

การออกแบบพัฒนาสื่อโปสเตอร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวงานเชียงรายดอกไม้งาม ในรูปแบบเทคโนโลยีเสมือนจริง

บทคัดย่อ

สื่อประชาสัมพันธ์ด้านท่องเที่ยวในปัจจุบันเป็นสิ่งสำคัญอย่างหนึ่งในการเผยแพร่ภาพพจน์ของการท่องเที่ยว สำหรับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานเชียงรายดอกไม้งามที่เรียกได้ว่าเป็นเทศกาลหนึ่งที่ได้รับคามนิยมอย่างมากของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมอย่างมาของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ยังไม่เคยมีการเผยแพร่สื่อการประชาสัมพันธ์ผ่านเทคโนโลยีเสมือนจริง ผู้วิจัยจึงได้รวบรวมและนำเสนอข้อมูลในรูปแบบสื่อเสมือนจริง (Augmented Reality) เป็นต้นแบบ ซึ่งเป็นการออกแบบและพัฒนาเข้ากับสื่อสังคมออนไลน์ช่วยให้ผู้ที่สนใจในเทคโนโลยีสมัยใหม่ได้ติดตามต้นตอของสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานเชียงรายดอกไม้งามในรูปแบบสื่อเสมือนจริง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการสร้างภาพลักษณ์ใหม่และส่งเสริม การกระตุ้นด้านเศรษฐกิจของงานเชียงรายดอกไม้งาม

ผลจากการวิจัยพบว่าผู้ทดลองใช้งานสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานเชียงรายดอกไม้งามในรูปแบบสื่อเสมือนจริงให้ความสนใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ และการออกแบบของคาเรเตอร์ที่พัฒนาขึ้นจากแบบเดิม ผู้ทดลองใช้มีความพึงพอใจโดยเฉลี่ยในระดับมากที่สุด จึงสามารถสรุปได้ว่าการออกแบบพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวงานเชียงรายดอกไม้งามในรูปแบบเทคโนโลยีเสมือนจริง สามารถสนับสนุนการส่งเสริมการท่องเที่ยว ช่วยกระตุ้นด้านเศรษฐกิจให้มีการพัฒนาได้อย่างต่อเนื่อง และยังสร้างภาพลักษณ์ที่แปลกใหม่ดึงดูดกลุ่มเป้าหมายให้เข้ามาสนใจ

คำสำคัญ– สื่อโปสเตอร์; การประชาสัมพันธ์; การท่องเที่ยว; งานเชียงรายดอกไม้งาม; เทคโนโลยีเสมือนจริง; Social Media; การโฆษณา; *Augmented Reality*; แอนิเมชัน; ภาพเวกเตอร์; SPSS

1. บทนำ

1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมภาคบริการที่มีบทบาทสำคัญในระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย ที่สามารถสร้างรายได้โดยมีมูลค่าเป็นอันดับหนึ่งและก่อให้เกิดธุรกิจที่เกี่ยวข้องอีกมากมาย อาทิ โรงแรมและที่พัก, ภัตตาคารร้านอาหาร, ร้านจำหน่ายของที่ระลึก, การคมนาคมขนส่ง เป็นต้น โดยในปี 2556 อุตสาหกรรมนั้น ได้ พิสูจน์ว่า ยังคงเป็นอุตสาหกรรมหลัก ที่มีส่วนสำคัญในการเติบโต ของเศรษฐกิจในประเทศ ซึ่งการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้า ประเทศไทยในช่วง 6 เดือนแรกของปี 2556 (มกราคม-มิถุนายน) มีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่องนั้น การตลาดจึงนับ ได้ว่าเป็นหนทางหนึ่งที่จะสร้างความแข็งแกร่งให้กับธุรกิจในการท่องเที่ยวได้โดยหนึ่งในกลยุทธ์ทางการตลาดที่สามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวคือการประชาสัมพันธ์ โดยการเผยแพร่ข่าวสารการท่องเที่ยวไปยังนักท่องเที่ยวเป้าหมาย เพื่อสร้าง ภาพพจน์ที่ดีให้กับธุรกิจและผลิตภัณฑ์โดยใช้กิจกรรมและสื่อต่างๆ เป็นการสื่อความหมายทางการท่องเที่ยวไปสู่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่การใช้สื่อวิทัศน์ที่แสดงภาพเพื่อความบันเทิง ป้ายโฆษณา ป้ายประชาสัมพันธ์เอกสารสิ่งพิมพ์แผ่นพับ และสื่อ SOCIAL MEDIA การโฆษณาจึงเป็นเครื่องมือสำคัญเพื่อการประชาสัมพันธ์ที่มีได้มุ่งเพียงขายผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวแต่เป็นการโฆษณาโดยมุ่งหวังสร้างชื่อเสียง ภาพพจน์ และสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการกับ ประชาชนที่เกี่ยวข้อง จึงมีลักษณะสำคัญคือเป็นสื่อที่ให้ความรู้ สร้างภาพพจน์ที่ดีให้แก่ธุรกิจท่องเที่ยว

