

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

นางสาวกนกกาญจน์ ตู้อินดา

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต


สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2552

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

FACTORS INFLUENCING THE SELECTION OF PUBLIC PARK SERVICES AMONG  
PEOPLE IN BANGKOK METROPOLIS



Miss Kanokkarn Toojinda

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of Master of Science Program in Sports Science

Faculty of Sports Science

Chulalongkorn University

Academic Year 2009

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะของ  
ประชาชนในกรุงเทพมหานคร

โดย

นางสาวกนกกาญจน์ ผู้จินดา

สาขาวิชา

วิทยาศาสตร์การกีฬา

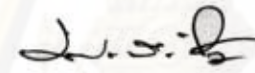
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก


ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุชาติ ทวีพรปฐมกุล

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้แนบวิทยานิพนธ์ฉบับนี้  
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาคามหลักสูตรปริญญาโทฉบับนี้


  
..... คณบดีคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา  
(รองศาสตราจารย์ ดร. วิชิต คณึงสุขเกษม)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

  
..... ประธานกรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ เทพประสิทธิ์ กุลธวัชวิชัย)

  
..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุชาติ ทวีพรปฐมกุล)

  
..... กรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ ดร. วิชิต คณึงสุขเกษม)

  
..... กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย  
(อาจารย์ ดร. นพรัตน์ พบลาก)

ศูนย์วิทยานิพนธ์  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

กนกกาญจน์ ตูจันดา: ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะของประชาชนใน  
กรุงเทพมหานคร. (FACTORS INFLUENCING THE SELECTION OF PUBLIC PARK SERVICES  
AMONG PEOPLE IN BANGKOK METROPOLIS) อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: ผู้ช่วยศาสตราจารย์  
ดร. สุชาติ ทวีพรปฐมกุล, 133 หน้า

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบ เพศและอายุ กับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้  
บริการสวนสาธารณะของประชาชนในกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ใช้บริการสวนสาธารณะใน  
กรุงเทพมหานคร 10 แห่ง จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล นำผลที่  
ได้มาวิเคราะห์ทางสถิติ โดยหาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบค่า  $t$  "ที" (t-test) ในการเปรียบเทียบปัจจัย  
ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะระหว่างเพศชายและเพศหญิง และการเปรียบเทียบความแตกต่างของ  
ผู้ให้บริการที่มีช่วงอายุที่แตกต่างกัน โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way analysis of variance:  
ANOVA) กรณีพบความแตกต่างรายคู่จะวิเคราะห์ความแตกต่างนั้นเป็นรายคู่ด้วยวิธีเชฟเฟ

ผลการวิจัยพบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย และเพศหญิง มีสัดส่วนเท่าๆกัน ส่วนใหญ่ อายุระหว่าง 21-30 ปี  
มีสถานภาพสมรส มีระดับการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ส่วนใหญ่เป็นพนักงาน บริษัทเอกชน / รับจ้าง  
ทั่วไป และมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ส่วนใหญ่เดินทางมาใช้ระยะทางน้อยกว่า 5 กิโลเมตร ใช้เวลาใน  
การเดินทางมาสวนสาธารณะประมาณ 11-20 นาทีจากบ้านหรือที่ทำงาน ด้วยรถโดยสารประจำทาง โดยเลือกใช้  
บริการสวนสาธารณะในช่วงเวลา 16.00 - 21.00 น. ใช้เวลาในสวนสาธารณะประมาณ 30 - 60 นาที และได้รับ  
ข้อมูลสวนสาธารณะจากป้ายประกาศ, ใบปลิว, อินเทอร์เน็ตและโทรทัศน์

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าการ  
จัดการ ( $\bar{X} = 4.19$ ) มีผลต่อการมาใช้บริการมากที่สุด รองลงมาคือด้านความปลอดภัย ( $\bar{X} = 4.11$ ) ด้านสถานที่  
( $\bar{X} = 3.94$ ) ด้านอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก ( $\bar{X} = 3.67$ ) ด้านบุคลากร ( $\bar{X} = 3.65$ ) และด้านกิจกรรม  
( $\bar{X} = 3.62$ ) ยกเว้น ด้านการประชาสัมพันธ์ ( $\bar{X} = 3.35$ ) อยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ ระหว่างเพศชาย  
และเพศหญิง พบว่า ด้านการจัดการ, ด้านสถานที่, ด้านอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านบุคลากรผู้  
ให้บริการ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะจำแนกตามอายุ  
พบว่า ด้านการจัดการ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 คือระหว่างช่วงอายุ 10-20 ปี กับ 60  
ปีขึ้นไป

สาขาวิชา.....วิทยาศาสตร์การกีฬา.....ลายมือชื่อนิติ..... กนกกาญจน์  
ปีการศึกษา.....2552.....ลายมือชื่ออ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก.....



## 5178601639: MAJOR SPORTS SCIENCE

KEYWORDS: FACTORS INFLUENCING THE SELECTIONS/ PUBLIC PARK/ THAI PEOPLE IN BANGKOK METROPOLIS

KANOKKARN TOOJINDA: FACTORS INFLUENCING THE SELECTION OF PUBLIC PARK SERVICES AMONG PEOPLE IN BANGKOK METROPOLIS. THESIS ADVISOR: ASST. PROF. SUCHART TAWEEPORNPATHOMGUL, Ph.D., 133 pp.

The purposes of this research were to study and compare gender and age in terms of the factors influencing the selection of public park services among people living in Bangkok metropolis. The samples were consisted of 400 Thai people who used the services of 10 public parks. A questionnaire was used as a survey. Derived data were analyzed statistically by using the percentages, means, standard deviation, and t-test in order to compare the factors between male and female. One way analysis of variance was used to compare the factors by different age groups. If the results were significantly different at .05 level, the Scheffe method would then be employed.

**The results were as follow;**

The subjects were male and female in equal proportion aged between 21 – 30 years old, with marriage status. Most of them graduated with least secondary school level. The majority worked at the private corporate and earned income below at 10,000 Baht. They went to the park locating less than 5 kilometers or 11-20 minutes away from home or work places by public bus, during weekend at 16.00-21.00 hrs. Park information was disseminated through the signboard, brochure, internet and television.

The opinion regarding basic factors influencing the selection of public park were highly rated at management ( $\bar{X} = 4.19$ ) security ( $\bar{X} = 4.11$ ) location ( $\bar{X} = 3.94$ ) facilities ( $\bar{X} = 3.67$ ) personnel ( $\bar{X} = 3.65$ ) and recreational activities ( $\bar{X} = 3.62$ ) except public relations ( $\bar{X} = 3.35$ ) was at rated the moderate level.

The comparison of the opinion classified by gender were significantly different at .05 level in management, location, tool and facilities and personnel

The comparison of the opinion classified by age were significantly different in management at .05 level between ages group of 10-20 years old and 60 years old and above group.

Field of Study: .....Sports Science..... Student's Signature:.....*Kanokkarn*.....  
Academic Year:.....2009..... Advisor's Signature:.....*[Signature]*.....

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้จะสำเร็จลุล่วงไม่ได้ หากขาดความร่วมมือ และความกรุณาจากบุคคลหลายฝ่ายด้วยกันดังนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ทวีพรปฐมกุล อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่คอยอบรม สั่งสอน ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ ให้คำแนะนำในเรื่องต่างๆ และให้ข้อคิดในการเรียนและการทำวิทยานิพนธ์ให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์เทพประสิทธิ์ กุลธวัชวิชัย และ ศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ กาญจนกิจ และรองศาสตราจารย์ ดร.วิจิต คณิงสุขเกษม ที่ให้คำปรึกษาและข้อคิดในการทำวิทยานิพนธ์ และขอขอบพระคุณคณาจารย์คณะวิทยาศาสตร์การกีฬาทุกท่าน และขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ ดร.นพรัตน์ พบลาภ ที่ให้ความกรุณาสละเวลาอันมีค่าให้ข้อเสนอแนะ ที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการทำวิทยานิพนธ์

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ดร. อัญญา นิลนพคุณ นางเกื้อกุล พัวพิริยพันธ์ และนาย วรวิทย์ ปันยานนท์ ที่กรุณาในการเป็นผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจเครื่องมือวิจัยในครั้งนี้ และที่ได้กรุณาให้คำแนะนำ และตรวจแก้ไข ปรับปรุง ข้อบกพร่องต่างๆ อันส่งผลให้วิทยานิพนธ์นี้มีความถูกต้อง สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ผู้วิจัยขอขอบคุณ สำนักงานสวนสาธารณะ สำนักสิ่งแวดล้อม ที่ให้ความช่วยเหลือด้านข้อมูล และให้การอำนวยความสะดวก ตลอดจนให้ข้อเสนอแนะ คำแนะนำต่างๆ

ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่คณะวิทยาศาสตร์การกีฬาทุกท่าน ที่ให้การช่วยเหลือและสนับสนุน คอยอำนวยความสะดวก และให้คำแนะนำต่างๆ ที่เป็นประโยชน์

ท้ายสุดนี้ด้วยความสำนึกในพระคุณของคุณพ่อเลอศักดิ์ คุณแม่ไอลดา ผู้จินดา ญาติพี่น้อง และผู้มีพระคุณที่เคารพรักทุกท่าน ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ ที่ช่วยผลักดันให้ประสบความสำเร็จ รวมทั้งผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณทุกท่านที่ช่วยเหลือการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยซาบซึ้งในความกรุณาของทุกท่าน ที่กล่าวมาแล้ว และมีได้กล่าวมาในที่นี้ จึงกราบขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้ด้วย

กนกกาญจน์ ผู้จินดา

## สารบัญ

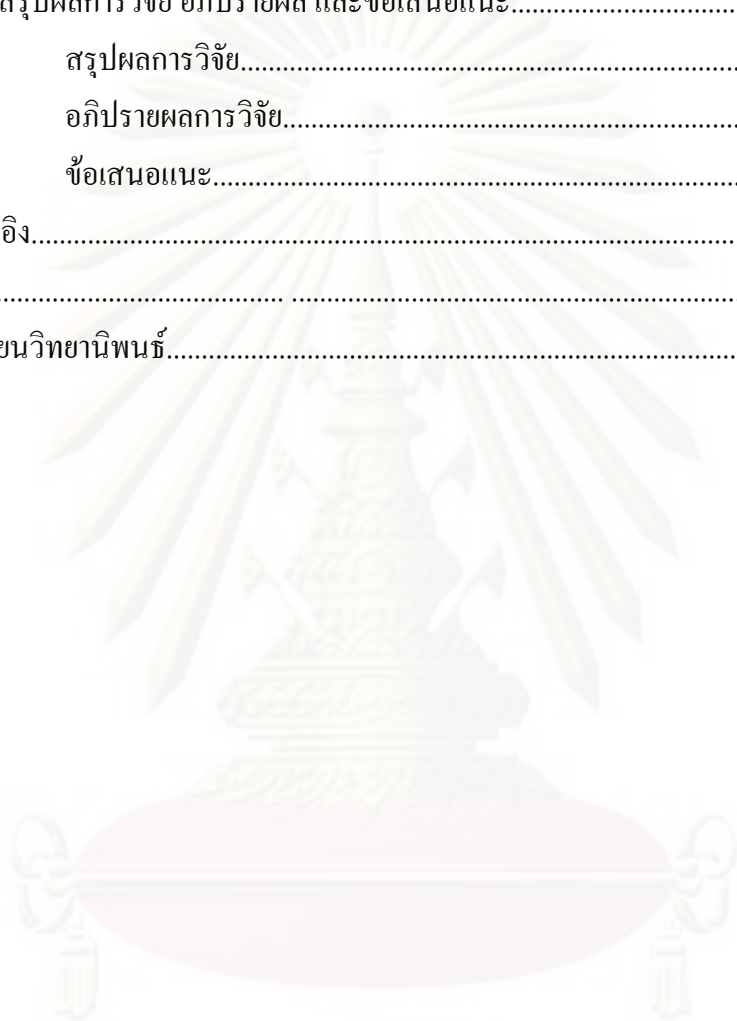
หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฅ

### บทที่

1	บทนำ.....	1
	ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
	วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
	ขอบเขตการวิจัย.....	3
	คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย.....	4
	กรอบแนวคิด.....	5
	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	6
2	เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
	แนวความคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับนันทนาการ.....	7
	แนวความคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับสวนสาธารณะ.....	16
	แนวความคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม.....	27
	แนวความคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ.....	40
	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	43
3	วิธีดำเนินการวิจัย.....	51
	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	51
	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	53
	ขั้นตอนการสร้างและการหาคุณภาพเครื่องมือ.....	54
	วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	54
	การวิเคราะห์ข้อมูล.....	55
4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	56
	ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	57
	ตอนที่ 2 พฤติกรรมผู้ใช้บริการสวนสาธารณะ.....	60
	ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะในสวนสาธารณะ.....	66

บทที่	หน้า
ตอนที่ 4 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้ บริการสวนสาธารณะของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยจำแนกตาม เพศ และอายุ.....	74
ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะความคิดเห็น.....	108
5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	109
สรุปผลการวิจัย.....	109
อภิปรายผลการวิจัย.....	111
ข้อเสนอแนะ.....	116
รายการอ้างอิง.....	118
ภาคผนวก.....	122
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	133



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ.....	57
2	จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ.....	57
3	จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพสมรส.....	58
4	จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา.....	58
5	จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน...	59
6	จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ.....	59
7	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะทางการเดินทาง.....	60
8	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการเดินทาง.....	60
9	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาของการเดินทาง.....	61
10	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่เลือกใช้บริการ.....	61
11	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์ที่มาใช้บริการ.....	62
12	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่มีผลต่อการมาใช้บริการ.....	62
13	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวันที่มาใช้บริการส่วนใหญ่.....	63
14	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเวลาที่มาใช้บริการส่วนใหญ่.....	63
15	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเวลาที่ใช้ในสวนสาธารณะ.....	64
16	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ที่มาใช้บริการ.....	64
17	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูลที่ได้รับ.....	65
18	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ.....	66
19	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความสนใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะด้านกิจกรรม.....	67
20	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ ด้านการจัดการ.....	68
21	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ ด้านสถานที่.....	69
22	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะด้านอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก.....	70

ตารางที่		หน้า
23	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ ด้านบุคลากร.....	71
24	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ ด้านการประชาสัมพันธ์.....	72
25	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ ด้านความปลอดภัย.....	73
26	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ ระหว่างเพศ.....	74
27	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ ด้านกิจกรรม ระหว่างเพศ.....	75
28	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะด้านการจัดการ ระหว่างเพศ.....	77
29	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะด้านสถานที่ ระหว่างเพศ.....	78
30	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ ด้านอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก ระหว่างเพศ	79
31	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะด้านบุคลากร ระหว่างเพศ.....	80
32	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะด้านการประชาสัมพันธ์ ระหว่างเพศ.....	81
33	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะด้านความปลอดภัย ระหว่างเพศ.....	82
34	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ ระหว่างช่วงอายุ.....	83
35	ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ ระหว่างช่วงอายุ ด้านการจัดการ ใช้วิธีการทดสอบของเชฟเฟ( Scheffe).....	84
36	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ ระหว่างช่วงอายุ ด้านกิจกรรม.....	85

ตารางที่	หน้า
37	ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะระหว่างช่วงอายุ ด้านกิจกรรมนั่งเล่นนั่งคุย ใช้วิธีการทดสอบของเซฟเฟ(Scheffe)..... 87
38	ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ ด้านกิจกรรมชมวิวธรรมชาติ ใช้วิธีการทดสอบของเซฟเฟ (Scheffe)..... 88
39	ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ ด้านกิจกรรมการเล่นดนตรี ใช้วิธีการทดสอบของเซฟเฟ(Scheffe)..... 89
40	ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะระหว่างช่วงอายุ ด้านกิจกรรมการฟังการแสดงดนตรี ใช้วิธีการทดสอบของเซฟเฟ (Scheffe)..... 90
41	ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะระหว่างช่วงอายุ ด้านกิจกรรมเครื่องเล่น ใช้วิธีการทดสอบของเซฟเฟ(Scheffe)..... 91
42	ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะระหว่างช่วงอายุ ด้านกิจกรรมเดินวิ่ง ใช้วิธีการทดสอบของเซฟเฟ(Scheffe)..... 92
43	ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ ด้านกิจกรรมกีฬาประเภทเดี่ยว ใช้วิธีการทดสอบของเซฟเฟ(Scheffe)..... 93
44	ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะระหว่างช่วงอายุ ด้านกิจกรรมกีฬาประเภททีม ใช้วิธีการทดสอบของเซฟเฟ(Scheffe)..... 94
45	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ ด้านการจัดการ ระหว่างช่วงอายุ..... 95
46	ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะระหว่างช่วงอายุ ด้านกิจกรรมมีความหลากหลาย ใช้วิธีการทดสอบของเซฟเฟ(Scheffe).... 96
47	ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะระหว่างช่วงอายุ ด้านบรรยากาศสิ่งแวดล้อม ใช้วิธีการทดสอบของเซฟเฟ (Scheffe)..... 97
48	ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะระหว่างช่วงอายุ ด้านการแบ่งสัดส่วนพื้นที่อย่างเหมาะสม ใช้วิธีการทดสอบของเซฟเฟ (Scheffe)..... 98
49	ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะระหว่างช่วงอายุ ด้านการใช้งานตามวัตถุประสงค์ ใช้วิธีการทดสอบของเซฟเฟ (Scheffe).. 99

ตารางที่	หน้า
50	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ ด้านสถานที่ ระหว่างช่วงอายุ..... 100
51	ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ ระหว่างช่วงอายุ ในเรื่องป้ายชื่อสวนบริเวณทางเข้า ใช้วิธีการทดสอบของเชฟเฟ (Scheffe) 101
52	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ ด้านอุปกรณ์ฯ ระหว่างช่วงอายุ..... 102
53	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ ด้านบุคลากร ระหว่างช่วงอายุ..... 103
54	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ ด้านการประชาสัมพันธ์ ระหว่างช่วงอายุ..... 104
55	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ ด้านความปลอดภัย ระหว่างช่วงอายุ..... 105
56	ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ ระหว่างช่วงอายุ ในเรื่องมีการตรวจสอบสายไฟและปลั๊กไฟอยู่เสมอ ใช้วิธีการทดสอบของเชฟเฟ (Scheffe)..... 106
57	ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ ระหว่างช่วงอายุ ในเรื่องปราศจากคนจรจัด ใช้วิธีการทดสอบของเชฟเฟ (Scheffe)..... 107



# บทที่ 1

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

กรุงเทพมหานครเป็นเมืองหลวงของประเทศไทย เป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจ สังคมและการเมือง จึงไวต่อความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในยุคโลกาภิวัตน์ ส่งผลให้เกิดสิ่งปลูกสร้างมากมายทั้งที่อยู่อาศัย อาคารพาณิชย์และสาธารณูปโภค ทำให้พื้นที่ทางธรรมชาติลดลง และเนื่องจากความเจริญก้าวหน้าดังกล่าว คนจึงหลั่งไหลเข้ามาทำงานกันมากมายทำให้เกิดความแออัดหนาแน่น และประชากรยังคงมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น เนื่องจากอัตราการเกิด การย้ายถิ่นเข้ามาและอัตราการตายที่ลดลงเนื่องจากความเจริญทางการแพทย์ซึ่งส่งผลให้กรุงเทพมหานครเป็นเมืองที่มีประชากรมากที่สุด โดยแหล่งข้อมูลประชากรในกรุงเทพมหานคร(สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย,2551) ซึ่งในปี พ.ศ.2547 มีประชากร 5,634,132 คน และในปี พ.ศ.2550 มีประชากร 5,716,248 คน และมีแนวโน้มการเพิ่มขึ้นของประชากรตลอดเวลา แต่กรุงเทพมหานครเป็นเมืองที่มีพื้นที่เพียง 1,568.7 ตารางกิโลเมตรหรือประมาณ980,000ไร่ จากข้อมูลดังกล่าวชี้ให้เห็นว่าประชากรในกรุงเทพมหานคร อยู่อาศัยอย่างหนาแน่น ห่างไกลจากสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตทั้งทางร่างกายและจิตใจ

สวนสาธารณะจึงมีบทบาทสำคัญ ที่ทำให้คนได้พบกับประสบการณ์ ที่ต่างไปจากชีวิตประจำวัน มีสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติและ เป็นแหล่งนันทนาการ ที่มีกิจกรรมหลากหลาย ทั้งการนั่งเล่น นั่งคุย การเล่นดนตรี การอ่านหนังสือ การเล่นการฟังดนตรี การพักผ่อน ฯลฯ หรือพื้นที่ในการเล่นกีฬาชนิดต่างๆ และมีพื้นที่ออกกำลังกายไม่ว่าจะเป็นการเดิน วิ่ง การใช้เครื่องออกกำลังกาย การเดินแอโรบิค โยคะ การพายเรือถีบเรือ ฯลฯ ซึ่งการออกกำลังกาย ส่งผลให้มีพลาสมาที่ดี ห่างไกลโรคร้ายไข้เจ็บ ลดความเสี่ยงของการเกิดโรค ซึ่งช่วยลดปัญหาสาธารณสุขและค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาลได้มาก โดยแผนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2545 – 2549) กำหนดให้ประชากรวัยเด็กและเยาวชน ออกกำลังกายและเล่นกีฬาเป็นประจำ และเล่นเกือบทุกวัน ถึงร้อยละ 80 จะต้องส่งเสริมการเล่นกีฬาในวัยรุ่นให้มากเป็นพิเศษ และต้องทำให้ประชาชนหรือวัยทำงานและวัยสูงอายุได้ออกกำลังกาย เล่นกีฬาเป็นประจำ และได้เล่นเกือบทุกวัน จะต้องปลูกฝังและส่งเสริมการเล่นกีฬาอย่างจริงจัง และทั่วถึงทั้งในเมือง และชนบทให้ทั่วถึงทุกชุมชน จนประชากรรักในการออกกำลังกาย ทั้งนี้เพื่อให้เป็นไปตามแนวทางปฏิบัติที่ทางคณะกรรมการมีมติให้ดำเนินการนี้เพื่อให้เกิดผลกับประชาชน และการกีฬาของประเทศ 4 ประการ คือ

1. ทำให้ประชาชน และเยาวชนมีสุขภาพพลานามัยดี
2. ทำให้ประชาชนและเยาวชนห่างไกลอบายมุขและยาเสพติด
3. ทำให้ประชาชนและเยาวชนมีน้ำใจเป็นนักกีฬา
4. ทำให้รัฐบาลสามารถลดค่าใช้จ่ายการสร้างเสริมสุขภาพของประชาชนให้น้อยลง

นอกจากนี้สวนสาธารณะยังมีกิจกรรมชมรม สมาคมต่างๆ เพื่อให้ประชาชนเข้าร่วม ฉะนั้นจึงถือได้ว่าสวนสาธารณะเป็นสถานที่เอื้อต่อการมีสุขภาพกายและจิตที่ดี และส่งผลให้มีการพบปะสังสรรค์ เกิดการมีปฏิสัมพันธ์ในสังคม ช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิต โดยอาชัญญา รัตนอุบล และคณะ (2548) กล่าวว่าสวนสาธารณะเป็นหนึ่งในแหล่งการเรียนรู้ตลอดชีวิตเป็นสิ่งที่มิผลต่อการสร้างกระบวนการพัฒนาการเรียนรู้ที่ยั่งยืนควบคู่ไปกับการจัดการพัฒนาการศึกษาเพื่อการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับพระราชบัญญัติ การศึกษาแห่งชาติ มาตรา 25ระบุว่า "รัฐต้องส่งเสริมการดำเนินงานและจัดตั้งแหล่งการเรียนรู้ตลอดชีวิต ทุกรูปแบบ ได้แก่ สวนสาธารณะ พิพิธภัณฑ์ หอศิลป์สวนสัตว์ สวนพฤกษศาสตร์ อุทยานวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และศูนย์การศึกษาและนันทนาการ แหล่งข้อมูลและแหล่งเรียนรู้อื่น อย่างพอเพียงและมีประสิทธิภาพ" จุดมุ่งหมายสำคัญตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติคือการปฏิรูปการเรียนรู้เพื่อพัฒนาศักยภาพของคนไทยให้ก้าวสู่สังคมแห่งการเรียนรู้ ให้ผู้เรียนทุกคนสามารถเรียนรู้และพัฒนาตนเองได้ในทุกเวลาและทุกสถานที่ ซึ่งแหล่งการเรียนรู้จะสามารถเกื้อกูลสิ่งเหล่านี้ได้ นอกจากนี้สวนสาธารณะยังมีสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ช่วยผ่อนคลายความตึงเครียดจากการดำเนินชีวิต และยังเป็นสวัสดิการโดยภาครัฐจัดให้กับชุมชนโดยจัดสร้างด้วยเงินภาษีอากร จึงถือเป็น สาธารณะสมบัติของประเทศชาติ ทุกคนมีสิทธิการใช้เท่าเทียมกันโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย จึงกล่าวได้ว่าสวนสาธารณะเป็นแหล่งพัฒนาศักยภาพของมนุษย์ทั้งด้านร่างกาย จิตใจ อารมณ์ สังคม และสติปัญญา แต่การสร้างและจัดการสวนสาธารณะต้องใช้งบประมาณสูง เหตุด้วย ที่ดินเป็นปัจจัยที่ต้องตอบสนองผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจสูงสุด การพัฒนาสวนสาธารณะในกรุงเทพมหานครจึงเป็นสิ่งที่ยากโดยเฉพาะเมืองชั้นในที่มีการพัฒนาอย่างหนาแน่นโดยการพัฒนาสวนสาธารณะในอนาคตต้องมีแนวทางและมาตรการแน่นอน (ชวนพิศ คุชฎีประเสริฐ,2539) จากข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า สิ่งสำคัญคือควรมีการจัดการสวนสาธารณะ โดยคำนึงถึงการใช้ประโยชน์ให้คุ้มค่า สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้ใช้บริการสวนสาธารณะมากที่สุด เพื่อบรรลุถึงจุดมุ่งหมายโดยแท้จริง

ปัจจุบันสวนสาธารณะมีบทบาทสำคัญในชุมชนเมืองมากขึ้น ภาครัฐ ชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีการร่วมจัดหาพื้นที่เพิ่มสวนสาธารณะเพราะจากเดิมในอดีตสวนสาธารณะไม่เพียงพอต่อความต้องการและมีจำนวนน้อยกว่ามาตรฐาน ธนิต วงศ์ศรีชลาลัย (2544) กล่าวว่า ความสัมพันธ์

ของพื้นที่สวนสาธารณะต่อประชากรกรุงเทพมหานครนั้น จำนวนประชากรในทะเบียนราษฎรปี 2543 มี 5,662,499 คน สวนสาธารณะรวมพื้นที่สีเขียวพื้นที่คิดรวม 3,386.965 ไร่ ดังนั้นเมื่อคำนวณพื้นที่สวนสาธารณะต่อประชากรแล้วจะเท่ากับ 0.96 ตารางเมตรต่อคน ซึ่งเมื่อเทียบกับข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญจาก MIT ที่เสนอไว้ในเอกสารชื่อ The Bangkok Plan ให้วางแผนเพิ่มพื้นที่สวนสาธารณะในพื้นที่เมืองเป็น 2 ตารางเมตรต่อคนภายในปี 2548 หรือมาตรฐานจากงานวิจัยจาก กองวิจัยและประเมินผลกรมการผังเมือง ที่เสนอให้มีพื้นที่สวนสาธารณะ 2.88 ตารางเมตรต่อประชากร 1 คน (สำนักผังเมือง, 2539) แสดงให้เห็นว่าในขณะนั้นพื้นที่สวนสาธารณะไม่เพียงพอ จึงมีความจำเป็นต้องขยายโดยจัดหาจัดซื้อปรับปรุงที่ดินในปัจจุบันข้อมูลจากสำนักงานสวนสาธารณะ สำนักสิ่งแวดล้อม กรุงเทพมหานคร (2551) ซึ่งให้เห็นว่าสวนสาธารณะในปัจจุบันมีพื้นที่ 13,141.500 ไร่ (21,026,400.32 ตารางเมตร) ซึ่งสัดส่วนพื้นที่สีเขียวในรูปแบบสวนสาธารณะต่อประชากรเท่ากับ 3.68 ตารางเมตรต่อคน แสดงให้เห็นว่า ปัจจุบันสวนสาธารณะมีเพียงพอต่อประชากร กรุงเทพมหานคร จึงควรกระตุ้นให้เกิดการใช้บริการเพื่อสุขภาพของคนเมือง และความคุ้มค่ากับงบประมาณมากที่สุด

การวิจัยนี้ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกมาใช้บริการของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นแหล่งพักผ่อนใกล้บ้านหรือที่ทำงานเพื่อเอื้อต่อการใช้ชีวิตประจำวัน โดยศึกษาลักษณะพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสวนสาธารณะ และความคิดเห็นด้านต่างๆของสวนสาธารณะ เพื่อใช้ผลที่ได้เป็นแนวคิดในการศึกษาพัฒนาการปรับปรุงดูแลสวนสาธารณะให้พร้อมใช้งานและตรงต่อความต้องการของคนในพื้นที่ พร้อมทั้งจัดกิจกรรมให้สามารถตอบสนองได้ตรงตามความต้องการ และเกิดประสิทธิภาพด้านการใช้งานได้สูงสุด

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้สวนสาธารณะของประชาชนในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ ระหว่างเพศและอายุ

### ขอบเขตของการวิจัย

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

#### 1. ขอบเขตด้านพื้นที่

การศึกษานี้เป็นการศึกษาสวนสาธารณะจำนวน 10 แห่ง ในกรุงเทพมหานครที่แบ่งตามขนาดของพื้นที่ โดยประกอบด้วย สวนสราญรมย์, สวนสันติภาพ, สวน 60 พรรษาสมเด็จพระบรมราชินีนาถ, สวนสาธารณะเฉลิมพระเกียรติ 6 รอบ, อุทยานเบญจสิริ, สวนรมณีนาถ,

สวนวชิรเบญจทัศ, สวนเสรีไทย, สวนลุมพินีและสวนจตุจักร

## 2.ขอบเขตด้านประชากร

คือผู้ใช้บริการสวนสาธารณะในกรุงเทพมหานครที่เป็นชาวไทย

## 3.ขอบเขตด้านเนื้อหา

3.1 ข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ

3.2 พฤติกรรมการใช้บริการสวนสาธารณะของผู้ตอบแบบสอบถามประกอบด้วย ลักษณะการเดินทาง, ระยะเวลาการเดินทาง, วัตถุประสงค์, วันและเวลาที่มาใช้บริการ, บุคคลที่มีผลต่อการมาใช้บริการสวนสาธารณะ

### 3.3 ความพึงพอใจในองค์ประกอบสวนสาธารณะ

กิจกรรมในสวนสาธารณะ

การจัดการสวนสาธารณะ

สถานที่

อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก

บุคลากร

การประชาสัมพันธ์

ความปลอดภัย

## คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

**ปัจจัย** หมายถึง เหตุอันเป็นแนวทางเกื้อหนุน ให้มีการใช้บริการสวนสาธารณะซึ่งประกอบด้วย ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม, พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม, ความพึงพอใจในองค์ประกอบสวนสาธารณะ ได้แก่ กิจกรรม, การจัดการ, สถานที่, อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก, บุคลากร, การประชาสัมพันธ์และความปลอดภัย

**พฤติกรรมผู้ใช้บริการ** หมายถึง การแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้บริการ รวมทั้งกระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออก ซึ่งเป็นพฤติกรรมผู้บริโภคของประชาชนที่มาใช้บริการสวนสาธารณะประกอบด้วย, ลักษณะการเดินทาง, ระยะเวลาการเดินทาง, วัตถุประสงค์, วันและเวลาที่มาใช้บริการและ กลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลในการมาใช้บริการ

**ผู้ใช้สวนสาธารณะ** หมายถึงบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่เป็นคนไทยที่มาใช้บริการสวนสาธารณะในกรุงเทพมหานคร

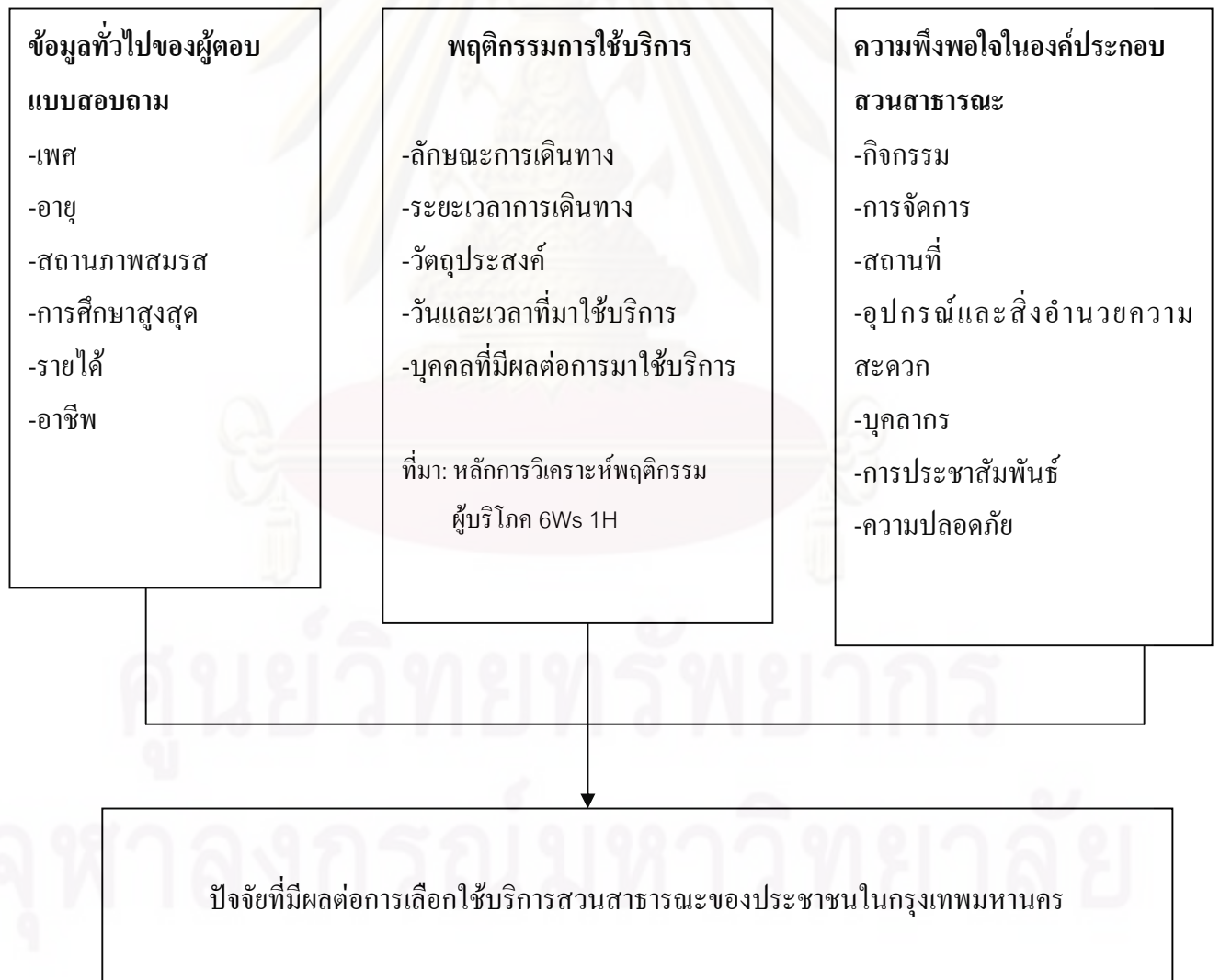


**สวนสาธารณะ** หมายถึงสวนสาธารณะจำนวน 10 แห่ง ในกรุงเทพมหานครที่แบ่งตามขนาดของพื้นที่ โดยประกอบด้วย สวนสราญรมย์, สวนสันติภาพ, สวน60พรรษาสมเด็จพระบรมราชินีนาถ, สวนสาธารณะเฉลิมพระเกียรติ6รอบ, อุทยานเบญจสิริ, สวนรมณีนาถ, สวนวชิรเบญจทัศ, สวนเสรีไทย, สวนลุมพินีและสวนจตุจักร

**บุคคลที่มีผลต่อการมาใช้บริการ** หมายถึงบุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจที่จะมาใช้บริการสวนสาธารณะแห่งนั้น ซึ่งรวมถึงผู้ที่ร่วมเดินทางมาใช้สวนสาธารณะด้วย

### กรอบแนวคิดในการวิจัย (Conceptual Framework)

ในการวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะของประชาชนในกรุงเทพมหานคร” แสดงรายละเอียดไว้ดังนี้



### ประโยชน์ที่ได้รับ

- 1.ทราบถึงความต้องการของผู้ใช้บริการสวนสาธารณะ
- 2.เป็นแนวทางในการพัฒนาสวนสาธารณะในการดำเนินนโยบายบริหารจัดการ การจัดกิจกรรม สถานที่ อุปกรณ์สิ่งอำนวยความสะดวก บุคลากร การประชาสัมพันธ์ และความปลอดภัย เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการอย่างตรงตามความต้องการมากที่สุด



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะของประชาชนในกรุงเทพมหานคร”

ผู้วิจัยได้ ศึกษาตำราเอกสาร ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและนำเสนอตามหัวข้อ ไว้ดังนี้

แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับนันทนาการ

แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสวนสาธารณะ

- ความหมายของสวนสาธารณะ
- ประเภทของสวนสาธารณะ
- มาตรฐานและขนาดของสวนสาธารณะในเมือง
- ความจำเป็นของการมีสวนสาธารณะ
- ลักษณะที่ดีของสวนสาธารณะ
- ความเป็นมาของสวนสาธารณะ
- พัฒนาการของสวนสาธารณะในประเทศไทย

แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม

แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับนันทนาการ

**ความหมายของนันทนาการ**

จรินทร์ ธานีรัตน์ (2519) ได้ให้ความหมายว่า นันทนาการ หมายถึง กิจกรรมที่กระทำในเวลาว่างโดยใช้ความสมัครใจเป็นหลัก ไม่มีการบังคับและได้รับความพึงพอใจและเพลิดเพลินใจจากกิจกรรมนั้นเป็นหลักสำคัญ

จันทร์ ผ่องศรี (2527) ได้ให้ความหมายว่า นันทนาการ คือ กิจกรรมต่างๆที่สร้างความสัมพันธ์ให้กับสิ่งแวดล้อม หรือสภาวะการณ์นั้นๆ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความสนใจและประสบการณ์ของแต่ละบุคคล นันทนาการเปิดโอกาสให้ทุกคนได้แสดงความสามารถ ความต้องการของมนุษย์ตามสรีรกายวิภาคและจิตวิทยานันทนาการ (Recreation) เป็นศาสตร์ที่ว่าด้วยการพัฒนา

คุณภาพชีวิตของบุคคลและสังคม โดยใช้เวลว่างหรือเวลาอิสระเข้าร่วมกิจกรรม ในรูปแบบที่หลากหลายตามความสนใจและสมัครใจ

ไบรท์บิลด์ และเมเยอร์ (Brightbilland Meyer, 1972) กล่าวไว้ในหนังสือนันทนาการ Recreation ว่า “นันทนาการ” หมายถึงกิจกรรมที่บุคคลเข้าร่วมด้วยความสมัครใจในเวลว่าง โดยมีความพึงพอใจ หรือสุขใจเป็นเครื่องจูงใจเนื่องจากกิจกรรมนั้นๆ โดยตรง

สมบัติ กาญจนกิจ (2544) กล่าวว่านันทนาการ (Recreation) เป็นศาสตร์ที่ว่าด้วยการพัฒนาคุณภาพชีวิตของบุคคลและสังคม โดยใช้เวลว่างหรือเวลาอิสระเข้าร่วมกิจกรรม ในรูปแบบที่หลากหลายตามความสมัครใจและสนใจ นันทนาการมีความหลากหลายประการ พอสรุปได้ดังต่อไปนี้

1. นันทนาการ หมายถึง การทำให้สดชื่นหรือการสร้างพลังขึ้นมาใหม่ (Re + Fresh, Re + Creation) เป็นความหมายเริ่มแรกที่ได้มีการอธิบายว่า การที่บุคคลได้รับประทานอาหารเข้าไปแล้วเปลี่ยนเป็นพลังงาน โดยแรงขับภายใน จะทำให้เขาต้องใช้พลังงานในรูปแบบของการเคลื่อนไหวหรือทำกิจกรรมต่าง ๆ แล้วก่อให้เกิดการเหนื่อย เมื่อยล้า ดังนั้น บุคคลจึงต้องการนันทนาการเพื่อสร้างพลังขึ้นมาใหม่ หรือสร้างความสดชื่นขึ้นมาอีกครั้งหนึ่ง หรือการที่บุคคลมีความต้องการเข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการเพื่อสร้างความสดชื่นและพลังงานขึ้นมาใหม่ในรูปแบบของการเล่น การแสดงออกในด้านกีฬา ดนตรี ศิลปะ งานอดิเรก หรือไปท่องเที่ยว เป็นต้น ถือเป็นนันทนาการ

2. ในความหมายที่สอง มีนักศึกษาและนักสังคมศาสตร์อธิบายไว้ว่า นันทนาการ หมายถึง กิจกรรม (Activities) ซึ่งมีรูปแบบกิจกรรมที่หลากหลาย การที่บุคคลหรือชุมชนได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมตามความสนใจของตน แล้วก่อให้เกิดผลการพัฒนาอารมณ์สุข สนุกสนาน และ/หรือสุขสงบ กิจกรรมในที่นี้หมายถึง กิจกรรมประเภทเกม กีฬา ศิลปะ ดนตรี การแสดงละคร การเดินทางท่องเที่ยว การอยู่ค่ายพักแรม งานอาสาสมัคร งานอดิเรก กีฬาทำท่าย เป็นต้น

3. ความหมายที่ 3 นันทนาการ หมายถึง กระบวนการ (Process) กล่าวคือ นันทนาการเป็นกระบวนการในการพัฒนาประสบการณ์ หรือพัฒนาคุณภาพชีวิตของบุคคลหรือสังคม โดยอาศัยกิจกรรมนันทนาการ ต่าง ๆ เป็นสื่อ ในช่วงเวลว่าง เวลาอิสระ โดยที่บุคคลเข้าร่วมด้วยความสมัครใจ หรือมีแรงจูงใจ แล้วส่งผลให้เกิด การพัฒนาอารมณ์สุข สนุกสนาน และสงบสุข

4. ในความหมายที่ 4 นันทนาการ หมายถึง สวัสดิการสังคม (Social Welfare) นันทนาการคือสถาบันทางสังคม สวัสดิการทางสังคม ซึ่งรัฐบาลและฝ่ายบริหารท้องถิ่นจะต้องมีหน้าที่จัดการให้บริการแก่ชุมชน เพื่อสร้างบรรยากาศของเมืองและของประเทศให้น่าอยู่ มีความอบอุ่นใจ เช่น จัดอุทยานแห่งชาติ วนอุทยานแห่งชาติ ศูนย์เยาวชน สวนสาธารณะ เป็นต้น



