

การออกแบบสื่อปฏิสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมเส้นทางการท่องเที่ยวในจังหวัดระนอง

ดวงรัตน์ ด่านไธยนา¹, เยาวลักษณ์ ไชยสอน²

¹สาขาออกแบบกราฟิกและมัลติมีเดีย คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

²สำนักบริการคอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Email : duangrat.da@ssru.ac.th, Yaowaluck.ch@ku.th

Received: Aug 29, 2021

Revised: Jun 08, 2022

Accepted: Jun 16, 2022

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่อง การออกแบบสื่อปฏิสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมเส้นทางการท่องเที่ยวในจังหวัดระนอง มีวัตถุประสงค์ 1. ศึกษาข้อมูลพื้นฐานทางทรัพยากรธรรมชาติและสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดระนอง และ 2. เพื่อออกแบบพัฒนาสื่อปฏิสัมพันธ์เส้นทางการท่องเที่ยวจากฐานทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมในจังหวัดระนอง โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพผสมผสานกับวิธีวิจัยเชิงปริมาณ โดยการวิเคราะห์ทางเอกสาร การสนทนากลุ่มและการสัมภาษณ์เชิงลึก และความต้องการในการใช้งานสื่อของผู้ใช้บริการ

ข้อมูลพื้นฐานทางทรัพยากรธรรมชาติและชุมชนในจังหวัดระนอง และประเมินศักยภาพทางทรัพยากรธรรมชาติพื้นที่ท่องเที่ยวในจังหวัดระนอง พบว่า พื้นที่กรณีศึกษาจากการประเมินศักยภาพสถานภาพ ปัจจัยทางสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมสามารถจำแนกเส้นทางการท่องเที่ยวตามแหล่งทรัพยากรทางการท่องเที่ยวได้เป็นเส้นทางการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกัน 5 อำเภอ ได้แก่ อำเภอกะบุรี อำเภอกะเปอร์ อำเภอเมืองระนอง อำเภอละอุ่น อำเภอสุขสำราญ พบว่า ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ระนองที่น่าสนใจมีทั้งสิ้น 25 แห่ง และแบ่งเป็นทั้งสิ้น 9 เส้นทาง 1) แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์-ธรรมชาติ 2) แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ-วัฒนธรรม 3) แหล่งท่องเที่ยวในเมือง-พักผ่อน 4) แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ-ชุมชน 5) แหล่งท่องเที่ยวทางอารยธรรม-ธรรมชาติ 6) แหล่งท่องเที่ยวพักผ่อน 7) แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ-ประวัติศาสตร์ 8) แหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์-ชุมชน 9) เส้นทางธรรมชาติ-วิถีชีวิต ครอบคลุมพื้นที่ทั้งจังหวัด ผลการประเมินของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ รูปแบบสื่อปฏิสัมพันธ์ออนไลน์ พบว่า ชุดสัญลักษณ์สื่อความหมายได้ชัดเจนและเข้าใจง่าย การนำเสนอข้อมูลแต่ละหน้ามีความถูกต้อง และองค์ประกอบในการออกแบบกราฟิกมีความเหมาะสมมาก

คำสำคัญ : สื่อปฏิสัมพันธ์, เส้นทางการท่องเที่ยว, การออกแบบ

Design of Interactive Media to Promote Tourism Routes in Ranong Province

Duangrat Danthainum¹, Yaowaluk Chaisorn²

Major of Graphic & Multimedia, Faculty of industrial technology

²Office of Computer Services, Kasetsart University

Email : duangrat.da@ssru.ac.th, Yaowaluck.ch@ku.th

Received: Aug 29, 2021

Revised: Jun 08, 2022

Accepted: Jun 16, 2022

Abstract

The research on the design of interactive media to promote tourism in Ranong Province aims to 1. study basic information on natural resources and tourist destinations in Ranong Province and 2. design and develop interactive media based on Ranong's natural resources and culture using quality research methodology combined with quantitative methodology. Documentary analysis, Focus group and in-depth interviews, and media usage requirements of subscribers.

