

การพัฒนาชุดสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับการท่องเที่ยวในชุมชนจังหวัดชุมพร

Development of a Set Community Tourism Promotion media

Case Study of Chumphon Province

ภากรณ์ โพธิ์¹ กิตติกรณ์ นพุดมพันธ์²
Pakorn Pota, Kittikorn Nopudomphan

บทคัดย่อ (Abstract)

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาแนวทางการท่องเที่ยวระหว่างชุมชนจังหวัดชุมพร 2. เพื่อออกแบบและพัฒนาชุดสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับการท่องเที่ยวชุมชน เป็นการวิจัยและพัฒนา โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 4 กลุ่ม คือ ช่วงอายุ 1-20 ปี ช่วงอายุ 21-38 ปี ช่วงอายุ 39-53 ปี และช่วงอายุ 54-72 ปี ที่อาศัยอยู่ในเขตจังหวัดชุมพร กลุ่มละ 25 คน เครื่องมือวิจัยได้แก่แบบสอบถาม ข้อมูลในการพัฒนาชุดสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับการท่องเที่ยวในชุมชนจังหวัดชุมพร ประเมินคุณภาพชุดสื่อประชาสัมพันธ์โดยใช้แบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ 3 คน คือผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสาร และผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวและพัฒนาชุมชน ผลการวิจัยพบว่า การท่องเที่ยวระหว่างชุมชนในจังหวัดชุมพร สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 กิจกรรม 1) กิจกรรมท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ 2) กิจกรรมท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม 3) กิจกรรมท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ และการพัฒนาชุดสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับการท่องเที่ยวชุมชน ออกแบบสื่อเป็น 2 ระบบคือระบบออฟไลน์ พัฒนาเป็นปฏิทินท่องเที่ยว โดยใช้ควบคู่กับระบบออนไลน์ที่เป็นสื่อ Event Calendar Facebook ประกอบด้วย 1) ภาพและข้อมูลกิจกรรมและเทศกาล 2) ข้อมูลแสดงช่วงเวลาที่มีเทศกาลและกิจกรรมในจังหวัดชุมพร 3) ข้อมูลแสดงถึงช่วงวัน-เวลา ที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมชุมชน 4) ภาพและข้อมูลสินค้าประจำท้องถิ่น

คำสำคัญ (Keywords): สื่อประชาสัมพันธ์; ปฏิทิน; การท่องเที่ยวชุมชน

Received: 2022-06-16 Revised: 2022-07-13 Accepted: 2022-07-19

¹ สาขาวิชาการออกแบบเพื่อธุรกิจ วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ Design for Business, College of Social Communication Innovation, Srinakharinwirot University. Corresponding Author e-mail: Pakorn.p.bsa@gmail.com

² คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ Faculty of Fine Art, Srinakharinwirot University.

Abstract

The Research and development of public relations media kits for community tourism the objectives are 1. to study the guideline for tourism among communities in Chumphon province. 2. to design and develop a media kit for community tourism. The researcher used a Research and Development method. The sample was divided into 4 groups: 1 - 20 years old, 21 - 38 years old, 39 - 53 years old, and 54 - 72 years old, living in Chumphon province, 25 people per group. Research tools include questionnaire for Development of a Set Community Tourism Promotion Media and suggestions from experts in 3 areas: 1)The design expert 2)The communication specialist 3)The specialist in tourism and community development to improve and edit the public relations media. The results showed Chumphon Province can be divided into 3 forms These are: Form 1) Tourism activities in natural resources 2) Tourism activities in cultural sites, 3) Tourism activities of special interest. And designing the media into 2 channels: Online media and Offline media. The offline media designed as a hanging calendar media format and online media as a Event Calendar Face book, focusing on key issues; 1) Pictures and information on events and festivals. 2) Information showing the time of festivals and events in Chumphon province. 3) Information showing the date-time range. that is consistent with the community environment. 4) Pictures and information of local recommended products. Issue 5, Convenience in using online-offline media kits.

Keywords: Media Kits; Calendar; Community Tourism

บทนำ (Introduction)

แผนยุทธศาสตร์และนโยบายการท่องเที่ยวของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ด้านการท่องเที่ยวอาเซียน พ.ศ. 2559 - 2568 (ASEAN Tourism Strategic Plan) บทที่ 2 ประเด็นหลักของการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและมีส่วนร่วม หัวข้อการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนได้ระบุว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพในการลดปัญหาความยากจนในภูมิภาคเนื่องจากพื้นที่ชนบทและชุมชนเหล่านี้ มักจะเป็นพื้นที่สำคัญสำหรับกิจกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งหากการท่องเที่ยวได้รับการพัฒนาภายใต้ต้นนโยบายฯ อย่างมีส่วนร่วมแล้ว ก็จะสามารถสร้างโอกาสใหม่ ๆ ทางเศรษฐกิจให้แก่ชุมชนได้ รูปแบบการท่องเที่ยวที่มีส่วนร่วม จึงนับเป็นเป้าหมายหลักของวิสัยทัศน์การท่องเที่ยวอาเซียนหลังจากปี พ.ศ. 2558 ส่งผลให้ชุมชนท้องถิ่นขนาดเล็กมีบทบาทและมีส่วนร่วมโดยตรง คือชุมชนเป็นผู้ให้บริหารจัดการเอง หรือการมีส่วนร่วมโดยทางอ้อม ที่ชุมชนมีบทบาทเป็นส่วนใดส่วนหนึ่งของห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว (Ministry of Tourism and Sports, 2019)

