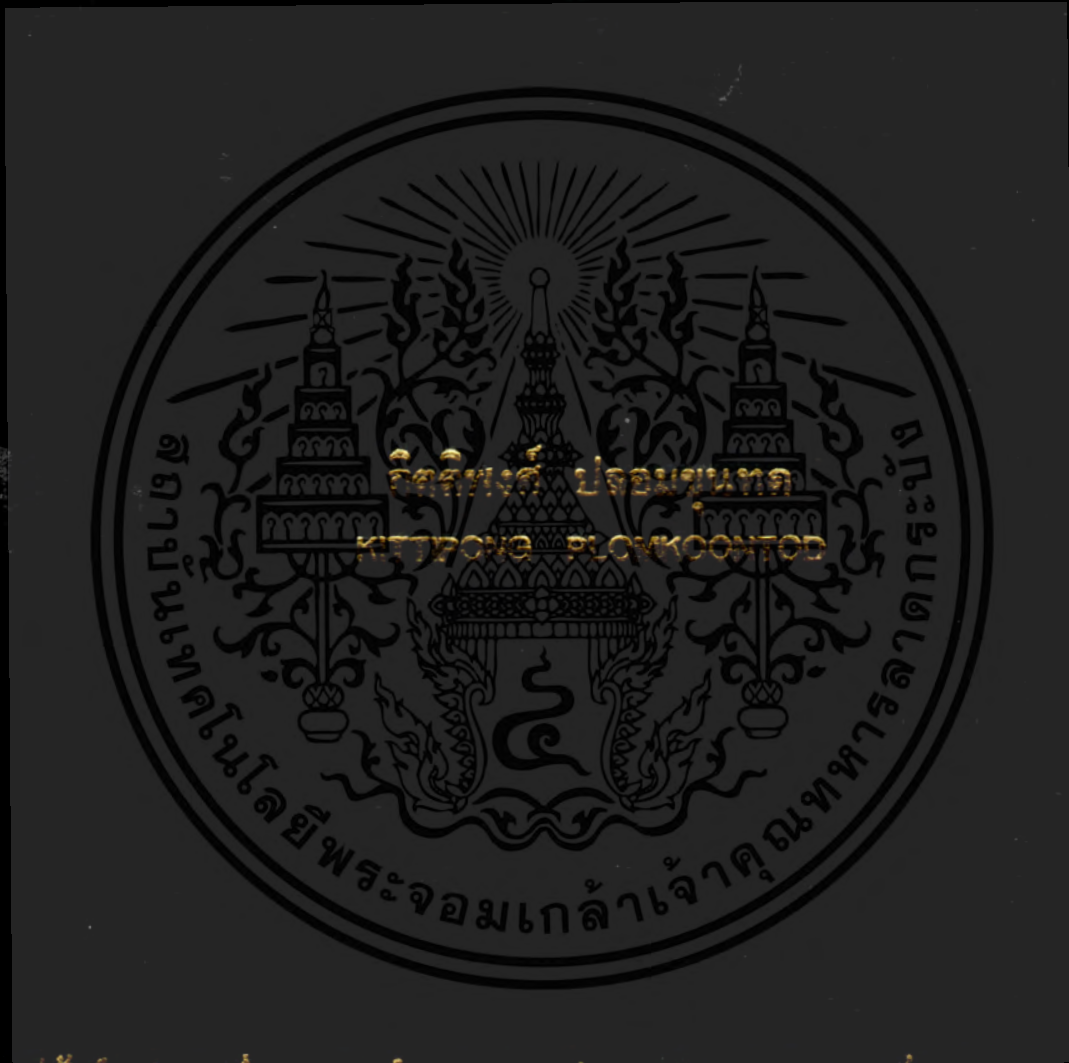


การศึกษาและออกแบบ กราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ ตลาดโบราณ  
บางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

STUDY AND DESIGN GRAPHICS TO PROMOTE BANGPLEE ANTIQUE  
MARKET SAMUTPRAKAN



งานนี้พิมพ์ขึ้นเป็นช่วยหนึ่งของภาควิชาการศึกษาคณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม  
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พ.ศ. 2557

การศึกษาและออกแบบ กราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ ตลาดโบราณ  
บางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

STUDY AND DESIGN GRAPHICS TO PROMOTE BANGPLEE ANTIQUE  
MARKET SAMUTPRAKAN



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาครุศาสตร์อุตสาหกรรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม  
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้  
พ.ศ. 2557

STUDY AND DESIGN GRAPHICS TO PROMOTE BANGPLEE ANTIQUE  
MARKET SAMUTPRAKAN



A THEMATIC PAPER SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT  
OF THE REQUIREMENT FOR THE DEGREE OF  
INDUSTRATIAL PRODUCT DESIGN TECHNOLOGY  
MASTER OF SCIENCE IN INDUSTRIAL EDUCATION  
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

2014

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



COPYRIGHT 2014

FACULTY OF INDUSTRIAL EDUCATION

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
ใบรับรองสารนิพนธ์

หัวข้อสารนิพนธ์ การออกแบบ กราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ การ  
ท่องเที่ยว ตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ  
Study and Design Graphics to Promote Bangplee  
Antique Market Samutprakan

นักศึกษา นาย กิตติพงษ์ ปฐมขุนทด

รหัสประจำตัว 54630821

ปริญญา ครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต

สาขาวิชา เทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

พ.ศ. 2557

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ รศ.อุดมศักดิ์ สาริบุตร

คณะกรรมการสอบสารนิพนธ์	ลายมือชื่อ
รองศาสตราจารย์ อุดมศักดิ์ สาริบุตร	
รองศาสตราจารย์ ว่าที่ร้อยโท พิชัย สดภิบาล	
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทรงวุฒิ เอกวุฒิมวงศา	

ค่าคะแนนรวมเป็นเอกฉันท์จากการสอบ G (GOOD)

วัน / เดือน / ปี ที่สอบ 27 พฤษภาคม 2557 เวลา 10:00 น.

สถานที่สอบ ห้อง ค 403 คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

  
(รองศาสตราจารย์ ดร.พีระวุฒิ สุวรรณจันทร์)

คณบดี คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

วันที่ 30 / พฤษภาคม 2557

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อสารนิพนธ์	การออกแบบ กราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยว ตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ
นักศึกษา	นาย กิตติพงศ์ ปฐมขุนทด
รหัสประจำตัว	54630821
ปริญญา	ครุศาสตรบัณฑิต สาขาการออกแบบทัศนศิลป์
สาขา	เทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
พ.ศ.	2557
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์	รศ.อุดมศักดิ์ สาริบุตร

### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาและพัฒนาแนวทางการออกแบบกราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ เนื่องจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีความสำคัญอย่างมาก เพราะก่อให้เกิดรายได้เป็นเงินตราเข้าประเทศและเกิดการหมุนเวียนทางด้านเศรษฐกิจภายในประเทศ ซึ่งการท่องเที่ยวสามารถทำรายได้ เข้าประเทศเป็นอันดับต้นๆ เมื่อเทียบกับการส่งสินค้าอื่นไปจำหน่ายในต่างประเทศ และครองลำดับความสำคัญในลำดับต้นๆ อย่างต่อเนื่องมาโดยตลอดและมีแนวโน้มจะเพิ่มความสำคัญมากขึ้นเรื่อยๆ เพราะภายในประเทศไทยมีแหล่งทรัพยากรที่สมบูรณ์ในด้านการท่องเที่ยว ปัญหาที่พบบ่อยขณะเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวตามสถานที่ต่างๆได้แก่ ความไม่พร้อมของสื่อหรืออุปกรณ์ ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ และความไม่ชัดเจนในการสื่อความหมายและขาดเอกลักษณ์ของสถานที่นั้น

แนวทางการศึกษาและออกแบบ กราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยว ตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ มีวิธีการวิจัยโดยการศึกษาค้นคว้าเก็บรวบรวมข้อมูลภาคเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เก็บข้อมูลภาคสนามโดยการใช้แบบสอบถามนักท่องเที่ยวแล้วทำการออกแบบสรุปผล ตลอดจนได้มีการประเมินผลงานออกแบบจากผู้เชี่ยวชาญในการออกแบบและผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาที่เกี่ยวข้อง เพื่อพัฒนาผลงานให้มีความสมบูรณ์

ผลงานวิจัยทั้งหมดสามารถสรุปออกมา เป็นผลงานออกแบบได้ ดังนี้ บอร์ดประชาสัมพันธ์ที่มีลวดลายกราฟิกแสดงถึงอัตลักษณ์ของตลาดโบราณบางพลี โดยกราฟิกของบอร์ดประชาสัมพันธ์มีความสวยงาม สอดคล้องกลมกลืน สื่อความหมายเป็นที่เข้าใจง่ายและแสดงอัตลักษณ์สำหรับสถานที่ท่องเที่ยว ตลาดโบราณบางพลี ได้อย่างชัดเจน

<b>Thematic Paper Title</b>	Study and Design Graphics to Promote Bangplee Antique Market Samutprakan
<b>Student</b>	Mr. Kittipong Plomkhunthod
<b>Student ID.</b>	54630821
<b>Degree</b>	Master of Science in Industrial Education
<b>Program</b>	Industrial Product Design Technology
<b>Year</b>	2557
<b>Thematic Paper Advisor</b>	Assoc. Prof. Udomsak Saributr

### ABSTRACT

The purposes of this research were to study and develop graphic design to promote tourism advertising in Bangplee Floating Market, Samutprakan. Tourism industry was very important because it made foreign currency income and economics flow into Thailand. Tourism was the main income comparing with other products exportation and always ranked continuously the first importance and tended to have more importance because Thailand was very resourceful in tourism. Problems found in tourist attraction sightseeing were insufficient advertising media or equipments and unclear communication and no identity of that place

Methodology of the study and design of graphic to promote tourism advertising in Bangplee Floating Market, Samutprakan consisted of compiling papers and related research, collecting field data by questionnaire for tourists and preparing summary as well as evaluating designed product by professional designers and experts in related field to develop products.

The research was concluded as the following designed product: graphic advertising board that showed identity of Bangplee Floating Market. Graphic was beautiful, matching, easily communicated and clearly showed identity of Bangplee Floating Market.

# กิตติกรรมประกาศ

การจัดทำสารนิพนธ์ เรื่องการศึกษาและออกแบบกราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ สำเร็จลุล่วงได้โดยได้รับความกรุณาจาก รศ.อุดมศักดิ์ สาริบุตร อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ที่ช่วยให้คำปรึกษา ข้อเสนอแนะตรวจสอบ และแก้ไข วิธีคิด กระบวนการ ขั้นตอน ตลอดจนการสรุปผลการวิจัย ให้ความรู้ประสบการณ์ที่ดีแก่ ข้าพเจ้า ในการทำวิจัยในครั้งนี้ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอขอบคุณ ผศ.ดร.ทรงวุฒิ เอกวุฒิมวงศาและ รศ.ว่าที่ร้อยโท พิชัย สดภิบาล คณะกรรมการในการสอบหัวข้อ และเค้าโครงสารนิพนธ์ และขอขอบคุณอาจารย์ สาขาวิชาเทคโนโลยีการ ออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังทุกท่าน ที่ให้คำปรึกษาในกระบวนการขั้นตอนการทำสารนิพนธ์ ที่ให้ความกรุณาตรวจเครื่องมือแบบสอบถาม ให้ปรึกษาและแนะนำกระบวนการเก็บข้อมูล การลงพื้นที่เก็บข้อมูลเพื่อให้เป็นไปตามกรอบการดำเนินการวิจัย

ขอขอบคุณ ว่าที่ร้อยตรี พงษ์ศักดิ์ เรืองศรีใส นายอัษฎางค์ ศรีจันทร์ นายวิรุทัย เตชางกูร ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมรายสาขา กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมกระทรวงอุตสาหกรรม และขอขอบคุณผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว ดร.พัฒนพงศ์ จงรักดี นายกเทศมนตรีตำบลบางพลี นายชะอ่อม สังข์ทอง รองนายกเทศมนตรีตำบลบางพลี นางสาวศรีประภา ราญอรอน นักวิชาการประชาสัมพันธ์ 6ว. จังหวัดสมุทรปราการ ที่ได้ให้ข้อมูลด้านเอกลักษณ์ของ จังหวัดสมุทรปราการ ให้ข้าพเจ้าสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในงานวิจัยได้ด้วยดี

ขอขอบคุณผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่าน ทั้งที่ได้เอื้อนามและไม่ได้เอื้อนาม ที่มีส่วนในการช่วยให้สารนิพนธ์เล่มนี้สำเร็จได้ด้วยดี คุณค่าและประโยชน์อันใดที่มีในสารนิพนธ์เล่มนี้ ข้าพเจ้าขอมอบแต่ครอบครัวอันเป็นที่รัก และคณาจารย์ที่เคารพทุกท่านทั้งในอดีตและปัจจุบัน ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้อันมีค่ายิ่งให้ข้าพเจ้านำไปทำประโยชน์ในอนาคตต่อไป

กิตติพงศ์ ปalomขุนทด

# สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	II
กิตติกรรมประกาศ.....	III
สารบัญ .....	IV
สารบัญตาราง.....	VII
สารบัญภาพ .....	VIII
บทที่ 1 บทนำ .....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ .....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ .....	3
1.3 กรอบแนวความคิดในการออกแบบ .....	3
1.4 ขอบเขตในการออกแบบ .....	4
1.5 คำนียามศัพท์ .....	6
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	7
2.1 ความหมายของการศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์.....	8
2.2 ประวัติความเป็นมาของ ตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ.....	15
2.3 การศึกษาผลิตภัณฑ์ กราฟิกประชาสัมพันธ์.....	57
2.4 ข้อมูลผู้บริโภคและจิตวิทยาด้านการตลาด.....	64
2.5 ศึกษาวัสดุกรรมวิธีการผลิต และข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ กราฟิก.....	66
2.6 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	77
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย .....	79
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	79
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	81
3.3 วิธีสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	82
3.4 แหล่งที่มาของข้อมูล.....	83
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	84
3.6 ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย.....	86

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	87
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อศึกษาแนวทางการออกแบบกราฟิก.....	87
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อออกแบบกราฟิก.....	102
4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อประเมินความพึงพอใจกราฟิก.....	122
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	127
5.1 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย.....	127
5.2 ขอบเขตของงานวิจัย.....	127
5.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	128
5.4 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	129
5.5 สรุปผลการวิจัย.....	130
5.6 อภิปรายผล.....	131
5.7 ข้อเสนอแนะ.....	131
บรรณานุกรม .....	133
ภาคผนวก.....	134
ภาคผนวก ก.กราฟิกส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ ตลาดโบราณ ที่ออกแบบ.....	135
ภาคผนวกผล ข.เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	138
ภาคผนวก ค.หนังสือราชการ.....	156
ประวัติผู้เขียน.....	164

# สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 ตารางข้อมูลนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยว.....	43
4.1 ผลการวิเคราะห์รูปแบบบอร์ดและป้ายประชาสัมพันธ์ในตลาดโบราณในแต่ละพื้นที่ (รูปแบบเดิม) เพื่อนำมาเปรียบเทียบหาข้อมูล ตลาดโบราณบางพลี.....	89
4.2 ผลการวิเคราะห์รูปแบบบอร์ดและป้ายประชาสัมพันธ์ในตลาดโบราณในแต่ละพื้นที่ (รูปแบบเดิม) เพื่อนำมาเปรียบเทียบหาข้อมูล ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง.....	90
4.3 ผลการวิเคราะห์รูปแบบบอร์ดและป้ายประชาสัมพันธ์ในตลาดโบราณในแต่ละพื้นที่ (รูปแบบเดิม) เพื่อนำมาเปรียบเทียบหาข้อมูล ตลาดคลองสวน.....	91
4.4 ผลการวิเคราะห์รูปแบบบอร์ดและป้ายประชาสัมพันธ์ในตลาดโบราณในแต่ละพื้นที่ (รูปแบบเดิม) เพื่อนำมาเปรียบเทียบหาข้อมูล ตลาดบ้านใหม่.....	92
4.5 แนวทางการออกแบบกราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ในกระบวนการเอาจุดแข็งไปกำจัดอุปสรรค.....	96
4.6 แนวทางการออกแบบกราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ ในกระบวนการ การเอาโอกาสไปกำจัดจุดอ่อน.....	97
4.7 แสดงการวิเคราะห์ SWOT ในพื้นที่ตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ตำแหน่ง A.....	99
4.8 แสดงการวิเคราะห์ SWOT ในพื้นที่ตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ตำแหน่ง B.....	100
4.9 แสดงการวิเคราะห์ SWOT ในพื้นที่ตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ตำแหน่ง C.....	101
4.10 แสดงการวิเคราะห์แรงบันดาลใจเกี่ยวกับสีที่ใช้ในการออกแบบ.....	103
4.11 แสดงการวิเคราะห์แรงบันดาลใจเกี่ยวกับลวดลายกราฟิกที่ใช้ในการออกแบบ.....	104
4.12 การนำลวดลายกราฟิกมาสร้างเป็นเรื่องราวเพื่อใช้ในการออกแบบ.....	106
4.13 ตารางความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อแบบจำลองบอร์ดกราฟิก 3 รูปแบบ.....	113
4.14 แรงบันดาลใจในการออกแบบเอกลักษณ์ บอร์ดกราฟิกประชาสัมพันธ์.....	117
4.15 แสดงขั้นตอนการผลิตต้นแบบ บอร์ดกราฟิก ประชาสัมพันธ์ ตลาดโบราณบางพลี.....	120
4.16 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลการประเมินความพึงพอใจ ของผู้เชี่ยวชาญและเจ้าหน้าที่ดูแลในตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ.....	126

## สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 ลักษณะกราฟิกที่ได้แรงบันดาลใจจากธรรมชาติ.....	11
2.2 ลักษณะกราฟิกที่ได้แรงบันดาลใจจากสิ่งของ.....	11
2.3 ลักษณะแบบตัวอักษร.....	13
2.4 ลักษณะแบบภาพ.....	13
2.5 ลักษณะแบบผสมผสาน.....	14
2.6 สมุทรปราการในอดีต 1.....	15
2.7 สมุทรปราการในอดีต 2.....	16
2.8 ซุ้มประตูทางเข้าตลาดโบราณบางพลี.....	19
2.9 ยามเช้าภายในตลาดโบราณบางพลี.....	19
2.10 บรรยากาศภายในตลาดโบราณบางพลี.....	20
2.11 กลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติภายในตลาดโบราณบางพลี.....	20
2.12 บริเวณสะพานข้ามคลอง ตลาดโบราณบางพลี.....	21
2.13 ทางข้ามคลองจากห้างบิ๊กซีบางพลี.....	21
2.14 ประเพณีการโยนบัว รับบัว 1.....	22
2.15 บรรยากาศประเพณีการโยนบัว รับบัว คลองสำโรง.....	23
2.16 ประเพณีการโยนบัว รับบัว ขบวนเรือในคลองสำโรง.....	24
2.17 ประเพณีการโยนบัว รับบัว เรือนำขบวนโยนบัว รับบัว.....	25
2.18 อาคารโดยรวม ของตลาดโบราณบางพลี ริมคลองสำโรง.....	26
2.19 ซุ้มประตูไม้ ก่อนเข้าตัวตลาดโบราณบางพลี.....	26
2.20 ศูนย์กลางการประชาสัมพันธ์ที่นักท่องเที่ยว ใช้ศึกษาข้อมูลตลาดโบราณ.....	27
2.21 เรือยาวภายในศูนย์กลางการประชาสัมพันธ์ ตลาดโบราณบางพลี.....	28
2.22 บรรยากาศโดยรวม วัดบางพลีใหญ่ใน.....	28
2.23 ร้านพลาสติก จำหน่ายอยู่ภายในตลาดโบราณบางพลี.....	29
2.24 ขนม ลูกอม ที่วางขายภายในตลาดโบราณบางพลี.....	30
2.25 ลักษณะแผ่นที่ภายในตลาดโบราณบางพลี.....	32
2.26 แบบแปลน ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ตลาดโบราณบางพลี.....	32
2.27 แปลนทางสัญจรและตำแหน่งร้านค้าภายในตลาดโบราณบางพลี.....	33
2.28 ลักษณะพื้นที่ในศูนย์กลางการประชาสัมพันธ์ตลาดโบราณบางพลี.....	34
2.29 แปลนพื้นที่ในศูนย์กลางการประชาสัมพันธ์ตลาดโบราณบางพลี.....	35

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
2.30 พื้นที่ในโซนหมายเลข 1 พื้นที่ด้านหลังสุดของศูนย์กลางการประชาสัมพันธ์.....	36
2.31 พื้นที่ในโซนหมายเลข 2 พื้นที่ด้านหน้าสุดของศูนย์กลางการประชาสัมพันธ์.....	37
2.32 พื้นที่ในโซนหมายเลข 3 พื้นที่ให้อาหารปลาตรงข้ามศูนย์กลางประชาสัมพันธ์.....	37
2.33 รายละเอียดตำแหน่งในการออกแบบ.....	39
2.34 รายละเอียดตำแหน่งในการออกแบบ แพลน A .....	40
2.35 รายละเอียดตำแหน่งในการออกแบบ แพลน B .....	41
2.36 รายละเอียดตำแหน่งในการออกแบบ แพลน C .....	42
2.37 ตลาดบ้านใหม่ จังหวัดฉะเชิงเทรา.....	45
2.38 บรรยากาศด้านในในตลาดบ้านใหม่ จังหวัดฉะเชิงเทรา.....	46
2.39 ด้านหน้าทางเข้าตลาดแบบดั้งเดิม.....	46
2.40 ทางเข้าตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง.....	47
2.41 บรรยากาศภายในตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง.....	48
2.42 บรรยากาศอีกด้านของตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง.....	49
2.43 ร้านค้าขายขนมไทยดั้งเดิมที่ยังคงเอกลักษณ์หาตู้ได้ที่ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง.....	49
2.44 ทางเข้าตลาดคลองสวน 100 ปี อ.บ้านโพธิ์ จ.ฉะเชิงเทรา.....	51
2.45 บรรยากาศภายในตลาดคลองสวน 100 ปี.....	51
2.46 ร้านค้าที่ยังคงรูปแบบเดิมที่ตลาดคลองสวน.....	52
2.47 เอกลักษณ์สำคัญที่เห็นได้ที่ตลาดคลองสวน.....	52
2.48 ป้ายประชาสัมพันธ์ ในตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ.....	53
2.49 บอร์ดประชาสัมพันธ์ ในตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง.....	54
2.50 ป้ายประชาสัมพันธ์ ในตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง.....	54
2.51 บอร์ดประชาสัมพันธ์ ในตลาดคลองสวน.....	55
2.52 ป้ายประชาสัมพันธ์ ในตลาดคลองสวน.....	55
2.53 บอร์ดประชาสัมพันธ์ ในตลาดบ้านใหม่.....	56
2.54 ป้ายประชาสัมพันธ์ ในตลาดบ้านใหม่.....	56
2.55 บอร์ดไม้ก๊อก.....	59
2.56 บอร์ดกำมะหยี่.....	60
2.57 บอร์ดผ้ายกระสอบ.....	60
2.58 บอร์ดเสียบกระดาษโปสเตอร์.....	60

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
2.59 บอร์ดประชาสัมพันธ์ของทางพิพิธภัณฑ์รถยนต์โบราณ.....	61
2.60 บอร์ดประชาสัมพันธ์ภายในห้างสรรพสินค้า.....	61
2.61 บอร์ดประชาสัมพันธ์งานสถาปนิก.....	62
2.62 บอร์ดประชาสัมพันธ์ตลาดโบราณนครเนื่องเขต จังหวัดฉะเชิงเทรา.....	62
2.63 กลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติที่นิยม ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม.....	65
2.64 ลักษณะเหล็กโดยทั่วไป.....	67
2.65 แผ่นไม้ก๊อก.....	68
2.66 ผ้ากำมะหยี่.....	69
2.67 ไม้อัดขนอ้อย.....	69
2.68 สีส่องพื้นกันสนิมในแต่ละยี่ห้อในท้องตลาด.....	71
2.69 สีน้ำมันเคลือบเงา.....	71
2.70 ประเภทหัวสกรู.....	72
2.71 ประเภทน็อต.....	73
2.72 เครื่องตัดและเจียรเหล็กแป๊บ.....	73
2.73 เครื่องตัดโค้งเหล็กแป๊บ.....	74
2.74 ซีแคมป์จับชิ้นงาน.....	74
2.75 เครื่องเจาะสว่านไฟฟ้าแบบตั้งพื้น.....	75
2.76 เครื่องเชื่อมแก๊ส.....	75
2.77 เครื่องเจียรมือระบบไฟฟ้า.....	76
2.78 เครื่องมือในการตัดลายเหล็กเส้นแบน.....	76
2.79 ภาพนสีสำหรับทำสีชิ้นงาน.....	77
3.1 แสดงขั้นตอนการดำเนินการวิจัยการออกแบบกราฟิกเพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ การ ท่องเที่ยว ตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ.....	86
4.1 ผู้วิจัยเข้าพบผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย.....	93
4.2 กระบวนการวิเคราะห์ SWOT จากการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้วิจัย.....	95
4.3 แสดงกระบวนการนำเอาจุดแข็งและโอกาส ไปกำจัดอุปสรรคและจุดอ่อน เพื่อเป็นแนวทาง หนึ่ง ในการออกแบบกราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ ตลาดโบราณบางพลี จังหวัด สมุทรปราการ.....	96
4.4 กระบวนการวิเคราะห์ SWOT จากการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้วิจัย.....	98

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
4.5 ภาพร่างความคิดในการออกแบบ แบบที่ 1.....	107
4.6 ภาพร่างความคิดในการออกแบบ แบบที่ 2.....	108
4.7 ภาพร่างความคิดในการออกแบบ แบบที่ 3.....	108
4.8 แบบจำลองบอร์ดกราฟิก ประชาสัมพันธ์ แบบที่ 1.....	109
4.9 แบบจำลองบอร์ดกราฟิก ประชาสัมพันธ์ แบบที่ 2.....	110
4.10 แบบจำลองบอร์ดกราฟิก ประชาสัมพันธ์ แบบที่ 3.....	110
4.11 การลงพื้นที่พบผู้เชี่ยวชาญการออกแบบ ว่าที่ร้อยตรี พงษ์ศักดิ์ เรืองศรีโส.....	111
4.12 การลงพื้นที่พบผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ นายวีรยุทธ์ เตชางกูร.....	112
4.13 การลงพื้นที่พบผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ นายอัษฎางค์ ศรีจันทร์.....	112
4.14 รูปแบบที่ถูกปรับปรุงตามแนวทางและข้อเสนอแนะแล้ว.....	116
4.15 รายละเอียดในการออกแบบบอร์ดกราฟิกประชาสัมพันธ์.....	117
4.16 แสดงขนาดของ บอร์ดกราฟิกประชาสัมพันธ์.....	119
4.17 แสดงรายละเอียดชิ้นส่วนของ บอร์ดกราฟิกประชาสัมพันธ์.....	119
4.18 ประเมินความพึงพอใจจากผู้เชี่ยวชาญ ดร.พัฒน์พงศ์ จงรักดี.....	124
4.19 ประเมินความพึงพอใจจากผู้เชี่ยวชาญ นายชะอ่อม สังข์ทอง.....	125
4.20 ประเมินความพึงพอใจจากผู้เชี่ยวชาญ นางสาว ศรีประภา ราญอรอน.....	125

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ

จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ปัจจุบันจะเห็นได้ว่าทุกฝ่ายได้ให้ความสำคัญต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นอย่างมาก เพราะช่วยให้เกิดรายได้เป็นเงินตราทั้งในประเทศและในต่างประเทศ ก่อให้เกิดการหมุนเวียนทางด้านเศรษฐกิจ ซึ่งการท่องเที่ยวสามารถทำรายได้ให้กับประเทศได้อย่างมหาศาล และยังมีลำดับความสำคัญในลำดับต้นๆ อย่างต่อเนื่องมาโดยตลอด ในส่วนของนโยบายการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว ได้พยายามสร้างค่านิยมให้ชาวไทย เพิ่มการเดินทางท่องเที่ยวและใช้จ่ายใช้สอยในประเทศและยัง ได้เพิ่มนโยบาย ให้นำนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเข้ามาเที่ยวในเมืองไทยเพิ่มมากขึ้น เพื่อเพิ่มดุลการท่องเที่ยวให้มากยิ่งขึ้น และเป็นการกระจายความเจริญไปสู่ท้องถิ่น อันจะเป็นผลดีต่อการพัฒนาการทางเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ ในหลายๆด้านต่อไป อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จึงนับว่ามีบทบาทสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอด ตั้งแต่อดีตและต่อไปในอนาคต ในด้านแหล่งท่องเที่ยว นั้นมีอยู่หลายประเภทและประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่กำลังเป็นที่นิยมในปัจจุบัน คือ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Cultural Attraction) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทางศิลปะและขนบธรรมเนียมประเพณี ที่บรรพบุรุษได้สร้างสมและถ่ายทอดเป็นมรดก สืบทอดกันมา แหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้จะประกอบด้วย งานประเพณี วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คน การแสดงศิลปวัฒนธรรม สินค้าพื้นเมือง การแต่งกาย ภาษา ชนเผ่า เป็นต้น ตัวอย่างของแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศไทย ในประเภทนี้ได้แก่ ตลาดน้ำดำเนินสะดวก ตลาดโบราณ งานแสดงช้าง งานร่มบ่อสร้าง ประเพณีลอยกระทง ประเพณีสงกรานต์ เป็นต้น จังหวัดสมุทรปราการ เป็นอีกจังหวัดหนึ่งที่มีสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอยู่มากมายและสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ที่กำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างมากหนึ่งในนั้นคือ ตลาดโบราณบางพลี (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2555 : 12)

จากการนำเสนอข้างต้น ดร.พัฒนาพงศ์ จงรักดี นายกเทศมนตรีตำบลบางพลี อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ เปิดเผยแผนแนวทางการพัฒนา ส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว ตำบลบางพลีว่ามีด้วยกัน 2 โครงการ คือ โครงการจัดงานตลาดโบราณบางพลี และ โครงการจัดงานประเพณีรับบัวเพื่อตอบสนองนโยบาย แผนพัฒนาสามปี (เริ่มดำเนินการ ปี2554) โดยการพัฒนาฟื้นฟูพร้อมทั้งอนุรักษ์ ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ที่ยังคงวิถีชีวิตความเรียบง่ายตั้งแต่อดีตมาจนถึงปัจจุบัน เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ศึกษาเรียนรู้ ประวัติความเป็นมา ประเพณีวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชุมชนริมคลองสำโรง ณ.ตลาดโบราณบางพลี และช่วยกันอนุรักษ์ไว้สู่รุ่นหลังต่อไป (ที่มา : เทศบาลตำบลบางพลี 2557)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตลาดน้ำโบราณบางพลี หรือ ตลาดโบราณบางพลี เดิมชื่อ "ตลาดศิริโสภณ" ตั้งอยู่บริเวณริมคลองสำโรงติดกับวัดบางพลีใหญ่ใน ตำบลบางพลีใหญ่ อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการแต่เดิมเป็นชุมชนชาวจีนในสมัยก่อนที่มาตั้งรกรากอยู่เมืองไทยมานาน มีอายุราวประมาณ 150 ปี และมีประวัติที่เก่าแก่มายาวนาน ตั้งแต่ปี 2400 จนปัจจุบันนี้ ซึ่งเป็นแหล่งค้าขายสินค้าทางน้ำให้กับเรือที่สัญจรไปมาในลำคลองสำโรง โครงสร้างต่างๆ ของตัวบ้านยังรักษาได้เหมือนเดิมไม่มีเปลี่ยนแปลงมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน เนื่องจากการเดินทางในสมัยก่อนใช้เรือเป็นพาหนะเดินทาง โดยการเดินทางมาค้าขายแลกเปลี่ยนสินค้าจะอยู่ในคลองสำโรงยาวไปตลอดสาย จึงถือเป็นตลาดน้ำประวัติศาสตร์แห่งหนึ่ง ที่มีวิถีชีวิตเรียบง่าย มีวัฒนธรรมที่ดั้งเดิมสั่งสมอยู่มากมาย สมควรอนุรักษ์ฟื้นฟูให้เยาวชนรุ่นหลังได้ศึกษา และมีความหวงแหนในวัฒนธรรมอันเก่าแก่ของบรรพบุรุษสืบต่อไป (ที่ที่คุ้นเคย ตลาดโบราณบางพลี. 2556 : 12)

จากเหตุผลข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีแนวคิดที่จะออกแบบกราฟิก ในพื้นที่ตลาดโบราณบางพลี เพื่อการประชาสัมพันธ์ และไว้บริการนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ซึ่งในการออกแบบกราฟิกที่ใช้ประชาสัมพันธ์นอกเหนือจากป้ายประชาสัมพันธ์ และโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นกราฟิกที่เป็นที่นิยมและรู้จักของคนทั่วไปแล้ว ก็ยังมีงานกราฟิกที่ใช้ประชาสัมพันธ์ อีกประเภทหนึ่งคือ บอร์ดประชาสัมพันธ์ ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบ 2 มิติ 3 มิติ นิยมใช้ภายในบริเวณ ที่จัดแสดงสินค้า นิทรรศการ เป็นต้น กราฟิกที่ใช้ประชาสัมพันธ์เหล่านี้มีมากมายในชีวิตประจำวันของมนุษย์ ที่เห็นได้ชัดคือป้ายสัญลักษณ์ต่างๆโปสเตอร์และป้ายบอกสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งป้ายประกาศหรือภาพโปสเตอร์เหล่านี้หากเป็นของทางราชการจะมีความเด่นชัดแต่ขาดเอกลักษณ์ การดึงดูด ความน่าสนใจและความสวยงาม

จากการนำเสนอข้อมูลดังกล่าว จึงเป็นที่มาของงานวิจัย การศึกษาและออกแบบกราฟิก เพื่อการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ เพื่อศึกษาแนวทางการออกแบบกราฟิกต่างๆที่ใช้ประชาสัมพันธ์ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวตลาดโบราณบางพลี หลังจาก que ผู้วิจัยได้ลงศึกษาปัญหาที่พบในแหล่งท่องเที่ยวที่พบได้ชัดเจนคือ ภายในตลาด จะพบปัญหาเรื่องสื่อประชาสัมพันธ์ในพื้นที่ไม่เพียงพอ หรือบางจุดที่มีกลับมีกราฟิกที่ไม่ดึงดูด ขาดความน่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยว อีกทั้งรูปแบบยังไม่มีทิศทางไปในทิศทางเดียวกัน โดยบางจุดมีการทำขึ้นเองเพื่อสื่อถึงสถานะของตนเองเท่านั้น โดยส่วนใหญ่แล้วมีรูปแบบและใช้วัสดุที่หาได้ง่าย ไม่ทนทานมาใช้ ส่งผลให้กราฟิกประชาสัมพันธ์ต่างๆภายในตลาดโบราณบางพลี ขาดความกลมกลืนและไม่ต่อเนื่อง จึงเป็นที่มาของงานวิจัยฉบับนี้เพื่อศึกษาและออกแบบกราฟิก เพื่อการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวตลาดโบราณบางพลี นอกเหนือจากประโยชน์ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ ภายในตลาด หรือทิศทางเพื่ออำนวยความสะดวกกับนักท่องเที่ยวแล้ว ยังเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มรายได้ให้กับพ่อค้าแม่ค้าภายในชุมชน ตลาดโบราณบางพลี อีกทั้งยังเป็นการเพิ่มคุณค่าในด้านศิลปวัฒนธรรม ทำให้เกิดความน่าสนใจอยู่ในความทรงจำของนักท่องเที่ยว หรือผู้พบเห็น ทั้งยังเป็นการสร้างเอกลักษณ์ ต่างๆ ผ่าน กราฟิกประชาสัมพันธ์ ให้กับชุมชนและประเทศในทางอ้อมอีกด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

1.2.1 เพื่อศึกษาแนวทางการออกแบบ กราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยว ตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

1.2.2 เพื่อออกแบบ กราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

1.2.3 เพื่อประเมินความพึงพอใจ กราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

## 1.3 กรอบแนวความคิดในการออกแบบ

ในการศึกษาและออกแบบ กราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยว ตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ผู้ศึกษาโครงการได้ใช้กรอบแนวคิดในการวิจัย คือ

1.3.1 กรอบแนวความคิด ด้านการศึกษาแนวทางการออกแบบ กราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

1.3.1.1 ศึกษาข้อมูลเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชน ตลาดโบราณ บางพลี โดยสามพร มณีมนตรีจิต (2539 : 14) กล่าวว่า วัฒนธรรม ที่เป็นวัตถุหรือมีลักษณะที่เป็นรูปธรรมที่เรานำมาพัฒนาให้เป็นจุดสนใจแก่นักท่องเที่ยว นั้น ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ศาสนสถาน งานศิลปกรรม สถาปัตยกรรม นาฏศิลป์และการละเล่นพื้นบ้าน งานเทศกาล งานประเพณี งานศิลปหัตถกรรม และสินค้าท้องถิ่น ตลอดจนวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนชุมชน โดยผู้วิจัยได้เลือกใช้ทฤษฎีและแนวความคิด ให้มีความสอดคล้องกับการออกแบบ กราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยว ตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ศึกษาในขอบเขต ดังนี้

- (1) ด้านวัฒนธรรม การอยู่อาศัย
- (2) ด้านความเชื่อของชุมชนตลาดโบราณ บางพลี
- (3) ด้านเอกลักษณ์ ของชุมชน

1.3.2 กรอบแนวความคิดในด้าน การออกแบบ กราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการซึ่งทางผู้วิจัย ได้ใช้แนวความคิดและทฤษฎี โดยแบ่งออกเป็น 2 ขั้นตอน ดังนี้

1.3.2.1 ศึกษาแนวทางในการออกแบบกราฟิก เพื่อให้มีรูปแบบที่สร้างความพึงพอใจแก่ผู้บริโภค โดยผู้วิจัยได้เลือกใช้ทฤษฎีและแนวความคิด ให้มีความสอดคล้องกับการออกแบบ กราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยว ตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ศึกษาในขอบเขต ดังนี้ (ปาพจน์ หนูนภักดี. 2553 : 46 - 88)

- (1) การยืดความหมายของสิ่งเก่ามาใช้
- (2) การเล่าเรื่องตามกาลเวลา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.3.2.2 หลักการออกแบบกราฟิก ที่ผู้วิจัยนำมาใช้ในขั้นตอนการออกแบบ กราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยว ตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ โดยศึกษาใน ขอบเขต ดังนี้ (ปาพจน์ หนูนงกัฒติ. 2553 : 113 - 134)

- (1) การเน้นจุดสนใจ
- (2) ความสมดุล
- (3) เอกภาพ
- (4) จังหวะ
- (5) ความเรียบง่าย

1.3.2.3 หลักการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ผู้วิจัยนำมาใช้ในขั้นตอนการออกแบบ กราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยว ตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ โดยศึกษาใน ขอบเขต ดังนี้ (อุดมศักดิ์ สาริบุตร. 2550 : 18)

- (1) หน้าที่ใช้สอย (FUNCTION)
- (2) ความปลอดภัย (SAFETY)
- (3) ความแข็งแรง (CONSTRUCTION)
- (4) ความสวยงาม (AESTHETICS)
- (5) วัสดุและการผลิต (MATERIALS AND PRODUCTION)

1.3.3 กรอบแนวความคิด การประเมินความพึงพอใจ การออกแบบกราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวตลาดโบราณ บางพลี จังหวัดสมุทรปราการ โดยผู้วิจัยได้ใช้ทฤษฎี โดยการประเมินความพึงพอใจมีขอบเขต ดังนี้ (ดวงฤทัย อารังโชติ. 2550 : 133 - 134)

- 1.3.3.1 ให้ภาพลักษณ์ที่ดีต่อตลาดโบราณ บางพลี
- 1.3.3.2 มีความสะอาดตาเป็นเอกลักษณ์
- 1.3.3.3 องค์ประกอบเหมาะสม สวยงาม
- 1.3.3.4 สอดคล้องกับเป้าหมาย

## 1.4 ขอบเขตในการออกแบบ

ในการศึกษาและออกแบบกราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวตลาดโบราณ บางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยดังนี้

1.4.1 ขอบเขตในการศึกษาแนวทางการออกแบบกราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ผู้วิจัยแบ่งหัวข้อ ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

- 1.4.1.1 กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
  - (1) กลุ่มประชากร คือเจ้าหน้าที่ท่องเที่ยวประจำตลาดโบราณบางพลี
  - (2) กลุ่มตัวอย่าง คือ เจ้าหน้าที่ท่องเที่ยวประจำตลาดโบราณบางพลี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 1.4.1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เพื่อศึกษาแนวทางการออกแบบกราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่

- (1) ศึกษาข้อมูลขั้นปฐมภูมิ จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- (2) ศึกษาข้อมูลจากผู้ชำนาญการ และผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว ด้วยวิธีการสัมภาษณ์ แบบเปิดกว้างในการตอบคำถาม เพื่อมองหาคำสำคัญหรือ ความน่าสนใจของกระบวนการออกแบบและกระบวนการสร้างงาน จากนั้นจึงค่อยตีกรอบข้อคำถามให้แคบลง เพื่อให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์การวิจัย การกำหนดข้อคำถามโดยเกิดจากการทบทวน ข้อมูล การศึกษา ทฤษฎีแนวคิดที่เกี่ยวข้อง ใช้การจดบันทึกและกล้องถ่ายภาพ เพื่อบันทึก รวมด้วย

1.4.2 ขอบเขตในการออกแบบกราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ผู้วิจัยแบ่งหัวข้อ ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

##### 1.4.2.1 กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

- (1) กลุ่มประชากร คือ นักออกแบบด้านผลิตภัณฑ์และกราฟิก
- (2) กลุ่มตัวอย่าง คือ นักออกแบบด้านผลิตภัณฑ์และกราฟิก จำนวน 3 คนแบบเจาะจง

##### 1.4.2.2 กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

- (1) กลุ่มประชากร คือ ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบ
- (2) กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ทรงคุณวุฒิทางการออกแบบจำนวน 3 คนแบบเจาะจง

##### 1.4.2.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เพื่อออกแบบ กราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่

- (1) แบบประเมินความคิดเห็นจากผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อการออกแบบกราฟิกและผลิตภัณฑ์ แบ่งเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ทางด้านประโยชน์ใช้สอย ความสวยงาม และด้านความเหมาะสม ด้านวัตถุประสงค์การผลิต

1.4.3 ขอบเขตในประเมินความพึงพอใจของกราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ผู้วิจัยแบ่งหัวข้อ ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

##### 1.4.3.1 กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

- (1) กลุ่มประชากร คือ เจ้าหน้าที่ผู้ดูแลชุมชนตลาดโบราณ บางพลี
- (2) กลุ่มตัวอย่าง คือ เจ้าหน้าที่ผู้ดูแลชุมชนตลาดโบราณ บางพลี จำนวน 3 คนแบบเจาะจง

##### 1.4.3.2 ตัวแปรต้น คือ รูปแบบของกราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ การ

ท่องเที่ยวตลาดโบราณบางพลี ที่ได้รับการออกแบบและพัฒนาใหม่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อการศึกษาเท่านั้น มิอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.4.3.3 ตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจของผู้เชี่ยวชาญในด้านการท่องเที่ยวและเจ้าหน้าที่ผู้ดูแลตลาด ที่มีต่อกราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวตลาดโบราณบางพลี

#### 1.4.3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เพื่อประเมินความพึงพอใจของกราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่

(1) แบบประเมินความพึงพอใจ ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวและเจ้าหน้าที่ผู้ดูแลชุมชนตลาดโบราณบางพลี ที่มีต่อ กราฟิก ประชาสัมพันธ์ ตลาดโบราณบางพลี แบ่งเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ทางด้านประโยชน์ใช้สอย ความสวยงาม และด้านความเหมาะสม

## 1.5 คำนิยามศัพท์

1.5.1 ตลาดโบราณบางพลี หมายถึง ตลาดน้ำโบราณบางพลี ตั้งอยู่บริเวณริมคลองสำโรงติดกับวัดบางพลีใหญ่ใน ตำบลบางพลีใหญ่ อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ มีอายุราวประมาณ 150 ปี ถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและมีประวัติที่เก่าแก่มายาวนาน เป็นตลาดน้ำประวัติศาสตร์แห่งหนึ่ง ที่มีวิถีชีวิตเรียบง่าย มีวัฒนธรรมที่ดั้งเดิมสั่งสมอยู่มากมาย

1.5.2 กราฟิก หมายถึง กราฟิกบนบอร์ดประชาสัมพันธ์ หรือก็คือ การออกแบบบอร์ดประชาสัมพันธ์ โดยใช้หลักการออกแบบทางด้านกราฟิกและการออกแบบผลิตภัณฑ์ พัฒนารูปแบบกราฟิกลงบนตัวบอร์ดประชาสัมพันธ์ เพื่อวัตถุประสงค์ในการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวตลาดโบราณบางพลี และเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้วยรูปลักษณ์ที่สวยงาม น่าสนใจ ดึงดูดสายตา

1.5.3 เอกลักษณ์ หมายถึง การนำเอาเอกลักษณ์ต่างๆภายในตลาดโบราณบางพลี มาใช้ในการออกแบบเป็นลวดลายกราฟิกลงในบอร์ดกราฟิกประชาสัมพันธ์ เช่น ชุมประตู่ทางเข้า ดอกบัว เรือในคลองสำโรง ปลายลิตในคลองสำโรง เพื่อให้เกิดเป็นเอกลักษณ์ในการประชาสัมพันธ์ตลาดโบราณบางพลี

1.5.4 ความพึงพอใจ หมายถึง ความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ผู้ดูแลชุมชนตลาดโบราณ บางพลี และนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยว ตามกรอบแนวความคิด ในการออกแบบกราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวตลาดโบราณบางพลี แบ่งออกเป็น 3 ด้านคือ ได้แก่ ทางด้านประโยชน์ใช้สอย ความสวยงาม และด้านความเหมาะสม ต่อตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

1.5.5 บอร์ดกราฟิก หมายถึง คำที่ผู้วิจัยใช้เรียกแทน กราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ เพื่อให้ง่ายต่อการเรียกและสื่อสาร

## บทที่ 2

# เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาและออกแบบกราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยว ตลาดโบราณ บางพลี จังหวัดสมุทรปราการ โดยงานวิจัยนี้เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบซึ่งผู้วิจัย ได้ศึกษาข้อมูล จากเอกสารที่เกี่ยวข้องและแนวความคิดทฤษฎีต่างๆ ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งได้แบ่งข้อมูล ไว้ เป็นลำดับชั้นตอนโดยในแต่ละลำดับ จะนำไปสู่กระบวนการในการออกแบบ เพื่อให้ง่ายในการศึกษา ค้นคว้าผู้วิจัย จึงนำเสนอข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

### 2.1 ความหมายของการศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์

2.1.1 ความหมายของกระบวนการออกแบบ

2.1.2 ความหมายของการพัฒนาผลิตภัณฑ์

2.1.3 ความหมายในการออกแบบกราฟิก

### 2.2 ประวัติความเป็นมาของตลาดโบราณ บางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

2.2.1 ความเป็นมาและความสำคัญ จังหวัดสมุทรปราการ

2.2.2 ความเป็นมาและความสำคัญ ตลาดโบราณ บางพลี

2.2.3 อัตลักษณ์ของตลาดโบราณ บางพลี

2.2.4 ลักษณะเฉพาะและแผนที่ภายในตลาดโบราณ บางพลี

2.2.5 รูปแบบการสัญจรเข้าออก ตลาดโบราณบางพลี

2.2.6 ตำแหน่งพื้นที่ ที่ใช้ในการออกแบบกราฟิกประชาสัมพันธ์

2.2.7 ข้อมูลนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยว ตลาดโบราณบางพลี

2.2.8 ข้อมูลตลาดโบราณในพื้นที่ใกล้เคียงตลาดโบราณบางพลี

2.2.9 รูปแบบของป้ายประชาสัมพันธ์และบอร์ดประชาสัมพันธ์รูปแบบต่างๆภายใน

ตลาดโบราณบางพลีและตลาดโบราณข้างเคียงในการศึกษาข้อมูล

### 2.3 การศึกษามลิตภัณฑ์ กราฟิกประชาสัมพันธ์

2.3.1 ความเป็นมาและความสำคัญของกราฟิกประชาสัมพันธ์

2.3.2 ประเภทและรูปแบบ ของกราฟิก ประชาสัมพันธ์ ในสถานที่ต่างๆ

2.3.3 จิตวิทยาสีกับอารมณ์และความรู้สึก

### 2.4 ข้อมูลผู้บริโภคและจิตวิทยาด้านการตลาด

2.4.1 ความรู้เกี่ยวกับ TREND และความนิยมต่างๆในปัจจุบัน

### 2.5 ศึกษาวัสดุกรรมวิธีการผลิต และข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบกราฟิก

2.5.1 วัสดุที่ใช้ในการผลิตและกรรมวิธีการผลิต

2.5.2 เครื่องมือในกรรมวิธีการผลิต

เอกสารนี้เป็น 2.6 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่การศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.1 ความหมายของการศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์

### 2.1.1 ความหมายของกระบวนการออกแบบ

การออกแบบ คือ กระบวนการสร้างสรรค์ประเภทหนึ่งของมนุษย์มีความสวยงามโดดเด่น โดยใช้องค์ประกอบของทฤษฎีต่างๆ และใช้วัสดุ นานาชนิดมาเป็นวัตถุดิบที่ใช้ในการสร้างสรรค์ผลงาน เพื่อตอบสนองความต้องการในการดำรงชีวิตประจำวัน ให้มีความสะดวกสบายขึ้น หรือเพื่อแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นทางกายภาพหรือเพื่อพัฒนาวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของมนุษย์ให้มีคุณภาพสูงขึ้นกว่าเดิม

การออกแบบ หมายถึง การปรับปรุงผลงาน หรือสิ่งต่างๆ ที่มีอยู่แล้วให้เหมาะสม มีความแปลกใหม่เพิ่มขึ้น เช่น แก้วน้ำที่ใช้มานานๆ เราสามารถปรับปรุง ให้เป็นรูปแบบใหม่ สวยงาม แปลกกว่าเดิมแต่ยังคงความสะดวกสบายในการใช้งานเหมือนเดิมหรือดีกว่าที่มีอยู่เดิมเป็นต้น

การออกแบบ หมายถึง การรวบรวมหรือการจัดองค์ประกอบทั้งที่เป็น 2 มิติ และ 3 มิติ เข้าด้วยกันอย่างมีหลักเกณฑ์โดยนำเอาองค์ประกอบของการออกแบบมาคิดรวมกันและคำนึงถึงประโยชน์ใช้สอย ความงามอันเป็นคุณลักษณะสำคัญของการออกแบบ การออกแบบเป็นศิลปะของมนุษย์เกิดจากการสร้างค่านิยมทางความงามและสนองคุณประโยชน์ทางกายภาพให้แก่มนุษย์ (ความหมายกระบวนการออกแบบ. 2552 : Online)

### 2.1.2 ความหมายของการพัฒนาผลิตภัณฑ์

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ เป็นการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ ให้มี ความแปลกใหม่ สวยงาม สะดุดตา และดึงดูด โดยพื้นฐานของการออกแบบ มี 5 ประการดังนี้

2.1.2.1 ความสมดุล(Balance) หมายถึง ความเท่ากัน หรือการถ่วงเพื่อให้เกิดการเท่ากันการเท่ากันนี้อาจจะไม่เท่ากันจริงก็ได้แต่เท่ากันในความรู้สึกของมนุษย์ มาโนซ (2538: 143-144) กล่าวว่า ในทางศิลปะและการออกแบบ เราแทนค่าของก้อนน้ำหนักเป็นภาพที่เห็นด้วยตา เช่น น้ำหนักเป็นเส้น รูปว่าง รูปทรง หรือสี ซึ่งเป็นการรับรู้ได้ทางประสาทตา ดุลยภาพที่เกิดขึ้นนี้มี 3 ลักษณะคือ

(1) สมดุลที่เท่ากัน (SymmetricalBalance หรือ FormalBalance) เป็นการจัดวางภาพทั้งสองข้าง ที่มีขนาดเท่ากันลงบนพื้นที่ ซึ่งในแต่ละภาพนั้น จะถูกจัดวางห่างจาก ศูนย์กลางเท่ากัน จะได้สมดุลที่เท่ากันซึ่งทำให้เกิดความรู้สึกนิ่งอยู่กับที่ มั่นคง สง่างามน่าเกรงขาม

(2) สมดุลที่ไม่เท่ากัน (AsymmetricalBalance หรือ Informal Balance) ภาพสองข้างไม่เท่ากัน โดยข้างหนึ่งมีขนาดมากกว่าอีกข้างหนึ่ง ทำให้เกิดดุลยภาพที่ไม่เท่ากันซึ่งการหาตำแหน่งเพื่อจัดวางภาพให้เกิดสมดุลแบบนี้ นั้น มักจะนิยมใช้กฎแห่งการชดเชย และกฎอมตะ คือ จะต้องเลื่อนภาพ ข้างที่มีน้ำหนักมากกว่าเข้ามาใกล้จุดศูนย์กลาง จึงจะทำให้เกิดความสมดุล หรือ ตำแหน่งที่เกิดจากเส้นแบ่งส่วน 3 ส่วน ในแนวตั้งฉาก และแนวนอนตัดกัน คือตำแหน่งที่เหมาะสม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำหรับวางภาพเพื่อให้เกิด ความสมดุลที่ไม่เท่ากัน

(3) สมดุลรัศมีวงกลม (Radial Balance) คือ การสร้างภาพลักษณะวงกลม มีรัศมีจากจุดศูนย์กลาง จะก่อให้เกิดสมดุลขึ้น และทำให้เกิดความรู้สึกเคลื่อนไหวโดยมีแกนกลาง

