

การออกแบบหนังสือคู่มือการท่องเที่ยวจังหวัดพิษณุโลก "ดีเมืองสองแคว" สำหรับบุคคล  
อายุ 18-25 ปี



การศึกษาดูงานเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต  
สาขาวิชาการออกแบบสื่อวัฒนธรรม  
พฤษภาคม 2561  
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยนเรศวร

**THE DESIGN OF PHITSANULOK TRAVEL GUIDEBOOK ENTITLED  
“TIE MEUANG SONGKWAE” FOR PEOPLE AGED 18-25**




**An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Bachelor of Fine and Applied Arts in Innovative Media Design**

**May 2018**


**Copyright 2018 by Naresuan University**

การศึกษาอิสระ เรื่อง 'การออกแบบหนังสือคู่มือการท่องเที่ยวจังหวัดพิษณุโลก "ดีเมืองสองแคว"  
สำหรับบุคคลอายุ 18 - 25 ปี' ของ นางสาวดรัรัตน์ ดีจ้าง  
ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบสื่ออนวัตกรรม

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

  
.....ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์  
(อาจารย์ลินดา อินทรลักษณ์)

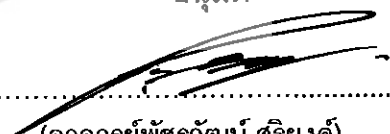
  
.....ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์  
(อาจารย์ลินดา อินทรลักษณ์)

  
.....กรรมการ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.दनัย เวียบสกุล)

  
.....กรรมการ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิสิฐ จันมา)

  
.....กรรมการ  
(อาจารย์รชต อูย์ยิม)

อนุมัติ

  
.....  
(อาจารย์พัชรวัฒน์ สุริยงค์)  
หัวหน้าภาควิชาศิลปะและการออกแบบ

## ประกาศคุณูปการ

ขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในความกรุณาของ อาจารย์ ลินดา อินทรลักษณ์ ที่  
ปรึกษาการศึกษาอิสระ ที่ได้สละเวลาอันมีค่ามาเป็นทีปรึกษา พร้อมทั้งให้คำแนะนำตลอด  
ระยะเวลาในการทำการศึกษาระดับนี้ และขอกราบขอบพระคุณคณะกรรมการการศึกษาอิสระ  
ทุกท่าน ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องของการศึกษาอิสระด้วยความเอาใจใส่  
จนทำให้การศึกษาระดับนี้สำเร็จลุล่วงได้อย่างสมบูรณ์

กราบขอบพระคุณ อาจารย์ทุกท่านที่คอยชี้แนะและให้คำปรึกษาอย่างดี จนโครงการนี้  
สำเร็จลุล่วงไปได้อย่างสมบูรณ์ เหนือสิ่งอื่นใดขอกราบขอบพระคุณ บิดา มารดา และครอบครัว ที่  
ให้กำลังใจและให้การสนับสนุนในทุกๆด้านอย่างดีที่สุดเสมอมา

คุณค่าและคุณประโยชน์อันพึงจะมีจากการศึกษาระดับนี้ ผู้วิจัยขอมอบและอุทิศแต่  
ผู้มีพระคุณทุกท่าน ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า งานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อทุกท่านไม่มากก็น้อย

ดร.ลรัตน ดีจำง



ชื่อเรื่อง	การออกแบบหนังสือคู่มือการท่องเที่ยวจังหวัดพิษณุโลก "ตีเมืองสองแคว" สำหรับบุคคลอายุ 18 – 25 ปี
ผู้วิจัย	ดรัลรัตน์ ดีจ้าง
ที่ปรึกษา	อาจารย์ ลินดา อินทรลักษณ์
ประเภทสารนิพนธ์	การศึกษาอิสระ ศป.บ สาขาวิชาการออกแบบสื่อวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2561
คำสำคัญ	ตีเมืองสองแคว

#### บทคัดย่อ

ในปัจจุบันหนังสือคู่มือท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการให้ความรู้ การสร้างจินตนาการในการเรียนรู้ที่ผู้คนค้นคว้าหาความรู้ซึ่งสามารถบอกเล่าเรื่องราวความสำคัญต่างๆออกมาเป็นภาพและภาษาเขียนที่มีมิติมากขึ้นผู้คนมีความอยากอ่านมากขึ้นและเกิดความคิดจินตนาการอยากที่จะไปอ่านหนังสือในเล่มนั้นบรรยายไว้

จังหวัดพิษณุโลกเป็นเมืองใหญ่ในเขตภาคเหนือตอนล่างมากมีไปด้วยแหล่งประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมและธรรมชาติสายน้ำที่สวยงามน่าท่องเที่ยวพื้นที่ในอำเภอเมืองพิษณุโลกประกอบด้วยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 21 แต่เดิมเรียกว่า "เมืองสองแคว" ซึ่งเป็นชื่อเรียกเก่าของจังหวัดพิษณุโลก ถึงแม้จะเป็นจังหวัดเมืองใหญ่ในเขตภาคเหนือตอนล่างก็ยังคงมีปัญหาเกี่ยวกับท่องเที่ยวในบางพื้นที่ของจังหวัดพิษณุโลกมีแหล่งท่องเที่ยวสวยงามตามธรรมชาติที่สร้างเอาไว้ นักท่องเที่ยวหรือคนพิษณุโลกยังไม่เคยได้รู้จักหรือเห็นแหล่งท่องเที่ยวสถานที่นี้โดยอยากที่จะทำหนังสือ คู่มือท่องเที่ยวเล่มนี้ขึ้นมาเพื่อให้นักท่องเที่ยวและคนพิษณุโลกได้รู้จักมากขึ้น และหนังสือคู่มือเล่มนี้จะเป็นหนังสือคู่มือที่นำเสนอเรื่องราวสถานที่ท่องเที่ยว วัด ร้านอาหาร เป็นต้น จะมีการนำเสนอในรูปแบบคอลัมน์ต่างๆผสมกับการให้ข้อมูลอินโฟกราฟิกซึ่งทำให้เข้าใจง่ายและรวดเร็วการมีอักษรที่คอยอธิบายประกอบกับภาพประกอบนั้นจะได้เห็นภาพที่ชัดเจนและสื่อความหมายได้ตรงต่อการอ่านกับผู้อ่านได้มากที่สุด

โดยหนังสือคู่มือท่องเที่ยวเมืองสองแควจังหวัดพิษณุโลก เป็นคู่มือส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดพิษณุโลกหรือสถานที่สำคัญๆและหันมาท่องเที่ยวที่ไม่เคยรู้จัก ได้เป็นการเปิดประสบการณ์ชีวิตใหม่ๆของผู้อ่านหนังสือคู่มือท่องเที่ยวเล่มนี้

## สารบัญ

บทที่	หน้า
1	1
1.1	1
1.2	1
1.3	2
1.4	2
1.5	3
1.6	3
2	4
2.1	4
2.1.1	4
2.1.2	15
2.2	41
2.2.1	41
2.2.1.1	41
2.2.1.2	42
2.2.1.3	42
2.2.2	42
2.2.2.1	42
2.2.2.2	45
2.3	46
2.3.1	46
2.3.2	46
2.3.3	47

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
2.3 ข้อมูลพฤติกรรมกลุ่มเป้าหมาย	54
2.3.1 Generation M	54
2.4 กรณีศึกษา	56
2.4.1 โครงการออกแบบหนังสือคู่มือการท่องเที่ยวในอำเภอป่าสักจังหวัดน่าน	56
2.4.2 หนังสือ สุดฮิตโดนใจใครๆก็อยากเที่ยว	57
2.4.3 หนังสือ The Cities Book	58
3 การวิเคราะห์ข้อมูลและแนวความคิดในการออกแบบ.....	59
3.1 วิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย	59
3.2 วิเคราะห์ทฤษฎีการออกแบบ	60
3.3 วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย	61
3.4 สรุปความคิดในการออกแบบ	61
3.4.1 แนวทางการออกแบบ	62
4 การออกแบบและการสร้างสรรค์ผลงาน.....	71
4.1 ส่วนที่ 1 แนวความคิดในการออกแบบ	71
4.2 ส่วนที่ 2 ขั้นตอนของการทำงาน	72
5 บทสรุป.....	101
สรุปผลการวิจัย	101
อภิปรายผลการวิจัย	102
ข้อเสนอแนะ	102

สารบัญ ( ต่อ )

บทที่	หน้า
บรรณานุกรม.....	104
ภาคผนวก.....	105
ประวัติผู้วิจัย.....	112







## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
16 แสดงตารางที่ 17 ร้อยละของตัวอย่างผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยและผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างประเทศในจังหวัด พิษณุโลก ปี 2557 จำแนกตามภูมิลำเนาและถิ่นที่อยู่	15



## สารบัญภาพ

ภาพ	หน้า
1 พระพุทธชินราช	16
2 ร้านกนกภัณฑ์	17
3 ร้าน Mad For Mouth	18
4 ถนนคนเดิน	19
5 ร้านตำหลาย	20
6 ร้านโชคซิคเก้น	21
7 ร้านชิมโตรมคาเฟ่	22
8 ศูนย์การค้าปทุมทอง	23
9 ร้าน Sushi Mega	24
10 ร้าน เคียบลูกชิ้นปิ้ง	25
11 ร้าน หมมปังหลังปทุมทอง	26
12 ตลาดสถานีรถไฟ	27
13 ร้าน Bakery Mind	29
14 ร้าน Café Veggie	30
15 หอนาฬิกา	31
16 ร้าน ผัดไทยเจ๊แอ๊ด	32
17 ร้าน จุกไก่ไทย	33
18 ร้าน ไอศกรีมเจริญผล	34
19 สำนักงานเทศบาลตำบลบ้านคลอง	35
20 ร้าน Rescaba & Ice Club	36
21 ร้าน ดั่งเกาหลี	37
22 ร้าน Chic & Cheese	37
23 สวนหม่นาน	38
24 ร้าน Connection House	39
25 ร้าน แสตมปีนมสด	40
26 ร้านครัวบุญศรี สเต็กแฮร์ส โดยบ้านี้อต	41
27 ระบบกริด	44
28 ภาพตัวอย่างออกแบบอินโฟกราฟิก	48
29 ภาพตัวอย่างออกแบบอินโฟกราฟิก	49
30 ภาพตัวอย่างออกแบบอินโฟกราฟิก	50

## สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพ	หน้า
31 ภาพตัวอย่างออกแบบอินโฟกราฟิก	50
32 ภาพตัวอย่างออกแบบอินโฟกราฟิก	51
33 ภาพตัวอย่างออกแบบอินโฟกราฟิก	52
34 ภาพตัวอย่างออกแบบอินโฟกราฟิก	53
35 ภาพตัวอย่างออกแบบอินโฟกราฟิก	53
36 ภาพตัวอย่างออกแบบอินโฟกราฟิก	53
37 ภาพตัวอย่างออกแบบอินโฟกราฟิก	53
38 ภาพตัวอย่างการแปลงข้อมูลธรรมดาเป็น Infographic (อินโฟกราฟิก)	53
39 ภาพตัวอย่างกฎ 3 สี ในการออกแบบ Infographic (อินโฟกราฟิก)	54
40 ภาพตัวอย่าง Infographic ที่ใช้สีมากเกินไป	54
41 Generation M	55
42 กรณีศึกษา	57
43 ผังพฤติกรรมกลุ่มเป้าหมาย	60
44 ตัวอย่างหนังสือออกแบบ	63
45 ตัวอย่างเสตติ้งฟอนต์	63
46 ตัวอย่าง Copy Font	64
47 ตัวอย่างเลย์เอาท์	65
48 ตัวอย่างขนาดหนังสือ	66
49 ตัวอย่างชนิดกระดาษ	66
50 SKETCH DESIGN BOOK	67
51 SKETCH DESIGN BOOK	68
52 MINI EXHIBITION	69
53 MINI EXHIBITION	70
54 ภาพออกแบบหน้าปกหนังสือ ครั้งที่ 1	72
55 ภาพออกแบบหน้าปกหนังสือ ครั้งที่ 1	72
56 ภาพออกแบบหน้าปกหนังสือ ครั้งที่ 1	72
57 ภาพออกแบบหน้าปกหนังสือ ครั้งที่ 1	72
58 ภาพออกแบบเลย์เอาท์ย่านต่างๆ โดยการใส่ฟอนต์และภาพ ครั้งที่ 2	73
59 ภาพออกแบบเลย์เอาท์ย่านต่างๆ โดยการใส่ฟอนต์และภาพ ครั้งที่ 2	74
60 ภาพออกแบบเลย์เอาท์ย่านต่างๆ โดยการใส่ฟอนต์และภาพ ครั้งที่ 2	77

## สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพ		หน้า
61	ภาพออกแบบเลย์เอาต์หน้าปก ครั้งที่ 3	79
62	ภาพออกแบบเลย์เอาต์หน้าปก ครั้งที่ 3	79
63	ภาพออกแบบเลย์เอาต์ของปกเป็นการเกริ่นก่อนอ่านหนังสือ ครั้งที่ 3	80
64	ภาพออกแบบเลย์เอาต์ Edittalk สวัสดิ์พิศ'โลก ครั้งที่ 3	80
65	ภาพออกแบบเลย์เอาต์สารบัญ ครั้งที่ 3	81
66	ภาพออกแบบเลย์เอาต์การเดินทางพาหนะ ครั้งที่ 3	81
67	ภาพออกแบบเลย์เอาต์ย่านถนนคนเดินโดยใช้การวิธีได้คัต ครั้งที่ 3	82
68	ภาพออกแบบเลย์เอาต์ย่านถนนคนเดินโดยใช้การวิธีได้คัต ครั้งที่ 3	83
69	ภาพออกแบบเลย์เอาต์ย่านศูนย์การค้าประทุมทองโดยใช้การวิธีได้คัต ครั้งที่ 3	84
70	ภาพออกแบบเลย์เอาต์ย่านศูนย์การค้าประทุมทองโดยใช้การวิธีได้คัต ครั้งที่ 3	85
71	ภาพออกแบบเลย์เอาต์ย่านศูนย์การค้าประทุมทองโดยใช้การวิธีได้คัต ครั้งที่ 3	85
72	ภาพออกแบบเลย์เอาต์ย่านสถานีรถไฟโดยใช้การวิธีได้คัต ครั้งที่ 3	88
73	ภาพออกแบบเลย์เอาต์ย่านสถานีรถไฟโดยใช้การวิธีได้คัต ครั้งที่ 3	87
74	ภาพออกแบบเลย์เอาต์ย่านสถานีรถไฟโดยใช้การวิธีได้คัต ครั้งที่ 3	87
75	ภาพออกแบบเลย์เอาต์ย่านหอนาฬิกาโดยใช้การวิธีได้คัต ครั้งที่ 3	88
76	ภาพออกแบบเลย์เอาต์ย่านหอนาฬิกาโดยใช้การวิธีได้คัต ครั้งที่ 3	89
77	ภาพออกแบบเลย์เอาต์ย่านวัดใหญ่โดยใช้การวิธีได้คัต ครั้งที่ 3	90
78	ภาพออกแบบเลย์เอาต์ย่านวัดใหญ่โดยใช้การวิธีได้คัต ครั้งที่ 3	91
79	ภาพออกแบบเลย์เอาต์ย่านบ้านคลองโดยใช้การวิธีได้คัต ครั้งที่ 3	92
80	ภาพออกแบบเลย์เอาต์ย่านบ้านคลองโดยใช้การวิธีได้คัต ครั้งที่ 3	93
81	ภาพออกแบบเลย์เอาต์ย่านสวนชมน่านโดยใช้การวิธีได้คัต ครั้งที่ 3	94
82	ภาพออกแบบเลย์เอาต์ย่านสวนชมน่านโดยใช้การวิธีได้คัต ครั้งที่ 3	95
83	ภาพออกแบบเลย์เอาต์หน้าสุดท้ายรองจากปกหลังของหนังสือ	96
84	ภาพออกแบบเลย์เอาต์อินโฟกราฟิกวันเดย์ทริปโดยใช้กระดาษ A4 ครั้งที่ 1	97
85	ภาพออกแบบเลย์เอาต์อินโฟกราฟิกวันเดย์ทริปโดยใช้กระดาษ A4 ครั้งที่ 2	98
86	ภาพออกแบบเลย์เอาต์โบชัวร์	99
87	ภาพออกแบบเลย์เอาต์โปสเตอร์	100

## สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพ	หน้า
88 ภาพบุรุษจัดแสดงผลงาน	106
89 ภาพบุรุษจัดแสดงผลงาน	107
90 ภาพผู้เข้าชมผลงาน	108
91 ภาพสมุดแสดงความคิดเห็น	109
92 ภาพสมุดแสดงความคิดเห็น	110
93 ภาพสมุดแสดงความคิดเห็น	111



## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันหนังสือคู่มือท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการให้ความรู้ การสร้างจินตนาการ ในการเรียนรู้ที่ผู้คนค้นคว้าหาความรู้ซึ่งสามารถบอกเล่าเรื่องราวความสำคัญต่างๆออกมาเป็นภาพ และภาษาเขียนที่มีมิติมากขึ้นผู้คนมีความอยากอ่านมากขึ้นและเกิดความคิดจินตนาการอยากที่จะไปอ่านหนังสือในเล่มนั้นบรรยายไว้

จังหวัดพิษณุโลกเป็นเมืองใหญ่ในเขตภาคเหนือตอนล่างมากมีไปด้วยแหล่ง ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมและธรรมชาติสายน้ำที่สวยงามน่าท่องเที่ยวพื้นที่ในอำเภอเมืองพิษณุโลก ประกอบด้วยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 21 แต่เดิมเรียกว่า “เมืองสองแคว” ซึ่งเป็นชื่อเรียกเก่าของ จังหวัดพิษณุโลก ถึงแม้จะเป็นจังหวัดเมืองใหญ่ในเขตภาคเหนือตอนล่างก็ยังคงมีปัญหาเกี่ยวกับ ท่องเที่ยวในบางพื้นที่ของจังหวัดพิษณุโลกมีแหล่งท่องเที่ยวสวยงามตามธรรมชาติที่สร้างเอาไว้ นัก ท่องเที่ยวหรือคนพิษณุโลกยังไม่เคยได้รู้จักหรือเห็นแหล่งท่องเที่ยวสถานที่นี้เลยอยากที่จะทำ หนังสือ คู่มือท่องเที่ยวเล่มนี้ขึ้นมาเพื่อให้นักท่องเที่ยวและคนพิษณุโลกได้รู้จักมากขึ้น และหนังสือ คู่มือเล่มนี้จะเป็นหนังสือคู่มือที่นำเสนอเรื่องราวสถานที่ท่องเที่ยว วัด ร้านอาหาร เป็นต้น จะมีการ นำเสนอในรูปแบบคอลัมน์ต่างๆผสมกับการให้ข้อมูลอินโฟกราฟิกซึ่งทำให้เข้าใจง่ายและรวดเร็ว การมีอักษรที่คอยอธิบายประกอบกับภาพประกอบนั้นจะได้เห็นภาพที่ชัดเจนและสื่อความหมายได้ ตรงต่อการอ่านกับผู้อ่านได้มากที่สุด

โดยหนังสือคู่มือท่องเที่ยวเมืองสองแควจังหวัดพิษณุโลก เป็นคู่มือส่งเสริมการท่องเที่ยว ของจังหวัดพิษณุโลกหรือสถานที่สำคัญๆและหันมาท่องเที่ยวที่ไม่เคยรู้จัก ได้เป็นการเปิด ประสบการณ์ชีวิตใหม่ๆของผู้อ่านหนังสือคู่มือท่องเที่ยวเล่มนี้

#### 2.วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทคู่มือท่องเที่ยว
2. เพื่อพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทคู่มือท่องเที่ยวเมืองพิษณุโลกให้ทันสมัยและสะดวกต่อ การใช้งาน
3. เพื่อพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทคู่มือท่องเที่ยวให้มีความน่าสนใจต่อผู้อ่าน

### 3.ขอบเขตของงานวิจัย

3.1 ขอบเขตของประชากรกลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มวัยรุ่นอายุ 18 - 25 ปี

3.2 ขอบเขตของผลงานออกแบบสร้างสรรค์

หนังสือขนาด A5 จำนวน 60 หน้า และ Pop Up Infographic

Poster A3 จำนวน 1 แผ่น และ Brochure จำนวน 10 แผ่น

### 4.วิธีการศึกษาและขั้นตอนการดำเนินงาน

1. ค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับผลงานและกลุ่มเป้าหมาย
2. ลงพื้นที่เก็บภาพและเก็บข้อมูล
3. วิเคราะห์และสังเคราะห์
4. สรุปเนื้อหาและแนวความคิด
5. พัฒนาแบบร่างของชิ้นงาน
6. รูปแบบวิจัย
7. ผลิตชิ้นงานสื่อสิ่งพิมพ์
8. แก้ปัญหาและตรวจสอบข้อมูล
9. แสดงผลงาน

### ขั้นตอนการดำเนินงาน

กิจกรรม	เดือน										
	ส.ค	ก.ย	ต.ค	พ.ย	ธ.ค	ม.ค	ก.พ	มี.ค	เม.ย	พ.ค	
1. ศึกษาหาข้อมูลเลือกหัวข้อที่สนใจ	→										
2. นำเสนอหัวข้อศิลปนิพนธ์และกรณีศึกษา	→										
3. สรุปหัวข้อศิลปนิพนธ์และนำเสนอข้อมูล		→									
4. สรุปแนวคิดการออกแบบ		→									
5. รวบรวมข้อมูลบทที่ 1 บทที่ 2		→									
6. จัดเรียงขอบเขตแบ่งจับคู่เทคนิคเนื้อหา			→								
7. ลงพื้นที่ร่างแบบแนวความคิด				→							
8. แบ่งเนื้อหาวางคอลัมน์ทำเทคนิคที่แบ่งไว้				→							
9. นำเสนอแบบร่าง Dummy				→							
10. นำเสนอผลงานด้านในหนังสือ Mock Up				→							
11. นำเสนอผลงาน mini exhibition					→						
12. ส่งบทที่ 1-3 เล่มศิลปนิพนธ์					→						
13. จัดทำเนื้อหาและลูกเล่นเพิ่มเติม						→					
14. เพิ่มลูกเล่นเทคนิคในหนังสือ							→				
15. สรุปและตรวจเช็คผลงาน								→			





## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง การออกแบบหนังสือคู่มือการท่องเที่ยวจังหวัดพิษณุโลก "ดีเมืองสองแคว" สำหรับบุคคลอายุ 18 - 25 ปีได้ศึกษาแบ่งข้อมูลเป็นส่วนต่างๆดังนี้

#### ข้อมูลในการศึกษาค้นคว้า

1. ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาของงานวิจัย
2. ข้อมูลเกี่ยวกับทฤษฎีการออกแบบ
3. ข้อมูลพฤติกรรมกลุ่มเป้าหมายของงานวิจัย
4. กรณีศึกษา

#### 2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาของงานวิจัย

2.1.1 ผลการสำรวจสัดส่วนพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดพิษณุโลก ปี 2557 จากการสำรวจผู้เยี่ยมชมเยือนในปี 2557 จำนวน 3,457 ตัวอย่าง ประกอบด้วย ผู้เยี่ยมชมเยือนชาวไทย 3,113 ตัวอย่าง และผู้เยี่ยมชมเยือนชาวต่างประเทศ 344 ตัวอย่าง สรุปผลการสำรวจได้ดังนี้

#### ผู้เยี่ยมชมเยือนชาวไทย

- ผู้เยี่ยมชมเยือนชาวไทยเป็นเพศชายในสัดส่วนที่น้อยกว่าเพศหญิง (ร้อยละ 49.7 ต่อ 50.3) มีอายุ 35-44 ปีในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 38.9) ประกอบอาชีพเป็นลูกจ้าง/พนักงานภาคเอกชน ในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 20.1) มีรายได้ 15,001-30,000 บาท/เดือนในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 38.4) และมาจากภาคเหนือในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 29.5) (ตารางที่ 1-5)
- ผู้เยี่ยมชมเยือนชาวไทยมีวัตถุประสงค์เพื่อท่องเที่ยว/พักผ่อนในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 41.7) โดย ปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจให้เดินทางมาจังหวัดพิษณุโลก 3 อันดับแรก ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยว อาหาร อร่อย และมีความปลอดภัย โดยผู้เยี่ยมชมเยือน ร้อยละ 13.6 ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อประโยชน์ต่างๆ ใน การท่องเที่ยว เช่น หาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว จองที่พัก เป็นต้น (ตารางที่ 6-8)
- ผู้เยี่ยมชมเยือนชาวไทยส่วนใหญ่ (ร้อยละ 95.6) เคยมาท่องเที่ยวจังหวัดพิษณุโลก โดยการเดินทางท่องเที่ยวครั้งนี้ส่วนใหญ่ท่องเที่ยวหลายจังหวัด (ร้อยละ 62.1) และส่วนใหญ่จัดการเดินทางเอง (ร้อยละ 96.9) โดยเดินทางด้วยรถส่วนตัวในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 61.9) มีผู้ร่วมเดินทาง 3 คน ในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 31.3) ซึ่งส่วนใหญ่เป็นคนในครอบครัว/ญาติ/เพื่อน (ร้อยละ 88.5) และพักในโรงแรมในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 71.6) มีวันพักเฉลี่ยรวม 2.11 วัน โดยนักท่องเที่ยวที่จัดการเดินทางเองมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 1,456.56 บาท/คน/วัน (ตารางที่ 9-17)

### ผู้เยี่ยมชมเยือนชาวต่างประเทศ

ผู้เยี่ยมชมเยือนชาวต่างประเทศเป็นเพศชายในสัดส่วนที่มากกว่าเพศหญิง (ร้อยละ 50.6 ต่อ 49.4) มีอายุ 45-54 ปี ในสัดส่วนที่มากที่สุด (ร้อยละ 46.2) ประกอบอาชีพเป็นลูกจ้าง/พนักงาน ภาคเอกชนในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 34.3) มีรายได้ 20,000-39,999

- ดอลลาร์สหรัฐฯ/ปี ในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 59.0) และมาจากทวีปยุโรปในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 76.2) (ตารางที่ 1-5)
- ผู้เยี่ยมชมเยือนชาวต่างประเทศมีวัตถุประสงค์เพื่อท่องเที่ยว/พักผ่อนในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 90.1) โดยปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจให้เดินทางมาจังหวัดพิษณุโลก 3 อันดับแรก ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยว อาหารอร่อย และมีความปลอดภัย ผู้เยี่ยมชมเยือน ร้อยละ 64.0 ใช้อินเทอร์เน็ต เพื่อประโยชน์ต่างๆ ในการท่องเที่ยว เช่น จองที่พัก จองสถานที่ท่องเที่ยว เป็นต้น (ตารางที่ 6-8)
- ผู้เยี่ยมชมเยือนชาวต่างประเทศส่วนใหญ่ (ร้อยละ 83.1) มาท่องเที่ยวจังหวัดพิษณุโลกเป็นครั้งแรก โดยการเดินทางท่องเที่ยวครั้งนี้ส่วนใหญ่ท่องเที่ยวหลายจังหวัด (ร้อยละ 84.9) และส่วนใหญ่เดินทางผ่านบริษัทนำเที่ยว (ร้อยละ 65.2) โดยเดินทางด้วยรถส่วนตัวในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 83.4) มีผู้ร่วมเดินทาง 4 คน ในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 25.9) ซึ่งส่วนใหญ่เป็นคนในครอบครัว/ญาติ/เพื่อน (ร้อยละ 87.5) และพักในโรงแรมในสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 84.6) มีวันพักเฉลี่ย รวม 1.88 วัน โดยนักท่องเที่ยวที่เดินทางผ่านบริษัทนำเที่ยวมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 2,139.43 บาท/ คน/วัน (ตารางที่ 9-17)

ตารางที่ 1 ร้อยละของตัวอย่างผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยและผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างประเทศในจังหวัดพิษณุโลก ปี 2557 จำแนกตามภูมิลำเนาและถิ่นที่อยู่

หน่วย : ร้อยละ

ภูมิลำเนาของผู้เยี่ยมเยือน	ผู้เยี่ยมเยือนชาวไทย			ถิ่นที่อยู่ของผู้เยี่ยมเยือน	ผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างประเทศ		
	นักทัศนมาตร	นักท่องเที่ยว	รวม		นักทัศนมาตร	นักท่องเที่ยว	รวม
1. กรุงเทพฯ	25.1	18.4	21.1	1. ทวีปอเมริกา	5.8	5.4	5.5
2. ภาคกลาง	19.5	15.8	17.3	2. ทวีปยุโรป	75.6	76.4	76.2
3. ภาคตะวันตก	5.3	7.5	6.6	3. โอเชียเนีย	4.7	2.7	3.2

ภาพที่ 1 แผนตาราง

ที่มา : ผลการสำรวจสัดส่วนพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดพิษณุโลก ปี 2557

ตารางที่ 2 ร้อยละของตัวอย่างผู้เยี่ยมเยือนทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศในจังหวัดพิษณุโลก ปี 2557

หน่วย : ร้อยละ

เพศ	ผู้เยี่ยมเยือนชาวไทย			ผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างประเทศ			ผู้เยี่ยมเยือนทั้งหมด		
	นักทัศนมาตร	นักท่องเที่ยว	รวม	นักทัศนมาตร	นักท่องเที่ยว	รวม	นักทัศนมาตร	นักท่องเที่ยว	รวม
ชาย	49.6	49.8	49.7	51.2	50.4	50.6	49.7	49.9	49.8
หญิง	50.4	50.2	50.3	48.8	49.6	49.4	50.3	50.1	50.2
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

ภาพที่ 2 แผนตาราง

ที่มา : ผลการสำรวจสัดส่วนพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดพิษณุโลก ปี 2557



ตารางที่ 4 ร้อยละของตัวอย่างผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยและผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างประเทศในจังหวัด  
พิษณุโลก ปี 2557 จำแนกตามภูมิลำเนาและถิ่นที่อยู่

