

## การออกแบบเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดน้ำในจังหวัดสมุทรสงคราม

ทิตยา เพิ่มลาภ , นรภัศน์ ประมวลสุข

สาขาวิชาเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์เพื่องานสถาปัตยกรรม  
คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

### บทคัดย่อ

ตลาดน้ำในจังหวัดสมุทรสงครามเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีนักท่องเที่ยวมากมายให้ความสนใจ ภายในจังหวัดมีตลาดน้ำทั้งหมด 5 แห่ง ได้แก่ ตลาดน้ำอัมพวา ตลาดน้ำบางน้อย ตลาดน้ำบางนกแขวก ตลาดน้ำท่าคา และตลาดน้ำที่เปิดขึ้นใหม่ ตลาดน้ำสามอำเภอ จากการค้นหาข้อมูลเบื้องต้น พบว่า ทางฐานข้อมูลของ Google ยังไม่มีการรวบรวมและจัดเก็บข้อมูลให้เป็นกลุ่ม บางเว็บไซต์มีการรวบรวมข้อมูลของตลาดน้ำไว้แต่ยังไม่ครบถ้วน และไม่มีการปรับปรุงอัปเดตข้อมูล

การจัดทำเว็บไซต์ตลาดน้ำภายในจังหวัดสมุทรสงครามขึ้นมามีวัตถุประสงค์เพื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัด โดยวิธีการศึกษา มีการเก็บข้อมูล 2 วิธี คือจะเก็บข้อมูลจากการทำแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง 100 คน โดยแบ่งเป็นตลาดละ 20 คน 5 ตลาด และการเก็บข้อมูลจากการสำรวจพื้นที่เพื่อนำมาใช้สร้างแผนที่ร้านค้าในตลาด ผลที่ได้จากการทำแบบสอบถาม พบว่านักท่องเที่ยวมีความต้องการแผนที่ร้านค้าภายในตลาด ข้อมูลร้านอาหาร และสถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียงเป็นปริมาณมาก จึงนำมาสร้างเป็นกลุ่มเนื้อหา แนวคิดในการออกแบบคือการนำจุดเด่นของแต่ละตลาดมาทำเป็นสัญลักษณ์และนำสีของจุดเด่นนั้น ๆ มาใช้ในงาน ภายในเว็บไซต์จะมีเมนูดังต่อไปนี้ 1) การนำเสนอเกี่ยวกับประวัติความเป็นมา 2) การนำเสนอร้านอาหารที่แนะนำภายในตลาด 3) การนำเสนอสถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียงตลาด 4) การนำเสนอสื่อวิดีโอแสดงบรรยากาศภายในตลาด 5) การนำเสนอแผนที่เดินทาง 6) การนำเสนอข้อมูลวันเวลาเปิด-ปิดของตลาด

คำสำคัญ : ตลาดน้ำ, สัญลักษณ์, แผนที่

### บทนำ

จังหวัดสมุทรสงครามเป็นเมืองที่มีความสำคัญทั้งในด้าน ประวัติศาสตร์ศิลปวัฒนธรรม สถานที่ท่องเที่ยวตามธรรมชาติและที่โดดเด่นคือ วิถีชีวิตแบบไทยดั้งเดิม ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติอยากไปสัมผัส มีแม่น้ำสำคัญที่ไหลผ่าน คือ แม่น้ำแม่กลอง จึงทำให้แหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่ของจังหวัดนี้เป็นตลาดน้ำ อีกทั้งจังหวัดสมุทรสงครามอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ มากนัก จึงเป็นจังหวัดท่องเที่ยวที่สำคัญอีกจังหวัดหนึ่ง

ในภูมิภาค ตลาดน้ำในจังหวัดสมุทรสงครามมีทั้งหมด 5 แห่ง ได้แก่ ตลาดน้ำอัมพวา ตลาดน้ำท่าคา ตลาดน้ำบางน้อย และตลาดน้ำบางนกแขวก ซึ่งเป็นตลาดน้ำที่รู้จักของนักท่องเที่ยวส่วนมาก ปัจจุบันมีตลาดน้ำแห่งใหม่เกิดขึ้น คือตลาดน้ำสามอำเภอ

