: ปรับปรุงจาก กรมโยธาธิการและผังเมือง, กรุงเทพมหานคร, UDP Bangkok [โปรแกรมคอมพิวเตอร์] (กรุงเทพฯ: กรมโยธาธิการและผังเมือง กรุงเทพมหานคร, 2549).

## 1.2 ด้านกายภาพ

เนื่องจากวัตถุประสงค์หลักของการจัดตั้งร้านกาแฟแห่งนี้คือต้องการให้เป็นเสมือนห้องสมุดขนาดใหญ่ที่มีไว้สำหรับบริการทุกกลุ่มผู้ใช้งาน จึงมีการออกแบบตกแต่งภายในร้านให้เหมือนห้องสมุด โดยการใช้โทนสีที่สบายตาอย่างเช่น สีขาวและน้ำเงิน และใช้หนังสือ เครื่องเขียน อุปกรณ์การเรียน มาใช้ในการตกแต่งเพิ่มเติม เพื่อสร้างความแปลกใหม่และไม่จำเจให้ผู้ที่เข้ามาใช้งาน

รวมทั้งยังช่วยกระตุ้นให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ของผู้ที่เข้ามาใช้งานจากการนั่งมองผ่านกระจกบานใหญ่บริเวณด้านหน้าร้านอีกด้วย



ภาพที่ 13 ภาพแสดงบรรยากาศภายในพื้นที่ศึกษา  
(ภาพถ่ายโดยผู้วิจัย, พฤษภาคม 2558)

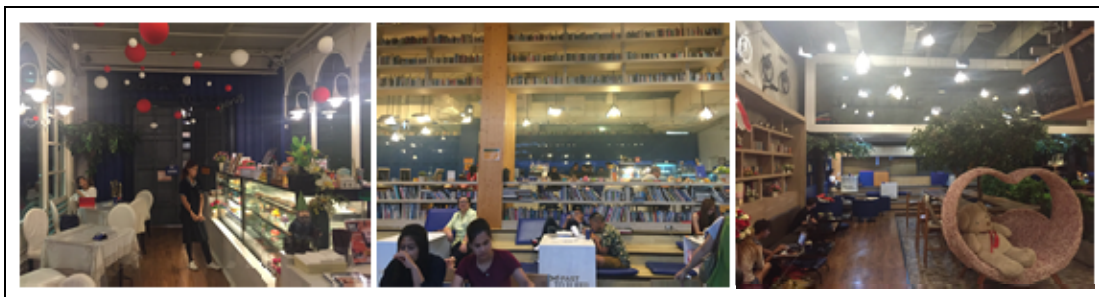
## 2. ปัจจัยการเกิดพื้นที่สาธารณะ

### 2.1 ขอบเขตการให้บริการ

รัศมีการให้บริการประมาณ 1 กิโลเมตร สามารถเดินทางได้ในช่วงเวลา 5-10 นาที ซึ่งส่งผลให้เกิดความสะดวกต่อการเข้าถึง รวมทั้งพื้นที่ถูกรายล้อมไปด้วยย่านพาณิชยกรรม ที่อยู่อาศัย และสถานการศึกษา จึงส่งผลให้พื้นที่นั้นเป็นที่นิยมของกลุ่มคนรุ่นใหม่ในพื้นที่

### 2.2 ความสะดวกสบาย

การออกแบบภายในร้าน ออกแบบให้มีที่นั่งสำหรับเป็นกลุ่ม และสำหรับนั่งคนเดียว โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือส่วนที่อยู่ภายในอาคารและส่วนที่อยู่ภายนอกอาคาร ซึ่งการแบ่งสัดส่วนนี้มาจากรูปแบบการใช้งานของผู้ที่เข้ามาใช้งานภายในพื้นที่ โดยภายนอกอาคารนั้นจะเน้นกลุ่มผู้ที่เข้ามาใช้งานที่ประกอบกิจการที่ค่อนข้างมีเสียงดัง เช่น การนั่งคุยกัน หรือการนัดทำกิจกรรมประเภทกลุ่ม ส่วนพื้นที่ด้านในอาคารจะเป็นพื้นที่ที่ปรับอากาศให้รู้สึกสบาย ไม่ร้อน หรือ ไม่หนาวจนเกินไป นอกจากนี้ยังมีการให้บริการฟรีอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายและมีการจัดวางเก้าอี้สำหรับนั่งไว้ทั่วทั้งร้าน การออกแบบให้มีพื้นที่ต่างระดับ เพื่อเพิ่มลูกเล่นและสร้างความไม่น่าเบื่อภายในร้าน ที่จะกระตุ้นให้กลุ่มลูกค้ามีความคิดสร้างสรรค์มากขึ้น



ภาพที่ 14 ภาพแสดงสิ่งอำนวยความสะดวกภายในพื้นที่ศึกษา  
(ภาพถ่ายโดยผู้วิจัย, พฤษภาคม 2558)

### 2.3 ความริบเร่งในชีวิตประจำวัน

เนื่องจากพื้นที่บริเวณโดยรอบร้าน มีการใช้ประโยชน์ที่ดินที่หลากหลาย อาทิ พื้นที่พาณิชย์กรรม พื้นที่อยู่อาศัย สถาบันการศึกษา จึงทำให้ภาพลักษณ์พื้นที่นั้นมีความหลากหลายของกิจกรรมที่ส่งผลให้เกิดความไม่น่าเบื่อจำเจ นอกจากนี้พื้นที่ร้านเองนั้นยังมีบทบาทเป็นพื้นที่เปลี่ยนผ่านไปสู่พื้นที่อื่นจากการเชื่อมต่อหลายระบบการเดินทาง ที่เหมาะสมกับวิถีชีวิตที่ริบเร่งของกลุ่มคนรุ่นใหม่ในปัจจุบัน

### 2.4 ภาพลักษณ์ของพื้นที่สาธารณะ

ภาพลักษณ์ของพื้นที่ที่สะท้อนในบทบาทของพื้นที่สาธารณะนั้น สะท้อนให้เห็นถึงความทันสมัย เข้ากับวิถีชีวิตที่ริบเร่งของคนรุ่นใหม่ในปัจจุบัน เพราะนอกจากจะเดินทางเข้าถึงง่าย มีสิ่งอำนวยความสะดวกสบาย และกิจกรรมที่หลากหลายที่เกิดบนพื้นที่ทำให้ภาพลักษณ์ของพื้นที่นั้นดูไม่น่าเบื่อ จำเจ ส่งผลให้กลายเป็นที่นิยมของกลุ่มผู้ที่เข้ามาใช้งาน

#### กิจกรรมที่เกิดขึ้นบนพื้นที่

##### 1. กิจกรรมนันทนาการแบบกระฉับกระเฉง (Active Recreation)

กิจกรรมกระฉับกระเฉงที่เน้นเรื่องการขยับหรือเคลื่อนไหวของร่างกายจะไม่ค่อยพบเห็นในพื้นที่มากเท่าไรหรอก มีเพียงการเดิน การยืน เท่านั้น เพราะเนื่องจากเป็นคาเฟ่ที่มีขนาดไม่ใหญ่มาก และไม่มีพื้นที่ที่รองรับกิจกรรมหนัก ๆ จึงไม่สามารถประกอบกิจกรรมประเภท Active ได้มากเท่าที่ควร



ภาพที่ 15 ภาพแสดงกิจกรรมประเภท Active ภายในพื้นที่ศึกษา  
(ภาพถ่ายโดยผู้วิจัย, พฤษภาคม 2558)

## 2. กิจกรรมนันทนาการแบบผ่อนคลาย (Passive Recreation)

พื้นที่ร้านเอื้ออำนวยให้เกิดกิจกรรมประเภทนี้มากที่สุด เนื่องจากมีพื้นที่สำหรับนั่งทำกิจกรรมแบบเป็นกลุ่ม หรือพื้นที่สำหรับนั่งมอง เป็นพื้นที่ที่นั่งที่เป็นสัดส่วน ไม่ก่อให้เกิดการรบกวนกัน ซึ่งตอบรับกับพฤติกรรมของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ชอบสังเกตสิ่งต่าง ๆ รอบตัว หรือนั่งพูดคุยเพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์กัน



ภาพที่ 16 ภาพแสดงกิจกรรมประเภท Passive ภายในพื้นที่ศึกษา  
(ภาพถ่ายโดยผู้วิจัย, พฤษภาคม 2558)

### ความรู้สึกต่อสถานที่

เนื่องด้วยการออกแบบร้านเน้นให้มีการปฏิสัมพันธ์กัน และสร้างเสริมความคิดสร้างสรรค์ จึงส่งผลให้พื้นที่เกิดแรงดึงดูดผู้คนให้อยากเข้ามาใช้งานภายในพื้นที่ รวมถึงพื้นที่ภายในร้านยังสามารถแสดงออกถึงความเป็นตัวตนของกลุ่มคนรุ่นใหม่ได้โดยสังเกตจากการออกแบบภายในร้าน การจัดวางเก้าอี้ รวมไปถึงการใช้โทนสี ที่มีความโดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์ที่ส่งผลให้มีความแตกต่างจากที่อื่น

### มิติด้านพื้นที่เชิงสังคม

เนื่องจากกลุ่มคนรุ่นใหม่เป็นกลุ่มที่ชื่นชอบการเข้าสังคม การทำกิจกรรมร่วมกันหรือการมีปฏิสัมพันธ์กัน พื้นที่ภายในร้านที่มีการแบ่งสัดส่วนให้มียุทธศาสตร์พื้นที่สำหรับทำกิจกรรมต่าง ๆ จึงเหมาะสมที่จะรองรับความต้องการของกลุ่มคนที่เข้ามาใช้งานภายในพื้นที่ ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวที่เกิดขึ้นมานั้น สะท้อนให้เห็นถึงความเป็นพื้นที่เชิงสังคมของพื้นที่ คือการรวมกันระหว่างพื้นที่สาธารณะและ กิจกรรมเชิงสังคมที่แสดงออกมาจากการรวมกลุ่มกันหรือการทำกิจกรรมนั้น ๆ ซึ่งเริ่มตั้งแต่การนั่งมองไปจนถึงการพูดคุยมีปฏิสัมพันธ์กันภายในพื้นที่



ภาพที่ 17 ภาพแสดงกิจกรรมเชิงสังคมในพื้นที่ศึกษา  
(ภาพถ่ายโดยผู้วิจัย, พฤษภาคม 2558)

### สรุปผลการวิเคราะห์ลักษณะพื้นที่สาธารณะของกรณีศึกษา

จากการเลือกพื้นที่ศึกษาที่ได้จากเกณฑ์การพิจารณาการเลือกพื้นที่กรณีศึกษา ที่ได้จากการนำทัศนคติ วัฒนธรรม วิถีชีวิตของคนรุ่นใหม่ มาสังเคราะห์ร่วมกับลักษณะของพื้นที่สาธารณะ ที่นำไปสู่การคัดเลือกพื้นที่กรณีศึกษา โดยไม่จำกัดประเภทของพื้นที่สาธารณะภายในอาคารหรือภายนอกอาคารที่มีความเหมาะสมและตอบรับตรงกับตามความต้องการของกลุ่มคนรุ่นใหม่ และเพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่สอดคล้องตามเกณฑ์พิจารณาพื้นที่สาธารณะสำหรับคนรุ่นใหม่ โดยพื้นที่ศึกษา ทั้ง 3 พื้นที่ ได้แก่ ถนนข้าวสาร ศูนย์การค้า Siam Square One และร้านกาแฟ Too fast to Sleep



มีลักษณะของพื้นที่และกิจกรรมที่เกิดขึ้นบนพื้นที่แตกต่างกัน รวมทั้งความเป็นที่นิยมของคนรุ่นใหม่ที่เลือกเข้าไปใช้งานภายในพื้นที่ โดยปัจจัยที่สำคัญของการเป็นพื้นที่สาธารณะที่ตอบรับกับพฤติกรรมของคนรุ่นใหม่ที่น่าสนใจมาเปรียบเทียบกับพื้นที่กรณีศึกษาสามารถสรุปได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3 สรุปลักษณะของพื้นที่สาธารณะที่ตอบรับกับความต้องการของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ได้จากการวิเคราะห์พื้นที่กรณีศึกษา

เกณฑ์การพิจารณาพื้นที่สาธารณะสำหรับคนรุ่นใหม่		พื้นที่กรณีศึกษา			
		ถนน ข้าวสาร	ศูนย์การค้า Siam Square one	ร้านกาแฟ Too Fast to Sleep	รวม
1. ลักษณะ ของพื้นที่ สาธารณะ	<b>ด้านที่ตั้ง</b> เข้าถึงง่าย เดินทางสะดวก	4	4	4	12
	<b>ด้านกายภาพ</b> มีการใช้งานของกิจกรรมที่หลากหลาย	3	2	2	7
2. ปัจจัยการ เกิดพื้นที่ สาธารณะ	<b>ขอบเขตการให้บริการ</b> มีระยะเวลาเข้าถึงด้วยการเดินเท้า 5-10 นาที หรือ 500 เมตร	4	4	4	12
	<b>ความสะดวกสบาย</b> มีสิ่งอำนวยความสะดวกสบายรวมไปถึงการมี สภาพภูมิอากาศที่เหมาะสมและระยะเวลาในการให้บริการ	3	3	4	10
	<b>ความริบเร่งในชีวิตประจำวัน</b> มีการเชื่อมโยงกับลักษณะการใช้ประโยชน์ที่ดินหลาย ๆ ประเภทและสามารถเชื่อมต่อการเดินทางได้หลายรูปแบบ	4	4	4	12
	<b>ภาพลักษณ์ของพื้นที่สาธารณะ</b> มีภาพลักษณ์ที่แสดงถึงความทันสมัยหรือการเป็นที่ นิยม	4	4	4	12

ตารางที่ 3 สรุปลักษณะของพื้นที่สาธารณะที่ตอบรับกับความต้องการของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ได้จากการวิเคราะห์พื้นที่กรณีศึกษา (ต่อ)

เกณฑ์การพิจารณาพื้นที่สาธารณะสำหรับคนรุ่นใหม่		พื้นที่กรณีศึกษา			
		ถนน ข้าวสาร	ศูนย์การค้า Siam Square one	ร้านกาแฟ Too Fast to Sleep	รวม
	ส่งเสริมให้เกิดกิจกรรมนันทนาการแบบกระฉับกระเฉง มีพื้นที่สำหรับรองรับกิจกรรมประเภทต่าง ๆ เช่น เดิน วิ่ง เต้น เป็นต้น	4	3	1	8
3. กิจกรรมภายในพื้นที่	ส่งเสริมกิจกรรมนันทนาการแบบผ่อนคลาย มีพื้นที่สำหรับนั่งพัก นั่งมอง เป็นต้น	1	2	4	7
4. ความรู้สึกต่อสถานที่	พื้นที่ที่ส่งเสริมให้เกิดการแสดงออกถึงความเป็นตัวตนของกลุ่มคนรุ่นใหม่	3	2	1	6
5. การเป็นพื้นที่ทางสังคม	พื้นที่ที่เอื้อต่อการรวมกันระหว่างพื้นที่สาธารณะและกิจกรรมทางสังคม	4	3	2	9
<b>รวม</b>		<b>34</b>	<b>31</b>	<b>31</b>	

หมายเหตุ : มากที่สุด = 4    มาก = 3    ปานกลาง = 2    น้อย = 1

จากตารางที่ 3 ตารางสรุปลักษณะของพื้นที่สาธารณะที่ตอบรับกับความต้องการของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ได้จากการวิเคราะห์พื้นที่กรณีศึกษา จะเห็นได้ว่า เมื่อพิจารณาตามเกณฑ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ลักษณะของพื้นที่สาธารณะทั้ง 3 พื้นที่กรณีศึกษา คือ ถนนข้าวสาร ศูนย์การค้า Siam Square One และ ร้านกาแฟ Too Fast to Sleep พบว่า ปัจจัยที่มีผลตอบรับต่อความต้องการการใช้พื้นที่สาธารณะของคนรุ่นใหม่มากที่สุด โดยได้ค่าคะแนน 12 คะแนน ได้แก่ **ปัจจัยด้านที่ตั้งของพื้นที่** ที่จะต้องเข้าถึงได้ง่ายและเดินทางสะดวก **ปัจจัยด้านขอบเขตการให้บริการ** พื้นที่สาธารณะจะต้องมีระยะเวลาเข้าถึงด้วยการเดินเท้า 5-10 นาที หรือมีระยะ 500 เมตร จากจุดบริการรถโดยสารสาธารณะ **ปัจจัยด้านความริบเร่งในชีวิตประจำวัน** พื้นที่สาธารณะจะต้องมีการเชื่อมโยงกับการใช้ประโยชน์ที่ดินหลากหลายประเภท เพื่อให้เกิดความหลากหลายของกิจกรรมรวมทั้งสามารถเชื่อมต่อ

กับรูปแบบการเดินทางได้หลายรูปแบบ และ**ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของพื้นที่สาธารณะ** จะต้องมีภาพลักษณ์ที่ทันสมัยหรือกำลังเป็นที่นิยมอยู่ในขณะนั้น

นอกจากปัจจัยข้างต้นแล้ว ปัจจัยที่มีผลตอบรับกับความต้องการการใช้พื้นที่สาธารณะของคนรุ่นใหม่รองลงมา มีค่าคะแนน 10 คะแนน คือ **ปัจจัยด้านความสะดวกสบาย** การมีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในพื้นที่ รวมไปถึงการมีสภาพแวดล้อมและบรรยากาศภายในพื้นที่ที่เหมาะสมกับการเข้าไปใช้งาน รองลงมาที่ได้คะแนน 9 คะแนน คือ **ปัจจัยด้านการเป็นพื้นที่ทางสังคม** การเป็นพื้นที่ที่สามารถส่งเสริมให้เกิดกิจกรรมที่เกิดขึ้นบนพื้นที่ที่มีความสัมพันธ์กับพื้นที่ เพื่อส่งเสริมให้เกิดการมีปฏิสัมพันธ์ขึ้นระหว่างผู้ใช้งานภายในพื้นที่ ปัจจัยที่ได้คะแนน 8 คะแนน คือ **ปัจจัยด้านกายภาพ** ภายในพื้นที่จะต้องมีความยืดหยุ่นต่อการใช้งานหรือประกอบกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อรองรับการใช้งานหรือกิจกรรมที่หลากหลายที่เกิดขึ้นภายในพื้นที่ ปัจจัยที่ได้คะแนน 7 คะแนน ได้แก่ **ปัจจัยด้านการส่งเสริมให้เกิดกิจกรรมนันทนาการแบบกระฉับกระเฉง** การมีพื้นที่เปิดโล่งสำหรับทำกิจกรรมที่ต้องใช้แรงหรือกิจกรรมที่ต้องมีการเคลื่อนไหวร่างกาย เช่น การเดิน การวิ่ง เป็นต้น และ**ปัจจัยด้านการส่งเสริมให้เกิดกิจกรรมนันทนาการแบบผ่อนคลาย** การมีพื้นที่สำหรับนั่งพัก หรือนั่งมอง มีแสงสว่างเพียงพอภายในพื้นที่ที่เหมาะสมในการมองเห็นและทำกิจกรรมต่าง ๆ ตามลำดับ และปัจจัยที่ได้คะแนน 6 คะแนน คือ **ปัจจัยด้านความรู้สึกต่อสถานที่** พื้นที่จะต้องสามารถส่งเสริมให้เกิดการแสดงออกถึงความเป็นตัวตน รวมไปถึงการสร้างความรู้สึกการเป็นส่วนหนึ่งของพื้นที่ เพื่อให้เกิดแรงดึงดูดในการอยากเข้ามาใช้งานภายในพื้นที่