จังหวัดชุมพรจังหวัดที่มีลักษณะทางภูมิศาสตร์ที่หลากหลาย สามารถท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี โดยมีแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่สวยงามแต่การท่องเที่ยวในจังหวัดชุมพรยังคงไม่ได้รับความนิยมมากขึ้น ด้วยภูมิประเทศของจังหวัดชุมพรที่เป็นเมืองผ่านไปสู่แหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังให้ความสนใจในเมืองท่องเที่ยวหลักมากกว่าจังหวัดชุมพร ซึ่งสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ของจังหวัดชุมพรไม่ได้ระบุและทำการประชาสัมพันธ์ช่วงระยะเวลาของเทศกาลในแต่ละเดือนที่ชัดเจน มีเพียงแต่ชาวบ้านในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวบางส่วนเท่านั้นที่ทราบในช่วงเวลาของกิจกรรม ประเพณีและงานเทศกาลต่าง ๆ จึงอาจเป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้ไม่ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยว โดยจำเป็นต้องสร้างการมีส่วนร่วมระหว่างผู้พัฒนาสื่อและชุมชนท้องถิ่น ที่จะนำไปสู่การเตรียมพร้อมในการจัดการด้านเวลาและทรัพยากรต่าง ๆ ที่จะต้อนรับนักท่องเที่ยว ซึ่งจำเป็นต้องรวบรวมข้อมูล สร้างการมีส่วนร่วมระหว่างชุมชนด้วยกันเอง ทำให้ชาวบ้านในชุมชนและนักท่องเที่ยวทราบถึงข้อมูลและเหตุการณ์ต่าง ๆ แนวทางการพัฒนาเหล่านี้จึงนำไปสู่แนวคิดในการพัฒนาชุดสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับการท่องเที่ยวในชุมชนจังหวัดชุมพร เพื่อศึกษาแนวทางการท่องเที่ยวระหว่างชุมชนจังหวัดชุมพร และเพื่อออกแบบและพัฒนาชุดสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับการท่องเที่ยวชุมชน

วัตถุประสงค์การวิจัย (Purpose or Objective)

1. เพื่อศึกษาแนวทางการท่องเที่ยวระหว่างชุมชนจังหวัดชุมพร
2. เพื่อออกแบบและพัฒนาชุดสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับการท่องเที่ยวชุมชน

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

1. รูปแบบการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยและพัฒนา ขอบเขตพื้นที่ใน 8 อำเภอ ได้แก่ อำเภอปะทิว อำเภอท่าแซะ อำเภอเมืองชุมพร อำเภอสวี อำเภอทุ่งตะโก อำเภอหลังสวน อำเภอละแม และอำเภอพะโต๊ะ ดำเนินการวิจัยระหว่างเดือนพฤศจิกายน 2562 ถึงเดือนพฤศจิกายน 2564

2. กลุ่มเป้าหมาย

ผู้วิจัยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบ่งเป็น 4 เจเนอเรชัน คือ เจเนอเรชัน Z (ช่วงอายุ 1 – 20 ปี) เจเนอเรชัน Y (ช่วงอายุ 21 – 38 ปี) เจเนอเรชัน X (ช่วงอายุ 39 – 53 ปี) เจเนอเรชัน baby boomer (ช่วงอายุ 54 – 72 ปี) ที่อาศัยอยู่ในเขตจังหวัดชุมพร จำนวนกลุ่มละ 25 คน รวมคนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 100 คน โดยใช้แบบสอบถาม เพื่อให้ได้ข้อมูลมาใช้ในการพัฒนาชุดสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับการท่องเที่ยวในชุมชนจังหวัดชุมพร ผู้เชี่ยวชาญ 3 คน แบ่งผู้เชี่ยวชาญเป็นดังนี้ ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสาร และผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวและพัฒนาชุมชน

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.1 แบบสอบถามข้อมูลในการพัฒนาชุดสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับการท่องเที่ยวในชุมชนจังหวัดชุมพร เป็นแบบสอบถามในเชิงสำรวจข้อมูล ความคิดเห็น และความต้องการของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งออกเป็น 5 ตอน ดังนี้ 1) ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง 2) ข้อมูลด้านการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในจังหวัดชุมพร 3) ข้อคิดเห็นในรูปแบบปฏิทินการท่องเที่ยว 4) ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบออนไลน์ 5) ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับภาพสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดชุมพร

3.2 แบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ เป็นแบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interviews) แบ่งออกเป็น 3 ตอน ได้แก่ 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม 2) การประเมินคุณภาพสื่อของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อชุดสื่อประชาสัมพันธ์ และ 3) ข้อเสนอแนะต่าง ๆ

