

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน
เชิงประวัติศาสตร์ จังหวัดนครศรีธรรมราช

DESIGN OF SUSTAINABLE TOURISM IDENTITY, A HISTORICAL
AWARENESS FOR NAKHON SI THAMMARAT



T130957



จพ.
๒๕๕๕

เลขหมู่..... 2555
เลขทะเบียน..... 130957
วัน,เดือน,ปี... 19 มี.ค. 2557

b. 12605829
i.....

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต
สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
พ.ศ. 2555

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับ KMITL-2012-ED-M-222-103 ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

DESIGN OF SUSTAINABLE TOURISM IDENTITY, A HISTORICAL
AWARENESS FOR NAKHON SI THAMMARAT



A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF
THE REQUIREMENTS FOR THE DEGREE OF
MASTER OF SCIENCE IN INDUSTRIAL EDUCATION
IN INDUSTRIAL TECHNOLOGY
FACULTY OF INDUSTRIAL EDUCATION
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
2012

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



COPYRIGHT 2012

FACULTY OF INDUSTRIAL EDUCATION

เอ KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG ให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อวิทยานิพนธ์	ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เชียง ประวัติศาสตร์ จังหวัดนครศรีธรรมราช
นักศึกษา	นางสาวเยาวรัตน์ สิริวัฒนานุสรณ์
รหัสประจำตัว	51063628
ปริญญา	ครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต
สาขาวิชา	เทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
พ.ศ.	2555
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิศักดิ์ สิ้นธุภาค

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ (1) ศึกษาและออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เชียงประวัติศาสตร์ จังหวัดนครศรีธรรมราช และ (2) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ที่มีต่องานออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เชียงประวัติศาสตร์ จังหวัดนครศรีธรรมราช

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่ใช้ในงานวิจัย คือกลุ่มผู้ให้ข้อมูลทั่วไปเพื่อหาสื่อประชาสัมพันธ์ ทั้งหมด 100 คน โดยการสุ่มจากนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวสถานที่ทางประวัติศาสตร์จังหวัดนครศรีธรรมราช เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถามหาความต้องการของสื่อประชาสัมพันธ์ ผู้เชี่ยวชาญในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ ทั้งหมด 3 ท่าน เครื่องมือคือ แบบประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญในด้าน อัตลักษณ์ (Identity) และด้านสื่อประชาสัมพันธ์ และกลุ่มผู้ให้ข้อมูลทางด้านความพึงพอใจสื่อประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เชียงประวัติศาสตร์ จังหวัดนครศรีธรรมราช ทั้งหมด 140 คน โดยสุ่มจากนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการทางด้านอินเทอร์เน็ต จำนวน 85 คน และนักท่องเที่ยวทั่วไปที่เจอโดยบังเอิญ จำนวน 55 คน เครื่องมือคือ แบบสอบถามหาความพึงพอใจ ที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เชียงประวัติศาสตร์ จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยสรุปว่า สื่อประชาสัมพันธ์ที่กลุ่มผู้ให้ข้อมูลต้องการคือ สื่อประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต และผู้วิจัยได้ทำการสร้างอัตลักษณ์ (Identity) ที่สร้างขึ้นสำหรับงานออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ 4 ชนิด ทาง คือ (1) สี (2) ตัวอักษร (3) ตราสัญลักษณ์ (4) ลักษณะของรูปภาพ ซึ่งทั้งหมดนี้เป็นอัตลักษณ์ ของสื่อประชาสัมพันธ์ โดยมีผล การประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญโดยรวมให้ความคิดเห็นในงานออกแบบรูปแบบที่ 2 สร้างเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ และแบบสอบถามความพึงพอใจของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.605$) และมีค่าความแตกต่างที่ 0.404

Thesis Title	Design of Sustainable Tourism Identity a Historical Awareness for Nakhon Si Thammarat
Student	Miss Yaowarat Siriwatthananusorn
Student ID.	51063628
Degree	Master of Science in Industrial Education
Program	Industrial Technology
Year	2012
Thesis Advisor	Asst. Prof. Dr. Apisak Sindhuphak

ABSTRACT

The purpose of this research are 1) to study and design of Public Relation Media (PRM), which aimed to promote sustainable historical tourism for historical places, and 2) to study satisfactory level of tourists toward the internet media designed to promote historical sustainability tourism of 12 historical places from Nakhon Si Thammarat's City District.

The first level of gathered data are based from groups of 100 random general publics, selected through visitors from each of the 12 historical sites. Instruments used to collect data were a set of questionnaire that focuses on defining the public relation media. Three specialists in design then assessed and commented the design that generated from the questionnaire based on the factors of an identity recognition and nature of a public relation media. The result of the satisfactory level through 140 tourists were reached by random selection of 85 internet users and 55 tourists who visited the 12 historical sites at Nakhon Si Thammarat's City District. These data were then analyzed by percentage mean, arithmetic mean, and standard deviation.

The research summary are as follows: the selected design based on the expert opinion was through the 2nd set of the design with satisfaction level from the tourist at ($\bar{X}=4.605$) and the difference of 0.404. The identity created as public relation media (PRM) included four aspects of: color, logo, heading fonts and content fonts, and images. All these aspects combined to yield an identity that help promote ways to design the media for a sustainable historical tourism.

กิตติกรรมประกาศ

การจัดทำวิทยานิพนธ์เรื่องออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เชียง
ประวัติศาสตร์ จังหวัดนครศรีธรรมราช ครั้งนี้ได้รับความกรุณาจากท่านผู้ช่วยศาสตราจารย์
ดร.อภิสิทธิ์ สิ้นธุภาค อาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ ที่คอยช่วยเหลือให้คำแนะนำให้คำชี้แนะในการทำ
วิทยานิพนธ์จนสำเร็จไปได้ด้วยดีผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ขอขอบพระคุณ คณะกรรมการ
สอบวิทยานิพนธ์ทุกท่าน ที่ได้กรุณาให้คำปรึกษาแนะนำตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ในขั้นตอน
สุดท้ายจนทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีความถูกต้องสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง และ
ขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิ รองศาสตราจารย์ว่าที่ร้อยโทพิชัย สดพิบาล ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.
เลิศลักษณ์ กลิ่นหอม และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ธเนศ ภิรมย์การ ที่กรุณาตรวจเครื่องมือวิจัยให้
คำแนะนำและให้คำปรึกษามาโดยตลอด และขอขอบพระคุณผู้เชี่ยวชาญ อาจารย์ บุญส่ง อุดมกิจ
โกศล อาจารย์เพ็ญพิศ ชะโกทอง และ อาจารย์อริยะ ทรงประไพ ที่กรุณาประเมินแบบสอบถามและ
ขอขอบคุณกลุ่มผู้ให้ข้อมูลทุกท่านที่กรุณาร่วมมือในการตอบแบบสอบถามและนายนิรุต มีสุข ที่ให้
ความร่วมมือในการสำรวจพื้นที่จริง

คุณค่าและประโยชน์อันพึงมีจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบแต่บิดา มารดา และญาติพี่น้อง
น้องของผู้วิจัย และผู้มีพระคุณทุกท่านด้วยความเคารพยิ่ง หากมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยขอ
อภัยมา ณ ที่นี้ด้วย

นางสาวเยาวรัตน์ สิริวัฒนานุสรณ์

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	II
กิตติกรรมประกาศ.....	III
สารบัญ.....	IV
สารบัญตาราง.....	VI
สารบัญภาพ.....	VII
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
1.3 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย.....	3
1.4 ขอบเขตของการวิจัย.....	4
1.5 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา.....	4
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในงานวิจัย.....	5
บทที่ 2 เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	6
2.1 แนวคิดด้านการอนุรักษ์แบบประวัติศาสตร์.....	6
2.2 การวิเคราะห์คุณค่าของอาคารประวัติศาสตร์.....	9
2.3 ประโยชน์ของการให้ข้อมูลและการสื่อความหมายสถานที่สำคัญ ทางประวัติศาสตร์.....	12
2.4 การท่องเที่ยว แนวคิดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนและแนวคิด การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์.....	13
2.5 ประวัติความเป็นมาและสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ จังหวัดนครศรีธรรมราช.....	25
2.6 สื่อประชาสัมพันธ์.....	47
2.7 เทคนิคการออกแบบกราฟิก.....	64
2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	93
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	96
3.1 กลุ่มผู้ใช้ข้อมูล.....	96
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	96
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	98
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	98
3.5 สถิติที่ใช้ในการวิจัย.....	99

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	102
4.1 การศึกษาข้อมูลทั่วไปของการท่องเที่ยว ข้อมูลของสื่อประชาสัมพันธ์ และรูปแบบการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เชียงประวัติศาสตร์จังหวัดนครศรีธรรมราช.....	102
4.2 การศึกษาความพึงพอใจของกลุ่มผู้ให้ข้อมูล ที่มีต่อรูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เชียงประวัติศาสตร์ จังหวัดนครศรีธรรมราช.....	128
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	133
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	133
5.2 อภิปรายผลการวิจัย.....	134
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	135
บรรณานุกรม.....	136
ภาคผนวก.....	138
ภาคผนวก ก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	139
ภาคผนวก ข หนังสือที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย.....	172
ภาคผนวก ค รูปแบบ สี ตัวอักษร ตราสัญลักษณ์ รูปภาพ สื่อประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ตและคู่มือการเข้าถึงยังเนื้อหาเว็บไซต์.....	181
ประวัติผู้เขียน.....	198

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 เกณฑ์การแบ่งประเภทของสื่อ.....	51
4.1 แสดงข้อมูลทั่วไปของกลุ่มกลุ่มผู้ให้ข้อมูล.....	103
4.2 แสดงข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน และการท่องเที่ยว เชิงประวัติศาสตร์ เมืองนครศรีธรรมราช.....	104
4.3 แสดงข้อมูลที่ได้รับรู้ข่าวสารและสื่อประชาสัมพันธ์ที่ผู้ให้ข้อมูลอยากให้มีเพิ่ม.....	107
4.4 แสดงรูปแบบของ ชุดสี.....	110
4.5 แสดงรูปแบบและความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อรูปแบบของตัวอักษรส่วนดึงดูดตา.....	111
4.6 แสดงรูปแบบและความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อรูปแบบของตัวอักษรส่วนบรรยาย.....	112
4.7 แสดงความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญรูปแบบตราสัญลักษณ์	114
4.8 แสดงค่าเฉลี่ยผลของการประเมินความคิดเห็น ของผู้เชี่ยวชาญ ที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ ทางอินเทอร์เน็ต.....	126
4.9 แสดงข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผู้ให้ข้อมูล (หาความพึงพอใจของสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีต่อรูปแบบ ของสื่อประชาสัมพันธ์).....	128
4.10 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและข้อมูลด้านความพึงพอใจกลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่เป็น ที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เชียงประวัติศาสตร์ จังหวัดนครศรีธรรมราช.....	130

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร.....	36
2.2 วัดวังตะวันตก.....	39
2.3 วัดท่าโพธิ์วรวิหาร.....	40
2.4 วัดแจ้ง.....	40
2.5 วัดประดู่.....	42
2.6 วัดสวนหลวง.....	43
2.7 หอพระสีหิงค์.....	43
2.8 หอพระอิศวร.....	44
2.9 หอพระนารายณ์.....	44
2.10 กำแพงเมือง.....	45
2.11 เจดีย์ยักษ์.....	46
2.12 อนุสาวรีย์วีรไทย.....	47
2.13 ตัวอย่างการวาง Site Map.....	64
2.14 ตัวอย่างหน้าเว็บไซต์.....	64
2.15 รูปแบบจุด.....	66
2.16 รูปแบบระนาบ.....	68
2.17 รูปแบบพื้นผิว.....	69
2.18 รูปแบบพื้นผิวรูปธรรม.....	70
2.19 รูปแบบพื้นผิวที่กลมกลืนและขัดแย้ง.....	70
2.20 รูปแบบมาตราส่วน ความสัมพันธ์.....	71
2.21 รูปแบบการขยายภาพถ่ายหรือเส้นเวกเตอร์หรือตัวหนังสือ.....	72
2.22 รูปแบบงานประเภทแอนิเมชันการใช้สเกล.....	72
2.23 รูปแบบน้ำหนักของสี.....	73
2.24 รูปแบบการจัดของสี.....	73
2.25 รูปแบบการผสมสี.....	74
2.26 รูปแบบสีข้างเคียง.....	75
2.27 รูปแบบสีอุ่นและสีเย็น.....	75
2.28 รูปแบบการใช้สีแบบเอกรงค์.....	76
2.29 รูปแบบการใช้สีข้างเคียง.....	76
2.30 รูปแบบการใช้สีคู่ตรงข้าม.....	76
2.31 รูปแบบการใช้สีเกือบตรงข้ามเป็นการตัดกัน.....	77
2.32 รูปแบบการใช้สีตรงข้าม 2 คู่.....	77
2.33 รูปแบบการใช้สีแบบ 3 สี.....	77
2.34 รูปแบบการใช้สีแบบ 4 สี.....	78

