

การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

ชุมชนบ้านแม่แจ่ม จังหวัดลำปาง

ชลธิดา เกษเพชร

สาขาวิชาศิลปะการออกแบบ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ

Email: chonthida@tsu.ac.th

Received: Nov 30, 2022

Revised: Dec 16, 2022

Accepted: Dec 22, 2022

บทคัดย่อ

ชุมชนบ้านแม่แจ่ม “ดินแดน 3 เผ่าพันธุ์ หมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ พัฒนาอย่างยั่งยืน” หมู่ที่ 1 ตำบลแจ้ซ้อน อำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง พื้นที่บ้านแม่แจ่ม มีความอุดมสมบูรณ์ด้านทรัพยากรธรรมชาติ ที่ดินทำกิน และมีสภาพภูมิอากาศที่ดี ซึ่งชาวบ้านส่วนใหญ่ทำอาชีพการเกษตร ปลูกพืชเมืองหนาว ชุมชนบ้านแม่แจ่ม จังหวัดลำปาง เป็นชุมชนที่มีประวัติความเป็นมา วิถีชีวิตต่าง ๆ ของผู้คนในชุมชนที่มีเอกลักษณ์ รวมทั้งมีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ และกำลังเป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวกำลังให้ความสนใจ ซึ่งยังไม่มีสื่อประชาสัมพันธ์มากนัก จึงยังไม่ใช่ที่รู้จักต่อนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ชุมชนบ้านแม่แจ่มจังหวัดลำปาง โดยใช้วิธีการวิจัยแบบผสม ดำเนินการวิจัยโดยการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพจากการลงพื้นที่สำรวจพื้นที่รวมถึงการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบกราฟิก จำนวน 5 คน และเก็บข้อมูลเชิงปริมาณด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มประชากร ช่วงอายุระหว่าง 20 - 35 ปี จำนวน 100 คน

ผลการวิจัยพบว่า 1) นักท่องเที่ยวแนววิถีชุมชนนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมท่องเที่ยวกับกลุ่มเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 48 รองลงมาเที่ยวกับครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 40 เที่ยวคนเดียวคิดเป็นร้อยละ 6 ในการเก็บข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบกราฟิก พบว่า 1) ใช้รูปร่างหรือรูปทรงในลักษณะที่เป็นรูปทรงธรรมชาติ หรือ Organic form มีความเหมาะสมในการนำมาใช้ในการออกแบบ 2) บุคลิกภาพทางการออกแบบที่เหมาะสมในการออกแบบ ได้แก่ Natural (เป็นธรรมชาติ) Casual (อิสระ ไม่เป็นทางการ) Lively (มีชีวิตชีวา) 3) ตัวอักษรที่เหมาะสมในการนำมาใช้ในการออกแบบในส่วนพาดหัว ได้แก่ ตัวอักษร แบบไม่มีหัวและแบบตัวเขียนลายมือ ส่วนตัวเนื้อความใช้ ตัวมีหัว 4) ภาพประกอบที่เหมาะสมและสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดี ควรใช้ภาพถ่าย หรือภาพวาดในรูปแบบดิจิทัลที่เข้ากันได้กับยุคสมัย

คำสำคัญ: การออกแบบกราฟิก, สื่อประชาสัมพันธ์, การท่องเที่ยว, ชุมชนแม่แจ่ม, จังหวัดลำปาง

Public relation media design to promote tourism for Ban Mae Chaem Community, Lampang Province.

Chonthida Ketphet

Program in Art design, Faculty of Fine and Applied Arts, Thaksin University

Email: chonthida@tsu.ac.th

Received: Nov 30, 2022

Revised: Dec 16, 2022

Accepted: Dec 22, 2022

Abstract

Ban Mae Chaem is called a land of 3 races, and it has sustainable development of natural tourism, located at Moo 1, Chae Son Subdistrict, Mueang Pan District. Lampang Province. Mae Chaem Subdistrict area is rich in natural resources and has a good weather. Most of the villagers make a living in agriculture and the produce is cold-season crops. Ban Mae Chaem is a community with a unique history and unique lifestyle of the people. This uniqueness is a tourist attraction. At present, there are not many media presenting about Ban Mae Chaem, including the lack of interest in existing media, causing some tourists to not know about Ban Mae Chaem. This research aims to find a guideline for a media design to promote a tourism of Ban Mae Chaem, Lampang Province. The study used a mixed research method. The research was conducted by collecting qualitative data from field surveys, including interviews with five graphic design professionals, and quantitative data from a population of 100 tourists aged 20-35. The result of the research shows that 1) Most of the tourists in the prefer to travel with a group of friends, accounting for 48%, followed by family trips, accounted for 40 %. Solo travel, accounting for 6%.