2.1.2.2 การเน้น (Emphasis) เพื่อให้เกิดจุดเด่นสามารถเน้นด้วยรูปร่าง เน้นด้วยสี ฯลฯ ซึ่งเป็นวิธีที่ทำให้เกิดความสนใจแก่ผู้พบเห็นได้ นพวรรณ (2540 : 181-184) ได้กล่าวถึงวิธีการ เน้นจุดสนใจซึ่งมีอยู่ด้วยกัน 3 วิธีคือ

(1) การเน้นด้วยการตัดกัน (Emphasis by Contrast) จุดสนใจมี ผลมาจากองค์ประกอบสิ่งหนึ่งสิ่งใดที่มีความแตกต่างออกไปจากสิ่งอื่น สิ่งนั้นเป็นการดึงดูดความสนใจด้วยความแปลกของตัวเอง ซึ่งมีทางเป็นไปได้มาก

(2) การเน้นด้วยการแยกอยู่โดดเดี่ยว (Emphasis by Isolation) การเน้นด้วยการตัดกันเป็นเทคนิคของการเน้นด้วยการแยกอยู่โดดเดี่ยว เมื่อสิ่งหนึ่งถูกแยกออกมาจากกลุ่ม สิ่งนั้นจะเป็นจุดสนใจ เพราะเมื่อแยกออกไปสิ่งนั้นก็ดูสำคัญขึ้นมา นี่เป็นการตัดกันอีกแบบหนึ่ง ในเรื่องของตำแหน่งที่ว่าง การวางจุดสนใจไว้กลางภาพถือเป็นความตั้งใจของผู้ออกแบบ แต่ถ้าผู้ออกแบบวางจุดสนใจไว้ใกล้ขอบภาพ จะมีแรงดึงดูดสายตาของผู้ดูให้ออกมาดูภาพมากกว่า

(3) การเน้นโดยการวางตำแหน่ง (Emphasis by Placement) การวางตำแหน่งในภาพโดยการนำองค์ประกอบอื่นๆเข้ามาที่จุดเดียวกัน ความสนใจก็จะมุ่งมาที่จุดนั้น ดังภาพด้านล่าง เป็นภาพที่มีรูปทรงต่างๆกระจายออกเป็นรัศมีเป็นแฉกๆ กระจายออกจากศูนย์กลาง ซึ่งบริเวณจุดศูนย์กลางก็มีรูปทรงเช่นเดียวกับรูปทรงอันอื่น แต่กลายเป็นการเน้นเนื่องจากตำแหน่งที่ว่างไม่ใช่เพราะความแตกต่างของรูปทรง การเน้นไม่จำเป็นต้องเด่นชัดเหมือนตัวอย่าง แต่ควรคำนึงถึงไว้เรื่องหนึ่งคือ เมื่อใดที่วางจุดสนใจไว้แล้ว จะต้องหลีกเลี่ยงไม่ให้มีสิ่งอื่นมาดึงดูดความสนใจออกไปอีก เพราะจะทำให้สับสนได้

2.1.2.3 ความเรียบง่าย (Simplicity) นับว่าเป็นหลักการความสำคัญ ของทุกแนวพระราชดำริและทฤษฎีของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ที่ได้ทรงใช้คำว่า Simplicity ที่หมายถึง ความเรียบง่าย ไม่ยุ่งยาก ไม่ซับซ้อน

2.1.2.4 จังหวะ (Rhythm) ถือเป็นหลักการหนึ่งของการออกแบบซึ่งมีพื้นฐานมาจากการซ้ำกัน (Repetition) จังหวะเป็นการนำเอาส่วนประกอบของการออกแบบรวมเข้าไว้ด้วยกัน นพวรรณ (2540: 173-178) ได้แบ่งจังหวะออกเป็น 3 ชนิดคือ

(1) จังหวะที่ซ้ำกัน (Repetition Rhythm) คือ วิธีการเน้นอย่างหนึ่งที่ต้องการให้เห็นชัดเจน โดยใช้เส้น รูปร่าง รูปทรง มาจัดวางลงในกรอบพื้นที่มากกว่าหนึ่งครั้ง โดยมีระยะเคียงเท่ากันหรือไม่เท่ากันก็ได้ การสร้างภาพให้ดูกลมกลืน และเป็นจังหวะ ถ้าหน่วยของรูปทรงมีขนาดใหญ่ และใช้จำนวนน้อย งานออกแบบจะดูง่าย ทำหาย แต่ถ้าใช้รูปทรงเล็กจำนวนมาก จะให้

## ความรู้สึกเป็นผิวสัมผัส

(2) จังหวะที่สลับกัน (Alternation Rhythm) คือจังหวะของสองสิ่ง หรือมากกว่าซึ่งสลับกันไปมาเป็นช่วงๆ เป็นลักษณะที่ทำให้ไม่เห็นการซ้ำเด่นชัดมากเกินไป ทำให้มีลักษณะแปลกออกไปอีกแบบหนึ่ง

(3) จังหวะที่ต่อเนื่องกัน (Continuous Rhythm) คือการจัดช่วงจังหวะให้มีความต่อเนื่องกัน จังหวะแบบนี้มักจะมีการเปลี่ยนแปลงของรูปทรงไปเรื่อยๆ โดยมีสี ค่าน้ำหนักของสี หรือพื้นผิวเป็นตัวแปร

2.1.2.5 เอกภาพ (Unity) หมายถึง ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันไม่แตกแยกกัน หรืออยู่รวมกันได้ดีระหว่างองค์ประกอบ เช่น เส้น รูปร่าง รูปทรง ซึ่งสายตามองเห็น และรู้สึกได้ว่ามีความกลมกลืนต่อเนื่องเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน การสร้างงานออกแบบให้มีเอกภาพมี 4 วิธี ซึ่ง นพวรรณ (2540: 194-206) กล่าวไว้ดังนี้

(1) นำมาใกล้ชิดกัน (Proximity) คือ การนำเอาองค์ประกอบที่อยู่อย่างกระจัดกระจายนำมาจัดให้อยู่ใกล้ชิดกัน ทำให้เหมือนเป็นเรื่องเดียวกัน จะทำให้เกิดความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน เป็นเรื่องราวที่มีความสัมพันธ์กัน

(2) การซ้ำ (Repetition) คือ การจัดองค์ประกอบในส่วนต่างๆ ให้ซ้ำกันสัมพันธ์กัน ซึ่งองค์ประกอบที่ซ้ำกันอาจเป็นได้ทั้งสี รูปร่าง ผิวสัมผัส ทิศทาง หรือมุม

(3) การกระทำต่อเนื่อง (Continuation) เป็นการกระทำที่ต่อเนื่องเป็นธรรมชาติ โดยใช้ความต่อเนื่องของ เส้น มุม หรือทิศทาง จากรูปร่างหนึ่งไปอีกรูปร่างหนึ่ง รูปร่างจะดูไม่ล่องลอยอยู่อย่างสับสน แต่จะจัดให้อยู่ในรูปแบบที่ค่อนข้างแน่นอน และก่อให้เกิดความเป็นหนึ่งเดียว

(4) ความหลากหลาย (Variety) แม้ว่าเอกภาพ จะเป็นการออกแบบที่มีความกลมกลืนกันขององค์ประกอบต่างๆ แต่การสร้างภาพให้มีเอกภาพมากเกินไป จะทำให้ภาพนั้นเกิดความน่าเบื่อ เช่นภาพกระดานหมากรุก แต่เมื่อเรานำรูปทรงต่างๆ ซึ่งอาจจะซ้ำกันแต่ขนาดต่างกัน สีก็อาจจะซ้ำกันได้แต่ต่างระดับสี ไม่ใช่การซ้ำแบบธรรมดาแต่เป็นความหลากหลายที่แตกต่างกัน เช่น ภาพของ มอนเดรีอัน ชื่อจังหวะลีลาของเส้นตรง

### 2.1.3 ความหมายของการออกแบบกราฟิก

การออกแบบกราฟิก เครื่องหมายและสัญลักษณ์ สื่อภาพสัญลักษณ์หรือเครื่องหมายภาพ เป็นสื่อที่มีบทบาทอย่างมากในชีวิตประจำวัน ถ้าเรามองไปรอบ ๆ ตัวจะเห็นสื่อที่เป็นเครื่องหมายภาพปรากฏอยู่ทั่วไป การนำหลักทฤษฎีมาประยุกต์ในการออกแบบสื่อสัญลักษณ์ การออกแบบสัญลักษณ์ นักออกแบบจะต้องใช้ความรู้ความสามารถอย่างยิ่งในการวิเคราะห์เนื้อหาของสาร ที่จะต้องการสื่อความหมาย และสังเคราะห์ให้เป็นรูปลักษณ์ที่ใช้เป็นตัวแทนอันสามารถจะบอกได้ถึงความหมาย ทั้งยังเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับบริการเชิงงานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไมอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ต้องใช้ความสามารถในการเขียนภาพ หรือผลิตภาพสัญลักษณ์ให้ประณีตคมชัด เพื่อสื่อความหมายได้ถูกต้องชัดเจน ดังข้อมูลต่อไปนี้ (เทคนิคการออกแบบกราฟิก พงษ์ศักดิ์ ไชยทิพย์ : 2555)

### 2.1.3.1 การออกแบบสัญลักษณ์ นักออกแบบมีแหล่งบันดาลใจสำคัญ 2 ประการ

(1) จากธรรมชาติสิ่งแวดล้อม (Natural Form) ได้แก่ ภาพดอกไม้ ใบไม้ ภูเขา ทะเล สัตว์ ดวงอาทิตย์ ดวงจันทร์ ฯลฯ จัดเป็นสัญลักษณ์ที่เกิดจากธรรมชาติ (Natural Symbol)



ภาพที่ 2.1 ลักษณะกราฟิกที่ได้แรงบันดาลใจจากธรรมชาติ

ที่มา : รูปแบบของกราฟิก (2555 : Online)

(2) จากรูปแบบที่มนุษย์สร้าง (Manmade Form) ได้แก่ อาคารบ้านเรือน เครื่องใช้ สิ่งของต่างๆ



ภาพที่ 2.2 ลักษณะกราฟิกที่ได้แรงบันดาลใจจากสิ่งของ

ที่มา : รูปแบบของกราฟิก (2555 : Online)

### 2.1.3.2 การออกแบบสัญลักษณ์ให้บรรลุตรงตามเป้าหมาย นักออกแบบควรคำนึงถึง

หลักสำคัญ 3 ประการคือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(1) ความงามของสัญลักษณ์ โดยต้องมีความเกี่ยวโยงกัน กับสุนทรียภาพ (Aesthetic Form) คือความงามของรูปแบบของสัญลักษณ์ไม่ว่าจะเป็น Representation หรือ Abstract ก็ตาม

(2) ต้องเหมาะสมกับกาลเวลาในทุกยุคและทุกสมัย ควรหลีกเลี่ยงสิ่งที่เป็นความนิยมชั่วคราว

(3) ต้องนำไปใช้ประโยชน์ได้หลายประการ สามารถลอกเลียนด้วยวิธีต่าง ๆ เช่น การย่อหรือขยายได้

2.1.3.3 สื่อสัญลักษณ์ที่มีอยู่ทั่วไปสามารถ แยกประเภทตามลักษณะเฉพาะ แบ่งได้ 6 ประเภท ดังนี้

(1) ภาพเครื่องหมายจราจร เป็นกติกาสากลซึ่งเข้าใจร่วมกันโดยทั่วไป เพื่อความปลอดภัยในการใช้ยานพาหนะ เครื่องหมายภาพจราจรจะแสดงถึงสัญลักษณ์การใช้รถใช้ถนนในลักษณะต่าง ๆ กัน การออกแบบจะเน้นความชัดเจนของการสื่อความหมาย เข้าใจง่าย สีสันสะดุดตา

(2) เครื่องหมายสถาบัน สมาคมและกลุ่มต่าง ๆ ซึ่งกำหนดรูปแบบเพื่อแทนหรือเป็นสัญลักษณ์ของหน่วยงานนั้น ๆ

(3) เครื่องหมายบริษัทของสินค้าหรือตัวผลิตภัณฑ์ เพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่น กระตุ้นความน่าสนใจในบริษัทการค้าหรือผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ และยังเป็นการเน้นถึงคุณภาพที่น่าเชื่อถือด้วยรูปลักษณ์ของเครื่องหมายที่ ปรากฏ

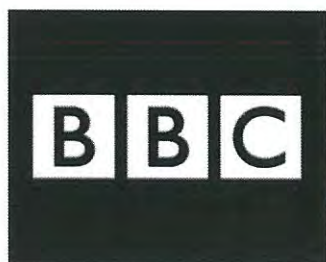
(4) ภาพเครื่องหมายของสถานที่ เป็นเครื่องหมายที่แสดงถึงสัญลักษณ์ ในสถานที่ต่าง ๆ ที่แสดงให้เห็นเข้าใจร่วมกันได้โดยไม่ต้องใช้ตัวหนังสือหรือข้อความ ซึ่งบางครั้งอาจสื่อได้ยากกว่าการใช้สัญลักษณ์ เช่น โรงพยาบาล สนามบิน สถานีรถไฟ ห้องน้ำ

(5) ภาพเครื่องหมายกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การกีฬา การก่อสร้าง

(6) เครื่องหมายที่ใช้ในการออกแบบ เขียนแบบ เป็นเครื่องหมายภาพที่ใช้สื่อความหมายร่วมกัน ระหว่างผู้ออกแบบเขียนแบบแปลน และผู้อ่านแบบหรือบุคคลทั่วไปที่มีเกี่ยวข้อง

2.1.3.4 การออกแบบสัญลักษณ์ต่าง ๆ ทุกลักษณะ สามารถแบ่งเป็นประเภทใหญ่ ๆ ตามลักษณะและวิธีการออกแบบได้ 3 ประเภท คือ

(1) ลักษณะแบบของตัวอักษร (Letter marks) ซึ่งได้แก่ การออกแบบสัญลักษณ์ โดยอาศัยรูปแบบตัวอักษรมาประดิษฐ์จัดวางให้สวยงาม ชัดเจน การออกแบบอาจจะใช้เฉพาะตัวอักษรหรือคำย่อของหน่วยงาน บริษัทหรือสถาบันองค์กรต่าง ๆ โดยเน้นที่การนำจุดเด่นของสถานที่ต่าง ๆ มาใช้



ภาพที่ 2.3 ลักษณะแบบตัวอักษร

ที่มา : รูปแบบของกราฟิก (2555 : Online)

(2) ลักษณะแบบภาพ (Pictograph) คือ การออกแบบสัญลักษณ์โดยใช้รูปภาพเป็นแนวคิดในการออกแบบ ภาพอาจเป็นการแสดงทิศทาง กิจกรรม การกระทำ หรือภาพสัญลักษณ์ต่าง ๆ



ภาพที่ 2.4 ลักษณะแบบภาพ

ที่มา : รูปแบบของกราฟิก (2555 : Online)

(3) ลักษณะแบบผสมผสาน (CombinationMarks) คือการออกแบบภาพสัญลักษณ์ โดยนำเอารูปแบบตัวอักษรกับรูปภาพมาประกอบกันในการออกแบบอย่างสัมพันธ์กันและเหมาะสม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.5 ลักษณะแบบผสมผสาน

ที่มา : รูปแบบของกราฟิก (2555 : Online)

#### 2.1.3.5 แนวคิดในการออกแบบ สัญลักษณ์ ควรจะยึดหลักแนวคิด ดังนี้

- (1) แนวคิดเกี่ยวกับความงาม
- (2) แนวคิดเกี่ยวกับความหมาย
- (3) แนวคิดในการสร้างความเด่นและน่าสนใจ
- (4) ความเหมาะสมในการออกแบบและการใช้งาน

#### 2.1.3.6 การออกแบบสัญลักษณ์ ในทุกลักษณะที่ทำการออกแบบ ผู้ออกแบบควรจะ

พิจารณาให้ชัดเจนก่อน ว่าตัวงานออกแบบนั้นมีวัตถุประสงค์เป็นอย่างไร ทั้งนี้เพื่อให้ผลงานออกแบบสามารถสื่อความหมายให้ผู้อื่นเข้าใจได้โดยง่าย มีความชัดเจน สามารถดึงดูดความสนใจได้ดี ภาพเครื่องหมายสามารถนำไปใช้งานได้หลายลักษณะ มีรูปแบบที่น่าเชื่อถือ เกิดจากความเชื่อมั่นและยอมรับ มีความเป็นเอกลักษณ์ ซึ่งปัจจัยต่าง ๆ ขั้นตอนในการออกแบบมีดังนี้

- (1) ศึกษารวบรวมข้อมูลเบื้องต้นเพื่อเป็นแนวคิดในการออกแบบ
- (2) กำหนดแนวคิดหลักโดยใช้ข้อมูลเบื้องต้นเป็นบรรทัดฐาน
- (3) เลือกหาสิ่งดลใจในการออกแบบ อาจเป็นรูปทรงเรขาคณิต รูปทรง

อิสระ หรือสิ่งในธรรมชาติ

- (4) กำหนดรูปร่างภายนอก
- (5) ร่างภาพเพื่อหารูปแบบที่เหมาะสมโดยการร่างไว้หลาย ๆ แบบ
- (6) ลดทอนรายละเอียด
- (7) ร่างแบบเขียนสี
- (8) เขียนแบบจริง

ในความเป็นจริง เราพบเห็นสัญลักษณ์ที่มีผู้ออกแบบไว้แล้ว และมีการนำมาใช้อยู่โดยทั่วไป ซึ่งเราอาจนำภาพสัญลักษณ์เหล่านั้นมาใช้หรือประยุกต์ ให้เหมาะสมและสามารถสื่อความหมายได้ตรงจุดประสงค์ที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.2 ประวัติความเป็นมาของตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

### 2.2.1 ความเป็นมาและความสำคัญจังหวัดสมุทรปราการ

สมุทรปราการ เป็นเมืองที่สร้างขึ้นในสมัยกรุงศรีอยุธยา ในรัชสมัยของพระเจ้าทรงธรรม มีชื่อปรากฏอยู่ใน พระราชกฤษฎีกาซึ่งตราขึ้น เมื่อ พ.ศ. 2178 พระเจ้าทรงธรรมได้โปรดเกล้าฯ ให้สร้างเมืองสมุทรปราการขึ้นที่บริเวณ คลองปลากด มีฝรั่งชาวฮอลันดาเข้ามาค้าขาย กับไทยในสมัยของ สมเด็จพระเอกาทศรถ เป็นพ่อค้าที่วางตัว และติดต่อกับไทยเป็นอย่างดี อีกทั้งกระทำความดีความชอบกับทางราชการแผ่นดินอยู่หลายอย่าง สมเด็จพระเอกาทศรถจึงได้ทรง พระราชทานที่ดินบริเวณเหนือคลองปลากด ใช้เป็นที่ตั้งคลังสินค้า และเป็นที่อยู่อาศัยของเจ้าหน้าที่อย่างพร้อมเพียง เป็นสถานที่ที่มีความงดงาม และบริบูรณ์ด้วยเครื่องใช้ที่จำเป็นและทันสมัย จนถึงกับมีการยกย่องในหมู่ชาวฮอลันดาว่าเป็นเมือง "นิวอัมสเตอร์ดัม" (New Amsterdam) ซึ่งในปัจจุบันถูกน้ำเซาะพังไปแล้ว สมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น พระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย ทรงเห็นว่าปากน้ำเจ้าพระยานั้นหากมีข้าศึกเข้ามาทำการรุกรานพระนครก็จะทำได้ง่าย ดังนั้นจึงได้โปรดเกล้าฯ ให้กรมหมื่นเจษฎาบดินทร์ (พระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว) กับพระยาพระคลัง (ดัส) เป็นแม่กองไปควบคุม การก่อสร้างเมืองสมุทรปราการขึ้นใหม่ในปี พ.ศ. 2362 ตรงบริเวณบางเจ้าพระยา คือ ตำบลปากน้ำในปัจจุบัน ใช้เวลาในการก่อสร้างประมาณ 3 ปี



ภาพที่ 2.6 สมุทรปราการในอดีต 1

ที่มา : ของตีเมืองสมุทรปราการ (2540 : 7)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จังหวัด สมุทรปราการ หรือที่เรียกกันเป็นสามัญทั่วไปว่า "เมืองปากน้ำ" เพราะตั้งอยู่ปากน้ำเจ้าพระยาเป็นเมือง สำคัญทางประวัติศาสตร์ มาตั้งแต่โบราณเป็นเมืองหน้าด่านทางทะเลที่มีความสำคัญตลอดมาทุกยุคทุกสมัย "สมุทร" แปลว่า "ทะเล" และ "ปราการ" แปลว่า "กำแพง" สมุทรปราการ แปลว่า กำแพงชายทะเล หรือ กำแพงริมทะเล ซึ่งหมายถึงเมืองหน้าด่านชายทะเล หรือ ริมทะเลที่มีกำแพงมั่นคงแข็งแรงสำหรับป้องกันข้าศึกนั่นเอง นับว่าเป็นการ ให้ชื่อเมืองที่ถูกต้องและเหมาะสมตามความมุ่งหมายในการตั้งเมืองเป็นอย่างยิ่ง

ความเป็นมาของเมืองสมุทรปราการ นั้นมีความสลับซับซ้อนมีความสัมพันธ์กับเมืองพระประแดงเป็นอย่างมาก (ปัจจุบันเป็น อำเภอพระประแดงในจังหวัดสมุทรปราการ) เพราะเมืองสมุทรปราการได้ตั้งขึ้นในสมัยกรุงศรีอยุธยาเป็นราชธานี แต่เมืองพระประแดงเดิมนั้น ขอมได้ตั้งขึ้นในสมัยขอมมีอำนาจครอบครองบริเวณลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา ซึ่งสมัยนั้น ทะเลยังลึกเข้ามามากจนจรดเขตทางใต้ของกรุงเทพมหานคร ขอมเรียกว่า "ปากน้ำพระประแดง" เมื่อตั้งที่เมือง ปากน้ำก็เรียกว่า "เมืองพระประแดง" (ในส่วนของหลักฐานทางประวัติศาสตร์นั้นเชื่อว่าเมืองพระประแดง ที่ขอมตั้งนี้อยู่ที่ คลองเตย เขตพระโขนง กรุงเทพมหานคร ปัจจุบันคือที่ทำกร การท่าเรือแห่งประเทศไทย) ครั้นนานมา มีแผ่นดิน งอกออกไป เมืองพระประแดงห่างจากปากน้ำเข้าทุกที จึงมีการโยกย้ายตั้งเมืองปากน้ำ ขึ้นใหม่เพื่อความเหมาะสม จึงมีทั้งเมืองสมุทรปราการ และเมืองพระประแดง ในสมัยกรุงศรีอยุธยา ครั้นถึงสมัยกรุงรัตนโกสินทร์ ความจำเป็น ทางการเมือง และความปลอดภัยของประเทศชาติมีมากขึ้นจึงได้ตั้งเมือง นครเขื่อนขันธ์ขึ้น (ปัจจุบัน เป็นอำเภอ พระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ) จึงกล่าวได้ว่า จังหวัดสมุทรปราการ หรือเมืองปากน้ำในปัจจุบันนี้ มีประวัติ และอาณาเขต ของเมือง 3 เมืองรวมกัน คือ เมืองพระประแดง เมืองนครเขื่อนขันธ์ และเมืองสมุทรปราการ



ภาพที่ 2.7 สมุทรปราการในอดีต 2

เอกสารนี้เป็นของดีเมืองสมุทรปราการ (2540 : 8) ที่การศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สมุทรปราการ ในอดีตนับเป็นพื้นที่ป่ากันดาร นักปราชญ์ทางประวัติศาสตร์ และ โบราณคดี สันนิษฐานว่า บริเวณพื้นที่ของจังหวัดนี้ทั้งหมด ตั้งแต่ปากอ่าวไทย จนจรดพื้นที่ทางใต้ ของ จังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นทะเล ทั้งหมด มีเรือสำเภาจีน แล่นขึ้นไปถึงกรุงศรีอยุธยาได้โดยสะดวก ต่อมานาน ๆ เข้า บริเวณแหล่งนี้ตั้งเงินกลายเป็น ที่ราบลุ่มอุดมสมบูรณ์ ที่มีแม่น้ำเจ้าพระยาไหล ผ่านไปออกทะเล การคมนาคมสะดวก ผู้คนจึงอพยพเข้าไปตั้งหลักแหล่ง ทำมาหากินมากขึ้นโดยลำดับ บริเวณลุ่มน้ำเจ้าพระยาทั้งหมดมาจนจรดปากอ่าวไทย เป็นเขตอาณาจักรทวารวดี และชนชาวทวารวดีในบริเวณนี้ โดยส่วนมากแล้วมีเชื้อชาติไทย จากหลักฐานการขุดค้นพบซากโบราณสถาน กับพบ โบราณวัตถุ มีตะเกียงสัมฤทธิ์ของชาวโรมันที่ตำบลพงตึก อำเภอดำรงวิทยารวดี จังหวัดกาญจนบุรี ทำให้ สันนิษฐานได้ว่าบริเวณตำบล ดังกล่าวนี้อาจเป็นเขตอาณาจักรทวารวดี คงจะเป็นเมืองท่าริมทะเลที่สำคัญของ อาณาจักร ทวารวดี คู่กับเมืองนครปฐม ซึ่งเป็นเมืองสำคัญริมทะเลอีกเมืองหนึ่งของอาณาจักรทวารวดีเช่นกัน จึงพอสรุปได้ว่าอาณาจักรทวารวดี คงเป็นอาณาจักรที่รุ่งเรืองและมีอาณาบริเวณอยู่ในที่ราบลุ่มในแม่น้ำเจ้าพระยา ทั้งหมดตลอดมาจนจรดอ่าวไทย ประชาชนพลเมืองคงมีเชื้อสายไทย มีความเจริญสูง ซึ่งอยู่ในราวพ.ศ. 1000 ถึง พ.ศ. 1300 ดังนั้น พื้นที่ของเมืองสมุทรปราการเดิม จึงอยู่ในอาณาจักรทวารวดีมาแล้วตั้งแต่ในสมัยโบราณ ถ้าจะกล่าวย้อน หลังขึ้นไปในอดีต สมุทรปราการมี ประวัติศาสตร์ความเป็นมาที่น่ากล่าวได้ละเอียด รวม 5 สมัยด้วยกัน คือ สมัยลพบุรี สมัยสุโขทัย สมัยศรีอยุธยา สมัยธนบุรี และ สมัยรัตนโกสินทร์

ปัจจุบันจังหวัดสมุทรปราการเป็นเขตปริมณฑล จังหวัดสมุทรปราการมีเนื้อที่ 1,004 ตารางกิโลเมตร อาณาเขตทิศเหนือติดต่อกับกรุงเทพมหานคร และจังหวัดฉะเชิงเทรา, ทิศตะวันออกติดต่อกับจังหวัดฉะเชิงเทรา, ทิศใต้จดอ่าวไทย, ทิศตะวันตกติดต่อกับกรุงเทพมหานคร ลักษณะภูมิประเทศเป็นที่ราบลุ่มทั้งหมด มีแม่น้ำเจ้าพระยาไหลผ่านทางทิศตะวันตกของจังหวัด จากทิศเหนือไปทิศใต้ลงสู่อ่าวไทย มีชายฝั่งทะเลยาว 47.5 กม. เดิมชายฝั่งทะเลมีป่าชายเลนกว้างขวาง เนื่องจากมีตะกอนที่แม่น้ำเจ้าพระยานำพามาทับถมกันที่บริเวณปากน้ำ แต่ปัจจุบันมีการบุกรุกป่าชายเลน ทำให้เกิดปัญหาการกัดเซาะชายฝั่งเป็นบริเวณกว้าง

ในด้านเศรษฐกิจ จังหวัดสมุทรปราการมีการทำนา ประมง และอุตสาหกรรม แหล่งท่องเที่ยวและสถานที่สำคัญอยู่อย่างมากมาย เช่น สนามบินสุวรรณภูมิ พระสมุทรเจดีย์กลางน้ำ วัดอโศการาม วัดบางพลีใหญ่ วัดโพชนัดพลเสพรามวิหาร วัดโปรดกเศชชฐาราม ศาลพระเสื้อเมือง พิพิธภัณฑสถานเรือ เมืองโบราณ สถานตากอากาศบางปู ป้อมพระจุลจอมเกล้า สว่างคินวาส ป้อม แผลงไฟฟ้า ฟาร์มจระเข้ โดยสถานที่แต่ละแห่งนั้นเป็นพื้นที่ทำให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยว ของจังหวัดสมุทรปราการ เป็นที่นิยมและได้รับการพัฒนาอยู่อย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้เป็นจังหวัดแห่งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จึงมีการบำรุงรักษาสถานที่สำคัญต่างในจังหวัดสมุทรปราการอยู่เสมอ โดยหน่วยงานต่างๆของภาครัฐและของเอกชน ต่างเล็งเห็นถึงความสำคัญจึงมีการนำเอารูปแบบการพัฒนาต่างๆเข้ามาใช้ในการพัฒนาและการอนุรักษ์ ในส่วนของสถานที่สำคัญต่างๆสืบต่อไป (ของดีเมืองสมุทรปราการ จังหวัดสมุทรปราการ, 2540 : 14)

เอกสารนี้เป็นลิขสิทธิ์ของสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศในส่วนกลางเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.2.2 ความเป็นมาและความสำคัญ ตลาดโบราณบางพลี

ตลาดน้ำโบราณบางพลี แห่งคลองสำโรง ในอดีตที่นี่ เคยเป็นชุมชนใหญ่และมีความรุ่งเรืองมากชุมชนหนึ่ง เป็นตลาดขนส่งสินค้าต่างๆและใช้ส่งผู้โดยสารจากชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกสู่กรุงเทพมหานคร หลักฐานที่แสดงให้เห็นถึงความรุ่งเรืองของคลองสำโรงดังปรากฏในนิราศเมืองแกลงของสุนทรภู่ ที่รจนาบทกลอนบรรยายถึงคลองแห่งนี้ไว้ว่า

“ถึงบางพลีมีเรือนอารามพระตู่ระตะดาซาท่างไปกลางทุ่ง เป็นเลนลุ่มลึกเหลวเพียงเอวพุงต้องลากจูงจ้างควายอยู่รายเรียง ดูเรือแพแออัดอยู่ยัดเยียดเข้าเปียดเสียดแทรกกันสนั่นเสียงแจวตะกุดเกะกะปะกระเซียงบ้างทุ้มเถียงโตนตุ๊กกันวุ่นวาย”

แต่เดิมตลาดโบราณบางพลีมีชื่อว่า ตลาด “ศิริโสภณ” สันนิษฐานว่า ชาวจีนเข้ามาเปิดร้านในตลาดนี้ราว พ.ศ. 2400 สมัยก่อนริมคลองสำโรงมีตลาดโบราณแบบนี้หลายแห่ง ทว่าหลังจากเกิดไฟไหม้ครั้งใหญ่ ตลาดเหล่านั้นก็ย่อยยับไปกับเปลวไฟ จนไม่เหลือสภาพตลาดเดิม ตลาดน้ำโบราณบางพลี เป็นตลาดโบราณริมคลองสำโรงเพียงแห่งเดียวที่รอดพ้นจากไฟไหม้และยังคงสภาพเดิมเหมือนแรกสร้าง ในตลาดยังคงเห็นถึงตึกเพิงท้อยไว้เพื่อจะใช้หีบฉวยได้ทันทีทันควัน “คนที่ขายของอยู่ที่นี้ไม่มีคนจากข้างนอกเลย เราอยู่กันมาตั้งแต่รุ่นปู่รุ่นพ่อ จนมาถึงรุ่นหลาน แต่ก่อนเคยมีไฟไหม้ ก็มาช่วยกันดับไฟกันทั้งตลาด แม้แต่พระที่วัดก็มา เดียวนี้เวลามีอะไรผิดปกติเราจะช่วยกันดูแล เช่น เวลาได้กลิ่นไหม้ หรือมีเสียงกุกกักเวลากลางคืน จะออกมาช่วยกันดู”อดีต เป็นตลาดขนส่งสินค้า และผู้โดยสาร จากภาคตะวันออกชายฝั่งทะเลสู่กรุงเทพมหานคร การเดินทางในสมัยก่อน ใช้เรือเป็นพาหนะเดินทางโดยการแจว พายและแล่นใบเดินทางมาค้าขายแลกเปลี่ยนสินค้าจะอยู่ในคลองสำโรง

ปัจจุบันตลาดโบราณบางพลีนั้น ยังคงค้าขายเหมือนในอดีต และถ่ายทอดภูมิปัญญาชาวบ้านมาจนถึงปัจจุบัน เช่น ร้านขายขนม หวานไทย ร้านขายยาสมุนไพร ร้านก๋วยเตี๋ยว ร้านตัดผม ร้านตัดเสื้อ ร้านขายของที่ระลึกต่างๆ อีกทั้งชุมชนแห่งนี้ยังมีการผสมผสาน กันระหว่างคนหลายเชื้อชาติทั้ง ไทย มอญ ลาว และจีน การนับถือศาสนาส่วนใหญ่่นับถือศาสนาพุทธ การประกอบพิธีกรรมทาง ศาสนาส่วนใหญ่ทำที่วัด ส่วนชาวไทยเชื้อสายจีนจะประกอบพิธีกรรมที่ศาลเจ้าพ่อบางพลี และอีกส่วนหนึ่งยังคงมีความเชื่อในการ ทรงเจ้าเข้าผี การดูหมอลำทำนายดวง เป็นต้น

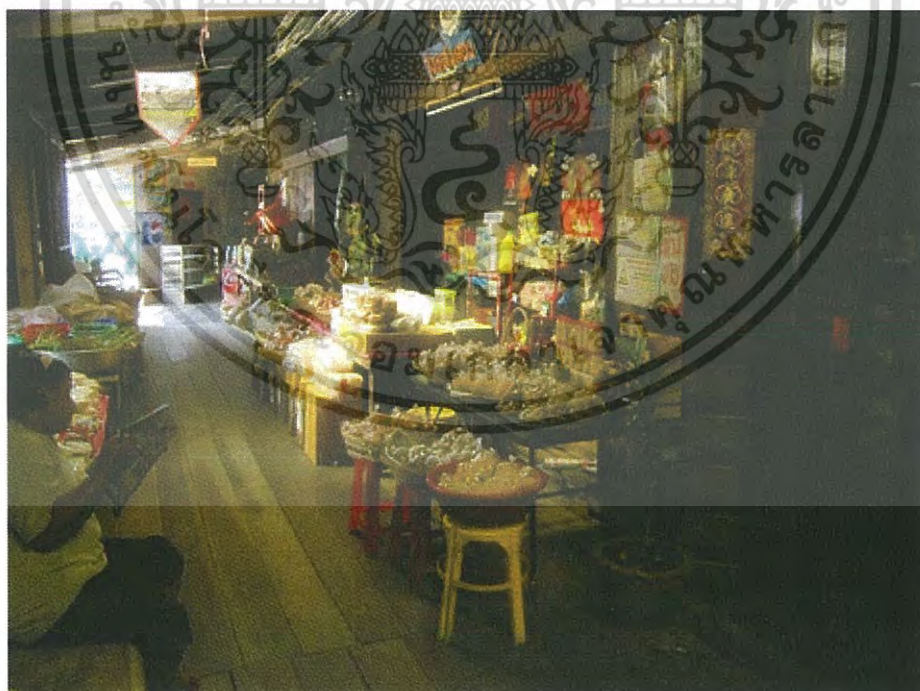
ตลาดน้ำบางพลีถือเป็นตลาดน้ำประวัติศาสตร์ แห่งหนึ่ง มีวิถีชีวิตที่เรียบง่ายและมีวัฒนธรรมที่ดั้งเดิม อยู่มาหลายระยะทางเกือบหนึ่งกิโลเมตร ตลอดแนวสองฝั่งทางเดินที่ขนานไปกับคลองสำโรงของ ตลาดโบราณบางพลี มีสินค้าให้ ได้เดินเลือกกิน เลือกซื้อมากมาย เพราะถูกจับจองจากแม่ค้าพ่อค้าที่อาศัยอยู่มาแต่ดั้งเดิม จำหน่ายสินค้านานาชนิด ทั้งอาหารอร่อย ขนมหวาน ของใช้ ของตกแต่ง บ้านเรือน ของฝาก รวมถึงร้านเสริมสวย ร้านขายเสื้อผ้า ร้านขาย สัตว์เลี้ยง ฯลฯ แล้วยังได้อิ่มตาไปกับทิวทัศน์ของคลองสำโรงที่ประดับประดาไปด้วยเรือขายอาหาร ขนม ผลไม้ตามฤดูกาลของชาวบางพลีที่พายไปมาสมัครอนุรักษ์ฟื้นฟูให้เยาวชนรุ่นหลังได้ศึกษาสืบต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.8 ซุ้มประตูทางเข้าตลาดโบราณบางพลี

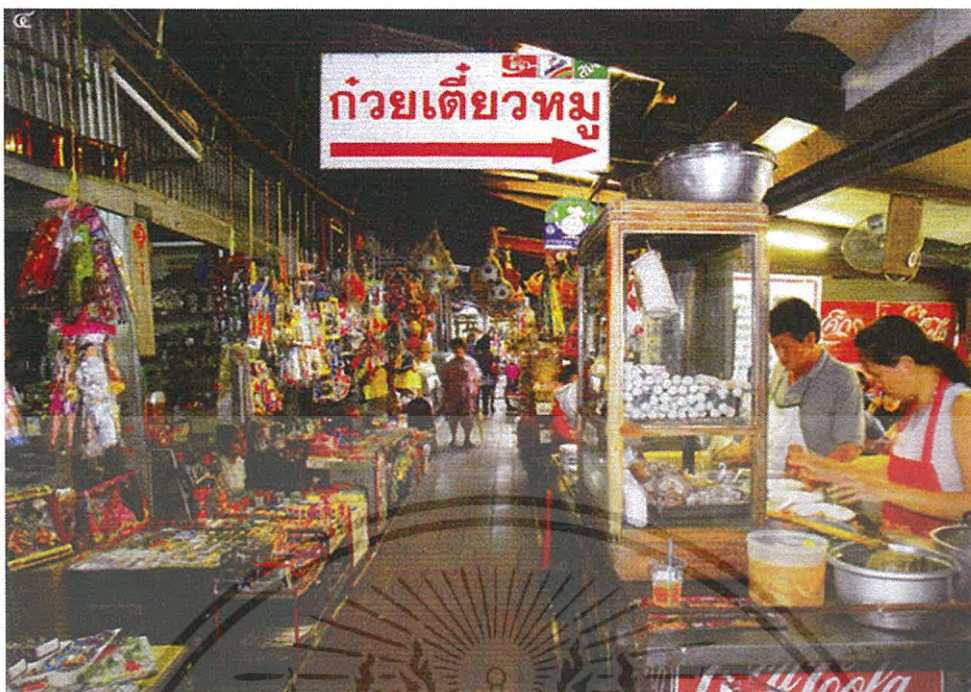
ที่มา : ถ่ายภาพโดย กิตติพงศ์ ปalomขุนทด (25 เมษายน 2557)



ภาพที่ 2.9 ยามเช้าภายในตลาดโบราณบางพลี

ที่มา : ถ่ายภาพโดย กิตติพงศ์ ปalomขุนทด (25 เมษายน 2557)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.10 บรรยากาศภายในตลาดโบราณบางพลี  
ที่มา : ถ่ายภาพโดย กิตติพงศ์ ปฐมขุนทด (25 เมษายน 2557)



ภาพที่ 2.11 กลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติภายในตลาดโบราณบางพลี  
ที่มา : หนังสือ ที่ที่คุ้นเคย ตลาดโบราณบางพลี (2556 : 6)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.12 บริเวณสะพานข้ามคลอง ตลาดโบราณบางพลี  
ที่มา : หนังสือ ที่ที่คุ้นเคย ตลาดโบราณบางพลี (2556 : 8)



ภาพที่ 2.13 ทางข้ามคลองจากห้างบิ๊กซีบางพลี

ที่มา : ถ่ายภาพโดย กิตติพงศ์ ปฐมขุนทด (25 เมษายน 2557)  
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.2.3 อัตลักษณ์ของตลาดโบราณบางพลี

2.2.3.1 ประเพณีรับบัวโยนบัว ถือเป็นประเพณีประจำท้องถิ่นของชาวอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งเป็นประเพณีเก่าแก่ที่สืบทอดมาแต่โบราณ โดยมีได้ปรากฏหลักฐานว่ามีมาแต่ยุคใดสมัยใด มีข้อสันนิษฐานความเป็นมาจากผู้เฒ่าผู้แก่ในบางพลีว่า เกิดขึ้นประมาณ 80 ปีมาแล้ว เพื่อเป็นการนมัสการหลวงพ่อดโต เล่ากันว่า เป็นพี่น้องกับหลวงพ่อโสธรแปดริ้ว และหลวงพ่อดบ้านแหลมสมุทรสงคราม

ตำนานกล่าวว่า หลวงพ่อดโตลอยตามน้ำเจ้าพระยา มาหยุดที่ปากคลองสำโรงลอยอยู่บริเวณนั้น เป็นการแสดงเจตจำนงอันแน่วแน่ว่าจะจำพรรษาอยู่ละแวกนั้นอย่างแน่นอน ชาวบ้านจึงช่วยกันชักรั้งนิมนต์เข้ามาจนถึงวัดบางพลีใหญ่ใน ซึ่งเป็นที่ประดิษฐานปัจจุบัน แล้วอัญเชิญขึ้นไว้ในโบสถ์หลวงพ่อดโตจึงเป็นหลวงพ่อดของชาวบางพลีตั้งแต่นั้นมา หลังจากนั้นทุกๆ ปี ชาวบางพลีจะนิมนต์หลวงพ่อดขึ้นเรือ แล่นไปให้ชาวบ้านได้นมัสการ โดยครั้งแรกทำเป็นรูปจำลองโดยเอาไม้ไผ่มาสานเป็นโครงรูปองค์พระพุทธรูป ปิดหุ้มด้วยกระดาษทอง ชาวบ้านจะพากันคอยนมัสการหลวงพ่อดอยู่ริมคลองต่างก็จะเด็ดดอกบัวริมน้ำ แล้วโยนเบาๆ ขึ้นไปบนเรือหลวงพ่อด การรับบัวโยนนี้แต่เดิมคงเล่นกันมาก่อนที่จะกลายเป็นประเพณีนมัสการหลวงพ่อด เพราะตามคำเล่าต่อๆ กันมาเล่าว่า ในสมัยก่อนท้องที่อำเภอบางพลี เป็นแหล่งที่มีดอกบัวหลวง ชุกชุมและมีมากในฤดูฝน ดังนั้น การบำเพ็ญกุศลในเทศกาลออกพรรษา สำหรับประชาชนต่างท้องที่ที่อยู่ใกล้เคียงกับอำเภอบางพลี โดยเฉพาะชาวอำเภอบางพลี สมุทรปราการกับชาวอำเภอบางพลีแดง จึงพากันไปหาดอกบัวหลวงในท้องที่อำเภอบางพลี ในสมัยแรกๆ คงจะไปเที่ยวเก็บกันเองตามลำคลองหนองบึงต่างๆ แต่ในสมัยต่อมา ชาวบางพลีได้เก็บหรือจัดเตรียมดอกบัวหลวง ไว้สำหรับแจกชาวบ้านต่างถิ่น ที่ต้องการโดยไม่คิดมูลค่าเป็นการอำนวยความสะดวกให้แก่กันหรือเพื่อหวังบุญกุศลร่วมกัน อันกลายมาเป็นประเพณีที่เรียกว่า"รับบัว"



ภาพที่ 2.14 ดอกบัวที่ใช้ในประเพณีการโยนบัว รับบัว

ที่มา : หนังสือ ที่ที่คุ้นเคย ตลาดโบราณบางพลี (2556 : 10) นั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แต่ปัจจุบันนี้ชาวต่างถิ่นต่างท้องที่ จะไม่สนใจที่จะไปจัดหา ดอกบัวหลวงที่ท้องอำเภอบางพลีเหมือนสมัยก่อน ทางราชการอำเภอบางพลีก็คงจัดให้มีการรับบัวขึ้นเพื่อรักษาและส่งเสริมประเพณีดั้งเดิมให้คงอยู่ต่อไป

ในสมัยก่อนนั้นในแถบอำเภอบางพลี มีประชาชนอยู่อาศัยเป็น 3 พวก คือ คนไทย รามัญ และคนลาว แต่ละพวกก็มีหัวหน้าควบคุมดูแล และทำมาหากินต่างกัน ต่อมาทั้ง 3 กลุ่มได้ปรึกษาที่จะร่วมแรงร่วมใจกันหักล้างรางพงให้กว้างขวางยิ่งขึ้นเพื่อทำไร่และทำสวนต่อ และเมื่อถางป่ามาถึงทาง 3 แยก ซึ่งตกลงกันได้ว่าจะแยกกันทำมาหากินไปคนละทาง พวกรามัญที่แยกกันไปทำมาหากินทางคลองลาดกระบังทำอยู่ได้ 2 - 3 ปี ก็ไม่ได้ผล เพราะนกและหนูชุกชุมรบกวน จนพืชผลเสียหายมาก เมื่อทำมาหากินไม่ได้ผล พวกรามัญก็ปรึกษากันเตรียมตัวอพยพกลับถิ่นเดิมคือปากกลัด และเริ่มอพยพในตอนเช้ามีดของเดือน 11 ขึ้น 14 ค่ำ ก่อนไปได้เก็บดอกบัวในบึงบริเวณนั้นไปมากมาย คนไทยที่คุ้นกับพวกรามัญก็บอกว่าจะเอาไปบูชาพระศาสดาที่ปากกลัด และชักชวนคนไทยที่รักและสนิทชิดชอบกันว่าในปีต่อไป พอถึงเดือน 11 ขึ้น 14 ค่ำ ให้คนไทยเก็บดอกบัวรวบรวมไว้ที่วัดหลวงพ่อโตด้วย แล้วพวกตนจะมารับในปีต่อมา พอถึงกำหนดเดือน 11 ขึ้น 14 ค่ำ คนไทยก็ช่วยกันเก็บดอกบัว รวบรวมไว้ที่บางพลีใหญ่ในตามคำขอร้องของพวกรามัญ โดยพวกรามัญก็มารับดอกบัวไปทุกๆปี



ภาพที่ 2.15 บรรยากาศประเพณีการโยนบัว รับบัว คลองสำโรง

เอกสารนี้เป็นหนังสือที่ที่คุ้นเคย ตลาดโบราณบางพลี (2556 : 10) นั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พวกกรรมฐานที่มารับดอกบัวนั้นมาโดยเรือขนาดใหญ่จุคน 50 - 60 คนโดยจะมาถึงตี 3 - 4 และเมื่อมาถึงวัดก็ตั้งร้องรำทำเพลงและการละเล่นต่างๆ อย่างสนุกสนาน พวกที่มาคอยรับพลอยเล่นกันสนุกสนานไปด้วย และคนไทยจึงได้เตรียมอาหารคาวหวานไปเลี้ยงรับรองโดยใช้ศาลาวัดเป็นที่เลี้ยงอาหารกัน เมื่ออิมหนาสำราญดีแล้วพวกกรรมฐานนำดอกบัวไปบูชาหลวงพ่อดโต และนำน้ำมันต์ของหลวงพ่อกลับไปเพื่อเป็นสิริมงคล ส่วนดอกบัวที่เหลือพวกกรรมฐานก็นำกลับไปบูชาพระคาถาพัน ที่วัดของตนต่อไป นี่เป็นที่มาของประเพณีรับบัวที่รับรู้และปฏิบัติสืบต่อกันมา สำหรับประชาชนทั่วไป ทั้งชาวต่างบ้านและชาวบางพลีเองก็จะไปเที่ยวดูงานโยนบัวและรับบัว และเที่ยวดูการละเล่น หรือกิจกรรมต่างๆ ที่ทางอำเภอจัดขึ้น เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลินเท่านั้น พอถึงวันขึ้น 13 ค่ำ เดือน 11 ของทุกปี ชาวอำเภอเมืองสมุทรปราการและชาวอำเภอพระประแดงจะชักชวนพวกพ้องเพื่อนฝูงพากันลงเรือเป็นเรือพายบ้าง เรือแจวบ้าง ลำเล็กบ้าง ลำใหญ่บ้าง และต่างก็นำเครื่องดนตรีต่างๆ ไปด้วย เช่น ซอ ปี่กระจับ โทน รำมะนา โหม่ง กรับ ฉิ่งฉาบ เป็นต้น แล้วแต่ใครจะถนัด หรือมีเครื่องดนตรีชนิดไหน พายกันไป แจวกันไป ร้องรำทำเพลงกันไป เป็นที่สนุกสนาน ตลอดระยะทาง และเป็นเช่นนี้ตลอดคืน ซึ่งบางพวกจะผ่านมาทางลำแม่น้ำเจ้าพระยา บางพวกจะผ่านมาทางลำคลองอื่นๆ เข้าคลองสำโรงและมุ่งไปยังหมู่บ้านบางพลีใหญ่



ภาพที่ 2.16 ประเพณีการโยนบัว รับบัว ขบวนเรือในคลองสำโรง

ที่มา : หนังสือ ที่ที่คุ้นเคย ตลาดโบราณบางพลี (2556 : 11)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำหรับชาวบางพลีก็จะถือปฏิบัติกันเป็นประเพณีว่าเมื่อถึงวันขึ้น 13 ค่ำ เดือน 11 ก็จะต้องหาดอกบัวหลวง สำหรับไว้มอบให้แก่ชาวต่างบ้าน ที่ต้องการมิตรต่างบ้านมาเยือนในโอกาสเช่นนั้นก็แสดงมิตรจิตต้อนรับ จัดหาสุราอาหารมาเลี้ยงดูกัน ตั้งแต่ตอนค่ำของวันขึ้น 13 ค่ำ เดือน 11 ส่วนพวกที่มารับบัว คนใดที่รู้จักมักคุ้นกับชาวบางพลีผู้เป็นเจ้าของบ้าน ก็จะพากันขึ้นไปเยี่ยมเยือนบ้านนั้นบ้านนี้ ต่างก็จะสนุกสนานร้องรำทำเพลงและรับประทานสุรา อาหาร ร่วมกันตลอดคืน พอเช้าตรู่ของวันขึ้น 14 ค่ำ เดือน 11 ชาวต่างบ้านก็จะนำเรือของตนไปตามลำคลองสำโรง และไปขอรับบัวจากชาวบ้านบางพลีทั้งสองฝั่งคลอง โดยการให้และรับดอกบัวก็จะกระทำอย่างสุภาพคือส่งและรับกันมือต่อมือหรือก่อนจะให้กันยกมือพนมอธิษฐานเสียก่อน ระหว่างชาวบ้านบางพลีกับชาวบ้านต่างที่ที่สนิทสนมคุ้นเคยกันนี้เอง เมื่อนานเข้าก็ค่อยๆ กลายเป็นความนิยมกัน เป็นการทั่วไปการให้และรับกันแบบมือต่อมือจึงเปลี่ยนไปจนมีการนำมาพูดในตอนหลังว่า "โยนบัว" แทนคำว่า "รับบัว" การรับดอกบัวของชาวต่างบ้านจากชาวบางพลีจะสิ้นสุดลงเมื่อเวลา 08.00 น. หรือ 09.00 น. และชาวต่างบ้านก็จะพากันกลับตอนขากลับนี้จะมีการแข่งเรือกันไปด้วย แต่เป็นการแข่งกันโดยไม่มีเส้นชัย ไม่มีกรรมการตัดสินและไม่มีการแบ่งประเภท หรือชนิดของเรือ ใครพอใจจะแข่งกับใคร เมื่อไร ที่ใด ก็แข่งขันกันไป หรือเปลี่ยนคู่แข่งขันไปเรื่อยๆ ตามแต่จะสะดวกหรือตกลงกัน ดอกบัวที่ชาวต่างบ้านได้รับจากชาวบางพลีนั้นก็จะนำไปบูชาพระในวันเทศกาลออกพรรษาตามวัด หมู่บ้านของตน ส่วนใหญ่ก็จะนำเอาไปบูชาพระสมุทรเจดีย์ที่ปากแม่น้ำเจ้าพระยา อำเภอเมืองสมุทรปราการ



ภาพที่ 2.17 ประเพณีการโยนบัว รับบัว เรือนำขบวนโยนบัว รับบัว

ที่มา : หนังสือ ที่ที่คุ้นเคย ตลาดโบราณบางพลี (2556 : 11)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2.3.2 สถาปัตยกรรมทางอาคารบ้านเรือนเป็นอาคารที่มีพื้นไม้เป็นทางเดินมาตั้งแต่สมัยก่อนเริ่มต้นการสร้างตลาด ซึ่งสภาพโดยภาพรวมของโครงสร้างในพื้นที่ยังคงเป็นสภาพเดิมๆ เนื่องจากตลาดโบราณบางพลีเป็นตลาดที่ไม่โดนไฟไหม้เหมือนตลาดอื่นๆทั่วไป ทำให้โครงสร้างเดิมเป็นส่วนหนึ่งที่เป็นเอกลักษณ์โดดเด่นซึ่งต่างจากตลาดน้ำสมัยใหม่ทั่วไป



ภาพที่ 2.18 อาคารโดยรวม ของตลาดโบราณบางพลี ริมคลองสำโรง  
ที่มา : ถ่ายภาพโดย กิตติพงศ์ ปalomขุนทด (25 เมษายน 2557)