เทศบาลนครเชียงรายประสบความสำเร็จในการจัดงานนครเชียงราย นครแห่งดอกไม้งาม เมื่อครั้งที่ผ่านมา ณ สวนตุ่งและโคมนครเชียงรายได้สร้างความตื่นตาตื่นใจให้กับชาวเชียงรายและ นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวจังหวัด

เชียงราย สร้างรายได้ให้กับจังหวัดเชียงรายได้อย่างมหาศาล ซึ่งทั้งหมดเป็นความตั้งใจของคณะผู้บริหารเทศบาลนครเชียงรายที่ต้องการให้เมือง เชียงรายเป็นเมืองแห่งการท่องเที่ยวอย่างแท้จริง งานเชียงรายดอกไม้งาม จัดขึ้นเป็นครั้งแรกเมื่อปีพ.ศ.2546 โดยองค์การบริหารส่วนจังหวัด เชียงราย ภายใต้การบริหารของนาง รติมา จงสุทธนามณี ในสมัยนั้นซึ่งเป็นการจัดงานร่วมกับเทศบาลนครเชียงรายมาโดยตลอดจากแนวคิดในการส่งเสริมการท่องเที่ยวและสร้างรายได้ให้กับประชาชนในท้องถิ่นจึงทำให้เมืองเชียงรายเป็นที่รู้จักและทราบกันโดยทั่วไปของนักท่องเที่ยวว่า ในช่วงฤดูหนาวของทุกปีจะต้องเดินทางมาชมดอกไม้เมืองหนาวนานาพันธุ์ สำหรับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชียงรายครั้งนี้เป็นการเฝ้าชมดอกไม้เมืองเชียงรายมีบรรยากาศที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยเฉพาะการตกแต่งและประดับ เมืองให้เต็มไปด้วยพันธุ์ไม้มงคล ไม้ประดับนานาพันธุ์จากการสำรวจผู้เข้าชมงานในปีที่ผ่านมา พบเห็นว่า ผู้เข้าชมงานส่วนใหญ่ชื่นชอบการ ถ่ายรูปกับดอกไม้ที่สวยงาม ดังนั้น กิจกรรมส่วนใหญ่คือการเดินและการถ่ายรูปกับ ดอกไม้เฉพาะจุดที่มีคนให้ความสนใจมาก ผู้ศึกษาจึงมีแนว คิดในการออกแบบพัฒนาสื่อโปรเตอร์ในรูปแบบเทคโนโลยีเสมือนจริง โดยมีจุดประสงค์ เพื่อส่งเสริมและกระตุ้นการท่องเที่ยวงานเทศกาลเชียงรายดอกไม้งามที่จัดประจำปี โดย นำเอาเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้เพื่อเผยแพร่และโฆษณาประชาสัมพันธ์อีกทั้งยังสร้างความ เพลิดเพลิน และเป็นการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบที่ยังไม่เคยเกิดขึ้นในงาน โดยภาพโปรเตอร์ ประชาสัมพันธ์งานดอกไม้จะสามารถมองเห็นเป็นภาพซ้อนแบบ 3 มิติได้ผ่านเทคโนโลยี AR (AUGMENTED REALITY) หรือเทคโนโลยีเสมือนจริงที่เป็นสื่อสมัยใหม่ที่กำลังได้รับความนิยม เพื่อ สร้างความน่าสนใจในการที่จะมาเที่ยวชมงาน และ เป็นความเพลิดเพลินอย่างหนึ่งภายในงาน อีกทั้งยังดึงดูดกลุ่มเป้าหมายใหม่เพิ่มมากขึ้นอีกด้วย