อาชีพ	ผู้เยี่ยมเยือนชาวไทย			ผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างประเทศ			ผู้เยี่ยมเยือนทั้งหมด		
	นัก ทัศนจร	นัก ท่องเที่ยว	รวม	นัก ทัศนจร	นัก ท่องเที่ยว	รวม	นัก ทัศนจร	นัก ท่องเที่ยว	รวม
เจ้าของธุรกิจ	18.8	17.6	18.1	41.9	30.2	33.1	20.3	19.1	19.6
ข้าราชการ- รัฐวิสาหกิจ	19.1	18.0	18.5	4.7	8.9	7.8	18.2	16.9	17.4
ลูกจ้าง/พนักงาน ภาคเอกชน	19.4	20.6	20.1	32.6	34.9	34.3	20.2	22.3	21.5
แม่บ้าน-ว่างงาน	0.2	0.1	0.1	-	-	-	0.2	-	0.1
เกษตรกร	12.4	14.2	13.5	-	-	-	11.6	12.5	12.1
นักเรียน-นักศึกษา	-	-	-	-	-	-	-	-	-
เกษียณ	13.6	10.9	11.9	16.3	19.8	18.9	13.7	12.0	12.6
ประกอบอาชีพ อิสระ	16.5	18.7	17.8	-	-	-	15.4	16.4	16.0
ครู อื่นๆ	-	-	-	4.7	6.2	5.8	0.3	0.8	0.6
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

ภาพที่ 4 แผนตาราง

ที่มา : ผลการสำรวจสัดส่วนพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดพิษณุโลก ปี 2557

ตารางที่ 5 ร้อยละของตัวอย่างผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยและผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างประเทศในจังหวัด  
พิษณุโลก ปี 2557 จำแนกตามภูมิลำเนาและถิ่นที่อยู่

ช่วงรายได้ (ต่อเดือน)	ผู้เยี่ยมเยือนชาวไทย			ช่วงรายได้ (ต่อปี)	ผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างประเทศ		
	นัก ทัศนจร	นัก ท่องเที่ยว	รวม		นัก ทัศนจร	นัก ท่องเที่ยว	รวม
ไม่มีรายได้	-	-	-	Less than USD 10,000	-	-	-
ต่ำกว่า 10,000 บาท	0.4	0.4	0.4	USD 10,000 – 14,999	2.3	0.4	0.9
10,001-15,000 บาท	41.3	35.1	37.6	USD 15,000 – 19,999	26.7	21.3	22.7
15,001-30,000 บาท	35.4	40.4	38.4	USD 20,000 – 39,999	58.1	59.3	59.0
30,001-45,000 บาท	21.8	22.9	22.5	USD 40,000 – 59,999	9.3	15.9	14.2
45,001-60,000 บาท	1.1	1.2	1.2	USD 60,000 – 79,999	2.3	1.9	2.0
60,001-75,000 บาท	-	-	-	USD Over 80,000	1.2	1.2	1.2
75,001-90,000 บาท	-	-	-				
มากกว่า 90,000 บาท	-	-	-				
รวม	100.0	100.0	100.0	รวม	100.0	100.0	100.0

ภาพที่ 5 แผนตาราง

ที่มา : ผลการสำรวจสัดส่วนพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดพิษณุโลก ปี 2557

ตารางที่ 6 ร้อยละของตัวอย่างผู้เยี่ยมชมชาวไทยและผู้เยี่ยมชมชาวต่างประเทศในจังหวัด  
พิษณุโลก ปี 2557 จำแนกตามภูมิฐานะและถิ่นที่อยู่

วัตถุประสงค์หลักของ การเดินทางครั้งนี้	ผู้เยี่ยมชมชาวไทย			ผู้เยี่ยมชมชาวต่างประเทศ			ผู้เยี่ยมชมทั้งหมด		
	นัก ทัศนจร	นัก ท่องเที่ยว	รวม	นัก ทัศนจร	นัก ท่องเที่ยว	รวม	นัก ทัศนจร	นัก ท่องเที่ยว	รวม
ท่องเที่ยว/พักผ่อน	41.0	42.1	41.7	88.4	90.7	90.1	44.1	48.0	46.5
ประชุม/อบรม/ สัมมนา/ดูงาน	8.6	9.9	9.4	-	-	-	8.1	8.7	8.5
ติดต่อธุรกิจ	8.0	6.3	7.0	2.3	2.7	2.6	7.6	5.9	6.6
ปฏิบัติราชการ/ ปฏิบัติงาน	6.8	8.6	7.9	-	-	-	6.3	7.6	7.1
เยี่ยมญาติ/เพื่อน	20.4	18.0	19.0	9.3	6.6	7.3	19.7	16.6	17.8
ชมนิทรรศการ/แสดง สินค้า	5.7	8.3	7.3	-	-	-	5.4	7.3	6.6
ได้รับรางวัล	0.1	0.3	0.2	-	-	-	0.1	0.2	0.2
ไหว้พระปฏิบัติธรรม	9.3	6.3	7.5	-	-	-	8.7	5.6	6.8
อื่น ๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	-
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

ภาพที่ 6 แผนตาราง

ที่มา : ผลการสำรวจสัดส่วนพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดพิษณุโลก ปี 2557

ตารางที่ 7 ร้อยละของตัวอย่างผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยและผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างประเทศในจังหวัด  
พิษณุโลก ปี 2557 จำแนกตามภูมิฐานะและถิ่นที่อยู่

แรงจูงใจในการ มาท่องเที่ยว	ผู้เยี่ยมเยือนชาวไทย			ผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างประเทศ			ผู้เยี่ยมเยือนทั้งหมด		
	นัก	นัก	รวม	นัก	นัก	รวม	นัก	นัก	รวม
	ทัศนजर	ท่องเที่ยว		ทัศนजर	ท่องเที่ยว		ทัศนजर	ท่องเที่ยว	
สถานที่ท่องเที่ยว	17.7	18.7	18.3	26.1	24.7	25.1	18.4	19.5	19.1
มีความปลอดภัย	14.9	14.6	14.7	12.6	15.7	14.9	14.7	14.8	14.8
อาหารอร่อย	16.8	16.5	16.6	18.7	16.6	17.1	17.0	16.5	16.7
สินค้ราคาถูก	10.1	11.2	10.7	7.4	6.3	6.6	9.9	10.5	10.2
ช่วงเทศกาล	9.4	8.1	8.6	10.1	9.1	9.4	9.5	8.2	8.7
ระยะทาง	5.4	4.5	4.8	11.0	14.0	13.2	5.8	5.8	5.8
เวลาในการเดินทาง	14.0	14.6	14.4	12.9	12.1	12.3	13.9	14.2	14.1
ความสะดวกในการ เข้าถึงแหล่ง ท่องเที่ยว	11.5	11.6	11.6	0.9	1.4	1.3	10.7	10.2	10.4
การจัดกิจกรรม ส่งเสริมการท่องเที่ยว อื่นๆ	0.1	0.3	0.2	0.3	0.1	0.2	0.1	0.2	0.2
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

ภาพที่ 7 แผนตาราง

ที่มา : ผลการสำรวจจัดส่วนพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดพิษณุโลก ปี 2557

ตารางที่ 8 ร้อยละของตัวอย่างผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยและผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างประเทศในจังหวัด  
พิษณุโลก ปี 2557 จำแนกตามภูมิฐานะและถิ่นที่อยู่

การใช้อินเทอร์เน็ต	ผู้เยี่ยมเยือนชาวไทย			ผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างประเทศ			ผู้เยี่ยมเยือนทั้งหมด		
	นัก	นัก	รวม	นัก	นัก	รวม	นัก	นัก	รวม
	ทัศนजर	ท่องเที่ยว		ทัศนजर	ท่องเที่ยว		ทัศนजर	ท่องเที่ยว	
ไม่ได้ใช้อินเทอร์เน็ต	88.0	85.4	86.4	32.6	37.2	36.0	84.4	79.6	81.4
ใช้อินเทอร์เน็ต	12.0	14.6	13.6	67.4	62.8	64.0	15.6	20.4	18.6
- หาข้อมูลเกี่ยวกับการ ท่องเที่ยว	98.0	72.0	79.8	10.4	5.3	6.4	71.1	45.7	52.6
- จองที่พัก	-	21.4	15.0	-	27.2	21.0	-	23.7	17.2
- ซื้อแพคเกจทัวร์	-	2.6	1.8	7.5	6.6	6.8	2.3	4.2	3.6
- จองสถานที่ท่องเที่ยว	-	-	-	6.0	7.5	7.1	1.8	2.9	2.6
- จองพาหนะในการ เดินทาง	2.0	4.0	3.4	-	-	-	1.4	2.4	2.1
- อื่นๆ	-	-	-	76.1	53.5	58.6	23.4	21.1	21.7
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

ภาพที่ 8 แผนตาราง

ที่มา : ผลการสำรวจจัดส่วนพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดพิษณุโลก ปี 2557



ตารางที่ 9 ร้อยละของตัวอย่างผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยและผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างประเทศในจังหวัด  
พิษณุโลก ปี 2557 จำแนกตามภูมิฐานะและถิ่นที่อยู่

การเคามา ท่องเที่ยว	ผู้เยี่ยมเยือนชาวไทย			ผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างประเทศ			ผู้เยี่ยมเยือนทั้งหมด		
	นัก ทัศนจร	นัก ท่องเที่ยว	รวม	นัก ทัศนจร	นัก ท่องเที่ยว	รวม	นัก ทัศนจร	นัก ท่องเที่ยว	รวม
	มาครั้งแรก	3.4	5.1	4.4	93.0	79.8	83.1	9.2	14.2
มา 2 ครั้ง	69.0	69.3	69.2	7.0	19.8	16.6	65.0	63.3	63.9
มา 3 ครั้ง	27.6	25.6	26.4	-	0.4	0.3	25.8	22.6	23.8
มา 4 ครั้ง	-	-	-	-	-	-	-	-	-
มา 5 ครั้งขึ้นไป	-	-	-	-	-	-	-	-	-
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

ภาพที่ 9 แผนตาราง

ที่มา : ผลการสำรวจสัดส่วนพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดพิษณุโลก ปี 2557

ตารางที่ 10 ร้อยละของตัวอย่างผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยและผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างประเทศในจังหวัด  
พิษณุโลก ปี 2557 จำแนกตามภูมิฐานะและถิ่นที่อยู่

จำนวนจังหวัด ที่เดินทางท่องเที่ยว	ผู้เยี่ยมเยือนชาวไทย			ผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างประเทศ			ผู้เยี่ยมเยือนทั้งหมด		
	นัก ทัศนจร	นัก ท่องเที่ยว	รวม	นัก ทัศนจร	นัก ท่องเที่ยว	รวม	นัก ทัศนจร	นัก ท่องเที่ยว	รวม
	1 จังหวัด	31.3	42.3	37.9	4.7	18.6	15.1	29.6	39.4
2 จังหวัด	38.5	41.1	40.1	38.4	32.9	34.3	38.5	40.1	39.5
3 จังหวัด	29.2	13.1	19.5	17.4	20.9	20.1	28.5	14.0	19.6
4 จังหวัด	0.6	1.8	1.3	23.3	18.2	19.5	2.1	3.8	3.1
5 จังหวัดขึ้นไป	0.2	1.8	1.2	16.3	9.3	11.0	1.3	2.7	2.1
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

ภาพที่ 10 แผนตาราง

ที่มา : ผลการสำรวจสัดส่วนพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดพิษณุโลก ปี 2557



ตารางที่ 12 ร้อยละของตัวอย่างผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยและผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างประเทศในจังหวัด  
พิษณุโลก ปี 2557 จำแนกตามภูมิฐานะและถิ่นที่อยู่

พาหนะที่ใช้ เดินทาง	ผู้เยี่ยมเยือนชาวไทย			ผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างประเทศ			ผู้เยี่ยมเยือนทั้งหมด		
	นัก ทัศนจร	นัก ท่องเที่ยว	รวม	นัก ทัศนจร	นัก ท่องเที่ยว	รวม	นัก ทัศนจร	นัก ท่องเที่ยว	รวม
	เครื่องบิน	1.1	1.8	1.5	1.2	3.5	2.9	1.1	2.0
เรือ	-	-	-	-	-	-	-	-	-
รถไฟ	7.4	16.6	12.9	1.2	5.8	4.7	7.0	15.3	12.1
รถโดยสาร	23.8	23.6	23.7	15.3	7.0	9.0	23.3	21.6	22.2
รถส่วนตัว	67.8	58.0	61.9	82.4	83.7	83.4	68.7	61.2	64.0
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

ภาพที่ 12 แผนตาราง

ที่มา : ผลการสำรวจสัดส่วนพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดพิษณุโลก ปี 2557

ตารางที่ 13 ร้อยละของตัวอย่างผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยและผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างประเทศในจังหวัด  
พิษณุโลก ปี 2557 จำแนกตามภูมิฐานะและถิ่นที่อยู่

จำนวนผู้ร่วม เดินทาง	ผู้เยี่ยมเยือนชาวไทย			ผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างประเทศ			ผู้เยี่ยมเยือนทั้งหมด		
	นัก ทัศนจร	นัก ท่องเที่ยว	รวม	นัก ทัศนจร	นัก ท่องเที่ยว	รวม	นัก ทัศนจร	นัก ท่องเที่ยว	รวม
	1 คน	0.2	0.3	0.2	-	-	-	0.2	0.2
2 คน	24.6	26.7	25.9	7.0	13.6	11.9	23.4	25.1	24.5
3 คน	32.9	30.2	31.3	11.6	17.4	16.0	31.5	28.7	29.8
4 คน	26.7	26.1	26.4	27.9	25.2	25.9	26.8	26.0	26.3
5 คน	9.0	9.2	9.1	18.6	18.6	18.6	9.6	10.3	10.0
6-10 คน	5.9	5.6	5.7	7.0	12.8	11.3	6.0	6.5	6.3
มากกว่า 10 คน	0.8	1.9	1.4	27.9	12.4	16.3	2.6	3.1	2.9
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

ภาพที่ 13 แผนตาราง

ที่มา : ผลการสำรวจสัดส่วนพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดพิษณุโลก ปี 2557

ตารางที่ 14 ร้อยละของตัวอย่างผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยและผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างประเทศในจังหวัด  
พิษณุโลก ปี 2557 จำแนกตามภูมิฐานะและถิ่นที่อยู่

ประเภทผู้ร่วม เดินทาง	ผู้เยี่ยมเยือนชาวไทย			ผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างประเทศ			ผู้เยี่ยมเยือนทั้งหมด		
	นัก ทัศนจร	นักท่องเที่ยว	รวม	นัก ทัศนจร	นักท่องเที่ยว	รวม	นัก ทัศนจร	นักท่องเที่ยว	รวม
	คนเดียว	0.2	0.3	0.2	-	-	-	0.2	0.2
ครอบครัว/ญาติ/ เพื่อน	90.1	87.5	88.5	79.1	90.3	87.5	89.4	87.9	88.4
หมู่คณะ	9.8	12.2	11.2	20.9	9.7	12.5	10.5	11.9	11.4
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

ภาพที่ 14 แผนตาราง

ที่มา : ผลการสำรวจสัดส่วนพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดพิษณุโลก ปี 2557

ตารางที่ 15 ร้อยละของตัวอย่างผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยและผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างประเทศในจังหวัด  
พิษณุโลก ปี 2557 จำแนกตามภูมิฐานะและถิ่นที่อยู่

ประเภทที่พักแรม	นักท่องเที่ยวชาวไทย			นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ			นักท่องเที่ยวทั้งหมด		
	ผ่าน บริษัทนำ เที่ยว	จัดการ เดินทาง เอง	รวม	ผ่าน บริษัท นำเที่ยว	จัดการ เดินทาง เอง	รวม	ผ่าน บริษัท นำเที่ยว	จัดการ เดินทาง เอง	รวม
	บ้านตนเอง/ญาติ/เพื่อน	-	7.6	7.2	-	11.1	3.1	-	7.7
โรงแรม	83.1	71.0	71.6	94.1	59.7	84.6	90.6	70.5	73.1
เกสต์เฮ้าส์	-	3.3	3.1	-	5.6	1.5	-	3.4	3.0
บังกะโล/รีสอร์ท	16.9	18.2	18.1	5.9	23.6	10.8	9.4	18.4	17.2
รวม	100.0	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

ภาพที่ 15 แผนตาราง

ที่มา : ผลการสำรวจสัดส่วนพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดพิษณุโลก ปี 2557

ตารางที่ 16 ร้อยละของตัวอย่างผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยและผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างประเทศในจังหวัด  
พิษณุโลก ปี 2557 จำแนกตามภูมิฐานะและถิ่นที่อยู่

วันพักเฉลี่ย	นักท่องเที่ยวชาวไทย			นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ		
	ผ่านบริษัท	จัดการ	รวม	ผ่านบริษัท	จัดการ	รวม
	นำเที่ยว	เดินทางเอง		นำเที่ยว	เดินทางเอง	
	2.31	2.09	2.11	1.89	1.86	1.88

ภาพที่ 16 แผนตาราง

ที่มา : ผลการสำรวจสัดส่วนพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดพิษณุโลก ปี 2557

ตารางที่ 17 ร้อยละของตัวอย่างผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยและผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างประเทศในจังหวัด  
พิษณุโลก ปี 2557 จำแนกตามภูมิฐานะและถิ่นที่อยู่

ประเภทค่าใช้จ่าย	ผู้เยี่ยมเยือนชาวไทย				ผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างประเทศ			
	นักทัศนาจร		นักท่องเที่ยว		นักทัศนาจร		นักท่องเที่ยว	
	ผ่านบริษัท	จัดการ	ผ่านบริษัท	จัดการ	ผ่านบริษัท	จัดการ	ผ่านบริษัท	จัดการ
	นำเที่ยว	เดินทางเอง	นำเที่ยว	เดินทางเอง	นำเที่ยว	เดินทางเอง	นำเที่ยว	เดินทางเอง
1) ค่าที่พัก	0.0	0.0	24.8	24.3	0.0	0.0	28.6	28.5
2) ค่าอาหาร/เครื่องดื่ม	28.8	29.0	24.1	24.0	24.8	22.2	21.9	21.7
3) ค่าซื้อสินค้าของที่ระลึก	37.8	36.1	20.3	20.0	27.9	36.3	15.5	15.2
4) ค่าใช้จ่ายเพื่อความบันเทิง	11.5	11.6	11.2	11.1	12.2	10.9	11.0	11.0
5) ค่าบริการท่องเที่ยวภายในจังหวัด	4.6	5.8	6.4	7.2	12.0	10.3	7.0	7.2
6) ค่าพาหนะ	12.8	12.6	9.5	9.1	11.9	13.0	11.9	12.0
7) ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	4.5	4.9	3.8	4.2	11.3	7.3	4.1	4.5
รวม	100.0	100.0	100	100.0	100.0	100.0	100	100.0
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย/คน/วัน (บาท)	883.07	916.74	1,372.99	1,456.56	1,456.78	1,235.91	2,139.43	2,196.58

ภาพที่ 17 แผนตาราง

ที่มา : ผลการสำรวจสัดส่วนพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดพิษณุโลก ปี 2557

## 2.1.2 หัวข้อข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดพิษณุโลก สถานที่ท่องเที่ยว

### ย่านวัดพระศรีรัตนมหาธาตุวรมหาวิหาร (วัดใหญ่)

วัดพระศรีรัตนมหาธาตุวรมหาวิหาร ไม่มีหลักฐานว่าสร้างขึ้นเมื่อใด  
สันนิษฐานว่าสร้างขึ้นก่อนสมัยสุโขทัย และเป็นพระอารามหลวงมาแต่เดิม  
เพราะได้พบหลักฐานศิลาจารึกสุโขทัยมีความว่า พ่อขุนศรีนาวนำถมทรงสร้างพระ  
ทันตธาตุสุคนธ์เจดีย์

ส่วนในพงศาวดารเหนือกล่าวไว้ว่า " ในราวพุทธศักราช ๑๙๐๐ พระเจ้าศรีธรรมไตรปิฎก  
(พระมหาธรรมราชาลิไท) ทรงเป็นพระมหากษัตริย์ครองกรุงสุโขทัย ทรงมีศรัทธาเลื่อมใสในบวร  
พุทธศาสนาเป็นอย่างยิ่ง ทั้งยังได้ทรงศึกษาพระไตรปิฎกและคัมภีร์ศาสนาอื่น ๆ จนข้าของแตกฉาน  
หาผู้ใดเสมอเหมือนได้ยาก พระองค์ได้ทรงสร้างวัดพระศรีรัตนมหาธาตุ ในฝั่งตะวันออกของแม่น้ำ  
น่าน มีพระปรางค์อยู่กลาง มีพระวิหาร ๔ ทิศ มีพระระเบียง ๒ ชั้นและทรงรับสั่งให้ปั้นหุ่นหล่อ  
พระพุทธรูปขึ้น ๓ องค์ เพื่อประดิษฐานเป็นพระประธานในพระวิหารทั้ง ๓ หลัง"

ต่อมาเมื่อ ปี พ.ศ. 2458 พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงพระกรุณาโปรดเกล้า  
ฯให้ยกขึ้นเป็นพระอารามหลวงชั้นเอก ชนิดวรมหาวิหาร เมื่อ พ.ศ. 2458 ปัจจุบันจึงมีชื่อเต็มว่า วัด  
พระศรีรัตนมหาธาตุวรมหาวิหาร



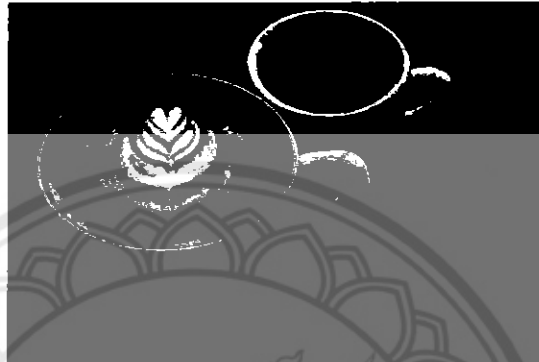
ภาพที่ 1 พระพุทธชินราช

ที่มา : <https://th.wikipedia.org/wiki/วัดพระศรีรัตนมหาธาตุวรมหาวิหาร> , 2560



### ร้าน Made For Mouth

ร้านกาแฟเล็กๆ ดัดแปลงตกแต่งจากตู้คอนเทนเนอร์ได้สวยงามลงตัว บริการอาหาร เครื่องดื่มและอาหารว่าง มีทั้งโซนอินดอร์และเอาท์ดอร์ แอร์เย็นสบายเพลงเพราะ รสชาติกาแฟเข้มข้น ราคาทำตามเมนูนะครับ พนักงานบริการดีมาก อธิบายดี เวลาลูกค้าเต็มร้านก็อาจจะมีเสียงคุยดังบ้างเพราะห้องมันเล็ก มีโอกาสมาลองดู ประทับใจแน่นอน



ภาพที่ 4 ร้าน Made For Mouth  
ที่มา : <https://goo.gl/QhhjTY> , 2560



ภาพที่ 5 ร้าน Made For Mouth  
ที่มา : <https://bit.ly/2r6BaTC> , 2560



### ย่านถนนคนเดิน

สนุกสนานไปกับถนนแห่งความสุขที่จัดขึ้นเป็นประจำทุกวันเสาร์ ซึ่งเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวและชาวเมืองพิษณุโลกได้มาเลือกซื้อสินค้านานาชนิด ตั้งแต่ศิลปหัตถกรรม เสื้อผ้า สินค้าไอทีอุปโภคบริโภค การเกษตร ตลอดจนอิมพอร์ตอาหารและเครื่องดื่มที่เรียงรายบนถนนยาวกว่า 500 เมตร และยิ่งกว่านั้น สิ่งที่น่ารื่นรมย์ที่สุดต้องยกให้กิจกรรมรางวัลย้อนยุคซึ่งหาชมได้ยากแล้วในปัจจุบัน แถมคุณยังเข้าไปร่วมรำกับชาวบ้าน ได้อย่างสนุกสนานอีกด้วย ถนนคนเดินจัดขึ้นบริเวณถนนสังฆมูชา หน้าวัดจันทร์ตะวันออก อำเภอเมืองพิษณุโลก เปิดทุกวันเสาร์ เวลา 16.00-24.00 น.



ภาพที่ 6 ร้าน ถนนคนเดิน

ที่มา : <https://bit.ly/2Jzwaxn> , 2560

### สถานที่กิน

#### ร้านตำหลาย

ร้านตำหลาย ที่พิษณุโลก ติดกับสนามฟุตบอล Too Too Stadium ตั้งอยู่บนถนนคนเดิน คนพื้นที่รู้จักกันดี แบนอนบริเวณนี้มีที่เดียว ร้านส้มตำติดแอร์ แต่ไม่ได้มีแต่อาหารอีสานอย่างเดียว นะคะ อาหารไทย ต้มยำ ข้าวผัด อาหารตามสั่งก็มี ภายในเปิดแอร์เย็นฉ่ำ พักเที่ยงไม่ต้องเข้าเมืองก็ อร่อยได้ พอเวลาเย็นเดินตลาดนัดเหนื่อย ๆ ออกกำลังกายจากการเล่นฟุตบอลมา มานั่งทานอาหาร ฟิน ๆ ซิลล์ ๆ แอร์เย็น ๆ ภายในร้านออกแบบทันสมัย ดูเรียบหรู บรรยากาศสบายๆ โคมไฟ ให้ตะกร้าสานมาประยุกต์ มีที่จอดรถสะดวก โดยบริเวณรอบร้านจะมีสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ซึ่งเป็นเจ้าของเดียวกันกับ ร้านตำหลาย@พิษณุโลก



ภาพที่ 7 ร้านตำหลาย  
ที่มา : <https://bit.ly/2r6XyLz> , 2560

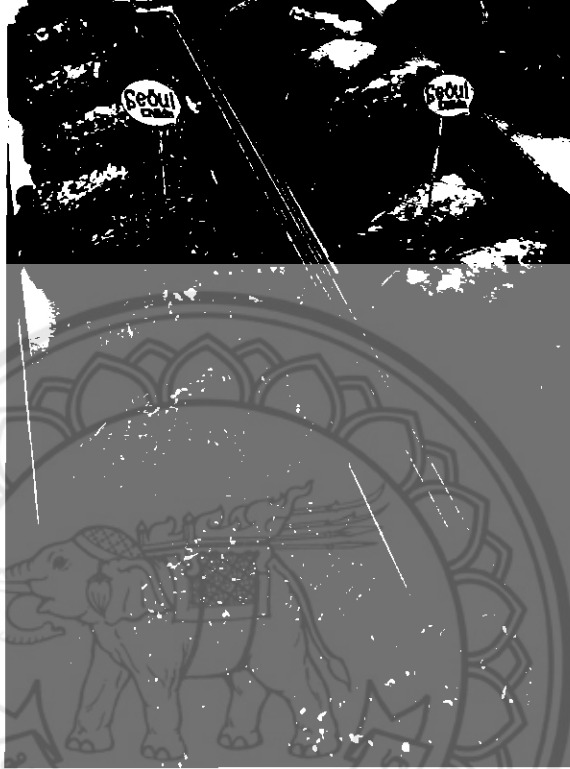


ภาพที่ 8 ร้านตำหลาย  
ที่มา : <https://bit.ly/2r6XyLz> , 2560

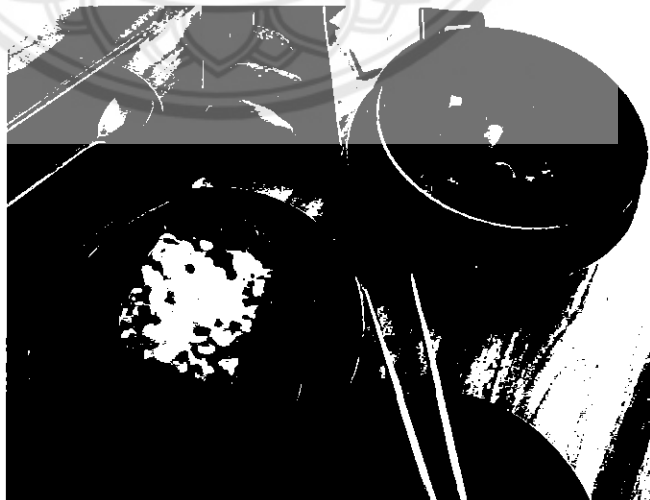
### ร้านโซลซิคเก้น

อาหารเกาหลี พิกัดถนนคนเดิน ตรงข้ามศาลพระสุพรรณกัลยา วัดจันทร์ เรามาครอบครัวใหญ่เลยได้ลองหลายเมนู อาหารมีให้เลือกความเผ็ด 5 ระดับ เมนูอธิบายไว้ชัดเจน รายละเอียดครบ ข้าวแกงกะหรี่ งานนี้ยังไม่เข้าที่เท่าไร ปีกไก่ทอด กรอบ เลือกได้ 2รส ซอสถั่วเหลือง หวาน เค็มนิดๆ รสสไปซี่ ออกเผ็ด ไก่ทอดหมักไม่เข้าเนื้อไก่รสชาติจะเค็ลือบอยู่นั่งไก่ ต้อกชีส (เด็ก) ไม่เผ็ด อร่อยนะ พุดถึงอาหารเกาหลีคงบอกไม่ได้ว่าอร่อยหรือไม่อร่อย ต้องแล้วแต่เลย เพราะส่วนตัว

ร้านนี้ชอบกิมจิ กับข้าว จริงๆ กิมจิอร่อยดีใช้ผักหลายอย่าง รสชาติเข้มข้น ที่สำคัญ สั่งแค่ข้าวเปล่า 14บาท กิมจิฟรี



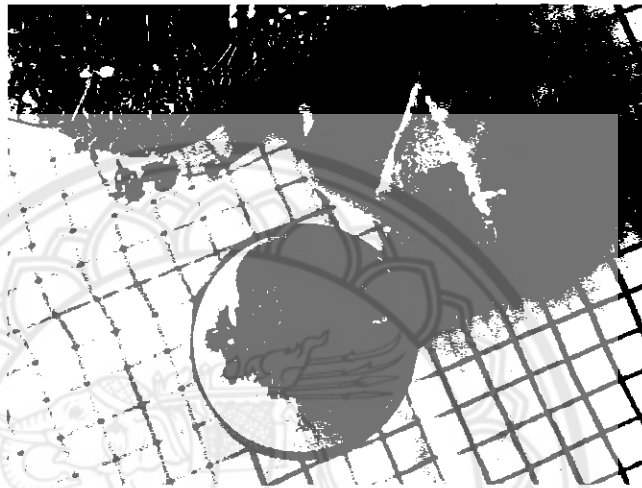
ภาพที่ 9 ร้านโซลซิคเก้น  
ที่มา : <https://bit.ly/2HDKLQY> , 2560



