

การปรับปรุงระบบป้ายและเรขาคณิต เพื่อสร้างความเป็นเอกลักษณ์ตลาดริมน้ำ 3 อำเภอ ปวันรัตน์ หอมหวล¹, วินัย หมั่นคิทธิธรรม²

¹สาขาวิชาเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์เพื่องานสถาปัตยกรรม
คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

บทคัดย่อ

ตลาดริมน้ำ 3 อำเภอ เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่หนึ่งของจังหวัดสมุทรสงครามและจังหวัดราชบุรี โดยมีการรวมตัวกันทั้งหมด 3 อำเภอ ได้แก่ อ.อัมพวา อ.บางคนที จ.สมุทรสงคราม อ.วัดเพลง จ.ราชบุรี โดยร่วมพลิกฟื้นตลาดน้ำปากคลองวัดประดู่ตามรอยเสด็จประพาสต้นรัชกาลที่ 5

จากการสำรวจในการลงพื้นที่พบเห็นแผ่นป้ายโดยแบ่งได้ทั้งหมด 3 ประเภท คือ ป้ายร้านค้า ป้ายบอกทาง ป้ายแนะนำสถานที่ โดยในแต่ละประเภทจะพบว่าป้ายขาดความแข็งแรง และบางประเภทก็พบว่าจำนวนแผ่นป้ายไม่เพียงพอต่อการใช้สอยภายในพื้นที่ และรูปแบบป้ายขาดความเป็นเอกลักษณ์ ที่สามารถสื่อถึงตลาดริมน้ำ 3 อำเภอ และตัวป้ายภายในพื้นที่จัดวางอย่างไม่มีระบบสามารถเข้าถึงได้ยาก ทำให้ผู้วิจัยได้จัดทำแผ่นป้าย ทำการออกแบบโครงสร้างป้ายทั้งหมด และจัดวางระบบป้ายให้เกิดความเหมาะสมกับพื้นที่ และติดตั้งป้ายในตำแหน่งที่เข้าถึงได้ง่าย

ในการเก็บข้อมูลจะใช้วิธีการเดินสำรวจและจัดทำแบบสอบถาม โดยวิธี Taro Yamane เพื่อหาจำนวนการทำแบบสอบถามได้ทั้งหมด 150 ชุด ของจำนวนประชาชนภายในพื้นที่และนักท่องเที่ยวที่มาใช้พื้นที่ และนำผลที่ได้มาวิเคราะห์ในการออกแบบตามความเหมาะสม

ผลของการวิจัยที่สรุป จะสามารถนำไปใช้ภายในพื้นที่ โดยแบ่งได้เป็น 3 ประเภท ได้แก่ ป้ายร้านค้า ป้ายบอกทาง และป้ายแนะนำสถานที่ โดยแบ่งลักษณะการติดตั้งได้ 3 ลักษณะ คือ แบบติดตั้งพื้น แบบแขวน และแบบติดหน้าร้านเหนือศีรษะ สำหรับวิจัยนี้ สามารถนำไปใช้ในการออกแบบป้ายภายในพื้นที่ให้มีเอกลักษณ์ และยังสามารถช่วยให้การจัดวางระบบป้ายภายในพื้นที่มีระเบียบ ติดตั้งเหมาะสมกับตำแหน่ง และยังช่วยให้ผู้ที่เข้ามาใช้พื้นที่มองเห็นและเข้าถึงป้ายได้ดีขึ้น

คำสำคัญ ตลาดริมน้ำ, เอกลักษณ์, ระบบป้าย, การจัดวาง, โครงสร้าง

บทนำ

ตลาดริมน้ำ 3 อำเภอ เริ่มต้นมาจาก จ.สมุทรสงคราม และจ.ราชบุรีมีการฟื้นฟูตลาดน้ำขึ้นมาใหม่ โดยป้ายสัญลักษณ์และป้ายแสดงส่วนต่าง ๆ เป็นส่วนหนึ่งของป้ายสาธารณะประโยชน์ (Public Service Signage) ที่มักจะใช้กับการเดินทางสัญจร เช่น ป้ายทางเข้า ป้ายต้อนรับ ป้ายจราจร ป้ายแสดงจุดเด่นของสถานที่นั้น ๆ แสดงสถานที่สำคัญ โบราณสถาน ป้ายสัญลักษณ์ควรจะแสดงเอกลักษณ์ของท้องถิ่น สะท้อนถึงรสนิยม และวัฒนธรรมท้องถิ่น สร้างความจดจำ ความประทับใจ ป้ายสัญลักษณ์อาจจะ ประกอบด้วย