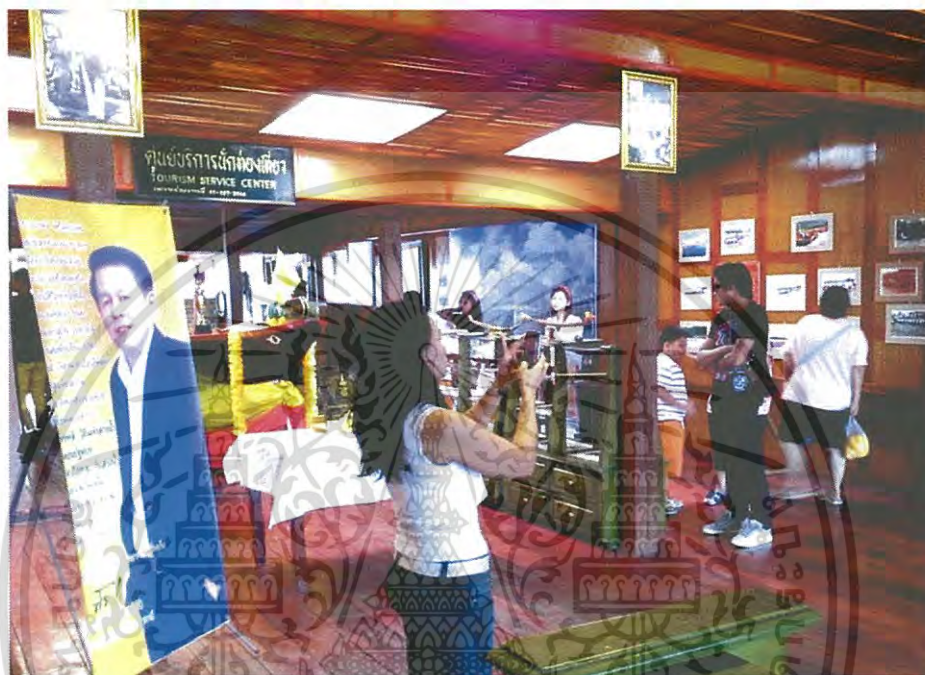
2.2.3.3 ชุมประตู่ทางเข้าตลาดโบราณบางพลี เป็นชุมไม้ที่มีการออกแบบให้เกิดความสอดคล้องกับตัวตลาดที่เป็นอาคารไม้ และได้มีการทำทางเดินเข้าตลาดด้วยไม้เพื่อให้สอดคล้องกันประกอบกับตัวหนังสือชื่อตลาดที่เป็นสีเดิมแต่ถูกปรับปรุงทำให้โดดเด่นขึ้นแต่ยังคงไว้ซึ่งกลิ่นไอเดิม



ภาพที่ 2.19 ชุมประตู่ไม้ ก่อนเข้าตัวตลาดโบราณบางพลี

ที่มา : ถ่ายภาพโดย กิตติพงศ์ ปalomขุนทด (25 เมษายน 2557) อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2.3.4 พื้นที่ศูนย์กลางประชาสัมพันธ์ สำหรับเป็นสื่อกลางประชาสัมพันธ์ ตลาดโบราณให้แก่นักท่องเที่ยว ให้มีการทำความเข้าใจและให้ความรู้ในการรักษาสภาพความดั้งเดิมของตัวตลาดไม่ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไป ทั้งในส่วนธรรมเนียมประเพณี และทางสถาปัตยกรรมต่างๆ โดยจุดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์สำคัญของศูนย์กลางประชาสัมพันธ์ ตลาดโบราณ แห่งนี้คือ การสร้างด้วยไม้ทั้งหมดรวมทั้งพื้นที่ในการสัญจรทั้งหมดจากหน้าศูนย์จนถึงท้ายศูนย์



ภาพที่ 2.20 ศูนย์กลางการประชาสัมพันธ์ที่นักท่องเที่ยว ใช้ศึกษาข้อมูลตลาดโบราณ  
ที่มา : ถ่ายภาพโดย กิตติพงศ์ ปЛОอมขุนทด (25 เมษายน 2557)

2.2.3.5 พาหนะประเภทเรือพาย ใช้ในการคมนาคมและการขนส่งทางน้ำของตลาดโบราณบางพลีเป็นจุดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์สำคัญจุดหนึ่งในพื้นที่อาณาบริเวณเมื่อสมัยก่อนตลาดบางพลีใช้เรือเป็นการเดินทางตามคลองสำโรง ซึ่งเป็นคลองแม่น้ำหลักติดตัวตลาดในการแลกเปลี่ยนซื้อขายสินค้า และการขนส่ง ดังนั้นจะเห็นเรือบริเวณริมฝั่งตลาดเป็นจุดสำคัญของตลาดปัจจุบันมีการพัฒนาใช้เรือเป็นทางเดินข้ามฟากไปอีกฝั่งหนึ่ง โดยเอาเรือต่อเรือใช้เป็นทางสัญจรให้นักท่องเที่ยวข้ามฟากฝั่ง และบริการให้นักท่องเที่ยวได้ลงเรือชมชุมชนตามริมคลองสองฟากฝั่งเพื่อการท่องเที่ยวตลาดโบราณบางพลี อีกทั้งยังสนับสนุนการต่อเรือเพื่อแข่งเรือพายซึ่งเรือที่ได้รับรางวัลแต่ละปีที่ได้รับรางวัลต่าง ๆ นั้น ถูกจัดตั้งแสดงไว้ที่ศูนย์กลางการประชาสัมพันธ์ตลาดโบราณบางพลี เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ชมความยาวของลำเรือเกือบ 10 เมตร โดยตัวเรือทำจากไม้ทั้งลำ ตกแต่งลวดลายสวยงาม โดยแต่ละลวดลายจะมีความแตกต่างกันไปตามแต่จะตกแต่ง การแข่งเรือในแต่ละครั้ง จะมีการกราบไหว้สิ่งศักดิ์สิทธิ์ เพื่อเป็นการขอพรให้เรือของตนนั้น ได้รับชัยชนะในการแข่งขันซึ่งยึดถือกันมาตั้งแต่โบราณ

เอกสารอ้างอิงเครื่องชด การที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.21 เรือยาวภายในศูนย์กลางการประชาสัมพันธ์ ตลาดโบราณบางพลี  
ที่มา : ถ่ายภาพโดย กิตติพงศ์ ปalomขุนทด (25 เมษายน 2557)

2.2.3.6 วัดบางพลีใหญ่ใน หรือเดิมชื่อว่า วัดพลับพลาไชยชนะสงคราม ซึ่งเป็นที่ประดิษฐานพระพุทธรูปองค์ใหญ่ สมัยสุโขทัยปางมารวิชัยลี้มนตรหรือที่เรียกกันตามภาษาชาวบางพลีว่า หลวงพ่อโต วัดนี้จึงถูกเรียกนามตามว่า วัดหลวงพ่อโต โดยวัดนี้สร้างขึ้นในสมัยสมเด็จพระนเรศวรมหาราชหลังจากเสียดังกรุงศรีอยุธยามาถึง 2 ครั้งในปี พ.ศ.2112 และ พ.ศ.2310 สมเด็จพระนเรศวรมหาราชได้ทรงกอบกู้อิสรภาพ ส่วนชื่อตำบลนั้นได้ชื่อว่า “บางพลี” ก็เพราะเหตุที่สมเด็จพระนเรศวรมหาราชได้ทรงกระทำพิธีพลีกรรมบวงสรวงนั่นเอง ดังนั้นประชาชนทั้งหลายจึงได้พากันเรียกที่นี่ว่า บางพลี และวัดพลับพลาไชยชนะสงครามเป็นวัดที่อยู่ด้านในมีอาณาเขตใหญ่โต



ภาพที่ 2.22 บรรยากาศโดยรวม วัดบางพลีใหญ่ใน

ที่มา : วัดบางพลีใหญ่ (2556 : Online)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2.3.7 อาหาร ถือเป็น อัตลักษณ์อีกอย่างสำหรับบริเวณตลาดโบราณอำเภอบางพลี คือได้ขึ้นชื่อว่าขายอาหาร ขนมโบราณ และสินค้าที่เป็นของเก่าแก่ที่ยังมีจับจ่ายหาซื้อได้ และอีกอย่างที่จะลืมชื่อเสียมิได้คือ ปลายลิตอำเภอบางพลี ที่ขึ้นชื่อว่าอร่อยที่สุดเป็นย่านของปลายลิตเป็นสินค้าที่มีรสชาติเฉพาะอำเภอบางพลีและจำหน่ายอยู่ภายในตลาดโบราณบางพลีหลายร้าน



ภาพที่ 2.23 ร้านปลายลิต จำหน่ายอยู่ภายในตลาดโบราณบางพลี

ที่มา : ถ่ายภาพโดย กิตติพงศ์ ปฐมขุณฑ (25 เมษายน 2557)

## 2.2.4 ลักษณะเฉพาะและแผนที่ภายในตลาดโบราณ บางพลี

2.2.4.1 สภาพทั่วไปของชุมชน ตลาดน้ำโบราณบางพลี เป็นเรือนแถวไม้ชั้นเดียว มีประตูไม้ทำเป็นบานพับ หรือที่เรียกว่า บานเพี้ยม จุดเด่นของที่นี่ คือตัวตลาดเป็นพื้นไม้ สามารถเดินติดต่อกันได้ระยะทางเกือบหนึ่งกิโลเมตร ตัวตลาดแบ่งออกเป็นสองช่วงเชื่อมด้วยสะพานไม้ข้ามคลองริมทางเดินที่ขนานไปกับตัวคลองสำโรง มีที่นั่งพักสำหรับคนในชุมชนมานั่งรับลมหรือพูดคุยพบปะกัน ร้านรวงที่เรียงตัวไปตลอดสองข้างทาง เป็นตลาดที่ขายสินค้าให้คนในชุมชนจริงๆ การค้าขายมีทั้งบนตลาด และในลำคลอง ของบางอย่างที่หากดูยากแต่ตลาดที่นี้ยังมีขาย เช่น ได้จุดไฟ ทำจากน้ำมันดิน ห่อด้วยเปลือกไม้ ใช้เป็นเชื้อไฟในการจุดเตาถ่านสุภกรุด ใช้ซักผ้าให้ขาว กระต่ายขูดมะพร้าว หมากพลู และของกินกับหมากที่คุณยาย คุณยายยังนั่งเคี้ยวหมากให้เห็น พร้อมกับขายของพวกนี้ไปด้วย เสน่ห์ของตลาดแห่งนี้คือป้ายร้านเก่าๆ และการจัดวางของขายในร้านที่สามารถนำของที่เรเห็นจนคุ้นตามาวางได้อย่างสวยงาม แม้ยุคสมัยจะเปลี่ยนไปอย่างไร ร้านค้าเหล่านี้ก็ยังคงอยู่คู่ชุมชนบางพลีไม่ว่าจะเป็น ร้านโชว์ห่วยที่ขายทุกอย่างไม่ว่าจะเป็นสบู่ ยาสีฟัน ครีม แป้ง ยาย้อมผม ร้านขายเครื่องสังฆภัณฑ์ เครื่องจักสาน เป็นต้น ชีวิตความเป็นอยู่ของชาวตลาดเรียงบาง บางทีอาจจะได้เห็นภาพคนไม่ว่ากรรมใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นั่งตักปลาหน้าบ้านเพียงแค่อยอนเบ็ดลงไปในช่องที่เปิดไว้ ก็ได้อาหารมื่อเย็นแล้ว การเดินข้ามสองฝั่งคลองด้วยเรือ เป็นความคิดสร้างสรรค์หนึ่งของชาวบางพลีที่น่ารักคือ นำเรือมาทำเป็นสะพานให้คนเดินข้ามคลอง จากหน้าตลาดข้ามไปยังห้างใหญ่แห่งหนึ่ง โดยใช้เชือกชกรอกให้เรือเคลื่อนไปยังอีกฝั่งเหมือนสะพานข้ามคลองที่เคลื่อนที่ได้ คิดค่าเหี่ยบเรือคนละ 1 บาท



ภาพที่ 2.24 ขนม ลูกอม ที่วางขายภายในตลาดโบราณบางพลี

ที่มา : ถ่ายภาพโดย กิตติพงศ์ ปalomขุนทด (25 เมษายน 2557)

2.2.4.2 กิจกรรมและการบริการด้านการท่องเที่ยวของชุมชน ทรัพยากรการท่องเที่ยวภายในชุมชน ประกอบด้วย ตลาดน้ำ โบราณสถาน พิธีกรรม และงานประเพณีต่างๆของคนหลายเชื้อชาติทั้ง ไทย มอญ ลาว และจีน

2.2.4.3 กิจกรรมการท่องเที่ยวภายในชุมชน เช่น ตักบาตรทางเรือ ล่องเรือชมวิถีชีวิตชุมชนโบราณตลาดบางพลี ประเพณีแห่เทียนจำนำพรรษา ย้อนรอยตลาดโบราณบางพลีวิถีชีวิตชาวบ้านซึ่งยังคงรักษาเอกลักษณ์เอาไว้ได้อย่างสมบูรณ์ เลือกซื้อสินค้าของกินของใช้นานาชนิด ร่วมสักการะ องค์หลวงพ่อโตวัดบางพลีใหญ่ใน ร่วมกันสักการะองค์สมเด็จพระศากยมุนี ศรีสุเมธบพิตร พระพุทธรูปปางไสยาสน์ที่ใหญ่ที่สุดในประเทศ ศึกษาข้อมูล ณ แหล่งข้อมูลของชาวบางพลีตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันได้ที่ห้องนิทรรศการและศูนย์บริการนักท่องเที่ยว

2.2.4.4 การบริการในด้านการท่องเที่ยวของชุมชน ภายในห้องงานนิทรรศการและศูนย์บริการนักท่องเที่ยวร้านอาหาร ร้านนวดแผนโบราณเรือท่องเที่ยว เรือข้ามฝั่งริมคลอง 2 ฝั่งคลอง เอกสารเป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการแข่งขันเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาติให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เอกลักษณ์ของชุมชน ตลาดโบราณบางพลีถือเป็นตลาดน้ำประวัติศาสตร์แห่งหนึ่งซึ่งมีวิถีชีวิตที่เรียบง่าย มีวัฒนธรรมที่ดึงดูดใจผู้มาเยือนมากมาย เป็นตลาดที่มีสีสันยังคงเสน่ห์ของอดีตไว้ อีกทั้งยังมีเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ให้ลูกหลานได้เรียนรู้และสืบสานกันต่อไปได้

2.2.4.5 ระบบสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในชุมชน ได้แก่ ถนนสายหลัก ลานจอดรถ ห้องน้ำสะอาด ระบบไฟฟ้า น้ำประปา ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ร้านค้า ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก

2.2.4.6 การจัดการท่องเที่ยวของตัวชุมชน ในรูปแบบการบริหารจัดการของชุมชน ตลาดโบราณบางพลี มีการบริหารจัดการร่วมกันระหว่างเทศบาลตำบลบางพลี กับการท่องเที่ยวเทศบาลตำบลบางพลี และชุมชนผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดโบราณบางพลีและชุมชนใกล้เคียงซึ่งมีการประชุมประชาคมในทุกๆปี เพื่อวางแผนและหาแนวทางในการดำเนินงานในแต่ละครั้ง เพื่อให้มีทิศทางไปในแบบเดียวกัน นอกจากนี้ยังมีการจัดตั้งกองทุนสวัสดิการชุมชนเทศบาลตำบลบางพลี เพื่อเป็นสวัสดิการให้แก่สมาชิกในชุมชน

2.2.4.7 การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวและการใช้ประโยชน์ ชุมชนตลาดโบราณบางพลีนับว่าเป็นชุมชนที่มีต้นทุนทางวัฒนธรรม และได้มีการนำมาประยุกต์ใช้ ให้เกิดประโยชน์และสอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบันได้ดี โดยได้เน้นในเรื่องของการท่องเที่ยว ในเชิงศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น

2.2.4.8 ลักษณะนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาเป็นครอบครัว เป็นหมู่คณะ นอกจากนี้ยังมีนักเรียน นักศึกษา คณะศึกษาดูงานจากหน่วยงานต่างๆ รวมทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ

2.2.4.9 แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชน

(1) พัฒนาระบบในด้านการท่องเที่ยวให้ครอบคลุม และสอดคล้องกับการท่องเที่ยวของศิลปวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

(2) ขยายการรองรับการท่องเที่ยว ให้เพียงพอกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีปริมาณมากขึ้นอย่างรวดเร็ว

(3) พัฒนาระบบในการจัดการและศึกษาข้อมูลของ ผลกระทบที่เกิดขึ้นกับแหล่งท่องเที่ยว

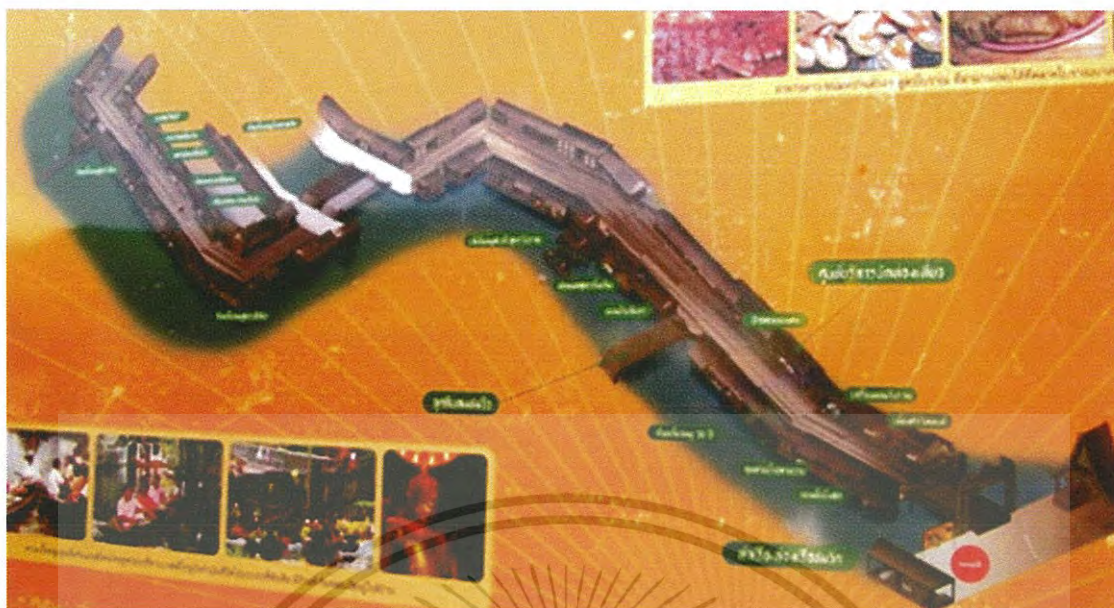
(4) ขยายกลุ่มนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น

2.2.4.10 การเดินทางและการติดต่อ

(1) ผู้ประสานงานคุณวิภาพันธ์ สุนทรวิภาต งานพัฒนาชุมชนตำบลบางพลี หมู่ 8 ตำบลบางพลีใหญ่ อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ 10540 โทร. 0-2337-3086 ต่อ 15, 083-546-7357 โทรสาร 0-2337-4041

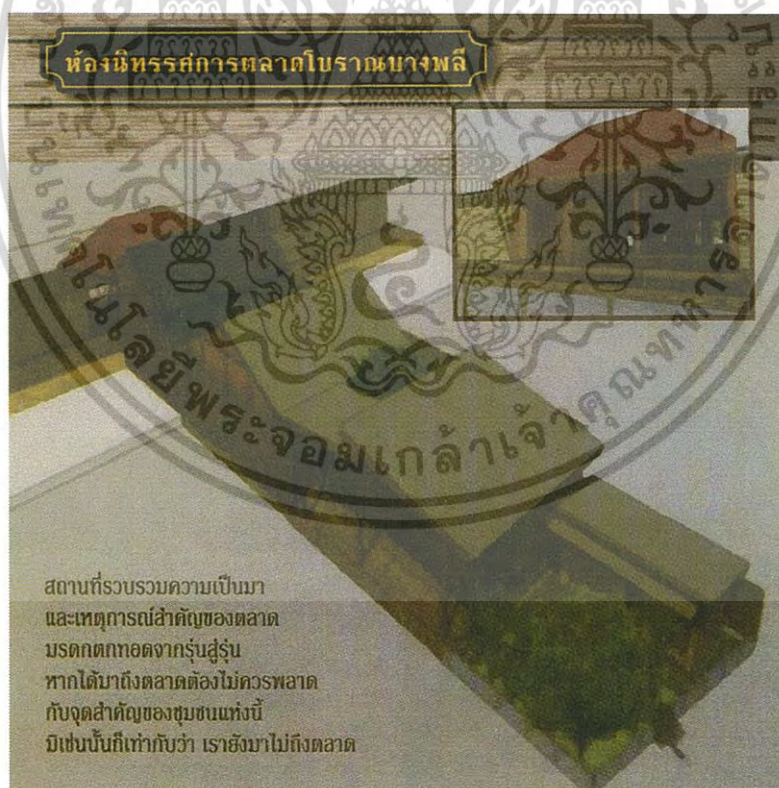
(2) ศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวชุมชน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.25 ลักษณะแผนที่ภายในตลาดโบราณบางพลี

ที่มา : ถ่ายภาพโดย กิตติพงศ์ ปฐมขุนทด (25 เมษายน 2557)



ภาพที่ 2.26 แบบแปลน ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ตลาดโบราณบางพลี

ที่มา : หนังสือ ที่ที่คุ้นเคย ตลาดโบราณบางพลี (2556 : 20)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.2.5 รูปแบบการสัญจรเข้าออก ตลาดโบราณบางพลี

การเดินทางร้านค้าเพื่อการซื้อสินค้าภายในตัวตลาดโบราณบางพลี จะเห็นได้ถึงความหลากหลายภายในพื้นที่ของร้านค้าที่ปะปนกันไป ทั้งนี้เพื่อความหลากหลายในการเลือกซื้อสินค้าซึ่งทำให้ไม่เกิดความน่าเบื่อในการเลือกซื้อ ซึ่งทำให้เกิดสีสันและได้ความรู้สึกที่เป็นตลาดจริงๆ โดยตรงไม่มีการจัดการระเบียบแบบแผนทำให้ตลาดมีเสน่ห์ไปอีกรูปแบบหนึ่งสำหรับนักท่องเที่ยว



ภาพที่ 2.27 แพลนทางสัญจรและตำแหน่งร้านค้าภายในตลาดโบราณบางพลี

ที่มา : นายรักเล่ห์ ไต้สำโรง (27 เมษายน 2557)

## 2.2.6 ตำแหน่งพื้นที่สำหรับการออกแบบกราฟิกประชาสัมพันธ์

2.2.6.1 ศูนย์กลางประชาสัมพันธ์เป็นพื้นที่โดยรวม ของการส่งเสริมประชาสัมพันธ์ ตลาดโบราณบางพลี เป็นพื้นที่ที่นักท่องเที่ยวต้องแวะหรือผ่านเข้ามาเพื่อศึกษาเรื่องราวของตลาดเป็นส่วนมาก ตำแหน่งที่ตั้งอยู่บริเวณก่อนช่วงกลางของตัวตลาด ซึ่งจำแนกเป็นรายละเอียด ดังนี้

(1) แสดงภาพลักษณ์ของตลาดโบราณบางพลีโดยการเล่าเรื่องความเป็นตลาดเก่าแก่ความเป็นมาโดยใช้ภาพถ่ายสมัยโบราณจนถึงปัจจุบันเป็นสื่อการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวและให้กับชุมชน ตลอดนักศึกษาที่มาค้นคว้าเรื่องราว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

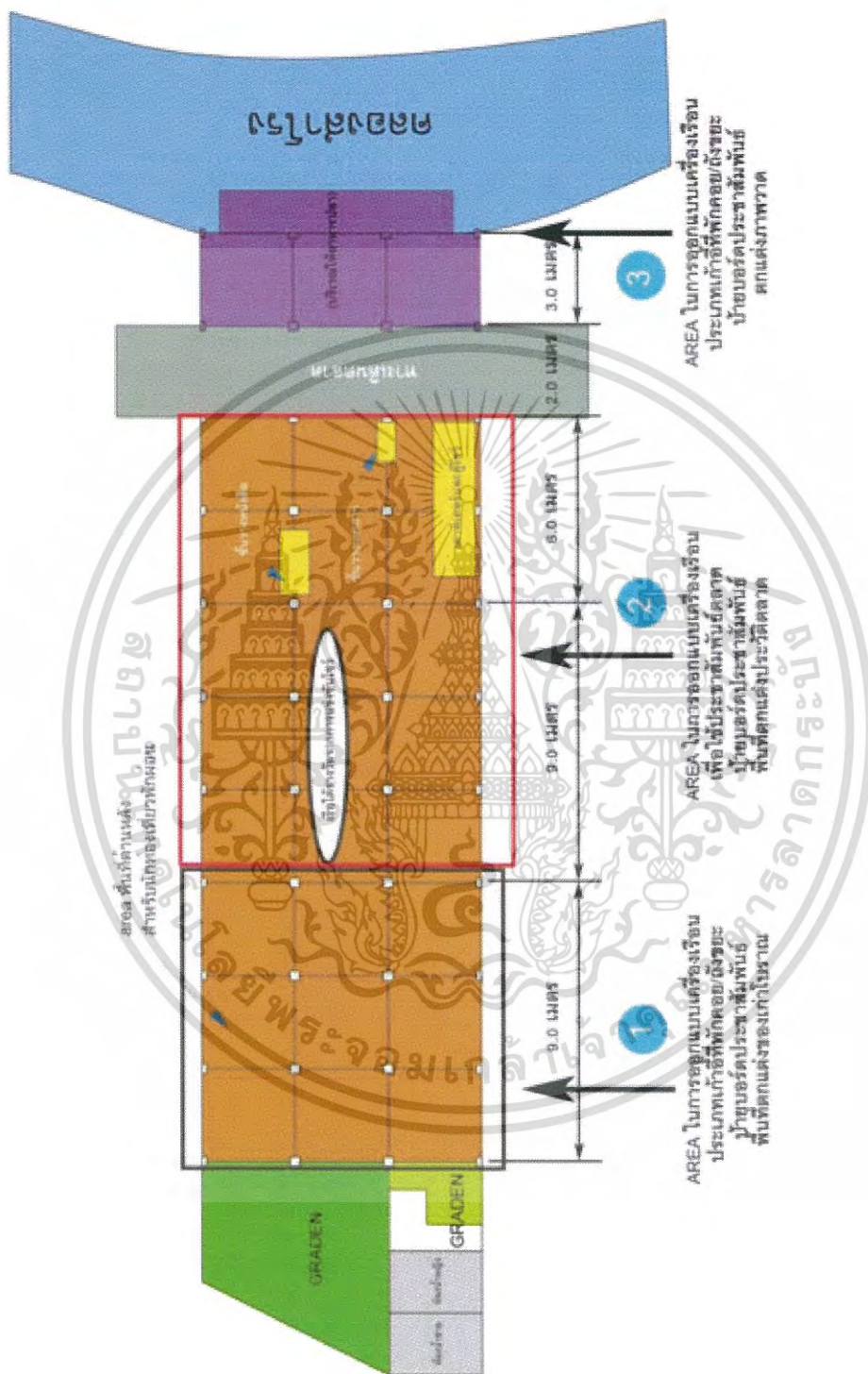
- (2) จัดแสดงผลภัณฑ์ของเก่า เช่น ของใช้ยุคเก่าของชุมชนตลาดโบราณ บางพลีเพื่อย้อนรอยการใช้งานสมัยก่อน ซึ่งใช้พื้นที่ในการจัดแสดง ประมาณ 9 ตร.ม.
- (3) พื้นที่เพื่อวางชั้นวางเอกสารเผยแพร่ เช่น หนังสือ แผ่นภาพ เพื่อการ ประชาสัมพันธ์
- (4) พื้นที่สำหรับใช้ในการติดต่อ สอบถามข่าวสารต่างๆ ในตัวตลาดโดยมี เจ้าหน้าที่รับบริการซักถามข้อมูลต่างๆ
- (5) พื้นที่ใช้ทำกิจกรรมประชุมเรื่องราวต่างๆ ของตลาดโดยชาวชุมชนตลาด โบราณบางพลีกับภาครัฐและหน่วยงานอื่นๆที่ร่วมดำเนินการเพื่อการพัฒนาตลาด
- (6) พื้นที่เพื่อพักผ่อนตามอัธยาศัยสำหรับนักท่องเที่ยว เช่น ถ่ายภาพ ทำ ธุรกิจส่วนตัว พักผ่อน



ภาพที่ 2.28 ลักษณะพื้นที่ในศูนย์กลางการประชาสัมพันธ์ตลาดโบราณบางพลี

ที่มา : ถ่ายภาพโดย กิตติพงศ์ ปฐมขุณฑ (25 เมษายน 2557)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



พื้นที่ศูนย์กลางประชาสัมพันธ์ตลาดโบราณบางพลี  
การแบ่งพื้นที่เพื่อใช้ในการออกแบบ

ภาพที่ 2.29 แลนพื้นที่ในศูนย์กลางการประชาสัมพันธ์ตลาดโบราณบางพลี

ที่มา : นายรักเล่ห์ ได้สำโรง (27 เมษายน 2557)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2.6.2 รายละเอียดพื้นที่ ที่ใช้ในการออกแบบกราฟิก เพื่อการประชาสัมพันธ์ตลาดโบราณบางพลี เพื่อให้เกิดความชัดเจนในการออกแบบ โดยศูนย์กลางการประชาสัมพันธ์ตลาดโบราณบางพลีมีพื้นที่สำคัญเพื่อเป็นศูนย์กลางการประชาสัมพันธ์ รายละเอียด ดังนี้

(1) พื้นที่โซนหมายเลข 1 เป็นพื้นที่ส่วนด้านหลังสุด ของศูนย์กลางการประชาสัมพันธ์โดยการใช้พื้นที่ เช่น จุดแสดงของเก่าโบราณของชุมชนชาวตลาดโบราณบางพลี พื้นที่ว่างที่นั่งพักคอยบริการนักท่องเที่ยว ยังไม่ชัดเจนมากนัก

(2) พื้นที่โซนหมายเลข 2 เป็นพื้นที่ส่วนด้านหน้า ของศูนย์กลางการประชาสัมพันธ์ตลาด เป็นพื้นที่หลักในการทำกิจกรรมต่างๆ เช่นวางแสดงผลภัณฑ์ จัดวางเอกสารต่างๆเพื่อการประชาสัมพันธ์ หนังสือ ส่วนต่างๆของการตกแต่งโดยภาพถ่ายสมัยเก่า มุมการต้อนรับของเจ้าหน้าที่เพื่อการให้ข่าวสารต่างๆเกี่ยวกับตลาด

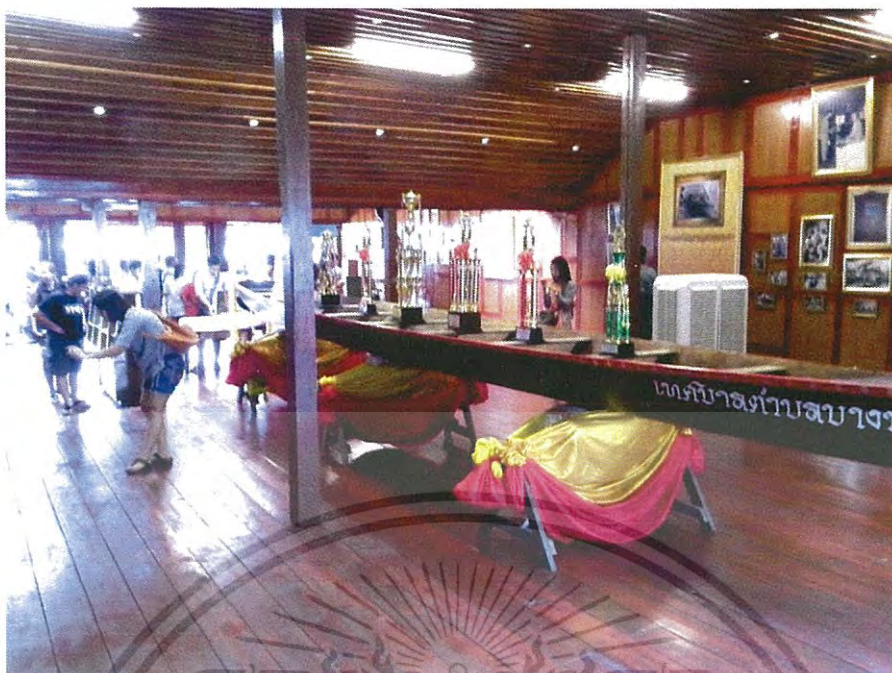
(3) พื้นที่โซนหมายเลข 3 เป็นพื้นที่สำหรับนักท่องเที่ยวพักผ่อนโดยให้อาหารปลาที่ท่าลงน้ำ และใช้จัดแสดงภาพวาดลายเส้นโดยผู้วาด คือ ท่านอาจารย์ พิชัย สดภิบาล สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง



ภาพที่ 2.30 พื้นที่ในโซนหมายเลข 1 พื้นที่ด้านหลังสุดของศูนย์กลางการประชาสัมพันธ์

ที่มา : ถ่ายภาพโดย กิตติพงษ์ ปลอมขุนทด (25 เมษายน 2557)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.31 พื้นที่โนโซนหมายเลข 2 พื้นที่ด้านหน้าสุดของศูนย์กลางการประชาสัมพันธ์  
ที่มา : ถ่ายภาพโดย กิตติพงศ์ ปalomขุนทด (25 เมษายน 2557)



ภาพที่ 2.32 พื้นที่โนโซนหมายเลข 3 พื้นที่ให้อาหารปลาตรงข้ามศูนย์กลางประชาสัมพันธ์

ที่มา : ถ่ายภาพโดย กิตติพงศ์ ปalomขุนทด (25 เมษายน 2557)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2.6.3 ผู้วิจัยได้สำรวจข้อมูลพื้นที่ภายในตลาดโบราณบางพลี จากต้นทางเข้าตลาด ไปจนถึงท้ายตลาดทางท่าข้ามฝั่ง เพื่อเป็นฐานข้อมูลในการหาตำแหน่งที่เหมาะสม ในการออกแบบ กราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ ตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ โดยได้ข้อสรุป

(1) พื้นที่สำคัญลำดับที่ 1 ตำแหน่ง A เป็นพื้นที่ในส่วน ศูนย์กลาง ประชาสัมพันธ์ตลาดโบราณบางพลี ตั้งอยู่บริเวณกลางตลาดโดยแบ่งเป็นพื้นที่สำคัญ 2 สามารถนำเอา ข้อมูลพื้นที่ที่นำมาวิเคราะห์เพื่อการออกแบบกราฟิกประชาสัมพันธ์ โดยจำแนกได้ ดังนี้

(1.1) พื้นที่ในบริเวณศูนย์กลางประชาสัมพันธ์ ตลาดโบราณ บางพลี จังหวัดสมุทรปราการ พื้นที่รวม มีขนาด 219 ตร.ม.มีพื้นที่ทางสัญจรเป็นพื้นไม้แบบปรับปรุงแล้ว ซึ่งมีรายละเอียดในตัวพื้นที่ ดังนี้

(1.1.1) จัดแสดงนิทรรศการย้อนรอยอดีต ตลาดโบราณ บางพลี จังหวัดสมุทรปราการ เล่าเรื่องตั้งแต่เริ่มต้นการทำตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

(1.1.2) จัดแสดงภาพถ่ายเก่าเล่าเรื่องราว เกี่ยวกับตลาด โบราณบางพลี และกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับชุมชนและตลาด

(1.1.3) จัดแสดงแบบจำลองเรือรูปแบบต่างๆที่ชาวชุมชน ตลาดโบราณบางพลีใช้ในชีวิตประจำวัน

(1.1.4) จัดแสดงเรือพายแข่งขันประจำปี พร้อมทั้งถ้วยรางวัลจากการแข่งขันชนะเลิศในแต่ละปี

(1.1.5) มีมุมจัดแสดงของใช้ในชีวิตประจำวันเป็นของเก่า เก็บจากชุมชนตลาดบางพลีนำมาจัดแสดง

(1.1.6) ชั้นต่างๆสำหรับวางเอกสารเพื่อใช้ในการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์โครงการของตลาด และกิจกรรม

(1.1.7) มุมติดต่อสอบถามข่าวสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับ ตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

(1.2) พื้นที่ฝั่งตรงข้ามศูนย์ประชาสัมพันธ์ เป็นพื้นที่ในส่วนของ ศูนย์ประชาสัมพันธ์ เป็นพื้นที่ติดคลองสำโรงซึ่งใช้เป็นสถานที่ลงน้ำให้อาหารปลา เป็นอีกพื้นที่ใช้ในการ ประชาสัมพันธ์ เช่น ภาพวาดลายเส้นตลาดโบราณบางพลี และเอกสารเผยแพร่บางส่วน มีขนาด พื้นที่ 27.0 ตร.ม. พื้นทางสัญจรเป็นพื้นไม้แบบปรับปรุงแล้ว

(2) พื้นที่สำคัญลำดับที่ 2 ตำแหน่ง B เป็นพื้นที่บริเวณซุ้มประตูทางเข้า ตลาดโบราณบางพลี เป็นอีกจุดหนึ่งซึ่งเก็บข้อมูลในพื้นที่โดยภาพรวมซึ่งมีขนาด 12.0 ตร.ม. โดย ประกอบไปด้วยรายละเอียด ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(2.1) ซุ้มประตูไม้ส่วนทางเข้าตลาดซึ่งติดด้วยซื่อตลาดโบราณบางพลีประกอบด้วยทางเดินที่เป็นไม้แบบดั้งเดิม

(2.2) ป้ายประชาสัมพันธ์พื้นที่ในตลาดโบราณบางพลี ในรูปแบบมองจากด้านบนลงมา

(2.3) ป้ายรายละเอียดจุดสำคัญบางจุด ภายในพื้นที่ตลาดโบราณบางพลี

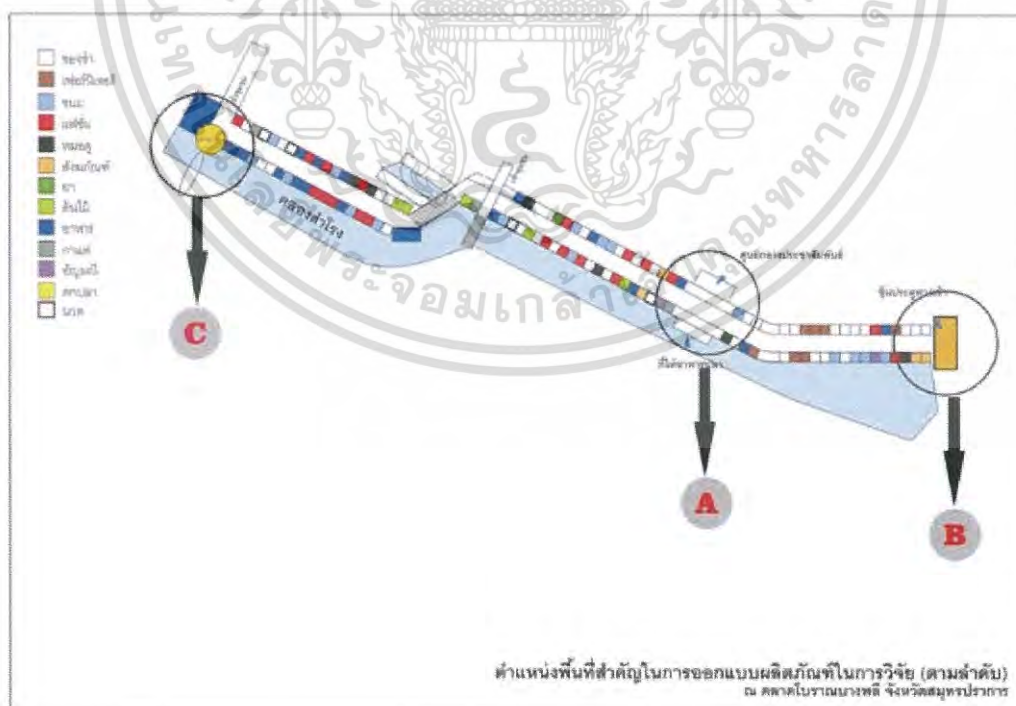
(2.4) ร้านค้าแผงลอยทั่วไป

(3) พื้นที่สำคัญลำดับที่ 3 ตำแหน่ง B เป็นพื้นที่ด้านท้ายตลาดหรือเรียกได้ว่าท่าข้ามฝั่งคลองไปยังปากหนึ่ง เป็นพื้นที่สุดทางเดินภายในส่วนของตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งเป็นทางเข้าตลาดได้อีกทางหนึ่งจากฝั่งห้างสรรพสินค้า ไม่สามารถระบุพื้นที่ว่างได้เนื่องจากเป็นพื้นที่ร้านค้าของชาวชุมชนตลาด ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

(3.1) จุดเก็บเงินข้ามฝากจากนักท่องเที่ยว ที่ข้ามฝั่งไปอีกฝั่งหนึ่งซึ่งมีอัตราข้ามละ 2 บาทมีพนักงานที่นั่งเก็บเงินท่าข้ามบริการ

(3.2) พื้นที่โดยส่วนใหญ่เป็นร้านอาหารที่มีมาแต่เดิมอยู่แล้ว

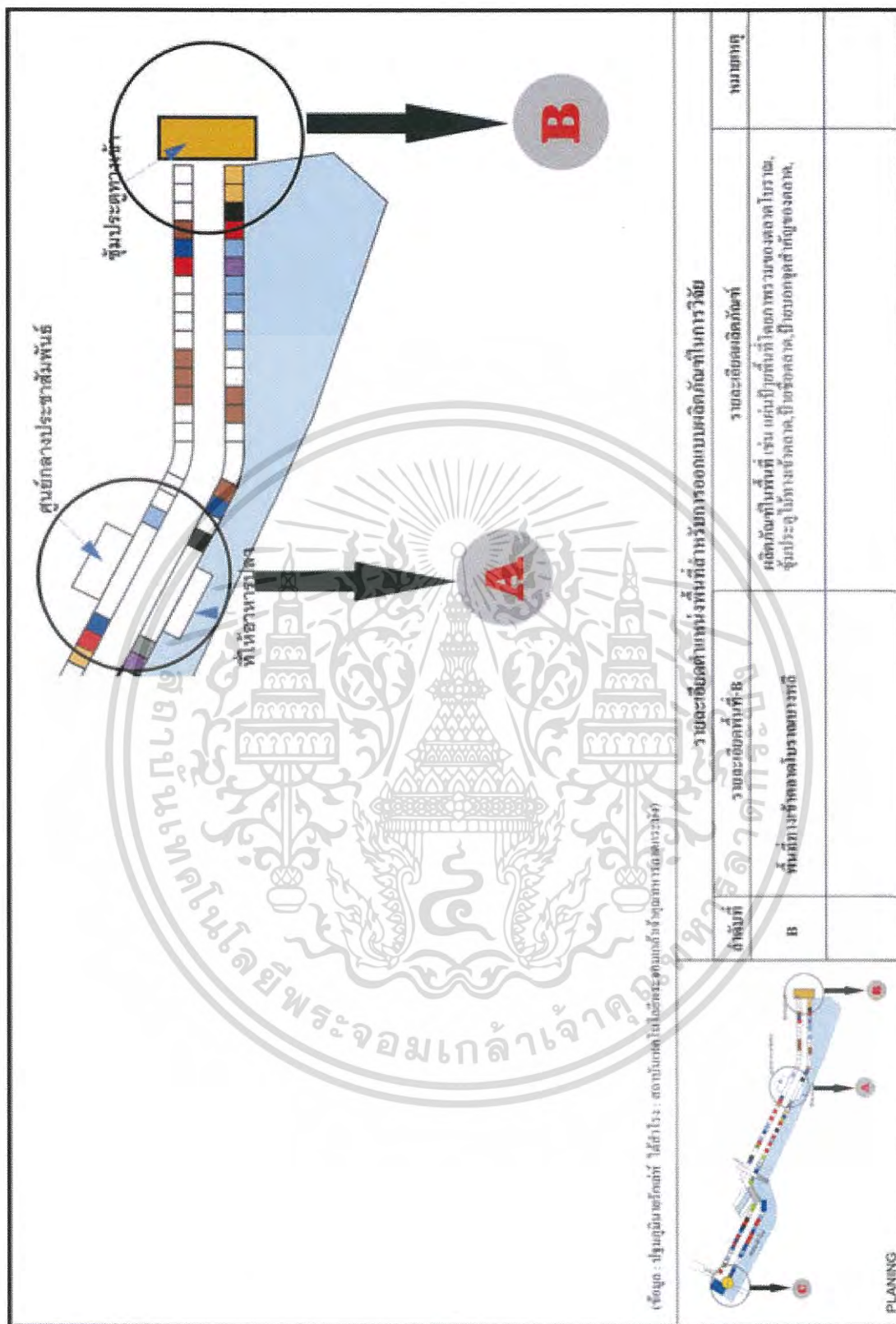
(3.3) พื้นที่ในคลองซึ่งมีเรือพาย 2 ลำต่อเป็นทางเดินเพื่อการข้ามฝากบริการนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นเอกลักษณ์สำคัญของตลาดบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ



ภาพที่ 2.33 รายละเอียดตำแหน่งในการออกแบบ

เอกสารนี้เป็นนายรักเล้ง ได้สำโรง (27 เมษายน 2557) ศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

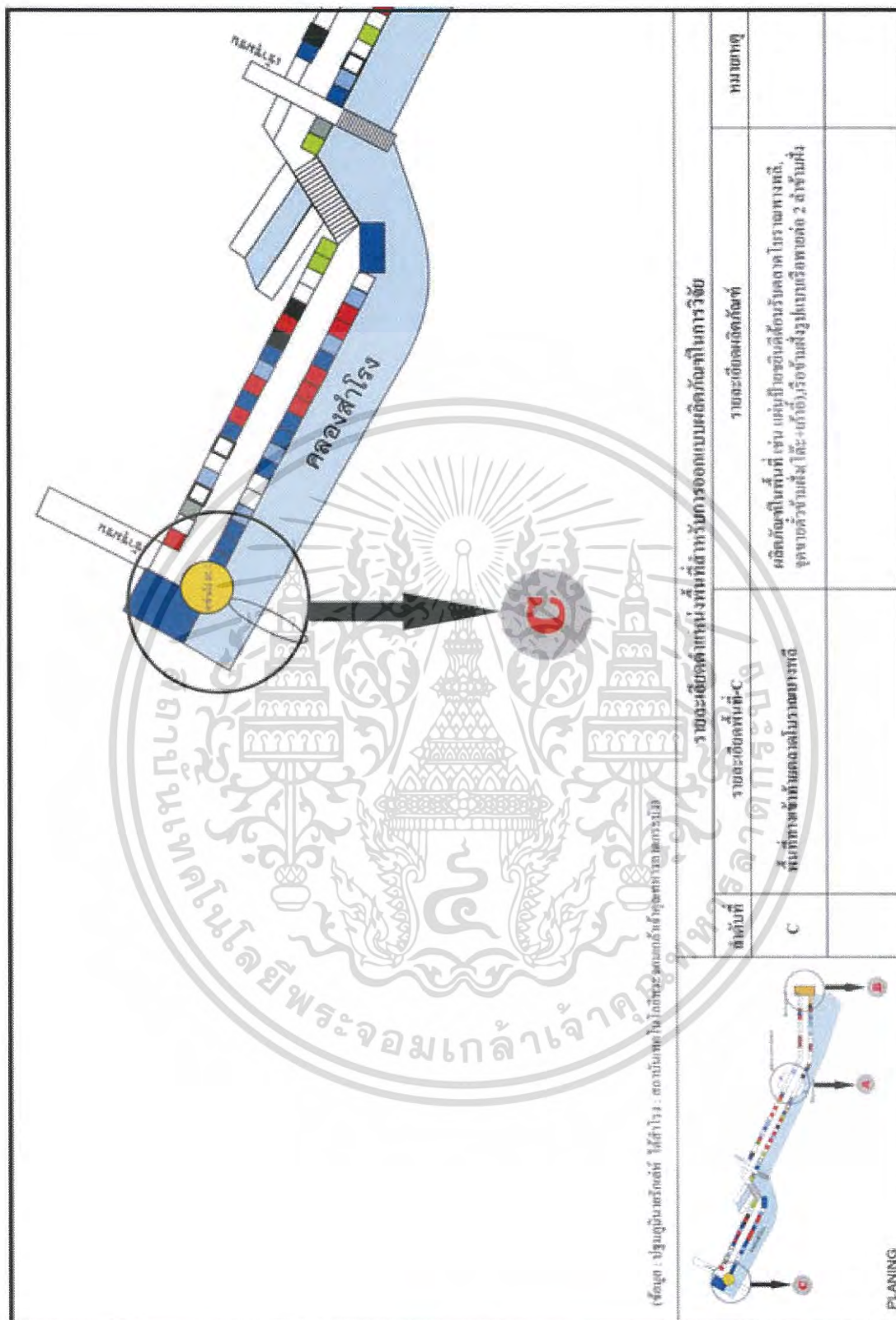




ภาพที่ 2.35 รายละเอียดตำแหน่งในการออกแบบ แปลน B

ที่มา : นายรักเล่ห์ ได้สำโรง (27 เมษายน 2557)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รายละเอียดตำแหน่งพื้นที่สำหรับการออกแบบผลิตภัณฑ์ในการวิจัย

ตำแหน่งที่	รายละเอียดตำแหน่งที่	หมายเหตุ
C	รายละเอียดตำแหน่งที่สำหรับการออกแบบผลิตภัณฑ์	ผลิตภัณฑ์ในพื้นที่ เช่น แผ่นป้ายโฆษณาหรือวัสดุโพรเซสซิง, ชุดของตัวพิมพ์สี ไล่ระดับสี, วัสดุพิมพ์สี 2 สีพิมพ์สี

ข้อมูล : อนุกรมผลิตภัณฑ์ ไล่สีไล่ระดับ : สถานะของผลิตภัณฑ์ที่แสดงในภาพ

ภาพที่ 2.36 รายละเอียดตำแหน่งในการออกแบบ แพลน C

ที่มา : นายรักเล่ห์ ได้สำโรง (27 เมษายน 2557)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.2.7 ข้อมูลนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยว ตลาดโบราณบางพลี

ข้อมูลการสำรวจจาก สำนักงานเทศบาลอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการได้ทำการเก็บข้อมูลนักท่องเที่ยวในพื้นที่ตลาดโบราณ ในช่วงระยะ 1 ปี คือ พ.ศ.2556-2557 ดังนี้

ตารางที่ 2.1 ข้อมูลนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยว

เดือน/ปี	ประเภทนักท่องเที่ยว	จำนวนนักท่องเที่ยว (คน)	จำนวนรายได้จากการ ท่องเที่ยว(บาท)
มกราคม 2556	คนไทย	50,000	5,000,000
	คนต่างชาติ	1,000	500,000
กุมภาพันธ์ 2556	คนไทย	50,000	5,000,000
	ต่างชาติ	1,000	500,000
มีนาคม 2556	คนไทย	50,500	5,030,000
	คนต่างชาติ	800	300,000
เมษายน 2556	คนไทย	50,800	5,060,000
	คนต่างชาติ	1,200	520,000
พฤษภาคม 2556	คนไทย	61,000	7,000,000
	คนต่างชาติ	2,000	850,000
มิถุนายน 2556	คนไทย	51,000	480,000
	คนต่างชาติ	1,030	200,000
กรกฎาคม 2556	คนไทย	50,000	5,000,000
	ต่างชาติ	1,000	500,000

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

เดือน/ปี	ประเภทนักท่องเที่ยว	จำนวนนักท่องเที่ยว (คน)	จำนวนรายได้จากการ ท่องเที่ยว(บาท)
สิงหาคม 2556	คนไทย	50,500	5,030,000
	คนต่างชาติ	800	300,000
กันยายน 2556	คนไทย	51,000	480,000
	ต่างชาติ	1,030	200,000
ตุลาคม 2556	คนไทย	61,000	7,000,000
	คนต่างชาติ	2,000	850,000
พฤศจิกายน 2556	คนไทย	63,000	7,200,000
	คนต่างชาติ	3,500	900,000
ธันวาคม 2556	คนไทย	60,000	6,900,000
	คนต่างชาติ	3,000	820,000
มกราคม 2557	คนไทย	80,000	7,500,000
	คนต่างชาติ	6,000	950,000
กุมภาพันธ์ 2557	คนไทย	80,000	7,500,000
	ต่างชาติ	6,000	950,000
มีนาคม 2557	คนไทย	75,000	7,000,000
	ต่างชาติ	6,000	950,000

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.2.8 ข้อมูลตลาดโบราณในพื้นที่ใกล้เคียงตลาดโบราณบางพลี

2.2.8.1 ตลาดบ้านใหม่ จ.ฉะเชิงเทรา เป็นตลาดเก่าอายุกว่า 100 ปี เป็นชุมชนชาวไทยเชื้อสายจีน เมื่ออดีตสถานที่แห่งนี้มีความคับคั่งด้วยผู้คนที่มาประกอบอาชีพค้าขาย รวมทั้งเป็นจุดแลกเปลี่ยนสินค้าสำคัญของจังหวัดฉะเชิงเทรา ซึ่งจะดูได้จากอาคารบ้านเรือนที่ปลูกสร้างติดๆ กันและอยู่ชิดริมน้ำ แม้วินและเวลาผ่านไปนานแต่ความสำคัญของตลาดริมน้ำแห่งนี้ ยังคงดำรงอยู่จนถึงปัจจุบัน ตอนนี้ตลาดบ้านใหม่นิยมใช้เป็นสถานที่สำหรับถ่ายทำภาพยนตร์ และละครยอดนิยมแล้ว นอกจากนี้ยังเป็นแหล่งขนมและของขบเคี้ยวนานาชนิด อาหารรสเด็ดของแปดริ้วทั้งอาหารจีน อาหารไทย มีร้านกาแฟโบราณ และเป็นที่รวบรวมของฝากที่ต้องแวะซื้อเป็นของฝากก่อนกลับบ้านทุกครั้งอีกด้วย