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ลงพื้นที่สำรวจข้อมูลการท่องเที่ยว ข้อคิดเห็นและความต้องการเกี่ยวกับการออกแบบพัฒนาชุดสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับการท่องเที่ยวในชุมชนจังหวัดชุมพร ด้วยวิธีการทำแบบสอบถามออนไลน์ (Questionnaire) ผ่านทาง Google Forms เพื่อรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 คน

2. ทำการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่านประกอบด้วย 1) ผู้เชี่ยวชาญด้านงานออกแบบ 2) ผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสาร 3) ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวและพัฒนาชุมชน โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interviews) กำหนดข้อคำถามแบ่งออกเป็น 3 ตอน ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม การประเมินคุณภาพสื่อของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อชุดสื่อประชาสัมพันธ์ และข้อเสนอแนะต่าง ๆ

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มารวบรวมตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของแบบสอบถามวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โดยแยกวิเคราะห์ตามลำดับ และรายงานผลค่าสถิติดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. วิเคราะห์ผลการสำรวจข้อมูลการท่องเที่ยว และความต้องการเกี่ยวกับการออกแบบพัฒนาชุดสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับการท่องเที่ยวในชุมชนจังหวัดชุมพร โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาหาค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) รวมทั้งวิเคราะห์สาระสำคัญจากข้อคิดเห็นในประเด็นการพัฒนาชุดสื่อประชาสัมพันธ์

2. วิเคราะห์ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่านในประเด็นคุณภาพและ แนวทางของสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับการท่องเที่ยวในชุมชนจังหวัดชุมพร

ผลการวิจัย (Research Results)

การวิจัยเรื่อง “การพัฒนาชุดสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับการท่องเที่ยวในชุมชนจังหวัดชุมพร” ผลการวิจัยพบว่า

1. แนวทางการท่องเที่ยวระหว่างชุมชนในจังหวัดชุมพร มีลักษณะภาพรวมการท่องเที่ยวที่สามารถแบ่งได้เป็น 3 รูปแบบ คือ 1) กิจกรรมท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ 2) กิจกรรมท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม และ 3) กิจกรรมท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ ซึ่งในทุกรูปแบบการท่องเที่ยวชุมชนจะมีประชาชน ชาวบ้านในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยว ดูแล อำนวยความสะดวก และมีส่วนได้ส่วนเสียที่เกิดจากการท่องเที่ยวนั้น โดยสามารถระบุถึงกิจกรรมการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ ได้ดังนี้

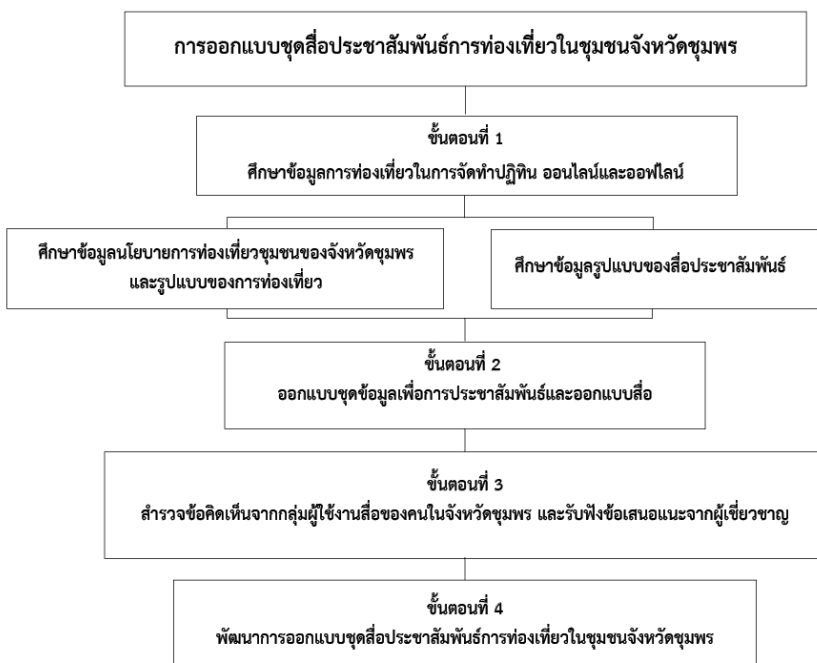
รูปแบบที่ 1 กิจกรรมการท่องเที่ยวธรรมชาติ เช่น การท่องเที่ยวทางทะเล ทางเกษตร มีการจัดการท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี แต่ในบางกิจกรรมการท่องเที่ยวจำเป็นต้องใช้ช่วงเวลาที่เหมาะสมสำหรับการท่องเที่ยว ความพร้อมทั้งปัจจัยด้านสภาพ อากาศ พายุมรสุม น้ำขึ้น-น้ำลง ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวจำเป็นต้องมาเที่ยวในเฉพาะช่วงบางเวลาเท่านั้น ตัวอย่างเช่น การชมฝูงเหยี่ยวอพยพ ดอยตุง สามารถชมได้เฉพาะช่วงเดือนกันยายนเท่านั้น

