

การออกแบบหนังสือข้อมูลเชิงภาพเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว  
อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา



ศิลปินพันธ์เสนอเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต  
สาขาวิชาการออกแบบสื่อวัฒนธรรม  
พฤษภาคม 2560  
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยนครราชสีมา

INFOGRAPHIC BOOK DESIGN TO PROMOTE TOURISM  
MUEANG NAKHON RATCHASIMA



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Bachelor of Fine and Applied Arts in Innovative Media Design

May 2017

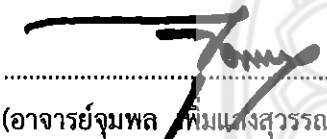
Copyright 2017 by Naresuan University

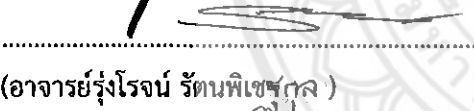
ศิลปินพันธ์ เรื่อง “การออกแบบหนังสือข้อมูลเชิงภาพเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว  
อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา”  
ของ นางสาวกมลชนก คำเสมอ  
ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบสื่อวัฒนธรรม

คณะกรรมการสอบศิลปินพันธ์

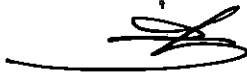
  
.....ประธานกรรมการสอบศิลปินพันธ์  
(ดร.วิสิฐ จันมา)

  
.....ที่ปรึกษาศิลปินพันธ์  
(อาจารย์ยุริ สุขังคณาช)

  
.....กรรมการ  
(อาจารย์จุมพล พิมพ์แสงสุวรรณ)

  
.....กรรมการ  
(อาจารย์รุ่งโรจน์ รัตนพิเชษฐกุล)

อนุมัติ

  
.....  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุรชาติ เกษประสิทธิ์  
(หัวหน้าภาควิชาศิลปะและการออกแบบ)

## ประกาศคุณูปการ

ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความสามารถ ความช่วยเหลือ แนะนำ และให้คำปรึกษาอย่างดียิ่งจาก อาจารย์ มยุรี สุภังคณาช ที่ปรึกษาศิลปนิพนธ์ และกรรมการศิลปนิพนธ์ อาจารย์จุมพล เพิ่มแสง สุวรรณ, อาจารย์รุ่งโรจน์ รัตนพิเชษฐกุล, ดร.วิสิฐ จันมา, อาจารย์ลินดา อินทรลักษณ์, อาจารย์ชฎานิศ ชิงช่วง, อาจารย์ชวลิต ดวงอุทา และดร.दनัย เรียบสกุล ที่ได้กรุณาถ่ายทอดความรู้ แนวคิด วิธีการ คำแนะนำ และตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยความเอาใจใส่ยิ่ง ผู้วิจัยกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้เชี่ยวชาญทุกท่าน ที่กรุณาตรวจสอบคุณภาพของหนังสือที่ได้ทำการวิจัย และได้กรุณาปรับปรุง แก้ไขข้อบกพร่อง และให้คำแนะนำในการผลิตหนังสือให้ถูกต้องสมบูรณ์ยิ่งขึ้น รวมทั้งบุคคลที่ผู้วิจัยได้อ้างอิงทางวิชาการตามที่ปรากฏในบรรณานุกรม

ขอขอบพระคุณ บิดา มารดาและญาติพี่น้องทุกท่านที่คอยช่วยเหลือสนับสนุนทั้งด้านกำลังใจ และกำลังทรัพย์ด้วยดีตลอดมา

ขอขอบคุณเพื่อนๆทุกท่านที่ได้ให้คำแนะนำและส่งเสริมกำลังใจตลอดมา นอกจากนี้ยังมีผู้ที่ให้ความร่วมมือช่วยเหลืออีกหลายท่าน ซึ่งผู้วิจัยไม่สามารถกล่าวนามในที่นี้ได้หมด จึงขอขอบคุณทุกท่านเหล่านั้นไว้ ณ โอกาสนี้ด้วย

คุณค่าทั้งหลายที่ได้รับจากศิลปนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยหวังว่าจะเป็นประโยชน์ต่อนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยว และผู้ที่สนใจในเมืองนครราชสีมาแห่งนี้บ้างไม่มากก็น้อย

กมลชนก คำเสมอ

ชื่อเรื่อง การออกแบบหนังสือข้อมูลเชิงภาพเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว  
อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา

ผู้วิจัย กมลชนก คำเสมอ

ที่ปรึกษา อาจารย์มยุรี สุกัญจนาช

ประเภทสารนิพนธ์ ศิลปนิพนธ์ ศป.บ สาขาวิชาการออกแบบสื่อนวัตกรรม  
มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2560

คำสำคัญ หนังสือท่องเที่ยว หนังสือท่องเที่ยวรูปแบบใหม่

#### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการให้บุคคลทั่วไปได้รู้จักจังหวัดนครราชสีมามากขึ้น เนื่องด้วยจังหวัดนครราชสีมาเป็นจังหวัดที่มีขนาดใหญ่ที่สุดของประเทศไทยบนดินแดนที่ราบสูงอุดมสมบูรณ์ด้วยทรัพยากร และสิ่งอำนวยความสะดวกทุกรูปแบบ ด้วยทำเลที่ตั้งที่อยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ มากนัก จึงเป็นจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยวพักผ่อนวันหยุดที่เป็นที่นิยมอันดับต้นๆ แห่งหนึ่งของชาวเมืองหลวง และจังหวัดใกล้เคียงในปัจจุบัน แต่หนังสือเล่มนี้จะมุ่งเน้นไปที่การท่องเที่ยวในตัวเมืองนครราชสีมา ซึ่งจะแบ่งปันเรื่องราวจากการวาดภาพแบบ infographic เพื่อให้เข้าใจได้ง่ายและสิ่งที่ทำให้ดูน่าสนใจมากยิ่งขึ้นคือ จะเล่าเรื่องราวแบบกรเขียนไดอารี่ ซึ่งจะทำหนังสือเล่มนี้เวลาที่ได้อ่านจะให้ความรู้สึกเป็นกันเอง

หนังสือท่องเที่ยวมันเป็นหนังสือที่มีประโยชน์อย่างมากต่อผู้ที่ต้องการจะวางแผนท่องเที่ยว เป็นเหมือนแนวทางในการท่องเที่ยว แล้วยังช่วยในเรื่องการทำให้คำแนะนำ แนวคิด ข้อมูลภูมิหลังรวมทั้งความคิดเห็นของท้องถิ่นที่จะช่วยให้เราสามารถวางแผนทริปที่ยอดเยี่ยมของเราได้

จากผลการสำรวจพบว่า หนังสือแนะนำการท่องเที่ยวได้ถูกผลิตออกมาเป็นจำนวนมาก หนังสือแต่ละเล่มจึงต้องมีความแตกต่างกัน ข้อมูลเนื้อหาในหนังสือมักจะมากระตุนความอยากของหลายๆ คน ในการไปเยือนที่แห่งนั้น ต้องมีการบอกถึงข้อดีและข้อเสียของสถานที่แห่งนั้น สำหรับหนังสือการท่องเที่ยวจึงต้องมีการออกแบบให้น่าสนใจและสามารถเข้าถึงได้ง่าย

## สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	2
1.3 ขอบเขตของงานวิจัย.....	2
1.4 วิธีการศึกษาและขั้นตอนการดำเนินงาน.....	2
1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	3
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	4
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	5
2.1 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย.....	5
2.1.1 ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว.....	5
2.1.1.1 ความหมายของการท่องเที่ยว.....	5
2.1.1.2 รูปแบบการท่องเที่ยว.....	7
2.1.1.3 วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว.....	11
2.1.1.4 ประเภทของการท่องเที่ยว.....	14
2.1.1.5 พฤติกรรมการท่องเที่ยว.....	17
2.1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา.....	19
2.1.2.1 แผนที่และพื้นที่ที่ตั้งของขอบเขตงานวิจัย.....	19
2.1.2.2 ข้อมูลจังหวัดนครราชสีมา.....	20
2.1.2.3 การเดินทางสู่จังหวัดนครราชสีมา.....	25
2.1.2.4 ย่านเมืองเก่า.....	29
2.1.2.5 ย่านยอดฮิต.....	29
2.1.2.6 ย่านชานเมือง.....	30
2.2 ข้อมูลเกี่ยวกับทฤษฎีการออกแบบ.....	30
2.2.1 การออกแบบ.....	30

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
2.2.1.1 ความหมายของการออกแบบ.....	30
2.2.1.2 ความสำคัญของการออกแบบ.....	31
2.2.1.3 หลักการออกแบบ.....	32
2.2.1.4 การออกแบบหนังสือเล่ม.....	33
2.2.1.5 การออกแบบกราฟิก.....	42
2.2.2 กระดาษ.....	47
2.2.2.1 ประวัติของกระดาษ.....	47
2.2.2.2 ประเภทของกระดาษ.....	48
2.2.3 การสร้างภาพประกอบ.....	51
2.2.3.1 ความรู้เกี่ยวกับการสร้างภาพประกอบ.....	51
2.2.3.2 หน้าที่ของภาพประกอบกับงานออกแบบกราฟิก.....	51
2.2.3.3 การสร้างภาพประกอบ.....	53
2.2.3.4 รูปแบบของภาพประกอบ.....	54
2.2.4 แผนภูมิรูปภาพ (Pictogram).....	54
2.2.4.1 Pictogram คืออะไร.....	54
2.2.4.2 ขอบเขตการใช้งาน Pictogram .....	55
2.2.4.3 ขั้นตอนการทำ Pictogram .....	55
2.2.5 อินโฟกราฟิก.....	60
2.2.5.1 ทำไมต้องทำอินโฟกราฟิก.....	60
2.2.5.2 ขอบเขตการใช้งานอินโฟกราฟิก.....	60
2.2.5.3 รูปแบบการดีไซน์พื้นฐาน5แบบ.....	62
2.2.5.4 จุดร่วม4ข้อ.....	63
2.2.5.5 วิธีทำอินโฟกราฟิก.....	63
2.2.6 ตัวอักษรเพื่อการพิมพ์.....	65
2.2.6.1 ตัวอักษรในงานพิมพ์.....	65
2.2.6.2 การจัดตัวอักษร.....	68

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
2.2.7 การเขียนบันทึก.....	72
2.2.7.1 ประเภทของการเขียนบันทึก .....	72
2.2.7.2 ข้อควรปฏิบัติในการเขียนบันทึก.....	72
2.2.7.3 วิธีการเขียนบันทึก.....	73
2.3 ข้อมูลพฤติกรรมกลุ่มเป้าหมาย.....	73
2.3.1 วัยรุ่นตอนต้นหรือวัยรุ่นหนุ่มสาว (young adult).....	73
2.3.2 วัยของการสร้างความสำเร็จ.....	74
2.3.3 แรงจูงใจ (Motivation).....	74
2.3.4 ความหวาดกังวล.....	75
2.3.5 วัยสร้างมิตรภาพและการบรรลุวุฒิภาวะทางอารมณ์.....	76
2.4 กรณีศึกษา.....	79
2.4.1 ออนเซ็นพเนจร in โทโฮชู.....	79
2.4.2 หนังสือไซโกโตเกียว : โตเกียวเที่ยวที่หนึ่ง.....	80
2.4.3 หนังสือโตเกียวอะโซบิ 44 วัน.....	81
2.4.4 Infographic .....	82
2.4.5 การเล่าเรื่องในสมุดบันทึก .....	83
3 การวิเคราะห์ข้อมูลและแนวความคิดในการออกแบบ.....	84
3.1 วิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย.....	84
3.1.1 โคราชบ้างเอง.....	84
3.1.2 มาไงไปไง.....	84
3.1.3 ไปเที่ยวกันเถอะ.....	85
3.1.4 ลองเป็นคนโคราช 1 วัน.....	85
3.1.5 พักไหน.....	86
3.2 วิเคราะห์ทฤษฎีการออกแบบ.....	89



## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3.2.1 ข้อดีของการออกแบบหนังสือ.....	89
3.2.2 ข้อเสียของการออกแบบหนังสือ.....	89
3.3 วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย.....	90
3.3.1 ลักษณะทางกายภาพ.....	90
3.3.2 ลักษณะทางจิตภาพ.....	90
3.4 สรุปแนวความคิดในการออกแบบ.....	90
3.5 แนวทางการออกแบบ.....	91
3.5.1 กระดาษ.....	91
3.5.2 Layout.....	93
3.5.3 Font.....	93
3.5.4 สี.....	93
3.5.5 Infographic.....	94
3.5.6 Physical Interactive.....	95
3.5.7 แนวทางการเล่าเรื่อง.....	96
4 การออกแบบและการสร้างสรรค์ผลงาน.....	97
4.1 การพัฒนาแบบร่าง.....	97
4.2 สรุปผลงานการออกแบบ.....	104
5 บทสรุป.....	129
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	129
5.2 อภิปรายผลการวิจัย.....	129
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	130

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
บรรณานุกรม.....	131
ภาคผนวก.....	134
ประวัติผู้วิจัย.....	143



## สารบัญภาพ

ภาพ	หน้า
1 แผนที่และพื้นที่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา.....	19
2 แผนที่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา.....	20
3 ตัวอย่างกริดในหน้าออกแบบ.....	38
4 ตัวอย่างเมนูสกริปต์กริด.....	40
5 ตัวอย่างคอลัมน์กริด.....	40
6 ตัวอย่างโมดูลาร์กริด.....	41
7 ตัวอย่างไฮราซิคัลกริด.....	42
8 ทฤษฎีสี.....	44
9 สีโทนร้อน สีโทนเย็น.....	45
10 ตัวอย่างขนาดกระดาษ.....	49
11 ตัวเรียงจากเครื่องคอมพิวเตอร์.....	66
12 ตัวอย่างขนาดของตัวอักษร.....	67
13 ความกว้างของข้อความหรือคอลัมน์ .....	68
14 การจัดตัวอักษรตามปกติธรรมดา.....	68
15 การจัดตัวอักษรแบบเสมอน้ำ.....	69
16 การจัดตัวอักษรแบบเสมอล้าง.....	69
17 การจัดตัวอักษรแบบกึ่งกลาง .....	70
18 การจัดตัวอักษรแบบรอบขอบภาพ.....	70
19 การจัดตัวอักษรเป็นรูปวัตถุ.....	71
20 การจัดตัวอักษรแบบล้อมรอบภาพ.....	71
21 การจัดตัวอักษรแบบอิสระ.....	72
22 ตัวอย่างหนังสือออนไลน์เช่นพจนานุกรม in โทโฮชู.....	79
23 ตัวอย่างหนังสือไซโกโตเกียว : โตเกียวเที่ยวที่หนึ่ง.....	80
24 ตัวอย่างหนังสือโตเกียวอะโซชิ 44 วัน.....	81
25 ตัวอย่างลายเส้นข้อมูลแบบ Infographic .....	82
26 ตัวอย่างการเล่าเรื่องในสมุดบันทึก .....	83
27 หนังสือทำมือ.....	91

## สารบัญญภาพ (ต่อ)

ภาพ	หน้า
28 ขนาดกระดาษ.....	92
29 ขนาดกระดาษกับการแบ่งเรื่อง.....	92
30 4 คอลัมน์.....	93
31 Earthtone Color .....	93
32 ลายเส้นข้อมูลแบบ Infographic .....	94
33 Infographic ประเภทต่างๆ.....	94
34 ตัวอย่าง Physical Interactive 1.....	95
35 ตัวอย่าง Physical Interactive 2.....	95
36 ตัวอย่างการเล่าเรื่องในสมุดบันทึก 1.....	96
37 ตัวอย่างการเล่าเรื่องในสมุดบันทึก 2.....	96
38 ตัวอย่างภาพรวมแบบร่างเรื่อง 'โคราชบ้างเอง' .....	97
39 ตัวอย่างภาพรวมแบบร่างเรื่อง 'มาไงไปไง'.....	98
40 ตัวอย่างภาพรวมแบบร่างเรื่อง 'ไปเที่ยวกันเถอะ'.....	98
41 ตัวอย่างภาพรวมแบบร่างเรื่อง 'พักไหน'.....	99
42 ตัวอย่างแบบร่าง 1 .....	99
43 ตัวอย่างแบบร่าง 2 .....	100
44 ตัวอย่างแบบร่าง 3 .....	100
45 ตัวอย่างภาพรวมแบบร่างเรื่อง 'โคราชบ้างเอง' 40 % .....	101
46 ตัวอย่างภาพรวมแบบร่างเรื่อง 'มาไงไปไง' 40 % .....	101
47 ตัวอย่างภาพรวมแบบร่างเรื่อง 'ไปเที่ยวกันเถอะ' 40 % .....	102
48 ตัวอย่างแบบร่างแผนที่ 40 % .....	102
49 ตัวอย่างแบบร่างแผนที่ 70 % .....	103
50 ตัวอย่างแบบร่างแผนที่ 90 % .....	103
51 ภาพรวมผลงานที่สร้างสรรค์ .....	104
52 หน้าปก .....	104
53 ผลงานที่สร้างสรรค์หน้ามาคุยกันและสารบัญ.....	105
54 ผลงานที่สร้างสรรค์เรื่อง 'โคราชบ้างเอง' 1.....	105

## สารบัญภาพ (ต่อ)

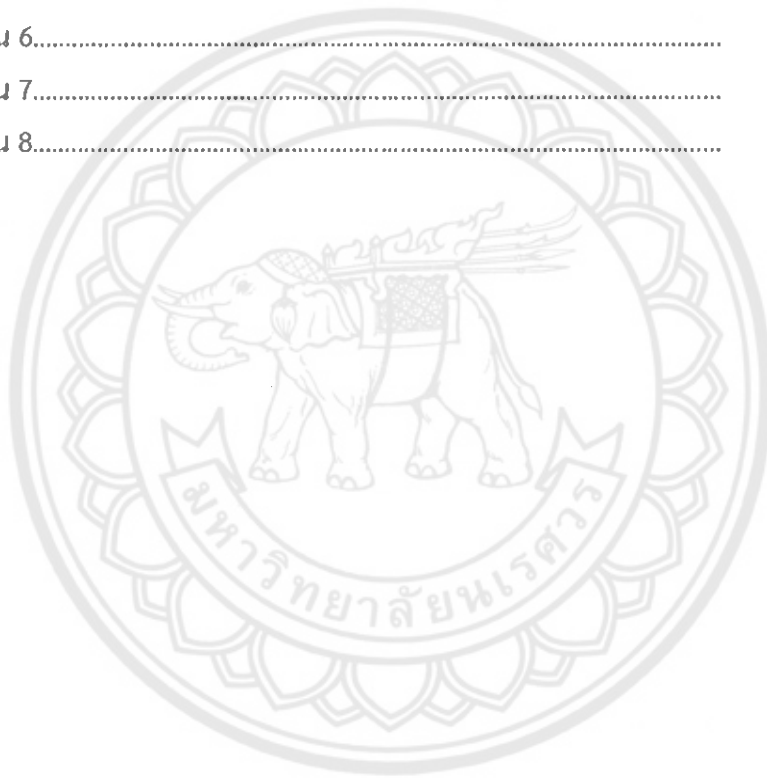
ภาพ		หน้า
55	ผลงานที่สร้างสรรค์เรื่อง 'โคราชบ้างเอง' 2.....	106
56	ผลงานที่สร้างสรรค์เรื่อง 'โคราชบ้างเอง' 3.....	106
57	ผลงานที่สร้างสรรค์เรื่อง 'โคราชบ้างเอง' 4.....	107
58	ผลงานที่สร้างสรรค์เรื่อง 'โคราชบ้างเอง' 5.....	107
59	ผลงานที่สร้างสรรค์เรื่อง 'โคราชบ้างเอง' 6.....	108
60	ผลงานที่สร้างสรรค์เรื่อง 'มาไงไปไง' 1.....	108
61	ผลงานที่สร้างสรรค์เรื่อง 'มาไงไปไง' 2.....	109
62	ผลงานที่สร้างสรรค์เรื่อง 'มาไงไปไง' 3.....	109
63	ผลงานที่สร้างสรรค์เรื่อง 'มาไงไปไง' 4.....	110
64	ผลงานที่สร้างสรรค์เรื่อง 'มาไงไปไง' 5.....	110
65	ผลงานที่สร้างสรรค์เรื่อง 'มาไงไปไง' 6.....	111
66	ผลงานที่สร้างสรรค์เรื่อง 'ไปเที่ยวกันเถอะ' 1.....	111
67	ผลงานที่สร้างสรรค์เรื่อง 'ไปเที่ยวกันเถอะ' 2.....	112
68	ผลงานที่สร้างสรรค์เรื่อง 'ไปเที่ยวกันเถอะ' 3.....	112
69	ผลงานที่สร้างสรรค์เรื่อง 'ไปเที่ยวกันเถอะ' 4.....	113
70	ผลงานที่สร้างสรรค์เรื่อง 'ไปเที่ยวกันเถอะ' 5.....	113
71	ผลงานที่สร้างสรรค์เรื่อง 'ไปเที่ยวกันเถอะ' 6.....	114
72	ผลงานที่สร้างสรรค์เรื่อง 'ไปเที่ยวกันเถอะ' 7.....	114
73	ผลงานที่สร้างสรรค์เรื่อง 'ไปเที่ยวกันเถอะ' 8.....	115
74	ผลงานที่สร้างสรรค์เรื่อง 'ไปเที่ยวกันเถอะ' 9.....	115
75	ผลงานที่สร้างสรรค์เรื่อง 'ไปเที่ยวกันเถอะ' 10.....	116
76	ผลงานที่สร้างสรรค์เรื่อง 'ไปเที่ยวกันเถอะ' 11.....	116
77	ผลงานที่สร้างสรรค์เรื่อง 'ไปเที่ยวกันเถอะ' 12.....	117
78	ผลงานที่สร้างสรรค์เรื่อง 'ไปเที่ยวกันเถอะ' 13.....	117
79	ผลงานที่สร้างสรรค์เรื่อง 'ไปเที่ยวกันเถอะ' 14.....	118
80	ผลงานที่สร้างสรรค์เรื่อง 'ไปเที่ยวกันเถอะ' 15.....	118
81	ผลงานที่สร้างสรรค์เรื่อง 'ไปเที่ยวกันเถอะ' 16.....	119

## สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพ		หน้า
82	ผลงานที่สร้างสรรค์เรื่อง 'ไปเที่ยวกันเถอะ' 17.....	119
83	ผลงานที่สร้างสรรค์เรื่อง 'ไปเที่ยวกันเถอะ' 18.....	120
84	ผลงานที่สร้างสรรค์เรื่อง 'ไปเที่ยวกันเถอะ' 19.....	120
85	ผลงานที่สร้างสรรค์เรื่อง 'ไปเที่ยวกันเถอะ' 20.....	121
86	ผลงานที่สร้างสรรค์เรื่อง 'ไปเที่ยวกันเถอะ' 21.....	121
87	ผลงานที่สร้างสรรค์เรื่อง 'ไปเที่ยวกันเถอะ' 22.....	122
88	ผลงานที่สร้างสรรค์เรื่อง 'ไปเที่ยวกันเถอะ' 23.....	122
89	ผลงานที่สร้างสรรค์เรื่อง 'ไปเที่ยวกันเถอะ' 24.....	123
90	ผลงานที่สร้างสรรค์เรื่อง 'ลองเป็นคนโคราช 1 วัน' 1.....	123
91	ผลงานที่สร้างสรรค์เรื่อง 'ลองเป็นคนโคราช 1 วัน' 2.....	124
92	ผลงานที่สร้างสรรค์เรื่อง 'ลองเป็นคนโคราช 1 วัน' 3.....	124
93	ผลงานที่สร้างสรรค์เรื่อง 'ลองเป็นคนโคราช 1 วัน' 4.....	125
94	ผลงานที่สร้างสรรค์เรื่อง 'ลองเป็นคนโคราช 1 วัน' 5.....	125
95	ผลงานที่สร้างสรรค์เรื่อง 'ลองเป็นคนโคราช 1 วัน' 6.....	126
96	ผลงานที่สร้างสรรค์เรื่อง 'พักไหน' 1.....	126
97	ผลงานที่สร้างสรรค์เรื่อง 'พักไหน' 2.....	127
98	ผลงานที่สร้างสรรค์เรื่อง 'พักไหน' 3.....	127
99	ผลงานที่สร้างสรรค์เรื่อง 'พักไหน' 4.....	128
100	ผลงานที่สร้างสรรค์หน้าอ้างอิงและมารู้จักกัน.....	128
101	บูธจัดแสดงผลงาน 1.....	135
102	บูธจัดแสดงผลงาน 2.....	135
103	บูธจัดแสดงผลงาน 3.....	136
104	บูธจัดแสดงผลงาน 4.....	136
105	ภาพรวมบูธจัดแสดงผลงาน 1.....	137
106	ภาพรวมบูธจัดแสดงผลงาน 2.....	137
107	คนชมผลงาน 1.....	138
108	คนชมผลงาน 2.....	138

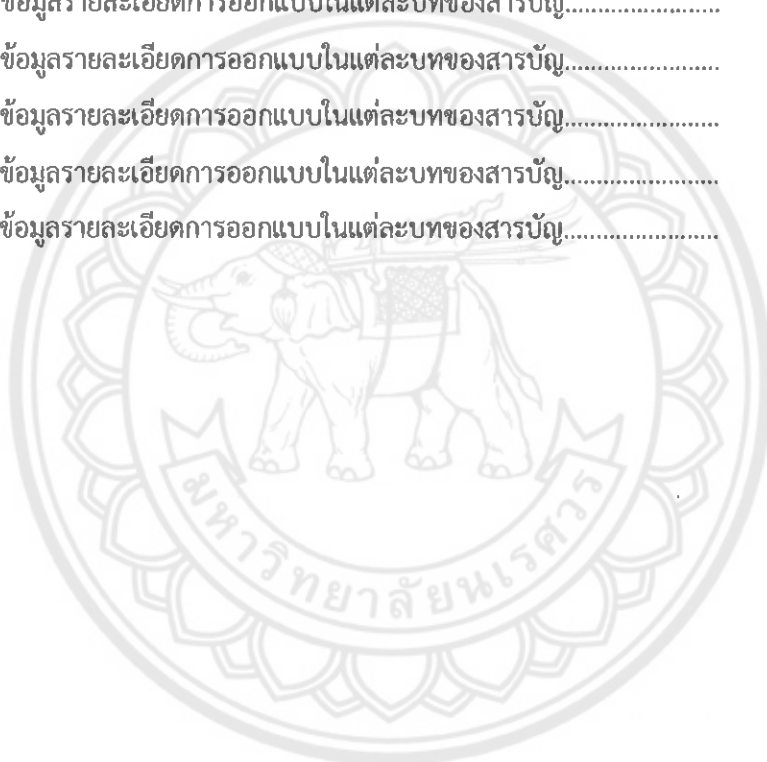
## สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพ	หน้า
109 คนชมผลงาน 3.....	139
110 คนชมผลงาน 4.....	139
111 คนชมผลงาน 5.....	140
112 คนชมผลงาน 6.....	140
113 คนชมผลงาน 7.....	141
114 คนชมผลงาน 8.....	141



## สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงกลุ่มตัวอย่างวัตถุประสงค์และแหล่งท่องเที่ยว.....	12
2 แสดงเนื้อหาข้อมูลรายละเอียดการออกแบบในแต่ละบทของสารบัญ.....	86
3 แสดงเนื้อหาข้อมูลรายละเอียดการออกแบบในแต่ละบทของสารบัญ.....	87
4 แสดงเนื้อหาข้อมูลรายละเอียดการออกแบบในแต่ละบทของสารบัญ.....	87
5 แสดงเนื้อหาข้อมูลรายละเอียดการออกแบบในแต่ละบทของสารบัญ.....	88
6 แสดงเนื้อหาข้อมูลรายละเอียดการออกแบบในแต่ละบทของสารบัญ.....	88
7 แสดงเนื้อหาข้อมูลรายละเอียดการออกแบบในแต่ละบทของสารบัญ.....	89





## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากการที่จังหวัดนครราชสีมาเป็นจังหวัดที่มีขนาดใหญ่ที่สุดของประเทศไทย ด้วยทำเลที่ตั้งที่อยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานครและมีการคมนาคมที่สะดวกสบาย ทำให้จังหวัดนครราชสีมาเป็นจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยวพักผ่อนวันหยุดที่เป็นที่นิยมอันดับต้นๆแห่งหนึ่งของชาวเมืองหลวงและจังหวัดใกล้เคียง การเดินทางมาจังหวัดนครราชสีมานั้นก็มียหลายช่องทาง ทั้งทางรถยนต์ รถประจำทาง และรถไฟ คนส่วนใหญ่ที่มาในจังหวัดนครราชสีมา ก็จะนิยมมาเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ หรือมาทานอาหารที่ขึ้นชื่อ ที่ล้วนแต่อยู่ต่างอำเภอ ทำให้คนส่วนใหญ่ก็จะรู้จักอำเภอเมืองของจังหวัดนครราชสีมาแค่เพียงผิวเผิน ไม่ได้รู้สึกเข้าไปว่าจริงๆแล้วอำเภอเมืองของจังหวัดนครราชสีมามีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวมากกว่าที่ทุกคนทราบ ทั้งในเรื่องของประตูเมืองทั้ง 4 ประตูซึ่งก็ถือเป็นสิ่งสำคัญที่ขาดไม่ได้ เพราะจะพาไปรู้จักตัวเมืองในสมัยอดีตซึ่งในปัจจุบันนี้มีสิ่งอะไรที่น่าสนใจบ้าง ไม่เพียงแค่ว่ารู้จักกับตัวเมืองในสมัยอดีตแต่จะพาไปรู้จักกับตัวเมืองในสมัยปัจจุบันให้มากขึ้นอีกด้วย อีกทั้งในเรื่องของการเดินทางภายในเขตอำเภอเมืองนั้นมีหลายรูปแบบ ซึ่งนี่ก็เป็นปัญหาส่วนใหญ่สำหรับนักท่องเที่ยว ถ้าคนที่เพิ่งเคยมาเที่ยวในตัวเมืองอาจจะงงและหลงกับเส้นทางในตัวเมือง โดยเฉพาะถ้าเดินทางด้วยตัวเองโดยไม่ใช้รถส่วนตัวจะสามารถไปยังสถานที่จุดหมายปลายทางที่อยากไปได้ได้อย่างไร จึงจำเป็นที่จะมีการบอกเส้นทางการเดินทาง

การออกแบบหนังสือข้อมูลเชิงภาพเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา เป็นหนังสือที่เหมาะสมสำหรับบุคคลที่มีช่วงอายุระหว่าง 18-22 ปี เป็นงานออกแบบซึ่งออกแบบมาให้ทั้งข้อมูลความรู้ทางกายภาพ ภายในหนังสือจะมีเรื่องราวข้อมูลความรู้ ภาพวาดต่างๆที่พบเห็นเวลาที่ออกเดินทาง จะมีทั้งการแนะนำการท่องเที่ยว สถานที่ ร้านอาหาร วิถีชีวิตของคนในตัวเมืองจังหวัดนครราชสีมา รวมถึงการบอกเส้นทางการเดินทางที่เหมาะสมสำหรับบุคคลที่ต้องการเดินทางภายในตัวเมืองด้วยตัวเองโดยไม่ใช้รถส่วนตัว ซึ่งมันจะเป็นตัวเลือกที่ดีสำหรับบุคคลที่สนใจที่จะรู้จักอำเภอเมืองของจังหวัดนครราชสีมาให้มากขึ้น

ดังนั้นการออกแบบหนังสือ จัดทำเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวให้กลุ่มเป้าหมายที่มีช่วงอายุระหว่าง 18-22 ปีได้รู้จักอำเภอเมืองของจังหวัดนครราชสีมาในมุมมองที่แตกต่างจากหนังสือแนะนำการท่องเที่ยวเล่มอื่นหนังสือเล่มนี้ได้เขียนและเล่าประสบการณ์โดยคนในท้องถิ่น

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

- 1.2.1 เพื่อศึกษาการออกแบบหนังสือข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวในตัวเมืองของจังหวัดนครราชสีมา
- 1.2.2 เพื่อนำเสนอหนังสือในรูปแบบใหม่ๆ ให้มีความน่าสนใจ
- 1.2.3 เพื่อศึกษาและการออกแบบหนังสือให้เหมาะกับกลุ่มช่วงอายุ 18-22 ปี
- 1.2.4 เพื่อศึกษาส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดนครราชสีมา

## 1.3 ขอบเขตของงานวิจัย

- 1.3.1 ขอบเขตของประชากรกลุ่มเป้าหมาย
  - เหมาะสำหรับบุคคลที่มีช่วงอายุ 18-22 ปี ที่มีความชื่นชอบ เดินทางท่องเที่ยวหาประสบการณ์
  - กลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวชาวไทย
- 1.3.2 ขอบเขตของผลงานออกแบบสร้างสรรค์
  - ออกแบบหนังสือ ขนาดกระดาษ B5 ขนาด 17.53 x 24.89 เซนติเมตร 1เล่ม จำนวน 99 หน้า

## 1.4 วิธีการศึกษาและขั้นตอนการดำเนินงาน

- 1.4.1 กำหนดเรื่องที่จะทำ
- 1.4.2 ค้นคว้าและรวบรวมข้อมูล
- 1.4.3 ลงพื้นที่เพื่อศึกษาหาข้อมูลที่ยังไม่มีในเอกสาร
- 1.4.4 แนวคิดการออกแบบ
- 1.4.5 จัดทำผลงานและพัฒนาปรับปรุงแก้ไขแบบ Sketch และทำ Dummy
- 1.4.6 นำเสนอผลงาน Sketch Design แบบสมบูรณ์
- 1.4.7 จัดทำผลงานจริงและพัฒนาปรับปรุง
- 1.4.8 นำเสนอผลงาน Final

## ขั้นตอนการดำเนินงาน

กิจกรรม	เทอม 1					เทอม 2				
	ส.ค.	ก.ย.	ค.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.
1. กำหนดเรื่องที่จะทำ	↔									
2. ค้นคว้าและรวบรวมข้อมูล	↔									
3. ลงพื้นที่เพื่อศึกษาหาข้อมูลที่ยังไม่มีในเอกสาร	↔									
4. แนวคิดการออกแบบ -Concept -Mood & Tone -Fonts -Reference	↔									
5. จัดทำผลงานและพัฒนาปรับปรุงแก้ไข แบบ Sketch และทำ Dummy -Layout -Illustration -Infographic			↔							
6. นำเสนอผลงาน Sketch Design แบบ สมบูรณ์					↔					
7. จัดทำผลงานจริงและพัฒนาปรับปรุง						↔				
8. นำเสนอผลงาน Final และจัดแสดง นิทรรศการ										↔

### 1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

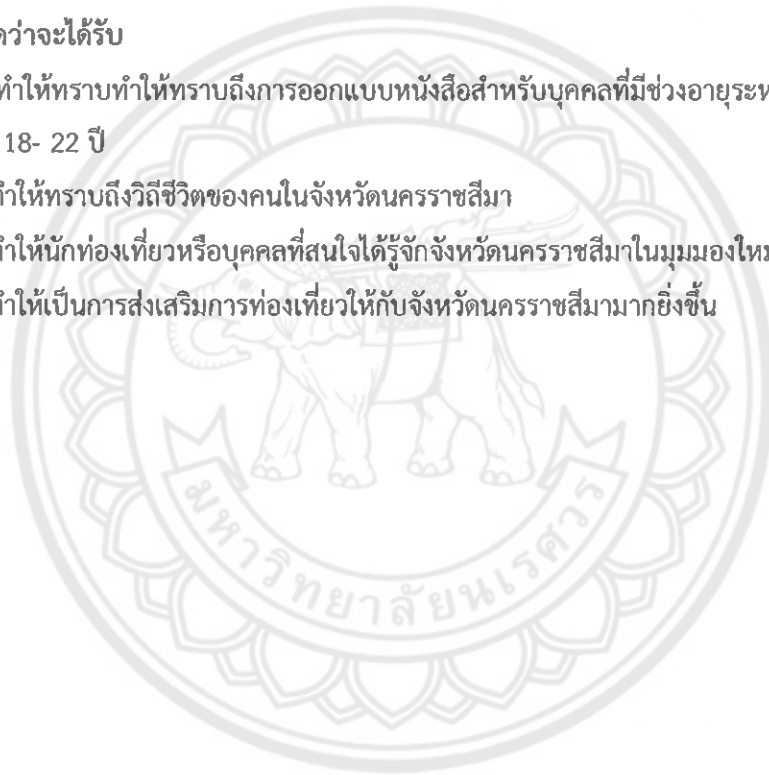
#### Infographic

Infographic ย่อมาจาก Information Graphic คือ ภาพหรือกราฟิกซึ่งบ่งชี้ถึงข้อมูล ไม่ว่าจะเป็นสถิติ ความรู้ ตัวเลข ฯลฯ เรียกว่าเป็นการย่อข้อมูลเพื่อให้ประมวลผลได้ง่ายเพียงแค่วาดตามอง ซึ่งเหมาะสำหรับผู้คนในยุคไอทีที่ต้องการเข้าถึงข้อมูลซับซ้อนมหาศาลในเวลาอันจำกัด ( เหตุผลเพราะมนุษย์ชอบและจดจำภาพสวยๆ ได้มากกว่าการอ่าน ) และในปัจจุบันกำลังเป็นที่นิยมในโลกของ Social Network

ประโยชน์และพลังของ Infographic นั้นมีอยู่มากมาย เพราะด้วยแผนภาพสวยๆนี้ สามารถทำให้คนทั่วไปสามารถเข้าถึง เข้าใจ ข้อมูลปริมาณมากๆ ด้วยแผนภาพภาพเดียวเท่านั้น ด้วยข้อมูลที่ถูกต้องกรองมาเป็นอย่างดี ทำให้ผู้อ่านเข้าใจได้ง่าย เป็นวิธีการนำเสนอข้อมูลเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งเราสามารถหยิบยกเรื่องราวเล็กๆ ไปจนถึงเรื่องราวใหญ่โตมานำเสนอ ในมุมมองที่แปลกตา ทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์ในโลกปัจจุบัน โดยรูปแบบหรือประเภทของ Infographic ตามวัตถุประสงค์ในการใช้งาน

#### 1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.6.1 ทำให้ทราบทำให้ทราบถึงการออกแบบหนังสือสำหรับบุคคลที่มีช่วงอายุระหว่าง 18- 22 ปี
- 1.6.2 ทำให้ทราบถึงวิถีชีวิตของคนในจังหวัดนครราชสีมา
- 1.6.3 ทำให้นักท่องเที่ยวหรือบุคคลที่สนใจได้รู้จักจังหวัดนครราชสีมาในมุมมองใหม่ๆ
- 1.6.4 ทำให้เป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้กับจังหวัดนครราชสีมามากยิ่งขึ้น



## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง การออกแบบหนังสือข้อมูลเชิงภาพเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ได้ศึกษาแบ่งข้อมูลเป็นส่วนต่างๆดังนี้

#### ข้อมูลในการศึกษาค้นคว้า

- 2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาของงานวิจัย
- 2.2 ข้อมูลเกี่ยวกับทฤษฎีการออกแบบ
- 2.3 ข้อมูลพฤติกรรมกลุ่มเป้าหมายของงานวิจัย
- 2.4 กรณีศึกษา

#### 2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาของงานวิจัย

##### 2.1.1 ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

##### 2.1.1.1 ความหมายของการท่องเที่ยว

ผู้ใหญ่สมัยก่อนย้อนหลังไปเพียง 50-60 ปี มักจะสั่งสอนลูกหลานว่า “อย่าเที่ยวเตร่ให้มากนักจะเสียผู้เสียคน” ทั้งนี้ เพราะภาพลักษณ์ของคำว่า “ท่องเที่ยว” ในสมัยที่การคมนาคมถนนหนทางยังไม่สะดวก จะเป็นการเที่ยวเสเพลบ่อนเบี้ยในละแวกบ้าน ผู้ใหญ่ก็ออกเดินทางรอนแรมไปกับกองเกวียนในหน้าแล้งเพื่อไปไหว้พระพุทธรูป ไปทำบุญยังวัดวาอารามที่อยู่ห่างไกลจากถิ่นที่อยู่ของตน หรือล่องเรือไปทอดผ้าป่า ทอดกฐิน ยังวัดริมน้ำในจังหวัดไกลๆ เพียงแต่เขาไม่พูดกันว่าไปเที่ยวพระบาทหรือไปเที่ยววัด เพราะฟังดูขัดกับความรู้สึกของพุทธศาสนิกชนที่ถือว่าวัดเป็นสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ไม่ควรนับเป็นที่เที่ยว

ดังนั้นการท่องเที่ยวจึงเป็นการเดินทางที่เกิดขึ้น ตามเงื่อนไข 3 ประการ คือ

1. เป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
2. เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ
3. เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดก็ตาม ที่มีค่าใช้จ่ายเพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้

เมื่อเอ่ยถึงคำว่า “ท่องเที่ยว” ในปัจจุบันเรามองเห็นภาพชาวต่างประเทศสะพายกล้องถ่ายรูปเดินกันเป็นกลุ่มใหญ่บ้างเล็กบ้างอยู่ตามวัด วัง โบราณสถาน หรือนั่งน้อยหม่นน้อยยวบแดดอยู่ตามชายหาด และอีกจำนวนไม่น้อยที่ไปเที่ยวชมป่าเขาลำเนาไพร เรามักจะมองเห็นว่าชาวต่างประเทศเหล่านี้ได้ใช้จ่ายเงินเป็นค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าเดินทางไปชมสถานที่ต่างๆ ค่าซื้อของฝาก

ของที่ระลึก โดยที่เราไม่คิดว่ามันเป็นเงินตราต่างประเทศเข้ามาใช้จ่ายในบ้านเมืองของเรา ในขณะที่เดียวกันเรามากจะไม่คิดถึงคนไทยที่เดินทางท่องเที่ยวอยู่ภายในประเทศต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวคนไทยเหล่านี้มีจำนวนเพิ่มขึ้นมากทุกปี เพราะการเดินทางท่องเที่ยวขึ้นเป็นการผ่อนคลายความเคร่งเครียดพร้อมๆ กับการได้รับความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมประเพณี ได้เห็นภูมิประเทศที่แปลกตา และได้สร้างความสัมพันธ์กับคนต่างถิ่นด้วย เมื่อการคมนาคมสะดวก การเดินทางท่องเที่ยวกลายเป็นความนิยม ธุรกิจต่างๆ ก็เกิดขึ้นเพื่อรองรับการเดินทางการท่องเที่ยวมากมาย ทั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรง เช่น ธุรกิจการขนส่ง ธุรกิจที่พักและอาหาร ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจการค้า ของที่ระลึก ธุรกิจเหล่านี้ขายบริการให้กับนักท่องเที่ยวเอง และยังมีธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางอ้อม เช่น การก่อสร้างอาคาร ที่พัก ร้านอาหาร การผลิตสินค้าเกษตรกรรม เพื่อขายให้แก่ธุรกิจที่พักและอาหาร การผลิตสินค้าหัตถกรรมพื้นบ้านเพื่อส่งร้านค้าของที่ระลึก เป็นต้น ธุรกิจเหล่านี้จะก่อให้เกิดงานอาชีพใหม่ๆ และการกระจายเงินตราซึ่งถือเป็นการเสริมสร้างความเจริญทางเศรษฐกิจและสังคมให้กับประเทศนั่นเอง (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2529, หน้า3)

#### ความหมายของการท่องเที่ยว (Tourism)

ในปี พ.ศ. 2506 (ค.ศ. 1963) องค์การสหประชาชาติได้จัดประชุมว่าด้วยการเดินทางและท่องเที่ยวระหว่างประเทศขึ้นที่กรุงโรม ประเทศอิตาลี และได้ให้คำจำกัดความของคำว่า “การท่องเที่ยว” ไว้ว่า “การเดินทางเพื่อความบันเทิงรื่นเริงใจ เยี่ยมญาติ หรือการไปร่วมประชุมแต่มิใช่เพื่อการประกอบอาชีพเป็นหลักฐานหรือไม่พำนักอยู่เป็นการถาวร”

องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization : W.T.O) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวดังนี้ “Tourism comprises the activities of the person traveling to and staying in places outside their usual environment for not more than one consecutive year for leisure, business and other purpose.” จากความหมายนี้สรุปได้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางของบุคคลจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว (ไม่มากกว่า 1 ปี ติดต่อกัน) เดินทางด้วยความสมัครใจเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ติดต่อธุระและวัตถุประสงค์ใดๆก็ได้ แต่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพ หรือหารายได้

สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว (2546) การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางเพื่อผ่อนคลายความเครียด แสวงหาประสบการณ์แปลกใหม่ โดยมีเงื่อนไขว่า การเดินทางนั้น เป็นการเดินทางเพียงชั่วคราว ผู้เดินทางจะต้องไม่ถูกบังคับให้เดินทาง

สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว (2546)

ไพฑูริย์ พงศบุตร และวิลาสวงศ์ พงศบุตร (2542) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง การเดินทางไปเยือนสถานที่ต่างถิ่นซึ่งไม่ใช่เป็นที่พำนักอาศัยประจำของบุคคลนั้น และเป็นการไปเยือนชั่วคราวโดยไม่ใช่เพื่อเป็นการประกอบอาชีพหารายได้

### ไพฑูริย์ พงศะบุตร และวิลาสวงศ์ พงศะบุตร (2542)

จากคำนิยามและความหมายของการท่องเที่ยว (Tourism) ผู้เขียนหลายท่านได้ให้ความหมายไว้ข้างต้นสรุปได้ดังนี้ “การท่องเที่ยว” (Tourism) หมายถึง การเดินทางของมนุษย์จากสถานที่ใดสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่ง หรือการเดินทางจากถิ่นพำนักที่อาศัยไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจไป และเป็นการเดินทางด้วยเหตุผลของการท่องเที่ยวมิใช่เพื่อการประกอบอาชีพ หรือหารายได้ เช่น การเดินทางเพื่อการพักผ่อน การเดินทางเพื่อไปชมการแข่งขันกีฬา (อาทิ การแข่งขันกีฬา ซีเกมส์ โอลิมปิก เป็นต้น) การเดินทางเพื่อการศึกษา การเดินทางเพื่อประชุมสัมมนา การเดินทางเพื่อเยี่ยมเยียนญาติพี่น้อง หรือเพื่อน การเดินทางเพื่อแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม เป็นต้น

#### ตัวอย่างเหตุการณ์ที่ได้ชื่อว่าเป็นการท่องเที่ยว

1. การเดินทางเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจเพื่อสุขภาพ เช่น การไปเที่ยวทะเลในวันหยุดการเดินทางไปอาบน้ำแร่ตามธรรมชาติเพื่อสุขภาพ หรือรักษาโรคผิวหนังบางชนิด
2. การเดินทางไปประชุมหรือประกอบภารกิจอย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น การไปเล่นกีฬา การไปสัมมนา การไปจาริกแสวงบุญทางศาสนา เป็นต้น
3. การเดินทางเพื่อทำธุรกิจบางอย่าง เช่น การสำรวจตลาด การตรวจสอบของที่สั่งการติดต่อธุรกิจ เป็นต้น

#### ตัวอย่างเหตุการณ์ที่ไม่จัดว่าเป็นการท่องเที่ยว

1. การเดินทางไปประกอบอาชีพอย่างหนึ่งอย่างใดในประเทศนั้นๆ
2. การเข้ามาตั้งถิ่นฐานถาวรในประเทศนั้นๆ
3. การเดินทางไปทำงานต่างประเทศ ไม่ว่าจะผู้ไปอยู่ประจำหรือไปเข้าเียนกลับ (กรณีอยู่ชายแดน)
4. การเดินทางไปเพื่อการศึกษา ไปเป็นนักเรียน นักศึกษาและอยู่หอพัก
5. การเดินทางโดยมิต้องลงจากยานพาหนะ (พรสวรรค์ มโนพัฒนะ, 2553)

#### 2.1.1.2 รูปแบบการท่องเที่ยว

##### รูปแบบการท่องเที่ยวในประเทศไทย

การท่องเที่ยวในประเทศไทยได้มีพัฒนาการมาตั้งแต่ พ.ศ. 2467 สมัยพระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมพระกำแพงเพชรอัครโยธิน ครั้งทรงดำรงตำแหน่งผู้บัญชาการรถไฟ ซึ่งในครั้งนั้นการท่องเที่ยวในประเทศไทย ยังเป็นการท่องเที่ยวเพื่อชมธรรมชาติและสถานที่ราชการ หรือสถานที่สำคัญที่ทางชาวต่างประเทศที่เข้ามาในประเทศไทยสร้างขึ้น แต่เมื่อประมาณ 10 ปี ที่ผ่านมาทางองค์การท่องเที่ยวโลก (www.unwto.org) ได้มีการกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวได้ 3 รูปแบบหลัก ได้แก่ 1) รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (natural based tourism) 2) รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่ง

วัฒนธรรม (cultural based tourism) และ 3) รูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (special interest tourism) ซึ่งแต่ละรูปแบบสามารถสรุปได้ดังนี้

#### 1. รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (natural based tourism) ประกอบด้วย

1.1 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (ecotourism) หมายถึงการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นและแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่นเพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

1.2 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล (marine ecotourism) หมายถึงการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบในแหล่งธรรมชาติทางทะเลที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศทางทะเล โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้ การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

1.3 การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา (geo-tourism) หมายถึงการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่เป็น หินผา ลานหินทราย อุโมงค์โพรง ถ้ำน้ำลอด ถ้ำหินงอกหินย้อย เพื่อดูความงามของภูมิทัศน์ที่มีความแปลกของการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่โลก ศึกษาธรรมชาติของหิน ดิน แร่ต่างๆ และฟอสซิล ได้ความรู้ได้มีประสบการณ์ใหม่ บนพื้นฐานการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อรักษา สภาพแวดล้อม โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว

1.4 การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (agro tourism) หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่เกษตรกรรมสวนเกษตร วนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์และเลี้ยงสัตว์เพื่อชื่นชมความสวยงาม ความสำเร็จและเพลิดเพลินในสวนเกษตร ได้ความรู้มีประสบการณ์ใหม่บนพื้นฐานความรับผิดชอบต่อรักษา สภาพแวดล้อมของสถานที่แห่งนั้น

1.5 การท่องเที่ยวเชิงดาราศาสตร์ (astrological tourism) หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชมปรากฏการณ์ทางดาราศาสตร์ที่เกิดขึ้นในแต่ละวาระ เช่น สุริยุปราคา ฝนดาวตก จันทรุปราคา และการดูดาวจันทรคติที่ปรากฏในท้องฟ้าแต่ละเดือน เพื่อการเรียนรู้ระบบสุริยจักรวาล มีความรู้ความประทับใจ ความทรงจำและประสบการณ์เพิ่มขึ้น บนพื้นฐาน

การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบมีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการร่วมกันอย่างยั่งยืน

#### 2. รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (cultural based tourism)ประกอบด้วย

2.1 การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (historical tourism) หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดี และประวัติศาสตร์ เพื่อชื่นชมและเพลิดเพลินในสถานที่ท่องเที่ยว ได้ความรู้มีความเข้าใจต่อประวัติศาสตร์และโบราณคดี ในท้องถิ่นพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อ



จิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่า ของสภาพแวดล้อมโดยที่ประชาชนในท้องถิ่น มีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว

2.2 การท่องเที่ยวงานชมวัฒนธรรมและประเพณี (cultural and traditional tourism) หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยว เพื่อชมงานประเพณีต่างๆ ที่ชาวบ้านในท้องถิ่นนั้นๆ จัดขึ้น ได้รับความเพลิดเพลินตื่นตาตื่นใจในสุนทรียะศิลป์เพื่อศึกษาความเชื่อ การยอมรับนับถือ การเคารพ พิธีกรรมต่างๆ และได้รับความรู้มีความเข้าใจต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรม มีประสบการณ์ใหม่ๆ เพิ่มขึ้นบนพื้นฐานของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมและมรดกทางวัฒนธรรม โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยว

2.3 การท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท (rural tourism / village tourism) หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยวในหมู่บ้าน ชนบทที่มีลักษณะวิถีชีวิต และผลงานสร้างสรรค์ที่มีเอกลักษณ์พิเศษมีความโดดเด่นเพื่อความเพลิดเพลินได้ความรู้ดูผลงานสร้างสรรค์และภูมิปัญญาพื้นบ้าน มีความเข้าใจในวัฒนธรรมท้องถิ่น บนพื้นฐานของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าของสภาพแวดล้อม โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว

### 3. รูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (special interest tourism) ประกอบด้วย

3.1 การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (health tourism) หมายถึงการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติและแหล่งวัฒนธรรมเพื่อการพักผ่อนและเรียนรู้วิธีการรักษาสุขภาพกายใจได้รับความเพลิดเพลิน และสุนทรียภาพ มีความรู้ต่อการรักษาคุณค่า และคุณภาพชีวิตที่ดี มีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่นโดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน อนึ่ง การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนี้บางแห่งอาจจัดรูปแบบเป็นการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและความงาม (health beauty and spa)

3.2 การท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษาและศาสนา (edu-meditation tourism) หมายถึง การเดินทางเพื่อทัศนศึกษาแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากปรัชญาทางศาสนา หาความรู้ สัจธรรมแห่งชีวิตมีการฝึกทำสมาธิเพื่อมีประสบการณ์และความรู้ใหม่เพิ่มขึ้น มีคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดีเพิ่มขึ้นมีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวบางกลุ่มมุ่งการเรียนรู้วัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย เช่น การทำอาหารไทยการนวดแผนไทย รำไทย มวยไทย การช่างและงานศิลปหัตถกรรมไทย รวมถึงการบังคับช้างและเป็นควาญช้าง เป็นต้น

3.3 การท่องเที่ยวเพื่อศึกษากลุ่มชาติพันธุ์หรือวัฒนธรรมกลุ่มน้อย (ethnic tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่วัฒนธรรมของชาวบ้าน วัฒนธรรมของชนกลุ่มน้อยหรือชนเผ่าต่าง ๆ เช่น หมู่บ้านชาวไทยโซ่ง หมู่บ้านผู้ไทย หมู่บ้านชาวกูย หมู่บ้านชาวกะเหรี่ยง หมู่บ้านชาวจีนฮ่อ เป็นต้น เพื่อมีประสบการณ์และความรู้ใหม่เพิ่มขึ้นมีคุณค่า

และคุณภาพชีวิตที่ดีเพิ่มขึ้นมีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

3.4 การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (sports tourism) หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเล่นกีฬาตามความถนัดความสนใจ ในประเภทกีฬา เช่น กอล์ฟ ดำน้ำ ตกปลา สนุกเกอร์ กระดานโตคลื่น สกีนํ้า เป็นต้น ให้ได้รับความเพลิดเพลินความสนุกสนานตื่นเต้น ได้รับประสบการณ์และความรู้ใหม่เพิ่มขึ้น มีคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดีเพิ่มขึ้น มีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

3.5 การท่องเที่ยวแบบผจญภัย (adventure travel) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีลักษณะพิเศษ ที่นักท่องเที่ยวเขาไปเที่ยวแล้วได้รับความสนุกสนานตื่นเต้น หวาดเสียว ผจญภัย มีความทรงจำ ความปลอดภัย และได้ประสบการณ์ใหม่

3.6 การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์และฟาร์มสเตย์ (home stay & farm stay) หมายถึง นักท่องเที่ยวกลุ่มที่ต้องการใช้ชีวิตใกล้ชิดกับครอบครัวในท้องถิ่นที่ไปเยือนเพื่อการเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัฒนธรรมท้องถิ่น ได้รับประสบการณ์ในชีวิตเพิ่มขึ้น โดยมีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น เป็นการจัดการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่นที่ยั่งยืน

3.7 การท่องเที่ยวพำนักระยะยาว (longstay) หมายถึง กลุ่มผู้ใช้ชีวิตในบ้านปลายหลังเกษียณอายุจากการทำงานที่ต้องการมาใช้ชีวิตต่างแดนเป็นหลัก เพื่อเพิ่มปัจจัยที่ห้าของชีวิตคือ การท่องเที่ยว โดยเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศเฉลี่ย 3 - 4 ครั้งต่อปี คราวละนาน ๆ อย่างน้อย 1 เดือน