รูปภาพ ตัวอักษรและสัญลักษณ์ ป้ายจะติดตั้งในตำแหน่งที่เห็นได้ชัดเจน ไม่มีกีดขวางทางสัญจร และต้องไม่สร้างมลพิษทางสายตา

ในปัจจุบันบริเวณตลาดริมน้ำ 3 อำเภอ การมีป้ายไม่เพียงพอ ป้ายไม่มีความสอดคล้องกับพื้นที่ ไม่มีความเป็นเอกลักษณ์ ทำให้ผู้พบเห็นไม่จดจำป้าย สาเหตุหลักๆมักจะเกิดจากความไม่ชัดเจนของแนวคิด (Concept) และองค์ประกอบทางการออกแบบ (Graphic Design Elements) ทั้งสองส่วนนี้เป็นปัจจัยหลักสำหรับการออกแบบ และความไม่เหมาะสมขนาดของป้ายทำให้เกิดปัญหาในการสื่อสาร ตำแหน่งการติดตั้งป้ายทำให้

กีดขวางทางสัญจรก่อให้เกิดความไม่เหมาะสม
จำนวนของป้ายในการติดตั้งไม่เป็นระบบก่อให้เกิด
ปัญหามลพิษทางสายตาและทำลายบรรยากาศ



- อ.อัมพวา จ.สมุทรสงคราม
- อ.บางคนที จ.สมุทรสงคราม
- อ.วัดเพลง จ.สมุทรสงคราม

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ปรับปรุงระบบป้ายให้เหมาะสมกับการใช้งานภายในพื้นที่ เพื่อประโยชน์ในการใช้สอย
2. ศึกษาเอกลักษณ์ภายในพื้นที่ตลาดริมน้ำ 3อำเภอ เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการปรับปรุงรูปแบบป้ายและเรขศิลป์
3. ปรับปรุงรูปแบบป้ายและเรขศิลป์ให้สอดคล้องกับพื้นที่โดยการนำเอกลักษณ์ของพื้นที่มาใช้ในการออกแบบป้ายเพื่อให้ป้ายเกิดความน่าจดจำ

ระเบียบวิธีวิจัย

แนวทางการศึกษางานวิจัยนี้ ผู้ศึกษาจะใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) เพื่อศึกษากายภาพของพื้นที่ทั้งหมด จากนั้นจะเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามเพื่อนำมาสรุปผล โดยใช้สูตร Taro Yamane โดยหาจำนวนสถิตินักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดสมุทรสงคราม และจังหวัดราชบุรี ในสถิติปี2560 พบว่ามีนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวทั้ง 2 จังหวัด ในปี2560 ทั้งสิ้น 3,636,276 คน และนำมาใช้ในการคำนวณค่ากลุ่มตัวอย่างประชากรที่ทำแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด ซึ่งเป็นจำนวนของประชากรกลุ่มตัวอย่าง เป็นวิธีหลักในการรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งเป็นวิธีการหนึ่งของการวิจัยและดำเนินการนำเสนอผลงานวิจัยในรูปแบบการออกแบบแผ่นป้ายและโครงสร้างป้าย โดยมีพื้นที่ในการแจกแบบสอบถามดังนี้

- 1) อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม
- 2) อำเภอบางคนที จังหวัดสมุทรสงคราม
- 3) อำเภอวัดเพลง จังหวัดราชบุรี

รูปที่ 1 ที่ตั้งตลาดริมน้ำ 3 อำเภอ

แสดงทิศภายในแผนที่ตั้งโครงการ

- ทิศเหนือ เป็นฝั่งโรงเรียนเต็กตัว อ.บางคนที

จ.สมุทรสงคราม

- ทิศใต้ ติดกับวัดแก้วเจริญ อ.อัมพวา จ.

