

การรับรู้และจินตภาพของเมืองผ่านคนหลายช่วงวัย:  
กรณีศึกษา ย่านธุรกิจศูนย์กลางเมืองกรุงเทพมหานคร



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาการวางแผนภาคและเมืองมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาการวางผังและออกแบบเมือง ภาควิชาการวางแผนภาคและเมือง  
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
ปีการศึกษา 2564  
ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

PERCEPTION AND IMAGE OF THE CITY AMONG DIVERSE GENERATIONS:  
A CASE STUDY OF THE CENTRAL BUSINESS DISTRICT OF BANGKOK



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of Master of Urban and Regional Planning in Urban Planning and  
Design

Department of Urban and Regional Planning

FACULTY OF ARCHITECTURE

Chulalongkorn University

Academic Year 2021

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การรับรู้และจินตภาพของเมืองผ่านคนหลายช่วงวัย: กรณีศึกษา ย่านธุรกิจศูนย์กลางเมืองกรุงเทพมหานคร
โดย	น.ส.อรุณา เพียรรักษ์การ
สาขาวิชา	การวางผังและออกแบบเมือง
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุธี อนันต์สุขสมศรี

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วน  
หนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาการวางแผนภาคและเมืองมหาบัณฑิต

.....	คณบดีคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
(รองศาสตราจารย์ ดร.ปิ่นรัชฎ์ กาญจนะจฤดี)	
คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์	ประธานกรรมการ
.....	
(รองศาสตราจารย์ ดร.ไชศรี ภัคดีสุขเจริญ)	
.....	อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุธี อนันต์สุขสมศรี)	
.....	กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย
(อาจารย์ ดร.จุฑามาศ วงศ์กันทรากร)	

อรรญา เพียรรักษักร : การรับรู้และจินตภาพของเมืองผ่านคนหลายช่วงวัย:กรณีศึกษา  
ย่านธุรกิจศูนย์กลางเมืองกรุงเทพมหานคร. ( PERCEPTION AND IMAGE OF THE  
CITY AMONG DIVERSE GENERATIONS:A CASE STUDY OF THE CENTRAL  
BUSINESS DISTRICT OF BANGKOK) อ.ที่ปรึกษาหลัก : ผศ. ดร.สุธี อนันต์สุขสมศรี

จินตภาพเมืองนั้นย่อมมีความแตกต่างกันไปตามสภาพแวดล้อมและสภาพทางกายภาพ  
ของแต่ละเมือง เมืองจึงต้องมีอัตลักษณ์และองค์ประกอบที่ชัดเจนจึงส่งผลให้เกิดการรับรู้และจดจำ  
เกี่ยวกับเมืองได้มากขึ้น ซึ่งเมืองจะมีการเปลี่ยนแปลงไปตามบริบทของช่วงเวลา เช่นเดียวกับมิติ  
ทางด้านสังคมของคนในแต่ละช่วงวัย (generation) ที่มีความแตกต่างกันทั้งมุมมองทางด้านสังคม  
และการใช้ชีวิตที่ส่งผลให้คนในแต่ละช่วงวัยเกิดมุมมองและรับรู้จินตภาพของเมืองในรูปแบบที่  
แตกต่างกันไป การศึกษานี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบจากทฤษฎีจินตภาพของ  
เมือง (image of the city) และความรู้สึกที่มีต่อสถานที่ (sense of place) ที่มีผลต่อการรับรู้ย่าน  
ธุรกิจศูนย์กลางเมืองกรุงเทพมหานครผ่านคนแต่ละช่วงวัย โดยนำแบบจำลองสมการโครงสร้าง  
(structural equation modeling: SEM) มาใช้เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูล จากการศึกษา  
พบว่าปัจจัยจินตภาพของเมือง (image of the city) และปัจจัยความรู้สึกที่มีต่อสถานที่ (sense  
of place) มีอิทธิพลอย่างมากต่อภาพลักษณ์ที่เกิดจากการรับรู้ (cognitive image) ของในแต่ละ  
ช่วงวัยที่มีต่อเมือง โดยแบบจำลองสมการโครงสร้างการรับรู้จินตภาพของเมืองผ่านคนหลายช่วงวัย  
ที่ได้ทำการพัฒนาขึ้นนั้นมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยองค์ประกอบของจินตภาพ  
เมืองที่ทำให้เกิดการรับรู้ภาพลักษณ์เมืองมากที่สุด คือ เส้นขอบของย่าน (edge) รองลงมา คือ จุด  
ศูนย์รวม (node) และจุดหมายตา (landmark) ในส่วนของความรู้สึกที่มีต่อสถานที่ที่มีอิทธิพลมาก  
ที่สุด คือ ความสุนทรีย์ภาพภายในย่าน (aesthetic) รองลงมา คือ ความพึงพอใจในย่าน  
(satisfaction) และในการทดสอบความแตกต่างของความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ระหว่าง  
ช่วงวัย พบว่า มีความไม่แปรเปลี่ยนของแบบจำลองแต่จะมีความแปรเปลี่ยนของค่าพารามิเตอร์ที่  
แตกต่างกัน

สาขาวิชา การวางผังและออกแบบเมือง      ลายมือชื่อนิสิต .....

ปีการศึกษา 2564      ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาหลัก .....

# # 6370060725 : MAJOR URBAN PLANNING AND DESIGN

KEYWORD: Image of the city, Sense of place, central business district, structural equation model, diverse generation

Oraya Pienrakkarn : PERCEPTION AND IMAGE OF THE CITY AMONG DIVERSE GENERATIONS:A CASE STUDY OF THE CENTRAL BUSINESS DISTRICT OF BANGKOK. Advisor: Asst. Prof. Sutee Anantsuksomsri, Ph.D.

Perception and image of the city is a theory about the identity and physical environment of a city, which varies across different cities. The perception and image of a city can also change across different events and times. The social dimension can also shape different perceptions and images of a city; different generations with different ways of thinking, social perspectives, and ways of living can affect their perception of a city very differently. The objective of this study is to examine the perception and image of Bangkok's CBD across different generations, using Structural Equation Model as a data analysis tool. The results found that the developed Structural Equation Model was well consistent with the empirical data and revealed that the image of the city and sense of place had a significant influence on the cognitive image among diverse generations. Image of the city was directly influenced by the highest effecting variable, Edge followed by Node and Landmark. Besides, Sense of place was directly influenced by the highest effecting variable, Aesthetic followed by Place satisfaction. In addition the test of the invariance of Structural Equation Model analysis of among generation showed that the model was invariance in baseline Structural Equation Model, but parameters were not invariant.

Field of Study: Urban Planning and Design Student's Signature .....

Academic Year: 2021 Advisor's Signature .....

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จลุล่วงได้อย่างสมบูรณ์ด้วยความกรุณาอย่างยิ่งจากอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผศ. ดร. สุธี อนันต์สุขสมศรี ที่ได้ให้ความรู้ คำแนะนำแก้ไขปรับปรุงข้อบกพร่อง รวมทั้งคำปรึกษาและแนวทางในการศึกษามาโดยตลอด ผู้ศึกษาจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอกราบขอบพระคุณ รศ. ดร. ไชศรี ภักดีสุขเจริญ และอาจารย์ ดร. จุฑามาศ วงศ์กันทรากกร ที่ให้เกียรติมาเป็นกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ รวมถึงให้ความรู้และคำชี้แนะเกี่ยวกับทฤษฎี และเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา โดยคำแนะนำของอาจารย์นั้นได้เสริมให้วิทยานิพนธ์เล่มนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่านในภาควิชาการวางแผนภาคและเมืองที่ได้ให้ความรู้ แนวคิด และประสบการณ์ที่มีคุณค่า ซึ่งทำให้ผู้ศึกษาสามารถนำมาปรับใช้ในการทำงานได้เป็นอย่างดี รวมถึงเจ้าหน้าที่ภาควิชาทุกท่านที่ช่วยประสานงานด้านเอกสารต่าง ๆ และขอขอบคุณเพื่อน ๆ พี่ ๆ ที่ให้ความช่วยเหลือ ให้คำปรึกษา และเป็นกำลังใจให้กันมาโดยตลอด ตลอดจนทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม จนทำให้การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้สำเร็จได้ด้วยดี

ขอกราบขอบพระคุณคุณแม่ คุณพ่อ และครอบครัวที่ให้โอกาสรวมถึงการสนับสนุนในทุก ๆ เรื่องเป็นอย่างดี และขอขอบคุณผู้ที่เปี่ยมแรงบันดาลใจ ขอขอบคุณในความมุ่งมั่นและพยายาม ทำให้ผู้ศึกษารู้สึกมีแรงผลักดันและมีกำลังใจที่ดีเสมอมา

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY

อรุณา เพียรรักษการ

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....ค	ค
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....ง	ง
กิตติกรรมประกาศ.....จ	จ
สารบัญ.....ฉ	ฉ
สารบัญตาราง.....ญ	ญ
สารบัญภาพ.....ฎ	ฎ
บทที่ 1.....13	13
1.1 ที่มาและความสำคัญ.....13	13
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....15	15
1.3 คำถามวิจัย.....15	15
1.4 ขอบเขตของการศึกษา.....15	15
1.5 แหล่งที่มาของข้อมูล.....16	16
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....16	16
1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ.....18	18
บทที่ 2.....19	19
2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....19	19
2.1.1 จินตภาพของเมือง (Image of the city).....20	20
2.1.2 ความรู้สึกที่มีต่อสถานที่ (sense of place).....24	24
2.1.3 ภาพลักษณ์ที่เกิดจากการรับรู้ (Cognitive image).....25	25
2.1.4 ช่วงวัย (generation).....26	26
2.2 งานวิจัยเกี่ยวข้อง.....27	27

2.2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับจินตภาพของเมือง (image of the city).....	27
2.2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึกที่มีต่อสถานที่ (Sense of place).....	31
2.2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ เมือง และช่วงวัย.....	34
2.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา.....	35
2.3.1 แบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural equation modelling: SEM).....	35
2.3.2 ตัวอย่างงานวิจัยที่ใช้ แบบจำลองสมการโครงสร้าง (structural equation modelling: SEM) ในการศึกษา.....	43
2.4 สรุปประเด็นจากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	45
บทที่ 3.....	49
3.1 ข้อมูลทางกายภาพของย่านสยาม – ปทุมวัน.....	49
3.1.1 ความเป็นมาของย่านสยาม – ปทุมวัน.....	49
3.1.2 ลักษณะทั่วไปทางกายภาพ.....	52
3.2 ข้อมูลทางกายภาพของย่านสีลม – สาทร.....	62
3.2.1 ความเป็นมาของย่านสีลม – สาทร.....	62
3.2.2 ลักษณะทั่วไปทางกายภาพ.....	64
3.3 สรุปภาพรวมของย่าน.....	71
บทที่ 4.....	73
4.1 วิธีการดำเนินงาน.....	73
4.2 แหล่งที่มาของข้อมูล.....	76
4.3 กลุ่มตัวอย่าง.....	76
4.4 ขั้นตอนในการศึกษา.....	76
4.5 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา และการวิเคราะห์ข้อมูล.....	78
บทที่ 5.....	85
5.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	85



5.2 การวิเคราะห์ข้อมูลองค์ประกอบทางจิตภาพเมืองเชิงพื้นที่จากการรับรู้ผ่านคนหลายช่วงวัย	89
5.2.1 การวิเคราะห์ข้อมูลองค์ประกอบทางจิตภาพเมืองเชิงพื้นที่จากการรับรู้ผ่าน Gen B (Baby boomer)	90
5.2.2 การวิเคราะห์ข้อมูลองค์ประกอบทางจิตภาพเมืองเชิงพื้นที่จากการรับรู้ผ่าน Gen X (Generation X)	92
5.2.3 การวิเคราะห์ข้อมูลองค์ประกอบทางจิตภาพเมืองเชิงพื้นที่จากการรับรู้ผ่าน Gen Y (Generation Y)	94
5.2.4 การวิเคราะห์ข้อมูลองค์ประกอบทางจิตภาพเมืองเชิงพื้นที่จากการรับรู้ผ่าน Gen Z (Generation Z)	96
5.3 การวิเคราะห์ข้อมูลองค์ประกอบทางจิตภาพเมืองเชิงสถิติจากการรับรู้ผ่านคนหลายช่วงวัย	98
5.3.1 ตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	99
5.3.2 การวิเคราะห์ภาพลักษณ์และจิตภาพเมืองที่เกิดจากการรับรู้ของคนหลายช่วงวัย	101
5.3.3 การวิเคราะห์ความเชื่อมั่น	104
5.4 การตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลสมการโครงสร้างการรับรู้องค์ประกอบ ทางจิตภาพของเมือง	106
5.4.1 ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของแบบจำลองสมการโครงสร้างการรับรู้จิตภาพของเมืองตามสมมติฐานที่ได้ทำการพัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์	106
5.5 การตรวจสอบขนาดอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมของปัจจัยที่นำมาศึกษาต่อการรับรู้องค์ประกอบทางจิตภาพของเมือง	111
5.6 การทดสอบความแตกต่างของความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ระหว่างช่วงวัย	114
บทที่ 6	120
6.1 สรุปและอภิปรายผลการศึกษา	120
6.1.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	120
6.1.2 การรับรู้องค์ประกอบทางจิตภาพของเมืองผ่านคนหลายช่วงวัย	121

6.1.3 วิเคราะห์และตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลสมการโครงสร้างการรับรู้ องค์ประกอบทางจิตภาพของเมืองผ่านคนหลายช่วงวัย .....	126
6.2 ข้อจำกัดของการศึกษา.....	128
6.3 ข้อเสนอแนะ .....	128
6.3.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย .....	128
6.3.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาในอนาคต.....	129
บรรณานุกรม .....	130
ภาคผนวก .....	136
ประวัติผู้เขียน .....	146



## สารบัญตาราง

หน้า

ตาราง 1	สรุปค่าสถิติชี้วัดความเหมาะสมของแบบจำลองสมการโครงสร้าง (goodness of fit indices).....	39
ตาราง 2	ค่าสถิติที่ใช้ในการตรวจสอบความสอดคล้อง.....	83
ตาราง 3	ค่าความถี่และร้อยละแสดงข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	86
ตาราง 4	ค่าความถี่แสดงข้อมูลอาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามแต่ละช่วงวัย.....	87
ตาราง 5	ร้อยละแสดงที่อยู่อาศัยปัจจุบันของผู้ตอบแบบสอบถามตามช่วงอายุ.....	88
ตาราง 6	ร้อยละแสดงลักษณะการทำกิจกรรมภายในย่านสยาม - ปทุมวัน - สีลม - สาทร.....	89
ตาราง 7	ค่าสถิติเบื้องต้นของข้อมูล.....	100
ตาราง 8	ค่าสถิติบรรยายของตัวแปรองค์ประกอบ.....	101
ตาราง 9	ตารางแสดงค่าร้อยละของความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเป็นย่านศูนย์กลางธุรกิจใจกลางเมืองกรุงเทพและคนในแต่ละช่วงวัย.....	102
ตาราง 10	ตารางแสดงค่าร้อยละของความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบที่ทำให้เกิดการรับรู้.....	103
ตาราง 11	ค่าน้ำหนักมาตรฐานของตัวแปรและมาตรวัดความเที่ยงตรงและเชื่อถือได้.....	105
ตาราง 12	ค่าสถิติความสอดคล้องของแบบจำลองสมการโครงสร้างการรับรู้จินตภาพของเมือง ก่อนปรับปรุงโมเดล.....	106
ตาราง 13	รายละเอียดของการปรับแบบจำลองให้มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์.....	108
ตาราง 14	ค่าสถิติความสอดคล้องของแบบจำลองสมการโครงสร้าง การรับรู้จินตภาพของเมืองหลังปรับปรุงแบบจำลอง.....	109
ตาราง 15	ค่าน้ำหนักอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมระหว่างแต่ละตัวแปรแฝง.....	111
ตาราง 16	การทดสอบโมเดลการวัดความสัมพันธ์ของปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์เมืองย่านธุรกิจศูนย์กลางเมืองกรุงเทพมหานครที่มีความแตกต่างกันไปตามกลุ่มช่วงวัย.....	115

## สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพ 1 พื้นที่ของการศึกษาโดยรอบ.....	17
ภาพ 2 จินตภาพของเมืองบอสตันที่ได้จากการสัมภาษณ์.....	21
ภาพ 3 องค์ประกอบทางจินตภาพของเมืองตามทฤษฎีของเควิน ลินซ์.....	23
ภาพ 4 การแบ่งกลุ่มและลักษณะโดยรวมของแต่ละช่วงวัย.....	27
ภาพ 5 แผนที่แสดงจินตภาพจากผู้ตอบแบบสอบถามที่อาศัยอยู่ในเมืองสเกซซิน (โปแลนด์).....	29
ภาพ 6 จินตภาพของเมือง (Image of the city) ที่ถูกระบุตำแหน่งโดยใช้ การวิเคราะห์สื่อโซเชียล (ซ้าย) และจากการตอบแบบสอบถามและแผนที่ร่าง (ขวา) .....	30
ภาพ 7 ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล - ชุมชน - สถานที่ที่มีผลต่อการสร้างความรู้สึกที่มีต่อสถานที่..	33
ภาพ 8 แผนที่การรับรู้ที่แสดงถึงองค์ประกอบทางจินตภาพของนักเรียนชั้นประถมศึกษา.....	34
ภาพ 9 กรอบแนวคิดของปัจจัยในการศึกษา .....	48
ภาพ 10 โรงแรมสยามอินเตอร์คอนติเนนตัล (ซ้าย) และศูนย์การค้าสยาม (ขวา) ในอดีต .....	51
ภาพ 11 ศูนย์การค้ามาบุญครองในอดีต และปัจจุบันได้เปลี่ยนชื่อเป็นเอ็มบีเคเซ็นเตอร์.....	51
ภาพ 12 ลิโต้ มัลติเพล็กซ์ (ซ้าย) และเซ็นเตอร์พอยท์ (ขวา) ในอดีต .....	52
ภาพ 13 พารากอน (ซ้าย) และย่านสยาม (ขวา) .....	52
ภาพ 14 ขอบเขตโดยสังเขปของย่านสยาม - ปทุมวัน และย่านสีลม - สาทร.....	54
ภาพ 15 แผนที่เส้นทางรถไฟฟ้าบีทีเอส.....	56
ภาพ 16 แผนที่กำหนดการใช้ประโยชน์ที่ดินเขตปทุมวัน.....	61
ภาพ 17 ย่านสาทรในอดีต และปัจจุบัน .....	63
ภาพ 18 ตารางเวลาเร็วด่วนปรับอากาศ .....	65
ภาพ 19 ขอบเขตโดยสังเขปของย่านสยาม - ปทุมวัน และย่านสีลม - สาทร.....	66
ภาพ 20 แผนที่กำหนดการใช้ประโยชน์ที่ดินเขตสาทร .....	72

ภาพ 21 กรอบในการศึกษา.....	75
ภาพ 22 ข้อมูลที่ได้จากการจัดทำแบบสอบถามเบื้องต้น (pre-survey) .....	77
ภาพ 23 แบบจำลองสมมติฐานการรับรู้จินตภาพของเมืองผ่านคนแต่ละช่วงวัย .....	80
ภาพ 24 องค์ประกอบทางจินตภาพของเมืองที่ระบุตำแหน่งโดยการวิเคราะห์ข้อมูล จาก แบบสอบถามของกลุ่มคนเจนเนอเรชั่น B (Generation B).....	91
ภาพ 25 องค์ประกอบทางจินตภาพของเมืองที่ระบุตำแหน่งโดยการวิเคราะห์ข้อมูล จาก แบบสอบถามของกลุ่มคนเจนเนอเรชั่น X (Generation X) .....	93
ภาพ 26 องค์ประกอบทางจินตภาพของเมืองที่ระบุตำแหน่งโดยการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม ของกลุ่มคนเจนเนอเรชั่น Y (Generation Y).....	95
ภาพ 27 องค์ประกอบทางจินตภาพของเมืองที่ระบุตำแหน่งโดยการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม ของกลุ่มคนเจนเนอเรชั่น Z (Generation Z) .....	97
ภาพ 28 แบบจำลองสมมติฐานการรับรู้จินตภาพของเมืองผ่านคนแต่ละช่วงวัย .....	98
ภาพ 29 ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของแบบจำลองสมการโครงสร้าง.....	107
ภาพ 30 แบบจำลองสมการโครงสร้างการรับรู้จินตภาพของเมือง .....	110
ภาพ 31 แบบจำลองสมการโครงสร้างการรับรู้จินตภาพของเมืองผ่านคนหลายช่วงวัยของกลุ่ม Gen B – Gen X.....	118
ภาพ 32 แบบจำลองสมการโครงสร้างการรับรู้จินตภาพของเมืองผ่านคนหลายช่วงวัยของกลุ่ม Gen Y – Gen Z.....	119

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ที่มาและความสำคัญ

จินตภาพเมืองนั้นเป็นทฤษฎีที่มีการศึกษามาตั้งแต่สมัยอดีต เนื่องจากประกอบไปด้วย โครงสร้างและองค์ประกอบต่าง ๆ ที่สำคัญในเมือง ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงไปตามแต่ละช่วงเวลาและ สถานการณ์การเมืองที่เกิดขึ้นในแต่ละยุคสมัย ส่งผลให้การรับรู้ของผู้คนนั้นเปลี่ยนไปตามพื้นที่เมือง และความเป็นย่านที่เปลี่ยนแปลงไปด้วย โดยพื้นที่เมืองส่วนมากนั้นมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ตามแต่ละบริบทของเมือง การรับรู้จินตภาพของพื้นที่เมืองนั้นสามารถสะท้อนถึงสภาพแวดล้อมเมือง ที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ พื้นที่สาธารณะ รวมถึงสิ่งก่อสร้างที่มนุษย์สร้างขึ้น เพื่อให้เมืองเกิดจิตภาพ เมืองอย่างเป็นทางการและมีความสวยงาม โดย Horayangkura (2011) ได้กล่าวไว้ว่า ชุมชนเมือง ยังเป็นแหล่งที่ก่อให้เกิดจินตภาพสาธารณะได้ เมืองที่มีศักยภาพในการก่อให้เกิดจินตภาพได้ดี ย่อม เกิดจากการวางแผนเพื่อจัดระเบียบสภาพแวดล้อมให้เกิดสัญลักษณ์ของเมือง ไม่ปล่อยให้ไปตาม สภาพการณ์ที่ไร้ระเบียบแบบแผน ต้องมีการจัดระเบียบองค์ประกอบของเมือง สร้างสรรค์เอกลักษณ์ การอนุรักษ์สิ่งก่อสร้างที่มีคุณค่า รวมทั้งการสร้างสรรคสภาพแวดล้อมที่เป็นสัญลักษณ์ใหม่ของเมือง ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสำคัญในการพัฒนาเมืองบนพื้นฐานของอัตลักษณ์ของพื้นที่เพื่อให้เกิดจินต ภาพของเมืองที่แตกต่างกันไป

จินตภาพเมือง โดย Lynch (1960) นั้นเป็นทฤษฎีที่ศึกษาการจำแนกองค์ประกอบของเมือง โดยวิเคราะห์ความสามารถในการรับรู้ เป็นการบ่งบอกถึงการทำกิจกรรมของผู้คนในพื้นที่เมือง และ เห็นถึงองค์ประกอบของโครงสร้างเมืองที่มีความสำคัญ การรับรู้จินตภาพของเมืองนั้นจะมีความ แตกต่างกันตามสภาพแวดล้อมและสภาพทางกายภาพของเมือง โดยจินตภาพของเมืองจะประกอบไป ด้วย 5 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ เส้นทาง (path) เส้นขอบ (edge) ย่าน (district) จุดรวม (node) และจุดหมายตา (landmark) โดยการรับรู้จินตภาพของเมืองในแต่ละองค์ประกอบนั้นจะสามารถ สะท้อนถึงการรับรู้และเข้าใจในองค์ประกอบทางกายภาพของเมือง หากสภาพแวดล้อมของเมืองมี องค์ประกอบที่เหมาะสมจะทำให้เมืองนั้นมีจินตภาพที่ชัดเจน เกิดความประทับใจ และมีความเข้าใจ เกี่ยวกับเมืองมากขึ้น

ปัจจุบันพื้นที่ย่านธุรกิจศูนย์กลางเมืองกรุงเทพมหานครนั้นมีความหลากหลาย และ เปลี่ยนแปลงไปอย่างสอดคล้องกับการพัฒนาพื้นที่ บริบทของเมือง วิถีชีวิต และยุคสมัย ทั้งในด้าน การใช้ประโยชน์ของพื้นที่ศูนย์กลางของเมืองที่มีการทำกิจกรรมต่าง ๆ อย่างเข้มข้น เพื่อขับเคลื่อน กิจกรรมทางเศรษฐกิจ เป็นแหล่งศูนย์กลางของแหล่งงาน แหล่งที่ตั้งของสถานที่สำคัญในประเภทต่าง

ๆ ห้างสรรพสินค้า และอาคารสำนักงาน ส่งผลให้กรุงเทพมหานครนั้นเป็นศูนย์กลางของการทำกิจกรรมที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เกิดการรวมกลุ่มของกิจกรรมและย่านใหม่ ๆ ขึ้นอีกมากมาย ทำให้พื้นที่เมืองนั้นเกิดการเปลี่ยนแปลงไปจากอดีต ทั้งด้านบริบทของเมือง ย่านต่าง ๆ ที่เปลี่ยนแปลงไป ไม่ว่าจะเป็นย่านการค้า ย่านท่องเที่ยว หรือในส่วนของระบบโครงข่ายการสัญจร ทั้งถนนและระบบรางที่มีการวางแผนพัฒนาให้เกิดการเข้าถึงพื้นที่ได้ง่ายและสะดวกสบายมากขึ้น ทำให้พื้นที่ย่านต่าง ๆ ในศูนย์กลางเมืองกรุงเทพมหานคร ถึงจะอยู่ใกล้กันและเชื่อมโยงกันด้วยเส้นทางหรือระบบรางอย่างรถไฟฟ้า แต่พื้นที่ในแต่ละย่านกลับมีบรรยากาศที่แตกต่างกันจากองค์ประกอบในหลาย ๆ อย่าง ทั้งรูปแบบของสถานที่ ลักษณะอาคาร ร้านค้า และความเป็นเอกลักษณ์ของย่านนั้น ๆ โดยองค์ประกอบเหล่านี้ก็ย่อมดึงดูดกลุ่มคนที่มีวิถีการดำเนินชีวิตที่มีความต้องการในการทำกิจกรรมหรือใช้บริการที่ตรงกันเข้ามาเยี่ยมเยือนย่านนั้น ๆ แต่บางครั้งก็จะมีลักษณะที่แตกต่างกันไปในรูปแบบของลักษณะทางสังคม เช่น อาชีพ เขตที่อยู่อาศัย และปัจจัยที่สำคัญคือ ด้านอายุ ที่อาจเป็นเหตุผลหนึ่งที่ทำให้การรับรู้ด้านจินตภาพของผู้คนนั้นเปลี่ยนไปตามพื้นที่เมืองและความเป็นย่านที่เปลี่ยนแปลงไปด้วยเช่นกัน

นอกจากเมืองนั้นมีการพัฒนาไปตามบริบทแต่ละยุคสมัยแล้ว ในเรื่องทางสังคมก็มีแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการจำแนกคนในแต่ละยุคสมัยออกเป็นแต่ละช่วงวัย (generation) ด้วยเช่นกัน ซึ่งแนวคิดนี้มีการศึกษามาตั้งแต่ช่วงปลายศตวรรษที่ 18 เป็นต้นมา โดยส่วนมากจะใช้ในการอธิบายเรื่องที่เกี่ยวข้องกับลักษณะและการกระทำของแต่ละบุคคลในแต่ละช่วงวัยนั้น ๆ ที่ได้สัมผัสสภาพสังคมและเมืองในคนละช่วงเวลา ทำให้มีประสบการณ์ที่แตกต่างกันไปตามช่วงวัย อีกทั้งยังทำให้เห็นถึงจุดรวมของคนที่อยู่ในช่วงวัยเดียวกัน แม้ว่าจริง ๆ แล้วในแต่ละคนอาจมีบุคลิกและรสนิยมที่แตกต่างกันไป แต่คนในรุ่นเดียวกันนั้นมักมีจุดเชื่อมจุดเดียวกันที่สามารถสื่อถึงลักษณะของคนในช่วงวัยนั้น ๆ ได้ โดยทุกวันนี้คนในแต่ละช่วงวัย (generation) นั้นก็มีความแตกต่างกันมากขึ้นเรื่อย ๆ ในด้านของความคิดและมุมมองจากในหลาย ๆ ปัจจัย ทั้งด้านสังคม รูปแบบการใช้ชีวิต ลักษณะการทำงาน การเรียนรู้ รวมทั้งสื่อและเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป ก็จะส่งผลให้คนในแต่ละช่วงวัยเกิดมุมมองและการรับรู้ต่อเมืองในรูปแบบที่แตกต่างกันออกไป อย่างไรก็ตามงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคนแต่ละช่วงวัย (generation) นั้นมักจะเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมที่แตกต่างกันไปตามแต่ละช่วงวัยเท่านั้น ทำให้ยังไม่ค่อยมีการศึกษาในเรื่องการรับรู้ทางจินตภาพของเมืองของคนในแต่ละช่วงวัยมากนัก จึงนำมาสู่การศึกษาเรื่องของความเข้าใจและการรับรู้ทางจินตภาพเมืองของคนในแต่ละช่วงวัยซึ่งเป็นเรื่องที่สำคัญในการวางแผนรูปแบบเมืองในย่านธุรกิจศูนย์กลางเมืองกรุงเทพมหานคร

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้มุ่งเน้นไปที่การศึกษารูปแบบและองค์ประกอบของเมืองที่มีผลต่อการรับรู้ทางจินตภาพของเมืองที่แตกต่างกันไปตามคนในแต่ละช่วงวัย (generation) โดยมีวัตถุประสงค์ของการศึกษา ดังนี้

1. เพื่อเปรียบเทียบการรับรู้ทางจินตภาพของเมืองของคนในแต่ละช่วงวัย (generation)
2. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้เอกลักษณ์และจินตภาพของเมืองในคนแต่ละช่วงวัย
3. เพื่อนำข้อมูลที่เห็นถึงองค์ประกอบและภาพลักษณ์ของเมืองผ่านมุมมองคนในแต่ละช่วงวัยไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนพัฒนาพื้นที่เมืองในอนาคต

## 1.3 คำถามวิจัย

1. การรับรู้ทางจินตภาพของเมืองในแต่ละองค์ประกอบของคนในแต่ละช่วงวัย (generation) นั้นส่งผลต่อการรับรู้เชิงจินตภาพของเมืองที่แตกต่างกันหรือไม่
2. ปัจจัยใดบ้างที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้เอกลักษณ์และจินตภาพของเมืองในคนแต่ละช่วงวัย

## 1.4 ขอบเขตของการศึกษา

1. ขอบเขตของพื้นที่ศึกษา

ในการศึกษาได้มีการขอบเขตเชิงพื้นที่ของการศึกษา คือ บริเวณพื้นที่ย่านธุรกิจศูนย์กลางเมืองกรุงเทพมหานคร ได้แก่ พื้นที่ในย่านสยาม ปทุมวัน สีลม และสาทร

2. ขอบเขตของเนื้อหา

ขอบเขตของเนื้อหา เป็นการศึกษาจินตภาพของเมือง (image of the city) ตามทฤษฎีของ Lynch (1960) รวมถึงทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ความรู้สึกที่มีต่อสถานที่ (sense of place) และภาพลักษณ์ของย่านที่เกิดจากการรับรู้ (cognitive image) โดยใช้ข้อมูลจากการทำแบบสอบถามในรูปแบบของแบบสอบถามออนไลน์ นำมาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติด้วยแบบจำลองสมการโครงสร้าง (structural equation modeling: SEM) และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพื้นที่ในรูปแบบของแผนที่ โดยมีหน่วยวิเคราะห์ (unit of analysis) คือ พื้นที่ในย่านธุรกิจศูนย์กลางเมืองกรุงเทพมหานคร



### 1.5 แหล่งที่มาของข้อมูล

#### 1. ข้อมูลทุติยภูมิ

รวบรวมจากเอกสาร หนังสือ และในฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้อง

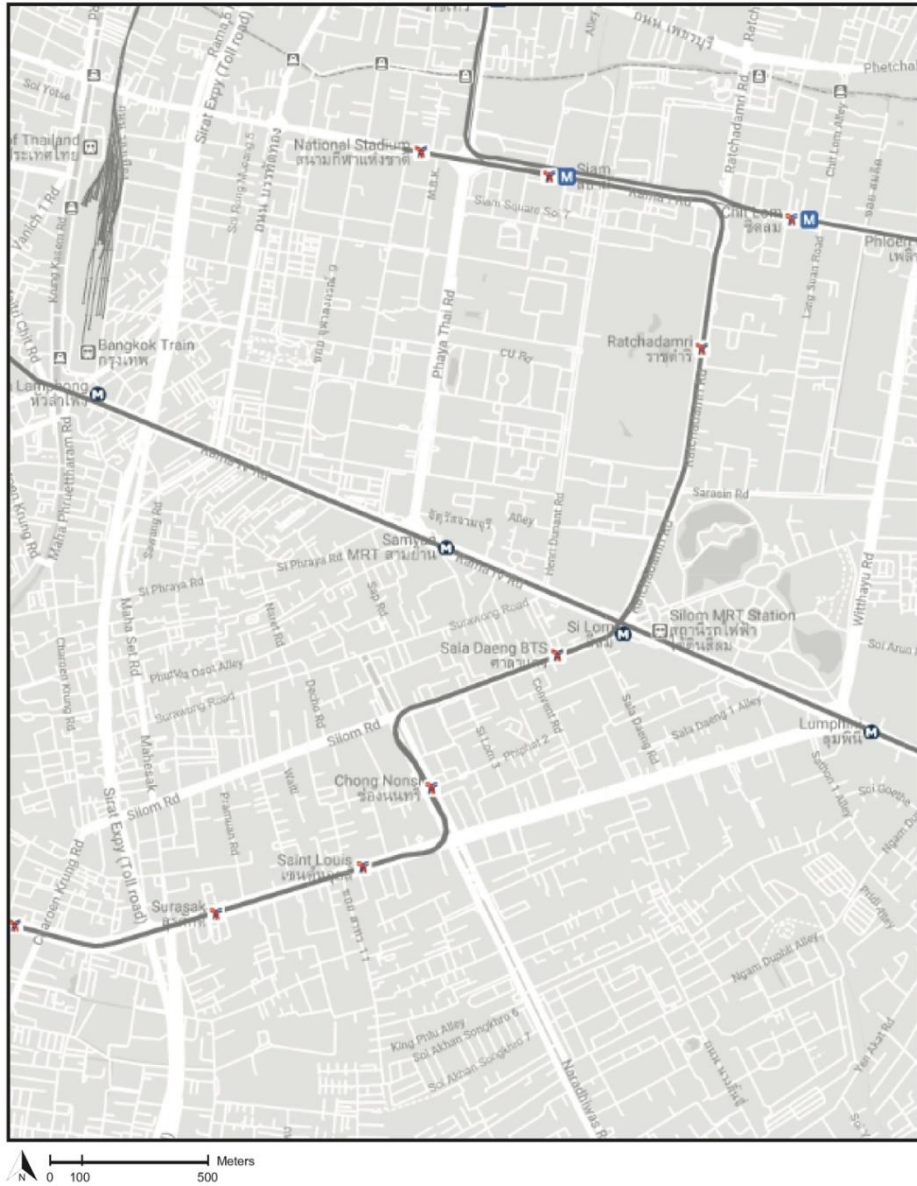
#### 2. ข้อมูลปฐมภูมิ

การเก็บรวบรวมข้อมูล จากการทำแบบสอบถามออนไลน์จากกลุ่มคนในแต่ละช่วงวัย (generation)

โดยเป็นการให้กลุ่มตัวอย่างทำการระบุชื่อสถานที่และลักษณะของแต่ละองค์ประกอบทางจินตภาพ ซึ่งจะเป็นกลุ่มตัวอย่างของประชากรที่ใช้ชีวิตประจำวันในการทำงานหรืออาศัยอยู่ในพื้นที่และกลุ่มตัวอย่างของประชากรที่ไม่ได้ใช้ชีวิตประจำวันในการทำงานหรืออาศัยอยู่ในพื้นที่ โดยประชากรตัวอย่างจะแบ่งออกได้เป็น 4 กลุ่มตามช่วงวัย ตามการวิเคราะห์ลักษณะช่วงวัยโดย Mckinsey & McKinsey & Company (2018) ได้แก่ Baby Boomer, Generation X, Generation Y และ Generation Z

### 1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

สามารถแสดงถึงองค์ประกอบและความเข้าใจของย่านธุรกิจศูนย์กลางเมืองกรุงเทพมหานคร ผ่านคนในแต่ละช่วงวัย (generation) นำไปสู่การประมวลผลการรับรู้จินตภาพของเมืองของคนในแต่ละช่วงวัยที่แตกต่างกัน โดยสามารถนำชุดข้อมูลที่ได้จากการศึกษานั้นไปใช้ในการวิเคราะห์เพื่อพัฒนาเมืองที่สอดคล้องกับคนแต่ละช่วงวัย และมีประโยชน์ในการวางแผนเมืองในอนาคตต่อไป



ภาพ 1 พื้นที่ของการศึกษาโดยรอบ

### 1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ช่วงวัย (generation) หมายถึง กลุ่มคนที่เกิดในช่วงเวลาเดียวกัน และมีประสบการณ์ทางสังคม

และประวัติศาสตร์ร่วมกัน โดย McKinsey & McKinsey & Company (2018) นั้นได้แบ่งกลุ่มคนในสังคมปัจจุบันนี้ออกเป็น 4 ช่วงวัย ได้แก่

- Baby Boomer (Gen B) เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2489 – 2507
- Generation X (Gen X) เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2508 – 2523
- Generation Y (Gen Y) เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2524 – 2539
- Generation Z (Gen Z) เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2540 – 2555

2. ย่านธุรกิจศูนย์กลางเมือง (Central Business District: CBD) หมายถึง ย่านที่มีความเคลื่อนไหวพลวัตตลอดเวลา ในศูนย์กลางธุรกิจของพื้นที่เมืองแต่ละเมืองนั้นจะประกอบด้วยโครงการอสังหาริมทรัพย์หลากหลาย ทั้งของภาครัฐ และภาคเอกชน อีกทั้งยังมีการใช้งานอาคารในหลากหลายรูปแบบของกิจกรรม เช่น อาคารสำนักงาน ห้างสรรพสินค้า อาคารพักอาศัย เนื่องจากบริเวณย่านศูนย์กลางธุรกิจจะเป็นพื้นที่ที่ได้รับความสะดวกสบายจากระบบขนส่งรูปแบบต่าง ๆ (Sirikolkarn, 2008) ทำให้เป็นพื้นที่ที่มีการพัฒนา ลงทุน และสามารถดึงดูดการเข้ามาทำกิจกรรมของผู้คนมากขึ้น ซึ่งในการศึกษาฉบับนี้ได้มีการกำหนดย่านธุรกิจศูนย์กลางเมืองกรุงเทพมหานครครอบคลุมพื้นที่บริเวณย่านสยาม ปทุมวัน สีลม และสาทร

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาในบทนี้จะเป็นการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับ แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับจินตภาพของเมือง (image of the city) และทฤษฎีอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาในครั้งนี้ รวมถึงงานวิจัยที่นำทฤษฎีจินตภาพของเมือง และความรู้สึกที่มีต่อสถานที่มาปรับใช้ในการศึกษา ทั้งในการวิเคราะห์ตัวแปร การเก็บรวบรวมข้อมูล และเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างกรอบวิธีวิจัยและการวิเคราะห์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
- 2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
- 2.4 สรุปประเด็นจากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

กระบวนการรับรู้ของมนุษย์นั้นจะเกิดขึ้นเมื่อถูกเร้าด้วยสภาพแวดล้อม โดยการนำข้อมูลที่ได้จากความรู้สึกจากการใช้สัมผัสนั้นมาจำแนก วิเคราะห์ เกิดเป็นกระบวนการประมวลและตีความ ข้อมูลต่าง ๆ ที่อยู่รอบตัว ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้อาจจะเกิดขึ้นได้จาก คน สิ่งของ ปรากฏการณ์ ธรรมชาติต่าง ๆ หรือสิ่งที่ไม่สามารถจับต้องได้และไม่มีตัวตน เช่น คำพูด ขนบธรรมเนียม วัฒนธรรม ทางสังคม โดยมนุษย์จะมีความรู้สึกต่อสิ่งเร้าที่มากกระตุ้นและเกิดการตอบโต้ที่เรียกว่าพฤติกรรมที่แสดงออก และสิ่งนี้จำเป็นที่จะต้องใช้ความรู้และประสบการณ์ในการตีความ (จำเนียร ช่วงโชติ, 2516) ซึ่งมนุษย์จะเกิดกระบวนการรับรู้ได้ดีเมื่อถูกเร้าด้วยสภาพแวดล้อม และอาศัยปัจจัยในหลาย ๆ ปัจจัย ในการรับรู้จะสามารถรับรู้ได้ดีมากน้อยเพียงใดนั้นขึ้นอยู่กับสิ่งที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ เช่น ประสบการณ์ ความรู้เดิมของแต่ละบุคคลที่มีอยู่เป็นพื้นฐาน โดยนอกจากการศึกษาสิ่งที่เป็นปัจเจกของแต่ละบุคคลแล้ว ยังมีหลักการที่เกี่ยวกับหลักจิตวิทยาซึ่งให้ความสำคัญกับสิ่งที่เป็นภาพรวมของสิ่งเร้า และสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการรับรู้ อย่างไรก็ตามการรับรู้ของแต่ละบุคคลที่มีต่อสิ่งเร้านั้นเป็นกระบวนการทางจิตซึ่งขึ้นอยู่กับการตีความและการทำความเข้าใจของแต่ละบุคคล ดังนั้นการศึกษาที่ให้ความสนใจเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบในการรับรู้สิ่งต่าง ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับปรากฏการณ์ จึงได้นำแนวคิดที่เกี่ยวกับจินตภาพ (image) มาใช้ในการศึกษาการรับรู้ของแต่ละปัจเจกต่อสภาพแวดล้อมเมืองที่อยู่โดยรอบ และสมองได้มีการพิจารณาเลือกสิ่งแวดล้อมบางส่วนจากสิ่งแวดล้อมที่มีความซับซ้อนจากทั้งหมด เพื่อนำไปสู่การจดจำอย่างมีความหมาย (Carr, 1967) จน

เกิดการเรียนรู้ความสัมพันธ์ของตำแหน่ง องค์ประกอบต่าง ๆ ในสภาพแวดล้อมเมือง และเกิดการสร้างแผนที่ทางจิต (mental map) ขึ้น (Horayangkura, 2011)

### 2.1.1 จินตภาพของเมือง (Image of the city)

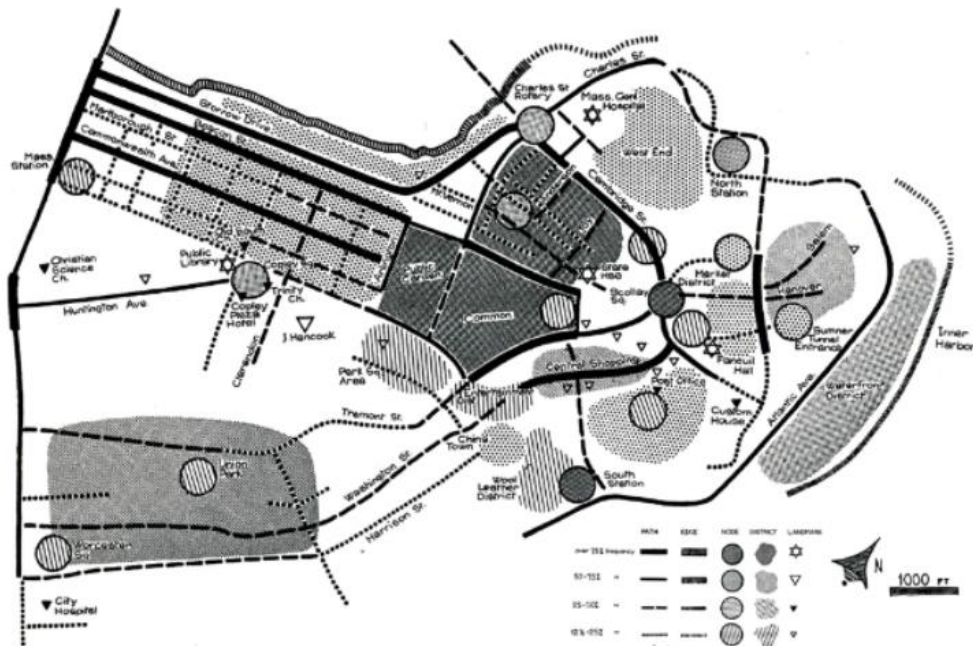
ในปี 1960 Kevin Lynch ได้ทำการตีพิมพ์หนังสือ The Image of the City (Lynch, 1960) ซึ่งเป็นการศึกษาเกี่ยวกับทฤษฎีจินตภาพของเมือง โดยเป็นการทำความเข้าใจว่าผู้คนรับรู้และมองเมืองอย่างไร จากการสร้างมโนทัศน์บนพื้นฐานขององค์ประกอบเมือง และเน้นไปที่การศึกษาที่เกี่ยวกับคุณภาพของการมองเห็น ความสามารถในการเข้าใจอย่างชัดเจนหรือเรียกว่า การอ่านออกและเข้าใจได้ (legible) หรือสามารถวาดจินตภาพได้ (imageable) ในเรื่องของภูมิทัศน์เมือง แม้ว่าสิ่งที่ปรากฏอย่างชัดเจนหรือการอ่านออกจะไม่ได้หมายถึงลักษณะสำคัญเพียงอย่างเดียวที่ทำให้เมืองมีความสวยงามเท่านั้น แต่จะมีความสำคัญเป็นพิเศษเมื่อพิจารณาถึงสิ่งแวดล้อมในระดับเมืองในแง่ของขนาด เวลา และความซับซ้อน (กำธร กุลชล, 2546)

การศึกษาจินตภาพของเมือง (Lynch, 1960) นั้นสามารถอธิบายถึงกระบวนการรับรู้ระหว่างสิ่งที่มีความเป็นปัจเจกกับองค์ประกอบต่าง ๆ ภายในเมือง รวมถึงความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบต่าง ๆ ที่ปัจเจกบุคคลสามารถรับรู้ได้ โดยทฤษฎีจินตภาพของเมืองนั้นเกิดจากการที่เขาค้นคว้าการศึกษาว่า ผู้คนในเมืองมีการรับรู้ต่อสภาพแวดล้อมที่อยู่ของตนอย่างไร โดยได้ทำการเลือกพื้นที่เมืองเพื่อทำการศึกษาทั้งหมด 3 แห่งในสหรัฐอเมริกาโดยเลือกบริเวณที่มีพื้นที่ใจกลางเมืองขนาดประมาณ 2.5 ก.ม. x 4 ก.ม. ได้แก่ เมืองบอสตัน เมืองเจอร์ซี และเมืองลอสแอนเจลิส โดยมีวิธีในการเก็บข้อมูล ดังนี้

1. การเก็บข้อมูลจากการวาดแผนที่เมืองจากการสำรวจ และสังเกตการณ์ โดยให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ระบุองค์ประกอบทางกายภาพที่อยู่ในทัศนวิสัย มีความโดดเด่น สามารถสังเกตเห็นได้ มีความต่อเนื่องและสัมพันธ์กันระหว่างองค์ประกอบทางกายภาพในพื้นที่ โดยข้อมูลที่ระบุลงในแผนที่นั้นเป็นองค์ประกอบที่สามารถรับรู้ได้ทันที เมื่อเข้าไปสัมผัสพื้นที่ศึกษา
2. การสุ่มเลือกประชากรที่อาศัยหรือทำงานในพื้นที่อย่างเป็นเวลาานาน เพื่อขอสัมภาษณ์ โดยให้ทำการอธิบายองค์ประกอบทางกายภาพ คุณลักษณะต่าง ๆ รวมทั้งวาดแผนที่จำลองการเดินทางในพื้นที่เมือง และนำข้อมูลมาประมวลผลจึงทำให้ได้มาซึ่งจินตภาพที่มีต่อสภาพแวดล้อมของพื้นที่ศึกษา

ผลสรุปจากการศึกษาคุณลักษณะทางกายภาพที่มีต่อพื้นที่ที่ได้จากการสังเกตนั้นพบว่าระบบมโนทัศน์ของเมืองหรือที่เรียกว่า image นั้น มีส่วนประกอบสำคัญ 3 องค์ประกอบ ได้แก่ เอกลักษณ์ (identity) โครงสร้าง (structure) และความหมาย (meaning) ซึ่งองค์ประกอบของทั้ง 3 องค์ประกอบนั้นต่างก็มีความสัมพันธ์ในระหว่างองค์ประกอบแต่ละองค์ประกอบ และเป็นสิ่งที่

ก่อให้เกิดจินตภาพและโครงสร้างของเมืองที่ชัดเจน เห็นเอกลักษณ์ของพื้นที่ที่สะท้อนถึงประเพณี วิถีชีวิต หรือสถาปัตยกรรมที่แตกต่างไปจากเมืองอื่น ที่สามารถทำให้เกิดการระลึกถึงและสามารถจดจำได้ง่ายซึ่งแต่ละเมืองนั้นก็จะมีลักษณะที่แตกต่างกันไป ตามลักษณะทางกายภาพ เศรษฐกิจและสังคมของแต่ละพื้นที่



ภาพ 2 จินตภาพของเมืองบอสตันที่ได้จากการสัมภาษณ์

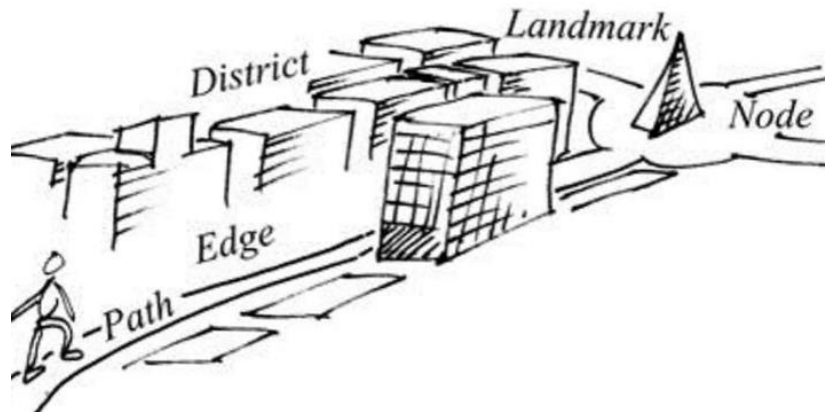
(ที่มา: (Lynch, 1960))

จากความสัมพันธ์ระหว่างผู้คนในเมืองกับสภาพแวดล้อมนั้น สรุปว่า องค์ประกอบทางกายภาพของเมืองที่ช่วยให้เกิดการจดจำสภาพแวดล้อมของเมืองได้ดีตามความเห็นของผู้ที่ถูกสัมภาษณ์ สามารถจำแนกออกเป็นทั้งหมด 5 องค์ประกอบ ได้แก่ เส้นทาง (path) เส้นขอบ (edge) จุดหมายตา (landmark) ชุมทาง/จุดศูนย์รวมรวม (node) และย่าน (district) โดยองค์ประกอบเหล่านี้เป็นส่วนหนึ่งของแผนที่ทางจิต หรือภาพที่ถูกเก็บไว้ในความทรงจำซึ่งสามารถสะท้อนถึงจินตภาพส่วนรวม (public image) ของคนส่วนใหญ่ในเมือง โดยพิจารณาได้จากลักษณะทางกายภาพ หรือวัฒนธรรมที่คล้ายกัน (กำธร กุลชล, 2546) โดยในแต่ละองค์ประกอบทางจินตภาพ มีรายละเอียด ดังนี้

1. เส้นทาง (path) เป็นทางที่บุคคลใช้สัญจรไปมา เช่น ถนน ทางรถไฟ ทางรถด่วน ทางเดินเท้า แม่น้ำ คลอง ฯลฯ โดยเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญมากที่สุดของจินต