ภาพที่ 10 ร้านโซลซิคเก้น  
ที่มา : <https://bit.ly/2HDKLQY> , 2560

### ร้านชินโดรมคาเฟ่

ร้านอยู่เส้นถนนคนเดิน .. หาไม่ยาก ร้านเด่นชัด ภายในร้านมีมุม ให้เลือกนั่ง หลายรูปแบบ เมนูก็มีให้เลือกทั้งประเภทอาหารจานเดียว หรือจะเป็นเครื่องดื่มชา กาแฟ และเบเกอรี่ ก็มี วันนี้ลองสั่ง มอคค่าเฟรชเบอรี่รสชาติเข้มข้น กลมกล่อมดี หวานมันส์ ตามด้วยแอปเปิ้ลชีสเค้กกรีนที่ ก็หอมหวานไม่แพ้กัน ทานคู่กับเค้กมะพร้าวเนื้อเค้กนุ่มๆ หอมนุ่มกำลังดี จัดว่าใช้ได้ดี ทุกเมนู



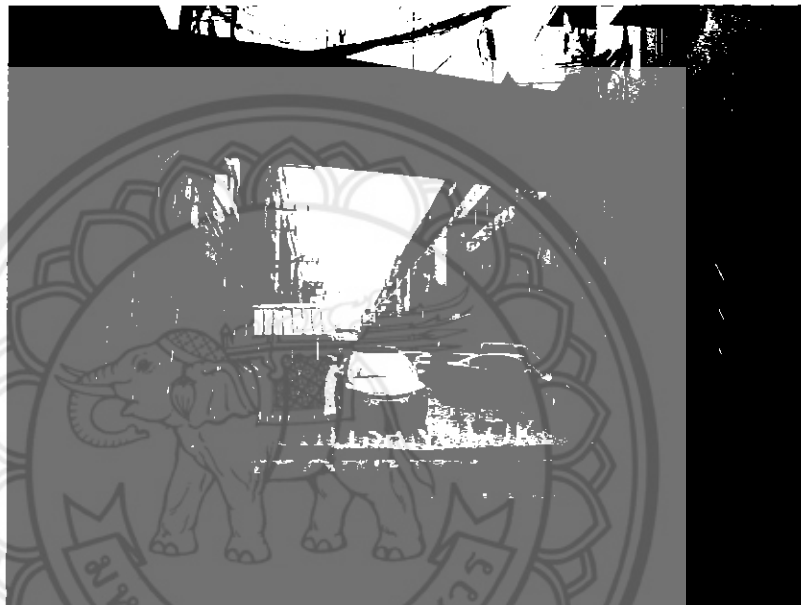
ภาพที่ 11 ร้านชินโดรมคาเฟ่  
ที่มา : <https://bit.ly/2JzhcYi> , 2560



ภาพที่ 12 ร้านชินโดรมคาเฟ่  
ที่มา : <https://bit.ly/2JzhcYi> , 2560

### ย่านปทุมทอง

ศูนย์การค้าปทุมทองพลาซ่า เป็นสถานที่ช้อปปิ้งใจกลางเมืองพิษณุโลก มีสินค้าหลากหลายมาก ทั้งเสื้อผ้า อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ โรงเรียนกวดวิชาต่างๆ ศูนย์การค้าปทุมทองพลาซ่า มีอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ต่างๆ มีจำนวนมาก มีให้เลือกหลายร้าน และราคาถูก แต่ที่นี้ที่จอดรถหายากนิดนึง ตอนนี้นำการเข้าไปจอดรถใน ศูนย์การค้าปทุมทองพลาซ่า จะเก็บเงินค่าจอดรถ ชั่วโมงแรกจอดฟรี แต่เก็บเงินเฉพาะรถยนต์เท่านั้นครับ



ภาพที่ 13 ศูนย์การค้าปทุมทอง  
ที่มา : <https://bit.ly/2vTVOv0> , 2560

### สถานที่กิน

#### ร้าน Sushi Mega

ร้านอาหารญี่ปุ่นที่คนพิษณุโลกแนะนำมาให้ทาน ราคาสมาชิกจะมีส่วนลดพิเศษให้หลากหลายเมนู ราคาที่เราจ่ายวันนี้ก็ได้ส่วนลดจากบัตรสมาชิกเช่นกัน เมนูมีความหลากหลายจากร้านซูชิอื่นๆ เช่น Mega roll (290 BHT) ถือว่ามีความแปลกในส่วนไส้ในที่ทำเหมือนปลาฝอย ทานแล้วรสชาติเหมือนหมูหยอง แต่โดยรวมแนะนำเมนูนี้สำหรับร้านนี้ค่ะ ซูชิที่นี้ข้าวเม็ดใหญ่และหนา มาก จะเห็นจากเมนู Sushi Ume (360 BHT) ทำให้อิ่มเพราะข้าวเร็วมาก ถ้าปั้นข้าวเล็กกว่านี้ จะทำให้รับรสปลาดิบที่โปะมาบนข้าวได้ดียิ่งขึ้น อีกเมนู ไม่เคยทานที่ไหนมาก่อนกับ Hotate Foirgras Steak (540 BHT ราคาสมาชิก) เมนูที่มีแต่ของนำทาน ไม่ว่าจะ Hotate, Foirgras และกิวี่ชิ้นใหญ่ๆ เสียขายที่ Hotate และ Foirgras ที่ชิ้นเล็กไปมาก ไม่ค่อยคุ้มราคาเท่าไร ยิ่งถ้าจ่ายราคาเต็มด้วยแล้ว ที่นี้มีบริการชาเขียวเย็นวีฟิว, ออเดิร์ฟ (ยำหนังปลา+ถั่วกระ), มิโตะซูปรินะคะ



ภาพที่ 14 ร้าน Sushi Mega  
ที่มา : <https://bit.ly/2vTVOv0> , 2560



ภาพที่ 15 ร้าน Sushi Mega  
ที่มา : <https://bit.ly/2vTVOv0> , 2560

### ร้านเจียบลูกชิ้นปิ้ง

บริเวณหน้าศูนย์การค้าปทุมทอง โรงพยาบาลพุทธชินราช อ.เมืองพิษณุโลก ย่านนี้ เป็นย่านที่มีร้านค้าย่อยต่าง ๆ มาตั้งร้านขายของให้ประชาชนมากที่สุดย่านหนึ่ง เนื่องจากประชาชน นักเรียน นักศึกษาหนาแน่น ทั้งขายน้ำ อาหารการกิน ผลไม้ แต่มีอยู่ร้านหนึ่ง กลับโดดเด่น แตกต่างจากร้านค้าอื่น ๆ นั่นคือ ร้านเจียบ ลูกชิ้นชอกตึก เป็นร้านขายลูกชิ้นปิ้ง ที่อยู่ในชอกตึก ทางขึ้นหอพัก ไก่ทอด ซ้างร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น ปทุมทอง ขณะที่ร้านต่าง ๆ ตั้งรถเข็น ร้านค้า อยู่ริมถนน แต่ร้านเจียบ กลับตั้งอยู่ในชอกตึก ความกว้างแค่ไม่เกิน 1.5 เมตร และเป็นร้านค้าที่มีลูกค้าขาประจำแวะเวียนมาอุดหนุนสั่งลูกชิ้นปิ้งอย่างหนาแน่น เป็นประจำทุกวัน โดยเฉพาะช่วงเย็นหลังเลิก เรียน-เลิกทำงาน



ภาพที่ 16 ร้าน เจียบลูกชิ้นปิ้ง

ที่มา : <https://bit.ly/2r6bEgp> , 2560



ภาพที่ 17 ร้าน เจียบลูกชิ้นปิ้ง

ที่มา : <https://bit.ly/2r6bEgp> , 2560

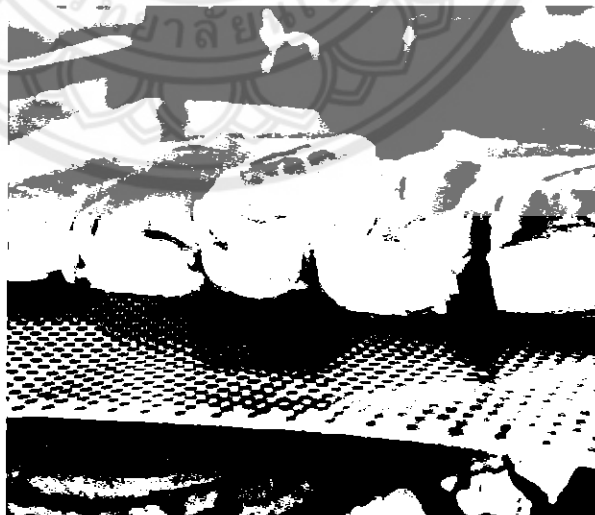
### ร้านปังปังหลังปทุมทอง

ร้านขนมปังปังหลังโรงเรียนอนุบาลโรจนวิทย์ \*\*\* รถเข็นป่าเมื่อก่อนขายอยู่หน้าร้านไอชา (เมื่อก่อนนี้เป็นแค่สถาบันกวดวิชาร้านไอชายังไม่มาเช่า) ป้าแกก็เลื้อบไปเห็นว่าร้านไอชาก็มีขนมปังปังขาย ด้วยความที่เป็นคนค้าขาย ใจเขาใจเรา ป้าเลยเข็นรถกระบะถีบออกมาอีกฟากถนน เพราะจะได้ไม่บังหน้าร้านไอชา พิกัดก็เลยเลื่อนมานิดหนึ่งนะครับประมาณ 10 เมตร \*\*\* ร้านโปรดของครอบครัว ร้านรถเข็นเล็กๆข้างถนน กับขนมปังปังร้อน



ภาพที่ 18 ร้าน ขนมปังปังหลังปทุมทอง

ที่มา : <https://bit.ly/2raXryW> , 2560



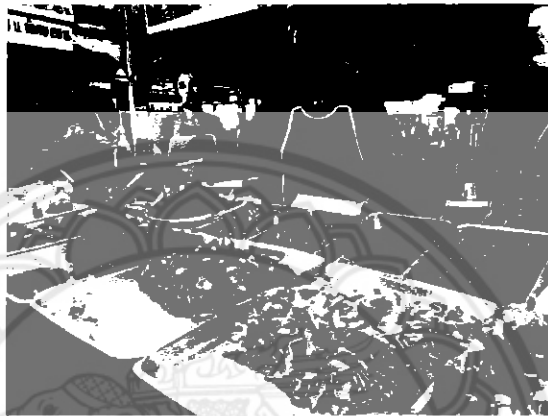
ภาพที่ 19 ร้าน ขนมปังปังหลังปทุมทอง

ที่มา : <https://bit.ly/2raXryW> , ( 2560 )



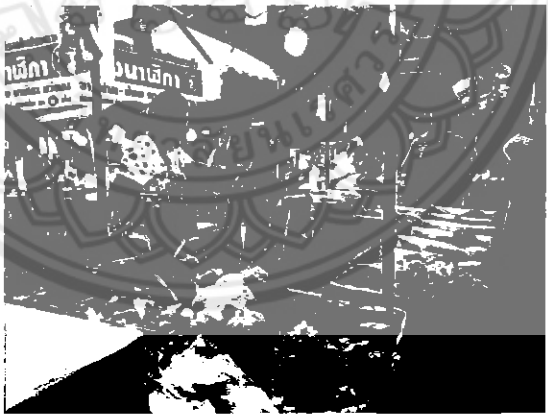
### ย่านสถานีรถไฟ

ตลาดพิษณุโลกร่วมใจ หรือ ตลาดเทศบาล 6 ตลาดสดแห่งนี้มีสินค้าอุปโภคและบริโภคมากมาย ทั้งปลีกและสด ของจังหวัดพิษณุโลก ของจังหวัดพิษณุโลก ช่วงเช้ามีตลาดแห่งนี้จะเป็นตลาดขายส่งสินค้าบริโภค ช่วงเย็นที่จอดรถตลาดแห่งนี้จะกลายเป็นตลาดนัดขายอาหารสำเร็จรูปหลากหลาย จำนวนมาก สถานที่ตั้งใกล้กับสถานีรถไฟพิษณุโลก



ภาพที่ 20 ตลาดสถานีรถไฟ

ที่มา : <https://bit.ly/2KmEv8U> , 2560



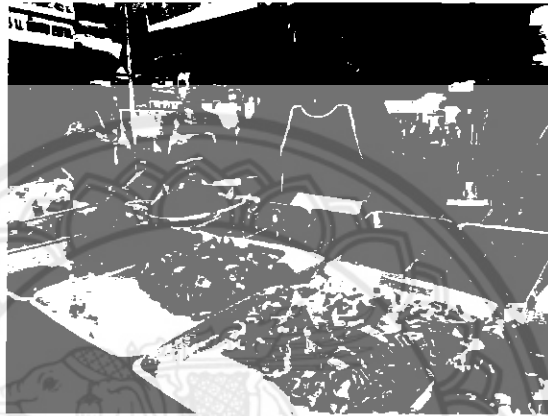
ภาพที่ 21 ตลาดสถานีรถไฟ

ที่มา : <https://bit.ly/2KmEv8U> , 2560

สถานที่กิน

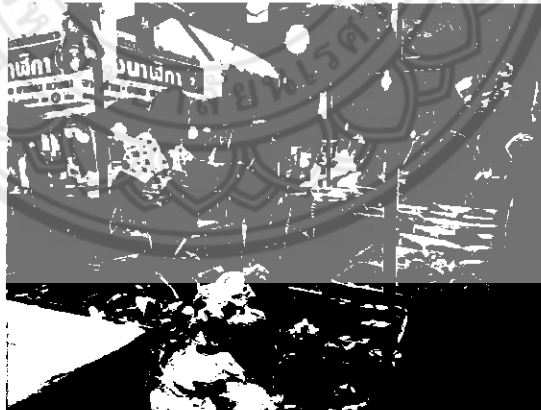
ตลาดร่วมใจ (สถานีรถไฟ)

ตลาดพิษณุโลกร่วมใจ หรือ ตลาดเทศบาล 6 ตลาดสดแห่งนี้มีสินค้าอุปโภคและบริโภคมากมาย ทั้งปลีกและส่ง ของจังหวัดพิษณุโลก ของจังหวัดพิษณุโลก ช่วงเช้ามีตลาดแห่งนี้จะเป็นตลาดขายส่งสินค้าบริโภค ช่วงเย็นที่จอดรถตลาดแห่งนี้จะกลายเป็นตลาดนัดขายอาหารสำเร็จรูปหลากหลาย จำนวนมาก สถานที่ตั้งใกล้กับสถานีรถไฟพิษณุโลก



ภาพที่ 22 ตลาดสถานีรถไฟ

ที่มา : <https://bit.ly/2KmEv8U> , 2560



ภาพที่ 23 ตลาดสถานีรถไฟ

ที่มา : <https://bit.ly/2KmEv8U> , 2560

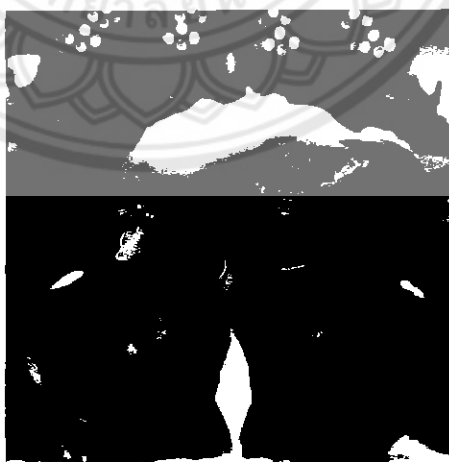
### ร้าน Bakery Mind

คุณเอี้ยวพับธุรกิจเก็บไปชั่วคราวก่อนจะเดินทางไปทำธุรกิจร่วมกับเพื่อนที่หนองคาย และยังคงหนีไม่พ้นธุรกิจเบเกอรี่อีกตามเคย โดยตอนนั้นเปิดเป็นแบบเบเกอรี่เทกโฮม (Take Home) ผลตอบรับดีพอสมควรในตอนนั้น ภายหลังจากคุณเอี้ยวจึงเดินทางกลับมากรุงเทพฯ และเริ่มต้นธุรกิจเบเกอรี่อีกครั้ง โดยทำแบบเทกโฮมหรือซื้อกลับบ้าน เริ่มต้นธุรกิจเมื่อปลายปี 2559 เปิดเป็นร้านเล็กๆ ย่านราษฎร์บูรณะ 29 ภายใต้ชื่อธุรกิจว่า "Bakery Mind By Aiew" แต่ธุรกิจเบเกอรี่ครั้งนี้ไม่เหมือนที่เคยทำมาก่อน เพราะได้มีการใส่ใจเดียวธุรกิจลงไป จากแนวคิดที่ว่าผลิตภัณฑ์ครั้งนี้จะต้องทำให้ใครเห็นก็ต้องร้องว่าว้าวทันที และตื่นตาตื่นใจไปกับมัน ทั้งยังมีการศึกษาการทำการตลาดออนไลน์อย่างจริงจัง ตั้งใจให้ไอเดียธุรกิจในครั้งนี้เกิดการแชร์ต่อ นั้นเป็นโจทย์สำคัญที่ต้องแก้ไข แดก กลายมาเป็นไอเดียธุรกิจ "เค้กมะพร้าวไส้แดง" ในที่สุด



ภาพที่ 24 ร้าน Bakery Mind

ที่มา : <https://bit.ly/2FmYeSl> , 2560

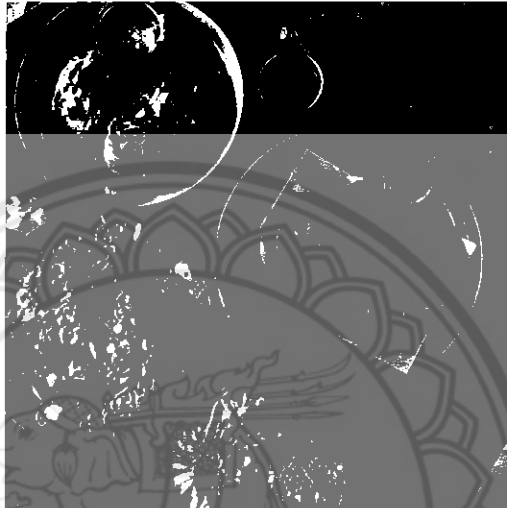


ภาพที่ 25 ร้าน Bakery Mind

ที่มา : <https://bit.ly/2FmYeSl> , 2560

### ร้าน Café Veggie

ตั้งอยู่ใจกลางเมืองพิษณุโลกใกล้กับหอนาฬิกา เป็นร้านเล็กๆ คุหาเดียวแต่ติดเครื่องปรับอากาศเย็นฉ่ำ เหมาะกับการหลบอากาศร้อนมานั่งจิบเครื่องดื่มเย็นๆ มาก ภายในร้านตกแต่งสวยงาม มีที่นั่งไม่มากนัก ได้สั่ง Smoothie พร้อมทั้งได้กรอกนมควั่นมากิน ถือว่ารสชาติดีอร่อยมากๆ เป็นร้านที่แนะนำเมื่อมาเยือนพิษณุโลก



ภาพที่ 26 ร้าน Café Veggie

ที่มา : <https://bit.ly/2FpmN11> , 2560

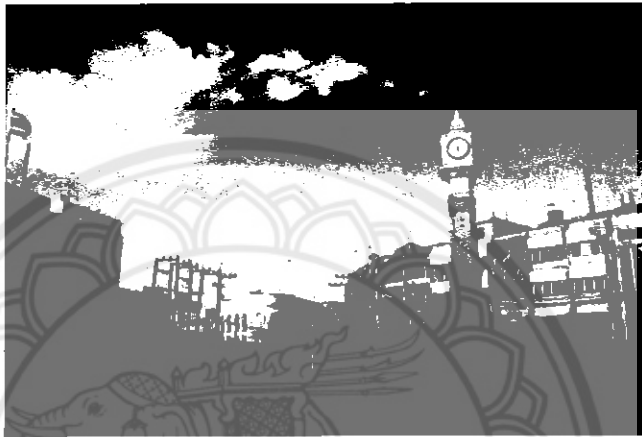


ภาพที่ 27 ร้าน Café Veggie

ที่มา : <https://bit.ly/2FpmN11> , 2560

### ย่านหอนาฬิกา

เป็นจุดแลนด์มาร์คแห่งหนึ่งในจังหวัดพิษณุโลกตั้งแต่สมัยก่อนยันปัจจุบัน เป็นแหล่งรวมทางเรื่องราวประวัติศาสตร์มากมาย เป็นแหล่งรวมของกินที่อยู่ตั้งแต่สิบยี่สิบปีตั้งแต่เช้าจรดค่ำเลยทีเดียว ยิ่งตอนค่ำบริเวณหอนาฬิกาจะมีน้ำพุและแสงสีสวยงามแสดงออกมาให้นักท่องเที่ยวและผู้บริเวณแถวนั้นได้ชมและถ่ายรูปกัน



ภาพที่ 28 หอนาฬิกาตอนเช้า

ที่มา : <https://bit.ly/2FqhmyQ> , 2560



ภาพที่ 29 หอนาฬิกาตอนค่ำ

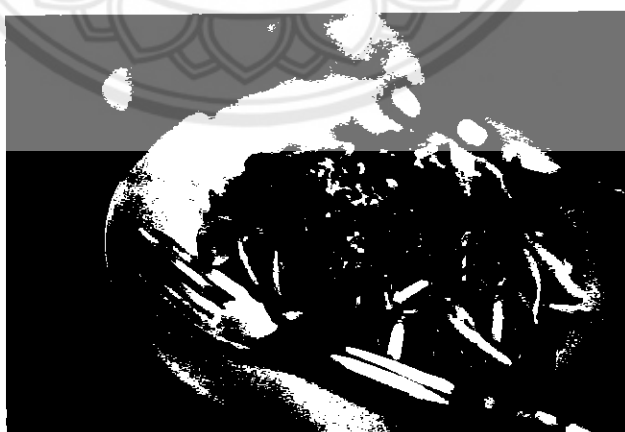
ที่มา : <https://bit.ly/2FqhmyQ> , 2560

## สถานที่กิน แอ็ดผัดไทย

แอ็ดผัดไทย ผัดไทยเจ้าเก่าเปิดมานานกว่า 50 ปี ด้วยคุณภาพและความอร่อยที่ทำให้เป็นที่นิยมได้ถึงทุกวันนี้ เส้นผัดไทยเหนียวนุ่ม รสชาติกลมกล่อม ใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ ที่สำคัญราคาถูกมากกกก มีเมนูเด็ดที่ไม่เคยเห็นที่ไหนมาก่อน นั่นคือ ผัดไทยไข่เหนม รสชาติเข้ากันได้ อย่างลงตัวที่สุด ขอแนะนำว่าต้องลอง ราคาเพียงจานละ 30 บาท ผัดไทยใส่ไข่ 25 บาท และผัดไทยไม่ใส่ไข่เพียง 20 บาท เท่านั้น เปิดทุกวันเวลา 16.00 – 23.00 น.



ภาพที่ 30 ร้านผัดไทยเจ๊แอ็ด  
ที่มา : <https://bit.ly/2r7DycF> , 2560



ภาพที่ 31 ร้านผัดไทยเจ๊แอ็ด  
ที่มา : <https://bit.ly/2r7DycE> , 2560

### ร้านจุกไก่ไทย

จุกไก่ไทย ร้านก๋วยเตี๋ยวไก่ในตำนานของจังหวัดพิษณุโลกที่ใครมาเที่ยวต้องแวะมาชิมสักครั้ง เส้นบะหมี่เหนียวนุ่มสไลด์กว้างตั้งที่ทางร้านตั้งใจทำอย่างพิถีพิถันโดยเน้นที่ความสะอาด น้ำต้มกระดูกที่เคี่ยวจนได้ที่ ร้านนี้เปิดมากกว่า 100 ปีจากรุ่นบรรพบุรุษที่เดินทางมาจากเมืองจีน พร้อมนำสูตรเด็ดเคล็ดลับความอร่อยมาด้วย และยังคงคุณภาพและรสชาติดั้งเดิมเอาไว้จากรุ่นสู่รุ่น เปิดทุกวัน 17.00 – 23.00 น. ถ้าใครรู้สึกว่าร้านนี้เล็กและคับแคบไปหน่อย อาจเลือกไปกินอีกสาขาที่เปิดใหม่บริเวณริมแม่น้ำน่าน ซึ่งร้านสาขานี้จะเปิดทุกวันเว้นวันอาทิตย์ เวลา 10.00 – 22.00 น. การเดินทางมาไม่ยาก จากวัดราชบูรณะวิ่งเลียบแม่น้ำน่านไปตามถนนพุทธบูชาประมาณ 2.5 กิโลเมตร



ภาพที่ 32 ร้านจุกไก่ไทย

ที่มา : <https://bit.ly/2r7DycF> , 2560



ภาพที่ 33 ร้านจุกไก่ไทย

ที่มา : <https://bit.ly/2r7DycF> , 2560

### ร้านไอศกรีมเจริญผล

ไอศกรีมเจริญผล ไอศกรีมกะทิรสชาติดั้งเดิมคู่เมืองพิษณุโลกมากกว่า 50 ปี รสชาติหอมมันอร่อยหวานกำลังดี ทานแล้วเย็นชื่นใจ แถมยังมีเครื่องให้เลือกใส่หลายอย่างทั้ง ชาหริ่ม ลอดช่อง รวมมิตร เม็ดบัว มันเชื่อม ฟักทองเชื่อม ลูกชิด เผือกกวน ถั่วแดง ที่ได้ดกว่านั้นคือ ไอศกรีมใส่ไข่ ที่ตอกไข่ใส่ลงบนไอศกรีม เวลาทานต้องตีไข่กวนเข้ากับไอศกรีม ไข่จะแข็งตัวทำให้ได้รสชาติที่อร่อยกว่าเดิมคือเพิ่มความหอมมัน ไม่มีกลิ่นคาว เข้มก้นที่สุด นอกจากนี้ทางร้านยังมีเมนูนมสดปั่นใส่ไข่กะทิสดปั่น กาแฟปั่น เรียกได้ว่าอยากจะลองชิมทุกเมนู เพราะการันตีด้วยลูกค้าประจำแน่นอนร้านใครมาซื้ออดร้านเปิดทุกวันเวลา 17.00 – 21.00 น.