ด้วยความมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว นั่นคือ อายุสถานที่ ที่ยาวนานตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 5 และยังคงสภาพเหมือนครั้งรุ่นคุณปู่คุณย่าอาศัยพำนักอยู่ ซึ่งคนสมัย ณ ปัจจุบันจะได้ทราบเรื่องราวต่าง ๆ และชมภาพได้จากภาพยนตร์และละครย้อนยุค ของชุมชนชาวไทยจีนที่เข้ามาถ่ายทำที่ตลาดบ้านใหม่แห่งนี้ เช่น ละครเรื่องอยู่กับก๋ง, เจ้าสัวสยาม ภาพยนตร์เรื่องนางนาค ฯลฯ นอกจากนี้ตลาดบ้านใหม่เป็นสถานที่สำหรับถ่ายทอดภาพยนตร์และละครยอดนิยมแล้ว ยังเป็นแหล่งอาหารอร่อย ขนมและของขบเคี้ยวนานาชนิด เป็นที่รวบรวมอาหารรสเด็ดของแปดริ้ว ทั้งอาหารจีน อาหารไทย ที่มีรสชาติตามมาตรฐานอาหารของแต่ละชาติมีร้านกาแฟโบราณรสชาติเข้มข้นหอมหวาน เป็นที่รวบรวมของฝากที่ต้องแวะซื้อเป็นของฝากก่อนกลับบ้านทุกครั้ง



ภาพที่ 2.37 ตลาดบ้านใหม่ จังหวัดฉะเชิงเทรา

เอกสารนี้เป็น ถ่ายภาพโดย กิตติพงศ์ ปลอมขุนทด (25 เมษายน 2557) มอนูญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.38 บรรยากาศด้านในในตลาดบ้านใหม่ จังหวัดฉะเชิงเทรา  
ที่มา : ถ่ายภาพโดย กิตติพงศ์ ปฐมขุนทด (25 เมษายน 2557)



ภาพที่ 2.39 ด้านหน้าทางเข้าตลาดแบบดั้งเดิม

ที่มา : ถ่ายภาพโดย กิตติพงศ์ ปฐมขุนทด (25 เมษายน 2557)  
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกรใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมื่อปี 2547 ชุมชนบ้านใหม่พร้อมใจฟื้นฟูตลาดชุมชนอายุกว่า 100 ปี เปิด “ตลาดบ้านใหม่” ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดฉะเชิงเทรา พร้อมให้นักท่องเที่ยวเข้าเยี่ยมชมวิถีชีวิตย้อนยุค เลือกชิมอาหารอร่อย เลือกซื้อของฝากจากแปดริ้ว ช่วงแรกร้านค้ายังมีจำนวนไม่มากนักจึงเปิดให้เที่ยวชมเฉพาะในช่วงวันเสาร์ - อาทิตย์ และวันหยุด นักชัตฤกษ์ เวลามีผ่านไป 2 ปี ความเจียบเหงาของวันวานปรับเปลี่ยนเริ่มกลับมาคึกคักมากขึ้น ร้านค้าร้านขายเพิ่มจำนวนหนาแน่นมากขึ้น ส่งผลให้ตลาดบ้านใหม่ในทุกวันนี้มีความจอแจของทั้งคนซื้อและคนขาย นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว ในจังหวัดฉะเชิงเทราในวันธรรมดา สามารถที่จะมาเที่ยวชม ตลาดเก่าได้ทุก ๆ วัน

2.2.8.2 ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ตั้งอยู่ที่ตำบลบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งองค์การบริหารส่วนตำบลบางน้ำผึ้ง และประชาชนบางน้ำผึ้ง ได้ร่วมใจปลุกวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมขึ้นมาใหม่ ด้วยการสร้าง “ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง” ขึ้นมาใหม่ เพื่อใช้เป็นสถานที่สำหรับขายสินค้าของชุมชนบางน้ำผึ้งและตำบลใกล้เคียง ฝั่งเมืองพระประแดง ภายในตลาดจะมีของกินของฝากนานาชนิด ให้เลือกสรรหาซื้อจบบ่าย ไม่ว่าจะเป็น ขนมหวานพื้นเมืองฝีมือชาวบ้าน ขนมถ้วย ขนมจาก กล้วยแขก ม้าฮ่อ ขนมตระกูลทอง กาละแมกวน ฝอยเงินที่ใช้ไข่ขาวต้มในน้ำเชื่อมรสหวานชุ่มคอ หมี่กรอบโบราณ กว๊ายเตี๋ยลุยสวน ไส้กรอกโบราณ ท่อหมกหมู หอยทอดในถาดขนมครก ไก่สะเต๊ะ น้ำพริกต่างๆ ผักตบชวยชนิดต่างๆ ที่ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการแปรรูป รวมถึงมีต้นไม้พันธุ์ กล้วยหอม สวยงามหลากหลายชนิด และผลิตภัณฑ์ของชาวบ้าน เช่น มะพร้าวอ่อน มะม่วงน้ำดอกไม้ ฝรั่ง กล้วยหอม ชมพู่มะเหมี่ยว ผักพื้นบ้าน เป็นต้น วางจำหน่ายตลอดสองข้างทางความยาวกว่า 2 กิโลเมตร ขนานไปคลองซอยสายเล็ก ๆ ที่แตกแขนงจากแม่น้ำเจ้าพระยา ทำให้อากาศไม่ร้อนเกินไป เพราะสายลมพัดเอื่อย ๆ ปะทะใบหน้าอยู่ตลอดเวลา



ภาพที่ 2.40 ทางเข้าตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง

ที่มา : ถ่ายภาพโดย กิตติพงษ์ ปลอมขุนทด (25 เมษายน 2557)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นอกจากนี้ ยังเป็นศูนย์รวมสินค้า OTOP ที่สร้างสรรค์จากคนในชุมชนบางน้ำผึ้งและตำบลใกล้เคียงในจังหวัดสมุทรปราการ เช่น ดอกไม้เกล็ดปลา บ้านรูปสมุนไพรมะพร้าว ผลิตภัณฑ์จากทะเลอย่างกุ้งแห้ง กะปิ หอยดอง ภาพประดิษฐ์จากกระจกมะพร้าว ของตกแต่งบ้าน ดอกหญ้าหลากสี โมบายล์ ลูกตีนเป็ดรูปร่างแปลกตา ฯลฯ ถ้าเดินกินจนเหนื่อยเริ่มปวดแข้งปวดขาที่ ตลาดน้ำบางน้ำผึ้งก็มีนวดแผนโบราณไว้สำหรับหนุ่ม ๆ สาว ๆ ซึ่เมื่อยทั้งหลาย แต่ถ้าอยากไปสัมผัสวิถีชีวิตของชาวบางน้ำผึ้ง ก็มีบริการเรือพาเที่ยวคลองบางน้ำผึ้ง หรืออยากจะลองพายเรือเองก็สามารถทำได้ เพราะมีบริการให้เช่าลำละเพียงแค่ 20 บาทเท่านั้น แต่ถ้าใครที่อยากออกกำลังกายเล็ก ๆ ขอนแนะนำให้เช่ารถจักรยานขี่ชมวิวธรรมชาติรอบข้างได้ สำหรับใครที่โยกหาวิถีชีวิตชุมชนชาวสวน จะพักค้างคืนที่ "โฮมสเตย์บางน้ำผึ้ง"ก็ได้ เพราะที่นี่มีบ้านพักที่ปลูกอาศัยติดกับแม่น้ำเจ้าพระยา บางหลังอยู่ติดริมคลองบางน้ำผึ้งสามารถกางเต็นท์นอนได้ มีบ้านไทยโบราณอายุกว่า 100 ปี ให้เลือกพัก



ภาพที่ 2.41 บรรยากาศภายในตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง

ที่มา : ถ่ายภาพโดย กิตติพงศ์ ปฐมขุนทด (25 เมษายน 2557)

การเดินทาง รถยนต์ส่วนตัว ใช้ทางด่วนมาลงที่ถนนสุขสวัสดิ์ เมื่อลงทางด่วนขับมาเรื่อย ๆ จะเห็นสามแยก พระประแดง – สุขสวัสดิ์ เลี้ยวซ้ายตรงสถานีบริการน้ำมัน พอถึงตลาดพระประแดงให้เลี้ยวซ้ายผ่านวัดทรงธรรมวรวิหารประมาณ 5 กิโลเมตร จะพบป้ายบอกทางเข้าตลาดให้เลี้ยวขวาเข้ามาประมาณ 1 กิโลเมตร จะถึงสถานีอนามัยบางน้ำผึ้งซึ่งจะเป็นที่จอดรถ รถโดยสารประจำทาง มีรถโดยสารประจำทางสาย ปอ.138, สาย

82, ปอ.140 สาย 82, สาย 506 ไปลงตลาดพระประแดงแล้วต่อรถประจำทางสายพระประแดง-บางกอบัว ก็จะมาผ่าน ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.42 บรรยากาศอีกด้านของตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง  
ที่มา : ถ่ายภาพโดย กิตติพงศ์ ปฐมขุนทด (25 เมษายน 2557)



ภาพที่ 2.43 ร้านค้าขายขนมไทยดั้งเดิมที่ยังคงเอกลักษณ์หาตุได้ที่ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง  
ที่มา : ถ่ายภาพโดย กิตติพงศ์ ปฐมขุนทด (25 เมษายน 2557)

2.2.8.3 ตลาดคลองสวน ตั้งอยู่บนเนื้อที่ถึงสองจังหวัดคือตำบลคลองสวน อำเภอบางปะอิน สมุทรปราการ และตำบลเทพราช อำเภอบ้านโพธิ์ จังหวัดฉะเชิงเทราตามแนวคลองประเวศน์ คลองประเวศน์ ชุดจากกรุงเทพฯ 50 กม.ต่อจากคลองพระโขนง แยกจากแม่น้ำเจ้าพระยาที่เขตพระโขนง เรียกว่าคลองพระโขนง เกิดเองตามธรรมชาติเข้าเขตประเวศน์ ลาดกระบังเรียกคลองประเวศน์ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ไปตะวันออกผ่านสมุทรปราการไปจรดแม่น้ำบางปะกงที่ อำเภอบ้านโพธิ์จ.ฉะเชิงเทรา ซึ่งเป็นคลอง ยุทธศาสตร์ของชาติในยุค ร. 3 ครั้งไทยทำสงครามรบกับเวียดนาม เจ้าพระยาบดินทรเดชา (สิงห์ สิงหเสนี) แม่ทัพไทยนำทัพเข้ารบ ทั้งในลาว เขมรและเวียดนามนาน ถึง 15 ปี และครั้งหนึ่งในยุค ร. 5 ฝรั่งเศสแผ่อำนาจจักรวรรดิ นิยมรุกเข้าไปยึดเวียดนาม เขมรและลาว ไทยต้องเตรียมรับภัยที่มาจากทางตะวันออกเต็มที่

คลองพระโขนง คลองประเวศน์บุรีรัมย์หรือเรียกว่าคลองประเวศน์เป็นคลองสาย เดียวกัน เหมือนการเรียกชื่อถนนตามชุมชนที่ผ่าน อาจเพราะสงครามกับญวน ร. 3 โปรดให้ขุดต่อ ปลายคลองพระโขนงต่อออกไปทางตะวันออกไปบรรจบแม่น้ำบางปะกงที่ ตำบลท่าสะพาน อำเภอ บ้านโพธิ์ จังหวัดฉะเชิงเทรา เป็นคลองยุทธศาสตร์ขนานไปกับคลองแสนแสบที่มีอยู่ก่อนแล้วทางด้าน เหนือ การขุดครั้งนั้นไม่เสร็จแต่ก็ทำให้ได้พื้นที่เพิ่มผลผลิตการเกษตรขึ้นมาก ทั้งเกิดประชาคมใหม่ๆ ตามแนวคลองเพิ่มขึ้น

หลังปีพ.ศ. 2420 ร. 5 โปรดให้จ้างชาวจีนขุดคลองที่ค้างสมัย ร. 3 ต่อไปออกแม่น้ำ บางปะกงอีก ครั้งนี้เป็นการขุดอย่างมีการรังวัดแนวคลองเป็นเส้นตรง ทำให้เดินทางเร็ว ประชาชน พากันบริจาคสมทบงบการขุด และได้รับพระราชทานนามว่า คลองประเวศน์บุรีรัมย์

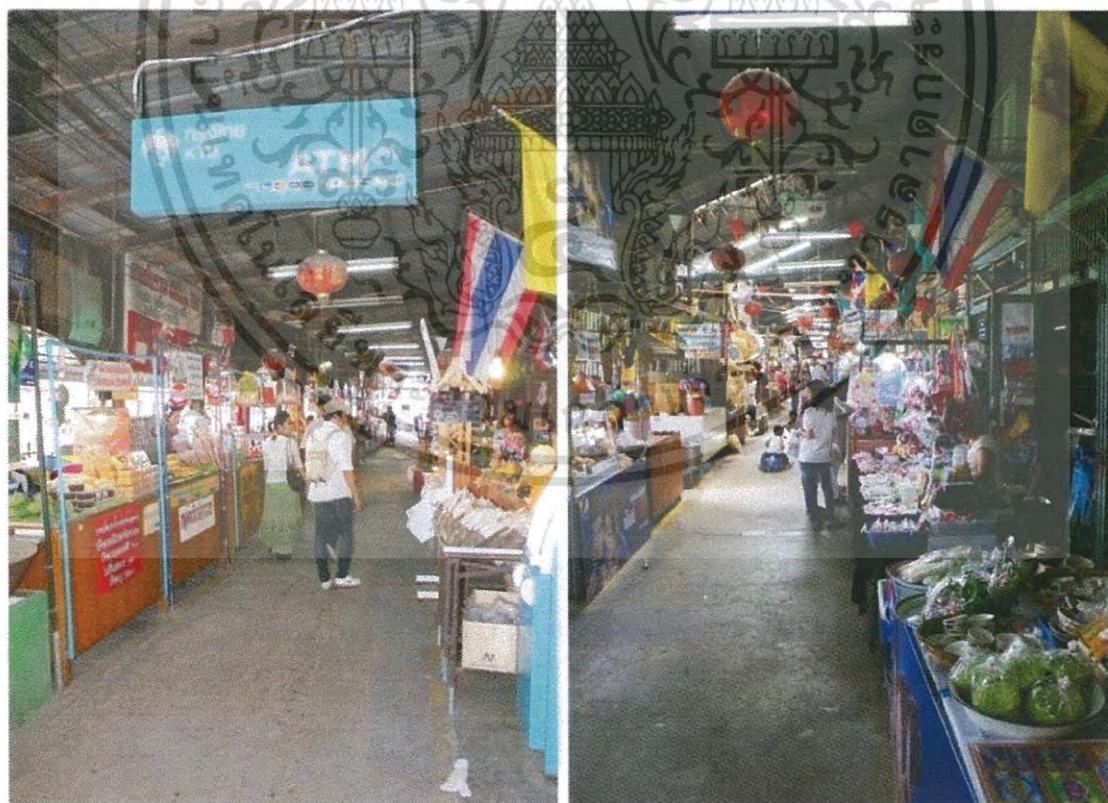
ชาวไทย จีน ไทยจีน ไทยมุสลิม มอญ เขมรพากันไปจับจองที่ดินสองฝั่งคลองเป็นที่ ทำกินกลายเป็น ชุมชนริมคลองที่หลากหลายที่อยู่มากน้อยอย่างสงบสุขสืบมาจนวันนี้ ถ้าวิ่งเรือไป ในคลองประเวศน์จะสามารถเชื่อมต่อกับคลองต่างๆหลายคลอง ระหว่างแนวตั้งแนวนอน บนด้าน เหนือคือคลองแสนแสบ ด้านใต้คือคลองสำโรง สายน้ำได้ไหลไปออกที่ปากอ่าว ที่อำเภอคลองด่าน สมุทรปราการ

ตลาดคลองสวนเป็นห้องแถวโครงสร้างเป็นไม้เนื้อแข็งและเนื้ออ่อน ตลาดเริ่มแรกมุง ด้วยจาก ต่อมาจึงเปลี่ยนเป็นมุงด้วยสังกะสี ของตระกูลบุญถมเย็นมาโนช ทรายดาว ตลาดเรือนไม้ เก่าแก่นี้ผิดไปจากตลาดริมน้ำแถมนี้เพราะทางเดินปัจจุบัน เป็นคอนกรีตมีหลังคาสังกะสีต่อเป็นชายคา คลุมทางเดินเท้า ตัวร้านค้าเป็นห้อง ๆ ยาวจากริมน้ำขึ้นมาบนบก ด้านหลังตลาดมีลำรางขุดเป็นที่ ระบายน้ำต่อกับลำคลองประเวศน์และลำคลองเทพราชตัวตลาดต่อกันยาวกว่า 1 กิโลเมตร มีร้านค้า 100 ร้าน ขนานไปตามริมคลองหัวตลาดเป็นโรงสี ช่างทางเข้าเป็นบ้านเก่า คู่กับตลาดเป็นของประธาน ชุมชนตลาดคลองสวนฝั่งบางบ่อ คือคุณแน่น้อย เนตรศรี ท้ายตลาดฝั่งแปดริ้วเป็นบ้านเก่าอายุ 100 กว่าปี เป็นของคุณลุงสมบูรณ์ แสนเจริญ ซึ่งเป็นเจ้าของตลาดฝั่งแปดริ้ว ตัวร้านค้ามีการใช้เนื้อที่ทำ กิจกรรมทางด้านการค้าและอยู่อาศัย ประกอบด้วย ทำน้ำคลองประเวศน์ ชานพักทำน้ำ เก็บของ สินค้าที่จะขาย ทางเดินซื้อขาย สัญจร ร้านค้าประกอบกิจการค้า โถงบันได้ชั้นชั้นที่สอง (เล่าเต็ง) ห้องน้ำ ห้องครัว ชักล้าง อาบน้ำ สวนครัวตลาดคลองสวนถือว่าเป็นตลาดใหญ่ของเขตเทศบาลตำบล คลองสวน สมุทรปราการ ข้ามคลองนาคราชไปสู่เขตเทศบาลตำบลเทพราช ฉะเชิงเทรา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.44 ทางเข้าตลาดคลองสวน 100 ปี อ.บ้านโพธิ์ จ.ฉะเชิงเทรา  
ที่มา : ถ่ายภาพโดย กิตติพงศ์ ปalomขุนทด (25 เมษายน 2557)



ภาพที่ 2.45 บรรยากาศภายในตลาดคลองสวน 100 ปี

ที่มา : ถ่ายภาพโดย กิตติพงศ์ ปalomขุนทด (25 เมษายน 2557)  
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกรใช้งานเพื่อการศึกษเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.46 ร้านค้าที่ยังคงรูปแบบเดิมที่ตลาดคลองสวน

ที่มา : ถ่ายภาพโดย กิตติพงศ์ ปฐมขุนทด (25 เมษายน 2557)



ภาพที่ 2.47 เอกลักษณ์สำคัญที่เห็นได้ที่ตลาดคลองสวน

ที่มา : ถ่ายภาพโดย กิตติพงศ์ ปฐมขุนทด (25 เมษายน 2557)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์สำหรับงานวิจัยนี้ หากมีข้อสงสัย กรุณาติดต่อผู้วิจัย ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.2.9 รูปแบบป้ายประชาสัมพันธ์และบอร์ดประชาสัมพันธ์รูปแบบต่างๆภายในตลาดโบราณบางพลีและตลาดโบราณข้างเคียงในการศึกษาข้อมูล

เป็นการศึกษาข้อมูลพื้นฐานเพื่อใช้ในการวิเคราะห์นำมาออกแบบพัฒนากราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งผู้วิจัยได้ลงสนามเก็บข้อมูลจากพื้นที่ต่างๆเป็นผลิตภัณฑ์ข้างเคียงและนำมาพัฒนาต่อยอด มีดังนี้

2.2.9.1 ป้ายประชาสัมพันธ์ ในตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ มีรูปแบบเป็นโครงเหล็ก ยึดตายกับพื้น ไม่สามารถเคลื่อนย้ายได้ มีความแข็งแรงสูง วัสดุที่ใช้เหมาะสมสำหรับการติดตั้งไว้กลางแจ้ง แต่ขาดการเป็นเอกลักษณ์ในพื้นที่ตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ทั้งทางด้านสถาปัตยกรรม เอกลักษณ์ ขนบธรรมเนียมประเพณี และความเป็นประวัติศาสตร์ดั้งเดิมของตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ



ภาพที่ 2.48 ป้ายประชาสัมพันธ์ ในตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ  
ที่มา : ถ่ายภาพโดย กิตติพงศ์ ปalomขุนทด (25 เมษายน 2557)

### 2.2.9.2 บอร์ดและป้ายประชาสัมพันธ์ ในตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง

(1) บอร์ดประชาสัมพันธ์ ในตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง มีรูปแบบเป็นโครงเหล็ก ยึดตายกับพื้น ไม่สามารถเคลื่อนย้ายได้ มีความแข็งแรงสูง วัสดุที่ใช้เหมาะสมสำหรับการติดตั้งกลางแจ้ง แต่ขาดความเป็นเอกลักษณ์ในพื้นที่ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.49 บอร์ดประชาสัมพันธ์ ในตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง

ที่มา : ถ่ายภาพโดย กิตติพงศ์ ปalomขุนทด (25 เมษายน 2557)

(2) ป้ายประชาสัมพันธ์ ในตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง มีรูปแบบเป็นโครงเหล็กซึ่งด้วยแผ่นไวนิล ยึดติดกับต้นไม้ ไม่สามารถเคลื่อนย้ายได้ มีความแข็งแรงน้อย วัสดุที่ใช้เหมาะสมสำหรับการติดตั้งไว้กลางแจ้ง แต่ขาดความเป็นเอกลักษณ์ในพื้นที่ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง

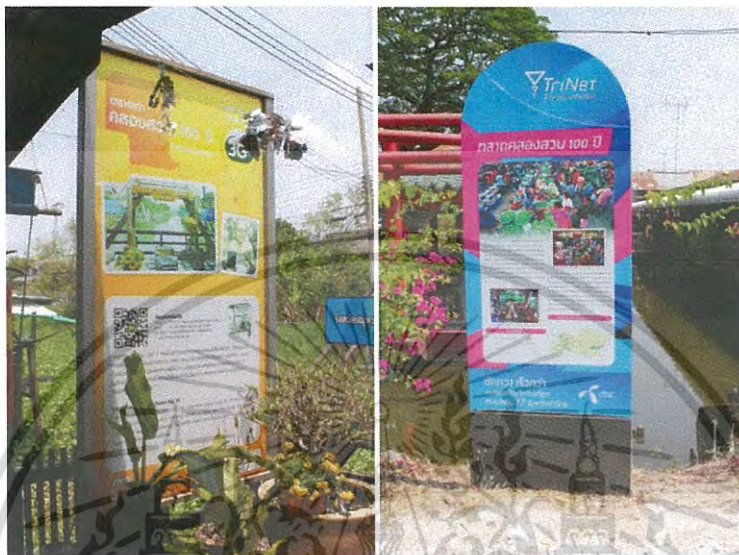


ภาพที่ 2.50 ป้ายประชาสัมพันธ์ ในตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง

เอกสารที่นำมาเป็นภาพถ่ายโดย กิตติพงศ์ ปalomขุนทด (25 เมษายน 2557) ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 2.2.9.3 บอร์ดและป้ายประชาสัมพันธ์ในตลาดคลองสวน

(1) บอร์ดประชาสัมพันธ์ ในตลาดคลองสวนมีรูปแบบเป็นโครงเหล็กกล่อง และเหล็กแผ่นแบน ยึดตายกับพื้น ไม่สามารถเคลื่อนย้ายได้ มีความแข็งแรงสูง วัสดุที่ใช้เหมาะสม สำหรับการติดตั้งไว้กลางแจ้ง แต่ขาดการเป็นเอกลักษณ์ในพื้นที่ตลาดคลองสวน



ภาพที่ 2.51 บอร์ดประชาสัมพันธ์ ในตลาดคลองสวน

ที่มา : ถ่ายภาพโดย กิตติพงศ์ ปalomขุนทด (25 เมษายน 2557)

(2) ป้ายประชาสัมพันธ์ ในตลาดคลองสวน มีรูปแบบเป็นแผ่นไม้อัดทำสี ยึดติดกับเสาสะพาน ไม่สามารถเคลื่อนย้ายได้ มีความแข็งแรงน้อย วัสดุที่ใช้เหมาะสม สำหรับการติดตั้งไว้กลางแจ้ง แต่ขาดความเป็นเอกลักษณ์ในพื้นที่ตลาดคลองสวน



ภาพที่ 2.52 ป้ายประชาสัมพันธ์ ในตลาดคลองสวน

ที่มา : ถ่ายภาพโดย กิตติพงศ์ ปalomขุนทด (25 เมษายน 2557)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่เผยแพร่ในนามของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ เพื่ออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 2.2.9.4 บอร์ดและป้ายประชาสัมพันธ์ในตลาดบ้านใหม่

(1) บอร์ดประชาสัมพันธ์ ในตลาดบ้านใหม่ มีรูปแบบเป็นโครงเหล็กกล่อง และเหล็กแผ่น ยึดตายกับพื้น ไม่สามารถเคลื่อนย้ายได้ มีความแข็งแรงสูง วัสดุที่ใช้เหมาะสมสำหรับการติดตั้งไว้กลางแจ้งและในร่ม แต่ขาดการเป็นเอกลักษณ์ในพื้นที่ตลาดบ้านใหม่



ภาพที่ 2.53 บอร์ดประชาสัมพันธ์ ในตลาดบ้านใหม่

ที่มา : ถ่ายภาพโดย กิตติพงศ์ ปalomขุนทด (25 เมษายน 2557)

(2) ป้ายประชาสัมพันธ์ ในตลาดบ้านใหม่ มีรูปแบบเป็นโครงไม้อัด ซึ่งด้วยแผ่นไวนิล สามารถเคลื่อนย้ายได้ มีความแข็งแรงน้อย วัสดุที่ใช้เหมาะสมสำหรับการติดตั้งไว้ในร่ม แต่ขาดความเป็นเอกลักษณ์ในพื้นที่ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง



ภาพที่ 2.54 ป้ายประชาสัมพันธ์ ในตลาดบ้านใหม่

เอกลักษณ์ เป็น ถ่ายภาพโดย กิตติพงศ์ ปalomขุนทด (25 เมษายน 2557) อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.3 การศึกษาผลิตภัณฑ์ กราฟิก ประชาสัมพันธ์

### 2.3.1 ความเป็นมาและความสำคัญของกราฟิกประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) เป็นคำที่ใช้กันอย่างแพร่หลายมากในปัจจุบัน ทั้งตามหน่วยงาน องค์กร สถาบันต่างๆ และในหมู่สาธารณชนทั่วไป ที่เป็นเช่นนี้น่าจะเป็นเพราะงานประชาสัมพันธ์กำลังได้รับความสนใจและการยอมรับจากประชาชนทั่วไปในสถานะที่การประชาสัมพันธ์เป็นเสริมสร้างความเข้าใจอันดีต่อกันระหว่างหน่วยงานสถาบันกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง

กล่าวโดยสรุป การประชาสัมพันธ์ คือ การเสริมสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดีระหว่างองค์กร หรือสถาบันกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง โดยผ่านทางสื่อต่างๆ เพื่อหวังผลในความร่วมมือและสนับสนุนจากประชาชนนั่นเอง องค์กรประกอบของการประชาสัมพันธ์แบ่งออกได้ดังนี้

#### 2.3.1.1 วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ มีดังนี้

(1) เพื่อเป็นการป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิดที่เกิดขึ้น มิให้เกิด การเคลือบแคลงระแวง สงสัย

(2) เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจอันดี

(3) เพื่อรักษาชื่อเสียงของหน่วยงาน

(4) เพื่อสร้างศรัทธาและความเชื่อมั่นตลอดไป

(5) เพื่อให้ประชาชนทราบความประสงค์ของหน่วยงาน

(6) เพื่อให้ข่าวหรือเรื่องราวแกสื่อมวลชนอย่างตรงไปตรงมา

(7) เพื่อให้ผู้บังคับบัญชา และผู้ร่วมงานเข้าใจการประชาสัมพันธ์

#### 2.3.1.2 ศาสตร์และศิลป์ของการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์อาจพิจารณาได้ว่าเป็นทั้งศาสตร์และศิลปะไปพร้อมๆกันในตัวเอง โดยสามารถอธิบายความละเอียด ได้ดังนี้

(1) การประชาสัมพันธ์ที่เป็นศาสตร์ หมายถึง วิทยาการความรู้และความน่าเชื่อถือที่กำหนดไว้เป็นระบบระเบียบที่พึงเชื่อถือได้ และสามารถศึกษาค้นคว้าหาความจริงได้อย่างมีระเบียบแบบแผนและมีระบบ

วิทยาการประชาสัมพันธ์ เป็นวิชาที่มีระเบียบแบบแผน มีเหตุมีผลและอาจศึกษาเรียนรู้ได้จากตำหรับ ตำราต่างๆ เป็นการศึกษาค้นคว้าหาหลักและทฤษฎีที่น่าเชื่อถือได้ไว้ใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ มีการศึกษาค้นคว้าถึงกระบวนการในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ของมนุษย์ เพื่ออธิบายและวิเคราะห์พฤติกรรมของมนุษย์ที่มีปฏิกริยา ความสัมพันธ์ต่อกันภายในสังคมรวมทั้งการศึกษาวิจัยถึงประชาคมติ และความสัมพันธ์กันระหว่างกลุ่มบุคคลกับองค์กรสถาบันที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น สิ่งต่างๆ เหล่านี้สามารถศึกษา เรียนรู้วิธีการ และถ่ายทอดความรู้ให้แก่ผู้อื่นได้ ฉะนั้น จึงกล่าวได้ว่า วิทยาการประชาสัมพันธ์อยู่ในขอบเขตของศาสตร์ทางด้านสังคมวิทยา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(2) การประชาสัมพันธ์ที่เป็นศิลปะ หมายถึง การประชาสัมพันธ์ที่มีลักษณะการดำเนินงานที่ต้องอาศัยความรู้ ความสามารถ รวมทั้งประสบการณ์และทักษะของแต่ละบุคคล ทั้งยังต้องประกอบด้วยเทคนิคการประชาสัมพันธ์บางอย่างที่เป็นความสามารถเฉพาะตัว เช่น ความสามารถและทักษะในการสื่อสาร ซึ่งการถ่ายทอดหรือลอกเลียนแบบทำกันได้ยาก ทั้งนี้เนื่องจากความสามารถเฉพาะตัวของแต่ละคนย่อมไม่เหมือนกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของสถานการณ์ สภาพแวดล้อม เวลา และสถานที่ เป็นต้น โดยที่การประชาสัมพันธ์เป็นการนำเอาหลักการ ความรู้ที่ได้ศึกษามา ไปประยุกต์ใช้ จึงมีลักษณะเป็นศิลปะ การดำเนินงานประชาสัมพันธ์จะยึดถือกฎเกณฑ์หรือระเบียบแบบแผนที่ตายตัวไม่ได้ แต่จะต้องปรับเปลี่ยนกลยุทธ์และวิธีการให้สอดคล้อง เหมาะสมกับเงื่อนไขของสถานการณ์ที่เป็นอยู่ในขณะนั้น ทั้งนี้ทั้งนั้น ศิลปะของการประชาสัมพันธ์นั้นจะต้องใช้ความสามารถพิเศษเฉพาะตัวเป็นหลัก ดังนั้นคุณสมบัติเฉพาะ จึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จหรือล้มเหลวของงานประชาสัมพันธ์นั้นๆ (ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศ 2555)

### 2.3.1.3 ประเภทของงานออกแบบกราฟิกและสื่อ

การออกแบบงานกราฟิก ย่อมมีวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่แตกต่างกันไป ลักษณะเฉพาะงานหรือเงื่อนไขต่างๆ ของงานและวิธีการดำเนินงาน ต้องสอดคล้องกับปัจจัยทุกด้าน ในการสร้างงานออกแบบจึงควรศึกษาถึงองค์ประกอบสำคัญในหลายๆ ด้าน แนวทางในการคิดงานกราฟิกจะแปรเปลี่ยนไปตามลักษณะของสื่อ หรืองานแต่ละประเภทที่มีข้อกำหนดเฉพาะตัว สื่อโฆษณาจะมีหลายประเภทโดยเฉพาะสื่อทางด้านสิ่งพิมพ์ ปัจจุบันวงการธุรกิจนิยมใช้สื่อประเภทนี้กันค่อนข้างสูง เพื่อช่วยส่งเสริมการขาย เพิ่มการตลาด หรือในบางที่ก็ใช้เป็นตัวขายสินค้าก็มี วิธีในการสร้างสรรค์สื่อสิ่งพิมพ์มีมากมาย และตัวสื่อสิ่งพิมพ์โฆษณาเองก็มีการพัฒนาตัวเองให้ทันกับเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่เข้ามาช่วย จึงช่วยส่งเสริมแนวทางในการออกแบบงานกราฟิก และเทคนิคในการออกแบบได้เป็นอย่างดี สื่อโฆษณาส่งพิมพ์นี้ก็ได้ไม่ได้อย่างยากเหมือนแต่ก่อน โดยสื่อโฆษณาที่ใช้กันมาก และเป็นเรื่องรูปแบบการออกแบบสื่อที่น่าสนใจ มีดังนี้

(1) แผ่นป้ายโฆษณา (Poster) แผ่นป้ายโฆษณา เป็นสื่อที่มีบทบาทอย่างมากในการประชาสัมพันธ์ เพราะเป็นสื่อที่สามารถเผยแพร่ได้โดยสะดวก กว้างขวางและสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ทุกพื้นที่ สื่อสารกับผู้บริโภคได้ทุกเพศ ทุกวัย ทุกระดับการศึกษา มีความยืดหยุ่นในตัวของสื่อได้เป็นอย่างดี แผ่นป้ายโฆษณานั้นสามารถนำเสนอข้อมูล และรายละเอียดได้มากพอสมควร ผลิตง่าย ใช้สะดวก จึงเป็นที่นิยมตลอดมา

(2) แผ่นพับ (Folders) แผ่นพับจัดว่าเป็นสิ่งพิมพ์ประเภทที่ผู้ผลิตส่งตรงถึงผู้บริโภคทั้งวิธีการทางไปรษณีย์ และแจกตามสถานที่ต่าง ๆ ไปยังกลุ่มเป้าหมายได้ตามต้องการ ลักษณะเด่นของแผ่นพับคือ มีขนาดเล็ก หยิบง่าย ให้ข้อมูลรายละเอียดได้มากพอสมควร หลากหลาย และสวยงามวิธีการออกแบบแผ่นพับสามารถพับได้หลายแบบ การพับแบบต่าง ๆ จะทำให้ภาพลักษณ์ของสื่อเปลี่ยนไป แผ่นพับเมื่อพับแล้วจะมีหลายหน้า อย่างน้อย 4 หน้า จนถึง 80 หน้าแต่ส่วนใหญ่

นิยมพับอย่างมาก 16 หน้า และไม่นิยมใส่เลขหน้า ในการออกแบบงานกราฟิกในแต่ละหน้า ไม่ควรให้รกหรือแน่นจนเกินไป การจัดระเบียบของข้อความและจัดวางภาพประกอบต้องให้สอดคล้องสัมพันธ์กัน ใช้หลักการทางองค์ประกอบศิลป์ช่วยแก้ปัญหา และต้องพิถีพิถันมากเป็นพิเศษ เพราะผู้ดูมีโอกาสพิจารณาได้นานและอาจดูได้หลายครั้ง แผ่นพับควรพับง่ายและมีความน่าสนใจ

(3) แผ่นปลิว (Leaflets) แผ่นปลิวเป็นสื่อที่มีค่าใช้จ่าย ในการผลิตถูกที่สุด สามารถผลิตได้ครั้งละจำนวนมากๆ จึงได้รับความนิยมในการนำมาเป็นสื่อเพื่อเป็นการสื่อสาร เพื่อให้ถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างกว้างขวาง รูปแบบและลีลาของการออกแบบ นำเสนอสาระข้อมูลของแผ่นปลิวไม่มีจำกัดตายตัว นิยมใช้กระดาษขนาด A4

(4) บัตรเชิญ (Cards) บัตรเชิญเป็นสื่อโฆษณาอีกประเภทหนึ่ง ที่มีบทบาทในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์การออกแบบงานกราฟิกอย่างกว้างขวาง สามารถสร้างสรรค์รูปแบบใหม่ๆ ที่จะทำทนายให้ผู้ได้รับเชิญเกิดความรู้สึกอยากรู้ อยากเห็น อยากสัมผัส บัตรเชิญเรียกได้ว่า เป็นสื่อเฉพาะกิจ ใช้ในโอกาสที่สำคัญ ดังนั้นการออกแบบบัตรเชิญจะต้องมีความประณีต สวยงาม มีคุณค่าสูงในด้านศิลปะ เนื่องจากต้องการดึงดูดชักจูงให้เกิดความรู้สึกคล้อยตาม การออกแบบบัตรเชิญสามารถตอบสนอง แนวคิดสร้างสรรค์ของผู้ออกแบบได้เป็นอย่างดี อาจมีลักษณะเป็นแผ่นพับ 2 พับ หรือทำเป็นแบบสามมิติก็ได้แล้วแต่ความเหมาะสมกับงานนั้นๆ

### 2.3.2 ประเภทและรูปแบบ ของกราฟิก ประชาสัมพันธ์ ในสถานที่ต่างๆ

ดังที่กล่าวไปข้างต้นประเภทและรูปแบบของ กราฟิก ประชาสัมพันธ์ ในสถานที่ต่างๆนั้นมียุ่ มากมาย ซึ่งในแต่ละสถานที่ล้วนมีความสำคัญ ดังข้อมูลต่อไปนี้

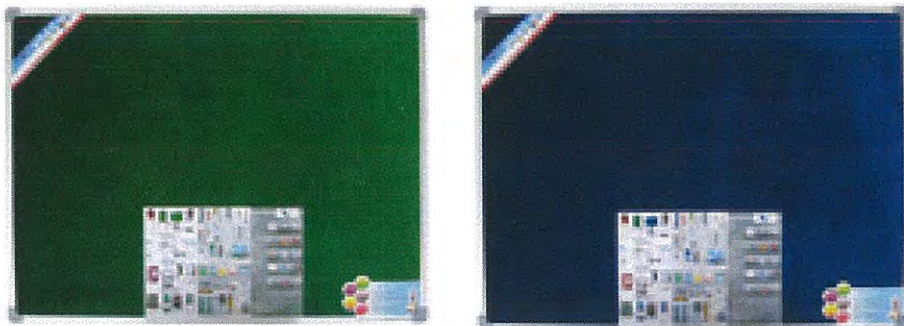
2.3.2.1 บอร์ดประชาสัมพันธ์แบบแขวน หรือ บอร์ดสำหรับภายใน บอร์ดภายใน ส่วนใหญ่แล้วจะใช้ โฆษณาประชาสัมพันธ์ และ ประดับตกแต่งไปในตัว ไม่ว่าจะเป็นตัวอักษร หรือว่า งานพิมพ์

2.3.2.2 บอร์ดประชาสัมพันธ์แบบมีขาตั้ง หรือ บอร์ดสำหรับภายนอก บอร์ด ภายนอก ส่วนใหญ่แล้ว จะเน้นโฆษณาประชาสัมพันธ์เป็นหลัก มีความโดดเด่น กระชับ เข้าใจง่าย



ภาพที่ 2.55 บอร์ดไม้ก๊อก

เอกสารนี้เป็นเอกสารลิขสิทธิ์สงวนไว้สำหรับการศึกษานี้เท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



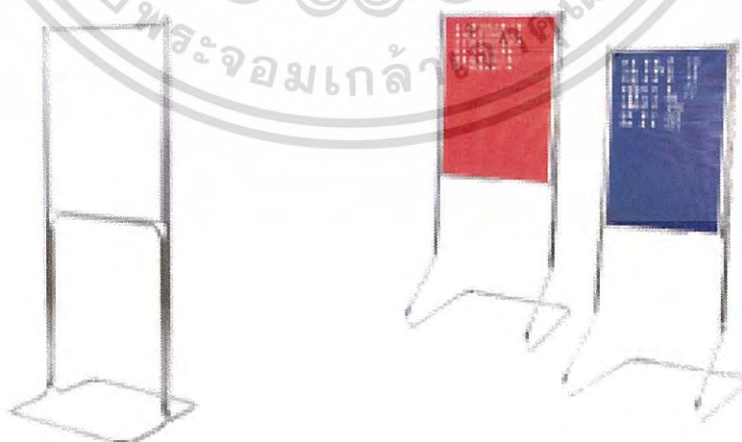
ภาพที่ 2.56 บอร์ดกำมะหยี่

ที่มา : บอร์ดชนิดต่างๆ. (2556 : Online)



ภาพที่ 2.57 บอร์ดฝ้ายกระสอบ

ที่มา : บอร์ดชนิดต่างๆ. (2556 : Online)



ภาพที่ 2.58 บอร์ดเสียบกระดาษโปสเตอร์

ที่มา : บอร์ดชนิดต่างๆ. (2556 : Online)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.59 บอร์ดประชาสัมพันธ์ของทางพิพิธภัณฑ์รถยนต์โบราณ

ที่มา : บอร์ดภาพ. (2556 : Online)

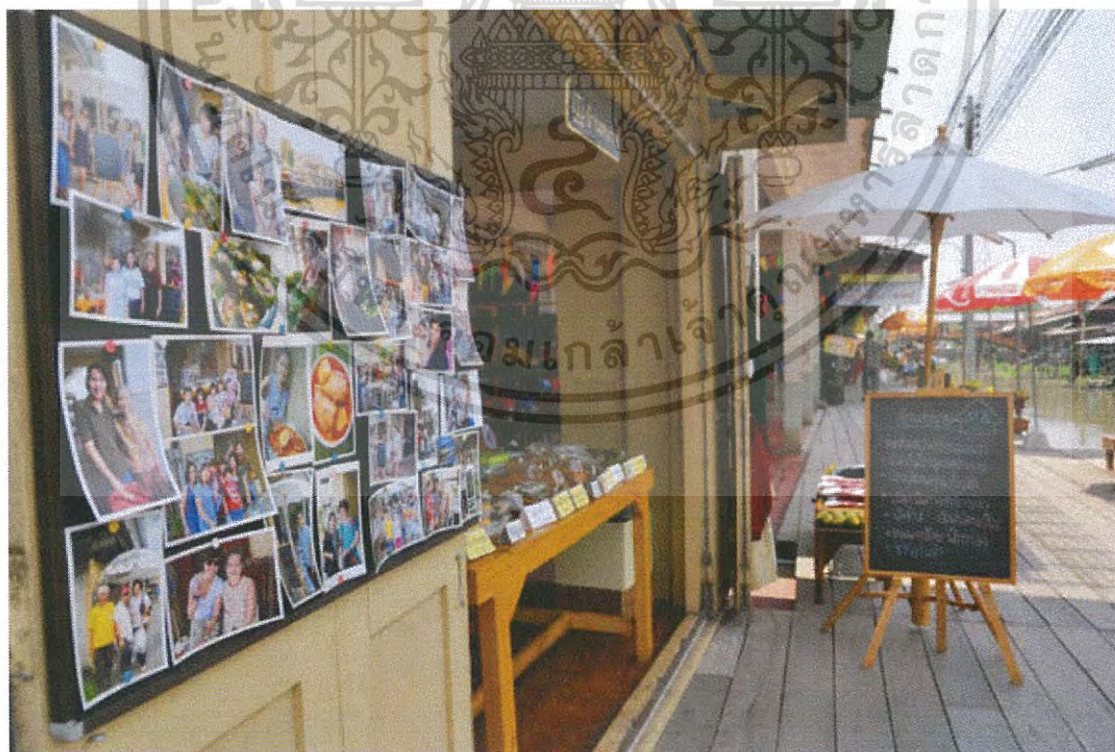


ภาพที่ 2.60 บอร์ดประชาสัมพันธ์ภายในห้างสรรพสินค้า

เอกสารนี้เป็น บอร์ดภาพ. (2556 : Online) งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.61 บอร์ดประชาสัมพันธ์งานสถาปนิก  
ที่มา : ถ่ายภาพโดย กิตติพงศ์ ปalomขุนทด (25 เมษายน 2557)



ภาพที่ 2.62 บอร์ดประชาสัมพันธ์ตลาดโบราณนครเนื่องเขต จังหวัดฉะเชิงเทรา  
ที่มา : ตลาดโบราณ. (2556 : Online) เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 2.3.3 จิตวิทยาสี กับ อารมณ์และความรู้สึก

ในความเป็นจริงแล้ว สีแต่ละสีจะสื่อถึงความหมายและความรู้สึกที่แตกต่างกัน ด้วยหลักดังกล่าวจึงได้เกิดการศึกษาของนักจิตวิทยา และเกิดการนำไปใช้ที่หลากหลาย ดังนั้นเพื่อให้เกิดการเลือกเฉดสีที่เหมาะสมต่อการนำไปใช้งาน จะมีหลักการง่ายๆ ดังนี้ (Kandinsky, 1988, P.132)

2.3.3.1 ความรู้สึกเกี่ยวกับอารมณ์ของสี สีมีพลังที่สามารถกระตุ้นการตอบสนองทางอารมณ์ของผู้ดูได้ดี นักออกแบบจึงมักใช้สีเพื่อชักจูงให้ผู้ดูเกิดอารมณ์ต่างๆ ตามต้องการได้ อย่างไรก็ตามก็ตามบุคคลแต่ละคนอาจจะแสดงความรู้สึกที่มี ต่อสีออกมาแตกต่างกันได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับการเรียนรู้ประสบการณ์ แต่โดยทั่วไปสีที่จัดอยู่ในวรรณะร้อน จะให้ความรู้สึกมีชีวิตชีวา ตื่นเต้น เร้าใจ และสีที่จัดอยู่วรรณะเย็น จะให้ความรู้สึกผ่อนคลาย สงบ ยิ่งกว่านั้น สีแต่ละสียังมีลักษณะเฉพาะตัวที่มีการนำไปใช้ในลักษณะต่างๆ กันได้มาก ดังตัวอย่างต่อไปนี้

(1) สีแดง เป็นสีที่มีความร้อนแรงมากที่สุด มองเห็นได้รวดเร็วที่สุด จึงมักเลือกให้เป็นสีที่ใช้ดึงดูดความสนใจมากที่สุดสีหนึ่ง สีแดงจะให้ความรู้สึกการมีพลังกำลัง ความก้าวร้าว รุนแรง รวดเร็ว และปราดเปรียว จึงนิยมใช้เป็นสีสำหรับรถสปอร์ต เสื้อทีมสำหรับนักกีฬา นอกจากนี้ สีแดงยังเป็นสีที่แทนความรู้สึกรักชาติ ความเป็นชาตินิยม จึงมักพบว่าสีแดงเป็นสีประจำชาติของหลายชาติ และสีแดงยังใช้เป็นสัญลักษณ์ของความรัก ตลอดจนอารมณ์ต่างๆ ที่เกี่ยวกับความเร้าร้อน ความขัดแย้ง ทะเลาะวิวาทและอันตราย เป็นต้น

(2) สีน้ำเงิน เป็นสีที่มีความสว่างสีต่ำ ให้ความรู้สึกเยือกเย็น เยียบสงบ ความรับผิดชอบ ความจริงจัง สีน้ำเงินเข้มมักเป็นสีที่นักบริหารชั้นสูงเลือกใช้เป็นสีรถ เครื่องแต่งกาย สำหรับสีน้ำเงินอ่อนหรือสีฟ้า มักทำให้นักถึงความสะอาด ความเย็น และผ่อนคลาย มักใช้เป็นสีพื้นหลังบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ที่ให้ความรู้สึกเย็นและชุ่มชื้น เช่น ลูกอมที่มีเมนทอลผสม เป็นต้น

(3) สีเหลือง เป็นสีที่ความสว่างสีสูง สีเหลืองที่สดใสเป็นสัญลักษณ์ของดวงอาทิตย์ จะให้ความรู้สึกที่อบอุ่น ความสนุกสนานร่าเริง ความใหม่ ความทันสมัย สุขภาพที่ดี แต่ถ้าเป็นสีเหลืองหม่น จะให้ความรู้สึกถึงความขี้ขลาด ความอ่อนแอ และโรคร้ายไข้เจ็บ

(4) สีเขียว เป็นสีที่ให้ความรู้สึก ใกล้เคียงกับสีน้ำเงิน คือ รู้สึกผ่อนคลาย สงบ แต่ให้ความรู้สึกสดชื่นความมีชีวิตชีวา การเติบโต ความเป็นธรรมชาติ นิยมใช้เป็นสีสำหรับสินค้าปลอดสารเคมี หรือการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

(5) สีม่วง เป็นสีที่เกิดจากสีแดงผสมกับสีน้ำเงิน จึงรวมคุณลักษณะของทั้งสองสีเข้าด้วยกันคือ ความมีอำนาจของสีแดง และความมีคุณธรรม รับผิดชอบของสีน้ำเงิน สีม่วงมักจะให้ความรู้สึกยิ่งใหญ่ ความหรูหราโอ้อ่า และความประทับใจ

(6) สีขาว เป็นสีที่มีความสว่างของสีสูงที่สุดให้ความรู้สึกกว้างเปล่า โปร่งเบา ละเอียดย่อน บริสุทธิ์ ความดีงาม ความมีคุณธรรม การใช้สีขาวจะหมายถึง การยอมแพ้ สงบศึก ในบางประเทศใช้สีขาวแสดงถึงความเศร้าโศก การปลุกพราก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(7) สีดำ เป็นสีที่มีความสว่างสีต่ำที่สุด ให้ความรู้สึกหดหู่ เศร้าซึม ลึกลับ น่ากลัว ชั่วร้าย ความเป็นอมตะ ในบางประเทศใช้สีดำแสดงถึงความเศร้าหมองและความตาย

2.3.3.2 ความรู้สึกเกี่ยวกับขนาดของสี สีอ่อนหรือสีที่มีความสว่างสีสูง เช่น วัตถุสีเหลืองจะให้ความรู้สึกว่ามีขนาดใหญ่กว่าและน้ำหนักเบากว่าวัตถุที่มีสีเข้มหรือสีที่มีความสว่างสีต่ำ เช่น สีน้ำเงิน แม้ว่าความจริงแล้ววัตถุทั้งสองนั้นจะมีขนาดเท่ากันก็ตาม

2.3.3.3 ความรู้สึกเกี่ยวกับระยะของสี สีแต่ละสีอาจให้ความรู้สึกเกี่ยวกับระยะใกล้ไกลต่างกัน กล่าวคือ สีที่อยู่ในวรรณะร้อน เช่น สีแดง สีเหลือง สีส้ม จะให้ความรู้สึกว่ายู่ระยะใกล้ ส่วนสีที่อยู่ในวรรณะเย็น เช่น สีม่วง สีน้ำเงิน จะให้ความรู้สึกว่ายู่ไกล

2.3.3.4 ความรู้สึกเกี่ยวกับการเคลื่อนไหวของสี แนวคิดเกี่ยวกับสีให้ความรู้สึกของการเคลื่อนไหวมี ดังนี้

- (1) สีน้ำเงิน จะให้ความรู้สึกถึงการเคลื่อนไหวภายในตัวเอง
- (2) สีเหลือง จะให้ความรู้สึกถึงการเคลื่อนไหวสู่ภายนอก
- (3) สีเขียว จะให้ความรู้สึกถึงการเคลื่อนไหวเข้าสู่ศูนย์กลาง

จากที่กล่าวมาข้างต้น จะพบว่า สีในวรรณะร้อนจะให้ความรู้สึกของการเคลื่อนไหวได้ดีกว่าสีวรรณะเย็น ดังนั้นเราควรเลือกใช้เฉดสีที่เหมาะสมกับความต้องการ

ที่กล่าวเช่นนี้ก็เพราะว่าสีทุกชนิดมีอิทธิพลต่อจิตใจมนุษย์ ทำให้เกิดอารมณ์และความรู้สึกที่ต่างๆ กัน สีเป็นองค์ประกอบที่สำคัญอย่างหนึ่งที่จะนำมาใช้ในการออกแบบ การทำความเข้าใจในเรื่องอิทธิพลของสีที่มีต่อจิตใจมนุษย์ย่อมจะนำไปใช้ให้ถูกต้องตามวัตถุประสงค์ในการออกแบบได้

## 2.4 ข้อมูลผู้บริโภคและจิตวิทยาด้านการตลาด

### 2.4.1 ความรู้เกี่ยวกับ TREND และความนิยมต่างๆ ในปัจจุบัน

เทรนด์ คือ กรอบของแรงบันดาลใจว่าด้วยเรื่องของสิ่งที่กำลังนิยมกัน ในเรื่องราวเดียวกัน แต่ไม่ใช่แรงบันดาลใจโดยตรงทั้งหมด เพราะต้องอาศัยการเก็บข้อมูลต่างๆ ของผู้บริโภคไม่ว่าจะวิธีใดๆ ก็ตามเพื่อนำมาจัดกรอบว่าในเรื่องราวเดียวกัน ในส่วนของเทรนด์ การท่องเที่ยว ผู้วิจัย ได้แบ่งประเด็นในการศึกษา โดยเน้นศึกษาในส่วน การท่องเที่ยวในปัจจุบันและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นหลักดังต่อไปนี้