ภาพเมือง เนื่องจาก ในขณะที่บุคคลเคลื่อนที่ผ่านเส้นทาง จะมีโอกาสเห็นส่วนต่าง ๆ ของเมืองตามเส้นทาง และ สามารถสร้างความสัมพันธ์กับองค์ประกอบอื่น ๆ ของเมืองตามเส้นทางการสัญจร

2. เส้นขอบ (edge) เป็นองค์ประกอบที่มีลักษณะเป็นแนวที่กำหนดขอบเขตของ บริเวณหรือย่าน อาจปรากฏเป็นแนวกันส่วนหนึ่งจากอีกส่วนหนึ่ง เช่น กำแพง คูเมือง ส่วนขอบรอบ เขตที่ได้มีการพัฒนา ฯลฯ อาจปรากฏเป็นแนวตะเข็บที่เชื่อมระหว่างสองส่วนเข้าด้วยกัน เช่น แถบกัน ชนที่ปลูกต้นไม้ไว้หรือที่เรียกว่า แถบสีเขียว (green belt) หรืออาจเป็นเพียงเส้นแนวเค้าโครง เช่น ชายฝั่งทะเล ริมฝั่งแม่น้ำ ลำคลอง เป็นต้น
3. จุดหมายตา (landmark) เป็นจุดที่ใช้อ้างอิงถึงเช่นเดียวกับชุมทางหรือจุดรวม มักเป็นสิ่งทางกายภาพที่แตกต่างจากสภาพแวดล้อมข้างเคียง ทำหน้าที่เป็นสัญญาณชี้แนะ สำหรับสภาพแวดล้อมที่มีความสำคัญต่อสถานที่นั้น ๆ อาจเป็นอาคารสูง ป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ ยอด โบสถ์ที่ปรากฏในระยะไกล อาคารสูงที่ปรากฏเด่นชัดบนขอบฟ้า ยอดเขาภูเขา ฯลฯ บางครั้งก็อาจ เข้าไม่ถึงโดยผู้สังเกต ที่เป็นนักท่องเที่ยว อาจเพียงแต่มองเห็นได้เท่านั้น และสามารถใช้เป็นจุดอ้างอิง ในการบอกทิศทางได้
4. ชุมทาง/จุดรวม (node) มักเป็นจุดศูนย์กลางของเส้นทาง เช่น บริเวณสี่แยก สามแยก ชุม ทางของสถานีขนส่ง ตลาด ศูนย์การค้า หรือ แหล่งรวมกิจกรรมต่าง ๆ อาจเป็นสถานที่ซึ่งมีกิจกรรม เกิดขึ้นอย่างหนาแน่น เช่น บริเวณจัตุรัส หัวมุมถนน ชุมทางจึงเป็นจุดเด่นเฉพาะของเมืองหรือของ ย่าน มีความสัมพันธ์กับเส้นทาง เป็นที่ซึ่งเส้นทางพบกัน
5. ย่าน (districts) เป็นบริเวณที่มีการใช้ประโยชน์ที่ดิน หรือมีการประกอบกิจกรรม แบบเดียวกัน หรือมีเอกลักษณ์ของบริเวณอันเกิดจากลักษณะเฉพาะร่วมกันของบริเวณ บางย่านอาจมี เส้นขอบที่ชัดเจน ขณะที่บางย่านอาจเชื่อมต่อกันกับย่านอื่น ๆ จนทำให้มีเส้นขอบที่ไม่ชัดเจน



ภาพ 3 องค์ประกอบทางจินตภาพของเมืองตามทฤษฎีของเควิน ลินซ์  
(ที่มา: Semanurcan (2019))

ซึ่งลินซ์ได้ทำการพิจารณาองค์ประกอบของจินตภาพทั้ง 5 องค์ประกอบ โดยการนำมาเปรียบเทียบเป็นคู่ ๆ ทำให้พบว่าเมืองที่มีองค์ประกอบทั้ง 5 อย่างครบถ้วนและชัดเจน เมืองนั้นจะสามารถอ่านเข้าใจได้ง่าย และวาดจินตภาพได้ ในทางตรงกันข้ามเมืองใดที่ขาดเอกลักษณ์หรือมีโครงสร้างที่คลุมเครือก็จะต้องแก้ไขด้วยการปรับปรุงหรือเพิ่มองค์ประกอบที่ไม่เพียงพอให้มีความสมบูรณ์ขึ้น ให้กลายเป็นเมืองที่มีโครงสร้างที่ชัดเจน (clarity of structure) และมีเอกลักษณ์ที่ชัดเจนแจ่มแจ้ง (vividness of identity) (กำธร กุลชล, 2546)



### 2.1.2 ความรู้สึกที่มีต่อสถานที่ (sense of place)

มนุษย์นั้นได้มีการให้ความหมายของสถานที่ผ่าน จากการรับรู้และความทรงจำ เพราะการรับรู้ของมนุษย์เกิดจากการสะสมประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ ประเพณี วัฒนธรรม ส่งผลให้เกิดบุคลิกเฉพาะตัวของสถานที่นั้น ๆ ทำให้สถาปัตยกรรมจะไม่เป็นเพียงกลุ่มก้อนคอนกรีตจัดวางอย่างสวยงามในที่ว่าง แต่จะต้องผสมผสานตัวมันเองเข้าไปกับเรื่องราวของสถานที่ รวมถึงบริบทที่ตั้ง สภาพแวดล้อม สังคม เศรษฐกิจ ทำให้ความเป็นสถานที่ (place) จึงเป็นส่วนผสมระหว่างลักษณะของพื้นที่กับประสบการณ์ของผู้คน ซึ่งสองอย่างนี้ต้องตรงกัน เมื่อใดที่พื้นที่มีกิจกรรมตอบสนองวิถีชีวิตของผู้คน มีบรรยากาศที่ตรงกับรสนิยมของผู้คนตามวิถีชีวิตในแต่ละรูปแบบ มีสภาพแวดล้อมที่เป็นมิตร ปลอดภัย ไปจนถึงตอบสนองอัตลักษณ์ของตัวตนหรือกลุ่มสังคมต่าง ๆ ก็จะทำให้เกิดสถานที่ (place) ที่ดี (สิงหนาท แสงสีหนาท, 2563)

จากการศึกษาของ Jorgensen and Stedman (2001) พบว่าความรู้สึกของสถานที่ถือเป็นชุดขององค์ประกอบด้านทัศนคติ จากการพึ่งพาสถานที่ เอกลักษณ์ของสถานที่ และความผูกพันของสถานที่ โดยที่ (Stedman, 2003) อธิบายความรู้สึกของสถานที่ว่าเป็นการรวบรวมความหมายเชิงสัญลักษณ์ ความผูกพัน และความพึงพอใจกับความช่วยเหลือด้านการจัดพื้นที่โดยกลุ่มหรือบุคคล โดยความรู้สึกต่อสถานที่ที่มีระดับต่างกันไปตามแนวความคิดของ Jorgensen and Stedman (2001) ที่ใช้เกี่ยวกับความรู้สึกของสถานที่เพื่อเป็นโครงสร้างซึ่งครอบคลุมรวมถึงมิติอื่น ๆ เช่น การยึดติดสถานที่ และช่วยให้มีทัศนคติเชิงบวกและเชิงลบต่อสถานที่ นอกจากนี้ยังมีผู้ที่วิพากษ์ว่าความรู้สึกที่มีต่อสถานที่นั้นมีลักษณะที่ยังคลุมเครือ และมีเนื้อหาที่กว้างจับต้องได้ยาก จึงใช้วิธีการแบ่งแยกย่อยเป็นความสัมพันธ์แบบต่าง ๆ ก่อนที่จะสร้างเป็นมาตรวัดความรู้สึกที่เกิดจากความสัมพันธ์เหล่านั้น เช่น การศึกษาของ Moore and Graefe (1994) ที่นำเสนอวิธีการศึกษาความรู้สึกที่มีต่อสถานที่ผ่านการใช้ทัศนคติ (attitude-based conception) โดยใช้การทำงานร่วมกันระหว่างทฤษฎีและสร้างเป็นปัจจัยขึ้นมา ได้แก่ identity, attachment และ dependence (อดิศร ศรีเสาวนันทน์ & วีระ อินพินทัง, 2559) โดยอธิบายลักษณะของแต่ละตัวแปรเอาไว้ ดังนี้

1. เอกลักษณ์ของสถานที่ (place identity) คือความทรงจำ การรับรู้ ความเชื่อ หรือความคิดของบุคคล ที่ฝังตัวอยู่ในสถานที่เฉพาะที่ใดที่หนึ่ง
2. ความผูกพันกับสถานที่ (place attachment) หมายถึง ผลกระทบทางจิตใจ หรืออารมณ์ที่ผูกพันคนเข้ากับสถานที่
3. การพึ่งพาอาศัยสถานที่ (place dependence) พฤติกรรมการรับรู้ผลประโยชน์ที่มีต่อที่ตั่งนั้น ๆ ในเชิงความสัมพันธ์กับที่อื่น ๆ

นอกเหนือจากการพึ่งพาสถานที่ เอกลักษณ์ของสถานที่ และความผูกพันของสถานที่ตามที่กล่าวไว้ข้างต้น ยังมีการศึกษาถึงองค์ประกอบเพิ่มเติมของความรู้สึกของสถานที่ และวัดความพึงพอใจของสถานที่ด้วย โดยความพึงพอใจของสถานที่ถูกกำหนดให้เป็น ระดับความพึงพอใจของบุคคลต่อการบริการ สภาพแวดล้อม และความต้องการที่สถานที่ที่มีการจัดเตรียมไว้ให้ (Stedman, 2003) นอกจากนี้ยังได้มีการการวัดคุณภาพของความงาม บรรยากาศ และความสัมพันธ์ทางวัฒนธรรมและสังคมด้วย โดย Deutsch and Goulias (2009) นั้นได้มีการสรุปแนวคิดความรู้สึกที่มีต่อสถานที่เอาไว้ ดังนี้

1. ความผูกพันกับสถานที่ (place attachment) คือ ความสามารถหรือความเป็นไปได้ของความสุขเนื่องจากสถานที่ ความสำคัญของการดำรงอยู่ ระดับความสำคัญเมื่อเทียบกับสถานที่อื่น
2. การพึ่งพาอาศัยสถานที่ (place dependence) คือ การตอบสนองความต้องการและการมีเหตุผลในการเดินทางไปสถานที่นั้น ๆ
3. เอกลักษณ์ของสถานที่ (place identity) คือ สามารถรับรู้ด้วยบรรยากาศ สถานที่ซึ่งสะท้อนความเป็นปัจเจกและระดับความอิสระในการเป็นตัวของตัวเองในสถานที่นั้น ๆ
4. ความพึงพอใจในสถานที่ (place satisfaction) คือ ความพึงพอใจ ในร้านอาหาร สินค้า ที่จอดรถ ระดับของการบริการ ความบันเทิง รวมถึงผู้คนในสถานที่
5. ความสุนทรีย์ภาพ (aesthetics) คือ สถาปัตยกรรม ความงามของสถานที่ ความสมดุลของลักษณะการตกแต่งและการใช้งาน คุณค่าทางศิลปะ และมีบรรยากาศที่สงบผ่อนคลาย
6. สังคมและวัฒนธรรม (social, cultural) คือ บรรยากาศทางสังคมที่สะท้อนถึงวัฒนธรรมของสถานที่ ความแออัด กิจกรรมภายในพื้นที่ ความปลอดภัยในการเดินทาง ระดับความเป็นมิตรของสถานที่ต่อผู้คน

### 2.1.3 ภาพลักษณ์ที่เกิดจากการรับรู้ (Cognitive image)

ภาพลักษณ์เมืองถูกใช้เป็นเครื่องมือสร้างความน่าดึงดูดใจ (attractiveness) และสร้างความสามารถในการแข่งขัน (competitiveness) (Zhu et al., 2011) และช่วยให้เห็นถึงปัจจัย หรืออะไรบางอย่างที่สามารถช่วยส่งเสริมหรือประชาสัมพันธ์เมืองให้เกิดการพัฒนา เพื่อที่จะสามารถดึงดูดไม่ว่าจะเป็นนักลงทุน นักท่องเที่ยว หรือประชากรที่ต้องการให้เข้ามาอยู่อาศัย ทำธุรกิจ หรือท่องเที่ยวในเมือง (Qu et al., 2011) โดยการศึกษาเรื่องที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์เมืองได้ประยุกต์มาจาก

แนวคิดเรื่อง city branding ที่เป็นแนวคิดของ Keller (1993) โดยคำว่าภาพลักษณ์เมื่อนั้นเกิดจากความประทับใจ ความเชื่อ ความคิดโดยรวมที่บุคคลมีต่อเมือง (Crompton, 1979) ซึ่งภาพลักษณ์เมื่อนั้นก็สามารถเกิดมาจากการรับรู้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับเมืองจากสื่อหรือจากการที่มีประสบการณ์โดยตรงของแต่ละบุคคลได้ด้วยเช่นกัน (Stepchenkova & Li, 2014)

ในการศึกษาของ Mahasuweerachai (2018) ได้มีการศึกษาและสรุปประเด็นที่เกี่ยวข้องกับแบบจำลองภาพลักษณ์ของ Asli and William (2007) และแบบจำลองภาพลักษณ์เมืองของ Luque-Martinez et al. (2007) ซึ่งภาพลักษณ์โดยรวมของเมือง คือ ภาพในใจ (mental pictures) ที่แต่ละบุคคลนั้นมีต่อเมือง โดยเกิดจากการรับรู้และเข้าใจ (cognitive image) และเกิดจากความรู้สึกที่มีต่อองค์ประกอบต่าง ๆ ของเมือง ที่แตกต่างกันไป โดยแนวคิดนี้ได้ถูกหยิบไปศึกษาต่อมากมาย แสดงให้เห็นว่า ภาพลักษณ์โดยรวมของเมื่อนั้นก็ได้รับอิทธิพลจากการรับรู้และประเมินองค์ประกอบต่าง ๆ ของเมือง รวมถึงภาพลักษณ์โดยรวมของเมืองยังมีผลต่อพฤติกรรมของบุคคลและทัศนคติที่มีต่อเมืองอีกด้วย

#### 2.1.4 ช่วงวัย (generation)

ช่วงวัยเป็นแนวคิดหนึ่งที่พยายามอธิบายและทำความเข้าใจคนอย่างคร่าวๆ โดยแนวคิดเรื่องช่วงวัยแบบที่ปัจจุบันนิยมนำมาใช้เป็นแนวคิดใหม่ในช่วงศตวรรษที่ 20 ซึ่งคำว่า Generation สมัยก่อนหมายถึง รุ่นของคนในครอบครัวเป็นหลัก จนกระทั่ง Mannheim (1952) ได้ทำการศึกษาว่าผู้คนในสังคมนั้นได้รับอิทธิพลจากบริบททางสังคมและทางประวัติศาสตร์จากคนในยุคหนึ่ง ๆ และการเกิดและเติบโตขึ้นท่ามกลางเหตุการณ์ใหญ่ ๆ บางอย่างร่วมกันก็จะมีลักษณะหนึ่ง และลักษณะนั้น ๆ ก็จะมากำหนดอนาคตต่อไป แต่ถึงเกิดเหตุการณ์สำคัญอย่างสงครามโลกหรือมีนวัตกรรมที่มีผลกับชีวิตจะมีอิทธิพลต่อลักษณะนิสัยของผู้คน แต่ปัจจัยทางด้านอื่น ๆ เช่น ภูมิหลัง ชนชั้น หรือวัฒนธรรมที่ต่างกันนั้นก็ส่งผลให้ทัศนคติของแต่ละคนที่จะเจอเหตุการณ์เดียวกัน แต่สุดท้ายก็มีความจำเพาะเจาะจงในแต่ละปัจเจกบุคคล (วณัฐย์ พุฒนาค, 2560) ก็มีอิทธิพลทำให้แนวคิดของคนในแต่ละช่วงวัยมีความแตกต่างกัน ทั้งความคิด ค่านิยม ทัศนคติ มุมมองทางสังคม และพฤติกรรมที่คล้ายคลึงกันในแต่ละช่วงวัย โดยจะเป็นลักษณะเฉพาะที่เกิดขึ้นโดยถาวร อีกทั้งช่วงอายุที่แตกต่างกันของแต่ละช่วงวัยทำให้ลักษณะของการใช้ชีวิตและมุมมองของคนในแต่ละช่วงวัยมีความแตกต่างกันอย่างชัดเจนทั้งจากปัจจัยภายนอกและกระแสโลกาภิวัตน์ (ศศิมา ตุ่มนิลกาล, 2560)

โดยการแบ่งช่วงวัยนั้นจะแตกต่างกันไปตามแต่ละที่ตามคำจำกัดความที่แตกต่างกัน ซึ่งจากการวิเคราะห์ช่วงวัยโดย McKinsey & Company (2018) นั้นได้มีการแบ่งกลุ่มไว้ ดังนี้

1. Baby Boomer (Gen B) เป็นคนที่เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2483 - 2502

2. Gen X เป็นคนที่เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2503 – 2522
3. Gen Y เป็นคนที่เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2523 – 2537
4. Gen Z เป็นคนที่เกิดในช่วง ปี พ.ศ. 2538 – 2553

	<b>B</b> Baby boomer 1940–59	<b>X</b> Gen X 1960–79	<b>Y</b> Gen Y (millennial) 1980–94	<b>Z</b> Gen Z 1995–2010
Context	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Postwar</li> <li>• Dictatorship and repression in Brazil</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Political transition</li> <li>• Capitalism and meritocracy dominate</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Globalization</li> <li>• Economic stability</li> <li>• Emergence of internet</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mobility and multiple realities</li> <li>• Social networks</li> <li>• Digital natives</li> </ul>
Behavior	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Idealism</li> <li>• Revolutionary</li> <li>• Collectivist</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Materialistic</li> <li>• Competitive</li> <li>• Individualistic</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Globalist</li> <li>• Questioning</li> <li>• Oriented to self</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Undefined ID</li> <li>• “Communaholic”</li> <li>• “Dialoguer”</li> <li>• Realistic</li> </ul>
Consumption	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ideology</li> <li>• Vinyl and movies</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Status</li> <li>• Brands and cars</li> <li>• Luxury articles</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Experience</li> <li>• Festivals and travel</li> <li>• Flagships</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Uniqueness</li> <li>• Unlimited</li> <li>• Ethical</li> </ul>

ภาพ 4 การแบ่งกลุ่มและลักษณะโดยรวมของแต่ละช่วงวัย

(ที่มา: McKinsey & Company (2018))

## 2.2 งานวิจัยเกี่ยวข้อง

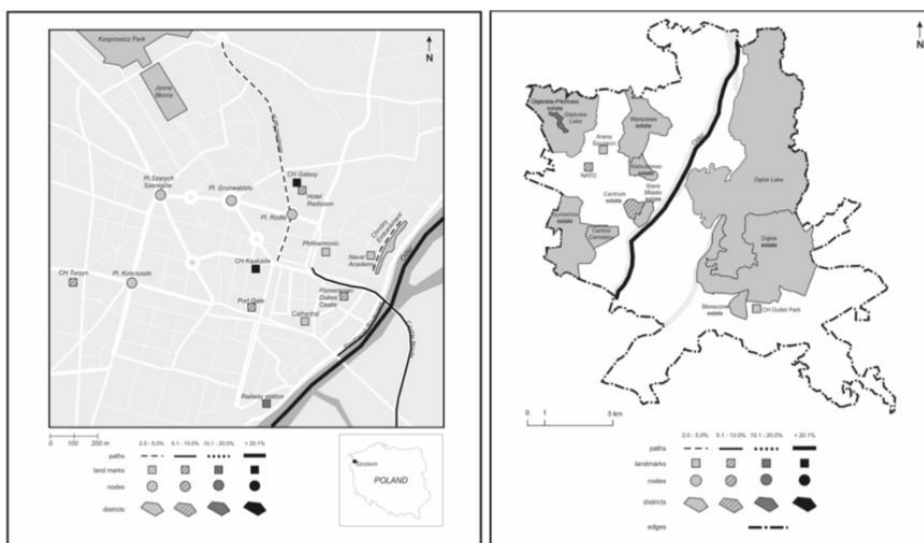
### 2.2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับจินตภาพของเมือง (image of the city)

ในการศึกษาจินตภาพมีตัวแปรสำคัญที่ต้องคำนึงถึงในวิเคราะห์คือการศึกษาจากกลุ่มประชากรตัวอย่าง ซึ่งมีการศึกษา ของ Porteous (1977) ที่ได้มีการรวบรวมการศึกษาเกี่ยวกับจินตภาพในแบบต่าง ๆ และสรุปปัจจัยที่มีผลต่อการศึกษารูปภาพออกมา ได้แก่ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับเพศ อายุ ประสบการณ์ ฐานะทางสังคม ชาติพันธุ์ วัฒนธรรมและภูมิประเทศของพื้นที่ โดยจะเป็นการศึกษาเกี่ยวกับจินตภาพของคนท้องถิ่นในพื้นที่ โดยศึกษาเฉพาะปัจจัยทางด้านประสบการณ์ โดยประสบการณ์จะหมายถึงประสบการณ์ที่มีต่อเมือง การใช้ชีวิต ระยะเวลาที่อยู่อาศัย ซึ่งสิ่งเหล่านี้มีผลต่อการเกิดจินตภาพ เช่น การศึกษาจินตภาพของเมืองท่าเรือเอลเลสเมียร์ (Ellesmere) ที่ประเทศอังกฤษ ที่มีการศึกษาองค์ประกอบที่ถูกรับรู้และจดจำได้ที่มีความถี่ร้อยละ 25 ขึ้นไปมาเป็นเกณฑ์ในการคัดองค์ประกอบเพื่อนำไปใช้ในการวิเคราะห์และเปรียบเทียบจินตภาพสาธารณะระหว่างกลุ่มผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตเมืองและกลุ่มผู้ที่ย้ายถิ่นฐาน โดยมีการแบ่งความถี่ออกเป็นสามช่วง ได้แก่ ร้อยละ

25–50, ร้อยละ 50–75 และมากกว่าร้อยละ 75 จากกลุ่มประชากรทั้งหมด 25 คน พบว่ากลุ่มผู้ที่อยู่อาศัยในเขตเมืองเก่าบริเวณศูนย์กลางเมืองจะมีจินตภาพที่เชื่อมโยงกับองค์ประกอบเก่าแก่ของเมือง ในขณะที่กลุ่มผู้ที่ย้ายถิ่นฐานที่อาศัยอยู่รอบ ๆ เขตเมืองจะมีจินตภาพที่เชื่อมโยงโดยมีเส้นทางการคมนาคมเป็นหลัก ซึ่งข้อค้นพบเหล่านี้แสดงถึงการศึกษาการรับรู้และจดจำองค์ประกอบที่มีผลมาจากประสบการณ์ที่มีต่อพื้นที่เมือง ดังนั้นในการเลือกประชากรในการศึกษา กลุ่มประชากรตัวอย่างจึงต้องมีประสบการณ์ในระยะเวลาหนึ่งที่มีต่อพื้นที่ศึกษา

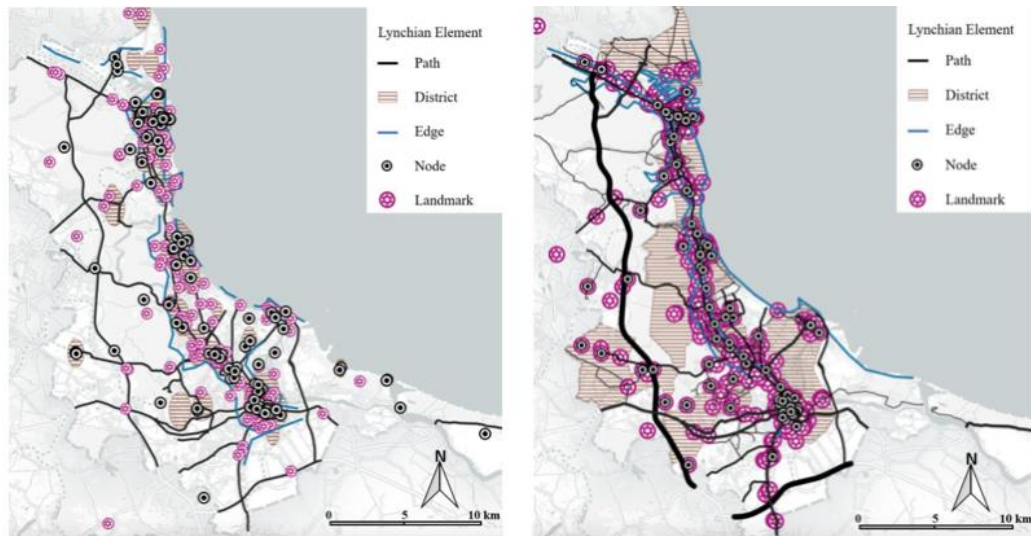
เช่นเดียวกับกรณีของการศึกษาองค์ประกอบทางจินตภาพของเมืองในกรุงโรมและมิลาน โดย Francescato and Mebane (1973) นั้นพบว่าจินตภาพของเมืองนั้นมีความแตกต่างกันระหว่างคนในพื้นที่และคนที่ไม่ใช่เจ้าของภาษา ผู้ที่มีอายุน้อย และผู้สูงอายุ พบว่ามีความแตกต่างระหว่างผู้อยู่อาศัยในเมืองกับผู้ที่มีความเชื่อมโยงกับเมืองเพียงเล็กน้อยหรือไม่มีเลย แต่อย่างไรก็ตามผู้คนจะสามารถรับรู้เกี่ยวกับเมืองจากการได้รับอิทธิพลจากองค์ประกอบทางกายภาพในเมือง ไม่ใช่แค่ผู้อยู่อาศัยในเมืองเท่านั้น แต่ยังรวมถึงผู้ที่สัญจร และผู้มาเยือนด้วยเช่นกัน (Knox & Marston, 2003)

ในการศึกษาเรื่องจินตภาพตามทฤษฎีของ (Lynch, 1960) ส่วนใหญ่จะใช้วิธีการเก็บข้อมูล โดยรูปแบบของการสัมภาษณ์ การใช้แบบสอบถาม และนำความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามมาใช้สร้างแผนที่จินตภาพของเมือง เช่น การศึกษาของ (Osóch & Czaplíńska, 2019) ที่ได้ทำการศึกษารับรู้ถึงจินตภาพของพื้นที่เกี่ยวกับองค์ประกอบในเมือง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาว่าผู้อยู่อาศัยในสเกชชีน (โปแลนด์) มีการรับรู้พื้นที่ในเขตเมืองอย่างไร ซึ่งจากการศึกษานั้น พบว่ายิ่งผู้ตอบแบบสอบถามอายุน้อยยิ่งอายุน้อย จำนวนขององค์ประกอบ และสถานที่ที่แสดงบนแผนที่ทางจินตภาพที่เกิดขึ้นจากผู้ตอบแบบสอบถามนั้นก็ยิ่งน้อยลง แผนที่ทางจินตภาพของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่ามักจะมียุทธศาสตร์และรายละเอียดที่มากกว่า ซึ่งอาจเป็นผลมาจากความเป็นอิสระในการเดินทาง และการเรียนรู้เมื่ออายุมากขึ้น โดยส่วนใหญ่สถานที่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามระบุจะเป็นสถานที่ที่ชื่นชอบส่วนตัว หรือเป็นสถานที่ซึ่งถือว่ามีความสำคัญต่อผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น โรงเรียน บ้าน หรือสถานที่สำคัญอื่น ๆ และนอกจากนี้ยังพบว่ารูปแบบของการเดินทางนั้นยังส่งผลต่อการรับรู้จินตภาพของเมือง เมื่อเทียบระหว่างผู้ใช้รถยนต์ส่วนบุคคลและนักเรียนชาวโปแลนด์ที่ส่วนใหญ่ใช้ระบบขนส่งสาธารณะ ซึ่งสิ่งนี้สะท้อนให้เห็นว่า ผู้ที่เดินทางโดยรถยนต์ส่วนบุคคลเป็นหลักสามารถระบุถนนและหมู่บ้านที่อยู่บริเวณชานเมืองบนแผนที่ทางจินตภาพ ในทางกลับกันแผนที่ทางจินตภาพของผู้ที่เดินทางโดยระบบขนส่งสาธารณะเป็นหลักนั้นจะระบุถึงเส้นทางรถประจำทางและป้ายรถประจำทางได้ จึงเห็นได้ว่ารูปแบบของการเดินทางที่ใช้ก็มีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อแนวคิดของเมือง รวมถึงลักษณะทางประชากรที่ต่างกันจะแสดงถึงความเป็นชุมชนและวัฒนธรรมที่ต่างกันอย่างอื่นอีกด้วย



ภาพ 5 แผนที่แสดงจินตภาพจากผู้ตอบแบบสอบถามที่อาศัยอยู่ในเมืองสกอซซิน (โปแลนด์)  
(ที่มา: Osóch and Czaplíńska (2019))

นอกจากวิธีการเก็บข้อมูลแบบเดิมอย่างการสัมภาษณ์ หรือการใช้แบบสอบถามอย่างที่เคยศึกษากันมาตลอดนั้น ในปัจจุบันมีการศึกษาที่ได้นำเทคนิคในการรวบรวมข้อมูลในรูปแบบแบบอื่น ๆ มาใช้ในการศึกษาด้วย เช่น การศึกษาของ Huang et al. (2021) ที่ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการรับรู้จินตภาพในเมืองในเขต Tri-City (โปแลนด์) โดยใช้ข้อมูลจาก Big data และ Small data เพื่อนำมาทดสอบสมมติฐานที่ว่า การวิเคราะห์ข้อมูลจากโซเชียลมีเดียสามารถดึงองค์ประกอบของจินตภาพเมืองให้มีความสอดคล้องกับวิธีทั่วไปได้หรือไม่ ซึ่งจะเป็นการรวบรวมข้อมูล Big Data จากแพลตฟอร์มออนไลน์อย่าง Instagram และ Twitter โดยใช้การเทคนิค text mining และ image processing เพื่อนำข้อมูลมาดำเนินการวิเคราะห์รวมถึงการจัดกลุ่มของข้อมูลใช้เพื่อประเมินความต่อเนื่องเชิงพื้นที่ และความไม่ต่อเนื่องของกิจกรรมเพื่อวัดแนวคิดของความยั่งยืน จากการศึกษาสามารถตอบได้ว่าข้อมูล Big data ที่ได้จากโซเชียลมีเดียมีความสอดคล้องกับข้อมูล Small data ที่เป็นข้อมูลจากวิธีการโดยทั่วไปอย่างแบบสอบถาม ในบางองค์ประกอบ โดยมีความสอดคล้องกันในองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับขอบเขต (edge) และจุดศูนย์รวม (node) และองค์ประกอบที่มีความสอดคล้องกันของข้อมูลรองลงมา ได้แก่ ย่าน (district) จุดหมายตา (landmark) และเส้นทาง (path) และยังพบว่าสถานที่ที่มีความสำคัญทางสถาปัตยกรรมและสถานที่ที่มีชื่อเสียงนั้นจะพบเป็นข้อมูล Big data จากบน Instagram มากกว่าเนื่องจากเป็นสถานที่ที่มีความนิยมในหมู่นักท่องเที่ยว และสถานที่เหล่านั้นส่วนใหญ่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวซึ่งไม่ค่อยมีความเกี่ยวข้องกับสถานที่ในชีวิตประจำวันของชุมชนท้องถิ่น ในขณะที่ข้อมูลที่ได้จาก Twitter นั้นจะมีความเชื่อมโยงกับสถานที่ในชีวิตประจำวันของคนในชุมชนมากกว่า



ภาพ 6 จินตภาพของเมือง (Image of the city) ที่ถูกระบุตำแหน่งโดยใช้  
การวิเคราะห์สี่โซเซียม (ซ้าย) และจากการตอบแบบสอบถามและแผนที่ร่าง (ขวา)  
(ที่มา: Huang et al. (2021))

จากการศึกษาจินตภาพเมืองยังพบว่าจินตภาพที่เกิดขึ้นนั้นมีความสัมพันธ์กับรูปแบบกิจกรรมที่ทำในชีวิตประจำวันเช่นกัน โดยการศึกษาในประเทศไทยงานวิจัยของ Chaoyasit (1985) ได้มีการศึกษาพื้นที่กรุงรัตนโกสินทร์ชั้นนอกเพื่อการพัฒนาด้านกายภาพของพื้นที่ ซึ่งในการศึกษานั้นได้มีการนำทฤษฎีจินตภาพของเมืองโดยลินช์มาใช้ในการศึกษาจินตภาพสาธารณะของกรุงรัตนโกสินทร์ และนำองค์ประกอบของจินตภาพเมืองทั้ง 5 องค์ประกอบมาใช้เป็นตัวพิจารณาว่าองค์ประกอบแต่ละองค์ประกอบทางกายภาพในเมืองนั้นอยู่ในองค์ประกอบทางทฤษฎีองค์ประกอบใด เพื่อนำไปสู่การปรับปรุงกายภาพของพื้นที่หรือการนำไปปรับปรุงภูมิสัญลักษณ์ของพื้นที่ให้ชัดเจน ทั้งเส้นทางและขอบเขตของย่านเพื่อใช้เป็นจุดอ้างอิง และสามารถทำให้เกิดการจดจำพื้นที่ได้ดียิ่งขึ้น จากการศึกษาที่มีการวิเคราะห์องค์ประกอบต่าง ๆ ของเมือง โดยใช้ทฤษฎีจินตภาพของเมือง การเลือกองค์ประกอบตลอดจนคุณลักษณะทางกายภาพต่าง ๆ ที่นำไปใช้ในการปรับปรุงกายภาพของพื้นที่กรุงรัตนโกสินทร์นั้นมีการให้ความสำคัญกับองค์ประกอบเดิมของเมืองซึ่งทำให้เห็นว่าองค์ประกอบเดิมของเมืองนั้นมีผลต่อการรับรู้ของบุคคลตามข้อมูลที่ได้รับมาจากผู้ใช้พื้นที่ที่สามารถเข้าใจและรับรู้ซึ่งนำไปสู่การจดจำพื้นที่และถนนราชดำเนิน ซึ่งมีความสอดคล้องกับการศึกษาของอนุศาสน์ ทวีศรี (2562) ที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาการรับรู้องค์ประกอบหลักทางจินตภาพของบุคคลทั่วไปที่มีต่อพื้นที่ย่านตลาดพลูเพื่อที่จะรับรู้ถึงปัญหา อุปสรรค และเสนอแนะแนวทางการปรับปรุง สภาพแวดล้อมทางกายภาพที่ตอบสนองกับผู้ใช้งาน โดยให้ประชากรตัวอย่างจัดทำแบบสอบถาม ประกอบด้วยการ



ทดสอบ 3 ส่วน คือ การวาดแผนที่ทางจินตภาพ การเขียนชื่อองค์ประกอบ และสอบถามความคิดเห็นพร้อมข้อเสนอแนะ พบว่าความแตกต่างของช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่างนั้นมีผลต่อการรับรู้และจดจำที่แตกต่างกันไปตามประสบการณ์ องค์ประกอบทางจิตภาพที่เด่นชัดของย่านตลาดพลูที่ผู้คนส่วนมากจดจำได้คือถนน สถานีรถไฟ ตลาดพลู ย่านชุมชน และวัด เห็นได้ว่าเป็นเส้นทางและองค์ประกอบที่มีอยู่บริเวณแยกตลาดพลูเป็นส่วนใหญ่ โดยในพื้นที่นั้นมีอุปสรรคที่มีผลต่อการรับรู้ทางจินตภาพบริเวณย่านตลาดพลูคือการขาดสัญญาณชี้แนะ ป้าย สัญลักษณ์และการเชื่อมโยงของพื้นที่กิจกรรม ขาดบรรยากาศในการเดินเท้า และรูปแบบอาคารใหม่ ไม่สอดคล้องกับอาคารเก่าในพื้นที่ย่านทำให้มีการรับรู้องค์ประกอบของจินตภาพที่เปลี่ยนแปลงไป

### 2.2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึกที่มีต่อสถานที่ (Sense of place)

การศึกษาอยู่ส่วนใหญ่ที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่างผู้คนกับความรู้สึกที่มีสถานที่นั้น ส่วนใหญ่จะนำทฤษฎีจากนักทฤษฎีสถานที่ เช่น Relph (1976) และ Tuan (1975) โดยใช้ความรู้สึกที่มีต่อสถานที่ ซึ่งเป็นกระบวนการที่ผู้คนตีความความหมายของสถานที่จากประสบการณ์ โดยการศึกษาของ Relph (1976) จะเกี่ยวกับ Place และ Placelessness ซึ่งเป็นการศึกษาเรื่องความผูกพัน ความรู้สึกของสถานที่ หรือเอกลักษณ์ของสถานที่ได้อย่างไรโดยไม่มีความชัดเจน ความเข้าใจในความลึกและความซับซ้อนของสถานที่ที่เกิดขึ้นจริงตามประสบการณ์ของผู้คน โดยทำการเชื่อมโยงความรู้สึกของสถานที่กับลักษณะเฉพาะของสถานที่ ซึ่งในปัจจุบันความรู้สึกที่มีต่อสถานที่นั้นเป็นแนวคิดที่ได้รับความสนใจเพิ่มขึ้นในการวิจัยทางวิชาการ รวมถึงจิตวิทยาสิ่งแวดล้อม ภูมิศาสตร์ เมืองและการวางแผน ในบริบทการวิจัยที่หลากหลายและเพื่อวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกัน ทฤษฎีและแนวทางต่าง ๆ ได้ถูกนำมาใช้เพื่อตรวจสอบความรู้สึกของสถานที่

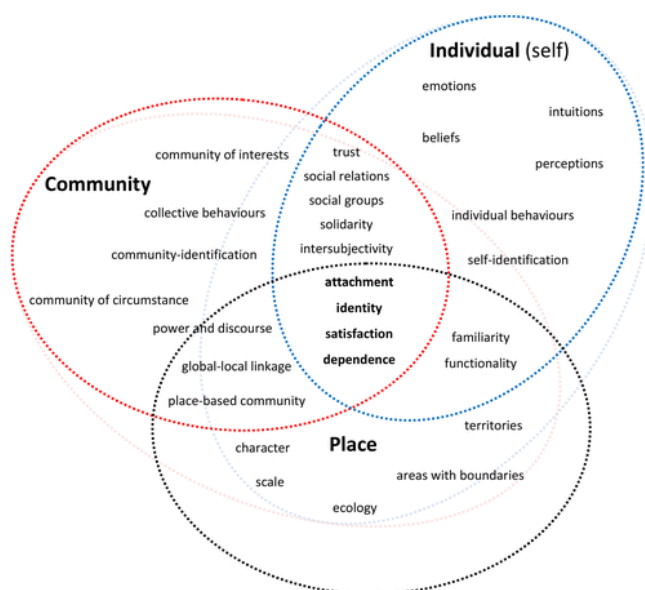
โดยปัจจุบันนั้นได้มีงานศึกษาที่เกี่ยวข้องความรู้สึกที่มีต่อสถานที่อย่างแพร่หลาย เช่น การศึกษาของ Domingues et al. (2021) ที่ได้ทำการวัดความรู้สึกของสถานที่ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงสำรวจและการยืนยัน (exploratory and confirmatory analyses) พบว่าความรู้สึกของสถานที่นั้นมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับ สถานที่ (place), ผู้คน (people), เวลา (time) และตนเอง (self) ซึ่งในมิติของคนนั้นจะมีความสอดคล้องกับความรู้สึกของความเป็นชุมชน ในขณะที่มิติที่เกี่ยวข้องกับเวลานั้นจะสะท้อนถึงความสำคัญของระยะเวลาในการอยู่อาศัยและการส่งต่อระหว่างรุ่นสู่รุ่น และในมิติของตนเอง จะเน้นไปที่ความรู้สึกภายในมากกว่ามิติอื่น ซึ่งจะสะท้อนถึงบทบาทของสถานที่ที่มีความสัมพันธ์กับความรู้สึก และการเห็นคุณค่าของแต่ละบุคคล เช่นเดียวกับการศึกษาของ Ng et al. (2021) ที่ได้มีการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้สึกต่อสถานที่ของผู้คนที่อาศัยอยู่ในสภาพแวดล้อมที่มีความหนาแน่นสูงเป็นพิเศษของเมืองฮ่องกง จากการศึกษาพบว่าคุณภาพของ



สถานที่นั้นส่งผลต่อความรู้สึกที่มีต่อสถานที่และยังสามารถแสดงถึงความเป็นอยู่ที่ดีของคนในพื้นที่ได้ โดยที่พื้นที่สาธารณะและชุมชนนั้นเป็นปัจจัยที่ทำให้ความรู้สึกที่มีต่อสถานที่นั้นเกิดความสัมพันธ์กันมากขึ้น คนที่อาศัยอยู่ในชุมชนมาอย่างยาวนานจะมีความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของพื้นที่มากกว่า และ การที่ผู้คนมีผลความรู้สึกทางด้านอารมณ์และการใช้พื้นที่อย่างเข้มข้นนั้นก็ยังสามารถแสดงให้เห็นถึง ความเป็นอยู่ที่ดีทางสังคมและจิตใจ ดังนั้นความรู้สึกที่มีต่อสถานที่นั้นเป็นปัจจัยที่ดีในการศึกษาเรื่อง ผู้คนและสถานที่ในอีกแง่มุม สามารถไปปรับใช้ในการวางผังเมืองและการออกแบบเมืองที่มีความ หนาแน่นสูง โดยเน้นย้ำถึงความสำคัญของคุณภาพของสถานที่ โดยเฉพาะพื้นที่ทางสังคม

การศึกษาที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึกที่มีต่อสถานที่ในประเทศไทยนั้น เป็นการศึกษาเพื่อค้นหา สำนึกในถิ่นของคนที่มีความสัมพันธ์กับย่านนั้น ๆ เช่น การศึกษาของ ดนัย นิลสกุล and นพดล ตั้ง สกุล (2560) ที่เป็นการสำรวจสำนึกในถิ่นที่ของคนที่มีความสัมพันธ์กับย่านการค้าเก่าเมือง อุบลราชธานี โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสม (multi-method) ระหว่างระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative method) ในลักษณะการวัดในเชิงความถี่เพื่อแสดงความแตกต่างทางระดับสำนึกและ ความรู้สึกของคนที่มีสัมพันธ์กับย่าน ร่วมกับระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative method) เพื่อ ตีความหมายและอธิบายผลร่วมกับข้อมูลเชิงปริมาณ จากผลการศึกษาพบว่าย่านการค้าเก่า อุบลราชธานีเป็นย่านที่มีประวัติศาสตร์ยาวนานและยังคงเป็นย่านที่มีชีวิตต่อเนื่องจนถึงปัจจุบันจึงเป็น ย่านที่มีสำนึกในถิ่นที่สูง ส่วนใหญ่เกิดขึ้นจากคนที่มีวงชีวิตเติบโตมากับย่านและสัมพันธ์กับย่านเป็น ประจำซึ่งมีการดำรงอยู่แบบคนในพื้นที่ ส่วนคนที่มีความสัมพันธ์กับย่านในลักษณะชั่วคราวและไม่ ต่อเนื่องสร้างความสัมพันธ์กับย่านได้น้อยจึงมีการดำรงอยู่แบบคนนอก เช่นเดียวกับการศึกษาของ Tansukanuna and Daungthima (2560) ที่ได้ทำการศึกษาชุมชนละแวกบ้านในเมืองประวัติศาสตร์ เชียงใหม่ เพื่อดูขอบเขตและสะท้อนถึงลักษณะเฉพาะของชุมชน การศึกษานี้ชี้ให้เห็นว่าการ เปลี่ยนแปลงองค์ประกอบทางกายภาพย่อมมีผลต่อกิจกรรมที่สามารถเกิดขึ้นในพื้นที่ได้ และส่งผลต่อ ความหมายของพื้นที่นั้นที่มีต่อคนด้วย จะเห็นได้ว่ากรนำแนวคิดความรู้สึกที่มีต่อสถานที่มาใช้ใน การศึกษากับบริบทของประเทศไทยนั้นส่วนใหญ่เพื่อเป็นการศึกษาแนวความคิดของคนและสถานที่ เพื่อศึกษาเกี่ยวกับความรู้สึกและความคิดที่มีต่อสถานที่ หรือสถาปัตยกรรมในพื้นที่ที่ส่วนใหญ่จะเป็น สถานที่ท่องเที่ยวที่มีประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์แตกต่างกันไป โดยที่ การศึกษาความหมายและความรู้สึกที่มีต่อสถานที่มีวัฒนธรรมท้องถิ่นเป็นส่วนหนึ่งของปัจจัยนั้นจะ สามารถสะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีความเป็นเอกลักษณ์ เช่นการศึกษาของศศิธร คล้ายชม (2546) ที่มีการศึกษาตึกแถวเก่าในเมืองพระนครศรีอยุธยา เพื่อศึกษากระบวนการสร้างแนวคิดในเชิง นามธรรมที่มาจากแนวคิดทางสถาปัตยกรรมของตึกแถวเก่าแก่อันเมืองพระนครศรีอยุธยา พบว่า ปัจจัยหลักที่ทำให้เกิดความรู้สึกที่มีต่อสถานที่นั้นมีปัจจัยหลักอยู่ 3 ข้อ คือปัจจัยทางกายภาพ ปัจจัย

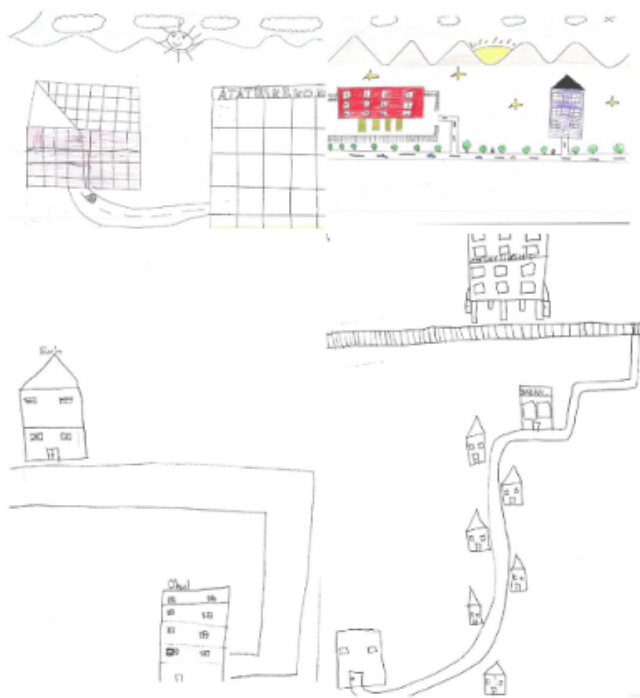
ด้านแนวความคิด และปัจจัยด้านกิจกรรม ซึ่งขึ้นอยู่กับวัฒนธรรมท้องถิ่นของแต่ละพื้นที่ที่จะมีวิธีการถ่ายทอดมาในรูปแบบใด โดยส่วนใหญ่มักจะสะท้อนมาในรูปแบบของสถาปัตยกรรมพื้นถิ่น ดังนั้นจึงมีการนำมาปรับใช้กับงานสถาปัตยกรรมใหม่ขึ้นอื่นที่อยู่ในพื้นที่ โดยเน้นที่บรรยากาศให้มีความกลมกลืนก็จะสามารถสะท้อนกลิ่นอายของวัฒนธรรมท้องถิ่นได้อย่างกลมกลืน



ภาพ 7 ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล – ชุมชน – สถานที่ที่มีผลต่อการสร้างความรู้สึกรักที่มีต่อสถานที่  
(ที่มา: Erfani (2022))

### 2.2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ เมือง และช่วงวัย

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ที่ต้องการศึกษารูปแบบและองค์ประกอบของเมืองที่มีผลต่อการรับรู้ทางจินตภาพของเมืองที่แตกต่างกันไปตามคนในแต่ละช่วงวัย นอกจากการใช้วิธีการวิเคราะห์แผนที่ทางจินตภาพโดยมีการแบ่งประชากรตามตามเพศ และสัญชาติแล้ว ยังมีการศึกษาจากตัวอย่างประชากรในหลากหลายกลุ่มอายุ เช่น การศึกษาของ Özgece et al. (2015) ที่มีจุดมุ่งหมายในการศึกษาการจดจำสถานที่สำคัญของเด็ก ๆ ในชั้นประถมศึกษา และความชอบของพื้นที่กลางแจ้งในรูปแบบของเส้นทางที่บ้าน โรงเรียน และพื้นที่เล่น โดยศึกษาการรับรู้ของเด็กและการใช้พื้นที่กลางแจ้งโดยใช้แบบสอบถามที่นักเรียนตอบคำถามและวาดเส้นทางจากบ้านไปโรงเรียน ผลการศึกษาเน้นว่าเส้นขอบ (edge) โดยเฉพาะกำแพงเมืองนั้นจะไม่ส่งผลต่อการรับรู้เชิงพื้นที่ของเด็ก แม้ว่าเด็ก ๆ ส่วนใหญ่จะใช้ชีวิตประจำวันในรูปแบบของการไปโรงเรียนและกลับบ้าน แต่เด็ก ๆ นั้นก็สามารถระบุสถานที่สำคัญของเมืองได้ เช่นเดียวกับในการศึกษาของ Alarasi et al. (2016) ที่มีจุดมุ่งหมายในการศึกษาเพื่อนำเสนอแนวทางข้อมูลเชิงคุณภาพในรูปแบบของแผนที่เพื่อรวบรวมการรับรู้ของเด็ก ๆ เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมในเมือง ทำให้เด็กมีส่วนร่วมอย่างแข็งขันและผสมผสานวิธีการเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ผลลัพธ์แสดงให้เห็นถึงความคล้ายคลึงและความแตกต่างในการรับรู้ไปตามกลุ่มเพศหรือกลุ่มอายุ



ภาพ 8 แผนที่การรับรู้ที่แสดงถึงองค์ประกอบทางจินตภาพของนักเรียนชั้นประถมศึกษา

(ที่มา: Özgece et al. (2015))

และการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุ ที่ได้มีการนำแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ไปใช้ในการเลือกที่อยู่เพื่อตั้งถิ่นฐานของผู้สูงอายุซึ่ง Frydrychova et al. (2017) ได้ทำการศึกษารับรู้ความแตกต่างของพื้นที่เมืองและพื้นที่ชนบทในผู้สูงอายุ จากการศึกษาทำให้เห็นถึงการรับรู้ของผู้สูงอายุนั้นสะท้อนให้เห็นถึงความแตกต่างด้านสิ่งแวดล้อมและสังคมของการตั้งถิ่นฐาน ซึ่งพื้นที่ในเมืองนั้นมักมีสภาพแวดล้อมการดำรงชีวิตที่มีทรัพยากรทางกายภาพ สังคม และสถาบันหนาแน่นมากขึ้น ซึ่งอาจส่งเสริมพฤติกรรมการป้องกันสุขภาพและอำนวยความสะดวก โดยจากกลุ่มตัวอย่างประชากรผู้สูงอายุทั้งหมดโดยไม่คำนึงถึงปัจจัยในด้านอื่น ๆ แสดงให้เห็นว่า แม้ว่าพื้นที่ในเมืองจะทำให้เกิดการกระตุ้นการรับรู้ แต่สำหรับผู้สูงอายุอาจเป็นสิ่งที่มากเกินไปในการที่จะตอบสนองในสถานการณ์ที่หลากหลาย และก้าวให้ทันกับชีวิตที่รวดเร็ว ซึ่งการรับรู้เกินพิกัด และการสัมผัสกับสภาพแวดล้อมในระยะยาว อาจส่งผลให้ผลลัพธ์ด้านความรู้ความเข้าใจแย่งลง หรืออาจส่งผลให้เกิดการแยกตัวทางสังคม และในการศึกษาของ Meng et al. (2020) ที่ได้มีการศึกษาสภาพแวดล้อมของพื้นที่ในเมืองที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพของผู้สูงอายุ อย่างไรก็ตามในเมืองที่มีความหนาแน่นสูงและความสัมพันธ์ระหว่างผู้สูงอายุมาเข้ากับพื้นที่ในเมือง การรับรู้พื้นที่ของมนุษย์เกี่ยวข้องกับการเพิ่มสุขภาพผ่านการประเมินมุมมองถนนผ่านแบบสอบถามการรับรู้ของผู้สูงอายุ