ภาพที่ 34 ร้านไอศกรีมเจริญผล  
ที่มา : <https://bit.ly/2r7DycF> , 2560



ภาพที่ 35 ร้านไอศกรีมเจริญผล  
ที่มา : <https://bit.ly/2r7DycF> , 2560



### ย่านบ้านคลอง

อดีตพื้นที่ตำบลบ้านคลองเดิม เป็นพื้นที่ทำนา มีลำคลองมากมาย ปัจจุบันเมื่อมีการใช้ประโยชน์เปลี่ยนไปจากเดิมมาเป็นแหล่งที่อยู่อาศัย/ร้านค้า จึงมีการถมคลองต่าง ๆ ใช้เป็นถนนแทน ปัจจุบันบ้านคลองเป็นพื้นที่ค้าขายบวกกับสี่แยกขุนวาย บริเวณแถวนี้จะมีร้านค้า อาหาร หรือสถานที่ วัด ให้ได้ท่องเที่ยวครบวงจรบริเวณแถวนี้



ภาพที่ 36 สำนักงานเทศบาลตำบลบ้านคลอง  
ที่มา : <https://bit.ly/2HBk1vH> , 2560

### สถานที่กิน

#### ร้าน Rescaba & Ice Club

ร้านตั้งอยู่ถนนบรมไตรโกศลสี่แยกขุนวาย ทางเข้าจะเล็กลงนิดนึง อยู่ตรงทางโค้งพอดี ด้านติดถนนจะเป็นร้าน ICE CLUB ซึ่งเป็นร้านไอติมที่ทางร้านเพิ่งจะขยายไลน์ใหม่ แต่ก็รัวเดียวกันค่ะ เดินทะลุอุโมงค์ต้นไม้ถึงกันได้ ร่มรื่นมากๆ ทางร้านมีที่จอดรถรองรับด้วยค่ะ ที่นั่งมีประมาณ 10 โต๊ะ และบาร์ยาวให้นั่งชิวได้แม้จะมาคนเดียว



ภาพที่ 37 ร้าน Rescaba & Ice Club  
ที่มา : <https://bit.ly/2HBk1vH> , 2560



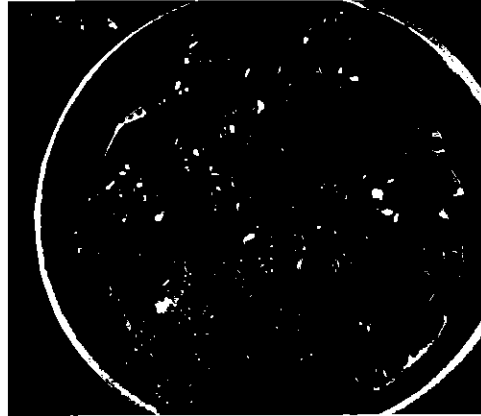
ภาพที่ 38 ร้าน Rescaba & Ice Club  
ที่มา : <https://bit.ly/2HBk1vH> , 2560

### ร้าน ดิ่งเกาหลี่

พิกัดร้าน อยู่บนถนนสีนรราชเดโชชัย มาจากตัวเมืองพิษณุโลก มาถึงแยกบ้านคลอง ให้เลี้ยวซ้ายที่จะตรงไปจังหวัดนครสวรรค์ จะผ่าน 7-11 เลี้ยวไปสัก 100 เมตร ก็ถึงแล้ว ร้านอยู่ซ้ายมือจากมุมที่ไปจะมีตึกบังเล็กน้อย ด้วยการตกแต่งร้าน จะเหมือนร้านในซีรี่ส์เกาหลี่ สีแดง ประกอบกับอากาศที่พิษณุโลก มันทำให้เกิดความอบอุ่นร่างกายได้เลย ส่วนรายการอาหารก็จะเป็นอาหารเกาหลี่ ที่ไม่ค่อยมีในบ้านเรา



ภาพที่ 39 ร้าน ดิ่งเกาหลี่  
ที่มา : <https://bit.ly/2JznwPt> , 2560



ภาพที่ 40 ร้าน ดิงเกาหลี่

ที่มา : <https://bit.ly/2JznwPt> , 2560

### ร้าน Chic & Chees

ร้านปิ้งย่างสไตล์เกาหลีมาพร้อมกับจุ่มชีสยืดคด ฟินถูกใจคนรักชีสแน่นอน วัดดูดิบทุกอย่างเซฟปองเจ้าของร้านคัดเองจ่ายตลาดเองกับมือ เมนูก็มีให้เลือกทั้งเนื้อวัวสไลด์ สันคอหมูสไลด์ หมูชาชู เบคอน และอาหารทะเล กุ้ง หอย ปลาหมึกมาครบ บุฟเฟ่ต์จะเสิร์ฟพร้อมกับเครื่องเคียงของเกาหลีพวกผักดองและซูชิมิโซะ ทุกเมนูรวมถึงชีสก็สั่งทานได้ไม่อั้นอ้อมอร่อยฟินๆ



ภาพที่ 41 ร้าน Chic & Chees

ที่มา : <https://bit.ly/2FoNral> , 2560

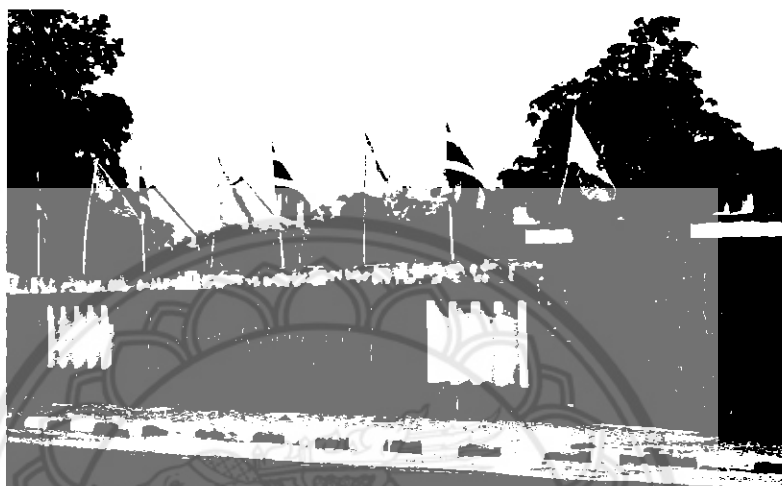


ภาพที่ 42 ร้าน Chic & Chees

ที่มา : <https://bit.ly/2FoNral> , 2560

### ย่านสวนชมน่าน ( 2 ผัง )

สวนชมน่าน เป็นสวนสาธารณะริมแม่น้ำน่าน แหล่งพักผ่อนยามเย็นของชาวพิษณุโลก เป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนกายเย็นๆ ในสวนมีทางเดินสามารถวิ่งออกกำลังกาย สนามเด็กเล่น และสนามกีฬาเล็กๆ เช่นสนามตระกร้อ นอกจากนี้ยังมีแอโรบิกให้เดินเพื่อออกกำลังกาย



ภาพที่ 43 สวนชมน่าน

ที่มา : <https://bit.ly/2r6ZtAV> , 2560



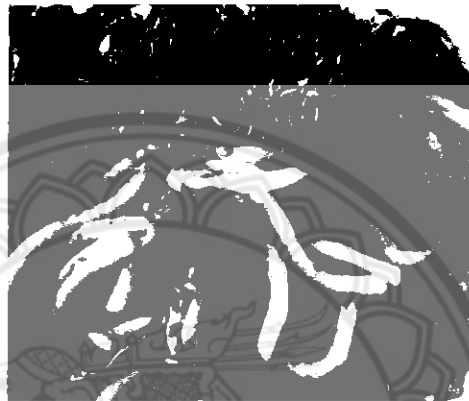
ภาพที่ 44 สวนชมน่าน

ที่มา : <https://bit.ly/2r6ZtAV> , 2560

สถานที่กิน

ร้าน Connection House

ร้านอาหารไทย-ฝรั่ง บรรยากาศดี ภายนอกต้นไม้ร่มรื่นเหมือนทานที่สวนหน้าบ้าน ส่วนภายในเป็นห้องแอร์ สะอาดตา ดูโปร่งโล่งสบาย แอร์เย็นๆ กับอาหารอร่อยๆ ที่เหมาะกับการทานสังสรรค์แบบครอบครัว หรือกลุ่มเพื่อน กับร้านที่เป็นเหมือนบ้านตัวเอง ที่ชื่อว่า "คอนเนคชั่น เฮ้าส์"



ภาพที่ 45 ร้าน Connection House

ที่มา : <https://bit.ly/2Fq0GaF> , 2560



ภาพที่ 46 ร้าน Connection House

ที่มา : <https://bit.ly/2Fq0GaF> , 2560

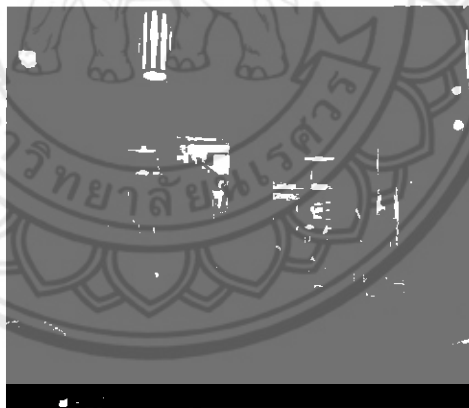
### ร้าน แสตมป์ นมสด

นั่งดื่มนมสดร้อนๆ ริมแม่น้ำ ฝั่งตรงข้ามเป็นวัด ประดับประดาไฟสวยงาม วันนี้อากาศเย็น มีลมพัดเบาๆ ความรู้สึกฟินมาก ราคาอาหารและเมนูอาหารต่างๆ ไป ที่นั่งเล็กไปหน่อย จำนวนพอประมาณไม่เยอะมาก ร้านปิดดึกหน่อย เอาจรยนต์มาจะหาที่จอดรถยาก เพลงกล่อมดังไปหน่อย และเพลงเป็นแนว soft



ภาพที่ 47 ร้าน แสตมป์ นมสด

ที่มา : <https://bit.ly/2HYa2j3> , 2560

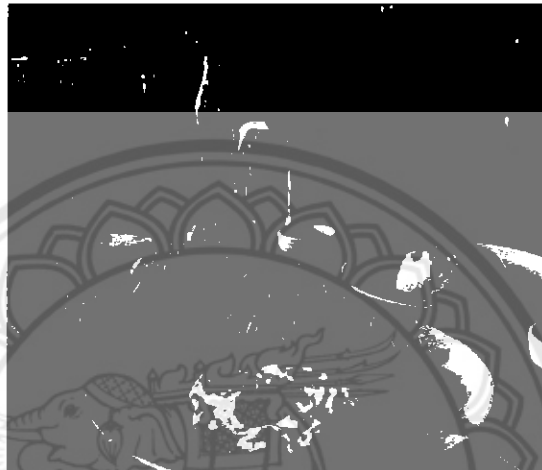


ภาพที่ 48 ร้าน แสตมป์ นมสด

ที่มา : <https://bit.ly/2HYa2j3> , 2560

### ร้าน ครัวบุญศรี สเต็กเฮ้าส์ โดยป้านี้อต

ร้านริมแม่น้ำ อยู่หลังตลาดไนท์พลาซ่าเดินทะเลร้านขายเสื้อผ้ามา ตรงข้าม7-11 เป็นร้านสเต็ก แต่ก็มีเมนูทานเล่นเยอะเยอะ เมนูข้าวก็มี อิตาเลียนโซดา ยำสด เยอะมาก พนักงานพูดเพราะ เสริฟไวด้วย โดยรวมดีค่ะ 8/10 รสชาติถือว่าเกือบดีเลยทีเดียว แต่น้ำราดสเต็กส่วนตัวคิดว่าหวานไปหน่อย แต่ได้เยอะ ต้องมาทานถ้าได้ผ่านมาแถวนี้ มีลมพัด บรรยากาศ10/10



ภาพที่ 49 ครัวบุญศรี สเต็กเฮ้าส์ โดยป้านี้อต  
ที่มา : <https://bit.ly/2FmZEfD> , 2560



ภาพที่ 50 ครัวบุญศรี สเต็กเฮ้าส์ โดยป้านี้อต  
ที่มา : <https://bit.ly/2FmZEfD> , 2560

## 2.2 ข้อมูลเกี่ยวกับทฤษฎีการออกแบบ

### 2.2.1 การออกแบบสิ่งพิมพ์เบื้องต้น

#### 2.1.1.1 หลักการออกแบบสิ่งพิมพ์

สิ่งพิมพ์ที่พบเห็นโดยทั่วไปประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญหลายอย่างได้แก่ ตัวอักษรหรือข้อความ ภาพประกอบ เนื้อที่ว่างและส่วนประกอบอื่น การออกแบบสิ่งพิมพ์ต้องคำนึงถึง การจัดวางองค์ประกอบต่างๆ ดังกล่าวเข้าด้วยกันโดยใช้หลักการดังนี้

#### ทิศทางและการเคลื่อนไหว (Direction & Movement)

เมื่อผู้รับสารมองดูสิ่งพิมพ์ การรับรู้เกิดขึ้นเป็นลำดับตามการมองเห็น กล่าวคือเกิดขึ้นตาม การกวาดสายตากรอง องค์ประกอบหนึ่งไปยังอีกองค์ประกอบหนึ่ง จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง ที่จะต้องมีการดำเนินการวางแผน กำหนดและชักจูงสายตาของผู้รับสารให้เคลื่อนไหวไปในทิศทาง ที่ถูกต้องตามลำดับ ขององค์ประกอบที่ต้องการให้รับรู้ก่อนหลัง โดยทั่วไปหากไม่มีการสร้าง จุดเด่นขึ้นมา สายตาของผู้รับสารจะมองดูหน้ากระดาษที่เป็นสิ่งพิมพ์ในทิศทางของตัวอักษรซี (Z) ในภาษาอังกฤษ คือ จะเริ่มมองที่มุมบนด้านขวา แล้วไล่ลงมายังมุมล่างด้านซ้าย ไปจบที่มุม ล่างด้านขวาตามลำดับ การจัดองค์ประกอบที่สอดคล้องกับธรรมชาติของการมองเห็น เป็นส่วนช่วยให้เกิดการรับรู้ตามลำดับที่ต้องการ

#### เอกภาพและความกลมกลืน (Unity & Harmony)

เอกภาพคือความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ซึ่งในการจัดทำเลย์เอาต์หมายถึงการนำเอาองค์ประกอบ ที่แตกต่างกันมาวางไว้ใน พื้นที่หน้า กระดาษเดียวกันได้อย่างกลมกลืน ทำหน้าที่สอดคล้องส่งเสริม กันและกันในการสื่อสารความคิดรวบยอดและบุคลิกภาพของสื่อ สิ่งพิมพ์นั้น ๆ การสร้างเอกภาพนี้ สามารถทำได้หลายวิธี เช่น

1. การเว้นพื้นที่ว่างรอบองค์ประกอบทั้งหมด ซึ่งจะทำให้พื้นที่ ว่างนั้นทำหน้าที่ เหมือนกรอบสีขาวล้อมรอบองค์ประกอบทั้งหมด ไว้ภายในช่วยให้องค์ ประกอบทั้งหมดดูเหมือนว่าอยู่กันอย่างเป็น กลุ่มเป็นก้อน
2. การเลือกใช้องค์ประกอบอย่างสม่ำเสมอ เช่น การเลือกใช้ แบบตัวอักษร เดียวกัน การเลือกใช้ภาพขาวทั้งหมด เป็นต้น
3. การสร้างความต่อเนื่องกันให้องค์ประกอบ องค์ประกอบ เช่น การจัดให้พาด ห้ววาง ทับลงบนภาพ การใช้ตัวอักษรที่เป็นข้อความ ล้อมตาม ทรวดทรง ของภาพ เป็นต้น



2.2.1.2 ความสมดุล (Balance) หลักการเรื่องความสมดุลนี้เป็นการตอบสนองธรรมชาติของผู้รับสารในเรื่องของแรงโน้มถ่วง โดยการจัดวางองค์ประกอบทั้งหมดในพื้นที่หน้ากระดาษ จะต้องไม่ขัดกับความรู้สึกนี้ คือ จะต้องไม่ดูเอนเอียงหรือหนักไปด้านใดด้านหนึ่ง โดยไม่มีองค์ประกอบมาถ่วงในอีกด้าน การจัด องค์ประกอบให้เกิดความสมดุลแบ่งได้เป็น 3 ลักษณะคือ

### 1. สมดุลแบบสมมาตร (Symmetrical Balance)

เป็นการจัดวางองค์ประกอบโดยให้องค์ประกอบในด้านซ้ายและด้านขวาของพื้นที่หน้ากระดาษมีลักษณะเหมือนกันทั้งสองข้าง ซึ่งองค์ประกอบ ที่เหมือนกันในแต่ละด้านนี้จะ ถ่วงน้ำหนักกันและกันให้เกิดความรู้สึกสมดุล

### 2. สมดุลแบบอสมมาตร (Asymmetrical Balance)

เป็นการจัดวางองค์ประกอบโดยให้องค์ประกอบในด้านซ้ายและด้านขวาของพื้นที่หน้ากระดาษมีลักษณะไม่เหมือนกันทั้งสองข้าง แม้องค์ประกอบจะไม่เหมือนกันในแต่ละด้าน แต่ก็ถ่วงน้ำหนักกันและกันให้เกิดความสมดุล

3. สมดุลแบบรัศมี (Radial Balance) เป็นการจัดวางองค์ประกอบ โดยให้องค์ประกอบแผ่ไปทุกทิศทุกทางจากจุดศูนย์กลาง

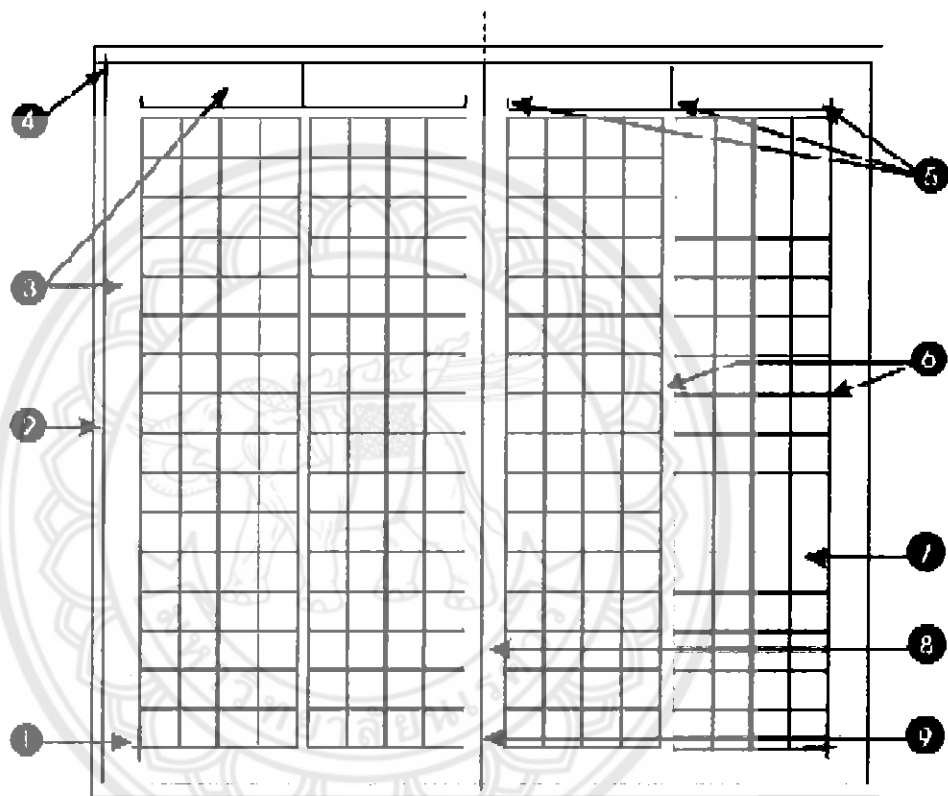
2.2.1.3 สัดส่วน (Proportion) การกำหนดสัดส่วนนี้เป็นการกำหนดความสัมพันธ์ในเรื่องของขนาด ซึ่งมีความสำคัญ โดยเฉพาะในหน้ากระดาษของสื่อสิ่งพิมพ์ที่ต้องการให้มีจุดเด่น เช่น หน้าปกหนังสือ เป็นต้น เพราะ องค์ประกอบที่มีสัดส่วนแตกต่างกันจะดึงดูดสายตาได้ดีกว่าการใช้ องค์ประกอบทั้งหมดใน สัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน ในการ กำหนดสัดส่วนจึงต้องพิจารณาองค์ประกอบทั้งหมดในพื้นที่หน้ากระดาษไปพร้อม ๆ กัน ว่าควรเพิ่มหรือลดองค์ประกอบใด ไม่ใช่ค่อย ๆ ทำไปที่ละองค์ประกอบ

## 2.2.2 กระบวนการผลิตสิ่งพิมพ์

### 2.2.2.1 ระบบกริดในการออกแบบทางการพิมพ์

ในการออกแบบใดๆก็ตาม การที่จะนำองค์ประกอบต่างๆเข้าไปสู่การจัดองค์ประกอบ สิ่งแรกที่ต้องคำนึงถึงก็คือ กรอบของงานที่ถือเป็นอาณาบริเวณ พื้นที่ของชิ้นงานนั้น นำองค์ประกอบ เหล่านั้นไปจัดวางได้อย่างเหมาะสม สวยงาม น่าสนใจและเกิดประโยชน์ใช้สอยได้ดีเพียงไรในการออกแบบ งานพิมพ์ก็มีลักษณะเดียวกัน กล่าวคือ ได้มีการจัดแบ่งพื้นที่ของชิ้นงานที่จะตีพิมพ์ ออกเป็นส่วนย่อยๆที่เป็นกรอบของงานพิมพ์ โดยวางอยู่ในรูปของ ตารางที่เรียกกันว่า ระบบกริด ทั้งนี้เพื่อที่จะได้นำส่วนต่างๆไม่ว่าจะเป็นข้อความที่

เป็นตัวพิมพ์หรือภาพมาจัดวางตามหลักการ ออกแบบทางการพิมพ์ ซึ่งระบบกริดนี้ได้นำพื้นที่ของกรอบสิ่งพิมพ์ในหน้านั้นๆ มาจัดแบ่งเป็น ตารางพื้นที่ย่อยๆ โดยใช้เส้นแนวตั้งและแนวนอนเพื่อสร้างตาราง แล้วใช้ จินตนาการ ตามหลักการ ออกแบบมาคำนวณทางสายตาเพื่อจัดวางข้อความและภาพนั้นเป็นอาร์ตเวิร์ก ระบบกริดที่ นำมาใช้ในการออกแบบประกอบด้วยส่วนที่สำคัญ 8 ส่วน ดังนี้

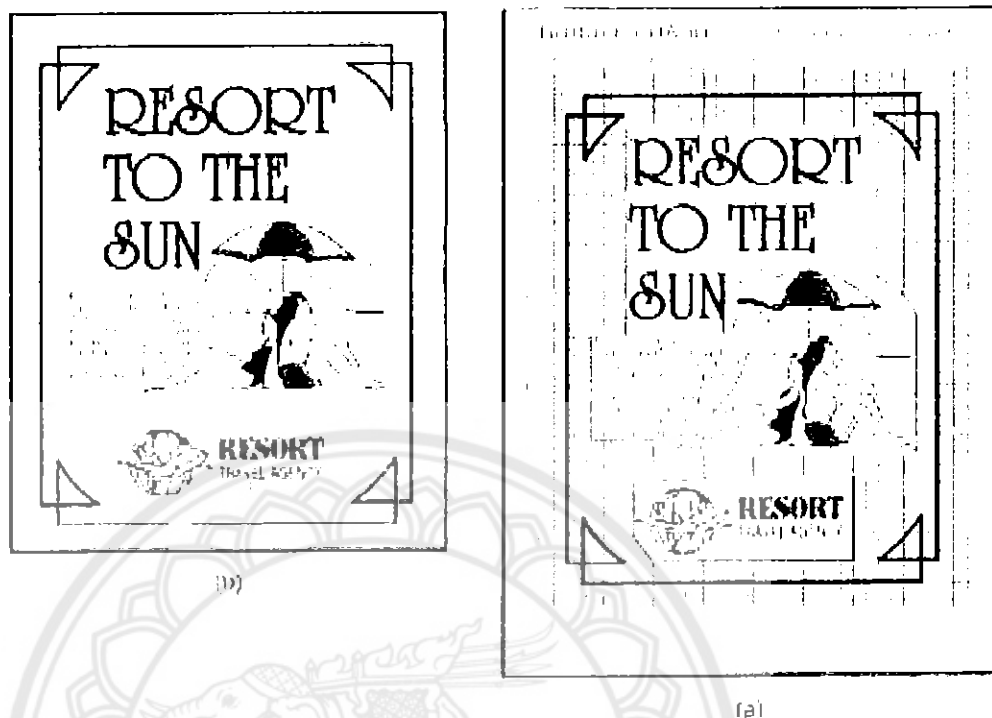


ภาพที่ 51 ภาพระบบกริด

ที่มา : หนังสือเทคนิคการออกแบบและเลย์เอาต์สิ่งพิมพ์ , 2560

1. มุมของกริด (Grid Intersection) หมายถึง ตำแหน่งที่เส้นแนวตั้งและแนวนอนของตาราง ตัดกัน มุมของกริดนี้ใช้ควบคุมพื้นที่พิมพ์อยู่ในขอบเขตที่กำหนด และให้พื้นที่ที่ว่างได้มุม จากกับตารางอย่างมีความเป็นระเบียบต่อเนื่อง กลมกลืนและเอกภาพ
2. เส้นตัดเจียน (Trim Mask) แนวเส้นที่ใช้วางเครื่องหมายแสดงขนาดของสิ่งพิมพ์ที่ต้องการ จริงภายหลังการจัดพิมพ์ ทำเล่ม และตัดเจียนเสร็จเรียบร้อยแล้วซึ่งขนาดดังกล่าวอาจ เรียกอีกอย่างหนึ่งว่า ขนาดของกริด

3. ช่องว่างหรือกัตเตอร์ (Gutter) หมายถึง พื้นที่ว่างระหว่างกรอบพื้นที่พิมพ์ของหน้าซ้ายกับ กรอบพื้นที่พิมพ์ของหน้าขวา ซึ่งเป็นแนวของส่วนที่เว้นไว้ด้านสันของสิ่งพิมพ์อันเป็น ช่องว่างหน้าคู่ที่เรียกว่า ออกกลาง ช่องว่างกัตเตอร์นี้มีประโยชน์ต่อการแบ่งพื้นที่พิมพ์ของ แต่ละหน้าออกจากกันและเอื้อต่อการเปิดอ่านเพราะได้วางแนวช่องว่างนี้ไว้เพียงพอต่อการทำเล่ม
4. เส้นตัดเจียน
5. ตำแหน่งเลขหน้า (Folio) หมายถึง ตำแหน่งที่กำหนดไว้เพื่อวางลำดับเลขหน้า โดยอาจใช้ วางตัวพิมพ์ชื่อหนังสือหรือชื่อบทด้วยก็ได้ เพื่อให้เกิดความต่อเนื่องเป็นระบบและระเบียบ อันมีประโยชน์ต่อการรู้ลำดับการเรียงของงานพิมพ์ว่าอยู่หน้าใดและมีความหนาเท่าใด
6. อัลเลย์ (Alley) หมายถึง ช่องว่างของพื้นที่พิมพ์ตามแนวตั้งหรือแนวนอนอันขนานกับเส้น ตารางโดยเห็นเป็นช่องว่างระหว่างบรรทัดหรือคอลัมน์ที่ประกอบเป็นข้อความหรือภาพ
7. หน่วยของกริด (Grid Unit) หมายถึง พื้นที่พิมพ์อันดูแล้วเป็นกลุ่มของตารางที่จัดไว้เป็นข ชุดหรือพื้นที่พิมพ์ที่เกาะกลุ่มกันภายในอัลเลย์ที่ล้อมรอบอยู่นั้น ซึ่งมีประโยชน์ต่อการ จัดพิมพ์และอ่าน ที่ดูแล้วมีการแบ่งออกเป็นกลุ่ม ๆ
8. กัตเตอร์
9. เส้นพับ (Fold Line) เส้นแนวกึ่งกลางของหน้ากระดาษระหว่างกัตเตอร์เพื่อใช้พับในการ ทำเล่มหรือเป็นส่วนที่ใช้ในการแบ่งสิ่งพิมพ์นั้น ตัวอย่างการออกแบบสิ่งพิมพ์โดยใช้ระบบกริด



ภาพที่ 52 ภาพระบบกริด  
ที่มา : หนังสือเทคนิคการออกแบบและเลย์เอาต์สิ่งพิมพ์ , 2560

การใช้ระบบกริดในการออกแบบทางการพิมพ์นั้น เป็นการวางแผนเพื่อกำหนดว่าจะนำเอาข้อความหรือภาพ ทั้งส่วนที่เป็นหัวเรื่อง ย่อหน้า ข้อความ คำบรรยาย ภาพ แผนภูมิ ตาราง เลข หน้าชื่อหนังสือหรือชื่อบทความไว้ในตำแหน่งใดจึงจะถูกต้อง เหมาะสม และสวยงาม เมื่อกำหนด จนเป็นที่พอใจแล้ว ก็นำไปสู่การดำเนินงานเพื่อจัดทำเป็นอาร์กเวิร์ก ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่าระบบกริดเปรียบเสมือนพิมพ์เขียว ที่ใช้ในการออกแบบจัดหน้าสิ่งพิมพ์

#### 2.2.2.2 ความสำคัญของภาพประกอบงานพิมพ์

ภาพประกอบมีความสำคัญต่องานพิมพ์มาก เพราะสามารถให้รายละเอียด และความเหมือนจริงเกินคำบรรยาย ให้ความสวยงามและความประทับใจ พอสรุปความสำคัญของภาพประกอบงานพิมพ์ได้ดังนี้

##### 1. ใช้สร้างความเข้าใจ

บางครั้งการอธิบายถึงสิ่งหนึ่งสิ่งใด ตัวอักษรที่มีข้อจำกัดที่จะบ่งบอกถึงสิ่งที่อธิบาย นั้นว่าเป็นอย่างไร ในบางกรณีแม้ว่าผู้บรรยายจะมีความสามารถในการใช้ถ้อยคำมากสักเพียงใด ก็ไม่อาจทำให้เกิดความเข้าใจได้โดยง่าย เช่น การจะอธิบายความแตกต่างระหว่างม้ากับลา ให้กับคนที่ไม่เคยเห็นสัตว์ทั้งสองชนิดนี้คงเป็นเรื่องที่ลำบากมาก

## 2. ใช้เสริมความเข้าใจ

ในกรณีที่ข้อความสามารถสร้างความเข้าใจได้ระดับหนึ่งแล้วแต่ยังไม่ชัดเจน จึงจำเป็นต้องใช้ภาพประกอบเพื่อเสริมความเข้าใจให้ชัดเจนยิ่งขึ้น เช่น การอธิบายพุทธลักษณะของพระพุทธรูปสมัยต่างๆ ถ้ามีภาพประกอบเพื่อเสริมความเข้าใจในรายละเอียดเพิ่มเติม ก็จะทำให้เข้าใจมากยิ่งขึ้น

## 3. ใช้เป็นหลักฐานเพื่อปกป้องบุคคล

การนำเสนอภาพเพื่อปกป้องถึงตัวบุคคล ไม่อาจใช้ข้อความอธิบายให้เห็นได้ว่า บุคคลผู้ที่มีหน้าตาเป็นอย่างไร แต่ถ้าพิมพ์ภาพลงแล้วบอกรหัส ผู้ที่เห็นก็จะรู้จักและจดจำได้ทันที

## 4. ใช้ตกแต่งหน้าสิ่งพิมพ์

ภาพประกอบช่วยให้งานพิมพ์สวยงามน่าอ่านมากยิ่งขึ้น เทคโนโลยีการถ่ายภาพ ตกแต่งภาพ และการพิมพ์ในปัจจุบัน เอื้ออำนวยให้การทำงานกับภาพประกอบสะดวกยิ่งขึ้น การถ่ายภาพทำได้ง่ายขึ้น ลดขั้นตอนการตกแต่งภาพลง ใช้เวลาน้อยลง การจำลอง ภาพอย่างการถ่ายภาพเอกสารหรือการกราดภาพ(scan) ก็ทำได้คุณภาพดีและสะดวกรวดเร็ว อีกทั้งเทคโนโลยีด้านคอมพิวเตอร์ ยังช่วยให้ตกแต่งตัดแปลงภาพทำได้หลายรูปแบบ (ที่มา : <http://www.yuttapong.com/?p=387>)

### 2.2.3 อินโฟกราฟิก

#### 2.3.1 ความเป็นมาของอินโฟกราฟิก

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

ประโยชน์และพลังของ Infographic นั้นมีอยู่มากมาย เพราะด้วยแผนภาพสวยๆ นี้ สามารถทำให้คนทั่วไปสามารถเข้าถึง เข้าใจ ข้อมูลปริมาณมากๆ ด้วยแผนภาพภาพเดียวเท่านั้น ด้วยข้อมูลที่ถูกรวบรวมมาเป็นอย่างดี ทำให้ผู้อ่านเข้าใจได้ง่าย เป็นวิธีการนำเสนอข้อมูลเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งเราสามารถหยิบยกเรื่องราวเล็กๆ ไปจนถึงเรื่องราวใหญ่โตมานำเสนอ ในมุมมองที่แปลกตา ทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์ในโลกปัจจุบัน โดยรูปแบบหรือประเภทของ Infographic ตามวัตถุประสงค์ในการใช้งาน สามารถจัดหมวดหมู่ใหญ่ๆ ได้ดังนี้

#### 2.3.2 หมวดหมู่ของ Infographic

##### 1. ข่าวเด่น ประเด็นร้อน และสถานการณ์วิกฤต

เป็น Infographics ที่ได้รับการแชร์มากๆ มักจะเป็นประเด็นใหญ่ระดับประเทศ เช่น ประเด็นการแก้ไขรัฐธรรมนูญ

##### 2. สอน ฮาวทู

บอกเล่ากลยุทธ์ต่างๆ อย่างเป็นขั้นเป็นตอน เช่น เล่าถึงกลยุทธ์การออมเงิน ที่ใครๆ ก็มักมองข้าม

### 3. ให้ความรู้

ในรูปแบบของ Did You Know หรือ สถิติสำคัญทางประชากรต่างๆตลอดจนการถ่ายทอดความรู้ทางวิชาการที่น่าเบื่อ ให้มีสีสัน สนุก และ น่าติดตาม

### 4. บอกเล่าตำนานหรือวิวัฒนาการ

เรื่องราวบางอย่างอาจต้องถ่ายทอดผ่านตำราหนาๆ แต่ด้วย Infographics จะช่วยทำให้ตำนานเหล่านั้นบรรจุอยู่ในพื้นที่ๆจำกัดได้อย่างน่าทึ่ง