2.4.1.1 สถานการณ์อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในไทยปี พ.ศ. 2557 และทิศทางในอนาคต ในการจัดทำบทสรุปสถานการณ์อุตสาหกรรมในการท่องเที่ยวไทยฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของแผนพัฒนาบริการท่องเที่ยวเพื่อรองรับการเปิดเสรีบริการท่องเที่ยว พ.ศ. 2557 – 2560 ของกรมการท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอข้อมูลสถานการณ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวไทยในปี พ.ศ. 2557 และปัจจัยที่มีความเกี่ยวข้องซึ่งจะเป็นประโยชน์กับภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ในอุตสาหกรรมกรม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ท่องเที่ยว โดยเริ่มจากมุมมองการพัฒนาท่องเที่ยวไทยตลอดระยะเวลา 40 ปีที่ผ่านมา แนวโน้มการท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียน รูปแบบการเดินทางของกลุ่มนักท่องเที่ยว และการเปลี่ยนแปลงของกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเที่ยวในประเทศไทย สถานการณ์ธุรกิจโรงแรมและธุรกิจการบินในปี พ.ศ. 2557 ซึ่งเป็นภาคธุรกิจที่มีบทบาทสำคัญต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว รวมถึงนำเสนอมุมมองต่อทิศทางการพัฒนาในอนาคต เป็นต้น

2.4.1.2 ความหมายของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เป็นการศึกษาหาความรู้ในพื้นที่หรือบริเวณที่มีคุณลักษณะที่สำคัญทางด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม มีการบอกเล่าเรื่องราวในการพัฒนาทางสังคมและมนุษย์ ผ่านทางประวัติศาสตร์อันเป็นผลที่เกี่ยวข้องเนื่อง กับวัฒนธรรมองค์ความรู้และการให้คุณค่าของสังคม โดยสถาปัตยกรรมที่มีคุณค่าหรือสภาพแวดล้อมอย่างธรรมชาติ ที่สามารถแสดงออกให้เห็นถึงความสวยงามและประโยชน์ที่ได้รับจากธรรมชาติ สามารถสะท้อนให้เห็นถึงสภาพชีวิต และความเป็นอยู่ของคนในแต่ละยุคสมัยได้เป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นสภาพทางเศรษฐกิจ สังคม หรือขนบธรรมเนียมประเพณีการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประเทศต่างๆ ได้เล็งเห็นความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในการสร้างรายได้ให้กับประเทศของตนอย่างมหาศาล ดังนั้นจึงมีการนำวัฒนธรรมมาเป็นส่วนหนึ่งในกลยุทธ์ของประเทศ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันและยุโรป ที่ต่างสนใจที่จะเรียนรู้วัฒนธรรมมรดกทางประวัติศาสตร์ เยี่ยมชมงานสถาปัตยกรรมและสัมผัสวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในประเทศนั้น โดยเฉพาะประเทศในแถบเอเชีย รวมถึงชื่อของที่ระลึกที่เป็นงานหัตถกรรมผลงานฝีมือที่เกิดจากภูมิปัญญาของคนในประเทศนั้น การท่องเที่ยวในลักษณะดังกล่าวเราเรียกว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2548 ; 54 - 57)



ภาพที่ 2.63 กลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติที่นิยม ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

เอกสารนี้เป็น หนังสือ ที่ที่คุ้นเคย ตลาดโบราณบางพลี (2556 : 6) นั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.5 ศึกษาวัสดุกรรมวิธีการผลิต ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบกราฟิก

### 2.5.1 วัตถุดิบในกรรมวิธีการผลิต

โดยผู้วิจัยกำหนดประเภทของวัตถุดิบ ในการศึกษา ตามความเหมาะสมของงานวิจัยโดยแบ่งออกได้เป็น 4 ประเภท ดังนี้

2.5.1.1 วัสดุประเภทเหล็ก เหล็กบริสุทธิ์มีความเหนียว อ่อนตัวสูง มีความแน่นที่อุณหภูมิ 20 องศาเซลเซียส เท่ากับ 7.6 กรัม/ลบ.ซม. หลอมเหลวที่ 1539 องศาเซลเซียสและจะเดือดเป็นไอที่ 2450 องศาเซลเซียส ความร้อนแฝงของการหลอมละลาย 65 แคลอรี/กรัม ถ้าอุณหภูมิเหล็กสูง 768 องศาเซลเซียส แม่เหล็กจะดูไม่ติดแต่มีข้อเสียอยู่อย่างหนึ่งคือ สามารถรวมกับออกซิเจนได้ดี จึงไม่มีคุณสมบัติด้านการเป็นสนิม ชนิดของเหล็กที่ผลิตออกสู่ตลาด มีดังนี้

(1) เหล็กหล่อ ได้แก่ เหล็กดิบ มีหลายชนิดด้วยกัน เช่น เหล็กหล่อสีขาว คุณสมบัติทั่วไปของเหล็กมีความแข็งแรงสูงจนเปราะแตกง่าย และเหล็กหล่อเหนียวมากเหล็กหล่อพิเศษจะมีความเหนียว รับแรงได้สูง

(2) เหล็กอ่อน สามารถตีเป็นรูปได้ง่าย

(3) เหล็กกล้ามี 3ชนิดคือ

(3.1) เหล็กกล้าชนิดอ่อน ได้แก่เหล็กเส้นก่อสร้าง ตะปู ตัวถังรถ

(3.2) เหล็กกล้าปกติใช้ทำเครื่องมือช่างไม้เครื่องจักรรถแทรกเตอร์

(3.3) เหล็กกล้าแข็ง ใช้ทำตะไบ เหล็กสกัด

(3.4) เหล็กคาร์บอนและเหล็กผสมความแข็งแล้วแต่ผสมเนื้อเหล็ก

(4) รูปแบบของเหล็กที่ใช้ทั่วไปในปัจจุบัน

(4.1) เหล็กเส้นกลมตัน เส้นผ่านศูนย์กลาง 3/16-9 นิ้ว ยาว 6 เมตร

(4.2) เหล็กแผ่นหนา 1/32-4 นิ้ว ขนาด 1.2-2.4 เมตร

(4.3) เหล็กกลวง รูปสี่เหลี่ยมกว้าง 1/4-4.5 นิ้ว ยาว 6 เมตร

(4.4) ท่อเหล็กกลมกลวง เส้นผ่านศูนย์กลาง 1/2-6 นิ้ว ยาว 6 เมตร

(4.5) เหล็กหนา 1/2-1/4 นิ้ว กว้าง 0.75-4 นิ้ว ยาว 6 เมตร

(4.6) เหล็กรูปตัวยูและตัวซี

(5) ประเภทของเหล็กชนิดต่างๆ

(5.1) เหล็กท่อกลม

(5.2) เหล็กท่อกลวงรูปสี่เหลี่ยมจัตุรัส

(5.3) เหล็กท่อกลวงรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า

(5.4) เหล็กฉาก

(5.5) เหล็กรูปตัวซี

(5.6) เหล็กพืด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- (5.7) เหล็กทรงฮ้องกง
- (5.8) เหล็กรูปตัวไอ
- (5.9) เหล็กเส้นกลมตัน
- (5.10) เหล็กรูปสี่เหลี่ยมตัน
- (5.11) เหล็กที่เป็นท่อกลวง



ภาพที่ 2.64 ลักษณะเหล็กโดยทั่วไป

ที่มา : ถ่ายภาพโดย กิตติพงศ์ ปฐมขุณฑ (25 เมษายน 2557)

2.5.1.2 ไม้ก๊อก มีคนรู้จักและนำไม้ก๊อกมาใช้ตั้งแต่ 2400 ปีมาแล้ว โดยไม้ก๊อกมีคุณสมบัติเบา ยืดหยุ่น และไม่ดูดซึม ชาวโรมันสวมรองเท้าที่ทำด้วยไม้ก๊อก และใช้ไม้ก๊อกเป็นท่อนลอยแห้งจับปลา จุกขวดทำจากไม้ก๊อกมาตั้งแต่ศตวรรษที่ 17 และในปัจจุบันเราใช้ไม้ก๊อกในการผลิตพรมน้ำมัน กระเบื้องไม้ก๊อก และวัสดุที่เป็นฉนวน แผ่นบอร์ด

ไม้ก๊อกได้จากต้นโอ๊กที่เขียวตลอดปีมีอยู่ 2 สายพันธุ์ ได้แก่ คอร์กโอ๊ก กับไลฟ์โอ๊ก คอร์กโอ๊กเป็นต้นไม้พื้นเมืองของแถบเมดิเตอร์เรเนียน ในขณะที่ไลฟ์โอ๊กนั้นขึ้นอยู่ในหลายๆพื้นที่ของอเมริกาเหนือ รวมทั้งในประเทศคิวบาและเม็กซิโก ในอดีตชาวอเมริกันใช้ไม้ซุงท่อนใหญ่จากไลฟ์โอ๊กเพื่อต่อเรือ

การเก็บไม้ก๊อกทำได้ทุก ๆ 10 ปี โดยลอกเปลือกนอกที่ตายแล้วออกจากต้น การเก็บในลักษณะนี้จะไม่ทำอันตรายแก่ต้นโอ๊ก ในการที่จะเก็บเกี่ยวผลผลิตของต้นโอ๊ก นั้นจำเป็นต้องให้ต้นโอ๊กต้องมีอายุอย่างน้อย 20 ปีก่อนที่เปลือกไม้รุ่นแรกจะหนาพอให้ลอกออกได้ โดยการจะเก็บผลผลิตของต้นโอ๊กเพื่อนำมาทำเป็นไม้ก๊อกนั้น ต้องใช้ระยะเวลาโดยในภายหลังได้มีการนำเอาต้นโอ๊กมาปรับปรุงสายพันธุ์ ทำให้ต้นโอ๊กโตไวขึ้นและสามารถเก็บเกี่ยวผลผลิตได้เร็วขึ้น โดยผลผลิตที่ได้มีคุณภาพใกล้เคียงกับของเดิม ทำให้ในปัจจุบันมีการใช้ไม้ก๊อกกันอย่างมากมาย จะเห็นได้ชัดในบอร์ดประเภทต่างๆ ที่มีส่วนผสมของไม้โอ๊กเกือบจะทุกประเภท เพราะสามารถนำมาใช้ได้ไม่ยาก (หนังสือ

เอกสาร 108 ช่องคำถามที่ 2557 : 14) ับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.65 แผ่นไม้ก๊อก

ที่มา : ไม้ก๊อก (2557 : Online)

2.5.1.3 ฟ้ายกมะหยี่ เป็นผ้าใยสังเคราะห์ชนิดหนึ่ง ผงยกมะหยี่มีสองแบบคือจาก เรยอน (เวลาลูบผ้าของเรยอนจะไปทางเดียวกับมือเป็นเงา)และไนลอน(เวลาลูบผ้าไม่เกิดเงา เพราะขน แข็งกว่า) ยกมะหยี่เกิดจากการนำเส้นใยมาสับละเอียดมีขนาด 0.5 มิล ถึง 3 มิล แล้วนำชิ้นงานหรือผ้า มาพันกาว ผงยกมะหยี่จะติดกับวัสดุโดยผ่านเครื่องทำไฟฟ้าสถิต จากนั้นจึงพุ่งมาปักเรียงเส้นที่ชิ้นงาน หรือผ้าที่พันกาวเตรียมไว้ จะทนแคะไหนอยู่ที่ชนิดของกาวที่ใช้

(1) ข้อดีของผ้าสักหลาด ขอบของผ้าไม่หลุดร่อน เวลาทำงานฝีมือ ไม่ต้อง เย็บขอบเก็บ และด้วยคุณสมบัติของเนื้อผ้าสักหลาด จะมีความสวยงามในตัว ซึ่งเป็นสิ่งที่โดดเด่นต่าง จากผ้าประเภทอื่นๆ

(2) ข้อเสียของผ้าสักหลาด เมื่อถูกเสียดสีมากๆ ผ้าจะเป็นขุย ดังนั้นจึงไม่ สามารถซักและขยี้แรงๆ ได้ แต่สามารถแช่น้ำและขัดเบาๆ ได้



ภาพที่ 2.66 ฟ้ายกมะหยี่

เอกสารนี้เป็น ยกมะหยี่ (2557 : Online) ใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.5.1.4 ชานอ้อย (อังกฤษ: Bagasse) คือ ส่วนของลำต้นอ้อยที่หีบเอาน้ำอ้อยหรือน้ำตาลออกแล้ว ปัจจุบันชานอ้อยสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้หลายอย่าง ทั้งในภาคเกษตรกรรม และอุตสาหกรรมส่วนของลำต้นอ้อย ที่มีการหีบเอาน้ำอ้อยหรือน้ำตาลออกแล้ว มีส่วนประกอบอย่าง ทยาบๆ คิดเป็นร้อยละโดยน้ำหนักของชานอ้อยเปียก (ความชื้นร้อยละ 48) คือ ชานอ้อยหรือไฟเบอร์ (fiber) 48.5% น้ำ 48% น้ำตาล 3% และสารประกอบอื่นๆ นอกจากที่กล่าวแล้ว 0.5% ชานอ้อยใช้ประโยชน์ได้หลายอย่าง เช่น ใช้ผลิตวัสดุก่อสร้างโดยอาศัยกาก เช่นอัดเป็นแผ่น (particle board) ไม้อัดผิวเส้นใย (fiber-overlaid plywood) และแผ่นกันความร้อน (insulating board) เป็นต้น ใช้ผลิตเยื่อกระดาษ (pulp) และกระดาษชนิดต่างๆ ชานอ้อยส่วนใหญ่จะประกอบด้วย ลิกนิน (lignin) และมีเซลลูโลสอยู่บ้างเล็กน้อย ไฟเบอร์ของชานอ้อยค่อนข้างสั้น คือ มีความยาวเฉลี่ยเพียง 1.4 มิลลิเมตร เท่านั้น ในขณะที่เยื่อใยของไม้เนื้อแข็งที่ 2.5 - 4.0 มิลลิเมตร (อ้างอิง : หนังสือ "สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน" เล่ม 5 โดยพระราชประสงค์ในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว)



ภาพที่ 2.67 ไม้อัดชานอ้อย

ที่มา : ไม้ชานอ้อย (2557 : Online)

2.5.1.5 สีรองพื้นกันสนิม ส่วนประกอบสำคัญในการเลือกใช้สีกันสนิมสารที่ใช้เป็นส่วนประกอบควรเลือกให้เหมาะสมกับงาน มีดังนี้

(1) สีรองพื้นกันสนิมจำพวก อัลซิดเรซิน นิยมใช้กันมาก กันสนิมได้พอใช้ มีความยืดหยุ่นของสีดี เนื่องจากเป็นผงสีจำพวกเรตออกไซด์ ทนต่อแรงเสียดทานและขูดขีดปานกลาง (บางยี่ห้อผสมสารเพิ่มความแข็งแรงของฟิล์มสีใกล้เคียงสีอีพ็อกซี) ใช้งานง่าย ราคา มีทั้งถูกและปานกลาง ข้อสำคัญที่ควรระวังในการใช้สีประเภทนี้คือไม่ควรผสมน้ำมันมากเกินไป จนสีไม่มีสารกันสนิม คงเหลืออยู่คือ ผสมจนเกินไป และถ้ายี่ห้อไหนให้ใช้น้ำมันผสม ก็ให้ใช้น้ำมันสน ถ้าให้ใช้ทินเนอร์ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ควรใช้ทินเนอร์เท่านั้นผสมตามอัตราส่วน ไม่ควรผสมหลายๆอย่างจะทำให้สีเสื่อมคุณภาพป้องกันสนิมได้ไม่ดีทั้งที่สีเป็น สีใหม่ การใช้งาน ใช้ได้ตั้งแต่ งานทั่วไป จนถึงงานคุณภาพปานกลาง ควรทาสีจริงทับหน้าด้วย เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการเกิดสนิมให้ดียิ่งขึ้น

(2) สีรองพื้นกันสนิมเรดเลด สีประเภทนี้สนิมประเภทนี้มีการผสมสารกันสนิมประเภท ตะกั่วและดีบุกบางเกรดในรูปของสารละลายทำให้มีความคงทนต่อสนิมได้มากขึ้นในขณะที่มีการผสมของสารเพิ่มคุณภาพอื่นอีกด้วย เช่นสาร ต่อด้านการเกิดสนิม ผงสีชนิดเรดเลดสีส้ม สารเพิ่มความแข็งแรงของฟิล์มสี สารเพิ่มการยึดเกาะของสี ทำให้สีรองพื้นกันสนิมชนิดนี้ มีประสิทธิภาพที่ดี นิยมใช้ในงานอุตสาหกรรม งานทางจักรกล งานโครงสร้างขนาดใหญ่ สารผสมไม่ยุ่งยากมากไปนัก สามารถป้องกันการเกิดสนิม ได้ดีเยี่ยม และมีราคาปานกลางจนถึงสูงในบางยี่ห้อ ยังมีสีรองพื้นกันสนิมอีกมากตามประเภทของงาน แต่จะแนะนำแต่ที่นิยมใช้กันเท่านั้น เนื่องจากเหล็กมีราคาค่อนข้างสูง หลังจากทาสีกันสนิมแล้ว ควรทำให้สีรองพื้นกันสนิมมีประสิทธิภาพสูงสุด สามารถป้องกันการสนิมได้อย่างแท้จริง จึงควรเลือกสีกันสนิมให้ถูกและเหมาะสมกับงาน งบประมาณ ค่าแรงงาน เวลาที่ใช้ ควรทำสีตามวิธีที่ฉลากที่ผู้ผลิตกำหนด ข้อสังเกตที่สำคัญ มีดังนี้

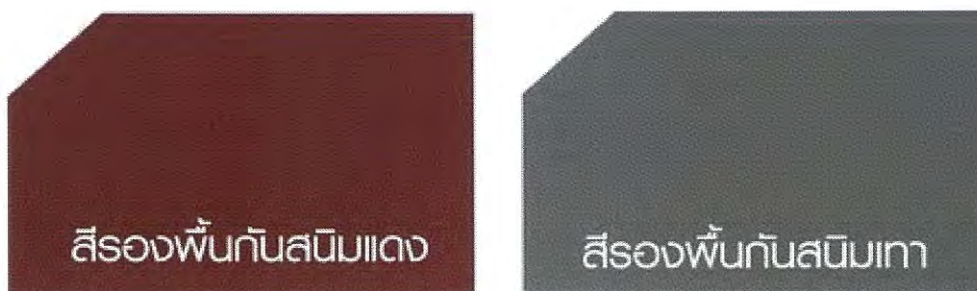
(2.1) พื้นผิวต้องเตรียมให้แห้ง ปราศจากสนิมหรือสีเก่าคราบน้ำมัน การทาสีหรือพ่นชั้นแรกต้องบางๆ และทาสีทับหน้าด้วย แต่ละชั้นสี ควรเว้นระยะเวลาทาที่บตามที่ฉลากกำหนด ทาแห้งแล้วเรียบเนียนเป็นเนื้อเดียวกันหมด

(2.2) ห้ามใช้สีต่างยี่ห้อผสมกัน เฉพาะสีรองพื้นกันสนิม ส่วนสีจริงที่ทาทับไม่ค่อยมีปัญหาต่างยี่ห้อทาทับได้ แต่อย่าผสมกันเด็ดขาด หลังจากผสมแล้วควรใช้ให้หมดในคราวเดียว ไม่ควรผสมแล้วเก็บไว้ใช้นานๆ

(2.3) ห้ามใช้สีที่หมดอายุแล้ว เพราะเคมีจะเสื่อมสภาพ ห้ามผสมสีกับส่วนผสม หรือน้ำยาผสมแตกต่างจากผู้ผลิตกำหนด ทินเนอร์ มีหลายเบอร์เลือกผสมเบอร์ให้ถูกต้อง

(2.4) กรณี สีที่ทับหน้าเป็นสีอ่อน เช่น สีขาว ชมพู หรือครีม ควรเลือกใช้สีรองพื้นกันสนิม-สีอ่อนด้วยเช่น สีรองพื้นกันสนิมสีเทาอ่อน เพราะสีกันสนิมสีเข้มจะทำให้สีทับหน้าสีจริง สีอ่อนสีหมองหรือสีผิดเพี้ยนได้มาก

(2.5) สังเกตว่าสีรองพื้นกันสนิมจะต้องไม่ตกตะกอนกัน กระจ่างมากหรือแข็ง หลังจากผสมน้ำมันจะผสมง่ายผสมเข้ากันได้เร็ว และแบรนด์ไหน ดี จะมีราคาสูง และทางบริษัท คลังเหล็กไทย เน้นจำหน่ายแต่แบรนด์คุณภาพดี ในราคาไม่แพงสมราคาเท่านั้น

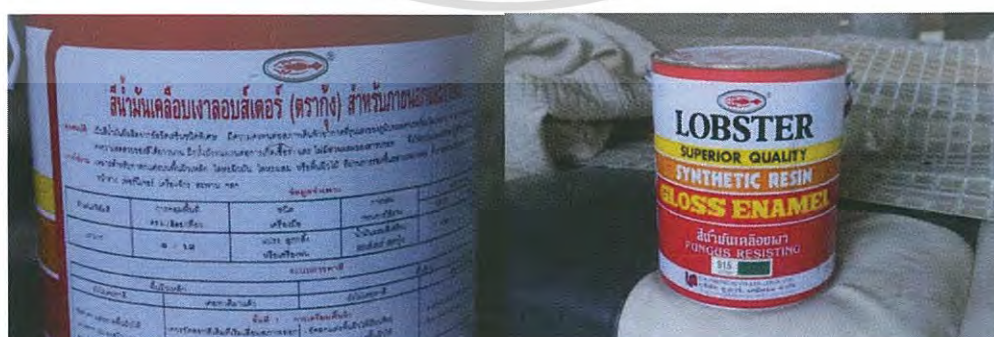


ภาพที่ 2.68 สีรองพื้นกันสนิมในแต่ละยี่ห้อในท้องตลาด

ที่มา : สีรองพื้น (2557 : Online)

#### 2.5.1.6 สีน้ำมันเคลือบเงา (Fungus Resisting)

คุณสมบัติ เป็นสีน้ำมันที่ผลิตจากอัลซิดเรซินพิเศษ มีความคงทนต่อสภาพดินฟ้าอากาศที่รุนแรงของภูมิภาคเขตร้อนโดยเฉพาะ มีอายุการใช้งานและมีความคงทนสดสวยของสีได้ยาวนาน อีกทั้งยังทนทานต่อการเกิดเชื้อรา และไม่มีส่วนผสมของสารปรอท จึงให้ความปลอดภัยต่อผู้ใช้ได้อย่างดี เป็นสีเขียวเข้มให้ความเป็นเอกลักษณ์ในลักษณะสีที่ดูทึบแสงหรือผสมด้วยดำ เหมาะกับงานที่เป็นเฟอร์นิเจอร์ที่เลียนรูปแบบโบราณ หรือ เฟอร์นิเจอร์ที่ไม่ต้องการความสดของเนื้อสีที่สว่างมากนัก การใช้งาน เหมาะสำหรับทาตกแต่งบนพื้นผิวเหล็ก โลหะผิวมัน โลหะผสมหรือพื้นผิวไม้ ที่ผ่านการรองพื้นอย่างเหมาะสม ทั้งงานภายนอกและงานภายใน เช่น หน้าต่าง เฟอร์นิเจอร์ เครื่องจักร สะพาน ฯลฯ



ภาพที่ 2.69 สีน้ำมันเคลือบเงา

ที่มา : ภาพโดย นายรักเกล้า ได้สำเร็จ (27 เมษายน 2557)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้สำหรับใช้ภายในเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 2.5.1.7 วัสดุยึดจับชิ้นงานประเภท น็อตสกรู

น็อตสกรู เป็นวัสดุที่จำเป็นอย่างมากสำหรับการยึดวัตถุสองชิ้นให้ติดกัน มีหน้าที่คล้ายตะปูแต่จะอาศัยแรงหมุนเพื่อให้เกลียวเคลื่อนเจาะทะลุเข้าไปในเนื้อวัตถุได้ โดยทั่วไปคนส่วนมากมักเรียกสกรูน็อตรวมกันว่า “น็อต” อันที่จริงแล้ว “สกรู” และ “น็อต” นั้นมีความแตกต่างกันซึ่งอาจทำให้เกิดความสับสนได้ คำว่า “สกรู” นั้น หมายถึง “น็อตตัวผู้” ซึ่งมีลักษณะเป็นเกลียวรอบทรงกระบอกยาว หัวสกรูจะมีหลายประเภท ดังนี้

- (1) หัวเตเปอร์ (Countersunk)
- (2) หัว O (Oval Head)
- (3) หัว P (Pan Head) หรือ หัวกลมทูน JP+
- (4) หัว T (Truss Head) หรือเรียกว่า หัวกระทะ JT+
- (5) หัวกลม (Round Head)
- (6) หัวหกเหลี่ยม หรือ หัวเหลี่ยม (Hex Head)
- (7) หัวหกเหลี่ยมติดแหวน หรือ หัวเหลี่ยมติดจาน
- (8) หัวหกเหลี่ยมผ่า
- (9) หัวจม
- (10) หัวกระตุ่ม

SCREW, BOLT							
							
สกรูหัวเหลี่ยมเกลียวตลอด	สกรูหัวเหลี่ยมเกลียวครึ่ง	สกรูหัว combi	สกรูหัวผ่า	สกรูหัวผ่าหกเหลี่ยม	สกรูแจกเรียบ	สกรูแจกนูน	สกรูแจกแบน

ภาพที่ 2.70 ประเภทหัวสกรู

ที่มา : หัวสกรู (2557 : Online)

ส่วน “น็อต” หรือที่มักเรียกกันว่า “หัวน็อต” นั้น หมายถึง “น็อตตัวเมีย” ซึ่งมีลักษณะคล้ายแหวน มีรูตรงกลาง ภายในจะมีร่องเป็นเกลียวเพื่อที่จะสามารถหมุนเข้ากับสกรูได้ หัวน็อตมีหลายประเภท เช่น หัวน็อตหกเหลี่ยม หัวน็อตติดจาน หัวน็อตกลม ฯลฯ

NUT							
							
น๊อตหกเหลี่ยม	น๊อตหกเหลี่ยม บาง	น๊อตหกเหลี่ยม	น๊อตล๊อค	น๊อตล๊อค เสริมใบลอน	น๊อตสี่เหลี่ยมบาง	น๊อตหางปลา	น๊อตหัวหมวก

ภาพที่ 2.71 ประเภทน๊อต

ที่มา : น๊อต (2557 : Online)

### 2.5.1 เครื่องมือในกรรมวิธีการผลิต

#### 2.5.1.1 เครื่องมือในกรรมวิธีการผลิตชิ้นงานต้นแบบ

(1) เครื่องตัดและเจียรไฟฟ้าเพื่อตัดละเอียดเส้นเหล็กแป๊บให้ได้ตามขนาดที่ต้องการในการผลิตเพื่อขึ้นต้นแบบ



ภาพที่ 2.72 เครื่องตัดและเจียรเหล็กแป๊บ

ที่มา : ถ่ายภาพโดย กิตติพงษ์ ปลอมขุนทด (25 เมษายน 2557)

(2) เครื่องตัดโค้งเส้นเหล็กแป๊บให้ได้ตามขนาดที่ต้องการในการผลิตเพื่อขึ้น

ต้นแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.73 เครื่องตัดโค้งเหล็กแป๊บ

ที่มา : ถ่ายภาพโดย กิตติพงศ์ ปalomขุนทด (25 เมษายน 2557)

(3) ซีแคมป์จับชิ้นงานสำหรับจับชิ้นงานเพื่อทำการตักแต่งบางส่วนของชิ้นงาน ให้ชิ้นงานมีความนิ่งไม่เคลื่อนไหวได้ง่าย



ภาพที่ 2.74 ซีแคมป์จับชิ้นงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่เจ้าของลิขสิทธิ์ขอสงวนไว้เพื่อการใช้งานเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(4) เครื่องเจาะสว่านไฟฟ้าแบบตั้งพื้น สำหรับเจาะรูขนาดต่างๆของชิ้นงาน ให้ได้ความเที่ยงตรงตามต้องการ มีความเที่ยงตรงสูงกว่าใช้สว่านมือ



ภาพที่ 2.75 เครื่องเจาะสว่านไฟฟ้าแบบตั้งพื้น

ที่มา : ถ่ายภาพโดย กิตติพงศ์ ปalomขุนทด (25 เมษายน 2557)

(5) เครื่องเชื่อมแก๊ส เป็นเครื่องช่วยเชื่อมประกอบตัวโครงสร้างให้เป็นรูปร่างตามแบบการผลิต



ภาพที่ 2.76 เครื่องเชื่อมแก๊ส

เอกสารที่มานี้เป็นภาพถ่ายโดย กิตติพงศ์ ปalomขุนทด (25 เมษายน 2557) มอนอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(6) เครื่องเจียร์มือไฟฟ้า อุปกรณ์ช่วยตกแต่งพื้นผิวของโครงสร้างให้งาน  
โครงสร้างในการผลิตดูเรียบร้อยขึ้น



ภาพที่ 2.77 เครื่องเจียร์มือระบบไฟฟ้า

ที่มา : ถ่ายภาพโดย กิตติพงศ์ ปลอมขุนทด (25 เมษายน 2557)

(7) เครื่องมือในการตัดลายเหล็กเส้นแบน ซึ่งใช้ฝีมือนำช่างตัดเหล็กเพื่อให้ได้  
ลวดลายตามที่ต้องการตามแบบการผลิต



ภาพที่ 2.78 เครื่องมือในการตัดลายเหล็กเส้นแบน

เอกสารที่แนบเป็น ถ่ายภาพโดย กิตติพงศ์ ปลอมขุนทด (25 เมษายน 2557) มอนอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(8) ภาพนสีสำหรับทำสีชิ้นงาน ใช้งานได้ง่าย ระยะเวลาในการทำสีชิ้นงานเร็วขึ้น สีที่ได้มีผิวเรียบเสมอ กว่าใช้แปรงทาสี



ภาพที่ 2.79 ภาพนสีสำหรับทำสีชิ้นงาน

ที่มา : ถ่ายภาพโดย กิตติพงศ์ ปโลมขุนทด (25 เมษายน 2557)

## 2.6 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาและออกแบบจุดสังเกต เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยว ตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากงานวิจัย ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับโครงการ ดังต่อไปนี้

### 2.6.1 การออกแบบเลขศิลป์แวดล้อม สำหรับสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรในประเทศไทย

ชยนันต์ ชูติกาโม (2554 : 1-2) การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาและออกแบบเลขศิลป์สิ่งแวดล้อมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในประเทศไทย กรณีศึกษา เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี เนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในประเทศไทย ซึ่งมีแนวโน้มจะเพิ่มพูนความสำคัญมากขึ้นเรื่อยๆ เพราะประเทศไทยเป็นประเทศเกษตรกรรม ที่มีทรัพยากรอย่างสมบูรณ์ ปัญหาที่พบได้บ่อยขณะเดินทางท่องเที่ยว ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรได้แก่ ความไม่เพียงพอของป้ายต่างๆ ความไม่ชัดเจนในการสื่อความหมายและการขาดองค์ประกอบที่สำคัญคือ ระบบป้ายสัญลักษณ์แนะนำสถานที่

แนวทางการศึกษาหารูปแบบ ของเลขศิลป์สิ่งแวดล้อม โดยใช้ระบบป้ายสัญลักษณ์สถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีวิธีการวิจัยโดยการศึกษาค้นคว้าเก็บรวบรวมข้อมูลภาคเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องข้อมูลภาคสนาม โดยใช้แบบสอบถามในการถามนักท่องเที่ยว แล้วทำการออกแบบสรุปผลตลอดจนได้มีการประเมินผลงานออกแบบจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบและผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาที่เกี่ยวข้อง เพื่อพัฒนาผลงานให้มีความสมบูรณ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารสงวนลิขสิทธิ์ไว้สำหรับใช้ในการเรียนการสอนและการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลงานวิจัยสามารถสรุปออกมาเป็นผลงานออกแบบได้ดังนี้ ชุดระบบป้ายสัญลักษณ์สถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตร 1 ชุด ซึ่งประกอบด้วย 1. สัญลักษณ์ภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตร 2. สัญลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตร 3. ป้ายบอกทิศทาง 4. ป้ายแผนที่ 5. ป้ายบอกรายละเอียด 6. ป้ายประดับตกแต่ง 7. ป้ายบอกตำแหน่งสถานที่ โดยทั้งหมดมีความสวยงาม สอดคล้องกลมกลืนและสื่อความหมายเป็นที่เข้าใจง่ายแก่ผู้ใช้งาน

## 2.6.2 การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์: กรณีศึกษาตลาดน้ำวัดไทร กรุงเทพมหานคร

ธีราภรณ์ นกแก้ว (2556 : 1-2) การศึกษาเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ กรณีศึกษาตลาดน้ำวัดไทร มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์สาเหตุที่ทำให้ ตลาดน้ำวัดไทรได้รับความนิยมน้อยลง และศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของตลาดน้ำวัดไทรพร้อมเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาฟื้นฟูตลาดน้ำวัดไทรให้มีชีวิตอีกครั้ง งานวิจัยฉบับนี้เป็นการศึกษาทั้งเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มตัวอย่าง 5 กลุ่ม จำนวน 57 คน ได้แก่ 1) ผู้นำชุมชน 2) เจ้าหน้าที่รัฐ 3) พ่อค้า แม่ค้าในตลาด 4) นักท่องเที่ยว 5) ผู้ประกอบการธุรกิจภาคเอกชน และเชิงปริมาณโดยแจกแบบสอบถามกลุ่มชาวบ้านในชุมชน จำนวน 430 ชุด ซึ่งผู้วิจัยได้นำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์เชิงพรรณนา

จากการศึกษา พบว่า สาเหตุที่ทำให้ตลาดน้ำวัดไทรได้รับความนิยมน้อยลง ได้แก่ ปัญหาเรื่องการบริหารจัดการของตลาดน้ำวัดไทรยังมีความขัดแย้งกันภายใน ประกอบกับความเจริญที่เข้ามาในพื้นที่ทำให้สภาพแวดล้อม วิถีชีวิตดั้งเดิมได้เปลี่ยนแปลงไปแล้ว ทำให้ตลาดน้ำถูกลดบทบาทลงไปพร้อมกับการสัญจรทางน้ำ โดยหันมาใช้การสัญจรทางบก และย้ายขึ้นมาขายของบนบกแทน ที่ผ่านมามีความพยายามหลายครั้งในการคิดที่จะฟื้นฟูตลาดน้ำวัดไทรขึ้นมาใหม่ แต่ก็ไม่ประสบความสำเร็จเนื่องจากนักท่องเที่ยวมาแล้วไม่เป็นไปตามที่คาดหวัง นักท่องเที่ยวจึงมีจำนวนลดลงเรื่อยๆ พ่อค้า แม่ค้า จึงทยอยถอนตัวออกไปที่ละราย และปัจจุบันก็ยังไม่มีการฟื้นฟูตลาดน้ำวัดไทรขึ้นมาอีก

การจัดการการท่องเที่ยวของตลาดน้ำวัดไทร ในอดีตกระแสของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ยังไม่เป็นที่นิยมอย่างเช่น ในปัจจุบัน เนื่องจากยังไม่มีผลกระทบจากการท่องเที่ยวที่รุนแรงเหมือนในปัจจุบัน จนกระทั่งปี พ.ศ. 2545 ที่สำนักงานเขตจอมทองเข้ามาฟื้นฟูตลาดน้ำวัดไทรนั้น เริ่มมีการนำแนวคิด เรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เข้ามา จึงทำให้เกิดโครงการที่ต้องการอนุรักษ์ฟื้นฟูวัฒนธรรมดั้งเดิมที่มีคุณค่าของตลาดน้ำให้คงอยู่ต่อไป ต้องการส่งเสริมอาชีพ สร้างรายได้ให้กับท้องถิ่น และเปิดโอกาสให้ชุมชนมีส่วนร่วม แต่ก็ไม่ประสบความสำเร็จ จนถึงปัจจุบันตลาดน้ำวัดไทรก็ยังไม่ได้มีการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อย่างจริงจัง

ผลการศึกษาจึงสรุปได้ว่า หากนำหลักการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มาช่วยฟื้นฟูตลาดน้ำ วัดไทร คงจะเป็นไปได้ยาก เพราะวิถีชีวิตแบบเดิมได้หมดไปแล้ว ไม่เหลือให้อนุรักษ์ไว้ แต่หากจะฟื้นฟูให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวซื้อขายสินค้าธรรมดา ทั่วไป ก็พอจะเป็นไปได้มากกว่า เพราะทุกวันนี้ก็มีคนมาเดินจับจ่ายใช้สอย หรือซื้อของที่ตลาดวัดไทรซึ่งเป็นตลาดบกไปแล้วเป็นจำนวนมาก หรือหากต้องการอนุรักษ์มรดกวัฒนธรรมขึ้นนี้อาไว้ ก็เสนอให้จัดเป็นงานรำลึกตลาดน้ำวัดไทรเป็น ประจำทุกปี

## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการวิจัย

ในการดำเนินโครงการออกแบบกราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยว ตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ผู้ดำเนินการวิจัยมีความมุ่งหมายให้งานวิจัยเป็นการศึกษาและออกแบบเพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์และความสวยงาม มีประโยชน์ใช้สอย และมีความเหมาะสมในเรื่องของวัสดุและกรรมวิธีการผลิต และสามารถสื่อความหมายของตัวผลิตภัณฑ์ โดยศึกษาเอกสาร ทฤษฎี กรอบแนวคิดต่างๆและศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยผู้วิจัยได้ กำหนดวิธีการดำเนินการวิจัยของแต่ละขั้นตอนในประเด็นต่างๆ ดังต่อไปนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 วิธีการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

โดยวิธีการดำเนินการวิจัยศึกษาแนวทางการออกแบบ กราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ที่เหมาะสมและสะท้อนถึงวิถีชุมชนตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ผู้วิจัยได้ แบ่งขั้นตอนของการศึกษาในประเด็นข้างต้น ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1. เพื่อศึกษาแนวทางการออกแบบกราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2. เพื่อออกแบบกราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3. เพื่อประเมินความพึงพอใจกราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

#### 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างผู้เชี่ยวชาญ ด้านการท่องเที่ยวและเจ้าหน้าที่ภาครัฐ ที่เกี่ยวข้องดูแลตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

3.1.1.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เจ้าหน้าที่ทางภาครัฐ ที่เกี่ยวข้องดูแลตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ มีประสบการณ์ในการทำงานไม่น้อยกว่า 5 ปี ซึ่งการเลือก

กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้การเลือกตัวอย่างประชากรโดยไม่อาศัยหลักความน่าจะเป็น (Nonprobability เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยามให้ไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

sampling ) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างตามเกณฑ์หรือตามวัตถุประสงค์ (Judgement or Purposive sampling) ซึ่งผู้วิจัยพิจารณาแล้วว่าสามารถเป็นตัวแทนกลุ่มประชากรที่ดีสามารถอ้างอิงหรืออนุมาน (Make Inference) ได้ผู้เชี่ยวชาญรวมทั้งหมด 3 คน ได้แก่

- (1) ดร.พัฒนพงศ์ จงรักดี นายกเทศมนตรีตำบลบางพลี
- (2) นายชะออม สังข์ทอง รองนายกเทศมนตรีตำบลบางพลี
- (3) นางสาว ศรีประภา ราษฎร์อน นักวิชาการประชาสัมพันธ์ 6ว.

### 3.1.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบกราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

3.1.2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบกราฟิกและผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นผู้ที่มีคุณวุฒิในตำแหน่งนักวิชาการและนักออกแบบในภาครัฐของ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม มีประสบการณ์ในการทำงานไม่น้อยกว่า 25 ปี

ซึ่งการเลือกกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้การเลือกตัวอย่างประชากรโดยไม่อาศัยหลักความน่าจะเป็น (Nonprobability sampling) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างตามเกณฑ์หรือตามวัตถุประสงค์ (Judgement or Purposive sampling) ซึ่งผู้วิจัยพิจารณาแล้วว่าสามารถเป็นตัวแทนกลุ่มประชากรที่ดีสามารถอ้างอิงหรืออนุมาน (Make Inference) ได้ผู้เชี่ยวชาญรวมทั้งหมด 3 คน ได้แก่

- (1) ว่าที่ร้อยตรี พงษ์ศักดิ์ เรืองศรีใส  
ตำแหน่ง ผู้อำนวยการส่วนพัฒนาอุตสาหกรรม บรรจุภัณฑ์และการพิมพ์
- (2) นายอัษฎางค์ ศรีจันทร์  
ตำแหน่ง นายช่างออกแบบผลิตภัณฑ์ชำนาญการพิเศษ
- (3) นายวิรุทัย เตชะขงูร  
ตำแหน่ง เจ้าพนักงานออกแบบผลิตภัณฑ์ชำนาญงาน

### 3.1.3 ด้านประเมินความพึงพอใจกราฟิกเพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ ตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ เจ้าหน้าที่ทางภาครัฐ ที่เกี่ยวข้องดูแลตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งการเลือกกลุ่มตัวอย่างทางผู้วิจัยใช้การเลือกตัวอย่างประชากรโดยไม่อาศัยหลักความน่าจะเป็น (Nonprobability sampling) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างตามเกณฑ์หรือตามวัตถุประสงค์ (Judgement or Purposive sampling) ซึ่งผู้วิจัยพิจารณาแล้วว่าสามารถเป็นตัวแทนกลุ่มประชากรที่ดีสามารถอ้างอิงหรืออนุมาน (Make Inference) จำนวนทั้งหมด 3 คน ได้แก่

- (1) ดร.พัฒนพงศ์ จงรักดี นายกเทศมนตรีตำบลบางพลี
- (2) นายชะออม สังข์ทอง รองนายกเทศมนตรีตำบลบางพลี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้ (3) นางสาว ศรีประภา ราษฎร์อน นักวิชาการประชาสัมพันธ์ 6ว. รับผิดชอบด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เพื่อศึกษาแนวทางการออกแบบ กราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ ตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

3.2.1.1 โดยผู้วิจัยใช้เครื่องมือแบบสอบถามแบบปลายเปิด เพื่อศึกษาและรวบรวมข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวและเจ้าหน้าที่ภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการดูแลตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และกรอบแนวความคิด ผู้วิจัยได้ใช้เกณฑ์ในการสร้างเครื่องมือเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล ตามกรอบแนวคิด (สามพร มณีโมตรีจิต. 2539 : 14) ดังนี้

- (1) ด้านวัฒนธรรม การอยู่อาศัย
- (2) ด้านความเชื่อของชุมชนตลาดโบราณ บางพลี
- (3) ด้านเอกลักษณ์ ของชุมชน

3.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เพื่อออกแบบ กราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ ตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

3.2.2.1 โดยผู้วิจัยใช้เครื่องมือวิจัยแบบสอบถาม แบบมีโครงสร้าง (Structured interview) ศึกษาข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์และกราฟิก โดยขั้นตอนสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์และกราฟิก ประกอบด้วย IDEA SKETCH DESIGN รูปแบบกราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยว ตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งผู้ทำวิจัยได้ออกแบบไว้จำนวน 3 รูปแบบ โดยสัมภาษณ์หรือสอบถามผู้เชี่ยวชาญเพื่อพิจารณาแบบ เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และกรอบแนวความคิด โดยผู้วิจัยใช้ลักษณะของการประเมินความคิดเห็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (rating scale) โดยกำหนดน้ำหนักแบบประเมินค่า 5 ระดับ ผู้วิจัยได้ใช้เกณฑ์ในการสร้างเครื่องมือเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล ตามกรอบแนวคิด 3 กรอบ ดังนี้

- (1) กรอบแนวความคิดการออกแบบ (ปาพจน์ หนูนภักดี. 2553 : 46 - 88)
  - (1.1) การยืมความหมายของสิ่งเก่ามาใช้
  - (1.2) การเล่าเรื่องตามกาลเวลา
- (2) กรอบแนวความคิด หลักการออกแบบกราฟิก (ปาพจน์ หนูนภักดี.

2553 : 113 - 134)

- (2.1) การเน้นจุดสนใจ
- (2.2) ความสมดุล
- (2.3) เอกภาพ
- (2.4) จังหวะ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับภาค (2.5) ความเรียบง่ายเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(3) กรอบแนวความคิด หลักการออกแบบผลิตภัณฑ์ (อุดมศักดิ์ สาริบุตร.

2550 : 18)

(3.1) หน้าที่ใช้สอย (FUNCTION)

(3.2) ความปลอดภัย (SAFETY)

(3.3) ความแข็งแรง (CONSTRUCTION)

(3.4) ความสวยงาม (AESTHETICS)

(3.5) วัสดุและการผลิต (MATERIALS AND PRODUCTION)

### 3.2.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เพื่อประเมินความพึงพอใจ กราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ ตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

3.2.3.1 โดยผู้วิจัยใช้เครื่องมือวิจัยแบบสอบถาม แบบมีโครงสร้าง (Structured interview) เพื่อประเมินความพึงพอใจ ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวและเจ้าหน้าที่ภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการดูแลตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ประกอบด้วย SKETCH DESIGN รูปแบบกราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวตลาดโบราณบางพลีจังหวัดสมุทรปราการ ที่ผ่านการประเมินรูปแบบจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบกราฟิกและผลิตภัณฑ์แล้ว จำนวน 1 รูปแบบเพื่อประเมินความพึงพอใจ เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และกรอบแนวความคิดโดยผู้วิจัยใช้ลักษณะของการประเมินความ คิดเห็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (rating scale) โดยกำหนดน้ำหนักแบบประเมินค่า 5 ระดับ ผู้วิจัยได้ใช้เกณฑ์ในการสร้างเครื่องมือเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล ตามกรอบแนวคิด (ดวงฤทัย อารังโชติ. 2550 : 133 - 134) ดังนี้

(1) ให้ภาพลักษณ์ที่ดีต่อตลาดโบราณ บางพลี

(2) มีความสะอาดตาเป็นเอกลักษณ์

(3) องค์ประกอบเหมาะสม สวยงาม

(4) สอดคล้องกับเป้าหมาย

แบบประเมินการออกแบบ ลักษณะของการประเมินความ คิดเห็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า ( rating scale) โดยกำหนดน้ำหนักแบบประเมินค่า 5 ระดับ ดังนี้

5	หมายถึง	มีความคิดเห็นว่ามีเหมาะสมในระดับมากที่สุด
4	หมายถึง	มีความคิดเห็นว่ามีเหมาะสมในระดับมาก
3	หมายถึง	มีความคิดเห็นว่ามีเหมาะสมในระดับปานกลาง
2	หมายถึง	มีความคิดเห็นว่ามีเหมาะสมในระดับน้อย
1	หมายถึง	มีความคิดเห็นว่ามีเหมาะสมในระดับน้อยที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 3.3 วิธีการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

#### 3.3.1 ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือโดยลำดับขั้นตอนการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

3.3.1.1 ศึกษาค้นคว้าเอกสาร วารสาร ผลงานการวิจัย หนังสือ สิ่งพิมพ์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับขั้นตอนและวิธีการ ตลอดจนข้อเสนอแนะจากผู้ทรงคุณวุฒิ

3.3.1.2 สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยให้อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย ตรวจสอบ และแก้ไขเพิ่มเติมให้เกิดความถูกต้องเหมาะสม เพื่อให้สามารถเก็บข้อมูลได้ตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยอย่างตรงเป้าประสงค์

3.3.1.3 ผู้วิจัยนำแบบเครื่องมือที่ปรับปรุงแก้ไขแล้ว เสนอผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อทำการตรวจสอบ ความตรงของเนื้อหา IOC ( Index Of Item Objective Congruence ) โดยดูที่ดัชนีความสอดคล้องของเครื่องมือในแต่ละข้อ ตรงกับวัตถุประสงค์และนิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย และความถูกต้องของภาษาโดยมีเกณฑ์การ ให้คะแนนดังนี้

+1 คะแนนสำหรับข้อคำถามที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และนิยามศัพท์เฉพาะ

0 คะแนนสำหรับข้อคำถามที่ไม่แน่ใจว่าสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และนิยามศัพท์เฉพาะ

-1 คะแนนสำหรับข้อคำถามที่ไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และนิยามศัพท์เฉพาะ

ถ้าข้อคำถามใดที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50 – 1.00 ถือว่ามีค่าความเที่ยงตรง ใช้ได้โดยมีผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจค่า IOC เพื่อหาความเที่ยงตรงของแบบสัมภาษณ์ ดังนี้

(1) ผศ.ดร.จตุรงค์ เลาหะเพ็ญแสง สาขาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

(2) ผศ.ดร.ธเนศ ภิญโญการ สาขาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

(3) ดร.ผดุงชัย ภูพัฒน์ สาขาวิชาครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

### 3.4 แหล่งที่มาของข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกข้อมูลแล้วทำการวิเคราะห์ โดยแบ่งภาคเอกสาร และการใช้เครื่องมือในการวิจัย ดังนี้

#### 3.4.1 การศึกษาข้อมูลภาคปฐมภูมิ

3.4.1.1 การสำรวจ จากการสำรวจรูปแบบบอร์ดและป้ายประชาสัมพันธ์ ในตลาดโบราณ ตามสถานที่ต่างๆในพื้นที่ ทำการจดบันทึกและถ่ายภาพ สอบถามพูดคุยกับนักท่องเที่ยว และผู้ดูแลตลาด เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์หาแนวทางการออกแบบที่เหมาะสมตรงตามวัตถุประสงค์อย่างถูกต้อง โดยได้ทำการสำรวจพื้นที่ตลาดใกล้เคียงจำนวน 4 ตลาด ที่อยู่ในพื้นที่ใกล้เคียง ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- (1) ตลาดโบราณบางพลี อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ
  - (2) ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ
  - (3) ตลาด 100 ปีคลองสวน อำเภอบ้านโพธิ์ จังหวัดฉะเชิงเทรา
  - (4) ตลาด 100 ปีบ้านใหม่ ตำบลบ้านใหม่ จังหวัดฉะเชิงเทรา
- 3.4.1.2 การสัมภาษณ์ จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านต่างๆ ดังนี้
- (1) ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบกราฟิกและผลิตภัณฑ์
  - (2) ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวและเจ้าหน้าที่ภาครัฐ
  - (3) ผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ทรงคุณวุฒิด้านประเมินความพึงพอใจ

### 3.4.2 การศึกษาข้อมูลภาคทุติยภูมิ

หมายถึง ข้อมูลที่ผู้วิจัยได้ทำการค้นคว้ามาภาคเอกสารต่างๆที่มีการเขียนเป็นตำราให้ศึกษาและให้ค้นคว้ามาเพื่อประกอบให้งานวิจัยได้เกิดความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น เช่น

- 3.4.2.1 เอกสารที่ใช้เผยแพร่ในศูนย์ประชาสัมพันธ์ตลาดโบราณบางพลี
- 3.4.2.2 ศึกษาจากรรณกรรมงานวิจัยต่างๆ
- 3.4.2.4 เอกสารโดยทั่วไปที่เกี่ยวข้อง

### 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ จากการประเมินมาเรียงเรียงโดยหาค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความพึงพอใจของผลงานการออกแบบ เพื่อนำไปสู่การออกแบบกราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยว ตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ดังนี้

3.5.1 การวิเคราะห์ด้านแนวทางการออกแบบกราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

นำข้อมูลที่ได้จากการลงพื้นที่ และข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว ทำการวิเคราะห์พิจารณาในส่วนของ รูปแบบโครงสร้าง โดยใช้หลักการออกแบบเพื่อทำเป็น IDEA SKETCH DESIGN กราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวตลาดโบราณบางพลี เพื่อนำข้อมูลที่ได้เข้าสู่กระบวนการต่อไป

3.5.2 การวิเคราะห์ด้านการออกแบบกราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยว ตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการออกแบบ จากข้อมูลแบบสอบถามผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบกราฟิกและผลิตภัณฑ์ โดยแบ่งได้ ดังนี้

3.5.2.1 การวิเคราะห์โครงสร้างและรูปทรง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทำการวิเคราะห์พิจารณาในส่วนของโครงสร้างเพื่อพิจารณาเลือกโครงสร้างและรูปทรงให้กับกราฟิก โดยได้ใช้หลักในการออกแบบ ทำการพิจารณาในการเลือกแนวทางในการออกแบบที่มีความเหมาะสมที่สุด

### 3.5.2.2 การวิเคราะห์ลักษณะรูปแบบการใช้งาน

ทำการวิเคราะห์พิจารณาในส่วนของรูปแบบการใช้งานซึ่งผู้ดำเนินงานได้ทำการพิจารณาลักษณะการใช้งานจากการสัมภาษณ์ และลักษณะให้เป็นไปตามพฤติกรรมในการใช้งาน

### 3.5.2.3 การวิเคราะห์วัสดุและกรรมวิธีการผลิต

ทำการวิเคราะห์พิจารณาในส่วนของวัสดุและกรรมวิธีการผลิตเพื่อทำการวิเคราะห์ว่าลักษณะของรูปแบบวัสดุและกรรมวิธีการผลิตแบบใด มีความเหมาะสมในการที่จะเลือกนำมาใช้งานในส่วนการ ออกแบบกราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยว ตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ โดยใช้หลักการ ออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมมาพิจารณาในการเลือกวัสดุและกรรมวิธีการผลิต

### 3.5.3 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านความพึงพอใจ กราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

เป็นการวิเคราะห์หาค่าความพึงพอใจ โดยใช้ค่าสถิติร้อยละและค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อใช้ในการพิจารณาค่าความพึงพอใจ ที่มีต่อการออกแบบออกแบบกราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ นำข้อมูลที่ได้จากการประเมินผู้วิจัยตรวจสอบ ความเรียบร้อยถูกต้องและสมบูรณ์ของแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ ทุกฉบับ มาวิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ย และค่า เบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความพึงพอใจของผลงานการออกแบบ โดยแบ่งเกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ยดังนี้