สมุทรสงคราม

- ทิศตะวันออก ติดต่อกับคลองแควน้อย

- ทิศตะวันตก เป็นตลาดน้ำ 3 อำเภอฝั่งราชบุรี

อ.วัดเพลง จ.ราชบุรี

การเก็บข้อมูลจากการสำรวจพื้นที่ อุปกรณ์ที่ใช้ในการสำรวจพื้นที่ ประกอบด้วย กล้องดิจิตอลสำหรับถ่ายภาพบรรยากาศ สถาปัตยกรรม และตลับเมตร ,เทปวัดพื้นที่ ,สมุดจดบันทึก ,กล้องสำรวจประมวลผล (Survey)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. แบบสอบถาม โครงการปรับปรุงระบบป้ายและเรขศิลป์ตลาดริมน้ำ 3 อำเภอ การคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างนิยมใช้สูตรทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane)

หลักการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

การคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างนิยมใช้สูตรทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane)

$$n = \frac{N}{1 + N(e^2)}$$

เมื่อ n = จำนวนตัวอย่างที่ต้องการ

N = จำนวนประชากร

e = ค่าคลาดเคลื่อนของการประมาณค่า

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยมีจำนวน 3,636,276 คน ยอมรับให้เกิดความคลาดเคลื่อนจากตัวอย่างได้ 5% ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการเท่ากับ

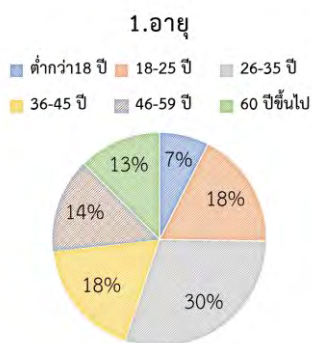
$$n = \frac{3,636,276}{1+3,636,276(0.05)^2}$$

$$n = 400 \text{ คน}$$

สรุปจำนวนประชากรตัวอย่าง โดยกลุ่มประชากรมีทั้งหมด 3,636,276 คน จากสูตรทำให้กลุ่มตัวอย่างมีจำนวน 400 คน เป็นกลุ่มประชากรตัวแทนของพื้นที่

ผลที่ได้จากการเก็บข้อมูลสำรวจพื้นที่ตลาด
ริมน้ำ 3 อำเภอ

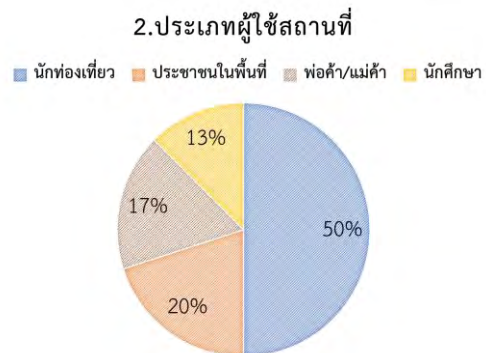
ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ส่วนที่1)



ภาพที่ 2 ข้อมูลแสดงอายุผู้ใช้งาน

จากตาราง ข้อที่ 1 จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 คน พบว่าช่วงอายุ 26-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 30 อายุ 36-45 ปี คิดเป็นจำนวน ร้อยละ 18 อายุ 18-25 ปี คิดเป็นร้อยละ 18% และอายุ 46-59 ปี คิดเป็นร้อยละ 14% อายุ 60 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 13% และอายุต่ำกว่า 18 ปี คิดเป็นร้อยละ 7% ตามลำดับ

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ส่วนที่2)



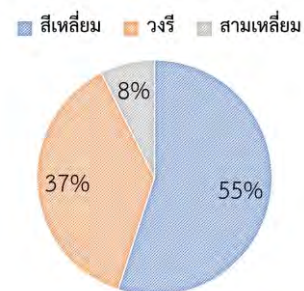
ภาพที่ 3 ประเภทของผู้ใช้สถานที่

จากตาราง ข้อที่ 2 จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ประเภทของผู้ใช้สถานที่ พบว่า นักท่องเที่ยวนักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 50% ประชาชนในพื้นที่ คิดเป็นร้อยละ 20% พ่อค้า/แม่ค้า คิดเป็นร้อยละ 17% นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 13% ตามลำดับ

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ส่วนที่3)