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้ทำซ้ำโดยไม่ได้รับอนุญาต

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ(ต่อ)

ภาพที่	หน้า
2.35 รูปแบบจังหวะและความสมดุล.....	80
2.36 รูปแบบความสมมาตรและอสมมาตร.....	81
2.37 รูปแบบการซ้ำและการเปลี่ยนแปลง.....	81
2.38 รูปแบบจังหวะและเวลา.....	82
2.39 รูปแบบจังหวะและระยะก้าว.....	82
2.40 รูปแบบพื้นหลังและภาพ.....	83
2.41 รูปแบบการใช้กรอบ.....	83
2.42 รูปแบบการจัดลำดับ.....	84
2.43 รูปแบบการตัดต่อ.....	84
2.44 รูปแบบขอบและหน้าตัด.....	85
2.45 รูปแบบการใส่กรอบภาพและกรอบตัวหนังสือ.....	85
2.46 รูปแบบการจัดลำดับ.....	86
2.47 รูปแบบพื้นฐานการจัดลำดับตัวอักษร.....	86
2.48 รูปแบบเลย์เออร์.....	87
2.49 รูปแบบการตัดและการวาง.....	87
2.50 รูปแบบความโปร่งแสง.....	89
2.51 รูปแบบกายภาพที่โปร่งแสง.....	89
2.52 รูปแบบกราฟิกที่โปร่งแสง.....	90
2.53 ระบบสัญลักษณ์.....	90
2.54 รูปแบบกริด.....	91
2.55 รูปแบบกริดแบบใส่เนื้อหาและภาพลงในสิ่งพิมพ์.....	91
2.56 รูปแบบกริดแบบประยุกต์.....	92
2.57 ตัวอย่างรูปแบบการจัดคอลัมน์.....	92
3.1 แผนผังแสดงวิธีการดำเนินการวิจัย.....	100
3.2 แผนผังเว็บไซต์.....	101
4.1 รูปแบบชุดสีประจำเอกลักษณ์ของสื่อประชาสัมพันธ์.....	109
4.2 รูปแบบตัวอักษรดึงดูดตาของสื่อประชาสัมพันธ์.....	111
4.3 รูปแบบตัวอักษรส่วนบรรยายของสื่อประชาสัมพันธ์.....	112
4.4 รูปแบบตราสัญลักษณ์ ของสื่อประชาสัมพันธ์.....	114
4.5 วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหารที่ผ่านการคัดเลือกจากผู้เชี่ยวชาญ.....	115
4.6 วัดวังตะแคงที่ผ่านการคัดเลือกจากผู้เชี่ยวชาญ.....	116
4.7 วัดท่าโพธิ์ววิหารที่ผ่านการคัดเลือกจากผู้เชี่ยวชาญ.....	116
4.8 วัดแจ้งที่ผ่านการคัดเลือกจากผู้เชี่ยวชาญ.....	117
4.9 วัดประดู่ที่ผ่านการคัดเลือกจากผู้เชี่ยวชาญ.....	117
4.10 วัดสวนหลวงที่ผ่านการคัดเลือกจากผู้เชี่ยวชาญ.....	118

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้เฉพาะในการศึกษาเท่านั้น เมื่อนำไปเผยแพร่บนเว็บไซต์
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ(ต่อ)

ภาพที่	หน้า
4.11 หอพระพุทธรูปสี่หิ๊งค์ที่ผ่านการคัดเลือกจากผู้เชี่ยวชาญ.....	118
4.12 หอพระอิศวรที่ผ่านการคัดเลือกจากผู้เชี่ยวชาญ.....	119
4.13 หอพระนารายณ์ที่ผ่านการคัดเลือกจากผู้เชี่ยวชาญ.....	120
4.14 กำแพงเมืองที่ผ่านการคัดเลือกจากผู้เชี่ยวชาญ.....	120
4.15 เจดีย์ยักษีที่ผ่านการคัดเลือกจากผู้เชี่ยวชาญ.....	121
4.16 อนุสาวรีย์วีรไทยที่ผ่านการคัดเลือกจากผู้เชี่ยวชาญ.....	122
4.17 แบบจำลองสื่อประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต รูปแบบที่ 1.....	123
4.18 แบบจำลองสื่อประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต แบบที่ 2.....	124
4.19 แบบจำลองสื่อประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต รูปแบบที่ 3.....	125
4.20 ต้นแบบสื่อประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต ที่ได้รับการพัฒนาปรับปรุง จากรูปแบบที่ 2.....	128
ก.1 ตัวอย่างการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญ.....	171
ก.2 ตัวอย่างการตอบแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยว.....	171
ค.1 ชุด A น้ำเงิน.....	182
ค.2 ชุด B ส้มอมน้ำตาล.....	182
ค.3 ชุด C น้ำตาลดิน.....	182
ค.4 รูปแบบตัวอักษรดึงดูดตาของสื่อประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต.....	183
ค.5 รูปแบบตัวอักษรส่วนบรรยายของสื่อประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต.....	184
ค.6 รูปแบบตราสัญลักษณ์ของสื่อประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต.....	185
ค.7 ตัวอย่างรูปภาพที่ผ่านการคัดเลือกจากผู้เชี่ยวชาญ.....	191
ค.8 แบบจำลองสื่อประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต รูปแบบที่ 1.....	192
ค.9 แบบจำลองสื่อประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต แบบที่ 2.....	193
ค.10 แบบจำลองสื่อประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต รูปแบบที่ 3.....	194
ค.11 ต้นแบบสื่อประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต ที่ได้รับการพัฒนาปรับปรุง จากรูปแบบที่ 2.....	195
ค.12 คู่มือการเข้าถึงยังเนื้อหาเว็บไซต์.....	197

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวในสมัยโลกไร้พรมแดน นอกจากคำนึงถึงความคุ้มค่าในเชิงเศรษฐกิจและสังคมแล้ว ยังจะต้องคำนึงถึงการรักษาสีงแวดล้อม โดยใช้หลักการของแผนแม่บทของโลก (Agenda 21) เป็นกรอบการจัดการ จึงจะเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (Sustainable Tourism Development) แนวคิดต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนมุ่งเน้นในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยรวมปรับสภาพการจัดการเพื่อเข้าสู่ยุคใหม่ของกระแสโลกที่เปลี่ยนไป (Paradigm Shift) ที่เปลี่ยนจากสังคมบริโภคนิยมเข้าสู่ยุคสมัยสังคมนิยมที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมเป็นสิ่งสำคัญ ดังนั้น ขอบเขตของการพัฒนา จึงครอบคลุมทุกองค์ประกอบทุกส่วนของการท่องเที่ยวหรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือ การพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งหมดต้องมุ่งสู่ความยั่งยืน (All Tourism should be Sustainable Tourism : Dowling. 1995) รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวจะต้องสามารถดำรงอยู่ได้ มีนักท่องเที่ยวมาเยี่ยมเยือนอย่างสม่ำเสมอ ทรัพยากรการท่องเที่ยวยังคงรักษาความดึงดูดใจไว้ได้ไม่เสื่อมคลาย ธุรกิจบริการที่มีผลกำไร แม้ต้องมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงการให้บริการอยู่เสมอก็ตาม ผลกระทบที่มีต่อสิ่งแวดล้อมทั้งทางธรรมชาติ สังคมและวัฒนธรรมท้องถิ่นจะต้องไม่เกิดขึ้น หรือหากมีต้องเป็นผลกระทบน้อยที่สุด มีแต่การจัดการอย่างยั่งยืนเท่านั้น จึงจะสามารถคงความยั่งยืนของการท่องเที่ยวไว้ได้ (โครงการสานสัมพันธ์เครือข่ายชุมชน เพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน. 2547)

นอกจากนี้ การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่ขึ้นอยู่กับคุณภาพของมนุษย์ ทรัพยากร และสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติและวัฒนธรรม ซึ่งไม่สามารถแยกตัวออกจากการพัฒนาทางเศรษฐกิจอื่นๆ กระบวนการท่องเที่ยวได้พัฒนาจนเกิดเป็นสาขาที่สำคัญสาขาหนึ่งในระบบเศรษฐกิจ ที่มีผู้ซื้อและผู้ขาย (ให้บริการ) จนขยายตัวเป็นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Tourism Industry) ที่ก่อให้เกิดรายได้ที่สำคัญของประเทศ ในช่วงที่เกิดวิกฤตการณ์ทั้งทางเศรษฐกิจและการเมือง ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวมุ่งหวังเพียงผลประโยชน์ที่จะได้รับ โดยละเลยไม่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมและการอนุรักษ์ การส่งเสริมและการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ขาดการจัดการที่ดีและไม่มีประสิทธิภาพอาจนำไปสู่ความเสื่อมโทรมและการเสื่อมสภาพของความเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวได้ (วรัญญู เวียงอำพล. 2546 : 1)

ในปี พ.ศ. 2530 (ค.ศ.1987) ได้มีการเสนอทางเลือกใหม่ของการพัฒนาที่เรียกว่า การพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Tourism Development) เป็นการท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ ที่มีการพัฒนาการมาอย่างต่อเนื่องและยาวนาน ไม่ว่าจะ

- 1 รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (Natural Based Tourism)
- 2 รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (Cultural Based Tourism)
- 3 รูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism)
- 4 กิจกรรมการท่องเที่ยว (Tourism Activities)

จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นอีกจังหวัดหนึ่งที่มีทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวที่ครบถ้วนมีทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เทศกาลและประเพณี และเมืองนครศรีธรรมราชเป็นเมืองเก่าแก่นับพันปี มีเนื้อที่ 9,942.502 ตารางกิโลเมตร แบ่งการปกครองออกเป็น 21 อำเภอ 2 กิ่งอำเภอ อำเภอเมืองมีแหล่งไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ท่องเที่ยว ที่น่าสนใจมากมาย เช่น วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร วัดวังตะวันตก วัดท่าโพธิ์วรวิหาร วัดแจ้ง วัดประดู่ วัดสวนหลวง หอพระพุทธสิหิงค์ หอพระอิศวร หอพระนารายณ์ กำแพงเมือง เจริญ ยักษ์ อนุสาวรีย์วีรไทย (ถนอม พูนวงศ์. 2550 : 153-183)

ซึ่งแผนแม่บทพัฒนาการส่งเสริมการท่องเที่ยว จังหวัดนครศรีธรรมราช (5 ปี) พ.ศ. 2553 – 2557 ได้วิเคราะห์ SWOT ด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านจุดแข็ง (Strength) และจุดอ่อน (Weakness) ไว้ดังนี้

จุดแข็ง

- 1 ความอุดมสมบูรณ์และความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยว ภูเขา น้ำตก แหล่ม ชายทะเล ป่าชายเลน ป่าพรุ
- 2 มีวัดพระมหาธาตุวรมหาวิหารเป็นศูนย์กลางของศาสนาพุทธ ศาสนาพราหมณ์
- 3 มีแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จัก (Awareness) หลายแห่ง เช่น วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร จตุคามรามเทพ แหล่มตะลุมพุก เป็นต้น
- 4 มีหน่วยงาน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานนครศรีธรรมราช ตั้งอยู่ที่จังหวัด นครศรีธรรมราช
- 5 มีสถาบันการศึกษาจำนวนมากที่มีความพร้อมและมีศักยภาพในการพัฒนาและส่งเสริมธุรกิจ ท่องเที่ยวรวมถึงมีความพร้อมในการพัฒนาและฝึกอบรมบุคลากรทางการท่องเที่ยว
- 6 ชุมชนท้องถิ่นในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวหลายแห่ง มีความเข้มแข็งและตื่นตัวในการเข้ามามี ส่วนร่วมในการจัดการและอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวมากขึ้น
- 7 จังหวัดนครศรีธรรมราชมีงบประมาณในการแก้ไขและพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดอย่าง ต่อเนื่อง จากนโยบายของรัฐบาลที่มุ่งเน้นและให้ความสำคัญในการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่เป็น วาระแห่งชาติ
- 8 ค่าใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีฯ ต่ำกว่าจังหวัดใกล้เคียง
- 9 กระแสจตุคามรามเทพในปี 2550 ทำให้จังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นที่รู้จักมากขึ้น
- 10 แหล่งท่องเที่ยวได้รับ Tourism Award เช่นคีรีวง ช้างกลาง

