

นวัตกรรมของป้ายโฆษณากรองอากาศและการเลือกที่ตั้ง : กรณีศึกษากรุงเทพฯ Innovation of Air Purifying Billboard and its Site Selection: A Case Study in Bangkok Metropolitan

กิตติพันธ์ ปานเจริญ, ณัฐนิชา วุฒิวิทย์, ปราณต์ ศิริอังกา, รัตนาภรณ์ สิทธิแก้ว, อังคณา เพ็ชรขาว
จิระนนท์ พึ่งฤทธิ์ และ อรุษา รัตนจินดา¹

บทคัดย่อ

กรุงเทพมหานครเป็นเมืองหลวงของประเทศไทย เป็นทั้งศูนย์กลางของการปกครอง เศรษฐกิจ การท่องเที่ยว สิ่งปลูกสร้างขนาดใหญ่ จึงเป็นศูนย์รวมของมลพิษและฝุ่นละอองที่เกิดจากกิจกรรมต่าง ๆ จากการประกอบกิจกรรมการค้าขาย การก่อสร้างที่อยู่อาศัย รวมถึงมลพิษจากการสัญจรบนท้องถนน ซึ่งในปัจจุบันจัดเป็นปัญหาที่สำคัญ เพราะมลพิษทางอากาศได้ส่งผลกระทบต่อสุขภาพของคนในกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีอัตราการป่วยของโรคทางเดินหายใจสูงเป็นอันดับหนึ่ง ถึงแม้จะมีการรณรงค์เพื่อการลดผลกระทบ ได้แก่ การรณรงค์ให้มีการใช้รถโดยสารสาธารณะ การคลุมอาคารสิ่งปลูกสร้างที่กำลังก่อสร้าง แต่ก็ไม่สามารถบรรเทาปัญหาหมอกควันที่เกิดขึ้นได้ การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนานวัตกรรมของป้ายโฆษณากรองอากาศ และเลือกที่ตั้งป้ายโฆษณากรองอากาศที่เหมาะสม ภายในกรุงเทพมหานคร โดยการพิจารณาจากที่ตั้งป้ายโฆษณาเดิม วิเคราะห์ร่วมกับปริมาณมลพิษ ทิศทางของลม ความหนาแน่นของประชากร และความหนาแน่นของการจราจร รวมถึงศึกษาหาวัตกรรมการกรองที่จะสามารถนำไปติดกับป้ายโฆษณาที่มีราคาประหยัด วัสดุสามารถหาซื้อได้ง่าย และมีประสิทธิภาพการกรองได้ดี ผลการศึกษาพบว่า ที่ตั้งป้ายโฆษณาที่เหมาะสมในการติดตั้งนวัตกรรมการกรองอากาศในกรุงเทพมหานคร มีทั้งหมด 38 ตำแหน่ง และวัสดุที่ใช้การทำเครื่องกรองอากาศ พบว่า วัสดุ “ใยแก้ว” มีคุณสมบัติเหมาะสมที่สุดในการนำมาใช้เป็นแผ่นกรองอากาศ เนื่องจากมีคุณสมบัติในการกรองใกล้เคียงกับหน้ากากอนามัยและใยสังเคราะห์แต่มีราคาที่ถูกลง

คำสำคัญ : นวัตกรรมป้ายโฆษณากรองอากาศ, การเลือกที่ตั้ง, กรุงเทพฯ

¹ นิสิตภูมิศาสตร์ ชั้นปีที่ 3 ภาควิชาภูมิศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
Department of Geography, Faculty of Social Sciences, Srinakharinwirot University
(ภาควิชาภูมิศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ ม.ศรีนครินทรวิโรฒ กรุงเทพฯ 10110 อีเมลล์ geographyswu@gmail.com โทร.02-649-5000 ต่อ 15540