2.1 ลักษณะแบบป้ายที่คิดว่าเหมาะสมแล้ว

เข้าใจง่ายเป็นแบบไหน



ภาพที่ 4 ข้อมูลลักษณะป้าย

จากตาราง ข้อที่ 2.1 จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 คน พบว่าลักษณะแบบป้ายที่ท่านคิดว่าเหมาะสมแล้วเข้าใจง่ายเป็นแบบไหน สีเหลี่ยม คิดเป็นร้อยละ 55% วงรี คิดเป็นร้อยละ 37% สามเหลี่ยม คิดเป็นร้อยละ 8% ตามลำดับ

2.2 ลักษณะตัวอักษร ที่เห็นแล้วคิดว่า

เข้าใจได้ง่าย

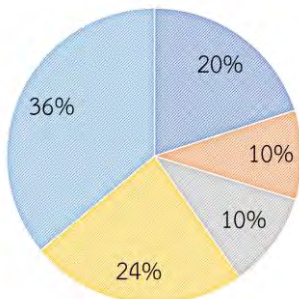


ภาพที่ 5 ข้อมูลแสดงลักษณะตัวอักษร

จากตาราง ข้อที่ 2.2 จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 คน พบว่าลักษณะตัวอักษรที่ท่านเห็นสามารถเข้าใจได้ง่าย ตัวอักษรแบบหนา คิดเป็นร้อยละ 53% ตัวอักษรแบบบาง คิดเป็นร้อยละ 20% ตัวอักษรเขียน คิดเป็นร้อยละ 17% และตัวอักษรแบบเอียง คิดเป็นร้อยละ 10% ตามลำดับ

2.3 สีที่ใช้ในการทำแผ่นป้ายเพื่อเข้าถึงกับพื้นที่

■ สีแดง ■ สีน้ำเงิน ■ สีเขียว ■ สีเหลือง ■ สีน้ำตาล

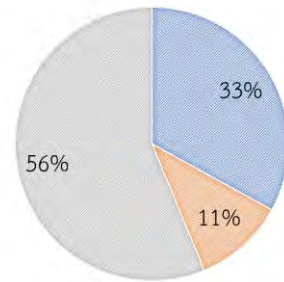


ภาพที่ 6 ข้อมูลแสดงสีที่ใช้ในการออกแบบ

จากตารางข้อที่ 2.3 จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 คน พบว่าสีที่ใช้ในการทำแผ่นป้ายเพื่อให้เข้าถึงพื้นที่ สีน้ำตาล คิดเป็นร้อยละ 36% สีเหลือง คิดเป็นร้อยละ 24% สีแดง คิดเป็นร้อยละ 20% สีน้ำเงิน คิดเป็นร้อยละ 10% และสีเขียว คิดเป็นร้อยละ 10 ตามลำดับ

2.4 ภาพประกอบที่ใช้ในแผ่นป้าย

■ แบบสติ๊กเกอร์ ■ แบบสกรีน ■ แบบเหมือนจริง



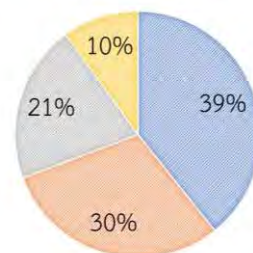
ภาพที่ 7 ข้อมูลแสดงภาพประกอบ

จากตาราง ข้อที่ 2.4 จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 คน พบว่าภาพประกอบที่ใช้ในแผ่นป้าย แบบเหมือนจริง คิดเป็นร้อยละ 56% แบบสกรีน คิดเป็นร้อยละ 33% และแบบสติ๊กเกอร์ 11% คิดเป็นร้อยละ ตามลำดับ

2.5 สัญลักษณ์ใดที่ท่านคิดว่าเหมาะสมกับ

ตลาดริมน้ำ 3 อำเภอ

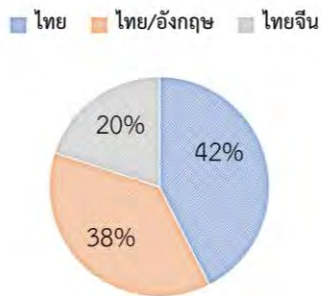
■ เรือ ■ ส้มโอ ■ ลิ่นจี่ ■ ต้นยาง 3 ต้น



ภาพที่ 8 ข้อมูลแสดงสัญลักษณ์

จากตารางข้อที่ 2.5 จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 คน พบว่าสัญลักษณ์ใดที่ท่านคิดว่าเหมาะสมกับตลาดริมน้ำ 3 อำเภอ เรือ คิดเป็นร้อยละ 39% ส้มโอ คิดเป็นร้อยละ 30% ลิ่นจี่ คิดเป็นร้อยละ 21% ต้นยาง 3 ต้น คิดเป็นร้อยละ 10% ตามลำดับ

2.6 ความต้องการในการใช้ภาษาที่จะระบุ ลงในแผ่นป้าย



ภาพที่ 9 ข้อมูลแสดงความต้องการในการใช้ภาษา

จากตาราง ข้อที่ 2.6 จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 คน พบว่าความต้องการในการใช้ภาษาที่จะระบุลงในแผ่นป้าย ไทย คิดเป็นร้อยละ 42% ไทย / อังกฤษ คิดเป็นร้อยละ 38% ไทย / จีน คิดเป็นร้อยละ 20% ตามลำดับ

2.7 รูปแบบในการติดตั้งป้ายในปัจจุบันมี ลักษณะเป็นอย่างไร



ภาพที่ 10 ข้อมูลแสดงรูปแบบการติดตั้งป้าย

จากตารางข้อที่ 2.7 จำนวนนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว 150 คน พบว่ารูปแบบในการติดตั้งป้ายในปัจจุบันมีลักษณะเป็นอย่างไร ที่ตั้งวางไม่ชัดเจนหายาก คิดเป็นร้อยละ 40 พบเห็นได้เมื่อมองหา คิดเป็นร้อยละ 31 ชัดเจนสังเกตเห็นได้ง่ายพบเห็นได้ตลอดเวลา คิดเป็นร้อยละ 29 ตามลำดับ

2.8 มีการติดตั้งเพียงพอต่อความต้องการ ของพื้นที่และผู้ใช้



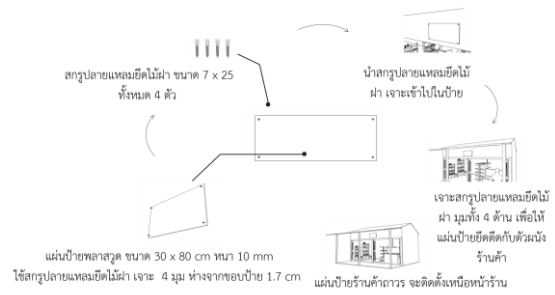
ภาพที่ 11 ข้อมูลแสดงจำนวนการติดตั้งป้าย

จากตารางที่ 2 ข้อที่ 2.8 จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 คน พบว่ามีการติดตั้งป้ายเพียงพอต่อความต้องการของพื้นที่และผู้ใช้ ไม่เพียงพอ ควรเพิ่มจำนวน คิดเป็นร้อยละ 94% และเพียงพอ คิดเป็นร้อยละ 6% ตามลำดับ

ผลการวิจัย

จากการทำแบบสอบถามโดยรวมแล้วพบว่าจำนวนกลุ่มตัวอย่าง มีความต้องการให้การออกแบบแผ่นป้ายและโครงสร้างไปในแนวทิศทางเดียวกันโดยให้สัญลักษณ์ของพื้นที่ถิ่น เช่น ส้มโอ ถิ่นจี่ เรือสำปั้น เป็นของขึ้นชื่อจังหวัดสมุทรสงครามและจังหวัดราชบุรี นำมาถอดแบบต่าง ๆ ของป้าย ภายใต้แนวความคิดสายน้ำ-วิถีชีวิต โดยใช้เรือสำปั้น เป็นตัวเชื่อมโยงแนวความคิดของตลาดเข้าด้วยกัน โดยเรือมีมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ใช้เป็นพาหนะสำหรับอาศัยไปมา หรือบรรทุกสินค้าเพื่อการค้าขายทางน้ำ นอกจากนี้วิถีชีวิตของชาวบ้านที่นี่ยังเป็นชาวสวนโดยส่วนมากและยังมีพืชผลทางการเกษตรที่ขึ้นชื่อคือส้มโอ โดยส้มโอสามารถใช้เป็นเครื่องเช่นไหว้เจ้าในเทศกาลต่าง ๆ ของชาวไทยเชื้อสายจีน เพราะเชื่อว่าจะนำโชคลาภมาสู่ชีวิตและพื้นที่ของตลาดริมน้ำ 3 อำเภอ นั้นยังมีแม่น้ำถึง 2 สายที่มาบรรจบกันเป็น 3 แยกเขตติดต่อทางน้ำของ 3 อำเภอ และสี่แยกเป็นองค์ประกอบที่ช่วยในการออกแบบโดยสี่ที่เป็นตัวเชื่อมโยง

แนวความคิดกับตัวตลาดเข้าด้วยกันคือ สีน้ำตาล เป็นสีแทนความมั่นคง บ่งบอกอดีตที่ยาวนาน ความเก่าแก่ สื่อถึงความเป็นไทย สีแดง สีแห่งความเป็นมงคลของชาวจีน สีแดงคือความสว่างไสวในยามมืดมิด ชาวจีนมีความผูกพันกับสีแดง ในแง่ดีตั้งแต่เริ่มแรก สีเหลืองทอง เป็นสีแห่งความมั่งคั่ง มั่งมี อบอุ่นเป็นมิตร ความคิดสร้างสรรค์ เราจึงนำสีพวกนี้มาใช้ในการออกแบบชิ้นงานและในส่วนของการสร้างป้ายแนะนำสถานที่ พบว่ามีความต้องการ ป้ายขาตั้งคู่ และแผ่นป้ายแบบแขวน เพราะมีพื้นที่การติดตั้งที่เหมาะสม ในป้ายบอกทางพบว่ามีความต้องการ ป้ายขาตั้งเดี่ยว และแผ่นป้ายแบบแขวน เพราะมีพื้นที่การติดตั้งที่เหมาะสม



ภาพที่ 14 การติดตั้งป้ายร้านค้าถาวร



ภาพที่ 15 ป้ายร้านค้ากึ่งถาวร



ภาพที่ 16 รูปแบบป้ายร้านค้ากึ่งถาวร

จากการรวบรวมจากข้อมูลทั้งหมด สามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ 1) ป้ายร้านค้า 2) ป้ายบอกทาง 3) ป้ายแนะนำสถานที่ (1.1) ป้ายร้านค้า มี 3 ประเภท ป้ายร้านค้าถาวร ป้ายร้านค้ากึ่งถาวร ป้ายร้านค้าชั่วคราว แบ่งออกมาเป็น 2 ขนาด 30 x 80 เซนติเมตร ขนาด 30 X 60 เซนติเมตร รูปแบบป้ายร้านค้า



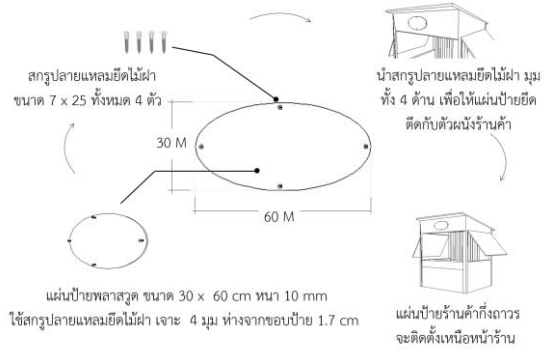
ภาพที่ 12 ป้ายร้านค้าถาวร



ภาพที่ 13 รูปแบบป้ายร้านค้าถาวร



ภาพที่ 17 ตำแหน่งติดตั้งป้ายร้านค้ากึ่งถาวร



(2.1) ป้ายบอกทาง มี 2 แบบ คือ 1) แบบ แขนวน 2) แบบติดตั้งพื้น จะมีความสูงอยู่ที่ 260 เซนติเมตร ตัวแผ่นทั้ง 2 แบบจะมีขนาด 15 x 45 เซนติเมตร

