บทคัดย่อ

197569

เชียงใหม่เป็นเมืองที่มีความโดดเด่นทางวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตมานานกว่า 700 ปี ทว่านับตั้งแต่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 5 เป็นต้นมา เชียงใหม่ถูกทำให้เป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจ อุตสาหกรรม และธุรกิจของภาคเหนือ ตามแบบอย่างกรุงเทพมหานคร แต่ขาดการควบคุมที่ดีพอจนประสบปัญหาแบบเมืองใหญ่ทั่วไป เช่น ปัญหาการจราจร มลภาวะทางอากาศ มลภาวะทางน้ำ การจัดการขยะ มลทัศน์จากอาคารสูงและสิ่งปลูกสร้างต่างๆ ซึ่งคุกคามโบราณสถานและพื้นที่อนุรักษ์ทางวัฒนธรรม ปัญหาหนึ่งที่ผู้ศึกษาสนใจ คือ ปัญหามลทัศน์จากป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ที่เพิ่มจำนวนมากขึ้นตามการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจ หลังประสบปัญหานับแต่ปี พ.ศ. 2540 เป็นต้นมา

การศึกษาการจัดการมลทัศน์จากป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาการจัดการป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ของเจ้าหน้าที่เทศบาลนครเชียงใหม่ตามเทศบัญญัติควบคุมการก่อสร้างป้าย (2) ศึกษาการดำเนินงานของภาคเอกชนผู้ประกอบอาชีพเกี่ยวกับป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ (3) ศึกษาความคิดเห็นของประชาชนทั้งกลุ่มผู้อยู่อาศัยและกลุ่มผู้เดินทางสัญจรต่อป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ และ (4) แนวทางการจัดการป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ที่เหมาะสมกับเมืองขนาดใหญ่ ผู้ศึกษาทำการศึกษาระหว่างเดือนมกราคม – ธันวาคม พ.ศ. 2549

การศึกษาใช้กลุ่มตัวอย่าง 4 กลุ่ม คือ กลุ่มเจ้าหน้าที่เทศบาลนครเชียงใหม่ 20 คน กลุ่มเอกชนผู้ประกอบอาชีพเกี่ยวกับป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ 5 คน กลุ่มประชาชนผู้อยู่อาศัยรอบบริเวณป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ 113 คน และกลุ่มประชาชนผู้เดินทางสัญจรผ่านป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ 382 คน ทำการศึกษาป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ที่ตั้งอยู่ตามแยกสำคัญในแนวถนนเชียงใหม่ — ลำปาง และถนนมหิดล เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเป็นแบบสอบถามโดยวิธีการสัมภาษณ์ซึ่งมีรายละเอียดของคำถามแต่ละหัวข้อแตกต่างกันไปสำหรับกลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่ม และแบบสอบถามความคิดเห็น การวิเคราะห์ข้อมูลได้จำแนกข้อมูลเป็นข้อมูลเชิงพรรณนาและนำมาตรวจสอบความถูกต้องด้วยวิธีการตรวจข้อมูลสามเส้า ส่วนข้อมูลจากแบบสอบถามความคิดเห็นของประชาชนใช้วิธีการหาค่าความถี่และค่าร้อยละและตีความข้อมูลด้วยวิธีการบรรยาย

ผลการศึกษาพบว่า การจัดการป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ของเจ้าหน้าที่ผู้เกี่ยวข้อง มีการเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับเทศบัญญัติป้ายด้วยการแจกแผ่นพับและอธิบายปากเปล่า แต่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่ปฏิบัติตามระเบียบ และเจ้าหน้าที่มีไม่เพียงพอต่อการปฏิบัติงาน ทำให้มีการตรวจสอบน้อยมาก การดำเนินงานของเอกชนผู้ประกอบอาชีพเกี่ยวกับป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ ทำตามรูปแบบที่เจ้าของสินค้าหรือบริการกำหนดมาเป็นหลัก รวมทั้งทำสัญญาดูแลซ่อมแซม การเลือกพื้นที่ติดตั้งมักเป็นบริเวณทางโค้ง หรือพื้นที่รอบบริเวณทางแยกสำคัญของถนนสายหลักที่ไม่มีอาคารสูงบดบังการมองเห็น ไม่มีการสอบถามความคิดเห็นของประชาชนผู้อาศัยรอบพื้นที่ก่อนการติดตั้ง กลุ่มตัวอย่างประชาชนผู้อยู่อาศัยมีความพึงพอใจต่อสภาพภูมิทัศน์ ความปลอดภัย การอยู่อาศัย และผลประโยชน์จากป้ายโฆษณาขนาดใหญ่แตกต่างกันทั้งด้านบวกและด้านลบ ขึ้นอยู่กับลักษณะทางกายภาพของป้ายในแต่ละพื้นที่ศึกษา ขณะกลุ่มตัวอย่างประชาชนผู้เดินทางสัญจรมีความพึงพอใจต่อสภาพภูมิทัศน์ ความปลอดภัย การเดินทางสัญจร และผลประโยชน์จากป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ในด้านลบมากกว่า โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลกระทบด้านทัศนียภาพ ทัศนวิสัยในการเดินทาง และสมาธิในการขับขี่ยวดยานพาหนะ