เมื่อพิจารณาถึงคะแนนรวมทั้ง 3 พื้นที่กรณีศึกษา พบว่า พื้นที่ถนนข้าวสารมีความตอบรับกับความต้องการการใช้พื้นที่สาธารณะของคนรุ่นใหม่มากที่สุด คือ 34 คะแนน โดยที่พื้นที่ศูนย์การค้า Siam Square One และร้านกาแฟ Too Fast to Sleep มีคะแนนเท่ากัน คือ 31 คะแนน จากคะแนนเต็มทั้งหมด 40 คะแนน ทั้งนี้จะเห็นได้ว่าพื้นที่ถนนข้าวสารเมื่อวิเคราะห์ตามเกณฑ์การพิจารณาพื้นที่สาธารณะที่ตอบรับกับพฤติกรรมของคนรุ่นใหม่ สอดคล้องตามปัจจัยที่มีความต้องการใช้พื้นที่สาธารณะมากที่สุด

## บทที่ 5

### การวิเคราะห์พฤติกรรมและทัศนคติของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีต่อพื้นที่สาธารณะ

จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับพื้นที่สาธารณะและพฤติกรรมของกลุ่มคนรุ่นใหม่ เพื่อให้ได้เกณฑ์การพิจารณาพื้นที่สาธารณะที่ตอบรับกับพฤติกรรมของกลุ่มคนรุ่นใหม่ ที่นำไปใช้ในการคัดเลือกและวิเคราะห์พื้นที่กรณีศึกษา รวมไปถึงการศึกษาและวิเคราะห์ความสอดคล้องระหว่างเกณฑ์การพิจารณาพื้นที่สาธารณะข้างต้นกับพื้นที่กรณีศึกษา ทั้งนี้เพื่อการหาข้อมูลเชิงลึกถึงความต้องการ ทัศนคติ ของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีต่อการใช้พื้นที่สาธารณะ จึงได้ทำการสำรวจภาคสนามและสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีต่อการใช้พื้นที่สาธารณะ จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 60 คน ที่เข้ามาใช้งานภายในพื้นที่กรณีศึกษา เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเข้ามาใช้พื้นที่สาธารณะของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้งานที่เกิดขึ้นภายในพื้นที่กรณีศึกษาที่มีความสอดคล้องกับเกณฑ์การพิจารณาพื้นที่สาธารณะ

โดยการกำหนดค่าคะแนนในแต่ละปัจจัย เพื่อจำลำดับความสำคัญของปัจจัยของลักษณะของพื้นที่สาธารณะที่ตอบรับกับพฤติกรรมของกลุ่มคนรุ่นใหม่ โดยกำหนดให้ มีค่าคะแนน ได้แก่ มากที่สุด = 4 มาก = 3 ปานกลาง = 2 น้อย = 1 ซึ่งมีรายละเอียดแต่ละปัจจัย สามารถจำแนกได้ดังต่อไปนี้

#### ลักษณะของพื้นที่สาธารณะ

การวิเคราะห์ผลการสำรวจและสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่เข้ามาใช้งานภายในพื้นที่ที่มีต่อด้านลักษณะของพื้นที่สาธารณะที่ส่งผลต่อการเข้ามาใช้งานภายในพื้นที่ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

##### 1. ด้านที่ตั้ง

จากการสำรวจและสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างของคนรุ่นใหม่ที่เข้ามาใช้งานในพื้นที่กรณีศึกษา พบว่า ด้านตำแหน่งที่ตั้งของพื้นที่มีคะแนนจากความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง 10 คะแนน ซึ่งจะเห็นได้ว่า ปัจจัยด้านที่ตั้งมีผลต่อการเข้ามาใช้งานภายในพื้นที่ รวมถึงมีผลต่อความชอบและนิยมเข้ามาใช้งานภายในสถานที่แห่งนั้น ทั้งนี้จากการสำรวจยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างนิยมเข้ามาใช้งานเฉลี่ย 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ เนื่องจากตำแหน่งที่ตั้งที่สามารถเข้าถึงง่ายและเดินทางมาได้

สะดวก มีการเชื่อมต่อของถนนสายหลักที่ทำให้สามารถเดินทางเข้ามาสู่พื้นที่ได้หลายรูปแบบการเดินทาง เช่น รถส่วนบุคคล รถโดยสารประจำทาง รถไฟฟ้า รวมไปถึงการเดินทางทางน้ำอย่างเรือด่วนเจ้าพระยา

## 2. ด้านกายภาพ

จากการสำรวจและสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่เข้ามาใช้งานภายในพื้นที่กรณีศึกษา พบว่า ด้านกายภาพของพื้นที่มีคะแนนจากความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง 7 คะแนน ซึ่งจะเห็นได้ว่า ปัจจัยด้านกายภาพที่มีลักษณะรวมถึงรูปแบบของพื้นที่ ที่สามารถปรับเปลี่ยนหรือเปลี่ยนแปลงได้ตามช่วงเวลาและกิจกรรม เพื่อสร้างพื้นที่ที่สามารถรองรับกิจกรรมได้หลากหลายรูปแบบ ลักษณะทางการภาพที่สามารถปรับเปลี่ยนและยืดหยุ่นได้ตามกิจกรรมเป็นสิ่งที่ส่งผลให้เกิดความนิยมในการเข้ามาใช้งาน และส่งผลให้กลุ่มคนรุ่นใหม่เลือกเข้ามาใช้งานภายในพื้นที่

### ปัจจัยการเกิดพื้นที่สาธารณะ

การวิเคราะห์ผลการสำรวจและสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่เข้ามาใช้งานภายในพื้นที่ที่มีต่อด้านลักษณะของพื้นที่สาธารณะที่ส่งผลต่อการเข้ามาใช้งานภายในพื้นที่ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

#### 1. ด้านขอบเขตการให้บริการ/ระยะเวลาเข้าถึง

จากการสำรวจและสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่เข้ามาใช้งานภายในพื้นที่กรณีศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านขอบเขตการให้บริการและระยะเวลาเข้าถึงของพื้นที่ มีคะแนนจากความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง 9 คะแนน ซึ่งจะเห็นได้ว่า ระยะเวลาเข้าถึงที่สามารถเดินเท้าในระยะทาง 500 เมตร หรือ 5-10 นาที มีผลต่อการเลือกเข้ามาใช้งานภายในพื้นที่เป็นอย่างมาก ซึ่งผู้ที่เข้ามาใช้งานสามารถเดินเท้าจากจุดบริการรถสาธารณะทำให้ง่ายและสะดวกต่อการเดินทางเข้ามาใช้งานภายในพื้นที่

#### 2. ความสะดวกสบาย

จากการสำรวจและสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่เข้ามาใช้งานภายในพื้นที่กรณีศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านความสะดวกสบายมีคะแนนจากความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างของคนรุ่นใหม่ที่เข้ามาใช้งานภายในพื้นที่กรณีศึกษา 9 คะแนน ซึ่งจะเห็นได้ว่า กลุ่มคนรุ่นใหม่ที่เข้ามาใช้งานมีความคิดเห็นว่าสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ รวมไปถึงสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ภายในพื้นที่ มีผลในการเลือกเข้ามาใช้งานภายในพื้นที่ ทั้งนี้สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่ให้บริการภายในพื้นที่ ไม่ว่าจะเป็นเก้าอี้นั่งพักผ่อน หลังคาบังแดด รวมถึงสภาพอากาศ สภาพแวดล้อมภายในพื้นที่ มีส่วนทำให้ผู้ที่เข้ามาใช้งานภายในพื้นที่เกิดสภาวะน่าสบาย ผ่อนคลาย และเลือกเข้ามาใช้งานภายในพื้นที่

### 3. ความริบเร่ภายในชีวิตประจำวัน

จากการสำรวจและสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่เข้ามาใช้งานภายในพื้นที่กรณีศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านความริบเร่ในชีวิตประจำวันมีคะแนนความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างของคนรุ่นใหม่ที่เข้ามาใช้งานภายในพื้นที่กรณีศึกษา 12 คะแนน ซึ่งจะเห็นได้ว่า ลักษณะของพื้นที่ที่มีกิจกรรมที่หลากหลายและตั้งอยู่ในตำแหน่งที่สามารถเชื่อมต่อสู่พื้นที่อื่นได้สะดวก ด้วยการเดินทางหลากหลายรูปแบบนั้น มีผลต่อการเข้ามาใช้งานภายในพื้นที่สาธารณะมากที่สุด เนื่องจากด้วยพฤติกรรมที่มีความคล่องตัวและวิถีชีวิตที่ดำเนินด้วยความริบเร่ของกลุ่มคนรุ่นใหม่ นั้นชอบสิ่งที่มีความสะดวกและรวดเร็ว ดังนั้นพื้นที่ถนนข้ามสารที่มีทั้งความยืดหยุ่นของกิจกรรมและการเชื่อมต่อสู่พื้นที่อื่นได้ดีนั้น จึงส่งผลให้กลุ่มคนรุ่นใหม่เลือกเข้ามาใช้งานในพื้นที่ ซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่นิยมความสะดวกรวดเร็ว และวิถีชีวิตที่ค่อนข้างเร่งรีบ

### 4. ภาพลักษณ์ของพื้นที่สาธารณะ

จากการสำรวจและสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่เข้ามาใช้งานภายในพื้นที่กรณีศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของพื้นที่มีคะแนนความคิดเห็นจากกลุ่มตัวอย่างของคนรุ่นใหม่ที่เข้ามาใช้งานภายในพื้นที่กรณีศึกษา 9 คะแนน ซึ่งจะเห็นได้ว่า การมีภาพลักษณ์ของพื้นที่ที่เป็นที่นิยมในการเข้ามาใช้งาน มีผลต่อการเข้ามาใช้งานภายในพื้นที่ ทั้งนี้รวมถึงลักษณะและรูปแบบของกิจกรรมที่เกิดต่อเนื่องกันภายในพื้นที่ และภาพลักษณ์ของพื้นที่ที่ร่ายล้อมไปด้วยบริบทต่าง ๆ รอบข้างเป็นแรงดึงดูดที่ส่งผลให้กลุ่มคนรุ่นใหม่นิยมเข้ามาใช้งาน

#### กิจกรรมภายในพื้นที่

การวิเคราะห์ผลการสำรวจและสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่เข้ามาใช้งานภายในพื้นที่ที่มีต่อด้านลักษณะของพื้นที่สาธารณะที่ส่งผลต่อการเข้ามาใช้งานภายในพื้นที่ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยด้านการส่งเสริมให้เกิดกิจกรรมนันทนาการแบบกระฉับกระเฉง การวิเคราะห์ผลการสำรวจและสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่เข้ามาใช้งานภายในพื้นที่ที่มีต่อกิจกรรมนันทนาการแบบกระฉับกระเฉงที่เกิดขึ้นบนพื้นที่กรณีศึกษาที่ส่งผลต่อการเข้ามาใช้งานภายในพื้นที่ พบว่า มีค่าคะแนนจากความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่เข้ามาใช้งานภายในพื้นที่กรณีศึกษา 8 คะแนน ซึ่งจะเห็นได้ว่า **ปัจจัยด้านการส่งเสริมให้เกิดกิจกรรมนันทนาการแบบกระฉับกระเฉง** มีผลต่อการเข้ามาใช้งานภายในพื้นที่ จากกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ตอบแบบสอบถามกิจกรรมส่วนใหญ่ที่นิยมทำคือ พบปะสังสรรค์ ทำงาน และท่องเที่ยวหรือพักผ่อน นอกจากนี้ยังพบอีกว่า ความต่อเนื่องของกิจกรรมที่เกิดขึ้นภายในพื้นที่ก็ช่วยส่งผลให้พื้นที่ที่มีความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ที่ทำให้กลุ่มคนรุ่นใหม่เลือกเข้ามาใช้งานมากขึ้น

## 2. ปัจจัยด้านการส่งเสริมให้เกิดกิจกรรมนันทนาการแบบผ่อนคลาย

การวิเคราะห์ผลการสำรวจและสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ใช้เข้ามาใช้งานภายในพื้นที่ที่มีต่อกิจกรรมนันทนาการแบบผ่อนคลายที่เกิดขึ้นบนพื้นที่การณศึกษาที่ส่งผลต่อการเข้ามาใช้งานภายในพื้นที่ พบว่า มีค่าคะแนนจากความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ใช้เข้ามาใช้งานภายในพื้นที่การณศึกษา 7 คะแนน ซึ่งจะเห็นได้ว่า **ปัจจัยด้านการส่งเสริมให้เกิดกิจกรรมนันทนาการแบบผ่อนคลาย** มีซึ่งจะเห็นได้ว่า พื้นที่ที่มีพื้นที่สำหรับนั่งพัก นั่งมอง และมีแสงสว่างเพียงพอภายในพื้นที่ที่เหมาะสมกับการมองเห็นและทำกิจกรรมต่าง ๆ มีผลต่อการเลือกเข้ามาใช้งานภายในพื้นที่

### ความรู้สึกต่อสถานที่

การวิเคราะห์ผลการสำรวจและสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ใช้เข้ามาใช้งานภายในพื้นที่การณศึกษา ในด้านความรู้สึกที่มีต่อสถานที่ที่มีผลต่อการเข้ามาใช้งานภายในพื้นที่ พบว่า มีค่าคะแนนจากความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ใช้เข้ามาใช้งานภายในพื้นที่การณศึกษา 7 คะแนน พื้นที่ที่มีแรงดึงดูดหรือพื้นที่ที่สามารถแสดงออกถึงความเป็นตัวตนของกลุ่มคนรุ่นใหม่ ส่งผลให้มีความรู้สึกอยากเข้ามาใช้งานภายในพื้นที่ เนื่องจากความหลากหลายของกิจกรรมที่เกิดในพื้นที่สามารถรองรับความต้องการของกลุ่มคนรุ่นใหม่มีความชื่นชอบแตกต่างกันได้ เพราะนอกจากจะสามารถแสดงออกถึงความเป็นตัวตนแล้ว ยังสร้างความมีชีวิตชีวาให้กับพื้นที่อีกด้วย

### การเป็นพื้นที่ทางสังคม

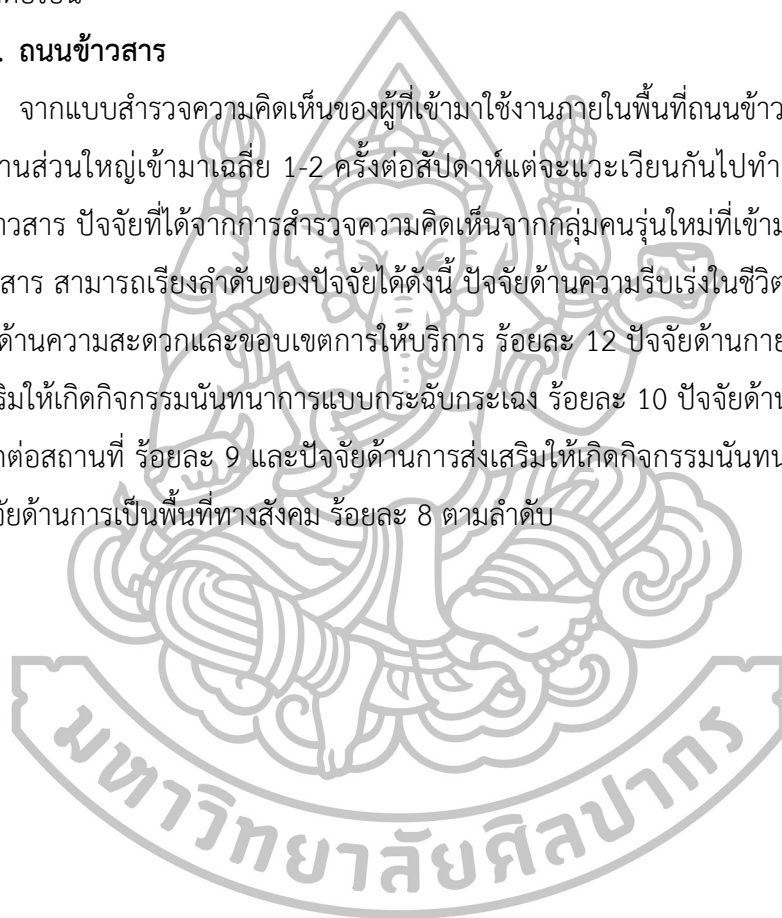
การวิเคราะห์ผลการสำรวจและสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ใช้เข้ามาใช้งานภายในพื้นที่ที่มีต่อการเป็นพื้นที่ทางสังคมของพื้นที่การณศึกษาที่ส่งผลต่อการเข้ามาใช้งานภายในพื้นที่ ซึ่งจากการสำรวจและสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ใช้เข้ามาใช้งาน พบว่า มีค่าคะแนนจากความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ใช้เข้ามาใช้งานภายในพื้นที่การณศึกษา 6 คะแนน ซึ่งจะเห็นได้ว่า การสร้างและส่งเสริมให้เกิดการมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันของผู้ที่เข้ามาใช้งาน ส่งผลให้พื้นที่เอื้อต่อการเป็นพื้นที่ทางสังคมที่สามารถรวมพื้นที่สาธารณะและกิจกรรมทางสังคมไว้ด้วยกันได้ มีผลต่อการเลือกเข้ามาใช้งานภายในพื้นที่ นอกจากนี้กลุ่มคนรุ่นใหม่ยังนิยมในการเข้าสังคมและสร้างสังคมใหม่ ๆ อยู่เสมอ

## สรุปผลการวิเคราะห์พฤติกรรมและทัศนคติของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีต่อพื้นที่สาธารณะ

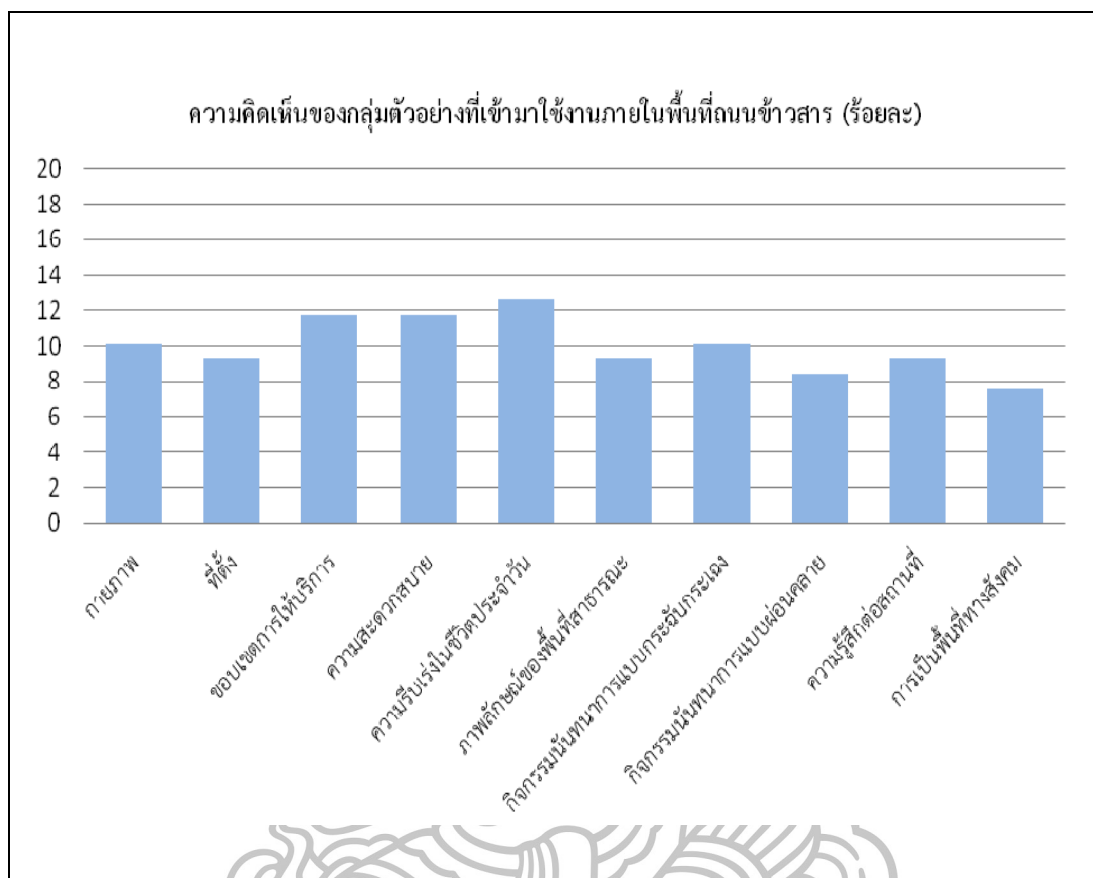
จากการสำรวจภาคสนาม สัมภาษณ์พฤติกรรมและสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีต่อการใช้พื้นที่สาธารณะ โดยใช้เกณฑ์การพิจารณาที่ได้จากการสังเคราะห์แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคนรุ่นใหม่และพื้นที่สาธารณะมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 60 คน ที่เข้ามาใช้งานภายในพื้นที่กรณีศึกษา โดยใช้เกณฑ์การพิจารณาดังต่อไปนี้ โดยสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ได้ดังต่อไปนี้