ตลาดน้ำในจังหวัดสมุทรสงครามทั้งหมด 5 แห่ง ในนั้นมีตลาดน้ำสามอำเภอเป็นสถานที่ท่องเที่ยวแห่งใหม่ของจังหวัดที่ยังไม่เป็นที่รู้จักมากนัก ซึ่งในฐานข้อมูล Google ได้มีการรวบรวมข้อมูลตลาดน้ำทั้ง 4 แห่งไว้ แต่ยังไม่ครบถ้วน ส่วนใหญ่

เป็นการนำเสนอข้อมูลจากผู้ที่มาท่องเที่ยว และยังไม่มีารอัปเดตข้อมูลใหม่ๆ โดยเฉพาะข้อมูลของตลาดน้ำสามอำเภอ เว็บไซต์จึงเป็นทางเลือกในการรวบรวมและนำเสนอข้อมูลต่างๆเพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยว และทำให้ตลาดน้ำภายในจังหวัดเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อเป็นการรวบรวมฐานข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวในรูปแบบตลาดน้ำของจังหวัดสมุทรสงคราม
2. เพื่อพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดสมุทรสงครามในรูปแบบสื่อออนไลน์ (Website) ให้น่าสนใจและเข้าถึงง่ายมากขึ้น
3. เพื่อเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวของตลาดน้ำในจังหวัดสมุทรสงคราม ให้แก่ผู้ที่สนใจ หรือนักท่องเที่ยว ได้รับรู้อย่างแพร่หลาย
4. เพื่อเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจและเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวภายในจังหวัด

### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยโครงการออกแบบเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดน้ำในจังหวัดสมุทรสงคราม การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ทำการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม เพื่อศึกษาการใช้งานเว็บไซต์ตลาดน้ำของนักท่องเที่ยว

โดยผู้ศึกษาได้แบ่งลักษณะการเก็บรวบรวมข้อมูลออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. การเก็บข้อมูลระดับปฐมภูมิ กล่าวคือ ทำการศึกษาด้วยการลงพื้นที่ เพื่อให้ได้รับข้อมูลเชิงประจักษ์ ตลอดจนเพิ่มโอกาสในการสัมผัสกับสภาพความเป็นจริงของกระบวนการสร้างความสัมพันธ์ให้

มากที่สุด การเก็บข้อมูลจากการลงพื้นที่ อุปกรณ์ที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ประกอบไปด้วย สมุดสำหรับจด , กล้องดิจิทัล ใช้สำหรับถ่ายภาพและบันทึกวีดีโอ

2. การเก็บข้อมูลระดับทุติยภูมิ กล่าวคือ ผู้ศึกษาดำเนินการค้นคว้าและศึกษาเอกสารตลอดจนผลงานทางวิชาการที่เกี่ยวข้อง (Documentary Research) ที่ได้มีการเก็บรวบรวมไว้ ยกตัวอย่างเช่น หนังสือ วารสาร เอกสาร ตลอดจนรายงานการศึกษาวิจัยต่าง ๆ ของแต่ละองค์กรที่เกี่ยวข้อง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษา การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ( Purposive sampling ) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยผู้วิจัย ลักษณะของกลุ่มที่เลือกเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยเลือกนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวตลาดน้ำภายในจังหวัดสมุทรสงคราม จำนวน 100 คน มีตลาดน้ำทั้งหมด 5 ตลาด จึงแบ่งเป็นตลาดละ 20 คน โดยจำนวนตัวอย่างที่ได้นั้นจะคิดจากหลักการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยการใช้สูตรของ ทาโร ยามาเน (Taro Yamane, 1973)