3.8 การท่องเที่ยวแบบให้รางวัล (incentive travel) หมายถึงการจัดนำเที่ยวให้แก่กลุ่มลูกค้าของบริษัทที่ประสบความสำเร็จ (มีความเป็นเลิศ) ในการขายสินค้านั้นๆ ตามเป้าหมายหรือเกินเป้าหมาย เช่น กลุ่มผู้แทนบริษัทจำหน่ายรถยนต์ ผู้แทนบริษัทจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้า ผู้แทนบริษัทจำหน่ายเครื่องสำอาง จากภูมิภาคหรือจังหวัดต่างๆ ที่สามารถขายสินค้าประเภทนั้นได้มากตามที่บริษัทผู้แทนจำหน่ายในประเทศตั้งเป้าหมายไว้เป็นการให้รางวัลและจัดนำเที่ยว โดยออกค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ค่าพักรวมและค่าอาหารระหว่างการเดินทางให้กับผู้ร่วมเดินทาง เป็นการจรรายการพักรวมตั้งแต่ 2 - 7 วัน เป็นรายการนำเที่ยวชมสถานที่ต่างๆ อาจเป็นรายการนำเที่ยวแบบผสมผสาน หรือรายการนำเที่ยวในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง

3.9 การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม (MICE หมายถึง M=meeting/I= incentive/C=conference / E=exhibition) เป็นการจัดนำเที่ยวให้แก่กลุ่มลูกค้าของผู้ที่จัดประชุม มีรายการจัดนำเที่ยวก่อนการประชุม (pre-tour) และการจัดรายการนำเที่ยวหลังการประชุม (post-tour) โดยการจรรายการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ ทั่วประเทศ เพื่อบริการให้กับผู้เข้าร่วมประชุมโดยตรง

หรือสำหรับผู้ร่วมเดินทางกับผู้ประชุม (สามีหรือภรรยา) อาจเป็นรายการท่องเที่ยววันเดียว หรือ รายการเที่ยวพักค้างแรม 2 – 4 วัน โดยคิดราคาแบบเหมารวมค่าอาหารและบริการท่องเที่ยว

3.10 การท่องเที่ยวแบบผสมผสานเป็นอีกรูปแบบหนึ่งที่ผู้จัดการการท่องเที่ยวคัดสรร รูปแบบการท่องเที่ยวที่กล่าวมาแล้วข้างต้น นำมาจัดรายการนำเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความแตกต่างระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวในระยะยาวนานตั้งแต่ 2 – 7 วันหรือมากกว่านั้นเช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและเกษตร (eco-agro tourism) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและประวัติศาสตร์ (agro-historical tourism) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย (eco-adventure travel) การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยาและประวัติศาสตร์ (geo- historical tourism) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและวัฒนธรรม (agro-cultural tourism) เป็นต้น

นอกจากนี้ในปัจจุบันการท่องเที่ยวได้พิจารณาจากความต้องการหรือพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเพิ่มเติมทำให้มีรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีแนวคิดใหม่ ขึ้นมาเช่น Green tourism ที่คนมาท่องเที่ยว จะต้องการอนุรักษ์ธรรมชาติหรือช่วยลดภาวะโลกร้อน เช่น การท่องเที่ยวในเกาะสมุย หรือ War tourism ที่นักท่องเที่ยวต้องการสัมผัสกับอดีตในสมัยสงคราม เช่น การท่องเที่ยวสะพานข้ามแม่น้ำแคว จังหวัดกาญจนบุรีหรือ Volunteer tourism ที่นักท่องเที่ยวเป็นอาสาสมัครมาช่วยทำกิจกรรม บำเพ็ญประโยชน์ ในสถานที่และเดินทางท่องเที่ยวต่อ เช่น การที่มีอาสาสมัครมาช่วยงานสีนามิในประเทศไทย เป็นต้น

โดยสรุป การท่องเที่ยวในประเทศไทย มีหลากหลายขึ้นอยู่กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเอง และขึ้นอยู่กับ การเปลี่ยนแปลงทางโครงสร้างทางสังคมและวัฒนธรรม ผลของการท่องเที่ยวจะเกิดมิติในแง่บวกหรือลบ ขึ้นอยู่กับนักท่องเที่ยวว่ามีพฤติกรรมอย่างไร (วาริชต์ มัธยมบุรุษ, ม.ป.ป.,ออนไลน์)

#### 2.1.1.3 วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวจะต้องมีการเดินทางโดยสมัครใจเป็นการชั่วคราว โดยมีความมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ใดก็ได้ที่ไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้ ซึ่งวัตถุประสงค์หรือความมุ่งหมายของการท่องเที่ยวนั้น Douglas Foster ได้เขียนไว้ในหนังสือ “Travel and Tourism Management” ว่าความมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ของการเดินทางสามารถแบ่งออกได้เป็น 9 อย่างคือ

##### 1) การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนในวันหยุด (Holiday-Mass Popular Individual)

เป็นการเดินทางในวันหยุดเพื่อพักผ่อนโดยไม่ทำอะไร อันเป็นการขจัดความเมื่อยล้าทางร่างกายและจิตใจจากการทำงานให้หมดไป และเรียกพลังกำลังกลับคืนมา สำหรับเริ่มต้นทำงานในวันใหม่ บางคนอาจจะไปพักผ่อนเพราะป่วยไข้ มักจะถือเอาภาวะอากาศเป็นเกณฑ์ตัดสินใจจะไปท่องเที่ยวที่ใด เช่น สถานที่ชายทะเลที่มีลมพัดฉิวอยู่เป็นนิจ หรือสถานที่บนเขาที่อากาศหนาวเย็น หรืออาจรักษาโรคผิวหนังใกล้บริเวณบ่อน้ำร้อน เป็นต้น

ทั้งนี้ วัตถุประสงค์ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวเพื่อความเพลิดเพลิน และการพักผ่อน จะแตกต่างกันในรายละเอียด และเป็นตัวระบุกิจกรรมและแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องการ ดังตัวอย่างประกอบ

ตาราง 1 แสดงกลุ่มตัวอย่างวัตถุประสงค์และแหล่งท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์	ตัวอย่างแหล่งท่องเที่ยว
1. ต้องการหลีกเลี่ยงชีวิตประจำวัน	- สวนสาธารณะ - อุทยานแห่งชาติ - น้ำตก - สปา - ชายทะเล
2. ต้องการหาประสบการณ์ที่แปลกใหม่	- กิจกรรมกลางแจ้ง - ทัศนศึกษาหมู่บ้านชาวเขา - สวนสนุกเฉพาะทาง
3. หลีกหนีอากาศหนาว	- ชายทะเล (sun and see) - กิจกรรมดำน้ำ

ที่มา: <https://tourismatbuu.wordpress.com/ความรู้เบื้องต้นการท่องเที่ยว/วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว/>

## 2) การท่องเที่ยวเพื่อวัฒนธรรมและศาสนา (Cultural Religion)

เป็นการเดินทางที่ปรารถนาจะเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมหรือศาสนาของประเทศต่างๆ ที่น่าสนใจ เช่น การศึกษาชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชน ชมศิลปะนาฏกรรมในหอศิลป์ ชมการแสดงดนตรีหรือละครของประเทศต่างๆ นมัสการศูนย์ศาสนาที่สำคัญ เพื่อร่วมปฏิบัติศาสนกิจ เป็นต้น

## 3) การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา (Educational)

เป็นการเดินทางเพื่อทำการวิจัยหรือสอนหนังสือ หรือเข้าศึกษา หรือดูงานในประเทศที่พัฒนาแล้ว ซึ่งมักจะพักอยู่ในประเทศนั้นเป็นเวลานานนับเดือน เช่น ไปทำการวิจัยด้านสังคมวิทยาที่ประเทศอินเดีย ไปดูงานที่ยุโรป ไปบรรยายวิชาการท่องเที่ยวที่ประเทศสิงคโปร์ ไปฝึกอบรมระยะสั้นเกี่ยวกับวิชาการโรงแรมที่ประเทศฝรั่งเศส เป็นต้น

## 4) การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาและความบันเทิง (Sport and Recreation)

เป็นการเดินทางที่ปรารถนาจะไปชมการแข่งขันกีฬา หรือเข้าร่วมการแข่งขันกีฬา หรือเล่นกีฬาในท้องถิ่นนั้น เช่น การชมการแข่งขันกีฬาโอลิมปิก การเข้าร่วมแข่งขันกีฬาเขต การไปเล่นสกีใน

ฤดูหนาว เป็นต้น หรือเป็นการเดินทางเพื่อความสนุกบันเทิงใจ เช่น การเปลี่ยนบรรยากาศไปยังสถานที่ที่เงียบสงบ การชมทิวทัศน์ที่สวยงาม การไปชมการแสดงโอเปร่า การไปชมการแสดงโขน เป็นต้น

5) การท่องเที่ยวเพื่อประวัติศาสตร์และความสนใจพิเศษ (Historical and Special Interests)

เป็นการเดินทางที่ปรารถนาจะไปชมโบราณสถานที่เกี่ยวโยงกับข้อเท็จจริงทางประวัติศาสตร์ เช่น ปราสาทหินพิมาย โครงกระดูกมนุษย์โบราณ เป็นต้น

6) การท่องเที่ยวเพื่องานอดิเรก (Hobbies)

เป็นการเดินทางเพื่อทำงานอดิเรก เช่น ไปวาดรูปบนภูเขา ไปขี่ม้าที่ชายหาด ไปเล่นสกี เป็นต้น

7) การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมญาติมิตร (Visiting Friend / Relation)

เป็นการเดินทางเพื่อเยี่ยมญาติมิตรอันเป็นการสร้างสัมพันธ์ภาพให้ดียิ่งขึ้น เช่น ไปเยี่ยมเพื่อนที่ประเทศอังกฤษ ไปเยี่ยมลูกที่ประเทศฝรั่งเศส เป็นต้น

8) การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ (Business)

ในประเทศที่พัฒนาแล้วส่วนใหญ่โดยเฉพาะในสหรัฐอเมริกา แคนาดา และสหราชอาณาจักร ประชากรมักจะเดินทางเพื่อธุรกิจเป็นวัตถุประสงค์หลัก จึงเปรียบเสมือนว่าธุรกิจกับการเดินทางต้องอยู่คู่กันเสมอ

แม้ว่าการเดินทางเกี่ยวข้องกับธุรกิจที่มีวัตถุประสงค์เกี่ยวข้องกับการทำงาน แต่ก็จัดเป็นการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่ง เนื่องจากการเดินทางในลักษณะนี้จะสร้างรายได้ให้กับจุดหมายปลายทางที่นักธุรกิจไปเยือน และนักธุรกิจนั้นก็ไม่ได้มีวัตถุประสงค์ที่จะไปอยู่ ณ สถานที่นั้นเพื่อที่จะทำงาน หารายได้อย่างเดียว หากต้องบริโภคสินค้าและบริการต่างๆ ซึ่งหมายถึงการเข้าพักในโรงแรม การใช้บริการห้องประชุม ชื่อของฝากของที่ระลึกต่างๆ

การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อจุดประสงค์ทางธุรกิจ แบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

8.1) การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจโดยทั่วไป (Regular Business Travel)

หมายถึง การเดินทางไปติดต่อประสานงาน หรือเซ็นสัญญาเกี่ยวกับธุรกิจ โดยอาจมีระยะเวลาในการหยุดพักผ่อน 2-3 วัน แทรกอยู่ในการเดินทางนั้น เช่น นักธุรกิจชาวอังกฤษเดินทางมาเซ็นสัญญาหุ้นส่วนโรงแรมในประเทศไทย หรือตัวแทนขายประกันเดินทางไปเยี่ยมลูกค้า

8.2) การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมนานาชาติ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการท่องเที่ยวเพื่อจัดนิทรรศการนานาชาติ ( Meeting, Incentive, conference / convention / congress and Exhibition : MICE )

การท่องเที่ยวในรูปแบบนี้กำลังได้รับความสนใจทั้งจากภาครัฐและเอกชนทั่วโลก โดยมีการส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้อย่างจริงจัง เนื่องจากเห็นความสำคัญถึงภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวทั้งในระยะสั้นและระยะยาว กล่าวคือ ผู้ที่เดินทางมาในลักษณะดังกล่าวมักเป็นนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูง และมีความสามารถในการใช้จ่ายมากกว่านักท่องเที่ยวทั่วไป นอกจากนี้แม้ว่าผู้ที่มาเข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าวจะมีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางที่เกี่ยวข้องในเชิงธุรกิจ แต่หากคนกลุ่มนี้มีความประทับใจและมีประสบการณ์ที่ดีต่อพื้นที่ที่ได้ไปเยือนเป็นครั้งแรก ก็อาจเดินทางกลับไปยังพื้นที่นั้นอีกครั้งในรูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อการหยุดพักผ่อนในรูปแบบอื่นๆ อีกทั้งกลุ่มคนเหล่านี้เป็นคนที่มีการศึกษาระดับสูงและมีผู้นำด้านความคิด หากเลือกที่จะมาแหล่งท่องเที่ยวใด ก็ย่อมจะสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่แหล่งท่องเที่ยวนั้น

สิ่งสำคัญที่นักธุรกิจแต่ละกลุ่มต้องการเหมือนกัน คือ ความสะดวกรวดเร็วในการเดินทาง เนื่องจากบางครั้งอาจมีเวลาจำกัดในการติดต่อธุรกิจ และอาจต้องเดินทางหลายแห่งในคราวเดียวกัน รวมถึงความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกในการติดต่อธุรกิจ เช่น ในโรงแรมมักจะมีห้องติดต่อธุรกิจ (Business center) ซึ่งมีบริการติดต่อสื่อสารที่สำคัญ ไม่ว่าจะเป็นโทรสาร โทรศัพท์ ไปรษณีย์ อีเล็กทรอนิกส์ เครื่องถ่ายเอกสาร หรือแม้กระทั่ง ผู้ช่วยส่วนตัว ไว้รองรับกลุ่มลูกค้าดังกล่าว

#### 9) การท่องเที่ยวเพื่อประชุมสัมมนา (Conference Congress)

เป็นการเดินทางเพื่อเข้าร่วมการประชุมสัมมนา โดยปกติการจัดรายการประชุมสัมมนาผู้จัดมักมีรายการนำเที่ยวอย่างน้อย 1 ครั้ง ทำให้ผู้เข้าร่วมประชุมสัมมนาเป็นนักท่องเที่ยวที่สมบูรณ์แบบและเมืองใดที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยว มักจะได้รับเลือกให้เป็นที่พักประชุมสัมมนา เช่น เมืองพัทยา เชียงใหม่ กรุงเทพฯ ภูเก็ต เจนีวา ปารีส เป็นต้น (ไม่ระบุชื่อผู้แต่ง,ออนไลน์)

##### 2.1.1.4 ประเภทของการท่องเที่ยว

การจัดประเภทของนักท่องเที่ยวสามารถจำแนกได้หลายลักษณะ ดังนี้

#### 1) ตามการจัดการเดินทาง

1.1) Mass Tourists กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนมาก มีการเดินทางท่องเที่ยวในรายการเดียวกัน พักโรงแรมในระดับเดียวกัน รับประทานอาหาร และทำกิจกรรมการท่องเที่ยวอื่น ๆ ในแบบเดียวกัน

1.2) Eco Tourists นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวโดยมีจุดประสงค์ที่มุ่งรักษาสภาพแวดล้อมของระบบนิเวศน์

#### 2) ตามจำนวนmannาน้อยของนักท่องเที่ยว

2.1) เป็นกลุ่ม (Group Tour หรือ Escort Tour)

2.2) เป็นส่วนบุคคล (Independent Tour)

### 3) ตามวัตถุประสงค์ของการเดินทาง

ความมุ่งหมายในการเดินทางของนักท่องเที่ยว ซึ่งแบ่งได้ 7 ประการ คือ

3.1) การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจในวันหยุด (holiday-mass Popular individual)

3.2) การท่องเที่ยวเพื่อวัฒนธรรมและศาสนา (Cultural Religion) เป็นการเดินทางเพื่อเรียนรู้วัฒนธรรมของสังคมต่างๆ เช่นการศึกษาความเป็นอยู่ การชมศิลปะ ดนตรี ละคร การนมัสการศูนย์ศาสนา เป็นต้น

3.3) การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา (Educational) เป็นการเดินทางเพื่อการทำวิจัย การศึกษา สอนหนังสือ ฝึกอบรม หรือดูงานต่างประเทศ ซึ่งจะต้องพำนักอยู่สถานที่นั้นๆ เป็นเวลานาน

3.4) การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬาและบันเทิง (Sport and Recreation) คือการเดินทางไปชม หรือร่วมแข่งขันกีฬา หรือนันทนาการต่างๆ

3.5) การท่องเที่ยวเพื่อประวัติศาสตร์ และความสนใจพิเศษ (Historical and special interests)

3.6) การท่องเที่ยวเพื่องานอดิเรก (Hobbies) หมายถึงการท่องเที่ยวเพื่อทำงานอดิเรก เช่นการวาดภาพ การเขียนนวนิยาย เป็นต้น

3.7) การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมญาติมิตร (visiting Friend and Relative) การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ(Business) เป็นการเดินทางของนักธุรกิจที่จัดเวลาบางส่วนของการเดินทางหลังจะทำธุรกิจเสร็จสิ้นแล้ว ใช้เวลาในการท่องเที่ยวก่อนเดินทางกลับ

### 4) ตามวิธีการเดินทาง

4.1) แบบเหมาจ่าย (Package Tour)

4.2) แบบเบ็ดเสร็จ (Inclusive Tour)

4.3) แบบเป็นรางวัล (Incentive Tour)

4.4) แบบเช่าเหมาลำ (Charter Tour)

### 5) ตามอายุ

### 6) ตามเพศ

### 7) ตามฐานะทางสังคม

### 8) ตามประสบการณ์และบทบาท

8.1) The organized mass Tourists

8.2) The individual mass Tourists

8.3) The explorer

8.4) The drifter

### การกำหนดรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

นักวิชาการด้านการท่องเที่ยวได้กำหนดรูปแบบของนักท่องเที่ยว (Typology : a systematic classification or study of types) เพื่ออธิบายพฤติกรรมนักท่องเที่ยว การพัฒนารูปแบบของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ได้มาจากข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์หรือการใช้แบบสอบถาม (questionnaire) การกำหนดรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวอาจทำได้หลายวิธี ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์และวิธีการที่ใช้

การกำหนดรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวยุคใหม่รูปแบบพื้นฐานที่สุดคือ การแบ่งนักท่องเที่ยวออกเป็น 2 กลุ่ม ตามลักษณะของพฤติกรรมของการเดินทาง คือ การแบ่งว่าบุคคลนั้นเป็น 1) นักท่องเที่ยว (Tourists) หรือ 2) นักเดินทาง (travelers) นักท่องเที่ยวคือ บุคคลซึ่งซื้อรายการนำเที่ยวเหมาจ่ายจากบริษัทนำเที่ยว ในขณะที่นักเดินทางคือ บุคคลซึ่งจัดการการเดินทางด้วยตนเอง เช่น ซื้อตั๋วเครื่องบินเอง จองที่พักเอง กำหนดสถานที่ท่องเที่ยวด้วยตนเอง เป็นต้น

Perreault และ Dorden (1979) ได้เสนอรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวออกเป็น 4 รูปแบบ ได้แก่

- 1) นักท่องเที่ยวแบบประหยัด (Budget Travelers) โดยทั่วไปแล้วนักท่องเที่ยวประเภทนี้ที่รายได้ปานกลาง แต่แสวงหาการหยุดพักผ่อนหรือท่องเที่ยวที่ใช้ค่าใช้จ่ายต่ำ
- 2) นักท่องเที่ยวชอบผจญภัย (Adventurous Travelers) เป็นนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาดีและมีรายได้ปานกลางถึงสูง มีความชื่นชอบในกิจกรรมระหว่างการหยุดพักผ่อนหรือการท่องเที่ยวแบบผจญภัย
- 3) นักท่องเที่ยวประเภทเดินทางระหว่างวันหยุด (Vacationers Travelers) เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มเล็กๆ ซึ่งมักใช้เวลาในการคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวหรือการเดินทางในครั้งต่อไปว่าจะไปที่ไหนอย่างไร นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ค่อนข้างมีความกระตือรือร้นแต่มีรายได้ค่อนข้างน้อย
- 4) นักท่องเที่ยวแบบชอบเดินทางโดยใช้ระยะเวลาเดินทางยาวนาน (Moderates Travelers) เป็นนักท่องเที่ยวที่มีใจรักการท่องเที่ยวเดินทางอย่างมากแต่ไม่สนใจการท่องเที่ยวในระหว่างวันหยุดสุดสัปดาห์หรือการใช้เวลากับการเล่นกีฬา แต่จะชอบการเดินทางที่ใช้ระยะเวลานานมากกว่า

Perreault และ Dorden (1979)

Cohen (1979) ได้เสนอรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวไว้ ดังนี้

- 1) นักท่องเที่ยวแบบนันทนาการ (Recreational Tourists) เป็นนักท่องเที่ยวซึ่งเน้นความสำคัญในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการนันทนาการหรือการพักผ่อนทางร่างกาย
- 2) นักท่องเที่ยวแบบปลีกตัวหาความเพลิดเพลิน (The Diversionary Tourists) เป็นนักท่องเที่ยวที่พยายามทางแนวทางเพื่อลืมความจำเจในชีวิตประจำวัน



- 3) นักท่องเที่ยวมุ่งหาประสบการณ์ (The Experiential Tourists) เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางเพื่อแสวงหาประสบการณ์ที่แท้จริง นักท่องเที่ยวประเภทนี้สนใจศึกษาและได้รับประสบการณ์ที่แท้จริงของแหล่งท่องเที่ยวที่ได้ไปสัมผัส ตัวอย่างเช่น เมื่อเดินทางไปประเทศสเปน ก็ต้องการสัมผัสวิถีชีวิตของผู้คนท้องถิ่นหรือวัฒนธรรมต่างๆ ที่แท้จริงเป็นของสเปน
- 4) นักท่องเที่ยวแบบชอบทดลอง (The Experimental Tourists) มีลักษณะที่เห็นเด่นชัดคือ ชอบติดต่อพูดคุยกับคนท้องถิ่นเพื่อเรียนรู้และทำความเข้าใจในชีวิตความเป็นอยู่ การปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมของคนท้องถิ่น
- 5) นักท่องเที่ยวที่ใช้ชีวิตแบบคนท้องถิ่น (The Existential Tourists) นักท่องเที่ยวประเภทนี้ต้องการฝังตัวเองหรือใช้ชีวิตภายใต้วัฒนธรรมและวิถีชีวิตเดียวกับคนท้องถิ่น นักท่องเที่ยวประเภทนี้จะใช้เวลาอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวที่นั่นเป็นเวลานาน ตัวอย่างเช่น นักท่องเที่ยวที่มาใช้เวลาอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งในประเทศไทย เช่น พัทยาหรือเชียงใหม่ และพยายามใช้ชีวิตเช่นเดียวกับคนท้องถิ่น ไม่ว่าจะเป็นการปฏิบัติตัว การรับประทานอาหาร การพยายามพูดภาษาท้องถิ่น เป็นต้น

Cohen (1979)

สำนักงานเศรษฐกิจศึกษา ได้เสนอรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวไว้ ดังนี้

- 1) นักท่องเที่ยวประเภทหลงใหลในทะเล (Active sea lovers)
- 2) นักท่องเที่ยวประเภทชอบผูกมิตร (Contact-minded holiday makers) มีจิตใจชอบติดต่อพบปะกับผู้อื่น แสวงหามิตรใหม่โดยเฉพาะที่เป็นคนท้องถิ่น
- 3) นักท่องเที่ยวประเภทชอบชมธรรมชาติ (Nature Viewers) ชอบความงดงามของภูมิทัศน์ของแหล่งท่องเที่ยว
- 4) นักท่องเที่ยวประเภทแสวงหาการพักผ่อน (Rest-seekers) ใช้เวลาไปกับการนอนพักผ่อนหย่อนใจมากกว่าการทำกิจกรรมอื่นๆ
- 5) นักค้นหา (Discovers) ชอบกิจกรรมประเภทผจญภัยและชอบแสวงหามิตรใหม่
- 6) นักท่องเที่ยวแบบเดินทางพร้อมครอบครัว (Family-orientated) เป็นนักท่องเที่ยวที่หลงใหลในแสงแดดและทะเล และชอบเดินทางท่องเที่ยวแบบไปเป็นครอบครัว
- 7) 7) นักท่องเที่ยวแบบประเพณีนิยม (Traditionalists) ชอบเดินทางท่องเที่ยวที่เน้นความปลอดภัยและไม่เสี่ยงภัย

Westvlaams (1986, อ้างจาก Swarbrook และ Horner 1999)

#### 2.1.1.5 พฤติกรรมการท่องเที่ยว

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว เป็นการกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวไม่ว่าการกระทำนั้น นักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม และบุคคลอื่นจะสังเกตการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตามก็เพื่อมุ่งตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสภาพการณ์ใดสภาพการณ์หนึ่ง โดยพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยว

(Tourist's Overt Behaviour) เป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตได้โดยอาศัยประสาทสัมผัส ส่วนพฤติกรรมภายในของนักท่องเที่ยว (Tourist's Covert Behaviour) เป็นการทำงานของอวัยวะต่างๆ ภายในร่างกายรวมทั้งความรู้สึกนึกคิดและอารมณ์ที่ถูกควบคุมอยู่ภายในจะมีความสัมพันธ์กัน โดยพฤติกรรมภายในจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอกเป็นส่วนใหญ่

องค์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวนั้นมีองค์ประกอบสำคัญ 7 ประการ คือ

1. เป้าหมาย หมายถึง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวทุกๆ พฤติกรรม จะต้องมีเป้าหมายในการกระทำ เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มอนุรักษ์ต้องการ เกียรติยศโดยการแสดงให้ผู้อื่นเห็นว่าตนเดินทางท่องเที่ยวโดยที่สภาพแวดล้อมในสถานที่ตนเดินทางยังคงสภาพความสมบูรณ์ของระบบนิเวศน์ดั้งเดิม

2. ความพร้อม หมายถึง ความมีวุฒิภาวะ และความสามารถในการทำกิจกรรม เพื่อตอบสนองต่อความต้องการ เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มที่รักความผจญภัย นิยมไต่เขา ปีนหน้าผาต้องมีความพร้อมทั้งสภาพร่างกายและจิตใจแล้วสามารถจะทำกิจกรรมที่ตนชอบได้

3. สถานการณ์ หมายถึง เหตุการณ์หรือโอกาสที่เอื้ออำนวยให้เลือกกระทำกิจกรรม เพื่อตอบสนองความต้องการ เช่น การท่องเที่ยวตามหมู่เกาะ ควรกระทำในยามคลื่นลมสงบ ไม่ควรทำในขณะที่มีพายุฝนฟ้าคะนอง

4. การแปลความหมาย หมายถึง วิธีการคิดแบบต่างๆ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่พอใจมากที่สุด สถานการณ์หนึ่ง ๆ เช่น เวลาสิบสองนาฬิกา เป็นเวลาที่นักท่องเที่ยวควรเป็นเวลา ที่นักท่องเที่ยวควรหยุดพักรับประทานอาหารกลางวัน

5. การตอบสนอง คือ การตัดสินใจกระทำกิจกรรมตามที่ตนได้ตัดสินใจเลือกสรรแล้ว เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ เช่น นักท่องเที่ยวได้ตัดสินใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวในวันหยุด เพื่อพักผ่อน ดังนั้นนักท่องเที่ยวจะต้องวางแผนการเดินทาง และจัดการดำเนินการล่วงหน้า ในการกระทำกิจกรรมเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ ตั้งแต่กิจกรรมการกำหนดสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมการเดินทาง กิจกรรมการจองที่พัก เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

6. ผลลัพธ์ที่ตามมา คือ ผลจากการกระทำหนึ่ง ๆ อาจได้ผลตามที่คาดหมายไว้ หรืออาจตรงกันข้ามกับความคาดหวังที่ตั้งใจไว้ เช่น นักท่องเที่ยวได้มีกำหนดการเดินทางไว้เพื่อมาพักผ่อนวันหยุดในประเทศไทย แต่ปรากฏว่าในเวลาที่เกิดการชุมนุมที่สนามบิน และทำให้สนามบินต้องปิดทำการ เครื่องบินไม่สามารถลงจอดได้ มีผลลัพธ์ทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถบรรลุผลตามที่คาดหมายไว้ได้

7. ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง คือ ความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อสิ่งที่กระทำลงไปไม่บรรลุเป้าหมายตามที่ต้องการ จึงต้องกลับมาแปลความหมาย ไตร่ตรองเพื่อเลือกหาวิธีใหม่ๆ มาตอบสนองความต้องการ หรืออาจจะเลิกความต้องการไป เพราะเห็นว่าเป็นสิ่งที่เกินความสามารถ เช่น การก่อวินาศกรรมในเมืองมูมไบ ประเทศอินเดียในเดือนพฤศจิกายน ปี 2008 นักท่องเที่ยวที่ตั้งใจจะเดินทาง

ไปเมืองดังกล่าว จะต้องเกิดความผิดหวังเพราะเกิดความกังวลด้านความปลอดภัย และอาจล้มเลิกความตั้งใจในการเดินทาง หรืออาจเปลี่ยนเส้นทางไปเมืองอื่นที่ปลอดภัยกว่า

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว (Tourist Behavior) จึงเป็นการแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้าและบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว รวมทั้งกระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออก

**ประโยชน์ของการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว**

- ช่วยให้นักการตลาดเข้าใจถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยว ช่วยให้ผู้เกี่ยวข้องสามารถหาหนทางแก้ไขพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวในสังคมได้ถูกต้องและสอดคล้องกับความสามารถในการตอบสนองของธุรกิจท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

- ช่วยให้การพัฒนาตลาดและการพัฒนาผลิตภัณฑ์สามารถทำได้ดีขึ้น

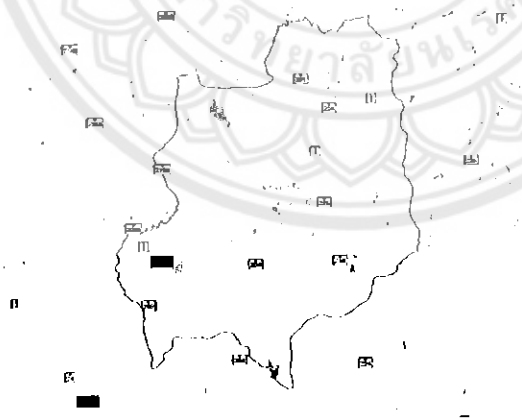
- เพื่อประโยชน์ในการแบ่งส่วนตลาด เพื่อการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ให้ตรงกับชนิดของสินค้าและบริการที่ต้องการ

- ช่วยในการปรับปรุงกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจท่องเที่ยวต่าง ๆ เพื่อความได้เปรียบคู่แข่ง

(ชวัลนุช อุทยาน, 2009)

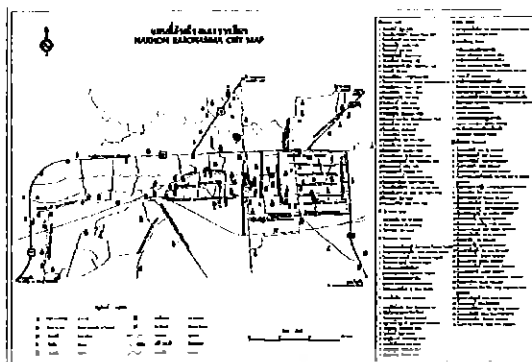
## 2.1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา

### 2.1.2.1 แผนที่และพื้นที่ที่ตั้งของขอบเขตงานวิจัย



ภาพ 1 แผนที่และพื้นที่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา

ที่มา: <https://www.google.co.th/maps/>



ภาพ 2 แผนที่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา

ที่มา: <http://www.hotsia.com/thailandmap/nakhonratchasima2.shtml>

#### 2.1.2.2 ข้อมูลจังหวัดนครราชสีมา

##### ประวัติของจังหวัดนครราชสีมา

จังหวัดนครราชสีมา หรือที่เรียกกันว่า "โคราช" เป็นเมืองใหญ่บนดินแดนที่ราบสูง ที่อุดมสมบูรณ์ด้วยทรัพยากร และสิ่งอำนวยความสะดวกทุกรูปแบบ ผู้มาเยือนจะได้เพลิดเพลินกับธรรมชาติที่งดงาม จนได้รับการยกย่องให้เป็นมรดกโลก สนุกสนานไปกับกิจกรรมท่องเที่ยวที่หลากหลาย ได้ชื่นชมความยิ่งใหญ่ของอารยธรรมขอมโบราณ เรียนรู้วัฒนธรรมพื้นบ้าน ได้ความรู้ด้านการเกษตร จากการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ทั้งยังได้อิ่มอร่อยกับอาหารอีสานต้นตำรับ และเลือกซื้อหาสินค้าเกษตรและหัตถกรรมพื้นบ้าน ในดินแดนที่เปรียบเสมือนเป็นประตูสู่ภาคอีสานแห่งนี้

ด้วยทำเลที่ตั้งที่อยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ มากนัก มีการคมนาคมที่สะดวกสบาย จังหวัดนครราชสีมา จึงเป็นจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยวพักผ่อนวันหยุด ที่เป็นที่นิยมอันดับต้นๆ แห่งหนึ่งของชาวเมืองหลวง และจังหวัดใกล้เคียงในปัจจุบัน

จังหวัดนครราชสีมา มีเนื้อที่ประมาณ 20,494 ตารางกิโลเมตร หรือ 12,808,728 ไร่ เป็นจังหวัดที่มีขนาดใหญ่ที่สุดของประเทศไทย สภาพพื้นที่มีทั้งบริเวณที่สูงทางตอนกลาง พื้นที่ลูกคลื่นและที่ราบลุ่มทางตอนเหนือ และบริเวณเทือกเขาและที่สูงทางตอนใต้ของจังหวัด อันเป็นต้นกำเนิดของแม่น้ำลำธารหลายสายที่ไหลไปทางตะวันออกของภูมิภาค มีแม่น้ำสายสำคัญ ได้แก่ แม่น้ำมูล แม่น้ำลำเชียงไกร ลำพระเพลิง ลำตะคอง และลำปลายมาศ

จากหลักฐานทางโบราณคดีที่พบอยู่ทั่วไปในเขตจังหวัดนครราชสีมา ทำให้เชื่อได้ว่าบริเวณนี้เคยมีชุมชนโบราณยุคก่อนประวัติศาสตร์ตั้งอยู่ จนกระทั่งเข้าสู่ยุคประวัติศาสตร์ก็ยังคงความเจริญรุ่งเรืองมาตลอดตั้งแต่ สมัยทวารวดี โดยมีศูนย์กลางความเจริญอยู่ที่เมืองเสมา เป็นเมืองใหญ่อยู่ในบริเวณที่เป็นอำเภอสูงเนินในปัจจุบัน

ต่อมาในสมัยขอมเรืองอำนาจ มีการสร้างเมืองโคราฆะปุระ หรือเมืองโคราฆ ขึ้นในบริเวณ ไกล่เคียง และมีเมืองพิมายเป็นเมืองใต้ปกครองที่สำคัญ จนถึงสมัยกรุงศรีอยุธยา สมเด็จพระนารายณ์ มหาราชโปรดเกล้าฯ ให้สร้างเมืองขึ้นใหม่ โดยเอาชื่อเมืองเสมากับเมืองโคราฆะปุระมาผูกกันเป็นนาม เมืองใหม่ เรียกว่า "เมืองนครราชสีมา" แต่คนทั่วไปนิยมเรียกกันว่า "เมืองโคราฆ"

โคราฆมีความเจริญรุ่งเรืองขึ้นเรื่อยๆ จนมีฐานะเป็นเมืองเจ้าพระยามหานคร และเมื่อถึง สมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 3 เจ้าอนุวงศ์ผู้ครองเมืองเวียงจันทน์ได้ก่อการ กบฏ ยกกองทัพมาตีเมืองนครราชสีมาและกวาดต้อนพลเมืองกลับไปเป็นเชลย คุณหญิงโม ภริยาปลัด เมืองนครราชสีมาในขณะนั้น ได้คิดอุบายแสร้งทำกลัวและประจบเอาใจทหารลาว จนกระทั่ง เมื่อ ขบวนเชลยถูกกวาดต้อนมาหยุดพักที่ทุ่งสัมฤทธิ์ ในเขตอำเภอพิมาย เมื่อสบโอกาส คุณหญิงโมนำทัพ ชาวเมืองโจมตีกองทัพเวียงจันทน์จนแตกพ่ายไป วีรกรรมอันหาญกล้าของคุณหญิงโมในครั้งนี้ เป็นที่ เลื่องลือและสรรเสริญไปทั่ว ต่อมารัชกาลที่ 3 จึงทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ สถาปนาฐานันดรศักดิ์ให้ คุณหญิงโมเป็น "ท้าวสุรนารี"

โคราฆมีความเจริญรุ่งเรืองต่อมาจนกลายเป็นชุมทางการค้าที่สำคัญระหว่างภาค ตะวันออกเฉียงเหนือกับภาคกลาง จนในสมัยรัชกาลที่ 5 โปรดเกล้าฯ ให้มีการจัดตั้งมณฑลนครราชสีมาขึ้นเป็นมณฑลแรกของประเทศ เพื่อควบคุมดูแลหัวเมืองในบริเวณใกล้เคียง

ปัจจุบันจังหวัดนครราชสีมาเป็นเมืองศูนย์กลางการค้าที่สำคัญรองจากกรุงเทพมหานครและเป็นศูนย์กลางทางด้านต่างๆของภูมิภาครวมทั้งเป็นที่ตั้งของกองกำลังรบหลักของกองทัพบกและ กองทัพอากาศด้วย

จังหวัดนครราชสีมาแบ่งเขตการปกครองออกเป็น 32 อำเภอ ได้แก่

- อำเภอเมืองนครราชสีมา
- อำเภอครบุรี
- อำเภอเสิงสาง
- อำเภอคง
- อำเภอบ้านเหลื่อม
- อำเภอจักราช
- อำเภอโชคชัย
- อำเภอด่านขุนทด
- อำเภอโนนไทย
- อำเภอโนนสูง
- อำเภอขามสะแกแสง
- อำเภอบัวใหญ่
- อำเภอชุมพวง
- อำเภอสูงเนิน
- อำเภอขามทะเลสอ
- อำเภอสีคิ้ว
- อำเภอปากช่อง
- อำเภอหนองบุญมาก
- อำเภอแก่งสนามนาง
- อำเภอโนนแดง
- อำเภอวังน้ำเขียว
- อำเภอเฉลิมพระเกียรติ
- อำเภอเมืองยาง
- อำเภอบัวลาย

- อำเภอประทาย
- อำเภอปักธงชัย
- อำเภอพิมาย
- อำเภอห้วยแถลง
- อำเภอสีดา
- อำเภอเทพารักษ์
- อำเภอพระทองคำ
- อำเภอลำทะเมนชัย

(Nakhon Ratchasima : นครราชสีมา, 2557, ออนไลน์)

### ประตูเมืองนครราชสีมา

ประตูเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา เป็นเมืองเก่าแก่ ที่ปัจจุบันมีความเจริญเป็นอย่างมาก ได้รับขนานนามว่าเป็น "ประตูสู่ภาคอีสาน" คำพูดนี้มีใช่เป็นฉายาที่เรียกกันในปัจจุบันเท่านั้น แต่ทว่ามีการกล่าวขานกันมานานแล้ว เนื่องจากเป็นเมืองหน้าด่านที่มีไว้ป้องกันข้าศึกรุกกรานสู่เมืองอยุธยา และเป็นทางผ่านสำหรับการคมนาคม ค้าขาย ไปยังเมืองต่างๆของภาคอีสาน ปัจจุบันประตูเมืองนครราชสีมา รวมทั้ง กำแพงเมือง และคูเมือง เป็นสิ่งก่อสร้างที่เป็นสัญลักษณ์หนึ่งของตัวเมืองนครราชสีมา ที่ยังพบเห็นอยู่ ประตูเมืองนั้นได้ก่อสร้างขึ้นในสมัยอยุธยา ปัจจุบันยังคงมีประตูชุมพลที่ยังคงรูปลักษณะเดิมอยู่ได้ และนับเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญแห่งหนึ่งของนครราชสีมา

ประวัติความเป็นมา ในสมัยแผ่นดิน สมเด็จพระนารายณ์มหาราช (พ.ศ. 2199 - พ.ศ. 2231) มีพระราชดำริว่า ดินแดนภาคอีสานเป็นฉนวนป้องกันการรุกรานของขแมร์ (เขมร) ลาว ญวน และเป็นหัวเมืองใหญ่ควบคุมเขมรป่าดงที่ขึ้นแก่ไทย ขณะนั้น มีเมืองเสมา เมืองโคราช และเมืองพิมาย เป็นชุมชนใหญ่ ควรจะตั้งเป็นหน้าด่านได้ จึงโปรดให้สร้างเมืองที่มีป้อมปราการแบบฝรั่ง ในฐานะเมืองสำคัญชายพระราชอาณาเขต โดยเกณฑ์ช่างจากกรุงศรีอยุธยา เกณฑ์แรงงานจากเมืองโคราช กับเมืองเสมา ช่วยกันสร้างเมืองใหม่ ห่างจากเมืองโคราชเก่าในท้องที่ อำเภอสูงเนิน ไปทางทิศตะวันออก 800 เส้น (32 กิโลเมตร) ซึ่งก็คือ พื้นที่ตัวเมืองเก่า บริเวณเขตกำแพงเมือง และคูเมืองในปัจจุบัน

คูเมืองปัจจุบัน ในตอนนั้นมีนายช่างชาวฝรั่งเศสเป็นผู้วางผังเมือง ผังเมืองมีลักษณะเป็นสี่เหลี่ยม รูปกลองชัยเกรี มีความกว้างประมาณ 1,000 เมตร (มาตราวัดของไทย : 25 เส้น) ยาวประมาณ 1,700 เมตร (มาตราวัดของไทย : 43 เส้น) มีพื้นที่ภายในประมาณ 1,000 ไร่ ( 1.60 ตารางกิโลเมตร) ขุดคูกว้าง 20 เมตร (10 วา) และลึก 6 เมตร (3 วา) ยาวล้อมรอบเมือง มีโครงข่ายถนนภายใน ตัดกันมีรูปแบบเป็น ตารางหมากรุก (Grid pattern system) ก่อสร้างกำแพงเมือง โดยก่ออิฐขึ้นจากหินศิลาแลง มีความสูง 6 เมตร (3 วา) ยาวโดยรอบ 5,220 เมตร (2,610 วา) บนกำแพงมีใบเสมาโดยรอบ จำนวน 4,302 ใบ เดิมั้น ก่อนการก่อสร้างกำแพงเมือง ใบเสมาบนกำแพง ได้ออกแบบไว้ให้มีลักษณะเป็นรูปสี่เหลี่ยมตามแบบของฝรั่ง แต่ต่อมาเมื่อมีการก่อสร้าง พระยมราช (สังข์) เจ้าเมืองนครราชสีมา ได้เปลี่ยนแปลงลักษณะใบเสมาให้เป็นแบบของไทยแทน บริเวณกำแพงมีป้อมประจำกำแพง และป้อมตามมุมกำแพงรวม 15 ป้อม มีประตูเมืองกว้าง 3 เมตร (1 วา 2 ศอก) จำนวน

4 ประตุ โดยประตุเมืองทั้ง 4 เป็นทางเข้าออกเมืองทั้งสี่ทิศ บริเวณซุ้มประตุเมือง จะมีหอยามรักษาการณ์ - เสิงเทิน รูปแบบเป็นทรงไทยโบราณ ศิลปะสมัยอยุธยา หลังคามุงด้วยกระเบื้องดินเผา มีช่อฟ้าใบระกาเหมือนกันหมดทุกแห่ง มีชื่อเรียกประตุเมืองทั้ง 4 นี้ว่า ประตุชุมพล ประตุพลแสน ประตุพลล้าน ประตุไชยณรงค์ เมื่อระยะเวลาผ่านไป สิ่งก่อสร้างบางอย่างได้ถูกทำลายลง เมื่อครั้งที่ได้เกิดศึกกับเจ้านางวงศ์ แห่งกรุงเวียงจันทน์ ที่ได้เข้ามายึดเมืองนครราชสีมา กอปรกับส่วนหนึ่งถูกสภาพภูมิอากาศ และ ภัยธรรมชาติ เช่น แสงแดด ลม และ ฝน ทำลายเสียหายไปบ้าง ทำให้ทรุดโทรมลงเหลือแต่เพียง ประตุเดียวก็คือ ประตุชุมพล ที่ยังหลงเหลือโครงสร้างเดิมไว้อยู่

-ประตุชุมพล ประตุเมืองทางทิศตะวันตกของเขตเมืองเก่า เป็นประตุเมืองเพียงแห่งเดียว ในบรรดาประตุเมืองทั้งหมด 4 ประตุของเมืองนครราชสีมา ที่ยังคงสภาพเดิมอยู่พร้อมกำแพงเมืองเก่า ซุ้มประตูก่อด้วยอิฐก้อนใหญ่แล้วต่อเป็นกำแพงออกไปทั้ง 2 ข้าง เหนือกำแพงตรงช่องประตู มีเรือนไทยหลังเล็กอยู่หลังหนึ่ง ทำด้วยไม้แก่น เรียกว่า "หอรบ" หลังคามุงกระเบื้อง ประดับช่อฟ้า ใบระกา กำแพงที่ต่อออกไปทั้ง 2 ข้าง ส่วนบนทำเป็นรูปใบเสมา สำหรับ ชื่อประตุ "ชุมพล" นั้นหมายความถึงที่ชุมนุมพลส่วนใหญ่ เป็นประตูสำหรับเตรียมไพร่พล และออกศึก เนื่องจากมีภูมิประเทศเปิดกว้าง ไม่มีป้อมปราการตามธรรมชาติเหมือนประตูอื่น ๆ ในอดีตมีความเชื่อว่า เมื่อลอดผ่านประตูชุมพลไปทำศึกแล้ว จะแคล้วคลาดได้กลับบ้านเมือง อนึ่งประตูชุมพล ทางกรมศิลปากร ได้ขึ้นทะเบียนเป็นโบราณวัตถุสถานแห่งชาติ เมื่อวันที่ 3 มกราคม พ.ศ. 2480 และ กำแพงเมืองโคราช ขึ้นทะเบียนเป็นโบราณวัตถุสถานแห่งชาติ เมื่อวันที่ 27 กันยายน พ.ศ. 2479 เนื่องจากตัวเมืองปัจจุบัน ได้มีขยายออกไปยังบริเวณรอบนอกไปทางทิศเหนือ ทิศใต้ และทิศตะวันตกของเขตเมืองเก่าเดิม ส่งผลทำให้ปัจจุบัน ประตูชุมพลจึงเสมือนตั้งอยู่กลางเมือง ต่อมาทางหน่วยราชการของจังหวัดนครราชสีมาได้สร้างอนุสาวรีย์ท้าวสุรนารี(ย่าโม) แล้วนำมาประดิษฐานบนแท่นสูง ตรงบริเวณหน้าประตูชุมพล ซึ่งได้มีการถมคูเมืองทางด้านทิศตะวันตกบางส่วน เพื่อทำเป็นที่ก่อสร้าง สำหรับ หอ ยามรักษาการณ์ ทรงไทย, ประตูเมือง และกำแพงเมืองโบราณที่ชำรุดทรุดโทรมพังลงไปมากนั้น ทางราชการได้บูรณะซ่อมแซม และสร้างขึ้นมาใหม่บางส่วน โดยคงไว้ซึ่งรูปแบบและศิลปะการก่อสร้างตามของเดิมไว้ทั้งหมด พร้อมกับได้อัญเชิญ อนุสาวรีย์ท้าวสุรนารี (ย่าโม) ทั้งหมดมาสร้างและตั้งขึ้น ณ บริเวณที่ปัจจุบัน トラบเท่าทุกวันนี้

-ประตูพลแสน ประตูเมืองทางทิศเหนือ เรียกกันทั่วไปว่า "ประตูน้ำ" เป็นเพราะประตูนี้หันหน้าสู่ ลำตะคอง ซึ่งเป็นคลองกั้นคูเมืองอีกชั้นหนึ่ง เป็นลำน้ำสาขาของแม่น้ำมูล ในอดีตจะใช้ลำตะคองในการชลประทาน และเป็นเส้นทางคมนาคมทางน้ำ สำหรับชื่อประตู "พลแสน" นั้นหมายถึง ต้องมีกำลังพลถึงแสนหนึ่ง จึงจะสามารถบุกเข้ามายังประตูนี้ได้

-ประตูพลล้าน ประตูเมืองทางทิศตะวันออก ชาวเมืองเรียกประตูนี้ว่า "ประตูตะวันออก" หรือ "ประตูทุ่งสว่าง" แต่เดิม ทิศนี้มีบึงใหญ่ที่เรียกว่า "บึงทะเลหญ้าขาว" มีพื้นที่กว้างไม่น้อยกว่า 10

ตารางกิโลเมตร ส่วนกลางเป็นบึงใหญ่ และมีพื้นที่สำหรับเลี้ยงสัตว์พาหนะ ซึ่งเป็นที่ตั้งของ "วัดทุ่งสว่าง" สำหรับชื่อประตู "พลล้าน" นั้น นัยว่าเพื่อเป็นการชมขวัญข้าศึก ที่ถึงจะยกทัพมาลี้กล้าน ก็ยังต่อสู้ได้

-ประตูไชยณรงค์ (ประตูผี) ประตูเมืองทางทิศใต้ ชาวเมืองเรียกประตูนี้ว่า "ประตูผี" เนื่องจากในอดีต มีประเพณีความเชื่อว่า เมื่อมีคนตายขึ้นในเมือง ห้ามมีการเผา หรือฝังเอาไว้ในเมือง ให้ออกไปจัดการกันที่นอกเมือง โดยให้นำศพผ่านออกทางประตูนี้เพียงประตูเดียว นอกจากนั้นแล้ว ทางทิศใต้นี้ ยังมีบึงใหญ่ มีชื่อเรียกว่า "หนองบัว" สำหรับชื่อประตู "ไชยณรงค์" นั้น เนื่องมาจาก เมื่อยามเกิดศึกสงคราม ประตูนี้เป็นจุดยุทธศาสตร์ที่ยากต่อการโจมตีของข้าศึก เพราะภูมิประเทศด้านนี้ เต็มไปด้วยหนองน้ำขนาดใหญ่ และเล็ก แต่ในปัจจุบัน หนองน้ำเหล่านั้นได้ถูกถมไปหมดแล้ว

ปัจจุบัน ประตูเมือง 3 ประตู ได้แก่ ประตูพลแสน ประตูพลล้าน และประตูไชยณรงค์ ได้มีการบูรณะ และก่อสร้างใหม่ โดยทำการรื้อถอนประตูเมืองและกำแพงเมืองเดิมที่มีสภาพชำรุดทรุดโทรม ในลักษณะของซุ้มประตูทั้ง 3 นั้น ได้ออกแบบลักษณะเป็นศิลปะร่วมสมัย โดยยึดเค้าโครงเดิมของประตูเมือง และกำแพงเมืองแบบเดิม ทั้งนี้ในช่วงเวลาที่ก่อสร้างซุ้มประตูใหม่นั้น พื้นที่ตัวเมืองมีการขยายเพิ่มขึ้น และได้มีการขยายถนนออกไป ในอดีตซุ้มประตูในแบบเดิม (แบบประตูชุมพล) จะมีขนาดที่แคบ เพื่อให้เหมาะสมกับปัจจุบันจึงทำให้การออกแบบซุ้มประตูมีความกว้างเพื่อรองรับกับการจราจรและรถยนต์ที่สัญจรเข้าออกผ่านซุ้มประตูเมืองทั้ง 3 เป็นอย่างดี

ในวันที่ 23 มีนาคม-3 เมษายน ของทุกปี ทางจังหวัดนครราชสีมาจะมีการจัดงานเพื่อเป็นการเฉลิมฉลองวันแห่งชัยชนะของท้าวสุรนารี โดยไฮไลท์เด่นของงาน ได้แก่การจุดพลุ 4 มุมเมือง ณ ประตูเมืองทั้ง 4 ด้านอย่างยิ่งใหญ่ ตระการตา และนักท่องเที่ยวทั่วไป ถ้ามีโอกาสไม่ควรพลาดที่จะมาชมซุ้มครั้ง (Wikipedia,2559,ออนไลน์)

#### ประวัติย่าโม

ท้าวสุรนารี มีนามเดิมว่า "โม" (แปลว่า ใหญ่มาก)หรือ ท้าวมะโหโรง เป็นชาวเมืองนครราชสีมาโดยกำเนิด เกิดเมื่อปีระกาพ.ศ. 2314สมัยกรุงเทพระมีนิวาสถานอยู่ ณ บ้านตรงกันข้ามกับวัดพระนารายณ์มหาราช (วัดกลางนคร) ทางทิศใต้ของเมืองนครราชสีมา เป็นธิดาของนายกิมและนางบุญมา มีพี่สาวหนึ่งคนชื่อ แป้นาผล ไม่มีสามี จึงอยู่ด้วยกันจนวายชนม์ มีน้องชายหนึ่งคน ชื่อ จุก(ภายหลังได้เป็น เจ้าเมืองพนมซร็อก ต่อมามีการอพยพชาวเมืองพนมซร็อก มาอยู่ ริมคูเมืองนครราชสีมาด้านใต้ จึงเอาชื่อเมือง พนมซร็อก มาตั้งชื่อ บ้านพนมศรอก ต่อมาเรียกเพี้ยนเป็น บ้านสกอยู่หลังสถานีรถไฟชุมทางถนนจิระจนทุกวันนี้)

เมื่อปีพ.ศ. 2339 โม เมื่ออายุได้ 35 ปี ได้แต่งงานสมรสกับนายทองคำขาว พนักงานกรมการเมืองนครศรีธรรมราช ต่อมา นายทองคำขาว ได้เลื่อนบรรดาศักดิ์เป็น "พระภักดีสุริยเดช" ตำแหน่งรองปลัดเมืองนครราชสีมา นางโม จึงได้เป็น คุณนายโม และต่อมา "พระภักดีสุริยเดช" ได้เลื่อนเป็น "พระ



ยาสุริยเดช" ตำแหน่งปลัดเมืองนครราชสีมา คุณนายโมจึงได้เป็น คุณหญิงโม ชาวเมืองนครราชสีมา เรียกท่านทั้งสองเป็นสามัญว่า "คุณหญิงโม" และ "พระยาปลัดทองคำ" ท่านเป็นหมั้นไม่มีทายาทสืบสายโลหิต ชาวเมืองนครราชสีมาทั้งหลายจึงพากันเรียกแทนตัวคุณหญิงโมว่า แม่ มีผู้มาฝากตัวเป็นลูกหลานกับคุณหญิงโมอยู่มาก ซึ่งเป็นกำลัง และอำนาจส่งเสริมคุณหญิงโมให้ทำการ ไตๆ ได้สำเร็จเสมอหนึ่งในลูกหลานคนสำคัญ ที่มีส่วนร่วมกับคุณหญิงโม เข้ากอบกู้เมืองนครราชสีมาจากกองทัพเจ้าอนุวงศ์ เวียงจันทน์ ณ พุ่่งสัมฤทธิ์ คือ นางสาวบุญเหลือ ท้าวสุรนารี เป็นคนมีสติปัญญา หลักแหลมเล่นหมากรุกเก่ง มีความชำนาญในการขี่ช้าง ชี่ม้า มีม้าตัวโปรดสีดำ และมักจะพาลูกหลาน ไปทำบุญที่วัดสระแก้ว เป็น ประจำเสมอ ท้าวสุรนารี ถึงแก่อสัญกรรมเมื่อเดือน เมษายน พ.ศ. 2395(เดือน 5 ปีชวดจัตวาตศกจ.1214)สิริรวมอายุได้133ปีท่านได้สร้างวีรกรรมอันยิ่งใหญ่

โดยสามารถรวบรวมชาวบ้านเข้าสู่รับและต่อต้านกองทัพของเจ้าอนุวงศ์แห่งเวียงจันทน์ไม่ให้รุกร้าเข้ามาตีกรุงเทพฯเป็นผลสำเร็จ พระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่3 แห่งราชวงศ์จักรี จึงทรงพระกรุณาโปรดเกล้าสถาปนาคุณหญิงโม เป็นท้าวสุรนารี ท้าวสุรนารีเป็นศูนย์รวมจิตใจของชาวโคราชทุกคน ผู้คนจากทั่วทุกถิ่นมักแวะเวียนกันมากราบนมัสการไม่ขาดสาย ทั้งกลางวันและกลางคืน เพื่อรำลึกถึงคุณงามความดีที่ท่านได้สร้างคุณประโยชน์ต่อประเทศชาติ เพื่อกราบไหว้ขอพร เสมือนที่พึ่งทางใจของ ชุมชน ชาวเมืองนครราชสีมา (T2Z ,2554,ออนไลน์)

#### 2.1.2.3 การเดินทางสู่จังหวัดนครราชสีมา

นครราชสีมาอยู่ห่างจากกรุงเทพฯ ประมาณ 259 กิโลเมตร นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางสู่จังหวัดนครราชสีมาได้หลายวิธี ทั้งทางรถยนต์ส่วนตัว รถประจำทาง และรถไฟ