## 2.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

### 2.3.1 แบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural equation modelling: SEM)

เป็นเทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติที่ใช้การยืนยันสมมติฐานในงานวิจัยที่ได้จากทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง หรือเนื้อหาทางทฤษฎีในรูปเชิงสาเหตุ ประกอบด้วยอิทธิพลทางตรง (direct effect: DE) และทางอิทธิพลอ้อม (indirect effect: IE) โดยสามารถแปลงสมมติฐานงานวิจัยในรูปโมเดลทางคณิตศาสตร์ ที่เป็นเทคนิคที่แสดงความสัมพันธ์ที่คาดไว้ตามทฤษฎีของกลุ่มตัวแปร ซึ่งสามารถแสดงความสัมพันธ์ดังกล่าวในลักษณะของรูปไดอะแกรมหรือที่เรียกว่าแผนภาพเส้นทาง (path diagram) โดยเนื้อหาหลัก ๆ ของการอธิบายแบบจำลองสมการโครงสร้างนั้นจะนำมาจากบทความ แบบจำลองสมการโครงสร้างเพื่อการทำนาย โดย รุ่งโรจน์ สงสระบุญ (2561)

การทดสอบสมมติฐานที่เขียนขึ้นในเชิงทฤษฎีที่กำหนดขึ้นนั้น จะประกอบด้วยตัวแปรต้นและตัวแปรตาม โดยตัวแปรนั้นไม่เป็นอิสระจากกัน ต่างมีความสัมพันธ์ร่วมกันไม่มากก็น้อย และทฤษฎีกำหนดไว้เพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์เชิงสาเหตุเพื่ออธิบายถึงผลลัพธ์ทางตรง และผลกระทบทางอ้อม ซึ่งมีการวิเคราะห์ที่มีการควบคุมค่าความแปรปรวนระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตามในกระบวนการความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งในเชิงทฤษฎี โดยสามารถประยุกต์วิธีการวิเคราะห์ต่าง ๆ เข้าด้วยกัน (Marcoulides & Schumacker, 2001) ได้แก่

1. การวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปร (path analysis)
2. การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (confirmatory factor analysis: CFA)
3. การจำลองสาเหตุเกี่ยวกับตัวแปรแฝง (causal modeling with latent variable)
4. การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงของความแปรปรวน (even analysis of variance)
5. การวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นหลายตัวแปร (multiple linear regression analysis)

ตัวแบบสมการโครงสร้างในรูปทั่วไปคือเมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์เชิงสาเหตุในงานวิจัยจะพบความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกันและมีความซับซ้อน ทำให้การสร้างตัวแบบเชิงสาเหตุนำไปสู่การสร้างตัวแบบสมการโครงสร้าง รูปแบบสมการคือการวิเคราะห์ข้อมูลจะต้องเป็นไปตามข้อตกลงเบื้องต้น ซึ่งข้อตกลงเบื้องต้นของ แบบจำลองสมการโครงสร้างจะมีความยืดหยุ่นมากกว่าข้อตกลงของสมการเชิงเส้นทั่ว ๆ ไป ได้แก่

1. ตัวแปรอิสระซึ่งเป็นตัวแปรแฝงภายนอก (exogenous) และตัวแปรแฝงภายใน (endogenous) และตัวแปรตาม ไม่จำเป็นต้องมีการแจกแจงแบบปกติ
2. ค่าความคลาดเคลื่อนต้องเป็นการแจกแจงแบบปกติ
3. ค่าความคลาดเคลื่อนของตัวแปรภายนอกแต่ละตัวต้องเป็นอิสระกัน
4. ลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งหมดในตัวแบบเป็นความสัมพันธ์เชิงเส้น (linear) แบบบวก (additive) และเป็นความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ
5. มีความสอดคล้องกันหรือความสัมพันธ์กันระหว่างตัวแปร ถ้าตัวแปรภายนอกหรือตัวแปรภายในไม่สอดคล้องกันแล้ว จะสังเกตได้ว่าตัวแปรที่แฝงอยู่มีความสอดคล้องกันหรือไม่ ถ้าสอดคล้องกันก็สามารถนำมาวิเคราะห์ได้ และถ้าตัวแปรตามไม่มีความสอดคล้องกันแล้ว ตัวแบบสมการโครงสร้างจะไม่สามารถนำมาคำนวณได้
6. ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจะต้องมีอย่างน้อย 100 คน (น้อยที่สุด) โดย Schumacher and Lomax (2010) ระบุไว้ว่า จำนวนกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำตามเกณฑ์ของการวิเคราะห์สมการโครงสร้างสามารถคำนวณได้จากการนำตัวแปรสังเกตได้ในกรอบแนวคิดทั้งหมดคูณด้วย 5 - 20 เท่า

### การประมาณค่าความสอดคล้องของตัวแบบ (measures of overall fit)

Schumacher and Lomax (2010) ได้มีการระบุถึงเกณฑ์ในการประมาณค่าความสอดคล้องของตัวแบบ (Measures of overall fit) ไว้ ดังนี้

1. ค่า  $X^2$ : Chi-square เป็นสถิติที่ใช้ทดสอบภายใต้สมมติฐานหลักคือ ตัวแบบมีความสอดคล้องกับข้อมูล ถ้า  $X^2$  มีค่ามากจนมีนัยสำคัญทางสถิติแสดงว่า ตัวแบบไม่สอดคล้องกับข้อมูล ถ้า  $X^2$  มีค่าน้อยจนไม่มีนัยสำคัญทางสถิติแสดงว่าตัวแบบสอดคล้องกับข้อมูล

การใช้ค่าไคสแควร์ต้องใช้ด้วยความระมัดระวัง เพราะข้อตกลงเบื้องต้นมีอยู่ 4 ประการ คือ ตัวแปรภายนอกสังเกตได้ต้องมีการแจกแจงปกติ การวิเคราะห์ข้อมูลต้องใช้เมทริกซ์ ความแปรปรวน-ความแปรปรวนร่วมในการคำนวณ ขนาดของกลุ่มตัวอย่างต้องมีขนาดใหญ่เท่านั้น และฟังก์ชันความถ่วงถ่วงมีค่าเป็นศูนย์จริงตามสมมติฐานที่ใช้ การทดสอบไคสแควร์

2. ดัชนีเปรียบเทียบตัวแบบ (comparative fit) เป็นดัชนีที่ใช้เปรียบเทียบตัวแบบพื้นฐาน (baseline) ที่ df หรือ Degree of freedom ของตัวแบบ
3. ดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนเหลือ (root mean squared residual: RMR) ใช้เฉพาะกรณีที่เป็นกรเปรียบเทียบโดยใช้ข้อมูลชุดเดียวกัน โดยดัชนีนี้จะบอกขนาดของส่วนที่เหลือจากการเปรียบเทียบระดับความถ่วงถ่วงของตัวแบบสองตัวแบบกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และจะใช้ได้ดีเมื่อตัวแปรภายนอกและตัวแปรสังเกตได้เป็นตัวแปรมาตรฐาน ค่าดัชนียิ่งเข้าใกล้ศูนย์ แสดงว่าตัวแบบมีความถ่วงถ่วงกับข้อมูลเชิงประจักษ์
4. ดัชนีวัดระดับความถ่วงถ่วง (goodness-of-fit indices: GFI) ดัชนีที่ใช้ประโยชน์จากไคสแควร์ในการเปรียบเทียบระดับความสอดคล้องถ่วงถ่วงกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของตัวแบบสองตัวแบบ ซึ่งข้อมูลอาจจะมาจากข้อมูลชุดเดียวกันหรือข้อมูลต่างชุดกันก็ได้ โดยดัชนีนี้ได้จากการหาอัตราส่วนของผลต่างระหว่างฟังก์ชันความถ่วงถ่วง (fit or not-fitting function) จากตัวแบบก่อนปรับ (ที่มีค่าไคสแควร์สูง) และหลังปรับ (ที่มีค่าไคสแควร์ลดลงมากกว่าค่าแรก) กับฟังก์ชันความถ่วงถ่วงก่อนปรับตัวแบบ เป็นค่าที่ไม่ขึ้นอยู่กับการขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ยังมีค่าเข้าใกล้ 1.00 แสดงว่าตัวแบบมีความถ่วงถ่วงกับข้อมูลเชิงประจักษ์
5. ดัชนีวัดระดับความถ่วงถ่วงที่ปรับแก้แล้ว (adjust GFI: AGFI) เป็นการนำดัชนี GFI มาปรับแก้ โดยคำนึงถึงขนาดขององศาอิสระ ซึ่งรวมทั้งจำนวนตัวแปรและขนาดของกลุ่ม

ตัวอย่าง ในการเปรียบเทียบตัวแบบสองตัวแบบ ข้อมูลอาจจะมาจากข้อมูลชุดเดียวกัน หรือข้อมูลต่างชุดกันก็ได้

6. รากกำลังสองเฉลี่ยของค่าความแตกต่าง (root mean square error off approximation: RMSEA) เมื่อข้อตกลงเบื้องต้นของค่าไคสแควร์ที่ว่าตัวแบบการวิจัยมีความตรงนั้นไม่สอดคล้องกับความเป็นจริง และไม่ให้ค่าสถิติขึ้นอยู่กับองศาอิสระและเหมาะสมกับการทดสอบความตรงไขว้อย่างละเอียด (cross validation) ที่มีการนำตัวแบบไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างย่อยที่ถูกสุ่มมาเนื่องจากไม่มีกลุ่มตัวอย่างต่างชุดและกลุ่มตัวอย่างที่ทำการวิจัยขนาดใหญ่มาก และวิธีนี้เป็นวิธีที่นิยมนำมาพิจารณาถึงความสอดคล้องกันมาก
7. NFI (norm fit index) ใช้เปรียบเทียบตัวแบบการวิจัยว่ามีความกลมกลืนสูงกว่าตัวแบบอิสระ (ตัวแบบที่ตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมดเป็นอิสระกัน) มากน้อยเพียงไรโดยจะบ่งชี้เป็นเปอร์เซ็นต์ที่สอดคล้อง และเหมาะที่จะใช้เพื่อเปรียบเทียบกับตัวแบบอิสระที่ให้ค่าไคสแควร์สูงมาก
8. RFI (relative fit index) มีความหมายเช่นเดียวกับค่า NFI แต่ไม่ได้แสดงผลเป็นเปอร์เซ็นต์ แสดงเพียงความมากน้อยของความกลมกลืนที่ของตัวแบบการวิจัยสูงกว่าตัวแบบอิสระ
9. IFI (incremental fit index) มีความหมายเช่นเดียวกับค่า RFI แต่ให้ความสำคัญกับการเปรียบเทียบกันระหว่างจำนวนองศาอิสระของทั้งสองตัวแบบ

**ตาราง 1** สรุปค่าสถิติชี้วัดความเหมาะสมของแบบจำลองสมการโครงสร้าง  
(goodness of fit indices)

ดัชนีชี้วัด	เกณฑ์ในการพิจารณา	อ้างอิง
ค่าองศาอิสระ (df)	>0.00	Byrne (2013)
ค่า P-value	>0.05	Byrne (2013)
ค่าดัชนีวัดความกลมกลืน (GFI)	>0.09	Hair et al. (2014)
ค่าดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนเปรียบเทียบ (CFI)	>0.09	Hair et al. (2014)
ค่าดัชนีรากที่สองของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือ (RMR)	<0.05	Schumacher and Lomax (2010)
ดัชนีวัดความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ (RMSEA)	<0.05	Schumacher and Lomax (2010)

### การปรับแบบจำลอง (model modification)

ประกอบด้วย 2 วิธี ได้แก่ การปรับโมเดลสมการโครงสร้างในส่วนที่เป็นความคลาดเคลื่อน และการปรับโมเดลสมการโครงสร้างในส่วนที่เป็นโมเดลการวัดหรือโมเดลโครงสร้าง (Anderson & Gerbing, 1988)

1. การปรับโมเดลสมการโครงสร้างในส่วนที่เป็นความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าที่เกิดจากเครื่องมือที่ใช้ในการวัด ประเด็นนี้สามารถทำการปรับโมเดลได้ทันที ไม่มีผลกระทบต่อโครงสร้างของโมเดลตามสมมติฐาน เมื่อปรับโมเดลจนได้ค่าดัชนีตรวจสอบความสอดคล้อง ได้แก่
  - 1) ค่าสถิติทดสอบไคสแควร์ มีค่าน้อยกว่าเกณฑ์ของไคสแควร์ หรือค่าไคสแควร์สัมพัทธ์มีค่าน้อยกว่าสอง
  - 2) ค่าดัชนีตรวจสอบความกลมกลืน (GFI, AGFI, CFI, TLI และ NFI) มีค่ามากกว่า 0.90



3) ค่าความคลาดเคลื่อนของการประมาณค่า (RMSEA RMR SRMR) มีค่าน้อยกว่า 0.05 โดยที่ ค่าพารามิเตอร์ของโมเดลการวัดและโมเดลสมการโครงสร้างทุกเส้นมีค่าแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $|t| > 1.96$ ) รวมทั้งมีทิศทางที่สมเหตุสมผลตามทฤษฎี จึงจะสามารถสรุปได้ว่าโมเดลสมการโครงสร้างที่พัฒนาขึ้นมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

2. การปรับโมเดลสมการโครงสร้างในส่วนที่เป็นการตัดหรือเพิ่มการประมาณค่าพารามิเตอร์ของโมเดลการวัดและ/หรือโมเดลสมการโครงสร้าง ซึ่งจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ซึ่งปัญหาอาจเกิดจากการที่โมเดลตามสมมติฐานที่กำหนดขึ้นไม่มีความแข็งแรงเพียงพอ ขาดการทบทวนอย่างถี่ถ้วน การทบทวนทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแล้วยังไม่พบข้อสรุปที่ชัดเจน ประเด็นนี้ไม่สามารถกระทำได้ถ้าไม่มีการตั้งสมมติฐานทางเลือกก่อนวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง ดังนั้นถ้าผู้วิจัยไม่มั่นใจว่าโมเดลสมการโครงสร้างที่พัฒนาขึ้น จะสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์หรือไม่ จำเป็นต้องเสนอโมเดลทางเลือก (Alternative model) ก่อนทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยอาจเสนอโมเดลทางเลือกไว้หลายทางเลือกก็ได้ โดยการคัดเลือกโมเดลที่ดีที่สุดนั้นจะต้องทำการปรับโมเดลจนกระทั่งค่าดัชนีตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลผ่านเกณฑ์ตามกำหนด หลังจากนั้นจึงทำการพิจารณาคัดเลือกโมเดลทางเลือกที่ดีที่สุดโดยใช้ค่าสถิติทดสอบ  $\chi^2$  Model - df, AIC หรือ BIC

ดังนั้นแบบจำลองสมการโครงสร้างนั้นเป็นการศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรแฝง (latent variables) เชิงทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับจินตภาพของเมืองและความรู้สึกที่มีต่อสถานที่ และเนื่องจากแบบจำลองสมการโครงสร้าง (structural equation modelling: SEM) เป็นสถิติวิเคราะห์ที่เหมาะสมกับงานศึกษาทางสังคมศาสตร์และพฤติกรรมศาสตร์ โดยในการศึกษาของนางลักษณ์ วิรัชชัย (2548) ได้ให้เหตุผลโดยสรุปไว้ ดังนี้

1. แบบจำลองสมการโครงสร้างมีศักยภาพสามารถวิเคราะห์ข้อมูลได้กว้างขวาง สามารถวิเคราะห์ข้อมูลที่ง่ายที่สุด เช่น t-test ไปจนถึงสถิติขั้นสูงที่ซับซ้อน
2. สามารถใช้แบบจำลองสมการโครงสร้างเป็นภาพรวมได้ตามโมเดลของการวิจัย และมีสถิติทดสอบความตรงของแบบจำลอง
3. การผ่อนคลาย (relax) ข้อตกลงเบื้องต้นทางสถิติ การที่สถิติวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้างนำทอมความคลาดเคลื่อนมาวิเคราะห์ด้วย ทำให้สามารถวิเคราะห์ข้อมูลกรณีที่ทอมความคลาดเคลื่อนสัมพันธ์กันได้ ตัวแปรในแบบจำลองการวิจัยมีความคลาดเคลื่อนในการวัดได้ หรือแบบจำลองการวิจัยมีตัวแปรแฝงได้ ตัวแปรทำนายอาจมี

ความสัมพันธ์กันได้ แบบจำลองการวิเคราะห์ที่ไม่จำเป็นต้องเป็นแบบจำลองอิทธิพลแบบ  
 บวก และมีอิทธิพลทางเดียว อาจเป็นแบบจำลองแบบคูณ และมีอิทธิพลย้อนกลับได้  
 นอกจากนี้ยังสามารถวิเคราะห์กรณีตัวแปรหลายตัวในแบบจำลองการวิจัยมีระดับการวัด  
 แบบนามบัญญัติ หรือแบบเรียงอันดับได้ด้วย

4. ในการวิจัยเชิงทดลองเมื่อตัวแปรตามสร้างขึ้นตามโมเดลการวัด และตัวแปรตามอยู่ในรูป  
 ของตัวแปรแฝง การวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองสมการโครงสร้างจะให้ผลการวิเคราะห์  
 ถูกต้องมากกว่าการวิเคราะห์ด้วย ANOVA, MANOVA แบบเดิม

แม้ว่าการวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองสมการโครงสร้างจะมีศักยภาพมากแต่ก็ยังมีจุดอ่อน ดังนี้

1. ต้องใช้กลุ่มตัวอย่างขนาดใหญ่ เกณฑ์สำหรับการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างระบุขนาด  
 กลุ่มตัวอย่างเป็นฟังก์ชันของจำนวนพารามิเตอร์ที่ต้องประมาณค่า คือ ต้องมีกลุ่ม  
 ตัวอย่างประมาณ 20 คน ต่อหนึ่งพารามิเตอร์
2. จุดอ่อนในการวิเคราะห์เพื่อตรวจสอบความตรงของแบบจำลอง เป็นการทดสอบ  
 สมมติฐานทางสถิติว่า เมทริกซ์ความแปรปรวน-ความแปรปรวนร่วมจากข้อมูลเชิง  
 ประจักษ์ ไม่แตกต่างจากเมทริกซ์ความแปรปรวน – ความแปรปรวนที่คำนวณจาก  
 ค่าพารามิเตอร์ในโมเดล โดยการทดสอบดังกล่าวเป็นการทดสอบด้วยค่าไคสแควร์เมื่อ  
 นักวิจัยไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ การแปลความหมายจะถือว่าโมเดล  
 สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ แต่ในความเป็นจริง โมเดลที่นักวิจัยทดสอบอาจจะยัง  
 ไม่ใช่โมเดลที่ดีที่สุด
3. การวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้างมีโมเดลและกระบวนการวิเคราะห์ที่ยุ่งยาก  
 เนื่องจากมีตัวแปรหลายประเภท และมีเทอมความคลาดเคลื่อนในโมเดล รวมทั้งมี  
 เส้นทางอิทธิพลแบบต่าง ๆ การวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้างต้องวิเคราะห์  
 ข้อมูลและนำผลการวิเคราะห์มาพิจารณา หากโมเดลยังไม่สอดคล้องกับข้อมูล ต้องมีการ  
 ปรับโมเดลในส่วนของความสัมพันธ์ข้อตกลงเบื้องต้น ซึ่งนักวิจัยอาจต้องปรับและ  
 วิเคราะห์ใหม่หลายครั้งจนกว่าจะได้ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ต้องการ ซึ่งปัจจุบันนั้นได้มี  
 การพัฒนาโปรแกรมให้สามารถใช้งานได้สะดวกมากขึ้นแล้ว

### การพัฒนาแบบจำลอง (model development)

Bollen (1989) ได้มีการกล่าวถึงการพัฒนาตัวแบบไว้ 2 วิธี ได้แก่ 1. การพัฒนาโมเดลสมการโครงสร้างด้วยวิธีการแบบสองขั้นตอน (two step approach to modeling) และ 2. การพัฒนาโมเดลสมการโครงสร้างด้วยวิธีการแบบสี่ขั้นตอน (four step approach to modeling) ดังนี้

#### 1. การพัฒนาตัวแบบแบบสองขั้นตอน (two step approach to modeling)

Anderson and Gerbing (1988) นั้นเป็นผู้เสนอวิธีการแบบสองขั้นตอน (two step approach to modeling) ในการพัฒนาโมเดลสมการโครงสร้าง โดยมีขั้นตอนการพัฒนาโมเดลดังนี้

##### ขั้นตอนที่ 1 ตรวจสอบโมเดลการวัด (measurement model)

โดยพิจารณาว่าตัวแปรแฝงที่ผู้วิจัยทำการศึกษาวัดมาจากตัวแปรสังเกตได้ที่กำหนดไว้หรือไม่ ดังนั้นสิ่งที่ต้องดำเนินการในขั้นตอนนี้ต้องดูว่าตัวแปรแฝงในโมเดลสมการโครงสร้างที่พัฒนาขึ้นมีทั้งหมดกี่ตัวแปร และต้องทำการตรวจสอบโครงสร้างโมเดลการวัดของตัวแปรแฝงทุกตัวแปรก่อนว่าสามารถวัดได้จากตัวแปรสังเกตได้ที่กำหนดโดยใช้วิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (confirmatory factor analysis)



### ขั้นตอนที่ 2 วิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (structural model)

พิจารณาความสอดคล้องของโมเดลที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยดูจากค่าดัชนีความสอดคล้องของโมเดล ค่าพารามิเตอร์แต่ละเส้น และความสมเหตุสมผลของขนาดและทิศทางของค่าพารามิเตอร์แต่ละเส้น

### 2. การพัฒนาตัวแบบแบบสี่ขั้นตอน (four step approach to modeling)

Mulaik and Millsap (2000) ได้เสนอวิธีการแบบสี่ขั้นตอน (four step approach to modeling) ในการพัฒนาโมเดลสมการโครงสร้าง โดยมีขั้นตอนการพัฒนาโมเดล ดังนี้

**ขั้นตอนที่ 1** วิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (exploratory factor analysis) ของตัวแปรแฝงแต่ละตัวแปรเพื่อทำการคัดเลือกตัวแปรที่มีความสำคัญเข้าสู่โมเดลการวัด

**ขั้นตอนที่ 2** ตรวจสอบโมเดลการวัด (measurement model) ของตัวแปรแฝงแต่ละตัวแปรเพื่อยืนยันโครงสร้างของโมเดลการวัดในขั้นตอนแรกว่าตัวแปรแฝงที่ผู้วิจัยทำการศึกษาวัดมาจากตัวแปรสังเกตได้ที่กำหนดไว้หรือไม่

**ขั้นตอนที่ 3** ตรวจสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรแฝงในโมเดลสมการโครงสร้างว่ามีความสัมพันธ์เพียงพอที่จะนำมาวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างหรือไม่

**ขั้นตอนที่ 4** วิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (structural equation modeling: SEM) พิจารณาความสอดคล้องของโมเดลที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยดูจากค่าดัชนีความสอดคล้องของโมเดล ค่าพารามิเตอร์แต่ละเส้น และความสมเหตุสมผลของขนาดและทิศทางของค่าพารามิเตอร์ในแต่ละเส้น

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

CHULALONGKORN UNIVERSITY

### 2.3.2 ตัวอย่างงานวิจัยที่ใช้ แบบจำลองสมการโครงสร้าง (structural equation modelling: SEM) ในการศึกษา

การศึกษาที่ใช้แบบจำลองสมการโครงสร้างมาเป็นเครื่องมือการวิเคราะห์ในประเทศไทยนั้น ส่วนใหญ่จะมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เช่น การศึกษาเกี่ยวกับประสิทธิภาพของสถาบันต่าง ๆ เช่น การศึกษาของ พิชชากร จวงวาณิชย์ (2560) ในการศึกษาศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างผลตอบแทนและความผูกพันต่อองค์กร และการศึกษาของ มัชลัน สุหลง (2558) ที่ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานของสหกรณ์อิสลามในประเทศไทย

นอกจากนี้การศึกษาที่นำแบบจำลองสมการโครงสร้างมาใช้เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูลยังมีการศึกษาเพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบต่าง ๆ ของเมือง เพื่อวิเคราะห์เกี่ยวกับรูปแบบของอัต

ลักษณะโดยใช้แบบจำลองสมการโครงสร้างซึ่งเป็นเครื่องมือวิเคราะห์ที่เหมาะสมในการวัดการประเมินสิ่งแวดล้อมของผู้อยู่อาศัย โดยเป็นการศึกษาเกี่ยวกับอัตลักษณ์ที่ส่งผลต่อความรู้สึกของผู้อยู่อาศัยในชุมชนหมื่นเชิงที่มีการออกแบบถนนและสถาปัตยกรรมแตกต่างจากชุมชนอื่น มีการสร้างสภาพแวดล้อมที่มั่นคง เกิดความตระหนักในตัวเองของพื้นที่และที่อยู่อาศัยในชุมชนหมื่นเชิง โดยการศึกษาตั้งใจที่จะนำชุมชนหมื่นเชิง เป็นตัวอย่างเพื่อวิเคราะห์ว่าอัตลักษณ์ของพื้นที่ชุมชนมีส่วนทำให้เกิดอัตลักษณ์ของสถานที่ Ho (2015) และในการศึกษาของ Priporas et al. (2020) ที่ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของคนที่อยู่ในเจนเนอเรชัน Z กับการใช้โซเชียลมีเดียในช่วงวิกฤตเศรษฐกิจกับภาพลักษณ์ของเมือง และความพึงพอใจโดยรวมของผู้อยู่อาศัยในเทศบาลนิวกี (กรีซ) โดยใช้แบบจำลองสมการโครงสร้างเป็นเครื่องมือเช่นเดียวกัน โดยจากการศึกษาได้มีข้อค้นพบเชิงประจักษ์จาก Gen Z ในบริบทของการสร้าง city branding ของเมืองและการมีส่วนร่วมในโซเชียลมีเดีย โดยการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาครั้งแรกขององค์ประกอบที่เกี่ยวกับภาพลักษณ์ของเมืองจากมุมมองของผู้อยู่อาศัย Gen Z และวิกฤตเศรษฐกิจ ซึ่งพบว่าผู้อยู่อาศัยที่พึงพอใจในเมืองน้อยจะมีส่วนร่วมกับโซเชียลมีเดียเกี่ยวกับเมืองมากขึ้นเท่านั้น ซึ่งอาจแสดงถึงความกังวลของผู้อยู่อาศัยที่เกี่ยวกับสถานการณ์ในชีวิตประจำวันในเมือง อีกทั้งการศึกษาของ Manyiwa et al. (2017) ที่ได้ทำการศึกษาที่เมืองบราติสลาวา (สโลวาเกีย) จากการใช้แบบจำลองสมการโครงสร้างในการวิเคราะห์ พบว่าภาพลักษณ์ของเมืองที่รับรู้มีอิทธิพลอย่างมากต่อความผูกพันทางอารมณ์ที่มีต่อเมือง และภาพลักษณ์ของเมืองมีผลกระทบต่อความผูกพันทางอารมณ์ของเมืองในกลุ่มผู้อยู่อาศัยในเมืองมากกว่าผู้มาเยือน และยังมี การใช้แบบจำลองสมการโครงสร้างในการศึกษาของประเทศไทย จากการศึกษาของ Mahasuweerachai (2018) ที่ทำการศึกษาเกี่ยวกับภาพลักษณ์เมืองและความพึงพอใจของประชาชนท้องถิ่นในเมืองขอนแก่น พบว่า การรับรู้ภาพลักษณ์โดยรวมของเมืองจากมุมมองของประชาชนได้รับอิทธิพลทางตรงจากภาพลักษณ์ด้านโครงสร้าง พื้นฐานและบริการภาครัฐ ด้านวัฒนธรรมและประเพณี ด้านการพักผ่อนและท่องเที่ยว และด้านมุมมองตนเอง

## 2.4 สรุปประเด็นจากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จินตภาพของเมืองนั้นเกี่ยวข้องกับปฏิสัมพันธ์ของมนุษย์มีต่อเนื้อหาของสถานที่ ซึ่งแบ่งประเภทจากปฏิสัมพันธ์ของมนุษย์มีต่อเนื้อหาของสถานที่ ได้แก่ ความทรงจำ พฤติกรรม และความรู้สึก (Hashem et al., 2013) โดยใช้ประสบการณ์ด้านต่าง ๆ ของมนุษย์เป็นแกนหลักและยังเชื่อมโยงไปที่เนื้อหาของสถานที่ ดังนั้นเมื่อพิจารณาถึงความแตกต่างในการรับรู้และปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ พบว่าการรับรู้ของพื้นที่นั้นจะแตกต่างกันไปตามปัจจัยต่าง ๆ อีกทั้งการรับรู้และประสบการณ์ที่เกี่ยวกับพื้นที่นั้นยังแตกต่างกันไปตามช่วงวัย โดยที่เด็กจะรับรู้และสัมผัสสภาพแวดล้อมจากที่ผู้ใหญ่สร้างขึ้นจากการออกแบบพื้นที่ของผู้ใหญ่ (Özgece et al., 2015) อีกทั้งทำให้เห็นถึงการศึกษาเรื่องเมืองในปัจจุบันนั้นมีการเน้นไปที่กลุ่มประชากรตามช่วงอายุมากขึ้น ทั้งในเด็กและกลุ่มผู้สูงอายุ ดังเช่นการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเมืองสำหรับผู้สูงอายุโดยมีการสำรวจเกี่ยวกับความต้องการของผู้อยู่อาศัยในเมืองเป็นอันดับแรก รวมถึงสภาพแวดล้อมทางนิเวศวิทยาที่เหมาะสมในการอยู่อาศัยทำให้เห็นถึงความใส่ใจในความต้องการของกลุ่มประชากรสูงวัยมากขึ้นซึ่งเป็นผลดีต่อการปรับตัวเพื่อเข้าสู่สังคมผู้สูงวัยในอนาคต

จากการศึกษาเกี่ยวกับความรู้สึกที่มีต่อสถานที่ในประเทศไทยนั้นส่วนมากเป็นการศึกษาเพื่อหาความหมายและถ่ายทอดความเป็นเอกลักษณ์ของสถานที่สู่งานสถาปัตยกรรม และมีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาการรับรู้องค์ประกอบหลักทางจินตภาพของบุคคลทั่วไปที่มีต่อพื้นที่เพื่อรับรู้ถึงปัญหาอุปสรรค และเสนอแนะแนวทางการปรับปรุง สภาพแวดล้อมทางกายภาพที่ตอบสนองกับผู้ใช้งาน และ นอกจากนี้ยังมีการศึกษาเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของเมืองรวมถึงการนำทฤษฎีที่เกี่ยวกับเมืองเพื่อพัฒนาโมเดลของแบบจำลองสมการโครงสร้าง (structural equation modelling: SEM) เพื่อตรวจสอบทฤษฎีและหามิติที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาของเมืองเพื่อที่จะสามารถเสนอแนวทางในการพัฒนาเมืองในอนาคตได้อย่างยั่งยืน

โดยสรุปแล้วจากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้และจินตภาพของเมืองและความรู้สึกที่มีต่อสถานที่นั้นแสดงให้เห็นว่าเอกลักษณ์ของสถานที่นั้นเป็นส่วนหนึ่งของความรู้สึกของสถานที่ โดยมีความเกี่ยวข้องกันและสะท้อนถึงสภาพแวดล้อมและสังคม ในปัจจุบันนี้ประสบการณ์และการรับรู้ของคนนั้นมีความสัมพันธ์กับรูปแบบสภาพแวดล้อมในเมืองจากการเกิดปฏิสัมพันธ์ของผู้คนและประสบการณ์ที่มีต่อเมือง รวมถึงเอกลักษณ์ของสถานที่จึงทำให้ผู้คนเกิดความเข้าใจและรับรู้ ซึ่งปฏิสัมพันธ์ของมนุษย์มีต่อของสถานที่นั้นประกอบด้วย ความทรงจำ (cognitive) คือการรับรู้และจดจำรูปร่างของที่ว่าง องค์ประกอบทางกายภาพ และตำแหน่งของตัวเองมีความสัมพันธ์กับรูปร่าง (form) ของสถานที่ พฤติกรรม (behavior) คือความสัมพันธ์ที่เกี่ยวกับกิจกรรม เกี่ยวกับความเป็น สถานที่ในด้านของประโยชน์ใช้สอย (function) และอารมณ์

ความรู้สึก (emotion) คือ การรับรู้ในด้านของ ความพึงพอใจ และความผูกพันที่มีต่อสถานที่ เชื่อมโยงเข้ากับความหมาย (meaning) (Hashem et al., 2013) ซึ่งใช้ประสบการณ์ด้านต่าง ๆ ของ มนุษย์เป็นหัวใจของวิธีการ และยังเชื่อมโยงลงไปเนื้อหาของสถานที่ (อดิสร ศรีเสาวนันธ์ & วีระ อิน พันธ์, 2559)

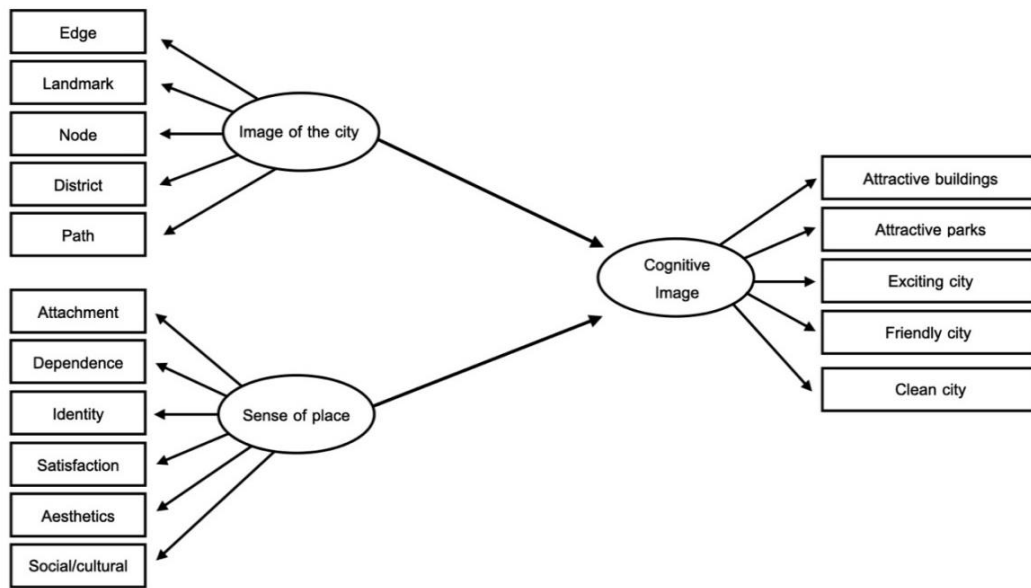
และในการศึกษาครั้งนี้ได้นำการศึกษาจินตภาพเมือง โดย Lynch (1960) มาเป็นกรอบ แนวคิดหลักในการศึกษา โดยจะเป็นการศึกษาจินตภาพของเมืองที่เกิดจากภาพหรือการรับรู้ของผู้คน ที่ทำกิจกรรมภายในย่านธุรกิจศูนย์กลางเมืองกรุงเทพมหานคร และเน้นไปที่การรับรู้องค์ประกอบทาง จินตภาพระหว่างผู้คนและสภาพแวดล้อมภายในย่าน รวมถึงประสบการณ์ตรงของคนในแต่ละช่วงวัย ที่มีต่อย่าน เพื่อให้มีความสอดคล้องกับประเด็นในการศึกษาในการเปรียบเทียบการรับรู้ทางจินตภาพ ของเมืองของคนในแต่ละช่วงวัย จึงกำหนดกลุ่มเป้าหมายตามกลุ่มช่วงอายุ โดยการสุ่มเลือกประชากร ที่อาศัยหรือทำงานในพื้นที่ และเก็บข้อมูลในรูปแบบของแบบสอบถามที่จะเป็นการระบุงค์ประกอบ ทางกายภาพที่อยู่ในย่าน ที่มีความโดดเด่นตามแต่ละองค์ประกอบซึ่งสามารถรับรู้ได้ทันทีเมื่อเข้าไปทำ กิจกรรมหรือใช้บริการสถานที่ต่าง ๆ ภายในย่าน เพื่อให้ได้การรับรู้และองค์ประกอบที่คนในแต่ละช่วง วัยรับรู้เพื่อวิเคราะห์ใช้โมเดลสมการโครงสร้างมาเป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์สถิติ ถึงแม้ว่าสถิติ วิเคราะห์แบบการวิเคราะห์ถดถอย (regression analysis) จะสามารถตอบคำถามวิจัยได้เช่นเดียวกัน แต่ยังมี ความต่างกันที่ผลการวิเคราะห์ของแบบจำลองสมการโครงสร้าง ในรายละเอียดของตัวแปร แฉงในโมเดลทั้งอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมที่จะมีรายละเอียดที่มากกว่า ดังนั้นแบบจำลองสมการ โครงสร้างจึงเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพสำหรับการวิเคราะห์ที่สามารถยืนยันความสอดคล้องของ ทฤษฎีและองค์ประกอบที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะองค์ประกอบที่เป็นตัวแปรแฝง และสามารถนำมา ประยุกต์ใช้ในการศึกษาพื้นที่ย่านศูนย์กลางธุรกิจศูนย์กลางเมืองของกรุงเทพมหานคร โดยการศึกษา นี้วิเคราะห์ผลโดยโปรแกรมตามสมมุติฐานของการศึกษา ซึ่งจะใช้วิธีการแบบสองขั้นตอน (two step approach to modelling) ในการพัฒนาแบบจำลองสมการโครงสร้าง โดยจะใช้หลักการในการ วิเคราะห์และแปลผล ดังนี้

**ขั้นตอนแรก** คือการตรวจสอบโมเดลการวัด (measurement model) โดยวิเคราะห์ องค์ประกอบเชิงยืนยัน (confirmatory factor analysis: CFA) เพื่อตรวจสอบโครงสร้างโมเดลของ การวัดของตัวแปรแฝงทุกตัวแปรก่อนว่าสามารถวัดได้จากตัวแปรสังเกตได้ที่กำหนด และมีการ ตรวจสอบความน่าเชื่อถือ (reliability) ของโมเดลการวัดโดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอ นบาค (cronbach's alpha) และมีการตรวจสอบความเที่ยงตรง (validity) โดยพิจารณาค่า สัมประสิทธิ์ของปัจจัย (factor loadings)

**ขั้นตอนที่สอง** คือการตรวจสอบสมมุติฐานของการวิจัย โดยการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (structural model) เพื่อพิจารณาความสอดคล้องของแบบจำลองที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยดูจากค่าดัชนีความสอดคล้องของแบบจำลอง ค่าพารามิเตอร์แต่ละเส้น และความสมเหตุสมผลของขนาดและทิศทางของค่าพารามิเตอร์

จากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องข้างต้น จึงได้ทำการประยุกต์ตัวแปรเพื่อนำมาสู่กรอบแนวคิดในการศึกษาครั้งนี้ โดยมีกลุ่มตัวแปรดังนี้ จินตภาพของเมือง (image of the city) จากแนวคิดของ Lynch (1960) ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ คือ 1) เส้นทาง (path) 2) เส้นขอบ (edge) 3) จุดหมายตา (landmark) 4) ชุมทาง/จุดรวม (node) 5) ย่าน (district) ความรู้สึกที่มีต่อสถานที่ (sense of place) ที่ได้ประยุกต์มาจากการศึกษาของ Moore and Graefe (1994) และ Jorgensen and Stedman (2001) ประกอบด้วย 6 องค์ประกอบ คือ 1) ความผูกพันกับย่าน (place attachment) 2) การพึ่งพาย่าน (place dependence) 3) เอกลักษณ์ของย่าน (place identity) 4) ความพึงพอใจในสถานที่ (place satisfaction) 5) ความสุนทรีย์ภาพ (aesthetics) 6) สังคมและวัฒนธรรม (social, cultural) (Deutsch & Goulias, 2009) ภาพลักษณ์ที่เกิดจากการรับรู้ (cognitive image) ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ คือ 1) ความหลากหลายและความน่าสนใจของสถานที่ภายในย่าน (attractive building) 2) ความหลากหลายและความน่าสนใจของพื้นที่สีเขียวและแหล่งนันทนาการภายในย่าน (attractive parks) 3) ความน่าดึงดูดและแปลกใหม่ รวมถึงสถานที่ที่ทำให้ผู้คนสามารถมีกิจกรรมร่วมกันได้ (exciting city) 4) สภาพบรรยากาศ และความปลอดภัยภายในย่าน (friendly city) 5) ความสะอาด ไม่แออัดภายในย่าน (clean city) (Manyiwa et al., 2017) ดังภาพที่ 9





ภาพ 9 กรอบแนวคิดของปัจจัยในการศึกษา



### บทที่ 3

#### สภาพทั่วไปของพื้นที่ศึกษา

ในการศึกษาการรับรู้และจินตภาพของเมืองผ่านคนหลายช่วงวัย และนำเสนอแนวทางการศึกษาอัตลักษณ์และองค์ประกอบของเมืองผ่านการรับรู้และมุมมองของผู้อยู่อาศัยในเมืองที่มีความหลากหลายทั้งช่วงอายุที่ล้วนมีประสบการณ์การใช้ชีวิตในพื้นที่เมือง ซึ่งจะนำมาประยุกต์ใช้ในการศึกษาพื้นที่ศึกษา ได้แก่ ย่านศูนย์กลางธุรกิจศูนย์กลางเมืองของกรุงเทพมหานคร โดยในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาในย่านสยาม ปทุมวัน และย่านสีลม - สาทร ซึ่งประกอบไปด้วยหัวข้อดังต่อไปนี้

- 3.1 ข้อมูลทางกายภาพของย่านสยาม – ปทุมวัน
- 3.2 ข้อมูลทางกายภาพของย่านสีลม – สาทร
- 3.3 สรุปภาพรวมของย่าน

#### 3.1 ข้อมูลทางกายภาพของย่านสยาม – ปทุมวัน

ปทุมวันหนึ่งใน 50 เขตของกรุงเทพมหานคร เป็นเขตศูนย์กลางธุรกิจ การค้า การบริการ การพยาบาล วัฒนธรรม การศึกษา และการทูต เป็นเขตหนึ่งที่ตั้งอยู่บริเวณใจกลางของกรุงเทพมหานคร และมีการคมนาคมหลากหลายช่องทาง โดยถ้ามีการกล่าวถึงย่านปทุมวัน ย่านสยาม นั่นก็เป็นย่านศูนย์กลางการค้าสำคัญในใจกลางกรุงเทพมหานครที่ทุกคนรู้จัก ซึ่งตั้งอยู่ชิดกับทั้ง 2 ฝั่งของถนนพระรามที่ 1 แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน ตั้งแต่แยกปทุมวัน ถึงแยกเฉลิมเผ่า เลยไปบรรจบกับย่านราชประสงค์ที่อยู่ติดกัน ย่านนี้เป็นที่ตั้งของศูนย์การค้าขนาดใหญ่รวมทั้งสถานที่สำคัญ และสำนักงานหลายแห่ง จึงเป็นย่านใจกลางเมืองสมัยใหม่ในด้านธุรกิจและการค้าของกรุงเทพมหานคร

##### 3.1.1 ความเป็นมาของย่านสยาม – ปทุมวัน

###### เขตปทุมวัน

ในอดีตอำเภอประทุมวันนั้นได้มีการประกาศกระทรวงนครบาลให้มีการยกเลิกอำเภอสระประทุมวัน และรวมพื้นที่เข้ากับอำเภอสยามเพ็ญ และอำเภอดุสิต เนื่องจากอำเภอสระประทุมวันในขณะนั้นมีอาณาเขตไม่กว้างขวาง รวมทั้งการงานมนพื้นที่มีน้อย และต่อมาในปี พ.ศ.2458 ก็ได้มีการประกาศยกเลิกอำเภอขึ้นใน 7 อำเภอและตั้งอำเภอขึ้นใหม่เป็น 25 อำเภอ โดยใน 25 อำเภอมีอำเภอประทุมวัน โดยใช้ที่ว่าการอำเภอสยามแยก (ต่อมายุบรวมกับอำเภอสัมพันธวงศ์) เป็นที่ทำการในชั้นแรก จากนั้นจึงย้ายมาตั้งอยู่ที่สี่แยกปทุมวัน และได้ย้ายมาอยู่ที่ตั้งปัจจุบันในซอยจุฬาลงกรณ์ 5 ถนนพระรามที่ 4 ใน พ.ศ. 2506 และใน พ.ศ. 2515 ได้มีประกาศคณะปฏิวัติจัดตั้งกรุงเทพมหานครขึ้น

แทนที่นครหลวงกรุงเทพมหานครซึ่งเกิดจากการรวมกันของจังหวัดพระนครและจังหวัดธนบุรี อำเภอปทุมวันจึงได้รับการเปลี่ยนแปลงฐานะเป็น เขตปทุมวัน ขึ้นกับกรุงเทพมหานคร ส่วนตำบลต่าง ๆ ในท้องที่ก็มีฐานะเป็นแขวง

### ย่านสยาม

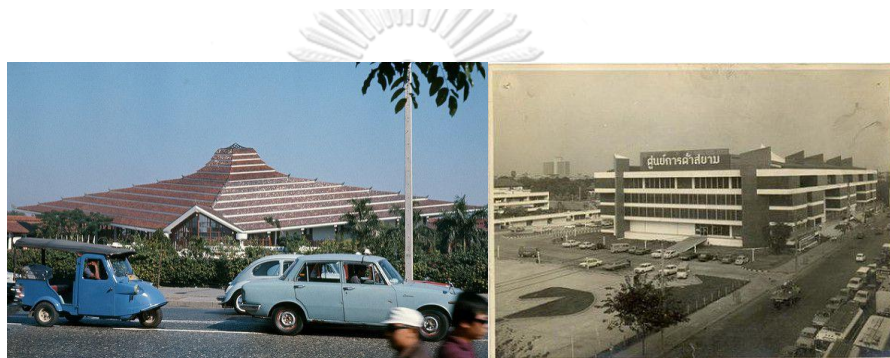
ที่ตั้งของย่านสยามในปัจจุบันนั้นได้รับพระราชทานมาจากพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว เพื่อก่อสร้างวังบริเวณด้านทิศเหนือของถนนพระรามที่ 1 (หรือเรียกว่า ถนนสระปทุม หรือ ถนนปทุมวัน) และต่อมามีชื่อว่า วังสระปทุม ส่วนบริเวณทิศใต้ของถนนมีพระราชดำริที่จะพระราชทานสำหรับก่อสร้างวังวินด์เซอร์ และในที่สุด พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัวก็ได้พระราชทานที่ดินของวังให้จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ซึ่งก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2460 และรวมกันเป็นส่วนหนึ่งของพื้นที่

พื้นที่ริมถนนฝั่งใต้เดิมนั้นไม่ได้มีการพัฒนาพื้นที่ หรือใช้ประโยชน์และกลายเป็นพื้นที่ที่อยู่อาศัยรูปแบบชุมชนแออัด จนกระทั่งเกิดเหตุการณ์ไฟไหม้ในปี พ.ศ. 2505 ชาวบ้านที่อยู่ภายในบริเวณนั้นจึงออกจากพื้นที่ จากนั้นสำนักงานจัดการทรัพย์สินก็ได้พัฒนาพื้นที่บริเวณนี้ให้เป็นย่านค้าปลีกแนวราบ และเปิดเป็นสยามสแควร์ในปี พ.ศ. 2506 ในช่วงเวลาเดียวกันกับการพัฒนาที่คล้ายคลึงกันในแยกราชประสงค์ที่อยู่ใกล้เคียง ซึ่งมีศูนย์การค้าปรับอากาศที่มีชื่อเสียงคือไทยไดมารู ที่เปิดให้บริการในปี พ.ศ. 2507 ส่วนโรงแรมสยามอินเตอร์คอนติเนนตัลที่อยู่ฝั่งตรงข้ามของถนนพระรามที่ 1 สร้างขึ้นบนที่ดินที่เช่าจากวังสระปทุม และเป็นส่วนหนึ่งของเครือโรงแรมหรูระดับนานาชาติของสายการบินแพนอเมริกันเวิลด์แอร์เวย์ส ก็เปิดให้บริการในปี พ.ศ. 2509 ดำเนินการโดย บริษัทบางกอกอินเตอร์คอนติเนนตอล โฮเต็ลส จำกัด (BIHC) และยังสร้างศูนย์การค้าสยามเซ็นเตอร์เพิ่มเติม ซึ่งเปิดให้บริการในปี พ.ศ. 2516 ส่วนศูนย์การค้ามาบุญครอง (ต่อมาเปลี่ยนชื่อเป็นเอ็มบีเคเซ็นเตอร์) เปิดบนที่ดินของมหาวิทยาลัยในปี พ.ศ. 2528 ซึ่งเป็นปีเดียวกับการเปิดเวิลด์เทรดเซ็นเตอร์ (ปัจจุบันคือเซ็นทรัลเวิลด์) ในย่านราชประสงค์ และทำให้เกิดการแข่งขันกันทางเศรษฐกิจและการค้าที่น่ากลัวมากขึ้นใน 2 ย่านนี้ ต่อมา BIHC เปิดศูนย์การค้าแห่งที่ 2 คือสยามดิสคัฟเวอรี ในปี พ.ศ. 2540 ท่ามกลางวิกฤตการณ์การเงิน และความเปลี่ยนแปลงด้านการคมนาคมในพื้นที่ผ่านโครงการก่อสร้างรถไฟฟ้าบีทีเอส

ในช่วงคริสต์ทศวรรษ 1990 ย่านสยามและสยามสแควร์กลายเป็นที่รู้จักในฐานะแหล่งวิถีชีวิตหลักสำหรับวัยรุ่นในเมือง โดยเข้ามามีบทบาทแทนพื้นที่ย่านวังบูรพาในช่วงคริสต์ทศวรรษ 1950 - 1960 ต่อมาได้มีการเปิดให้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสในปี พ.ศ. 2542 โดยมีจุดเชื่อมต่อส่วนกลางที่สถานีสยาม ทำให้ความโดดเด่นของย่านสยามนี้มีมากขึ้น และเมื่อรวมกับย่านราชประสงค์แล้วจึงถูกมองว่าเป็นรูปแบบที่เรียกว่า "ย่านการค้าศูนย์กลางเมือง" และโรงแรมสยามอินเตอร์คอนติเนนตัลได้ปิดตัวลง

ในปี พ.ศ. 2545 ซึ่งถูกแทนที่ด้วยสยามพารากอน ซึ่งถือเป็นศูนย์การค้าที่ใหญ่ที่สุดในย่านสยาม โดยเปิดให้บริการในปี พ.ศ. 2548 รวมถึงยังมีหอศิลป์วัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานครที่เปิดให้บริการในปี พ.ศ. 2551

ต่อมา กลุ่มธุรกิจการค้าทั้งหมดในย่านสยาม ทั้งบมจ.เอ็มบีเค, สยามพิวรรธน์ และกลุ่มธุรกิจของสยามสแควร์ ได้ร่วมกันก่อตั้งสมาคมการค้าพลังสยาม เพื่อร่วมกันพัฒนาย่านสยามให้เป็นย่านการค้าปพลิเคชันระดับโลก สะท้อนแนวคิดของกรุงเทพมหานครที่เป็น "มหานครแห่งความทันสมัยที่หลากหลาย" โดยได้ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2558 ส่งผลให้เกิดการพัฒนาในย่านสยามเกิดขึ้นอีกมากมาย รวมถึงสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวในย่านสยามได้เพิ่มขึ้นอีกด้วย



ภาพ 10 โรงแรมสยามอินเตอร์คอนติเนนตัล (ซ้าย) และศูนย์การค้าสยาม (ขวา) ในอดีต (ที่มา: Williewonker (2008) และ Barrow (2013))



ภาพ 11 ศูนย์การค้ามาบุญครองในอดีต และปัจจุบันได้เปลี่ยนชื่อเป็นเอ็มบีเคเซ็นเตอร์ (ที่มา: (Watee, 2559))



ภาพ 12 ลิโด้ มัลติเพล็กซ์ (ซ้าย) และเซ็นเตอร์พ้อยท์ (ขวา) ในอดีต  
(ที่มา: Williewonker (2008) และ Pornphanh (2555))



ภาพ 13 พารากอน (ซ้าย) และย่านสยาม (ขวา)  
(ที่มา: Matchonline (2560))

