

## ชื่องานวิจัย(ภาษาไทย)

การพัฒนาตราสัญลักษณ์สำหรับการสื่อสารภาพลักษณ์เพื่อการท่องเที่ยวให้กับตลาดสดเทศบาลตำบลเอราวัณ

## ชื่องานวิจัย(ภาษาอังกฤษ)

The Development of Logo for Image Building's Communication on Tourism at Tambon Erawan Municipality's Fresh Market

## กลุ่มงานวิจัย

- การบริหารจัดการท้องถิ่นแบบมีส่วนร่วม
- การจัดการสวัสดิการสังคมโดยชุมชน
- เกษตรกรรมยั่งยืน
- การเรียนรู้ของเด็กและเยาวชน
- การดูแลสุขภาพชุมชนโดยชุมชน
- การจัดการภัยพิบัติโดยชุมชนท้องถิ่น
- การลงทุนด้านสุขภาพโดยชุมชน

## สาขางานวิจัย

- การศึกษา
- มนุษยศาสตร์และศิลปกรรมศาสตร์
- สังคมศาสตร์ ธุรกิจ และกฎหมาย
- วิทยาศาสตร์
- วิศวกรรมศาสตร์ การผลิต และการก่อสร้าง
- เกษตรศาสตร์
- สุขภาพและสวัสดิการ
- การบริการ
- 

## วัตถุประสงค์

1. ศึกษาเอกลักษณ์ตลาดสดเทศบาลตำบลเอราวัณ จ.กาญจนบุรี
2. สร้างตราสัญลักษณ์สำหรับการสื่อสารภาพลักษณ์เพื่อการท่องเที่ยวให้กับตลาดสดเทศบาลตำบลเอราวัณ

เอราวัณ

## บทคัดย่อ

การพัฒนาตราสัญลักษณ์สำหรับการสื่อสารภาพลักษณ์เพื่อการท่องเที่ยวให้กับตลาดสดเทศบาลตำบลเอราวัณ เป็นโครงการวิจัยที่จัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์คือ เพื่อศึกษาเอกลักษณ์ตลาดสดเทศบาลตำบลเอราวัณ จ.กาญจนบุรี และสร้างตราสัญลักษณ์สำหรับการสื่อสารภาพลักษณ์เพื่อการท่องเที่ยวให้กับตลาดสดเทศบาลตำบลเอราวัณ เพื่อให้การวิจัยครั้งนี้เป็นงานที่มีคุณภาพ สามารถนำไปใช้ปฏิบัติได้จริงและสามารถนำไปต่อยอดเพื่อประโยชน์แก่ชุมชนได้ ผู้วิจัยจึงได้เลือกรูปแบบการเก็บข้อมูลทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ

ประกอบด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้านเอกลักษณ์ตลาดสดเทศบาลตำบลเอราวัณจากกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้บริหาร ได้แก่ ผู้บริหาร ทต.เอราวัณ เจ้าหน้าที่ทางภาครัฐที่ดูแลรับผิดชอบการจัดการตลาดสดเทศบาลตำบลเอราวัณ และกลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้ใช้ตลาด ได้แก่ แม่ค้า ลูกค้าพื้นที่และนักท่องเที่ยวที่มาซื้อสินค้าและบริการในตลาดสดเทศบาลตำบลเอราวัณ ด้วยการสัมภาษณ์และการสนทนากลุ่ม เพื่อเป็นแนวความคิดในการออกแบบตราสัญลักษณ์และดำเนินการออกแบบตราสัญลักษณ์ 2 มิติสำหรับตลาดสดเทศบาลตำบลเอราวัณ จำนวน 6 รูปแบบ นำข้อมูลทีวิเคราะห์ได้และตราสัญลักษณ์ที่ผ่านการออกแบบกลับสู่ชุมชนเพื่อศึกษาระดับการสื่อสารภาพลักษณ์ของตราสัญลักษณ์ที่สร้างขึ้นด้วยแบบสอบถามสำหรับกลุ่มผู้ใช้ตลาด จำนวน 300 คน โดยจะคัดเลือกตราสัญลักษณ์ที่ได้รับความนิยมเห็นการสื่อสารภาพลักษณ์มากที่สุด 3 ลำดับแรก สถิติที่ใช้คือ ค่าร้อยละ (Percentage) ใช้ในการอธิบายข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ค่าเฉลี่ย (Average) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้ในการอธิบายถึงระดับการสื่อสารภาพลักษณ์ของตราสัญลักษณ์ และนำตราสัญลักษณ์ที่ผ่านการคัดเลือกแล้ว ให้กลุ่มผู้บริหาร และตัวแทนผู้ใช้ตลาด ร่วมกันเสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับตราสัญลักษณ์ที่สื่อสารภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ พร้อมทั้งเสนอแนะการปรับปรุงตราสัญลักษณ์ในขั้นตอนสุดท้ายจำนวน 1 รูปแบบ โดยใช้วิธีสนทนากลุ่ม

ผลการวิจัยพบว่า 1) เอกลักษณ์ตลาดสดเทศบาลตำบลเอราวัณ จ.กาญจนบุรี ที่ต้องการสื่อสารผ่านตราสัญลักษณ์ที่สร้างขึ้นใหม่ คือ “การเป็นตลาดสด 3 ดี ได้แก่ สะอาดดี สะดวกดี ราคาดี” 2) ตราสัญลักษณ์สำหรับสื่อสารภาพลักษณ์เพื่อการท่องเที่ยวให้กับตลาดสดเทศบาลตำบลเอราวัณ ได้แก่ตราสัญลักษณ์รูปแบบที่ 2 โดยได้นำรูปแบบตราสัญลักษณ์ที่ได้มาจัดทำคู่มือการใช้ตราสัญลักษณ์ตลาดสดเทศบาลตำบลเอราวัณและนำเสนอต่อหน่วยงานผู้รับผิดชอบและชุมชนเพื่อใช้ในการสื่อสารภาพลักษณ์เพื่อการท่องเที่ยวให้กับตลาดสดเทศบาลตำบลเอราวัณได้ต่อไป

## ผู้วิจัย

อ.อรรถ อารีรอบ

## ผู้เชี่ยวชาญในพื้นที่

1. นายคมสัน ภูรินทร์ นายกเทศมนตรีตำบลเอราวัณ
2. นายทศพล เนตรสุวรรณ รองนายกเทศมนตรีตำบลเอราวัณ
3. นางสาวภัทรรณ เนตรสุวรรณ รองนายกเทศมนตรีตำบลเอราวัณ
4. นายสมบัติ บุรมิ ปลัดเทศบาลตำบลเอราวัณ
5. ประธานกลุ่มผู้ประกอบการ ในตลาดสดเทศบาลตำบลเอราวัณ