รูปแบบที่ 2 กิจกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม จังหวัดชุมพรมีแหล่งวัฒนธรรมท้องถิ่นหลายที่ และมีประเพณีที่สืบทอดกันมาอย่างยาวนาน ซึ่งภาพรวมการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม ไม่ค่อยมีการเปลี่ยนแปลงไปจากอดีต ยังมีกรปฏิบัติ สืบทอดกันมา โดยยึดจากช่วงเวลาจัดกิจกรรมเป็นประจำของทุกปี เช่น งานห่มผ้าพระธาตุส่ว จัดขึ้นทุกวันอาสาฬหบูชา หรืองานเทศกาลไหว้กรรมหลวงชุมพร จะจัดขึ้นในช่วงวันที่ 19 - 25 ของเดือนธันวาคม

รูปแบบที่ 3 กิจกรรมการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ เป็นกิจกรรมที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวกลุ่ม เจเนอเรชั่น Y (ช่วงอายุ 21 - 38 ปี) และเจเนอเรชั่น Z (ช่วงอายุ 1 - 20 ปี) มีการเปลี่ยนแปลงกิจกรรมไปตามกระแสนิยมและยุคสมัย กิจกรรมที่ได้รับความนิยม เช่น ดำน้ำ กระดานโต้คลื่น วิ่ง ล่องแพ กิจกรรมผจญภัย เป็นต้น

การท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดชุมพร มีกิจกรรมการท่องเที่ยวหลากหลายรูปแบบ และเหมาะสมกับทุกช่วงวัย การท่องเที่ยวธรรมชาติ แหล่งวัฒนธรรม หรือตามความสนใจพิเศษ มีทั้งกิจกรรมที่ยึดถือปฏิบัติกันมาอย่างยาวนาน ไม่เปลี่ยนแปลงและมีกิจกรรมที่เปลี่ยนไปตามยุคสมัย ตัวอย่างเช่น คำขวัญประจำจังหวัดชุมพรได้ให้ข้อมูลไว้ว่า “ประตูดอกไม้ ไร่สับปะรด ไร่กาแฟ แลหาดทรายรี ดิกล้วยเล็บมือ ขึ้นชื่อรังนก” พบว่า กิจกรรมบางอย่างในคำขวัญประจำจังหวัดไม่เหมาะสมสำหรับการท่องเที่ยว และไม่สามารถประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมดังกล่าวได้ เนื่องจากสภาพปัจจุบันทำให้การรับรู้และการประชาสัมพันธ์จากสื่อออนไลน์มีอิทธิพลต่อภาพรวมของการท่องเที่ยว ดังนั้นวิธีการสื่อสารภาพลักษณ์ การท่องเที่ยวจังหวัดชุมพรจึงต้องเปลี่ยนแปลงไปด้วย และกิจกรรมต่าง ๆ อาจมีช่วงเวลาเฉพาะที่เหมาะสมสำหรับการท่องเที่ยว ดังนั้นการใช้ปฏิทินเป็นสื่อกลาง เพื่อแนะนำกิจกรรมการท่องเที่ยวและเทศกาลในเดือนต่าง ๆ ตลอดทั้งปี จะช่วยให้ชุมชนท้องถิ่น สามารถประเมินและวางแผนแนวทางการจัดการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมต่อเศรษฐกิจชุมชน สร้างรายได้ให้กับผู้คนในท้องถิ่นได้อย่างเป็นระบบและยั่งยืน รวมทั้งสร้างความสนใจ สะดวกต่อการวางแผนในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวอีกด้วย ซึ่งจากการวิเคราะห์

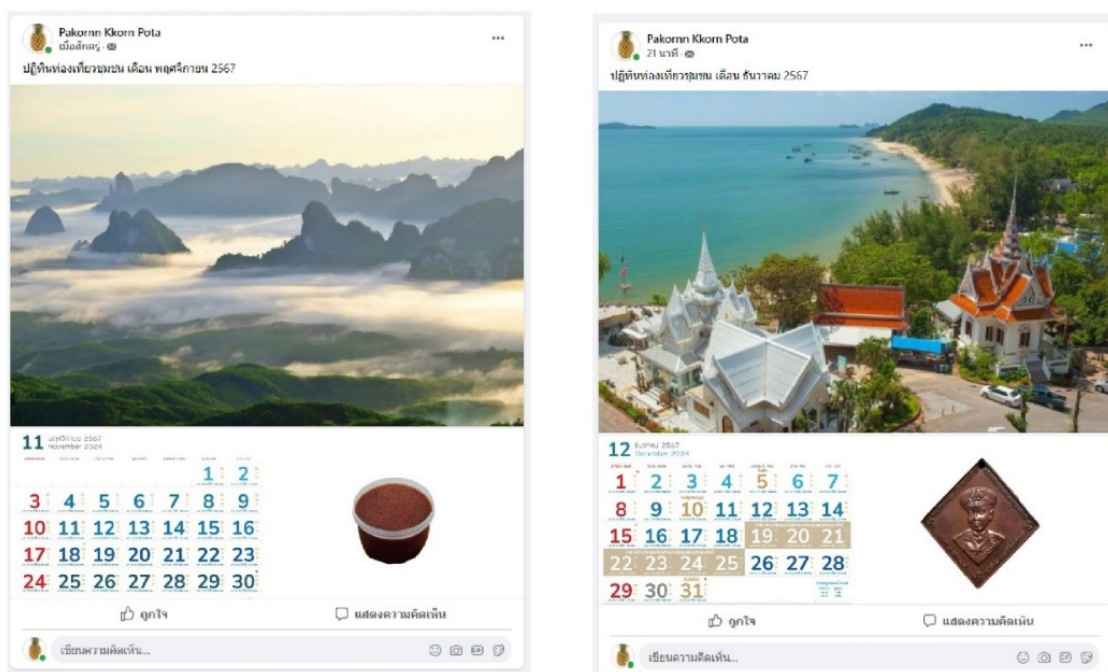
และสรุปแนวทางการท่องเที่ยวที่กล่าวมาในขั้นต้น นำไปสู่ขั้นตอนในการออกแบบชุดสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับการท่องเที่ยวดังนี้