### 3.1.2 ลักษณะทั่วไปทางกายภาพ

#### 1. ที่ตั้งและอาณาเขต

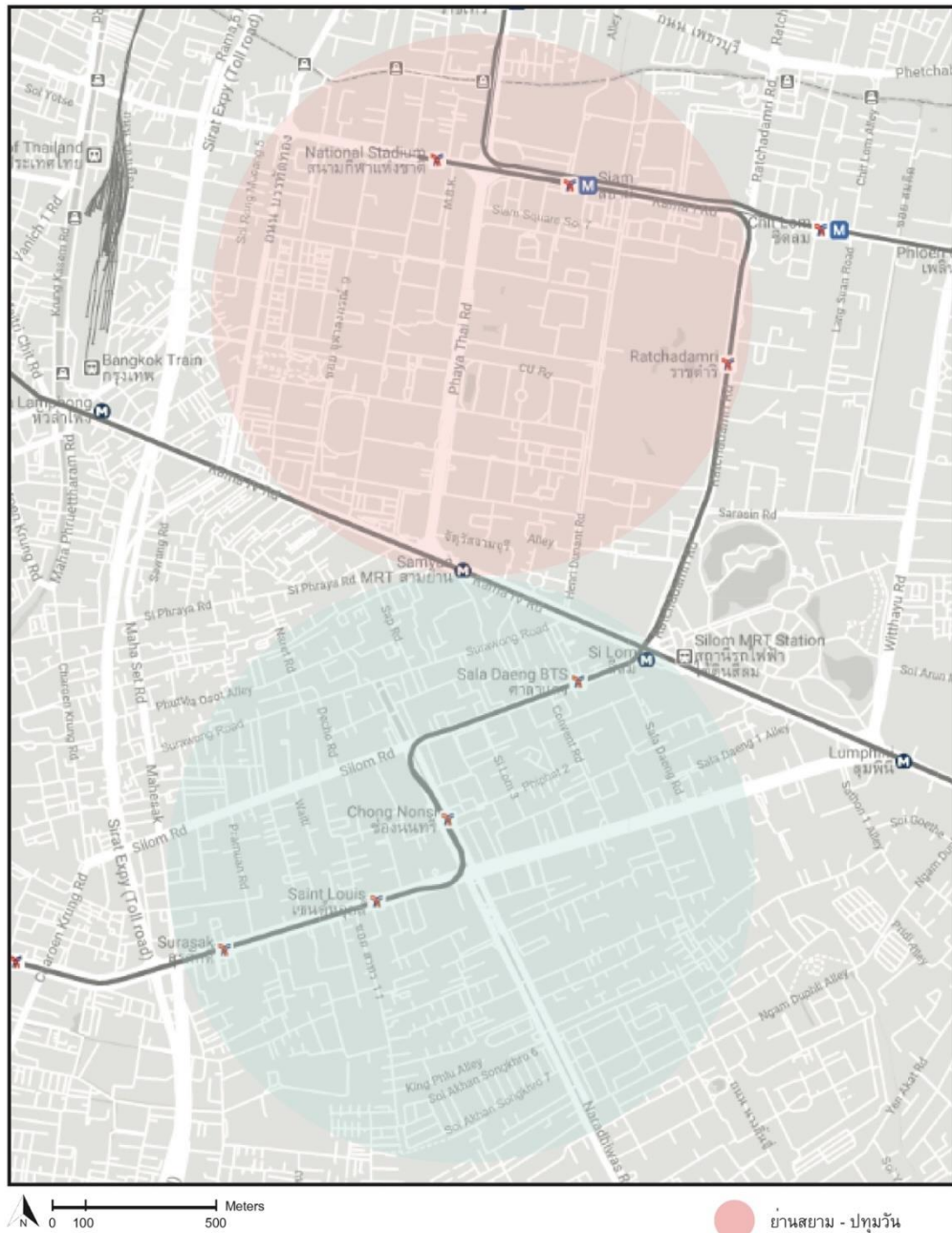
เขตปทุมวันมีพื้นที่ทั้งหมด 8.369 ตารางกิโลเมตร ซึ่งตั้งอยู่ทางทิศตะวันตกของฝั่งพระนคร มีอาณาเขตติดต่อกับเขตต่าง ๆ เรียงตามเข็มนาฬิกา ดังนี้

- **ทิศเหนือ** ติดต่อกับเขตดุสิตและเขตราชเทวี แบ่งเขตโดยคลองมหานาคและคลองแสนแสบ
- **ทิศตะวันออก** ติดต่อกับเขตวัฒนาและเขตคลองเตย มีขอบทางรถไฟสายแม่น้ำพากตะวันตกเป็นเส้นแบ่งเขต
- **ทิศใต้** ติดต่อกับเขตสาทรและเขตบางรัก มีถนนพระรามที่ 4 เป็นเส้นแบ่งเขต
- **ทิศตะวันตก** ติดต่อกับเขตป้อมปราบศัตรูพ่าย มีคลองผดุงกรุงเกษมเป็นเส้นแบ่งเขต

โดยย่านสยามนั้นจะตั้งอยู่บนถนนพระรามที่ 1 จากหัวมุมของแยกปทุมวัน ซึ่งเป็นจุดตัดระหว่างถนนพระรามที่ 1 กับถนนพญาไท ไปยังแยกเฉลิมเผ่า ที่บรรจบกับถนนอังรีดูนังต์ สยามสแควร์คือตึกทั้งหมดที่ตั้งอยู่ทางด้านทิศใต้ของถนนไปจนถึงซอยจุฬาลงกรณ์ 64 ในขณะที่ศูนย์การค้ากลุ่มวันสยาม คือสยามดิสคัฟเวอร์รี่ สยามเซ็นเตอร์ และสยามพารากอน อยู่ทางทิศเหนือของถนน จากทิศตะวันตกไปยังทิศตะวันออกตามลำดับ ถัดจากนั้นทางตอนเหนือเป็นวังสระปทุม กินพื้นที่ยาวไปจนถึงสะพานหัวช้าง ส่วนหอศิลปวัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานครตั้งอยู่ทางทิศตะวันตกเฉียงเหนือของแยกปทุมวัน ในขณะที่เอ็มบีเคเซ็นเตอร์อยู่ทางทิศตะวันตกเฉียงใต้บนที่ดินของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ถัดจากเอ็มบีเคเซ็นเตอร์ไปทางทิศตะวันตกเป็นกรีฑาสถานแห่งชาติ ส่วนทางทิศตะวันออกของแยกเฉลิมเผ่าเป็นวัดปทุมวนารามราชวรวิหารตั้งอยู่ทางทิศเหนือของถนน เป็นการแยกสยามพารากอนออกจากเซ็นทรัลเวิลด์ในย่านราชประสงค์ และมีสำนักงานตำรวจแห่งชาติอยู่ตรงข้ามวัดปทุมวนารามราชวรวิหารทางด้านทิศใต้







ภาพ 14 ขอบเขตโดยสังเขปของย่านสยาม - ปทุมวัน และย่านสีลม - สาทร

## 2. การคมนาคม

### ถนนสายหลัก

ถนนสายหลักที่ผ่านในพื้นที่ ได้แก่ ถนนพระรามที่ 1 (ต่อเนื่องกับถนนเพลินจิตและถนนสุขุมวิท) ตัดผ่านพื้นที่เขตในแนวถนนทางทิศเหนือ ถนนพระรามที่ 4 เป็นเส้นแบ่งเขตการปกครองทางทิศใต้ โดยถนนที่เชื่อมระหว่างถนนทั้ง 2 สายนี้ ได้แก่ ถนนรองเมือง ถนนจรัลเมือง (ต่อเนื่องกับถนนพระรามที่ 6) ถนนบรรทัดทอง ถนนพญาไท ถนนอังรีดูนังต์ และถนนราชดำริ นอกจากนี้ก็ยังมีถนนหลังสวน ถนนวิบูลย์ ถนนสารสิน ถนนจรัลเมือง ถนนเจริญเมือง ทางพิเศษเฉลิมมหานคร และทางพิเศษศรีรัช

### การคมนาคมระบบราง

ได้แก่ สถานีรถไฟกรุงเทพ ซึ่งตั้งอยู่ในแขวงรองเมือง เป็นสถานีรถไฟกลางของกรุงเทพมหานคร โดยรถไฟจะออกจากสถานีนี้ไปสู่จุดหมายปลายทางทั่วประเทศ

ในส่วนของระบบขนส่งมวลชนด้วยรถไฟฟ้านั้น เขตปทุมวันมีรถไฟฟ้ามหานคร สายเฉลิมรัชมงคล ได้แก่ สถานีหัวลำโพง สถานีสามย่าน สถานีสีลม และสถานีลุมพินี ตั้งอยู่ริมแนวเขตทางทิศใต้ ส่วนรถไฟฟ้ายูบีทีเอส มีสถานีสยามซึ่งเป็นสถานีหลักอยู่ในเขตนี้ เป็นจุดเชื่อมต่อของสายสีลมกับสายสุขุมวิท สถานีรถไฟฟ้ายูบีทีเอส อื่น ๆ ในพื้นที่เขตปทุมวัน ได้แก่ สถานีสนามกีฬาแห่งชาติ สถานีราชดำริของสายสีลม สถานีชิดลมและสถานีเพลินจิตของสายสุขุมวิท

### รถประจำทางสาธารณะ

ในพื้นที่จะมีป้ายรถประจำทางให้บริการเป็นระยะอยู่บนถนนหลักทุกเส้นภายในย่าน โดยรถเมล์สายสำคัญ ๆ ได้แก่

สาย 529 : อู่แสมดำ – สถานีขนส่งกรุงเทพ (จตุจักร)

สาย 29 : รัชสิด – หัวลำโพง

สาย 36 (ปอ.) : อู่พระราม 9 - ท่าน้ำสี่พระยา

สาย 47 : ท่าเรือคลองเตย - กรมที่ดิน

สาย 177 : บางบัวทอง - อนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ

สาย 16 : อู่หมอชิด 2 - สำนักงานไปรษณีย์กลาง





พระพุทธศาสนา ห้างสรรพสินค้า และศูนย์การค้าที่หลากหลาย รวมถึงพื้นที่สีเขียวอย่างสวนสาธารณะ

เมื่อพิจารณาจากแผนที่การใช้ประโยชน์ที่ดินดังภาพที่ 16 การใช้ประโยชน์ที่ดินในเขตปทุมวัน บริเวณย่านสยาม - ปทุมวันโดยส่วนใหญ่จะถูกจัดให้เป็นการใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อการพาณิชย์ยกรรม สถาบันราชการ การสาธารณูปโภค สาธารณูปการ และที่อยู่อาศัยหนาแน่นมาก ทำให้บทบาทและความสำคัญของพื้นที่ในย่านสยาม - ปทุมวันนั้นมีเอกลักษณ์ที่ชัดเจน ทั้งการเป็นศูนย์กลางธุรกิจการค้า และแหล่งรวมไลฟ์สไตล์ในรูปแบบต่าง ๆ จากการใช้ประโยชน์ที่ดินประเภทหลัก ๆ อย่างพื้นที่พาณิชย์ยกรรมแล้ว พื้นที่สถาบันการศึกษานั้นก็ถือว่าเป็นพื้นที่ที่มีอิทธิพลต่อย่านด้วยเช่นกัน การที่มีสถานศึกษาอยู่ในย่านนั้นทำให้โครงสร้างของย่านมีรูปแบบของการพัฒนาโดยผูกพันกับตัวสถานศึกษาอย่างยาวนาน รวมถึงการเป็นย่านศูนย์กลางธุรกิจจึงได้รับอิทธิพลจากการพัฒนาโครงข่ายการขนส่งสาธารณะอย่างรถไฟฟ้า ทำให้เกิดการลงทุนในพื้นที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว เกิดห้างสรรพสินค้า และพื้นที่โครงการพัฒนาแบบผสมผสาน (mixed use) มากมาย และยังคงมีการพัฒนาขึ้นเรื่อย ๆ จนถึงปัจจุบันนี้ เมื่อย่านสยาม - ปทุมวันนั้นเกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง รวมถึงมีพื้นที่ถึงสาธารณะในการจัดกิจกรรมในรูปแบบต่าง ๆ จึงทำให้ย่านสยาม - ปทุมวันนี้กลายเป็นพื้นที่ที่สนับสนุนด้านศิลปะ วัฒนธรรม และความคิดสร้างสรรค์อีกด้วย

อีกทั้งในปัจจุบันมีการใช้พื้นที่ของย่านสยามในบริเวณสยามสแควร์เพื่อจัดเป็นถนนคนเดิน เนื่องจากบริเวณสยามสแควร์นั้นเป็นศูนย์กลางธุรกิจการค้าย่านปทุมวันที่มีศักยภาพสูงของย่านการค้าและการศึกษาที่มีการขับเคลื่อนไม่หยุดนิ่ง จึงเป็นพื้นที่เปิดโอกาสให้ได้มาแสดงความสามารถพิเศษในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการแสดงดนตรี การเดิน โชว์ในรูปแบบต่าง ๆ พร้อมส่งเสริมย่านเศรษฐกิจรวมถึงร่วมสนับสนุนสร้างโอกาสให้ธุรกิจร้านค้าต่าง ๆ ให้ขับเคลื่อนไปพร้อมกัน

ทำให้เห็นว่าตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันย่านสยาม - ปทุมวันนั้นเป็นพื้นที่แห่งวิถีการดำเนินชีวิตของคนเมืองมาตลอดทุกยุคทุกสมัย ถึงแม้ว่าในปัจจุบันจะมีย่านการค้า หรือย่านช้อปปิ้งแห่งใหม่เกิดขึ้นมากมาย แต่ย่านสยาม - ปทุมวันนั้นยังคงเต็มไปด้วยผู้คนทุกกลุ่มช่วงวัย รวมถึงนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาทำกิจกรรมในรูปแบบต่าง ๆ ไม่ว่าจะมาเที่ยว พบปะเพื่อน ช้อปปิ้ง ซึ่งการร่วมกันทำให้เกิดกิจกรรมต่าง ๆ นี้ทำให้ย่านสยาม - ปทุมวันเป็นพื้นที่ที่มีชีวิตชีวาอยู่เสมอ

#### 4. สถานที่ที่สำคัญภายในพื้นที่

##### สถานศึกษาระดับอุดมศึกษา

- จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- พิพิธภัณฑ์กุมารศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- พิพิธภัณฑ์สถานออร์โธปิดิกส์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- หอประวัติคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ห้องเรื่องในหลวงอานันทฯ คณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- พิพิธภัณฑ์เทคโนโลยีทางภาพ
- พิพิธภัณฑ์สถานธรรมชาติวิทยาแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- พิพิธภัณฑ์วาทวิทยาวิวัฒน์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- พิพิธภัณฑ์ร่างกายมนุษย์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- พิพิธภัณฑ์อัญมณีและเครื่องประดับไทย
- พิพิธภัณฑ์สมุนไพรร
- เรือนไทยจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- หอประวัติจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- หอศิลป์จามจุรี
- หอประชุมจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขตอุเทนถวาย
- สถาบันเทคโนโลยีปทุมวัน
- สถาบันการพยาบาลศรีสวรินทิรา สภากาชาดไทย
- สถานศึกษาระดับมัธยมศึกษา
- โรงเรียนเตรียมอุดมศึกษา
- โรงเรียนสาธิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ฝ่ายประถมและมัธยม
- โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ปทุมวัน
- โรงเรียนวัดปทุมวนาราม
- โรงเรียนมาแตร์เดอีวิทยาลัย

##### สถานที่สำคัญทางราชการ

- สภากาชาดไทย

- โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์
- สถานเสาวภา
- พิพิธภัณฑ์สภากาชาดไทย
- สำนักงานตำรวจแห่งชาติ
- โรงพยาบาลตำรวจ
- วิทยาลัยพยาบาลตำรวจ
- สำนักงานป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน

#### สถานที่สำคัญทางพระพุทธศาสนา

- วัดปทุมวนารามราชวรวิหาร
- วัดบรรมนิวาสราชวรวิหาร
- วัดชัยมงคล (วัดช่างแสง)
- วัดสระบัว
- วัดดวงแข
- ศาลเทพเจ้าทางศาสนาฮินดู
- ศาลพระตรีมูรติ
- ศาลท้าวมหาพรหม โรงแรมเอราวัณ
- ศาลพระนารายณ์ทรงสุบรรณ
- ศาลพระพิฆเนศวร
- ศาลพระลักษมี
- ศาลพระอินทร์ (ท้าวมรินทร์เทวาริราช)

#### สนามกีฬาและสวนสาธารณะ

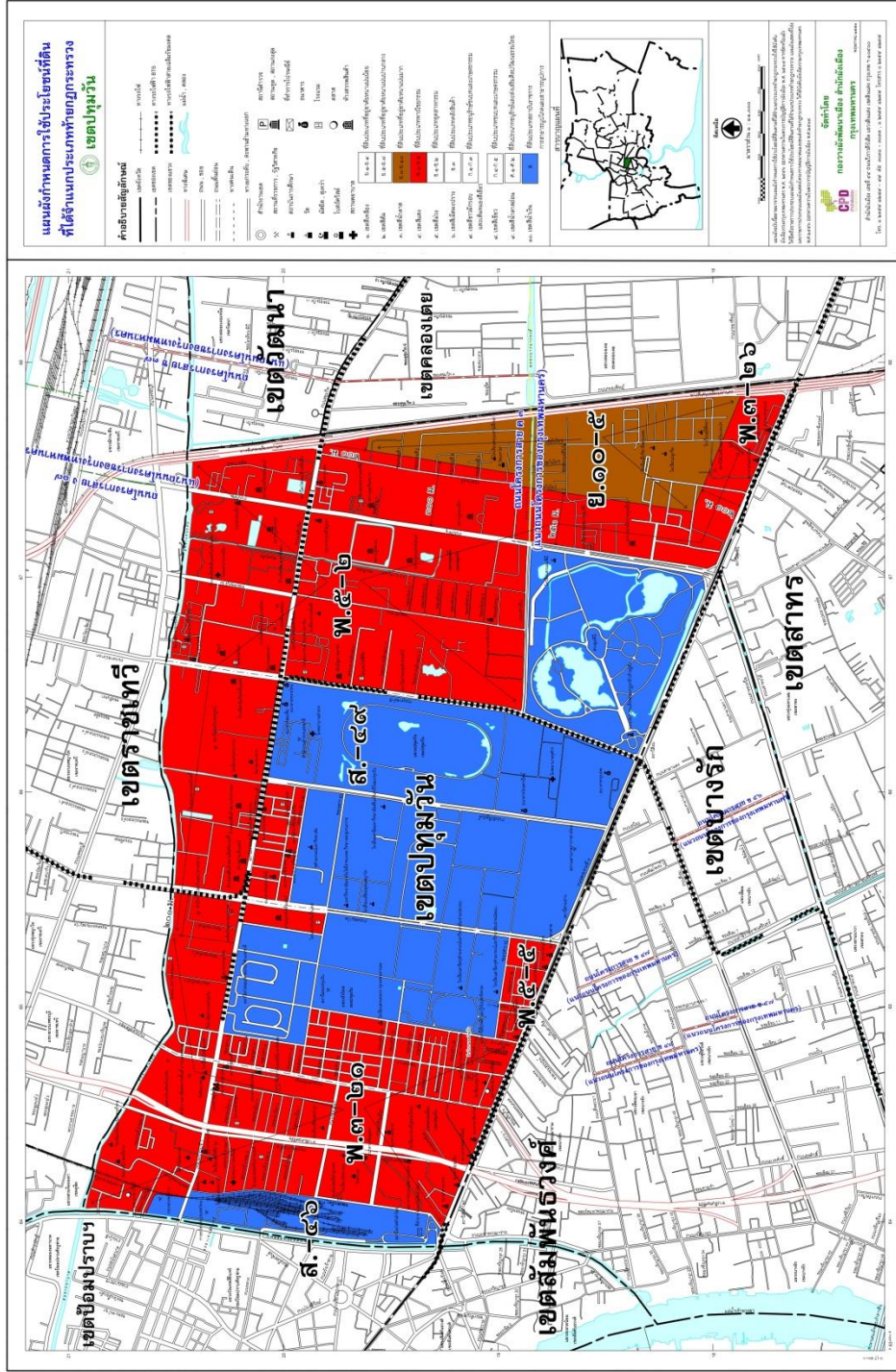
- ราชกรีฑาสโมสร
- สวนลุมพินี
- พระบรมราชานุสาวรีย์พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว
- กรีฑาสถานแห่งชาติ
- สวนปทุมวนานูร์กซ์
- พาร์ก แอท สยาม (PARK @ SIAM)

### ห้างสรรพสินค้า

- เกษรวิลเลจ
- อัมรินทร์ พลาซ่า
- เอรಾವัน แวงค็อก
- จัตุรัสจามจุรี
- สามย่านมิตรทาวน์
- เซ็นทรัล เอ็มบาสซี
- เซ็นทรัลเวิลด์
- สยามดิสคัฟเวอรี
- สยามเซ็นเตอร์
- สยามสแควร์
- สยามสแควร์วัน
- สยามพารากอน
- เอ็มบีเคเซ็นเตอร์

### สถานที่สำคัญทางวัฒนธรรม

- บริการสารนิเทศเฉพาะสาขา ชนเผ่าไท-กะได
- พิพิธภัณฑ์บ้านจิม ทอมป์สัน
- พิพิธภัณฑ์โรงเรียนมาแตร์เดอีวิทยาลัย
- พิพิธภัณฑ์สมเด็จพระพันวัสสาอัยยิกาเจ้า
- หอศิลป์วัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร



ภาพ 16 แผนผังกำหนดการใช้ประโยชน์ที่ดินเขตปทุมวัน  
(ที่มา: กองวางผังพัฒนาสำนักงานผังเมือง กรุงเทพมหานคร (2556))

### 3.2 ข้อมูลทางกายภาพของย่านสีลม – สาทร

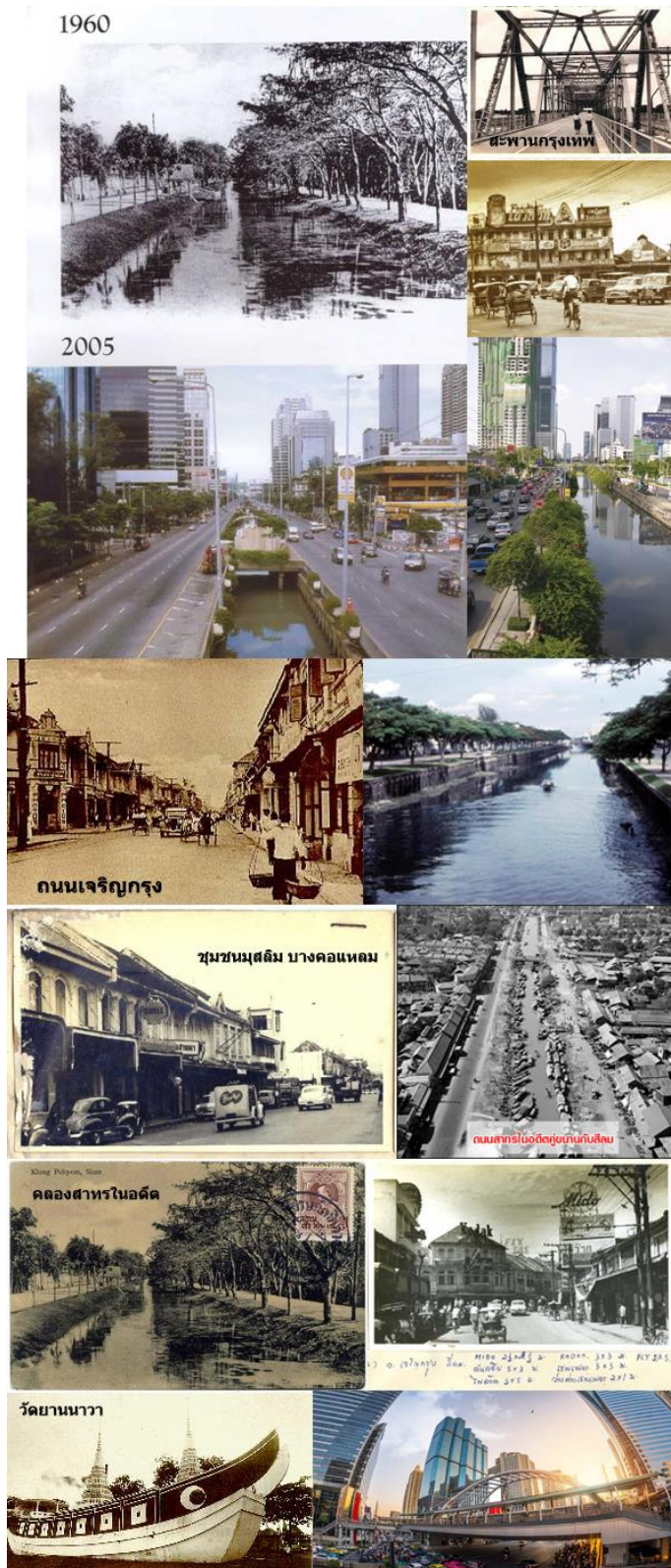
#### 3.2.1 ความเป็นมาของย่านสีลม – สาทร

ย่านสีลมและสาทรนั้นเป็นพื้นที่ที่มีประวัติมาอย่างยาวนาน ตั้งแต่ในสมัยรัชกาลที่ 4 ที่ยังเป็นเพียงพื้นที่คันดินที่เกิดจากการขุดคลองเพื่อการทำกิจกรรมในรูปแบบของเกษตรกรรม เมื่อมีการสร้างเส้นทางก็ทำให้เกิดการเข้าถึงพื้นที่มากขึ้น จึงเกิดการเข้ามาตั้งถิ่นฐานอยู่อาศัยมากขึ้นเช่นกัน ทั้งคนไทย และชาวต่างชาติก็ทั้งยังเป็นพื้นที่ที่อยู่ติดกับแม่น้ำเจ้าพระยา รวมถึงคลองสายสำคัญที่สามารถเชื่อมต่อกันได้อย่างสะดวก ย่านนี้จึงเปรียบเสมือนเมืองท่า โดยพื้นที่เขตสาทรเดิมขึ้นอยู่กับอำเภอบ้านทวาย จังหวัดพระนคร ในสมัยต่อมาอำเภอนี้ได้เปลี่ยนชื่อเป็นอำเภอยานนาวา และเขตยานนาวา กรุงเทพมหานคร

ภายหลังพื้นที่เขตยานนาวามีความเจริญและมีประชากรหนาแน่นขึ้น พื้นที่บางแห่งอยู่ไกลจากสำนักงานเขตกรุงเทพมหานครจึงได้รวมแขวงยานนาวา แขวงทุ่งวัดดอน และแขวงทุ่งมหาเมฆให้อยู่ในการดูแลของสำนักงานเขตยานนาวา สาขา 1 (แขวงยานนาวา) และยกฐานะเป็น เขตสาทร ในวันที่ 9 พฤศจิกายน พ.ศ. 2532 ต่อมาในวันที่ 23 เมษายน พ.ศ. 2542 กระทรวงมหาดไทยได้ประกาศเปลี่ยนแปลงชื่อเขตสาทรเป็น เขตสาทร เนื่องจากคำว่า สาทร ไม่มีความหมายในพจนานุกรม ส่วนคำว่า สาทร มีความหมายว่า เอื้อเฟื้อ และเอาใจใส่ เพื่อเป็นการให้เกียรติแก่หลวงสาทรราชาบุตร (ยม) ขุนนางและคหบดีในสมัยรัชกาลที่ 5 ซึ่งเป็นผู้ขุดคลองอันเป็นที่มาของชื่อเขต ดังนั้นชื่อเขตสาทร คลองสาทร ถนนสาทรเหนือ ถนนสาทรใต้ และซอยย่อยของถนนสาทร จึงต้องสะกดเป็นสาทรทั้งหมด

จะเห็นได้ว่าย่านสีลม – สาทรนั้นมีความสำคัญทางการขับเคลื่อนเศรษฐกิจมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ที่ความเจริญของเมืองนั้นถูกพัฒนาขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากที่เคยเป็นพื้นที่ทุ่งนาและเป็นเกษตรกรรมเพียงเท่านั้น ก็ได้เกิดการพัฒนาในพื้นที่ขึ้นจนปัจจุบันนี้ได้กลายเป็นย่านธุรกิจศูนย์กลางเมืองที่มีความสำคัญ เกิดกิจกรรมทางเศรษฐกิจอย่างเข้มข้น มีทั้งอาคารสำนักงาน อาคารที่มีรูปแบบของกิจกรรมแบบผสมผสาน (mixed use) ทั้งโรงแรม สำนักงาน และพื้นที่พาณิชยกรรม เกิดเป็นอาคารสูงที่มีความโดดเด่น และเป็นย่านที่มีกิจกรรมทั้งในช่วงกลางวัน และกลางคืน จึงสามารถดึงดูดทั้งนักท่องเที่ยว และนักธุรกิจในหลากหลายเชื้อชาติ ให้เข้ามาเยี่ยมเยือนในย่าน และสิ่งเหล่านี้มันได้พัฒนาและเกิดเป็นเสน่ห์อย่างหนึ่งของย่านสีลม – สาทร





ภาพ 17 ย่านสาทรในอดีต และปัจจุบัน  
(ที่มา: Cultural centre of saint louis college (2018))



### 3.2.2 ลักษณะทั่วไปทางกายภาพ

#### 1. ที่ตั้งและอาณาเขต

เขตสาทรตั้งอยู่บริเวณทางฝั่งตะวันออกของแม่น้ำเจ้าพระยาหรือฝั่งพระนคร มีอาณาเขตติดต่อกับพื้นที่การปกครองต่าง ๆ เรียงตามเข็มนาฬิกา ดังนี้

- **ทิศเหนือ** ติดต่อกับเขตบางรักและเขตปทุมวัน มีคลองสาทรและถนนพระรามที่ 4 ฝั่งใต้ เป็นเส้นแบ่งเขต
- **ทิศตะวันออก** ติดต่อกับเขตคลองเตยและเขตยานนาวา มีขอบทางรถไฟสายแม่น้ำฟากตะวันออก, ซอยเชื้อเพลิง 4 (ศรีรัฐ) และถนนเียนอากาศเป็นเส้นแบ่งเขต
- **ทิศใต้** ติดต่อกับเขตยานนาวาและเขตบางคอแหลม มีถนนนางลิ้นจี่, ถนนจันทน์เก่า, คลองช่องนนทรี, ถนนจันทน์, ถนนสาธุประดิษฐ์, ซอยสาธุประดิษฐ์ 12 (ทวีสิทธิ์), ซอยจันทน์ 43 แยก 33, ซอยจันทน์ 43 (วัดไผ่เงิน), ซอยจันทน์ 43 แยก 14 (อยู่ดี 20/1), ซอยเจริญราษฎร์ 5 (อยู่ดี), ซอยเจริญราษฎร์ 8 (อยู่ดี), ลำกระโดงกิ่งจันทน์, ซอยจันทน์ 34/2 (มิตรสามัคคี) และคลองกรวยเป็นเส้นแบ่งเขต
- **ทิศตะวันตก** ติดต่อกับเขตคลองสาน มีแนวกึ่งกลางแม่น้ำเจ้าพระยาเป็นเส้นแบ่งเขต

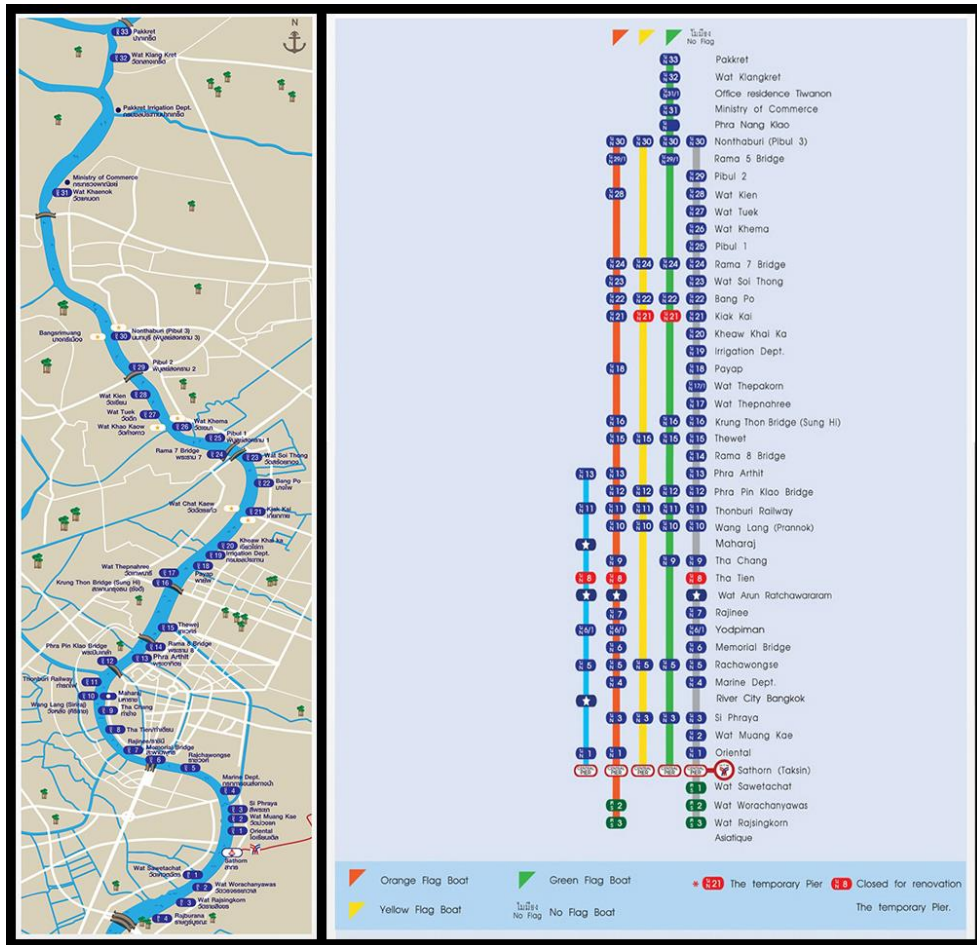
#### 2. การคมนาคม

##### ถนนสายหลัก

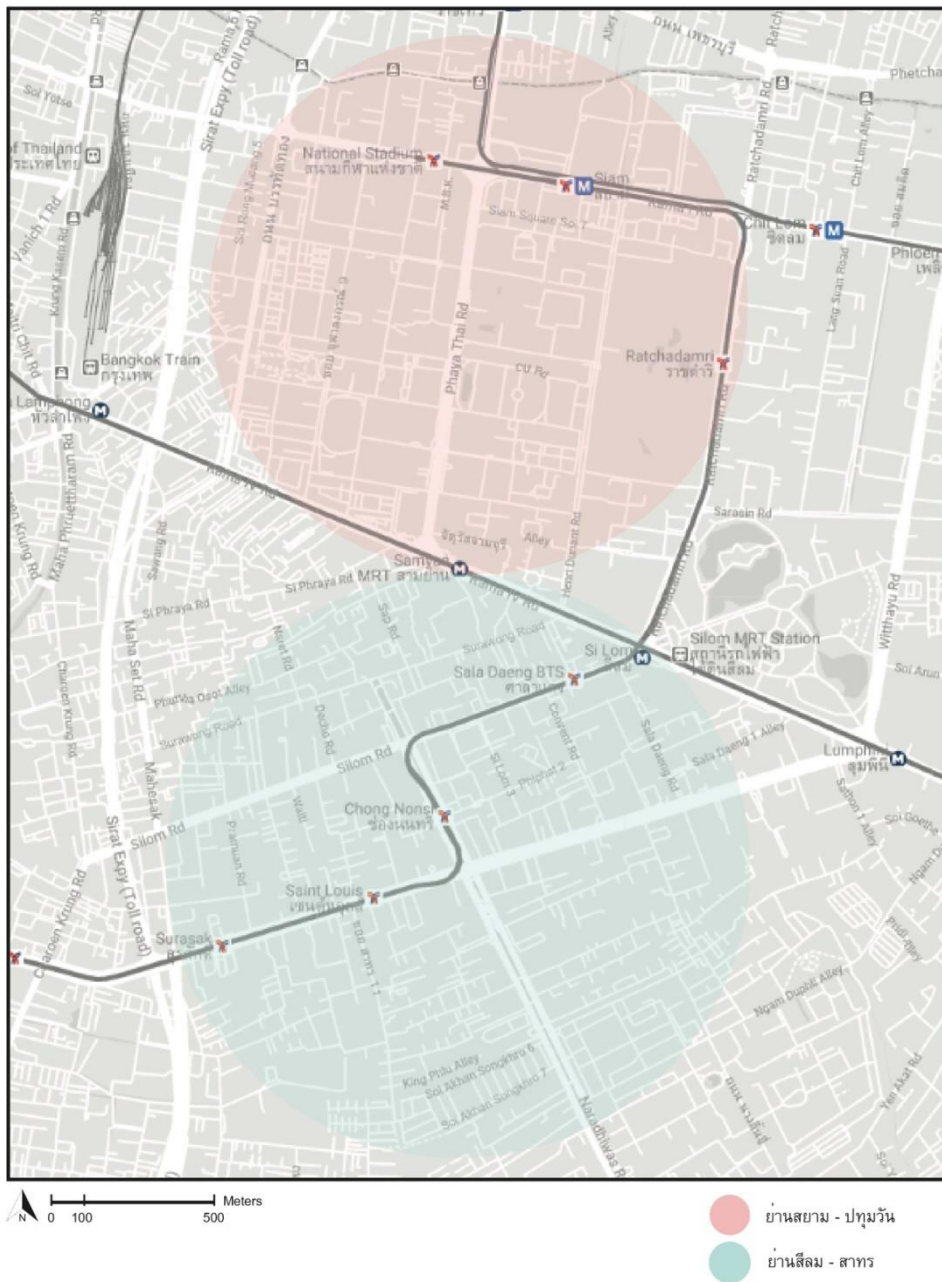
ถนนสายหลักที่ผ่านในพื้นที่ ได้แก่ ถนนนราธิวาสราชนครินทร์ ถนนพระรามที่ 4 ถนนสาทรใต้ ถนนเจริญกรุง ถนนเจริญราษฎร์ ถนนจันทน์ ถนนนางลิ้นจี่ ทางพิเศษศรีรัช ทางพิเศษเฉลิมมหานคร ส่วนทางสายรอง ได้แก่ ถนนสวนพลู (สาทร 3) ถนนเย็นจิต ซอยเจริญกรุง 57 (ดอนกุศล) ซอยสาทร 1 (อรรถการประสิทธิ์) ซอยสาทร 11 / ซอยจันทน์ 18/7 (เซนต์หลุยส์ 3) ซอยงามดูพลี ซอยสุวรรณสวัสดิ์ และยังมีสะพานข้ามแม่น้ำเจ้าพระยา 1 แห่ง คือ สะพานสมเด็จพระเจ้าตากสิน

##### การสัญจรทางน้ำ

เรือด่วนปรับอากาศ สถานีสาทร (สะพานตากสิน) เปิดให้บริการจันทร์ถึงศุกร์ มีค่าบริการต่างกันไปตามแต่ละสายและระยะทาง



ภาพ 18 ตารางเวลาเรือด่วนปรับอากาศ  
 (ที่มา: rangandatta, 2562)



ภาพ 19 ขอบเขตโดยสังเขปของย่านสยาม - ปทุมวัน และย่านสีลม - สาทร

### การคมนาคมระบบราง

ได้แก่ สถานีรถไฟกรุงเทพ ซึ่งตั้งอยู่ในแขวงรองเมือง เป็นสถานีรถไฟกลางของกรุงเทพมหานคร โดยรถไฟจะออกจากสถานีนี้ไปสู่จุดหมายปลายทางทั่วประเทศ

ในส่วนของระบบขนส่งมวลชนด้วยรถไฟฟ้า รถไฟฟ้าสายที่เปิดให้บริการอยู่เป็นบีทีเอส สายสีเขียว ซึ่งเชื่อมต่อมาจากโซนสยาม นอกจากนี้ยังเชื่อมต่อกับรถไฟฟ้าได้อีกหลายสาย

### รถประจำทางสาธารณะ

ในย่านนั้นจะมีป้ายรถประจำทางให้บริการเป็นระยะ ๆ อยู่บนถนนหลักทุกเส้นภายในย่าน โดยรถเมล์สายสำคัญ ๆ ได้แก่

สาย 17 : ท่าข้าม - อนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ

สาย 22 : สวนสยาม - สารุประดิษฐ์

สาย 113 : มินบุรี - หัวลำโพง

สาย 116 : วัดหนามแดง - สาทร

สาย 149 : อุพุทธมณฑลสาย 2 - เอกมัย

สาย 173 : บางขุนเทียน - มินบุรี

สาย 162 : คลองเตย - สุริวงค์

รถ BRT ที่มีลักษณะเหมือนรถบัสให้บริการตามถนนเส้นนราธิวาสราชนครินทร์ เริ่มตรงแยกสาทร - นราธิวาส เป็นสถานีสาทร 1 ค่าโดยสารตามระยะทาง

### 3. กิจกรรมทางเศรษฐกิจภายในพื้นที่

เมื่อพิจารณาจากแผนที่การใช้ประโยชน์ที่ดินดังภาพที่ 20 จะเห็นได้ว่าการใช้ประโยชน์ที่ดินในบริเวณย่านสีลม - สาทรส่วนใหญ่นั้นจะถูกจัดให้เป็นการใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อการพาณิชย์กรรม ที่อยู่อาศัยหนาแน่นมาก และการใช้ประโยชน์ที่ดินประเภทสถาบันราชการ การสาธารณูปโภค และสาธารณูปการ ทำให้บทบาทและความสำคัญของพื้นที่ในย่านสีลม - สาทรนั้นมีเอกลักษณ์ที่ชัดเจนในการเป็นย่านศูนย์รวมบริษัท และสำนักงานโดยเฉพาะสถาบันทางการเงิน อีกทั้งมีสถานเอกอัครราชทูตที่สำคัญอีกหลายแห่ง ทำให้พื้นที่ในย่านนี้มีการพัฒนาทางด้านที่อยู่อาศัย ในรูปแบบของโครงการอสังหาริมทรัพย์ต่าง ๆ จึงทำให้ย่านสีลม - สาทรนั้นเป็นย่านศูนย์กลางธุรกิจใจกลางเมืองกรุงเทพอีกแห่งหนึ่งที่มีความสำคัญและมีมูลค่าเพิ่มมากขึ้นในทุก ๆ วัน

โดยย่านสีลม - สาทรนั้นมีความเป็นเมืองท่าเพราะอยู่ใกล้กับแม่น้ำเจ้าพระยา และปัจจุบันได้มีการพัฒนาระบบคมนาคมในหลากหลายรูปแบบทำให้สามารถเข้าถึงพื้นที่มากขึ้นจนกลายมาเป็นย่านธุรกิจศูนย์กลางเมืองในปัจจุบัน โดยถนนสาทรนั้นจะแบ่งออกเป็น 2 ฝั่ง คือ ถนนสาทรเหนือ ถนนสาทรใต้ โดยเป็นเส้นทางที่เต็มไปด้วยอาคารสำนักงาน และสิ่งอำนวยความสะดวกมากมาย

รวมถึงสถานศึกษาเช่นกัน และบริเวณสี่ลมนี้อาจมีสถานที่เปิดให้บริการมากมาย โดยส่วนใหญ่จะเป็นร้านอาหาร ร้านกาแฟ รวมถึงมีตลาดที่มีทั้งสินค้าให้เลือกมากมาย เมื่อถึงช่วงเวลากลางคืนบรรยากาศโดยรอบจะกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยว ทั้งในรูปแบบของตลาดกลางคืน ร้านอาหาร และสถานบันเทิงมากมาย

#### 4. สถานที่สำคัญภายในพื้นที่

##### สถานที่ท่องเที่ยว

- บ้านขอยสวนพลู (พิพิธภัณฑสถาน ม.ร.ว.คึกฤทธิ์ ปราโมช)
- อาคารหอการค้าไทย-จีน
- พิพิธภัณฑสถานกรุงเทพประกันภัย
- พิพิธภัณฑสถานจักรเย็บผ้า
- ย่านบ้านเก่าริมถนนสาทร
- สะพานปลากรุงเทพ (องค์การสะพานปลา)
- เดอะซิตีวีว
- สุสานแต่จิว
- อาคารรัฐสภา ยูนิค ทาวเวอร์

##### สถานที่สำคัญทางราชการ

- สถานเอกอัครราชทูตออสเตรเลีย
- สถานเอกอัครราชทูตออสเตรีย
- สถานเอกอัครราชทูตบราซิล
- สถานเอกอัครราชทูตเดนมาร์ก
- สถานเอกอัครราชทูตเยอรมนี
- สถานเอกอัครราชทูตลิเบีย
- สถานเอกอัครราชทูตลักเซมเบิร์ก
- สถานเอกอัครราชทูตมาเลเซีย
- สถานเอกอัครราชทูตเม็กซิโก
- สถานเอกอัครราชทูตโมร็อกโก
- สถานเอกอัครราชทูตปานามา
- สถานเอกอัครราชทูตสิงคโปร์

- สถานเอกอัครราชทูตสโลวาเกีย
- สถานเอกอัครราชทูตสหราชอาณาจักร
- สถานเอกอัครสมณทูตนครรัฐวาติกัน

#### อาคารสำนักงาน

- เอ็มไพร์ ทาวเวอร์
- แอทสาทร์ สแควร์
- เอไอเอ สาทร์ ทาวเวอร์
- สาทร์ ซิตี ทาวเวอร์
- ไทย ซีซี
- ดึกหุ่นยนต์

#### สถานศึกษาระดับอุดมศึกษา

- โรงเรียนทุ่งมหาเมฆ
- โรงเรียนยานนาเวศวิทยา
- โรงเรียนโสตศึกษาทุ่งมหาเมฆ
- โรงเรียนวัดสุทธิวาราม
- โรงเรียนสตรีศรีสุริโยทัย
- อนุบาลแสงอรุณพระนคร
- โรงเรียนเซนต์หลุยส์ศึกษา
- โรงเรียนอัสสัมชัญแผนกประถม
- โรงเรียนโกศลวิทยา และ โกศลภัทรวิทย์
- โรงเรียนพระแม่มาลีสาทร
- วิทยาลัยพยาบาลเซนต์หลุยส์
- โรงเรียนอัสสัมชัญพาณิชยการ
- มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

#### สถานพยาบาล

- โรงพยาบาลเซนต์หลุยส์

#### สถานที่สำคัญทางศาสนา

- วัดยานนาวา

- วัดปรก
- วัดดอนกุศล
- วัดบรมสถลศรีสุทธิโสภณรังสรรค์ (วัดดอน)
- วัดลุ่มเจริญศรัทธา
- วัดสุทธิวราราม
- โบสถ์เซนต์หลุยส์
- วัดน้อยพระจิตเจ้า โรงพยาบาลเซนต์หลุยส์
- สุขุเมธาจารย์
- วัดวิษณุ



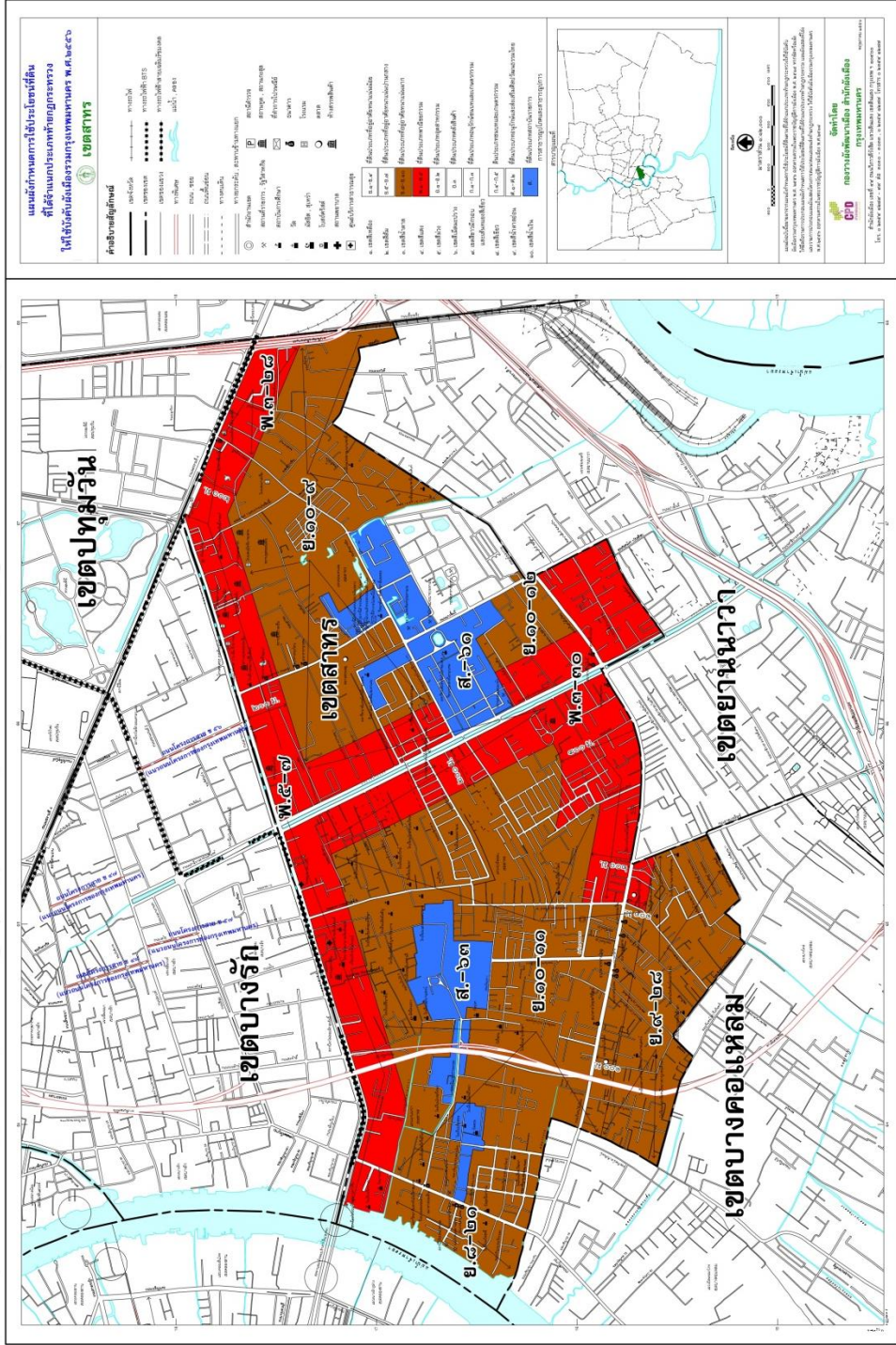
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY

### 3.3 สรุปภาพรวมของย่าน

ย่านสยาม - ปทุมวันนั้นถือว่าเป็นใจกลางเมืองที่เพียบพร้อมไปด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกในทุกระดับ ไม่ว่าจะเป็น แหล่งร้านอาหาร สถาบันการศึกษา ศูนย์การค้าชั้นนำ อาคารสำนักงาน หรือแม้แต่คอนโดมิเนียมก็ตาม ถือเป็นแหล่งของการดำเนินชีวิต และย่านศูนย์การค้าตั้งแต่อดีตมาจนถึงปัจจุบัน รวมไปถึงการเป็นจุดเปลี่ยนถ่ายของสถานีรถไฟฟ้าที่มีปริมาณผู้โดยสารเยอะที่สุดอีกด้วย และในส่วนของย่านสีลม - สาทรที่เป็นย่านที่เป็นจุดศูนย์รวมของอาคารสำนักงาน และสถานที่สำคัญทางราชการจำนวนมาก จึงทำให้ย่านนี้มีความเป็นย่านศูนย์กลางธุรกิจหลักแห่งหนึ่ง และมีความหลากหลายของรูปแบบการทำกิจกรรมประเภทต่าง ๆ ในพื้นที่ ทั้งในช่วงเวลากลางวันและกลางคืน







ภาพ 20 แผนผังกำหนดการใช้ประโยชน์ที่ดินเขตสาทร  
(ที่มา: กองวางแผนผังพัฒนาสำนักงานผังเมือง กรุงเทพมหานคร (2556))

## บทที่ 4

### ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้มุ่งเน้นไปที่การศึกษารูปแบบและองค์ประกอบของเมืองที่มีผลต่อการรับรู้ทางจินตภาพของเมืองที่แตกต่างกันไปตามคนในแต่ละช่วงวัย (generation) มีกรอบของการวิจัยจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วยการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเด็นของจินตภาพเมืองและความรู้สึกที่มีต่อสถานที่ โดยมีกรอบความคิดเพื่อการศึกษาถึงความแตกต่างของการรับรู้ทางจิตภาพเมืองของคนในแต่ละช่วงวัยที่อายุ ความคิด และวิถีชีวิตที่ต่างกัน โดยข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ และแบบสอบถามนั้นจะถูกนำมาวิเคราะห์ด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติและการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพื้นที่เพื่อหาการรับรู้ทางจินตภาพที่แตกต่างกันไปในแต่ละช่วงวัย รวมถึงเห็นถึงปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้ของคนแต่ละช่วงวัย เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาพื้นที่ให้สอดคล้องกับคนทุกช่วงวัย ซึ่งประกอบไปด้วยหัวข้อหลัก ดังนี้

