

การศึกษาและออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว
เมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช

STUDY AND DESIGN OF DIGITAL MEDIA FORMATS FOR PUBLIC RELATIONS FOR
SECONDARY CITY TOURISM NAKHON SI THAMMARAT PROVINCE

ปริชาติ บุญเกิด* จตุรงค์ เลาะห์เพ็ญแสง และธเนศ ภิรมย์การ

Parichart Boongerd*, Chaturong Louhapensang, and Thanate Piromgar

E-mail: palm.parichert@gmail.com, chaturong@yahoo.com, and thanate.pirom@gmail.com

ภาควิชาครุศาสตร์สถาปัตยกรรมและการออกแบบ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร 10520

Department of Architectural and Design Education, School of Industrial Education and Technology,
King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang, Bangkok 10520 Thailand

*Corresponding author E-mail: nichakanaeye@gmail.com

(Received: April 19, 2021; Revised: May 28, 2021; Accepted: June 22, 2021)

ABSTRACT

The objective of the study and design of digital media format for tourism public relations in the secondary city of Nakhon Si Thammarat is to study digital media formats, design the digital media, and assess the satisfaction of digital media consumers. For this study, digital media formats were divided into 60 forms with the experts' analysis on the correlation for the digital media design. The correlation results were found that there were web production, digital publications, and digital media. With the human perception, there was 75 percent of the visual interest. Interesting of cultural identity and transcribing history, there were surveyed from the three raised weaving communities. The creation of the digital patterns from the raised cloth pattern was reflected the cultural identity classify patterns into groups, plants, animals, geometric, and miscellaneous patterns using Adobe Illustrator for modern and unique design. The design results were found that the model 1 was a high level of opinion ($\bar{X} = 4.39$, S.D. = 0.37). Overall consumer satisfaction with digital aesthetics was ($\bar{X} = 4.57$, S.D. = 0.63). Digital media was unique ($\bar{X} = 4.47$, S.D. = 0.63). Digital media were suitable for use at ($\bar{X} = 4.63$, S.D. = 0.49). The price was suitable for digital media formats (products) ($\bar{X} = 4.43$, S.D. = 0.77). The price was reasonable when compared to the quality (products) ($\bar{X} = 4.40$, S.D. = 0.56). The price was reasonable when compared to the features (products) ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.61). Distribution channels on digital media formats can be sold at the trading fairs (products) and at an online (products) ($\bar{X} = 4.60$, S.D. = 0.56). At the marketing promotion, there was a digital media format delivery service (products) ($\bar{X} = 4.40$, S.D. = 0.67). There were various forms of public relations in digital media ($\bar{X} = 4.53$, S.D. = 0.57) and an incentive to purchase different forms of digital media ($\bar{X} = 4.40$, S.D. = 0.81).

Keywords: Digital media; Identity; Cultural tourism; Nakhon Si Thammarat

บทคัดย่อ

การศึกษาและออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบสื่อดิจิทัล ออกแบบสื่อดิจิทัล และประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคสื่อดิจิทัล จากการศึกษาได้แบ่งรูปแบบของสื่อดิจิทัลออกเป็น 60 รูปแบบ ศึกษาและวิเคราะห์ลักษณะกับทางผู้เชี่ยวชาญและนำมาวิเคราะห์ระดับความสัมพันธ์ทางการออกแบบ ผลลัพธ์ที่ได้คือ สิ่งพิมพ์ทางเว็บ สิ่งพิมพ์ดิจิทัล ดิจิทัลมีเดีย วัตถุประสงค์การเรียนรู้ของมนุษย์เกิดจากการมองเห็นร้อยละ 75 การสร้างความน่าสนใจจากอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมเป็นการถ่ายทอดประวัติศาสตร์ ได้สำรวจจากชุมชนท่องเที่ยว 3 ชุมชน นำมาสร้างสร้างสรรค์ลวดลายให้เกิดขึ้นเป็นภาพบนรูปแบบสื่อดิจิทัลจากลายผ้าทอพื้นเมืองที่ได้รับมาจากบรรพบุรุษ สะท้อนความเป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม จำแนกลวดลายเป็นกลุ่มลายพันธุ์ไม้ สัตว์ เรขาคณิต และลายเบ็ดเตล็ด ร่วมกับภูมิปัญญาของชุมชน การมัลติมีเดียจากสื่อธรรมชาติ ใช้โปรแกรม Adobe Illustrator ให้มีความทันสมัย และเป็นเอกลักษณ์ ผลการออกแบบ พบว่ารูปแบบ 1 มีความเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.39, S.D. = 0.37$) ความพึงพอใจโดยรวมของผู้บริโภค ด้านรูปแบบ ความสวยงามของสื่อดิจิทัล ($\bar{X} = 4.57, S.D. = 0.63$) สื่อดิจิทัลมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ($\bar{X} = 4.47, S.D. = 0.63$) สื่อดิจิทัลมีความเหมาะสมต่อการใช้งาน ($\bar{X} = 4.63, S.D. = 0.49$) ด้านราคา ราคาเหมาะสมกับรูปแบบสื่อดิจิทัล (ผลิตภัณฑ์) ($\bar{X} = 4.43, S.D. = 0.77$) ราคาเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพ (ผลิตภัณฑ์) ($\bar{X} = 4.40, S.D. = 0.56$) ราคาเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับคุณสมบัติ (ผลิตภัณฑ์) ($\bar{X} = 4.33, S.D. = 0.61$) ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายรูปแบบสื่อดิจิทัลสามารถวางจำหน่ายในงานแสดงสินค้า (ผลิตภัณฑ์) และผลิตภัณฑ์จำหน่ายผ่านสื่อออนไลน์ (ผลิตภัณฑ์) ($\bar{X} = 4.60, S.D. = 0.56$) ด้านการส่งเสริมการตลาด มีบริการจัดส่งรูปแบบสื่อดิจิทัล (ผลิตภัณฑ์) ($\bar{X} = 4.40, S.D. = 0.67$) มีการประชาสัมพันธ์รูปแบบสื่อดิจิทัลในด้านต่าง ๆ ($\bar{X} = 4.53, S.D. = 0.57$) มีการสร้างแรงจูงใจในการซื้อรูปแบบสื่อดิจิทัลในรูปแบบต่าง ๆ ($\bar{X} = 4.40, S.D. = 0.81$)

คำสำคัญ: สื่อดิจิทัล; เอกลักษณ์; การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม; นครศรีธรรมราช

1. บทนำ

เทคโนโลยีในปัจจุบันมีวิวัฒนาการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ทำให้มีวัสดุ อุปกรณ์ และเทคนิควิธีการใหม่ ๆ เพื่อนำมาใช้ประโยชน์อย่างไม่จำกัดในทุกวงการ เช่นเดียวกับวงการท่องเที่ยวที่นำเทคโนโลยีเหล่านี้มาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวและบริการ นำเอาเทคโนโลยี เข้ามามีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวและบริการ เป็นการเพิ่มประสิทธิภาพทางการเข้าถึงของนักท่องเที่ยว สื่อดิจิทัลเป็นเทคโนโลยีหนึ่งในการเป็นสื่อกลางการสร้างการเรียนรู้ของมนุษย์ ที่ให้ผู้บริโภคได้รับรู้และเกิดความต้องการในสินค้า เป็นการนำเอาข้อความ ภาพดิจิทัล วิดีโอเคลื่อนไหว เสียง มาจัดรูปแบบโดยอาศัยเทคโนโลยีความเจริญก้าวหน้าทางด้านคอมพิวเตอร์ สื่อทางออนไลน์ มาจัดการตามกระบวนการ และวิธีการผลิตโดยนำมาเชื่อมโยงกันเพื่อให้เกิดประโยชน์ในการใช้งาน การประชาสัมพันธ์โดยใช้ภาพดิจิทัล สร้างความจดจำได้จากการพบเห็นเป็นรูปแบบที่มีบทบาทเป็นสื่อกลางการถ่ายทอดวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชุมชน สะท้อนความเป็นอัตลักษณ์วัฒนธรรม จังหวัดนครศรีธรรมราชได้อย่างชัดเจน [1]