Data collection from graphic design experts found that 1) Using organic forms or shapes are suitable for use in designing 2) Design personality: Natural (natural), Casual (independent, informal), Lively. (Lively) 3) Headline font characters are Sanserif and handwritten characters; body texts are serif font. 4) Illustrations that communicate well with the target audience should use photographs. or drawings in digital format.

Keywords: graphic design, public media, tourism, Ban Mae Chaem, Lampang province

บทนำ

การท่องเที่ยวในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกำลังเป็นที่ได้รับความนิยมในหมู่นักท่องเที่ยวยุคปัจจุบัน ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวที่ไม่เพียงแต่ได้เยี่ยมชมยังสถานที่นั้น ๆ แต่ยังได้รับประสบการณ์ เรียนรู้วิถีชีวิตต่าง ๆ ของชุมชนนั้น ๆ ผ่านการท่องเที่ยว ในประเทศไทยนั้นมีหลายชุมชนที่ได้รับการเปิดตัวเป็นแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากชุมชนมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น วิถีชีวิต ศิลปะ วัฒนธรรม ธรรมชาติที่สวยงามที่แตกต่างกันออกไป

บ้านแม่แจ่มเป็นพื้นที่ถิ่นอาศัยของประชาชนหลากหลายกลุ่มชาติพันธุ์ที่ได้มาอาศัยอยู่ท่ามกลางขุนเขาอันสลับซับซ้อน มีสายน้ำไหลลัดเลาะผ่านกลางชุมชน จึงได้ชื่อว่าเป็น “ดินแดน 3 เผ่าพันธุ์ หมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ พัฒนาอย่างยั่งยืน” บ้านแม่แจ่ม หมู่ที่ 1 ตำบลแจ้ซ้อน อำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง ตั้งอยู่ในบริเวณพื้นที่ป่าเชิงเขาตอยลังกาทิศเหนือสุด เดิมที่บ้านแม่แจ่ม ขึ้นอยู่กับบ้านขาม เป็นที่อยู่อาศัยชนเผ่าม้งและลาหู่ จากนั้นพ่อฮุยแก้ว-แม่ฮุยเลย ชนเขี้ยว ซึ่งย้ายเข้ามาซื้อที่ดินทำสวนเหมี้ยง โดยมีคนต่างถิ่นเข้ามารับจ้าง ทำให้มีประชากรเพิ่มขึ้นทั้งชนเผ่าม้ง (เย้า) ลาหู่เหลือง (มูเซอ) และคนพื้นเมือง และเนื่องด้วยพื้นที่บ้านแม่แจ่ม มีความอุดมสมบูรณ์ด้านทรัพยากรธรรมชาติ ที่ดินทำกิน และมีสภาพภูมิอากาศที่ดี ปัจจุบันบ้านแม่แจ่ม มีจำนวน 3 ปาก (หมู่บ้าน) ได้แก่ บ้านแม่แจ่ม (คนเมือง) บ้านเย้าแม่แจ่ม (ชาวเมี่ยน) และบ้านปากาแม่แจ่ม (ชาวลาหู่) และชาวบ้านส่วนใหญ่ทำอาชีพการเกษตร ปลูกพืชเมืองหนาว เช่น กาแฟ ถั่วแมคคาเดเมีย และ สตรอเบอร์รี่ เป็นต้น ชุมชนบ้านแม่แจ่มยังคงรักษาอัตลักษณ์ของตนเองไว้ได้

เป็นอย่างดี จัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่น่าสนใจแห่งหนึ่งของจังหวัดลำปาง (ณัฐนันท์, 2553)

ในปี 2561 ได้มีการเปิดตัวชุมชนบ้านแม่แจ่มว่าเป็นชุมชนท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นต้นแบบการท่องเที่ยวของจังหวัดลำปาง เพื่อสนับสนุนส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาในจังหวัดมากขึ้นและอย่างต่อเนื่อง โดยใช้อัตลักษณ์ของชุมชนเป็นจุดเชื่อมโยงของแหล่งท่องเที่ยวทั้งด้านศิลปะ วัฒนธรรม ภาษา วิถีชีวิต รวมถึงภูมิประเทศอันโดดเด่น มีความอุดมสมบูรณ์ทางธรรมชาติ ภูมิทัศน์สวยงาม อากาศเย็นสบายตลอดทั้งปี ทำให้บ้านแม่แจ่มเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่น่าสนใจแห่งหนึ่งของจังหวัดลำปาง (เชียงใหม่เพรส, 2561)

แม้ว่าจะมีนักท่องเที่ยวแวะเวียนมาเที่ยวยังชุมชนแม่แจ่มมากขึ้นแต่ก็ยังมีไม่มากนัก จากการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นก็พบว่า นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวแม่แจ่มนั้นส่วนใหญ่เป็นคนในพื้นที่ภาคเหนือ หรือจังหวัดใกล้เคียง (สมชาย, 2562) เนื่องจากลำปางเป็นจังหวัดที่เป็นทางผ่านสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยรถยนต์โดยจุดหมายปลายทางยังจังหวัดอื่นที่เป็นที่นิยมในการท่องเที่ยวมากกว่า เช่น เชียงใหม่ แม่ฮ่องสอน เป็นต้น อีกเหตุผลหนึ่งคือการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชนแม่แจ่มนั้น มีการประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์หน่วยงานองค์การบริหารส่วนจังหวัดลำปาง และข้อมูลจากสื่อออนไลน์ผ่านนักท่องเที่ยวที่เคยมาท่องเที่ยวยังชุมชนแม่แจ่ม

จากข้อมูลที่กล่าวมาข้างต้นซึ่งถือว่าเป็นสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนแม่แจ่ม จังหวัดลำปางยังมีรูปแบบค่อนข้างน้อย ผู้วิจัยเล็งเห็นประโยชน์ที่จะศึกษาและออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ข้อมูลการ

ท่องเที่ยวชุมชนบ้านแม่แจ่มรวมไปถึงให้มีรูปแบบกราฟิกที่ดึงดูดความสนใจต่อผู้อ่าน ที่จะส่งผลให้ชุมชนแม่แจ่ม จังหวัดลำปางเป็นที่รู้จักมากขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. หาแนวทางในการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนแม่แจ่ม จังหวัดลำปาง
2. ออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนแม่แจ่ม จังหวัดลำปางที่มีรูปแบบน่าสนใจ ดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านพื้นที่ ชุมชนบ้านแม่แจ่ม จังหวัดลำปาง และกรุงเทพมหานคร
2. ขอบเขตด้านประชากรตัวอย่าง ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบกราฟิก และกลุ่มประชากร ช่วงอายุ 20 – 35 ปี

ระเบียบวิธีวิจัย

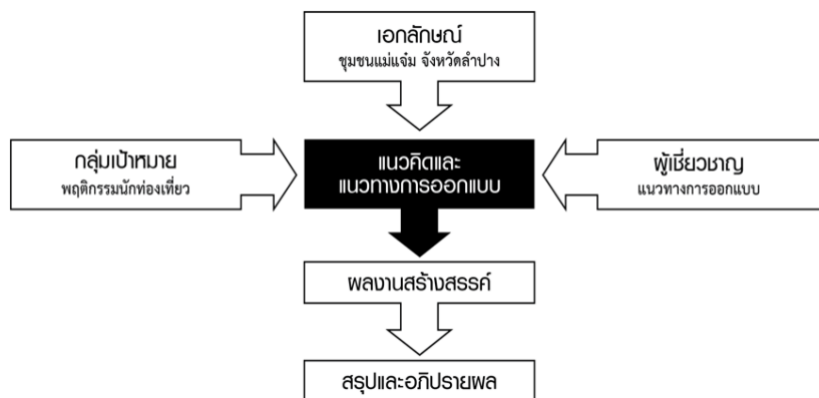
ใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผสมกับการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ศึกษากระบวนการและหาแนวทางในการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ประชาสัมพันธ์ชุมชนแม่แจ่ม โดยแบ่งขั้นตอนออกเป็น

ขั้นตอนที่ 1 การบันทึกข้อมูลการศึกษาข้อมูลปฐมภูมิ ทุติยภูมิ ภาคเอกสารและองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้อง
ขั้นตอนที่ 2 ลงพื้นที่เก็บข้อมูลจากคนในพื้นที่ด้วยวิธีการสำรวจ สัมภาษณ์ เพื่อให้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับชุมชนแม่แจ่ม