- 4.1 วิธีการดำเนินงาน
- 4.2 แหล่งที่มาของข้อมูล
- 4.3 กลุ่มตัวอย่าง
- 4.4 ขั้นตอนในการศึกษา
- 4.5 เครื่องมือที่ใช้ และการวิเคราะห์ข้อมูล

#### 4.1 วิธีการดำเนินงาน

1. การกำหนดประเด็นที่จะศึกษา จากการศึกษา ทบทวนทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎีจินตภาพของเมืองจากการศึกษาของ (Lynch, 1960) แนวคิดความรู้สึกที่มีต่อสถานที่ (sense of place) และแนวคิดภาพลักษณ์ที่เกิดจากการรับรู้ (cognitive image) เพื่อนำมาพัฒนากรอบแนวคิด
2. การศึกษาข้อมูลเบื้องต้นของพื้นที่ศึกษา ทางด้านโครงสร้างพื้นฐานและองค์ประกอบทางกายภาพของเมืองที่มีความสำคัญ
  - ศึกษาประวัติความเป็นมา รวมถึงลักษณะทางกายภาพของพื้นที่ศึกษาจากข้อมูลทุติยภูมิ
  - การทำแบบสอบถามเบื้องต้น (pre-survey) จากกลุ่มคนในแต่ละช่วงวัย เพื่อเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับชื่อสถานที่และองค์ประกอบของ

จินตภาพเมือง โดยการใช้การทำแบบสอบถามรูปแบบออนไลน์ เป็นการให้กลุ่มตัวอย่างทำการระบุชื่อสถานที่และลักษณะของแต่ละองค์ประกอบทางจินตภาพ

### 3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

- โดยหลังจากการทำแบบสอบถามเบื้องต้น (pre-survey) ได้นำข้อมูลมาทำการวิเคราะห์และเห็นถึงความเป็นย่านศูนย์กลางธุรกิจใจกลางเมืองกรุงเทพ และสถานที่ที่สำคัญจากการรับรู้จินตภาพคนในแต่ละช่วงวัย จึงนำข้อมูลในส่วนนี้มาทำการพัฒนาแบบสอบถาม และการสัมภาษณ์พร้อมกับทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง

### 4. การวิเคราะห์ข้อมูลจินตภาพของเมืองที่มีความสัมพันธ์กับช่วงวัย (generation) และรูปแบบของปัจจัยการรับรู้ในแต่ละย่าน โดยการใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติ และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพื้นที่

- การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติ เป็นการวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองสมการโครงสร้าง (structural equation modeling: SEM) ในแต่ละปัจจัยจากองค์ประกอบตามทฤษฎีและแนวคิดที่ได้ทำการทบทวนวรรณกรรม
- การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพื้นที่ โดยใช้ความถี่ของสถานที่ เพื่อหารูปแบบของความต่อเนื่องของกิจกรรมและความเป็นย่านผ่านการรับรู้เชิงจินตภาพของเมืองในคนแต่ละช่วงวัย

### 5. สรุปผลการศึกษาการรับรู้ทางจินตภาพของเมืองของคนในแต่ละช่วงวัยว่ามีความสอดคล้องหรือแตกต่างกันอย่างไรในแต่ละเจเนอเรชัน พร้อมทั้งเสนอแนวทางและแนะนำประเด็นในการที่จะศึกษาและต่อยอดการนำข้อมูลไปประยุกต์ใช้ในการศึกษาการรับรู้ทางจินตภาพของเมืองต่อไป



ภาพ 21 กรอบในการศึกษา

## 4.2 แหล่งที่มาของข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้จะประกอบไปด้วยข้อมูล 2 รูปแบบ ได้แก่

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) เป็นข้อมูลที่เก็บมาโดยตรงจากการทำแบบสอบถาม และการสัมภาษณ์คนในแต่ละช่วงวัย
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) เป็นข้อมูลที่ได้มาจากการศึกษา วิเคราะห์และรวบรวมจากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ

## 4.3 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาจะประกอบไปด้วย 4 กลุ่มหลัก ตามแนวคิดช่วงวัย (generation) ซึ่งได้มีการแบ่งกลุ่มตามช่วงวัยตามที่ McKinsey & Company (2018) ได้ทำการแบ่งประเภทไว้ ดังนี้

1. Baby Boomer หรือ Gen B (เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2489 – 2507)
2. Gen X (เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2508 – 2523)
3. Gen Y (เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2524 – 2539)
4. Gen Z (เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2540 – 2555)

โดยการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างประชากรนั้น ได้อ้างอิงจากเกณฑ์สำหรับการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง คือ ต้องมีกลุ่มตัวอย่างประมาณ 20 คน ต่อหนึ่งพารามิเตอร์ (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2548) ดังนั้นจึงต้องมีตัวอย่างประชากรอย่างน้อย 140 ตัวอย่าง และเพื่อกันการผิดพลาดของแบบสอบถามอีกจำนวน 30% โดยได้ทำการคัดกรองแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ออกมาได้ทั้งหมด 180 ตัวอย่าง การศึกษาในครั้งนี้จึงได้ทำการใช้ข้อมูลจากแบบสอบถามทั้งหมด 180 ชุดในการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งมีจำนวนของแบบสอบถามในกลุ่มของคนในแต่ละช่วงวัยอย่างละเท่า ๆ กัน

## 4.4 ขั้นตอนในการศึกษา

การศึกษาข้อมูลเบื้องต้นของพื้นที่ศึกษา ทางด้านโครงสร้างพื้นฐานและองค์ประกอบทางกายภาพของเมืองที่มีความสำคัญ จึงได้จัดทำแบบสอบถามเบื้องต้น (pre-survey) จากกลุ่มคนในแต่ละช่วงวัย ซึ่งมีจุดประสงค์เพื่อเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับชื่อสถานที่และองค์ประกอบของจินตภาพเมือง และเป็นการสำรวจความเข้าใจในย่านที่คนในแต่ละช่วงวัยนั้นเข้าใจเกี่ยวกับความเป็นย่านศูนย์กลางธุรกิจใจกลางเมืองกรุงเทพ

ในการจัดทำแบบสอบถามเบื้องต้น โดยการใช้การทำแบบสอบถามรูปแบบออนไลน์ และสุ่มกลุ่มตัวอย่างที่ทำกิจกรรมภายในย่าน จำนวน 40 คน ครอบคลุมไปในแต่ละช่วงวัย โดยจะเป็นการให้กลุ่มตัวอย่างทำการระบุชื่อสถานที่และลักษณะของแต่ละองค์ประกอบทางจินตภาพ โดยเมื่อได้ทำการสอบถามถึงความเข้าใจและการรับรู้ถึงความเป็นย่านธุรกิจศูนย์กลางเมืองกรุงเทพ จากภาพที่ 4.2 จะเห็นได้ว่าองค์ประกอบของความเป็นย่าน (district) นั้นทำให้เกิดการรับรู้ถึงความเป็นย่าน

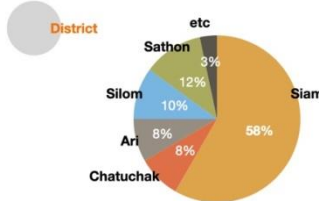
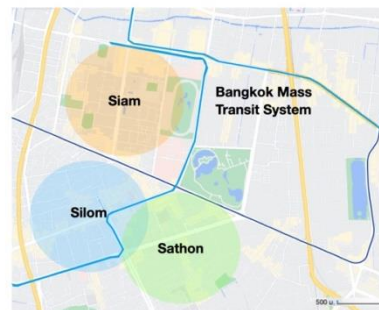
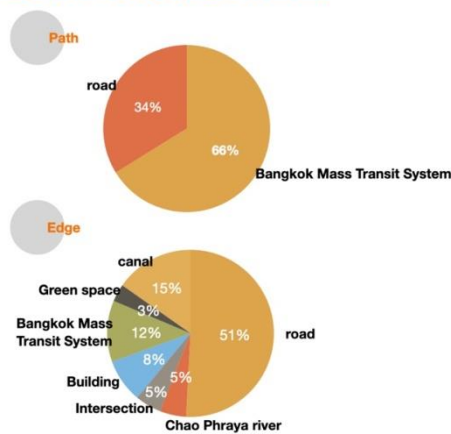


ศูนย์กลางธุรกิจใจกลางเมืองกรุงเทพฯ มากที่สุด และจากการรับรู้ของคนส่วนใหญ่เป็นร้อยละ 58 จะระบุว่าย่านธุรกิจศูนย์กลางเมืองกรุงเทพฯ คือ ย่านสยาม รองลงมาในร้อยละ 12 และร้อยละ 10 ระบุว่า เป็นย่านสาทรและสีลม ซึ่งในองค์ประกอบของความเป็นจุดศูนย์รวม (node) อันดับแรก ได้แก่ บริเวณสยาม สยามสแควร์ ร้อยละ 33 รองลงมา ได้แก่ บริเวณสถานีรถไฟฟ้าบีทีเอส (ร้อยละ 18) องค์ประกอบของจุดหมายตา (landmark) อันดับแรก ได้แก่ ห้างสรรพสินค้าพารากอน (ร้อยละ 55) รองลงมา ได้แก่ ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลเวิร์ล (ร้อยละ 13) โดยในองค์ประกอบของเส้นทาง (path) และเส้นขอบ (edge) ส่วนใหญ่นั้นจะระบุเป็นเส้นทางถนน และเส้นทางรถไฟฟ้า

**Materials and methods**

**pre-survey**

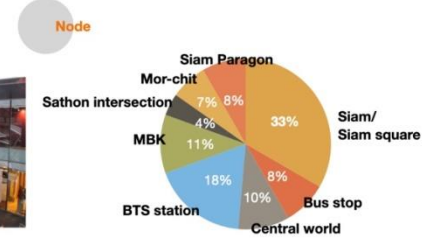
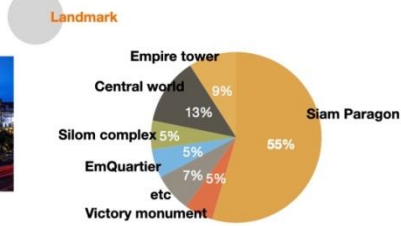
**Image of the city by Lynch's elements**



**Materials and Methods**

**pre-survey**

**Image of the city by Lynch's elements**



source: <https://th.hotels.com/go/thailand/best-bangkok-shopping-malls>, <https://pmcu.co.th/?p=14743>, <http://organizethailand.com/event-guide/เอ็มโพวเวอร์-ฮาวเวอร์-ฮาวเวอร์-8/>

ภาพ 22 ข้อมูลที่ได้จากการจัดทำแบบสอบถามเบื้องต้น (pre-survey)

ดังนั้นจึงได้เลือกพื้นที่ย่านสยาม – ปทุมวัน และย่านสีลม – สาทรมาเป็นพื้นที่ย่านศูนย์กลางธุรกิจใจกลางเมืองกรุงเทพในการศึกษาคั้งนี้ โดยเป็นการศึกษาเพื่อเปรียบเทียบการรับรู้ทางจิตภาพของคนในแต่ละช่วงวัย โดยใช้ตัวแปรจำแนกประกอบด้วย ช่วงวัย (อายุ) เพศ อาชีพ รายได้ และที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน

#### 4.5 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา และการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาตามวัตถุประสงค์นอกจากใช้ตัวแปรจำประกอบด้วย ช่วงวัย (อายุ) เพศ อาชีพ รายได้ และที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน แล้วในการศึกษาโดยเครื่องมือแบบจำลองสมการโครงสร้าง (structural Equation Modeling: SEM) นั้นที่จะใช้ในการอธิบายความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปร หรือที่เรียกว่าตัวแปรแฝงภายนอก และตัวแปรแฝงภายใน โดยตัวแปรที่ใช้ในการศึกษามี ดังนี้

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้และจิตภาพของเมือง จะเห็นได้ว่าองค์ประกอบในการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ทางจิตภาพของเมืองนั้นมีหลายปัจจัยที่แตกต่างกันไป สำหรับการศึกษาคั้งนี้ จากแนวคิดเชิงทฤษฎีที่สังเคราะห์จากแนวคิดและงานวิจัยที่ผ่านมา โดยการศึกษาแบบจำลองสมการโครงสร้างที่อธิบายความสัมพันธ์เชิงสาเหตุแบบเส้นตรงระหว่างตัวแปรที่เป็นสาเหตุหรือเรียกว่า ตัวแปรแฝงภายนอก และตัวแปรแฝงภายในเพื่อให้สอดคล้องกับแนวคิด และทฤษฎีของการศึกษานี้จึงได้มีการนำตัวแปรมาศึกษาทั้งหมด ดังนี้ ตัวแปรแฝงภายใน จำนวน 3 ตัวแปร ได้แก่ จิตภาพของเมือง (image of the city) ความรู้สึกที่มีต่อสถานที่ (sense of place) และช่วงวัย (generation) ตัวแปรแฝงภายนอก ได้แก่ ภาพลักษณ์ที่เกิดจากการรับรู้ (cognitive city) และมีตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมด 13 ตัวแปร ได้แก่

##### 1. ตัวแปรแฝงภายนอก (exogenous latent variable) ได้แก่

ภาพลักษณ์ที่เกิดจากการรับรู้ (cognitive image) วัดจากตัวแปรสังเกต 5 ตัวแปร คือ

Attractive building	ความหลากหลายและความน่าสนใจของสถานที่ภายในย่าน
Attractive parks	ความหลากหลายและความน่าสนใจของพื้นที่สีเขียว และแหล่งนันทนาการภายในย่าน
Exciting city	ความน่าดึงดูดและแปลกใหม่ รวมถึงสถานที่ที่ทำให้ผู้คนสามารถมีกิจกรรมร่วมกันได้
Friendly city	สภาพบรรยากาศ และความปลอดภัย
Clean city	ความสะอาด ไม่แออัด

## 2. ตัวแปรแฝงภายใน (endogenous latent variable) ได้แก่

จินตภาพของเมือง (image of the city) วัดจากตัวแปรสังเกต 3 ตัวแปร คือ

Edge	แนวเส้นกันที่มีความชัดเจนตามรูปแบบของการใช้งานเชิงพื้นที่ หรือมีลักษณะและรูปแบบการใช้งานที่แตกต่างกัน
Landmark	องค์ประกอบที่มีความแตกต่าง สามารถสังเกตได้ง่าย มี ความหมายหรือตำแหน่งที่ชัดเจน
Node	จุดสังเกต เช่น สี่แยก ทางแยก และสถานที่ที่ดึงดูดผู้คนและมี การเคลื่อนไหว เช่น แหล่งการค้า

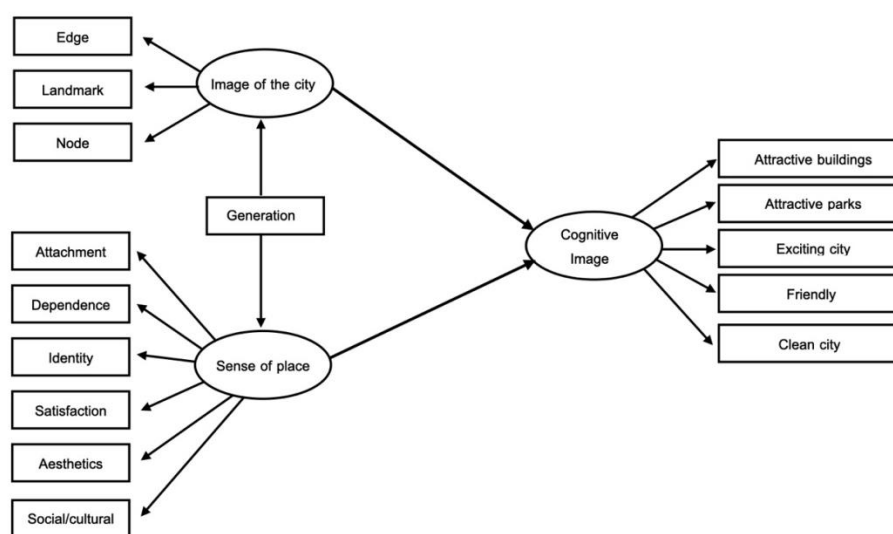
ความรู้สึกที่มีต่อสถานที่ (sense of place) วัดจากตัวแปรสังเกต 6 ตัวแปร คือ

Place attachment	ความสามารถหรือความเป็นไปได้ของความผูกพันเนื่องจากสถานที่ ความสำคัญของการดำรงอยู่ ระดับความสำคัญเมื่อเทียบกับย่าน อื่น ๆ
Place dependence	การตอบสนองความต้องการ และการมีเหตุผลในการเดินทางไป สถานที่ นั้น ๆ ภายในย่าน
Place identity	สามารถรับรู้ด้วยบรรยากาศ สถานที่ ซึ่งสะท้อนความเป็น ปัจเจกและระดับความอิสระในการเป็นตัวของตัวเองในย่านนั้น ๆ
Place satisfaction	ความพึงพอใจ ในร้านอาหาร สินค้า ที่จอดรถ ระดับของการ บริการ ความบันเทิง รวมถึงผู้คนในย่าน
Aesthetic	สถาปัตยกรรม ความงามของสถานที่ ความสมดุลของลักษณะ การตกแต่งและการใช้งาน คุณค่าทางศิลปะภายในย่าน
Cultural	บรรยากาศทางสังคมที่สะท้อนถึงวัฒนธรรม และกิจกรรม ภายในย่าน

ตามทฤษฎีจินตภาพของเมือง (Lynch, 1960) นั้นจะมีการศึกษาในทั้งหมด 5 องค์ประกอบ แต่เมื่อได้ทำการเก็บข้อมูลจากการสำรวจเบื้องต้นแล้ว ทำให้พบว่าองค์ประกอบของความเป็นย่าน (district) นั้นสามารถบ่งบอกได้ถึงความเป็นย่านธุรกิจศูนย์กลางเมืองกรุงเทพมหานครได้อย่างชัดเจน อยู่แล้ว รวมถึงเส้นทาง (path) ด้วยเช่นกันที่มีการรับรู้ในเส้นทางและการเชื่อมต่อในเส้นทางเดียวกัน



ดังนั้นกลุ่มของตัวแปรจินตภาพเมืองในการศึกษาครั้งนี้จึงเลือกไว้เพียง 3 ตัวแปรเท่านั้น ได้แก่ เส้นขอบ (edge) จุดหมายตา (landmark) จุดรวม (node) เมื่อได้ตัวแปรสังเกต ตัวแปรแฝงแล้ว จึงนำมาสร้างเป็นโมเดลสมการ โครงสร้างที่ประกอบด้วยตัวแปรแฝง และตัวแปรสังเกตตามเส้นทางอิทธิพลของตัวแปรแฝงที่กำหนด เพื่อเป็นโมเดลสมมติฐานการรับรู้จินตภาพของเมืองผ่านคนแต่ละช่วงวัยที่จะใช้เป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาครั้งนี้ ดังภาพที่ 23



ภาพ 23 แบบจำลองสมมติฐานการรับรู้จินตภาพของเมืองผ่านคนแต่ละช่วงวัย

### เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาในการเก็บข้อมูลของแต่ละตัวแปร ได้แก่ แบบสอบถาม (questionnaire) ในรูปแบบออนไลน์ ประกอบไปด้วยรายละเอียด ดังนี้

**ส่วนที่ 1** เป็นการสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีคำถามจำนวน 4 ข้อ ได้แก่ เพศสภาพ อายุ ลักษณะของการเข้ามาทำกิจกรรมภายในย่าน และที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน

**ส่วนที่ 2** เป็นแบบสอบถามในส่วนของการรับรู้องค์ประกอบหลักของจินตภาพ: ย่านธุรกิจ ศูนย์กลางเมืองกรุงเทพมหานคร โดยจะเป็นการสอบถามความคิดเห็นและระบุงค์ประกอบหลักของจินตภาพที่จดจำได้ของแต่ละบุคคลในย่านสยาม - ปทุมวัน และย่านสีลม - สาทร จำนวน 13 ข้อ

**ส่วนที่ 3** เป็นแบบสอบถามที่วัดตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีผลต่อรูปแบบการรับรู้ทางจินตภาพของเมืองในย่านสยาม-ปทุมวัน และย่านสีลม-สาทร มีคำถามจำนวน 16 ข้อ และคำถามในแต่ละข้อนั้นจะให้ตอบคำตอบที่ตรงกับความคิดเห็นในลักษณะของ มาตรฐานวัดแบบประมาณของลิเคิร์ท (likert scale) ซึ่งใช้เกณฑ์ 5 ระดับ

โดยในแต่ละระดับสามารถแทนความหมายได้ ดังนี้

ระดับ 5	หมายถึง	การรับรู้อยู่ในระดับที่ชัดเจนมากที่สุด
ระดับ 4	หมายถึง	การรับรู้อยู่ในระดับที่ชัดเจนมาก
ระดับ 3	หมายถึง	การรับรู้อยู่ในระดับที่ชัดเจน
ระดับ 2	หมายถึง	การรับรู้อยู่ในระดับที่ชัดเจนน้อย
ระดับ 1	หมายถึง	การรับรู้อยู่ในระดับที่ชัดเจนน้อยที่สุด

โดยตัวแปรในแต่ละตัวนั้นจะมีการตรวจสอบความเชื่อมั่น (reliability) โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (confirmatory factor analysis: CFA) เพื่อทำการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยค่า Cronbach's Alpha Coefficient โดยทุกตัวแปรในแต่ละองค์ประกอบ เมื่อพิจารณาด้วยน้ำหนักของปัจจัย (factor loading) ที่สะท้อนจากค่าของตัวแปรในด้านต่าง ๆ มีค่าสัมประสิทธิ์ 0.7 ขึ้นไปในทุก ๆ องค์ประกอบ ซึ่งจะถือว่าตัวแปรนั้นมีความสัมพันธ์กันมากจึงสามารถนำมาใช้ในการวัดองค์ประกอบของปัจจัยเดียวกันได้ ดังนั้นจากการวิเคราะห์ความเชื่อมั่นจากค่า Cronbach's Alpha Coefficient เพื่อทดสอบความเชื่อถือได้จากความสอดคล้องกันของตัวแปรจากคำตอบในแบบสอบถาม (consistency reliability) จะต้องพบว่าค่า Cronbach's Alpha Coefficient นั้นมีค่ามากกว่า 0.7 จึงจะสามารถสรุปได้ว่าตัวแปรที่วัดจากแบบสอบถามนั้นมีความสอดคล้องกับการตอบคำถามแบบสอบถามอยู่ในระดับที่เชื่อถือได้

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ในส่วนของการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตอบวัตถุประสงค์ในการวิจัย จากวัตถุประสงค์การวิจัย เพื่อศึกษาความแตกต่างของการรับรู้ทางจินตภาพของเมืองตามแต่ละช่วงวัย โดยการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนความเบี่ยงเบนมาตรฐานเพื่อหาระดับการแสดงออกในปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ และเพื่อตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลสมการโครงสร้างกับข้อมูลเชิงประจักษ์ จะใช้สถิติวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง คือ การวิเคราะห์องค์ประกอบ และการวิเคราะห์เส้นทางอิทธิพล รวมทั้งการตรวจสอบขนาดอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อมและอิทธิพลรวมของปัจจัยที่นำมาศึกษา โดยมีการพัฒนาแบบจำลอง โดยใช้การพัฒนาโมเดลสมการโครงสร้างด้วยวิธีการแบบสองขั้นตอน (two step approach to modeling) ดังนี้

### การพัฒนาแบบจำลอง (model development)

โดยวิธีการแบบสองขั้นตอน (two step approach to modeling) ในการพัฒนาโมเดลสมการโครงสร้าง (Anderson & Gerbing, 1988) โดยมีขั้นตอนการพัฒนาโมเดล ดังนี้

#### ขั้นตอนที่ 1 ตรวจสอบโมเดลการวัด (measurement model)

การพิจารณาว่าตัวแปรแฝงที่ผู้วิจัยทำการศึกษาวัดมาจากตัวแปรสังเกตได้ที่กำหนดไว้หรือไม่ ดังนั้นสิ่งที่ต้องดำเนินการในขั้นตอนนี้ต้องดูว่าตัวแปรแฝงในโมเดลสมการโครงสร้างที่พัฒนาขึ้นมีทั้งหมดกี่ตัวแปร และต้องทำการตรวจสอบโครงสร้างโมเดลการวัดของตัวแปรแฝงทุกตัวแปรก่อนว่าสามารถวัดได้จากตัวแปรสังเกตได้ที่กำหนดโดยใช้วิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (confirmatory factor analysis)

#### ขั้นตอนที่ 2 วิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (structural model)

การพิจารณาความสอดคล้องของโมเดลที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยดูจากค่าดัชนีความสอดคล้องของโมเดล ค่าพารามิเตอร์ รวมถึงความสมเหตุสมผลของขนาดและทิศทางของค่าพารามิเตอร์แต่ละเส้น และการวิเคราะห์เส้นทางอิทธิพล (path analysis) มีจุดมุ่งหมายเพื่อพัฒนาโมเดล ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปร ศึกษาอิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อม ระหว่างตัวแปร และวิเคราะห์ตรวจสอบความตรงของทฤษฎีหรือทดสอบความสอดคล้องระหว่างโมเดลที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีเกณฑ์ในการตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างโมเดลที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังตารางที่ 2

ตาราง 2 ค่าสถิติที่ใช้ในการตรวจสอบความสอดคล้อง

ค่าดัชนี	เกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณา	ระดับการยอมรับ	อ้างอิง
Likelihood ratio			
p-value of $\chi^2$	> 0.05	ค่า p-value สูงกว่า 0.05 แสดงว่าโมเดลมีความเหมาะสม (Goodness-of-fit) และสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์	Byrne (2013)
Population error			
RMSEA	< 0.05	ระหว่าง 0.05-0.08 โดยค่าที่เข้าใกล้ศูนย์เป็นค่าที่ดีที่สุดหรือ มีค่าต่ำกว่า 0.05 แสดงว่าโมเดลมีความสอดคล้อง	Schumacher and Lomax (2010)
Baseline comparison			
CFI	> 0.90	มีค่าตั้งแต่ 0.90 – 1.00	Hair et al. (2014)
TLI		แสดงว่า โมเดลมีความสอดคล้อง	
Size of residuals			
SRMR	< 0.05	ระหว่าง 0.05-0.08 โดยค่าที่เข้าใกล้ศูนย์เป็นค่าที่ดีที่สุดหรือ มีค่าต่ำกว่า 0.05 แสดงว่าโมเดลมีความสอดคล้อง	Schumacher and Lomax (2010)
Information criteria			
AIC	-	มีค่าน้อยลงเมื่อเทียบกับโมเดลก่อนการปรับปรุง	Schumacher and Lomax (2010)

### การทดสอบความแตกต่างของความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ระหว่างช่วงวัย

การวิเคราะห์ในส่วนนี้เป็นการทดสอบความไม่แปรเปลี่ยนของแบบจำลองปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ต่อภาพลักษณ์ของเมืองที่เกิดขึ้นจากจินตภาพเมืองระหว่าง Gen B - Gen X และและกลุ่ม Gen Y - Gen Z โดยเป็นการพิจารณาค่าผลต่างของค่าไคสแควร์ ถ้าผลต่างของค่าไคสแควร์ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ (มีค่า p-value มากกว่า 0.05) แสดงว่าแบบจำลองที่ใช้ขึ้นไม่มีความแปรเปลี่ยนระหว่างกลุ่มคนแต่ละช่วงวัย

โดยมีการแบ่งกลุ่มโดยพฤติกรรมและความคิดของในแต่ละช่วงวัยนั้นก็มีความแตกต่างกันไปตามสภาพสังคม แต่ยังมีอีกหนึ่งปัจจัย คือปัจจัยในเรื่องเทคโนโลยีและสื่อในรูปแบบต่าง ๆ ที่เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันและทำให้สามารถแบ่งกลุ่มใหม่ได้ออกเป็น 2 กลุ่ม คือ Gen B - Gen X และกลุ่ม Gen Y - Gen Z ซึ่งทั้ง 2 กลุ่มช่วงวัยนั้นมีความแตกต่างกันในเรื่องของเทคโนโลยีและการรับข่าวสารอย่างเห็นได้ชัด โดย Gen B - Gen X ส่วนใหญ่นั้นจะไม่ถนัดและไม่ค่อยเข้าใจในเรื่องที่เกี่ยวกับเทคโนโลยี และมีความไว้วางใจในสื่อที่คุ้นเคยหรือรูปแบบเดิม ๆ เช่น โทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์ และ Gen X ที่มีความคาบเกี่ยวของรุ่นแต่ก็เป็นยุคที่เริ่มมีเทคโนโลยีเข้ามาบ้างเล็กน้อย แต่ Gen X ก็ไม่ได้มีการใช้เทคโนโลยีอย่างทั่วไปหรือเพื่อความสนุก แต่จะใช้ในการทำงานและในความจำเป็น และยังไม่ได้มีเทคโนโลยีเข้าถึงง่ายแบบในปัจจุบัน และในกลุ่ม ของ Gen Y - Gen Z ซึ่งปัจจุบันนี้เป็นยุคของคนรุ่นใหม่อย่าง 2 ช่วงวัยนี้ โดยคนใน Gen Y นั้น เป็นกลุ่มที่ใช้ชีวิตกับสังคมเทคโนโลยีเป็นกลุ่มแรก ๆ มีการใช้โซเชียลมีเดียในการอัปเดตข่าวสาร เช่นเดียวกับ Gen X ที่เกิดมาในช่วงที่ทุกอย่างในชีวิตประจำวันนั้นขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี จึงทำให้ Gen X และ Gen Y นั้นมีความคล้ายกัน

## บทที่ 5 ผลการวิจัย

ในบทของผลการวิจัยจะประกอบไปด้วยผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์การศึกษาที่ได้กำหนดไว้ ดังนี้

- 5.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- 5.2 การวิเคราะห์ข้อมูลองค์ประกอบทางจิตภาพเมืองเชิงพื้นที่จากการรับรู้ผ่านคนหลายช่วงวัย
- 5.3 การวิเคราะห์ข้อมูลองค์ประกอบทางจิตภาพเมืองเชิงสถิติจากการรับรู้ผ่านคนหลายช่วงวัย
- 5.4 การตรวจสอบความสอดคล้องของแบบจำลองสมการโครงสร้างการรับรู้องค์ประกอบทางจิตภาพของเมือง
- 5.5 การตรวจสอบขนาดอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมของปัจจัยที่นำมาศึกษา ต่อการรับรู้ภาพลักษณ์เมืองของเมือง
- 5.6 การทดสอบความแตกต่างของความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ระหว่างช่วงวัย

### 5.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากแบบสอบถามออนไลน์ที่ได้รับการตอบกลับมาอย่างสมบูรณ์จำนวน 180 ฉบับ โดยได้นำมาทำการวิเคราะห์แสดงข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นค่าความถี่ และร้อยละตามตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่าจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 180 คน ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 65 เป็นเพศหญิง และอาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครร้อยละ 61.1 ซึ่งอยู่ในช่วงอายุ 43–62 ปี, 12–27 ปี, 28–42 ปีคิดเป็นร้อยละ 30 ร้อยละ 27.8 และร้อยละ 25.6 ตามลำดับ เมื่อจำแนกอาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่างตามช่วงอายุแล้ว ดังตารางที่ 5.2 จะพบว่า Gen Z หรือกลุ่มที่มีอายุ 12–27 ปี นั้น โดยส่วนมากจะเป็นนักเรียน นิสิต นักศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่น้อยกว่า 15,000 บาท ในกลุ่มของ Gen Y หรือกลุ่มที่มีอายุ 28–42 ปีนั้น โดยส่วนมากจะทำอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 30,001–50,000 บาท ในกลุ่มของ Gen X หรือกลุ่มที่มีอายุ 43–62 ปีนั้น โดยมีอาชีพทำธุรกิจส่วนตัว พนักงานบริษัทเอกชน และรับราชการ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 30,001–50,000 บาท รองลงมาอยู่ที่ 50,001–100,000 บาท และกลุ่มของ Baby Boomer หรือ 62 ปีขึ้นไปนั้น โดยส่วนมากจะทำอาชีพอยู่ในตัวเลือก อื่น ๆ โดยส่วนมากเป็นกลุ่มคน

ที่เกษียณอายุแล้ว และทำอาชีพเกี่ยวกับทางราชการจึงมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 30,001–50,000 บาท และ 50,001–100,000 บาท

ตาราง 3 ค่าความถี่และร้อยละแสดงข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไป		จำนวน	ร้อยละ
เพศ	ชาย	62	34.4
	หญิง	117	65
	อื่น ๆ	1	0.6
ช่วงวัย	Baby Boomer (อายุ 62 ปีขึ้นไป)	30	16.7
	Gen X (อายุ 43–62 ปี)	54	30
	Gen Y (อายุ 28–42 ปี)	46	25.6
	Gen Z (อายุ 12–27 ปี)	50	27.8
อาชีพ	นักเรียน/ นิสิต/ นักศึกษา	38	21.1
	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ/ พนักงานของรัฐ	28	15.6
	พนักงานบริษัทเอกชน	57	31.7
	ธุรกิจส่วนตัว	29	16.1
	อื่น ๆ	28	15.6
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)	ต่ำกว่า 15,000 บาท	47	26.1
	15,001–30,000 บาท	57	31.7
	30,001–50,000 บาท	33	18.3
	50,001–100,000 บาท	31	17.2
	มากกว่า 100,000 บาท	12	6.7
ที่อยู่อาศัยปัจจุบัน	กรุงเทพมหานคร	110	61.1
	ปริมณฑล	35	19.4
	อื่น ๆ	35	19.4

**ตาราง 4** ค่าความถี่แสดงข้อมูลอาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม  
ตามแต่ละช่วงวัย

อาชีพ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)				
	ต่ำกว่า 15,000	15,001 - 30,000	30,001 - 50,000	50,001 - 100,000	มากกว่า 100,000
<b>Gen Z (กลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 26 ปี)</b>					
นักเรียน/ นิสิต/ นักศึกษา	33	2	0	0	0
รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ/ พนักงานของรัฐ	0	1	0	0	0
พนักงานบริษัทเอกชน	3	6	2	0	0
ธุรกิจส่วนตัว	1	0	0	0	0
อื่น ๆ	0	1	0	1	0
รวม	37	10	2	1	0
<b>Gen Y (กลุ่มที่มีอายุ 26 - 41 ปี)</b>					
นักเรียน/ นิสิต/ นักศึกษา	1	2	0	0	0
รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ/ พนักงานของรัฐ	0	7	1	1	1
พนักงานบริษัทเอกชน	1	16	8	1	1
ธุรกิจส่วนตัว	0	1	0	2	0
อื่น ๆ	1	2	0	0	0
รวม	3	28	9	4	2
<b>Gen X (กลุ่มที่มีอายุ 42 - 57 ปี)</b>					
นักเรียน/ นิสิต/ นักศึกษา	0	0	0	0	0
รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ/ พนักงานของรัฐ	0	1	5	5	0
พนักงานบริษัทเอกชน	0	2	4	8	3
ธุรกิจส่วนตัว	0	4	8	3	5
อื่น ๆ	1	2	1	0	2
รวม	1	9	18	16	10



อาชีพ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)				
	ต่ำกว่า 15,000	15,001 - 30,000	30,001 - 50,000	50,001 - 100,000	มากกว่า 100,000
<b>Baby Boomer (กลุ่มที่มีอายุ 57 ปีขึ้นไป)</b>					
นักเรียน/ นิสิต/ นักศึกษา	0	0	0	0	0
รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ/ พนักงานของรัฐ	0	0	0	6	0
พนักงานบริษัทเอกชน	0	0	1	1	0
ธุรกิจส่วนตัว	0	2	1	2	0
อื่น ๆ	6	8	2	1	0
รวม	6	10	4	10	0

### ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน

ผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่เป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร คิดเป็นร้อยละ 61.11 และรองลงมาเป็นผู้ที่อยู่อาศัยอยู่ในเขตปริมณฑล และจังหวัดอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 19.44 และ 19.44 ตามลำดับ ดังตารางที่ 5

**ตาราง 5** ร้อยละแสดงที่อยู่อาศัยปัจจุบันของผู้ตอบแบบสอบถามตามช่วงอายุ

ช่วงวัย	ความถี่	ที่อยู่อาศัยปัจจุบัน		
		กรุงเทพมหานคร	ปริมณฑล	จังหวัดอื่น ๆ
Baby Boomer (อายุ 62 ปีขึ้นไป)	จำนวน	25	3	2
	ร้อยละ	83.33	10.00	6.67
Gen X (อายุ 43 - 62 ปี)	จำนวน	30	11	13
	ร้อยละ	55.65	20.37	24.07
Gen Y (อายุ 28 - 42 ปี)	จำนวน	31	11	4
	ร้อยละ	67.39	23.91	8.70
Gen Z (อายุ 27-12 ปี)	จำนวน	24	10	16
	ร้อยละ	48.00	20.00	32.00
รวม	จำนวน	110	35	35
	ร้อยละ	61.11	19.44	19.44

### ลักษณะการทำกิจกรรมภายในย่านสยาม - ปทุมวัน - สีลม - สาทร

ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามพบว่าวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาย่านสยาม - ปทุมวัน - สีลม - สาทร ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่โดยภาพรวมของทุกช่วงวัยนั้นจะเดินทางมาภายในย่านเพื่อซื้อสินค้า ท่องเที่ยวและใช้บริการสถานที่ต่าง ๆ ภายในย่านถึงร้อยละ 80 รองลงมาคือการเดินทางเข้ามาในย่านเพื่อเรียน หรือทำงานในย่าน เป็นร้อยละ 15 และผู้ที่อยู่อาศัยในย่านนั้นเป็นจำนวนที่น้อยที่สุด คือ ร้อยละ 5

ตาราง 6 ร้อยละแสดงลักษณะการทำกิจกรรมภายในย่านสยาม - ปทุมวัน - สีลม - สาทร

ช่วงวัย	ความถี่	การทำกิจกรรมภายในย่าน		
		อยู่อาศัยในพื้นที่	เรียน / ทำงาน	ท่องเที่ยว / ใช้บริการด้านอื่น ๆ
Baby Boomer (อายุ 62 ปีขึ้นไป)	จำนวน	6	3	21
	ร้อยละ	20.00	10.00	70.00
Gen X (อายุ 43 - 62 ปี)	จำนวน	1	4	49
	ร้อยละ	1.85	7.41	90.74
Gen Y (อายุ 28 - 42 ปี)	จำนวน	0	12	34
	ร้อยละ	0.00	26.09	73.91
Gen Z (อายุ 27-12 ปี)	จำนวน	2	8	40
	ร้อยละ	4.00	16.00	80.00
รวม	จำนวน	9	27	144
	ร้อยละ	5.00	15.00	80.00

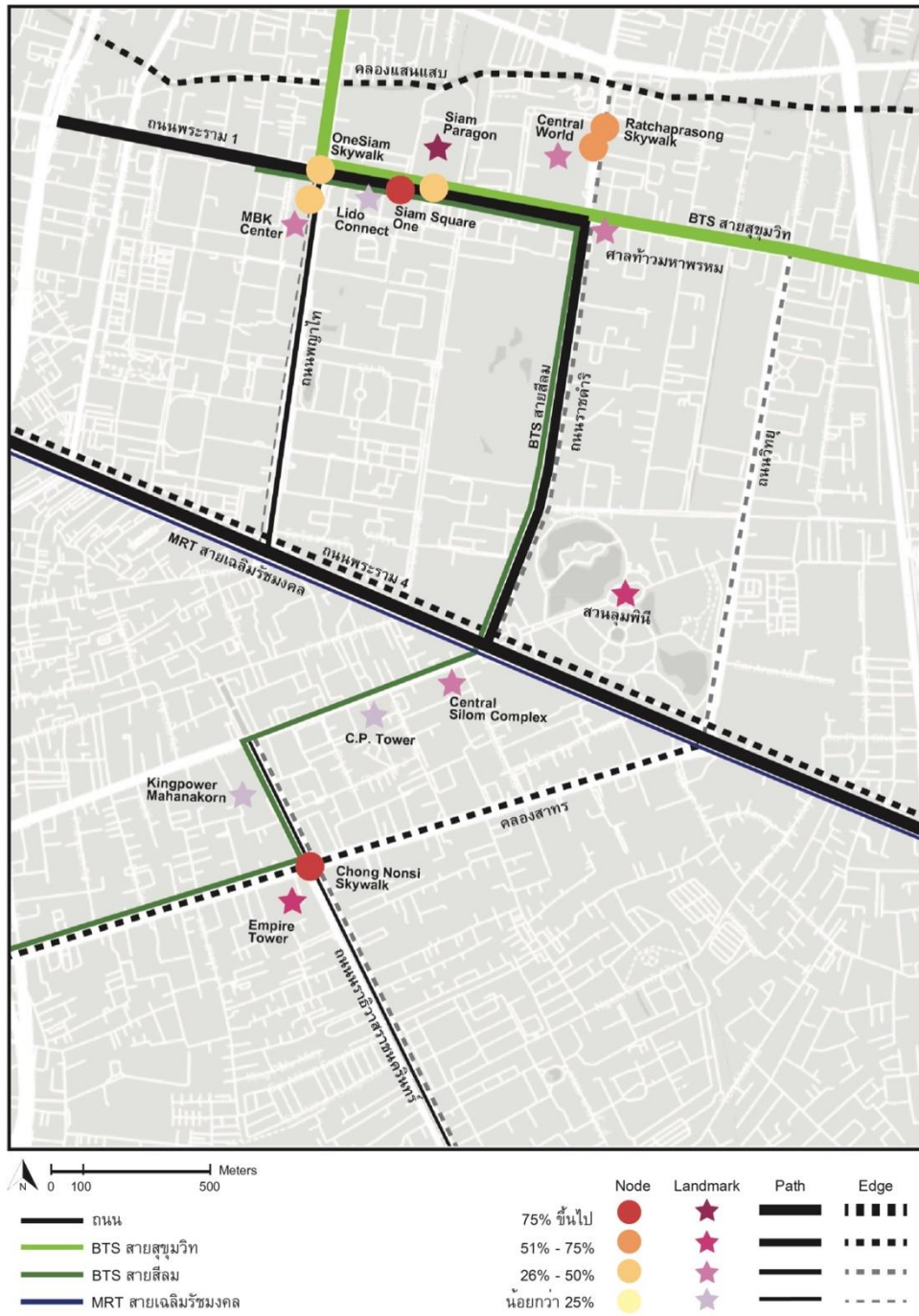
### 5.2 การวิเคราะห์ข้อมูลองค์ประกอบทางจิตภาพเมืองเชิงพื้นที่จากการรับรู้ผ่านคนหลายช่วงวัย

จากการวิเคราะห์จิตภาพของเมือง โดย Lynch (1960) ที่ศึกษาการจำแนกองค์ประกอบของเมืองโดยวิเคราะห์ความสามารถในการรับรู้ และเห็นถึงองค์ประกอบของโครงสร้างเมืองที่มีความสำคัญ ซึ่งการรับรู้ของแต่ละบุคคลก็จะแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ การศึกษาในครั้งนี้นี้จึงศึกษามีการแบ่งกลุ่มเป้าหมายในการศึกษาออกเป็น 4 ช่วง ตามแนวคิดช่วงวัย (Generation) ซึ่ง McKinsey & Company (2018) ได้มีการแบ่งกลุ่มตามช่วงวัยไว้ ดังนี้ Baby Boomer (อายุ 62 ปีขึ้นไป), Gen X (อายุ 43-62 ปี), Gen Y (อายุ 28-42 ปี), Gen Z (อายุ 27-12 ปี) โดยให้กลุ่ม

ตัวอย่างในแต่ละช่วงวัยระบุชื่อองค์ประกอบทางจิตภาพ และนำมาวิเคราะห์ผ่านการทำแผนที่ทางจิตภาพ และใช้ค่าความถี่ 4 ช่วง ได้แก่ ร้อยละ 75 ขึ้นไป, ร้อยละ 51-ร้อยละ 75, ร้อยละ 25-ร้อยละ 50 และน้อยกว่าร้อยละ 25 มาเป็นเกณฑ์ในการวิเคราะห์องค์ประกอบของเมืองในคนแต่ละช่วงวัย

### 5.2.1 การวิเคราะห์ข้อมูลองค์ประกอบทางจิตภาพเมืองเชิงพื้นที่จากการรับรู้ผ่าน Gen B (Baby boomer)

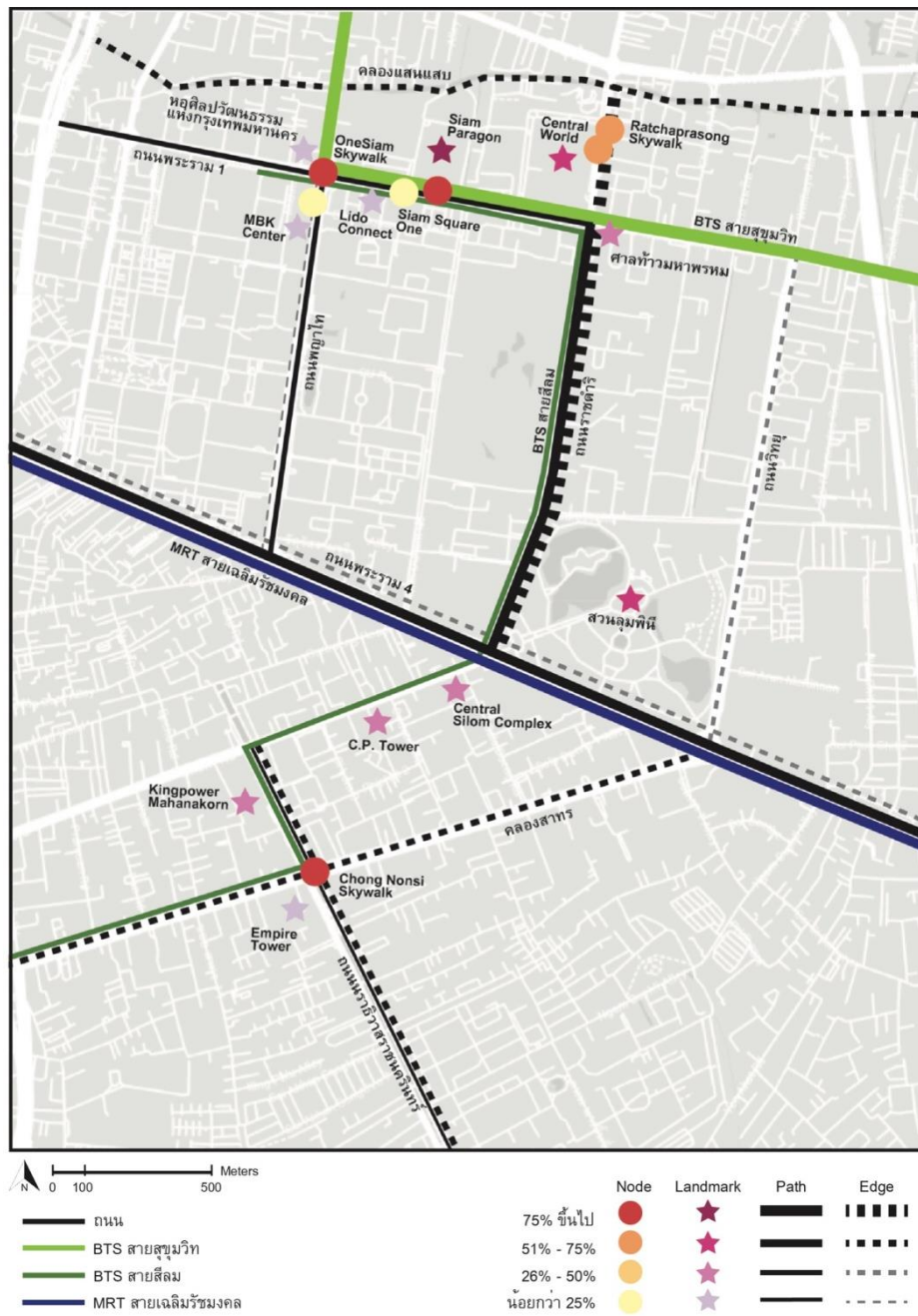
จากการวิเคราะห์ผลจากองค์ประกอบทางจิตภาพเมืองของ Gen B หรือช่วงวัยที่มีอายุ 62 ปีขึ้นไป จากภาพที่ 24 สามารถแสดงองค์ประกอบทางจิตภาพของเมืองย่านสยาม - ปทุมวัน - สีลม - สาทร ได้ดังนี้ ในองค์ประกอบของความเป็นจุดศูนย์กลางรวม บริเวณสยามสแควร์วัน และสกายวอล์กของถนนพรีนั้นมีค่าความถี่สูงมากกว่าร้อยละ 75 ขึ้นไป รองลงมาเป็นบริเวณสกายวอล์กราชประสงค์ และบริเวณลานหน้าห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลเวิร์ล มีช่วงความถี่อยู่ที่ร้อยละ 51-ร้อยละ 75 และสถานที่ที่มีความถี่น้อยที่สุด ได้แก่ บริเวณศูนย์การค้าเอ็ม บี เค เซ็นเตอร์ สกายวอล์กวันสยาม และจุดเชื่อมต่อสถานีรถไฟฟ้าสยาม ในองค์ประกอบของจุดหมายตาคือมีค่าความถี่สูงมากกว่าร้อยละ 75 ขึ้นไปนั้น ได้แก่ ห้างสรรพสินค้าสยามพารากอน รองลงมาเป็นสวนลุมพินี และอาคารเอ็มไพร์ มีช่วงความถี่อยู่ที่ร้อยละ 51-ร้อยละ 75 และรองลงมาเป็นอันดับสาม ได้แก่ ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลเวิร์ล ศูนย์การค้าเอ็ม บี เค เซ็นเตอร์ ศาลท้าวมหาพรหม และห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลสีลมคอมเพล็กซ์ และสถานที่ที่มีความถี่น้อยที่สุด ได้แก่ ลิโด้ คอนเน็คท์ อาคารคิงเพาเวอร์ มหานคร และอาคารซีพีทาวเวอร์ ในองค์ประกอบของเส้นทางที่มีค่าความถี่สูงมากกว่าร้อยละ 75 ขึ้นไปนั้น ได้แก่ ถนนพระรามที่ 1 ถนนพระรามที่ 4 และเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีเขียว (BTS สายสุขุมวิท) รองลงมาได้แก่ ถนนราชดำริที่มีช่วงความถี่อยู่ที่ร้อยละ 51-ร้อยละ 75 รองลงมาเป็นอันดับสามมีความถี่อยู่ที่ร้อยละ 25-ร้อยละ 50 ได้แก่ ถนนพญาไท เส้นทางรถไฟฟ้าสายสีเขียวเข้ม (BTS สายสีลม) และเส้นทางที่มีความถี่น้อยที่สุด ได้แก่ ถนนนราธิวาสราชนครินทร์ และเส้นทางรถไฟฟ้ามหานครสายเฉลิมรัชมงคล และองค์ประกอบของเส้นขอบความเป็นย่านที่มีความถี่สูงที่สุด ได้แก่ คลองแสนแสบ คลองสาทร ถนนราชดำริ และถนนพระรามที่ 4 ที่มีช่วงความถี่อยู่ที่ร้อยละ 51-ร้อยละ 75 รองลงมา มีความถี่อยู่ที่ร้อยละ 25-ร้อยละ 50 ได้แก่ ถนนราชดำริ และถนนนราธิวาสราชนครินทร์ และเส้นขอบที่มีความถี่น้อยที่สุด ได้แก่ ถนนพญาไท



ภาพ 24 องค์ประกอบทางจินตภาพของเมืองที่ระบุตำแหน่งโดยการวิเคราะห์ข้อมูล จากแบบสอบถามของกลุ่มคนเจนเนอเรชัน B (Generation B)