5.00 หมายถึง มีความคิดเห็นว่ามีเหมาะสมในระดับมากที่สุด

4.00 หมายถึง มีความคิดเห็นว่ามีเหมาะสมในระดับมาก

3.00 หมายถึง มีความคิดเห็นว่ามีเหมาะสมในระดับปานกลาง

2.00 หมายถึง มีความคิดเห็นว่ามีเหมาะสมในระดับน้อย

1.00 หมายถึง มีความคิดเห็นว่ามีเหมาะสมในระดับน้อยที่สุด

เกณฑ์ในการวิเคราะห์และแปลผลข้อมูล คัดจากสูตรการหาพิสัยตามช่วงชั้น

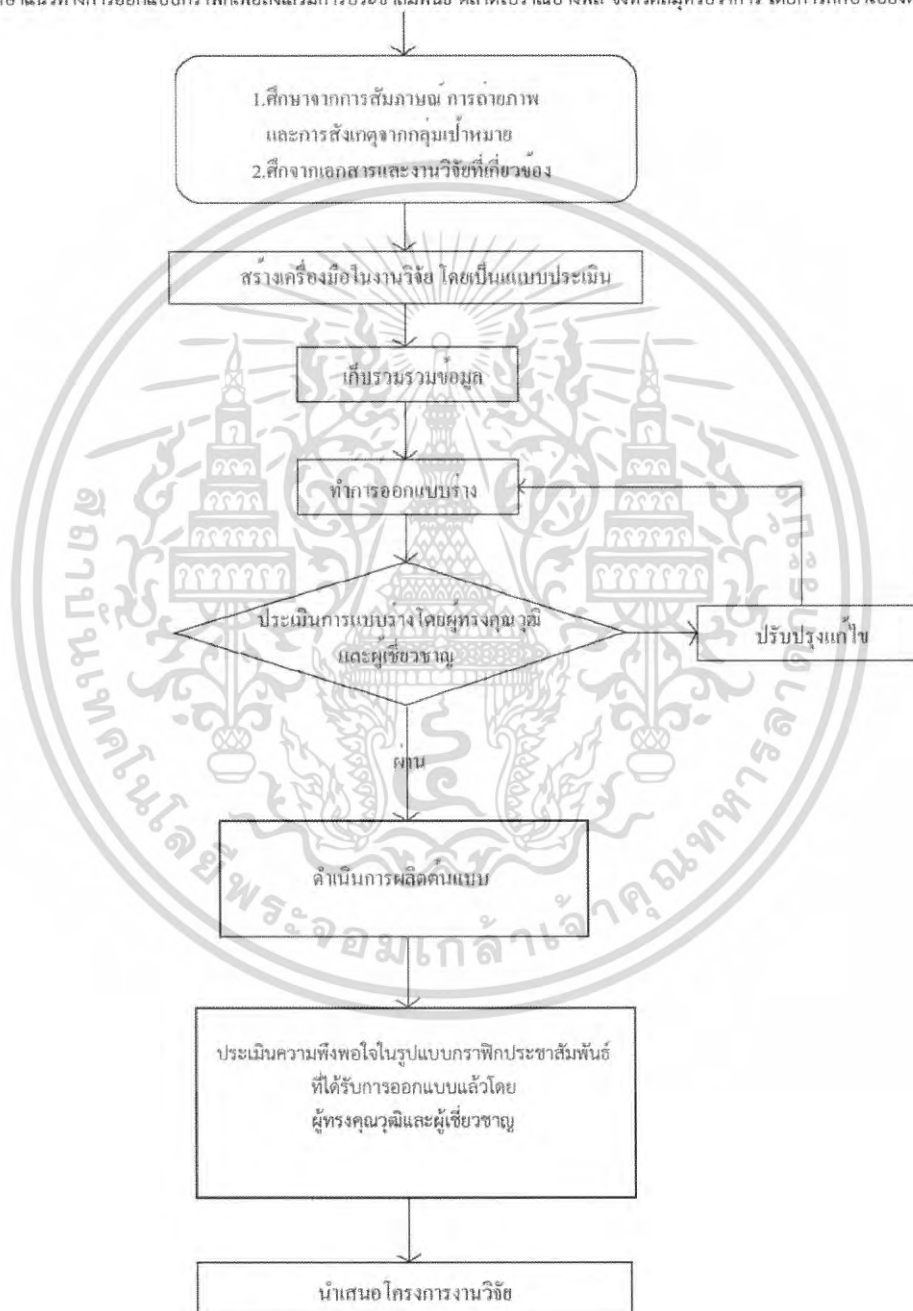
น้ำหนักคะแนน	ช่วงคะแนน	ความหมาย
5	4.24 – 5.00	เห็นด้วยมากที่สุด
4	3.43 – 4.23	เห็นด้วยมาก
3	2.62 – 3.42	เห็นด้วยปานกลาง
2	1.81 – 2.61	เห็นด้วยน้อย
1	1.00 – 1.80	เห็นด้วยน้อยที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาติให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 3.6 ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

ขั้นตอนในการดำเนินการวิจัย การออกแบบกราฟิกเพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ ตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ โดยมีขั้นตอนดังนี้

เริ่มต้นศึกษาแนวทางการออกแบบกราฟิกเพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ ตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ โดยการศึกษาเบื้องต้น



ภาพที่ 3.1 แสดงขั้นตอนการดำเนินการวิจัยการออกแบบกราฟิกเพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ การ  
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการศึกษาเพื่อจุดประสงค์เฉพาะเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ท่องเที่ยว ตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมีให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

งานวิจัยฉบับนี้ทางผู้วิจัยเน้นการศึกษากราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยว ตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ โดยเน้นการใช้องค์ประกอบการออกแบบกราฟิก ลงบน บอร์ดประชาสัมพันธ์ เพื่อประชาสัมพันธ์ตลาดโบราณบางพลี ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยแบ่ง ออกเป็น 3 ขั้นตอน ดังนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อ ศึกษาแนวทางการออกแบบ กราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ โดยผู้วิจัยได้ศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง การลงพื้นที่สำรวจและเก็บข้อมูล ตลาดโบราณบางพลีด้วยตัวเอง และลงสำรวจพื้นที่ตลาดโบราณอื่นๆที่ได้รับความนิยม เพิ่มเติมเพื่อหา แนวทางสู่การออกแบบ

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อออกแบบกราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ในด้านขั้นตอนการดำเนินการตามกระบวนการออกแบบ กราฟิกและการออกแบบผลิตภัณฑ์

4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อประเมินความพึงพอใจ กราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ในส่วนของกราฟิกและตัวผลิตภัณฑ์ ที่ผู้วิจัย ได้ทำการออกแบบ เพื่อประเมินความพึงพอใจ

#### 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อศึกษาแนวทางการออกแบบกราฟิก เพื่อส่งเสริมการ ประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

##### 4.1.1 ศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลภาคเอกสาร ตลาดโบราณบางพลี

จากการศึกษาข้อมูลเอกสารที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยพบว่าตลาดโบราณบางพลี เดิมชื่อ "ตลาดศิริโสภณ" ตั้งอยู่บริเวณริมคลองสำโรงติดกับวัดบางพลีใหญ่ใน ตำบลบางพลีใหญ่ อำเภอบาง พลี จังหวัดสมุทรปราการแต่เดิมนั้น เป็นชุมชนชาวจีนในสมัยก่อนที่มาตั้งรกรากอยู่เมืองไทยมานาน มี อายุราวประมาณ 150 ปี ซึ่งเป็นแหล่งค้าขายสินค้าทางน้ำให้กับเรือที่สัญจรไปมาในลำคลองสำโรง โครงสร้างต่างๆของตัวบ้านยังคงรักษาได้เหมือนเดิมไม่มีเปลี่ยนแปลงมาตั้งแต่อดีตจนปัจจุบัน จึงถือเป็นตลาดน้ำประวัติศาสตร์แห่งหนึ่ง ที่มีวิถีชีวิตเรียบง่าย มีวัฒนธรรมที่ดั้งเดิมสืบทอดมาอย่าง สมควร อนุรักษ์ฟื้นฟูให้เยาวชนรุ่นหลังได้ศึกษา และมีความหวงแหนในวัฒนธรรมเก่าแก่ของบรรพบุรุษสืบ ต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากเหตุผลข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีแนวคิดที่จะออกแบบกราฟิก ในพื้นที่ตลาดโบราณบางพลี เพื่อการประชาสัมพันธ์ และไว้บริการนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ซึ่งในการออกแบบกราฟิกที่ใช้ประชาสัมพันธ์นอกเหนือจากป้ายประชาสัมพันธ์ และโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นกราฟิกที่เป็นที่นิยมและรู้จักของคนทั่วไปแล้ว ก็ยังมีงานกราฟิกที่ใช้ประชาสัมพันธ์ อีกประเภทหนึ่งคือ บอร์ดประชาสัมพันธ์ ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบ 2 มิติ 3 มิติ นิยมใช้ภายในบริเวณ ที่จัดแสดงสินค้า นิทรรศการ เป็นต้น กราฟิกที่ใช้ประชาสัมพันธ์เหล่านี้มีมากมายในชีวิตประจำวันของมนุษย์ ที่เห็นได้ชัดคือป้ายสัญลักษณ์ต่างๆ โปสเตอร์และป้ายบอกสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งป้ายประกาศหรือภาพโปสเตอร์เหล่านี้หากเป็นของทางราชการจะมีความเด่นชัด แต่ขาดเอกลักษณ์ การดึงดูด ความน่าสนใจและความสวยงาม จากการนำเสนอข้อมูลดังกล่าว จึงเป็นที่มาของงานวิจัย การศึกษาและออกแบบกราฟิก เพื่อการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ เพื่อศึกษาแนวทางการออกแบบกราฟิกต่างๆที่ใช้ประชาสัมพันธ์ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวตลาดโบราณบางพลี หลังจาก que ผู้วิจัยได้ลงศึกษาปัญหาที่พบในแหล่งท่องเที่ยวที่พบได้ชัดเจนคือ ภายในตลาด จะพบปัญหาเรื่องสื่อประชาสัมพันธ์ในพื้นที่ไม่เพียงพอ หรือบางจุดที่มีกลับมีกราฟิกที่ไม่ดึงดูด ขาดความน่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยว อีกทั้งรูปแบบยังไม่มีทิศทางไปในทิศทางเดียวกัน โดยบางจุดมีการทำขึ้นเองเพื่อสื่อถึงสถานะของตนเองเท่านั้น โดยส่วนใหญ่แล้วมีรูปแบบและใช้วัสดุที่หาได้ง่าย ไม่ทนทานมาใช้ ส่งผลให้กราฟิกประชาสัมพันธ์ต่างๆภายในตลาดโบราณบางพลี ขาดความกลมกลืนและไม่ต่อเนื่อง จึงเป็นที่มาของงานวิจัยฉบับนี้เพื่อศึกษาและออกแบบกราฟิก เพื่อการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวตลาดโบราณบางพลี นอกเหนือจากประโยชน์ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ ภายในตลาด หรือทิศทางเพื่ออำนวยความสะดวกกับนักท่องเที่ยวแล้ว ยังเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มรายได้ให้กับพ่อค้าแม่ค้าภายในชุมชน ตลาดโบราณบางพลี อีกทั้งยังเป็นการเพิ่มคุณค่าในด้านศิลปวัฒนธรรม ทำให้เกิดความน่าสนใจอยู่ในความทรงจำของนักท่องเที่ยว หรือผู้พบเห็น ทั้งยังเป็นการสร้างเอกลักษณ์ ต่างๆ ผ่าน กราฟิกประชาสัมพันธ์ ให้กับชุมชนและประเทศในทางอ้อมอีกด้วย

#### 4.1.2 ลงพื้นที่เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลตลาดโบราณบางพลีและตลาดโบราณในพื้นที่ใกล้เคียง

จากการลงพื้นที่เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลในพื้นที่ ตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ และตลาดโบราณในพื้นที่ใกล้เคียงตลาดโบราณบางพลี ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลและถ่ายภาพรูปแบบผลิตภัณฑ์ป้ายและบอร์ดประชาสัมพันธ์ ในพื้นที่ตลาดโบราณบางพลีและตลาดโบราณใกล้เคียง เพื่อนำผลการวิเคราะห์รูปแบบและสภาพลักษณะตลอดจนวัตถุประสงค์ในการผลิตที่ปรากฏตามสภาพจริงจากการใช้งาน ตลอดจนการใช้ผลิตภัณฑ์ในพื้นที่จริง นำมาวิเคราะห์ถึงปัญหาและหาแนวทางในการออกแบบได้ผลการศึกษา ดังต่อไปนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์รูปแบบบอร์ดและป้ายประชาสัมพันธ์ในตลาดโบราณในแต่ละพื้นที่ (รูปแบบเดิม) เพื่อนำมาเปรียบเทียบหาข้อมูล ตลาดโบราณบางพลี

รูปแบบบอร์ดและป้ายประชาสัมพันธ์	ชนิดและวัสดุอุปกรณ์	ลักษณะที่พบ
 <p>แบบที่ 1 ป้ายประชาสัมพันธ์ในตลาดโบราณบางพลี</p>	<p>ป้ายประชาสัมพันธ์ มีรูปแบบเป็น เป็นโครงเหล็ก ยึดตายกับพื้น ไม่สามารถที่จะเคลื่อนย้ายได้ มีความแข็งแรงสูงวัสดุที่ใช้ นั้นเหมาะสมสำหรับการติดตั้งไว้ในสถานที่กลางแจ้ง</p>	<p><b>ด้านวัสดุ-อุปกรณ์</b> เป็นโครงเหล็ก ยึดตายกับพื้น โดยประกอบชิ้นงาน ด้วยน็อตและสกรู มีการพ่นสีทึบและเคลือบสีกันสนิมชั้นสุดท้าย</p> <p><b>ด้านประโยชน์ใช้สอย</b> ป้ายมีขนาดใหญ่ แต่ตัวหนังสือมีขนาดเล็ก ภาพและข้อมูลประชาสัมพันธ์มีน้อย บวกกับอายุในการใช้งาน มีระยะเวลานานหลายปี ทำให้รายละเอียดของป้ายมีความชัดเจนน้อยลง</p> <p><b>ด้านความแข็งแรง</b> มีความแข็งแรงในระดับหนึ่งเนื่องจากอายุของตัวป้ายมีระยะเวลานานหลายปี การประกอบบางส่วนที่ใช้น็อตเปลือย เป็นตัวยึดซึ่ง เกิดการสึกกร่อนในตัวทำให้เกิดสนิมขึ้นในบางจุด</p> <p><b>ด้านความปลอดภัย</b> มีความปลอดภัยโดยลักษณะฐานกว้าง ขาทั้ง2ข้างเป็นเสาเหล็กขนาดใหญ่</p> <p><b>ด้านความสวยงามน่าใช้</b> มีรูปแบบเรียบง่าย ไม่เน้นลวดลายในการออกแบบ ขาดความเป็นเอกลักษณ์ในพื้นที่</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์รูปแบบบอร์ดและป้ายประชาสัมพันธ์ในตลาดโบราณในแต่ละพื้นที่ (รูปแบบเดิม) เพื่อนำมาเปรียบเทียบหาข้อมูล ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง

รูปแบบบอร์ดและป้ายประชาสัมพันธ์	ชนิดและวัสดุอุปกรณ์	ลักษณะที่พบ
 <p>แบบที่ 2 ป้ายประชาสัมพันธ์ในตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง</p>	<p>ป้ายประชาสัมพันธ์ มีรูปแบบเป็นโครงเหล็กซึ่งด้วยแผ่นไวนิล ยึดติดกับต้นไม้ มีความแข็งแรงน้อยวัสดุที่ใช้ั้น ไม่เหมาะสมสำหรับการติดตั้งในสถานที่กลางแจ้ง</p>	<p><b>ด้านวัสดุ-อุปกรณ์</b> เป็นโครงเหล็ก ยึดตายกับพื้น โดยประกอบชิ้นงานด้วย เส้นลวดมัดยึด มีการพ่นสีทับ ไม่มีการเคลือบสีกันสนิม</p> <p><b>ด้านประโยชน์ใช้สอย</b> ป้ายมีขนาดกลาง ตัวหนังสือมีความชัดเจนดี ภาพและข้อมูลประชาสัมพันธ์มีน้อย บวกกับบริเวณติดตั้งป้ายมีร้านค้าบดบัง ทำให้รายละเอียดของป้ายมีความชัดเจนน้อยลง</p> <p><b>ด้านความแข็งแรง</b> มีความแข็งแรงในระดับน้อย เนื่องจากเป็นโครงเหล็กกล่อง 1 นิ้ว ยึดกับไวนิล ด้วยลวด ตัวเหล็กกล่องไม่มีการเคลือบกันสนิม</p> <p><b>ด้านความปลอดภัย</b> มีความปลอดภัยน้อยเนื่องจากส่วนที่เป็นสนิมนั้นผุกร่อน จนเกิดความคมในบางจุด</p> <p><b>ด้านความสวยงามน่าใช้</b> มีรูปแบบเรียบง่าย ไม่เน้นลวดลายในการออกแบบ ขาดความเป็นเอกลักษณ์ในพื้นที่</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.3 ผลการวิเคราะห์รูปแบบบอร์ดและป้ายประชาสัมพันธ์ในตลาดโบราณในแต่ละพื้นที่ (รูปแบบเดิม) เพื่อนำมาเปรียบเทียบหาข้อมูล ตลาดคลองสวน

รูปแบบบอร์ดและป้ายประชาสัมพันธ์	ชนิดและวัสดุอุปกรณ์	ลักษณะที่พบ
 <p data-bbox="161 1052 535 1144">แบบที่ 3 บอร์ดประชาสัมพันธ์ในตลาดคลองสวน</p>	<p data-bbox="573 411 907 836">บอร์ดประชาสัมพันธ์ มีรูปแบบเป็น โครงเหล็กกล่องและเหล็กแผ่นแบน ตั้งอยู่กับพื้น สามารถเคลื่อนย้าย ได้มีความแข็งแรงในระดับสูง วัสดุที่ใช้เหมาะสมสำหรับการติดตั้งไว้กลางแจ้ง</p>	<p data-bbox="943 411 1292 670"><b>ด้านวัสดุ-อุปกรณ์</b> เป็นโครงเหล็ก ตั้งกับพื้นโดยประกอบชิ้นงานด้วยน็อตและสกรู มีการพ่นสีทึบและเคลือบสีกันสนิมชั้นสุดท้าย</p> <p data-bbox="943 685 1292 901"><b>ด้านประโยชน์ใช้สอย</b> ป้ายมีขนาดกลาง ตัวหนังสือมีความชัดเจนดี ภาพและข้อมูลประชาสัมพันธ์ มีอยู่ชัดเจน</p> <p data-bbox="943 916 1292 1347"><b>ด้านความแข็งแรง</b> มีความแข็งแรงในระดับสูง แต่เนื่องจากอายุของตัวป้าย มีระยะเวลาหลายปี การประกอบบางส่วนที่ใช้น็อตเปื่อย เป็นตัวยึดซึ่ง เกิดการสึกกร่อนในตัวทำให้เกิดสนิมขึ้นในบางจุด</p> <p data-bbox="943 1362 1292 1578"><b>ด้านความปลอดภัย</b> มีความปลอดภัยโดยลักษณะฐานกว้าง ขาทั้ง2ข้างเป็นเสาเหล็กกล่องตั้งอยู่ในมุมถ่วงรูป</p> <p data-bbox="943 1593 1292 1808"><b>ด้านความสวยงามน่าใช้</b> มีรูปแบบเรียบง่าย ไม่เน้นลวดลายในการออกแบบ ขาดความเป็นเอกลักษณ์ในพื้นที่</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์รูปแบบบอร์ดและป้ายประชาสัมพันธ์ในตลาดโบราณในแต่ละพื้นที่ (รูปแบบเดิม) เพื่อนำมาเปรียบเทียบหาข้อมูล ตลาดบ้านใหม่

รูปแบบบอร์ดและป้ายประชาสัมพันธ์	ชนิดและวัสดุอุปกรณ์	ลักษณะที่พบ
 <p>แบบที่ 4 บอร์ดประชาสัมพันธ์ในตลาดบ้านใหม่</p>	<p>ป้ายประชาสัมพันธ์ มีรูปแบบเป็น เป็นโครงเหล็ก ยึดตายกับพื้น ไม่สามารถที่จะเคลื่อนย้ายได้ มีความแข็งแรงสูงวัสดุที่ใช้ นั้นเหมาะสมสำหรับการติดตั้งไว้กลางแจ้ง</p>	<p><b>ด้านวัสดุ-อุปกรณ์</b> เป็นโครงเหล็ก ยึดตายกับพื้น โดยประกอบชิ้นงานด้วยน๊อตและสกรู มีการพ่นสีทับและเคลือบสีกันสนิมชั้นสุดท้าย</p> <p><b>ด้านประโยชน์ใช้สอย</b> ป้ายมีขนาดกลาง ตัวหนังสือมีขนาดเล็ก ภาพและข้อมูลประชาสัมพันธ์มีน้อย ทำให้รายละเอียดของป้ายมีความชัดเจนน้อยลง</p> <p><b>ด้านความแข็งแรง</b> มีความแข็งแรงในระดับหนึ่ง การประกอบใช้น๊อต เป็นตัวยึดและใช้วิธีเชื่อมติดบางจุด ซึ่งเกิดการสีกร่อนในตัวทำให้เกิดสนิมขึ้นในบางจุด</p> <p><b>ด้านความปลอดภัย</b> มีความปลอดภัยโดยลักษณะฐานกว้าง ขาทั้ง2ข้างเป็นเสาเหล็กกลมขอบมีการลมนุ่ม</p> <p><b>ด้านความสวยงามน่าใช้</b> มีรูปแบบเรียบง่าย ไม่เน้นลวดลายในการออกแบบ ขาดความเป็นเอกลักษณ์ในพื้นที่</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 4.1.3 ศึกษาข้อมูลเบื้องต้นจากผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้อง

ลงพื้นที่ในส่วนของ เทศบาลตำบลบางพลี อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ เพื่อสอบถามและเก็บรวบรวมข้อมูล จากผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวและเจ้าหน้าที่ภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับตลาดโบราณบางพลีในด้านการดูแลและพัฒนาตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ เพื่อเป็นแนวทางและข้อเสนอแนะ ในการนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์ เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบ กราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยว ตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ต่อไป

ซึ่งผู้วิจัย ได้เข้าพบเพื่อขอข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญรวมทั้งหมด 3 ท่าน ได้แก่

- 4.1.3.1 ดร.พัฒน์พงศ์ จงรักดี นายกเทศมนตรีตำบลบางพลี
- 4.1.3.2 นายชะออม สังข์ทอง รองนายกเทศมนตรีตำบลบางพลี
- 4.1.3.3 นางสาว ศรีประภา ราษฎร์อน นักวิชาการประชาสัมพันธ์ 6ว.



ภาพที่ 4.1 ผู้วิจัยเข้าพบผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย  
ที่มา : ถ่ายภาพโดย กิตติพงศ์ ปลอมขุนทด (25 เมษายน 2557)

#### 4.1.4 วิเคราะห์ข้อมูลรูปแบบผลิตภัณฑ์เดิม เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาบอร์ดกราฟิกประชาสัมพันธ์

จากตารางผลการวิเคราะห์รูปแบบบอร์ดและป้ายประชาสัมพันธ์ภายในตลาดโบราณแต่ละพื้นที่ (รูปแบบเดิม) นั้น ผู้วิจัยได้นำแนวทางไปใช้ในการวางแผนการดำเนินงานตามแนวทาง ซึ่งได้จากการวิเคราะห์เพิ่มเติมด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์บอร์ดกราฟิกประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับ จุดแข็ง (Strength) จุดอ่อน (Weakness) โอกาส (Opportunity) และ อุปสรรค (Threat) หรือการวิเคราะห์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการศึกษาวิจัยเท่านั้น ไม่สามารถนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์อื่น ๆ ได้ หรือการวิเคราะห์ค่า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที่เรียกว่า SWOT เพื่อเป็นทฤษฎี บวกกับข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว และเจ้าหน้าที่ภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับตลาดโบราณบางพลี ในด้านการดูแลและพัฒนาตลาดโบราณบางพลีนำไปเป็นแนวทางในการวางแผนการออกแบบกราฟิก เพื่อการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวตลาดโบราณบางพลี ต่อไปได้ โดยเป็นลำดับขั้นตอน ดังต่อไปนี้

#### 4.1.4.1 จุดแข็ง (Strength)

- (1) รูปแบบของบอร์ดและป้ายประชาสัมพันธ์บางตัวสามารถจะเคลื่อนย้ายได้ เพื่อใช้ประชาสัมพันธ์รูปแบบใหม่ๆ ในพื้นที่นั้นๆ ได้
- (2) บางรูปแบบใช้นี้อุตและสกรูเป็นตัวประกอบโครงสร้าง ทำให้ง่ายต่อการประกอบติดตั้ง
- (3) บางรูปแบบมีโครงสร้างที่แข็งแรงและทนทานต่อการใช้งานในพื้นที่แจ้ง

#### 4.1.4.2 จุดอ่อน (Weakness)

- (1) บางรูปแบบไม่สามารถที่จะเคลื่อนย้ายได้ ทำให้การเปลี่ยนพื้นที่ในการประชาสัมพันธ์ ทำไม่ได้ อยู่แต่บริเวณพื้นที่เดิมๆ ส่งผลให้การประชาสัมพันธ์ไม่เท่าที่ควร
- (2) บางรูปแบบใช้วัสดุไม่เหมาะสมกับการใช้งานในพื้นที่
- (3) ทุกรูปแบบไม่เกิดความเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่น ไม่เน้นลวดลายในการออกแบบ ขาดความเป็นเอกลักษณ์ในพื้นที่นั้นๆ
- (4) บางรูปแบบไม่มีความเหมาะสมในการจัดวางในพื้นที่ เช่น เรื่องรูปแบบสี และประโยชน์รองรับพฤติกรรมการใช้งานได้ดี
- (5) บางรูปแบบใช้วัสดุที่ไม่สอดคล้องกับพื้นที่ในตลาดโบราณ ซึ่งทำให้ภาพพจน์ หรือภาพลักษณ์ที่ดีของตลาดให้ดูด้อยลง
- (6) บางรูปแบบขาดความแข็งแรงและเกิดการชำรุดได้ง่าย

#### 4.1.4.3 โอกาส (Opportunity)

- (1) สามารถออกแบบบอร์ดกราฟิกประชาสัมพันธ์ ที่สอดคล้องกับพื้นที่ในด้านความเป็นเอกลักษณ์หรือการใช้ลวดลาย และช่วยส่งเสริมสนับสนุนในพื้นที่ตลาดนั้นให้เกิดแรงจูงใจที่ดีต่อผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยวที่พบเห็น
- (2) สามารถมองเห็นจุดอ่อนและสามารถนำมาพัฒนาหรือออกแบบกราฟิกเพื่อการประชาสัมพันธ์ ให้เกิดประโยชน์สูงสุดได้ เช่น
  - (2.1) ความแข็งแรงทนทานของโครงสร้าง เพื่อความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวที่มาใช้งาน
  - (2.2) ออกแบบลายกราฟิก บนตัวบอร์ดให้มีสีสันสอดคล้อง กับพื้นที่เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ให้ดีขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(2.3) ออกแบบในระบบการผลิต ที่เหมาะสมกับจำนวนการผลิต โดยคำนึงถึงพื้นที่นั้นๆ ในตลาดโบราณเป็นสำคัญ ซึ่งมีจำนวนการผลิตที่ไม่ควรเกินจำนวน หรือมากเกินไปในพื้นที่ และไม่มุ่งเน้นการผลิตในระบบอุตสาหกรรมที่มีขนาดใหญ่มากเกินไป

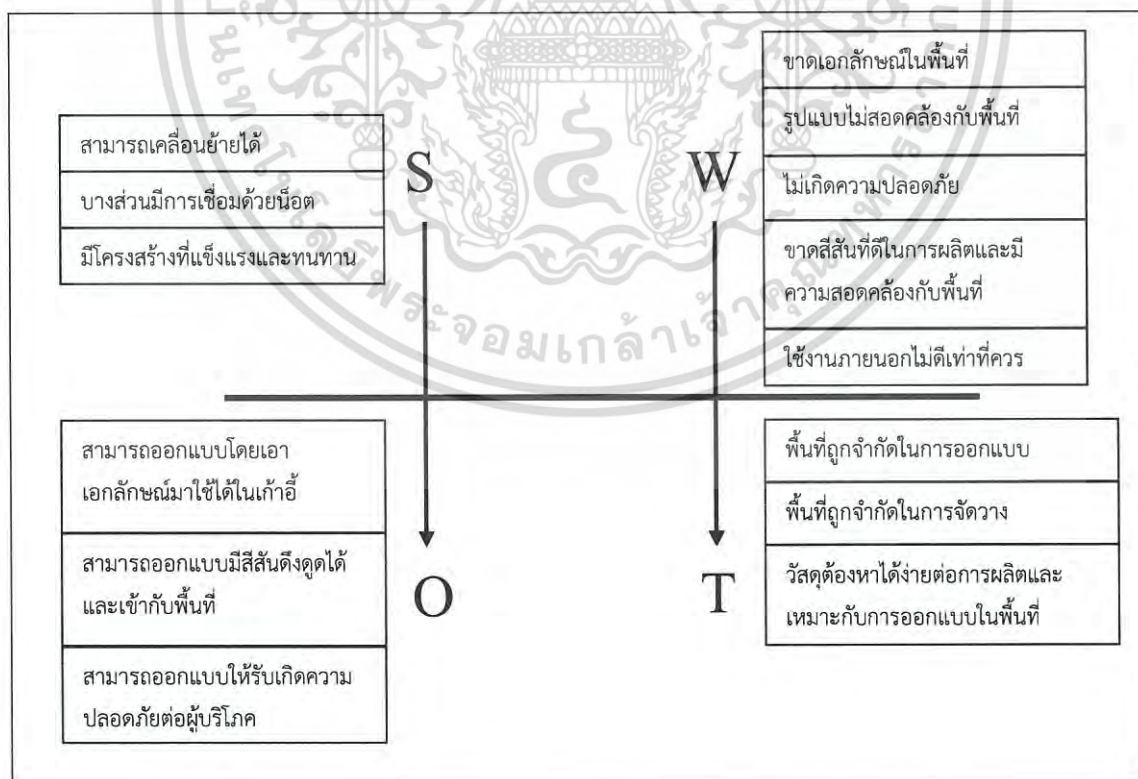
(2.4) สามารถออกแบบให้มีความปลอดภัย สอดคล้องกับการใช้งานของกลุ่มผู้บริโภคได้

#### 4.1.4.4 อุปสรรค (Treat)

(1) พื้นที่ในการออกแบบแต่ละพื้นที่ ในบริเวณตลาดโบราณถูกจำกัดในการจัดวางและการออกแบบ

(2) พื้นที่ในตำแหน่งในการจัดวาง มีระยะพื้นที่ ที่จำกัดโดยประมาณ 47 เซนติเมตร คูณ 80 เซนติเมตร เนื่องจากพื้นที่ถูกจับจองซึ่งเป็นร้านค้าจำหน่ายผลิตภัณฑ์เบ็ดเตล็ดโดยส่วนมาก

(3) การออกแบบกราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ตลาดโบราณบางพื้นที่ มีข้อจำกัดในเรื่องการใช้วัสดุโดยต้องสอดคล้องกับภาพลักษณ์ที่ดีของตลาด ดังนั้นควรใช้วัสดุ ในการผลิตที่หาได้ง่ายในการนำมาออกแบบให้เกิดความสมดุลกับพื้นที่ และเข้ากันกับภาพลักษณ์ที่ดีของตลาดโบราณบางพื้นที่ และสนับสนุนก่อให้เกิดแรงจูงใจและการประชาสัมพันธ์ที่ดี ต่อการใช้งานหรือมุมมองของผู้บริโภค



ภาพที่ 4.2 กระบวนการวิเคราะห์ SWOT จากการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้วิจัย

เอกสารนี้เป็นภาพถ่ายโดย กิตติพงศ์ ปลอดภัย (25 เมษายน 2557) มอนูญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



## ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

จุดแข็ง(Strength)	อุปสรรค(Treat)	แนวทางการออกแบบ
2 บางส่วนมีการถอดประกอบ	2 พื้นที่ถูกจำกัดในการจัดวาง	2 ออกแบบบอร์ดกราฟิก โดยเน้นให้บางส่วนสามารถถอดออกได้ เพื่อให้ง่ายต่อการใช้งาน เพื่อการเคลื่อนย้ายในการจัดวางในพื้นที่ที่ได้โดยอาศัยการ ประกอบด้วยน็อตที่มีคุณสมบัติการเชื่อมยึด ที่แข็งแรง
3 มีโครงสร้าง ที่แข็งแรงและทนทาน	3 วัสดุที่ค้นหาได้ง่ายในการผลิตและนำมาออกแบบได้เหมาะสมกับพื้นที่	3 ออกแบบบอร์ดกราฟิก โดยคำนึงถึงการผลิตโดยจัดหาวัสดุที่หาได้ง่ายในท้องตลาดเพื่อนำมาผลิต ในระบบอุตสาหกรรมได้ วัสดุที่ใช้เหมาะสมกับพื้นที่ ผลักดันให้พื้นที่ดูดีและน่าสนใจ ต่อมุมมองของผู้ใช้บริการและมีโครงสร้างที่แข็งแรงทนทาน

ตารางที่ 4.6 แนวทางการออกแบบกราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ในกระบวนการเอาโอกาสไปกำจัดจุดอ่อน

โอกาส(Opportunity)	จุดอ่อน(Weakness)	แนวทางการออกแบบ
1 สามารถออกแบบ โดยเอาเอกลักษณ์มาใช้ประกอบในการออกแบบ บอร์ดกราฟิก	1 ขาดเอกลักษณ์ในพื้นที่	1 ออกแบบโดย เอาความเป็นเอกลักษณ์ที่มี ในพื้นที่ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าเป็นบอร์ดกราฟิกที่เป็นของตลาดพื้นที่นั้นๆ ซึ่งสอดคล้องกันกับเอกลักษณ์ที่ชัดเจน เพื่อให้บอร์ดกราฟิกมีรูปแบบและลวดลายมีความชัดเจนเป็นเอกลักษณ์ในพื้นที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



(1) พื้นที่ตำแหน่ง A เป็นพื้นที่ ภายในศูนย์กลางการประชาสัมพันธ์ตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

ตารางที่ 4.7 แสดงการวิเคราะห์ SWOT ในพื้นที่ตลาดโบราณบางพลีจังหวัดสมุทรปราการตำแหน่ง A

ภาพโดยรวมพื้นที่	รายละเอียด									
<p>พื้นที่ตำแหน่ง A</p>  <table border="1" data-bbox="189 765 684 840"> <thead> <tr> <th>พื้นที่</th> <th>รายละเอียด</th> <th>หมายเหตุ</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>11</td> <td>พื้นที่ศูนย์กลางการประชาสัมพันธ์</td> <td>พื้นที่ศูนย์กลางการประชาสัมพันธ์</td> </tr> <tr> <td>12</td> <td>พื้นที่ศูนย์กลางการประชาสัมพันธ์</td> <td>พื้นที่ศูนย์กลางการประชาสัมพันธ์</td> </tr> </tbody> </table>	พื้นที่	รายละเอียด	หมายเหตุ	11	พื้นที่ศูนย์กลางการประชาสัมพันธ์	พื้นที่ศูนย์กลางการประชาสัมพันธ์	12	พื้นที่ศูนย์กลางการประชาสัมพันธ์	พื้นที่ศูนย์กลางการประชาสัมพันธ์	 <p><b>จุดแข็ง ( Strength)</b></p> <p>เป็นพื้นที่ศูนย์กลางการประชาสัมพันธ์ มีมุมที่สามารถรองรับกิจกรรมต่างๆได้หลากหลาย และเป็นพื้นที่ที่นักท่องเที่ยวต้องใช้บริการ เช่น ถ่ายภาพ ศึกษาตำนาน ข้อมูลตลาดโบราณ</p> <p><b>จุดอ่อน (Weakness)</b></p> <p>ในพื้นที่ไม่มีป้ายหรือบอร์ด ประชาสัมพันธ์รองรับนักท่องเที่ยวที่ชัดเจน เป็นการเก็บใบปลิวหรือหนังสือประชาสัมพันธ์ ไว้กับผู้ดูแลที่เคาเตอร์ ซึ่งทำให้ภาพลักษณ์ในตลาดไม่เกิดความโดดเด่น</p> <p><b>โอกาส (Opportunity)</b></p> <p>สามารถที่จะสร้างเอกลักษณ์ที่โดดเด่นในพื้นที่ได้ เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกของในตัวพื้นที่ตลาด ซึ่งเป็นพื้นที่ ที่ใช้การประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข่าวสารต่างๆไว้บริการนักท่องเที่ยว</p> <p><b>อุปสรรค (Treat)</b></p> <p>เนื่องจากพื้นที่มีการจัด กิจกรรมหลายอย่าง จึงต้องจำกัดในขนาดของพื้นที่ ดังนั้นการใช้พื้นที่จะต้องมีขอบเขต ที่ชัดเจนในการวางผลิตภัณฑ์</p>
พื้นที่	รายละเอียด	หมายเหตุ								
11	พื้นที่ศูนย์กลางการประชาสัมพันธ์	พื้นที่ศูนย์กลางการประชาสัมพันธ์								
12	พื้นที่ศูนย์กลางการประชาสัมพันธ์	พื้นที่ศูนย์กลางการประชาสัมพันธ์								

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(2) พื้นที่ตำแหน่ง B เป็นพื้นที่ ณ ชุมประตู่ทางเข้าตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

ตารางที่ 4.8 แสดงการวิเคราะห์ SWOT ในพื้นที่ตลาดโบราณบางพลีจังหวัดสมุทรปราการตำแหน่ง B

ภาพโดยรวมพื้นที่	รายละเอียด									
<p>พื้นที่ตำแหน่ง B</p>  <table border="1" data-bbox="327 743 691 819"> <thead> <tr> <th>ลำดับ</th> <th>รายละเอียด</th> <th>หมายเหตุ</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>พื้นที่ตั้งตลาดโบราณบางพลี</td> <td></td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>พื้นที่ตั้งตลาดโบราณบางพลี</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	ลำดับ	รายละเอียด	หมายเหตุ	1	พื้นที่ตั้งตลาดโบราณบางพลี		2	พื้นที่ตั้งตลาดโบราณบางพลี		 <p><b>จุดแข็ง ( Strength )</b>                      เป็นพื้นที่ใช้ประชาสัมพันธ์ส่วนหนึ่งของตลาด เป็นจุดแรกทางเข้าที่บ่งบอกถึงความเป็นตลาดโบราณบางพลี โดยมีชื่อตลาดติดอยู่ที่ชุมประตู่ทางเข้า มีเอกลักษณ์ชัดเจนในเรื่องของทางสัญจรพื้นไม้ที่สอดคล้องกับชุมชนที่เป็นไม้ดูเป็นจุดเด่นของตลาดโบราณบางพลี</p> <p><b>จุดอ่อน (Weakness)</b>                      มีป้ายประชาสัมพันธ์ขนาดใหญ่ แต่รายละเอียดบนป้ายไม่ชัดเจนเนื่องจาก อายุการใช้งานของป้าย</p> <p><b>โอกาส (Opportunity)</b>                      มีโอกาสที่ใช้เป็นที่ประชาสัมพันธ์ได้ เช่น ป้ายบอร์ดประชาสัมพันธ์</p> <p><b>อุปสรรค (Treat)</b>                      พื้นที่ที่มีจำกัดเฉพาะทางสัญจร การวางบอร์ดหรือป้ายประชาสัมพันธ์ ต้องวางระยะให้ดี</p>
ลำดับ	รายละเอียด	หมายเหตุ								
1	พื้นที่ตั้งตลาดโบราณบางพลี									
2	พื้นที่ตั้งตลาดโบราณบางพลี									

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมีเหตุดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(3) พื้นที่ตำแหน่ง B เป็นพื้นที่ ณ ชุมประตู่ทางเข้าตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

ตารางที่ 4.9 แสดงการวิเคราะห์ SWOT ในพื้นที่ตลาดโบราณบางพลีจังหวัดสมุทรปราการตำแหน่ง C

ภาพโดยรวมพื้นที่	รายละเอียด
<p>พื้นที่ตำแหน่ง C</p> 	 <p><b>จุดแข็ง ( Strength )</b> เป็นพื้นที่ใช้เป็นที่ทำข้ามฝั่งไปยังอีกฝากฝั่งหนึ่งโดยมีเอกลักษณ์ชัดเจน เช่น ใช้เรือเป็นสะพานต่อเป็นท่าข้ามที่มีที่เดียวในตลาดโบราณบางพลี</p> <p><b>จุดอ่อน (Weakness)</b> ไม่มีพื้นที่ในการจัดวางเก้าอี้พักคอยและไม่เหมาะในการพักคอย ซึ่งพื้นที่จะเน้นเฉพาะการทำข้ามฝั่งเป็นสำคัญในการใช้ประโยชน์โดยตรง</p> <p><b>โอกาส (Opportunity)</b> มีโอกาสที่ใช้เป็นที่ประชาสัมพันธ์ ได้เนื่องจากเป็นทางเดินข้ามจากห้างบิ๊กซี มาที่ตลาดซึ่งช่วงเที่ยง จะมีคนข้ามมารับประทานอาหาร เป็นประจำ</p> <p><b>อุปสรรค (Treat)</b> พื้นที่มีจำกัดเฉพาะทางสัญจร ไม่เหมาะสมในการจัดวางสิ่งของขนาดใหญ่ พื้นที่แคบเกินไป</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1.6 สรุปผลการวิเคราะห์แนวทางในการออกแบบกราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ ตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งใช้เป็นข้อมูลในการออกแบบในขั้นตอนต่อไป

จากข้อมูลที่ได้ทำการวิเคราะห์ในส่วนของ ข้อมูลภาคเอกสาร ข้อมูลของผลิตภัณฑ์ เดิมทั้งภายในตลาดโบราณบางพลี และตลาดโบราณในพื้นที่ใกล้เคียง และข้อมูลการลงพื้นที่ในส่วน ของพื้นที่ที่ใช้ในการติดตั้งบอร์ดกราฟิกประชาสัมพันธ์ ทำให้เข้าใจปัญหาที่เกิดขึ้นในพื้นที่ตลาดโบราณ บางพลี รวมทั้งแนวคิดที่นำมาใช้ในการออกแบบบอร์ดกราฟิก ทำให้มีแนวทางที่ชัดเจนมากขึ้นจึงเป็น ที่มาของแนวความคิดในการออกแบบบอร์ดกราฟิกประชาสัมพันธ์ สรุปออกมาได้ ดังนี้

4.1.6.1 ด้านวัสดุและอุปกรณ์ การออกแบบบอร์ดกราฟิก เน้นวัสดุที่หาได้ง่ายใน ท้องตลาดและสามารถผลิตได้ในกระบวนการผลิตในระบบอุตสาหกรรมได้ และเป็นวัสดุ อุปกรณ์ที่ทน ต่อสภาพดินฟ้าอากาศและเหมาะสมกับการจัดวางในพื้นที่ตลาดได้ทั้งภายใน และภายนอกอาคาร มีความคงทนถาวร

4.1.6.2 ด้านประโยชน์ใช้สอย ออกแบบบอร์ดกราฟิก โดยให้เกิดประโยชน์ต่อกลุ่ม ผู้บริโภคโดยเป็นบอร์ดที่โครงสร้าง มีความสอดคล้องกับประโยชน์ใช้สอยในพื้นที่ที่จำกัด โดยเน้นการ ประชาสัมพันธ์ในด้านประวัติหรือข่าวสารของตลาดโบราณบางพลี ให้แก่นักท่องเที่ยว

4.1.6.3 ความแข็งแรง ออกแบบบอร์ดกราฟิก ให้มีความแข็งแรงมีอายุการใช้งานที่ ดี โดยใช้วัสดุที่มีความเหมาะสมกับการรับน้ำหนักและโครงสร้างของตัวบอร์ดกราฟิก

4.1.6.4 กรรมวิธีการผลิต ออกแบบบอร์ดกราฟิกที่มุ่งเน้นกรรมวิธีการผลิตในระบบ อุตสาหกรรมขนาดกลาง มุ่งเน้นการประกอบโครงสร้างที่ง่ายต่อการผลิต

4.1.6.5 ด้านความปลอดภัย ออกแบบบอร์ดกราฟิก ให้เกิดความปลอดภัยต่อกลุ่ม ผู้บริโภค โดยตัดทอนความแหลมคมของโครงสร้างตัวบอร์ดกราฟิก

4.1.6.6 ด้านความสวยงาม ออกแบบบอร์ดกราฟิก เน้นเรื่องโครงสร้างที่มีความ สวยงาม และมีแรงบันดาลใจในเรื่องของเอกลักษณ์ ขนบธรรมเนียมประเพณีในพื้นที่ และการ ดำรงชีวิต ซึ่งมีรูปแบบที่ชัดเจน นำมาออกแบบด้านความสวยงาม มีที่มาที่ไป ให้เกิดความสวยงาม โดยให้หลักการออกแบบว่าด้วยการลดทอนของภาพจริง รูปทรงมาใช้ โดยการนำเอาภาพถ่ายจากการ เก็บข้อมูลภาคสนามมาประยุกต์ในการออกแบบ

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อออก แบบกราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ









4.2.1 การระดมร่างความคิดในการออกแบบ

4.2.1.1 แนวความคิดในการออกแบบ จากเอกสารและข้อมูลการออกแบบที่ผู้วิจัย ได้เก็บรวบรวมจากทางทฤษฎีและลงพื้นที่ทำงานจริง โดยนำมาปรับใช้กับผลงานการออกแบบดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(1) ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการลงศึกษาข้อมูลพื้นที่จริงสร้างรูปแบบของโทนสีจากรูปแบบเดิมที่มีอยู่ โดยนำภาพและโทนสีในตลาดโบราณบางพลีมาลดทอนลงให้เป็นโทนสี ที่ใช้กับบอร์ดกราฟิกประชาสัมพันธ์ เพื่อสื่อเอกลักษณ์ของตลาดโบราณบางพลี ดังนี้

ตารางที่ 4.10 แสดงการวิเคราะห์แรงบันดาลใจเกี่ยวกับสีที่ใช้ในการออกแบบ


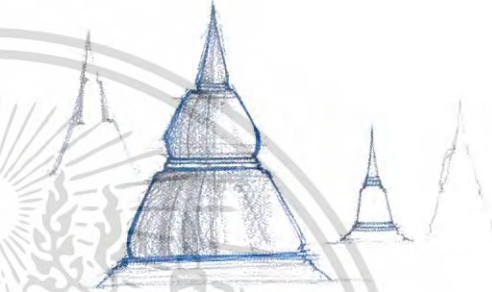

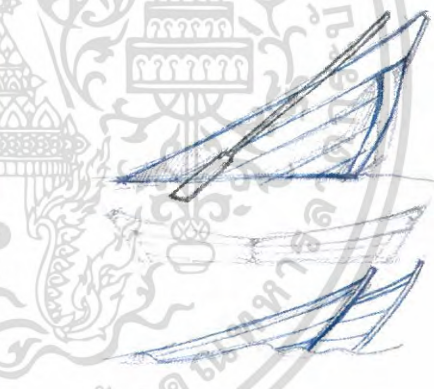

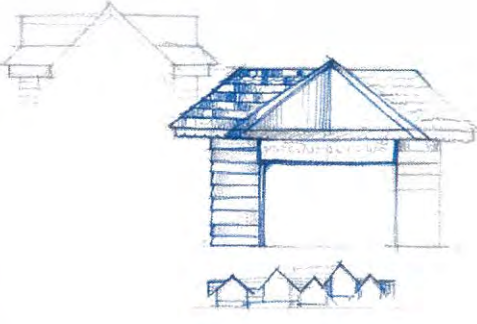
โทนสี	ภาพแรงบันดาลใจ	การสื่อความหมาย
 <p>สีเขียว</p>	  	<p>สีเขียว นำมาจาก สีของชุดเฟอร์นิเจอร์ ภายในของศูนย์ประชาสัมพันธ์ และสีของน้ำในคลองสำโรง</p> <p>สีเขียวสื่อถึง ความรู้สึกผ่อนคลาย สงบ เก๋ ความเป็นมา แต่ให้ความรู้สึกสดชื่นความมีชีวิตชีวา การเติบโต ความเป็นธรรมชาติ นิยมใช้เป็นสีสำหรับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมให้ความรู้สึกถึงการเคลื่อนไหวเข้าสู่ศูนย์กลาง</p>
 <p>สีน้ำตาล</p>	  	<p>สีน้ำตาล นำมาจาก สีของประตูทางเข้า ตลาดโบราณบางพลี ในศูนย์ประชาสัมพันธ์ และสีของตัวชุมชนตลาดโบราณบางพลีเอง</p> <p>สีน้ำตาลสื่อถึง ความรู้สึก เก๋ หนัก สงบเยียบ ความยั่งยืน อบอุ่น</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับ การใช้งานเพื่อการศึกษเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(2) ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการลงศึกษาข้อมูลพื้นที่จริงสร้างรูปแบบของลวดลายกราฟิก โดยนำภาพและอัตลักษณ์ของตลาดโบราณบางพลี มาลดทอนลงให้เป็นลวดลายกราฟิก ที่ใช้กับบอร์ดกราฟิกประชาสัมพันธ์ เพื่อสื่อเอกลักษณ์ของตลาดโบราณบางพลี ดังนี้

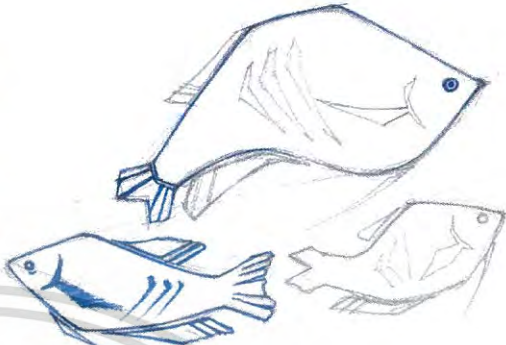


(2.1) สร้างลวดลายกราฟิกด้วยการลดทอนรายละเอียด

ตารางที่ 4.11 แสดงการวิเคราะห์แรงบันดาลใจเกี่ยวกับลวดลายกราฟิกที่ใช้ในการออกแบบ

ภาพแรงบันดาลใจ	ลวดลายกราฟิกจากการลดทอน
 <p>วัดบางพลีใหญ่ใน ตลาดโบราณบางพลี</p>	
 <p>เรือยาวภายในศูนย์กลางการประชาสัมพันธ์ ตลาดโบราณบางพลี</p>	
 <p>ซุ้มประตูไม้ ก่อนเข้าตัวตลาดโบราณบางพลี</p>	

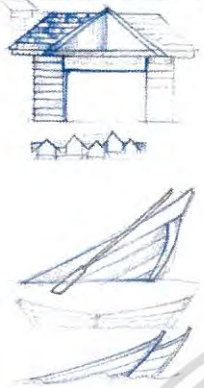



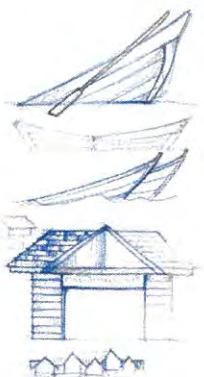
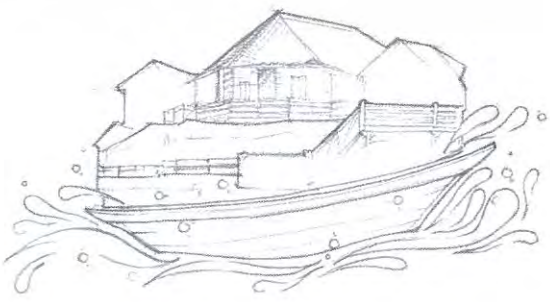
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ตารางที่ 4.11 (ต่อ)

ภาพแรงบันดาลใจ	ลวดลายกราฟิกจากการลดทอน
 <p data-bbox="163 722 710 765">ปลาสด จำหน่ายอยู่ภายในตลาดโบราณบางพลี</p>	
 <p data-bbox="163 1638 677 1731">ประเพณีการโยนบัว รับบัว ขบวนเรือในคลอง สำโรง ตลาดโบราณบางพลี</p>	

## (2.2) การนำลวดลายกราฟิกมาสร้างเป็นเรื่องราว

ตารางที่ 4.12 การนำลวดลายกราฟิกมาสร้างเป็นเรื่องราวเพื่อใช้ในการออกแบบ

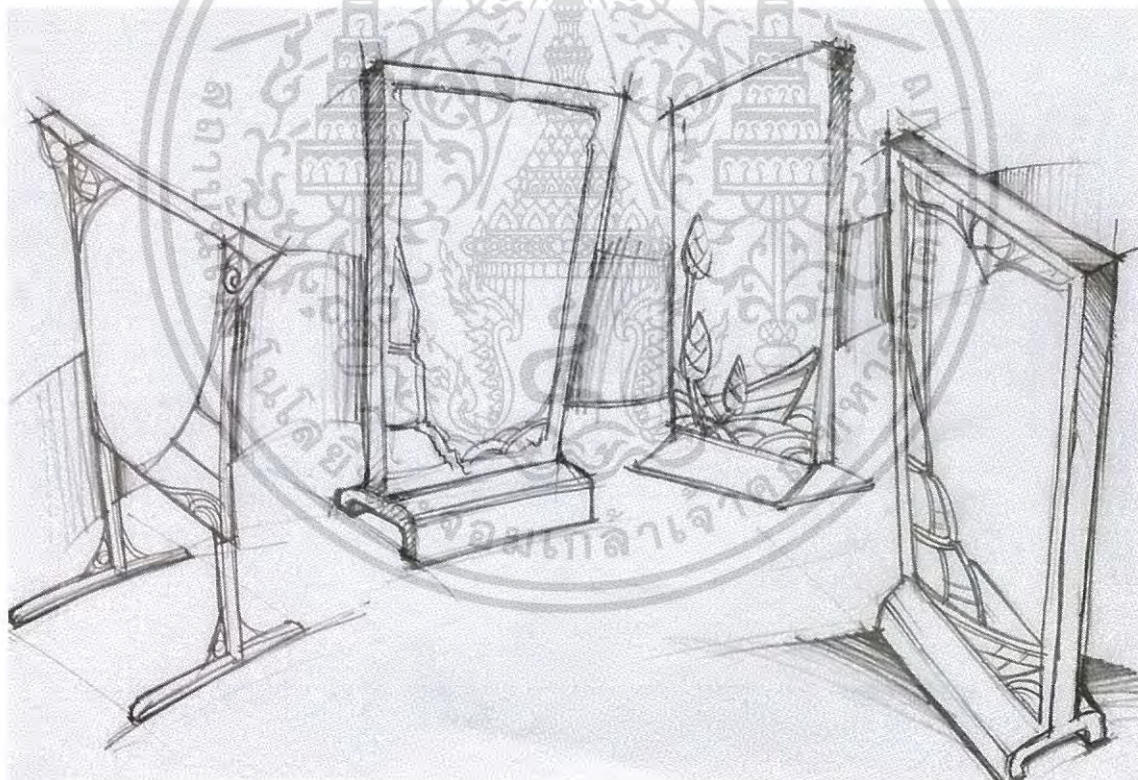
ลวดลายกราฟิกจากการลดทอน	สร้างลวดลายกราฟิกเป็นเรื่องราว
	