### 5. อธิบายผลสำรวจ และ งานวิจัย

Infographics เหมาะที่สุดที่จะถ่ายทอดงานวิจัยที่ดูยุ่งเหยิงไปด้วยตัวเลขและข้อมูลมหาศาลออกมาเป็นแผนภาพสวยๆและทรงพลัง มีหลายบริษัทเริ่มใช้เครื่องมือนี้ เพื่อทำให้งานวิจัยของตัวเองเข้าถึงคนหมู่มาก

### 6. กระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม

เช่น ภัยของการสูบบุหรี่ที่มีต่อคนสูบและคนที่ไม่ได้สูบแต่ต้องได้รับผลกระสูบจากการสูบบุหรี่ด้วย ขอเท็จจริงเหล่านี้ล้วนมุ่งหวังให้คนอ่านเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคนในสังคมให้ดีขึ้น หากได้รับการแชร์มากๆในโลกออนไลน์ ก็อาจสร้างกระแส จนถึงขั้นนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในโลกออนไลน์ในที่สุด

### 7. โพรโมทสินค้าและบริการ

ตัวอย่างการใช้ Infographic ในการ โพรโมทสินค้า

(ที่มา : <http://oknation.nationtv.tv/blog/digitalmarketing/2013/01/01/entry-2>)

#### 2.3.3 การออกแบบอินโฟกราฟิก

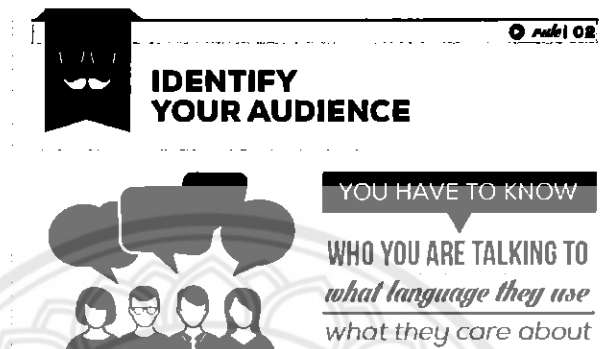
1. กำหนดเป้าหมายอย่างชัดเจนในการนำเสนอ Infographic (อินโฟกราฟิก) ว่าต้องการนำเสนอเพื่อจุดประสงค์อะไร เช่น ต้องการเข้าถึงและหาลูกค้ากลุ่มใหม่, เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของแบรนด์, เพื่อการศึกษา หรือเพื่อต้องการความบันเทิงกับผู้อ่าน อย่าลืมว่าการกำหนดเป้าหมายอย่างชัดเจนในการทำ Infographic (อินโฟกราฟิก) จะช่วยทำให้สามารถเลือกรูปแบบการนำเสนอ การออกแบบได้อย่างง่ายดายและเหมาะสมมากขึ้น



ภาพที่ 53 ภาพตัวอย่างอินโฟกราฟิก

ที่มา : <https://bit.ly/2HVpFrI> , 2560

2. กำหนดกลุ่มเป้าหมายในการนำเสนอว่าเป็นผู้ชมกลุ่มไหน เพื่อเป็นประโยชน์ในการเลือกหัวข้อและการเลือกใช้ระดับของภาษาให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย



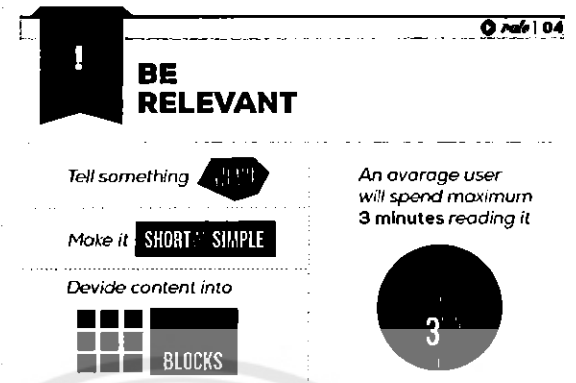
ภาพที่ 54 ภาพตัวอย่างอินโฟกราฟิก  
ที่มา : <https://bit.ly/2HVpFrI> , 2560

3. มีการกำหนดใจความสำคัญในการนำเสนอInfographic(อินโฟกราฟฟิก) เพียงเรื่องเดียวเท่านั้น เพื่อเป็นการป้องกันการสับสนของผู้ชมในการเข้าถึงข้อมูล



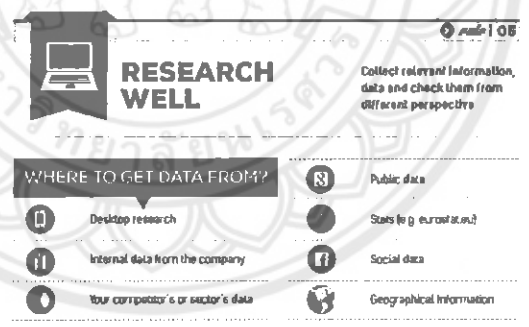
ภาพที่ 55 ภาพตัวอย่างอินโฟกราฟิก  
ที่มา : <https://bit.ly/2HVpFrI> , 2560

4. เนื้อหาที่นำเสนอบนInfographic(อินโฟกราฟฟิก) ต้องมีความทันสมัยสดใหม่ รวมถึงยังต้องสามารถสื่อสารได้อย่างตรงประเด็น, สั้นและกระชับ เนื่องจากผลการสำรวจพบว่าผู้ชมส่วนใหญ่ใช้เวลาในการอ่านข้อมูลมากที่สุดเพียง 3 นาทีเท่านั้น



ภาพที่ 56 ภาพตัวอย่างอินโฟกราฟิก  
ที่มา : <https://bit.ly/2HVpFrI> , 2560

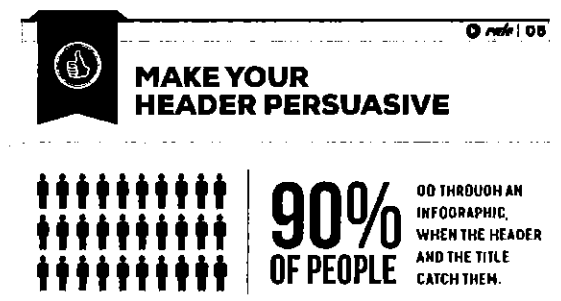
5. มีการสำรวจข้อมูลที่ใช้ในการนำเสนอมาเป็นอย่างดี ซึ่งหมายถึงมีการรวบรวมข้อมูลจากรอบด้านไม่ว่าจะเป็นข้อมูลจากโซเชียลมีเดีย, สถิติและข้อมูลสาธารณะเพื่อให้เห็นถึงมุมมองที่หลากหลายและมีความถูกต้องยิ่งขึ้น



ภาพที่ 57 ภาพตัวอย่างอินโฟกราฟิก  
ที่มา : <https://bit.ly/2HVpFrI> , 2560

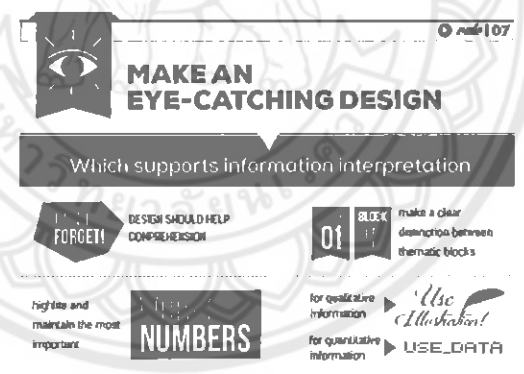
6. นำเสนอหัวข้อเรื่อง (Header) ที่ดึงดูดความสนใจและน่าติดตาม โดยผลสำรวจพบว่าผู้ชมกว่า 90% จะตามเข้าไปดูเนื้อหาบนInfographic(อินโฟกราฟฟิค)เพิ่มเติมหากพบว่าหัวข้อเรื่องนำเสนอ นั้นมีความน่าสนใจ





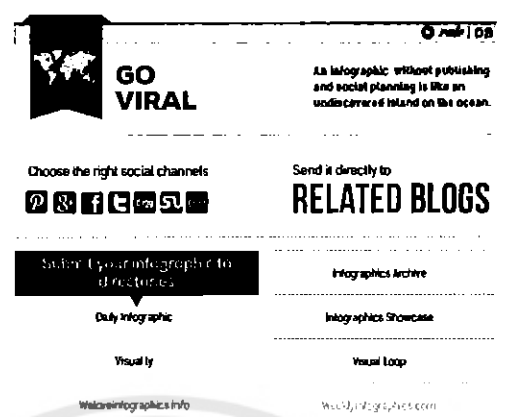
ภาพที่ 58 ภาพตัวอย่างอินโฟกราฟฟิก  
ที่มา : <https://bit.ly/2HVpFrl> , 2560

7. ออกแบบInfographic(อินโฟกราฟฟิก)ให้มีความโดดเด่นสะดุดตา ซึ่งการออกแบบนอกจากช่วยเรื่องความสวยงามแล้วยังช่วยให้ผู้ชมสามารถเข้าถึงและทำความเข้าใจกับข้อมูลที่น่าเสนอได้ง่ายยิ่งขึ้น



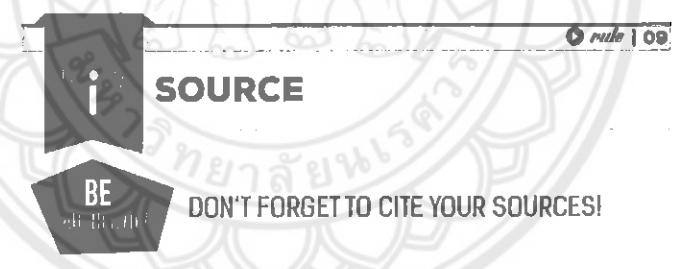
ภาพที่ 59 ภาพตัวอย่างอินโฟกราฟฟิก  
ที่มา : <https://bit.ly/2HVpFrl> , 2560

8. มีการรอกต่อและแชร์Infographic(อินโฟกราฟฟิก)ไปอย่างกว้างขวางผ่านช่องทางต่างๆไม่ว่าจะเป็น โซเชียลมีเดียอย่าง Facebook, Twitter และ Pinterest รวมถึงการนำเสนออินโฟกราฟฟิกบนเว็บไซต์ที่เป็นแหล่งรวบรวมอินโฟกราฟฟิก เพื่อเพิ่มการมองเห็นจากผู้ชมเพิ่มมากขึ้น



ภาพที่ 60 ภาพตัวอย่างอินโฟกราฟิก  
ที่มา : <https://bit.ly/2HVpFrI> , 2560

9. ระบุและอ้างอิงถึงแหล่งที่มาของข้อมูลอย่างชัดเจน



ภาพที่ 61 ภาพตัวอย่างอินโฟกราฟิก  
ที่มา : <https://bit.ly/2HVpFrI> , 2560

10. มีการสรุปข้อมูลทั้งหมดที่น่าเสนอ เพื่อช่วยให้ผู้ชมสามารถเข้าใจถึงใจความสำคัญของเนื้อหาที่น่าเสนอได้อย่างถูกต้องและตรงประเด็น



ภาพที่ 62 ภาพตัวอย่างอินโฟกราฟิก  
ที่มา : <https://bit.ly/2HVpFrI> , 2560

โดยหลักการออกแบบ Infographic(อินโฟกราฟิก) จะแบ่งได้เป็น 2 ส่วนหลักๆคือ

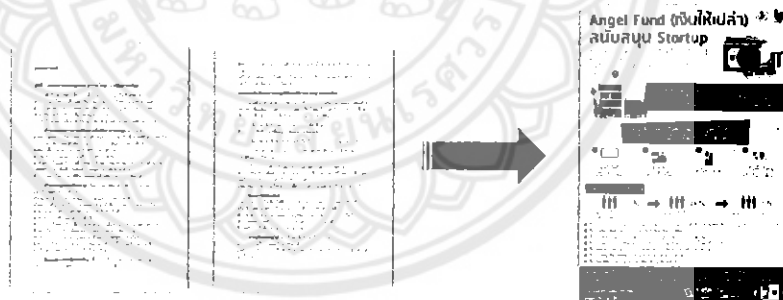
– ด้านข้อมูล

ข้อมูลที่จะนำเสนอ ต้องมีความหมาย มีความน่าสนใจ เรื่องราวเปิดเผยเป็นจริง มีความถูกต้อง

– ด้านการออกแบบ

การออกแบบต้องมีรูปแบบ แบบแผน โครงสร้าง หน้าที่การทำงานและความสวยงาม โดยออกแบบให้เข้าใจง่าย ใช้งานง่าย และสามารถใช้ได้จริง

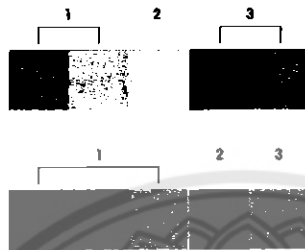
การนำข้อมูลที่ต้องการจะทำ มาแปลงข้อความตัดสิ่งที่ไม่จำเป็นออกแล้วนำเสนอมา ออกแบบเป็น Infographic(อินโฟกราฟิก)



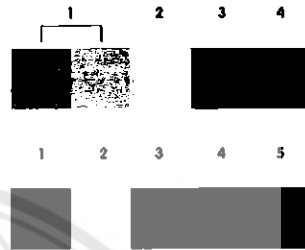
ภาพที่ 63 ภาพตัวอย่างการแปลงข้อมูลธรรมดาเป็น Infographic(อินโฟกราฟิก)  
ที่มา : <https://bit.ly/2HVpFrI> , 2560

การใช้สีในการทำ Infographic จะใช้กฎ 3 สีในการออกแบบ การใช้สีสำคัญมาก ในการออกแบบ Infographic

**กฎ 3 สี ที่ถูกต้อง**



**กฎ 3 สี ที่ผิด**



ภาพที่ 64 ภาพตัวอย่างกฎ 3 สี ในการแบบ Infographic(อินโฟกราฟิก)

ที่มา : <https://bit.ly/2HVpFrI> , 2560

เพราะหากใช้สีที่เยอะเกินไปในงาน 1 ชิ้น จะทำให้ผู้อ่านเกิดอาการสับสนและ ลายตาในสิ่งที่คุณจะสื่อสารได้



ภาพที่ 65 ภาพตัวอย่าง Infographic ที่ใช้สีมากเกินไป

ที่มา : <https://bit.ly/2HVpFrI> , 2560

## 2.3 ข้อมูลพฤติกรรมกลุ่มเป้าหมาย

### 2.3.1 Generation M

สำหรับแนวโน้มทางการตลาดสำหรับกลุ่มคนยุคใหม่ที่อาจจะเรียกได้ว่า ยุคแห่ง"ทาสเทคโนโลยี" กลุ่มคนที่ใช้เวลาแทบทั้งวันอยู่การใช้ชีวิตออนไลน์และนั่นคือกลุ่ม "Generation M" หลายท่านคงรู้ความหมาย ของคำเหล่านี้ดี " Gen B (Baby Boomer) Gen X Gen Y กลุ่มใหม่ล่าสุดนั้นคือ Generation M ก่อนอื่นเรามาทำความรู้จักช่วงของการแบ่งกลุ่มคนดังเช่น

Gen B (Baby Boomer) คือ กลุ่มที่ค่อนข้างมีอายุ ที่เกิดในช่วงปีพ.ศ. 2489 – 2507 อายุประมาณ 44 – 62 ปี

Gen X คือ กลุ่มคนที่เกิดในช่วงปีพ.ศ. 2508 – 2522 อายุประมาณ 29 – 43 ปี

Gen Y คือ กลุ่มคนที่เกิดในช่วงปีพ.ศ. 2523 – 2533 อายุ 38 – ประมาณ 25 ปี

Gen M คือ กลุ่มคนที่เกิดในช่วงหลังปีพ.ศ. 2534 เป็นต้นไป เป็นกลุ่มที่อายุน้อยกว่า 24ปี นั่นเอง Gen M จากการแบ่งของช่วงอายุกลุ่มคนแล้วจะเฉลี่ยอยู่ที่กลุ่มคนอายุประมาณ 24 ปี แต่สำหรับผมได้ประเมินแนวโน้มของการเปลี่ยนแปลงได้ว่า กลุ่มคน Gen M คือกลุ่มคนที่ดำเนินชีวิตโดยพึ่งพาอาศัยเทคโนโลยีปัจจุบันเป็นหลัก โดยจะมีอายุเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 16-35 ปี โดยกลุ่มนี้เกิดและอาศัยอยู่ท่ามกลาง ยุคที่เต็มไปด้วยปัญหาของเยาวชนไม่ว่าจะเป็นเรื่อง การท้องก่อนแต่ง เรื่อง ยาเสพติด ทั้งหมดทั้งมวลก็มาจาก การลดความสำคัญต่อคนรอบข้าง คนในครอบครัวมาเรื่อยๆ ในแต่ละ Gen ทำให้คนกลุ่มนี้มีความเป็นตัวของตัวเองสูงมาก ความอดทนต่อสิ่งต่างๆต่ำ และสิ่งสนใจมากที่สุดคือความเป็นสากลและเทคโนโลยี แทบทุกอย่างจะอาศัยโลกบนอินเทอร์เน็ตหรือสื่อสังคมออนไลน์ในการดำเนินชีวิต

แนวโน้มทางการตลาดที่จะมีการเพิ่มขึ้นของคนกลุ่มนี้หรือ Life Style ดังคนกลุ่มนี้มากขึ้นเรื่อยๆ เนื่องจากปัจจัยของกระแสของสังคมที่กำลังก้าวเข้ามาถึงยุคที่เรียกว่า "ยุคแห่งเทคโนโลยี" ไม่ว่าจะเป็นเป็นอามา อาชีพบางท่านก็ยังสามารถเล่น Smart Phone ได้อย่างคล่องแคล่ว เนื่องจากพื้นฐานความคิดของยุคนี้มักจะเชื่อในสิ่งที่ค้นหาข้อมูลมากกว่าโฆษณาชวนเชื่อหรือคำบอกเล่าต่อกันมาโดยการหาข้อมูลโดยมากจะให้พื้นที่ในอินเทอร์เน็ตเป็นหลักไม่ว่าจะเป็น เว็บไซต์ หรือ Social Network องค์กรหรือธุรกิจจะต้องปรับตัวรับมือกับแนวโน้มทางการตลาดเช่นนี้ให้ได้เข้าการเตรียมพร้อมและช่องทางการเข้าถึงข้อมูลได้ให้ง่ายและสะดวกที่สุดลดขั้นตอนการเข้าถึงให้ได้มากที่สุดจะสามารถตอบสนองความต้องการของคนยุคแห่งความรวดเร็วในการสื่อสารติดต่อ การอดทนรอต่อการตอบสนองจากระบบ จากการสอบถามย่อมไม่ได้นานมากนัก จากการสำรวจพบว่า กลุ่ม Gen M เป็นกลุ่มที่ใช้เวลากว่า 70 เปอร์เซ็นต์ต่อวันออนไลน์อยู่บนโลกอินเทอร์เน็ตนั้นอาจจะว่าได้มีเพียงเวลานอนหลับเท่านั้นที่จะอยู่ห่างจ้อ Smart Phone หรือคอมพิวเตอร์ สำหรับตัวอย่างที่เห็นได้ชัดสำหรับธุรกิจที่ต้องรับมือกับ Generation M นั่นคือธุรกิจท่องเที่ยว จากในอดีตที่ผ่านมาอาชีพที่ทำเงินได้ดีคือ "Tour Agency" เป็นพ่อค้าคนกลางหรือ นายหน้ารับจองห้องพัก รับจองบริการท่องเที่ยวสถานที่ต่างๆ เพื่อเดินทางเป็นกรุ๊ปทัวร์ กรุ๊ปใหญ่แต่สำหรับยุคนี้คน Gen M เลือกที่จะเดินทางในรูปแบบของตนโดยการจองและเลือกสถานที่ท่องเที่ยวด้วยตนเอง เลือกที่จะเปิดโลก

ทัศนียภาพด้วยตัวเองโดยยึดถือข้อมูลที่ตนหามาเพียงเท่านั้น ทำให้ธุรกิจบริการจิ้งจอกทัวร์เช่นนี้ซบเซาลงมากนัก บางทีล้มหายไปบ้าง แต่หากยังสู้เพื่อความอยู่รอดก็ควรเดินหน้าปรับเปลี่ยนวิธีการให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าดังเช่น Gen M ให้ได้ ไม่ว่าจะเป็นการลดขั้นตอนความยุ่งยากที่เคยมี หรือเปลี่ยนวิธีการขายเสียใหม่อย่างเช่นแทนที่จะรอลูกค้าเป็นกลุ่มก็ปรับเปลี่ยนให้ เดินทางได้ตลอด อีกประการหนึ่งก็คือการเข้าถึงข้อมูลของกลุ่มลูกค้ากลุ่มนี้ค่อยจะเป็นช่องทางที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย สะดวกและมีการตอบสนองที่รวดเร็ว ปัจจุบันแทบจะเห็นได้ชัดว่าการขายผ่านช่องทาง Social Network มียอดขายเหนือกว่าช่องทางอื่นเป็นไหนไหน กระแสบางกระแสที่หมุนเปลี่ยนไปตามกาลเวลาอาจจะมีเปลี่ยนแปลงไปบ้าง อาจจะมีย้อนกลับไปบ้าง แต่สำหรับกระแสของการพัฒนาเทคโนโลยีจะไม่มีวันถอยหลังกลับแน่นอน การที่จะเปลี่ยนแปลงที่จะรับมือกับกลุ่มคน กลุ่มผู้บริโภคในรูปแบบใหม่จะย่อมเป็นผลดีกว่าเลือกที่จะยึดฐานลูกค้าเดิมแน่นอน



ภาพที่ 66 ภาพ Gen M

ที่มา : <https://bit.ly/2bzmzrl> , 2560

## 2.4 กรณีศึกษา

### 2.4.1 โครงการออกแบบหนังสือคู่มือการท่องเที่ยวในอำเภอปอเกลือจังหวัดน่าน



ภาพที่ 67 ภาพตัวอย่าง

ที่มา : <https://bit.ly/2r2tCkL> , 2560

ขั้นระบุข้อมูล	ผลงาน "เพชรธาดา ศรีสุข" คณะศิลปกรรมศาสตร์ สาขา วิชามีเดียอาร์ต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
ขั้นพรรณนา	หนังสือเล่มนี้ใช้อัตลักษณ์สะท้อนความเป็นพื้นที่สถานที่จังหวัดมาเล่นผ่านด้านกราฟิก โทนสี ภายใจเล่มจะแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว ที่พัก ร้านอาหาร วิธีการเดินทาง รวมไปถึงปฏิทินท่องเที่ยวที่ผู้อ่านสามารถได้ไม่รู้สึกรัด
ขั้นวิเคราะห์	เป็นหนังสือแนะนำสถานที่อำเภอปอเกลือ โดยใช้ภาพประกอบเป็นลายกราฟิกได้อย่างลงตัว ใช้โทนสีไม่ฉูดฉาดเกินไป อ่านแล้วสบายตา ไม่ซับซ้อน
ขั้นตีความ	เป็นคู่มือท่องเที่ยวอ่านง่าย ภาพสวย แนะนำเส้นทางได้ดี บอกสถานที่ว่าแต่ละที่เป็นอะไร คืออะไร

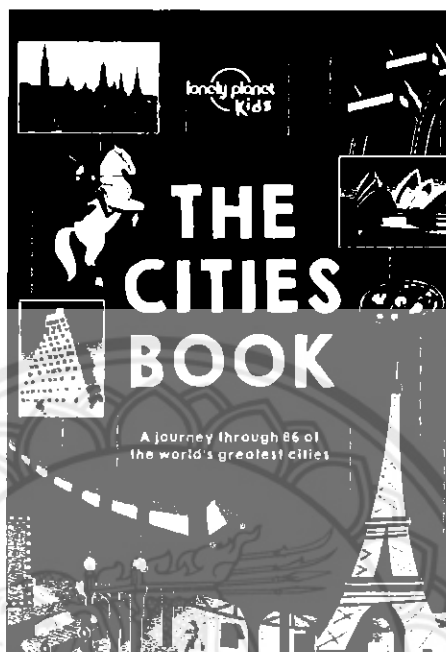
## 2.4.2 หนังสือ " สุดฮิตโดนใจใครๆก็อยากเที่ยว "



ชั้นระบุข้อมูล	ผลงาน " ชลธิชา ศรีไล " ปี 2013
ชั้นพรรณนา	เป็นหนังสือคู่มือการท่องเที่ยวที่เที่ยวยอดนิยมของทุกจังหวัดมีทั้ง ที่กิน ที่เที่ยว ที่พัก มีภาพประกอบแต่ละที่ให้อ่าน มีแผนที่ประกอบในเล่มว่าอยู่ส่วนไหนของจังหวัด มีไอคอนประกอบเพื่อย่อของส่วนต่างๆของหนังสือได้ดี มีการบรรยายประกอบเพื่อให้อรรถรสในการอ่านของผู้อ่านได้ยิ่งขึ้น
ชั้นวิเคราะห์	รูปแบบหนังสือท่องเที่ยวเล่มนี้ได้แบ่งสีเป็นสัดส่วนได้ดี มีการบอกรายละเอียดของสถานที่นั้นๆได้ละเอียด ภาพสวย ได้มีการนำไอคอนของแต่ละที่ฮิตๆมาใส่เพื่อให้มีสีสันในการอ่าน
ชั้นตีความ	เป็นหนังสือที่เหมาะสมกับผู้อ่านที่ยังไม่รู้ว่าสถานที่ฮิตๆของแต่ละจังหวัดมีอะไรบ้างเพื่อให้ผู้อ่านสนใจและอยากจะไปเที่ยวฮิตๆของจังหวัดนั้นๆ



## 2.4.3 หนังสือ “ The Cities Book “



ภาพที่ 69 ภาพตัวอย่าง

ที่มา : <https://bit.ly/2KmW6xM> , 2560

ขั้นระบุข้อมูล	ผลงานเครือข่าย Lonely Planet Heather Carswell , Bridget Gleeson , Patrick Kinsrlla , Hugh Mcnaughton ปี 2013
ขั้นพรรณนา	เป็นหนังสือคู่มือการท่องเที่ยวเมืองต่างๆของแต่ละประเทศและสถานที่ท่องเที่ยวของแต่ละประเทศที่น่าสนใจ มีภาพประกอบทั้งสถานที่จริงและภาพการ์ตูนที่เป็นคาแรกเตอร์มาประกอบเพื่อความสนุกในการอ่าน
ขั้นวิเคราะห์	รูปแบบหนังสือค่อนข้างจะเป็นการบรรยายสนุกสนานมีลูกเล่นที่น่าสนใจ แผนที่มีการแบ่งสีที่ชัดเจน มีการวาดรูปประกอบทำให้เด็กอ่านไม่เบื่อ มีเรื่องราวของสถานที่นั้นๆ มีเกร็ดเล็กน้อยให้ความรู้ที่ไม่เคยรู้มาก่อน
ขั้นตีความ	เป็นคู่มือท่องเที่ยวที่ทั้งเด็กและผู้ใหญ่อ่านได้ไม่เบื่อ

### บทที่ 3

#### การวิเคราะห์ข้อมูลและแนวความคิดในการออกแบบ

ในปัจจุบันหนังสือคู่มือท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการให้ความรู้ การสร้างจินตนาการในการเรียนรู้ที่ผู้คนค้นคว้าหาความรู้ ซึ่งสามารถบอกเล่าเรื่องราวความสำคัญต่างๆออกมาเป็นภาพและภาษาเขียนที่มีมิติมากขึ้น ผู้คนมีความอยากอ่านมากขึ้นและเกิดความคิดจินตนาการอยากที่จะไปอ่านหนังสือในเล่มนั้นบรรยายไว้

#### การวิเคราะห์ข้อมูล

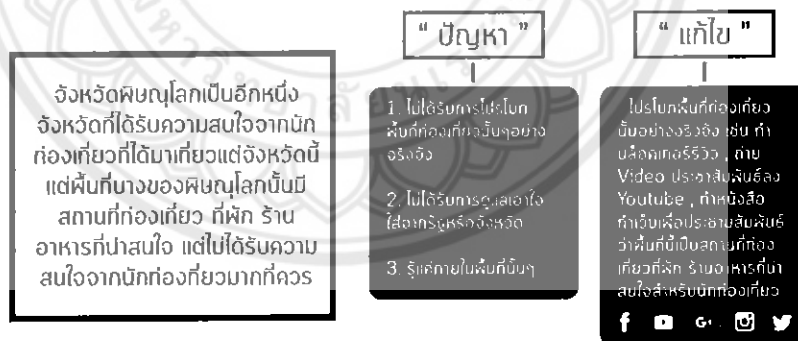
##### 1. วิเคราะห์ปัญหาของงานวิจัย

1.1 จังหวัดพิษณุโลกเป็นอีกหนึ่งจังหวัดที่ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวที่ได้มาเที่ยว แต่จังหวัดนี้บางพื้นที่ในเขตอำเภอเมืองของจังหวัดพิษณุโลกนั้น ยังมีสถานที่ท่องเที่ยว แลนด์มาร์กใหม่ๆที่น่าสนใจแต่ยังไม่ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวมากนัก

1.1.1 ไม่ได้รับการโปรโมทพื้นที่ท่องเที่ยวที่นั้นๆอย่างจริงจัง

1.1.2 ไม่ได้รับการดูแลเอาใจใส่จากรัฐหรือจังหวัด

1.1.3 รู้แค่ภายในพื้นที่นั้นๆ



ภาพที่ 70 ตัวอย่างผังปัญหา  
ที่มา : ดวัลรัตน์ ดีจ้าง , 2560

## 2. วิเคราะห์ทฤษฎีการออกแบบ

### 2.1 การออกแบบหนังสือ

#### 2.1.1 เลเอาท์

- โมดูลาร์กริด (Modular Grid)

ลักษณะภายในเล่มหนังสือจะใช้เลเอาท์แบบโมดูลาร์กริด เพราะสามารถจัดได้หลายรูปแบบ ทำให้เลเอาท์ในหนังสือไม่ซ้ำซากจนเกินไป และเหมาะกับการใส่ข้อมูลและรูปภาพให้ดูสวยงาม

#### ฟอนต์ / ตัวอักษร

- เฮด ชัฟเฮด ใช้ฟอนต์ Itim

เลือกใช้ฟอนต์ตัวเฮดหนังสือเป็นฟอนต์นี้เพราะอยากให้เฮดดูได้เน้นว่าสัดส่วนข้อความนี้คืออะไร ให้ดูชัดเจน เพื่อให้เป็นการจดจำ

- Text Copy ใช้ฟอนต์ TH Sarabun New

เลือกใช้ฟอนต์ copy เป็นฟอนต์นี้เพราะให้เข้ากับงานอ่านงาน ไม่ซับซ้อน มีหัวจะอ่านง่ายขึ้น

#### กระดาษ

- ขนาด A5 (14.5 \* 21 cm) ทำให้พกพาได้สะดวก เหมาะสำหรับเป็น

พ็อกเก็ตบุ๊ก

- ชนิดกระดาษใช้เป็นอาร์ตมัน เพราะมีความมันวาว ทำให้หนังสือดูดีขึ้น
- การเข้าเล่มใช้เป็นการอัดสันกาว

3. วิเคราะห์พฤติกรรมกลุ่มเป้าหมายของงานวิจัย  
3.1 พฤติกรรมกลุ่มเป้าหมาย

## พฤติกรรมกลุ่มเป้าหมาย

01

ด้านกายภาพ

02

ด้านจิตภาพ



1. เป็นวัยที่มีความเจริญเติบโตอย่างสมบูรณ์สูงสุด

2. ให้สำคัญระหว่างกลุ่มเพื่อน

1. เป็นวัยที่บุคคลจะสามารถสะสมประสบการณ์เรียนรู้ได้เป็นอย่างดี

2. พัฒนาการทางสติปัญญาจะเจริญสูงสุดที่ 25 ปี

3. มีความคิดสร้างสรรค์ได้อย่างมีคุณภาพ



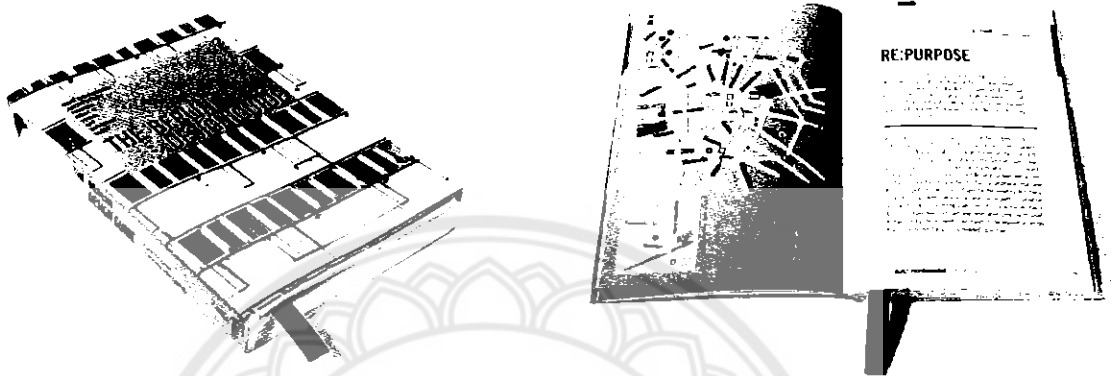
ภาพที่ 71 ตัวอย่างผังพฤติกรรมกลุ่มเป้าหมาย  
ที่มา : ดร.ลรัตน์ ดีจ้าง , 2560

### การสรุปแนวความคิดในการออกแบบ

Concept: Have Fun and Learn

ในการคิดคอนเซปต์นี้ขึ้นมาเพราะว่า ในตัวเมืองจังหวัดพิษณุโลกมีแหล่งท่องเที่ยวมากมาย ที่กิน ที่ช้อปปิ้ง และสถานที่เรียนรู้วัฒนธรรมของจังหวัดไม่จะเป็นพิพิธภัณฑ์พื้นบ้านจ่าทวี อยากให้ทุกคนที่ได้มาสัมผัส เรียนรู้ สนุกสนาน มีความสุขเหมือนกับคนพื้นที่นั้นๆได้มีความสุขกัน

### แนวทางการออกแบบ



ภาพที่ 72 ตัวอย่างหนังสือออกแบบ

#### Design

ในการดีไซน์ของหนังสือนั้นจะเป็นการใช้รูปเล่มแบบ A5 เพราะว่าจะได้พกพาได้สะดวก

#### Font

ฟอนต์ตัวเสดหนังสือ ใช้ฟอนต์ Itim

เลือกใช้ฟอนต์ตัวเสดหนังสือเป็นฟอนต์นี้เพราะอยากให้เสดตั้งได้เน้นว่าส่วนข้อความนี้คืออะไร ให้ดูชัดเจน เพื่อให้เป็นที่จดจำ

Characters

ABCĆČDĐEFGHIJKLMNOPQRSŠTUVWXYZŽ  
 abcčćdđefghijklmnopqrstuvwxyzžกขคดพงจ  
 ฉชฌญฎฏฐฑฒณดตถทธนบปฝฝฝภมยรลวศษ  
 สหฬอฮธาไใใโฤฤฎำĂĚŎŮáâăôõú123456789  
 0๐๑๒๓๔๕๖๗๘๙'?'!'"(%)[#]{}&<-++x=>©  
 \$€£¥¢:;. \*ๆฯฯ๐๓๗฿

Styles

112 ●

# Regular

ภาพที่ 73 ตัวอย่างของเสดตั้งฟอนต์

ฟอนต์ Copy ใช้ฟอนต์ TH Sarabun New

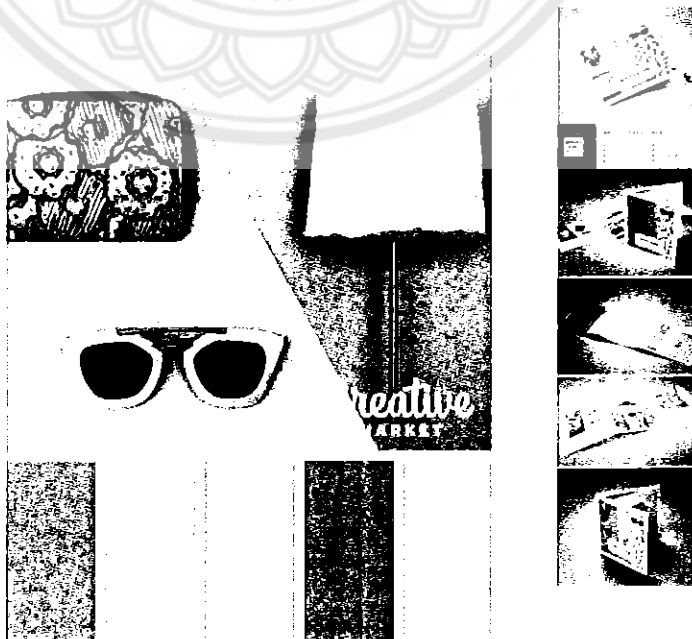
เลือกใช้ฟอนต์ Copy เป็นฟอนต์นี้เพราะให้เข้ากับงานอ่านง่าย ไม่ซับซ้อน มีหัว จะอ่าน  
ง่ายขึ้น



ภาพที่ 74 ตัวอย่างของ copy ฟอนต์

Mood & Tone

เป็นสีพาวเทิลที่ไม่จืดจางมากเกินไป สีสบายๆตา อ่านง่าย ชิวๆ สบายๆ



ภาพที่ 75 ตัวอย่างของ mood and tone

### เลเอาท์ Layout

ใช้เลเอาท์แบบโมดูล่ากริด เพราะสามารถจัดได้หลายรูปแบบ ทำให้เลเอาท์ในหนังสือไม่ซ้ำซากจนเกินไป และเหมาะกับการใส่ข้อมูลและรูปภาพให้ดูสวยงาม



ภาพที่ 76 ตัวอย่างของการใช้ Layout

Paper  
กระดาษ



ภาพที่ 77 ตัวอย่างขนาดหนังสือ

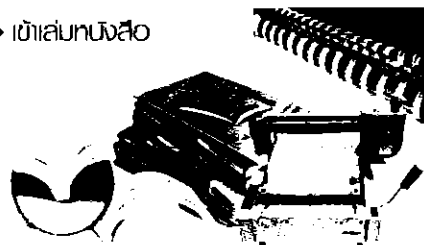
- ขนาด A5 (14.5 \* 21 CM) ทำให้พกพาได้สะดวก เหมาะสำหรับเป็นพ็อกเก็ตบุ๊ก



ภาพที่ 78 ตัวอย่างขนาดชนิดกระดาษ

- ชนิดกระดาษใช้เป็นอาร์ตมัน เพราะมีความมันวาว ทำให้หนังสือดูดีขึ้น

▶ เข้าเล่มหนังสือ



ภาพที่ 79 ตัวอย่างขนาดชนิดกระดาษ

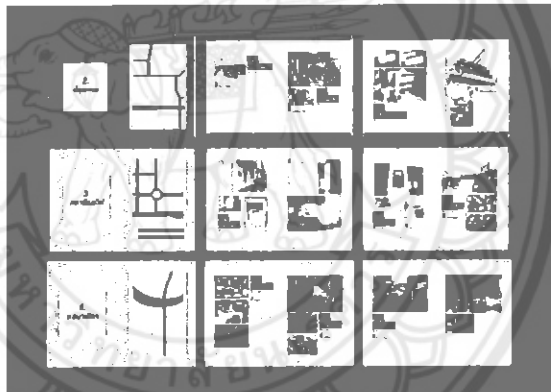
- การเข้าเล่มเป็นการอัดสันกาว



SKETCH DESIGN BOOK



ภาพที่ 80 Sketch Design Book

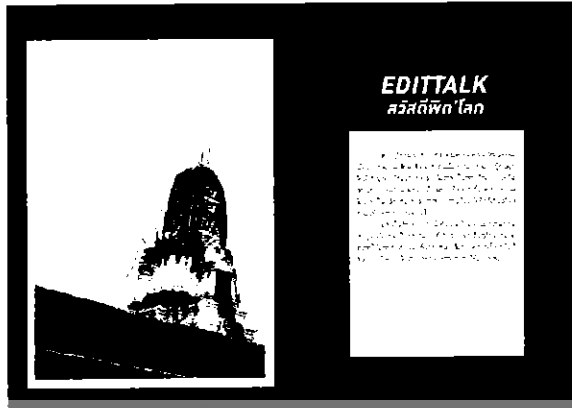


ภาพที่ 81 Sketch Design Book



ภาพที่ 82 Sketch Design Book

ที่มา : ดร.ลรัตน ดีจ้าง , 2560



ภาพที่ 83 Sketch Design Book



ภาพที่ 84 Sketch Design Book

**TIE  
MEUANG  
SONGKWAE**  
ที่เมืองสงขลา



ภาพที่ 85 Sketch Design Book

ที่มา : ดรัลรัตน์ ดีจ้าง , 2560

MINI EXHIBITION



ภาพที่ 86 Mini Exhibition



ภาพที่ 87 Mini Exhibition



ภาพที่ 88 Mini Exhibition



ภาพที่ 89 Mini Exhibition



ภาพที่ 90 Mini Exhibition  
ที่มา : ดรัลรัตน์ ดีจ้าง , 2560

## บทที่ 4

### การออกแบบและการสร้างสรรค์ผลงาน

จากกระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังกล่าว ผู้ศึกษาจึงได้มีแนวทางในการออกแบบคู่มือหนังสือท่องเที่ยวจังหวัดพิษณุโลก " ตีเมืองสองแคว " เพื่อให้เกิดประโยชน์มากที่สุดโดยมีขั้นตอนการปฏิบัติงาน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 แนวความคิดในการออกแบบ ( Concept )

ส่วนที่ 2 ขั้นตอนการร่างแบบ ( Sketch )

ส่วนที่ 3 ขั้นตอนการสร้างสรรค์ ( Design )

ส่วนที่ 4 ผลงานที่สร้างสรรค์ ( New Book )

4.1 ส่วนที่ 1 แนวความคิดในการออกแบบ ( Concept )

1. ชื่อโครงการ ( Project Title ) การออกแบบหนังสือ เรื่อง ตีเมืองสองแคว

2. วัตถุประสงค์ (Objective)

1. เพื่อศึกษาการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทคู่มือท่องเที่ยว

2. เพื่อพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทคู่มือท่องเที่ยวเมืองพิษณุโลกให้ทันสมัยและสะดวกต่อการใช้งาน

3. เพื่อพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทคู่มือท่องเที่ยวให้มีความน่าสนใจต่อผู้อ่าน

4.2 ส่วนที่ 2 ขั้นตอนของการทำงาน

ในส่วนขั้นตอนนี้จะเป็นการร่างแบบการจัดวางเลย์เอาต์และภาพประกอบเพื่อสะดวกแก่การนำไปสร้างสรรค์ผลงานในขั้นตอนต่อไป

## 4.2 ส่วนที่ 2 ขั้นตอนการทำงาน

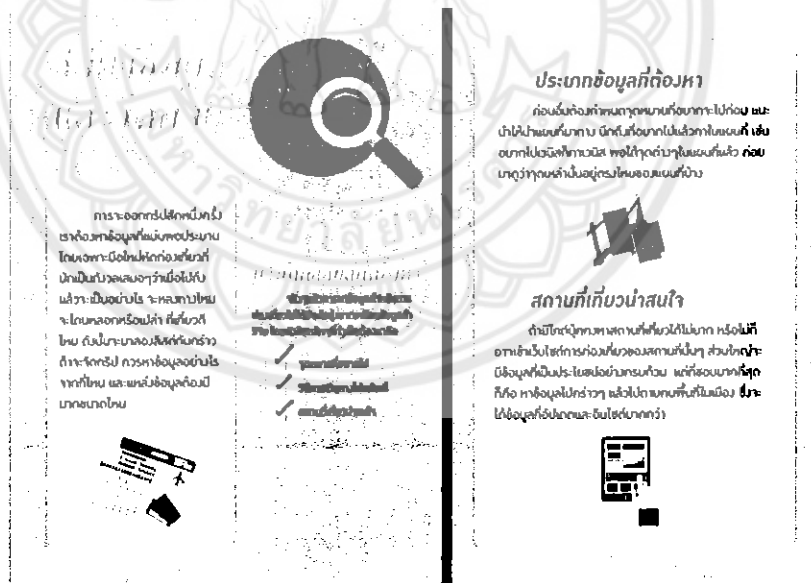


ภาพที่ 91 ภาพออกแบบหน้าปกหนังสือ ครั้งที่ 1  
ที่มา ดร.ลรัตน ดีจ้าง , 2560

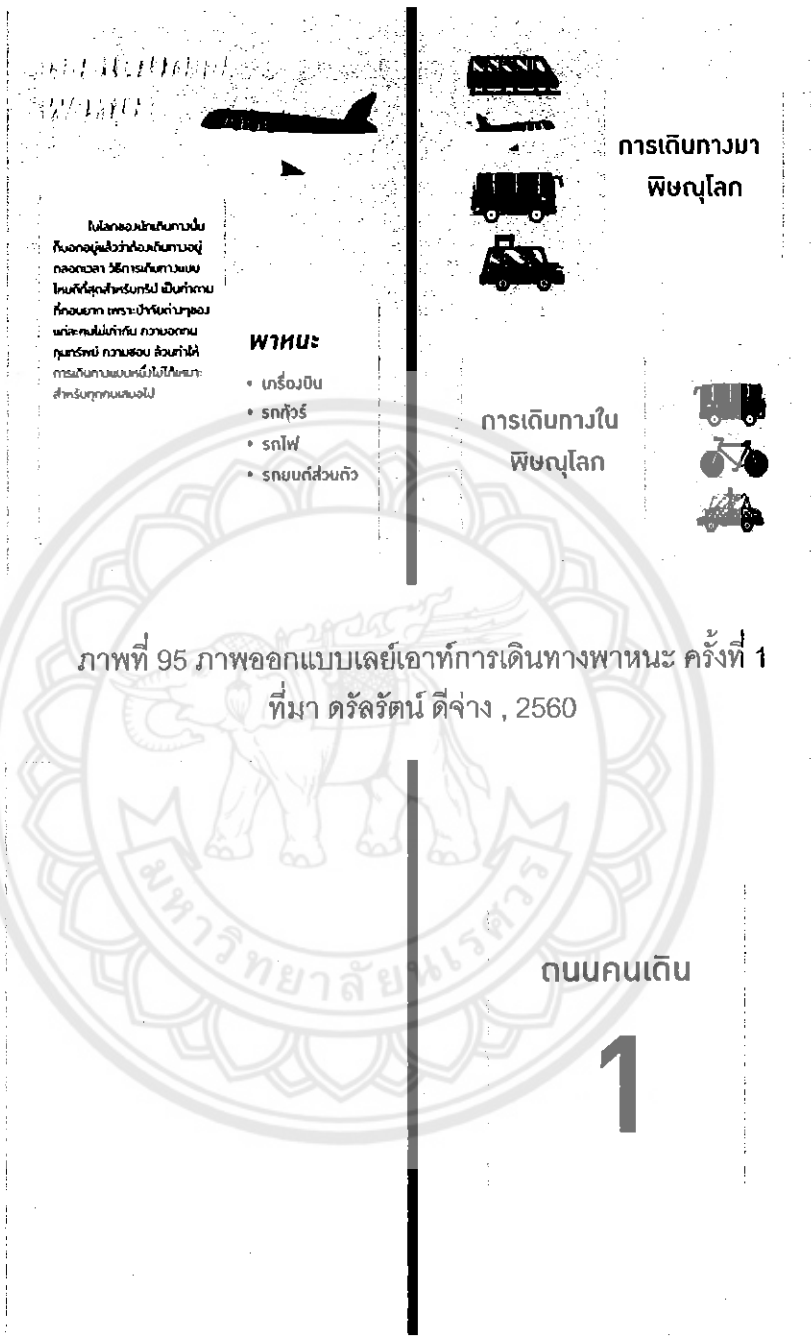
ภาพที่ 92 ภาพออกแบบ Edit talk สวัสดิ์พิศ'โลก ครั้งที่ 1  
ที่มา ดร.ลรัตน ดีจ้าง , 2560



ภาพที่ 93 ภาพออกแบบสารบัญหนังสือ ครั้งที่ 1  
 ที่มา ดร.ลลิตณ์ ดีจ้าง , 2560



ภาพที่ 94 ภาพออกแบบเลย์เอาต์วิธีการหาข้อมูลและจัดทริป ครั้งที่ 1  
 ที่มา ดร.ลลิตณ์ ดีจ้าง , 2560



ภาพที่ 95 ภาพออกแบบเลย์เอาต์การเดินทางพาหนะ ครั้งที่ 1  
ที่มา ดร.ลรัตน ดีจ้าง , 2560

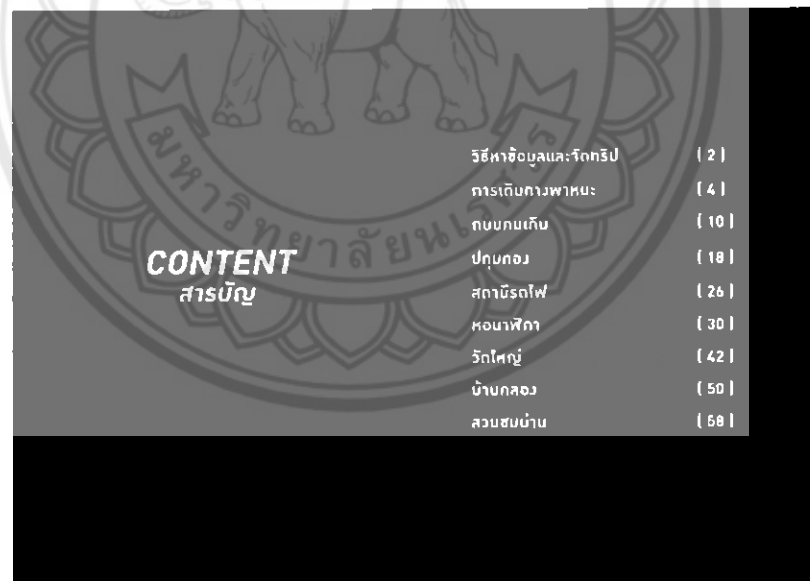
ภาพที่ 96 ภาพออกแบบเลย์เอาต์ย่านต่างๆ ครั้งที่ 1  
ที่มา ดร.ลรัตน ดีจ้าง , 2560







ภาพที่ 99 ภาพออกแบบเลย์เอาต์ย่านต่างๆ โดยการใส่ฟอนต์และภาพ ครั้งที่ 2  
ที่มา ดร.รัตนันต์ ดีจ้าง , 2560



ภาพที่ 100 ภาพออกแบบเลย์เอาต์ย่านต่างๆ โดยการใส่ฟอนต์และภาพ ครั้งที่ 2  
ที่มา ดร.รัตนันต์ ดีจ้าง , 2560

### การออกนอกโลกในร่ม



การออกนอกโลกในร่ม เราคือการจัดชุดอุปกรณ์ที่สมบูรณ์แบบ โดยตระหนักถึงทุกสิ่งทุกอย่างที่มีอยู่ในความหมายของมัน ไม่ว่าจะเป็นระดับชั้นบันได จากสถานีรถไฟ จากสถานีรถไฟ หรือแม้แต่ในสวนสาธารณะที่มีต้นไม้อายุร้อยปี และสวนสาธารณะอื่น ๆ จากที่อื่น และยังมีชุดอุปกรณ์ที่มาจากไหน

### ประเภทของข้อมูลที่ต้องการ

ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลที่ต้องการทั้งหมด ไม่จำเป็นต้องรู้ทุกสิ่งทุกอย่างเกี่ยวกับข้อมูลที่ต้องการทั้งหมด

ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่

ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่

ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่

ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่

### ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่

ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ที่ต้องการทั้งหมด ไม่จำเป็นต้องรู้ทุกสิ่งทุกอย่างเกี่ยวกับข้อมูลที่ต้องการทั้งหมด

ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลที่ต้องการทั้งหมด ไม่จำเป็นต้องรู้ทุกสิ่งทุกอย่างเกี่ยวกับข้อมูลที่ต้องการทั้งหมด

### สถานที่ที่เกี่ยวข้อง

ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลที่ต้องการทั้งหมด ไม่จำเป็นต้องรู้ทุกสิ่งทุกอย่างเกี่ยวกับข้อมูลที่ต้องการทั้งหมด



ภาพที่ 101 ภาพออกแบบเลย์เอาต์วิธีหาข้อมูลและจัดทริป โดยการใส่ฟอนต์และภาพ ครั้งที่ 2  
ที่มา ดร.ลรัตน ดีจ้าง , 2560



ภาพที่ 102 ภาพออกแบบเลย์เอาต์ย่านต่างๆ โดยการใส่ฟอนต์และภาพ ครั้งที่ 2  
ที่มา ดร.ลรัตน ดีจ้าง , 2560



ภาพที่ 103 ภาพออกแบบเลย์เอาต์แผนที่ย่านต่างๆ โดยการใส่พอนต์และภาพ ครั้งที่ 2  
ที่มา ดร.ลรัตน ดีจ้าง , ( 2560 )



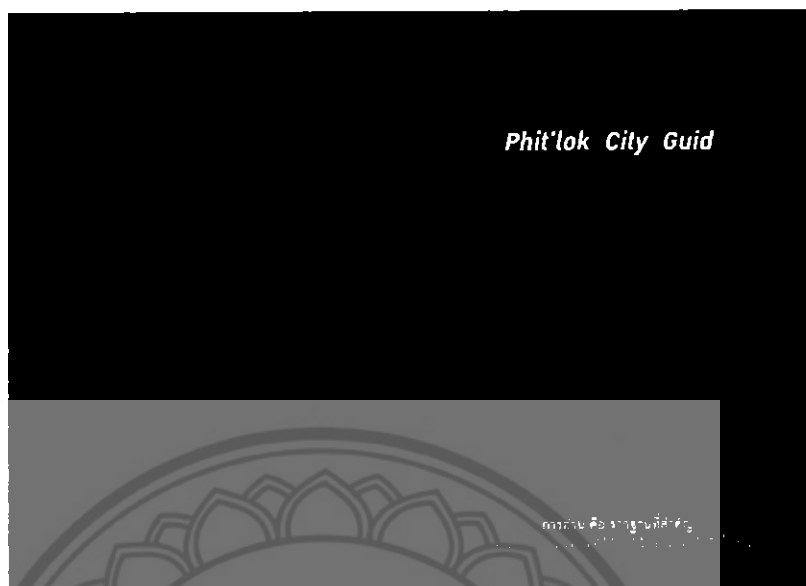
ภาพที่ 104 ภาพออกแบบเลย์เอาต์โรงปกโดยการใส่ภาพทั้งสองหน้า ครั้งที่ 2  
ที่มา ดร.ลรัตน ดีจ้าง , 2560



ภาพที่ 105 ภาพออกแบบเลย์เอาต์หน้าปกโดยเอาเลขสองออกแล้วใส่ฟอนต์ลงไปแทน ครั้งที่ 3  
ที่มา ดร.ลรัตน ดีจ้าง , 2561



ภาพที่ 106 ภาพออกแบบเลย์เอาต์หน้าปกโดยเอาเลขสองออกแล้วใส่ฟอนต์ลงไปแทนและได้ขยาย  
พื้นที่หน้าปกยาวขึ้นเพื่อได้พิมพ์มุมเข้าไปหนังสือได้ ครั้งที่ 3  
ที่มา ดร.ลรัตน ดีจ้าง , 2561



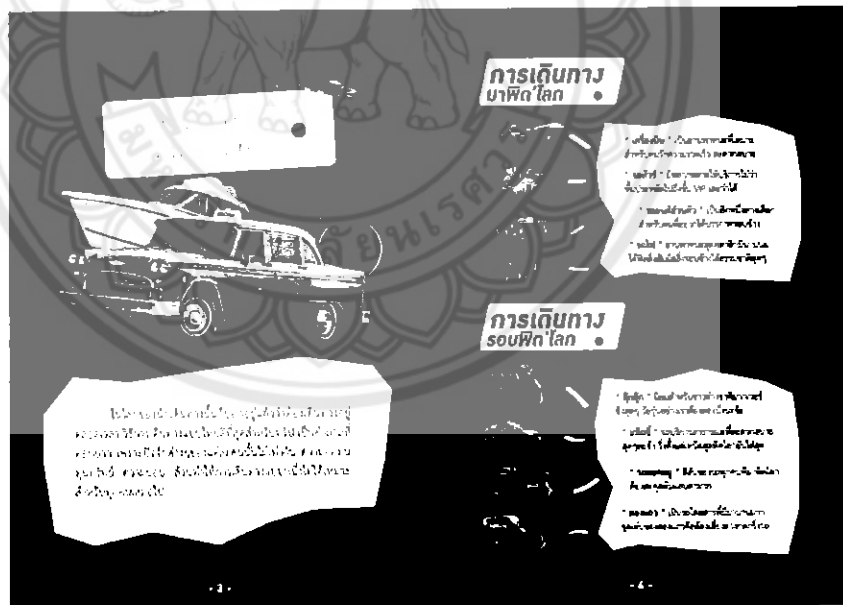
ภาพที่ 107 ภาพออกแบบเลย์เอาต์รอกปกเป็นการเกรินก่อนอ่านหนังสือ ครั้งที่ 3  
ที่มา ดร.รัตน ดีจ้าง , 2561



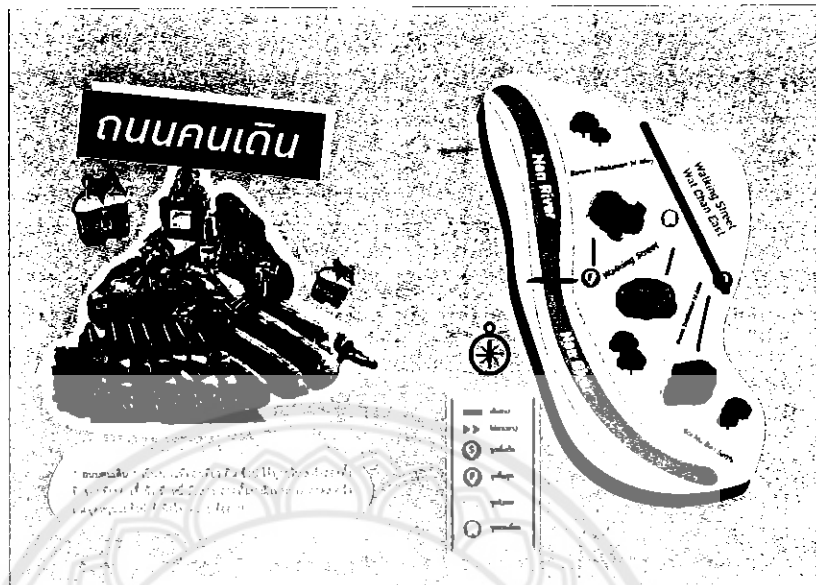
ภาพที่ 108 ภาพออกแบบเลย์เอาต์ Edit talk สวัสดิพิศ'โลภ' ครั้งที่ 3  
ที่มา ดร.รัตน ดีจ้าง , 2561



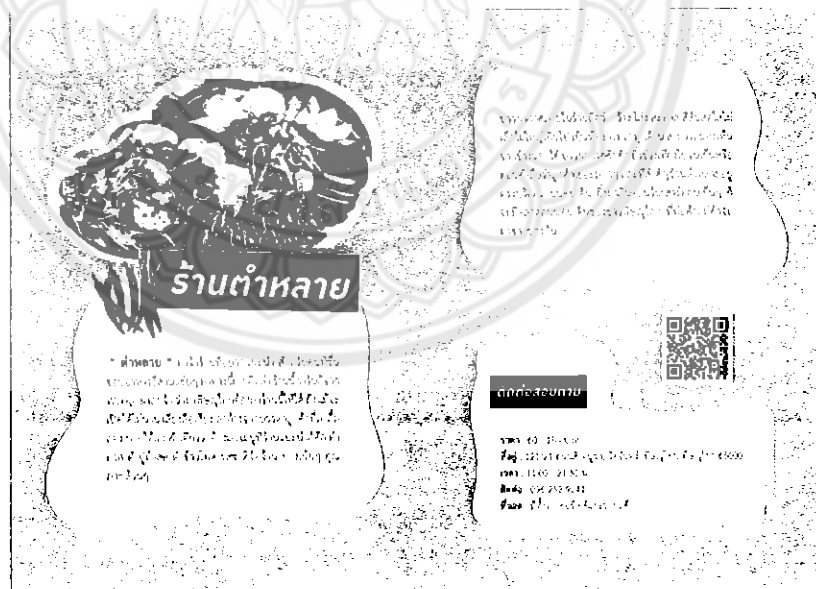
ภาพที่ 109 ภาพออกแบบเลย์เอาต์สารบัญ ครั้งที่ 3  
 ที่มา ดร.ลรัตน์ ดีจ้าง , 2561



ภาพที่ 110 ภาพออกแบบเลย์เอาต์การเดินทางพาหนะ ครั้งที่ 3  
 ที่มา ดร.ลรัตน์ ดีจ้าง , 2561