## 5.2.2 การวิเคราะห์ข้อมูลองค์ประกอบทางจิตภาพเมืองเชิงพื้นที่จากการรับรู้ผ่าน Gen X (Generation X)

จากการวิเคราะห์ผลจากองค์ประกอบทางจิตภาพเมืองของ Gen X หรือช่วงวัยที่มีอายุ 43-62 ปี จากภาพที่ 25 สามารถแสดงองค์ประกอบทางจิตภาพของเมืองย่านสยาม - ปทุมวัน - สีลม - สาทร ได้ดังนี้ ในองค์ประกอบของความเป็นจุดศูนย์รวม บริเวณสกายวอล์กวันสยาม และจุดเชื่อมต่อสถานีรถไฟฟ้าสยามนั้นมีค่าความถี่สูงมากกว่าร้อยละ 75 ขึ้นไป รองลงมาเป็นบริเวณสกายวอล์กราชประสงค์ สกายวอล์กช่องนนทรี และบริเวณลานหน้าห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลเวิลด์ มีช่วงความถี่อยู่ที่ร้อยละ 51-ร้อยละ 75 และสถานที่ที่มีความถี่น้อยที่สุด ได้แก่ บริเวณศูนย์การค้าเอ็ม บี เค เซ็นเตอร์ และสยามสแควร์วัน และในองค์ประกอบของจุดหมายตามีค่าความถี่สูงมากกว่าร้อยละ 75 ขึ้นไปนั้น ได้แก่ ห้างสรรพสินค้าสยามพารากอน รองลงมาเป็นสวนลุมพินี และห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลเวิลด์ มีช่วงความถี่อยู่ที่ร้อยละ 51-ร้อยละ 75 และรองลงมาเป็นอันดับสาม ได้แก่ อาคารคิง เพาเวอร์ มหานคร อาคารซีพีทาวเวอร์ ศาลท้าวมหาพรหม และห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลสีลมคอมเพล็กซ์ สถานที่ที่มีความถี่น้อยที่สุด ได้แก่ อาคารเอ็มไพร์ ศูนย์การค้าเอ็ม บี เค เซ็นเตอร์ และหอศิลปวัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร ในองค์ประกอบของเส้นทางที่มีค่าความถี่สูงมากกว่าร้อยละ 75 ขึ้นไปนั้น ได้แก่ เส้นทางรถไฟฟ้าสายสีเขียว (BTS สายสุขุมวิท) รองลงมาได้แก่ ถนนราชดำริ ถนนพระรามที่ 4 เส้นทางรถไฟฟ้ามหานครสายเฉลิมรัชมงคล ที่มีช่วงความถี่อยู่ที่ร้อยละ 51-ร้อยละ 75 รองลงมาเป็นอันดับสามมีความถี่อยู่ที่ร้อยละ 25-ร้อยละ 50 ได้แก่ ถนนพญาไท ถนนพระรามที่ 1 เส้นทางรถไฟฟ้าสายสีเขียวเข้ม (BTS สายสีลม) และองค์ประกอบของเส้นขอบความเป็นย่านที่ที่มีความถี่สูงสุด ได้แก่ ถนนราชดำริ มีช่วงความถี่มากกว่าร้อยละ 75 รองลงมาที่มีความถี่อยู่ที่ร้อยละ 51-ร้อยละ 75 ได้แก่ คลองแสนแสบ คลองสาทร และถนนนราธิวาสราชนครินทร์ และรองลงมาที่มีความถี่อยู่ที่ร้อยละ 25-ร้อยละ 50 ได้แก่ ถนนวิฑู และเส้นขอบที่มีความถี่น้อยที่สุด ได้แก่ ถนนพญาไท

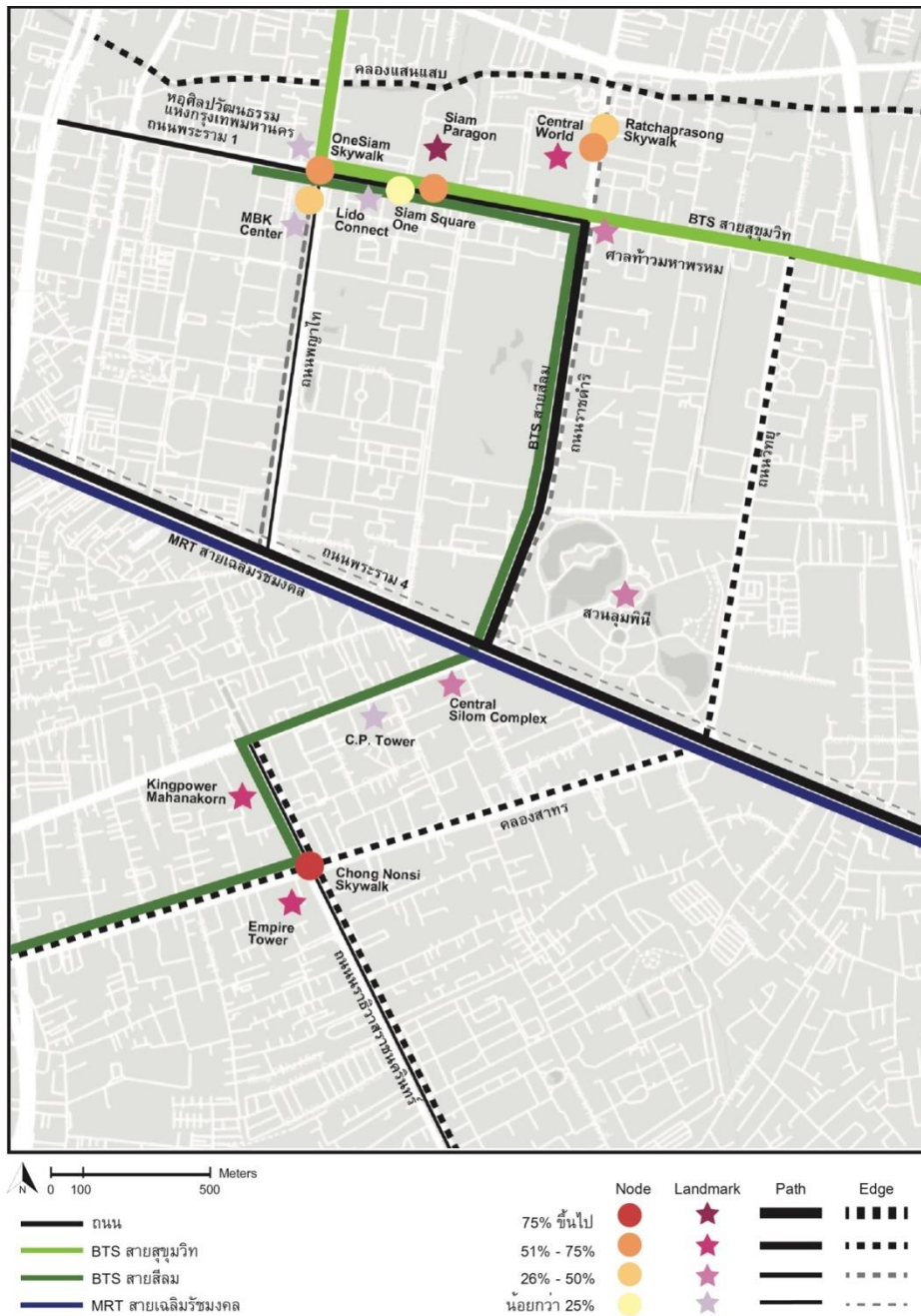


ภาพ 25 องค์ประกอบทางจินตภาพของเมืองที่ระบุตำแหน่งโดยการวิเคราะห์ข้อมูล จากแบบสอบถามของกลุ่มคนเจนเนอเรชัน X (Generation X)

### 5.2.3 การวิเคราะห์ข้อมูลองค์ประกอบทางจิตภาพเมืองเชิงพื้นที่จากการรับรู้ผ่าน Gen Y (Generation Y)

จากการวิเคราะห์ผลจากองค์ประกอบทางจิตภาพเมืองของ Gen Y หรือช่วงวัยที่มีอายุ 28-42 ปี จากภาพที่ 26 สามารถแสดงองค์ประกอบทางจิตภาพของเมืองย่านสยาม - ปทุมวัน - สีลม - สาทร ได้ดังนี้ ในองค์ประกอบของความเป็นจุดศูนย์รวม บริเวณสกายวอล์กชองนทรีนั้นมีค่าความถี่สูงมากกว่าร้อยละ 75 ขึ้นไป รองลงมาเป็นบริเวณสกายวอล์กวันสยาม และจุดเชื่อมต่อสถานีรถไฟฟ้าสยาม และบริเวณลานหน้าห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลเวิร์ล เป็นจุดศูนย์รวมที่มีช่วงความถี่อยู่ที่ร้อยละ 51-ร้อยละ 75 และสถานที่ที่มีความถี่รองลงมาในช่วงร้อยละ 25-ร้อยละ 50 ได้แก่ บริเวณศูนย์การค้าเอ็ม บี เค เซ็นเตอร์ และสกายวอล์กราชประสงค์ และที่มีความถี่น้อยที่สุด ได้แก่ บริเวณสยามสแควร์วัน ในองค์ประกอบของจุดหมายตาที่มีค่าความถี่สูงมากกว่าร้อยละ 75 ขึ้นไปนั้น ได้แก่ ห้างสรรพสินค้าสยามพารากอน รองลงมาเป็นห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลเวิร์ล อาคารคิงเพาเวอร์ มหานคร และอาคารเอ็มไพร์ ที่มีช่วงความถี่อยู่ที่ร้อยละ 51-ร้อยละ 75 และสถานที่ที่มีความถี่รองลงมาในช่วงร้อยละ 25-ร้อยละ 50 ได้แก่ สวนลุมพินี ศาลท้าวมหาพรหม และห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลสโตนคอมเพล็กซ์ สถานที่ที่มีความถี่น้อยที่สุด ได้แก่ ศูนย์การค้าเอ็ม บี เค เซ็นเตอร์ หอศิลป์วัฒนธรรม แห่งกรุงเทพมหานคร ลิโต้ คอนเน็คท์ และอาคารซีพีทาวเวอร์ ในองค์ประกอบของเส้นทางที่มีค่าความถี่สูงมากกว่าร้อยละ 75 ขึ้นไปนั้น ได้แก่ เส้นทางรถไฟฟ้าสายสีเขียว (BTS สายสุขุมวิท) รองลงมาได้แก่ เส้นทางรถไฟฟ้ามหานครสายเฉลิมรัชมงคล เส้นทางรถไฟฟ้าสายสีเขียวเข้ม (BTS สายสีลม) ถนนราชดำริ ถนนพระรามที่ 4 ที่มีช่วงความถี่อยู่ที่ร้อยละ 51-ร้อยละ 75 รองลงมาในช่วงร้อยละ 25-ร้อยละ 50 ได้แก่ ถนนพระรามที่ 1 และที่มีความถี่น้อยที่สุด ได้แก่ ถนนพญาไท และถนนนราธิวาสราชนครินทร์ และองค์ประกอบของเส้นขอบความเป็นย่านที่มีความถี่สูงที่สุดซึ่งอยู่ในช่วง ร้อยละ 51-ร้อยละ 75 ได้แก่ คลองแสนแสบ คลองสาทร ถนนวิฑู ถนนนราธิวาสราชนครินทร์ รองลงมาที่มีความถี่อยู่ที่ร้อยละ 25-ร้อยละ 50 ได้แก่ ถนนพญาไท ถนนราชดำริ และเส้นขอบที่มีความถี่น้อยที่สุด ได้แก่ ถนนพระรามที่ 4



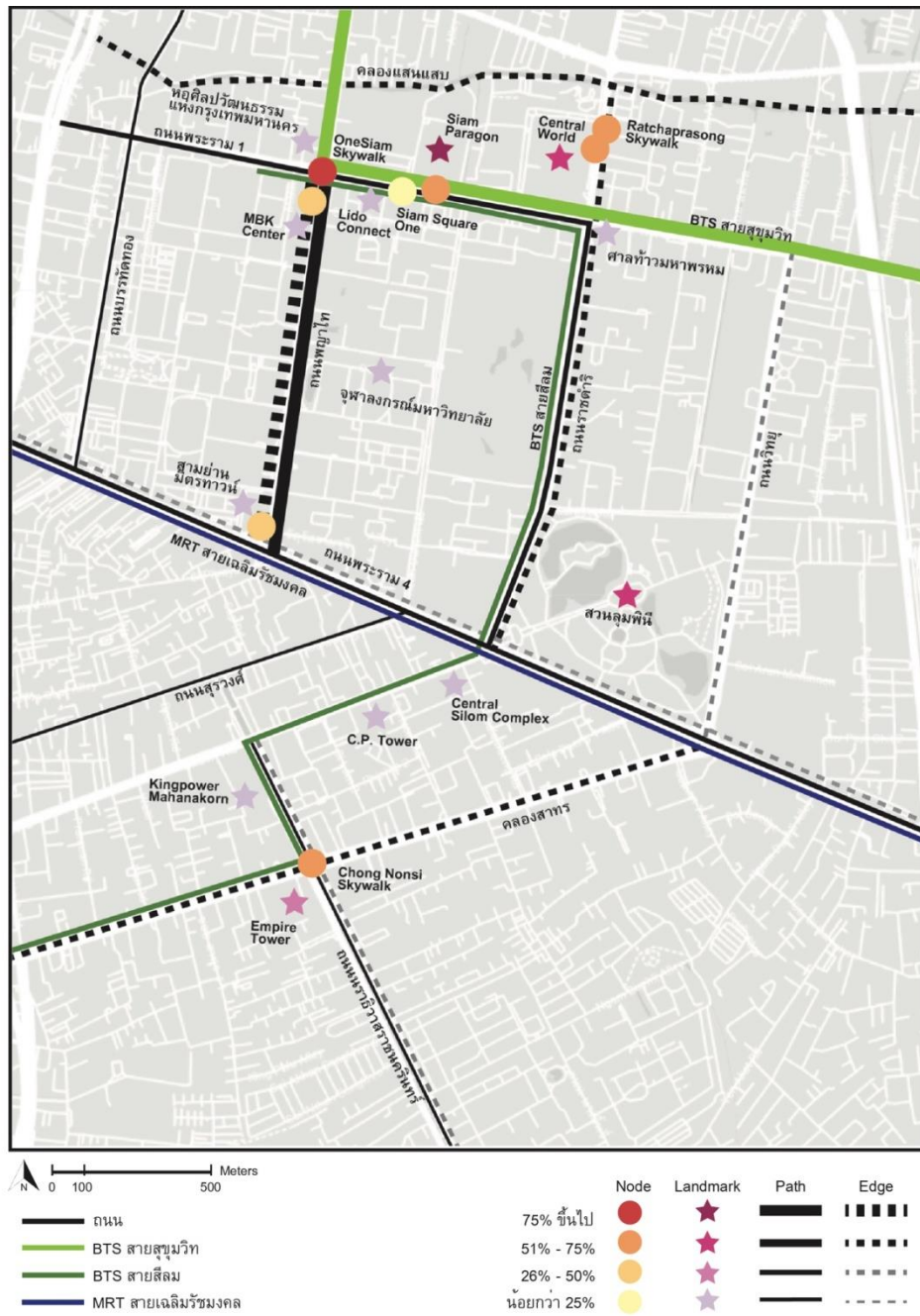


ภาพ 26 องค์ประกอบทางจินตภาพของเมืองที่ระบุตำแหน่งโดยการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามของกลุ่มคนเจนเนอเรชั่น Y (Generation Y)



## 5.2.4 การวิเคราะห์ข้อมูลองค์ประกอบทางจิตภาพเมืองเชิงพื้นที่จากการรับรู้ผ่าน Gen Z (Generation Z)

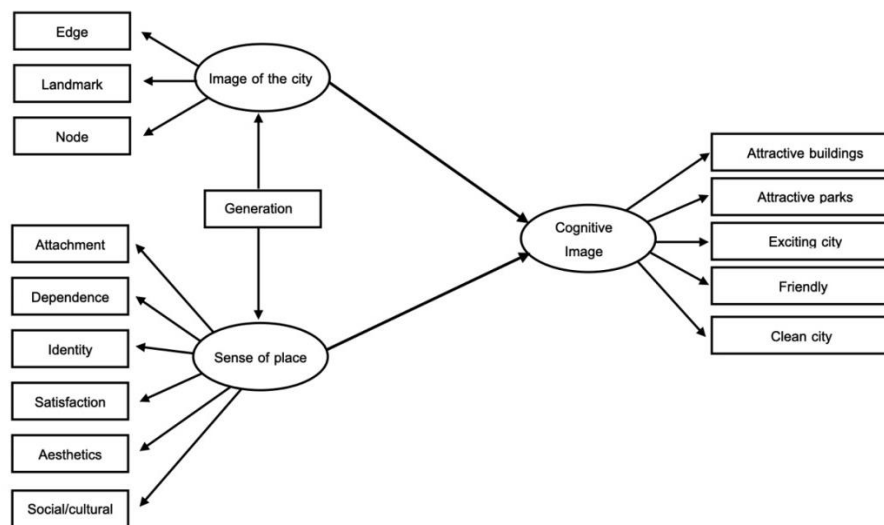
จากการวิเคราะห์ผลจากองค์ประกอบทางจิตภาพเมืองของ Gen Z หรือช่วงวัยที่มีอายุ 27-12 ปี จากภาพที่ 27 สามารถแสดงองค์ประกอบทางจิตภาพของเมืองย่านสยาม - ปทุมวัน - สีลม - สาทร ได้ดังนี้ ในองค์ประกอบของความเป็นจุดศูนย์รวม บริเวณสกายวอล์กวันสยามนั้นมีค่าความถี่สูงมากกว่าร้อยละ 75 ขึ้นไป รองลงมาเป็นบริเวณจุดเชื่อมต่อสถานีรถไฟฟ้าสยาม บริเวณลานหน้าห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลเวิร์ล สกายวอล์กราชประสงค์ และสกายวอล์กช่องนนทรี เป็นจุดศูนย์รวมที่มีช่วงความถี่อยู่ที่ร้อยละ 51-ร้อยละ 75 และสถานที่ที่มีความถี่รองลงมาในช่วงร้อยละ 25-ร้อยละ 50 ได้แก่ บริเวณศูนย์การค้าเอ็ม บี เค เซ็นเตอร์ และที่มีความถี่น้อยที่สุด ได้แก่ บริเวณสยามสแควร์วัน ในองค์ประกอบของจุดหมายตาคือค่าความถี่สูงมากกว่าร้อยละ 75 ขึ้นไปนั้น ได้แก่ ห้างสรรพสินค้าสยามพารากอน รองลงมาเป็นห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลเวิร์ล และสวนลุมพินีที่มีช่วงความถี่อยู่ที่ร้อยละ 51-ร้อยละ 75 และสถานที่ที่มีความถี่รองลงมาในช่วงร้อยละ 25-ร้อยละ 50 ได้แก่ อาคารเอ็มไพร์ และสถานที่ที่มีความถี่น้อยที่สุด ได้แก่ ศูนย์การค้าเอ็ม บี เค เซ็นเตอร์ หอศิลปวัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร ลิโด้ คอนเน็คท์ ศูนย์การค้าสามย่านมิตรทาวน์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อาคารคิงเพาเวอร์ มหานคร ศาลท้าวมหาพรหม ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลสีลมคอมเพล็กซ์ และอาคารซีพีทาวเวอร์ ในองค์ประกอบของเส้นทางที่มีค่าความถี่สูงมากกว่าร้อยละ 75 ขึ้นไปนั้น ได้แก่ เส้นทางรถไฟฟ้าสายสีเขียว (BTS สายสุขุมวิท) และถนนพญาไท รองลงมาที่มีช่วงความถี่อยู่ที่ช่วงร้อยละ 25-ร้อยละ 50 ได้แก่ เส้นทางรถไฟฟ้าสายสีเขียวเข้ม (BTS สายสีลม) เส้นทางรถไฟฟ้ามหานครสายเฉลิมรัชมงคล ถนนราชดำริ ถนนพระรามที่ 4 ถนนพระรามที่ 1 และที่มีความถี่น้อยที่สุด ได้แก่ ถนนบรรทัดทอง ถนนสุขุมวงศ์ และถนนนราธิวาสราชนครินทร์ และองค์ประกอบของเส้นขอบความเป็นย่านที่มีความถี่สูงที่สุดซึ่งอยู่ในช่วงมากกว่าร้อยละ 75 ได้แก่ ถนนพญาไท รองลงมาที่ร้อยละ 51-ร้อยละ 75 ได้แก่ คลองแสนแสบ คลองสาทร ถนนราชดำริ รองลงมาที่มีความถี่อยู่ที่ร้อยละ 25-ร้อยละ 50 ได้แก่ ถนนพระรามที่ 4 ถนนวิฑู และถนนนราธิวาสราชนครินทร์



ภาพ 27 องค์ประกอบทางจินตภาพของเมืองที่ระบุตำแหน่งโดยการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามของกลุ่มคนเจนเนอเรชั่น Z (Generation Z)

### 5.3 การวิเคราะห์ข้อมูลองค์ประกอบทางจินตภาพเมืองเชิงสถิติจากการรับรู้ผ่านคนหลายช่วงวัย

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้และจินตภาพของเมือง จะเห็นได้ว่าองค์ประกอบในการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ทางจินตภาพของเมืองนั้นมีหลายปัจจัยที่แตกต่างกันไป สำหรับการศึกษาครั้งนี้ ในการศึกษาโมเดลสมการโครงสร้างที่อธิบายความสัมพันธ์เชิงสาเหตุแบบเส้นตรงระหว่างตัวแปรที่เป็นสาเหตุหรือเรียกว่า ตัวแปรแฝงภายนอก และตัวแปรแฝงภายในเพื่อให้สอดคล้องกับแนวคิด และทฤษฎีของการศึกษานี้จึงได้มีการนำตัวแปรมาศึกษาทั้งหมด ดังนี้ ตัวแปรแฝงภายใน จำนวน 3 ตัวแปร ได้แก่ จินตภาพของเมือง (image of the city) ความรู้สึกที่มีต่อสถานที่ (Sense of place) และช่วงวัย (Generation) ตัวแปรแฝงภายนอก ได้แก่ ภาพลักษณ์ที่เกิดจากการรับรู้ (cognitive city) และมีตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมด 13 ตัวแปร โดยนำมาพัฒนาเป็นแบบจำลองสมมติฐานการรับรู้จินตภาพของเมืองผ่านคนในแต่ละช่วงวัย ที่จะใช้เป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาครั้งนี้ ดังภาพที่ 28



ภาพ 28 แบบจำลองสมมติฐานการรับรู้จินตภาพของเมืองผ่านคนแต่ละช่วงวัย

โดยการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้างแสดงให้เห็นว่าภาพลักษณ์เมืองจากการรับรู้ทางจินตภาพและความรู้สึกที่มีต่อสถานที่ของคนในแต่ละช่วงวัยนั้น ในด้านจินตภาพของเมืององค์ประกอบที่มีอิทธิพลส่งผลให้ผู้คนในแต่ละช่วงวัยเกิดการรับรู้ ได้แก่ องค์ประกอบของเส้นขอบ จุดรวม และจุดหมายปลายทางในย่าน และในด้านของความรู้สึกที่มีต่อสถานที่หรือความเป็นย่านนั้น ได้แก่ ความหลากหลายและความน่าสนใจของสถานที่ พื้นที่สีเขียว แหล่งนันทนาการภายในย่าน ความน่าดึงดูด สภาพบรรยากาศโดยรวม ความปลอดภัย รวมถึงความสะอาด ไม่แออัด โดยปัจจัยของแต่ละ

องค์ประกอบนี้เป็นส่วนที่ทำให้ผู้คนในแต่ละช่วงวัยนั้นเกิดการรับรู้ และประทับใจในย่าน จึงเกิดเป็นการรับรู้ เอกลักษณ์ ความรู้สึก ความพึงพอใจต่อย่านสยาม - ปทุมวัน และสีลม - สาทร

### 5.3.1 ตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลตัวแปรที่สำรวจได้จากองค์ประกอบของความน่าเชื่อถือของผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละช่วงวัยในที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้และจินตภาพของเมืองและความรู้สึกที่มีต่อสถานที่ตามองค์ประกอบ จำนวน 3 องค์ประกอบ จากการการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้และจินตภาพของเมือง เพื่อให้สอดคล้องกับแนวคิด และทฤษฎีของการศึกษานี้ โดยสามารถสรุปตัวแปรที่จะนำมาใช้ในการศึกษาได้ ดังนี้

#### 1. ตัวแปรแฝงภายนอก (exogenous latent variable) ได้แก่

COGN แทน ภาพลักษณ์ที่เกิดจากการรับรู้ (cognitive image) วัดจากตัวแปรสังเกต 5 ตัวแปร คือ

COGN1	แทน	Attractive building
COGN2	แทน	Attractive parks
COGN3	แทน	Exciting city
COGN4	แทน	Friendly city
COGN5	แทน	Clean city

#### 2. ตัวแปรแฝงภายใน (endogenous latent variable) ได้แก่

IMAGE แทน จินตภาพของเมือง (image of the city) วัดจากตัวแปรสังเกต 5 ตัวแปร คือ

IMAGE1	แทน	Edge
IMAGE3	แทน	Landmark
IMAGE4	แทน	Node

SOP แทน ความรู้สึกที่มีต่อสถานที่ (sense of place) วัดจากตัวแปรสังเกต 6 ตัวแปร คือ

SOP1	แทน	Place attachment
SOP2	แทน	Place dependence
SOP3	แทน	Place identity
SOP4	แทน	Place satisfaction
SOP5	แทน	Aesthetic
SOP6	แทน	Cultural

### การตรวจสอบทางสถิติเบื้องต้นของข้อมูล

เป็นการวิเคราะห์สถิติพื้นฐานเพื่อตรวจสอบลักษณะการกระจายตัวของข้อมูลในทุกกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์การกระจาย ค่าสูงสุด ค่าต่ำสุด ความเบ้ และความโด่ง สรุปได้ดังตารางที่ 7

ตาราง 7 ค่าสถิติเบื้องต้นของข้อมูล

ตัวแปร	$\bar{x}$	S.D.	MIN	MAX	SK	KU
<b>IMAGE</b>						
IMAGE1	4.21	0.82	1.00	5.00	-0.94	0.36
IMAGE3	4.57	0.67	2.00	5.00	-1.41	0.75
IMAGE4	4.39	0.74	1.00	5.00	-1.10	0.23
<b>SOP</b>						
SOP1	3.72	0.99	1.00	5.00	-0.42	-0.10
SOP2	4.10	0.81	2.00	5.00	-0.36	-0.87
SOP3	4.50	0.71	2.00	5.00	-1.28	0.80
SOP4	4.04	0.81	2.00	5.00	-0.27	-0.94
SOP5	3.94	0.89	1.00	5.00	-0.41	-0.48
SOP6	4.01	0.94	1.00	5.00	-0.68	-0.08
<b>COGN</b>						
COGN1	4.06	0.86	1.00	5.00	-0.47	-0.43
COGN2	3.93	0.92	1.00	5.00	-0.50	-0.41
COGN3	3.73	0.92	2.00	5.00	0.28	-1.06
COGN4	3.56	0.96	1.00	5.00	-0.22	-0.28
COGN5	3.63	0.91	1.00	5.00	0.02	-0.68

(n=180)

จากตารางที่ 7 จะเห็นถึงค่าสถิติเบื้องต้นของแต่ละตัวแปร และพบว่าค่าความเบ้ (skewness: SK) ของตัวแปร มีค่าอยู่ระหว่าง -1.41 ถึง 0.28 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.3 และมีค่าความโด่ง (kurtosis: KU) อยู่ระหว่าง -1.06 ถึง 0.80 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.8 จึงถือว่าตัวแปรมีการแจกแจงแบบปกติ (Kline, 2015)

### 5.3.2 การวิเคราะห์ภาพลักษณ์และจินตภาพเมืองที่เกิดจากการรับรู้ของคนหลายช่วงวัย

การวิเคราะห์ภาพลักษณ์และจินตภาพเมืองที่เกิดจากการรับรู้ของคนหลายช่วงวัย โดยการเปรียบเทียบระดับของการรับรู้ทางจินตภาพ มีการแบ่งกลุ่มตามช่วงวัยไว้ ดังนี้

ตาราง 8 ค่าสถิติบรรยายของตัวแปรองค์ประกอบ

การรับรู้ของคนหลายช่วงวัย		$\bar{x}$	S.D.
<b>IMAGE</b>	<b>จินตภาพของเมือง</b>	<b>4.31</b>	
IMAGE1	Edge	4.21	0.82
IMAGE3	Landmark	4.57	0.67
IMAGE4	Node	4.39	0.74
<b>SOP</b>	<b>ความรู้สึกที่มีต่อสถานที่</b>	<b>4.05</b>	
SOP1	Place attachment	3.72	0.99
SOP2	Place dependence	4.10	0.81
SOP3	Place identity	4.50	0.71
SOP4	Place satisfaction	4.04	0.81
SOP5	Aesthetic	3.94	0.89
SOP6	Cultural	4.01	0.94
<b>COGN</b>	<b>ภาพลักษณ์ที่เกิดจากการรับรู้</b>	<b>3.78</b>	
COGN1	Attractive building	4.06	0.86
COGN2	Attractive parks	3.93	0.92
COGN3	Exciting city	3.73	0.92
COGN4	Friendly city	3.56	0.96
COGN5	Clean city	3.63	0.91

จากตารางที่ 8 พบว่าการรับรู้ของคนนั้นมีระดับของการรับรู้ในแต่ละองค์ประกอบส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยจินตภาพของเมืองมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.31 หมายความว่า คนเมืองนั้นมีการรับรู้จินตภาพของเมืองอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็นแต่ละองค์ประกอบได้ดังนี้ องค์ประกอบที่อยู่ระดับมากที่สุด ได้แก่ จุดหมายตา (landmark) จุดศูนย์รวม (node) ขอบเขตของย่าน (edge) มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.57 4.39 4.21 ตามลำดับ ในปัจจัยความรู้สึกที่มีต่อสถานที่นั้นมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.05 หมายความว่า เกิดการรับรู้ในด้านความรู้สึกที่มีต่อสถานที่ของเมืองอยู่ในระดับ

มาก ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็นแต่ละองค์ประกอบได้ดังนี้ องค์ประกอบที่อยู่ระดับมากที่สุด ได้แก่ ความเป็นเอกลักษณ์ของย่าน (place identity) ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.50 รองลงมาได้แก่ การพึ่งพาอาศัย (place dependence) ความพึงพอใจ (place satisfaction) สังคมและวัฒนธรรม (cultural) ความสุนทรีย์ภาพ (aesthetic) และความผูกพันกับย่าน (place attachment) ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.10 4.04 4.01 3.94 3.72 ตามลำดับ และปัจจัยภาพลักษณ์ของย่านที่เกิดจากการรับรู้นั้นมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.78 หมายความว่า คนในแต่ละช่วงวัยนั้นมีการรับรู้ในด้านความเป็นเอกลักษณ์ที่มีต่อย่านอยู่ในระดับมาก ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็นแต่ละองค์ประกอบได้ดังนี้ ความหลากหลายและความน่าในของสถานที่ภายในย่าน (attractive building) ความหลากหลายและความน่าในของแหล่งนันทนาการ (attractive parks) ความน่าดึงดูดภายในย่าน (exciting city) ความปลอดภัยของย่าน (clean city) ความเป็นมิตรของย่าน (friendly city) ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.06 3.93 3.73 3.56 3.63 ตามลำดับ

**ตาราง 9** ตารางแสดงค่าร้อยละของความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเป็นย่านศูนย์กลางธุรกิจใจกลางเมืองกรุงเทพและคนในแต่ละช่วงวัย

ช่วงวัย	ค่าเฉลี่ยร้อยละ		
	ย่านสยาม - ปทุมวัน	ย่านสีลม - สาทร	ทั้งสองย่านไม่มี ความแตกต่างกัน
Baby Boomer (อายุ 62 ปีขึ้นไป)	40.00	23.33	36.67
Gen X (อายุ 43 - 62 ปี)	43.28	26.87	29.85
Gen Y (อายุ 28 - 42 ปี)	32.61	41.30	26.09
Gen Z (อายุ 27-12 ปี)	42.00	24.00	34.00
รวม	35.56	31.11	33.33

\*  $\chi^2 = 5.46$   $p = 0.48$

จากตารางที่ 9 จะเห็นได้ว่ากลุ่ม Gen B หรือ Baby Boomer นั้นส่วนใหญ่รู้สึกว่าย่านสยาม - ปทุมวันนั้นมีความเป็นย่านศูนย์กลางธุรกิจใจกลางเมืองกรุงเทพเช่นเดียวกับ Gen Z และในส่วนของ Gen Y นั้นจะคิดว่าย่านสีลม - สาทรเป็นย่านที่มีความเป็นย่านศูนย์กลางธุรกิจใจกลางเมืองกรุงเทพ แต่ใน Gen X นั้นส่วนใหญ่จะคิดว่าทั้งย่านสยาม - ปทุมวัน - สีลม - สาทรนั้นมีความเป็นย่าน

ศูนย์กลางธุรกิจใจกลางเมืองกรุงเทพมหานครเหมือนกัน จากการทดสอบค่าสถิติไคสแควร์มีค่าเท่ากับ 5.467 และค่า p - value เท่ากับ 0.48 ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่าการรับรู้ถึงความเป็นย่านศูนย์กลางธุรกิจใจกลางเมืองกรุงเทพมหานครนั้นไม่ได้ขึ้นอยู่กับคนในแต่ละช่วงวัย

**ตาราง 10** ตารางแสดงค่าร้อยละของความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบที่ทำให้เกิดการรับรู้

ช่วงวัย	ค่าเฉลี่ยร้อยละ				
	District	Node	Landmark	Edge	Path
Baby Boomer (อายุ 62 ปีขึ้นไป)	60.00	6.67	33.33	0.00	0.00
Gen X (อายุ 43 - 62 ปี)	29.63	38.89	20.37	0.00	11.11
Gen Y (อายุ 28 - 42 ปี)	34.78	17.39	39.13	2.17	6.52
Gen Z (อายุ 27-12 ปี)	30.00	30.00	38.00	0.00	2.00
รวม	33.85	29.17	31.25	0.52	5.21

\*  $\chi^2 = 27.70$   $p = 0.00$

จากตารางที่ 10 จะเห็นได้ว่ากลุ่ม Gen B หรือ Baby Boomer นั้นส่วนใหญ่รู้สึกถึงความเป็นย่านนั้นทำให้เกิดการรับรู้ทางจินตภาพและแสดงถึงภาพลักษณ์ของเมืองมากที่สุด แต่ในกลุ่มของ Gen Z และ Gen Y นั้นจะรู้สึกว่าองค์ประกอบของความเป็นจุดหมายตานั้นทำให้เกิดการรับรู้ทางจินตภาพและแสดงถึงภาพลักษณ์ของเมืองมากที่สุด และในกลุ่มของ Gen X จะรู้สึกว่าองค์ประกอบของความเป็นจุดศูนย์กลางของย่านนั้นทำให้เกิดการรับรู้ทางจินตภาพและแสดงถึงภาพลักษณ์ของเมืองมากที่สุด โดยภาพรวมแล้วส่วนใหญ่จะรู้สึกว่าองค์ประกอบของความเป็นย่านนั้นทำให้เกิดการรับรู้ทางจินตภาพและแสดงถึงภาพลักษณ์ของเมืองมากที่สุด รองลงมาได้แก่จุดหมายตา จุดศูนย์กลางรวม เส้นทาง และขอบเขตตามลำดับ จากการทดสอบค่าสถิติไคสแควร์มีค่าเท่ากับ 27.70 และค่า p - value เท่ากับ 0.00 ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่าความแตกต่างขององค์ประกอบทางจินตภาพของเมืองนั้นทำให้การรับรู้ถึงความเป็นย่านศูนย์กลางธุรกิจใจกลางเมืองกรุงเทพมหานครขึ้นอยู่กับ การรับรู้ของคนในแต่ละช่วงวัย



### 5.3.3 การวิเคราะห์ความเชื่อมั่น

โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (confirmatory factor analysis: CFA) เพื่อทำการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยค่า Cronbach's Alpha Coefficient ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลตัวแปรที่สำรวจได้ (factor analysis) ของย่านสยาม - ปทุมวัน - สีลม - สาทรนั้นพบว่า ตัวแปรขององค์ประกอบทั้ง 3 องค์ประกอบนั้นมีค่าสัมประสิทธิ์อยู่ที่ 0.86, 0.89, 0.90 ตามลำดับ ซึ่งถือว่ามีความน่าเชื่อถือในระดับที่ดีเนื่องจากมีค่าสัมประสิทธิ์ที่เหมาะสม และมีค่าไม่น้อยกว่า 0.07 ตามคำแนะนำของ Hair et al. (2014) ดังนั้นจึงเป็นการยืนยันว่าตัวแปรสังเกตที่ใช้ในการวัดจากแบบสอบถามนั้นสามารถเชื่อถือได้ และน้ำหนักของปัจจัย (factor loading) ที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรและแต่ละปัจจัยที่พิจารณาจากผลการวิเคราะห์ข้อมูลรวมในทุกช่วงวัย ดังตารางที่ 5.9 พบว่า องค์ประกอบที่ 1 มีค่าสัมประสิทธิ์ระหว่าง 0.75 ถึง 0.85 ในองค์ประกอบของจินตภาพเมืองนั้นได้มีการให้ความสำคัญกับต่อจุดสังเกตหรือจุดศูนย์รวม (nodes) ในย่านมาเป็นอันดับแรก องค์ประกอบที่ 2 มีค่าสัมประสิทธิ์ระหว่าง 0.74 ถึง 0.88 ในองค์ประกอบของความรู้สึกที่มีต่อสถานที่นั้นแต่ละช่วงวัยได้ให้ความสำคัญกับต่อความพึงพอใจ (place satisfaction) ในย่านมาเป็นอันดับแรก และองค์ประกอบที่ 3 มีค่าสัมประสิทธิ์ระหว่าง 0.82 ถึง 0.89 ในองค์ประกอบของภาพลักษณ์ที่เกิดจากการรับรู้ในแต่ละช่วงวัยได้ให้ความสำคัญกับความน่าสนใจและการดึงดูดเข้าไปทำกิจกรรม (exciting city) ในย่านมาเป็นอันดับแรก

โดยทุกตัวแปรในแต่ละองค์ประกอบขององค์ประกอบทั้ง 3 ตัวนั้นสามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้ เมื่อพิจารณาด้วยน้ำหนักของปัจจัย (factor loading) ที่สะท้อนจากค่าของตัวแปรในด้านต่าง ๆ มีค่าสัมประสิทธิ์ 0.7 ขึ้นไปในทุก ๆ องค์ประกอบ ซึ่งจะถือว่าตัวแปรนั้นมีความสัมพันธ์กันมากจึงสามารถนำมาใช้ในการวัดองค์ประกอบของปัจจัยเดียวกันได้ และจากการวิเคราะห์ความเชื่อมั่นจากค่า Cronbach's Alpha Coefficient เพื่อทดสอบความเชื่อถือได้จากความสอดคล้องกันของตัวแปรจากคำตอบในแบบสอบถาม (consistency reliability) พบว่าค่า Cronbach's Alpha Coefficient มีค่ามากกว่า 0.7 จึงทำให้สรุปได้ว่าตัวแปรที่วัดจากแบบสอบถามนั้นมีความสอดคล้องกับการตอบคำถามแบบสอบถามอยู่ในระดับที่เชื่อถือได้

ตาราง 11 ค่าน้ำหนักมาตรฐานของตัวแปรและมาตรวัดความเที่ยงตรงและเชื่อถือได้

ตัวแปรแฝง/ตัวแปรสังเกต		Factor loading	%total variance	cronbach's alpha
<b>IMAGE</b>	<b>จินตภาพของเมือง</b>		0.65	0.86
IMAGE1	Edge	0.80		
IMAGE2	Path	0.75		
IMAGE3	Landmark	0.76		
IMAGE4	Node	0.85		
IMAGE5	District	0.84		
<b>SOP</b>	<b>ความรู้สึกที่มีต่อสถานที่</b>		0.65	0.89
SOP1	Place attachment	0.76		
SOP2	Place dependence	0.83		
SOP3	Place identity	0.74		
SOP4	Place satisfaction	0.88		
SOP5	Aesthetic	0.85		
SOP6	Cultural	0.75		
<b>COGN</b>	<b>ภาพลักษณ์ที่เกิดจากการรับรู้</b>		0.73	0.90
COGN1	Attractive building	0.83		
COGN2	Attractive parks	0.84		
COGN3	Exciting city	0.89		
COGN4	Friendly city	0.87		
COGN5	Clean city	0.82		

#### 5.4 การตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลสมการโครงสร้างการรับรู้องค์ประกอบ ทางจิตภาพของเมือง

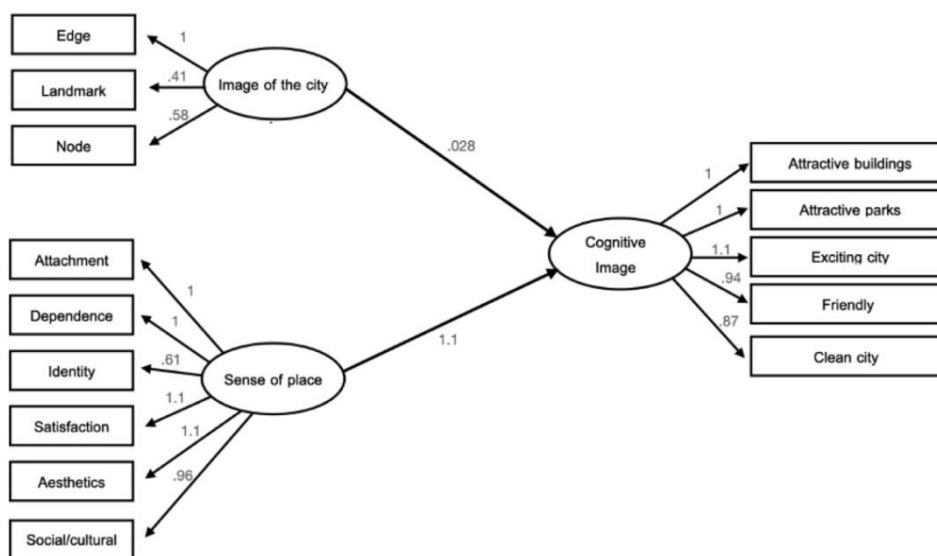
##### 5.4.1 ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของแบบจำลองสมการโครงสร้างการรับรู้จิต ภาพของเมืองตามสมมติฐานที่ได้ทำการพัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ตาราง 12 ค่าสถิติความสอดคล้องของแบบจำลองสมการโครงสร้างการรับรู้จิตภาพของเมือง  
ก่อนปรับปรุงโมเดล

ค่าดัชนี	เกณฑ์ที่ใช้ในการ พิจารณา	ค่าสถิติ	ผลการพิจารณา
Likelihood ratio			
p-value of $\chi^2$	> 0.05	0.00	ไม่ผ่านเกณฑ์
Population error			
RMSEA	< 0.05	0.11	ไม่ผ่านเกณฑ์
Baseline comparison			
CFI	> 0.90	0.90	ผ่านเกณฑ์
TLI	> 0.90	0.87	ไม่ผ่านเกณฑ์
Size of residuals			
SRMR	< 0.05	0.11	ไม่ผ่านเกณฑ์
Information criteria			
AIC	-	5030.78	-

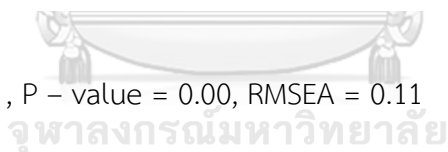
จากตารางที่ 12 การพิจารณาโมเดลที่ค่า p-value ซึ่งค่า p-value ที่ต้องการจะต้องมีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.05 จะเห็นว่าค่า p-value ที่ได้มีค่าเท่ากับ 0 (p-value= 0) แสดงว่า ความกลมกลืนสอดคล้องข้อมูลเชิงประจักษ์ของโมเดลนั้นยังไม่ผ่านเกณฑ์การพิจารณา และค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ (RMSEA) เท่ากับ 0.110 ซึ่งมากกว่าเกณฑ์ที่กำหนด จึงยังไม่ผ่านเกณฑ์การพิจารณา ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (CFI) เท่ากับ 0.90 มีค่าอยู่ในเกณฑ์ที่กำหนด และค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบของ Tucker และ Lewis (TLI) เท่ากับ 0.87 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.90 จึงยังไม่ผ่านเกณฑ์ และมีค่ารากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (SRMR) เท่ากับ 0.11 ซึ่งยังคงมากกว่าเกณฑ์ที่กำหนดจึงยังไม่ผ่านเกณฑ์

จากการวิเคราะห์ค่าสถิติความสอดคล้องของโมเดลสมการโครงสร้างการรับรู้จินตภาพของเมืองแล้ว จึงสรุปได้ว่า โมเดลสมการโครงสร้างการรับรู้จินตภาพของเมืองเชิงสมมติฐานที่พัฒนาขึ้นนั้นยังไม่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เนื่องจากค่าไคสแควร์นั้นเป็นค่าที่มีขนาดความไวต่อกลุ่มตัวอย่าง ยิ่งกลุ่มตัวอย่างมีขนาดใหญ่ก็จะส่งผลให้ค่าไคสแควร์นั้นมีความสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้ความเป็นจริงโมเดลการวิจัยนั้นมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Hair et al., 2014) ดังนั้นจึงต้องทำการปรับปรุง



โมเดลต่อไป

Chi - square = 258.40 , P - value = 0.00, RMSEA = 0.11



ภาพ 29 ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของแบบจำลองสมการโครงสร้างการรับรู้จินตภาพของเมือง

### 5.3.2 ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของแบบจำลองสมการโครงสร้างการรับรู้จินตภาพของเมืองตามสมมติฐานที่ได้ทำการพัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์หลังการปรับปรุงโมเดลการปรับปรุงแบบจำลองให้มีความสอดคล้องกันกับข้อมูลเชิงประจักษ์

จากการตรวจสอบความสอดคล้องของแบบจำลองครั้งแรก พบว่า แบบจำลองสมการโครงสร้างการรับรู้จินตภาพเมือง ภาพที่ 29 ตามสมมติฐานที่ตั้งไว้นั้นยังไม่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังนั้นจึงทำการปรับแบบจำลองในการวิจัย โดยพิจารณาจากความเป็นไปได้ในเชิงทฤษฎีและการปรับดัชนีแบบจำลอง (model modification indices; MI) ซึ่งเป็นการปรับค่าที่โปรแกรมได้เสนอแนะค่ามากที่สุดก่อน เป็นค่าสถิติเฉพาะของพารามิเตอร์ในแต่ละตัวมีค่าเท่ากับค่าไคสแควร์ที่ลดลง เมื่อกำหนดให้พารามิเตอร์ตัวนั้นเป็นพารามิเตอร์อิสระ หรือมีการผ่อนคลายข้อกำหนดของพารามิเตอร์นั้นด้วยการกำหนดความคลาดเคลื่อนในการวัดตัวแปรสังเกต และความคลาดเคลื่อนที่สัมพันธ์กันได้ (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2548) ซึ่งมีรายละเอียดในการปรับแบบจำลอง ดังนี้

ตาราง 13 รายละเอียดของการปรับแบบจำลองให้มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

คู่ความสัมพันธ์ของความคลาดเคลื่อนที่ทำการปรับ	Model modification indices	Par change
e2 <--> e7	41.85	0.14
e8 <--> e14	23.25	0.13
e4 <--> e2	32.33	0.34
e10 <--> e13	13.20	0.08
e4 <--> e1	13.15	0.20
e5 <--> e2	7.14	0.46
e4 <--> e7	9.00	0.04
e2 <--> e1	5.56	0.12

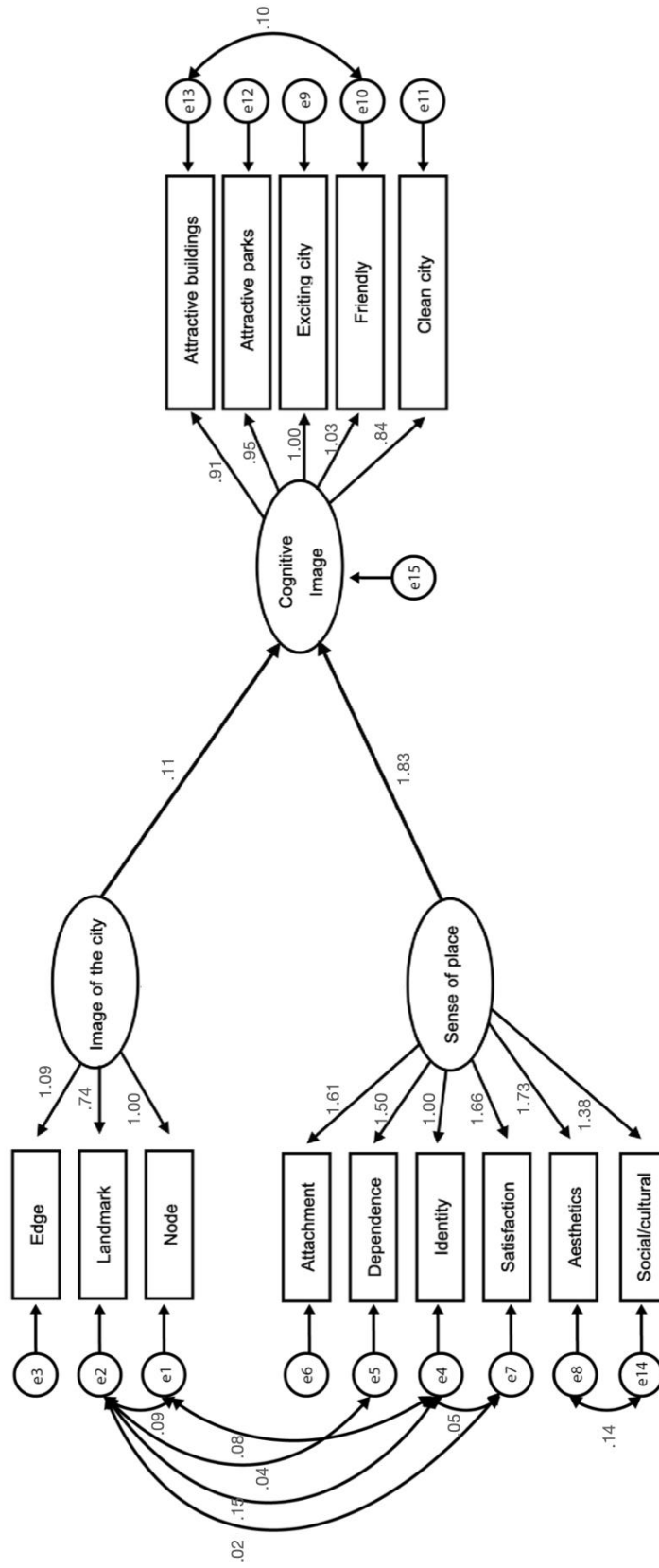
จากตารางที่ 13 ค่าดัชนีแบบจำลอง (model modification indices) ซึ่งชี้ให้เห็นถึงตัวแปรที่ควรจะต้องมีการปรับแต่ง โดยการใช้ลูกศรสองหัวเชื่อมกันระหว่างค่าความคลาดเคลื่อนในการปรับแต่งไปตามคู่ความสัมพันธ์ของความคลาดเคลื่อน โดยการปรับแก้แบบจำลองในครั้งที่ 1 เมื่อใช้ลูกศรสองหัวเชื่อมกันระหว่างคู่ความสัมพันธ์ e2 กับ e7 ที่มีความสัมพันธ์กันดังตาราง พบว่าแบบจำลองนั้นมีการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่ดีขึ้น แต่ค่าดัชนีตามเกณฑ์พิจารณานั้นยังไม่ตรงตามเกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณา จึงทำการปรับแบบจำลองไปตามลำดับของคู่ความสัมพันธ์ เมื่อได้ทำการ

ปรับแบบจำลองจนถึงคู่ความสัมพันธ์หนึ่งแล้วพบว่าค่า p-value ที่ได้มีค่าเท่ากับ 0.07 ซึ่งค่า p-value ที่ต้องการจะต้องมีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.05 และค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ (RMSEA) เท่ากับ 0.04 ซึ่งมีค่าอยู่ในเกณฑ์ที่กำหนด และค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบของ Tucker และ Lewis (TLI) เท่ากับ 0.98 ซึ่งมีค่าผ่านเกณฑ์ รวมถึงค่ารากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (SRMR) เท่ากับ 0.04 ซึ่งตรงตามเกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณาเช่นกัน ดังตารางที่ 14 เมื่อค่าดัชนีมีค่าตรงกับเกณฑ์แสดงว่าแบบจำลองที่ออกมานั้นเป็นแบบจำลองสมการโครงสร้างการรับรู้จิตภาพของเมืองผ่านคนหลายช่วงวัยตามสมมติฐานที่ได้ทำการพัฒนาขึ้นและมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ อีกทั้งค่า Akaike Information Criterion (AIC) ที่ใช้ในการเปรียบเทียบแบบจำลองทางเลือก แสดงให้เห็นว่าแบบจำลองหลังจากการปรับปรุงนั้นมีค่าน้อยกว่าจึงถือว่าเป็นแบบจำลองที่ดีกว่า สรุปได้ว่า แบบจำลองสมการโครงสร้างการรับรู้จิตภาพของเมือง ตามสมมติฐานที่ได้ทำการพัฒนาขึ้นที่มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลสามารถแสดงแบบจำลองที่ได้ทำการปรับแล้วดังภาพที่ 30