ขั้นตอนที่ 3 เก็บข้อมูลเชิงคุณภาพเกี่ยวกับแนวทางการออกแบบจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบกราฟิก จำนวน 5 คน และเก็บข้อมูลเชิงปริมาณเกี่ยวกับความชอบในองค์ประกอบทางการออกแบบและพฤติกรรมการท่องเที่ยวกับกลุ่มประชากรตัวอย่าง (นักท่องเที่ยว) จำนวน 100 คน

ขั้นตอนที่ 4 วิเคราะห์ข้อมูลและทดลองสร้างผลงานออกแบบ

ขั้นตอนที่ 5 สรุปและอภิปรายผล



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดในงานวิจัย

ที่มา: ผู้วิจัย

แนวคิดและทฤษฎี

ในงานวิจัยนี้เลือกใช้แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย ดังนี้

1) แนวคิดเรื่องสื่อบุคลิกภาพ (Kobayashi, 1991) เกี่ยวกับบุคลิกภาพของสีที่มีผลต่ออารมณ์ความรู้สึกมีผลต่อการออกแบบได้จัดแบ่งหมวดหมู่ของสีที่สร้างสรรค์บุคลิกภาพ ดังนี้ Natural (ดูเป็นธรรมชาติ) Elegant (สะอาดสะอ้าน สวยแบบผู้ดี) Chic (เก๋ เท่ ทันสมัยแบบผู้ดี) Cool Casual (สบาย ๆ แบบทันสมัย) Dynamic (มีการเคลื่อนไหว ไม่นิ่ง) Dandy (ดูหรูหรา โอ่อ่า งดงาม) Classic (ได้รับความนิยมมาโดยตลอด) Dandy (สำรวย) Modern (ทันสมัย หัวใหม่)

2) แนวคิดเกี่ยวกับการใช้ภาพประกอบในการออกแบบ ซึ่งถือเป็นองค์ประกอบสำคัญในงานออกแบบ สามารถแยกภาพประกอบได้เป็น 3 ประเภทหลัก ๆ ดังนี้ ประเภทแรกภาพถ่ายเป็นรูปที่เกิดจากกรรมวิธีทางการถ่ายภาพ ใช้ประโยชน์ได้ดีในงาน พิมพ์เพราะภาพถ่ายมีคุณลักษณะเฉพาะตัวหลายอย่าง ทั้งในแง่ความเหมือนจริงและความละเอียดลออ สามารถสร้างสรรค์ได้ตามความรู้สึก การถ่ายภาพเพื่อนำมาใช้ประกอบสิ่งพิมพ์ปัจจุบันประเภทที่สอง ภาพวาดลายเส้นเป็นรูปที่ใช้ประกอบสิ่งพิมพ์มาตั้งแต่ยุคแรก ๆ และยังคงได้รับความนิยมอยู่จนถึงปัจจุบัน มีการใช้เทคนิคการวาดภาพผสมผสานกันหลายอย่าง เช่นการวาดลายเส้นแบบภาพการ์ตูนโดยใช้ดินสอ พู่กัน ปากกาหมึกดำ ฯลฯ ประเภทสุดท้าย ภาพดิจิทัลเป็นรูปที่ผ่านกระบวนการจัดการโดยคอมพิวเตอร์มาแล้วด้วยพัฒนาการของเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ในปัจจุบัน ทำให้ภาพทุกชนิดที่จะเข้าสู่ระบบการพิมพ์ต้องผ่านกระบวนการแปลงรูปภาพนั้นให้เป็นภาพดิจิทัล

เสียก่อน เช่น การสแกนภาพ การถ่ายภาพด้วยกล้องดิจิทัล และการสร้างภาพขึ้นใหม่ด้วยคอมพิวเตอร์ เป็นต้น (จิตติมา, 2461)

3) แนวคิดเกี่ยวกับตัวอักษรเพื่อใช้ในการออกแบบ ซึ่งตัวอักษรมีความสำคัญมากต่องานออกแบบ ไม่ว่าจะเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ กราฟิก หรือบรรจุภัณฑ์ เพราะตัวอักษรจะทำหน้าที่บอกเล่ารายละเอียดของข้อมูลสาระสำคัญที่ต้องการนำเสนอ หรือแม้กระทั่งเป็นภาพประกอบ โดยการเลือกใช้ตัวอักษรที่มีรูปแบบและการจัดวางตำแหน่งของตัวอักษรที่ ชัดเจน อ่านง่าย ผู้ออกแบบจะต้องพิจารณาถึงองค์ประกอบในการเลือกตัวอักษรและจัดวางตัวอักษร รูปแบบของตัวอักษรภาษาไทย แบ่งออกเป็น 4 รูปแบบ ได้แก่ ตัวอักษรแบบมีหัว ตัวอักษรแบบไม่มีหัว ตัวอักษรแบบตัวเขียน ตัวอักษรแบบอาลักษณ์ (ขวัญใจ, 2564)