จุดอ่อน

- 1 จังหวัดมีขนาดใหญ่และแหล่งท่องเที่ยว แต่ละแหล่งค่อนข้างไกลต้องใช้เวลานาน
- 2 การโฆษณาประชาสัมพันธ์ของธุรกิจท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราช ไม่เพียงพอ ที่จะ ให้เป็นที่รู้จัก
- 3 ขาดแผนตลาดและการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวมีระยะเวลาการพักค้างนาน ขึ้น
- 4 ค่าโดยสารราคาค่อนข้างแพงเทียบกับจังหวัดท่องเที่ยวสำคัญทางภาคใต้เช่นภูเก็ต กระบี่ ภูเก็ต และทางรถไฟ เนื่องจากอำเภอเมืองเป็นสถานีปลายทางของรถไฟที่แยกออกจากสายหลัก ทำให้จำนวนขบวน รถไฟที่เข้าถึงเมืองนครฯ มีจำนวนที่ค่อนข้างจำกัด
- 5 บุคลากรการท่องเที่ยวในส่วนของภาคบริการ ยังขาดทักษะและความพร้อมในการต้อนรับ นักท่องเที่ยวในด้านจิตสำนึกของการให้บริการรวมทั้งทักษะด้านภาษาต่างประเทศ
- 6 จำนวนธุรกิจนำเที่ยวรวมถึงมัคคุเทศก์ค่อนข้างน้อยและโปรแกรมการท่องเที่ยวของธุรกิจนำเที่ยว ในจังหวัดนครศรีธรรมราชมีได้มุ่งเน้นท่องเที่ยวภายในจังหวัดนครศรีธรรมราช

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7 ขาดความร่วมมือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและภาคเอกชนและประชาชนในพื้นที่ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวและภาพลักษณ์ด้านบวกของจังหวัด

8 ภาพลักษณ์ของจังหวัดนครศรีธรรมราช ต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยค่อนข้างเป็นลบ

นครศรีธรรมราชนับได้ว่าที่มีทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวที่ครบถ้วนโดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เพราะเมืองนครศรีธรรมราชเป็นเมืองเก่าแก่นับพันปี ถ้าพูดถึงการท่องเที่ยวแล้วเมืองนครศรีธรรมราชมีทั้งจุดแข็งและจุดอ่อนดังที่ได้กล่าวข้างต้นผู้วิจัยจึงเห็นถึงความสำคัญของจุดอ่อนในเรื่องการโฆษณาประชาสัมพันธ์ของธุรกิจท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราช ไม่เพียงพอที่จะให้เป็นที่รู้จัก ผู้วิจัยจึงได้ทำการคัดสรรสื่อประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมกับสถานที่ทางประวัติจังหวัดนครศรีธรรมราช 11 สื่อ ได้แก่ แผนที่ ใบปลิว แผ่นพับ แผ่นภาพ โปสเตอร์คาร์ท หนังสือคู่มือ หนังสือพิมพ์ หนังสือท่องเที่ยวทั่วไป วิทยุ/โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต และสื่ออื่น ๆ เพื่อประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวให้บุคคลทั่วไปได้รู้จักแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ จังหวัดนครศรีธรรมราชโดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณสถาน ที่อยู่ในอำเภอเมืองของจังหวัดนครศรีธรรมราช ทำให้เกิดแนวคิดมุ่งเน้นที่จะสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวแหล่งโบราณสถานตามแนวทางท่องเที่ยวแบบยั่งยืนเชิงประวัติศาสตร์และให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ กับรูปแบบที่น่าเสนอ และกลายเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เชิงประวัติศาสตร์ จังหวัดนครศรีธรรมราชที่ชัดเจนในที่สุด

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 ศึกษาและออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เชิงประวัติศาสตร์ จังหวัดนครศรีธรรมราช

1.2.2 ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ที่มีต่องานออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนเชิงประวัติศาสตร์ จังหวัดนครศรีธรรมราช

1.3 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

กรอบแนวคิดในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เชิงประวัติศาสตร์ จังหวัดนครศรีธรรมราช ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดดังนี้

1.3.1 กรอบแนวคิดด้านการศึกษาคคุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ ของสถานที่ท่องเที่ยว 12 แห่ง ตามแนวคิดของ ปิ่นรัชฎ์ กาญจนนัชชิตติ (2553) การอนุรักษ์มรดกสถาปัตยกรรมและชุมชน ดังนี้

- 1.3.1.1 คุณค่าทางด้านจิตใจ
- 1.3.1.2 คุณค่าทางด้านประโยชน์ใช้สอย
- 1.3.1.3 คุณค่าทางด้านวัฒนธรรม
- 1.3.1.4 คุณค่าทางศิลปกรรม
- 1.3.1.5 คุณค่าทางสถาปัตยกรรม
- 1.3.1.6 คุณค่าทางประวัติศาสตร์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.3.2 กรอบแนวคิดการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ตเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เชิงประวัติศาสตร์ ของอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช
ผู้วิจัยเลือกใช้แนวคิดทฤษฎี 2 แนวคิด คือ

1.3.2.1 เทคนิคการออกแบบกราฟิกตามแนวคิดของ พงษ์ศักดิ์ ไชยทิพย์ (2549) ดังนี้

1.3.2.1.1 รูปแบบตัวอักษรและขนาด

1.3.2.1.2 การกำหนดระยะห่างและพื้นที่ว่าง

1.3.2.1.3 การกำหนดสี

1.3.2.1.4 การจัดวางตำแหน่ง

1.3.2.2 บรรทัดฐานการออกแบบกราฟิก : Graphic Design Criteria วิชาการตอทคอม (2555)
ดังนี้

1.3.2.2.1 การตอบสนองประโยชน์ใช้สอย

1.3.2.2.2 ความสวยงามพึงพอใจ

1.3.2.2.3 การสื่อความหมาย

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

1.4.1 พื้นที่ทำการศึกษา

งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราชคือแหล่งโบราณสถาน จำนวน 12 แห่ง ได้แก่ วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร วัดวังตะวันตก วัดท่าโพธิ์วรวิหาร วัดแจ้ง วัดประดู่ วัดสวนหลวง หอพระพุทธสิหิงค์ หอพระอิศวร หอพระนารายณ์ กำแพงเมือง เจดีย์ยักษ์ และอนุสาวรีย์วีรไทย

1.4.2 กลุ่มผู้ให้ข้อมูล คือ

1.4.2.1 นักท่องเที่ยวที่ให้ข้อมูลทั่วไปเพื่อหาสื่อประชาสัมพันธ์ ทั้งหมด 100 คน โดยสุ่มจากนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมเยือนสถานที่ทางประวัติศาสตร์จังหวัดนครศรีธรรมราช

1.4.2.2 ผู้เชี่ยวชาญในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ ทั้งหมด 3 ท่าน

1.4.2.3 นักท่องเที่ยวที่ให้ข้อมูลทางด้านความพึงพอใจสื่อประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เชิงประวัติศาสตร์ จังหวัดนครศรีธรรมราช ทั้งหมด 140 คน โดยสุ่มจากนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการทางด้านอินเทอร์เน็ต จำนวน 85 คน และนักท่องเที่ยวทั่วไปที่เจอโดยบังเอิญ จำนวน 55 คน

1.5 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

1.5.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและข้อมูลทางด้านสื่อประชาสัมพันธ์

1.5.2 รูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เชิงประวัติศาสตร์ จังหวัดนครศรีธรรมราช ที่พัฒนาขึ้น

1.5.3 ความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เชิงประวัติศาสตร์ จังหวัดนครศรีธรรมราช ที่พัฒนาขึ้น คือกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการทางด้านอินเทอร์เน็ต และนักท่องเที่ยวทั่วไปที่เจอโดยบังเอิญ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในงานวิจัย

1.6.1 แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช หมายถึง วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร วัดวังตะวันตก วัดท่าโพธิ์วรวิหาร วัดแจ้ง วัดประดู่ วัดสวนหลวง หอพระพุทธรูปหินศิลา หอพระอิศวร หอพระนารายณ์ กำแพงเมือง เจดีย์ยักษ์ และอนุสาวรีย์วีรไทย

1.6.2 สื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เชิงประวัติศาสตร์ หมายถึง สื่อประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ตที่มีอัตลักษณ์ 3 ด้าน คือ สี ตัวอักษร และตราสัญลักษณ์ รูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์ที่สื่อถึงประวัติศาสตร์ของจังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นหลัก เพื่อให้เป็นแนวทางในการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เชิงประวัติศาสตร์จังหวัดนครศรีธรรมราช

1.6.3 การท่องเที่ยว หมายถึง การพักผ่อนหย่อนใจในรูปแบบหนึ่งที่มาในโบราณสถานทางประวัติศาสตร์จังหวัดนครศรีธรรมราช ในลักษณะของความเป็นส่วนตัวหรือแบบมีส่วนร่วมในการปฏิสัมพันธ์กับบุคคลในท้องถิ่น

1.6.4 การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน หมายถึง การท่องเที่ยวที่มีการจัดการทรัพยากรของโบราณสถานทางประวัติศาสตร์จังหวัดนครศรีธรรมราช ให้เกิดประโยชน์อย่างคุ้มค่าที่สุด ส่งผลดีต่อโบราณสถานทางประวัติศาสตร์ ประเพณี วัฒนธรรม และเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่น นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ

1.6.5 การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวโบราณสถานประวัติศาสตร์ของเมืองนครศรีธรรมราช ทั้ง 12 แห่ง เพื่อชื่นชม ได้รับความรู้ ความเข้าใจต่อโบราณสถานประวัติศาสตร์ของเมืองนครศรีธรรมราช และมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าทางประวัติศาสตร์

1.6.6 นักท่องเที่ยว หมายถึง ผู้ที่เดินทางไปอยู่ในเมืองนครศรีธรรมราช แต่ไม่ได้พำนักอยู่ถาวร ซึ่งเป็นการเดินทางไปอยู่ชั่วคราวตั้งแต่ 24 ชั่วโมงขึ้นไป ด้วยวัตถุประสงค์เพื่อท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณสถานประวัติศาสตร์ของเมืองนครศรีธรรมราช ทั้ง 12 แห่ง

1.6.7 ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกต่อสื่อประชาสัมพันธ์ที่สร้างขึ้นเพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์เมืองนครศรีธรรมราช

บทที่ 2

เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง “ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เชิงประวัติศาสตร์ จังหวัดนครศรีธรรมราช” ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาศึกษา รวบรวมเพื่อใช้เป็นแนวทางในการวิจัยและพัฒนา ดังนี้

- 2.1 แนวคิดด้านการอนุรักษ์แบบประวัติศาสตร์
- 2.2 การวิเคราะห์คุณค่าของอาคารประวัติศาสตร์
- 2.3 ประโยชน์ของการให้ข้อมูลและการสื่อความหมายสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์
- 2.4 การท่องเที่ยว แนวคิดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน และแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์
- 2.5 ประวัติความเป็นมาและสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์จังหวัดนครศรีธรรมราช
- 2.6 สื่อประชาสัมพันธ์
- 2.7 เทคนิคการออกแบบกราฟิก
- 2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดด้านการอนุรักษ์แบบประวัติศาสตร์

ในประเทศตะวันตก แนวคิดในการอนุรักษ์อีกอีกแนวคิดหนึ่งเกิดขึ้นพร้อมๆกับความสนใจในเรื่องประวัติศาสตร์และมรดกทางวัฒนธรรม ตัวอย่างเช่น ในปี ค.ศ. 1620 ในประเทศอังกฤษได้มีการสำรวจและรังวัด สโตนเฮนจ์ (Stonehenge) อนุสรณ์สถานยุคก่อนประวัติศาสตร์ที่ทิ้งร้างมาเป็นเวลานานนับศตวรรษโดยมี อินิโก โจนส์ (Inigo Jones) (1620) สถาปนิกผู้มีชื่อเสียงในสมัยนั้นเป็นผู้ดำเนินการ การค้นพบซากเมืองโบราณโรมันในอิตาลีก็ก่อให้เกิดความสนใจเรื่องราวโบราณและการศึกษาเกี่ยวกับโบราณสถานและงานศิลปะซึ่งทำไปสู่การเขียนตำราประวัติศาสตร์สถาปัตยกรรมขึ้นเป็นครั้งแรก สิ่งก่อสร้าง อนุสาวรีย์ และอนุสรณ์สถานต่างๆ ได้รับการอนุรักษ์ซ่อมแซมและต่อเติมเพื่อที่จะนำมาใช้ใหม่ นับว่าเป็นการสร้างชีวิตใหม่ให้กับสิ่งก่อสร้างสมัยโบราณและทำให้กลายเป็นส่วนหนึ่งของสังคมในสมัยนั้น