### ลักษณะพื้นฐานของนันทนาการ

สมบัติ กาญจนกิจ (2544) กล่าวว่าจากความหมายของนันทนาการ สามารถตีความหมายได้หลากหลาย ซึ่งอาจจะมองในเรื่องของประสบการณ์หรือกระบวนการหรือกิจกรรมที่จะช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิต หรือแหล่งสถาบันทางสังคม ดังนั้น นักวิชาการหลายท่านได้วางหลักเกณฑ์ในเรื่องของลักษณะพื้นฐานของนันทนาการ ไว้ดังนี้

1. นันทนาการเกี่ยวข้องกับกิจกรรม ไม่ว่าจะ เป็นกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งที่กระทำและถูกกระทำ รูปแบบของกิจกรรมนั้นหลากหลาย ตั้งแต่เกมกีฬา ศิลปหัตถกรรม ดนตรี ละคร กิจกรรมกลางแจ้ง นอกเมือง งานอดิเรก การท่องเที่ยว โยคะ สมาธิ เป็นต้น

2. นันทนาการมีรูปแบบหลากหลาย มีขอบเขตไม่จำกัด ตั้งแต่ในรูปแบบของกิจกรรมซึ่งกำหนดเป็น 14 หมวดหมู่ใหญ่แล้ว นันทนาการยังมีรูปแบบที่จัดบริการเป็นสวัสดิการสังคม เป็นแหล่งนันทนาการบริการแก่กลุ่มประชากรทุกระดับวัย และประชากรกลุ่มพิเศษ

3. นันทนาการจะต้องเป็นไปด้วยความสมัครใจและมีแรงจูงใจ นั่นคือ ผู้เข้าร่วมกิจกรรม นันทนาการ จะต้องเป็นการเข้าร่วมด้วยความสนใจ สมัครใจ และมีแรงจูงใจในกิจกรรมที่เข้าร่วมโดยมิได้ถูกบังคับ

4. นันทนาการเกิดขึ้นได้ในเวลาที่ไม่จำกัด บุคคลและชุมชน มีอิสระที่เข้าร่วม ในสิ่งที่เขาต้องการจะเล่น หรือเข้าร่วมโดยไม่จำกัดเวลา

5. นันทนาการจะต้องเป็นสิ่งที่จริงจังและมีจุดหมาย ประสบการณ์นันทนาการ เป็นการพัฒนาคุณภาพชีวิต พัฒนาอารมณ์สุข มีคุณค่าสาระ เป็นสิ่งจริงจัง และมีจุดหมายเสมอ

6. นันทนาการเป็นการบำบัดรักษา เป็นกิจกรรมนันทนาการที่ช่วยฟื้นฟู และรักษาคนไข้ และเปิดโอกาสให้คนไข้เลือกกิจกรรมในเวลาว่าง กระทำเพื่อพัฒนาสุขภาพกายและจิตใจยามฟื้นฟู หรือระหว่างการบำบัดรักษา

7. นันทนาการเป็นกิจกรรมที่สามารถยืดหยุ่นเปลี่ยนแปลงได้ตามความเหมาะสม กิจกรรมนันทนาการสามารถจัดให้ตามความเหมาะสม ตามสภาพแวดล้อม ความต้องการและสนใจของชุมชน ตลอดจนอุปกรณ์ และสถานที่สิ่งอำนวยความสะดวก

8. นันทนาการจะต้องเป็นกิจกรรมที่พึงประสงค์ของสังคม กิจกรรมนันทนาการของสังคม หรือชุมชนหนึ่ง อาจจะไม่เหมาะสมกับอีกชุมชนหนึ่ง ทั้งนี้ เพราะความสนใจ ต้องการค่านิยม วัฒนธรรม ศาสนา ประเพณี สภาพแวดล้อม ความเชื่อ เป็นข้อบ่งชี้วิถีชีวิตของชุมชน ดังนั้น กิจกรรมนันทนาการจะต้องเป็นที่ยอมรับในสังคมนั้น ๆ

กล่าวโดยสรุป นันทนาการ คือกิจกรรมที่บุคคลหรือกลุ่มบุคคลเลือกทำตามความสนใจ ทำในเวลาว่าง เป็นกิจกรรมที่พึงประสงค์ของสังคม และก่อให้เกิดการพัฒนาคุณภาพชีวิต

### ประเภทของนันทนาการ

จันทร์ ผ่องศรี (2535) กล่าวว่า นันทนาการแบ่งแยกได้ตามความรับผิดชอบของหน่วยงานในการดำเนินงาน เช่น ถ้าจัดในโรงเรียน เรียกว่า นันทนาการโรงเรียน ถ้าจัดตามสถานที่อื่นๆก็เรียกชื่อตามสถานที่นั้นๆ เช่น นันทนาการในบ้าน นันทนาการในกองทัพ นันทนาการในธนาคาร นันทนาการเทศบาล แต่มีเกณฑ์ที่แน่นอนที่สุดคือ อาศัยคุณสมบัติและความรับผิดชอบของผู้จัดเป็นเกณฑ์ มีการจัดอยู่ 5 ประเภทคือ

1. นันทนาการสาธารณะ (Public Recreation)
2. นันทนาการเอกชน (Private Recreation)
3. นันทนาการธุรกิจ (Commercial Recreation)
4. นันทนาการกึ่งสาธารณะ (Semi-Public Recreation)
5. นันทนาการส่วนบุคคลและครอบครัว (Individual and Home Recreation)

สมบัติ กาญจนกิจ (2544) ได้แบ่งกิจกรรมนันทนาการออกเป็น 15 ประเภท ดังนี้

#### 1. กิจกรรมนันทนาการศิลปหัตถกรรม (Art and Crafts)

กิจกรรมนันทนาการศิลปหัตถกรรม หมายถึง งานด้านศิลปะต่างๆ ที่ทำด้วยมือในเวลาว่างและมีได้ทำเป็นอาชีพ หรือหวังผลกำไรใดๆ เป็นกิจกรรมที่ส่งเสริมการพัฒนาทักษะการใช้มือ สร้างงานฝีมือให้แก่ชุมชน เพื่อพัฒนาอารมณ์สุขและการเจริญเติบโตของร่างกาย อารมณ์ สังคม และสติปัญญา กิจกรรมเหล่านี้ เช่น งานไม้, เย็บปักถักร้อย, การวาดภาพ, แกะสลัก และงานประดิษฐ์อุปกรณ์เครื่องใช้ต่างๆ ฯลฯ กิจกรรมนันทนาการประเภทศิลปหัตถกรรมนี้เป็นกิจกรรมที่ไม่มีขอบเขตจำกัด ไม่มีรูปแบบที่ตายตัว ผู้เข้าร่วมสามารถใช้จินตนาการของตน สร้างสรรค์สิ่งต่างๆ ได้อย่างอิสระ กิจกรรมนันทนาการประเภทนี้จะช่วยส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ การเป็นตัวของตัวเองและการแสดงออกในรูปแบบต่างๆ สามารถดัดแปลงให้เหมาะสมกับทุกเพศ ทุกวัย นอกจากนี้ ยังเป็นกิจกรรมที่ไม่จำเป็นต้องใช้ค่าใช้จ่ายสูง เพราะสามารถนำของที่ไม่มีประโยชน์แล้วนำมาประดิษฐ์ หรือสร้างสรรค์ให้เกิดประโยชน์อย่างอื่นได้อีกด้วย

#### 2. กิจกรรมนันทนาการเกมกีฬา (Games and Sports)

กิจกรรมเกม กีฬา เป็นกิจกรรมที่ต้องการความสัมพันธ์กันระหว่างทักษะการเคลื่อนไหว สติปัญญา ความทนทาน และพลังกำลังของร่างกายในการประกอบกิจกรรมซึ่งบางกิจกรรมจะมีการใช้อุปกรณ์ต่างๆ เช่น การใช้ลูกบอล, ใช้ไม้ตีหรือแร็กเกต (Bat and Racket), ลูกมือ ฯลฯ โดยมากมักจัดกิจกรรมประเภทนี้ในสถานที่ที่เป็นบริเวณกว้าง เช่น สนามหญ้า โรงยิมเนเซียม ลานกว้าง เป็นต้น ในการเล่นหรือการแข่งขันจะมีกฎ กติกาการเล่นตายตัวเฉพาะแต่ละชนิดกีฬา เพื่อให้เกิดการ

แข่งขันที่เสมอภาค สนุก และท้าทาย ดังนั้นกิจกรรมนันทนาการประเภทเกมและกีฬา จึงเป็นกิจกรรมที่สนุกสนาน ตื่นเต้น และท้าทายความสามารถของผู้เข้าร่วมกิจกรรม สามารถเลือกได้เหมาะสม ทั้งวัยเด็ก วัยผู้ใหญ่ วัยสูงอายุ หญิง ชาย รวมทั้งคนพิการ ดังนั้นกิจกรรมประเภทนี้จึงได้รับความนิยมสูงมากขึ้นในปัจจุบันทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ

### 3. กิจกรรมนันทนาการการเต้นรำ (Dances)

การเต้นรำเป็นกิจกรรมยามว่างที่มีคุณค่ามาก สำหรับผู้ที่เข้าร่วมแต่ละคน การเต้นรำ เป็นกิจกรรมที่ช่วยสร้างเสริมร่างกายให้แข็งแรง ช่วยผ่อนคลายความเครียด พัฒนารูปร่างให้งดงามและควบคุมการเคลื่อนไหวได้เป็นอย่างดี การเต้นรำนั้นเป็นการแสดงออกผ่านการเคลื่อนไหว ซึ่งท่าทางต่างถูกใช้เป็นสัญลักษณ์ของกิจกรรมในชีวิตโดยมนุษย์และวัฒนธรรม การเต้นรำเป็นการแสดงออกถึงอารมณ์และเหตุการณ์ต่างๆ ความสุข, ความเสียใจ, ความรัก, สงคราม, การบูชา ฯลฯ

### 4. กิจกรรมนันทนาการการท่องเที่ยวทัศนศึกษา (Tourism and Traveling)

เป็นกิจกรรมนันทนาการที่บุคคลและชุมชนให้ความสนใจ และนิยมเลือกในเวลาว่างหรือเวลาอิสระมากที่สุดประเภทหนึ่ง เพราะเป็นการสร้างเสริมประสบการณ์ชีวิตที่มีรูปแบบที่น่าสนใจหรือเรียกว่าสิ่งดึงดูดความสนใจ (Attractions) มีรูปแบบที่หลากหลาย พอสรุปได้ดังนี้ ได้แก่ สิ่งแวดล้อมที่สร้างขึ้น กิจกรรมทางวัฒนธรรม วิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น ศาสนา การเมือง วิทยาศาสตร์ ธรรมชาติ ภูมิอากาศ ทัศนียภาพ ชีวิตสัตว์ป่า นันทนาการกลางแจ้ง/นอกเมืองและกีฬา การบันเทิงและการอาบน้ำแร่เพื่อสุขภาพ

### 5. กิจกรรมนันทนาการพัฒนาจิตใจ และความสงบสุข

กิจกรรมนันทนาการต่างๆ จัดขึ้นโดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อพัฒนาอารมณ์สุขของมนุษย์ ซึ่งอารมณ์สุขของมนุษย์มี 2 ลักษณะ ได้แก่ อารมณ์สุขสนุกสนานและอารมณ์สุขสงบ อารมณ์สุขสงบนี้เกิดจากเหตุการณ์หรือกิจกรรมที่เน้นในเรื่องการพัฒนาจิตใจ สมาธิและสติปัญญา คนส่วนใหญ่ มักจะคิดว่ากิจกรรมนันทนาการจัดขึ้นมาเพื่ออารมณ์สุขสนุกสนานเท่านั้น แต่จริงๆ แล้วยังมีความสำคัญอีกกิจกรรมหนึ่งนั่นคือกิจกรรมการพัฒนาจิตใจและความสุขสงบนั่นเอง

### 6. กิจกรรมนันทนาการการละคร (Drama)

เป็นกิจกรรมที่แสดงออกเป็นการระบายอารมณ์หรือกิจกรรมของชีวิตประจำวัน การสร้างความรู้สึกร่วม การแสดงออกแห่งตน นันทนาการการละครเกิดได้หลายวิธี เช่น เกิดจากการแสดงพิธีการทางศาสนา การฝันหรือจินตนาการ ที่ส่งเสริมพัฒนาการทางด้านอารมณ์สุข สนุกสนาน

### 7. กิจกรรมนันทนาการงานอดิเรก (Hobby)

เป็นกิจกรรมนันทนาการที่ส่งเสริมการพัฒนาคุณค่าชีวิตของมนุษย์ ทุกวัย เป็นการส่งเสริมการสร้างประสบการณ์ชีวิต ส่งเสริมให้บุคคลเลือกกิจกรรมตามความสนใจ สัมผัสใจ และกระทำด้วยความเต็มใจในช่วงเวลาว่าง

#### 8. กิจกรรมนันทนาการดนตรีและร้องเพลง (Music and Singing)

ดนตรีเป็นภาษากลางในการสื่อสาร หรือถ่ายทอดความรู้สึกรวมถึงอารมณ์ของมวลมนุษยชาติดนตรีเป็นนันทนาการที่ต้องมีควบคู่อยู่กับสังคม เป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวัน ดนตรีเป็นการระบายอารมณ์ เป็นการผ่อนคลายความเครียดขณะทำงาน หรือเวลาว่าง มีบทบาทต่อบุคคล ชุมชน สังคม และประเทศชาติ

#### 9. กิจกรรมนันทนาการกลางแจ้ง/นอกเมือง (Outdoor Recreation)

เป็นกิจกรรมหลากหลายที่ส่งเสริมให้บุคคลมีโอกาสใกล้ชิดธรรมชาติ สภาพแวดล้อมพัฒนาอารมณ์สุขและการเจริญเติบโตของร่างกาย อารมณ์ สังคมและสติปัญญาของบุคคลและสังคม เช่น กิจกรรมค่ายพักแรม กิจกรรมประเภทเสี่ยงอันตรายและท้าทายความสามารถ เป็นต้น

#### 10. กิจกรรมนันทนาการทางสังคม (Social Recreation)

เป็นกิจกรรมที่ช่วยส่งเสริมโอกาส มนุษย์สัมพันธ์ ความเข้าใจ ความสามัคคีอันดีต่อเพื่อนมนุษย์

#### 11. กิจกรรมนันทนาการพิเศษ (Special Event)

เป็นกิจกรรมที่จัดขึ้นในโอกาสพิเศษ ต้องมีการจัดเตรียมอาคารสถานที่ เพื่อเปิดโอกาสให้ชุมชนเข้ามาร่วมกัน เช่น เทศกาลสงกรานต์ ลอยกระทง รวมทั้งกิจกรรมวันพิเศษของบุคคลในครอบครัว เช่น วันเกิด วันครบรอบแต่งงาน เป็นต้น

#### 12. กิจกรรมนันทนาการวรรณกรรม (อ่าน พูด เขียน) (Reading, Speaking and Writing)

นันทนาการประเภทวรรณกรรมส่งเสริมให้บุคคลพัฒนาทักษะความรู้และความสามารถจัดได้ทุกระดับวัยและเพศ ก่อให้เกิดความสนุกสนานเพลิดเพลิน การแสดงออกแห่งตนอย่างสร้างสรรค์ ก่อให้เกิดการพัฒนาจินตนาการ สามารถเข้าร่วมกิจกรรมแบบประหยัดได้และเป็นกิจกรรมที่เก่าแก่ของมนุษยชาติ

#### 13. กิจกรรมนันทนาการการบริการอาสาสมัคร (Voluntary Service)

กิจกรรมอาสาสมัครเป็นกิจกรรมที่ส่งเสริมในเรื่องคุณธรรม จริยธรรม การให้และการรับ การร่วมมือของชุมชนอันจะก่อให้เกิดความพึงพอใจและการพัฒนาจิตใจของบุคคลและสังคม

#### 14. กิจกรรมนันทนาการการพัฒนาสุขภาพและสมรรถภาพ



เป็นการจัดการบุคคลซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับข้อมูลการศึกษาโอกาสสำหรับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม และยังเป็น การจูงใจในการให้ความช่วยเหลือและสนับสนุนให้ผู้เข้าร่วมกระทำในสิ่งที่เป็นไปได้มากที่สุด เกี่ยวกับลักษณะการดำเนินชีวิตเพื่อให้มีความเป็นอยู่ที่ดี

#### 15. กิจกรรมนันทนาการกลุ่มสัมพันธ์และมนุษย์สัมพันธ์ (Group Process)

เป็นกิจกรรมที่ช่วยส่งเสริมมนุษย์สัมพันธ์การทำงานเป็นทีม การประสานงานร่วมมือของกลุ่ม และยังส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้ พฤติกรรมของกลุ่มของสังคมในวิถีของประชาธิปไตย กิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์มีประโยชน์อย่างยิ่งการพัฒนาการเป็นผู้นำและผู้ตาม ให้รู้จักหน้าที่ความรับผิดชอบและบทบาทของตัวเองและของสังคม

#### เป้าหมายของนันทนาการ

##### 1. เพื่อพัฒนาอารมณ์สุข

นันทนาการเป็นกระบวนการที่เสริมสร้าง และพัฒนาอารมณ์สุขของบุคคล และชุมชน โดยอาศัยกิจกรรมต่างๆ เป็นสื่อกลางในช่วงเวลาว่าง หรือเวลาอิสระ การเข้าร่วมกิจกรรมต้องเป็นไปด้วยความสมัครใจ และกิจกรรมนั้นจะต้องเป็นกิจกรรมที่สังคมยอมรับ สามารถก่อความสุข สนุกสนาน เพลิดเพลิน และหรือความสุขสงบ

##### 2. เพื่อเสริมสร้างประสบการณ์ใหม่

กิจกรรมนันทนาการหลายอย่าง ช่วยสร้างประสบการณ์ใหม่ให้แก่ผู้เข้าร่วม ทั้งนี้เพราะความหลากหลายของกิจกรรม เช่น กิจกรรมท่องเที่ยว ทัศนศึกษา เสริมสร้างประสบการณ์ใหม่ในสถานที่และทรัพยากรท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นทางด้าน โบราณวัตถุ ทัศนียภาพ โบราณสถาน ศิลปะ ประเพณี วัฒนธรรม หรือสิ่งของหายากก็ตาม การเล่นเกมหรือกีฬาพื้นเมือง กีฬาสากล ศิลปะหัตถกรรม ดนตรี หรือวรรณกรรม การอ่าน พุด เขียน ตลอดจนนันทนาการนอกเมืองกลางแจ้ง นันทนาการสังคม ซึ่งมีความแตกต่างของกิจกรรมมากมายขึ้นอยู่กับประสบการณ์ และพื้นฐานเดิมของบุคคล หรือชุมชน

##### 3. เพื่อเพิ่มพูนประสบการณ์

กระบวนการทางนันทนาการ ก่อให้เกิดการพัฒนาทางอารมณ์สุข ดังนั้น ทัศนียภาพ ความซาบซึ้ง ความประทับใจ ความสะอาด ความภาคภูมิใจ มุมหนึ่งหรือเสี้ยวหนึ่งแห่งความประทับใจ มุมสงบ สุขใจ อารมณ์สุขสนุกสนานเพลิดเพลิน และอารมณ์สุขสงบจึงเป็นประสบการณ์หรือคุณภาพชีวิตของบุคคล หรือชุมชนที่พึงจะหาได้ กิจกรรมหลายอย่างต้องมีการเตรียมตัว เตรียมความพร้อม เช่น การเข้าร่วมกิจกรรม เสี่ยงทำทนายความสามารถผู้เข้าร่วมจะต้องมีการฝึกซ้อมเสริมสร้างความ

มั่นใจ ทักษะที่สร้างเสริมประสบการณ์ หรือกิจกรรมบางอย่างที่เคยเข้าร่วมมาแล้ว แต่ผู้เข้าร่วมอยากสร้างความประทับใจหรือความทรงจำเดิมเป็นการเพิ่มพูนประสบการณ์

#### 4. เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วม

นันทนาการให้คุณค่า และส่งเสริมการมีส่วนร่วมของบุคคล และชุมชนฝึกให้เข้าร่วมในกิจกรรมของชุมชนด้วยความสนใจ และสมัครใจ กิจกรรมอาสาสมัคร ให้คุณค่าการมีส่วนร่วมอาสาพัฒนา เกี่ยวข้องกับชุมชนอื่น ให้กิจกรรมมนุษย์สัมพันธ์และกลุ่มสัมพันธ์ สอนให้ผู้เข้าร่วมทำงานเป็นทีม เป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม รู้จักหน้าที่ สิทธิ ตลอดจนความรับผิดชอบต่อตนเอง และผู้อื่นในฐานะองค์กรของสังคม เช่นเดียวกับกิจกรรมกีฬา การอยู่ค่ายพักแรม เป็นต้น

#### 5. เพื่อส่งเสริมการแสดงออกแห่งตน

กิจกรรมนันทนาการหลายประเภท เช่น ศิลปหัตถกรรม กีฬา ประเภทต่างๆ ดนตรี ละคร การเล่นเกมประเพณี เป็นการส่งเสริมให้บุคคลได้แสดงออกในด้านความนึกคิด สร้างสรรค์ การระบายอารมณ์ การเลียนแบบสถานการณ์ หรือพฤติกรรมต่างๆ ทำให้สามารถเรียนรู้และรู้จักตนเองมากขึ้น สร้างความมั่นใจ ความเข้าใจ และการควบคุมตนเอง การรู้จักเลือกกิจกรรม หรือพฤติกรรมในการแสดงออก เป็นการส่งเสริมสุขภาพ และบุคลิกภาพให้แก่ตนเอง

#### 6. เพื่อส่งเสริมคุณภาพชีวิต

กระบวนการนันทนาการ ช่วยส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตของบุคคล และสังคม กิจกรรมนันทนาการช่วยพัฒนาอารมณ์ สุขภาพ ความสามารถของบุคคล สุขภาพและสมรรถภาพ ส่งเสริมสุขภาพจิต ความสมดุลของกาย และจิต และความสมดุลในการแบ่งเวลาทำงาน นันทนาการเป็นการลดความเครียด ความวิตกกังวล ส่งเสริมการมีส่วนร่วมกับกลุ่มสังคม ส่งเสริมการแสดงออก เพิ่มพูนประสบการณ์ สิ่งเหล่านี้ช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของสังคม ทุกระดับวัย ทุกเพศ นอกจากนี้ นันทนาการยังพัฒนาคุณภาพชีวิตในกลุ่มประชากรทุกกลุ่ม ไม่ว่าจะเป็นชุมชนยากจนแออัด ชุมชนมั่งมี ประชากรพิเศษ คนพิการ หรือกลุ่มด้อยโอกาสก็ตาม

#### 7. เพื่อส่งเสริมความเป็นมนุษยชาติ

กิจกรรมนันทนาการส่งเสริมพฤติกรรมและพัฒนาความเจริญงอกงามของบุคคลทั้งทางร่างกาย อารมณ์ สังคม สติปัญญา และจิตใจของทุกคน ทุกเพศ ทุกวัย ตามความสนใจและความต้องการของบุคคล กิจกรรมนันทนาการช่วยสร้างความเข้าใจอันดีในหมู่เพื่อนมนุษย์ เข้าใจสภาพสิ่งแวดล้อม เข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับธรรมชาติ ช่วยสืบทอดศิลปวัฒนธรรมของชนชาติต่อไป ให้คุณค่าทางสังคม การอยู่ร่วมกัน การร่วมมือกันอยู่ในสังคมอย่างมีความสุข นันทนาการนานาชาติ เช่น มหกรรมกีฬา ศิลปวัฒนธรรมนานาชาติช่วยส่งเสริมความเข้าใจอันดี และมิตรภาพของมนุษย์ ในสังคมที่มีการปกครองในระบบที่ต่างกัน

## 8. เพื่อส่งเสริมความเป็นพลเมืองดี

กิจกรรมนันทนาการ เป็นการให้การศึกษาแก่เยาวชนในด้านการช่วยเหลือตนเอง สิทธิหน้าที่ ความรับผิดชอบ ระเบียบวินัย และการปรับตัวให้เป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มหรือสังคมที่ดี เป็นการพัฒนาความเป็นพลเมืองดี ตัวอย่างเช่น การอยู่ค่ายพักแรม กิจกรรมอาสาพัฒนา กิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์ กิจกรรมศิลปะ ดนตรี หัตถกรรม และการละเล่นต่างๆ ช่วยส่งเสริมคุณค่าลักษณะนิสัย ความเป็นพลเมืองดี ความไม่เห็นแก่ตัวและรู้จักช่วยเหลือส่วนรวมเป็นสำคัญ จึงช่วยให้สังคมอบอุ่น และเพิ่มพูนคุณภาพชีวิต

### คุณค่าและประโยชน์ของนันทนาการ

จันทร์ ผ่องศรี (2527) กล่าวถึงประโยชน์ของนันทนาการไว้ว่า ถ้าหากเราตระหนักถึงแต่การทำงานตลอดทั้งวันไม่พักผ่อน ชีวิตเหมือนไม่มีค่า นันทนาการเปรียบเสมือนเครื่องดนตรี มีความไพเราะในตัว โดยเป็นไปตามธรรมชาติ ดังนั้นจึงมีความจำเป็นเป็นส่วนหนึ่งของชีวิต มีประโยชน์โดยตรงสำหรับแต่ละคน เป็นกิจกรรมที่เสริมสร้างความเจริญงอกงามให้แก่ร่างกาย จิตใจ อารมณ์ และสังคม

เมื่อบุคคลและชุมชนได้มีโอกาสเข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการในช่วงเวลาว่างด้วยความสมัครใจ ก็จะก่อให้เกิดผลที่ได้รับในเรื่องของคุณค่า และประโยชน์ต่าง ๆ ได้แก่

1. ช่วยให้ผู้บุคคลและชุมชนได้รับความสุข สนุกสนาน มีความสุขในชีวิต และใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์

2. ช่วยให้ผู้บุคคลและชุมชนพัฒนาคุณภาพชีวิตและสมรรถภาพทางกายที่ดี เกิดความสมดุลของชีวิต

3. ช่วยป้องกันปัญหาอาชญากรรมและพฤติกรรมเบี่ยงเบนในทางไม่พึงประสงค์ของเยาวชนและเด็ก การพัฒนาพฤติกรรมของเด็กและเยาวชน นับว่าเป็นสิ่งสำคัญในการเสริมสร้างลักษณะนิสัยที่พึงประสงค์ และเป็นกำลังคนที่มีประสิทธิภาพในอนาคต กิจกรรมนันทนาการประเภทต่าง ๆ ช่วยให้เด็กและเยาวชนได้เลือกฝึกฝนตามความสนใจ และได้ใช้เวลาว่างในการพัฒนาลักษณะนิสัย ที่พึงประสงค์ได้

4. ส่งเสริมความเป็นพลเมืองดี การที่ชุมชนได้มีโอกาสใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ โดยเข้าร่วมใน กิจกรรมนันทนาการ จะได้เรียนรู้ในเรื่องของหน้าที่ ความรับผิดชอบ คุณค่าทางสังคม เสรีประชาธิปไตย ลดความเห็นแก่ตัว สร้างคุณค่าจริยธรรมความมีน้ำใจ การให้บริการ รู้จักอาสาสมัครช่วยเหลือสังคม ซึ่งถือว่าเป็นกิจกรรมของความเป็น พลเมืองดีของประชาชาติ

5. ส่งเสริมการพัฒนาอารมณ์สุข กิจกรรมนันทนาการจะช่วยพัฒนาอารมณ์สุข รวมทั้งความสุข สนุกสนาน และความสุขสงบ ลดความเครียด ความวิตกกังวล ทำให้อารมณ์แจ่มใสและช่วยส่งเสริมให้รู้จักการพัฒนาการ ควบคุมอารมณ์ และบุคลิกภาพที่ดีอีกด้วย

6. ส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมของชาติ กิจกรรมนันทนาการ เช่น การเล่นพื้นเมือง วิถีชีวิต ประเพณี พื้นบ้าน ตลอดจนแหล่งนันทนาการประเภทอุทยานประวัติศาสตร์ โบราณสถาน และโบราณวัตถุ ช่วยส่งเสริมศิลปะและวัฒนธรรมของชาติ ส่งเสริมการเรียนรู้ทัศนคติ และความซาบซึ้ง อันจักก่อให้เกิดการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม และเอกลักษณ์ของชาติต่อไป

7. ส่งเสริมการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ กิจกรรมนันทนาการกลางแจ้งและนอกเมือง ได้แก่ กิจกรรมการอยู่ค่ายพักแรม เดินป่า ศึกษาธรรมชาติ ไต่เขา เป็นต้น กิจกรรมเหล่านี้ช่วยสอนผู้ที่เข้าร่วมได้รู้จักคุณค่า ของธรรมชาติ ซาบซึ้ง และสามารถดูแลอนุรักษ์ธรรมชาติอันจักเป็นประโยชน์ต่อชุมชน และประชาชาติของโลก

8. ส่งเสริมในเรื่องการบำบัดรักษา กิจกรรมนันทนาการเพื่อการบำบัด เป็นกรรมวิธีและกิจกรรมที่จะช่วยรักษาคนป่วย ทั้งทางด้านร่างกาย และสุขภาพจิต เช่น งานอดิเรกประเภทประดิษฐ์ สร้างสรรค์ และช่วยส่งเสริม ความหวัง ความคิด และการใช้เวลาว่างแก่คนป่วยซึ่งกำลังต่อสู้กับความทุกข์ทางกายหรือจิต กิจกรรมนันทนาการประเภทกีฬานันทนาการช่วยส่งเสริมการพัฒนา ร่างกาย กิจกรรมนันทนาการทางสังคมช่วยสร้างขวัญกำลังใจของคนป่วย

9. ส่งเสริมมนุษยสัมพันธ์และการทำงานเป็นทีม กิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์ช่วยให้บุคคลได้แสดงออกและละลายพฤติกรรมของกลุ่ม สร้างเสริมคุณค่าทางสังคม ฝึกการอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข กิจกรรมเกมกีฬา และกีฬาเพื่อการแข่งขัน และการอยู่ค่ายพักแรมช่วยฝึกการทำงานเป็นหมู่คณะ ลดความเห็นแก่ตัว เสริมสร้างความสามัคคี และความเข้าใจอันดีในหมู่คณะ

10. ส่งเสริมและบำรุงขวัญทหารและตำรวจ ปฏิบัติหน้าที่ตามชายแดน กิจกรรมนันทนาการที่จัดขึ้นเพื่อส่งเสริมขวัญกำลังใจของทหาร ตำรวจชายแดน เป็นสิ่งจำเป็น และสำคัญยิ่งในการตอบแทน ให้กำลังใจในกิจกรรมเวลาว่างแก่กองทหารและตำรวจชายแดน

11. ส่งเสริมและบำรุงขวัญบุคลากรในหน่วยงาน การจัดกิจกรรมนันทนาการขึ้นในหน่วยงานต่าง ๆ ย่อมส่งผลดีต่อบุคลากรในหน่วยงานนั้น ๆ ให้เกิดความรัก ความสามัคคี มีขวัญ และกำลังใจต่อการที่จะปฏิบัติหน้าที่การงานต่อไป ถือว่าเป็นสิ่งจำเป็นและมีความสำคัญอย่างยิ่งที่ไม่ควรละเลย



## แนวคิดเกี่ยวกับสวนสาธารณะ

### ความหมายของสวนสาธารณะ

อาชัญญา รัตนอุบล และคณะ (2548) กล่าวว่าสวนสาธารณะ หมายถึง สถานที่ที่จัดโดยรับเพื่อใช้เป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ สำหรับประชาชนทุกเพศทุกวัย โดยไม่มีการเก็บค่าบริการใด ๆ และมีการตกแต่งพื้นที่ไว้อย่างสวยงาม ประกอบด้วย ต้นไม้ทั้งไม้ดอก ไม้ประดับ สระน้ำ สนามหญ้า นอกจากนี้ยังมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อสนองความต้องการของประชาชน รวมทั้งมีการจัดกิจกรรมในสวนสาธารณะ เช่น กิจกรรมออกกำลังกาย และอื่น ๆ มีที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ภาครกลาง ภาคเหนือ ภาคตะวันออก ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้

กิตติ วัฒนกุล (อ้างในธนิต วงศ์ศรีขลาชัย2544) กล่าวว่า สวนสาธารณะ(Public park) หมายถึงสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ(Recreation Area)ที่ประชาชนมาใช้ประโยชน์โดยเท่าเทียมกันในการพักผ่อนหย่อนใจ ผ่อนคลายความตึงเครียดหลังจากที่ได้ปฏิบัติหน้าที่การทำงานแล้ว โดยอาจมาใช้สวนสาธารณะในตอนเช้ามีดก่อนไปทำงาน ตอนเย็นหรือตอนค่ำ หลังจากเลิกงาน วันเสาร์-อาทิตย์ วันหยุดงาน หรือวันที่ได้รับอนุญาตให้ลาพักผ่อนได้

วัชร น้อยพิทักษ์ (2536) กล่าวว่า สวนสาธารณะหมายถึง สถานที่จัดขึ้นโดยรัฐ โดยมีวัตถุประสงค์ในการจัดสร้างเพื่อเป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจของประชาชนทั่วไป ไม่เก็บค่าบริการใดๆทั้งสิ้น มีการจัดบริเวณไว้อย่างสวยงาม ประกอบไปด้วยต้นไม้ ทั้งไม้ดอกและไม้ประดับ สระน้ำ สนามหญ้า มีสิ่งอำนวยความสะดวกสบาย และตอบสนองความต้องการของประชาชนผู้มาใช้บริการในพื้นที่

สมจิตร โยระคง (2530) กล่าวว่า สวนสาธารณะ (City park) หมายถึง พื้นที่ว่างเปล่าใกล้ตัวเมือง โดยสงวนไว้เพื่อสร้างสถานที่อเนกประสงค์ บริการชุมชน สังคม หรือบริเวณที่ดินที่ประกอบด้วยสนามหญ้า พื้นที่ที่เป็นป่า ทุ่งหญ้า สภาพภูมิประเทศ ที่พัก เพื่อใช้เป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจและออกกำลังกาย ต้องเป็นพื้นที่ที่อยู่ใกล้ตัวเมือง

อมรรัตน์ กฤตยานวิษ (2526) กล่าวว่า สวนสาธารณะ คือพื้นที่โล่งที่มีการจัดภูมิทัศน์ (Landscape) ให้เกิดความสวยงามเท่าที่จะทำได้ เช่นมีสนามหญ้า สระน้ำ ที่นั่งพักผ่อน มีต้นไม้มากมายหลายชนิด ฯลฯ และตั้งใจให้เป็นที่พักผ่อนความเมื่อยล้า เป็นที่เพิ่มความสดชื่น ใช้เป็นที่ตรึงตรงสร้างสรรคความคิดและเป็นที่ยออกกำลังกาย เล่นกีฬา เดินเที่ยวเล่นสำหรับประชาชนทุกเพศทุกวัย โดยไม่คิดค่าตอบแทน สวนสาธารณะที่นี้ไม่รวมสนามที่มีการแข่งขัน เช่นสนามกีฬาแห่งชาติ สนามกีฬาหัวหมาก ฯลฯ

พงษ์ไพบุลย์ ศิวาราเวทย์ (2528) กล่าวว่า สวนสาธารณะ คือสถานที่ซึ่งมีสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วยสนามหญ้า สระน้ำ ต้นไม้ ทั้งประเภทไม้ดอกไม้ประดับ อาคารและที่นั่ง เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจและออกกำลังกายของประชาชน

เอี่ยมพร วิสมหมาย (2527) กล่าวว่า สวนสาธารณะและสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ เป็นสถานที่ที่ช่วยให้เกิดความสมดุลระหว่างสิ่งก่อสร้างและธรรมชาติ โดยให้แนวคิดว่าเป็นพื้นที่ที่ใช้ ออกกำลังกาย และพักผ่อนทางด้านจิตใจหลังจากภารกิจประจำวัน สถานที่เหล่านี้อาจจะเป็น สวนสาธารณะ วนอุทยาน สวนสัตว์ สนามกีฬา บริเวณถนน โดยจัดทางเดินที่ร่มรื่น อาจจะประดับ ด้วยน้ำพุ เก้าอี้ นั่ง แสงไฟ เพื่อให้ผู้ใช้เกิดความพึงพอใจและปลอดภัย

อาร์โนลด์ วิททิก (Wittick A, 1974) ให้ความหมายของสวนสาธารณะว่า คือพื้นที่โล่งที่มีการจัดภูมิทัศน์ (Landscape) ให้เกิดความสวยงามเท่าที่จะทำได้ เป็นที่สงบร่มรื่น ตั้งใจให้เป็นที่พักผ่อน คลายความเมื่อยล้า เป็นที่พบปะพูดคุยสนทนาอย่างสบายๆ ใช้เดินเที่ยวเล่น เป็นที่เพิ่มความสดชื่น ใช้เป็นที่ตรึงตรองสร้างสรรค์ความคิด ภายในสวนสาธารณะประกอบด้วย ต้นไม้มากมาย หลายชนิด สนามหญ้า สระน้ำ น้ำพุ รูปปั้น ที่นั่งพักผ่อน ฯลฯ

โดเอล และ ทวาร์ดซิก (Doell, C.E. and Twardzik, 1973) ให้ความหมายของสวนสาธารณะว่า เป็นบริเวณที่ดิน หรือพื้นน้ำที่ใช้เป็นที่พักผ่อนหย่อนใจของประชาชน มี 2 ลักษณะคือ ที่ดินที่ปรับปรุงแล้ว (Improved Land) เพื่อใช้ประโยชน์ต่อสาธารณะชน และที่ดินที่ยังไม่ได้ปรับปรุง (Unimproved Land) เป็นที่ดินอยู่ตามธรรมชาติที่น่าสนใจ

จากความหมายข้างต้นผู้วิจัยสามารถสรุปความหมายของสวนสาธารณะได้ว่าเป็นสถานที่สาธารณะใช้ในการออกกำลังกาย พักผ่อนหย่อนใจ และมีสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ พร้อมทั้งมีสิ่งอำนวยความสะดวกไว้บริการ

### ประเภทของสวนสาธารณะ

อมรรัตน์ กฤตยานวัช (2526) แบ่งประเภทสวนสาธารณะตามความแตกต่างในการใช้ บริการออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

1. สวนสาธารณะ (Public Park) เป็นสวนที่หน่วยงานของรัฐได้จัดหาให้กับประชาชนทุกเพศทุกวัยได้ใช้บริการ โดยไม่คิดมูลค่าตอบแทนใดๆ ประชาชนสามารถเข้าใช้บริการได้ตลอดเวลา ที่ทำการได้แก่ สวนลุมพินี สวนจตุจักร สวนขนาดเล็กๆ เช่น สวนวงเวียน 22 กรกฎาคม สวนสิบสามห้าง เป็นต้น

2. สวนกึ่งสาธารณะ (Semi-public Park) เป็นสวนที่หน่วยงาน

ของรัฐเป็นผู้จัดหาและบำรุงรักษาเช่นกัน เปิดให้ประชาชนใช้บริการมีการจ่ายค่าตอบแทน แต่เป็นไปในลักษณะไม่แสวงหากำไร โดยคิดค่าธรรมเนียมผ่านประตูเท่านั้น หน่วยงานที่รับผิดชอบสวนประเภทนี้มีเพียงแห่งเดียวคือ องค์การสวนสัตว์ฯ สวนประเภทนี้ ได้แก่สวนสัตว์ดุสิต สวนสัตว์เชียงใหม่ เป็นต้น

3.สวนเอกชน (Private Park) สวนประเภทนี้เอกชนเป็นผู้จัดขึ้นเพื่อตอบสนองกับความต้องการของประชาชน โดยเฉพาะประชากรวัยเด็ก มีลักษณะเป็นสวนสนุก มีอุปกรณ์ของเล่นที่แปลกใหม่เรียกเก็บค่าบริการค่อนข้างสูง เพราะมีการลงทุนสูงมาก เช่น สวนสยาม แคนเนรมิต

กองสวนสาธารณะ สำนักสวัสดิการสังคม กรุงเทพมหานคร

จำแนกสวนสาธารณะตามลักษณะพื้นที่ วัตถุประสงค์ของการใช้พื้นที่และตามลำดับชั้นออกเป็น 7 ประเภท ดังนี้

1.สวนหย่อมขนาดเล็กย่านชุมชน มีขนาดพื้นที่ไม่เกิน 2 ไร่ รัศมีให้บริการในวงรอบประมาณ 1 กิโลเมตร ให้บริการในระยะเดินเข้าถึงใช้เวลา 5-10 นาที อาจอยู่ในระหว่างอาคาร ใช้เป็นสนามเด็กเล่น เป็นสถานที่ออกกำลังกายและพบปะสังสรรค์ของประชาชนทุกวัย

2.สวนหมู่บ้านหรือสวนละแวกบ้าน มีขนาดพื้นที่ 2-25 ไร่ รัศมีให้บริการในวงรอบประมาณ 1-3 กิโลเมตร เป็นสวนสำหรับผู้อาศัยในละแวกนั้น มีสิ่งอำนวยความสะดวกมากกว่าสวนระดับที่ 1

3.สวนชุมชน มีขนาดพื้นที่ไม่เกิน 25-125 ไร่ รัศมีให้บริการในวงรอบประมาณ 3-8 กิโลเมตร มีสิ่งอำนวยความสะดวกเพิ่มขึ้นมากกว่าสวนระดับที่ 1 และ 2 มีที่เล่นกีฬา พื้นที่พักผ่อนชมธรรมชาติสวยงาม

4.สวนสาธารณะขนาดกลาง หรือสวนสาธารณะระดับเขตมีขนาดพื้นที่ไม่เกิน 125-500 ไร่ รัศมีให้บริการในวงรอบมากกว่า 8 กิโลเมตร ให้บริการทั้งผู้ที่เดินเท้าเข้าถึงและผู้ที่อยู่ในระยะไกล สามารถเดินเท้าหรือเข้าถึงด้วยระบบขนส่งมวลชนหรือรถยนต์มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีในสวนระดับที่ 1 ระดับที่ 2 และระดับที่ 3 เช่นพื้นที่ปิกนิก ลานอเนกประสงค์และบริเวณที่มีลักษณะเฉพาะ เช่น บึงน้ำลำธาร สวนดอกไม้ขนาดใหญ่

5.สวนสาธารณะขนาดใหญ่ หรือสวนสาธารณะระดับเมืองมีขนาดพื้นที่มากกว่า 500 ไร่ รัศมีให้บริการวงรอบแก่คนทั้งเมืองและพื้นที่ใกล้เคียงในเขตอิทธิพลของเมือง มีลานกว้างเพื่อจัดงาน ผู้ใช้บริการเป็นผู้เดินทางมาจากทั่วกรุงเทพมหานคร และใช้เวลาพักผ่อนมากกว่าครึ่งวัน มีกิจกรรมหลากหลายดึงดูดความสนใจ นอกเหนือจากสวนระดับล่าง