##### โดยรถไฟ :

การรถไฟแห่งประเทศไทยมีบริการรถไฟออกจากสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ไปยังจังหวัดนครราชสีมาทุกวัน ทั้งรถธรรมดา รถเร็ว รถด่วน และรถด่วนพิเศษ ใช้เวลาเดินทางประมาณ 4-5 ชั่วโมง สอบถามรายละเอียดได้ที่การรถไฟแห่งประเทศไทย โทร. 1690 เว็บไซต์ [www.railway.co.th](http://www.railway.co.th)

##### โดยรถยนต์ :

จากกรุงเทพฯ สามารถไปได้ 3 เส้นทาง คือ

1. ใช้ทางหลวงหมายเลข 1 (พหลโยธิน) จนถึงจังหวัดสระบุรี บริเวณหลักกิโลเมตรที่ 107 แยกขวาเข้าสู่ทางหลวงหมายเลข 2 (มิตรภาพ) ไปจนถึงจังหวัดนครราชสีมา เป็นเส้นทางที่นิยมที่สุด
2. ใช้ทางหลวงหมายเลข 304 ผ่านเขตมีนบุรี จังหวัดฉะเชิงเทรา อำเภอพนมสารคาม กบินทร์บุรี วังน้ำเขียว ปักธงชัย ไปจนถึงจังหวัดนครราชสีมา รวมระยะทางประมาณ 273 กิโลเมตร

3. ใช้ทางหลวงหมายเลข 305 (รังสิต-นครนายก) จนถึงจังหวัดนครนายก แยกใช้ทางหลวงหมายเลข 33 ไปจนถึงอำเภอกบินทร์บุรี แล้วแยกซ้ายเข้าสู่ทางหลวงหมายเลข 304 ผ่านวังน้ำเขียว ปักธงชัย ไปจนถึงจังหวัดนครราชสีมา

โดยรถประจำทาง :

มีรถโดยสารธรรมดาและรถโดยสารปรับอากาศของบริษัท ขนส่ง จำกัด และของเอกชน สาย กรุงเทพฯ-นครราชสีมา ออกจากสถานีขนส่งสายเหนือ (หมอชิต 2) ถนนกำแพงเพชร 2 ทุกวัน วันละหลายเที่ยว ใช้เวลาเดินทางประมาณ 3 ชั่วโมง สอบถามรายละเอียดได้ที่บริษัท ขนส่ง จำกัด โทร. 1490 [www.transport.co.th](http://www.transport.co.th)

การเดินทางภายในนครราชสีมา

ในตัวจังหวัดนครราชสีมา มีรถชนิดต่างๆ ให้บริการ นักท่องเที่ยวสามารถเลือกใช้บริการยานพาหนะต่างๆ ได้หลายรูปแบบตามความเหมาะสม

- รถแท็กซี่มีเตอร์ มีจุดจอดอยู่ที่สถานีขนส่งผู้โดยสารแห่งที่ 2 และศูนย์การค้าเดอะมอลล์นครราชสีมา
- รถสองแถว มีวิ่งบริการภายในเขตเทศบาลและบริเวณใกล้เคียง รวมถึงไปยังอำเภอต่างๆ หลายสาย นักท่องเที่ยวอาจเหมารถสองแถวไปเที่ยวได้ทั้งในเมืองและต่างอำเภอ คิดราคาขึ้นอยู่กับระยะทางและการต่อรอง
- รถสามล้อเครื่องและมอเตอร์ไซค์รับจ้าง จอดอยู่ตามจุดต่างๆ ในจังหวัด เช่น หน้าตลาดเทศบาล หน้าสถานีขนส่ง ค่าบริการมีทั้งแบบตกลงกันตามแต่ระยะทางและแบบเหมาจ่าย

(การเดินทางสู่จังหวัดนครราชสีมา, 2557, ออนไลน์)

เส้นทางเดินรถโดยสารประจำทางในเขตตัวเมืองนครราชสีมา

เมืองโคราช หรือจังหวัดนครราชสีมาเป็นประตูสู่ภาคอีสาน ห่างจากกรุงเทพมหานคร ไม่ไกลมากนัก สามารถเดินทางมาเที่ยวที่โคราชได้ ด้วยรถยนต์ส่วนตัว หรือจะนั่งรถโดยสารประจำทาง หรือ เดินทางด้วยรถไฟ ก็ได้ แต่ถ้าหากมารถโดยสารประจำทางมายังอำเภอเมืองนครราชสีมาแล้ว การเดินทางด้วยรถสองแถวในเมืองนั้นสำคัญมากเพราะมีราคาถูกประหยัดค่าเดินทางในทริปได้เป็นอย่างดี มีให้บริการตั้งแต่ 06.00 ถึง 20.00 น. ของทุกวัน การนั่งรถสองแถวในโคราชมีสายไหนบ้าง แล้วรถสองแถวไปเส้นทางไหนบ้าง อาจเป็นประโยชน์แก่นักท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางท่องเที่ยวโคราชแบบแบคแพค

เส้นทางเดินรถสองแถวในเมืองโคราช

- รถสองแถว สาย 1 สีเหลือง-เขียว

เส้นทางเดินรถ : ซอย 30 กันยา - ม.เทคโนโลยีราชมงคล - ม.ราชภัฏ - ประตูน้ำ - วัดบูรพ์ - หลักเมือง - คลังปลาชำจอมสุรางค์ - อนุสาวรีย์ย่าโม - ตลาดแม็กมิงเฮง - สีแยกเต็กฮะ - ห้าแยก(การไฟฟ้า) - สถานีหัวรถไฟ - กรมชลประทาน - หมู่บ้านสุรนารีวิลเลจ

- รดสองแถว สาย 1 สีขาว-เหลือง  
เส้นทางเดินรถ : ขอยมหาชัย – ม.เทคโนโลยีราชมงคล – ม.ราชภัฏ – ประตูนํ้า – วัดบูรพ์ –  
หลักเมือง – คลังปลาชำจอมสุรางค์- อนุเสาวรีย์ย่าโม – แม็กิมเฮง – สีแยกเต็กอะ – ท่าแยก  
(การไฟฟ้า) – สถานีหัวรถไฟ – กรมชลประทาน – หมู่บ้านสุรนารีวิลเลจ
- รดสองแถว สาย 2 สีแดงเลือดหมู-ขาว  
เส้นทางเดินรถ : รร.บุญวัฒนา – หัวทะเล – ประตูพลล้าน – รร.รวมมิตร(วัดพระนารายณ์) –  
คลังปลาชำอัยฎางค์ – คลังปลาชำจอมสุรางค์ – อนุเสาวรีย์ย่าโม – ตลาดแม็กิมเฮง – บขส.  
เก่า – วิทยาลัยเทคนิค – ท่าแยก(การไฟฟ้า) – หัวรถไฟ – รร.สีมธานี – สวนพริกไทย –  
ศรีชะละเลิง
- รดสองแถว สาย 4 สีขาว-ฟ้า  
เส้นทางเดินรถ : สนามม้า – สนามกีฬาค่ายาสุรนารี – คลังปลาชำจอมสุรางค์ – อนุเสาวรีย์  
ย่าโม – รร.เมืองฯ – รร.สุรนารีฯ – รพ.มหาราช – สนามกีฬากลาง – ชพน. – จอหอ – รร.  
บุญเหลืออา
- รดสองแถว สาย 5 สีขาว-เหลือง  
เส้นทางเดินรถ : วัดพายัพ – อนุเสาวรีย์ย่าโม – คลังปลาชำจอมสุรางค์ – ศาลากลาง – กอง  
เมือง – ประตูผี – หัวทะเล – ตูโฮม – ม.จามจรี – เขตอุตสาหกรรม
- รดสองแถว สาย 6 สีขาว-แดง-เหลือง 1  
เส้นทางเดินรถ : จอหอ – บ้านเกาะ – ม.เทคโนโลยีราชมงคล – ม.ราชภัฏ – ประตูนํ้า – คลัง  
ปลาชำจอมสุรางค์ – อนุเสาวรีย์ย่าโม – ไอทีปลาชำ – สามแยกอุดร(BigC) – เดอะมอลล์ –  
โลตัส – รร.สีมธานี – สามแยกปีกา
- รดสองแถว สาย 6 สีขาว-แดง-เหลือง 2  
เส้นทางเดินรถ : บ้านเก่า – ม.เทคโนโลยีราชมงคล – ม.ราชภัฏ – ประตูนํ้า – คลังปลาชำ  
จอมสุรางค์ – อนุเสาวรีย์ย่าโม – ไอทีปลาชำ – สามแยกอุดร(BigC) – เดอะมอลล์ – โลตัส –  
รร.สีมธานี – สามแยกปีกา – เซฟวัน – การเคหะ
- รดสองแถว สาย 7 สีขาว-น้ำเงิน  
เส้นทางเดินรถ : หัวทะเล – ประตูผี – สถานีรถไฟจระ – ศาลากลาง – คลังปลาชำ  
จอมสุรางค์ – อนุเสาวรีย์ย่าโม – สามแยกอุดร – บิ๊กซี – บขส.ใหม่ – แมคโคร – ประโดก
- รดสองแถว สาย 8 สีขาว-ฟ้า  
เส้นทางเดินรถ : วัดป่าสาละวัน – สถานีหัวรถไฟ – ตลาดย่าโม – เดอะมอลล์ – สามแยกอุดร

(BigC) – ไอทีพลาซ่า – วัดพายัพ – อนุเสาวรีย์ย่าโม – ศาลากลาง – สถานีตำรวจกองเมือง – เรือนจำกลาง – วัดบูรพ์ – ประตูปหลล้าน – ทุ่งสว่าง

- รดสองแถว สาย 11 สีน้าเงิน-ขาว  
เส้นทางเดินรถ : วัดพายัพ – อนุเสาวรีย์ย่าโม – คลังพลาซ่าจอมสุรางค์ – ตลาดแม่กิมเฮง – บขส.เก่า – เทคนิค – การไฟฟ้า – รพ.ค่ายฯ – บุ่งตาหลัว – สนามกีฬาค่ายสุรนารี – บขร.2
- รดสองแถว สาย 11 สีเขียว-แดง  
เส้นทางเดินรถ : วัดพายัพ – อนุเสาวรีย์ย่าโม – คลังพลาซ่าจอมสุรางค์ – ตลาดแม่กิมเฮง – บขส.เก่า – เทคนิค – การไฟฟ้า – รพ.ค่ายฯ – บุ่งตาหลัว – ค่ายสุรนารี – หนองไผ่ – ค่ายสุรธรรมพิทักษ์
- รดสองแถว สาย 12 สีเลือดหมู-เหลือง  
เส้นทางเดินรถ : พระไล – ดอนขวาง – หัวทะเล – ประตูปหลล้าน – รร.รวมมิตร – คลังพลาซ่า อัญญาค์ – คลังพลาซ่าจอมสุรางค์ – อนุเสาวรีย์ย่าโม – ตลาดแม่กิมเฮง – บขส.เก่า – เทคนิค – การไฟฟ้า – หัวรถไฟ – ตลาดย่าโม – โลตัส – รร.สีมธานี – รร.โคราชพิทยาคม – วัดเลียบ
- รดสองแถว สาย 14 สีน้าเงิน-ขาว  
เส้นทางเดินรถ : ทุ่งสว่าง – วัดศาลาลอย – คลังพลาซ่าจอมสุรางค์ – อนุเสาวรีย์ย่าโม – ตลาดแม่กิมเฮง – บขส.เก่า – เทคนิค – การไฟฟ้า – หนองไผ่ล้อม – สนง.ประกันสังคม
- รดสองแถว สาย 15 สีขาว-ม่วง  
เส้นทางเดินรถ : บขส.ใหม่ – บิ๊กซี – สามแยกอุดร(BigC) – ไอทีพลาซ่า – คลังพลาซ่า จอมสุรางค์ – อนุเสาวรีย์ย่าโม – ตลาดแม่กิมเฮง
- รดสองแถว สาย 17 สีขาว-ม่วง  
เส้นทางเดินรถ : มทส. – สามแยกปีกา – รร.สีมธานี – โลตัส – เดอะมอลล์ – สามแยกอุดร (BigC) – บิ๊กซี – บขส.ใหม่
- รดสองแถว สาย 18 สีขาว-ม่วง  
เส้นทางเดินรถ : หัวรถไฟ – การไฟฟ้า – เทคนิค – บขส.เก่า – ตลาดแม่กิมเฮง – อนุเสาวรีย์ ย่าโม – คลังพลาซ่าจอมสุรางค์ – คลังเก่า – ประตูปหลล้าน – หัวทะเล – ท่าช้าง – สนามบิน (หนองเต็ง)
- รดสองแถว สาย 20 สีขาว-น้ำเงิน  
เส้นทางเดินรถ : ตลาดสุรนคร – ประปา – วัดพายัพ – อนุเสาวรีย์ย่าโม – คลังพลาซ่า

จอมสุรางค์ – สนามกีฬาค่ายสุรนารี – สถานีรถไฟจิระ – หนองโสน – หนองปรือ – หนองไผ่  
– หนองพลวงมะนาว

● รถสองแถว สาย 4129

เส้นทางเดินรถ : อนุเสาวรีย์ย่าโม – คลังปลาซ่า – ทางเข้าบขส.เก่า – เดอะมอลล์ – สามแยก  
ปักธงชัย – กองบิน 1 – สวนสัตว์นครราชสีมา

(weaq , 2558 ,ออนไลน์)

2.1.2.4 ย่านเมืองเก่า

1) ย่านการค้าเดิมถนนจอมพล

ถนนจอมพล เป็นย่านการค้าเก่าแก่ของเมืองโคราช ตัวถนนเริ่มต้นจากหลังประตูชุมพลผ่าน  
ศาลหลักเมืองไปสิ้นสุดที่ประตูพลล้าน แต่เดิมชื่อ ถนนเจริญพาณิชย์ (ถูกเปลี่ยนเป็นชื่อ ‘จอมพล’ ใน  
สมัยจอมพล ป.พิบูลสงคราม) และเนื่องจากเป็นย่านการค้า ในสมัยก่อนจึงมีการปลูกต้นทูกวางและต้น  
จันตีดถนนตั้งแต่หลักเมืองมาจนถึงสี่แยกสวนหมาก เพื่อให้เกวียนได้ใช้จอดอาศัยร่มเงา (นิตยสารมอร์  
มูฟเล่ม 92,2558,ออนไลน์)

2) ย่านการค้าเดิมถนนโพธิ์กลาง

ถนนโพธิ์กลาง เป็นถนนในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา เชื่อมระหว่างห้าแยกหัวรถไฟ กับ  
ถนนราชดำเนินบริเวณคูเมืองนครราชสีมาที่อนุสาวรีย์ท้าวสุรนารี ถนนโพธิ์กลางเป็นถนนแยกที่สาม  
ของห้าแยกหัวรถไฟ ถนนโพธิ์กลางตัดผ่านถนนเทศบาล ถนนเกษตร(ตรอกเกษตร) ถนนโยธา และ  
ถนนบัวรอง

ถนนโพธิ์กลางเป็นถนนสายหลักแนวตะวันตก-ตะวันออก ตัดผ่านเขตชุมชนที่มีความ  
หนาแน่นมากในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา แต่ถนนบางช่วงมีแค่สองช่องทางซึ่งไม่สามารถรองรับ  
ปริมาณการจราจรในช่วงเร่งด่วน(Wikipedia,2551,ออนไลน์)

3) ย่านการค้าถนนชุมพลและถนนราชดำเนิน

4) ถนนยมราช

5) ถนนอัษฎางค์

6) ถนนมหาศไทย

7) ถนนสรรพสิทธิ์

8) ประตูผี

2.1.2.5 ย่านยอดฮิต

1) ถนนสุรนารี

2) ถนนจอมสุรางค์ยาตร์

3) ถนนมิตรภาพ

- 4) ถนนมุขมนตรี
- 5) ถนนสีปศิริ
- 6) ถนนเดชอุดมและถนนพิบูละเอียด
- 7) จิระ
- 8) สุรนารายณ์

#### 2.1.2.6 ย่านชานเมือง

- 1) สวนสัตว์

## 2.2 ข้อมูลเกี่ยวกับทฤษฎีการออกแบบ

### 2.2.1 การออกแบบ

#### 2.2.1.1 ความหมายของการออกแบบ

วิถีชีวิตของเราตั้งแต่เกิดจนเสียชีวิต มีความสัมพันธ์กับการออกแบบทั้งสิ้น เพราะในการดำรงชีวิตของเรา จะต้องกำหนดวางแผน ในขั้นตอนต่างๆ เพื่อให้เกิดความเหมาะสม ต่อสถานการณ์ที่มีความเปลี่ยนแปลงอยู่ ตลอดเวลา ไม่ว่าจะทำการใดๆ หากขาดการวางแผนหรือขั้นตอนการออกแบบแล้วก็อาจทำให้เกิดกิจกรรม หรือ งานนั้นประสบความสำเร็จได้ยาก ถ้าการออกแบบเป็นเงาตามตัวของชีวิตเรากการออกแบบคืออะไร

การออกแบบ คือศาสตร์แห่งการแก้ปัญหา ที่มนุษย์สร้างสรรค์ขึ้น โดยอาศัยความรู้ และหลักการของศิลปะนำมาใช้ให้เกิดความสวยงามและมีประโยชน์ใช้สอย

ความสวยงาม จะเน้นด้านจิตใจเป็นหลัก เป็นสิ่งแรกที่เราได้สัมผัสก่อน คนเราแต่ละคนต่างมีความรับรู้เรื่อง ความสวยงาม กับความพอใจ ในทั้ง 2 เรื่องนี้ไม่เท่ากัน จึงเป็นสิ่งที่ถกเถียงกันอย่างมาก และไม่มีเกณฑ์ ในการ ตัดสินใดๆ เป็นตัวที่กำหนดชัดเจน ดังนั้นงานที่เราได้มีการจัดองค์ประกอบที่เหมาะสมนั้น ก็จะมองว่าสวยงาม ได้เหมือนกัน ซึ่งผลจากการออกแบบจะทำให้ผู้ที่พบเห็นเกิดความสุข เกิดความพึงพอใจ การออกแบบประเภทนี้ ได้แก่ การออกแบบด้านจิตรกรรม ประติมากรรม ตลอดจนงานออกแบบตกแต่งต่างๆ เช่น งานออกแบบ ตกแต่ง ภายในอาคาร งานออกแบบตกแต่งสวนหย่อม ประโยชน์ใช้สอย ผู้ออกแบบโดยมากจะต้องคำนึงถึงประโยชน์ที่จะได้รับเป็นจุดมุ่งหมายแรกของการออกแบบ ซึ่งประโยชน์ที่จะได้รับมีทั้งประโยชน์ในการใช้สอย และประโยชน์ในการติดต่อสื่อสาร การออกแบบเพื่อ ประโยชน์ ในการใช้สอยที่สำคัญ ได้แก่ ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม ยานพาหนะ เครื่องมือ เครื่องใช้ต่างๆ เช่น อุปกรณ์ในการ ประกอบอาชีพทางการเกษตรมีแห อวน ไถ หรืออุปกรณ์สำนักงานต่างๆ เช่น โต๊ะ, เก้าอี้, ตู้, ชั้นวางหนังสือ เป็นต้น ประโยชน์เหล่านี้จะเน้นประโยชน์ทางกายโดยตรง ส่วน ประโยชน์ในการติดต่อสื่อสาร ได้แก่ การออกแบบหนังสือ โปสเตอร์ งานโฆษณา ส่วนใหญ่มักจะเน้นการสื่อสารถึงกันด้วยภาษาและภาพ ซึ่งสามารถรับรู้ร่วมกันได้เป็น

อย่างดี ผู้ออกแบบจำเป็นจะต้องมีความรู้ความสามารถเฉพาะด้าน ซึ่งการออกแบบ โดยมากมักจะเกี่ยวข้องกับจิตวิทยาชุมชน ประโยชน์ด้านนี้จะเน้นทางด้านความศรัทธาเชื่อถือ และการ ยอมรับ ตามสื่อที่ได้รับรู้

(หลักการออกแบบ,2554,ออนไลน์)

#### 2.2.1.2 ความสำคัญของการออกแบบ

ถ้าการออกแบบสามารถแก้ไขปัญหาของเราได้ การออกแบบจึงมีความสำคัญ และคุณค่าต่อการดำรงชีวิตของเรา ทั้งทางด้านร่างกาย อารมณ์ และทัศนคติ กล่าวคือ มีความสำคัญต่อการดำเนินชีวิตของเรา เช่น

1. การวางแผนการทำงาน งานออกแบบจะช่วยให้การทำงานเป็นไปตาม ขั้นตอนอย่างเหมาะสม และประหยัดเวลา ดังนั้นอาจถือว่าการออกแบบ คือ การวางแผนการทำงานที่ดี
2. การนำเสนอผลงาน ผลงานออกแบบจะช่วยให้ผู้เกี่ยวข้องมีความเข้าใจ ตรงกันอย่างชัดเจน ดังนั้น ความสำคัญในด้านนี้ คือ เป็นสื่อความหมายเพื่อความเข้าใจ ระหว่างกัน
3. สามารถอธิบายรายละเอียดเกี่ยวกับงาน งานบางประเภท อาจมีรายละเอียดมากมาย ซับซ้อน ผลงานออกแบบ จะช่วยให้ผู้เกี่ยวข้อง และผู้พบเห็นมีความเข้าใจที่ชัดเจนขึ้น หรืออาจกล่าวได้ว่า ผลงานออกแบบ คือ ตัวแทนความคิดของผู้ออกแบบได้ทั้งหมด
4. แบบจะมีความสำคัญมาก ถ้าผู้ออกแบบกับผู้สร้างงานหรือผู้ผลิต เป็นคนละคนกัน เช่น สถาปนิกกับช่างก่อสร้าง นักออกแบบกับผู้ผลิตในโรงงาน หรือถ้าจะเปรียบไปแล้ว นักออกแบบก็เหมือนกับคนเขียนบทละครนั่นเอง มีคุณค่าต่อวิถีชีวิตของเรา คือ

##### 4.1 คุณค่าทางกาย

คุณค่าของงานออกแบบที่มีผลทางด้านร่างกายคือคุณค่าที่มีประโยชน์ใช้สอยในชีวิตประจำวัน โดยตรง เช่น ใยมี่ไว้สำหรับใยน้า แก้วมีไว้สำหรับใส่น้ำ ยานพาหนะมีไว้สำหรับเดินทาง บ้านมีไว้สำหรับอยู่อาศัย เป็นต้น

##### 4.2 คุณค่าทางอารมณ์ความรู้สึก

คุณค่าของงานออกแบบที่มีผลทางอารมณ์ความรู้สึกเป็นคุณค่าที่เน้นความชื่นชอบ หึงพอใจ สุขสบายใจ หรือ ความรู้สึกนึกคิดด้านอื่น ๆ ไม่มีผลทางประโยชน์ใช้สอยโดยตรง เช่น งานออกแบบทางทัศนศิลป์ การออกแบบ ตกแต่ง โบหน้าคุณค่าทางอารมณ์ความรู้สึกนี้ อาจจะเป็นการออกแบบเคลือบแฝงในงานออกแบบ ที่มีประโยชน์ทางกายก็ได้ เช่น การออกแบบตกแต่งบ้าน ออกแบบตกแต่งสนามหญ้า ออกแบบตกแต่งร่างกาย เป็นต้น

### 4.3 คุณค่าทางทัศนคติ

คุณค่าของงานออกแบบที่มีผลทางทัศนคติ เน้นการสร้างทัศนคติอย่างใดอย่างหนึ่งต่อผู้พบเห็น เช่น อนุสาวรีย์สร้างทัศนคติให้รักชาติ กล้าหาญ หรือทำความดี งานจิตรกรรมหรือประติมากรรมบางรูปแบบอาจจะแสดงความกตัญญูเพื่อเน้นการระลึกถึงทัศนคติที่ดีและถูกต้องในสังคมเป็นต้น (ความสำคัญของการออกแบบ, 2554, ออนไลน์)

#### 2.2.1.3 หลักการออกแบบ

นักออกแบบต้องเข้าใจความหมายขององค์ประกอบศิลป์ และหลักการดังกล่าวพอที่จะเข้าใจคำนิยามที่สื่อความหมายและมีลักษณะสัมพันธ์ที่ดี จึงจะใช้ประโยชน์ในการออกแบบหรือสร้างสรรค์ได้ สมดังที่มุ่งหมายไว้ องค์ประกอบของศิลป์เป็นส่วนประกอบที่เป็นรากฐานสำคัญของศิลป์ นักออกแบบได้ศึกษาค้นคว้าและวิจัยกันมาเป็นเวลานานแล้วจึงได้ตั้งเป็นหลักการออกแบบผู้ศึกษาและสนใจในวิชานี้ควรจะได้ศึกษาให้เข้าใจหลักของศิลป์จึงจะสามารถเข้าใจถึงคุณค่าของความงามที่เป็นศิลป์ และเป็นประโยชน์ในการออกแบบ

หลักการออกแบบ ประกอบด้วย

1. ความกลมกลืน (Harmony)
2. สัดส่วน (Proportion)
3. ความสมดุล (Balance)
4. จังหวะ (Rhythm)
5. การเน้น (Emphasis)
6. เอกภาพ (Unity)
7. การตัดกัน (Contrast)

โครงสร้างการออกแบบ

โครงสร้างการออกแบบ เป็นการจัดองค์ประกอบของศิลป์ การสร้างสรรค์ที่สำคัญเพื่อให้เกิดคุณค่าทางความงาม ทั้งนี้ผู้ออกแบบจะต้องพิจารณาเพื่อนำหัวข้อต่างๆ ที่กล่าวแล้วมาใช้ในการออกแบบ ผู้ออกแบบเวลาจะออกแบบต้องคำนึงว่าจะสร้างสรรค์อย่างไร และจะต้องนำไปประยุกต์เพื่อการใช้สอยตามความต้องการของมนุษย์ไม่ว่าการออกแบบบ้านเรือน เครื่องเรือน รถยนต์ ผลิตภัณฑ์ต่างๆ ฯลฯ แม้กระทั่งสิ่งที่ไม่เกี่ยวกับความสวยงามก็เรียกว่าเป็นงานออกแบบ เช่นการออกแบบชุมชน เป็นต้น

นักออกแบบแบ่งออกเป็นหลายประเภท ซึ่งแต่ละประเภทก็มีชื่อเรียกเฉพาะแตกต่างกันไป เช่น สถาปนิก คือ ผู้ออกแบบอาคาร, มัณฑนากร คือ ผู้ออกแบบตกแต่งภายใน นักออกแบบทรงผมหรือเครื่องแต่งกาย นักออกแบบกราฟิก นักออกแบบเครื่องประดับ เป็นต้น



จะเห็นได้ว่างานออกแบบแต่ละประเภทเป็นงานออกแบบที่ไม่เหมือนกัน แต่การออกแบบแต่ละชนิดต้องมีโครงสร้างให้เหมาะสมกับงานนั้นๆ คุณสมบัติของนักออกแบบแต่ละประเภทลักษณะที่สำคัญจะต้องเป็นผู้ที่มีความคิดสร้างสรรค์ มีความสนใจรักความสวยงามและสังเกตสิ่งต่างๆรอบตัว

การออกแบบที่ดีสามารถที่จะแสดงให้เห็นถึงผลงานของการจัดระเบียบที่ดี และความสวยงามจะปรากฏตามมาในตอนการออกแบบสำเร็จ

โครงสร้างการออกแบบต้องคำนึงถึงขนาด และ รูปร่าง ของงานออกแบบนั้นลักษณะพื้นผิว และสี ก็เป็นส่วนหนึ่งของการออกแบบ โครงสร้างการออกแบบต้องคำนึงถึงในการออกแบบดังนี้

1. ต้องบังเกิดความสวยงามตามที่ต้องการ
2. ต้องให้บังเกิดความพอใจและประทับใจต่อผู้พบเห็น
3. ต้องให้มีการใช้สอยที่ดี
4. การเลือกใช้วัสดุต้องเหมาะสมกับการออกแบบนั้น
5. ต้องรู้จักประหยัด

การออกแบบหรือการสร้างสรรค์หมายถึงการแสดงออกของความคิดหรือการปฏิบัติงานศิลปะซึ่งมีอยู่ในบุคคลทุกคน มิได้มีแต่เฉพาะกลุ่มที่ทำงานด้านศิลปะเท่านั้น เช่น การออกแบบทางความคิด การจัดสรรเรียนการสอน ของอาชีพราชการครู เป็นต้น คือบุคคลทุกคนจะมีลักษณะเฉพาะของตนที่แตกต่างกันไป ฉะนั้นการแสดงออกของผู้ออกแบบในงานการออกแบบหรือการสร้างสรรค์จึงไม่เหมือนกัน จะต้องมีลักษณะพิเศษของแต่ละคนผู้ออกแบบแตกต่างกันไป (พาสนา ตันตลักษณ์ ,2526, หน้า 233-235)

#### 2.2.1.4 การออกแบบหนังสือเล่ม

##### 1) ความหมายของหนังสือเล่ม

หนังสือเล่ม (book) หมายถึง สื่อสิ่งพิมพ์ที่มีเนื้อหาเฉพาะเรื่อง เป็นเรื่องเดียวกันย่อละเอียดทั้งเล่ม ส่วนใหญ่แล้วมักจะเป็นเอกสารทางวิชาการเพื่อการศึกษา เช่น ตำราเรียน ตำราทางวิชาการ หนังสืออ้างอิง หนังสือทางวรรณกรรม เป็นต้น

รูปแบบและลักษณะของหนังสือ คือ ต้องมีการพับและเย็บเข้าเป็นเล่ม มีทั้งปกอ่อนและปกแข็ง มีขนาดและมีความหนาต่างๆกัน ส่วนใหญ่มีขนาดใหญ่ไม่เกิน 10 นิ้ว x 12 นิ้ว เนื้อในมักใช้กระดาษบางที่มีคุณภาพ ปกทำด้วยกระดาษแข็ง หนาเป็นพิเศษ หรืออาจจะมีปกนอกห่อหุ้ม (book jacket) อีกชั้นหนึ่ง เพื่อให้เหมาะสำหรับการเก็บไว้เป็นระยะเวลาต่างๆ

นอกจากนี้ ยังมีการคำนึงถึงสัดส่วนความสูงของหนังสือ สันตามความหนาของหนังสือ เพื่อความเป็นระเบียบในการเก็บบนชั้นวางหนังสือ หรือการค้นหาในห้องสมุด หนังสือมักจะไม่มีการกำหนดระยะเวลาการออกวางจำหน่ายเป็นประจำ (ประชิด ทิณบุตร : 2539, หน้า 15)

หนังสือขนาด A5 เหมาะสำหรับหนังสือทางวิชาการด้านสังคมวิทยา มนุษยศาสตร์ ที่มีแต่เนื้อหาเป็นส่วนมาก และมีภาพประกอบ ไม่ค่อยมีสูตรหรือสัญลักษณ์ทางคณิตศาสตร์มากนัก ผู้เขียนที่จะจัดทำหนังสือด้วยตนเองจึงควรเลือกขนาดของหนังสือให้เหมาะสมกับเนื้อหา จะทำให้หนังสือที่จัดพิมพ์เสร็จเป็นรูปเล่มแล้วมีความสวยงามและเกิดประโยชน์ในการใช้งานอย่างเหมาะสม (สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย : 2541)

## 2) องค์ประกอบของหนังสือ

เมื่อเปรียบเทียบกับสิ่งพิมพ์ประเภทอื่นแล้ว หนังสือจะมีองค์ประกอบที่สมบูรณ์กว่า ปกติแล้วหนังสือมักจะประกอบด้วยองค์ประกอบดังนี้ (ประชัน วัลลิโก : 2539, หน้า 83-85)

1. ใบหุ้มปก (book jacket) เป็นกระดาษที่หุ้มอยู่นอกปกหนังสือ มิได้เย็บติดกับเล่มหนังสือ แต่พับปลายมาด้านหลังของปกหน้าและปกหลังจุดประสงค์ของการจัดให้มีใบหุ้มปกเพื่อประโยชน์ดังนี้

- ป้องกันหนังสือไม่ให้ชำรุดหรือสกปรก ทั้งยังช่วยรักษาปกให้ใหม่อยู่เสมอ
- เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้อ่าน ให้คนเลือกซื้อหนังสือนั้น
- บอกรายละเอียดต่างๆ แก่ผู้อ่าน กระดาษหุ้มปกจะประกอบด้วย ชื่อเรื่อง ชื่อผู้แต่ง บางเล่มอาจมีชื่อผู้พิมพ์ปรากฏอยู่ด้วย

ใบหุ้มปกมักจะพิมพ์ด้านหน้าเพียงด้านเดียว ส่วนด้านหลังที่แนบกับปกหนังสือ นั้น มักไม่พิมพ์ให้มีภาพหรือข้อความใดๆ ปรากฏอยู่

2. ปก (cover) หน้าของปก คือ ป้องกันรักษาตัวหนังสือทั้งหมดและให้รายละเอียดเกี่ยวกับเรื่องของหนังสือ ในกรณีที่ไม่มีใบหุ้มปก ปกติทำหน้าที่เป็นสิ่งชักจูงใจให้คนซื้อหนังสือด้วยลักษณะการออกแบบปกจึงเน้นในเรื่องของความสวยงามมากเป็นพิเศษ ขณะเดียวกันก็พยายามสื่อความหมายของเนื้อหาภายในเล่มหนังสือด้วย

ส่วนประกอบของปกหนังสือประกอบด้วย ชื่อเรื่อง ชื่อผู้แต่ง ชื่อผู้พิมพ์ โดยเลือกขนาดตัวอักษรให้ลดหลั่นกันตามลำดับ ส่วนที่เป็นสันปกก็มีความสำคัญเช่นเดียวกัน จะต้องมีชื่อเรื่องและชื่อผู้แต่ง เพื่อจะสามารถมองเห็นข้อความดังกล่าวได้เมื่อนำหนังสือเรียงใส่ตู้แล้ว

3. ใบฉีกปก (end paper) โดยปกติหากเป็นหนังสือปกแข็งจะมีกระดาษปิดผลึกติดกับด้านในของปกหนังสืออีกหนึ่งแผ่นทั้งด้านหน้าและด้านหลังปก โดยครึ่งหนึ่งของกระดาษฉีกด้านในปก ส่วนที่เหลืออีกครึ่งหนึ่งอาจจะปล่อยให้เป็นใบรองปก กระดาษที่นำมาใช้มักจะเป็นกระดาษที่มีความเหนียว เนื้อดี ใบฉีกปกและใบรองปกนี้ จะทำหน้าที่ช่วยยึดปกให้แน่นกับตัวเล่มหนังสือ โดยอาจปล่อยให้เป็นกระดาษว่างๆ หรือออกแบบให้พิมพ์เป็นลวดลายสวยงามก็ได้

4. ใบรองปก (fly-leaf) เป็นปลิวติดกับปก ทำหน้าที่ยึดเล่มหนังสือกับปกหนังสือ ส่วนใหญ่จะมีใบรองปกทั้งปกหน้าและปกหลัง

5.ปกใน (title page) มีหน้าที่ให้รายละเอียดเกี่ยวกับหนังสือเช่นเดียวกับปก ประกอบด้วยข้อความระบุ ชื่อหนังสือ ชื่อผู้แต่ง ชื่อผู้พิมพ์ ทำให้อ่านได้รายละเอียดเหล่านี้ในกรณีที่ปกหน้าฉีกขาด หรือหากห้องสมุดนำหนังสือไปทำปกใหม่ให้แข็งแรงขึ้น

6.หน้าลิขสิทธิ์ (copyright page) หมายถึง หน้าบ่งบอกแก่ผู้อ่านว่าผู้ใดเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ หนังสือเล่มนี้ หนังสือเล่มนั้นได้จัดพิมพ์มาแล้วกี่ครั้ง เมื่อใดบ้าง นอกจากนี้หนังสือบางเล่มอาจให้ข้อมูลสำหรับบัตรรายการห้องสมุดไว้ด้วย หน้าลิขสิทธิ์จะอยู่ด้านหลังของปกใน ในกรณีของปกให้หลายแผ่น หน้านี้จะอยู่หลังปกในแผ่นหลังสุด

7.หน้าอุทิศ (dedication page) เป็นหน้าที่ของผู้แต่งระบุว่า อุทิศผลงานให้แก่ ผู้หนึ่งผู้ใด ซึ่งอาจเป็นบุคคลคนเดียวหรือหลายคน หรืออุทิศให้แก่สถาบันก็ได้ หน้าอุทิศนี้ใช้หน้าหนังสือ 1 หน้า ถึงแม้ว่าจะพิมพ์ตัวหนังสือเพียงไม่กี่คำ ก็จะใช้เนื้อที่ทั้งหน้า และต้องอยู่ลำดับถัดจากหน้าลิขสิทธิ์ การออกแบบมักจัดให้ดูเป็นทางการน่าเคารพ มีลักษณะเป็นอนุสรณ์ให้แก่บุคคลหรือสถาบันที่อุทิศให้

8.คำนิยม (foreword) หมายถึง คำที่บุคคลอื่นเขียนมาเกี่ยวกับเนื้อหาในหนังสือ หรือผู้แต่ง คำนิยมนี้อาจอยู่ก่อนคำนำของผู้แต่ง ถ้ามีผู้เขียนคำนิยมหลายคนจะต้องเรียงลำดับตามความสำคัญของบุคคลที่เขียนคำนิยม

9.คำนำ (preface) หมายถึง ข้อความที่ผู้แต่งเขียนขึ้น เพื่ออธิบายให้ผู้อ่านทราบถึงแรงบันดาลใจหรือสิ่งที่ยากให้ผู้อ่านทราบ ก่อนที่จะเริ่มอ่านเนื้อเรื่อง อาจจะเป็นการขอบคุณผู้ที่เกี่ยวข้อง หรือช่วยเหลือในการจัดพิมพ์ ถ้าเป็นหนังสือที่จัดพิมพ์โดยสถาบัน อาจมีคำนำของสถาบัน คำนำของบรรณาธิการหรือผู้จัดพิมพ์ แล้วจึงเป็นคำนำของผู้เขียน

10.สารบัญ (table of contents) หมายถึง รายชื่อของบทและเรื่องเรียงตามลำดับ เพื่อบอกแก่ผู้อ่านว่าในหนังสือเล่มนั้นประกอบด้วยบทและเรื่องใดบ้าง แต่ละเรื่องอยู่ที่หน้าใด เพื่อให้ผู้อ่านเปิดหาได้สะดวก การออกแบบจึงควรให้สะดวกแก่การเปิดหาได้โดยง่าย มีลักษณะสบายตา

11.สารบัญภาพ (table of illustrations) หนังสือบางเล่มที่มีภาพเป็นส่วนสำคัญและมีภาพจำนวนมาก จำเป็นต้องมีสารบัญภาพ เพื่อให้ผู้อ่านพลิกดูได้สะดวก

12.เนื้อเรื่อง (contents) เป็นส่วนที่เป็นเนื้อหาสำคัญของหนังสือ สำหรับส่วนเนื้อเรื่องนี้อาจแบ่งออกเป็นภาค (part) เป็นตอน (section) เป็นบท (chapter) หรือแบ่งเป็นช้อย่อยๆได้ อย่างไรก็ตาม ต้องคำนึงถึงหลักการอ่านที่ง่าย เพื่อผู้อ่านเข้าใจเนื้อหาทั้งหมดได้โดยสะดวก

13.ภาคผนวก (appendix) เป็นส่วนที่ไม่ใช่เนื้อหาโดยตรง แต่เป็นการอธิบายเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับเนื้อเรื่อง หนังสือบางเล่มจำเป็นต้องมีคำชี้แจงประกอบในเนื้อหาของเรื่อง เพื่อช่วยให้ผู้อ่านเข้าใจเรื่องดีขึ้น ส่วนที่เป็นภาคผนวกนี้อาจจะเป็นระเบียบ กฎหมาย คำอธิบายที่ต้องใช้รายละเอียดมากเกินไปจนกว่าจะทำเป็นเชิงอรรถของท้ายหน้าได้

14.บรรณานุกรม (bibliographies) หนังสือวิชาการจะต้องแจ้งถึงที่มาของเนื้อหาที่ได้มีการอ้างอิงมาจากผลงานของบุคคลอื่น โดยระบุ ชื่อผู้แต่ง ชื่อหนังสือ สถานที่พิมพ์ ปีที่พิมพ์ เพื่อให้ผู้อ่านทราบ นอกจากนี้ ยังเป็นประโยชน์ ในการที่จะค้นคว้าหาความรู้เพิ่มเติมนอกเหนือจากเนื้อหาที่ปรากฏอยู่ในหนังสือฉบับนั้นด้วย

15.ดัชนี (index) หมายถึงหน้าที่จัดเรียงหัวข้อสำคัญของเรื่องในหนังสือ ซึ่งสำคัญ บุคคล สถานที่ หรือหัวข้อรายละเอียดที่สำคัญของเนื้อหาในหนังสือนั้นโดยจัดเรียงตามลำดับอักษรแล้วบอกเลขหน้าให้รู้ว่าเรื่องนั้นๆจะอ่านได้จากหน้าใดในหนังสือเล่มนั้น

องค์ประกอบดังกล่าวในหนังสือแต่ละเล่มอาจไม่เหมือนกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับว่าเป็นหนังสือประเภทใด หากเป็นหนังสือประเภทวิชาการ สารคดี อาจมีองค์ประกอบครบถ้วนดังกล่าวข้างต้น แต่สำหรับหนังสือบันเทิงคดีเช่น นวนิยาย เรื่องสั้นหรือหนังสือบทกลอนต่างๆ อาจจะไม่มีส่วนสารบัญญ ภาคผนวก บรรณานุกรม และดัชนีก็เป็นได้ (สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ, 2546, หน้า 100-104)

### 3) เลย์เอาต์(Layout)

เลย์เอาต์ (Layout) คือการจัดวางภาพ ตัวอักษรตลอดจนสิ่งประกอบอื่น ๆ เพื่อประกอบกันเป็นหน้าแต่ละหน้าของงานพิมพ์อย่างคร่าว ๆ เพื่อเป็นแนวในการจัดทำต้นฉบับงานพิมพ์ ใช้ทดสอบปฏิบัติการต่อการดึงจุดและการนำสายตาของผู้ดูต่อสิ่งพิมพ์ที่จะเตรียมจัดทำขึ้น ไม่มีกฎหมายตัวในการจัดทำเลย์เอาต์ สิ่งที่ต้องคำนึงถึงคือ เลย์เอาต์ที่ดีจะช่วยให้ผู้ดูผ่านสายตาไปบนงานพิมพ์ได้อย่างง่ายดาย มีความน่าสนใจ น่าติดตาม แต่ถ้าเป็นไปในทางตรงข้ามคือผู้ดูต้องประสบกับความยากลำบากในการดูงานพิมพ์นั้น ก็อาจลงท้ายด้วยการเลิกดูไปเลย ในการทำเลย์เอาต์นั้น ควรจัดลำดับความสำคัญของสิ่งที่นำเสนอ ควรทำให้สิ่งที่นำเสนอมีความชัดเจนและเรียงตามลำดับความสำคัญ

#### ข้อเสนอแนะในการทำเลย์เอาต์

1. ศึกษาภาพรวมของงาน สิ่งพิมพ์ที่กำลังจัดทำขึ้น อาจเป็นส่วนหนึ่งของงานทั้งหมด เช่น แผ่นพับโฆษณาสินค้าชิ้นหนึ่งอาจเป็นส่วนหนึ่งของสื่อการโฆษณาอื่น ๆ อาทิเช่น สื่อทีวี หนังสือพิมพ์ วิทยุ ฯลฯ ดังนั้นการออกแบบสิ่งพิมพ์จึงควรดูภาพรวมของงานทั้งหมด เพื่อให้ชิ้นงานพิมพ์ออกมาสอดคล้อง เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับสื่ออื่น ๆ รวมทั้งให้คำนึงถึงภาพลักษณ์ และวัตถุประสงค์ของการจัดทำ

2. จัดหมวดหมู่ของเนื้อหา สิ่งพิมพ์ที่เป็นเล่ม เช่น หนังสือ โบรชัวร์ แคตตาล็อก จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องทำการแบ่งหมวดหมู่ของเนื้อหา แยกเป็นบท ๆ แต่ละบทจัดส่วนต่าง ๆ ของเนื้อหาภาพประกอบ ให้เป็นหมวดหมู่เป็นกลุ่มเป็นก้อน คำนวณจำนวนหน้าสำหรับแต่ละบท รวมจำนวนหน้า

ทั้งหมดประกอบกันเป็นเล่ม สำหรับงานพิมพ์ที่เป็นชิ้น เช่น แผ่นพับ ใบปลิว โปสเตอร์ ก็ต้องจัดกลุ่มเนื้อหา ภาพประกอบ ให้เป็นหมวดหมู่เป็นกลุ่มเป็นก้อนเช่นกัน

3. สร้างโครงแบบหรือกริด (Grid) หนึ่งในวิธีการออกแบบสิ่งพิมพ์ที่นิยมใช้กัน คือใช้กริดช่วยในการออกแบบ เริ่มจากการจัดทำโครงแบบซึ่งประกอบด้วยเส้นในแนวตั้งและแนวนอนเป็นผังสำหรับวางเนื้อหา ภาพประกอบและองค์ประกอบอื่น ๆ ของแบบ

4. ลงรายละเอียดแต่ละหน้า เมื่อได้โครงแบบ ก็สามารถทำการออกแบบแต่ละหน้า

- จัดทำจุดสนใจหลักให้โดดเด่นโดยขยายขนาดให้ใหญ่ ใช้ภาพประกอบที่น่าสนใจ รำลึกเสมอว่าจะต้องให้ผู้ดูเห็นเป็นสิ่งแรกเมื่อมองมาที่สิ่งพิมพ์หน้านั้น ส่วนสิ่งที่ไม่สำคัญหรือรายละเอียดให้มีขนาดเล็ก
- ตำแหน่งที่เป็นจุดสนใจจุดแรกของหน้าจะอยู่ด้านบนซ้าย จึงเป็นที่ๆเหมาะสมในการวางส่วนสำคัญของข้อมูล
- เลือกใช้สีในการเน้นข้อความที่สำคัญ ทดสอบการใช้สีสด ๆ บนพื้นดำ สีคู่ สีตรงข้าม ฯลฯ
- พิจารณาในการตัดขอบ (Crop) ภาพประกอบให้ภาพนั้นดูน่าสนใจขึ้น ดูดีขึ้น
- ใช้เส้นในรูปแบบต่าง ๆ ตลอดจนใส่กรอบให้กับภาพเท่าที่จำเป็น การใช้เส้นสายมากจะทำให้ดูรกและรบกวนสายตา ควรมีแนวคิดให้ใช้เส้นสายและกรอบภาพให้น้อยที่สุดแต่สามารถทำให้งานออกมาดูดี
- การดำเนินจัดทำแบบแต่ละหน้าสำหรับงานประเภทหนังสือ นิตยสาร โบรชัวร์ แคตตาล็อก ควรมีการวางแผนให้สอดคล้องกันทั้งเล่ม อาจมีความแตกต่างบ้างเพื่อความไม่จำเจ แต่ไม่ควรมีความต่างกันอย่างสิ้นเชิง และให้วางรูปแบบเป็นหน้าคู่ที่ติดกันแทนที่จะคิดเป็นหน้าเดี่ยว ๆ
- ควรมีความรู้ความเข้าใจในข้อจำกัดต่าง ๆ ของการพิมพ์เพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาที่อาจเกิดขึ้น (ศึกษาเพิ่มเติมได้ที่ ข้อคิดในการออกแบบสิ่งพิมพ์)

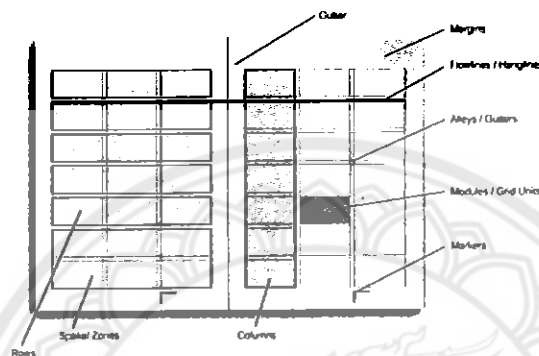
ทักษะในการจัดทำเลย์เอาต์สามารถฝึกฝนได้ โดยศึกษาจากผลงานที่มีชื่อเสียง เช่น หนังสือรวบรวมผลงานการออกแบบ (โดยส่วนใหญ่เป็นหนังสือที่จัดทำจากต่างประเทศ) นิตยสารต่าง ๆ ที่มีจำหน่ายตามแผงหนังสือซึ่งก็มีนิตยสารหลาย ๆ หัวก็มีการจัดแบบได้ดีโดยเฉพาะหน้าโฆษณา นอกจากนี้ยังสามารถค้นคว้าหรือดูตัวอย่างจากเว็บต่าง ๆ ผ่านทางอินเทอร์เน็ต (บริษัทสุพรีมพริ้นท์ จำกัด, 2553, ออนไลน์)

#### 4) กริด(Grid)

กริด (Grid) คือตารางของเส้น (โดยส่วนใหญ่เส้นเหล่านี้จะไม่ปรากฏให้เห็นในชิ้นงานพิมพ์จริง) ที่จัดอย่างเป็นแบบแผนใช้เพื่อเป็นโครงในการกำหนดตำแหน่ง ขอบเขตบริเวณสำหรับบรรจุภาพเนื้อหา ช่องว่างเปล่าและส่วนประกอบต่าง ๆ ในการจัดรูปแบบแต่ละหน้าของงานพิมพ์ การสร้างกริดเป็นพื้นฐานของสื่อสิ่งพิมพ์แทบทุกรูปแบบเพื่อจัดรูปร่างของเนื้อหาให้อยู่ในสัดส่วนที่สวยงาม แม้ว่าจะมีผู้กล่าวว่า การใช้กริดทำให้จำกัดความอิสระในการออกแบบ แต่การใช้กริดเป็นการวางโครงแบบ

หลวม ๆ เป็นเครื่องมือในการทำงานโดยเฉพาะงานออกแบบเป็นชุดเป็นเล่มที่ต้องการความต่อเนื่อง ความเป็นเอกภาพ ผู้ใช้สามารถพลิกแพลงแบบได้ตลอดเวลา ไม่มีกฎบังคับให้องค์ประกอบต่าง ๆ อยู่ แต่เพียงภายในกรอบที่จัดไว้ แต่ให้ดูผลงานสุดท้ายเป็นหลัก การใช้กริดไม่ใช่สิ่งใหม่ นักออกแบบและศิลปินได้ใช้โครงสร้างกริดกันมานานนับศตวรรษแล้ว

### ช่องต่าง ๆ ของกริดในหน้าออกแบบ



ภาพ 3 ตัวอย่างกริดในหน้าออกแบบ

ที่มา: <http://www.supremeprint.net/index.php?lay=show&ac=article&id=538976617>

### มาร์จิ้น/ช่องว่างรอบขอบกระดาษ (margins)

มาร์จิ้นคือช่องว่างที่อยู่ระหว่างขอบของพื้นที่ทำงานซึ่งมีตัวอักษรหรือภาพปรากฏอยู่กับขอบของกระดาษทั้งสี่ด้าน ความกว้างจากขอบกระดาษของช่องว่างนี้ไม่จำเป็นต้องเท่ากันทั้งสี่ด้านแต่ควรเป็นแบบแผนเดียวกันทุก ๆ หน้าในเล่มเพื่อความต่อเนื่อง มาร์จิ้นเป็นจุดหักสายตา แต่สามารถใช้เป็นที่ใส่เลขหน้า หัวเรื่อง คำอธิบายต่าง ๆ หรือบทความขยายสั้น ๆ และอาจใช้เป็นที่ดึงดูดความสนใจ

### โมดูล/หน่วยกริด (Module/Grid Units)

โมดูลคือช่องที่เกิดจากการแบ่งหน้าออกแบบด้วยเส้นกริดตามแนวตั้งและแนวนอน ออกเป็นส่วน ๆ สำหรับกำหนดใช้เป็นพื้นที่ใส่ตัวอักษรหรือภาพ การแบ่งส่วนระหว่างโมดูลจะมีการเว้นช่องว่างไว้ไม่ให้โมดูลติดชิดกัน อนึ่งการใช้พื้นที่ในการวางตัวอักษรหรือภาพไม่จำเป็นต้องถูกจำกัดอยู่ภายในแต่ละโมดูล แต่สามารถกินพื้นที่หลาย ๆ โมดูล

### ออลส์ลีย์/ช่องว่างระหว่างโมดูล (Alleys)

ออลส์ลีย์คือช่องว่างระหว่างโมดูลที่ติดกัน ช่องว่างดังกล่าวอาจทอดยาวเป็นแนวตั้ง หรือแนวนอน หรืออาจเป็นทั้งแนวตั้งและแนวนอนก็ได้ ช่องว่างนี้มีผู้เรียกอีกชื่อว่า “กัตเตอร์ (Gutter)” ออลส์ลีย์แต่ละแนวอาจมีความกว้างที่ต่างกันในแต่ละหน้าหนึ่ง ๆ ก็ได้แล้วแต่ผู้ออกแบบ

### กัทเตอร์/ช่องว่างระหว่างหน้าตามแนวพับ (Gutters)

กัทเตอร์ คือช่องว่างระหว่างโมดูลของหน้าสองหน้าที่ต่อกันโดยมีแนวพับอยู่ตรงกลาง ในการออกแบบหน้าหนังสือ ให้ระวังอย่าให้ความกว้างของกัทเตอร์แคบเกินไปจนทำให้ข้อความตามแนวสันหนังสือขาดหายหรืออ่านลำบาก

### คอลัมน์/แถวในแนวตั้ง (Columns)

คอลัมน์คือโมดูลที่ต่อ ๆ กันในแนวตั้ง ซึ่งช่องว่างระหว่างคอลัมน์ก็คือออลส์ลีย์/กัทเตอร์นั่นเอง ในหน้าออกแบบหนึ่งหน้าสามารถแบ่งคอลัมน์ได้กี่แถวก็ได้ และความกว้างของแต่ละคอลัมน์ก็ไม่จำเป็นต้องเท่ากันแล้วแต่ผู้ออกแบบ

### โรว์/แถวในแนวนอน (Rows)

โรว์คือโมดูลที่ต่อ ๆ กันในแนวนอนซึ่งต่างจากคอลัมน์ที่ต่อกันในแนวตั้ง และถูกแบ่งแยกจากกันด้วยออลส์ลีย์/กัทเตอร์เช่นกัน

### สเปเชียลโซน/พื้นที่ครอบคลุม (Spatial Zones)

สเปเชียลโซนคือกลุ่มของโมดูลที่ติดกันทั้งแนวตั้งและแนวนอนทำให้เกิดพื้นที่ที่ใหญ่ขึ้น ถูกนำไปใช้ในการแสดงข้อมูลโดยใส่เป็นข้อความตัวอักษร หรือภาพก็ได้

### โฟลว์ไลน์/แสลงไลน์/เส้นขวาง (Flowlines/Hanglines)

โฟลว์ไลน์คือเส้นแบ่งในแนวนอน ใช้เหนี่ยวนำสายตาจากส่วนหนึ่งไปอีกส่วนหนึ่ง หรือเป็นตัวคั่นเมื่อจบเรื่องราว/ภาพหนึ่งและกำลังเริ่มต้นเรื่องราว/ภาพอีกชุดหนึ่ง

### มาร์คเกอร์/ตัวชี้ตำแหน่ง (Markers)

มาร์คเกอร์คือเครื่องหมายที่กำหนดตำแหน่งบริเวณไว้สำหรับใส่ข้อความสั้น ๆ ที่ระบุหมวดหมู่ หัวเรื่องที่เปลี่ยนไปเรื่อย ๆ มักมีตำแหน่งเดียวในแต่ละหน้า

### ระบบกริด (Grid System)

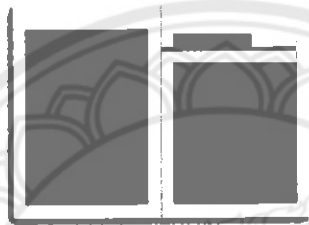
ระบบกริด คือรูปแบบของกริดที่ใช้เป็นแม่แบบในการจัดทำจัดเลย์เอาต์ที่สามารถดัดแปลงเปลี่ยนแปลงเพิ่มเติมจนได้แบบหลาย ๆ แบบที่ดูแตกต่างกันแต่ยังคงเค้าโครงของกริดต้นแบบไว้ได้ ซึ่งยังผลให้แบบต่าง ๆ ที่ได้มีความเป็นเอกภาพ มีความเกี่ยวเนื่องกัน มีความสอดคล้องกัน มีความเหมือนในบางประการ

