

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

มนุษย์มีการประดิษฐ์แผนที่มาตั้งแต่ยุคสมัยที่ยังเชื่อว่าโลกของเรานั้นแบน และแม้ว่าในการประดิษฐ์แผนที่ในยุคนี้จะไม่ตรงตามรูปพรรณสัณฐานที่แท้จริงของโลกก็ตาม แต่ความเข้าใจในการใช้แผนที่ของผู้คนในแต่ละยุค ในแต่ละพื้นที่ที่มีการประดิษฐ์แผนที่นั้นก็เกิดขึ้นอย่างเป็นไปได้ คนในวัฒนธรรมเดียวกันสามารถเข้าใจแผนที่และใช้งานแผนที่ให้เกิดประสิทธิผล การเดินทาง การล่าสัตว์ การค้าขายติดต่อระหว่างอาณาจักร การวางยุทธศาสตร์การรบ การกำหนดเขตพื้นที่บริเวณเพื่อการอยู่อาศัย จนถึงการรายงานสภาพจราจรบนท้องถนนผ่านระบบพิกัดสัญญาณดาวเทียม (GPS: Global Positioning System) ไปปรากฏการรายงานยังมอนิเตอร์ที่ติดตั้งในรถยนต์ หรือกระทั่งโทรศัพท์มือถือระบบปฏิบัติการซิมเบียน (Symbian OS) ประโยชน์ของแผนที่ที่นับวันจะเพิ่มมากขึ้น ณ เวลาที่เป็นปัจจุบัน เทคโนโลยีที่ก้าวหน้าช่วยทำให้แผนที่มีความละเอียดความสามารถที่ซับซ้อนและมีความถูกต้อง แม่นยำยิ่งขึ้น ศาสตร์ในการทำแผนที่ (Cartography) ที่สำคัญที่มักจะนึกถึง คือ ดาราศาสตร์ คณิตศาสตร์ สถิติ ภูมิศาสตร์ วิศวกรรมศาสตร์ซึ่งเป็นศาสตร์ที่ช่วยในการเก็บรวบรวมข้อมูล พิกัด สภาพภูมิประเทศ ย่านชุมชน ฯลฯ เท่านั้น แต่ยังมีศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการถ่ายทอดข้อมูลแปรเป็นระบบของเครื่องหมายหรือที่มักเรียกกันทั่วไปว่าสัญลักษณ์ที่ใช้ในแผนที่อีกด้วย

เครื่องหมายหรือสัญลักษณ์ในแผนที่มีส่วนสำคัญในการส่งต่อข้อมูลของความจริงบนพื้นโลก ให้กับผู้ใช้งาน การแปรข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้ไปเป็นเครื่องหมายนี้ถือได้ว่าเป็นเรื่องสำคัญอย่างยิ่ง เพราะไม่ว่าข้อมูลที่มีอยู่จะมีคุณภาพดีและเพียงพอขนาดไหน แต่ถ้าระบบเครื่องหมายไม่สามารถต่อยอดนำข้อมูลที่ได้ออกไปยังผู้ใช้โดยสมบูรณ์แล้ว การสื่อสารของแผนที่นั้นก็ยังไม่สามารถไปถึงจุดสูงสุดของความมีประสิทธิภาพได้ การแปรข้อมูลเป็นระบบของเครื่องหมาย คือ การจำลอง หรือแทนที่สิ่งต่างๆ บนพื้นโลกด้วยเครื่องหมาย อันมีองค์ประกอบย่อยภายในซึ่งได้แก่ ภาพ สี เส้น ตัวอักษร ฯลฯ ดังกล่าวนี้เป็นความเข้าใจในการออกแบบเลขนศิลป์ (Graphic Design) บวกกับความสามารถในการรับรู้ของมนุษย์ด้วย

แผนที่ท่องเที่ยวหรือแผนที่ผังเมืองเป็นสื่อที่สามารถหาได้ง่าย โดยเฉพาะจังหวัดเชียงใหม่ นั้นเป็นจังหวัดที่เป็นเมืองท่องเที่ยวยอดนิยมทางภาคเหนือ นอกจากจะมีแผนที่สำหรับจำหน่ายหรือ