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อใช้เทคโนโลยีเสมือนจริงในการออกแบบพัฒนาสื่อโปรเตอร์ประชาสัมพันธ์

1.2.2 เพื่อส่งเสริม และกระตุ้นการท่องเที่ยวนคร เชียงราย

1.2.3 เพื่อศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อการออกแบบพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบใหม่

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1.3.1 ศึกษาจำนวนประชากรนักท่องเที่ยวที่เคยมาเที่ยว เทศกาลเชียงรายดอกไม้งาม จังหวัดเชียงราย โดยดูจากสถิตินักท่องเที่ยว ตั้งแต่เดือนธันวาคม- 20 มกราคม 2557 ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 15,000,500คน จ ำนวน 300 คน (ข้อมูลจากครอบครัวข่าว 3)

1.3.2 เนื้อหาที่ใช้ในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการนำเทคโนโลยีAR มาใช้ในการออกแบบพัฒนาการสื่อสารประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวงานเชียงรายดอกไม้งาม โดยใช้สื่อเทคโนโลยีสื่อเสมือนจริงพัฒนาสื่อโปรเตอร์ประชาสัมพันธ์ให้กับงาน

1.3.3 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาวิจัย ตัวแปรอิสระ ได้แก่ กลุ่มนัก ท่องเที่ยวที่เคยเที่ยวงานเชียงรายดอกไม้งามที่อาจสนใจและไม่สนใจ ในสื่อโปรเตอร์ประชาสัมพันธ์ในรูปแบบสื่อเทคโนโลยีสื่อเสมือนจริง ตัวแปรตาม ได้แก่ ผลสัมฤทธิ์ของการใช้สื่อเทคโนโลยีสื่อเสมือนจริงในการพัฒนาสื่อโปรเตอร์ประชาสัมพันธ์

1.4 สมมติฐานการวิจัย

1.4.1 สื่อโปรเตอร์ประชาสัมพันธ์ในรูปแบบสื่อเทคโนโลยีสื่อเสมือนจริง ได้รับความนิยมจากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชมงานเชียงรายดอกไม้งาม และได้รับความเพลิดเพลินและอยากจะทำกลับมาเที่ยวชมงานอีกครั้ง

1.4.2 การนำเสนอสื่อโปรเตอร์ประชาสัมพันธ์ในรูปแบบสื่อเทคโนโลยีสื่อเสมือนจริง จะช่วยดึงดูดความสนใจจากกลุ่มนักท่องเที่ยว พร้อมทั้งมีการประชาสัมพันธ์แบบบอกต่อ

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.5.1 สื่อโปรเตอร์ประชาสัมพันธ์ในรูปแบบสื่อเทคโนโลยีสื่อเสมือนจริงช่วย

ประชาสัมพันธ์ส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวงานเชียงรายดอกไม้งาม

1.5.2 ได้เผยแพร่สื่อ AR (AUGMENTED REALITY) ที่เป็นเทคโนโลยีสมัยใหม่

1.5.3 นักท่องเที่ยวที่มาเข้าชมงานได้รับความประทับใจ เพลิดเพลิน และความสุขกลับไป

1.6 การดำเนินการวิจัย

1.6.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

- การสัมภาษณ์ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่น่าเชื่อถือและนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์นั้นไปหาประเด็นปัญหาและแนวทางในการแก้ไขพัฒนา