อัตลักษณ์บนเครื่องแต่งกายเป็นลวดลายดั้งเดิมปรากฏบนผ้ายกที่สืบทอดมาจากบรรพบุรุษ เป็นลวดลายที่พบได้ในจังหวัดนครศรีธรรมราชแทบทุกพื้นที่ เช่น ลายเกล็ดพิกุล ลายเพชรประกาย ลายเพชรเมขลา ลายบุษบาล้อมสร้อย ลายจตุอำรงค์ ลายเบญจมาศ ลายกระรัตลูกแก้ว และลายเลื่อมขบา เกิดจากการสังเกต การใช้จินตนาการ นำเอาลักษณะเด่นจากสิ่งที่พบเห็นในธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ทั้งพืชพรรณ ดอกไม้ ต้นไม้ สัตว์น้อยใหญ่ ข้าวของเครื่องใช้ในชีวิตประจำวัน จนถึงประเพณีและคตินิยมของชาวพื้นเมืองมาประยุกต์ลงสู่ลวดลายผ้าทอ ด้วยเทคนิคการสร้างลวดลายการทอแบบยกดอก โดยการทอเพิ่มเส้นพุ่งพิเศษ เกิดเป็นลวดลายยกนูน เป็นการทอด้วยเส้นไหม เส้นเงินเส้นทอง หากพบเห็นผ้าทอที่มีเอกลักษณ์ในลักษณะเช่นนี้ เราก็สามารถรับรู้ได้ทันทีว่า นี่คือผ้าทอ ผ้ายกจากนครศรีธรรมราช [1]

คนเราสามารถจดจำรูปภาพที่เห็นครั้งแรกได้ถึงร้อยละ 80 เหลือเพียงร้อยละ 20 ที่เก็บไว้จำสิ่งที่อ่าน แสดงให้เห็นว่าคนเราไม่สามารถจำเรื่องยาก ๆ ได้ ถ้ามันมีแต่ตัวหนังสือ อ่านเท่าไรก็จำไม่ได้ สื่อดิจิทัลจึงกลายเป็นรูปแบบมีอิทธิพลอย่างมากในการประชาสัมพันธ์ รูปภาพสวยงามเป็นวิธีการบอกเล่าเรื่องราวได้ภายในพริบตาเดียว รูปแบบสื่อดิจิทัลที่สวยงามมีโอกาสดึงดูดผู้บริโภคให้เข้าสู่ประชาสัมพันธ์ได้ถึง 12 % ข้อความส่วนที่เกี่ยวกับเนื้อหา ใช้แสดงรายละเอียด หรือเนื้อหาของเรื่องที่น่าสนใจ ถือว่าเป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญของรูปแบบสื่อดิจิทัล ภาพนิ่งให้ผลในเชิงการเรียนรู้หรือรับรู้ด้วยการมองเห็นได้ดี นอกจากนี้ยังสามารถถ่ายทอดความหมายได้ลึกซึ้งมากกว่าข้อความ ภาพเคลื่อนไหว ภาพกราฟิกที่แสดงขั้นตอนต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น

อย่างต่อเนื่อง เสียงถูกจัดเก็บอยู่ในรูปของสัญญาณสื่อดิจิทัลสามารถเล่นซ้ำกลับไปกลับมาได้ โดยใช้โปรแกรมที่ออกแบบมาโดยเฉพาะ การนำเสนอ จะช่วยให้รูปแบบสื่อดิจิทัลนั้นเกิดความสมบูรณ์แบบ [2]

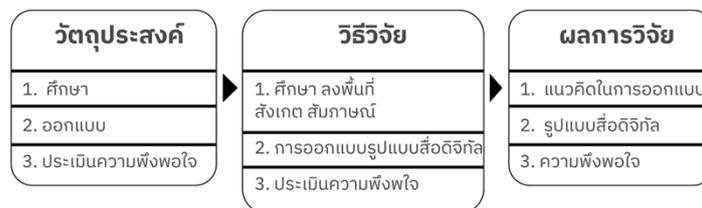
ปัจจุบันสถานที่ท่องเที่ยวในหลาย ๆ พื้นที่มีช่องทางการประชาสัมพันธ์ค่อนข้างน้อย เนื่องจากชาวบ้าน ผู้ประกอบการยังขาดความชำนาญในด้านเทคโนโลยี นักท่องเที่ยวที่เดินทางไปเที่ยวจังหวัดต่าง ๆ ก็มักจะไปเที่ยวในสถานที่เดิม ๆ ที่มีการประชาสัมพันธ์ไว้ก่อนแล้ว แต่ก็ยังคงมีอีกหลายพื้นที่ โดยเฉพาะจังหวัดนครศรีธรรมราชจังหวัดที่ยังคงมีความเป็นเอกลักษณ์ที่ยังคงวิถีชีวิตวัฒนธรรมการทอผ้าด้วยตัวเองเพื่อใช้สวมใส่ในครอบครัว และใช้สำหรับพิธีสำคัญตามวัฒนธรรมของชาวพื้นเมือง ผ้ายังมีลักษณะเป็นผ้าทอด้วยเทคนิคการสร้างลวดลายการทอยกดอก โดยการทอเพิ่มเส้นพุ่งพิเศษเกิดเป็นลวดลายยกนูน เป็นการทอด้วยเส้นไหม เส้นเงินเส้นทอง ที่ทอจะถูกกำหนดตามความต้องการใช้งานตั้งแต่เริ่มต้นทอ เช่น ผ้าทอสำหรับเสื้อ ผ้าโสร่ง ชุดสุภาพ หรือเนคไท [1]

งานวิจัยการศึกษารูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ผสานกับอัตลักษณ์วัฒนธรรมการทอลายผ้าจังหวัดนครศรีธรรมราชจึงมีความงดงามโดดเด่นลวดลาย ด้วยสีสันตระการตา และผู้คนทั่วไปยังคงพบเห็นรูปแบบอันเป็นอัตลักษณ์ของลวดลายเครื่องแต่งกายของชาวพื้นเมือง ด้วยลวดลายเป็นที่ต้องตาต้องใจของคนเมือง นักท่องเที่ยว และชาวต่างชาติ โดยการศึกษาอัตลักษณ์วัฒนธรรมจากผู้เชี่ยวชาญ ผู้ทรงคุณวุฒิในพื้นที่ชุมชน ศึกษาแนวทางเพื่อทำการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อให้ชุมชนมีส่วนร่วม เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ยังคงรักษาไว้ซึ่งอัตลักษณ์ ตอบสนองความต้องการของลูกค้าในปัจจุบันที่มีวิถีชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไปได้ในหลายรูปแบบ สามารถเป็นอาชีพเสริมที่มีศักยภาพทางเศรษฐกิจ สร้างรายได้ และเป็นการประชาสัมพันธ์ถึงความเป็นตัวตน

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 2.1 เพื่อศึกษารูปแบบสื่อดิจิทัลในการออกแบบ
- 2.2 เพื่อออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช
- 2.3 เพื่อประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

3. กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย



รูปที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

3.1 กรอบแนวคิดวัตถุประสงค์ 1 ศึกษาารูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราชในการออกแบบ

ผู้วิจัยได้ศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบสื่อดิจิทัลตลอดจนการวิเคราะห์ถึงลักษณะเฉพาะของสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งทำให้สิ่งนั้นเป็นที่รู้จักหรือจำได้อันได้แก่ รูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อประชาสัมพันธ์คือแนวของ Tiantong [3] คือ การรวบรวมเทคโนโลยี หลายอย่างเข้าไว้ด้วยกัน เพื่อให้เกิดความสมบูรณ์ในการออกแบบและใช้งานสื่อดิจิทัล เกี่ยวกับข้อกับสื่อและวิธีการจำนวน 5 ส่วนดังนี้ ข้อความ (Text) เสียง (Sound) ภาพ (Picture) ภาพวีดิทัศน์ (Video) การปฏิสัมพันธ์ (Interaction) แสดงอัตลักษณ์ที่ได้จากวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยพิจารณาจากความเชื่อ วัฒนธรรม วิถีชีวิต ประเพณี เครื่องแต่งกาย รวมไปถึงบริบทโดยรอบที่ทำให้ทราบถึงความสำคัญขององค์ประกอบในด้านต่าง ๆ จนสามารถนำมาวิเคราะห์ สังเคราะห์ข้อมูล จนได้โครงสร้างเพื่อหาแนวทางสรุปอัตลักษณ์วัฒนธรรมพื้นเมืองนครศรีธรรมราช ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Leesuwat [4] แนวคิดเชิงวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น (Local wisdom) ที่สะสมกันมาเป็นเวลานาน ภูมิปัญญานี้มีใช้ความรู้เป็นสิ่งที่สูงกว่าเพราะได้ผ่านการกลั่นกรองต้องสะสมมาแต่อดีตจนได้ผลลัพธ์ที่สมบูรณ์กับการใช้สอย สอดคล้องกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยเฉพาะศิลปหัตถกรรม

พื้นบ้าน แม้จะเป็นเพียงสิ่งธรรมดาสามัญ แต่ถ้าพิจารณาให้ลึกซึ้งแล้วจะเห็นว่าศิลปหัตถกรรมหลายชนิด มีตั้งแต่หัตถกรรมที่สร้างขึ้นด้วยกรรมวิธีที่เรียบง่ายไปจนถึงหัตถกรรมที่มีกรรมวิธีที่ซับซ้อน เป้าหมายของกรอบแนวความคิดนี้ อยู่ในส่วนของ การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ในงานวิจัยนี้

3.2 กรอบแนวคิดวัตถุประสงค์ 2 ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ผู้วิจัยได้ศึกษาด้านการออกแบบคือแนวของ Castillo [5] การคิดแบบ Universal design การออกแบบเพื่อมวลชนความสำเร็จสำหรับการใช้แนวคิดการออกแบบเพื่อมวลชนสร้างนวัตกรรมสร้างสรรค์ของประเทศญี่ปุ่นแสดงให้เห็นว่าการออกแบบเพื่อการใช้งานของคนในสังคมนั้นเป็นแนวคิดที่ควรนำมาประยุกต์ใช้ในสังคมไทยให้มากขึ้น เพราะเป็นการทำให้ทุกคนในสังคมมีโอกาสใช้ชีวิตได้อย่างเท่าเทียมกัน และเป็นปกติสุข จะไม่ก่อให้เกิดความเหลื่อมล้ำ และการแบ่งแยกในสังคม นอกจากนี้ยังจะเป็นการลดภาระให้กับสังคมได้ แนวคิดนี้สามารถเป็นจริงได้หากได้รับความร่วมมือจากทุกฝ่าย อาทิ ภาครัฐและเอกชน ควรให้การสนับสนุนด้านงานออกแบบที่ครอบคลุมถึงมวลชนทุกคนผู้ออกแบบในสาขาต่าง ๆ ควรให้ความสำคัญต่อการออกแบบที่ต้องใช้ความรู้ทักษะพิเศษในการสร้างสรรค์ผลงาน และการออกแบบให้ครอบคลุมถึงมวลชนทุกคนผู้ใช้งานควรต้องศึกษา และทำความเข้าใจการใช้งานอย่างถูกต้อง และมีจิตสำนึกในการรักษาสິงของที่เป็นสาธารณะ สุดท้ายมีการติดตามผลการใช้งาน และนำปัญหาไปพัฒนารูปแบบให้ดียิ่งขึ้นต่อไป โดยอยู่ภายใต้แนวคิดหลักการออกแบบของ Yodbangtoei [6] ที่มี 4 ประการ 1) ด้านประโยชน์ใช้สอย 2) ความงามตามหลักองค์ประกอบศิลป์ 3) คุณสมบัติทางวัสดุและเศรษฐกิจ 4) แบบอย่างและวัฒนธรรม เป้าหมายของกรอบแนวความคิดนี้ อยู่ในส่วนของ การออกแบบผลิตภัณฑ์ในงานวิจัยนี้

3.3 กรอบแนวคิดตามวัตถุประสงค์ 3 เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภค

ผู้วิจัยได้ศึกษาด้านการตลาดคือแนวคิดจากงานวิจัยของ Jittangwattana [7] โดยนำเสนอแนวคิดของ James Culliton ทฤษฎีส่วนประสมการตลาด (Marketing mix) หมายถึง ปัจจัยทางการตลาดที่ควบคุมได้เพื่อสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย ซึ่งเรียกว่า 4Ps

3.3.1 ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งใดสิ่งหนึ่งที่จะนำเสนอแก่ตลาด เพื่อให้เกิดความสนใจ ความต้องการเป็นกรรมสิทธิ์การใช้ หรือการบริโภคประกอบด้วยทั้งสินค้าและบริการซึ่งแบ่งได้ 3 ระดับ คือ

3.3.1.1 แก่นผลิตภัณฑ์ หมายถึง ธรรมดาประโยชน์หรือผลประโยชน์สำคัญที่ให้ผู้ซื้อ

3.3.1.2 รูปร่างผลิตภัณฑ์ หมายถึง ส่วนที่เป็นรูปร่างผลิตภัณฑ์ประกอบด้วยคุณลักษณะ 5 ประการ คือ ระดับคุณภาพ ลักษณะ รูปแบบ ตราผลิตภัณฑ์ และการบรรจุหีบห่อ

3.3.1.3 ประโยชน์เพิ่มของผลิตภัณฑ์ หมายถึง ประโยชน์ของผู้ซื้อที่จะได้รับนอกเหนือจากประโยชน์สำคัญของผลิตภัณฑ์

3.3.2 ราคา (Price) หมายถึง มูลค่าของผลิตภัณฑ์ที่กำหนดให้อยู่ในรูปแบบของตัวเงิน ซึ่งในการกำหนดมูลค่าของผลิตภัณฑ์ของนักการตลาดนั้นจะมีจุดหมายหรือวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันโดยจะสามารถแยกได้ 3 ประการ คือ การตั้งราคาโดยมุ่งกำไร การตั้งราคาโดยมุ่งการขาย และการตั้งราคาเพื่อคงไว้ซึ่งฐานะเดิม

3.3.3 การจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง กิจกรรมที่จะนำผลิตภัณฑ์ไปสู่ตลาดเป้าหมายหรือผู้บริโภคโดยวิธีการจำหน่ายผ่านคนกลางหรืออาจจะจำหน่ายโดยตรง เพื่อให้ไปยังผู้บริโภคหรือกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

3.3.4 การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง การติดต่อสื่อสารกับกลุ่มลูกค้าหรือผู้บริโภคเพื่อให้เกิดการรับทราบวัตถุประสงค์หรือแนวคิดในการจำหน่าย

4. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องการศึกษาและออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช สำหรับการออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัล ผู้วิจัยได้ใช้ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเพื่อให้สอดคล้องตามวัตถุประสงค์การดำเนินการวิจัย โดยเริ่มต้นใช้วิธีจากการทบทวนเอกสารทฤษฎี และใช้ข้อมูลการสำรวจภาคสนามจากการลงพื้นที่ โดยพิจารณาองค์ประกอบภาพรวมทางวัฒนธรรมที่มีลักษณะเด่นและน่าสนใจมากที่สุด สามารถสื่อถึงอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของจังหวัดนครศรีธรรมราช ดังนี้

4.1 วิธีดำเนินการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษารูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราชในการออกแบบ

4.1.1 กลุ่มผู้ให้ข้อมูล คือ ผู้เชี่ยวชาญทางด้านสื่อดิจิทัลโดยการค้นคว้าทางอินเทอร์เน็ต บทความวิชาการ บทความวิจัย วิทยานิพนธ์ต่าง ๆ เกี่ยวกับรูปแบบสื่อดิจิทัล และศึกษาข้อมูลการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราชจากวัฒนธรรม วิถีชุมชนทอผ้า ลายผ้าของแต่ละชุมชน โดยผู้วิจัยลงพื้นที่ศึกษาวิถีชีวิตชุมชนทอผ้า 3 ชุมชน ได้แก่ กลุ่มทอผ้าบ้านมะม่วงปลาย แขน กลุ่มทอผ้าบ้านตรอกแค และกลุ่มทอผ้าบ้านเนินธัมมัง โดยวิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) โดยมีเกณฑ์การคัดเลือกจาก ประชาชนชาวบ้าน ผู้นำชุมชน โดยอาศัยความรู้ ความเข้าใจประวัติศาสตร์ ความเป็นมา วิถีชีวิตการทอผ้าในพื้นที่เมืองในเขตพื้นที่ สำหรับการรวบรวมข้อมูลจากการสำรวจภาคสนามด้วยวิธีการสังเกตการณ์ (Observation) การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structure interview)