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาจำแนกตามวัตถุประสงค์การวิจัย ปรากฏผลโดยแยกเป็นส่วนต่าง ๆ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลจากกลุ่มประชากรตัวอย่าง

1) กลุ่มเป้าหมายผู้ตอบแบบสอบถามเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวยุอยู่ในช่วงอายุ 20 - 35 ปี กลุ่มคนยุคเจนเอเรชั่นวาย ที่มีความเป็นตัวของตัวเองสูง การเที่ยวของพวกเขาจึงค่อนข้างแปลกใหม่ เน้นที่จะเที่ยวด้วยตัวเองมากขึ้น

2) พฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับชุมชนแม่แจ่ม พบว่าร้อยละ 58 ของนักท่องเที่ยวยุให้ความสนใจเกี่ยวกับการดำเนินวิถีชีวิตของชาวชุมชน รองลงมาต้องการไปเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ คิดเป็นร้อยละ 38 ต้องการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับชุมชน คิดเป็นร้อยละ 2

3) ในการท่องเที่ยวแนววิถีชุมชนนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมท่องเที่ยวกับกลุ่มเพื่อนคิดเป็นร้อยละ 48 รองลงมาเที่ยวกับครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 40 เที่ยวคนเดียวคิดเป็นร้อยละ 6

4) กิจกรรมและแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนแม่แจ่มที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจคือ บรรยากาศและการดำเนินวิถีชีวิตและวัฒนธรรมในรูปแบบต่าง ๆ ของคนในชุมชนที่มีการรวมกันของชนเผ่าต่าง ๆ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบกราฟิกเกี่ยวกับแนวทางการออกแบบ สามารถสรุปเป็นประเด็นได้ดังนี้

1) ใช้รูปร่างหรือรูปทรงในลักษณะที่เป็นรูปทรงธรรมชาติ หรือ Organic form มีความเหมาะสมในการนำมาใช้ในการออกแบบ

2) บุคลิกภาพทางการออกแบบที่เหมาะสมในการออกแบบ ได้แก่ Natural (เป็นธรรมชาติ) Casual (อิสระ ไม่เป็นทางการ) Lively (มีชีวิตชีวา)

3) ตัวอักษรที่เหมาะสมในการนำมาใช้ในการออกแบบในส่วนพาดหัว ได้แก่ ตัวอักษร แบบไม่มีหัวและแบบตัวเขียนลายมือ ส่วนตัวเนื้อความใช้ตัวมีหัว

4) ภาพประกอบที่เหมาะสมและสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดี ควรใช้ภาพถ่าย หรือภาพวาดในรูปแบบดิจิทัลที่เข้ากันได้กับยุคสมัย

จากความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญแสดงให้เห็นว่าในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชนบ้านแม่แจ่ม จังหวัดลำปางนั้น ควรเน้นไปทางภาพถ่ายหรือมีการนำภาพแบบดิจิทัลมาาร่วมด้วย และการใช้ตัวอักษร ควรเลือกรูปแบบตัวอักษรที่มีความเรียบง่าย อ่านง่าย หรือจะนำมาประยุกต์ใช้เข้าด้วยกัน ให้มีความทันสมัยให้เข้ากับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักท่องเที่ยวที่เป็นคนรุ่นใหม่

การประยุกต์ใช้ผลวิจัย

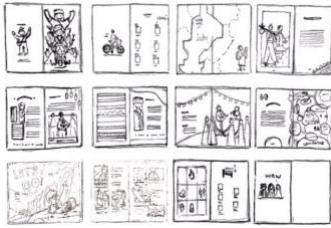
ในการประยุกต์ใช้ผลวิจัยเพื่อนำไปสร้างสรรค์ผลงานต้นแบบสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชนบ้านแม่แจ่ม จังหวัดลำปาง ในรูปแบบสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือนำเที่ยว (Travel Guide Book) มีขั้นตอนดังนี้