Base on natural resources and communities in Ranong province and the assessment of tourism potential in Ranong province, it was found that in the case of capacity assessment, environmental and cultural factors, tourism routes can be categorized into 5 districts, namely Kaburi District, Kapoe District, In Mueang Ranong District, Laun District, and Suksamran District, it was found that there are 25 places tourist attractions in the Ranong area. There are 9 routes: 1) historical - natural tourist, 2) natural - cultural, 3) urban - leisure, 4) natural - community, 5) civilization - natural, 6) Travelling rest, 7) natural - historical, 8) history - community, 9) natural - lifestyle covering the entire province. The evaluation of the application's design experts found the icon representation was clear and easy to understand, the presentation of each page was accurate, and the graphic design elements was very appropriate.

Keywords : Interactive media design, Travel routes ,Design

บทนำ

ระนองเป็นจังหวัดชายฝั่งทะเลตะวันตกของภาคใต้ มีพื้นที่ประมาณ 2,141,250 ไร่ พื้นที่ติดต่อกับทางตะวันออก ติดกับจังหวัดชุมพร ทางใต้ติดกับจังหวัดสุราษฎร์ธานีและจังหวัดพังงา ทางตะวันตก ติดกับประเทศพม่าและทะเลอันดามัน มีลักษณะพื้นที่เรียวและแคบ มีความยาว 169 กิโลเมตรและมีความแคบในบริเวณอำเภอกระบุรีเพียง 9 กิโลเมตร สภาพภูมิประเทศของระนองประกอบด้วยภูเขาสูงในทางทิศตะวันออกและลาดลงสู่ทะเลอันดามัน ในทางทิศตะวันตก มีแม่น้ำและคลอง สำคัญหลายสาย อาทิแม่น้ำกระบุรีคลองลำเลียง และคลองปากจั่น และมีภูเขาสูงสุดคือ ภูเขาพ่อตาโขงโดง อ.กะเปอร์ ความสูง 975 เมตร ด้านสภาพภูมิอากาศ จังหวัดระนองมีฝนตกชุกประมาณ 8 เดือน และฝนแล้งเพียง 4 เดือน จึงได้ชื่อว่าเป็น เมือง "ฝนแปดแดดสี่" เนื่องจากอยู่ติดกับทะเลอันดามัน ได้รับอิทธิพลจากลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้อย่างมาก (เกษตรและสหกรณ์จังหวัดระนอง, 2563)

จากการทำการสำรวจของคณะทำงานพัฒนานวัตกรรมเชิงนโยบาย โดยใช้กระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) (reimagining ranong, 2562) ซึ่งให้ความเข้าใจในประเด็น ปัญหา (pain points) หรือความต้องการในเบื้องต้น (deep needs) ได้กล่าวถึง แนวทางใหญ่ๆในการท่องเที่ยว จังหวัดระนอง แบ่งเป็น ส่วนที่ 1 ระนองเมืองท่องเที่ยวขวัญใจมหาชน ซึ่งเน้นรองรับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม อาทิ ครอบครัว คู่รัก แบ็คแพ็ค เป็นต้น ส่วนที่ 2 ระนองเมืองแห่งธรรมชาติและสุขภาพ ซึ่งเน้นจุดขายด้านธรรมชาติ เช่น ป่าไม้ป่าชายเลน ภูเขา ทะเล น้ำตก พันธุ์พืชและพันธุ์สัตว์ของระนอง เพื่อเชิญชวนให้ผู้สูงอายุ นักกีฬาที่ต้องการทำ

กายภาพบำบัด และกลุ่มผู้รักสุขภาพ มาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ส่วนด้านภาพลักษณ์และปัญหาด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดระนองนั้น จากการศึกษาพฤติกรรม นักท่องเที่ยว ทั้งชาวไทยและต่างชาติ และคนในพื้นที่ ข้อมูลจากการสำรวจจากสำนักงานวัฒนธรรมแห่งชาติ (แผนพัฒนาจังหวัดระนอง, 2561-2565) กล่าวถึงปัญหาของการท่องเที่ยวในจังหวัดระนองว่า จังหวัดระนองเป็นจังหวัดที่มีพื้นที่ภูมิศาสตร์และสถานที่ท่องเที่ยวที่มีศักยภาพทางทรัพยากรธรรมชาติที่ดี แต่งานด้านการประชาสัมพันธ์ จุดเด่น ในสายตานักท่องเที่ยว ระนองกลายเป็นทางผ่าน ไปสู่สถานที่อื่น แทนเมืองท่องเที่ยวหลักเมืองระนอง คือ เมืองทางผ่านสู่การท่องเที่ยวเกาะต่าง ๆ ของประเทศ เมียนมา และทางผ่านสู่การท่องเที่ยวภาคใต้ ซึ่งเมืองระนองมีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจอีกมาก ทั้งทางด้านประวัติศาสตร์และทรัพยากรธรรมชาติ ซึ่งยังขาดการประชาสัมพันธ์ และการสร้างความน่าสนใจในการดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวในเมืองระนอง

จากสถานการณ์ดังกล่าวข้างต้นนี้ จึงอาจวิเคราะห์ได้ว่า จังหวัดระนองมีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวและทรัพยากรทางธรรมชาติที่สวยงามแต่ขาดการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสม ทำให้เมืองระนองกลายเป็นเมืองทางผ่านแทนการเป็นเมืองหลักทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวจะนึกถึง การที่นักท่องเที่ยวไม่สามารถทราบถึงสถานที่ท่องเที่ยวในเมืองระนอง ทำให้จังหวัดระนองเสียโอกาสทางด้านเศรษฐกิจ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาข้อมูลพื้นฐานทางทรัพยากรธรรมชาติและสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดระนอง

2. เพื่อออกแบบพัฒนาสื่อปฏิสัมพันธ์เส้นทางการท่องเที่ยวจากฐานทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมในจังหวัดระนอง

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่องนี้เก็บรวบรวมข้อมูลจากการรวบรวมเอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึก และการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานทางทรัพยากรธรรมชาติและสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดระนอง และประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวหรือชุมชนเพื่อจัดทำเป็นเส้นทางการท่องเที่ยว โดยใช้วิธีการวิจัยดังนี้

1.1 การวิจัยเอกสาร เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทรัพยากรทางธรรมชาติในจังหวัดระนอง สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดระนอง ทั้งจากหนังสือเอกสารการวิจัย บทความต่าง ๆ

1.2 การประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดระนอง โดยผู้วิจัยลงพื้นที่และได้ข้อมูลจากผู้ที่เกี่ยวข้อง คือ ผู้ที่มีประสบการณ์ในด้านการท่องเที่ยว ไม่ต่ำกว่า 5 ปี ทำงานในหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในจังหวัดระนอง ได้แก่ ศูนย์การท่องเที่ยวจังหวัดระนอง บริษัททัวร์มัคคุเทศก์ในจังหวัดระนอง ตัวอย่างกลุ่มประชาชนในท้องถิ่นเป็นผู้ให้ข้อมูลในพื้นที่ ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบ เจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 15 ราย

2. เพื่อออกแบบพัฒนาสื่อปฏิสัมพันธ์เส้นทางการท่องเที่ยวจากฐานทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมในจังหวัดระนอง การศึกษาในข้อนี้เป็น การนำผลการประเมินในข้อที่ 1 การประเมินศักยภาพการท่องเที่ยว มาจัดเป็นเส้นทางการท่องเที่ยวบน

ทรัพยากรธรรมชาติและชุมชน ผู้วิจัยลงพื้นที่จัดทำเส้นทางตามพิกัด เพื่อให้เกิดเส้นทางการท่องเที่ยวใหม่ สถานที่เก็บข้อมูล ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยวตามทรัพยากรธรรมชาติและชุมชนในจังหวัดระนอง ทั้ง 5 อำเภอ โดยเลือกแหล่งท่องเที่ยวจากการทำแบบสอบถามผู้เชี่ยวชาญ

2.1 การพัฒนาสื่อโดยใช้พิกัดแผนที่ และการจุดพิกัดตามเส้นทางท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดเป็นเส้นทางการท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ เชื่อมโยงพื้นที่ต่าง ๆ เข้าหากัน

2.2 การสอบถามความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยเป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 100 คน ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวและการใช้งานสื่อปฏิสัมพันธ์

2.3 การประเมินผลสื่อโดยกลุ่มตัวอย่างและกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบสื่อเรขศิลป์ และนักการออกแบบสื่อระบบ UX/UI จำนวน 3 ราย

ผลการวิจัย/Result

1.1 ผลการศึกษาแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพเหมาะสมในจังหวัดระนอง ทั้ง 5 อำเภอ และนำไปใช้พัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวในจังหวัดระนอง จากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ได้แก่ ศูนย์การท่องเที่ยวจังหวัดระนอง บริษัททัวร์มัคคุเทศก์ ในจังหวัดระนอง กลุ่มประชาชนในท้องถิ่นเป็นผู้ให้ข้อมูลมีแหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมมากที่สุด จำนวน 25 แห่ง ได้แก่

แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ มีจำนวน 6 แห่ง ได้แก่ 1) อ่าวเขาควาย 2) เกาะสอง 3) เกาะพยาม

4) หาดส้มแป้น 5) น้ำตกปยุตยาบาล, ภูเขาหญ้า 6) อุทยานแห่งชาติน้ำตกหงาว

แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติแบบกึ่งมนุษย์สร้าง มีจำนวน 9 แห่ง ได้แก่ 1) สุสานเจ้าเมืองระนอง 2) ศาลหลักเมืองระนอง 3) วัดบางนอน 4) ก้องวัลเลย์ 5) สวนสาธารณะรักษะวาริน (บ่อน้ำร้อนพรรั้ง) 6) ระนองแคนยอน 7) ศูนย์วิจัยป่าชายเลน 8) วัดป่าชัยมงคล 9) อนุสาวรีย์คอชูเจียง

แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่เมือง มีจำนวน 6 แห่ง ได้แก่ 1) จวนเจ้าเมืองระนอง 2) พระที่นั่งรัตนรังสรรค์ 3) วัดหงาว 4) ถนน 10 สาย 5) วัดสุวรรณคีรีวิหาร 6) ตลาดสะพานยูง ซึ่งผู้วิจัยจะนำมาใช้ในการเรียงลำดับความสำคัญ เพื่อนำมาใช้ในการสร้างเส้นทางในการออกแบบ

1.2 ผลการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว 5 อำเภอในจังหวัดระนอง แบ่งได้เป็น 1) แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์-ธรรมชาติ 2) แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ-วัฒนธรรม 3) แหล่งท่องเที่ยวในเมือง-พักผ่อน 4) แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ-ชุมชน 5) แหล่งท่องเที่ยวทางอารยธรรม-ธรรมชาติ 6) แหล่งท่องเที่ยวพักผ่อน 7) แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ-ประวัติศาสตร์ 8) แหล่งประวัติศาสตร์-ชุมชน 9) แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ-วิถีชีวิตชุมชน โดยระยะเวลาการท่องเที่ยว มีจำนวนวันที่ใกล้เคียงกัน คือ 3-4 วัน

เส้นทางท่องเที่ยวที่ 1 แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์-ธรรมชาติ ได้แก่ สุสานเจ้าเมืองระนอง – จวนเจ้าเมืองระนอง – สวนสาธารณะรักษะวาริน – พระที่นั่งรัตนรังสรรค์ – วัดหงาว – ภูเขาหญ้า – ศูนย์วิจัยป่าชายเลน – บ่อน้ำร้อนพรรั้ง – วัดป่าชัยมงคล – ถนน 10 สาย

เส้นทางท่องเที่ยวที่ 2 แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ-วัฒนธรรม ได้แก่ อนุสาวรีย์คอชูเจียง- วัดสุวรรณคีรีวิหาร – อุทยานแห่งชาติแหลมสน – บ่อน้ำร้อนพรรั้ง – เกาะสอง – สวนสาธารณะรักษะวาริน – ตลาดสะพานยูง – จวนเจ้าเมืองระนอง

เส้นทางท่องเที่ยวที่ 3 แหล่งท่องเที่ยวในเมือง-พักผ่อน ได้แก่ พระราชวังรังสรรค์ – สุสานเจ้าเมืองระนอง – ศูนย์วิจัยป่าชายเลน – น้ำแร่ร้อนรักษะวาริน

เส้นทางท่องเที่ยวที่ 4 แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ-ชุมชน ได้แก่ ระนองแคนยอน – หาดส้มแป้น – น้ำตกปยุตยาบาล – บ่อน้ำร้อนรักษะวาริน

เส้นทางท่องเที่ยวที่ 5 แหล่งท่องเที่ยวทางอารยธรรม-ธรรมชาติ ได้แก่ เส้นทางอารยธรรมหลวงพ่อด่วน ณ วัดบางนอน – บ้านเจ้าเมืองระนอง พระราชวังรัตนรังสรรค์ – บ่อน้ำร้อนรักษะวาริน