ยุโรปในสมัยศตวรรษที่ 18 และ 19 เป็นช่วงที่นักประวัติศาสตร์ศิลปะจัดว่าเป็นยุคโรแมนติก (Romantic) ซึ่งมีแนวคิดของยุคที่นิยมความเร้าใจ การกระตุ้นให้เกิดความตื่นตัว แปรกประหลาด น่าพิศวง โดยการทวนระลึกถึงเหตุการณ์และอารยธรรมที่เกิดขึ้นในอดีตอันไกลโพ้น เป็นเหตุให้เกิดการนำเอารูปแบบของงานศิลปะและสถาปัตยกรรมในสมัยโบราณ เช่น กรีก โรมันและกอทิกมาใช้เป็นแรงบันดาลใจในการสร้างศิลปะและสถาปัตยกรรมของยุค ประกอบกับเหตุการณ์ด้านการเมืองในยุโรปที่เปลี่ยนแปลงอย่างมาก เกิดแนวคิดของความเป็นชาติและความภาคภูมิใจในความเป็นชนชาติขึ้นมา ได้มีการนำเอาประวัติศาสตร์และรูปแบบของศิลปะและสถาปัตยกรรมในอดีตมาใช้ใหม่เพื่อเป็นสัญลักษณ์ของความเป็นชนชาติเก่าแก่ มีรากฐานอันยาวนาน เช่นการที่เยอรมันนี, อังกฤษ และฝรั่งเศสต่างก็อ้างว่าสถาปัตยกรรมแบบกอทิกมีต้นกำเนิดในประเทศของตน จอห์น คาร์เตอร์ (John Carter) (1748-1817) นักประวัติศาสตร์ชาวอังกฤษจัดให้รูปแบบกอทิกเป็น “สถาปัตยกรรมประจำชาติ” ในขณะที่เกอเท (Goethe) กวีชาวเยอรมันก็เขียนบทความในปี 1722 ยกย่องสถาปัตยกรรมกอทิกเป็น “สถาปัตยกรรมแห่งชาติเยอรมัน” อาคารทางศาสนาจำนวนมากสร้างขึ้นใหม่โดยใช้รูปแบบไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กอทิกใหม่ (Neo-Gothic) แต่ในขณะเดียวกันก็มีอาคารเก่าจำนวนมากที่ถูกเปลี่ยนแปลงรูปแบบให้ตรงกับความต้องการแนวโรแมนติกของยุค ประกอบกับแนวคิดใหม่ด้านศาสนา และประกอบกับแนวคิดพิธีกรรม ทำให้อาคารทางศาสนาโดยเฉพาะโบสถ์ถูกเปลี่ยนแปลงไปอย่างมากในประเทศอังกฤษมีการตั้งสมาคมเคมบริดจ์ แคมเดน (The Cambridge Camden Society) ขึ้นในปี ค.ศ. 1839 เพื่อส่งเสริมการศึกษาด้านสถาปัตยกรรมและโบราณวัตถุทางศาสนาและการปฏิสังขรณ์สถาปัตยกรรมโบราณ สมาคมนี้อาจได้พิมพ์วารสารชื่อ เอกคีสีโอลอจี (Ecclesiologist) และแผ่นพับจำนวนหนึ่งให้คำแนะนำด้านต่างๆ เพื่อส่งเสริมการประกอบพิธีกรรมทางศาสนาที่เหมาะสมและงดงามแต่เนื้อความส่วนใหญ่แล้วจะเป็นการสนับสนุนแนวทางการจัดซ่อมแซมเปลี่ยนแปลงอาคารให้ไปสู่รูปแบบกอทิกซึ่งสมาคมมีความเห็นว่าเป็นรูปแบบที่เหมาะสมและศักดิ์สิทธิ์ที่สุดสำหรับอาคารศาสนา

แนวคิดแบบโรแมนติกได้มีส่วนในการกำหนดแนวคิดทางด้านอนุรักษ์ของยุคด้วยอาคารสำคัญทางประวัติศาสตร์โดยเฉพาะอาคารทางศาสนาเปลี่ยนแปลงไปมากเพราะการซ่อมแซม รื้อ และต่อเติมอาคารเดิมให้มีลักษณะเป็นแบบกอทิกในแบบที่สถาปนิกในศตวรรษที่ 19 คิดว่าควรจะเป็น การซ่อมแซม หรืออาจจะเรียกได้ว่าเป็นการบูรณะอย่างเต็มรูปแบบมีขอบเขตของงานต่างๆ กัน ตั้งแต่เป็นอาคารหลังเดียว เช่น โบสถ์หรืออาสนวิหาร ไปจนกระทั่งถึงการบูรณะเมืองโบราณทั้งเมืองดังที่ปรากฏให้เห็นตัวอย่างอยู่จนถึงปัจจุบันนี้

เออแซน วิโอเล-เลอ-ดุก (Eugene Viollet-Le-Due) (1814-1879) สถาปนิกชาวฝรั่งเศสเป็นหนึ่งในสถาปนิกที่ทำงานอนุรักษ์ในแนวบูรณะอย่างเต็มรูปแบบ (Stylistic Restoration) เขาได้ดำเนินการซ่อมแซมอาคารและเมืองสำคัญทางประวัติศาสตร์ในฝรั่งเศสหลายแห่ง เช่น อาสนวิหารโนตอร์ดามแห่งเมืองปารีส (Notre Dame de Paris) และเมืองโบราณยุคกลางที่การ์กาซอน (Carcassonne) ทางตอนใต้ของฝรั่งเศส วิโอเล-เลอ-ดุก ได้อธิบายแนวคิดของการบูรณะ (Restoration) ไว้อย่างชัดเจนว่า การบูรณะ (Restoration) นั้นเป็นสิ่งใหม่ การบูรณะอาคารซึกหลังหนึ่งไม่ใช้การอนุรักษ์แบบซ่อมแซม หรือสร้างใหม่ แต่คือการนำอาคารกลับไปสู่สภาพที่สมบูรณ์ที่สุดซึ่งอาจไม่เคยเป็นมาก่อนเลยในประวัติศาสตร์ของอาคารนั้น ยิ่งถ้าเราเปรียบเทียบ ภาพของเมือง การ์กาซอน ก่อนและหลังการซ่อมแซมจะเห็นได้ว่า วิโอเล-เลอ-ดุก ให้ความสำคัญในเรื่องของความถูกต้องทางด้านประวัติศาสตร์และโบราณคดีน้อยกว่าความสมบูรณ์ของรูปแบบของอาคารและรูปลักษณะความเป็นยุคกลางที่คณจินตนาการไว้ แนวคิดนี้ทำให้มีการซ่อมแซมอาคารยุคกลางจำนวนมาก โดยใช้วิธีบูรณะจนกระทั่งสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ เกิดเป็นความกลมกลืนของรูปแบบสถาปัตยกรรม ทำให้ความหลากหลายของรูปแบบที่แสดงถึงยุคต่างๆ ในอดีตกาลต้องโดนปรับเปลี่ยนให้เป็นรูปแบบที่ถือว่า “ถูกต้อง” ตามแนวคิดของยุคในประเทศอังกฤษก็มีสถาปนิกจำนวนหนึ่งที่ทำงานในลักษณะนี้ เช่น จอร์จ กิลเบิร์ต สก็อต (Sir George Gilbert Scott) และเจมส์ ไวเอ็ท (James Wyatt) แนวคิดของสถาปนิกทั้งสองคนก็คล้ายคลึงกับแนวคิดแบบบูรณะของ เออแซน วิโอเล-เลอ-ดุก สถาปนิกในยุคโรแมนติกของอังกฤษมีความคิดว่ารูปแบบกอทิกที่สมบูรณ์เหมาะสมที่สุดสำหรับอาคารทางศาสนาคือดอทิกในช่วงที่ 3 (Third Pointed) หรือ ช่วง เพอเพนดิคิวลาร์กอทิก (Perpendicular) ซึ่งเป็นช่วงปลายยุคกอทิกในประเทศอังกฤษและเป็นช่วงที่รูปแบบกอทิกในอังกฤษได้พัฒนาจนถึงจุดสูงสุด จะพบได้ว่าการเปลี่ยนแปลงและซ่อมแซม อาคารทางศาสนา และมหาวิหารหลายแห่งให้มีรูปลักษณะเป็นแบบกอทิกในยุคเพอเพนดิคิวลาร์ นี้ สิ่งที่เราไม่อาจมองข้ามไปได้ก็คือความกระตือรือร้นของสถาปนิกและความตั้งใจของผู้สนับสนุนด้านการเงินในสมัยนี้ เป็นเพราะความต้องการบูรณะอาคารเกิดขึ้นจากความศรัทธาอันแรงกล้าต่อศาสนา บุคคลกลุ่มนี้คิดว่าหน้าที่ในการไม่ว่าการณ์ใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อนุรักษ์อาคารทางศาสนาคือการรื้อเอาสิ่งที่ไม่เหมาะสมซึ่งเกิดการซ่อมแซมต่อเติมในอดีตออกทำให้โบสถ์นั้นที่คุณค่าเหมาะสมกับการประกอบพิธีกรรมทางศาสนาตามมาตรฐานใหม่ที่เกิดขึ้นสมัยนั้น สถาปนิกยุคโรแมนติก มีความรู้สึกถึงความชำรุดทรุดโทรม ผุพังเป็นสิ่งที่ยอมรับไม่ได้ ได้มีผู้กล่าวไว้ว่า สถาปนิกที่ซ่อมแซมโบสถ์และอาสนวิหารออกคำสั่งให้ซ่อมแซมผนังของอาคารที่ชำรุดทรุดโทรมใหม่ และได้มีการแกะสลักภาพปติมากรรมประดับผนังใหม่หมดเพื่อให้เข้ากันกับผิวที่เรียบสะอาดของผนังหินสีที่สร้างขึ้นใหม่ รวากับว่าสถาปนิกนั้นมั่นใจว่าตนมีความรู้ความสามารถเทียบเท่ากับช่างสมัยโบราณเลยทีเดียว

กลุ่มต่อต้านการบูรณะเต็มรูปแบบ (Anti - Restoration) การอนุรักษ์แบบบูรณะอย่างเต็มรูปแบบทำให้สภาพดั้งเดิมของอาคารเปลี่ยนแปลงไปมาก อาคารสำคัญ ๆ หลายครั้งที่สร้างขึ้นก่อนสมัยกอธิกสูญเสียดังค์ประกอบและรูปแบบสถาปัตยกรรมดั้งเดิมไปจนหมดสิ้น การสูญเสียนี้นำไปก่อให้เกิดกลุ่มคนที่แนวคิดต่อต้านการซ่อมแซมต่อเติมอาคารในลักษณะบูรณะอย่างเต็มรูปแบบขึ้นมา คนกลุ่มนี้เห็นว่ารูปแบบและองค์ประกอบสถาปัตยกรรมที่ปรากฏให้เห็นในอาคารหลังหนึ่ง ๆ เป็นสิ่งที่ยังคงบ่งบอกถึงประวัติศาสตร์และพัฒนาการของอาคารหลังนั้นนอกจากจะมีความสำคัญในแง่ที่เป็นหลักฐานทางประวัติศาสตร์แล้วยังสามารถบ่งบอกถึงระดับสังคมและวัฒนธรรมของยุคนั้น ๆ ด้วย นอกจากนี้ความเป็นของเก่าที่ช่างสมัยโบราณใ้บรรจงสร้างสรรค์ไว้เป็นสิ่งสมควรเก็บรักษาไว้ไม่ให้สูญหาย

แนวคิดเรื่องการอนุรักษ์ที่ต่อต้านการบูรณะที่เรียกว่า Anti - Restoration เกิดขึ้นในประเทศอังกฤษโดยการนำของ จอห์น รัสกิน (John Ruskin) และวิลเลียม มอร์ริส (William Morris) ซึ่งเป็นศิลปินและนักวิจารณ์งานศิลปะที่มีชื่อในยุค ใน ค.ศ. 1877 รัสกินได้ตั้งสมาคมเพื่อการรักษาอาคารโบราณ (Society for the Protection of Ancient Buildings) หรือเรียกย่อ ๆ ว่า SPAB ขึ้นและได้เขียนหนังสือและบทความจำนวนมากสนับสนุนแนวคิดในการอนุรักษ์แบบนี้ ในหนังสือ The Seven Lamps of Architecture ในบท The Lamp of Memory รัสกินได้กล่าวถึงการอนุรักษ์แบบบูรณะที่สถาปนิก เช่น จอร์จ กิลเบิร์ต สก็อต และ จอนห์ ไวเอท์ ซึ่งในขณะนั้นกระทำกันอย่างแพร่หลายในอังกฤษว่า “การบูรณะ...เราอย่ามากกล่าวถึงการบูรณะเลย มันเป็นเรื่องที่หลอกลวงตั้งแต่ต้นจนจบ” ตามแนวคิดของ SPAB อาคารสำคัญทางประวัติศาสตร์ควรจะได้รับดูแลรักษาซ่อมแซมเป็นระยะ ๆ มากกว่าการบูรณะอย่างเต็มรูปแบบ วิลเลียม มอร์ริส ได้เขียนถึงแนวคิดในการแถลงการณ์ของสมาคม (Manifesto of the SPAB) ในปี 1877 ว่า ป้องกันความชำรุดทรุดโทรมของอาคารโดยการดูแลรักษาเป็นประจำทุกวัน ค้ำยันผนังที่ทรุดเอียงหรือซ่อมแซมหลังคารั่ว เพียงเพื่อวัตถุประสงค์ในการค้ำยันหรือปกคลุมเท่านั้น จะต้องไม่แสดงถึงรูปลักษณะอื่นใดที่ไม่เกี่ยวข้อง ต้องพยายามที่จะไม่รบกวนเนื้อของอาคาร หรือองค์ประกอบตกแต่ง ถ้า (อาคาร) ไม่เหมาะสมกับการใช้สอยในปัจจุบัน การสร้างอาคารใหม่ขึ้นอีกหลังหนึ่งจะดีกว่าการเปลี่ยนแปลงอาคารเดิมหรือขยายอาคารเดิมให้ใหญ่ขึ้น จะต้องคำนึงถึงว่าอาคารโบราณเป็นอนุสรณ์ของยุคโบราณที่ผ่านพ้นไปแล้ว เป็นสิ่งที่สร้างสรรค์โดยช่างโบราณในอดีต ซึ่งศอลปวิทยาการสมัยใหม่ไม่สามารถที่จะไปแตะต้องโดยไม่ทำลายได้ ถ้าว่ากันตามทฤษฎีแล้วแนวคิดของ SPAB ที่กล่าวมาข้างต้นก็มีความเป็นเหตุเป็นผลดีแต่ในทางปฏิบัติแล้วอาจจะจริงได้ยาก โดยเฉพาะในกรณีที่อาคารทรุดโทรมและต้องซ่อมแซมอย่างมากและอาคารนั้นยังคงมีประโยชน์ใช้สอยอยู่อย่างต่อเนื่องอาจจะกล่าวได้ว่าถ้อยแถลงของสมาคมหรือกลุ่มคนที่มีแนวคิดร่วมกันเช่นนี้มักจะเป็นข้อความที่แสดงออกถึงแนวคิดที่ สุดโต่ง แต่เมื่อนำไปประยุกต์แล้วก็จำเป็นต้องมีการปรับเปลี่ยนไปบ้าง กับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เอ็ดเวิร์ด อี ฟรีแมน (Edward E. Freeman) ซึ่งเป็นนักประวัติศาสตร์และเลขานุการของ The Oxford Architectural and Historical Society) ในช่วงกลางของศตวรรษที่ 19 ได้ให้ความเห็นว่าการอนุรักษ์แบบบูรณะจะจำเป็นเมื่ออาคารต้องการความมั่นคงแข็งแรง เมื่อส่วนหนึ่งส่วนใดของอาคารอาจจะก่อให้เกิดอันตรายในขณะที่ใช้สอย ส่วนนั้นก็ต้องรื้อออกและสร้างใหม่ หรือถ้าองค์ประกอบที่สำคัญของอาคารเสียหายไปก็จำเป็นต้องสร้างส่วนใหม่ขึ้นมาทดแทน แต่สำหรับอาคารเก่าซึ่งไม่มีประโยชน์ใช้สอยแล้ว การอนุรักษ์ก็ไม่มีควมจำเป็น ในกรณีเช่นนี้ เราก็สามารถนำเอาหลักเกณฑ์ของ SPAB มาใช้ได้