ข้อมูลการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสมุทรสงคราม จำนวนนักท่องเที่ยวของจังหวัดสมุทรสงครามที่เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบปี 2560 กับ ปี 2561

### ตารางที่ 1 ข้อมูลนักท่องเที่ยว

รายการ	ปี 2561	ปี 2560	อัตราการเพิ่มขึ้น %
จำนวนผู้เยี่ยมชมทั้งหมด (คน)	2,039,073	1,913,844	+6.54
จำนวนผู้เยี่ยมชมคนไทย (คน)	1,988,302	1,865,139	+6.60

ที่มา : กองเศรษฐกิจกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

การคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างนิยมใช้สูตร ทาโร ยามาเน (Taro Yamana)

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ  $n$  = จำนวนตัวอย่างที่ต้องการ

$N$  = จำนวนประชากร

$e$  = ค่าคลาดเคลื่อนของการประมาณค่า

$$n = \frac{1,988,302}{1 + 1,988,302(0.1)^2}$$

$$n = 99.99 \text{ หรือ } 100$$

แบ่งออกเป็นตลาดละ 20 ชุด

### ผลการวิจัย

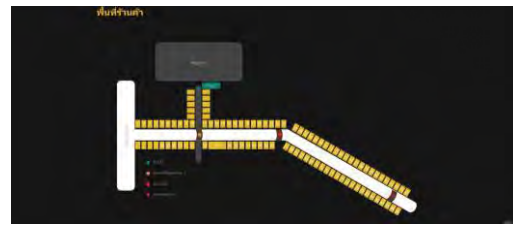
Diagram การเก็บข้อมูลจากการสำรวจพื้นที่ร้านค้า ประกอบไปด้วย ตลาดน้ำอัมพวา ตลาดน้ำบางน้อย ตลาดน้ำบางนกแขวก ตลาดน้ำท่าคา และตลาดริมน้ำสามอำเภอ



ภาพที่ 1 แสดง Diagram การสำรวจพื้นที่ร้านค้า

ผลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลสำรวจพื้นที่ร้านค้า นำมาทำกราฟิกและนำเสนอผ่านทางเว็บไซต์

แผนที่ตลาดน้ำอัมพวา



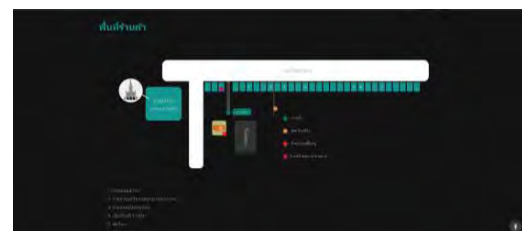
ภาพที่ 2 แผนที่ตลาดน้ำอัมพวา

แผนที่ตลาดน้ำบางน้อย



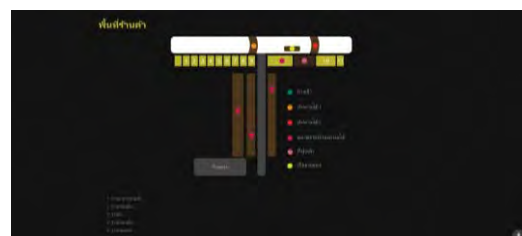
ภาพที่ 3 แผนที่ตลาดน้ำบางน้อย

แผนที่ตลาดน้ำบางนกแขวก



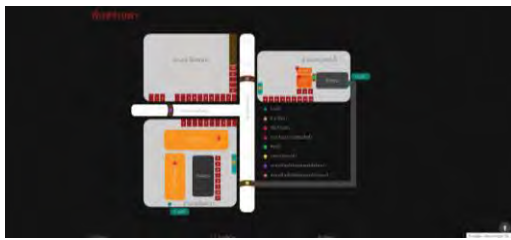
ภาพที่ 4 แผนที่ตลาดน้ำบางนกแขวก

แผนที่ตลาดน้ำท่าคา



ภาพที่ 5 แผนที่ตลาดน้ำท่าคา

แผนที่ตลาดริมน้ำสามอำเภอ



ภาพที่ 6 แผนที่ตลาดริมน้ำสามอำเภอ

ผลการศึกษาศึกษาข้อมูลเชิงปริมาณแบบสอบถามความครบถ้วนของข้อมูลตลาดน้ำภายในเว็บไซต์และสื่อ social media ต่างๆ ที่เคยพบเห็น



ภาพที่ 7 Diagram แบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์จากแบบสอบถาม ทั้งหมดจำนวน 100 ชุด 5 ตลาด แบ่งเป็นตลาดละ 20 ชุด เก็บข้อมูลวันที่ 1 กรกฎาคม 2562 – 31 กรกฎาคม 2562 โดยใช้เวลาประมาณ 31 วัน และได้รับการตอบกลับทั้งหมด 100%

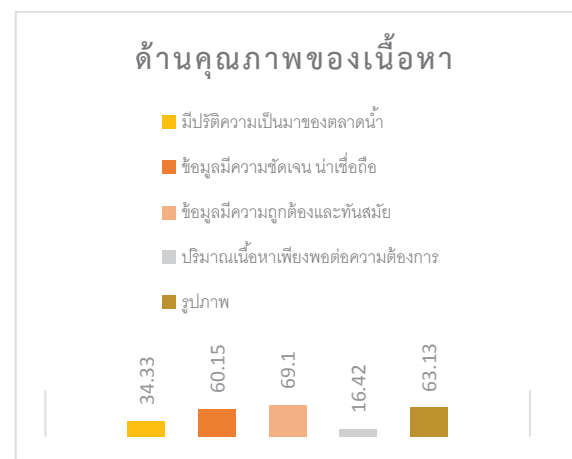
ผลที่ได้จากข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 20-30 ปี รู้จักตลาดน้ำอัมพวามากที่สุด รองลงมาคือ ตลาดน้ำท่าคา ตลาดน้ำบางน้อย ตลาดน้ำบางนกแขวก และตลาดน้ำสามอำเภอ แหล่งข้อมูลที่ทำให้นักท่องเที่ยวรู้จักตลาดน้ำ มากที่สุดคือ social media รองลงมาคือ เว็บไซต์ และบุคคลอื่นแนะนำ

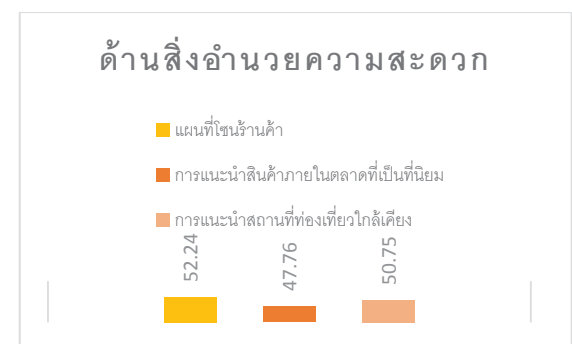
สรุปแบบประเมินความครบถ้วนของข้อมูลตลาดน้ำภายในเว็บไซต์ และสื่อ social media

ผลที่ได้จากแบบประเมินความครบถ้วนของข้อมูลตลาดน้ำภายในเว็บไซต์ และสื่อ social media

จากแบบสอบถามพบว่า ด้านคุณภาพของเนื้อหานักท่องเที่ยวต้องการข้อมูลที่ทันสมัย เชื่อถือได้ มีปริมาณเนื้อหาที่ไม่มากหรือน้อยจนเกินไป และต้องการรูปภาพประกอบ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกนักท่องเที่ยวต้องการแผนที่โซนร้านค้า และการแนะนำสินค้า