4.1.2 เครื่องมือการวิจัยที่ใช้ในการวิเคราะห์ ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลและการสัมภาษณ์ในเชิงลึก (In depth-interview) โดยแนวการสัมภาษณ์ใช้คำถามเชิงลึกแบบปลายเปิดให้ผู้ตอบแสดงความคิดเห็น การวิเคราะห์ระดับ ค่าความสัมพันธ์ทางการออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัล โดยพัฒนามาจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ประกอบกับการใช้แบบสำรวจพื้นที่ภาคสนาม และการสำรวจข้อมูลความคิดเห็น

4.1.3 การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษา และนำข้อมูลที่ได้จากการขอความอนุเคราะห์ จากหน่วยงานและผู้นำชุมชน รวมถึงข้อมูลจากการลงสำรวจพื้นที่ และการสัมภาษณ์จากกลุ่มตัวอย่างข้างต้น มาทำการจัดลำดับ ความสำคัญ และตรวจความถูกต้องสมบูรณ์ของข้อมูล จนทำการวิเคราะห์ สรุปรูปแบบสื่อดิจิทัล สรุปข้อมูลเพื่อค้นหาอัตลักษณ์ ที่ส่งผลต่อการออกแบบ โดยนำเสนอข้อมูลเชิงพรรณนา ซึ่งจะทำให้ทราบว่ารูปแบบสื่อดิจิทัล โดยการถ่ายทอดวัฒนธรรม อัตลักษณ์จังหวัดจากวิถีชุมชนการทอผ้า ลวดลายผ้าทอที่เป็นที่นิยม จากการลงพื้นที่นั้นแบ่งกลุ่มลายผ้าเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มลายพันธุ์ไม้ กลุ่มลายสัตว์ กลุ่มลายเรขาคณิต และกลุ่มลายเบ็ดเตล็ด

4.1.4 ตัวแปรที่ศึกษา ได้แก่ รูปแบบของสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช

4.2 วิธีดำเนินการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อออกแบบสื่อดิจิทัลประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช

4.2.1 กลุ่มผู้ให้ข้อมูล ผู้เชี่ยวชาญ ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ผู้เชี่ยวชาญจากมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์วาลูกา เอเมอก อาจารย์ประจำ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

อาจารย์ทรงพันธุ์ จันทร์ทอง อาจารย์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

คุณนริษฐ์ บุละ นักวิเคราะห์ระบบงานคอมพิวเตอร์ อุทยานวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

4.2.2 เครื่องมือการวิจัย ผู้วิจัยใช้คำถามในการสอบถามสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ ผู้ทรงคุณวุฒิ โดยได้ทำการศึกษาข้อมูลปฐม ภูมิด้านการออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัลประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว เพื่อสรุปเป็นแนวคิดโดยใช้หลักการออกแบบคัดเลือกแนวคิด ผลิตภัณฑ์ (Concept generation and selection) ร่วมกับผู้เชี่ยวชาญจากนั้นสรุปคำถามประกอบการสัมภาษณ์ในเชิงลึก (In depth-interview)

4.2.3 การวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ วิเคราะห์ข้อมูลหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)

4.2.4 ตัวแปรที่ศึกษา ได้แก่ ผลการออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัลจากอัตลักษณ์วัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช

4.3 วิธีดำเนินการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคประชากร คือ ผู้บริโภค

4.3.1 ประชากร คือ นักท่องเที่ยว

4.3.2 กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวของชุมชนทอผ้ากลุ่มทอผ้าบ้านมะม่วงปลาย แขน กลุ่มทอผ้าบ้านตรอกแค และกลุ่ม ทอผ้าบ้านเนินธัมมัง จำนวน 30 ท่าน โดยใช้การเลือกกลุ่ม ตัวอย่างแบบสุ่ม (Random sampling) แนวคิดของ Yamane [8]

4.3.3 เครื่องมือการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามวิธีการแบบเจาะจง (Purposive sampling) ประเมินตามแบบมาตรฐานค่าระดับ (Rating scale)

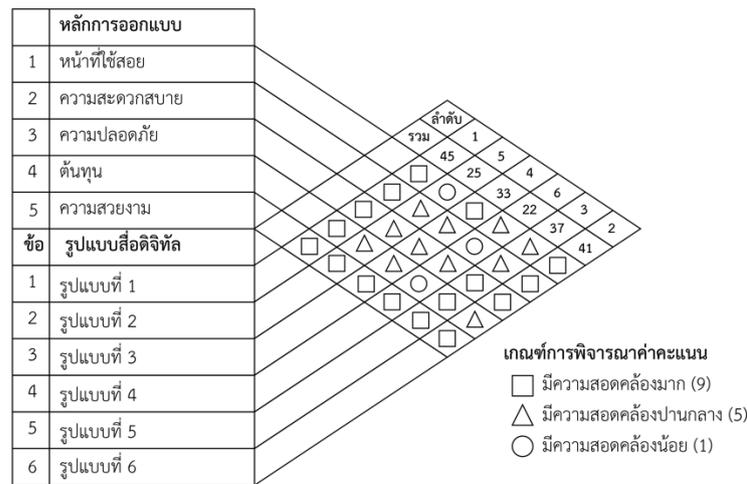
4.3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ วิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)

5. ผลการวิจัย

5.1 ผลการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษารูปแบบสื่อดิจิทัลที่เหมาะสมการออกแบบ รูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อประชาสัมพันธ์ โดยการค้นคว้าทางอินเทอร์เน็ต บทความวิชาการ บทความวิจัยวิทยานิพนธ์ต่าง ๆ ศึกษาแหล่งท่องเที่ยวอัตลักษณ์วัฒนธรรม ชุมชน กลุ่มกรณีศึกษาผู้เชี่ยวชาญทางด้านอัตลักษณ์ชุมชนในพื้นที่ชุมชน กรณีศึกษาพบว่า

ผลจากการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญพบว่า จากการศึกษาโดยใช้ทฤษฎีประสบการณ์ของ John Dewey นำเสนอโดย Angkurarohit [2] ได้แบ่งรูปแบบของสื่อดิจิทัลได้ 60 รูปแบบ นำมาวิเคราะห์ระดับค่าความสัมพันธ์ทางการออกแบบ รูปแบบสื่อดิจิทัล สรุปได้ว่า รูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อนำไปใช้ในการออกแบบ ได้แก่ Web publication, Digital publications, และ Digital media

การวิเคราะห์ระดับค่าความสัมพันธ์ทางการออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัล Web publication

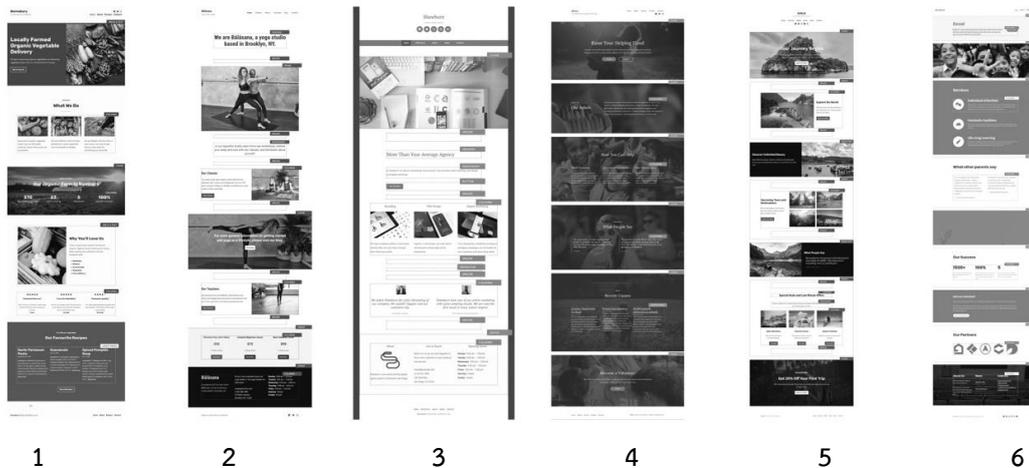


รูปที่ 2 แสดงการวิเคราะห์ระดับค่าความสัมพันธ์ทางการออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัล

ผลจากการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสอบถามผู้เชี่ยวชาญพบว่า การศึกษาแหล่งท่องเที่ยวอัตลักษณ์วัฒนธรรมวิถีชุมชนทอผ้า ลายผ้าของแต่ละชุมชน โดยผู้วิจัยลงพื้นที่ศึกษาวิถีชีวิตชุมชนทอผ้า 3 ชุมชน ได้แก่ กลุ่มทอผ้าบ้านมะม่วงปลายแขน กลุ่มทอผ้าบ้านตรอกแค และกลุ่มทอผ้าบ้านเนินธัมมิ่ง ซึ่งทำให้ทราบว่า การทอผ้ายกที่เป็นที่นิยมนั้นแบ่งเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มลายพันธุ์ไม้ กลุ่มลายสัตว์ กลุ่มลายเรขาคณิต และกลุ่มลายเบ็ดเตล็ด กลุ่มที่ 1 กลุ่มลายพันธุ์ไม้ แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ลายดอกไม้ ได้แก่ ลายดอกพิกุล (ลายดอก) ลายดอกพิกุลแก้ว ลายดอกพิกุลเถื่อน ลายดอกพิกุลล้อม ลายดอกพิกุลก้านแย็ก ลายดอกพิกุลสลับลายลูกแก้ว ลายดอกมะลิร่วง ลายดอกมะลิตูมก้านแย็ก ลายดอกไม้ ลายดอกไม้ประดิษฐ์ ลายต้นไม้ ได้แก่ ลายใบไม้ ลายตายนันต์ (ลายตาสับประรด) ลายหัวพลู เม็ดพริกไทย ลายเครือเถา กลุ่มที่ 2 กลุ่มลายสัตว์ ได้แก่ ลายม้า ลายหางกระรอก ลายหิ้งห้อยขมสวน ลายแมงมุมก้านแย็ก กลุ่มที่ 3 กลุ่มลายเรขาคณิต ได้แก่ ลายเกล็ดพิมเสนทรงสี่เหลี่ยมจัตุรัส ลายเกล็ดพิมเสนรูปเพชรเจียรระโน ลายก้านแย็ก ลายราชวัต ลายตาสมุก ลายตาราง ลายลูกโซ่ ลายลูกแก้ว ลายลูกแก้วฝูง กลุ่มที่ 4 กลุ่มลายเบ็ดเตล็ด ได้แก่ ลายไทยประยุกต์ ลายไทยประยุกต์ผสม ลายพิมทอง ลายก้านแย็ก ลายเครือเถา ลายประจายาม ลายพุ่มข้าวบิณฑ์เล็ก เป็นต้น [1]

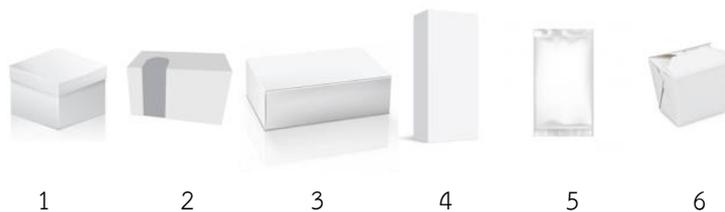
5.2 ผลการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 ผู้วิจัยได้ใช้กรอบแนวความคิด Castillo [5] โดยอยู่ภายใต้หลักการออกแบบ 4 ประการ 1) ด้านประโยชน์ใช้สอย 2) ความงามตามหลักองค์ประกอบศิลป์ 3) คุณสมบัติทางวัสดุและเศรษฐกิจ 4) แบบอย่างและวัฒนธรรม [6] โดยการออกแบบรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์โดยการตัดทอนลดทอนลายผ้าที่ทอสืบต่อกันมาแต่โบราณ จัดเป็นความงามทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย มีเอกลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่น เพื่อที่จะนำมาออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว โดยใช้อัตลักษณ์วัฒนธรรมชุมชนมาใช้เป็นส่วนหนึ่งของรูปแบบสื่อดิจิทัลในแต่ละชนิด เพื่อให้คงความดั้งเดิมสอดคล้องกับแนวคิดเดิมของชาวจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยผู้วิจัยได้ทำการคัดเลือกรูปแบบสื่อดิจิทัล เพื่อนำไปใช้ในการออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัล

เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งผู้เชี่ยวชาญได้ทำการเลือกรูปแบบ Web publication, Digital publications, และ Digital media ที่เหมาะสมมากที่สุดดังนี้



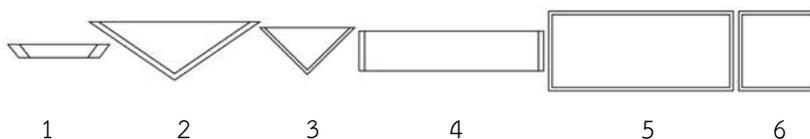
รูปที่ 3 ภาพแสดงรูปแบบ Web publication เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช แสดงอัตลักษณ์ชุมชนผ่าน Theme WordPress free

จากรูปที่ 3 ภาพแสดงรูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อนำไปใช้ในการออกแบบสื่อดิจิทัลผ่าน Web publication ที่ได้แรงบันดาลใจมาจากรูปแบบสื่อดิจิทัลในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ โดยใช้วัฒนธรรมอัตลักษณ์ชุมชนลายผ้าทอ เกี่ยวข้องกับการสื่อสารทางการมองเห็น ออกแบบและพัฒนาเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคซึ่งสามารถเลือกรูปแบบ ลวดลาย และสี ได้ตามความต้องการ โดยเว็บ WordPress



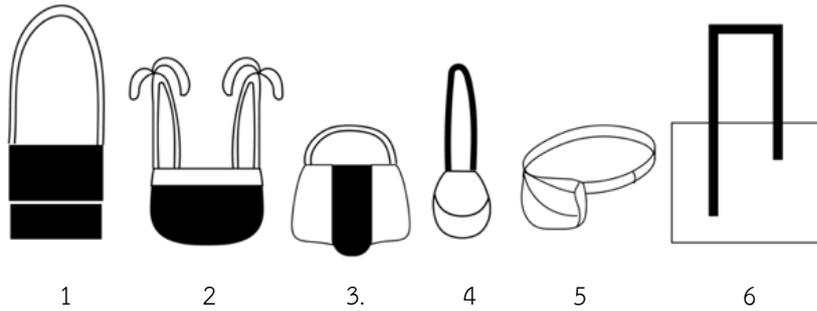
รูปที่ 4 ภาพแสดงรูปแบบ Digital media เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช แสดงอัตลักษณ์ชุมชนผ่านบรรจุภัณฑ์

จากรูปที่ 4 ภาพแสดงแบบร่างการออกแบบ Digital media เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อนำไปใช้ในการออกแบบสื่อดิจิทัลผ่าน Digital media ที่ได้รับแรงบันดาลใจมาจากการใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อมวลชนแบบมาตรฐาน ส่งผลให้ง่ายต่อการใช้งาน



รูปที่ 5 ภาพแสดงรูปแบบ Digital publications เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช แสดงอัตลักษณ์ชุมชนผ่านเครื่องแต่งกาย