- แบบประเมิน สำรวจความพึงพอใจ รายบุคคลเป็นแบบประเมิน

ที่ใช้ประเมินประสิทธิภาพและความพึงพอใจต่องานวิจัยเพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาผลงาน

1.6.2 วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยศึกษาประเด็นข้อมูลพื้นฐานจากกลุ่มตัวอย่างประชากรบุคลากรที่ทำหน้าที่รับผิดชอบการจัดงานเชียงรายดอกไม้งาม ในสำนักเทศบาลนครเชียงราย จำนวน 3 ท่านด้วยการสัมภาษณ์จากผู้ให้คำตอบโดยตรง สอบถามข้อมูลและรายละเอียดเกี่ยวกับงานเชียงรายดอกไม้งาม และจากการสัมภาษณ์ความรู้สึก การรับรู้ข่าวสารการจัดงานจากผู้ที่เคยเที่ยวชมงานเชียงรายดอกไม้งามในปีที่ผ่านมาและทำการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้ทั้งหมดมาวิเคราะห์หาประเด็นปัญหาเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงแก้ไข

1.6.3 การออกแบบ

- 1.) ศึกษาค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับการงานเชียงรายดอกไม้งาม
- 2.) นำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์เรียบเรียงเป็นโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์และมาสเตอร์หลักที่จัดแสดงภายในงานแบบเดิมและนำมาดัดแปลงโดยโปรแกรม ADOBE ILLUSTRATOR ให้เป็นภาพเวกเตอร์ 2 มิติเพื่อนำมาออกแบบใหม่
- 3.) เมื่อได้ภาพเวกเตอร์ 2 มิติแล้ว นำไฟล์แบบมาสร้างเป็นแอนิเมชันโดยโปรแกรม ADOBE AFTER EFFECTS , ADOBE PHOTOSHOP และ ADOBE FLISH
- 4.) นำไฟล์แอนิเมชันทำการอัปโหลดเข้าสู่โปรแกรม LAYAR เพื่อใช้เป็น APPLICATION ในการแสดงผลเป็นสื่อภาพเสมือนจริง

1.6.4 การประเมินผลงาน

โครงการพัฒนาสื่อโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวงานเชียงรายดอกไม้งามผ่านเทคโนโลยีสื่อเสมือนจริง ในครั้งนี้ใช้วิธีการประเมินผลด้วย การให้คะแนนตามมาตราส่วน (GRAPHIC RATING SCALES) ที่เกี่ยวข้องกับงานที่จะประเมิน เช่น คุณภาพงาน ความคิดสร้างสรรค์ ความต้องการของผู้ใช้ ความน่าสนใจ และความมีประโยชน์ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติ (ACTION RESEARCH) ศึกษาแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ(PRIMARY DATA) ได้จากการใช้แบบประเมินเก็บข้อมูลจากกลุ่มประชากรจำนวน 300 ชุดโดยกำหนดคะแนนเริ่มจากน้อยไปหามาก ในการประเมินให้ทำเครื่องหมายไว้ในค่าคะแนนที่พึงพอใจในแต่ละคุณลักษณะ จากนั้นจึงรวมคะแนนของคุณลักษณะต่างๆ คิดเป็นค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผลงาน

1.6.5 นำเสนอผลการออกแบบ สรุปผลและเผยแพร่

ผลงานวิจัยใช้โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ และมาสเตอร์เดิมที่มี มาออกแบบและจัดทำขึ้นใหม่โดยที่สามารถแสดงผลได้ในรูปแบบภาพแอนิเมชันโดยนำเสนอภาพโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์และมาสเตอร์ที่จัดแสดงภายในงานเชียงรายดอกไม้งามในสื่อประชาสัมพันธ์สมัยใหม่คือสื่อเสมือนจริงที่ผู้ชมสามารถเล่นและเพลิดเพลินด้วยการดาวน์โหลด APPLICATION และใช้ส่องไปที่ภาพโปสเตอร์หรือมาสเตอร์แล้วจะทำให้มองเห็นเป็นภาพซ้อนแอนิเมชันที่เคลื่อนไหวได้