สิ่งพิมพ์ประเภท โบรชัวร์ นิตยสาร รายงานประจำปี หนังสือ มักจะมีแบบจัดหน้าแต่ละหน้าที่ดูมีความคล้ายกัน เช่น มีจำนวนคอลัมน์เท่ากัน หัวเรื่อง ภาพประกอบ ตำแหน่งเลขหน้า แบบเดียวกันหรือคล้ายกัน ด้วยการสร้างระบบกริดทำให้สะดวกสำหรับผู้ออกแบบในการจัดหน้าต่าง ๆ ในเล่มได้รวดเร็วขึ้น อนึ่งการออกแบบระบบกริดที่สามารถใช้พลิกแพลงเป็นแบบต่าง ๆ ได้เป็นศิลปะอันหนึ่ง ระบบกริดที่ดีทำให้งานออกมาดูดีมีรูปแบบที่หลากหลาย ในขณะที่เดียวกันระบบกริดที่ไม่ดีหรือซับซ้อนเกินไปทำให้ใช้ยากและจำกัดการเสนอรูปแบบที่ต่างออกไป ทำให้รู้สึกขาดความอิสระได้

### รูปแบบต่าง ๆ ของกริด (Grid types)

รูปแบบพื้นฐานของกริดมีอยู่ 4 ประเภท รูปแบบพื้นฐานทั้งสี่แบบนี้สามารถนำไปพัฒนาสร้างแบบทั้งที่เรียบง่ายจนถึงแบบที่พลิกแพลงซับซ้อนขึ้น

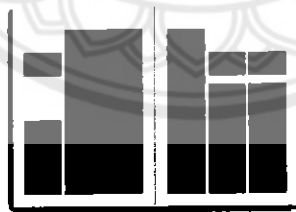
1. เมนูสคริปต์กริด (Manuscript Grid) เป็นกริดที่มีโครงสร้างเรียบง่ายเป็นบล็อกใหญ่ บล็อกเดี่ยวหรือคอลัมน์เดี่ยว มีชื่อเรียกอีกชื่อว่า บล็อกกริด (Block Grid) โดยทั่วไป รูปแบบกริดประเภทนี้ใช้กับสิ่งพิมพ์ที่มีแต่เนื้อหาเป็นหลัก เช่น หนังสือนวนิยาย ตำรา จดหมายข่าว ฯลฯ แต่ก็สามารถนำภาพมาวางประกอบ แม้จะเป็นรูปแบบที่เรียบง่ายแต่ก็สามารถปรับแต่งเลย์เอาต์ให้ดูน่าสนใจได้ และไม่จำเจเมื่อเปิดหน้าต่อหน้า



ภาพ 4 ตัวอย่างเมนูสคริปต์กริด

ที่มา: <http://www.supremeprint.net/index.php?lay=show&ac=article&id=538976617>

2. คอลัมน์กริด (Column Grid) เป็นรูปแบบกริดที่มีคอลัมน์มากกว่าหนึ่งคอลัมน์ในหนึ่งหน้าของแบบ มักมีความสูงเกือบสุดขอบของชิ้นงาน ความกว้างของแต่ละคอลัมน์ไม่จำเป็นต้องเท่ากัน กริดในรูปแบบนี้มักถูกนำไปใช้ใน นิตยสาร แคตตาล็อก โบรชัวร์ การวางภาพในรูปแบบกริดประเภทนี้อาจจะจัดวางให้มีความกว้างเท่ากับหนึ่งคอลัมน์หรือมากกว่าก็ได้



ภาพ 5 ตัวอย่างคอลัมน์กริด

ที่มา: <http://www.supremeprint.net/index.php?lay=show&ac=article&id=538976617>

3. โมดูลาร์กริด (Modular Grid) เป็นรูปแบบกริดที่ประกอบด้วยโมดูลหลาย ๆ โมดูลซึ่งเกิดจากการตีเส้นตามแนวตั้งและแนวนอน หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือรูปแบบที่เกิดจากการแบ่งคอลัมน์ในคอลัมน์กริดตามแนวนอนทำให้เกิดเป็นโมดูลย่อย โมดูลาร์กริดเป็นรูปแบบที่สามารถนำไปจัดเลย์



เข้าที่ได้หลากหลาย สามารถผสมประสานภาพกับข้อความเป็นชุด ๆ จัดแบ่งเรื่องราวหลาย ๆ เรื่อง มาอยู่ในหน้าเดียวกัน จัดภาพประกอบพร้อมคำบรรยายหลาย ๆ ชุดในหนึ่งหน้า เหมาะสำหรับสิ่งพิมพ์ ที่ต้องการรูปแบบที่

ปรับเปลี่ยนง่ายเมื่อมีการจัดทำเป็นประจำอย่างต่อเนื่องอย่างเช่น หนังสือพิมพ์ และยังมี เหมาะกับงานพิมพ์ประเภทแคตตาล็อกสินค้าหรือบริการ แผ่นพิมพ์โฆษณาที่ต้องแสดงรายการสินค้า เป็นจำนวนมาก เนื่องจากโมดูลาร์กริดเป็นรูปแบบที่ประกอบด้วยโมดูลย่อย ๆ มีความอิสระในการ ปรับแต่งเลย์เอาต์ได้สูง จึงมีการนำมาใช้ในการออกแบบหน้าโบรชัวร์ แคตตาล็อก นิตยสารและหนังสือ ประเภทต่าง ๆ ด้วยเช่นกัน

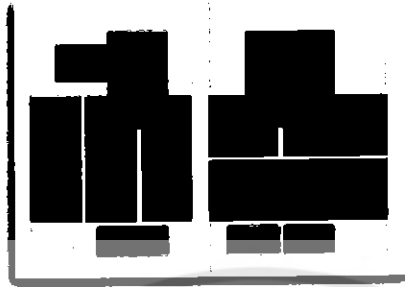


ภาพ 6 ตัวอย่างโมดูลาร์กริด

ที่มา: <http://www.supremeprint.net/index.php?lay=show&ac=article&id=538976617>

4. ไฮราซิคัลกริด (Hierarchical Grid) เป็นรูปแบบกริดที่มีโครงสร้างซับซ้อน ประกอบด้วย โมดูลได้ทั้งที่มีขนาดเท่ากันหรือแตกต่างกันมาจัดวางในหน้าเดียวกัน และอาจมีการเกยกันของโมดูล บางชิ้น ไฮราซิคัลกริดเป็นรูปแบบที่ยากต่อการใช้งานในการที่จะทำให้เลย์เอาต์ที่ออกมาดูดีและลงตัว มักใช้ต่อเมื่อไม่สามารถใช้กริดรูปแบบอื่น ส่วนหนึ่ง que เลือกใช้เนื่องจากขององค์ประกอบต่าง ๆ ของเลย์ เอาต์มีความแตกต่างค่อนข้างมาก เช่น อัตราส่วนของด้านกว้างกับด้านยาวของภาพประกอบแต่ละ ภาพมีความแตกต่างกันมาก ข้อเสนอแนะในการจัดทำรูปแบบไฮราซิคัลกริดวิธีหนึ่งคือ นำองค์ประกอบ ต่าง ๆ ของแบบทั้งหมด เช่น ภาพประกอบ เนื้อหา หัวเรื่อง ฯลฯ มากองไว้ พิจารณาภาพรวม ค่อย ๆ ทดลองจัดวางโดยขยับปรับขนาดแต่ละองค์ประกอบจนดูแล้วลงตัว พอมันแนวเป็นหลักในการสร้างกริด

ใช้ร่วมกันทั้งชุด/เล่มของงานพิมพ์ แล้วจึงลงมือทำงาน รูปแบบกริดประเภทนี้มีใช้ในการออกแบบหน้าหนังสือ โปสเตอร์ และฉลากผลิตภัณฑ์ เป็นต้น



ภาพ 7 ตัวอย่างไฮราซิคัลกริด

ที่มา: <http://www.supremeprint.net/index.php?lay=show&ac=article&id=538976617>  
(บริษัทสุพรีมพริ้นท์ จำกัด, 2553, ออนไลน์)

#### 2.2.1.5 การออกแบบกราฟิก

งานกราฟิกเป็นส่วนสำคัญที่มีบทบาทยิ่งต่อการออกแบบและกระบวนการผลิตสื่อ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อที่ต้องการการสัมผัสรับรู้ด้วยตา ได้แก่ หนังสือ นิตยสาร วารสาร แผ่นป้ายบรรจุภัณฑ์ แผ่นพับ แผ่นปลิว โทรทัศน์ โฆษณา ภาพยนตร์ ฯลฯ นักออกแบบจะใช้วิธีการทางศิลปะและวิธีการทางการออกแบบร่วมกันสร้างรูปแบบสื่อ เพื่อให้เกิดศักยภาพสูงสุดในการที่จะเป็นตัวกลางในการสื่อความหมายระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร

วิธีการออกแบบและวิธีแก้ปัญหาการออกแบบ โดยการนำเอารูปภาพประกอบ ภาพถ่าย สัญลักษณ์ รูปแบบ ขนาดตัวอักษร มาจัดวางเพื่อให้เกิดการนำเสนอข้อมูลอย่างชัดเจน เกิดผลดีต่อกระบวนการสื่อความหมาย (จุฑารัตน์ จอกสูงเนิน, 2556)

##### 1) ความหมายของการออกแบบกราฟิก

เป็นลักษณะของการออกแบบพื้นผิว 2 มิติ เพื่อเป็นสื่อกลางสำหรับถ่ายทอดข้อความ ความรู้สึกนึกคิด และอารมณ์ จากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง เพื่อให้เข้าใจและรู้เรื่องโดยใช้ประสาทตาในการรับรู้เป็นส่วนใหญ่ งานกราฟิกมีอิทธิพลต่อชีวิตประจำวันของเราเป็นอย่างมาก สิ่งที่เรามองเห็นด้วยตาจะโน้มน้าวจิตใจได้ดีกว่าการรับรู้ประเภทอื่น งานกราฟิกที่ดีต้องขึ้นอยู่กับกรออกแบบที่ดีด้วย นับตั้งแต่หลักการเบื้องต้นของศิลปะ รวมถึงการเลือกใช้วัสดุอุปกรณ์ต่างๆ ที่นำมาใช้ในการผลิตวัสดุกราฟิก นอกจากนี้ยังต้องมีความรู้ในเรื่องเทคโนโลยีใหม่ๆ ซึ่งจะสามารถนำมาใช้ในการ

ออกแบบกราฟิกด้วยเพื่อที่จะสามารถพัฒนางานออกแบบให้ทันยุคสมัยที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา (จุฑารัตน์ จอกสูงเนิน,2556)

## 2) ความสำคัญของการออกแบบงานกราฟิก

งานกราฟิกชิ้นที่ดีจะทำให้เห็นถึงความคิดในการออกแบบเป็นเลิศ จะมีอิทธิพลโดยตรงที่จะโน้มน้าวผู้รับข้อมูลให้เกิดความสนใจและยอมรับ และในขณะเดียวกันก็ยังคงแสดงถึง

-เป็นสื่อกลางในการสื่อความหมายให้เกิดความเข้าใจตรงกัน จากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่งได้อย่างถูกต้องและชัดเจน

-สามารถทำหน้าที่เป็นสื่อ เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ เกิดการศึกษาเกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี

-ช่วยทำให้เกิดความน่าสนใจ ประทับใจ และน่าเชื่อถือแก่ผู้พบเห็น

-ช่วยให้เกิดการกระตุ้นทางความคิด และการตัดสินใจอย่างรวดเร็ว

-ก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์

-ทำให้ผู้พบเห็นเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ทั้งทางด้านการกระทำและความคิด

(จุฑารัตน์ จอกสูงเนิน,2556)

## 3) อิทธิพลของศิลปะในการออกแบบกราฟิก

องค์ประกอบสำคัญที่จะช่วยทำให้งานกราฟิกมีความโดดเด่นน่าสนใจ นักออกแบบจึงใช้หลักและวิธีการทางศิลปะเป็นแนวทางในการออกแบบ โดยพิจารณา ดังนี้

### 1. รูปแบบตัวอักษรและขนาด

การสร้างรูปแบบตัวอักษรให้มีรูปแบบแปลกตา สวยงามจะช่วยเร่งเร้าความรู้สึกตอบสนองได้เป็นอย่างดี โดยเน้นความชัดเจนสวยงาม สอดคล้องกับจุดประสงค์ สำหรับข้อความนำเรื่องและข้อความรายละเอียด นอกจากนั้นขนาดของตัวอักษรก็มีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่ากัน ขนาดของตัวอักษรทุกตัวบนชิ้นงานต้องมีความพอดี อ่านได้ง่าย สื่อความหมายได้ดีไม่ต้องคิดมาก นอกจากนั้นแล้วการจัดวางรูปแบบข้อความที่ดีก็จะช่วยให้การสื่อความหมายเป็น ไปอย่างมีประสิทธิภาพด้วย

### 2. การกำหนดระยะห่างและพื้นที่ว่าง

การจัดพื้นที่ว่างในการออกแบบกราฟิก มีวัตถุประสงค์เพื่อการจัดระเบียบของข้อมูล ช่วยเน้นความเป็นระเบียบและความชัดเจน ระยะห่างหรือพื้นที่ว่างจะช่วยพักสายตาในการอ่าน ทำให้ดูสบายตา สร้างจังหวะลีลาขององค์ประกอบภาพให้เหมาะสมและสวยงาม

### 3. การกำหนดสี

สีมีบทบาทอย่างมากที่ช่วยเน้นความชัดเจน ทำให้สะดุดตา สร้างสรรค์ความสวยงาม การกำหนดสีใดๆ ขึ้นอยู่กับประเภทของงานนั้นๆ ข้อสำคัญที่ควรคำนึงถึงคือ สีบนตัวภาพ พื้นภาพและตัวอักษร ต้องมีความโดดเด่น ชัดเจน เหมาะกับกลุ่มเป้าหมายซึ่งมีความชอบที่แตกต่างกัน นักออกแบบจะพยายามใช้สีเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์มากที่สุด

#### 4. การจัดวางตำแหน่ง

เป็นการจัดวางโครงร่างทั้งหมดที่จะกำหนดตำแหน่งขนาดของภาพประกอบ ตำแหน่งของข้อความทั้งหมด และส่วนประกอบอื่นๆที่ปรากฏ ซึ่งต้องคำนึงถึงจุดเด่นที่ควรเน้น ความสมดุลต่างๆ ความสบายตาในการมอง นักออกแบบต้องให้ความสำคัญต่อทุกๆส่วนที่ปรากฏบนชิ้นงานเท่ากันทั้งหมด ความพอเหมาะพอดีช่วยให้งานออกแบบมีความน่าเชื่อถือและน่าสนใจ

- สีทุกสี ในวงล้อเป็นสีแท้ เพราะทุกสีมีความเข้มหรือความสดใสในตัวของมันเองซึ่งเกิดจากการผสมของแม่สี
- เมื่อนำสีทุกสีมาผสมกันในอัตราส่วนที่เท่ากันจะทำให้เกิดสีเป็นกลาง
- สีที่อยู่ใกล้กันจะมีความกลมกลืนกัน เพราะเป็นการผสมสีจากสีร่วมกัน เช่น ม่วงแดง แดง และ แสดแดง
- สีตรงข้ามกันในวงล้อสีจะมีลักษณะสีที่ตัดกัน หรือเป็นปฏิปักษ์ต่อกัน เช่น สีแดง กับสีเขียว ฉะนั้นในวงล้อสีจึงมีสีที่ตัดกันอย่างแท้จริง อยู่ 6 คู่ การนำสีตรงข้ามมาใช้ในการออกแบบ จะช่วยทำให้ภาพน่าสนใจมากขึ้น แต่ต้องใช้ให้ถูกหลักการ คือไม่ควรใช้สีที่ตัดกันอย่างแท้จริง สัดส่วนที่เท่ากัน ถ้าจะใช้ควรจะมีสัดส่วนประมาณ 80 : 20 หรือมีฉะนั้นก็ต้องทำให้สีใดสีหนึ่ง หรือทั้งคู่ ลดความสดใสรุนแรงลงไป ที่เรียกว่า การเบรกสี หรือ ฆ่าสี ซึ่งอาจทำได้โดย
  - การทำให้สีจางลง โดยการเติมน้ำลงไปในสีแท้
  - การทำให้สีเข้มหรือมืด โดยการเติมสีดำลงไป
  - การใช้วิธีการใช้สีเทา ผสมลงเล็กน้อย จะทำให้สีหม่นลง หรืออาจใช้สีตรงข้ามเพียงเล็กน้อย ก็จะทำให้สีนั้นลดความสดใสไปได้ (จุฑารัตน์ จอกสูงเนิน, 2556, ออนไลน์)



ภาพ 8 ทฤษฎีสี

หมายเหตุ: ชั้นในสุดจะเป็นแม่สี (สีชั้นที่ 1 หรือสีปฐมภูมิ) ชั้นต่อมาได้จากการผสมกันของสีในชั้นที่ 1 เป็นสีชั้นที่ 2 (สีทุติยภูมิ) ชั้นต่อมาเป็นสีที่ได้จากการผสมสีชั้นที่ 2 ได้เป็น สีชั้นที่ 3 (สีตติยภูมิ)

ที่มา: <http://bowtysnoo.blogspot.com/2013/03/2-1.htm>

#### 4) วรรณะของสี

วรรณะของสี หมายถึง กลุ่มสีที่ปรากฏให้ความรู้สึกที่แตกต่างกัน สังเกตจากวงล้อสีจะปรากฏ เป็น 2วรรณะ คือ



ภาพ 9 สีโทนร้อน สีโทนเย็น

ที่มา: <http://bowtysnoo.blogspot.com/2013/03/2-1.html>

- วรรณะสีร้อน ลักษณะของสีจะให้ความรู้สึกสดใส ร้อนแรง ฉูดฉาด หรือรื่นเริง สีในกลุ่มนี้ได้แก่ สีเหลือง สีแดง สีแสด และสีที่ใกล้เคียง
- วรรณะสีเย็น ความรู้สึกที่ปรากฏในภาพจะแสดงความสงบ เยือกเย็นจนถึงความเศร้า ได้แก่ สีน้ำเงิน สีม่วง สีเขียว และสีที่ใกล้เคียง

#### สีแสดงอารมณ์

##### สีแดง

เป็นสีของไฟ การปฏิบัติ ความรู้สึกทางกามารมณ์ ความปรารถนา สีของความอ่อนเยาว์ ดังนั้นจึงเป็นที่ชอบมากสำหรับเด็กเล็กๆ สีแดงเป็นสีที่มีพลังมากสามารถบังคับสิ่งอื่นๆ จึงไม่เหมาะที่จะใช้เป็นสีพื้นหรือฉากหลัง

##### สีเหลือง เขียว และม่วงทุกระดับสี

มีค่าสีแตกต่างกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสีที่มาผสม สีดังกล่าวอาจทำให้เกิดความรู้สึกในทางบวก การแสดงออกเต็มไปด้วยความรู้สึกซาญฉาด หรือให้ความรู้สึกในทางลบ และเก็บกดก็เป็นได้ เมื่อนำสีแดงมาผสมกับสีขาวจะเป็นสีชมพู สีแดงจะลดพลังลง และทำให้รู้สึกถึงความอ่อนหวาน นุ่มนวล และความเป็นกวีขึ้นมาแทน แต่ถ้าสีแดงและเหลืองถูกผสมให้เข้ม ผลลัพธ์ก็คือสีน้ำตาล ซึ่งมีความอ่อนแก่ต่างกัน แต่ไม่ว่าจะอ่อนแก่เพียงใด สีประเภทน้ำตาลจะให้ความรู้สึกเกี่ยวกับพื้นดิน ความมั่นคง แข็งแรง เข้มแข็ง ความเป็นจริง อบอุ่น

### สีเหลือง

เป็นสีที่มีพลังในด้านความสว่างอย่างมาก ให้ความรู้สึกเย็นมากกว่าสีเหลืองอมส้ม แต่ก็อุ่นกว่าสีเหลืองอมเขียว สีเหลืองสะท้อนถึงสติปัญญามากกว่าจิตใจ คุณลักษณะของสีเหลือง จะรู้สึกได้เมื่อมีสีที่สองปรากฏอยู่ด้วย เช่น เมื่ออยู่กับสีเขียวจะทำให้รู้สึกมั่นคง และจับต้องได้มากขึ้น สีเขียวเป็นสีทางชีววิทยาซึ่งใกล้เคียงกับธรรมชาติ และช่วยให้ความคิดพุ่งพล่านสงบลง เป็นสีกลางๆ ไม่เย็นและไม่ร้อน แต่ถ้าเข้มข้นไปในทางสีน้ำเงินจะดูเป็นน้ำ สีเขียวอมฟ้า สีฟ้าพลอย เป็นสัญลักษณ์ของน้ำ และอาการเคลื่อนไหว โดยปกติแล้วสีเขียวอมฟ้าเป็นสีตรงข้ามกับสีฟ้า

### สีน้ำเงิน

เป็นสีที่เก็บกด ช่างฝัน เปลา่เปลี่ยว ถึงแม้ว่าจะทำให้โล่งขึ้นโดยการผสมสีขาวเข้าไปก็ตาม สีน้ำเงินให้ความประทับใจเกี่ยวกับความสะอาด บริสุทธิ์ จึงมักใช้ในที่ต้องการแสดงสุขอนามัย

### สีม่วง

แสดงถึงความใคร่ครวญ การทำสมาธิ ความลึกกลับ เวทมนต์คาถา และความเก่าแก่โบราณ แม้ว่าผสมสีขาวให้เป็นสีม่วงโลแลค ก็ยังทำให้คนที่มองเห็นไม่กล้าเข้าใกล้ ไม่รู้สึกเป็นมิตร สีม่วงครามซึ่งใกล้เคียงสีน้ำเงินมาก จะดูเกี่ยวข้องกับโลกมากกว่าสีม่วงแดง แต่ยังให้ความเป็นเจ้านายและเต็มไปด้วยเกียรติยศอยู่นั่นเอง

### สีดำ

ซึ่งเรียกว่า อรงค์ คือ ถือว่าไม่ใช่สีดำ เป็นสัญลักษณ์ของความมืด ความว่าง ในการตีพิมพ์สีดำมีค่าในทางบวกมาก เนื่องจากเมื่อเราไม่ใช่สีอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นภาพหรืออักษรวางลงไป ก็จะทำให้สีเหล่านั้นเจิดจ้าสะดุดตาขึ้น

### สีขาว

สีขาวก็เช่นกัน ไม่เป็นทั้งสีอุ่นและเย็น ยกเว้นเมื่ออยู่กับสีเหลือง จะทำให้สีเหลืองจืดจาง เราสามารถวางภาพหรืออักษรสีต่างๆ ลงบนพื้นขาวได้ผลดีเช่นเดียวกับสีดำ  
(จุฑารัตน์ จอกสูงเนิน, 2556, ออนไลน์)

### 5) หลักการพิจารณาเกี่ยวกับการใช้สี

การใช้สีในงานออกแบบกราฟิก มีวัตถุประสงค์ที่จะทำให้งานนั้นน่าดู สวยงาม และตื่นตาหรือส่งเสริมให้เนื้อหาสาระที่น่าเสนอมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น คนแต่ละวัยมีความสนใจกลุ่มสีแตกต่างกัน เด็กเล็กๆ จะสนใจสีสด เข้ม สะดุดตา ไม่ชอบสีอ่อน และจะสังเกตได้ว่าเมื่อมีอายุมากขึ้นก็ยิ่งไม่ชอบสีสดใสมากๆ กลับนิยมสีอ่อนหวาน นุ่มนวล การวางโครงสร้างสีในงานออกแบบกราฟิกในเชิงพาณิชย์ จึงต้องเน้นเรื่องวัยของกลุ่มเป้าหมายเป็นสำคัญ

(จุฑารัตน์ จอกสูงเนิน, 2556, ออนไลน์)

## 2.2.2 กระดาษ

### 2.2.2.1 ประวัติของกระดาษ

กระดาษของชาวอียิปต์โบราณ ผลิตจากกกชนิดหนึ่ง ที่เรียกว่า พาไพรัส (papyrus) และเรียกว่ากระดาษพาไพรัส พบว่ามีการใช้จารึกบทสวดและคำสาบาน บรรจุไว้ในพีระมิดของอียิปต์ นักประวัติศาสตร์เชื่อว่ามีการใช้กระดาษที่ทำจากพาไพรัสมาตั้งแต่ปฐมราชวงศ์ของอียิปต์ (ราว 3,000 ปีก่อนคริสตกาล)

สำหรับวัสดุที่ใช้เขียนนั้น ในสมัยโบราณมีด้วยกันหลายอย่าง เช่น แผ่นโลหะ หิน ใบลาน เปลือกไม้ ฝ้ายไหม ฯลฯ ผู้คนสมัยโบราณคงจะใช้วัสดุต่างๆ หลากหลายเพื่อการบันทึก ครั้นเมื่อราว ค.ศ. 105 สมัยพระเจ้าจักรพรรดิโฮตี[1] ชาวจีนได้ประดิษฐ์กระดาษโดยชาวเมืองลีบงชื่อว่า ไช่ลุง (Ts'ai'Lung) ใช้เปลือกไม้เศษแหวนเก่าๆมาต้มจนได้เยื่อกระดาษและมาเกลี่ยบนตระแกรงปล่อยให้แห้งและหลังจากนั้นได้มีการใช้วิธีผลิตกระดาษเช่นนี้แพร่หลายอย่างรวดเร็ว

กระดาษถูกนำจากประเทศจีนสู่โลกมุสลิมผ่านสงครามทัลลัส (Tallas) ในปี ค.ศ. 751 ที่กองทัพจีนรบกับกองทัพมุสลิม เซลยศึกชาวจีน 2 คนได้เปิดเผยวิธีการทำกระดาษแก่ชาวมุสลิมก่อนได้รับการปล่อยตัวไป จากนั้นมุสลิมได้ทำให้การทำกระดาษเปลี่ยนจากศิลปะไปเป็นอุตสาหกรรมกระดาษ ทำให้มีการพัฒนาการศึกษาในโลกมุสลิมอย่างกว้างขวาง มุสลิมในสมัยกลางจึงเจริญก้าวหน้าด้านศิลปวิทยาการที่สุดในโลก

ชาวมุสลิมปรับปรุงวิธีการทำกระดาษใช้ผ้าลินินแทนเปลือกของต้นหม่อนอย่างที่ชาวจีนทำ เศษผ้าลินินไม่เนาเปื่อย แต่จะเปียกโชกอยู่ในน้ำ และหมักอยู่ในนั้น เศษผ้าที่ต้มแล้วจะปราศจากกากที่เป็นต่างและสิ่งสกปรกอื่น ๆ จากนั้นเศษผ้าจะถูกนำมาตอกด้วยค้อนให้เป็นเยื่อ เทคนิคที่ทำให้เป็นเยื่อแบบนี้ถูกพัฒนาโดยชาวมุสลิม แบกแดด ราชธานีของอาณาจักรอับบา-ซิด สมัยนั้นเต็มไปด้วยโรงงานทำกระดาษ จากนั้นยังกระจายไปสู่อีกหลาย ๆ ส่วนของโลก กระดาษที่ส่งออกไปยุโรปโดยมากทำในเมืองดามัสกัส (ซีเรีย) เมื่อขยายการผลิตเพิ่มขึ้น กระดาษจึงมีราคาถูกลง คุณภาพดีขึ้นและมีจำหน่ายแพร่หลาย

จากนั้นโรงงานกระดาษที่เฟื่องฟูอยู่ในอิรัก ซีเรีย และปาเลสไตน์ ก็ขยายตัวไปสู่ทางตะวันตก ในทวีปแอฟริกา โรงงานกระดาษแห่งแรกของประเทศอียิปต์ตั้งขึ้นในปีค.ศ. 850 จากนั้นขยายไปมออคโค และในปีค.ศ. 950 ได้ขยายไปยังอันดาลูเซีย อาณาจักรมุสลิมสเปน

กระดาษถูกผลิตขึ้นครั้งแรกในยุโรปโดยมุสลิมมัวร์ โดยวัสดุที่ใช้ทำกระดาษคือปอชั้นดีของบาเลนเซียและมัวร์เซีย โดยมีศูนย์กลางโรงงานกระดาษของอันดาลูเซีย ที่เมืองซาติวา (Xativa หรือ Jativa) ใกล้บาเลนเซีย จากสเปนและเกาะซิซิลีซึ่งในขณะนั้นเป็นอาณาจักรมุสลิม การทำกระดาษได้ขยายไปสู่ชาวคริสเตียนในอิตาลี จากนั้นในปีค.ศ. 1293 มีการตั้งโรงงานกระดาษที่โบโลญญา

(Bologna) ในปีค.ศ. 1309 เริ่มมีการใช้กระดาษเป็นครั้งแรกในอังกฤษ จากนั้นในปลายศตวรรษที่ 14 ชาวเยอรมันจึงเพิ่งรู้จักกระดาษ (วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี, 2558, ออนไลน์)

#### 2.2.2.2 ประเภทของกระดาษ

##### กระดาษพิมพ์เขียนชนิดเคลือบผิว

- กระดาษอาร์ตมันสองหน้า
- กระดาษอาร์ตการ์ดสองหน้า
- กระดาษอาร์ตด้าน
- กระดาษอาร์ตมันหน้าเดียว
- กระดาษอาร์ตคาร์บอนเลส

##### กระดาษพิมพ์เขียนชนิดไม่เคลือบผิว

- กระดาษออฟเซต สำหรับเทคโนโลยีงานพิมพ์แบบออฟเซต
- กระดาษถ่ายเอกสาร ใช้กับอุปกรณ์สำนักงานทั่วไป เช่น เครื่องถ่ายเอกสาร โทรสาร เครื่องพิมพ์อิงค์เจ็ต เครื่องพิมพ์เลเซอร์ เป็นต้น
- กระดาษคอมพิวเตอร์ มีเนื้อกระดาษบาง รูปแบบจัดจำหน่ายโดยมากมีลักษณะเป็นม้วน พร้อมรูปรูด้านข้าง ตัวอย่างที่พบเห็นได้บ่อย เช่น ใบเสร็จรับเงิน
- กระดาษขาวพรีเมียมไวท์ / การ์ดสี
- กระดาษแอร์เมล์ กระดาษสำหรับใช้งานพิมพ์หรือเขียนจดหมายส่งต่างประเทศ มีน้ำหนักเบาเป็นพิเศษกว่ากระดาษทั่วไป ช่วยลดค่าใช้จ่ายในการส่งจดหมายซึ่งคิดตามน้ำหนักของกระดาษ
- กระดาษถนอมสายตา หมายถึงกระดาษที่มีอัตราการสะท้อนแสงน้อยกว่ากระดาษทั่วไป ซึ่งจะมีสีที่หม่นกว่าปกติเล็กน้อย
- กระดาษแบงก์สี หมายถึงกระดาษที่ใช้ในธนาคาร มีสีสันต่างๆ หลากหลาย

##### กระดาษชนิดพิเศษแบบเคลือบผิว

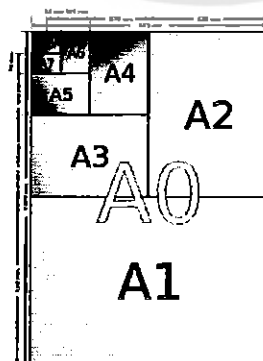
- กระดาษอาร์ตอัดลาย
- กระดาษอาร์ตการ์ดหน้าเดียว
- กระดาษอาร์ตกึ่งมัน



### กระดาษชนิดพิเศษแบบไม่เคลือบผิว

- กระดาษการ์ดขากันเชื้อรา
- กระดาษคราฟท์ขาว
- กระดาษคราฟท์เหลืองอ่อน
- กระดาษคราฟท์เหลืองทอง
- กระดาษคราฟท์ครีม
- กระดาษคราฟท์เขียว (เลคเยอร์)
- กระดาษคั่นกระจก ใช้สำหรับสอดคั่นกลางระหว่างกระจกแต่ละแผ่น เป็นกระดาษที่ผ่านกรรมวิธีผลิตแบบกรด จึงไม่ทิ้งคราบต่างไว้บนกระจก
- กระดาษคั่นสแตนเลส
- กระดาษคราฟท์ขาว MF
- กระดาษคราฟท์ขาว MG
- กระดาษเบสรูปลอกเซรามิค
- กระดาษขาวการ์ดขาวไปรษณียบัตร สำหรับพิมพ์แผ่นไปรษณียบัตร
- กระดาษขาวการ์ดขาวลายผ้า
- กระดาษบังสีรถยนต์
- กระดาษลิตมัส ใช้สำหรับการทดสอบความเป็นกรด, ด่าง ของสารละลาย
- ส่วนนี้รอเพิ่มเติมข้อมูล คุณสามารถช่วยเพิ่มเติมข้อมูลในส่วนนี้ได้

### มาตรฐานโลกสำหรับขนาดของกระดาษ



ภาพ 10 ตัวอย่างขนาดกระดาษ

ที่มา: <https://th.wikipedia.org/wiki/กระดาษ>

- มาตรฐาน A

2A 1189 x 1682 มม 46.81 x 66.22 นิ้ว

A0 841 x 1189 มม 33.11 x 46.81 นิ้ว

A1 594 x 841 มม 23.39 x 33.11 นิ้ว

A2 420 x 594 มม 16.54 x 23.39 นิ้ว

A3 297 x 420 มม 11.69 x 16.54 นิ้ว

A4 210 x 297 มม 8.27 x 11.69 นิ้ว

A5 148 x 210 มม 5.83 x 8.27 นิ้ว

A6 105 x 148 มม 4.13 x 5.83 นิ้ว

A7 74 x 105 มม 2.91 x 4.13 นิ้ว

A8 52 x 74 มม 2.05 x 2.91 นิ้ว

A9 37 x 52 มม 1.46 x 2.05 นิ้ว

A10 26 x 37 มม 1.02 x 1.46 นิ้ว

- มาตรฐาน B

B0 1000 x 1414 มม 39.37 x 55.67 นิ้ว

B1 707 x 1000 มม 27.83 x 39.37 นิ้ว

B2 500 x 707 มม 19.68 x 27.83 นิ้ว

B3 353 x 500 มม 13.90 x 19.68 นิ้ว

B4 250 x 353 มม 9.8 x 13.90 นิ้ว

B5 176 x 250 มม 6.93 x 9.84 นิ้ว

B6 125 x 176 มม 4.92 x 6.93 นิ้ว

B7 88 x 125 มม 3.46 x 4.92 นิ้ว

B8 62 x 88 มม 2.44 x 3.46 นิ้ว

B9 44 x 62 มม 1.73 x 2.44 นิ้ว

B10 31 x 44 มม 1.22 x 1.73 นิ้ว

- มาตรฐาน C

C3 324 x 458 มม 12.76 x 18.03 นิ้ว

C4 229 x 324 มม 9.02 x 12.76 นิ้ว

C5 162 x 229 มม 6.38 x 9.02 นิ้ว

C6 114 x 162 มม 4.49 x 6.38 นิ้ว

C7 81 x 114 มม 3.19 x 4.49 นิ้ว

DL 110 x 220 มม 4.33 x 8.66 นิ้ว

(วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี,2558,ออนไลน์)

### 2.2.3 การสร้างภาพประกอบ

#### 2.2.3.1 ความรู้เกี่ยวกับการสร้างภาพประกอบ

ภาพประกอบมีความสำคัญต่อการเรียนรู้ของมนุษย์มายาวนาน เป็นเครื่องบ่งชี้ถึง ศิลปวัฒนธรรมความเป็นไปของมนุษย์ มีความสำคัญต่อประวัติศาสตร์เกือบทุกด้าน เป็นเสมือนเทป บันทึกอดีต เป็นรากฐานของการสร้างงานอดีตสู่ปัจจุบัน ดังตัวอย่างการเขียนภาพประกอบผนังถ้ำ ตั้งแต่ยุคสมัยหินประวัติศาสตร์ของอียิปต์ กรีก โรมัน และอีกหลายชาติ ที่มีเรื่องราวให้คนรุ่นหลัง ได้ เรียนรู้จากภาพประกอบเหล่านั้น ดังนั้นภาพประกอบคือตัวบอกคุณสมบัติ เล่าเรื่องสิ่งที่ต้องการชี้แนะ บอกเล่าให้รู้กระจ่าง ที่ผู้ดูแล้วสามารถรู้เรื่องเข้าใจกระจ่างชัดได้ในทันที เป็นสิ่งสำคัญโน้มน้าว ให้ผู้ดู เกิดความรู้สึกตอบสนอง บางกรณี ภาพประกอบจะให้ความเข้าใจได้ดีกว่าการพรรณาคำอักษร แต่เรา ไม่อาจสรุปได้ว่า ระหว่างตัวอักษรกับภาพประกอบ อะไรให้ความเข้าใจได้ชัดเจนกว่ากัน อย่างไรก็ตาม ผู้สร้างภาพประกอบ ต้องเป็นผู้มีความสามารถในการประมวลความรู้สึก ความจำ ความคิด อันเป็น จินตนาการจากคำบอกเล่าหรือความรู้สึกที่มองไม่เห็นเป็นรูปธรรมให้เห็นได้ ดังนั้นผู้สร้างภาพประกอบ จึงนับว่ามีความสำคัญระดับหนึ่ง

ในปัจจุบันภาพประกอบมีความสำคัญต่อการออกแบบโฆษณาและงานสิ่งพิมพ์ทุกชนิด การจัดองค์ประกอบของภาพและตัวอักษร จึงมีความหมายทั้งความงาม ความกลมกลืน และจิตวิทยา การรับรู้ของกลุ่มเป้าหมายเป็นสำคัญด้วย ระหว่างภาพประกอบกับตัวอักษรที่บรรยายในทางออกแบบ นั้น สิ่งใดให้ความรู้สึก ความรู้ ความเข้าใจได้ดีกว่า อย่างไรก็ตาม ทั้งภาพและข้อความ เมื่อมาจัด รวมกันต้องส่งเสริมความสำคัญซึ่งกันและกัน ให้นำเชื่อถือ น่าสนใจ (วรรณรัตน์ ตั้งเจริญ,2556,ออนไลน์)

#### 2.2.3.2 หน้าที่ของภาพประกอบกับงานออกแบบกราฟิก

1. แสดงรูปร่างลักษณะสิ่งของ สินค้า หรือสิ่งต่างๆ ที่ต้องการให้เห็นเป็นรูปธรรม
2. เป็นสิ่งที่ชี้นำดึงดูดความสนใจให้ผู้พบเห็นเกิดความรู้สึกคล้อยตาม พอใจ ต้องการติดตามไปดู
3. ตกแต่งสิ่งพิมพ์ให้สวยงามเป็นที่พิกสายตามือใช้ร่วมกับตัวอักษร

ดังนั้น การสร้างภาพประกอบจึงมีความสำคัญ ซึ่งผู้สร้างภาพประกอบต้องคำนึงถึงคุณภาพ ของผลสำเร็จ เมื่อนำไปใช้ด้วยทุกครั้ง สิ่งหนึ่งที่ผู้สร้างภาพประกอบควรคำนึงถึงคือ การนำวัสดุและ เทคนิคต่างๆมาใช้ ซึ่งวัสดุและเทคนิคเป็นสิ่งสำคัญ ที่จะช่วยให้ภาพมีคุณภาพดีและสวยงาม ภาพประกอบในปัจจุบันมีราคาไม่ต่างกับงานศิลปะ ยิ่งผู้สร้างงานมีพื้นฐานเรียนรู้ศิลปะโดยตรง ภาพประกอบจะยิ่งมีคุณค่า มีราคา เพราะงานคนทั่วไปไปเข้าใจได้ง่ายในทันทีที่เห็น มีเทคนิค สร้างสรรค์ ดึงดูดความสนใจ และมีคนจำนวนไม่น้อย ที่ชอบภาพประกอบที่มีเทคนิค ความคิด

สร้างสรรค์ของผู้สร้างงาน ผสมกับการใช้วัสดุอย่างมีคุณภาพ นำภาพประกอบไปตกแต่งฝาผนังบ้านตามรสนิยม

วัสดุและเทคนิคการสร้างภาพประกอบ เป็นสิ่งสำคัญอย่างหนึ่ง วัสดุที่เป็นพื้นฐานสำหรับการวาดภาพ ได้แก่ ดินสอ ดินสอที่ใช้ควรใช้เกรดดินสอที่แตกต่างกัน ไม่ใช่ใช้ดินสอแห่งเดียววาดภาพได้ทั้งหมด ทั้งนี้เกรดอ่อนแก่ของดินสอ ช่วยสร้างความกลมกลืนภายในภาพได้ดีกว่า การผ่อนหนักผ่อนเบาผ่อนน้ำหนักมือขณะวาดภาพ กระดาษที่ใช้กับดินสอดำ ดินสอสี ควรเป็นกระดาษสีขาวเกรดสูง การแรเงาประสานกลมกลืนมีส่วนทำให้ภาพนุ่มสบายตา วัสดุที่ใช้เราสามารถแบ่งตามคุณสมบัติคือ วัสดุประเภทแห้ง (Dry media) ได้แก่ ดินสอ ดินสอคาร์บอน ดินสอสี ชาร์โคล เครยอง พาสเทล วัสดุเปียก ได้แก่ สีน้ำ สีน้ำมัน สีหมึก สีอะครีลิก สีโปสเตอร์ ซึ่งเทคนิคจะเปลี่ยนไปตามคุณสมบัติของวัสดุที่ใช้ เทคนิคที่ใช้สำหรับการสร้างภาพประกอบมีหลากหลาย ได้แก่ วิธีพ่น (Airbrush) พิมพ์(printing) ปะติด (Collage and Assemblage) วัสดุผสม (Mixed media) เทคนิคการล้างภาพ เช็ดภาพ ขูดขีด (ใช้กับภาพสีน้ำ สีน้ำมัน สีอะครีลิก)

การสร้างภาพประกอบจำเป็นต้องนึกถึงลักษณะงานที่ใช้สอยด้วย เช่นภาพประกอบในหนังสือพิมพ์ ต้องการภาพประกอบที่เป็นความจริง แสดงบรรยากาศของจริง เหตุการณ์จริง มักเป็นภาพที่ไม่ต้องการเทคนิคมาก เป็นเพียงคำบอกเล่า เข้าใจง่าย มักใช้ภาพถ่ายเป็นภาพประกอบ ส่วนภาพประกอบในนิตยสาร นิยมทั้งภาพถ่ายที่มีการจัดองค์ประกอบให้สวยงาม พอๆ กับการเขียนภาพประกอบเรื่องราว ที่มีการเปิดกว้างทางด้านเทคนิคการทำงานมาก ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับนิตยสารนั้นว่าเน้นเรื่องใดเป็นหลัก ภาพประกอบปกหนังสือ ถ้าเป็นประเภทปกหุ้ม ภาพประกอบควรเป็นเรื่องราวต่อเนื่องในภาพเดียวกัน มีความสัมพันธ์กันระหว่างปกหลังและสันปกด้วย ภาพประกอบประเภทเล่าเรื่องหรือบรรยายด้วยภาพ (Narrative illustration) ภาพประกอบประเภทนี้ต้องการความละเอียดสมจริง ดูแล้วรู้ในทันทีว่าเป็นเรื่องอะไร นิยมใช้ภาพวาดมากกว่าภาพถ่ายรูป เพราะการวาดภาพจะได้รับความสวยงามของเทคนิค ความละเอียดประณีตมีเสน่ห์มากกว่าภาพถ่าย (นิยมใช้กับนิยาย นิทานโบราณ)

การประกอบตกแต่งหน้าหนังสือ (Decorative illustration) นิยมใช้กับหนังสือที่ต้องการความสวยงาม และการชี้แนะโดยใช้ภาพประกอบที่เข้าช่วยบางจุด การจัดวางรูปภาพให้เหมาะสมจะช่วยให้หนังสือน่าอ่านน่าซื้อมากยิ่งขึ้น ภาพประกอบประเภทนี้ จึงมีความสวยงามของการออกแบบภาพผสมกับตัวอักษร ถ้าต้องการความสะอาด ความสวยงาม ความน่ารัก มักใช้พื้นกระดาษสีขาวเขียนภาพด้วยสีน้ำ จะโปร่งเบากว่าการใช้ภาพถ่าย

ภาพประกอบที่นำไปใช้หลากหลายแตกต่างกัน จำเป็นต้องมีลักษณะพิเศษไม่เหมือนกัน เช่น ภาพประกอบที่มีลักษณะเฉพาะเกี่ยวกับร่างกาย ประเภทภาพประกอบกายวิภาค (Medical illustration) ภาพประวัติศาสตร์ หรือภาพประกอบที่เกี่ยวกับแฟชั่นเสื้อผ้า ภาพประกอบประเภท

เทคนิค (Technical illustration) ต้องการความถูกต้องของเครื่องยนต์กลไกต่างๆ ยังต้องการความละเอียดมาก เพื่อความเข้าใจ ซึ่งใช้วิธีถ่ายภาพไม่ได้ ทั้งนี้เพราะเป็นการออกแบบงานเบื้องต้นก่อนไปทำเป็นหุ่นจำลอง และนำไปสร้างจริง เช่น ภาพประกอบชิ้นส่วนภายในเครื่องจักรกลของรถยนต์และเครื่องบิน เป็นต้น (วรรณรัตน์ ตั้งเจริญ,2556,ออนไลน์)

### 2.2.3.3 การสร้างภาพประกอบ

1. การสร้างภาพประกอบด้วยการวาดรูปภาพที่จะใช้ประกอบด้วยมือ วิธีนี้เป็นวิธีที่ใช้มาก่อน เป็นการแก้ปัญหาที่มนุษย์จะนำภาพประกอบมาใช้อธิบาย หรือบอกในสิ่งที่อยากบอกให้ชัดเจน และขยายความเข้าใจ โดยใช้ตัวอักษรมาช่วย ซึ่งสมัยก่อนนั้นยังไม่ใช้กล้องถ่ายรูปบันทึกภาพไว้ แม้ในปัจจุบันการเขียนภาพประกอบด้วยมือยังมีความสำคัญอยู่แม้เทคโนโลยีต่างๆ จะนำสมัยไปมากแล้วก็ตามคุณค่าของภาพประกอบที่เขียนด้วยมือจะมีความประณีต ความมีเสน่ห์ของงานศิลปะและเป็นภาพประกอบที่ไม่อาจทำซ้ำได้อีก อาจได้ใกล้เคียง แต่ไม่สามารถเก็บได้เหมือนทั้งหมด ซึ่งภาพประกอบมีทั้งแบบเหมือนจริง และแบบการ์ตูน

2. การสร้างภาพประกอบจากการถ่ายรูป วิธีนี้มีการคิดค้นกันมาตั้งแต่สมัย ค.ศ.1410 มีการพัฒนามาเป็นลำดับจนถึง ค.ศ.1490 และประมาณปี ค.ศ.1800 ลิสซิกี้ (Lissisky) ชาวรัสเซีย และโมฮอลย-นอจ (Moholy-Nagy) ชาวฮังการีเรียน แห่งสถาบันบาวเฮาส์(Bauhaus) ได้เริ่มนำภาพถ่ายเข้ามาในระบบพิมพ์งาน

ความแตกต่างของภาพประกอบที่เป็นภาพเขียนและภาพถ่ายคือ ภาพถ่ายสามารถเห็นความจริงของสิ่งที่ต้องการได้หมดอย่างละเอียดและเป็นธรรมชาติ ภาพประกอบที่เป็นภาพเขียนสามารถใส่สี ใส่ความรู้สึกของจินตนาการ อาจแสดงควมมีชีวิตชีวาของสี แสงเงาที่สร้างได้ ซึ่งภาพประกอบของทั้งสองอย่างนี้ต่างกัน จึงขึ้นอยู่กับลักษณะของงาน ความต้องการของลูกค้า ว่าต้องการภาพประกอบแบบใด

3. การสร้างภาพประกอบด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ ในปัจจุบันคอมพิวเตอร์มีบทบาทมาก มีโปรแกรมสำหรับสร้างภาพ มีรูปของโปรแกรมให้เลือกลักษณะภาพประกอบที่ได้ลักษณะแตกต่างกันออกไปมีรูปแบบที่ออกแบบสำเร็จแล้ว กับรูปแบบที่ต้องการสร้างขึ้นใหม่ มีความใกล้เคียงกับการสร้างภาพประกอบด้วยมือ แต่มีอุปกรณ์ใช้งานได้หลากหลายและสะดวก ภาพประกอบที่สร้างด้วยคอมพิวเตอร์สามารถใช้เทคนิคตัดต่อ ตกแต่งเพิ่มเติมได้ ทำให้ได้ภาพประกอบรูปแบบแปลก ทั้งนี้เพราะมีอุปกรณ์ใช้งานเป็นเทคนิคสามารถสร้างภาพได้หลากหลาย ภาพประกอบจากคอมพิวเตอร์กำลังเป็นที่นิยมแพร่หลายในวงการสิ่งพิมพ์มาก

(วรรณรัตน์ ตั้งเจริญ,2556,ออนไลน์)

### 2.2.3.4 รูปแบบของภาพประกอบ

1. รูปแบบเหมือนจริง (Realistic Style) เป็นรูปแบบที่ต้องการความเป็นธรรมชาติ ความถูกต้อง และบรรยากาศของความเป็นจริงขณะนั้น นิยมใช้กับภาพถ่าย ใช้ภาพประกอบปกหนังสือพิมพ์ นิตยสาร ประกอบหนังสือวิชาการต่างๆ ที่ต้องการความถูกต้อง เพราะต้องการความเข้าใจ ง่ายต่อการรับรู้ของคนทั่วไป
2. รูปแบบดัดแปลงธรรมชาติ (Modulation Style) เป็นรูปแบบที่สร้างขึ้น เพื่อให้สอดคล้องกับเรื่องราว เนื้อหา ซึ่งไม่มีในธรรมชาติ เช่นภาพการ์ตูน ภาพซ้อน (เทคนิคการถ่ายภาพหรือการจัดองค์ประกอบในการเขียนภาพซ้อนกัน)
3. รูปแบบอิสระ (Free Style) เป็นรูปแบบที่ไม่แสดงเรื่องราวเนื้อหา อาจจะเป็นเพียงลวดลาย รูปทรง แปลก หรือต้องการความสวยงามของสีเส้นมากกว่าเนื้อหา เป็นต้น  
(วรรณรัตน์ ตั้งเจริญ,2556,ออนไลน์)

### 2.2.4 แผนภูมิรูปภาพ (Pictogram)

#### 2.2.4.1 Pictogram คืออะไร

Pictogram คือ กราฟิกที่ใช้แทนหรือเสริมคำพูด Pictogram ช่วยแก้ปัญหาดังต่อไปนี้

- มีพื้นที่อธิบายด้วยตัวอักษรไม่พอ
- ไม่มีเวลาในการอธิบายอย่างละเอียด
- ใช้คำพูดสื่อสารไม่เข้าใจ

Pictogram ช่วยประหยัดพื้นที่ ร่นระยะเวลาให้สั้นลง ใช้แทนสิ่งที่ใช้คำพูดสื่อสารไม่ได้ โดยจับเอาใจความสำคัญของสิ่งที่อยากจะสื่อมาแปลงเป็นภาพ ดังนั้น เราจึงสามารถเพิ่มทักษะการวิเคราะห์และการออกแบบได้ผ่านการทำ Pictogram  
ทักษะที่จำเป็นในการทำ Pictogram

ทักษะที่จะเป็นในการทำ Pictogram คือ ทักษะการวิเคราะห์และทักษะด้านการตีไซน์ดังที่เห็นกันว่า Pictogram คือ การทำรูปกราฟิก แน่แน่นอนว่าต้องมีทักษะด้านการตีไซน์ บางคนอาจจะยังไม่เข้าใจว่าทำไมต้องใช้ทักษะการวิเคราะห์ด้วย มาลองคิดกันดูว่า ถ้าเราออกแบบ Pictogram ที่ใช้สื่อถึงการแข่งขันโอลิมปิก เราจำเป็นต้องวิเคราะห์อะไรบ้าง

การวิ่งมาราธอน การวิ่ง100เมตรหรือกีฬาพุ่มน้ำหนัก ใช้สื่อแทนกีฬาบนบกทั้งหมดได้ไหม มันต่างจากกีฬาฤดูหนาวหรือมวยปล้ำอย่างไร ถ้าไม่สามารถตอบคำถามเหล่านี้ได้ชัดเจน ต่อให้มีฝีมือในการออกแบบแค่ไหนก็ไม่สามารถทำ Pictogram ที่ดีออกมาได้

(Jun Sakurada,2015,หน้า 22-23)

### 2.2.4.2 ขอบเขตการใช้งาน Pictogram

Pictogram ถูกนำไปใช้อย่างแพร่หลายในสถานที่ต่างๆมากมาย เช่น ตามท้องถนน อาคาร สถานี หรือในห้างร้านค้าต่างๆ โดยทำหน้าที่สื่อสารข้อมูลแทนคำพูดที่ไม่ว่าจะเป็นเด็กหรือคนชรา ผู้ชายหรือผู้หญิงหรือไม่ว่าจะเป็นคนชาติใดก็ตามสามารถเข้าใจได้ง่าย อาจจะกล่าวได้ว่า Pictogram ถูกนำไปใช้มากที่สุดในบริเวณที่สาธารณะ แต่นอกเหนือจากนั้นก็ยังมีการใช้งานที่หลากหลาย

- เอกสารฟรีเซนต์งาน
- แพ็คเกจสินค้า
- คู่มืออธิบายสินค้า
- คอมพิวเตอร์
- หน้าจอมือถือ
- เว็บไซต์
- อินโฟกราฟิก
- คลิปโปรโมทสินค้า
- งานศิลปะ

(Jun Sakurada, 2015, หน้า 25-29)

### 2.2.4.3 ขั้นตอนการทำ Pictogram

มี 5 ขั้นตอนหลักในการทำ Pictogram เริ่มจากทำความเข้าใจภาพรวมก่อน แล้วค่อยไปลงรายละเอียดในแต่ละขั้นตอน แม้ว่าจะต้องมีการแก้งานกันบ้างระหว่างที่ทำ แต่ก็ค่อยๆทำตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

#### 1. เช็ควัตถุประสงค์ในการใช้งาน

ในความเป็นจริงแล้ว ขั้นตอนนี้สามารถนำไปใช้กับงานดีไซน์ได้ทุกชนิด เราจะต้องดูวัตถุประสงค์ในการใช้งานก่อน แล้วจึงเริ่มออกแบบ มีคำถาม 4 ข้อที่เราจะต้องตอบให้ได้ เพื่อเช็คจุดประสงค์ในการใช้งาน

ทำไม

นอกจาก Pictogram แล้วก็ยังมีการใช้ภาพในรูปแบบอื่นๆ อีกมากมายที่สามารถสื่อสารข้อมูลเช่น รูปถ่าย หรือ Illustration แล้วทำไมเราต้องใช้ Pictogram ละ ลองคิดโดยใช้เหตุผลต่อไปนี้ประกอบดู

- **อยากเอาไปใช้หลายๆที่**

ถ้าใช้รูปซ้ำๆหลายๆครั้ง บางครั้งก็อาจจะมากเกินไป แต่ Pictogram เป็นการทำรูปสไตลโครงร่างภาพเงา(ซิลูเอต) แม้จะใช้ซ้ำกันหลายๆที่ ก็ยังรู้สึกไม่มากเกินไป

- **อยากได้ความหลากหลาย**  
ถ้าจะสร้างความหลากหลายให้กับรูปถ่ายหรือภาพ Illustration ก็อาจจะต้องเหนื่อยทำหน่อย เมื่อเทียบกับ Pictogram แล้ว สามารถสร้างรูปแบบที่หลากหลายได้ง่ายกว่า
- **ไม่อยากสร้างความเฉพาะเจาะจง**  
สมมติว่า ธีมคือดอกไม้ ถ้าเป็นรูปถ่ายหรือภาพ Illustration ก็จะได้ภาพลักษณะของชนิดหรือสีของดอกไม้ที่ชัดเจน แต่รูปที่เป็น Pictogram นั้นยังมีความเป็น Abstract มากกว่า สามารถสื่อถึงดอกไม้โดยรวมได้ไม่จำกัดไปที่ประเภทใดประเภทหนึ่ง
- **ไม่ยุ่งยากในการทำตามคอนเซ็ปต์**  
ถ้าเป็นรูปถ่ายหรือภาพ Illustration อาจจะต้องใช้เวลาในการรวบรวมองค์ประกอบที่ตรงตามแนวคิดที่อยากได้ แต่งานดีไซน์ของ Pictogram นั้นเรียบง่าย เลยสามารถนำไปใช้ประกอบกับงานดีไซน์อื่นๆ ได้กว้างกว่า

### ที่ไหน ?

จะนำ Pictogram ไปใช้ที่ไหน สถานที่ใช้งานนั้นส่งผลต่อขนาดและความละเอียดในการออกแบบ แบ่งคร่าวๆได้เป็น 4 ประเภท ซึ่งอินโฟกราฟิกนั้นมักถูกนำไปใช้ในสื่อที่เป็นสิ่งพิมพ์หรือกราฟิกในหน้าจออิเล็กทรอนิกส์

- **งานภายนอกอาคาร**  
ที่เห็นกันมากที่สุดสำหรับงานประเภทกลางแจ้งก็คือป้ายสัญลักษณ์ป้ายจราจรต่างๆแต่ละหน่วยงานจะต้องทำป้ายจราจรตามกฎระเบียบที่ส่วนกลางระบุไว้ ดีไซน์เนอร์เลยไม่มีโอกาสทำ Pictogram เฉพาะสำหรับงานป้ายจราจร สิ่งสำคัญที่สุดในการทำป้ายที่ใช้กลางแจ้งคือ ต้องสามารถเข้าใจความหมายได้ในระยะไกล Pictogram ที่ต้องตั้งใจดูถึงจะเข้าใจนั้นจะกลายเป็นสิ่งที่สร้างความสับสนไป
- **งานภายในอาคาร**  
พูดถึงงานในอาคาร ส่วนมากก็จะเป็นป้ายตามสถานีหรือห้างสรรพสินค้าต่างๆ ในการบอกตำแหน่งของทางหนีไฟ ห้องน้ำ ลิฟต์ เป็นต้น มีทั้งแบบที่ใช้ Pictogram มาตรฐานตามกฎหมาย และสร้าง Pictogram แบบออริจินอลขึ้นมาเอง
- **สื่อสิ่งพิมพ์**  
เราสามารถพบเห็นได้ทั่วไป เช่น แผนที่หรือโบปลิว งานดีไซน์ในนิตยสารหรือหนังสือพ็อกเก็ตบุ๊กหรือตามอินโฟกราฟิกสำหรับสิ่งพิมพ์ สิ่งที่แตกต่างกันจากการใช้งานของงานภายในภายนอกอาคารคือ กลุ่มผู้ใช้งานที่ค่อนข้างจำกัด โอกาสที่คนจะเห็นงานออริจินัลค่อนข้างก็มี



เยอะ ส่วนมากจะเห็นได้ว่าดีไซน์เนอร์จะเว้นระยะรอบๆ Pictogram ไว้ประมาณ 1-2 ซม. ไม่นั้นนั้นเวลาพิมพ์ออกมาจะดูรกๆ มองยาก แต่ระยะนี้ก็ไม่ถึงกับเป็นกฎตายตัว

- กราฟิกบนหน้าจออิเล็กทรอนิกส์

ส่วนมากจะเป็นการเปิดเว็บไซต์ที่การใช้งานแอปพลิเคชันต่างๆ ในสมาร์ทโฟน หรือการดูข้อมูลอินโฟกราฟิกที่มีการอัปเดตไว้ในอินเทอร์เน็ต เทียบกับงานสิ่งพิมพ์แล้วมีขนาดเล็กลงไปอีก ตอนทำไม่ควรคิดว่า ทำใหญ่ก่อนแล้วค่อยย่อรูปทีหลัง แนะนำว่าควรทำขนาดเล็กที่สุดที่คิดว่าสามารถนำไปใช้ได้จริงจะดีกว่า เพราะถ้ามาย่อทีหลัง เส้นหรือช่องว่างต่างๆ อาจจะเสียรูปได้

### ใคร?

ถึงแม้จะเป็น Pictogram ที่สื่อความหมายเดียวกัน แต่ก็อาจมีดีไซน์ไม่เหมือนกัน ใครคือคนดู Pictogram นั้น ต้องดูก่อนว่ามีกลุ่มเป้าหมายหรือไม่ ถึงจะเลือกได้ว่าจะใช้ดีไซน์แบบทั่วไปหรือใช้ดีไซน์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว

- เป้าหมายคือคนจำนวนมาก: ใช้ทั่วไป

การจะจำกัดกลุ่มผู้ใช้ Pictogram ตามอาคารในสถานีหรือป้ายจราจรนั้นทำได้ยาก ต้องเลือกใช้ดีไซน์พื้นฐานทั่วไปที่ไม่ทำให้คนเข้าใจผิด การเลือกใช้สีก็สำคัญ เช่น สีแดง หมายถึง ห้าม สีเหลืองใช้ในการเตือน เป็นต้น

- จำกัดกลุ่มอายุ เพศ ความชอบ: ต้องสร้างลักษณะพิเศษ

การทำ Pictogram สำหรับแอปพลิเคชันในสมาร์ทโฟน การใช้งานในอาคารที่มีคอนกรีตโดดเด่น ป้ายบอกทางต่างๆ ในพิพิธภัณฑ์ สามารถประเมินกลุ่มผู้ใช้หลักได้กว่า บางครั้งเราก็เลยได้ลูกเล่นที่แตกต่างจาก Pictogram ประเภทเดียวกัน หรือแบบที่มีดีไซน์เก๋ไก๋กว่าทั่วไป

### ข้อมูลที่ยากจะสื่อคืออะไร

- กฎ: “ห้าม...” “ต้อง...”