1) เขียนโจทย์ทางการออกแบบ (Design Brief) โดยนำเสนอแนวคิดที่ใช้ในการออกแบบ (Concept) “WOW นี้ที่แม่แจ่ม” คำว่า ว้าว (WOW) เป็นคำอุทานเวลาเห็นสิ่งที่เป็นอย่างยอดเยี่ยม โดนใจ ซึ่งการออกแบบกราฟิกจะนำเสนอเนื้อหาและเรื่องของชุมชนแม่แจ่มให้بوبปูลาร์ และสื่อสารออกมาให้ดูทันสมัย สดใส โดยคัดเลือกเนื้อหาในส่วนที่เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยว เช่น เรื่องราวของวิถีชีวิตกิจกรรมต่าง ๆ และเมื่อกล่าวถึงคำว่า ป๊อป (Pop) แปลว่า เป็นที่นิยม ผู้วิจัยจึงเลือกใช้แนวทางการสร้างสรรค์งานโดยใช้แรงบันดาลใจจากศิลปะแนวป๊อปอาร์ต (Pop Art)

2) เริ่มต้นออกแบบด้วยการจัดทำแบบร่าง ผู้วิจัยเลือกใช้ภาพประกอบเพื่อเล่าเรื่องราวที่บอกถึงเสน่ห์ชุมชนบ้านแม่แจ่ม ซึ่งชุมชนบ้านแม่แจ่มเป็นชุมชนเล็ก ๆ ที่มีความอุดมสมบูรณ์ของธรรมชาติ โดยรอบมีชาวพื้นเมือง ชนเผ่าเย้าและลาหู่อาศัยอยู่ร่วมกัน และคำว่า "WOW" มักจะนึกถึงสีสัน โดยสีจะอิงจากสีผ้าปักของชนเผ่าในชุมชน เพื่อสร้างสีสันให้งานออกแบบดูมีชีวิตชีวา



รูปที่ 2 ภาพแบบร่างหน้าปก
ที่มา: ผู้วิจัย



รูปที่ 3 ภาพแบบร่างหยาบแสดงภาพรวมของ
หนังสือนำเที่ยวชุมชนแม่แจ่ม
ที่มา: ผู้วิจัย

3) เมื่อแก้ไข พัฒนาแบบร่างเสร็จจากนั้นผู้วิจัย
จึงสร้างสรรค์ผลงานแบบสมบูรณ์ด้วยโปรแกรม
คอมพิวเตอร์



รูปที่ 4 ภาพผลงานการออกแบบหนังสือนำเที่ยวชุมชนแม่แจ่ม
ที่มา: ผู้วิจัย

ผู้วิจัยนำผลวิจัยไปประยุกต์ใช้ในการออกแบบ
สื่ออื่น ๆ โดยเลือกให้รูปแบบของภาพประกอบ การ
นำเสนอเนื้อหาและเรื่องราวให้เป็นรูปแบบเดียวกัน



รูปที่ 4 ภาพประกอบบนแผ่นพับ
ที่มา: ผู้วิจัย



รูปที่ 5 แผ่นพับด้านหน้า-หลัง
ที่มา: ผู้วิจัย

5) การประเมินประสิทธิผลของผลงานออกแบบ
ในประเมินประสิทธิภาพของผลงานออกแบบ
ผู้วิจัยได้ทำการสอบถามด้วยการใช้แบบสอบถามแบบ
ให้คะแนนค่าเฉลี่ย (Linkert Scale) จากกลุ่มเป้าหมาย
จำนวน 5 คน ถึงความคิดเห็นต่อผลงานออกแบบ



รูปที่ 6 ภาพผลงานแบบสมบูรณ์
ที่มา: ผู้วิจัย

ผลประเมินความพึงพอใจเกี่ยวกับผลงานออกแบบ พบว่า กลุ่มเป้าหมายมีความพึงพอใจภาพรวมของผลงานออกแบบอยู่ในระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 3.8 กลุ่มเป้าหมายชื่นชอบแนวคิดในการออกแบบ ที่ค่าเฉลี่ย 4.6 กลุ่มเป้าหมายชื่นชอบภาพประกอบอยู่ในระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 4.8 กลุ่มเป้าหมายชื่นชอบเนื้อหาอยู่ในระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 4.4

สรุปและอภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ชุมชนบ้านแม่แจ่ม จังหวัดลำปาง ซึ่งจากผลสรุปของงานวิจัยเพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 หาแนวทางในการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนแม่แจ่ม พบว่ากลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบการท่องเที่ยวแนววิถีชุมชนที่อยู่ในช่วงอายุ 20-35 ปี นั้น มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบไปกับกลุ่มเพื่อน และชื่นชอบแหล่งท่องเที่ยวที่มอบประสบการณ์และเรียนรู้วิถีชีวิตต่าง ๆ ของคนในชุมชนนั้น ๆ ที่น่าสนใจที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นนั้น ๆ ดังนั้นในการออกแบบจะเลือกขู

เนื้อหาในประเด็นที่น่าสนใจเกี่ยวกับวิถีชีวิตในท้องถิ่น เช่น การทำอาชีพปลูกกาแฟ ทอผ้าพื้นถิ่นความเป็นมาของชนเผ่า ประเพณีที่น่าสนใจ เป็นต้น ในส่วนขององค์ประกอบทางการออกแบบ เลือกใช้องค์ประกอบทางการออกแบบที่กลุ่มเป้าหมายชื่นชอบ เช่น ภาพประกอบแนวคิดจิตลที่มีสีสันสดใสการจัดวางที่ดูทันสมัย เป็นต้น

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนแม่แจ่ม ซึ่งหลังจากออกแบบเสร็จเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้นำผลงานออกแบบไปสอบถามความพึงพอใจกับกลุ่มเป้าหมาย พบว่าผลการวิจัยและผลงานสร้างสรรค์ที่ออกแบบ ได้ผลความพึงพอใจอยู่ในระดับดี แสดงให้เห็นว่ารูปแบบขององค์ประกอบในงาน เช่น ลักษณะของภาพประกอบ แนวคิดในการออกแบบ รวมทั้งการนำเสนอเนื้อนั้นมีความเหมาะสมและช่วยดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งกลุ่มที่ผู้วิจัยกำลังศึกษาอยู่ คือกลุ่มนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ช่วงอายุ 20 – 35 ปี ในปัจจุบันเรียกนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ว่า นักท่องเที่ยวมุ่งหาประสบการณ์ (The Experiential Tourists) เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางเพื่อแสวงหาประสบการณ์ที่แท้จริง นักท่องเที่ยวประเภทนี้สนใจศึกษาและได้รับประสบการณ์ที่แท้จริงของแหล่งท่องเที่ยวที่ได้ไปสัมผัส

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิจัย ทำให้เห็นว่า รูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีรูปแบบกราฟิกที่สวยงาม จะช่วยดึงดูดความสนใจต่อกลุ่มเป้าหมายให้มาสนใจข้อมูลที่ต้องการประชาสัมพันธ์ เหมือนเป็นปราการด่านแรกที่กระตุ้นให้คนอ่านอยากติดตามข้อมูลซึ่ง

แตกต่างจากสื่อที่ไม่ได้รับการออกแบบให้เกิดความน่าสนใจ

ดังนั้นหากเป็นแหล่งท่องเที่ยวรูปแบบใด ๆ ที่พบปัญหาในรูปแบบใกล้เคียงกัน นักออกแบบสามารถนำแนวทางไปใช้ในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบที่คล้ายกันและมีกลุ่มเป้าหมายเดียวกันได้ หากจะนำไปประยุกต์ใช้กับกลุ่มเป้าหมายที่ต่างกันจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพิ่มเติม

References

Chiangmai Press. (2018). *"Mae Jam" is the name you must come (know) .* Chiangmai press newspaper online. <http://chiangmaipress.com/2018/12/04>

Jitima Suathong. (2018). *Guidelines for illustration design for Kudi Jeen dessert packaging for sales promotion: Suan Sunandha Rajabhat University.*

Khwanchai Sukkon. (2021). *Branding and Packaging Design for Processed Cashew Nuts with cultural Capital of Ranong Province: Suan Sunandha Rajabhat University.*

Natthanan, K. (2010). *Guidelines for community potential development to increase the value of agricultural products of Mae Jam village, Mueang Pan district, Lampang province.* Complete Research Report. Office of the Science Promotion Commission Research and innovation.

Shigenobu Kobayashi. (1991). *Color Image Scale.* Japan: Kodansha International.

Somchai Chaimoonwong. (2019). *Factors Affecting the Agrotourism Motivation and Behavior of Thai Tourists. A case study of Ban Mae Chaem Village, Mueang Pan District, Lampang Province: Mae Jo University.*