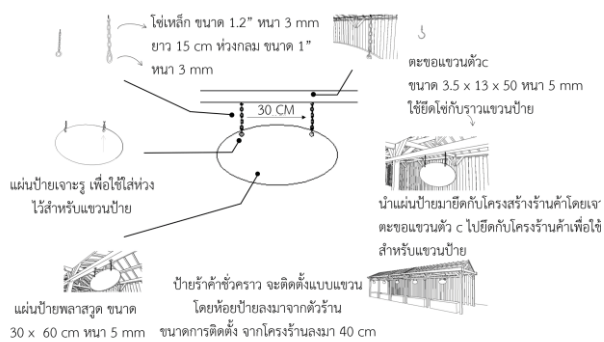
ภาพที่ 18 การติดตั้งป้ายร้านค้ากึ่งถาวร



ภาพที่ 19 ป้ายร้านค้าชั่วคราว

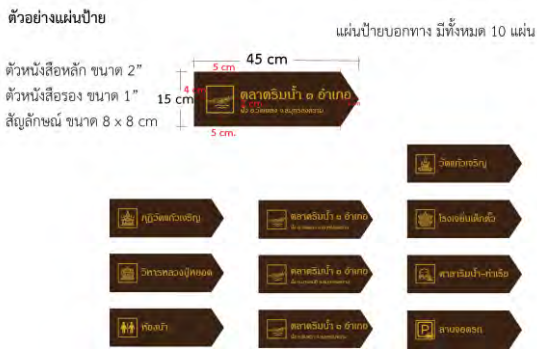


ภาพที่ 20 รูปแบบป้ายร้านค้าชั่วคราว



ภาพที่ 21 การติดตั้งป้ายร้านค้าชั่วคราว

รูปแบบแผ่นป้ายบอกทาง



ภาพที่ 22 รูปแบบป้าย

เซนติเมตรและตัวแผ่นป้ายแบบติดตั้งพื้นจะมี
ขนาด 75 x 165 เซนติเมตร

ป้ายแนะนำสถานที่แบบติดตั้งพื้น



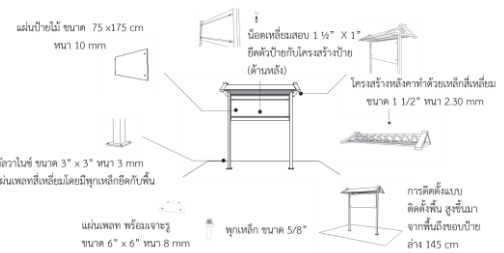
ตัวอย่างป้ายแนะนำสถานที่แบบติดตั้งพื้น

ป้ายบอกทางแบบติดตั้งพื้น



ตัวอย่างป้ายบอกทางแบบติดตั้งพื้น

ภาพที่ 25 ลักษณะแบบป้ายติดตั้งพื้น



ภาพที่ 23 ลักษณะแบบป้ายติดตั้งพื้น

ภาพที่ 26 การติดตั้งป้ายแบบติดตั้งพื้น

ป้ายบอกทางแบบแขวน



ตัวอย่างป้ายบอกทางแบบแขวน

รูปแบบแผ่นป้ายแนะนำสถานที่แบบแขวน

ตัวอย่างแผ่นป้าย



ภาพที่ 24 ลักษณะแบบป้ายแบบแขวน

ภาพที่ 27 ลักษณะรูปแบบป้าย

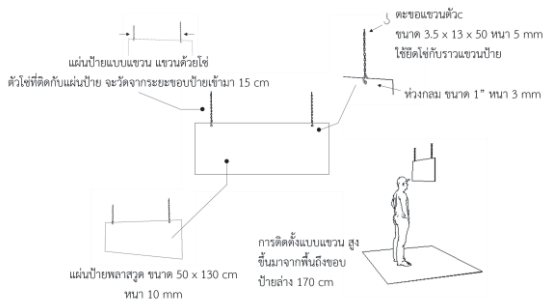
(3.1) แนะนำสถานที่ มี 2 แบบ คือ 1) แบบแขวน 2) แบบติดตั้งจะมีความสูงอยู่ที่ 260 เซนติเมตร ตัวแผ่นแบบแขวนจะมีขนาด 50 x 130



ภาพที่ 28 รูปแบบป้าย



ภาพที่ 29 ลักษณะแบบป้ายแบบแขวน



ภาพที่ 30 การติดตั้งป้ายแบบแขวน

สรุปและอภิปรายผล

ผลที่ได้รับจากการสำรวจ พบว่าบริเวณโดยรอบของพื้นที่ตลาดริมน้ำ 3 อำเภอ ป้ายยังไม่เพียงพอต่อการใช้สอยภายในพื้นที่ และป้ายยังขาดความเป็นเอกลักษณ์ จึงได้ทำแบบสอบถามได้ผลว่า ป้ายจะแบ่งเป็น 3 ประเภทหลักๆ คือป้ายร้านค้า ป้ายบอกทาง ป้ายแนะนำสถานที่ โดยแบ่งลักษณะการติดตั้งได้ 3 ลักษณะ 1.แบบติดตั้งพื้น 2. แบบแขวน 3.แบบติดตั้งหน้าร้านเหนือศีรษะ จากการสำรวจพื้นที่และทำแบบสอบถามได้

วิเคราะห์พื้นที่การติดตั้งป้ายเพื่อนำมาจัดวางระบบป้าย ให้เกิดความสะดวก เพียงพอ ต่อผู้ที่มาใช้สอยภายในพื้นที่ และยังศึกษาเอกลักษณ์เฉพาะของพื้นที่มาออกแบบป้ายให้น่าจดจำมากยิ่งขึ้น เพื่อประโยชน์ของพื้นที่ตลาดริมน้ำ 3 อำเภอ

ข้อเสนอแนะ

ในการต่อยอดวิจัยนี้ ข้อมูลการออกแบบที่รวบรวมได้สามารถนำไปวิจัยต่อด้านแผนป้ายอื่น ๆ ข้อมูลที่ได้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในส่วนต่าง ๆ บริเวณพื้นที่มิใช่แค่เพียงปรับปรุงและออกแบบป้ายอาจนำไปประยุกต์ใช้ในส่วนอื่น เช่น การทางเดินบริเวณรอบ ๆ พื้นที่ รวมถึงร้านค้าและส่วนอื่น ๆ เพื่อที่จะกระตุ้นเป็นแหล่งท่องเที่ยวและสร้างเอกลักษณ์พื้นที่ตลาดริมน้ำ 3 อำเภอ และเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานในท้องถิ่น เพื่อเป็นประโยชน์ต่อด้านการท่องเที่ยวของชุมชนเอง

การออกแบบแผนป้ายบอกทางในพื้นที่ตลาดริมน้ำ 3 อำเภอ จำเป็นจะต้องมีข้อมูล และรูปแบบสัญลักษณ์ที่ถูกต้องตามความเป็นจริง เพราะเป็นสื่อหลักในการสื่อสารผ่านทางแผนป้าย เพื่อให้ผู้คนที่มาเยี่ยมชมตลาดริมน้ำ 3 อำเภอ สามารถรับรู้และเข้าถึงได้อย่างถูกต้องและชัดเจน และตัวของแผนป้ายแต่ละประเภท ก็ยังออกแบบโดยคำนึงถึงความเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่โดยการหยิบยกวิถีชีวิตของคนในพื้นที่มาทำเป็นตัว LOGO ทำให้ป้ายไปในทิศทางเดียวกัน สื่อให้เห็นถึงความ เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ ของตลาดริมน้ำ 3อำเภอ

เอกสารอ้างอิง

ธรรมศักดิ์ เอื้อรักสกุล. ผศ. (2559). **องค์ประกอบ
ศิลป์เพื่องานกราฟิก**. ปทุมธานี : มีเดีย
อินเทลลิเจนซ์เทคโนโลยี

จำนวนสถิตินักท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงคราม
(2560) ค้นหาเมื่อวันที่ 20 มีนาคม 2562
https://samutsongkhram.mots.go.th/more_news.php?cid=49

จำนวนสถิตินักท่องเที่ยวจังหวัดราชบุรี (2560)
ค้นหาเมื่อวันที่ 20 มีนาคม
2562<http://ratburi.nso.go.th/nso-002/507-nso70tu8-61.html>

**ข้อมูลตลาดริมน้ำ 3 อำเภอ (2561) ค้นหาเมื่อ
วันที่ 5 กุมภาพันธ์ 2562**
<https://thailandtourismdirectory.go.th/th/info/attraction/detail/itemid/22454>

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.Academic Conference. 26-
27 November 2015. Bangkok