เส้นทางท่องเที่ยวที่ 6 แหล่งท่องเที่ยวพักผ่อนระนอง ได้แก่ บ่อน้ำร้อนพรรั้ง – ศูนย์วิจัยป่าชายเลน – ภูเขาหญ้า – บ่อน้ำร้อนรักษะวาริน

เส้นทางท่องเที่ยวที่ 7 แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ-ประวัติศาสตร์ ได้แก่ ระนองแคนยอน – ตลาดสดสะพานยูง – น้ำตกปยุตยาบาล – บ่อน้ำร้อนพรรั้ง – น้ำตกหงาว – วัดหงาว – ภูเขาหญ้า – วัดบางนอน – บ้านเจ้าเมืองประวัติศาสตร์ระนอง พระราชวังรัตนรังสรรค์-บ่อน้ำร้อนรักษะวาริน

เส้นทางท่องเที่ยวที่ 8 แหล่งประวัติศาสตร์-ชุมชน ได้แก่ บ้านเจ้าเมืองระนอง – พระราชวังรัตนรังสรรค์ – บ่อน้ำร้อนพรรั้ง – หลวงพ่อด่วน – ระนองแคนยอน – วัดส้มแป้น – บ่อน้ำร้อนรักษะวาริน – ตลาดสดสะพานยูง – หลวงพ่อตึก วัดหงาว – ภูเขาหญ้า – บ่อน้ำร้อนรักษะวาริน

เส้นทางท่องเที่ยวที่ 9 แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ-วิถีชีวิตชุมชน ได้แก่ เส้นทางเที่ยววิถีวัฒนธรรมชุมชน หาดส้มแป้น-หมู่เกาะระนอง-บ้านไร่โออรุณ-อุทยานแห่งชาติแหลมสน

ผลการศึกษาและการวิเคราะห์ความต้องการสื่อปฏิสัมพันธ์สำหรับเส้นทางท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดระนอง ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในจังหวัดระนอง จำนวน 100 ราย แสดงรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม (n=100)

ข้อมูลส่วนบุคคล	
1. เพศ	
ชาย	52
หญิง	48
2. อายุ	
21-29 ปี	34
30-40 ปี	37
41-50 ปี	27
51-60 ปี	2
3. สถานภาพ	
โสด	56
สมรส	44
4. ระดับการศึกษา	
ต่ำกว่าปริญญาตรี	30
ปริญญาตรี	44
สูงกว่าปริญญาตรี	26
5. อาชีพ	
พนักงานบริษัท	24
รับราชการ	10
พนักงานรับวิสาหกิจ	12
ธุรกิจส่วนตัว	15
อาชีพอิสระ	20
นักเรียนนักศึกษา	19

ข้อมูลส่วนบุคคล	
6. ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว	
ทุกวัน	19
สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	25
เดือนละ 1-2 ครั้ง	36
ปีละ 1-2 ครั้ง	20
7. ท่านคิดว่าควรมีการเส้นทางแนะนำในรูปแบบสื่อออนไลน์ (Application) หรือไม่	
ควร	93
ไม่ควร	7
8. ควรมีรูปแบบสื่อปฏิสัมพันธ์บนมือถือ หรือไม่	
ควร	91
ไม่ควร	9
รวม	100

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 52 มีช่วงอายุ 30-40 ปี ร้อยละ 37.00 มีสถานภาพโสด ร้อยละ 56.00 ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 44.00 มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทร้อยละ 24.00 ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยว เดือนละ 1-2 ครั้ง ร้อยละ 36 เห็นว่าคิดว่าควรมีการเส้นทางแนะนำในการท่องเที่ยวในจังหวัดระนองในรูปแบบสื่อออนไลน์ (Application) ร้อยละ 93.00 และควรมีแนะนำเส้นทางท่องเที่ยวในจังหวัดระนอง รูปแบบสื่อปฏิสัมพันธ์บนมือถือ ร้อยละ 91.00

ตารางที่ 2 ข้อมูลการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวในระนอง เลือกตอบได้หลายข้อ

การเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว	
1. ประเภทแหล่งท่องเที่ยว	
แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	48
แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	55
แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ประเพณี	34
แหล่งท่องเที่ยวด้านวิถีชีวิตท้องถิ่น	27
อื่น ๆ	2