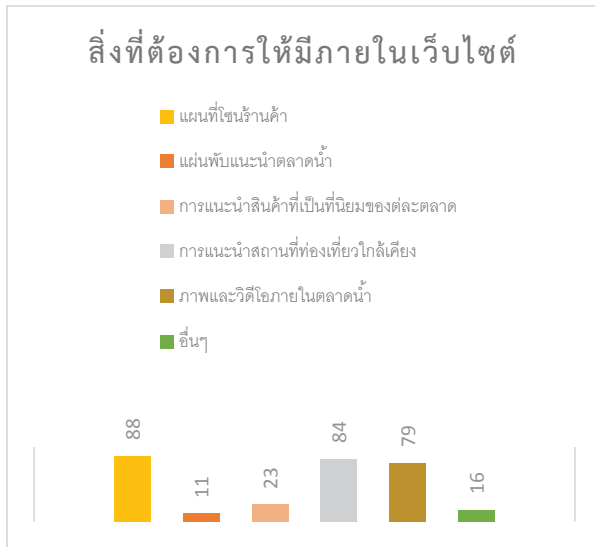
ภาพที่ 8 แผนภูมิแสดงข้อมูลด้านคุณภาพของเนื้อหา



ภาพที่ 9 แผนภูมิแสดงข้อมูลด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ผลที่ได้จากแบบสอบถามสิ่งอำนวยความสะดวกเพิ่มเติม

สิ่งอำนวยความสะดวกที่นักท่องเที่ยวต้องการมากที่สุดคือ แผนที่โซนร้านค้าภายในตลาด รองลงมาคือ การแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวที่ใกล้เคียง ภาพและวิดีโอภายในตลาดน้ำ การแนะนำสินค้าที่เป็นที่นิยมของแต่ละตลาด อื่นๆ และแผนพับ



ภาพที่ 10 แผนภูมิแสดงสิ่งที่ต้องการให้มีภายในเว็บไซต์

ผู้ทำวิจัยได้เรียบเรียงและนำเสนอให้อยู่ในรูปแบบของเว็บไซต์ในส่วนของการนำเสนอเนื้อหา ด้านประวัติความเป็นมาของตลาดน้ำทั้ง 5 ที่



ภาพที่ 11 การนำเสนอข้อมูลด้านประวัติ

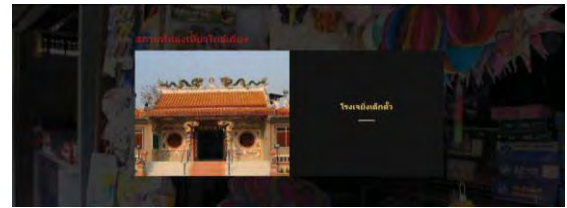
ผลที่ได้จากการวิเคราะห์แบบสอบถาม หัวข้อสิ่งอำนวยความสะดวก

ผู้ทำวิจัยได้เรียบเรียงและนำเสนอให้อยู่ในรูปแบบของเว็บไซต์ในส่วน of ร้านอาหารแนะนำ

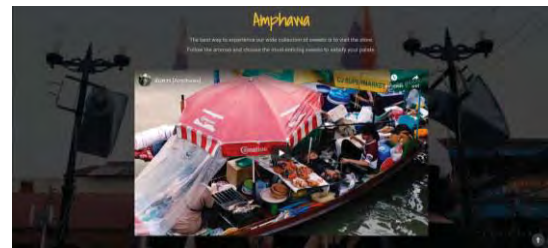
สถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียง วิดีโอบรรยากาศของตลาด และแผนที่การเดินทาง/ติดต่อ