**ตาราง 14** ค่าสถิติความสอดคล้องของแบบจำลองสมการโครงสร้าง

การรับรู้จิตภาพของเมืองหลังปรับปรุงแบบจำลอง

ค่าดัชนี	เกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณา	ค่าสถิติก่อนการปรับ	ค่าสถิติหลังการปรับ	ผลการพิจารณา
Likelihood ratio				
p-value of $\chi^2$	> 0.05	0.00	0.07	ผ่านเกณฑ์
Population error				
RMSEA	< 0.05	0.11	0.04	ผ่านเกณฑ์
Baseline comparison				
CFI	> 0.90	0.90	0.99	ผ่านเกณฑ์
TLI	> 0.90	0.87	0.98	ผ่านเกณฑ์
Size of residuals				
SRMR	< 0.05	0.11	0.04	ผ่านเกณฑ์
Information criteria				
AIC	-	5030.78	171.78	มีค่าน้อยลงเมื่อเทียบกับโมเดลเดิม



Chi - square = 69.80, df = 54, RMSEA = 0.04

ภาพ 30 แบบจำลองสมการโครงสร้างการสร้างการรับรู้จินตภาพของเมือง

### 5.5 การตรวจสอบขนาดอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมของปัจจัยที่นำมาศึกษาต่อการรับรู้องค์ประกอบทางจินตภาพของเมือง

จากภาพที่ 30 พบว่าปัจจัยจินตภาพของเมืองมีอิทธิพลทางตรงในทางบวกต่อภาพลักษณ์ที่เกิดจากการรับรู้ (cognitive image) รวมถึงปัจจัยความรู้สึกที่มีต่อสถานที่ (sense of place) และเพื่อความชัดเจนในการสรุปอิทธิพลจากปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์ของย่านที่ประกอบด้วยภาพลักษณ์ที่เกิดจากการรับรู้ ซึ่งพิจารณาจากอิทธิพลทางตรง (direct effect: DE) อิทธิพลทางอ้อม (indirect effect: IE) ระหว่างตัวแปรแฝง ซึ่งตัวแปรต่าง ๆ สามารถส่งผลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อกัน ดังตารางที่ 15

ตาราง 15 ค่าน้ำหนักอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมระหว่างแต่ละตัวแปรแฝง

ตัวแปรผล	อิทธิพล	ตัวแปรสาเหตุ		
		GEN	IMAGE	SOP
IMAGE	DE	0.15	-	-
	IE	-	-	-
	TE	0.15	-	-
SOP	DE	0.10	-	-
	IE	0.04	0.31	-
	TE	0.15	0.31	-
COGN	DE	-	0.07	1.11
	IE	0.17	0.34	-
	TE	0.17	0.41	1.11

Chi - square = 69.80, df = 54, p < 0.05, RMSEA = 0.04

หมายเหตุ:

- DE แทน อิทธิพลทางตรง (direct effect)
- IE แทน อิทธิพลทางอ้อม (indirect effect)
- TE แทน อิทธิพลโดยรวม (total effect)



จากตารางที่ 15 แสดงให้เห็นถึงผลการวิเคราะห์อิทธิพลเชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของย่าน เมื่อพิจารณาค่าสถิติที่ตรวจสอบความสอดคล้อง ระหว่างแบบจำลองกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พบว่า แบบจำลองมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากค่าไคสแควร์ ซึ่งมี ค่าเท่ากับ 69.80 ที่องศาอิสระ (df) เท่ากับ 54 ค่าไคสแควร์สัมพันธ์ ( $\chi^2/df$ ) เท่ากับ 1.29 ค่าดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพันธ์ (CFI) เท่ากับ 0.99 ค่าดัชนีความกลมกลืน (GFI) เท่ากับ 0.98 ค่าดัชนีรากกำลังสองเฉลี่ยของความแตกต่างโดยประมาณ (RMSEA) เท่ากับ 0.04 ค่าดัชนีรากมาตรฐานของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือ (SRMR) เท่ากับ 0.04 จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นได้ว่า ค่า GFI และ AGFI มีค่าเข้าใกล้ 1 และในส่วนของค่า RMR และ RMSEA มีค่าเข้าใกล้ 0 และค่าไคสแควร์สัมพันธ์มีค่าน้อยกว่า 3 แสดงว่าแบบจำลองสมการโครงสร้างการรับรู้จินตภาพของเมืองผ่านคนหลายช่วงวัยตามสมมติฐานที่ได้ทำการพัฒนาขึ้นนั้นมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

จากการกำหนดเส้นทางอิทธิพลของปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์เมือง การประมาณค่าอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลโดยรวมที่ส่งผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์เมือง พบว่า การรับรู้ภาพลักษณ์ของย่าน (cognitive city) นั้นได้รับอิทธิพลโดยรวมทั้งจากการรับรู้องค์ประกอบทางจินตภาพเมือง (image of the city) และจากความรู้สึกที่มีต่อย่าน (sense of place) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีขนาดอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.41 และ 1.11 ตามลำดับ โดยการพิจารณาผลประมาณค่าอิทธิพลทางตรง และอิทธิพลทางอ้อมที่มีผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของย่าน (cognitive city) มีรายละเอียด ดังนี้

#### อิทธิพลทางตรง (direct effect)

เป็นปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของย่านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 2 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านความรู้สึกที่มีต่อสถานที่ (SOP) ที่มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 1.11 และรองลงมาคือ ปัจจัยการรับรู้จินตภาพของเมือง (IMAGE) มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.07 โดยเมื่อผู้คนในเมืองนั้นมีการรับรู้องค์ประกอบทางจินตภาพของเมืองที่มีความชัดเจน และมีความรู้สึกพึงพอใจและผูกพันกับย่าน จะมีผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของเมืองที่มากขึ้น และก็ยังมีความสัมพันธ์ทางตรงต่อองค์ประกอบทางจินตภาพของเมือง (IMAGE) และความรู้สึกที่มีต่อย่าน (SOP) หรือสามารถอธิบายได้ว่า ผู้คนเมื่อมีการเข้าไปทำกิจกรรมในพื้นที่มากขึ้นจะมีผลต่อการรับรู้องค์ประกอบทางจินตภาพของเมืองที่ชัดเจนขึ้น และมีความรู้สึกผูกพันและพึงพ่าย่านมากขึ้น

#### อิทธิพลทางอ้อม (indirect effect)

เป็นปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลทางอ้อมต่อการรับรู้จินตภาพเมืองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าอิทธิพลส่งผ่านปัจจัยจินตภาพของเมือง (IMAGE) ดังนี้ ปัจจัยด้านความรู้สึกที่มีต่อสถานที่ (SOP) มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางอ้อมเท่ากับ 0.310 ซึ่งองค์ประกอบทางจินตภาพของย่านที่ชัดเจนนั้นสามารถส่งผลให้ผู้คนในย่านนั้นมีความรู้สึกที่ดี และพึงพอใจต่อย่านมากขึ้น เช่น การ

ที่ในย่านนั้นมีจุดหมายตาที่ชัดเจนสามารถก่อให้เกิดความประทับใจในสถาปัตยกรรม และความงามของสถานที่ภายในย่านได้มากขึ้น และช่วงวัยนั้นมีความสัมพันธ์ทางอ้อมต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ย่าน โดยมีค่าอิทธิพลส่งผ่านองค์ประกอบทางจินตภาพของเมือง (IMAGE) และความรู้สึกที่มีต่อย่าน (SOP) คือ ผู้คนนั้นมีการรับรู้เกี่ยวกับภาพลักษณ์มากขึ้น ซึ่งเป็นผลมาจากการรับรู้องค์ประกอบทางจินตภาพของเมืองที่มากขึ้น รู้สึกผูกพันและพึ่งพาย่านมากขึ้นเช่นกัน

โดยสรุปแล้วภาพลักษณ์ของย่านที่เกิดจากการรับรู้ (cognitive city) ซึ่งมีตัวแปรที่มีอิทธิพลทางตรงต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของย่าน คือ จินตภาพของเมือง (TE = 0.41) โดยกลุ่มตัวแปรของจินตภาพเมืองนั้นจะประกอบไปด้วย ความชัดเจนหรือเส้นขอบของย่าน (edge = 1.09) จุดรวมหรือจุดสังเกตในย่าน (node = 1.00) และจุดหมายตา (landmark = 0.74) ซึ่งมีผลต่อค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ทางตรงตัวเดียวไปยังภาพลักษณ์ที่เกิดจากการรับรู้ (TE = 0.41) และอีกตัวแปรที่มีอิทธิพลทางตรงต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของย่าน คือ ความรู้สึกที่มีต่อสถานที่ (TE = 0.10) โดยตัวแปรกลุ่มนี้มีตัวแปรสังเกตได้ที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ ความสุนทรีย์ภาพภายในย่าน (aesthetic = 1.73) ความพึงพอใจในย่าน (satisfaction = 1.66) ความผูกพันกับย่าน (attachment = 1.61) การพึ่งพาย่าน (dependence = 1.50) สภาพแวดล้อมภายในย่าน (social/cultural = 1.38) และเอกลักษณ์ของย่าน (identity = 1.00) ดังนั้นแบบจำลองโครงสร้างของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดนี้ชี้ให้เห็นว่าการรับรู้ที่เกิดจากองค์ประกอบทางจินตภาพของเมืองและความรู้สึกที่มีต่อสถานที่นั้นแปรผันตามกันส่งผลทางตรงต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของย่านโดยที่ส่งผลอิทธิพลต่อสภาพบรรยากาศของย่านที่มีความเป็นมิตร (friendly = 1.03) ความน่าดึงดูดและความแปลกใหม่ภายในย่าน (exciting city = 1.00) รองลงมาจะเป็นความหลากหลายและความน่าสนใจของสถานที่ทำกิจกรรม พื้นที่สีเขียว (attractive park = 0.95) และอาคาร (attractive building = 0.91) รวมถึงความสะอาดและไม่แออัด (clean city = 0.84) โดยแสดงให้เห็นถึงการรับรู้ภาพลักษณ์ย่านของคนแต่ละช่วงวัยนั้นมีความสัมพันธ์กันทางตรงซึ่งปัจจัยความรู้สึกที่มีต่อสถานที่ (sense of place) จะมีผลกระทบต่อภาพลักษณ์ที่เกิดจากการรับรู้ต่อย่านมากกว่าเมื่อเทียบกับจินตภาพของเมือง (image of the city)

## 5.6 การทดสอบความแตกต่างของความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ระหว่างช่วงวัย

การวิเคราะห์ในส่วนนี้นั้นจะเป็นการทดสอบสมมติฐานของการรับรู้ภาพลักษณ์เมืองของคนในระหว่าง กลุ่ม Gen B - Gen X และกลุ่ม Gen Y - Gen Z โดยมีการทดสอบ ดังนี้

การทดสอบโมเดลการวัดความสัมพันธ์ของปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์เมืองย่านธุรกิจศูนย์กลางเมืองกรุงเทพมหานครที่มีความแตกต่างกันไปตามกลุ่มช่วงวัย โดยมีการทดสอบจากผลการวิเคราะห์แบบจำลองการวัดความสัมพันธ์ของปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลต่อการรับรู้ที่มีกลุ่มอายุที่ต่างกัน ดังตารางที่ 5.14 เมื่อได้ทำการวิเคราะห์แบบจำลองการวัดทีละกลุ่มโดยเป็นอิสระจากกัน เพื่อดูว่าแบบจำลองนั้นเป็นไปในลักษณะเดียวกันหรือไม่ พบว่า ผลการทดสอบทั้ง 2 โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยการพิจารณา 1) แบบจำลองของกลุ่ม Gen B - Gen X มีค่าไคสแควร์ = 182.8, df = 109, ค่าไคสแควร์สัมพันธ์ = 1.67, RMSEA = 0.05, CFI = 0.96, TLI = 0.93 และ 2) แบบจำลองของกลุ่ม Gen B - Gen X มีค่าไคสแควร์ = 180.9, df = 109, ค่าไคสแควร์สัมพันธ์ = 0.99, RMSEA = 0.06, CFI = 0.96, TLI = 0.94 จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นได้ว่าแบบจำลองของกลุ่ม Gen B - Gen X และแบบจำลองของกลุ่ม Gen B - Gen X นั้นมีค่าดัชนีที่ให้ผลอย่างมีความสอดคล้องกัน ดังตารางที่ 16 สรุปได้ว่าทั้ง 2 แบบจำลองนั้นมีแบบแผนของการวัดเป็นไปในลักษณะเดียวกัน จึงสามารถตอบได้ว่า แบบจำลองความสัมพันธ์ของปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์เมืองในย่านธุรกิจศูนย์กลางเมืองกรุงเทพมหานครที่มีกลุ่มอายุที่ต่างกันแบบจำลองนั้นจะไม่มี การเปลี่ยนของรูปแบบไป ดังภาพ 31 และภาพ 32

**ตาราง 16** การทดสอบโมเดลการวัดความสัมพันธ์ของปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้  
ภาพลักษณ์เมืองย่านธุรกิจศูนย์กลางเมืองกรุงเทพมหานครที่มีความแตกต่างกันไปตามกลุ่มช่วงวัย

Variable	Full	ช่วงวัย	
		BB-X	Y-Z
<b>Cognitive Image</b>			
Image of city	0.11	0.09	0.11
Sense of place	1.83	1.00	1.83
<b>Cognitive Image</b>			
Attractive buildings	0.91***	0.91***	0.91***
Attractive parks	0.95***	0.85***	0.85***
Exciting city	1.00***	0.87***	1.87***
Friendly	1.03***	0.83***	1.03***
Clean city	0.84***	0.74***	0.84***
<b>Image of city</b>			
Edge	1.09***	0.81***	1.09***
Landmark	0.74***	0.76***	0.74***
Node	1.00***	0.82***	1.00***
<b>Sense of place</b>			
Attachment	1.61***	0.63***	1.61***
Dependence	1.50***	0.72***	1.50***
Identity	1.00***	0.44***	1.00***
Satisfaction	1.66***	0.88***	1.66***
Aesthetic	1.73***	0.92***	1.73***
Social/Cultural	1.38***	0.79***	1.38***
n	180	84	96
df	54	109	109
Chi-squared	69.80	182.8	180.9

Variable	Full	ช่วงวัย	
		BB-X	Y-Z
RMSEA	0.04	0.05	0.06
CFI	0.99	0.96	0.96
TLI	0.98	0.93	0.94

หมายเหตุ: \*\*\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.001

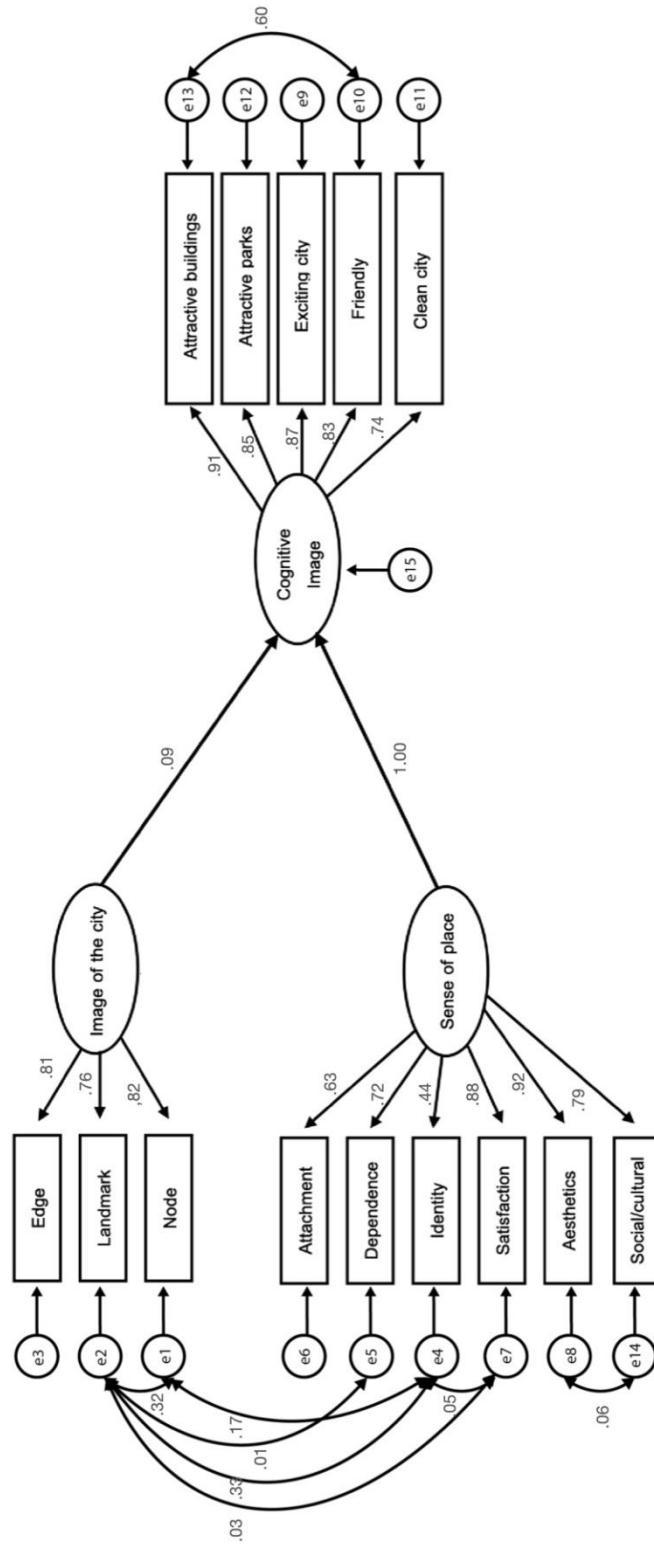
จากตารางที่ 16 จากผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน สามารถอธิบายการรับรู้ภาพลักษณ์ของย่าน องค์ประกอบทางจิตภาพเมือง และความรู้สึกที่มีต่อย่านได้ ดังนี้

องค์ประกอบด้านภาพลักษณ์ของย่าน (cognitive city) พบว่า น้ำหนักขององค์ประกอบของ Gen B – Gen X จะมีค่าอยู่ระหว่าง 0.74 – 0.91 และในกลุ่ม Gen Y – Z จะมีค่าอยู่ระหว่าง 0.84 – 1.87 และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 เมื่อเปรียบเทียบไปในแต่ละองค์ประกอบ จะเห็นได้ชัดเจนว่าในกลุ่ม Gen B – Gen X นั้นเกิดการรับรู้จากองค์ประกอบทางด้านความน่าสนใจและความหลากหลายของสถานที่ภายในย่านมาเป็นอันดับแรก รองลงมาได้แก่ความน่าดึงดูดใจของย่าน แหล่งท่องเที่ยวและพักผ่อนในย่านมีความหลากหลายและน่าสนใจ และในกลุ่มของ Gen Y – Z เมื่อพิจารณาจากค่าน้ำหนักในแต่ละองค์ประกอบแล้ว จะเห็นได้ว่า Gen Y – Z เกิดการรับรู้จากองค์ประกอบความน่าดึงดูดและแปลกใหม่จากสถานที่และกิจกรรมภายในย่านมาเป็นอันดับแรก รองลงมา คือ ความสะอาดภายในย่าน ความน่าสนใจและความหลากหลายของสถานที่ภายในย่าน

องค์ประกอบด้านจิตภาพเมือง (image of the city) พบว่า น้ำหนักขององค์ประกอบของ Gen B – Gen X จะมีค่าอยู่ระหว่าง 0.81 – 0.76 และในกลุ่ม Gen Y – Z จะมีค่าอยู่ระหว่าง 1.09 – 0.74 และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 เมื่อเปรียบเทียบไปในแต่ละองค์ประกอบ จะเห็นได้ชัดเจนว่าในกลุ่ม Gen B – Gen X นั้นเกิดการรับรู้จากองค์ประกอบทางด้านความเป็นจุดศูนย์รวมมากที่สุด รองลงมา ได้แก่เส้นขอบของย่าน และองค์ประกอบของจุดหมายภายในย่าน และในกลุ่มของ Gen Y – Z เมื่อพิจารณาจากค่าน้ำหนักในแต่ละองค์ประกอบแล้ว จะเห็นได้ว่า Gen Y – Z เกิดการรับรู้จากองค์ประกอบของความเป็นเส้นขอบเขตได้มากที่สุด รองลงมาได้แก่องค์ประกอบของจุดศูนย์รวมภายในย่าน และองค์ประกอบจุดหมายตา

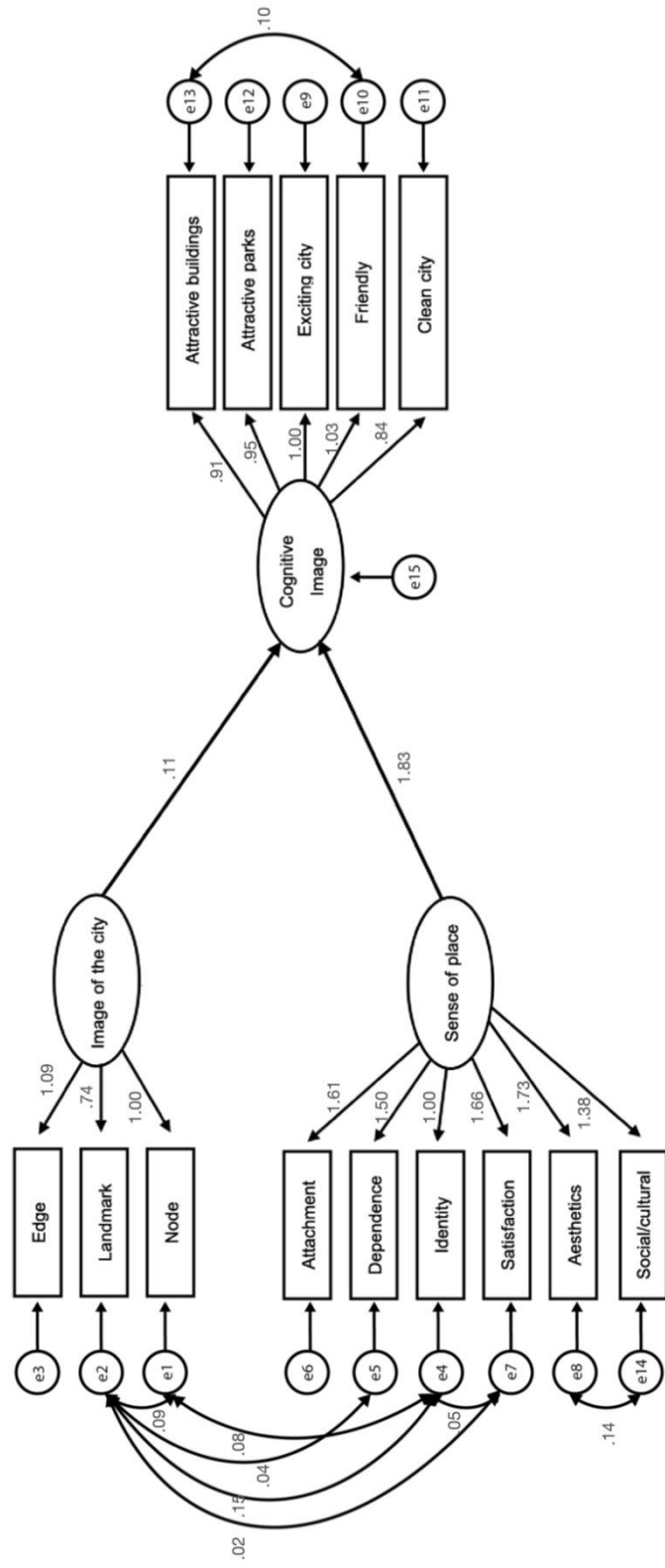
องค์ประกอบด้านความรู้สึกที่มีต่อย่าน (sense of place) พบว่า น้ำหนักขององค์ประกอบของ Gen B – X จะมีค่าอยู่ระหว่าง 0.92 – 0.44 และในกลุ่ม Gen Y – Z จะมีค่าอยู่ระหว่าง 1.00 – 1.73 และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 เมื่อเปรียบเทียบไปในแต่ละองค์ประกอบ จะเห็นได้ชัดเจนว่าในกลุ่ม Gen B –X นั้นเกิดการรับรู้จากความรู้สึกที่มีต่อย่านน้อยกว่า Gen Y – Z โดยองค์ประกอบด้านที่ทำให้เกิดการรับรู้มากที่สุด ได้แก่ ความสวยงามภายในย่าน รองลงมาได้แก่ ความพึงพอใจในย่าน และบรรยากาศที่สะท้อนถึงความเป็นย่านนั้นได้ดี และในกลุ่มของ Gen Y – Z เมื่อพิจารณาจากค่าน้ำหนักในแต่ละองค์ประกอบแล้ว จะเห็นได้ว่าความสวยงามภายในย่าน รองลงมาได้แก่ ความพึงพอใจในย่าน และบรรยากาศที่สะท้อนถึงความเป็นย่านนั้นได้ดีเช่นเดียวกับ Gen B - X





Chi - square = 182.8, df = 109, RMSEA = 0.05

ภาพ 31 แบบจำลองสมการโครงสร้างการรับรู้ทัศนภาพของเมืองผ่านคนหลายช่วงวัยของกลุ่ม Gen B – Gen X



Chi - square = 180.9, df = 109, RMSEA = 0.06

ภาพ 32 แบบจำลองสมการโครงสร้างการสร้างการรับรู้คุณภาพของเมืองผ่านคนหลายช่วงวัยของกลุ่ม Gen Y – Gen Z



## บทที่ 6 อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

วัตถุประสงค์หลักในการทำวิจัยครั้งนี้ เพื่อมุ่งเน้นไปที่การศึกษารูปแบบและองค์ประกอบของเมืองที่มีผลต่อการรับรู้ทางจิตภาพของเมืองที่แตกต่างกันไปตามคนในแต่ละช่วงวัย (Generation) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบการรับรู้ทางจิตภาพของเมืองของคนในแต่ละช่วงวัย และวิเคราะห์และตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลสมการโครงสร้างการรับรู้องค์ประกอบทางจิตภาพของเมืองผ่านคนหลายช่วงวัย เพื่อนำข้อมูลที่เห็นถึงองค์ประกอบและภาพลักษณ์ของเมืองผ่านมุมมองคนในแต่ละช่วงวัยไปเป็นแนวทางในการวางแผนพัฒนาพื้นที่เมืองในอนาคต ในบทนี้ประกอบด้วยหัวข้อ ดังนี้

- 6.1 สรุปผลและอภิปรายผลการศึกษา
- 6.2 ข้อจำกัดของการศึกษา
- 6.3 ข้อเสนอแนะ

### 6.1 สรุปและอภิปรายผลการศึกษา

#### 6.1.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษาพบว่าส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 65 เป็นเพศหญิง และอาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครร้อยละ 61.1 เมื่อจำแนกอาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่างตามช่วงอายุแล้ว จะพบว่า Gen Z หรือกลุ่มที่มีอายุ 12 – 27 ปี นั้น โดยส่วนมากจะเป็นนักเรียน นิสิต นักศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 15,000 บาท ในกลุ่มของ Gen Y หรือกลุ่มที่มีอายุ 28 – 42 ปีนั้น โดยส่วนมากจะทำอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 30,001 – 50,000 บาท ในกลุ่มของ Gen X หรือกลุ่มที่มีอายุ 43 - 62 ปีนั้น มีอาชีพทำธุรกิจส่วนตัว พนักงานบริษัทเอกชน และรับราชการ โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 30,001 – 50,000 บาท และกลุ่มของ Baby Boomer หรือ 62 ปีขึ้นไปนั้น โดยส่วนมากจะเป็นกลุ่มคนที่เกษียณอายุแล้ว และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 30,001 – 50,000 บาท ซึ่งวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาย่านสยาม - ปทุมวัน - สีลม - สาทร ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ในภาพรวมของทุกช่วงวัยนั้นจะเดินทางมาภายในย่านเพื่อซื้อสินค้า ท่องเที่ยวและใช้บริการสถานที่ต่าง ๆ ภายในย่านถึงร้อยละ 80 รองลงมาคือการเดินทางเข้ามาในย่านเพื่อเรียน หรือทำงานในย่าน และส่วนน้อยนั้นเป็นผู้ที่อาศัยอยู่ภายในย่าน

### 6.1.2 การรับรู้องค์ประกอบทางจินตภาพของเมืองผ่านคนหลายช่วงวัย

จากการศึกษาพบว่า การรับรู้ทางจินตภาพของคนในแต่ละช่วงวัยนั้นมีระดับของการรับรู้ในแต่ละองค์ประกอบส่วนใหญ่อยู่ในระดับที่มีความชัดเจนมากแต่จะแตกต่างกันไปตามแต่ละช่วงวัย โดยองค์ประกอบทางจินตภาพเมืองโดยภาพรวมแล้วส่วนใหญ่จะรู้สึกว่างค์ประกอบของความเป็นย่าน (district) นั้นทำให้เกิดการรับรู้ทางจินตภาพ และแสดงถึงภาพลักษณ์ของเมืองมากที่สุด รองลงมาได้แก่จุดหมายตา (landmark) จุดศูนย์รวม (node) เส้นทาง (path) และขอบเขตของย่าน (edge)

เมื่อได้ทำการเก็บข้อมูลองค์ประกอบทางจินตภาพของเมืองที่แบ่งตามกลุ่มคนแต่ละช่วงวัยนั้นทำให้เห็นถึงความแตกต่างขององค์ประกอบทางจินตภาพที่ทำให้คนแต่ละช่วงวัยนั้นมีความรู้สึกว่าย่านสยาม – ปทุมวัน และย่านสีลม – สาทรนั้นมีความเป็นย่านศูนย์กลางธุรกิจใจกลางเมืองกรุงเทพฯ ที่แตกต่างกันไป

#### Generation B (baby boomer)

ในกลุ่ม Gen B ซึ่งเป็นกลุ่มที่รู้สึกว่าเป็นย่านนั้นทำให้เกิดการรับรู้ทางจินตภาพและแสดงถึงภาพลักษณ์ของเมืองมากที่สุด จุดศูนย์รวมที่ชัดเจนจะเป็นบริเวณสยามสแควร์ และสกายวอล์กชองนทรี เนื่องจากเป็นบริเวณที่เป็นจุดของการเปลี่ยนรูปแบบการเดินทาง มีรถเมล์สายต่าง ๆ ผ่านบริเวณนั้น รวมถึงบริเวณจุดหน้าลานของห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลเวิร์ล ในองค์ประกอบของจุดหมายตาที่มีความชัดเจนจะได้แก่ ห้างสรรพสินค้าสยามพารากอน และรองลงมาเป็นสวนลุมพินี ซึ่งเป็นสถานที่ที่มีผู้สูงอายุไปออกกำลังกายเป็นประจำ อีกทั้งยังมีการตั้งชมรม และมีสิ่งอำนวยความสะดวกทางด้านกิจกรรมกีฬา และกิจกรรมต่าง ๆ เช่น กิจกรรมดนตรี ศิลปะ ธรรมะ ซึ่งทำให้ได้พบปะผู้คนทั้งในวัยเดียวกันและวัยอื่น ๆ ทำให้เป็นสถานที่ที่คนใน Gen B นึกถึง ในส่วนขององค์ประกอบของเส้นทางจะ ได้แก่ เส้นทางถนนพระรามที่ 1 ถนนพระรามที่ 4 เนื่องจากเป็นเส้นทางที่มีความคึกคัก อีกทั้งยังเป็นเส้นทางที่ติดกับจุดหมายตาอีกด้วย

Gen B นั้นเป็นกลุ่มอายุที่มีความคุ้นชินกับพื้นที่ในย่านสยาม – ปทุมวันเป็นอย่างมาก เนื่องจากย่านสยามนั้นเป็นย่านแรก ๆ ที่เป็นจุดนัดพบ มีศูนย์การค้าจนถึงได้ว่าเป็นย่านที่เป็นจุดเริ่มต้นของความทันสมัยในแต่ละยุค ตั้งแต่ในช่วงปี พ.ศ. 2507 ที่ได้มีการพัฒนาที่ดินให้กลายเป็นพื้นที่ของอาคารพาณิชย์ มีร้านค้า โรงหนังเปิดให้บริการ ซึ่งในสมัยก่อนนั้นถือได้ว่าเป็นย่านที่ใหญ่และทันสมัยมากในชื่อ ย่านสยามสแควร์ ซึ่งในยุคนั้นถ้าต้องการดูหนัง ซื้อป๊อป หรือพบปะกลุ่มเพื่อนก็ต้องไปที่สยามเพราะเป็นสถานที่ที่วัยรุ่นนิยมไปเที่ยว จึงทำให้ Gen B นั้นมีความรู้สึกว่าย่านสยามนั้นเป็นจุดศูนย์รวมมาตั้งแต่สมัยอดีตจนถึงปัจจุบัน และถ้าพูดถึงองค์ประกอบที่เป็นจุดหมายตา ทุกคนจะต้องพูดถึงห้างสรรพสินค้าสยามพารากอน จากการสัมภาษณ์ Gen B ในสมัยก่อนที่ตั้งพารากอนนั้นเคยเป็นที่ตั้งของโรงแรมสยามอินเตอร์คอนติเนนตอล ซึ่งเป็นโรงแรมห้าดาวระดับนานาชาติแห่งแรกของประเทศไทย นอกจากมีหลังคาที่เป็นเอกลักษณ์ และยังใช้เป็นสถานที่จัดงานสัมมนา รวมถึง

เป็นสถานที่ถ่ายทำหนังไทยในสมัยนั้นมีจึงทำให้เมื่อพูดถึงบริเวณย่านสยาม – ปทุมวัน Gen B จะมีภาพจำของความเป็นเอกลักษณ์ของสถานที่ตั้งแต่สมัยโรงแรมสยามอินเตอร์คอนติเนนตอลจนมาถึงปัจจุบันที่กลายเป็นห้างสรรพสินค้าสยามพารากอนที่ปัจจุบันนี้เป็นจัตุรัสสำคัญแห่งหนึ่งของย่านสยาม – ปทุมวัน ทั้งตึกที่โดดเด่นสะดุดตา อีกทั้งบริเวณลานพาร์คพารากอน หรือที่เรียกกันว่าลานน้ำพุ นั้นยังเป็นจุดนัดพบที่สามารถสังเกตได้ง่าย และยังเป็นลานที่ใช้จัดกิจกรรมทั่วไปอีกด้วย สถานที่ที่เป็นจุดสำคัญอีกที่หนึ่งของ Gen B ได้แก่ สวนลุมพินี เนื่องจากเป็นสถานที่ที่มีความผูกพันจากการเข้าไปทำกิจกรรมในพื้นที่ ทำให้เป็นพื้นที่ที่รู้สึกถึงความคุ้นเคย

### Generation X

จากกลุ่ม Gen X นั้นมีความรู้สึกว่าย่านสยาม – ปทุมวัน – สีลม – สาทร นั้นมีความเป็นย่านศูนย์กลางธุรกิจใจกลางเมืองกรุงเทพเหมือนกัน และรู้สึกว่างค์ประกอบของความเป็นจุดศูนย์รวมของย่านนั้นทำให้เกิดการรับรู้ทางจินตภาพและแสดงถึงภาพลักษณ์ของเมืองมากที่สุด ซึ่งจุดศูนย์รวมของย่านที่มีความชัดเจนมากที่สุดจะเป็นบริเวณสกายวอล์กวันสยาม และจุดเชื่อมต่อสถานีรถไฟฟ้าสยาม ร่องลงมาเป็นบริเวณสกายวอล์กราชประสงค์ สกายวอล์กช่องนนทรี ทำให้เห็นถึงความเชื่อมโยงกันระหว่างพื้นที่บริเวณปทุมวันและสีลมตามการรับรู้ของคน Gen X เนื่องจากส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนบริเวณย่านสาทร แต่ก็ยังมีการใช้บริการสถานที่บริเวณย่านสยามเป็นประจำ จึงทำให้มีองค์ประกอบของจุดหมายตา ได้แก่ ห้างสรรพสินค้าสยามพารากอน สวนลุมพินี และห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลเวิร์ล อาคารคิงเพาเวอร์ มหานคร อาคารซีพีทาวเวอร์ ศาลท้าวมหาพรหม และห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลสีลมคอมเพล็กซ์

Gen X นั้นเป็นกลุ่มอายุที่มีความคุ้นชินกับพื้นที่ทั้งสองย่านเป็นอย่างมาก เพราะนอกจากจะเป็นรุ่นที่เติบโตขึ้นมากับย่านสยาม – ปทุมวันในช่วงวัยรุ่นแล้ว ปัจจุบันซึ่งอยู่ในช่วงของวัยทำงาน และส่วนมากทำงานอยู่ในบริเวณย่านสีลม – สาทรซึ่งเป็นย่านที่สำนักงานใหญ่เป็นจำนวนมาก จึงทำให้เกิดไลฟ์สไตล์ของคนเมืองในวัยทำงาน ทั้งในรูปแบบของกิจกรรมช่วงกลางวันและกลางคืน ทำให้สถานที่ที่ Gen X ระบุลงในแผนที่ทางจินตภาพนั้นเป็นสถานที่ที่คุ้นชิน และเป็นสถานที่ที่เดินทางไปเป็นประจำ อย่างเห็นได้ชัดคือบริเวณสกายวอล์กราชประสงค์ สกายวอล์กช่องนนทรี และสถานีรถไฟฟ้า ซึ่งเป็นจุดเปลี่ยนถ่ายของระบบขนส่งหลายรูปแบบทั้ง รถประจำทาง รถไฟฟ้า รถตู้ที่ดำเนินการโดยเอกชน อีกทั้งเส้นทางที่ได้ระบุถึงเส้นระบบขนส่งทางรางอย่าง BTS สายสุขุมวิท และ MRT สายเฉลิมรัชมงคล ยังทำให้เห็นว่า Gen X โดยส่วนมากนั้นยังใช้ระบบขนส่งสาธารณะในการเดินทางไปทำงานนอกจากใช้รถยนต์ส่วนบุคคลเช่นกัน ในส่วนของจุดหมายตานอกจากห้างสรรพสินค้าสยามพารากอน และสวนลุมพินีแล้ว อาคารคิงเพาเวอร์ มหานครก็เป็นอีกจุดหมายหนึ่งเช่นกันเนื่องจากเป็นอาคารที่อยู่ติดกับสถานีช่องนนทรี เป็นตึกที่มีความสูงเป็นอันดับ 2 ของ

ประเทศไทย เป็นอาคารที่โดดเด่นและสะดุดตา นอกจากนี้อาคารซีพีทาวเวอร์ และห้างสรรพสินค้า เซ็นทรัลสโตนคอมเพล็กซ์นั้นยังเป็นสถานที่ที่ Gen X เดินทางไปเป็นประจำ นอกจากจะเป็นอาคารสำนักงานแล้ว ยังเป็นสถานที่ที่รวบรวมไปด้วยร้านค้า ร้านอาหารกระจายอยู่ทั่วทั้งอาคาร จึงทำให้เป็นแหล่งศูนย์รวมของ Gen X ที่ทำงานออฟฟิศภายในย่าน

### Generation Y

กลุ่ม Gen Y ส่วนใหญ่นั้นจะคิดว่าย่านสีลม - สาทรเป็นย่านที่มีความเป็นย่านศูนย์กลางธุรกิจใจกลางเมืองกรุงเทพมหานครมากกว่าบริเวณย่านสยามปทุมวัน เพราะ Gen Y เป็นกลุ่มคนช่วงวัยทำงานที่บริษัทหรือสำนักงานนั้นจะอยู่บริเวณละแวกสาทรเป็นส่วนใหญ่ จึงทำให้ Gen Y ตอบสถานที่บริเวณละแวกสาทรเป็นส่วนใหญ่ เช่น ในองค์ประกอบของความเป็นจุดศูนย์รวม ที่ Gen Y นั้นเลือกบริเวณสกายวอล์กช่องนนทรีนั้นมีค่าความถี่สูงสุด ซึ่ง Gen Y นั้นรู้สึกว่างค์ประกอบของความเป็นจุดหมายตานั้นจะทำให้เกิดการรับรู้ทางจินตภาพและแสดงถึงภาพลักษณ์ของเมืองมากที่สุด โดย Gen Y นั้นได้ทำการเลือกอาคารคิงเพาเวอร์ มหานคร และอาคารเอ็มไพร์ด้วยเช่นกัน ต่างจากกลุ่มช่วงวัยอื่น ๆ ที่มักจะไม่ค่อยพูดถึงสถานที่นี้บ่อยเท่าจุดหมายตาบริเวณย่านสยาม อีกทั้งยังสังเกตเห็นได้ว่า Gen Y นั้นเป็นกลุ่มที่มีการใช้ขนส่งโดยระบบรถไฟฟ้ามากที่สุด เนื่องจากเส้นทางที่กลุ่มนี้ได้เลือกนั้นได้แก่ เส้นทางรถไฟฟ้าสายสีเขียว (BTS สายสุขุมวิท) ร่องลงมาเป็นเส้นทางรถไฟฟ้ามหานครสายเฉลิมรัชมงคล เส้นทางรถไฟฟ้าสายสีเขียวเข้ม (BTS สายสีลม)

Gen Y นั้นเป็นกลุ่มอายุที่อยู่ในช่วงวัยทำงาน และบางคนนั้นยังเป็นช่วงวัยเริ่มทำงาน โดยส่วนมาก Gen Y นั้นจะทำงานในบริษัทเอกชนบริเวณย่านสีลม - สาทร นอกจากจะเป็นย่านที่เป็นศูนย์กลางธุรกิจที่มีสำนักงานใหญ่ และบริษัทหลายแห่งแล้วยังเป็นย่านที่เป็นจุดเชื่อมต่อของการเดินทางหลายรูปแบบจึงสามารถเดินทางด้วยระบบขนส่งสาธารณะได้ง่าย เนื่องจาก Gen Y นั้นเป็นกลุ่มที่ใช้ระบบขนส่งสาธารณะมากที่สุดกลุ่มหนึ่ง โดยสถานที่ที่เป็นจุดหมายตาอย่างอาคารคิงเพาเวอร์ มหานคร และอาคารเอ็มไพร์ ที่เป็นอาคารสำนักงานที่มีการทำกิจกรรมแบบผสมผสาน มีพื้นที่พลาซ่า และร้านอาหารมากมาย จึงตอบโจทย์การใช้ชีวิตของ Gen Y อีกทั้ง Gen Y นั้นเป็นกลุ่มที่ต้องการความสมดุลระหว่างชีวิตทำงานและชีวิตส่วนตัว (Work life balance) จึงมักจัดสรรเวลาให้ทำงานและชีวิตส่วนตัวในจุดที่สมดุลกัน โดยหลังเลิกงานอาจไปทำกิจกรรมอื่น ๆ เช่น ออกกำลังกาย พบปะสังสรรค์กับเพื่อนฝูง จะไม่ค่อยหมกมุ่นอยู่กับงานเหมือนกับคนรุ่นก่อน ซึ่งย่านสีลม - สาทรในช่วงเวลากลางคืนนั้นก็มีร้านอาหารและบาร์มากมายจึงทำพื้นที่ในย่านสีลม - สาทรนั้นตรงกับความต้องการในรูปแบบการใช้ชีวิตของคนวัยทำงานอย่าง Gen Y

## Generation Z

กลุ่มสุดท้ายได้แก่กลุ่ม Gen Z ที่ส่วนใหญ่รู้สึกว่าย่านสยาม - ปทุมวันนั้นมีความเป็นย่านศูนย์กลางธุรกิจใจกลางเมืองกรุงเทพฯ มากกว่าย่านสีลม - สาทร อีกทั้งส่วนใหญ่ยังรู้สึกว่าย่านนี้ประกอบของความเป็นจุดหมายตานั้นทำให้เกิดการรับรู้ทางจินตภาพและแสดงถึงภาพลักษณ์ของเมืองมากที่สุด โดยสถานที่ที่ถูกเลือกมากที่สุดเป็นห้างสรรพสินค้าสยามพารากอน ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลเวิร์ล และสวนลุมพินี Gen Z นั้นยังเป็นกลุ่มเดียวที่มีการเลือกสถานที่ที่เป็นสถานศึกษา ได้แก่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ซึ่งทำให้เห็นถึงลักษณะของการเข้ามาทำกิจกรรมในพื้นที่อย่างชัดเจน

การที่กลุ่ม Gen Z ที่ส่วนใหญ่รู้สึกว่าย่านสยาม - ปทุมวันนั้นมีความเป็นย่านศูนย์กลางธุรกิจใจกลางเมืองกรุงเทพฯ มากกว่าย่านสีลม - สาทรนั้นเป็นเพราะว่า Gen Z นั้นเป็นกลุ่มที่อยู่ในวัยนักเรียน นักศึกษาจึงเป็นกลุ่มที่คุ้นชินกับพื้นที่สยาม - ปทุมวันที่เป็นพื้นที่ศูนย์กลางรูปแบบการใช้ชีวิตของชาวเมืองอย่าง Gen Z ไว้ด้วยกัน โดยรวมเอาพื้นที่พาณิชยกรรมและศิลปะเข้าไว้ด้วยกันแล้วยังเป็นแหล่งของพื้นที่ทางการศึกษา นอกจากสถาบันระดับอุดมศึกษาแล้วยังมีสถานที่ที่เรียนพิเศษที่รวบรวมผู้สอนชั้นนำไว้ด้วยเช่นกัน อีกทั้ง Gen Z นั้นเป็นกลุ่มที่เติบโตมาพร้อมกับเทคโนโลยี และแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียในรูปแบบต่าง ๆ รวมถึงยังเป็นช่วงวัยที่แตกต่างจากคนใน Gen อื่น ๆ อย่างชัดเจน เพราะยังเป็นกลุ่มคนที่อยู่ในช่วงวัยที่ชอบการออกไปหาประสบการณ์ใหม่ ๆ มากกว่าการทำอะไรแบบเดิม ๆ ด้วยเช่นกัน พื้นที่บริเวณย่านสยาม - ปทุมวันจึงตอบโจทย์รูปแบบการใช้ชีวิตของกลุ่ม Gen Z ได้มากที่สุด เพราะพื้นที่สยามนั้นได้มีการปรับเปลี่ยนและพัฒนาขึ้นมากมาย เช่น การจัด Siam walking street fest ที่มีการรวบรวมร้านค้า และยังเปิดพื้นที่ให้คนในทุกกลุ่มสามารถมาแสดงความสามารถในรูปแบบต่าง ๆ โดยที่เห็นมากที่สุด คือการแสดงวงดนตรีของนักเรียนกลุ่มต่าง ๆ โดยการจัดกิจกรรมนั้นจะเปลี่ยนรูปแบบไปตามโอกาสต่าง ๆ จึงทำให้ย่านสยาม - ปทุมวันนั้นไม่น่าเบื่อสำหรับ Gen Z

จากการวิเคราะห์องค์ประกอบทางจินตภาพของเมืองนั้นทำให้เห็นถึงความชัดเจนของรูปแบบของการทำกิจกรรมในย่านของคนแต่ละช่วงวัยที่มีความสัมพันธ์กันระหว่างเส้นถนนกับสถานที่ที่เป็นจุดศูนย์รวม และจุดหมายตาที่ทำให้เกิดความชัดเจนในแต่ละองค์ประกอบของจินตภาพเมือง รวมถึงทำให้เห็นถึงความเป็นย่านจุดศูนย์รวมแหล่งของการบริการในย่านสยาม - ปทุมวัน และย่านสีลม - สาทร เช่น ห้างสรรพสินค้าพารากอนซึ่งจะเห็นได้อย่างชัดเจนว่าคนในทุกช่วงวัยนั้นเลือกให้เป็นจุดหมายที่มีความชัดเจนมากที่สุด เนื่องจากเป็นสถานที่ที่เดินทางง่าย สามารถสังเกตเห็นได้ง่าย อีกทั้งยังเป็นพื้นที่ลานน้ำพุนั้นสามารถใช้เป็นจุดนัดพบได้อย่างชัดเจน

ซึ่งผลการศึกษาเรื่ององค์ประกอบของการรับรู้ทางจินตภาพเมืองของคนในแต่ละช่วงวัยนั้นจะเห็นได้ว่าในแต่ละกลุ่มช่วงวัยนั้นก็จะมีรับรู้ทางจินตภาพเมืองในแต่ละองค์ประกอบที่แตกต่างกันไป ตามลักษณะและประสบการณ์ทางสังคม และบริบทของการเปลี่ยนแปลงจึงทำให้เกิดจุดร่วมของ

ลักษณะหรือพฤติกรรมเฉพาะตัว ซึ่งเป็นรูปแบบของการใช้บริการในสถานที่และเกิดการรับรู้ที่แตกต่างกันไป โดย Gen B นั้นจะเป็นกลุ่มที่รู้สึกว่าเป็นย่านนั้นทำให้เกิดการรับรู้ทางจินตภาพและแสดงถึงภาพลักษณ์ของเมืองมากที่สุด เนื่องจากเป็นช่วงวัยที่เติบโตขึ้นมาในช่วงเวลาที่เกิดการเปลี่ยนแปลงมากมาย โดยพฤติกรรมของ Gen B อย่างหนึ่งซึ่งส่งผลต่อการรับรู้ที่ต่างจากช่วงวัยอื่นก็คือช่องการรับข่าวสาร โดย Gen B นั้นมีพฤติกรรมในการรับข่าวสารจากแหล่งที่ตัวเองเชื่อถือเท่านั้น ซึ่งกลุ่ม Gen B นั้นยึดถือแนวคิดนี้มาตั้งแต่สมัยก่อนจนถึงปัจจุบัน ถึงแม้ว่าปัจจุบันจะได้สัมผัสกับเทคโนโลยีใหม่ ๆ มากขึ้น แต่ Gen B นั้นยังคงเลือกที่จะรับข่าวสารจากโทรทัศน์ ทำให้ Gen B นั้นมีภาพจำส่วนหนึ่งมาจากสถานที่ที่มีความโด่งดัง หรือเป็นสถานที่ที่ได้รับความนิยมในการใช้เป็นสถานที่ถ่ายทำทางโทรทัศน์ โดยเฉพาะย่านสยาม - ปทุมวัน ซึ่งถูกใช้เป็นสถานที่ถ่ายทำในละครมาตั้งแต่ในสมัยอดีต อีกทั้ง Gen B นั้นเป็นกลุ่มคนที่ไม่ชอบการอยู่บ้านเฉย ๆ และเป็นกลุ่มคนที่ดูแลสุขภาพและยังให้ความสำคัญกับการมีคุณภาพชีวิตที่ดี ต้องการได้พบปะกับคนในรุ่นราวคราวเดียวกัน สวนสาธารณะนั้นจึงเป็นหนึ่งตัวเลือกที่คน Gen B นั้นเลือกไปใช้บริการ เช่น สวนลุมพินี ซึ่งเป็นสถานที่ที่มีผู้สูงอายุไปออกกำลังกายเป็นประจำ จึงทำให้คน Gen B นั้นรู้สึกมีความผูกพันกับสถานที่และมีความรู้สึกว่าย่านสาธารณะนั้นเป็นจุดศูนย์รวมและเป็นจุดหมายตาของย่านที่มีความชัดเจน ในส่วนของกลุ่ม Gen X เป็นกลุ่มที่มีความรับผิดชอบงานสูง จึงเป็นกลุ่มที่ต้องการที่จะมีวิถีการใช้ชีวิตแบบคนเมืองในรูปแบบของการปรับสมดุลระหว่างงานและชีวิตส่วนตัวเลยมักที่จะหากิจกรรมในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งการไปออกกำลังกาย หรือพบปะเพื่อนซึ่งสถานที่โดยส่วนใหญ่ที่ Gen X เข้าไปใช้ทำกิจกรรมหรือใช้บริการในทุกวันนี้ขึ้นอยู่กับบริเวณจุดเชื่อมต่อการเดินทางในหลายรูปแบบ จึงทำให้ Gen X นั้นรู้สึกว่าย่านองค์ประกอบของความเป็นจุดศูนย์รวมที่มีกิจกรรมในรูปแบบต่าง ๆ ของย่านนั้นส่งผลให้เกิดการรับรู้ทางจินตภาพและแสดงถึงภาพลักษณ์ของเมืองที่ตรงกับวิถีการดำเนินชีวิต ซึ่งจุดศูนย์รวมของย่านที่มีความชัดเจนมากที่สุดจะเป็นบริเวณสกายวอล์กวันสยาม และจุดเชื่อมต่อกับสถานีรถไฟฟ้าสยาม รองลงมาเป็นบริเวณสกายวอล์กราชประสงค์ สกายวอล์กช่องนนทรี ทำให้เห็นถึงความเชื่อมโยงกันระหว่างพื้นที่บริเวณปทุมวันและสีลมตามการรับรู้ของคน Gen X เนื่องจากส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนบริเวณย่านสาทร แต่ก็ยังมีการใช้บริการสถานที่บริเวณย่านสยามเป็นประจำโดยการเดินทางด้วยขนส่งสาธารณะอย่างรถไฟฟ้าเป็นส่วนใหญ่ ในกลุ่มของ Gen Y ที่มีการรับรู้ถึงองค์ประกอบของความเป็นจุดหมายตานั้นจะทำให้เกิดการรับรู้ทางจินตภาพและแสดงถึงภาพลักษณ์ของเมืองมากที่สุด เนื่องจาก Gen Y นั้นเติบโตมาพร้อมกับเทคโนโลยีดิจิทัลที่พัฒนามากขึ้น จึงทำให้คนใน Gen Y นั้นใช้ชีวิตพร้อมกับการอัปเดตข่าวสารบนโลกออนไลน์ และชอบโพสรูปภาพหรืออัปเดตสิ่งต่าง ๆ ในโซเชียลมีเดียเป็นประจำ รวมถึงยังใช้โซเชียลมีเดียในการวางแผนการท่องเที่ยว หรือหาสถานที่ใหม่ ๆ ยิ่งในปัจจุบันที่โซเชียลมีเดียมันได้เข้ามามีบทบาทมากขึ้น การที่แชร์รูปภาพสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ นั้นก็ทำให้เกิดการรับรู้ในองค์ประกอบของความเป็นจินต