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวในระนอง พบว่า แหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชอบเดินทางไปมากที่สุด ในจังหวัดระนอง คือ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ร้อยละ 55.00 รองลงมา ชอบเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ร้อยละ 48.00 ลำดับ 3 แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ประเพณี ร้อยละ 34.00 ลำดับ 4 แหล่งท่องเที่ยวเพื่อดูวิถีชีวิตท้องถิ่น ร้อยละ 27.00 และแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ร้อยละ 2.00 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความต้องการสื่อออนไลน์ปฏิสัมพันธ์เพื่อแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดระนอง

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบสื่อปฏิสัมพันธ์ออนไลน์เพื่อนำมาใช้แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดระนอง

ท่านต้องการทราบข้อมูลใดบ้างในสื่อปฏิสัมพันธ์ (Application) แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดระนอง	
ประวัติความเป็นมาของสถานที่ท่องเที่ยว	22
แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวตามพื้นที่ธรรมชาติ	33
เส้นทางท่องเที่ยวและระยะเวลาการท่องเที่ยว	51
รูปแบบสภาพพื้นที่ท่องเที่ยวในจังหวัดระนอง	26
เทศกาลและกิจกรรมการท่องเที่ยว	30

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความต้องการสื่อปฏิสัมพันธ์ออนไลน์เพื่อแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดระนอง พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการทราบข้อมูลเกี่ยวกับเส้นทางท่องเที่ยว และระยะเวลาการท่องเที่ยวมากที่สุด ร้อยละ 51.00 รองลงมา คือ แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวตามพื้นที่ธรรมชาติ ร้อยละ 33.00 เทศกาลและกิจกรรมการท่องเที่ยว ร้อยละ 30.00 รูปแบบสภาพพื้นที่ท่องเที่ยวในจังหวัดระนอง ร้อยละ 26.00 ประวัติความเป็นมาของสถานที่ท่องเที่ยว ร้อยละ 22.00 ซึ่งผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้ มาใช้ในการออกแบบตราสัญลักษณ์ของสื่อปฏิสัมพันธ์บนมือถือเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดระนอง

การออกแบบสื่อปฏิสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดระนอง มีจุดประสงค์หลักเพื่อแนะนำเส้นทางท่องเที่ยวในจังหวัดระนอง และเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดระนองแนวคิดในการออกแบบสื่อปฏิสัมพันธ์ ใช้จุดภูมิศาสตร์ผสมกับสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งได้แนวคิดมาจากสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุดในจังหวัดระนอง คือ สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ



รูปที่ 1 แนวคิดการออกแบบตราสัญลักษณ์ในสื่อปฏิสัมพันธ์บนมือถือ (ผู้วิจัย)

(Icon) สามารถ สื่อความหมายได้ชัดเจนและเข้าใจง่ายมากที่สุด มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ($X = 5.00$) 2) ส่วนของการแสดงผลหน้าจอพบว่า การนำเสนอข้อมูลในแต่ละหน้ามีความถูกต้องเหมาะสม มีความพึงพอใจมาก ค่าเฉลี่ย ($X = 4.70$) 3) ส่วนการออกแบบกราฟิกบนสื่อปฏิสัมพันธ์พบว่า องค์ประกอบในการออกแบบกราฟิกมีความเหมาะสมมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ($X = 4.70$)

อภิปรายผล

จากการศึกษาของงานวิจัยสามารถสร้างเส้นทางการท่องเที่ยวในจังหวัดระนองทั้ง 5 อำเภอ มีทั้งหมด 9 เส้นทาง ประกอบด้วยสถานที่ท่องเที่ยวจำนวน 25 แห่ง โดยแต่ละเส้นทางมีจุดเด่นที่แตกต่างกันออกไป และบางจุดมีความคล้ายคลึงกัน เช่น เส้นทางที่ 1.แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์-ธรรมชาติ เส้นทางท่องเที่ยวที่ เริ่มจาก สุสานเจ้าเมืองระนอง – จวนเจ้าเมืองระนอง – สวนสาธารณะรักษะวาริน – พระที่นั่งรัตนรังสรรค์ – วัดหงาว – ภูเขาหญ้า – ศูนย์วิจัยปาล์วยเลน – บ่อน้ำร้อนพรรั้ง – วัดป่าชัยมงคล – ถนน 10 สาย ซึ่งมีจุดเด่นในเรื่องสถานที่ ที่อยู่ไม่ไกลจากเมือง ใช้เวลาเดินทางไม่นานมากและไม่ลำบาก มีธรรมชาติที่สวยงามและได้แช่บ่อน้ำร้อนธรรมชาติ ตัวอย่างเส้นทางท่องเที่ยวที่ 9 เส้นทางท่องเที่ยววิถีวัฒนธรรมชุมชน เริ่มจาก หาดส้มแป้น-หมู่เกาะระนอง-บ้านไร่ไอรุณ-อุทยานแห่งชาติแหลมสน เส้นทางนี้จุดเด่นการศึกษา วิถีชีวิต วัฒนธรรมหมู่บ้าน ตัวอย่างกิจกรรมการท่องเที่ยว อาทิ การร่อนแร่ วิถีชีวิตชาวเกาะ วิถีชีวิตชุมชนและการศึกษาธรรมชาติที่สวยงามในจังหวัดระนอง ซึ่งตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และนำมาใช้