Pictogram แบบนี้จะนำไปใช้ในงานประเภทป้ายเตือน ป้ายห้าม การกำหนดต่างๆ เช่น การจำกัดความเร็ว และการห้ามสูบบุหรี่ ในกรณีที่เป็นป้ายห้าม ก็มักจะใช้เส้นตรงพาดเป็นแนวเฉียง ส่วนมากก็จะเป็นป้ายที่บอกคำสั่งต่างๆ ดังนั้น เวลาจะใช้ Pictogram แบบใหม่ที่ไม่เคยใช้ในงานประเภทนี้มาก่อนจะต้องระมัดระวังเป็นพิเศษ

- การบอกฟังก์ชัน: “ถ้าจะ...ละก็ อันนี้ครับ”

Pictogram แบบนี้มักจะนำไปใช้กับอุปกรณ์ที่ต้องกดหรือสัมผัสเพื่อให้เครื่องทำงานตามที่ต้องการ เช่น เครื่องเย็บที่ต้องบอกฟังก์ชันการใช้งานอย่าง “Fast forward” หรือปุ่ม “เปิด” ในลิฟต์ ส่วนมากมักจะใช้การย่อคำของฟังก์ชัน ที่ต้องการใช้งานโดยตรง

- **สภาพ: “ตอนนี้...อยู่”**  
Pictogram แบบนี้มักจะนำไปใช้กับการบอกสภาพ เช่น แบตเตอรี่ที่เหลือน้อย ความแรงของคลื่นโทรศัพท์มือถือ ระดับความดังของเสียง ดีไซน์จะช่วยบอกระดับที่เปลี่ยนแปลงของสภาพสิ่งนั้นๆ ดังนั้นจึงมักพบเห็นในหน้าจอของเครื่องใช้ไฟฟ้าต่างๆ
- **สถานที่: “ที่นี่คือ...” “...อยู่ที่นั่น”**  
Pictogram แบบนี้มักใช้ในอาคารหรือแผนที่เพื่อบอกตำแหน่งของทางออกฉุกเฉิน ตำแหน่งของห้องน้ำ ตำแหน่งของที่จอดรถ และมักใช้ร่วมกับลูกศร
- **การแบ่งประเภท: “สิ่งเหล่านี้...”**  
Pictogram แบบนี้มักจะนำไปใช้กับการแบ่งประเภท เช่น ในการแข่งกีฬาโอลิมปิก การแยกขยะ(ขวดพลาสติก, กระจก, เป็นต้น) ในการใช้กับอินโฟกราฟิกเอง ก็มักใช้กับการแบ่งประเภทข้อมูล แบ่งหัวข้อ เพื่อให้สามารถเข้าใจได้ง่ายและรวดเร็วเมื่อพบเห็น

## 2. ทำความเข้าใจเนื้อหางาน

เมื่อเข้าใจจุดประสงค์ของงานดีแล้ว ต่อมาก็ต้องมาทำความเข้าใจสิ่งที่เราจะนำมาทำเป็น Pictogram จะทำให้ความเข้าใจได้นั้น เราต้องจับคีย์เวิร์ดสำคัญออกมาให้ได้ก่อน ก่อนอื่นเริ่มจากการลิสต์คีย์เวิร์ดที่เกี่ยวกับสิ่งที่เราจะทำเป็น Pictogram ก่อนดีกว่า สมมติสิ่งที่เราจะทำเป็น Pictogram นั้นเกี่ยวข้องกับการใช้งาน “โซเชียลเน็ตเวิร์ค” เราก็ต้องมานั่งคิดว่า เมื่อพูดถึงโซเชียลเน็ตเวิร์คมีคำอะไรผุดขึ้นมาในหัวเราบ้าง การที่เราจะทำแบบนี้จะทำให้เราเข้าใจสิ่งที่เรากำลังจะออกแบบได้ดียิ่งขึ้นตัวอย่างคีย์เวิร์ดที่เกี่ยวกับ “โซเชียลเน็ตเวิร์ค”

- SNS
- Web Service
- Social Media
- Mixi
- Facebook
- คน
- ความสัมพันธ์
- ความเกี่ยวข้อง
- ปฏิกริยา
- เพื่อน
- การแพร่กระจาย
- ความเป็นส่วนตัว

- ไฟลูกกลม
- การปลอมตัวตน
- การทำเป็นภาพยนตร์
- มาร์ค ซัคเคอร์เบิร์ก
- ทวิตเตอร์
- รีทวิต
- Influencer

### 3. สเตกซ์คร่าวๆ

เมื่อเราเข้าใจสิ่งที่เรากำลังจะทำแล้ว ถัดมาก็ต้องระดมไอเดียที่จะเอามาทำกราฟิก สิ่งที่จะช่วยได้มากในขั้นตอนนี้ก็คือ การสเกตซ์ภาพคร่าวๆลงกระดาษ

ลองวาดรูปที่ผุดขึ้นมาพร้อมๆกับคีย์เวิร์ดที่นึกออกดู ถ้าไม่มีภาพที่คิดออกเกี่ยวกับคีย์เวิร์ดนั้นๆ ก็ลองกลับไปดูที่คำตั้งต้นแรกสุดที่เราเห็นภาพอะไรบ้าง เช่น คำว่า ไฟลูกกลม ก็อาจจะวาดรูปไฟ เป็นต้น

เคล็ดลับในการสเกตซ์คร่าวๆคือการใช้อุปกรณ์อะนาล็อกอย่างกระดาษ ดินสอ ปากกา ถ้าเริ่มใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ตั้งแต่แรก ไอเดียของเราจะถูกจำกัดได้ง่าย จุดประสงค์หลักของการวาดรูปร่างคร่าวๆคือการหาความเป็นไปได้ในหลายๆอย่างในการนำเสนอเนื้อหาต่างๆ แต่ไม่จำเป็นต้องนำคีย์เวิร์ดมาวาดเป็นรูปทั้งหมด เลือกคีย์เวิร์ดที่วาดง่ายมาสัก 3-5 อันก็พอ

การจับปากกาวาดรูปนั้น จะช่วยกระตุ้นการทำงานของสมองซีกขวายิ่งขึ้น ทำให้ไอเดียหลังไหลออกมาได้ง่ายและสามารถจดจำภาพในหัวออกมาวางได้ดีขึ้น

### 4,5. ลงเส้นจริงและปรับแต่งงานเพิ่มเติม

พอสเกตซ์ไอเดียคร่าวๆเสร็จแล้วต่อไปก็ใช้โปรแกรมวาดรูปลงเส้นจริง  
การลงเส้นจริง

ก่อนจะเริ่มวาดจริง ลองดูภาพที่สเกตซ์ไปให้คนรอบข้างดูแล้วถามความเห็นก่อนดีกว่า แล้วค่อยเลือกรูปจากที่สเกตซ์เยอะๆมาวาดจริงในคอมพิวเตอร์ ถ้าตอนวาดเล่นๆได้ไอเดียดีๆมาละก็ ตอนวาดด้วยโปรแกรมก็สบาย สิ่งที่มีผลอย่างมากต่อคุณภาพของงานก็คือ คีย์เวิร์ดและภาพวาดร่างถึงแม้ตอนเริ่มทำจะมีผิดบ้างแต่ก็ไม่ควรเริ่มต้นภาพวาดในคอมพิวเตอร์เลย

### การปรับแต่งงานเพิ่มเติม

ปกติแล้วจะไม่ค่อยใช้ Pictogram แค่อันเดียว มักจะเอา Pictogram มาหลายๆอันมาผสมผสานกันมากกว่า พอเอารวมๆกันหลายอันแล้ว เราจะเห็นจุดที่ยังไม่ค่อยลงตัว เช่น ขนาดหรือดีไซน์โดยรวมจึงต้องมาปรับกันอีกที บางครั้งก็จำเป็นต้องมานั่งปรับกันตอนก่อนจะใช้จริงก็มี

(Jun Sakurada,2015,หน้า 35-45)

## 2.2.5 อินโฟกราฟิก

### 2.2.5.1 ทำไมต้องทำอินโฟกราฟิก

การนำกราฟิกมาใช้เพื่อให้สื่อสารให้เข้าใจง่ายขึ้น ไม่ใช่เรื่องใหม่ที่เพิ่งเกิดขึ้นในปัจจุบัน เราใช้ภาพกันมาตั้งแต่อดีตแล้ว เช่น ภาพวาดบนฝาผนัง อักษรไฮโรกลิฟ หนังสือภาพ แผนที่ ภาพประกอบหนังสือเรียน/หนังสือพิมพ์ฟลิปบอร์ดที่ใช้ในรายการโทรทัศน์ เป็นต้น ดังนั้น ถ้าปามคนที่ทำงานสายดีไซน์มานาน เขาก็คงรู้สึกประมาดว่า ทำไมเพิ่มมาติดแน่นอะไรงันตอนนี้

สาเหตุที่อินโฟกราฟิกเริ่มเป็นที่น่าสนใจในปัจจุบันก็เพราะมันเริ่มถูกนำไปใช้ในหลายๆที่ เช่น เว็บไซต์ Facebook ,Tumblr,Pinterest ซึ่งโซเชียลเน็ตเวิร์คก็กำลังแพร่หลายมากในปัจจุบัน อินโฟกราฟิกก็เลยมีโอกาสดำเนินต่อหน้าผู้คนหลากหลายมากขึ้นยังมีการแชร์หรือการค้นหาภาพทาง Google ยิ่งทำให้คนเห็นความสำคัญของการทำอินโฟกราฟิก ยิ่งอินโฟกราฟิกสามารถรวบรวมข้อมูลที่หลากหลายไว้ในภาพภาพเดียวได้ ยิ่งเหมาะสมกับการใช้งานในเว็บไซต์หรือโซเชียลมีเดียซึ่งมีคนมักจะแชร์ภาพกันเป็นหลัก

ดังนั้น พอองค์กร ,บริษัทตระหนักถึงจุดนี้ ก็เลยนำอินโฟกราฟิกมาใช้ในการโปรโมทสินค้าและบริการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า หรือใช้กระจายข่าวประชาสัมพันธ์ (Public Relation)

(Jun Sakurada,2015,หน้า 119)

### 2.2.5.2 ขอบเขตการใช้งานอินโฟกราฟิก

ขอบเขตการใช้งานอินโฟกราฟิกนั้นแบ่งเป็น 2 หมวดใหญ่ๆได้ดังนี้

#### การอธิบายข้อมูล

อินโฟกราฟิกแบบนี้มักจะใช้กับการอธิบายวิธีการประกอบโมเดลพลาสติกหรือวิธีประกอบเฟอร์นิเจอร์,วิธีเดินทาง,เอกสารทางประวัติศาสตร์ที่มีตัวเลขปีที่เกิดเหตุการณ์เป็นตาราง เป็นต้น

เราต้องอธิบายให้ผู้อ่านเดินทางไปยังจุดหมายปลายทาง หรือบอกวิธีประกอบสินค้าอย่างถูกต้อง ส่วนเอกสารที่ใช้ในพิพิธภัณฑ์หรือหนังสือเรียนนั้น แม้ผู้อ่านจะไม่ค่อยได้แต่อย่างไรก็จะได้รับแจกมา ดังนั้น ต้องพยายามทำให้ดูเป็นมิตรกับผู้อ่านและเข้าใจง่าย

สำหรับงานพรีเซนเตชันนั้น เป็นเอกสารที่ต้องทำให้คนอ่านทำความเข้าใจได้อย่างรวดเร็ว จึงห้ามใส่อะไรที่ไม่จำเป็นลงไปโดยเด็ดขาด อย่างเช่นถ้ามีข้อมูลที่ใช้กราฟหรือแผนภูมิอธิบายอย่างเดียวแล้วคนฟังจะเข้าใจยาก ก็ควรทำเป็นอินโฟกราฟิกแผ่นเดียวไปเลยจะเข้าใจง่ายกว่า

#### การโฆษณาและประชาสัมพันธ์

อินโฟกราฟิกซึ่งองค์กรหรือบริษัทใช้ตามเว็บไซต์,บล็อก,โซเชียลมีเดีย นั่นคือตัวอย่างของอินโฟกราฟิกที่ใช้ในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์

โดยทั่วไปบริษัทต่างๆ ก็อาจจะมีการเพิ่มรูปสินค้าหรือแผนภาพอธิบายการให้บริการลงไป ในเอกสารอธิบายเนื้อหาของบริษัทอย่างง่ายๆ แต่ถ้าใช้อินโฟกราฟิกก็จะทำให้เอกสารมีเอกลักษณ์และ หลากหลายมากยิ่งขึ้น สิ่งที่ยังจำเป็นเหมือนตอนทำอินโฟกราฟิกเพื่ออธิบายข้อมูลคือ ต้องเข้าใจง่าย และดึงดูดสายตาคนอ่าน

สิ่งสำคัญอีกอย่างหนึ่งคือ การคิดว่าอยากได้อะไรจากคนอ่านหลังดูอินโฟกราฟิก (อยากให้ มองแบรนด์ในทางที่ดีขึ้น,อยากส่งเสริมให้คนมาเข้าเว็บไซต์ เป็นต้น,) มีบางเว็บที่แปลงสภาพเป็นอินโฟ กราฟิกไปทั้งหน้าเลยก็มี

### เนื้อหาที่เหมาะสมกับอินโฟกราฟิก

หัวข้อที่อยู่ในความสนใจของคนในช่วงนั้นๆ

ตอนที่มีการแข่งขันกีฬาโอลิมปิกในลอนดอนเมื่อปี 2012 หรือระหว่างการเลือกตั้ง ประธานาธิบดีของอเมริกาเมื่อปี 2012 ก็มีคนทำอินโฟกราฟิกออกมามากมาย หัวข้อพวกนี้จะเหมาะ กับการทำอินโฟกราฟิกมากๆ

#### HOW TO

HOW TO คือ เนื้อหาที่มาตอบคำถามที่ว่า “ทำอะไร?” เช่น วิธีเอาตัวรอดจากโจร ,วิธี เลือกไวน์ เป็นต้น ประเทศตะวันตกมักจะตั้งชื่อเรื่องด้วยคำถาม เช่น “Why?” หรือ “How?” เสีย ะส่วนใหญ่

#### รายงานผล

เนื้อหามักจะเป็นการรายงานผลของอะไรสักอย่าง เช่น รายงานผลการใช้สินค้าหรือบริการ ผลการทำสำรวจในโซเซียลมีเดีย เป็นต้น ในต่างประเทศที่ใช้ภาษาอังกฤษเป็นหลัก ก็มักจะมีคำว่า (Fact),(Survey) อยู่ในเนื้อหาด้วย

#### การเปรียบเทียบ

เนื้อหาจะเป็นการเปรียบเทียบของสิ่งสองสิ่งขึ้นไป เช่น การเปรียบเทียบแนวคิดระหว่าง พรรคการเมือง , การเปรียบเทียบบริการของ Facebook กับ Google+ ,การเปรียบเทียบกาแฟกับชา เป็นต้น ในต่างประเทศที่ใช้ภาษาอังกฤษเป็นหลักก็มักจะมีคำว่า (VS) อยู่ในหัวข้อเรื่องด้วย

#### การเปลี่ยนแปลงของเวลา

เนื้อหาเกี่ยวกับสิ่งที่เห็นความเปลี่ยนแปลงของเวลา เช่น ประวัติอินเทอร์เน็ต,เส้นทางของ ดนตรีแนวร็อกแอนด์โรล, กระบวนการรีไซเคิล เป็นต้น ในต่างประเทศที่ใช้ภาษาอังกฤษเป็นหลัก ก็ มักจะมีคำว่า (The History of) (Timeline)(The Evolution of) ปรากฏอยู่ในเนื้อหาด้วย

### การอธิบายเชิงวิชาการ

เนื้อหาเฉพาะทางที่ถ้าไม่ใช่ผู้เชี่ยวชาญเขียนไม่ได้ เช่น บทวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค, ระบบพลังงานนิวเคลียร์ เป็นต้น อินโฟกราฟิกที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องเฉพาะทางหรือวงการใดวงการหนึ่งช่วยสร้างความน่าเชื่อถือ

### ตาราง

เนื้อหาที่ต้องการบอกข้อมูลง่ายๆ เพื่อให้นำไปใช้งานได้สะดวก รวดเร็ว เช่น ตัวเลขข้อมูล แคลอรี่อาหาร , ช่วงที่กินผักอร่อย , แป้นลัดสำหรับโปรแกรม เป็นต้น ในหมู่อินโฟกราฟิกด้วยกัน แบบนี้จะมีความเป็นเอกสารให้ข้อมูลสูงกว่าแบบอื่นๆ

### สรุปภาพรวม

เนื้อหาสรุปภาพรวมเกี่ยวกับหัวข้อใดหัวข้อหนึ่ง เช่น รวมประเทศที่น่าอยู่ รวม 10 ภาพที่ราคาประมูลสูงสุด เป็นต้น มีความเป็นเอกสารให้ข้อมูลสูงกว่าอินโฟกราฟิกแบบอื่นเช่นเดียวกับตาราง (Jun Sakurada,2015,หน้า 123-125)

### 2.2.5.3 รูปแบบการดีไซน์พื้นฐาน 5 แบบ

รูปแบบดีไซน์พื้นฐานของอินโฟกราฟิกมี 5 แบบ

#### แบบตาราง

เหมาะกับการใช้เปรียบเทียบของสองสิ่งขึ้นไป มีทั้งรูปแบบ “ตาราง” ธรรมดาและแบบ “

#### เมตริกซ์”

#### แบบโวลุ่ม

เหมาะกับการเปรียบเทียบปริมาณหรือตัวเลข มักจะมีการใช้ “กราฟ” “แผนภาพต้นไม้”

“Typography” ร่วมด้วย

#### แบบความสัมพันธ์

เหมาะกับการอธิบายความสัมพันธ์ของสิ่งต่างๆ ถ้าเป็นเรื่องของลำดับขั้นที่ไม่เท่ากันก็จะใช้ “แบบพีรามิด” “โดนัท” หรือ “แบบต้นไม้” แบบรวมข้อมูลก็อาจจะใช้ “แบบ Venn” หรือถ้าเป็นการเชื่อมโยงสิ่งต่างๆ ก็จะใช้ “แบบเน็ตเวิร์ค”

#### แบบแผนที่

เหมาะสำหรับการอธิบายแผนที่และลักษณะเด่นของแต่ละภูมิภาค

#### แบบไทม์ไลน์

เหมาะกับการสรุปเรื่องราวที่เกิดขึ้นตามลำดับเวลา นอกจากจะมีการใช้ไทม์ไลน์แล้ว บางครั้งก็นำ “ตารางแบบชาร์ต” หรือ “แผนภาพแบบวงจร” เข้ามาใช้ด้วยเช่นกัน

## แบบผสมผสาน

เวลาเนื้อหาที่เราต้องทำกับรูปแบบที่มีไปด้วยกันไม่ค่อยได้ ก็มาลองคิดว่าถ้าเราเอา รูปแบบหลายๆอันมารวมกันล่ะ รูปแบบผสมผสานนี้เหมาะกับการอธิบายเนื้อหาหลายๆแง่มุม (Jun Sakurada,2015,หน้า 139-150)

### 2.2.5.4 จุดร่วม4ข้อ

เวลาทำอินโฟกราฟิกอย่าลืมใส่ 4 หัวข้อนี้ลงไป ใน Header และ Footer ด้วย ชื่อเรื่อง

ชื่อเรื่องของอินโฟกราฟิกนั้นเราจะใส่ไว้ใน Header เพื่อให้เตะตาคนอ่าน เราต้องเลือกชื่อ เรื่องที่สรุปเนื้อหาโดยรวมได้ทั้งหมด เพราะส่วนมากเวลาคนแชร์ในโซเชียลมีเดียหรือบล็อก เช่น Twitter ก็เขียนแนะนำเฉพาะชื่อเรื่อง

### แหล่งที่มาข้อมูล

เราต้องระบุด้วยว่าข้อมูลที่นำมาใช้ทำอินโฟกราฟิกนั้นเอามาจากไหน ส่วนมากจะเขียน สรุปไว้ตรงด้านล่างสุด เวลาเขียนแหล่งอ้างอิงข้อมูลเราก็ต้องเขียนชื่อหัวข้อข้อมูลการวิจัย, ชื่อหนังสือ หรือ URL เว็บไซต์ เป็นต้น ถ้าความสดใหม่ของข้อมูลเป็นเรื่องที่จำเป็นต้องเน้นก็ลงวันที่ที่ต้องสืบค้น ข้อมูลไว้ด้วยก็ได้

### เครดิตผู้เผยแพร่/ผู้จัดทำ

เราต้องใส่ LOGO, URL ไว้ด้วย เพื่อให้ผู้อ่านจะได้รู้ว่าใครเป็นคนจัดทำและเผยแพร่ ส่วนมากก็จะไว้ที่ Footer ถ้าเป็นอินโฟกราฟิกเพื่อการประชาสัมพันธ์ยังต้องเขียนเครดิตให้ชัดเจน เขียนวิธีติดต่อด้วยก็ดี (เช่น e-mail, twitter account เป็นต้น)

### อื่นๆ

เราควรใส่ประโยคอธิบายเนื้อหาคร่าวๆเพื่อให้รับกับชื่อเรื่องด้วย แล้วก็อย่าลืมเขียนชื่อ หัวข้อแต่ละเรื่อง จะได้ดูง่ายช่วยเสริมกับการใช้ภาพข้อมูลที่เข้าใจยากหรืออาจทำให้เข้าใจผิดก็เขียน หมายเหตุอธิบายไว้ด้วยก็ได้ (Jun Sakurada,2015,หน้า 25-29)

### 2.2.5.5 วิธีทำอินโฟกราฟิก

ขั้นตอนในการทำอินโฟกราฟิกนั้นสามารถแบ่งได้เป็น 6 ข้อ ลองศึกษาภาพรวมก่อนแล้วค่อยลง รายละเอียดในแต่ละขั้นตอนกัน อาจจะต้องมีแก้งานบ้างระหว่างทำ แต่ก็ยึดขั้นตอนโดยรวมคร่าวๆ ตามนี้

#### 1. ทำความเข้าใจจุดประสงค์ในการทำ

การทำอินโฟกราฟิกก็จำเป็นต้องทำความเข้าใจจุดประสงค์ในการทำเช่นเดียวกับการทำ Pictogram หรือแผนภาพ ซึ่งมีคำถามทั้งหมด 3 ข้อที่เราต้องตอบให้ได้

ทำไม ?

ถ้าต้องการสื่อสารให้เข้าใจง่ายใช้ “แผนภาพ” ก็ได้เหมือนกัน หรือถ้าต้องการทำให้เตะตาคนอ่านจะใช้กราฟิกอื่นก็ได้ ทำไมต้องอินโฟกราฟิกเราต้องรู้จักประสงค์และการใช้งานก่อนทำที่ไหน ?

ถัดมาคือเราต้องรู้ว่าอินโฟกราฟิกนี้จะถูกนำไปใช้ที่ไหน สิ่งพิมพ์อะไร เว็บไซต์อะไร ถ้าเป็นเว็บไซต์ เราสามารถออกแบบให้มอมๆยาวๆ ได้เพราะคนอ่านจะเลื่อนลงมาดูได้ แต่ถ้าเป็นสิ่งพิมพ์ขนาดเป็นเรื่องที่มีข้อจำกัดและต้องระมัดระวัง

ใคร ?

สุดท้ายคือต้องรู้ว่ากลุ่มเป้าหมายหรือผู้อ่านนั้นเป็นคนแบบไหน เพราะมันส่งผลกระทบต่อความละเอียดของเนื้อหาที่ต้องเขียน (ข้อมูลสรุปคร่าวๆ หรือข้อมูลละเอียด)

## 2. กำหนดหัวเรื่อง

อะไร ?

เมื่อรู้จักประสงค์แล้วถัดมาคือการกำหนดหัวเรื่อง เพราะถ้าไม่มีหัวเรื่องเราก็ไม่รู้ว่าควรจะหาข้อมูลแบบไหน อาจมีบางกรณีที่ค่อยมากำหนดหัวเรื่องตอนหาข้อมูล แต่โดยทั่วไปแล้วเรากำหนดหัวเรื่องก่อน

## 3. ศึกษาข้อมูล

เมื่อได้หัวเรื่องแล้วก็มาศึกษาข้อมูลกัน ขั้นตอนนี้ต้องระวังเรื่องความน่าเชื่อถือของข้อมูลด้วย

บางครั้งเราก็ได้ข้อมูลมาจากผู้ว่าจ้าง แต่เราก็ต้องหาเองด้วยวิธีรวบรวมข้อมูลก็มีหลากหลาย เช่น จ้างบริษัทที่ทำวิจัย, ทำแบบสอบถาม, นิตยสาร, หนังสือพิมพ์, หนังสือ, เว็บไซต์

## 4. กำหนดเนื้อหา คอนเซ็ปต์

จัดระเบียบและเรียบเรียงข้อมูลเสร็จแล้วก็เอามาวางโครงเรื่องที่จะเล่าตอนจัดระเบียบข้อมูลนั้นใช้โปรแกรมคำนวณอย่าง Excel ช่วยในเรื่องกำหนดคีย์เวิร์ดตัวตั้ง แล้วย่อข้อมูลให้กระชับ

## 5. ออกแบบ

ลองวาดภาพร่างคร่าวๆ จากข้อมูลที่มีและรูปแบบดีไซน์ที่เลือกไว้แล้วลองดูว่ามันไปด้วยกันได้อย่างไร

## 6. ตรวจสอบ

ข้อมูลที่น่ามาอินโฟกราฟิกถูกต้องไหม การผูกสตอรี่ใช้ได้แล้วยัง ถ้าเช็คเรื่องข้อมูลเสร็จแล้ว ต่อไปก็เช็คเรื่องดีไซน์ได้เลย

(Jun Sakurada, 2015, หน้า 161-176)



## 2.2.6 ตัวอักษรเพื่อการพิมพ์

### 2.2.6.1 ตัวอักษรในงานพิมพ์

ตัวอักษรที่ใช้ในงานพิมพ์ เรียกอีกอย่างหนึ่งว่า ตัวเรียง ซึ่งปัจจุบันมีการเรียงพิมพ์ 2 ลักษณะ คือ

1. การเรียงตัวพิมพ์แบบร้อน (Hot Type Computer ) เป็นการเรียงพิมพ์โดยใช้ตัวเรียงที่ทำด้วยโลหะ (3มิติ) และการหล่อตัวเรียงเป็นข้อความด้วยเครื่องจักรกล ตัวเรียงจะแยกกันอยู่ในกระบะตามชนิด ตามแบบและขนาด สามารถนำมาใช้ได้หลายครั้ง เมื่อชำรุดหักหรือบิ่น สามารถหล่อใหม่ได้ เป็นตัวเรียงที่ใช้ในการพิมพ์ระบบเลตเตอร์เพรส

2. การเรียงตัวพิมพ์แบบเย็น (Cold Type Composition) เป็นการสร้างตัวเรียงโดยการอัดภาพบนกระดาษ (2มิติ) ผ่านเครื่องพิมพ์แบบต่างๆ บางครั้งเรียกว่า รางยาวใช้ได้ครั้งเดียวเป็นตัวเรียงที่นำมาใช้ในการจัดหน้า ทำอาร์ตเวิร์ค เป็นต้นฉบับพิมพ์ระบบออฟเซต

### การใช้ตัวอักษรในการพิมพ์

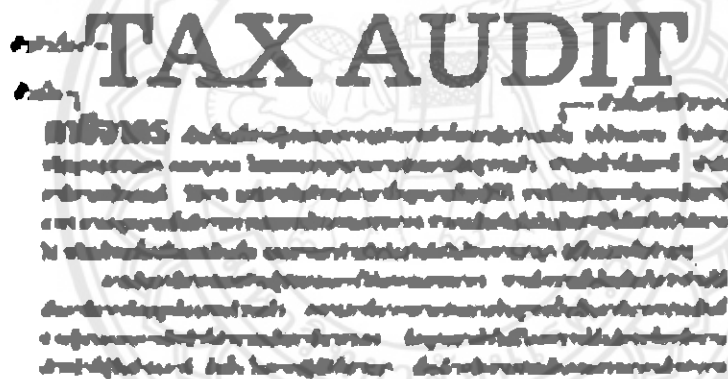
ข้อความหรือตัวอักษรที่ใช้ในงานพิมพ์ ทั้งงานโฆษณาประชาสัมพันธ์ จะได้รับการกลั่นกรองจาก นักคิดคำโฆษณา ผู้กำกับศิลป์ ลูกค้า ก่อนออกสู่สายตาสาธารณชน นับเป็นกระบวนการสร้างสรรค์และยิ่งใหญ่ไม่แพ้งานเขียนอื่นๆ สิ่งพิมพ์ที่เราพบเห็นกันในปัจจุบัน จะมีตัวอักษรเป็นองค์ประกอบที่สำคัญพอๆกับองค์ประกอบอื่นๆ เมื่อพิจารณาดูแล้วจะเห็นว่าเราใช้ตัวอักษรในกรณีต่อไปนี้

1. ใช้ตัวอักษรเพื่อการอธิบาย หรือบรรยายเนื้อหา (Book Face) หรือที่เรียกว่าตัวพื้นซึ่งนักออกแบบจะต้องออกแบบให้สอดคล้องกับประเภทของสิ่งพิมพ์และการรับรู้ของประชาชน เช่นถ้าเป็นหนังสือโดยทั่วไปแล้วจะมีข้อกำหนดตามวัยต่างๆดังนี้ ระดับอนุบาล ควรใช้ตัวขนาด 30 พ้อยท์ขึ้นไป ระดับประถมปีที่ 1-2 ควรใช้ขนาด 24-32 พ้อยท์ ระดับประถมปีที่ 3-4 ควรใช้ตัวขนาด 18-24 พ้อยท์ ระดับประถมปีที่ 5-6 ควรใช้ตัวขนาด 16-18 พ้อยท์ ระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1-6 ควรใช้ตัวขนาด 16 พ้อยท์ ระดับอุดมศึกษาและประชาชนทั่วไป ควรใช้ตัวขนาด 14-16 พ้อยท์ นอกจากนี้ยังขึ้นอยู่กับระยะในการมองเห็นด้วย เช่น ถ้าเป็นหนังสือ เอกสาร ระยะการมองปกติ ขนาดของตัวอักษรไม่เป็นปัญหา แต่ถ้าเป็นสิ่งพิมพ์ประเภทโปสเตอร์ ป้ายโฆษณากลางแจ้งผู้ออกแบบควรพิจารณาเรื่องขนาดของตัวอักษรด้วย

2. ใช้ตัวอักษรเพื่อเป็นจุดเด่น ในการดึงดูดสายตา (Display Face) ส่วนใหญ่จะใช้เป็นชื่อเรื่อง หัวข้อเรื่อง หรือหน้าปกหนังสือ ซึ่งมักจะมีขนาดใหญ่อาจจะเป็นตัวเรียง อักษรลอก หรืออักษรประดิษฐ์ก็ได้

ตัวอักษรที่ใช้ในการออกแบบและจัดทำต้นฉบับสิ่งพิมพ์ มี 3 ลักษณะใหญ่ๆคือ

1. ตัวพื้นหรือตัวกลาง (Bass Line) เป็นตัวอักษรที่ใช้เป็นส่วนใหญ่ในสิ่งพิมพ์ เช่นการจัดทำหนังสือ ตัวพื้นจะเป็นตัวเดินเรื่อง หรือตัวพรรณนา นับว่าเป็นตัวที่สำคัญมากเพราะผู้อ่านต้องมอง ต้องอ่าน ตลอดทั้งเรื่อง และใช้เวลาในการอ่านส่วนใหญ่อยู่กับตัวพื้น
2. ตัวเน้น (Emphasis) เป็นตัวที่มีขนาดเท่ากับตัวพื้น แต่มีแบบหรือมีลักษณะที่แตกต่างออกไปเช่น ตัวเอน ตัวหนา หรือตัวที่มีช่องไฟห่างมากกว่าตัวพื้น เพื่อเน้นข้อความสำคัญหรือต้องการจะตอกย้ำความเข้าใจ บางครั้งใช้ตัวเน้นอธิบายซึ่งมีส่วนทำให้ผู้อ่านตื่นเต้นและฝังใจจำได้ดีกว่าตัวกลาง
3. ตัวหัวเรื่อง (Head Line) เป็นตัวหนาและใหญ่ขนาดประมาณ 40-72 พ้อยท์ เรียกอีกอย่างหนึ่งว่า ตัวอักษรป้ายแสดง ( ) ซึ่งอาจจะเป็นตัวเรียง ตัวประดิษฐ์ที่แสดงอารมณ์ต่างๆ หรืออักษรลอกก็ได้ (Letter Press) ตัวหัวเรื่องทำหน้าที่ สร้างความน่าสนใจ สะดุดตา ชักจูงให้อยากอ่านรายละเอียดต่อไป ปัจจุบันมีการทำตัวซ้อน ตัวห่าง ตัวอิสระที่หันไปตามทิศทางต่างๆ (ตัวเรียงจากเครื่องคอมพิวเตอร์) หัวเรื่องที่ดีมักจะบอกถึงประโยชน์ที่ผู้บริโภคจะได้รับ การนำเสนอข่าวใหม่ หรือข้อความที่เป็นจริง ฯลฯ



ภาพ 11 ตัวเรียงจากเครื่องคอมพิวเตอร์

ที่มา: <http://www.epccorps.com/lesson05.htm>

ในการเลือกตัวอักษร สำหรับการทำต้นฉบับสิ่งพิมพ์ จุดสำคัญคือ ควรอ่านได้ง่าย (Legibility) เข้าใจง่าย (Readability) และมีความงาม น่าสนใจ (Beautifullity) นอกจากนี้ควรคำนึงถึงข้อต่างๆต่อไปนี้

1. รูปแบบตัวอักษร (Type Face) อักษรไทยมีหลายรูปแบบ สามารถจัดเป็นกลุ่มได้เช่น ตัวแบบราชการ ตัวแบบอาร์กซ์ ตัวแบบหัวกลม ตัวแบบหัวตัด (ตัวลิปบี้) ตัวแบบไม่มีหัว (ตัวหัวบอด) และตัวประดิษฐ์ ควรเลือกตัวให้เหมาะสมกับงานเช่น งานเอกสารตำราควรใช้ตัวอักษรในกลุ่มตัวแบบราชการ บัตรเชิญสำหรับผู้ใหญ่ควรใช้ตัวแบบอาร์กซ์ การ์ดเชิญสำหรับวัยรุ่นควรมีลักษณะที่กันเอง เก๋ แปลกตา เป็นต้น อักษรภาษาอังกฤษ จะแบ่งเป็นกลุ่มๆ มีไค้ดหรือรหัสกำกับไว้ให้เลือกใช้ได้มากมาย

2. ขนาดของตัวอักษร (Size ) ขนาดความสูงของตัวอักษรควรจะสอดคล้องกับวัยของผู้อ่าน การรับรู้ของกลุ่มเป้าหมาย ตำแหน่งหรือระยะในการมองเห็น ตัวอักษรภาษาอังกฤษควรใช้ความสูง 9,10,11,12 พ้อยท์ เป็นตัวพื้น ในขณะที่ภาษาไทยใช้ความสูง 12,14,16 พ้อยท์เป็นตัวพื้น นอกจากนี้ยังต้องคำนึงถึงความกว้างของคอลัมน์ และการเว้นวรรคด้วย เช่น ตัวอักษรขนาด 9,10,11,12 พ้อยท์ ควรใช้ความกว้างของคอลัมน์ 18-24 ไซก้า (ประมาณ 7-13.5 เซ็นติเมตร) จะทำให้อ่านได้ง่ายขึ้น (วิรุณ ตั้งเจริญ 2531 : 77) นอกจากนี้ขนาดของตัวอักษรจะมีผลต่อเนื้อที่ในสิ่งพิมพ์ ความหนาของหนังสือ ซึ่งมีผลต่อต้นทุนการผลิตและราคาขายด้วย

ภาษาไทย	พ้อยท์	ขนาดตัวอักษร	ภาษาอังกฤษ
๘	8	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop
๙	9	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop
๑๐	10	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop
๑๑	11	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop
๑๒	12	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop
๑๓	13	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop
๑๔	14	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop
๑๕	15	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop
๑๖	16	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop
๑๗	17	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop
๑๘	18	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop
๑๙	19	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop
๒๐	20	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop
๒๑	21	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop
๒๒	22	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop
๒๓	23	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop
๒๔	24	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop
๒๕	25	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop
๒๖	26	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop
๒๗	27	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop
๒๘	28	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop
๒๙	29	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop
๓๐	30	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop
๓๑	31	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop
๓๒	32	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop
๓๓	33	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop
๓๔	34	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop
๓๕	35	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop
๓๖	36	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop
๓๗	37	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop
๓๘	38	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop
๓๙	39	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop
๔๐	40	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop
๔๑	41	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop
๔๒	42	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop
๔๓	43	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop
๔๔	44	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop
๔๕	45	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop
๔๖	46	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop
๔๗	47	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop
๔๘	48	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop
๔๙	49	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop
๕๐	50	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop
๕๑	51	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop
๕๒	52	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop
๕๓	53	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop
๕๔	54	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop
๕๕	55	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop
๕๖	56	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop
๕๗	57	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop
๕๘	58	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop
๕๙	59	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop
๖๐	60	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop
๖๑	61	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop
๖๒	62	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop
๖๓	63	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop
๖๔	64	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop
๖๕	65	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop
๖๖	66	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop
๖๗	67	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop
๖๘	68	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop
๖๙	69	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop
๗๐	70	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop
๗๑	71	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop
๗๒	72	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop
๗๓	73	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop
๗๔	74	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop
๗๕	75	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop
๗๖	76	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop
๗๗	77	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop
๗๘	78	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop
๗๙	79	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop
๘๐	80	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop
๘๑	81	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop
๘๒	82	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop
๘๓	83	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop
๘๔	84	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop
๘๕	85	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop
๘๖	86	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop
๘๗	87	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop
๘๘	88	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop
๘๙	89	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop
๙๐	90	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop
๙๑	91	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop
๙๒	92	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop
๙๓	93	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop
๙๔	94	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop
๙๕	95	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop
๙๖	96	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop
๙๗	97	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop
๙๘	98	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop
๙๙	99	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop
๑๐๐	100	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop	Unity Progress Desktop Unity Progress Desktop

ภาพ 12 ตัวอย่างขนาดของตัวอักษร

ที่มา: <http://www.epccorps.com/lesson05.htm>

3. ความกลมกลืนของตัวอักษร ควรใช้ตัวอักษรที่มีลักษณะเข้ากันได้ (Unity ) เป็นตัวอักษรแบบเดียวกันหรือคล้ายกัน เพื่อให้เกิดความกลมกลืนหรือความเป็นหน่วยเดียวกัน

4. ลักษณะและอารมณ์ของตัวอักษร (Type Carecter) ตัวอักษรแต่ละแบบให้อารมณ์และความรู้สึกที่ต่างต่างกัน จึงควรพิจารณาใช้ให้เหมาะสมกับเรื่องที่ต้องการแสดงออกเช่น ความหวานซึ่งของนวนิยาย ความลึกลับน่าสะพิงกลัว ของเรื่องผี ความยิ่งใหญ่ของ เรื่องราวทางประวัติศาสตร์ ส่วนใหญ่ จะเป็นตัวประดิษฐ์หรือตัวเรียง

5. ความกว้างของข้อความหรือคอลัมน์ (Colum ) ควรกำหนดให้เหมาะสมกับขนาดความกว้าง ยาว ของสิ่งพิมพ์ เช่นถ้าเป็นหนังสือขนาด 8 หน้ายกธรรมดาหรือ 8 หน้ายกพิเศษ 2

คอลัมน์จะกว้างประมาณ 8 -9 เซนติเมตร ถ้า 3 คอลัมน์จะกว้างประมาณ 5-6 เซนติเมตร นิตยสาร บางฉบับอาจทำเป็น 4 คอลัมน์เพื่อให้ดูโปร่งตา น่าอ่าน ซึ่งจะกว้างประมาณ 3-4 เซนติเมตร

**บทความวิชาการ**

1 ของ 6

---

บทความวิชาการ

ฉบับพิเศษ เรื่อง

การปรับปรุงประสิทธิภาพของงานบริการลูกค้าสัมพันธ์  
ในองค์กรธุรกิจบริการ

---

<p>วัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ เพื่อศึกษาถึงระดับการรับรู้ของพนักงานบริการลูกค้าสัมพันธ์ในองค์กรธุรกิจบริการที่มีต่อการปรับปรุงประสิทธิภาพของงานบริการลูกค้าสัมพันธ์ และเพื่อหาแนวทางในการปรับปรุงประสิทธิภาพของงานบริการลูกค้าสัมพันธ์</p>	<p>บทคัดย่อ การปรับปรุงประสิทธิภาพของงานบริการลูกค้าสัมพันธ์ในองค์กรธุรกิจบริการเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับองค์กรธุรกิจบริการ เพื่อให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งในตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ การปรับปรุงประสิทธิภาพของงานบริการลูกค้าสัมพันธ์จะส่งผลให้ลูกค้ามีความพึงพอใจและเกิดความภักดีต่อองค์กร ซึ่งจะส่งผลให้ยอดขายเพิ่มขึ้นและกำไรสุทธิสูงขึ้น</p>
---	---

---

2 ต่อ

ภาพ 13 ความกว้างของข้อความหรือคอลัมน์  
ที่มา: <http://www.epccorps.com/lesson05.htm>

(บริษัท อี.พี.ซี.คอร์ปอเรชั่น จำกัด, 2548, ออนไลน์)

2.2.6.2 การจัดตัวอักษร

ตัวอักษรที่ใช้ในงานสิ่งพิมพ์นอกจากจะแสดงเนื้อหาเรื่องราวหรือข้อมูลต่างๆ แล้วควรจะคำนึงถึงความกลมกลืน ความงาม ความแปลกตาน่ามองด้วย ซึ่งเป็นความงามของแบบตัวอักษรด้วย ซึ่งเป็นความงามของแบบตัวอักษรและการจัดวางตัวอักษรในคอลัมน์ ดังจะกล่าวต่อไปนี้

1. การจัดตัวอักษรตามปกติธรรมดา (General Type) มีการย่อหน้า ด้านหน้า ด้านหลัง เท่ากันทำให้ดูเป็นระเบียบเรียบร้อยเป็นงานเป็นการ

เพราะบริษัทนี้ กำเนิดขึ้นมาจากใจรักในการทำ ก็ไม่อาจพินิจชอบ  
กับการละเลยที่จะใส่ใจกับรายละเอียดที่เห็นอยู่เบื้องหน้าเวลา โดย  
ส่วนกันทางใต้นี่เองกับกลุ่มสินค้าของการจัดรูปแบบเว็บไซต์โดย  
ใคร่ครวญกันและกันมาโดยนิจไปโดยนิจ

ที่จำเป็นคือจะดูกันว่าใครที่จะบอกความงามกับคนที่อ่านอยู่ข้าง  
หน้าว่า เราจะสามารถอ่านง่ายกับบทกวีความยาวให้ยาวลึกลับถึง  
ก่อนที่เขาค้นเจอคนที่อ่านแล้วเพื่อ เป็นผู้ที่มิต้องดูประหลาดสูงพิง  
และสถาปนาการศึกษา ตลอดจนประชาชนผู้สนใจ

ภาพ 14 การจัดตัวอักษรตามปกติธรรมดา  
ที่มา: <http://www.epccorps.com/lesson05.htm>

2. การจัดตัวอักษรแบบเสมอน้ำ (Unjustified Type) แบบชิดซ้าย (Flush Left) หรือแบบบล็อก ตัวอักษรตัวหน้าเรียงเสมอกันทางด้านหน้าหรือด้านซ้ายมือของผู้อ่าน มีความเป็นระเบียบด้านเดียวส่วนใหญ่จะใช้กับสิ่งพิมพ์ประเภทนิตยสาร วารสาร แผ่นพับ และใบปิดโปสเตอร์ทั่วไป

6 ถ.รัชดาภิเษก กำแพงฯ แขวงบูกิต เขตธนบุรี ก.ท.

