

การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการท่องเที่ยวเยาวราชยุคใหม่

ขวัญใจ สุขก้อน¹, วิโรจน์ แก้วกล้าหาญ²

¹สาขาวิชาออกแบบกราฟิกและมัลติมีเดีย คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

²ถนนนาคนิวาส เขตตลาดพร้าว แขวงลาดพร้าว กรุงเทพฯ

Email: khwanchai.su@ssru.ac.th¹, wirotjaonaay@gmail.com²

Received: Apr 20, 2020

Revised: Jun 8, 2020

Accepted: Aug 21, 2020

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการท่องเที่ยวเยาวราชสมัยใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อหาแนวทางในการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวในย่านถนนเยาวราชที่มีเอกลักษณ์และเข้ากับยุคสมัย ซึ่งเยาวราชถือเป็นที่อยู่อาศัยของชาวจีนและชาวไทยเชื้อสายจีนที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย นอกจากแหล่งการค้าที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจแล้ว เยาวราชยังถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นรู้จักทั้งคนไทยและชาวต่างชาติ อีกทั้งได้รับการขนานนามว่าไข่นกทานของเมืองไทย งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยแบบผสม ดำเนินการวิจัยโดยการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มประชากรซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นคนรุ่นใหม่ ช่วงอายุระหว่าง 21-35 ปี จำนวน 100 คน และสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบกราฟิก จำนวน 5 คน

ผลวิจัยจากการเก็บข้อมูลความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวพบว่า 1) เกลักษณ์ภาพของเยาวราชที่นักท่องเที่ยวนึกถึงคือ ตัวอักษรจีน 2) จุดเด่นของเยาวราชที่นักท่องเที่ยวนึกถึงมากที่สุด คือ สตรีทฟู้ด 3) สีแดง คือ สีที่นักท่องเที่ยวนึกถึงเมื่อกล่าวถึงเยาวราช 4) ภาพประกอบจากคอมพิวเตอร์ สามารถดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยวได้มากที่สุด ผลวิจัยเกี่ยวกับองค์ประกอบทางการออกแบบและหลักการในการออกแบบพบว่า 1) โทนสีที่เหมาะสมในการนำไปใช้ออกแบบคือ สีร้อนในโทนแดง 2) รูปแบบกริดในการจัดวางที่เหมาะสม คือ แมนูสคริปต์กริด (Manuscript Grid) 3) ตัวอักษรสำหรับหัวเรื่อง คือ ตัวอักษรไม่มีเชิง (San-serif) 4) ตัวอักษรสำหรับเนื้อความ คือ ตัวอักษรมีเชิง (Serif)

คำสำคัญ : การออกแบบกราฟิก, สื่อสิ่งพิมพ์, เยาวราชยุคใหม่

The design of printed material for modern Chinatown

Khwanchai Sukkon¹, Wiroj Klaeoklahan²

¹Department of Graphic and Multimedia Design,
Faculty of Industrial Technology, Suan Sunandha Rajabhat University

²Nak Niwat Road Ladprao District Bangkok

Email: khwanchai.su@ssru.ac.th¹, wirojjaonaay@gmail.com²

Received: Apr 20, 2020

Revised: Jun 8, 2020

Accepted: Aug 21, 2020

ABSTRACT

This Research aims to find ways to to present information and publicize the Yaowarat community by focusing on print media. Yaowarat is a community of Chinese residents that settled in Thailand and lived until now and it is considered the largest Chinese-Thai habitation in Thailand. Besides, its importance of trade, Yaowarat is also considered as tourist attraction that is known to both Thais and foreigners. It is so call Chinatown of Thailand. This research is a mixed research. Conducting research by collecting data with questionnaires from 100 tourists who are new generation, aged between 21-35 years old and interviewing 5 graphic designers.

The research's results from collecting tourists' opinions are as follows: 1) The visual identity of Yaowarat is Chinese characters. 2) The distinctive point of Yaowarat is Street Food. 3) The color red represents Yaowarat most 3) Digital Illustration can attract most tourists. The results of the research on design elements and design principles revealed that 1) The suitable color scheme for design is warm colors in red tones. 2) The appropriate layout for grids is the Manuscript Grid. 3) The letter for the title is San-serif font. 4) The letter for the body is Serif font

Keywords: Print media, Graphic Design, Modern Chinatown

บทนำ

ถนนเยาวราชเป็นถนนที่สร้างขึ้นในรัชสมัย พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ตามโครงการ ถนนอำเภอสำเพ็งซึ่งเป็นนโยบายสร้างถนนในท้องที่ ที่เจริญแล้วเพื่อส่งเสริมการค้าขาย ทำให้สำเพ็งกลายเป็นย่านการค้าที่เจริญมากแห่งหนึ่ง ซึ่งถนนเยาวราชนั้น ได้รับการตั้งชื่ออย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 28 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2434 ถนนเยาวราชประกอบไปด้วยจุดสำคัญ หลายจุดเช่น วงเวียนโอเดียน, ถนนเจริญกรุง ซึ่งอยู่ใน ท้องที่แขวงสัมพันธวงศ์ เขตสัมพันธวงศ์ ทางทิศตะวันตกเฉียงเหนือของถนนเยาวราชติดกับถนนทรงสวัสดิ์ (สี่แยกเฉลิมบุรี), ถนนราชวงศ์ (สี่แยกราชวงศ์) และ ถนนจักรวรรดิ (สี่แยกวัดตึก) ข้ามคลองรอบกรุง (สะพานกาญจนาภิเษก) เข้าสู่ท้องที่แขวงวังบูรพาภิรมย์ เขตพระนคร สิ้นสุดที่แยกถนนพระพงษ์ตัดกับถนน มหาไชยและถนนจักรเพชร

บริเวณถนนเยาวราชเป็นแหล่งชุมชนชาวจีนและชาวไทยเชื้อสายจีนเป็นจำนวนมาก จัดเป็นย่านธุรกิจ การค้า,การเงิน การธนาคาร, ร้านทอง, ภัตตาคาร ร้านอาหาร, ร้านค้า ฯลฯ รวมทั้งแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ แห่งหนึ่งของกรุงเทพมหานครโดยได้รับการขนานนามว่า เป็น "ไชน่าทาวน์แห่งกรุงเทพมหานคร" จากนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ และถือว่าเป็นไชน่าทาวน์หรือชุมชนชาวจีน ที่ใหญ่ที่สุดแห่งหนึ่งของโลก

ประวัติศาสตร์ที่ยาวนานของถนนเยาวราช จากเป็น พื้นที่ที่ชุมชนชาวจีนและชาวไทยเชื้อสายจีนที่ย้ายรากฐาน มาตั้งหลักแหล่งเพื่อเป็นที่อยู่ทำกิจการค้าขาย จนเกิดเป็น ชุมชนชาวจีนและชาวไทยเชื้อสายจีนขนาดใหญ่ทำให้ ยาวราชมีความน่าสนใจและมีอัตลักษณ์เฉพาะตัว ทั้ง สถานที่ท่องเที่ยว เช่น วัด ศาลเจ้า ตลาด สถาปัตยกรรม ยุคเก่าและยังเป็นย่านที่มีอาหารสตรีทฟู้ดที่ขึ้นชื่ออีกด้วย

จากอดีตถึงปัจจุบัน ย่านเยาวราชมีความเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม มีร้านค้า คาเฟ่ต่าง ๆ เกิดขึ้นมากมาย อีกทั้งแลนด์มาร์คใหม่ ๆ ให้นักท่องเที่ยวพักผ่อนเพื่อ ตระเวนชม รวมทั้งพฤติกรรมการท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวยุคใหม่ ๆ ที่มีลักษณะการค้นหาแหล่ง ท่องเที่ยวตามเทรนด์ หรือแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นกระแส ดังนั้นใน การทำสื่อเพื่อให้ข้อมูลท่องเที่ยวเยาวราชยุคใหม่ นั้นควรมีเนื้อหาหรือข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน และมีการ ออกแบบที่ร่วมสมัย สามารถเข้าถึงและดึงดูดใจต่อ นักท่องเที่ยวยุคใหม่ได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. หาแนวทางในการนำเสนอข้อมูลที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย
2. หาแนวทางในการออกแบบสื่อเพื่อการท่องเที่ยว ย่านเยาวราชที่มีเอกลักษณ์ น่าสนใจ และดึงดูดใจต่อ

กลุ่มเป้าหมาย

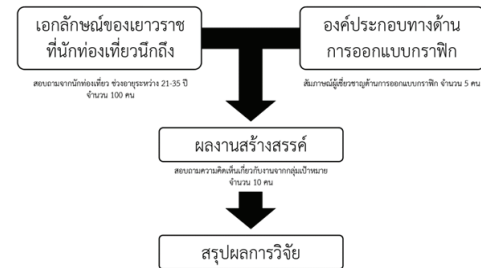
ขอบเขตของการวิจัย

ในงานวิจัยนี้เก็บข้อมูลจากกลุ่มประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ช่วงอายุระหว่างอายุ 21-35 ปี จำนวน 100 คน มีพฤติกรรมชอบการท่องเที่ยว

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ศึกษาข้อมูลทุติยภูมิจากหนังสือ ตำรา สื่อ เว็บไซต์และมัลติมีเดีย รวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. สร้างเครื่องมือวิจัยเป็นแบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลกับกลุ่มเป้าหมาย และแบบสัมภาษณ์ที่จะใช้กับผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบกราฟิก
3. เก็บข้อมูลปฐมภูมิด้วยการใช้แบบสอบถามกับกลุ่มประชากรตัวอย่าง
4. เก็บข้อมูลปฐมภูมิด้วยการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ จำนวน 5 คน
5. วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากกลุ่มเป้าหมาย โดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าร้อยละ (%) และ ค่าเฉลี่ย (Mean) จากการเก็บข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ
6. ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเยาวราชยุคใหม่
7. สอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับผลงานออกแบบกับกลุ่มเป้าหมาย

8. สรุปผลการวิจัย



รูปที่ 1 ภาพแสดงกรอบแนวคิดในการดำเนินงานวิจัย

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยจากการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ส่วน

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับจุดเด่นของเยาวราช และสถานที่ที่กลุ่มเป้าหมายให้ความสนใจ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการหาเอกลักษณ์ทางการมองเห็น (Visual Identity) และข้อมูลเพื่อใช้ในการนำเสนอเนื้อหาที่กลุ่มเป้าหมายให้ความสนใจ ซึ่งจากการเก็บข้อมูลพบว่า

1. เอกลักษณ์ภาพของเยาวราชที่นักท่องเที่ยวนึกถึงมากที่สุด คือ ตัวอักษรจีน คิดเป็นร้อยละ 66, ศาลเจ้า คิดเป็นร้อยละ 42, อาคารและสถาปัตยกรรม คิดเป็น

ร้อยละ 32, สัญลักษณ์มังกร คิดเป็นร้อยละ 20, เทพเจ้า คิดเป็นร้อยละ 18

2. สถานที่และจุดเด่นที่นักท่องเที่ยวมักจะนึกถึง เมื่อพูดถึงเยาวราช อันดับแรก คือ ย่านสตรีทฟู้ดริมถนน เยาวราช คิดเป็นร้อยละ 66 รองลงมา คือ ตึกแถวริม ถนนเยาวราช คิดเป็นร้อยละ 36 ถัดมา คือ ร้านอาหารชื่อดังและตึกแถวถนนพานิช 1 (สำเพ็ง) คิดเป็นร้อยละ 26 คาเฟ่รูปแบบร่วมสมัยไทย-จีนและห้างทองตั้งโต๊ะกัง คิดเป็นร้อยละ 24 ตลาดเล่งบ๊วยเอี้ยะ คิดเป็นร้อยละ 14

3. สีที่เป็นอัตลักษณ์ของเยาวราชที่นักท่องเที่ยว นึกถึงอันดับแรก คือ สีแดง คิดเป็นร้อยละ 76 รองลงมา คือ สีเหลือง คิดเป็นร้อยละ 53 ถัดมาคือ สีแดงอมส้ม สีส้ม สีเหลืองอมส้ม คิดเป็นร้อยละ 32 สีน้ำเงิน สีม่วง สีเขียว คิดเป็นร้อยละ 3

4. ภาพประกอบที่สร้างความน่าสนใจและดึงดูดใจ นักท่องเที่ยวได้ดี อันดับแรก คือ ภาพประกอบจาก คอมพิวเตอร์ คิดเป็นร้อยละ 66 รองลงมา คือ ภาพถ่าย คิดเป็นร้อยละ 20 อันดับสุดท้าย ภาพถ่าย คิดเป็นร้อยละ 14

ส่วนที่ 2 ผลวิจัยที่ได้จากการเก็บข้อมูลจาก ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบกราฟิก เกี่ยวกับองค์ประกอบ ทางการออกแบบที่เหมาะสมเพื่อนำไปใช้ในการออกแบบสื่อ ท่องเที่ยวย่านเยาวราชยุคใหม่ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้หลักสถิติแบบค่าเฉลี่ย (Mean) โดย

มีเกณฑ์การเลือกใช้คำตอบจากข้อที่มีค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 3.5 เป็นต้นไป ได้ผลวิจัยดังนี้

1. บุคลิกภาพของสีในการนำไปใช้ในการออกแบบ ที่เหมาะสม อันดับที่หนึ่ง คือ สีร้อนในโทนแดง (Tasty) คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.4 อันดับที่สอง คือ โทนสีคลาสสิก (Classic) คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.8

2. รูปแบบกริดที่เหมาะสมในการนำไปใช้ในการออกแบบ อันดับที่หนึ่ง คือ เมนูสคริปต์กริด (Manuscript Grid) คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4 อันดับที่สอง คือ โมดูลาร์กริด (Modular Grid) คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.6

3. ตัวอักษรสำหรับหัวเรื่องที่เหมื่อนำมาใช้ในงาน ออกแบบสื่อ อันดับที่หนึ่ง คือ ตัวอักษรแบบไม่มีเชิง (San-serif) คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.4

4. ตัวอักษรสำหรับเนื้อความที่เหมื่อนำมาใช้ใน งานออกแบบ คือ ตัวอักษรแบบมีเชิง (Serif) คิดเป็น ค่าเฉลี่ย 5.6

จากผลวิจัยสามารถสรุปเป็นประเด็นสำคัญ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการออกแบบสื่อท่องเที่ยวเยาวราช ยุคใหม่ได้ว่า ภาพหลัก (Key visual) ที่เบือนองค์ประกอบ ทางการออกแบบเพื่อใช้ในการจัดวางนั้น ควรใช้ตัวอักษร จินที่เป็นเอกลักษณ์ของเยาวราชที่นักท่องเที่ยวนึกถึง มากที่สุดมาใช้เป็นส่วนหนึ่งในการจัดวางองค์ประกอบ ใช้ประเภทของภาพประกอบที่สร้างสรรค์ด้วยคอมพิวเตอร์

ที่เรียกว่า ภาพวาดดิจิทัลเพนท์ (Digital Paint) ใช้รูปแบบเมนูสกริปต์กริด (Manuscript Grid) และ โมดูลาร์กริด (Modular Grid) ในการจัดวาง ใช้ตัวอักษรหัวเรื่องแบบไม่มีเชิง (San serif) และใช้ตัวอักษรมีเชิง (Serif) สำหรับเนื้อความ โดยใช้โทนสีร้อนในโทนแดง (Tasty) และโทนสีคลาสสิก (Classic)

ส่วนเนื้อหาที่ควรนำเสนอเป็นประเด็นที่กลุ่มเป้าหมายให้ความสนใจ ได้แก่ อาหารริมทาง (Street food), ย่านการค้า, วัดและศาลเจ้า, คาเฟ่รูปแบบร่วมสมัยไทย-จีน, อาคารและสถาปัตยกรรมมาใช้เป็นเนื้อหาหลัก

การประยุกต์ใช้ผลวิจัยสู่การออกแบบ

จากการเก็บข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายและผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบ ทำให้ได้ข้อมูลที่นำมาเชื่อถือและนำมาเสนอสามารถนำไปใช้เป็นโจทย์ทางการออกแบบที่สอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย โดยได้นำผลการวิจัยไปใช้ทดลองออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือที่ให้ข้อมูลเชิงท่องเที่ยวเยาวราช มีแนวคิดที่ใช้ในการออกแบบ (Concept) คือ ร่วมสมัย ไซนาทาวน์ เพื่อสื่อเอกลักษณ์หรือจุดเด่นของเยาวราช ทั้งชุมชน ศิลปะ วัฒนธรรม โดยมีเนื้อหาและข้อมูล

ตามที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจ เช่น Street food, ย่านการค้า, วัดและศาลเจ้า, คาเฟ่รูปแบบร่วมสมัยไทย-จีน อาคารและสถาปัตยกรรม กลุ่มเป้าหมาย คือนักท่องเที่ยว อายุระหว่าง 21-35 ปีใช้ Mood & Tone ทางการออกแบบ คือ

Clear / Natural / Chic มีรูปแบบที่สมัยใหม่ เป็นที่น่าสนใจและมีเอกลักษณ์ โดยเลือกใช้อุปกรณ์ประกอบการออกแบบที่สอดคล้องกับผลการวิจัย โดยมีขั้นตอนการออกแบบ ดังนี้

1. ออกแบบภาพประกอบที่กำหนดไว้ตามแนวคิดและจากผลการวิจัย เช่น ใช้ตัวอักษรจีนมาใช้เป็นภาพประกอบและจัดวางร่วมกับตัวอักษรไทยที่ดูร่วมสมัย