ภาพที่ 1 ขั้นตอนกระบวนการออกแบบชุดสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในชุมชนจังหวัดชุมพร
ที่มา: ภาพกรณ โพรธะ 2564



ภาพที่ 2 ตัวอย่างปฏิทินออนไลน์
ที่มา: ภาพกรณ โพรธะ 2564



ภาพที่ 3 ตัวอย่างสื่อปฏิทินออนไลน์

ที่มา: ภาพกรณ์ โพธิ์ 2564

2. การออกแบบชุดสื่อประชาสัมพันธ์ มุ่งเน้นการออกแบบโดยให้ความสำคัญกับ 4 ด้านหลัก ดังนี้

ด้านที่ 1 พื้นที่โครงสร้างของชุดสื่อประชาสัมพันธ์ ในแต่ละสื่อจะมีพื้นที่และวิธีการสื่อสารที่แตกต่างกัน ฉะนั้นรูปแบบการนำเสนอสื่อในแต่ละรูปแบบ ผู้ใช้งานจะต้องเลือกใช้พื้นที่ที่จำกัดและเหมาะสมกับรูปแบบของตัวสื่อ โดยให้ความสำคัญกับการจัดการพื้นที่ของสื่อ ส่วนใดสำคัญหรือเป็นจุดเด่นก็ควรใช้พื้นที่ที่มีขนาดมากกว่าพื้นที่ของข้อมูลรอง ยกตัวอย่างเช่น พื้นที่ของสื่อปฏิทินรูปแบบออฟไลน์ จะมีพื้นที่จำกัดเพียง 21x16 นิ้ว ซึ่งต้องนำเสนอข้อมูลทั้งหมดลงไปในพื้นที่ที่มีขนาดจำกัด ผู้วิจัยจึงใช้วิธีการแบ่งพื้นที่ความสำคัญของเนื้อหา ออกมาเป็นขนาดของพื้นที่ ภาพหลักของเรื่องใช้พื้นที่ในสื่อกำหนดใช้ ร้อยละ 40 ของพื้นที่ทั้งหมด จึงออกแบบพื้นที่ตามลำดับความสำคัญของข้อมูล เช่น ร้อยละ 40 ใช้สำหรับข้อมูลเลขเดือน ร้อยละ 20 สำหรับข้อมูลเนื้อหาประกอบเรื่อง กิจกรรมเทศกาลท่องเที่ยว และข้อมูลสินค้าประจำถิ่น แตกต่างกับการออกแบบสื่อแบบออนไลน์ ที่สามารถออกแบบได้หลากหลายมากกว่า เพราะสื่อออนไลน์สามารถออกแบบบนพื้นที่ที่นำเสนอสื่อ เพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถเห็น และรับรู้ได้โดยมีขนาด 1080x1080 พิกเซล ทำให้สามารถเชื่อมโยงข้อมูลไปยังพื้นที่ย่อยของสื่อประชาสัมพันธ์ได้ ส่งผลต่อการจำแนกข้อมูลที่สำคัญและข้อมูลที่มีความสำคัญน้อยกว่าสามารถเรียบเรียงและออกแบบลงไปสื่อประชาสัมพันธ์เดียวกันทั้งหมดได้ ทั้งพื้นที่ออนไลน์ยังสะดวกต่อการใช้งานของกลุ่มนักท่องเที่ยวในปัจจุบันที่นิยมค้นหาข้อมูลผ่านสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศ

ด้านที่ 2 ภาพประกอบของชุดสื่อประชาสัมพันธ์ที่นำมาใช้ ต้องได้รับการคัดเลือก เป็นภาพที่เหมาะสมกับพื้นที่ เนื้อหา สามารถแสดงภาพลักษณ์ หรือจุดเด่น รวมทั้งต้องแสดงถึงความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้ โดยต้องใช้ภาพจากสถานที่จริงให้สามารถสื่อสารความหมายที่มีคุณภาพได้ และยังช่วยสร้างความน่าเชื่อถือให้กับสื่อประชาสัมพันธ์