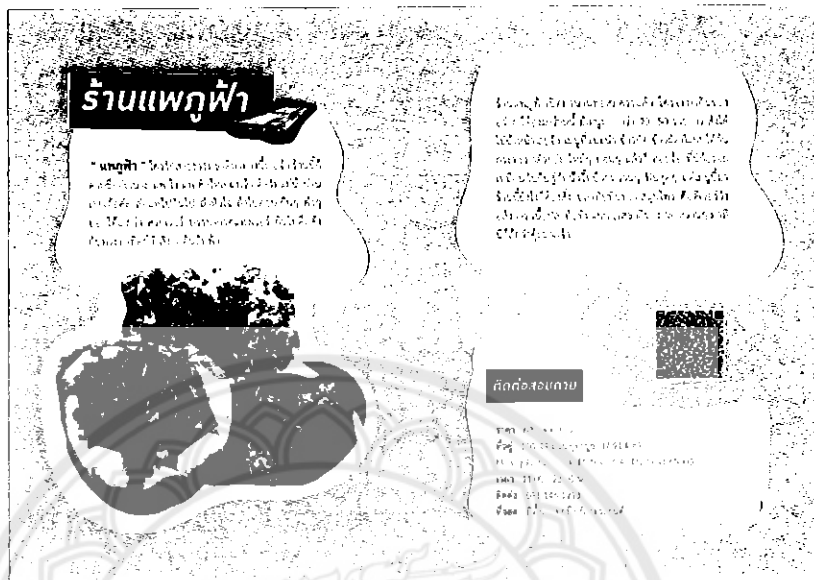


ภาพที่ 111 ภาพออกแบบเลย์เอาต์ย่านถนนคนเดินโดยใช้การวิธีได้คัต ครั้งที่ 3  
 ที่มา ดร.รัตน ดีจ้าง , 2561

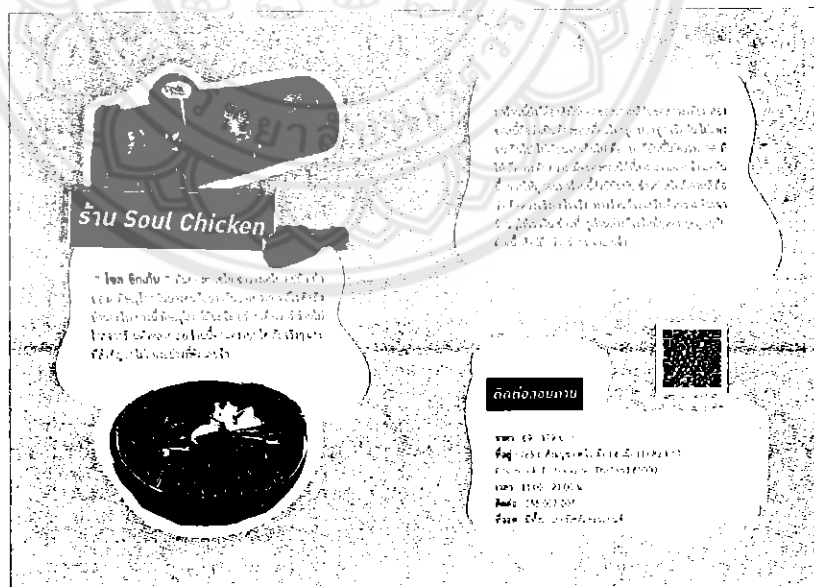


ภาพที่ 112 ภาพออกแบบเลย์เอาต์ย่านถนนคนเดินโดยใช้การวิธีได้คัตและเน้นรูปภาพโฟกัสใกล้  
 อาหารมากที่สุดและใส่ QR Code ข้อมูลลงไป ครั้งที่ 3  
 ที่มา ดร.รัตน ดีจ้าง , 2561





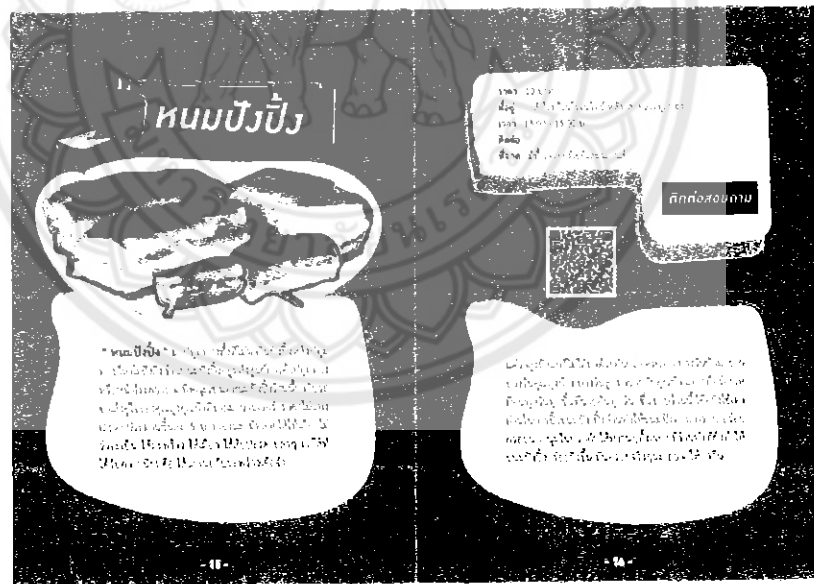
ภาพที่ 113 ภาพออกแบบเลย์เอาต์ย่านถนนคนเดินโดยใช้การวิธีได้คัดและเน้นรูปภาพโฟกัสใกล้ อาหารมากที่สุดและใส่ QR Code ข้อมูลลงไป ครั้งที่ 3 ที่มา ตรีรัตน์ ดีจ้าง , 2561



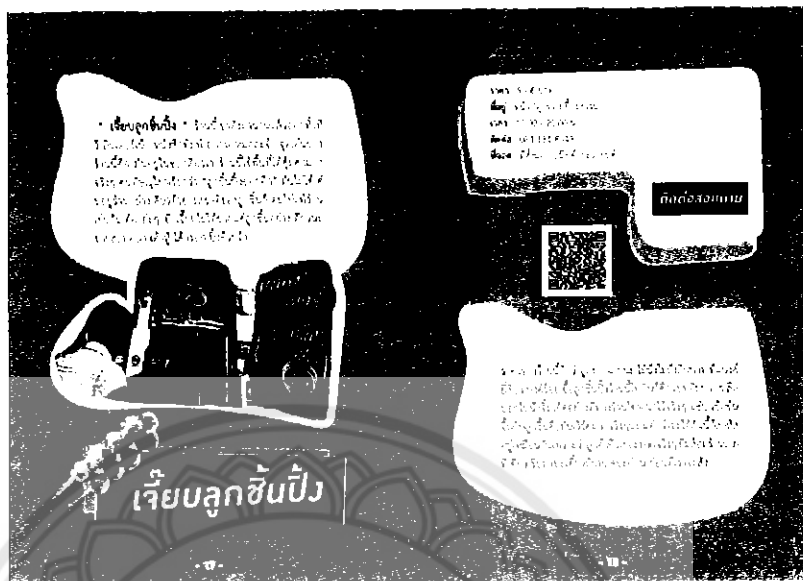
ภาพที่ 114 ภาพออกแบบเลย์เอาต์ย่านถนนคนเดินโดยใช้การวิธีได้คัดและเน้นรูปภาพโฟกัสใกล้ อาหารมากที่สุดและใส่ QR Code ข้อมูลลงไป ครั้งที่ 3 ที่มา ตรีรัตน์ ดีจ้าง , 2561



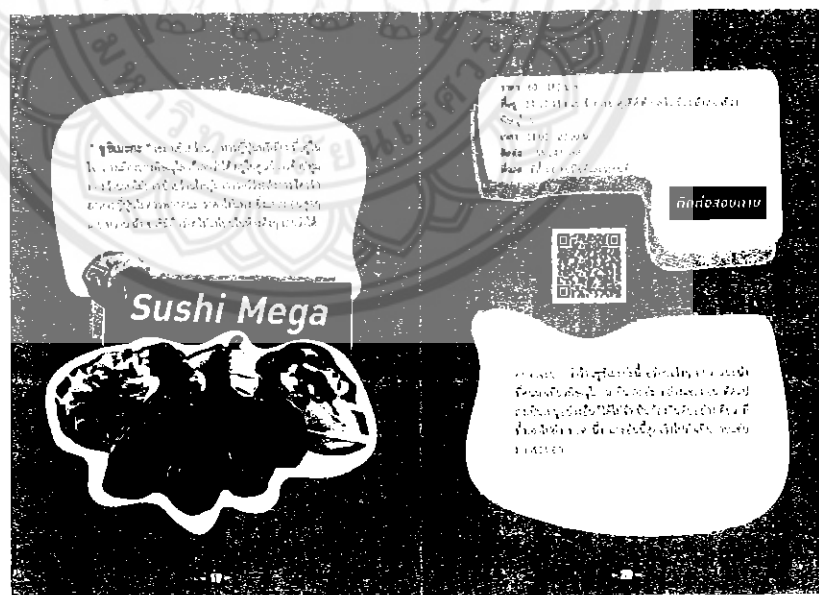
ภาพที่ 115 ภาพออกแบบเลย์เอาต์ย่านศูนย์การค้าประทุมทองโดยใช้การวิธีได้คัต ครั้งที่ 3  
ที่มา ดร.ลรัตน ดีจ้าง , 2561



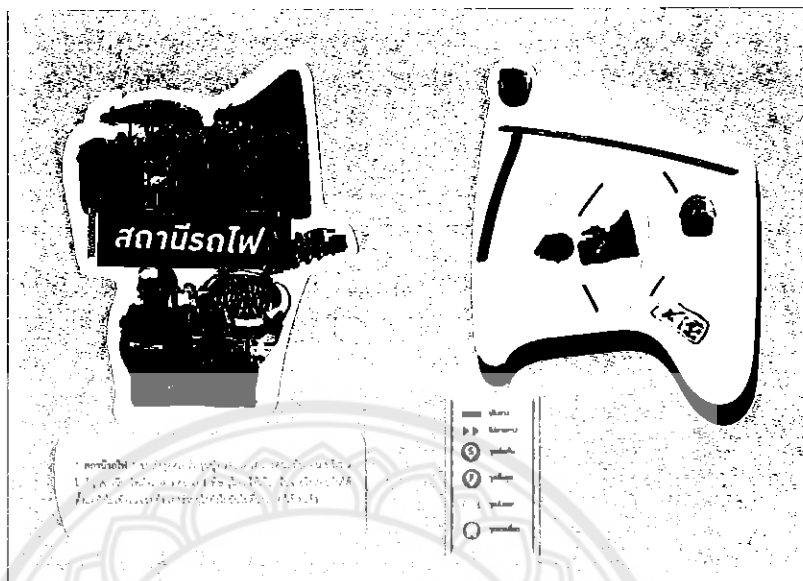
ภาพที่ 116 ภาพออกแบบเลย์เอาต์ย่านศูนย์การค้าประทุมทองโดยใช้การวิธีได้คัตและเน้นรูปภาพ  
โฟกัสใกล้อาหารมากที่สุดและใส่ QR Code ข้อมูลลงไป ครั้งที่ 3  
ที่มา ดร.ลรัตน ดีจ้าง , 2561



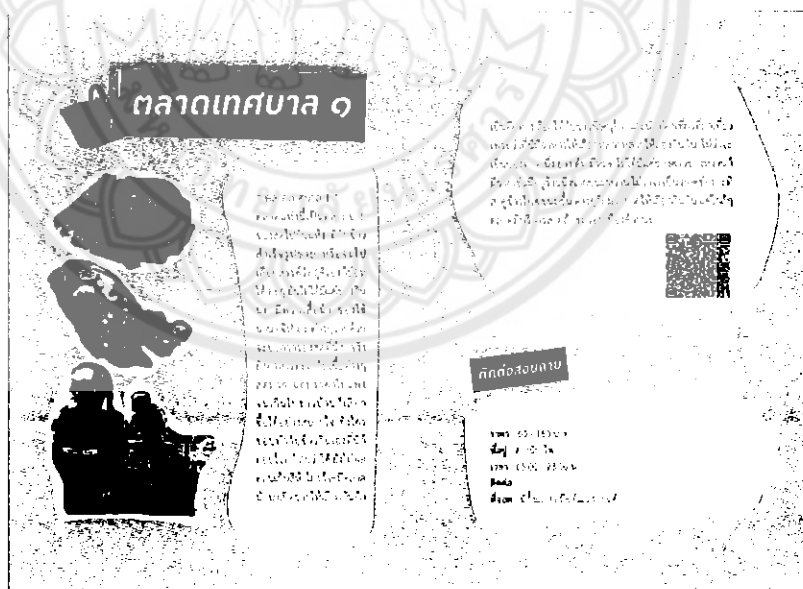
ภาพที่ 117 ภาพออกแบบเลย์เอาต์ย่านศูนย์การค้าประตูทองโดยใช้การวิธีได้คัดและเน้นรูปภาพ  
 ไฟกส์ใกล้อาหารมากที่สุดและใส่ QR Code ข้อมูลลงไป ครั้งที่ 3  
 ที่มา ดวัลรัตน์ ดีจ้าง , 2561



ภาพที่ 118 ภาพออกแบบเลย์เอาต์ย่านศูนย์การค้าประตูทองโดยใช้การวิธีได้คัดและเน้นรูปภาพ  
 ไฟกส์ใกล้อาหารมากที่สุดและใส่ QR Code ข้อมูลลงไป ครั้งที่ 3  
 ที่มา ดวัลรัตน์ ดีจ้าง , 2561



ภาพที่ 119 ภาพออกแบบเลย์เอาต์ยานสถานีรถไฟโดยใช้การวิธีไคคัต ครั้งที่ 3  
 ที่มา ดร.ลรัตน ดีจ้าง , 2561



ภาพที่ 120 ภาพออกแบบเลย์เอาต์ยานสถานีรถไฟโดยใช้การวิธีไคคัตและเน้นรูปภาพเฟกส์ใกล้  
 อาหารมากที่สุดและใส่ QR Code ข้อมูลลงไป ครั้งที่ 3  
 ที่มา ดร.ลรัตน ดีจ้าง , 2561



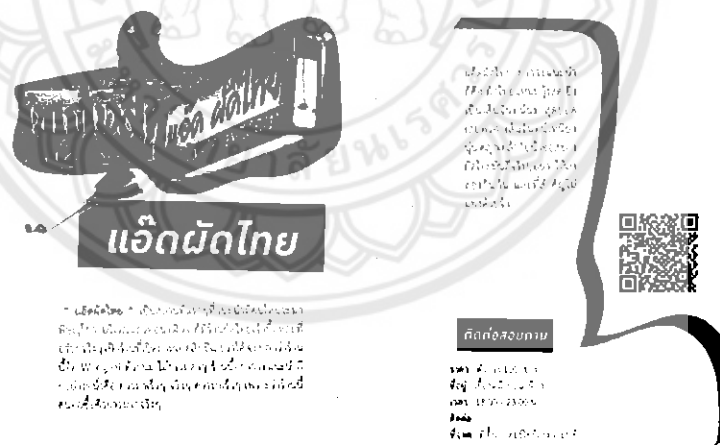
ภาพที่ 121 ภาพออกแบบเลย์เอาต์ยานสถานีรถไฟโดยใช้การวิธีได้คัตและเน้นรูปภาพโฟกัสใกล้  
 อาหารมากที่สุดและใส่ QR Code ข้อมูลลงไป ครั้งที่ 3  
 ที่มา ดร.ลรัตน ดีจ้าง , 2561



ภาพที่ 122 ภาพออกแบบเลย์เอาต์ยานสถานีรถไฟโดยใช้การวิธีได้คัตและเน้นรูปภาพโฟกัสใกล้  
 อาหารมากที่สุดและใส่ QR Code ข้อมูลลงไป ครั้งที่ 3  
 ที่มา ดร.ลรัตน ดีจ้าง , 2561



ภาพที่ 123 ภาพออกแบบเลย์เอาต์ย่านหอนาฬิกาโดยใช้การวิธีโดคัต ครั้งที่ 3  
 ทิมา ดรลรัตน์ ดีจ้าง , 2561



ภาพที่ 124 ภาพออกแบบเลย์เอาต์ย่านหอนาฬิกาโดยใช้การวิธีโดคัตและเน้นรูปภาพไฟกัสใกล้  
 อาหารมากที่สุดและใส่ QR Code ข้อมูลลงไป ครั้งที่ 3  
 ทิมา ดรลรัตน์ ดีจ้าง , 2561

**สาธุเกสรดอกไม้**

สาธุเกสรดอกไม้ (Sakudessorn Dokmai) เป็นดอกไม้ที่หายากและสวยงาม มีถิ่นกำเนิดในภาคเหนือของประเทศไทย โดยเฉพาะในจังหวัดเชียงใหม่ และจังหวัดลำปาง ดอกไม้ชนิดนี้มีความพิเศษตรงที่กลิ่นหอมที่ติดทนนานและสามารถนำมาใช้ทำเทียนหอมได้

เพื่อชมภาพและข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับสาธุเกสรดอกไม้ กรุณาคลิก QR Code ด้านล่าง

**คลิกดูผลงาน**

สาขา ศิลปกรรมศาสตร์  
ชั้นปีที่ 3  
ภาค กศปว. 3  
ชื่อ น. น. น. น. น.  
ชื่อ น. น. น. น. น.




ภาพที่ 125 ภาพออกแบบเลย์เอาต์ย่านหอณาพิกโดยใช้การวิธีไดคัตและเน้นรูปภาพไฟกัสใกล้  
อาหารมากที่สุดและใส่ QR Code ข้อมูลลงไป ครั้งที่ 3  
ที่มา ดรัลรัตน์ ดีจ้าง , 2561



**อีซุนลี**

อีซุนลี (Eesunlee) เป็นขนมไทยโบราณที่มีรสชาติอร่อยและสุขภาพดี มีถิ่นกำเนิดในภาคเหนือของประเทศไทย โดยเฉพาะในจังหวัดเชียงใหม่ และจังหวัดลำปาง ขนมชนิดนี้มีความพิเศษตรงที่กลิ่นหอมที่ติดทนนานและสามารถนำมาใช้ทำเทียนหอมได้

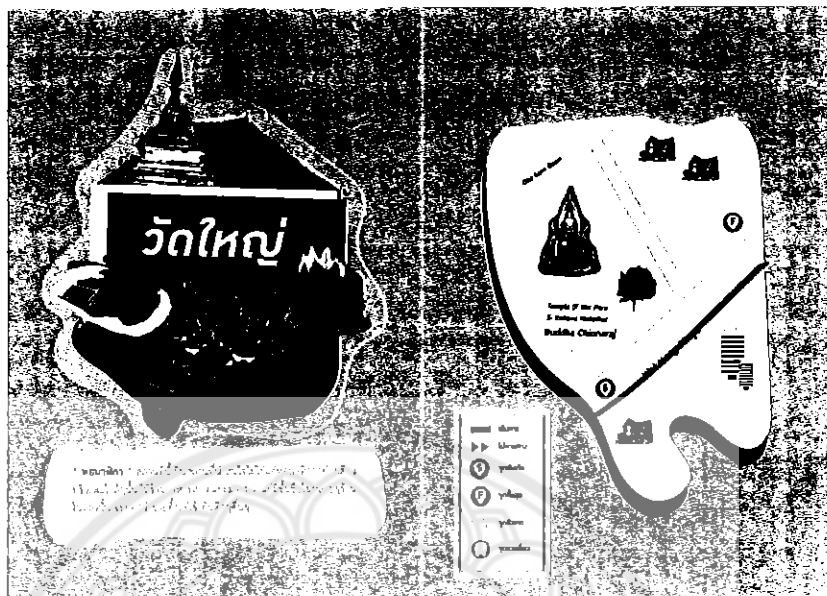
เพื่อชมภาพและข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับอีซุนลี กรุณาคลิก QR Code ด้านล่าง

**คลิกดูผลงาน**

สาขา ศิลปกรรมศาสตร์  
ชั้นปีที่ 3  
ภาค กศปว. 3  
ชื่อ น. น. น. น. น.  
ชื่อ น. น. น. น. น.

ภาพที่ 126 ภาพออกแบบเลย์เอาต์ย่านหอณาพิกโดยใช้การวิธีไดคัตและเน้นรูปภาพไฟกัสใกล้  
อาหารมากที่สุดและใส่ QR Code ข้อมูลลงไป ครั้งที่ 3  
ที่มา ดรัลรัตน์ ดีจ้าง , 2561

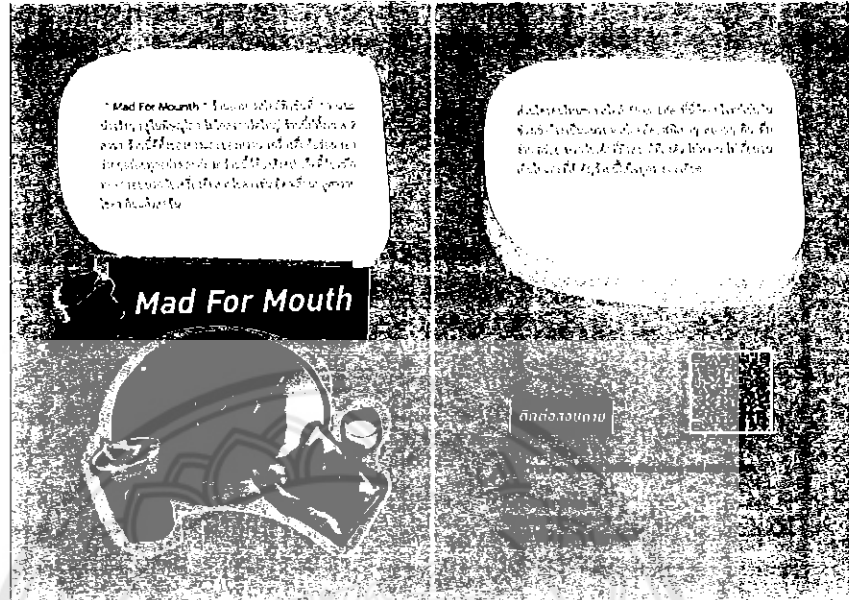


ภาพที่ 127 ภาพออกแบบเลย์เอาต์ย่านวัดใหญ่โดยใช้การวิธีโดคัต ครั้งที่ 3  
 ที่มา ดร.รัตน ดีจ้าง , 2561

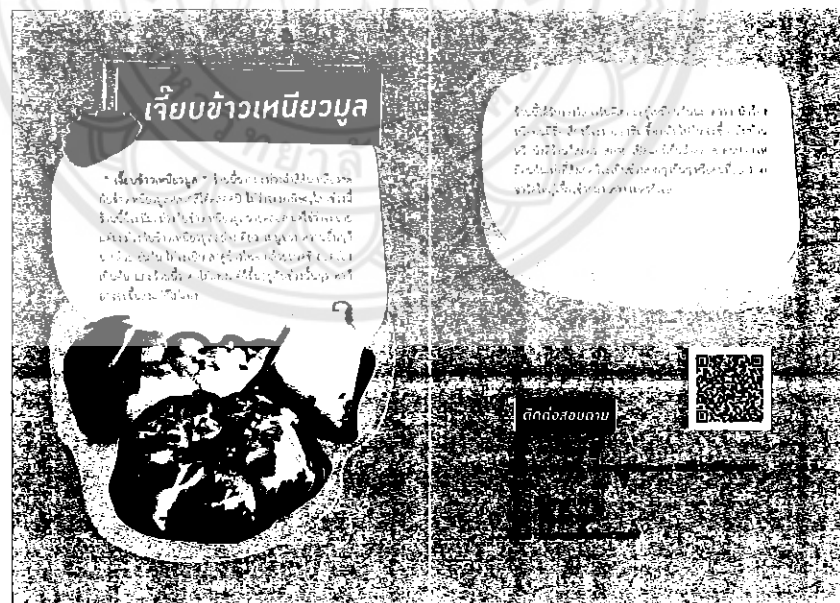


ภาพที่ 128 ภาพออกแบบเลย์เอาต์ย่านหอวัดใหญ่โดยใช้การวิธีโดคัตและเน้นรูปภาพโฟกัสใกล้  
 อาหารมากที่สุดและใส่ QR Code ข้อมูลลงไป ครั้งที่ 3  
 ที่มา ดร.รัตน ดีจ้าง , 2561





ภาพที่ 129 ภาพออกแบบเลย์เอาต์ย่านหอวัดใหญ่โดยใช้การวิธีไดคัทและเน้นรูปภาพไฟกัสใกล้  
อาหารมากที่สุดและใส่ QR Code ข้อมูลลงไป ครั้งที่ 3  
ที่มา ดร.ลรัตน ดีจ้าง , 2561



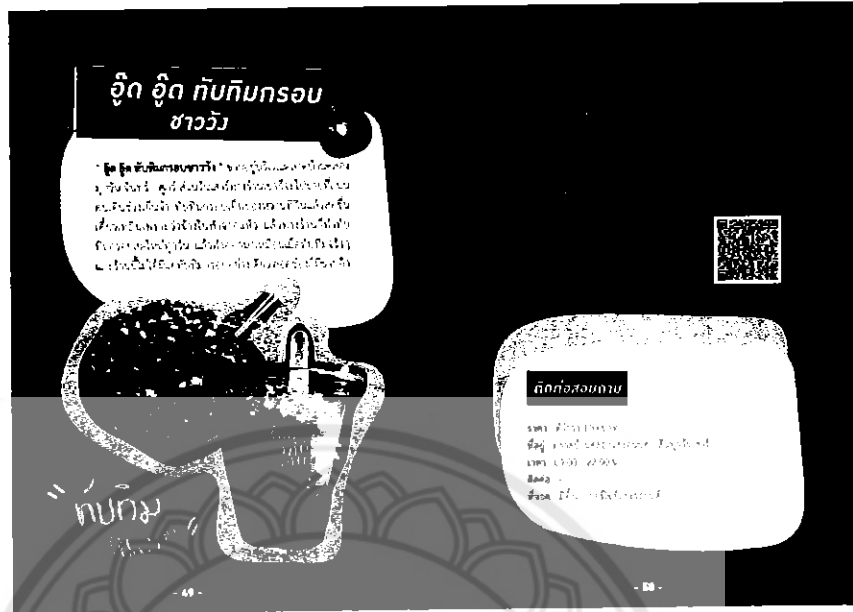
ภาพที่ 130 ภาพออกแบบเลย์เอาต์ย่านหอวัดใหญ่โดยใช้การวิธีไดคัทและเน้นรูปภาพไฟกัสใกล้  
อาหารมากที่สุดและใส่ QR Code ข้อมูลลงไป ครั้งที่ 3  
ที่มา ดร.ลรัตน ดีจ้าง , 2561



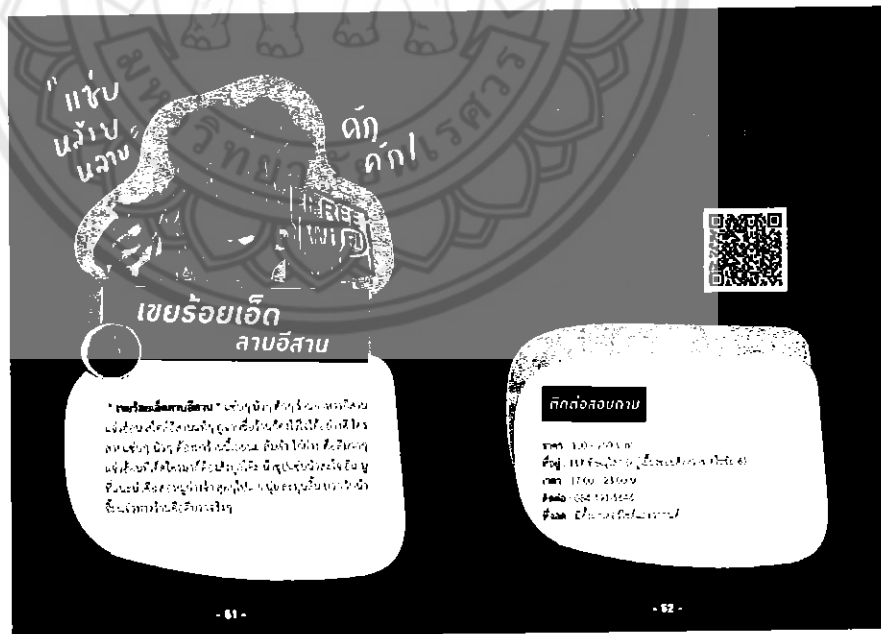
ภาพที่ 131 ภาพออกแบบเลย์เอาต์ย่านบ้านคลองโดยใช้การวิธีใดคัต ครั้งที่ 3  
 ที่มา ดร.ลรัตน ดีจ้าง , 2561



ภาพที่ 132 ภาพออกแบบเลย์เอาต์ย่านบ้านคลองโดยใช้การวิธีใดคัตและเน้นรูปภาพโฟกัสได้  
 อาหารมากที่สุดและใส่ QR Code ข้อมูลลงไป ครั้งที่ 3  
 ที่มา ดร.ลรัตน ดีจ้าง , 2561

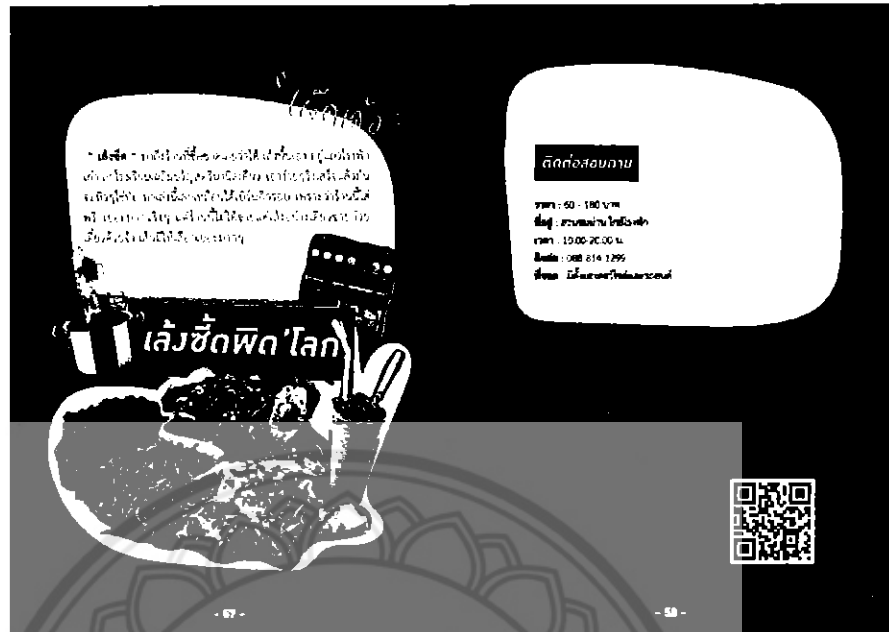


ภาพที่ 133 ภาพออกแบบเลย์เอาต์ย่านบ้านคลองโดยใช้การวิธีใดคัตและเน้นรูปภาพโฟกัสใกล้  
 อาหารมากที่สุดและใส่ QR Code ข้อมูลลงไป ครั้งที่ 3  
 ที่มา ดร.ลรัตน ดีจ้าง , 2561