รูปที่ 2 แบบร่างภาพประกอบที่ใช้ร่วมกับตัวอักษรไทย

2. ใช้ภาพประกอบเนื้อหาภายในเล่มด้วยภาพดิจิทัลเพนท์ เพื่อให้เกิดความน่าสนใจและดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย



รูปที่ 3 แสดงภาพประกอบภายในหนังสือที่สร้างสรรค์ด้วยเทคนิคดิจิทัลเพนท์ (Digital Painting)

2. ในส่วนของการออกแบบและจัดวาง ใช้วิธีการจัดวางองค์ประกอบภาพที่น่าสนใจ ที่มีสไตล์ เหมาะสมกับความเป็นสมัยใหม่ของเยาวราช แต่คงความเป็นเอกลักษณ์ของสถานที่ที่จะนำเสนอไว้ในงานออกแบบ ใช้รูปแบบเมนูสคริปต์กริด (Manuscript Grid) และ โมดูลาร์กริด (Modular Grid) ในการจัดวาง ใช้ตัวอักษรหัวเรื่องแบบไม่มีเชิง (San-serif) และใช้ตัวอักษรมีเชิง (Serif) สำหรับเนื้อความ โดยใช้โทนสีร้อนในโทนแดง (Tasty) และโทนสีคลาสสิก (Classic) นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับ

สตรีทฟู้ด, ย่านการค้า, วัดและศาลเจ้า, คาเฟ่รูปแบบร่วมสมัยไทย-จีน, อาคารและสถาปัตยกรรม



รูปที่ 4 แสดงภาพรวมของการใช้องค์ประกอบทางการออกแบบและการจัดวาง รวมทั้งเนื้อหาภายในเล่ม

สรุปและอภิปรายผล

ก่อนการสรุปและอภิปรายผลการวิจัย ได้มีการทดสอบใช้สื่อต่อกลุ่มเป้าหมายด้วยวิธีการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักท่องเที่ยว หรือผู้ที่เคยเยี่ยมชมเยาวราช จำนวน 10 คน พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ 8 คนชื่นชอบผลงานออกแบบ และคิดว่ารูปแบบของกราฟิกสามารถแสดงความเป็นเยาวราชได้ดี เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีรูปแบบสมัยใหม่ สีสันสดใส เรียบง่าย อีกทั้งยังมีรูปแบบที่แตกต่างจากหนังสือท่องเที่ยวทั่วไปที่มีจำหน่ายตามท้องตลาด เรื่องของภาพประกอบที่สะดุดตาช่วยให้เกิดความน่าสนใจและทำให้เกิดความต้องการติดตามเนื้อหา กลุ่มเป้าหมายให้ความเห็นเกี่ยวกับสิ่งที่ควรปรับปรุงคืออยากให้ภาพประกอบที่เป็นลักษณะที่เป็นภาพถ่ายเข้ามาใช้ในงานด้วย เพราะจะทำให้ได้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับสถานที่นั้น ๆ ได้ละเอียดมากยิ่งขึ้น และผู้ให้สัมภาษณ์บางคนไม่ชอบหนังสือที่มีเนื้อหาที่มีตัวหนังสือเยอะเกินไป

จากผลการวิจัยที่ได้ยังสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการออกแบบสื่อประเภทอื่น ๆ ได้อีก ยกตัวอย่างเช่น แผ่นพับหนังสือดิจิทัล ดิจิทัลแบนเนอร์ สื่อโฆษณาออนไลน์ ดังจะเห็นได้จากภาพรวมของตัวอย่างสื่อต่าง ๆ ดังภาพที่ 4



รูปที่ 5 แสดงภาพการประยุกต์ใช้ผลวิจัยสู่การออกแบบสื่อต่าง ๆ

References

- Charoen Tanmahapran,. "Real Fan in Yaowarat".
Real fan 2003.
- Prachid Tinbut. (1996). Graphic design. Bangkok :
O. Printing House
- Araya Srikalayanabutr (2007). Publications Design.
Bangkok: Viscom Center.
- Van Roy, Edward. Sampheng: Bangkok's Chinatown
Inside Out. Bangkok: Asian Studies
Institute of Chulalongkorn University, 2007

Wikipedia Yaowarat. (2561) History, Retrieved
22 September 2018 from
[https://en.wikipedia.org/wiki/Yaowarat Road](https://en.wikipedia.org/wiki/Yaowarat_Road),
Department of Educational Technology,
University

Ramkhamhaeng. (2013) Primary color and cycle.
Retrieved October 9, 2018 from
<https://krittayakorn.wordpress.com/>