แผนที่ที่มีไว้สำหรับแจกจ่าย ที่มีจุดประสงค์เพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทางโดยตรง ยังมี การจัดทำ แจกจ่ายแผนที่โดยเจ้าของผลิตภัณฑ์ สินค้า ห้างร้าน สื่อสาธารณะ เพื่อเผยแพร่จุดประสงค์ใน การส่งเสริมการขาย ส่งเสริมภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ และองค์กรด้วย การสื่อสารนี้จะมีประโยชน์ สามารถใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้แผนที่จะต้องมีการสื่อสารที่ดีในเรื่องการนำทางด้วย การ ออกแบบจัดทำแผนที่เช่นนี้จึงมีความหลากหลาย และแตกต่างกันไปตามจุดประสงค์ ความพอใจ ของผู้จัดทำหรือผู้ให้การสนับสนุน แผนที่อาจมีการบิดเบือนในปริมาณเล็กน้อย ความสนใจที่จะ ออกแบบระบบนำทางให้กับแผนที่อาจได้รับความใส่ใจน้อยกว่า เครื่องหมายในแผนที่จึงอาจมีการ สื่อสารออกมาไม่ได้ผลดีเท่าที่ควร

การออกแบบเครื่องหมายที่มีผลต่อการรับรู้ดีนั้นจะมีผลต่อไปในระดับสากล มีหลาย ประเทศและหลายองค์กรได้คิดค้นออกแบบระบบเครื่องหมายบนแผนที่ เพื่อให้ใช้เป็นระบบเดียว ร่วมกันทั้งประเทศ เช่น ประเทศญี่ปุ่นใช้ระบบเครื่องหมายเดียวกันบนแผนที่ท่องเที่ยว เป็นต้น การศึกษาครั้งนี้จะสามารถเป็นแนวทางในการออกแบบลักษณะเครื่องหมายที่มีการรับรู้ที่ดี ที่เป็น บริบทแบบสังคม วัฒนธรรมประเทศไทย ที่สามารถรับรู้ได้ในระดับสากล ผู้ศึกษาจึงเลือกแผนที่ การท่องเที่ยวเพื่อใช้เป็นกรณีศึกษา เนื่องจากแผนที่การท่องเที่ยวนั้นไม่เพียงเฉพาะจะมีประโยชน์ สำหรับนักท่องเที่ยวเท่านั้น แต่ยังเป็นประโยชน์สำหรับผู้คนทั่วไปอีกด้วย

## 1.2 วัตถุประสงค์ในการศึกษา

- 1.2.1 เพื่อศึกษาการประเมินการรับรู้ของเครื่องหมายในแผนที่การท่องเที่ยว
- 1.2.2 เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการออกแบบเครื่องหมายในแผนที่การท่องเที่ยว

## 1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

- 1.3.1 มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องสัญลักษณ์ การรับรู้ การผลิตแผนที่
- 1.3.2 แนวทางพัฒนาความเข้าใจการออกแบบเครื่องหมายในแผนที่ที่มีประสิทธิภาพ
- 1.3.2 ทราบถึงภาพรวมของระดับการรับรู้เครื่องหมายบนแผนที่ อันจะสามารถนำไปพัฒนา แนวทางการออกแบบเครื่องหมายเพื่อประโยชน์ในด้านอื่นๆ ที่กว้างขวางมากขึ้น

## 1.4 ขอบเขตการศึกษา

- 1.4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

เครื่องหมายที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ ผู้ศึกษาพิจารณาคัดเลือกแผนที่ที่มีความละเอียดของ ข้อมูล สถานที่ต่างๆ อยู่ในระดับเพียงพอสำหรับการนำทางสำหรับกลุ่มเป้าหมาย แผนที่ใน การศึกษาทั้งหมดได้จากองค์กร ส่วนราชการ เอกชน หรือองค์กรอิสระที่จัดทำ และแจกจ่ายแผนที่

โดยคัดจากความเหมาะสมในรายละเอียดของแผนที่ เนื่องจากมีหลายองค์กร ห้างร้าน ที่จัดทำแผนที่ แต่ไม่ละเอียดเรื่องสถานที่ต่างๆ เนื่องจากมีจุดประสงค์ตั้งใจจะโฆษณาผู้สนับสนุน หรือเจ้าของกิจการมากกว่าให้ข้อมูลในแผนที่ โดยแผนที่ที่เก็บรวบรวมในการศึกษาค้างนี้ มีดังนี้ แผนที่จากองค์กรรัฐ ได้แก่ สำนักงานการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร, สำนักการจราจรและขนส่ง กรุงเทพมหานคร, มหกรรมพืชสวนโลกเฉลิมพระเกียรติฯ ราชพฤกษ์ 2549, แผนที่จากนิตยสารแมกกาซีน ได้แก่ What's on this week, What's on Chiang Mai, City life, thaiwaysmagazine แผนที่จากโบรชัวร์ แผ่นพับโฆษณาร้านค้า ผลิตภัณฑ์ พื้นที่โฆษณา ขององค์กรเอกชน ได้แก่ ธนาคารกสิกรไทย, บริษัทอิมเมจลีส, ปาย-สบายดีแกลลอรี, 7<sup>th</sup> NAP-นิมมานเหมินท์ อาร์ทแอนด์ดีไซน์ พรอมนาด, Bangkok shopping street จากเครือข่ายเซนเตอร์, Gems gallery, เซ็นทรัล แอร์พอร์ต พลาซ่า, ชาระมิงค์

#### 1.4.2 ขอบเขตของประชากร

ขอบเขตที่ใช้ในการวิเคราะห์ครั้งนี้เป็นกลุ่มเป้าหมายที่อยู่ในขอบข่ายผู้ที่มีความต้องการใช้งานแผนที่ โดยใช้กลุ่มนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่และผู้มีความต้องการในการใช้แผนที่เพื่อจุดประสงค์อื่นด้วย เช่น ทำงานต่างจังหวัด ทักศึกษา มาทำการศึกษา จำนวนทั้งหมด 50 คน ช่วงอายุ 20 – 50 ปี

### 1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

**เครื่องหมาย (Sign)** ในกรณีแผนที่ คือ ภาพ สัญลักษณ์ ตัวอักษร ที่ใช้แทนข้อมูลบนพื้นผิวโลก สถานที่ต่างๆ เช่น โรงเรียน ห้างสรรพสินค้า ธนาคาร ถนน สนามบิน สวน ลาน ฯลฯ

**เครื่องหมายภาพ (Pictograph)** เป็นเครื่องหมายที่เป็นภาพพาดพิงถึงวัตถุ อาทิ ปกิริยา กระบวนการหรือความคิดรวบยอด มักใช้แก้ปัญหาอุปสรรคในด้านสื่อความเข้าใจทางภาษาหรือตัวอักษร

**สัญลักษณ์ (Symbol)** ในความหมายทางทฤษฎีสัญศาสตร์ สัญลักษณ์เป็นสิ่งที่เป็นตัวแทนของแนวคิด (Concept) ซึ่งไม่มีลักษณะที่คล้ายคลึงกับแนวคิดที่อ้างถึงนั้น แต่มีความเชื่อมโยงกันด้วยการตกลง หรือการยอมรับโดยสังคม เช่น ภาษา รหัส ธง เป็นต้น

**แผนที่ท่องเที่ยว หรือแผนที่ผังเมือง (Tourism map)** คือ แผนที่ที่มีข้อมูลแสดงสถานที่เช่น ตัวอาคารที่มีความสำคัญ สถานที่พักผ่อนหย่อนใจ สถานที่ราชการของเมืองนั้น สถานที่ท่องเที่ยว แหล่งที่ตั้งของสถานที่ต่างๆ มีมาตราส่วนค่อนข้างใหญ่ เพื่อแสดงความสัมพันธ์ของเส้นทางที่มีขนาดกว้างยาวมากๆ ระบบสัญลักษณ์ในแผนที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับผู้จัดทำหรือผู้สนับสนุน มี

จุดประสงค์เพื่อชี้แจงเส้นทาง สถานที่ ทำขึ้นเพื่อเป็นประโยชน์สำหรับนักท่องเที่ยวหรือบุคคลทั่วไป

**การรับรู้ (Perception)** หมายถึง วิธีทางต่างๆ ที่บุคคลตอบสนองต่อสิ่งเร้าที่รับเข้ามาด้วย อวัยวะสัมผัสต่างๆ ขั้นตอนแรกเป็นการรับรู้หรือสัมผัสวัตถุ ขั้นตอนที่สองเป็นการเลือกตอบสนองต่อวัตถุดังกล่าว ซึ่งอยู่ในขอบข่ายภายใต้เงื่อนไขของสิ่งแวดล้อมและผู้รับสัมผัส



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved