

การวิเคราะห์ การพัฒนา และการประเมินผลการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์
เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช

ANALYSIS, DEVELOPMENT AND EVALUATION OF THE DESIGN OF PRINT MEDIA
USED IN PROMOTING THE TOURISM OF NAKHON SI THAMMARAT PROVINCE



การวิเคราะห์ การพัฒนา และการประเมินผลการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์
เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช

ANALYSIS, DEVELOPMENT AND EVALUATION OF THE DESIGN OF PRINT MEDIA
USED IN PROMOTING THE TOURISM OF NAKHON SI THAMMARAT PROVINCE



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ปีการศึกษา 2556



©2557

กนกวรรณ เข้มในงาน

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

เรื่อง การวิเคราะห์ การพัฒนา และการประเมินผลการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์
การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช

ผู้วิจัย กนกวรรณ เข้ม้งาน

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มัลลิกา ผลอนันต์)

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พรรณี วิรุณานนท์)

ผู้แทนบัณฑิตวิทยาลัย

(ดร.ปฐมมา สตะเวทิน)

ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

(รองศาสตราจารย์ ดร.พีระ จิโรโสภณ)

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิวพร หวังพิพัฒน์วงศ์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 25 เดือน สิงหาคม พ.ศ. 2557

กนกวรรณ เข้ม้งาน. ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต, เมษายน 2557, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

การวิเคราะห์ การพัฒนา และการประเมินผลการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การ
ท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช (148 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ร้อยตำรวจเอกหญิง ดร.มัลลิกา ผลอนันต์

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาและวิเคราะห์การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราชที่มีอยู่ในปัจจุบัน 2) เพื่อพัฒนาการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราชขึ้นมาใหม่ และ 3) เพื่อประเมินผลการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราชที่ออกแบบใหม่

รูปแบบการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีการแบ่งการวิจัยออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราชตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545-2555 โดยใช้การจัดกลุ่มสนทนาในการเก็บรวบรวมข้อมูล มีผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวนทั้งหมด 8 คน ประกอบด้วย ผู้เชี่ยวชาญทางด้านออกแบบจำนวน 4 คน และนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 4 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหาและสรุปหาแนวทางในการพัฒนาการออกแบบ รวมถึงออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราชขึ้นมาใหม่ และส่วนที่ 2 การประเมินผลการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชที่ออกแบบขึ้นมาใหม่ โดยใช้การสัมภาษณ์รายบุคคลในการเก็บรวบรวมข้อมูล มีผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวนทั้งหมด 15 คน ประกอบด้วย ผู้เชี่ยวชาญทางด้านออกแบบจำนวน 5 คน และนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 10 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงพรรณนา และนำข้อมูลที่ได้จากการแยกประเด็นต่าง ๆ โดยเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์แต่ละคน และเชื่อมโยงความคิดเห็นเข้ากัน

ผลการวิจัย ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราชตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545-2555 โดยวิเคราะห์จากหลักการออกแบบพบว่า 1) สื่อสิ่งพิมพ์ที่ทำการออกแบบใหม่ ควรเน้นสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญโดยเฉพาะวัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร 2) ขนาดของสื่อสิ่งพิมพ์ควรมีขนาดกะทัดรัดและสามารถพกพาได้สะดวก โดยมีขนาดประมาณ ความยาว 14.8 เซนติเมตร ความกว้าง 10.5 เซนติเมตร 3) การจัดวางองค์ประกอบของหน้าปกควรใช้ภาพถ่ายวัดพระมหาธาตุวรมหาวิหารเป็นองค์ประกอบหลัก 4) ขนาดของตัวอักษร

ควรมีขนาดประมาณ 14-16 พ้อยท์ (Point) รูปแบบตัวอักษรของหัวข้อและเนื้อหาควรมีความแตกต่างกัน 5) การจัดวางภาพถ่ายควรมีการจัดวางให้แปลกใหม่และเปลี่ยนมุมมองของภาพถ่ายให้ดูแปลกตา และ 6) การเลือกใช้สีควรใช้สีที่มีความสดใสและหลากหลายเพื่อสร้างความน่าสนใจแก่ผู้อ่าน

ผลการวิจัย ส่วนที่ 2 การประเมินผลการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชที่ออกแบบขึ้นมาใหม่ โดยประเมินผลจากประสิทธิผลของการออกแบบและแบบจำลองกระบวนการตอบสนองต่อสื่อ (AIDA Model) พบว่า ประสิทธิผลของการออกแบบ 1) ด้านการตอบสนองประโยชน์ใช้สอย ขนาดรูปเล่มกะทัดรัดและสามารถพกพาได้สะดวก ขนาดและรูปแบบตัวอักษรมีความชัดเจน การจัดวางภาพถ่ายมีความเหมาะสมและมีเอกลักษณ์ 2) ด้านความสวยงามพึงพอใจ การออกแบบและการจัดองค์ประกอบมีความเหมาะสมสามารถอ่านได้ทุกเพศทุกวัย มีความแปลกใหม่และทันสมัย การเลือกใช้สีและลายกราฟิกสามารถสร้างความน่าสนใจแก่ผู้อ่าน 3) ด้านการสื่อความหมาย การจัดแบ่งข้อมูลมีความน่าสนใจและเหมาะสมกับการประชาสัมพันธ์ดี มีการแบ่งเป็นหมวดหมู่ประเภทของสถานที่ท่องเที่ยวและมีภาพถ่ายครบถ้วน ภาพถ่ายสามารถสื่อถึงสถานที่ท่องเที่ยวได้อย่างชัดเจน ส่วนผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแบบจำลองกระบวนการตอบสนองต่อสื่อ (AIDA Model) 1) ด้านการดึงดูดความสนใจ หน้าปกมีการออกแบบที่ทันสมัย ขนาดของรูปเล่มที่มีขนาดเล็กกะทัดรัด การจัดวางรูปร่าง (Layout) และการเลือกใช้โทนสีที่สดใสทำให้มีความแตกต่างจากหนังสือท่องเที่ยวทั่วไป 2) ด้านการสนใจติดตาม มีการออกแบบที่แปลกใหม่และมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ภายในเล่มมีการรวบรวมข้อมูลของสถานที่ท่องเที่ยวและภาพถ่ายไว้อย่างชัดเจน 3) ด้านการกระตุ้นให้เกิดความต้องการ การแบ่งประเภทของสถานที่ท่องเที่ยวมีความชัดเจนและสามารถทำให้รู้จักจังหวัดนครศรีธรรมราชมากขึ้น โดยรวมมีความพึงพอใจต่อสื่อสิ่งพิมพ์นี้ 4) ด้านการก่อให้เกิดการกระทำ สามารถช่วยกระตุ้นให้เกิดความต้องการอยากเดินทางมาท่องเที่ยวได้ค่อนข้างมาก และทำให้รู้จักจังหวัดนครศรีธรรมราชว่าเป็นจังหวัดที่มีสถานที่ท่องเที่ยวหลากหลายและครบทุกรูปแบบ

อนุมัติ:



อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

Khamenngan, Kanokwan. M.Com.Arts, April 2014, Graduate School, Bangkok University.

Analysis, Development and Evaluation of the Design of Print Media Used in Promoting the Tourism of Nakhon Si Thammarat Province (148 pp.)

Advisor: Asst.Prof.Mallika Polanan,Ph.D.

ABSTRACT

The primary objectives of this research are: 1) to analyze the design of print media used in promoting the tourism of Nakhon Si Thammarat province in the present, 2) to develop the design of print media used in promoting the tourism of Nakhon Si Thammarat province and 3) to evaluate the development print media design used in promoting tourism of Nakhon Si Thammarat province.

This research is structured qualitatively and divided into 2 areas. 1) The analysis of the design of print media that has been used to promote the tourism of Nakhon Si Thammarat province during 2002 to 2012. A method of gathering data is a focus group interview of eight participants 4 people from academic and corporate graphic design profession and another 4 people are local Thai tourists. The research is conducted through content analysis aiming to find the guidelines for the development and new design of the print media to be used in promoting the tourism of Nakhon Si Thammarat province. 2) The evaluation of the new design of print media used to promote tourism of Nakhon Si Thammarat province. The data is collected through an individual interview with 15 participants including five print design professionals and ten local Thai tourists. The data is summarized by using descriptive analysis. Interviewees' comments and reports are categorized and compared to identify varied perspectives as well as to find correlation among them.

The results of the analysis of print media design used in promoting the tourism of Nakhon Si Thammarat province from 2002 to 2012 are as follows:

1) the new design of print media should focus more on, especially Wat Mahathat Woramahawihan, 2) the size of the print media should be portable, easy to carry, with the dimension 14.8 X 10.5 cm, 3) the image of Wat Mahathat Woramahawihan

should be on the cover of the print media, 4) the font size should be in between 14-16 point with a variation of styles, 5) image layout variations are highly recommended, and 6) bright color is almost always preferable to make the design stands out.

Based on the AIDA Model, the results of the evaluation of print media design used in promoting the tourism of Nakhon Si Thammarat province are as follows:

1) the recommended size for the printed design is very practical and easy to carry around. The font size is appropriate. The image layout is creative and catchy, 2) remarkably designed and practically sized, it is easy to read for everyone. In addition, well-chosen color and graphic design are part of the success, and 3) communicating messages are well defined and concise, just enough to reach out the message to the audience. Proper categorization of content allows readers to easily find useful information. Photo images of attractions and places of interest are attached to support a description of the content as everybody knows pictures say it all. Moreover, AIDA Model captures the essence of 1) Attention meaning the front cover page's design is appealing, the size is perfect for everyday use as well as the layout, and the brighter color makes the book more attractive and truly distinctive from the others. 2) Interest employs innovative design including pictures of attractions. 3) Desire is derived from proper categorization of content; people, readers, are satisfied and get to know more about Nakhon Si Thammarat. 4) Action stimulates readers to take action towards booking a trip to visit the city, so that Nakhon Si Thammarat will soon become the epicenter of trades and national economic growth of Southern Thailand.

Approved: _____

Thesis Advisor

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สามารถสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ร้อยตำรวจเอกหญิง ดร.มัลลิกา ผลอนันต์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ซึ่งท่านได้กรุณาสละเวลาให้คำปรึกษา คำแนะนำต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ และคอยตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ รวมทั้งการเอาใจใส่ในทุกรายละเอียดของการทำวิจัยครั้งนี้เป็นอย่างดีมาตลอด นอกจากนี้ขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พรรณี วิรุณานนท์ อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม ซึ่งท่านคอยให้คำชี้แนะ คำปรึกษาและคำแนะนำที่เป็นประโยชน์ในการวิจัยครั้งนี้เป็นอย่างดี รวมถึงขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.รชขพร โกมลเสวิน ที่ท่านคอยชี้แนะแนวทางในการทำวิทยานิพนธ์และให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ต่อการทำวิจัย

ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.บุญเลิศ ศุภติติก และรองศาสตราจารย์ ดร.พีระจิรโสภณ กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ที่ท่านให้ความกรุณาชี้แนะให้คำแนะนำและข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการทำวิจัย

ขอกราบขอบพระคุณพ่อ คุณแม่ น้า น้องสาว และทุก ๆ คนในครอบครัว รวมถึงคนพิเศษ เป็นอย่างสูงที่คอยให้ความเกื้อกูลและส่งเสริมสนับสนุนในการทำวิจัย คอยให้กำลังใจด้วยความรักและความหวังใฝ่อย่างเสมอมา

ขอขอบพระคุณการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานนครศรีธรรมราช ที่เอื้อเพื่อข้อมูลการท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งเป็นประโยชน์ในการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นอย่างยิ่ง

ขอขอบพระคุณนายแพทย์ รังสิต ทองสมัคร ที่เอื้อเพื่อภาพถ่ายสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งเป็นประโยชน์ในการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นอย่างยิ่ง

ขอขอบคุณมิตรภาพจากเพื่อน ๆ พี่ ๆ ปริญญาโทคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพที่คอยหวังใฝ่ ให้คำปรึกษาและให้กำลังใจซึ่งกันและกัน คอยไถ่ถามความคืบหน้าของวิทยานิพนธ์ และเป็นแรงกระตุ้นในการทำวิทยานิพนธ์ให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยกัน นอกจากนี้ขอขอบคุณเพื่อน ๆ ที่จังหวัดนครศรีธรรมราชที่คอยให้กำลังใจและอำนวยความสะดวกในการหาข้อมูลสำหรับการทำวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้

กนกวรรณ เข้มนางาน

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
กิตติกรรมประกาศ	ช
สารบัญตาราง	ฎ
สารบัญภาพ	ฐ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของงานวิจัย	4
ขอบเขตของงานวิจัย	4
ปัญหาคำถามวิจัย	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
คำนิยามศัพท์เฉพาะ	5
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	8
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสาร	10
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการโน้มน้าวใจ	12
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์	14
แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์	20
แบบจำลองกระบวนการตอบสนองต่อสื่อ (AIDA Model)	33
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	36
กรอบแนวคิดของงานวิจัย	41
บทที่ 3 วิธีการดำเนินงานวิจัย	42
ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์	42
การท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราชตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545-2555	
ผู้ให้ข้อมูลหลัก	42
ประเด็นที่ศึกษา	43

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 (ต่อ) วิธีการดำเนินงานวิจัย	
เครื่องมือในการเก็บข้อมูล	43
การเก็บข้อมูล	43
การวิเคราะห์ข้อมูล	43
ส่วนที่ 2 การประเมินผลการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์	44
การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชที่ออกแบบขึ้นมาใหม่	
ผู้ให้ข้อมูลหลัก	44
ประเด็นที่ศึกษา	44
เครื่องมือในการเก็บข้อมูล	45
การเก็บข้อมูล	45
การวิเคราะห์ข้อมูล	45
บทที่ 4 ผลการวิจัย สรุปผล และอภิปรายผล	46
ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์	46
การท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราชตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545-2555	
ผลการวิจัยและสรุปผล	46
อภิปรายผล	54
บทที่ 5 ผลงานการออกแบบ	62
บทที่ 6 ผลการวิจัย	93
ส่วนที่ 2 การประเมินผลการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์	93
การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชที่ออกแบบขึ้นมาใหม่	
ผลการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญทางการออกแบบ	93
ผลการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวไทย	99
บทที่ 7 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	107
ส่วนที่ 2 การประเมินผลการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์	108
การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชที่ออกแบบขึ้นมาใหม่	
สรุปผลการวิจัย	108
อภิปรายผล	113

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 7 (ต่อ) สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
ข้อเสนอแนะเพื่อการนำไปใช้	120
ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย	120
บรรณานุกรม	122
ภาคผนวก ก แนวคำถามและรายชื่อผู้เข้าร่วมการจัดกลุ่มสนทนา	125
ภาคผนวก ข แนวคำถามและรายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์รายบุคคล	129
ภาคผนวก ค ข้อมูลเกี่ยวกับจังหวัดนครศรีธรรมราช	134
ประวัติเจ้าของผลงาน	148
ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิ์ในวิทยานิพนธ์	



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1: ตัวแบบแสดงการสื่อสาร 5 ตัวแบบ โดยจำแนกตามกระบวนการตอบสนอง	34
ตารางที่ 2: ทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค	35
ตารางที่ 3: สรุปแนวทางในการพัฒนาการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช	60
ตารางที่ 4: ผลงานการออกแบบจากการสรุปผลการวิจัยเพื่อหาแนวทางในการพัฒนา การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว จังหวัดนครศรีธรรมราชขึ้นมาใหม่	91



สารบัญภาพ (ต่อ)

	หน้า
ภาพที่ 28: สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช หน้าที่ 25	87
ภาพที่ 29: สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช หน้าที่ 26	88
ภาพที่ 30: สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช หน้าที่ 27	89
ภาพที่ 31: ปกหลังสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช	90



บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวนับเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่ประกอบด้วยธุรกิจหลายประเภทด้วยกัน แต่ในช่วงที่ผ่านมาภาคการท่องเที่ยวได้รับผลกระทบจากปัจจัยต่าง ๆ ทั้งภาวะวิกฤตเศรษฐกิจโลก ปัญหาความไม่สงบทางการเมือง และการแพร่ระบาดของโรคต่าง ๆ ดังนั้น รัฐบาลจึงให้ความสำคัญกับภาคการท่องเที่ยวโดยมีมติเมื่อวันที่ 17 เมษายน พ.ศ. 2552 ประกาศให้การท่องเที่ยวเป็นวาระแห่งชาติ และได้จัดทำแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว (สำนักงานการท่องเที่ยวและการกีฬาจังหวัด, 2552) โดยมีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และการส่งเสริมรูปแบบการท่องเที่ยวให้มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น รวมถึงการปรับกลยุทธ์เพื่อมุ่งเน้นนักท่องเที่ยวจากเดิมที่เป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นการครอบคลุมนักท่องเที่ยวชาวไทยด้วย เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศให้เพิ่มมากขึ้น รวมถึงลดการท่องเที่ยวต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทยอีกด้วย

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีความอุดมสมบูรณ์ทางด้านทรัพยากรธรรมชาติ และเป็นสถานที่ที่มีเรื่องราวทางประวัติศาสตร์อันยาวนาน จึงทำให้มีความหลากหลายทั้งทางด้านแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและแหล่งรวมศิลปวัฒนธรรม ประเพณีที่งดงามกระจายไปทั่วทุกภูมิภาค ตั้งแต่ภาคเหนือซึ่งเป็นดินแดนที่อุดมไปด้วยผืนป่าและเทือกเขาที่ทอดยาว เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีสถาปัตยกรรม ประเพณีและวัฒนธรรมมากมาย ภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นดินแดนที่มีโบราณสถานเก่าแก่และงดงามบ่งบอกถึงเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ ภาคตะวันออกเป็นดินแดนที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย ทั้งหมู่เกาะ ทะเล น้ำตก และโบราณสถานต่าง ๆ ภาคกลางเป็นดินแดนที่เป็นศูนย์กลางของประเทศ มีสถาปัตยกรรมและโบราณสถานที่ยิ่งใหญ่บ่งบอกเล่าเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ รวมถึงเป็นแหล่งของสถานท่องเที่ยวยามราตรี และภาคใต้เป็นดินแดนแห่งท้องทะเลและชายหาดที่สวยงาม ประกอบกับความอุดมสมบูรณ์ของป่าไม้ รวมถึงความมีเอกลักษณ์ทางด้านศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น จะเห็นได้ว่าประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลายและน่าสนใจอยู่ทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ เมื่อผนวกเข้ากับโครงการของทางรัฐบาลที่ช่วยส่งเสริมและกระตุ้นการท่องเที่ยวภายในประเทศ อาทิเช่น โครงการเที่ยวไทยครีกครั้น โครงการเศรษฐกิจไทยคึกคัก จึงทำให้คนไทยสนใจให้ความสำคัญและหันมาท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มมากขึ้น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2553)

จากสถิติด้านการท่องเที่ยวของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาจะเห็นได้ว่า ประเทศไทยมีจำนวนนักท่องเที่ยวในช่วงปี พ.ศ. 2554 เดือนเมษายน-มิถุนายน ประมาณ 18,320,342 คน โดยแบ่งเป็นกรุงเทพมหานครมีจำนวนนักท่องเที่ยว 3,535,412 คน ภาคกลางมีจำนวนนักท่องเที่ยว

753,462 คน ภาคเหนือมีจำนวนนักท่องเที่ยว 2,056,201 คน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีจำนวนนักท่องเที่ยว 3,003,663 คน ภาคตะวันออกมีจำนวนนักท่องเที่ยว 3,220,456 คน ภาคตะวันตกมีจำนวนนักท่องเที่ยว 1,491,667 คน และภาคใต้มีจำนวนนักท่องเที่ยว 4,241,481 คน โดยอันดับที่ 1 เป็นจังหวัดภูเก็ต อันดับที่ 2 จังหวัดสงขลา อันดับที่ 3 จังหวัดสุราษฎร์ธานี และจังหวัดนครศรีธรรมราชอยู่ในอันดับที่ 4 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2554)

จังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นจังหวัดใหญ่ที่มีชื่อเสียงและรู้จักกันดีจังหวัดหนึ่งของภาคใต้ เป็นเมืองโบราณเก่าแก่ที่มีประวัติศาสตร์อันยาวนานมาตั้งแต่สมัยพุทธศตวรรษที่ 7 โดยมีเนื้อที่ประมาณ 9,942,502 ตารางกิโลเมตร มีขนาดใหญ่เป็นอันดับที่ 16 ของประเทศ และเป็นอันดับ 2 ของภาคใต้ ซึ่งมีพื้นที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ ทั้งชายหาดเพราะมีพื้นที่ติดกับชายฝั่งทะเลอ่าวไทย ป่าชายเลนที่ยังคงความอุดมสมบูรณ์ และยังมีลักษณะภูมิประเทศที่เป็นเทือกเขา นั่นก็คือเทือกเขานครศรีธรรมราชทอดตัวยาวตลอดแนวเหนือจรดใต้ ทำให้มีความอุดมสมบูรณ์ของป่าไม้ เป็นแหล่งต้นน้ำที่สำคัญ ก่อให้เกิดเป็นน้ำตกและแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติที่สวยงามกระจายไปทั่วแทบทุกอำเภอ รวมถึงยังเป็นเมืองที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์และศาสนา มีขนบธรรมเนียมประเพณี ศิลปวัฒนธรรม โบราณสถาน วัตถุอาราม รวมถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น ที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดนครศรีธรรมราชอีกมากมาย ดังคำขวัญที่ว่า “นครศรีธรรมราช เมืองประวัติศาสตร์ พระธาตุทองคำ ชื่นฉ่ำธรรมชาติ แร่ธาตุดอม เครื่องมสามกษัตริย์ มากวัด มากศิลป์ ครบสิ้นกุ้งปู” ซึ่งจากที่ได้กล่าวมานี้ ทำให้จังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นอีกจังหวัดหนึ่งที่นักท่องเที่ยวตัดสินใจมาท่องเที่ยว

การตัดสินใจเลือกเดินทางมาท่องเที่ยววันนั้น จะมีปัจจัยต่าง ๆ ที่อยู่ในกระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว โดย ชมอลล์ (Schmoll, 1977) แบ่งกลุ่มปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวทั้งปัจจัยทั้งภายในและภายนอกทั้งหมด 4 ปัจจัยด้วยกัน ได้แก่ 1) ปัจจัยทางด้านบุคลิกภาพและสังคมที่ส่งผลให้เกิดการเติมเต็มทางด้านจิตใจ เช่น แรงจูงใจ ความต้องการและความคาดหวัง 2) ปัจจัยภายนอก ได้แก่ ความมั่นใจในตัวแทนท่องเที่ยว ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ประสบการณ์ในการท่องเที่ยว เป็นต้น 3) ปัจจัยทางด้านลักษณะของแหล่งท่องเที่ยว เช่น ราคา ข้อมูลการท่องเที่ยว กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น และ 4) ปัจจัยทางด้านสิ่งกระตุ้นทางการท่องเที่ยว นั่นก็คือ การโฆษณา การส่งเสริมการขาย คำแนะนำจากนักท่องเที่ยว คำแนะนำจากตัวแทนการท่องเที่ยว และเอกสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วยสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ โดยเฉพาะสื่อสิ่งพิมพ์ซึ่งเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพราะเป็นสื่อที่มีความคงทนถาวร มีความสะดวกสบายสามารถเปิดอ่านได้ทุกที่ มีเนื้อที่หลากหลายสามารถบรรจุข้อความ เนื้อหาสาระ และภาพต่าง ๆ ได้ตามความต้องการ รวมถึงสามารถบอกข้อมูลได้อย่างละเอียดและชัดเจนกว่าสื่ออื่น ๆ ซึ่งสื่อสิ่งพิมพ์ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ของจังหวัดนครศรีธรรมราชนี้ ประกอบด้วย หนังสือเล่ม และสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจ อย่างเช่น โปสเตอร์ เอกสารแผ่นพับ เป็นต้น สื่อสิ่งพิมพ์เหล่านี้ช่วยในการ

บอกแหล่งข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว ที่พัก ร้านอาหาร แผนที่การเดินทาง ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นและสินค้าที่ระลึก และรวบรวมภาพถ่ายสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ

สื่อประชาสัมพันธ์ที่ดี นอกจากจะมีประสิทธิภาพในการสื่อสารแล้ว ยังต้องมีการออกแบบที่ดีอีกด้วย ซึ่งปัญหาการประชาสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นของจังหวัดนครศรีธรรมราชนั้นอาจเกิดจากสื่อสิ่งพิมพ์ที่ใช้ยังไม่มีประสิทธิภาพในการออกแบบ ซึ่งในการออกแบบที่ดีนั้นจะต้องประกอบด้วยบรรทัดฐานในงานออกแบบซึ่งมีหลักอยู่ 3 ข้อ ได้แก่ 1) การตอบสนองประโยชน์ใช้สอย เป็นข้อที่สำคัญมากในการออกแบบ และมีอิทธิพลกับงานออกแบบมาก เพราะการใช้ประโยชน์เป็นเรื่องที่พึงคำนึงถึงเป็นอันดับแรกในการออกแบบ 2) ความสวยงามและความพึงพอใจ นอกเหนือจากการตอบสนองประโยชน์ใช้สอยแล้ว ความสวยงามเป็นเกณฑ์หนึ่งที่จะตัดสินคุณค่าของงานออกแบบ และ 3) การสื่อความหมาย งานออกแบบจะมีคุณค่าก็ต่อเมื่อสื่อสิ่งพิมพ์ที่ถูกออกแบบนั้นสามารถสื่อความหมายออกมาได้ ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ (โสธรชัย นันทวีชรวิบูลย์, 2545)

จากองค์ประกอบทั้ง 3 นี้จะทำให้เกิดประสิทธิผลที่ดีในการออกแบบและอีกองค์ประกอบหนึ่งที่มีความสำคัญในการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์นั้นก็คือ ภาพถ่าย เพราะในการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว นอกเหนือจากการออกแบบกราฟิกแล้ว ภาพถ่ายยังเป็นส่วนหนึ่งในการประชาสัมพันธ์ที่มีความสำคัญ เพราะภาพถ่ายสามารถบ่งบอกเรื่องราว ความสวยงามของสถานที่นั้น ๆ ได้เป็นอย่างดี ดังคำกล่าวที่ว่า “ภาพถ่ายภาพเดียว แทนคำพูดนับล้านคำ” ซึ่งในการสื่อสารด้วยภาพนั้น ทำให้ผู้รับสารเข้าใจและรู้สึกคล้อยตามไปกับภาพนั้น ๆ ได้ เพราะในภาพถ่ายภาพหนึ่งจะแฝงไปด้วยอารมณ์และความรู้สึก ดังนั้น ในการออกแบบสื่อที่ดีและมีประสิทธิผลนั้นจะต้องอาศัยความสมดุลระหว่างเนื้อหา การออกแบบ และภาพถ่าย ผสมผสานกับกระบวนการความคิดสร้างสรรค์ก็จะทำให้งานออกแบบนั้นมีความน่าสนใจมากขึ้น และในงานออกแบบที่ดีนั้นก็必将นำไปสู่ประสิทธิภาพในการประชาสัมพันธ์ที่ดี ดึงดูดความสนใจจากนักท่องเที่ยว ในการค้นหาข้อมูล ค้นหาสถานที่ท่องเที่ยว และอาจทำให้เกิดการโน้มน้าวใจนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

จังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นจังหวัดที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวไม่มากนัก อาจเนื่องจากสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ อาทิ สื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นหนังสือ แผ่นพับ หรือเอกสารด้านการท่องเที่ยวอื่น ๆ อาจจะยังไม่มีประสิทธิภาพในการสื่อสารและความน่าสนใจมากนัก สอดคล้องกับงานวิจัยของ พิสมัย ถาวรวงศ์ (2549) ที่ทำการวิจัยเรื่องกลยุทธ์และประสิทธิผลการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดภาคใต้ตอนบนที่พบว่าไม่มีการกำหนดกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ใดเป็นพิเศษ ทั้งที่จังหวัดทางภาคใต้ตอนบนเป็นจังหวัดที่แตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวอื่นคือ เป็นจังหวัดท่องเที่ยวที่มีทรัพยากรครบถ้วน แต่กลุ่มนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่ไปเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นผู้ที่มีรายได้น้อยถึงปานกลางและมักจะไม่ได้ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ส่วนเรื่องของข้อมูล

ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวที่ผ่านมา มุ่งเน้นไปเฉพาะบางแหล่งท่องเที่ยวเท่านั้นและยังไม่มีข้อมูลที่
เป็นประโยชน์แก่นักท่องเที่ยว ที่จะทำให้เกิดการตัดสินใจมาท่องเที่ยวได้

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงจัดทำงานวิจัยนี้ขึ้นมาโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์สื่อ
สิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชที่มีในปัจจุบันตั้งแต่ปี พ.ศ.2545-
2555 ในด้านการออกแบบ โดยสรุปเพื่อหาแนวทางมาพัฒนาการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการ
ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราชขึ้นมาใหม่ จากนั้นนำมาประเมินผลการ
ออกแบบในด้านประสิทธิผลของการออกแบบ ซึ่งประกอบด้วย การตอบสนองประโยชน์ใช้สอย
ความสวยงามและการสื่อความหมาย รวมถึงแบบจำลองกระบวนการตอบสนองต่อสื่อ (AIDA Model)
ซึ่งประกอบด้วย การดึงดูดความสนใจ การสนใจติดตาม การกระตุ้นให้เกิดความต้องการ และการ
ก่อให้เกิดการกระทำของสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชที่
ทำการออกแบบขึ้นมาใหม่

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของ
จังหวัดนครศรีธรรมราชที่มีอยู่ในปัจจุบัน
2. เพื่อพัฒนาการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัด
นครศรีธรรมราชขึ้นมาใหม่
3. เพื่อประเมินผลการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัด
นครศรีธรรมราชที่ออกแบบใหม่

ขอบเขตของงานวิจัย

1. ศึกษารวบรวมและวิเคราะห์การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว
จังหวัดนครศรีธรรมราชตั้งแต่ปี พ.ศ.2545-2555 ตามหลักการออกแบบซึ่งประกอบไปด้วย การจัด
วางองค์ประกอบการออกแบบ ตัวอักษร ภาพประกอบและการเลือกใช้สี
2. พัฒนาการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัด
นครศรีธรรมราชขึ้นมาใหม่
3. มุ่งศึกษาเฉพาะกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้องกับสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ประกอบด้วย
ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ และนักท่องเที่ยวชาวไทย

ปัญหานำวิจัย

การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชให้มีประสิทธิภาพควรออกแบบอย่างไร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เป็นแนวทางในการพัฒนาด้านการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดอื่น ๆ
2. เป็นแนวทางในการสร้างสรรค์และพัฒนางานด้านประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในรูปแบบของสื่อชนิดอื่น ๆ ต่อไป
3. เป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช รวมถึงเป็นการสร้างรายได้ให้แก่คนในท้องถิ่น

คำนิยามศัพท์เฉพาะ

การวิเคราะห์การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ คือ การนำหลักการออกแบบซึ่งประกอบด้วยการจัดวางองค์ประกอบการออกแบบ ตัวอักษร ภาพประกอบและการเลือกใช้สี มาวิเคราะห์สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราชตั้งแต่ปี พ.ศ.2545-2555

การพัฒนาการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ คือ การนำผลการวิเคราะห์การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ในปัจจุบัน มาพัฒนารูปแบบการออกแบบและสร้างสรรค์สื่อดังกล่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราชขึ้นมาใหม่

การประเมินผลการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ คือ การประเมินผลสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชที่ออกแบบขึ้นมาใหม่ โดยศึกษาจากประสิทธิภาพของการออกแบบ ซึ่งประกอบด้วย การตอบสนองประโยชน์ใช้สอย ความสวยงามพึงพอใจและมีการสื่อความหมาย โดยมีรายละเอียดดังนี้

การตอบสนองประโยชน์ใช้สอย คือ การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชให้มีการใช้งานที่มีประสิทธิภาพ โดยต้องอ่านง่าย นั่นคือตัวอักษรต้องมีขนาดที่เหมาะสมกับการอ่าน มีการใช้สีตัวอักษรที่เด่นชัดจากพื้นหลัง รวมถึงมีขนาดที่เหมาะสมกับการพกพา

ความสวยงามพึงพอใจ คือ คุณค่าของการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช ในเรื่องของความคิดสร้างสรรค์ ความน่าสนใจ ความแปลกใหม่ และความพึงพอใจที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช

การสื่อความหมาย คือ การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัด นครศรีธรรมราชจะมีคุณค่าก็ต่อเมื่อสื่อความหมายได้ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ คือควรทำให้ผู้อ่านเกิดความเข้าใจในเรื่องที่ต้องการจะสื่อออกไป เพื่อให้ผู้อ่านได้รับข้อมูลที่ชัดเจนและเกิดความเข้าใจที่ถูกต้อง

การออกแบบ คือ การสร้างสรรค์สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัด นครศรีธรรมราช ทั้งในด้านการจัดองค์ประกอบ ตัวอักษร ภาพประกอบ และการเลือกใช้สี มาจัดวางให้สัมพันธ์กันด้วยความสร้างสรรค์ ความสวยงามและความเหมาะสม เพื่อให้เกิดประสิทธิผลสูงสุดในการออกแบบ

สื่อสิ่งพิมพ์ คือ สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นสื่อที่ถ่ายทอดข้อมูลการท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชโดยอาศัยตัวอักษรและภาพประกอบ รวมถึงเพื่อสื่อที่ประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ความเข้าใจแก่ผู้อ่าน ซึ่งสื่อประเภทสิ่งพิมพ์มีลักษณะสามารถจับต้องได้

เอกสารเย็บเล่ม (Booklet Brochure) คือ เอกสารเย็บเล่มที่พิมพ์ลงในกระดาษมากกว่าหนึ่งแผ่น แล้วนำมารวมเป็นเล่มด้วยวิธีการเย็บเล่ม มีการพิมพ์ตัวอักษรและรูปภาพทั้งสองด้าน โดยมีข้อมูลและรายละเอียดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช มีขนาดที่เหมาะสมแก่การพกพา โดยมีลักษณะการใช้งานเป็นเอกสารเย็บเล่มตามคำขอของนักท่องเที่ยวที่ต้องการข้อมูลเกี่ยวกับจังหวัดนครศรีธรรมราช

การประชาสัมพันธ์ คือ กระบวนการของการสื่อสารที่มุ่งเน้นเสริมสร้างภาพลักษณ์ให้แก่การท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นการใช้ทั้งศาสตร์และศิลป์ในการสื่อสาร โดยมีการให้ข้อมูล โน้มน้าวและสร้างความเข้าใจที่ดีแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมและกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช

การท่องเที่ยว คือ การเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย จากจังหวัดหนึ่งไปยังอีกจังหวัดหนึ่ง โดยมุ่งเน้นการเดินทางมาท่องเที่ยวยังจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยมีวัตถุประสงค์ต่าง ๆ ได้แก่ เพื่อสนองตอบต่อความต้องการในการที่จะพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อศึกษาหาความรู้ เพื่อความสนุกสนานและความบันเทิง การสื่อสารทางธุรกิจ การประชุมและกิจกรรมสัมมนา หรือเพื่อกิจกรรมอื่น ๆ

สื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว คือ สื่อที่ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัด นครศรีธรรมราช โดยมีเป้าหมายเพื่อให้ข้อมูล เพื่อโน้มน้าวใจให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติหรือพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว และเพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช

การโน้มน้าวใจ คือ การให้ข้อมูลความรู้แก่นักท่องเที่ยวเพื่อต้องการที่จะเปลี่ยนแปลง รักษา หรือสร้างทัศนคติ ค่านิยม ความเชื่อ และความคิดเห็นที่มีต่อจังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งอาจจะนำไปสู่แนวโน้มของพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่อไป

แบบจำลองกระบวนการตอบสนองต่อสื่อ คือ กระบวนการตอบสนองของผู้อ่านที่มีต่อสื่อ ซึ่งเป็นการบรรลุวัตถุประสงค์ของการติดต่อสื่อสาร มีทั้งหมด 4 ขั้นตอน ประกอบด้วย การดึงดูดความสนใจ การสนใจติดตาม การกระตุ้นให้เกิดความต้องการ และการก่อให้เกิดการกระทำ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

การดึงดูดความสนใจ คือ การที่สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชสามารถดึงดูดความสนใจจากผู้อ่านได้ตั้งแต่แรกเห็น และทำให้ผู้อ่านเกิดความสนใจและตั้งใจที่จะเปิดรับสื่อ

การสนใจติดตาม คือ การที่สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชสามารถสร้างความสนใจและความเข้าใจให้แก่ผู้อ่านโดยการสร้างความแตกต่างแปลกใหม่ และให้ผู้อ่านเห็นถึงประโยชน์จะได้รับ โดยสื่อจะมีลักษณะจูงใจเพื่อให้เกิดการสนใจติดตาม

การกระตุ้นให้เกิดความต้องการ คือ การที่สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชสามารถกระตุ้นให้ผู้อ่านเกิดความพึงพอใจและความสนใจมากขึ้น ทำให้เกิดเป็นความต้องการอยากได้และนำไปสู่การกระทำต่อไป

การก่อให้เกิดการกระทำ คือ การที่สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชสามารถกระตุ้นให้ผู้อ่านเกิดพฤติกรรมตอบสนองหรือก่อให้เกิดความต้องการอยากเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช

บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเรื่อง “การวิเคราะห์ การพัฒนา และการประเมินผลการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช” โดยมีแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ดังต่อไปนี้

1. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสาร
 - 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการโน้มน้าวใจ
 - 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์
 - 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์
 - 2.4 แบบจำลองกระบวนการตอบสนองต่อสื่อ (AIDA Model)
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
4. กรอบแนวคิดของงานวิจัย

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ถวัลย์ ใจน้อย (2550) ได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้รับสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยอยู่ในระดับมากถึง 4 สื่อ ได้แก่ สื่ออินเทอร์เน็ต มีจุดเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์ด้านการท่องเที่ยวอื่น ๆ การให้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวและความทันสมัยของข่าวสารตลอดเวลา สื่อวิทยุโทรทัศน์ มีวิธีนำเสนอที่ดีเรียงลำดับความสำคัญ ส่วนการใช้ภาพประกอบสามารถดึงดูดใจผู้ชมได้ดี และผู้นำเสนอสามารถดึงดูดใจการรับสื่อได้มากขึ้น สื่อสิ่งพิมพ์ มีหัวข้อเรื่องอ่านง่าย เนื้อหาสามารถดึงดูดใจให้เกิดการท่องเที่ยวและสื่อความหมายได้ชัดเจนมีความเป็นเอกภาพ และสื่อวิทยุกระจายเสียง มีเนื้อหาสาระของสื่อ ผู้บรรยายสามารถดึงดูดใจได้ และรูปแบบรายการมีความเหมาะสมมีผลต่อการโน้มน้าวและกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว

สุจิตรา ขำจิตร (2552) ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาคุณภาพสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า แนวทางการพัฒนาคุณภาพสื่อประชาสัมพันธ์แยกเป็นรายด้านดังนี้ 1) ด้านรูปแบบและวิธีการนำเสนอของสื่อ ใช้สื่อที่มีรูปแบบน่าสนใจ และนำเสนอสื่อความหมายได้อย่างครบถ้วนไม่ผิดเพี้ยนไปจากความจริง 2) ด้านเนื้อหาที่ทันสมัย ใช้สื่อที่มีเนื้อหาที่ทันสมัยดึงดูดใจและมีการปรับข้อมูลให้เป็นปัจจุบัน ปรับเปรียบเนื้อหาให้ทันสมัย ทัน

เหตุการณ์ในปัจจุบันอยู่สามข้อ 3) ด้านการเข้าถึงสื่อ ต้องเข้าถึงได้ง่ายสะดวกรวดเร็ว 4) ด้านความพอเพียงของจำนวนสื่อ ต้องเพียงพอกับความต้องการและจำนวนของนักท่องเที่ยว 5) ด้านสร้างความเข้าใจและประโยชน์ของข้อมูล ต้องเป็นข้อมูลที่เข้าใจง่ายและก่อให้เกิดความรู้ ง่ายต่อการสื่อความหมายและตีความชัดเจนไม่กำกวม 6) ด้านรูปภาพและเสียงประกอบ การใช้สื่อที่มีรูปภาพและเสียงประกอบที่น่าสนใจสามารถช่วยประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวได้ดียิ่งขึ้น

ธวัชชัย กลิ่นนาค (2554) ได้ศึกษาพฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สุราษฎร์ธานี ผลการวิจัยพบว่า การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สุราษฎร์ธานีใช้สื่อออนไลน์ ได้แก่ เฟซบุ๊ก เว็บไซต์ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ เว็บบล็อกและเว็บยูทูป ส่วนสื่อออฟไลน์ ได้แก่ แผ่นพับ แผ่นปลิว ป้ายโฆษณา หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง และวิทยุโทรทัศน์

อารีพรรณ ปิ่นเจริญ (2553) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์กราฟิกในการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ ผลการวิจัยพบว่า ลักษณะประชากรของนักท่องเที่ยว ทั้งอายุ การศึกษา ตำแหน่งหน้าที่การงาน ประสบการณ์ในการทำงานและรายได้ โดยภาพรวมมีผลต่อการใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์กราฟิกในการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์แตกต่างกัน ส่วนโปรแกรมที่ใช้ออกแบบในสื่อสิ่งพิมพ์ต่างกัน เฉพาะโปรแกรมสร้างภาพประกอบ หนังสือเล่ม นิตยสาร วารสาร หนังสือพิมพ์ จุลสาร โปรแกรมตกแต่งภาพเฉพาะแผ่นพับ โปสเตอร์ โบรชัวร์ ใบปลิว และโปรแกรมส่งเสริมงานออกแบบ เฉพาะโปสเตอร์ โบรชัวร์ ใบปลิว และการสนับสนุนจากหน่วยงานในด้านความพร้อมของอุปกรณ์ซอฟต์แวร์ สถานที่ บุคลากร และการอบรม มีความสำคัญต่อการใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์เป็นอย่างมาก

พิสมัย ถาวรวงษ์ (2549) ได้ศึกษากลยุทธ์และประสิทธิภาพการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดภาคใต้ตอนบน ผลการวิจัยพบว่า การดำเนินงานประชาสัมพันธ์จังหวัดภาคใต้ตอนบน ไม่มีการกำหนดกลยุทธ์ใดเป็นพิเศษ จังหวัดภาคใต้ตอนบนเป็นจังหวัดเป็นจังหวัดท่องเที่ยวที่แตกต่างจากจังหวัดท่องเที่ยวอื่น คือ เป็นจังหวัดท่องเที่ยวที่มีทรัพยากรครบถ้วน แต่กลุ่มนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มผู้มีรายได้น้อยถึงปานกลาง ข้อมูลประชาสัมพันธ์มุ่งเน้นไปเฉพาะบางแหล่งในจังหวัดภาคใต้ตอนบนเท่านั้น ยังไม่มีข้อมูลที่เป็นประโยชน์กับนักท่องเที่ยวที่จะทำให้เกิดการตัดสินใจมาท่องเที่ยวได้

พิมพ์ลภัส พงศกรรังศิลป์ (2547) ได้ศึกษาภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราชในมุมมองของนักท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาจากภาคกลาง และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เคยมีประสบการณ์เดินทางท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชมาแล้ว และสิ่งที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่กล่าวว่าเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดนครศรีธรรมราช คือ วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร รองลงมา คือ แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติทางบก เช่น น้ำตก ป่าไม้ ภูเขา สำหรับภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวจำแนกตามองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว พบว่า ภาพลักษณ์ด้านแหล่ง

ท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูดที่วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหารเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัด นครศรีธรรมราช และภาพลักษณ์ด้านธุรกิจบริการ คือปัจจัยด้านราคาที่พัก อาหารและบริการต่าง ๆ ราคาไม่แพง และความโดดเด่นทางด้านการจัดการเชิงนิเวศ ส่วนภาพลักษณ์ทางด้านสังคมของแหล่งท่องเที่ยวในมุมมองของนักท่องเที่ยวคือ ความไม่เป็นมิตรของผู้คนในสังคม

วีราภรณ์ วยวัฒน์ (2549) ได้ศึกษาการวิเคราะห์แผนยุทธศาสตร์และเสนอแนวทางการ พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อย่างยั่งยืน: กรณีศึกษาจังหวัดนครศรีธรรมราช ผลการวิจัยพบว่า ผล การประเมินทรัพยากรท่องเที่ยวด้านต่าง ๆ ในจังหวัดนครศรีธรรมราช แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นจุดเด่น ทางธรรมชาติ ได้แก่ อุทยานแห่งชาติเขาหลวง แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นจุดเด่นด้านวัฒนธรรม ได้แก่ วัด พระมหาธาตุวรมหาวิหาร แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นจุดเด่นด้านงานประเพณี ได้แก่ ประเพณีสารทเดือน สิบ กิจกรรมท่องเที่ยวที่โดดเด่น คือ การเล่นน้ำตก และการบริการที่เป็นจุดเด่น คือ ที่พัก ร้านอาหาร (อาหารประจำถิ่น) รถประจำทาง

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จะเห็นได้ว่าสื่อที่ใช้การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวมีหลากหลาย รูปแบบด้วยกัน ทั้งสื่อวิทยุโทรทัศน์ สื่อวิทยุกระจายเสียง สื่ออินเทอร์เน็ต รวมถึงสื่อสิ่งพิมพ์ ซึ่งในการ พัฒนาคุณภาพสื่อประชาสัมพันธ์เหล่านี้ ควรคำนึงถึงรูปแบบและวิธีการนำเสนอของสื่อ เนื้อหาที่ ทันสมัย การเข้าถึงสื่อ ความพอเพียงของจำนวนสื่อ การสร้างความเข้าใจและประโยชน์ของข้อมูล รวมถึงรูปภาพและเสียงประกอบ เนื่องจากจังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่มี ชื่อเสียงและสำคัญอยู่มากมาย เช่น อุทยานแห่งชาติเขาหลวง วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร และยังมี ประเพณีที่สำคัญ นั่นคือ ประเพณีสารทเดือนสิบ แต่สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์นั้นยังไม่มีข้อมูลที่ เป็นประโยชน์กับนักท่องเที่ยวที่จะทำให้เกิดการตัดสินใจมาท่องเที่ยวได้มากนัก ดังนั้นงานวิจัยครั้งนี้ จึงเป็นการวิเคราะห์ การพัฒนา และการประเมินผลการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การ ท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพทั้งในด้านการออกแบบและในด้านการ สื่อสาร

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสาร

นักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของคำว่าสื่อสารไว้อย่างหลากหลาย ดังต่อไปนี้
 อรรวรรณ ปิลันธน์โอวาท (2546) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การสื่อสาร คือ กระบวนการที่บุคคลคน หนึ่งถ่ายทอดสารไปยังอีกบุคคลหนึ่งและบุคคลหลังมีปฏิกิริยาตอบโต้ ซึ่งเป็นเรื่องของสัญลักษณ์และ การมีปฏิสัมพันธ์

ฟาร์ฟ และโนเวมเบอร์ (Favre & November, 1979 อ้างใน สมิตรา ศรีวิบูลย์, 2544) ได้ให้ ให้ความหมายไว้ว่า การสื่อสาร หมายถึง การส่งสารระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร โดยจุดมุ่งหมายหลัก ของการสื่อสารคือการเปลี่ยนแปลงความเข้าใจของผู้รับสารโดยการให้ความรู้ หรือการเปลี่ยนแปลง

ความรู้สึกร่วมด้วยการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี หรือการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมโดยการชักชวนโน้มน้าว รวมถึงตอบรับจากผู้รับสาร

แมคควิล (McQuil, 2005) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การสื่อสาร คือ การให้และการรับข้อมูล เป็นการถ่ายทอดความหมายซึ่งกันและกัน รวมถึงแนวคิดของการมีปฏิริยาโต้ตอบ การแบ่งปันและการมีปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน

เวอร์เดอร์เบอร์, เวอร์เดอร์เบอร์ และเซลโนว (Verderber, Verderber & Sellnow, 2008) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การสื่อสาร คือ กระบวนการในการสร้างหรือการแบ่งปันความหมายโดยการสนทนา การปฏิสัมพันธ์และการพูดในที่สาธารณะ โดยมีกระบวนการในการสร้างเข้าใจ คือ ใคร ทำอะไร ที่ไหน อย่างไร สิ่งที่รับกวนและปฏิริยาตอบกลับ

ประสิทธิภาพของการสื่อสาร

ดวงพร คำณวัฒน์ และวาสนา จันทร์สว่าง (2541) ได้สรุปเรื่องประสิทธิภาพในการสื่อสารไว้ว่า การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพนั้น ผู้สื่อสารควรมีความรู้ ความเข้าใจถึงวัตถุประสงค์ในการสื่อสาร เนื้อหาสาระและเรื่องราวที่จะส่ง รู้จักสื่อประเภทต่าง ๆ รวมทั้งเข้าใจในธรรมชาติของสื่อแต่ละชนิด รู้จักผู้รับสาร รู้ศักยภาพของตัวเองและหน่วยงาน และควรมีความเข้าใจในจิตวิทยาการสื่อสาร ซึ่งที่กล่าวมานี้จะสามารถวางแผนการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพได้

การสื่อสารจะมีประสิทธิภาพ เมื่อสิ่งที่ผู้ส่งสารส่งไปยังผู้รับได้รับการตอบรับ โดยการรับรู้และการตอบสนองจากผู้รับใกล้เคียงกับที่ผู้ส่งสารส่งออกไปที่แสดงถึงประสิทธิภาพของการสื่อสาร ดังต่อไปนี้ (ประทุม ฤกษ์กลาง, 2553)

ถ้าให้ S แทนผู้ส่งสาร (Sender)

R แทนผู้รับสาร (Receiver)

การสื่อสารจะมีประสิทธิภาพสูงสุดเมื่อผู้ส่งสารและผู้รับสารเข้าใจตรงกัน ดังสูตรต่อไปนี้

$$\frac{\text{ความหมายของผู้รับสาร (Receiver's meaning)}}{\text{ความหมายของผู้ส่งสาร (Sender's meaning)}} = 1$$

ซึ่งประสิทธิภาพของการสื่อสารนี้ สามารถวัดได้จาก (ประทุม ฤกษ์กลาง, 2553)

1. ความเข้าใจ (Understanding) หมายถึง การรับรู้เนื้อหาสาระของสิ่งกระตุ้นที่ผู้สร้างสารส่งมาได้ถูกต้อง ถ้าผู้รับสารเข้าใจสารของผู้ส่งสารได้ถูกต้อง แสดงว่าการสื่อสารมีประสิทธิภาพ นั่นคือผู้รับสารจะต้องเข้าใจข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชได้อย่างถูกต้อง

2. ความพึงพอใจ (Pleasure) เช่น ในการพูดเพื่อความบันเทิง การสื่อสารอย่างไม่เป็นทางการหรือการพูดคุยกันในระหว่างเพื่อนฝูง นั่นคือผู้รับสารจะต้องมีความพึงพอใจต่อความสวยงามและการออกแบบของสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช

3. อิทธิพลต่อทัศนคติ (Attitude Influence) เป็นการสื่อสารที่ต้องการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ สร้างทัศนคติ ถ้าทำได้สำเร็จถือได้ว่าการสื่อสารนั้นมีประสิทธิภาพ นั่นคือสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชจะต้องสามารถเปลี่ยนแปลงทัศนคติของนักท่องเที่ยวได้ อย่างเช่น ผู้รับสารที่มีทัศนคติต่อการท่องเที่ยวนครศรีธรรมราชจากทัศนคติเชิงลบ กลายเป็นทัศนคติเชิงบวก เป็นต้น

4. เสริมสร้างสัมพันธภาพที่ดี (Improved Relationship) การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ ควรสามารถสร้างความไว้วางใจ ความใกล้ชิด ความสามัคคีกลมเกลียวในระหว่างสมาชิกกลุ่ม ความน่าเชื่อถือศรัทธาให้เกิดขึ้น นั่นคือสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัด นครศรีธรรมราชจะต้องสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ผู้รับสาร ทั้งในความถูกต้องของข้อมูลของการท่องเที่ยว และสถานที่ท่องเที่ยว

5. การกระทำ (Action) การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพควรก่อให้เกิดการกระทำพฤติกรรมที่ต้องการให้เกิดได้ เช่น การเลิกสูบบุหรี่ การช่วยประหยัดพลังงาน พฤติกรรมการแยกขยะ เป็นต้น นั่นคือสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชจะต้องสามารถเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้รับสารและสามารถทำให้ผู้รับสารเกิดพฤติกรรมต้องการที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการโน้มน้าวใจ

นักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของคำว่า การโน้มน้าวใจไว้อย่างหลากหลาย ดังต่อไปนี้

เสรี วงษ์มณฑา (2542) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การโน้มน้าวใจเป็นทฤษฎีที่มีความเชื่อว่าการที่จะโน้มน้าวบุคคลใดบุคคลหนึ่งนั้นเหมือนการกระตุ้นบุคคลนั้น เพื่อให้เกิดการตอบสนองในสิ่งที่เราต้องการให้เป็น

เซเวอร์ริน และตันการ์ด (Severin & Tankard, 2001) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การโน้มน้าวใจเป็นรูปแบบพื้นฐานที่สำคัญอย่างหนึ่งของการสื่อสาร เนื่องจากการโน้มน้าวใจเป็นการเปลี่ยนทัศนคติที่เกิดจากการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร นั้นหมายถึงเป็นการสื่อสารที่มุ่งเน้นการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ

ไซมอนส์ (Simons, 1976 อ้างใน อรวรรณ ปิลันธน์โอวาท, 2546) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การโน้มน้าวใจ หมายถึง การสื่อสารของมนุษย์ที่สร้างขึ้นเพื่อให้มีอิทธิพลเหนือผู้อื่น โดยการเปลี่ยนแปลงความเชื่อ ค่านิยมหรือทัศนคติ

จากความหมายของการโน้มน้าวใจครอบคลุมถึงองค์ประกอบต่าง ๆ ซึ่งประกอบด้วย เจตนาของผู้ส่งสาร ผลที่เกิดจากการโน้มน้าวใจ ทางเลือกที่ผู้ส่งสารมีให้แก่ผู้รับสาร การใช้สัญลักษณ์สื่อความหมายในสารโน้มน้าวใจ และสุดท้ายการโน้มน้าวใจเป็นกิจกรรมอย่างหนึ่งของมนุษย์ (Gass & Seiter, 2003)

การโน้มน้าวใจมีลักษณะดังต่อไปนี้ (อรวรรณ ปิณฑน์โอวาท, 2546)

1. ผู้โน้มน้าวใจมีความตั้งใจที่จะมีอิทธิพลบางประการเหนือผู้ถูกโน้มน้าวใจ
2. ผู้โน้มน้าวใจจะพยายามชักจูงผู้ถูกโน้มน้าวใจซึ่งมีทางเลือกมากมายให้ยอมรับทางเลือกที่

ตนเสนอ

3. ผู้โน้มน้าวใจต้องการการเปลี่ยนแปลงหรือการสร้างหรือการดำรงไว้ซึ่งความคิดเห็นทัศนคติ ค่านิยมและความเชื่อของผู้ถูกโน้มน้าว ซึ่งนำไปสู่อารมณ์และพฤติกรรมต่อไป

องค์ประกอบขั้นพื้นฐานของการโน้มน้าวใจ มีดังต่อไปนี้ (อรวรรณ ปิณฑน์โอวาท, 2546)

1. ภายนอกของผู้รับสารซึ่งมีองค์ประกอบ 4 ประการคือ

ประการแรก ความแตกต่างในผู้ส่งสาร ผู้ส่งสารแต่ละคนจะมีปัจจัยที่ทำให้ความน่าโน้มน้าวใจได้ไม่เหมือนกัน อาทิ ความน่าเชื่อถือ อำนาจทางสังคม บทบาทในสังคม และลักษณะทางประชากร เป็นต้น

ประการที่สอง ความแตกต่างภายในสาร สารแต่ละชิ้นมีความน่าโน้มน้าวใจที่แตกต่างกัน ไม่ว่าจะเป็นการพูดหรือการเขียน ความแตกต่างในเรื่องหัวข้อและเนื้อหาของสาร ลักษณะการโน้มน้าวใจที่ใช้ ตลอดจนภาษาที่ใช้ในการโน้มน้าว

ประการที่สาม ความแตกต่างของสื่อ ความน่าโน้มน้าวใจของสารจะแตกต่างกันทั้งนี้เกี่ยวข้องกับทางเลือกใช้สื่อในการสื่อสาร

ประการที่สี่ ความแตกต่างภายในสภาพการณ์ สภาพการณ์ที่มีบุคคลหนึ่งบุคคลใดหรือขาดบุคคลหนึ่งบุคคลใด เป็นเรื่องของความคุ้นเคยหรือไม่คุ้นเคยของผู้รับสารต่อสภาพการณ์นั้น ๆ ซึ่งอาจจะเป็นได้ทั้งด้านบวกและด้านลบต่อสภาพการณ์

2. ภายในของผู้รับสาร การที่ผู้รับสารถูกโน้มน้าวใจจะพิจารณาได้จากลักษณะทางประชากร ทัศนคติ ความรู้ที่มีเกี่ยวกับสาร ลักษณะด้านอารมณ์ ความสำคัญที่ผู้รับสารมีต่อสาร รวมถึงวิธีการที่ผู้รับสารรับรู้สภาพการณ์นั้น ๆ ซึ่งในทฤษฎีการโน้มน้าวใจได้แบ่งระดับความแตกต่างของกลุ่มผู้รับสารไว้ดังนี้ (เสรี วงษ์มณฑา, 2542)

กลุ่มแรก คือ กลุ่มเชื่อ เป็นกลุ่มที่ง่ายที่สุดในการจะทำการสื่อสาร หรือชักจูงให้ปฏิบัติตาม เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีทัศนคติ ความรู้ ความเชื่อ ประสบการณ์ รวมถึงข้อมูลต่าง ๆ ไปในแนวทางเดียวกับผู้โน้มน้าว จึงเชื่อและเห็นด้วยกับผู้โน้มน้าว

กลุ่มที่สอง คือ กลุ่มสงสัย เป็นกลุ่มที่ได้รับข้อมูล ความรู้ ประสบการณ์เกี่ยวกับสิ่งที่สื่อสารทั้งในด้านบวกและด้านลบ คนกลุ่มนี้จึงเกิดความสงสัย ดังนั้น จึงควรให้ข้อมูลข่าวสารเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายนี้หายสงสัยก่อน

กลุ่มที่สาม คือ กลุ่มเฉื่อย เป็นกลุ่มที่ไม่สนใจ ไม่ตอบโต้และไม่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องราวต่าง ๆ เนื่องจากรู้สึกว่าเป็นเรื่องที่ไม่เกี่ยวข้องกับตนเอง ดังนั้น การให้ข้อมูลข่าวสารกับกลุ่มนี้จึงต้องพยายามนำเรื่องใกล้ตัวมาเพื่อให้รู้สึกว่าจะไม่ควรงงเฉยต่อไป

กลุ่มที่สี่ คือ กลุ่มปรีกษ เป็นกลุ่มที่ยากที่สุดในการโน้มน้าว เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีความคิดที่แตกต่างและไม่เห็นด้วยกับเรื่องที่อยู่สาร และพยายามต่อต้าน ดังนั้น การให้ข้อมูลข่าวสารกับกลุ่มนี้จึงต้องทำให้เกิดความปั่นป่วนทางความคิดเสียก่อน โดยอาจจะให้คนที่เขานับถือเป็นผู้โน้มน้าว

ดังนั้น การโน้มน้าวใจจึงจำเป็นต้องศึกษาพื้นฐานกลุ่มเป้าหมายที่เราต้องการจะโน้มน้าวให้เสียก่อน เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายที่มีความแตกต่างกันย่อมต้องใช้วิธีการโน้มน้าวที่แตกต่างกันไป เพื่อให้การสื่อสารนั้นมีประสิทธิภาพสูงสุด

ผลของการโน้มน้าวจะพิจารณาได้จากการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและความเชื่อซึ่งนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงความรู้และสำนึก การเปลี่ยนแปลงความรู้สึกและการเปลี่ยนแปลงการกระทำ โดยสรุปแล้วผลของการโน้มน้าวใจสังเกตได้จาก 3 ประการ ดังนี้ 1) การเปลี่ยนแปลงในความรู้และสำนึก 2) การเปลี่ยนแปลงในอารมณ์ความรู้สึก 3) การเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรม ซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวความคิดความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมที่ได้กล่าวไปข้างต้น (อรวรรณ ปิลาธน์โอวาท, 2546) ดังนั้น การศึกษาการโน้มน้าวใจจึงจำเป็นต้องนำไปใช้ในการสื่อสารเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการประชาสัมพันธ์

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์

นักวิชาการด้านการประชาสัมพันธ์ได้ให้ความหมายของคำว่าประชาสัมพันธ์ไว้อย่างหลากหลาย ดังต่อไปนี้

ประทุม ฤกษ์กลาง (2550) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การประชาสัมพันธ์ เป็นการสื่อสารอย่างหนึ่ง ซึ่งประกอบด้วยผู้ส่งสาร ผู้รับสาร สาร และสื่อ สื่อในการประชาสัมพันธ์นั้น ได้แก่ สื่อประเภทการพูด สิ่งพิมพ์ แสง เสียง หรือกิจกรรมต่าง ๆ เป็นต้น ซึ่งในการประชาสัมพันธ์ต้องใช้ทั้งศาสตร์และศิลป์ในการดำเนินการสื่อสารเพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจต่อกัน โดยมีเป้าหมายเพื่อชี้แจง โน้มน้าวใจ กระตุ้น สร้างความเข้าใจร่วมกัน ซึ่งต้องมีการใช้สื่อเป็นหลัก ดังนั้น จึงควรเลือกสื่อให้เหมาะสมและถูกต้อง

ศักดา ประจุศิลป์ (2543) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การประชาสัมพันธ์ คือ วิธีการของสถาบันอันมีแผนการและการกระทำต่อเนื่องกันไปในการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มประชาชน เพื่อให้กลุ่มประชาชนเกิดความรู้ ความเข้าใจและให้การสนับสนุนร่วมมือกับสถาบันในการดำเนินงานให้เป็นไปตามจุดมุ่งหมาย

ดวงพร คำคุณวัฒน์ และวาสนา จันทร์สว่าง (2541) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การประชาสัมพันธ์ คือ การสื่อสารสาขาหนึ่งที่ต้องอาศัยความชำนาญเฉพาะด้านเป็นอย่างมาก ต้องใช้

ความสามารถทั้งศาสตร์และศิลป์ในการดำเนินการสื่อสารเพื่อสร้างสรรค์ความรู้ความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีซึ่งกันและกัน

ประดิษฐ์ จุมพลเสถียร (2547) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การประชาสัมพันธ์ คือ การสื่อสารขององค์กร เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อมหาชน หมายถึง ลูกค้ำของบริษัท พนักงาน คู่ค้ำของบริษัท และประชาชนในชุมชนนั้น ๆ โดยกลุ่มคนเหล่านั้นจะช่วยให้องค์กรประสบความสำเร็จ

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2542) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การประชาสัมพันธ์ คือ การปฏิบัติงานของหน่วยงาน องค์กร สถาบันบริษัท ในการเผยแพร่ข่าวสาร และการดำเนินงานวิธีอื่น ๆ อย่างมีแบบแผนและการกระทำอย่างต่อเนื่อง

พาเรนท์ (Parente, 2006) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การประชาสัมพันธ์ คือ การสร้างความเข้าใจเรื่องขององค์กรให้แก่สาธารณชน รวมถึงให้สาธารณชนยอมรับนโยบายขององค์กร เพื่อให้เกิดความสัมพันธ์อันดีต่อกันระหว่างสาธารณชนและองค์กร

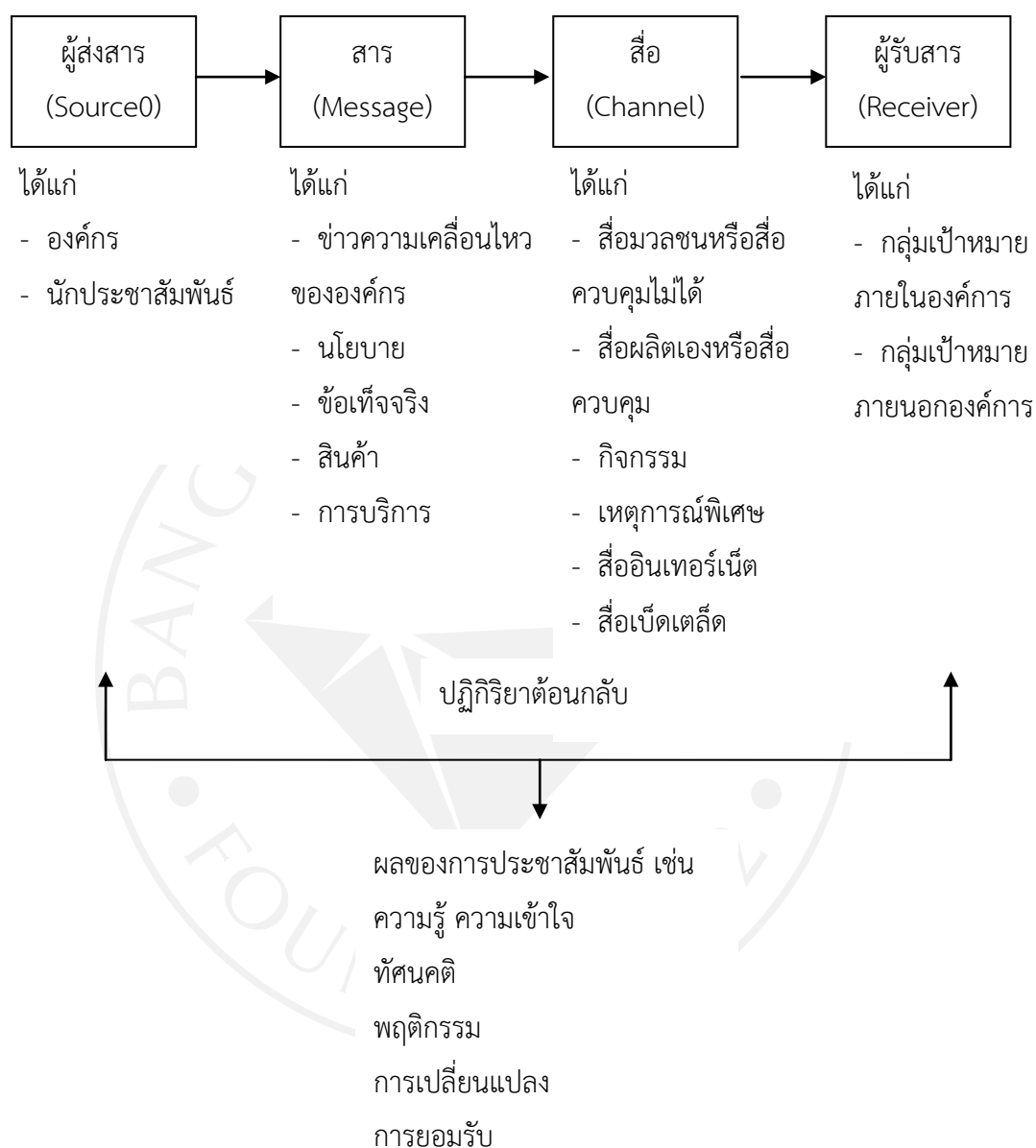
ดังนั้น การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช จึงต้องอาศัยองค์ประกอบทั้งศาสตร์และศิลป์ โดยการสร้างสรรค์สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์เพื่อให้ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยว รวมถึงการสร้างสรรค์การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อเป็นการดึงดูดและสร้างความน่าสนใจของสื่อให้แก่นักท่องเที่ยวให้มีความเข้าใจและมีความสัมพันธ์อันดีต่อจังหวัดนครศรีธรรมราชมากยิ่งขึ้น

การประชาสัมพันธ์เป็นการใช้ความพยายามในการโน้มน้าวจิตใจประชาชนให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กร ซึ่งการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ มีเป้าหมายที่สำคัญ 3 ประการ คือ (พัชนี เขยจรรรยา, เมตตา วิวัฒนานุกูล และถิรนนท์ อนุวัชศิริวงศ์, 2541) 1) เพื่อชี้แจงข้อมูลข่าวสารต่อประชาชน เป้าหมาย 2) เพื่อโน้มน้าวใจให้เกิดหรือเปลี่ยนแปลงทัศนคติ หรือพฤติกรรม 3) เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีซึ่งกันและกันเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน

กระบวนการสื่อสารประชาสัมพันธ์

การสื่อสารประชาสัมพันธ์พิจารณาตามกระบวนการสื่อสารของเบอร์โลซึ่งเรียกว่า S-M-C-R Model และเพิ่มเติมองค์ประกอบปฏิกริยาย้อนกลับ (Feedback) และผล (Effect) ได้ดังนี้ (ประทุม ฤกษ์กลาง, 2550)

ภาพที่ 1: กระบวนการสื่อสารของเบอร์โล



ที่มา: ประทุม ฤกษ์กลาง. (2550). *การประชาสัมพันธ์* (พิมพ์ครั้งที่ 4). ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

เป้าหมายของการสื่อสารประชาสัมพันธ์เพื่อชี้แจง โน้มน้าวใจ กระตุ้น สร้างความเข้าใจร่วมกัน ซึ่งจะสื่อสารได้ประสบผลสำเร็จนั้น จะต้องมีความรู้ในด้าน ดังต่อไปนี้ (Wileox, Cameron & Ault, 2003 อ้างใน ประทุม ฤกษ์กลาง, 2550) 1) สิ่งทีสถาบันองค์กรต้องการสื่อสาร ข้อมูลข่าวสารที่ต้องการสื่อสารไปยังผู้รับสารเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การประชาสัมพันธ์ขององค์กร 2) การรับ

ข่าวสารของกลุ่มเป้าหมาย วิเคราะห์ถึงวิธีการและช่องทางการรับข่าวสารของกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน

3) กระบวนการรับข่าวสารของกลุ่มเป้าหมาย และการเปลี่ยนแปลงการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมาย ศึกษากระบวนการรับข่าวสาร วิธีการรับข่าวสาร รวมถึงศึกษาแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมาย

4) เครื่องมือสื่อสารและสื่อที่มีความเหมาะสมกับเนื้อหาข่าวสาร เลือกสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการจะสื่อสาร ซึ่งสอดคล้องกับขั้นตอนการประชาสัมพันธ์ให้บรรลุเป้าหมายของวิเวียน (Vivian, 1993) ประกอบด้วยขั้นตอน ดังต่อไปนี้ 1) ระบุถึงความสัมพันธ์ที่มีอยู่ 2) ประเมินลักษณะความสัมพันธ์ 3) วางแผนเพื่อหาแนวทางปรับปรุงและพัฒนาความสัมพันธ์ 4) ดำเนินการตามที่วางแผนไว้

การประชาสัมพันธ์เป็นการสื่อสารอย่างหนึ่งที่มีลักษณะเฉพาะ โดยเป็นการมุ่งสื่อสารเพื่อให้ข้อมูล ข่าวสารความเคลื่อนไหว ข้อเท็จจริง การชี้แจง การเผยแพร่ชื่อเสียง ภาพลักษณ์ เพื่อให้เกิดการบรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยสื่อสารผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น แผ่นพับ โปสเตอร์ แผ่นปลิว สื่อมวลชน เช่น วิทยุ โทรทัศน์ เป็นต้น (ประทุม ฤกษ์กลาง, 2550)

หน้าที่ของการประชาสัมพันธ์ มีทั้งหมด 5 ประการ ดังต่อไปนี้ (ประดิษฐ์ จุมพลเสถียร, 2547)

ประการแรก เป็นการสร้างสัมพันธ์ที่ดี เนื่องจากการประชาสัมพันธ์เป็นการให้ข่าวสารข้อมูลที่มีคุณค่าแก่ประชาชนทั่ว ๆ ไป เพื่อเป็นการดึงดูดความสนใจของประชาชนให้มีต่อสินค้าและบริการนั้น ๆ

ประการที่สอง เป็นการติดต่อสื่อสาร การประชาสัมพันธ์เป็นการติดต่อสื่อสารอย่างหนึ่งระหว่างผู้รับสารและผู้ส่งสาร เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีซึ่งกันและกัน

ประการที่สาม เป็นการเผยแพร่ผลิตภัณฑ์ การประชาสัมพันธ์เป็นการเผยแพร่สินค้า ผลิตภัณฑ์ หรือบริการนั้น ๆ ไปสู่กลุ่มประชาชนทั่วไปให้ได้รับรู้และเข้าใจในตัวผลิตภัณฑ์

ประการที่สี่ เป็นการคุ้มครองประชาชน เนื่องจากการประชาสัมพันธ์เป็นการเสนอข่าวสาร ข้อมูลข้อเท็จจริงที่เป็นประโยชน์แก่ประชาชน เพื่อเป็นการลดและต่อต้านข้อมูลที่จะเป็นอันตรายต่อประชาชนทั้งทางตรงและทางอ้อม

ประการที่ห้า เป็นการให้คำแนะนำ การประชาสัมพันธ์เป็นการจัดหาคำแนะนำเพื่อหาแนวทางในการปรับปรุงการติดต่อสื่อสารให้ดีขึ้น

ลักษณะของการประชาสัมพันธ์ มีลักษณะ 5 ประการดังนี้ (ดวงพร คำบุญวัฒน์ และวาสนา จันทร์สว่าง, 2541)

ประการแรก คือ การประชาสัมพันธ์เป็นการติดต่อสองทาง เป็นการสื่อสารจากองค์กรไปยังผู้รับสาร นั่นก็คือจากองค์กรไปยังผู้อ่านสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัด นครศรีธรรมราช โดยรับฟังความคิดเห็นจากผู้อ่านเพื่อให้เกิดความพึงพอใจซึ่งกันและกัน

ประการที่สอง การประชาสัมพันธ์เป็นการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจให้ผู้อ่านเกิดความเชื่อถือและปฏิบัติตาม ทำให้ผู้อ่านอยากจะทำท่องเที่ยวที่จังหวัดนครศรีธรรมราช

ประการที่สาม การประชาสัมพันธ์ต้องมีการดำเนินการที่ต่อเนื่องและสม่ำเสมอ เพื่อผลระยะยาว คือสร้างความเข้าใจ ไว้วางใจให้แก่ผู้อ่าน สิ่งที่จะตามมาคือความรู้สึกที่ดีที่มีต่อการท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราช

ประการที่สี่ การประชาสัมพันธ์เป็นการวางแผนเพื่อให้บรรลุผลตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ นั่นคือการที่ผู้อ่านได้อ่านสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแล้ว เกิดความสนใจและอยากที่จะมาท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช

ประการที่ห้า การประชาสัมพันธ์เป็นงานสร้างสรรค์ โดยการสร้างความน่าสนใจให้กับการประชาสัมพันธ์ โดยอาศัยทั้งศาสตร์และศิลป์ นั่นก็คือในการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชเพื่อเพิ่มความน่าสนใจ การสร้างความแปลกใหม่และความดึงดูดใจให้แก่ผู้อ่าน

วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ สามารถแบ่งออกเป็น 3 ประการดังนี้ (ดวงพร คำณูวัฒน์ และวาสนา จันทร์สว่าง, 2541)

ประการแรก เพื่อเผยแพร่ข้อมูล ความรู้ ความเข้าใจ รวมถึงสร้างความสัมพันธ์อันดีทั้งภายในและภายนอกองค์กร นั่นก็คือในการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อการให้ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเพื่อสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีต่อกัน

ประการที่สอง เพื่อสร้างและเผยแพร่ชื่อเสียงให้เป็นที่เป็นที่รู้จัก เป็นที่ยอมรับ ได้รับความไว้วางใจ ความนิยม รวมถึงความเชื่อถือ นั่นก็คือในการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อเป็นการสร้างชื่อเสียงของจังหวัดให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง รวมถึงการทำให้จังหวัดเป็นที่ยอมรับและได้รับความไว้วางใจ และเกิดความน่าเชื่อถือในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช

ประการที่สาม เพื่อป้องกันและรักษาชื่อเสียงและภาพลักษณ์ รวมถึงการเตรียมพร้อมเพื่อแก้ปัญหาต่าง ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้น นั่นก็คือในการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อป้องกันและรักษาภาพลักษณ์ของจังหวัดที่มีอยู่ รวมถึงเป็นการช่วยกระตุ้นภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดอีกด้วย

ข้อดีของการประชาสัมพันธ์ มีทั้งหมด 5 ประการ ดังต่อไปนี้ (ประดิษฐ์ จุมพลเสถียร, 2547)

ประการแรก คือ ความน่าเชื่อถือ เนื่องจากการประชาสัมพันธ์เป็นการเผยแพร่ข้อมูลไปยังสาธารณชนผ่านสื่อโดยไม่มีค่าใช้จ่าย และมีการเขียนข้อมูลข้อเท็จจริงที่เป็นประโยชน์แก่สาธารณชน จึงทำให้การประชาสัมพันธ์มีความน่าเชื่อถือมากกว่าการโฆษณา

ประการที่สอง คือ ช่วยสร้างภาพพจน์ เนื่องจากการนำเสนอข้อมูลข่าวสารขององค์กร มีส่วนสำคัญในการสร้างภาพพจน์ที่ดีให้แก่องค์กร นอกจากนั้นยังทำให้สาธารณชนได้รู้จักและเข้าใจองค์กรมากยิ่งขึ้น

ประการที่สาม คือ ต้นทุนต่ำ เนื่องจากงานด้านการประชาสัมพันธ์ จะมีต้นทุนที่ต่ำกว่าการโฆษณา เพราะการประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่จะอาศัยความร่วมมือของบุคลากรในองค์กร จึงไม่จำเป็นต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเช่าพื้นที่ หรือค่าใช้จ่ายอื่น ๆ จึงทำให้งานด้านประชาสัมพันธ์มีค่าใช้จ่ายน้อย

ประการที่สี่ คือ ช่วยสนับสนุนกิจกรรมสื่อสารการตลาด เนื่องจากการประชาสัมพันธ์ถือว่าเป็นกิจกรรมที่ช่วยส่งเสริมและสนับสนุนเครื่องมือการสื่อสารประเภทอื่น ๆ ได้ดี ทำให้สาธารณชนเข้าใจข้อมูลและข่าวสารขององค์กรมากขึ้น

กระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่กำหนดไว้ ประกอบด้วยขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้ (Cutlip & Center, 1978 อ้างใน ดวงพร คำณวมวัฒน์ และวาสนา จันทร์สว่าง, 2541)

1. การวิจัยและรับฟังความคิดเห็น เป็นการวิจัย ค้นหาหาข้อมูลที่เป็นปัญหาทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการของหน่วยงาน รวมถึงการสำรวจความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อนำมาวิเคราะห์ตรวจสอบและนำมาใช้ในการวางแผนต่อไป
2. การวางแผนและการตัดสินใจ เป็นการกำหนดแนวทางในการประชาสัมพันธ์ ทั้งวัตถุประสงค์ กลุ่มเป้าหมาย กิจกรรมรวมถึงสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ กำหนดเวลา งบประมาณ และวิธีการประเมินผล
3. การดำเนินการสื่อสาร เป็นการดำเนินการส่งข่าวสารตามที่ได้วางแผนไว้ ผ่านสื่อเพื่อส่งต่อไปยังกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงการรับฟังความคิดเห็นหรือปฏิกิริยาสะท้อนกลับจากกลุ่มเป้าหมายด้วย
4. การประเมินผล เป็นการวิเคราะห์ ตรวจสอบการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ติดตามผล ประเมินผลกระทบ รวมถึงเป็นการประเมินประสิทธิผลของโครงการที่ประชาสัมพันธ์

การวางแผนการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ สิ่งที่ต้องคำนึงในการเลือกสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์คือ การเลือกสื่อที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดี เพื่อให้การใช้สื่อเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ การวางแผนการใช้สื่อจึงมีข้อควรปฏิบัติ ดังนี้ (ประทุม ฤกษ์กลาง, 2550) 1) ควรศึกษาวิจัยพฤติกรรมการเปิดรับของกลุ่มเป้าหมาย ในด้านของสื่อที่นิยมเปิดรับและสื่อที่มีอิทธิพลต่อการโน้มน้าวใจและตัดสินใจ เพื่อจะได้วางแผนการเลือกใช้สื่อได้เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ 2) ควรศึกษาข้อดี ข้อเสียของสื่อแต่ละประเภท เพื่อให้สามารถเลือกสื่อได้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และเป้าหมาย 3) ควรศึกษาราคาของสื่อแต่ละประเภท 4) ควรจัดทำแผนการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์

สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์นั้นมีหลายประเภทด้วยกัน และหลักสำคัญในการเลือกสื่อที่ใช้ในการสื่อสารนั้น ต้องเลือกสื่อที่ถูกต้อง เหมาะสม และเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้ดี ซึ่งจากผลงานวิจัยของ ถวัลย์ ใจน้อย (2550) ที่ทำงานวิจัยเรื่องความพึงพอใจของผู้รับสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พบว่าสื่อที่กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจมากที่สุดคือ สื่ออินเทอร์เน็ต อันดับสองคือสื่อวิทยุโทรทัศน์ อันดับสามคือสื่อสิ่งพิมพ์ ซึ่งจะเห็นได้ว่า สื่อสิ่งพิมพ์นั้นอยู่อันดับต้นของผลวิจัย ดังนั้น ในงานวิจัยนี้ได้เลือกสื่อสิ่งพิมพ์ในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัด นครศรีธรรมราช เพราะสื่อสิ่งพิมพ์เป็นสื่อที่มีราคาถูก มีต้นทุนในการผลิตต่ำ สามารถอ่านเมื่อไรก็ได้ สามารถเก็บรักษาไว้ได้นานและสามารถบอกข้อมูลรายละเอียดได้ดี

แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์

นักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของคำว่าสื่อสิ่งพิมพ์ไว้อย่างหลากหลาย ดังต่อไปนี้

ลักษณะ สดะเวทิน (2542) ได้ให้ความหมายไว้ว่า สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ เป็นสื่อที่ช่วยในการสร้างความเข้าใจอันดีกับกลุ่มเป้าหมาย โดยการประชาสัมพันธ์บอกเรื่องราว รวมถึงการเผยแพร่เนื้อหา ความรู้และข้อมูลรายละเอียด โดยการใช้ความคิดสร้างสรรค์ เพื่อให้เกิดความน่าสนใจ และมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ผู้อ่าน ได้รับความรู้และเกิดความสนใจในสื่อที่สื่อสารออกไป

ชญชี่ กังคานนท์ (2548) ได้ให้ความหมายไว้ว่า สื่อสิ่งพิมพ์ คือ สื่อประเภทหนึ่งที่ใช้สำหรับสื่อสารมวลชน ใช้ติดต่อสื่อสารทำความเข้าใจด้วยภาษาเขียนผ่านวัสดุต่าง ๆ เช่น กระดาษ แผ่นพลาสติก ผ้า หนังสือตัว ออกมาครั้งละมาก ๆ เพื่อแจกจ่ายไปยังกลุ่มเป้าหมาย

สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ (2546) ได้ให้ความหมายไว้ว่า สื่อสิ่งพิมพ์ คือ สื่อที่ได้ผ่านกระบวนการผลิตลงบนกระดาษ โดยมีการพิมพ์จากต้นแบบให้ได้เหมือนกันจำนวนมาก ๆ ในเวลาที่รวดเร็ว มีการกำหนดเนื้อหาและกลุ่มเป้าหมายอย่างชัดเจน โดยมุ่งหวังผลทางการสื่อสารอย่างใดอย่างหนึ่ง

อารยะ ศรีกัลยาณบุตร (2550) ได้ให้ความหมายไว้ว่า สื่อสิ่งพิมพ์ คือ วัสดุตีพิมพ์ที่ได้รับการผลิตขึ้นด้วยกระบวนการทางการพิมพ์ระบบต่าง ๆ ลงบนกระดาษหรือวัสดุอื่น เพื่อใช้เป็นสื่อสำหรับทำความเข้าใจด้วยภาษาเขียน ภาษาภาพ หรือสัญลักษณ์ในลักษณะต่าง ๆ

สุดารัตน์ ดิษยวรรณนะ จันทรวัดนากุล (2551) ได้ให้ความหมายไว้ว่า สื่อสิ่งพิมพ์ คือ สื่อที่ใช้สำหรับการติดต่อสื่อสารและทำความเข้าใจกัน รวมถึงการถ่ายทอดเนื้อหาโดยผ่านภาษาเขียนและรูปภาพ เพื่อถ่ายทอดจินตนาการ ให้ความรู้ และให้ความเพลิดเพลิน สารที่ได้จากสื่อประเภทสิ่งพิมพ์จัดว่ามีลักษณะที่จับต้องได้

สารเหล่านี้จะผ่านการตีพิมพ์จากเครื่องพิมพ์ลงบนกระดาษ แผ่นพลาสติก ผ้า หรืออื่น ๆ เพื่อทำการกระจายสิ่งพิมพ์เหล่านี้ไปยังกลุ่มเป้าหมาย เพื่อใช้ในการอ่านและศึกษาค้นคว้าหาความรู้ โดยจะออกมาในลักษณะของหนังสือ นิตยสาร วารสาร แผ่นพับ โปสเตอร์ ใบปลิว หนังสือพิมพ์ เป็นต้น โดยวัตถุประสงค์ของการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์คือการ ผลิตเพื่อการจำหน่าย อันได้แก่ หนังสือพิมพ์

นิตยสาร วารสาร หนังสือเล่ม เป็นต้น การผลิตเพื่อการเผยแพร่ด้านการโฆษณาและการ
ประชาสัมพันธ์ อันได้แก่ แผ่นพับ ใบปลิว โบรชัวร์ โปสเตอร์ เป็นต้น การผลิตเพื่อการศึกษาค้นคว้า
และให้บริการ อันได้แก่ ตำราเรียน เอกสารประกอบการสอน เป็นต้น

สรุปได้ว่า สื่อสิ่งพิมพ์เป็นสื่อเพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์โดยผ่านกระบวนการทางการพิมพ์
ด้วยวิธีต่าง ๆ โดยมีการถ่ายทอดความรู้และสร้างความเข้าใจอันดีกับกลุ่มเป้าหมาย ผ่านทางภาษา
เขียน ภาษาภาพ หรือสัญลักษณ์ต่าง ๆ โดยใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อให้เกิดความน่าสนใจ

หน้าที่ของสื่อสิ่งพิมพ์ มีลักษณะต่าง ๆ ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ประการ ดังนี้ (ชนัญชี่ ภังคานนท์,
2548)

ประการแรก หน้าที่การให้ข่าวสาร เนื่องจากสื่อสิ่งพิมพ์สามารถนำเสนอข่าวสารและ
เหตุการณ์ต่าง ๆ และสามารถเผยแพร่ได้อย่างรวดเร็ว โดยต้องยึดถือหลักของคุณภาพ ความถูกต้อง
ของเนื้อหา ไม่บิดเบือนความจริง มีการใช้ภาษาที่เรียบง่าย ชัดเจน

ประการที่สอง หน้าที่ในการให้ความรู้ เป็นการเผยแพร่ในลักษณะของตำราวิชาการ รวมถึง
เอกสารต่าง ๆ ทั้งในห้องเรียนและนอกห้องเรียนเพื่อเพิ่มพูนความรู้รอบตัวและสามารถปรับตัวเข้า
สังคมได้

ประการที่สาม หน้าที่ในการให้ความบันเทิง โดยการนำเสนอสื่อสิ่งพิมพ์ในรูปแบบที่
สร้างสรรค์ ไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบของการ์ตูน คอลัมน์ เรื่องสั้น ฯลฯ เพื่อเป็นการตอบสนองและสร้าง
ความเพลิดเพลินให้แก่ผู้อ่าน

ประการที่สี่ หน้าที่ในการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ โดยเป็นการโฆษณาและการ
ประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการแก่ประชาชน เพื่อสร้างแรงจูงใจและนำไปสู่กระบวนการในการ
ตัดสินใจต่อไป

ประการที่ห้า หน้าที่ในการติดต่อสื่อสารและเสนอความคิดเห็น สื่อสิ่งพิมพ์มีหน้าที่หลักใน
การติดต่อสื่อสารระหว่างผู้เขียนไปยังผู้อ่าน เพื่อเป็นการให้ถ่ายทอดข้อมูล เรื่องราว รวมถึง
ประสบการณ์แก่ผู้อ่าน

สื่อสิ่งพิมพ์เป็นสื่อที่มีความสำคัญอย่างหนึ่งในปัจจุบัน ซึ่งมีลักษณะพิเศษ ดังนี้ (สุรสิทธิ์
วิทยารัฐ, 2546 และชนัญชี่ ภังคานนท์, 2548)

1. เป็นสื่อที่มีราคาถูก เมื่อเปรียบเทียบกับสื่อประเภทอื่น ๆ
2. สามารถเข้าถึงประชาชนได้อย่างกว้างขวาง
3. สื่อสิ่งพิมพ์สามารถอ่านเมื่อใดก็ได้
4. เสนอเรื่องราวที่สามารถเก็บรักษาสื่อไว้เป็นหลักฐานได้นาน
5. สามารถถ่ายทอดจินตนาการ ข่าวสารและรายละเอียดได้ลึกซึ้ง
6. เป็นสื่อที่สนับสนุนสื่ออื่น ๆ ได้เป็นอย่างดี

7. สามารถปรับการผลิตและเผยแพร่ให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายและสภาพแวดล้อมได้ง่าย
8. มีความเป็นส่วนตัวในการใช้งาน
9. สามารถเจาะจงเนื้อหาสาระหรือเน้นเฉพาะส่วนได้อย่างชัดเจน
10. ใช้ได้ในทุกสถานการณ์และสถานที่
11. มีเนื้อหาที่หลากหลายสามารถบรรจุข้อความ เนื้อหาสาระ และภาพต่าง ๆ ได้ตามความต้องการ

การแบ่งสิ่งพิมพ์ตามวัตถุประสงค์ในการผลิตและเผยแพร่ นั้น สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท นั่นคือ สิ่งพิมพ์ประเภทสื่อมวลชน เป็นสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์โดยการจำหน่าย หรือแจกจ่าย เพื่อเป็นการเผยแพร่ไปยังสาธารณชน อันได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสารและวารสาร หนังสือเล่ม สิ่งพิมพ์เฉพาะกิจ เป็นสื่อที่ทำขึ้นมา โดยไม่ได้มีการมุ่งเน้นเพื่อการจำหน่าย แต่ส่วนใหญ่มุ่งเน้นเพื่อการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งเกี่ยวข้องกับการตลาด หรือเพื่อการส่งเสริมการขาย สิ่งพิมพ์ประเภทนี้ ได้แก่ โปสเตอร์ แผ่นพับ แผ่นปลิว จดหมายข่าว จดหมายส่งโดยตรง จุลสารและอนุสาร รายงานประจำปี เอกสารเย็บเล่ม รวมถึงสิ่งพิมพ์อื่น ๆ เช่น การ์ด เมนูอาหาร ฯลฯ (ชนัญชี ภัทคานนท์, 2548)

สื่อประชาสัมพันธ์ที่จำเป็นในการส่งเสริมการท่องเที่ยวมีดังนี้ (ฉลองศรี พิมลสมพงศ์, 2542)

1. จุลสาร (Booklet) ประกอบด้วยข้อมูล รายละเอียด และจุดเด่นของสถานที่ท่องเที่ยว รายชื่อที่อยู่บริษัทนำเที่ยว โรงแรม สถานที่ซื้อสินค้าของที่ระลึก ฯลฯ
2. แผ่นพับ หรือ เอกสารเย็บเล่ม (Brochure) แสดงรายละเอียดของสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญต่าง ๆ และมีภาพประกอบ
3. ภาพโปสเตอร์ (Poster) ขนาดต่าง ๆ เช่น ภาพตลาดน้ำ ผลไม้ไทย รำไทย ชายหาด เป็นต้น
4. ภาพโปสการ์ด (Poster) ปฏิทิน (Calendar) เป็นภาพที่สวยงาม มีคำบรรยายสั้น ๆ ของสถานที่และสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวต่าง ๆ
5. นิตยสารท่องเที่ยว (Tourist Magazine)
6. คู่มือสำหรับสื่อมวลชน (Press Kit) ประกอบด้วย แผ่นพับต่าง ๆ ภาพสไลด์ แผนที่ คำบรรยาย ภาพข่าวคำ แจกเป็นชุดสำหรับสื่อมวลชน
7. คู่มือสำหรับนักท่องเที่ยว (Travel Kit) ประกอบด้วยแผ่นพับและรายละเอียดอื่น ๆ เช่น ที่พัก บริษัทนำเที่ยว เป็นต้น แจกเป็นชุดสำหรับนักท่องเที่ยวที่เป็นบุคคลสำคัญ

8. ภาพสไลด์ ภาพถ่าย วิดีโอ ภาพยนตร์ เป็นภาพสถานที่ท่องเที่ยว วัฒนธรรม ประเพณี ที่น่าสนใจของไทย การส่งเสริมการท่องเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ การส่งเสริมการประชุม ภาพยนตร์ โฆษณา ฯลฯ

9. คู่มือการเดินทาง (Guidebook) มีภาพ รายละเอียด แผนที่ ข้อมูลต่าง ๆ สำหรับการเดินทางท่องเที่ยว

10. ภาพที่ใช้จัดแสดงในงานนิทรรศการ (Display Materials) หรือจัดแสดงในสำนักงานการท่องเที่ยว

11. ป้ายโฆษณาตามสถานที่ชุมชน (Billboard)

12. การจัดส่งวัสดุ (Mailing) หรือเอกสารการท่องเที่ยวไปยังจุดหมายปลายทาง เพื่อให้สำนักงานแจกจ่ายไปยังนักท่องเที่ยวอีกทีหนึ่ง

เอกสารเย็บเล่ม แผ่นพับ หรือเรียกกันทั่วไปว่า โบรชัวร์ (Brochure) มาจากภาษาฝรั่งเศส โดยใช้เรียกทับศัพท์สื่อสิ่งพิมพ์ประเภทหนึ่ง ซึ่งหมายถึง หนังสือเล่มเล็กที่มีการเย็บเล่มเข้าด้วยกัน (สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ, 2546) โดยลักษณะของเอกสารเย็บเล่มหรือแผ่นพับ (Brochure) เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ เฉพาะกิจที่มุ่งเสนอข่าวสารเป็นการเฉพาะ และสามารถบรรจุเนื้อหารายละเอียดได้มากกว่าแผ่นพับ (Folder) รวมถึงจะมีคุณภาพทางการพิมพ์มากกว่างานพิมพ์ประเภทจุลสาร ซึ่งเอกสารเย็บเล่มส่วนใหญ่มักใช้ในการโฆษณา หรือให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการ รวมถึงกิจกรรมต่าง ๆ ใช้เป็นทั้งการให้ข้อมูลอย่างย่อและอย่างละเอียด (สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ, 2546 และอารยะ ศรีกัลยาณบุตร, 2550)

การจำแนกเอกสารเย็บเล่มหรือแผ่นพับตามประเภทลักษณะการใช้งานสามารถแยกออกเป็น 5 ประเภท คือ (อารยะ ศรีกัลยาณบุตร, 2550)

ประเภทที่ 1 เอกสารเย็บเล่มหรือแผ่นพับ ณ จุดขาย (Point-of-Sale Brochure) เป็นเอกสารเย็บเล่มหรือแผ่นพับที่วางไว้ตามจุดที่คาดว่าจะกลุ่มเป้าหมายจะไป โดยมีรายละเอียดไม่มาก มีขนาดเล็กใหญ่หรือไม่หนามาก เนื่องจากต้องการแจกในจำนวนมากไปยังกลุ่มผู้บริโภคกว้าง ๆ ซึ่งเอกสารเย็บเล่มหรือแผ่นพับประเภทนี้มักใส่ไว้ในกล่องที่มีการออกแบบให้ส่งเสริมกันและกันเพื่อเป็นการดึงดูดลูกค้าใหม่

ประเภทที่ 2 เอกสารเย็บเล่มหรือแผ่นพับโฆษณาตรง (Direct Advertising Brochure) เป็นเอกสารเย็บเล่มหรือแผ่นพับที่ทำการส่งตรงไปยังกลุ่มเป้าหมายด้วยวิธีการต่าง ๆ ส่วนใหญ่จะมีลักษณะและขนาดที่เหมาะสมกับการส่งทางไปรษณีย์ จะใช้ในการดึงดูดลูกค้าใหม่รวมถึงเป็นการเสนอข้อมูลข่าวสารแก่กลุ่มเป้าหมายหรือลูกค้าเดิม

ประเภทที่ 3 เอกสารเย็บเล่มหรือแผ่นพับตามคำขอ (Respond-to-Inquiry Brochure) เป็นเอกสารเย็บเล่มหรือแผ่นพับที่จัดทำเพื่อส่งให้แก่กลุ่มเป้าหมายที่ติดต่อขอเข้ามา เอกสารเย็บเล่ม

ประเภทนี้มักมีการออกแบบที่ดี มีรายละเอียดค่อนข้างมาก รวมถึงมีขนาดใหญ่และหนาเนื่องจากเป็นเอกสารเย็บเล่มหรือแผ่นพับที่กลุ่มเป้าหมายมีแนวโน้มที่สนใจข้อมูลในเอกสารเย็บเล่มอยู่แล้ว

ประเภทที่ 4 เอกสารเย็บเล่มหรือแผ่นพับช่วยการขาย (Sale Kit Brochure) เป็นเอกสารเย็บเล่มหรือแผ่นพับที่จัดทำขึ้นเป็นเอกสารในการประกอบการขายตรงของพนักงานขาย เปรียบเสมือนเครื่องมือช่วยในการบรรยายข้อดีของสินค้าและบริการ ซึ่งเอกสารเย็บเล่มหรือแผ่นพับประเภทนี้จะมีความใหญ่ มีตัวหนังสือน้อย แต่จะมีความใหญ่ รวมถึงจะมีรูปภาพประกอบที่ใหญ่ จะมีลักษณะการเปิดอ่านที่ง่าย มักนิยมทำเป็นรูปแบบคล้ายปฏิทินตั้งโต๊ะ

ประเภทที่ 5 เอกสารเย็บเล่มหรือแผ่นพับทิ้งไว้ให้พิจารณา (Leave-Behind Brochure) เป็นเอกสารเย็บเล่มหรือแผ่นพับที่พนักงานขายจะทิ้งไว้ให้กลุ่มเป้าหมายเพื่อกลุ่มเป้าหมายสามารถนำข้อมูลรายละเอียดไปอ่านและทำความเข้าใจต่อในภายหลังจากที่ได้พูดคุยกันเบื้องต้นแล้ว ซึ่งเอกสารเย็บเล่มหรือแผ่นพับประเภทนี้มักมีรายละเอียดค่อนข้างมาก

นอกจากนี้แล้ว ยังมีการจำแนกเอกสารเย็บเล่มตามลักษณะทางกายภาพซึ่งสามารถแยกออกเป็น 2 ประเภท คือ (อารยะ ศรีกัลยาณบุตร, 2550)

ประเภทที่ 1 เอกสารเย็บเล่มหรือแผ่นพับเป็นกระดาษแผ่นเดียว (Single Sheet Brochure) เป็นเอกสารเย็บเล่มหรือแผ่นพับที่พิมพ์ลงกระดาษแผ่นเดียว อาจจะมีทั้งหน้า-หลัง แล้วพับตามความต้องการ ซึ่งมีการพับที่หลากหลายรูปแบบขึ้นอยู่กับรูปแบบ เอกสารเย็บเล่มหรือแผ่นพับประเภทนี้มักนิยมใช้สำหรับเอกสารเย็บเล่มหรือแผ่นพับ ณ จุดขาย หรือเอกสารเย็บเล่มหรือแผ่นพับโฆษณาตรง เพราะสามารถผลิตในราคาไม่แพง

ประเภทที่ 2 เอกสารเย็บเล่มหรือแผ่นพับเป็นรูปเล่ม (Booklet Brochure) เป็นเอกสารเย็บเล่มหรือแผ่นพับที่พิมพ์ลงในกระดาษมากกว่าหนึ่งแผ่น แล้วนำมารวมเป็นเล่มด้วยวิธีการต่าง ๆ ส่วนใหญ่จะพิมพ์ทั้งหน้า-หลัง เอกสารเย็บเล่มหรือแผ่นพับประเภทนี้มักใช้สำหรับเอกสารเย็บเล่มหรือแผ่นพับตามคำขอ เอกสารเย็บเล่มหรือแผ่นพับช่วยการขาย หรือเอกสารเย็บเล่มหรือแผ่นพับทิ้งไว้ให้พิจารณา เพราะมีราคาแพงกว่าและมีจำนวนการผลิตไม่มากนัก

ส่วนประกอบของเอกสารเย็บเล่ม (อารยะ ศรีกัลยาณบุตร, 2550)

1. ปกหน้า ประกอบด้วย

- 1.1 พาดหัว คือ ข้อความหลักที่ใช้ดึงดูดความสนใจจากผู้พบเห็น
- 1.2 ภาพในปกหน้า คือ ภาพประกอบที่ช่วยดึงดูดความสนใจจากผู้พบเห็น
- 1.3 ข้อความบนปก คือ ข้อความที่ระบุประเด็นสำคัญที่ต้องการสื่อสารออกไปยังผู้พบเห็น
- 1.4 ภาพสินค้าและตราสัญลักษณ์ คือ สิ่งที่สามารถระบุให้ผู้พบเห็นทราบถึงเจ้าของเอกสารเย็บเล่มนี้

2. หน้าใน ประกอบด้วย

2.1 เนื้อหา คือ ข้อความที่บอกข้อมูล รายละเอียดของสิ่งที่ต้องการสื่อสารออกไป

2.2 ภาพในหน้าใน คือ ภาพที่ใช้ประกอบและช่วยส่งเสริมเนื้อหาให้ผู้อ่านสามารถเข้าใจข้อมูลมากยิ่งขึ้น

2.3 องค์ประกอบเรขาคณิตอื่น ๆ คือ สิ่งที่ช่วยส่งเสริมเนื้อหาให้ความเข้าใจง่ายขึ้น เช่น แผนภูมิ หรือตารางต่าง ๆ

3. ปกหลัง ประกอบด้วย

3.1 เนื้อหา คือ ข้อความที่ใช้ระบุชื่อตราสินค้าหรือองค์กรที่เราต้องการสื่อสาร

3.2 ภาพในปกหลัง คือ ภาพขององค์กรหรือตราสัญลักษณ์ เพื่อระบุผู้เป็นเจ้าของเอกสารเย็บเล่มนั้น ๆ

3.3 องค์ประกอบเรขาคณิตอื่น ๆ คือ สิ่งที่ใช้ระบุถึงตัวสินค้าหรือองค์กร เช่น ที่อยู่ แผนที่สถานที่ตั้ง

ทั้งนี้ การออกแบบเอกสารเย็บเล่มนั้น ผู้ออกแบบควรต้องคำนึงถึงรายละเอียดข้อมูลที่ต้องและชัดเจน การใช้ภาพถ่ายประกอบที่สวยงามและวางในตำแหน่งที่เหมาะสม มีการจัดแบ่งหน้าให้อ่านเข้าใจง่าย มีการจัดวางตัวอักษรที่มีความเหมาะสมและสวยงาม ซึ่งหลักในการออกแบบนั้น ควรออกแบบให้อ่านง่าย สบายตา มีขนาดตัวอักษรที่เหมาะสม สามารถมองเห็นในครั้งแรก เนื้อหาข้อมูลจะต้องกระชับและเข้าใจง่าย

การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์

นักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของคำว่า การออกแบบไว้อย่างหลากหลาย ดังต่อไปนี้ สมิตรา ศรีวิบูลย์ (2544) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การออกแบบเป็นงานที่เกี่ยวข้องกับ กระบวนการและผลผลิต กระบวนการประกอบด้วย ความคิดสร้างสรรค์ การแก้ปัญหาในเรื่องของสิ่งที่รับรู้และสามารถมองเห็นได้ การจัดระบบ และการประเมินผล ในส่วนของผลผลิต หมายถึงผลจากสิ่งที่มองเห็น องค์ประกอบภาพ วัสดุ และเอกลักษณ์เฉพาะตัวของนักออกแบบ

วิรุณ ตั้งเจริญ (2545) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การออกแบบ คือ การวางแผนสร้างสรรค์ รูปแบบ โดยวางแผนจัดส่วนประกอบของการออกแบบให้สัมพันธ์กับประโยชน์ใช้สอย วัสดุ และการผลิตของสิ่งที่ต้องการออกแบบนั้น

โสรัจชัย นันทวัชรวิบูลย์ (2545) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การออกแบบ คือ ศาสตร์แห่งความคิด การแก้ไขปัญหาที่มีอยู่ เพื่อสนองต่อจุดมุ่งหมาย และนำกลับมาใช้งานได้อย่างพึงพอใจ ซึ่งความพึงพอใจก็คือ ความสวยงาม มีประโยชน์ใช้สอยที่ดี และมีแนวคิดในการออกแบบที่ดี

สุรสิทธิ์ วิทยาธิรัฐ (2546) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การออกแบบ คือ กระบวนการทางความคิด วางแผนรวบรวมองค์ประกอบทั้งหลายเข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบ เพื่อนำไปสู่การสร้างสรรคและการปรับปรุงผลงานต่าง ๆ อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งในด้านประโยชน์ใช้สอยและความงาม

อารยะ ศรีภักษานบุตร (2550) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การออกแบบ คือ การดำเนินการเป็นกระบวนการเพื่อแก้ปัญหา โดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ให้ได้ผลลัพธ์ที่มีทั้งประโยชน์ใช้สอยและสุนทรียภาพ

สรุปได้ว่า การออกแบบเป็นการคิดสร้างสรรค์งานเพื่อตอบสนองจุดมุ่งหมาย ทั้งในด้านการจัดองค์ประกอบ ตัวอักษร ภาพประกอบ และการเลือกใช้สี มาจัดวางให้สัมพันธ์กันด้วยความสร้างสรรค์ ความสวยงามและความเหมาะสม เพื่อให้เกิดประสิทธิผลสูงสุดในการออกแบบ

ส่วนประกอบที่สำคัญในการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ ตัวอักษร และภาพประกอบ

ตัวอักษรและตัวพิมพ์ (Alphabets or Letters and Typeface) เป็นองค์ประกอบหนึ่งที่ใช้ในการสื่อความหมายความเข้าใจซึ่งกันและกันได้ดี สามารถสื่อความรู้และความรู้สึกนึกคิดลงบนตัวอักษร ในการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชนี้ ก็จะเป็นในลักษณะของส่วนเนื้อหา หัวเรื่อง ข้อความต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว โดยการนำมาจัดวางองค์ประกอบให้มีความเหมาะสม ซึ่งในการออกแบบจะต้องคำนึงถึงรูปแบบตัวอักษร (Type Style) ขนาดของตัวอักษร (Type Size) และรูปร่างลักษณะของตัวอักษร (Type Character) รวมถึงการนำตัวอักษรเหล่านี้มาจัดวาง การเว้นช่องไฟ การเว้นวรรค ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะเป็นสิ่งที่ช่วยในการดึงดูดสายตาแก่ผู้อ่าน ใช้ในการตกแต่งหรือเน้นข้อความเพื่อให้เกิดความสะดวกสบายในการอ่าน และสามารถดึงดูดความน่าสนใจของผู้อ่าน รวมถึงเป็นการบรรยายในส่วนของเนื้อหา เพื่อบอกข้อมูลต่าง ๆ ภายในสื่อสิ่งพิมพ์ (วิรุณ ตั้งเจริญ, 2545)

ภาพประกอบ (Illustration) เป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญต่อการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ ซึ่งช่วยในการสื่อความหมายและสร้างความเข้าใจให้มากยิ่งขึ้น และใช้ในการประกอบกับเนื้อหา เพื่อให้ผู้อ่านเกิดความรู้สึกและคล้อยตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ นั่นก็คือการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราช และเป็นการดึงดูดความสนใจต่อผู้อ่านเพื่อให้เกิดความสนใจและเกิดความรู้สึกที่ดีต่อสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งแบ่งประเภทของภาพประกอบได้ 3 ประเภท ดังนี้ ประเภทแรกคือ ภาพเหมือนจริง เป็นภาพที่มีรายละเอียดเหมือนจริงตามที่ตามองเห็น ซึ่งสามารถบ่งบอกข้อเท็จจริงแก่ผู้อ่าน ในการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวนี้ส่วนใหญ่จะใช้ภาพถ่ายของแหล่งท่องเที่ยวในการดึงดูดความสนใจของผู้อ่าน ประเภทที่สอง คือ ภาพกึ่งสัญลักษณ์ เป็นภาพที่ดัดแปลงมาจากภาพเหมือนจริง อาจเกิดจากการตัดทอน หรือเพิ่มเติมรายละเอียดเพื่อสร้างความรู้สึกแปลกใหม่และเพิ่มความน่าสนใจให้แก่ผู้อ่านมากขึ้น และประเภทสุดท้าย คือ ภาพสัญลักษณ์ เป็นภาพในลักษณะของนามธรรม ซึ่งเป็นการนำมาตกแต่งเพื่อสร้างความน่าสนใจให้กับ

งานออกแบบ และรวมถึงภาพสัญลักษณ์ที่แทนความหมายต่าง ๆ ที่สามารถรับรู้ได้ร่วมกัน (ผดุงพรหมมูล, 2545)

องค์ประกอบที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งในการออกแบบ นั่นคือ สี สีมีอิทธิพลต่อความรู้สึกและการรับรู้ของผู้อ่าน ซึ่งสีจะสามารถบ่งบอกและเป็นตัวแทนของความรู้สึกต่าง ๆ ได้ ดังนั้น จึงเกิดแนวคิดเกี่ยวกับจิตวิทยาในการเลือกใช้สี อาทิ สีขาว ให้ความรู้สึกสะอาด บริสุทธิ์ ไร้เดียงสา สีดำ ให้ความรู้สึกหดหู่ โศกเศร้า ความตาย สีแดง ให้ความรู้สึกถึงความเร่าร้อน รุนแรง อันตราย มีพลัง ดึงดูดความสนใจ สะเทือนอารมณ์ หรืออาจเป็นสีแห่งความรัก สีเหลือง ให้ความรู้สึกสดใส ร่าเริงมีชีวิตชีวา ความหวัง ระมัดระวัง สีเขียว ให้ความรู้สึกสดชื่น งอกงาม เป็นสีของต้นไม้ ใบหญ้า สงบ เรียบง่าย อุดมสมบูรณ์ สีฟ้า ให้ความรู้สึกสงบ เยือกเย็น มั่นคง เต็มไปด้วยพลัง เป็นสีของท้องฟ้าและน้ำทะเล สีม่วง ให้ความรู้สึกถึงความลึกลับ ซ่อนเร้นหนักแน่น (ประพันธ์ งามเนตร, 2540)

วรรณะของสี (Tone) คือกลุ่มสีที่อยู่ในวงล้อสี โดยแบ่งเป็นสีวรรณะร้อน (Warm Tone) สีเหลือง สีส้มเหลือง สีส้ม สีส้มแดง สีแดง สีม่วงแดงและสีม่วง ซึ่งจะให้อิทธิพลความรู้สึกที่อบอุ่น ร่าเริง ตื่นเต้น กระฉับกระเฉง และวรรณะเย็น (Cool Tone) ได้แก่ สีเหลือง สีเขียวเหลือง สีเขียว สีเขียว น้ำเงิน สีม่วงน้ำเงินและสีม่วง ซึ่งจะให้ความรู้สึกสงบ เยือกเย็น (สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ, 2546)

ความสำคัญของการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ นอกจากข้อมูลเนื้อหาที่นำมาพิมพ์ สิ่งที่ต้องคำนึงถึงอีกเรื่องหนึ่งก็คือ ความน่าสนใจของสื่อสิ่งพิมพ์ การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์จึงเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารให้เนื้อหาที่นำมาพิมพ์เพื่อให้เกิดผลลัพธ์เป็นขั้นตอน ดังต่อไปนี้ (อารยะศรีกัลยาณบุตร, 2550)

ขั้นตอนที่ 1 ดึงดูดใจให้ผู้ที่พบเห็นให้เกิดความสนใจในสื่อสิ่งพิมพ์ โดยต้องเริ่มจากการวางแผนในการจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ ทั้งการระบุกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน เพื่อนำมาวิเคราะห์บุคลิกภาพลักษณะนิสัย รสนิยม ข้อมูลเหล่านี้ทำให้นักออกแบบสามารถรู้แนวทางในการนำไปออกแบบได้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งการออกแบบที่สามารถดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมายได้ ก็เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยส่งเสริมให้สื่อสิ่งพิมพ์นั้นมีประสิทธิภาพ

ขั้นตอนที่ 2 ถ่ายทอดข้อมูลที่ต้องการจะสื่อสารอย่างชัดเจนและเหมาะสมกับผู้รับสื่อ เมื่อทำการออกแบบที่สามารถดึงดูดความสนใจจากกลุ่มเป้าหมายได้แล้ว ขั้นตอนมาคือ การเลือกและการจัดวางองค์ประกอบที่ถูกต้องและเหมาะสม เช่น ตัวอักษร ภาพถ่าย ฯลฯ เพื่อให้สื่อสิ่งพิมพ์นั้นง่ายต่อการอ่านและทำความเข้าใจ ซึ่งความชัดเจนและความถูกต้องของเนื้อหาที่สื่อสารออกไปเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ทำให้การสื่อสารนั้นมีประสิทธิภาพ

ขั้นตอนที่ 3 สร้างความประทับใจทำให้ข้อมูลที่สื่อสารเป็นที่จดจำ ข้อมูลที่สื่อสารออกไปนั้นจะเกิดประโยชน์และมีประสิทธิภาพมากขึ้นก็ต่อเมื่อผู้รับสารสามารถจดจำเนื้อหาที่สื่อสารออกไปได้ ดังนั้น การออกแบบที่มีความสร้างสรรค์โดดเด่นไม่ซ้ำแบบใครและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว สิ่งเหล่านี้ก็

เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ผู้รับสารประทับใจ และทำให้สื่อสิ่งพิมพ์นั้น ๆ อยู่ในความทรงจำของผู้รับสาร แม้จะอ่านจบไปแล้วก็ตาม

กระบวนการออกแบบ แบ่งออกเป็น 2 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. ขั้นตอนความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งความคิดสร้างสรรค์ของแต่ละบุคคล ขึ้นอยู่กับคุณสมบัติของบุคคลนั้น ๆ เช่น ความสามารถในการรับรู้ต่อสิ่งที่มองเห็น ความสามารถในการคิดวิเคราะห์ การตอบสนองทางอารมณ์ รวมถึงความสามารถในการสังเคราะห์ปัญหาให้กลายมาเป็นแนวคิด ซึ่งกระบวนการความคิดสร้างสรรค์แบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอนดังต่อไปนี้ (สุมิตรา ศรีวิบูลย์, 2544)

1.1 การวิเคราะห์ เป็นขั้นตอนเกี่ยวกับการตระหนักรู้ซึ่งเป็นการคิดวิเคราะห์อย่างเป็นเหตุเป็นผล โดยการทำความเข้าใจกับข้อมูลทั้งหมด เพื่อสรุปและกำหนดแนวทางในการสร้างสรรค์ไปสู่มุมมองที่แตกต่างและมีความแปลกใหม่

1.2 การพัฒนาความคิด เป็นการพัฒนาแนวคิดจากการวิเคราะห์ เป็นการคิดที่ไม่ต้องอาศัยความเป็นเหตุเป็นผล โดยการใช้การรับรู้ที่มีอยู่ในตัวของแต่ละบุคคล เพื่อหาแนวทางแก้ปัญหาและหาแนวคิดใหม่ ๆ มาใช้ในการแก้ปัญหานั้น

1.3 การสร้างแรงบันดาลใจ เป็นจุดประกายความคิดสร้างสรรค์และความแปลกใหม่ โดยการนำจินตนาการ การรับรู้และความเข้าใจมาผสมผสานเข้ากับการวิเคราะห์อย่างมีเหตุผล เพื่อหาแนวคิดที่มีคุณค่าในการออกแบบ

1.4 การตรวจสอบแนวความคิด เป็นการหาสมดุลระหว่างแรงบันดาลใจกับวัตถุประสงค์และความเป็นจริงของปัญหา เพื่อหาความเป็นไปได้ของการออกแบบ รวมถึงครอบคลุมไปถึงความรับผิดชอบต่อการใช้งาน

2. ขั้นตอนในการออกแบบ เป็นการออกแบบเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของมนุษย์ รวมถึงเป็นการแก้ปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น โดยเป็นการออกแบบทั้งสื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ ซึ่งมีองค์ประกอบพื้นฐานอยู่ 3 ประการคือ การจูงใจ การระบุชี้ และการให้ข้อมูล โดยการออกแบบสามารถแบ่งเป็นขั้นตอนได้ ดังนี้ (สุมิตรา ศรีวิบูลย์, 2544)

2.1 การทำภาพร่างอย่างคร่าว ๆ เป็นการเขียนแบบร่างของความคิดเบื้องต้นลงบนกระดาษ โดยไม่ต้องมีรายละเอียดมากนัก เพื่อเป็นการหาทิศทางและแนวทางในการออกแบบให้ตอบโจทย์ได้ดีที่สุด และนำไปคิดและพัฒนาในขั้นตอนต่อไป

2.2 การเขียนภาพร่างแบบหยาบ ๆ เป็นการนำแบบร่างที่ร่างคร่าว ๆ ไว้มาพัฒนาและเขียนแบบให้มีความละเอียดและมีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น ทั้งเรื่องของขนาดและสัดส่วนที่เหมาะสม โดยอาจจะใช้มือหรือคอมพิวเตอร์ก็ได้แล้วแต่ความถนัดของแต่ละบุคคล

2.3 การเขียนภาพร่างที่มีรายละเอียดสมบูรณ์ เป็นการพัฒนาและปรับแบบร่างให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นขนาด สี สัดส่วน แบบและขนาดของตัวอักษร ให้เป็นแบบที่ค่อนข้างสมบูรณ์และเหมือนจริงมากที่สุด

2.4 การทำแบบสำหรับการผลิต เป็นการตรวจสอบแบบและแก้ไขขั้นสุดท้าย เพื่อเตรียมการส่งให้โรงพิมพ์ทำการจัดพิมพ์ต่อไป

หลักการออกแบบ เป็นการนำองค์ประกอบมาจัดหรือรวบรวมเข้าด้วยกันอย่างมีระบบในงานออกแบบ ไม่ว่าจะเป็นตัวอักษร หรือภาพประกอบเพื่อมาจัดวางให้เกิดคุณค่าทางความสวยงาม ในด้านการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวนี้ ก็หมายถึงการนำข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมาจัดวางองค์ประกอบรวมกับภาพประกอบต่าง ๆ ทั้งที่เป็นภาพถ่ายและภาพงานกราฟิกต่าง ๆ รวมถึงการเลือกใช้สีเพื่อให้เกิดการสร้างสรรค์และสร้างเสริมความน่าสนใจให้เพิ่มมากขึ้น โดยมีหลักการออกแบบดังนี้ (สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ, 2546)

1. การเน้นจุดแห่งความสนใจ (Emphasis) การสร้างจุดสนใจให้แก่งานออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ โดยการกำหนดจุดใดจุดหนึ่งเพื่อเป็นการดึงดูดความสนใจให้แก่ผู้อ่านซึ่งจะทำให้ผู้อ่านสะดุดตา และหยุดสนใจในจุดนั้น
2. ความมีเอกภาพ (Unity) เป็นการจัดองค์ประกอบในการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ให้อยู่รวมเป็นอันเดียวกันเพื่อไม่ให้เกิดการกระจัดกระจายและมีจุดที่ทำให้เกิดความน่าสนใจ
3. ความสมดุล (Balance) เป็นการจัดวางองค์ประกอบต่าง ๆ ให้มีขนาดและน้ำหนักในสัดส่วนที่เท่า ๆ กัน ทั้งตัวอักษร ภาพประกอบ การใช้น้ำหนักสี รวมถึงองค์ประกอบอื่น ๆ เพื่อให้ไม่รู้สึกรำคาญองค์ประกอบหนักไปทางข้างใดข้างหนึ่ง
4. จังหวะ (Rhythm) เป็นการจัดวางองค์ประกอบให้มีระยะของตำแหน่งเป็นช่วง ๆ เพื่อให้เกิดความต่อเนื่องกันขององค์ประกอบทำให้ผู้อ่านมีทิศทางในการอ่านและเข้าใจ
5. ความเรียบง่าย (Simplicity) เป็นการจัดองค์ประกอบที่ใช้ความเรียบง่าย ไม่รกรุงรัง สบายตา สามารถสื่อความหมายได้อย่างชัดเจนและง่ายต่อการรับรู้ของผู้อ่าน
6. การจัดวางรูปร่าง (Lay-out Shape) เป็นการจัดวางองค์ประกอบของภาพและตัวอักษร โดยการจัดวางในตำแหน่งที่เหมาะสมและทำให้เกิดความน่าสนใจซึ่งไม่มีรูปแบบที่แน่นอน (ชาญวิทย์ หาญรินทร์, 2547)

หลักการออกแบบทั้งหมดนี้ เป็นส่วนสำคัญในการสร้างความแปลกใหม่และสร้างความน่าสนใจ ทั้งองค์ประกอบในการออกแบบทั่วไปได้แก่ จุด เส้น รูปร่างและรูปทรง แสงและเงา ช่องว่าง สี ลักษณะพื้นผิว (สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ, 2546) และนำองค์ประกอบเหล่านี้มาจัดวางตามหลักการออกแบบ รวมถึงการใช้หลักการของทฤษฎีสีเพื่อเลือกสีให้มีความเหมาะสมกับงานออกแบบ ซึ่งจะ

ช่วยให้งานออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชมีความน่าสนใจมากขึ้น

หลักการจัดองค์ประกอบในการออกแบบเอกสารเย็บเล่ม มีรายละเอียดเพิ่มเติมจากหลักการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ 2 ประการ ซึ่งมีรายละเอียดเพิ่มเติม ดังนี้ (อารยะ ศรีกัลยาณบุตร, 2550)

ประการที่หนึ่ง สิ่งที่ต้องกำหนดและวางแผนก่อนการออกแบบเอกสารเย็บเล่ม

1. การกำหนดขนาดและรูปแบบของเอกสารเย็บเล่ม เนื่องจากวัตถุประสงค์การนำเอกสารเย็บเล่มแต่ละประเภทไปใช้งานนั้นจะมีลักษณะที่แตกต่างกัน ซึ่งเมื่อรู้ประเภทของการใช้งานแล้ว ก็สามารถกำหนดลักษณะการพิมพ์ รูปแบบการพับ รูปแบบการเย็บเล่ม รวมถึงรู้งบประมาณในการผลิต นอกจากการกำหนดรูปแบบแล้ว ยังต้องทำการกำหนดกระดาษที่จะพิมพ์ให้เหมาะสม ทั้งการพิมพ์และความหนาของกระดาษ

2. การกำหนดลักษณะการเผยแพร่ เนื่องจากการเผยแพร่เอกสารเย็บเล่มมีหลากหลายรูปแบบด้วยกัน ซึ่งในการกำหนดลักษณะการเผยแพร่ที่แน่นอนนั้นจะทำให้ทราบข้อที่ควรคำนึงถึงในขั้นตอนการออกแบบ เช่น ถ้าใส่กล่องและจัดวางในสถานที่ต่าง ๆ ก็ต้องคำนึงถึงขนาดที่ไม่ควรใหญ่เกินไป หรือถ้าเป็นการส่งไปรษณีย์ก็ควรเว้นที่สำหรับชื่อที่อยู่ของผู้รับ เป็นต้น

3. การกำหนดลำดับของการอ่าน ในกรณีที่เป็นเอกสารแผ่นพับ เนื่องจากลักษณะการพับมีความสำคัญในการกำหนดลำดับเนื้อหาให้อยู่ในตำแหน่งที่สอดคล้อง เมื่อคลี่แผ่นพับออกมาแล้วต้องมีความต่อเนื่องของเนื้อหา ดังนั้นลำดับของอ่านจึงขึ้นอยู่กับรูปแบบของการพับ

ประการที่สอง การออกแบบส่วนประกอบต่าง ๆ ของเอกสารเย็บเล่ม

องค์ประกอบและการจัดวางองค์ประกอบในส่วนประกอบต่าง ๆ ของเอกสารเย็บเล่ม

1. ปกหน้า

1.1 พาดหัว จะต้องอยู่ที่หน้าปกและวางอยู่ในตำแหน่งที่เด่น และสามารถมองเห็นชัดเจน มักนิยมวางไว้ส่วนบนของปกหน้า ตัวอักษรที่ใช้พาดหัวมักมีขนาดใหญ่ เนื่องจากส่วนใหญ่แล้วพาดหัวจะเป็นเพียงข้อความสั้น ๆ ทำให้อ่านได้ชัดและเข้าใจง่าย สามารถใช้ตัวอักษรได้หลากหลายรูปแบบ หรือเป็นตัวอักษรที่ประดิษฐ์ขึ้นมาใหม่

1.2 ภาพในปกหน้า ภาพประกอบหลักจะอยู่บริเวณปกหน้าเช่นเดียวกับพาดหัว เนื่องจากเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการดึงดูดความสนใจควบคู่ไปกับพาดหัว ส่วนประกอบทั้งสองอาจไม่จำเป็นต้องคู่กันเสมอไป ภาพประกอบหลักนี้อาจจะเป็นภาพถ่ายหรือภาพวาดด้วยเทคนิคต่าง ๆ ก็ได้ และต้องพิจารณาการเลือกภาพกับพาดหัวให้มีความสอดคล้องกันและสามารถส่งเสริมกันและกัน

1.3 ข้อความบนปก เป็นข้อความที่ประกอบพาดหัว แต่ต้องระมัดระวังการจัดวาง เพื่อไม่ให้เด่นและแยงความน่าสนใจไปจากพาดหัว ข้อความบนหน้าปกมักเป็นตัวพิมพ์ธรรมดา อ่านง่าย ลักษณะการจัดวางควรจัดชิดซ้าย ชิดขวา หรือเรียงกลาง

1.4 ภาพสินค้าและตราสัญลักษณ์ ภาพสินค้าอาจจะอยู่ในหน้าปกหรืออยู่หน้าใดหน้าหนึ่งก็ได้ ส่วนตราสัญลักษณ์อาจจะมีอยู่ได้หลายหน้า ทั้งปกหน้าร่วมกับพาดหัวและภาพประกอบหลัก หรืออยู่ด้านหลัง เพื่อเป็นการย้ำเตือนถึงองค์กรหรือเจ้าของเอกสารเย็บเล่ม

2. หน้าใน

2.1 เนื้อหา การวางเนื้อหาในแผ่นพับควรคำนึงถึงลำดับในการอ่านให้ถูกต้อง ซึ่งขึ้นอยู่กับรูปแบบการพับและรูปแบบการเย็บเล่ม โดยขนาดตัวอักษรไม่ควรมีขนาดเล็กจนเกินไป ควรใช้สีเข้มบนพื้นสีอ่อน เพื่อความง่ายในการอ่าน นอกจากนี้ควรมีที่เว้นว่าง เพื่อไม่ให้ตัวอักษรดูหนาแน่นจนเกินไป

2.2 ภาพในหน้าใน เป็นภาพที่ช่วยส่งเสริมข้อความเนื้อหาให้เข้าใจง่ายยิ่งขึ้นภาพจึงมีขนาดไม่ใหญ่จนเกินไป และควรมีคำบรรยายใต้ภาพ ภาพที่นำมาใช้ไม่ควรมีหลากหลายขนาดอยู่ในหน้าเดียวกัน เพราะจะทำให้ดูยุ่งยากและไม่มีความน่าสนใจ

2.3 องค์ประกอบเรขาคณิตอื่น ๆ เอกสารเย็บเล่มบางประเภทอาจต้องมีแผนภูมิหรือตารางเพื่อช่วยส่งเสริมให้เข้าใจเนื้อหามากขึ้น การจัดวางองค์ประกอบควรใช้หลักการเดียวกับการจัดวางภาพ คือไม่ควรใช้ขนาดที่หลากหลาย รวมถึงควรมีคำบรรยายใต้ตารางและแผนภูมิเหล่านี้

3. ปกหลัง

3.1 เนื้อหา ส่วนใหญ่จะมีข้อมูลเกี่ยวกับองค์กร หรือสินค้านั้น ๆ เช่น สถานที่ติดต่อ แผนที่ หมายเลขโทรศัพท์ เนื้อหาเหล่านี้อาจใช้ตัวพิมพ์เช่นเดียวกับเนื้อหาด้านใน ส่วนการจัดวางควรจัดชิดซ้าย ชิดขวา หรือเรียงกลาง ตามความเหมาะสม

3.2 ภาพในปกหลัง ส่วนใหญ่จะเป็นภาพองค์กรหรือภาพสินค้า ภาพที่นำมาใช้จึงควรมีความชัดเจนและควรมีคำบรรยายใต้ภาพ เพื่อเป็นการเพิ่มความน่าเชื่อถือของผู้เป็นเจ้าของเอกสารเย็บเล่ม

3.3 องค์ประกอบเรขาคณิตอื่น ๆ ส่วนใหญ่จะเป็นแผนที่แสดงสถานที่ตั้งขององค์กร และมักนิยมจัดวางไว้ใต้ภาพและที่อยู่

เกณฑ์หรือบรรทัดฐานในการวัดประสิทธิผลของการออกแบบมีหลักอยู่ 3 ประการ (โรสซีย์ นันทวีชรวิบูลย์, 2545 และวิรุณ ตั้งเจริญ, 2545)

ประการแรก ได้แก่ การตอบสนองประโยชน์ใช้สอย เป็นข้อที่สำคัญมากในการออกแบบ และมีอิทธิพลกับงานออกแบบมาก สำหรับการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว จังหวัดนครศรีธรรมราชนั้นต้องคำนึงถึง การใช้งานคือ ต้องอ่านง่ายคือ ตัวอักษรต้องมีขนาดที่

เหมาะสมกับการอ่าน มีการใช้สีตัวอักษรที่เด่นชัดจากพื้นหลัง รวมถึงมีขนาดที่เหมาะสมกับการใช้งาน กล่าวคือหนังสือเล่ม ต้องมีขนาดที่เหมาะสมกับการพกพา มีการใช้กระดาษที่มีคุณภาพและทนทาน

ประการที่สอง ได้แก่ ความสวยงามความพึงพอใจ ในการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชนั้น นอกเหนือจากการตอบสนองประโยชน์ใช้สอยแล้ว ความสวยงามเป็นเกณฑ์หนึ่งที่จะตัดสินคุณค่าของการออกแบบ รวมถึงเรื่องของความคิดสร้างสรรค์และความแปลกใหม่ เพราะสิ่งเหล่านี้ทำให้สื่อสิ่งพิมพ์มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น ทำให้ผู้อ่านสนุกเพลิดเพลินกับการอ่านหาข้อมูลการท่องเที่ยวและเกิดความพึงพอใจกับสื่อสิ่งพิมพ์รวมถึงเกิดความรู้สึกที่ดีต่อการท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราช

ประการที่สาม ได้แก่ การสื่อความหมาย ในการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชนั้น งานออกแบบจะมีคุณค่าก็ต่อเมื่อสื่อความหมายได้ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ คือควรทำให้ผู้อ่านเกิดความเข้าใจในเรื่องที่ต้องการจะสื่อออกไป รวมถึงการบอกข้อมูลที่ชัดเจน ทั้งข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว ที่พัก ร้านอาหาร แผนที่การเดินทาง ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นและสินค้าที่ระลึก และรวบรวมภาพถ่ายสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ เพื่อให้ผู้อ่านได้รับข้อมูลที่ชัดเจนและเกิดความเข้าใจที่ถูกต้อง

การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางจากสถานที่ที่อาศัยอยู่ปัจจุบันไปยังอีกสถานที่หนึ่ง เพื่อสร้างความสนุกสนานความเพลิดเพลินตามตามจุดมุ่งหมายและความต้องการของผู้เดินทาง ซึ่งในกระบวนการตัดสินใจเลือกสถานที่และเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวนั้น ประกอบด้วยปัจจัยหลาย ๆ ปัจจัยด้วยกัน หนึ่งในนั้นคือการประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นการสื่อสารไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยว เพื่อให้ความรู้รวมถึงให้ข้อมูลเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวและสร้างความเข้าใจอันดีแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ คือสื่อสิ่งพิมพ์ เพราะเป็นสื่อที่มีราคาถูก เก็บไว้อ่านได้นานสามารถบอกข้อมูลรายละเอียดได้ดี และสิ่งที่จะทำให้สื่อสิ่งพิมพ์มีความน่าสนใจนั้น ก็คือรูปแบบที่แปลกใหม่และสร้างสรรค์ โดยอาศัยหลักการออกแบบ ทั้งการจัดองค์ประกอบศิลป์ ทั้งตัวอักษรภาพถ่าย รวมถึงหลักการเลือกใช้สี เพื่อทำให้งานออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชนั้นมีความน่าสนใจและมีประสิทธิภาพของการออกแบบ นอกจากนั้นนักออกแบบต้องคำนึงถึงประสิทธิภาพของการสื่อสารอีกด้วย

การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชนั้น จะมุ่งเน้นไปที่เอกสารเย็บเล่ม โดยเป็นสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัด สามารถบอกข้อมูลในด้านแหล่งข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งสิ่งที่จะทำให้เอกสารเย็บเล่มเหล่านี้มีความน่าสนใจมากขึ้น ก็คือรูปแบบที่น่าสนใจ มีความแปลกใหม่ จะเห็นได้ว่าการออกแบบเป็นส่วนหนึ่งที่มีความสำคัญในการสร้างความน่าสนใจให้กับเอกสารเย็บเล่ม ดังนั้นผู้ออกแบบควรคำนึงถึงหลักการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์มาประกอบการออกแบบเอกสารเย็บเล่ม โดยให้มีรูปแบบ สีสันและความสวยงาม

เพื่อช่วยในการสร้างสรรค์ให้เอกสารเย็บเล่มนั้นมีความน่าสนใจ นอกจากนั้น ยังต้องคำนึงถึงความตั้งใจ ความสนใจ ความต้องการและการตัดสินใจของผู้รับสารอีกด้วย

แบบจำลองกระบวนการตอบสนองต่อสื่อ (AIDA Model)

เอปเปิล (Ebel อ้างใน ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์, 2548) กล่าวว่าเพื่อให้มีการตอบสนองจากผู้รับสารอย่างมีประสิทธิภาพ ผู้ส่งสารต้องสารข่าวสารที่มีประสิทธิผล ข่าวสารในอุดมคติก็คือ ข่าวสารที่ทำให้เกิด การรับรู้ (Attention) ความสนใจ (Interest) กระตุ้นความปรารถนา (Desire) และก่อให้เกิดการกระทำ (Action) ซึ่งก็คือการตัดสินใจซื้อ กรอบนี้รู้จักกันในชื่อโมเดลไอดา (AIDA Model)

โมเดลไอดา เป็นการแสดงลำดับขั้นตอนกระบวนการตัดสินใจของผู้รับสาร หรือเป็นกระบวนการตอบสนองของผู้รับสาร ซึ่งมีขั้นตอนในการบรรลุวัตถุประสงค์ของการติดต่อสื่อสารทั้งหมด 4 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้ (ดารา ทีปะपाल, 2546)

1. ความตั้งใจ (Attention) หมายถึง การที่ผู้รับสารเกิดความพร้อม ความสนใจและความตั้งใจที่จะรับฟังข่าวสาร หรือเป็นการดึงดูดผู้รับสารให้เกิดความสนใจสิ่งที่คุณส่งสารนำเสนอ โดยเป็นการกระตุ้นสัญชาตญาณภายใน ซึ่งการออกแบบสารให้เกิดผลดีและมีประสิทธิภาพ ในขั้นตอนนี้ สารควรจะต้องมีคุณลักษณะในการเรียกร้องความตั้งใจที่จะรับฟังของผู้รับสารได้
2. ความสนใจ (Interest) หมายถึง การเข้าใจผู้รับสารให้เกิดความสนใจในสารที่ต้องการสื่อ ผู้ส่งสารควรสร้างความสนใจและทำความเข้าใจเกี่ยวกับความต้องการของผู้รับสาร โดยการสร้างความแตกต่าง และทำให้ผู้รับสารเห็นถึงประโยชน์ที่คุณส่งสารนำเสนอ ซึ่งการออกแบบสารให้เกิดผลดีและมีประสิทธิภาพ ในขั้นตอนนี้ สารควรจะต้องมีคุณลักษณะจูงใจให้เกิดความสนใจ
3. ความต้องการอยากได้ (Desire) หมายถึง การกระตุ้นแรงจูงใจให้ผู้รับสารเกิดความสนใจมากขึ้น จนกลายเป็นความปรารถนาอยากได้ ซึ่งการออกแบบสารให้เกิดผลดีและมีประสิทธิภาพ ในขั้นตอนนี้ สารควรจะต้องมีคุณลักษณะกระตุ้นให้เกิดความปรารถนาอยากได้
4. การตัดสินใจซื้อ (Action) หมายถึง การทำให้ผู้รับสารตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการนั้น ซึ่งการออกแบบสารให้เกิดผลดีและมีประสิทธิภาพ ในขั้นตอนนี้ สารควรจะต้องมีคุณลักษณะแรงจูงใจให้เกิดการกระทำ

จะเห็นได้ว่า กระบวนการตอบสนองหรือกระบวนการตัดสินใจของผู้รับสารนี้ เป็นขั้นตอนที่ผู้รับสารเปลี่ยนแปลงไปสู่พฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งการศึกษากระบวนการเหล่านี้จึงเป็นประโยชน์สำหรับผู้ส่งสาร กล่าวคือ สามารถนำมาใช้ในการกำหนดวัตถุประสงค์ในการสื่อสาร รวมถึงการทำให้ผู้รับสารเกิดทัศนคติที่ดีต่อตัวสินค้าและบริการ (องอาจ ปทะวานิช, 2550) นอกจากนี้ยังมีตัวแบบที่ส่งผลกระทบต่อการตอบสนองอีก 5 แบบ ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1: ตัวแบบแสดงการสื่อสาร 5 ตัวแบบ โดยจำแนกตามกระบวนการตอบสนอง

กระบวนการตอบสนอง	ตัวแบบไอตา	ตัวแบบลำดับขั้นของผลกระทบ	ตัวแบบการยอมรับนวัตกรรม	ตัวแบบ DAGMAR	ตัวแบบพีรามิดผลกระทบของการสื่อสาร
ขั้นความเข้าใจ	ความตั้งใจ	การรู้จัก การเกิด ความรู้	การรู้จัก	การรู้จัก การเกิด ความรู้และ ความเข้าใจ	การรู้จัก การเกิดความรู้ และความ เข้าใจ
ขั้นความรู้สึก	ความสนใจ ความต้องการ	การเกิด ความ เชื่อมั่น	ความสนใจ การประเมิน	ความชอบ ความชอบ มากกว่า ความเชื่อมั่น	ความชอบ ความชอบ มากกว่า ความเชื่อมั่น
ขั้นพฤติกรรม	การตัดสินใจซื้อ	การเกิดการซื้อ	การทดลอง การยอมรับ		การทดลองใช้ การซื้อซ้ำ

ที่มา: องอาจ ปทะวานิช. (2550). *การโฆษณาและกลยุทธ์การส่งเสริมการขาย*. กรุงเทพฯ: แสงดาว.

กระบวนการในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค บางครั้งเป็นกระบวนการที่ใช้ระยะเวลาอันยาวนาน ผู้ส่งสารจึงต้องการเพียงการเปลี่ยนแปลงไปสู่ลำดับขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อที่สูงขึ้น ซึ่งประกอบด้วยขั้นตอน ดังนี้ 1) ขั้นตอนการรับรู้สินค้า (Cognitive Stage) 2) ขั้นตอนพอใจและต้องการในสินค้า (Affective Stage) 3) ขั้นตอนตัดสินใจซื้อสินค้า (Behavioral Stage) ซึ่งทฤษฎีที่อธิบายกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคมีหลายทฤษฎี ยกตัวอย่างเช่น โมเดลไอตา (AIDA) ของ สตรอง (Strong) และ โมเดลลำดับขั้นบรรลุมวล (Hierarchy of Effects Model) ของโรเบิร์ต ลาวิดจ์ และ แกรี่ สเตเนอร์ เป็นกระบวนการการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคที่ได้รับการยอมรับ (Robert, Lavidge & Steiner. อังโน ธนเดช กุลปิตวิน, ม.ป.ป.)

ตารางที่ 2: ทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

ทฤษฎี/ขั้นตอน	โมเดลไอตา	โมเดลลำดับขั้นบรรลุผล
1 รับรู้สินค้า (Cognitive Stage)	รับรู้ (Attention)	รับรู้ (Awareness) รู้จัก (Knowledge)
2 พอใจและต้องการ สินค้า (Affective Stage)	สนใจ (Interest) ต้องการ (Desire)	ชอบ (Liking) ชอบมากกว่ายี่ห้ออื่น (Preference) มั่นใจ (Conviction)
3 ตัดสินใจซื้อ (Behavioral Stage)	ซื้อ (Action)	ซื้อ (Purchase)

ที่มา: ธนเดช กุลปิวัน. (ม.ป.ป.). *IMC plan*. กรุงเทพฯ: เลิฟ แอนด์ ลิฟ.

โมเดลไอตา (AIDA Model) สำหรับการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบจำลองกระบวนการตอบสนองต่อสื่อ โดยเป็นกระบวนการตอบสนองที่เกิดจากผู้รับสาร มีลำดับขั้นตอนทั้งหมด 4 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้ (กัญจณิพัทธ์ วงศ์สมุทร, 2549; ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์, 2548 และดารา ทีปะपाल, 2546)

1. การดึงดูดความสนใจ (Attention) หมายถึง การที่สื่อสามารถดึงดูดความสนใจจากผู้รับสารได้ตั้งแต่แรกเห็น และทำให้ผู้รับสารเกิดความสนใจและตั้งใจที่เปิดรับสื่อ นั่นคือสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชควรทำให้ผู้รับสารเกิดความสนใจและพร้อมที่จะเปิดรับแต่ตั้งแรกเห็น

2. การสนใจติดตาม (Interest) หมายถึง การที่สื่อสามารถสร้างความสนใจและความเข้าใจให้แก่ผู้รับสารโดยการสร้างความแตกต่าง แปลกใหม่ และให้ผู้รับสารเห็นถึงประโยชน์จะได้รับ โดยสื่อจะมีลักษณะจูงใจเพื่อให้เกิดการสนใจติดตาม นั่นคือสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชควรมีรูปแบบที่แตกต่าง แปลกใหม่ และสามารถให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่ผู้รับสาร

3. การกระตุ้นให้เกิดความต้องการ (Desire) หมายถึง การที่สื่อสามารถกระตุ้นให้ผู้รับสารเกิดความพึงพอใจและความสนใจมากขึ้น ทำให้เกิดเป็นความต้องการอยากได้และนำไปสู่การกระทำต่อไป นั่นคือสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชควรมีการนำเสนอที่สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับสารได้ ทั้งในด้านการออกแบบและข้อมูลการท่องเที่ยวเพื่อทำให้ผู้รับสารเกิดความต้องการในสื่อและนำไปสู่การเดินทางมาท่องเที่ยวต่อไป

4. การก่อให้เกิดการกระทำ (Action) หมายถึง การที่สื่อสามารถกระตุ้นให้ผู้รับสารเกิดพฤติกรรมตอบสนองหรือก่อให้เกิดการกระทำ นั่นคือสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชควรมีการนำเสนอที่ทำให้ผู้รับสารเกิดความสนใจในสื่อและก่อให้เกิดความต้องการอยากเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช

จากการศึกษาแบบจำลองกระบวนการตอบสนองต่อสื่อ (AIDA Model) ซึ่งประกอบด้วย การดึงดูดความสนใจ การสนใจติดตาม การกระตุ้นให้เกิดความต้องการ และการก่อให้เกิดการกระทำ จะเห็นได้ว่ามีขั้นตอนเหล่านี้เป็นกระบวนการตอบสนองที่เกิดจากผู้รับสาร ดังนั้น ในการวิจัยครั้งนี้จึงต้องศึกษาตัวผู้รับสาร นั่นหมายถึงนักท่องเที่ยวชาวไทย รวมถึงศึกษาพฤติกรรมและกระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว เพื่อนำไปพัฒนาให้การสื่อสารข้อมูลไปยังนักท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพมากขึ้น

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง การเดินทางจากที่อยู่ถาวรไปยังอีกที่หนึ่งเป็นการชั่วคราว โดยไม่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมเกี่ยวกับเรื่องของการแสวงหาเงิน (สมาคมระหว่างประเทศแห่งความเชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว อ้างใน บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548) โดยในความหมายของการท่องเที่ยวมีเงื่อนไข 3 ประการ คือ ประการแรก คือ การเดินทาง (Travel) เป็นการเดินทางจากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่ง เดินทางโดยใช้พาหนะซึ่งไม่จำกัดระยะทางและไม่ได้ถูกบังคับให้เดินทาง ประการที่สอง คือ จุดหมายปลายทาง (Destination) เป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวต้องการเดินทางไปเป็นการชั่วคราว และหลังจากนั้นจะเดินทางกลับที่อยู่เดิม โดยจะเป็นสถานที่ที่จะตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว และประการสุดท้าย คือ ความมุ่งหมาย (Purpose) เป็นวัตถุประสงค์ของการเดินทาง โดยนักท่องเที่ยวอาจจะมีวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกัน ซึ่งจะไม่เกี่ยวข้องกับการประกอบอาชีพ หรือการแสวงหารายได้ (องค์การสหประชาชาติ อ้างใน บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548) นั่นก็หมายถึง การท่องเที่ยวคือการเดินทาง ที่จะต้องเป็นการชั่วคราว ต้องเป็นไปตามความสนใจและความต้องการของผู้เดินทาง และต้องไม่รับสินจ้างจากการเดินทาง แต่สิ่งที่สำคัญอย่างหนึ่งก็คือจิตใจของผู้เดินทาง ถ้าผู้เดินทางมีความรู้สึกสนุกสนานเพลิดเพลินกับการเดินทางนั้นก็ถือว่าเป็นการท่องเที่ยวเช่นกัน

นักท่องเที่ยว (Tourist) หมายถึง บุคคลที่เดินทางอยู่ในประเทศหนึ่งประเทศใดที่ไม่ใช่บ้านเมืองที่อาศัยอยู่เป็นประจำเป็นเวลานานไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมง (สันนิบาตชาติ อ้างใน บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548)

ประเภทของนักท่องเที่ยว แบ่งออกเป็น 6 ประเภทดังต่อไปนี้ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย อ้างใน บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548)

1. นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Visitor) คือบุคคลที่ไม่ได้มีที่อยู่ถาวรพักอยู่ในประเทศไทย เดินทางมาเพื่อพักผ่อน เยี่ยมญาติ ศึกษาหาความรู้ ติดต่อธุรกิจ หรือกิจกรรมใด ๆ ที่ไม่รับค่าจ้างจากผู้ใดในประเทศไทย

2. นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ค้างคืน (International Tourist) คือนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เข้ามาในประเทศไทยแต่ละครั้งอย่างน้อย 1 คืน แต่ไม่เกิน 60 วัน

3. นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ไม่ค้างคืน (International Excursionist) คือนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เข้ามาอยู่ประเทศไทยแต่ไม่ได้ค้างคืน

4. นักท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Visitor) คือบุคคลทุกสัญชาติที่มาอาศัยถาวรอยู่ในประเทศไทยและเดินทางไปอีกจังหวัดหนึ่ง เพื่อพักผ่อน เยี่ยมญาติ ศึกษาหาความรู้ ติดต่อธุรกิจ หรือกิจกรรมใด ๆ ที่ไม่รับค่าจ้างจากผู้ใด

5. นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ค้างคืน (Domestic Tourist) คือนักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ไปนอนค้างคืนนอกถิ่นที่อยู่อาศัยแต่ละครั้งอย่างน้อย 1 คืน

6. นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ไม่ค้างคืน (Domestic Excursionist) คือนักท่องเที่ยวภายในประเทศไม่ได้พักค้างคืนนอกถิ่นที่อยู่อาศัยปัจจุบัน

นักท่องเที่ยวในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราชนั้นอยู่ในประเภทนักท่องเที่ยวภายในประเทศ นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ค้างคืนและนักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ไม่ค้างคืน ซึ่งทั้ง 3 ประเภทนี้ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางจากจังหวัดที่อยู่อาศัยของตนเองมายังจังหวัดนครศรีธรรมราช

การแบ่งระดับของนักท่องเที่ยว แบ่งได้ 3 ประเภทด้วยกัน ได้แก่ ประเภทแรกคือนักท่องเที่ยวประเภทหรูหรา เป็นนักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูง และสามารถใช้จ่ายค่าบริการต่าง ๆ ได้ในอัตราสูง แต่นักท่องเที่ยวประเภทนี้จะมีจำนวนไม่มากนัก ประเภทที่สองคือ นักท่องเที่ยวประเภทระดับกลาง เป็นนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ปานกลาง ไม่เน้นความหรูหรามากนัก นักท่องเที่ยวประเภทนี้จะมีจำนวนมาก ประเภทสุดท้ายคือ นักท่องเที่ยวประเภทระดับมวลชน เป็นนักท่องเที่ยวที่มีรายได้น้อยหรือไม่มีรายได้ประจำ นักท่องเที่ยวประเภทนี้มีจำนวนมากที่สุด (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548) จากผลวิจัยของ พิสมัย ถาวรวงศ์ (2549) พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราช ส่วน

ใหญ่เป็นกลุ่มผู้มีรายได้น้อยถึงปานกลาง การท่องเที่ยวของจังหวัดนั้นไม่ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น

แรงจูงใจในการท่องเที่ยว

ในปัจจุบันการท่องเที่ยวมีบทบาทมากขึ้น จึงได้มีการพยายามอธิบายถึงแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นเรื่องสาเหตุของการท่องเที่ยว ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ซึ่งการทราบแรงจูงใจในการเดินทางจะทำให้สามารถเข้าใจความคาดหวังของนักท่องเที่ยว สามารถตอบสนองได้เหมาะสม และยังช่วยให้เกิดการกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวได้อีกด้วย (ศุภลักษณ์ อัครางกูร, 2547)

บีช และเรกแฮบ (Beach & Ragheb, 1983 อ้างใน ศุภลักษณ์ อัครางกูร, 2547) ได้เสนอ Leisure Motivation Scale ซึ่งแบ่งแรงจูงใจออกเป็น 4 ประเภทโดยอิงหลังความต้องการของมาสโลว์ (Maslow) ที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยด้านความต้องการรู้จักตนเอง แรงจูงใจประเภทนี้ทำให้เกิดพฤติกรรมท่องเที่ยวแบบเรียนรู้ การค้นหา การใช้ความคิดและจินตนาการ
2. ปัจจัยทางด้านความต้องการทางด้านสังคม เป็นแรงจูงใจจะท่องเที่ยวโดยมีเหตุผลด้านสังคมเป็นหลัก ซึ่งประกอบด้วยเหตุผล 2 อย่างคือ ความต้องการเพื่อนเป็นความต้องการเป็นที่ยอมรับและความต้องการปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นเป็นความต้องการที่จะเอาใจผู้อื่น
3. ปัจจัยด้านความต้องการความสำเร็จ เป็นการท่องเที่ยวแบบผจญภัยหรือการทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่ทำให้ตนเองรู้สึกว่ามีความสามารถในการบรรลุเป้าหมาย
4. ปัจจัยด้านความต้องการปลีกตัว เป็นความต้องการพักผ่อนและหลีกเลี่ยงจากสังคมหรือสิ่งที่เป็นชีวิตประจำวัน

ปัจจัยที่สนับสนุนให้เกิดความต้องการท่องเที่ยวสามารถแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

1. ปัจจัยภายใน (Internal factors) ความต้องการในการท่องเที่ยวมีความแตกต่างกันเนื่องจากปัจจัยภายในของแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกัน ซึ่งจำแนกได้ดังนี้ (Cooper, Gilbert, Wanhill, Fyall & Fletcher, 2008)

1.1 รายได้ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นการเดินทาง การทำกิจกรรมการท่องเที่ยวและการบริการตามสถานที่ท่องเที่ยว ดังนั้น คนที่มีรายได้สูงมักจะมีโอกาสในการเดินทางท่องเที่ยวมากกว่าคนที่มีรายได้น้อย

1.2 อายุ เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยว เนื่องจากความถี่ของการท่องเที่ยวจะลดลงเมื่ออายุเพิ่มขึ้นเพราะมีภาระที่ต้องรับผิดชอบในด้านหน้าที่การงานและครอบครัว แต่จะกลับมาเพิ่มขึ้นอีกหลังจากเกษียณอายุ ซึ่งช่วงอายุที่สำคัญที่มีผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวมีทั้งหมด 5 ช่วงดังต่อไปนี้ 1) วัยเด็กเป็นวัยที่ท่องเที่ยวตามพ่อแม่หรือตามที่โรงเรียนกำหนด ส่วนใหญ่เป็นการ

ท่องเที่ยวภายในประเทศ 2) วัยรุ่นเป็นวัยที่ต้องการความเป็นอิสระและมีความอยากรู้อยากเห็น วัยรุ่นจึงเป็นกลุ่มที่มีแนวโน้มที่จะเดินทางท่องเที่ยวได้มาก เพราะมีเวลามากแต่อาจจะมีข้อจำกัดในเรื่องของค่าใช้จ่าย 3) วัยมีครอบครัว เป็นวัยมีภาระในเรื่องของครอบครัว ถ้าไม่มีลูกยังสามารถเดินทางได้บ่อย และถ้ามีลูกจะไม่ค่อยมีเวลาและทำให้เดินทางท่องเที่ยวได้ไม่ไกลมากนัก 4) วัยที่ลูกโตและเริ่มรับผิดชอบตัวเองได้ เป็นวัยที่หมดภาระเกี่ยวกับลูกทำให้มีเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น 5) วัยชราเป็นวัยที่มีความพร้อมในด้านเวลาและเงิน และพร้อมที่จะเดินทางได้ทั้งใกล้และไกล

1.3 การศึกษา เป็นปัจจัยที่ทำให้คนอยากเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ คนที่มีการศึกษาสูงมักมีแนวโน้มในการติดตามข่าวสารและมีความรู้เกี่ยวกับโอกาสในการท่องเที่ยวมากกว่าคนที่มีการศึกษาน้อย

1.4 จำนวนวันหยุดพักผ่อน เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญอีกปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยว จะเห็นได้ว่า ในประเทศที่พัฒนาแล้วจะให้วันหยุดแก่พนักงานมากกว่าประเทศที่กำลังพัฒนาหรือด้อยพัฒนา ซึ่งส่งผลให้ประเทศที่พัฒนาแล้วมีจำนวนนักท่องเที่ยวที่มากกว่า

2. ปัจจัยภายนอก เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งจะส่งผลต่อการท่องเที่ยว ซึ่งจำแนกได้ดังนี้ (ฉลองศรี พิมลสมพงศ์, 2542)

2.1 การคมนาคม เป็นปัจจัยที่มีบทบาทสำคัญในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวย่อมต้องการความสะดวกสบายและรวดเร็ว ดังนั้นแหล่งท่องเที่ยวควรมีการพัฒนาการคมนาคมให้มีประสิทธิภาพเพื่อเป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยว

2.2 เทคโนโลยี เป็นปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถสืบค้นข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวได้ แหล่งท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับเทคโนโลยีและสารสนเทศจะได้เปรียบกว่าแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ

2.3 การส่งเสริมการตลาด เป็นปัจจัยที่สร้างความคุ้นเคยและความน่าสนใจแก่นักท่องเที่ยว โดยการจัดกิจกรรมทางการตลาดที่หลากหลาย เพื่อกระตุ้นความต้องการเดินทางไปท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ

2.4 ความร่วมมือระหว่างประเทศ เป็นปัจจัยที่สร้างความร่วมมือในเรื่องของการเอื้อให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้าออกประเทศได้อย่างสะดวก ส่งผลให้เกิดการท่องเที่ยวมากขึ้น

2.5 เศรษฐกิจของประเทศ เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ในช่วงที่เศรษฐกิจภายในประเทศดีย่อมส่งผลให้คนเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น

2.6 สภาพทางภูมิศาสตร์ เป็นปัจจัยที่เกี่ยวกับสภาพภูมิประเทศและสภาพภูมิอากาศ ซึ่งมีผลต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว รวมถึงเป็นตัวกำหนดแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องการเดินทางไป

กระบวนการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

ทฤษฎีกระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวของชมอลล์ (Schmoll, 1997) มีการแบ่งกลุ่มปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไว้เป็น 4 กลุ่ม ดังต่อไปนี้

กลุ่มที่ 1 ปัจจัยทางด้านสิ่งกระตุ้นทางการท่องเที่ยว (Travel Stimuli) ได้แก่ การโฆษณา การส่งเสริมการขาย เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว คำแนะนำจากนักท่องเที่ยว และคำแนะนำจากตัวแทนท่องเที่ยว จากสื่อต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นสื่อโทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต หรือสื่อจำพวกสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว แผ่นพับ ใบปลิวต่าง ๆ เป็นต้น

กลุ่มที่ 2 ปัจจัยทางด้านบุคคลและสังคม (Personal and Social Determinants) ที่ส่งผลในการตัดสินใจด้านจิตใจ เช่น แรงจูงใจ ความต้องการ และความคาดหวัง โดยประกอบด้วยปัจจัยต่าง ๆ เช่น สถานภาพทางเศรษฐกิจและทางสังคม บุคลิกภาพ อิทธิพลทางสังคม ทัศนคติและค่านิยม

กลุ่มที่ 3 ปัจจัยภายนอก (External Variables) ได้แก่ ความมั่นใจในตัวแทนท่องเที่ยว ภาพพจน์ของแหล่งท่องเที่ยว ประสบการณ์ในการท่องเที่ยว ความเสี่ยงภัย และข้อจำกัดต่าง ๆ

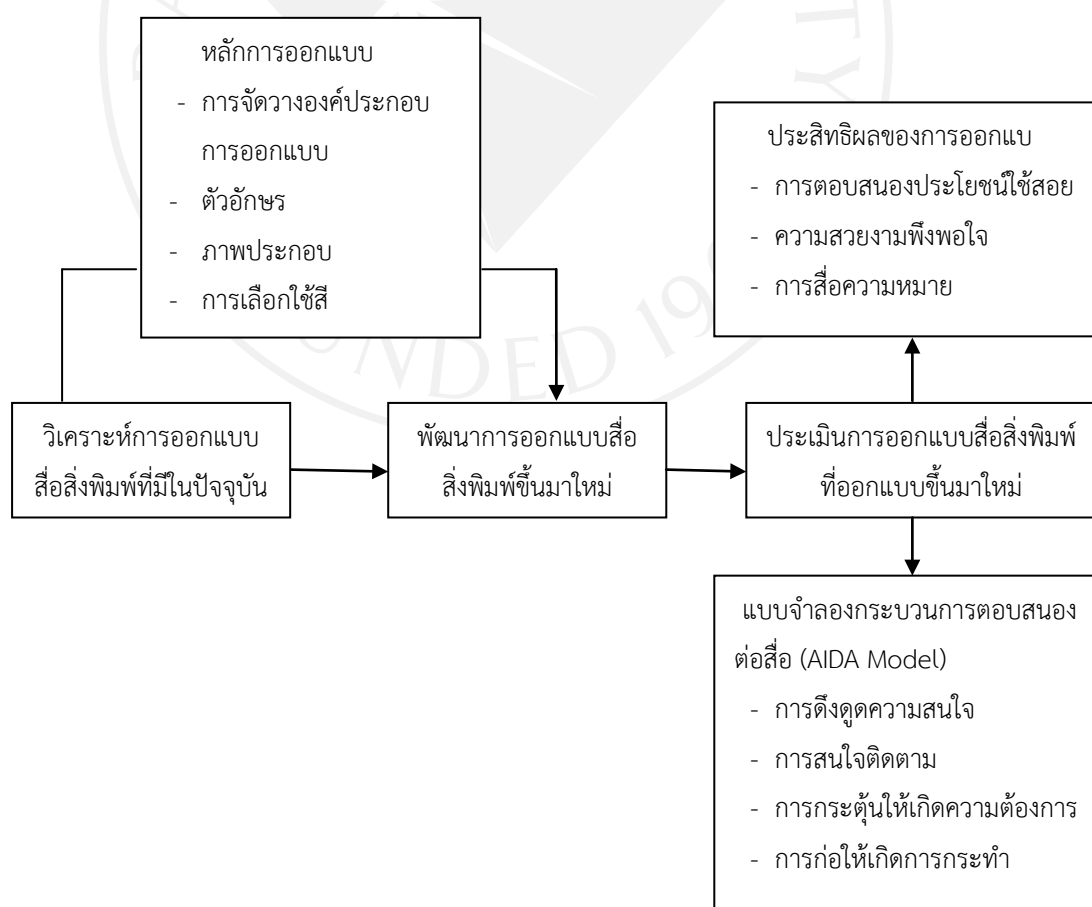
กลุ่มที่ 4 ปัจจัยทางด้านลักษณะของแหล่งท่องเที่ยว (Characteristics and Features of Destination) ได้แก่ ราคา คุณค่า ข้อมูลการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก การจัดการแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว

ในกระบวนการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวนั้นจะเห็นว่าการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวถือเป็นปัจจัยทางด้านสิ่งกระตุ้นทางการท่องเที่ยวซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญปัจจัยหนึ่ง ไม่ว่าจะเป็นเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว คำแนะนำจากนักท่องเที่ยว และคำแนะนำจากตัวแทนท่องเที่ยว ทั้งจากสื่อโทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต หรือสื่อจำพวกสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว แผ่นพับ ใบปลิวต่าง ๆ และในงานวิจัยนี้จึงมุ่งเน้นไปยังการผลิตและออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว เนื่องด้วยนักท่องเที่ยวจะนำสื่อเหล่านี้มาเป็นส่วนหนึ่งในกระบวนการตัดสินใจเพื่อตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวและการเลือกสถานที่ในการท่องเที่ยว

การประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยวนั้นจะต้องมีความสัมพันธ์กับปัจจัยทางด้านลักษณะของแหล่งท่องเที่ยว และความสะดวกสบายในการท่องเที่ยว รวมถึงหาสิ่งจูงใจที่ทำให้เกิดความประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นสภาพอากาศเป็นตัวการสำคัญตัวการหนึ่งที่ตั้งใจให้นักท่องเที่ยวให้เดินทางไปท่องเที่ยวได้ ทัศนียภาพที่งดงามตามธรรมชาติที่มีภูเขานำมาเป็นจุดเน้นในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่ได้สร้างขึ้น รวมถึงประเพณีหรือเทศกาลต่าง ๆ อีกด้วย ดังนั้น ในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจึงจำเป็นต้องนำสื่อเหล่านี้มาพิจารณาในการทำสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวและทำให้สื่อในการประชาสัมพันธ์เกิดประสิทธิภาพในการสื่อสารสูงสุด

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสาร แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการโน้มน้าวใจ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ แบบจำลองกระบวนการตอบสนองต่อสื่อ (AIDA Model) แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว จะเห็นได้ว่าแนวคิดและทฤษฎีดังกล่าวมีความเกี่ยวข้องกับการศึกษาวิจัยเรื่องการวิเคราะห์ การพัฒนา และการประเมินผลการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดและทฤษฎีดังกล่าวมาวิเคราะห์สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545-2555 และนำผลวิเคราะห์มาพัฒนารูปแบบสื่อสิ่งพิมพ์ขึ้นมาใหม่ รวมถึงทำการวิจัยเพื่อประเมินประสิทธิผลของการออกแบบ และนำผลวิจัยที่ได้มาพัฒนาและหาแนวทางในการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวทั้งของจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดอื่น ๆ ต่อไป ซึ่งมีกรอบแนวคิดการวิจัยดังภาพที่ 2

ภาพที่ 2: กรอบแนวคิดของงานวิจัย



บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การวิเคราะห์ การพัฒนา และการประเมินผลการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช” ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการดำเนินการวิจัยไว้ดังนี้

ประเภทของงานวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่องการวิเคราะห์ การพัฒนา และการประเมินผลการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยได้แบ่งการวิจัยออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 เป็นการวิเคราะห์การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราชตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545-2555 โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยการจัดกลุ่มสนทนา (Focus Group Interview) และส่วนที่ 2 เป็นการประเมินผลการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชที่ออกแบบขึ้นมาใหม่ โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยการสัมภาษณ์รายบุคคล (Individual Interview) โดยมีรายละเอียดของระเบียบวิธีวิจัย ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราชตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545-2555

1.1 ผู้ให้ข้อมูลหลัก

ผู้ให้ข้อมูลหลัก มีจำนวนทั้งหมด 8 คน ประกอบด้วย ผู้เชี่ยวชาญทางการออกแบบจำนวน 4 คน และนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 4 คน

ผู้เชี่ยวชาญทางการออกแบบ

ผู้ทำวิจัยทำการเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักโดยการสุ่มแบบเจาะจง โดยพิจารณาจากคุณสมบัติคือผู้ให้ข้อมูลหลักจะต้องมีความรู้ความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับการออกแบบและมีประสบการณ์การทำงานเกี่ยวกับการออกแบบไม่ต่ำกว่า 3 ปี จำนวน 5 คน เนื่องจากประสบการณ์การทำงานของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ จะช่วยให้ได้ข้อมูลและมุมมองเกี่ยวกับการออกแบบที่เป็นประโยชน์แก่งานวิจัยครั้งนี้

นักท่องเที่ยวชาวไทย

ผู้วิจัยทำการเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักโดยการสุ่มแบบเจาะจง โดยพิจารณาจากประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวไปยังจังหวัดอื่น ๆ ภายในประเทศไทยและไม่ใช่จังหวัดภูมิลำเนาของตนเอง โดยมีวัตถุประสงค์ต่าง ๆ ได้แก่ เพื่อสนองต่อความต้องการในการที่จะพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อศึกษาหา

ความรู้ เพื่อความสนุกสนานและความบันเทิง การสื่อสารทางธุรกิจ การประชุมและกิจกรรมสัมมนา หรือเพื่อกิจกรรมอื่น ๆ อย่างน้อยปีละครั้ง เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวไทย จะช่วยให้ข้อมูลและมุมมอง เกี่ยวกับการนำสื่อสิ่งพิมพ์ไปใช้ในการท่องเที่ยว รวมถึงมุมมองเกี่ยวกับการออกแบบที่เป็นประโยชน์ แก่งานวิจัยครั้งนี้

ผู้วิจัยทำการเลือกผู้เชี่ยวชาญทางด้าน การออกแบบและนักท่องเที่ยวชาวไทยด้วยการสุ่มแบบ เจาะจง (Purposive Sampling) โดยต้องการศึกษาแนวทางในการพัฒนาการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช

1.2 ประเด็นที่ศึกษา

การวิเคราะห์การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัด นครศรีธรรมราชตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545-2555 ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดย การจัดกลุ่มสนทนา (Focus Group) ภายใต้การสนทนาเรื่องการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการ ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราชที่มีอยู่ในปัจจุบัน รวมถึงสนทนาแลกเปลี่ยน ความคิดเห็นเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การ ท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราชที่จะทำการออกแบบขึ้นมาใหม่

1.3 เครื่องมือในการเก็บข้อมูล

เครื่องมือในการจัดกลุ่มสนทนาประกอบด้วย สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว จังหวัดนครศรีธรรมราชตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545-2555 เทปบันทึกเสียง แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิเคราะห์ และหาแนวทางในการพัฒนาการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัด นครศรีธรรมราช โดยมีแนวคำถามในการจัดกลุ่มสนทนา (ภาคผนวก ก)

1.4 การเก็บข้อมูล

ในการการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้เวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล ในการจัดกลุ่มสนทนาประมาณ 2 เดือน โดยทำการนัดเวลาและสถานที่ในการสนทนาและใช้เวลาในการจัดกลุ่มสนทนาประมาณ 1-2 ชั่วโมง เพื่อวิเคราะห์การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัด นครศรีธรรมราชตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545-2555 รวมถึงหาแนวทางในการพัฒนาการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราชที่จะทำการออกแบบขึ้นมาใหม่

1.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลจากเทปบันทึกเสียงจากการจัดกลุ่มสนทนามาจดบันทึก และวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) เพื่อวิเคราะห์การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราชตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545-2555 และสรุป หาแนวทางในการพัฒนาการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัด

นครศรีธรรมราช รวมถึงนำแนวทางในการออกแบบที่ได้จากการวิเคราะห์ไปพัฒนาการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราชขึ้นมาใหม่

ส่วนที่ 2 การประเมินผลการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชที่ออกแบบขึ้นมาใหม่

2.1 ผู้ให้ข้อมูลหลัก

ผู้ให้ข้อมูลหลักที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ มีจำนวนทั้งหมด 15 คน ประกอบด้วย ผู้เชี่ยวชาญทางด้าน การออกแบบจำนวน 5 คน และนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 10 คน

ผู้เชี่ยวชาญทางการออกแบบ

ผู้ทำวิจัยทำการเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักโดยการสุ่มแบบเจาะจง โดยพิจารณาจากคุณสมบัติคือ ผู้ให้ข้อมูลหลักจะต้องมีความรู้ความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับการออกแบบและมีประสบการณ์ทำงานเกี่ยวกับการออกแบบไม่ต่ำกว่า 3 ปี จำนวน 5 คน เนื่องจากประสบการณ์การทำงานของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ จะช่วยให้ได้ข้อมูลและมุมมองเกี่ยวกับการออกแบบที่เป็นประโยชน์แก่งานวิจัยครั้งนี้

นักท่องเที่ยวชาวไทย

ผู้วิจัยทำการเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักโดยการสุ่มแบบเจาะจง โดยพิจารณาจากประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวไปยังจังหวัดอื่น ๆ ภายในประเทศไทยและไม่ใช่จังหวัดภูมิลำเนาของตนเอง โดยมีวัตถุประสงค์ต่าง ๆ ได้แก่ เพื่อสนองต่อความต้องการในการที่จะพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อศึกษาหาความรู้ เพื่อความสนุกสนานและความบันเทิง การสื่อสารทางธุรกิจ การประชุมและกิจกรรมสัมมนา หรือเพื่อกิจกรรมอื่น ๆ อย่างน้อยปีละครั้ง เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวไทย จะช่วยให้ข้อมูลและมุมมองเกี่ยวกับการนำสื่อสิ่งพิมพ์ไปใช้ในการท่องเที่ยว รวมถึงมุมมองเกี่ยวกับการออกแบบที่เป็นประโยชน์แก่งานวิจัยครั้งนี้

ผู้วิจัยทำการเลือกผู้เชี่ยวชาญทางการออกแบบและนักท่องเที่ยวชาวไทยด้วยการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยต้องการศึกษาและประเมินผลการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชที่ออกแบบขึ้นมาใหม่

2.2 ประเด็นที่ศึกษา

การประเมินผลการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชที่ออกแบบขึ้นมาใหม่ ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการสัมภาษณ์รายบุคคล ประกอบด้วยผู้เชี่ยวชาญทางการออกแบบและนักท่องเที่ยวชาวไทย ภายใต้การสัมภาษณ์ในเรื่องของการตอบสนองประโยชน์ใช้สอย ความสวยงามพึงพอใจและการสื่อความหมาย รวมถึงความคิดเห็นด้านการดึงดูดความสนใจ การสนใจติดตาม การกระตุ้นให้เกิดความ

ต้องการ และการก่อให้เกิดการกระทำสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัด นครศรีธรรมราชที่ออกแบบขึ้นมาใหม่

2.3 เครื่องมือในการเก็บข้อมูล

เครื่องมือในการสัมภาษณ์ประกอบด้วย สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชที่ออกแบบขึ้นมาใหม่ เทปบันทึกเสียง แบบสัมภาษณ์เพื่อสำรวจความคิดเห็น และข้อเสนอแนะของผู้ให้ข้อมูลหลักโดยมีแนวคำถามในการสัมภาษณ์ (ภาคผนวก ข)

2.4 การเก็บข้อมูล

ในการการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้เวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ประมาณ 2 เดือน ในการประเมินผลการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชที่ออกแบบขึ้นมาใหม่ โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก นักท่องเที่ยวชาวไทยและผู้เชี่ยวชาญทางด้าน การออกแบบ โดยนัดเวลาและสถานที่ในการสัมภาษณ์ ซึ่งใช้เวลาในการสัมภาษณ์ท่านละ 15-30 นาที

2.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลจากเทปบันทึกเสียงจากการสัมภาษณ์เชิงลึกมาจัดบันทึกทั้งหมด 15 คน โดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือกลุ่มผู้เชี่ยวชาญทางด้าน การออกแบบและกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย จากนั้นนำข้อมูลทั้งหมดของแต่ละกลุ่มมาวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) โดยการวิเคราะห์จัดประเภทของข้อมูล โดยแบ่งออกเป็นกลุ่มผู้เชี่ยวชาญทางด้าน การออกแบบและนักท่องเที่ยวชาวไทย แยกประเด็นออกเป็น 2 ประเด็นหลัก ประกอบด้วย ประเด็นแรก ประสิทธิภาพของการออกแบบ ได้แก่ การตอบสนองประโยชน์ใช้สอย ความสวยงามพึงพอใจและการสื่อความหมาย ประเด็นที่สอง แบบจำลองกระบวนการตอบสนองต่อสื่อ (AIDA Model) ได้แก่ การดึงดูดความสนใจ การสนใจ ติดตาม การกระตุ้นให้เกิดความต้องการ และการก่อให้เกิดการกระทำ และนำข้อมูลที่ได้จากการแยกประเด็นต่าง ๆ โดยเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์แต่ละคน และเชื่อมโยงความคิดเห็นเข้ากัน จากนั้นสรุปความคิดเห็นออกเป็น 2 กลุ่ม คือกลุ่มผู้เชี่ยวชาญทางด้าน การออกแบบและกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย

บทที่ 4

ผลการวิจัย สรุปผล และอภิปรายผล

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ของจังหวัดนครศรีธรรมราชตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545-2555

การวิจัยเรื่อง “การวิเคราะห์ การพัฒนา และการประเมินผลการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช” ได้แบ่งการวิจัยออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราชตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545-2555 และส่วนที่ 2 การประเมินผลการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชที่ออกแบบขึ้นมาใหม่

ผลการวิจัยและสรุปผล

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราชตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545-2555 ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยการจัดกลุ่มสนทนา (Focus Group Interview) โดยมีผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวนทั้งหมด 8 คน ประกอบด้วย ผู้เชี่ยวชาญทางการออกแบบจำนวน 4 คน และนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 4 คน ผลการวิจัยมีดังนี้

การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช

สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราชที่นำมาวิเคราะห์การออกแบบมีดังนี้

1. นครศรีธรรมราช (เที่ยวหัวใจใหม่ เมืองไทยยั่งยืน) จัดพิมพ์โดย กองผลิตอุปกรณ์เผยแพร่ฝ่ายบริการการตลาด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เมื่อ พ.ศ. 2554
2. หลงเสน่ห์ทะเลนครฯ จัดพิมพ์โดย บริษัท สยามโพลีโต้ เฟรนด์ จำกัด เมื่อ พ.ศ. 2554
3. คู่มือ...นครศรีธรรมราช จัดพิมพ์โดย บริษัท อินฟินิตี้ แอดเวอร์ไทซิง จำกัด เมื่อ พ.ศ. 2551
4. นครศรีธรรมราช เที่ยวทั่วไทยไปกับ “นายรอบรู้” จัดพิมพ์โดย สำนักพิมพ์สารคดี
5. ตามรอยธรรมที่เมืองนคร จัดพิมพ์โดย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานนครศรีธรรมราช
6. วารสารหัวหินไกด์ ฉบับ คู่มือนครศรีธรรมราช จัดพิมพ์โดย บริษัท อินฟินิตี้ แอดเวอร์ไทซิง จำกัด เมื่อ พ.ศ. 2552

7. ตามรอยกินรีที่เมืองนคร จัดพิมพ์โดย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงาน นครศรีธรรมราช
8. ท่องเที่ยวเรียนรู้สู่เส้นทางสายโรแมนติค@เมืองนคร จัดพิมพ์โดย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานนครศรีธรรมราช

ภาพที่ 3: สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราชตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545-2555



ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มส่วนใหญ่เคยเห็นสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชจากหลากหลายแหล่งด้วยกัน อาทิเช่น ร้านหนังสือ ร้านสะดวกซื้อ ร้านอาหาร โรงแรมและที่พัก สถานที่ท่องเที่ยว สถานที่ราชการ ศูนย์บริการการท่องเที่ยว บริษัทท่องเที่ยว ป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ เป็นต้น โดยสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทแผ่นพับ โปสเตอร์ และหนังสือส่วนใหญ่จะเป็นการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดในภาคใต้โดยรวม แต่ยังไม่ค่อยมีสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราชโดยตรงมากเท่าที่ควร และนอกจากสื่อสิ่งพิมพ์เหล่านี้แล้ว ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มยังเคยเห็นการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชตามสื่ออื่น ๆ เช่น เว็บไซต์ โทรทัศน์ เป็นต้น

เมื่อพูดถึงจุดเด่นของจังหวัดนครศรีธรรมราช ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มส่วนใหญ่เห็นตรงกันว่า วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหารหรือวัดพระธาตุ เป็นจุดเด่นของจังหวัดนครศรีธรรมราช เนื่องจากสื่อประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่จะยกวัดพระมหาธาตุวรมหาวิหารมาเป็นจุดเด่นในการประชาสัมพันธ์ อาทิ เช่น เกิดมาหนึ่งชาติ ต้องไปกราบพระธาตุเมืองนครฯ และนอกจากนี้ยังมีปลาโลมาสีชมพูที่อำเภอ

ขนอม ซึ่งยังไม่ค่อยมีการประชาสัมพันธ์มากนักจึงทำให้ยังไม่เป็นที่รู้จักของคนทั่วไป ดังเช่นคำให้สัมภาษณ์ของผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มท่านหนึ่ง “เรื่องปลาโลมาว่ายน้ำที่จริงหรือ บ้าหรือป่าว เพราะว่ายังไม่ถูกนำเสนอเท่าที่ควรจึงไม่เป็นที่รู้จักของคนทั่วไปทั้ง ๆ ที่เราสามารถดึงมาเป็นจุดเด่นได้เลยนะ” (คุณเรวดี แซ่จั้น, นักท่องเที่ยวชาวไทย, การสื่อสารส่วนบุคคล, 19 กันยายน 2556) และยังมีองค์จุดคามรามเทพซึ่งทำให้จังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นจังหวัดที่มีชื่อเสียงทางด้านแหล่งพุทธศาสนาและเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป ดังเช่นคำให้สัมภาษณ์ของผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มท่านหนึ่ง “ที่จริงวัดพระธาตุก็เป็นจุดเด่นจุดหนึ่งเลย อันอื่น ๆ ก็องค์ประกอบ เช่น ตอนที่ท่านจุดคามรามเทพ องค์จุดคามก็จะดังเหมือนกัน ตอนนั้นดังมาก ในเรื่องพระพุทธศาสนาก็จะสังเกตว่า เมืองนครศรีธรรมราชนี้เป็นแหล่งพุทธศาสนาจังหวัดหนึ่งที่ตั้งใช้ได้เลย” (คุณวัชรพงศ์ พุนศิริธนานนท์, ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบ, การสื่อสารส่วนบุคคล, 19 กันยายน 2556) นอกจากนี้จังหวัดนครศรีธรรมราชยังมีประเพณีที่สำคัญและโดดเด่น นั่นคือ ประเพณีงานเดือนสิบและประเพณีแห่นางदान ส่วนจุดเด่นทางธรรมชาติที่น่าสนใจ ก็คือ บ้านคีรีวง ที่ได้ชื่อว่าเป็นสถานที่ที่มีอากาศดีที่สุดในประเทศไทย และยังมีแหลมตะลุมพุกที่เกิดวาตภัยครั้งใหญ่ และนอกจากนี้ยังมีชายหาดที่สวยงามอีกมากมาย

สำหรับสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวที่ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มต้องการเมื่อเดินทางมาท่องเที่ยวยังจังหวัดนครศรีธรรมราช ส่วนใหญ่ต้องการสื่อสิ่งพิมพ์ขนาดเล็ก เนื่องจากจะสะดวกต่อการพกพา เช่น หนังสือคู่มือการท่องเที่ยว เอกสารเย็บเล่ม แผ่นพับ เป็นต้น นอกจากนี้ยังต้องการป้ายตามสถานที่ราชการเพื่อบอกสถานที่ท่องเที่ยวภายในเขตอำเภอนั้น ๆ

สรุปความคิดเห็นจากผู้เข้าร่วมสนทนา พบว่า สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชพบเห็นจากหลากหลายแหล่งด้วยกัน ส่วนใหญ่จะเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือตามร้านที่มีบริการขายหนังสือและสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทแผ่นพับและโปสเตอร์ตามสถานที่ท่องเที่ยวและสถานที่ราชการ ซึ่งหนังสือส่วนใหญ่เป็นการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดในภาคใต้โดยรวม ส่วนการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราชโดยตรงยังไม่ค่อยมีเท่าที่ควร ซึ่งจุดเด่นของจังหวัดนครศรีธรรมราช คือวัดพระมหาธาตุวรมหาวิหารหรือวัดพระธาตุ และรองลงมาคือปลาโลมาสีชมพู และองค์จุดคามรามเทพ ส่วนประเพณีที่สำคัญของจังหวัดนครศรีธรรมราช นั่นคือ ประเพณีงานเดือนสิบและประเพณีแห่นางदान จุดเด่นทางธรรมชาติที่น่าสนใจ ก็คือ บ้านคีรีวง และแหลมตะลุมพุก ซึ่งยังไม่ค่อยมีการประชาสัมพันธ์มากนักจึงไม่ค่อยเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป สำหรับสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวที่ต้องการเมื่อเดินทางมาท่องเที่ยวยังจังหวัดนครศรีธรรมราช นั่นคือ สื่อสิ่งพิมพ์ที่มีขนาดเล็ก เนื่องจากสะดวกต่อการพกพา

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการออกแบบและสรุปผลความคิดเห็น

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้แบ่งความคิดเห็นเกี่ยวกับหลักของการออกแบบไว้ 4 ประเด็น ได้แก่ องค์ประกอบการออกแบบตัวอักษร ภาพประกอบ และการเลือกใช้สี รวมทั้งมีประเด็นคำถามเพิ่มเติมนอกเหนือจาก 4 ประเด็นดังกล่าว โดยมีรายละเอียดความคิดเห็นและผลสรุปของความคิดเห็น ดังต่อไปนี้

ความคิดเห็นด้านการจัดวางองค์ประกอบการออกแบบ

ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มส่วนใหญ่เห็นว่าขนาดของสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีอยู่ในปัจจุบัน ซึ่งส่วนใหญ่มีขนาดประมาณ ความยาว 21 เซนติเมตร และความกว้าง 14.8 เซนติเมตร (ขนาด A5) มีขนาดใหญ่เกินไป ไม่สะดวกต่อการพกพาเท่าที่ควร และในการออกแบบขึ้นมาใหม่ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มส่วนใหญ่ต้องการสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีขนาดประมาณ ความยาว 14.8 เซนติเมตร และความกว้าง 10.5 เซนติเมตร (ขนาด A6) หรือขนาดประมาณโปสการ์ด ส่วนเรื่องความหนาส่วนใหญ่เห็นว่าบางเล่มหนาเกินไป มีรายละเอียดเยอะเกินไป เนื่องจากคนส่วนใหญ่จะไม่ค่อยอ่านรายละเอียดมากนัก ดังเช่นคำให้สัมภาษณ์ของผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มท่านหนึ่ง “ไม่ควรหนาเกินไป เพราะมันหนาเกินไปเนื้อหาจะมาก คนส่วนใหญ่จะเห็นแล้วเขาขี้เกียจอ่านรายละเอียด จริง ๆ พวกข้อมูลเราหาเพิ่มจากทางอื่นก็ได้” (คุณวรานิษฐ์ เลิศสิทธิวงศ์, นักท่องเที่ยวชาวไทย, การสื่อสารส่วนบุคคล, 19 กันยายน 2556) และควรคำนึงถึงงบประมาณในการผลิต เนื่องจากถ้าจำนวนหน้าเยอะเกินไป ค่าใช้จ่ายก็จะสูง ดังนั้น สื่อสิ่งพิมพ์ที่จะผลิตขึ้นมาใหม่ควรมีเพียงสาระสำคัญที่น่าเสนอสถานที่ท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จัก ส่วนรายละเอียดเพิ่มเติม สามารถหาได้จากช่องทางอื่น ๆ เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น ดังเช่นคำให้สัมภาษณ์ของผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มท่านหนึ่ง “ถ้ารายละเอียดมากเกินไป ถ้าคิดว่าทางหน่วยงานหรืออะไรที่เราจะเอามาพิมพ์ อาจจะคิดเรื่องค่าใช้จ่ายที่สูง บางเรื่องที่ไม่ใช่สาระสำคัญ เราอาจจะตัดออกไปก็ได้ จะได้ง่าย ๆ ดูง่าย อ่านง่ายเพราะเป็นแหล่งที่นำเสนอการท่องเที่ยวให้รู้จักเฉย ๆ แต่ส่วนรายละเอียดมันหาข้อมูลได้จากทางอื่นเยอะ” (คุณวัชรพงศ์ พุนศิริธรรณานนท์, ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการสื่อสารส่วนบุคคล, 19 กันยายน 2556)

ส่วนเรื่องการจัดวางองค์ประกอบของหน้าปก ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มเห็นว่าสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีอยู่ในปัจจุบันส่วนใหญ่หน้าปกมีการใช้ภาพถ่ายเป็นองค์ประกอบหลักและเป็นองค์ประกอบเดียว โดยเฉพาะภาพถ่ายของวัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร และไม่ค่อยมีสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ ทั้งที่จังหวัดนครศรีธรรมราชมีสถานที่ท่องเที่ยวและประเพณีที่น่าสนใจอีกมากมาย เช่น ประเพณีงานเดือนสิบ ชายทะเล เครื่องถม ย่านลิเภา และของฝากเมืองนครอื่น ๆ อีกมากมาย ดังเช่นคำให้สัมภาษณ์ของผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มท่านหนึ่ง “ถ้าพูดถึงส่วนใหญ่เขาจะทำเป็นภาพเดียว อย่างเช่นนี้เป็นภาพวัดพระธาตุ ก็เลยไม่สามารถที่เราจะเอาแบบอื่นมาลงได้ เหมือนอย่างเช่น ประเพณีงานเดือนสิบ หรือสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ หรืออะไร เราไม่สามารถลงได้ ก็น่าจะปรับขนาดรูปให้เล็กลงเพื่อเพิ่มพื้นที่ของการ

ออกแบบให้มากขึ้น เราจะสามารถจัดวางและเล่นกับรายละเอียดได้อีกเยอะ” (คุณสิเนหา ยอดไชย, ผู้เชี่ยวชาญทางการออกแบบ, การสื่อสารส่วนบุคคล, 19 กันยายน 2556) และในการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ขึ้นมาใหม่ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มแนะนำให้ใช้วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหารเป็นองค์ประกอบหลักและน่าจะมีสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ ประกอบที่หน้าปกด้วย อาทิเช่น สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ทะเล น้ำตก เป็นต้น เพื่อสร้างความแตกต่าง ความแปลกใหม่และเพื่อเพิ่มความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น ส่วนเรื่องตัวอักษรควรปรับปรุงให้นำสนใจมากกว่านี้โดยการสร้างความแปลกใหม่ให้กับตัวอักษรและควรบอกรายละเอียดด้านในเล่มที่หน้าปกด้วย ดังเช่นคำให้สัมภาษณ์ของผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มท่านหนึ่ง “ใช้รูปท่องเที่ยวหลาย ๆ รูปหน่อยก็ดีนะคะ เพราะที่เห็นเหมือนจะใช้แค่วัดพระธาตุ ทั้งที่จริง ๆ มีที่ท่องเที่ยวอีกเยอะ เช่น พวกทะเล ภูเขา โลมา ของฝากของกินยังได้เลย” (คุณเรวดี แซ่จั้น, นักท่องเที่ยวชาวไทย, การสื่อสารส่วนบุคคล, 19 กันยายน 2556)

สรุปความคิดเห็นจากผู้เข้าร่วมสนทนา พบว่า ขนาดของสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีอยู่ในปัจจุบัน ส่วนใหญ่มีขนาดประมาณ ความยาว 21 เซนติเมตร และความกว้าง 14.8 เซนติเมตร (ขนาด A5) มีขนาดใหญ่เกินไปทำให้ไม่สะดวกต่อการพกพา และในการออกแบบขึ้นมาใหม่ต้องการสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีขนาดประมาณ ความยาว 14.8 เซนติเมตร และความกว้าง 10.5 เซนติเมตร (ขนาด A6) ส่วนข้อมูลรายละเอียดควรมีเพียงสาระสำคัญที่นำเสนอสถานที่ท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักเท่านั้น ส่วนการจัดวางองค์ประกอบของหน้าปกของสิ่งพิมพ์ที่มีอยู่ในปัจจุบันส่วนใหญ่หน้าปกมีการใช้ภาพถ่ายวัดพระมหาธาตุวรมหาวิหารเป็นองค์ประกอบหลักและเป็นองค์ประกอบเดียว และไม่ค่อยมีสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ และในการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ขึ้นมาใหม่ควรใช้วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหารเป็นองค์ประกอบหลักและควรมีสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ ประกอบที่หน้าปกด้วย เพื่อสร้างความแตกต่างและเพิ่มความสนใจมากยิ่งขึ้น ส่วนเรื่องตัวอักษรควรปรับปรุงให้นำสนใจโดยการสร้างความแปลกใหม่ให้กับตัวอักษร

ความคิดเห็นด้านตัวอักษร

ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มส่วนใหญ่เห็นว่ารูปแบบและขนาดของตัวอักษรค่อนข้างธรรมดาทั่วไป บางเล่มมีขนาดตัวอักษรพอดี ไม่ใหญ่เกินไปและไม่เล็กเกินไป ขนาดประมาณ 14-16 พ้อยท์ (Point) ซึ่งเหมาะสมกับการอ่าน ส่วนรูปแบบตัวอักษรของหัวเรื่อง และรูปแบบตัวอักษรของเนื้อหาควรมีความแตกต่างกันเพื่อเป็นการแยกส่วนกันอย่างชัดเจน ในเรื่องของรายละเอียดของเนื้อหาบางเล่มเยอะเกินไป การวางเลย์เอาต์ (Layout) บางเล่มก็วางลงตัวดี แต่ตัวอักษรยังดูหนาแน่น ส่งผลให้สื่อสิ่งพิมพ์นั้นไม่น่าอ่านและไม่น่าสนใจเท่าที่ควร ดังเช่นคำให้สัมภาษณ์ของผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มท่านหนึ่ง “สำหรับเลย์เอาต์ พี่ก็ว่าลงตัวดีนะ แต่ก็มีบางเล่มที่ว่ามันดูเนื้อหาแล้วมันก็มากเกินไป ทำให้ดูแล้วไม่น่าอ่านไม่น่าสนใจ ถ้าจะมีจุดใดจุดหนึ่งเน้นว่าตรงนี้น่าสนใจ มีอะไรน่าสนใจ ว่าน่าจะไปท่องเที่ยว ก็ควรเน้นนะ ถ้าทุกอย่างมันแน่นไปหมด ไม่มีจุดสนใจ คนก็จะเปิดผ่าน ๆ แต่ถ้าเรามีจุด

สนใจให้เขาสะดุดตา อันนี้น่าจะดีกว่า” (คุณอรอุมา จันท์จริงจิตร, ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการ, การสื่อสารส่วนบุคคล, 19 กันยายน 2556) และในการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ขึ้นมาใหม่ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มแนะนำให้เน้นที่ภาพถ่ายมากกว่ารายละเอียดของเนื้อหา โดยในการวางภาพถ่ายนั้น ควรบอกชื่อสถานที่ท่องเที่ยวให้ชัดเจนด้วย ดังเช่นคำให้สัมภาษณ์ของผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มท่านหนึ่ง “อย่าให้มีรายละเอียดเยอะเกินไป ตัวหนังสือถ้าเยอะไปแล้วมันขี้เกียจอ่าน บางทีอยากดูแค่รูป บรรยากาศที่ท่องเที่ยว แล้วก็ชื่อ กับข้อมูลนิดหน่อยก็พอให้พอรู้ว่าเป็นที่ยังไง เทียบยังไง เหมาะกับเราไหม” (คุณวรานิชรุ้ เลิศสิทธิวงศ์, นักท่องเที่ยวชาวไทย, การสื่อสารส่วนบุคคล, 19 กันยายน 2556)

สรุปความคิดเห็นจากผู้เข้าร่วมสนทนา พบว่า รูปแบบและขนาดของตัวอักษรของสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีอยู่ในปัจจุบันมีลักษณะธรรมดาทั่วไป มีขนาดตัวอักษรประมาณ 14-16 พ้อยท์ (Point) ซึ่งเหมาะสมกับการอ่าน ส่วนรูปแบบตัวอักษรของหัวเรื่องและรูปแบบตัวอักษรของเนื้อหาควรมีความแตกต่างกันเพื่อเป็นการแยกส่วนกันอย่างชัดเจน ในเรื่องของรายละเอียดของเนื้อหาบางเล่มหนาแน่นเกินไป และในการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ขึ้นมาใหม่ควรเน้นที่ภาพถ่ายมากกว่ารายละเอียดของเนื้อหา

ความคิดเห็นด้านภาพประกอบ

ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มเห็นว่าการจัดวางภาพถ่ายที่ใช้เป็นภาพประกอบในสื่อสิ่งพิมพ์เหล่านี้มีการจัดวางในลักษณะที่ธรรมดาทั่วไป ส่วนใหญ่เป็นในรูปแบบของการวางเรียงกัน จึงทำให้ภาพออกมาดูนิ่งเกินไปรู้สึกไม่มีชีวิตชีวา ทั้งที่ภาพถ่ายในเล่มส่วนใหญ่เป็นภาพถ่ายที่มีองค์ประกอบครบถ้วนและสวยงาม ดังเช่นคำให้สัมภาษณ์ของผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มท่านหนึ่ง “ภาพที่เขาวางบางทีมันดูนิ่งเกินไป มันดูธรรมดาเกินไป เหมือนกับเล่มนี้ เหมือนกับเอาภาพมาวางเรียงกัน คือถามว่าสื่อสารได้ไหม ก็ได้นะ แต่มันแค่ดูธรรมดาเกินไป รูปเขาถ่ายไว้สวย มุมมองก็แปลกตาดี แต่ถ้าเขาจัดวางให้เหมาะสมหน่อย มันจะดูเหมือนมีชีวิตชีวา” (คุณสิเนหา ยอดไชย, ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบ, การสื่อสารส่วนบุคคล, 19 กันยายน 2556) และในการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ขึ้นมาใหม่ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มจึงแนะนำการจัดวางภาพถ่ายให้เกิดความแตกต่างและหลุดกรอบเดิม ๆ ที่มีอยู่ในปัจจุบันและใช้ตัวอักษรผสมผสานกับภาพถ่ายเพื่อให้เกิดความแปลกใหม่ในการออกแบบ ส่วนภาพถ่ายภายในเล่มควรเป็นภาพสีมากกว่าภาพขาวดำ ดังเช่นคำให้สัมภาษณ์ของผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มท่านหนึ่ง “ภาพถ่ายควรจะเป็นภาพสีมากกว่าจะเป็นพวกภาพขาวดำ มันจะดูดึงดูดดีกว่า อย่างเล่มนี้เป็นภาพขาวดำทำให้ไม่เห็นรูปจริง ๆ ว่าเป็นอย่างไร ทำให้ดูไม่เชิญชวนให้ไปเที่ยวเลย” (คุณเรวดี แซ่จัน, นักท่องเที่ยวชาวไทย, การสื่อสารส่วนบุคคล, 19 กันยายน 2556) เนื่องจากภาพขาวดำจะทำให้งานออกแบบไม่มีความน่าสนใจ ส่วนภาพสีนั้นจะช่วยสร้างความดึงดูดและสร้างความน่าสนใจให้กับงานออกแบบ นอกจากนี้ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มยังแนะนำเรื่องของการเลือกภาพถ่ายให้เหมือนจริงและเป็นปัจจุบันมากที่สุด

สรุปความคิดเห็นจากผู้เข้าร่วมสนทนา พบว่า การจัดวางภาพถ่ายที่ใช้เป็นภาพประกอบมีการจัดวางในลักษณะที่ธรรมดาทั่วไป ส่วนใหญ่เป็นการวางเรียงกัน จึงทำให้ภาพออกมาดูเรียบเกินไป และในการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ขึ้นมาใหม่ควรจัดวางภาพถ่ายให้เกิดความแตกต่าง ส่วนภาพถ่ายภายในเล่มควรเป็นภาพสีมากกว่าภาพขาวดำ เพื่อสร้างความดึงดูดและสร้างความน่าสนใจให้กับงานออกแบบ รวมถึงควรเลือกภาพถ่ายให้เหมือนจริงและเป็นปัจจุบันมากที่สุด

ความคิดเห็นด้านการเลือกใช้สี

ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มเห็นว่าโทนสีโดยรวมของสื่อสิ่งพิมพ์แต่ละเล่มจะใช้เป็นพื้นสีเดียว ธรรมดาทั่วไป และในการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ขึ้นมาใหม่ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มต้องการสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีสีหลากหลาย เนื่องจากสีสันที่สดใสจะทำให้สะดุดตาและสร้างความน่าสนใจให้แก่ผู้อ่าน ส่วนในการเลือกใช้สีควรเลือกสีตามสถานที่ท่องเที่ยวที่นั้น ๆ เช่น สถานที่ท่องเที่ยวตามประวัติศาสตร์เป็นโทนสีน้ำตาลเพื่อบ่งบอกถึงความเก่าแก่ดั้งเดิม สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติเป็นโทนสีฟ้าและสีเขียวเพื่อบ่งบอกถึงความสดใสเป็นธรรมชาติ นั่นคือ สถานที่ท่องเที่ยวแต่ละที่ควรใช้โทนสีที่แตกต่างกันเพื่อเป็นการเพิ่มความน่าสนใจ แต่ควรระวังเรื่องการใช้โทนสีไม่ให้แตกต่างกันจนมากเกินไป ดังเช่นคำให้สัมภาษณ์ของผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มท่านหนึ่ง “ผสมกันหลายโทนสีก็ดี เพราะว่ามันขึ้นอยู่กับสถานที่นั้น เช่นว่า พวกประวัติศาสตร์จะเป็นโทนสีน้ำตาล จะได้ดูขลัง ดูสวยงาม อะไรวะอย่างนี้ ส่วนสถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติ ก็เหมือนเป็นวัดพระธาตุก็จะมีฟ้าก็ต่อใสสีฟ้าจะดูสดใส ถ้าอย่างนั้น เหมือนว่าถ้าแต่ละที่ให้สีแตกต่างกันบ้างก็จะดูน่าสนใจ แต่ว่าไม่ต้องถึงให้หลุดโทน” (คุณอรอุมา จันท์จริงจิตร, ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบ, การสื่อสารส่วนบุคคล, 19 กันยายน 2556) ส่วนเรื่องของตัวอักษรก็เช่นกันควรมีการแบ่งโทนสีหัวข้อเรื่องแต่ละเรื่องให้ชัดเจนเพื่อจะทำให้ผู้อ่านสามารถอ่านและทำความเข้าใจได้ง่ายขึ้น ดังเช่นคำให้สัมภาษณ์ของผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มท่านหนึ่ง “ขึ้นอยู่กับว่าสถานที่ไหนตัวอักษรมันเป็นอย่างไรมากกว่า เพราะถ้าแต่ละสถานที่มีการใช้สีและตัวอักษรที่แตกต่างกัน การอ่านก็จะไม่น่าเบื่อ” (คุณณัฐธัญญา ลีละกุล, นักท่องเที่ยวชาวไทย, การสื่อสารส่วนบุคคล, 19 กันยายน 2556)

สรุปความคิดเห็นจากผู้เข้าร่วมสนทนา พบว่า โทนสีโดยรวมของสื่อสิ่งพิมพ์แต่ละเล่มจะใช้เป็นพื้นสีเดียวธรรมดาทั่วไป และในการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ควรเลือกใช้สีสดใสเพื่อสร้างความน่าสนใจให้แก่ผู้อ่าน รวมถึงแนะนำให้สถานที่ท่องเที่ยวแต่ละที่ควรใช้โทนสีที่แตกต่างกันเพื่อเป็นการเพิ่มความน่าสนใจ ส่วนเรื่องของตัวอักษรควรมีการแบ่งโทนสีหัวข้อเรื่องแต่ละเรื่องให้ชัดเจนเพื่อจะทำให้ผู้อ่านสามารถอ่านและทำความเข้าใจได้ง่ายขึ้น

ความคิดเห็นเพิ่มเติม

ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มเห็นว่าสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีอยู่ในปัจจุบันควรมีการปรับปรุงและแก้ไขในหลาย ๆ ส่วนด้วยกัน ทั้งเรื่องขนาดของสื่อสิ่งพิมพ์ที่ควรปรับให้สะดวกกับการพกพา ไม่ใหญ่และไม่

เล็กจนเกินไป ควรเน้นที่ภาพถ่ายมากกว่าตัวอักษร เนื่องจากภาพถ่ายสามารถเชิญชวนและกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยว ดังเช่นคำให้สัมภาษณ์ของผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มท่านหนึ่ง “เล่มต้องไม่หนาเกินไป พกพาง่าย ตัวหนังสือก็คือ เหมือนที่คุณวัชรพงศ์บอกว่า ถ้ารายละเอียดเยอะไปตัวหนังสือมันจะเล็ก คือว่าถ้าให้เน้นเป็นรูปก็ดูเชิญชวนเหมือนกัน” (คุณวรานิชรุ้ เลิศสิทธิวิงศ์, นักท่องเที่ยวชาวไทย, การสื่อสารส่วนบุคคล, 19 กันยายน 2556) และควรปรับให้ส่วนของภาพถ่ายและส่วนของตัวอักษรให้มีความสัมพันธ์กัน หรือลองออกแบบโดยการนำตัวอักษรไปจัดวางในส่วนของภาพถ่ายเพื่อสร้างความแตกต่าง และควรปรับหัวข้อให้ใหญ่และเด่นมากกว่าเดิม โดยรวมควรปรับรูปแบบภายในเล่มให้มีความทันสมัยมากขึ้น ทำให้สามารถดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวได้หลากหลายมากขึ้น อาทิเช่น กลุ่มวัยรุ่น กลุ่มนักศึกษา เป็นต้น โดยอาจจะเพิ่มภาพการ์ตูนให้ดูสนุกสนานและปรับเปลี่ยนโทนสีของพื้นหลัง และเน้นการออกแบบตามแนวทางผู้ออกแบบเอง ดังเช่นคำให้สัมภาษณ์ของผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มท่านหนึ่ง “มันอาจจะต้องทันสมัยสักหน่อย แต่ถ้าปรับปรุงตรงนี้ให้มันดีขึ้นตามสไตล์ของเรานั้นก็น่าจะดูดี คือเลียนแบบเขาให้น้อยที่สุดหรือ เราใช้สไตล์ของเราเลย เชื่อในตัวเราเพราะว่ามันอาจจะทันสมัย แต่ที่แฉ่งงานออกมามันจะไม่เหมือนใคร” (คุณพันธ์ยศ มงคลพุทธรังสี, ผู้เชี่ยวชาญทางด้าน การออกแบบ, การสื่อสารส่วนบุคคล, 19 กันยายน 2556)

การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ขึ้นมาใหม่เพื่อให้ความแปลกใหม่และความแตกต่างกับสื่อที่มีอยู่ในปัจจุบัน ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มเห็นว่าควรใส่กราฟิกลงไปผสมกับภาพถ่าย รวมถึงการเลือกตัวอักษร การจัดวางเลย์เอาต์ (Layout) ให้เกิดความแปลกใหม่ และเน้นจำนวนและขนาดของภาพถ่าย รวมถึงหามุมมองของภาพถ่ายที่แปลกตา ดังเช่นคำให้สัมภาษณ์ของผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มท่านหนึ่ง “มุมมองของภาพถ่ายที่แปลกตา ดังเช่นคำให้สัมภาษณ์ของผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มท่านหนึ่ง “มุมมองของภาพที่อยู่ในสิ่งพิมพ์ที่เราทำ ๆ ไว้ ไปหามุมที่แตกต่าง เหมือนว่าตรงนี้ไม่เคยเจอที่ไหน ขึ้นอยู่กับคนถ่ายภาพ ดูที่มันแปลกตาไป เป็นแนะนำการออกแบบให้นักท่องเที่ยว ว่ามุมมองนี้ก็สวยงาม เช่นเราจะถ่ายรูปให้ดูเลย” (คุณวัชรพงศ์ พูนศิริธนาพันธ์, ผู้เชี่ยวชาญทางด้าน การออกแบบ, การสื่อสารส่วนบุคคล, 19 กันยายน 2556) และสิ่งสำคัญอีกอย่างของการออกแบบคือแนวความคิด ควรหาแนวความคิดที่ชัดเจนในการออกแบบ นอกจากนี้มีเรื่องการจัดหน้าควรแบ่งกลุ่มสถานที่ท่องเที่ยวให้ชัดเจน เช่น สถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เป็นต้น ดังเช่นคำให้สัมภาษณ์ของผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มท่านหนึ่ง “พี่ก็ว่าควรจะแยก เพราะว่าคนแต่ละกลุ่ม อย่างบางคนมาเที่ยวเรื่องพระพุทธศาสนาโดยตรง เขาจะมาเป็นทัวร์อย่างนี้ คือมีวัดที่ไหนบ้าง จะไหว้พระแก้ววัดอะไรประมาณนี้ ทะเลก็คือทะเล น้ำตกก็คือน้ำตกไปเลย ถ้าแยกได้เป็นสัดส่วนแบบนี้มันมันก็ดีไปอย่าง” (คุณวรานิชรุ้ เลิศสิทธิวิงศ์, นักท่องเที่ยวชาวไทย, การสื่อสารส่วนบุคคล, 19 กันยายน 2556) ส่วนเรื่องของการออกแบบนั้นควรแทรกภาพการ์ตูนเพื่อให้งานออกมาดูสดใส รวมถึงกำหนดขนาดและรูปแบบของสื่อสิ่งพิมพ์ให้ชัดเจน เช่น สีเหลืองจัดจรัส หรือสีเหลืองแนวยาว เป็นต้น เพื่อเป็นการสร้างความแปลกให้กับงานออกแบบ

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มส่วนใหญ่อยากให้เน้นที่ภาพถ่ายมากกว่าส่วนของเนื้อหา และภาพถ่ายต้องเป็นปัจจุบันมากที่สุด เน้นการอ่านง่ายและเข้าใจง่าย ลองปรับเปลี่ยนแนวทางในการออกแบบ เช่น แนววินเทจ (Vintage) เป็นต้น รวมถึงเพิ่มการเชื่อมต่อกับสื่อออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) อินสตาแกรม (Instagram) หรือการสแกนคิวอาร์โค้ด (QR Code) เพื่อเป็นช่องทางทางเลือกสำหรับการค้นหาข้อมูลรายละเอียดในการท่องเที่ยวเพิ่มเติม

สรุปความคิดเห็นจากผู้เข้าร่วมสนทนา พบว่า สื่อสิ่งพิมพ์ที่มีอยู่ในปัจจุบันควรมีการปรับปรุงและแก้ไขในส่วนต่าง ๆ ทั้งเรื่องขนาดของสื่อสิ่งพิมพ์ที่ควรปรับให้สะดวกกับการพกพา การออกแบบควรเน้นที่ภาพถ่ายมากกว่าตัวอักษร เนื่องจากภาพถ่ายสามารถเชิญชวนและกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยว และควรปรับให้ส่วนของภาพถ่ายและส่วนของตัวอักษรให้มีความสัมพันธ์กัน และควรปรับหัวข้อให้ใหญ่และชัดเจนมากกว่าเดิม โดยรวมควรปรับรูปแบบภายในเล่มให้มีความทันสมัยมากขึ้น ทำให้สามารถดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวได้หลากหลายมากขึ้น นอกจากนี้ควรใส่กราฟิก (Graphic) ลงไปผสมกับภาพถ่าย รวมถึงการเลือกตัวอักษร การจัดวางเลย์เอาต์ (Layout) เพื่อให้ความแปลกใหม่และความแตกต่างกับสื่อที่มีอยู่ในปัจจุบัน รวมถึงการจัดหน้าควรแบ่งกลุ่มประเภทสถานที่ท่องเที่ยวให้ชัดเจน และควรเน้นที่ภาพถ่ายมากกว่าส่วนของเนื้อหา รวมถึงเพิ่มการเชื่อมต่อกับสื่อออนไลน์เพื่อเป็นช่องทางทางเลือกสำหรับการค้นหาข้อมูลรายละเอียดในการท่องเที่ยวเพิ่มเติม

อภิปรายผล

การวิจัยเรื่องการวิเคราะห์ การพัฒนา และการประเมินผลการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช สามารถอภิปรายผลได้ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราชตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545-2555

จากการแสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างพบว่า โดยภาพรวมสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชส่วนใหญ่จะเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือตามร้านที่มีบริการขายหนังสือและสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทแผ่นพับและโปสเตอร์ตามสถานที่ท่องเที่ยวและสถานที่ราชการ ซึ่งหนังสือส่วนใหญ่เป็นการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดในภาคใต้โดยรวม ส่วนการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราชโดยตรงยังไม่ค่อยมีเท่าที่ควร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพิสมัย ถาวรวงษ์ (2549) ที่ศึกษากลยุทธ์และประสิทธิผลการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดภาคใต้ตอนบน ผลการวิจัยพบว่า การดำเนินงานประชาสัมพันธ์จังหวัดภาคใต้ตอนบน ไม่มีการกำหนดกลยุทธ์ใดเป็นพิเศษ จังหวัดภาคใต้ตอนบนเป็นจังหวัดท่องเที่ยวที่แตกต่างจากจังหวัดท่องเที่ยวอื่น คือ เป็นจังหวัดท่องเที่ยวที่มีทรัพยากรครบถ้วน แต่กลุ่มนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มผู้มีรายได้น้อยถึงปานกลาง ข้อมูลประชาสัมพันธ์มุ่งเน้นไปเฉพาะบางแหล่งในจังหวัด

ภาคใต้ตอนบนเท่านั้น ยังไม่มีข้อมูลที่เป็นประโยชน์กับนักท่องเที่ยวที่จะทำให้เกิดการตัดสินใจมาท่องเที่ยวได้ นั่นคือ สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราชโดยตรงยังมีไม่มากนัก ส่วนที่มีอยู่ในปัจจุบันยังไม่มีข้อมูลที่เป็นประโยชน์และไม่มีประสิทธิภาพในการสื่อสารเท่าที่ควร

ส่วนจุดเด่นของจังหวัดนครศรีธรรมราช อันดับแรกคือ วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหารหรือวัดพระธาตุ เนื่องจากสื่อประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่จะยกวัดพระมหาธาตุวรมหาวิหารมาเป็นจุดเด่นในการประชาสัมพันธ์ และรองลงมาคือปลาโลมาสีชมพู และองค์จตุคามรามเทพ ส่วนประเพณีที่สำคัญของจังหวัดนครศรีธรรมราช นั่นคือ ประเพณีงานเดือนสิบและประเพณีแห่นางดาน ส่วนจุดเด่นทางธรรมชาติที่น่าสนใจ ก็คือ บ้านคีรีวง และแหลมตะลุมพุก รวมถึงชายหาดอีกมากมาย ซึ่งสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่นอกเหนือจากวัดพระมหาธาตุวรมหาวิหารยังไม่ค่อยมีการประชาสัมพันธ์มากนักจึงไม่ค่อยเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพิมพ์ลภัส พงศกรรังศิลป์ (2547) ที่ศึกษาภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราชในมุมมองของนักท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่กล่าวว่าเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดนครศรีธรรมราช คือ วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร รองลงมา คือ แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติทางบก เช่น น้ำตก ป่าไม้ ภูเขา สำหรับภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวจำแนกตามองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว พบว่า ภาพลักษณ์ด้านแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูดนั้นวัดพระมหาธาตุวรมหาวิหารเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดนครศรีธรรมราช นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของวิราภรณ์ วัชวิวัฒน์ (2549) ที่ศึกษาการวิเคราะห์แผนยุทธศาสตร์และเสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อย่างยั่งยืน: กรณีศึกษาจังหวัดนครศรีธรรมราช ผลการวิจัยพบว่า ผลการประเมินทรัพยากรท่องเที่ยวต่าง ๆ ในจังหวัดนครศรีธรรมราช แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นจุดเด่นทางธรรมชาติ ได้แก่ อุทยานแห่งชาติเขาหลวง แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นจุดเด่นด้านวัฒนธรรม ได้แก่ วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นจุดเด่นด้านงานประเพณี ได้แก่ ประเพณีสารทเดือนสิบ กิจกรรมท่องเที่ยวที่โดดเด่น คือ การเล่นน้ำตก และการบริการที่เป็นจุดเด่น คือ ที่พัก ร้านอาหาร (อาหารประจำถิ่น) รถประจำทาง จะเห็นได้ว่า จุดเด่นหรือเอกลักษณ์ของจังหวัดนครศรีธรรมราชคือ วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร รองลงมาคือแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ วัฒนธรรมและประเพณี นอกจากนี้ยังมีแหล่งท่องเที่ยวอีกมากมายที่ยังไม่เป็นที่รู้จักเท่าที่ควร ซึ่งในการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชขึ้นมาใหม่นั้นสามารถนำสถานที่ท่องเที่ยวเหล่านี้มาใช้เป็นองค์ประกอบหลักในการประชาสัมพันธ์

สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวที่ต้องการเมื่อเดินทางมาท่องเที่ยวยังจังหวัดนครศรีธรรมราช ส่วนใหญ่ต้องการสื่อสิ่งพิมพ์ขนาดเล็ก เนื่องจากสะดวกต่อการพกพา เช่น หนังสือคู่มือการท่องเที่ยว เอกสารเย็บเล่ม แผ่นพับ เป็นต้น ซึ่งลักษณะของสื่อสิ่งพิมพ์ดังกล่าวสอดคล้องกับ

แนวความคิดของสุรสิทธิ์ วิทยารัฐ (2546) เกี่ยวกับเอกสารเย็บเล่ม แผ่นพับ หรือเรียกกันทั่วไปว่า โบรชัวร์ (Brochure) เป็นหนังสือเล่มเล็กที่มีการเย็บเล่มเข้าด้วยกัน โดยลักษณะของเอกสารเย็บเล่ม หรือแผ่นพับเป็นสื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจที่มุ่งเสนอข่าวสารเป็นการเฉพาะ และสามารถบรรจุเนื้อหา รายละเอียดได้มาก รวมถึงมีคุณภาพทางด้านการพิมพ์

ในส่วนของหลักการออกแบบที่ผู้วิจัยได้แบ่งออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ การจัดวางองค์ประกอบการออกแบบ ตัวอักษร ภาพประกอบ และการเลือกใช้สี รวมทั้งความคิดเห็นเพิ่มเติม สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

ด้านการจัดวางองค์ประกอบการออกแบบ

ขนาดของสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีอยู่ในปัจจุบันส่วนใหญ่มีขนาดประมาณ ความยาว 21 เซนติเมตร และความกว้าง 14.8 เซนติเมตร (ขนาด A5) มีขนาดใหญ่เกินไปและไม่สะดวกต่อการพกพา และในการออกแบบขึ้นมาใหม่ต้องการสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีขนาดประมาณ ความยาว 14.8 เซนติเมตร และความกว้าง 10.5 เซนติเมตร (ขนาด A6) ส่วนเรื่องความหนาควรมีความพอดี รายละเอียดไม่เยอะเกินไป เนื่องจากคนส่วนใหญ่จะไม่ค่อยอ่านรายละเอียด และควรคำนึงถึงงบประมาณในการผลิต เนื่องจากถ้าจำนวนหน้าเยอะนั่นหมายถึงค่าใช้จ่ายก็จะสูง ดังนั้น สื่อสิ่งพิมพ์ที่จะผลิตขึ้นมาใหม่ควรมีเพียงสาระสำคัญที่นำเสนอสถานที่ท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จัก ซึ่งลักษณะของสื่อสิ่งพิมพ์ดังกล่าวสอดคล้องกับแนวความคิดของอารยะ ศรีกัลยาณบุตร (2550) เกี่ยวกับเอกสารเย็บเล่มหรือแผ่นพับเป็นรูปเล่ม (Booklet Brochure) เป็นเอกสารเย็บเล่มหรือแผ่นพับที่พิมพ์ลงในกระดาษมากกว่าหนึ่งแผ่น แล้วนำมารวมเป็นเล่มด้วยวิธีการต่าง ๆ ส่วนใหญ่จะพิมพ์ทั้งหน้า-หลัง เอกสารเย็บเล่มหรือแผ่นพับประเภทนี้มักใช้สำหรับเอกสารเย็บเล่มหรือแผ่นพับตามคำขอ เอกสารเย็บเล่มหรือแผ่นพับช่วยการขาย หรือเอกสารเย็บเล่มหรือแผ่นพับทิ้งไว้ให้พิจารณา โดยในการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชขึ้นมาใหม่นั้นสามารถใช้เอกสารเย็บเล่มเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ในการประชาสัมพันธ์จังหวัดนครศรีธรรมราช เนื่องจากเอกสารเย็บเล่มมีขนาดรูปเล่มที่เหมาะสมและสามารถบรรจุเนื้อหา รายละเอียดและภาพถ่ายได้มาก

ส่วนการจัดวางองค์ประกอบของหน้าปกของสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีอยู่ในปัจจุบันส่วนใหญ่หน้าปกมีการใช้ภาพถ่ายของวัดพระมหาธาตุวรมหาวิหารเป็นองค์ประกอบหลัก และไม่ค่อยมีการใช้ภาพถ่ายของสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ ทั้งที่จังหวัดนครศรีธรรมราชมีสถานที่ท่องเที่ยวและประเพณีที่น่าสนใจในการประชาสัมพันธ์อีกมากมาย และในการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ขึ้นมาใหม่ควรมีการออกแบบโดยการนำวัดพระมหาธาตุวรมหาวิหารเป็นองค์ประกอบหลักและมีสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ มาเป็นองค์ประกอบในหน้าปกเพื่อสร้างความแตกต่างและเพิ่มความสนใจมาก ส่วนเรื่องตัวอักษรควรปรับปรุงให้น่าสนใจโดยการสร้างความแปลกใหม่ให้กับตัวอักษร ทั้งนี้ในการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชขึ้นมาใหม่ควรคำนึงถึงการจัดองค์ประกอบ

หน้าปกเนื่องจากสามารถสร้างการดึงดูดความสนใจแก่ผู้อ่านได้ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของอารยะศรีภักษยาณบุตร (2550) เกี่ยวกับการจัดองค์ประกอบหน้าปกของเอกสารเย็บเล่ม ดังต่อไปนี้ 1) พาดหัว จะต้องอยู่ที่หน้าปกและวางอยู่ในตำแหน่งที่เด่น และสามารถมองเห็นชัดเจน ตัวอักษรที่ใช้พาดหัวมักมีขนาดใหญ่ 2) ภาพในปกหน้า เป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการดึงดูดความสนใจควบคู่ไปกับพาดหัว และต้องพิจารณาการเลือกภาพกับพาดหัวให้มีความสอดคล้องกันและสามารถส่งเสริมกันและกัน 3) ข้อความบนปก เป็นข้อความที่ประกอบพาดหัว แต่ต้องระมัดระวังการจัดวางเพื่อไม่ให้เด่นและแย่งความน่าสนใจไปจากพาดหัว 4) ภาพสินค้าและตราสัญลักษณ์ ภาพสินค้าอาจจะอยู่ในหน้าปกหรืออยู่หน้าใดหน้าหนึ่งก็ได้

ด้านตัวอักษร

รูปแบบและขนาดของตัวอักษรของสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีอยู่ในปัจจุบันมีลักษณะธรรมดาทั่วไป บางเล่มมีขนาดตัวอักษรพอดี ขนาดประมาณ 14-16 พ้อยท์ (Point) ซึ่งเหมาะสมกับการอ่าน ส่วนรูปแบบตัวอักษรของหัวเรื่องและรูปแบบตัวอักษรของเนื้อหาควรมีความแตกต่างกันเพื่อเป็นการแยกส่วนกันอย่างชัดเจน ในเรื่องของรายละเอียดของเนื้อหาบางเล่มหนาแน่นเกินไป ส่งผลให้สื่อสิ่งพิมพ์นั้นไม่น่าสนใจ และควรเน้นที่ภาพถ่ายมากกว่ารายละเอียดของเนื้อหา ทั้งนี้ในการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชขึ้นมาใหม่ควรคำนึงถึงตัวอักษรเนื่องจากเป็นองค์ประกอบสำคัญในการสื่อความหมายซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของวิรุณ ตั้งเจริญ (2545) เกี่ยวกับตัวอักษรซึ่งเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่ใช้ในการสื่อความหมายความเข้าใจซึ่งกันและกันได้ดี สามารถสื่อความรู้และความรู้สึกนึกคิดลงบนตัวอักษร โดยการนำมาจัดวางองค์ประกอบให้มีความเหมาะสม ซึ่งในการออกแบบจะต้องคำนึงถึง รูปแบบตัวอักษร ขนาดของตัวอักษร และรูปร่างลักษณะของตัวอักษร รวมถึงการนำตัวอักษรเหล่านี้มาจัดวาง การเว้นช่องไฟ การเว้นวรรค ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะเป็นสิ่งที่ช่วยในการดึงดูดสายตาแก่ผู้อ่าน ใช้ในการตกแต่งหรือเน้นข้อความเพื่อให้เกิดความสะดวกรสสบายในการอ่าน และสามารถดึงดูดความน่าสนใจของผู้อ่าน

ด้านภาพประกอบ

การจัดวางภาพถ่ายที่ใช้เป็นภาพประกอบในสื่อสิ่งพิมพ์เหล่านี้มีการจัดวางในลักษณะธรรมดาทั่วไป ส่วนใหญ่เป็นในรูปแบบของการวางเรียงกันจึงทำให้ภาพโดยรวมไม่มีความน่าสนใจ แต่ภาพถ่ายในเล่มส่วนใหญ่เป็นภาพถ่ายที่มีองค์ประกอบครบถ้วนและสวยงาม และในการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ขึ้นมาใหม่ควรจัดวางภาพถ่ายให้เกิดความแตกต่างจากสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีอยู่ในปัจจุบัน และควรใช้ตัวอักษรผสมผสานกับภาพถ่ายเพื่อให้เกิดความแปลกใหม่ในการออกแบบ ส่วนภาพถ่ายภายในเล่มควรเป็นภาพสีเพื่อสร้างความน่าสนใจให้กับงานออกแบบ นอกจากนี้ควรเลือกภาพถ่ายให้เหมือนจริงและเป็นปัจจุบันมากที่สุด ทั้งนี้เพราะภาพประกอบสามารถดึงดูดความสนใจของผู้อ่านและเกิดความรู้สึกที่ดีต่อสถานที่ท่องเที่ยวโดยเฉพาะความจริงสามารถบ่งบอกข้อเท็จจริงแก่ผู้อ่านได้ ซึ่ง

สอดคล้องกับแนวความคิดของผดุง พรหมมูล (2545) เกี่ยวกับภาพประกอบ ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญต่อการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ ซึ่งช่วยในการสื่อความหมายและสร้างความเข้าใจให้มากยิ่งขึ้น และใช้ในการประกอบกับเนื้อหา เพื่อให้ผู้อ่านเกิดความรู้สึกและคล้อยตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ เป็นการดึงดูดความสนใจต่อผู้อ่านเพื่อให้เกิดความสนใจและเกิดความรู้สึกที่ดีต่อสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งแบ่งประเภทของภาพประกอบได้ 3 ประเภท ดังนี้ ประเภทแรก คือ ภาพเหมือนจริง เป็นภาพที่มีรายละเอียดเหมือนจริงตามที่ตามองเห็น ซึ่งสามารถบ่งบอกข้อเท็จจริงแก่ผู้อ่าน ประเภทที่สอง คือ ภาพกึ่งสัญลักษณ์ เป็นภาพที่ดัดแปลงมาจากภาพเหมือนจริง อาจเกิดจากการตัดทอน หรือเพิ่มเติมรายละเอียดเพื่อสร้างความรู้สึกแปลกใหม่และเพิ่มความน่าสนใจให้แก่ผู้อ่านมากขึ้น และประเภทสุดท้าย คือ ภาพสัญลักษณ์ เป็นภาพในลักษณะของนามธรรม ซึ่งเป็นการนำมาตกแต่งเพื่อสร้างความน่าสนใจให้กับงานออกแบบ และรวมถึงภาพสัญลักษณ์ที่แทนความหมายต่าง ๆ ที่สามารถรับรู้ได้ร่วมกัน

ด้านการเลือกใช้สี

โทนสีโดยรวมของสื่อสิ่งพิมพ์แต่ละเล่มจะใช้เป็นพื้นสีเดียวและมีลักษณะธรรมดาทั่วไป และในการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ขึ้นมาใหม่ต้องการสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีสีสันสดใส เนื่องจากสีสันสดใสจะสร้างความน่าสนใจให้แก่ผู้อ่าน ส่วนในการเลือกใช้สีควรเลือกสีตามสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละที่ควรใช้โทนสีที่แตกต่างกันเพื่อเป็นการเพิ่มความน่าสนใจ แต่ควรระวังเรื่องการใช้โทนสีไม่ให้แตกต่างกันจนมากเกินไป ส่วนเรื่องสีของตัวอักษรควรมีการแบ่งโทนสีหัวข้อเรื่องแต่ละเรื่องให้ชัดเจนเพื่อจะทำให้ผู้อ่านสามารถอ่านและทำความเข้าใจได้ง่ายขึ้น ทั้งนี้เพราะสีสามารถบ่งบอกอารมณ์และความรู้สึกของผู้อ่านได้ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของประพันธ์ งามเนตร (2540) เกี่ยวกับสี ซึ่งมีอิทธิพลต่อความรู้สึกและการรับรู้ของผู้อ่าน ซึ่งสีจะสามารถบ่งบอกและเป็นตัวแทนของความรู้สึกต่าง ๆ ได้ ดังนั้น จึงเกิดแนวคิดเกี่ยวกับจิตวิทยาในการเลือกใช้สี อาทิ สีขาว ให้ความรู้สึกสะอาด บริสุทธิ์ สีดำ ให้ความรู้สึกหด

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

สื่อสิ่งพิมพ์ที่มีอยู่ในปัจจุบันควรมีการปรับปรุงและแก้ไขในหลาย ๆ ส่วนด้วยกัน ทั้งเรื่องขนาดของสื่อสิ่งพิมพ์ที่ควรปรับให้มีขนาดสะดวกกับการพกพา การออกแบบควรเน้นที่ภาพถ่ายมากกว่าตัวอักษร และควรปรับให้ส่วนของภาพถ่ายและส่วนของตัวอักษรให้มีความสัมพันธ์กัน และควรปรับหัวข้อให้เด่นชัดมากกว่าเดิม โดยรวมควรปรับรูปแบบภายในเล่มให้มีความทันสมัยมากขึ้น เพื่อสามารถดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวได้หลากหลายมากขึ้น อาทิเช่น กลุ่มวัยรุ่น กลุ่มนักศึกษา เป็นต้น โดยอาจจะเพิ่มภาพการ์ตูนหรือกราฟิกให้ดูสนุกสนานและปรับเปลี่ยนโทนสีของพื้นหลัง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุจิตรา ขำจิตร (2552) ที่ศึกษาแนวทางการพัฒนาคุณภาพสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า แนวทางการพัฒนาคุณภาพสื่อ

ประชาสัมพันธ์ แยกเป็นรายด้านดังนี้ 1) ด้านรูปแบบและวิธีการนำเสนอของสื่อ ใช้สื่อที่มีรูปแบบ น่าสนใจ และนำเสนอสื่อความหมายได้อย่างครบถ้วนไม่ผิดเพี้ยนไปจากความจริง 2) ด้านเนื้อหาที่ทันสมัย ใช้สื่อที่มีเนื้อหาที่ทันสมัยดึงดูดใจและมีการปรับข้อมูลให้เป็นปัจจุบัน ปรับเปลี่ยนเนื้อหาให้ทันสมัย ทันเหตุการณ์ในปัจจุบันอยู่เสมอ 3) ด้านการเข้าถึงสื่อ ต้องเข้าถึงได้ง่ายสะดวกรวดเร็ว 4) ด้านความพอเพียงของจำนวนสื่อ ต้องเพียงพอกับความต้องการและจำนวนของนักท่องเที่ยว 5) ด้านการสร้างความเข้าใจและประโยชน์ของข้อมูล ต้องเป็นข้อมูลที่เข้าใจง่ายและก่อให้เกิดความรู้ ง่ายต่อการสื่อความหมายและตีความชัดเจนไม่กำกวม และ 6) ด้านรูปภาพและเสียงประกอบ การใช้สื่อที่มีรูปภาพและเสียงประกอบที่น่าสนใจสามารถช่วยประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวได้ดียิ่งขึ้น

การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ขึ้นมาใหม่เพื่อความแปลกใหม่และแตกต่างกับสื่อที่มีอยู่ในปัจจุบัน ควรใส่กราฟิกผสมกับภาพถ่ายและตัวอักษร รวมถึงการจัดวางเลย์เอาต์ (Layout) ให้เกิดความแปลกใหม่ ควรเน้นที่ภาพถ่าย ขนาดของภาพถ่ายและการจัดวางภาพถ่าย รวมถึงมุมมองของภาพถ่ายที่แปลกตา ควรหาแนวความคิดที่ชัดเจนในการออกแบบ นอกจากนี้มีเรื่องการจัดหน้าควรแบ่งกลุ่ม สถานที่ท่องเที่ยวให้ชัดเจน เช่น สถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เป็นต้น รวมถึงควรกำหนดขนาดและรูปแบบของสื่อสิ่งพิมพ์ให้ชัดเจน เพื่อเป็นการสร้างความแปลกให้กับงานออกแบบ ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของอารยะ ศรีกัลยาณบุตร (2550) เกี่ยวกับ ความสำคัญของการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ นอกจากข้อมูลเนื้อหาที่นำมาพิมพ์ สิ่งที่ต้องคำนึงถึงอีกเรื่อง หนึ่งก็คือ ความน่าสนใจของสื่อสิ่งพิมพ์ การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์จึงเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการ สื่อสารให้เนื้อหาที่นำมาพิมพ์เพื่อให้เกิดผลลัพธ์เป็นขั้นตอน ดังต่อไปนี้ ขั้นตอนที่ 1 ดึงดูดใจให้ผู้พบเห็นให้เกิดความสนใจในสื่อสิ่งพิมพ์ เริ่มจากการวางแผนในการจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ ระบุกลุ่มเป้าหมาย เพื่อนำมาวิเคราะห์บุคลิกภาพลักษณะนิสัย รสนิยม ข้อมูลเหล่านี้ทำให้นักออกแบบสามารถรู้แนวทาง ในการนำไปออกแบบได้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ขั้นตอนที่ 2 ถ่ายทอดข้อมูลที่ต้องการ จะสื่อสารอย่างชัดเจนและเหมาะสมกับผู้รับสื่อ เมื่อทำการออกแบบที่สามารถดึงดูดความสนใจจาก กลุ่มเป้าหมายได้แล้ว ขั้นตอนต่อมาคือ การเลือกและการจัดวางองค์ประกอบที่ถูกต้องและเหมาะสม เพื่อให้สื่อสิ่งพิมพ์นั้นง่ายต่อการอ่านและทำความเข้าใจ และขั้นตอนที่ 3 สร้างความประทับใจทำให้ ข้อมูลที่สื่อสารเป็นที่จดจำ ข้อมูลที่สื่อสารออกไปนั้นจะเกิดประโยชน์และมีประสิทธิภาพมากขึ้นก็ ต่อเมื่อผู้รับสารสามารถจดจำเนื้อหาที่สื่อสารออกไปได้ ดังนั้น การออกแบบที่มีความสร้างสรรค์โดดเด่นไม่ซ้ำแบบใครและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว สิ่งเหล่านี้ก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ผู้รับสารประทับใจ

นอกจากนี้ควรเพิ่มการเชื่อมต่อกับสื่อออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) อินสตาแกรม (Instagram) หรือการสแกนคิวอาร์โค้ด (QR Code) เพื่อเป็นทางเลือกสำหรับการค้นหาข้อมูล รายละเอียดในการท่องเที่ยวเพิ่มเติม เนื่องจากปัจจุบันมีช่องทางในการหาข้อมูลการท่องเที่ยวที่ หลากหลายมากขึ้นซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของรัชชัย กลิ่นนาค (2554) ที่ศึกษาพฤติกรรม

แสวงหาข่าวสารและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สุราษฎร์ธานี ผลการวิจัยพบว่า การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สุราษฎร์ธานีใช้สื่อออนไลน์ ได้แก่ เฟซบุ๊ก เว็บไซต์ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ เว็บบล็อกและเว็บบูท ส่วนสื่อออฟไลน์ ได้แก่ แผ่นพับ แผ่นปลิว ป้ายโฆษณา หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง และวิทยุโทรทัศน์

จากการสรุปผลความคิดเห็นจากกลุ่มตัวอย่างข้างต้น ผู้วิจัยได้สรุปแนวทางในการพัฒนาการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช ได้ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 3: สรุปแนวทางในการพัฒนาการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช

สรุปผลความคิดเห็น	แนวทางในการพัฒนาการออกแบบ
การออกแบบ	ควรเน้นสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญโดยเฉพาะวัดพระมหาธาตุ วรมหาวิหาร รวมถึงควรนำสถานที่ท่องเที่ยวด้านอื่น ๆ ที่มีความโดดเด่นแต่ยังไม่เป็นที่รู้จักมากนักมาเป็นจุดเด่นในการประชาสัมพันธ์
ขนาดของสื่อสิ่งพิมพ์	ควรมีขนาดกะทัดรัดและสามารถพกพาได้สะดวก โดยมีขนาดประมาณ ความยาว 14.8 เซนติเมตร ความกว้าง 10.5 เซนติเมตร (ขนาด A6) ส่วนข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวควรมีการสรุปและนำเสนอเฉพาะสาระสำคัญของสถานที่ท่องเที่ยว
การจัดวางองค์ประกอบของหน้าปก	ควรใช้ภาพถ่ายของวัดพระมหาธาตุวรมหาวิหารเป็นองค์ประกอบหลักและควรใช้ภาพถ่ายสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ มานำเสนอผ่านหน้าปกด้วย
ขนาดของตัวอักษร	ควรมีขนาดประมาณ 14-16 พ้อยท์ (Point) ส่วนรูปแบบของตัวอักษรของหัวข้อและเนื้อหาควรมีความแตกต่างกันเพื่อเป็นการแยกส่วนได้อย่างชัดเจน และควรเน้นภาพถ่ายสถานที่ท่องเที่ยวมากกว่ารายละเอียดของเนื้อหา
การจัดวางภาพถ่าย	ควรมีการจัดวางให้แตกต่างจากรูปแบบเดิม ควรมีการออกแบบการจัดวางให้แปลกใหม่และเปลี่ยนมุมมองของภาพถ่ายให้ดูแปลกตา รวมถึงควรเลือกภาพถ่ายที่เป็นปัจจุบันมากที่สุด

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 3 (ต่อ): สรุปแนวทางในการพัฒนาการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว
จังหวัดนครศรีธรรมราช

สรุปผลความคิดเห็น	แนวทางในการพัฒนาการออกแบบ
การเลือกใช้สี	ควรใช้สีที่มีความสดใสและหลากหลายเพื่อสร้างความน่าสนใจแก่ผู้อ่าน สถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งควรมีการใช้โทนสีที่แตกต่างกัน เพื่อเป็นการเพิ่มความน่าสนใจให้กับการออกแบบ

สรุปโดยรวมได้ว่า การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชขึ้นมาใหม่ ควรมีความแปลกใหม่และแตกต่างจากสื่อที่มีอยู่ในปัจจุบัน ทั้งด้านการจัดวางองค์ประกอบการออกแบบ ด้านตัวอักษร ด้านภาพประกอบและด้านการเลือกใช้สี รวมถึงขนาดและรูปแบบของสื่อสิ่งพิมพ์ ซึ่งจากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสนทนากลุ่มจะเห็นได้ว่าลักษณะของสื่อสิ่งพิมพ์ที่ตรงกับความต้องการของผู้เข้าร่วมสนทนาส่วนใหญ่ ก็คือ เอกสารเย็บเล่ม (Booklet Brochure)

บทที่ 5

ผลงานการออกแบบ

การวิจัยเรื่องการวิเคราะห์ การพัฒนา และการประเมินผลการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช ผู้วิจัยได้สรุปแนวทางในการพัฒนาการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชขึ้นมาใหม่ภายใต้แนวความคิด (Concept) “นครศรีทวารวดี” (Nakhosrithammarat Variety) หมายถึง ความหลากหลายทางสถานที่ท่องเที่ยว รวมถึงประเพณีและวัฒนธรรมของจังหวัดนครศรีธรรมราชที่นักท่องเที่ยวหลายคนยังไม่เคยสัมผัส โดยใช้หลักการออกแบบที่ทันสมัย สามารถสื่อถึงความเป็นกันเองระหว่างสื่อสิ่งพิมพ์และผู้อ่าน และเลือกใช้โทนสีที่มีความสดใสและมีความเรียบง่าย ส่วนรายละเอียดของข้อมูลการท่องเที่ยวจะสรุปเพียงสาระสำคัญของสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ เพื่อความกระชับและสามารถอ่านแล้วเข้าใจง่าย โดยแบ่งข้อมูลออกเป็น 4 ประเภท คือ สถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ สถานที่ท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรมประเพณีและกิจกรรม และเทศกาลงานประเพณี โดยใช้ขนาดประมาณ ความยาว 14.8 เซนติเมตร และความกว้าง 10.5 เซนติเมตร (ขนาด A6) ซึ่งเป็นขนาดเล็กกะทัดรัดและสามารถพกพาได้สะดวก

ภาพที่ 4: ปกหนังสือสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช



ภาพที่ 5: สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช หน้าที่ 2

นครศรีธรรมราช

จังหวัดนครศรีธรรมราช มักเรียกสั้น ๆ ว่า “นคร” เป็นเมืองเก่า หมายถึง “นครอันเป็นสง่าแห่งพระราชาผู้ทรงธรรม” มีพื้นที่ใหญ่เป็นอันดับสองของภาคใต้ นับว่าเป็นเมืองที่มีเสน่ห์น่าไปเยือนเมืองหนึ่ง นอกจากจะมีป่าไม้ที่อุดมสมบูรณ์และสวยงาม เมืองนครฯ ยังเป็นแหล่งศิลปวัฒนธรรมและ

เป็นเมืองพุทธในแดนใต้ วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหารมรดกทางวัฒนธรรมที่เมืองนครมีอยู่ในปัจจุบันนี้ มีทรัพยากรทางทะเลอันอุดมสมบูรณ์ การันตีเมืองน่าท่องเที่ยวด้วยรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย (Tourism Awards) หรือรางวัลกินรีมากที่สุดในประเทศไทยถึง 15 รางวัล

“ มุมมองใหม่ ที่ใครหลายคน ควรไปทำความรู้จัก ”

นครศรีธรรมราช
เมืองแห่งพุทธศาสตร์
แดนธรรมชาติแห่งขุนเขา
และท้องทะเล

นครศรีธรรมราช
NAKON SI THAMMARAT

ภาพที่ 6: สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช หน้า ที่ 3



ภาพที่ 7: สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช หน้า ที่ 4

กำแพงเมือง

เครื่องแสดงถึงความเก่าแก่ ความแข็งแกร่ง ความเจริญรุ่งเรือง และประวัติศาสตร์อันยาวนาน กำแพงเมืองเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นกำแพงเมืองในสมัยโบราณ ทำให้เหลือซากกำแพงอยู่บางส่วน ในตอนกลางวันจะมีการเปิดไฟให้บริการสำหรับนักท่องเที่ยว

ศาลหลักเมืองนครศรีธรรมราช

สร้างขึ้นเพื่อประดิษฐานหลักเมือง ประกอบด้วยอาคาร ๕ หลัง หลังกลางเป็นที่ประดิษฐานของศาลหลักเมืองมีลักษณะคล้าย ศิลปะศรีวิชัย ส่วนอาคารเล็กทั้งสี่หลัง ถือเป็นบริวารสี่ทิศ เรียกว่า ศาลจตุโลกเทพ

ภาพที่ 8: สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช หน้า ที่ 5



หอพระอิศวร

โบราณสถานในศาสนาพราหมณ์ ลัทธิไศวนิกาย เป็นที่ประดิษฐาน ศิวลึงค์ ซึ่งถือเป็นสัญลักษณ์ของ พระอิศวร และฐานโยนิ ปัจจุบัน เทวรูปสำริดในหอพระอิศวรเป็น ของจำลอง ของจริงได้นำไปเก็บ รักษาไว้ที่พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ นครศรีธรรมราช

หอพระนารายณ์

โบราณสถานในศาสนาพราหมณ์ สิ่งที่พบภายในหอพระนารายณ์ ได้แก่ เทวรูปพระนารายณ์สลักจาก หินทรายสีเทานับเป็นเทวรูปที่ เก่าแก่ที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ปัจจุบันได้เก็บรักษาไว้ ในพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ นครศรีธรรมราช

ภาพที่ 9: สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช หน้า ที่ 6

พระวิหารสูงหรือหอพระสูง

ปูชนียสถานแห่งหนึ่งของเมืองนครศรีธรรมราช เรียกชื่อตามลักษณะการก่อสร้างของพระวิหาร ซึ่งสร้างบนเนินดินที่สูงกว่าพื้นปกติ ภายในพระวิหารประดิษฐานพระพุทธรูปปูนปั้นแกนดินเหนียว

แก่งเงินวัดประดู่

มีลักษณะทางสถาปัตยกรรมเป็นแบบจีน กล่าวกันว่า เป็นที่บรรจุอัฐิของเจ้าพระยานคร แต่ผู้รับบางท่านยืนยันว่าเจ้าพระยานครสร้างเพื่อบรรจุอัฐิเจ้าพระยานครผู้เป็นบิดา และอัฐิสมเด็จพระเจ้ากรุงธนบุรีผู้เป็นปู่

แก่งเงินวัดแจ้ง

ตัวอาคารเป็นอาคารก่ออิฐถือปูนรูปทรงอย่างอาคารจีนภายในประดิษฐานบัวบรรจุอัฐิของเจ้าพระยานคร และหม่อมทองเหนี่ยวผู้เป็นชายา ตั้งอยู่ในเขตวัดแจ้ง

ภาพที่ 10: สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช หน้า ที่ 7



เจดีย์ยักข์

ทรงเจดีย์เป็นแบบลังกา มีการซ่อมสมัยอยุธยาและรัตนโกสินทร์ ตอนต้น แต่ก่อนองค์เจดีย์ทรุดโทรมมากและยอดหัก ด้านหน้าพระเจดีย์มีวิหารประดิษฐานพระพุทธรูปปั้นนั่งองค์ใหญ่ เรียกพระเจ้าเงินหรือ หลวงพ่อเงิน

กุฏิทรงไทยหรือกุฏิร้อยปี

ตั้งอยู่ในวัดวังตะวันตก โดยปกติกุฏิทรงไทยแห่งนี้จะไม่มี การเปิดไว้บริการนักท่องเที่ยวอยู่ตลอดเวลา หากต้องการเยี่ยมชม ภายในกุฏิ สามารถขอกุญแจเข้า กุฏิได้จากเจ้าอาวาสวัดวังตะวันตก

ภาพที่ 11: สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช หน้า ที่ 8

วัดเขาขุนพนม

วัดที่มีความสำคัญทางด้านประวัติศาสตร์และโบราณคดี มีถ้ำซึ่งมีกำแพงก่ออิฐถือปูนและใบเสมา ผนังด้านหน้ามีลายปูนปั้นประดับเครื่องลายครามจีน ในถ้ำมีพระพุทธรูปสำริดประมาณ 30 องค์ และพระพุทธรูปสำริด

วัดธาตุน้อย

สร้างขึ้นด้วยความประสงค์ของพ่อท่านคล้าย มีศิษยานุศิษย์และประชาชนที่เคารพนับถือศรัทธา พ่อท่านคล้ายได้เชื่อถือถึงความศักดิ์สิทธิ์ของวาทา พ่อท่านคล้ายมรณภาพจึงได้บรรจุสรีระของท่านไว้ในโลงแก้ว

ภาพที่ 12: สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช หน้าที่ 9



ภาพที่ 13: สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช หน้าที่ 10



ภาพที่ 14: สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช หน้า ที่ 11



อนุสาวรีย์วีรไทย

อนุสาวรีย์ที่หล่อด้วยทองแดงรมดำเป็นรูปทหารเตรียม ชาวบ้านเรียกว่า “จ่าดำ” หรือ “เจ้าพ่อดำ” สร้างเพื่อเป็นอนุสรณ์ของทหารไทยในภาคใต้ที่เสียชีวิตในการปะทะกับทหารญี่ปุ่นในสงครามมหาเอเชียบูรพา

ตลาด 100 ปี

ตลาดเก่าแก่ของชุมชนปากพนัง นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปชมวิถีชีวิตและเลือกซื้ออาหารทะเลสด ๆ หรืออาหารทะเลที่ขึ้นชื่อ ได้แก่ ปลากระบอกแปรรูป ไข่ปลากระบอก พร้อมเดินชมวิถีชีวิตชุมชนในตลาดริมฝั่งแม่น้ำปากพนัง

ภาพที่ 15: สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช หน้า ที่ 12

สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

อุทยานแห่งชาติเขาลง
มรดกทางธรรมชาติที่สำคัญที่สุด ประกอบด้วย "ยอดเขาลง" เป็นยอดเขาที่สูงที่สุดในภาคใต้ มีสภาพธรรมชาติที่สมบูรณ์เป็นพื้นที่ต้นน้ำลำธารหลายสาย มีสถานที่ที่ร่มรื่น สำหรับการพักผ่อนหย่อนใจ เช่น น้ำตก ภูเขา ยอดเขา ทิวทัศน์

อุทยานแห่งชาติน้ำตกโยง
มีสภาพป่าที่สมบูรณ์ประกอบด้วยทิวทัศน์และน้ำตกที่สวยงามหลายแห่งด้วยกัน เช่น ยอดเขาเหมน ยอดเขารวมโรม น้ำตกโยง น้ำตกปลิว น้ำตกหอนานเตย น้ำตกหอนานตากผ้า น้ำตกหอนานโจน น้ำตกคูหาสวรรค์

ภาพที่ 16: สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช หน้า ที่ 13

น้ำตกกะโรม

น้ำตกกะโรมต้นน้ำเกิดจากเทือกเขานครศรีธรรมราชไหลลงมาจากยอดเขาลดหล่นลงมาเป็นชั้นๆ มีหนานหรือชั้นถึง 19 ชั้น เปิดให้บริการเพียง 7 ชั้น เช่น หนานผึ้ง หนานน้ำรวง หนานดาตฟ้า

อุทยานแห่งชาติน้ำตกสี่ขีด

มีน้ำตกเล็กๆที่มีเอกลักษณ์ น่าสนใจ เป็นน้ำตกหินปูนไหลลดหล่นลงมาเป็นชั้นๆ มีแอ่งน้ำกว้างสามารถลงเล่นน้ำได้ บริเวณน้ำตกสวยงามร่มรื่นด้วยต้นไม้กับสายน้ำ นอกจากนี้ยังมีแหล่งท่องเที่ยวที่ใกล้เคียงอีก เช่น น้ำตกไผ่ตง ถ้าเขาพับผ้า

ภาพที่ 17: สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช หน้า ที่ 14



ภาพที่ 18: สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช หน้า ที่ 15



น้ำตกพรหมโลก

น้ำตกขนาดใหญ่ที่มีลานหินกว้างและสวยงามแห่งหนึ่งเปิดให้ท่องเที่ยวได้ 4 ชั้น พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดชและสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์พระบรมราชินีนาถ เคยเสด็จประพาสและทรงจารึกพระปรมาภิไธยไว้ที่หน้าผาน้ำตกชั้นที่ 1

จุดชมวิวเขาเหมน

เรียกอีกอย่างว่า เขาพระสุเมรุ เป็นจุดที่มองเห็นทิวทัศน์ของเขามเหมนและบรรยากาศของสวนผลไม้ที่อยู่รายรอบ มีบริการเดินป่าและชมสวนผลไม้ รวมทั้งมีบริการอาหารเครื่องดื่มและที่พักสำหรับนักท่องเที่ยว

ภาพที่ 19: สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช หน้า ที่ 16

โลมาสีชมพู

สัญลักษณ์แห่งท้องทะเลขนอม โดยเวลาที่เหมาะสมแก่การดูปลาโลมา คือ ช่วงเช้าไปจนถึงเที่ยง นอกจากนั้นยังมี บ่อน้ำจืดกลางทะเล ตามตำนานหลวงปู่ทวดบนเกาะนุ้ยนอก และวิถีชีวิตชาวประมงบ้านแหลมประทับ รวมถึงเขาหินพับผ้า

หาดหน้าด่าน

หาดที่อยู่บริเวณตอนกลางของอ่าวขนอม ชายหาดเป็นแนวยาว ทรายขาว เม็ดทรายละเอียด เหมาะแก่การเล่นน้ำทะเล บรรยากาศสงบเงียบ สะอาด มีสวนมะพร้าวโดยรอบ มีที่พักและร้านอาหารริมหาด



ภาพที่ 20: สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช หน้า ที่ 17

หาดสีชล
 ชาวท้องถิ่นเรียกกันว่า หัวหินสีชล เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของอำเภอสีชล บริเวณชายหาดเป็นแนวหินไปจนถึงหาดทรายโค้ง เหมาะแก่การเล่นน้ำ มีที่พักและร้านอาหาร บริเวณริมหาดหลายแห่ง



หาดหินงาม
 หาดหินงาม บริเวณชายหาดเต็มไปด้วยก้อนหินกลมเกลี้ยง มีสีส้มสวยงามและเป็นที่มาของชื่อหาดหินงาม ตลอดแนวชายหาด



เขาพลายดำ
 ลักษณะเป็นภูเขาที่ติดทะเลตรงแนวรอยต่อเขตอำเภอขนอมและอำเภอสีชล ประกอบด้วย หาดทราย โขดหินชายทะเล ป่า ภูเขา และน้ำตก มีหาดท่องเที่ยว เป็นหาดทราย ยาวสีขาว น้ำทะเลใส





ภาพที่ 21: สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช หน้า ที่ 18

ชายทะเลปากพั้งและแหลมตะลุมพุก

ด้านที่ติดกับทะเลด้านในมีประชากรตั้งถิ่นฐานอยู่ ส่วนด้านนอกที่ติดกับอ่าวไทยเป็นหาดทราย และมีต้นสนขึ้นเป็นแนวยาว เป็นสถานที่เกิดเหตุการณ์มหาวาตภัยครั้งใหญ่พัดถล่มแหลมตะลุมพุก ลักษณะของชายหาดยาว มีแหลมตะลุมพุกเป็นแหลมทรายรูปจันทร์เสี้ยวยื่นไปในอ่าวไทย

หาดในเพลา

หาดที่มีชื่อเสียงคู่เมืองนครมานาน ลักษณะหาดเป็นแนวยาวโค้งขนานกับแนวภูเขาที่ศรียภาพโดยรอบมีความเป็นธรรมชาติที่งดงาม หาดทรายขาวสะอาดเหมาะสำหรับเล่นน้ำ

ภาพที่ 22: สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช หน้า ที่ 19

หาดด่านภาษี

เรียกอีกอย่างว่า หาดชันไรท์
ลักษณะหาดเป็นแนวยาว ทราย
ขาวสะอาดและเงียบสงบ คง
ความสวยงามตามธรรมชาติ
มีส่วนมะพร้าวโดยรอบ บริเวณ
หาดมีความลาดชันน้อยเหมาะ
สำหรับการเล่นน้ำ

อุทยานแห่งชาติหาดขนอม-หมู่เกาะทะเลใต้

เนื้อที่ของอุทยานครอบคลุม
พื้นที่ทางทะเล เกาะแก่ง ภูเขา
และพื้นที่ชายฝั่งทะเลของอำเภอ
ขนอมทั้งหมด รวมทั้งชายฝั่ง
ทะเลบางส่วนของจังหวัด
สุราษฎร์ธานี รวมทั้งเกาะ อ่าว
และภูเขาต่างๆ มากมาย

ภาพที่ 23: สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช หน้า ที่ 20



ถ้ำเขาวังทอง

ภายในถ้ำมีลักษณะเป็นห้องโถงขนาดใหญ่บ้างเล็กบ้างหลายห้อง แต่ละห้องมีหินงอกหินย้อยที่มีลักษณะรูปร่างต่างกันไป การเข้าชมบ้างห้องจะต้องใช้วิธีการคลานลอดหรือปีนป่าย ภายในถ้ำมีไฟส่องตามจุดต่างๆ

เขารามโรม

จุดชมทัศนียภาพที่สวยงามอีกแห่งหนึ่ง เป็นเทือกเขาที่มีพื้นที่อยู่ในเขตอุทยานแห่งชาติน้ำตกโยง เป็นเทือกเขาที่สูงสลัดซับซ้อนทอดยาวตามแนวเหนือใต้ มีสภาพป่าที่สมบูรณ์ ประกอบด้วยทิวทัศน์และน้ำตกที่สวยงามหลายแห่ง

ภาพที่ 24: สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช หน้า ที่ 21

สถานที่ท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรมประเพณีและกิจกรรม

บ้านคีรีวง
 ชุมชนเก่าแก่ที่อพยพไปอาศัยอยู่เชิงเขาหลวง อาชีพหลักคือ การทำสวนผลไม้ผสม เช่น มังคุด เงาะทุเรียน สะตอ ชุมชนบ้านคีรีวง แบ่งออกเป็นหลายกลุ่ม เช่น กลุ่มมดย้อม กลุ่มสมุนไพร และกลุ่มทุเรียนกวน

หมู่บ้านทำพัดใบกระพ้อ
 หมู่บ้านที่ชาวบ้านใช้เวลาว่างจากงานประจำ ทำกิจกรรมพัดใบกระพ้อส่งจำหน่ายทั่วประเทศเป็นหัตถกรรมท้องถิ่นที่ได้รับความนิยม เป็นงานฝีมือที่ผลิตจากวัสดุท้องถิ่น

ภาพที่ 25: สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช หน้า ที่ 22

บ้านหนังตะลุงสุชาติ ทรัพย์สิน

รางวัลยอดเยี่ยมอุตสาหกรรมท่องเที่ยว รางวัลดีเด่นประเภทวัฒนธรรมและโบราณสถานและรางวัลยอดเยี่ยมประเภทแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมเพื่อการเรียนรู้ บริเวณบ้านหนังตะลุงได้จัดแบ่งเป็นพิพิธภัณฑ์หนังตะลุง จัดแสดงหนังตะลุง สาธิตการแกะรูปหนังตะลุง รวมถึงมีเวทีสาธิตหนังตะลุง

สวนสัตว์เปิดทาลาด
TALAD ZOO
เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า

สวนสมเด็จพระศรีนครินทร์ 84

ภายในสวนมีสวนสัตว์เปิด สวนนกนานาชาติ สวนสุขภาพ สวนไทย-ญี่ปุ่น รวมทั้งทะเลสาบซึ่งเป็นที่ยอดนิยมของนักท่องเที่ยวที่มาพักผ่อนจากถิ่นอื่น และเป็นสถานที่ที่จัดกิจกรรมสำคัญของจังหวัด

ภาพที่ 26: สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช หน้า ที่ 23

คอนโดนกกางแอ่น

ทองคำขาวแห่งเมืองปากน้ำ เป็นนกกางแอ่นขนาดเล็ก เมื่อถึงเวลาที่นกกางแอ่นจะวางไข่ก็จะเริ่มสร้างรัง โดยการสกัดสารจากต่อมน้ำลายมาทำรัง จากนั้นจะวางไข่ เมื่อลูกนกแข็งแรงบินได้แล้วจึงทิ้งรัง จากนั้นจะทำการเก็บรังแกนกจำหน่ายและปรุงอาหาร







แหล่งกรงนกและว่าวพื้นเมือง

วิถีวัฒนธรรมเฉพาะถิ่นเป็นเอกลักษณ์ของชาวบ้าน ในการสร้างสรรค์ชิ้นงานร่วมกันเป็นชุมชน ผลิตรกรงนกที่มีชื่อเสียงโด่งดังออกจำหน่ายทั่วประเทศ และยังส่งไปจำหน่ายในประเทศมาเลเซีย

ภาพที่ 27: สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช หน้า ที่ 24

ถอครหัสป่า

โปรแกรมเดินป่ากึ่งอบรมกึ่งผจญภัย เน้นการนำเที่ยวที่ให้ความรู้และประสบการณ์เพื่อยังชีพในป่าได้แบบพรานป่า เป็นการผจญภัยในป่าดงดิบในเขตอุทยานแห่งชาติเขาหลวงนครศรีธรรมราชสามารถเลือกรายการให้นักท่องเที่ยวได้

บำบัดด้วยปลา (Fish Spa)

ปลาตอดเท้า Fish Spa แห่งนี้อยู่ทามกลางธรรมชาติ อารมณ์ การใช้ปลาบำบัดจะช่วยกำจัดเซลล์ที่ตายกระตุ้นเซลล์ใหม่ให้เกิด นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมอื่นๆ อีกมากมาย

ล่องเรือชมแม่น้ำปากพนัง

ตลอดเส้นทางจะได้ชมวิถีชีวิตของชาวบ้านที่อาศัยอยู่ริมแม่น้ำพร้อมกับชมโครงการพัฒนาพื้นที่ลุ่มน้ำปากพนังอันเนื่องมาจากพระราชดำริ ชมป่าชายเลน และยังสามารถเห็นนกนางแอ่นบินอยู่ในท้องฟ้าจำนวนมาก

ภาพที่ 28: สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช หน้า ที่ 25

เทศกาลงานประเพณี

ประเพณีบุญเดือนสิบ

งานบุญเพื่อแสดงความกตัญญูต่อบุพการีที่ล่วงลับไปแล้ว ตามความเชื่อทางพระพุทธศาสนาว่าผู้ล่วงลับไปแล้วจะกลายเป็น "เปรต" จะถูกปล่อยตัวเพื่อให้ขึ้นมาพบญาติพี่น้อง ผู้ที่ยังมีชีวิตอยู่จึงไปทำบุญเพื่ออุทิศส่วนกุศล โดยจะมีการจัดตกแต่ง "หมຽบ" และการยก "หมຽบ" ไปวัดหรือวันรับตายาย และ "วันมังสຽล" หรือวันส่งตายาย

ขนม 5 อย่าง
หัวใจสำคัญของการจัดหมຽบ

- ขนมลา
- ขนมไข่ปลา
- ขนมพอง
- ขนมบ้า
- ขนมตัดช่า

ภาพที่ 29: สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช หน้า ที่ 26



ประเพณีแห่ผ้าขึ้นธาตุ

พระบรมธาตุเจดีย์เป็นเสมือนตัวแทนขององค์พระพุทธเจ้า ในปีหนึ่งๆ พุทธศาสนิกชนจะบูชาองค์พระธาตุเจดีย์ด้วยการจัดขบวนแห่ผ้าพระภฏขึ้นห่มองค์เจดีย์เพื่อความเป็นสิริมงคลอันจะนำมาซึ่งความสำเร็จในการดำรงชีพทุกด้าน ประเพณีนี้จัดขึ้นปีละ 2 ครั้ง ในวันมาฆบูชา และวันวิสาขบูชา

ประเพณีแห่นางกระดาน

ประเพณีของพราหมณ์ในเมืองนครศรีธรรมราชที่นับถือพระอิศวรเป็นเจ้า คำว่า นางกระดาน หมายถึงแผ่นไม้กระดานที่วาดหรือแกะสลักรูปเทพบริวารจำนวน 3 แผ่น คือ พระอาทิตย์-พระจันทร์ พระธรรณี และพระคงคา เพื่อใช้ในขบวนแห่แทนมารอรับเสด็จพระอิศวร ที่เสด็จมาเยี่ยมมนุษย์โลก ณ เสาชิงช้า

ภาพที่ 30: สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช หน้า ที่ 27



ภาพที่ 31: ปกหลังสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช



สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชที่ออกแบบขึ้นมาใหม่ รูปเล่มมีขนาดประมาณ ความยาว 14.8 เซนติเมตร และความกว้าง 10.5 เซนติเมตร (ขนาด A6) ใช้ระบบการพิมพ์สี่สีทั้งด้านหน้าและด้านหลังจำนวนทั้งหมด 28 หน้า มีการรวมเป็นเล่มด้วยวิธีการเย็บแบบมุงหลังคา คือนำกระดาษที่ผ่านการพิมพ์ในลักษณะเป็นหน้าคู่มาเรียงกันแล้วเย็บตรงแนวพับครึ่งด้วยลวดจำนวน 2 ตัว

ผลงานการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว จังหวัดนครศรีธรรมราช นี้มาจากการสรุปผลการวิจัยเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชขึ้นมาใหม่ ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4: ผลงานการออกแบบจากการสรุปผลการวิจัยเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชขึ้นมาใหม่

แนวทางในการพัฒนาการออกแบบ	ผลงานการออกแบบ
<p>- การออกแบบ ควรเน้นสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ โดยเฉพาะวัดพระมหาธาตุฯ รวมถึงควร นำสถานที่ท่องเที่ยวด้านอื่น ๆ ที่มีความ โดดเด่นแต่ยังไม่เป็นที่รู้จักมากนักมาเป็น จุดเด่นในการประชาสัมพันธ์</p>	 <p>เน้นการนำเสนอวัดพระมหาธาตุฯ เป็นสถานที่ท่องเที่ยวแรก พร้อมข้อมูลและภาพถ่าย รวมถึงนำเสนอสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ ในหน้าต่อไป</p>
<p>- ขนาดของสื่อสิ่งพิมพ์ ควรมีขนาดกะทัดรัดและสามารถพกพา ได้สะดวก โดยมีขนาดประมาณ ยาว 14.8 ซม. กว้าง 10.5 ซม. ส่วนข้อมูล เกี่ยวกับการท่องเที่ยวควรมีการสรุปและ นำเสนอเฉพาะสาระสำคัญของสถานที่ ท่องเที่ยว</p>	 <p>รูปเล่มมีขนาดยาว 14.8 ซม. กว้าง 10.5 ซม. หรือขนาด A6 และสรุปข้อมูลการท่องเที่ยวให้กระชับและเข้าใจง่าย</p>
<p>- การจัดวางองค์ประกอบของหน้าปก ควรใช้ภาพถ่ายของวัดพระมหาธาตุ รวมหาวิหารเป็นองค์ประกอบหลักและ ควรใช้ภาพถ่ายสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ มานำเสนอผ่านหน้าปกด้วย</p>	 <p>นำภาพวัดพระมหาธาตุฯ เป็นจุดเด่นของหน้าปก รวมถึงภาพของสถานที่ท่องเที่ยว อาหาร และประเพณีที่สำคัญเพื่อแสดงถึงการท่องเที่ยวที่ครบทุกรูปแบบ</p>

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4 (ต่อ): ผลงานการออกแบบจากการสรุปผลการวิจัยเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชขึ้นมาใหม่

แนวทางในการพัฒนาการออกแบบ	ผลงานการออกแบบ
<p>- ขนาดของตัวอักษร ควรมีขนาดประมาณ 14-16 พ้อยท์ (Point) ส่วนรูปแบบของตัวอักษรของหัวข้อและเนื้อหาควรมีความแตกต่างกัน เพื่อเป็นการแยกส่วนได้อย่างชัดเจน และควรเน้นภาพถ่ายสถานที่ท่องเที่ยวมากกว่ารายละเอียดของเนื้อหา</p>	 <p>รูปแบบตัวอักษรเรียบง่าย หัวข้อมีขนาด 18 พ้อยท์ (Point) และเนื้อหา มีขนาด 16 พ้อยท์ (Point) มีการแบ่งรูปแบบตัวอักษรและสีหัวข้อกับเนื้อหาไว้อย่างชัดเจน</p>
<p>- การจัดวางภาพถ่าย ควรมีการจัดวางให้แตกต่างจากรูปแบบเดิม ควรมีการออกแบบการจัดวางให้แปลกใหม่และเปลี่ยนมุมมองของภาพถ่ายให้ดูแปลกตา รวมถึงควรเลือกภาพถ่ายที่เป็นปัจจุบันมากที่สุด</p>	 <p>เพิ่มการตัดภาพ (Di-Cut) เพื่อเป็นการนำเสนอภาพถ่ายในลักษณะที่แตกต่าง และแปลกตาไปจากการจัดวางรูปแบบเดิม</p>
<p>- การเลือกใช้สี ควรรีใช้สีที่มีความสดใสและหลากหลาย เพื่อสร้างความน่าสนใจแก่ผู้อ่าน สถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งควรมีการใช้โทนสีที่แตกต่างกันเพื่อเป็นการเพิ่มความน่าสนใจให้กับกรออกแบบ</p>	 <p>โทนสีจะเป็นลักษณะสีสดใสและในแต่ละหน้าจะมีการแบ่งโทนสีตามสถานที่ท่องเที่ยว เช่น ทะเลเน้นโทนสีฟ้า ธรรมชาติเน้นโทนสีเขียว</p>

บทที่ 6

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 2 การประเมินผลการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว จังหวัดนครศรีธรรมราชที่ออกแบบขึ้นมาใหม่

การวิจัยเรื่อง “การวิเคราะห์ การพัฒนา และการประเมินผลการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช” ได้แบ่งการวิจัยออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราชตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545-2555 และส่วนที่ 2 การประเมินผลการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชที่ออกแบบใหม่

ส่วนที่ 2 การประเมินผลการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชที่ออกแบบขึ้นมาใหม่ โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยการสัมภาษณ์รายบุคคล (Individual Interview) ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์รายบุคคล โดยมีผู้ให้สัมภาษณ์ มีจำนวนทั้งหมด 15 คน ประกอบด้วย ผู้เชี่ยวชาญทางการออกแบบจำนวน 5 คน และนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 10 คน ซึ่งผู้วิจัยได้แบ่งการประเมินผลการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชเป็น 2 แนวทางคือ ประสิทธิภาพของการออกแบบ โดยประกอบด้วย การตอบสนองประโยชน์ใช้สอย ความสวยงามพึงพอใจ และการสื่อความหมาย และแนวทางที่ 2 คือการประเมินผลตามแบบจำลองกระบวนการตอบสนองต่อสื่อ (AIDA Model) ซึ่งประกอบด้วย การดึงดูดความสนใจ การสนใจติดตาม การกระตุ้นให้เกิดความต้องการ และการก่อให้เกิดการกระทำโดยในเป็นการประเมินผลโดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบและนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ผลการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญทางการออกแบบ

ประสิทธิภาพของการออกแบบ

ความคิดเห็นด้านการตอบสนองประโยชน์ใช้สอย

ผู้ให้สัมภาษณ์ทุกท่านเห็นว่าขนาดของสื่อสิ่งพิมพ์มีความเหมาะสมดี เนื่องจากมีขนาดเล็กกะทัดรัดและเหมาะสำหรับการพกพา เวลาเดินไปท่องเที่ยวที่ไหนก็สามารถหยิบขึ้นมาอ่านระหว่างทางได้ เพราะถ้าพกหนังสือเล่มใหญ่เกินไปจะทำให้หนักและซีเกียจพก ดังเช่นคำให้สัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่างท่านหนึ่ง “มันพกพาสะดวก เพราะว่าสมมุติเวลาไปท่องเที่ยว ถ้าเราพกเล่มใหญ่มันก็แบบหนัก มันซีเกียจพก แต่นี่ก็อ่านเล่นระหว่างเดินทางได้ ขนาดเราว่าโอเคแล้ว เหมาะสมดี”

(คุณประภัสสร อ่ำทอง, ผู้เชี่ยวชาญทางการออกแบบ, การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 พฤศจิกายน

2556) ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านหนึ่งเห็นว่าถ้าเป็นกลุ่มวัยรุ่นถึงกลุ่มวัยทำงานตอนต้นถือว่ามีความเหมาะสม แต่ถ้าเป็นกลุ่มวัยอายุประมาณ 35 ปีขึ้นไปขนาดเล่มนี้อาจจะเล็กเกินไปและอาจจะมองเห็นไม่ชัด

ส่วนเรื่องขนาดของตัวอักษรผู้ให้สัมภาษณ์ทุกท่านเห็นว่าขนาดมีความเหมาะสมอ่านง่าย เนื่องจากขนาดตัวอักษรค่อนข้างพอดีและเห็นได้ชัดเจนดีสำหรับกลุ่มวัยรุ่น รวมถึงมีการใช้รูปแบบตัวอักษร (Font) มีลักษณะธรรมดาและเรียบง่ายจึงให้อ่านได้ง่ายและชัดเจน ส่วนการจัดวางภาพถ่ายผู้ให้สัมภาษณ์บางท่านเห็นว่ามีความเหมาะสมทำให้เข้าใจง่าย รวมถึงภาพถ่ายมีสีสันทันตีสไสดังเช่นคำให้สัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่างท่านหนึ่ง “ภาพและตัวพอนท์แบบนี้ เป็นตัวพอนท์แบบเรียบง่าย และที่สำคัญอักษรตัวขนาดพอดี ยิ่งคนแก่ ๆ อ่านจะแบบว่าเห็นชัด ไม่ต้องแบบเพ่งนาน การจัดวางองค์ประกอบภาพก็โอเคเข้าใจง่าย มีโค้คตัดภาพด้วย ดูแล้วมันไม่น่าเบื่อ และก็มีสีสันทันตีสไค” (คุณร่มฉัตร แก้วพิกุล, ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบ, การสื่อสารส่วนบุคคล, 13 พฤศจิกายน 2556) นอกจากนี้เนื่องจากการจัดวางภาพถ่ายที่แตกต่างกันทุกหน้าจึงทำให้การจัดวางดูไม่น่าเบื่อ บางหน้ามีการเรียงต่อกันเฉย ๆ แต่บางหน้ามีการเล่นกับพื้นหลังมากเกินไปซึ่งอาจจะทำให้ดูลายน่าเบื่อ บ้าง โดยถ้าเป็นกลุ่มวัยรุ่นสื่อสิ่งพิมพ์เล่มนี้ดูสามารถดึงดูดใจได้ดี แต่ถ้าเป็นกลุ่มผู้ใหญ่ก็อาจจะต้องการปรับและเพิ่มเติมชื่อสถานที่ท่องเที่ยวได้ภาพถ่ายให้ชัดเจนเพื่อไม่ให้เกิดความสับสนได้ ดังเช่นคำให้สัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่างท่านหนึ่ง “การจัดวางภาพกับตัวอักษรก็โอเคนะ จะคล้าย ๆ เหมือนตอนแรก สมมุติว่าให้กลุ่มวัยรุ่น เราว่ามันโอเคก็ดูดึงดูดน่ารักดี เป็นแนวที่ผู้หญิงน่าจะชอบอะไรอย่างนี้ ถ้าเป็นผู้ใหญ่ก็คงต้องก็จะงบบ้าง อาจจะต้องมีแบบชื่อได้ภาพให้ใหญ่ ๆ ชัดเจน” (คุณวินัดดา อุทัยรัตน์, ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบ, การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 พฤศจิกายน 2556)

ความคิดเห็นด้านความสวยงามพึงพอใจ

ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่เห็นว่าการออกแบบลงตัวและเหมาะกับวัยรุ่น มีการใช้ลายจุดในการออกแบบและดูไม่หวานเกินไปทำให้ดูมีจุดเด่นดีค่อนข้างน่าสนใจและน่าอ่านเพิ่มมากขึ้น ที่สำคัญมีการออกแบบเป็นกลางคือสามารถอ่านได้ทุกเพศทุกวัย ดังเช่นคำให้สัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่างท่านหนึ่ง “อารมณ์นี้ก็โอเคเลยนะ น่ารักดีและก็ได้ดูเด็กหวานแววจนเกินไป ที่สำคัญเป็นกลาง ๆ ไปได้ทุกเพศทุกวัย” (คุณร่มฉัตร แก้วพิกุล, ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบ, การสื่อสารส่วนบุคคล, 13 พฤศจิกายน 2556) และผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ชอบการออกแบบ เนื่องจากไม่ค่อยเห็นสื่อสิ่งพิมพ์ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวที่มีรูปแบบทันสมัยและทำให้ดึงดูดความน่าสนใจได้มากขึ้น ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านหนึ่งเห็นว่าการออกแบบลักษณะนี้กลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้หญิงน่าจะชอบ แต่ถ้าเป็นผู้ชายน่าจะสนใจอ่านเนื้อหามากกว่าการออกแบบ

ส่วนเรื่องโทนสีโดยรวมของงานออกแบบ ผู้ให้สัมภาษณ์ทุกท่านเห็นว่าการเลือกใช้โทนสีสไคมีลักษณะเป็นแนววินเทจ (Vintage) คล้ายโทนสีของงานที่ประดิษฐ์ด้วยมือ ซึ่งสามารถดึงดูด

สายตาได้ดีและโทนสีส่วนใหญ่ค่อนข้างเรียบง่ายและไม่ฉูดฉาดจึงทำให้งานออกแบบดูนุ่มนวลและอ่านง่ายกว่าปกติ ดังเช่นคำให้สัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่างท่านหนึ่ง “โทนสีก็ดีนะน่ารักดี มันดูแบบทันสมัยดี เหมาะกับช่วงนี้ มันคล้าย ๆ โทนสีของงานแนวแฮนเมด น่ารักดี” (คุณวินิตดา อุทัยรัตน์, ผู้เชี่ยวชาญทางการออกแบบ, การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 พฤศจิกายน 2556) รวมถึงมีการออกแบบผสมผสานกับความทันสมัยอีกด้วย โทนสีน้ำตาลและสีเหลืองมีลักษณะคล้ายกล่องขนม ถ้านำไปวางเทียบกับสื่อสิ่งพิมพ์เล่มอื่น ๆ เล่มนี้น่าหยิบขึ้นมาอ่านมากกว่าเนื่องจากหน้าปกที่โดดเด่นและโทนสีที่น่าดึงดูดใจ ดังเช่นคำให้สัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่างท่านหนึ่ง “โทนสีมันก็ออกมาในแนวแบบน่ารัก ๆ ผู้หญิงจะชอบอะไรประมาณนี้ สีน้ำตาลเหลืองอะไรแบบนี้ เราวาก็สวยดี ถ้าไปวางเทียบกับเล่มอื่น เล่มนี้ก็คงแบบน่าหยิบกว่าเล่มอื่น ด้วยปกด้วยอะไรแล้ว” (คุณประภัสสร อ่ำทอง, ผู้เชี่ยวชาญทางการออกแบบ, การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 พฤศจิกายน 2556)

ความคิดเห็นด้านการสื่อความหมาย

ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่มีความเห็นว่าการจัดแบ่งข้อมูลมีความน่าสนใจและเหมาะสมกับการประชาสัมพันธ์ค่อนข้างดี มีการแบ่งเป็นหมวดหมู่ประเภทของสถานที่ท่องเที่ยวได้ดี อยากเดินทางไปท่องเที่ยวแบบไหนก็สามารถเปิดอ่านได้เลย แต่ถ้าเป็นหนังสือท่องเที่ยวอื่น ๆ มักจะแบ่งเป็นเขตอำเภอและตัวหนังสือก็จะเยอะเกินไป ดังเช่นคำให้สัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่างท่านหนึ่ง “เพราะว่าแบ่งเป็นหมวดหมู่ดี ไม่ต้องแบบว่าพลิกไปพลิกมา เวลาอยากอ่านหมวดไหนก็อ่านได้เลยทีเดียว” (คุณพรพรรณ ชัยมงคล, ผู้เชี่ยวชาญทางการออกแบบ, การสื่อสารส่วนบุคคล, 13 พฤศจิกายน 2556) และที่สำคัญมีภาพถ่ายครบถ้วนเมื่อดูแล้วก็อยากเดินทางมาท่องเที่ยว นอกจากนี้ผู้ให้สัมภาษณ์ได้แนะนำให้เพิ่มเติมส่วนของสารบัญหน้าปกเพื่อบอกให้ทราบถึงข้อมูลที่อยู่ข้างใน หรือไม่ก็เน้นหัวข้อที่มีการแบ่งประเภทของสถานที่ท่องเที่ยวให้มีขนาดใหญ่ขึ้นหรือให้ชัดเจนกว่านี้โดยใช้สีคาดเอาไว้ เพราะเวลาเราเปิดอ่านจะเห็นว่ามีการแบ่งประเภทสถานที่ท่องเที่ยวได้อย่างชัดเจน ดังเช่นคำให้สัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่างท่านหนึ่ง “จริง ๆ คิดว่าน่าจะมีส่วนเพิ่มเติมเป็นสารบัญข้างหน้า คือถ้าไม่มีสารบัญ ก็อยากให้มีหัวข้อที่มันแบ่งหมวดหมู่ให้มันใหญ่หรือว่าเห็นชัดเจนกว่านี้อีกหน่อยอะไรอย่างนี้ อาจจะคาดสีให้ชัดเจนไปเลย เพราะว่าบางทีถ้าเหมือนสมุดที่เราเปิดเดิน ๆ เราไม่เห็นว่ามันแบ่ง ตอนแรกยอมรับนะไม่เห็นว่ามันแบ่งหมวดหมู่” (คุณวินิตดา อุทัยรัตน์, ผู้เชี่ยวชาญทางการออกแบบ, การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 พฤศจิกายน 2556) ส่วนเรื่องภาพถ่าย ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่เห็นว่าภาพถ่ายสามารถสื่อถึงสถานที่ท่องเที่ยวนั้นได้ค่อนข้างชัดเจน ซึ่งเป็นภาพถ่ายสถานที่สำคัญของจังหวัดนครศรีธรรมราช มีภาพถ่ายจากสถานที่จริงที่มีองค์ประกอบชัดเจนและถ่ายออกมาได้สวยงาม ดูแล้วทำให้อยากเดินทางไปท่องเที่ยว

นอกจากประสิทธิผลของการออกแบบแล้ว ผู้วิจัยยังได้ทำการประเมินผลการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยใช้แบบจำลองกระบวนการ

ตอบสนองต่อสื่อ (AIDA Model) ซึ่งเป็นกระบวนการตอบสนองของผู้รับสารที่มีต่อสื่อ มีทั้งหมด 4 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การดึงดูดความสนใจ (Attention) หมายถึง การที่สื่อสามารถดึงดูดความสนใจจากผู้รับสารได้ตั้งแต่แรกเห็น และทำให้ผู้รับสารเกิดความสนใจและตั้งใจที่เปิดรับสื่อ 2) การสนใจติดตาม (Interest) หมายถึง การที่สื่อสามารถสร้างความสนใจและความเข้าใจให้แก่ผู้รับสารโดยการสร้างความแตกต่าง แปลกใหม่ และให้ผู้รับสารเห็นถึงประโยชน์จะได้รับ โดยสื่อจะมีลักษณะจูงใจเพื่อให้เกิดการสนใจติดตาม 3) การกระตุ้นให้เกิดความต้องการ (Desire) หมายถึง การที่สื่อสามารถกระตุ้นให้ผู้รับสารเกิดความพึงพอใจและความสนใจมากขึ้น ทำให้เกิดเป็นความต้องการอยากได้และนำไปสู่การกระทำต่อไป 4) การก่อให้เกิดการกระทำ (Action) หมายถึง การที่สื่อสามารถกระตุ้นให้ผู้รับสารเกิดพฤติกรรมตอบสนองหรือก่อให้เกิดการกระทำ (กัญจณิพัฐ วงศ์สุเมธรัตน์, 2549, ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์, 2548 และดารา ทีปะपाल, 2546)

ความคิดเห็นด้านการดึงดูดความสนใจ

ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่มีความเห็นว่าสื่อสิ่งพิมพ์นี้มีความน่าสนใจอยากที่จะเปิดอ่าน เนื่องจากหน้าปกที่มีการรวบรวมสถานที่ท่องเที่ยวไว้มากมายจึงทำให้อยากที่จะเปิดอ่านรายละเอียดด้านในต่อไป รวมถึงขนาดของรูปเล่ม โทนสี และการออกแบบน่าสนใจและไม่เหมือนสื่อสิ่งพิมพ์เล่มอื่น ๆ และที่สำคัญจังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นจังหวัดที่ไม่ค่อยทำหนังสือออกมามากนักจึงทำให้อยากหยิบขึ้นมาอ่านรายละเอียดด้านใน ดังเช่นคำให้สัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่างท่านหนึ่ง “ดูน่าสนใจนะ ถ้าเป็นเรา เราคิดว่าก็น่าจะแบบหยิบมาดูอะไรอย่างนี้ เพราะมันแบบดูไม่เหมือนเล่มอื่น ๆ และมันเป็นจังหวัดที่แบบคนยังไม่ค่อยทำหนังสือด้วย ยังไม่ค่อยเป็นที่รู้จักสักเท่าไร ถ้าเป็นเรา เราก็หยิบมาดู” (คุณประภัสสร อ่ำทอง, ผู้เชี่ยวชาญทางการออกแบบ, การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 พฤศจิกายน 2556)

สิ่งที่ดึงดูดใจให้ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่อ่านสื่อสิ่งพิมพ์นี้คือขนาดของสื่อสิ่งพิมพ์เนื่องจากมีขนาดและรูปทรงที่เล็กกะทัดรัดเหมาะแก่การพกพาสามารถทำให้หยิบมาอ่านได้ง่าย รวมถึงการออกแบบที่ทันสมัย มีการจัดวางรูปร่าง (Layout) ที่มีสีสันสดใส ดังเช่นคำให้สัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่างท่านหนึ่ง “ด้วยรูปร่างกะทัดรัด ทำให้เราหยิบมาได้ง่าย และสีสันตั้งแต่ปกเล่มนั้นก็ค่อนข้างน่ารักดี ทำให้เราอยากหยิบมาดู” (คุณพรพรรณ ชัยมงคล, ผู้เชี่ยวชาญทางการออกแบบ, การสื่อสารส่วนบุคคล, 13 พฤศจิกายน 2556) ส่วนหน้าปกมีการออกแบบที่แปลกใหม่และมีสถานที่ท่องเที่ยวที่หลากหลาย ซึ่งแตกต่างจากหนังสือท่องเที่ยวทั่วไปที่มีการออกแบบเรียบง่าย นอกจากนี้สิ่งที่ดึงดูดใจอีกอย่างหนึ่งคือชื่อของจังหวัดนครศรีธรรมราช เนื่องจากเป็นจังหวัดที่ไม่ค่อยมีหนังสือออกมามากนักจึงทำให้สื่อสิ่งพิมพ์เล่มนี้มีความน่าสนใจเพิ่มขึ้น

ความคิดเห็นด้านการสนใจติดตาม

ผู้ให้สัมภาษณ์ทุกท่านเห็นว่าสื่อสิ่งพิมพ์นี้มีความน่าสนใจ ถ้ามีการให้คะแนนเป็นระดับจะให้ 4 คะแนน เต็ม 5 คะแนน หรืออยู่ในระดับดีถึงดีมาก ดังเช่นคำให้สัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่างท่านหนึ่ง “ตอบเป็นระดับ สมมุติว่าเต็มห้า ได้ สี่ ละกัน ให้ในเรื่องการออกแบบ ภาพถ่าย โทนสีอะไรพวกนี้ มันลงตัวดีในระดับหนึ่งโดยส่วนตัวก็ชอบนะ” (คุณประภัสสร อ่ำทอง, ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบ, การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 พฤศจิกายน 2556) เนื่องจากมีการออกแบบที่ทันสมัย สีสันสดใสและมีความน่าสนใจสามารถเข้าถึงกลุ่มวัยรุ่นได้ดี ซึ่งสื่อสิ่งพิมพ์นี้มีความน่าดึงดูดใจและน่าเก็บรักษาไว้ นอกจากนี้ผู้ให้สัมภาษณ์ได้แนะนำให้มีการออกแบบเพิ่มเติมทุกจังหวัด รวมถึงเพิ่มเติมการ์ตูนเข้ามาผสมผสานเพื่อเป็นการช่วยดึงดูดให้กลุ่มเด็กมีความสนใจและนำไปให้ผู้ปกครองซึ่งเป็นการช่วยเพิ่มกลุ่มเป้าหมายอีกกลุ่มหนึ่ง

นอกจากนี้ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่เห็นว่าสื่อสิ่งพิมพ์มีความแปลกใหม่และแตกต่างจากสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวอื่น ๆ ในส่วนของการออกแบบ เนื่องจากสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเป็นสื่อที่เป็นแบบแผนทางการมีลักษณะคล้ายกับหนังสือทางวิชาการหรือสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวตามต่างจังหวัดทั่วไปมักจะเป็นแผ่นกระดาษและมีแค่ตัวหนังสือธรรมดา จึงทำให้สื่อชิ้นนั้นไม่น่าอ่านเท่าที่ควร แต่สื่อสิ่งพิมพ์เล่มนี้มีการสรุปสาระสำคัญของข้อมูลไว้แล้วทั้งข้อมูลทางประวัติศาสตร์ ข้อมูลด้านสถานที่ท่องเที่ยวจึงทำให้สื่อสิ่งพิมพ์ดูน่าอ่านมากขึ้น รวมถึงมีการออกแบบให้มีความทันสมัยและมีการเน้นภาพถ่ายเยอะพอสมควร ดังเช่นคำให้สัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่างท่านหนึ่ง “แนวโน้มถ้าแปลกใหม่ใหม่ มันก็ดีกว่าเดิมนะ คนอื่นเขาอาจจะมาบ้างแล้ว แต่อันนี้จะดีกว่าเดิมเรื่องของยุคทันสมัย เรื่องของงานดีไซน์ ก็จะดีกว่าที่แบบต่างจังหวัดที่เขาเป็นหน้ากระดาษแผ่นเดียวและก็มีตัวหนังสือเฉย ๆ เยอะ ๆ ก็จะทำให้ตัวที่ออกแบบใหม่มานั้นดูน่าสนใจมากกว่า” (คุณร่มฉัตร แก้วพิกุล, ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบ, การสื่อสารส่วนบุคคล, 13 พฤศจิกายน 2556) รวมถึงมีการเน้นองค์ประกอบและรายละเอียดเล็ก ๆ น้อย ๆ ในแต่ละหน้า เช่น ต้นมะพร้าว เรือ หรือสิ่งของต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับทะเลในหน้าเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวทางทะเล จึงทำให้สื่อสิ่งพิมพ์เล่มนี้มีจุดเด่นและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวขึ้นมา นอกจากนี้ผู้ให้สัมภาษณ์เห็นว่าขนาดของสื่อสิ่งพิมพ์มีความแตกต่างจากสื่อประชาสัมพันธ์ทั่วไป เนื่องจากเล่มนี้มีขนาดกะทัดรัดสามารถพกพาได้สะดวก ดังเช่นคำให้สัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่างท่านหนึ่ง “อันนี้จะเน้นรู้สึกว่ารูปร่างค่อนข้างเยอะพอสมควร และมีทีเทลเล็ก ๆ น้อย ๆ ที่มันอยู่แต่ละหน้า ให้มันเกี่ยวกันแต่ละหน้า เช่นแบบต้นมะพร้าว เรือ หรือในหมวดของที่เกี่ยวข้องทะเล มันดูแบบมีจุดเด่นขึ้นมา มีเอกลักษณ์ของเล่มขึ้นมา” (คุณประภัสสร อ่ำทอง, ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบ, การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 พฤศจิกายน 2556)

ความคิดเห็นด้านการกระตุ้นให้เกิดความต้องการ

ผู้ให้สัมภาษณ์ทุกท่านเห็นว่าสื่อสิ่งพิมพ์นี้สามารถทำให้รู้จักจังหวัดนครศรีธรรมราชมากขึ้น เนื่องจากมีการแบ่งหมวดหมู่ประเภทของสถานที่ท่องเที่ยว ทำให้รู้จักสถานที่ท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น และสามารถศึกษารายละเอียดของสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ ก่อนเดินทางมาท่องเที่ยวได้ เพราะสถานที่ท่องเที่ยวบางแห่งยังไม่เป็นที่รู้จักของคนทั่วไปมากนักและผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ก็เพิ่งรู้ว่าจังหวัดนครศรีธรรมราชมีสถานที่ท่องเที่ยวมากมายขนาดนี้ นอกจากนี้ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านหนึ่งแนะนำว่าควรมีการเพิ่มเติมในส่วนของร้านอาหาร ที่พักและของขึ้นชื่อของจังหวัดนครศรีธรรมราชเพื่อทำให้สื่อสิ่งพิมพ์มีข้อมูลครบครันมากยิ่งขึ้น ดังเช่นคำให้สัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่างท่านหนึ่ง “รู้มากขึ้นนะ เพราะว่าเรารู้สึกว่าบางอย่างที่เราเปิดไป เรารู้สึกว่ามีด้วยหรืออะไรแบบนี้ เราไม่เคยเห็นหลายอย่างเลย และก็ที่เที่ยวเยอะมาก เราไม่เคยคิดเลยว่านครศรีฯ จะมีที่เที่ยวเยอะ เท่าที่ดูในเล่มนี้นะ” (คุณประภัสสร อ่ำทอง, ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบ, การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 พฤศจิกายน 2556)

ผู้ให้สัมภาษณ์ทุกท่านมีความพึงพอใจต่อสื่อสิ่งพิมพ์นี้มาก และเห็นว่าชาวจังหวัดนครศรีธรรมราชคงจะภูมิใจที่มีสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับจังหวัดของตนเอง เพื่อเป็นการเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวมาเดินทางมาท่องเที่ยวมากขึ้น ดังเช่นคำให้สัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่างท่านหนึ่ง “ที่สำคัญคนที่อยู่จังหวัดนี้ ก็คงจะภูมิใจที่มีสื่อที่ทำให้ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับจังหวัดตัวเองให้ดูเป็นจังหวัดท่องเที่ยวให้มากขึ้น โดยรวมก็ดูดี” (คุณร่มฉัตร แก้วพิกุล, ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบ, การสื่อสารส่วนบุคคล, 13 พฤศจิกายน 2556) นอกจากนี้ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านหนึ่งได้แนะนำให้เพิ่มเติมข้อมูลการท่องเที่ยวภาษาอังกฤษสำหรับชาวต่างชาติอีกด้วย

ความคิดเห็นด้านการก่อให้เกิดการกระทำ

ผู้ให้สัมภาษณ์ทุกท่านมีความเห็นว่าสื่อสิ่งพิมพ์นี้ช่วยกระตุ้นให้เกิดความต้องการอยากเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชได้ค่อนข้างมาก เนื่องจากมีการโฆษณาเชิญชวนไว้อย่างน่าสนใจ รวมถึงการเลือกภาพถ่ายที่สามารถดึงดูดใจได้ดี ซึ่งตอนแรกผู้ให้สัมภาษณ์บางท่านไม่เคารู้จักสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราชแต่พอได้เปิดอ่านทำให้รู้จักมากขึ้นว่าจังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นจังหวัดที่มีสถานที่ท่องเที่ยวหลากหลายและครบครัน เช่น วัด ภูเขา น้ำตก ทะเล ฯลฯ ซึ่งมีความน่าสนใจและยังสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวได้อีกด้วย ดังเช่นคำให้สัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่างท่านหนึ่ง “ถ้าเป็นระดับก็สี่เต็มห้าเหมือนกัน เรารู้สึกว่าแบบนครศรีธรรมราชมันดูมีแบบครบทุกอย่าง ทั้งมีแบบทั้งวัด ทั้งภูเขา ทั้งทะเล มันดูเป็นจังหวัดที่มีครบเลย พอได้อ่านเล่มนี้ เพิ่งรู้เหมือนนะว่ามีเยอะขนาดนี้” (คุณประภัสสร อ่ำทอง, ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบ, การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 พฤศจิกายน 2556)

ผู้ให้สัมภาษณ์เห็นว่าสื่อสิ่งพิมพ์นี้ควรมีการปรับปรุงและแก้ไขในส่วนของข้อมูลในการประชาสัมพันธ์ ควรมีการเพิ่มเติมรายละเอียดของแผนที่ โรงแรมที่พัก ร้านอาหาร เบอร์ติดต่อฉุกเฉิน ภายในจังหวัด อาทิเช่น สถานีตำรวจ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานจังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นต้น เพื่อเกิดอุบัติเหตุหรือมีเกิดเหตุฉุกเฉินระหว่างเดินทาง ดังเช่นคำให้สัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่างท่านหนึ่ง “อย่างแรกก็จะเป็นเรื่องของสารบัญ และก็เพิ่มหมวดหมู่ของอาหารหรือที่พักอะไรอย่างนี้ หรืออาจจะเป็นพวกเบอร์ติดต่อฉุกเฉินของภายในจังหวัด เพราะบางทีคนอาจจะขับรถไปเอง อาจจะไม่หลงทาง หรือเพิ่มแผนที่ของสถานที่ที่ใกล้เคียงที่จะไปนี้ด้วย เพื่อบางคนแบคแพคไปจะได้ไปเองได้สะดวก” (คุณวินิตดา อุทัยรัตน์, ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบ, การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 พฤศจิกายน 2556) นอกจากนี้ผู้ให้สัมภาษณ์ได้แนะนำให้เพิ่มเติมสารบัญเพื่อสะดวกในการค้นหาและเพิ่มเติมภาษาอังกฤษสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติอีกด้วย

ความคิดเห็นเพิ่มเติม

ผู้ให้สัมภาษณ์แนะนำว่าควรมีสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวประเภทอื่น ๆ เพิ่มเติมด้วย รวมถึงควรมีการเพิ่มแผนที่บ่งบอกตำแหน่งของสถานที่ท่องเที่ยวและเพิ่มรูปแบบภาษาอังกฤษสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติด้วย

ผลการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวไทย

ประสิทธิผลของการออกแบบ

ความคิดเห็นด้านการตอบสนองประโยชน์ใช้สอย

ผู้ให้สัมภาษณ์ทุกท่านมีความเห็นว่าขนาดของสื่อสิ่งพิมพ์มีความเหมาะสม เนื่องจากมีขนาดเล็ก กะทัดรัด มีความน่าสนใจ น่าหยิบมาอ่านและสามารถพกพาไปไหนมาไหนได้สะดวกเหมาะแก่การท่องเที่ยว เนื่องด้วยเนื้อหาในเล่มไม่ล้นมากเกินไปจึงทำให้มีข้อดี นั่นคือ ขนาดของรูปเล่มมีขนาดเล็กและมีความเหมาะสมในการพกพา ดังเช่นคำให้สัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่างท่านหนึ่ง “สำหรับผมนะครับ สื่อสิ่งพิมพ์เล่มนี้ โอเคครับ กะทัดรัด พกพาไปไหนสะดวก เหมาะแก่การท่องเที่ยวครับ อาจจะมีเนื้อหา อาจจะไม่ล้นสักมาก แต่ก็ยังมีข้อดีเวลาพกพาครับ ขนาดโอเค” (คุณกฤติพร หนูวุ่น, นักท่องเที่ยวชาวไทย, การสื่อสารส่วนบุคคล, 28 ตุลาคม 2556) นอกจากนี้ยังสามารถพกพาใส่กระเป๋าสะพายของผู้หญิงได้ แต่ถ้าสำหรับกระเป๋าเสื้อผู้ชายผู้ให้สัมภาษณ์ท่านหนึ่งได้แนะนำว่าควรมีการปรับขนาดให้มีขนาดเล็กกว่านี้เล็กน้อย

ส่วนเรื่องขนาดของตัวอักษรผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่เห็นว่ามีความเหมาะสมและมีขนาดกำลังดี ไม่เล็กและไม่ใหญ่เกินไปเพราะว่าถ้าขนาดใหญ่กว่านี้จะทำให้การจัดวางตัวอักษรดูแน่นและเยอะเกินไป นอกจากนี้สื่อสิ่งพิมพ์เล่มนี้ยังอ่านง่าย สบายตา ขนาดของตัวอักษรและขนาดของรูปเล่มมีความเหมาะสมและเข้ากันได้ดี ดังเช่นคำให้สัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่างท่านหนึ่ง “ขนาดของ

ตัวอักษรกับขนาดของเล่มมันแมตท์กันดี เพราะถ้าใหญ่กว่านี้จะทำให้ดูแ่งกันไป และก็การวางรูปไม่ได้วางเรียบร้อยจนเกินไป มีการวางแบบเฉียงแบบตรง ดึงดูความสนใจของผู้อ่านด้วย” (คุณกฤติมา สุขเจริญ, นักท่องเที่ยวชาวไทย, การสื่อสารส่วนบุคคล, 8 พฤศจิกายน 2556) แต่มีผู้ให้สัมภาษณ์บางท่านแนะนำให้ปรับขนาดของตัวอักษรให้ใหญ่กว่านี้เล็กน้อยไว้เพื่อสำหรับคนสูงอายุอ่านด้วย ส่วนเรื่องรูปแบบของตัวอักษร (Font) ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่เห็นตรงกันว่ามีการใช้รูปแบบของตัวอักษรมีลักษณะเป็นทางการสามารถพบเห็นตามหนังสือทั่วไปมีความเหมาะสมแล้ว เนื่องจากอ่านง่าย นอกจากนี้ผู้ให้สัมภาษณ์บางท่านได้แนะนำให้ใช้รูปแบบของตัวอักษรที่ดูไม่เป็นทางการมากนัก เนื่องจากต้องการความเป็นกันเองระหว่างสื่อกับผู้อ่านให้มากกว่านี้ และอาจจะมีการเพิ่มลูกเล่นให้ดูสนุกสนานเข้าไปด้วย

ส่วนเรื่องของการจัดวางภาพถ่ายนั้น ผู้ให้สัมภาษณ์ทุกท่านมีความเห็นว่ามีเหมาะสมดีแล้ว ดูนีติลปะให้การจัดวางภาพถ่าย เนื่องจากมีเอกลักษณ์ไม่เหมือนกับสื่อสิ่งพิมพ์ทั่วไปตามท้องตลาด เพราะสื่อสิ่งพิมพ์ที่พบเห็นทั่วไปตามท้องตลาดจะมีการจัดวางภาพถ่ายที่เป็นระเบียบ เรียบร้อยจนเกินไปคือมีการจัดวางตามช่องที่กำหนดไว้ แต่สื่อสิ่งพิมพ์เล่มนี้มีการจัดวางที่แตกต่างและแปลกใหม่จากสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีอยู่ทั่วไป นั่นคือ มีการวางภาพถ่ายแบบแนวเฉียงบ้าง แบบตรงบ้าง สลับกันไปและมีการจัดวางที่หลากหลายไม่จำเจ ซึ่งการจัดวางแบบนี้สามารถดึงดูดความสนใจจากผู้อ่านได้ โดยรวมตัวอักษรและการจัดวางภาพถ่ายมีความเหมาะสมและสามารถเข้ากันได้ดี ดังเช่นคำให้สัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่างท่านหนึ่ง “ส่วนเรื่องการจัดวางภาพ ก็เหมาะแล้วครับ มีเอกลักษณ์ไม่เหมือนกับหนังสือที่มีอยู่ตามท้องตลาด เอกลักษณ์คือ ถ้าเกิดเป็นหนังสือที่เห็นตามร้านหนังสือจะเป็นหนังสือที่เป็นระเบียบ มีการจัดวางรูปภาพเป็นระเบียบ คือวางตามช่อง แต่นี่บอกถึงเหมือนกับเป็นการหลุดกรอบไปครับ ไม่เหมือนที่มีอยู่มันดีนะครับ เป็นสิ่งที่ดี” (คุณกฤติพร หนูวุ่น, นักท่องเที่ยวชาวไทย, การสื่อสารส่วนบุคคล, 28 ตุลาคม 2556)

ความคิดเห็นด้านความสวยงามพึงพอใจ

ผู้ให้สัมภาษณ์ทุกท่านมีความเห็นว่าการออกแบบและการจัดองค์ประกอบโดยมีความเหมาะสม แปลกใหม่และมีความสวยงามแตกต่างจากทั่วไป ไม่เรียบง่ายจนเกินไปและไม่หรูหราจนเกินไป มีลูกเล่นในตัวเอง จึงทำให้มีความน่าสนใจและอยากหยิบขึ้นมาอ่าน ดังเช่นคำให้สัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่างท่านหนึ่ง “สวยดีนะคะ คือมันดูไม่เรียบเกินไป และก็ไม่ได้ดูหรูหรามากจนเวอร์ มีลูกเล่นในตัวเอง ดึงดูดผู้อ่าน อย่างน้อยถ้าเราไม่อ่านก็คือเราอยากที่จะเปิดดูรูปภาพ” (คุณกฤติมา สุขเจริญ, นักท่องเที่ยวชาวไทย, การสื่อสารส่วนบุคคล, 8 พฤศจิกายน 2556) รวมถึงมีลักษณะการออกแบบที่ดูทันสมัยเหมาะกับวัยรุ่น มีการใช้ภาพถ่ายสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ มาผสมผสานกับตัวอักษรได้เหมาะสม รวมถึงการเลือกใช้สีและการนำลายกราฟิก (Graphic) มาช่วยในการออกแบบทำให้สามารถสร้างความน่าสนใจและดึงดูดใจแก่ผู้อ่านได้มากขึ้น ทำให้สื่อสิ่งพิมพ์เล่มนี้น่าค้นหา

รายละเอียดด้านใน รวมถึงภาพถ่ายในเล่มค่อนข้างเยอะดีมีสีสันทึบไส ส่วนข้อความก็มีความชัดเจน ดี ดังเช่นคำให้สัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่างท่านหนึ่ง “ค่อนข้างโอเคแล้ว คู่มือสีสันทึบ และก็น่าดึงดูดใจ นำให้ค้นหาว่าข้างในมีอะไรให้เราดูบ้าง และก็ภาพถ่ายค่อนข้างเยอะดี” (คุณพัชราภรณ์ อาจารย์พิพัฒน์, นักท่องเที่ยวชาวไทย, การสื่อสารส่วนบุคคล, 3 พฤศจิกายน 2556)

ส่วนโทนสีโดยรวมของงานออกแบบ ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่เห็นว่ามีความเหมาะสมดี อ่านสบายตา สีคลาสสิก (Classic) ไม่ใช่สีที่ฉูดฉาดและจัดจ้านจนเกินไป โทนสีดูเป็นธรรมชาติดี ทำให้สามารถดึงดูดผู้อ่านได้ดี สีของภาพถ่ายประกอบมีความสวยงามและดูชัดเจนดีทำให้ผู้อ่านสามารถจินตนาการและมองภาพถ่ายในมุมมองของความเป็นจริงได้ง่ายขึ้น รายละเอียดประกอบภาพชัดเจน อ่านง่าย ส่วนเรื่องสีของข้อความมีการใช้สีที่แตกต่างกันระหว่างหัวข้อและเนื้อหาทำให้ดูน่าอ่านมากขึ้น นอกจากนี้สีที่เลือกใช้แต่ละหน้ามีความสอดคล้องกับหัวข้อและสถานที่ท่องเที่ยวที่นั่น ๆ ดังเช่นคำให้สัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่างท่านหนึ่ง “โทนสีคือดูสบายตา และก็สีแต่ละหน้าก็คือค่อนข้างจะสอดคล้องกับหัวข้อหรือว่าสถานที่ที่ผู้จัดทำได้ดีพิมพ์ลง” (คุณกฤติมา สุขเจริญ, นักท่องเที่ยวชาวไทย, การสื่อสารส่วนบุคคล, 8 พฤศจิกายน 2556)

ความคิดเห็นด้านการสื่อความหมาย

ผู้ให้สัมภาษณ์ทุกท่านมีความเห็นว่าการจัดแบ่งข้อมูลมีความสนใจและเหมาะสมกับการประชาสัมพันธ์แล้ว โดยมีเนื้อหาที่รัดกุมสามารถอ่านและเข้าใจง่าย มีรายละเอียดครบถ้วนเหมาะที่จะนำมาใช้ประโยชน์ได้จริง เนื่องจากการแบ่งข้อมูลตามประเภทสถานที่ท่องเที่ยวซึ่งประกอบด้วย สถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ สถานที่ท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรมประเพณีและกิจกรรม รวมถึงเทศกาลงานประเพณีสามารถตอบโจทย์ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) ที่แตกต่างกันได้ อาทิเช่น คนที่ชอบท่องเที่ยวตามสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติก็สามารถดูเรื่องของสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ หรืออยากมาทำกิจกรรมก็สามารถดูในเรื่องของกิจกรรม เป็นต้น ดังเช่นคำให้สัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่างท่านหนึ่ง “การจัดแบ่งหมวดหมู่เห็นชัดเจนตรงที่ว่าแยกประวัติศาสตร์ของเมืองนครออกมาจากข้อมูลอื่น ๆ และก็แยกหมวดหมู่ไว้ อย่างเรื่องประวัติศาสตร์ ธรรมชาติ และก็ป็นวัฒนธรรม ถือว่าแยกชัดเจนดีครับ โอเคแล้วครับ” (คุณอนุวัจน์ สมศักดิ์, นักท่องเที่ยวชาวไทย, การสื่อสารส่วนบุคคล, 6 พฤศจิกายน 2556) นอกจากนี้ยังมีส่วนของการบอกประวัติความเป็นมาของจังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งเป็นการให้ความรู้แก่ผู้อ่านที่ดีมากระดับหนึ่ง ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านหนึ่งได้แนะนำให้มีสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นจุดเด่นของแต่ละอำเภอ รวมถึงเพิ่มเส้นทางการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวที่นั่น ๆ ด้วย

ส่วนเรื่องของภาพถ่ายที่เลือกใช้ในงานออกแบบ ผู้ให้สัมภาษณ์ทุกท่านเห็นว่าภาพถ่ายสามารถสื่อถึงสถานที่ท่องเที่ยวที่นั่น ๆ ได้อย่างชัดเจน สามารถทำให้มองเห็นภาพสถานที่ท่องเที่ยวได้ดี

มีความสวยงามเข้าใจง่ายและสามารถจูงใจทำให้อยากเดินทางไปท่องเที่ยวได้มากขึ้น นอกจากนี้ภาพถ่ายที่เลือกใช้ยังมีมุมมองของภาพที่แปลกใหม่ โดยเฉพาะภาพถ่ายของวัดพระมหาธาตุซึ่งเป็นจุดเด่นของจังหวัดนครศรีธรรมราช ดังเช่นคำให้สัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่างท่านหนึ่ง “ภาพนี้ผมชอบมากเลยครับ ผมว่ามันสวยเลยแหละเป็นแรงจูงใจให้คนอยากไปเที่ยวได้มากเลยครับ ชอบวัดพระธาตุเป็นพิเศษ ซึ่งเป็นจุดเด่นของนครอยู่แล้วครับ” (คุณกฤติพร หนูวุ่น, นักท่องเที่ยวชาวไทย, การสื่อสารส่วนบุคคล, 28 ตุลาคม 2556) นอกจากนี้ผู้ให้สัมภาษณ์ยังชื่นชมถึงภาพถ่ายชายหาด น้ำตกพรมหมโลก น้ำกรูซิงเป็นพิเศษ และผู้ให้สัมภาษณ์หลายท่านได้กล่าวว่าชอบภาพถ่ายในสื่อสิ่งพิมพ์เล่มนี้มาก ส่วนเรื่องขนาดของภาพถ่ายมีผู้ให้สัมภาษณ์ท่านหนึ่งได้แนะนำให้เพิ่มขนาดของภาพถ่ายเนื่องจากภาพที่ใช้อยู่มีขนาดเล็กไปทำให้ไม่สามารถเห็นรายละเอียดของภาพได้เท่าที่ควร

แบบจำลองกระบวนการตอบสนองต่อสื่อ (AIDA Model)

ความคิดเห็นด้านการดึงดูดความสนใจ

ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่เห็นว่าเมื่อเห็นหน้าปกก็มีความตั้งใจที่จะหยิบสื่อสิ่งพิมพ์ขึ้นมาเปิดอ่านเห็นแล้วสะดุดตา เนื่องจากหน้าปกมีการออกแบบที่นำดึงดูดใจ มีการใช้ตัวอักษรที่ไม่เยอะ มีรูปภาพที่บ่งบอกถึงหัวข้อแต่ละหัวข้อที่อยู่ด้านใน ดังเช่นคำให้สัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่างท่านหนึ่ง “อยากเปิดอ่านนะคะ ดูจากหน้าปกแล้วก็เหมือนรวมแหล่งท่องเที่ยวของนครนะคะ ทำให้เราอยากเปิดเข้าไปดู ว่านครมีสถานที่ท่องเที่ยวอะไรบ้าง” (คุณกชพรรณ พัฒนศิริ, นักท่องเที่ยวชาวไทย, การสื่อสารส่วนบุคคล, 10 พฤศจิกายน 2556) รวมถึงด้านหน้าของปกมีการรวบรวมรูปภาพซึ่งเป็นเอกลักษณ์และสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราชเอาไว้ จึงทำให้หน้าปกมีความโดดเด่นและมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของจังหวัดนครศรีธรรมราช รวมถึงการออกแบบหน้าปกที่ดูทันสมัยและใช้สีสันทันทีสไตท์ทำให้เกิดความน่าสนใจและอยากหยิบขึ้นมาอ่านมากขึ้น ส่วนการออกแบบข้างในก็มีการจัดวางภาพถ่ายและข้อความที่นำดึงดูดใจ รวมถึงมีลูกเล่นและการใช้สีสันทันทีสไตท์สวยงามทำให้อยากอ่านต่อหลายรอบ ผู้ให้สัมภาษณ์ยังเห็นว่าขนาดที่กะทัดรัด รายละเอียดข้างในมีความกระชับและไม่เยอะจนเกินไปทำให้อ่านแล้วเข้าใจง่าย ดังเช่นคำให้สัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่างท่านหนึ่ง “มันน่าสนใจดีคะ โดยขนาดก็กะทัดรัด รายละเอียดข้างในไม่เยอะ อ่านแล้วกระชับ เข้าใจง่ายดี” (คุณลินีนานู แสนภักดี, นักท่องเที่ยวชาวไทย, การสื่อสารส่วนบุคคล, 2 พฤศจิกายน 2556)

สิ่งที่ดึงดูดใจให้ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่อ่านสื่อสิ่งพิมพ์นี้คือหน้าปก เนื่องจากหน้าปกเป็นอันดับแรกที่จะเห็นซึ่งหน้าปกเป็นตัวบ่งบอกว่าจะอยากอ่านหรือไม่อยากอ่านรายละเอียดด้านในของสื่อเล่มนี้ ผู้ให้สัมภาษณ์เห็นว่าการจัดองค์ประกอบของหน้าปกมีความสำคัญ ดังเช่นคำให้สัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่างท่านหนึ่ง “ชอบหน้าปกครับ แนนอนสิ่งแรกที่คุณเห็นคือหน้าปกคนจะอยากอ่านหรือไม่อยากอ่านขั้นแรกคืออยู่ที่หน้าปก จะดูหน้าปกเป็นอันดับแรก กลายเป็นเรื่องยากที่จะหักห้ามใจที่จะไม่เปิดดูรายละเอียดด้านใน การจัดองค์ประกอบของหน้าปกนี้ผมว่าสำคัญ” (คุณกฤติพร

หนูขุน, นักท่องเที่ยวชาวไทย, การสื่อสารส่วนบุคคล, 28 ตุลาคม 2556) ในการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เล่มนี้มีการออกแบบที่แตกต่างและแปลกใหม่เมื่อเทียบกับสื่อสิ่งพิมพ์เล่มอื่น ๆ ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านหนึ่งกล่าวว่า สื่อสิ่งพิมพ์เล่มนี้ทำให้รู้สึกว่ารุ่มรวยทุกอย่างของจังหวัดนครศรีธรรมราชไว้แล้ว การใช้คำว่า “นครศรีธรรมราช” ผสมกับการจัดวางรูปภาพของวัดพระมหาธาตุ สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ วัด ประเพณี อาหาร ผลไม้ต่าง ๆ ฯลฯ ซึ่งทำให้เกิดความน่าสนใจและทำให้อยากเปิดอ่านด้านในต่อไป นอกจากนี้ยังมีเรื่องของตัวอักษรที่มีการใช้สีของแต่ละหัวข้อที่แตกต่างกันซึ่งทำให้อยากติดตามอ่านต่อไป ผู้ให้สัมภาษณ์บางท่านเห็นว่าขนาดรูปเล่มของสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีความกะทัดรัดพกพาสะดวกเป็นสิ่งดึงดูดใจให้อ่านสื่อสิ่งพิมพ์เล่มนี้

ความคิดเห็นด้านการสนใจติดตาม

ผู้ให้สัมภาษณ์ทุกท่านมีความเห็นว่าสื่อสิ่งพิมพ์นี้มีความน่าสนใจในระดับมาก เนื่องจากสื่อสิ่งพิมพ์เล่มนี้ถือว่าเป็นตัวเลือกที่ดีของนักท่องเที่ยวตัวเลือกหนึ่ง มีการบ่งบอกข้อดีของจังหวัดนครศรีธรรมราชซึ่งทำให้คนที่ไม่เคยมาท่องเที่ยวสามารถรู้จักจังหวัดนครศรีธรรมราชได้มากขึ้น ดังเช่นคำให้สัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่างท่านหนึ่ง “น่าสนใจมากเลย อย่างคนที่ไม่เคยมาท่องเที่ยวจังหวัดนครฯ จะได้ว่าข้อดีของจังหวัดนครมีอะไรบ้าง เราสามารถประชาสัมพันธ์จังหวัดได้อย่างเรียบง่ายและก็เข้าใจง่ายด้วยค่ะ” (คุณพัชราภรณ์ อาจารย์พัฒนา, นักท่องเที่ยวชาวไทย, การสื่อสารส่วนบุคคล, 3 พฤศจิกายน 2556) ภายในเล่มมีการรวบรวมข้อมูลของสถานที่ท่องเที่ยวและภาพถ่ายของจังหวัดนครศรีธรรมราชไว้อย่างชัดเจน ซึ่งเป็นแรงดึงดูดทำให้เกิดความต้องการอยากเดินทางมาท่องเที่ยวได้ดี อาทิเช่น อุทยานแห่งชาติเขาหลวงเป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่น่าเดินทางมาท่องเที่ยว เป็นต้น ซึ่งสื่อสิ่งพิมพ์เล่มนี้สามารถประชาสัมพันธ์จังหวัดนครศรีธรรมราชได้อย่างเรียบง่ายและเข้าใจง่าย และนอกจากจะให้ความรู้แก่ตัวผู้อ่านแล้วยังสามารถนำไปให้ความรู้แก่คนอื่นได้อีกด้วย ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านหนึ่งได้แนะนำให้ลดจำนวนสถานที่ท่องเที่ยวลง เพื่อเน้นแต่สถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดนครศรีธรรมราช

ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่เห็นว่าสื่อสิ่งพิมพ์มีความแปลกใหม่และแตกต่างจากสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวอื่น ๆ ในด้านการออกแบบ นั่นคือ มีการจัดวางรูปภาพประกอบ ภาพถ่าย การจัดแบ่งหมวดหมู่ของสถานที่ท่องเที่ยว ถ้าเป็นหนังสือทั่วไปจะมีการจัดวางที่ค่อนข้างเป็นระเบียบเรียบร้อยและมีการเลือกใช้สีที่ไม่ค่อยสวยงาม จุดเด่นของสื่อสิ่งพิมพ์เล่มนี้คือการจัดวางองค์ประกอบเนื่องจากข้อมูลเนื้อหาของการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ก็มีความคล้ายคลึงกันแต่ความคิดสร้างสรรค์ของการออกแบบจะทำให้ผลงานออกมามีความแตกต่างกัน ดังเช่นคำให้สัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่างท่านหนึ่ง “สำหรับผมการจัดวางรูปภาพ การจัดวางหมวดหมู่ ถ้าเกิดหนังสือเล่มอื่นมันจะวางเป็นระเบียบเรียบร้อยแต่ถ้าเล่มนี้ เหมือนคนทำอยากจะได้ความคิดสร้างสรรค์ที่มันไม่เหมือนเล่มอื่น ๆ คือแหวกแนวไปเลย จุดเด่นของเล่มนี้คือการจัดวางองค์ประกอบ เนื้อหาอะไรมันก็คล้ายกันครับพวกการ

ห้องเที่ยวแต่มันอยู่ที่การออกแบบและอยู่ที่ว่าคุณจะใส่ภาพได้กี่ภาพ” (คุณกฤติพร หนูวุ่น, นักท่องเที่ยวชาวไทย, การสื่อสารส่วนบุคคล, 28 ตุลาคม 2556) นอกจากนี้ยังมีการรวบรวมสถานที่ท่องเที่ยวทุกอำเภอและทุกประเภท ทั้งทางด้านประวัติศาสตร์ ธรรมชาติ ของดีของเมืองนคร และอีกหลาย ๆ ด้านไว้ด้วยกัน จึงทำให้มีความครบครันอยู่ในเล่มเดียว ผู้ให้สัมภาษณ์บางท่านมีความเห็นเรื่องของขนาดที่ทำให้สื่อสิ่งพิมพ์นี้มีความแปลกใหม่และแตกต่างจากสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวอื่น ๆ เนื่องจากสื่อสิ่งพิมพ์นี้มีความเหมาะสมกับการพกพาและสามารถพกติดไปได้ทุกที่ เพราะส่วนใหญ่ที่เคยเห็นมักเป็นแผ่นพับซึ่งบางเล่มมีข้อมูลน้อยเกินไปและบางเล่มมีข้อมูลและมีความหนามากเกินไป หรือไม่ก็หนังสือที่มีขนาดใหญ่เกินไป ซึ่งถ้าเนื้อหาเยอะมากก็จะทำให้ไม่น่าอ่าน แต่เล่มนี้มีการสรุปข้อมูลเป็นประเด็นหลักและข้อมูลที่สำคัญเอาไว้แล้ว ดังเช่นคำให้สัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่างท่านหนึ่ง “ที่เคยเห็นคือว่าถ้าไม่เป็นโบรชัวร์ก็จะเป็นเล่มหนา ๆ ซึ่งมันทำให้ขี้เกียจอ่าน เพราะบางทีก็มันมีข้อความหรือเนื้อหาสาระที่ไม่ได้อย่างรู้มาก แต่นี่คือเราสรุปมาแล้วเอาแต่หลักและสำคัญจริง ๆ ” (คุณกฤติมา สุขเจริญ, นักท่องเที่ยวชาวไทย, การสื่อสารส่วนบุคคล, 8 พฤศจิกายน 2556)

ความคิดเห็นด้านการกระตุ้นให้เกิดความต้องการ

ผู้ให้สัมภาษณ์ทุกท่านเห็นว่าสื่อสิ่งพิมพ์เล่มนี้ทำให้รู้จักจังหวัดนครศรีธรรมราชมากขึ้น เพราะสื่อสิ่งพิมพ์นี้มีข้อมูลรายละเอียดของจังหวัดนครศรีธรรมราชไว้ระดับหนึ่ง มีการรวบรวมความน่าสนใจของสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งไว้จึงทำให้รู้จักสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญของแต่ละอำเภอ ซึ่งสถานที่ท่องเที่ยวบางแห่งก็ไม่เคยได้ยินและยังไม่เป็นที่รู้จักของคนทั่วไป บางแห่งก็เพิ่งรู้ว่า เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่อยู่ในภายในเขตของจังหวัดนครศรีธรรมราช ดังเช่นคำให้สัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่างท่านหนึ่ง “ถ้าดูจาก ในข้อมูลแล้วครับ ทำให้รู้ว่าในนครศรีธรรมราชนี้มีอะไรบ้างก็มีอีกหลาย ๆ อย่างถ้าก็ยังไม่รู้ครับ ถ้าดูจากหนังสือเล่มนี้แล้วจะรู้จักมากขึ้นพอสมควรเลย” (คุณอนุวัจน์ สมศักดิ์, นักท่องเที่ยวชาวไทย, การสื่อสารส่วนบุคคล, 6 พฤศจิกายน 2556) ซึ่งถ้าอ่านสื่อสิ่งพิมพ์เล่มนี้ นอกจากจะทำให้รู้จักจังหวัดนครศรีธรรมราชเพิ่มมากขึ้นยังสามารถช่วยในการวางแผนการเดินทางมาท่องเที่ยวได้อีกด้วย ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านหนึ่งกล่าวว่า คนนครบางคนยังรู้จักสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดไม่ครบเลย แต่ถ้าได้อ่านหนังสือเล่มนี้จะทำให้รู้จักจังหวัดนครศรีธรรมราชของตนเองเพิ่มมากขึ้น

ส่วนเรื่องความพึงพอใจต่อสื่อสิ่งพิมพ์ ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมาก เนื่องด้วยขนาดที่มีความเหมาะสม กะทัดรัดและสะดวกต่อการพกพา สามารถอ่านตอนไหนหรือเมื่อไหร่ก็ได้ ซึ่งแตกต่างจากสื่อสิ่งพิมพ์อื่น ๆ ที่มีขนาดใหญ่ พกพาไปไหนลำบาก ดังเช่นคำให้สัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่างท่านหนึ่ง “ด้วยขนาดของมันที่ค่อนข้างไม่เหมือนเล่มอื่นครับ ถ้าเป็นเล่มจะเป็นเล่มใหญ่ ๆ พกพาไปไหนลำบาก แต่เล่มนี้คือกะทัดรัด จะหยิบไปไหนก็สะดวก อ่านตอนไหนก็ได้” (คุณกฤติพร หนูวุ่น, นักท่องเที่ยวชาวไทย, การสื่อสารส่วนบุคคล, 28 ตุลาคม 2556) ส่วนการ

ออกแบบค่อนข้างมีความทันสมัยและมีความน่าสนใจ วัยเด็กก็สามารถอ่านได้และก็สามารถเข้าใจง่าย เนื่องจากข้อมูลเนื้อหาไม่มีอะไรที่สลับซับซ้อนจนเกินไป รวมถึงการออกแบบเล่มมีการใช้พื้นที่ของสื่อสิ่งพิมพ์ได้คุ้มค่า ทั้งปกหน้า ปกหลัง และส่วนอื่น ๆ มีเนื้อหาสาระให้อ่านทุกหน้า

ความคิดเห็นด้านการก่อให้เกิดการกระทำ

ผู้ให้สัมภาษณ์ทุกท่านมีความเห็นว่าสื่อสิ่งพิมพ์นี้สามารถช่วยกระตุ้นให้เกิดความต้องการอยากเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช เนื่องจากภาพถ่ายมีความน่าสนใจและสามารถดึงดูดใจให้อยากเดินทางมาท่องเที่ยว อาทิเช่น ภาพถ่ายของวัดพระมหาธาตุซึ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจของคนทั่วไป เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีสถานที่ท่องเที่ยวอีกมากมายและครบครันทั้งน้ำตก ทะเล ภูเขา วัด ฯลฯ ดังเช่นคำให้สัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่างท่านหนึ่ง “บางคนเขาก็อาจจะแบบมาดูสถานประวัติศาสตร์ บางคนก็อาจจะมาแบบท่องเที่ยว สถานที่ที่เป็นธรรมชาติ คือที่นี่ที่เดียวก็มาได้ครบ” (คุณกฤติมา สุขเจริญ, นักท่องเที่ยวชาวไทย, การสื่อสารส่วนบุคคล, 8 พฤศจิกายน 2556) ซึ่งภาพถ่ายที่เลือกใช้ก็มีความชัดเจนและสวยงามเชิญชวนให้อยากเดินทางมาท่องเที่ยวได้ดี ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านหนึ่งกล่าวเคยเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชแต่พอมาดูภาพถ่ายในสื่อสิ่งพิมพ์เล่มก็พบว่ายังมีอีกหลายสถานที่ที่ยังไม่เคยไปจึงทำให้อยากเดินทางมาท่องเที่ยวอีกครั้ง ส่วนเรื่องที่สำคัญอีกอย่างคือการออกแบบมีการออกแบบรูปแบบเอาใจกลุ่มวัยรุ่นซึ่งโดนใจกลุ่มนี้และอาจจะส่งผลให้อยากเดินทางมาท่องเที่ยวได้

สื่อสิ่งพิมพ์นี้ควรมีการปรับปรุงและแก้ไขในส่วนของเนื้อหา นั่นคือควรมีการระบุอำเภอของสถานที่นั้น ๆ ให้ชัดเจนเพื่อสะดวกในการหารายละเอียดของตำแหน่งที่ตั้งเพิ่มเติม นอกจากนั้นอยากให้มีการใส่รายละเอียดของเบอร์โทรศัพท์ ที่พัก แผนที่ หรือเพิ่มเส้นทางเดินทางของแต่ละสถานที่เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อการใช้งานจริงมากที่สุด ดังเช่นคำให้สัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่างท่านหนึ่ง “สิ่งที่ขาดของเล่มนี้เลยนะครับ เนื้อหาอาจจะโอเค สิ่งที่ขาดคือสถานที่ครับ โอเคเรารู้ว่าชื่อสถานที่คือชื่ออะไร แต่เราไม่รู้ตำแหน่งว่าอยู่อำเภอไหนส่วนไหนของเมืองนคร ถ้าเกิดคนอยากจะไปจริง โอเคเขาอาจจะรู้ชื่อสถานที่แต่แน่นอนเขาไม่รู้ว่าเดินทางไปไหนไปอำเภอไหนแน่นอนเขาต้องหารายละเอียดเพิ่มเติม ถ้าเป็นไปได้อยากให้ใส่รายละเอียดของสถานที่มา เบอร์โทรศัพท์ หรือไม่ก็บอกอำเภอเขาจะได้หาข้อมูลได้ง่ายขึ้น” (คุณกฤติพร หนูวุ่น, นักท่องเที่ยวชาวไทย, การสื่อสารส่วนบุคคล, 28 ตุลาคม 2556) นอกจากนี้ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านหนึ่งได้แนะนำให้ใช้รูปแบบตัวอักษรที่ดูเป็นกันเองมากกว่านี้เพื่อให้สื่อเล่มนี้น่าอ่านมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังแนะนำในส่วนของสถานที่ท่องเที่ยวที่มีจำนวนมากเกินไปจึงควรลดเพื่อให้เหลือเพียงสถานที่ที่สำคัญเท่านั้น ผู้ให้สัมภาษณ์บางท่านก็เห็นว่าสื่อสิ่งพิมพ์เล่มนี้มีความสมบูรณ์แบบแล้วและไม่อยากให้มีการแก้ไข

ความคิดเห็นเพิ่มเติม

ผู้ให้สัมภาษณ์แนะนำว่าให้ทำสื่อสิ่งพิมพ์ประชาสัมพันธ์จังหวัดอื่น ๆ เพิ่มเติมด้วย เนื่องจากมีอีกหลายจังหวัดที่ยังขาดการประชาสัมพันธ์ที่ดี การออกแบบรูปเล่มในรูปแบบที่กะทัดรัดแบบนี้ อาจจะเป็นทางเลือกที่ทำให้การประชาสัมพันธ์สามารถกระจายขอบเขตได้มากขึ้น นอกจากนี้ผู้ให้สัมภาษณ์แนะนำให้ต่อยอดโดยจัดทำรูปแบบของภาษาอังกฤษด้วย รวมถึงการเพิ่มเติมในส่วนของที่พักร้านอาหารเข้าไปด้วย ดังเช่นคำให้สัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่างท่านหนึ่ง “ที่ทำมาก็ถือว่าค่อนข้างโอเค เป็นหนังสือเดินทางที่สามารถเข้าใจง่ายสำหรับคนไทย แต่ถ้าต่างชาติแนะนำให้อาจจะมีการปรับปรุงเป็นภาษาอังกฤษเพื่อเขาจะได้สามารถอ่านได้เข้าใจได้ง่าย” (คุณพัชราภรณ์ อาจารย์พัฒนา, นักท่องเที่ยวชาวไทย, การสื่อสารส่วนบุคคล, 3 พฤศจิกายน 2556)



บทที่ 7

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องการวิเคราะห์ การพัฒนา และการประเมินผลการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช มีวัตถุประสงค์ของงานวิจัย 1) เพื่อศึกษาและวิเคราะห์การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราชที่มีอยู่ในปัจจุบัน 2) เพื่อพัฒนาการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราชขึ้นมาใหม่ 3) เพื่อประเมินการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราชที่ออกแบบใหม่

การวิจัยนี้ได้แบ่งการวิจัยออกเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราชตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545-2555 ด้วยการจัดกลุ่มสนทนา (Focus Group Interview) โดยมีผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวนทั้งหมด 8 คน ประกอบด้วย ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบจำนวน 4 คน และนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 4 คน ใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) การจัดกลุ่มสนทนา ภายใต้การสนทนาเรื่องการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราชที่มีอยู่ในปัจจุบัน รวมถึงสนทนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราชที่จะทำการออกแบบขึ้นมาใหม่ เครื่องมือในการเก็บข้อมูลประกอบด้วย สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545-2555 เทปบันทึกเสียง แบบสัมภาษณ์ โดยมีแนวคำถามในการจัดกลุ่มสนทนา ดังนี้ หลักการออกแบบ ประกอบด้วย ความคิดเห็นด้านการจัดวางองค์ประกอบการออกแบบ ความคิดเห็นด้านตัวอักษร ความคิดเห็นด้านภาพประกอบ และความคิดเห็นด้านการเลือกใช้สี ซึ่งสรุปหาแนวทางในการพัฒนาการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช ได้ดังต่อไปนี้

1) สื่อสิ่งพิมพ์ที่ทำการออกแบบใหม่ ควรเน้นสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญโดยเฉพาะวัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร รวมถึงควรนำสถานที่ท่องเที่ยวด้านอื่น ๆ ที่มีความโดดเด่นแต่ยังไม่เป็นที่รู้จักมากนักมาเป็นจุดเด่นในการประชาสัมพันธ์

2) ขนาดของสื่อสิ่งพิมพ์ควรมีขนาดกะทัดรัดและสามารถพกพาได้สะดวก โดยมีขนาดประมาณ ความยาว 14.8 เซนติเมตร ความกว้าง 10.5 เซนติเมตร (ขนาด A6) ส่วนข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวควรมีการสรุปและนำเสนอเฉพาะสาระสำคัญของสถานที่ท่องเที่ยว

3) การจัดวางองค์ประกอบของหน้าปกควรใช้ภาพถ่ายของวัดพระมหาธาตุวรมหาวิหารเป็นองค์ประกอบหลักและควรใช้ภาพถ่ายสถานที่ท่องเที่ยว ๆ อื่นมานำเสนอผ่านหน้าปกด้วย

4) ขนาดของตัวอักษรควรมีขนาดประมาณ 14-16 พ้อยท์ (Point) ส่วนรูปแบบของตัวอักษรของหัวข้อและเนื้อหาควรมีความแตกต่างกันเพื่อเป็นการแยกส่วนได้อย่างชัดเจน และควรเน้นภาพถ่ายสถานที่ท่องเที่ยวมากกว่ารายละเอียดของเนื้อหา

5) การจัดวางภาพถ่ายควรมีการจัดวางให้แตกต่างจากรูปแบบเดิม ควรมีการออกแบบการจัดวางให้แปลกใหม่และเปลี่ยนมุมมองของภาพถ่ายให้ดูแปลกตา รวมถึงควรเลือกภาพถ่ายที่เป็นปัจจุบันมากที่สุด

6) การเลือกใช้สีควรใช้สีที่มีความสดใสและหลากหลายเพื่อสร้างความน่าสนใจแก่ผู้อ่าน สถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งควรมีการใช้โทนสีที่แตกต่างกันเพื่อเป็นการเพิ่มความน่าสนใจให้กับการออกแบบ

สรุปโดยรวมได้ว่า การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชขึ้นมาใหม่ ควรมีความแปลกใหม่และแตกต่างจากสื่อที่มีอยู่ในปัจจุบัน ทั้งด้านการจัดวางองค์ประกอบการออกแบบ ด้านตัวอักษร ด้านภาพประกอบและด้านการเลือกใช้สี รวมถึงขนาดและรูปแบบของสื่อสิ่งพิมพ์

สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 2 การประเมินผลการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชที่ออกแบบขึ้นมาใหม่ ด้วยการสัมภาษณ์รายบุคคล โดยมีผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวนทั้งหมด 15 คน ประกอบด้วย ผู้เชี่ยวชาญทางการออกแบบจำนวน 5 คน และนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 10 คน ใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ภายใต้การสัมภาษณ์ในเรื่องของการตอบสนองประโยชน์ใช้สอย ความสวยงามพึงพอใจและการสื่อความหมาย รวมถึงความคิดเห็นด้านการดึงดูดความสนใจ ความคิดเห็นด้านการสนใจติดตาม ความคิดเห็นด้านการกระตุ้นให้เกิดความต้องการ และความคิดเห็นด้านการก่อให้เกิดการกระทำ สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชที่ออกแบบขึ้นมาใหม่ เครื่องมือในการเก็บข้อมูล ประกอบด้วย เอกสารเย็บเล่มเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชที่ออกแบบขึ้นมาใหม่ เทปบันทึกเสียง แบบสัมภาษณ์เพื่อสำรวจความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้ข้อมูลหลักโดยมีแนวคำถามในการสัมภาษณ์ ดังนี้ 1) ประสิทธิภาพของการออกแบบ ประกอบด้วย ความคิดเห็นด้านการตอบสนองประโยชน์ใช้สอย ความคิดเห็นด้านความสวยงามพึงพอใจ และความคิดเห็นด้านการสื่อความหมาย 2) แบบจำลองกระบวนการตอบสนองต่อสื่อ (AIDA Model) ประกอบด้วย ความคิดเห็นด้านการดึงดูดความสนใจ ความคิดเห็นด้านการสนใจติดตาม ความคิดเห็นด้านการกระตุ้นให้เกิด

ความต้องการ และความคิดเห็นด้านการก่อให้เกิดการกระทำ ซึ่งสรุปผลการสัมภาษณ์รายบุคคล โดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ดังต่อไปนี้

กลุ่มที่ 1 ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบ

ประสิทธิผลของการออกแบบ

ด้านการตอบสนองประโยชน์ใช้สอย

ขนาดของสื่อสิ่งพิมพ์มีความเหมาะสมดี เนื่องจากมีขนาดเล็ก กะทัดรัดและเหมาะสำหรับการพกพา สามารถอ่านระหว่างเดินทาง โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นถึงกลุ่มวัยทำงานตอนต้นถือว่ามีความที่ เหมาะสม ส่วนเรื่องขนาดของตัวอักษรมีความเหมาะสมอ่านง่าย เนื่องจากขนาดตัวอักษรค่อนข้างพอดี รวมถึงมีการใช้รูปแบบตัวอักษร (Font) มีลักษณะธรรมดาและเรียบง่ายจึงให้อ่านได้ง่ายและชัดเจน ส่วนการจัดวางภาพถ่ายมีความเหมาะสมทำให้เข้าใจง่าย รวมถึงภาพถ่ายมีสีสันที่สดใส นอกจากนี้เนื่องจากมีการจัดวางภาพถ่ายที่แตกต่างกันทุกหน้าจึงทำให้การจัดวางดูไม่น่าเบื่อ แต่บางหน้ามีการเล่นกับพื้นหลังมากเกินไปซึ่งอาจจะทำให้ดูลึบตาไปบ้าง และควรเพิ่มเติมชื่อสถานที่ ท้องเที่ยวได้ภาพถ่ายให้ชัดเจนเพื่อไม่ให้เกิดความสับสนได้

ด้านความสวยงามพึงพอใจ

การออกแบบบลัดตัวและการออกแบบมีจุดเด่นในแนวทันสมัยและมีการออกแบบเป็นกลางคือสามารถอ่านได้ทุกเพศทุกวัย และส่วนใหญ่ชอบการออกแบบ เนื่องจากไม่ค่อยเห็นสื่อสิ่งพิมพ์ ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวที่มีรูปแบบที่น่าสนใจ ส่วนเรื่องโทนสีโดยรวมของงานออกแบบ มีการเลือกใช้โทนสีสดใสสามารถดึงดูดสายตาได้ดีและโทนสีส่วนใหญ่ค่อนข้างเรียบง่ายและไม่ฉูดฉาดจึงทำให้งานออกแบบดูนุ่มนวลและอ่านได้สะดวก รวมถึงมีการออกแบบผสมผสานกับความทันสมัย รวมถึงหน้าปกมีความโดดเด่นและมีโทนสีที่น่าดึงดูดใจ

ด้านการสื่อความหมาย

การจัดแบ่งข้อมูลมีความน่าสนใจและเหมาะสมกับการประชาสัมพันธ์ค่อนข้างดี มีการแบ่งเป็นหมวดหมู่ประเภทของสถานที่ท่องเที่ยวได้ และที่สำคัญมีภาพถ่ายครบถ้วนเมื่อดูแล้วก็อยากเดินทางมาท่องเที่ยว นอกจากนี้ได้แนะนำให้เพิ่มเติมส่วนของสารบัญด้านหน้าปกเพื่อบอกให้ทราบถึงข้อมูลที่อยู่ข้างใน หรือเน้นหัวข้อการแบ่งประเภทของสถานที่ท่องเที่ยวให้ชัดเจนกว่านี้ ส่วนเรื่องภาพถ่ายสามารถสื่อถึงสถานที่ท่องเที่ยวที่นั่นได้ค่อนข้างชัดเจน ซึ่งเป็นภาพถ่ายสถานที่สำคัญของจังหวัดนครศรีธรรมราช มีภาพถ่ายจากสถานที่จริงที่มีองค์ประกอบชัดเจนและถ่ายออกมาได้สวยงามดูแล้วทำให้อยากเดินทางไปท่องเที่ยว

แบบจำลองกระบวนการตอบสนองต่อสื่อ (AIDA Model)

ด้านการดึงดูดความสนใจ

สื่อสิ่งพิมพ์นี้มีความน่าสนใจอยากที่จะเปิดอ่าน เนื่องจากหน้าปกที่มีการรวบรวมสถานที่ท่องเที่ยวไว้มากมาย รวมถึงขนาดของรูปเล่ม โทนสี และการออกแบบที่น่าสนใจและไม่เหมือนสื่อสิ่งพิมพ์เล่มอื่น ๆ และสิ่งที่ดึงดูดใจให้อ่านสื่อสิ่งพิมพ์นี้คือขนาดของสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีรูปทรงเล็กกะทัดรัดเหมาะแก่การพกพา รวมถึงการออกแบบที่ทันสมัยและมีการจัดวางรูปร่าง (Layout) ที่มีสีสันสดใส ส่วนหน้าปกมีการออกแบบที่น่าสนใจและมีสถานที่ท่องเที่ยวที่หลากหลาย ซึ่งแตกต่างจากหนังสือท่องเที่ยวทั่วไป นอกจากนี้สิ่งที่ดึงดูดใจอีกอย่างหนึ่งคือชื่อของจังหวัดนครศรีธรรมราช เนื่องจากเป็นจังหวัดที่ไม่ค่อยมีหนังสือออกมามากนักจึงทำให้สื่อสิ่งพิมพ์เล่มนี้มีความน่าสนใจเพิ่มขึ้น

ด้านการสนใจติดตาม

สื่อสิ่งพิมพ์นี้มีความน่าสนใจอยู่ในระดับดีถึงดีมาก เนื่องจากมีการออกแบบที่ใช้สีสันสดใส และสามารถเข้าถึงกลุ่มวัยรุ่นได้ดี สื่อสิ่งพิมพ์นี้มีความน่าดึงดูดใจและน่าเก็บรักษาไว้ นอกจากนี้ได้แนะนำให้เพิ่มเติมการ์ตูนเข้ามาผสมผสานเพื่อเป็นการช่วยดึงดูดให้กลุ่มเด็กมีความสนใจและนำไปให้ผู้ปกครองซึ่งเป็นการช่วยเพิ่มกลุ่มเป้าหมายอีกกลุ่มหนึ่ง นอกจากนี้สื่อสิ่งพิมพ์มีความแปลกใหม่และแตกต่างจากสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวอื่น ๆ ในส่วนของการออกแบบ เนื่องจากสื่อสิ่งพิมพ์เล่มนี้มีการสรุปสาระสำคัญของข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวผสมกับการออกแบบที่ความทันสมัยและเน้นภาพถ่ายของสถานที่ท่องเที่ยว รวมถึงมีการเน้นองค์ประกอบและรายละเอียดเล็ก ๆ น้อย ๆ ในแต่ละหน้า จึงทำให้มีจุดเด่นและเอกลักษณ์เฉพาะตัว นอกจากนี้ขนาดของสื่อสิ่งพิมพ์มีความแตกต่างจากสื่อประชาสัมพันธ์ทั่วไป เนื่องจากเล่มนี้มีขนาดกะทัดรัดสามารถพกพาได้สะดวก

ด้านการกระตุ้นให้เกิดความต้องการ

สื่อสิ่งพิมพ์นี้สามารถทำให้รู้จักจังหวัดนครศรีธรรมราชมากขึ้น เนื่องจากมีการแบ่งหมวดหมู่ประเภทของสถานที่ท่องเที่ยวและมีรายละเอียดของสถานที่ท่องเที่ยวอย่างชัดเจน ส่วนใหญ่เพิ่งรู้ว่าจังหวัดนครศรีธรรมราชมีสถานที่ท่องเที่ยวที่หลากหลาย นอกจากนี้ได้แนะนำให้เพิ่มเติมข้อมูลของร้านอาหาร ที่พักและของขึ้นชื่อของจังหวัดนครศรีธรรมราชเพื่อที่สื่อสิ่งพิมพ์มีข้อมูลครบครันมากยิ่งขึ้น รวมถึงเพิ่มเติมข้อมูลการท่องเที่ยวภาษาอังกฤษสำหรับชาวต่างชาติ นอกจากนี้ยังมีความพึงพอใจต่อสื่อสิ่งพิมพ์นี้มาก และเห็นว่าชาวจังหวัดนครศรีธรรมราชคงจะภูมิใจที่มีสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวนี้เช่นกัน เพราะสื่อสิ่งพิมพ์นี้สามารถเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวมาเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชมากขึ้น

ด้านการก่อให้เกิดการกระทำ

สื่อสิ่งพิมพ์นี้ช่วยกระตุ้นให้เกิดความต้องการอยากเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชได้ค่อนข้างมาก เนื่องจากมีการโฆษณาเชิญชวนไว้อย่างน่าสนใจ รวมถึงการเลือก

ภาพถ่ายที่สามารถดึงดูดใจได้ดี และทำให้รู้จักจังหวัดนครศรีธรรมราชซึ่งเป็นจังหวัดที่มีสถานที่ท่องเที่ยวหลากหลายและครบครัน เช่น วัด ภูเขา น้ำตก ทะเล ฯลฯ

สื่อสิ่งพิมพ์นี้ควรมีการปรับปรุงและแก้ไขในส่วนของคุณสมบัติในการประชาสัมพันธ์ ควรมีการเพิ่มเติมรายละเอียดของแผนที่ โรงแรมที่พัก ร้านอาหาร เบอร์ติดต่อฉุกเฉินภายในจังหวัด นอกจากนี้ผู้ให้สัมภาษณ์ได้แนะนำให้เพิ่มเติมสารบัญเพื่อสะดวกในการค้นหาและเพิ่มเติมภาษาอังกฤษสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติอีกด้วย รวมถึงควรมีสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวประเภทอื่น ๆ เพิ่มเติมด้วย

กลุ่มที่ 2 นักท่องเที่ยวชาวไทย

ประสิทธิผลของการออกแบบ

ด้านการตอบสนองประโยชน์ใช้สอย

ขนาดของสื่อสิ่งพิมพ์มีความเหมาะสม เนื่องจากมีขนาดเล็ก กะทัดรัด มีความน่าสนใจ และสามารถพกพาได้สะดวกเหมาะแก่การท่องเที่ยว ขนาดของรูปเล่มมีขนาดเล็กและกะทัดรัด ส่วนขนาดของตัวอักษรมีความเหมาะสมและมีขนาดกำลังดี อ่านง่าย สบายตา ขนาดของตัวอักษรและขนาดของรูปเล่มมีความเหมาะสมและเข้ากันได้ดี ส่วนเรื่องรูปแบบของตัวอักษร (Font) มีการใช้รูปแบบของตัวอักษรมีลักษณะเป็นทางการและอ่านง่าย นอกจากนี้ได้แนะนำให้ปรับขนาดของตัวอักษรให้ใหญ่กว่านี้เล็กน้อยไว้เพื่อสำหรับคนสูงอายุและใช้รูปแบบของตัวอักษรที่ดูไม่เป็นทางการมาผสมผสาน เนื่องจากต้องการความเป็นกันเองระหว่างสื่อสิ่งพิมพ์กับผู้อ่าน

ส่วนการจัดวางภาพถ่ายมีความเหมาะสมดีแล้ว ดูนีศิลปะให้การจัดวางภาพถ่าย เนื่องจากมีเอกลักษณ์ไม่เหมือนกับสื่อสิ่งพิมพ์ทั่วไป สื่อสิ่งพิมพ์นี้มีการจัดวางที่แตกต่างและแปลกใหม่ คือมีการวางภาพถ่ายแบบแนวเฉียงบ้าง แบบตรงบ้างสลับกันไปและมีการจัดวางที่หลากหลายไม่จำเจ ซึ่งการจัดวางแบบนี้สามารถดึงดูดความสนใจจากผู้อ่านได้ โดยรวมตัวอักษรและการจัดวางภาพถ่ายมีความเหมาะสมและสามารถเข้ากันได้ดี

ด้านความสวยงามพึงพอใจ

การออกแบบและการจัดองค์ประกอบโดยรวมมีความเหมาะสม แปลกใหม่และมีความสวยงามแตกต่างจากทั่วไปทำให้มีความน่าสนใจและอยากหยิบขึ้นมาอ่าน รวมถึงมีลักษณะการออกแบบที่ดูทันสมัยเหมาะกับวัยรุ่น มีการใช้ภาพถ่ายสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ มาผสมผสานกับตัวอักษรได้เหมาะสม รวมถึงการเลือกใช้สีและการนำลายกราฟิก (Graphic) มาช่วยในการออกแบบทำให้สามารถสร้างความน่าสนใจและดึงดูดใจผู้อ่านได้มากขึ้น ส่วนโทนสีโดยรวมของงานออกแบบมีความเหมาะสมดี อ่านสบายตาและเป็นธรรมชาติดี ทำให้สามารถดึงดูดผู้อ่านได้ สีของภาพถ่ายประกอบมีความสวยงามและดูชัดเจนดีทำให้ผู้อ่านสามารถจินตนาการและมองภาพถ่ายในมุมมองของ

ความเป็นจริงได้ง่ายขึ้น ส่วนเรื่องสีของข้อความมีการใช้สีที่แตกต่างกันระหว่างหัวข้อและเนื้อหาทำให้ดูน่าอ่านมากขึ้น

ด้านการสื่อความหมาย

การจัดแบ่งข้อมูลมีความสนใจและเหมาะสมกับการประชาสัมพันธ์ โดยมีเนื้อหาที่รัดกุมสามารถอ่านและเข้าใจง่าย มีรายละเอียดครบถ้วนเหมาะที่จะนำมาใช้ประโยชน์ได้จริง เนื่องจากการแบ่งข้อมูลตามประเภทสถานที่ท่องเที่ยวซึ่งประกอบด้วย สถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ สถานที่ท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรมประเพณีและกิจกรรม รวมถึงเทศกาลงานประเพณี นอกจากนี้มีประวัติความเป็นมาของจังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งเป็นการให้ความรู้แก่ผู้อ่านที่ดีมากระดับหนึ่ง นอกจากนี้ได้แนะนำให้เพิ่มสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นจุดเด่นของแต่ละอำเภอ รวมถึงเพิ่มแผนที่และเส้นทางการเดินทาง ส่วนภาพถ่ายที่เลือกใช้ในงานออกแบบสามารถสื่อถึงสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ ได้อย่างชัดเจน มีความสวยงามเข้าใจง่ายและสามารถจูงใจทำให้อยากเดินทางไปท่องเที่ยวได้มากขึ้น นอกจากนี้ภาพถ่ายที่เลือกใช้ยังมีมุมมองของภาพที่แปลกใหม่ ส่วนขนาดของภาพถ่าย รวมถึงเพิ่มขนาดของภาพถ่ายเนื่องจากภาพที่ใช้อยู่มีขนาดเล็กไปทำให้ไม่สามารถเห็นรายละเอียดของภาพได้เท่าที่ควร

แบบจำลองกระบวนการตอบสนองต่อสื่อ (AIDA Model)

ด้านการดึงดูดความสนใจ

เมื่อเห็นหน้าปกส่วนใหญ่ก็มีความตั้งใจที่จะหยิบสื่อสิ่งพิมพ์ขึ้นมาเปิดอ่าน เนื่องจากหน้าปกมีการออกแบบที่น่าดึงดูดใจ มีการรวบรวมรูปภาพซึ่งเป็นเอกลักษณ์และสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราชเอาไว้ จึงทำให้หน้าปกมีความโดดเด่นและมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของจังหวัดนครศรีธรรมราช รวมถึงการออกแบบหน้าปกที่ทันสมัยและใช้สีสันที่สดใสทำให้เกิดความน่าสนใจและอยากหยิบขึ้นมาอ่านมากขึ้น ส่วนการออกแบบข้างในก็มีการจัดวางภาพถ่ายและข้อความที่น่าสนใจสิ่งที่ดึงดูดใจให้อ่านสื่อสิ่งพิมพ์นี้คือหน้าปก เนื่องจากการจัดองค์ประกอบของหน้าปกมีความสำคัญในการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เล่มนี้มีการออกแบบที่แตกต่างและแปลกใหม่เมื่อเทียบกับสื่อสิ่งพิมพ์เล่มอื่น ๆ สื่อสิ่งพิมพ์เล่มนี้ทำให้รู้สึกว่ารวมทุกอย่างของจังหวัดนครศรีธรรมราชไว้แล้ว การใช้คำว่า “นครศรีธรรมราช” ผสมกับการจัดวางภาพถ่ายทำให้เกิดความน่าสนใจ รวมถึงขนาดของรูปเล่มที่มีความกะทัดรัดพกพาสะดวกเป็นสิ่งดึงดูดใจให้อ่านสื่อสิ่งพิมพ์เล่มนี้

ด้านการสนใจติดตาม

สื่อสิ่งพิมพ์นี้มีความน่าสนใจในระดับมาก เนื่องจากเป็นตัวเลือกที่ดีของนักท่องเที่ยว มีการข้อมูลการท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราชซึ่งทำให้คนที่ไม่เคยมาท่องเที่ยวสามารถรู้จักจังหวัดนครศรีธรรมราชได้มากขึ้น ภายในเล่มมีการรวบรวมข้อมูลของสถานที่ท่องเที่ยวและภาพถ่ายของจังหวัดนครศรีธรรมราชไว้อย่างชัดเจนเป็นแรงดึงดูดทำให้เกิดความต้องการอยากเดินทางมาท่องเที่ยว

ได้ดี สื่อสิ่งพิมพ์มีความแปลกใหม่และแตกต่างจากสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวอื่น ๆ ในด้านการออกแบบ จุดเด่นของสื่อสิ่งพิมพ์เล่มนี้คือการจัดวางองค์ประกอบ เนื่องจากข้อมูลเนื้อหาของการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ก็มีความคล้ายคลึงกันแต่ความคิดสร้างสรรค์ของการออกแบบจะทำให้ผลงานออกมามีความแตกต่างกัน นอกจากนี้ยังมีการรวบรวมสถานที่ท่องเที่ยวครบครันอยู่ในเล่มเดียว นอกจากนี้ขนาดของสื่อสิ่งพิมพ์นี้มีความแปลกใหม่และแตกต่างจากสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวอื่น ๆ เนื่องจากสื่อสิ่งพิมพ์นี้กะทัดรัดและสะดวกต่อการพกพา

ด้านการกระตุ้นให้เกิดความต้องการ

สื่อสิ่งพิมพ์เล่มนี้ทำให้รู้จักจังหวัดนครศรีธรรมราชมากขึ้น เพราะมีข้อมูลรายละเอียดของจังหวัดนครศรีธรรมราชไว้ระดับหนึ่ง มีการรวบรวมความน่าสนใจของสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งไว้จึงทำให้รู้จักสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดนครศรีธรรมราช สื่อสิ่งพิมพ์เล่มนี้ทำให้รู้จักจังหวัดนครศรีธรรมราชเพิ่มมากขึ้น รวมถึงมีความพึงพอใจต่อสื่อสิ่งพิมพ์นี้ในระดับมาก เนื่องด้วยขนาดที่มีความเหมาะสม กะทัดรัดและสะดวกต่อการพกพา ส่วนการออกแบบค่อนข้างมีความ ทันสมัยและมีความน่าสนใจ วัยเด็กก็สามารถอ่านได้และสามารถเข้าใจง่าย

ด้านการก่อให้เกิดการกระทำ

สื่อสิ่งพิมพ์นี้สามารถช่วยกระตุ้นให้เกิดความต้องการอยากเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช เนื่องจากภาพถ่ายมีความน่าสนใจและสามารถดึงดูดใจให้อยากเดินทางมาท่องเที่ยว ซึ่งภาพถ่ายที่เลือกใช้ก็มีความชัดเจนและสวยงามเชิญชวนให้อยากเดินทางมาท่องเที่ยวได้ ส่วนเรื่องที่สำคัญอีกอย่างคือการออกแบบมีการออกแบบรูปแบบเอาใจกลุ่มวัยรุ่นและอาจจะส่งผลให้อยากเดินทางมาท่องเที่ยวได้

สื่อสิ่งพิมพ์นี้ควรมีการปรับปรุงและแก้ไขในส่วนของเนื้อหา นั่นคือควรมีการระบุอำเภอของสถานที่นั้น ๆ ให้ชัดเจน นอกจากนั้นควรใส่รายละเอียดของเบอร์โทรศัพท์ ที่พัก แผนที่ หรือเพิ่มเส้นทางการเดินทางของแต่ละสถานที่เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อการใช้งานจริงมากที่สุด ควรลดจำนวนสถานที่ท่องเที่ยวให้เหลือเพียงสถานที่ที่สำคัญเท่านั้น นอกจากนี้ได้แนะนำให้เพิ่มเติมสื่อสิ่งพิมพ์ประชาสัมพันธ์จังหวัดอื่น ๆ เนื่องจากมีอีกหลายจังหวัดที่ยังขาดการประชาสัมพันธ์ รวมถึงเพิ่มภาษาอังกฤษสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ และที่สำคัญการออกแบบรูปแบบในแบบที่กะทัดรัดแบบนี้ อาจจะเป็นทางเลือกที่ทำให้การประชาสัมพันธ์มีประสิทธิภาพมากขึ้น

อภิปรายผล

การวิจัยเรื่องการวิเคราะห์ การพัฒนา และการประเมินผลการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช สามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ ดังต่อไปนี้

ประสิทธิผลของการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัด นครศรีธรรมราชที่ออกแบบขึ้นมาใหม่ ผลการวิจัยพบว่า ด้านการตอบสนองประโยชน์ใช้สอยมีความเหมาะสมดี เนื่องจากขนาดของสื่อสิ่งพิมพ์มีขนาดเล็ก กะทัดรัดและสามารถพกพาได้สะดวกเหมาะแก่การท่องเที่ยว ส่วนเรื่องขนาดของตัวอักษรมีความเหมาะสมพอดีให้อ่านง่าย และขนาดของตัวอักษรกับขนาดของรูปเล่มมีความเหมาะสมและเข้ากันได้ดี รวมถึงมีการใช้รูปแบบตัวอักษร (Font) มีลักษณะธรรมดาและเรียบง่ายเป็นทางการจึงให้อ่านได้ง่ายและชัดเจน เพราะตัวอักษรเป็นองค์ประกอบสำคัญในการสื่อความหมายความเข้าใจให้แก่ผู้อ่านซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของ วิรุณ ตั้งเจริญ (2545) เกี่ยวกับตัวอักษร ว่าเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่ใช้ในการสื่อความหมายความเข้าใจซึ่งกันและกันได้ดี สามารถสื่อความรู้และความรู้สึกนึกคิดลงบนตัวอักษร รวมถึงการนำตัวอักษรเหล่านี้มาจัดวาง การเว้นช่องไฟ การเว้นวรรค ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะเป็นสิ่งที่ช่วยในการดึงดูดสายตาแก่ผู้อ่าน ใช้ในการตกแต่งหรือเน้นข้อความเพื่อให้เกิดความสะดวกสบายในการอ่าน และสามารถดึงดูดความน่าสนใจของผู้อ่าน รวมถึงเป็นการบรรยายในส่วนของเนื้อหา เพื่อบอกข้อมูลต่าง ๆ ภายในสื่อสิ่งพิมพ์ นอกจากนี้ตัวอักษรควรตอบสนองประโยชน์ในการใช้งาน นั่นคือ สามารถอ่านได้ชัดเจนและเข้าใจง่ายซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของโสรัจชัย นันทวีชรวิบูลย์ (2545) และวิรุณ ตั้งเจริญ (2545) เกี่ยวกับการตอบสนองประโยชน์ใช้สอยซึ่งสำคัญมากในการออกแบบ และมีอิทธิพลกับงานออกแบบมาก ต้องคำนึงถึงการใช้งานคือ ต้องอ่านง่ายคือ ตัวอักษรต้องมีขนาดที่เหมาะสมกับการอ่าน มีการใช้สีตัวอักษรที่เด่นชัดจากพื้นหลัง รวมถึงมีขนาดที่เหมาะสมกับการใช้งาน กล่าวคือหนังสือเล่ม ต้องมีขนาดที่เหมาะสมกับการพกพา

ส่วนการจัดวางภาพถ่ายมีความเหมาะสมทำให้เข้าใจง่าย ดุมีศิลปะให้การจัดวางภาพถ่าย เนื่องจากมีเอกลักษณ์ไม่เหมือนกับสื่อสิ่งพิมพ์ทั่วไป สื่อสิ่งพิมพ์นี้มีการจัดวางที่แตกต่างและแปลกใหม่ คือมีการวางภาพถ่ายแบบแนวเฉียงบ้าง แบบตรงบ้างสลับกันไปและมีการจัดวางที่หลากหลายไม่จำเจ ซึ่งการจัดวางแบบนี้สามารถดึงดูดความสนใจจากผู้อ่านได้ โดยรวมตัวอักษรและการจัดวางภาพถ่ายมีความเหมาะสมและสามารถเข้ากันได้ดี ทั้งนี้การนำข้อมูลมาจัดวางองค์ประกอบรวมกับภาพถ่ายและลายกราฟิกจะทำให้งานออกแบบมีความน่าสนใจยิ่งขึ้นซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของสุรสิทธิ์ วิหารรัฐ (2546) เกี่ยวกับหลักการออกแบบซึ่งเป็นการนำองค์ประกอบมาจัดหรือรวบรวมเข้าด้วยกันอย่างมีระบบในงานออกแบบ ไม่ว่าจะเป็นตัวอักษร หรือภาพประกอบเพื่อมาจัดวางให้เกิดคุณค่าทางความสวยงาม ในด้านการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวนี้ ก็หมายถึงการนำข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมาจัดวางองค์ประกอบรวมกับภาพประกอบต่าง ๆ ทั้งที่เป็นภาพถ่ายและภาพงานกราฟิกต่าง ๆ รวมถึงการเลือกใช้สีเพื่อให้เกิดการสร้างสรรค์และสร้างเสริมความน่าสนใจให้เพิ่มมากขึ้น

ด้านความสวยงามพึงพอใจ ผลการวิจัยพบว่า การออกแบบและการจัดองค์ประกอบโดยมีความเหมาะสมมีจุดเด่นในแนวทันสมัยและมีการออกแบบเป็นกลางคือสามารถอ่านได้ทุกเพศทุกวัย รวมถึงมีความแปลกใหม่และทันสมัยแตกต่างจากสื่อสิ่งพิมพ์ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวที่มีอยู่ทั่วไป ทำให้มีความน่าสนใจและอยากหยิบขึ้นมาอ่าน มีการใช้ภาพถ่ายสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ มาผสมผสานกับตัวอักษรได้เหมาะสม โดยเฉพาะภาพถ่ายของวัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ทะเล น้ำตก และของขึ้นชื่อของจังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพิมพ์ภัส พงศกรรังศิลป์ (2547) ที่ศึกษาภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราชในมุมมองของนักท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เห็นว่าเอกลักษณ์ของจังหวัดนครศรีธรรมราช คือ วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร รองลงมา คือ แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติทางบก เช่น น้ำตก ป่าไม้ ภูเขา สำหรับภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวจำแนกตามองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว พบว่า ภาพลักษณ์ด้านแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูดนั้นวัดพระมหาธาตุวรมหาวิหารเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดนครศรีธรรมราช นอกจากนี้ในการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ให้แปลกใหม่และแตกต่างจะทำให้สื่อสิ่งพิมพ์มีความน่าสนใจมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของโสรัจชัย นันทวีชรวิบูลย์ (2545) และวิรุณ ตั้งเจริญ (2545) เกี่ยวกับความสวยงามความพึงพอใจ ความสวยงามเป็นเกณฑ์หนึ่งที่จะตัดสินคุณค่าของการออกแบบ รวมถึงเรื่องของความคิดสร้างสรรค์และความแปลกใหม่ เพราะสิ่งเหล่านี้ทำให้สื่อสิ่งพิมพ์มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น ทำให้ผู้อ่านสนุกเพลิดเพลินกับการอ่านหาข้อมูลการท่องเที่ยวและเกิดความพึงพอใจกับสื่อสิ่งพิมพ์

นอกจากนี้ ยังมีการเลือกใช้สีและการนำลายกราฟิก (Graphic) มาช่วยในการออกแบบทำให้สามารถสร้างความน่าสนใจและดึงดูดใจแก่ผู้อ่านได้มากขึ้น ส่วนโทนสีโดยรวมของงานออกแบบมีความเหมาะสมดี มีการเลือกใช้โทนสีสดใสสามารถดึงดูดสายตาได้ดีและโทนสีส่วนใหญ่ค่อนข้างเรียบง่ายและไม่ฉูดฉาดจึงทำให้งานออกแบบดูนุ่มนวลและอ่านได้สะดวก สีของภาพถ่ายประกอบมีความสวยงามและดูชัดเจนดีทำให้ผู้อ่านสามารถจินตนาการและมองภาพถ่ายในมุมมองของความเป็นจริงได้ง่ายขึ้น ส่วนเรื่องสีของข้อความมีการใช้สีที่ต่างกันอย่างระมัดระวังหัวข้อและเนื้อหาทำให้อ่านง่ายขึ้น ทั้งนี้เพราะสีสามารถบ่งบอกถึงอารมณ์และความรู้สึกของผู้อ่านได้ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของประพันธ์ งามเนตร (2540) เกี่ยวกับองค์ประกอบที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งในการออกแบบ นั่นคือ สี สีมีอิทธิพลต่อความรู้สึกและการรับรู้ของผู้อ่าน ซึ่งสีจะสามารถบ่งบอกและเป็นตัวแทนของความรู้สึกต่าง ๆ ได้ ดังนั้น จึงเกิดแนวคิดเกี่ยวกับจิตวิทยาในการเลือกใช้สี อาทิ สีขาว ให้ความรู้สึกสะอาด บริสุทธิ์ ไร้เดียงสา สีเหลือง ให้ความรู้สึกสดใส ร่าเริงมีชีวิตชีวา ความหวัง ระมัดระวัง สีเขียว ให้ความรู้สึกสดชื่น งดงาม เป็นสีของต้นไม้ ใบหญ้า สงบ เรียบง่าย อุดมสมบูรณ์ สีฟ้า ให้ความรู้สึกสงบ เยือกเย็น มั่นคง เต็มไปด้วยพลัง เป็นสีของท้องฟ้าและน้ำทะเล สีม่วง ให้ความรู้สึกถึงความลึกลับ ซ่อนเร้น หนักแน่น

ด้านการสื่อความหมาย ผลการวิจัยพบว่าการจัดแบ่งข้อมูลมีความน่าสนใจและเหมาะสมกับการประชาสัมพันธ์ มีการแบ่งเป็นหมวดหมู่ประเภทของสถานที่ท่องเที่ยวและที่สำคัญมีภาพถ่ายครบถ้วน รวมถึงมีข้อมูลที่รัดกุมและเหมาะที่จะนำมาใช้ประโยชน์ได้จริง เนื่องจากการแบ่งข้อมูลตามประเภทสถานที่ท่องเที่ยวซึ่งประกอบด้วย สถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ สถานที่ท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรมประเพณีและกิจกรรม รวมถึงเทศกาลงานประเพณี จะทำให้เข้าใจได้ง่ายขึ้นและยังเป็นการให้ความรู้แก่ผู้อ่านที่ดีมากระดับหนึ่ง ทั้งนี้ในการออกแบบควรคำนึงถึงการสื่อความหมายและการสร้างความเข้าใจให้แก่ผู้อ่านด้วยซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของ โสรชัย นันทวีชัยวิบูลย์ (2545) และวิรุณ ตั้งเจริญ (2545) เกี่ยวกับการสื่อความหมายคืองานออกแบบจะมีคุณค่าก็ต่อเมื่อสื่อความหมายได้ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ คือควรทำให้ผู้อ่านเกิดความเข้าใจในเรื่องที่ต้องการจะสื่อออกไป รวมถึงการบอกข้อมูลที่ชัดเจน ทั้งข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว ที่พัก ร้านอาหาร แผนที่การเดินทาง ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นและสินค้าที่ระลึก และรวบรวมภาพถ่ายสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ เพื่อให้ผู้อ่านได้รับข้อมูลที่ชัดเจนและเกิดความเข้าใจที่ถูกต้อง นอกจากนี้ยังเป็นการให้ความรู้และสร้างความน่าสนใจแก่ผู้อ่านซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของลักษณะ สตะเวทิน (2542) เกี่ยวกับสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ว่าเป็นสื่อที่ช่วยในการสร้างความเข้าใจอันดีกับกลุ่มเป้าหมาย โดยการประชาสัมพันธ์บอกเรื่องราว รวมถึงการเผยแพร่เนื้อหา ความรู้และข้อมูลรายละเอียด โดยการใช้ความคิดสร้างสรรค์ เพื่อให้เกิดความน่าสนใจ และมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ผู้อ่านได้รับความรู้และเกิดความสนใจในสื่อที่สื่อสารออกไป

ส่วนภาพถ่ายที่เลือกใช้ในงานออกแบบสามารถสื่อถึงสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ ได้อย่างชัดเจน โดยเฉพาะวัดพระมหาธาตุวรมหาวิหารซึ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดนครศรีธรรมราช มีองค์ประกอบของภาพที่สวยงามเข้าใจง่ายและสามารถจูงใจทำให้อยากเดินทางไปท่องเที่ยวได้มากขึ้น นอกจากนี้ภาพถ่ายที่เลือกใช้ยังมีมุมมองของภาพที่แปลกใหม่ จึงทำให้ผู้อ่านเกิดความสนใจและสามารถทำความเข้าใจได้ง่ายขึ้น ทั้งนี้เพราะภาพถ่ายสามารถดึงดูดความสนใจของผู้อ่านและเกิดความรู้สึกที่ดีต่อสถานที่ท่องเที่ยวซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของผดุง พรหมมูล (2545) เกี่ยวกับภาพประกอบว่าเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญต่อการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ ซึ่งช่วยในการสื่อความหมายและสร้างความเข้าใจให้มากยิ่งขึ้น และใช้ในการประกอบกับเนื้อหา เพื่อให้ผู้อ่านเกิดความรู้สึกและคล้อยตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ซึ่งแบ่งประเภทของภาพประกอบได้ 3 ประเภท ดังนี้ ประเภทแรก คือ ภาพเหมือนจริง เป็นภาพที่มีรายละเอียดเหมือนจริงตามที่ตามองเห็น ซึ่งสามารถบ่งบอกข้อเท็จจริงแก่ผู้อ่าน ในการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในส่วนนี้ส่วนใหญ่จะใช้ภาพถ่ายของแหล่งท่องเที่ยวในการดึงดูดความสนใจของผู้อ่าน ประเภทที่สอง คือ ภาพกึ่งสัญลักษณ์ เป็นภาพที่ดัดแปลงมาจากภาพเหมือนจริง อาจเกิดจากการตัดทอน หรือเพิ่มเติมรายละเอียดเพื่อสร้างความรู้สึกแปลกใหม่และเพิ่มความน่าสนใจให้แก่ผู้อ่านมากขึ้น และประเภทสุดท้าย คือ ภาพสัญลักษณ์ เป็น

ภาพในลักษณะของนามธรรม ซึ่งเป็นการนำมาตกแต่งเพื่อสร้างความน่าสนใจให้กับงานออกแบบ และรวมถึงภาพสัญลักษณ์ที่แทนความหมายต่าง ๆ ที่สามารถรับรู้ได้ร่วมกัน

ส่วนผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแบบจำลองกระบวนการตอบสนองต่อสื่อ (AIDA Model) ด้านการดึงดูดความสนใจ พบว่า สื่อสิ่งพิมพ์ที่มีความน่าสนใจทำให้นักท่องเที่ยวอยากที่จะเปิดอ่าน โดยเฉพาะเมื่อเห็นหน้าปก เนื่องจากหน้าปกมีการออกแบบที่ทันสมัยและใช้สีที่สดใสทำให้เกิดความน่าสนใจและอยากหยิบขึ้นมาอ่านและมีการรวบรวมสถานที่ท่องเที่ยวไว้มากมายและหลากหลายล้วนเป็นเอกลักษณ์และสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดนครศรีธรรมราชเอาไว้ มีการใช้คำว่า “นครศรีธรรมราช” ซึ่งมีความโดดเด่นและชัดเจน จึงทำให้หน้าปกมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของจังหวัดนครศรีธรรมราช ทั้งนี้เพราะหน้าปกสามารถสร้างการดึงดูดความสนใจให้แก่ผู้อ่านทั้งในส่วนของข้อความและภาพประกอบซึ่งสอดคล้องแนวความคิดของ อารยะ ศรีกัลยาณบุตร (2550) เกี่ยวกับองค์ประกอบและการจัดวางองค์ประกอบของหน้าปก ซึ่งประกอบด้วย 1) พาดหัว จะต้องอยู่ที่หน้าปกและวางอยู่ในตำแหน่งที่เด่น และสามารถมองเห็นชัดเจน มักนิยมวางไว้ส่วนบนของปกหน้า ตัวอักษรที่ใช้พาดหัวมักมีขนาดใหญ่ เนื่องจากส่วนใหญ่แล้วพาดหัวจะเป็นเพียงข้อความสั้น ๆ ทำให้อ่านได้ชัดและเข้าใจง่าย สามารถใช้ตัวอักษรได้หลากหลายรูปแบบ หรือเป็นตัวอักษรที่ประดิษฐ์ขึ้นมาใหม่ 2) ภาพในปกหน้า ภาพประกอบหลักจะอยู่บริเวณปกหน้าเช่นเดียวกับพาดหัว เนื่องจากเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการดึงดูดความสนใจควบคู่ไปกับพาดหัว ส่วนประกอบทั้งสองอาจไม่จำเป็นต้องคู่กันเสมอไป ภาพประกอบหลักนี้อาจจะเป็นภาพถ่ายหรือภาพวาดด้วยเทคนิคต่าง ๆ ก็ได้ และต้องพิจารณาการเลือกภาพกับพาดหัวให้มีความสอดคล้องกันและสามารถส่งเสริมกันและกัน และ 3) ข้อความบนปก เป็นข้อความที่ประกอบพาดหัว แต่ต้องระมัดระวังการจัดวางเพื่อไม่ให้เด่นและแย่งความน่าสนใจไปจากพาดหัว ข้อความบนหน้าปกมักเป็นตัวพิมพ์ธรรมดา อ่านง่าย นอกจากนี้การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เล่มนี้ยังมีการออกแบบที่ทันสมัยและแปลกใหม่ ทั้งขนาดของรูปเล่มที่มีขนาดเล็กกะทัดรัด การจัดวางรูปร่าง (Layout) และการเลือกใช้โทนสีที่สดใส เมื่อเทียบกับสื่อสิ่งพิมพ์เล่มอื่น ๆ ทำให้เห็นถึงความแตกต่างจากหนังสือท่องเที่ยวทั่วไป และสิ่งที่ดึงดูดใจก็อย่างหนึ่งคือชื่อของจังหวัดนครศรีธรรมราช เนื่องจากเป็นจังหวัดที่ไม่ค่อยมีหนังสือออกมามากนักจึงทำให้สื่อสิ่งพิมพ์เล่มนี้มีความน่าสนใจเพิ่มขึ้น ทั้งนี้การออกแบบที่ทันสมัยและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวสามารถทำให้ผู้อ่านเกิดความสนใจและพร้อมที่จะเปิดรับซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของกัญฉนิพัทธ์ วงศ์สมุทร (2549); ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ (2548) และดารา ทีปะपाल (2546) เกี่ยวกับการดึงดูดความสนใจ (Attention) หมายถึง การที่สื่อสามารถดึงดูดความสนใจจากผู้รับสารได้ตั้งแต่แรกเห็น และทำให้ผู้รับสารเกิดความสนใจและตั้งใจที่เปิดรับสื่อ นั่นคือสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชควรทำให้ผู้รับสารเกิดความสนใจและพร้อมที่จะเปิดรับแต่ตั้งแรกเห็น

ด้านการสนใจติดตาม ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจกับสื่อสิ่งพิมพ์นี้พอสมควร และกล่าวว่าสื่อสิ่งพิมพ์นี้เป็นตัวเลือกที่ดีที่สุดสำหรับนักท่องเที่ยว มีการบอกข้อมูลการท่องเที่ยวของ จังหวัดนครศรีธรรมราชซึ่งทำให้คนที่ไม่เคยมาท่องเที่ยวสามารถรู้จักจังหวัดนครศรีธรรมราชได้มากขึ้น ภายในเล่มมีการรวบรวมข้อมูลของสถานที่ท่องเที่ยวและภาพถ่ายของจังหวัดนครศรีธรรมราชไว้ อย่างชัดเจนเป็นแรงดึงดูดทำให้เกิดความต้องการอยากเดินทางมาท่องเที่ยวได้ดี นอกจากนี้ยังมีความ แปลกใหม่และแตกต่างจากสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวอื่น ๆ ในด้านการออกแบบ จุดเด่น ของสื่อสิ่งพิมพ์เล่มนี้คือการจัดวางองค์ประกอบ เนื่องจากข้อมูลเนื้อหาของการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ก็มีความ คล้ายคลึงกันแต่ความคิดสร้างสรรค์ของการออกแบบจะทำให้ผลงานออกมามีความแตกต่างกัน และสื่อสิ่งพิมพ์เล่มนี้มีการสรุปสาระสำคัญของข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวผสมกับการออกแบบที่ ความทันสมัยและเน้นภาพถ่ายของสถานที่ท่องเที่ยว รวมถึงมีการเน้นองค์ประกอบและรายละเอียด เล็ก ๆ น้อย ๆ ในแต่ละหน้า จึงทำให้มีจุดเด่นและเอกลักษณ์เฉพาะตัว นอกจากนี้ขนาดของสื่อ สิ่งพิมพ์มีความแตกต่างจากสื่อประชาสัมพันธ์ทั่วไป เนื่องจากเล่มนี้มีขนาดกะทัดรัดสามารถพกพาได้ สะดวก ทั้งนี้เพราะการออกแบบสามารถเพิ่มความน่าสนใจ รวมถึงสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการ สื่อสารได้ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของอารยะ ศรีภักษานบุตร (2550) เกี่ยวกับความสำคัญของการ ออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ นอกจากนี้ข้อมูลที่นำมาพิมพ์ สิ่งที่ต้องคำนึงถึงอีกเรื่องหนึ่งก็คือ ความ น่าสนใจของสื่อสิ่งพิมพ์ การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์จึงเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารให้เนื้อหาที่ นำมาพิมพ์เพื่อให้เกิดผลลัพธ์เป็นขั้นตอน ดังต่อไปนี้ 1) ดึงดูดใจให้ผู้ที่พบเห็นให้เกิดความสนใจในสื่อ สิ่งพิมพ์ โดยต้องเริ่มจากการวางแผนในการจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ ทั้งการระบุกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน เพื่อนำมาวิเคราะห์บุคลิกภาพลักษณะนิสัย รสนิยม ข้อมูลเหล่านี้ทำให้นักออกแบบสามารถรู้แนวทางใน การนำไปออกแบบได้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย 2) ถ่ายทอดข้อมูลที่ต้องการจะสื่อสาร อย่างชัดเจนและเหมาะสมกับผู้รับสื่อ เมื่อทำการออกแบบที่สามารถดึงดูดความสนใจจาก กลุ่มเป้าหมายได้แล้ว ขั้นตอนต่อมาคือ การเลือกและการจัดวางองค์ประกอบที่ถูกต้องและเหมาะสม 3) สร้างความประทับใจทำให้ข้อมูลที่สื่อสารเป็นที่จดจำ ข้อมูลที่สื่อสารออกไปนั้นจะเกิดประโยชน์ และมีประสิทธิภาพมากขึ้นก็ต่อเมื่อผู้รับสารสามารถจดจำเนื้อหาที่สื่อสารออกไปได้ นอกจากนี้การ ออกแบบที่แปลกใหม่และสร้างความแตกต่างสามารถทำให้อ่านเกิดความสนใจซึ่งสอดคล้องกับ ผลการวิจัยของกัญจณิพัทธ์ วงศ์สมุทร (2549); ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ (2548) และดารา ทีปะपाल (2546) เกี่ยวกับการสนใจติดตาม (Interest) หมายถึง การที่สื่อสามารถสร้างความสนใจและความ เข้าใจให้แก่ผู้รับสารโดยการสร้างความแตกต่าง แปลกใหม่ และให้ผู้รับสารเห็นถึงประโยชน์จะได้รับ โดยสื่อจะมีลักษณะจูงใจเพื่อให้เกิดการสนใจติดตาม นั่นคือสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การ ท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชควรมีรูปแบบที่แตกต่าง แปลกใหม่ และสามารถให้ข้อมูลที่เป็น ประโยชน์แก่ผู้รับสาร

ด้านการกระตุ้นให้เกิดความต้องการ ผลการวิจัยพบว่า สื่อสิ่งพิมพ์นี้สามารถทำให้รู้จักจังหวัดนครศรีธรรมราชมากขึ้น เนื่องจากมีข้อมูลรายละเอียดและการแบ่งประเภทของสถานที่ท่องเที่ยวอย่างชัดเจน มีการรวบรวมความน่าสนใจของสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งไว้จึงทำให้รู้จักสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดนครศรีธรรมราชเพิ่มมากขึ้น และเห็นว่าชาวจังหวัดนครศรีธรรมราชคงจะภูมิใจที่มีสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวนี้เช่นกัน เพราะสื่อสิ่งพิมพ์นี้สามารถเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชมากขึ้น ส่วนความพึงพอใจต่อสื่อสิ่งพิมพ์นั้นอยู่ในระดับมาก เนื่องด้วยขนาดที่มีความเหมาะสม กะทัดรัดและสะดวกต่อการพกพา ส่วนการออกแบบค่อนข้างมีความทันสมัยและมีความน่าสนใจ สามารถอ่านได้และสามารถเข้าใจง่ายทุกเพศทุกวัย ทั้งนี้เพราะการทำให้ผู้อ่านเกิดความพึงพอใจสามารถนำไปสู่การเกิดความต้องการอยากเดินทางไปท่องเที่ยวได้ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของกัญจณีพัฐ วงศ์สุเมธรัตน์ (2549); ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ (2548) และดารา ทีปะपाल (2546) เกี่ยวกับการกระตุ้นให้เกิดความต้องการ (Desire) หมายถึง การที่สื่อสามารถกระตุ้นให้ผู้อ่านเกิดความพึงพอใจและความสนใจมากขึ้น ทำให้เกิดเป็นความต้องการอยากได้และนำไปสู่การกระทำต่อไป นั่นคือสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชควรมีการนำเสนอที่สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้อ่านได้ ทั้งในด้านการออกแบบและข้อมูลการท่องเที่ยวเพื่อทำให้ผู้อ่านเกิดความต้องการในสื่อและนำไปสู่การเดินทางมาท่องเที่ยวต่อไป

ด้านการก่อให้เกิดการกระทำ ผลการวิจัยพบว่าสื่อสิ่งพิมพ์นี้ช่วยกระตุ้นให้เกิดความต้องการอยากเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชได้ค่อนข้างมาก เนื่องจากภาพถ่ายมีความน่าสนใจและสามารถดึงดูดใจให้อยากเดินทางมาท่องเที่ยว ซึ่งภาพถ่ายที่เลือกใช้ก็มีความชัดเจนและสวยงามทำให้สามารถดึงดูดใจและเชิญชวนให้อยากเดินทางมาท่องเที่ยวได้ นอกจากนี้ทำให้ผู้อ่านรู้จักจังหวัดนครศรีธรรมราชว่าเป็นจังหวัดที่มีสถานที่ท่องเที่ยวหลากหลายและครบครัน เช่น วัด ภูเขา น้ำตก ทะเล ฯลฯ มากขึ้น ทั้งนี้เพราะการสร้างความน่าสนใจและดึงดูดใจให้แก่ผู้อ่านสามารถกระตุ้นให้เกิดการเดินทางมาท่องเที่ยวได้ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของกัญจณีพัฐ วงศ์สุเมธรัตน์ (2549); ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ (2548) และดารา ทีปะपाल (2546) เกี่ยวกับการก่อให้เกิดการกระทำ (Action) หมายถึง การที่สื่อสามารถกระตุ้นให้ผู้อ่านเกิดพฤติกรรมตอบสนองหรือก่อให้เกิดการกระทำ นั่นคือสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชควรทำให้ผู้อ่านเกิดความสนใจในสื่อและก่อให้เกิดความต้องการอยากเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช

สื่อสิ่งพิมพ์นี้ควรมีการปรับปรุงและแก้ไขในส่วนของข้อมูลในการประชาสัมพันธ์ ควรมีการเพิ่มเติมรายละเอียดของแผนที่ เส้นทางการเดินทาง โรงแรมที่พัก ร้านอาหารและเบอร์ติดต่อฉุกเฉินภายในจังหวัด เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อการใช้งานจริงมากที่สุด รวมถึงเพิ่มเติมชื่อสถานที่ท่องเที่ยวได้ภาพถ่ายให้ชัดเจนเพื่อไม่ให้เกิดความสับสนได้ นอกจากนี้ควรเพิ่มเติมสารบัญเพื่อสะดวกในการค้นหา

หรือเน้นหัวข้อการแบ่งประเภทของสถานที่ท่องเที่ยวให้ชัดเจนกว่านี้ และเพิ่มเติมภาษาอังกฤษสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ รวมถึงควรมีสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวประเภทอื่น ๆ เพิ่มเติมด้วย

ข้อเสนอแนะเพื่อการนำไปใช้

1. สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชที่ออกแบบขึ้นมาใหม่นี้ มีข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเฉพาะภาษาไทย จึงทำให้มีกลุ่มเป้าหมายเป็นได้เพียงกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยเท่านั้น ดังนั้น ถ้าต้องการส่งเสริมการท่องเที่ยวและเพิ่มกลุ่มเป้าหมายเป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติจึงควรมีการเพิ่มเติมข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเป็นภาษาอังกฤษสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติด้วย

2. สื่อสิ่งพิมพ์นี้เน้นเพียงการประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราชจึงทำให้ยังขาดข้อมูลเกี่ยวกับการอำนวยความสะดวกในการเดินทางบางส่วน ดังนั้น ถ้าต้องการให้สื่อสิ่งพิมพ์มีความสมบูรณ์แบบและมีข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่ครบครันมากยิ่งขึ้นควรมีการเพิ่มข้อมูลเกี่ยวกับแผนที่ โรงแรมที่พัก ร้านอาหาร รวมถึงเบอร์โทรศัพท์ฉุกเฉิน เข้าไปด้วยเพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว

3. สามารถนำรูปแบบการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์นี้ไปประยุกต์ใช้กับสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวช่องทางอื่น ๆ ทั้งสื่อออนไลน์ (Online) เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) อินสตาแกรม (Instagram) เว็บไซต์ (Website) จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) และเว็บไซต์ยูทูบ (Youtube) เป็นต้น และสื่อออฟไลน์ (Offline) เช่น วารสาร นิตยสาร ป้ายโฆษณา หนังสือพิมพ์ และโทรทัศน์ เป็นต้น ควบคู่กันไป เพื่อนักท่องเที่ยวสามารถหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวได้สะดวกมากขึ้น

4. สามารถนำแนวความคิดและรูปแบบของสื่อสิ่งพิมพ์นี้ไปปรับใช้กับจังหวัดอื่น ๆ ของประเทศไทยเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายมากยิ่งขึ้น รวมถึงเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดได้อีกทางหนึ่ง

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

1. การวิจัยครั้งนี้ ได้ศึกษาเฉพาะสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราชเท่านั้น ดังนั้น จึงควรศึกษาสื่อสิ่งพิมพ์ของจังหวัดอื่น ๆ ของประเทศไทยเพิ่มเติมด้วย เพื่อนำผลวิจัยของแต่ละจังหวัดมาเปรียบเทียบกันและหาข้อสรุปแนวทางในการพัฒนาการออกแบบให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวให้ได้มากที่สุดเพื่อประโยชน์ในการนำสื่อสิ่งพิมพ์ไปใช้งานจริง

2. การวิจัยครั้งนี้ ได้ศึกษากลุ่มตัวอย่างเฉพาะนักท่องเที่ยวและผู้เชี่ยวชาญทางด้าน การ ออกแบบที่เป็นชาวไทยเท่านั้น จึงทำให้ได้ความคิดเห็นเฉพาะในมุมมองของชาวไทย จึงควรมีการวิจัย นักท่องเที่ยวและผู้เชี่ยวชาญทางด้าน การออกแบบชาวต่างชาติด้วย เนื่องจากจะได้นำข้อมูลไปหา แนวทางในการพัฒนาสื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในรูปแบบของภาษาอังกฤษ เพื่อเป็นการ เพิ่มกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้อีกทางหนึ่ง

3. การวิจัยครั้งต่อไปควรมีการเพิ่มจำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ให้มีปริมาณมากขึ้น ทั้งผู้เชี่ยวชาญ ทางด้านการออกแบบและนักท่องเที่ยว โดยการเลือกผู้ให้สัมภาษณ์ที่มีความหลากหลายทางด้าน ประชากรศาสตร์ เพื่อผลการวิจัยที่ครอบคลุมมากขึ้น รวมถึงมีความแม่นยำของผลวิจัยและทำให้ งานวิจัยมีคุณภาพมากขึ้น

4. การวิจัยครั้งต่อไปควรใช้แบบจำลองกระบวนการตอบสนองต่อสื่อ (AIDA Model) ในการ วิจัยทั้ง 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การ ท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545-2555 และส่วนที่ 2 การประเมินผลการ ออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชที่ออกแบบขึ้นมาใหม่ เนื่องจากเงื่อนไขในการวิจัยควรเหมือนกันเพื่อทำให้งานวิจัยมีความแม่นยำและมีคุณภาพ

บรรณานุกรม

- กระทรวงการท่องเที่ยวและการกีฬา. (2554). *กราฟสถิติด้านการท่องเที่ยว*. สืบค้นจาก http://secretary.mots.go.th/main.php?filename=76_provinces.
- กัญฉนิพัทธ์ วงศ์สุเมธรัตน์. (2549). *กระบวนการดำเนินงานโฆษณา*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2553). *ประเทศไทย*. สืบค้นจาก <https://thai.tourismthailand.org/ประเทศไทย/ลักษณะภูมิประเทศ>.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานนครศรีธรรมราช. (2554). *นครศรีธรรมราช*. ม.ป.ท.: กองผลิตอุปกรณ์เผยแพร่ ฝ่ายบริการการตลาด.
- ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2542). *การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชนัญชี ภังคานนท์. (2548). *สื่อสิ่งพิมพ์* (พิมพ์ครั้งที่ 8). ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ชาญวิทย์ หาญรินทร์. (2547). *การผลิตสื่อสิ่งพิมพ์*. กรุงเทพฯ: ศูนย์ส่งเสริมอาชีพ.
- ดารา ทีปะपाल. (2546). *การสื่อสารการตลาด*. กรุงเทพฯ: อมรการพิมพ์.
- ดวงพร คำณวัฒน์ และวาสนา จันทร์สว่าง. (2541). *สื่อสารการประชาสัมพันธ์* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: สามเจริญพาณิชย์.
- ถวัลย์ ใจน้อย. (2550). *ความพึงพอใจของผู้รับสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ธนเดช กุลปิติกวัน. (ม.ป.ป.). *IMC plan*. กรุงเทพฯ: เลิฟ แอนด์ ลิฟ.
- ธวัชชัย กลิ่นนาค. (2554). *การศึกษาพฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สุราษฎร์ธานี*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.
- นายรอบรู้. (ม.ป.ป.). *นครศรีธรรมราช เที่ยวทั่วไทยไปกับ “นายรอบรู้”*. กรุงเทพฯ: สารคดี.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์.
- ประดิษฐ์ จุมพลเสถียร. (2547). *การสร้างแบรนด์และการสื่อสารการตลาด*. กรุงเทพฯ: แพค อินเทอร์เน็ตกรุ๊ป.
- ประทุม ฤกษ์กลาง. (2550). *การประชาสัมพันธ์* (พิมพ์ครั้งที่ 4). ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ประทุม ฤกษ์กลาง. (2553). *ระเบียบวิธีวิจัยการสื่อสาร* (พิมพ์ครั้งที่ 9). ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ประพันธ์ งามเนตร. (2540). *คู่มือ Graphic Design ออกแบบสิ่งพิมพ์*. กรุงเทพฯ: สุขภาพใจ.

- ผดุง พรหมมูล. (2545). *การสร้างภาพประกอบหนังสือ*. ม.ป.ท: ม.ป.พ.
- พรทิพย์ สัมปตตะวานิช. (2547). *การตลาดเพื่อสังคม* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พิมพ์ลภัส พงศกรรังศิลป์. (2547). *ภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราชในมุมมองของนักท่องเที่ยว*. มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์.
- พิสมัย ถาวรวงษ์. (2549). *กลยุทธ์และประสิทธิผลการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดภาคใต้ตอนบน*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พัชนี เขยจรรยา, เมตตา วิวัฒน์านุกุล และถิรนนท์ อนวัชศิริวงศ์. (2541). *แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์* (พิมพ์ครั้งที่ 5). ม.ป.ท: เบลโล่การพิมพ์.
- วลัยพร รัตระกูลไพบุลย์. (2551). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วิรุณ ตั้งเจริญ. (2545). *ออกแบบกราฟิก* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: อีแอนดีไอคิว.
- วิรัช ลภีรัตนกุล. (2544). *การประชาสัมพันธ์แบบบูรณาการ*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วีราภรณ์ วยวัฒน์. (2549). *การวิเคราะห์แผนยุทธศาสตร์และเสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อย่างยั่งยืน: กรณีศึกษาจังหวัดนครศรีธรรมราช*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์. (2548). *การโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด*. กรุงเทพฯ: ท้อป.
- ศุภร เสรีรัตน์. (2545). *พฤติกรรมผู้บริโภค* (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: เออาร์ บีซีเนส เพรส.
- ศุภลักษณ์ อัครางกูร. (2547). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. ขอนแก่น: คลังน่านาวิทยา.
- สวรส เห็นแก้ว (บก.). (2552). *คู่มือนครศรีธรรมราช*. นนทบุรี: อินฟินิตี้ แอดเวอไทซิ่ง.
- สุจิตรา ขำจิตร. (2552). *แนวทางการพัฒนาคุณภาพสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- สุภารัตน์ ดิษยวรรณนะ จันทรวัดานากุล. (2551). *สื่อมวลชนกับสังคม*. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สุมิตรา ศรีวิบูลย์. (2544). *การออกแบบนิเทศศิลป์ 1*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ. (2546). *การผลิตสื่อสิ่งพิมพ์* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือสวนสุนันทา.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). *การประชาสัมพันธ์: ทฤษฎีและปฏิบัติ*. กรุงเทพฯ: เพชรจรัสแสงแห่งโลกธุรกิจ.
- โสรัชย์ นันทวัชรวิบูลย์. (2545). *Be Graphic เส้นทางกราฟิกดีไซน์เนอร์*. กรุงเทพฯ: เอ. อาร์. อินฟอร์เมชัน แอนด์ พับลิเคชัน.

- สำนักงานการท่องเที่ยวและการกีฬาจังหวัด. (2552). *แนวทางการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัด*. สืบค้นจาก [http://www.mots.go.th/download/Strategy/tourism%20plan_v1_19\[1\].06.09.pdf](http://www.mots.go.th/download/Strategy/tourism%20plan_v1_19[1].06.09.pdf).
- ศักดิ์ดา ประจุกติลปะ. (2543). *โลตทศนุปรกรรม* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: ป.สัมพันธ์พาณิชย์.
- ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์. (2548). *การโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด*. กรุงเทพฯ: ท้อป.
- อารยะ ศรีกัลยาณบุตร. (2550). *การออกแบบสิ่งพิมพ์*. กรุงเทพฯ: วิสคอมเซ็นเตอร์.
- อารีพรรณ ปิ่นเจริญ. (2553). *ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์กราฟิกในการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- องอาจ ปทะวานิช. (2550). *การโฆษณาและกลยุทธ์การส่งเสริมการขาย*. กรุงเทพฯ: แสงดาว.
- อรรธรณ ปิลันธน์โอวาท. (2546). *การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Busby, L. J. (1988). *Mass communication in a new age: A media survey*. Glenview, IL: Scott, Foresman.
- Cooper, C., Gillbert, D., Wanhill, S., Fyall, A., & Fletcher, J. (2008). *Tourism: Principles and practice* (4th ed.). Harlow: Financial times - prentice hall.
- Gass, R. H., & Seiter, J. S. (2003). *Persuasion, social influence, and compliance gaining* (2nd ed.). Boston: Allyn & Bacon.
- McQuil, D. (2005). *McQuil's mass communication theory* (5th ed.). London: Sage.
- Parente, D. E. (2006). *Advertising campaign strategy: A guide to marketing communication plans* (4th ed.). Canada: South-Western.
- Rogers, E. M., & Shoemaker, F.F. (1971). *Communication of innovations: A cross-cultural approach*. NY: Free press.
- Schmoll, G. A. (1977). *Tourism promotion*. London: Tourism international press.
- Severin, W. J., & Tankard, J. W. (2001). *Communication theories: Origins, methods, and uses in the mass media* (5th ed.). NY: Longman.
- Verderber, K. S., Verderber, R. F., & Sellnow, D. D. (2008). *Communicate!* (13th ed.). Canada: Wadsworth.
- Vivian, J. (1993). *The media of mass communication* (2nd ed.). Boston: Allyn & Bacon.
- Zimbardo, P. G., & Leippe, M. R. (1991). *The psychology of attitude change and social influence*. NY: Mcgraw-hill.



ภาคผนวก ก
แนวคำถามและรายชื่อผู้เข้าร่วมการจัดกลุ่มสนทนา

แนวคำถามในการจัดกลุ่มสนทนา

การวิเคราะห์ การพัฒนา และการประเมินผลออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การ
ท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช

1. คุณเคยเห็นสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชจากแหล่งใดบ้าง กรุณายกตัวอย่าง
2. คุณคิดว่าจุดเด่นของจังหวัดนครศรีธรรมราชคืออะไร และจุดเด่นนั้นถูกนำเสนอผ่านสื่อประชาสัมพันธ์หรือไม่ อย่างไร
3. ถ้าคุณจะเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชคุณต้องการสื่อสิ่งพิมพ์ชนิดใดในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

หลักการออกแบบ

ความคิดเห็นด้านการจัดวางองค์ประกอบการออกแบบ

4. คุณคิดว่าขนาดของสื่อสิ่งพิมพ์เหล่านี้ความเหมาะสมและสะดวกต่อการพกพาอย่างน้อยเพียงใด เพราะเหตุใด
5. ถ้ามีการออกแบบชิ้นใหม่ คุณต้องการสื่อสิ่งพิมพ์ขนาดใดเพื่อสะดวกต่อการพกพา
6. คุณคิดอย่างไรกับการจัดวางองค์ประกอบของหน้าปก ทั้งตัวอักษรและรูปภาพของสื่อสิ่งพิมพ์เหล่านี้
7. ถ้ามีการออกแบบชิ้นใหม่ คุณต้องการการจัดวางองค์ประกอบหน้าปกอย่างไรจึงจะเหมาะสม

ความคิดเห็นด้านตัวอักษร

8. คุณคิดว่ารูปแบบและขนาดของตัวอักษรมีความเหมาะสมกับการอ่านอย่างน้อยเพียงใด เพราะเหตุใด
9. ถ้ามีการออกแบบชิ้นใหม่ คุณต้องการรูปแบบและขนาดของตัวอักษรอย่างไรจึงจะเหมาะสม

ความคิดเห็นด้านภาพประกอบ

10. คุณคิดอย่างไรต่อขนาดและการจัดวางของภาพถ่ายที่ใช้เป็นภาพประกอบในสื่อสิ่งพิมพ์เหล่านี้
11. ถ้ามีการออกแบบชิ้นใหม่ คุณต้องการขนาดและการจัดวางของภาพถ่ายที่ใช้เป็นภาพประกอบมีลักษณะอย่างไร

ความคิดเห็นด้านการเลือกใช้สี

12. คุณมีความคิดเห็นเกี่ยวกับโทนสีโดยรวมของงานออกแบบนี้อย่างไรบ้าง
13. ถ้ามีการออกแบบชิ้นใหม่ คุณต้องการโทนสีของสื่อสิ่งพิมพ์นี้เป็นโทนสีอะไร

คำถามเพิ่มเติม

14. คุณคิดว่าสื่อสิ่งพิมพ์เหล่านี้มีความน่าสนใจมากน้อยเพียงใด เพราะเหตุใด
15. คุณคิดว่าสื่อสิ่งพิมพ์มีข้อบกพร่องอย่างไร
16. คุณคิดว่าสื่อสิ่งพิมพ์เหล่านี้ควรมีการปรับปรุงและแก้ไขในส่วนใดบ้างเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อการใช้งานมากที่สุด
17. ถ้าจะมีการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ขึ้นมาใหม่ คุณคิดว่าควรออกแบบอย่างไรเพื่อให้เกิดความแปลกใหม่และแตกต่างกับสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีอยู่ในปัจจุบัน
18. คุณมีข้อเสนอแนะในการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ขึ้นมาใหม่อย่างไรบ้าง

จัดกลุ่มสนทนาเมื่อวันที่ 19 กันยายน พ.ศ. 2556 ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มทั้งหมด 8 คนประกอบด้วยผู้เชี่ยวชาญทางการออกแบบ

1. คุณสินเหา ยอดไชย
อาชีพ นักศึกษาปริญญาโท และนักออกแบบอิสระ (Freelance Graphic Designer)
ประสบการณ์ทำงานเกี่ยวกับการออกแบบ 5 ปี
2. คุณอรอุมา จันทร์จรัสจิตร
อาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน
ตำแหน่ง กราฟิกดีไซน์เนอร์ (Graphic Designer)
ประสบการณ์ทำงานเกี่ยวกับการออกแบบ 7 ปี
3. คุณวัชรพงศ์ พูนศิริธนานนท์
อาชีพ ธุรกิจส่วนตัว (งานออกแบบป้ายและสื่อสิ่งพิมพ์)
ประสบการณ์ทำงานเกี่ยวกับการออกแบบ 27 ปี
4. คุณพันธ์ยศ มงคลพุทธรังสี
อาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน
ตำแหน่ง ซีเนียร์ กราฟิกดีไซน์เนอร์ (Senior Graphic Designer)
ประสบการณ์ทำงานเกี่ยวกับการออกแบบ 13 ปี

นักท่องเที่ยวยาวไทย

1. คุณวรานิษฐ์ เลิศสิทธิวงศ์
อาชีพ ธุรกิจส่วนตัว
ประสบการณ์ท่องเที่ยวภายในประเทศปีละ 3-4 ครั้ง

2. คุณณัฐธินิชา ลีละกุล
อาชีพ นักศึกษาปริญญาโท
ประสบการณ์ท่องเที่ยวภายในประเทศปีละ 2 ครั้ง
3. คุณเรวดี แซ่จั่น
อาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน
ประสบการณ์ท่องเที่ยวภายในประเทศปีละ 1-2 ครั้ง
4. คุณณิชาดา จาริยะ
อาชีพ ธุรกิจส่วนตัว
ประสบการณ์ท่องเที่ยวภายในประเทศปีละ 2-3 ครั้ง





แนวคำถามในการสัมภาษณ์

การวิเคราะห์ การพัฒนา และการประเมินผลการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การ
ท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช

ประสิทธิผลของการออกแบบ

ความคิดเห็นด้านการตอบสนองประโยชน์ใช้สอย

1. คุณคิดว่าขนาดของสื่อสิ่งพิมพ์นี้มีความเหมาะสมและสะดวกต่อการพกพามากน้อยเพียงใด อย่างไร
2. คุณคิดว่าขนาดของตัวอักษรมีความเหมาะสมกับการอ่านมากน้อยเพียงใด เพราะเหตุใด
3. คุณคิดอย่างไรต่อรูปแบบของตัวอักษรที่เลือกใช้ในสื่อสิ่งพิมพ์นี้ เพราะเหตุใด
4. คุณคิดอย่างไรต่อขนาดและการจัดวางของภาพถ่ายที่ใช้เป็นภาพประกอบในสื่อสิ่งพิมพ์นี้
ความคิดเห็นด้านความสวยงามพึงพอใจ
5. คุณมีความคิดเห็นต่อการจัดองค์ประกอบโดยรวมของการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์นี้อย่างไร
6. คุณมีความคิดเห็นเกี่ยวกับโทนสีทั้งด้านความรู้สึกและการคุมโทนสีโดยรวมของงานออกแบบนี้อย่างไรบ้าง
7. คุณคิดว่าการออกแบบปกหน้า-หลัง มีความสนใจมากน้อยเพียงใด เพราะเหตุใด
8. คุณคิดว่าสื่อสิ่งพิมพ์นี้มีความสร้างสรรค์มากน้อยเพียงใด อย่างไร

ความคิดเห็นด้านการสื่อความหมาย

9. คุณคิดว่าสื่อสิ่งพิมพ์นี้มีการจัดแบ่งข้อมูลที่น่าสนใจและเหมาะสมกับการประชาสัมพันธ์
มากน้อยเพียงใด เพราะเหตุใด
10. คุณคิดว่าภาพถ่ายที่เลือกใช้สามารถถ่ายทอดความรู้สึกได้มากน้อยเพียงใด เพราะเหตุใด
11. คุณคิดว่าสื่อสิ่งพิมพ์นี้มีความต่อเนื่องของเนื้อหา มากน้อยเพียงใด เพราะเหตุใด
12. คุณคิดว่าสื่อสิ่งพิมพ์นี้เหมาะสมกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวหรือไม่ อย่างไร

แบบจำลองกระบวนการตอบสนองต่อสื่อ (AIDA Model)

ความคิดเห็นด้านความตั้งใจ

13. เมื่อคุณเห็นสื่อสิ่งพิมพ์นี้คุณมีความตั้งใจที่จะเปิดอ่านมากน้อยเพียงใด เพราะเหตุใด
14. สิ่งดึงดูดใจให้คุณอ่านสื่อสิ่งพิมพ์นี้คืออะไร เพราะเหตุใด

ความคิดเห็นด้านความสนใจ

15. คุณคิดว่าสื่อสิ่งพิมพ์นี้มีความน่าสนใจมากน้อยเพียงใด เพราะเหตุใด
16. คุณคิดว่าสื่อสิ่งพิมพ์นี้มีความแปลกใหม่และแตกต่างกับสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว
อื่น ๆ อย่างไรบ้าง

ความคิดเห็นด้านความต้องการอยากได้

17. เมื่อคุณเปิดอ่านแล้ว สื่อสิ่งพิมพ์นี้สามารถทำให้คุณรู้จักจังหวัดนครศรีธรรมราชมากขึ้น
อย่างน้อยเพียงใด เพราะเหตุใด
18. คุณมีความพึงพอใจต่อสื่อสิ่งพิมพ์นี้อย่างน้อยเพียงใด อย่างไร

ความคิดเห็นด้านการตัดสินใจซื้อ

19. คุณคิดว่าสื่อสิ่งพิมพ์นี้ช่วยกระตุ้นให้คุณเกิดความต้องการอยากเดินทางมาท่องเที่ยว
จังหวัดนครศรีธรรมราชหรือไม่ อย่างไร
20. คุณคิดว่าสื่อสิ่งพิมพ์นี้ควรมีการปรับปรุงและแก้ไขในส่วนใดบ้างเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อ
การใช้งานมากที่สุด

คำถามเพิ่มเติม

21. ข้อเสนอแนะในการแก้ไขปรับปรุงสื่อสิ่งพิมพ์นี้ในส่วนใดบ้าง อย่างไร

สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวนทั้งหมด 15 คนประกอบด้วย

ผู้เชี่ยวชาญทางการออกแบบจำนวน 5 คน

1. คุณร่มฉัตร แก้วพิกุล สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 13 พฤศจิกายน พ.ศ. 2556
อาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน
ตำแหน่ง กราฟิกร์ดีไซน์เนอร์ (Graphic Designer)
ประสบการณ์ทำงานเกี่ยวกับการออกแบบ 7 ปี
2. คุณพรพรรณ ชัยมงคล สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 13 พฤศจิกายน พ.ศ. 2556
อาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน
ตำแหน่ง ครูสอนศิลปะและนักออกแบบอิสระ (Freelance Graphic Designer)
ประสบการณ์ทำงานเกี่ยวกับการออกแบบ 12 ปี
3. คุณประภัสสร อ่าทอง สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 15 พฤศจิกายน พ.ศ. 2556
อาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน
ตำแหน่ง กราฟิกร์ดีไซน์เนอร์ (Graphic Designer)
ประสบการณ์ทำงานเกี่ยวกับการออกแบบ 4 ปี
4. คุณวินัดดา อุทัยรัตน์ สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 15 พฤศจิกายน พ.ศ. 2556
อาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน
ตำแหน่ง เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานฝ่ายสร้างสรรค์และออกแบบ (Creative and Graphic
Design Executive)
ประสบการณ์ทำงานเกี่ยวกับการออกแบบ 7 ปี

5. คุณอณิธิมา จารุรักษ์ สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 15 พฤศจิกายน พ.ศ. 2556
อาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน
ตำแหน่ง เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานฝ่ายสร้างสรรค์และออกแบบ (Creative and Graphic Design Executive)
ประสบการณ์ทำงานเกี่ยวกับการออกแบบ 6 ปี

นักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 10 คน

1. คุณกฤติพร หนูอุ่น สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 28 ตุลาคม พ.ศ. 2556
อาชีพ พนักงานรัฐวิสาหกิจ
ประสบการณ์ท่องเที่ยวภายในประเทศปีละ 2 ครั้ง
2. คุณวรวัลย์ กันธาพิทย์ สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 29 ตุลาคม พ.ศ. 2556
อาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน
ประสบการณ์ท่องเที่ยวภายในประเทศปีละ 1 ครั้ง
3. คุณอัจฉฎาภรณ์ กาญจนภักดิ์ สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 2 พฤศจิกายน พ.ศ. 2556
อาชีพ พนักงานของรัฐ
ประสบการณ์ท่องเที่ยวภายในประเทศปีละ 3-4 ครั้ง
4. คุณลินีนานา แสนภักดิ์ สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 2 พฤศจิกายน พ.ศ. 2556
อาชีพ ธุรกิจส่วนตัว
ประสบการณ์ท่องเที่ยวภายในประเทศปีละ 2-3 ครั้ง
5. คุณโสภา ขำเผือก สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 3 พฤศจิกายน พ.ศ. 2556
อาชีพ ธุรกิจส่วนตัว
ประสบการณ์ท่องเที่ยวภายในประเทศปีละ 4-5 ครั้ง
6. คุณพัชรภรณ์ อาจารย์พิพัฒน์ สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 3 พฤศจิกายน พ.ศ. 2556
อาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน
ประสบการณ์ท่องเที่ยวภายในประเทศปีละ 2 ครั้ง
7. คุณอนุวัจน์ สมศักดิ์ สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 6 พฤศจิกายน พ.ศ. 2556
อาชีพ พนักงานรัฐวิสาหกิจ
ประสบการณ์ท่องเที่ยวภายในประเทศปีละ 2 ครั้ง
8. คุณกฤติมา สุขเจริญ สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 8 พฤศจิกายน พ.ศ. 2556
อาชีพ อาจารย์โรงเรียนเอกชน
ประสบการณ์ท่องเที่ยวภายในประเทศปีละ 1 ครั้ง

9. คุณกชพรรณ พัฒนศิริ สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 10 พฤศจิกายน พ.ศ. 2556
อาชีพ พนักงานรัฐวิสาหกิจ
ประสบการณ์ท่องเที่ยวภายในประเทศปีละ 2-4 ครั้ง
10. คุณมรุพัฒน์ ต่อเหล่าคำ สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 10 พฤศจิกายน พ.ศ. 2556
อาชีพ พนักงานรัฐวิสาหกิจ
ประสบการณ์ท่องเที่ยวภายในประเทศปีละ 2 ครั้ง





ข้อมูลเกี่ยวกับจังหวัดนครศรีธรรมราช

จังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นจังหวัดใหญ่ที่มีชื่อเสียงและรู้จักกันดีจังหวัดหนึ่งของภาคใต้ เป็นเมืองโบราณเก่าแก่ที่มีประวัติศาสตร์อันยาวนานมาตั้งแต่สมัยพุทธศตวรรษที่ 7 โดยมีเนื้อที่ประมาณ 9,942,502 ตารางกิโลเมตร มีขนาดใหญ่เป็นอันดับที่ 16 ของประเทศ และเป็นอันดับ 2 ของภาคใต้ มีอาณาเขต ทิศเหนือ ติดกับจังหวัดสุราษฎร์ธานีและอำเภอไทย ทิศใต้ ติดกับจังหวัดพัทลุง สงขลา ทิศตะวันออก ติดกับชายทะเลฝั่งอ่าวไทย ทิศตะวันตก ติดกับจังหวัดตรัง และกระบี่ จังหวัดนครศรีธรรมราช มักเรียกสั้น ๆ ว่า “นคร” เป็นเมืองเก่า หมายถึง “นครอันเป็นสง่าแห่งพระราชา ผู้ทรงธรรม” (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2553)

จังหวัดนครศรีธรรมราช มีพื้นที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ ทั้งชายหาด เพราะมีพื้นที่ติดกับชายฝั่งทะเลอ่าวไทย ป่าชายเลนที่ยังคงความอุดมสมบูรณ์ และยังมีลักษณะภูมิประเทศที่เป็นเทือกเขา นั่นก็คือเทือกเขานครศรีธรรมราชทอดตัวยาวตลอดแนวเหนือจดใต้ ทำให้มีความอุดมสมบูรณ์ของป่าไม้ เป็นแหล่งต้นน้ำที่สำคัญ ก่อให้เกิดเป็นน้ำตกและแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติที่สวยงามกระจายไปทั่วแทบทุกอำเภอ นอกจากนั้นยังเป็นแหล่งศิลปวัฒนธรรม ทั้งหนังตะลุง โนรา แฝงไว้ด้วยคติธรรมและเป็นเมืองพุทธในแดนใต้ รวมถึงยังเป็นเมืองที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์และศาสนาได้รับการสั่งสมความเป็นมาทางประวัติศาสตร์อันยาวนานกว่า 1,800 ปี มีขนบธรรมเนียมประเพณี ศิลปวัฒนธรรม โบราณสถาน วัตถุอาราม ที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดนครศรีธรรมราชอีกมากมาย ดังคำขวัญที่ว่า “นครศรีธรรมราช เมืองประวัติศาสตร์ พระธาตุทองคำ ชื่นฉ่ำธรรมชาติ แร่ธาตุอุดม เครื่องถมสามกษัตริย์ มากวัด มากศิลป์ ครบสิ้นกุ้งปู”

สถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดนครศรีธรรมราช (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานนครศรีธรรมราช, 2554, สวรรส เห็นแก้ว (บก.), 2552, นายรอบรู้, ม.ป.ป.) โดยจำแนกประเภทสถานที่ท่องเที่ยวตามการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยออกเป็น 3 ประเภท ดังต่อไปนี้

สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

อุทยานแห่งชาติเขาหลวง เป็นมรดกทางธรรมชาติที่สำคัญที่สุด ประกอบด้วย “ยอดเขาหลวง” เป็นยอดเขาที่สูงที่สุดในภาคใต้ มีสภาพธรรมชาติที่สมบูรณ์และสวยงามที่สุดแห่งหนึ่ง เป็นพื้นที่ต้นน้ำลำธารหลายสายที่ไหลหล่อเลี้ยงผืนแผ่นดินภาคใต้ตอนกลาง มีสถานที่รื่นรมย์สำหรับการพักผ่อนหย่อนใจ เช่น น้ำตก ภูเขา ยอดเขา ทิวทัศน์ อุทยานแห่งชาติเขาหลวงมีพื้นที่ครอบคลุมอยู่ในท้องที่อำเภอลานสกา อำเภอดง อำเภอเมือง อำเภอพิปูน อำเภอพรหมคีรี กิ่งอำเภอช้างกลาง และกิ่งอำเภอนบพิตำ จังหวัดนครศรีธรรมราช