## ศูนย์บริการ

บริษัทไฟเบอร์ FORMULA ที่ใหญ่ที่สุดในย่านฝั่งธน

เครื่องยนต์ทุกชนิด

วิทยุ-หาลี่ SONY ALPINE PIONEER KENWOOD

ฟิล์มกรองแสง

ประดับยนต์ทุกชนิด

สัญญาณกันขโมย

EQUATOR พร้อมกรรมธรรม์ 300,000 บาท

บริการติดตั้งเครื่องเสียงรถยนต์

ภาพ 15 การจัดตัวอักษรแบบเสมอน้ำ

ที่มา: <http://www.epccorps.com/lesson05.htm>

3. การจัดตัวอักษรแบบเสมอลัง (Raged Type) หรือแบบชิดขวา (Flush Right) มีลักษณะการจัดเรียงคล้ายกับแบบเสมอน้ำต่างกันที่ตัวอักษรตัวหลังสุดจะเรียงเท่ากัน ตรงกันทางด้านหลังหรือด้านขวามือของผู้อ่าน ให้ความรู้สึที่แปลกออกไป

**Post Forming  
Soft Forming  
Drawer Profile**  
สำหรับอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์  
ระบบอุตสาหกรรม

ภาพ 16 การจัดตัวอักษรแบบเสมอลัง

ที่มา: <http://www.epccorps.com/lesson05.htm>

4. การจัดตัวอักษรแบบกึ่งกลาง (Center Type) มีลักษณะการจัดโดยยึดตัวอักษรที่อยู่ตรงกลางของข้อความเป็นหลัก จัดวางให้ตรงกันเป็นหลัก จัดวางให้ตรงกันทุกบรรทัด ทำให้ดูเป็นระเบียบพอสมควรการจัดแบบนี้ส่วนใหญ่จะจัดไปจากเครื่อง จัดด้วยมือจะลำบากบางครั้งไม่เที่ยงตรง



ภาพ 17 การจัดตัวอักษรแบบกึ่งกลาง

ที่มา: <http://www.epccorps.com/lesson05.htm>

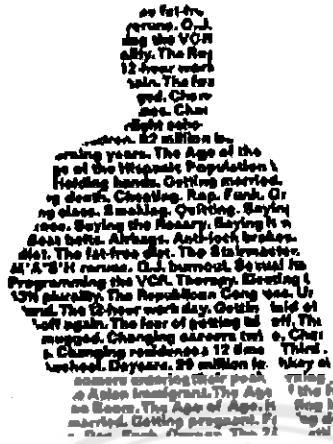
5. การจัดตัวอักษรแบบรอบขอบภาพ (Contour) เป็นการจัดวางตัวอักษรให้สัมพันธ์กับรูปร่าง หรือเส้นขอบของภาพถ่ายหรือสัญลักษณ์ ตามเส้นรอบนอก ทำให้รูปสวยงามแปลตาขึ้น



ภาพ 18 การจัดตัวอักษรแบบรอบขอบภาพ

ที่มา: <http://www.epccorps.com/lesson05.htm>

6. การจัดตัวอักษรเป็นรูปวัตถุ (Concrete) เป็นการจัดตัวอักษรเป็นภาพ เป็นรูปสิ่งของ หรือรูปทรงต่างๆ



ภาพ 19 การจัดตัวอักษรเป็นรูปวัตถุ

ที่มา: <http://www.epccorps.com/lesson05.htm>

7. การจัดตัวอักษรแบบล้อมรอบภาพ (Run Around) มีลักษณะการนำตัวอักษรล้อมภาพ (ภาพอยู่ตรงกลาง) ซึ่งส่วนใหญ่จะใช้ตัวอักษรเหล่านั้นบรรยายภาพที่ล้อมอยู่



ภาพ 20 การจัดตัวอักษรแบบล้อมรอบภาพ

ที่มา: <http://www.epccorps.com/lesson05.htm>

8. การจัดตัวอักษรแบบอิสระ (Free Style) มีลักษณะการจัดที่ไม่ติดอยู่กับกฎเกณฑ์ ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของงาน และความคิดของนักออกแบบ ส่วนใหญ่จะใช้ในกรณีที่ต้องการให้

ตัวอักษรเป็นจุดสนใจ หรือตัวนำไปสู่จุดสนใจ การจัดแบบนี้จะได้รับความงามที่แปลกออกไป มีความเป็นกันเองและแสดงถึงความคิดสร้างสรรค์ และทักษะของนักออกแบบ



ภาพ 21 การจัดตัวอักษรแบบอิสระ

ที่มา: <http://www.epccorps.com/lesson05.htm>

(บริษัท อี.พี.ซี.คอร์ปอเรชั่น จำกัด, 2548, ออนไลน์)

### 2.2.7 การเขียนบันทึก

การเขียนบันทึก คือ การเขียนบันทึกข้อมูลที่เป็นประสบการณ์ความรู้หรือข้อความสำคัญในการจดบันทึก ต้องบอกแหล่งที่มา หรือวัน เวลาที่จดบันทึกได้ด้วย

#### 2.2.7.1 ประเภทของการเขียนบันทึก มี 3 ประเภท ดังนี้

- 1) การเขียนบันทึกเหตุการณ์ เป็นการเขียนเรื่องราวที่ได้พบเห็นเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เพื่อเป็นการบันทึกความรู้ เตือนความจำ บรรยายความรู้สึก หรือแสดงข้อคิดเห็น
- 2) การเขียนบันทึกเหตุการณ์ประจำวัน เป็นการเขียนเรื่องราวส่วนตัวหรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นหรือที่พบเห็นจากการเดินทาง เพื่อเตือนความจำ บันทึกความรู้ ความรู้สึก และข้อคิดเห็นสิ่งที่มีต่อการบันทึกเหตุการณ์ คือ
  - วัน เดือน ปี ที่บันทึก
  - แหล่งที่มาของเรื่องราวที่ได้พบเห็นมา
- 3) บันทึกเรื่อง โดยสรุปย่อสาระสำคัญด้วยสำนวนภาษาของตน ซึ่งอาจจะแสดงข้อคิดเห็น และสรุปไว้ด้วยการเขียนบันทึกจากการค้นคว้า เป็นการสร้างนิสัยรักการอ่าน ฝึกลักษณะป้องกันการลืม และประหยัดเวลา

#### 2.2.7.2 ข้อควรปฏิบัติในการเขียนบันทึก

- ทำความเข้าใจ เรียงลำดับความคิดและเนื้อเรื่อง



- บันทึกด้วยสำนวนภาษาของตนเองให้อ่านง่ายและเป็นระเบียบ
- บันทึกเฉพาะสาระสำคัญ ใคร ทำอะไร ที่ไหน เมื่อไร ทำไม
- ผูกบันทึกอย่างรวดเร็ว เช่น ใช้เครื่องหมายและอักษรย่อ ชัดเส้นใต้หัวข้อและประเด็นสำคัญ

#### 2.2.7.3 วิธีการเขียนบันทึก

1) ลำดับความให้เชื่อมโยงต่อเนื่องกัน ไม่วกวน เช่น

ตอนบ่ายง่วงนอนเพราะดูทีวีจนดึก จึงนั่งสัปหงก มาลีชวนไปเล่นวิ่งเปี้ยวเลยหายง่วง เลิกเรียน แล้วกลับบ้าน และช่วยคุณแม่ทำกับข้าว กลางคืนทำการบ้านเสร็จ แล้วรีบเข้านอน

2) ลำดับเหตุการณ์ เช่น

วันที่ ๑ มกราคม ๒๕๕๑

เวลา ๑๑.๐๐ น. เสียงร้องเพลงดังรบกวนขณะฉันกำลังดูหนังสือ

เวลา ๑๑.๓๐ น. เสียงร้องเพลงดังกว่าเดิม จึงตะโกนถามและบอกให้ลดเสียง

เวลา ๑๑.๔๐ น. เสียงร้องเพลงดังมากขึ้นเหมือนจงใจจะแกล้งฉันเลยหยุดดูหนังสือ ไปทำงานอื่นแทน

3) การเชื่อมโยง เช่น

ตอนสายเสียงร้องเพลงดัง เวลาต่อมาเสียงร้องเพลงดังมากขึ้น ต่อมาจึงหยุดดูหนังสือ

4) การเน้นใจความสำคัญ เช่น

เริ่มเรื่อง ร้องเพลงเสียงดัง ตะโกนถาม ผล เสียงร้องเพลงดังขึ้น

สรุป เลิกดูหนังสือ หันไปทำงานอื่น ผล เหตุการณ์สงบ

(นางอัญชลีพร ลาบุญ, 2553, ออนไลน์)

### 2.3 ข้อมูลพฤติกรรมกลุ่มเป้าหมายของงานวิจัย

#### 2.3.1 วัยผู้ใหญ่ตอนต้นหรือวัยหนุ่มสาว (young adult)

เป็นวัยของช่วงอายุ 18-35 ปี โดยทั่วไปคนจะมองว่าวัยรุ่นและวัยหนุ่มสาวนั้น เป็นช่วงเวลาที่ดีที่สุดช่วงหนึ่งของชีวิต วัยรุ่นเป็นวัยที่มีความรับผิดชอบในขอบเขตจำกัด ชีวิตมีแต่ความสนุกสนานรื่นรมย์ ส่วนวัยหนุ่มสาวนั้น แม้จะเริ่มมีภาระความรับผิดชอบ แต่ก็ยังไม่มากเท่ากับภาระของคนวัยกลางคน ที่สำคัญคือ ช่วงเวลานี้เป็นเวลาที่เรามีความใฝ่ฝันทะเยอทะยาน และมุ่งมั่นในการสร้างจุดมุ่งหมายให้กับชีวิตของตนเอง ถ้าพิจารณาวัยนี้ โดยใช้กฎเกณฑ์อายุ 18 ปี เป็นจุดเริ่มต้นในช่วง 5 ปีแรก คือ อายุ 18-23 ปี ถือเป็นระยะเริ่มแรกที่คนเริ่มมองหาอาชีพการงานของตนในอนาคต แสวงหารูปแบบของตนเองในแง่มุมต่างๆ เช่น เรื่องของค่านิยม (value) หน้าที่ ภาพพจน์ของตนเอง

ช่วงระยะ 10 ปีถัดมาคืออายุ 24-34 ปี เป็นการเริ่มต้นงานอาชีพอย่างแท้จริง เริ่มต้นชีวิตแต่งงาน และเริ่มต้นการเป็นพ่อแม่ สร้างฐานะครอบครัวต่อไป 6 ช่วงอายุ 18-23 ปี เป็นระยะที่เริ่มแยกออกจากครอบครัว อาจจะโดยการศึกษาในที่ห่างไกล หรือการเริ่มต้นออกทำงาน เริ่มต้นมีรายได้

สำหรับตนเอง ฟังพ่อกับแม่ที่คอยดูแลและสนับสนุน เริ่มที่จะเลือกรูปแบบของชีวิตที่ตนพึงพอใจ เพื่อนหรือภาวะแวดล้อม ทางสังคม หน้าที่การงานจะมีบทบาทมากขึ้นแทนที่ครอบครัว คนในวัยนี้จะเริ่มสร้างมิตรภาพกับผู้อื่นในระดับของความเป็นเพื่อน เป็นผู้ใหญ่ต่อผู้ใหญ่ เริ่มมีหน้าที่ความรับผิดชอบแบบผู้ใหญ่ ต้องเปลี่ยนแปลงหรือเอาชนะความรู้สึกต่างๆที่เคยมีในวัยรุ่นซึ่งยึดมั่นในอุดมการณ์ความสมบูรณ์แบบบางอย่าง จนกลายมาเป็นเหตุของความขัดแย้ง ความคับข้องใจได้ ถ้ายังยึดมั่นแบบนั้นอยู่ต่อไปเมื่อเข้าสู่ภาวะของความเป็นผู้ใหญ่

ช่วงอายุ 24-34 ปี เป็นระยะที่เริ่มปักหลักเรื่องหน้าที่การงาน และมีครอบครัว รับภาระความรับผิดชอบต่างๆ มีความมุ่งมั่นกระตือรือร้นที่จะสร้างความสำเร็จในหน้าที่การงาน อันมีความหมายถึงการประสบความสำเร็จและความภาคภูมิใจในตนเอง ส่วนความเป็นพ่อแม่ก็นับว่าเป็นภาระหน้าที่ใหม่ที่นำตื่นเต้น น่าสนใจ และท้าทายในช่วงปลายของวัยหนุ่มสาวนี้ คนเราจะหยุดคิดพิจารณาตัวเองว่า เราได้มาถูกทางหรือยัง ยืนอยู่ในจุดที่เราต้องการหรือไม่ พอใจหรือไม่ ถ้าจะมีการเปลี่ยนแปลงในชีวิตครอบครัวหรือหน้าที่การงาน ก็มักจะเกิดขึ้นในช่วงระยะนี้ ก่อนที่จะเริ่มเข้าสู่วัยกลางคน สังคมเองก็เริ่มมองว่าผู้ที่อายุ 30 ปีขึ้นไปนั้น เป็นผู้ใหญ่มากขึ้นและพร้อมจะรับภาระต่างๆได้ต่อไป

### 2.3.2 วัยของการสร้างความสำเร็จ

โดยทั่วไป คนเราจะมองความสำเร็จในชีวิตว่า นอกจากการมีสุขภาพที่ดีแล้วก็น่าจะมีความสำเร็จในการงาน สัมพันธภาพระหว่างตนเองกับผู้อื่น และความสำเร็จในชีวิตครอบครัว ทั้งหมดนี้ย่อมได้มาด้วยความมุ่งมั่นที่จะเอาชนะอุปสรรคต่างๆ ความมานะพยายาม ความอดทนที่จะต่อสู้แก้ไขปัญหาต่างๆให้ได้ มนุษย์มีแรงจูงใจ (motivation) ที่จะกระทำสิ่งเหล่านี้ พฤติกรรมต่างๆย่อมเกิดขึ้นจากแรงจูงใจและการเรียนรู้ แรงจูงใจนี้อาจจะเป็นสัญชาตญาณจากภาวะทางสรีรวิทยาภายในร่างกาย หรือเกิดจากภาวะทางสังคม คือ สัมพันธภาพกับผู้อื่น แรงจูงใจยังมีที่มาอีกประการหนึ่ง คือ เกิดจากการรู้จักคิดรู้จักใช้ปัญญา ทำให้คิดอย่างมีเหตุผลซึ่งนับว่าเป็นแรงจูงใจที่เราสามารถควบคุมได้ เมื่อเรามีเหตุผล รู้จักผิดชอบชั่วดี มีจุดมุ่งหมาย ก็เกิดความมานะพากเพียรไม่ทอดทิ้ง แต่ความคิดเหตุผลนี้ จะเกิดขึ้นต่อเมื่อได้มีพัฒนาการทางด้านสติปัญญาและอารมณ์อย่างเหมาะสมถึงขั้นความคิดแบบใช้เหตุใช้ผล จึงจะสร้างแรงจูงใจแบบนี้ได้สำเร็จ ซึ่งควรจะเกิดขึ้นในวัยผู้ใหญ่ทุกคน แต่ก็มีได้เป็นเช่นนั้นทุกรายไป ผู้ใหญ่บางคนก็ยังมีความคิดแบบเด็กๆอยู่ ทำให้เกิดปัญหาในการปรับตัวตามมา

### 2.3.3 แรงจูงใจ (Motivation)

ความต้องการของมนุษย์ อาจจะพิจารณาแบ่งได้เป็น 2 กลุ่มใหญ่ๆ คือ

1. ความต้องการพื้นฐาน (innate หรือ primary needs) เช่น อาหาร เครื่องนุ่งห่ม น้ำ การนอนหลับพักผ่อน เป็นต้น ส่วนมากเป็นพื้นฐานความจำเป็นทางด้านสรีรวิทยาการตอบสนองความต้องการพื้นฐานเหล่านี้ เป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งยวดที่ทำให้มนุษย์ดำรงชีวิตอยู่ได้

2. ความต้องการที่เกิดจากพัฒนาการและการเรียนรู้ (acquired หรือ secondary needs) ขึ้นอยู่กับประสบการณ์การเรียนรู้ของแต่ละคนและมีความแตกต่างกันออกไป เช่น เด็กที่ต้องการแต่งกายให้เรียบร้อย ก็เป็นเพราะเด็กต้องการให้ตนเป็นที่รักและยอมรับของพ่อแม่ แรงจูงใจในการต้องการให้คนอื่นรัก หรือเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มนี้ ก็พบได้ในผู้ใหญ่เช่นกัน A.H. Maslow นักจิตวิทยา ได้เสนอทฤษฎีเรื่องแรงจูงใจของมนุษย์ และได้กำหนดความสำคัญของแรงจูงใจประเภทต่างๆไว้ตามลำดับขั้นตอน 8 Maslow ได้แบ่งความต้องการนี้ออกเป็น 5 กลุ่ม เรียงตามลำดับก่อนหลังจากความต้องการพื้นฐานไปสู่ความต้องการอันสูงสุดของมนุษย์ดังนี้

1. ความต้องการพื้นฐานทางสรีรวิทยา (Physiological needs)
2. ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย (Security, Safety, Stability)
3. ความต้องการมีส่วนร่วมและความรัก (Belongingness and Love)
4. ความต้องการศักดิ์ศรี ความภาคภูมิใจในตนเอง และผู้อื่น (self - esteem and the esteem of others)
5. ความต้องการที่จะได้ทำเต็มความสามารถและเป็นตัวของตัวเอง (Self-actualization, Self-realization)

เมื่อความต้องการในขั้นต้นได้รับการตอบสนองแล้ว มนุษย์ก็จะแสวงหา เพื่อตอบสนองความต้องการในขั้นต่อไป โดยมีความแตกต่างกันในรายละเอียดของแต่ละคนตามประสบการณ์ และแม้แต่ในคนคนเดียวก็ยังมี ความแตกต่างกันไปแล้วแต่กาลเวลาความรู้สึกพึงพอใจเต็มที่ของการได้รับ acquired needs นี้ อาจเกิดขึ้นน้อยหรือนานๆ จึงจะเกิดขึ้น ทำให้บางคนต้องมีพฤติกรรมเพื่อจะตอบสนองความต้องการประเภทนี้อยู่ตลอดเวลา จนทำให้ต้องเผชิญกับความกดดัน และเป็นเหตุให้จำเป็นต้องมีการปรับตัว (adjustment) ซึ่งส่วนใหญ่ผู้ที่มีการพัฒนาการของบุคลิกภาพเหมาะสม มีความเป็นผู้ใหญ่ บรรลุวุฒิภาวะทางอารมณ์ (emotionally mature) ก็จะสามารถปรับตัวได้ดี บุคคลเหล่านี้จะมีจุดมุ่งหมายในชีวิต มีความยืดหยุ่นและมีพฤติกรรมแก้ปัญหาที่มีประสิทธิภาพ ถ้ามีอุปสรรคเกิดขึ้นก็อาจจะยอมให้มีการเปลี่ยนแปลงจุดมุ่งหมายได้บ้าง แต่คนที่ปัญหาทางอารมณ์ หรือมีการปรับตัวที่ไม่เหมาะสม ก็จะทำให้มีพฤติกรรมของความหงุดหงิด ความคับข้องใจ (frustration) ตามมา

#### 2.3.4 ความหวาดกังวล

ในชีวิตสมัยใหม่ที่มีภาวะเศรษฐกิจและสังคมเช่นปัจจุบัน ทำให้คนต้องดิ้นรนขวบวช ทั้งในด้านการทำมาหากิน การหาความสุขสงบปลอดภัยให้กับตนเอง และครอบครัว บ่อยครั้งต้องเผชิญกับการหวาดกลัว ความวิตกกังวล (anxiety) ความอึดอัดคับข้องใจ (frustration) ความขัดแย้งต่างๆ (conflict) รวมทั้งความรู้สึกอ้างว้างเคียดแค้น (hostility) นับครั้งไม่ถ้วน ความวิตกกังวลในเรื่องการทำมาหากินนั้นมีมาตั้งแต่สมัยดึกดำบรรพ์ แต่ในสภาพปัจจุบัน ทั้งที่มนุษย์มีความสะดวกสบายใน

ทางด้านวัตถุแต่สุขภาพจิตทั่วไปกลับแย่ลง สาเหตุของความหวาดกังวลส่วนใหญ่ คือ เรื่องของความอ้างว้าง ความทอดอาลัย เห็นว่าชีวิตไร้ความหมาย ความกลัวเรื่องเพศ และความเคียดแค้นทั้งในตนเองและผู้อื่น ความอ้างว้างนั้นเกิดขึ้นได้แม้อยู่ในกลุ่มคนมากๆ เช่น ลักษณะที่ Erick Fromm เรียกว่า “Lonely Crowd” ซึ่งต่างจากผู้ที่อยู่โดดเดี่ยว เพราะแสวงหาความวิเวก9 และมีความรู้สึกสบายใจที่ได้อยู่ตามลำพัง มีคนเป็นเพื่อน ส่วนผู้ที่อ้างว้างแม้จะห้อมล้อมด้วยผู้คน เป็นเพราะปราศจากเพื่อน แม้แต่ตนก็เป็นเพื่อนของตนไม่ได้ ขาดความเชื่อมั่นในตนเอง ไม่ไว้วางใจจะมีคนหวังดีปรารถนาดีต่อตน ความไว้วางใจ (trust) หรือไม่ไว้วางใจ (mistrust) นี้เกิดขึ้นตั้งแต่สมัยเป็นทารก ถ้าเราคิดว่าตนมีค่าเป็นที่รักของคนอื่น เราก็จะไว้วางใจว่าคนอื่นจะมีความรักและหวังดี มีความยินดีต่อเรา ถ้าขาดความรู้สึกเช่นนี้มาตั้งแต่วัยเด็ก เมื่อมาถึงวัยหนุ่มสาวก็ถึงเวลาแล้วที่เราจะสร้างความนับถือตนเองขึ้นมา ผูกพันตนเอง สร้างเจตคติที่จะมองผู้อื่นในแง่ดี มีความไว้วางใจคนอื่นขึ้นมาบ้าง

วิธีสร้างความนับถือตนเองนั้น อาจทำได้ดังนี้

1. ตระหนักในความจริงที่ว่า ไม่มีใครจะเปรียบพร้อมสมบูรณ์ทุกประการ ดังนั้นเราก็ควรจะหยุดมองหาความสมบูรณ์ในตัวเองเสีย คนดีชนิดที่หาที่ติไม่ได้นั้นอาจมีอยู่ในหนังสือ แต่หาไม่ได้ในชีวิตจริง
2. ยุติการเปรียบเทียบตัวเรากับผู้อื่น เพราะไม่ว่าจะมองด้านใดก็มักจะพบความดีกว่าเราในด้านนั้นเสมอ การมองหว่าเราเองมีอะไรที่ดีบ้าง แล้วมุ่งผดุงความดีนั้นให้ยิ่งขึ้นเป็นพอ
3. อย่าถือเอาคำตัดสินหรือความคิดเห็นของคนอื่นเป็นเครื่องชี้ขาดสูงสุดเกี่ยวกับตัวเอง ถ้าฟังแต่คนอื่นตลอดเวลา ก็ขาดความเป็นตัวของตัวเอง และความคิดเห็นนั้นเป็นธรรมดาที่ต้องมีทั้งด้านบวกและด้านลบ จึงควรรับฟังเพื่อเป็นข้อสังเกตตัวเอง และดำเนินชีวิตไปสู่จุดหมายปลายทางที่ตั้งเอาไว้ด้วยตัวของตัวเอง
4. กล้าลองกล้าเสี่ยง เมื่อได้คิดใคร่ครวญดูแล้วว่า จะดำเนินการอย่างไรแม้จะต้องเสี่ยงบ้างก็ควรลอง เพราะการลองเป็นการรับความผิดชอบอย่างหนึ่ง ถ้าประสบความสำเร็จก็ได้รับความภูมิใจ ถ้าล้มเหลวก็ได้บทเรียน ทั้งนี้จะเกิดความมั่นใจและนับถือตนเองได้
5. พิจารณาตนเองเรื่อยๆไป อย่าด่วนสรุปว่าเราเป็นคนฉลาด หรือซื่อฉลาด หรือคนดี หรือคนไม่เอาไหน ควรดูว่าเรามีลักษณะเฉพาะตนอย่างไร และจะใช้ให้เป็นประโยชน์ได้อย่างไร

### 2.3.5 วยสร้างมิตรภาพและการบรรลุวุฒิภาวะทางอารมณ์

เมื่อเราเห็นตนเองมีค่า ก็แสวงหาความต้องการขั้นต่อไปตามธรรมดาของมนุษย์ คือ ความต้องการมีเพื่อน แต่การมีเพื่อนนั้นทำอย่างไรจึงจะมีเพื่อนได้โดยตัวเอง ไม่ต้องสูญเสียความเป็นตัวของตัวเอง หรืออิสรภาพของตนไป เช่น บางคนแสวงหาเพื่อนด้วยการวางอำนาจ ก็ต้องแสวงหาอำนาจไว้เรื่อยเพื่อรักษาวินวาระไว้ บางคนแสวงหาเพื่อนด้วยการยอมอ่อนให้ เช่นนี้ ก็ต้องอึดอัดระวังตัวกลัวเขาจะโกรธ ทำให้ขาดความรู้สึกที่เป็นอิสระแก่ตัว Erick Fromm กล่าวว่า ผู้ที่รักตนเอง เห็นตนเองมีค่าจึง

สามารถบำเพ็ญประโยชน์ให้ผู้อื่นได้ การได้เพื่อนโดยไม่ต้องเสียอิสรภาพนั้น คือ การมีความรัก ซึ่งเป็นความรักแบบผู้ที่มีวุฒิภาวะทางอารมณ์ ทำให้เกิดความรู้สึกอบอุ่นใจ มีความคิดสร้างสรรค์ รู้จักความดีงามของชีวิต และมีส่วนหนึ่งของผู้อื่นมามีชีวิตอยู่ในตัวเรา ให้โอกาสซึ่งกันและกันที่จะเจริญเติบโต และเป็นตัวของตัวเองอย่างเต็มที่ มิตรภาพเช่นนี้มิได้ทิ้งระหว่างพ่อแม่ ลูกหนุ่มสาว บุคคลต่างวัย ต่างอาชีพ มิตรภาพนั้นเริ่มต้นในบ้าน ในครอบครัว ถ้ามีความรัก การช่วยเหลือเกื้อกูลกันในครอบครัว ส่งเสริมให้สมาชิกในครอบครัวเป็นตัวของตัวเอง เป็นอิสระ ฟุ้งตนเอง กล้าออกไปเผชิญโลกภายนอก และส่งเสริมให้เกิดการสร้างมิตรภาพกับผู้อื่นต่อไป ผู้ที่จะสร้างมิตรภาพกับผู้อื่นได้ และมีมิตรภาพนั้นมีความเจริญงอกงามต่อไปจำเป็นต้องมีคุณสมบัติของการบรรลุวุฒิภาวะทางอารมณ์ (emotionally mature) เป็นคุณสมบัติสำคัญหนุนหลังอยู่ด้วย ไม่ว่าจะบุคคลจะอายุมากหรือน้อยก็ตาม ถ้ามีคุณสมบัติต่อไปนี้ก็แสดงถึงการบรรลุวุฒิภาวะทางอารมณ์

1. มีความอดทน พร้อมทั้งจะรอวาระอันควร ดังสุภาษิตว่า “อดเปรี้ยวไว้กินหวาน” มีความคิดรอบคอบ ไม่เห็นแต่ความสุขชั่วแล่น
2. สามารถควบคุมความโกรธ รู้ตัวว่าโกรธตกลงกันได้ในเรื่องความขัดแย้งแตกต่างกันด้วยความใจเย็น มากกว่าที่จะวุ่นวาย
3. มีความมานะพยายาม สามารถตรากตรำทำงาน สามารถฟันฝ่าสถานการณ์ ทั้งๆที่เกิดความผิดหวัง ล้มแล้วก็ลุกขึ้นมาสู้ต่อไปไม่ย่อท้อ
4. สามารถเผชิญภาวะความคับข้องใจ ความไม่สบายกายต่างๆ ความพ่ายแพ้ โดยไม่ทอดอาลัยท้อแท้
5. มีความอ่อนน้อมถ่อมตน และยอมรับผิดโดยซื่อตรงและเมื่อตนเป็นฝ่ายถูกก็ไม่สำหรับถากถางฝ่ายตรงข้ามกับตน
6. มีความสามารถตัดสินใจเอง แล้วยืนหยัดอยู่กับการตัดสินใจนั้น แม้ผิดก็รับเป็นบทเรียน ไม่กลัวเสียหน้า
7. มีการรักษาคำพูด เชื่อถือได้ ฟังพาได้ ฟันฝ่าวิกฤตการณ์โดยไม่โทษใครมีระเบียบไม่วุ่นวายสับสน มีความตั้งใจดี ทำจริงดังที่พูดไว้
8. มีศิลปะในการอยู่อย่างสงบกับสิ่งที่สุดวิสัยไม่สามารถจะเปลี่ยนแปลงได้

การบรรลุวุฒิภาวะทางอารมณ์เป็นสิ่งที่ต้องเรียนรู้ไม่ใช่เกิดเองตามธรรมชาติ ส่วนมากเป็นการเรียนรู้จากในครอบครัว พ่อแม่พี่น้อง จากโรงเรียน เมื่อเป็นผู้ใหญ่มีความรับผิดชอบต่อตัวเองแล้ว ก็เรียนรู้ที่จะมีคุณสมบัติเหล่านี้ได้ด้วยตัวเอง Erikson ได้กล่าวถึงชีวิตในวัยหนุ่มสาวไว้ว่า การพัฒนาในวัยนี้เป็นระยะของพัฒนาการทางจิตใจใน stage VI ซึ่งเป็นระยะที่ Erikson กล่าวว่า หลังจากที่ผ่านมาผ่านพ้นระยะวัยรุ่นจะมีความรู้สึกเป็นตัวของตัวเอง (sense of identity) แล้ว คนๆนั้นจึงจะสามารถพัฒนาไปถึงการมีสัมพันธภาพที่สนิทชิดเชื้อ (intimacy) กับผู้อื่นได้ หรือกับเพศตรงข้ามได้ เป็นวัยที่มีการสร้าง

สัมพันธ์ภาพที่มั่นคงเมื่อเทียบกับสัมพันธ์ภาพในวัยรุ่นที่เปลี่ยนแปลงได้ง่ายกว่า ความสามารถที่จะรักผู้อื่นได้นี้ เป็นวุฒิภาวะของการเป็นผู้ใหญ่อย่างหนึ่ง

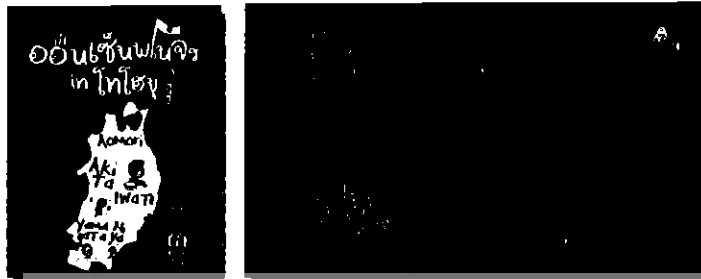
คนบางคนจะเกิดความกลัวการผูกมัดตนเอง ถ้ามี intimacy เกิดขึ้น ความกลัวนี้จะนำไปสู่การแยกตัว (isolation) อยู่กับตัวของตัวเอง ในวัยรุ่นหนุ่มสาวนี้การรักษาสมดุลระหว่างเรื่องของการรัก การให้ผู้อื่น และการทำงานเป็นสิ่งสำคัญ ถ้ามุ่งมั่นในสิ่งใดสิ่งหนึ่งมากเกินไประหว่างความรักและการทำงาน ก็ย่อมจะทำให้เกิดปัญหาขึ้นได้ การหาจุดที่พอดีทำให้เกิดความสมดุลทั้ง2ด้าน บางครั้งก็ทำได้ยาก สำหรับวัยรุ่นหนุ่มสาวแล้วภาวะทางจิตใจที่สำคัญประการหนึ่ง คือ การสร้างหรือมีความสัมพันธ์ที่สนิทชิดเชื้อ แต่ในเวลาเดียวกันก็ไม่สูญเสียความเป็นตัวของตัวเองไป ซึ่งความรู้สึกนี้รวมไปถึงโอกาสในการเลือกอาชีพการงานและวิถีชีวิตของตน วัยนี้พัฒนาการที่สำคัญจึงเป็นเรื่องของ intimacy และ isolation

(ดร.ศรีเรื่อน แก้วกังวาน, 2545)



## 2.4กรณีศึกษา

### 2.4.1 ออนเซ็นพเนจร in โทโฮคุ



ภาพ 22 ตัวอย่างหนังสือออนเซ็นพเนจร in โทโฮคุ

ที่มา: <http://shows.ch7.com/detail/>

#### ชั้นระบุข้อมูล

เป็นผลงานของ ม.ย.ร. มะลิ ที่จัดพิมพ์กับสนพ.อมรินทร์ ในปี 2557 หนังสือเล่มนี้จะพาผู้อ่านให้ไปสัมผัสกับภารกิจพเนจรแช่น้ำพุร้อนใน 19 ออนเซ็นทั่วแคว้นโทโฮคุ ดินแดนตอนเหนือของญี่ปุ่น

#### ชั้นพรรณนา

เป็นหนังสือที่มีภาพถ่ายที่บ่งบอกถึงสถานที่ที่ไป การถ่ายภาพมีรูปแบบที่น่าสนใจ ทำให้ผู้อ่านอยากไปตาม ภาพตัวการ์ตูนเป็นเอกลักษณ์ ช่วยทำให้หนังสือดูน่าอ่านยิ่งขึ้น มีความน่ารัก น่าสนใจและไม่ทำให้หนังสือดูน่าเบื่อ มีภาพ infographic อธิบายเส้นทางการเดินทาง

#### ชั้นวิเคราะห์

ลักษณะการนำเสนอในหนังสือจะมีภาพถ่าย ภาพตัวการ์ตูน Character design และภาพ infographic ข้อมูลเส้นทางการเดินทาง ซึ่งหนังสือเล่มนี้ต้องการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับการไปแช่น้ำพุร้อน การจัดองค์ประกอบในหนังสือดูไปในทิศทางเดียวกัน มีการใช้ ตัวการ์ตูน Character design มาเป็นองค์ประกอบทำให้ดูเข้าใจได้ง่ายขึ้น แต่ภายในตัวเล่มตัวหนังสือมันดูไม่ค่อยสวยสักเท่าไร

#### ชั้นตีความ

แช่น้ำพุร้อนหรือที่ญี่ปุ่นเรียกว่า 'ออนเซ็น' จะได้รับข้อดีและข้อเสีย ทั้งในสถานที่ หรือขนาดของบ่อ ในส่วนขนาดนั้นจะมีบ่อน้ำพุร้อนทั้งบ่อแบบบ้านๆ บ่อแบบพิเศษ และบ่อลึกในป่าเขา และมีเส้นทางการเดินไปยังออนเซ็นในแต่ละที่ด้วย

(ม.ย.ร. มะลิ, 2557)

## 2.4.2 หนังสือไซโกโตเกียว : โตเกียวเที่ยวที่หนึ่ง



ภาพ 23 ตัวอย่างหนังสือไซโกโตเกียว : โตเกียวเที่ยวที่หนึ่ง

ที่มา: <http://www.isriya.com/node/3939/saikou-tokyo>

### ชั้นระบุข้อมูล

เป็นผลงานของทีปกร วุฒิพิทยามงคล เป็นหนังสือไกด์บุ๊ก จัดพิมพ์กับสำนักพิมพ์ a book เมื่อมีนาคม 2555 มีจำนวน 244 หน้า

### ชั้นพรรณนา

เป็นหนังสือภาพประกอบ มีลายเส้น Character design ที่เป็นเอกลักษณ์ ตัวการ์ตูนใช้สื่อความหมายได้ชัดเจน ตัวการ์ตูนจะเป็นรูปคน สัตว์ สิ่งของ การใช้สีดูน่าสนใจเน้นใช้สีโทนอ่อนไม่ฉูดฉาด สีดูไม่ขัดแย้งกันเกินกันดูไปในโทนเดียวกัน ทำให้ดูสบายตาและน่าอ่าน

### ชั้นวิเคราะห์

เป็นการนำเสนอข้อมูลในรูปแบบภาพประกอบ มีลายเส้นตัวการ์ตูนที่เป็นเอกลักษณ์ ตัวการ์ตูนใช้สื่อความหมายได้ชัดเจน การใช้สีดูน่าสนใจเน้นใช้สีโทนอ่อน ภาพประกอบตัวการ์ตูนมันดูขัดกับเนื้อหาบางส่วน แต่ในความขัดกันมันก็ทำให้หนังสือดูน่าสนใจไม่น้อย

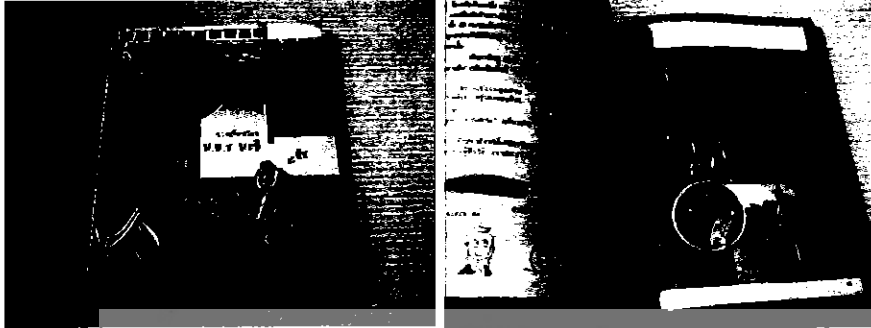
### ชั้นตีความ

เป็นคู่มือการท่องเที่ยวโตเกียว ที่สามารถอ่านเล่นได้ด้วย สามารถนั่งนอนอ่านหนังสือเล่มนี้ อยู่ที่บ้านได้ถึงตัวจะอยู่ไทย เป็นอีกเล่มหนึ่งที่จะมากระตุ้นความอยากของหลายๆ คน ในการไปเยือนมหานครแห่งนี้ขึ้นมาบ้าง เนื้อหาในเล่มตอบใจത്യคนเที่ยวประเภทที่ไม่ได้ถามตัวเองว่า "เราจะไปที่ไหนกันบ้าง" แต่เป็น "เราจะไปทำอะไรกันบ้าง"

(ทีปกร วุฒิพิทยามงคล, 2555)



### 2.4.3 หนังสือโตเกียวอะโซบิ 44 วัน



ภาพ 24 ตัวอย่างหนังสือโตเกียวอะโซบิ 44 วัน  
ที่มา: <http://www.book-ddshop.com/product>

#### ชั้นระบุข้อมูล

เป็นผลงานของ ม.ร.ย.มะลิ เป็นหนังสือบันทึกการท่องเที่ยวที่โตเกียว ในเล่มมีภาพประกอบลายเส้นการ์ตูนที่เป็นฝีมือของผู้เขียนทั้งหมด จัดพิมพ์กับสำนักพิมพ์ วงกลม เมื่อตุลาคม 2548

#### ชั้นพรรณนา

เป็นหนังสือภาพประกอบ มีลายเส้น Character design ที่เป็นเอกลักษณ์ เพราะเป็นลายเส้นที่เจ้าของหนังสือได้วาดขึ้นเองแบบสดๆ เพื่อเล่าเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นระหว่างทางที่เจอ รูปที่เจ้าของหนังสือได้วาดจะเป็นรูปคนกับการดำเนินชีวิตซะส่วนใหญ่ ในเล่มมีการใช้สีแค่ 2 สี เนื้อหาและตัวการ์ตูนจะให้สีเดียวกัน ให้ความรู้สึกเหมือนวาดด้วยดินสอสมกับเป็นหนังสือบันทึก

#### ชั้นวิเคราะห์

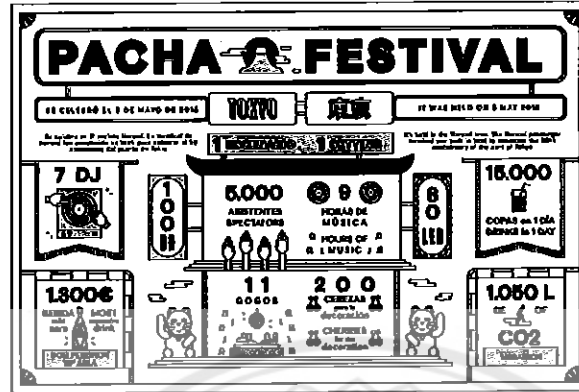
เป็นการนำเสนอข้อมูลในรูปแบบภาพประกอบ มีลายเส้นตัวการ์ตูนที่เจ้าของหนังสือได้วาดขึ้นเอง ตัวการ์ตูนใช้สื่อความหมายได้ชัดเจน ภายในตัวเล่มมันดูไม่ค่อยน่าสนใจ เพราะตัวการ์ตูนมันไม่สามารถดึงดูดความสนใจจากเนื้อหาที่เป็นตัวหนังสือเยอะๆได้ การใช้สีตัวหนังสือกับการ์ตูนพอเป็นสีเดียวกันมันก็ดูกลืนกันไป

#### ชั้นตีความ

เป็นคล้ายสมุดบันทึกการท่องเที่ยวเล่นในโตเกียว 44 วันของผู้เขียน (อะโซบิ = เที่ยวเล่น) เขาเล่าเรื่องด้วยภาพประกอบที่วาดเองและตัวหนังสือที่อ่านง่าย มันจะแตกต่างจากหนังสือท่องเที่ยวตรงที่ผู้เขียนอยากให้คนที่อ่านเล่มนี้ได้รับรู้ถึงความรู้สึกการจดบันทึกแบบไดอารี่

(ม.ร.ย.มะลิ, 2552)

## 2.4.4 Infographic



ภาพ 25 ตัวอย่างลายเส้นข้อมูลแบบ Infographic

ที่มา: <https://www.pinterest.com/>

### ขั้นระบุข้อมูล

เป็นภาพวาด Infographic ในภาพจะประกอบไปด้วยภาพวาด และสถิติข้อมูล

### ขั้นพรรณนา

เป็นผลงานด้าน Infographic ที่มีลายเส้น Character design ที่เป็นเอกลักษณ์ ในภาพ เป็นเหมือนการแสดงสถิติข้อมูลต่างๆให้ดูเข้าใจง่าย

### ขั้นวิเคราะห์

เป็นการนำเสนอข้อมูลในรูปแบบภาพประกอบแบบ Infographic ภาพประกอบใช้สื่อ ความหมายได้ชัดเจน ใช้สีน้อย ทำให้งานดูเรียบๆ ดูยังไม่ดึงดูดมากพอ

### ขั้นตีความ

เป็นผลงาน Infographic ที่ใช้จัดแสดงข้อมูล เพื่อความเข้าใจง่าย มีการใช้ภาพประกอบ จัดวางองค์ประกอบให้เข้ากัน

## 2.4.5 การเล่าเรื่องในสมุดบันทึก



ภาพ 26 ตัวอย่างการเล่าเรื่องในสมุดบันทึก

ที่มา: <https://www.pinterest.com/>

### ชั้นระบุข้อมูล

เป็นผลงานของ ชาวญี่ปุ่นท่านหนึ่ง เป็นสมุดบันทึก เล่าเรื่องราวเหตุการณ์ต่างๆ ที่พอเจอ

### ชั้นพรรณนา

เป็นสมุดบันทึก ที่วาดภาพประกอบและเขียนเรื่องราวต่างๆลงไป มีลายเส้น Character design ที่เป็นเอกลักษณ์ เพราะเป็นลายเส้นที่เจ้าของหนังสือได้วาดขึ้นเองแบบสดๆ เพื่อเล่าเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นระหว่างทางที่เจอ

### ชั้นวิเคราะห์

เป็นการนำเสนอข้อมูลในรูปแบบภาพประกอบ มีลายเส้นตัวการ์ตูนที่เจ้าของหนังสือได้วาดขึ้นเอง เพื่อความเข้าใจของตัวเจ้าของผลงานเอง การจัดวาง ถ้าไม่จัดให้ดี ๆ ก็จะดูรกเกินไป อาจจะทำให้คนที่ดูอาจจะไม่เข้าใจ

### ชั้นตีความ

เป็นสมุดบันทึก ที่ใช้บันทึกเรื่องราวต่างๆที่พบเจอ โดยเจ้าของผลงานได้วาดภาพประกอบลายเส้นตัวเองลงไป พร้อมกับข้อความเพื่ออธิบายเนื้อหาต่างๆ

## บทที่ 3

### การวิเคราะห์ข้อมูลและแนวความคิดในการออกแบบ

การออกแบบหนังสือข้อมูลเชิงภาพเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอมือง จังหวัด นครราชสีมา เป็นการจัดทำหนังสือแนะนำเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมาและในมุมมอง ที่คนภายนอกอาจจะยังไม่เคยได้รู้จัก

#### การวิเคราะห์ข้อมูล

##### 3.1 วิเคราะห์ปัญหาของงานวิจัย

จากการศึกษารวบรวมข้อมูลทั้งหมดด้านเอกสารและลงพื้นที่ในอำเภอมืองจังหวัด นครราชสีมา เพื่อการออกแบบหนังสือเล่มนี้ จึงได้แบ่งหมวดหมู่เพื่อให้สะดวกและสร้างเข้าใจต่อ กลุ่มเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ ดังนี้

##### 3.1.1 โคราชบ้านเอง

เป็นส่วนของเนื้อหาที่เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปในจังหวัดนครราชสีมา และได้แบ่งแยก เนื้อหาออกเป็นดังนี้

- ประวัติจังหวัดนครราชสีมา
  - ความเป็นมา
  - ประตูเมือง
  - ย่าโม
- พื้นที่ขอบจังหวัด และอำเภอมือง
- จำนวนประชากร
- ชาติพันธุ์
- ภาษาโคราช
  - เพลงโคราช
- คำขวัญ
- เทศกาล

##### 3.1.2 มาไกลไปไกล

เป็นส่วนของเนื้อหาที่เกี่ยวกับการเดินทาง จะอธิบายการเดินทางมาจังหวัด นครราชสีมา และการเดินทางภายในจังหวัดนครราชสีมา

- การเดินทางจากกรุงเทพฯมาจังหวัดนครราชสีมา

- การเดินทางภายในอำเภอเมืองนครราชสีมา
- แผนที่อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา
- แผนที่เดินรถสองแถว

### 3.1.3 ไปเที่ยวกันเถอะ

เป็นส่วนของเนื้อหาที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในอำเภอเมือง เนื้อหาส่วนนี้จะแบ่งเป็นย่าน แล้วก็อธิบายว่ามีในแต่ละย่านมันมีถนนอะไรบ้าง ดังนี้

- ย่านเมืองเก่า

- ย่านการค้าเดิมถนนจอมพล
- ย่านการค้าเดิมถนนโพธิ์กลาง
- ย่านการค้าชุมพลและถนนราชดำเนิน
- ถนนยมราช
- ถนนอัษฎางค์
- ถนนมหาดไทย
- สรรพสิทธิ
- ประตูผี

- ย่านยอดฮิตของคนโคราช

- ถนนสุรนารี
- ถนนจอมสุรางค์ยาตร์
- ถนนมิตรภาพ
- ถนนมุขมนตรี
- ถนนสีปศิริ
- ถนนเดชอุดมและถนนพิบูลละเอียด
- จिरะ
- สุรนารายณ์

- ย่านชานเมือง

### 3.1.4 ลองเป็นคนโคราช 1 วัน

เป็นส่วนของเนื้อหาที่เกี่ยวกับการเที่ยวแบบคนโคราช หรือการใช้ชีวิตแบบคนโคราช ว่าวันๆหนึ่งถ้าได้ไปเที่ยวในอำเภอเมือง จะไปที่ไหนบ้าง เป็นเหมือนการแนะนำ สำหรับคนต่างถิ่นอาจจะเอามาปรับใช้ก็ได้



### 3.1.5 พักไหน

เป็นส่วนของเนื้อหาที่เกี่ยวข้องที่พัก แนะนำที่พักราคาถูกมา 5 ที่ในราคาไม่เกิน 500 บาท ซึ่งที่พักเหล่านี้จะอยู่ในอำเภอเมือง เพื่อให้สะดวกและง่ายต่อการเดินทาง

จากการแบ่งเนื้อหาออกเป็นหมวดหมู่แล้ว จึงได้จัดแบ่งจำนวนหน้ากระดาษให้เหมาะสมกับการใช้งาน แยกกลุ่มสีเพื่อให้เข้าใจได้ง่าย แยกว่าแต่ละเรื่องจะออกแบบอย่างไร กระดาษที่ใช้เป็นแบบไหน

ตาราง 2 แสดงเนื้อหาข้อมูลรายละเอียดการออกแบบในแต่ละบทของสารบัญ

Page:	Image:	Color scheme	Font size/color	Font style
1		Green	18pt	Black
2		Green	12pt	Black
3		Green	12pt	Black
4		Green	12pt	Black
5		Green	12pt	Black
6		Green	12pt	Black
7		Green	12pt	Black
8		Green	12pt	Black
9		Green	12pt	Black
10		Green	12pt	Black
11		Green	12pt	Black
12		Green	12pt	Black
13		Green	12pt	Black
14		Green	12pt	Black
15		Green	12pt	Black
16		Green	12pt	Black
17		Green	12pt	Black
18		Green	12pt	Black
19		Green	12pt	Black
20		Green	12pt	Black
21		Green	12pt	Black
22		Green	12pt	Black
23		Green	12pt	Black
24		Green	12pt	Black
25		Green	12pt	Black
26		Green	12pt	Black
27		Green	12pt	Black
28		Green	12pt	Black
29		Green	12pt	Black
30		Green	12pt	Black
31		Green	12pt	Black
32		Green	12pt	Black
33		Green	12pt	Black
34		Green	12pt	Black
35		Green	12pt	Black
36		Green	12pt	Black
37		Green	12pt	Black
38		Green	12pt	Black
39		Green	12pt	Black
40		Green	12pt	Black
41		Green	12pt	Black
42		Green	12pt	Black
43		Green	12pt	Black
44		Green	12pt	Black
45		Green	12pt	Black
46		Green	12pt	Black
47		Green	12pt	Black
48		Green	12pt	Black
49		Green	12pt	Black
50		Green	12pt	Black
51		Green	12pt	Black
52		Green	12pt	Black
53		Green	12pt	Black
54		Green	12pt	Black
55		Green	12pt	Black
56		Green	12pt	Black
57		Green	12pt	Black
58		Green	12pt	Black
59		Green	12pt	Black
60		Green	12pt	Black
61		Green	12pt	Black
62		Green	12pt	Black
63		Green	12pt	Black
64		Green	12pt	Black
65		Green	12pt	Black
66		Green	12pt	Black
67		Green	12pt	Black
68		Green	12pt	Black
69		Green	12pt	Black
70		Green	12pt	Black
71		Green	12pt	Black
72		Green	12pt	Black
73		Green	12pt	Black
74		Green	12pt	Black
75		Green	12pt	Black
76		Green	12pt	Black
77		Green	12pt	Black
78		Green	12pt	Black
79		Green	12pt	Black
80		Green	12pt	Black
81		Green	12pt	Black
82		Green	12pt	Black
83		Green	12pt	Black
84		Green	12pt	Black
85		Green	12pt	Black
86		Green	12pt	Black
87		Green	12pt	Black
88		Green	12pt	Black
89		Green	12pt	Black
90		Green	12pt	Black
91		Green	12pt	Black
92		Green	12pt	Black
93		Green	12pt	Black
94		Green	12pt	Black
95		Green	12pt	Black
96		Green	12pt	Black
97		Green	12pt	Black
98		Green	12pt	Black
99		Green	12pt	Black
100		Green	12pt	Black

หมายเหตุ: เป็นตารางที่ใช้เรียบเรียงข้อมูลการออกแบบในเรื่อง 'โคราชบ้างเอง'  
ที่มา: กมลชนก

ตาราง 3 แสดงเนื้อหาข้อมูลรายละเอียดการออกแบบในแต่ละบทของสารบัญ

บทที่	ชื่อเรื่อง	รายละเอียด	ภาพประกอบ	หมายเหตุ
บทที่ 1	บทนำ	บทนำ	ไม่มี	
บทที่ 2	การวิเคราะห์ข้อมูล	การวิเคราะห์ข้อมูล	ไม่มี	
บทที่ 3	การออกแบบ	การออกแบบ	ไม่มี	
บทที่ 4	การประเมินผล	การประเมินผล	ไม่มี	
บทที่ 5	บทสรุป	บทสรุป	ไม่มี	

หมายเหตุ: เป็นตารางที่ใช้เรียบเรียงข้อมูลการออกแบบในเรื่อง 'โคราชบ้างเอง'  
ที่มา: กมลชนก

ตาราง 4 แสดงเนื้อหาข้อมูลรายละเอียดการออกแบบในแต่ละบทของสารบัญ

บทที่	ชื่อเรื่อง	รายละเอียด	ภาพประกอบ	หมายเหตุ
บทที่ 1	บทนำ	บทนำ	ไม่มี	
บทที่ 2	การวิเคราะห์ข้อมูล	การวิเคราะห์ข้อมูล	ไม่มี	
บทที่ 3	การออกแบบ	การออกแบบ	ไม่มี	
บทที่ 4	การประเมินผล	การประเมินผล	ไม่มี	
บทที่ 5	บทสรุป	บทสรุป	ไม่มี	

หมายเหตุ: เป็นตารางที่ใช้เรียบเรียงข้อมูลการออกแบบในเรื่อง 'มางไปง'  
ที่มา: กมลชนก

ตาราง 5 แสดงเนื้อหาข้อมูลรายละเอียดการออกแบบในแต่ละบทของสารบัญ

บทที่	ชื่อเรื่อง	รายละเอียด	การออกแบบ	หมายเหตุ
1	ไปเที่ยวกันเถอะ			
2	ลองเป็นคนโคราช 1 วัน			

หมายเหตุ: เป็นตารางที่ใช้เรียบเรียงข้อมูลการออกแบบในเรื่อง 'ไปเที่ยวกันเถอะ' ที่มา: กมลชนก

ตาราง 6 แสดงเนื้อหาข้อมูลรายละเอียดการออกแบบในแต่ละบทของสารบัญ

บทที่	ชื่อเรื่อง	รายละเอียด	การออกแบบ	หมายเหตุ
1	ไปเที่ยวกันเถอะ			
2	ลองเป็นคนโคราช 1 วัน			

หมายเหตุ: เป็นตารางที่ใช้เรียบเรียงข้อมูลการออกแบบในเรื่อง 'ลองเป็นคนโคราช 1 วัน' ที่มา: กมลชนก



## ตาราง 7 แสดงเนื้อหาข้อมูลรายละเอียดการออกแบบในแต่ละบทของสารบัญ



หมายเหตุ: เป็นตารางที่ใช้เรียบเรียงข้อมูลการออกแบบในเรื่อง 'ลองเป็นคนโคราช 1 วัน'  
ที่มา: กมลชนก

### 3.2 วิเคราะห์ทฤษฎีการออกแบบ

#### 3.2.1 ข้อดีของการออกแบบหนังสือ

3.2.1.1 หนังสือสามารถพกไปได้ทุกที่ทุกและไม่กระจัดกระจายด้วย

3.2.1.2 รวบรวมข้อมูลความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวไว้ในหนังสือแล้ว โดยที่ไม่ต้องเสียเวลาเปิดหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต

3.2.1.3 ข้อความ ภาพถ่าย มีส่วนช่วยให้หนังสือดูหน้าสนใจ และเป็นการกระตุ้นให้มีความอยากที่จะไปท่องเที่ยวมากขึ้น

3.2.1.4 มีข้อมูลที่อาจจะไม่เคยรู้มาก่อน

3.2.1.5 มีการบอกถึงข้อดีและข้อเสียในแต่ละสถานที่ด้วย

#### 3.2.2 ข้อเสียของการออกแบบหนังสือ

3.2.2.1 หนังสือแนะนำการท่องเที่ยวถูกผลิตออกมาเป็นจำนวนมาก เรื่องการออกแบบ ต้องมีความแตกต่าง

3.2.2.2 ฝึกขาดได้ง่าย

3.2.2.3 ข้อมูลเนื้อหาภายในเล่มเป็นเพียงสรุปโดยย่อ อาจจะไม่ครบถ้วนในบางส่วน

3.2.2.4 ในสมัยนี้ทุกคนมีสมาร์ทโฟนที่มีอินเทอร์เน็ต จึงสะดวกต่อการหาข้อมูลมากกว่าที่จะซื้อหนังสือมาอ่าน หนังสือจึงไม่ค่อยจำเป็นสักเท่าไร

### 3.3 วิเคราะห์พฤติกรรมกลุ่มเป้าหมายของงานวิจัย

#### 3.3.1 ลักษณะทางกายภาพ

3.3.1.1 กลุ่มเป้าหมายที่มีอายุ 18-22 ปี

3.3.1.2 นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวด้วยตัวเองโดยการอาศัยการเดินทางและใช้รถสาธารณะ

3.3.1.3 บุคคลที่มีสนใจเกี่ยวกับจังหวัดนครราชสีมา

3.3.1.4 บุคคลที่สนใจในการแบคแพค

#### 3.3.2 ลักษณะทางจิตภาพ

3.3.2.1 เป็นวัยที่มีความรับผิดชอบในขอบเขตจำกัด เริ่มมีภาระความรับผิดชอบ

3.3.2.2 คนเรามีความใฝ่ฝันทะเยอทะยาน และมุ่งมั่นในการสร้างจุดมุ่งหมายให้กับชีวิต ของตนเองเป็นระยะเริ่มแรกที่คนเริ่มมองหาอาชีพการงานของตนในอนาคต แสวงหารูปแบบของตนเองในแง่มุมต่างๆ

3.3.2.3 เป็นระยะที่มีการพัฒนาทางจิตใจมาจากความเป็นเด็กไปสู่ความเป็นผู้ใหญ่

3.3.2.4 เป็นระยะที่มีการเปลี่ยนแปลงจากสภาพ ที่ต้องพึ่งพาทางเศรษฐกิจ ไปสู่ภาวะที่ต้องรับผิดชอบและพึ่งพาตนเอง

### 3.4 การสรุปแนวความคิดในการออกแบบ

#### 'บันทึกของสองขาพาออกเดิน'

หนังสือที่เป็นสมุดบันทึก ที่สามารถเล่าเหตุการณ์ต่างได้โดยการใช้รูปภาพมาประกอบ เล่าเรื่องไปด้วยเพื่อให้เหมาะกับเป็นหนังสือแนะนำการท่องเที่ยว ใครๆก็ชอบที่จะอ่านหนังสือที่ให้ทั้งความรู้ ความน่าสนใจ และสวยงามน่าอ่าน ก็เลยออกแบบหนังสือที่เล่าเรื่องเรื่องราวต่างๆโดยคนในท้องถิ่นให้อารมณ์เหมือนจดบันทึก เพราะว่าอยากให้ทุกคนได้รู้จักอำเภอเมืองของจังหวัดนครราชสีมาในรูปแบบอื่นๆบ้าง จะได้อ่านถึงเสน่ห์ของเมืองโคราช และกลับมาเที่ยวที่นี่อีก

### 3.5 แนวทางการออกแบบ

จะเป็นไปในทิศทางการเล่นเรื่องภาพรูปภาพ แต่มีคำบรรยายประกอบอยู่ด้วย เพราะหนังสือแนะนำการท่องเที่ยวจะต้องมีความรู้มีนักท่องเที่ยวสามารถนำไปใช้ได้จริง เลยต้องมีรูปภาพ และสถิติข้อมูลเพื่อให้หนังสือดูหน้าสนใจ ดูน่าหยิบมาอ่านได้ทุกเมื่อ และที่สำคัญต้องสามารถใช้งานได้จริงและพกไปได้ทุกที่ทุกเวลา

ตัวอย่างการออกแบบหนังสือ มีดังนี้

#### 3.5.1 กระดาษ

- 1) เป็นหนังสือเย็บมือ จะให้อารมณ์แบบหนังสือฉบับที่ก



ภาพ 27 หนังสือทำมือ

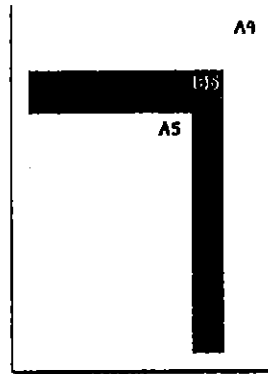
หมายเหตุ: ในส่วนของเล่มหนังสือ จะใช้วิธีการเย็บเพื่อให้ดูเป็นสมุดบันทึก

ที่มา: <http://thebookdesignblog.com/catalog-design-inspiration/in-pursuit-of-the-question-mark>

- 2) ใช้กระดาษทั้งหมด 2 ขนาด คือ

-ขนาด B5 (6.9x9.8 in) ใช้ในส่วนของการอธิบายข้อมูลในส่วนของการจัดบันทึก

-ขนาด A5 (5.8x8.3in) ใช้ในส่วนเนื้อหาข้อมูลที่ไม่ใช่ส่วนของการจัดบันทึก



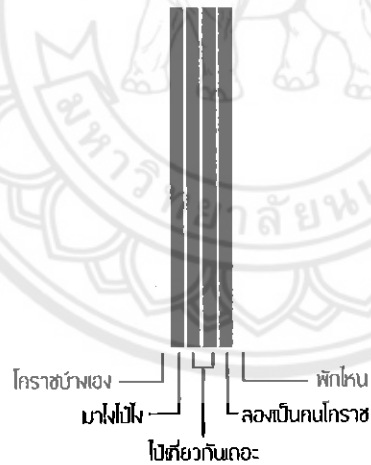
ภาพ 28 ขนาดกระดาษ

หมายเหตุ: ใช้ขนาดกระดาษต่างกันเป็นการเพิ่มลูกเล่นให้กับหนังสือ  
ที่มา: กมลชนก คำเสมอ

3) กระดาษที่ใช้คือ

- กระดาษถนอมสายตา ใช้ในส่วนของกรอธิบายข้อมูลในส่วนของกรจดบันทึก
- กระดาษ 80 แกรม ใช้สำหรับใช้ในส่วนของกรอธิบายข้อมูล
- กระดาษอาร์ตมันแบบบาง ใช้สำหรับแผ่นที่เป็นแผ่นที่บอกทาง
- ชานอ้อย ใช้เป็นปกของหนังสือ เพื่อให้ดูมีความเป็นสมุดจดบันทึก

4) การจัดวางจะแบ่งตามเรื่องในสารบัญ

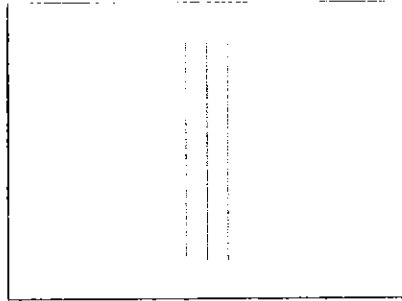


ภาพ 29 ขนาดกระดาษกับการแบ่งเรื่อง

หมายเหตุ: ใช้เพื่อบอกว่าแต่ละเรื่องใช้กระดาษขนาดไหน  
ที่มา: กมลชนก คำเสมอ

### 3.5.2 Layout

ใช้ระบบ Module Grid เพื่อความหลากหลายของหน้าหนังสือ แต่จะแบ่งแต่ละหน้า ออกเป็น 4 คอลัมน์



ภาพ 30 4 คอลัมน์

หมายเหตุ: ใช้ในการจัดวางข้อความและการออกแบบ  
ที่มา: กมลชนก คำเสมอ

### 3.5.3 Font

- 1) ฟอนต์หัวข้อ คือ 2547\_Dthin , Arabica และ AAA-WatinBold3D-Italic  
Bold3D Italic
- 2) ฟอนต์เนื้อหา คือ TP Tankhun และ Pahnto

### 3.5.4 สี

เพื่อเป็นสีที่สบายตา เข้าได้กับทุกเพศ

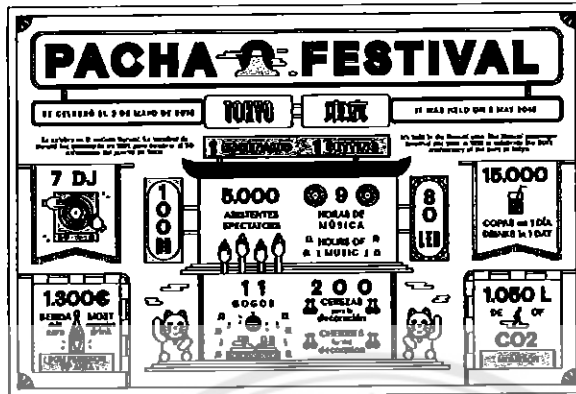


ภาพ 31 Earthtone Color

หมายเหตุ: ใช้สีโทนนี้เพราะว่าเพื่อให้อารมณ์แบบจดบันทึกที่ดูเรียบง่าย  
ที่มา: <https://www.pinterest.com/>

