

## การออกแบบสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดจีนโบราณชางแกว

สทรรัฐ พานิชอนันต์<sup>1</sup>, พิบูล ไวจิตรกรรม<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>สาขาวิชาการออกแบบกราฟิกและมัลติมีเดีย คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

### บทคัดย่อ

ชุมชนตลาดชางแกว หรือ ชุมชนชางแกว ตำบลห้วยใหญ่ อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี ชุมชนชางแกวเริ่มก่อตั้งมาจากการที่มีชาวจีนไล่ล่าเผา หนีความแห้งแล้งมายังประเทศไทย ทำให้ชาวจีนหลายครอบครัวตั้งรกรากสร้างครอบครัวที่บ้านชางแกว ชุมชนชางแกว เป็นชุมชนที่มีมายาวนานกว่าร้อยปี ภูมิประเทศมีลักษณะเป็นที่ราบเนินเขา หรือที่ราบลูกฟูก มีบึงและลำคลองในบริเวณนั้น อีกทั้งชุมชนยังอยู่ห่างจากทะเลประมาณ 8-9 กิโลเมตร ทำให้ชุมชนมีความอุดมสมบูรณ์ทั้งดินน้ำ และป่าไม้ ชุมชนที่ตั้งขึ้นในตลาดชางแกวเกือบทั้งหมดเป็นชาวจีนที่อพยพมาจากแผ่นดินใหญ่ทำให้วัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณีต่างๆ ของคนจีนถือกำเนิดขึ้นที่รวมถึงสถานที่สำคัญของชุมชนชางแกว ส่งผลให้เกิดคุณค่าทางด้านสถาปัตยกรรมที่สะท้อนให้เห็นวัฒนธรรมและอดีตที่รุ่งเรือง โดยมีร้านค้าหลายร้านที่ยังเปิดกิจการค้าขายมาจนถึงปัจจุบัน ชุมชนชางแกว ได้รับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่สำหรับรองรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ด้วยวิถีชีวิตที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนจีนโบราณ ยุคสมัยที่เปลี่ยนไป คนรุ่นใหม่ให้ความสำคัญกับคุณค่าทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิตน้อยลง เนื่องจากขาดสื่อที่จะช่วยในการประชาสัมพันธ์ให้ชุมชนเหล่านี้เป็นที่รู้จัก นักท่องเที่ยวยังไม่รู้จักจุดเด่นหรือการเดินทางมายังชุมชนที่ตีนกทำให้ต้องมีการทำสื่อประชาสัมพันธ์ดังนั้นจึงเล็งเห็นว่าการออกแบบสื่อเพื่อการท่องเที่ยวตลาดจีนโบราณชางแกว เพื่อต้องการประชาสัมพันธ์ชุมชนให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น ช่วยสร้างกำลังใจให้คนในชุมชนมีความภาคภูมิใจในการสืบสานวัฒนธรรมและวิถีชีวิตในการดำเนินงานวิจัยโครงการออกแบบสื่อเพื่อการท่องเที่ยวตลาดจีนโบราณชางแกว ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเป็น จำนวน 50 ชุด และแบบสอบถาม สัมภาษณ์ ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบ อีก 3 ท่าน เพื่อนำมาวิเคราะห์ ข้อมูลแบบบรรยายผลแล้วสรุปผลข้อมูลการวิเคราะห์ เพื่อนำมาเป็นส่วนหนึ่งของการคิดวางแผน ตัดสินใจในการออกแบบ

**คำสำคัญ :** ตลาดโบราณ, สื่อส่งเสริม, ท่องเที่ยว

## Media design, tourism promotion, ancient Chinese market Chak Ngaew

Saharat Panichanan<sup>1</sup>, Pibool Wajitragum<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Department of Graphic and Multimedia Design, Faculty of Industrial Technology, Suan Sunandha Rajabhat University

### Abstract

Community Chak Ngaew terms or terms that community Chak Ngaew, Banglamung. Chonburi community Jacques terms of establishment of a Chinese junk swinging. Drought escape to Thailand Make several Chinese families settled family home Chak Ngaew sense of community, a sense of community that has existed for over a hundred years. The terrain is flat hill. Corrugated or flat There are ponds and canals in the area. The community is still far from the sea, at about 8-9 kilometers. The community has an abundance of land, water and forest communities in the tea market in the sense that almost all the Chinese who migrated from the mainland in culture and traditions. China's emergence as a landmark of the community in terms of tea. As a result, the value of the architecture that reflects the culture and glorious past. There are several shops at the opening of trading today, a sense of community tea was developed as an attraction for tourists both in Thailand and overseas. With its unique way of life of the community, the ancient Chinese concept of the change. A new focus on cultural values and lifestyles less. Due to lack of publicity in the media to help these communities are known. Travelers also featured an unknown or travel to a community that had to do with the media, so it perceives the media for tourism marketing in terms of traditional Chinese tea. To promote community needs to be recognized more. Help build support for people in the community take pride in the cultural heritage and way of life in the project design to market tourism in terms of traditional Chinese tea. The researchers collected data. associated The data were collected by questionnaires a total of 50 sets of questionnaires and interviews with experts in the design of another 3 to be analyzed. The descriptive data analysis and summary information. To be a part The idea of planning Design decisions

**Keywords:** Traditional Marketing, promotional materials, travel

## ระเบียบวิธีวิจัย

### บทนำ

ชุมชนชาวกวางเจา เป็นชุมชนที่มีมายาวนานกว่าร้อยปี ภูมิประเทศมีลักษณะเป็นที่ราบเนินเขาหรือที่ราบลูกฟูก มีบึงและลำคลองในบริเวณนั้น อีกทั้งชุมชนยังอยู่ห่างจากทะเลประมาณ 8-9 กิโลเมตร ทำให้ชุมชนมีความอุดมสมบูรณ์ทั้งดินน้ำและป่าไม้ ชุมชนที่ตั้งขึ้นในตลาดชาวกวางเจาเกือบทั้งหมดเป็นชาวจีนที่อพยพมาจากแผ่นดินใหญ่ทำให้วัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณีต่างๆ ของคนจีนถือกำเนิดขึ้นชุมชนชาวกวางเจาได้รับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่สำหรับการต้อนรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติด้วยวิถีชีวิตที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนจีนโบราณยุคสมัยที่เปลี่ยนไป คนรุ่นใหม่ให้ความสำคัญกับคุณค่าทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิตน้อยลง เนื่องจากขาดสื่อที่จะช่วยในการประชาสัมพันธ์ให้ชุมชนเหล่านี้เป็นที่รู้จัก นักท่องเที่ยวยังไม่รู้จักจุดเด่นหรือการเดินทางมายังชุมชนที่ตึกทำให้ต้องมีการทำสื่อประชาสัมพันธ์ดังนั้นจึงเล็งเห็นว่าการออกแบบสื่อเพื่อการท่องเที่ยวตลาดจีนโบราณชาวกวางเจา เพื่อต้องการประชาสัมพันธ์ชุมชนให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1 เพื่อออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ตลาดจีนโบราณชาวกวางเจาให้เป็นที่รู้จัก
- 2 เพื่อออกแบบสื่อให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายที่ชื่นชอบแหล่งท่องเที่ยวเชิงนวัตกรรม
- 3 เพื่อให้คนรุ่นใหม่เห็นความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงนวัตกรรม

1 ค้นคว้าศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับชุมชนตลาดชาวกวางเจาผ่านทางหนังสือ ตำรา สื่อเว็บไซต์ และมัลติมีเดีย รวมทั้ง งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตลาดจีนโบราณ

2 สร้างเครื่องมือเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามที่จะใช้กับกลุ่มเป้าหมาย และแบบสัมภาษณ์ที่จะใช้กับผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ

3 เก็บข้อมูลปฐมภูมิด้วยการใช้แบบสอบถามกับกลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มนักศึกษาชาย-หญิง ที่ชื่นชอบและหลงใหลในตลาดจีนโบราณจำนวน 50 คน

4 เก็บข้อมูลปฐมภูมิด้วยการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ จำนวน 3 คน

5 วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากกลุ่มเป้าหมายโดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าร้อยละ (%) และค่าเฉลี่ย (MEAN) และใช้วิธีตีความจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ข้อมูลดังกล่าวจะถูกใช้เป็นโจทย์ทางการออกแบบ ซึ่งจะสอดคล้องกับพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย

6 ออกแบบสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดจีนโบราณชาวกวางเจาตามผลการวิเคราะห์ที่ได้จากกลุ่มเป้าหมายและผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ

### ผลการวิจัย

#### ส่วนที่ 1.การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มเป้าหมาย

หัวเรื่อง	จำนวนคน	ร้อยละ	ลำดับ
เพศหญิง	27	54	1
19-22ปี	35	70	1
ปริญญาตรี	46	92	1
นักศึกษา	50	100	1

**สรุปได้ว่า** กลุ่มเป้าหมายทั่วไปที่ให้ความสนใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวตลาดจีนโบราณได้แก่ เพศหญิงและมีช่วงอายุประมาณ 19-22 ปี เป็นนักศึกษา ศึกษาอยู่ช่วงประมาณปริญญาตรี