ด้านที่ 3 ข้อมูลของชุดสื่อประชาสัมพันธ์ ซึ่งการนำข้อมูลต่าง ๆ มาใช้นั้น จะต้องได้รับการตรวจสอบความถูกต้อง เหมาะสม และสามารถสร้างความน่าสนใจ การเตรียมข้อมูลจะต้องแม่นยำและเป็นปัจจุบัน แต่สามารถปรับแก้ไขได้ตามความเหมาะสม ซึ่งการใช้สื่อรูปแบบออนไลน์ Event Calendar Facebook มีข้อได้เปรียบมากกว่า เนื่องจากสามารถเปลี่ยนแปลงแก้ไข ปรับปรุงข้อมูลได้ตลอดเวลา แต่สื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบออฟไลน์จะต้องมีการเตรียมข้อมูลล่วงหน้าเป็นเวลานานเกิน 1 ปี จึงสามารถผลิตและแจกจ่ายให้กับประชาชนในพื้นที่ได้ ด้วยข้อจำกัดดังกล่าวนี้ ผู้วิจัยจึงใช้วิธีเพิ่มข้อมูลรูปแบบ QR CODE ลงไปในปฏิทิน เพื่อให้สามารถรับรู้ข่าวสาร การเปลี่ยนแปลงกำหนดการต่าง ๆ หรือการปรับปรุงข้อมูลให้เป็นปัจจุบัน

ด้านที่ 4 รูปแบบตัวอักษรของชุดสื่อประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมกับการใช้งาน ควรมีขนาดที่สอดคล้องกับพื้นที่สื่อ ที่สามารถนำเสนอข้อมูลอย่างครบถ้วน โดยกำหนดให้มีขนาด และตำแหน่งที่เหมาะสม รวมถึงสามารถสื่อสารได้อย่างชัดเจนถูกต้อง ดึงดูดความสนใจของผู้ใช้งานได้ ซึ่งควรใช้รูปแบบตัวอักษรชนิดเดียวกันทั้งในเนื้อหาและข้อมูล เพื่อให้มีความสอดคล้องและเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของสื่อทั้งหมด

การพัฒนาชุดสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับการท่องเที่ยวในชุมชนจังหวัดชุมพร บรรลุตามวัตถุประสงค์การวิจัย คือสามารถระบุแนวทางการท่องเที่ยวระหว่างชุมชนในจังหวัดชุมพร ได้เป็น 3 รูปแบบ ดังนี้ 1) กิจกรรมท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ 2) กิจกรรมท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม 3) กิจกรรมท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ และยังสามารถพัฒนาชุดสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับการท่องเที่ยวชุมชนได้เป็น 2 ระบบ คือ ระบบออฟไลน์ พัฒนาเป็นปฏิทินท่องเที่ยวรูปแบบปฏิทินแขวน โดยสามารถใช้ควบคู่กับระบบออนไลน์ที่เป็นสื่อ Event calendar Facebook ได้ ซึ่งภายในสื่อประกอบด้วย 1) ภาพและข้อมูลกิจกรรมและเทศกาล 2) ข้อมูลแสดงช่วงเวลาที่มียุทธศาสตร์และกิจกรรมในจังหวัดชุมพร 3) ข้อมูลแสดงถึงช่วงวัน-เวลา ที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมชุมชน 4) ภาพและข้อมูลสินค้าประจำท้องถิ่น

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

การพัฒนาชุดสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับการท่องเที่ยวในชุมชนจังหวัดชุมพร มีความสอดคล้องกับแนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งสามารถนำไปสู่การอภิปรายได้ ดังนี้

การพัฒนาชุดสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับการท่องเที่ยวในชุมชนจังหวัดชุมพร เริ่มต้นจากลงพื้นที่ศึกษาข้อมูล ทำความเข้าใจ และศึกษาความต้องการของชุมชนท้องถิ่น เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนท้องถิ่น ทำให้ได้ข้อมูลและแนวทางในการพัฒนาชุดสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับการท่องเที่ยวที่เป็นประโยชน์ และตอบสนองต่อความต้องการของชุมชน

ท้องถิ่นอย่างแท้จริง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ปัทมสุวรรณ (2559) ที่ทำการวิจัยเรื่อง “การพัฒนาแบบการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจังหวัดชัยภูมิ: กรณีศึกษามอหินขาว” โดยนำเสนอผลการศึกษาว่า การพัฒนา การท่องเที่ยวชุมชนต้องอาศัย ชุมชนและภาคีที่เกี่ยวข้องในการร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมแก้ปัญหา ร่วมลงมือทำ และร่วมตัดสินใจ แสดงความคิดเห็นอย่างมีอิสระ เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เกิดจิตสำนึกความเป็นเจ้าของ รักแหล่งท่องเที่ยวชุมชน มีความกระตือรือร้นให้ความร่วมมือในการดำเนินงาน มีการจัดการบริหารแบ่งปันผลประโยชน์รายได้อย่างทั่วถึง จะนำไปสู่การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การพัฒนาชุดสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับการท่องเที่ยวในชุมชนจังหวัดชุมพร เป็นนวัตกรรมที่ช่วยส่งเสริม การท่องเที่ยวในชุมชนจังหวัดชุมพรได้ เนื่องจากผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสำรวจแนวทางในการท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร รวมทั้งข้อมูลด้านสภาพอากาศ ภูมิประเทศ กิจกรรม และเทศกาลในแต่ละช่วงเวลา มาเป็นข้อมูลสำคัญในการวางแผนชุดสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชน เพื่อให้เกิดพลวัต การนัดหมาย จนกลายเป็นปฏิทินท่องเที่ยวชุมชน ซึ่งถือว่าเป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยสร้างความเข้าใจร่วมกัน ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว และพัฒนาชุดสื่อประชาสัมพันธ์เป็น 2 รูปแบบ กล่าวคือ สื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชนจังหวัดชุมพรรูปแบบออฟไลน์ หรือปฏิทินแขวน กำหนดแผนการใช้งานในระยะเวลา 1 ปี และสื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบออนไลน์ Event calendar Facebook กำหนดแผนการใช้งานรายเดือน ซึ่งสามารถเพิ่มเติม ปรับปรุง แก้ไขข้อมูลในระยะสั้นได้ สอดคล้องกับแนวคิดของ ปรียาภรณ์ รัตนพงษ์. (2556) ที่ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง "แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนรอบตลาดน้ำคลองลัดมะยม เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร" ได้ให้ข้อคิดเห็นว่า ควรมีการวางแผนนโยบายเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนอย่างจริงจัง ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นวิถีชีวิตแก่ประชาชนในชุมชน