### 3.5.5 Infographic

- 1) ลายเส้น Infographic นั้นจะเป็นรูปภาพแบบมีเส้นขอบ



ภาพ 32 ลายเส้นข้อมูลแบบ Infographic  
 หมายเหตุ: ตัวอย่างลักษณะลายเส้น Infographic  
 ที่มา: <https://www.pinterest.com/>

- 2) ประเภทของ Infographic ที่จะใช้นั้นมีหลากหลายแบบ ขึ้นอยู่กับเนื้อหาในส่วน

นั้นๆ

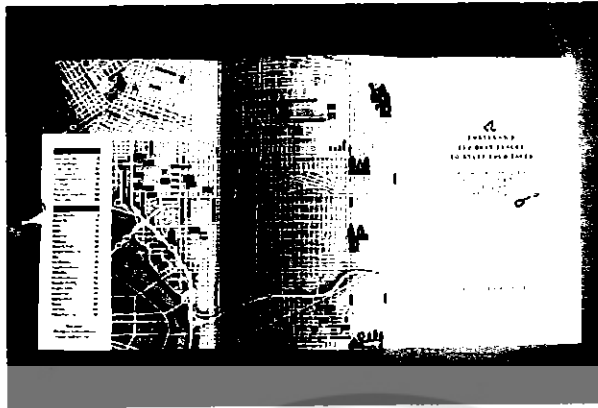


ภาพ 33 Infographic ประเภทต่างๆ

หมายเหตุ: ใช้ Infographic หลากๆประเภท เพื่อให้ความหลากหลายและทั้งนี้ก็ขึ้นอยู่กับเนื้อหา  
 ที่มา: <https://www.pinterest.com/>

### 3.5.6 Physical Interactive

- 1) มีหน้าต่อออกมาอีก ที่สามารถพับเก็บได้

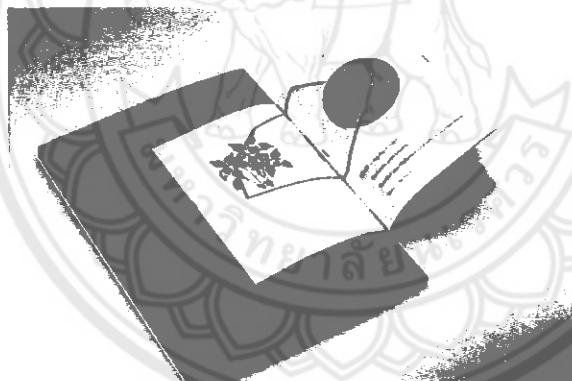


ภาพ 34 ตัวอย่าง Physical Interactive 1

หมายเหตุ: ใช้เป็นแนวทางในการสร้างลูกเล่นให้กับหนังสือ

ที่มา: <https://www.pinterest.com/>

- 2) ความต่างของกระดาษ



ภาพ 35 ตัวอย่าง Physical Interactive 2

หมายเหตุ: ใช้เป็นแนวทางในการสร้างลูกเล่นให้กับหนังสือ

ที่มา: <https://www.pinterest.com/>

### 3.5.7 แนวทางการเล่าเรื่อง

จะเล่าเรื่องให้อารมณ์เหมือนจดบันทึกไปด้วย



ภาพ 36 ตัวอย่างการเล่าเรื่องในสมุดบันทึก 1  
หมายเหตุ: ใช้เป็นแนวทางในการเล่าเรื่องในหนังสือ  
ที่มา: <https://www.pinterest.com/>



ภาพ 37 ตัวอย่างการเล่าเรื่องในสมุดบันทึก 2  
หมายเหตุ: ใช้เป็นแนวทางในการเล่าเรื่องในหนังสือ  
ที่มา: <https://www.pinterest.com/>

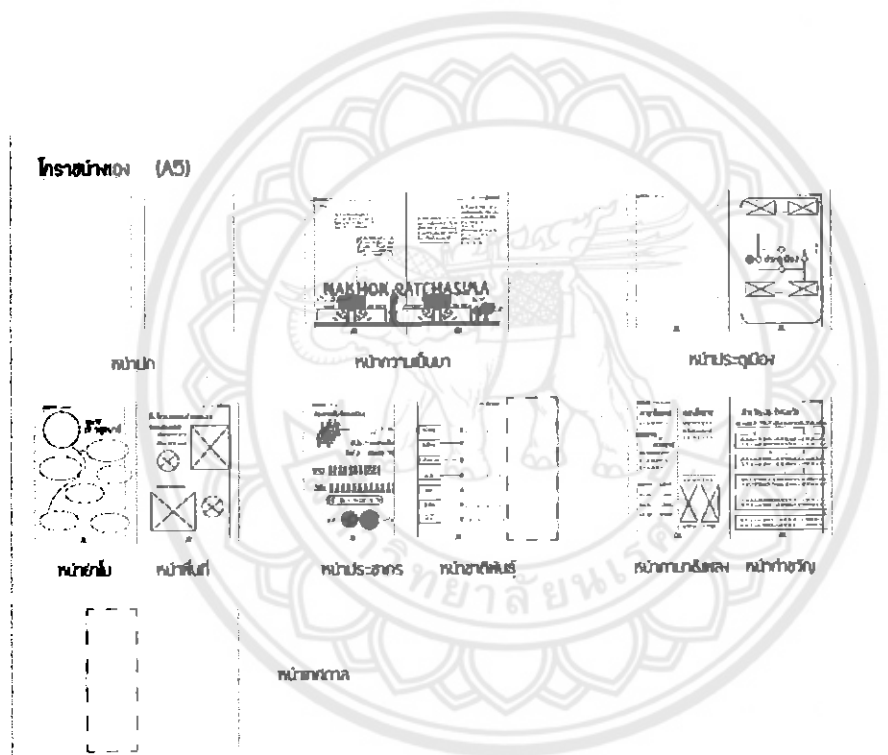


## บทที่ 4

### การออกแบบและการสร้างสรรค์ผลงาน

#### 4.1 การพัฒนาแบบร่าง

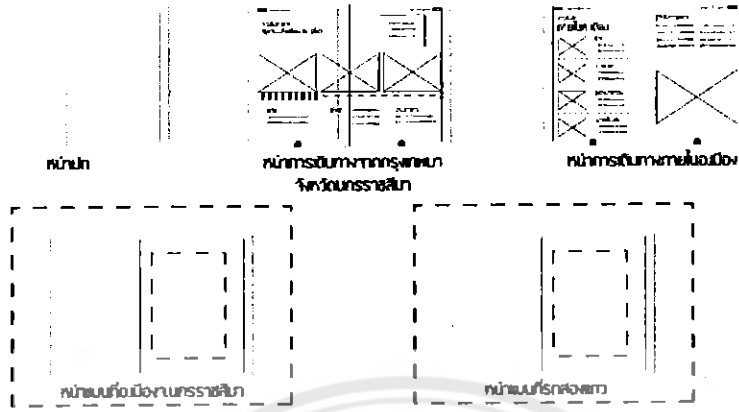
จะเป็นการร่างแบบชิ้นงานและการจัดวางเลเอาท์เนื้อหาในหน้ากระดาษ เพื่อที่จะเอาไปพัฒนาเป็นผลงานจริงต่อไป



ภาพ 38 ตัวอย่างภาพรวมแบบร่างเรื่อง 'โคราชบ้างเอง'

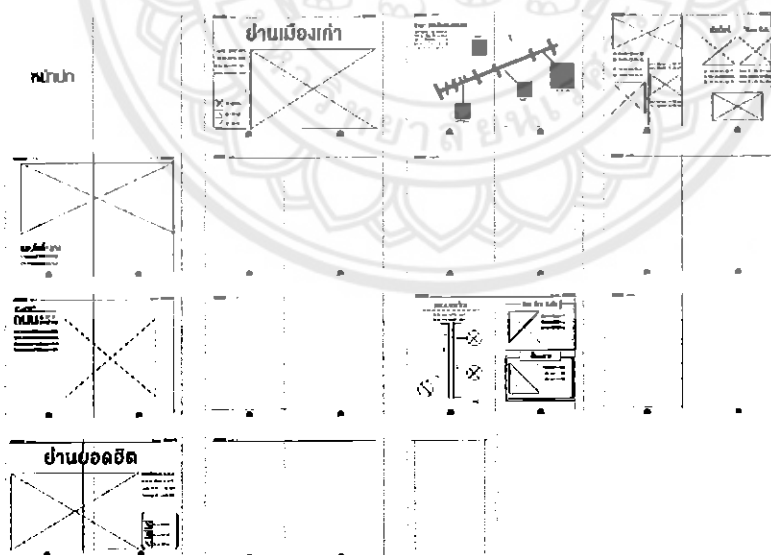
ที่มา: กมลชนก คำเสมอ

**มาใหม่ (B5)**



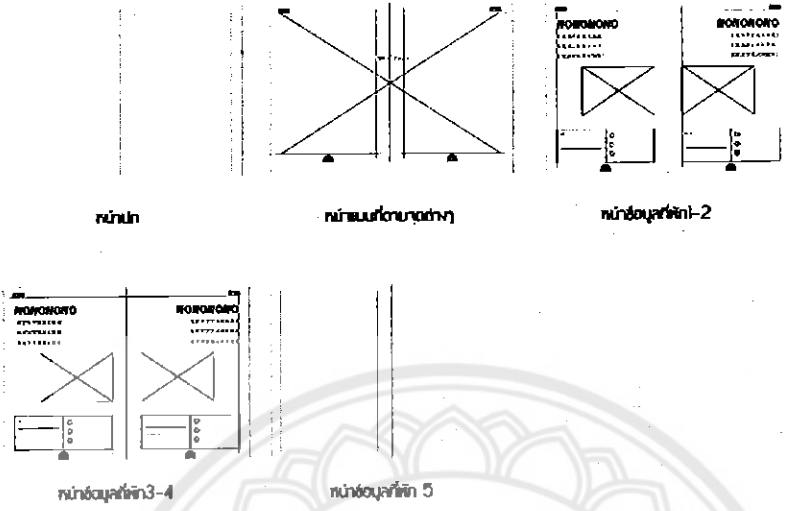
ภาพ 39 ตัวอย่างภาพรวมแบบร่างเรื่อง 'มาใหม่'  
ที่มา: กมลชนก คำเสมอ

**ไปเที่ยวกันเถอะ (B5)**

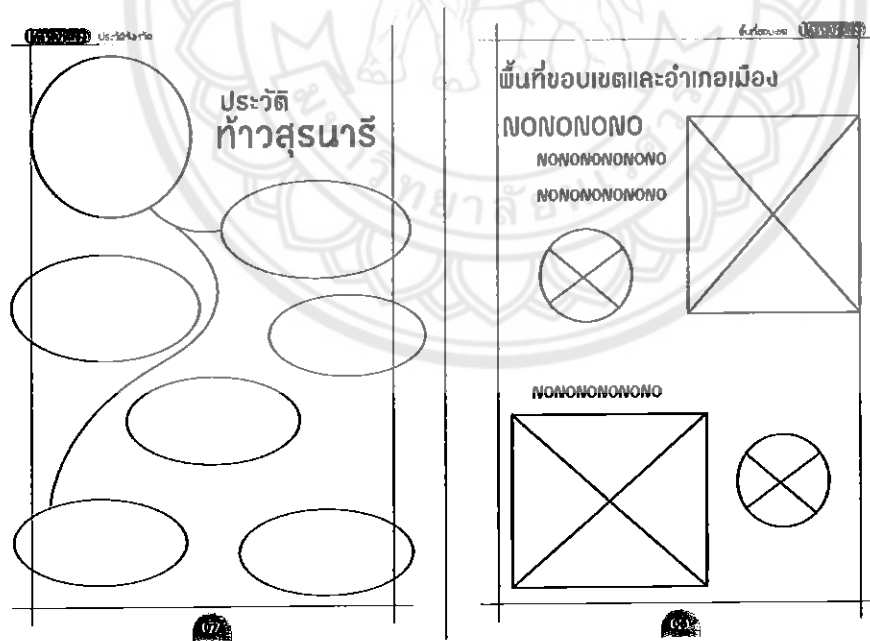


ภาพ 40 ตัวอย่างภาพรวมแบบร่างเรื่อง 'ไปเที่ยวกันเถอะ'  
ที่มา: กมลชนก คำเสมอ

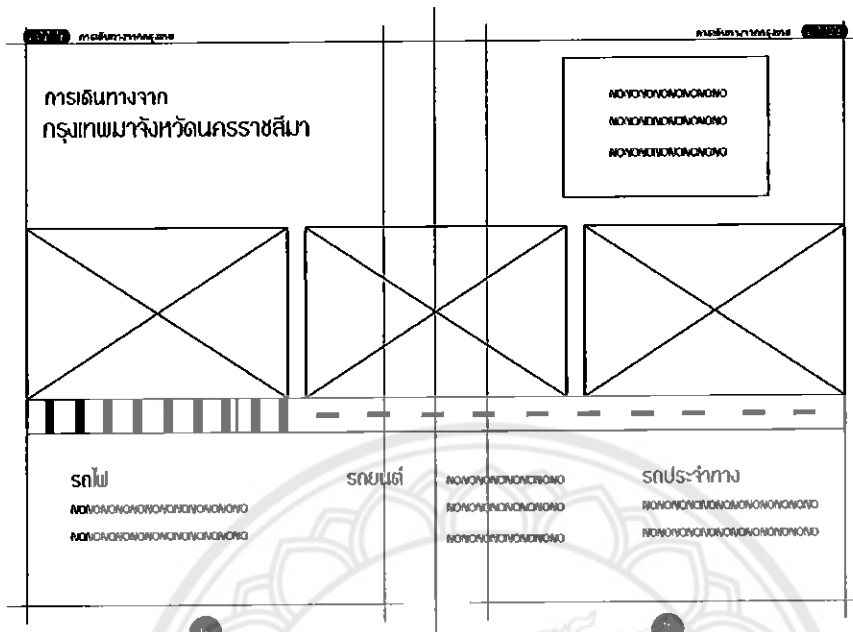
ปกหลัง (A5)



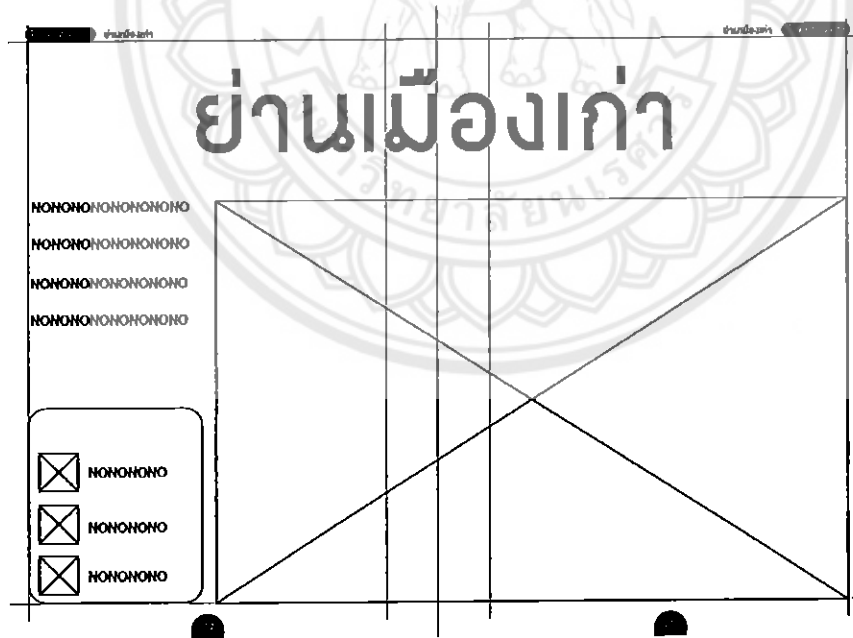
ภาพ 41 ตัวอย่างภาพรวมแบบร่างเรื่อง 'พักไหน'  
ที่มา: กมลชนก คำเสมอ



ภาพ 42 ตัวอย่างแบบร่าง 1  
ที่มา: กมลชนก คำเสมอ



ภาพ 43 ตัวอย่างแบบร่าง 2  
ที่มา: กมลชนก คำเสมอ



ภาพ 44 ตัวอย่างแบบร่าง 3  
ที่มา: กมลชนก คำเสมอ

โคราชบ้านเอง (A5)

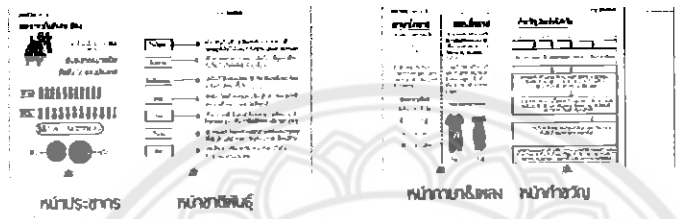


หน้าทวนขึ้นรถ

หน้าประตูห้อง

หน้าขั้วรถ

หน้าที่นั่ง



หน้าประตูรถ

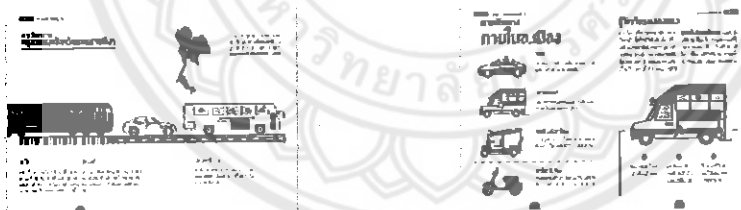
หน้าขาขึ้นรถ

หน้าทวนในรถ

หน้าทวนรถ

ภาพ 45 ตัวอย่างภาพรวมแบบร่างเรื่อง 'โคราชบ้านเอง' 40 %  
ที่มา: กมลชนก คำเสมอ

มาไปไป (B5)



หน้าการเดินทางจากกรุงเทพฯ  
จังหวัดนครราชสีมา

หน้าการเดินทางภายในเมือง

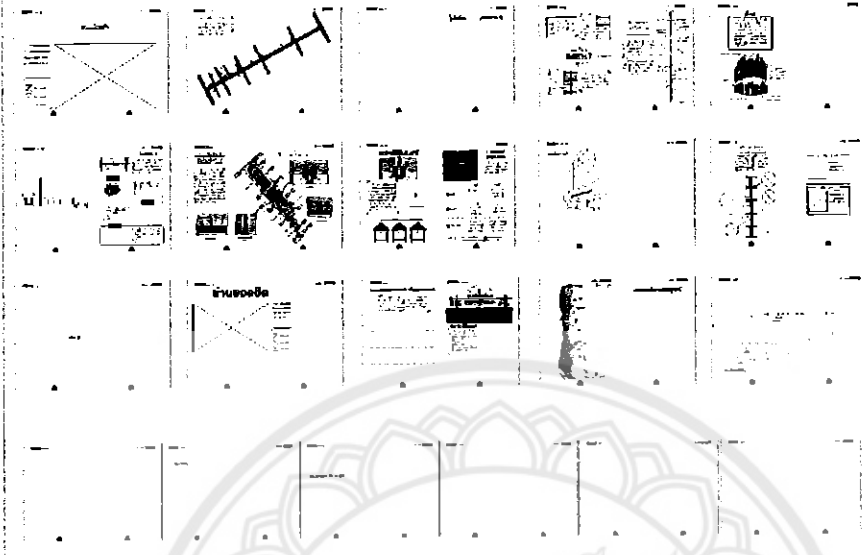


หน้าแผนที่เมืองนครราชสีมา

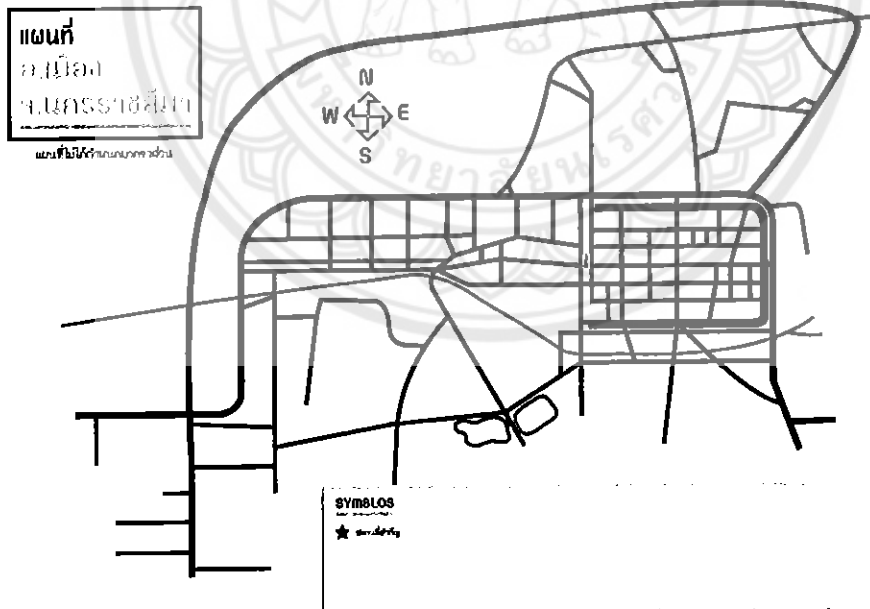


ภาพ 46 ตัวอย่างภาพรวมแบบร่างเรื่อง 'มาไปไป' 40 %  
ที่มา: กมลชนก คำเสมอ

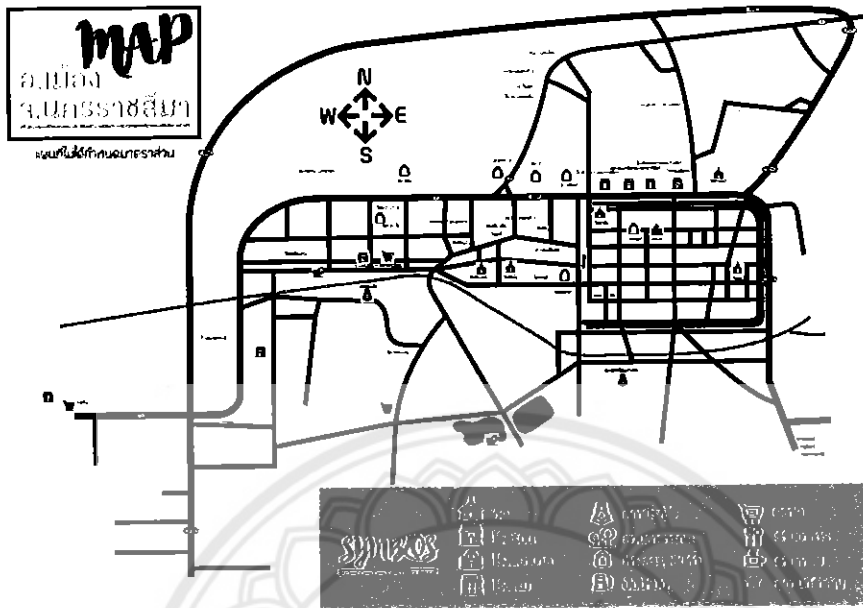
ไปเที่ยวทะเล: (B5)



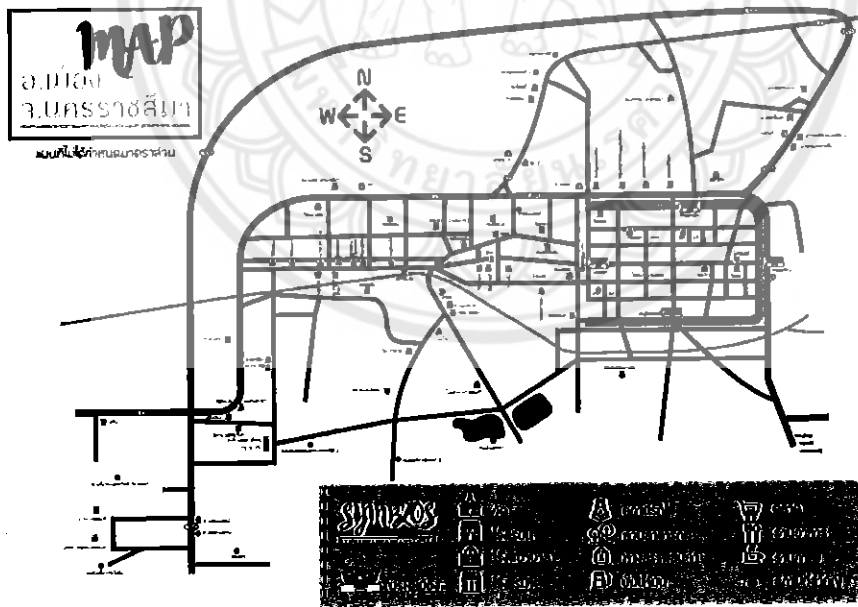
ภาพ 47 ตัวอย่างภาพรวมแบบร่างเรื่อง 'ไปเที่ยวทะเล' 40 %  
 ที่มา: กมลชนก คำเสมอ



ภาพ 48 ตัวอย่างแบบร่างแผนที่ 40 %  
 ที่มา: กมลชนก คำเสมอ



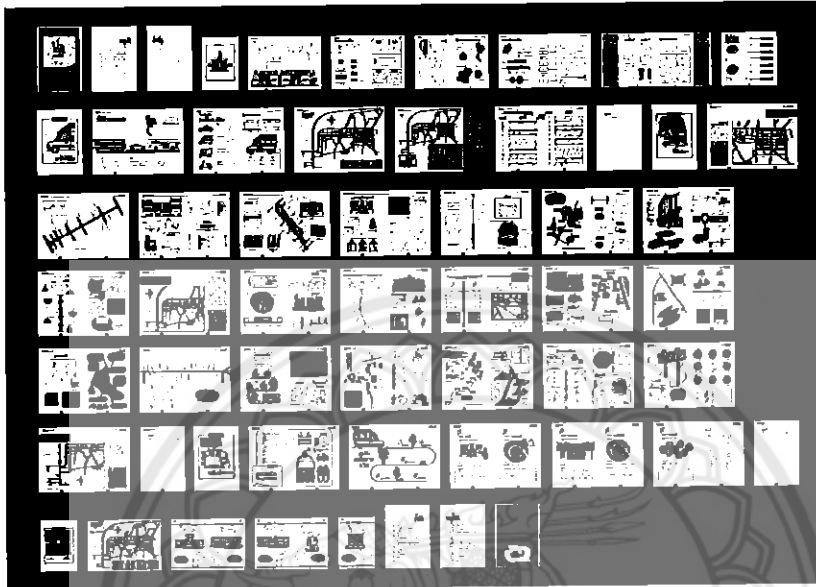
ภาพ 49 ตัวอย่างแบบร่างแผนที่ 70 %  
 ที่มา: กมลชนก คำเสมอ



ภาพ 50 ตัวอย่างแบบร่างแผนที่ 90 %  
 ที่มา: กมลชนก คำเสมอ

#### 4.2 สรุปผลงานการออกแบบ

เป็นขั้นตอนในการออกแบบหนังสือเรื่อง 'ไปไหม ไปเถอะ ออยากจีพาไป (บันทึกของสองขาพาไปทั่ว(อำเภอ)เมืองโคราช)' ที่สมบูรณ์



ภาพ 51 ภาพรวมผลงานที่สร้างสรรค์  
ที่มา: กมลชนก คำเสมอ



ภาพ 52 หน้าปก  
ที่มา: กมลชนก คำเสมอ



มุกคู่ขกัน สารบัญ

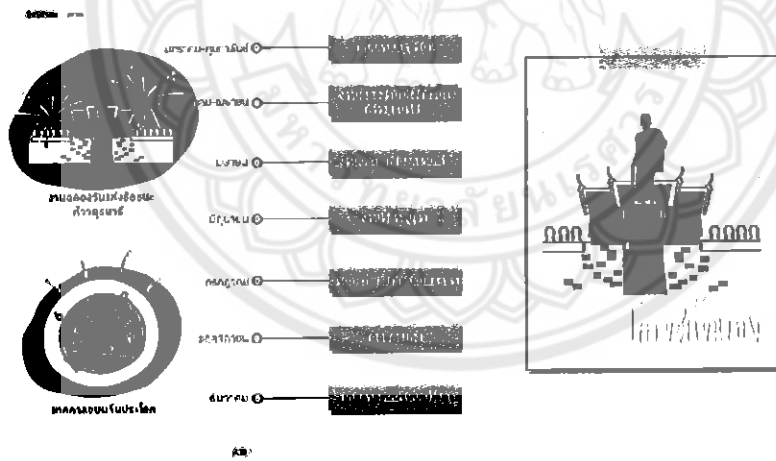
ผลงานที่สร้างสรรคนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นเกียรติและระลึกถึงพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช บรมนาถบพิตร เนื่องในวโรกาสที่ทรงครองราชย์ครบ 70 พรรษา และเนื่องในวโรกาสที่ประเทศไทยได้ก้าวสู่ทศวรรษที่ 70 โดยเป็นสื่อที่ช่วยเสริมสร้างจิตสำนึกและทัศนคติที่ดีให้กับคนไทยทุกคน

บทนำ	1-2
บทที่ 1	3-8
บทที่ 2	9-14
บทที่ 3	15-21
บทที่ 4	22-28
บทที่ 5	29-35
บทที่ 6	36-42
บทที่ 7	43-49

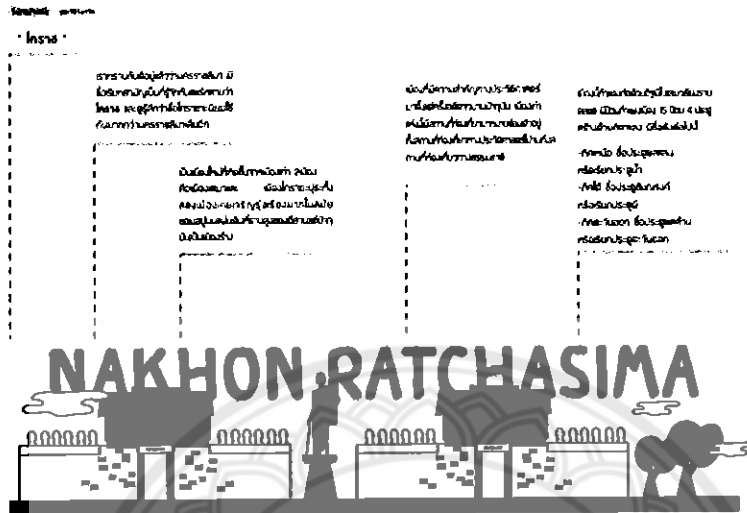
การนำเสนอผลงานนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นเกียรติและระลึกถึงพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช บรมนาถบพิตร

หน้า 1

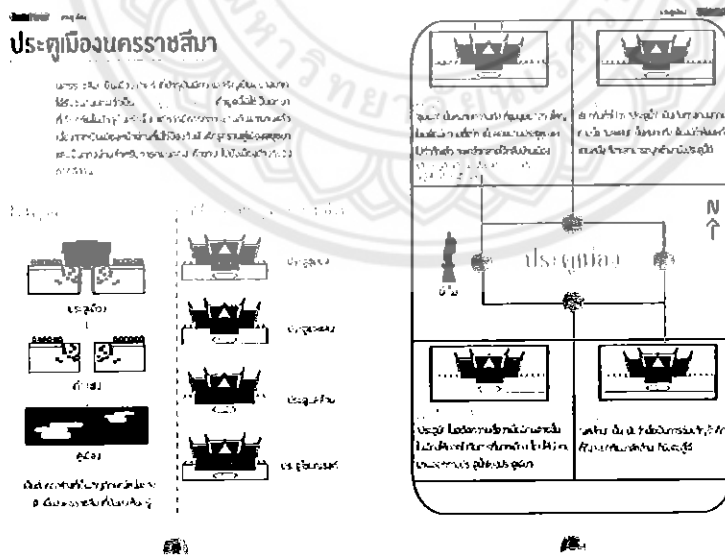
ภาพ 53 ผลงานที่สร้างสรรค์นำมาคู่ขกันและสารบัญ  
ที่มา: กมลชนก คำเสมอ



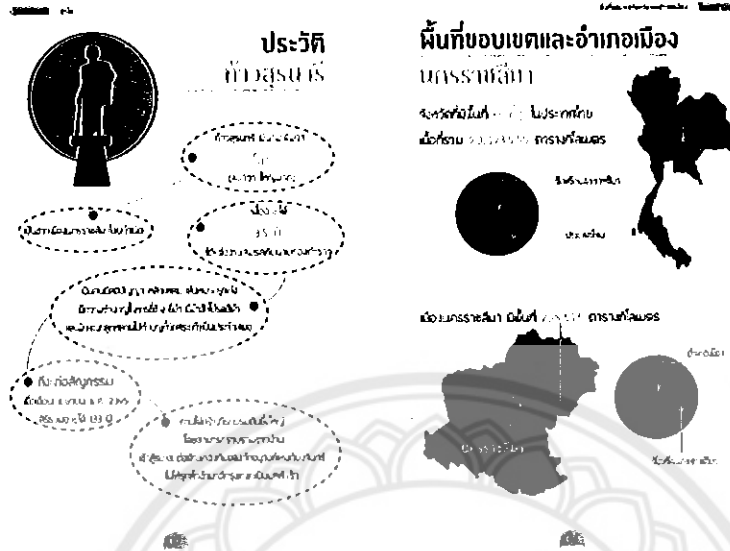
ภาพ 54 ผลงานที่สร้างสรรค์เรื่อง 'โคราชบ้างเอง' 1  
ที่มา: กมลชนก คำเสมอ



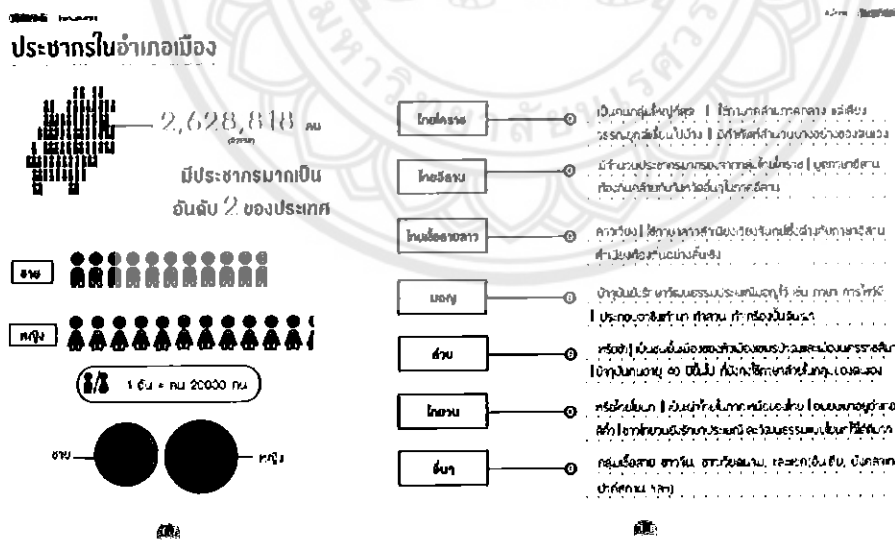
ภาพ 55 ผลงานที่สร้างสรรค์เรื่อง 'โคราชบ้างเอง' 2  
 ที่มา: กมลชนก คำเสมอ



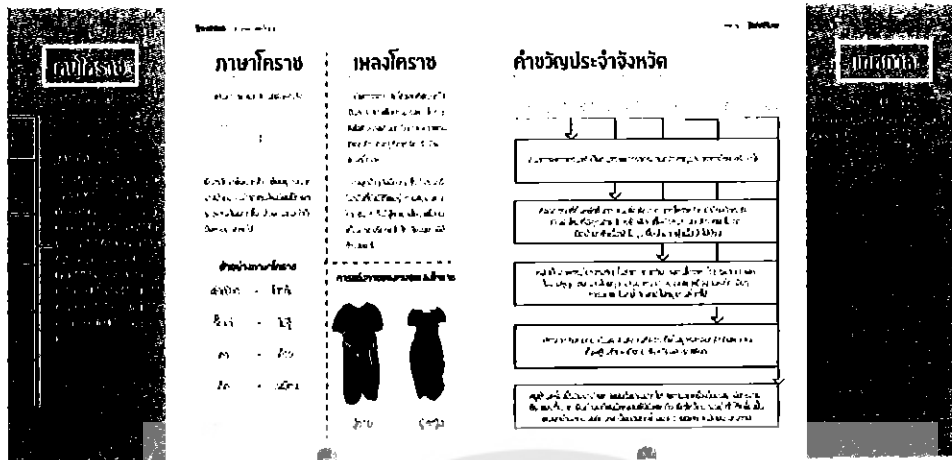
ภาพ 56 ผลงานที่สร้างสรรค์เรื่อง 'โคราชบ้างเอง' 3  
 ที่มา: กมลชนก คำเสมอ



ภาพ 57 ผลงานที่สร้างสรรค์เรื่อง 'โคราชบ้างเอง' 4  
ที่มา: กมลชนก คำเสมอ



ภาพ 58 ผลงานที่สร้างสรรค์เรื่อง 'โคราชบ้างเอง' 5  
ที่มา: กมลชนก คำเสมอ



ภาพ 59 ผลงานที่สร้างสรรค์เรื่อง 'โคราชบ้างเอง' 6  
ที่มา: กมลชนก คำเสมอ

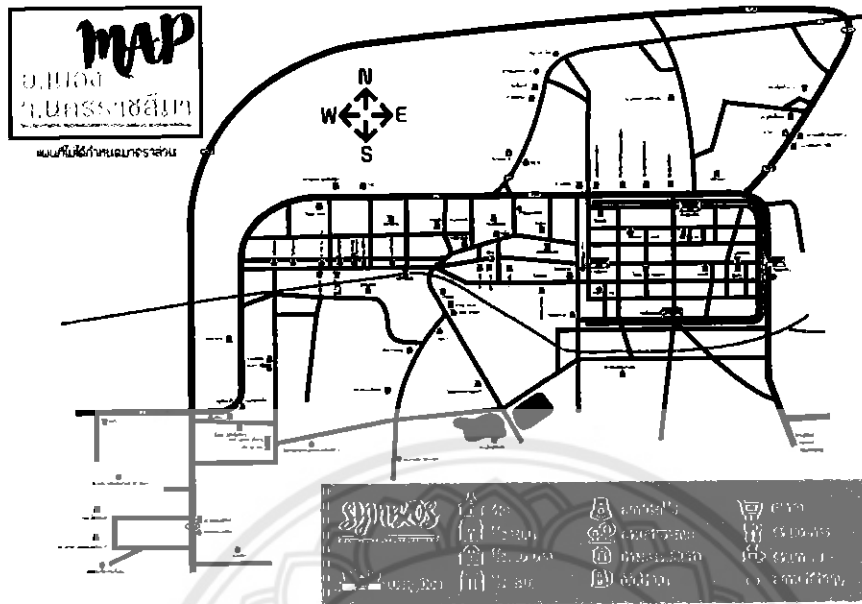
NOTE .

ผลงานประกอบไปด้วย ๓ หน้า คือ หน้าปก หน้าเนื้อหา และ หน้าหลัง

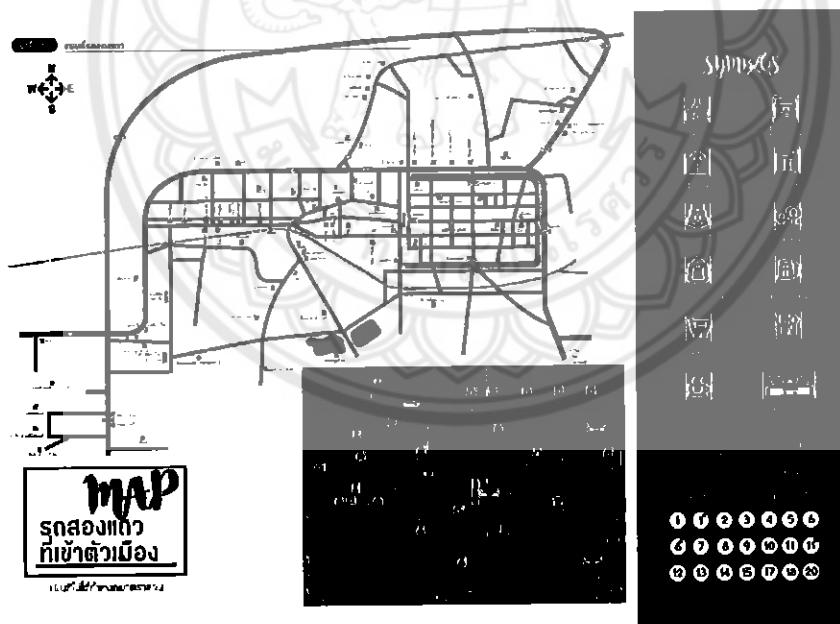


ภาพ 60 ผลงานที่สร้างสรรค์เรื่อง 'มาไงป๋อง' 1  
ที่มา: กมลชนก คำเสมอ

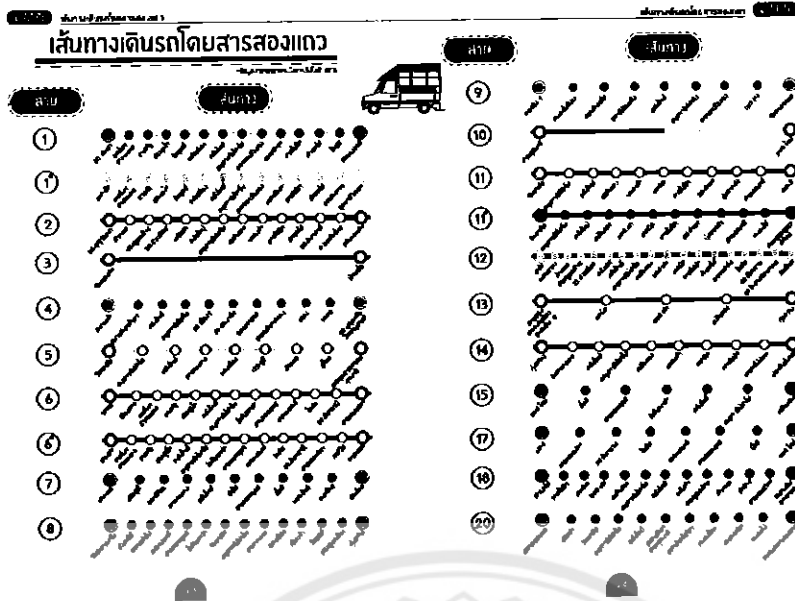




ภาพ 63 ผลงานที่สร้างสรรค์เรื่อง 'มางไ้ไปง' 4  
ที่มา: กมลชนก คำเสมอ



ภาพ 64 ผลงานที่สร้างสรรค์เรื่อง 'มางไ้ไปง' 5  
ที่มา: กมลชนก คำเสมอ



ภาพ 65 ผลงานที่สร้างสรรค์เรื่อง 'มาไงไปไง' 6  
 ที่มา: กมลชนก คำเสมอ

กมลชนก คำเสมอ

ถนนสุรนารี

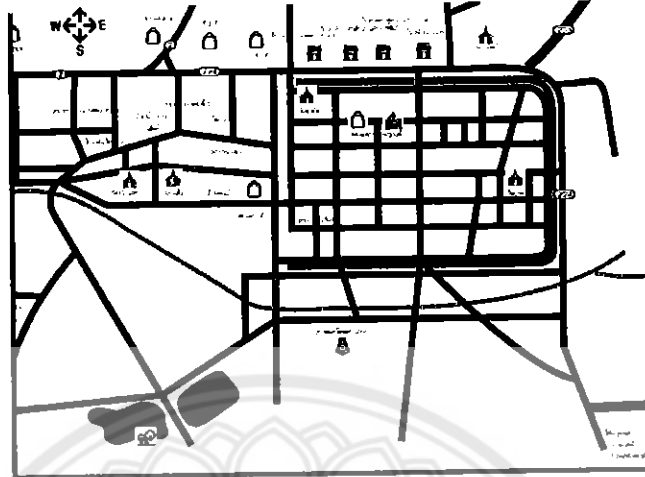
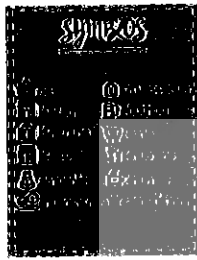
ถนนสุรนารี เป็นถนนสายหลักที่มีกิจกรรมวิ่งเล่นของเด็กๆ มากมาย เด็กๆ จะชอบใช้รถจักรยานวิ่งเล่นบนถนนสายนี้ ถนนนี้ มีไม้ดอกไม้ประดับที่สวยงาม มีต้นไม้ร่มรื่นและเป็นระเบียบเรียบร้อย มี A คือการรวมกันแล้วใช้ในงานสร้างสรรค์



ภาพ 66 ผลงานที่สร้างสรรค์เรื่อง 'ไปที่ชวกันแกะ' 1  
 ที่มา: กมลชนก คำเสมอ

# ย่านเมืองเก่า

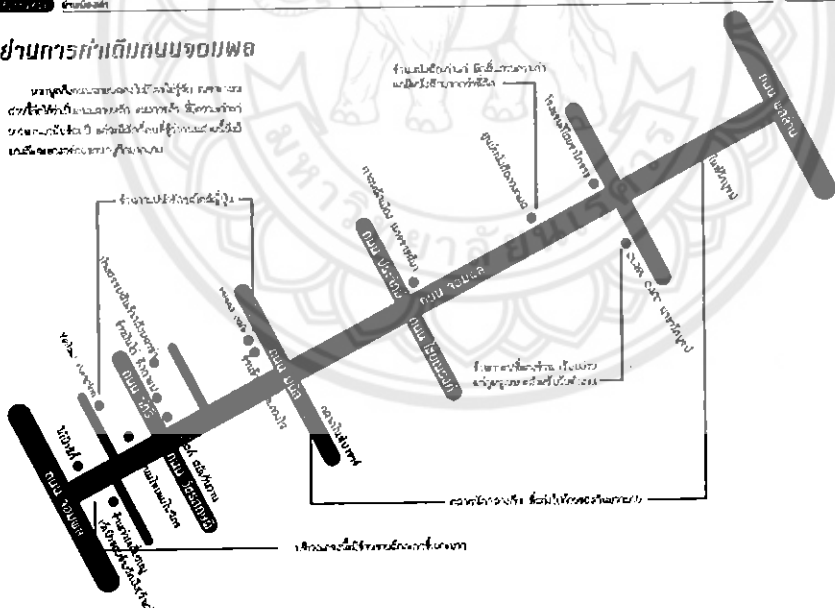
ในด้านผังชุมชนในย่านเมืองเก่าของเมืองเชียงใหม่เดิมเป็นเมืองโบราณที่มีความเจริญรุ่งเรืองมาตั้งแต่สมัยสุโขทัยและเมืองเชียงใหม่เดิมเป็นเมืองโบราณที่มีความเจริญรุ่งเรืองมาตั้งแต่สมัยสุโขทัยและเมืองเชียงใหม่เดิมเป็นเมืองโบราณที่มีความเจริญรุ่งเรืองมาตั้งแต่สมัยสุโขทัย



ภาพ 67 ผลงานที่สร้างสรรค์เรื่อง 'ไปเที่ยวกันเถอะ' 2  
ที่มา: กมลชนก คำเสมอ

## ย่านการค้าเดิมถนนจอหอ

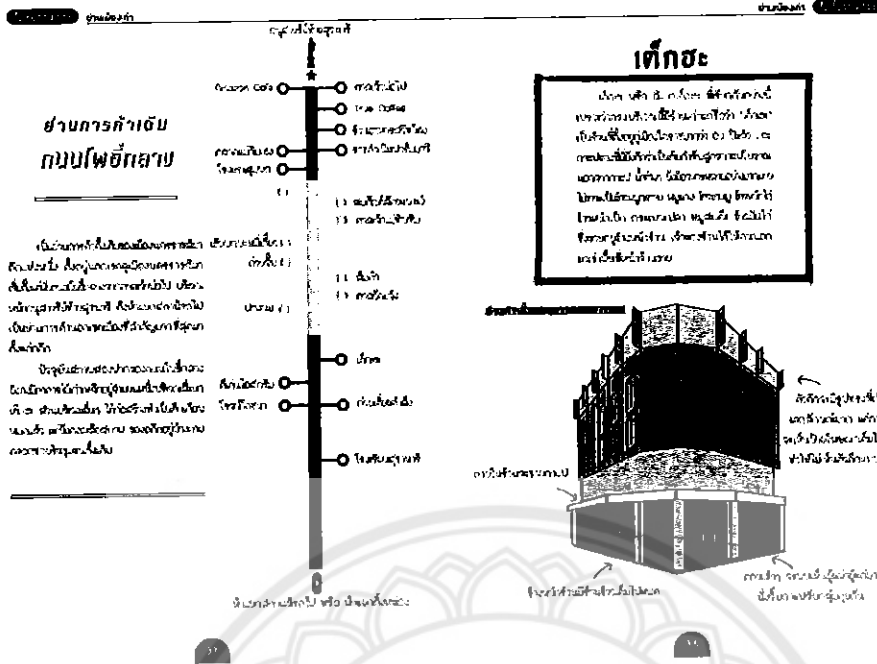
ย่านการค้าเดิมถนนจอหอเป็นย่านการค้าที่มีความเจริญรุ่งเรืองมาตั้งแต่สมัยสุโขทัยและเมืองเชียงใหม่เดิมเป็นเมืองโบราณที่มีความเจริญรุ่งเรืองมาตั้งแต่สมัยสุโขทัย



ภาพ 68 ผลงานที่สร้างสรรค์เรื่อง 'ไปเที่ยวกันเถอะ' 3  
ที่มา: กมลชนก คำเสมอ







ภาพ 71 ผลงานที่สร้างสรรค์เรื่อง 'ไปเที่ยวกันเถอะ' 6  
ที่มา: กมลชนก คำเสมอ

**อนุสาวรีย์ท้าวสุรนารี**


อนุสาวรีย์ท้าวสุรนารี เป็นอนุสาวรีย์ที่สร้างขึ้นเพื่อเทิดทูนวีรกรรมของท้าวสุรนารี ซึ่งเป็นแม่ทัพคนสำคัญของเมืองนครราชสีมา (โคราช) ในสมัยกรุงรัตนโกสินทร์ อนุสาวรีย์แห่งนี้มีลักษณะเป็นรูปท้าวสุรนารียืนบนหลังช้างศึก อนุสาวรีย์ตั้งอยู่ริมถนนพหลโยธิน ใกล้กับวัดสุรนารี

**จุดจอด รถสองแถว**

จุดจอดรถสองแถว เป็นจุดที่รถสองแถวจอดรับส่งผู้โดยสาร จุดจอดรถสองแถวมีลักษณะเป็นรูปตัว U และตั้งอยู่ริมถนน

พื้นที่	พื้นที่
1. พื้นที่ว่าง	พื้นที่ว่างว่าง
2. จุดจอดรถ	จุดจอดรถ
3. ถนนลาดชัน	ถนนลาดชัน

ภาพ 72 ผลงานที่สร้างสรรค์เรื่อง 'ไปเที่ยวกันเถอะ' 7  
ที่มา: กมลชนก คำเสมอ



ภาพที่ 73 ผลงานที่สร้างสรรค์เรื่อง 'ไปเที่ยวกันเถอะ' 8

### ถนนยมนา

ถนนยมนาเป็นถนนที่สร้างขึ้นใหม่ในเขตเมืองเก่าของกรุงเทพฯ เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการในพื้นที่

**เมนูอาหาร**

- เป็นเมนูที่เสิร์ฟมาพร้อมเครื่องดื่มร้อนราคา 60 บาทขึ้นไป
- 1 1000 - 1500 บาท
- 2 25 บาท

**เมนูเครื่องดื่ม**

- เป็นเครื่องดื่มที่เสิร์ฟมาพร้อมขนมหวานราคา 60 บาทขึ้นไป
- 1 1000 - 1500 บาท
- 2 25 บาท

**เมนูของว่าง**

- เป็นของว่างที่เสิร์ฟมาพร้อมเครื่องดื่มร้อนราคา 60 บาทขึ้นไป
- 1 1000 - 1500 บาท
- 2 25 บาท

ภาพ 73 ผลงานที่สร้างสรรค์เรื่อง 'ไปเที่ยวกันเถอะ' 8  
ที่มา: กมลชนก คำเสมอ

### ถนนยมนา

ถนนยมนาเป็นถนนที่สร้างขึ้นใหม่ในเขตเมืองเก่าของกรุงเทพฯ เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการในพื้นที่

**เมนูอาหาร**

- เป็นเมนูที่เสิร์ฟมาพร้อมเครื่องดื่มร้อนราคา 60 บาทขึ้นไป
- 1 1000 - 1500 บาท
- 2 25 บาท

**เมนูเครื่องดื่ม**

- เป็นเครื่องดื่มที่เสิร์ฟมาพร้อมขนมหวานราคา 60 บาทขึ้นไป
- 1 1000 - 1500 บาท
- 2 25 บาท

**เมนูของว่าง**

- เป็นของว่างที่เสิร์ฟมาพร้อมเครื่องดื่มร้อนราคา 60 บาทขึ้นไป
- 1 1000 - 1500 บาท
- 2 25 บาท

### ถนนยมนา

ถนนยมนาเป็นถนนที่สร้างขึ้นใหม่ในเขตเมืองเก่าของกรุงเทพฯ เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการในพื้นที่

**เมนูอาหาร**

- เป็นเมนูที่เสิร์ฟมาพร้อมเครื่องดื่มร้อนราคา 60 บาทขึ้นไป
- 1 1000 - 1500 บาท
- 2 25 บาท

**เมนูเครื่องดื่ม**

- เป็นเครื่องดื่มที่เสิร์ฟมาพร้อมขนมหวานราคา 60 บาทขึ้นไป
- 1 1000 - 1500 บาท
- 2 25 บาท

**เมนูของว่าง**

- เป็นของว่างที่เสิร์ฟมาพร้อมเครื่องดื่มร้อนราคา 60 บาทขึ้นไป
- 1 1000 - 1500 บาท
- 2 25 บาท

ภาพ 74 ผลงานที่สร้างสรรค์เรื่อง 'ไปเที่ยวกันเถอะ' 9  
ที่มา: กมลชนก คำเสมอ

**ถนนมหาดไทย**

ถนนนี้สร้างขึ้นเมื่อสมัยกรุงธนบุรี โดยสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราชโปรดเกล้าฯ ให้สร้างขึ้นใน พ.ศ. 2294 เพื่อใช้เป็นเส้นทางคมนาคม และใช้สำหรับเดินขบวนเสด็จของพระมหากษัตริย์และราชวงศ์ในสมัยกรุงธนบุรี

**ย่านประมุก**

ย่านประมุกเป็นย่านที่มีชื่อเสียงในด้านศิลปะและวัฒนธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านของงานศิลปะที่สร้างขึ้นในสมัยกรุงธนบุรี

ใช้ในงานออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์และงานกราฟิก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในงานออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์และงานกราฟิก

มีความหมายที่สื่อถึงศิลปะและวัฒนธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านของงานศิลปะที่สร้างขึ้นในสมัยกรุงธนบุรี

มีความหมายที่สื่อถึงศิลปะและวัฒนธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านของงานศิลปะที่สร้างขึ้นในสมัยกรุงธนบุรี

ภาพ 75 ผลงานที่สร้างสรรค์เรื่อง 'ไปเที่ยวกันเถอะ' 10  
 ที่มา: กมลชนก คำเสมอ

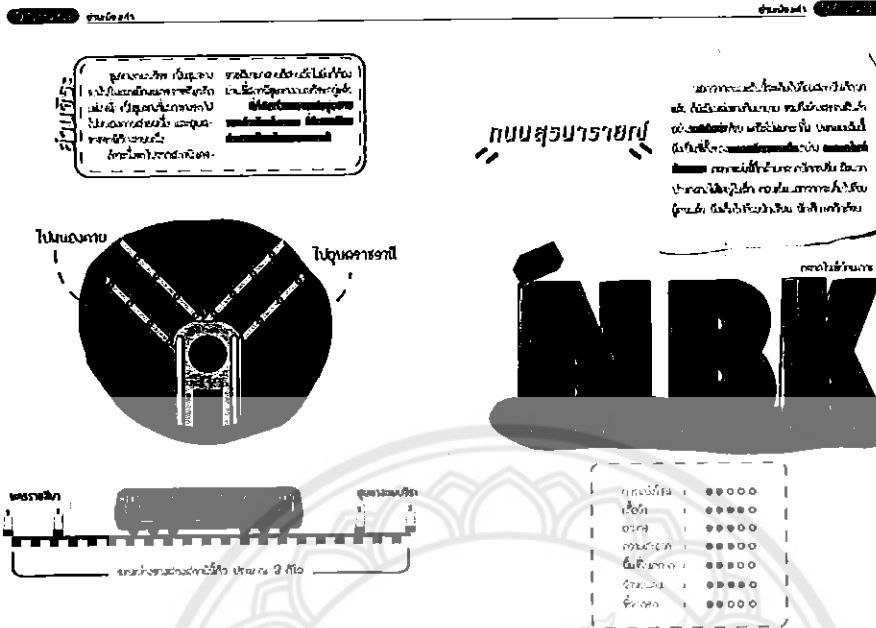
**ย่านออกซิด**

ย่านออกซิดเป็นย่านที่มีชื่อเสียงในด้านศิลปะและวัฒนธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านของงานศิลปะที่สร้างขึ้นในสมัยกรุงธนบุรี