แนวคิดเรื่องการนำเอาวิธีการแบบบูรณะมาใช้ในการอนุรักษ์อาคารที่ยังมีประโยชน์ใช้สอยอยู่ โดยเฉพาะอาคารทางศาสนาได้รับการสนับสนุนจากสถาปนิกชาวฝรั่งเศส เช่น เจ บี ลาสซุ (J B Lassus) และวีโอเล เลอ ดุก โดยที่ วีโอเล เลอ ดุก ยอมรับว่าบูรณะเป็นวิธีการที่ไม่ควรนำมาใช้ในกรณีที่อาคารเป็นซากโบราณสถานและไม่มีประโยชน์ใช้สอย แต่สำหรับอาคารสำคัญที่ยังคงมีประโยชน์ใช้สอยอยู่ โดยเฉพาะโบสถ์ วิธีบูรณะ เป็นวิธีที่ยอมรับได้และมีเหตุผล (ปิ่นรัชฎ์ กาญจนรัชฎี. 2553 : 4-9)

2.2 การวิเคราะห์คุณค่าของอาคารประวัติศาสตร์

2.2.1 คุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรม

หน่วยงานและนักอนุรักษ์หลายกลุ่ม มีความพยายามที่จะกำหนดเกณฑ์และการอธิบายคุณค่าของมรดกวัฒนธรรมในแง่ต่าง ๆ จะเห็นได้ว่าการแบ่งประเภทของคุณค่านี้ขึ้นกับช่วงเวลาและบริบทที่เกณฑ์นั้นกำหนดขึ้น เช่นในปลายศตวรรษที่สิบเก้า วิลเลียม มอร์ริส และ จอร์น รัสกิน ให้ความสำคัญที่มีคุณค่าทางด้านอายุของโบราณสถานและคุณค่าทางด้านทางด้านศิลปกรรม ในปลายศตวรรษที่ยี่สิบ เซอร์ เบอร์นาร์ด เอ็ม เฟิลเดิน (Sir Bernard M. Feilden) ได้กำหนดไว้ว่า หัวใจของการอนุรักษ์อยู่ที่การรักษาคุณค่าความสำคัญของมรดกทางวัฒนธรรมให้คงอยู่ โดยสามารถแบ่งคุณค่าออกเป็นสองแนวทางได้แก่ คุณค่าทางด้านกายภาพ มองเห็นจับต้องสัมผัสได้ และคุณค่าทางด้านจิตใจ ที่แม้ไม่ปรากฏให้เห็นก็ยังสามารถรับรู้ได้

อาคารสำคัญทางประวัติศาสตร์ คือสถานที่ที่เป็นต้นกำเนิดของความอัศจรรย์ใจ และทำให้มนุษย์มีความอยากรู้ต่อไปถึงเรื่องราวของผู้คนและวัฒนธรรมที่เป็นบ่อเกิดของสถาปัตยกรรมนั้น ๆ นอกจากนี้แล้วอาคารสำคัญทางประวัติศาสตร์ยังต้องมีคุณค่าทางด้านความงาม เป็นหลักฐานทางด้านโบราณคดี มีคุณค่าทางเศรษฐกิจ สังคมหรือแม้กระทั่งคุณค่าทางด้านการเมือง การปกครอง ทางประเพณี ความเชื่อ ศาสนาหรือเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นนั้น ๆ เราอาจสรุปได้ว่า โบราณสถานเปรียบเสมือนตัวแทนของวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ และเป็นสิ่งที่แสดงออกถึงความต่อเนื่องระหว่างอดีต ปัจจุบัน และอนาคต เป็นส่วนหนึ่งของมรดกทางวัฒนธรรมของมนุษยชาติ เซอร์ เบอร์นาร์ด เฟิลเดิน ยังได้แบ่งคุณค่าของโบราณสถานออกเป็น 3 กลุ่มใหญ่ ๆ ครอบคลุมความสำคัญในแง่ต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

2.2.2 คุณค่าทางด้านจิตใจ (Emotional Value)

คุณค่าในกลุ่มนี้จะเกี่ยวกับอารมณ์ความรู้สึกของคนในสังคมที่มีต่ออาคาร หรือสถานที่นั้น ๆ สิ่งบ่งชี้คุณค่าในกลุ่มนี้ได้แก่ อายุของอาคาร ความต่อเนื่องของประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ความทรงจำที่เกี่ยวข้องกับอาคารของคนในสังคมนั้น ความเป็นเอกลักษณ์ของอาคาร ความเชื่อหรือศาสนา เป็นต้น ถ้าอาคารมีคุณค่าในกลุ่มนี้มาก ก็อาจเป็นสาเหตุทำให้เกิดความหวงแหน ต้องการอนุรักษ์ไว้ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อย่างมาก แต่ในขณะเดียวกัน ก็อาจทำให้เกิดการอนุรักษ์จนเกิดพอติ จนเกิดผลเสียต่อกายภาพของอาคารได้ สามารถสรุปคุณค่าในกลุ่มนี้ได้เป็นหัวข้อย่อยดังนี้

2.2.2.1 คุณค่าด้านความเป็นเอกลักษณ์

2.2.2.2 คุณค่าด้านความต่อเนื่องของประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม

2.2.2.3 คุณค่าด้านจิตใจ และความเชื่อ

2.2.3 คุณค่าทางด้านประโยชน์ใช้สอย (Use Value)

คุณค่าในกลุ่มนี้จะเกี่ยวเนื่องกับสังคมและเศรษฐกิจปัจจุบัน ซึ่งคุณค่าด้านเศรษฐกิจ อาจจะไม่ได้หมายถึงผลตอบแทนด้านการเงินเท่านั้น แต่อาจหมายถึงคุณค่าที่เกิดขึ้นจากการนำเอามรดกทางวัฒนธรรมมาใช้ หรือจากการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมนั้น ทำให้วิถีชีวิต สภาพแวดล้อมความเป็นอยู่ของบุคคลที่เกี่ยวข้องดีขึ้น คุณค่าด้านประโยชน์ใช้สอยนี้อาจแบ่งออกเป็น

2.2.3.1 คุณค่าที่เกิดจากอาคารที่ยังมีประโยชน์ใช้สอยอย่างต่อเนื่อง

2.2.3.2 คุณค่าและความสำคัญทางด้านเศรษฐกิจของอาคารและที่ตั้ง

2.2.3.3 คุณค่าทางด้านสังคม

2.2.4 คุณค่าทางด้านวัฒนธรรม (Cultural Value)

2.2.4.1 คุณค่าในฐานะที่เป็นบันทึก หลักฐานทางประวัติศาสตร์

2.2.4.2 คุณค่าทางด้านโบราณคดี ความมีอายุเก่าแก่ และเป็นสิ่งที่หาได้ยาก

2.2.4.3 คุณค่าทางด้านความงาม และความเป็นสัญลักษณ์

2.2.4.4 คุณค่าทางด้านสถาปัตยกรรม

2.2.4.5 ความสำคัญของอาคารที่มีต่อภูมิทัศน์ของเมือง

2.2.4.6 คุณค่าทางด้านเทคโนโลยีการก่อสร้าง

ในขณะที่กฎบัตรบูรพา ที่ปรับปรุงใหม่ใน ค.ศ. 1999 แบ่งคุณค่าออกเป็นสามกลุ่มใหญ่ ๆ ได้แก่

2.2.4.7 คุณค่าทางด้านสุนทรียภาพ (Aesthetic Value) ซึ่งหมายรวมถึงคุณค่าที่รับรู้จากประสาทสัมผัสทุก ๆ ด้าน ได้แก่ รูปทรง ขนาด สี ผิวสัมผัส และวัสดุ ที่ประกอบขึ้นเป็นกายภาพของสถานที่ทางประวัติศาสตร์นั้น และยังครอบคลุมถึงสัมผัส กลิ่น และเสียง ที่เกี่ยวเนื่องกับสถานที่ และการใช้สอยสถานที่นั้นด้วย

2.2.4.8 คุณค่าทางด้านประวัติศาสตร์ (Historic Value) เป็นพื้นฐานของคุณค่าในทุก ๆ ด้านสถานที่ใด ๆ จะมีคุณค่าทางด้านประวัติศาสตร์ก็ต่อเมื่อสถานที่นั้นมีอิทธิพล หรือได้รับอิทธิพลจากเหตุการณ์ และบุคคลในช่วงใดช่วงหนึ่งในประวัติศาสตร์ เป็นสถานที่ที่เกิดเหตุการณ์ คุณค่าทางด้านประวัติศาสตร์จะมีความเด่นชัดเมื่อหลักฐานที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์หรือบุคคลนั้นยังคงปรากฏภายในพื้นที่ หรือสถานที่นั้นยังมีความสมบูรณ์อยู่ แต่บางครั้งสถานที่นั้นอาจเกี่ยวข้องกับเหตุการณ์สำคัญอย่างมากจนแม้ว่าจะมีการเปลี่ยนแปลงไปแล้วก็ตามก็ยังคงคุณค่าอยู่ได้

2.2.4.9 คุณค่าทางด้านวิทยาศาสตร์ (Scientific Value) หมายรวมถึงคุณค่าทางการศึกษาวิจัย (Research Value) คุณค่านี้ขึ้นอยู่กับความสำคัญของข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่ ความหายาก และการที่สถานที่นั้นสามารถใช้เป็นแหล่งข้อมูลในอนาคตได้

2.2.4.10 คุณค่าด้านสังคม (Social Value) ครอบคลุมคุณค่าของสถานที่ในฐานะที่เป็นศูนย์กลางของจิตวิญญาณ ความเชื่อ การเมือง ชนชาติ หรือวัฒนธรรมของคนกลุ่มน้อย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2.5 คุณค่าทางศิลปกรรม (Artistic Value)

โบราณสถานที่มีคุณค่าทางศิลปะ จะต้องได้รับการออกแบบโดยใช้จินตนาการ และความลึกซึ้งของอารมณ์ มีความเอาใจใส่ในเรื่องเล็ก ๆ น้อย ๆ เช่น การออกแบบรายละเอียดต่าง ๆ สร้างขึ้นด้วยวัสดุที่มีคุณภาพ อาจมีการประดับตกแต่งภายใน หรือภายนอกด้วยฝีมือช่างที่ประณีตงดงาม สิ่งต่าง ๆ ที่กล่าวมานี้ ไม่สามารถที่จะสร้างทดแทน หรือหาใหม่ได้

2.2.6 คุณค่าทางด้านสถาปัตยกรรม (Architectural Value)