6. สวนถนน มีความกว้างของพื้นที่กว่า 3 เมตร ไม่จำกัดความยาว ปลูกต้นไม้ 2 ข้างทาง เว้นที่ตรงกลางไว้เป็นทางเดิน แบ่งเป็น 3 ประเภทคือ สวนไหล่ทางหรือทางจักรยาน สวนเกาะกลาง สวนทางแยก

7. สวนเฉพาะทางหรือสวนอเนกประสงค์ มีพื้นที่ที่ไม่จำกัดขนาด เช่น สวนประวัติศาสตร์ สวนวัฒนธรรม สวนกีฬา เป็นต้น

นอร์ทแธม (Northam, 1979) ได้แบ่งสวนสาธารณะออกเป็น 6 ลำดับดังนี้

1. ที่เด็กเล่น (Tot-lots) เป็นที่สำหรับเด็กก่อนวัยเรียนถึง 6 ขวบ เหมาะสมสำหรับย่านที่มีครอบครัวมาก ที่เด็กเล่นประกอบด้วย 3 บริเวณ คือ (1) พื้นที่สำหรับติดตั้งอุปกรณ์การเล่น เช่น น้ำพุ บ่อทราย ที่ปีนป่าย (2) สนามหญ้า ที่วิ่งเล่น (3) พื้นที่ได้ร่มเงาไม้สำหรับนั่งเล่นเงียบๆ ขนาดของที่เด็กเล่นควรมีพื้นที่สำหรับติดตั้งเครื่องเล่นและสาธารณูปการอื่นๆ อย่างน้อย 70 ตารางฟุต ต่อเด็ก 1 คน หรือถ้าพิจารณาจากเด็กก่อนวัยเรียน ขนาดที่เหมาะสมของสวนระดับนี้ให้บริการเด็กก่อนวัยเรียน 30 คน เป็นพื้นที่ประมาณ 2000 ตารางฟุต การกระจายของสวนระดับนี้ ควรตั้งอยู่ในระยะเดินเท้า (Walking Distance) อยู่ใกล้บ้าน เข้าถึงได้สะดวก รัศมีการเดินทางจากบ้าน 90-120 เมตร

2. สวนระดับละแวกบ้าน (Neighborhood Park) มีพื้นที่ประมาณ 10-25 ไร่ สิ่งอำนวยความสะดวกมีเพิ่มมากกว่าที่เด็กเล่น กลุ่มผู้ใช้มีหลายกลุ่มมากกว่า แบ่งพื้นที่ภายในออกตามวัตถุประสงค์ของผู้ใช้ตามกลุ่มอายุ เช่น ที่วิ่งเล่นสำหรับเด็ก ทางรถจักรยานสำหรับเด็กโต ลานออกกำลังกายสำหรับผู้สูงอายุ สามารถเดินทางมาใช้บริการด้วยการเดินเท้า

3. สวนระดับชุมชน (Community Park) มีพื้นที่ประมาณ 40 ไร่ มีสิ่งอำนวยความสะดวกมากกว่าที่เด็กเล่น และสวนระดับละแวกบ้าน มีที่เล่นกีฬา เช่น ตะกร้อ วอลเลย์บอล พื้นที่สำหรับพักผ่อนแบบเปล็ดเปล็ดกับสิ่งสวยงาม ได้แก่ สวนดอกไม้ สวนระดับนี้ให้บริการแก่ประชาชนทุกเพศทุกวัย มีขอบเขตการให้บริการกว้างกว่า คือระยะเดินทางเกินกว่าระยะเดินเท้า

4. สวนระดับเขต (District Park) มีพื้นที่มากกว่า 100 ไร่ มีสิ่งอำนวยความสะดวกเพิ่มขึ้นจากที่เด็กเล่น สวนระดับละแวกบ้าน และสวนระดับชุมชน เช่น บริเวณที่ปิกนิก ที่จอดรถ ลานอเนกประสงค์ สวนดอกไม้ขนาดใหญ่ ที่พายเรือ จักรยาน ตกปลา สวนระดับนี้ให้บริการประชาชนจำนวนมาก ขอบเขตการให้บริการกว้างมากขึ้น ผู้ที่อยู่ไกลอาจเดินทางมาโดยใช้ระบบขนส่งมวลชนหรือรถยนต์ และมักใช้เวลาพักผ่อนเป็นเวลานาน

5. สวนระดับเมืองหรือมหานคร (City Park or Metropolitan Park) มีพื้นที่ตั้งแต่ 500-1500 ไร่ กิจกรรมเน้นหนักไปทาง Active Recreation มีพื้นที่สำหรับทำกิจกรรมต่างๆ เช่น สนามฟุตบอล สถานที่พายเรือ สถานที่พักผ่อน ตกปลา ผู้ใช้บริการมักใช้เวลาพักผ่อนนานกว่าครึ่งวัน



6.สวนระดับภาค (Regional Park) มีขนาดใหญ่ที่สุด มีพื้นที่หลายพันไร่ขึ้นไป และมีลักษณะเฉพาะ เช่น ลักษณะที่งดงามตามธรรมชาติ ได้แก่ บึง แม่น้ำ ต้นไม้ตามธรรมชาติ เป็นที่อยู่อาศัยของสัตว์ตามธรรมชาติ สวนระดับนี้ให้บริการประชาชนในเขตเมืองทั้งหมด และพื้นที่ใกล้เคียง

#### มาตรฐานและขนาดของสวนสาธารณะในเมือง

การกำหนดมาตรฐานของสัดส่วนพื้นที่สวนสาธารณะในเมืองนี้ เป็นประโยชน์ในการใช้เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายในการจัดหาพื้นที่เพื่อพัฒนาเป็นสวนสาธารณะในเมืองให้มีระบบระเบียบที่แน่นอนและเพียงพอต่อความต้องการของประชาชน ดังนี้

กองวิจัยและการประเมินผล กรมการผังเมือง(อ้างถึงใน สำนักผังเมือง, 2539) ได้เสนอให้กรุงเทพมหานครควรมีพื้นที่สวนสาธารณะ1.8 ไร่ ต่อประชากร 1,000คน

อัน นิมมานเหมินทร์ (2525) กล่าวว่าโดยหลักการชุมชน เมืองต้องแบ่งพื้นที่ไว้ไม่น้อยกว่าร้อยละ 10ของพื้นที่ทั้งหมด สำหรับเป็นสวนสาธารณะและสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ หรือจะต้องกำหนดสัดส่วนของพื้นที่สวนสาธารณะต่อประชากรไว้1 ไร่ ต่อประชาชน40คน หรือ1คน ต่อพื้นที่40ตารางเมตร

เอี่ยมพร วิสมหมาย (2527) กล่าวว่า การกำหนดพื้นที่เพื่อจัดสร้างสวนสาธารณะและสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ โดยให้มีจำนวนพอเหมาะกับจำนวนพื้นที่ทั้งหมด โดยการประเมินอย่างหยาบจะใช้พื้นที่ประมาณ10% ของพื้นที่ทั้งหมด และควรมีการสำรวจการเจริญเติบโตและความหนาแน่นของประชากรด้วย หากคิดเป็นพื้นที่ต่อคน จะต้องมีพื้นที่สวนสาธารณะ10เอเคอร์ ต่อประชากร1,000คน หรือ25ไร่ต่อประชากร1,000คน

Committee on park and Recreation Standards of the American Society of Planning Officials(อ้างถึงในสุรเชษฐ์ เศรษฐมาตและคณะ,2537)ได้เสนอว่า สำหรับเมืองใหญ่ๆที่มีประชากรอยู่หนาแน่น ควรกำหนดให้มีเนื้อที่สวนสาธารณะ1เอเคอร์ต่อประชากร200คน

ลิซฟิลด์ (อ้างถึงใน ศิริพรรณ, 2533) ได้เสนอมาตรฐานสวนสาธารณะในกรุงเทพมหานคร เมื่อครั้งเสนอผังนครหลวง2543ต่อสำนักผังเมืองกระทรวงมหาดไทยพ.ศ.2503 โดยเสนอให้มีพื้นที่สวนสาธารณะ10ไร่ ต่อประชากร1,000คน

Park and Greenery Space Planning in a large City:Laboratory of Urban Landscape Design, Nobura Masuda, Prefecture, College of Agriculture (อ้างถึงใน อาชญญา รัตนอุบล และคณะ,2548)ได้เสนอ มาตรฐานเนื้อที่สวนสาธารณะต่อประชากรในประเทศต่างๆ

ประเทศ	เนื้อที่สวนสาธารณะต่อ ประชากร 1,000 คน (หน่วย : ไร่)	เนื้อที่สวนสาธารณะต่อ ประชากร 1 คน (หน่วย : ตารางเมตร)
มาตรฐานสากล	9.38	15
สหรัฐอเมริกา	25	40
อังกฤษ	17.5	23
เม็กซิโก	9.4	15
โปแลนด์	9.4	15
สิงคโปร์	6.8	10.9
ญี่ปุ่น	3.37	5.4
มาเลเซีย	1.8	2.9
ไทเป	0.25	0.4

มาตรฐานเนื้อที่สวนสาธารณะต่อประชากรในประเทศไทยสำหรับประเทศไทย มีการกำหนด  
มาตรฐานสวนสาธารณะ

หน่วยงาน	เนื้อที่สวนสาธารณะ ต่อประชากร 1,000 คน (หน่วย:ตารางเมตร)	เนื้อที่ สวนสาธารณะต่อ ประชากร 1,000 คน(หน่วย:ไร่)	หมายเหตุ
สภาพพัฒนาการ เศรษฐกิจและสังคม แห่งชาติ	10	16	ใช้เป็นมาตรฐานสำหรับ ประเทศไทย
บริษัท LitchfieldWhiting Brown & Associate	10	16	ใช้สำหรับพื้นที่ กรุงเทพมหานคร
สำนักผังเมือง	10	16	ใช้สำหรับพื้นที่ กรุงเทพมหานคร
JICA	10	16	ใช้สำหรับพื้นที่ กรุงเทพมหานคร

การเคหะแห่งชาติ 2	2	3.2	เพื่อการพัฒนาที่อยู่อาศัย
ผังนครหลวงฉบับปรับปรุง	1.8	2.88	รวมเนื้อที่สนามกีฬา0.40 ไร่ต่อ1,000 คนและสนามเด็กเล่น0.30 ไร่ต่อ1,000 เป็นมาตรฐานที่ผังเมืองนิยมใช้

มาตรฐานจำนวนเนื้อที่สำหรับพักผ่อนหย่อนใจที่รวม ที่เว้นว่างสีเขียวของเมือง (Recreation and open spaces) ตามที่กฎหมายผังเมืองท้องถิ่นบังคับให้เว้นว่างไว้ โดยรวมต่อจำนวนประชากร เช่น ๒.๕ ไร่ ต่อประชากร ๑,๐๐๐ คน และ ๒.๕ ไร่ ต่อประชากร ๘๐๐ คน สำหรับสนามเล่นกีฬาและสนามเด็กเล่นตามชุมชนทั่วไปของสหรัฐฯ ซึ่งในแต่ละรัฐก็ไม่เท่ากัน ส่วนประเทศไทย สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมฯ ได้เคยกำหนดพื้นที่พักผ่อนโดยรวมสำหรับประเทศไทยไว้ที่ ๑๐ ไร่ ต่อประชากร ๑,๐๐๐ คน ตามข้อเสนอสำหรับใช้กับผังเมืองกรุงเทพฯ ที่เรียกว่า "ผังลิชฟิลด์" (พ.ศ.๒๕๐๐) (ผังเมืองฉบับแรกของเทศบาลนครหลวงจัดทำโดยบริษัทที่ปรึกษาลิชฟิลด์ ไวท์ดิง และ โบลล์ นิวยอร์ก พ.ศ.๒๔๘๕ โดยเงินช่วยเหลือขององค์กรให้ความร่วมมือแห่งสหรัฐฯ (USAID หรือ USOM เดิม) สมทบกับงบประมาณของรัฐบาล เป็นแผนระยะยาว ๓๐ ปี พ.ศ. ๒๕๐๓-๒๕๓๓) ซึ่งต่อมาได้มีหลายหน่วยงานนำไปใช้ เช่น สำนักผังเมืองทั้งของกระทรวงมหาดไทยและของกรุงเทพมหานคร อย่างไรก็ตามในความเป็นจริง ผังเมืองกรุงเทพฯ ฉบับปรับปรุงใหม่ทำได้เพียง ๑.๘ ไร่ ต่อประชากร ๑,๐๐๐ คน

### ความจำเป็นของการมีส่วนร่วมสาธารณะ

พิชา พิทยขจรวุฒิ (2531) ได้กล่าวว่า ความสำคัญของสวนสาธารณะและที่พักผ่อนในเมือง เป็นสถานที่ใช้สร้างความสมบูรณ์ให้แก่คนทั้งร่างกายและจิตใจ เป็นสถานที่ป้องกันการบุกรุกทำลายธรรมชาติ และในขณะเดียวกันเป็นสถานที่ส่งเสริมให้มีธรรมชาติที่สมดุลและเป็นสถานที่กระตุ้นให้มีการศึกษาให้ดีขึ้น รวมทั้งช่วยส่งเสริมเศรษฐกิจในทางที่ถูกต้อง

ปัจจัยที่ทำให้เกิดความต้องการสวนสาธารณะในเมือง ดังนี้

1. การเติบโตของเมือง(Urbanization) โดยเฉพาะการเติบโตอย่างไม่มีกฎเกณฑ์ทำให้ขาดแคลนสภาพทางธรรมชาติ ประกอบกับสิ่งแวดล้อมที่มนุษย์สร้างขึ้นนั้นแตกต่างจากสภาพทางธรรมชาติมาก ทำให้เกิดความไม่สมดุลระหว่างสิ่งก่อสร้างและสภาพทางธรรมชาติ

2.จำนวนประชากรที่เพิ่มมากขึ้นเมื่อจำนวนประชากรที่เพิ่มมากขึ้นความต้องการใช้บริการจากแหล่งนันทนาการต่างๆก็มากขึ้นตามทำให้แหล่งนันทนาการหรือสวนสาธารณะที่มีอยู่ไม่เพียงพอต่อจำนวนประชากรที่เพิ่มมากขึ้น

3.มลพิษจากสิ่งแวดล้อมในเมือง และประกอบภารกิจเพื่อยังชีพของคนเมืองก่อให้เกิดความเครียด ซึ่งแบ่งออกเป็น2ประเภท คือความตึงเครียดทางกาย และความเมื่อยล้าทางสมอง

4.เทคโนโลยีที่เจริญก้าวหน้า ทำให้เวลาในการทำงานสั้นลงมีเวลาว่างมากขึ้น จึงสามารถใช้เวลาที่เพิ่มขึ้นในการพักผ่อนหย่อนใจ

5.ความมีการศึกษาของคนในสังคมเมือง ทำให้มีการปรับปรุงสภาพแวดล้อมให้ดีขึ้น เพื่อให้คนในสังคมเมืองจะได้อยู่ร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ

#### ลักษณะที่ดีของสวนสาธารณะ

ลักษณะที่ดีของสวนสาธารณะมีความหลากหลายและเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง ขึ้นอยู่กับผู้ใช้ ที่ตั้งและสภาพสังคมโดยรวมเป็นหลัก ทั้งในเรื่องเศรษฐกิจ สังคม การปกครอง เป็นตัวแปรในการออกแบบสวนสาธารณะทั้งสิ้น เห็นได้จากสวนสาธารณะในยุคแรกๆนั้นจะเน้นเรื่องของความสวยงามกลมกลืนของสวนเป็นหลัก ในการสร้างทัศนียภาพที่เลียนแบบธรรมชาติ มีบึงน้ำ สนามหญ้า พืชพรรณไม้ สวนสาธารณะที่ดีในช่วงแรกๆจึงต้องมีความสวยงามแบบภาพวาด ในลักษณะ (Romantic movement) เมื่อเวลาผ่านไปสภาพสังคม เศรษฐกิจเริ่มเปลี่ยนแปลง ลักษณะที่ดีของสวนสาธารณะก็มีการพัฒนาและปรับเปลี่ยนรูปแบบเช่นกัน โดยในช่วงศตวรรษที่20 ได้มีการใส่กิจกรรมลงไปในส่วนนอกเหนือจากการเดินเล่นและการพักผ่อนอย่างเดียว อาจเนื่องมาจากสภาพสังคมที่เร่งรีบผู้คนต้องการพื้นที่เพื่อการออกกำลังกายมากขึ้นลักษณะรูปแบบของการมาใช้สวนสาธารณะจึงเปลี่ยนแปลงไป การออกแบบสวนสาธารณะจึงต้องเปลี่ยนแปลงเพื่อตอบสนองต่อลักษณะของการต้องการใช้ของคนในพื้นที่ โดยลักษณะสวนสาธารณะในปัจจุบัน ไม่จำกัดว่าต้องเป็นสวนขนาดใหญ่มีสภาพเป็นพื้นที่ธรรมชาติ แต่อาจเป็นส่วนที่ เน้นพฤติกรรมมนุษย์และการใช้สอย

เอ็ดมุนด์ วิสมหมาย (2527) ได้ให้แนวคิดการออกแบบสวนสาธารณะที่ดีและเหมาะสม แบ่งเป็น 2 ส่วน

1.ลักษณะทางกายภาพของสวนสาธารณะ สวนสาธารณะที่ดีควรมีพื้นฐานเริ่มมาจากการออกแบบที่ดี คำนี้ถึงลักษณะการใช้งานของผู้ใช้ ส่วนในเรื่องตำแหน่งทิศทาง ของสวนสาธารณะ เพื่อไม่ให้เกิดการสับสนควรมีป้ายบอกตำแหน่งที่อยู่ ตำแหน่งของกิจกรรมต่างๆ ทิศทางที่ไป เพื่อไม่ให้เกิดความสับสนในการใช้งาน ขนาดถนนตามมาตรฐานเพื่อความสะดวกและปลอดภัยของผู้ใช้งาน คำนี้ถึงการใช้งานในเวลากลางคืน ปริมาณแสงสว่างภายในสวน ตำแหน่งประตูเข้า-ออก



เพื่อก่อให้เกิดความปลอดภัยในการควบคุมความปลอดภัยภายในสวน ลักษณะการทำรั้วกั้นในบริเวณที่มีความเสี่ยงต่ออันตราย เช่นบริเวณริมน้ำ เขตถนนที่มีรถยนต์วิ่ง ซึ่งลักษณะต่างๆเหล่านี้เกิดขึ้นตั้งแต่ขั้นต้นตอนในการออกแบบ ลักษณะของการออกแบบที่คำนึงถึงผู้ใช้พื้นที่เป็นหลัก ในจุดต่างๆของบริเวณสวน จะทำให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการใช้งาน ทั้งในเรื่องความปลอดภัย ตำแหน่งที่ตั้ง กิจกรรมที่เกิดขึ้น ประชาชนที่ไปใช้งานเกิดความพอใจในพื้นที่

2. ลักษณะการจัดการสวนสาธารณะ เนื่องจากสวนสาธารณะเป็นสถานที่ที่มีผู้ใช้งานเป็นจำนวนมาก ในการดูแลรักษาให้คงสภาพเดิมที่ดี เป็นเรื่องที่ต้องมีการจัดการและเตรียมการตั้งแต่เริ่มต้น การจัดเวรยาม การตรวจตราดูแลซ่อมแซมเมื่อเกิดความเสียหายต่ออุปกรณ์เครื่องใช้ภายในสวน การตัดแต่งต้นไม้ สนามหญ้า เนื่องจากหากสวนสาธารณะมีสภาพทรุดโทรม ผู้ใช้งานเกิดความไม่มั่นใจในการใช้งาน อาจกลายเป็นแหล่งเสื่อมโทรม และไม่มีผู้มาใช้งานในที่สุด การจัดการพื้นที่เพื่อนันทนาการ ในชุมชนควรสอดคล้องกับความต้องการและพฤติกรรมการใช้

ลักษณะที่ดีของสวนสาธารณะและสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ

#### 1. ให้ความสะดวกแก่ผู้มาใช้บริการ

-มีป้ายบอกชื่อสวนสาธารณะบริเวณประตูทางเข้า

-มีแผนที่หรือแผนผังแสดงขอบเขต และตำแหน่งต่างๆของสวนสาธารณะเพื่อให้ผู้มาใช้บริการสามารถทราบได้ว่าจะไปที่ใดก่อน

-ถนนภายในสวนสาธารณะควรมีขนาด ความกว้าง ส่วนโค้ง และตัดส่วนตามมาตรฐานทั่วไปเพื่อความปลอดภัยในการขับขี่

-มีที่จอดรถและต้นไม้ที่ร่มรื่น

-มีถังขยะ สุขาเพียงพอต่อความต้องการของผู้ใช้

-มีศูนย์ให้คำแนะนำและบริการ

#### 2. ให้ความปลอดภัย

-มียามรักษาการ

-มีแสงสว่างเพียงพอในเวลากลางคืน

-มีประตูเข้าออกไม่มากนักในเวลากลางคืนควรเปิดเพียงประตูเดียว

-มีป้ายบอกการจราจร และป้ายเตือนในบริเวณที่มีอันตราย

-ทำรั้วกั้นในบริเวณที่ไม่ปลอดภัย กั้นริมแม่น้ำเมื่อส่วนนั้นอยู่ใกล้สนามเด็กเล่น

-แยกถนนและทางเดินอย่างเด็ดขาด

-สำรวจและซ่อมแซมสถานที่และอุปกรณ์ต่างๆอยู่เสมอ เช่น เครื่องเล่นในสนามเด็กเล่น สะพาน เก้าอี้

- ตรวจตราสายไฟ และปลั๊กไฟ
- ตัดแต่งต้นไม้ที่มีกิ่งแห้งตาย และตัดแต่งพุ่มไม้เสมอไม่ให้มีคืบเกินไป
- ควรมีหน่วยพยาบาล

### 3. มีการดูแลรักษาที่ดี

- ทำความสะอาดอยู่เสมอ
- ตัดหญ้าและตัดแต่งทรงพุ่มของต้นไม้
- ใส่ปุ๋ย รดน้ำ พรวนดิน และฉีดยากันแมลง
- มีการปลูกต้นไม้ทดแทนต้นไม้เดิมที่ตายไป
- ซ่อมแซมอุปกรณ์เช่น ทาสีเก้าอี้ ดัดป้าย หรือทำรั้วใหม่
- ชักชวนให้ผู้มาใช้บริการรู้จักรักษาความสะอาด
- อนุรักษ์สภาพแวดล้อมธรรมชาติให้ดีอยู่เสมอ

### ความเป็นมาของสวนสาธารณะ

สวนสาธารณะในความหมายปัจจุบันเกิดขึ้นเป็นครั้งแรกของโลกในประเทศอังกฤษ ในช่วงการปฏิวัติอุตสาหกรรม ตรงกับช่วงระหว่างกลางสมัยกรุงธนบุรี ถึงต้นสมัยรัตนโกสินทร์ การพัฒนาอุตสาหกรรมทำให้แรงงานมากมายจากชนบทอพยพมาทำงาน และอยู่ในเมืองกันอย่างแออัดในบริเวณ "สลัม" ที่ขาดสุขลักษณะ กรรมกรเหล่านี้จึงบุกเบิกไปใช้ที่ว่างเปล่าเพื่อพักผ่อนและเล่นกีฬาและบางครั้งลูกกล้าเข้าไปใช้สวนส่วนตัวของขุนนางและกษัตริย์จนถูกกลืนไปเรื่อยๆ จนลูกหลานเป็นจลาจลรุนแรงขึ้นเรื่อยๆ และเกิดการเรียกร้องที่กลายเป็น "ขบวนการอุทยานเพื่อประชาชน" (People's Parks Movement) ที่เริ่มจากการยอมให้ประชาชนเข้าไปใช้อุทยานอย่างมีเงื่อนไข ไปจนถึงช่วงที่มีการบุกพังรั้วเข้าไปใช้อุทยานไฮด์หรือไฮด์ปาร์ก (Hyde Park) เพื่อทำกิจกรรมการพักผ่อนตามความพอใจตั้งแต่นั้นมาอุทยานต่างๆ ที่ยอมเปิดให้ประชาชนเข้าไปใช้จะถูกเรียกว่า "อุทยานประชาชน" (people's parks) เพื่อให้แตกต่างอุทยานของขุนนางและกษัตริย์และได้กลายเป็น อุทยานหรือสวนสาธารณะ (public parks) ในปัจจุบัน สวนสาธารณะเบอร์เกินเฮด (Birkenhead Park) ใกล้เมืองลิเวอร์พูล ในประเทศอังกฤษถือเป็นสวนสาธารณะแห่งแรกของโลกที่สร้างด้วยเงินภาษีของประชาชน เปิดใช้เมื่อปี พ.ศ. 2390. จากนั้นมา แนวคิดการจัดทำสวนสาธารณะได้แพร่หลายไปตามเมืองใหญ่ๆ ทั่วโลก รวมทั้ง "เซ็นทรัลปาร์ก" ในนครนิวยอร์ก (ออกแบบโดย แฟรเดอริก ลอว์ ออลด์สแตด. พ.ศ. 2401. ใช้เวลาสร้างมากกว่า 10 ปี) ปัจจุบันสวนสาธารณะได้กลายเป็นมาตรฐานในการวางแผนและพัฒนาเมือง

## พัฒนาการของสวนสาธารณะในประเทศไทย

ประเทศไทยเป็นสังคมเกษตรกรรมมาแต่โบราณ แม้ในเมืองก็ยังมีที่โล่งว่างไม่แออัดมาก จึงไม่มีความต้องการสวนสาธารณะดังความหมายปัจจุบัน อย่างไรก็ตาม พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว ได้พระราชทานที่ดิน 360 ไร่ ณ ทุ่งศาลาแดงสำหรับสร้างสยามรัฐพิพิธภัณฑ์และจัดให้เป็น "วนสาธารณะ" ให้ประชาชนใช้พักผ่อนอย่างต่างประเทศ จึงถือกันว่าสวนลุมพินี เป็นสวนสาธารณะแห่งแรกของประเทศไทย แม้ก่อนหน้านั้นจะมีการสร้างอุทยานหรือสวนหลายแห่งมาก่อน เช่น สวนดุสิต สวนสุนันทาหรืออุทยานสราญรมย์ เป็นต้น แต่ไม่ถือเป็นสวนสาธารณะสมัยรัชกาลที่ 7-8 เศรษฐกิจตกต่ำทั่วโลกและมีสงครามโลกครั้งที่สองจึงไม่มีการสร้างสวนสาธารณะหรืออุทยานเกิดขึ้นอีก สวนลุมพินีก่อสร้างในสมัยรัชกาลที่ 7 คูแฉะโดยกรมนคราทร (กรมโยธาธิการและผังเมืองปัจจุบัน) ต่อมาได้โอนให้เทศบาลนครกรุงเทพฯ ในสมัยนั้น การใช้สวนลุมพินีในช่วงแรกๆ มีการใช้อย่างผิดวัตถุประสงค์กันมาก เช่น ใช้เป็นที่จัดงานต่างๆ รวมทั้งใช้เป็นที่สร้าง โรงไฟฟ้า โรงเรียน ทั้งไทยและจีน ให้เช่าทำภัตตาคารทั้งบนบกและในน้ำ รวมถึงภัตตาคาร กินรีนาวา ผู้ใช้ที่ใช้น้ำเพื่อพักผ่อนออกกำลังกายจริงๆ จังๆ มักเป็นชาวต่างประเทศ คนไทยจำนวนน้อยที่ใช้ มักเป็นคนยากจนใช้เป็นที่พักผ่อนและหารายได้จากการขายของ ส่วนคนไทยมีอันจะกินมักเข้าไปใช้ภัตตาคาร การใช้ในทางที่ผิดทำให้สวนลุมพินีทรุดโทรมไม่ปลอดภัย ไม่เหมาะกับการเป็นสวนสาธารณะตามความต้องการของสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป ประมาณปี พ.ศ. 2514 เทศบาลนครหลวงได้ตั้งกรรมการปรับปรุงสวนลุมพินีขึ้น เนื่องจากการมีเสียงเรียกร้องจากประชาชนและองค์กรเอกชน ต่อมาเทศบาลฯ จึงเริ่มให้ความสำคัญในการจัดเพิ่มสวนสาธารณะ เช่น การปรับปรุงสถานเพาะชำฝั่งธนบุรีให้เป็นสวนธนบุรีรมย์ ปรับปรุงอุทยานสราญรมย์ที่ถูกใช้เป็นที่ทำการของคณะราษฎรและที่จัดงานวชิราวุธ รวมทั้งสวนสาธารณะพระนครที่ลาดกระบังเดิมที่มีสภาพทรุดโทรมให้มีสภาพใช้งานได้ แต่งานส่วนใหญ่เน้นการสร้างอย่าง "สวนหย่อม" ซึ่งไม่ถือเป็นสวนสาธารณะ สำหรับในต่างจังหวัด เทศบาลต่างๆ เริ่มต้นตัวสร้างสวนสาธารณะมากขึ้น เช่น การปรับปรุงพญาภิโยจจังหวัดยะลาและการสร้างและปรับปรุงที่ว่างให้เป็นสวนสาธารณะในจังหวัดอื่นๆ หลายแห่ง ในช่วง 20 ปีที่ผ่านมา มีการสร้างสวนสาธารณะเพิ่มมากขึ้นทั่วประเทศ

สวนสาธารณะในกรุงเทพมหานครตามมติ.ก.ครั้งที่ 12/2547 เมื่อวันที่ 20 ธันวาคม 2541 กำหนดให้สำนักงานสวนสาธารณะมีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการวางแผนและพัฒนาพื้นที่สีเขียวในกรุงเทพมหานคร การปลูกบำรุงรักษาต้นไม้ สนามหญ้าในสวนสาธารณะ สวนหย่อม เกาะกลางทางเท้าในถนนสายสำคัญต่างๆ และสถานที่ที่ต้องการดูแลเป็นพิเศษ การตัดแต่ง ขุดย้าย ศัลยกรรมต้นไม้ กายขยายพันธุ์การประดับตกแต่งต้นไม้ การตกแต่งเมือง กำหนดแนวทางแผนการเพิ่มพื้นที่สีเขียว

เขียว การบริหารงานสวนสาธารณะ การเพิ่มบริการต่างๆ ในสวนสาธารณะ เป็นศูนย์กลางความรู้ ด้านวิชาการเกษตร การให้การศึกษาด้านพฤกษศาสตร์และวิชาการเกษตรแก่ส่วนราชการอื่น เยาวชนและประชาชนทั่วไป การสำรวจรังวัดประมาณการจัดหาข้อมูลเพื่อออกแบบประมาณ การงบประมาณในการจัดสร้างสวน แหล่งนันทนาการและกีฬาของสำนักงานสวนสาธารณะ การวางแผนกำหนดนโยบายแนวทางดำเนินการปลูกบำรุงรักษาต้นไม้แก่สำนักงานเขต ให้คำแนะนำด้านวิชาการเกษตรและการออกแบบสวนและต้นไม้ สนับสนุนพันธุ์ไม้และอุปกรณ์ เครื่องมือต่างๆตลอดจน แก้ไขปัญหาให้กับสำนักงานเขต และปฏิบัติหน้าที่อื่นที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่ง งานภายในส่วนราชการ

## แนวความคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม

### ความหมายของพฤติกรรม

ราชบัณฑิตยสถาน (2525) กล่าวว่า พฤติกรรมหมายถึง การกระทำหรืออาการที่แสดงออก ทางกล้ามเนื้อ ความคิดของบุคคลที่ตอบสนองต่อสิ่งเร้าภายในจิตใจและภายนอก อาจทำไปโดยรู้ตัว หรือไม่รู้จักตัว อาจเป็นพฤติกรรมที่พึงประสงค์ และไม่พึงประสงค์ ผู้อื่นอาจสังเกตการกระทำนั้นได้และ สามารถใช้เครื่องมือทดสอบได้

เฉลิมพล ต้นสกุล (2541) กล่าวว่า พฤติกรรมหมายถึง ปฏิบัติและกิจกรรมทุกชนิดที่ มนุษย์แสดงออกทางรูปธรรม นามธรรมตลอดเวลาสังเกตได้ด้วยประสาทสัมผัส วาจาและการ กระทำ สามารถแบ่งพฤติกรรมออกได้เป็น 2 ประเภท คือ พฤติกรรมภายนอก (Overt Behavior) ซึ่ง เป็นการกระทำที่สังเกตได้ด้วยประสาทสัมผัสหรืออาจใช้เครื่องมือช่วยและพฤติกรรมภายใน (Covert Behavior) ซึ่งเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นภายในจิตใจ บุคคลอื่นไม่สามารถสังเกตได้

### พฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมของผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง การแสดงออกของแต่ละบุคคลที่ เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจ รวมทั้งกระบวนการในการตัดสินใจที่มี ผลต่อการแสดงออก

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538) กล่าวว่า การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค คือ การศึกษาเพื่อให้ทราบ ถึงความต้องการและความจำเป็นของผู้บริโภค ที่เป็นตลาดเป้าหมาย เพื่อวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดให้ตอบสนองความต้องการในการบริการสินค้าและบริการนั้นๆ และเพื่อให้ผู้บริโภค ได้รับความพอใจสูงสุด



นิตยาพร เสมอใจ (2550) กล่าวว่า ผู้บริโภคจะเป็นผู้กำหนดรูปลักษณะ (Feature) และคุณประโยชน์ (Benefit) ของสินค้าหรือบริการ (Goods or Services) ที่นักการตลาดต้องทำการวิเคราะห์ว่าควรจะให้สินค้ามีรูปร่างลักษณะแบบใด ราคาเท่าใด จัดจำหน่ายที่ใด และต้องทำการส่งเสริมอย่างไรให้ตรงกับความต้องการ ความสามารถในการซื้อ และพฤติกรรมของผู้บริโภค เนื่องจากผู้บริโภคในปัจจุบันมีอิสระในการเลือกซื้อมากขึ้น

จากความหมายดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยได้สรุปความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคว่า เป็นการแสดงออกของผู้บริโภค ที่มีต่อการเลือกใช้สินค้าหรือบริการ

### การบริการกับพฤติกรรมผู้บริโภค

การตอบสนองและการสร้างความพึงพอใจแก่ผู้บริโภคเป็นเหตุผลพื้นฐานของกลยุทธ์การตลาดแต่การจะทำให้ดีขึ้นนั้น ต้องอาศัยความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายหลายประการด้วยกันคือ

- ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายคือใคร
- ผู้บริโภคมีความต้องการอะไรจากการบริการ
- ทำไมผู้บริโภคจึงต้องการความพึงพอใจจากบริการนั้น
- ใครมีส่วนในการตัดสินใจบ้าง
- ผู้บริโภคมีวิธีการตัดสินใจซื้ออย่างไร
- เมื่อใดที่ผู้บริโภคมีที่ท่าพร้อมที่จะซื้อ
- ผู้บริโภคชอบหรือพอใจที่จะซื้อบริการจากที่ไหนแหล่งใดมากกว่ากัน

จากการตอบคำถามข้างต้น จะช่วยให้ นักการตลาดสามารถวิเคราะห์หาคำตอบและทราบถึงช่องว่างระหว่างพฤติกรรมผู้บริโภคกับการบริการที่อาจเกิดขึ้น ได้แก่

ช่องว่างที่ 1 การคาดเดาคความคาดหวังของผู้บริโภค เป็นช่องว่างที่เกิดจากความผิดพลาดในการประเมินความคาดหวังของผู้บริโภคที่มีต่อการบริการ ซึ่งมีความแตกต่างจากสิ่งที่ธุรกิจคิดว่าผู้บริโภคคาดหวังจะได้รับการบริการ (Company Perception of Customer Expectation) และมักเป็นแนวทางตรงกันข้ามคือ ผู้บริโภคคาดหวังสูงกว่าในสิ่งที่ได้รับจากการบริการ ซึ่งก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจ ช่องว่างดังกล่าวเกิดขึ้นเนื่องจากธุรกิจไม่มีการทำวิจัยการตลาด ธุรกิจขาดการสื่อสารกับผู้บริโภค ธุรกิจไม่มีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้บริโภค และธุรกิจไม่มีการจัดลำดับขั้นตอนของการจัดการที่ดี การแก้ไขเพื่อไม่ให้เกิดช่องว่างระหว่างการบริการกับพฤติกรรมผู้บริโภค สามารถแก้ไขได้โดยธุรกิจควรให้ความสำคัญกับการวิจัยการตลาด และมีการจัดลำดับขั้นตอนของการจัดการที่ดี

ช่องว่างที่ 2 การกำหนดมาตรฐานบริการไม่ได้สะท้อนให้เห็นถึงการรับรู้ของธุรกิจที่มีต่อความคาดหวังของผู้บริโภค เป็นช่องว่างที่เกิดขึ้นระหว่างมาตรฐานและการออกแบบงานบริการ

สำหรับผู้บริโภค(Customer-driven Service Design and Standard) กับการบริการที่ธุรกิจคิดว่า ผู้บริโภคคาดหวังไว้ (Company Perceptions of Customer Expectation)เนื่องจากการออกแบบงานบริการไม่ดี ขาดการพิจารณาศักยภาพของตนเองว่าเป็นอย่างไร ผู้ให้บริการมีศักยภาพเป็นอย่างไร ซึ่งเป็นเหตุให้การบริการผิดพลาด สามารถแก้ไขได้โดยการอุทิศตนของผู้บริหารของธุรกิจและความร่วมมือของพนักงานต่อคุณภาพบริการ ในการกำหนดเป้าหมายของธุรกิจ การกำหนดมาตรฐานของงาน และการรับรู้ความสามารถที่แท้จริงของการให้บริการแก่ผู้บริโภค

ช่องว่างที่3 การให้บริการไม่ตรงกับมาตรฐานที่ตั้งไว้ เป็นช่องว่างที่เกิดขึ้นระหว่างการส่งมอบบริการ (Service Delivery) กับมาตรฐานการออกแบบงานบริการสำหรับผู้บริโภค (Customer-driven Service Design and Standard) โดยเกิดจากความบกพร่องของนโยบายด้านบุคลากร ความล้มเหลวของการส่งมอบบริการที่ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค การแก้ไขเพื่อไม่ให้เกิดช่องว่างดังกล่าวสามารถทำได้โดยการจ้างบุคลากรที่เหมาะสมกับงานบริการทำการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาบุคลากรอยู่เสมอ รักษาบุคลากรที่มีคุณภาพไว้ เน้นการทำงานเป็นทีม

ช่องว่างที่4 การให้บริการที่เกิดขึ้นจริงไม่สอดคล้องกับการสื่อสารทางการตลาดที่เสนอออกไป เป็นช่องว่างระหว่างการส่งมอบบริการ (Service Delivery)และการติดต่อสื่อสารกับ ผู้บริโภค (External Communication to Customer)โดยเกิดจากการขาดการติดต่อสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ (IMC)หรืออาจเกิดจากฝ่ายบริการไม่เข้าใจสิ่งที่ผู้บริโภคคาดหวังบางครั้ง อาจมีการสื่อสารหรือโฆษณาเกินจริง หรือสื่อสารไม่พอหรือไม่ชัดเจน

ธุรกิจสามารถแก้ไขเพื่อไม่ให้เกิดช่องว่างดังกล่าวได้โดยการสื่อสาร การโฆษณาในการบริการที่ธุรกิจสามารถทำได้จริง ควรจะแจ้งให้ผู้บริโภคทราบถึงการบริการที่ผู้บริโภคควรจะได้รับการใช้บริการและควรมีการจัดการระบบภายในธุรกิจให้ดีสมบูรณ์

ช่องว่างที่ 5 สิ่งที่ผู้บริโภคคาดหวังกับการบริการที่ได้รับ เป็นช่องว่างที่เกิดขึ้นระหว่างสิ่งที่ ผู้บริโภคคาดหวัง ( Expected Service ) และการบริการที่ผู้บริโภคได้รับ (Perceived Service) ธุรกิจจะต้องตอบสนองความต้องการที่ผู้บริโภคคาดหวังให้เป็นการบริการที่ผู้บริโภคได้รับ โดยการทําวิจัยการตลาด มีการสร้างความสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องกับผู้บริโภค ทำให้ผู้บริโภคพึงพอใจ และทําการผูกขาดผู้บริโภคโดยการบริการที่มีคุณภาพ

#### การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

เป็นการศึกษาว่ากลุ่มผู้บริโภคมีพฤติกรรมอย่างไรในการดำเนินชีวิต รวมถึงการซื้อสินค้าและบริการ ซึ่งหลักการที่มีประสิทธิภาพในการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคคือ หลัก 6Ws 1H ที่ต้องพิจารณาหลักต่างๆเกี่ยวกับตลาดเพื่อให้ได้คำตอบที่ต้องการทราบตามหลัก 70s

1. ใครคือตลาดเป้าหมาย (Who is target market?) ช่วยให้ทราบลักษณะกลุ่มเป้าหมาย (Occupant) ที่แท้จริงของผลิตภัณฑ์รวมถึง การวิเคราะห์ค้นหาลักษณะต่างๆของผู้บริโภค เนื่องจากว่าผู้บริโภคทั้งหลายมีความแตกต่างกันในด้านอายุ รายได้ ระดับการศึกษา เพื่อให้ทราบถึงการค้าและบริการที่เหมาะสมกับผู้บริโภค

2. ตลาดซื้ออะไร (What does the market buy?) เพื่อทราบความต้องการที่แท้จริงของลูกค้าที่ต้องการจากผลิตภัณฑ์หรือองค์กร (Objects) ประเภทของสินค้าสามารถแบ่งได้ 2 ประเภทคือ สินค้าที่สามารถจับต้องได้และสินค้าที่ไม่สามารถจับต้องได้(สินค้าบริการ) หากมีการเสาะหาสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการจะทำให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว

3. ทำไมจึงซื้อ (Why does the market buy?) ทราบถึงผลที่แท้จริงที่เป็นจุดมุ่งหมาย (Objectives) ในการซื้อของผู้บริโภคทุกครั้งนั้นมีเหตุผลและจุดมุ่งหมายอย่างไร ซื้อเมื่อมีโอกาสหรือไม่ สิ่งดังกล่าวทำให้ทราบถึงพฤติกรรมในการซื้อ

4. ใครมีส่วนร่วมในการซื้อ (Who participates in the buying?) ในการตัดสินใจซื้ออาจมีบุคคลอื่นมีส่วนร่วมหรือมีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ (Organizations) เพราะผู้ที่มีหน้าที่ซื้ออาจไม่ใช่ผู้ใช้โดยตรง อาจไม่มีความรู้จึงต้องอาศัยผู้รู้ซึ่งทำให้สามารถออกแบบสินค้าให้มีรูปร่างและลักษณะที่ตรงกับความต้องการและดึงดูดผู้บริโภครวมถึงผู้บริโภคที่เป็นผู้ร่วมตัดสินใจด้วย

5. ซื้อเมื่อใด (When does the market buy?) ผู้บริโภคจะมีพฤติกรรมการบริโภคสินค้าและบริการแตกต่างกันตามโอกาส ดังนั้นการวิเคราะห์โอกาสในการซื้อของลูกค้า (Occasion)ช่วยให้สามารถเตรียมแผนการรับมือและการส่งเสริมสินค้าและบริการในรูปแบบและช่วงเวลาที่เหมาะสม

