

ผลกระทบทางสายตาของป้ายขนาดใหญ่ที่ติดตั้งบนอาคาร
ในเขตกรุงเทพมหานคร

VISUAL IMPACTS OF LARGE ROOFTOP BILLBOARDS
IN BANGKOK

ณัฐพล ไชยศรี
NATTHAPOL CHAISRI

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาการวางแผนภาคและเมืองมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการวางแผนชุมชนเมืองและสภาพแวดล้อม
บัณฑิตวิทยาลัย
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
พ.ศ.2550

**VISUAL IMPACTS OF LARGE ROOFTOP BILLBOARDS
IN BANGKOK**

NATTHAPOL CHAISRI

**A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT
OF THE REQUIREMENT FOR THE DEGREE OF
MASTER OF URBAN AND REGIONAL PLANNING IN URBAN
AND ENVIRONMENTAL PLANNING
SCHOOL OF GRADUATE STUDIES
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG**

2007

COPYRIGHT 2007

SCHOOL OF GRADUATE STUDIES

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

หัวข้อวิทยานิพนธ์	ผลกระทบทางสายตาของป้ายขนาดใหญ่ที่ติดตั้งบนอาคาร ในเขตกรุงเทพมหานคร
นักศึกษา	นายณัฐพล ไชยศรี
รหัสประจำตัว	45062014
ปริญญา	การวางแผนภาคและเมืองมหาบัณฑิต
สาขาวิชา	การวางแผนชุมชนเมืองและสภาพแวดล้อม
พ.ศ.	2550
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	ดร.นันทนา ศิริประภาศิริ

บทคัดย่อ

การศึกษาผลกระทบทางสายตาที่มีต่อป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ที่ติดตั้งบนอาคารในเขตกรุงเทพมหานครครั้งนี้ เนื่องจากป้ายเหล่านี้มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานคร ในขณะที่ยังไม่มีกฎหมายเข้ามาควบคุมอย่างชัดเจน เช่น เรื่องความสูง ระยะห่างระหว่างป้าย ระยะห่างจากริมถนน เป็นต้น เนื่องจากมักจะเป็นการต่อเติมจากอาคาร การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ที่จะทราบถึงสภาพปัญหาของป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ที่ติดตั้งบนอาคารโดยพิจารณาถึง ลักษณะ รูปแบบ และตำแหน่งที่ตั้ง ผลกระทบทางสายตาที่เกิดขึ้น เพื่อนำมาเสนอแนะแนวทางจัดการป้ายโฆษณาเหล่านี้ โดยทำการคัดเลือกบริเวณต่าง ๆ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีปริมาณป้ายโฆษณาติดตั้งบนอาคารเป็นจำนวนมาก ทำการสำรวจพื้นที่ สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างที่อยู่อาศัยหรือสัญจรผ่านในบริเวณดังกล่าวนั้น ประกอบกับการศึกษาจากข้อมูลสถิติ เช่น เอกสารแผนที่ เป็นต้น นำมาวิเคราะห์ด้วยวิธีการทางสถิติ เพื่อหาแนวทางที่เหมาะสมในการจัดการป้ายโฆษณาเหล่านี้ต่อไป

ผลการวิเคราะห์พบว่า ประเด็นที่ประชาชนมีความรู้สึกไม่เหมาะสมมากที่สุด คือ ความสูงจากดาดฟ้าถึงขอบบนสุดของป้ายโฆษณา ระยะห่างระหว่างป้ายโฆษณา และความสูงจากพื้นดินถึงขอบบนสุดของป้ายโฆษณา ส่วนประเด็นที่ประชาชนเห็นว่าเหมาะสมมากที่สุด คือ ระยะถอยร่นจากริมถนนถึงป้ายโฆษณา ผลกระทบทางสายตาที่นำไปสู่การประเมินป้ายว่าป้ายไม่เหมาะสมที่มีผู้ตอบมากที่สุด คือ รู้สึกว่าป้ายไม่ปลอดภัย ป้ายทำให้บ้านเมืองดูไม่เป็นระเบียบเรียบร้อย และป้ายบดบังทัศนียภาพโดยรอบ โดยได้เสนอแนะให้ควบคุมขนาด ความสูง ระยะห่างระหว่างป้าย และระยะเว้นห่างจากริมถนน โดยเฉพาะแต่ละพื้นที่ตามความเหมาะสมของพื้นที่นั้นๆ โดยอาจรื้อถอนป้ายออกไปได้ในกรณีไม่เหมาะสมหรือเป็นอันตราย ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาตามกฎหมายที่มีอยู่ในปัจจุบันเห็นว่า ควรออกกฎหมายควบคุมป้ายโฆษณาบนอาคารโดยเฉพาะ โดยกำหนดควบคุมแต่พื้นที่ตามความเหมาะสมของพื้นที่นั้นๆ และกำหนดให้บังคับใช้กฎหมายอย่างเคร่งครัด เชื่อ

ว่า หากดำเนินการตามข้อเสนอแนะดังกล่าว จะทำให้ป้ายโฆษณาบนดาดฟ้าอาคารใน กรุงเทพมหานคร มีความปลอดภัย เป็นระเบียบมากที่สุด

Thesis Title	Visual Impacts of Large Rooftop Billboards in Bangkok
Student	Natthapol Chaisri
Student ID.	45062014
Degree	Master of Urban and Regional Planning
Program	Urban and Environmental Planning
Year	2007
Thesis Advisor	Nuntana Siraprapasiri, Ph.D.

ABSTRACT

The impact of large rooftop billboards is becoming a very serious problem because of the increasing number of large rooftop billboards especially in Bangkok. Currently Thailand has no law that specifically regulates billboard construction. This study surveys the existing situation, focusing on the impact of billboards size, height from rooftop, height from the ground, distance between billboards and distance from the roads right of way ,so that specific guidelines for regulating these billboards can be developed. The study conducted a questionnaire survey that interviewed 600 residents and passers-by in 6 areas in Bangkok Metropolis. These primary data coupled with secondary data such as maps and statistics of billboards in Bangkok are processed and analyzed.

The results show that height from Large rooftop to top of billboard, distance between billboard and height from the ground to top of billboard are the most un appropriate aspects, whereas distance from the road to billboard is the least disagreeable aspect. The felt impacts most frequently as the reasons for negative assessment are the sense of dangerousness, disorder and visual obstacle. Based on the respondents' suggestion and documentary review of existing laws and regulations, the study recommends that size, height, distance between billboard and distance from the road to billboard especially each area by area should be restricted the law. That Large rooftop billboard in Bangkok will safe and the city space orderly

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จได้ด้วยความกรุณาจากอาจารย์ที่ปรึกษา ดร.นันทนา ศิริประภาศิริ ที่ให้ความช่วยเหลือ ให้คำชี้แนะช่วยแก้ปัญหาตลอดจนให้ความรู้และประสบการณ์ที่ดีแก่ข้าพเจ้า

ขอขอบพระคุณ ผศ.ดร.นิติชาญ ปลื้มอารมย์ และ ผศ.เลิศวิทย์ รังสิรักษ์ กรรมการสอบหัวข้อและโครงร่างวิทยานิพนธ์ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำตลอดจนข้อชี้แนะ จนในที่สุดทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงได้

ขอขอบคุณ เจ้าหน้าที่ของคณะและบัณฑิตวิทยาลัยทุกท่าน

ขอขอบคุณ หน่วยงานภาครัฐและเอกชน ที่เอื้อเฟื้อ ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษา

สุดท้ายต้องขอขอบครอบครัวและลูกที่เป็นกำลังใจ

ตลอดจนทีมงานที่ให้คำปรึกษาและข้อมูลต่างๆ

สำหรับคุณงามความดีอันใดที่เกิดจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ข้าพเจ้าขอมอบให้กับบิดามารดา ซึ่งเป็นที่รักและเคารพยิ่ง ตลอดจนครูอาจารย์ที่เคารพทุกท่านที่ไม่กล่าวถึง ณ.ที่นี้ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้และถ่ายทอดประสบการณ์ที่ดีให้แก่ข้าพเจ้า

ณัฐพล ไชยศรี

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	III
กิตติกรรมประกาศ	IV
สารบัญ	V
สารบัญตาราง	XI
สารบัญรูป	XIII
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความสำคัญและความเป็นมาของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์การศึกษา	2
1.3 ขอบเขตการศึกษา	2
1.3.1 ขอบเขตของพื้นที่ศึกษา	2
1.3.2 ขอบเขตของเนื้อหา	2
1.4 ขั้นตอนการศึกษา	2
1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ	3
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
บทที่ 2 ทบทวนวรรณกรรม	5
2.1 ความหมายของป้ายโฆษณา	5
2.1.1 ความหมายของป้ายโฆษณาในทางกฎหมายไทย	6
2.1.1.1 ความหมายของป้ายโฆษณาตามพระราชบัญญัติ	
ควบคุมอาคาร พ.ศ.2522	6
2.1.1.2 ความหมายของป้ายโฆษณาตามพระราชบัญญัติ	
ภาษีป้าย พ.ศ.2510	7
2.1.2 ความหมายของป้ายโฆษณาตามกฎหมายต่างประเทศ	7
2.2 การแบ่งประเภทป้ายโฆษณา	10
2.3 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการป้ายโฆษณา	12

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
2.3.1 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการป่าไผ่ ในประเทศไทย	12
2.3.2 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการป่าไผ่ ในต่างประเทศ	13
2.4 สถานการณ์และประเด็นปัญหาจากป่าไผ่.....	15
2.5 แนวความคิดเกี่ยวกับภูมิทัศน์และภูมิทัศน์เมือง	17
2.5.1 แนวความคิดเกี่ยวกับภูมิทัศน์.....	17
2.5.2 แนวความคิดเกี่ยวกับภูมิทัศน์เมือง	20
2.6 แนวความคิดเกี่ยวกับสุนทรียภาพและมลทัศน์	23
2.7 การวิเคราะห์ผลกระทบทางสุนทรียภาพ	25
2.7.1 แนวทางการวิเคราะห์ผลกระทบทางสุนทรียภาพ โดยอาศัยหลักการ ทศนาการ ทศนากร และทัศนภาพ	26
2.7.2 การวิเคราะห์ผลกระทบทางสุนทรียภาพ อันเนื่องมาจากภูมิทัศน์	28
2.7.3 แนวทางการวิเคราะห์ผลกระทบทางสุนทรียภาพของสำนักงาน นโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	29
2.8 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับเจตคติ	31
2.8.1 ความหมายของเจตคติ	31
2.8.2 องค์ประกอบของเจตคติ	32
2.8.3 ที่มาและการเกิดขึ้นของเจตคติ	33
2.8.4 การวัดเจตคติ	35
2.9 งานวิจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับป่าไผ่	39
2.10 สรุปเนื้อหาจากการทบทวนวรรณกรรม	40
2.11 กรอบแนวความคิดของการวิจัย	41

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 วิธีการวิจัย	43
3.1 แหล่งข้อมูล	43
3.2 การเลือกพื้นที่ศึกษา	43
3.3 ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง	44
3.3.1 กลุ่มประชากรเป้าหมาย	44
3.3.2 กลุ่มตัวอย่าง	45
3.3.3 การสุ่มตัวอย่าง	45
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล	45
3.4.1 ตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัย	45
3.4.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล	46
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและการนำเสนอผลการวิเคราะห์	46
บทที่ 4 สภาพทั่วไปของพื้นที่ศึกษา	51
4.1 สภาพปัญหาของป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ในกรุงเทพมหานคร	51
4.1.1 ลักษณะพื้นที่บริเวณอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ	52
4.1.2 ลักษณะพื้นที่บริเวณประตูน้ำ	57
4.1.3 ลักษณะพื้นที่บริเวณโชคชัย (ลาดพร้าว 55)	62
4.1.4 ลักษณะพื้นที่บริเวณแยกสวนหลวง ประเวศ	67
4.1.5 ลักษณะพื้นที่บริเวณงามวงศ์วาน	72
4.1.6 ลักษณะพื้นที่บริเวณสุทธิสาร	77
4.1.7 สรุปสภาพทางกายภาพของป้ายในทุกบริเวณ	83
4.2 ลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถาม	87
4.2.1 ลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถามที่เกี่ยวข้องกับ ปัจจัยด้านทัศนกร	87
4.2.2 ลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถามที่เกี่ยวข้องกับ ปัจจัยด้านทัศนกร	93

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	94
5.1 การเกิดผลกระทบจากป้ายโฆษณาขนาดใหญ่บนอาคาร	95
5.1.1 ผลกระทบทางสายตาที่ประชาชนได้รับจากป้ายโฆษณา ขนาดใหญ่ที่ติดตั้งบนอาคาร	95
5.1.2 ความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อคุณลักษณะด้านต่าง ๆ ของป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ที่ติดตั้งบนอาคาร	96
5.1.3 ความสัมพันธ์ระหว่างความเห็นเกี่ยวกับความไม่เหมาะสมต่อ คุณลักษณะต่างๆ ของป้าย กับผลกระทบทางสายตา	98
5.2 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านทัศนกรที่มีผลต่อระดับความคิดเห็นต่อ ป้ายโฆษณาบนอาคาร	101
5.3 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านทัศนกรที่มีผลต่อระดับความคิดเห็นต่อ ป้ายโฆษณาบนอาคาร	104
5.4 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านทัศนภาพที่มีผลต่อระดับความคิดเห็นต่อ ป้ายโฆษณาบนอาคาร	105
5.4.1 การวิเคราะห์ลักษณะทางกายภาพและองค์ประกอบในพื้นที่	105
5.4.2 การวิเคราะห์ผลกระทบทางสายตาที่เกิดจากป้ายโฆษณา ขนาดใหญ่ที่ติดตั้งบนอาคาร	108
5.4.3 การวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อป้ายโฆษณา ในแต่ละพื้นที่	110
5.5 ข้อเสนอแนะการปรับปรุงลักษณะต่างๆ ของป้ายโฆษณาบนอาคาร	114
5.6 การวิเคราะห์ข้อเสนอแนะแนวทางจัดการป้ายโฆษณาบนอาคาร	116
5.7 การวิเคราะห์ข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องกับป้ายโฆษณาบนอาคาร	128
5.7.1 การวิเคราะห์กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับป้ายโฆษณาบนอาคาร อาคารในประเทศไทย	128
5.7.1.1 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับประเด็นขนาดความ กว้าง x ยาว ของป้ายบนอาคาร	128
5.7.1.2 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับประเด็นความสูงจาก พื้นดินถึงขอบบนสุดของป้ายโฆษณาบนอาคาร	129

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

5.7.1.3	กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับประเด็นความสูงจากคาบฟ้าถึงขอบบนสุดของป้ายโฆษณาบนคาบฟ้าอาคาร	129
5.7.1.4	กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับประเด็นระยะห่างระหว่างป้ายโฆษณาบนคาบฟ้าอาคาร	130
5.7.1.5	กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับประเด็นระยะถอยร่นจากริมถนนถึงป้ายโฆษณาบนคาบฟ้าอาคาร	130
5.7.1.6	กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยของป้ายโฆษณา.....	131
5.7.1.7	กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบ้านเมืองอันเนื่องมาจากป้ายโฆษณาบนคาบฟ้าอาคาร.....	131
5.7.1.8	กฎหมายเกี่ยวกับการบังคับและขัดแย้งของป้ายโฆษณา กับบริบทโดยรอบ	132
5.7.2	การวิเคราะห์กฎหมายควบคุมป้ายโฆษณาในต่างประเทศ.....	133
บทที่ 6	สรุปผลการวิจัย	135
6.1	ปัจจัยด้านทัศนกร ทัศนกร ทัศนภาพ ที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อป้ายโฆษณาบนคาบฟ้าอาคาร	135
6.1.1	ปัจจัยด้านทัศนกรที่มีผลต่อระดับความคิดเห็นต่อป้ายโฆษณาบนคาบฟ้าอาคาร	135
6.1.2	ปัจจัยด้านทัศนกรที่มีผลต่อระดับความคิดเห็นต่อป้ายโฆษณาบนคาบฟ้าอาคาร	136
6.1.3	ปัจจัยด้านทัศนภาพที่มีผลต่อระดับความคิดเห็นต่อป้ายโฆษณาบนคาบฟ้าอาคาร.....	136
6.2	ผลกระทบทางสายตาและข้อเสนอแนะของประชาชน	137
6.2.1	ผลกระทบทางสายตาที่เกิดจากป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ที่ติดตั้งบนคาบฟ้าอาคาร	137
6.2.2	ข้อเสนอแนะแนวทางดำเนินการเกี่ยวกับป้ายโฆษณาบนคาบฟ้าอาคาร	137
6.3	ข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับป้ายโฆษณาบนคาบฟ้าอาคาร	138

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
6.4 ข้อเสนอแนะการแก้ไขปัญหามาจากป้ายโฆษณาบนอาคาร.....	139
6.5 ประเด็นที่ควรทำการศึกษาวิจัยต่อไปในอนาคต	139
บรรณานุกรม	141
ภาคผนวก ก. กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับป้ายโฆษณา	143
ภาคผนวก ข. ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร	148
ภาคผนวก ค. แบบสอบถาม	172
ประวัติผู้เขียน	179

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
3.1 การแปลงตัวแปรสมโนทัศน์เป็นตัวแปรปฏิบัติการ	47
3.2 ตัวแปรและเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	49
4.2 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับป้ายบริเวณอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ	55
4.3 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับป้ายบริเวณประตูน้ำ	60
4.4 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับป้ายบริเวณโชคชัย 4 (ลาดพร้าว ซอย 55)	65
4.5 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับป้ายบริเวณแยกสวนหลวง ประเวศ	70
4.6 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับป้ายบริเวณงามวงศ์วาน	75
4.7 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับป้ายบริเวณสุทธิสาร	80
4.8 ลักษณะของป้ายโฆษณาโดยรวมทั้ง 6 บริเวณ	84
4.9 ลักษณะของป้ายโฆษณา (ป้ายเดี่ยว) ที่เลือกมาใช้ในแบบสอบถามข้อ 11	85
4.10 แสดงลักษณะเพศ และอายุ ของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถาม	88
4.11 แสดงระดับการศึกษาสูงสุดของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถาม	89
4.12 แสดงลักษณะภูมิลาเนาเดิม และถิ่นที่อยู่อาศัยหลักใน ปัจจุบันของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถาม	90
4.13 แสดงเหตุผลการสัญจรผ่านพื้นที่ของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถาม	91
4.14 แสดงข่าวสารเกี่ยวกับป้ายโฆษณาที่ผู้ตอบแบบสอบถาม เคยรับรู้มากที่สุด 3 อันดับแรก.....	92
4.15 แสดงลักษณะของของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามที่ เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านทัศนการ	93
5.1 แสดงผลกระทบทางสายตาอันเกิดจากป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ที่ติดตั้ง บนอาคารที่ประชาชนได้รับ	96
5.2 แสดงความคิดเห็นของประชาชนต่อป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ที่ติดตั้งบน อาคารในด้านต่างๆ	97
5.3 ความสัมพันธ์ระหว่างความเห็นของประชาชนในด้านต่าง ๆ กับผลกระทบทางสายตาที่ได้รับ	99
5.4 ปัจจัยด้านทัศนการที่ส่งผลต่อการประเมินความไม่เหมาะสม ของลักษณะด้านต่างๆ ของป้ายโฆษณาขนาดใหญ่.....	101

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
5.5 ปัจจัยด้านทัศนคติที่ส่งผลต่อการประเมินความไม่เหมาะสม ของลักษณะด้านต่างๆ ของป้ายโฆษณาขนาดใหญ่	104
5.6 ผลกระทบทางสายตาจากทัศนภาพของกลุ่มป้ายและบริบทโดยรอบใน 6 พื้นที่ศึกษา...	108
5.7 แสดงผลกระทบทางสายตา 5 อันดับแรกที่เกิดจากลักษณะด้านต่างๆ ของป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ที่ติดตั้งบนอาคารใน 6 พื้นที่ เมื่อพิจารณาจากป้ายโดยรวมในพื้นที่	109
5.8 ระดับความคิดเห็นโดยเฉลี่ยต่อประเด็นต่างๆ ของป้ายโฆษณาบนอาคาร และคำวิเคราะห์ความแตกต่างทางสถิติ เมื่อพิจารณาจากป้ายโดยรวมในพื้นที่	111
5.9 ข้อเสนอแนะของประชาชนผู้ตอบแบบสอบถามต่อประเด็นลักษณะต่างๆ ของป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ที่ติดตั้งบนอาคาร	115
5.10 ข้อเสนอแนะแนวทางดำเนินการเกี่ยวกับป้ายโฆษณาบนอาคารภายในเขต กรุงเทพมหานครทั้งหมด	117
5.11 ข้อเสนอแนะแนวทางดำเนินการเกี่ยวกับป้ายโฆษณาบนอาคาร ในแต่ละเขตพื้นที่ศึกษา	119

สารบัญรูป

รูปที่	หน้า
3.1 แสดงตำแหน่งบริเวณพื้นที่ศึกษาทั้ง 6 บริเวณ	44
4.1 แสดงตำแหน่งที่ตั้งป้ายในเขตกรุงเทพมหานคร	51
4.2 แสดงสภาพบริเวณอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ	53
4.3 แสดงตำแหน่งที่ตั้งป้ายบริเวณอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ	54
4.4 แสดงการกำหนดการใช้ที่ดินตามกฎหมายกระทรวงให้ใช้บังคับผังเมืองรวม กรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2549 บริเวณอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ	56
4.5 แสดงสภาพบริเวณประตูน้ำ	58
4.6 แสดงตำแหน่งที่ตั้งป้ายบริเวณประตูน้ำ	59
4.7 แสดงการกำหนดการใช้ที่ดินตามกฎหมายกระทรวงให้ใช้บังคับผังเมืองรวม กรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2549 บริเวณประตูน้ำ	61
4.8 แสดงสภาพบริเวณโชคชัย 4 (ลาดพร้าว ซอย 55)	63
4.9 แสดงตำแหน่งที่ตั้งป้ายบริเวณโชคชัย 4 ลาดพร้าว (ลาดพร้าว ซอย 55)	64
4.10 แสดงการกำหนดการใช้ที่ดินตามกฎหมายกระทรวงให้ใช้บังคับผังเมืองรวม กรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2549 บริเวณโชคชัย 4 (ลาดพร้าว ซอย 55)	66
4.11 แสดงสภาพบริเวณแยกสวนหลวง	68
4.12 แสดงตำแหน่งที่ตั้งป้ายบริเวณแยกสวนหลวง ประเวศ	69
4.13 แสดงการกำหนดการใช้ที่ดินตามกฎหมายกระทรวงให้ใช้บังคับผังเมืองรวม กรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2549 บริเวณแยกสวนหลวง ประเวศ	71
4.14 แสดงสภาพบริเวณงามวงศ์วาน	73
4.15 แสดงตำแหน่งที่ตั้งป้ายบริเวณงามวงศ์วาน	74
4.16 แสดงการกำหนดการใช้ที่ดินตามกฎหมายกระทรวงให้ใช้บังคับผังเมืองรวม กรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2549 บริเวณงามวงศ์วาน	76
4.17 แสดงสภาพบริเวณสุทธิสาร	78
4.18 แสดงตำแหน่งที่ตั้งป้ายบริเวณสุทธิสาร	79
4.19 แสดงการกำหนดการใช้ที่ดินตามกฎหมายกระทรวงให้ใช้บังคับผังเมืองรวม กรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2549 บริเวณสุทธิสาร	82
5.1 แสดงป้ายโฆษณาบนอาคารในพื้นทีศึกษาต่างๆ	107