<p data-bbox="160 797 480 851">ซุ้มประตู+เรือ+ตลาดโบราณ</p> 	
<p data-bbox="160 1455 575 1498">วัดบางพลี+พลาสติก+ประเพณีรับบัว</p>  <p data-bbox="283 1908 495 1951">เรือ+ตลาดโบราณ</p>	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 4.2.2 ผลการออกแบบจากการศึกษาตามกรอบแนวคิดและทฤษฎีการศึกษา ผู้วิจัยได้สรุปแนวทางการออกแบบ

ผู้วิจัยนำผลของการวิเคราะห์ข้อมูล นำมาเป็นแนวทางในการออกแบบ โดยจากการศึกษาข้อมูลรูปแบบบอร์ดและป้ายประชาสัมพันธ์ (รูปแบบเดิม) ในตลาดโบราณบางพลีและตลาดพื้นที่ใกล้เคียง สู่กระบวนการวิเคราะห์ด้วยทฤษฎี SWOT เพื่อหาปัญหาต่างๆที่มี นำมาทำการออกแบบและเสนอแนวคิดในการออกแบบจำนวน 3 รูปแบบ เพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์บอร์ดกราฟิก ประชาสัมพันธ์ ทำการประเมินให้ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับผลงานการออกแบบทั้ง 3 รูปแบบแนวคิด ซึ่งผู้วิจัยได้เสนอแนวคิดทั้ง 3 รูปแบบโดยมีขั้นตอนการออกแบบ ดังต่อไปนี้

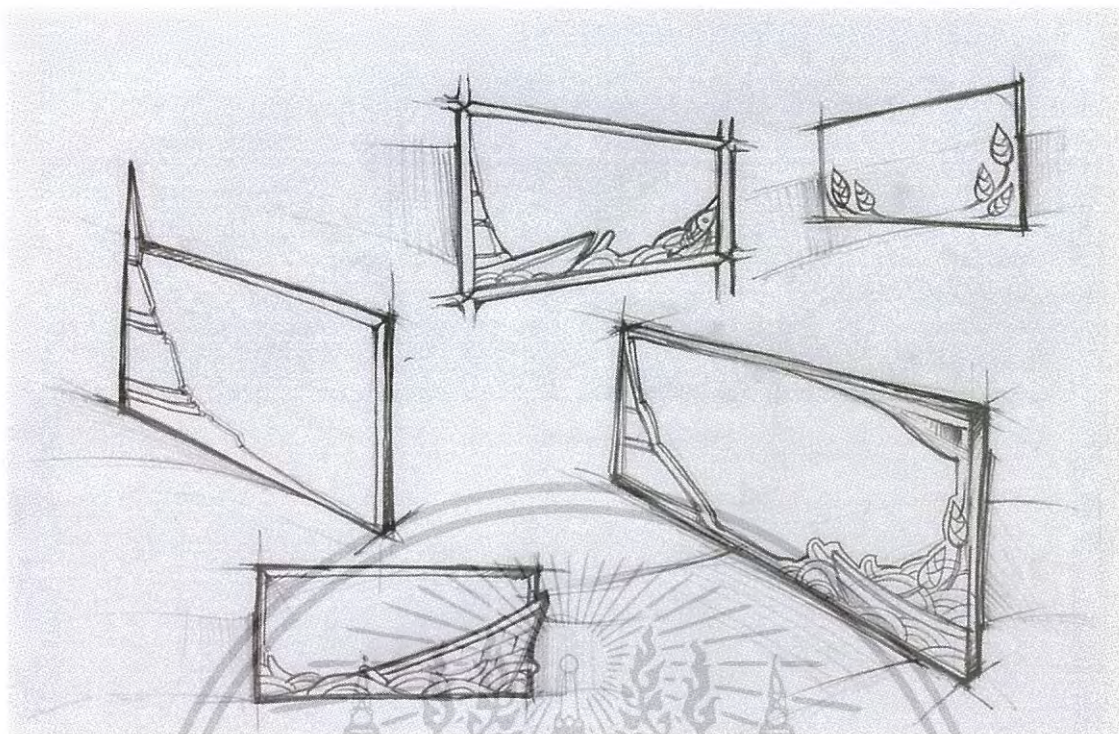
4.2.2.1 ขั้นตอนการการร่างภาพความคิดในการออกแบบ (Idea Sketch Design ) เป็นการร่างภาพความคิดในการออกแบบ บอร์ดกราฟิกประชาสัมพันธ์ ในรูปแบบต่างๆ เพื่อเป็นแนวทางในการคิด และนำมาสู่กระบวนการคิดในการออกแบบในขั้นตอนต่อไป โดยผู้วิจัยได้ร่างภาพความคิดเบื้องต้น แบ่งเป็น 3 กลุ่มดังนี้



ภาพที่ 4.5 ภาพร่างความคิดในการออกแบบ แบบที่ 1

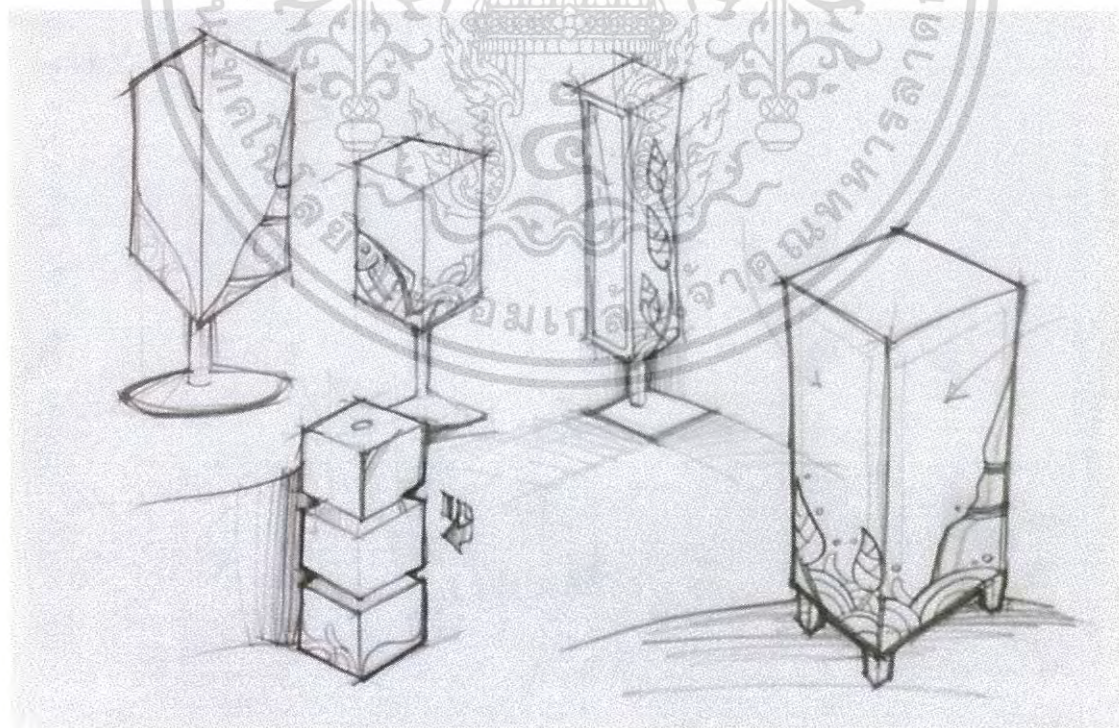
ที่มา : กิตติพงศ์ ปลอดภัย (28 เมษายน 2557)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.6 ภาพร่างความคิดในการออกแบบ แบบที่ 2

ที่มา : กิตติพงศ์ ปลอดภัย (28 เมษายน 2557)



ภาพที่ 4.7 ภาพร่างความคิดในการออกแบบ แบบที่ 3

เอกสารนี้เป็น กิตติพงศ์ ปลอดภัย (28 เมษายน 2557) ศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้





ภาพที่ 4.9 แบบจำลองบอร์ดกราฟิก ประชาสัมพันธ์ แบบที่ 2  
ที่มา : กิตติพงศ์ ปฐมขุนทด (29 เมษายน 2557)



ภาพที่ 4.10 แบบจำลองบอร์ดกราฟิก ประชาสัมพันธ์ แบบที่ 3

เอกสารนี้เป็นลิขสิทธิ์ของ ปฐมขุนทด (29 เมษายน 2557) ศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2.2.3 ผู้วิจัยได้นำผลงานการออกแบบจำลองทั้ง 3 แบบ ไปให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบกราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ประเมินโดยสัมภาษณ์ความคิดเห็นเกี่ยวกับการออกแบบกราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวตลาดโบราณบางพลี เป็นแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างแล้ววิเคราะห์ผลการแสดงความคิดเห็น เพื่อที่จะคัดเลือกผลงานการออกแบบที่มีความเหมาะสม เพื่อนำไปพัฒนาเป็นต้นแบบกราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ และนำไปประเมินความพึงพอใจของกลุ่มผู้บริโภคในขั้นต่อไป เพื่อความสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ของการออกแบบกราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ โดยผู้วิจัยได้ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการแสดงความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญในการออกแบบกราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ โดยมีผู้เชี่ยวชาญ ดังนี้



ภาพที่ 4.11 การลงพื้นที่พบผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ว่าที่ร้อยตรี พงษ์ศักดิ์ เรืองศรีใส  
ที่มา : ถ่ายภาพโดย กิตติพงศ์ ปลอมขุนทด (30 เมษายน 2557)

(1) ว่าที่ร้อยตรี พงษ์ศักดิ์ เรืองศรีใส

ตำแหน่ง ผู้อำนวยการส่วนพัฒนาอุตสาหกรรม บรรจุภัณฑ์และการพิมพ์ สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมรายสาขา กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรมประสบการณ์การทำงาน 34 ปี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.12 การลงพื้นที่กับผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ นายวีรุทธิ์ เตชางกูร  
ที่มา : ถ่ายภาพโดย กิตติพงศ์ ปฐมขุนทด (30 เมษายน 2557)

(2) นายวีรุทธิ์ เตชางกูร

ตำแหน่ง เจ้าพนักงานออกแบบผลิตภัณฑ์ชำนาญงาน สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมราย  
สาขา กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ประสบการณ์การทำงาน 31 ปี



ภาพที่ 4.13 การลงพื้นที่กับผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ นายอัษฎางค์ ศรีจันทร์  
ที่มา : ถ่ายภาพโดย กิตติพงศ์ ปฐมขุนทด (30 เมษายน 2557)

(3) นายอัษฎางค์ ศรีจันทร์

ตำแหน่ง นายช่างออกแบบผลิตภัณฑ์ชำนาญการพิเศษ สำนักพัฒนาอุตสาหกรรม  
รายสาขา กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ประสบการณ์การทำงาน 36 ปี  
เอกสารถูกยื่นเรื่องเอกสารที่ส่งไปสำหรับพิจารณาใช้งานเพื่อขอรับสิทธิประโยชน์ ไม่จบแล้วแต่ยังไม่ไปยื่นประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งยังมีเหตุเปลี่ยนแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ซึ่งผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบกราฟิกและผลิตภัณฑ์ ได้ให้ความคิดเห็นและผลการวิเคราะห์ เพื่อนำไปพัฒนารูปแบบเพิ่มเติม ในส่วนข้อเสนอแนะกับรูปแบบที่ถูกคัดเลือก ในการนำไปพัฒนาต่อยอดให้เกิดความสมบูรณ์เกิดขึ้นในการการนำไปผลิตเป็นต้นแบบจริงต่อไป โดยสรุปเป็นตาราง ดังนี้

ตารางที่ 4.13 ตารางความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อแบบจำลองบอร์ดกราฟิก 3 รูปแบบ

ภาพประกอบ	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ	ประเด็นหลักการปรับปรุง
<p data-bbox="157 556 448 648">บอร์ดกราฟิก แบบจำลองที่ 1</p> 	<p data-bbox="502 556 968 1992">จากการสัมภาษณ์ ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญจากแบบสอบถาม มีดังนี้</p> <p data-bbox="502 605 968 871"><b>ด้านวัสดุ-อุปกรณ์</b> ความเป็นไปได้ในการผลิต ใช้โครงสร้างเหล็กกล่องและเหล็กเส้นแบน ที่เป็นเหล็กสำเร็จรูป หาได้ง่ายในท้องตลาด</p> <p data-bbox="502 886 968 1086"><b>ด้านความสวยงาม</b> ลวดลายกราฟิกดูสวยงาม สื่อถึงเรื่องเอกลักษณ์ในพื้นที่ได้ดี แต่ลวดลายกราฟิกดูน้อยเกินไปควรเพิ่มลวดลายให้มากกว่านี้</p> <p data-bbox="502 1101 968 1496"><b>ด้านความปลอดภัย</b> มีความปลอดภัยในระดับนี้ ควรลบคมในส่วนของลวดลายกราฟิก เนื่องจากมีมุมแหลมที่อาจเป็นอันตรายต่อผู้ใช้บริการได้</p> <p data-bbox="502 1511 968 1711"><b>กรรมวิธีการผลิต</b> การผลิตสามารถผลิตได้ง่าย เนื่องจากโครงสร้างเป็นเหล็กกล่องและเหล็กเส้นสำเร็จรูป ที่หาได้ง่าย</p> <p data-bbox="502 1726 968 1927"><b>ด้านความแข็งแรง</b> มีความแข็งแรงในระดับนี้ เนื่องจากโครงสร้างหลักเป็นเหล็ก ควรเพิ่มความหนาเหล็กเพื่อความคงทนในการใช้งาน</p> <p data-bbox="502 1942 968 1992"><b>ด้านประโยชน์ใช้สอย</b> ใช้เป็นบอร์ดกราฟิกประชาสัมพันธ์ได้ เนื่องจากลวดลายกราฟิกและรูปทรงน่าสนใจ โครงสร้างที่เป็นเหล็ก ใช้ได้ทั้งนอกและในอาคาร</p>	<p data-bbox="997 605 1288 698">เห็นด้วยในการนำไปพัฒนาและต่อยอด</p> <p data-bbox="997 778 1288 806"><b>ประเด็นหลัก</b></p> <p data-bbox="997 821 1288 1323">ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่านได้ให้แนวคิดหลักในทิศทางเดียวกันว่า ควรมีการเพิ่มลวดลายกราฟิกเข้าไปส่วนโครงสร้างและ รูปแบบมีเอกลักษณ์ที่ชัดเจนในการใช้ประชาสัมพันธ์ตลาดโบราณ บางพลี เหมาะสมในการนำไปพัฒนาเพิ่มเติม</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้ประโยชน์ในการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.13 (ต่อ)

ภาพประกอบ	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ	ประเด็นหลักการปรับปรุง
<p data-bbox="157 349 480 441">บอร์ดกราฟิก แบบจำลอง ที่ 2</p> 	<p data-bbox="509 349 969 668">จากการสัมภาษณ์ ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญจากแบบสอบถาม มีดังนี้ ด้านวัสดุ-อุปกรณ์ มีความเป็นไปได้ในการผลิต วัสดุหลักเป็นไม้อัดทำได้ง่ายตามท้องตลาด แต่วัสดุหลักที่เป็นแผ่นไม้อัดนั้นความแข็งแรงมีน้อย</p> <p data-bbox="509 676 969 894">ด้านความสวยงาม ลวดลายกราฟิกดูสวยงาม สื่อถึงเรื่องเอกลักษณ์ในพื้นที่ได้ดี แต่รูปแบบของบอร์ดดูธรรมดา ควรเพิ่มเติมส่วนต่างให้ดูน่าสนใจกว่านี้</p> <p data-bbox="509 903 969 1110">ด้านความปลอดภัย มีความปลอดภัยในระดับหนึ่ง ควรลบคมในส่วนของลวดลายกราฟิก เนื่องจากมีมุมแหลมที่อาจเป็นอันตรายต่อผู้ใช้บริการได้</p> <p data-bbox="509 1118 969 1401">กรรมวิธีการผลิต การผลิตสามารถผลิตได้ค่อนข้างยาก เนื่องจากโครงสร้างเป็นไม้ต้องใช้ช่างฝีมือแกะลายหรือต้องใช้การยิงเลเซอร์ซึ่งใช้ระยะเวลานาน และมีราคาสูง</p> <p data-bbox="509 1410 969 1681">ด้านความแข็งแรง มีความแข็งแรงในระดับหนึ่ง เนื่องจากโครงสร้างหลักเป็นไม้อัด ทำให้มีความแข็งแรงน้อย ในส่วนของลวดลายหากมีการเดินชน อาจทำให้เสียหายและชำรุดได้ง่าย</p> <p data-bbox="509 1690 969 1951">ด้านประโยชน์ใช้สอย ใช้เป็นบอร์ดกราฟิกประชาสัมพันธ์ได้ แต่เนื่องจากเป็นลักษณะบอร์ดแขวน จึงใช้ได้แค่ในส่วนของศูนย์ ประชาสัมพันธ์ ไม่สามารถนำไปใช้ในส่วนชุมทางเข้า และท้ายตลาด</p>	<p data-bbox="998 398 1285 495">ไม่เห็นด้วย ในการนำไปพัฒนาและต่อยอด</p> <p data-bbox="998 571 1285 614"><b>ประเด็นหลัก</b></p> <p data-bbox="998 623 1285 1228">ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่านได้ให้แนวคิดหลักในทิศทางเดียวกันว่า ด้วยความไม่เหมาะสมของวัสดุ และลักษณะรูปแบบของตัวบอร์ดกราฟิก โดยบอร์ดประชาสัมพันธ์ที่ดี ควรติดตั้งได้หลายพื้นที่ หากติดตั้งได้พื้นที่เดียวการประชาสัมพันธ์จะสื่อได้ไม่ทั่วถึง</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้การในงานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามแก้ไขตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.13 (ต่อ)

ภาพประกอบ	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ	ประเด็นหลักการปรับปรุง
<p data-bbox="157 351 480 441">บอร์ดกราฟิก แบบจำลอง ที่ 3</p> 	<p data-bbox="509 351 975 1509">จากการสัมภาษณ์ ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญจากแบบสอบถาม มีดังนี้ ด้านวัสดุ-อุปกรณ์ มีความเป็นไปได้ในการผลิต วัสดุหลักเป็นไม้อัด+เหล็กกลมหาได้ง่ายตามท้องตลาด แต่วัสดุหลักที่เป็นแผ่นไม้อัดนั้นความแข็งแรงมีน้อย ด้านความสวยงาม ลวดลายกราฟิกดูสวยงาม สื่อถึงเรื่องเอกลักษณ์ในพื้นที่ได้ดี ดูน่าสนใจ ควรเพิ่มเติมส่วนต่างๆให้ดูน่าสนใจกว่านี้ ด้านความปลอดภัย มีความปลอดภัยในระดับนี้ ควรลบคมในส่วนของลวดลายกราฟิก เนื่องจากมีมุมแหลมที่อาจเป็นอันตรายต่อผู้ใช้บริการได้ กรรมวิธีการผลิต การผลิตสามารถผลิตได้ค่อนข้างยาก เนื่องจากโครงสร้างเป็นไม้+เหล็ก ต้องใช้ช่างฝีมือแกะลายหรือต้องใช้การยิงเลเซอร์ซึ่งใช้ระยะเวลานานและมีราคาสูง อีกทั้งการประกอบโครงสร้างยังยุ่งยากเพราะเป็นการผสมกันของไม้และเหล็ก</p> <p data-bbox="509 1519 975 1966">ด้านความแข็งแรง มีความแข็งแรงในระดับนี้ เนื่องจากโครงสร้างหลักเป็นไม้อัด+เหล็ก ในส่วนของลวดลายหากมีการเดินชน อาจทำให้เสียหายและชำรุดได้ง่าย ด้านประโยชน์ใช้สอย ใช้เป็นบอร์ดกราฟิกประชาสัมพันธ์ได้ แต่เนื่องจากเป็นลักษณะบอร์ดมีขนาดใหญ่ จึงไม่เหมาะแก่การวางในพื้นที่จำกัด</p>	<p data-bbox="1004 398 1295 506">ไม่เห็นด้วย ในการนำไปพัฒนาและต่อยอด</p> <p data-bbox="1004 571 1295 1228"><b>ประเด็นหลัก</b> ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่านได้ให้แนวคิดหลักในทิศทางเดียวกันว่า ด้วยความไม่เหมาะสมของวัสดุ และลักษณะรูปแบบของตัวบอร์ดกราฟิก โดยบอร์ดประชาสัมพันธ์ที่ดี ควรติดตั้งได้หลายพื้นที่ หากติดตั้งได้พื้นที่เดียวการประชาสัมพันธ์จะสื่อได้ไม่ทั่วถึง</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2.2.4 นำข้อเสนอแนะที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญเข้าสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์กราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ โดยได้ข้อสรุป ดังนี้

(1) ผู้เชี่ยวชาญด้านออกแบบกราฟิกและผลิตภัณฑ์ 3 ท่านได้เห็นควรและเลือกรูปแบบที่ 1 เพื่อนำไปพัฒนาและผลิตเป็นต้นแบบต่อไป

(2) จากรูปแบบที่ 1 ผู้เชี่ยวชาญได้เสนอแนวทางแนะนำว่า ควรเพิ่มเติมลวดลายกราฟิกเอกลักษณ์หรืออัตลักษณ์ให้มากกว่านี้ โครงสร้างปรับให้มีความหนา เพื่อความสมดุลของรูปแบบ

(3) เห็นด้วยกับการนำเอาวัสดุสำเร็จรูป ที่หาได้ง่ายในท้องตลาดมาทำการผลิต ในกรณีที่มีการผลิตจำนวนมากจะทำให้วัสดุไม่ขาดแคลน

(4) เห็นด้วยกับการใช้สีสันทึบเป็นโทนของตลาดโบราณบางพลี โดยเป็นสีออกโทนสีเขียวเข้ม หรือสีเขียวโบราณ ดูกลมกลืนสอดคล้องกับพื้นที่ในตลาด

(5) เห็นด้วยกับโครงสร้างที่คล้ายกับประตูทางเข้าตลาดโบราณบางพลี ซึ่งรูปแบบสอดคล้องกับลวดลายกราฟิก ดูน่าสนใจ เหมาะกับการใช้ประชาสัมพันธ์ตลาด

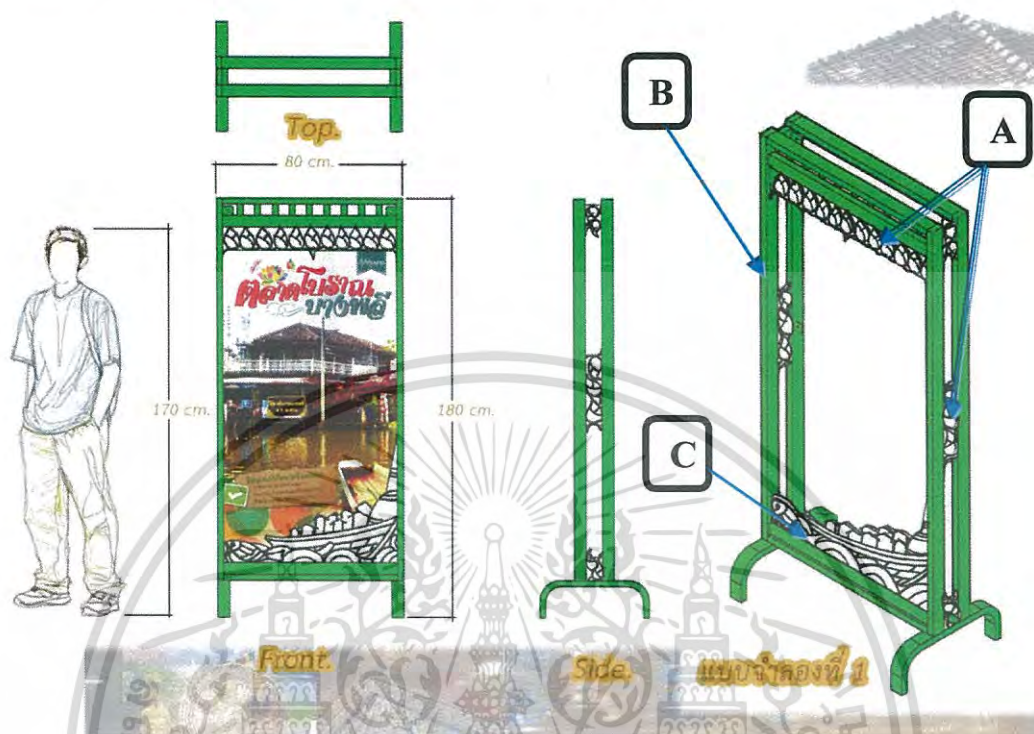
4.2.2.5 กระบวนการออกแบบ บอร์ดกราฟิกเพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ เพื่อนำไปสู่กระบวนการผลิตเป็นต้นแบบจริง โดยมีรายละเอียด ดังนี้



ภาพที่ 4.14 รูปแบบที่ถูกปรับปรุงตามแนวทางและข้อเสนอแนะแล้ว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่วางไว้สำหรับใช้ในการเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แรงบันดาลใจ (Inspiration) ในการออกแบบกราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ



ภาพที่ 4.15 รายละเอียดในการออกแบบบอร์ดกราฟิกประชาสัมพันธ์

ที่มา : กิตติพงศ์ ปลอดภัย (2 พฤษภาคม 2557)

ตารางที่ 4.14 แรงบันดาลใจในการออกแบบเอกลักษณ์ บอร์ดกราฟิกประชาสัมพันธ์

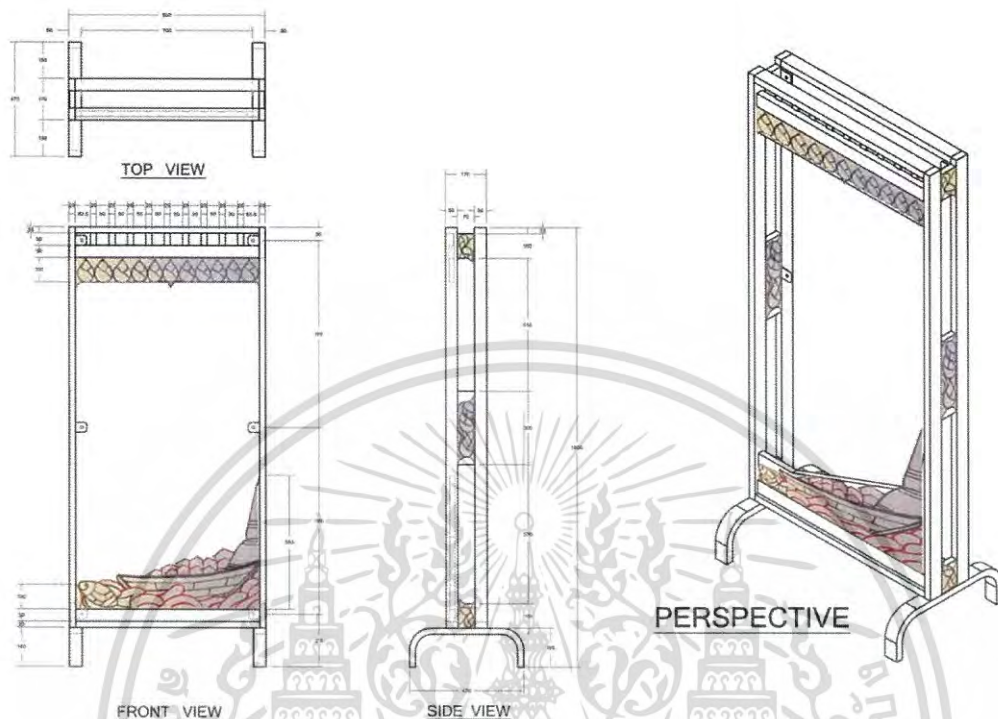
ตำแหน่ง	รายละเอียดของที่มา
<p>แรงบันดาลใจ A</p> 	<p>แรงบันดาลใจ A</p> <p>การออกแบบลวดลายกราฟิกในส่วนของแผงด้านหน้าของขอบบนและด้านข้างของตัวบอร์ด ได้แรงบันดาลใจมาจากดอกบัว ของประเพณีการโยน-รับบัวของชุมชนตลาดโบราณบางพลี โดยการใช้การลดทอนในส่วนรายละเอียด เหลือไว้ในส่วนของลายเส้นที่เป็นจุดเด่นของดอกบัว เพื่อสื่อถึง อัตลักษณ์ของประเพณีโยน-รับบัว ของชุมชนตลาดโบราณบางพลี ในส่วนของโทนสีใช้เขียวเข้ม หรือสีเขียวหัวเปิด เป็นสีโทนโบราณ ที่ดูกลมกลืนกับตลาดโบราณบางพลี</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.14 (ต่อ)

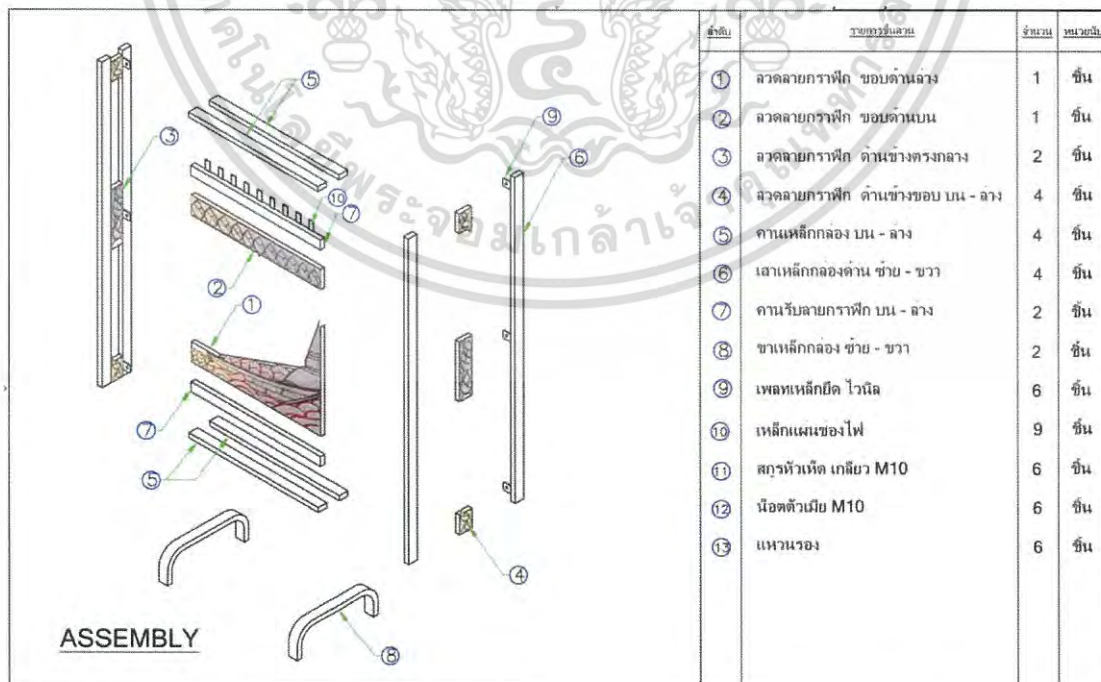
ตำแหน่ง	รายละเอียดของที่มา
<p data-bbox="157 297 350 329">แรงบันดาลใจ B</p>  	<p data-bbox="576 297 776 329">แรงบันดาลใจ B</p> <p data-bbox="576 351 1287 717">การออกแบบโครงสร้างของตัวบอร์ดกราฟิก ได้แรงบันดาลใจมาจากรูปแบบซุ้มประตูทางเข้า ตลาดโบราณบางพลี โดยตัดทอนในส่วนรายละเอียด คงไว้ในส่วนของโครงสร้างลายเส้นของซุ้มประตู เพื่อให้รูปทรงของบอร์ดมีความเหมาะสมและสอดคล้องกับตลาดโบราณบางพลี ในส่วนของโทนสีใช้เขียวเข้ม หรือสีเขียวหัวเบ็ด เป็นสีโทนโบราณ ที่ดูกลมกลืนกับตลาดโบราณบางพลี</p>
ตำแหน่ง	รายละเอียดของที่มา
<p data-bbox="157 1034 350 1067">แรงบันดาลใจ C</p>   	<p data-bbox="576 1034 776 1067">แรงบันดาลใจ C</p> <p data-bbox="576 1088 1287 1569">การออกแบบลวดลายกราฟิก ในส่วนของแผงด้านหน้าของขอบล่างของตัวบอร์ด ได้แรงบันดาลใจจาก อັตลักษณ์ของตลาดโบราณบางพลี ที่ลดทอนรายละเอียดและคงไว้ซึ่งจุดเด่นของลายเส้นกราฟิก นำมาสร้างเป็นเรื่องราว 3 แบบ จากนั้นนำกราฟิกที่ได้ทั้ง 3 แบบ มารวมกันลดทอนลายเส้น สร้างเป็นลายกราฟิก ที่เหมาะสมกับรูปแบบของตัวบอร์ดกราฟิก เพื่อสื่อถึง อັตลักษณ์ของ ตลาดโบราณบางพลี ในการประชาสัมพันธ์ ในส่วนของโทนสีใช้เขียวเข้ม หรือสีเขียวหัวเบ็ด เป็นสีโทนโบราณ ที่ดูกลมกลืนกับตลาดโบราณบาง</p> 

4.2.2.6 กระบวนการสร้างแบบผลิต บอร์ดกราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ โดยมีรายละเอียด ดังนี้



ภาพที่ 4.16 แสดงขนาดของ บอร์ดกราฟิกประชาสัมพันธ์

ที่มา : กิตติพงศ์ ปลอมขุนทด (2 พฤษภาคม 2557)



ภาพที่ 4.17 แสดงรายละเอียดชิ้นส่วนของ บอร์ดกราฟิกประชาสัมพันธ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารส่วนบุคคลที่จัดทำขึ้นเพื่อการเรียนการสอนเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2.2.7 ขั้นตอนในการผลิตต้นแบบกราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 4.15 แสดงขั้นตอนการผลิตต้นแบบบอร์ดกราฟิกประชาสัมพันธ์ ตลาดโบราณบางพลี

ลำดับที่	ภาพประกอบ	คำอธิบาย
1		<p>การทำต้นแบบเพื่อการผลิต ต้องมีการเขียนแบบเพื่อการผลิต หากชิ้นส่วนใด ต้องการเน้นเป็นพิเศษให้เขียนแบบผลิต มาตรฐานอัตราส่วน 1 : 1 ด้วย เพื่อความเรียบร้อยของชิ้นงาน</p>
2		<p>การเตรียมวัสดุ และชิ้นส่วนที่จะใช้ประกอบต้นแบบ โดยการเช็คแบบผลิต และตัดชิ้นส่วนให้ครบตามแบบผลิตกำหนด</p>
3		<p>ชิ้นส่วนที่มีกระบวนการเจาะ หรือตัดโค้ง ช่างต้องเช็คแบบให้ละเอียด ก่อน จากนั้นจึงทำการเจาะชิ้นส่วนและตัดโค้งชิ้นส่วนอื่นๆ ให้ครบตามแบบผลิตระบุ</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ตารางที่ 4.15 (ต่อ)

ลำดับที่	ภาพประกอบ	คำอธิบาย
4		<p>ทำการวางโครงสร้างทั้งหมด ให้เป็นรูปร่างตามแบบผลิต จากนั้นเชื่อมยึดในจุดต่างๆเข้าด้วยกันตามแบบระบุ จึงค่อยใช้เจียร์มือเก็บความเรียบร้อยของชิ้นงาน</p>
5		<p>ในส่วนของการลดสายกราฟิกที่ต้องการความเรียบร้อย ชัดเจน ผู้วิจัยต้องทำแบบผลิตอัตราส่วน 1 : 1 ให้ทางช่างผู้ผลิต เพื่อให้ชิ้นงานออกมาสมบูรณ์เรียบร้อย จากนั้นจึงเชื่อมติดกับตัวโครงบอร์ดในตอนท้าย</p>
6		<p>พ่นสีรองพื้นเพื่อกันสนิมและเช็กราคาให้เรียบร้อยรอให้แห้ง จากนั้น พ่นสีจริงเคลือบโดยการพ่นแบ่งเป็น 3 รอบเพื่อให้สีมีความคงทน สด และชัดเจน</p>
7		<p>ชิ้นงานต้นแบบที่สมบูรณ์ เรียบร้อยแล้ว</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อประเมินความพึงพอใจ กราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

4.3.1 ขั้นตอนการประเมินความพึงพอใจรูปแบบกราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ดังนี้

4.3.1.1 ผู้วิจัยได้นำผลงานการออกแบบจำลองไปให้ผู้เชี่ยวชาญด้านประเมินความพึงพอใจในบอร์ดกราฟิก ประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวตลาดโบราณบางพลี ประเมินโดยสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจในรูปแบบของบอร์ดกราฟิก ประชาสัมพันธ์ แบ่งค่าคะแนนเป็น 5,4,3,2,1 ตามลำดับคะแนน แบบมีโครงสร้างแล้ววิเคราะห์ ผลการแสดงความคิดเห็น โดยผู้เชี่ยวชาญด้านประเมินความพึงพอใจในตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ดังนี้

(1) ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ เจ้าหน้าที่ทางภาครัฐ ที่เกี่ยวข้องดูแลตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งการเลือกกลุ่มตัวอย่างทางผู้วิจัยใช้การเลือกตัวอย่างประชากรโดยไม่อาศัยหลักความน่าจะเป็น (Nonprobability sampling) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างตามเกณฑ์หรือตามวัตถุประสงค์ (Judgement or Purposive sampling) ซึ่งผู้วิจัยพิจารณาแล้วว่าสามารถเป็นตัวแทนกลุ่มประชากรที่ดีสามารถอ้างอิงหรืออนุมาน (Make Inference) ได้ผู้เชี่ยวชาญรวมทั้งหมด 3 คน (N=3) ได้แก่

(1.1) ดร.พัฒน์พงศ์ จงรักดี

ตำแหน่ง นายกเทศมนตรีตำบลบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ



ภาพที่ 4.18 ประเมินความพึงพอใจจากผู้เชี่ยวชาญ ดร.พัฒน์พงศ์ จงรักดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อใช้ในการศึกษาเท่านั้น อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ที่มา : ถ่ายภาพโดย กิตติพงศ์ ปโลมขุนทด (14 พฤษภาคม 2557)  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมีเหตุดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## (1.2) นายช่ออม สังข์ทอง

ตำแหน่ง รองนายกเทศมนตรีตำบลบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ



ภาพที่ 4.19 ประเมินความพึงพอใจจากผู้เชี่ยวชาญ นายช่ออม สังข์ทอง  
ที่มา : ถ่ายภาพโดย กิตติพงศ์ ปลอมขุนทด (14 พฤษภาคม 2557)

## (1.3) นางสาว ศรีประภา ราษฎร์อน

ตำแหน่ง นักวิชาการประชาสัมพันธ์ 6ว. จังหวัดสมุทรปราการ



ภาพที่ 4.20 ประเมินความพึงพอใจจากผู้เชี่ยวชาญ นางสาว ศรีประภา ราษฎร์อน  
ที่มา : ถ่ายภาพโดย กิตติพงศ์ ปลอมขุนทด (14 พฤษภาคม 2557)  
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้เฉพาะเพื่อการจัดซื้อของเท่านั้น โปรดอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมีเหตุดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลการประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบกราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ จำนวนทั้งสิ้น 3 คน (N=3) มีค่าระดับความคิดเห็นความพึงพอใจ ดังแสดงในตารางที่ 4.15

ตารางที่ 4.16 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลการประเมินความพึงพอใจของผู้เชี่ยวชาญและเจ้าหน้าที่ดูแลในตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ (N=3)

ที่	คุณลักษณะความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น		
		$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
<b>ให้ภาพลักษณ์ที่ดีต่อตลาดโบราณ บางพลี</b>				
1	ลวดลาย และรูปทรง มีความสวยงาม	4.67	0.57	มากที่สุด
2	ลวดลาย รูปทรงเหมาะสม สอดคล้องกับสถานที่	4.67	0.57	มากที่สุด
	ค่าเฉลี่ย	4.67	0.57	มากที่สุด
<b>มีความสะอาดตาเป็นเอกลักษณ์</b>				
1	รูปทรงสื่อถึงความเป็นเอกลักษณ์ของตลาดโบราณบางพลี	4.33	0.57	มากที่สุด
2	ลวดลายกราฟิกสื่อถึงความเป็นเอกลักษณ์ของตลาดโบราณบางพลี	4.67	0.57	มากที่สุด
	ค่าเฉลี่ย	4.50	0.57	มากที่สุด
<b>องค์ประกอบเหมาะสม สวยงาม</b>				
1	ขนาดสัดส่วนของตัวบอร์ดประชาสัมพันธ์ เหมาะสมสวยงาม	4.33	0.57	มากที่สุด
2	ขนาดสัดส่วนของกราฟิกประชาสัมพันธ์ เหมาะสมสวยงาม	4.67	0.57	มากที่สุด
3	สีของบอร์ดประชาสัมพันธ์ สวยงาม ดูกลมกลืน ไม่ขัดตา	4.67	0.57	มากที่สุด
	ค่าเฉลี่ย	4.56	0.57	มากที่สุด
<b>สอดคล้องกับเป้าหมาย</b>				
1	สามารถใช้ในการประชาสัมพันธ์ ภายในตลาดโบราณบางพลี ได้จริง	4.67	0.57	มากที่สุด
2	รูปแบบมีความเหมาะสมในการผลิต	4.33	0.57	มากที่สุด
3	วัสดุมีความคงทน เหมาะสมกับสถานที่	4.33	0.57	มากที่สุด
	ค่าเฉลี่ย	4.44	0.57	มากที่สุด
	ค่าเฉลี่ยรวม	4.54	0.57	มากที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.3.1.2 จากตารางที่ 4.15 พบว่าระดับความพึงพอใจของผู้เชี่ยวชาญและเจ้าหน้าที่ดูแลในตลาดโบราณบางพลี มีความคิดเห็นต่อรูปแบบกราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวตลาดโบราณบางพลี โดยผลการวิเคราะห์สามารถแบ่งได้ตามหัวข้อ ดังนี้

(1) ให้ภาพลักษณ์ที่ดีต่อตลาดโบราณบางพลี มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ( $\bar{x} = 4.67$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ (S.D. = 0.57) แปลความหมายว่า มีความพึงพอใจในระดับ มากที่สุด และในแต่รายข้อสามารถวิเคราะห์ผลโดยเรียงลำดับจากมากที่สุดไปยังน้อยที่สุด ได้ดังนี้

(1.1) ลวดลายรูปทรงมีความสวยงาม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ( $\bar{x} = 4.67$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ (S.D. = 0.57) แปลความหมายว่า พึงพอใจในระดับ มากที่สุด

(1.2) ลวดลายรูปทรงเหมาะสม สอดคล้องกับสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ( $\bar{x} = 4.67$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ (S.D. = 0.57) แปลความหมายว่า พึงพอใจในระดับ มากที่สุด

(2) มีความสะอาดตาเป็นเอกลักษณ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ( $\bar{x} = 4.50$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ (S.D. = 0.57) แปลความหมายว่า มีความพึงพอใจในระดับ มากที่สุด และในแต่รายข้อสามารถวิเคราะห์ผลโดยเรียงลำดับจากมากที่สุดไปยังน้อยที่สุด ได้ดังนี้

(2.1) รูปทรงสื่อถึงความเป็นเอกลักษณ์ของตลาดโบราณบางพลี มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ( $\bar{x} = 4.33$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ (S.D. = 0.57) แปลความหมายว่า พึงพอใจในระดับ มากที่สุด

(2.2) ลวดลายกราฟิก สื่อถึงความเป็นเอกลักษณ์ของตลาดโบราณบางพลี มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ( $\bar{x} = 4.67$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ (S.D. = 0.57) แปลความหมายว่า พึงพอใจในระดับ มากที่สุด

(3) องค์ประกอบเหมาะสมสวยงาม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ( $\bar{x} = 4.56$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ (S.D. = 0.57) แปลความหมายว่า มีความพึงพอใจในระดับ มากที่สุด และในแต่รายข้อสามารถวิเคราะห์ผลโดยเรียงลำดับจากมากที่สุดไปยังน้อยที่สุด ได้ดังนี้

(3.1) ขนาดสัดส่วนของตัวบอร์ดประชาสัมพันธ์ มีความเหมาะสมสวยงาม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ( $\bar{x} = 4.33$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ (S.D. = 0.57) แปลความหมายว่า พึงพอใจในระดับ มากที่สุด

(3.2) ขนาดสัดส่วนของกราฟิกประชาสัมพันธ์ เหมาะสม สวยงาม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ( $\bar{x} = 4.67$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ (S.D. = 0.57) แปลความหมายว่า พึงพอใจในระดับ มากที่สุด

(3.3) สีของบอร์ดประชาสัมพันธ์ สวยงาม ดูกลมกลืน ไม่ขัดตา มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ( $\bar{x} = 4.67$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ (S.D. = 0.57) แปลความหมายว่า พึงพอใจในระดับ มากที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(4) สอดคล้องกับเป้าหมายมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ( $\bar{x} = 4.44$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน อยู่ที่ (S.D. = 0.57) แปลความหมายว่า มีความพึงพอใจในระดับ มากที่สุด และในแต่รายข้อสามารถวิเคราะห์ผลโดยเรียงลำดับจากมากที่สุดไปยังน้อยที่สุด ได้ดังนี้

(4.1) สามารถใช้ในการประชาสัมพันธ์ ภายในตลาดโบราณบางพลี ได้จริง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ( $\bar{x} = 4.67$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ (S.D. = 0.57) แปลความหมายว่า พึงพอใจในระดับ มากที่สุด

(4.2) รูปแบบมีความเหมาะสมในการผลิต มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ( $\bar{x} = 4.33$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ (S.D. = 0.57) แปลความหมายว่า พึงพอใจในระดับ มากที่สุด

(4.3) วัสดุมีความคงทน เหมาะสมกับสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ( $\bar{x} = 4.33$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ (S.D. = 0.57) แปลความหมายว่า พึงพอใจในระดับ มากที่สุด



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 5

# สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การออกแบบกราฟิกเพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการสรุปผลการวิจัย อภิปรายและข้อเสนอแนะ ได้ดังนี้

### 5.1 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

5.1.1 เพื่อศึกษาแนวทางการออกแบบ กราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

5.1.2 เพื่อออกแบบ กราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

5.1.3 เพื่อประเมินความพึงพอใจ กราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

### 5.2 ขอบเขตของการวิจัย

ในการศึกษาและออกแบบกราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยดังนี้

5.2.1 ขอบเขตในการศึกษาแนวทางการออกแบบกราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ผู้วิจัยแบ่งหัวข้อ ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

5.2.1.1 กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

- (1) กลุ่มประชากร คือเจ้าหน้าที่ท่องเที่ยวประจำตลาดโบราณบางพลี
- (2) กลุ่มตัวอย่าง คือ เจ้าหน้าที่ท่องเที่ยวประจำตลาดโบราณบางพลี

จำนวน 3 คนแบบเจาะจง

5.2.1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เพื่อศึกษาแนวทางการออกแบบกราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ เครื่องมือที่ใช้ ในการวิจัย ได้แก่

- (1) ศึกษาข้อมูลขั้นปฐมภูมิ จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- (2) ศึกษาข้อมูลจากผู้ชำนาญการ และผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว ด้วย

วิธีการสัมภาษณ์ แบบเปิดกว้างในการตอบคำถาม เพื่อมองหาความสำคัญหรือ ความน่าสนใจของ

เอกสารประกอบการออกแบบและกระบวนการสร้างงาน จากนั้นจึงค่อยตีกรอบข้อคำถามให้แคบลง เพื่อให้  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ครอบคลุมวัตถุประสงค์การวิจัย การกำหนดข้อคำถามโดยเกิดจากการทบทวน ข้อมูล การศึกษา ทฤษฎีแนวคิดที่เกี่ยวข้อง ใช้การจดบันทึกและกล้องถ่ายภาพ เพื่อบันทึก ร่วมด้วย

5.2.2 ขอบเขตในการออกแบบกราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวตลาด โบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ผู้วิจัยแบ่งหัวข้อ ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

#### 5.2.2.1 กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

- (1) กลุ่มประชากร คือ นักออกแบบด้านผลิตภัณฑ์และกราฟิก
- (2) กลุ่มตัวอย่าง คือ นักออกแบบด้านผลิตภัณฑ์และกราฟิก จำนวน 3 คน

แบบเจาะจง

#### 5.2.2.2 กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

- (1) กลุ่มประชากร คือ ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบ
- (2) กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ทรงคุณวุฒิทางการออกแบบจำนวน 3 คนแบบ

เจาะจง

#### 5.2.2.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เพื่อออกแบบ กราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวตลาด โบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ เครื่องมือที่ใช้ ในการวิจัย ได้แก่

(1) แบบประเมินความคิดเห็นจากผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อการ ออกแบบกราฟิกและผลิตภัณฑ์ แบ่งเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ทางด้านประโยชน์ใช้สอย ความสวยงาม และ ด้านความเหมาะสม ด้านวัตถุประสงค์

5.2.3 ขอบเขตในประเมินความพึงพอใจของกราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ผู้วิจัยแบ่งหัวข้อ ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

#### 5.2.3.1 กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

- (1) กลุ่มประชากร คือ เจ้าหน้าที่ผู้ดูแลชุมชนตลาดโบราณ บางพลี
- (2) กลุ่มตัวอย่าง คือ เจ้าหน้าที่ผู้ดูแลชุมชนตลาดโบราณ บางพลี จำนวน 3

คนแบบเจาะจง

5.2.3.2 ตัวแปรต้น คือ รูปแบบของกราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวตลาดโบราณบางพลี ที่ได้รับการออกแบบและพัฒนาใหม่

5.2.3.3 ตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจของผู้เชี่ยวชาญในด้านการท่องเที่ยวและ เจ้าหน้าที่ผู้ดูแลตลาด ที่มีต่อกราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวตลาดโบราณบางพลี

## 5.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยตามวัตถุประสงค์มีดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.3.1 เพื่อศึกษาแนวทางการออกแบบกราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยว ตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ เครื่องมือที่ใช้ ในการวิจัย ได้แก่

5.3.1.1 ศึกษาข้อมูลขั้นปฐมภูมิ จากการศึกษาเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

5.3.1.2 ศึกษาข้อมูลจากผู้ชำนาญการและผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว ด้วยวิธีการสัมภาษณ์แบบเปิดกว้างในการตอบคำถาม เพื่อมองหาความสำคัญหรือความน่าสนใจของกระบวนการออกแบบและกระบวนการสร้างงาน จากนั้นจึงค่อยตีกรอบ ข้อคำถามให้แคบลง เพื่อให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์การวิจัย การกำหนดข้อคำถามโดยเกิดจากการทบทวนข้อมูล ศึกษาทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง ใช้การจดบันทึกและกล้องถ่ายภาพ เพื่อบันทึก ร่วมด้วย

5.3.2 เพื่อออกแบบกราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ เครื่องมือที่ใช้ ในการวิจัย ได้แก่

5.3.2.1 แบบประเมินความคิดเห็น จากผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญ ที่มีต่อการออกแบบกราฟิกและผลิตภัณฑ์ แบ่งเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ทางด้านประโยชน์ใช้สอย ความสวยงาม และด้านความเหมาะสม ด้านวัตถุประสงค์การผลิต

5.3.3 เพื่อประเมินความพึงพอใจของกราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยว ตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่

5.3.3.1 แบบประเมินความพึงพอใจ เจ้าหน้าที่ผู้ดูแลชุมชนตลาดโบราณ บางพลี และนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวตลาดโบราณบางพลีที่มีต่อ กราฟิกประชาสัมพันธ์ตลาดโบราณบางพลี แบ่งเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ทางด้านประโยชน์ใช้สอย ความสวยงาม และด้านความเหมาะสม

## 5.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

5.4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลจากการบันทึกที่ได้จากการลงพื้นที่จริง การบันทึกภาพจากพื้นที่จริง และการสัมภาษณ์ และบันทึกภาพของผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญ แล้วนำไปวิเคราะห์เชิงตรรกวิทยา เพื่อสังเคราะห์เป็นแนวทางในการออกแบบ กราฟิกเพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

5.4.2 วิเคราะห์ข้อมูลแบบประเมินความคิดเห็นที่มีต่อภาพจำลอง การกราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ จากผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญโดย เสนอเป็นตารางประกอบคำบรรยาย

5.4.3 วิเคราะห์ข้อมูลแบบประเมินความพึงพอใจ จากผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญ ที่มีต่อผลิตภัณฑ์ต้นแบบ กราฟิกเพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ โดยหาค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) และหาค่าเฉลี่ยเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เสนอเป็นตารางประกอบคำบรรยาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.4.4 เพื่อหาแนวทางในการออกแบบ กราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยว ตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในลักษณะการบรรยาย อธิบายผลของการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปผลที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูล ให้เกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

## 5.5 สรุปผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาและหาแนวทางการออกแบบกราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ เพื่อใช้ประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยว มีความสอดคล้องกับพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว และมีเอกลักษณ์ของแหล่งชุมชนตลาดโบราณบางพลี ซึ่งผู้วิจัยได้รวบรวมเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากการสังเกตของผู้วิจัย การจดบันทึก การถ่ายภาพ แบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง และการประเมินผลโดยผู้เชี่ยวชาญ ด้านการออกแบบและผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาวิเคราะห์เป็นผลงาน

สรุปเป็นผลงานการออกแบบ กราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ประกอบด้วย

“บอร์ดกราฟิก ประชาสัมพันธ์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ตลาดโบราณบางพลี”

โดยนำข้อมูลจากการศึกษา นำมาสรุปผลและทำการวิเคราะห์ เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการออกแบบดังนี้

5.5.1 ด้านวัสดุและอุปกรณ์ เป็นเหล็กกล่อง ขนาด 2 นิ้วคูณ 1 นิ้ว หนา 3 มิลลิเมตร และเหล็กแผ่น 1 นิ้ว หนา 3 มิลลิเมตร เป็นวัสดุที่หาได้ง่ายในท้องตลาด สามารถผลิตได้ในกระบวนการผลิตในระบบอุตสาหกรรม เป็นวัสดุที่ทนต่อสภาพดินฟ้าอากาศและเหมาะสมกับการจัดวางทั้งในพื้นที่ตลาดและภายนอกอาคาร หากมีการพ่นสีรองพื้นกันสนิม และพ่นซ้ำด้วยสีทากายนอก ส่วนอุปกรณ์ยึดตัวป้ายกับบอร์ดคือ น๊อต สกรูและแหวนรองขนาดเกลียว 10 มิลลิเมตรมีความแข็งแรงสูง

5.5.2 ด้านประโยชน์ใช้สอย บอร์ดกราฟิก มีโครงสร้างที่สอดคล้องกับประโยชน์ใช้สอยในพื้นที่ ที่จำกัดสามารถใช้ในการประชาสัมพันธ์ได้จริง โดยเน้นการประชาสัมพันธ์ในด้านประวัติความเป็นมาของตลาด ข่าวสารของตลาดโบราณบางพลี เกี่ยวกับช่วงงานเทศกาลต่างๆ ให้แก่นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชมได้ทราบ

5.5.3 ความแข็งแรง ลักษณะโครงสร้างของบอร์ดกราฟิก มีความแข็งแรงสูง โดยวัสดุหลักที่ใช้เป็นเหล็กกล่องที่นิยมใช้กับงานที่ต้องการโครงสร้างที่แข็งแรง

5.5.4 กรรมวิธีการผลิต รูปแบบและโครงสร้างของบอร์ดกราฟิกไม่ซับซ้อนทำให้ง่ายต่อการผลิตและยังสามารถผลิตในระบบอุตสาหกรรมได้

5.5.5 ด้านความปลอดภัย ตัวบอร์ดกราฟิกมีการเคลือบโครงสร้างด้วยสีเคลือบกันสนิม และตัดทอนความแหลมคมของโครงสร้างตัวบอร์ดกราฟิกออก เพื่อให้เกิดความปลอดภัยต่อกลุ่มผู้บริโภค

5.5.6 ด้านความสวยงาม บอร์ดกราฟิก เน้นเรื่องโครงสร้างที่มีความสวยงาม และมีแรงบันดาลใจในเรื่องของเอกลักษณ์ โดยรูปแบบโครงสร้างได้แรงบันดาลใจจาก ชุมประตู่ทางเข้าตัวตลาด ลวดลายกราฟิกบนตัวบอร์ด เน้นขนบธรรมเนียมประเพณีในพื้นที่ และการดำรงชีวิต ซึ่งมีรูปแบบที่ชัดเจน นำมาออกแบบด้านความสวยงาม มีที่มาที่ไป ให้เกิดความสวยงาม โดยใช้หลักการออกแบบว่าด้วยการลดทอน ออกมาเป็นลวดลายที่สื่อถึง อัตลักษณ์ของตลาดโบราณบางพลี

## 5.6 อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาและออกแบบ กราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ ตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ จากการศึกษาวิจัยลงพื้นที่ศึกษา ตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ พบปัญหาความไม่พร้อมของสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ ภายในตลาดโบราณบางพลี ส่งผลถึงการประชาสัมพันธ์ตลาดโบราณบางพลี นั้นไม่ได้ประสิทธิภาพอย่างเต็มที่เต็มที่ โดยการศึกษาและวิเคราะห์ปัญหาของผู้วิจัย ได้นำการวิเคราะห์การออกแบบ คือ SWOT (Swot analysis) มาวิเคราะห์สภาพจริงซึ่งเชื่อมโยงไปสู่วิธีการแก้ปัญหาในงานออกแบบ โดยได้แนวทางในการออกแบบ เป็นผลการวิเคราะห์ ได้แก่ บอร์ดกราฟิก ประชาสัมพันธ์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ตลาดโบราณบางพลี โดยคำนึงถึงความสอดคล้องกับพื้นที่ตลาดโบราณบางพลี ทั้งในด้านความสวยงามกลมกลืน ประโยชน์ใช้สอย และด้านการผลิต เมื่อผู้วิจัยทำการออกแบบบอร์ดกราฟิกโดยการสร้างภาพจำลองเป็น บอร์ดกราฟิกประชาสัมพันธ์ ทั้งสิ้น 3 รูปแบบ นำไปสัมภาษณ์ความคิดเห็นกับผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ได้ผลการวิเคราะห์สรุปเป็นผลงานการออกแบบเป็น บอร์ดกราฟิก แบบที่ 1 โดยที่คณะของผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับการออกแบบบอร์ดกราฟิก นี้เป็นเพียงการอาศัยประสบการณ์เดิมจากความเชี่ยวชาญ ในการตัดสินใจคุณลักษณะที่เหมาะสมของรูปแบบ บอร์ดกราฟิก ทั้ง 3 รูปแบบ ซึ่งการได้สัมผัสหรือทดลองใช้งานจริงของบอร์ดกราฟิกนั้น ผู้เชี่ยวชาญได้ให้ข้อเสนอแนะว่าจะเป็นตัววัดคุณภาพ ของรูปแบบที่เหมาะสมในงานออกแบบบอร์ดกราฟิก ที่ดีกว่าการมองภาพจำลอง และหลังจากผู้วิจัยได้ทำการผลิตต้นแบบและนำชิ้นงานเข้าประเมินความพึงพอใจกับผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวและเจ้าหน้าที่ผู้ดูแลตลาดโบราณบางพลี เพื่อนำข้อบกพร่องมาแก้ไขปรับปรุงนั้น ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่านต่างมีความคิดเห็นไปในทางเดียวกันว่าผลงานอยู่ในเกณฑ์ที่สวยงาม เข้าใจง่าย สามารถใช้ประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมการท่องเที่ยวได้ดี มีความชัดเจน สามารถสามารถนำไปใช้ได้จริง ซึ่งสอดคล้องกับสามพร มณีไม่ตรีจิต (2539) กล่าวว่า วัฒนธรรม ที่เป็นวัตถุหรือมีลักษณะที่เป็นรูปธรรมที่จะนำมาพัฒนาให้เป็นจุดสนใจแก่นักท่องเที่ยว นั้น ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ศาสนสถาน งานศิลปกรรม สถาปัตยกรรม นาฏศิลป์และการละเล่นพื้นบ้าน งานเทศกาล งานประเพณี งานศิลปหัตถกรรม และสินค้าท้องถิ่น ตลอดจนวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนชุมชน โดยในการประเมินความพึงพอใจ ด้านให้ภาพลักษณ์ที่ดีต่อตลาดโบราณบางพลี มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ( $\bar{x} = 4.67$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ (S.D. = 0.57) แปล

ความหมายว่า มีความพึงพอใจในระดับ มากที่สุด การประเมินความพึงพอใจ ด้านความสะอาดความเป็นระเบียบเรียบร้อยของสถานที่ ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เอกลักษณ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ( $\bar{x} = 4.50$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ (S.D. = 0.57) แปลความหมายว่า มีความพึงพอใจในระดับ มากที่สุด การประเมินความพึงพอใจด้าน องค์ประกอบเหมาะสม สวยงาม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ( $\bar{x} = 4.56$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ (S.D. = 0.57) แปลความหมายว่า มีความพึงพอใจในระดับ มากที่สุด การประเมินความพึงพอใจด้าน สอดคล้องกับเป้าหมาย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ( $\bar{x} = 4.44$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ (S.D. = 0.57) แปลความหมายว่า มีความพึงพอใจในระดับ มากที่สุด แสดงถึงความสอดคล้องในรูปแบบและลวดลายกราฟิกของบอร์ดกราฟิก ประชาสัมพันธ์ ที่สามารถสื่อถึงเอกลักษณ์ ความเป็นตลาดโบราณบางพลีได้อย่างชัดเจน ในการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวได้อย่างชัดเจน

สิ่งที่ได้จากงานวิจัยชิ้นนี้คือกระบวนการคิดในการออกแบบที่มีลำดับขั้นตอนที่ชัดเจน ตรงกับข้อมูลด้านการออกแบบซึ่งเป็นข้อมูลทางทฤษฎี ผ่านระเบียบวิธีวิจัย ผ่านผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบและผู้ทรงคุณวุฒิที่มีประสบการณ์ตรง จึงเป็นข้อสรุปทั้งหมดที่มาจากการปฏิบัติงานจริง หากจะนำงานวิจัยเรื่องนี้ไปใช้ประโยชน์ ผู้วิจัยมีความคิดว่าการวิจัยที่มีลำดับและขั้นตอน ทั้งทางทฤษฎีและการออกแบบ อันเป็นโครงสร้างหลักในการสร้างชิ้นงาน สามารถยึดถือเป็นสูตรสำเร็จได้และยังสามารถนำไปใช้ในการออกแบบกราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวหรือตลาดโบราณที่อื่นได้

## 5.7 ข้อเสนอแนะในการวิจัย

### 5.7.1 ข้อเสนอแนะเพื่อการนำผลการวิจัยไปใช้

การศึกษาและออกแบบกราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ มีข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ดังนี้

5.7.1.1 สามารถนำแนวทางการออกแบบ กราฟิกเพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ไปใช้เป็นแนวทางการออกแบบหรือพัฒนาบอร์ดกราฟิก ประชาสัมพันธ์ ในตลาดโบราณข้างเคียงอื่นๆได้

5.7.1.2 ในการวิจัยนอกจากการคำนึงถึงหลักการออกแบบแล้ว ควรคำนึงและให้ความสำคัญถึง เครื่องมือ เครื่องจักร และช่างในพื้นที่ท้องถิ่นเป็นหลักด้วย

### 5.7.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาและออกแบบกราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ มีข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไปดังนี้

5.7.2.1 รูปทรงทางธรรมชาติมีเป็นจำนวนมาก ในชุมชนหรือท้องถิ่นนั้นๆ ในการนำมาใช้ควรศึกษารูปทรงให้มาก เพราะเป็นประโยชน์ในการออกแบบเป็นอย่างมาก แต่ทั้งนี้ควรนึก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พิจารณาถึงความเหมาะสมกับงานออกแบบ ที่จะนำมาใช้ผลิตจริงในเรื่องของวัสดุ ขั้นตอนการผลิต และเทคนิคในการผลิตจริงด้วย


5.7.2.2 ควรศึกษาข้อมูลในส่วนของวัฒนธรรมและประเพณีความเป็นมาของชาวจีน บริเวณตลาดโบราณบางพลีด้วย เนื่องจากแต่เดิม บริเวณนี้เป็นชุมชนชาวจีนที่ทำการค้าโดยการนำ ของจำเป็นต่างๆมาแลกเปลี่ยนหรือซื้อขายกัน ทำให้บริเวณตลาดโบราณบางพลีนี้ มีวัฒนธรรมชาวจีน ผสมผสานอยู่ด้วย

5.7.2.3 รูปแบบของบอร์ดกราฟิก ควรมีฟังก์ชันการใช้งานให้หลากหลายกว่านี้ เช่น ควรมีช่องเสียบใบปลิว แผ่นพับ เพื่อเพิ่มรูปแบบการประชาสัมพันธ์ให้หลากหลายมากยิ่งขึ้น ควรมีการทำสื่อประชาสัมพันธ์ ที่รองรับได้ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ คือบอร์ดสามารถสื่อความหมายได้ทั้ง ภาษาไทย และภาษาสากล เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการประชาสัมพันธ์ให้ดียิ่งขึ้น

5.7.2.4 การเพิ่มอุปกรณ์เสริมที่จะช่วยให้ตัว บอร์ดกราฟิกและโปสเตอร์ที่ใช้ในการ ประชาสัมพันธ์ โดดเด่นมากยิ่งขึ้น เช่นไฟ LED เน้นจุดสนใจภายในบอร์ดกราฟิก ไฟดาวไลท์ ที่ช่วย เน้นแสงสว่างภายในบอร์ด เพื่อดึงดูดสายตาแก่นักท่องเที่ยวที่เดินเที่ยวผ่านไปมา ในตลาดโบราณบาง พลี จังหวัดสมุทรปราการ

## บรรณานุกรม

- ชยนันต์ ชูติกาโม. 2554. การออกแบบเลขนศิลป์สิ่งแวดล้อมสำหรับสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรในประเทศไทย. กรุงเทพฯ : คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ดวงฤทัย อารังโชติ. 2550. การออกแบบบรรจุภัณฑ์. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- ธีราภรณ์ นกแก้ว. 2556. การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์: กรณีศึกษาตลาดน้ำวัดไทร กรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ : วิทยาลัยนวัตกรรมการ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2548. การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. กรุงเทพฯ : เพรส แอนด์ ดีไซน์.
- ปาพจน์ หนูนกัถิ. 2553. หลักการและกระบวนการออกแบบงานกราฟิกดีไซน์. กรุงเทพฯ : ไอดีซีพีริเมียร์.
- พงษ์ศักดิ์ ไชยทิพย์. 2555. เทคนิคการออกแบบกราฟิก. กรุงเทพฯ : ไอดีซีพีริเมียร์.
- วิวัฒน์ชัย บุญภักดิ์. 2537. วัฒนธรรมพื้นบ้าน : ทรัพยากรการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่ง. กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- ศูนย์วิจัยและพัฒนาอุตสาหกรรมเซรามิก กรมวิทยาศาสตร์บริการ. 2546. เซรามิก. กรุงเทพฯ : กรมวิทยาศาสตร์.
- สภาวัฒนธรรม จังหวัดสมุทรปราการ. 2540. ของดีเมืองสมุทรปราการ. กรุงเทพฯ : บิ๊กไอเดียคัมพูโลท์.
- เสถียร โภเศษ นาคะประทีป. 2515. ความรู้เรื่องวัฒนธรรม. กรุงเทพฯ : อมรการพิมพ์.
- เสนห์ นครสันติภาพ. 2541. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านวัฒนธรรมไทยเกี่ยวกับค่านิยมพื้นฐานของนักศึกษาสถาบันราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา. กรุงเทพฯ : วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สามพร มณีไมตรีจิต. 2539. วัฒนธรรม รูปธรรมที่พัฒนาให้เป็นจุดสนใจแก่นักท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : อมรการพิมพ์
- สุรางค์ศรี พวงมะลิ และนักวิชาการวัฒนธรรมจังหวัดเพชรบุรี. 2552. วัฒนธรรมจังหวัดเพชรบุรี. เพชรบุรี : กรมส่งเสริมวัฒนธรรม.
- สุพัตรา สุภาพ. 2536. สังคมและวัฒนธรรมไทย ค่านิยมไทย ค่านิยมครอบครัว ศาสนา ประเพณี. พิมพ์ครั้งที่5. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- อุดมศักดิ์ สาริบุตร. 2549. เทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- [Online]. Available : <http://www.Google/เทคนิคการออกแบบกราฟิก.com> : 2555.
- [Online]. Available : <http://www.Archcommunitydevelopment.com> : 2555.
- [Online]. Available : <http://www.Google/Designbasic.com> : 2552
- [Online]. Available : <http://www.photocontour.com> : 2556.



ภาคผนวก  
ภาคผนวก ก กราฟิก ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ ตลาดโบราณ ที่ได้ออกแบบ  
ภาคผนวก ข เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย  
ภาคผนวก ค หนังสือราชการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



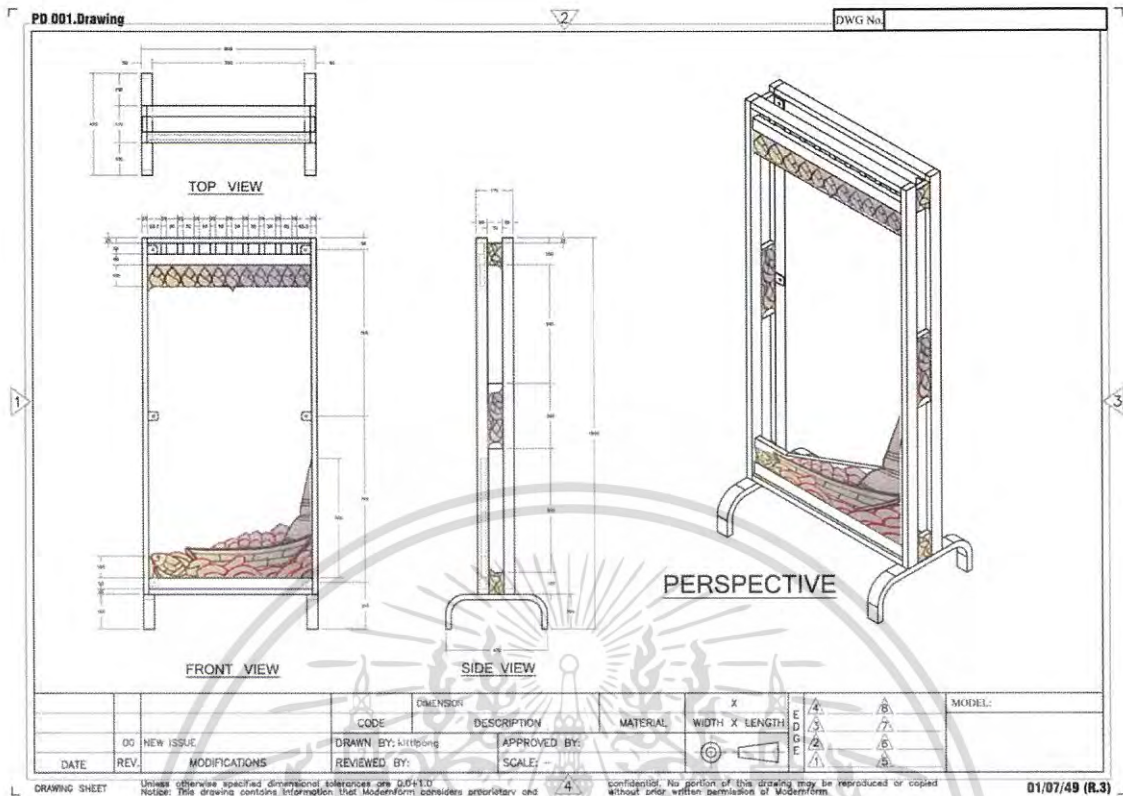
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



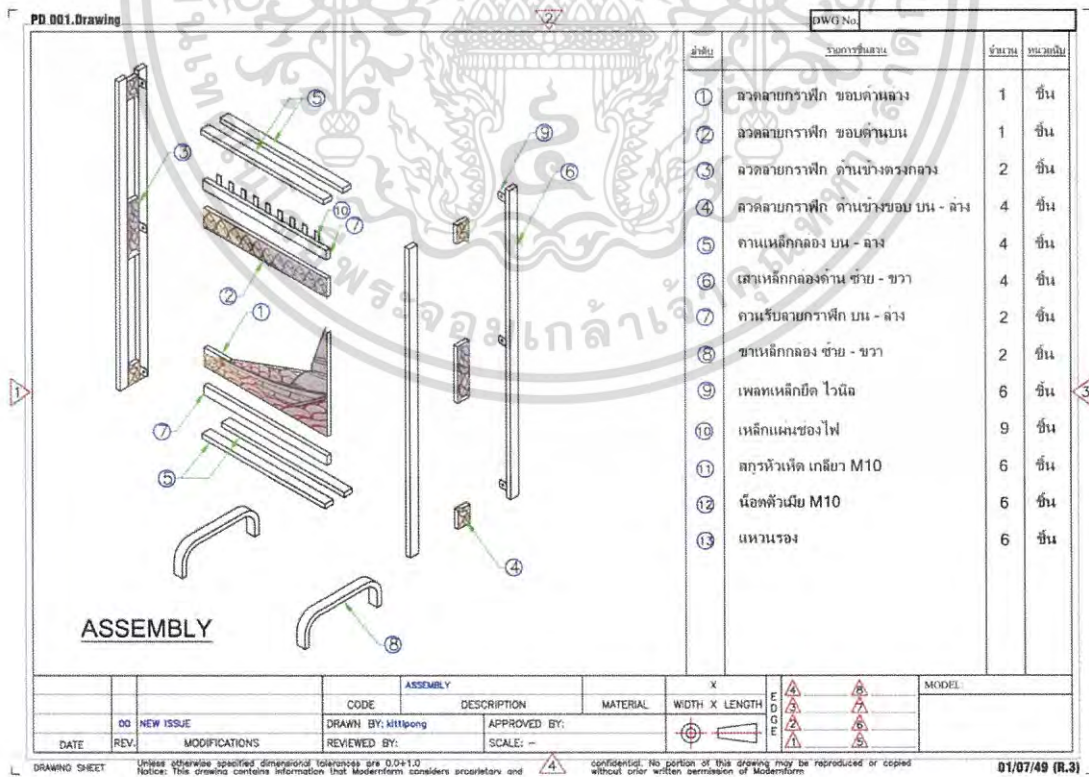
กราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สกรภาพ เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ ตลาดโบราณบางพลี (SKETCH DESIGN) การค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



แบบผลิต กราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ (DIMENSION)



แบบผลิต กราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ (ASSEMBLY)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อใช้ในการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## แบบประเมินแบบสอบถาม

การออกแบบกราฟิกเพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ ตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมวิจัยข้อมูล เพื่อใช้ประกอบการทำวิจัยเท่านั้น ตามหลักสูตรปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ดังนั้น คำตอบจากแบบสอบถามจึงไม่มีผลกระทบต่อตัวท่าน และบุคคลที่เกี่ยวข้องกับตัวท่านแต่อย่างใด ดังนั้นจึงใคร่ขอความกรุณาจากท่านตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง และขอขอบคุณในความร่วมมือตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย / ลงในช่องว่าง ( ) หน้าคำตอบที่ท่านเห็นว่าถูกต้องตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียง 1 คำตอบ

แบบสอบถามมีทั้งหมด 3 ตอน

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 แบบสอบถามรูปแบบเกี่ยวกับภาพจำลองต้นแบบกราฟิก (รูปแบบกราฟิกและบอร์ดประชาสัมพันธ์)

ตอนที่ 3 แบบสอบถามความข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับกราฟิกประชาสัมพันธ์

ตอนที่ 1 : แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความจริงของตัวท่าน

1) เพศ

( ) 1. ชาย ( ) 2. หญิง

2) อายุ

( ) 20 -30 ปี ( ) 31 - 40 ปี

( ) 41-50 ปี ( ) 50 ปีขึ้นไป

3) ระดับการศึกษา

( ) ต่ำกว่าปริญญาตรี ( ) ปริญญาตรี

( ) ปริญญาตรีโท ( ) ปริญญาเอก

3) อาชีพ

( ) พนักงานบริษัทเอกชน ( ) ประกอบธุรกิจส่วนตัว

( ) รับราชการ ( ) พนักงานรัฐวิสาหกิจ

( ) อื่นๆระบุ.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 2 : แบบสอบถามความคิดเห็นที่มีต่อ ภาพจำลองต้นแบบ กราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ ตลาดโบราณบางพลี (รูปแบบกราฟิกและรูปแบบบอร์ดประชาสัมพันธ์)

คำชี้แจง โปรดพิจารณาารูปแบบผลิตภัณฑ์จากภาพจำลองแล้วทำเครื่องหมาย / ลงในช่องใดเพียงช่องเดียว

โดยพิจารณาว่าข้อความแต่ละข้อนั้นเป็นจริงมากเพียงใดสำหรับท่าน โดยผู้วิจัยได้กำหนดตัวเลขระดับของความความคิดเห็นดังต่อไปนี้

- 5 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด
- 4 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก
- 3 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง
- 2 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย
- 1 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยมาก



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## รูปแบบกราฟิกและบอร์ดประชาสัมพันธ์ ตลาดโบราณบางพลี

รูปแบบ	①					②					③				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
รายการประเมิน															
2.1 ความสวยงาม															
- ลวดลาย และรูปทรง มีความสวยงาม															
- ลวดลาย รูปทรงเหมาะสมสอดคล้องกับสถานที่															
- สี สัน มีความสวยงามเหมาะสม															
2.2 เอกลักษณ์ของกราฟิกประชาสัมพันธ์															
-กราฟิก+บอร์ดประชาสัมพันธ์ แสดงอัตลักษณ์ของตลาด โบราณบางพลี เหมาะสม ชัดเจน															
-กราฟิก+บอร์ดประชาสัมพันธ์ แสดงอัตลักษณ์ตลาดโบราณบางพลี เข้าใจง่าย มีความชัดเจน															
2.3 ประโยชน์สอย															
-กราฟิก+บอร์ดประชาสัมพันธ์ แสดงรายละเอียดข้อมูลต่างๆ ได้อย่าง ชัดเจน															
-บอร์ด มีความเหมาะสมกับสถานที่															

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 3: แบบสอบถามเบื้องต้นเกี่ยวกับกราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ ตลาดโบราณบางพลี (รูปแบบกราฟิกและรูปแบบบอร์ดประชาสัมพันธ์)

คำชี้แจง โปรดแสดงความคิดเห็นอื่นๆหรือข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของท่าน

.....

.....

.....

.....

.....

.....

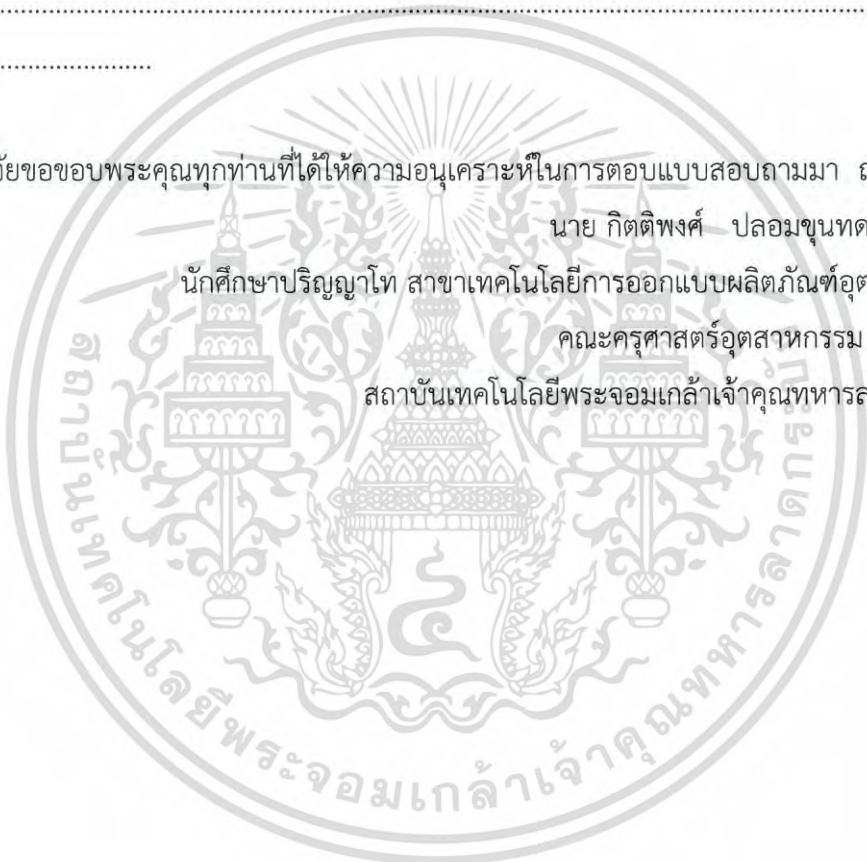
ผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุกท่านที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้

นาย กิตติพงศ์ ปลอมขุนทด

นักศึกษาปริญญาโท สาขาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



แบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ กราฟิก ประชาสัมพันธ์

โครงการวิจัยเรื่อง

การศึกษาและออกแบบ กราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ ตลาดโบราณบางพลี จังหวัด

สมุทรปราการ

นายกิตติพงศ์ ปломขุนทด

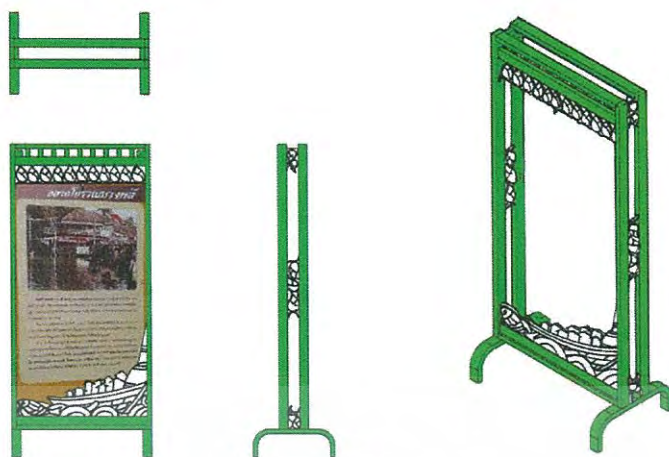
สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรปริญญาครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต

สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

**คำชี้แจง** แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured interview) นี้ใช้ในการเก็บข้อมูลด้านการออกแบบกราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ ตลาดโบราณ บางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ประกอบกับแบบจำลองผลงานการออกแบบ ทั้ง 3 แนวทาง เพื่อนำไปพัฒนา กราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ ตลาดโบราณ บางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



แบบจำลองที่ 1



แบบจำลองที่ 2



แบบจำลองที่ 3

ภาพประกอบแบบร่างที่ 1-3 ใช้ในการประกอบแบบสัมภาษณ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

“เมื่อผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบกราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ พิจารณาแบบจำลอง

ผลงาน

การออกแบบแล้วจากประสบการณ์ของท่าน มีความคิดเห็นที่สอดคล้องกับ

หลักการออกแบบกราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ ที่ดีอย่างไร”

1. ความคิดเห็นเกี่ยวกับวัสดุที่ใช้ในการออกแบบ

.....

2. ความคิดเห็นเกี่ยวกับขนาดของ กราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ ที่มีความเหมาะสม

.....

3. ความคิดเห็นเกี่ยวกับน้ำหนักของ กราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ ที่มีความเหมาะสม

.....

4. ความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปร่างของ กราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ ที่มีความเหมาะสม

.....

5. ความคิดเห็นเกี่ยวกับลักษณะของโครงสร้าง กราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ ที่ดี

.....

6. ความคิดเห็นเกี่ยวกับสีของกราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ ที่มีความเหมาะสม

.....

7. ความคิดเห็นเกี่ยวกับการสร้างสรรค์ลวดลายกราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์

.....

.....

8. ความคิดเห็นของลักษณะกราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ ที่ตอบสนองต่อประโยชน์ใช้สอย

.....

9. ความคิดเห็นเกี่ยวกับการขนส่ง ต้นทุนในการผลิตและความปลอดภัยในการใช้งาน

.....

ลงชื่อ.....ผู้เชี่ยวชาญ

ลงชื่อ.....ผู้บันทึก

วันที่.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



แบบประเมินความพึงพอใจ กราฟิก ประชาสัมพันธ์

โครงการวิจัยเรื่อง  
การศึกษาและออกแบบ กราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ ตลาดโบราณบางพลี จังหวัด  
สมุทรปราการ

นายกิตติพงษ์ ปลอมขุนทด

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรปริญญาครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 1 : แบบประเมินความพึงพอใจที่มีต่อต้นแบบ กราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ ตลาดโบราณบางพลี (รูปแบบกราฟิกและรูปแบบบอร์ดประชาสัมพันธ์)

คำชี้แจง แบบประเมินความพึงพอใจของผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวและเจ้าหน้าที่ภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการดูแลตลาดโบราณบางพลี โดยกำหนดค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น (Rating scale) แบ่งระดับความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ระดับที่ 1	เมื่อผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นว่า	มีความเหมาะสมน้อยที่สุด
ระดับที่ 2	เมื่อผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นว่า	มีความเหมาะสมน้อย
ระดับที่ 3	เมื่อผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นว่า	มีความเหมาะสมปานกลาง
ระดับที่ 4	เมื่อผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นว่า	มีความเหมาะสมมาก
ระดับที่ 5	เมื่อผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นว่า	มีความเหมาะสมมากที่สุด

สถานที่.....เวลา.....ผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถาม สามารถลงคะแนนความคิดเห็นเมื่อเห็นด้วยตามคุณลักษณะความคิดเห็นนั้น ใน 1 ข้อ ลงคะแนนได้เพียง 1 ระดับความคิดเห็น



### รูปแบบกราฟิกและบอร์ดประชาสัมพันธ์ ตลาดโบราณบางพลี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที่	คุณลักษณะความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
<b>ให้ภาพลักษณ์ที่ดีต่อตลาดโบราณ บางพลี</b>						
1	ลวดลาย และรูปทรง มีความสวยงาม					
2	ลวดลาย รูปทรงเหมาะสม สอดคล้องกับสถานที่					
<b>มีความสะดุดตาเป็นเอกลักษณ์</b>						
1	รูปทรงสื่อถึงความเป็นเอกลักษณ์ของตลาดโบราณบางพลี					
2	ลวดลายกราฟิกสื่อถึงความเป็นเอกลักษณ์ของตลาดโบราณบางพลี					
<b>องค์ประกอบเหมาะสม สวยงาม</b>						
1	ขนาดสัดส่วนของตัวบอร์ดประชาสัมพันธ์ เหมาะสมสวยงาม					
2	ขนาดสัดส่วนของกราฟิกประชาสัมพันธ์ เหมาะสมสวยงาม					
3	สีของบอร์ดประชาสัมพันธ์ สวยงาม ดูกลมกลืน ไม่ขัดตา					
<b>สอดคล้องกับเป้าหมาย</b>						
1	สามารถใช้ในการประชาสัมพันธ์ในตลาดโบราณบางพลี ได้จริง					
2	รูปแบบมีความเหมาะสมในการผลิต					
3	วัสดุมีความคงทน เหมาะสมกับสถานที่					

ตอนที่ 2 : แบบสอบถามเบื้องต้นเกี่ยวกับกราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ ตลาดโบราณ  
บางพลี (รูปแบบกราฟิกและรูปแบบบอร์ดประชาสัมพันธ์)  
คำชี้แจง โปรดแสดงความคิดเห็นอื่นๆหรือข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของท่าน

.....

.....

.....

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุกท่านที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้  
นาย กิตติพงศ์ ปลอมขุนทด  
นักศึกษาปริญญาโท สาขาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม  
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบประเมินดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อความและวัตถุประสงค์  
(Item-Objective Congruence Index : IOC)

หัวข้อและเค้าโครงสารนิพนธ์

เรื่อง

การศึกษาและออกแบบ กราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ ตลาดโบราณ บางพลี  
จังหวัดสมุทรปราการ

EDUCATION AND DESIGN GRAPHICS TO PROMOTE BANGPLEE ANTIGUE  
MARKET SAMUTPRAKAN

โดย

กิตติพงศ์ ปลอมขุนทด

อาจารย์ผู้ควบคุมสารนิพนธ์

รองศาสตราจารย์ อุดมศักดิ์ สาริบุตร

หลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อพ.ศ.2557 เท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Item-Objective Congruence

Index : IOC) โดยผู้เชี่ยวชาญจะต้องประเมินด้วยคะแนน 3 ระดับ คือ

+1 = สอดคล้อง	หรือแน่ใจว่าเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยสามารถวัดจุดประสงค์เชิงพฤติกรรมที่ระบุไว้จริง
0 = ไม่แน่ใจ	ว่าเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยนั้นวัดจุดประสงค์เชิงพฤติกรรมที่ระบุไว้
-1 = ไม่สอดคล้อง	หรือแน่ใจว่าเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยข้อนั้นไม่ได้วัดจุดประสงค์เชิงพฤติกรรมที่ระบุไว้

ค่าดัชนีความสอดคล้องที่ยอมรับได้ต้องมีค่าตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

### 1. เพื่อศึกษาแนวทางการออกแบบ กราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

กรอบแนวความคิด ด้านการศึกษาแนวทางการออกแบบ กราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

#### 1.1 ศึกษาารูปแบบกราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ ที่สื่อถึงเอกลักษณ์ ตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษารูปแบบและลักษณะของกราฟิก ประชาสัมพันธ์ หมายถึง การเลือกใช้ทฤษฎีและแนวความคิด ให้มีความสอดคล้อง(ปาพจน์ หนูนนกคิตี. 2553 : 46-88 )กับการออกแบบ กราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยว ตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ได้แก่

1. ศึกษาองค์ประกอบงานกราฟิกด้าน โทนสี
2. ศึกษาองค์ประกอบงานกราฟิกด้าน ลวดลาย
3. ศึกษาองค์ประกอบงานกราฟิกด้าน รูปแบบ

1.2 ศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ การวิจัยครั้งนี้ทำการศึกษาข้อมูลความต้องการของกลุ่มเป้าหมายในด้านองค์ประกอบของกราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ (ปาพจน์ หนูนนกคิตี. 2553 ) ได้แก่

1. “สี” ของกราฟิกบนบอร์ดประชาสัมพันธ์
2. “รูปแบบ” ของกราฟิกบนบอร์ดประชาสัมพันธ์
3. “ลวดลาย” ของกราฟิกบนบอร์ดประชาสัมพันธ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**แบบสัมภาษณ์นักท่องเที่ยว**  
**ความต้องการด้านกราฟิกบนบอร์ดประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการ**  
**ท่องเที่ยว**  
**ตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ**

การหาค่าดัชนีความสอดคล้องของวัตถุประสงค์ (Index of Item Objective Congruence : IOC)

**คำชี้แจง** ในการจัดประชุมกลุ่มนี้ ผู้วิจัยได้จัดเตรียมตัวอย่างโมเดลจำลอง กราฟิกประชาสัมพันธ์ จำนวน 3 แบบ ให้ผู้เข้าร่วมประชุมกลุ่มดูรูปทรง ลวดลาย สีของโมเดลจำลองประกอบการตอบข้อซักถามของผู้เข้าร่วมประชุมกลุ่ม และการสังเกตพฤติกรรม

ข้อ	รายการพิจารณา	ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะ
		เหมาะสม +1	ไม่แน่ใจ 0	ไม่เหมาะสม -1	
1	สภาพปัญหาป้ายประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ ตลาดโบราณ บางพลี				
2	สภาพปัญหาป้ายประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับตลาดโบราณ บางพลี ด้านกราฟิก				
3	สภาพปัญหาป้ายประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับตลาดโบราณ บางพลี ด้านรูปแบบ				
4	สภาพปัญหาป้ายประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับตลาดโบราณ บางพลี ด้านสีสันทัน				
5	ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในการออกแบบกราฟิกประชาสัมพันธ์				

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

### 2. เพื่อออกแบบ กราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

กรอบแนวความคิดด้าน การออกแบบ กราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวตลาดโบราณบางพลีจังหวัดสมุทรปราการ

ในขั้นตอนของการออกแบบกราฟิก ที่ผู้วิจัยนำมาใช้ในขั้นตอนการออกแบบ กราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยว ตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ โดยศึกษาในขอบเขต ดังนี้ (ปาพจน์ หนูนภักดี. 2553 : 113-134 )

1. การเน้นจุดแห่งความสนใจ (Emphasis)
2. ความสมดุล (Balance)
3. เอกภาพ (Unity)
4. จังหวะ (Rhythm)
5. ความเรียบง่าย (Simplicity)

ทฤษฎีและแนวความคิด ให้มีความสอดคล้องกับการออกแบบ กราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์

1. การยืมความหมายของสิ่งเก่ามาใช้
2. การเล่าเรื่องตามกาลเวลา
3. การเป็นไปตามเทศกาลหรือตามเศรษฐกิจ

## แบบสัมภาษณ์

### เจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวและผู้เชี่ยวชาญ

การหาค่าดัชนีความสอดคล้องของวัตถุประสงค์ (Index of Item Objective Congruence : IOC)

ข้อ	รายการพิจารณา	ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะ
		เหมาะสม +1	ไม่แน่ใจ 0	ไม่เหมาะสม -1	
1	รูปแบบและขนาดสัดส่วนของบอร์ด ประชาสัมพันธ์ต้องการ (ชอบ/ไม่ชอบ แบบใด)เพราะเหตุใด				
2	ลวดลายกราฟิกบนบอร์ดประชาสัมพันธ์ที่ สื่อถึง อัตลักษณ์ของตลาดโบราณบางพลี ที่นักท่องเที่ยวต้องการ (ชอบ/ไม่ชอบ แบบใด)เพราะเหตุใด				
3	รูปแบบของกราฟิกบนบอร์ด ประชาสัมพันธ์ (ชอบ/ไม่ชอบ แบบใด)เพราะเหตุใด				
4	โทนสีบนบอร์ดประชาสัมพันธ์ (ชอบ/ไม่ชอบ แบบใด)เพราะเหตุใด				
5	ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในการออกแบบ กราฟิก+บอร์ดประชาสัมพันธ์				

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

3. เพื่อประเมินความพึงพอใจ กราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

กรอบแนวความคิด การประเมินความพึงพอใจ การออกแบบกราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวตลาดโบราณ บางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

เป็นการประเมินความคิดเห็นผลงานการออกแบบเลขศิลป์จากโมเดล 3 แบบ

ในการวิเคราะห์และสรุปความคิดเห็นในการประเมินผลงานการออกแบบกราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ ประกอบไปด้วย

1. ความเหมาะสม สวยงาม
2. การสื่อความหมายตรงกับวัตถุประสงค์ในการออกแบบ
3. ความเหมาะสมของขนาดและสัดส่วน
4. การใช้สีสอดคล้องกลมกลืนกับองค์ประกอบอื่น
5. การจัดวางองค์ประกอบถูกต้องตามหลักการจัดวางองค์ประกอบ
6. ง่ายต่อกระบวนการผลิต

## แบบประเมินความคิดเห็น

การออกแบบ กราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ ตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

**คำชี้แจง** แบบประเมินความคิดเห็นการออกแบบกราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ ตลาดโบราณบางพลี ซึ่งแสดงถึง กราฟิกบนบอร์ดประชาสัมพันธ์ที่ได้รับการพัฒนาผลงานการออกแบบจาก ข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกผลิตภัณฑ์และกราฟิก แล้ว 3 แนวความคิด

ข้อ	รายการพิจารณา	ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะ
		เหมาะสม +1	ไม่แน่ใจ 0	ไม่เหมาะสม -1	
1	กราฟิกบนบอร์ด สวยงาม เหมาะสม กลมกลืน กับตลาดโบราณบางพลี				
2	สื่อถึงความเป็นเอกลักษณ์ของตลาด โบราณบางพลี				
3	ความเหมาะสมเรื่อง ขนาด สัดส่วน				
4	สีของบอร์ดประชาสัมพันธ์ สวยงาม ดูกลมกลืน ไม่ขัดตา				
5	รูปแบบ มีความสวยงาม น่าสนใจ				
6	ความเหมาะสมในการผลิต				

(ลงชื่อ).....ผู้ประเมิน

(.....)

ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ที่ ศธ ๐๕๒๔.๐๔/ 1438

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า  
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง  
กรุงเทพฯ ๑๐๕๒๐

๒๕ เมษายน ๒๕๕๗

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านประเมินความพึงพอใจการออกกราฟิกเพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์

เรียน นายกเทศมนตรีตำบลบางพลี

ด้วยนายกิตติพงศ์ ปลอมขุนทด นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรม  
มหาบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ  
ทหารลาดกระบัง กำลังทำสารนิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาและออกแบบกราฟิกเพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์  
ตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ” โดยมี รศ.อุดมศักดิ์ สาริบุตร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์  
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในเรื่องดังกล่าว  
เป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านประเมินความพึงพอใจการออกแบบกราฟิกเพื่อส่งเสริมการ  
ประชาสัมพันธ์ ของ นายกิตติพงศ์ ปลอมขุนทด

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็น  
อย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

  
(รองศาสตราจารย์วิสุทธิ สุนทรกนกพงศ์)

รองคณบดี กำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา  
ปฏิบัติการแทนคณบดี

ส่วนสนับสนุนวิชาการ

โทร. ๐๒-๓๒๙-๘๐๐๐ ต่อ ๓๖๙๒

โทรสาร. ๐๒-๓๒๙-๘๔๓๖

ติดต่อนักศึกษา โทร.๐๘๗-๖๗๐-๖๕๖๕

- อธิบดีฯ เป็นผู้เชิญวิทยากรพิเศษไปกรมศกษ  
มี.พ.๒๕๕๗

๗๖!  
(นายวิวัฒน์พงษ์ ออทิษฐ์)  
ผู้อำนวยการศูนย์ส่งเสริมและพัฒนาอาชีพของเกษตรกร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ที่ ศธ ๐๕๒๔.๐๔/ 1438

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า  
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง  
กรุงเทพฯ ๑๐๕๒๐

๙๙ เมษายน ๒๕๕๗

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านประเมินความพึงพอใจการออกกราฟิกเพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์

เรียน รองนายกเทศมนตรีตำบลบางพลี

ด้วยนายกิตติพงศ์ ปโลมขุนทด นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรม  
มหาบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ  
ทหารลาดกระบัง กำลังทำสารนิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาและออกแบบกราฟิกเพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์  
ตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ” โดยมี รศ.อุดมศักดิ์ สารินูตร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์  
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในเรื่องดังกล่าว  
เป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านประเมินความพึงพอใจการออกแบบกราฟิกเพื่อส่งเสริมการ  
ประชาสัมพันธ์ ของ นายกิตติพงศ์ ปโลมขุนทด

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็น  
อย่างอภัยมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

  
(รองศาสตราจารย์วิสุทธิ สุบทกรกพงศ์)

รองคณบดี กำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา  
ปฏิบัติการแทนคณบดี

ส่วนสนับสนุนวิชาการ

โทร. ๐๒-๓๒๕-๘๐๐๐ ต่อ ๓๖๕๒

โทรสาร. ๐๒-๓๒๕-๘๔๓๖

ติดต่อนักศึกษา โทร.๐๘๗-๖๗๐-๖๕๖๕

นายชัชชอม สิงห์ทอง  
รองคณบดีบริหารทั่วไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ที่ ศธ ๐๕๒๔.๐๔/ 1438

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า  
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง  
กรุงเทพฯ ๑๐๕๒๐

ลง เมษายน ๒๕๕๗


เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านประเมินความพึงพอใจการออกกราฟิกเพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์

เรียน นางสาวศรีประภา ราษฎร์อน

ด้วยนายกิตติพงษ์ ปลอมขุนทด นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรม  
มหาบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ  
ทหารลาดกระบัง กำลังทำสารนิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาและออกแบบกราฟิกเพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์  
ตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ” โดยมี รศ.อุดมศักดิ์ สาริบุตร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา  
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในเรื่องดังกล่าว  
เป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านประเมินความพึงพอใจการออกแบบกราฟิกเพื่อส่งเสริมการ  
ประชาสัมพันธ์ ของ นายกิตติพงษ์ ปลอมขุนทด

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็น  
อย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

  
(รองศาสตราจารย์วิสุทธิ์ สุนทรกนกพงศ์)

รองคณบดี กำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา  
ปฏิบัติการแทนคณบดี


ส่วนสนับสนุนวิชาการ

โทร. ๐๒-๓๒๕๔-๘๐๐๐ ต่อ ๓๖๙๒

โทรสาร. ๐๒-๓๒๕๔-๘๔๓๖

ติดต่อนักศึกษา โทร.๐๘๗-๖๗๐-๖๕๖๕

ยื่นเรื่องเป็นหนังสือขอเชิญ ประสงค์ คุณภพโพธิ์  
การออกแบบกราฟิก เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์

  
นางสาวศรีประภา ราษฎร์อน  
นักวิชาการประชาสัมพันธ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



## บันทึกข้อความ

หน่วยงาน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สจล. ส่วนบริหารงานทั่วไป โทร.๓๒๙๒  
ที่ ศธ ๐๕๒๔.๐๔ / 1438 วันที่ ๒๙ เมษายน ๒๕๕๗

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจค่า IOC เพื่อความเที่ยงตรงของแบบสัมภาษณ์

เรียน ผศ.ดร.ธเนศ ภิรมย์การ

ด้วยนายกิตติพงศ์ ปลอมขุนทด นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรม  
มหาบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ  
ทหารลาดกระบัง กำลังทำสารนิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาและออกแบบกราฟิกเพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์  
ตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ” โดยมี รศ.อุดมศักดิ์ สารีบุตร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์  
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าว  
เป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจค่า IOC ความเที่ยงตรงของแบบสัมภาษณ์นี้ว่ามีเนื้อหาถูกต้อง  
และเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ซึ่งผลการตรวจค่า IOC ความเที่ยงตรงของแบบสัมภาษณ์ของท่านจะช่วยให้  
งานวิจัยของ นางสาวรักเลห์ ได้สำเร็จ มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้นพร้อมกันนี้ได้แนบแบบสัมภาษณ์มาด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็น  
อย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

(รองศาสตราจารย์วิสุทธิ์ สุนทรกนกพงศ์)

รองคณบดี กำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา  
ปฏิบัติการแทนคณบดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



## บันทึกข้อความ

หน่วยงาน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สจล. ส่วนบริหารงานทั่วไป โทร.๓๖๙๒  
ที่ ศธ ๐๕๒๔.๐๔ / 1438 วันที่ ๙ เมษายน ๒๕๕๗

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจค่า IOC เพื่อความเที่ยงตรงของแบบสัมภาษณ์

เรียน ดร.ผดุงชัย ภูพัฒน์

ด้วยนายกิตติพงษ์ ปลอมขุนทด นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรม  
มหาบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ  
ทหารลาดกระบัง กำลังทำสารนิพนธ์ เรื่อง "การศึกษาและออกแบบกราฟิกเพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์  
ตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ" โดยมี รศ.อุดมศักดิ์ สาริบุตร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์  
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าว  
เป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจค่า IOC ความเที่ยงตรงของแบบสัมภาษณ์นี้ว่ามีเนื้อหาถูกต้อง  
และเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ซึ่งผลการตรวจค่า IOC ความเที่ยงตรงของแบบสัมภาษณ์ของท่านจะช่วยให้  
งานวิจัยของ นางสาวรักเลห์ ได้สำเร็จ มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้นพร้อมกันนี้ได้แนบแบบสัมภาษณ์มาด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็น  
อย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

๙ เม.ย. ๕๗

๙

๗

ดร.ผดุงชัย ภูพัฒน์

16 เม.ย. ๕๗

(รองศาสตราจารย์วิสุทธิ์ สุนทรภักทพงศ์)

รองคณบดี กำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติกรแทนคณบดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



## บันทึกข้อความ

หน่วยงาน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สจล. ส่วนบริหารงานทั่วไป โทร.๓๖๙๒  
ที่ ศธ ๐๕๒๔.๐๔/ 1438 วันที่ ๑๕ เมษายน ๒๕๕๗

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจค่า IOC เพื่อความเที่ยงตรงของแบบสัมภาษณ์

เรียน ผศ.ดร.จตุรงค์ เล่าหะเพ็ญแสง

ด้วยนายกิตติพงษ์ ปลอดภัย นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรม  
มหาบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ  
ทหารลาดกระบัง กำลังทำสารนิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาและออกแบบกราฟิกเพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์  
ตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ” โดยมี รศ.อุดมศักดิ์ สาริบุตร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าว  
เป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจค่า IOC ความเที่ยงตรงของแบบสัมภาษณ์นี้ว่ามีเนื้อหาถูกต้อง  
และเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ซึ่งผลการตรวจค่า IOC ความเที่ยงตรงของแบบสัมภาษณ์ของท่านจะช่วยให้  
งานวิจัยของ นางสาวรักเกล้า ได้สำเร็จ มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้นพร้อมกันนี้ได้แนบแบบสัมภาษณ์มาด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็น  
อย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

(รองศาสตราจารย์วิสุทธิ สุนทรภณพงศ์)

รองคณบดี กำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา  
ปฏิบัติกรแทนคณบดี

๘ เม.ย. ๕๗

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล	นายกิตติพงศ์ ปฐมขุนทด
วันเดือน ปีเกิด	29 พฤศจิกายน 2528
ที่อยู่	216/114 หมู่.5 ต.บ้านใหม่ อ.เมือง จ.นครราชสีมา 30000
ประวัติการศึกษา	ปี พ.ศ.2550 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล อีสาน สาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล อีสาน ปี พ.ศ.2557 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีอุตสาหกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ความชำนาญเฉพาะด้าน	การใช้โปรแกรมประยุกต์ต่างๆในการสร้างงานออกแบบ งาน Sketch มือ งานสายเส้น
ประสบการณ์การทำงาน	2550-2557 ผช.หัวหน้าแผนก พัฒนาผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้