6. ซื้อที่ไหน (Where does the market buy?) เพื่อทราบแหล่งที่ลูกค้านิยมหรือสะดวกที่จะไปซื้อหรือใช้บริการ (Outlets) ซึ่งช่วยสร้างความสะดวกและความพึงพอใจให้กับลูกค้ามากขึ้น

7. ซื้ออย่างไร (How does the market buy?) เพื่อทราบถึงการบริหารการซื้อของลูกค้า (Operation) ว่ามีขั้นตอนอย่างไร ตั้งแต่การรับรู้ถึงปัญหา ทำการค้นคว้าข้อมูลเพื่อลดหรือแก้ปัญหา นั้นๆ ทำการประเมินทางเลือกในการแก้ไขปัญหา และการตัดสินใจซื้ออย่างไร จะช่วยให้มีข้อมูลในการวางแผนส่งเสริมการตลาดที่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้มากที่สุด

นอกจากนี้การทราบถึงความรู้สึกลูกค้าหลังการซื้อหรือการใช้บริการนั้น จะช่วยให้ทราบแนวทางการปรับปรุงสินค้าและบริการได้ดี

### กระบวนการพฤติกรรมผู้บริโภค (Process of Behavior)

ขั้นที่ 1 การรับรู้ถึงปัญหา กระบวนการที่จะเกิดขึ้นเมื่อผู้ซื้อตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการของตนเอง

ขั้นที่ 2 การค้นหาข้อมูล ในขั้นนี้ผู้บริโภคจะแสวงหาข้อมูลเพื่อตัดสินใจ ในขั้นแรกจะค้นหาข้อมูลจากแหล่งภายในก่อน เพื่อนำมาใช้ในการประเมินทางเลือก หากยังได้ข้อมูลไม่เพียงพอ ก็ต้องหาข้อมูลเพิ่มเติมจากแหล่งภายนอก

ขั้นที่ 3 การประเมินผลทางเลือก ผู้บริโภคจะนำข้อมูลที่ได้รวบรวมไว้มาจัดเป็นหมวดหมู่ และวิเคราะห์ข้อดี ข้อเสีย ทั้งในลักษณะการเปรียบเทียบทางเลือกและความคุ้มค่ามากที่สุด

ขั้นที่ 4 การตัดสินใจเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด หลังการประเมิน ผู้ประเมินจะทราบข้อดี ข้อเสีย หลังจากนั้นบุคคลจะต้องตัดสินใจเลือกทางเลือกที่ดีที่สุดในการแก้ปัญหา มักใช้ประสบการณ์ในอดีตเป็นเกณฑ์ ทั้งประสบการณ์ของตนเองและผู้อื่น

ขั้นที่ 5 การประเมินผลหลังการซื้อ เป็นขั้นสุดท้ายหลังจากการซื้อ ผู้บริโภคจะนำผลิตภัณฑ์ที่ซื้อมาใช้ และในขณะที่เดียวกันก็จะทำการประเมินผลิตภัณฑ์นั้นไปด้วย ซึ่งจะเห็นได้ว่า กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเป็นกระบวนการต่อเนื่อง ไม่ได้หยุดตรงที่การซื้อ

### ลักษณะของผู้บริโภค (Consumer characteristics)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538) ผู้บริโภค (Consumer) คือ ผู้ที่มีความต้องการซื้อ (Need) มีอำนาจซื้อ (Purchasing power) ทำให้เกิดพฤติกรรมการซื้อ (Purchasing behavior) และพฤติกรรมการใช้ (Using behavior) ดังนี้

1. ผู้บริโภคเป็นบุคคลที่มีความต้องการ (Need) การที่ถือว่าใครเป็นผู้บริโภคนั้นบุคคลนั้นจะต้องมีความต้องการผลิตภัณฑ์ แต่ถ้าบุคคลนั้นไม่มีความต้องการ ก็จะไม่ใช่ผู้บริโภค เช่น นาย ก. ไม่ดื่มสุรา นาย ก. จึงไม่ได้เป็นผู้บริโภคของสุรา เพราะปราศจากความต้องการสุรา หรือผู้ชายไม่มีความต้องการใช้ผ้าอนามัย ดังนั้น การที่เราจะวัดว่าใครเป็นผู้บริโภคของผ้าอนามัย ดังนั้น การที่เราจะวัดว่าใครเป็นผู้บริโภคของเราหรือไม่ วัดที่ความต้องการ ซึ่งความต้องการในที่นี้ไม่ใช่ความต้องการที่เป็นรูปธรรม แต่เป็นความต้องการในระดับที่เป็นนามธรรม เช่น ทรายไคที่คนยังมีความกระหายที่เป็นความต้องการ เครื่องดื่มชนิดต่าง ๆ ก็สามารถขายได้ ทรายไคที่คนยังมีความหิวอยู่ ความหิวเป็นความต้องการ ดังนั้น อาหารชนิดต่าง ๆ ก็สามารถขายได้ ทรายไคที่คนอยากสวย อยากหล่อ เครื่องสำอางย่อมขายได้ เพราะฉะนั้น ความต้องการที่กล่าวถึงในที่นี้ไม่ได้หมายถึง ความต้องการในสิ่งของ ไม่ใช่ความต้องการแก้ว ความต้องการปากกา เพราะถ้าหากกล่าวเช่นนั้น ก็หมายความว่าสินค้าที่ยังไม่นำออกมาจำหน่าย แสดงว่าไม่มีใครต้องการ แล้วจะนำออกมาจำหน่าย



ได้อย่างไร ตัวอย่าง เช่น อาจจะยังไม่มีครนนำเอาน้ำแร่ออกมาจำหน่าย แต่ออรรนำออกมาขาย สาเหตุที่กล้านำออกมาขายเพราะคนยังมีความกระหายอยู่และต้องการสุขภาพดี น้ำแร่จึงขายได้

ความต้องการดังกล่าวนี้เป็นความต้องการขั้นปฐมภูมิ (Primary need) เป็นความต้องการเบื้องต้น ที่ไม่ได้กล่าวถึงสินค้า แต่กล่าวถึงสิ่งที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับตัวบุคคล เช่น ต้องการอาหาร ต้องการน้ำเพราะกระหาย ต้องการพักผ่อน ต้องการที่อยู่อาศัย ฯลฯ ครอบครัที่มนุษย์ยังมีความต้องการ สินค้าต่าง ๆ ก็สามารถนำออกมาขาย เพื่อตอบสนองความต้องการต่าง ๆ เหล่านี้ได้ เพราะฉะนั้นผู้บริโภคคือ คนที่มีความต้องการ

2. ผู้บริโภคเป็นผู้มีอำนาจซื้อ (Purchasing power) ผู้บริโภคจะมีแค่เพียงความต้องการอย่างเดียวไม่ได้แต่เขาจะต้องมีอำนาจซื้อด้วย ถ้ามีเพียงแค่ความต้องการแล้วไม่มีอำนาจซื้อ ก็ยังไม่ใช่ผู้บริโภคของสินค้านั้น เพราะฉะนั้นการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคจึงต้องวิเคราะห์ไปที่ตัวเงินของผู้บริโภคด้วย

3. การเกิดพฤติกรรมการซื้อ (Purchasing behavior) เมื่อผู้บริโภคมีความต้องการและมีอำนาจซื้อแล้วก็จะเกิดพฤติกรรมการซื้อ เป็นต้นว่า ผู้บริโภคซื้อที่ไหน ซื้อเมื่อใด ใครเป็นคนซื้อ ใช้มาตรการอะไรในการตัดสินใจซื้อ ซื้ออย่างน้อยแค่ไหน เช่น ในครอบครัวส่วนใหญ่แม่บ้านจะเป็นผู้ซื้อของใช้ภายในบ้าน หรือบางครอบครัวอาจจะแยกซื้อสินค้าเป็นของตัวเอง บางคนซื้อสินค้าเอง บางคนพ่อแม่ซื้อให้ บางครอบครัวจะซื้อสินค้าเข้าบ้านทุก 2 สัปดาห์ ผู้บริโภคบางคนซื้อสินค้าเมื่อของหมด บางคนซื้อที่ร้านสะดวกซื้อ บางคนซื้อที่ห้างสรรพสินค้า

4. พฤติกรรมการใช้ (Using behavior) ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการใช้สินค้าอย่างไร เช่น ดื่มสุราที่ไหน ที่บ้านหรือที่ร้านอาหาร ดื่มน้ำกับใคร คนเดียวหรือกับเพื่อน ดื่มเมื่อใด ในการสระผมแต่ละครั้งผู้บริโภคส่วนใหญ่ใช้แชมพูสระผมกี่ครั้ง ใช้ครีมนวดผมหรือไม่ การแตหน้าใช้รองพื้นหรือไม่ และใช้ครีมบำรุงผิวที่หือเดียวกันกับรองพื้นหรือไม่ เป็นต้น

#### กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

โรเบิร์ต คลิสตี้ มิล และอลาสเตอร์ เอ็ม มอริสัน (Robert Christie Mill and Alastair M. Morrison, 1985 อ้างถึงใน รัฐฎากรณ์ ขวัญปัญญา, 2540) ได้กล่าวถึงกระบวนการที่ทำให้เกิดการตัดสินใจเลือกใช้บริการ คือ

1. ความจำเป็น (Needs) ลูก้าจะต้องมีกิจกรรมที่เกี่ยวกับการใช้สินค้าและบริการนั้นๆ
2. ความต้องการ (Wants) ได้แก่ความต้องการที่จะใช้สินค้าและบริการประเภทนั้น

3. วัตถุประสงค์ (Objectives) เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเพื่อตอบสนอง ความจำเป็น (Needs) และความต้องการ (Wants) คือ ต้องการความสะดวก และรวดเร็วในการติดต่อสื่อสาร

4. การตลาด (Marketing) เนื่องจากงานโฆษณาเป็นส่วนหนึ่งของการตลาดดังนั้น การตลาดจึงเข้ามาเป็นปัจจัยสำคัญอีกปัจจัยหนึ่ง คือ มีหน้าที่สร้าง (Create) การรับรู้และตระหนักถึง (Awareness) ที่จะทำให้ลูกค้าเกิดความต้องการที่จะตอบสนองความจำเป็น

5. การกระตุ้น (Motivation) ตอบสนองวัตถุประสงค์ คือ ความรวดเร็วซึ่งตอบสนองวัตถุประสงค์นั้น ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ

### ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค (Consumer's determinant Factors)

เสรี วงษ์มณฑา (2542) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค ถูกกำหนดด้วยลักษณะทางกายภาพ ถูกกำหนดด้วยสภาพจิตวิทยา โดยสภาพจิตวิทยาถูกกำหนดด้วยครอบครัว และครอบครัวถูกกำหนดด้วยสังคม รวมถึงสังคมจะถูกกำหนดด้วยวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่น ดังนั้น เมื่อทราบถึงสิ่งเหล่านี้ นักการตลาดจึงต้องคำนึงถึงสิ่งต่าง ๆ

ด้วยสาเหตุนี้ นักการตลาดจำเป็นต้องศึกษาถึงพฤติกรรม การซื้อ และพฤติกรรม การใช้ นั่นก็คือพฤติกรรมผู้บริโภคนั่นเอง เนื่องจากว่าผู้บริโภคทุกคนเป็นสิ่งมีชีวิต (Organic) ร่างกายมนุษย์มีลักษณะเป็นฟิสิกส์ ชีววิทยา และเคมี การที่มีร่างกายสูง เตี้ย อ้วน ผอม เป็นลักษณะทางฟิสิกส์ การที่ร่างกายมีเลือด มีเนื้อ ก็เป็นลักษณะทางชีววิทยา ขณะเดียวกันเรามีต่อมน้ำลาย มีต่อมเหงื่อ ต่อมน้ำตา เหล่านี้คือเคมี ซึ่งรวมแล้วเรียกว่ามนุษย์เป็นอินทรีย์ มีการเกิด แก่ เจ็บ ตาย ดังนั้นจึงมีปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ดังนี้

1. ลักษณะทางสรีระ (Physiological condition) สรีระเป็นปัจจัยเบื้องต้นในการกำหนดพฤติกรรม การซื้อ และพฤติกรรม การใช้ของผู้บริโภค เช่น การที่ผู้บริโภคสวมแว่นตาก็เกิดจากการมีสายตาสั้น หรือยาว การกระหายน้ำต้องหาน้ำมาดื่มเนื่องจากคอแห้งก็เป็นสาเหตุจากสรีระ ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นปัจจัยเบื้องต้นที่จะต้องศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคให้เข้าใจก่อน เช่น แชมพูสระผมที่นำเข้ามาจากต่างประเทศไม่ประสบความสำเร็จเท่าใดนัก สาเหตุเนื่องมาจากแชมพูนี้เหมาะสำหรับผมของชาวต่างชาติมากกว่าผมของคนไทย ซึ่งเป็นเรื่องของสรีระ เป็นต้น เพราะฉะนั้นสิ่งแรกที่ต้องวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคคือ การวิเคราะห์ความเปลี่ยนแปลงทางด้านสรีระเป็นสิ่งแรก เนื่องจากมีบทบาทมากที่สุดในการตัดสินใจของมนุษย์ เป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้

2. สภาพจิตวิทยา (Psychological condition) เป็นลักษณะของความต้องการที่เกิดจากสภาพจิตใจซึ่งเกี่ยวกับพฤติกรรมมนุษย์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของมนุษย์ลักษณะความต้องการตอบสนองในเรื่องเดียวกัน แต่สภาพทางจิตใจไม่เหมือนกัน เช่น คนบางคนรับประทานอาหารตามร้านริมบาทวิถีได้แต่บางคนต้องรับประทานอาหารในร้านติดเครื่องปรับอากาศหรือในโรงแรมหรือ การสวมแว่นสายตางานบางคนสวมเพื่อให้อ่านหนังสือได้เท่านั้น แต่บางคนต้องการความเท่ด้วย ดังนั้น กรอบแว่นก็จะมีราคาแตกต่างกันไป ซึ่งเป็นสภาพทางจิตวิทยาของมนุษย์ที่ไม่เหมือนกัน ทำให้เกิดการตลาดสามารถดำเนินกิจกรรมทางการตลาดอยู่ได้ สภาพทางจิตวิทยาเป็นสิ่งที่มีความสำคัญกว่าสรีระเพราะสรีระเป็นพื้นฐาน เช่น ความหิวเป็นพื้นฐานแต่จะรับประทาน อะไรที่ไหนจะเริ่มไม่เป็นพื้นฐานแล้ว ถือว่าเป็นสภาพทางจิตวิทยา หรือจะต้องแต่งตัวไปงานเลี้ยงจะต้องมีเสื้อผ้าปกปิดร่างกายเป็นพื้นฐาน แต่การที่จะแต่งตัวแบบไหนจะเรื่องของสภาพจิตวิทยา

3. ครอบครัว (Family) เป็นกลุ่มสังคมเบื้องต้นที่บุคคลเป็นสมาชิกอยู่ ครอบครัวเป็นแหล่งอบรม และสร้างประสบการณ์ของบุคคล ถ่ายทอดนิสัย และค่านิยมลักษณะของครอบครัวจึงมีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การบริโภค และพฤติกรรมอื่น ๆ ครอบครัวเป็นส่วนหนึ่งของสังคม และครอบครัวเป็นบทบาทในแง่ของการเตรียมตัวผู้บริโภคให้เข้าสู่สังคม ลักษณะต่าง ๆ ด้านครอบครัวที่จะต้องพิจารณา เช่น บทบาทในกระบวนการตัดสินใจซื้อของครอบครัว วัฏจักรชีวิตครอบครัว (Family life Cycle)

4. สังคม (Social group) เป็นสิ่งที่อยู่รอบตัวเราซึ่งจะมีผลที่เราต้องทำตัวให้สอดคล้องกับบรรทัดฐาน (Norm) ของสังคม การที่ผู้บริโภคเป็นคนชนชั้นสูง ชนชั้นกลางหรือชนชั้นต่ำ ซึ่งแต่ละชนชั้นก็จะมีพฤติกรรมแตกต่างกัน เช่น บางคนท่องเที่ยวในประเทศไทย บางคนชอบเที่ยวต่างจังหวัด แต่บางคน ต้องไปพักผ่อนยังต่างประเทศ วัฒนธรรมของชนชั้นจะบ่งบอกถึงพฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภค เพราะมนุษย์ถือการเป็นส่วนหนึ่งของชนชั้นไม่ได้ อย่างไรก็ตามต้องมีชนชั้นเป็นของตนเอง เช่น การเป็นชาวนา ไร่ ชาวนา กรรมกร ข้าราชการ เจ้าของธุรกิจ นายธนาคาร สิ่งเหล่านี้จะเป็นผู้กำหนดให้มนุษย์เสมอ

5. วัฒนธรรม (Culture) ไม่ว่าเราจะอยู่ในชนชั้นใดก็ตาม จะต้องมีวัฒนธรรมเป็นตัวครอบงำ วัฒนธรรม คือ วิถีชีวิตที่คนในสังคมยอมรับ ประพฤติปฏิบัติตามกันเพื่อความงอกงามของสังคม วัฒนธรรม แปลว่า งอกงาม ธรรม แปลว่า สิ่งที่ดีงาม รวมแล้ววัฒนธรรมเป็นสิ่งเป็นสิ่งดี สิ่งงามที่คนในสังคม ยอมรับที่จะประพฤติดูปฏิบัติร่วมกันเพื่อให้สังคมนั้นดำเนินไปได้ด้วยดี วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้นเช่น การทักทายของคนไทยด้วยการยกมือไหว้ การจับมือเป็นการทักทายของชาวต่างชาติ การรับประทานอาหารเช้าด้วยมือของคนไทยในสมัยก่อน การ

รับประทานอาหารด้วยช้อนส้อมของชาวตะวันตก การรับประทานอาหารด้วยตะเกียบของคนจีน เป็นต้น วัฒนธรรมไม่ใช่สิ่งที่ถาวร วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่มีชีวิต สามารถเปลี่ยนแปลงได้แต่อาจจะใช้เวลานาน เนื่องจากการยอมรับของสังคมที่กว้างขวาง และเป็นสิ่งที่ยอมรับกันมานาน นักการตลาดจะต้องพยายาม เข้าใจเรื่องของวัฒนธรรมในสังคม ซึ่งเป็นที่มาของรูปแบบการดำรงชีวิตและค่านิยม (Value and Lifestyle ;VAL)

ไพบูลย์ เทวรักษ์ (2526) กล่าวว่า ตัวกำหนดพื้นฐานที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค (Basic Consumer's determinant factors) ถือว่ามีผลต่อการตัดสินใจซึ่งจะได้รับอิทธิพลจากปัจจัยภายใน (Internal factor) และปัจจัยภายนอก (External factor)

### 1. ปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค (Internal Factor)

สภาพจิตวิทยา (Psychological) เป็นลักษณะความต้องการซึ่งเกิดจากสภาพจิตใจซึ่งเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมมนุษย์ ตัวอย่าง นักศึกษาในชั้นเรียนใส่แว่นสายตาเพราะเหตุผลด้านลักษณะทางกายภาพแต่ปรากฏว่าในคนที่สวมแว่นตานี้ราคาของกรอบแว่นไม่เท่ากัน เพราะวัตถุประสงค์ในการสวมใส่ของแต่ละคนไม่เหมือนกัน หรือเมื่อบุคคลหิวจะรับประทานอาหารแบบใดก็อึดทั้งนั้น แต่มีคำถามว่ารับประทานที่ไหนจึงจะดีและจะรับประทานอะไรดี สภาพจิตใจและแรงกระตุ้นทำให้เกิดความต้องการมากกว่าลักษณะทางกายภาพ ซึ่งเป็นความต้องการด้านจิตวิทยา สภาพจิตใจเป็นตัวที่ทำให้ให้นักการตลาดสามารถทำการตลาดได้โดยต้องพิจารณา ถึงความต้องการทางด้านจิตวิทยา ซึ่งเป็นสาเหตุให้เกิดความต้องการสินค้า เช่น ทำไมผู้บริโภคจึงนิยมสินค้ายี่ห้อที่มีชื่อเสียง ทำไมคนไทยจึงนิยมสินค้าต่างประเทศ ฯลฯ

ปัจจัยภายในหรือที่เรียกว่า ตัวกำหนดพื้นฐาน (Basic determinants) เป็นปัจจัยที่เกิดจากตัวบุคคลในค่านิยมและการแสดงออกซึ่งมีพื้นฐานมาจากสภาพแวดล้อมโดยปัจจัยภายในประกอบด้วยปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้

1.1 ความจำเป็น (Needs) ความต้องการ (Wants) และความปรารถนา (Desire) ของมนุษย์ ซึ่งสามารถใช้แทนกันได้ ความจำเป็นใช้สำหรับสินค้าที่จำเป็นต่อการครองชีพ ความต้องการใช้สำหรับความรู้สึกทางจิตใจที่สูงกว่าความจำเป็น ส่วนความปรารถนา (Desire) ถือว่าเป็นความต้องการด้านจิตวิทยาที่สูงที่สุด เป็นความปรารถนาสูงสุดของมนุษย์ สิ่งที่เป็นปัญหาของผู้บริโภคที่ต้องการการแก้ไข เช่น ความหิวต้องแก้ไขโดยการรับประทานอาหาร ความหนาวแก้ไขโดยการใส่เสื้อผ้า เป็นต้น ดังนั้นความจำเป็น (Needs) และความต้องการ (Wants) ทำให้นักการตลาดสามารถขายสินค้าได้ โดยที่สินค้าและบริการเป็นสิ่งที่สามารถแก้ไขปัญหาได้ เช่น ทำไมจึงมี



อาชีพซ่อมรถ คำตอบก็คือเพราะมีปัญหาหารถเสีย หรือทำไมจึงมีคนขายเครื่องปรับอากาศคำตอบก็คือ เพราะเมืองไทยเป็นเมืองร้อน เป็นต้น

สำหรับความจำเป็น (Needs) สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ

1.ความต้องการขั้นปฐมภูมิหรือความต้องการทางชีวภาพ (Primary needs or physiological needs) เช่น ความหิว ความกระหาย ความง่วง การพักผ่อน การขับถ่าย ความต้องการทางเพศ เป็นต้น เป็นสิ่งที่ต้องติดตัวมนุษย์มาตั้งแต่เกิดเป็นสิ่งที่สังคมไม่จำเป็นต้องสอนแต่เป็นลักษณะทางชีวภาพของมนุษย์ที่เกิดมาแล้วต้องหิว ต้องกระหาย ต้องพักผ่อน ต้องขับถ่าย

2.ความต้องการขั้นทุติยภูมิหรือความต้องการทางสังคม (Secondary needs or social needs) เป็นความต้องการที่เกิดจากการเรียนรู้ถึงการอยู่ร่วมกันในสังคม ได้แก่ ความต้องการความรัก ความต้องการความภูมิใจ ความต้องการเพื่อน ความต้องการความปลอดภัย ความต้องการมีสุขภาพดี เป็นต้น ความต้องการขั้นนี้เป็นความต้องการที่ไม่ได้เกิดขึ้นโดยสภาพร่างกายแต่เกิด แต่เป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้จากคนอื่นที่อยู่ในสังคม ความต้องการขั้นปฐมภูมิเป็นสิ่งที่มนุษย์หลีกเลี่ยงไม่ได้เพราะเป็นสิ่งที่บังคับให้เกิดขึ้นกับตัวเรา แต่ความต้องการขั้นทุติยภูมิจะเป็นตัวกำหนดทางเลือกของการบริโภค

จากความต้องการทั้ง 2 ประเภท อับราฮัม มาสโลว์ ได้นำมาจัดลำดับความต้องการของมนุษย์ที่เรียกว่า ลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ (Hierarchy of needs)

(มาสโลว์ Maslow อ้างถึงใน ไพนุลย์ เทวรักษ์, 2526) กล่าวว่า ความต้องการของมนุษย์แบ่งออกเป็นหลายประเภท และแต่ละประเภทมีพื้นฐานไม่เท่ากัน ความต้องการบางอย่างเป็นความต้องการขั้นพื้นฐานมากกว่าความต้องการบางอย่างที่เป็นความต้องการที่พัฒนาแล้ว

1.ความต้องการทางสรีระ (Physiological needs) เป็นความต้องการที่ต่ำที่สุด เป็นพื้นฐานที่มนุษย์ทุกคนจะมีความต้องการได้ เช่น ความต้องการน้ำดื่ม ต้องการอาหาร ต้องการอากาศหายใจ ต้องการการพักผ่อน ต้องการที่อยู่อาศัย และความต้องการทางเพศ เป็นต้น

2.ความต้องการความปลอดภัย (Security needs) เมื่อมนุษย์สามารถตอบสนองความต้องการในขั้นปฐมภูมิแล้ว ขั้นต่อไปคือ ต้องการความปลอดภัย ปลอดภัยจากอันตราย ต้องการมีชีวิตที่มั่นคง มีอนาคตที่แน่นอน ปลอดภัยจากโรคภัยไข้เจ็บ เป็นต้น

3.ความต้องการทางด้านความรัก (Love needs) คือ การที่คนเราต้องการรู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งของสังคม (Sense of belonging) เป็นความต้องการการยอมรับจากคนอื่น เป็นความต้องการที่อยากให้เห็นคนอื่นมาชื่นชม ซึ่งเป็นธรรมชาติของมนุษย์

4.ความต้องการด้านความภาคภูมิใจ (Self – esteem needs) หมายความว่า การที่มนุษย์จะดำรงชีวิตอยู่ได้อย่างน้อยมนุษย์ก็ต้องมีความเชื่อมั่นในตนเอง มีความภูมิใจในตนเอง เชื่อว่าตัวเองมีดี เช่น การเลือกชุดชั้นใน ซึ่งใส่แล้วไม่มีใครเห็น แต่เราก็เลือกรูปแบบที่ดูใจราคาแพง อย่างน้อยที่สุดก็จะภูมิใจในตนเอง ถ้าสังเกตจะเห็นว่าคนไทยมีลักษณะการใช้สินค้า 2 ยี่ห้อ คือ ถ้าอยู่บ้านใช้สินค้ายี่ห้อหนึ่งซึ่งมีราคาถูก แต่ถ้าออกนอกบ้านก็จะใช้สินค้ายี่ห้อที่สองที่มีราคาแพงกว่า ถ้าเราใช้สินค้ายี่ห้อเดียวโดยไม่ได้นำไปอวดใคร แสดงว่าใช้สินค้านั้นเพื่อตอบสนองความภาคภูมิใจในตนเอง แต่ถ้าหากใช้สินค้าสองยี่ห้อแสดงว่าเราตอบสนองความต้องการด้านความรัก คือ ใช้เพื่อให้เห็นชอบ

5.ความต้องการความสำเร็จส่วนตัว (Self actualization needs) เป็นความต้องการความสำเร็จคือ มนุษย์ทุกคนมีความทะเยอทะยานอยู่ในตัวทุกคน และปรารถนาว่าตนเองจะได้เป็นอย่างที่ตนปรารถนาเอาไว้ เป็นความสนใจ สนใจในตนเอง เช่น บางคนบอกว่าสักวันหนึ่งจะต้องไปอเมริกาให้ได้ คนนั้นก็พยายามทุกวิถีทางที่จะเก็บเงินให้ได้ไปอเมริกา บางคนก็บอกว่าสักวันหนึ่งจะต้องได้เป็นเจ้าของรถเบนซ์ คน ๆ นั้นก็จะพยายามทุกวิถีทางที่จะให้ได้รถเบนซ์ เพราะมนุษย์ทุกคนมีความทะเยอทะยานอยากเพื่อนำชีวิตไปสู่ความสนใจต่าง ๆ

6.ความต้องการอยากรู้อยากเห็น (Curiosity needs or needs to know) เป็นความต้องการที่มนุษย์เกิดมาแล้วมีความต้องการอยากรู้อยากเห็น ดังนั้นเมื่อเห็นอะไรที่ปกปิดเราก็มองอยากเปิด เช่น หนังสือที่วางขายมีพลาสติกห่อไว้ทำให้เราอยากดูว่าข้างในมีอะไร

7.ความต้องการด้านสุนทรียภาพ (Aesthetic needs) เป็นความต้องการที่มนุษย์ทุกคนพยายามมองดูความสวยงาม รักว่าเป็นสิ่งเป็นพื้นฐานของมนุษย์ ทุกคนชอบดูในสิ่งที่สวยงาม เช่น ตอนเป็นเด็กมีของเล่นมาแขวนให้ดู ตอนเป็นสาวก็มีแต่งหน้าให้สวยเพราะต้องการให้คนอื่นชมว่าตนเองสวยงาม ฯลฯ

1.2 แรงจูงใจ (Motive) หมายถึง ปัญหาที่ถึงจุดวิกฤติที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความไม่สบายใจ แรงจูงใจ จึงเป็นความต้องการที่เกิดขึ้นรุนแรงบังคับให้บุคคลค้นหาวิธีมาตอบสนองความพึงพอใจ อาจจะเป็นความไม่สบายทางร่างกายหรือจิตใจก็ได้จนก่อให้เกิดความพยายามในการจะแก้ไขปัญหาดังกล่าว โดยแรงจูงใจ (Motive) นั้นมีพื้นฐานมาจากความจำเป็น (based on needs)

กล่าวคือ ถ้าไม่มีความจำเป็นก็จะไม่เกิดแรงจูงใจ และความจำเป็นเมื่อเกิดเป็นความรุนแรงขึ้นในใจก็จะกลายเป็นค้นหาแห่งความต้องการ แต่ถ้าความต้องการนั้นไม่รุนแรงพอก็จะไม่เกิดแรงจูงใจ ดังนั้นนักการตลาดจึงมีหน้าที่กระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อ จนกระทั่งผู้บริโภคเกิดความต้องการจนเข้าสู่จุดวิกฤติ และทำให้ผู้บริโภคเกิดความไม่สบายใจอย่างรุนแรง จนทำให้ผู้บริโภคค้นหาวิธีมาตอบสนองความต้องการนั้น

1.3บุคลิกภาพ (Personality) คือ ลักษณะนิสัยโดยรวมของบุคคลที่พัฒนาขึ้นมาในระยะยาว ซึ่งมีผลกระทบต่อการกำหนดรูปแบบในการโต้ตอบ หรือตอบสนองที่ไม่เหมือนกัน เช่น เมื่อเกิดเหตุการณ์ไฟไหม้บุคคลแต่ละคนจะมีปฏิกิริยาตอบสนองที่แตกต่างกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับบุคลิกภาพของแต่ละบุคคล ดังนั้นบุคลิกภาพ จึงเป็นตัวกำหนดการตอบสนองของมนุษย์

1.4ทัศนคติ (Attitude) คือ การประเมินความพอใจหรือไม่พอใจความรู้สึกละทำที่ความรู้สึกละทำที่คนเรามีต่อความคิดหรือสิ่งหนึ่งสิ่งใด ทัศนคติเป็นสิ่งที่จะนำมาซึ่งการปฏิบัติของผู้บริโภค เช่น ผู้บริโภคมีทัศนคติว่าการออกไปนอกบ้านนั้นน่าเบื่อ ดังนั้นถ้ามีใครมาชวนไปดูภาพยนตร์จึงมีโอกาสที่จะตอบปฏิเสธสูงมาก สิ่งที่จะเข้ามากำหนดทัศนคติมี 3 ประการคือ (1) ความรู้ (2) ความรู้สึก (3) แนวโน้มของนิสัยหรือความพร้อมที่จะกระทำ ทั้งสามประการนี้เป็นสิ่งที่นักการตลาดพยายามจะเปลี่ยนแปลง

1.5การรับรู้ (Perception) เป็นกระบวนการซึ่งบุคคลเลือกจัดองค์การและตีความข้อมูลเพื่อกำหนดภาพที่มีความหมาย การรับรู้เป็นสิ่งที่สำคัญมากในแง่การตลาด จนมีคำกล่าวว่า “สงครามการตลาดความจริงไม่ใช่สงครามสินค้าแต่เป็นสงครามการสร้างการรับรู้” ซึ่งหมายถึงการแข่งขันทางการตลาดไม่ได้แข่งขันกันเพียงทำให้สินค้าดีเท่านั้น แต่จะแข่งขันกันในการสร้างภาพพจน์ให้ดีกว่าในสินค้า ดังนั้นการสร้างภาพพจน์ตราสินค้า (Brand image) ให้คนมองสินค้าของบริษัท การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product positioning) ก็ล้วนแต่เป็นเรื่องของการรับรู้ (Perception) ทั้งสิ้น

1.6การเรียนรู้ (Learning) เป็นการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมของบุคคลซึ่งเกิดจากประสบการณ์ การเรียนรู้จึงเป็นประสบการณ์ที่บุคคลสะสมไว้ เช่น บางคนจะใช้ผงซักฟอกที่ผสมมะนาว น้ำยาล้างจานผสมมะนาวเพราะเกิดการเรียนรู้ว่าการใส่มะนาวช่วยให้สะอาดได้ บางคนไม่รับประทานเนื้อเพราะทราบมาว่าเนื้อวัวที่มีเชื้อโรคแอนแทรกซ์ ซึ่งอาจทำให้คนถึงตายได้เหล่านี้เกิดจากประสบการณ์การเรียนรู้ ดังนั้นนักการตลาดจึงมีหน้าที่ใส่ประสบการณ์การเรียนรู้เกี่ยวกับตราสินค้าที่ถูกต้องให้กับผู้บริโภค

## 2. ปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค (External Factor)

2.1สภาพเศรษฐกิจ (Economy) เป็นสิ่งที่กำหนดอำนาจการซื้อ (Purchasing power) ของผู้บริโภค เช่น บางคนเชื่อว่าโสมเกาหลีรับประทานแล้วบำรุงกำลังก็เกิดความต้องการ แต่เมื่อไปเห็นราคาแล้วแพงเกินไป ไม่สามารถซื้อได้ บางคนชอบสินค้ามีชื่อเสียงดี ๆ แต่ไม่สามารถซื้อได้เพราะราคาแพง สิ่งนี้คือปัจจัยที่จะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมของผู้บริโภคประการหนึ่ง

2.2ครอบครัว (Family) ครอบครัวทำให้เกิดการตอบสนองต่อความต้องการ ผลิตภัณฑ์ การตอบสนองความต้องการของร่างกายจะได้รับอิทธิพลจากสมาชิกของครอบครัว เช่น เด็กบางคนแปรงฟันตอนเช้าและก่อนนอนแต่บางคนแปรงฟันตอนเช้าอย่างเดียว เด็กบางคนตื่นนอนทุกวันแต่บางคนตื่นไม่เป็น เด็กบางคนถูกสินค้าที่ทำในประเทศไทย แต่เด็กบางคนนิยมใช้สินค้าที่ผลิตในประเทศไทย สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นการหล่อหลอมมาจากสถาบันครอบครัวทั้งสิ้น เช่น พ่อ แม่ สอนให้ลูกประหยัดหรือฟุ่มเฟือย พ่อแม่อบรมสั่งสอน ให้ลูกใช้สินค้าที่ผลิตในประเทศไทยให้ลูกฟังเป็นประจำ ลูกก็จะใช้สินค้าที่ผลิตในประเทศไทยนักการตลาดต้องเป็นนักพฤติกรรมศาสตร์ในเรื่องของครอบครัว โดยต้องเข้าใจว่า ครอบครัวนั้นเป็นส่วนหนึ่งของตัวแทนกระบวนการทางสังคม (Socializing agent) เป็นกระบวนการที่เตรียมคนเข้าสู่สังคม ซึ่งประกอบด้วยโรงเรียน ครอบครัว ศาสนา สื่อมวลชน สถาบันการเมือง การเตรียมพร้อมเข้าสู่สังคมนั้น ครอบครัวจะเป็นพื้นฐานการดำรงชีวิตของแต่ละบุคคล ขณะเดียวกันโรงเรียนก็ชี้แนะทางในการดำเนินชีวิตของบุคคลได้หลายประการ ศาสนาที่เรานับถือก็สอนบุคคลได้หลายอย่าง

2.3สังคม (Social group) ลักษณะด้านสังคมประกอบด้วยรูปแบบการดำรงชีวิต (Lifestyle) ค่านิยมสังคม (Social values) และความเชื่อถือ (Belief) เช่น ถ้าเป็นลูกทหารอยู่ในสังคมครอบครัวทหารก็จะมีสังคมอย่างหนึ่ง ถ้าเป็นลูกนายธนาคารก็จะมีสังคมอีกอย่างหนึ่ง ฯลฯ สังคมในที่นี้อาจจะเป็นได้ทั้งสังคมอาชีพและสังคมท้องถิ่น เช่น สังคมท้องถิ่น ถ้าเราเป็นคนในภาคใดการซื้อของใช้ก็ไม่เหมือนคนในภาคอื่น ๆ หรืออาจเป็นคนในภาคเดียวกัน แต่ต่างจังหวัดกันก็จะซื้อสินค้าไม่เหมือนกัน นักการตลาดต้องเป็นนักสังคมวิทยาเพื่อที่จะได้มองว่าอิทธิพลของสังคมที่มีต่อการอยู่ร่วมกันของมนุษย์นั้นมีอะไรบ้าง โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องบรรทัดฐาน (Norm) กล่าวคือ ต้องทราบว่าสิ่งใดที่สังคมยอมรับได้ สิ่งใดที่สังคมยอมรับไม่ได้

2.4วัฒนธรรม (Culture) เป็นกลุ่มของค่านิยมพื้นฐาน (Basic values) การรับรู้ (Perception) ความต้องการ (Wants) และพฤติกรรม (Behaviors) ซึ่งเรียนรู้จากการเป็นสมาชิกของสังคมในครอบครัว วัฒนธรรมจึงเป็นรูปแบบหรือวิถีทางในการดำเนินชีวิต (Lifestyle) ที่คนส่วนใหญ่ในสังคมยอมรับ ประกอบด้วยค่านิยมการแสดงออก ค่านิยมในการใช้วัตถุหรือ



สิ่งของ เช่น คนจีนรับประทานอาหารด้วยตะเกียบ คนยุโรปใช้มีดและส้อมในการรับประทานอาหาร คนพม่านั่งโสร่ง เป็นต้น นักการตลาดต้องเป็นนักมานุษยวิทยา เพื่อจะได้ทราบว่า วัฒนธรรมของแต่ละสังคมไม่เหมือนกัน การทำการตลาดในประเทศไทยจะต้องคำนึงถึง สังคม และวัฒนธรรมของไทย

2.5 การติดต่อสื่อสาร (Business contacts) หมายถึง โอกาสที่ผู้บริโภคจะได้พบเห็นสินค้านั้น ๆ สินค้าตัวใดที่ผู้บริโภคได้รู้จัก พบเห็นบ่อย ๆ มีความคุ้นเคยซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกไว้วางใจและมีความยินดีที่จะใช้สินค้านั้น ๆ แต่สินค้าที่ผู้บริโภคไม่รู้จัก ไม่ค่อยได้พบเห็น ทำให้ไม่มีความคุ้นเคยเมื่อไม่คุ้นเคยก็ไม่มี ความไว้วางใจ ผู้บริโภคก็ไม่อยากใช้สินค้านั้น ดังนั้นในการทำธุรกิจจึงต้องเน้นในเรื่องการทำให้เกิดการพบเห็นในตราสินค้า (Brand contact) นำสินค้าเข้าไปให้ผู้บริโภคได้พบเห็น ได้รู้จัก ได้สัมผัส ได้ยิน ได้ฟังด้วยความถี่สูง ซึ่งหลักการนี้จะเห็นจากค่ายเพลงต่าง ๆ ที่ซื้อเวลาในรายการวิทยุ โทรทัศน์ เจตนาคือ ต้องการให้ผู้บริโภคได้ยิน ได้ฟังเพลงของเขาบ่อย ๆ เป็นการสร้างการพบเห็นในตราสินค้าให้มากที่สุดเท่าที่จะเห็นได้เป็นการสร้างการเปิดรับข้อมูล (Exposure) มากขึ้นยิ่งทำให้ได้ประโยชน์มากขึ้นเท่านั้น

### แนวความคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

วรูม (Vroom, 1964) กล่าวว่า ทักษะคิดและความพึงพอใจในสิ่งหนึ่งสามารถใช้แทนกันได้ เพราะทั้งสองคำนี้ หมายถึง ผลที่ได้จากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้น ทักษะคิดด้านบวกจะแสดงให้เห็นสภาพความพึงพอใจในสิ่งนั้น และทักษะคิดทางลบจะแสดงให้เห็นความไม่พึงพอใจ

มาสโลว์ (Maslow Abraham, 1970) กล่าวเกี่ยวกับ ความพึงพอใจว่า ความพึงพอใจของมนุษย์จะเกิดขึ้นเมื่อ ความต้องการได้รับการตอบสนองในระดับหนึ่ง ซึ่งจะเริ่มพัฒนาจากความต้องการในระดับความต้องการขั้นพื้นฐาน (Basic needs) ก่อน เมื่อความต้องการขั้นพื้นฐานได้รับการตอบสนองจนเป็นที่พอใจแล้ว มนุษย์ก็จะเกิดความต้องการในระดับที่สูงกว่าต่อไป โดยลำดับความต้องการของมนุษย์ไว้ 5 ขั้นดังต่อไปนี้

ลำดับที่ 1 ความต้องการทางร่างกาย ( Physiological needs) เป็นความต้องการเกี่ยวกับอาหาร น้ำ การนอนหลับ และสิ่งอื่น ๆ ที่จะใช้ตอบสนองความต้องการด้านร่างกาย ความต้องการนี้เป็นความต้องการพื้นฐานขั้นแรกของมนุษย์ เป็นสิ่งจำเป็นที่จะทำให้มีชีวิตรอดอยู่ ทำให้มนุษย์จำต้องไฝหาสิ่งเหล่านี้มาตอบสนองก่อนสิ่งอื่นใด เมื่อได้รับการตอบสนองในระดับนี้แล้ว มนุษย์จึงจะมีความต้องการในขั้นที่สูงขึ้น ซึ่งจะเป็ด้านที่เกี่ยวกับจิตใจหรือความนึกคิด

ลำดับที่ 2 ความต้องการด้านความปลอดภัย หรือความมั่นคง (Security or Safety Needs) ภายหลังจากการที่ร่างกายได้รับการตอบสนอง มนุษย์ก็จะเริ่มคิดถึงเรื่องความปลอดภัยและความมั่นคง เช่นรู้สึกลัวการงานอาชีพของคนมีความมั่นคง การมีรายได้ที่แน่นอน มีที่อยู่อาศัยของตนเอง มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน เป็นต้น

ลำดับที่ 3 ความต้องการทางสังคม หรือความต้องการความเป็นเจ้าของและความรัก (Social or Belonging and love needs) ภายหลังจากได้รับการตอบสนองในสองขั้นดังกล่าวแล้ว มนุษย์จะมีความต้องการที่สูงขึ้นคือ ความต้องการด้านสังคม เป็นความต้องการที่จะเข้าร่วมเป็นสมาชิกขององค์กรต่างๆ อยากคบหาสมาคมกับบุคคลอื่น ต้องการมิตรภาพและความเห็นใจจากกลุ่ม ต้องการให้เป็นที่ต้องการของกลุ่ม บุคคลจะทำตัวให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่ม ให้เป็นผู้มีความสำคัญ มีบุคคลต่างๆ รักใคร่ชอบพอดน เป็นความต้องการด้านจิตใจ