น้ำตกกะโรม ต้นน้ำเกิดจากเทือกเขานครศรีธรรมราช ไหลลงมาจากยอดเขาลดหลั่นลงมาเป็นชั้น ๆ มีหนานหรือชั้นถึง 19 ชั้น เปิดให้บริการเพียง 7 ชั้น เช่น หนานฝั่ง หนานน้ำรวง หนาน

ดาดฟ้า และหอนานสอยดาว เป็นหอนานที่สูงที่สุดประมาณ 1300-1400 เมตร พระมหากษัตริย์และพระราชวงศ์ของไทยเคยเสด็จประพาสน้ำตกแห่งนี้

น้ำตกพรหมโลก เป็นน้ำตกขนาดใหญ่ที่มีลานหินกว้างและสวยงามแห่งหนึ่งเปิดให้ท่องเที่ยวได้ 4 ชั้น ในปี พ.ศ. 2502 พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดชและสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ได้เสด็จประพาสน้ำตกแห่งนี้

น้ำตกอ้ายเขียวหรือน้ำตกในเขียว เป็นน้ำตกขนาดใหญ่ มีชั้นน้ำตกไหลลดหลั่นกันประมาณ 100 ชั้น ไหลลงมาจากหน้าผาสูงลดระดับตามความลาดเอียงของภูเขา เปิดให้ท่องเที่ยวได้เพียง 9 ชั้น เช่น หอนานช่องไทรหอนานบังใบ หอนานไม้ไผ่ ฯลฯ

น้ำตกกรุงชิง เป็นน้ำตกที่สวยงามและสำคัญของอุทยานแห่งชาติเขาหลวง ชื่อ “กรุงชิง” มาจากคำว่า “ต้นชิง” ซึ่งเป็นพันธุ์ไม้ตระกูลปาล์มชนิดหนึ่งที่มีอยู่มากในเขตนี้ การเดินทางสู่น้ำตกชั้นสวยที่สุด คือ ชั้น 2 “หอนานฝนแสนห่า” ต้องผ่านเส้นทางธรรมชาติน้ำตกกรุงชิง เส้นทางป่าดิบชื้นเต็มไปด้วยพืชพรรณแปลกตา ระหว่างทางยังมีศาลาพักและเส้นทางนี้เหมาะสำหรับการดูนก

ถ้ำหงส์ ตั้งอยู่ในเขตอุทยานแห่งชาติเขานัน เป็นถ้ำที่มีลำธารน้ำไหลผ่าน ภายในถ้ำมีหินงอกหินย้อยรูปร่างแปลกตาและมีลักษณะพิเศษคือ มีน้ำตกภายในถ้ำมากกว่า 5 ชั้น การเดินชมถ้ำจะต้องเดินลุยน้ำไปตามลำน้ำระยะทางประมาณ 300 เมตร และในถ้ำมีค้างคาวอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก เป็นถ้ำที่เหมาะสำหรับการศึกษาการกำเนิดของหินได้เป็นอย่างดี

จุดชมวิวเขาเหมน (เขาพระสุเมรุ) เป็นจุดที่มองเห็นทิวทัศน์ของเขามะเขนและบรรยากาศของสวนผลไม้ที่อยู่รายรอบ มีบริการเดินป่าและชมสวนผลไม้รวมทั้งมีบริการอาหารเครื่องดื่มและที่พักสำหรับนักท่องเที่ยว

อุทยานแห่งชาติหาดขนอม-หมู่เกาะทะเลใต้ เนื้อที่ของอุทยานครอบคลุมพื้นที่ทางทะเล เกาะแก่ง ภูเขา และพื้นที่ชายฝั่งทะเลของอำเภอขนอมทั้งหมด รวมทั้งชายฝั่งทะเลบางส่วนของจังหวัดสุราษฎร์ธานี ประกอบด้วยเกาะน้อย เกาะวังใน เกาะวังนอก เกาะท่าไร่ เกาะผี เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีอ่าวขนอม อ่าวท้องกลาง อ่าวท้องหยี อ่าวท้องยาง และภูเขาต่าง ๆ เช่น เขาปลายดำ เขาผีหงาย เขาคอ เขาดาดฟ้า เป็นต้น ป่าชายเลนคลองขนอม สามารถพายเรือคายัคชมป่าชายเลนได้

หาดหน้าด่าน เป็นหาดที่อยู่บริเวณตอนกลางของอ่าวขนอม ชายหาดเป็นแนวยาว ทรายขาวเม็ดทรายละเอียด เหมาะแก่การเล่นน้ำทะเล บรรยากาศสงบเงียบ สะอาด มีสวนมะพร้าวโดยรอบ บริเวณหาดมีความลาดชันน้อยเหมาะสำหรับการเล่นน้ำ สามารถมองทิวทัศน์ท้องทะเลสีครามสวยงาม มีที่พักและร้านอาหารริมหาดให้บริการแก่นักท่องเที่ยว

หาดในเพลา เป็นหาดที่มีชื่อเสียงคู่เมืองนครมาโน และเป็นที่เด่นที่สุดในการท่องเที่ยว ลักษณะหาดเป็นแนวยาวโค้งขนานกับแนวภูเขาที่คั่นโดยรอบมีความเป็นธรรมชาติที่งดงาม หาดทรายขาวสะอาดเหมาะสำหรับเล่นน้ำ บริเวณหาดจะมีที่พัก ร้านอาหารให้บริการแก่นักท่องเที่ยว

อ่าวท้องหยี นับได้ว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางใต้สุดของทะเลขนอม มีสภาพแวดล้อมเป็นธรรมชาติที่สมบูรณ์ อ่าวท้องหยีมีพื้นที่อยู่ในวงล้อมของเขาเพลและเขากลาง ทำให้ชายหาดสงบเงียบและเป็นส่วนตัว เหมาะสำหรับการพักผ่อนแบบแคมป์ปิ้งหรือกางเต็นท์

อ่าวท้องซิง เว้าอ่าวที่ถูกล้อมด้วยทิวเขาทั้งสามด้าน ทำให้พื้นที่นี้เกือบถูกตัดขาดจากโลกภายนอก จึงยังคงรักษาสภาพธรรมชาติไว้ได้เป็นอย่างดี เป็นหาดที่มีพื้นที่ต่อจากหาดแขวงกา มีหาดทรายขาวยาว มีภูเขาโอบล้อมอยู่ทางใต้ของหาด เหมาะแก่การตั้งแคมป์สำหรับหมู่คณะใหญ่ที่ชื่นชอบการผจญภัย มีที่พักริมหาด ด้านบนมีที่พักของอุทยานฯ สำหรับนักท่องเที่ยว

แหล่งดำน้ำดูปะการังและพันธุ์ปลา ที่เกาะราบ เกาะแตน เกาะวังในและเกาะวังนอก มีเรือบริการดำน้ำดูปะการังและตกปลา จุดดำน้ำ ประกอบด้วย ปะการังเขากวาง ปะการังสมอง ปะการังผักกาด ปะการังจาน ปะการังอ่อน นานาชนิด และยังมีปลาผีเสื้อ หอยกระจ่าย และดอกไม้ใต้ทะเล

โลมาสีชมพู สัญลักษณ์แห่งท้องทะเลขนอม ด้วยความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรทางธรรมชาติในทะเลและป่าชายเลน ทำให้อาเภขนอมเป็นถิ่นอาศัยของปลาโลมาสีชมพู โดยเวลาที่เหมาะสมแก่การดูปลาโลมา คือ ช่วงเช้าไปจนถึงเที่ยง นอกจากนั้นยังมี บ่อน้ำจืดกลางทะเล ตามตำนานหลวงปู่ทวดเหยียบน้ำทะเลจืดบนเกาะนุ้ยนอก และวิถีชีวิตชาวประมงบ้านแหลมประทับใจ รวมถึงเขาหินพับผ้า สิ่งมหัศจรรย์ที่ธรรมชาติเป็นผู้สร้างสรรค์มานานกว่า 260 ล้านปีมาแล้ว

ถ้ำเขาวังทอง เป็นถ้ำที่มีความงดงามทางธรรมชาติแห่งหนึ่ง ภายในถ้ำมีลักษณะเป็นห้องโถงขนาดใหญ่บ้างเล็กบ้างหลายห้อง แต่ละห้องมีหินงอกหินย้อยที่มีลักษณะรูปร่างต่างกันไป เช่น คล้ายเจดีย์ ไตโนเสาร์ น้อยหน้า หรือไข่ดาว เป็นต้น การเข้าชมบ้างห้องจะต้องใช้วิธีการคลาน ลอดหรือปีนป่าย ภายในถ้ำมีไฟส่องตามจุดต่าง ๆ

หาดสีชล หรือ ชาวท้องถิ่นเรียกกันว่า หัวหินสีชล เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของอำเภอสีชล บริเวณชายหาดเป็นแนวหินไปจนถึงจรดหาดทรายโค้ง เหมาะแก่การเล่นน้ำ มีที่พักและร้านอาหารบริเวณริมหาดหลายแห่ง

หาดหินงาม บริเวณชายหาดเต็มไปด้วยก้อนหินกลมเกลี้ยง มีสีสนสวยงามและเป็นที่มาของชื่อหาดหินงาม ตลอดแนวชายหาดมีสิ่งอำนวยความสะดวกบริการ

หาดคอเขา (หาดปิติ) เป็นหาดที่ชาวท้องถิ่นนิยมไปพักผ่อนชายหาดจะต่อจากหาดหินงาม บริเวณโดยรอบได้รับการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกด้านที่พักและร้านอาหารสำหรับบริการนักท่องเที่ยว

เขาพลายดำ “มังกรทะเลใต้” มีลักษณะเป็นภูเขาที่ติดทะเลตรงแนวรอยต่อเขตอำเภอขนอมและอำเภอสีชล ประกอบด้วยสถานที่ท่องเที่ยวหลากหลาย หาดทราย โขดหินชายทะเล ป่าภูเขา และน้ำตกเป็นที่ตั้งของสถานที่พัฒนาและอนุรักษ์พันธุ์สัตว์ป่าเขาพลายดำ มีหาดท่องเที่ยว เป็นหาดทรายยาวสีขาว น้ำทะเลใส สามารถลงเล่นน้ำได้มีที่พักและร้านอาหารริมหาด

อุทยานแห่งชาติน้ำตกสี่ขีด มีน้ำตกเล็ก ๆ ที่มีเอกลักษณ์น่าสนใจ เป็นน้ำตกหินปูนไหลลดหลั่นลงมาเป็นชั้น ๆ มีแอ่งน้ำกว้างสามารถลงเล่นน้ำได้ บริเวณน้ำตกสวยงามร่มรื่นด้วยต้นไม้กับสายน้ำ นอกจากนี้ยังมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติในพื้นที่ใกล้เคียงอีก เช่น น้ำตกไผ่ตง ถ้าเขาพับผ้า ส่วนถ้ำสวนปราง น้ำตกภูริน ถ้ำโครำ ควรมีเจ้าหน้าที่นำทาง

อุทยานแห่งชาติเขานัน ครอบคลุมพื้นที่อำเภอท่าศาลา อำเภอสิชล และอำเภอนบพิตำ นอกจากนี้ยังมีอาณาเขตที่ครอบคลุมเขตป่าสงวนแห่งชาติป่าเขานัน และเขตป่าสงวนแห่งชาติป่ากรุงชิงบางส่วน ลักษณะเป็นเทือกเขาสูงสลับซับซ้อนเป็นแนวติดต่อกันมาจากอุทยานแห่งชาติเขาหลวงเป็นป่าต้นน้ำของคลองหลายสาย อุทยานมีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ได้แก่ น้ำตกสุนันทา น้ำตกกรุงนาง น้ำตกคลองปาว อุทยานฯ มีสถานที่กางเต็นท์บริการนักท่องเที่ยว

หาดถ่านภาชี หรือ หาดชันไรท์ ลักษณะหาดเป็นแนวยาว ทราบขาว มีสวนมะพร้าวโดยรอบ บริเวณหาดมีความลาดชันน้อยเหมาะสำหรับการเล่นน้ำ สามารถมองทิวทัศน์ท้องทะเลสีครามสวยงาม มีที่พักและร้านอาหารริมหาดให้บริการแก่นักท่องเที่ยว

อ่างเก็บน้ำกะทูนเป็นหนึ่งในโครงการพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เป็นอ่างเก็บน้ำแห่งนี้มีทิวทัศน์ของทะเลสาบ และขุนเขาที่สวยงามได้รับการขนานนามว่าเป็นสวิตเซอร์แลนด์แดนใต้ นอกจากนี้ยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่จะได้เรียนรู้ประวัติศาสตร์ชุมชน ภูมิปัญญาชาวบ้านควบคู่กับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม บริเวณอ่างเก็บน้ำมีร้านอาหารเรียงรายตามถนนเส้นคลองกะทูนได้ รวมถึงรีสอร์ตหลายแห่งและนอกจากนี้ยังมีกิจกรรมอีกมากมาย

ชายทะเลปากพรั่งและแหลมตะลุมพุก เป็นสถานที่ที่อยู่ตอนบนของอำเภอปากพรั่ง ด้านที่ติดกับทะเลด้านในมีประชากรตั้งถิ่นฐานอยู่ ส่วนด้านนอกที่ติดกับอ่าวไทยเป็นหาดทรายและมีต้นสนขึ้นเป็นแนวยาว เป็นสถานที่เกิดเหตุการณ์มหาตภัยครั้งใหญ่จากพายุโซนร้อนถล่มแหลมตะลุมพุก เมื่อวันที่ 25 ตุลาคม พ.ศ. 2505 ลักษณะของชายหาดยาวไปตามชายฝั่งทะเล มีแหลมตะลุมพุกเป็นแหลมทรายรูปจันทร์เสี้ยวยื่นไปในอ่าวไทย

น้ำตกแม่เศรษฐี เป็นน้ำตกที่มีลานหินกว้าง แอ่งน้ำเหมาะสำหรับการเล่นน้ำ บริเวณใกล้ น้ำตกมีที่พัก ร้านอาหารไว้บริการสำหรับนักท่องเที่ยว

น้ำตกคูหาสวรรค์ มีน้ำตกทั้งหมด 7 ชั้น พื้นที่โดยรอบเป็นป่าดงดิบและป่าดิบเขา เป็นทิวทัศน์ทางธรรมชาติที่สวยงามมาก อยู่ในเขตอุทยานแห่งชาติน้ำตกโยง

น้ำตกวังศิวารักษ์ มีน้ำตกทั้งหมด 3 ชั้น แต่ละชั้นมีความสวยงามที่แตกต่างกัน ริมแอ่งน้ำบางช่วงมีลักษณะเป็นหาดทรายที่ร่มรื่นด้วยร่มเงาของต้นไม้ใหญ่ ริมน้ำตกมีสิ่งอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยว ได้แก่ ร้านอาหาร ร้านขายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้าน

เขารามโรม จุดชมทัศนียภาพของจังหวัดนครศรีธรรมราชที่สวยงามอีกแห่งหนึ่ง เป็นเทือกเขาที่มีพื้นที่อยู่ในเขตอุทยานแห่งชาติน้ำตกโยง เป็นเทือกเขาที่สูงสลับซับซ้อนทอดยาวตามแนวเหนือใต้ มีสภาพป่าที่สมบูรณ์ ประกอบด้วยทิวทัศน์และน้ำตกที่สวยงามหลายแห่งด้วยกัน

น้ำตกอ่างอ้ายยาง เป็นน้ำตกอีกแห่งหนึ่งในเขตอุทยานแห่งชาติน้ำตกโยง ที่อยู่บนเขารามโรม เป็นน้ำตกที่สวยงามและเป็นธรรมชาติมาก ตลอดเส้นทางไปยังน้ำตกอ่างอ้ายยางเป็นป่าดิบชื้น มีพันธุ์ไม้ที่มีค่าและมีขนาดใหญ่อยู่เป็นจำนวนมาก ส่วนพื้นที่ด้านล่างมีจำพวกเฟิร์นต้นชนิดต่าง ๆ พืชตระกูลขิงข่า ไม้เลื้อยมากมาย และมีสัตว์ป่าที่สำรวจพบในป่าเขาบริเวณนี้จำนวนมาก การเดินทางศึกษาเส้นทางจะต้องมีผู้นำทางและมีความชำนาญในการเดินทาง

อุทยานแห่งชาติน้ำตกโยง หรือเรียกกันทั่วไปว่า น้ำตกโยงใสีใหญ่ เป็นแหล่งต้นน้ำที่สำคัญของกลุ่มน้ำตาปี กลุ่มน้ำปากพั่น และกลุ่มน้ำกันตัง และมียอดเขาเหมนเป็นยอดเขาสูงสุด มีสภาพป่าที่สมบูรณ์ประกอบด้วยทิวทัศน์และน้ำตกที่สวยงามหลายแห่งด้วยกัน เช่น ยอดเขาเหมน ยอดเขารามโรม น้ำตกโยง น้ำตกปลิว น้ำตกหนานเตย น้ำตกหนานตากผ้า น้ำตกหนานโจน น้ำตกคูหาสวรรค์ เหมาะแก่การท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจและศึกษาหาความรู้ทั้งเป็นต้นน้ำลำธารที่สำคัญ

น้ำตกโยง เกิดจากเทือกเขารามโรม เขาปากแพรงและเขาโยง สูง 7 ชั้น เป็นน้ำตกที่มีลักษณะเป็นกระแสน้ำที่รวมกันเป็นเกลียวเชือกสีขาวเส้นมหึมา ตกจากหน้าผาที่สูงชันสู่เบื้องล่างที่มีลักษณะเป็นแอ่งน้ำ บริเวณที่น้ำตกลงมาเป็นกระแสน้ำวนอันตราย มีน้ำไหลตลอดปี

ถ้ำตลอด เป็นถ้ำเล็กเกิดจากภูเขาชัชชุมพล ถ้ำตลอด เป็นถ้ำเล็ก เกิดจากภูเขาชัชชุมพล ตัวถ้ำสามารถเดินทะลุได้ "ตลอด" จึงได้ชื่อว่า "ถ้ำตลอดหรือถ้ำลอด" ภายในถ้ำมีพระพุทธรูปปางไสยาสน์องค์ใหญ่ มีภาพจิตรกรรมฝาผนัง เป็นเรื่องราวพุทธประวัติ รอบบริเวณถ้ำเป็นสวนสาธารณะสำหรับพักผ่อน

สถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถานและโบราณวัตถุ

วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร เป็นพระอารามหลวงชั้นเอกชั้นวรมหาวิหาร เดิมชื่อวัดพระบรมธาตุ เป็นปูชนียสถานที่สำคัญที่สุดแห่งหนึ่งของภาคใต้และประเทศไทย ตามตำนานพระบรมธาตุ นครศรีธรรมราช กล่าวว่า เจ้าชายธนกุมารและพระนางเหมชาลาเป็นผู้นำเสด็จพระบรมธาตุมาประดิษฐาน ณ หาดทรายแก้วและสร้างเจดีย์องค์เล็ก ๆ เป็นที่หมายไว้ ต่อมาในปีมหาศักราช 1098 (พ.ศ.1719) พระเจ้าศรีธรรมโศกราชทรงสร้างเมืองนครศรีธรรมราชขึ้นพร้อมสร้างเจดีย์ขึ้นใหม่ พระบรมธาตุเจดีย์ลักษณะรูปแบบศิลปกรรมเป็นเจดีย์ทรงลังกา ใช้ทองคำเนื้อสิบหุ้มโดยรอบ ภายในวัดพระมหาธาตุมีวิหารที่ความสำคัญหลายหลังประดิษฐานอยู่โดยเฉพาะอย่างยิ่ง พระวิหารหลวงมีความงามตามแบบสถาปัตยกรรมสมัยอยุธยา นอกจากนั้นยังมีวิหารสามจอม วิหารที่มีพระพุทธรูปทรงเครื่องอย่างกษัตริย์ชื่อว่า “พระศรีธรรมโศกราช” ประดิษฐานอยู่ วิหารพระมหาภิเนษกรมน์

(วิหารพระทรงม้า) วิหารทับเกษตร ส่วนวิหารเขียนและวิหารโพธิ์ลังกานั้นเป็นสถานที่จัดแสดงโบราณวัตถุที่พุทธศาสนิกชนถวายเป็นพุทธบูชา

พระพุทธรูปสำคัญที่ตามตำนานกล่าวว่า พระมหากษัตริย์ลังกาโปรดให้สร้างขึ้นเมื่อ พ.ศ. 700 และมาอยู่ประเทศไทยในสมัยพ่อขุนรามคำแหงมหาราช ปัจจุบันพระพุทธรูปสำคัญในประเทศไทยมีอยู่ 3 องค์ คือ ประดิษฐานอยู่ที่พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติพระนคร วัดพระสิงห์ จังหวัดเชียงใหม่ และหอพระพุทธรูปสำคัญ จังหวัดนครศรีธรรมราช หอพระพุทธรูปสำคัญนี้เดิมเป็นหอพระประจำวังของเจ้าพระยานคร (น้อย)

ศาลหลักเมืองนครศรีธรรมราช สร้างขึ้นเพื่อประดิษฐานหลักเมือง ประกอบด้วยอาคาร 5 หลัง หลังกลางเป็นที่ประดิษฐานของศาลหลักเมืองซึ่งออกแบบให้มีลักษณะคล้ายศิลปะศรีวิชัย เรียกว่าทรงเหมราชลีลา ส่วนอาคารเล็กทั้งสองหลังถือเป็นบริวารสี่ทิศ เรียกว่า ศาลจตุโลกเทพ ประกอบด้วยพระเสื้อเมือง ศาลพระทรงเมือง ศาลพระพรหมเมือง และศาลพระบันดาลเมือง องค์เสาหลักเมืองทำด้วยไม้ตะเคียนทองที่ได้มาจากภูเขายอดเหลือง

หอพระอิศวร เป็นโบราณสถานในศาสนาพราหมณ์ลัทธิไศวนิกายที่ประดิษฐานศิวิลิ่งซึ่งถือเป็นสัญลักษณ์ของพระอิศวรและฐานโยนิ รวมทั้งเทวรูปสำริดอีกหลายองค์ อาทิ เทวรูปศิวนาฏราช พระอุมา และพระพิฆเนศ ปัจจุบันเทวรูปสำริดในหอพระอิศวรเป็นของจำลอง ของจริงได้นำไปเก็บรักษาไว้ที่พิพิธภัณฑสถานแห่งชาตินครศรีธรรมราช สถานที่แห่งนี้เป็นที่จัดกิจกรรมในช่วงเทศกาลมหาสงกรานต์แห่งนางดานเมืองนครหนึ่งเดียวในประเทศไทย ในงานเทศกาลมหาสงกรานต์แห่งนางดานเมืองนครมีประจำทุกปี

หอพระนารายณ์ เป็นโบราณสถานในศาสนาพราหมณ์อีกแห่งหนึ่ง สิ่งที่พบภายในหอพระนารายณ์ได้แก่ เทวรูปพระนารายณ์สลักจากหินทรายสีเทาทรงหมวกรูปกระบอกปลายสอบและพระหัตถ์ขวาทรงสังข์ นับเป็นเทวรูปที่เก่าแก่ที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ปัจจุบันได้เก็บรักษาไว้ในพิพิธภัณฑสถานแห่งชาตินครศรีธรรมราช โบราณวัตถุที่จัดแสดงอยู่ในหอพระนารายณ์ขณะนี้คือ เทวรูปพระนารายณ์จำลอง

พระวิหารสูงหรือหอพระสูง เป็นปูชนียสถานที่สำคัญแห่งหนึ่งของเมืองนครศรีธรรมราช ตั้งอยู่นอกกำแพงเมืองโบราณนครศรีธรรมราช เรียกชื่อตามลักษณะการก่อสร้างของพระวิหารซึ่งสร้างบนเนินดินที่สูงกว่าพื้นปกติถึง 2.10 เมตร ภายในพระวิหารประดิษฐานพระพุทธรูปปูนปั้นแกนดินเหนียว สันนิษฐานว่าสร้างในสมัยพุทธศตวรรษที่ 23-24 หรือในสมัยอยุธยาตอนปลาย

กุฏิทรงไทยหรือกุฏิร้อยปี ตั้งอยู่ในวัดวังตะวันตก โดยปกติกุฏิทรงไทยแห่งนี้ จะไม่มีการเปิดไว้บริการนักท่องเที่ยวอยู่ตลอดเวลา หากต้องการเยี่ยมชมภายในกุฏิ สามารถขอกุญแจเข้ากุฏิได้จากเจ้าอาวาสวัดวังตะวันตก

เจดีย์ยักษ์ เป็นเจดีย์สูงใหญ่เป็นอันดับ 2 รองจากเจดีย์พระบรมธาตุ ทรงเจดีย์เป็นแบบลังกา สันนิษฐานว่าชาวลังกาที่สร้างพระบรมธาตุเป็นผู้สร้างประมาณ พ.ศ. 1800-1900 มีการซ่อมสมัยอยุธยาและรัตนโกสินทร์ตอนต้น ด้านหน้าพระเจดีย์มีวิหารประดิษฐานพระพุทธรูปปั้นนั่งองค์ใหญ่ สมัยอยุธยา เรียกพระเงินหรือหลวงพ่เงิน

แก่งจันทดแจ้ ตัวอาคารเป็นอาคารก่ออิฐถือปูนรูปทรงอย่างอาคารจีนภายในประดิษฐานบัวบรรจุอัฐิของเจ้าพระยานคร (หนู) และหม่อมทองเหนี่ยวผู้เป็นชายา ปัจจุบันตั้งอยู่ในเขตวิทยาลัยสงฆ์ภาคทักษิณซึ่งอยู่ในวัดแจ้

แก่งจันทดประตุ ตั้งอยู่ในบริเวณวัดประตุ สร้างสมัยต้นรัตนโกสินทร์มีลักษณะทางสถาปัตยกรรมเป็นแบบจีนเช่นเดียวกับแก่งจันทดแจ้ กล่าวกันว่า เป็นที่บรรจุอัฐิของเจ้าพระยานคร (น้อยกลาง) แต่ผู้รู้บางท่านยืนยันว่าบ่วงคนี้เจ้าพระยานคร (น้อย) สร้างเพื่อบรรจุอัฐิเจ้าพระยานคร (น้อย) ผู้เป็นบิดา และอัฐิสมเด็จพระเจ้ากรุงธนบุรีผู้เป็นปู่ซึ่งเจ้าพระยานคร (น้อยกลาง) ไปแบ่งมาจากวัดอินทาราม ธนบุรี

กำแพงเมืองนครศรีธรรมราช เป็นเครื่องแสดงถึงความเก่าแก่ ความแข็งแกร่ง ความเจริญรุ่งเรืองและประวัติศาสตร์อันยาวนาน เป็นกำแพงเมืองในสมัยโบราณทำให้เหลือซากกำแพงอยู่บางส่วน ทางเทศบาลนครนครศรีธรรมราชจึงได้สร้างกำแพงเมืองจำลองขึ้นบริเวณสวนศรีธรรมโศกราช ในตอนกลางคืนจะมีการเปิดไฟให้บริการสำหรับนักท่องเที่ยว

พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ นครศรีธรรมราช ภายในอาคารจัดแสดงโบราณวัตถุที่พบใน 4 จังหวัดภาคใต้ ได้แก่ นครศรีธรรมราช สุราษฎร์ธานี พัทลุง และ ชุมพร มีโบราณวัตถุสำคัญที่ควรชมมากมาย อาทิเช่น เรือพระที่นั่งถมทองซึ่งถือว่าเป็นถมทองชิ้นเยี่ยมที่สุดและใหญ่ที่สุดในจังหวัด นครศรีธรรมราช หน้าบันไม้จำหลักภาพเทพราศีลปะภาคใต้

พิพิธภัณฑสถานเมืองนครศรีธรรมราช ประวัติความเป็นมาของพิพิธภัณฑสถานเมืองนครศรีธรรมราช ในปี 2546 เทศบาลเมืองนครศรีธรรมราชได้ปรับปรุงอาคารวิโรไทย ซึ่งตั้งอยู่ภายในสวนสมเด็จพระศรีนครินทร์ 84 ทุ่งท่าลาด และจัดทำเป็นพิพิธภัณฑสถานเมืองนครศรีธรรมราช เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้เชิงประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมของเมืองนครศรีธรรมราช โดยใช้วิธีจัดแสดงด้วยสื่อทันสมัย เพื่อสร้างความน่าสนใจให้ผู้ชมเรียนรู้จดจำได้ง่าย

พุทธภูมิจำลอง อยู่ภายในสวนสมเด็จพระศรีนครินทร์ 84 (ทุ่งท่าลาด) โดยจำลองสิ่งก่อสร้างจากสังเวชนียสถานทั้ง 4 ตำบลในประเทศอินเดียและประเทศเนปาลมาประดิษฐานให้สมจริงมากที่สุดและสร้างพระพุทธรูปปางลีลาไว้เป็นประธานท่ามกลางสังเวชนียสถานให้สักการะบูชา นามว่า “พระพุทธสิรินครนาถ เฉลิมราชย์สิริฐานุสรณ์”

อนุสาวรีย์วีรไทย ตั้งอยู่ในค่ายวิชาวุธ (กองทัพภาคที่ ๔) เป็นอนุสาวรีย์ที่หล่อด้วยทองแดงรมดำเป็นรูปทหารเตรียมรบสองมือจับปืนติดดาบเตรียมแทง ชาวบ้านเรียกว่า “จำดำ” หรือ “เจ้าพ่อ

คำ” สร้างเพื่อเป็นอนุสรณ์ของทหารไทยในภาคใต้ที่เสียชีวิตในการปะทะกับทหารญี่ปุ่นในสงครามมหาเอเชียบูรพา เมื่อวันที่ 8 ธันวาคม พ.ศ. 2484

อนุสรณ์สถานกวีศรีปราชญ์ เป็นสระน้ำโบราณที่เชื่อว่าเป็นที่ล้างดาบที่ใช้ประหารศรีปราชญ์ ซึ่งเป็นกวีเอกสมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราชแห่งกรุงศรีอยุธยา ศรีปราชญ์ต้องโทษถูกเนรเทศจากกรุงศรีอยุธยา มายังเมืองนครอันไกลโพ้นในยุคนั้น จนศรีปราชญ์ทำผิดอีกครั้ง พระยานครศรีธรรมราชจึงสั่งประหารชีวิต ปัจจุบันสระล้างดาบศรีปราชญ์ได้รับการบูรณะให้มีภูมิทัศน์สวยงาม

ศาลาประตูหก เดิมเป็นศาลานอกกำแพงเมืองตรงประตูชัยเหนือ อันเป็นที่พักของคนเดินทาง ซึ่งเข้าเมืองไม่ทันเพราะประตูเมืองปิดเสียก่อน ศาลาแห่งนี้ตั้งอยู่ระหว่างต้นประตู (ต้นโด) หกต้น ชาวนครเรียกว่า “หลาโดหก” ศาลาหลังที่มีอยู่ทุกวันนี้สร้างขึ้นใหม่โดยคงรูปลักษณะทางสถาปัตยกรรมของศาลาเดิมไว้เป็นศาลาทรงไทย

พระตำหนักเมืองนคร ตั้งอยู่บริเวณสวนผลไม้เก่าแก่ของตระกูลทองสมัคร ซึ่งเป็นผู้สร้างเรือนรับรองถวายในนามของชาวนครศรีธรรมราช เพื่อเป็นที่ประทับของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว และสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ในคราวที่เสด็จมาทรงงานที่เมืองนครศรีธรรมราช บริเวณโดยรอบแวดล้อมร่มรื่นด้วยไม้ผลและไม้ประดับ

วัดเขาขุนพนม เป็นวัดที่มีความสำคัญทางด้านประวัติศาสตร์และโบราณคดี มีถ้ำซึ่งมีกำแพงก่ออิฐถือปูนและใบเสมาเช่นเดียวกับกำแพงเมือง ผังด้านหน้ามีลายปูนปั้นประดับเครื่องลายครามจีน ในถ้ำมีพระพุทธรูปสำริดประมาณ 30 องค์ และพระพุทธรูปสำริด ถ้ำในวัดแห่งนี้มีหลายถ้ำทะลุถึงกัน

วัดธาตุน้อยหรือวัดพระธาตุน้อย ตั้งขึ้นโดยความประสงค์ของพ่อท่านคล้าย (พระครูพิศิษฐ์อรรถการ) มีศิษย์ยานุศิษย์และประชาชนที่เคารพนับถือ ศรัทธาพ่อท่านคล้ายได้เชื่อถือถึงความศักดิ์สิทธิ์ของวาจา พ่อท่านคล้ายมรณภาพเมื่อวันที่ 5 ธันวาคม พ.ศ. 2513 จึงได้บรรจุสรีระของท่านไว้ในโลงแก้ว ประดิษฐานอยู่ในเจดีย์วัดธาตุน้อยจนถึงปัจจุบัน

แหล่งโบราณคดีเขาคา โบราณคดีเขาคามืออายุกว่า 1500 ปี บริเวณเขาคาเป็นศาสนสถานสำคัญในลัทธิไศวนิกาย ซึ่งเคารพนับถือพระคิวงหรือพระอิศวรเป็นเทพเจ้าสูงสุด มีเขาคาประดุงเขาพระสุเมรุเป็นศูนย์กลางและโบราณสถานเล็ก ๆ กระจายเป็นบริวารโดยรอบ มีการค้นพบโบราณวัตถุที่ใช้ในพิธีกรรม ตลอดจนชนชากระบองโบราณสถานที่เป็นเทวสถาน สระน้ำโบราณ

พิพิธภัณฑสถานหาดทรายแก้ว สมบัติใต้สมุทรสุดล้ำค่ามหาศาลจากเรืออับปางอ่าวไทย ทะเลอันดามัน และในช่องแคบมะละกา มีสมบัติใต้ทะเลและของเก่ามากมายหลายพันหลายหมื่นชิ้นที่เจ้าของทำเป็นพิพิธภัณฑสถานส่วนตัวตั้งไว้ให้นักท่องเที่ยวได้ชม มีทั้งลูกปัดโบราณและเครื่องสังคโลก ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์จากเตาเผายุคสุโขทัยและเตาเผาชะเลียง

พระตำหนักประทับแรม เป็นพระตำหนักฯ ที่สร้างขึ้นในโครงการสร้างบ้านให้พ่อซึ่งดำเนินการโดยความร่วมมือของชาวจังหวัดนครศรีธรรมราชและชาวไทยทั่วประเทศ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เป็นพระตำหนักทรงงานถวายแด่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวในคราวเสด็จ และทรงงานในจังหวัดนครศรีธรรมราช กลุ่มอาคารพระตำหนักฯ มีลักษณะสถาปัตยกรรมภาคใต้ ตั้งอยู่ในพื้นที่โครงการพัฒนาพื้นที่ลุ่มน้ำปากพนังอันเนื่องมาจากพระราชดำริ

ตลาด 100 ปี ริมแม่น้ำปากพนังฝั่งตะวันออก เป็นตลาดเก่าแก่ของชุมชนปากพนังที่อยู่อาศัยมาเป็นเวลานาน นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปชมวิถีชีวิตและเลือกซื้ออาหารทะเลสด ๆ หรืออาหารทะเลที่ขึ้นชื่อ ได้แก่ ปลากระบอกแปรรูป ไช้ปลากระบอก พร้อมเดินชมวิถีชีวิตชุมชนในตลาดริมฝั่งแม่น้ำปากพนังบรรยากาศสวยงามตามธรรมชาติ

วัดนันทาราม ตั้งอยู่ที่ถนนชาน้ำ ปากพนังฝั่งตะวันออก เดิมชื่อ วัดใต้ เป็นวัดที่ประดิษฐานหลวงพ่อดุต พระพุทธรูปหินทรายแดง ศิลปะสมัยกรุงศรีอยุธยา ภายในวัดยังได้เก็บรักษาศิวิลสิ่งองค์ใหญ่องค์หนึ่ง พบที่โบราณสถานเขาคา อายุประมาณ 1,200 ปี สลักจากหินปูนและสมบูรณ์ที่สุดเท่าที่เคยพบในภาคใต้

ศาลหลวงตันไทร เป็นศาลหลวงที่สร้างจากพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ เนื่องจากต้นไทรขนาดใหญ่ขวางแนวขุดคลองชะอวด-แพรกเมือง และมีเหตุการณ์ที่ทำให้การดำเนินงานต้องหยุดชะงัก เชื่อกันว่าจะเกิดจากต้นไทรต้นใหญ่นี้ บริเวณใกล้ต้นไทรขุดพบซากกระดูกมนุษย์ และสัตว์ต่าง ๆ ต่อมาพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ ทรงรับสั่งให้สร้างศาลหลวงพร้อมทั้งประกอบพิธีบวงสรวงเมื่อวันศุกร์ที่ 29 ตุลาคม พ.ศ. 2547 ศาลหลวงทำด้วยไม้ทั้งหมด บริเวณรอบศาลมีทัศนียภาพสวยงาม

วัดแม่เจ้าอยู่หัว เป็นวัดเก่าแก่ ภายในวัดมีรูปปั้นแม่เจ้าอยู่หัว (พระนางเลือดขาว) ซึ่งเป็นสมณเอกของพระเจ้าศรีธรรมโศกราชประดิษฐานอยู่ ประชาชนมีความเชื่อและศรัทธาในบารมีของแม่เจ้าอยู่หัว

วัดเทพนิมิต (วัดวัวหลุง) ในอดีตสถานที่ตั้งวัดเป็นป่าทึบ เป็นที่พำนักของบรรดาสัตว์นานาชนิดจนกระทั่งได้มีหลวงพ่เทพธานีธุดงค์มาปฏิบัติธรรม เห็นว่าเหมาะแก่การวิปัสสนาจึงชักชวนชาวบ้านละแวกนั้นช่วยกันพัฒนาพื้นที่และสร้างกุฏิหลังเล็ก ๆ ขึ้น รวมทั้งสร้างศาลาโรงธรรมไว้เพื่อประกอบพิธีทางศาสนา ต่อมาพระครูอรุณธรรมรสหรือพ่อท่านซังดำรงตำแหน่งเจ้าอาวาส ซึ่งท่านเป็นพระอมตะเถระ ผู้ทรงบริสุทธ์ด้วย ศิล ปัญญา สมาธิและเมตตาธรรม วัดถุมงคลของพ่อท่านซังจึงเป็นที่เคารพบูชาแก่ชาวปากซีใต้และคนทั่วไป

วัดร่อนนา เป็นวัดที่เจริญรุ่งเรืองในอดีต สันนิษฐานว่าสร้างในสมัยกรุงศรีอยุธยา เพราะยังคงเหลือซากปรักหักพังเป็นหลักฐานมีพระพุทธรูปปางอุ้มบาตรเก่าแก่เป็นโบราณวัตถุที่สำคัญ จัดเป็นพระพุทธรูปที่สวยงามมาก พระพุทธรูปนามว่า พระแม่เศรษฐี

วัดลุ่มทอง เป็นวัดป่าที่สำคัญอีกวัดหนึ่งมีพ่อท่านคลั่ง หรือหลวงปู่คลั่ง พระภิกษุผู้เคร่งใน พระธรรมวินัย เป็นคนพูดจริง ทำจริง มีใจเอื้ออารีย์ต่อคนทั่วไป จึงได้รับการเคารพนับถือของชาวบ้าน มาก วัดลุ่มทองของหลวงปู่คลั่งจึงเป็นที่เคารพบูชาแก่ชาวปักษ์ใต้และคนทั่วไป

พระโพธิสัตว์กวนอิม หรือ ศาลเจ้าช้ำปอกง (หลวงพ่อด) สร้างขึ้นเมื่อประมาณปี พ.ศ. 2492 มีคณะบุคคลซึ่งมีความนับถือศรัทธาในพระช้ำปอกง (หลวงพ่อด) ได้อัญเชิญกระถางธูปของพระช้ำ ปอกงมาสถิต ณ ศาลเจ้า เจ้าแม่กวนอิมทุ่งสง และสร้างพระรูปเหมือนพระโพธิสัตว์กวนอิมความสูง ขององค์พระรูป 19 เมตร นับเป็นพระรูปพระโพธิสัตว์กวนอิมองค์ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย

สถานที่ท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรมประเพณีและกิจกรรม

บ้านหนังตะลุงสุชาติ ทรัพย์สิน ได้รับรางวัลยอดเยี่ยมอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (Thailand Tourism Awards) ประจำปี พ.ศ. 2539 รางวัลดีเด่นประเภทวัฒนธรรมและโบราณสถานและ ประจำปี พ.ศ. 2553 รางวัลยอดเยี่ยมประเภทแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมและการเรียนรู้ บริเวณบ้าน หนังตะลุงได้จัดแบ่งเป็นพิพิธภัณฑ์หนังตะลุง จัดแสดงหนังตะลุงประเภทต่าง ๆ สาธิตการแกะรูปหนัง ตะลุง รวมถึงมีเวทีสาธิตหนังตะลุง

สวนสมเด็จพระศรีนครินทร์ 84 (ทุ่งท่าลาด) เป็นสวนสาธารณะขนาดใหญ่ตั้งอยู่หลังสนาม กีฬาจังหวัดนครศรีธรรมราช พื้นที่แห่งนี้เคยเป็นส่วนหนึ่งของ “สวนราชฤดี” ในสมัยรัชกาลที่ 5 ภายในสวนมีสวนสัตว์เปิด สวนนกนานาชนิด สวนสุขภาพ สวนไทย-ญี่ปุ่น รวมทั้งทะเลสาบซึ่งเป็นที่ อาศัยของนกเป็ดน้ำที่อพยพมาจากถิ่นอื่น

สวนไทย-ญี่ปุ่น สร้างขึ้นเพื่อเป็นสื่อกลางในการสร้างความสัมพันธ์แห่งมิตรภาพที่อบอุ่น ระหว่างประเทศไทยและประเทศญี่ปุ่น เทศบาลนครนครศรีธรรมราชได้สร้าง “เสาหลักยามาตะ” เป็นอนุสรณ์ทำด้วยหินแกรนิตสีเทาคำมีคำจารึกที่เขียนโดย ฯพณฯ โมริ โยชิริ อดีตนายกรัฐมนตรีของ ประเทศญี่ปุ่นมีใจความว่า ยามาตะ ได้มาหลักนิรันดร์กาลที่เมืองนครศรีธรรมราช

บ้านคีรีวง เป็นชุมชนเก่าแก่ที่อพยพไปอาศัยอยู่เชิงเขาหลวง อาชีพหลักคือ การทำสวนผลไม้ ผสม เรียกว่า “สวนสมรม” (ปลูกทุกอย่างในแปลงเดียวกัน) เช่น มังคุด เงาะ ทุเรียน สะตอ ชุมชน บ้านคีรีวง แบ่งออกเป็นหลายกลุ่ม เช่น กลุ่มมัตย้อม กลุ่มสมุนไพร และกลุ่มทุเรียนกวน ชุมชนคีรีวง ได้เป็นชุมชนต้นแบบในการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และได้รับรางวัลยอดเยี่ยมอุตสาหกรรม ท่องเที่ยว (Thailand Tourism Awards) ประจำปี พ.ศ. 2541 ประเภทเมืองและชุมชน นักท่องเที่ยว จะเข้าไปเยี่ยมชมวิถีชีวิตของชุมชนคีรีวงได้ตลอดปี

ศูนย์วิทยาศาสตร์เพื่อการศึกษาานครศรีธรรมราช จัดตั้งเพื่อความรู้ด้านวิทยาศาสตร์และ สิ่งแวดล้อม โดยจัดรูปแบบของนิทรรศการด้านวิทยาศาสตร์พื้นฐานทางธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

ดาราศาสตร์ และอวกาศ โดยเน้นเรื่องใกล้ตัวสัมผัสได้ เรียนรู้จากของจริง และนำไปปรับใช้ใน ชีวิตประจำวันได้

ถอดรหัสป่า รางวัลกนิรีโปรแกรมการท่องเที่ยวดีเด่น ปี พ.ศ. 2551 เป็นโปรแกรมเดินป่ากึ่ง อบรมกึ่งผจญภัย เน้นการนำเที่ยวที่ให้ความรู้และประสบการณ์เพื่อยังชีพในป่าได้แบบพรานป่า เป็น การผจญภัยในป่าดงดิบในเขตอุทยานแห่งชาติเขาหลวงนครศรีธรรมราช สามารถเลือกรายการให้ นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วิถีอยู่ในป่า เช่น เรียนรู้การฟังเสียงธรรมชาติ เสียงแมลง เสียงสัตว์ และรอย สัตว์ป่า สังเกตทิศทางการเดินป่า การนั่งห้าง ฝึกการดมกลิ่น ชิมรสไปไม้และผลไม้ป่า รวมถึง ส่งเสริมภูมิปัญญาพราน

จุดชมวิวทะเลหมอกยอดเขาเหล็ก ชุมชนกลุ่มทะเลหมอกกรุงชิงได้ร่วมมือจัดตั้งกลุ่มเพื่อจัด กิจกรรมท่องเที่ยวชมทะเลหมอกยามเช้าโดยให้บริการจิบกาแฟยามเช้า พร้อมรับฟังบรรยายประวัติ เขาเหล็ก และประวัติพื้นที่กรุงชิง พื้นที่ที่มีประวัติศาสตร์แห่งการต่อสู้ด้านความคิดการปกครองใน พื้นที่ป่ากรุงชิง ปัจจุบันยังทิ้งร่องรอยประวัติศาสตร์การต่อสู้ เช่น ถ้ำหลบภัย หลุมขวาก สนามบาส เกือบให้ให้นักท่องเที่ยวได้ศึกษาหาความรู้

ร่องแก่งคลองกลาย เป็นกิจกรรมการผจญภัย แก่งคลองกลายตั้งอยู่ใกล้กับน้ำตกกรุงชิง มี เส้นทางร่องแก่งสองเส้นทาง คือ ปากคลองพิต้า-ลานหินदान ระยะทาง 2.5 กิโลเมตร และเส้นทางที่ สองคือ ปากคลองพิต้า-บ้านทุ่งโน ระยะทาง 6 กิโลเมตร

ศูนย์ส่งเสริมท่องเที่ยวเกษตรข้างกลาง เป็นที่ตั้งของชมรมท่องเที่ยวเกษตรข้างกลางเป็นศูนย์ ประสานงานแหล่งท่องเที่ยวเกษตรและเครือข่ายแหล่งท่องเที่ยวเกษตรในอำเภอข้างกลาง มีห้อง ประชุมห้องพักและลานกิจกรรมไว้บริการ

กลุ่มเลี้ยงผึ้งควนसान เป็นกลุ่มเลี้ยงผึ้งโพรงไทย ประมาณ 200 รัง โดยเลี้ยงในสวนผลไม้ เกษตรกรด้วยการขายน้ำผึ้ง และยังได้ผลพลอยจากการให้ผึ้งเป็นตัวผสมเกสรดอกไม้ช่วยให้เกษตรกร ได้ผลผลิตเพิ่มอีกทางหนึ่ง นอกจากนี้ทางกลุ่มยังผลิตอุปกรณ์เลี้ยงผึ้งเพื่อจำหน่ายอีกด้วย

ชุมชนเรียงไม้ นายประยงค์ รณรงค์ ผู้นำชุมชนบ้านไม้และเป็นเจ้าของรางวัลแม่ไก่ไข่ สาขา การบริการชุมชน ผู้นำความรู้ประสบการณ์การพัฒนาตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของชุมชนในการ ทำงานเพื่อแก้ปัญหาความยากจนของชุมชน เน้นการแก้ปัญหาคนเพื่อให้สามารถมาจัดการทรัพยากร อย่างคุ้มค่าเพื่อประโยชน์ของชุมชน ศึกษาอาชีพเพื่อพึ่งพาตนเอง เช่น การทำเส้นขนมจีน การเลี้ยง ปลาตุ๊กชีวภาพ และการเพาะเลี้ยงเห็ดนานาชนิด

บำบัดด้วยปลา (Fish Spa) การบำบัดด้วยปลาหรือเรียกสั้น ๆ ว่า ปลาตอดเท้าแห่งนี้อยู่ตาม กลางธรรมชาติ ธารน้ำ การใช้ปลาบำบัดจะช่วยกำจัดเซลล์ที่ตายกระตุ้นเซลล์ใหม่ให้เกิด นอกจากนี้ ยังมีกิจกรรมอื่น ๆ อีกมากมาย เช่น ขี่จักรยานชมสวน ล่องแพปลา พายเรือตามลำธาร แชน้อ่างจากุซซี ธรรมชาติ นั่งสมาธิได้ร่มไม้

แหล่งกรงนกและวาวพื้นเมือง เป็นแหล่งทำกรงนกและวาวพื้นที่บ้านโด่งดังของจังหวัด ที่มีวิถีวัฒนธรรมเฉพาะถิ่นเป็นเอกลักษณ์ของชาวบ้าน และคุณค่าของฝีมือทางการสร้างสรรค์ชิ้นงานด้วย ฝีมือชาวบ้านร่วมกันเป็นชุมชนผลิตกรงนกที่มีชื่อเสียงโด่งดังออกจำหน่ายทั่วภูมิภาคของประเทศ และ ยังส่งไปจำหน่ายในประเทศมาเลเซีย

โครงการเซรามิก ศาสตราจารย์ ดร. สมเด็จพระเจ้าลูกยาเธอเจ้าฟ้าจุฬาภรณวลัยลักษณ์ อัครราชกุมารี องค์ประธานสถาบันวิจัยจุฬาภรณ์ มีพระราชดำริให้จัดตั้งโครงการเซรามิกขึ้นในปี พ.ศ. 2536 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการสร้างงานให้ราษฎรในพื้นที่และหมู่บ้านใกล้เคียง ให้ราษฎรมีความรัก ถิ่นฐานและพัฒนาชีวิตความเป็นอยู่ของราษฎรให้ดีขึ้น รูปแบบผลิตภัณฑ์เป็นการเลียนแบบธรรมชาติ

คอนโดนนางแอน ทองคำขาวแห่งเมืองปากพอง นกนางแอ่นกินรัง เป็นนกนางแอ่นขนาดเล็ก เมื่อถึงเวลาที่นกนางแอ่นจะวางไข่ก็จะเริ่มสร้างรัง โดยการสกัดสารจากต่อมน้ำลายมาทำรัง จากนั้นจะวางไข่ เมื่อลูกนกแข็งแรงบินได้แล้วจึงทิ้งรัง จากนั้นจะทำการเก็บรังนกจำหน่ายและปรุงอาหาร เมืองปากพองตั้งอยู่ในสภาพแวดล้อมที่อุดมสมบูรณ์ ทำให้สามารถเพิ่มจำนวนนกได้อย่างรวดเร็ว ปัจจุบันมีการก่อสร้างอาคารตึกสูงเพิ่มขึ้นในตัวเมืองปากพองเป็นจำนวนมากประมาณ 250 หลัง เพื่อให้คนนางแอ่นกินรังอาศัยและเก็บรังนกขายเชิงพาณิชย์

ร่องเรือชมแม่น้ำปากพอง กิจกรรมการล่องเรือชมแม่น้ำปากพองตลอดเส้นทางจะได้ชมวิถีชีวิตของชาวบ้านที่อาศัยอยู่ริมแม่น้ำพร้อมกับชมโครงการพัฒนาพื้นลุ่มน้ำปากพองอันเนื่องมาจากพระราชดำริ ชมป่าชายเลน ตลอดจนสายน้ำเก่าที่มีปล่องโรงสีไฟโบราณที่เหลืออยู่ให้เห็น ที่บ่งบอกถึงความเจริญรุ่งเรืองครั้งอดีต และยังได้เห็นนกนางแอ่นบินอยู่ในท้องฟ้าจำนวนมาก

หมู่บ้านทำพัดใบกระพ้อ เป็นหมู่บ้านที่ชาวบ้านใช้เวลาว่างจากงานประจำ ทำหัตถกรรมพัดใบกระพ้อส่งจำหน่ายทั่วประเทศเป็นหัตถกรรมท้องถิ่นที่ได้รับความนิยม เป็นงานฝีมือที่ผลิตจากวัสดุท้องถิ่น

เทศกาลงานประเพณี (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานนครศรีธรรมราช, 2554)

ประเพณีมาฆบูชาแห่ผ้าขึ้นธาตุ พระบรมธาตุเจดีย์เป็นเสมือนตัวแทนขององค์พระพุทธเจ้า ซึ่งชาวนครศรีธรรมราชเชื่อมั่นว่ามีบุญญาภิหารที่เปรียบมิได้ ทั้งนี้ก็เพราะว่าภายในพระเจดีย์ได้ประดิษฐานพระบรมสารีริกธาตุไว้ ในปีหนึ่ง ๆ พุทธศาสนิกชนจะบูชาองค์พระธาตุเจดีย์ด้วยการจัดขบวนแห่ผ้าพระบฏขึ้นห่มองค์เจดีย์เพื่อความเป็นสิริมงคลอันจะนำมาซึ่งความสำเร็จในการดำรงชีพทุกด้าน ประเพณีนี้จัดขึ้นปีละ 2 ครั้ง ในวันมาฆบูชา (ขึ้น 15 ค่ำ เดือน 3) และวันวิสาขบูชา (ขึ้น 15 ค่ำ เดือน 6)

ประเพณีบุญเดือนสิบ เป็นประเพณีที่ยิ่งใหญ่มากของชาวภาคใต้และชาวจังหวัด นครศรีธรรมราช งานประเพณีนี้เริ่มขึ้นในวันแรม 1 ค่ำ ถึง แรม 15 ค่ำ เดือน 10 ของทุก ๆ ปี

ประเพณีบุญเดือนสิบเป็นงานบุญเพื่อแสดงความกตัญญูต่อบุพการีที่ล่วงลับไปแล้วตามความเชื่อทางพระพุทธศาสนาว่าผู้ล่วงลับไปแล้วมีบาปมากจะตกนรกและกลายเป็น “เปตชน” หรือ “เปรต” จะถูกปล่อยตัวจากนรกเพื่อให้ขึ้นมาพบญาติพี่น้องและลูกหลานของตนในเมืองมนุษย์ในวันแรม 15 ค่ำ เดือน 10 ผู้ที่ยังมีชีวิตอยู่จึงพยายามหาอาหารต่าง ๆ ไปทำบุญตามวัดเพื่ออุทิศส่วนกุศลแก่ผู้ล่วงลับไปแล้ว ในวันแรม 14 ค่ำ คือ “วันยกหมรับ” หมายถึงการยก “หมรับ” ไปวัดหรือวันรับตายายและวันที่ผู้ล่วงลับจะต้องกลับลงไปอยู่ในนรกตามเดิม คือวันแรม 15 ค่ำ เดือน 10 เรียกว่า “วันบังสุกุล” หรือวันส่งตายาย สำหรับหมรับในปัจจุบันนี้ได้มีการพัฒนาจากการจัดหมรับแบบดั้งเดิม เป็นการตกแต่งให้สวยงามมากขึ้น โดยมีองค์ประกอบครบถ้วนตามแบบโบราณและจัดให้มีการแข่งขันการจัดหมรับขึ้นอีกด้วย

ประเพณีบุญปีใหม่ให้ทานไฟเมืองนครหรือประเพณีเดือนอ้าย เป็นประเพณีที่ชาวนครศรีธรรมราชปฏิบัติสืบต่อกันมาช้านาน ประเพณีทำบุญให้ทานไฟมักทำกันช่วงที่มีอากาศเย็นมาเป็นพิเศษในตอนเช้าตรู่ของวันใดวันหนึ่งในเดือนอ้าย (เดือนธันวาคม-มกราคม) ซึ่งทางวัด ชาวบ้าน อุบาสก อุบาสิกาจะเป็นคนตกลงกำหนดวันกัน ในเช้าตรู่ของวันนั้นตมหมาย ชาวบ้านพุทธศาสนิกชนจะช่วยกันทำขนมถวายพระ ส่วนใหญ่จะนิยมทำขนมที่สามารถปรุงเสร็จในเวลาอันรวดเร็ว เช่น ขนมเบื้อง ขนมครก ข้าวเกรียบปากหม้อ ขนมโค ขนมจาก เป็นต้น แล้วนำขนมที่ปรุงขึ้นมาร้อน ๆ ไปถวายพระสงฆ์ การทำบุญทำให้ทานไฟนี้เป็นการร่วมทำบุญเลี้ยงพระรวมทั้งร่วมรับประทานอาหารกัน เป็นการสร้างสามัคคีซึ่งกันและกัน

ประเพณีแห่นางกระดาน เป็นประเพณีเก่าแก่ของพราหมณ์ในเมืองนครศรีธรรมราชที่นับถือพระอิศวรเป็นเจ้า ประเพณีนี้ได้ปฏิบัติกันมาตั้งแต่ครั้งมีชุมชนพราหมณ์เกิดขึ้นในนครศรีธรรมราช คำว่า นางกระดาน หมายถึงแผ่นไม้กระดานขนาดกว้างหนึ่งศอกสูงสี่ศอกที่วาดหรือแกะสลักรูปเทพบริวารในคติความเชื่อของพราหมณ์ จำนวน 3 แผ่น แผ่นแรกคือ พระอาทิตย์-พระจันทร์ แผ่นที่สองคือพระธรณี และแผ่นที่สามคือพระคงคา เพื่อใช้ในขบวนแห่แหนมารอรับเสด็จพระอิศวร (พระศิวะ) ที่เสด็จมาเยี่ยมมนุษย์โลก ณ เสาชิงช้า ประเพณีนี้จะจัดขึ้นในช่วงสงกรานต์ของทุกปีซึ่งเป็นประเพณีที่มีหนึ่งเดียวในประเทศไทย

ประวัติเจ้าของผลงาน

ชื่อ-นามสกุล	กนกวรรณ เข้ม้งาน
อีเมล	modtanoy_1986@hotmail.com
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2556 นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต (การสื่อสารเชิงกลยุทธ์) มหาวิทยาลัยกรุงเทพ พ.ศ. 2552 ศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต (คอมพิวเตอร์กราฟิก) มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต



มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

วันที่ 25 เดือน สิงหาคม พ.ศ. 2557

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) กนกวรรณ เหมันงาน อยู่บ้านเลขที่ 8
ซอย ถนน ศักยโคพัฒนา ตำบล/แขวง สิริก
อำเภอ/เขต สิริก จังหวัด นครศรีธรรมราช รหัสไปรษณีย์ 80120
เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 7530300560
ระดับปริญญา ตรี โท เอก
หลักสูตร นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา - คณะ นิเทศศาสตร์
ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ” ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 119 ถนนพระราม 4 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย
กรุงเทพมหานคร 10110 ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ” อีกฝ่ายหนึ่ง

ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และ ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานสารนิพนธ์/
วิทยานิพนธ์หัวข้อ การวิเคราะห์ การพัฒนา และการประเมินผลการออกแบบ สื่อสิ่งพิมพ์
เพื่อการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช


ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ
(ต่อไปนี้เรียกว่า “สารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์”)

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มี
กำหนดระยะเวลาในการนำสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่
ต่อสาธารณชน ให้เข้าต้นฉบับหรือสำเนา งาน ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้
สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการ
กระทำอื่นใดในลักษณะทำนองเดียวกัน


ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาสิทธิในสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับ
บุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่น ๆ
เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณา
ได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดเชยค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหาย
ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญาที่สร้างขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญาโดยละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อให้ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ  ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ
(นางสาวกนกวรรณ เหมินงาน)

ลงชื่อ  ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ
(ดร.ชนันนา รอดสุทธิ)
ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและศูนย์การเรียนรู้

ลงชื่อ  พยาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิวพร หวังพิพัฒน์วงศ์)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ลงชื่อ  พยาน
(ดร.มัลลิกา ผลอนันต์)
ผู้อำนวยการหลักสูตร/ ผู้รับผิดชอบหลักสูตร