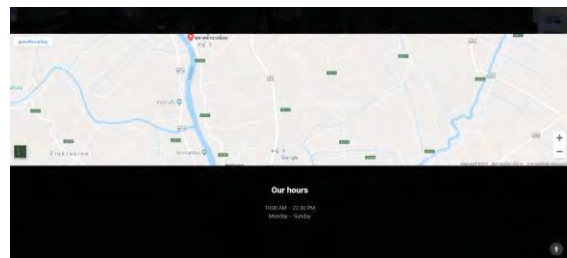
ภาพที่ 12 การนำเสนอข้อมูลร้านอาหารแนะนำ



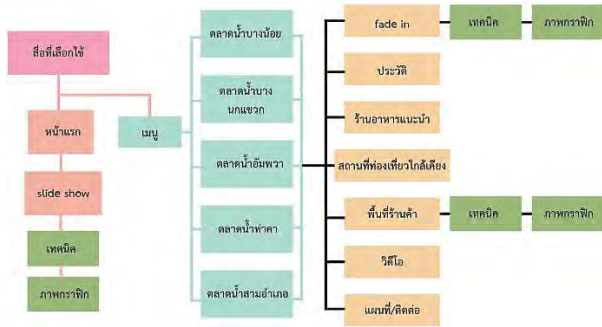
ภาพที่ 10 การนำเสนอข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียง



ภาพที่ 13 การนำเสนอวิดีโอบรรยากาศของตลาด



ภาพที่ 14 การนำเสนอแผนที่การเดินทาง/ติดต่อ



ภาพที่ 15 Diagram สรุปการนำเสนอสื่อที่ใช้บนเว็บไซต์

ผู้ทำวิจัยนำข้อมูลทั้งหมดที่ได้จากการสำรวจและการทำแบบสอบถามมาวิเคราะห์และเรียบเรียงเป็นหมวดหมู่ แสดงให้อยู่ในรูปแบบของเมนูบนเว็บไซต์ ประกอบไปด้วย



ภาพที่ 16 เมนูบนเว็บไซต์

1. Logo เมื่อกดเข้าไปจะเป็นภาพหน้าเว็บของแต่ละตลาด Slideshow
2. เมนูตลาดน้ำทั้ง 5 จะมีการแบ่งเนื้อหาภายในเหมือนกัน ประกอบไปด้วย ประวัติ ร้านอาหารแนะนำ สถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียง วิดีโอบรรยากาศของตลาด และแผนที่การเดินทาง/ติดต่อ

### สรุปและอภิปรายผล

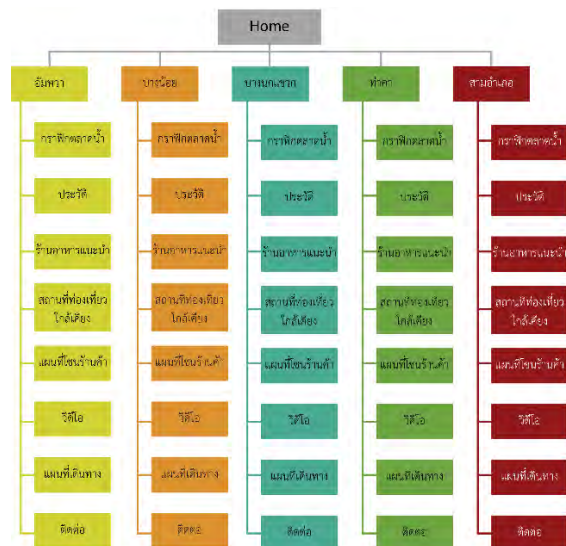
ผลที่ได้จากการสำรวจพื้นที่และการทำแบบสอบถาม ผู้จัดทำวิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลและทำการแบ่งหมวดหมู่เนื้อหา อธิบายเป็นโครงสร้างเว็บไซต์ได้ดังนี้

Domain Name	สื่อความหมาย	ความเป็นเอกลักษณ์	จดจำง่าย	รวม
floatingmarket-samutsongkhram	5	5	3	13
Talad nam in Samut Songkhram	4	5	3	12
ssk floating market	4	4	4	12

ภาพที่ 17 การเลือกใช้ชื่อโดเมน

ผลที่ได้จากการให้คะแนนชื่อโดเมน (Domain Name)

เลือกใช้ชื่อ floatingmarket-samutsongkhram เนื่องจากเป็นชื่อที่ตรงตัว และสามารถสื่อความหมายได้