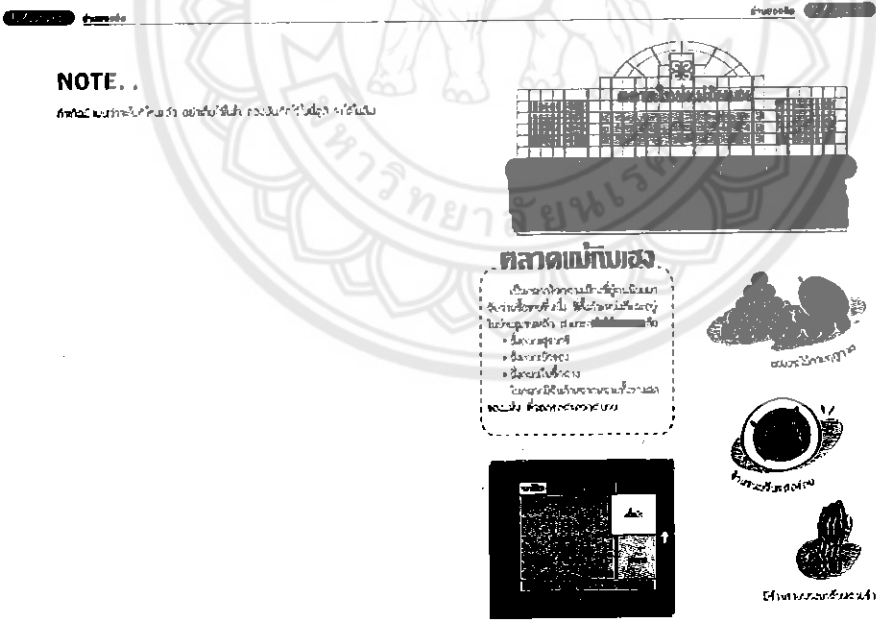
มีความหมายที่สื่อถึงศิลปะและวัฒนธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านของงานศิลปะที่สร้างขึ้นในสมัยกรุงธนบุรี

มีความหมายที่สื่อถึงศิลปะและวัฒนธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านของงานศิลปะที่สร้างขึ้นในสมัยกรุงธนบุรี

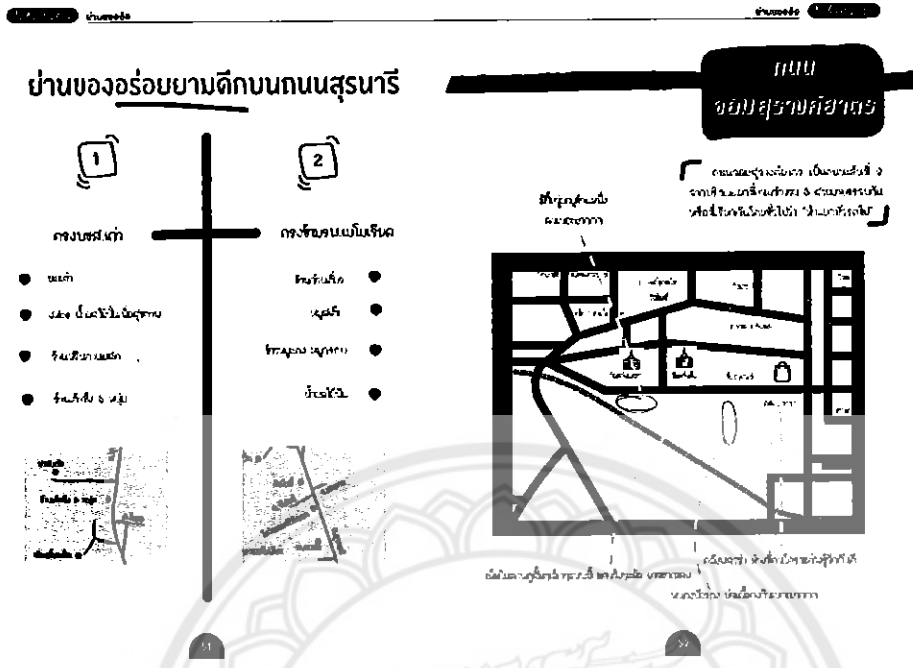
ภาพ 76 ผลงานที่สร้างสรรค์เรื่อง 'ไปเที่ยวกันเถอะ' 11  
 ที่มา: กมลชนก คำเสมอ



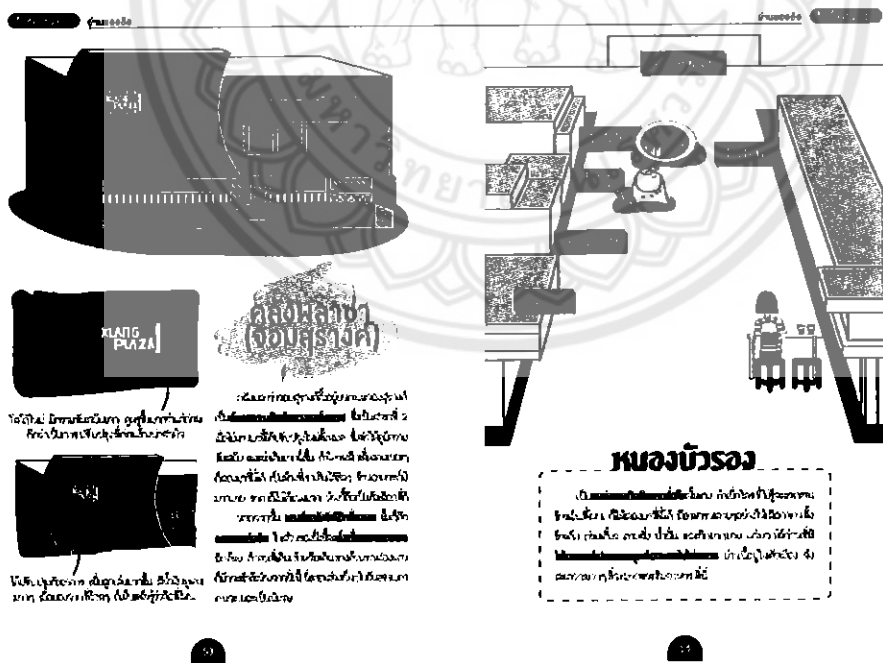
ภาพ 77 ผลงานที่สร้างสรรค์เรื่อง 'ไปเที่ยวกันเถอะ' 12  
 ที่มา: กมลชนก คำเสมอ



ภาพ 78 ผลงานที่สร้างสรรค์เรื่อง 'ไปเที่ยวกันเถอะ' 13  
 ที่มา: กมลชนก คำเสมอ



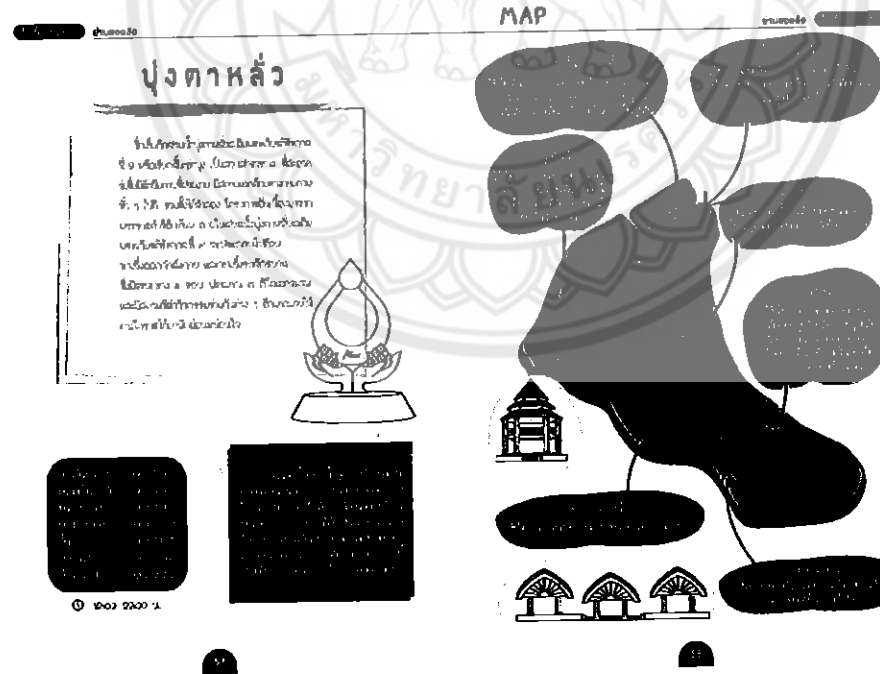
ภาพ 79 ผลงานที่สร้างสรรค์เรื่อง 'ไปเที่ยวกันเถอะ' 14  
 ที่มา: กมลชนก คำเสมอ



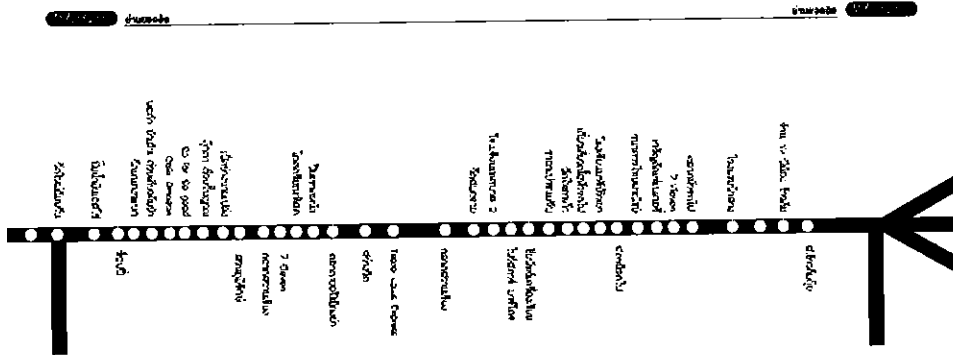
ภาพ 80 ผลงานที่สร้างสรรค์เรื่อง 'ไปเที่ยวกันเถอะ' 15  
 ที่มา: กมลชนก คำเสมอ



ภาพ 81 ผลงานที่สร้างสรรค์เรื่อง 'ไปเที่ยวกันเถอะ' 16  
 ที่มา: กมลชนก คำเสมอ



ภาพ 82 ผลงานที่สร้างสรรค์เรื่อง 'ไปเที่ยวกันเถอะ' 17  
 ที่มา: กมลชนก คำเสมอ



**ถนนหมู่บ้าน**

ถนนหมู่บ้านในฉากนี้ใช้ฉากจำลองที่สร้างขึ้นใหม่ทั้งหมด เพราะเราต้องการความหลากหลายในการแสดง และต้องการให้ฉากมีความน่าสนใจและน่าติดตาม ซึ่งฉากนี้ถูกสร้างขึ้นใหม่ทั้งหมด และใช้ฉากจริงที่ถ่ายทำมาประกอบฉากด้วย ฉากนี้ใช้ฉากจริงที่ถ่ายทำมาประกอบฉากด้วย ฉากนี้ใช้ฉากจริงที่ถ่ายทำมาประกอบฉากด้วย

ภาพ 83 ผลงานที่สร้างสรรค์เรื่อง "ไปเที่ยวกันเถอะ" 18  
 ที่มา: กมลชนก คำเสมอ

**ตลาดหัวรถไฟ**

ตลาดหัวรถไฟ เป็นตลาดที่สร้างขึ้นใหม่ทั้งหมด เพราะเราต้องการความหลากหลายในการแสดง และต้องการให้ฉากมีความน่าสนใจและน่าติดตาม ซึ่งฉากนี้ถูกสร้างขึ้นใหม่ทั้งหมด และใช้ฉากจริงที่ถ่ายทำมาประกอบฉากด้วย ฉากนี้ใช้ฉากจริงที่ถ่ายทำมาประกอบฉากด้วย

**ตลาดหัวรถไฟ**

ตลาดหัวรถไฟ เป็นตลาดที่สร้างขึ้นใหม่ทั้งหมด เพราะเราต้องการความหลากหลายในการแสดง และต้องการให้ฉากมีความน่าสนใจและน่าติดตาม ซึ่งฉากนี้ถูกสร้างขึ้นใหม่ทั้งหมด และใช้ฉากจริงที่ถ่ายทำมาประกอบฉากด้วย

ตลาดหัวรถไฟ	
กล้วย	๒๕๐๐
ส้มเขียวหวาน	๓๐๐๐
ส้มโชรตรน	๓๐๐๐
ทุเรียน	๔๐๐๐

๐๒๐๐ - ๒๕๐๐ น.

ภาพ 84 ผลงานที่สร้างสรรค์เรื่อง "ไปเที่ยวกันเถอะ" 19  
 ที่มา: กมลชนก คำเสมอ



**ถนนสีลม**

ในวงสี่เหลี่ยมสีแดงบ่งชี้ถึง บริเวณที่ ผู้ประกอบการรายเล็ก และรายใหม่ ใช้บริการได้ฟรี ในขณะ เปิดดำเนินการ

**ขานู**

วันที่	ใช้เงิน	ต่อวัน (บาท)	รวม
1	พฤษภาคม 2561	100 บาท / คน	
2	พฤษภาคม 2561	100 บาท / คน (ใช้เงินซ้ำฟรี)	
3	พฤษภาคม 2561	100 บาท / คน (ใช้เงินซ้ำฟรี)	
4	พฤษภาคม 2561	100 บาท / คน	

รูปนี้ แสดงให้เห็นถึง

ภาพ 85 ผลงานที่สร้างสรรค์เรื่อง 'ไปเที่ยวกันเถอะ' 20  
 ที่มา: กมลชนก คำเสมอ

**ถนนสีลม**

**2 ห้างชื่อดัง**  
 กลางใจเมืองีกราช  
**THE MALL TERMINAL 21**

ภาพนี้แสดงให้เห็นถึง บริเวณที่ ผู้ประกอบการรายเล็ก และรายใหม่ ใช้บริการได้ฟรี ในขณะ เปิดดำเนินการ

**ความบันเทิง**  
 100 บาท / คน (ใช้เงินซ้ำฟรี)

**ร้านอาหาร**  
 100 บาท / คน (ใช้เงินซ้ำฟรี)

**ร้านค้าปลีก**  
 100 บาท / คน (ใช้เงินซ้ำฟรี)

**บริการลูกค้า**  
 100 บาท / คน (ใช้เงินซ้ำฟรี)

**บริการลูกค้า**  
 100 บาท / คน (ใช้เงินซ้ำฟรี)

**บริการลูกค้า**  
 100 บาท / คน (ใช้เงินซ้ำฟรี)

ภาพ 86 ผลงานที่สร้างสรรค์เรื่อง 'ไปเที่ยวกันเถอะ' 21  
 ที่มา: กมลชนก คำเสมอ

**บ้านประจักษ์**

บ้านประจักษ์เป็นบ้านไม้สักที่สร้างขึ้นโดย  
**หม่อมเจ้าประจักษ์กิติยากร** ซึ่งท่านเป็น  
 ข้าราชการชั้นผู้ใหญ่ในรัชกาลที่ 5 และ  
 ท่านได้สร้างบ้านนี้ขึ้นเพื่อเป็นที่พำนัก  
 ของตนเองและครอบครัว ซึ่งบ้านนี้  
 ได้ชื่อว่าเป็นบ้านไม้สักที่สวยงาม  
 มากที่สุดบ้านหนึ่งในประเทศไทย

**บ้านครูแยก**

๑๑๖๖ ไร่ ๓๓๓ ไร่

พื้นที่ : ๓๕๐๐ ไร่

เนื้อที่ : ๓๕๐๐ ไร่

พื้นที่ : ๓๕๐๐ ไร่

เนื้อที่ : ๓๕๐๐ ไร่

เนื้อที่ : ๓๕๐๐ ไร่

เนื้อที่ : ๓๕๐๐ ไร่

**ชนนเงินแม่หลอม**

๑๒๖๖ ไร่ ๓๓๓ ไร่

พื้นที่ : ๓๕๐๐ ไร่

เนื้อที่ : ๓๕๐๐ ไร่

เนื้อที่ : ๓๕๐๐ ไร่

เนื้อที่ : ๓๕๐๐ ไร่

เนื้อที่ : ๓๕๐๐ ไร่

เนื้อที่ : ๓๕๐๐ ไร่

**บ้านประจักษ์**

๑๑๖๖ ไร่ ๓๓๓ ไร่

พื้นที่ : ๓๕๐๐ ไร่

เนื้อที่ : ๓๕๐๐ ไร่

เนื้อที่ : ๓๕๐๐ ไร่

เนื้อที่ : ๓๕๐๐ ไร่

เนื้อที่ : ๓๕๐๐ ไร่

เนื้อที่ : ๓๕๐๐ ไร่

**ครูบอด**

๑๑๖๖ ไร่ ๓๓๓ ไร่

พื้นที่ : ๓๕๐๐ ไร่

เนื้อที่ : ๓๕๐๐ ไร่

เนื้อที่ : ๓๕๐๐ ไร่

เนื้อที่ : ๓๕๐๐ ไร่

เนื้อที่ : ๓๕๐๐ ไร่

เนื้อที่ : ๓๕๐๐ ไร่

**เส้นตามเส้น**

- เส้นตามเส้น
- เส้นตามเส้น
- เส้นตามเส้น
- เส้นตามเส้น

เส้นตามเส้น

เส้นตามเส้น

เส้นตามเส้น

เส้นตามเส้น

**น้ำขม**

- น้ำขม
- น้ำขม
- น้ำขม
- น้ำขม

น้ำขม

น้ำขม

น้ำขม

น้ำขม

ภาพ 87 ผลงานที่สร้างสรรค์เรื่อง 'ไปเที่ยวกันเถอะ' 22  
 ที่มา: กมลชนก คำเสมอ

**เวลา**  
**เชฟวัน**

นี่คืออาหารที่อร่อยที่สุด...  
 ...  
 ...  
 ...  
 ...  
 ...  
 ...  
 ...

๑๑

๑๒

๑๓

๑๔

๑๕

๑๖

๑๗

๑๘

๑๙

๒๐

๒๑

๒๒

๒๓

๒๔

๒๕

๒๖

๒๗

๒๘

๒๙

๓๐

๓๑

๓๒

๓๓

๓๔

๓๕

๓๖

๓๗

๓๘

๓๙

๔๐

**เวลา**

๑๑

๑๒

๑๓

๑๔

๑๕

๑๖

๑๗

๑๘

๑๙

๒๐

**เวลา**

๒๑

๒๒

๒๓

๒๔

๒๕

๒๖

๒๗

๒๘

๒๙

๓๐

**เวลา**

๓๑

๓๒

๓๓

๓๔

๓๕

๓๖

๓๗

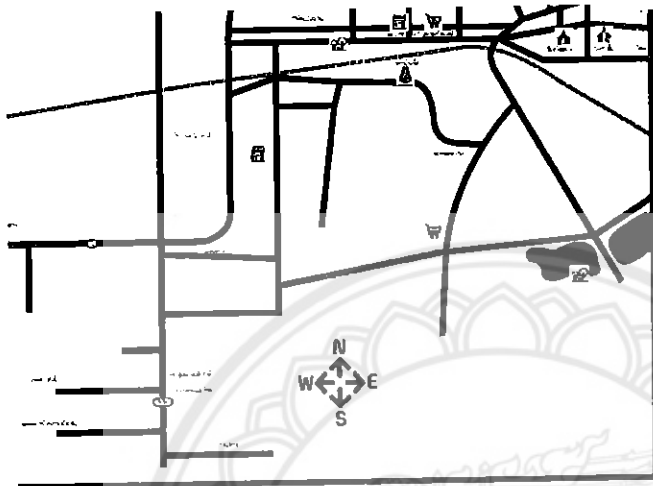
๓๘

๓๙

๔๐

ภาพ 88 ผลงานที่สร้างสรรค์เรื่อง 'ไปเที่ยวกันเถอะ' 23  
 ที่มา: กมลชนก คำเสมอ

# ย่านชานเมือง



ได้ทราบด้วยว่ามีกำลังไปอยู่ที่นี่...  
 ในเขตชานเมืองที่มีคนอยู่อาศัย...  
 และมีความเจริญ...  
 และมีความเจริญ...  
 และมีความเจริญ...  
 และมีความเจริญ...



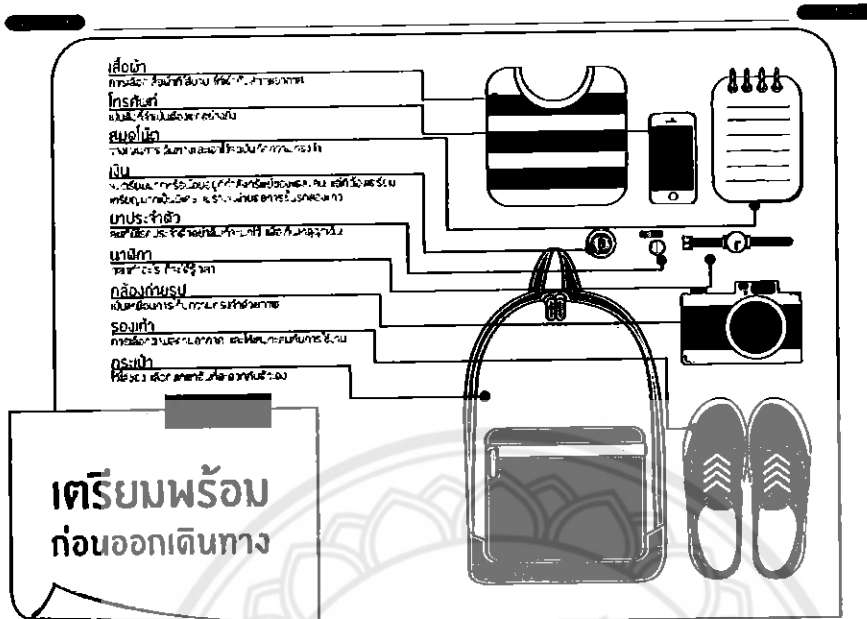
ภาพ 89 ผลงานที่สร้างสรรค์เรื่อง 'ไปเที่ยวกันเถอะ' 24  
 ที่มา: กมลชนก คำเสมอ

### NOTE .

ได้ทราบด้วยว่ามีกำลังไปอยู่ที่นี่...  
 ในเขตชานเมืองที่มีคนอยู่อาศัย...  
 และมีความเจริญ...  
 และมีความเจริญ...  
 และมีความเจริญ...  
 และมีความเจริญ...



ภาพ 90 ผลงานที่สร้างสรรค์เรื่อง 'ลองเป็นคนโคราช 1 วัน' 1  
 ที่มา: กมลชนก คำเสมอ



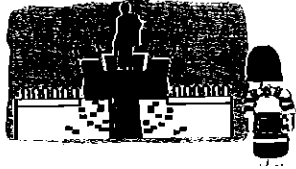
ภาพ 91 ผลงานที่สร้างสรรค์เรื่อง 'ลองเป็นคนโคราช 1 วัน' 2  
 ที่มา: กมลชนก คำเสมอ



ภาพ 92 ผลงานที่สร้างสรรค์เรื่อง 'ลองเป็นคนโคราช 1 วัน' 3  
 ที่มา: กมลชนก คำเสมอ

1

ไทรย่ำกับ  
 60x80 ไม้ท่อนกลมสีน้ำตาล



การเขียนภาพ

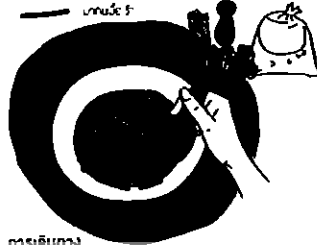
ผลงาน: วิชา 1 ชั้นประถมศึกษาปีที่ 1

เหตุผลที่เอ

ผลงานไทรย่ำกับ 60x80 ไม้ท่อนกลมสีน้ำตาล หรือ  
 60x80 ไม้ท่อนกลมสีน้ำตาล 60x80 ไม้ท่อนกลมสีน้ำตาล  
 60x80 ไม้ท่อนกลมสีน้ำตาล 60x80 ไม้ท่อนกลมสีน้ำตาล  
 60x80 ไม้ท่อนกลมสีน้ำตาล 60x80 ไม้ท่อนกลมสีน้ำตาล

2

กลาดหัวรถไฟ  
 60x80 ไม้ท่อนกลมสีน้ำตาล



การเขียนภาพ

ผลงาน: วิชา 1 ชั้นประถมศึกษาปีที่ 1

เหตุผลที่เอ

ผลงานกลาดหัวรถไฟ 60x80 ไม้ท่อนกลมสีน้ำตาล  
 60x80 ไม้ท่อนกลมสีน้ำตาล 60x80 ไม้ท่อนกลมสีน้ำตาล

ภาพ 93 ผลงานที่สร้างสรรค์เรื่อง 'ลองเป็นคนโคราช 1 วัน' 4  
 ที่มา: กมลชนก คำเสมอ

3

วัดศาลาลอย  
 60x80 ไม้ท่อนกลมสีน้ำตาล



การเขียนภาพ

ผลงาน: วิชา 1 ชั้นประถมศึกษาปีที่ 1

เหตุผลที่เอ

ผลงานวัดศาลาลอย 60x80 ไม้ท่อนกลมสีน้ำตาล  
 60x80 ไม้ท่อนกลมสีน้ำตาล 60x80 ไม้ท่อนกลมสีน้ำตาล  
 60x80 ไม้ท่อนกลมสีน้ำตาล 60x80 ไม้ท่อนกลมสีน้ำตาล  
 60x80 ไม้ท่อนกลมสีน้ำตาล 60x80 ไม้ท่อนกลมสีน้ำตาล

4

ขนมจีนประเจียด  
 60x80 ไม้ท่อนกลมสีน้ำตาล



การเขียนภาพ

ผลงาน: วิชา 1 ชั้นประถมศึกษาปีที่ 1

เหตุผลที่เอ

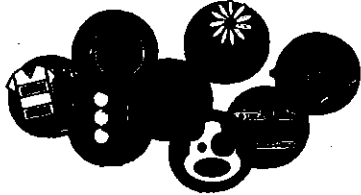
ผลงานขนมจีนประเจียด 60x80 ไม้ท่อนกลมสีน้ำตาล  
 60x80 ไม้ท่อนกลมสีน้ำตาล 60x80 ไม้ท่อนกลมสีน้ำตาล

ภาพ 94 ผลงานที่สร้างสรรค์เรื่อง 'ลองเป็นคนโคราช 1 วัน' 5  
 ที่มา: กมลชนก คำเสมอ

5

**ตลาดเซฟวัน**

อาคารเซฟวัน ชั้น 1 ชั้นสอง ชั้นสาม



**การเดินทาง**

อาคารเซฟวัน & อนุสาวรีย์

**เหตุผลที่แนะนำ**

ที่จอดรถกลางแจ้ง มีร้านค้า 2 ชั้น มีของให้เลือกซื้อได้มากมาย มีทั้งอาหารและเครื่องดื่ม มีทั้งเสื้อผ้าและเครื่องสำอางค์

**แนะนำ...**

**ตลาดเช้า**

อาหารพื้นเมือง  
ตลาดถนนคนเดิน  
ตลาดทรัพย์สิน

**อาหารกลางวัน**

ขนมปังไส้ไก่  
ข้าวผัด  
แกงเขียวหวาน

**ตลาดกลางคืน**

ไนท์ คอนเสิร์ต  
ไนท์ ดิสโก้  
ไนท์ บาร์  
ปาร์ตี้  
คอนเสิร์ต  
คอนเสิร์ต  
คอนเสิร์ต

**อาหารเย็น**

สปา  
ร้านอาหาร  
ร้านอาหาร

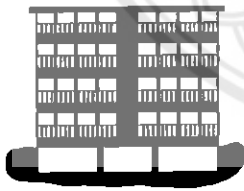
**ห้างสรรพสินค้า**

The Mall  
Siam Paragon  
Siam Center

ภาพ 95 ผลงานที่สร้างสรรค์เรื่อง 'ลองเป็นคนโคราช 1 วัน' 6  
ที่มา: กมลชนก คำเสมอ

**ซีวอร์รี่วาร์ อนาท์กเมนท์**

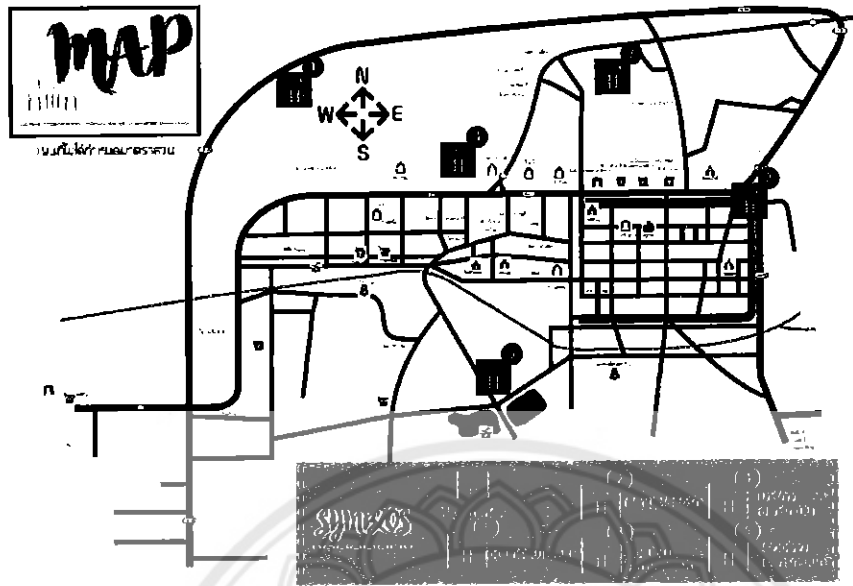
ศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ อาคาร  
ศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ อาคาร  
ศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ อาคาร  
ศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ อาคาร





☎ 400 0000  
☎ 020-725-8723  
☎ 021-217-8723  
📍 ศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์  
📍 ชั้น 1 อาคาร 1  
📍 ถนนวิภาวดีรังสิต  
📍 แขวงจตุจักร เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10310



ภาพ 96 ผลงานที่สร้างสรรค์เรื่อง 'พักไหน' 1  
ที่มา: กมลชนก คำเสมอ




ภาพ 97 ผลงานที่สร้างสรรค์เรื่อง 'พักไหน' 2  
 ที่มา: กมลชนก คำเสมอ

<p><b>ชุดนักเรียนพิเศษ</b></p> <p>โรงเรียนพิเศษสำหรับเด็กพิเศษ                  2 ชั้น 2 ชั้น 2 ชั้น 2 ชั้น 2 ชั้น                  2 ชั้น 2 ชั้น 2 ชั้น 2 ชั้น 2 ชั้น</p>  <p>4.0 ไร่/วัน                  0995072133</p> <p>สำนักงานโครงการพิเศษ</p> <p>มี ชั้นเรียนพิเศษ                  ชั้นเรียนพิเศษ                  ชั้นเรียน / ชั้นเรียน                  ชั้นเรียน</p>	<p><b>สีตนาบุญ อีศอธัก</b></p> <p>พื้นที่สีตนาบุญ อีศอธัก                  2 ชั้น 2 ชั้น 2 ชั้น 2 ชั้น 2 ชั้น                  2 ชั้น 2 ชั้น 2 ชั้น 2 ชั้น 2 ชั้น</p>  <p>360 ไร่/วัน                  085 477 5258                  099 466 7643</p> <p>สำนักงานโครงการพิเศษ</p> <p>มี ชั้นเรียนพิเศษ                  ชั้นเรียนพิเศษ                  ชั้นเรียน / ชั้นเรียน                  ชั้นเรียน</p>
--	--

ภาพ 98 ผลงานที่สร้างสรรค์เรื่อง 'พักไหน' 3  
 ที่มา: กมลชนก คำเสมอ

**เอส.เจิ้น.สพาค์เนคช**

กรุณาไปชมที่ เอส.เจิ้น.สพาค์ เนคช ณ ถนนสุขุมวิท กรุงเทพมหานคร



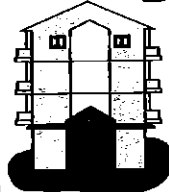
ราคา 420 บาท/ตร.ม.  
โทร 02-261-2268

พื้นที่ 100 ตารางเมตร

- ชั้นวางของในตัว
- สระว่ายน้ำ
- สนามกีฬา
- ชมรมกีฬา
- คลับเฮาส์
- 24 ชม. 24

**ปาร์ควิวเนคช อมาถ์กเนน**

กรุณาไปชมที่ ปาร์ควิวเนคช อมาถ์กเนน ณ ถนนสุขุมวิท กรุงเทพมหานคร



ราคา 360 บาท/ตร.ม.  
โทร 020-261-2268

พื้นที่ 100 ตารางเมตร

- ชั้นวางของในตัว
- สระว่ายน้ำ
- สนามกีฬา
- ชมรมกีฬา
- คลับเฮาส์
- 24 ชม. 24

ภาพ 99 ผลงานที่สร้างสรรค์เรื่อง 'พักไหน' 4  
ที่มา: กมลชนก คำเสมอ

**อ้างอิง**

- 1. เว็บไซต์โครงการ
- 2. เว็บไซต์โครงการ
- 3. เว็บไซต์โครงการ
- 4. เว็บไซต์โครงการ
- 5. เว็บไซต์โครงการ
- 6. เว็บไซต์โครงการ
- 7. เว็บไซต์โครงการ
- 8. เว็บไซต์โครงการ
- 9. เว็บไซต์โครงการ
- 10. เว็บไซต์โครงการ

**มารู้จักกัน**

- ชื่อ
- ชื่อเล่น
- ชื่อจริง
- ชื่อภาษาอังกฤษ
- ชื่อเล่นภาษาอังกฤษ
- ชื่อเล่นภาษาไทย
- ชื่อเล่นภาษาอังกฤษ
- ชื่อเล่นภาษาไทย
- ชื่อเล่นภาษาอังกฤษ
- ชื่อเล่นภาษาไทย

ภาพ 100 ผลงานที่สร้างสรรค์หน้าอ้างอิงและมารู้จักกัน  
ที่มา: กมลชนก คำเสมอ



## บทที่ 5

### บทสรุป

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับ การออกแบบหนังสือข้อมูลเชิงภาพเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัยดังนี้

#### 5.1 สรุปผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยขอสรุปผลการวิจัยดังนี้

1. จังหวัดนครราชสีมาเป็นจังหวัดที่มีขนาดใหญ่ที่สุดของประเทศไทยบนดินแดนที่ราบสูงอุดมสมบูรณ์ด้วยทรัพยากร และสิ่งอำนวยความสะดวกทุกรูปแบบ ด้วยทำเลที่ตั้งที่อยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ มากนัก จึงเป็นจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยวพักผ่อนวันหยุดที่เป็นที่นิยมอันดับต้นๆ แห่งหนึ่งของชาวเมืองหลวง และจังหวัดใกล้เคียงในปัจจุบัน
2. กลุ่มเป้าหมายในการออกแบบหนังสือคือช่วงอายุ 18-25 ปี นักท่องเที่ยวที่อาศัยการเดินทางหรือใช้รถสาธารณะ
3. หนังสือแนะนำการท่องเที่ยวของจังหวัดนครราชสีมา มีน้อย ส่วนมากจะจัดทำเป็นเว็บไซต์ เพราะมันง่ายต่อการค้นหา หนังสือจึงไม่มีความโดดเด่น
4. คนส่วนใหญ่ที่มาเที่ยวยังจังหวัดนครราชสีมา ก็มักจะไปเที่ยวกันที่ต่างอำเภอ ไม่ค่อยมาเที่ยวชมอำเภอเมืองซะเท่าไร หรือถ้ามาก็จะเข้าห้างสรรพสินค้าเลย จึงทำให้คนต่างถิ่นอาจจะยังไม่รู้ถึงของดีของตัวอำเภอเมือง

#### 5.2 อภิปรายผลการวิจัย

จากการออกแบบหนังสือเรื่อง 'ไปไหม ไปเถอะ อยากรักไป (บันทึกของสองขา พาไปทั่ว (อำเภอ)เมืองโคราช)' ผู้วิจัยสามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

1. จังหวัดนครราชสีมาเป็นจังหวัดที่มีขนาดใหญ่ การเดินทางก็เลยไม่ค่อยมีปัญหามากมาย แต่ถ้าเกิดมีคนสนใจมาเที่ยวในตัวเมืองของจังหวัดนครราชสีมา ก็อาจจะลำบากอยู่บ้าง การเดินทางภายในก็มีหลายช่องทาง รถโดยสารประจำทาง(รถสองแถว)ภายในตัวเมืองก็มีอยู่หลายสาย หลายสี หลายรูปแบบ ก็อาจจะเป็นปัญหาอย่างมากต่อนักท่องเที่ยว เพราะถ้าไม่ได้ศึกษาข้อมูลมาเป็นอย่างดี มีโอกาสที่จะหลงเป็นอย่างมาก การจัดทำแผนที่เดินรถสองแถวเลยค่อนข้างจะลำบาก แต่ก็ได้ตัวอย่างมาดู ทำให้นำมาปรับใช้ได้
2. พบว่าความจำเป็นที่ต้องใช้หนังสือท่องเที่ยวในการนำทางในหมู่นักท่องเที่ยวมีจำนวนไม่มากนัก เนื่องจากในยุคสมัยนี้มีเทคโนโลยีที่สะดวกสบายต่อการนำทาง หรือบอกข้อมูลต่างๆแบบ

ฟรีๆ ทำให้ไม่ต้องเสียเงินในการซื้อหนังสือแนะนำการท่องเที่ยว เลยมีความเล็งเห็นว่า จะมีคนสนใจในหนังสือแนะนำการท่องเที่ยวอยู่หรือไม่

3. การจัดทำหนังสือค่อนข้างมีปัญหาบ้าง ในบางส่วนของเนื้อหา นอกจากที่ได้ศึกษาข้อมูลมาแล้ว ก็ต้องเรียบเรียงให้เป็นภาษาของผู้เขียน บางอย่างก็ยาก เพราะเสียงต่อคนอื่นจะอ่านไม่เข้าใจ และต้องให้เข้ากับกลุ่มเป้าหมายที่มีช่วงอายุ 18-25 ปี อีกด้วย
4. การจัดทำหนังสือนอกจากมีความคิดที่สร้างสรรค์ในการออกแบบแล้ว ยังต้องมีความรอบคอบเป็นที่หนึ่งอีกด้วย เพราะว่า ต้องคอยดูขนาดตัวอักษร สละสลวย ความห่างของคำ คำสวยหรือไม่ แบบอักษรตัวนี้เหมาะกับงานหรือเปล่า จัดจัดวางหน้ากระดาษดูสวยหรือไม่ เป็นต้น ทุกๆอย่างต้องคอยดูอย่างดี
5. เมื่อจัดทำหนังสือที่มีจำหน่ายหน้าเยาะ มันอาจทำให้เบลอลงๆ ซ้ำมสิ่งไม่ควรแก้ ทำให้ปล่อยปลະละเลย จนกลายเป็นปัญหาในภายหลัง
6. เนื่องจากหนังสือเล่มนี้เน้นภาพวาดทั้งเล่ม การวาดภาพก็ถือเป็นปัญหาหนึ่ง เพราะมันคือการวาดทั้งเล่ม อาจจะต้องใช้เวลานาน เพื่อให้ภาพออกมาดูรู้เรื่อง ไม่ถึงกับสมจริง แต่ก็ต้องไม่ออกมาแย้

### 5.3 ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยพบว่าหนังสือแนะนำการท่องเที่ยวได้ถูกผลิตออกมาเป็นจำนวนมาก หนังสือแต่ละเล่มจึงต้องมีความแตกต่างกัน ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการออกแบบหนังสือเรื่อง ‘ไปไหน ไปเถอะ อยากรักไป (บันทึกของสองขา พาไปทั่ว(อำเภอ)เมืองโคราช)’ ดังนี้

1. ศึกษาหนังสือแนะนำการท่องเที่ยวเล่มอื่นๆ เพื่อดูความต่างของหนังสือเหล่านั้น ว่าสิ่งไหนดีนำมาปรับใช้ สิ่งไหนยังไม่ดีก็นำมาปรับปรุง สิ่งไหนยังไม่ดีก็นำมาต่อยอด
2. ข้อมูลเนื้อหาในหนังสือแนะนำการท่องเที่ยวมักจะมากระตุนความอยากไปที่นั้นๆของหลายๆคน วิธีการเขียน การเรียบเรียง การศึกษาหาข้อมูล มันจึงสำคัญอย่างมาก ทำยังไงให้เป็นวิธีเขียนในสไตล์เรา ทำยังไงไม่ให้คนสนใจ
3. หนังสือแนะนำการท่องเที่ยว มักมีรูปแบบคล้ายๆกัน การทำให้ต่างจึงเป็นสิ่งที่น่าสนใจ พอเรามีแนวความคิดแล้ว ต่อมาก็คือการออกแบบ ทำยังไงให้ต่าง ทำยังไงให้มันดูเด่นกว่าอื่นๆ
4. การจัดลำดับความสำคัญของงาน ต้องมีการวางแผนที่ดี เพื่อที่จะเกิดความผิดพลาดน้อยที่สุด



บรรณานุกรม

มหาวิทยาลัยนเรศวร

## บรรณานุกรม

### บรรณานุกรมประเภทหนังสือ

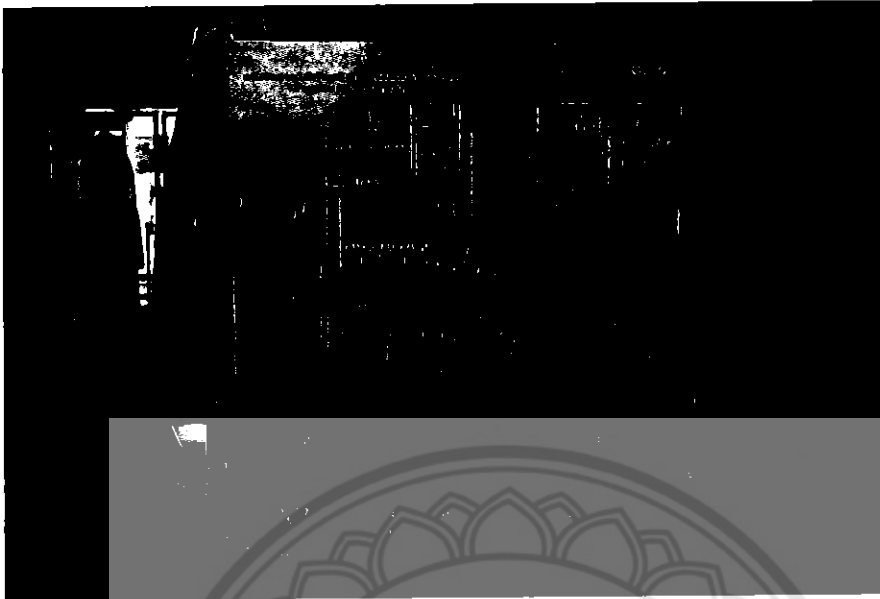
- ดร.ศรีเรื่อน แก้วกังวาน.(2545).จิตวิทยาพัฒนาการชีวิตทุกช่วงวัย (เล่ม 2 ) วัยรุ่น – วัยสูงอายุ.(8).กรุงเทพมหานคร.สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ทีปกร วุฒิพิทยามงคล. (2555). หนังสือไซโกโตเกียว : โตเกียวเที่ยวที่หนึ่ง. (1). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ a book.
- ปาพจน์ หนูนักดี. (2555). Graphic Design Principles second edition. (1). นนทบุรี: บริษัท ไอดีซี พรีเมียร์ จำกัด.
- พาสนา ดัณดลลักษณ์. (2526). หลักการออกแบบ : Principles of design. (ไม่ปรากฏครั้งที่พิมพ์). กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์พิทักษ์อักษร.
- ม.ร.ย.มะลิ . (2552). หนังสือโตเกียวอะโซปี 44 วัน. (1). กรุงเทพมหานคร. สำนักพิมพ์วงกลม.
- ม.ย.ร. มะลิ. (2557). หนังสือออนไลน์เชินพเนจร in โทโฮชู. (1). นนทบุรี: สำนักพิมพ์อมรินทร์.
- Jun Sakurada. (2558). Basic Infographic. (1). นนทบุรี: บริษัท ไอดีซี พรีเมียร์ จำกัด.

### บรรณานุกรมสื่อออนไลน์

- โกสม สายใจ.(2556). ความรู้เกี่ยวกับการสร้างภาพประกอบ. สืบค้นเมื่อ 16 มกราคม 2559, จาก [http://www.wwartcoll.com/articles2\\_wi1\\_sub.php?id=5](http://www.wwartcoll.com/articles2_wi1_sub.php?id=5).
- ครุชนเมศ มีทองกลาง. (26 สิงหาคม 2555). หน่วยที่ 1 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสื่อสิ่งพิมพ์. สืบค้นเมื่อ 16 มกราคม 2559, จาก <https://chonamat.wordpress.com/หน่วยที่-1-ความรู้เบื้องต้น-2/>.
- จุฑารัตน์ จอกสูงเนิน. (11 มีนาคม 2556). การออกแบบกราฟิก. สืบค้นเมื่อ 16 มกราคม 2559, จาก<http://bowtysnoo.blogspot.com/2013/03/2-1.html>.
- บริษัทสุพริมพริ้นท์ จำกัด. (2553). การจัดเลย์เอาท์โดยใช้กริด. สืบค้นเมื่อ 16 มกราคม 2559,<http://www.supremeprint.net/index.php?lay=show&ac=article&id=538976617>.
- บริษัท อี.พี.ซี.คอร์ปอเรชั่น จำกัด. (2548). ตัวอักษรเพื่อการพิมพ์. สืบค้นเมื่อ 16 มกราคม 2559, จาก <http://www.epccorps.com/lesson05.htm>.

- ไม่ปรากฏชื่อผู้แต่ง. (ไม่ปรากฏวันเดือนปีที่เผยแพร่). การท่องเที่ยว. สืบค้นเมื่อ 16 มกราคม 2559, จาก <https://tourismatbuu.wordpress.com>.
- ไม่ปรากฏชื่อผู้แต่ง. (11 พฤษภาคม 2554). หลักการออกแบบ. สืบค้นเมื่อ 16 มกราคม 2559, จาก <http://www.sahavicha.com/?name=knowledge&file=readknowledge&id=3917>.
- ไม่ปรากฏชื่อผู้แต่ง. (30 กันยายน 2558). กระจาด. สืบค้นเมื่อ 16 มกราคม 2559, จาก <https://th.wikipedia.org/wiki/กระจาด>.
- ศูนย์ส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนครบวงจรจังหวัดนครราชสีมา. (ไม่ปรากฏวันเดือนปีที่เผยแพร่). อาหารพื้นเมือง จังหวัดนครราชสีมา. สืบค้นเมื่อ 16 มกราคม 2559, จาก [http://www.niecc.cddkorat.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=74&Itemid=59](http://www.niecc.cddkorat.com/index.php?option=com_content&view=article&id=74&Itemid=59).
- สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา. (11 กุมภาพันธ์ 2554). หน่วยที่ 1 สื่อสิ่งพิมพ์. สืบค้นเมื่อ 16 มกราคม 2559, จาก [http://pakjirapantim300.blogspot.com/p/1\\_10.html](http://pakjirapantim300.blogspot.com/p/1_10.html).
- T27. (12 พฤศจิกายน 2554). ไหว้ย่าโม วีรสตรี หลิงกล้า แห่งเมืองโคราช. สืบค้นเมื่อ 16 มกราคม 2559, จาก <http://www.vcharkarn.com/blog/115165>.
- weaq. (5 ตุลาคม 2558). เส้นทางรถสองแถวในเมืองโคราช. สืบค้นเมื่อ 16 มกราคม 2559, จาก <http://www.goisgo.net/>





ภาพ 101 บูรจัดแสดงผลงาน 1  
ที่มา: กมลชนก คำเสมอ



ภาพ 102 บูรจัดแสดงผลงาน 2  
ที่มา: กมลชนก คำเสมอ

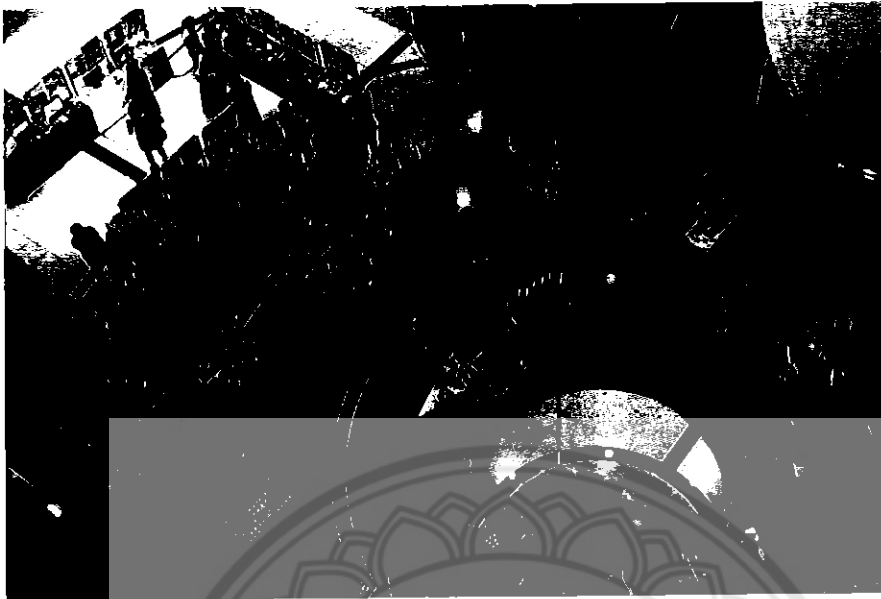


ภาพ 103 บูธจัดแสดงผลงาน 3  
ที่มา: กมลชนก คำเสมอ



ภาพ 104 บูธจัดแสดงผลงาน 4  
ที่มา: กมลชนก คำเสมอ

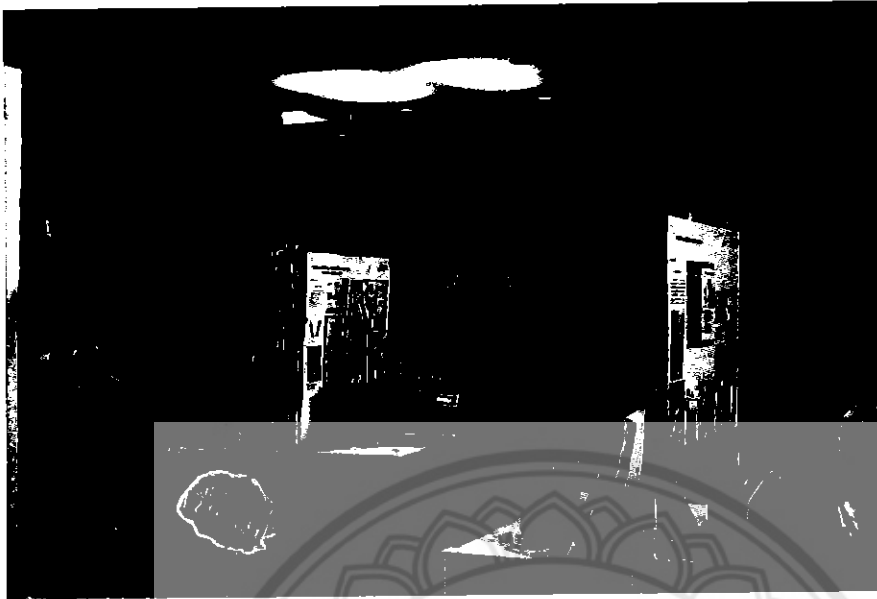




ภาพ 105 ภาพรวมบูธจัดแสดงผลงาน 1  
ที่มา: กมลชนก คำเสมอ



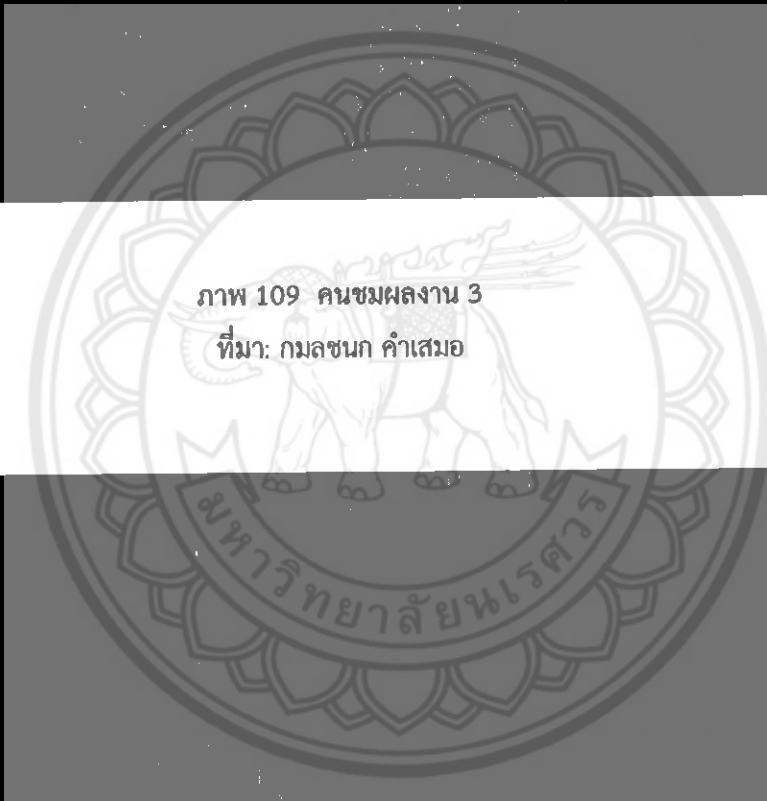
ภาพ 106 ภาพรวมบูธจัดแสดงผลงาน 2  
ที่มา: กมลชนก คำเสมอ



ภาพ 107 คนชมผลงาน 1  
ที่มา: กมลชนก คำเสมอ



ภาพ 108 คนชมผลงาน 2  
ที่มา: กมลชนก คำเสมอ



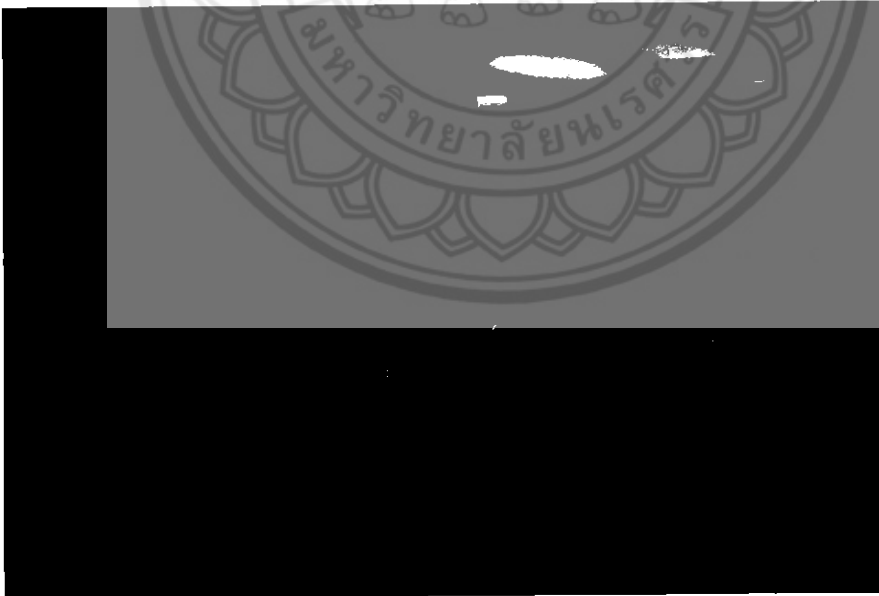
ภาพ 109 คนชมผลงาน 3  
ที่มา: กมลชนก คำเสมอ



ภาพ 110 คนชมผลงาน 4  
ที่มา: กมลชนก คำเสมอ



ภาพ 111 คนชมผลงาน 5  
ที่มา: ยุทธพงษ์ เทวรักษ์



ภาพ 112 คนชมผลงาน 6  
ที่มา: กมลชนก คำเสมอ



ภาพ 113 คนชมผลงาน 7  
ที่มา: กมลชนก คำเสมอ



ภาพ 114 คนชมผลงาน 8  
ที่มา: ไพลิน เลื่อนลอย