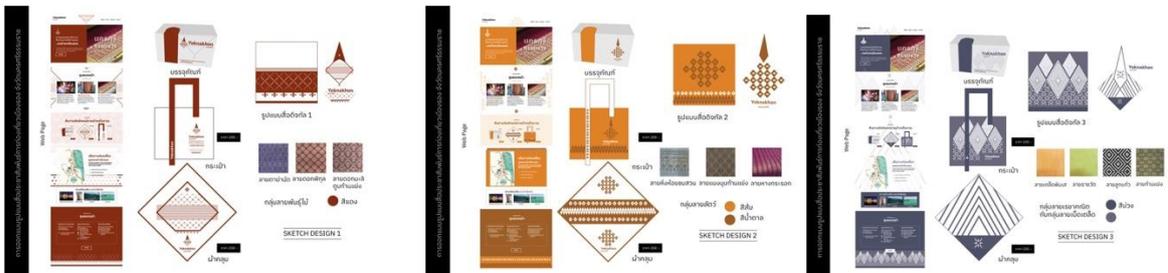
จากรูปที่ 5 ภาพแสดงรูปทรงชุดเครื่องประดับเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อนำไปใช้ในการออกแบบสื่อดิจิทัลผ่านผ้าคลุมไหล่ ที่ได้แรงบันดาลใจจากการแต่งกายของชาวพื้นเมืองนครศรีธรรมราช เป็นผ้าสำหรับคลุมไหล่ เรียกว่า “ผ้าพาดบ่า”



รูปที่ 6 ภาพแสดงรูปแบบ Digital publications เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช แสดงอัตลักษณ์ชุมชนผ่านเครื่องประดับ

จากรูปที่ 6 ภาพแสดงรูปแบบ Digital publications เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราชแสดงผ่านลวดลายอัตลักษณ์ชุมชนผ่านเครื่องประดับด้วยลวดลายดิจิทัลที่ได้แรงบันดาลใจมาจากวัฒนธรรมวิถีชีวิตของชาวนครศรีธรรมราชที่ใช้กระเป๋าย่านลิเกา ซึ่งมีรูปทรงเป็นสี่เหลี่ยม มีหูที่สะพานไหล่ มองดูคล้ายกระเป๋าทรงสี่เหลี่ยม ถูงผ้าในปัจจุบัน

สรุปผลการวิเคราะห์ระดับค่าความสัมพันธ์ทางการออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัลจากแบบร่างทั้งหมด 24 รูปแบบ พบได้ว่ารูปแบบที่มีความเหมาะสมและสอดคล้องต่อการออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช คือ Web publication รูปแบบที่ 1 มี 45 คะแนน อยู่ในลำดับที่ 1 รูปแบบที่ 6 มี 41 คะแนน อยู่ในลำดับที่ 2 รูปแบบที่ 5 มี 37 คะแนน อยู่ในลำดับที่ 3 Digital media ผ่านบรรจุภัณฑ์ รูปแบบที่ 2 มี 45 คะแนน อยู่ในลำดับที่ 1 รูปแบบที่ 6 มี 41 คะแนน อยู่ในลำดับที่ 2 รูปแบบที่ 4 มี 37 คะแนน อยู่ในลำดับที่ 3 Digital publications ผ่านเครื่องแต่งกาย รูปแบบที่ 6 มี 45 คะแนน อยู่ในลำดับที่ 1 รูปแบบที่ 4 มี 37 คะแนน อยู่ในลำดับที่ 2 รูปแบบที่ 2 มี 31 คะแนน อยู่ในลำดับที่ 3 Digital publications ผ่านเครื่องประดับ รูปแบบที่ 6 มี 45 คะแนน อยู่ในลำดับที่ 1 รูปแบบที่ 3 มี 41 คะแนน อยู่ในลำดับที่ 2 รูปแบบที่ 1 มี 37 คะแนน อยู่ในลำดับที่ 3 จากนั้นผู้วิจัยได้นำแบบร่างรูปทรงผลิตภัณฑ์ที่ได้ค่าคะแนนความสัมพันธ์มากที่สุดมาสร้าง Sketch design โดยใส่ลวดลายผ้ายกไว้ในบริเวณต่าง ๆ และสีสกรีนธรรมชาติที่เป็นภูมิปัญญาของชาวนครศรีธรรมราช ดังนี้



รูปแบบที่ 1 (กลุ่มลายพันธุ์ไม้)

รูปแบบที่ 2 (กลุ่มลายสัตว์)

รูปแบบที่ 3 (กลุ่มลายเรขาคณิตกับกลุ่มลายเบ็ดเตล็ด)

รูปที่ 7 Sketch design

จากรูปที่ 7 ภาพแสดงภาพร่าง (Sketch design) รูปแบบแนวคิดสื่อดิจิทัล Web publication, Digital publications, และ Digital media มาออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ โดยใช้อัตลักษณ์วัฒนธรรมชุมชน เกี่ยวข้องกับการสื่อสารทางการมองเห็น ที่ได้รับแรงบันดาลใจจากการออกแบบสื่อดิจิทัลผ่าน Digital media ที่ได้รับแรงบันดาลใจจากการใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อมวลชนแบบมาตรฐานส่งผลให้ง่ายต่อการใช้งาน การออกแบบสื่อดิจิทัลผ่านผ้าคลุมไหล่ ที่ได้แรงบันดาลใจจากการแต่งกายของชาวพื้นเมืองนครศรีธรรมราช เป็นผ้าสำหรับคลุมไหล่ เรียกว่า “ผ้าพาดบ่า” ลวดลายอัตลักษณ์ชุมชนผ่านเครื่องประดับด้วยลวดลายดิจิทัลที่ได้

แรงบันดาลใจมาจากวัฒนธรรมวิถีชีวิตของชาวนครศรีธรรมราชที่ใช้กระเป๋าย่านลิเภา ซึ่งมีรูปทรงเป็นสี่เหลี่ยม มีหูหิ้วสะพานไหล่ มองดูคล้ายกระเป๋าทรงสี่เหลี่ยมถุงผ้าในปัจจุบัน ด้วยลวดลายผ้าที่ทอสีต่อกันมาแต่โบราณ จัดเป็นความงามทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย มีเอกลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่น นำมาออกแบบสื่อดิจิทัลเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว โดยใช้วัฒนธรรมอัตลักษณ์ชุมชนมาใช้เป็นส่วนหนึ่งของสื่อดิจิทัลในการออกแบบแต่ละชนิด

ตารางที่ 1 แสดงผลการประเมินระดับความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อรูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช

รายการประเมิน	ระดับความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ 3 คน					
	รูปแบบที่ 1		รูปแบบที่ 2		รูปแบบที่ 3	
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.
1 ด้านประโยชน์ใช้สอย						
1.1 ผลิตภัณฑ์มีประโยชน์ใช้สอยเหมาะสมกับราคา	4.33	0.58	3.67	0.58	4.00	1.00
1.2 ผลิตภัณฑ์สามารถใช้งานได้อย่างคุ้มค่า	5.00	0.00	4.33	1.15	3.67	0.58
1.3 ผลิตภัณฑ์มีรูปร่างที่เหมาะสม	5.00	0.00	3.67	0.58	3.67	0.58
2 ความงามตามหลักองค์ประกอบศิลป์						
2.1 ผลิตภัณฑ์มีโครงสร้างที่เหมาะสม	5.00	0.00	4.00	1.00	3.67	0.58
2.2 ผลิตภัณฑ์มีความงามทางด้านรูปทรง	4.33	1.15	3.33	0.58	4.00	1.00
2.3 ผลิตภัณฑ์มีความงามทางด้านสี	4.00	0.00	3.67	0.58	3.67	0.58
2.4 ผลิตภัณฑ์มีความงามทางด้านลวดลายผ้า	3.67	0.58	4.67	0.58	4.00	1.00
3 คุณสมบัติทางวัสดุและเศรษฐกิจ						
3.1 มีคุณค่าในตัวเอง	3.67	0.58	4.00	1.00	3.67	0.58
3.2 เหมาะสมกับการผลิต	4.33	0.58	4.00	1.00	3.67	0.58
4 แบบอย่างและวัฒนธรรม						
4.1 แสดงความเป็นอัตลักษณ์กลุ่มชาติพันธุ์ภาคะแจะ	4.33	0.58	4.00	1.00	4.00	1.00
4.2 ออกแบบได้เหมาะสมกับภาพการณณ์	4.33	0.58	3.67	0.58	4.00	1.00
เฉลี่ย	4.39	0.37	3.94	0.24	3.82	0.24
ระดับความเห็น	มีความเหมาะสมมากที่สุด		มีความเหมาะสมมาก		มีความเหมาะสมมาก	

สรุปผลการออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรองจังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า รูปแบบที่ 1 มีความเหมาะสมมากที่สุด มีความเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.39, S.D. = 0.37$) รองลงมาคือ รูปแบบที่ 2 มีความเหมาะสมในระดับมาก ($\bar{X} = 3.94, S.D. = 0.24$) รองลงมาอันดับสุดท้าย คือ รูปแบบที่ 3 มีความเหมาะสมในระดับมาก ($\bar{X} = 3.82, S.D. = 0.24$)

5.3 ผลการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภค ผู้ประกอบการทำงานในกรุงเทพมหานคร จำนวน 30 คน โดยใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) พบว่า



รูปที่ 8 ภาพแสดงรูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช

จากรูปที่ 8 ภาพแสดงรูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช จากอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมเป็นการถ่ายทอดประวัติศาสตร์ ได้สำรวจจากชุมชนท้องถิ่น 3 ชุมชน นำมาสร้างสรรค์ลวดลายให้เกิดขึ้นเป็นภาพบนรูปแบบสื่อดิจิทัลจากลายผ้าทอพื้นเมืองที่ได้รับมาจากบรรพบุรุษ สะท้อนความเป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม นำมาสื่อสารผ่านรูปแบบ Web publication ที่มีลายกราฟิกได้มาจากลายผ้ากลุ่มลายพันธุ์ไม้ ลายย่านัต ลายดอกพิกุล และลายมะลิตูม ก้านแย่ง นำมาตัดทอนเป็นลายบนสื่อประชาสัมพันธ์ รูปแบบ Digital media ผ่านบรรจุภัณฑ์ ที่ได้รับแรงบันดาลใจมาจากการใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อมวลชลแบบมาตรฐานส่งผลให้ง่ายต่อการใช้งาน Digital publications ผ่านเครื่องแต่งกายได้แรงบันดาลใจมาจากการแต่งกายของชาวพื้นเมืองนครศรีธรรมราช เป็นผ้าสำหรับคลุมไหล่ เรียกว่า “ผ้าพาดป่า” Digital publications ผ่านเครื่องประดับ ด้วยลวดลายดิจิทัลที่ได้แรงบันดาลใจมาจากวัฒนธรรมวิถีชีวิตของชาวนครศรีธรรมราชที่ใช้กระเป๋าย่านลิเกา ซึ่งมีรูปทรงเป็นสี่เหลี่ยม มีหูหิ้วสะพานไหล่ มองดูคล้ายกระเป๋าทรงสี่เหลี่ยมถุงผ้าในปัจจุบัน ด้วยลวดลายผ้าที่ทอสืบต่อกันมาแต่โบราณ จัดเป็นความงามทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย มีเอกลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่น สะท้อนความเป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมร่วมกับภูมิปัญญาการใช้สีแดง สีธรรมชาติที่ได้จากใบมังคุดผลไม้พื้นถิ่นที่นำมามัดย้อมผ้าของชุมชน

ตารางที่ 2 แสดงผลการประเมินระดับความคิดเห็นผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อรูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช

รายการประเมิน	ระดับความคิดเห็นผู้ตอบแบบสอบถาม (n = 30)	
	\bar{X}	S.D.
1 ด้านผลิตภัณฑ์		
1.1 ความสวยงามของผลิตภัณฑ์ด้านรูปร่าง รูปทรง	4.57	0.63
1.2 ผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว	4.47	0.63
1.3 ผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมต่อการใช้สอย	4.63	0.49
2 ด้านราคา		
2.1 ราคาเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	4.43	0.77
2.2 ราคาเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพ	4.40	0.56
2.3 ราคาเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับคุณสมบัติ	4.33	0.61
3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย		
3.1 ผลิตภัณฑ์สามารถวางจัดจำหน่ายในงานแสดงสินค้า	4.60	0.56
3.2 ผลิตภัณฑ์จำหน่ายผ่านสื่อออนไลน์	4.60	0.56
4 ด้านการส่งเสริมการตลาด		
4.1 มีบริการจัดส่งผลิตภัณฑ์	4.40	0.67
4.2 มีการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ในด้านต่างๆ	4.53	0.57
4.3 มีการสร้างแรงจูงใจในการซื้อผลิตภัณฑ์ในรูปแบบต่างๆ	4.40	0.81
เฉลี่ย	4.39	0.37
ระดับความเห็น	มีความเหมาะสมมากที่สุด	

จากตารางที่ 2 สรุปผลการประเมินระดับความคิดเห็นผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า รูปแบบสื่อดิจิทัลมีความเหมาะสมมากที่สุด ($\bar{X} = 4.49$, S.D. = 0.10)

6. สรุปและอภิปรายผล

สรุปผลงานวิจัยตามวัตถุประสงค์ 1 เพื่อศึกษารูปแบบสื่อดิจิทัลในการออกแบบ โดยทำการค้นคว้าทางอินเทอร์เน็ตเกี่ยวกับบทความวิชาการ บทความวิจัยวิทยานิพนธ์ต่าง ๆ แบ่งรูปแบบของสื่อดิจิทัลไว้ตามหลักของ John Dewey จากงานวิจัยของ Angkurahit [2] ได้ 60 รูปแบบ จากการวิเคราะห์ระดับค่าความสัมพันธ์ทางการออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัล สรุปได้ว่ารูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อนำไปใช้ในการออกแบบ ได้แก่ สิ่งพิมพ์ทางเว็บ (Web publication), สื่อดิจิทัล (Digital publications), และดิจิทัลมีเดีย (Digital media) ที่มีการนำเอาข้อความ กราฟิก ภาพเคลื่อนไหว เสียง มาจัดรูปแบบ โดยอาศัยเทคโนโลยีความเจริญก้าวหน้าทางด้านคอมพิวเตอร์ โดยการสร้างความน่าสนใจจากอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่ชัดเจนเป็นสื่อกลางการถ่ายทอดประวัติศาสตร์ ขนบธรรมเนียม วัฒนธรรม ผู้วิจัยได้สำรวจอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมจากชุมชนทอผ้าพื้นเมือง 3 ชุมชน ศูนย์ศิลปาชีพบ้านเนินธัมมัง ชุมชนบ้านตรอกแค และชุมชนบ้านมะม่วงปลายแขน สร้างลวดลายดิจิทัลจากลายผ้าฝ้าย สะท้อนความเป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช

ปัจจุบันสถานที่ท่องเที่ยวในหลาย ๆ พื้นที่มีช่องทางการประชาสัมพันธ์ค่อนข้างน้อย เนื่องจากชาวบ้าน ผู้ประกอบการยังขาดความชำนาญในด้านเทคโนโลยี นักท่องเที่ยวที่เดินทางไปเที่ยวจังหวัดต่าง ๆ ก็มักจะไปเที่ยวในสถานที่เดิม ๆ ที่มีการประชาสัมพันธ์ไว้ก่อนแล้ว แต่ก็ยังคงมีอีกหลายพื้นที่ โดยเฉพาะจังหวัดนครศรีธรรมราชจังหวัดที่มีอารยธรรมที่ได้รับการสืบทอดมาตั้งแต่สมัยศรีวิชัยความรู้ภูมิปัญญาการทอผ้า ที่ได้รับอิทธิพลจากการค้าขายกับชาวจีนในอดีต ผ้าทอเมืองนครศรีธรรมราชมีลักษณะเป็นผ้าทอด้วยเทคนิคการสร้างลวดลายการทอยกดอก โดยการทอเพิ่มเส้นพุ่งพิเศษเกิดเป็นลวดลายยกสูง เป็นการทอด้วยเส้นไหม เส้นเงินเส้นทอง ที่พอจะถูกกำหนดตามความต้องการใช้งานตั้งแต่เริ่มต้นทอ ความโดดเด่นของผ้าทอจะเป็นลวดลายที่มีลักษณะป้ายไม่มียอดแหลมแตกต่างไปจากภูมิภาคอื่น ๆ ผสมผสานกับการใช้สีธรรมชาติจากเปลือกมังคุด เปลือกกล้วยหิน ลูกเนียง ผลผลิตที่ได้จากชุมชนที่นำมาเป็นสีสำหรับการทำผ้ามัดย้อมภูมิปัญญาของคนพื้นเมือง นำมาออกแบบบนสื่อดิจิทัลประชาสัมพันธ์ แสดงอัตลักษณ์พื้นบ้านของจังหวัดนครศรีธรรมราช

งานวิจัยการศึกษารูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ผสานกับอัตลักษณ์วัฒนธรรมการทอผ้าฝ้าย ของจังหวัดนครศรีธรรมราชจึงมีความงดงามโดดเด่นลวดลาย ด้วยสีสันตระการตา และผู้คนทั่วไปยังคงพบเห็นรูปแบบอันเป็นอัตลักษณ์ของลวดลายเครื่องแต่งกายของชาวพื้นเมือง ด้วยลวดลายเป็นที่ต้องตาต้องใจของคนเมืองนักท่องเที่ยว และชาวต่างชาติ โดยการศึกษาอัตลักษณ์จากผู้เชี่ยวชาญ ผู้ทรงคุณวุฒิในพื้นที่ชุมชน ศึกษาแนวทางเพื่อทำการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อให้ชุมชนมีส่วนร่วม เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ยังคงรักษาไว้ซึ่งอัตลักษณ์ ตอบสนองความต้องการของลูกค้าในปัจจุบันที่มีวิถีชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไปได้ในหลายรูปแบบ สามารถเป็นอาชีพเสริมที่มีศักยภาพทางเศรษฐกิจสร้างรายได้และเป็นการประชาสัมพันธ์ถึงความเป็นตัวตน

สรุปผลงานวิจัยตามวัตถุประสงค์ 2 การออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัลในการออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ได้ใช้กรอบแนวความคิด Universal design ของ Castillo [5] ภายใต้หลักการออกแบบ 4 ประการ 1) ด้านประโยชน์ใช้สอย 2) ความงามตามหลักองค์ประกอบศิลป์ 3) คุณสมบัติทางวัสดุและเศรษฐกิจ 4) แบบอย่างและวัฒนธรรม สรุปผลการออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัล พบว่า รูปแบบที่ 1 มีความเหมาะสมมากที่สุด มีความเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.39, S.D. = 0.37$) รองลงมาคือ รูปแบบที่ 2 มีความเหมาะสมในระดับมาก ($\bar{X} = 3.94, S.D. = 0.24$) รองลงมาอันดับสุดท้าย คือ รูปแบบที่ 3 มีความเหมาะสมในระดับมาก ($\bar{X} = 3.82, S.D. = 0.24$) โดยมีการนำอัตลักษณ์ลวดลายผ้าฝ้าย ผ้าทอโบราณจากวิถีชีวิตการทอผ้าฝ้ายมาใช้เป็นส่วนหนึ่งของรูปแบบสื่อดิจิทัลที่แสดงในแต่ละชนิด เนื่องจากผ้าฝ้ายเมืองนครเป็นผ้าทอพื้นเมืองที่ใช้เทคนิคการทอแบบยกดอก ซึ่งเป็นศิลปะหัตถกรรมพื้นบ้านของจังหวัดนครศรีธรรมราช จัดเป็นความงามทางวัฒนธรรม ด้วยวิธีการคิดค้นประดิษฐ์เป็นลวดลาย จนกลายเป็นวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น สืบทอดภูมิปัญญามาตั้งแต่โบราณ จึงมีเอกลักษณ์เฉพาะตนในการออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัลในงานวิจัยและเพื่อให้คงความเป็นทุนวัฒนธรรมดั้งเดิมไว้ ผู้วิจัยจึงได้ใช้หลักการออกแบบที่สอดคล้องกับแนวคิดเดิมของชาวนครศรีธรรมราช สำหรับการออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัลที่แสดงผ่าน Web publication, Digital publications, และ Digital media

สรุปผลงานวิจัยตามวัตถุประสงค์ 3 เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภค ผู้วิจัยได้ศึกษาด้านการตลาดคือแนวคิด 4Ps ตามกรอบแนวความคิดของ Jittangwattana [7] ได้ทำการกล่าวถึงทฤษฎีส่วนประสมการตลาด (Marketing mix) หมายถึง ปัจจัยทางการตลาดที่ควบคุมได้เพื่อสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย ซึ่งเรียกว่า 4Ps พบว่า มีผู้บริโภควัยทำงานอยู่ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 30 ท่าน โดยใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ด้านรูปแบบสื่อดิจิทัล ความสวยงามของสื่อดิจิทัลด้านรูปแบบ ($\bar{X} = 4.57, S.D. = 0.63$) รูปแบบสื่อดิจิทัลมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ($\bar{X} = 4.47, S.D. = 0.63$) รูปแบบสื่อดิจิทัล ที่มีความเหมาะสมต่อการใช้งาน ($\bar{X} = 4.63, S.D. = 0.49$) ด้านราคาเหมาะสมกับรูปแบบสื่อดิจิทัล (ผลิตภัณฑ์) ($\bar{X} = 4.43, S.D. = 0.77$) ราคาเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพ (ผลิตภัณฑ์) ($\bar{X} = 4.40, S.D. = 0.56$) ราคาเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับคุณสมบัติ (ผลิตภัณฑ์) ($\bar{X} = 4.33, S.D. = 0.61$) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย รูปแบบสื่อดิจิทัลสามารถวางจำหน่ายในงานแสดงสินค้า (ผลิตภัณฑ์) ($\bar{X} = 4.60, S.D. = 0.56$) ผลิตภัณฑ์จำหน่ายผ่านสื่อออนไลน์ (ผลิตภัณฑ์) ($\bar{X} = 4.60, S.D. = 0.56$) ด้านการส่งเสริมการตลาด มีบริการจัดส่งรูปแบบสื่อดิจิทัล (ผลิตภัณฑ์) ($\bar{X} = 4.40, S.D. = 0.67$) มีการประชาสัมพันธ์รูปแบบสื่อดิจิทัลในด้านต่าง ๆ ($\bar{X} = 4.53, S.D. = 0.57$) มีการสร้างแรงจูงใจในการซื้อรูปแบบสื่อดิจิทัลในรูปแบบต่าง ๆ ($\bar{X} = 4.40, S.D. = 0.81$)

7. ข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษารูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช รวมถึงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม อาชีพ ประเพณีความเชื่อ เครื่องแต่งกาย ลวดลายและความหมายบนเครื่องแต่งกาย เครื่องมือเครื่องใช้ กระบวนการผลิตต่าง ๆ การทอผ้า เพื่อใช้เป็นแนวทางในการออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัล

แนวทางการออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจากอัตลักษณ์วัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช มีหลากหลาย สามารถนำองค์ความรู้ที่ได้จากการศึกษามาต่อยอดพัฒนารูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชต่อไปได้อีก

ควรศึกษาถึงการส่งเสริมและพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งการเรียนรู้และการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์โดยภูมิปัญญาชาวบ้าน

เอกสารอ้างอิง

- [1] Thongsamak, C. (2011). **Nakhon Si Thammarat Cloth**. Nakhon Si Thammarat: Akson Print. 147-165. (in Thai)
- [2] Angkurarohit, P. (2000). **Practical philosophy foundation of educational philosophy in democratic society**. Bangkok: Chulalongkorn University Press. 105-111. (in Thai)
- [3] Tiantong, M. (2005). **Multimedia and hypermedia**. Bangkok: King Mongkut's University of Technology North. 131. (in Thai)
- [4] Leesuwat, W. (1999). **Local arts and crafts**. Bangkok: Compact Print. 43. (in Thai)
- [5] Castillo, N. D. (2009). **Information on principles of design for the masses [“Universal Design” training material documents]**. [online]. Available: http://www.opp.go.th/km/fund/apcd3_7_12_49.pdf Retrieved March 10, 2021. (in Thai)
- [6] Yodbangtoei, M. (1995). **Design**. Bangkok: Odeon Store. 222. (in Thai)
- [7] Jittangwattana, B. (1998). **Marketing strategy and marketing management**. Bangkok: Diamond in Business Network. 136-137. (in Thai)
- [8] Yamane, T. (1973). **Statistics an introductory analysis**. New York: Harper & Row. 727-728.