ภาพที่ 18 โครงสร้างเว็บไซต์

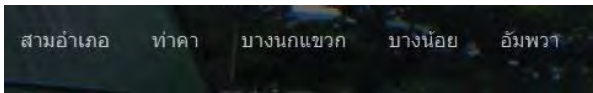
โครงสร้างเว็บไซต์ประกอบไปด้วยเมนู

1. เมนูหน้าแรก เมื่อเข้ามาในเมนูหน้าแรก จะเป็นสไลด์โชว์รูปภาพกราฟิกของแต่ละตลาด



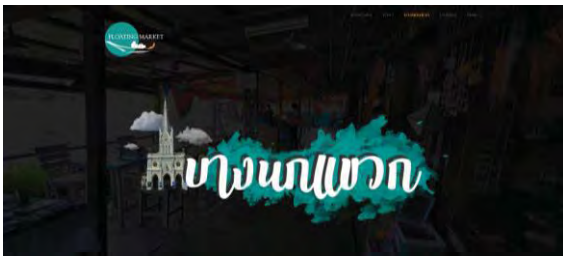
ภาพที่ 19 หน้าแรกของเว็บไซต์

2. เมนูตลาดน้ำอัมพวา ตลาดน้ำบางน้อย ตลาดน้ำบางนกแขวก ตลาดน้ำท่าคา และตลาดริมน้ำสามอำเภอ จะมีการเรียงเนื้อหาภายในเหมือนกัน



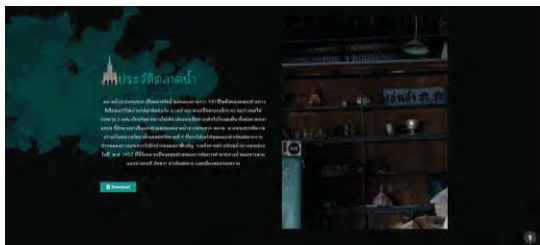
ภาพที่ 20 เมื่อบนเว็บไซต์

- เมื่อเข้ามาในเมนู (ชื่อตลาดน้ำ) ด้านบนจะเป็นรูปกราฟิกชื่อของตลาด fade in ขึ้นมา



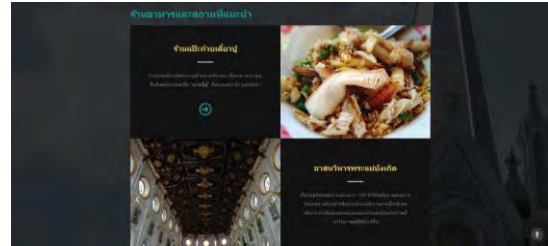
ภาพที่ 21 ตัวอย่างเมนูตลาดบางนกแขวกส่วนของ fade in

- ถัดจากสไลด์โชว์ จะเป็นในส่วนของประวัติความเป็นมาของตลาดน้ำนั้น ๆ



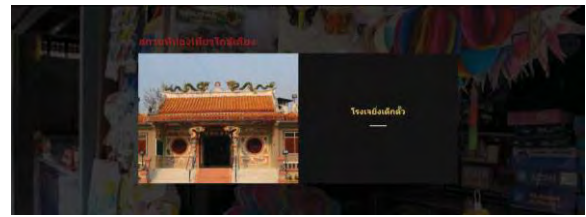
ภาพที่ 22 ตัวอย่างเมนูตลาดน้ำบางนกแขวกส่วนของประวัติ

- ถัดจากประวัติจะเป็นส่วนของร้านอาหารแนะนำ สามารถกดเข้าไปดูเว็บไซต์ของร้านอาหารนั้น ๆ ได้



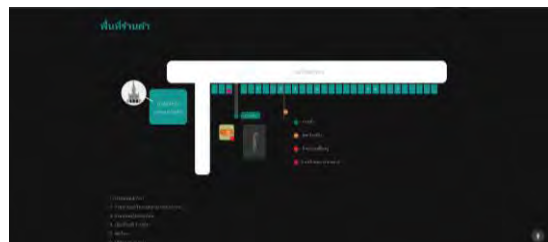
ภาพที่ 23 ตัวอย่างเมนูตลาดน้ำบางนกแขวกส่วนของร้านอาหารแนะนำ