เอกสารอ้างอิง

- [1] สถาพร หาญพานิช. 2546. การนำเสนอความคิดสร้างสรรค์ในสิ่งพิมพ์โฆษณา. วิทยานิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาออกแบบนิเทศศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
- [2] ภทริธา บุราณฤทธิ์. 2524. การออกแบบโปสเตอร์โฆษณา นิติสารแบบจิตนาการเหนือจริง ศิลปศาสตรบัณฑิต ภาควิชาออกแบบนิเทศศิลป์คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
- [3] พรสวรรค์ สมบัติทิพย์. 2552. โครงการออกแบบภาพประกอบหนังสือรางวัลวรรณกรรมสร้างสรรค์ยอดเยี่ยมแห่งอาเซียนเรื่อง “เจ้าหญิง” ปี พ.ศ. 2548 เทคนิคคอมพิวเตอร์แนวการตูนญี่ปุ่น. ศิลปะบัณฑิต วิทยาลัยเพาะช่าง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
- [4] กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2556. การท่องเที่ยวเชียงราย. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <http://www.mots.go.th> (11 กันยายน 2559)
- [5] เทศบาลนครเชียงราย. 2550. เชียงรายดอกไม้งาม. (ออนไลน์ เข้าถึงได้จาก: <http://www.chiangraicity.go.th> (11 กันยายน 2559)
- [6] คู่มือศิลปินพณฑาวิชาออกแบบนิเทศศิลป์. 2553. Social Media. (ออนไลน์).
- [7] คู่มือศิลปินพณฑาวิชาออกแบบนิเทศศิลป์. 2553. ตัวอย่างการทำ ศิลปินพณฑา. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : <http://itc.ddc.moph.go.th/manual/showimgpic.php?id=24> (11 กันยายน 2559)
- [8] ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร. 2559. การโฆษณา. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : <http://www.ipesp.ac.th/learning/thai/chapter7-1.html> (11 กันยายน 2559)

- [9] ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร. 2559. การประชาสัมพันธ์. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก:
<http://www.ipesp.ac.th/learning/thai/chapter7-1.html>
(16 กันยายน 2559)
- [10] อ. มนูญ ไชยสมบูรณ์. 2553. สื่อโปสเตอร์. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก :
<https://www.gotoknow.org/posts/193335.26>
(16 กันยายน 2559)
- [11] อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว Tourism. 2553. การท่องเที่ยว. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก :
<http://siamprotugueseestudy.blogspot.com/2010/07/1.html> (16 กันยายน 2559)
- [12] AR. 2553. AR หรือ (Augmented Reality). (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก:
<http://education.dusit.ac.th/articles/AR.pdf>
(11 กันยายน 2559)
- [13] วิชาชีพพื้นฐาน. 2555. ภาพ 3 มิติ. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก:
https://wiki.stjohn.ac.th/groups/poly_basiscourse/wiki/49b66/_7_.html (11 กันยายน 2559)
- [14] Emagtravel. 2559. งานเชียงรายดอกไม้งาม. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก:
<http://www.emagtravel.com/archive/chiangrai-dokmai-ngam.html> (16 กันยายน 2559)
- [15] LEARN FOR FUN. 2556. เทคโนโลยีเสมือนจริง. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก:
<https://nipatanoy.wordpress.com/โลกเสมือนผ่านโลกจริง-augmented-reality/> (16 กันยายน 2559)
- [16] ความหมายแอนิเมชัน. 2552. แอนิเมชัน. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก:
<http://www.kanlayanee.ac.th/animation/web/animation.htm> (16 กันยายน 2559)
- [17] Sellvectorac. 2553. ภาพเวกเตอร์. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก :
<http://sellvectorac.exteen.com/20100523/entry>
(11 กันยายน 2559)
- [18] โปรแกรม SPSS. 2555. SPSS. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก :
- <http://spssa.blogspot.com/2013/02/spss.html>
(11 กันยายน 2559)