การศึกษานี้ ผู้ศึกษาได้เสนอแนวทางการจัดป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ที่เหมาะสมกับเมืองขนาดใหญ่ว่าควรมีการจัดระเบียบป้ายด้วยการ (1) ส่งเสริมให้ตระหนักถึงคุณค่าของสภาพภูมิทัศน์และมีช่องทางร้องเรียนเรื่องปัญหามลทัศน์ (2) พัฒนาศักยภาพของเจ้าหน้าที่ (3) กำหนดรูปแบบการออกแบบป้ายโฆษณา (4) กำหนดพื้นที่ติดตั้งป้ายโฆษณา (5) ออกแบบป้ายโฆษณาที่กลมกลืนกับสภาพแวดล้อม (6) พัฒนาระบบตรวจสอบและฐานข้อมูลสารสนเทศเกี่ยวกับป้ายโฆษณา (7) ปรับปรุงการจัดเก็บภาษีป้ายและแก้ไขกฎหมายให้ทันสมัยขึ้น (8) การทำประกันอุบัติเหตุจากป้ายโฆษณา และ (9) การส่งเสริมให้ใช้สื่อประเภทอื่นทดแทน ทั้งนี้ต้องเปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนไม่ว่าภาครัฐหรือเอกชนมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหา เพื่อให้เชียงใหม่เป็นเมืองที่น่าอยู่ยิ่งขึ้น

Abstract

197569

Chiang Mai is a culturally significant city and has a 700-year history. It has been promoted and becomes an essential tourism place in northern Thailand. Currently, economic-growth and urbanization threatens the city of Chiang Mai through changes in land use and landscape. A lot of high buildings e.g. hotels, condominiums and apartments, shopping malls, housing groups can be seen in the inner city and surrounding area. Therefore, Chiang Mai is facing crisis, likes as other large cities, such as traffic jam, air pollution, water pollution, visual pollution, garbage management problem, high building problem, social problem and vandalism of ancient arts and architectures. This study examines visual pollution from large advertise scaffolding in the inner city – Chiang Mai Municipality (CMM). The aims of the study were (1) to examine large advertise scaffolding management of CMM Officials following the municipal law on controlling large advertise scaffolding construction, (2) to examine private sector's work involving large advertise scaffolding in CMM area, (3) to demonstrate opinions of residents and travelers regarding large advertise scaffolding in CMM area and (4) to find a suitable guideline of large advertise scaffolding management for large cities.

Quantitative research and qualitative research approach were chosen as an appropriate methodology for this study. The study was conducted in CMM area during January to December 2006. Interview questions and questionnaire were used as a study tool with 520 interviewees participated in this study – 20 CMM Officials, 5 interviewees from private sector involving large advertise scaffolding, 113 interviewees who were a resident living near large billboards and 382 interviewees who were a traveler. The data were categorized and data validity was tested by triangulation technique. The SPSS computer program for handling interview data was used to analyze the responses. Then the results were explained using description technique.

This research found that CMM Officials provided information of large advertise scaffolding Municipality Bill to people by brochure and oral explaining. Monitoring of billboard construction was rarely organized because few officials were responsible. Traders would select curve areas along the road for installing large advertise scaffolding and they would check and repair if it still under contract. Some interviewees show positive opinions about billboard structure, pictures, location and safety. Other interviewees thought that large advertise scaffolding affected city landscape, draining water ways including light and wind effect.

To overcome the visual pollution from the large advertise scaffolding, this independent study proposes guideline of large advertise scaffolding management. The guideline consists of (1) encouraging people on the value of landscape and environment include channel for complain, (2) developing work efficiency of officials, (3) controlling large advertise scaffolding design, (4) zoning large advertise scaffolding area for protecting conservative areas and landscape, (5) cooperate with specialist in other relate state agency, (6) set up large advertise scaffolding monitoring and information system, (7) improving large advertise scaffolding fee rate, (8) scaffolding owner must insure for accident and (9) encouraging to use other medias instead large advertise scaffolding

Several sectors such as private sector, government sector, non government sector and people should cooperate seriously to set up measures for reducing visual pollution from large advertise scaffolding, to design scaffolding monitoring system and to encourage public to participate in environment aspects. Therefore, Chiang Mai province, which has a culture and attractive natural landscape, would be livable and sustainable city.