ลำดับที่ 4 ความต้องการ การยกย่อง ยอมรับนับถือ หรือมีฐานะเด่นในสังคม (Esteem or Status needs) เป็นความต้องการที่ประกอบด้วย ความมั่นใจในตนเอง ความสามารถ ความรู้และความสำคัญในตัวเอง รวมทั้งต้องการมีฐานะเด่นเป็นที่ยอมรับของผู้อื่น อยากให้บุคคลอื่นสรรเสริญนับถือ เช่นการมีตำแหน่งสูงๆ เป็นต้น

ลำดับที่ 5 ความต้องการที่จะได้รับความสำเร็จสมหวัง (Self-actualization needs) เป็นลำดับขั้นความต้องการสูงสุดของมนุษย์ คือความต้องการที่อยากจะสำเร็จทุกสิ่งทุกอย่างตามความนึกคิด ซึ่งจะแตกต่างกันในแต่ละบุคคล เช่น ความต้องการประสบความสำเร็จในหน้าที่การงาน ในชีวิตครอบครัว ฐานะเศรษฐกิจ สังคม เป็นต้น

นอกจากนี้ยังมีความต้องการ อีก 2 ประการ ที่ไม่สามารถนำไปจัดเข้ากับลำดับขั้นความต้องการ (Hierarchy of need) ได้ ซึ่งได้แก่

1. ความต้องการด้านความอยากรู้อยากเห็น (Curiosity needs หรือ needs to know) มนุษย์เราเมื่อเกิดมาแล้วมีความต้องการอยากรู้อยากเห็น ดังนั้นเมื่อเห็นอะไรที่ปกปิดเราก็อยากจะเปิด เช่นหนังสือที่วางขายถ้ามีพลาสติกห่อไว้ทำให้เราอยากดูว่าข้างในมีอะไร การที่เราดูโทรทัศน์ ดูวิดีโอ อ่านหนังสือพิมพ์ อ่านตำราซื้ออาหารที่เราไม่รู้จักมาลองชิมดู การชมภาพยนตร์ที่มีคนชมภาพยนตร์ที่มีคนชมมากๆ ฯลฯ ทั้งหมดนี้เป็นความต้องการอยากรู้อยากเห็นทั้งสิ้น

2. ความต้องการด้านสุนทรีย (Aesthetic need) มนุษย์เรานั้นตั้งแต่เกิดมา มาสโลว์มองว่าความรัก ความสวยงาม เป็นสิ่งที่พื้นฐานของมนุษย์ มนุษย์ชอบดูในสิ่งที่สวยงามเช่น ตอนเป็นทารก ก็มีปลาตะเพียนแขวนให้ดู เป็นสาวก็แต่งหน้าให้สวย เพราะอยากให้คนอื่นดูว่าตนสวย และตนเองชอบที่เห็นว่าตนเองสวยด้วย ดังนั้นความต้องการด้านความสวยงามเป็นส่วนหนึ่งของความ

ต้องการของมนุษย์ ถ้ามนุษย์ไม่มีความต้องการขื่อนี้มนุษย์ก็คงไม่มีการแต่งหน้าแต่งตัว สินค้าคงไม่  
ออกแบบให้มีรูปทรงสวยงาม แต่ที่เป็นเช่นนั้น เพราะมนุษย์มีความต้องการด้านสุนทรีย์เป็น  
องค์ประกอบ

เบนจามิน บี โวลแมน (Benjamin B. Wolman, 1975) ได้ให้ความหมายว่า “ความพึงพอใจ  
หมายถึง ความรู้สึก (feeling) มีความสุข เมื่อคนเราได้รับผลสำเร็จตามความมุ่งหมาย (goals) ความ  
ต้องการ (wants) แรงจูงใจ (motivation)”

วิลลิสทริ ทรยางกูร (2526) ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจเป็นการให้ค่าความรู้สึกของ  
คนเราที่สัมพันธ์กับระบบโลกทัศน์ที่เกี่ยวกับความหมายของสภาพแวดล้อมจะแตกต่างกัน เช่น  
ความรู้สึก ดี-เลว พอใจ-ไม่พอใจ สนใจ-ไม่สนใจ

จากความหมายความพึงพอใจและความต้องการ ผู้วิจัยสรุปว่า ความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อ  
ได้รับการตอบสนองที่ตรงตามความต้องการ  
**เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง**

#### งานวิจัยภายในประเทศ

สุวรรณา ธาดานิติ (2534) ศึกษาความไม่เพียงพอของสวนสาธารณะในกรุงเทพมหานคร  
พบว่า พื้นที่สวนสาธารณะในกรุงเทพมหานครมีรวมกันทั้งสิ้น 1,259.32 ไร่ เมื่อเทียบเป็นอัตราส่วน  
ต่อประชากร 1,000 คน แล้ว มีค่าเท่ากับ 0.024 ไร่ต่อ 1,000 คน ซึ่งตามมาตรฐานควรจะเป็น 10 ไร่  
ต่อ 1,000 คน กล่าวได้ว่า สัดส่วนระหว่างประชากรและสวนสาธารณะของกรุงเทพมหานครอยู่ใน  
ระดับที่ต่ำมาก สวนสาธารณะที่มีอยู่ในปัจจุบันมีขีดความสามารถในการให้บริการประชาชนได้  
เพียงร้อยละ 2.2 ของประชากรในกรุงเทพฯ ส่วนอีกร้อยละ 97.8 ขาดแคลนสวนสาธารณะเพื่อการ  
พักผ่อนหย่อนใจ

ศิริพรรณ ทวีสุขและชัยณรงค์ แต้มสาระ (2536) ศึกษาเกี่ยวกับความต้องการและความ  
คิดเห็นของชาวกรุงเทพมหานครที่มีต่อสวนสาธารณะพบว่า ชาวกรุงเทพมหานครร้อยละ 80 มี  
ความคิดเห็นว่ากรุงเทพมหานครจำเป็นต้องมีสวนสาธารณะด้วยเหตุผลต่างๆ ได้แก่

- ต้องการแหล่งอากาศบริสุทธิ์ร้อยละ74
- ต้องการพื้นที่สำหรับการพักผ่อนหย่อนใจร้อยละ37.1
- ต้องการพื้นที่สีเขียวเพื่อลดความแออัดของสภาพพื้นที่เมืองร้อยละ31.1
- ต้องการพื้นที่ออกกำลังกายและเป็นแหล่งพักผ่อนที่เสียค่าใช้จ่ายน้อยร้อยละ3.6

นอกจากนี้ร้อยละ 79.3 ของชาวกรุงเทพมหานครมีความเห็นว่าควรมีการสร้างสวนสาธารณะเพิ่มขึ้นในกรุงเทพมหานคร

วัชร น้อยพิทักษ์ (2536) ศึกษาความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อสิ่งอำนวยความสะดวก การให้บริการ และรูปแบบการใช้ประโยชน์ :ศึกษากรณีผู้มาใช้สวนสาธารณะในกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้มาพักผ่อนส่วนใหญ่มีความเห็นต่อสิ่งอำนวยความสะดวก การให้บริการมีปริมาณเพียงพอ และมีคุณภาพเหมาะสมแล้ว ได้แก่ สนามหญ้า ถนน ทางเท้าสวนหย่อม ส่วนสิ่งอำนวยความสะดวก การให้บริการที่ไม่เพียงพอและคุณภาพไม่เหมาะสม ได้แก่ เอกสาร แผ่นพับ โทรศัพท์ เป็นต้น สำหรับรูปแบบการมาใช้ประโยชน์พบว่า การนั่งพักผ่อน การเดินเล่น การชมทิวทัศน์ การอ่านหนังสือ การออกกำลังกาย เป็นรูปแบบการมาใช้ประโยชน์ที่ผู้เข้ามาพักผ่อนกระทำและร่วมกิจกรรมมากกว่ากิจกรรมอื่นๆ นอกจากนี้ ผู้ที่มาพักผ่อนลักษณะส่วนบุคคลและลักษณะทางสังคมที่แตกต่างกัน มีผลต่อความคิดเห็นด้านปริมาณและคุณภาพสิ่งอำนวยความสะดวก การให้บริการและรูปแบบการใช้ประโยชน์แตกต่างกัน

ศุภเชษฐ์ เชษฐมาศ (2537) ได้ศึกษารูปแบบและขนาดที่เหมาะสมของพื้นที่สวนสาธารณะในกรุงเทพมหานคร โดยพื้นที่ตัวแทนศึกษา คือ สวนลุมพินี สวนจตุจักร และสวนธนบุรีรมย์ พบว่า สวนสาธารณะทั้ง 3 แห่งยังมีความต้องการให้เพิ่มปริมาณและปรับปรุงคุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกและการให้บริการบางประเภท ส่วนปัญหาเรื่องการขาดแคลนสวนสาธารณะ โดยเฉพาะในพื้นที่เขตชั้นในของกรุงเทพมหานคร จากการศึกษาเพื่อหาขนาดที่เหมาะสมของสวนสาธารณะในพื้นที่เขตชั้นใน พบว่า ขนาดของสวนสาธารณะที่เหมาะสม คือ สวนสาธารณะระดับที่เด็กเล่น สวนระดับละแวกบ้าน และสวนระดับชุมชน ทั้งนี้ควรจัดสร้างให้กระจายอยู่ทั่วไป โดยต้องสอดคล้องกับพื้นที่ว่างที่มีอยู่จริง

ชวนพิศ ดุษฎีประเสริฐ (2539) ศึกษาสภาพปัจจุบัน ปัญหาและข้อจำกัดการพัฒนาสวนสาธารณะ ความสัมพันธ์ของการใช้ประโยชน์ที่ดินเขตชั้นใน และความต้องการที่มีต่อรูปแบบของสวนสาธารณะเพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาสวนสาธารณะชุมชนและการดำเนินการร่วมกันระหว่างรัฐและชุมชน จากผลการวิจัยพบว่าประชาชนต้องการสวนสาธารณะในรูปแบบของการพักผ่อน ความต้องการสวนสาธารณะ โดยรูปแบบการมีส่วนร่วมของประชาชนเป็นส่วนร่วมทั้งในระดับแสดงความคิดเห็น การมีส่วนร่วมทางการเงินและมีส่วนร่วมในการจัดการและพัฒนาสวนสาธารณะร่วมกับรัฐ ในส่วนขององค์กรธุรกิจมีส่วนร่วมสนับสนุน 2 กรณีคือ ความต่อเนื่อง



ของพื้นที่สวนสาธารณะกับพื้นที่ขององค์กรธุรกิจ จะเป็นการมีส่วนร่วมทางด้านการเงินและการพัฒนาพื้นที่โล่งหน้าอาคารจะเป็นการตอบรับมาตรฐานทางกฎหมายของรัฐ ที่เสนอเป็นแรงจูงใจต่อการพัฒนาของภาคเอกชนซึ่งแนวทางดังกล่าวจะนำไปสู่รูปแบบการพัฒนาสวนสาธารณะชุมชนและพื้นที่โล่งว่างในเมือง

มานิต หวังเกียรติธรรม (2544) ศึกษาสภาพแวดล้อมทางภูมิทัศน์กับพฤติกรรมของผู้ใช้สวนสาธารณะระดับชุมชน สรุปว่าสภาพแวดล้อมทางภูมิทัศน์ของพื้นที่สำหรับผู้ใช้สวนสาธารณะระดับชุมชนควรพิจารณาถึงลักษณะร่วมที่ผู้ใช้สวนต้องการส่วนใหญ่ คือสภาพความสมบูรณ์ของสวน และส่วนประกอบ ความร่มรื่นของบรรยากาศ และองค์ประกอบธรรมชาติ รวมถึงส่วนเกี่ยวข้องอื่นคือ ลักษณะการมาใช้ กิจกรรมที่ผู้ใช้สวนนิยมทำ ความพอใจต่อการใช้สวน ทั้งนี้เพื่อให้การจัดการพื้นที่ในสวนสาธารณะระดับชุมชนสามารถสร้างประโยชน์และเหมาะสมกับผู้ใช้

รายงานการศึกษาสภาวะทางเศรษฐกิจและสังคมของประชากรกรุงเทพ ของเทียนฉาย กิระนันท์ และคณะพบว่า นอกจากเวลาการทำงานและนอนหลับแล้วคนกรุงเทพจะมีเวลาเพื่อการพักผ่อนโดยเฉลี่ย 2 ชั่วโมงเศษต่อวัน ดังนั้นสวนสาธารณะสำหรับการพักผ่อนที่ไม่ไกลจากที่พักอาศัยโดยใช้เวลาการเดินทางร่วมกับการพักผ่อนได้ใน 2 ชั่วโมง จะเป็นระดับของสวนที่มีความต้องการมาก

รุ่งโรจน์ คล่องศิริเวช (2544) ได้ศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้บริการสนามกอล์ฟและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสนามกอล์ฟของผู้ใช้บริการสนามกอล์ฟในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล วิธีการศึกษาโดยทำ การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิโดยการสุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการสนามกอล์ฟ ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล จากการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างพบว่า ปัจจัยที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญมากในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสนามกอล์ฟนั้น กลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการสนามกอล์ฟจะทำการพิจารณาที่ความเหมาะสมระหว่างค่ากรีนฟีกับคุณภาพของสนาม เช่น หากมีสนามกอล์ฟที่มีคุณภาพของสนามที่ใกล้เคียงกันสองสนามแต่มีค่ากรีนฟีที่แตกต่างกันกลุ่มตัวอย่างจะเลือกใช้บริการสนามที่มีค่ากรีนฟีที่ต่ำกว่าปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างคำนึงถึงเป็นอันดับต่อมาคือ ปัจจัยด้านที่ตั้งของตัวสนามซึ่งผู้ให้บริการสนามกอล์ฟจะพิจารณาเกี่ยวกับระยะทางในการเดินทางไปยังสนามและเส้นทางจราจรโดยจะเลือกสนามที่ตั้งอยู่ไม่ไกลนักและมีเส้นทางจราจรที่สามารถเดินทางถึงสนามได้อย่างสะดวก การจราจรไม่ติดขัด และใช้เวลาในการเดินทางไม่นาน ผลที่ได้จากการศึกษาพบว่า วัตถุประสงค์ที่สำคัญในการเล่นกอล์ฟของกลุ่มตัวอย่างคือเพื่อความสนุกสนานและการพักผ่อน โดยส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการ

สนามกอล์ฟจะเปลี่ยนสนามที่ใช้บริการไปเรื่อย ๆ และมักจะใช้บริการในวันหยุดมากกว่าวันธรรมดา ซึ่งในการเลือกใช้บริการสนามกอล์ฟในแต่ละครั้ง กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการส่วนใหญ่จะทำการตัดสินใจร่วมกับผู้เล่น

วิมลสิทธิ์ ทรยางกูรและ นิลุบล คล่องเวสสะ (2544) พฤติกรรมนันทนาการกับสภาพการใช้พื้นที่สาธารณะภายในชุมชนอยู่อาศัยของการเคหะแห่งชาติ จากการศึกษาปัจจัยต่างๆที่สัมพันธ์กับการใช้สวนสาธารณะ การออกแบบและวางผังสวนสาธารณะในชุมชนควรพิจารณาในด้านต่างๆคือ

1 การกระจายตัวของสวนสาธารณะ ควรออกแบบวางผังสวนสาธารณะให้กระจายตัวไปทั่วโครงการ ไม่กระจุกตัวอยู่เพียงบางจุด โดยควรมีระยะห่างระหว่างที่พักอาศัยกับสวนสาธารณะต่างๆไม่เกิน 300 เมตร เพื่อให้สามารถเดินไปใช้สอยได้สะดวก

2 ขนาดพื้นที่สวนสาธารณะ ควรออกแบบให้มีสวนสาธารณะขนาดใหญ่ 1 แห่ง ที่มีขนาดเพียงพอที่จะสามารถเล่นกีฬาเป็นกลุ่มย่อยๆเช่น ฟุตบอล และผู้ใช้จำนวนมากสามารถมีกิจกรรมการเดินเล่น นั่งเล่น พักผ่อนได้โดยไม่รบกวนกัน อยู่บริเวณกลางๆพื้นที่ชุมชนประกอบกับจัดให้มีสวนสาธารณะขนาดเล็กที่เหมาะสมกับการนั่งเล่น พักผ่อน ฯลฯ ที่ไม่ต้องการพื้นที่มากนักกระจายตัวอยู่ทั่วไป

3 การเข้าถึง สวนสาธารณะต่างๆควรได้รับการออกแบบให้สามารถเข้าถึงได้ง่าย โดยไม่อยู่ในตำแหน่งที่ลึกเกินไป และสามารถไปได้โดยไม่ต้องผ่านอุปสรรคต่างๆเช่น ถนนหลัก ที่มีการจราจรมาก หรือมีทางเข้าที่วกวน เป็นต้น

4 ความปลอดภัย สวนสาธารณะต่างๆควรจะให้ความรู้สึกปลอดภัยแก่ผู้ใช้โดยควรได้รับการออกแบบวางผังเมืองให้สามารถเข้า-ออกจากพื้นที่ได้อย่างสะดวกและปลอดภัย ไม่อยู่ในที่ลับตาคน และควรมีการติดตั้งไฟฟ้าแสงสว่างอย่างเพียงพอ เป็นต้น

5 ความสอดคล้องกับกิจกรรม กิจกรรมในแต่ละชุมชนมีความแตกต่างกัน ตามสภาพสังคมและเศรษฐกิจของชุมชนรวมถึงมีความต้องการขนาดและองค์ประกอบของสวนสาธารณะที่แตกต่างกัน จึงควรออกแบบให้สอดคล้องกับกิจกรรมในพื้นที่นั้นๆเช่น สวนสาธารณะที่มีกิจกรรมนั่งเล่น พักผ่อนมาก ควรจัดให้มีม้านั่งเพิ่มขึ้น เป็นต้น อย่างไรก็ตามการกำหนดกิจกรรมและพื้นที่ที่เกี่ยวข้อง ควรจะกำหนดจากการศึกษาความต้องการที่แท้จริงของแต่ละชุมชน

6.ลักษณะทางกายภาพ และลักษณะทางสังคมและเศรษฐกิจของชุมชน เนื่องจากพฤติกรรมการใช้สวนสาธารณะมีความสัมพันธ์กับตัวแปร เช่นขนาดแปลงที่ดิน ของที่พักอาศัย รูปแบบที่พักอาศัย และระดับรายได้ของประชากร ฯลฯ

สิริกมล มะลิหอม (2546) ศึกษาเพื่อประเมินผลหลังการใช้งานสวนสาธารณะเฉลิมพระเกียรติ 6 รอบฯ เขตบางคอแหลม กรุงเทพมหานคร เป็นการเปรียบเทียบลักษณะการใช้งานพื้นที่ กับแนวความคิดของผู้ออกแบบและหลักการออกแบบสวนสาธารณะ พบว่า ผู้ใช้รู้สึกพอใจต่อรูปแบบและสภาพบรรยากาศภายในสวน ในส่วนที่ควรพิจารณาในการจัดการสวนแห่งนี้ต่อไป ได้แก่ ลักษณะการเข้าถึงพื้นที่สวนให้มากขึ้น โดยการปรับปรุงทางเข้าสวนให้ผู้ผ่านไป-มาได้รับรู้บรรยากาศของสวนได้อย่างรวดเร็วจากมุมมองด้านถนนพระราม3 การอำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการ นอกจากนี้ยังพบว่า การให้ความรู้ด้านสิ่งแวดล้อมที่ผู้ออกแบบตั้งใจสื่อให้ผู้ใช้ได้รับรู้ภายในสวนนั้น ยังไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร ควรพิจารณาเพิ่มให้การสื่อความหมายในพื้นที่เป็นแบบครบวงจรเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดตามที่ผู้ออกแบบได้วางแผนไว้

อาชญญา รัตนอุบล และคณะ (2548) ศึกษาสภาพปัญหาการจัดการเรียนรู้ของแหล่งการเรียนรู้ตลอดชีวิต ประเภทสวนสาธารณะ เพื่อวิเคราะห์นโยบายและแผนส่งเสริมการเรียนรู้ด้านสวนสาธารณะของการศึกษาในระบบ การศึกษานอกระบบ และการศึกษาตามอัธยาศัย และเพื่อศึกษามาตรฐานการจัดการเรียนรู้ของแหล่งการเรียนรู้ตลอดชีวิต ประเภท สวนสาธารณะผลการวิจัยพบว่า นโยบายหลักในการจัดสวนสาธารณะส่วนใหญ่คือ เพื่อให้เป็นแหล่งนันทนาการของประชาชน ใช้สำหรับพักผ่อนเป็นหลัก สวนสาธารณะบางแห่งจัดเป็นแหล่งวิทยากร เป็นศูนย์กลางการจัดกิจกรรมต่างๆ ในท้องถิ่น ด้านการดำเนินการของสวนสาธารณะมีหน่วยงานดูแลเฉพาะสภาพทั่วไปของสวนสาธารณะ แต่ไม่มีหน่วยงานที่จัดการศึกษาลงไปดูแลโดยตรง ทำให้มีปัญหาด้านการจัดการเรียนรู้ทั้งด้านบุคลากร ด้านวิชาการ และงบประมาณด้านมาตรฐานการเรียนรู้ของสวนสาธารณะ พบว่า ส่วนใหญ่มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้ตามอัธยาศัย เป็นที่พักผ่อนของประชาชน มีการจัดกิจกรรมของชุมชน และบางแห่งมีการจัดการศึกษาต่อเนื่อง คือ การอบรมฝึกอาชีพและมีกาประเมินผล

กฤษ อัจฉริยาภิรมย์ (2550) การศึกษาคั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการนันทนาการของสวนวชิรเบญจทัศ กรุงเทพมหานคร และศึกษาความสัมพันธ์ ระหว่างสถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการนันทนาการของสวนวชิรเบญจทัศ กรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างเป็นประชาชนที่เข้ามาใช้บริการนันทนาการในสวนวชิรเบญจทัศ กรุงเทพมหานคร ในช่วงเดือนมกราคมถึงมีนาคม พ.ศ. 2549 จำนวน 420 คน ได้มาโดยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม ผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในการให้บริการนันทนาการใน

ระดับมาก ด้านที่พึงพอใจมากที่สุดได้แก่ ด้านการบำรุงรักษาสิ่งแวดล้อมที่เป็นธรรมชาติ รองลงมาคือ ด้านข้อมูลและกิจกรรม ด้านบุคลากร และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ตามลำดับ 2) อายุ เพศ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ และรายได้ มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ นันทนาการของสวนวชิรเบญจทัศอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

### งานวิจัยในต่างประเทศ

ออร์ทเวย์ (Ordway, 1974) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาพฤติกรรมและบุคลิกภาพของเด็กโดยสรุปผลจากการวิจัยว่า เด็กจะมีความเชื่อมั่นในตนเองมาน้อยเพียงใดนั้น ขึ้นอยู่กับวิธีการเลี้ยงดู กล่าวคือ การอบรมเลี้ยงดูที่มีลักษณะที่จะเกื้อกูลและฝึกฝนให้เด็กสามารถช่วยเหลือตัวเองได้มากเท่าไรย่อมมีแนวโน้มที่จะส่งเสริมให้เด็กมีโอกาสพัฒนาลักษณะความเชื่อมั่นในการตัดสินใจ

โบว์แมน และ นอร์แมน จูเนียร์ (Bouman and Norman JR, 1975 อ้างถึงในสุขสันต์ ส่งประเสริฐ) ศึกษาความคิดเห็นของนักศึกษามหาวิทยาลัยไวโอมิง พบว่า การให้บริการสาธารณะโดยหน่วยงานของรัฐมีความคล่องตัวน้อยกว่าการให้บริการสาธารณะโดยภาคเอกชน กล่าวคือ ผู้ให้บริการภาคเอกชนมีความกระตือรือร้นกว่า มีแรงจูงใจสูงกว่า สวัสดิการ ตลอดจนมีความพึงพอใจในงานสูงกว่าด้วย อีกทั้งในด้านลักษณะการปฏิบัติงานสำหรับภาคเอกชน และจะมีการให้ข้อมูลข่าวสารที่ดี มีรูปแบบเป็นมาตรฐานในการให้บริการ และไม่มีลักษณะของงานแบบประจำวัน (Routine or Day-to-day)

ฟอร์ทิน และ ริชชี (อ้างถึงใน วชิราภรณ์ โลหะชาละ, 2548) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ลักษณะการตัดสินใจเลือกสถานที่จัดประชุมของสมาคมต่างๆในประเทศแคนาดา พบว่า สิ่งที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ของนักวางแผนจัดประชุม ได้แก่ ระดับการให้บริการของโรงแรม ความสะดวกสบายในการเดินทางทางอากาศ จำนวนห้องพัก จำนวนห้องประชุม ระดับราคา การให้การต้อนรับ คุณภาพในการบริการของภัตตาคารและร้านอาหาร ความปลอดภัยส่วนบุคคล ความน่าสนใจของท้องถิ่น และที่ตั้งทางภูมิศาสตร์

โลอิน จี ชิฟฟ์แมน และเลสไล ลาร์ซาร์ คานุก (Loen G. Shiffman and Leslie Larzar Kanuk อ้างในวนิดา แก้วเนตร, 2545) กล่าวถึง แนวคิดการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคไว้ว่า เป็นการค้นหาเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อหรือการใช้ของผู้บริโภค เพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการและ



พฤติกรรมกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งจะมีคำถามที่จะช่วยในการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค คือ 6 Ws และ 1 H ซึ่งจากคำตอบของคำถามเหล่านี้จะทำให้ได้ทราบถึงพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อที่จะได้นำมาจัดสิ่งที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างเหมาะสม ซึ่งคำถามเหล่านี้ประกอบด้วย ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market?) ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?) ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why participates in the buying?) ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participates in the buying) ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy?) ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?)

อีไล (Ealine,1984) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อนันทนาการและสวนสาธารณะของเอกชนในนิวยอร์ก ประเทศสหรัฐอเมริกา โดยการสำรวจประชาชนที่มาท่องเที่ยว จำนวน 980 คน โดยใช้แบบสอบถามเพื่อทราบระดับความพึงพอใจในการบริการ การนันทนาการและสภาพสวนสาธารณะ พบว่าประชาชนที่เป็นผู้หญิงมีความพึงพอใจในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 68.82 ความพึงพอใจในด้านการจัดโปรแกรมกิจกรรมนันทนาการอยู่ในระดับมากทั้งเพศหญิงและเพศชาย ใกล้เคียงกันคิดเป็นร้อยละ 50 สำหรับอาชีพส่วนใหญ่เป็นนักธุรกิจมีความพึงพอใจในระดับมาก ทั้งด้านสภาพพื้นที่และการนันทนาการ รองลงมา ข้าราชการ นักเรียน นักศึกษา สำหรับความคิดเห็นทั่วไป มีความเห็นว่าควรมีการปรับปรุงพัฒนาในด้านผู้ให้บริการ การรักษาความปลอดภัย และเครื่องอำนวยความสะดวกให้ทันสมัยกว่าที่เป็นอยู่

มาร์คัส (Marcus,1990) ศึกษาความต้องการผู้ใช้สวนสาธารณะ โดยใช้เกณฑ์การจำแนกกลุ่มผู้ใช้สวนสาธารณะที่มาใช้พื้นที่ประจำประกอบด้วย อายุ เพศ ช่วงเวลา พื้นที่ทำกิจกรรม และกิจกรรมที่สนใจ พบว่าผู้มาใช้สวนสาธารณะส่วนใหญ่มีความต้องการเหมือนกันใน 2 ลักษณะคือ ความต้องการสัมผัสสภาพธรรมชาติ ได้ใกล้ชิดธรรมชาติเพื่อผ่อนคลาย และความต้องการปฏิสัมพันธ์กับสังคมคือการเข้ามามีส่วนร่วมในลักษณะของการติดต่อทั้งทางตรงคือมาสังสรรค์ รู้จักเพื่อนใหม่ มาทำกิจกรรมร่วมกัน และทางอ้อมคือมาเฝ้าดูการเปลี่ยนแปลงซึ่งส่วนใหญ่พบว่าอยู่ในวัยเกษียณ และได้ให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการจัดพื้นที่ย่อยในสวนสาธารณะเพื่อสามารถตอบสนองต่อความต้องการใช้พื้นที่เพื่อทำกิจกรรม ได้แก่การจัดวางพื้นที่ในลักษณะง่ายต่อการเข้าร่วมกลุ่มหรือกลุ่มกิจกรรมต่างๆ และมีการจัดวางระบบสัญจรผ่านไปยังบริเวณนั้นได้สะดวก นอกจากนี้ยังมีการเสนอแนะว่าลักษณะพืชพรรณในสวนที่เป็นกลุ่มไม้ใหญ่จะมีความเหมาะสมต่อการใช้พื้นที่มากกว่ากลุ่มพืชพรรณขนาดเล็ก

เชน ไต เฮง (Chen, Tai – Heng, 2007) ศึกษาการวิเคราะห์พฤติกรรมเวลาในว่างและการท่องเที่ยวของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาชาวต่างชาติ และชาวอเมริกันในสหรัฐอเมริกา วัตถุประสงค์ของการศึกษานี้คือเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมและความชอบท่องเที่ยวของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา 3 กลุ่มที่มีความแตกต่างทางวัฒนธรรมกัน ได้แก่ นักศึกษาชาวอเมริกัน นักศึกษาชาวไต้หวัน และนักศึกษาต่างชาติอื่นๆ ที่กำลังศึกษาและอาศัยอยู่ 13 รัฐในสหรัฐอเมริกา ในการวิจัยนี้จำแนกปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจ พฤติกรรม ความชอบในการท่องเที่ยว ผลการสำรวจพบว่านักศึกษชาวอเมริกันแตกต่างจาก นักศึกษาชาวไต้หวันและนักศึกษาต่างชาติอื่นๆ ส่วนใหญ่สัมพันธ์กับลักษณะของแรงดึงดูดและแรงผลักดันนันทนาการของพวกเขา ประเภทของแรงดึงดูดใจเพื่อค้นหาประสบการณ์นันทนาการของนักศึกษชาวอเมริกัน เช่น ปีนจักรยาน จิ๋ว ปีนเขาและปั่นจักรยาน 4 ล้อ นักศึกษาชาวอเมริกันแตกต่างจากนักศึกษาชาวไต้หวัน และนักศึกษาต่างชาติอื่นๆในเรื่องของแรงกดดันสภาพแวดล้อมที่อยู่อาศัยหรือแรงผลักดัน ที่เป็นการตอบสนองการท่องเที่ยว เช่น ความเครียดจากการเรียน ที่ส่งผลต่อร่างกาย ค้นหาความตื่นเต้น และมีเวลากับเพื่อนและครอบครัว สามสิ่งสุดท้ายคือแรงจูงใจที่มีมากของนักศึกษชาวอเมริกัน นักศึกษาชาวอเมริกันมีความชอบต่อกิจกรรมที่คุ้นเคยมากกว่านักศึกษาต่างชาติอื่นๆ ข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงคุณภาพเกี่ยวกับความเข้าใจของ 3 กลุ่มการวิจัยในด้านประสบการณ์การท่องเที่ยว แรงกระตุ้นและแรงดึงดูดใจ ความคิดเห็นอื่นๆ โดยทั่วไปมีความสัมพันธ์กับเชิงปริมาณ มีความแตกต่างระหว่างสัญชาติและกลุ่มอายุทั้งแรงกระตุ้นและแรงดึงดูดใจ ชาวเอเชียมีความเป็นครอบครัวและกลุ่มตะวันออกมากกว่าชาวอเมริกัน นักศึกษาชาวอเมริกันชอบท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมครอบครัวมากกว่า นักศึกษาชาวไต้หวันและนักศึกษาชาวต่างชาติอื่นๆ อย่างไรก็ตาม 2 กลุ่มนี้มีทางเลือกที่เป็นไปได้ น้อยมาก ที่จะไปท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมครอบครัวที่อาศัยอยู่ในสหรัฐอเมริกา ขณะที่นักศึกษชาวอเมริกันมีทางเลือกนี้ นักศึกษาชาวอเมริกันไม่ได้รับประโยชน์นันทนาการและการท่องเที่ยวที่ไม่มีค่าใช้จ่ายและถูกเช่นเดียวกันกับนักศึกษชาติอื่นๆ โปรแกรมนันทนาการและการท่องเที่ยวถูกพิจารณาเป็นอันดับแรกสำหรับนักศึกษาต่างชาติที่เรียนอยู่มนสหรัฐอเมริกา นักศึกษาชาวไต้หวันมองหาโอกาสเวลาว่างมากกว่านักศึกษชาวต่างชาติอื่นๆ หรือนักศึกษาชาวอเมริกัน

### บทที่ 3

#### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะของประชาชนในกรุงเทพมหานคร โดยศึกษาปัจจัยด้านกิจกรรม, สถานที่, อุปกรณ์ สิ่งอำนวยความสะดวก, การประชาสัมพันธ์ และความปลอดภัย โดยมีรายละเอียดการดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. ขั้นตอนการสร้างและหาพัฒนาแบบสอบถาม
4. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูล

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

##### ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ คนไทยที่มาใช้บริการสวนสาธารณะ ในกรุงเทพมหานคร ในวันหยุดราชการในเดือนมิถุนายน 2552 พบว่ามีผู้ใช้บริการสวนสาธารณะจำนวน 64,645 คน (สำนักงานสวนสาธารณะ สำนักสิ่งแวดล้อม กรุงเทพมหานคร, 2552)

##### กลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากขนาดประชากรที่มาใช้บริการสวนสาธารณะเมื่อเดือน มิถุนายน 2552 จาก 10 สวนสาธารณะรวมทั้งสิ้น 64,645 คน แล้วใช้สูตรของทาโร่ ยามาเน่ (Yamanac, 1973) ในการคำนวณ โดยกำหนดความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ ร้อยละ 5 ตามสูตร

สูตร

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

เมื่อ

n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N แทน ขนาดของประชากรทั้งหมด

e แทน ความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่างที่ระดับ 0.05

แทนค่าในสูตร  $n = \frac{64,645}{1 + 64,645 (0.05)^2}$

$$n = \frac{64,645}{1 + 161.61}$$

$$n = 397.55 \text{ คน}$$

ดังนั้นจึงมีขนาดของกลุ่มตัวอย่าง 400 คน

และแบ่งเก็บกลุ่มตัวอย่างแต่ละสวนสาธารณะตามอัตราส่วนของจำนวนผู้มาใช้บริการในช่วงวันหยุดจากการเก็บข้อมูลของกองสวนสาธารณะ

การคำนวณ

$$\text{การเก็บกลุ่มตัวอย่าง} = \frac{\text{ผู้ใช้งานในวันหยุด} \times 400}{64,645}$$

**สวนสาธารณะแบบสวนละแวกบ้าน (Neighbourhood Park) สวนที่มีขนาด 2-25 ไร่**

$$1. \text{ สวนสราญรมย์ เก็บกลุ่มตัวอย่าง} \quad \frac{4,750 \times 400}{64,645} = 29 \text{ คน}$$

$$2. \text{ สวนสันติภาพ เก็บกลุ่มตัวอย่าง} \quad \frac{4,000 \times 400}{64,645} = 25 \text{ คน}$$

**สวนสาธารณะแบบสวนชุมชน (Community Park) สวนที่มีขนาด 25-125 ไร่**

$$3. \text{ สวนสาธารณะเฉลิมพระเกียรติ 6 รอบ เก็บกลุ่มตัวอย่าง} \quad \frac{5,000 \times 400}{64,645} = 31 \text{ คน}$$

$$4. \text{ อุทยานเบญจสิริ เก็บกลุ่มตัวอย่าง} \quad \frac{3,500 \times 400}{64,645} = 22 \text{ คน}$$

$$5. \text{ สวน 60 พรรษา สมเด็จพระบรมราชินีนาถ เก็บกลุ่มตัวอย่าง} \quad \frac{6,800 \times 400}{64,645} = 42 \text{ คน}$$

$$6. \text{ สวนรมณีนาถ เก็บกลุ่มตัวอย่าง} \quad \frac{2,500 \times 400}{64,645} = 16 \text{ คน}$$

**สวนสาธารณะระดับกลาง (District Park) สวนที่มีขนาด 125-500 ไร่**

$$7. \text{ สวนเสรีไทย เก็บกลุ่มตัวอย่าง} \quad \frac{6,000 \times 400}{64,645} = 37 \text{ คน}$$

$$8. \text{ สวนวชิรเบญจทัศ เก็บกลุ่มตัวอย่าง} \quad \frac{8,000 \times 400}{64,645} = 49 \text{ คน}$$



$$9. \text{สวนลุมพินี เก็บกลุ่มตัวอย่าง} \quad \frac{13,095 \times 400}{64,645} = 81 \text{ คน}$$

$$10. \text{สวนจตุจักร เก็บกลุ่มตัวอย่าง} \quad \frac{1,1000 \times 400}{64,645} = 68 \text{ คน}$$

#### วิธีการสุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการ

วิธีการสุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือสุ่มจากผู้ใช้บริการสวนสาธารณะดังกล่าว ด้านบนตามจำนวนที่ได้จากการคำนวณ โดยใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 400 คน

#### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างขึ้นจากแนวคิด ทฤษฎีต่างๆที่เกี่ยวข้องตลอดจนผลงานวิจัยต่างๆที่ผ่านมา เป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือ

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษาสูงสุดรายได้ อาชีพ แบบสอบถามมีลักษณะแบบเลือกคำตอบและ ปลายเปิด

ตอนที่ 2 พฤติกรรมของผู้ใช้บริการสวนสาธารณะในกรุงเทพมหานคร แบบสอบถามมีลักษณะแบบเลือกคำตอบและปลายเปิด

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ ได้แก่ กิจกรรม การจัดการ สถานที่ อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก บุคลากร การประชาสัมพันธ์ และความปลอดภัย เป็นแบบสอบถาม มีลักษณะแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ มีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้(อ้างในบุญชม ศรีสะอาด, 2540)

ผู้ตอบแบบสอบถามตอบว่ามีระดับความคิดเห็นมากที่สุด เทียบเท่ากับ 5 คะแนน

ผู้ตอบแบบสอบถามตอบว่ามีระดับความคิดเห็นมาก เทียบเท่ากับ 4 คะแนน

ผู้ตอบแบบสอบถามตอบว่ามีระดับความคิดเห็นปานกลาง เทียบเท่ากับ 3 คะแนน

ผู้ตอบแบบสอบถามตอบว่ามีระดับความคิดเห็นน้อย เทียบเท่ากับ 2 คะแนน

ผู้ตอบแบบสอบถามตอบว่ามีระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด เทียบเท่ากับ 1 คะแนน

แปลความหมายค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็น ซึ่งใช้เกณฑ์การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยโดยใช้ เกณฑ์การประเมินค่าเฉลี่ย(อ้างในบุญชม ศรีสะอาด, 2540)ดังนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.50-5.00 มีค่าระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.50-4.49 มีค่าระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.50-3.49	มีค่าระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.50-2.49	มีค่าระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00-1.49	มีค่าระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

และแบบสอบถามมีลักษณะเป็นปลายเปิด(Open-ended)เกี่ยวกับ ข้อเสนอแนะที่มีต่อสวนสาธารณะ  
ขั้นตอนการสร้างและพัฒนาแบบสอบถาม

แบบสอบถามที่สร้างขึ้นมีทั้งปลายเปิด(Open-ended)และปลายปิด(Close-ended)เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ ซึ่งมีขั้นตอนการสร้างแบบสอบถามดังนี้

1.ศึกษาคำรา ทบทวนเอกสารวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ปรึกษาคำแนะนำจากผู้รู้เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2.สร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการมาใช้บริการสวนสาธารณะในกรุงเทพมหานคร

3.นำแบบสอบถามให้อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่านเพื่อตรวจสอบความตรง ของเนื้อหา(Content validity) แก่ใจเพื่อให้ได้ความถูกต้อง ความชัดเจน และความเหมาะสมในเนื้อหาและปรับปรุงให้เกิดความสมบูรณ์ก่อนนำไปทดลองใช้ (Try Out)

4.นำแบบสอบถามไปทดลองกับผู้มาใช้บริการสวนสาธารณะที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริงจำนวน30คน เพื่อหาความเที่ยง (Reliability)ของแบบสอบถาม โดยหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบราก (Cronbachs'alpha coefficient)ซึ่งเป็นค่าที่ใช้วัดความเชื่อถือได้ เท่ากับ 0.92

### วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลโดยมีขั้นตอนรายละเอียดดังต่อไปนี้

1.ติดต่อสวนสาธารณะในกรุงเทพมหานคร เพื่อขอศึกษาและเก็บข้อมูล

2.ทำการเก็บข้อมูล โดยเก็บแบบสอบถามด้วยตัวเอง บริเวณที่ว่างโดยเดินแจกแบบสอบถามให้กับผู้มาใช้บริการสวนสาธารณะที่เป็นคนไทย และเดินเก็บแบบสอบถามโดยเก็บตามสัดส่วนที่ได้คำนวณ ในวันเสาร์-อาทิตย์ โดยการเวียนสวน

3.นำแบบสอบถามที่ได้ 400 ชุด คิดเป็นร้อยละ100 แล้วนำมาวิเคราะห์หาค่าสถิตินำเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง

### การวิเคราะห์ข้อมูล

นำแบบสอบถามที่ได้มาตรวจความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามมาวิเคราะห์ดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม ตอนที่ 1 ซึ่งเป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และตอนที่ 2 ซึ่งเป็นข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามประกอบด้วย, ลักษณะการเดินทาง, ระยะเวลาการเดินทาง, วัตถุประสงค์, วันและเวลาที่มาใช้บริการ, บุคคลที่มีผลต่อการมาใช้บริการมีลักษณะคำถามเป็นแบบตรวจคำตอบ (Check List) และแบบปลายเปิด (Open End) โดยแจกแจงความถี่ของคำตอบของแต่ละข้อคำถามเพื่อหาค่าร้อยละ (Percentage) นำมาเสนอเป็นตารางประกอบความเรียง

2. วิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ เกี่ยวกับกิจกรรม, การจัดการ, สถานที่อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก, บุคลากร, การประชาสัมพันธ์และความปลอดภัย มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด (Close – ended Question) แบบเลือกตอบเพียงคำตอบเดียว (Check List) ซึ่งใช้มาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert Rating Scale) ให้เลือก 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) ของคำตอบแต่ละข้อคำถาม เพื่อหาค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

3. การทดสอบค่า “ที” (t-test) ใช้ในการวิเคราะห์ค่าในการเปรียบเทียบรายคู่ ระหว่างเพศชายและเพศหญิงในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสวนสาธารณะในกรุงเทพมหานคร

4. วิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA) เกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการสวนสาธารณะในกรุงเทพมหานคร เปรียบเทียบระหว่างอายุ ความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จะทำการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ

ศูนย์วิทยทรัพยากร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะของประชาชนในกรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ มีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาและเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะของประชาชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศและอายุ จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 400 คน ตามที่กำหนดไว้สามารถเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามและผลการวิเคราะห์ข้อมูลเสนอในรูปตารางประกอบความเรียงแบ่งออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 พฤติกรรมของผู้ใช้บริการสวนสาธารณะในกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะด้านกิจกรรม, การจัดการ, สถานที่, อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก, บุคลากร, การประชาสัมพันธ์ และความปลอดภัย

ตอนที่ 4 เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างเพศ และระหว่างช่วงอายุ

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะอื่นๆต่อการมาใช้บริการสวนสาธารณะของผู้ตอบแบบสอบถาม

ศูนย์วิทยทรัพยากร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



### ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้นำข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มาแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ของข้อมูลเป็นรายข้อปรากฏผลวิเคราะห์ข้อมูลดังตารางที่ 1 - 6

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	200	50.0
หญิง	200	50.0
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชายจำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 และเพศหญิงจำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
10-20 ปี	62	15.5
21-30 ปี	110	27.5
31-40 ปี	94	23.5
41-60 ปี	80	20.0
มากกว่า 60 ปี	54	13.5
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ อายุอยู่ในช่วง 21-30 ปี จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.5 รองลงมาคือผู้ที่มีอายุ 31-40 ปี จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.5

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	191	47.8
สมรส	193	48.2
หย่าร้าง	16	4.0
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 48.3 รองลงมาคือ สถานภาพโสดจำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 47.8

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

การศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา	34	8.5
มัธยมศึกษาตอนต้น	92	23.0
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	122	30.5
อนุปริญญา / ปวส.	30	7.5
ปริญญาตรี	118	29.5
สูงกว่าปริญญาตรี	4	1.0
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาสูงสุดอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.5 รองลงมาคือผู้มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีจำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 29.5

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า10,000 บาท	164	41.0
10,000-15,000 บาท	132	33.0
15,001-20,000 บาท	51	12.7
20,001-25,000 บาท	52	13.0
25,000 บาทขึ้นไป	1	0.3
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 5 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 41.0 รองลงมาคือ มีรายได้ 10,000-15,000 บาท จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33.0

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน / นักศึกษา	70	17.5
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	22	5.5
พนักงานบริษัทเอกชน / รับจ้างทั่วไป	157	39.2
นักธุรกิจ / ประกอบธุรกิจส่วนตัว	113	28.2
แม่บ้าน	29	7.3
อื่นๆ	9	2.3
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 6 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน / รับจ้างทั่วไปจำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 39.2 รองลงมาคือนักธุรกิจ/ประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.2

## ตอนที่ 2 พฤติกรรมของผู้ใช้บริการสวนสาธารณะในกรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัยนำข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่างมาแจกแจงความถี่และหาค่าร้อยละดังตารางที่ 7 – 17

ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะทางการเดินทาง

ระยะทาง	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 5 กิโลเมตร	228	57.0
5-10 กิโลเมตร	142	35.5
10-15 กิโลเมตร	30	7.5
มากกว่า 15 กิโลเมตร	-	-
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 7 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาสวนสาธารณะใช้ระยะทางน้อยกว่า 5 กิโลเมตร จำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 57.0 รองลงมาคือใช้ระยะทาง 5-10 กิโลเมตร จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 35.5

ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวิธีการเดินทาง

วิธีการเดินทาง	จำนวน	ร้อยละ
เดิน	36	9.0
รถจักรยาน	27	6.8
รถจักรยานยนต์	71	17.8
รถยนต์ส่วนตัว	102	25.4
รถโดยสารประจำทาง	145	36.2
รถแท็กซี่ / สามล้อเครื่อง	9	2.3
อื่นๆ	10	2.5
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 8 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาสวนสาธารณะด้วยรถโดยสารประจำทาง จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36.2 รองลงมาคือ รถยนต์ส่วนตัว จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.4



ตารางที่ 9 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาการเดินทางมาใช้  
บริการสวนสาธารณะ

ระยะเวลา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า10นาที	65	16.2
10-20 นาที	153	38.2
21-30นาที	111	27.8
31-60นาที	70	17.5
มากกว่า 1 ชั่วโมง	1	0.3
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 9 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้เวลาในการเดินทางมา  
สวนสาธารณะประมาณ11-20นาที จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 38.2 รองลงมาคือ ใช้เวลา21-30  
นาที จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.8

ตารางที่ 10 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลที่เลือกใช้บริการ (ตอบ  
ได้มากกว่า1ข้อ)

เหตุผล	จำนวน	ร้อยละ
ใกล้บ้าน / ใกล้ที่ทำงาน	223	25.2
เดินทางสะดวก	123	13.8
ชอบกิจกรรม	245	28.7
สภาพแวดล้อมดี	258	29.1
อื่นๆ	28	3.2
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 10 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกใช้บริการสวนสาธารณะ  
เพราะสภาพแวดล้อมดี จำนวน 258 คน คิดเป็นร้อยละ 29.1 รองลงมาคือชอบกิจกรรมจำนวน 245  
คน คิดเป็นร้อยละ 28.7

ตารางที่ 11 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวัตถุประสงค์ที่มาใช้บริการ

วัตถุประสงค์	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อการพักผ่อน	159	39.8
เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้	20	5.0
เพื่อออกกำลังกาย	156	39.0
เข้าร่วมกิจกรรมพิเศษ	27	6.8
ฆ่าเวลา	30	7.4
อื่นๆ	8	2.0
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 11 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาสวนสาธารณะเพื่อการพักผ่อน จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.8 รองลงมาคือ เพื่อออกกำลังกาย จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 39

ตารางที่ 12 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่มีผลต่อการมาใช้บริการ

กลุ่มบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
ตัวท่านเอง	138	34.5
ครอบครัว	116	29.0
ครู / อาจารย์	28	7.0
เพื่อน	91	22.7
อื่นๆ	27	6.8
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 12 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตัดสินใจมาสวนสาธารณะด้วยตัวเอง จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.5 รองลงมาคือครอบครัวมีผลต่อการมาใช้บริการ จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29.0

ตารางที่ 13 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวันที่มาใช้บริการส่วนใหญ่

วัน	จำนวน	ร้อยละ
วันธรรมดา	104	26.0
วันเสาร์-อาทิตย์	187	46.8
วันหยุด	19	4.7
ไม่แน่นอน	90	22.5
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 13 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มาใช้บริการวันเสาร์-อาทิตย์ จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 46.80 รองลงมาคือวันธรรมดา จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.0

ตารางที่ 14 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเวลาที่มาใช้บริการส่วนใหญ่

เวลา	จำนวน	ร้อยละ
5.00 - 8.00 น.	127	31.8
8.00 – 12.00 น.	54	13.5
12.00 – 16.00 น.	32	8.0
16.00 – 21.00 น.	187	46.7
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 14 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้วนสาธารณะช่วงเวลา 16.00 – 21.00 จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 46.7 รองลงมาคือช่วงเวลา 5.00 – 8.00 จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 31.8

ตารางที่ 15 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเวลาที่ใช้ในสวนสาธารณะ

เวลา	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 30 นาที	9	2.3
30 – 60 นาที	100	25.0
1 -2 ชั่วโมง	151	37.7
2 ชั่วโมงขึ้นไป	140	35.0
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 15 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้เวลาในสวนสาธารณะ 1 – 2 ชั่วโมง จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.7 รองลงมา คือ 2 ชั่วโมงขึ้นไป จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35.0

ตารางที่ 16 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ที่มาใช้บริการ

ความถี่การใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่แน่นอน	81	20.3
1 ครั้ง / สัปดาห์	93	23.2
2 – 3 ครั้ง / สัปดาห์	166	41.5
มากกว่า 3 ครั้ง / สัปดาห์	60	15.0
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 16 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการสวนสาธารณะ 2-3 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 41.5 รองลงมาคือ 1 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.2

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ตารางที่ 17 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งข้อมูลที่ได้รับ

สื่อ	จำนวน	ร้อยละ
หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร	0	0.00
รายการโทรทัศน์ วิทยุ	0	0.00
แผ่นพับ โบปปลิว โปสเตอร์	1	0.3
อินเทอร์เน็ต	19	4.8
เสียงตามสาย	69	17.2
ป้ายประกาศ	131	32.8
เพื่อนๆ	79	19.7
อื่นๆ	101	25.2
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 17 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลสวนสาธารณะจากป้ายประกาศ จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 32.8 รองลงมาคือได้รับข้อมูลจากแหล่งอื่นๆ จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 25.2

ศูนย์วิทยุทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาหาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังตารางที่ 18 – 25

ตารางที่ 18 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1.ด้านกิจกรรม	3.62	0.23	มาก
2.ด้านการจัดการ	4.19	0.42	มาก
3.ด้านสถานที่	3.94	0.44	มาก
4.ด้านอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก	3.67	0.39	มาก
5.ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ	3.65	0.36	มาก
6.ด้านการประชาสัมพันธ์	3.35	0.42	ปานกลาง
7.ด้านความปลอดภัย	4.11	0.31	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.79</b>	<b>0.23</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 18 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ทุกประเด็น ยกเว้น ด้านการประชาสัมพันธ์ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง

ศูนย์วิทยทรัพยากร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 19 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับกิจกรรมในสวนสาธารณะ

กิจกรรม	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความสนใจ
1. กิจกรรมนั่งเล่นนั่งคุย	3.50	0.62	มาก
2. กิจกรรมชมวิวธรรมชาติ	3.92	0.72	มาก
3. กิจกรรมเล่นดนตรี	2.92	0.63	ปานกลาง
4. กิจกรรมการฟังการแสดงดนตรี	3.65	0.65	มาก
5. กิจกรรมเครื่องเล่น(จักรยานน้ำ เรือพาย)	3.17	0.37	ปานกลาง
6. กิจกรรมในสนามเด็กเล่น	3.39	0.49	ปานกลาง
7. กิจกรรมเดินวิ่ง	3.97	0.71	มาก
8. กิจกรรมกีฬาประเภทเดี่ยว(สเกตบอร์ด)	3.75	0.69	มาก
9. กิจกรรมกีฬาประเภททีม(ฟุตบอล บาสฯ)	4.20	0.70	มาก
10. กิจกรรม แอโรบิก ไทเก๊ก	3.94	0.67	มาก
11. กิจกรรมฟิตเนส	3.93	0.61	มาก
12. กิจกรรมประกอบการศึกษา	3.54	0.62	มาก
13. กิจกรรมถ่ายภาพ วาดภาพ	3.84	1.01	มาก
14. กิจกรรมอ่านหนังสือ	3.62	0.86	มาก
15. กิจกรรมปิกนิก รับประทานอาหาร	4.06	0.72	มาก
16. กิจกรรมให้อาหารสัตว์	3.51	0.54	มาก
17. กิจกรรมชมรมในสวน	3.73	0.59	มาก
18. กิจกรรมนั่งสมาธิ	3.15	0.73	ปานกลาง
19. การศึกษานอกโรงเรียน	3.14	0.91	ปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>3.62</b>	<b>0.23</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 19 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นด้านเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ ด้าน กิจกรรมในสวนสาธารณะ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ยกเว้น กิจกรรมเล่นดนตรี, กิจกรรมเครื่องเล่น (จักรยานน้ำ เรือพาย), กิจกรรมในสนามเด็กเล่น , กิจกรรมนั่งสมาธิและการศึกษานอกโรงเรียน อยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 20 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะของผู้ตอบแบบสอบถามด้านการจัดการ

ด้านการจัดการ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. กิจกรรมมีความหลากหลาย	4.01	0.78	มาก
2. บรรยากาศ สิ่งแวดล้อมดี	4.22	0.71	มาก
3. แบ่งสัดส่วนพื้นที่ได้อย่างเหมาะสม	4.28	0.64	มาก
4. ประชาชนมาใช้บริการตามวัตถุประสงค์	4.26	0.61	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.19</b>	<b>0.42</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 20 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะด้านการจัดการ อยู่ในระดับมากทุกประเด็น



ตารางที่ 21 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะด้านสถานที่

ด้านสถานที่	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. มีป้ายชื่อสวนบริเวณทางเข้า	4.68	0.49	มากที่สุด
2. มีแผนที่แผนผังแสดงขอบเขต	4.21	0.62	มาก
3. ความเหมาะสมต่อระยะทางระหว่างกิจกรรมกับสิ่งอำนวยความสะดวก	3.37	1.09	ปานกลาง
4. ป้ายแนะนำกิจกรรม	4.06	0.66	มาก
5. ถนนมีความกว้างตามมาตรฐาน	3.35	1.13	ปานกลาง
6. พื้นน้ำได้รับการดูแลอยู่เสมอ	3.89	0.68	มาก
7. พื้นที่จอดรถเพียงพอ	3.93	0.82	มาก
8. สนามหญ้าได้รับการดูแลอยู่เสมอ	4.08	0.66	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.94</b>	<b>0.44</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 21 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะด้านสถานที่ อยู่ในระดับมากทุกประเด็น ยกเว้น ด้านป้ายชื่อสวนบริเวณทางเข้า อยู่ในระดับมากที่สุด และอยู่ในระดับปานกลางคือ ความเหมาะสมต่อระยะทางระหว่างกิจกรรมกับสิ่งอำนวยความสะดวก และถนนมีความกว้างตามมาตรฐาน

ตารางที่ 22 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะด้านอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก

ด้านอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. อุปกรณ์เกี่ยวกับการออกกำลังกายมีเพียงพอต่อการใช้งาน	3.30	0.91	ปานกลาง
2. มีม้านั่งเพียงพอ	3.48	0.83	ปานกลาง
3. จุดบริการร้านค้าเพียงพอ	4.13	0.57	มาก
4. ห้องน้ำเพียงพอและใช้งานได้	3.47	0.68	ปานกลาง
5. ห้องน้ำสะอาด	3.49	0.58	ปานกลาง
6. มีตู้โทรศัพท์และใช้งานได้	3.44	0.85	ปานกลาง
7. มีจุดบริการน้ำดื่ม	3.92	0.53	มาก
8. มีถังขยะเพียงพอ	4.10	0.68	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.67</b>	<b>0.39</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 22 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ ด้านอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก ของสวนสาธารณะ อยู่ในระดับมากทุกประเด็น ยกเว้น อุปกรณ์เกี่ยวกับการออกกำลังกายมีเพียงพอต่อการใช้งาน, มีม้านั่งเพียงพอ, ห้องน้ำเพียงพอและใช้งานได้, ห้องน้ำสะอาด และมีตู้โทรศัพท์และใช้งานได้

ศูนย์วิทยทรัพยากร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 23 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ ด้านบุคลากร

ด้านบุคลากร	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. มีศูนย์ให้คำแนะนำและบริการ	3.61	0.55	มาก
2. เจ้าหน้าที่ในสวนมีความเป็นมิตร	3.71	0.54	มาก
3. บริการรวดเร็ว	3.63	0.49	มาก
4. มีความสุภาพ	3.66	0.57	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.65</b>	<b>0.36</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 23 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ ด้านเจ้าหน้าที่ บุคลากร ของสวนสาธารณะ อยู่ในระดับมากทุกประเด็น

ตารางที่ 24 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ ด้านการประชาสัมพันธ์

ด้านการประชาสัมพันธ์	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. มีการประชาสัมพันธ์เสียงตามสายในสวนสาธารณะ	3.46	0.74	ปานกลาง
2. มีการแจกเอกสารประชาสัมพันธ์	3.21	0.44	ปานกลาง
3. มีการโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ วิทยุ	3.25	0.51	ปานกลาง
4. มีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารทางอินเทอร์เน็ต	3.33	0.60	ปานกลาง
5. มีป้ายประกาศ	3.48	0.64	ปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>3.35</b>	<b>0.42</b>	<b>ปานกลาง</b>

จากตารางที่ 24 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ ด้านการประชาสัมพันธ์ ของสวนสาธารณะ อยู่ในระดับปานกลางทุกประเด็น



ตารางที่ 25 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะด้านความปลอดภัย

ด้านความปลอดภัย	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. มียามรักษาความปลอดภัยอย่างทั่วถึง	4.17	0.69	มาก
2. มีแสงสว่างเพียงพอในเวลากลางคืน	3.95	0.67	มาก
3. มีรั้วกั้นในบริเวณไม่ปลอดภัย	3.84	0.61	มาก
4. มีการแยกส่วนถนนและทางเดินเท้าอย่างเด็ดขาด	4.41	0.61	มาก
5. มีกาตรวจสอบสายไฟ ปลั๊กไฟอยู่เสมอ	3.89	0.59	มาก
6. ประตูเข้าออกในเวลากลางคืนมีทางเดียว	4.32	0.47	มาก
7. มีฝ่ายปฐมพยาบาลเบื้องต้น	4.16	0.47	มาก
8. ปราศจากคนจรจัด	4.21	0.57	มาก
9. ปราศจากคนติดสิ่งเสพติด แหล่งมั่วสุ่ม อบายมุข	4.11	0.69	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.12</b>	<b>0.32</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 25 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ ด้านความปลอดภัย ของสวนสาธารณะ อยู่ในระดับมากทุกประเด็น

ตอนที่ 4 เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างเพศ และระหว่างช่วงอายุ

### 1. การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะของผู้ตอบแบบสอบถามระหว่างเพศ

ตารางที่ 26 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างเพศ

ด้าน	เพศชาย (N=200)		เพศหญิง (N=200)		t	P
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.		
1.ด้านกิจกรรม	3.60	0.19	3.65	0.27	-1.95	0.050
2.ด้านการจัดการ	4.15	0.44	4.24	0.40	-2.15	0.032*
3.ด้านสถานที่	3.89	0.43	4.00	0.43	-2.69	0.007*
4.ด้านอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก	3.59	0.39	3.74	0.38	-3.75	0.000*
5.ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ	3.72	0.34	3.58	0.37	3.81	0.000*
6.ด้านการประชาสัมพันธ์	3.34	0.39	3.35	0.45	-0.32	0.743
7.ด้านความปลอดภัย	4.10	0.25	4.13	0.36	-0.75	0.454
<b>รวม</b>	<b>3.77</b>	<b>0.20</b>	<b>3.81</b>	<b>0.26</b>	<b>-1.79</b>	<b>0.074</b>

\* $p < 0.05$  ( $t_{398} = \pm 1.96$ )

จากตารางที่ 26 แสดงให้เห็นว่า ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างเพศ โดยภาพรวมของแต่ละด้านพบว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แต่เมื่อเปรียบเทียบรายย่อยพบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 4 รายการ คือ ด้านการจัดการ, ด้านสถานที่, ด้านอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านบุคลากรผู้ให้บริการ

ตารางที่ 27 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ ด้านกิจกรรม ระหว่างเพศ

กิจกรรม	เพศชาย (N=200)		เพศหญิง (N=200)		t	P
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.		
1. กิจกรรมนั่งเล่นนั่งคุย	3.39	0.53	3.62	0.67	-3.70	0.000*
2. กิจกรรมชมวิวธรรมชาติ	3.92	0.74	3.92	0.67	0.00	0.946
3. กิจกรรมเล่นดนตรี	2.97	0.63	2.86	0.61	1.75	1.000
4. กิจกรรมการฟังกการแสดงดนตรี	3.60	0.63	3.70	0.66	-1.55	0.122
5. กิจกรรมเครื่องเล่น(จักรยานน้ำ เรือพาย)	3.12	0.33	3.21	0.40	-2.28	0.023*
6. กิจกรรมในสนามเด็กเล่น	3.30	0.46	3.47	0.50	-3.53	0.000*
7. กิจกรรมเดินวิ่ง	3.93	0.74	4.02	0.67	-1.26	0.206
8. กิจกรรมกีฬาประเภทเดี่ยว (สเกตบอร์ด)	3.92	0.67	3.58	0.66	5.15	0.000*
9. กิจกรรมกีฬาประเภททีม (ฟุตบอล บาสฯ)	4.48	0.52	3.91	0.74	8.89	0.000*
10. กิจกรรม แอโรบิก ไทเก๊ก	3.87	0.63	4.00	0.70	-1.87	0.062
11. กิจกรรมฟิตเนส	3.84	0.63	4.03	0.58	-3.10	0.002*
12. กิจกรรมประกอบการศึกษา	3.52	0.59	3.55	0.66	-0.55	0.578
13. กิจกรรมถ่ายภาพ วาดภาพ	3.66	0.97	4.01	1.02	-3.50	0.001*
14. กิจกรรมอ่านหนังสือ	3.54	0.90	3.70	0.81	-1.92	0.055
15. กิจกรรมปิกนิก รับประทานอาหาร	3.93	0.62	4.19	0.78	-3.67	0.000*
16. กิจกรรมให้อาหารสัตว์	3.56	0.49	3.45	0.57	1.95	0.051
17. กิจกรรมชมรมในสวน	3.72	0.57	3.74	0.61	-0.25	0.802

ตารางที่ 27 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ ด้านกิจกรรม ระหว่างเพศ (ต่อ)

กิจกรรม	เพศชาย (N=200)		เพศหญิง (N=200)		t	P
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.		
18.กิจกรรมนั่งสมาธิ	3.09	0.74	3.20	0.70	-1.51	0.131
19. การศึกษานอกโรงเรียน	3.10	0.89	3.17	0.92	-0.82	0.075
รวม	<b>3.60</b>	<b>0.18</b>	<b>3.65</b>	<b>0.26</b>	<b>-1.96</b>	<b>0.050</b>

\* $p < 0.05$  ( $t_{398} = \pm 1.96$ )

จากตารางที่ 27 แสดงให้เห็นว่า ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ ด้านกิจกรรมในสวนสาธารณะของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างเพศ โดยภาพรวมพบว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อเปรียบเทียบรายการย่อยๆ พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 8 รายการ คือ กิจกรรมนั่งเล่นนั่งคุย, กิจกรรมเครื่องเล่น(จักรยานน้ำ เรือพาย), กิจกรรมในสนามเด็กเล่น, กิจกรรมกีฬาประเภทเดี่ยว, กิจกรรมกีฬาประเภททีม, กิจกรรมฟิตเนส, กิจกรรมถ่ายภาพ วาดภาพ และ กิจกรรมปิกนิก รับประทานอาหาร



ตารางที่ 28 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ ด้านการจัดการ ระหว่างเพศ

ด้านการจัดการ	เพศชาย (N=200)		เพศหญิง (N=200)		t	P
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.		
1. กิจกรรมมีความหลากหลาย	3.94	0.75	4.09	0.82	-1.98	0.049*
2. บรรยากาศ สิ่งแวดล้อมดี	4.16	0.73	4.29	0.69	-1.90	0.058
3. แบ่งสัดส่วนพื้นที่ได้อย่างเหมาะสม	4.24	0.66	4.33	0.61	-1.34	0.181
4. ประชาชนมาใช้บริการตามวัตถุประสงค์	4.27	0.58	4.26	0.63	0.25	0.805
<b>รวม</b>	<b>4.15</b>	<b>0.44</b>	<b>4.24</b>	<b>0.40</b>	<b>-2.15</b>	<b>0.032*</b>

\* $p < 0.05$  ( $t_{398} = \pm 1.96$ )

จากตารางที่ 28 แสดงให้เห็นว่า ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ ด้านการจัดการ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างเพศ โดยภาพรวมพบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อเปรียบเทียบรายการย่อยๆ พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 1 รายการ คือ กิจกรรมมีความหลากหลาย

ศูนย์วิทยทรัพยากร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 29 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ ด้านสถานที่ ระหว่างเพศ

ด้านสถานที่	เพศชาย (N=200)		เพศหญิง (N=200)		t	P
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.		
1. มีป้ายชื่อสวนบริเวณทางเข้า	4.75	0.43	4.60	0.53	3.07	0.002*
2. มีแผนที่แผนผังแสดง ขอบเขต	4.16	0.67	4.26	0.58	-1.59	0.112
3. ความเหมาะสมต่อระยะทาง ระหว่างกิจกรรมกับสิ่งอำนวยความสะดวก	3.22	1.12	3.51	1.04	-2.67	0.008*
4. ป้ายแนะนำกิจกรรม	3.98	0.69	4.14	0.61	-2.43	0.015*
5. ถนนมีความกว้างตาม มาตรฐาน	3.17	1.18	3.53	1.05	-3.20	0.001*
6. พื้นน้ำได้รับการดูแลอยู่ เสมอ	3.87	0.72	3.91	0.65	-0.58	0.562
7. พื้นที่จอดรถเพียงพอ	3.90	0.77	3.97	0.86	-0.79	0.43
8. สนามหญ้าได้รับการดูแลอยู่ เสมอ	4.04	0.67	4.12	0.63	-1.21	0.225
<b>รวม</b>	<b>3.89</b>	<b>0.43</b>	<b>4.00</b>	<b>0.43</b>	<b>-2.69</b>	<b>0.007*</b>

\* $p < 0.05$  ( $t_{398} = \pm 1.96$ )

จากตารางที่ 29 แสดงให้เห็นว่า ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ ด้านสถานที่ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างเพศ โดยภาพรวมพบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อเปรียบเทียบรายการย่อยๆ พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 4 รายการ คือ มีป้ายชื่อสวนบริเวณทางเข้า, ความเหมาะสมต่อระยะทางระหว่างกิจกรรมกับสิ่งอำนวยความสะดวก, ป้ายแนะนำกิจกรรม และถนนมีความกว้างตามมาตรฐาน

ตารางที่ 30 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ ด้านอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก ระหว่างเพศ

ด้านอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก	เพศชาย (N=200)		เพศหญิง (N=200)		t	P
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.		
1. อุปกรณ์ เครื่องออกกำลังกาย มีเพียงพอต่อการใช้งาน	3.06	1.00	3.54	0.75	-5.40	0.000*
2. อุปกรณ์เครื่องออกกำลังกาย ได้รับการดูแลอยู่เสมอ	3.40	0.82	3.57	0.82	-2.05	0.041*
3. จุดบริการร้านค้าเพียงพอ	4.14	0.51	4.11	0.62	0.52	0.602
4. ห้องน้ำเพียงพอและใช้งานได้	3.38	0.63	3.56	0.73	-2.62	0.009*
5. ห้องน้ำสะอาด	3.44	0.59	3.54	0.56	-1.80	0.072
6. มีตู้โทรศัพท์และใช้งานได้	3.37	0.84	3.51	0.87	-1.68	0.093
7. มีจุดบริการน้ำดื่ม	3.83	0.53	4.01	0.52	-3.38	0.001*
8. มีถังขยะเพียงพอ	4.14	0.61	4.07	0.74	1.02	0.305
<b>รวม</b>	<b>3.59</b>	<b>0.39</b>	<b>3.74</b>	<b>0.38</b>	<b>-3.75</b>	<b>0.000*</b>

\* $p < 0.05$  ( $t_{398} = \pm 1.96$ )

จากตารางที่ 30 แสดงให้เห็นว่า ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ ด้านอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก ของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างเพศ โดยภาพรวมพบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อเปรียบเทียบรายการย่อยๆ พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 4 รายการ คือ อุปกรณ์ เครื่องออกกำลังกายมีเพียงพอต่อการใช้งาน, อุปกรณ์เครื่องออกกำลังกายได้รับการดูแลอยู่เสมอ, ห้องน้ำเพียงพอและใช้งานได้ และมีจุดบริการน้ำดื่ม

ตารางที่ 31 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ ด้านบุคลากร ระหว่างเพศ

ด้านบุคลากร	เพศชาย (N=200)		เพศหญิง(N=200)		t	P
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.		
1. มีศูนย์ให้คำแนะนำบริการ	3.67	0.50	3.53	0.60	2.53	0.012*
2. เจ้าหน้าที่ในสวนฯมีความเป็นมิตร	3.81	0.48	3.61	0.58	3.64	0.000*
3. บริการรวดเร็ว	3.72	0.45	3.54	0.52	3.66	0.000*
4. มีความสุภาพ	3.67	0.56	3.64	0.59	0.63	0.547
<b>รวม</b>	<b>3.72</b>	<b>0.34</b>	<b>3.58</b>	<b>0.37</b>	<b>3.81</b>	<b>0.000*</b>

\* $p < 0.05$  ( $t_{398} = 1.96$ )

จากตารางที่ 31 แสดงให้เห็นว่า ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ ด้านบุคลากร ของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างเพศ โดยภาพรวมพบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อเปรียบเทียบรายการย่อยๆ พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 3 รายการ คือ มีศูนย์ให้คำแนะนำบริการ,เจ้าหน้าที่ในสวนฯมีความเป็นมิตร และบริการรวดเร็ว



ตารางที่ 32 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ ด้านการประชาสัมพันธ์ ระหว่างเพศ

ด้านการประชาสัมพันธ์	เพศชาย (N=200)		เพศหญิง(N=200)		t	p
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.		
1. มีการประชาสัมพันธ์เสียงตามสายในสวนสาธารณะ	3.47	0.78	3.46	0.69	0.02	0.840
2. มีการแจกเอกสารประชาสัมพันธ์	3.19	0.39	3.24	0.48	-1.24	0.214
3. มีการโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์วิทยุ	3.24	0.53	3.27	0.49	-0.58	0.561
4. มีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารทางอินเทอร์เน็ต	3.35	0.59	3.31	0.61	0.66	0.508
5. มีป้ายประกาศข่าวสารกิจกรรมต่างๆ	3.46	0.62	3.35	0.65	-0.62	0.533
<b>รวม</b>	<b>3.34</b>	<b>0.39</b>	<b>3.35</b>	<b>0.45</b>	<b>-0.32</b>	<b>0.743</b>

p>0.05

จากตารางที่ 32 แสดงให้เห็นว่า ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ ด้านการประชาสัมพันธ์ ของผู้ตอบแบบสอบถามระหว่างเพศ โดยภาพรวมพบว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อเปรียบเทียบรายการย่อยๆ พบว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ศูนย์วิจัยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 33 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ ด้านความปลอดภัย ระหว่างเพศ

ด้านความปลอดภัย	เพศชาย (N=200)		เพศหญิง (N=200)		t	p
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.		
1. มียามรักษาความปลอดภัยอย่างทั่วถึง	4.15	0.70	4.18	0.69	-0.42	0.668
2. มีแสงสว่างเพียงพอในเวลากลางคืน	3.97	0.64	3.93	0.71	0.59	0.555
3. มีรั้วกั้นในบริเวณไม่ปลอดภัย	3.80	0.62	3.87	0.60	-1.13	0.257
4. มีการแยกส่วนถนนและทางเดินเท้าอย่างเด็ดขาด	4.44	0.61	4.38	0.59	0.98	0.324
5. มีการตรวจสอบไฟ ปลั๊กไฟอยู่เสมอ	3.92	0.43	3.85	0.71	1.17	0.240
6. ประตูเข้าออกในเวลากลางคืนมีทางเดียว	4.30	0.45	4.34	0.47	-0.96	0.337
7. มีฝ่ายปฐมพยาบาลเบื้องต้น	4.11	0.39	4.20	0.54	-1.90	0.058
8. ปราบจากคนจรจัด	4.24	0.52	4.17	0.61	1.31	0.189
9. ปราบจากคนติดสิ่งเสพติด แหล่งมั่วสุม อบายมุข	3.99	0.66	4.22	0.69	-3.29	0.001*
<b>รวม</b>	<b>4.10</b>	<b>0.25</b>	<b>4.13</b>	<b>0.36</b>	<b>-0.75</b>	<b>0.454</b>

\* $p < 0.05$  ( $t_{398} = \pm 1.96$ )

จากตารางที่ 33 แสดงให้เห็นว่า ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ ด้านความปลอดภัย ของผู้ตอบแบบสอบถามระหว่างเพศ โดยภาพรวมพบว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อเปรียบเทียบรายการย่อยๆ พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 1 รายการ คือ ปราบจากคนติดสิ่งเสพติด แหล่งมั่วสุม อบายมุข

## 2. การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างช่วงอายุ

ตารางที่ 34 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ ระหว่างช่วงอายุ

ปัจจัยด้านต่างๆด้าน	10-20ปี		21-30ปี		31-40ปี		41-60ปี		60ปีขึ้นไป		รวม		F	P
	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D		
ด้านรูปแบบกิจกรรม	3.64	0.25	3.60	0.19	3.58	0.21	3.66	0.27	3.64	0.18	3.62	0.23	2.12	0.077
ด้านการจัดการ	4.08	0.43	4.21	0.39	4.16	0.25	4.19	0.52	4.36	0.41	4.20	0.42	3.41	0.009*
ด้านสถานที่	3.91	0.46	3.89	0.42	3.94	0.40	4.01	0.47	3.93	0.46	3.94	0.44	1.04	0.381
ด้านอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก	3.64	0.40	3.64	0.36	3.67	0.37	3.72	0.41	3.62	0.40	3.67	0.39	0.99	0.408
ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ	3.60	0.39	3.61	0.37	3.66	0.35	3.68	0.35	3.66	0.37	3.65	0.36	0.87	0.479
ด้านการประชาสัมพันธ์	3.37	0.42	3.31	0.37	3.32	0.44	3.38	0.46	3.35	0.39	3.35	0.42	0.37	0.828
ด้านความปลอดภัย	4.11	0.31	4.08	0.28	4.06	0.31	4.17	0.35	4.14	0.29	4.11	0.31	1.85	0.117
<b>รวม</b>	<b>3.76</b>	<b>0.27</b>	<b>3.76</b>	<b>0.19</b>	<b>3.77</b>	<b>0.19</b>	<b>3.83</b>	<b>0.27</b>	<b>3.82</b>	<b>0.23</b>	<b>3.79</b>	<b>0.23</b>	<b>1.63</b>	<b>0.164</b>

\*  $p < .05$  ( $F_{.05(8,441)} = 2.46$ )

จากตารางที่ 34 แสดงให้เห็นว่า ผู้ใช้บริการสวนสาธารณะที่มีอายุแตกต่างกันจะมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ ในด้านการจัดการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นไม่พบความแตกต่าง

ตารางที่ 35 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะด้านการจัดการ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างช่วงอายุ เปรียบเทียบเป็นรายคู่

อายุ	$\bar{x}$	10-20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41-60 ปี	60 ปีขึ้นไป
10 - 20 ปี	3.76	-	-0.12	-0.08	-0.10	-0.27*
21 - 30 ปี	3.76		-	0.04	0.02	-0.15
31 - 40 ปี	3.77			-	-0.03	-0.19
41 - 60 ปี	3.83				-	-0.17
60 ปีขึ้นไป	3.82					-

\*  $p < .05$  ( $F_{.05(8,441)} = 2.46$ )

จากตารางที่ 35 แสดงให้เห็นว่า เมื่อทดสอบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะระหว่างช่วงอายุ เป็นรายคู่ ในด้านการจัดการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 10-20 ปี มีความคิดเห็นแตกต่างกับ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุ 60 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นไม่แตกต่างกัน



ตารางที่ 36 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ ด้านรูปแบบกิจกรรม ระหว่างช่วงอายุ

รูปแบบกิจกรรม	10-20ปี		21-30ปี		31-40ปี		41-50ปี		51-60ปี		รวม		F	P
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1. กิจกรรมนั่งเล่นนั่งคุย	3.59	0.66	3.22	0.42	3.37	0.55	3.60	0.69	3.87	0.51	3.50	0.61	12.14	0.000*
2. กิจกรรมชมวิวธรรมชาติ	3.91	0.60	4.06	0.76	3.70	0.65	3.94	0.70	4.03	0.80	3.92	0.71	3.46	0.008*
3. กิจกรรมเล่นดนตรี	2.95	0.42	3.07	0.67	2.63	0.58	3.01	0.65	2.92	0.63	2.91	0.62	6.93	0.000*
4. กิจกรรมการฟังกการแสดงดนตรี	3.64	0.62	3.62	0.62	3.63	0.62	3.80	0.63	3.44	0.71	3.65	0.64	2.94	0.020*
5. กิจกรรมเครื่องเล่น(จักรยานน้ำ เรือพาย)	3.03	0.17	3.05	0.21	3.05	0.22	3.30	0.46	3.42	0.49	3.16	0.37	19.01	0.000*
6. กิจกรรมในสนามเด็กเล่น	3.34	0.47	3.36	0.48	3.29	0.45	3.48	0.50	3.46	0.50	3.39	0.48	2.37	0.51
7. กิจกรรมเดินวิ่ง	3.88	0.72	3.97	0.74	3.90	0.73	4.14	0.64	3.85	0.68	3.97	0.71	2.49	0.043*
8. กิจกรรมกีฬาประเภทเดี่ยว(สเกตบอร์ด)	3.79	0.68	3.92	0.63	3.82	0.69	3.51	0.68	3.79	0.68	3.75	0.69	4.99	0.001*
9. กิจกรรมกีฬาประเภททีม(ฟุตบอล บาสฯ)	4.33	0.51	4.42	0.61	4.37	0.50	3.73	0.84	4.35	0.55	4.20	0.70	19.93	0.000*
10. กิจกรรม แอโรบิก ไทเก๊ก	3.90	0.69	3.96	0.64	3.92	0.69	3.93	0.76	3.96	0.38	3.93	0.67	0.94	0.984
11. กิจกรรมฟิตเนส	3.95	0.58	3.93	0.64	3.88	0.61	4.00	0.58	3.85	0.68	3.93	0.61	0.81	0.515
12. กิจกรรมประกอบการศึกษา	3.46	0.61	3.47	0.61	3.54	0.62	3.64	0.67	3.48	0.57	3.53	0.62	1.31	0.264
13. กิจกรรมถ่ายภาพ วาดภาพ	3.90	1.01	3.81	0.94	3.77	1.02	3.99	1.04	3.57	0.98	3.83	1.01	1.71	0.145
14. กิจกรรมอ่านหนังสือ	3.75	0.69	3.45	0.96	3.60	0.93	3.72	0.89	3.53	0.60	3.62	0.86	1.74	0.139
15. กิจกรรมปิกนิก รับประทานอาหาร	4.11	0.68	3.92	0.75	4.02	0.68	4.13	0.77	4.11	0.63	4.06	0.71	1.23	0.295
16. กิจกรรมให้อาหารสัตว์	3.48	0.53	3.50	0.55	3.52	0.54	3.50	0.55	3.51	0.50	3.50	0.53	0.05	0.994

ตารางที่ 36 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ ด้านรูปแบบกิจกรรม ระหว่างช่วงอายุ (ต่อ)

รูปแบบกิจกรรม	10-20ปี		21-30ปี		31-40ปี		41-50ปี		51-60ปี		รวม	F	P	
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.				
17. กิจกรรมชมรมในสวน	3.75	0.56	3.57	0.61	3.74	0.60	3.78	0.61	3.81	0.55	3.73	0.59	1.88	0.112
18. กิจกรรมนั่งสมาธิ	3.11	0.70	3.11	0.69	3.11	0.75	3.23	0.72	3.12	0.75	3.15	0.72	0.53	0.708
19. การศึกษานอกโรงเรียน	3.14	0.95	3.00	0.92	3.18	0.93	3.21	0.86	3.16	0.90	3.13	0.91	0.68	0.604
<b>รวม</b>	<b>3.63</b>	<b>0.24</b>	<b>3.60</b>	<b>0.19</b>	<b>3.58</b>	<b>0.21</b>	<b>3.66</b>	<b>0.27</b>	<b>3.64</b>	<b>0.18</b>	<b>3.62</b>	<b>0.23</b>	<b>2.12</b>	<b>0.077</b>

\*  $p < .05$  ( $F_{.05(8,441)} = 2.46$ )

จากตารางที่ 36 แสดงให้เห็นว่า ผู้ใช้บริการสวนสาธารณะที่มีอายุแตกต่างกันจะมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ ในด้านกิจกรรมเดินวิ่ง, กิจกรรมชมวิธรรมชาติ, กิจกรรมเล่นดนตรี, กิจกรรมการฟังการแสดงดนตรี, กิจกรรมประเภทเครื่องวิ่ง, กิจกรรมเดินวิ่ง, กิจกรรมกีฬาประเภทเดี่ยว และกิจกรรมกีฬาประเภททีม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นไม่พบความแตกต่าง

ตารางที่ 37 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ ด้านความสนใจในกิจกรรมสวนสาธารณะรายการย่อยเรื่องกิจกรรมนั่งเล่น นั่งคุย ของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างช่วงอายุ เปรียบเทียบเป็นรายคู่

อายุ	$\bar{x}$	10-20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41-60 ปี	60 ปีขึ้นไป
10 - 20 ปี	<b>3.63</b>	-	0.37*	0.22	-0.00	-0.27
21 - 30 ปี	<b>3.60</b>		-	-0.14	-0.37*	-0.64*
31 - 40 ปี	<b>3.58</b>			-	-0.22	-0.49*
41 - 60 ปี	<b>3.66</b>				-	-0.27
60 ปีขึ้นไป	<b>3.64</b>					-

\*  $p < .05$  ( $F_{.05(8,441)} = 2.46$ )

จากตารางที่ 37 แสดงให้เห็นว่า เมื่อทดสอบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะระหว่างช่วงอายุ เป็นรายคู่ ในด้านการจัดการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 10-20 ปี มีความคิดเห็นแตกต่างกับ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุระหว่าง 21-30 ปี และ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี มีความคิดเห็นแตกต่างกับ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุระหว่าง 41-60 ปี และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี มีความคิดเห็นแตกต่างกับ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุ 60 ปีขึ้นไป และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีความคิดเห็นแตกต่างกับ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุ 60 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 38 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ ด้านความสนใจในกิจกรรมสวนสาธารณะรายการย่อยเรื่องการชมวิวธรรมชาติ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างช่วงอายุ เปรียบเทียบเป็นรายคู่

อายุ	$\bar{x}$	10-20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41-60 ปี	60 ปีขึ้นไป
10 - 20 ปี	<b>3.63</b>	-	-0.14	0.21	-0.26	-0.11
21 - 30 ปี	<b>3.60</b>		-	0.36*	0.11	0.02
31 - 40 ปี	<b>3.58</b>			-	-0.24	-0.33
41 - 60 ปี	<b>3.66</b>				-	-0.09
60 ปีขึ้นไป	<b>3.64</b>					-

\*  $p < .05$  ( $F_{.05(8,441)} = 2.46$ )

จากตารางที่ 38 แสดงให้เห็นว่า เมื่อทดสอบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ ด้านกิจกรรมสวนสาธารณะ รายการย่อยเรื่องกิจกรรมการชมวิวธรรมชาติ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างช่วงอายุ เป็นรายคู่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความสนใจในการชมวิวธรรมชาติ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี



ตารางที่ 39 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ ด้านกิจกรรมสวนสาธารณะรายการย่อยเรื่องการเล่นดนตรี ของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างช่วงอายุ เปรียบเทียบเป็นรายคู่

อายุ	$\bar{x}$	10-20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41-60 ปี	60 ปีขึ้นไป
10 - 20 ปี	<b>3.63</b>	-	-0.12	0.31*	-0.57	0.02
21 - 30 ปี	<b>3.60</b>		-	0.43*	0.65	0.06
31 - 40 ปี	<b>3.58</b>			-	-0.37*	-0.28
41 - 60 ปี	<b>3.66</b>				-	-0.08
60 ปีขึ้นไป	<b>3.64</b>					-

\*  $p < .05$  ( $F_{.05(8,441)} = 2.46$ )

จากตารางที่ 39 แสดงให้เห็นว่า เมื่อทดสอบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ ด้านกิจกรรมสวนสาธารณะ รายการย่อยเรื่องกิจกรรมการเล่นดนตรี ของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างช่วงอายุ เป็นรายคู่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความสนใจในกิจกรรมการเล่นดนตรี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 10-20 ปี กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี และ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุระหว่าง 41-60 ปี

ตารางที่ 40 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ ด้านกิจกรรมสวนสาธารณะ รายการย่อยเรื่องการฟังการแสดงดนตรี ของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างช่วงอายุ เปรียบเทียบเป็นรายคู่

อายุ	$\bar{x}$	10-20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41-60 ปี	60 ปีขึ้นไป
10 - 20 ปี	<b>3.63</b>	-	0.02	0.00	-0.15	0.20
21 - 30 ปี	<b>3.60</b>		-	-0.01	-0.17	0.18
31 - 40 ปี	<b>3.58</b>			-	-0.16	0.19
41 - 60 ปี	<b>3.66</b>				-	0.35*
60 ปีขึ้นไป	<b>3.64</b>					-

\*  $p < .05$  ( $F_{.05(8,441)} = 2.46$ )

จากตารางที่ 40 แสดงให้เห็นว่า เมื่อทดสอบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ ด้านกิจกรรมสวนสาธารณะ รายการย่อยเรื่องกิจกรรมการฟังการแสดงดนตรี ของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างช่วงอายุ เป็นรายคู่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความสนใจในกิจกรรมฟังการแสดงดนตรี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 41-60 ปี กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุ 60 ปีขึ้นไป

ตารางที่ 41 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ ด้านกิจกรรมสวนสาธารณะรายการย่อยเรื่องกิจกรรมการเล่นเครื่องเล่น ของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างช่วงอายุ เปรียบเทียบเป็นรายคู่

อายุ	$\bar{x}$	10-20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41-60 ปี	60 ปีขึ้นไป
10 - 20 ปี	3.63	-	-0.17	0.20	-0.26*	-0.39*
21 - 30 ปี	3.60		-	-0.00	-0.25*	-0.37*
31 - 40 ปี	3.58			-	-0.24*	-0.37*
41 - 60 ปี	3.66				-	-0.12
60 ปีขึ้นไป	3.64					-

\*  $p < .05$  ( $F_{.05(8,441)} = 2.46$ )

จากตารางที่ 41 แสดงให้เห็นว่า เมื่อทดสอบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ ด้านกิจกรรมสวนสาธารณะ รายการย่อยเรื่องกิจกรรมการเล่นเครื่องเล่น ของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างช่วงอายุ เป็นรายคู่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความสนใจในกิจกรรมการเล่นเครื่องเล่น แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 10-20 ปี กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุระหว่าง 41-60 ปี

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 10-20 ปี กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุ 60 ปีขึ้นไป

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุระหว่าง 41-60 ปี

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุ 60 ปีขึ้นไป

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุระหว่าง 41-60 ปี

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุ 60 ปีขึ้นไป

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 42 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ ด้านกิจกรรมสวนสาธารณะรายการย่อยเรื่องกิจกรรมเดินวิ่ง ของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างช่วงอายุ เปรียบเทียบเป็นรายคู่

อายุ	$\bar{x}$	10-20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41-60 ปี	60 ปีขึ้นไป
10 - 20 ปี	<b>3.63</b>	-	-0.08	-0.17	-0.25	0.03
21 - 30 ปี	<b>3.60</b>		-	0.07	-0.17	0.12
31 - 40 ปี	<b>3.58</b>			-	-0.24	0.05
41 - 60 ปี	<b>3.66</b>				-	0.29
60 ปีขึ้นไป	<b>3.64</b>					-

จากตารางที่ 42 แสดงให้เห็นว่า เมื่อทดสอบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ ด้านกิจกรรมสวนสาธารณะ รายการย่อยเรื่องกิจกรรมเดินวิ่ง ของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างช่วงอายุ เป็นรายคู่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความสนใจในกิจกรรมเดินวิ่ง ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05



ตารางที่ 43 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ ด้านกิจกรรมสวนสาธารณะรายการย่อยเรื่องกีฬาประเภทเดียว ของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างช่วงอายุ เปรียบเทียบเป็นรายคู่

อายุ	$\bar{x}$	10-20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41-60 ปี	60 ปีขึ้นไป
10 - 20 ปี	<b>3.63</b>	-	-0.13	-0.03	0.27	-0.00
21 - 30 ปี	<b>3.60</b>		-	0.09	0.40*	0.12
31 - 40 ปี	<b>3.58</b>			-	0.31*	0.03
41 - 60 ปี	<b>3.66</b>				-	-0.27
60 ปีขึ้นไป	<b>3.64</b>					-

\*  $p < .05$  ( $F_{.05(8,441)} = 2.46$ )

จากตารางที่ 43 แสดงให้เห็นว่า เมื่อทดสอบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ ด้านกิจกรรมสวนสาธารณะ รายการย่อยเรื่องกิจกรรมกีฬาประเภทเดียว ของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างช่วงอายุ เป็นรายคู่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความสนใจในกิจกรรมกีฬาประเภทเดียว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุระหว่าง 41-60 ปี และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุระหว่าง 41-60 ปี

ตารางที่ 44 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ ด้านกิจกรรมสวนสาธารณะรายการย่อยเรื่องกิจกรรมกีฬาประเภททีม ของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างช่วงอายุ เปรียบเทียบเป็นรายคู่

อายุ	$\bar{x}$	10-20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41-60 ปี	60 ปีขึ้นไป
10 - 20 ปี	<b>3.63</b>	-	-0.13	-0.03	0.27	-0.00
21 - 30 ปี	<b>3.60</b>		-	0.09	0.40*	0.12
31 - 40 ปี	<b>3.58</b>			-	0.31*	0.33
41 - 60 ปี	<b>3.66</b>				-	-0.27
60 ปีขึ้นไป	<b>3.64</b>					-

\*  $p < .05$  ( $F_{.05(8,441)} = 2.46$ )

จากตารางที่ 44 แสดงให้เห็นว่า เมื่อทดสอบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ ด้านกิจกรรมสวนสาธารณะ รายการย่อยเรื่องกิจกรรมกีฬาประเภททีม ของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างช่วงอายุ เป็นรายคู่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความสนใจในกิจกรรมกีฬาประเภททีม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุระหว่าง 41-60 ปี และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุระหว่าง 41-60 ปี

ตารางที่ 45 ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะด้านการจัดการระหว่างช่วงอายุ

ด้านการจัดการ	10-20ปี		21-30ปี		31-40ปี		41-60ปี		60ปีขึ้นไป		รวม		F	P
	$\bar{X}$	S.D	$\bar{X}$	S.D	$\bar{X}$	S.D	$\bar{X}$	S.D	$\bar{X}$	S.D	$\bar{X}$	S.D		
1. กิจกรรมมีความหลากหลาย	4.06	0.74	3.85	0.80	3.93	0.73	4.01	0.92	4.33	0.48	4.01	0.79	3.47	0.008*
2. บรรยากาศ สิ่งแวดล้อมดี	3.92	0.71	4.48	0.62	4.36	0.67	4.05	0.71	4.31	0.74	4.22	0.71	8.74	0.000*
3. แบ่งสัดส่วนพื้นที่ได้อย่างเหมาะสม	4.21	0.58	4.39	0.56	4.09	0.58	4.32	0.76	4.46	0.54	4.28	0.64	4.39	0.002*
4. ประชาชนมาใช้บริการตามวัตถุประสงค์	4.15	0.54	4.13	0.60	4.28	0.77	4.38	0.52	4.33	0.48	4.26	0.61	2.91	0.021*
<b>รวม</b>	<b>4.08</b>	<b>0.43</b>	<b>4.21</b>	<b>0.39</b>	<b>4.16</b>	<b>0.24</b>	<b>4.19</b>	<b>0.52</b>	<b>4.36</b>	<b>0.41</b>	<b>4.20</b>	<b>0.42</b>	<b>3.41</b>	<b>0.009*</b>

\*  $p < .05$  ( $F_{.05(8,441)} = 2.46$ )

จากตารางที่ 45 แสดงให้เห็นว่า ผู้ใช้บริการสวนสาธารณะที่มีอายุแตกต่างกันจะมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ ในด้านการจัดการ ในข้อย่อยเรื่องกิจกรรมมีความหลากหลาย, บรรยากาศ สิ่งแวดล้อมดี, แบ่งสัดส่วนพื้นที่ได้อย่างเหมาะสม และประชาชนมาใช้บริการตามวัตถุประสงค์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 46 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะด้านการจัดการ รายการย่อยเรื่องกิจกรรมมีความหลากหลาย ของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างช่วงอายุ เปรียบเทียบเป็นรายคู่

อายุ	$\bar{x}$	10-20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41-60 ปี	60 ปีขึ้นไป
10 - 20 ปี	<b>4.08</b>	-	0.21	0.12	0.05	-0.26
21 - 30 ปี	<b>4.21</b>		-	-0.08	-0.15	-0.48*
31 - 40 ปี	<b>4.16</b>			-	-0.07	-0.39
41 - 60 ปี	<b>4.19</b>				-	-0.32
60 ปีขึ้นไป	<b>4.36</b>					-

\*  $p < .05$  ( $F_{.05(8,441)} = 2.46$ )

จากตารางที่ 46 แสดงให้เห็นว่า เมื่อทดสอบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ ด้านการจัดการในสวนสาธารณะ รายการย่อยเรื่องกิจกรรมมีความหลากหลาย ของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างช่วงอายุ เป็นรายคู่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นด้านกิจกรรมมีความหลากหลาย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุ 60 ปีขึ้นไป



ตารางที่ 47 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ ด้านการจัดการสวนสาธารณะ รายการย่อยเรื่องบรรยากาศสิ่งแวดล้อม ของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างช่วงอายุ เปรียบเทียบเป็นรายคู่

อายุ	$\bar{x}$	10-20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41-60 ปี	60 ปีขึ้นไป
10 - 20 ปี	4.08	-	-0.55*	-0.44*	-0.12	-0.39
21 - 30 ปี	4.21		-	0.11	0.49*	0.16
31 - 40 ปี	4.16			-	0.31*	0.04
41 - 60 ปี	4.19				-	-0.26
60 ปีขึ้นไป	4.36					-

\*  $p < .05$  ( $F_{.05(8,441)} = 2.46$ )

จากตารางที่ 47 แสดงให้เห็นว่า เมื่อทดสอบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ ด้านการจัดการในสวนสาธารณะ รายการย่อยเรื่องบรรยากาศสิ่งแวดล้อมดี ของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างช่วงอายุ เป็นรายคู่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นด้านบรรยากาศสิ่งแวดล้อม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง10-20ปีกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุระหว่าง21-30ปี  
 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง10-20ปีกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุระหว่าง31-40ปี  
 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง21-30ปีกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุระหว่าง41-60ปี  
 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง31-40ปีกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุระหว่าง41-60ปี

ศูนย์วิทยุโทรพยากร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 48 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะด้านการจัดการสวนสาธารณะรายการย่อยเรื่องการแบ่งสัดส่วนพื้นที่ได้อย่างเหมาะสม ของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างช่วงอายุ เปรียบเทียบเป็นรายคู่

อายุ	$\bar{x}$	10-20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41-60 ปี	60 ปีขึ้นไป
10 - 20 ปี	<b>4.08</b>	-	-0.17	0.12	-0.11	-0.25
21 - 30 ปี	<b>4.21</b>		-	0.30*	0.06	-0.07
31 - 40 ปี	<b>4.16</b>			-	-0.24	-0.37*
41 - 60 ปี	<b>4.19</b>				-	-0.13
60 ปีขึ้นไป	<b>4.36</b>					-

\*  $p < .05$  ( $F_{.05(8,441)} = 2.46$ )

จากตารางที่ 48 แสดงให้เห็นว่า เมื่อทดสอบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ ด้านการจัดการในสวนสาธารณะ รายการย่อยเรื่องการแบ่งสัดส่วนพื้นที่ได้อย่างเหมาะสม ของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างช่วงอายุ เป็นรายคู่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นด้านการแบ่งสัดส่วนพื้นที่ได้อย่างเหมาะสมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุ 60 ปีขึ้นไป

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 49 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะด้านการจัดการสวนสาธารณะรายการย่อยเรื่องประชาชนมาใช้งานตามวัตถุประสงค์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างช่วงอายุ เปรียบเทียบเป็นรายคู่

อายุ	$\bar{x}$	10-20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41-60 ปี	60 ปีขึ้นไป
10 - 20 ปี	<b>4.08</b>	-	0.02	-0.13	-0.23	-0.18
21 - 30 ปี	<b>4.21</b>		-	-0.15	-0.25	-0.20
31 - 40 ปี	<b>4.16</b>			-	-0.10	-0.05
41 - 60 ปี	<b>4.19</b>				-	0.04
60 ปีขึ้นไป	<b>4.36</b>					-

\*  $p < .05$  ( $F_{.05(8,441)} = 2.46$ )

จากตารางที่ 49 แสดงให้เห็นว่า เมื่อทดสอบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ ด้านการจัดการในสวนสาธารณะ รายการย่อยเรื่องประชาชนมาใช้งานตามวัตถุประสงค์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างช่วงอายุ เป็นรายคู่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นด้านประชาชนมาใช้งานตามวัตถุประสงค์ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 50 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ ด้านสถานที่ระหว่างช่วงอายุ

ด้านสถานที่	10-20ปี		21-30ปี		31-40ปี		41-60ปี		60ปีขึ้นไป		รวม		F	P
	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D		
1. มีป้ายชื่อสวนบริเวณทางเข้า	4.77	0.42	4.75	0.43	4.53	0.59	4.67	0.47	4.74	0.44	4.68	0.49	3.37	0.010*
2. มีแผนที่แผนผังแสดงขอบเขต	4.14	0.64	4.13	0.61	4.22	0.60	4.29	0.64	4.24	0.64	4.21	0.62	0.92	0.450
3. ความเหมาะสมต่อระยะทางระหว่างกิจกรรมกับสิ่งอำนวยความสะดวก	3.25	1.08	3.30	1.04	3.35	0.99	3.50	1.19	3.37	1.13	3.37	1.09	0.63	0.63
4. ป้ายแนะนำกิจกรรม	4.03	0.65	4.02	0.69	4.05	0.61	4.12	0.66	4.05	0.71	4.06	0.66	0.36	0.835
5. ถนนมีความกว้างตามมาตรฐาน	3.20	1.11	3.26	1.07	3.42	1.11	3.46	1.19	3.31	1.17	3.35	1.13	0.72	0.564
6. พื้นน้ำได้รับการดูแลอยู่เสมอ	3.85	0.67	3.76	0.67	4.00	0.70	3.94	0.66	3.81	0.72	3.89	0.68	1.67	0.155
7. พื้นที่จอดรถเพียงพอ	3.98	0.73	3.92	0.82	3.85	0.89	4.00	0.82	3.92	0.79	3.93	0.82	0.47	0.755
8. สนามหญ้าได้รับการดูแลอยู่เสมอ	4.03	0.65	4.01	0.66	4.11	0.65	4.13	0.65	4.05	0.68	4.08	0.65	0.58	0.676
<b>รวม</b>	<b>3.91</b>	<b>0.45</b>	<b>3.89</b>	<b>0.41</b>	<b>3.94</b>	<b>0.40</b>	<b>4.01</b>	<b>0.47</b>	<b>3.94</b>	<b>0.46</b>	<b>3.94</b>	<b>0.44</b>	<b>1.04</b>	<b>0.381</b>

\*  $p < .05$  ( $F_{.05(8,441)} = 2.46$ )

จากตารางที่ 50 แสดงให้เห็นว่า ผู้ใช้บริการสวนสาธารณะที่มีอายุแตกต่างกันจะมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ ในด้านสถานที่ ในข้อย่อยเรื่องป้ายชื่อสวนบริเวณทางเข้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นไม่พบความแตกต่าง



ตารางที่ 51 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ ด้านสถานที่ รายการย่อยเรื่องป้ายชื่อสวนบริเวณทางเข้า ของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างช่วงอายุ เปรียบเทียบเป็นรายคู่

อายุ	$\bar{x}$	10-20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41-60 ปี	60 ปีขึ้นไป
10 - 20 ปี	<b>3.91</b>	-	0.02	0.24	0.10	0.03
21 - 30 ปี	<b>3.89</b>		-	0.21	0.07	0.00
31 - 40 ปี	<b>3.94</b>			-	-0.14	-0.20
41 - 60 ปี	<b>4.01</b>				-	-0.06
60 ปีขึ้นไป	<b>3.94</b>					-

\*  $p < .05$  ( $F_{.05(8,441)} = 2.46$ )

จากตารางที่ 51 แสดงให้เห็นว่า เมื่อทดสอบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ ด้านสถานที่ รายการย่อยเรื่องป้ายชื่อสวนบริเวณทางเข้า ของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างช่วงอายุ เป็นรายคู่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็น ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 52 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ ด้านอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก ระหว่างช่วงอายุ

ด้านอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก	10-20ปี		21-30ปี		31-40ปี		41-60ปี		60ปีขึ้นไป		รวม		F	P
	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D		
1. อุปกรณ์เครื่องออกกำลังกายมีเพียงพอต่อการใช้งาน	3.23	0.93	3.22	0.94	3.27	0.85	3.48	0.91	3.22	0.96	3.30	0.92	1.44	0.219
2. อุปกรณ์เครื่องออกกำลังกายได้รับการดูแลอยู่เสมอ	3.46	0.82	3.37	0.78	3.45	0.85	3.63	0.83	3.41	0.85	3.48	0.83	1.42	0.228
3. จุดบริการร้านค้าเพียงพอ	4.13	0.56	4.15	0.59	4.15	0.57	4.09	0.60	4.16	0.54	4.13	0.57	0.21	0.933
4. ห้องน้ำเพียงพอและใช้งานได้	3.42	0.67	3.44	0.63	3.59	0.75	3.48	0.70	3.37	0.65	3.47	0.69	1.19	0.312
5. ห้องน้ำสะอาด	3.50	0.56	3.50	0.55	3.36	0.62	3.58	0.56	3.52	0.60	3.49	0.58	1.87	0.114
6. มีตู้โทรศัพท์และใช้งานได้	3.39	0.86	3.40	0.88	3.52	0.87	3.48	0.84	3.35	0.87	3.44	0.86	0.51	0.727
7. มีจุดบริการน้ำดื่ม	3.85	0.51	3.92	0.54	3.97	0.62	3.94	0.48	3.87	0.51	3.92	0.54	0.67	0.611
8. มีถังขยะเพียงพอ	4.11	0.63	4.14	0.61	4.07	0.71	4.12	0.76	4.07	0.64	4.10	0.68	0.13	0.971
<b>รวม</b>	3.64	0.39	3.65	0.36	3.67	0.37	3.72	0.41	3.62	0.41	3.67	0.39	0.99	0.408

p > .05

จากตารางที่ 52 แสดงให้เห็นว่า ผู้ใช้บริการสวนสาธารณะที่มีอายุแตกต่างกันจะมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ ในด้านด้านอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 53 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ ด้านบุคลิกกรในสวนสาธารณะระหว่างช่วงอายุ

ด้านบุคลิกกร	10-20ปี		21-30ปี		31-40ปี		41-60ปี		60ปีขึ้นไป		รวม		F	P
	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D		
1. มีศูนย์ให้คำแนะนำบริการ	3.50	0.53	3.55	0.52	3.69	0.62	3.63	0.54	3.59	0.53	3.60	0.56	1.41	0.228
2. เจ้าหน้าที่ในสวนฯมีความเป็นมิตร	3.69	0.56	3.71	0.53	3.65	0.54	3.76	0.56	3.74	0.52	3.71	0.54	0.62	0.650
3. บริการรวดเร็ว	3.58	0.49	3.60	0.49	3.63	0.54	3.65	0.47	3.66	0.47	3.63	0.49	0.37	0.831
4. มีความสุภาพ	3.61	0.61	3.60	0.61	3.69	0.55	3.70	0.55	3.65	0.62	3.65	0.58	0.52	0.722
<b>รวม</b>	<b>3.59</b>	<b>0.39</b>	<b>3.61</b>	<b>0.37</b>	<b>3.66</b>	<b>0.35</b>	<b>3.68</b>	<b>0.35</b>	<b>3.66</b>	<b>0.37</b>	<b>3.65</b>	<b>0.36</b>	<b>0.87</b>	<b>0.479</b>

p > .05

จากตารางที่ 53 แสดงให้เห็นว่า ผู้ใช้บริการสวนสาธารณะที่มีอายุแตกต่างกันจะมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ ในด้านบุคลิกกร ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 54 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ ด้านการประชาสัมพันธ์ในสวนสาธารณะระหว่างช่วงอายุ

ด้านการประชาสัมพันธ์	10-20ปี		21-30ปี		31-40ปี		41-60ปี		60ปีขึ้นไป		รวม		F	P
	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D		
1. มีการประชาสัมพันธ์เสียงตามสายในสวนสาธารณะ	3.48	0.74	3.47	0.77	3.40	0.73	3.49	0.72	3.50	0.74	3.46	0.74	0.23	0.920
2. มีการแจกเอกสารประชาสัมพันธ์	3.24	0.43	3.18	0.39	3.21	0.48	3.23	0.46	3.20	0.40	3.22	0.44	0.20	0.936
3. มีการโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ วิทยุ	3.29	0.55	3.21	0.46	3.22	0.53	3.29	0.51	3.26	0.52	3.25	0.51	0.43	0.788
4. มีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารทางอินเทอร์เน็ต	3.35	0.60	3.27	0.55	3.28	0.57	3.40	0.67	3.37	0.59	3.33	0.60	0.80	0.526
5. มีป้ายประกาศข่าวสารกิจกรรมต่างๆ	3.47	0.64	3.42	0.61	3.53	0.65	3.49	0.66	3.46	0.63	3.48	0.64	0.32	0.86
<b>รวม</b>	<b>3.37</b>	<b>0.42</b>	<b>3.31</b>	<b>0.37</b>	<b>3.33</b>	<b>0.45</b>	<b>3.38</b>	<b>0.46</b>	<b>3.36</b>	<b>0.39</b>	<b>3.35</b>	<b>0.42</b>	<b>0.37</b>	<b>0.828</b>

p > .05

จากตารางที่ 54 แสดงให้เห็นว่า ผู้ใช้บริการสวนสาธารณะที่มีอายุแตกต่างกันจะมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ ในด้านการประชาสัมพันธ์ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



ตารางที่ 55 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ ด้านความปลอดภัย ในสวนสาธารณะระหว่างช่วงอายุ

ด้านความปลอดภัย	10-20ปี		21-30ปี		31-40ปี		41-60ปี		60ปีขึ้นไป		รวม		F	P
	$\bar{X}$	S.D	$\bar{X}$	S.D	$\bar{X}$	S.D	$\bar{X}$	S.D	$\bar{X}$	S.D	$\bar{X}$	S.D		
1. มียามรักษาความปลอดภัยอย่างทั่วถึง	4.06	0.72	4.16	0.70	4.22	0.69	4.18	0.70	4.19	0.67	4.17	0.69	0.51	0.732
2. มีแสงสว่างเพียงพอในเวลากลางคืน	3.90	0.69	3.90	0.67	3.91	0.68	4.03	0.67	3.98	0.68	3.95	0.67	0.63	0.641
3. มีรั้วกั้นในบริเวณไม่ปลอดภัย	3.79	0.63	3.84	0.58	3.79	0.59	3.89	0.67	3.87	0.58	3.84	0.62	0.43	0.788
4. มีการแยกส่วนถนนและทางเดินเท้าอย่างเด็ดขาด	4.53	0.59	4.41	0.63	4.37	0.58	4.37	0.62	4.44	0.60	4.41	0.61	0.85	0.489
5. มีกาตรวจสายไฟ ปลั๊กไฟอยู่เสมอ	3.98	0.55	3.88	0.55	3.70	0.67	3.96	0.59	3.96	0.51	3.89	0.59	3.44	0.009*
6. ประตูเข้าออกในเวลากลางคืนมีทางเดียว	4.30	0.46	4.30	0.46	4.25	0.44	4.39	0.49	4.35	0.48	4.32	0.47	1.19	0.314
7. มีฝ่ายปฐมพยาบาลเบื้องต้น	4.13	0.42	4.07	0.47	4.19	0.47	4.20	0.50	4.18	0.48	4.16	0.47	1.05	0.383
8. ปราศจากคนจรจัด	4.24	0.53	4.16	0.54	4.03	0.61	4.32	0.56	4.29	0.53	4.20	0.57	4.07	0.003*
9. ปราศจากคนติดสิ่งเสพติด แหล่งมั่วสุม อบายมุข	4.08	0.66	4.06	0.69	4.07	0.75	4.20	0.65	4.05	0.68	4.10	0.69	0.83	0.505
<b>รวม</b>	<b>4.11</b>	<b>0.31</b>	<b>4.08</b>	<b>0.28</b>	<b>4.06</b>	<b>0.31</b>	<b>4.17</b>	<b>0.35</b>	<b>4.15</b>	<b>0.29</b>	<b>4.12</b>	<b>0.32</b>	<b>1.86</b>	<b>0.117</b>

\*  $p < .05$  ( $F_{.05(8,441)} = 2.46$ )

จากตารางที่ 55 แสดงให้เห็นว่า ผู้ใช้บริการสวนสาธารณะที่มีอายุแตกต่างกันจะมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ ในด้านความปลอดภัย ในเรื่องมีการตรวจสายไฟ ปลั๊กไฟอยู่เสมอ และข้อปราศจากคนจรจัด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกนั้นไม่พบความแตกต่าง

ตารางที่ 56 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ ด้านความปลอดภัยในสวนสาธารณะ รายการย่อยเรื่องมีการตรวจสอบสายไฟและปลั๊กไฟอยู่เสมอของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างช่วงอายุ เปรียบเทียบเป็นรายคู่

อายุ	$\bar{x}$	10-20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41-60 ปี	60 ปีขึ้นไป
10 - 20 ปี	<b>4.11</b>	-	0.09	0.28	0.02	0.02
21 - 30 ปี	<b>4.08</b>		-	0.18	-0.08	-0.07
31 - 40 ปี	<b>4.06</b>			-	-0.26*	-0.26
41 - 60 ปี	<b>4.17</b>				-	0.00
60 ปีขึ้นไป	<b>4.15</b>					-

\*  $p < .05$  ( $F_{.05(8,441)} = 2.46$ )

จากตารางที่ 56 แสดงให้เห็นว่า เมื่อทดสอบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ ด้านความปลอดภัยในสวนสาธารณะ รายการย่อยเรื่องมีการตรวจสอบสายไฟและปลั๊กไฟอยู่เสมอของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างช่วงอายุ เป็นรายคู่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุระหว่าง 41-60 ปี

ตารางที่ 57 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ ด้านความปลอดภัยในสวนสาธารณะ รายการย่อยเรื่องปราศจากคนจรจัด ของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างช่วงอายุ เปรียบเทียบเป็นรายคู่

อายุ	$\bar{x}$	10-20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41-60 ปี	60 ปีขึ้นไป
10 - 20 ปี	<b>4.11</b>	-	0.08	0.21	-0.08	-0.05
21 - 30 ปี	<b>4.08</b>		-	-0.13	-0.16	-0.13
31 - 40 ปี	<b>4.06</b>			-	-0.29*	-0.26
41 - 60 ปี	<b>4.17</b>				-	0.03
60 ปีขึ้นไป	<b>4.15</b>					-

\*  $p < .05$  ( $F_{.05(8,441)} = 2.46$ )

จากตารางที่ 57 แสดงให้เห็นว่า เมื่อทดสอบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ ด้านความปลอดภัยในสวนสาธารณะ รายการย่อยเรื่องปราศจากคนจรจัด ของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างช่วงอายุ เป็นรายคู่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุระหว่าง 41-60 ปี

### ตอนที่ 5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะอื่นๆที่มีต่อการใช้บริการสวนสาธารณะของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบปลายเปิด (Open end) ผู้วิจัยวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) โดยนำข้อความที่ผู้ตอบแบบสอบถามเขียนอธิบายมา จำนวน 86 คน มีปัญหาและข้อเสนอแนะอื่นๆ ผู้วิจัยพยายามจับประเด็นและนำประเด็นที่คล้ายคลึงกันมาจัดเป็นกลุ่มเดียวกัน ดังนี้

1. ควรมีการจัดกิจกรรมเสริม เช่น การแสดงดนตรี, การแสดงต่างๆ เพื่อเพิ่มความบันเทิง โดยมาการจัดอย่างต่อเนื่อง(6 คน)
2. ต้องการให้มีการประชาสัมพันธ์อย่างทั่วถึง(16)
3. ต้องการมีโต๊ะในการเล่นเกมฮอกกี้ ฮมากรุก และเก้าอี้ม้าหิน ในบริเวณใต้ต้นไม้ หรือในที่ร่ม (18 คน)
4. มีการทำความสะอาดห้องน้ำอยู่เสมอ (13 คน)
5. มีการรักษาความสะอาดของพื้นน้ำอยู่เสมอ (15 คน)
6. มีการจัดระเบียบการใช้งานตามวัตถุประสงค์ เพื่อมิให้เป็นที่อยู่ของคนจรจัด และมีให้เป็นแหล่งมั่วสุม (18 คน)



## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะของประชาชนในกรุงเทพมหานคร และเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะระหว่างเพศและอายุ รวมทั้งปัญหาและข้อเสนอแนะด้านต่างๆ เพื่อนำผลการศึกษาเป็นแนวทางในการวางแผน ปรับปรุง พัฒนาให้สามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนผู้ให้บริการได้มากขึ้น

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชาชนผู้ให้บริการสวนสาธารณะในกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน โดยเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม และทำการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ และสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percent) และค่าเฉลี่ย (Mean) ผู้วิจัยได้เปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ โดยการจำแนกตามเพศ ผู้วิจัยเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าที (t-test) และการจำแนกตามอายุ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way analysis of variance: ANOVA) กรณีพบค่าความแตกต่างเป็นรายคู่ ผู้วิจัยจะวิเคราะห์ความแตกต่างนั้นเป็นรายคู่ด้วยวิธีเชฟเฟ้ (Scheffe method) และนำเสนอข้อมูลในรูปของตาราง สามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ได้ดังนี้

#### สรุปผลการวิจัย

#### 1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากผลการวิจัยพบว่า จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน เป็นเพศชาย 200 คน คิดเป็นร้อยละ 50 และเป็นเพศหญิง 200 คน คิดเป็นร้อยละ 50 ซึ่งมีสัดส่วนเท่าๆกัน ส่วนใหญ่ อายุระหว่าง 21-30 ปี มีจำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.5 มีสถานภาพสมรส จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 48.3 มีระดับการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.5 มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 41.0 เป็นพนักงานบริษัทเอกชน / รับจ้างทั่วไปจำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 39.2

## 2. พฤติกรรมของผู้ใช้บริการสวนสาธารณะในกรุงเทพมหานคร

จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาสวนสาธารณะใช้ระยะทางน้อยกว่า 5 กิโลเมตร จำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 57.0 ส่วนใหญ่เดินทางมาสวนสาธารณะด้วยรถโดยสารประจำทาง จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36.2 ใช้เวลาในการเดินทางมาสวนสาธารณะประมาณ 11-20 นาที จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 38.2 โดยเลือกใช้บริการสวนสาธารณะเพราะสภาพแวดล้อมดี จำนวน 258 คน คิดเป็นร้อยละ 29.1 มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาสวนสาธารณะเพื่อการพักผ่อน จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.8 โดยตัดสินใจมาสวนสาธารณะด้วยตัวเอง จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 24.5 ส่วนใหญ่มาใช้บริการวันเสาร์-อาทิตย์ จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 46.80 ใช้สวนสาธารณะช่วงเวลา 16.00 – 21.00 น. จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 46.7 ใช้เวลาในสวนสาธารณะ 1-2 ชั่วโมง จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.7 ส่วนใหญ่ใช้บริการสวนสาธารณะ 2-3 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 41.5 และได้รับข้อมูลสวนสาธารณะจากป้ายประกาศ จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 32.8

## 3. ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ

ผลการวิจัยพบว่า ในภาพรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.79$ ) และเมื่อพิจารณารายด้านต่างๆ แล้วพบว่า ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการจัดการ ( $\bar{X} = 4.19$ ) รองลงมาได้แก่ ด้านความปลอดภัย ( $\bar{X} = 4.11$ ), ด้านสถานที่ ( $\bar{X} = 3.94$ ), ด้านอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก ( $\bar{X} = 3.67$ ), ด้านบุคลากร ( $\bar{X} = 3.65$ ), ด้านกิจกรรม ( $\bar{X} = 3.62$ ) ยกเว้น ด้านการประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.35$ )

## 4. การเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศและอายุ

4.1 การเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะระหว่างเพศชายและเพศหญิง ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิง มีความคิดเห็นที่มีต่อองค์ประกอบสวนสาธารณะ ในภาพรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณาในรายด้าน พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 5 ด้าน ได้แก่ ด้านการจัดการ, ด้านสถานที่, ด้านอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านบุคลากรผู้ให้บริการ

4.2 การเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะระหว่างช่วงอายุที่แตกต่างกัน ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามในช่วงอายุที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นที่มีต่อองค์ประกอบสวนสาธารณะ ในภาพรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณาในรายด้าน พบว่า มีความต้องการไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทาง

สถิติที่ระดับ .05 ทุกด้าน ยกเว้นด้านการจัดการ มีความต้องการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

### อภิปรายผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลและจากการสรุปผลการวิจัย เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะของประชาชนในกรุงเทพมหานคร สามารถนำประเด็นสำคัญมาอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

#### 1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากผลการวิจัยพบว่า จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดมีทั้งเพศชายและเพศหญิงจำนวนสัดส่วนเท่าๆกัน ส่วนใหญ่อายุระหว่าง 21-30 ปี มีสถานภาพสมรส มีระดับการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท สอดคล้องกับสิริกมล มะลิหอม (2546) ศึกษาการประเมินหลังการใช้งานของสวนสาธารณะเฉลิมพระเกียรติ 6 รอบพระชนมพรรษา(ฝั่งพระนคร) ผู้ใช้บริการสวนสาธารณะกระจายอยู่ในทุกช่วงอายุ โดยกลุ่มช่วงอายุ 21 – 30 ปี เป็นกลุ่มที่มีจำนวนผู้ให้บริการมากที่สุด ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด และมีรายได้ในช่วง 0 – 5,000 บาท

#### 2. พฤติกรรมของผู้ใช้บริการสวนสาธารณะในกรุงเทพมหานคร

จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาสวนสาธารณะใช้ระยะทางน้อยกว่า 5 กิโลเมตร ส่วนใหญ่เดินทางมาสวนสาธารณะด้วยรถโดยสารประจำทาง ใช้เวลาในการเดินทางมาสวนสาธารณะประมาณ 11-20 นาที โดยเลือกใช้บริการสวนสาธารณะเพราะสภาพแวดล้อมดี มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาสวนสาธารณะเพื่อการพักผ่อน ส่วนใหญ่มาใช้บริการวันเสาร์-อาทิตย์ ใช้สวนสาธารณะช่วงเวลา 16.00 – 21.00 น. ใช้เวลาในสวนสาธารณะ 1 - 2 ชั่วโมง ส่วนใหญ่ใช้บริการสวนสาธารณะ 2-3 ครั้ง/สัปดาห์ และได้รับข้อมูลสวนสาธารณะจากป้ายประกาศและไม่ได้รับข่าวสารประชาสัมพันธ์ในสวนสาธารณะ สอดคล้องกับชวนพิศ คุชฎีประเสริฐ (2539) ศึกษาแนวทางการวางแผนเพื่อการพัฒนาสวนสาธารณะชุมชนในเขตชั้นในของกรุงเทพมหานคร ที่ว่าการเดินทางส่วนใหญ่ใช้รถประจำทาง ระยะเวลาในการเดินทางประมาณ 15 นาที การตัดสินใจเลือกสวนสาธารณะจากสภาพแวดล้อมของสวน และส่วนใหญ่ใช้เวลาในช่วง 17.00 – 19.00 น. และประชาชนต้องการให้มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารในสวนสาธารณะ และสอดคล้องกับสิริกมล มะลิหอม (2546) ศึกษาการประเมินหลังการใช้งานของสวนสาธารณะเฉลิมพระเกียรติ 6 รอบพระชนมพรรษา(ฝั่งพระนคร) ที่ว่าช่วงเวลาที่มาใช้บริการมากที่สุด คือ 16.00 –

20.00 น. ส่วนใหญ่ใช้บริการในวัน เสาร์-อาทิตย์ มากที่สุด สาเหตุที่เลือกมาใช้บริการเพราะสภาพแวดล้อมดี และสอดคล้องกับ มานิต หวังเกียรติธรรม(2544) ศึกษาสภาพแวดล้อมทางภูมิทัศน์กับพฤติกรรมของผู้ใช้สวนสาธารณะระดับชุมชน ที่ว่าผู้มาใช้สวนสาธารณะส่วนใหญ่มาใช้งานคนเดียว และกับเพื่อน

### 3. ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ

ด้านกิจกรรม ผลการวิจัยพบว่า กิจกรรมกีฬาประเภททีม(ฟุตบอล บาสเกตบอล) ( $\bar{x} = 4.20$ ), กิจกรรมปิกนิก รับประทานอาหาร ( $\bar{x} = 4.06$ ), กิจกรรมเดินวิ่ง ( $\bar{x} = 3.97$ ), กิจกรรมแอโรบิก ไทเก๊ก ( $\bar{x} = 3.94$ ), กิจกรรมฟิตเนส ( $\bar{x} = 3.93$ ), กิจกรรมชมวิวธรรมชาติ ( $\bar{x} = 3.92$ ), กิจกรรมถ่ายภาพวาดภาพ ( $\bar{x} = 3.84$ ), กิจกรรมกีฬาประเภทเดี่ยว(สเกตบอร์ด) ( $\bar{x} = 3.75$ ), กิจกรรมชมรมในสวน ( $\bar{x} = 3.73$ ), กิจกรรมการฟังการแสดงดนตรี ( $\bar{x} = 3.65$ ), กิจกรรมอ่านหนังสือ ( $\bar{x} = 3.62$ ), กิจกรรมประกอบการศึกษา ( $\bar{x} = 3.54$ ), กิจกรรมให้อาหารสัตว์ ( $\bar{x} = 3.51$ ) และกิจกรรมนั่งเล่นนั่งคุย ( $\bar{x} = 3.50$ ) มีระดับความคิดเห็นมาก รองลงมาคือ กิจกรรมในสนามเด็กเล่น ( $\bar{x} = 3.39$ ), กิจกรรมเครื่องเล่น(จักรยานน้ำ เรือพาย) ( $\bar{x} = 3.17$ ), กิจกรรมนั่งสมาธิ ( $\bar{x} = 3.15$ ), การศึกษานอกโรงเรียน ( $\bar{x} = 3.14$ ) และกิจกรรมเล่นดนตรี ( $\bar{x} = 2.29$ ) มีระดับความคิดเห็นปานกลาง ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าการสนใจในกิจกรรมสวนสาธารณะนั้น มาจากความสนใจส่วนบุคคล ประสบการณ์ ความชอบต่างๆ สอดคล้องกับ สมบัติ กาญจนกิจ (2544) ที่กล่าวว่า นันทนาการเป็นศาสตร์ที่ว่าด้วยการพัฒนาคุณภาพชีวิต บุคคลและสังคม โดยใช้เวลาว่างหรือเวลาอิสระในการเข้าร่วม หนึ่งในความหมายนันทนาการคือ กิจกรรมที่มีรูปแบบที่หลากหลาย การที่บุคคลหรือชุมชนได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมตามความสนใจของตน แล้วก่อให้เกิดผลการพัฒนาอารมณ์สุข สนุกสนาน และ/หรือ สุขสงบ กิจกรรมในที่นี้หมายถึง กิจกรรมประเภทเกมกีฬา ศิลปะ ดนตรี กีฬาทำท่าย ฯลฯ และสาเหตุที่ผู้ให้บริการสวนสาธารณะส่วนใหญ่มีความสนใจในกิจกรรมกีฬาประเภททีมอาจเป็นเพราะสวนสาธารณะส่วนใหญ่ยังขาดในส่วนของพื้นที่สนามในการเล่นกีฬา และยังเป็นกีฬาที่เล่นเป็นกลุ่ม ซึ่งสอดคล้องกับสอดคล้องกับสิริกมล มะลิหอม (2546) ศึกษาการประเมินหลังการใช้งานของสวนสาธารณะเฉลิมพระเกียรติ 6 รอบพระชนมพรรษา(ฝั่งพระนคร) ที่ว่า ผู้ใช้สวนต้องการพื้นที่เล่นกีฬา คิดเป็นร้อยละ 45 ของคำตอบทั้งหมด จึงควรมีการวางผังเพื่อให้สามารถทำกิจกรรมกีฬาประเภทต่างๆ ได้ หรือจัดหาสนามกีฬาริเวณชุมชน

ด้านการจัดการ ผลการวิจัยพบว่า ในภาพรวมด้านการจัดการอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยของการจัดการด้านการแบ่งสัดส่วนพื้นที่ได้อย่างเหมาะสมมากที่สุด ผู้วิจัยมีความเห็นว่าการแบ่ง



สัดส่วนสวนสาธารณะที่ดี มีพื้นที่ในการออกกำลังกาย พื้นที่ในการพักผ่อน รวมถึงการจัดวางต้นไม้ ไม้ประดับ ฯลฯ ก่อให้เกิดดึงดูดใจให้มาใช้บริการ สอดคล้องกับสิริกมล มะลิหอม (2546) ศึกษาการประเมินหลังการใช้งานของสวนสาธารณะเฉลิมพระเกียรติ 6 รอบพระชนมพรรษา (ฝั่งพระนคร) ที่ว่าผู้ใช้รู้สึกพึงพอใจมากในเรื่องของ รูปลักษณะและบรรยากาศภายในสวน อาจเป็นไปได้ว่า ลักษณะรูปแบบที่ผู้ออกแบบเลือกใช้ ทำให้เกิดบรรยากาศที่น่าประทับใจแก่ผู้ใช้สวนและเฮสเตอร์ (Hester, 1975) ได้กล่าวไว้ว่า คุณภาพพื้นที่ ลักษณะของสภาพที่เกิดกิจกรรม และองค์ประกอบธรรมชาติ มีผลต่อการเลือกใช้พื้นที่ และสอดคล้องกับ ศิริวรรณเสรีรัตน์และคณะ (2541) กล่าวว่า สถานที่ในการให้บริการจะต้องสร้างความเชื่อมั่น และความสะดวกให้กับผู้ที่มาติดต่อ ต้องมีสถานที่กว้างขวาง ออกแบบให้เกิดความคล่องตัวแก่ผู้มาใช้บริการ มีที่นั่งเพียงพอ มีบรรยากาศที่สร้างความรู้สึกดี

ด้านสถานที่ ผลการวิจัยพบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยด้านป้ายชื่อสวนมากที่สุด ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ป้ายชื่อสวนเป็นสิ่งที่มีผลถึงสถานที่ได้ดี ทำให้ประชาชนได้รู้จักสถานที่ ทำให้ประชาชนทั้งในพื้นที่และผู้สัญจรได้ทราบว่าเป็นสวนสาธารณะ สอดคล้องกับนิลนุบล คล่องเวสสะ (2542) พบว่าการเข้าถึงเป็นหนึ่งในคุณลักษณะของสวนสาธารณะ เป็นสิ่งที่มีผลต่อการใช้พื้นที่สวน

ด้านอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก ผลการวิจัยพบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นสิ่งจำเป็นเพราะมนุษย์มีความต้องการความสะดวกสบาย ตอบสนองความต้องการพื้นฐานและความต้องการอื่นๆ ได้ เช่น เมื่อออกกำลังกายเสร็จแล้วต้องการซื้อน้ำหรืออาหาร, ต้องการเข้าห้องน้ำ, ต้องการยืมอุปกรณ์ เป็นต้น อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกจึงมีผลต่อความรู้สึกพอใจในการมาใช้สวนสาธารณะ ซึ่งมานิต หวังเกียรติธรรม (2544) สภาพแวดล้อมทางภูมิทัศน์กับพฤติกรรมของผู้ใช้สวนสาธารณะระดับชุมชน ที่ได้สัมภาษณ์ผู้ใช้สวนสาธารณะในเรื่องเงื่อนไขของพื้นที่ (Perceived Condition) ซึ่งการศึกษาหมายถึงเงื่อนไขด้านความรู้สึกของพื้นที่ทำกิจกรรมต่างๆ ในสวนสาธารณะ เช่น ความสมบูรณ์ของอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นสิ่งที่มีผลต่อความรู้สึกของการมาใช้สวนฯ และสอดคล้องกับ วินิจ วีรยางกูร (2532) ที่ให้แนวคิดไว้ว่า สิ่งอำนวยความสะดวกเป็นสิ่งสำคัญหรือปัจจัยที่จะลดบัลบาลให้สถานที่แห่งใดแห่งหนึ่งอยู่ในความนิยมของนักท่องเที่ยว

ด้านเจ้าหน้าที่ บุคลากร ของสวนสาธารณะในกรุงเทพมหานคร ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยมีค่าเฉลี่ยด้านเจ้าหน้าที่ที่มีความเป็นมิตรมากที่สุด ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ผู้มาใช้บริการสวนสาธารณะต้องการบริการที่ดีจากบุคลากรต่างๆ ในสวน ทั้งการติดต่อสอบถาม รวมถึงพนักงานที่อำนวยความสะดวกต่างๆ และการมีปฏิสัมพันธ์ที่



ดีต่อผู้ใช้สวนนั้น มีผลต่อการสร้างความรู้สึที่ดีต่อการมาใช้บริการ สอดคล้องกับ วัตต์ (Watt , 2006) ซึ่งกล่าวว่า บุคลากร คือ กุญแจทางการตลาดที่สำคัญในการติดต่อทางการตลาด สามารถสร้างความพึงพอใจและประสบการณ์ให้กับลูกค้าได้

ด้านการประชาสัมพันธ์ ของสวนสาธารณะในกรุงเทพมหานคร ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยประชาสัมพันธ์ทางป้ายประกาศ มากที่สุด ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ป้ายประกาศเป็นสิ่งที่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารกิจกรรมต่างๆ ที่ทำให้ผู้ที่มาใช้บริการหรือ ประชาชนระแวกนั้นรวมถึง ผู้เดินทางผ่าน ได้ทราบข่าวสารของสวนสาธารณะนั้นๆ สอดคล้องกับสิริกมล มะลิหอม(2546) กล่าวว่า ป้ายทางเข้ามีส่วนในการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนทั่วไปได้รู้จักสวนสาธารณะซึ่งในปัจจุบันมีการสร้างสิ่งปลูกสร้างมากมาย สภาพการจราจรเล่นผ่านประกอบกับลักษณะทางเข้าไม่มีจุดเด่น จึงควรเพิ่มจุดสนใจโดยอาจมีการเพิ่มการประชาสัมพันธ์โดยจัดกิจกรรมในโอกาสพิเศษต่างๆ

ด้านความปลอดภัย ของสวนสาธารณะในกรุงเทพมหานคร ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยมีค่าเฉลี่ยด้านมีการแยกส่วนถนนและทางเดินเท้าอย่างเด็ดขาด มากที่สุด ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า การแยกส่วนทางเดินถนนและทางเดินเท้า ทำให้ผู้ใช้บริการรู้สึกปลอดภัยในการทำกิจกรรมต่างๆ สอดคล้องกับ Ruteledge (1986) กล่าวว่า ความรู้สึกปลอดภัยต่อการใช้พื้นที่สาธารณะเป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดความรู้สึกดีต่อการใช้สวน

**การเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะด้านกิจกรรมในสวนสาธารณะ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างเพศและอายุ**

การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความสนใจในกิจกรรมในสวนสาธารณะของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างเพศหญิงและเพศชาย ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิงมีความสนใจในกิจกรรมสวนสาธารณะในภาพรวมไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อเปรียบเทียบรายการย่อย พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 8 รายการ คือ กิจกรรมนั่งเล่นนั่งคุย, กิจกรรมเครื่องเล่น (จักรยานน้ำเรือพาย), กิจกรรมในสนามเด็กเล่น, กิจกรรมฟิตเนส, กิจกรรมถ่ายภาพวาดภาพและ กิจกรรมปิกนิก รับประทานอาหาร เป็นกิจกรรมที่เพศหญิงมีความสนใจมากกว่าเพศชาย และด้านกิจกรรมกีฬาประเภทเดี่ยวและกิจกรรมกีฬาประเภททีมเป็นกิจกรรมที่เพศชายให้ความสนใจมากกว่าเพศหญิง ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า เพศหญิงจะชอบพูดคุย และทำกิจกรรมที่ออกแรงไม่มาก ต่างจากเพศชายที่มีแรงมากกว่าชอบออกกำลังกายแบบออกแรง อาจเป็นเพราะความชอบความสนใจลักษณะสระรีระ ความแข็งแรงของกล้ามเนื้อ ซึ่งสอดคล้องกับมานิต หวังเกียรติธรรม(2544) สภาพแวดล้อมทางภูมิทัศน์กับพฤติกรรมของผู้ใช้สวนสาธารณะระดับชุมชน ที่ว่า ผลการจำแนก

ผู้ใช้สวนตามเพศ โดยภาพรวมแล้วเพศชายให้ความสนใจกับกลุ่มกิจกรรมออกแรงมากกว่าเพศหญิง ซึ่งเพศหญิงจะให้ความสนใจกับกิจกรรมประเภทผ่อนคลายมากกว่า

การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความสนใจในกิจกรรมในสวนสาธารณะ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างช่วงอายุที่แตกต่างกัน ผลการวิจัยพบว่า มีความต้องการไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณาในรายด้าน พบว่า มีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 ได้แก่ด้านกิจกรรมเดินวิ่ง,กิจกรรมชมวิวธรรมชาติ, กิจกรรมเล่นดนตรี, กิจกรรมการฟังการแสดงดนตรี, กิจกรรมประเภทเครื่องเล่น,กิจกรรมเดินวิ่ง, กิจกรรมกีฬาประเภทเดี่ยว และกิจกรรมกีฬาประเภททีม ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่าอายุที่ต่างกันย่อมมีประสบการณ์และความต้องการที่แตกต่างกัน ทั้งนี้เนื่องมาจาก พัฒนาการท่าร่างการของบุคคลในช่วงวัยต่างๆซึ่งวัยรุ่นจะเป็นช่วงการเปลี่ยนแปลงของร่างกายทั้งด้านน้ำหนักและส่วนสูงที่เพิ่มขึ้น และจะมีการพัฒนาทางสังคมคือเป็นวัยที่ค้นหาเอกลักษณ์ของตนเอง ต้องการการยอมรับ จึงสนใจกิจกรรมที่สร้างความสนุกสนาน หรือกิจกรรมกีฬาออกแรงมาก ส่วนวัยผู้ใหญ่จะเป็นช่วงที่รับผิดชอบสูงในการทำงานแต่วัยผู้ใหญ่ตอนปลายหรือวัยชรา จะเป็นวัยที่ประสิทธิภาพการทำงานของร่างกายลดเสื่อมลง กระดูกเปราะและการทำงานของสมองก็ลดลงจึงเป็นวัยที่ควรหันมาใส่ใจสุขภาพอย่างมาก แต่จะสนใจในกิจกรรมที่ใช้แรงน้อย เช่นการเดินวิ่ง เป็นต้น สอดคล้องกับ จันทร พ่องศรี (2527) กล่าวว่า นันทนาการ คือ กิจกรรมต่างๆที่สร้างความสัมพันธ์ให้กับสิ่งแวดล้อม หรือสภาวะการณั้ นั้นๆ ทั้งนี้ย่อมขึ้นอยู่กับความสนใจและประสบการณ์ของแต่ละบุคคล นันทนาการเปิดโอกาสให้ทุกคนได้แสดงความพอใจ ความต้องการของมนุษย์ตาม สรีระกายวิภาคและจิตวิทยานันทนาการ (Recreation) เป็นศาสตร์ที่ว่าด้วยการพัฒนาคุณภาพชีวิตของบุคคลและสังคม โดยใช้เวลาว่างหรือเวลาอิสระเข้าร่วมกิจกรรม ในรูปแบบที่หลากหลายตามความสมัครใจและสนใจ และสอดคล้องกับ วิสิฐ วงษ์เขียว (2551) ศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับส่วนผสมการตลาดของสวนสนุกไทย:กรณีศึกษา สวนสยาม พบว่า ความต้องการของช่วงอายุที่ต่างกัน มีความต้องการใช้บริการเล่นเครื่องแตกต่างกัน

**การเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อองค์ประกอบสวนสาธารณะ ระหว่าง เพศ และอายุ**

การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างเพศชายและเพศหญิง ผลการวิจัยพบว่า ในภาพรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณาในรายด้าน พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเพศหญิงให้ความสำคัญในองค์ประกอบสวนสาธารณะด้านด้านการจัดการ,ด้านสถานที่,ด้านอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก ผู้วิจัยมีความเห็นว่า เพศหญิง

เป็นเพศที่ละเอียดอ่อน ชอบจดจำรายละเอียด ก่อให้เกิดอารมณ์ความรู้สึกต่างๆ ได้มากกว่าเพศชาย สอดคล้องกับ อูมาพร ตรังสมบัติ, 2547 ที่ว่าเพศหญิงจะถือความรู้สึกเป็นสำคัญ ชอบจดจำรายละเอียด มีความละเอียดอ่อนและเป็นเพศที่แสดงออกด้านอารมณ์ความรู้สึกมากกว่าเพศชาย

การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ระหว่างช่วงอายุที่แตกต่างกัน ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามในช่วงอายุที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบสวนสาธารณะ ในภาพรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณาในรายด้าน พบว่า มีความต้องการไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทุกด้าน ยกเว้นด้านการจัดการ และเมื่อจำแนกตามอายุ เป็นรายกลุ่ม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นด้านการจัดการในสวนสาธารณะ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 1 คู่ ได้แก่ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 10-20 ปี กับ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุ 60 ปีขึ้นไป ผู้วิจัยมีความเห็นว่า อาจเป็นเพราะสวนสาธารณะในปัจจุบันมีการพัฒนาให้ทันสมัยขึ้นซึ่งผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกันอาจมีความคิดเห็นต่างกัน ซึ่งสิริกมล มะลิหอม (2546) ศึกษาการประเมินหลังการใช้งานของสวนสาธารณะเฉลิมพระเกียรติ 6 รอบพระชนมพรรษา (ฝั่งพระนคร) พบว่า ผู้ใช้บริการสวนพึงพอใจต่อรูปแบบ สภาพบรรยากาศภายในสวนมาก อาจเนื่องมาจากสภาพที่ตั้งของสวนที่อยู่ติดริมแม่น้ำ ลมเย็น สภาพพื้นที่โล่งเขียว และการนำเอาลักษณะการจัดการสวนแบบสมัยใหม่ (Modern landscape) มาใช้

### ข้อเสนอแนะ

ในการวิจัยครั้งนี้ได้แบ่งข้อเสนอแนะ เป็น 3 ส่วนคือ

- 1.1 ข้อเสนอแนะจากการวิจัยครั้งนี้
- 1.2 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย
- 1.3 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

### ข้อเสนอแนะจากการวิจัยครั้งนี้

1. สวนสาธารณะควรให้ความสำคัญกับการจัดการสวนฯ ด้านการแบ่งสัดส่วนพื้นที่ ให้เป็นโซนกิจกรรมประเภทต่างๆ และจัดการบรรยากาศในสวนฯ ให้สวยงามร่มรื่น เพราะเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการมาใช้บริการมากที่สุด
2. กรุงเทพมหานครควรมีการประชาสัมพันธ์ให้มีผู้มาใช้มากขึ้น ทั้งด้านการเพิ่มสื่อในวิทยุ โทรทัศน์ ฯลฯ และควรทำป้ายให้เด่นชัดทั้งป้ายชื่อสวน และป้ายประกาศต่างๆ เพื่อเป็นเผยแพร่ข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ให้มีผู้ใช้บริการมากขึ้น

3. สวนสาธารณะควรมีการเพิ่มม้านั่ง โต๊ะชุด ตู้โทรศัพท์ ห้องน้ำ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้งาน
4. สวนสาธารณะควรมีการดูแลรักษาความสะอาด บริเวณพื้นน้ำ จุดบริการร้านค้า และห้องน้ำในสวนสาธารณะ
5. สวนสาธารณะควรมีการดูแลรักษาความปลอดภัยโดยเพิ่มไฟในที่มืด ทั้งภายในและบริเวณโดยรอบสวนสาธารณะ

### ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. ผู้อำนวยการสวนสาธารณะควรมีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารในสวนสาธารณะ และประชาสัมพันธ์ในด้านของการใช้สถานที่ของภาคเอกชนเพื่อให้มีผู้มาใช้บริการมากขึ้นและควรมีการติดต่อสื่อสารกับผู้ให้บริการ เกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อสวนสาธารณะในด้านต่างๆ ทั้งด้านความต้องการ การแก้ปัญหาจากการใช้บริการ เพื่อทราบถึงปัญหาและความต้องการของผู้ใช้สวนสาธารณะ โดยตรง

2. กรุงเทพมหานครควรมีการประชาสัมพันธ์จุดเด่นของสวนสาธารณะต่างๆ เพื่อเป็นจุดดึงดูดในการใช้บริการ และเป็นประโยชน์ในด้านการท่องเที่ยว

3. กรุงเทพมหานคร ควรมีนโยบายด้านความปลอดภัยในการใช้บริการ เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้ให้บริการ ตั้งแต่การสร้างภาพลักษณ์ที่ดี การสร้างความน่าเชื่อถือและความปลอดภัยโดยใช้มาตรการรักษาความปลอดภัยต่างๆ ได้แก่ เพิ่มป้ายเตือนข้อปฏิบัติและวิธีการใช้งานเครื่องมือต่างๆ รวมถึงการเพิ่มไฟในจุดที่มีดหรือจุดเสี่ยงทั้งในสวนสาธารณะและบริเวณโดยรอบ

4. ทางกรุงเทพมหานครควรมีการส่งเสริมการเดินทางคมนาคมมายังสวนสาธารณะ เพื่อความสะดวกสะดวกของผู้ใช้บริการ

5. กรุงเทพมหานครควรมีการร่วมมือกับฝ่ายที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและภาคเอกชนจัดหาพื้นที่สวนสาธารณะในแหล่งชุมชนในระยะเดินเท้า เพื่อการใช้งานที่สะดวกและสุขภาพของประชาชน

### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาวิจัยความต้องการสวนสาธารณะในเขตกรุงเทพฯที่มีความหนาแน่น
2. ควรมีการศึกษากิจกรรมที่เหมาะสมกับประชาชนในกรุงเทพมหานคร โดยวิจัยประโยชน์ของกิจกรรมที่เหมาะสมกับกลุ่มคนที่มาใช้บริการ



## รายการอ้างอิง

### ภาษาไทย

กลุ่มงานวิชาการสวนและต้นไม้ สำนักงานสวนสาธารณะ. สถิติผู้ใช้บริการสวนสาธารณะ. (ม.ป.ท.), 2552.

กฤษ อัจฉริยาภิรมย์. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการนันทนาการของสวนวชิรเบญจทัศ

กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขานันทนาการ ภาควิชาพลศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2550.

จรินทร์ ธานีรัตน์. นันทนาการชุมชน. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์, 2519.

จันทร์ ผ่องศรี. นันทนาการ. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2527.

ฉัตรยาพร เสมอใจ. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น, 2550

เฉลิมพล ต้นสกุล. พฤติกรรมศาสตร์สาธารณสุข. กรุงเทพฯ : สามัญนิติบุคคลสหประชา พาณิชย์, 2541.

ชวนพิศ ดุษฎีประเสริฐ. แนวทางการวางแผนเพื่อการพัฒนาสวนสาธารณะชุมชนในเขตชั้นในของ กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ภาควิชาการวางแผนภาคและเมือง บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

ชนิด วงศ์ศรีขลาสัย. การประยุกต์ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์เพื่อกำหนดพื้นที่สำหรับพัฒนา เป็นสวนสาธารณะในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ภาควิชา ภูมิศาสตร์ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.

นิลบล คล่องเวสสะ. เอกสารประกอบการสอนวิชาวางแผนและออกแบบสวนสาธารณะและ นันทนาการ กรุงเทพมหานคร. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, (ม.ป.ท.), 2542

บุญชม ศรีสะอาด. การวิจัยเบื้องต้น. บทความ. กรุงเทพฯ: อภิชาติการพิมพ์, 2532.

พิชา พิทยขจรวุฒิ. เอกสารประกอบการสัมมนา. กรมป่าไม้, (ม.ป.ท.), 2531

พงษ์ไพบุลย์ ศิวาราวาเวทย์. ความคิดเห็นของประชาชนในเมืองต่อสวนสาธารณะ : ศึกษากรณีผู้มา ใช้สวนสาธารณะกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาสิ่งแวดล้อม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล, 2528.

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน, 2525

ไพบุลย์ เทวรักษ์. จิตวิทยาการศึกษาพฤติกรรมภายในและภายนอก. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2526.

มานิต หวังเกียรติธรรม. สภาพแวดล้อมทางภูมิทัศน์กับพฤติกรรมของผู้ใช้สวนสาธารณะระดับชุมชน.

- วิทยานิพนธ์ปริญญาโท ภาควิชาสาขาวิชาภูมิสถาปัตยกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.
- รัชฎาภรณ์ ขวัญปัญญา. ความคาดหวังของผู้รับบริการและความพึงพอใจในงานบริการเปิดรับข่าวเชิงสัมพันธ์ภาพของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.
- รุ่งโรจน์ คล่องศิริเวช. พฤติกรรมและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้สนามกอล์ฟในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2544.
- วชิราภรณ์ โลหะชาละ. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการเลือกใช้บริการที่พักในจังหวัดเชียงราย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท ภาควิชาการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2548.
- วัชร น้อยพิทักษ์. ความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อสิ่งอำนวยความสะดวก การให้บริการและรูปแบบในการใช้ประโยชน์ในสวนสาธารณะ : ศึกษากรณีผู้มาใช้สวนสาธารณะในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท ภาควิชาวิทยาศาสตร์สิ่งแวดล้อม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2536.
- วนิดา แก้วเนตร. ปัจจัยในการเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึกประเภทหัตถกรรมพื้นบ้านของนักท่องเที่ยว. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท ภาควิชาการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2545.
- วิมลสิทธิ์ หรยางกูร. พฤติกรรมมนุษย์กับสิ่งแวดล้อม. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2526.
- วิมลสิทธิ์ หรยางกูร, นิลุบล คล่องเวสสะ. พฤติกรรมนันทนาการกับสภาพการใช้พื้นที่สาธารณะภายในชุมชนอยู่อาศัยของการเคหะแห่งชาติ. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ, 2542.
- วินิจ วีรยางกูร. การจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. : ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะเศรษฐศาสตร์ และการบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2533.
- วิสิฐ วงษ์เชียว. การศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดของสวนสนุกไทย: กรณีศึกษา สวนสยาม. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท ภาควิชาวิทยาศาสตร์การกีฬาสำนักวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2551
- ศิริพรรณ ทวีสุข. ความต้องการพื้นที่สีเขียวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. การประชุมสัมมนาประจำปี ครั้งที่ 1 เรื่องคุณภาพชีวิตของคนเมือง

หลวง, กรุงเทพฯ 2533.

ศิริพรรณ ทวีสุข และชัยณรงค์ เต็มสาระ. ความคิดเห็นของชาวกรุงเทพมหานครที่มีต่อ  
สวนสาธารณะ, วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, ภาควิชาวิทยาศาสตร์สิ่งแวดล้อม  
คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2536.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : พัฒนาศึกษา, 2538.

ศิริกมล มะลิหอม. การประเมินหลังการใช้งานของสวนสาธารณะเฉลิมพระเกียรติ 6 รอบ  
พระชนมพรรษา(ฝั่งพระนคร). วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ภาควิชาภูมิสถาปัตยกรรม  
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546.

เสรี วงษ์มณฑา. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร : ชีระฟิล์มและไซเทกซ์, 2542.

สุรเชษฐ์ เชษฐมาศและคณะ. การศึกษารูปแบบและขนาดที่เหมาะสมของพื้นที่สวนสาธารณะใน  
เขตกรุงเทพมหานคร. ภาควิชาอนุรักษวิทยา คณะวนศาสตร์ มหาวิทยาลัย  
เกษตรศาสตร์, 2537.

สุวัฒนา ชาดานิติ. ความเป็นเมืองและการขาดแคลนพื้นที่สีเขียวของกรุงเทพมหานคร. ในเอกสาร  
ประกอบการสัมมนาสิ่งแวดล้อม 34 การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของ  
ประเทศไทย ครั้งที่ 2, หน้า 613-618. 15-16 มิถุนายน 2534 กรุงเทพฯ.

สมจิต โยชะคง. การวางผังตกแต่งบริเวณ. กรุงเทพฯ: บารุงสาส์น, 2530

สมบัติ กาญจนกิจ. นันทนาการและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ทำมาดี,  
2544.

อมรรัตน์ กฤตยานวัช. การศึกษาเพื่อวางแผนทางจัดหาสวนสาธารณะในกรุงเทพมหานครในแง่ของ  
การผังเมือง, วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ภาควิชาการวางผังเมือง คณะสถาปัตยกรรม  
ศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2526.

อัน นิมมานเหมินทร์. การวางแผนเมืองระบบขยายความเจริญของนครหลวง. ในรายงานการ  
สัมมนาปัญหาหนครหลวง, กรุงเทพมหานคร, 2515

อาชัญญา รัตนอุบล และคณะ. การจัดการเรียนรู้ของแหล่งการเรียนรู้ตลอดชีวิต :สวนสาธารณะ.  
กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ห้างหุ้นส่วนจำกัด วิ.ที.ซี. คอมมิวนิเคชั่น32, 2548.

อุมาพร ตรังคสมบัติ. สร้าง E.O ให้ชีวิตคู่. กรุงเทพฯ: ชันด้าการพิมพ์, 2547.

เอี่ยมพร วิสมหมาย. สวนสาธารณะและสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์  
อักษรพิทยา, 2527.

### ภาษาอังกฤษ

- Benjamin, B. W. Dictionary of behavioral science. London: Macmillan Press, 1975.
- Brightbill, C.K. and Mayer U. Principles of health, physical education, and recreation.  
New York: Ronald Press, 1972.
- Chen, Brendan Tai – Heng. Analysis of leisure and tourism behaviors of international and American graduate recreation majors in the Central United States. [Online]. 2007. Available from: [http://www.tkc.go.th/thesis/abstract\\_eng.asp?item\\_id=87](http://www.tkc.go.th/thesis/abstract_eng.asp?item_id=87) [2008, October 10]
- Doell, C.E. and Twardzik, L.F. Elements of Park and Recreation Administration. Minneapolis : Burgess Publishing, 1973.
- Ealine, R. Satisfaction of Tourist in Private Park and Recreation in New York. Dissertation Abstracts International. 44(10) April, 1984.
- Hester, R.T. Neighborhood Space. Pennsylvania: Hutchinson & Ross, 1975
- Kraus, R. Recreation and Leisure in Modern Society. New York : Prentice-Hall, Inc, 1971.
- Marcus, C.C. and Francis, C. eds. People Places: Design Guidelines for Urban Open Space. Van Nostrand Reinhold, 1990
- Maslow, A. H. Motivation and Personality. New York: Harper & Row , 1994.
- Northam, R.M. Urban Geography. 2<sup>nd</sup> ed. New York : John Wiley & Sons, 1979.
- Ordway, T. T. Art of leadership. New York: Mc Graw-Hill, 1974.
- Rutledge, A.J. A Visual Approach to Park Design. New York: John Wiley & Sons, 1985
- Watt, David C. Sports Management and Administration. 2<sup>nd</sup> ed., London: Routledge Taylor and Francis Group, 2006.
- Wittick, A. Encyclopedia of Urban Planing. New York : McGraw-hill, 1974.
- Yamane T.. Statistics : an introductory analysis. New York: Harper & Row, 1973.





ภาคผนวก

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

เลขที่ .....

สวน.....

วันที่..... เดือน.....

แบบสอบถามงานวิทยานิพนธ์เพื่อสอบในการสำเร็จการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา  
สำนักวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้ เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลงานวิทยานิพนธ์ในการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา สำนักวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยเท่านั้น โดยผู้วิจัยจะเก็บเป็นความลับ งานวิทยานิพนธ์ที่ผู้วิจัยศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะของประชาชนในกรุงเทพมหานคร”อันจะเป็นประโยชน์ในการใช้เป็นแนวทางการวางแผน ปรับปรุง และพัฒนาสวนสาธารณะต่อไป ขอความกรุณาท่านตอบตามความเป็นจริง

แบบสอบถามมีทั้งสิ้น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสวนสาธารณะในกรุงเทพมหานคร  
จำนวน 11 ข้อ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะ ในเรื่องรูปแบบกิจกรรมและปัจจัยด้านต่างๆของสวนสาธารณะ จำนวน 57 ข้อ

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

ขอความกรุณาท่านอ่านคำชี้แจงแต่ละตอนให้เข้าใจและกรุณาตอบแบบสอบถามทุกข้อ  
ผู้วิจัยขอขอบพระคุณที่ท่านกรุณาให้ข้อมูลในการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้เป็นอย่างยิ่ง

## แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสวนสาธารณะของประชาชนในกรุงเทพมหานคร”

คำชี้แจง

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ( ) ตามความเป็นจริง

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

- ( ) 1.ชาย                      ( ) 2.หญิง

2. อายุ

- ( ) 1. อายุ 10 - 20 ปี                      ( ) 2. อายุ 21 – 30 ปี  
 ( ) 3. อายุ 30 – 40 ปี                      ( ) 4. อายุ 40 – 60 ปี  
 ( ) 5. อายุมากกว่า 60 ปี

3. สถานภาพ

- ( ) 1.โสด                      ( ) 2.สมรส                      ( ) 3.หย่าร้าง

4. ระดับการศึกษาสูงสุด

- ( ) 1. ประถมศึกษา                      ( ) 2. มัธยมศึกษาตอนต้น  
 ( ) 3. มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.                      ( ) 4. อนุปริญญา/ปวส.  
 ( ) 5.ปริญญาตรี                      ( ) 6.สูงกว่าปริญญาตรี

5. รายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน

- ( ) 1. ต่ำกว่า 10,000 บาท                      ( ) 2. 10,000 - 15,000 บาท  
 ( ) 3. 15,001 - 20,000 บาท                      ( ) 4. 20,001 – 25,000 บาท  
 ( ) 5. 25,000 บาทขึ้นไป

6. อาชีพปัจจุบัน

- ( ) 1.นักเรียน / นักศึกษา                      ( ) 2.ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ  
 ( ) 3.พนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้างทั่วไป                      ( ) 4.นักธุรกิจ / ประกอบธุรกิจส่วนตัว  
 ( ) 5.แม่บ้าน                      ( ) 6.อื่นๆ (โปรดระบุ).....

**ตอนที่ 2 พฤติกรรมของผู้ใช้บริการสวนสาธารณะในกรุงเทพมหานคร**

**คำชี้แจง** โปรดทำเครื่องหมาย / ลงใน ( ) ที่ตรงความคิดเห็นของท่านมากที่สุดและเติมคำตอบในช่องว่าง

**1.ระยะทางที่ท่านเดินทางมาสวนสาธารณะ**

- ( ) 1. น้อยกว่า 5 กิโลเมตร ( ) 2. 5-10 กิโลเมตร  
( ) 3. 10-15 กิโลเมตร ( ) 4. มากกว่า 15 กิโลเมตร

**2.ท่านเดินทางมาใช้บริการสวนสาธารณะโดยวิธีใด**

- ( ) 1.เดิน ( ) 2. รถจักรยาน  
( ) 3.รถจักรยานยนต์ ( ) 4.รถยนต์ส่วนตัว  
( ) 5.รถโดยสารประจำทาง ( ) 6.รถแท็กซี่/สามล้อ ( ) 7.อื่นๆ .....

**3.ระยะเวลาที่ท่านเดินทางมาใช้บริการสวนสาธารณะแห่งนี้**

- ( ) 1. ต่ำกว่า 10 นาที ( ) 2. 10-20 นาที ( ) 3. 20-30 นาที  
( ) 4. 30-60 นาที ( ) 5. มากกว่า 1 ชั่วโมง

**4.เหตุใดท่านจึงเลือกใช้บริการสวนสาธารณะแห่งนี้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)**

- ( ) 1. ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน ( ) 2. เดินทางสะดวก ( ) 3. ชอบกิจกรรม  
( ) 4. สภาพแวดล้อมดี ( ) 5. อื่นๆ.....

**5.วัตถุประสงค์หลักที่ทำให้ท่านเดินทางมาใช้บริการสวนสาธารณะคือ**

- ( ) 1.เพื่อการพักผ่อน  
( ) 2.เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้  
( ) 3.เพื่อออกกำลังกาย  
( ) 4.เข้าร่วมกิจกรรมพิเศษ  
( ) 5.ฆ่าเวลา  
( ) 7.อื่นๆ โปรดระบุ.....

**6. บุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสวนสาธารณะของท่านมากที่สุด**



- ( ) 1. ตัวท่านเอง ( ) 2. ครอบครัว ( ) 3. ครู,อาจารย์  
 ( ) 4. เพื่อน ( ) 5. อื่นๆ โปรดระบุ.....

7. วันที่ท่านมาใช้บริการสวนสาธารณะเป็นประจำคือ

- ( ) 1. วันธรรมดา ( ) 2. วันเสาร์-อาทิตย์  
 ( ) 3. วันหยุด ( ) 4. ไม่แน่นอน

8. ช่วงเวลาใดที่ท่านมาใช้บริการเป็นส่วนใหญ่

- ( ) 1. 5.00-8.00น. ( ) 2. 8.00-12.00น.  
 ( ) 3. 12.00-16.00น. ( ) 4. 16.00-21.00น.

9. ท่านใช้เวลาอยู่ในสวนแห่งนี้ครั้งละประมาณ

- ( ) 1. ไม่เกิน 30 นาที ( ) 2. 30-60 นาที  
 ( ) 3. 1-2 ชั่วโมง ( ) 4. 2 ชั่วโมงขึ้นไป

10. ท่านใช้บริการสวนสาธารณะบ่อยเพียงใด

- ( ) 1. ไม่แน่นอน ( ) 2. 1 ครั้ง/สัปดาห์  
 ( ) 3. 2-3 ครั้ง/สัปดาห์ ( ) 4. มากกว่า 3 ครั้ง/สัปดาห์

11. ท่านได้รับข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมสวนสาธารณะจากสื่อใดมากที่สุด

- ( ) 1. หนังสือพิมพ์ , นิตยสาร, วารสารการท่องเที่ยว  
 ( ) 2. รายการทางโทรทัศน์, วิทยุ  
 ( ) 3. แผ่นพับ, ใบปลิว , ไปสเตอร์  
 ( ) 4. อินเทอร์เน็ต  
 ( ) 5. เสียงตามสาย  
 ( ) 6. ป้ายประกาศ  
 ( ) 7. เพื่อน  
 ( ) 8. อื่นๆ โปรดระบุ.....

ตอนที่ 3 ปัจจัยด้านรูปแบบกิจกรรมและองค์ประกอบสวนสาธารณะที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ

สวนสาธารณะ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย  ลงในช่อง  ตามระดับความสนใจของท่านมากที่สุด

รูปแบบกิจกรรมในสวนสาธารณะ	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)
1.กิจกรรมนั่งเล่น,นั่งคุย					
2.กิจกรรมชมวิว ธรรมชาติ					
3.กิจกรรมเล่นดนตรี					
4.กิจกรรมฟังการแสดงดนตรี					
5.กิจกรรมเล่นเครื่องเล่น(จักรยานน้ำ,เรือพาย)					
6.กิจกรรมในสนามเด็กเล่น					
7.กิจกรรมเดิน วิ่งออกกำลังกาย					
8.กิจกรรมเล่นกีฬาประเภทเดี่ยว(สเกตบอร์ดฯลฯ)					
9.กิจกรรมเล่นกีฬาเป็นทีม(บาสฯ,ฟุตบอลฯลฯ)					
10.กิจกรรมออกกำลังกายประเภทแอโรบิก,ลีลาศ,มวยจีน,ไทเก๊ก					
11.กิจกรรมออกกำลังกายฟิตเนส					
12.กิจกรรมประกอบการศึกษา(ศึกษาพันธุ์ไม้,คุณก,ศึกษาประวัติศาสตร์)					
13.กิจกรรมถ่ายภาพ,วาดภาพ					
14.กิจกรรมนั่งอ่านหนังสือ					
15. กิจกรรมนั่งปิกนิกทานอาหาร					
16.กิจกรรมให้อาหารสัตว์					
17.กิจกรรมชมรมในสวน					
18.กิจกรรมนั่งสมาธิ					
19.การศึกษานอกโรงเรียน (กศน.)					

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง  ที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ปัจจัยด้านองค์ประกอบสวนสาธารณะ	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
<b>การจัดการ</b>					
1.กิจกรรมมีความหลากหลาย					
2.บรรยากาศ สิ่งแวดล้อมดี					
3. แบ่งสัดส่วนพื้นที่ได้อย่างเหมาะสม					
4.ประชาชนมาใช้บริการตามวัตถุประสงค์อันพึงประสงค์					
<b>สถานที่</b>					
1.มีป้ายบอกชื่อบริเวณทางเข้า					
2.มีแผนที่ แผนที่แสดงขอบเขต					
3.ความเหมาะสมต่อระยะทางระหว่างกิจกรรมกับสิ่งอำนวยความสะดวก					
4.ป้ายแนะนำกิจกรรม					
5.ถนนมีความกว้างตามมาตรฐาน					
6.พื้นน้ำได้รับการดูแลอยู่เสมอ					
7.พื้นที่จอดรถเพียงพอ					
8.สนามหญ้าได้รับการดูแลรักษาอยู่เสมอ					
<b>อุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวก</b>					
1. อุปกรณ์เกี่ยวกับการออกกำลังกายมีเพียงพอต่อการใช้งาน					
2. มีม้านั่งเพียงพอ					
3.จุดบริการร้านค้ามีเพียงพอ					
4.ห้องน้ำมีเพียงพอและใช้การได้					
5.ห้องน้ำสะอาด					
6.ตู้โทรศัพท์เพียงพอและใช้การได้					
7.มีจุดบริการน้ำดื่ม					
8.มีถังขยะเพียงพอ					

ปัจจัยด้านองค์ประกอบสวนสาธารณะ	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
<b>บุคลากร ผู้ให้บริการ</b>					
1. มีศูนย์ให้คำแนะนำและบริการ					
2. เจ้าหน้าที่ในสวนมีความเป็นมิตร					
3. บริการรวดเร็ว					
4. มีความสุภาพ					
<b>ด้านการประชาสัมพันธ์</b>					
1. มีการประชาสัมพันธ์กิจกรรมในสื่อต่างๆ					
2. มีการแจกเอกสารประชาสัมพันธ์					
3. มีการโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์/วิทยุ					
4. มีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารทางอินเทอร์เน็ต/ หนังสือพิมพ์					
5. มีป้ายประกาศข่าวสารกิจกรรมต่างๆ					
<b>ความปลอดภัย</b>					
1. มียามรักษาความปลอดภัยอย่างทั่วถึง					
2. มีแสงสว่างเพียงพอในเวลากลางคืน					
3. มีการกั้นรั้วบริเวณ ไม่ปลอดภัย					
4. มีการแยกส่วนถนนและทางเดินเท้าอย่างเด็ดขาด					
5. มีการตรวจสอบสายไฟและปลั๊กไฟอยู่เสมอ					
6. ประตูเข้าออกในเวลากลางคืนมีทางเดียว					
7. มีฝ้ายปฐมพยาบาลเบื้องต้น					
8. การจัดการคนจรจัด					
9. การจัดการกับคนคิดสิ่งเสพติด, แหล่งมั่วสุ่มใน สวนสาธารณะ					

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....



สวนสาธารณะหลักที่อยู่ในความรับผิดชอบของสำนักงานสวนสาธารณะ สำนักสิ่งแวดล้อม และ  
จำนวนผู้ใช้บริการ

ลำดับที่	สถานที่/ เวลาเปิดทำการ ทุกวัน	ที่ตั้ง	พื้นที่ (จำนวน)			จำนวนผู้ใช้บริการเฉลี่ย ต่อวัน	
			ไร่	งาน	ตาราง งว	วัน ธรรมดา	วันหยุดราชการ
1.	สวนลุมพินี 04.30 - 21.00 น.	ถนนพระราม 4 เขตปทุมวัน	360	0	0	11,389	13,095
2.	สวนจตุจักร 04.30 - 21.00 น.	ถนนกำแพงเพชร 1 เขตจตุจักร	155	0	56.60	3,000 - 4,000	10,000-12,000
3.	สวนพระนคร 05.00 - 20.00 น.	หมู่ 1 ถนนอ่อน นุช แขวงลาดกระบัง	50	0	0	1,100	1,400
4.	สวนสราญรมย์ 05.00 - 21.00 น.	ระหว่างถนน เจริญกรุง ตัดกับถนนราชินี	23	0	0	3,750	4,750
5.	สวนธนบุรีรมย์ 05.00 - 21.00 น.	หมู่ 2 ถนนประชา อุทิศ เขตทุ่งครุ	63	1	20	1,000	1,500
6.	สวนหลวง ร.๙ 05.00 - 19.00 น.	ถนนสุขุมวิท 103 เขตประเวศ	500	0	0	460	1,443
7.	สวนเสรีไทย 05.00 - 20.00 น.	ถนนเสรีไทย เขต บึงกุ่ม	350	0	0	5,000	6,000
8.	สวนหนองจอก 05.00 - 20.00 น.	หมู่ 2 ถนนเลียบบ วารี แขวงหนองจอก เขตหนองจอก	35	2	0	400 - 500	500 - 800

9.	อุทยานเบญจสิริ 05.00 - 21.00 น.	ติดถนนสุขุมวิท ระหว่าง ซอยสุขุมวิท 22- 24 เขตคลองเตย	29	0	0	3,000	3,500
10.	สวนรมณีนาถ 05.00 - 21.00 น.	ถนนศิริพงษ์ เขต พระนคร	29	3	72	2,000	2,500
11.	สวนสมเด็จพระเจ้า พระนางเจ้าสิริกิติ์ ๑ 05.00 - 18.30 น.	ถนนกำแพงเพชร 2 เขตจตุจักร	196	3	65	680	2,060
12.	สวนสันติภาพ 05.00 - 21.00 น.	ระหว่างถนนราช วิถีและ ถนนรางน้ำ เขต ราชเทวี	20	0	80	4,000	4,000
13.	สวนวชิรเบญจทัศ 05.00 - 21.00 น.	ถนนกำแพงเพชร 3 เขตจตุจักร	375	0	0	1,500	8,000
14.	สวนสาธารณะ เฉลิม- พระเกียรติ 6 รอบ พระชนมพรรษา 05.00 - 21.00 น.	ฝั่งพระนคร เขิง สะพาน พระราม 9	29	0	0	2,000	5,000
15.	สวนรมณีฯทุ่งสี กัน 05.00 - 21.00 น.	เขตดอนเมือง	15	2	74	216	326
16.	สวนทวีวนารมย์ 05.00 - 22.00 น.	เขตทวีวัฒนา	54	0	0	500	800
17.	สวน 50 พรรษา มหาจักรีสิรินธร 05.00 - 21.00 น.	เขตประเวศ	20	0	49	630	780

18.	สวนกีฬาราม อินทรา 05.00 - 21.00 น.	เขตบางเขน	59	0	0	950	2,400
19.	สวนสาธารณะ เฉลิม- พระเกียรติ เกียกกาย 05.00 - 21.00 น.	ถนนทหาร เขต คูสิต	10	0	0	-	-
20.	สวนหลวง พระราม 8	บริเวณเชิงสะพาน พระราม8 ติตริมน้ำ เจ้าพระยา แขวงบางยี่ขัน เขตบางพลัด	24	0	0	-	-
21.	สวนพรรณภิรมย์	ถนนพระรามที่ 9 เขตห้วยขวาง	14	0	0	-	-
22.	สวนวนธรรม (สวนธรรม 70 พรรษา มหา ราชินี)	บริเวณด้านหลัง สวนหลวงร.๕ เขตประเวศ	48	0	23	63	89
23.	สวน 60 พรรษา สมเด็จพระ พระบรมราชินีนา ถ	ถนนร่มเกล้า เขต ลาดกระบัง	52	0	0	2,281	6,800
24.	สวนเบญจกิติ	เขตคลองเตย	130	0	0	650	1,200
25.	สวนสันติชัย ปราการ	ถนนพระอาทิตย์ บางลำพู เขตพระนคร	10	0	0	-	-
	<b>รวมทั้งสิ้น</b>		<b>2,653</b>	<b>3</b>	<b>40</b>		

## ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

ชื่อ นางสาวกนกกาญจน์ ตู้อินดา

วันเดือนปีเกิด 25 ตุลาคม พ.ศ.2528

### ประวัติการศึกษา

การศึกษาระดับประถมศึกษา โรงเรียนราชินี

การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนราชินี

การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนราชินี

การศึกษาหลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต(วิทยาศาสตรการกีฬา)

แขนงวิชาการจัดการนันทนาการการท่องเที่ยว จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ศูนย์วิทยทรัพยากร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย