

## การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตลาดพลู

ภูวนาท แซ่เฉิน<sup>1</sup>, สุภัทรา ลูกรักษ์<sup>2</sup>

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

### บทคัดย่อ

สื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตลาดพลู มีจุดประสงค์เพื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนตลาดพลูทั้งในเรื่องของเอกลักษณ์ วัฒนธรรม อาหาร ซึ่งสิ่งเหล่านี้มีคุณค่าและเป็นที่ภาคภูมิใจของชาวชุมชนตลาดพลูอันเป็นเสน่ห์น่าดึงดูดใจให้ผู้คนต่างถิ่นหรือนักท่องเที่ยวและควรได้รับการอนุรักษ์ไว้ต่อไปให้คนรุ่นหลัง จึงเกิดแนวคิดในงานออกแบบที่จะทำสื่อประชาสัมพันธ์ที่จะได้เห็นความเป็นชุมชนตลาดพลูที่อบอุ่นและมีความสุขที่ได้มาเยี่ยมชม ออกแบบมาให้ดู ทันสมัยและสวยงามมีประโยชน์ต่อการเป็นคู่มือในการแนะนำสถานที่ต่างๆที่จะนำพาเยี่ยมชมตามจุดต่างๆ และบอกข้อมูลความสำคัญของสถานที่ในแต่ละที่ ในรูปแบบที่ดูน่าสนใจและสร้างความเข้าใจง่ายไม่น่าเบื่อ วัตถุประสงค์ของการวิจัยคือเพื่อออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตลาดพลูให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น ดำเนินการวิจัยด้วยการสอบถามจากกลุ่มเป้าหมายที่มีอายุ 20 – 25 ปี โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ และสอบถามผู้เชี่ยวชาญทางด้านงานออกแบบ วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้โดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ อัตราร้อยละ และ ค่าเฉลี่ย จากผลการวิเคราะห์นำมาใช้ในการออกแบบ

ผลการวิจัย พบว่า 1) ชุมชนตลาดพลูเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น 2) สื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตลาดพลู 3) ทำให้คนต้องการไปท่องเที่ยวที่ชุมชนตลาดพลูมากขึ้น

**คำสำคัญ :** ตลาดพลู, การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์, อบอุ่น, วิจารณ์

## Public Relations Media Design of Talat Phlu

Puwanart sae-chen<sup>1</sup>, Supatra Lookraks<sup>2</sup>

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

### Abstract

Public relations media design promoting tourism in Talat Phlu community Aims to promote the Talat Phlu community both in terms of identity, culture, food These things are valuable and proud of the Talat Phlu community, which is an attractive charm for foreigners or tourists. And should be conserved for future generations Therefore, the concept of design is to create a public relations media that will be seen as a warm market and happy to visit Designed to look Modern and beautiful, useful to be a guide to suggest places that will bring visitors at various points. and inform the importance of each location In a form that looks interesting and easy to understand, not boring The purpose of this research was to design the tourism promotion media of Talat Phlu community to be more well-known Conduct research with inquiries from target groups aged 20 - 25 years using online questionnaires And inquire about design experts Analyze the data obtained by using basic statistics such as percentage and average values from the analysis results used in the design

The results of the research indicate that 1) Talat Phlu community is known more 2) Public relations media promoting tourism in Talat Phlu community 3) Causing more people to travel to the Talat Phlu community

**Keywords:** Talat Phlu, Public relations media design, Warm, Teens

## บทนำ

ตลาดพลู เป็นชุมชนเก่าแก่ที่มีประวัติศาสตร์ ตั้งอยู่บริเวณที่เรียกว่าบางยี่เรือ คือ ช่วงแนวคลองบางกอกใหญ่(บางหลวง) ในสมัยกรุงธนบุรี บางยี่เรือเป็นชุมชนคนจีนแห่งหนึ่ง กระทั่งเกิดชุมชนคนจีนแห่งใหม่ที่สำคัญ คนจีนบางส่วนจึงย้ายออกไปยังสำเพ็ง และต่อมามีชาวมุสลิมเข้ามาอาศัยเป็นจำนวนมาก ในระยะหลังทั้งชาวมุสลิมและชาวจีนเริ่มมีการทำสวนพลูขึ้นในแถบนี้จนแพร่หลายกลายเป็นตลาดซื้อขายพลูที่ใหญ่ที่สุดแห่งหนึ่งในราชธานี ชุมชนแห่งนี้จึงถูกเรียกว่า “ตลาดพลู” นับตั้งแต่ตอนนั้นเป็นต้นมา กระทั่งภายหลัง ในสมัยจอมพล ป.พิบูลสงครามมีการประกาศนโยบายให้ยกเลิกการกินหมากพลู ประกอบกับการผ่านสงครามมหาเอเซียบูรพา ผ่านเหตุการณ์น้ำท่วม ผ่านเหตุการณ์ไฟไหม้ ทำให้ตลาดซบเซาลงไปมาก แต่ชาวบ้านก็ไม่เคยทิ้งรากเหง้าของบรรพบุรุษ เพราะยังคงเห็นบ้านเรือนเก่าๆที่ได้รับการอนุรักษ์ไว้ ชาวบ้านหลายคนยังคงสืบสานวิถีชีวิตและอาชีพดั้งเดิมอยู่

ชุมชนตลาดพลูเป็นชุมชนที่เก่าแก่มาตั้งแต่สมัยกรุงธนบุรี มีเสน่ห์น่าดึงดูด และประวัติศาสตร์ที่ควรอนุรักษ์สืบทอดต่อไป ทั้งในด้านการท่องเที่ยว สถานที่สำคัญในประวัติศาสตร์ ร้านอาหารอันเก่าแก่ ซึ่งสิ่งเหล่านี้มีคุณค่าและเป็นที่น่าภาคภูมิใจของคนในชุมชน แต่ด้วยยุคสมัยที่เปลี่ยนไปในปัจจุบัน มีห้างสรรพสินค้าที่เปิดในบริเวณใกล้เคียง เทคโนโลยีใหม่ๆ ทำให้คนรุ่นใหม่ให้ความสำคัญกับภูมิปัญญาและวิถีชีวิตอันเก่าแก่

น้อยลง เพราะขาดสื่อที่จะมาช่วยประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมการท่องเที่ยวและสื่อที่สวยงามน่าสนใจ จึงทำให้ชุมชนตลาดพลูยังไม่เป็นที่รู้จักของคนสมัยใหม่ ซึ่งในการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตลาดพลูนี้ เพื่อนำเสนอเส้นทางการเดินเป็นคู่มือสำหรับเดินเยี่ยมชมสถานที่สำคัญๆทางประวัติศาสตร์ และแวะชิมร้านอาหารที่เก่าแก่ระดับตำนานของตลาดพลู ที่เห็นถึงแต่ละสถานที่และถ่ายทอดออกมาให้สนุกสนานมีชีวิตชีวาและแปลกใหม่สร้างความเข้าใจในการเยี่ยมชม เริ่มจากสถานีรถไฟตลาดพลูที่เป็นเหมือนสถานีรถไฟแห่งอุ้งน้ำอุ่นน้ำเลยก็ว่าได้ เป็นอีกจุดสำคัญหนึ่งที่น่าสนใจอย่างมากของชุมชนตลาดพลู เพราะบริเวณที่ใกล้ๆ กับตัวสถานีรถไฟนั้นเป็นที่ตั้งของร้านอาหารอร่อยในตำนานมากมาย ที่มีทั้งคาว หวาน มีประวัติอันยาวนานและพลาดไม่ได้ อย่าง ร้านเตี้ยเย็นตาโฟ ร้านสุณี ข้าวหมูแดง ร้านบะหมี่ตงเล้ง ร้านไอติมไข่แข็งที่มีรสชาติที่ไม่เหมือนใคร เพราะเป็นไอศกรีมที่ใส่ไข่และกล้วยเชื่อมร้านกิมเอ็ง เดินถัดมาได้สะพานตลาดพลูยังมีร้านกุยช่ายผมยาว ซึ่งเป็นขนมที่ขึ้นชื่อของตลาดพลู และมีร้านขนมหวานตลาดพลูเดินไปเรื่อยๆแถวท่าน้ำตลาดพลู มีอีกหนึ่งร้านในตำนานอย่าง เต็กเฮ็งหมี่กรอบจินหลี่(หมี่กรอบ ร.5) ที่เปิดมายาวนานกว่า122ปี หลังจากอ้อมท้อง เดินมาภายในระแวกของชุมชนตลาดพลูยังมีวัดที่สำคัญที่ผู้คนในชุมชนต่างก็มาสักการะ กราบไหว้นั่นคือ วัดอินทารามวรวิหาร เป็นวัดอนุสรณ์สันติสถานที่สมเด็จพระเจ้ากรุงธนบุรี ทรงประกอบพระ

ราชกุศล นอกจากนี้ชุมชนตลาดพลูยังเป็นที่ตั้งของสถานที่สำคัญอื่นๆเช่น มัสยิดสวนพลูเป็นสถานที่ที่ชาวมุสลิมในชุมชนมาพบปะและมีการสอนหลักคำสอนของศาสนาอิสลาม และโรงเจเซียงเซ่งตัว ที่เป็นต้นแบบของโรงเจในภาคกลางกว่าร้อยแห่ง เป็นอีกที่ที่ชาวตลาดพลูนิยมมากกราบไหว้ หากลองไปสักครั้งจะสัมผัสได้ถึงมนต์ขลังของวัฒนธรรมชาวจีนอย่างแท้จริง ตลอดระยะเวลาในการเดินทางด้วยเท้าเราจะได้เห็นบรรยากาศที่ครึกครื้นของพ่อค้าแม่ค้า วิถีชีวิตของคนในชุมชนและผู้คนที่ผ่านมาแวะทานอาหาร ซึ่งสิ่งเหล่านี้มีคุณค่าและเป็นภาคภูมิใจของชาวชุมชนตลาดพลูอันเป็นเสน่ห์น่าดึงดูดใจให้ผู้คนที่ต่างถิ่นหรือนักท่องเที่ยวและควรได้รับการอนุรักษ์ไว้ต่อไปให้คนรุ่นหลัง จึงเกิดแนวคิดในงานออกแบบที่จะทำสื่อประชาสัมพันธ์ที่จะได้เห็นความเป็นชุมชนตลาดพลูที่อบอุ่นและมีความสุขที่ได้มาเยี่ยมชม ออกแบบมาให้ดูทันสมัยและสวยงามมีประโยชน์ต่อการเป็นคู่มือในการแนะนำสถานที่ต่างๆที่แนะนำพาเยี่ยมชมตามจุดต่างๆจากการเดินเท้าและบอกข้อมูลความสำคัญของสถานที่ในแต่ละที่ ในรูปแบบที่ดูน่าสนใจและสร้างความเข้าใจง่ายไม่น่าเบื่อ

จากข้อมูลเบื้องต้นผู้วิจัยจึงเล็งเห็นถึงประโยชน์ของการทำวิจัยการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตลาดพลูเพื่อต้องการประชาสัมพันธ์ให้ชุมชนนี้เป็นที่รู้จักมากขึ้น และยังช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจให้กับคนในชุมชน ทั้งยังสร้างกำลังใจให้มีความภาคภูมิใจและเห็นถึงคุณค่าที่จะสืบสานต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตลาดพลูให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นคนรุ่นใหม่ให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น
2. เพื่อให้คนรุ่นใหม่ให้ความสนใจและเห็นความสำคัญของการท่องเที่ยวและเห็นถึงคุณค่าของวัฒนธรรมและวิถีชีวิต อันเก่าแก่ของคนในชุมชน

### ระเบียบวิธีวิจัย

1. ศึกษาข้อมูลทุติยภูมิจากเว็บไซต์รวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตลาดพลู
2. สร้างเครื่องมือเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามที่จะใช้กับกลุ่มเป้าหมาย และแบบสัมภาษณ์ที่จะใช้กับผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบ
3. เก็บข้อมูลปฐมภูมิด้วยการใช้แบบสอบถามกับกลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มนักศึกษาชาย-หญิง ที่ชื่นชอบการท่องเที่ยว จำนวน 50 คน
4. เก็บข้อมูลปฐมภูมิด้วยการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบ จำนวน 5 คน
5. วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากกลุ่มเป้าหมายโดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าร้อยละ(%) และค่าเฉลี่ย(MEAN) และใช้วิธีตีความจากสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบ ข้อมูลดังกล่าวจะถูกใช้เป็นโจทย์ทางการออกแบบ ซึ่งจะสอดคล้องกับพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย

6. ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตลาดพลู

### ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากกลุ่มเป้าหมาย คือ นักศึกษา จำนวน 50 คน ผลที่ได้จะแยกเป็น 2 เรื่อง คือ 1) ทักษะคิดและความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม 2) ความต้องการทางการออกแบบของผู้ตอบแบบสอบถาม รวมทั้งข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญทางการออกแบบ จำนวน 5 คน มีรายละเอียด ดังนี้

**ส่วนที่ 1** สิ่งแรกที่นึกถึงชุมชนตลาดพลูของผู้ตอบแบบสอบถามคือ อาหาร(ดังตารางที่ 1) เหตุผลของการมาที่ชุมชนตลาดพลูของผู้ตอบแบบสอบถามคือ ร้านอาหารต่างๆ(ดังตารางที่ 2) และความต้องการเกี่ยวกับบรรยากาศในงาน คือ เป็นความย้อนยุค/ชวนให้นึกถึงวัยเด็ก (ดังตารางที่ 3)

**ตารางที่ 1** ผลการวิเคราะห์สิ่งแรกที่นึกถึงชุมชนตลาดพลูของผู้ตอบแบบสอบถาม

หัวข้อประเมิน	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	อันดับ
อาหาร	39	78	1
ชุมชนหนึ่งที่มาอายุยาวนาน	9	18	2
สถานีรถไฟ	2	4	3
วัดวาอาราม	-	-	-
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>	

**ตารางที่ 2** ผลการวิเคราะห์เหตุผลของการมาที่ชุมชนตลาดพลูของผู้ตอบแบบสอบถาม

หัวข้อประเมิน	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	อันดับ
ร้านอาหารต่างๆ	41	82	1
ไหว้พระทำบุญ	9	18	2
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>	

**ตารางที่ 3** ผลการวิเคราะห์ความต้องการเกี่ยวกับบรรยากาศในงานของผู้ตอบแบบสอบถาม

หัวข้อประเมิน	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	อันดับ
วิถีชีวิตของผู้คน/ความอบอุ่น	20	40	2
สนุกสนาน/มีสีสัน	4	8	3
ความย้อนยุค/ชวนให้นึกถึงวัยเด็ก	26	52	1
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>	

**ส่วนที่ 2** จำนวนหน้าของหนังสือคู่มือประกอบการท่องเที่ยวชุมชนตลาดพลูที่คิดว่าน่าสนใจมากที่สุด คือ 10 – 15 หน้า(ดังตารางที่ 4) แบบผสมระหว่างเป็นทางการกับแบบภาพประกอบคือรูปแบบแผนที่เส้นทางท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับชุมชนตลาดพลู (ดังตารางที่ 5) ชุดสีที่ถูกเลือกกว่าเหมาะสมและสื่อถึงความเป็นตลาดพลูมากที่สุดคือ Poolside Waves(ดังตารางที่ 6)

**ตารางที่ 4** ผลการวิเคราะห์จำนวนหน้าของหนังสือคู่มือประกอบการท่องเที่ยวชุมชนตลาดพลูที่ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่ามีแนวโน้มมากที่สุด

หัวข้อประเมิน	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	อันดับ
10-15หน้า	35	70	1
16-20หน้า	11	22	2
21-25หน้า	4	8	3
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>	

**ตารางที่ 5** ผลการวิเคราะห์แผนที่เส้นทางท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับชุมชนตลาดพลู

หัวข้อประเมิน	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	อันดับ
แบบผสมระหว่างเป็นทางการกับแบบภาพประกอบ	31	62	1
แบบภาพประกอบ	10	20	2
แบบเป็นทางการ	9	18	3
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>	

**ตารางที่ 6** ผลการวิเคราะห์ชุดสีที่ถูกเลือกกว่าเหมาะสมและสื่อถึงความเป็นตลาดพลูมากที่สุด

หัวข้อประเมิน	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	อันดับ
Poolside Waves	21	42	1
Classic and retro	5	10	3
Summer Getaway	7	14	4
Pure & Pigmented	5	10	3
Bohemian Motif	12	24	2
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>	

**ส่วนที่ 3** ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบ

ได้ให้แนวคิดในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตลาดพลู ดังนี้ ภาพประกอบควรเป็นภาพจริงอาจจะผสมกับลายเส้นเวกเตอร์บ้างเพื่อเพิ่มความน่าสนใจให้กับงาน ลายเส้นและสไตล์ภาพควรดูมินิมอลโมเดิร์นเพื่อให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย ควรมีภาพถ่ายสถานที่จริงอยู่ในนั้นด้วย ภาพประกอบอย่างเดียว(ภาพวาด)ไม่สามารถสื่อสารอารมณ์ได้ครบถ้วน และ สไตล์ภาพประกอบ Illustration ที่ผู้เชี่ยวชาญส่วนใหญ่คิดว่าเหมาะสมกับสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตลาดพลูมากที่สุดคือ แบบ DEPTH AND DRAMA

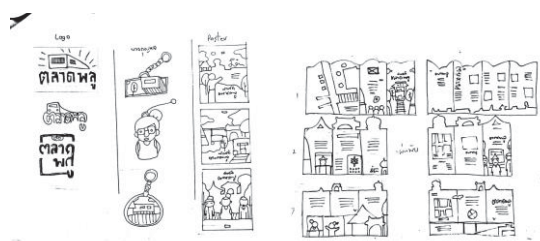
#### ผลการออกแบบ

จากการเก็บข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมาย และผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ทำให้ได้ข้อมูลที่น่าเชื่อถือและสม่ำเสมอ สามารถนำไปใช้เป็นโจทย์ทางการออกแบบ ทำให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ผลผลิตของการวิจัยครั้งนี้ คือ สื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตลาดพลู เป็นโครงการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยว แนวคิดที่ใช้ในการออกแบบ (Concept) คือ “สามชาติตลาดพลู” เนื่องจากชุมชนตลาดพลู มีการอยู่ร่วมกันของสามเชื้อชาติ ทำให้มีความโดดเด่นทั้งในเรื่องของ อาหารการกิน และ โบราณสถาน วัฒนธรรม ที่อยู่ร่วมกันของสามเชื้อชาติ โดยใช้รูปแบบการออกแบบ (Mood & Tone) คือ น่ารัก (LOVELY) ย้อนยุค (RETRO) อบอุ่น (WARM) กลุ่มเป้าหมาย คือ นักศึกษา ชายและหญิง อายุ

20-25 ปี โดยสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชมชนตลาดพลู จะมีรูปแบบที่ดูน่ารัก เป็นมิตร มีข้อมูลที่กระชับง่ายต่อการเข้าใจและการใช้งาน มีลักษณะที่แปลกใหม่น่าสนใจ

ขั้นตอนการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชมชนตลาดพลู

1. ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับชมชนตลาดพลู ได้แก่ ประวัติความเป็นมา วิถีชีวิต อาหาร แหล่งท่องเที่ยว แหล่งวัฒนธรรม
2. ทำแบบร่างสื่อประชาสัมพันธ์ ให้สอดคล้องตามแนวความคิด
3. ออกแบบภาพประกอบ เพื่อนำมาใช้งานในสื่อประชาสัมพันธ์
4. จัดวางองค์ประกอบของสื่อประชาสัมพันธ์ ออกแบบคู่มือประกอบการท่องเที่ยว โปสเตอร์ ของที่ระลึก แผ่นพับ ป้ายบอกประวัติ ธงญี่ปุ่น
5. ทำแบบจำลองสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อทดสอบการใช้งาน ตรวจสอบแก้จุดบกพร่อง และทิศทางของหนังสือภาพประกอบการท่องเที่ยว ให้เป็นไปตามแนวความคิด (ดังปรากฏในภาพที่ 1 ถึง 5)



ภาพที่ 1 แบบร่างสื่อประชาสัมพันธ์



ภาพที่ 2 สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทโปสเตอร์



ภาพที่ 3 สื่อประชาสัมพันธ์ ประเภทคู่มือท่องเที่ยว



ภาพที่ 4 สื่อประชาสัมพันธ์ ประเภทตราสัญลักษณ์



ภาพที่ 5 สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทแผ่นพับ

### วิจารณ์ผลการวิจัย

การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยว ชุมชนตลาดพลู ใช้หลักการออกแบบสำหรับนักศึกษาวัยรุ่น โดยเน้นองค์ประกอบที่น่าสนใจ ได้แก่ ภาพประกอบและเนื้อหาที่เหมาะสม ที่จะทำให้รู้สึกถึงความน่ารักอบอุ่นของชุมชนตลาดพลู ที่สื่อสารออกมาได้กระชับและเข้าใจง่าย ทั้งยังสร้างบรรยากาศให้ผู้ใช้งานสัมผัสและจินตนาการได้ถึงความเป็นตลาดพลู ทั้งในเรื่องของ อาหารการกิน และ โบราณสถาน วัฒนธรรม

ผลการทดสอบการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวกับนักศึกษาแสดงให้เห็นว่าการใช้ภาพประกอบที่ดูน่ารักอบอุ่น สไตล์ DEPTH AND DRAMA ที่แปลกใหม่และน่าสนใจ สามารถดึงดูดความสนใจ ทำให้สื่อประชาสัมพันธ์มีปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายรู้สึกอยากติดตามและเป็นภาพจำให้ชุมชนตลาดพลู อีกทั้งวัยรุ่นในปัจจุบัน ให้ความสนใจและให้ความสำคัญมากขึ้น ทั้งในเรื่องของวิถีชีวิตความเป็นอยู่ วัฒนธรรม สิ่งต่างๆจากชุมชนตลาดพลู ซึ่งตอบโจทย์การทำสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตลาดพลู

### สรุปและอภิปรายผล

สื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยว ชุมชนตลาดพลู เสนอเนื้อหาที่เกี่ยวกับสถานที่ต่างๆ ร้านอาหาร สร้างบรรยากาศย้อนยุคให้ชวนนึกถึงวัยเด็ก แปลกใหม่ ทันสมัย ด้วยการใช้นวัตกรรมและภาพประกอบที่น่าสนใจและทันสมัย และยังคงความเป็นตลาดพลูเอาไว้เพื่อใช้ภาพถ่ายมาประกอบการออกแบบเพื่อให้เห็นสถานที่จริง

สื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยว

ชุมชนตลาดพลู เป็นสื่อที่แนะนำสถานที่และให้ข้อมูลของที่ท่องเที่ยวต่างๆในชุมชน ทั้งร้านอาหาร วัฒนาอาราม สถานที่สำคัญต่างๆในชุมชน ช่วยเผยแพร่ให้วัยรุ่นนักศึกษา ผู้คนต่างถิ่นได้มาท่องเที่ยว ทำให้ชาวชุมชนตลาดพลูรู้สึกภาคภูมิใจในชุมชนและมีกำลังใจที่จะช่วยกันสืบสานวิถีชีวิตและสิ่งที่ดีงาม ณ ชุมชนตลาดพลู ต่อไป

### กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่องนี้สำเร็จลุล่วงลงได้ด้วยความช่วยเหลือจากบุคคลหลายท่าน จึงขอขอบพระคุณ ณ โอกาสนี้ ขอขอบคุณอาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์สุภัทรา ลูกรักษ์ ที่ให้คำปรึกษา ข้อเสนอแนะแนวคิด ตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆมาโดยตลอด จนงานวิจัยเล่มนี้เสร็จสมบูรณ์ ขอขอบพระคุณ คุณพ่อและคุณแม่ และผู้ปกครอง ที่ให้คำปรึกษาในเรื่องต่างๆ ช่วยเหลือทุกๆด้าน และคอยให้กำลังใจเสมอมา ขอขอบพระคุณคนในพื้นที่ชุมชนตลาดพลูและ เฟซบุ๊ก เพจ : งามสิริฉันทน์คนตลาดพลู ที่ให้ข้อมูลเพื่อศึกษาในการทำวิจัยเป็นอย่างดี สุดท้ายขอขอบคุณเพื่อน ๆ ที่ให้คำแนะนำสำหรับ แนวความคิดที่ดี และเป็นกำลังใจให้ตลอดจน งานวิจัยเสร็จสมบูรณ์

### เอกสารอ้างอิง

พวงร้อย กล่อมเอี้ยง ,มนัสवास กุลวงศ์ ,โชคชัย วงษ์ธานี. (2546). **โครงการวิจัยประวัติศาสตร์ท้องถิ่นวิถีวัฒนธรรมริมน้ำ ย่านตลาดพลูจากคลองบางหลวงถึงคลองด่าน**. สืบค้นเมื่อวันที่ 6



พฤศจิกายน 2561, จากเว็บไซต์: Thammasat  
University Digital Collections

กวี รัชพลอริยะคุณ. (2546). การเปลี่ยนแปลง  
ทางสังคมและวัฒนธรรมของชุมชนย่านตลาด  
พลู. สืบค้นเมื่อวันที่ 10 พฤศจิกายน 2561, จาก  
เว็บไซต์:<http://lek-prapai.org/home>

รายการพินิจนคร ปีที่ 2. (2555). ตลาดพลู. สืบค้น  
เมื่อวันที่ 10 พฤศจิกายน 2561, จากเว็บไซต์:  
<https://youtu.be/lyX9FJcOaqM>

ไทยทิ่ง WOW! THAILAND | EP.13. (2561). รวม  
เรื่องที่ย่านตลาดพลู ได้รู้ชะที่ทำไมมีดีเรื่อง  
กุยช่าย. สืบค้นเมื่อวันที่ 13 พฤศจิกายน 2561,  
จากเว็บไซต์: <https://youtu.be/nXwqayHxf3Q>

ยุทธพงษ์ สืบภักดี. (2553). ความหมายของ  
ภาพประกอบ. สืบค้นเมื่อวันที่ 15 ธันวาคม 2561,  
จากเว็บไซต์: [www.yuttapong.com/?p=387](http://www.yuttapong.com/?p=387)