ความคลาสสิกความเก่าแก่ของสถานที่รวมไปทั้งบรรยากาศ

### ผลการออกแบบ

จากการเก็บข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมาย และผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ทำให้ได้ข้อมูลที่น่าเชื่อถือและสม่ำเสมอ สามารถนำไปใช้เป็นโจทย์ทางการออกแบบ ทำให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ผลของการวิจัยครั้งนี้คือ การออกแบบสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดจีนโบราณชาวกวางโจว เป็นโครงการออกแบบ สื่อสิ่งพิมพ์แนวคิดที่ใช้ในการออกแบบ (Concept) คือ “ตลาดเก่าเล่าเรื่อง” เพื่อนำเสนอเอกลักษณ์เฉพาะของตลาดจีนโบราณชาวกวางโจวที่มีความเป็นจีนโบราณมาเป็นเวลานานกว่า 100 ปี เพื่อแสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชุมชนไทยจีนโดยใช้รูปแบบการออกแบบ (Mood & Tone) คือ คลาสสิก (classic) เท่ (Cool) กลุ่มเป้าหมาย คือ นักศึกษา ชายและหญิง อายุ 19-22 ปี โดยการออกแบบสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดจีนโบราณชาวกวางโจวจะมีรูปแบบการผสมระหว่างภาพถ่ายกับกราฟิกบนคอมพิวเตอร์โดยการรวมภาพทั้ง 2 อย่างไว้ในงานเดียวกัน

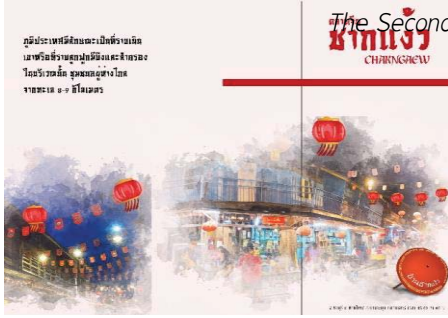
### ส่วนที่ 2 ข้อมูลทางด้านทัศนคติ

หัวเรื่อง	จำนวนคน	ร้อยละ
ชุมชนเก่าแก่	33	66
สารเจ้าแม่ทับทิม	21	42
อาหารการกิน	18	36
สีแดง	20	40
โปสการ์ด	21	42
อาหารการกิน	20	40
คลาสสิก	42	84

**สรุปได้ว่า** สิ่งแรกที่นึกถึงตลาดชาวกวางโจวได้แก่ความเป็นชุมชนเก่าแก่ที่มีมายาวนานกว่าร้อยปีมีผู้นึกถึงความเป็นชุมชนเก่าแก่มากที่สุดถึง 33 คนจากทั้งหมด 50 คนต่อมาสถานที่บริเวณตลาดชาวกวางโจวที่คนรู้จักเป็นจำนวนมากที่สุดได้แก่ สารเจ้าแม่ทับทิม สิ่งที่คุณชอบและประทับใจมากที่สุดภายในตลาดจีนชาวกวางโจวได้แก่ อาหารการกินคิดเป็นเปอร์เซ็นต์ได้ 36% ความเป็นจีนที่กลุ่มเป้าหมายมองและนึกถึงความเป็นจีนมากที่สุดคือ ความเป็นสีแดงของที่ระลึกของตลาดจีนชาวกวางโจวจะเป็นโปสการ์ดเพราะเป็นสิ่งที่กลุ่มเป้าหมายต้องการเป็นอันดับแรกสิ่งแรกที่กลุ่มเป้าหมายมาถึงจะทำกันก็คือการเดินหาซื้อของกินของฝากคิดเป็นจำนวนร้อยละ 40 เปอร์เซ็นต์จาก 100 เปอร์เซ็นต์ตลาดให้ความรู้สึกถึง



ภาพที่ 1 ตัวอย่างโปสเตอร์



ภาพที่2 ตัวอย่างแผ่นพับ



ภาพที่3 ตัวอย่างโปสการ์ด



ภาพที่4 ตัวอย่างปกหนังสือ



ภาพที่4 ตัวอย่างธงญี่ปุ่น

## วิจารณ์ผลการวิจัย

การออกแบบสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดจีนโบราณชากรังแกว ใช้หลักการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับนักศึกษาวัยรุ่น โดยเน้นองค์ประกอบที่น่าสนใจ ได้แก่ ภาพประกอบที่เหมาะสมจะทำให้รู้สึกถึงความแตกต่างของตลาดโบราณที่จะนำเสนอภาพที่เก่าแก่ทำให้รู้สึกถึงความคลาสสิก ให้ความรู้สึกถึงการสัมผัส กับประเพณีวัฒนธรรม ของชุมชน ผสมผสานกับ ทฤษฎีพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายของวัยรุ่น สอดคล้องกับแนวความคิดที่ว่า ตลาดเก่าเล่าเรื่อง ที่ออกแบบให้เห็นภาพความคลาสสิก จินตนาการได้ความเก่าแก่สมัยก่อนว่าเป็นอย่างไร ความเป็นอยู่ ที่มีเอกลักษณ์จุดเด่นของชุมชนเก่าแก่ ผลการทดสอบการใช้สื่อกับนักศึกษา แสดงให้เห็นว่าสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีรูปแบบที่ตรงความต้องการของกลุ่มนักศึกษา แปลกใหม่น่าสนใจ และเข้าใจง่าย จะดึงดูดความ สนใจ ทำให้สื่อมีปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้ตรงกลุ่มเป้าหมายที่สนใจในตลาดเก่า ซึ่งตอบโจทย์การทำสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดจีนโบราณชากรังแกว และยังเป็น การเชิญชวน ให้วัยรุ่นในปัจจุบันจดจำ ความเป็นคลาสสิกและเอกลักษณ์ของตลาด

## สรุปและอภิปรายผล

การออกแบบสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดจีนโบราณชากรังแกว จัดทำให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย ภาพถ่ายที่แสดงให้เห็นบรรยากาศของสถานที่ที่มีความเก่าแก่และการรวมภาพประกอบเข้าไปผสมในงาน โทนสีที่ให้ความรู้สึกเท่และคลาสสิก เนื้อหาที่ เหมาะสม กระชับเข้าใจง่าย และจากการเก็บข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญ

ชาวด้านการออกแบบพบว่าแนวความคิดที่เหมาะสมกับการออกแบบคือการเล่าเรื่องความเก่าแก่ของตลาดให้ออกมาในรูปแบบที่แปลกใหม่และการใช้ภาพถ่ายแทนผ่านประกอบเพราะการใช้ภาพถ่ายทำให้สื่อถึงอารมณ์ของสถานที่ได้ดีกว่าภาพประกอบที่ได้รับความนิยม การใช้ภาษาควรใช้ภาษาที่รวบรัดและเป็นภาษาที่เป็นกันเองแต่บางครั้งถ้าเป็นคำศัพท์ที่เป็นทางการก็ควรใช้คำที่เป็นทางการโทสนีที่ผู้เขียนชาญแนะนำคืออัสแดง สีแดงอ่อนทำให้เห็นถึงความหรู หรือสีแดงที่ไล่แกระเดียนจึงจะเหมาะสมกับการออกแบบสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดจีนโบราณซากแก้ว

#### กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงลงได้ด้วยดีด้วยความช่วยเหลือของอาจารย์ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิบูล วจิตกรรม อาจารย์ที่ปรึกษา วิทยานิพนธ์ ซึ่งท่านได้ให้คำแนะนำและข้อคิดเห็นต่างๆ อันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการทำวิทยานิพนธ์ จึงขอขอบพระคุณ ณ โอกาสนี้ขอขอบคุณ คุณพัชรินทร์ ทองซึ้ง คุณทศพร ราหุละ คุณธวัชชัย บุญพรหม ที่ให้ คำปรึกษา ข้อเสนอแนะ แนวคิด ตลอดจนแก้ไข ข้อบกพร่องต่าง ๆ มาโดยตลอด งานวิจัยเล่มนี้ เสร็จสมบูรณ์ขอขอบพระคุณ คุณพ่อ และคุณแม่ และผู้ปกครอง ที่ให้คำปรึกษาในเรื่องต่างๆ ช่วยเหลือทุกๆ ด้าน และคอยให้กำลังใจเสมอมาสุดท้ายขอขอบคุณเพื่อนๆ ที่ให้คำแนะนำ สำหรับ แนวความคิดที่ดีและเป็นกำลังใจให้ตลอดจน งานวิจัยเสร็จสมบูรณ์

#### เอกสารอ้างอิง

อินฟินิตี้ คัลเลอร์ พริ้นติ้ง บ.จก.

แหล่งข้อมูล:<http://www.infinityprinting.co.th/main/content.php?page=sub&category=22&id=58> ค้นหาเมื่อ 19 เมษายน 2562

Design 365

แหล่งข้อมูล:<https://www.design365days.com/Site/BlogDetail/222/8-เทคนิคการใช้ตัวอักษร>

ค้นหาเมื่อ 19 เมษายน 2562

Krukaewnaka หลักการใช้สี

แหล่งข้อมูล:<https://sites.google.com/site/krukaewnaka/w ebm3/websites03> ค้นหาเมื่อ 20 เมษายน 2562

การออกแบบงานศิลปะ

แหล่งข้อมูล <http://www.pikanesri.com/class-basic-designB.php>

ค้นหาเมื่อ 20 เมษายน 2562