### 1. ถนนข้าวสาร

จากแบบสำรวจความคิดเห็นของผู้ที่เข้ามาใช้งานภายในพื้นที่ถนนข้าวสาร พบว่ากลุ่มผู้ที่เข้ามาใช้งานส่วนใหญ่เข้ามาเฉลี่ย 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์แต่ละจะแวะเวียนกันไปทำกิจกรรมต่าง ๆ ภายในถนนข้าวสาร ปัจจัยที่ได้จากการสำรวจความคิดเห็นจากกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มาใช้งานภายในพื้นที่ถนนข้าวสาร สามารถเรียงลำดับของปัจจัยได้ดังนี้ ปัจจัยด้านความรื่นรมย์ในชีวิตประจำวัน ร้อยละ 13 ปัจจัยด้านความสะดวกและขอบเขตการให้บริการ ร้อยละ 12 ปัจจัยด้านกายภาพและปัจจัยด้านการส่งเสริมให้เกิดกิจกรรมนันทนาการแบบกระฉับกระเฉง ร้อยละ 10 ปัจจัยด้านที่ตั้งและปัจจัยด้านความรู้สึกต่อสถานที่ ร้อยละ 9 และปัจจัยด้านการส่งเสริมให้เกิดกิจกรรมนันทนาการแบบผ่อนคลายและปัจจัยด้านการเป็นพื้นที่ทางสังคม ร้อยละ 8 ตามลำดับ





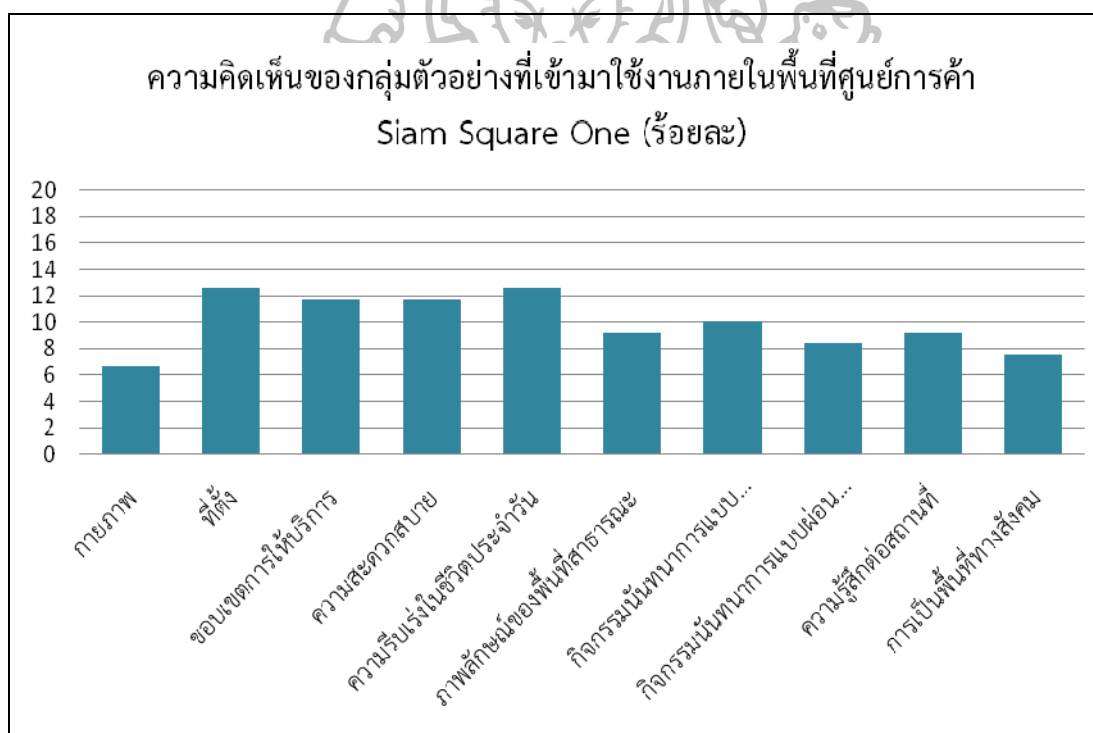


แผนภูมิที่ 1 ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่เข้ามาใช้งานภายในพื้นที่ถนนข้าวสาร

ซึ่งจากแผนภูมิที่ 1 ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่เข้ามาใช้งานภายในพื้นที่ถนนข้าวสารข้างต้น จะเห็นได้ว่าปัจจัยหลักที่ส่งผลให้กลุ่มตัวอย่างเลือกเข้ามาใช้งานภายในพื้นที่มากที่สุด ได้แก่ **ความเร่งรีบในชีวิตประจำวัน** เนื่องจากพื้นที่มีความเชื่อมโยงของลักษณะการใช้ประโยชน์ที่ดินหลาย ๆ ประเภท รวมทั้งสามารถเชื่อมต่อการเดินทางได้หลากหลายรูปแบบ และพื้นที่ถนนข้าวสารรองรับการประกอบกิจกรรมประเภท Active นอกจากนี้ปัจจัยที่ส่งผลให้มีผู้นิยมเข้ามาใช้งานคือ กระแสนิยม ซึ่งถึงแม้จะเข้าถึงได้ยากกว่าพื้นที่ศึกษาอื่น แต่ความเป็นที่นิยมถนนข้าวสารทำให้ผู้ใช้งานเดินทางเข้ามาใช้งานอย่างต่อเนื่อง

## 2. ศูนย์การค้า Siam Square One

จากแบบสำรวจกลุ่มตัวอย่างที่เข้ามาใช้งานภายในพื้นที่พบว่า คนส่วนใหญ่เข้ามาใช้พื้นที่ประมาณ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ ปัจจัยที่ได้จากการสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มาใช้งานภายในพื้นที่ศึกษา สามารถเรียงลำดับปัจจัยได้ดังนี้ ปัจจัยด้านความริบเร่งในชีวิตประจำวัน ร้อยละ 13 ปัจจัยด้านขอบเขตการให้บริการและปัจจัยด้านความสะดวกสบาย ร้อยละ 12 ปัจจัยด้านการส่งเสริมกิจกรรมนันทนาการแบบกระฉับกระเฉง ร้อยละ 10 ปัจจัยด้านความรู้สึกรู้สึกต่อสถานที่ ร้อยละ 9 ปัจจัยด้านการส่งเสริมให้เกิดกิจกรรมนันทนาการแบบผ่อนคลาย ร้อยละ 8 และปัจจัยด้านกายภาพและปัจจัยด้านการเป็นพื้นที่ทางสังคม ร้อยละ 7 ของความคิดเห็นจากกลุ่มตัวอย่างที่เข้ามาใช้งานภายในพื้นที่



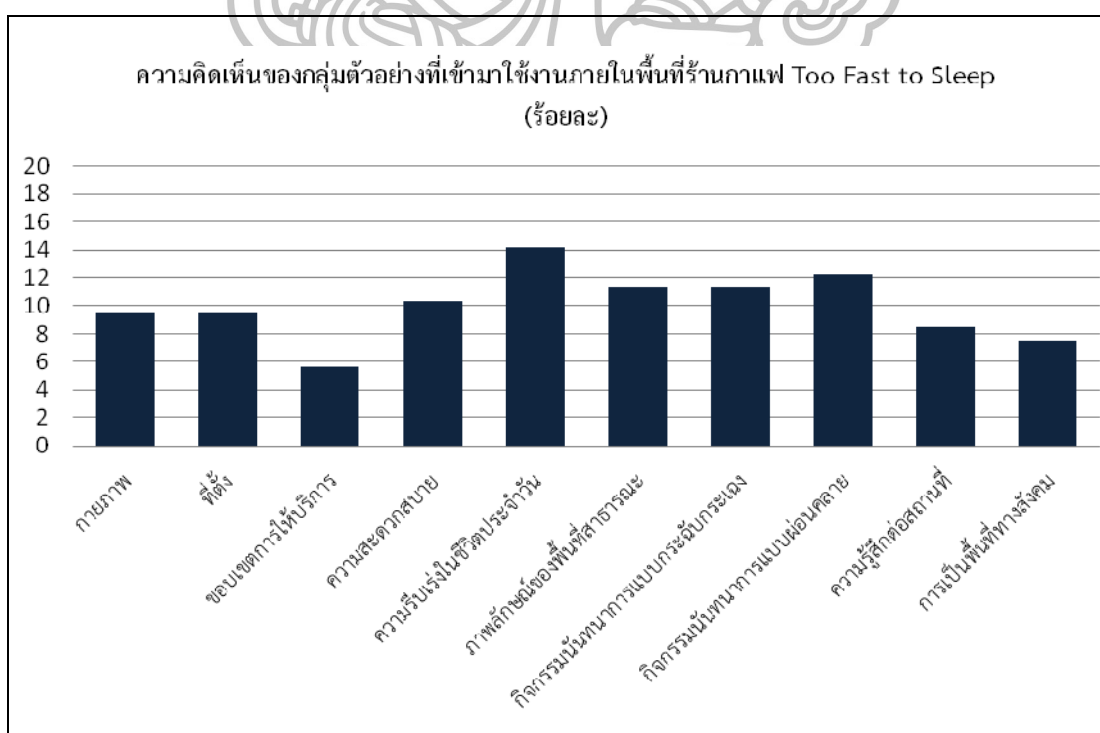
แผนภูมิที่ 2 ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่เข้ามาใช้งานภายในพื้นที่ศูนย์การค้า Siam Square One

ซึ่งจากแผนภูมิที่ 2 ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่เข้ามาใช้งานภายในพื้นที่ศูนย์การค้า Siam Square One ข้างต้น พบว่า ปัจจัยหลักที่ส่งผลให้กลุ่มตัวอย่างเลือกเข้ามาใช้งานภายในพื้นที่มากที่สุดได้แก่ ความเร่งรีบในชีวิตประจำวัน เนื่องจากพื้นที่มีความเชื่อมโยงของลักษณะการใช้ประโยชน์ที่ดินหลาย ๆ ประเภท รวมทั้งสามารถเชื่อมต่อการเดินทางได้หลากหลายรูปแบบ

นอกจากนี้ยังขึ้นอยู่กับความเป็นที่นิยมหรือกระแสนิยมในขณะนั้นที่ส่งผลทำให้มีผู้เข้ามาใช้งานภายในพื้นที่มากขึ้น การจัดกิจกรรมหรือส่งเสริมให้มีการทำกิจกรรมภายในพื้นที่มีผลต่อการสร้างปฏิสัมพันธ์กันระหว่างคนที่เข้ามาใช้งานและช่วยเสริมสร้างความมีชีวิตชีวาให้กับพื้นที่ ซึ่งกิจกรรมส่วนใหญ่ที่เกิดขึ้นภายในพื้นที่จะเป็นกิจกรรมประเภทกระฉับกระเฉง (Active) ที่ส่งเสริมให้ผู้คนที่เข้ามาใช้งานสามารถร่วมกิจกรรมดังกล่าวด้วยกันได้

### 3. ร้านกาแฟ Too Fast to Sleep

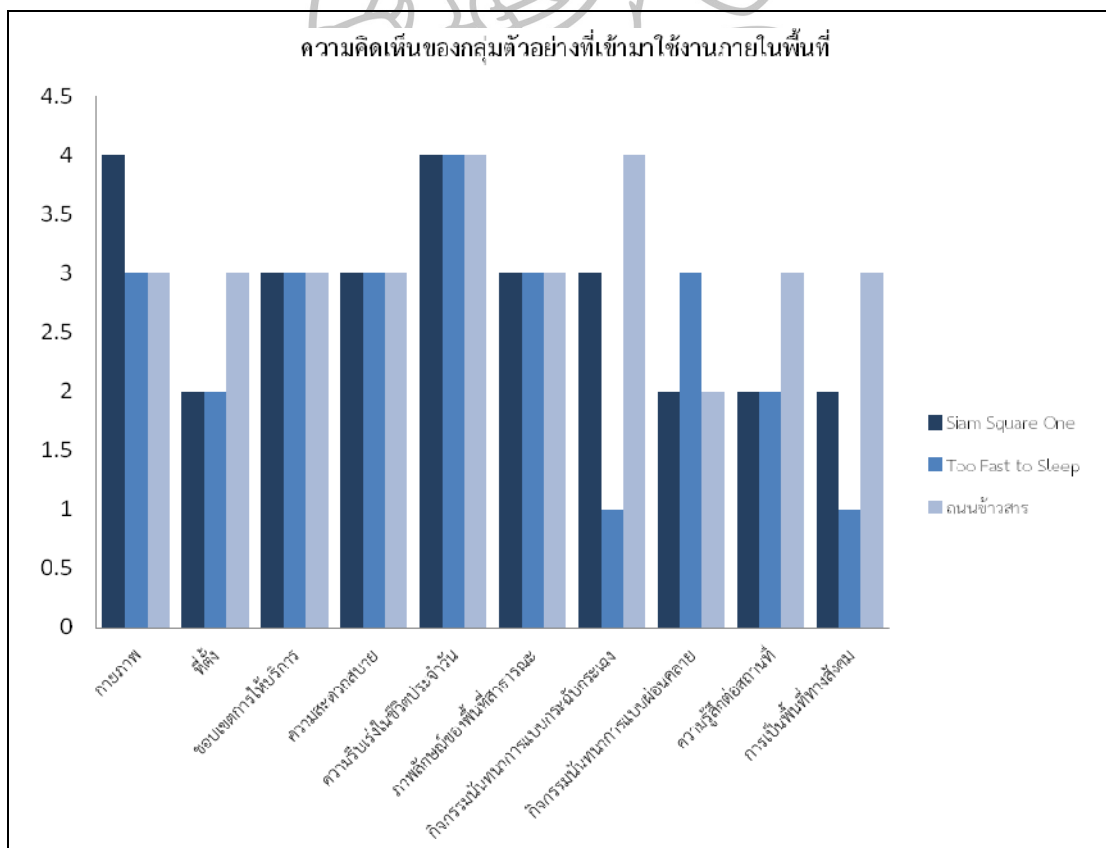
จากแบบสำรวจกลุ่มตัวอย่างที่เข้าใช้งานภายในพื้นที่พบว่า กลุ่มคนรุ่นใหม่ที่เข้ามาใช้งานภายในพื้นที่ที่กรณีศึกษา เฉลี่ย 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ และเข้ามาใช้งาน 2-4 ชั่วโมงต่อครั้ง โดยปัจจัยที่ได้จากการสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่เข้ามาใช้งานภายในพื้นที่ศึกษา สามารถเรียงลำดับปัจจัยได้ดังนี้ ปัจจัยด้านความรีบเร่งในชีวิตประจำวัน ร้อยละ 14 ปัจจัยด้านการส่งเสริมให้เกิดกิจกรรมนันทนาการแบบผ่อนคลาย ร้อยละ 12 ปัจจัยด้านการส่งเสริมให้เกิดกิจกรรมนันทนาการแบบกระฉับกระเฉงและปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของพื้นที่ ร้อยละ 11 ปัจจัยด้านความสะดวกสบาย ร้อยละ 10 ปัจจัยด้านกายภาพและปัจจัยด้านที่ตั้ง ร้อยละ 9 ปัจจัยด้านความรู้สึกต่อสถานที่และปัจจัยด้านการเป็นพื้นที่ทางสังคม ร้อยละ 8 และปัจจัยด้านขอบเขตการให้บริการ ร้อยละ 6 ของความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่เข้ามาใช้งานภายในพื้นที่



แผนภูมิที่ 3 ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่เข้ามาใช้งานภายในพื้นที่ร้านกาแฟ Too Fast to Sleep

ซึ่งจากแผนภูมิที่ 3 ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่เข้ามาใช้งานภายในพื้นที่ร้านกาแฟ Too Fast to Sleep ข้างต้น พบว่า ปัจจัยหลักที่ส่งผลให้กลุ่มตัวอย่างเลือกเข้ามาใช้งานภายในพื้นที่มากที่สุดได้แก่ ความเร่งรีบในชีวิตประจำวัน เนื่องจากพื้นที่มีความเชื่อมโยงของลักษณะการใช้ประโยชน์ที่ดินหลาย ๆ ประเภท รวมทั้งสามารถเชื่อมต่อการเดินทางได้หลากหลายรูปแบบ เนื่องจากร้านกาแฟนี้มีที่ตั้งใกล้กับมหาวิทยาลัยและย่านที่พักอาศัย ทำให้ง่ายต่อการเดินทางและการเข้าถึง กิจกรรมส่วนใหญ่ที่เกิดขึ้นภายในพื้นที่จะเป็นกิจกรรมที่เน้นการมีปฏิสัมพันธ์กันทางสังคมมาก ซึ่งเป็นกิจกรรมประเภท passive ที่ส่วนมากจะเน้นการนั่งพักผ่อนหนังสือและพูดคุยกันเป็นส่วนมาก มีการให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น ที่นั่ง ห้องน้ำ อินเทอร์เน็ต ที่ทำให้ผู้คนส่วนใหญ่นิยมเลือกเข้ามาใช้งานภายในพื้นที่

โดยจากการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่เข้ามาใช้งานภายในพื้นที่กรณีศึกษาสามารถสรุปลักษณะของพื้นที่สาธารณะที่ตอบรับกับพฤติกรรมของกลุ่มคนรุ่นใหม่ได้ดังต่อไปนี้



แผนภูมิที่ 4 เปรียบเทียบความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่เข้ามาใช้งานภายในพื้นที่กรณีศึกษา

### จากแผนภูมิที่ 4 เปรียบเทียบความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่เข้ามาใช้งานภายในพื้นที่กรณีศึกษา

จะเห็นได้ว่า ปัจจัยที่ตอบรับกับพฤติกรรมของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ได้จากการสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่เข้ามาใช้งานภายในพื้นที่ เมื่อกำหนดให้แต่ละปัจจัยมีค่าคะแนนที่ได้จากการสอบถามดังนี้ มากที่สุด = 4 มาก = 3 ปานกลาง = 2 และ น้อย = 1 พบว่า ปัจจัยด้านความรื่นรมย์ในชีวิตประจำวัน เป็นปัจจัยที่ตอบรับกับพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างของคนรุ่นใหม่ที่เข้ามาใช้งานภายในพื้นที่กรณีศึกษามากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะ พฤติกรรม และรูปแบบการใช้ชีวิตของกลุ่มคนรุ่นใหม่ ที่มีความคล่องตัว รื่นรมย์ ชอบความสะดวกรวดเร็ว จึงส่งผลให้ปัจจัยดังกล่าวเป็นปัจจัยที่ตอบรับกับพฤติกรรมของคนรุ่นใหม่มากที่สุด และสามารถสรุปค่าคะแนนและจัดลำดับคะแนนของแต่ละปัจจัยได้ดังนี้

ตารางที่ 4 แสดงรายละเอียดลักษณะของพื้นที่สาธารณะที่ตอบรับกับพฤติกรรมของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ได้จากการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างคนรุ่นใหม่ที่เข้ามาใช้งานภายในพื้นที่กรณีศึกษา