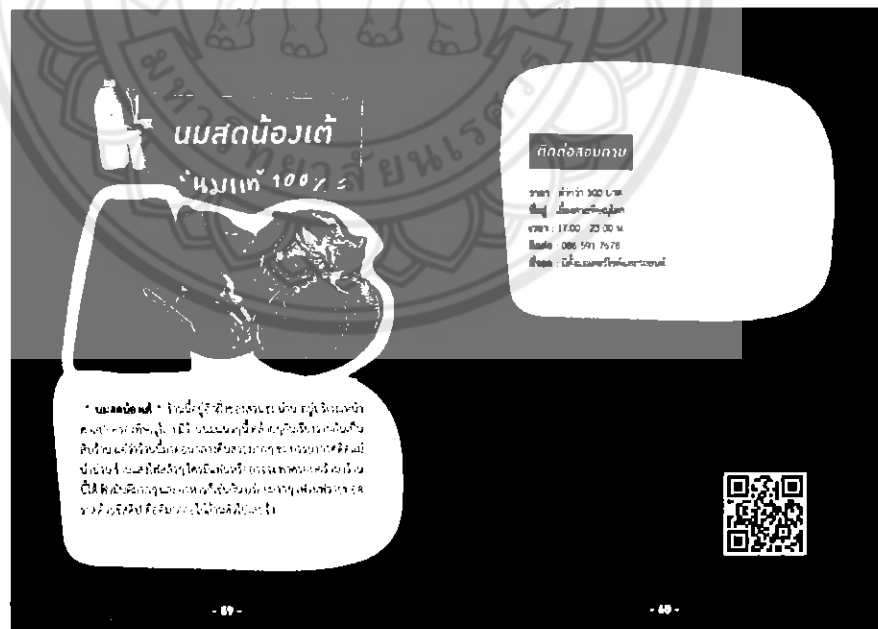


ภาพที่ 134 ภาพออกแบบเลย์เอาต์ย่านบ้านคลองโดยใช้การวิธีใดคัตและเน้นรูปภาพโฟกัสใกล้  
 อาหารมากที่สุดและใส่ QR Code ข้อมูลลงไป ครั้งที่ 3  
 ที่มา ดร.ลรัตน ดีจ้าง , 2561





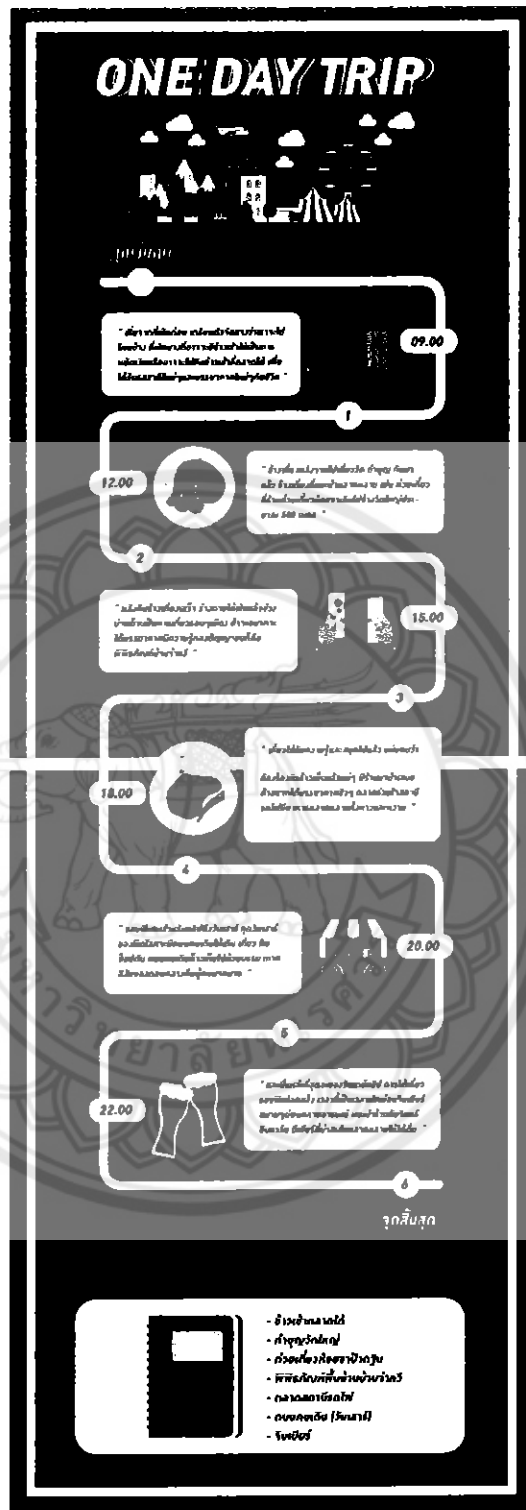
ภาพที่ 137 ภาพออกแบบเลย์เอาต์ย่านสวนสมานน่านโดยใช้การวิธีได้คัดและเน้นรูปภาพไฟกัสดักได้  
 อาหารมากที่สุดและใส่ QR Code ข้อมูลลงไป ครั้งที่ 3  
 ที่มา ดร.รัตน ดีจ้าง , 2561



ภาพที่ 138 ภาพออกแบบเลย์เอาต์ย่านสวนสมานน่านโดยใช้การวิธีได้คัดและเน้นรูปภาพไฟกัสดักได้  
 อาหารมากที่สุดและใส่ QR Code ข้อมูลลงไป ครั้งที่ 3  
 ที่มา ดร.รัตน ดีจ้าง , 2561



ภาพที่ 139 ภาพออกแบบเลย์เอาต์หน้าสุดท้ายรองจากปกหลังของหนังสือจะเป็นการขอบคุณทุก  
คน  
ที่มา ดร.รัตนดีจ้าง , 2561



ภาพที่ 140 ภาพออกแบบเลย์เอาต์อินโฟกราฟิกวันเดย์ทริปโดยใช้กระดาษ A4 ต่อกันยาวลงมา โดยจะใช้อินโฟกราฟิกแบบ Road Map จะเหมือนเส้นทางเดินทางตั้งแต่เช้าจนค่ำ ครั้งที่ 1 ที่มา ดรัลรัตน์ ดีจ้าง , 2560



ภาพที่ 141 ภาพออกแบบเลย์เอาต์อินโฟกราฟิกวันเดย์ทริปโดยใช้กระดาษ A4 จะใช้อินโฟกราฟิกแบบ Road Map จะเหมือนเส้นทางเดินทางตั้งแต่เช้าจนค่ำ ครั้งที่ 2  
ที่มา ดร.รัตนดีจ่าง , 2561



โครงการออกแบบหนังสือคู่มือ  
ท่องเที่ยวทั่วทุกภาค  
- ที่เมืองสองแคว - สำหรับ  
บุคคลอายุ 18 - 25 ปี



และตั้งถิ่นฐานโดยตั้งชุมชน  
โดยรอบวัดเป็นที่ตั้งชุมชน  
โดยรอบวัดเป็นที่ตั้งชุมชน  
โดยรอบวัดเป็นที่ตั้งชุมชน  
โดยรอบวัดเป็นที่ตั้งชุมชน  
โดยรอบวัดเป็นที่ตั้งชุมชน  
โดยรอบวัดเป็นที่ตั้งชุมชน

**TIE  
MEUANG  
KWAE**  
ที่เมืองสองแคว



การบริการของพื้นที่  
ในเขตจังหวัด โดยดำเนินการ  
ภายใต้การดูแลของ  
สำนักงานส่งเสริมการค้า  
ในต่างประเทศ ณ นครเชียงใหม่  
ภายใต้การดำเนินงาน  
ของสำนักงานส่งเสริมการค้า  
ในต่างประเทศ ณ นครเชียงใหม่



QRcode



ภาพที่ 142 ภาพออกแบบเลย์เอาท์โบชัวร์  
ที่มา ดรัลรัตน์ ดีจ้าง , 2561



**1  
DAY  
TRIP**

08.00 - 09.00

บริการรถรับส่งจาก  
สนามบินเชียงใหม่  
สู่เมืองสองแคว  
โดยรถตู้ปรับอากาศ



10.00 - 11.00

บริการรถรับส่งจาก  
เมืองสองแควสู่  
วัดพระธาตุดอยสุเทพ  
โดยรถตู้ปรับอากาศ



บริการรถรับส่งจาก  
เมืองสองแควสู่  
วัดพระธาตุดอยสุเทพ  
โดยรถตู้ปรับอากาศ



12.00 - 14.00

บริการรถรับส่งจาก  
เมืองสองแควสู่  
วัดพระธาตุดอยสุเทพ  
โดยรถตู้ปรับอากาศ

15.00 - 16.00

บริการรถรับส่งจาก  
เมืองสองแควสู่  
วัดพระธาตุดอยสุเทพ  
โดยรถตู้ปรับอากาศ



17.00 - 20.00

บริการรถรับส่งจาก  
เมืองสองแควสู่  
วัดพระธาตุดอยสุเทพ  
โดยรถตู้ปรับอากาศ



ภาพที่ 143 ภาพออกแบบเลย์เอาท์โบชัวร์  
ที่มา ดรัลรัตน์ ดีจ้าง , 2561



GUIDE TRAVEL BOOK OF PHITSANULOK

GUIDE TRAVEL BOOK OF PHITSANULOK - TIE MEUANG SONGKWAE - FOR ADULTS AGE 18-25  
ไกด์ท่องเที่ยวแบบเลี้ยวซ้ายขวาที่จังหวัดพิษณุโลก - ตั้งเมืองสองแคว สำหรับคนอายุ 18 - 25 ปี



ภาพที่ 143 ภาพออกแบบเลย์เอาต์โปสเตอร์  
ที่มา ดร.ลรัตน ดีจ้าง , 2561

## บทที่ 5

### บทสรุป

จากการศึกษาการออกแบบเรื่องการออกแบบหนังสือคู่มือการท่องเที่ยวเรื่อง“ดีเมืองสองแคว” ผู้วิจัยสามารถสรุปการดำเนินการตามหัวข้อต่อไปนี้

#### ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทคู่มือท่องเที่ยว
2. เพื่อพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทคู่มือท่องเที่ยวเมืองพิษณุโลกให้ทันสมัยและสะดวกต่อการใช้งาน
3. เพื่อพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทคู่มือท่องเที่ยวให้มีความน่าสนใจต่อผู้อ่าน

#### สรุปผลการวิจัย

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการสังเกตและจากการสอบถามบุคคลที่ได้อ่านสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือท่องเที่ยวของจังหวัดพิษณุโลก

สรุปได้ว่าโดยส่วนมากผู้ที่ไปท่องเที่ยวพิษณุโลก ที่เป็นจังหวัดภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ส่วนมากจะไม่ค่อยรู้แหล่งท่องเที่ยวอย่างอื่นนอกเหนือจากจุดที่เป็นแลนด์มาร์คของพิษณุโลกหรือนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะไปกัน หรือห้างสรรพสินค้าต่างๆหนังสือเล่มนี้จึงได้ออกแบบขึ้นมาสำหรับการท่องเที่ยวเมืองพิษณุโลกในอีกมุมหนึ่งที่ไม่ใช่ห้างสรรพสินค้า เพื่อตอบเจตน์กับผู้ที่ต้องการการพักผ่อนกับส่วนในเมืองจังหวัดพิษณุโลกหรือต้องไปการท่องเที่ยวพิษณุโลกในอีกมุมหนึ่งดูบ้าง ผู้อ่านจะได้รู้จักกับสถานที่ในอีกมุมหนึ่งที่มีอยู่ในพิษณุโลกและบริเวณรอบๆของย่านทั้งเจ็ดในเมือง และได้ความเพลิดเพลินในการท่องเที่ยวภายในหนึ่งวัน ว่าสามารถไปที่ไหนได้บ้าง ตรงตามจุดประสงค์ของการวิจัย

##### 1.1 ขอบเขตการวิจัย

- การออกแบบสื่อการสอนในรูปแบบหนังสือ เรื่อง “อีกมุมเมือง สำหรับบุคคลอายุ 18 – 25 ปี” ภายใต้การออกแบบหนังสือที่สามารถเข้าใจเนื้อหาได้ชัดเจน
- ศึกษาเรื่องสถานที่ท่องเที่ยว
- อินโฟกราฟิกวันเดย์ทริป ( Infographic One Day Tip )
- QR Code หนังสือขนาด A5 จำนวน 60 หน้า และ Pop Up Infographic
- Poster A3 จำนวน 1 แผ่น และ Brochure จำนวน 10 แผ่น

##### 1.2 ขอบเขตกลุ่มเป้าหมาย

- ศึกษาประชากรกลุ่มเป้าหมายอายุ 18 – 25 ปี ทางกายภาพการพัฒนาของกลุ่มวัยรุ่นและผู้ใหญ่ ทางด้านจิตใจการเรียนรู้ ความชอบ

### 1.3 ขอบเขตการออกแบบ

- หนังสือคู่มือการท่องเที่ยวจังหวัดพิษณุโลก "ดีเมืองสองแคว" สำหรับบุคคลอายุ 18 – 25 ปี
- ขนาดหนังสือ A5 จำนวน 60 หน้า
- Pop Up Infographic
- QR Code

### อภิปรายผล

#### ปัญหาและอุปสรรคในการทำงาน

คู่มือท่องเที่ยวเล่มนี้ขึ้นมาเพื่อให้นักท่องเที่ยวและคนพิษณุโลกได้รู้จักมากขึ้น และหนังสือคู่มือเล่มนี้จะเป็นหนังสือคู่มือที่นำเสนอเรื่องราวสถานที่ท่องเที่ยว วัด ร้านอาหาร เป็นต้น จะมีการนำเสนอในรูปแบบคอลัมน์ต่างๆสมกับการให้ข้อมูลอินโฟกราฟิกซึ่งทำให้เข้าใจง่ายและรวดเร็ว การมีอักษรที่คอยอธิบายประกอบกับภาพประกอบนั้นจะให้เห็นภาพที่ชัดเจนและสื่อความหมายได้ตรงต่อการอ่านกับผู้อ่านได้มากที่สุด

จากการศึกษานั้นปัญหาที่เกิดขึ้นในหลายๆส่วน เริ่มจากการค้นคว้าข้อมูล ข้อมูลค่อนข้างละเอียดและหาได้ยากจากพื้นที่ส่วนนั้นถึงแม้จะมีในอินเทอร์เน็ต จึงต้องศึกษาจากหลายๆสื่อหลายๆชนิด ทั้งหนังสือ อินเทอร์เน็ต และการลงพื้นที่เพื่อไปเก็บข้อมูลเพิ่มเติมและไปถ่ายรูปที่ต่างๆด้วยตนเอง ในการลงพื้นที่มีค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูง เพราะไปทั้งหมดเจ็ดย่านเจ็ดพื้นที่รวมทั้งมดยี่สิบเอ็ดร้านหรือสถานที่ด้วยกัน ถึงแม้จะเป็นพื้นที่บ้านเกิดและพื้นที่ที่คุ้นเคยแต่ก็ใช้เวลาไปแต่ละทีเยอะพอสมควร ส่วนต่อมาในการจัดเลย์เอาท์ให้ลงตัวทั้งเล่ม ค่อนข้างยากพอสมควร และส่วนสุดท้ายก็คือการส่งพิมพ์ ต้องไปคุยกับโรงพิมพ์ด้วยตัวเอง มีการพิมพ์หลายรอบ เพราะบางครั้งเกิดปัญหาเช่น สีเพี้ยน พิมพ์ผิดตกลงไปบ้าง และขอบตก เป็นต้น

#### ข้อเสนอแนะ

ในขั้นตอนของกระบวนการประเมินผลทางการศึกษาได้เป็นไปอย่างถูกต้องตามระบบที่คณะกรรมการได้กำหนดไว้ ซึ่งสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ที่วางเอาไว้ ทั้งนี้เนื่องจากการได้รับข้อเสนอแนะนำอันเป็นประโยชน์จากอาจารย์ที่ปรึกษาที่ได้คอยช่วยเหลืออย่างเต็มที่และสุดความสามารถ การศึกษาสภาพทั่วไปของการออกแบบเรื่องการออกแบบหนังสือคู่มือการท่องเที่ยวพิษณุโลก "ดีเมืองสองแคว" ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

1. ศึกษาข้อมูลจังหวัดพิษณุโลกอย่างละเอียด ค้นหาสถานที่ท่องเที่ยวที่สามารถนำมาเนื้อหาภายในหนังสือภายใต้คอนเซ็ปของงานวิจัย
2. ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยวที่ผู้วิจัยต้องมีการแยกประเภทอย่างละเอียด และสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้จริง

3. ขั้นตอนการพัฒนาารูปแบบ รูปภาพ เลย์เอาต์ ข้อมูลภายในหนังสือนั้นควรให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง เพราะเป็นส่วนสำคัญมากที่สุดของภาคินพณ์ซึ่งจะต้องมีความเพียรพยายาม ความตั้งใจเป็นอย่างมาก

4. ขั้นตอนการดำเนินงาน การวางแผน การถ่ายภาพ องค์ประกอบหนังสือ เป็นการแก้ไข ปัญหาและหาข้อดีและข้อเสียของงานที่จะเกิดขึ้นเพื่อจะได้ย่นระยะเวลาการทำงาน ทั้งเป็นการใส่ใจกับผลงาน

5. การลำดับความสำคัญของงาน จะต้องมีการวางแผนการดำเนินงานทั้งก่อนและหลัง เพื่อให้การทำผลงานประสบความสำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพ

6. การทำวิจัยไม่สามารถทำด้วยตนเองได้ จำเป็นอย่างมากที่ต้องมีคนให้ปรึกษา และให้คำชี้แนะ



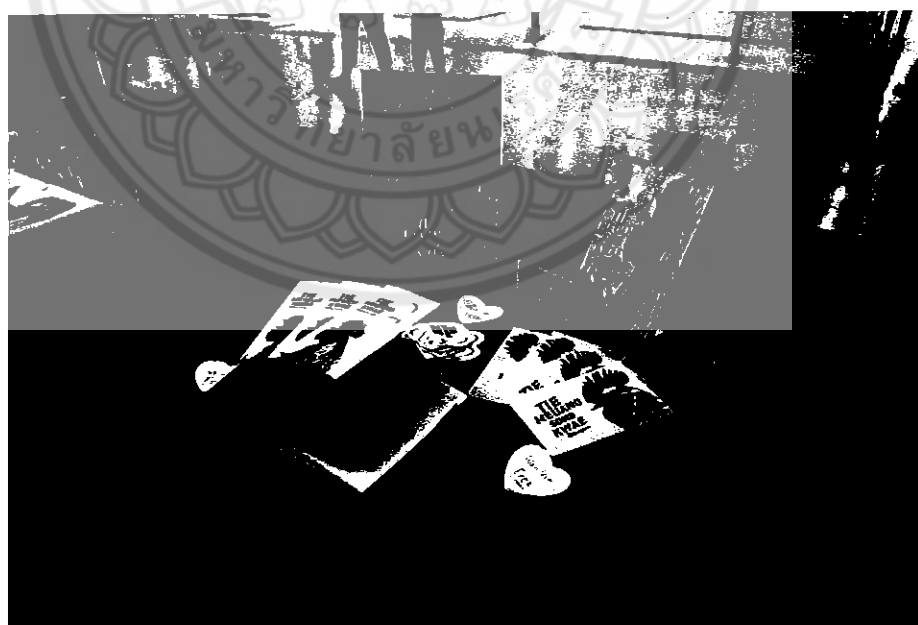
## บรรณานุกรม

- กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2557). ผลการสำรวจสัดส่วนพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดพิษณุโลก ปี 2557 สืบค้นเมื่อ 8 ธันวาคม 2560, จากกรมการท่องเที่ยวกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- <https://th.wikipedia.org/wiki/> (2558). วัดพระศรีรัตนมหาธาตุวรมหาวิหาร สืบค้นเมื่อ 8 ธันวาคม 2560, <https://th.wikipedia.org/wiki/วัดพระศรีรัตนมหาธาตุวรมหาวิหาร>.
- chillpainai.com (2559). ร้านกนกัณฑ์ สืบค้นเมื่อ 8 ธันวาคม 2560, <http://www.chillpainai.com/eat/1480/%E0%B8%A3%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B>.
- facebook.com (2559). ร้าน Made For Mouth สืบค้นเมื่อ 8 ธันวาคม 2560 <https://www.facebook.com/Madeformouthcafeatcontainer/photos/a.1585507758187456>.
- thai.tourismthailand.org (2559). ถนนคนเดิน สืบค้นเมื่อ 8 ธันวาคม 2560, <https://thai.tourismthailand.org/%E0%B8%AA%E0%B8%96%E0%B8%B2%E0%B8>.
- wongnai.com (2559). ตำหลาย สืบค้นเมื่อ 8 ธันวาคม 2560, <https://www.wongnai.com/articles/tumlai-phitsanulok>.
- facebook.com (2559). ร้านโซลซิคเก้น สืบค้นเมื่อ 8 ธันวาคม 2560 [https://www.facebook.com/pg/SeoulChikin/photos/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/pg/SeoulChikin/photos/?ref=page_internal).
- facebook.com (2559). ร้านซินโดรมคาเฟ่ สืบค้นเมื่อ 8 ธันวาคม 2560 <https://www.facebook.com/coffeesyndromecafe/>.
- phitsanulokhotnews.com (2556). ศูนย์การค้าปทุมทอง สืบค้นเมื่อ 8 ธันวาคม 2560 [https://www.phitsanulokhotnews.com/wpcontent/media/2014/03/20140306\\_100604.jpg](https://www.phitsanulokhotnews.com/wpcontent/media/2014/03/20140306_100604.jpg).
- wongnai.com (2557). Sushi Mega สืบค้นเมื่อ 8 ธันวาคม 2560 <https://www.wongnai.com/restaurants/203697LT-sushi-mega->.
- phitsanulokhotnews.com (2557). ร้านเจ็บบลูซันปิ้ง สืบค้นเมื่อ 8 ธันวาคม 2560 <https://www.phitsanulokhotnews.com/2016/09/22/91821>.
- wongnai.com (2557). ร้านปังปังหลังปทุมทอง สืบค้นเมื่อ 8 ธันวาคม 2560 <https://www.wongnai.com/restaurants/186042so%E0%B8%82%E0%B8%99%E0%B>.
- smeleader.com (2559). ร้าน Bakery Mind สืบค้นเมื่อ 8 ธันวาคม 2560 <http://www.smeleader.com/%E0%B9%84%E0%B8%AD%E0%B>
- wongnai.com (2557). ร้าน ตึงเกาหลี่ สืบค้นเมื่อ 8 ธันวาคม 2560 <https://www.wongnai.com/restaurants/275664zO-%E0%B8%95%E0%B8%B4>.





ภาพที่ 144 บูธจัดแสดงผลงาน  
ที่มา : ดรัลรัตน์ ดีจ้าง , 2561



ภาพที่ 145 บูธจัดแสดงผลงาน  
ที่มา : ดรัลรัตน์ ดีจ้าง , 2561





ภาพที่ 146 บูธจัดแสดงผลงาน  
ที่มา : ดรัลรัตน์ ดีจ้าง , 2561



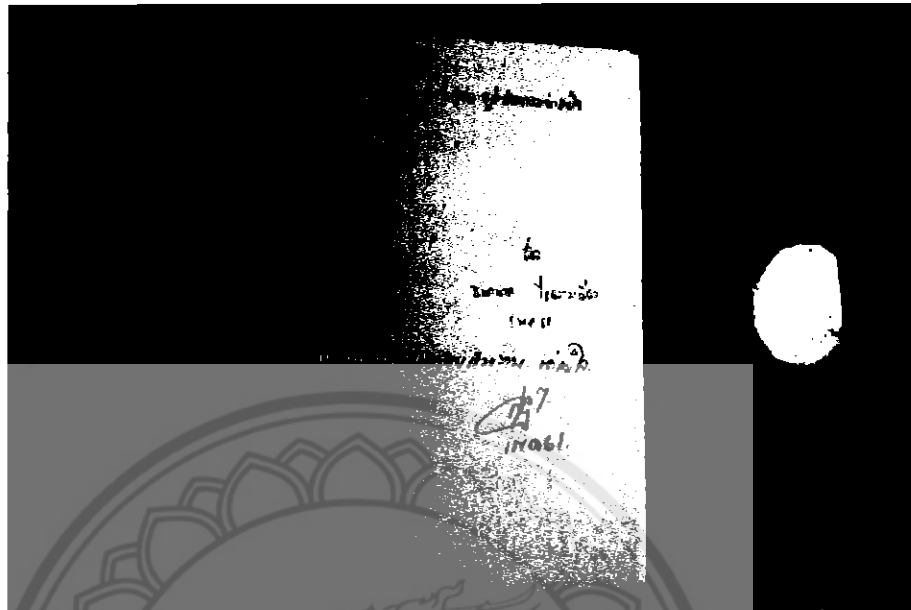
ภาพที่ 147 บูธจัดแสดงผลงาน  
ที่มา : ดรัลรัตน์ ดีจ้าง , 2561



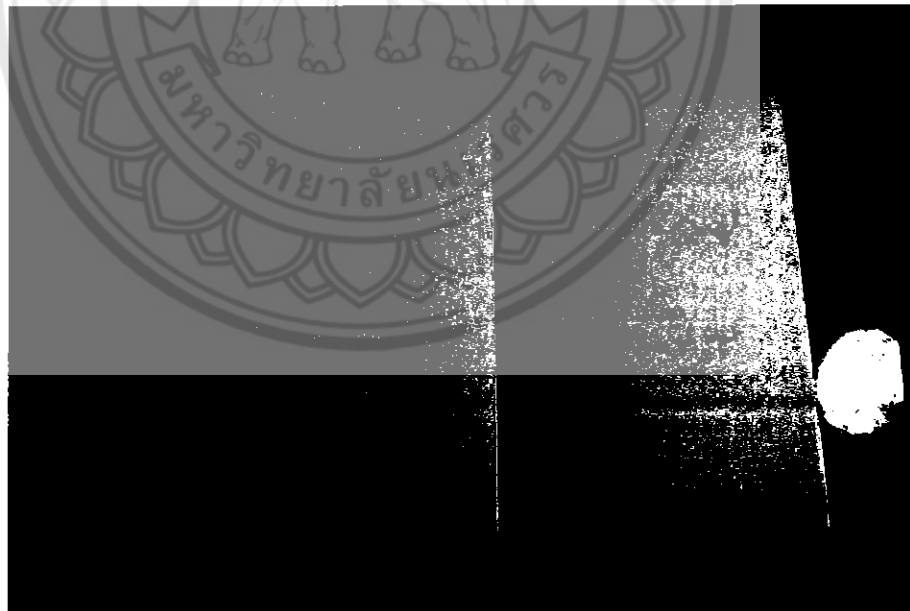
ภาพที่ 148 ผู้เข้าชมผลงาน  
ที่มา : ดรัลรัตน์ ดีจ้าง , 2561



ภาพที่ 149 ผู้เข้าชมผลงาน  
ที่มา : ดรัลรัตน์ ดีจ้าง , 2561



ภาพที่ 150 สมุดแสดงความคิดเห็น  
ที่มา : ดร.ลรัตน ดีจ้าง , 2561



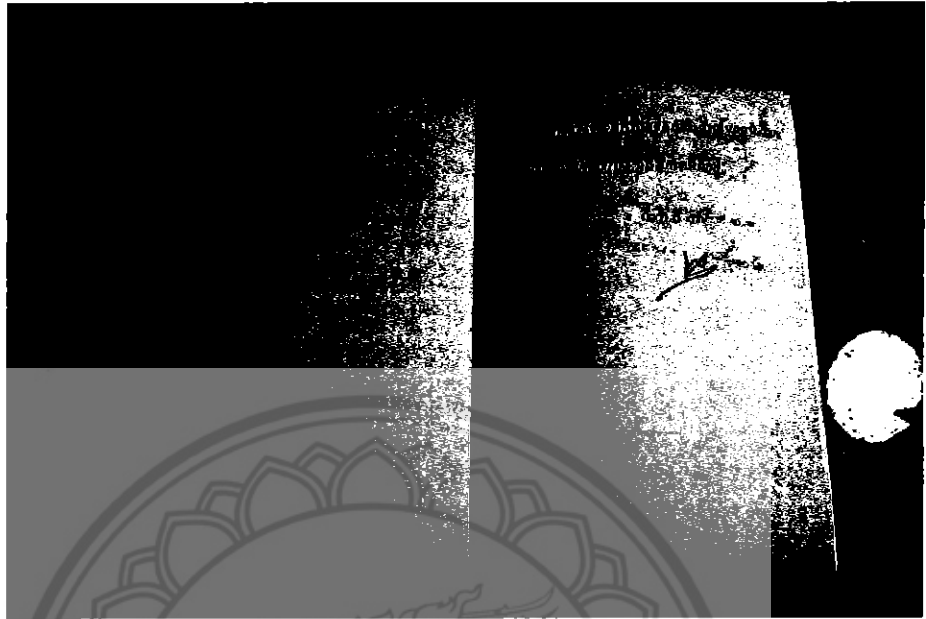
ภาพที่ 151 สมุดแสดงความคิดเห็น  
ที่มา : ดร.ลรัตน ดีจ้าง , 2561



ภาพที่ 152 สมุดแสดงความคิดเห็น  
ที่มา : ดร.ลรัตน์ ดีจ้าง , 2561



ภาพที่ 153 สมุดแสดงความคิดเห็น  
ที่มา : ดร.ลรัตน์ ดีจ้าง , 2561



ภาพที่ 154 สมุดแสดงความคิดเห็น  
ที่มา : ดร.ลรัตน ดีจ้าง , 2561



ภาพที่ 155 สมุดแสดงความคิดเห็น  
ที่มา : ดร.ลรัตน ดีจ้าง , 2561