ในการออกแบบสื่อในวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ของการวิจัย

ด้านการออกแบบ ผลงานออกแบบสื่อปฏิสัมพันธ์และการประเมินผลงานและข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ มีความคิดเห็นว่า มีความเป็นไปได้มากที่สุด สื่อปฏิสัมพันธ์การท่องเที่ยวนี้จะสามารถกระตุ้นพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยวในจังหวัดระนองมากขึ้น

ในอนาคตสามารถนำผลการออกแบบไปต่อยอดเพื่อเป็นแนวทางการออกแบบได้ จากผลการวิจัยได้เส้นทางการท่องเที่ยวใหม่ ทั้งสิ้น 9 เส้นทางซึ่งเชื่อมโยงกันใน 5 อำเภอ ได้รูปแบบสื่อปฏิสัมพันธ์ที่สามารถอำนวยความสะดวกตามความต้องการของนักท่องเที่ยวที่สวยงามและเหมาะสม อุปสรรคของการวิจัย เนื่องจากงานวิจัยนี้ มีงบประมาณค่อนข้างจำกัดมาก ซึ่งในบางครั้งเป็นอุปสรรคมากต่อการทำงานต่าง ๆ เช่น การเดินทางไปเก็บข้อมูลและการเดินทางปักจุดตามสถานที่ท่องเที่ยวทั่วทั้งจังหวัด ประกอบกับพื้นที่ในจังหวัดระนองต้องใช้เวลาเดินทางมากกว่าปกติเนื่องจากพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นภูเขาและเกาะในทะเล ไม่ค่อยมีรถหรือเรือสาธารณะในการเดินทาง ต้องเหมารับจ้างอย่างเดียวเท่านั้น ทำให้ค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูง ทั้งนี้ยังไม่รวมถึงการออกแบบสื่อ การประเมินผลจากผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยจำเป็นต้องใช้งบประมาณส่วนตัวจำนวนมากในการทำวิจัยให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยนี้

References

- A model for promoting the potential of natural tourism in Ranong province. *Journal of the Association of Researchers*, Vol. 26, No. 1 January - March 2021.
- Department of Cultural Promotion. (2011). 84 routes, charm, culture, Thai way of life, community connection.
- Department of Local Administrative Promotion Ministry of Interior. (2011). *Standards and indicators for the promotion of travel*.
- Dr. Yuthasak Supasorn, (2020). *Governor of the Tourism Authority of Thailand presentation of directions Tourism Promotion* (2020)
<https://www.tatreviewmagazine.com/article/tourism-direction-2020/>
- Maneekarn Khiewrat. (2010). *Guidelines for the development of cultural tourist attractions. as a tourist route*.
- Preecha Daengrote. (2001). *Tourism industry into the 21st century*. Bangkok: Five and Printing.
- Puangrat Thaweerat. (2007). *Research Methods in Behavioral Sciences and Social Sciences, 6th Edition*, Bangkok: Srinakharinwirot University Prasarnmit
- Rutledge, A.J. (1981). *A Visual Approach to Park Design*. New York: Garland STPM Press.
- Territory classification for Geology and Mineral Resources Management, Ranong Province, *Department of Mineral Resources Ministry of Natural Resources and Environment Idea Square Limited Partnership*.
- Tourist Behavior. (2015). Retrieved January 10, 2015 from <https://touristbehaviour.wordpress.com/8-2/>