- ถัดจากร้านอาหารแนะนำจะเป็นส่วนของสถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียง สามารถกดเข้าไปดูเว็บไซต์ของสถานที่นั้น ๆ ได้



ภาพที่ 24 ตัวอย่างเมนูตลาดริมน้ำสามอำเภอส่วนของสถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียง

- ถัดจากสถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียงจะเป็นพื้นที่ร้านค้าในตลาดน้ำนั้น ๆ



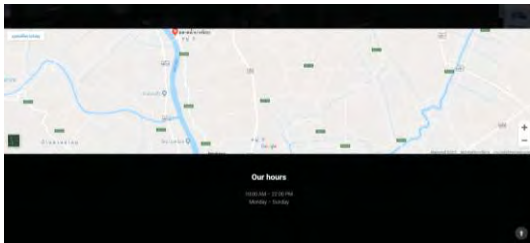
ภาพที่ 25 ตัวอย่างเมนูตลาดน้ำบางนกแขวกส่วนของแผนที่

- ถัดจากพื้นที่ร้านค้าจะเป็นวิดีโอบรรยากาศของตลาดน้ำนั้น ๆ



ภาพที่ 26 ตัวอย่างเมนูตลาดน้ำอัมพวาส่วนของ  
วิดีโอบรรยายภาค

- ถัดจากวิดีโอบรรยายภาคของตลาดจะเป็น  
แผนที่การเดินทาง วันเวลาเปิดปิดของตลาด และ  
เบอร์โทรติดต่อคนดูแลของตลาดน้ำนั้น ๆ



ภาพที่ 27 ตัวอย่างเมนูตลาดน้ำอัมพวาส่วนของ  
แผนที่การเดินทาง/ติดต่อ



ภาพที่ 28 ภาพเว็บไซต์โดยรวมของเมนูตลาดน้ำ  
ทั้ง 5 ตลาด

## ข้อเสนอแนะ

ในการต่อยอดงานวิจัยนี้ ข้อมูลที่สำรวจ  
และข้อมูลแบบสอบถามสามารถนำไปต่อยอดใน  
การศึกษา และพัฒนาสื่อนำเสนอตลาดน้ำในจังหวัด  
สมุทรสงคราม เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัด  
ต่อไป

## เอกสารอ้างอิง

- กุลนิดา เหลือบจาเจริญ. (2553). **องค์ประกอบ  
ศิลป์**. ปทุมธานี : สกายบุ๊ก
- จตุพิงศ์ ภูสุมาศ, ผู้แปล. (2558). **Graphic  
Design School**. พิมพ์ครั้งที่ 1. นนทบุรี  
: ไอซีดีดี ฯ
- ดวงพร เกียงคำ. (2560). **คู่มือออกแบบเว็บไซต์  
ฉบับสมบูรณ์**. พิมพ์ครั้งที่ 1. นนทบุรี  
: ไอซีดีดี ฯ
- สหทัศน์ วชิระนภกุล, ผู้แปล. (2560). **Graphic  
Design The New Basic**. พิมพ์ครั้งที่ 1.  
นนทบุรี : ไอซีดีดี ฯ
- Boonnarapithak.P, Mankatitham.W,  
International Journal of Advances in  
Mechanical and Civil Engineering  
(IJAMCE), (2019).The Project of  
Studying the Model of Housing in  
the Waterfront Community of  
Koh Kret, Nonthaburi, Volume-6,  
Issue-5.
- Kwanyu.C, Mankatitham.W, International  
Journal of Management and Applied  
Science (IJMAS), (2019). **Commercial  
Identity Creation Approach in Koh  
Kret Community Area**, Volume-5,  
Issue-10.