ภาพทางหนึ่ง เกิดเป็นสถานที่ที่เป็นสัญลักษณ์สำคัญภายในย่านมากขึ้นทำให้ Gen Y นั้นเกิดการรับรู้ทางจินตภาพในองค์ประกอบของจุดหมายตามากที่สุด เช่นเดียวกับในกลุ่ม Gen Z ซึ่งนอกจากจะมีการรับรู้องค์ประกอบจินตภาพอย่างจุดหมายตาแบบกลุ่ม Gen Y แล้ว Gen Z นั้นก็กลุ่มที่เติบโตมากับเทคโนโลยีตั้งแต่เด็ก ทำให้ Gen Z นั้นมีความเปิดกว้างทางด้านความคิด และสามารถเรียนรู้และหาความรู้ได้ทุกที่ กลุ่ม Gen Z ส่วนใหญ่จึงรู้สึกว่าย่านสยาม – ปทุมวันนั้นมีความเป็นย่านศูนย์กลางธุรกิจใจกลางเมืองกรุงเทพฯ มากกว่าย่านสีลม – สาทรนั้นเป็นเพราะว่า Gen Z เป็นกลุ่มที่อยู่ในวัยนักเรียน นักศึกษาที่มีความผูกพันและเข้าไปทำกิจกรรมในย่านสยาม – ปทุมวันอย่างเป็นทางการทำให้มีความคุ้นชินกับพื้นที่สยาม – ปทุมวัน ซึ่งจะเห็นได้ว่าพื้นที่บริเวณย่านสยาม – ปทุมวันในปัจจุบันนั้นมีการพัฒนาพื้นที่ทั้งสาธารณะ รวมถึงพื้นที่ที่ทำให้เกิดการเรียนรู้ในรูปแบบต่าง ๆ จึงทำให้พื้นที่ย่านสยาม – ปทุมวันนั้นเป็นเหมือนจุดศูนย์รวมแห่งหนึ่งของวัยรุ่นในยุคปัจจุบัน

### 6.1.3 วิเคราะห์และตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลสมการโครงสร้างการรับรู้

#### องค์ประกอบทางจินตภาพของเมืองผ่านคนหลายช่วงวัย

การวิเคราะห์พบว่า การรับรู้ของคนในแต่ละช่วงวัยนั้นมีระดับของการรับรู้ในแต่ละองค์ประกอบส่วนใหญ่อยู่ในระดับที่มีความชัดเจนมาก ในองค์ประกอบของจินตภาพเมืองนั้นแต่ละช่วงวัยได้ให้ความสำคัญต่อจุดความชัดเจนหรือเส้นขอบของย่าน (edge) ในย่านมาเป็นอันดับแรก องค์ประกอบที่ 2 ในองค์ประกอบของความรู้สึกที่มีต่อสถานที่นั้นแต่ละช่วงวัยได้ให้ความสำคัญกับความสุนทรีย์ภาพ (aesthetic) ภายในย่านมาเป็นอันดับแรก โดยที่ส่งผลอิทธิพลต่อสภาพบรรยากาศของย่านที่มีความเป็นมิตร (friendly) ในการรับรู้ภาพลักษณ์ของย่านมากที่สุด

โดยการรับรู้ทางจินตภาพของเมืองในแต่ละองค์ประกอบของคนในแต่ละช่วงวัยนั้นส่งผลต่อการรับรู้เชิงจินตภาพของเมืองที่ต่างกันไปในแต่ละช่วงวัย โดยที่คนในกลุ่ม Gen Y และ Gen Z นั้นเกิดการรับรู้ภาพลักษณ์ของย่านได้ดีกว่ากลุ่ม Gen B และ X ดังนี้ เมื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลองค์ประกอบด้านภาพลักษณ์ของย่าน (cognitive city) เมื่อทำการเปรียบเทียบไปในแต่ละองค์ประกอบ จะเห็นได้ชัดเจนว่าในกลุ่ม Gen B – Gen X นั้นเกิดการรับรู้จากองค์ประกอบทางด้านความน่าสนใจและความหลากหลายของสถานที่ภายในย่านมาเป็นอันดับแรก รองลงมาได้แก่ความน่าดึงดูดใจของย่าน แหล่งท่องเที่ยวและพักผ่อนในย่านมีความหลากหลายและน่าสนใจ และในกลุ่มของ Gen Y – Z เมื่อพิจารณาจากค่าน้ำหนักในแต่ละองค์ประกอบแล้ว จะเห็นได้ว่า Gen Y – Z เกิดการรับรู้จากองค์ประกอบความน่าดึงดูดและแปลกใหม่จากสถานที่และกิจกรรมภายในย่านมาเป็นอันดับแรก เพราะส่วนใหญ่ในกลุ่ม Gen Y – Gen Z นั้นสามารถที่จะเรียนรู้และหาความรู้ได้ทุกที่ การที่ย่าน

มีสถานที่และกิจกรรมที่แปลกใหม่ก็จะส่งผลให้เกิดภาพลักษณ์ของย่านที่เกิดจากการรับรู้มากยิ่งขึ้น รองลงมา คือ ความสะอาดภายในย่าน ความน่าสนใจและความหลากหลายของสถานที่ภายในย่าน

องค์ประกอบด้านจินตภาพเมือง (image of the city) เมื่อเปรียบเทียบไปในแต่ละองค์ประกอบ จะเห็นได้ชัดเจนว่าในกลุ่ม Gen B – Gen X นั้นเกิดการรับรู้จากองค์ประกอบทางด้านความเป็นจุดศูนย์รวมมากที่สุด ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลที่ได้จากการสอบถามถึงองค์ประกอบทางจินตภาพของเมือง โดยส่วนใหญ่แล้วจะมีความคุ้นชิน และสามารถจดจำสถานที่ที่เป็นจุดศูนย์รวมภายในย่านได้ดี รองลงมา ได้แก่ เส้นขอบของย่าน และองค์ประกอบของจุดหมายภายในย่าน และในกลุ่มของ Gen Y – Z เมื่อพิจารณาจากค่าน้ำหนักในแต่ละองค์ประกอบแล้ว จะเห็นได้ว่า Gen Y – Z เกิดการรับรู้จากองค์ประกอบของความเป็นเส้นขอบเขตได้มากที่สุด เนื่องจากในกลุ่มนี้ได้มีการสัมผัสของความเป็นเมืองมหาวิทยาลัย อีกทั้งยังสามารถรับรู้ถึงขอบเขตความเป็นย่านตามรูปแบบของการทำกิจกรรมเชิงพื้นที่ในย่านได้ดี จึงทำให้เกิดการรับรู้ทางจินตภาพในองค์ประกอบนี้ได้ด้วยความชัดเจนมากกว่ากลุ่ม Gen B และ Gen X รองลงมาได้แก่องค์ประกอบของจุดศูนย์รวมภายในย่าน และองค์ประกอบจุดหมายตา

องค์ประกอบด้านความรู้สึกที่มีต่อย่าน (sense of place) จากการวิเคราะห์น้ำหนักขององค์ประกอบของ Gen B – Gen X และกลุ่ม Gen Y – Z เมื่อเปรียบเทียบไปในแต่ละองค์ประกอบ จะเห็นได้ชัดเจนว่าในกลุ่ม Gen B – Gen X นั้นความรู้สึกที่มีต่อย่านนั้นส่งผลให้เกิดการรับรู้ภาพลักษณ์เมืองน้อยกว่าคนในกลุ่ม Gen Y – Z โดยองค์ประกอบในด้านความรู้สึกในรูปแบบของการสัมผัสได้ถึงความสวยงามของอาคาร สถาปัตยกรรมภายในย่าน และความพึงพอใจในภาพรวมของย่าน รวมถึงบรรยากาศที่สะท้อนถึงความเป็นย่านนั้นได้ดีจะทำให้เกิดการรับรู้ภาพลักษณ์ย่านที่ดียิ่งขึ้น และในกลุ่มของ Gen Y – Z เมื่อพิจารณาจากค่าน้ำหนักในแต่ละองค์ประกอบแล้ว จะเห็นได้ว่าความสวยงามภายในย่าน รองลงมาได้แก่ ความพึงพอใจในย่าน และบรรยากาศที่สะท้อนถึงความเป็นย่านนั้นได้ดีเช่นเดียวกับ Gen Y – Z

โดยรวมแล้วผลลัพธ์แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยจินตภาพของเมือง (image of the city) และปัจจัยความรู้สึกที่มีต่อสถานที่ (sense of place) ที่เกี่ยวกับการรับรู้และอารมณ์มีอิทธิพลอย่างมากต่อภาพลักษณ์ที่เกิดจากการรับรู้ (cognitive image) ของในแต่ละช่วงวัยที่มีต่อเมือง จากปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับจินตภาพเมืองและความรู้สึกที่มีต่อสถานที่ในย่าน จากการที่คนในแต่ละช่วงวัยมีประสบการณ์ มีความรู้สึกมีความผูกพัน และมีส่วนร่วมกับย่านที่แตกต่างกันไป แต่ยังสามารถสะท้อนให้เห็นถึงองค์ประกอบภายในย่านซึ่งประกอบด้วย ลักษณะทางกายภาพ กิจกรรม วัฒนธรรมและสังคมที่สะท้อนให้เห็นถึงคุณภาพของความเป็นย่านศูนย์กลางธุรกิจใจกลางเมืองกรุงเทพของพื้นที่ ปทุมวัน - สยาม - สีลม - สาทร ฉะนั้นในอนาคตจึงต้องคำนึงถึงความเป็นเอกลักษณ์และความน่าดึงดูดให้ผู้คนไปทำกิจกรรมในย่านร่วมกับการวางแผนพัฒนาเมือง



## 6.2 ข้อจำกัดของการศึกษา

เนื่องจากเป็นช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด 19 จึงทำให้ต้องเก็บแบบสอบถามในรูปแบบออนไลน์เป็นส่วนใหญ่ และจากการกำหนดกลุ่มตัวอย่างเป็นตามช่วงวัย ในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้ที่มีอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไปนั้นเป็นไปได้ยาก จำเป็นต้องสัมภาษณ์ร่วมกับการทำแบบสอบถาม

## 6.3 ข้อเสนอแนะ

### 6.3.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ในการที่เราจะสามารถเพิ่มการรับรู้ของภาพลักษณ์ย่านให้เกิดความชัดเจนมากขึ้น จากผลการศึกษาจะเห็นว่า ในส่วนของความสวยงาม ความพึงพอใจ การได้พึ่งพาอาศัยสถานที่ ความผูกพัน และบรรยากาศภายในย่านนั้นเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญสูง ซึ่งทำให้เกิดบรรยากาศที่สะท้อนถึงความ เป็นย่าน และความน่าสนใจในส่วนของของกิจกรรมและสถานที่ต่าง ๆ ภายในย่าน ในการที่มีพื้นที่ สาธารณะ และสถานที่พักผ่อนที่หลากหลาย ซึ่งการที่จะทำให้ผู้คนในแต่ละช่วงวัยนั้นเกิดการรับรู้ที่ ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของเมืองที่มีความชัดเจนมากขึ้น นั้นต้องอาศัยบทบาทของนักวางแผนในการ วางแผนในองค์ประกอบที่เกี่ยวกับด้านบทบาทความเป็นย่านให้มีความชัดเจนมากขึ้น รวมถึง องค์ประกอบทางจินตภาพเมือง ในองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับจุดรวมหรือจุดสังเกตในย่าน ความเป็น เอกลักษณ์และความน่าดึงดูดใจของย่าน ซึ่งปัจจัยเหล่านี้จะสามารถทำให้คนทุกช่วงวัยนั้นเกิดการรับรู้ ภาพลักษณ์เมืองมากขึ้น และมีความรู้สึกที่ดีต่อย่านมากขึ้น

จากการอภิปรายผลศึกษาจะเห็นว่าคนในแต่ละช่วงวัยนั้นมีการรับรู้เอกลักษณ์ทางพื้นที่ และ องค์ประกอบทางจินตภาพของเมืองที่แตกต่างกันไป เพื่อสนับสนุนให้เป็นพื้นที่ที่เหมาะสมสำหรับการ ทำกิจกรรมของคนในทุกกลุ่มช่วงวัย ซึ่งนอกจากห้างสรรพสินค้าแล้ว เช่น สวนลุมพินีซึ่งเป็นพื้นที่ สวนสาธารณะที่เก่าแก่และมีชื่อเสียง อีกทั้งยังเป็นพื้นที่ที่เหมาะสมกับคนทุกช่วงวัย อาจจะต้องมีการ ออกแบบการใช้ประโยชน์พื้นที่ให้สามารถเข้าถึงทุกกลุ่มช่วงวัย มีพื้นที่ในการทำกิจกรรมที่หลากหลาย สอดคล้องกับยุคสมัยในปัจจุบัน และประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับกิจกรรมที่จัดมากขึ้นเพื่อให้เกิดเป็นพื้นที่ สำหรับพักผ่อนและแลกเปลี่ยนความรู้ของคนในแต่ละช่วงวัย และเป็นพื้นที่ที่ทุกคนสามารถใช้งานได้ อย่างเท่าเทียมกัน นอกจากนี้ถ้าจะมีการพัฒนาพื้นที่ หรือจัดงานโปรโมทย่านให้เหมาะสมกับช่วงวัย นั้น สถานที่ที่เหมาะสมกับ Gen B นั้นนอกจากพื้นที่บริเวณสยามพารากอน และสวนลุมพินีแล้วยังมี บริเวณสยามสแควร์วันด้วยเช่นกัน เช่นเดียวกับ Gen X และนอกจากนี้ในส่วนกลุ่ม Gen Y และ Gen Z ยังมีพื้นที่บริเวณสกายวอล์กช่องนนทรี ซึ่งเป็นพื้นที่ที่น่าสนใจอีกแห่งหนึ่ง

เพราะในปัจจุบันนั้นเมืองนั้นมีการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงอย่างไม่หยุดนิ่ง โดยสามารถ พัฒนาเป็นพื้นที่สาธารณะเพื่อจัดกิจกรรมประเภทต่าง ๆ เป็นพื้นที่แหล่งการเรียนรู้ไม่จำกัด ซึ่ง สามารถเกิดความเชื่อมโยงทุกพื้นที่ของทุกช่วงวัย ทำให้เกิดสิ่งใหม่ที่หลากหลาย ทำให้เมืองชีวิตชีวา

รวมทั้งเป็นจุดดึงดูดกิจกรรมรูปแบบใหม่เพื่อเป็นการส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีของทุกคนในเมือง นอกจากนี้ โมเดลสมการโครงสร้างการรับรู้องค์ประกอบทางจิตภาพของเมืองยังแสดงให้เห็นถึงขนาดอิทธิพลขององค์ประกอบในมิติต่าง ๆ ซึ่งสามารถนำไปใช้เป็นเครื่องมือช่วยในการตัดสินใจในการพัฒนาเมืองให้ตรงกับความต้องการของคนในแต่ละช่วงวัย เพื่อให้เกิดความรู้สึกที่ประทับใจ และสร้างภาพลักษณ์โดยรวมของเมืองให้กับคนในแต่ละช่วงวัยให้เป็นบวกมากขึ้น ควรจะเน้นไปในมิติใด ซึ่งจากโมเดลจะเห็นว่า ควรจะเพิ่มในองค์ประกอบของความชัดเจนของย่าน จุดรวมหรือจุดสังเกตในย่าน ความเป็นเอกลักษณ์และความน่าดึงดูดใจของย่าน ซึ่งปัจจัยเหล่านี้จะสามารถทำให้คนทุกช่วงวัยนั้นมีความรู้สึกที่ดีต่อย่านมากขึ้น

### 6.3.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาในอนาคต

ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาและเก็บข้อมูลในรูปแบบออนไลน์ และเป็นข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เคยเข้าไปทำกิจกรรมในย่านสยาม - ปทุมวันและสีลม - สาทรเท่านั้น

- การศึกษาในอนาคตจึงอาจจะต้องศึกษาในพื้นที่ และทฤษฎีอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้แบบจำลองสมการโครงสร้างที่มีความสอดคล้องยิ่งขึ้น
- ในการเก็บแบบสอบถาม on site จะทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเข้าใจแบบสอบถามได้ชัดเจนขึ้น

## บรรณานุกรม

- Alarasi, H., Martinez, J., & Amer, S. (2016). Children's perception of their city centre: a qualitative GIS methodological investigation in a Dutch city. *Children's Geographies*, 14(4), 437-452. <https://doi.org/10.1080/14733285.2015.1103836>
- Anderson, J. C., & Gerbing, D. W. (1988). Structural equation modeling in practice: A review and recommended two-step approach. *Psychological bulletin*, 103(3), 411.
- Asli, T. D. A., & William, G. C. (2007). Destination Image and Its Functional Relationships. *Journal of Travel Research*, 45(4), 413-425.
- Barrow, R. (2013). *Old Pictures of Siam Center from 1973*. Retrieved 17 มีนาคม 2565 from <https://www.richardbarrow.com/2013/04/old-pictures-of-siam-center-from-1973/>
- Bollen, K. A. (1989). *Structural equations with latent variables* (Vol. 210). John Wiley & Sons.
- Byrne, B. M. (2013). *Structural equation modeling with Mplus: Basic concepts, applications, and programming*. routledge.
- Carr, S. (1967). The city of the mind. Indiana. In: Indiana University Press.
- Chaiyasit, C. (1985). *A study of Rattanakosin outer area for physical development* มหาวิทยาลัยศิลปากร]. <http://www.sure.su.ac.th/xmlui/handle/123456789/4493>
- Crompton, J. L. (1979). An Assessment of the Image of Mexico as a Vacation Destination and the Influence of Geographical Location Upon That Image. *Journal of Travel Research*, 17, 18 - 23.
- Cultural centre of saint louis college. (2018). *Sathorn Bangkok*. <http://cultural.sl.c.ac.th/ex-culture-8.php>
- Deutsch, K., & Goulias, K. (2009). Exploring Sense of Place Attitudes as Indicators of Travel Behavior. *University of California Transportation Center, University of California Transportation Center, Working Papers*, 2157. <https://doi.org/10.3141/2157-12>
- Domingues, R., Gonçalves, G., & Jesus, S. (2021). Measuring sense of place: A new place-people-time-self model.

- Erfani, G. (2022). Reconceptualising Sense of Place: Towards a Conceptual Framework for Investigating Individual-Community-Place Interrelationships. *Journal of Planning Literature*, 08854122221081109.
- Francescato, D., & Mebane, W. (1973). *How citizens view two great cities: Milan and Rome*. na.
- Frydrychova, Z., Horakova, K., Vidovicova, L., & Stepankova, H. (2017). Perception Of Life Pace In The City And Countryside Among Older People. *European Proceedings of Social and Behavioural Sciences*, 32, 117-128.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.15405/epsbs.2017.11.12>
- Hair, J. F., Gabriel, M., & Patel, V. (2014). AMOS covariance-based structural equation modeling (CB-SEM): Guidelines on its application as a marketing research tool. *Brazilian Journal of Marketing*, 13(2).
- Hashem, H., Seyed Abbas, Y., Ali Akbar, H., & Nazgol, B. (2013). Comparison the concepts of sense of place and attachment to place in architectural studies. *Malaysian Journal of Society and Space*, 9(1), 107-117.
- Ho, C. H. (2015). Structural Equation Modeling of the Identity of Community Space a Case of Minsheng Community.
- Horayangkura, V. (2011). Creating a Livable Urban Environment: Unseen Problems and Possible Solutions. *Journal of Architectural/Planning Research and Studies*(Vol. 8 No. 2 ), 9-26.
- Huang, J., Obracht-Prondzynska, H., Kamrowska-Zaluska, D., Sun, Y., & Li, L. (2021). The image of the City on social media: A comparative study using “Big Data” and “Small Data” methods in the Tri-City Region in Poland. *Landscape and Urban Planning*, 206, 103977.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.landurbplan.2020.103977>
- Jorgensen, B. S., & Stedman, R. C. (2001). SENSE OF PLACE AS AN ATTITUDE: LAKESHORE OWNERS ATTITUDES TOWARD THEIR PROPERTIES. *Journal of Environmental Psychology*, 21(3), 233-248.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1006/jevp.2001.0226>
- Keller, K. L. (1993). Conceptualizing, Measuring, and Managing Customer-Based Brand Equity. *Journal of Marketing*, 57(1), 1-22. <https://doi.org/10.2307/1252054>

- Kline, R. B. (2015). *Principles and practice of structural equation modeling*. Guilford publications.
- Knox, P., & Marston, S. (2003). Places and Regions in Global Context Human Geography, 3. Baski. In: Prentice Hall Yayincılık, New Jersey.
- Luque-Martínez, T., Del Barrio-García, S., Ibáñez-Zapata, J. Á., & Rodríguez Molina, M. Á. (2007). Modeling a city's image: The case of Granada. *Cities*, 24(5), 335-352. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.cities.2007.01.010>
- Lynch, K. (1960). *The Image of the City*. The MIT Press.
- Mahasuweerachai, P. (2018). City Image and Local Resident Satisfaction: The Case of Khon Kaen City. *WMS Journal of Management*, 7(3), 65 - 75.
- Mannheim, K. (1952). *Essays on the Sociology of Knowledge*.
- Manyiwa, S., Priporas, C.-V., & Wang, X. (2017). Influence of perceived city brand image on emotional attachment to the city. *Journal of Place Management and Development*, 11. <https://doi.org/10.1108/JPMD-01-2017-0011>
- Marcoulides, G. A., & Schumacker, R. E. (2001). *New developments and techniques in structural equation modeling*. Psychology Press.
- Maticchononline. (2560). ส่องย่านสยาม...มุมใหม่ จิตวิญญาณที่สั่งสม 50 ปี หลากหลายครบทุกมิติ. Retrieved 2 มีนาคม 2565 from [https://www.maticchon.co.th/lifestyle/news\\_456270](https://www.maticchon.co.th/lifestyle/news_456270)
- McKinsey & Company. (2018). *True Gen: Generation Z and its implications for companies*. Retrieved 12 มีนาคม 2565 from <https://www.mckinsey.com/industries/consumer-packaged-goods/our-insights/true-gen-generation-z-and-its-implications-for-companies>
- Meng, L., Wen, K., Zeng, Z., Brewin, R., Fan, X., & Wu, Q. (2020). The Impact of Street Space Perception Factors on Elderly Health in High-Density Cities in Macau—Analysis Based on Street View Images and Deep Learning Technology. *Sustainability*, 12, 1799. <https://doi.org/10.3390/su12051799>
- Moore, R. L., & Graefe, A. R. (1994). Attachments to recreation settings: The case of rail-trail users. *Leisure Sciences*, 16(1), 17-31. <https://doi.org/10.1080/01490409409513214>
- Mulaik, S. A., & Millsap, R. E. (2000). Doing the four-step right. *Structural equation*

*modeling*, 7(1), 36-73.

- Ng, M. K., Yeung, T. C., Kwan, M.-P., Tieben, H., Lau, T. Y. T., Zhu, J., & Xu, Y. (2021). Place qualities, sense of place and subjective well-being: a study of two typical urban neighbourhoods in Hong Kong. *Cities & Health*, 1-12.  
<https://doi.org/10.1080/23748834.2021.1993038>
- Osóch, B., & Czaplínska, A. (2019). City image based on mental maps — the case study of Szczecin (Poland). *Miscellanea Geographica*, 23.  
<https://doi.org/10.2478/mgrsd-2019-0016>
- Özgece, N., Edgü, E., & Taluğ, M. (2015). Exploring children's perceptions and experiences of outdoor spaces. *the 10th International Space Syntax Symposium*, 1-14.
- Pornphanh. (2555). ย้อนอดีต สยามยามเย็น .. Retrieved 14 มีนาคม 2565 from  
<https://teen.mthai.com/variety/22569.html>
- Porteous, J. D. (1977). *Environment And Behavior: Planning And Everyday Urban Life*. Addison-Wesley.
- Priporas, C.-V., Stylos, N., & Kamenidou, I. (2020). City image, city brand personality and generation Z residents' life satisfaction under economic crisis: Predictors of city-related social media engagement. *Journal of Business Research*, 119, 453-463.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.05.019>
- Qu, H., Kim, L. H., & Im, H. H. (2011). A model of destination branding: Integrating the concepts of the branding and destination image. *Tourism Management*, 32(3), 465-476. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.03.014>
- Relph, E. (1976). *Place and placelessness* (Vol. 67). Pion London.
- Schumacher, R., & Lomax, R. (2010). A beginners guide to structural equation modeling: SEM. *New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates*.
- Semanurcan. (2019). *The City Image and Its Elements by Kevin Lynch*. Retrieved 17 มีนาคม 2565 from <https://semanurcan.wordpress.com/2019/10/27/the-city-image-and-its-elements-by-kevin-lynch/>
- Sirikolkarn, P. (2008). The effect of mass transit systems on price of condominium in Bangkok. *Undergraduate Honor Thesis, Department of Economics University of*

California Berkeley.

- Stedman, R. C. (2003). Is it really just a social construction?: The contribution of the physical environment to sense of place. *Society & Natural Resources*, 16(8), 671-685.
- Stepchenkova, S., & Li, X. (2014). Destination image: Do top-of-mind associations say it all? *Annals of Tourism Research*, 45, 46-62.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.annals.2013.12.004>
- Tansukanuna, P., & Daungthima, W. (2560). ความรู้สึก เป็น สถานที่ ของ ชุมชน ละแวก บ้าน ใน เขต เมือง ประวัติศาสตร์ เชียงใหม่ A 'Sense of Place' of the Neighbourhoods in Historic Cities: The Case of Chiang Mai, Thailand.
- Tuan, Y.-F. (1975). Place: An Experiential Perspective. *Geographical Review*, 65(2), 151-165. <https://doi.org/10.2307/213970>
- Watee. (2559). *MBK Center*. Retrieved 27 มีนาคม 2565 from <https://www.brandbuffet.in.th/2016/09/shopping-mall-mbk-center/>
- Williewonker. (2008). *Unusual roof on the old Siam Inter-continental Hotel*. Retrieved 17 มีนาคม 2565 from <https://www.flickr.com/photos/87791108@N00/2485948190/in/album-72157594403026681/>
- Zhu, H., Qian, J., & Gao, Y. (2011). Globalization and the production of city image in Guangzhou's metro station advertisements. *Cities*, 28, 221-229.  
<https://doi.org/10.1016/j.cities.2010.12.004>
- กองวางผังพัฒนาสำนักผังเมือง กรุงเทพมหานคร. (2556). แผนผังกำหนดการใช้ประโยชน์ที่ดิน. [https://webportal.bangkok.go.th/public/user\\_files\\_editor/354/DISTRICT\\_CPD/2556/1007](https://webportal.bangkok.go.th/public/user_files_editor/354/DISTRICT_CPD/2556/1007)
- กำธร กุลชล. (2546). การออกแบบชุมชนเมืองคืออะไร : การติดตามหาคำตอบในรอบ 40 ปี.
- จำเนียร ช่วงโชติ. (2516). จิตวิทยาการรับรู้และเรียนรู้. โรงพิมพ์การศาสนา.
- दनัย นิลสกุล, & นพดล ตั้งสกุล. (2560). สำนักในถิ่นที่เินย่านการค้าเก่าเมืองอุบลราชธานี. วารสารวิชาการ *สิ่งแวดล้อมสรรค์สร้างวิจิฉัย*, 16(1).
- นงลักษณ์ วิรัชชัย. (2548). แนวโน้มการวิจัยในยุคสังคมความรู้. วารสารบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 1(2), 9-18.
- พิชชากร จวงวานิชย์. (2560). อิทธิพลของช่วงอายุต่อความสัมพันธ์ระหว่างผลตอบแทนรวม

- และความผูกพันต่อองค์กรในวิชาชีพบัญชี สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์]. วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และองค์การ).
- มีชัลัน สุหลง. (2558). ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานสหกรณ์อิสลามในประเทศไทย มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์].
- ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ. (2565). ระบบโครงสร้างทางวิ่งและสถานี. Retrieved 17 มีนาคม 2565 from <https://www.bts.co.th/library/system-structuer.html>
- รุ่งโรจน์ สงระบญ. (2561). แบบจำลองสมการโครงสร้างเพื่อการทำนาย. วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร, 38(1). <https://doi.org/10.14456/sujthai.2018.9>
- วัฒน์รุย์ พุฒนาค. (2560). การแบ่งคนเป็น Generations มาจากไหน? ทำไมต้องนิยามจากช่วงอายุ? Retrieved 27 พฤศจิกายน 2564 from <https://thematter.co/social/where-does-generation-come-from/26074>
- วัฒน์ชัย ยะนินทร. (2550). ข้อมูลการตลาดในสยามสแควร์. Retrieved 14 มีนาคม 2565 from <https://www.bloggang.com/m/viewdiary.php?id=wbj&month=10-2007&group=8>
- ศศิธร คล้ายชม. (2546). สำนักในถิ่นที่ : กรณีศึกษาการออกแบบตึกแถวเมืองพระนครศรีอยุธยา มหาวิทยาลัยศิลปากร].
- ศศิมา ตุ่มนิลกาล. (2560). การนำเสนออัตลักษณ์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์อินสตาแกรมของเจเนอเรชั่น: กรณีศึกษาความแตกต่างระหว่างเจเนอเรชั่นเอ็กซ์ เจเนอเรชั่นวาย และเจเนอเรชั่นแซด มหาวิทยาลัยกรุงเทพ].
- สิงหนาท แสงสีหนาท. (2563, 15พฤศจิกายน 2564). *Sense of Place* สัมผัส ความรู้สึก และสำนักต่อถิ่นที่. <https://sangsehanat-s.medium.com/สำนักต่อถิ่นที่-sense-of-place-ced430984e4e>
- อดิศร ศรีเสาวนันท, & วีระ อินพันทัง. (2559). แนวความคิดเรื่องสถานที่ และปรากฏการณ์วิทยา กับการศึกษางานสถาปัตยกรรมพื้นถิ่น. วารสารวิชาการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 15(1), 2-20.
- อนุศาสน์ ทวีศรี. (2562). การรับรู้องค์ประกอบทางจินตภาพบริเวณย่านตลาดพลู เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยศิลปากร].





### แบบสอบถาม เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อรูปแบบการรับรู้ทางจิตภาพของเมือง

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ เรื่อง รูปแบบการรับรู้ทางจิตภาพของเมืองระหว่างคนแต่ละเจนเนอเรชัน กรณีศึกษา: ย่านศูนย์กลางธุรกิจใจกลางเมืองกรุงเทพมหานคร โดยในแบบสอบถามนั้นจะเป็นการตอบคำถามแบบไม่ระบุตัวตน และคำตอบทั้งหมดนั้นจะถูกรวบรวมไว้เพื่อทำการศึกษาเท่านั้น

แบบสอบถามประกอบไปด้วยทั้งหมด 3 ส่วน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 การรับรู้องค์ประกอบหลักของจิตภาพ: ย่านศูนย์กลางธุรกิจใจกลางเมืองกรุงเทพ

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อรูปแบบการรับรู้ทางจิตภาพของเมืองของย่านสยาม-ปทุมวัน และย่านสีลม-สาทร

#### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศสภาพ
  - 1) ชาย
  - 2) หญิง
2. อายุ
  - 1) ต่ำกว่า 26 ปี
  - 2) 26 - 41 ปี
  - 3) 42 - 57 ปี
  - 4) 57 ปีขึ้นไป
3. ลักษณะของการเข้ามาทำกิจกรรมภายในย่าน
  - 1) อยู่อาศัยภายในย่าน
  - 2) มาทำงาน/เรียนภายในย่าน
  - 3) มาซื้อสินค้าและใช้บริการภายในย่าน
  - 4) มาท่องเที่ยว
4. ที่อยู่อาศัยปัจจุบัน
  - 1) กรุงเทพมหานคร
  - 2) ปริมณฑล (นนทบุรี, สมุทรปราการ, ปทุมธานี, นครปฐม, สมุทรสาคร)
  - 3) อื่น ๆ



## ส่วนที่ 2 การรับรู้องค์ประกอบหลักของจินตภาพ: ย่านศูนย์กลางธุรกิจใจกลางเมืองกรุงเทพ

1. ในความคิดเห็นของท่าน ท่านคิดว่าย่านใดเป็นย่านศูนย์กลางธุรกิจใจกลางเมืองกรุงเทพ
  - 1) ย่านสยาม – ปทุมวัน (ข้ามไปที่ส่วนที่ 2.1)
  - 2) ย่านสีลม – สาทร (ข้ามไปที่ส่วนที่ 2.2)
  - 3) ไม่มีความแตกต่างกัน (ข้ามไปที่ส่วนที่ 2.3)

### คำอธิบาย; องค์ประกอบหลักของจินตภาพ

ในทฤษฎีของ Lynch (1960) เรื่องจินตภาพของเมืองหรือภาพการรับรู้โครงสร้างกายภาพของเมืองที่เกิดขึ้นในจิตหรือภาพในความคิด โดยเป็นการศึกษาถึงสิ่งที่ส่งผลกระทบต่อรูปแบบเมือง วิธีคิดหรือการรับรู้เกี่ยวกับย่านนั้น ๆ ซึ่งจินตภาพของเมืองนั้นจะมีลักษณะเฉพาะที่ชัดเจน มีเอกลักษณ์ของพื้นที่ที่สะท้อนออกมาแตกต่างกันไปในแต่ละพื้นที่ ทำให้สามารถระลึกถึงและจดจำได้ง่าย ประกอบไปด้วยองค์ประกอบหลัก 5 อย่าง โดยแต่ละองค์ประกอบนั้นจะใช้ในการสร้างมโนทัศน์ในการรับรู้จินตภาพเมือง ได้แก่

**ย่าน (District)** เป็นบริเวณของเมืองที่มีเอกลักษณ์จากการที่มีลักษณะร่วมกันที่สามารถสังเกตได้ เช่น ย่านศูนย์การค้า ย่านธุรกิจ

**จุดศูนย์รวม/ที่รวมกิจกรรม (Node)** เป็นศูนย์กลางของการทำกิจกรรม มักอยู่ระหว่างทางที่ผ่าน เช่น บริเวณแยก อาจเป็นสถานที่ที่มีกิจกรรมหนาแน่นและเกิดความสัมพันธ์ระหว่างเส้นทางด้วยกันรวมกันเป็นจุดศูนย์รวมเพื่อใช้เป็นจุดพักคอย หรือ เพื่อเปลี่ยนรูปแบบการเดินทาง

**จุดหมายตา (Landmark)** สถานที่ที่เป็นสัญลักษณ์หรือสถาปัตยกรรมที่มีความหมายสามารถใช้เป็นจุดอ้างอิงหรือจุดนัดพบ ซึ่งสามารถจดจำได้ง่าย มองเห็นได้อย่างชัดเจน

**ขอบเขต (Edge)** เป็นเส้นเขตที่แสดงถึงการสิ้นสุดของย่าน หรือเป็นเส้นกั้นระหว่างสองพื้นที่ออกจากกัน ทั้งที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติและมนุษย์สร้างขึ้น

**เส้นทาง (Path)** เป็นเส้นทางสัญจรที่ทำให้เกิดการเชื่อมโยงของผู้คนในเมือง หรือจากพื้นที่หนึ่งสู่พื้นที่หนึ่ง

## ส่วนที่ 2.1 การรับรู้องค์ประกอบหลักของจินตภาพ: ย่านสยามปทุมวัน

องค์ประกอบทางจินตภาพของย่านศูนย์กลางธุรกิจใจกลางเมืองกรุงเทพ ที่ท่านสามารถจดจำได้เมื่อกล่าวถึง "ย่านสยาม-ปทุมวัน"

1. โปรดเลือกชื่อสถานที่ที่ท่านคิดว่าเป็นองค์ประกอบของจุดศูนย์รวม (Node) ในย่านสยาม – ปทุมวันมากที่สุด
  - 1) MBK
  - 2) สกายวอล์กวันสยาม (สกายวอล์กแยกปทุมวัน)
  - 3) Central World Square (ลานหน้าเซ็นทรัลเวิลด์)
  - 4) ป้ายรถเมล์สยามสแควร์วัน
  - 5) แยกราชประสงค์
  - 6) อื่น ๆ ระบุ...
2. โปรดเลือกชื่อสถานที่ที่ท่านคิดว่าเป็นองค์ประกอบของจุดหมายตา (Landmark) ในย่านสยาม – ปทุมวันมากที่สุด
  - 1) สยามพารากอน
  - 2) เซ็นทรัลเวิลด์
  - 3) MBK
  - 4) ลิโด้
  - 5) หอศิลปวัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร
  - 6) ศาลพระพรหมเอราวัณ
  - 7) อื่น ๆ ระบุ...
3. โปรดเลือกชื่อสถานที่ที่ท่านคิดว่าเป็นองค์ประกอบของเส้นทาง (Path) ในย่านสยาม – ปทุมวันมากที่สุด
  - 1) เส้นทางรถไฟฟ้าสายสีเขียว
  - 2) ถนนพญาไท
  - 3) ถนนพระรามที่ 1
  - 4) ถนนราชดำริ
  - 5) อื่น ๆ ระบุ...
4. โปรดเลือกชื่อสถานที่ที่ท่านคิดว่าเป็นองค์ประกอบของขอบเขต (Edge) ในย่านสยาม – ปทุมวันมากที่สุด
  - 1) คลองแสนแสบ
  - 2) ถนนพญาไท
  - 3) ถนนราชดำริ
  - 4) ถนนพระรามที่ 1
  - 5) แยกราชประสงค์
  - 6) อื่น ๆ ระบุ...

## ส่วนที่ 2.2 การรับรู้องค์ประกอบหลักของจินตภาพ: ย่านสีลม - สาทร

องค์ประกอบทางจินตภาพของย่านศูนย์กลางธุรกิจใจกลางเมืองกรุงเทพ ที่ท่านสามารถจดจำได้เมื่อกล่าวถึง "ย่านสีลม - สาทร"

1. โปรดเลือกชื่อสถานที่ที่ท่านคิดว่าเป็นองค์ประกอบของจุดศูนย์รวม (Node) ในย่านสีลม - สาทรมากที่สุด
  - 1) สกายวอล์กช่องนนทรี
  - 2) แยกสาทร
  - 3) จุดเชื่อมต่อสถานีรถไฟ
  - 4) อื่น ๆ ระบุ...
2. โปรดเลือกชื่อสถานที่ที่ท่านคิดว่าเป็นองค์ประกอบของจุดหมายตา (Landmark) ในย่านสีลม - สาทรมากที่สุด
  - 1) เซนทรัล สีลมคอมเพลกซ์
  - 2) ซีพี ทาวเวอร์
  - 3) เอ็มไพร์ ทาวเวอร์
  - 4) สวนลุมพินี
  - 5) คิงเพาเวอร์มหานคร
  - 6) อื่น ๆ ระบุ...
3. โปรดเลือกชื่อสถานที่ที่ท่านคิดว่าเป็นองค์ประกอบของเส้นทาง (Path) ในย่านสีลม - สาทรมากที่สุด
  - 1) เส้นทางรถไฟฟ้าสายสีเขียวเข้ม
  - 2) เส้นทางรถไฟฟ้ามหานครสายเฉลิมรัชมงคล
  - 3) ถนนราชดำริ
  - 4) ถนนพระรามที่ 4
  - 5) อื่น ๆ ระบุ...
4. โปรดเลือกชื่อสถานที่ที่ท่านคิดว่าเป็นองค์ประกอบของขอบเขต (Edge) ในย่านสีลม - สาทรมากที่สุด
  - 1) คลองสาทร
  - 2) แยกวิฑู
  - 3) แยกสาทร - นราธิวาส
  - 4) ถนนพระรามที่ 4
  - 5) อื่น ๆ ระบุ...

### ส่วนที่ 2.3 การรับรู้องค์ประกอบหลักของจินตภาพ: ย่านสยาม-ปทุมวัน และสีลมสาทร

องค์ประกอบทางจินตภาพของย่านศูนย์กลางธุรกิจใจกลางเมืองกรุงเทพ ที่ท่านสามารถจดจำได้เมื่อกล่าวถึง "ย่านสยาม – ปทุมวันและสีลม – สาทร"

1. โปรดเลือกชื่อสถานที่ที่ท่านคิดว่าเป็นองค์ประกอบของจุดศูนย์รวม (Node) ในย่านสยาม – ปทุมวัน - สีลม – สาทรมากที่สุด
  - 1) สกายวอล์กช่องนนทรี
  - 2) แยกสาทร
  - 3) แยกราชประสงค์
  - 4) จุดเชื่อมต่อสถานีรถไฟ
  - 5) สกายวอล์กวันสยาม (สกายวอล์กแยกปทุมวัน)
  - 6) อื่น ๆ ระบุ...
2. โปรดเลือกชื่อสถานที่ที่ท่านคิดว่าเป็นองค์ประกอบของจุดหมายตา (Landmark) ในย่านสยาม – ปทุมวัน - สีลม – สาทรมากที่สุด
  - 1) สยามพารากอน
  - 2) เซ็นทรัลเวิลด์
  - 3) เซนทรัล สีลมคอมเพลกซ์
  - 4) ซีพี ทาวเวอร์
  - 5) เอ็มไพร์ ทาวเวอร์
  - 6) สวนลุมพินี
  - 7) คิงเพาเวอร์มหานคร
  - 8) อื่น ๆ ระบุ...
3. โปรดเลือกชื่อสถานที่ที่ท่านคิดว่าเป็นองค์ประกอบของเส้นทาง (Path) ในย่านสยาม – ปทุมวัน - สีลม – สาทรมากที่สุด
  - 1) เส้นทางรถไฟฟ้าสายสีเขียว
  - 2) เส้นทางรถไฟฟ้ามหานครสายเฉลิมรัชมงคล
  - 3) ถนนราชดำริ
  - 4) ถนนพระรามที่ 1
  - 5) ถนนพระรามที่ 4
  - 6) อื่น ๆ ระบุ...



पाल्गर्णमहाविद्यालय  
RAJABHAT BANGKOK UNIVERSITY

4. โปรดเลือกชื่อสถานที่ที่ท่านคิดว่าเป็นองค์ประกอบของขอบเขต (Edge) ในย่านสยาม – ปทุมวัน - สีลม – สาทรมากที่สุด
- 1) คลองสาทร
  - 2) คลองแสนแสบ
  - 3) ถนนพญาไท
  - 4) ถนนราชดำริ
  - 5) ถนนพระรามที่ 1
  - 6) ถนนพระรามที่ 4
  - 7) แยกวิฑู
  - 8) แยกสาทร – นราธิวาส
  - 9) แยกราชประสงค์
  - 10) อื่น ๆ ระบุ...



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY

### ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อรูปแบบการรับรู้ทางจิตภาพของเมืองของย่านศูนย์กลางธุรกิจใจกลางเมืองกรุงเทพ

**ย่านศูนย์กลางธุรกิจ** คือ ย่านที่เกิดความเคลื่อนไหวตลอดเวลา มีการใช้งานอาคารในหลากหลายรูปแบบ เช่น อาคารสำนักงาน ห้างสรรพสินค้า อาคารพักอาศัย เนื่องจากบริเวณศูนย์กลางธุรกิจจะได้รับความสะดวกสบายจากระบบขนส่งรูปแบบต่าง ๆ

1. จากองค์ประกอบทางจิตภาพของย่านศูนย์กลางธุรกิจใจกลางเมืองกรุงเทพ ที่ท่านสามารถจดจำได้ตามที่ระบุในส่วนที่ 2 ท่านคิดว่าองค์ประกอบในข้อใดที่ทำให้ท่านเกิดการรับรู้ทางจิตภาพมากที่สุด

- 1) **ความเป็นย่าน (District):** เป็นบริเวณของเมืองที่มีเอกลักษณ์จากการที่มีลักษณะร่วมกันที่สามารถสังเกตได้ เช่น ย่านศูนย์การค้า ย่านธุรกิจ
- 2) **จุดศูนย์รวม (Node):** ศูนย์กลางของการทำกิจกรรม มักอยู่ระหว่างทางที่ผ่าน เช่น บริเวณแยก อาจเป็นสถานที่ที่มีกิจกรรมหนาแน่นและเกิดความสัมพันธ์ระหว่างเส้นทางด้วยกันรวมกันเป็นจุดศูนย์รวมเพื่อใช้เป็นจุดพักคอย หรือ เพื่อเปลี่ยนรูปแบบการเดินทาง
- 3) **จุดหมายตา (Landmark):** สถานที่ที่เป็นสัญลักษณ์หรือสถาปัตยกรรมที่มีความหมายสามารถใช้เป็นจุดอ้างอิงหรือจุดนัดพบ ซึ่งสามารถจดจำได้ง่าย มองเห็นได้อย่างชัดเจน
- 4) **เส้นทาง (Path):** เป็นเส้นทางสัญจรที่ทำให้เกิดการเชื่อมโยงของผู้คนในเมือง หรือจากพื้นที่หนึ่งสู่พื้นที่หนึ่ง
- 5) **ขอบเขต (Edge):** เป็นเส้นเขตที่แสดงถึงการสิ้นสุดของย่าน หรือเป็นเส้นกั้นระหว่างสองพื้นที่ออกจากกัน ทั้งที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติและมนุษย์สร้างขึ้น



## 2. การรับรู้จินตภาพของเมือง (Image of the city)

ในทฤษฎีของ Lynch (1960) เรื่องจินตภาพของเมืองหรือภาพการรับรู้โครงสร้างกายภาพของเมืองที่เกิดขึ้นในจิตหรือภาพในความคิด โดยเป็นการศึกษาถึงสิ่งที่ส่งผลกระทบต่อรูปแบบเมือง วิธีคิดหรือการรับรู้เกี่ยวกับย่านนั้น ๆ ซึ่งจินตภาพของเมืองนั้นจะมีลักษณะเฉพาะที่ชัดเจน มีเอกลักษณ์ของพื้นที่ที่สะท้อนออกมาแตกต่างกันไปในแต่ละพื้นที่ ทำให้สามารถระลึกถึงและจดจำได้ง่าย ประกอบไปด้วยองค์ประกอบหลัก 5 อย่าง โดยแต่ละองค์ประกอบนั้นจะใช้ในการสร้างมโนทัศน์ในการรับรู้จินตภาพเมือง

การรับรู้จินตภาพของเมือง ย่านสยาม-ปทุมวัน และสีลม-สาทร	5 มาก ที่สุด	4	3	2	1 น้อย ที่สุด
สามารถรับรู้ถึงขอบเขตความเป็นย่าน ศูนย์กลางธุรกิจตามรูปแบบของการใช้งาน อาคารเชิงพื้นที่					
สามารถจำเส้นทาง/เส้นถนนที่ใช้ในการเดินทางในย่านได้					
สามารถจำสถานที่ที่เป็น Landmark ในย่านได้					
สามารถจำสถานที่ที่เป็นจุดสังเกตในย่านได้ เช่น บริเวณสี่แยกหรือแหล่งการค้า					
สามารถรับรู้ถึงความเป็นย่านศูนย์กลางธุรกิจ จากกิจกรรมที่เกิดขึ้นในพื้นที่					

## 3. (ความรู้สึกที่มีต่อสถานที่) Sense of place มหาวิทยาลัย

ความรู้สึกที่มีต่อสถานที่ซึ่งเป็นแนวคิดที่ใช้ความรู้สึกของมนุษย์เป็นศูนย์กลางในการสำรวจคุณค่าในตัวสถานที่ โดยมนุษย์นั้นได้มีการให้ความหมายของสถานที่การรับรู้และความทรงจำ เพราะการรับรู้ของมนุษย์เกิดจากการสะสมประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ ประเพณี วัฒนธรรม ส่งผลให้เกิดบุคลิกเฉพาะตัวของสถานที่นั้น ๆ

ความรู้สึกที่มีต่อสถานที่ ย่านสยาม-ปทุมวันและ สีลม-สาทร	5 มาก ที่สุด	4	3	2	1 น้อย ที่สุด
ระดับของความรู้สึกที่เป็นส่วนหนึ่งกับย่าน					
เป็นย่านที่ดีในการเข้ามาใช้บริการเมื่อเทียบกับ ย่านอื่น					
ย่านสยาม-ปทุมวันและสีลม-สาทรสามารถ สะท้อนถึงความเป็นย่านศูนย์กลางธุรกิจ					
ระดับความพึงพอใจโดยรวมต่อย่าน					
ระดับความพึงพอใจต่อสถาปัตยกรรม ความงาม ของสถานที่ภายในย่าน					
บรรยากาศภายในย่านสามารถสะท้อนให้เห็นถึง สังคมและวัฒนธรรมของย่าน					

#### 4. ภาพลักษณ์เมืองที่เกิดจากการรับรู้ (Cognitive City)

ภาพลักษณ์ที่เกิดจากการรับรู้เกี่ยวกับสถานที่ต่าง ๆ และภาพลักษณ์ที่เกี่ยวกับการประเมิน  
ความรู้สึกต่อคุณลักษณะต่าง ๆ ของย่านนั้น ๆ เกิดเป็นองค์รวมหรือภาพรวมสะท้อนถึงความรู้สึกนึก  
คิดที่มีต่อภาพลักษณ์ใหญ่ของย่าน

ภาพลักษณ์เมืองที่เกิดจากการรับรู้ ย่านสยาม-ปทุมวันและสีลม-สาทร	5 มาก ที่สุด	4	3	2	1 น้อย ที่สุด
สถานที่ภายในย่านมีความหลากหลายและ มีความน่าสนใจ					
แหล่งท่องเที่ยวภายในย่านมีความหลากหลาย และมีความน่าสนใจ					
รู้สึกมีความสุขตลอดเวลาที่อยู่ในย่าน					
รู้สึกผ่อนคลายตลอดเวลาที่อยู่ในย่าน					
รู้สึกปลอดภัยตลอดเวลาที่อยู่ในย่าน					

## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	อรญา เพียรรักษการ
วัน เดือน ปี เกิด	23 กุมภาพันธ์ 2540
วุฒิการศึกษา	สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี หลักสูตรการผังเมืองบัณฑิต สาขาวิชาการ ผังเมือง คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เมื่อปีการศึกษา 2561 และเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาโท หลักสูตรการวางแผนภาคและเมือง มหาบัณฑิต ภาควิชาการวางแผนภาคและเมือง คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปีการศึกษา 2563



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY