

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การใช้ประโยชน์อาคาร ส่วนใหญ่จะเป็นการใช้ประโยชน์จากพื้นที่ภายในอาคาร และพื้นที่ภายนอกโดยรอบอาคารเท่านั้น พื้นที่เปลือกอาคารมักจะถูกมองข้าม เนื่องจากเป็นพื้นที่ในแนวตั้ง โดยเฉพาะในอาคารขนาดใหญ่ และอาคารสูง ทำให้เปลือกอาคารเป็นเพียงส่วนประกอบของอาคารที่ทำให้ตัวอาคารมีความครบถ้วนสวยงาม ช่วยกันความร้อน ความชื้นที่จะเข้ามาภายในอาคารเท่านั้น ซึ่งในการออกแบบและการติดตั้งเปลือกอาคารต้องอาศัยความรู้ความชำนาญ และประสบการณ์จากผู้ออกแบบแล้ว การควบคุมงานก่อสร้างในขั้นตอนการติดตั้งวัสดุเปลือกอาคารก็มีความสำคัญเช่นกัน ถ้าผู้ควบคุมงานก่อสร้างขาดความรู้ความชำนาญและประสบการณ์ โอกาสที่จะเกิดข้อผิดพลาดก็มีสูง โดยปัญหา และข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้น บางครั้งเป็นปัญหาเล็กน้อยที่ถูกลามกลายกลายเป็นปัญหาใหญ่ที่แก้ไขได้ยาก หรือไม่สามารแก้ไขได้ ทำให้ส่งผลกระทบต่อไปถึงส่วนประกอบอื่น ๆ ที่สำคัญของตัวอาคาร จนอาจก่อให้เกิดการวิบัติของอาคารทั้งหลังได้

นอกจากขั้นตอนต่าง ๆ ในช่วงการออกแบบและการควบคุมงานก่อสร้างแล้ว ขั้นตอนในการบำรุงรักษาเปลือกอาคารในระหว่างการใช้งานก็ไม่ควรที่จะละเลยเช่นกัน เพราะเปลือกอาคารเปรียบเสมือนหน้าต่างของอาคารที่ทำให้ตัวอาคารสวยงาม และมีความโดดเด่น แต่เนื่องจากการบำรุงรักษาเปลือกอาคารมีค่าใช้จ่ายจำนวนมาก จึงเกิดความคิดในการนำพื้นที่เปลือกอาคารมาใช้ประโยชน์ในด้านอื่น ๆ นอกจากเป็นเพียงส่วนประกอบของอาคาร ให้มากที่สุด เพื่อให้คุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายที่จำเป็นต้องเสียไปในการดูแลบำรุงรักษาเปลือกอาคาร โดยการเปลี่ยนพื้นที่เปลือกอาคารทางด้านที่มีศักยภาพของพื้นที่สูงให้เป็นพื้นที่สำหรับติดตั้งสื่อโฆษณากลางแจ้ง

การใช้ประโยชน์พื้นที่เปลือกอาคาร เป็นพื้นที่ติดตั้งสื่อโฆษณากลางแจ้ง จึงเป็นทางเลือกที่เหมาะสม เพราะสามารถเพิ่มรายได้ให้กับโครงการได้มาก ทำให้ผู้ประกอบการเห็นช่องทางที่จะสร้างรายได้เพิ่มให้กับโครงการ ซึ่งการใช้พื้นที่เปลือกอาคารเป็นป้ายโฆษณาต้องพิจารณาจากองค์ประกอบหลาย ๆ ด้านของตัวอาคารไม่ว่าจะเป็นศักยภาพของพื้นที่ตั้งของตัวอาคาร และสภาพของเปลือกอาคารแล้ว การเลือกใช้สื่อโฆษณากลางแจ้งที่เหมาะสม และอัตราส่วนของพื้นที่เปลือกอาคารที่เป็นป้ายโฆษณาก็มีความสำคัญเช่นกัน เพราะเปลือกอาคารเปรียบเสมือนหน้าต่างของอาคาร

ดังนั้นการที่จะเปลี่ยนพื้นที่เปลือกอาคารให้เป็นป้ายโฆษณา จำเป็นที่จะต้องมียุทธศาสตร์ และวิธีการที่เหมาะสม

ผู้วิจัยหวังว่า ผลจากการวิจัยครั้งนี้ สามารถนำไปใช้พิจารณาควบคู่ไปกับการออกแบบอาคารที่สร้างใหม่ หรือนำผลการวิจัยที่ได้มาใช้พิจารณาเป็นแนวทางในการปรับปรุงอาคารเก่าที่ ต้องการใช้พื้นที่เปลือกอาคารเป็นป้ายโฆษณา เพื่อช่วยให้การออกแบบอาคารมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาความสัมพันธ์ ระหว่าง ที่ตั้งของอาคารศูนย์การค้าที่ใช้พื้นที่เปลือกอาคารเป็นป้ายโฆษณา กับการเลือกรูปแบบของสื่อโฆษณา และอัตราส่วนที่ใช้ใช้ในการทำป้ายโฆษณาบนเปลือกอาคาร
2. ศึกษาศักยภาพของที่ตั้งอาคารศูนย์การค้าที่ใช้พื้นที่เปลือกอาคารเป็นป้ายโฆษณา ว่ามีผลต่อการมองเห็นตัวอาคารอย่างไร
3. ศึกษาความสัมพันธ์ ระหว่าง การเลือกรูปแบบของสื่อโฆษณา กับอัตราส่วนที่ใช้ในการทำป้ายโฆษณาบนเปลือกอาคาร มีผลกับรายได้ที่เพิ่มขึ้นอย่างไร
4. ศึกษาความสัมพันธ์ ระหว่าง ที่ตั้งอาคารศูนย์การค้าที่ใช้พื้นที่เปลือกอาคารเป็นป้ายโฆษณาว่า มีผลต่อการมองเห็นตัวอาคาร เพื่อเลือกรูปแบบของสื่อโฆษณา กับอัตราส่วนที่ใช้ในการทำป้ายโฆษณาบนเปลือกอาคารว่า มีผลกับรายได้ที่เพิ่มขึ้นอย่างไร
5. เสนอแนะแนวทางในการบริหารจัดการการใช้ประโยชน์พื้นที่เปลือกอาคาร ศูนย์การค้าเป็นป้ายโฆษณา และรูปแบบของสื่อโฆษณาที่ใช้ทำการโฆษณาบนเปลือกอาคาร

## 1.3 ขอบเขตการวิจัย

### 1.3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหาของการศึกษา

ศึกษารูปแบบของสื่อโฆษณากลางแจ้งที่เหมาะสมในการนำมาใช้ทำการโฆษณาบนเปลือกอาคารศูนย์การค้า

### 1.3.2 ขอบเขตด้านพื้นที่ของการศึกษา

เกณฑ์ในการพิจารณาเลือกอาคารศูนย์การค้าที่เป็นกรณีศึกษา

#### 1. ที่ตั้งที่สามารถมองเห็นตัวอาคารได้ชัดเจน

ตัวอาคารมีความโดดเด่น ไม่ถูกบดบังจากอาคารข้างเคียง ทำให้สามารถเห็นป้ายโฆษณาบนเปลือกอาคารได้ชัดเจน

#### 2. ย่านธุรกิจ ติดถนนใหญ่

อยู่ในย่านที่มีความหนาแน่นของประชากรในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่งสูง

#### 3. ใกล้กับระบบขนส่งมวลชน เช่น รถไฟฟ้า BTS รถไฟฟ้าใต้ดิน

เป็นจุดพักระหว่างการเดินทาง หรือเป็นจุดต่อรถโดยสารที่ติดกับเส้นทางคมนาคมสายหลักของกรุงเทพมหานคร ทำให้ผู้ที่สัญจรไปมาสามารถมองเห็นป้ายโฆษณาบนเปลือกอาคารได้ชัดเจน

#### 4. อยู่ในย่านที่มีสภาพการจราจรติดขัดในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง

### 1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ประโยชน์ต่อผู้ออกแบบ ผู้ออกแบบสามารถนำผลจากการวิจัยที่ได้ไปใช้ในการพิจารณาควคู่ไปกับการออกแบบอาคารที่สร้างใหม่ หรือนำผลการวิจัยที่ได้มาใช้พิจารณาเป็นแนวทางในการปรับปรุงอาคารเก่าที่ต้องการใช้พื้นที่เปลือกอาคารเป็นป้ายโฆษณา เพื่อช่วยให้การออกแบบอาคารมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น

2. ประโยชน์ต่อผู้บริหารอาคาร ผู้บริหารอาคารสามารถนำผลจากการวิจัยที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการบริหารจัดการการใช้ประโยชน์พื้นที่เปลือกอาคารศูนย์การค้าเป็นป้ายโฆษณา และเลือกใช้รูปแบบของสื่อโฆษณาที่ใช้ทำการโฆษณาบนเปลือกอาคารได้อย่างเหมาะสม

### 1.5 นิยามศัพท์

ศูนย์การค้า (shopping center) หมายถึง อาคารโดด ซึ่งรวมร้านค้าปลีกมากกว่า 2 ประเภทขึ้นไป แล้วจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวก ทั้งสินค้า และบริการแก่ทั้งร้านค้าปลีก และประชาชนที่จะซื้อสินค้ากับร้านค้าปลีกเหล่านั้นด้วย

ป้ายโฆษณา (billboard, poster, panels) เป็นสื่อโฆษณาที่ประกอบเข้ากับโครง (panels) ที่ใช้เป็นกรอบ ปกติโครงเหล่านี้จะมีขนาดมาตรฐาน และยึดติดกับพื้นดิน หรืออาจยึดติดกับผนัง หรือหลังคาของอาคารก็ได้ การผลิตเริ่มจากการเขียนข่าวสารโฆษณาลงบนแผ่นกระดาษขนาดใหญ่ก่อนที่จะนำไปประกอบ และยึดเข้ากับโครงโดยช่างผู้ชำนาญการ

เปลือกอาคาร (facade) หมายถึงวัสดุห่อหุ้มโครงสร้างให้ตัวอาคารเกิดความสวยงามเมื่อมองจากภายนอก และมองผ่านจากภายในสู่ภายนอกได้ ในขณะที่แบ่งกันเนื้อที่ว่างระหว่างภายในกับภายนอกอาคารออกจากกันเพื่อป้องกันความร้อนเย็นของอุณหภูมิ ความชื้น ลม และฝน ป้องกันมลภาวะต่าง ๆ เช่น มลภาวะทางอากาศมลภาวะทางเสียง ผนังยังต้องมีความคงทนต่อแรงลมหรือแรงกระทำด้านข้าง ฯลฯ

รูปแบบของสื่อโฆษณา หมายถึง สื่อโฆษณากลางแจ้งประเภทต่าง ๆ ที่สามารถใช้ติดตั้งบนพื้นที่เปลือกอาคาร หรือบนโครงที่เตรียมไว้

สภาพการมองเห็น หมายถึง ความโดดเด่นของอาคารตามศักยภาพของที่ตั้งของอาคาร ซึ่งมีผลต่อการมองเห็นพื้นที่เปลือกอาคารที่ใช้เป็นป้ายโฆษณาได้อย่างชัดเจน หรืออย่างไม่ชัดเจน

#### 1.6 สมมติฐานการวิจัย

1. การเลือกใช้รูปแบบของป้ายโฆษณา และอัตราส่วนที่ใช้ในการทำป้ายโฆษณาบนเปลือกอาคาร มีผลกับรายได้ที่เพิ่มขึ้น
2. ที่ตั้งที่สามารถมองเห็นตัวอาคารได้ชัดเจนเป็นตัวกำหนดการใช้ประโยชน์พื้นที่เปลือกอาคารศูนย์การค้าเป็นป้ายโฆษณา
3. อาคารศูนย์การค้าที่อยู่ในบริเวณที่สามารถมองเห็นตัวอาคารได้ชัดเจน สามารถที่จะเพิ่มรายได้จากป้ายโฆษณาบนเปลือกอาคาร