อีกทั้งชุดสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชนจังหวัดชุมพร ยังสามารถช่วยให้เห็นการขับเคลื่อนของการท่องเที่ยวในชุมชนจังหวัดชุมพร และกำหนดจุดหมายการท่องเที่ยวในแต่ละชุมชนได้อย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งจะสามารถทำให้เกิดการขับเคลื่อนและกระตุ้นการท่องเที่ยวได้ สอดคล้องกับ ชูติกาญจน์ กันทะอุ (2560) ที่ทำการวิจัยเรื่อง "การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นฐาน : กรณีศึกษาบ้านร่องพอง ตำบลร่องพอง อำเภอเมืองแพร่ จังหวัดแพร่" ได้ให้ข้อเสนอแนะว่า การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชนต้องเพิ่มศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการมีส่วนร่วมจากประชาชน โดยเร่งประชาสัมพันธ์และสร้างเครือข่ายระหว่างชุมชน หน่วยงานในท้องถิ่น เพื่อขับเคลื่อนการท่องเที่ยวให้ยั่งยืนต่อไป

ปฏิทินแขวนประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในชุมชนจังหวัดชุมพร ผู้วิจัยได้พัฒนาการนำเสนอข้อมูลด้วยเทคโนโลยีการสแกนภาพผ่านระบบ QR CODE เพื่อนำเสนอข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว และข้อมูลสินค้าประจำท้องที่สำหรับผู้สนใจ จากความร่วมมือระหว่างชุมชนกับภาครัฐ จึงทำให้การสื่อสารเป็นไปในทิศทางเดียวกัน เกิดความเข้าใจที่ตรงกันสอดคล้องกับแนวคิดของ กิตติศักดิ์ กลิ่นหมื่นไวย. (2554) ที่ได้ทำวิจัยเรื่อง "แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดลำปาง" ได้เสนอแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนว่า การสร้างความร่วมมือทางการท่องเที่ยวชุมชน

ระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ช่วยให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนอย่างมั่นคงและยั่งยืน

นอกจากนี้การวิจัยยังพบว่า แนวคิดการใช้สื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในชุมชนจังหวัดชุมพร ยังมีความเหมาะสมกับรูปแบบการใช้งาน สอดคล้องกับแนวคิดของ วาสนา จันทรวงศ์ (2533) ที่ระบุว่าการเลือกใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ควรคำนึงถึงการดำเนินงานดังนี้

1. การย่ำหรือการซ้ำ การใช้สื่อซ้ำหรือซ้ำบ่อย ๆ ติดต่อกันไป จะเตือนความจำและความสนใจอยู่ตลอดเวลา โดยสื่อปฏิทิน เป็นสื่อที่สามารถใช้งานได้ในชีวิตประจำวันทั่วไป กลุ่มเป้าหมายสามารถพบเห็นสื่อได้ทุกวัน ซึ่งจะสามารถเตือนความทรงจำของผู้ใช้งานได้ทุกครั้ง ที่เห็นสื่อประชาสัมพันธ์ เป็นการเน้นย้ำความสนใจ และประชาสัมพันธ์กิจกรรมการท่องเที่ยว รวมถึงนำเสนอข้อมูลสินค้าต่าง ๆ ของชุมชนในจังหวัดชุมพรได้เป็นอย่างดี

2. การมีส่วนร่วม จะกระตุ้นเตือนให้ผู้รับสารสนใจและติดตาม ชุดสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับการท่องเที่ยวในชุมชนจังหวัดชุมพร มีการอ้างอิงถึงขอบเขตการใช้งานในเทศกาลต่าง ๆ ของแต่ละอำเภอในจังหวัดชุมพร ทำให้เกิด การตระหนักรู้และมีส่วนร่วมว่าในเดือนนั้น ๆ จะมีกิจกรรมหรือมีเทศกาลที่อยู่ในขอบเขตพื้นที่ ภายในอำเภอของผู้ใช้งาน จึงทำให้ประชาชนเกิดการมีส่วนร่วม และมีความรับผิดชอบต่อชุมชนมากยิ่งขึ้น ทั้งชุดสื่อประชาสัมพันธ์นี้ยังเกิดจากความต้องการของชุมชนท้องถิ่นอีกด้วย

3. การได้ผลประโยชน์ทั้งโดยตรงและโดยอ้อม ชุดสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับการท่องเที่ยวในชุมชนจังหวัดชุมพร ช่วยส่งเสริมเศรษฐกิจในชุมชนท้องถิ่น ให้ได้รับผลประโยชน์ทางตรง และผลประโยชน์ทางอ้อม เช่น การสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว ค่าที่พัก อาหาร หรือการซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยว ก่อให้เกิดประโยชน์ทั้งในด้านการจัดการทรัพยากรของชาวบ้านในท้องถิ่นและเอื้อประโยชน์ให้แก่ชุมชน

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

ด้านการสื่อสาร

ผู้เชี่ยวชาญได้ให้คำแนะนำในเรื่องการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ปฏิทินแขวนรูปแบบออฟไลน์ ว่าสามารถเพิ่มเทคโนโลยี Augmented Reality (AR) โดรนการสแกน QR CODE ในสื่อปฏิทินทำให้พัฒนาสื่อจากประเภทออฟไลน์กลายเป็นสื่อประเภทผสม (hybrid) แสดงข้อมูลภาพเสมือน-ภาพเคลื่อนไหวเพิ่มเติมลงในสื่อออฟไลน์ได้ทันที

ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะว่าจะพัฒนาชุดสื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบออนไลน์ที่เป็นการสื่อสารทางเดียวให้กลายเป็นสื่อที่สามารถตอบสนองผู้ใช้ในรูปแบบการสื่อสารสองทาง โดยอาจจะพัฒนาจาก แอปพลิเคชัน เว็บไซต์ Line bot Chat bot หรือช่องทางอื่น ๆ ให้สามารถพิมพ์ ถาม-ตอบ ข้อมูลได้แบบทันที และสามารถแก้ไขหรือเพิ่มเติมข้อมูลได้ตลอดเวลา เพื่อให้เป็นประโยชน์แก่ผู้ใช้งานมากยิ่งขึ้น

ด้านข้อมูล

ผู้เชี่ยวชาญได้ให้คำแนะนำเรื่องข้อมูลแสดงถึงช่วงวัน-เวลา ที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมชุมชน (ข้อมูลแสดงข้างขึ้น-ข้างแรม และ ค่าเวลา-ความสูงของน้ำทะเล) ในสื่อชิ้นงานผู้วิจัยได้ระบุเวลา เป็นช่วงกลางคืนของทุกวัน เนื่องจากผู้วิจัยตั้งใจสื่อสารให้ข้อมูลเรื่องน้ำขึ้น-น้ำลงแก่ชาวประมง ซึ่งออกเรือในเวลากลางวัน แต่ในทางด้านการท่องเที่ยวแล้ว มีกิจกรรมการท่องเที่ยวหลายกิจกรรม ซึ่งจำเป็นต้องใช้ค่าน้ำขึ้น-น้ำลงดู ประกอบการท่องเที่ยว ตัวอย่างเช่น กิจกรรมล่องเรือชมสันทราย หรือกิจกรรมการท่องเที่ยวพายเรือคายักในป่าโกงกาง ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวจำเป็นต้องอาศัยช่วงจังหวะที่น้ำทะเลขึ้น-ลง ที่เหมาะสมจึงจะสามารถเที่ยวชมหรือท่องเที่ยวกิจกรรมนั้นได้

ผู้วิจัยมีความคิดเห็น bahwa ข้อมูลแสดงถึงช่วงวัน-เวลา ที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมชุมชนสามารถนำไปปรับใช้กับภูมิประเทศที่แตกต่างไปจากจังหวัดชุมพรได้เช่น ในกรณีพื้นที่จังหวัดมีภูมิประเทศเป็นภูเขา เช่นในภาคเหนือ มีภูมิอากาศที่หนาว และเป็นจุดเด่นของการท่องเที่ยว ข้อมูลแสดงถึงช่วงวัน-เวลา ที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมชุมชน อาจจะใช้แสดงผลเป็นช่วงเวลาที่เหมาะสมที่สุด และช่วงเวลาที่เหมาะสมที่สุดของแต่ละวัน เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเลือกและกำหนดช่วงเวลาที่เหมาะสมในการท่องเที่ยวได้ หรือข้อมูลสภาพดินฟ้าอากาศ และฤดูมรสุมเพื่อให้การท่องเที่ยวสามารถจัดขึ้นได้ในช่วงเวลาที่เหมาะสมที่สุด

เอกสารอ้างอิง (References)

- ปรียาภรณ์ รัตนพงษ์. (2556). *แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนรอบตลาดน้ำคลองลัดมะยม เขตตลิ่งชัน*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วาสนา จันทรสว่าง. (2533). *การประชาสัมพันธ์ในงานสาธารณสุข*. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.