เกณฑ์การพิจารณาพื้นที่สาธารณะสำหรับคนรุ่นใหม่		พื้นที่กรณีศึกษา			
		ถนน ข้าวสาร	ศูนย์การค้า Siam Square one	ร้านกาแฟ Too Fast to Sleep	รวม
1. ลักษณะ ของพื้นที่ สาธารณะ	<b>ด้านที่ตั้ง</b> เข้าถึงง่าย เดินทางสะดวก	3	4	3	10
	<b>ด้านกายภาพ</b> มีการใช้งานของกิจกรรมที่หลากหลาย	3	2	2	7
2. ปัจจัยการ เกิดพื้นที่ สาธารณะ	<b>ขอบเขตการให้บริการ</b> มีระยะเวลาเข้าถึงด้วยการเดินเท้า 5-10 นาที หรือ 500 เมตร	3	3	3	9

ตารางที่ 4 แสดงรายละเอียดลักษณะของพื้นที่สาธารณะที่ตอบรับกับพฤติกรรมของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ได้จากการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างคนรุ่นใหม่ที่เข้ามาใช้งานภายในพื้นที่กรณีศึกษา (ต่อ)

เกณฑ์การพิจารณาพื้นที่สาธารณะสำหรับคนรุ่นใหม่		พื้นที่กรณีศึกษา			
		ถนน ข้าวสาร	ศูนย์การค้า Siam Square one	ร้านกาแฟ Too Fast to Sleep	รวม
	<b>ความสะดวกสบาย</b> มีสิ่งอำนวยความสะดวกสบายรวมถึงการมี สภาพภูมิอากาศที่เหมาะสมและระยะเวลาในการให้บริการ	3	3	3	9
	<b>ความริบเร่งในชีวิตประจำวัน</b> มีการเชื่อมโยงกับลักษณะการใช้ประโยชน์ที่ดินหลาย ๆ ประเภทและสามารถเชื่อมต่อการเดินทางได้หลายรูปแบบ	4	4	4	12
	<b>ภาพลักษณ์ของพื้นที่สาธารณะ</b> มีภาพลักษณ์ที่แสดงถึงความทันสมัยหรือการเป็นที่ นิยม	3	3	3	9
3. กิจกรรม ภายใน พื้นที่	<b>ส่งเสริมให้เกิดกิจกรรมนันทนาการแบบกระฉับกระเฉง</b> มีพื้นที่สำหรับรองรับกิจกรรมประเภทต่าง ๆ เช่น เดิน วิ่ง เต้น เป็นต้น	4	3	1	8
	<b>ส่งเสริมกิจกรรมนันทนาการแบบผ่อนคลาย</b> มีพื้นที่สำหรับนั่งพัก นั่งมอง เป็นต้น	2	2	3	7
4. ความรู้สึก ต่อสถานที่	พื้นที่ที่ส่งเสริมให้เกิดการแสดงออกถึงความเป็น ตัวตนของกลุ่มคนรุ่นใหม่	3	2	2	7

ตารางที่ 4 แสดงรายละเอียดลักษณะของพื้นที่สาธารณะที่ตอบรับกับพฤติกรรมของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ได้จากการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างคนรุ่นใหม่ที่เข้ามาใช้งานภายในพื้นที่กรณีศึกษา (ต่อ)

เกณฑ์การพิจารณาพื้นที่สาธารณะสำหรับคนรุ่นใหม่		พื้นที่กรณีศึกษา			
		ถนน ข้าวสาร	ศูนย์การค้า Siam Square one	ร้านกาแฟ Too Fast to Sleep	รวม
5. การเป็นพื้นที่ทางสังคม	พื้นที่ที่เอื้อต่อการรวมกันระหว่างพื้นที่สาธารณะและกิจกรรมทางสังคม	3	2	1	6
รวม		31	28	25	

หมายเหตุ : มากที่สุด = 4 มาก = 3 ปานกลาง = 2 น้อย = 1

จากตารางที่ 4 ตารางแสดงรายละเอียดลักษณะของพื้นที่สาธารณะที่ตอบรับกับพฤติกรรมของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ได้จากการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างคนรุ่นใหม่ที่เข้ามาใช้งานภายในพื้นที่กรณีศึกษา จะเห็นได้ว่า กลุ่มตัวอย่างที่เข้ามาใช้งานภายในพื้นที่ศึกษามีความคิดเห็นว่า ปัจจัยการเกิดพื้นที่สาธารณะในด้านของความริบเร่งในชีวิตประจำวัน มีผลต่อการเลือกเข้ามาใช้งานภายในพื้นที่ที่มากที่สุด คือ 12 คะแนน ซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมที่เป็นลักษณะเด่นของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ชอบความสะดวกและรวดเร็ว เนื่องจากวิถีชีวิตที่มีความริบเร่งอยู่ตลอดเวลา ทำให้ต้องการพื้นที่ที่มีความเชื่อมโยงกับการใช้ประโยชน์ที่ดินที่หลากหลายและสามารถเดินทางสู่พื้นที่อื่นได้อย่างสะดวกรวดเร็ว จากการเชื่อมต่อของระบบของการเดินทางหลายรูปแบบ

นอกจากนี้ปัจจัยอื่นที่มีผลต่อการเลือกเข้ามาใช้งานภายในพื้นที่รองลงมา คือ **ปัจจัยด้านที่ตั้ง** 10 คะแนน พื้นที่ที่ตั้งอยู่ย่านกลางใจเมือง สามารถเดินทางเข้าถึงพื้นที่ได้อย่างสะดวก รวมทั้งสามารถเดินทางเข้าสู่พื้นที่ได้หลากหลายช่องทาง ทั้งนี้ปัจจัยอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อการเข้ามาใช้งานภายในพื้นที่ของคนรุ่นใหม่ ที่ได้คะแนนจากความคิดเห็นจากกลุ่มคนรุ่นใหม่ 9 คะแนน ได้แก่ **ปัจจัยด้านขอบเขตการให้บริการ** ที่มีระยะการให้บริการ 500 เมตร หรือระยะการเดินทาง 5-10 นาที จากจุดบริการสาธารณะ **ปัจจัยด้านความสะดวกสบาย** มีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในพื้นที่รวมไปถึงการมีสภาพหรือบรรยากาศภายในพื้นที่ที่เหมาะสมในการเข้าไปใช้งาน **ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของพื้นที่** การมีภาพลักษณ์ที่ทันสมัยหรือร่ายล้อมไปด้วยบริบทรอบข้างของพื้นที่ที่กำลังเป็นที่นิยม ที่

ส่งเสริมให้เกิดความดึงดูดในการเลือกเข้ามาใช้งาน ตามลำดับ **ปัจจัยด้านการส่งเสริมให้เกิดกิจกรรม** **นันทนาการแบบกระฉับกระเฉง** ได้คะแนนจากความคิดเห็นจากกลุ่มคนรุ่นใหม่ 8 คะแนน คือ การมีพื้นที่เปิดโล่ง เพื่อรองรับกับการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ที่ต้องใช้แรง เช่น การเดิน การวิ่ง เป็นต้น ส่วนปัจจัยที่ได้คะแนนจากความคิดเห็นจากกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่เข้ามาใช้งานภายในพื้นที่กรณีศึกษา 7 คะแนน ได้แก่ **ปัจจัยด้านกายภาพ** การใช้งานภายในพื้นที่ที่ยืดหยุ่น เพื่อรองรับกิจกรรมที่หลากหลาย และรองรับกับรูปแบบของกิจกรรมที่เปลี่ยนแปลง **ปัจจัยด้านการส่งเสริมให้เกิดกิจกรรมนันทนาการแบบผ่อนคลาย** การมีพื้นที่สำหรับนั่งพัก นั่งมอง และมีแสงสว่างเพียงพอภายในพื้นที่ที่เหมาะสมกับการมองเห็นและทำกิจกรรมต่าง ๆ **ปัจจัยด้านความรู้สึกต่อสถานที่** การเป็นพื้นที่ที่ส่งเสริมให้เกิดการแสดงออกถึงความเป็นตัวตนของกลุ่มคนรุ่นใหม่และการสร้างความรู้สึกร่วมกันของการเป็นส่วนหนึ่งของพื้นที่เพื่อสร้างแรงดึงดูดในการเข้ามาใช้งานภายในพื้นที่ และ**ปัจจัยการเป็นพื้นที่ทางสังคม** 6 คะแนน คือ การเป็นพื้นที่ที่เอื้อให้เกิดการมีปฏิสัมพันธ์กันระหว่างกิจกรรมของผู้ใช้งานและพื้นที่สาธารณะ เพื่อส่งเสริมการมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันของผู้ที่เข้ามาใช้งานภายในพื้นที่

นอกจากนี้เมื่อพิจารณาถึงคะแนนรวมจากความคิดเห็นจากกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่เข้ามาใช้งานภายในพื้นที่กรณีศึกษาทั้ง 3 พื้นที่กรณีศึกษา พบว่า พื้นที่ถนนข้าวสารมีความตอบรับกับความต้องการการใช้พื้นที่สาธารณะของคนรุ่นใหม่มากที่สุด คือ 31 คะแนน โดยที่พื้นที่ศูนย์การค้า Siam Square One มีคะแนนรวม 28 และร้านกาแฟ Too Fast to Sleep มีคะแนน 25 คะแนน จากคะแนนเต็มทั้งหมด 40 คะแนน ทั้งนี้จะเห็นได้ว่าพื้นที่ถนนข้าวสารเมื่อวิเคราะห์ตามเกณฑ์การพิจารณาพื้นที่สาธารณะที่ตอบรับกับพฤติกรรมของคนรุ่นใหม่ สอดคล้องตามปัจจัยที่มีต่อความต้องการใช้พื้นที่สาธารณะมากที่สุด จากความคิดเห็นของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่เข้ามาใช้งานภายในพื้นที่กรณีศึกษา



## บทที่ 6

### สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

ในส่วนนี้จะเป็นการกล่าวสรุปผลการศึกษาเรื่องแนวทางการออกแบบพื้นที่สาธารณะที่ตอบรับกับพฤติกรรมของคนรุ่นใหม่ที่ได้ทำการศึกษามาข้างต้น สรุปความคิดเห็นกลุ่มตัวอย่าง การสังเคราะห์แนวทางการออกแบบพื้นที่สาธารณะที่เหมาะสมกับพฤติกรรมของคนรุ่นใหม่ และข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

#### ผลการศึกษาลักษณะของพื้นที่สาธารณะที่ตอบรับกับพฤติกรรมของคนรุ่นใหม่ที่ได้จากการวิเคราะห์พื้นที่กรณีศึกษา

ในปัจจุบันลักษณะการใช้พื้นที่สาธารณะมีความหลากหลายมากขึ้น นอกจากการสร้างปฏิสัมพันธ์ทางสังคม การทำงาน การพักผ่อน ยังรวมถึงการสะท้อนให้เห็นถึงพฤติกรรม ค่านิยม และวิถีชีวิตของกลุ่มคนรุ่นใหม่ (Generation - Y) ที่แสดงออกผ่านลักษณะการใช้พื้นที่สาธารณะ ซึ่งจากลักษณะและความต้องการในการใช้พื้นที่สาธารณะของกลุ่มคนรุ่นใหม่ จะเห็นได้ว่า พื้นที่สาธารณะส่วนใหญ่ไม่สามารถตอบรับกับพฤติกรรมและความต้องการของกลุ่มคนรุ่นใหม่ในการประกอบกิจกรรมต่าง ๆ เนื่องด้วยวิถีชีวิตและบุคลิกภาพของกลุ่มคนรุ่นใหม่ นิยมนัดพบปะ ทำงาน ทำกิจกรรมหรือมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกัน บนพื้นที่สาธารณะที่มีลักษณะเฉพาะตัว เป็นเอกลักษณ์ และแตกต่างกับพื้นที่สาธารณะเมืองที่ปรากฏโดยทั่วไป ทั้งนี้พื้นที่สาธารณะที่มีในปัจจุบัน ไม่สามารถตอบรับกับความต้องการ รสนิยม รวมไปถึงรูปแบบการใช้ชีวิตของกลุ่มคนรุ่นใหม่ ที่ในปัจจุบันใช้เวลาอย่างน้อย 3-5 ชั่วโมงบนพื้นที่สาธารณะบางประเภทเท่านั้น จึงได้มีการศึกษาพื้นที่สาธารณะที่กลุ่มคนรุ่นใหม่นิยมเข้าไปใช้งาน เพื่อวิเคราะห์ถึงการเป็นพื้นที่สาธารณะเมืองและการนำไปสู่แนวทางการออกแบบพื้นที่สาธารณะที่ตอบรับกับพฤติกรรมของคนรุ่นใหม่ ทั้งนี้จากการศึกษาและรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มคนรุ่นใหม่และพื้นที่สาธารณะข้างต้น พบว่า ลักษณะของพื้นที่สาธารณะที่เหมาะสมและตอบรับกับพฤติกรรมของคนรุ่นใหม่ที่กำลังไปข้างต้นนั้น ได้นำมาเป็นเกณฑ์เพื่อพิจารณาในการคัดเลือกพื้นที่กรณีศึกษาและกลุ่มตัวอย่าง รวมทั้งพิจารณาจากพื้นที่ที่กำลังได้รับความนิยม และมีลักษณะการใช้พื้นที่ที่แตกต่างกัน เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรม ทักษะและความต้องการที่มีต่อการใช้พื้นที่สาธารณะของกลุ่มคนรุ่นใหม่ โดยสามารถสรุปถึงลักษณะของพื้นที่สาธารณะที่ตอบรับกับความต้องการของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ได้จากการวิเคราะห์พื้นที่กรณีศึกษา พบว่า ลักษณะของพื้นที่สาธารณะที่เหมาะสมและตอบรับกับพฤติกรรมของคนรุ่นใหม่ ที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมและสังเคราะห์จากข้อมูลทุติยภูมิ

เกณฑ์การพิจารณาพื้นที่สาธารณะที่ตอบรับกับความต้องการของกลุ่มคนรุ่นใหม่ ที่ได้จากการสังเคราะห์แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคนรุ่นใหม่และพื้นที่สาธารณะ สามารถจำแนกรายละเอียดได้ดังนี้

### ลักษณะของพื้นที่สาธารณะ

ลักษณะของพื้นที่สาธารณะที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของคนรุ่นใหม่ โดยวิเคราะห์ระหว่างลักษณะของพื้นที่สาธารณะกับพฤติกรรมของกลุ่มคนรุ่นใหม่ เพื่อให้ทราบถึงลักษณะของพื้นที่สาธารณะที่ตอบรับกับพฤติกรรมของกลุ่มคนรุ่นใหม่มากที่สุด ดังนี้

#### 1. ด้านที่ตั้ง

ตั้งอยู่ในพื้นที่ใจกลางเมืองที่สามารถเดินทางเข้าถึงได้ง่ายและสะดวก รวมถึงจะต้องเป็นพื้นที่ที่ตั้งอยู่ในย่านที่กำลังเป็นที่นิยมเข้าไปใช้งานของกลุ่มคนรุ่นใหม่ในขณะนั้น นอกจากนี้พื้นที่ละแวกข้างหรือทำเลที่ตั้งจะต้องเป็นพื้นที่ที่กลุ่มคนรุ่นใหม่ชื่นชอบเข้าไปใช้งาน เนื่องจากพฤติกรรมของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ชอบความสะดวกรวดเร็ว มีความคล่องตัว รวมถึงชื่นชอบความทันสมัย จึงส่งผลให้ปัจจัยด้านที่ตั้งมีผลต่อการเลือกเข้ามาใช้งานภายในพื้นที่

#### 2. ด้านกายภาพ

เนื่องจากพฤติกรรมของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ไม่ชอบความจำเจ ดังนั้นพื้นที่สาธารณะต้องเอื้อให้เกิดการใช้งานของกิจกรรมที่หลากหลาย เช่น นวัตกรรม ไม่เรียบโล่ง มีจังหวะหรือทำให้พื้นที่ที่นั้นมีชีวิตชีวาที่ตอบรับกับรูปแบบของกิจกรรมหรือวิถีชีวิต การเข้าถึงพื้นที่ที่ง่ายสะดวกสบายและหลากหลายช่องทางการเข้าถึง เป็นส่วนช่วยในการสร้างแรงดึงดูดในการเข้ามาใช้งานภายในพื้นที่ นอกจากนี้พื้นที่สาธารณะจะต้องมีบางส่วนที่มีร่มเงา บดบังแสงแดด และส่วนที่มีแสงแดดส่องถึง รวมทั้งจะต้องให้ความรู้สึกที่ปลอดภัยและปลอดภัยจากการมีพื้นที่ปิดล้อมภายในพื้นที่

### ปัจจัยการเกิดพื้นที่สาธารณะ

ปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดพื้นที่สาธารณะ จากการวิเคราะห์กับพฤติกรรมของกลุ่มคนรุ่นใหม่ พบว่าปัจจัยของการเกิดพื้นที่สาธารณะที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของกลุ่มคนรุ่นใหม่มีดังนี้

#### 1. ขอบเขตการให้บริการ

ระดับการให้บริการพื้นที่สาธารณะควรมีระยะการเข้าถึงหรือมีรัศมีการให้บริการประมาณ 500 เมตร ระยะเดินเท้าประมาณ 5-10 นาที จากจุดบริการรถสาธารณะ ซึ่งเป็นระยะเดินถึงและเพิ่มโอกาสการเข้าถึงพื้นที่ด้วยรัศมีการให้บริการที่ไม่ไกลจากจุดบริการรถโดยสารสาธารณะ

#### 2. ความสะดวกสบาย

พื้นที่ควรมีสภาพภูมิอากาศที่เหมาะสม ร่มรื่น เพราะเนื่องจากกลุ่มคนรุ่นใหม่ ชอบความสะดวกสบาย ไร้อุปสรรคในการใช้พื้นที่ ซึ่งรวมถึงภายในพื้นที่เองนั้นต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวก

สะดวกต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกสบายให้เหมาะสมและนำเข้ามาใช้งาน การปรับแสงสว่างภายในพื้นที่ให้มีความเหมาะสม เพื่อให้มองเห็นกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นภายในพื้นที่ได้อย่างชัดเจน รวมทั้งช่วยสร้างความอบอุ่นและความปลอดภัยภายในพื้นที่

### 3. ความรีบเร่งในชีวิตประจำวัน

พื้นที่ควรจะมีการเชื่อมโยงกับการใช้ประโยชน์ที่ดินหลาย ๆ อย่าง เช่น เป็นพื้นที่ท่องเที่ยว พื้นที่สำหรับพักผ่อน นั่งทำงาน ไปพร้อม ๆ กันได้ พื้นที่ควรจะสามารถให้เห็นถึงความหลากหลายในเชิงประสบการณ์ ซึ่งจะสะท้อนให้เห็นถึงภาพลักษณ์ที่หลากหลายภายในพื้นที่ ที่จะส่งผลให้พื้นที่นั้นดูไม่น่าเบื่อ เพราะมีทั้งกิจกรรม ผู้คนที่หลากหลาย รวมไปถึงลักษณะทางสภาพอากาศ ทั้งนี้ในลักษณะวิถีชีวิตที่รีบเร่ง การเดินทางไปพื้นที่อื่น ๆ หรือการออกจากพื้นที่ต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็วที่สุด จึงต้องมีการเชื่อมโยงกับระบบของการเดินทางหลากหลายรูปแบบ เช่น รถโดยสารประจำทาง, BTS, MRT หรือแม้กระทั่งทางจักรยาน

### 4. ภาพลักษณ์ของพื้นที่สาธารณะ

ภาพลักษณ์ของพื้นที่สาธารณะ นอกจากจะต้องมีภาพลักษณ์ของพื้นที่ที่มีเอกลักษณ์ที่แสดงให้เห็นถึงความทันสมัย ทำให้เป็นที่นิยมเลือกเข้ามาใช้งานของกลุ่มคนรุ่นใหม่ นอกจากนี้การมีบริบทแวดล้อมโดยรอบของพื้นที่ ที่ส่งเสริมให้พื้นที่มีแรงดึงดูดให้กลุ่มคนรุ่นใหม่เข้ามาใช้งานในพื้นที่เพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้ความกลมกลืนกันของความสัมพันธ์ระหว่างพื้นที่และกิจกรรมที่เกิดขึ้น จะช่วยสร้างลักษณะที่ชัดเจนของพื้นที่ ที่ส่งเสริมให้เกิดความพึงพอใจของผู้ใช้งาน ที่ไม่เพียงแต่เกิดความสะดวกสบาย แต่ต้องมีส่วนช่วยในเรื่องการเพิ่มประสิทธิภาพของความสัมพันธ์ระหว่างผู้ที่เข้ามาใช้งานและพื้นที่ให้ดียิ่งขึ้น

#### กิจกรรมที่เกิดขึ้นภายในพื้นที่

กิจกรรมที่เกิดขึ้นบนพื้นที่สาธารณะ โดยวิเคราะห์จากพฤติกรรมของกลุ่มคนรุ่นใหม่ เพื่อให้ทราบถึงรูปแบบของกิจกรรมแต่ละประเภท ที่จะเกิดขึ้นภายในพื้นที่สาธารณะ ซึ่งประกอบด้วยประเภทของกิจกรรมดังนี้

#### 1. กิจกรรมแบบนันทนาการกระฉับกระเฉง

เนื่องจากกลุ่มคนรุ่นใหม่ มีพฤติกรรมไม่ชอบหยุดนิ่ง ไม่ชอบความจำเจพื้นที่สาธารณะสำหรับคนกลุ่มนี้จึงต้องตอบรับกับพฤติกรรมการใช้ชีวิตประจำวัน การมีพื้นที่สำหรับทำกิจกรรมที่ต้องใช้ความกระฉับกระเฉง เช่น การเดิน การวิ่ง การเต้น หรือการออกกำลังกาย นอกจากนี้จะมีพื้นที่ผิวที่เรียบและมีพื้นที่เปิดโล่ง สำหรับทำกิจกรรมแล้ว ภายในพื้นที่ควรมีระดับที่แตกต่างกัน เพื่อสร้างจังหวะให้ภายในพื้นที่ไม่เรียบโล่งจนเกินไป

## 2. กิจกรรมแบบนันทนาการแบบผ่อนคลาย

เนื่องจากพฤติกรรมของกลุ่มคนรุ่นใหม่ ชอบมองและช่างสังเกต ดังนั้นพื้นที่สาธารณะที่จะตอบรับกับกิจกรรมประเภทของคนกลุ่มนี้ จึงต้องมีพื้นที่สำหรับนั่งมอง หรือพื้นที่ที่มีลักษณะที่เอื้อต่อการมองเห็นคนอื่นมากที่สุด การออกแบบที่นั่งให้รองรับกับสรีระมนุษย์ การปรับแสงสว่างให้เพียงพอ เพื่อให้เกิดความสบายตาในการมอง รวมไปถึงการสร้างฉนวนเพื่อป้องกันเสียงรบกวนจากภายนอก เพื่อเพิ่มความสงบให้กับพื้นที่

### ความรู้สึกต่อสถานที่

พื้นที่สาธารณะนั้นสำคัญมากในการสร้างความรู้สึกต่อสถานที่ ซึ่งกลุ่มคนรุ่นใหม่ต้องการความรู้สึกเป็นเจ้าของพื้นที่ เพื่อให้เกิดแรงดึงดูดที่ทำให้อยากเข้ามาใช้งานภายในพื้นที่ รวมถึงพื้นที่นั้นจะต้องสามารถแสดงออกถึงความเป็นตัวตนของคนในกลุ่มนี้ได้ดีอีกด้วย ซึ่งการรวมพื้นที่จากส่วนย่อย ๆ เข้าด้วยกัน การสร้างเอกลักษณ์ของพื้นที่ หรือการจัดระเบียบภายในพื้นที่ เพื่อสร้างความรู้สึกที่เกี่ยวข้อง สร้างความกลมเกลียว รวมกันเป็นส่วนหนึ่งของสถานที่ ที่จะนำไปสู่ความรู้สึกถึงการเป็นส่วนหนึ่งของพื้นที่นั้น ๆ เพื่อก่อให้เกิดความมั่นใจหรือความอบอุ่นใจ ที่จะช่วยสร้างความปลอดภัย รวมไปถึงการแสดงออกถึงความเป็นตัวตนของกลุ่มคนรุ่นใหม่เมื่อเข้ามาใช้งานภายในพื้นที่

### พื้นที่เชิงสังคม

เนื่องจากวิถีชีวิตของกลุ่มคนรุ่นใหม่ เป็นพวกชอบเข้าสังคม ชอบมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่น ดังนั้นพื้นที่เชิงสังคมจึงเป็นพื้นที่ที่รวมเอากิจกรรมที่เน้นในเรื่องการสร้างและการเกิดปฏิสัมพันธ์ของคนมาเป็นส่วนหนึ่งของพื้นที่สาธารณะ และเพื่อรองรับกิจกรรมทางสังคมที่จะเกิดขึ้นเริ่มตั้งแต่การนั่งมองกัน พื้นที่มอง พื้นที่รวมกลุ่มหรือลานให้รวมกลุ่มและพื้นที่สำหรับเดิน เพื่อส่งเสริมให้เกิดกิจกรรมเชิงสังคมให้มากที่สุด

ตารางที่ 5 สรุปเกณฑ์การพิจารณาพื้นที่สาธารณะที่ตอบรับกับความต้องการของกลุ่มคนรุ่นใหม่

	ลักษณะพื้นที่สาธารณะที่ตอบรับกับความต้องการของกลุ่มคนรุ่นใหม่
1. ลักษณะของพื้นที่สาธารณะ	<p><b>1. ด้านที่ตั้ง</b> ตั้งอยู่ในบริเวณกลางใจเมือง เข้าถึงง่าย และต้องเดินทางสะดวก ซึ่งต้องตั้งอยู่ในย่านที่เป็นที่นิยมในกลุ่มคน Gen Y</p> <p><b>2. ด้านกายภาพ</b> เนื่องจาก Gen Y ไม่ชอบความจำเจ ดังนั้นพื้นที่ต้องเอื้อให้เกิดการใช้งานของกิจกรรมที่หลากหลาย เช่น นาคันทหา ไม่เรียบโล่ง มีจังหวะหรือทำให้พื้นที่นั้นมีชีวิตชีวาที่ตอบรับกับ Life style</p>
2. ปัจจัยการเกิดพื้นที่สาธารณะ	<p><b>1. ขอบเขตการให้บริการ</b> ระดับการให้บริการพื้นที่สาธารณะของกลุ่มคนใน Gen Y ควรมีระยะการเข้าถึงเช่นเดียวกับสวนหย่อมขนาดเล็ก (Pocket park, Mini Park) มีรัศมีการให้บริการประมาณ 500 เมตร ระยะเดินเท้าประมาณ 5-10 นาที</p> <p><b>2. ความสะดวกสบาย</b> พื้นที่ควรมีสภาพภูมิอากาศที่เหมาะสม ร่มรื่น เพราะเนื่องจากคนในกลุ่ม Gen Y ชอบความสะดวกสบาย ไร้อุปสรรคในการใช้พื้นที่ ซึ่งรวมถึงภายในพื้นที่เองนั้นต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกสบายให้เหมาะสมและน่าเข้ามาใช้งาน</p> <p><b>3. ความริบเร่งในชีวิตประจำวัน</b> พื้นที่ควรจะมีการเชื่อมโยงกับการใช้ประโยชน์ที่ดินหลาย ๆ อย่าง เช่น เป็นพื้นที่ท่องเที่ยว พื้นที่สำหรับพักผ่อน นั่งทำงาน ไปพร้อม ๆ กันได้ พื้นที่ควรจะสามารถสะท้อนให้เห็นถึงความหลากหลายในเชิงประสบการณ์ ซึ่งจะสะท้อนให้เห็นถึงภาพลักษณ์ที่หลากหลายภายในพื้นที่ ที่จะส่งผลให้พื้นที่นั้นดูไม่น่าเบื่อ เพราะมีทั้งกิจกรรม ผู้คนที่หลากหลาย รวมไปถึงลักษณะทางสภาพอากาศ ทั้งนี้ในลักษณะวิถีชีวิตที่รีบเร่ง การเดินทางไปพื้นที่อื่น ๆ หรือการออกจากพื้นที่ต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็วที่สุด จึงต้องมีการเชื่อมโยงกับระบบของการเดินทางหลากหลายรูปแบบ เช่น รถโดยสารประจำทาง, BTS, MRT หรือแม้กระทั่งทางจักรยาน</p>

ตารางที่ 5 สรุปเกณฑ์การพิจารณาพื้นที่สาธารณะที่ตอบรับกับความต้องการของกลุ่มคนรุ่นใหม่ (ต่อ)

	ลักษณะพื้นที่สาธารณะที่ตอบรับกับความต้องการของกลุ่มคนรุ่นใหม่
	<p><b>4. ภาพลักษณ์ของพื้นที่สาธารณะ</b></p> <p>พื้นที่ควรมีลักษณะที่ตั้งหรือภาพลักษณ์ที่แสดงให้เห็นถึงความทันสมัย การเป็นที่นิยม หรือการมีบริบทแวดล้อมที่ส่งเสริมให้คนในกลุ่ม Gen Y อยากเข้ามาใช้งาน เช่น พื้นที่ย่านศูนย์กลางของเมือง ทองหล่อ เอกมัย หรือสยามสแควร์</p>
<b>3. กิจกรรม</b>	<p><b>1. กิจกรรมนันทนาการแบบกระฉับกระเฉง (Active Recreation)</b></p> <p>เนื่องจากคนในกลุ่ม Gen Y ไม่ชอบหยุดนิ่ง ไม่ชอบความจำเจพื้นที่สาธารณะสำหรับคนกลุ่มนี้จึงต้องตอบรับกับพฤติกรรมการใช้ชีวิตประจำวัน</p> <p><b>2. กิจกรรมนันทนาการแบบผ่อนคลาย (Passive Recreation)</b></p> <p>พฤติกรรมของคนในกลุ่มนี้ ชอบมองคน ชอบสังเกตชีวิตของคนอื่น ดังนั้นพื้นที่สาธารณะที่จะตอบรับกับพฤติกรรมของคนกลุ่มนี้ จึงต้องมีพื้นที่สำหรับนั่งมอง หรือ พื้นที่ที่มีลักษณะที่เอื้อต่อการมองเห็นคนอื่นมากที่สุด ซึ่งจะต้องมุ่งเน้นให้ทุกคนต้องมีโอกาสเข้าถึงในบริการพื้นฐานต่าง ๆ มีการบริการสาธารณะสุภาพที่มีคุณภาพและกระจายอย่างทั่วถึง อีกทั้งการจัดให้มีกิจกรรมนันทนาการเพื่อส่งเสริมสุขภาพ โดยมีสถานทดสอบสมรรถนะของร่างกายสำหรับชนทุกวัย รวมถึงการมีพื้นที่เปิดโล่งที่มีคุณภาพ เพื่อเอื้ออำนวยความสบายแก่ร่างกาย (โจน แลง, 1994)</p>
<b>4. ความรู้สึกต่อสถานที่</b>	พื้นที่สาธารณะนั้นสำคัญมากในการสร้างความรู้สึกต่อสถานที่ ซึ่งคนในกลุ่ม Gen Y ต้องการความรู้สึกเป็นเจ้าของพื้นที่ เพื่อให้เกิดความรู้สึกว่าพื้นที่นี้เป็นพื้นที่ของเรา เกิดแรงดึงดูดที่ทำให้อยากเข้ามาใช้งานภายในพื้นที่ รวมถึงพื้นที่นั้นจะต้องสามารถแสดงออกถึงความเป็นตัวตนของคนในกลุ่มนี้ได้ดีอีกด้วย
<b>5. พื้นที่เชิงสังคม</b>	เนื่องจากวิถีชีวิตของคนในกลุ่ม Gen Y เป็นพวกชอบเข้าสังคม ชอบมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่น ดังนั้นพื้นที่เชิงสังคมจึงเป็นพื้นที่ที่รวมเอากิจกรรมที่เน้นในเรื่องการสร้างและการเกิดปฏิสัมพันธ์ของคนมาเป็นส่วนหนึ่งของพื้นที่สาธารณะ และเพื่อรองรับกิจกรรมทางสังคมที่จะเกิดขึ้น เริ่มตั้งแต่การนั่งมองกัน พื้นที่มอง พื้นที่รวมกลุ่มหรือลานให้รวมกลุ่ม รวมถึงพื้นที่สำหรับเดินด้วย เพื่อส่งเสริมให้เกิดกิจกรรมเชิงสังคมให้มากที่สุด

ซึ่งจากการศึกษาข้างต้นนั้น เพื่อให้ทราบว่าพื้นที่กรณีศึกษาที่ได้ทำการคัดเลือกมาทั้ง 3 พื้นที่ ได้แก่ พื้นที่บริเวณถนนข้าวสาร ทางเดินภายในศูนย์การค้า Siam Square one และร้านกาแฟ Too Fast to Sleep นั้น มีปัจจัยใดที่ตรงตามเกณฑ์การพิจารณาแนวทางการออกแบบพื้นที่สาธารณะที่ตอบรับกับพฤติกรรมของคนรุ่นใหม่ โดยพื้นที่กรณีศึกษาทั้ง 3 กรณี มีรูปแบบของพื้นที่และกิจกรรมที่เกิดขึ้นภายในพื้นที่แตกต่างกันและเป็นพื้นที่ที่กลุ่มคนรุ่นใหม่นิยมเข้าไปใช้งาน ทั้งนี้จึงได้กำหนดค่าคะแนนเพื่อจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยในการออกแบบพื้นที่สาธารณะที่ตอบรับกับพฤติกรรมของคนรุ่นใหม่ที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม ทั้งนี้เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่สำคัญของการเป็นพื้นที่สาธารณะที่ตอบรับกับพฤติกรรมของคนรุ่นใหม่เมื่อเปรียบเทียบกับพื้นที่กรณีศึกษา ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 6 สรุปลักษณะของพื้นที่สาธารณะที่ตอบรับกับความต้องการของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ได้จากการวิเคราะห์พื้นที่กรณีศึกษา

เกณฑ์การพิจารณาพื้นที่สาธารณะสำหรับคนรุ่นใหม่		พื้นที่กรณีศึกษา			
		ถนนข้าวสาร	ศูนย์การค้า Siam Square one	ร้านกาแฟ Too Fast to Sleep	รวม
1. ลักษณะของพื้นที่สาธารณะ	<b>ด้านที่ตั้ง</b> เข้าถึงง่าย เดินทางสะดวก	4	4	4	12
	<b>ด้านกายภาพ</b> มีการใช้งานของกิจกรรมที่หลากหลาย	3	2	2	7
2. ปัจจัยการเกิดพื้นที่สาธารณะ	<b>ขอบเขตการให้บริการ</b> มีระยะการเข้าถึงด้วยการเดินเท้า 5-10 นาที หรือ 500 เมตร	4	4	4	12
	<b>ความสะดวกสบาย</b> มีสิ่งอำนวยความสะดวกสบาย รวมไปถึงการมี สภาพภูมิอากาศที่เหมาะสมและระยะเวลาในการให้บริการ	3	3	4	10

ตารางที่ 6 สรุปลักษณะของพื้นที่สาธารณะที่ตอบรับกับความต้องการของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ได้จากการวิเคราะห์พื้นที่กรณีศึกษา (ต่อ)

เกณฑ์การพิจารณาพื้นที่สาธารณะ สำหรับคนรุ่นใหม่		พื้นที่กรณีศึกษา			
		ถนน ข้าวสาร	ศูนย์การค้า Siam Square one	ร้านกาแฟ Too Fast to Sleep	รวม
	ความริบเร่งในชีวิตประจำวัน มีการเชื่อมโยงกับลักษณะการใช้ ประโยชน์ที่ดินหลาย ๆ ประเภท และสามารถเชื่อมต่อการ เดินทางได้หลายรูปแบบ	4	4	4	12
	ภาพลักษณ์ของพื้นที่สาธารณะ มีภาพลักษณ์ที่แสดงถึงความ ทันสมัยหรือการเป็นที่ นิยม	4	4	4	12
	ส่งเสริมให้เกิดกิจกรรม นันทนาการแบบกระฉับกระเฉง มีพื้นที่สำหรับรองรับกิจกรรม ประเภทต่าง ๆ เช่น เดิน วิ่ง เต้น เป็นต้น	4	3	1	8
3. กิจกรรมภายใน พื้นที่	ส่งเสริมกิจกรรมนันทนาการแบบ ผ่อนคลาย มีพื้นที่สำหรับนั่งพัก นั่งมอง เป็นต้น	1	2	4	7
4. ความรู้สึกต่อ สถานที่	พื้นที่ที่ส่งเสริมให้เกิดการแสดงออก ถึงความเป็นตัวตนของกลุ่มคนรุ่น ใหม่	3	2	1	6
5. การเป็นพื้นที่ ทางสังคม	พื้นที่ที่เอื้อต่อการรวมกันระหว่าง พื้นที่สาธารณะและกิจกรรมทางสังคม	4	3	2	9
<b>รวม</b>		<b>34</b>	<b>31</b>	<b>31</b>	

หมายเหตุ : มากที่สุด = 4 มาก = 3 ปานกลาง = 2 น้อย = 1



จากตารางที่ 6 ตารางสรุปลักษณะของพื้นที่สาธารณะที่ตอบรับกับความต้องการของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ได้จากการวิเคราะห์พื้นที่กรณีศึกษา จะเห็นได้ว่า เมื่อพิจารณาตามเกณฑ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ลักษณะของพื้นที่สาธารณะทั้ง 3 พื้นที่กรณีศึกษา คือ ถนนข้าวสาร ศูนย์การค้า Siam Square One และ ร้านกาแฟ Too Fast to Sleep พบว่า ปัจจัยที่มีผลตอบรับต่อความต้องการการใช้พื้นที่สาธารณะของคนรุ่นใหม่มากที่สุด โดยได้ค่าคะแนน 12 คะแนน ได้แก่ **ปัจจัยด้านที่ตั้งของพื้นที่** ที่จะต้องเข้าถึงได้ง่ายและเดินทางสะดวก **ปัจจัยด้านขอบเขตการใช้บริการ** พื้นที่สาธารณะจะต้องมีระยะเวลาเข้าถึงด้วยการเดินเท้า 5-10 นาที หรือมีระยะ 500 เมตร จากจุดบริการรถโดยสารสาธารณะ **ปัจจัยด้านความริบเร่งในชีวิตประจำวัน** พื้นที่สาธารณะจะต้องมีการเชื่อมโยงกับการใช้ประโยชน์ที่ดินหลากหลายประเภท เพื่อให้เกิดความหลากหลายของกิจกรรมรวมทั้งสามารถเชื่อมต่อกับรูปแบบการเดินทางได้หลายรูปแบบ และ **ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของพื้นที่สาธารณะ** จะต้องมีความเหมาะสมที่ทันสมัยหรือกำลังเป็นที่นิยมอยู่ในขณะนั้น

นอกจากปัจจัยข้างต้นแล้ว ปัจจัยที่มีผลตอบรับกับความต้องการการใช้พื้นที่สาธารณะของคนรุ่นใหม่รองลงมา มีค่าคะแนน 10 คะแนน คือ **ปัจจัยด้านความสะดวกสบาย** การมีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในพื้นที่ รวมไปถึงการมีสภาพแวดล้อมและบรรยากาศภายในพื้นที่ที่เหมาะสมกับการเข้าไปใช้งาน รองลงมาที่ได้คะแนน 9 คะแนน คือ **ปัจจัยด้านการเป็นพื้นที่ทางสังคม** การเป็นพื้นที่ที่สามารถส่งเสริมให้เกิดกิจกรรมที่เกิดขึ้นบนพื้นที่ที่มีความสัมพันธ์กับพื้นที่ เพื่อส่งเสริมให้เกิดการมีปฏิสัมพันธ์ขึ้นระหว่างผู้ใช้งานภายในพื้นที่ ปัจจัยที่ได้คะแนน 8 คะแนน คือ **ปัจจัยด้านกายภาพ** ภายในพื้นที่จะต้องมีความยืดหยุ่นต่อการใช้งานหรือประกอบกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อรองรับการใช้งานหรือกิจกรรมที่หลากหลายที่เกิดขึ้นภายในพื้นที่ ปัจจัยที่ได้คะแนน 7 คะแนน ได้แก่ **ปัจจัยด้านการส่งเสริมให้เกิดกิจกรรมนันทนาการแบบกระฉับกระเฉง** การมีพื้นที่เปิดโล่งสำหรับทำกิจกรรมที่ต้องใช้แรงหรือกิจกรรมที่ต้องมีการเคลื่อนไหวร่างกาย เช่น การเดิน การวิ่ง เป็นต้น และ **ปัจจัยด้านการส่งเสริมให้เกิดกิจกรรมนันทนาการแบบผ่อนคลาย** การมีพื้นที่สำหรับนั่งพัก หรือนั่งมอง มีแสงสว่างเพียงพอภายในพื้นที่ที่เหมาะสมในการมองเห็นและทำกิจกรรมต่าง ๆ ตามลำดับ และปัจจัยที่ได้คะแนน 6 คะแนน คือ **ปัจจัยด้านความรู้สึกต่อสถานที่** พื้นที่จะต้องสามารถส่งเสริมให้เกิดการแสดงออกถึงความเป็นตัวตน รวมไปถึงการสร้างความรู้สึกการเป็นส่วนหนึ่งของพื้นที่ เพื่อให้เกิดแรงดึงดูดในการอยากเข้ามาใช้งานภายในพื้นที่

## การวิเคราะห์ลักษณะของพื้นที่สาธารณะที่ตอบรับกับความต้องการของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ได้จากการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง

จากการสำรวจภาคสนาม สัมภาษณ์เชิงลึกและสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีต่อการใช้พื้นที่สาธารณะ โดยใช้เกณฑ์การพิจารณาที่ได้จากการสังเคราะห์แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคนรุ่นใหม่และพื้นที่สาธารณะมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 60 คน ที่เข้ามาใช้งานภายในพื้นที่กรณีศึกษา เพื่อให้ทราบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เข้ามาใช้งานภายในพื้นที่กรณีศึกษามีความคิดเห็นว่าปัจจัยใดที่ตรงตามเกณฑ์การพิจารณาแนวทางการออกแบบพื้นที่สาธารณะที่ตอบรับกับพฤติกรรมของคนรุ่นใหม่ ที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่สาธารณะและพฤติกรรมของคนรุ่นใหม่ โดยการกำหนดค่าคะแนน เพื่อจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยที่จะนำไปสู่แนวทางการออกแบบพื้นที่สาธารณะที่ตอบรับกับพฤติกรรมของคนรุ่นใหม่ ซึ่งสามารถสรุปได้ดังตารางที่ 7 ตารางสรุปลักษณะของพื้นที่สาธารณะที่ตอบรับกับความต้องการของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ได้จากการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 7 สรุปลักษณะของพื้นที่สาธารณะที่ตอบรับกับความต้องการของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ได้จากการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง

เกณฑ์การพิจารณาพื้นที่สาธารณะสำหรับคนรุ่นใหม่		พื้นที่กรณีศึกษา			
		ถนน ข้าวสาร	ศูนย์การค้า Siam Square one	ร้านกาแฟ Too Fast to Sleep	รวม
1. ลักษณะของ พื้นที่สาธารณะ	<b>ด้านที่ตั้ง</b> เข้าถึงง่าย เดินทางสะดวก	3	4	3	10
	<b>ด้านกายภาพ</b> มีการใช้งานของกิจกรรมที่ หลากหลาย	3	2	2	7
2. ปัจจัยการเกิด พื้นที่สาธารณะ	<b>ขอบเขตการให้บริการ</b> มีระยะเวลาเข้าถึงด้วยการเดินเท้า 5-10 นาที หรือ 500 เมตร	3	3	3	9

ตารางที่ 7 สรุปลักษณะของพื้นที่สาธารณะที่ตอบรับกับความต้องการของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ได้จากการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง (ต่อ)

เกณฑ์การพิจารณาพื้นที่สาธารณะสำหรับคนรุ่นใหม่		พื้นที่กรณีศึกษา			
		ถนน ข้าวสาร	ศูนย์การค้า Siam Square one	ร้านกาแฟ Too Fast to Sleep	รวม
	<b>ความสะดวกสบาย</b> มีสิ่งอำนวยความสะดวกสบายรวม ไปถึงการมี สภาพภูมิอากาศที่ เหมาะสมและระยะเวลาในการ ให้บริการ	3	3	3	9
	<b>ความริบเร่งในชีวิตประจำวัน</b> มีการเชื่อมโยงกับลักษณะการใช้ ประโยชน์ที่ดินหลาย ๆ ประเภท และสามารถเชื่อมต่อการ เดินทางได้หลายรูปแบบ	4	4	4	12
	<b>ภาพลักษณ์ของพื้นที่สาธารณะ</b> มีภาพลักษณ์ที่แสดงถึงความ ทันสมัยหรือการเป็นที่ นิยม	3	3	3	9
3. กิจกรรมภายใน พื้นที่	<b>ส่งเสริมให้เกิดกิจกรรม</b> <b>นันทนาการแบบกระฉับกระเฉง</b> มีพื้นที่สำหรับรองรับกิจกรรม ประเภทต่าง ๆ เช่น เดิน วิ่ง เต้น เป็นต้น	4	3	1	8
	<b>ส่งเสริมกิจกรรมนันทนาการแบบ</b> <b>ผ่อนคลาย</b> มีพื้นที่สำหรับนั่งพัก นั่งมอง เป็นต้น	2	2	3	7

ตารางที่ 7 สรุปลักษณะของพื้นที่สาธารณะที่ตอบรับกับความต้องการของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ได้จากการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง (ต่อ)

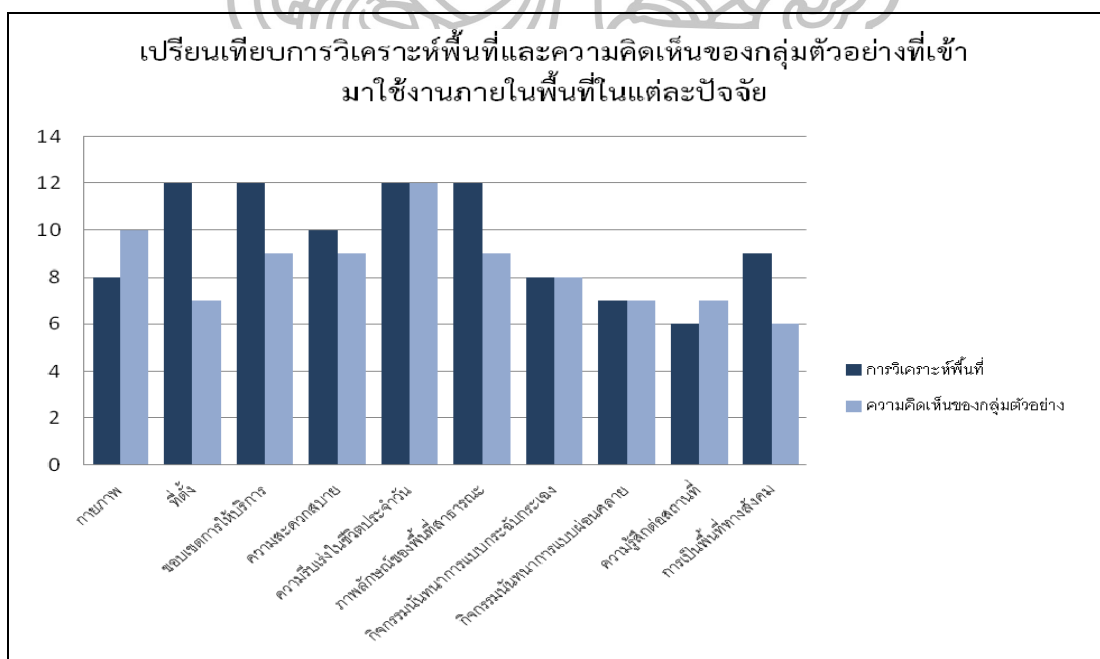
เกณฑ์การพิจารณาพื้นที่สาธารณะสำหรับคนรุ่นใหม่		พื้นที่กรณีศึกษา			
		ถนน ข้าวสาร	ศูนย์การค้า Siam Square one	ร้านกาแฟ Too Fast to Sleep	รวม
4. ความรู้สึกต่อ สถานที่	พื้นที่ที่ส่งเสริมให้เกิดการแสดงออก ถึงความเป็นตัวตนของกลุ่มคนรุ่น ใหม่	3	2	2	7
5. การเป็นพื้นที่ ทางสังคม	พื้นที่ที่เอื้อต่อการรวมกันระหว่าง พื้นที่สาธารณะและกิจกรรมทาง สังคม	3	2	1	6
<b>รวม</b>		<b>31</b>	<b>28</b>	<b>28</b>	

หมายเหตุ : มากที่สุด = 4 มาก = 3 ปานกลาง = 2 น้อย = 1

จากตารางที่ 7 ตารางแสดงรายละเอียดลักษณะของพื้นที่สาธารณะที่ตอบรับกับพฤติกรรมของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ได้จากการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างคนรุ่นใหม่ที่เข้ามาใช้งานภายในพื้นที่กรณีศึกษา จะเห็นได้ว่า กลุ่มตัวอย่างที่เข้ามาใช้งานภายในพื้นที่ศึกษามีความคิดเห็นว่า ปัจจัยการเกิดพื้นที่สาธารณะในด้านของความสะดวกในชีวิตประจำวัน มีผลต่อการเลือกเข้ามาใช้งานภายในพื้นที่ที่มากที่สุด คือ 12 คะแนน ซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมที่เป็นลักษณะเด่นของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ชอบความสะดวกและรวดเร็ว เนื่องจากวิถีชีวิตที่มีความรีบเร่งอยู่ตลอดเวลา ทำให้ต้องการพื้นที่ที่มีความเชื่อมโยงกับการใช้ประโยชน์ที่ดินที่หลากหลายและสามารถเดินทางสู่พื้นที่อื่นได้อย่างสะดวกรวดเร็ว จากการเชื่อมต่อของระบบของการเดินทางหลายรูปแบบ

นอกจากนี้ปัจจัยอื่นที่มีผลต่อการเลือกเข้ามาใช้งานภายในพื้นที่รองลงมา คือ **ปัจจัยด้านที่ตั้ง** 10 คะแนน พื้นที่ที่ตั้งอยู่ย่านกลางใจเมือง สามารถเดินทางเข้าถึงพื้นที่ได้อย่างสะดวก รวมทั้งสามารถเดินทางเข้าสู่พื้นที่ได้หลากหลายช่องทาง ทั้งนี้ปัจจัยอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อการเข้ามาใช้งานภายในพื้นที่ของคนรุ่นใหม่ ที่ได้คะแนนจากความคิดเห็นจากกลุ่มคนรุ่นใหม่ 9 คะแนน ได้แก่ **ปัจจัยด้านขอบเขตการให้บริการ** ที่มีระยะการให้บริการ 500 เมตร หรือระยะเวลาการเดินทาง 5-10 นาที

จากจุดบริการรถสาธารณะ **ปัจจัยด้านความสะดวกสบาย** มีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในพื้นที่รวมไปถึงการมีสภาพหรือบรรยากาศภายในพื้นที่ที่เหมาะสมในการเข้าไปใช้งาน **ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของพื้นที่** การมีภาพลักษณ์ที่ทันสมัยหรือร่ายล้อมไปด้วยบริบทรอบข้างของพื้นที่ที่กำลังเป็นที่นิยม ที่ส่งเสริมให้เกิดความดึงดูดในการเลือกเข้ามาใช้งาน ตามลำดับ **ปัจจัยด้านการส่งเสริมให้เกิดกิจกรรมนันทนาการแบบกระฉับกระเฉง** ได้คะแนนจากความคิดเห็นจากกลุ่มคนรุ่นใหม่ 8 คะแนน คือ การมีพื้นที่เปิดโล่ง เพื่อรองรับกับการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ที่ต้องใช้แรง เช่น การเดิน การวิ่ง เป็นต้น ส่วนปัจจัยที่ได้คะแนนจากความคิดเห็นจากกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่เข้ามาใช้งานภายในพื้นที่กรณีศึกษา 7 คะแนน ได้แก่ **ปัจจัยด้านกายภาพ** การใช้งานภายในพื้นที่ที่ยืดหยุ่น เพื่อรองรับกิจกรรมที่หลากหลาย และรองรับกับรูปแบบของกิจกรรมที่เปลี่ยนแปลง **ปัจจัยด้านการส่งเสริมให้เกิดกิจกรรมนันทนาการแบบผ่อนคลาย** การมีพื้นที่สำหรับนั่งพัก นั่งมอง และมีแสงสว่างเพียงพอภายในพื้นที่ที่เหมาะสมกับการมองเห็นและทำกิจกรรมต่าง ๆ **ปัจจัยด้านความรู้สึกต่อสถานที่** การเป็นพื้นที่ที่ส่งเสริมให้เกิดการแสดงออกถึงความเป็นตัวตนของกลุ่มคนรุ่นใหม่และการสร้างความรู้สึกของการเป็นส่วนหนึ่งของพื้นที่เพื่อสร้างแรงดึงดูดในการเข้ามาใช้งานภายในพื้นที่ และ**ปัจจัยการเป็นพื้นที่ทางสังคม** 6 คะแนน คือ การเป็นพื้นที่ที่เอื้อให้เกิดการมีปฏิสัมพันธ์กันระหว่างกิจกรรมของผู้ใช้งานและพื้นที่สาธารณะ เพื่อสร้างเสริมการมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันของผู้ที่เข้ามาใช้งานภายในพื้นที่



แผนภูมิที่ 5 เปรียบเทียบการวิเคราะห์พื้นที่และความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่เข้ามาใช้งานภายในพื้นที่ในแต่ละปัจจัย

ซึ่งจากแผนภูมิ 5 จะเห็นได้ว่า เมื่อเปรียบเทียบค่าคะแนนในแต่ละปัจจัย จากการวิเคราะห์พื้นที่กรณีศึกษาและความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างของคนรุ่นใหม่ที่เข้ามาใช้งานภายในพื้นที่ พบว่า มีเพียงปัจจัยด้านความริบเร่งในชีวิตประจำวันที่มีค่าคะแนนเท่ากัน คือ 12 คะแนน ซึ่งเมื่อพิจารณาถึงปัจจัยในด้านอื่น ๆ ที่ได้จากการสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่เข้ามาใช้งานภายในพื้นที่ พบว่า ไม่สอดคล้องกับเกณฑ์การพิจารณาพื้นที่กรณีศึกษา เพื่อให้พื้นที่สาธารณะที่ตอบรับกับพฤติกรรมของกลุ่มคนรุ่นใหม่มากที่สุด จึงต้องเรียงลำดับความสำคัญของแต่ละปัจจัย เพื่อจัดลำดับความสำคัญของแต่ละปัจจัยที่จะนำไปสู่ปัจจัยที่สำคัญในการออกแบบพื้นที่สาธารณะที่ตอบรับกับพฤติกรรมของกลุ่มคนรุ่นใหม่

### แนวทางการออกแบบพื้นที่สาธารณะที่ตอบรับกับพฤติกรรมของคนรุ่นใหม่

จากผลการจัดลำดับของปัจจัยความสำคัญที่ได้จากการสอบถามกลุ่มตัวอย่างที่เข้ามาใช้งานในพื้นที่กรณีศึกษา จากเกณฑ์การพิจารณาพื้นที่สาธารณะที่ตอบรับกับพฤติกรรมของคนรุ่นใหม่ นำไปเปรียบเทียบกับลำดับความสำคัญของปัจจัยที่ได้จากการวิเคราะห์พื้นที่กรณีศึกษาและเกณฑ์การพิจารณาพื้นที่สาธารณะที่ตอบรับกับพฤติกรรมของคนรุ่นใหม่ เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่สอดคล้องกัน ที่จะสะท้อนให้เห็นถึงการให้ความสำคัญของแต่ละปัจจัยที่จะนำไปใช้ในการออกแบบพื้นที่สาธารณะสำหรับคนรุ่นใหม่ และจากการกำหนดค่าคะแนนเพื่อจัดลำดับความสำคัญของปัจจัย สามารถแบ่งกลุ่มโดยการจัดลำดับความสำคัญได้ดังนี้

ปัจจัยที่มีความสำคัญเป็นอันดับแรก (12 คะแนน)

1. ปัจจัยด้านความริบเร่งในชีวิตประจำวัน

ปัจจัยที่มีความสำคัญรองลงมา (9-10 คะแนน)

1. ปัจจัยด้านกายภาพ
2. ปัจจัยด้านขอบเขตการให้บริการ
3. ปัจจัยด้านความสะดวกสบาย
4. ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของพื้นที่

ปัจจัยสำคัญเป็นลำดับสุดท้าย (6-8 คะแนน)

1. ปัจจัยด้านที่ตั้ง
2. ปัจจัยด้านการส่งเสริมให้เกิดกิจกรรมขึ้นภายในพื้นที่
3. ปัจจัยด้านความรู้สึกต่อสถานที่
4. ปัจจัยด้านการเป็นพื้นที่เชิงสังคม

ซึ่งแนวทางการออกแบบพื้นที่สาธารณะที่ตอบรับกับพฤติกรรมกับคนรุ่นใหม่ โดยพิจารณาจากปัจจัยที่ได้มาข้างต้น ควบคู่ไปกับแนวคิดการสร้างสภาพแวดล้อมที่ตอบสนองพฤติกรรม

มนุษย์ (Sociogenic Environment) โดย ศาสตราจารย์ โจน แลง (อ้างถึงใน Urban Design : The America Experience, 1994) ที่ได้นำทฤษฎีจิตวิทยา ความจำเป็นพื้นฐานของมนุษย์ (Basic Human Needs) ของ อัมบราซึ่ม มาสโลว์ มาประยุกต์ใช้ในการออกแบบชุมชนเมือง ซึ่งวัตถุประสงค์ในการออกแบบเพื่อให้เข้าใจความรู้สึกและความต้องการของคนรุ่นใหม่และเกิดความพึงพอใจของผู้ที่เข้ามาใช้งานภายในพื้นที่ โดยแบ่งออกเป็น 7 ด้านดังนี้

### 1. ด้านสรีระ

การสนองพฤติกรรมด้านสรีระนี้ มุ่งเน้นให้ทุกคนต้องมีโอกาสเข้าถึงในบริการพื้นฐานต่าง ๆ มีการบริการสาธารณะสูงที่มีคุณภาพและกระจายอย่างทั่วถึง อีกทั้งการจัดให้มีกิจกรรมนันทนาการเพื่อส่งเสริมสุขภาพ โดยมีสถานทดสอบสมรรถนะของร่างกายสำหรับชนทุกวัย รวมถึงการมีพื้นที่เปิดโล่งที่มีคุณภาพ เพื่อเอื้ออำนวยความสบายแก่ร่างกาย

### 2. ด้านความมั่นคงปลอดภัย

การตอบสนองในด้านนี้คือ ต้องมีการแยกการใช้ที่ดินที่เป็นอันตรายออกจากย่านอื่น ๆ และใช้ที่ดินแบบผสมผสานในย่านที่ไม่มีอันตราย เพื่อให้มีผู้คนผ่านไปมาตลอดเวลา รวมถึงการดูแลสอดส่องความปลอดภัย นอกจากนี้ยังต้องส่งเสริมให้เกิดความเป็นส่วนตัวอย่างพอเหมาะของคนแต่ละกลุ่ม การสร้างความรู้สึกต่อสถานที่ (Sense of Place) ทั้งทางกายภาพและทางสังคม

### 3. ด้านการยอมรับเป็นพวก

การสร้างความรู้สึกเป็นพวกเดียวในกลุ่มบุคคลที่ไม่ได้เป็นเครือญาติหรือมีเชื้อสายเดียวกัน แต่ต้องใช้ชีวิตอยู่ในชุมชนเดียวกันนั้น ต้องสร้างความเชื่อมั่นโดยถือว่าสังคมที่ดี คือสังคมที่รู้จักหน้าค่าตากัน มีขนาดที่ไม่ใหญ่จนเกินไปจนทำให้เกิดพวกที่รู้สึกหลุดกลุ่ม แต่ก็ไม่เล็กจนเกินไปจนหมดโอกาสที่จะสร้างสรรค์ความหลากหลาย โดยสร้างสังคมที่คล้ายคลึงกันในวงแคบและสังคมที่หลากหลายในวงกว้าง

### 4. ด้านการนับถือยกย่อง

การจัดสภาพแวดล้อมให้มีความหลากหลายด้วยกิจกรรมต่าง ๆ ที่ไม่ซ้ำซากจำเจ แต่ในขณะเดียวกันก็ต้องรักษาความเป็นส่วนตัวสำหรับย่านพักอาศัย รวมถึงการส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วมในภาคประชาชน ในการตัดสินใจในกระบวนการโครงการต่าง ๆ เพราะสิ่งเหล่านี้คือส่วนสำคัญในการสร้างความภาคภูมิใจแก่ผู้พักอาศัย

### 5. ด้านความรู้และสติปัญญา

เป็นเรื่องที่เกี่ยวกับการแสวงหาประสบการณ์จากกิจกรรมต่าง ๆ ด้วยความอยากรู้อยากลอง เพื่อพัฒนาความชำนาญ ทั้งทางร่างกายและทางสมอง เช่น การทดสอบความจำ การเฝ้าสังเกตสิ่งรอบ ๆ ตัว แล้วลองทำตาม การเล่นเกม การใช้โทรศัพท์ เป็นต้น

## 6. ด้านสุนทรียภาพ

ความพึงพอใจในความสวยงามอันเกิดจากการจัดระเบียบของสภาพแวดล้อม ทั้งสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ และสภาพแวดล้อมที่มนุษย์สร้างขึ้น ซึ่งสามารถแบ่งสุนทรียภาพออกเป็น 3 ด้านได้แก่

6.1 สุนทรียภาพที่เกิดจากประสาทสัมผัส

6.2 สุนทรียภาพที่เกิดจากรูปทรง

6.3 สุนทรียภาพที่เกิดสัญลักษณ์

## 7. ด้านศักยภาพของตนเองอย่างเต็มที่

ผู้ที่มีความพึงพอใจในชีวิตของตน มีทัศนคติที่ดี มองโลกแห่งความเป็นจริง ยอมรับสภาพต่าง ๆ และใส่ใจในสังคมของเพื่อนมนุษย์ มุ่งแก้ปัญหามากกว่าแสวงหาความยกย่องให้ตนเอง และสามารถพลิกวิกฤติให้เป็นโอกาส ซึ่งบุคคลที่มีคุณสมบัติเหล่านี้ ควรได้รับเลือกให้เป็นตัวแทนของสาธารณชนในการแสดงความคิดเห็นและร่วมมีบทบาทในกระบวนการออกแบบชุมชนเมือง

ปัจจัยที่มีความสำคัญเป็นอันดับแรก ได้แก่ **ปัจจัยด้านความริบเร่งในชีวิตประจำวัน** เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบระหว่างการวิเคราะห์พื้นที่กรณีศึกษาและความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่เข้ามาใช้งานภายในพื้นที่ จากเกณฑ์การพิจารณาพื้นที่สาธารณะที่ตอบรับกับพฤติกรรมของคนรุ่นใหม่ พบว่า มีความสอดคล้องกันมากที่สุดจากค่าคะแนนที่เท่ากัน ซึ่งการออกแบบเพื่อตอบสนองต่อปัจจัยข้างต้น ที่ได้จากการวิเคราะห์พื้นที่สาธารณะที่ตอบรับกับพฤติกรรมของคนรุ่นใหม่ จะต้องคำนึงถึงการเป็นพื้นที่สาธารณะที่มีความเชื่อมโยงกับลักษณะการใช้ประโยชน์ที่ดินหรือกิจกรรมที่หลากหลายประเภท ทั้งนี้เพื่อให้เกิดบรรยากาศที่มีชีวิตชีวา เนื่องจากมีคนผ่านไปมาจำนวนมากตลอดเวลา รวมไปถึงสามารถเชื่อมต่อการเดินทางได้หลากหลายรูปแบบ ที่ไม่จำเพาะเจาะจงแค่รูปแบบการเดินทางเพียงแบบเดียว จึงต้องมีการพัฒนาระบบขนส่งสาธารณะ เพื่อเพิ่มช่องทางการเข้าถึง การปรับปรุงทางเท้าหรือพื้นผิวถนน ให้มีความสะดวกต่อการใช้งาน ทั้งนี้เนื่องจากรูปแบบการดำเนินชีวิตประจำวันของกลุ่มคนรุ่นใหม่เต็มไปด้วยความเร่งรีบ จึงส่งผลให้ความต้องการใช้การเข้ามาใช้พื้นที่สาธารณะที่สามารถเปลี่ยนผ่านสู่พื้นที่อื่นได้อย่างรวดเร็วและสะดวกสบาย ทั้งนี้เพื่อให้สอดคล้องกับลักษณะของพฤติกรรม ทัศนคติ และรูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มคนรุ่นใหม่ให้มากที่สุด

ซึ่งจากการเปรียบเทียบระหว่างผลการวิเคราะห์พื้นที่กรณีศึกษาและความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างคนรุ่นใหม่ที่เข้ามาใช้งานภายในพื้นที่ จากเกณฑ์การพิจารณาพื้นที่สาธารณะที่ตอบรับกับพฤติกรรมของคนรุ่นใหม่ พบว่า จากความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างคนรุ่นใหม่ที่เข้ามาใช้งานภายในพื้นที่ มีบางปัจจัยที่ไม่สอดคล้องกับผลที่ได้จากการวิเคราะห์พื้นที่กรณีศึกษากับเกณฑ์การพิจารณาพื้นที่สาธารณะที่ตอบรับกับพฤติกรรมของคนรุ่นใหม่ เนื่องด้วยกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีพฤติกรรม ทัศนคติ รวมไปถึงรูปแบบการใช้ชีวิตที่ลักษณะเฉพาะตัว จึงต้องการพื้นที่ที่สามารถตอบรับกับพฤติกรรม โดย



สามารถจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยที่ได้คะแนนรองลงมาจากปัจจัยด้านความริบเร่งในชีวิตประจำวันที่จะนำไปสู่การออกแบบพื้นที่สาธารณะที่ตอบรับกับคนรุ่นใหม่ ได้ดังนี้

**ปัจจัยด้านกายภาพ** พื้นที่สาธารณะต้องเอื้อให้เกิดการใช้งานของกิจกรรมที่หลากหลาย เช่น นวัตกรรม ไม่เรียบโล่ง มีจังหวะหรือทำให้พื้นที่ที่นั้นมีชีวิตชีวาที่ตอบรับกับรูปแบบของกิจกรรมหรือวิถีชีวิต เนื่องจากพฤติกรรมของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ไม่ชอบความจำเจ และชื่นชอบความแปลกใหม่ รวมทั้งต้องคำนึงถึงการเข้าถึงพื้นที่ที่ไม่เพียงแค่ง่ายและสะดวกสบาย แต่จะต้องมีความหลากหลายของช่องทางการเข้าถึง ที่จะเป็นส่วนช่วยในการสร้างแรงดึงดูดให้คนรุ่นใหม่อยากเข้ามาใช้งานภายในพื้นที่ นอกจากนี้การออกแบบให้พื้นที่บางส่วนที่มีร่มเงา บดบังแสงแดด และส่วนที่มีแสงแดดส่องถึง เพื่อเพิ่มความสะดวกสบายในพื้นที่ และต้องให้ความรู้สึกที่ปลอดภัยและปลอดภัยจากการมีพื้นที่ปิดล้อมภายในพื้นที่

**ปัจจัยด้านขอบเขตการให้บริการ** ต้องมีระยะเวลาการเข้าถึงด้วยการเดินเท้า 5-10 นาที หรือ 500 เมตร จากจุดบริการสาธารณะ ทั้งนี้เพื่อให้ผู้ที่เข้ามาใช้งานสามารถเข้ามาใช้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ควรออกแบบให้มีทางเดินเท้าหรือทางจักรยานที่มีคุณภาพ ทางลาดสำหรับคนพิการ พื้นผิวที่แตกต่างกัน รวมทั้งสัญญาณเตือนภัยต่าง ๆ สำหรับกลุ่มบุคคลที่ด้อยโอกาส

**ปัจจัยด้านความสะดวกสบาย** ภายในพื้นที่สาธารณะจะต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกสบาย เช่น เก้าอี้ที่นั่ง โต๊ะ แสงสว่าง อินเทอร์เน็ต รวมไปถึงการมีสภาพภูมิอากาศภายในพื้นที่ที่มีความเหมาะสม ความปลอดภัยและระยะเวลาในการให้บริการ พื้นที่กลางแจ้งควรมีส่วนที่ให้ร่มเงา และส่วนที่แสงส่องถึง วัสดุและพื้นผิวที่ใช้ภายในพื้นที่ควรมีความเรียบและไม่ลื่น การป้องกันการเกิดอุบัติเหตุระหว่างผู้ใช้ทางเท้าและผู้ใช้ถนน โดยแยกถนนสำหรับรถยนต์ออกจากทางจักรยานและทางเท้า รวมไปถึงการติดตั้งโคมไฟให้แสงสว่างภายในพื้นที่ เพื่อความปลอดภัยในการใช้งาน

**ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของพื้นที่** การที่พื้นที่นั้น ๆ อยู่ในย่านที่กำลังเป็นที่นิยมหรือกำลังเป็นพื้นที่ที่มีความทันสมัยในขณะนั้น เพื่อที่จะสะท้อนให้เห็นถึงความเป็นตัวตนของกลุ่มคนรุ่นใหม่ได้อย่างชัดเจนมากขึ้นจากลักษณะการใช้พื้นที่หรือการทำกิจกรรมภายในพื้นที่ ซึ่งการส่งเสริมให้เกิดความชัดเจนของภาพลักษณ์ของพื้นที่ที่จะดึงดูดให้กลุ่มคนรุ่นใหม่เข้ามาใช้งานภายในพื้นที่ โดยการสร้างเอกลักษณ์ของพื้นที่จากแนวทางการออกแบบที่ใช้แนวคิดการจัดระเบียบการรับรู้ (Organization in Perception) คือ การรวมกันเป็นกลุ่มของสิ่งที่อยู่ใกล้ ๆ กัน การเลือกใช้รูปทรงที่เรียบง่ายและมีความสมบูรณ์ในตัวเอง การสร้างความต่อเนื่องของทิศทาง ที่มองดูแล้วทำให้เกิดความรู้สึกที่ลื่นไหล ต่อเนื่อง ไปในทิศทางเดียวกัน ไม่สะดุด การสร้างความโดดเด่นภายในกลุ่มย่อย และการจัดลำดับหรือขนาดเล็ก-ใหญ่ เป็นต้น

เมื่อพิจารณาจากปัจจัยที่ได้ลำดับความสำคัญไปข้างต้น จะเห็นได้ว่านโยบายของปัจจัยที่นำไปสู่แนวทางการออกแบบนั้น คำนึงถึงการเป็นพื้นที่สาธารณะที่ตอบสนองกับความต้องการและ

พฤติกรรมของคนรุ่นใหม่ เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรม ความต้องการ ทัศนคติ ของกลุ่มคนรุ่นใหม่ ที่เข้ามาใช้งานภายในพื้นที่ ซึ่งปัจจัยที่ถูกจัดลำดับให้มีความสำคัญน้อยที่สุดที่ได้จากการวิเคราะห์พื้นที่ ทัศนศึกษาและความคิดเห็นของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่เข้ามาใช้งานภายในพื้นที่ เนื่องจากรูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีความแตกต่างกันเรื่องของรายได้ ทัศนคติ และอุดมคติ การเป็นตัวของตัวเอง ความเป็นปัจเจกที่สูงขึ้น ทำให้มุ่งค้นหาแต่พื้นที่เฉพาะของแต่ละคน รวมไปถึงปัญหาที่เกิดจากความขัดแย้ง ความเหลื่อมล้ำที่ทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ที่เข้ามาใช้งานกับพื้นที่ลดลง จึงส่งผลให้ปัจจัยเหล่านี้ได้ค่าคะแนนในลำดับท้าย ๆ ซึ่งปัจจัยและแนวทางการออกแบบพื้นที่สาธารณะ เพื่อตอบสนองต่อปัจจัยดังกล่าวมีรายละเอียด ดังนี้ **ปัจจัยด้านที่ตั้ง** ต้องคำนึงถึงด้านที่ตั้งของพื้นที่สาธารณะ จะต้องเข้าถึงง่าย เดินทางเข้ามาใช้งานได้อย่างสะดวกสบาย การเข้าถึงพื้นที่ได้หลายหลาก รูปแบบของการเดินทาง มีการเชื่อมต่อของระบบขนส่งสาธารณะ รวมถึงต้องสามารถเข้าถึงหรืออยู่ในพื้นที่ที่มีการให้บริการสาธารณะต่าง ๆ ตั้งอยู่ในพื้นที่ใจกลางเมืองที่มีการใช้ประโยชน์ที่ดินหลากหลายประเภท เพื่อให้มีผู้คนผ่านเข้ามาใช้งาน ที่จะช่วยสร้างความคึกคักมีชีวิตชีวาให้กับพื้นที่และเป็นส่วนช่วยส่งเสริมให้เกิดการสอดส่องดูแลกันภายในพื้นที่

**กิจกรรมที่เกิดขึ้นภายในพื้นที่** พื้นที่สาธารณะไม่เพียงแต่รองรับกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นภายในพื้นที่ แต่ยังต้องส่งเสริมให้เกิดความต่อเนื่องของกิจกรรม เพื่อสร้างความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวให้กับพื้นที่ ที่จะดึงดูดกลุ่มคนรุ่นใหม่ให้เข้ามาใช้งาน ทั้งนี้จะต้องคำนึงถึงกิจกรรมส่วนใหญ่ที่เกิดขึ้นภายในพื้นที่ เพื่อให้การออกแบบตอบสนองกับความต้องการของผู้ใช้งานมากที่สุด เช่น การคำนึงถึงสัดส่วนมนุษย์ในการวางองค์ประกอบต่าง ๆ ภายในพื้นที่ การมีพื้นที่เปิดโล่งสำหรับกิจกรรมที่ต้องการความกระฉับกระเฉง ความสูงที่สามารถเอื้อมถึงหรือมีน้ำหนักรักบี้ การเลือกวัสดุหรือพื้นผิวที่แตกต่างกัน เพื่อสร้างความแปลกใหม่แตกต่างกันภายในพื้นที่ รวมถึงการมีที่นั่งพัก มีแสงสว่างเพียงพอที่เหมาะสมสำหรับการทำกิจกรรมแบบผ่อนคลาย เพื่อให้ตอบรับกับความต้องการของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่เข้ามาใช้งานภายในพื้นที่

**ปัจจัยด้านความรู้สึกต่อสถานที่** การสร้างความรู้สึกลงถึงการเป็นส่วนหนึ่งของพื้นที่ เพื่อให้เกิดแรงดึงดูดที่ทำให้อยากเข้ามาใช้งานภายในพื้นที่ รวมถึงพื้นที่นั้นจะต้องสามารถแสดงออกถึงความเป็นตัวตนของกลุ่มคนรุ่นใหม่ได้อย่างชัดเจน การเน้นและให้ความสำคัญของส่วนรวมและความเป็นกลุ่มก้อนเดียวกัน รวมไปถึงการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างพื้นที่และผู้เข้ามาใช้งาน เพื่อให้เกิดความรู้สึกเป็นส่วนรวม หรือเป็นส่วนหนึ่งของสถานที่ การสร้างความรู้สึกที่เกี่ยวข้องและเชื่อมโยงซึ่งกันและกัน กระชับ และเป็นกลุ่มก้อน ซึ่งจะต้องมีการออกแบบที่คำนึงถึงความสะดวกสบาย มีแสงสว่างในพื้นที่ที่เหมาะสม มีที่นั่งพัก และนั่งมองกัน รวมไปถึงการใช้วัสดุ เส้นสาย รูปทรง โครงสร้าง หรือองค์ประกอบอื่น ๆ ทางสถาปัตยกรรมให้สอดคล้องกับพื้นที่ ดูกลมกลืนกัน

**ปัจจัยด้านการเป็นพื้นที่ทางสังคม** การสร้างและส่งเสริมให้เกิดการมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันของผู้ที่เข้ามาใช้งาน ส่งผลให้พื้นที่เอื้อต่อการเป็นพื้นที่ทางสังคมที่สามารถรวมพื้นที่สาธารณะและกิจกรรมทางสังคมไว้ด้วยกันได้ เพื่อรองรับกิจกรรมทางสังคมที่จะเกิดขึ้นภายในพื้นที่ จะต้องมีการสร้างความกลมกลืนกันระหว่างพื้นที่และผู้ใช้งาน ให้อารมณ์ความรู้สึกสบายและพึงพอใจในการเข้ามาใช้งาน ทั้งนี้พื้นที่เองจะต้องมีการคำนึงถึงในส่วนของแนวคิดเรื่องเวลาและสถานที่ ที่จะต้องมีความยืดหยุ่นสามารถปรับเปลี่ยนได้ตามสถานการณ์หรือรูปแบบของกิจกรรมทางสังคมที่เกิดขึ้นภายในพื้นที่ การปรับองค์ประกอบภายในพื้นที่ให้ดียิ่งขึ้น

แนวทางการออกแบบพื้นที่สาธารณะที่ตอบรับกับพฤติกรรมของคนรุ่นใหม่ที่กำลังก้าวมาข้างหน้า จะต้องคำนึงและให้ความสำคัญของปัจจัยด้านความรีบเร่งในชีวิตประจำวันเป็นลำดับแรก เนื่องด้วยวิถีชีวิต บุคลิกภาพ และไลฟ์สไตล์ของกลุ่มคนรุ่นใหม่ มีความคล่องตัว กระตือรือร้น ทะเยอทะยาน อีกทั้งยังชอบความสะดวกรวดเร็ว และเป็นตัวของตัวเอง พื้นที่สาธารณะที่จะตอบรับกับพฤติกรรมของกลุ่มคนรุ่นใหม่ จะต้องมีการใช้ประโยชน์หรือมีกิจกรรมภายในพื้นที่ที่หลากหลาย ที่จะส่งเสริมให้เกิดความมีชีวิตชีวาให้กับพื้นที่ จากการผ่านไปมาของผู้คนจำนวนมากภายในพื้นที่ รวมไปถึงการเปลี่ยนผ่านไปสู่พื้นที่อื่นด้วยความสะดวกรวดเร็ว เพื่อให้พื้นที่สาธารณะนั้นตอบรับกับความต้องการของกลุ่มคนรุ่นใหม่มากที่สุด

### อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษานี้เป็นส่วนหนึ่งในการส่งเสริมในเรื่องของการออกแบบเพื่อคนทั้งมวล (Universal Design) ในการวิเคราะห์หาพื้นที่สาธารณะที่เหมาะสมสำหรับทุกเพศและทุกช่วงวัย โดยการศึกษาถึงพื้นที่สาธารณะที่ตอบรับกับพฤติกรรมของกลุ่มคนรุ่นใหม่ เน้นในการศึกษาประเด็นสำคัญในการออกแบบพื้นที่สาธารณะที่ตอบรับกับกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่สอดคล้องกับแนวทางการออกแบบเพื่อคนทั้งมวล ทั้งนี้จากการศึกษาและรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มคนรุ่นใหม่และพื้นที่สาธารณะข้างต้น พบว่า ลักษณะของพื้นที่สาธารณะที่เหมาะสมและตอบรับกับพฤติกรรมของคนรุ่นใหม่ที่กำลังก้าวไปข้างหน้า นั้น ได้นำมาเป็นเกณฑ์เพื่อพิจารณาในการคัดเลือกพื้นที่กรณีศึกษาและกลุ่มตัวอย่าง รวมทั้งพิจารณาจากพื้นที่ที่กำลังได้รับความนิยม และมีลักษณะการใช้พื้นที่ที่แตกต่างกัน เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรม ทศนคติและความต้องการที่มีต่อการใช้พื้นที่สาธารณะของกลุ่มคนรุ่นใหม่ เนื่องด้วยวิถีชีวิต บุคลิกภาพ และไลฟ์สไตล์ของกลุ่มคนรุ่นใหม่ มีความคล่องตัว กระตือรือร้น ทะเยอทะยาน อีกทั้งยังชอบความสะดวกรวดเร็ว และการเป็นตัวของตัวเองที่แสดงออกทางสังคมหรือกิจกรรมมากกว่ากลุ่มเจนเนอเรชันอื่นมากที่สุด นอกจากนี้กลุ่มคนรุ่นใหม่ยังเลือกที่จะใช้พื้นที่สาธารณะภายในเมืองเป็นทีนัดเจอ พบปะ หรือนั่งทำงานกัน เพื่อให้เกิดการใช้งานพื้นที่สาธารณะให้มีประสิทธิภาพและตรงตามความต้องการของกลุ่มคนรุ่นใหม่มากที่สุด จึงต้องทำการศึกษาแนวทางการ

ออกพื้นที่สาธารณะที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มคนรุ่นใหม่ รวมถึงสอดคล้องกับพฤติกรรมของคนในกลุ่มนี้ให้มากที่สุด

ซึ่งจากการใช้เกณฑ์การพิจารณาที่ได้จากการรวบรวมข้อมูลทฤษฎีที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่สาธารณะและกลุ่มคนรุ่นใหม่ พบว่ามีปัจจัยที่สำคัญในการออกแบบพื้นที่สาธารณะที่ตอบรับกับพฤติกรรมของคนรุ่นใหม่ คือ ลักษณะของพื้นที่สาธารณะ ปัจจัยการเกิดพื้นที่สาธารณะ กิจกรรมที่เกิดขึ้นบนพื้นที่สาธารณะ

ความรู้สึกต่อสถานที่ และการเป็นพื้นที่ทางสังคม แต่เมื่อนำมาวิเคราะห์ควบคู่กับการสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่เข้ามาใช้งานภายในพื้นที่การศึกษา พบว่า มีเพียงบางประเด็นที่คนรุ่นใหม่ให้ความสำคัญ ซึ่งในการออกแบบหรือพัฒนาพื้นที่สาธารณะสำหรับคนรุ่นใหม่ ไม่ว่าจะเป็นพื้นที่สาธารณะภายในหรือภายนอก ที่ต้องให้ความสำคัญเป็นลำดับแรกคือ **ปัจจัยด้านความเร่งรีบในชีวิตประจำวัน** จะต้องคำนึงถึงการเป็นพื้นที่สาธารณะที่มีความเชื่อมโยงกับลักษณะการใช้ประโยชน์ที่ดินหรือกิจกรรมที่หลากหลายประเภท ทั้งนี้เพื่อให้เกิดบรรยากาศที่มีชีวิตชีวา เนื่องจากมีคนผ่านไปมาจำนวนมากตลอดเวลา รวมไปถึงสามารถเชื่อมต่อการเดินทางได้หลากหลายรูปแบบ ที่ไม่จำเพาะเจาะจงแค่รูปแบบการเดินทางเพียงแบบเดียว จึงต้องมีการพัฒนาระบบขนส่งสาธารณะ เพื่อเพิ่มช่องทางการเข้าถึง การปรับปรุงทางเท้าหรือพื้นผิวถนน ให้มีความสะดวกต่อการใช้งาน ทั้งนี้เนื่องจากรูปแบบการดำเนินชีวิตประจำวันของกลุ่มคนรุ่นใหม่เต็มไปด้วยความเร่งรีบ จึงส่งผลให้ความต้องการใช้การเข้ามาใช้พื้นที่สาธารณะที่สามารถเปลี่ยนผ่านสู่พื้นที่อื่นได้อย่างรวดเร็วและสะดวกสบาย

ในขณะที่ประเด็นในด้านกายภาพ ด้านที่ตั้ง ด้านภาพลักษณ์ของพื้นที่ ด้านความสะดวกสบาย ด้านการเป็นพื้นที่ทางสังคม รวมทั้งกิจกรรมที่เกิดขึ้นภายในพื้นที่และความรู้สึกต่อสถานที่ จากการศึกษาค้นคว้า พบว่า กลุ่มคนรุ่นใหม่ไม่ได้ให้ความสำคัญกับประเด็นเหล่านี้เท่าไรนัก สืบเนื่องมาจากรูปแบบการดำเนินชีวิต รสนิยม อุดมคติ ที่แตกต่างและมีความเป็นตัวของตัวเองในระดับที่สูงขึ้น รวมทั้งความแตกต่างหันที่เกิดจากความเหลื่อมล้ำของสังคม ที่ไม่เพียงส่งผลให้ความสัมพันธ์ระหว่างกันภายในสังคมลดลง แต่ยังรวมไปถึงความสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้งานกับพื้นที่ที่ลดลงอีกด้วย

ซึ่งจากการศึกษาและข้อค้นพบที่ได้จากการศึกษานี้ได้เปลี่ยนแปลงและสร้างความชัดเจนถึงแนวทางการออกแบบพื้นที่สาธารณะที่ตอบรับกับพฤติกรรมของคนรุ่นใหม่ ซึ่งแตกต่างจากการคำนึงถึงแนวทางการออกแบบพื้นที่สาธารณะที่ดีโดยทั่วไป เนื่องด้วยลักษณะที่เฉพาะตัวของกลุ่มคนรุ่นใหม่ ที่มีความเป็นตัวของตัวเองสูง มีความคล่องตัว ชอบความสะดวกรวดเร็วและความแปลกใหม่ รวมไปถึงการมีการเปลี่ยนแปลงของชีวิตตลอดเวลา จึงต้องมีพื้นที่สาธารณะที่ตอบรับกับพฤติกรรมของกลุ่มคนเหล่านี้ ซึ่งไม่เพียงแต่ตอบสนองต่อพฤติกรรมที่กล่าวมาข้างต้นเท่านั้น แต่ยัง

ช่วยสร้างสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมสำหรับคนรุ่นใหม่ที่สุดอดคล้องกับการดำเนินชีวิตประจำวัน ที่จะช่วยสร้างควมมีชีวิตชีวาให้กับเมือง

### ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยในอนาคต

สำหรับการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาแนวทางการออกแบบพื้นที่สาธารณะที่ตอบรับกับพฤติกรรมของกลุ่มคนรุ่นใหม่ โดยหาปัจจัยที่สำคัญเพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบพื้นที่สาธารณะเป็นหลัก ซึ่งพิจารณาและวิเคราะห์ร่วมกันระหว่างทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่สาธารณะและแนวคิดเกี่ยวกับคนรุ่นใหม่ ดังนั้นข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไปควรจะเป็นการศึกษาในเชิงลึก บนข้อค้นพบการศึกษาค้างนี้ เช่น

1. การศึกษาความสัมพันธ์ของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีต่อการใช้งานระหว่างพื้นที่สาธารณะภายในอาคารและภายนอกอาคาร
2. การศึกษาถึงแนวทางการออกแบบพื้นที่สาธารณะที่ตอบรับกับพฤติกรรมของกลุ่มคนรุ่นใหม่ ที่สามารถนำไปใช้เป็น Design guideline ที่ได้จากการศึกษาค้างนี้ในการออกแบบพื้นที่สาธารณะ
3. การศึกษาถึงแนวทางการออกแบบพื้นที่สาธารณะที่ตอบรับกับพฤติกรรมและความต้องการของสังคมผู้สูงอายุ



## รายการอ้างอิง

### ภาษาไทย

- กฤติยา โชควัฒนชัย. (2544). “ความเป็นมาชุมชนเข้มแข็งในตำบลบางพระ อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- กรมโยธาธิการและผังเมือง. กรุงเทพมหานคร. (2549). **UDP Bangkok**. [โปรแกรมคอมพิวเตอร์]. กรุงเทพฯ: กรมโยธาธิการและผังเมือง กรุงเทพมหานคร.
- กำธร กุลชล. (2545). **การออกแบบชุมชนเมืองคืออะไร การติดตามหาคำตอบในรอบ 40 ปี**. นครปฐม: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์
- จำเนียร ช่างโชติ. (2516). **จิตวิทยาการรับรู้และเรียนรู้**. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์กรุงเทพฯ
- ชัยรินทร์ ไชยวัฒน์. (2555). **Generation Y ร้ายจริงหรือ?**. เข้าถึงเมื่อ 7 เมษายน 2559. เข้าถึงได้จาก <http://www.manager.co.th/iBizChannel/ViewNews.aspx?NewsID=9530000078273>
- ชัยวัฒน์ ไพนุพงศ์. (2551). “ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานในกลุ่ม Gen Y.” การศึกษาอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชวนะ ภวานันท์. (2548). **RETRO MARKETING กับต้นกำเนิด 8 C**. เข้าถึงเมื่อ 10 พฤษภาคม. เข้าถึงได้จาก [Http://www.businesssthai.co.th](http://www.businesssthai.co.th)
- ธนาคารไทยพาณิชย์. (2557). **กลยุทธ์มัดใจผู้บริโภค Gen Y**. กรุงเทพฯ: Economic Intelligence Center (EIC).
- ปรีดา หุตะจุกตะ. (2546) “พัฒนาการและรูปแบบการตั้งถิ่นฐานชุมชนริมบ้านบางแม่หม้าย จังหวัดสุพรรณบุรี.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการวางแผนภาคและเมือง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พสุ เดชะรินทร์. (2552). **กลยุทธ์ใหม่ในการจัดการ**. กรุงเทพฯ: ผู้จัดการ.
- ภควดี ศรีอ่อน. (2555). “พฤติกรรมการใช้สวนสาธารณะและสภาพแวดล้อมทางภูมิทัศน์ กรณีศึกษาสวนรมณีนาถ.” การค้นคว้าอิสระปริญญา คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- รัชฎา อสิสนธิสกุล. (2548). “การสร้างความเข้าใจร่วมกันเกี่ยวกับเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) เพื่อการประยุกต์ใช้ในที่ทำงาน.” สารนิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

- วิมลสิทธิ์ หรยางกูร. (2541). **พฤติกรรมมนุษย์กับสภาพแวดล้อม**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศศิธร คล้ายชม. (2546). “สำนึกในถิ่นที่: กรณีศึกษาการออกแบบตึกแถวเมืองพระนครศรีอยุธยา.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ศรีกัญญา มงคลศิริ. (2548). **Generation X. BrandAge**. เข้าถึงเมื่อ 10 พฤษภาคม 2559. เข้าถึงได้จาก <http://www.brandage.com/Modules/DesktopModules/Article/ArticleDetail.aspx?tabID=7&ArticleID=1108&ModuleID=701&GroupID=519>
- สุธี เทศงามถ้วน. (2547). “การศึกษาที่ว่างสาธารณะกลางแจ้งที่มีการใช้ที่ผิดและที่มีการใช้น้อยกว่าที่มุ่งหมายไว้ใน การออกแบบ” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เสาวคนธ์ วิทวัสโอฬาร. (2550). **Gen Y จับให้มันคั่นให้เวิร์ค**. กรุงเทพฯ: เนชั่นมัลติมีเดีย กรุ๊ป.
- อภิศักดิ์ ไผ่ทองคำ. (2543). “แนวทางการพัฒนาพื้นที่ว่างสาธารณะสำหรับชุมชนเมือง: กรณีศึกษาเมืองขอนแก่น” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Google Street View. (2558). **ถนนข้าวสาร**. เข้าถึงเมื่อ 10 พฤษภาคม 2559. เข้าถึงได้จาก <https://goo.gl/maps/jNjMzud8DGT2>
- \_\_\_\_\_. (2558). **ถนนพระรามที่ 1**. เข้าถึงเมื่อ 25 พฤษภาคม 2559. เข้าถึงได้จาก <https://goo.gl/maps/qWMuacq6PWin>
- \_\_\_\_\_. (2558). **ร้านกาแฟ Too Fast to Sleep**. เข้าถึงเมื่อ 11 พฤษภาคม 2559. เข้าถึงได้จาก <https://goo.gl/maps/9d6QRH6TH682>

### ภาษาต่างประเทศ

- Charles, Prince of Wales. (1989). **A Vision Brieain : A personal view of architecture**. London: Doubleday.
- Gehl, Jan. (1987). **Life Between Buildings: Using Public Space**. Washington covelo London: Island Press.
- Marcus, Clare Cooper and Carolyn Francis. (1998). **People Places: Design Guidelines for Urban Open Space**. United States of America: Van Nostrand Reinhold.

Molnar, D. J. and Rutledge, A. J. (1986). **Anatomy of a Park : The Essentials of Recreation Area Planning and Design.** New York: McGraw-Hill

Moughtin. (1995). **Urban Design: Green Dimensions.** Oxford: Butterworths Architecture.

PPS. (2000). **Project for Public Spaces.** Accessed May 10. Available from <http://www.pps.org/parks/>








ภาคผนวก

วันที่...../...../.....เวลา.....น.  
พื้นที่.....



**แบบสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีต่อการใช้พื้นที่สาธารณะ**  
เพื่อใช้ในการศึกษาวิจัย เรื่อง แนวทางการออกพื้นที่สาธารณะที่ตอบรับกับพฤติกรรมของคน  
รุ่นใหม่

**คำชี้แจง:** แบบสำรวจนี้ใช้เพื่อประกอบการศึกษาค้นคว้าอิสระ (Individual Study)  
แบบสอบถามนี้มีทั้งหมด 2 ส่วน  
ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสำรวจ  
ส่วนที่ 2 : ลักษณะของพื้นที่สาธารณะที่ตอบรับความต้องการของคนรุ่นใหม่  
ทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน  หน้าข้อที่ตรงกับท่านมากที่สุด

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสำรวจ

1. เพศ
 

<input type="checkbox"/> ชาย	<input type="checkbox"/> หญิง	<input type="checkbox"/> อื่น ๆ ระบุ.....
------------------------------	-------------------------------	---
2. อายุ
 

<input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 15 ปี	<input type="checkbox"/> 15-24 ปี	<input type="checkbox"/> 25-29 ปี
<input type="checkbox"/> 30-34 ปี	<input type="checkbox"/> 35 ปีขึ้นไป	
3. อาชีพ
 

<input type="checkbox"/> นักเรียน/นักศึกษา	<input type="checkbox"/> ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	<input type="checkbox"/> เอกชน
<input type="checkbox"/> ธุรกิจส่วนตัว	<input type="checkbox"/> อื่นๆ ระบุ.....	

### ส่วนที่ 2 ลักษณะของพื้นที่สาธารณะที่ตอบรับความต้องการของคนรุ่นใหม่

1. ใน 1 สัปดาห์ ท่านมาสถานที่แห่งนี้บ่อยแค่ไหน
 

<input type="checkbox"/> ทุกวัน	<input type="checkbox"/> 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์
<input type="checkbox"/> 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	<input type="checkbox"/> อื่นๆ ระบุ.....
2. ท่านชอบสถานที่แห่งนี้หรือไม่
 

<input type="checkbox"/> มาก	<input type="checkbox"/> ปานกลาง
<input type="checkbox"/> น้อย	<input type="checkbox"/> น้อยที่สุด

เพราะ.....

.....

3. ม่านคิดว่าที่ตั้งของสถานที่ที่มีผลต่อความขึ้นชอบสถานที่แห่งนี้ของท่านหรือไม่
- มาก  ปานกลาง
- น้อย  น้อยที่สุด
4. ท่านคิดว่าลักษณะการใช้งานพื้นที่ที่ส่งเสริมให้เกิดการดำเนินกิจกรรมที่มีความหลากหลายมีผลต่อความขึ้นชอบสถานที่แห่งนี้ของท่านหรือไม่
- มาก  ปานกลาง
- น้อย  น้อยที่สุด
- เพราะ.....
- .....
5. ท่านคิดว่าตำแหน่งที่ตั้งของสถานที่จะต้องเข้าถึงง่าย มีผลต่อการเลือกเข้ามาใช้งานภายในพื้นที่หรือไม่
- มาก  ปานกลาง
- น้อย  น้อยที่สุด
- เพราะ.....
- .....
6. ท่านคิดว่าระยะเวลาการเข้าถึงหรือขอบเขตการให้บริการของสถานที่ มีผลต่อการเลือกเข้ามาใช้งานภายในพื้นที่หรือไม่
- มาก  ปานกลาง
- น้อย  น้อยที่สุด
- เพราะ.....
- .....
7. ท่านคิดว่าสิ่งอำนวยความสะดวกและสภาพแวดล้อมภายในสถานที่ มีผลต่อการเลือกเข้ามาใช้งานภายในพื้นที่หรือไม่
- มาก  ปานกลาง
- น้อย  น้อยที่สุด
- เพราะ.....
- .....
8. ท่านคิดว่าการเชื่อมของระบบการเดินทางหลากหลายรูปแบบกับสถานที่ มีผลต่อการเลือกเข้ามาใช้งานภายในพื้นที่หรือไม่ (เช่น รถโดยสารประจำทาง, รถไฟฟ้า BTS, รถไฟใต้ดิน MRT เป็นต้น)
- มาก  ปานกลาง
- น้อย  น้อยที่สุด
- เพราะ.....
- .....

9. ท่านคิดว่าสถานที่ที่มีบริบทแวดล้อมที่ส่งเสริมให้เข้ามาใช้งานหรือมีภาพลักษณ์ของพื้นที่ที่ทันสมัยและเป็นที่ยอมรับต่อการเข้ามาใช้งานหรือไม่

- มาก  ปานกลาง  
 น้อย  น้อยที่สุด

เพราะ.....

10. ท่านคิดว่าสถานที่นี้สามารถรองรับการประกอบกิจกรรมนันทนาการแบบกระฉับกระเฉง(Active Recreation) หรือไม่

- มาก  ปานกลาง  
 น้อย  น้อยที่สุด

เพราะ.....

11. ท่านคิดว่าสถานที่นี้สามารถรองรับการประกอบกิจกรรมนันทนาการแบบผ่อนคลาย (Passive Recreation) หรือไม่

- มาก  ปานกลาง  
 น้อย  น้อยที่สุด

เพราะ.....

12. ท่านคิดว่าสถานที่นี้มีแรงดึงดูดที่ทำให้เกิดความรู้สึกอยากเข้ามาใช้งานภายในพื้นที่หรือไม่

- มาก  ปานกลาง  
 น้อย  น้อยที่สุด

เพราะ.....

13. ท่านคิดว่าสถานที่นี้สามารถเป็นพื้นที่ที่ส่งเสริมให้เกิดการสร้างปฏิสัมพันธ์หรือกิจกรรมที่สร้างการมีส่วนร่วมของผู้ที่เข้ามาใช้งานร่วมกันได้หรือไม่

- มาก  ปานกลาง  
 น้อย  น้อยที่สุด

เพราะ.....

\*\*ขอบคุณทุกท่านที่สละเวลาในการตอบแบบสำรวจ\*\*

## ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล นางสาวธนกร จุฑาศรี  
 ที่อยู่ เลขที่ 221 หมู่ที่ 1 ตำบลพงศัประศาสน์ อำเภอบางสะพาน  
 จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 77140

## ประวัติการศึกษา

- พ.ศ. 2551 สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมปลาย จากโรงเรียนจุฬารัตน์ราชวิทยาลัย  
 จังหวัดเพชรบุรี
- พ.ศ. 2555 สำเร็จการศึกษาปริญญาบัณฑิต สาขาวิชาการผังเมือง  
 คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- พ.ศ. 2556 ศึกษาต่อระดับปริญญาโท สาขาวิชาออกแบบชุมชนเมือง  
 คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