โบราณสถานที่มีคุณค่าด้านสถาปัตยกรรมนั้น อาจเป็นอาคารที่ออกแบบโดย สถาปนิกหรือนักออกแบบที่มีชื่อเสียง เป็นอาคารตัวอย่างที่แสดงออกถึงการพัฒนาอย่างสูงสุดของรูปแบบสถาปัตยกรรมในยุคหนึ่ง ๆ หรืออาจเป็นผลงานออกแบบ ชั้นแรก ๆ หรือผลงานชิ้นสุดท้ายของสถาปนิกที่มีชื่อ อาคารที่มีคุณค่าทางด้านศิลปะ และสถาปัตยกรรม อาจเป็นเพียงอาคารที่เรียบง่าย ไม่ได้ออกแบบโดยสถาปนิก แต่เป็นอาคารที่แสดงออกถึงภูมิปัญญาชาวบ้าน สร้างขึ้นด้วยฝีมือช่างที่ประณีตงดงาม สื่อถึงความคิดสร้างสรรค์ และความหมายที่สืบทอดมาหลายชั่วอายุคนภายในท้องถิ่นนั้น ๆ

อาคารที่มีความสำคัญทางสถาปัตยกรรม อาจเป็นอาคารช่วงต้น ๆ ของยุค ที่แสดงออกถึงรูปแบบ วิธีการก่อสร้างที่สร้างสรรค์ หรือเป็นต้นแบบของอาคารในยุคต่อ ๆ มาซึ่งอาจจะเป็นอาคารที่หายาก หรือเป็นเอกลักษณ์ ในปัจจุบันอาคารไม่จำเป็นต้องมีอายุมากเป็นร้อยปีก็อาจจัดให้เป็นอาคารที่มีคุณค่า เช่น อาคารสมัยใหม่ ในรูปแบบ Modern Architecture ที่เป็นโครงสร้างคอนกรีตเสริมเหล็กสร้างขึ้นระหว่าง ค.ศ. 1960-1970 อาคารเหล่านี้แสดงให้เห็นถึงประวัติศาสตร์ของการพัฒนารูปแบบการก่อสร้างและการใช้สอยอาคารในยุคใหม่ ที่มีความสวยงามเรียบง่าย และมีเทคนิคการก่อสร้างที่เป็นพิเศษ หรือออกแบบโดยสถาปนิกสำคัญของยุค ชนิดของอาคารที่มีคุณค่าควรแก่การอนุรักษ์ก็ขยายขอบเขตออกไปจากเดิม โกดังเก็บสินค้า หรือสถานีรถไฟก็อาจจัดให้เป็นอาคารที่มีคุณค่า เพราะอาคารเหล่านี้ สามารถบ่งบอกถึงลักษณะสถาปัตยกรรมที่มีรูปแบบเฉพาะ เป็นอาคารที่มีคุณค่าทางเศรษฐกิจ ที่สามารถนำมาปรับเปลี่ยนประโยชน์ใช้สอยสนองความต้องการของคนปัจจุบันได้

2.2.7 คุณค่าทางด้านประวัติศาสตร์ (Historic Value)

อาคารอาจมีคุณค่าเนื่องจากความเกี่ยวข้องกับบุคคลสำคัญทางประวัติศาสตร์ หรือ เป็นที่ที่ศิลปินคนสำคัญเคยอาศัยอยู่ หรือเป็นที่พวกเขาใช้ในการสร้างสรรค์ผลงานความสำคัญทางประวัติศาสตร์ยังครอบคลุมไปถึงสถานที่ที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์สำคัญในประวัติศาสตร์ด้วย อาคารและสถานที่เหล่านี้จะเป็นสิ่งที่ช่วยในการเชื่อมโยงปัจจุบันกับเหตุการณ์ในประวัติศาสตร์ได้อย่างเป็นรูปธรรม อาคารมีความ สำคัญทางประวัติศาสตร์ อาจเป็นอาคารที่ยังคงสภาพเดิมมาตลอดตั้งแต่เริ่มสร้างโดยไม่มีการเปลี่ยนแปลง ยังคงสภาพดั้งเดิมของวัสดุก่อสร้าง องค์ประกอบอาคาร ประโยชน์ใช้สอย และการตกแต่งภายใน ซึ่งทำให้อาคารนั้นที่คุณสมบัติพิเศษและเป็นอาคารหายาก แต่ในหลาย ๆ กรณี อาคารที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์อาจได้รับความเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ ๆ หลายครั้งตลอดอายุการใช้งานของอาคาร และการเปลี่ยนแปลงนั้นได้บอกเล่าถึงเรื่องราวต่าง ๆ ในประวัติศาสตร์ ทำให้เรามีความเข้าใจอาคารและประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องได้มากขึ้น (เป็นรัชฎ์ กาญจนะจิติ. 2553 : 68-75)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3 ประโยชน์ของการให้ข้อมูลและการสื่อความหมายสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์

การสื่อความหมายมีหลากหลายวัตถุประสงค์ และหลากหลายวิธีการ ประโยชน์ของการให้ข้อมูล และสื่อความหมายในโบราณสถานและสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์มีดังต่อไปนี้

2.3.1 เพื่อสร้างจิตสำนึกให้กับประชาชน

การให้ข้อมูลในลักษณะต่างๆ เช่น แผ่นพับ เว็บไซต์ และการโฆษณา สามารถนำมาใช้เป็นส่วนหนึ่งในการสร้างจิตสำนึกแก่ประชาชน ให้เกิดความเข้าใจในคุณค่าของโบราณสถานและเกิดความหวงแหนและความต้องการการอนุรักษ์สถานที่นั้นๆ นอกจากนี้ยังเป็นการประชาสัมพันธ์โบราณสถานให้เป็นที่รู้จัก แม้วัยยังไม่เคยที่มาสถานที่นั้นเลยก็อาจเข้าใจถึงคุณค่าของมันได้ การประชาสัมพันธ์สถานที่ที่เป็นหนทางหนึ่งในการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว ซึ่งจำเป็นมากถ้าต้องการที่จะใช้โบราณสถานนั้นเป็นแหล่งหาเงินทุนด้วย

2.3.2 เพื่อสร้างคุณค่าเพิ่มเติมให้กับโบราณสถาน

การที่นักท่องเที่ยวจะเข้ามาในสถานที่หนึ่งๆ มากน้อยแค่ไหนนั้น ขึ้นอยู่กับการนำเสนอและการให้ข้อมูลอย่างมาก เพราะนักท่องเที่ยวหวังที่จะได้ความรู้ความสนุกสนานไปพร้อมๆ กัน นักท่องเที่ยวสามารถเข้ามาเที่ยวโบราณสถานและมีความรู้ความเข้าใจและมีประสบการณ์ที่ดีได้ โดยที่ไม่ต้องมีการนำเสนอมากมายนัก แต่ประสบการณ์ที่ได้นั้นอาจอยู่เพียงแค่ระดับหนึ่ง แต่ถ้าได้มีการชี้ให้เห็นถึงคุณค่าและเรื่องราวที่น่าสนใจ หรือมีการให้ข้อมูลด้านประวัติศาสตร์ของพื้นที่ให้ทราบถึงเรื่องราวของบุคคลในอดีตที่เกี่ยวข้อง ประกอบกับมีความสะดวกสบาย ความปลอดภัยในการเข้าชม ประสบการณ์การเยี่ยมชมโบราณสถานก็จะเพิ่มมากขึ้น

ความต้องการของแต่ละคนที่เข้ามาเยี่ยมชมโบราณสถานมักจะแตกต่างกัน บางคนอาจมีพื้นฐานความรู้เกี่ยวกับสถานที่นั้นๆ บางอย่างอยู่แล้ว และไม่ต้องการได้ข้อมูลมากนักการให้ข้อมูลมากเกินไปอาจเป็นเรื่องที่น่ารำคาญได้ บางคนอาจจะไม่มีความรู้มากแต่มีความต้องการที่จะเรียนรู้ หรือบางคนอาจไม่ต้องการเรียนรู้อะไรเลย นอกจากการเข้ามาเที่ยวให้สนุกสนานเท่านั้น ดังนั้น การให้ข้อมูลและการสื่อความหมายจึงจำเป็นต้องคำนึงถึงผู้เข้าชมด้วย การใช้กิจกรรมที่สนับสนุน อาจเป็นวิธีการดึงดูดความสนใจของผู้คนให้เข้ามาสู่คุณค่าของโบราณสถานได้ด้วย แต่ก็ต้องคำนึงว่า ความสนุกสนานเกินไปก็อาจเบี่ยงเบนความสนใจผู้ชมออกจากคุณค่าของสถานที่ที่เราต้องการจะอนุรักษ์ได้

2.3.3 เพื่อสร้างเอกลักษณ์ให้กับโบราณสถาน

การนำเสนอข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับโบราณสถานหรือการสื่อความหมายโบราณสถานอาจจะเกิดจากความต้องการที่จะสร้างเอกลักษณ์ หรือความหมายให้กับโบราณสถานนั้นๆ เอกลักษณ์จะนำมาใช้เพื่อส่งเสริมความเชื่อ หรือนโยบายของรัฐ หรือกลุ่มคนบางกลุ่ม เช่น การอนุรักษ์ซากเมืองโบราณอยุธยา และการบูรณะเจดีย์พระศรีสรรเพชญ์เพื่อให้เห็นถึงความยิ่งใหญ่ของอาณาจักรอยุธยาในอดีต เป็นต้น

การนำเสนอมรดกทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ ยังเอามาใช้ในการสร้างเอกลักษณ์ของกลุ่มน้อย และความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของคนในกลุ่มได้ ซึ่งจะช่วยในการปลูกความสนใจในวัฒนธรรมของกลุ่มนี้ สร้างสำนึกทางวัฒนธรรมให้เกิดขึ้นในกลุ่มชนและบุคคลภายนอกชุมชนได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3.4 เพื่อการศึกษา

การนำเสนอข้อมูลจะเป็นการให้ข้อเท็จจริงที่เกี่ยวกับสถานที่ เช่น ข้อมูลประวัติศาสตร์อาคาร หรืออาจเป็นข้อมูลที่กว้างๆ หรือเฉพาะเจาะจงก็ได้ เช่นรูปแบบสถาปัตยกรรมเทคนิคการก่อสร้าง ภูมิสถาปัตยกรรมโดยรอบ เป็นต้น หรืออาจเป็นข้อมูลกว้างๆ ที่เกี่ยวข้องกับอาคารประเภทนั้นๆ เช่น โบราณสถานอาจเป็นกำแพงเมืองโบราณข้อมูลที่ได้ อาจเป็นข้อมูลกว้างๆ เกี่ยวกับลักษณะโดยทั่วไปของกำแพงเมืองในสมัยต่างๆ รวมทั้งประวัติศาสตร์ด้านสังคมการปกครองและข้อมูลเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับกำแพงเมืองนั้นๆ ดังนั้น การนำเสนอข้อมูลโบราณสถานจึงเป็นแหล่งข้อมูลเพื่อการศึกษาของชุมชนได้เป็นอย่างดี

2.3.5 เพื่อการจัดการแหล่งโบราณสถาน

ข้อมูลที่ให้ในแหล่งข้อมูลโบราณสถาน นอกจากจะเป็นข้อมูลที่อธิบายถึงข้อห้ามและกฎเกณฑ์ที่ใช้บังคับในพื้นที่แล้วยังควรบอกถึงเหตุผลหรือที่มาของข้อบังคับเหล่านั้นด้วย ข้อมูลในลักษณะนี้จะช่วยให้ผู้เข้าชมมีความเข้าใจและมีทัศนคติที่ดีต่อแหล่งโบราณสถานมากกว่าการออกกฎเกณฑ์บังคับแต่ด้านเดียว ข้อมูลเหล่านี้ อาจเป็นส่วนช่วยในการกำหนดพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวภายในแหล่ง เพื่อให้เกิดความเป็นระเบียบเรียบร้อยความปลอดภัย และการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวได้ นับว่าการให้ข้อมูลเป็น (ปีนรัชฎ์ กาญจนนัชนิติ. 2553 : 105-107)

2.4 การท่องเที่ยว แนวคิดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน และแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์

2.4.1 การท่องเที่ยว (Tourism)

2.4.1.1 ความหมายและขอบเขตของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง ผลรวมของปรากฏการณ์ต่างๆ และความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับธุรกิจและบริการต่างๆ รวมทั้งกับรัฐบาลประเทศเจ้าภาพ และประชาชนในท้องถิ่น ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องอยู่ในกิจกรรมหรือกระบวนการในการดึงดูดด้วยการให้การต้อนรับที่อบอุ่นเปี่ยมไมตรีจิตแก่นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน

การท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง การเดินทางเพื่อความเพลิดเพลินและพักผ่อนหย่อนใจ และเป็นการเดินทางที่มีเงื่อนไขสำคัญ 3 ประการ คือ

2.4.1.1.1 เดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว

2.4.1.1.2 เดินทางด้วยความสมัครใจ

2.4.1.1.3 เดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ได้ แต่ไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้ (ฉลองศรี พิมพ์พงศ์. 2542 : 2-4)

สรุปความหมายของการท่องเที่ยว หมายถึง นันทนาการรูปแบบหนึ่งที่ต้องเดินทางจากที่หนึ่งไปอีกที่หนึ่ง เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ในลักษณะของความเป็นส่วนตัวหรือแบบมีส่วนร่วมในการปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นก็ได้ โดยการท่องเที่ยวจะต้องเป็นส่วนสนับสนุนสร้างเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีสามารถอยู่ร่วมกับธรรมชาติและระบบนิเวศได้

2.4.1.2 ขอบเขตของการท่องเที่ยว

2.4.1.2.1 วัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4.1.2.2 ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว (Tourism Suppliers) นิยมแบ่งวัตถุประสงค์ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ

2.4.1.2.3 การพักผ่อนเมื่อมีเวลาว่าง (Leisure) อันได้แก่ กิจกรรมนันทนาการ (Recreation) วันหยุด (Health) ศาสนา (Religion) และการกีฬา (Sport)

2.4.1.2.4 การติดต่อธุรกิจ (Business) ได้แก่ การประชุม การปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมาย รสนิยมและความต้องการส่วนตัวของนักท่องเที่ยว เช่น การพักผ่อน การรับประทานอาหาร การเที่ยวดูชม การซื้อของที่ระลึก และอื่นๆ ขึ้นอยู่กับการมีอำนาจในการซื้อของนักท่องเที่ยว มีความพร้อมและเต็มใจที่จะจ่ายเงินตามราคาของสินค้าในขณะนั้น

ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม ที่พักอาศัยแบบต่างๆ ภัตตาคาร ร้านอาหาร ธุรกิจการขนส่งทางบก ทางน้ำ หรือทางอากาศ หรือผู้ประกอบการจัดการท่องเที่ยวอื่น ๆ ต่างก็พยายามจัดหาสินค้าและบริการ หรืออุปทานทางการท่องเที่ยว (Tourism Supply) เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว เพื่อสร้างความพึงพอใจ ดึงดูดใจให้เกิดความต้องการ หรืออุปสงค์ทางการท่องเที่ยว (Tourism Demand) เพิ่มมากขึ้น (ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. 2542 : 5-6)

2.4.1.3 องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการทางสังคมและเศรษฐกิจที่มีองค์ประกอบหลัก 3 ด้าน คือ ทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resource) บริการการท่องเที่ยว (Tourism Service) และตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Market or Tourist) แต่ละองค์ประกอบมีองค์ประกอบย่อย ๆ ที่มีความสัมพันธ์กัน เป็นเหตุเป็นผลซึ่งกันและกัน ความแตกต่างของลัทธิแบบการท่องเที่ยว จึงอยู่ที่ความแตกต่างในองค์ประกอบย่อย และความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นนั่นเอง

ความสัมพันธ์ระหว่างระบบย่อยทั้ง 3 เกิดขึ้นเมื่อนักท่องเที่ยวได้ไปใช้ประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการหรือทัศนศึกษา ซึ่งอาจเป็นการใช้ประโยชน์โดยตรงและจากการบริการที่เกี่ยวข้อง โดยปกติทรัพยากรการท่องเที่ยวเป็นทรัพยากรที่ใช้ไม่มีวันหมด เพราะรูปแบบการใช้มักเป็นการสัมผัสแต่ภายนอกโดยไม่มีการเคลื่อนย้ายทรัพยากรใด ๆ หรืออาจมีการชดเชยได้อยู่ตลอดเวลา อย่างไรก็ตาม ในการท่องเที่ยวที่เป็นจริงนั้น การใช้ประโยชน์ ของทรัพยากรมักมีการแปรรูปทรัพยากร และอาจไม่มีการคำนึงถึงการสูญเสีย หรือผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับระบบย่อยต่าง ๆ รวมทั้งผลต่อสิ่งแวดล้อมอื่น ๆ ในทางกลับกันสิ่งแวดล้อมอื่น ๆ ในทางกลับกันสิ่งแวดล้อมที่เป็นระบบอื่น ๆ เช่น ระบบชุมชน ระบบอุตสาหกรรม เป็นต้น อาจมีผลกระทบมาสู่ระบบท่องเที่ยวด้วย ดังนั้นการท่องเที่ยวที่ขาดระบบการจัดการที่เข้ามาเกี่ยวข้อง จึงเป็นการท่องเที่ยวที่ไม่ประสบความสำเร็จเลย นอกจากองค์ประกอบภายในระบบแล้ว การท่องเที่ยวยังมีสิ่งแวดล้อมที่สำคัญที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กันอีกหลายประการ เช่น สภาพกายภาพและระบบนิเวศ สิ่งแวดล้อม โครงสร้างพื้นฐานเศรษฐกิจและการลงทุน สังคมวัฒนธรรม องค์กรและกฎหมาย เป็นต้น

2.4.1.3.1 ทรัพยากร แหล่งท่องเที่ยวเป็นทรัพยากรที่สำคัญจัดเป็นอุปทานการท่องเที่ยว (Tourism Supply) ซึ่งได้จัดหมวดหมู่ของแหล่งท่องเที่ยวเป็น 5 ประเภท คือ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Cultural Attractions) แหล่งท่องเที่ยวซึ่งแสดงออกถึงประเพณีต่าง ๆ (Traditional Attractions) แหล่งท่องเที่ยวซึ่งแสดงถึงความงดงามในรูปแบบต่าง ๆ ของภูมิประเทศ (Scenic Attractions) แหล่งท่องเที่ยวประเภทที่ให้ความบันเทิง (Entertainment Attractions) แหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่มีลักษณะเฉพาะตัว (Other Attractions) นั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำหรับประเทศไทยนั้น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยบริษัทหรือหน่วยงานที่ปรึกษาต่าง ๆ มักแบ่งแหล่งท่องเที่ยวออกเป็น 3 ประเภท คือแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ โบราณคดี และแหล่งท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม ส่วนแหล่งท่องเที่ยวที่ให้ความบันเทิงนั้น จัดเป็นส่วนหนึ่งในสถานบริการนักท่องเที่ยว

2.4.1.3.2 บริการการท่องเที่ยว บริการที่รองรับการท่องเที่ยวเป็นอุปทานทางการท่องเที่ยว (Tourism Supply) ประเภทหนึ่ง ซึ่งไม่ได้เป็นจุดหมายปลายทางหลักของนักท่องเที่ยว แต่เป็นการบริการที่รองรับให้เกิดความสะดวกสบายและความบันเทิงแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งในบางโอกาสเป็นตัวดึงดูดใจได้เช่นกัน บริการการท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ ที่พัก อาหาร แหล่งจำหน่ายสินค้า แหล่งบันเทิง แหล่งกิจกรรมและบริการอื่น ๆ ทั้งนี้ รวมถึงโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นอื่น ๆ ด้วย

2.4.1.3.3 ตลาดการท่องเที่ยว เป็นการแสดงออกของอุปสงค์ทางการท่องเที่ยว (Tourism Demand) ซึ่งมีความปรารถนาในการท่องเที่ยวจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง เพื่อเข้าร่วมในกิจกรรมการพักผ่อนหย่อนใจ และเพื่อกิจกรรมอื่น ๆ (ปกติตลาดการท่องเที่ยวจะเน้นที่นักท่องเที่ยว) ซึ่งกระบวนการจัดการได้หมายรวมถึงการส่งเสริมและพัฒนาการขาย และการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวด้วย ในประเทศไทยโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้ให้คำจำกัดความที่เกี่ยวข้องบางส่วน ดังนี้

(1) ผู้มาเยือน (Visitor) คือ ผู้ที่จากถิ่นพำนักของตนเอง เพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง อาจพักค้างแรมหรือไม่ก็ได้ (เป็นผลรวมของนักท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว)

(2) นักท่องเที่ยว (Tourist) คือ ผู้เดินทางมายังพื้นที่หนึ่งโดยมีวัตถุประสงค์ต่าง ๆ ที่ไม่ใช่เป็นการไปทำงานประจำ การศึกษา และไม่ใช่คนท้องถิ่นที่มีภูมิลำเนาหรือทำงานประจำหรือศึกษาอยู่ในพื้นที่นั้น ผู้เดินทางนี้จะต้องพักค้างแรมอย่างน้อย 1 คืน (แต่ไม่เกิน 90 วัน) วัตถุประสงค์ในการเดินทางอาจเพื่อใช้เวลาว่าง (การนันทนาการ การพักผ่อนวันหยุด การรักษาสุขภาพ การศึกษา เรียนรู้ การศาสนา และการกีฬา) ธุรกิจ เยี่ยมญาติ การปฏิบัติหน้าที่ และการประชุม เป็นต้น

(3) นักทัศนาจร (Excursionist) คือ ผู้เดินทางที่ไม่ได้พักค้างคืน

(4) การท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourism) คือ การเดินทางของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ จากจังหวัดหนึ่งไปอีกจังหวัดหนึ่ง โดยมีวัตถุประสงค์ต่าง ๆ ที่ไม่ใช่การไปทำงานประจำ การศึกษา และต้องไม่ใช่คนท้องถิ่นที่มีภูมิลำเนาหรือทำงานประจำหรือการศึกษาอยู่จังหวัดที่เดินทางไป

(5) ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว (Tourist Consumption Expenditures) คือ ค่าใช้จ่ายสำหรับสินค้าและบริการ ที่จ่ายโดยนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ (International Tourists) ที่จ่ายโดยนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ (International Tourists) ระหว่างการพำนักอยู่ในประเทศไทยไม่นวมค่าโดยสารระหว่างประเทศ

(6) รายได้จากการท่องเที่ยว (Tourism Revenues) คือ รายได้ที่ประเทศไทยได้รับทั้งทางตรงและทางอ้อม ในรูปของเงินตราต่างประเทศ ที่นักท่องเที่ยวจากต่างประเทศจ่ายเป็นค่าสินค้าและบริการ ไม่รวมค่าโดยสารระหว่างประเทศ

2.4.1.4 คุณลักษณะของการท่องเที่ยว

จะเห็นได้ว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทสูงขึ้นในการทำรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศให้แก่ประเทศและชุมชนท้องถิ่น มีส่วนช่วยแก้ปัญหาดุลการค้าและดุลการชำระเงินของประเทศ จึงถือเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กันว่า การท่องเที่ยวเป็นสินค้าส่งออกกำลัง (Invisible Export) ที่มีลักษณะแตกต่างจากสินค้าส่งออกอื่น ๆ ดังต่อไปนี้ คือ

2.4.1.4.1 ผู้ซื้อสินค้า (นักท่องเที่ยว) จะต้องเดินทางไปเยือนประเทศผู้ส่งออก (ไปแหล่งท่องเที่ยว) เพื่อซื้อสินค้า (เยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยว) เอง

2.4.1.4.2 ผู้ส่งออกสินค้า (ผู้ประกอบการกิจการท่องเที่ยว) ไม่ต้องบวกค่าขนส่งลงในตัวสินค้าหรือบริการไปกับการท่องเที่ยว

2.4.1.4.3 การท่องเที่ยวไม่ใช่อุตสาหกรรมเพียงประเภทเดียว แต่เป็นอุตสาหกรรมหลายหลายประเภทที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กันอย่างกว้างขวาง เช่น อุตสาหกรรมขนส่ง อุตสาหกรรมอาหารเครื่องดื่ม อุตสาหกรรมนำเที่ยว อุตสาหกรรมจำหน่ายสินค้าที่ระลึก อุตสาหกรรมพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว อุตสาหกรรมบริการอำนวยความสะดวกนักท่องเที่ยวทางอ้อม เป็นต้น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2545)

2.4.2 การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable tourism)

การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนเป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวที่ผสมผสานระหว่างการรักษาอนุรักษ์กับการท่องเที่ยว มีเกี่ยวข้องกับปัจจัย 3 ประการ คือ ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านเศรษฐกิจ และด้านสังคม ความยั่งยืนในที่นี้ หมายถึง ความยั่งยืนของทรัพยากร ความยั่งยืนของชุมชนและความยั่งยืนของตลาดการท่องเที่ยว (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. 2544)

2.4.2.1 ความหมายของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนได้มีผู้ให้คำจำกัดความไว้หลากหลาย โดยผู้ศึกษาได้คัดสรรและรวบรวมความหมายที่น่าสนใจดังนี้

ในการประชุม Globe'90 Conference ซึ่งจัดขึ้นเมื่อเดือนมีนาคม 2533 ที่เมืองคูเวอร์ ณฑประเทศแคนาดา ได้ให้คำจำกัดความการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน หมายถึง การพัฒนาที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว และผู้เป็นเจ้าของท้องถิ่นในปัจจุบัน โดยที่มีการปกป้องและสงวนรักษาโอกาสต่างๆ ของอนุชนรุ่นหลังด้วย การท่องเที่ยวนี้มีความหมายถึงการจัดการทรัพยากรเพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจ สังคม และความงามทางสุนทรียภาพ ในขณะที่สามารถรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม และระบบนิเวศด้วย (ศรีพร สมบุญธรรม. 2536)

การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน หมายถึง การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสุนทรียภาพ โดยให้ทรัพยากรอันทรงคุณค่าอย่างชาญฉลาดสามารถรักษาเอกลักษณ์ของธรรมชาติและวัฒนธรรมไว้นานที่สุดเกิดผลกระทบน้อยที่สุด และใช้ประโยชน์ได้ตลอดกาลยาวนานที่สุด (จำไพพรรณ แก้วสุริยะ 2543)

การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน หมายถึง การท่องเที่ยวที่ไม่เป็นการรบกวนสิ่งแวดล้อม ขนบธรรมเนียมและประเพณีของท้องถิ่นที่ไปเยือน ขณะเดียวกันคนในท้องถิ่น โดยที่นักท่องเที่ยวควรต้องศึกษาสภาพความเป็นไปของท้องถิ่นที่ไปเยือน ขณะเดียวกันคนในท้องถิ่นก็ต้องเพิ่มพูนความรู้เกี่ยวกับท้องถิ่นของตนให้กับนักท่องเที่ยว และร่วมรักษาคุณค่าของสิ่งแวดล้อม และวิถีชีวิตให้คงอยู่สืบไป เพื่อที่อนุชนรุ่นหลังจะได้สัมผัสคุณค่าเช่นเดียวกันนี้ต่อไป (เฉลิมลาภ คนजर ญ อุษยา. 2546)

การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Development) หมายถึง การพัฒนาโดยมุ่งเน้นการป้องกันและกำจัดผลเสียที่จะเกิดขึ้นจากการขยายตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยควบคุมให้เกิดผลเสียน้อยที่สุด และผลเสียที่เกิดขึ้นนั้นจะต้องไม่เป็นอันตรายต่อทรัพยากรธรรมชาติ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาค้นคว้าเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้เผยแพร่โดยเว็บไซต์นี้ การคัดลอกหรือการนำข้อมูลไปใช้โดยไม่ได้รับอนุญาตถือว่าผิดกฎหมาย

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว โดยทั้งนี้การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนย่อมให้เกิดผลที่พึงปรารถนาทั้งการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม (สมบัติ อารังธัญวงศ์. 2537 : 17)

สรุปความหมายของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน หมายถึง การท่องเที่ยวที่มีการจัดการทรัพยากร ให้เกิดประโยชน์คุ้มค่าที่สุด ส่งผลดีต่อเศรษฐกิจ ประเพณี วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ เอกลักษณ์ประจำท้องถิ่น และการดำรงชีวิต นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ และมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว

2.4.2.2 หลักการท่องเที่ยวและลักษณะของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจะมีหลักการและลักษณะที่มีความแตกต่างกันไปตามแนวความคิดรูปแบบการเดินทาง สถานที่ท่องเที่ยว ลักษณะภูมิประเทศ ระบบนิเวศและทรัพยากรธรรมชาติ (อุษาวดี พูลพิพัฒน์ผล. 2545) ได้กล่าวถึงลักษณะประกอบขึ้นเป็นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ดังนี้

2.4.2.2.1 เป็นการท่องเที่ยวที่มีความต่อเนื่อง (Continuity) ความต่อเนื่องในที่นี้หมายถึง ความต่อเนื่องของทรัพยากรธรรมชาติและต่อเนื่องของวัฒนธรรมซึ่งจัดเป็นทรัพยากรหลักในการท่องเที่ยวและความสามารถอุปสรรคการดำเนินงานที่ดีให้แก่นักท่องเที่ยว

2.4.2.2.2 เป็นท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ (Quality) โดดเด่นคุณภาพ 3 ส่วนหลัก คือ คุณภาพของสิ่งแวดล้อม คุณภาพของประสบการณ์นันทนาการที่นักท่องเที่ยวได้รับและคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน

2.4.2.2.3 เป็นการท่องเที่ยวที่มีความสมดุล (Balance) ความสมดุลดังกล่าว หมายถึงความสมดุลระหว่างความต้องการของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ความต้องการของชุมชนท้องถิ่นและขีดความสามารถของทรัพยากร

Shirley Eber (1992) ได้กล่าวถึงหลักการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน โดยมีหลักการดังนี้

1. การอนุรักษ์และการใช้ทรัพยากรอย่างพอดี ทั้งที่เป็นทรัพยากรธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรม เป็นสิ่งสำคัญ และเป็นแนวทางการทำธุรกิจในระยะยาว
2. การลดการบริโภคที่มากเกินไป และการลดของเสีย จะช่วยลดค่าใช้จ่ายในการทำบำรุงสิ่งแวดล้อมที่ถูกทำลายในระยะยาว และเป็นการเพิ่มคุณภาพของการท่องเที่ยว
3. การรักษาและส่งเสริมความหลากหลายของธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรม มีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวในระยะยาว และช่วยขยายฐานของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
4. การประสานการพัฒนาการท่องเที่ยวเข้ากับกรอบแผนกลยุทธ์การพัฒนาแห่งชาติ การพัฒนาท้องถิ่น และการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม จะช่วยขยายศักยภาพการท่องเที่ยวในระยะยาว
5. การท่องเที่ยวที่รองรับกิจกรรมทางเศรษฐกิจของท้องถิ่น โดยพิจารณาด้านราคา และคุณค่าของสิ่งแวดล้อมไว้ ไม่เพียงแต่ทำให้เกิดการประหยัด แต่ยังป้องกันสิ่งแวดล้อมไม่ให้เกิดการทำลายอีกด้วย
6. การมีส่วนร่วมอย่างเต็มที่ของท้องถิ่นในสาขาการท่องเที่ยว ไม่เพียงแต่สร้างผลตอบแทนแก่ประชาชนและสิ่งแวดล้อม แต่ยังช่วยยกระดับคุณภาพจัดการท่องเที่ยวอีกด้วย
7. การปรึกษาหารือกันอย่างสม่ำเสมอ ระหว่างผู้ประกอบการ ประชาชนท้องถิ่น องค์กร และสถาบันที่เกี่ยวข้อง มีความจำเป็นในการที่จะร่วมงานไปในทิศทางเดียวกันรวมทั้งร่วมแก้ปัญหา และลดข้อขัดแย้งในผลประโยชน์ที่แตกต่างกัน
8. การฝึกอบรมบุคลากร โดยสอดแทรกแนวคิดและวิธีปฏิบัติในการพัฒนาแบบยั่งยืนต่อบุคลากรท้องถิ่นทุกระดับ จะช่วยยกระดับการบริหารจัดการท่องเที่ยว

9. การตลาดที่จัดเตรียมข้อมูลข่าวสารอย่างพร้อมมูล จะทำให้นักท่องเที่ยวเข้าใจและเคารพสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ สังคม วัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว และจะช่วยยกระดับความพอใจของนักท่องเที่ยวด้วย

10. การวิจัยและติดตามตรวจสอบอย่างมีประสิทธิภาพ จำเป็นต่อการแก้ปัญหา และเพิ่มผลประโยชน์ต่อแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยว และนักลงทุน

สมบัติ อารังธัญวงศ์ (2537: 17) ได้ให้ความเห็นว่า ความพยายามในการปรับปรุงทิศทางการท่องเที่ยวให้เหมาะสม เพื่อให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มีความยั่งยืนถาวร เป็นประโยชน์ต่อประเทศทั้งทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม จึงเป็นความจำเป็นอย่างยิ่งต่อแนวทางในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้มีความยั่งยืนถาวรจึงควรประกอบด้วย

1. การส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และคุณค่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในหมู่ประชาชนอย่างกว้างขวาง ให้ประชาชนรู้ถึงคุณประโยชน์ของการจัดการท่องเที่ยวที่เหมาะสม และรู้ถึงโทษที่เกิดจากการจัดการท่องเที่ยวที่ไม่เหมาะสม เพื่อให้ประชาชนมีส่วนร่วมกันอย่างกว้างขวาง

2. การพัฒนาบุคลากรเพื่อรองรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เนื่องจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสามารถสร้างงานทั้งทางตรงและทางอ้อมได้จำนวนมาก ดังนั้น เพื่อให้ประชาชนได้รับประโยชน์จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างทั่วถึง รัฐบาลควรส่งเสริมการพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถที่จะทำงานในภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ

3. การวางแผนและพัฒนาโครงสร้างทางกายภาพให้เหมาะสม เพื่อป้องกันมิให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวก่อให้เกิดความเสียหายต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจึงจำเป็นต้องสำรวจและวางแผนพัฒนาโครงการพื้นฐานทางกายภาพและแหล่งท่องเที่ยวและเมืองท่องเที่ยวให้มีความเหมาะสม

4. การพัฒนาการบริหารเมืองการท่องเที่ยว เนื่องจากระบบบริหารเมืองท่องเที่ยวที่มีอยู่ในปัจจุบันไม่มีความเหมาะสม เพราะไม่สามารถแก้ไขปัญหาต่างๆ ได้ อย่างทันการณ์ ดังนั้น จึงมีความจำเป็นเร่งด่วนที่จะต้องปรับปรุงการบริหารเมืองท่องเที่ยวเสียใหม่ให้มีความเหมาะสมรองรับและแก้ไขปัญหาดังกล่าว ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

นอกจากนี้ รัฐบาลควรเร่งรัดในการกำจัดการจัดการการท่องเที่ยวที่ไม่พึงปรารถนาให้หมดไปอย่างรวดเร็ว และเสริมสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวใหม่ๆ ที่มีคุณค่าขึ้นมาทดแทน เพื่อให้การพัฒนาการท่องเที่ยวมีความยั่งยืนถาวร และเกิดประโยชน์ต่อประเทศชาติทั้งทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม

2.4.2.3 แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

แนวความคิดที่เริ่มจากการรักษาทรัพยากรทางการท่องเที่ยวไว้นานที่สุดแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแหล่งจะมีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่มีคุณค่า และเอกลักษณ์เฉพาะตัวของแต่ละแหล่งการพัฒนาจึงควรมีการกำหนดทิศทางการพัฒนาอย่างรอบคอบเพื่อไม่ให้กระทบต่อสภาพแวดล้อม การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนจึงเน้นความสำคัญการควบคุมคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว การให้ความรู้ความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว การเอาใจใส่ดูแลจำนวนและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว แนวทางสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนนั้นคือการสร้างสมดุลระหว่างการพัฒนาการอนุรักษ์โดยทำให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวสามารถก่อประโยชน์สูงสุด ด้านเศรษฐกิจ มีผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด มีส่งเสริมกระบวนการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน (ศรีพร สมบุญธรรม. 2536 : 29-32)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภราเดช พยัฒวีเชียร (2539 : 5) ได้กล่าวว่าในปัจจุบันได้มีการกล่าวถึงการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Ecotourism) กับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยระบุว่า การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Ecotourism) เป็นทางออกเพียงทางเดียวที่จะพาให้เกิดความยั่งยืนได้ แต่ในความเป็นจริงนั้นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Ecotourism) เป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวเท่านั้น ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Ecotourism) คือการเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ธรรมชาติ วัฒนธรรมท้องถิ่น โดยมีขอบเขตซึ่งจำกัด โดยรูปแบบและสถานที่ และกลุ่มนักท่องเที่ยว ดังนั้นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Ecotourism) จึงไม่ใช่คำตอบของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน แต่คำตอบของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ควรจะอยู่ที่กระบวนการหรือระบบของการท่องเที่ยวทั้งหมด

ศรีพร สมบุญธรรม (2536 : 25-30) ได้กล่าวถึงลักษณะสำคัญที่ประกอบขึ้นเป็นแนวคิดของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 6 ประการ คือ

1. การพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับท้องถิ่นและระดับภูมิภาค คือ ควรส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวภายในประเทศอย่างจริงจังก่อนการพัฒนาสู่การท่องเที่ยวระหว่างประเทศอย่างค่อยเป็นค่อยไป เพื่อความเหมาะสมระหว่างจำนวนนักท่องเที่ยวกับระบบสาธารณูปโภคที่มีอยู่
2. การมีส่วนร่วมของคนในท้องถิ่น (Local Participation) คือ การส่งเสริมให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในโครงการต่างๆ ที่จะมีผลกระทบต่อวิถีชีวิตของคนส่วนใหญ่ในพื้นที่
3. ขอบเขตการพัฒนาการท่องเที่ยว (Scale of Tourism Development) คือ ควรพิจารณาอย่างรอบคอบถึงขอบเขตที่เหมาะสมของการพัฒนา โดยคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับการพัฒนาการท่องเที่ยว (Carrying Capacity) พยายามผลักดันให้การท่องเที่ยวได้รวมเข้าเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาเศรษฐกิจของพื้นที่นั้นๆ
4. การใช้วัสดุและผลผลิตจากท้องถิ่น (Local Product) คือ ความสนับสนุนการใช้วัสดุที่หาได้ในท้องถิ่นมาก่อสร้างตลอดจนการใช้ประโยชน์จากผลผลิตต่างๆ ของคนในท้องถิ่นเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับคนในท้องถิ่นนั้นๆ
5. การกระจายรายได้ (Income Distribution) คือ การพัฒนาการท่องเที่ยวควรเป็นรูปแบบที่จะนำรายได้เข้าท้องถิ่นนั้นได้มากที่สุดเพื่อประโยชน์ระยะยาวของชุมชน
6. การจ้างงาน (Employment) คือ คุณภาพของงานสำหรับคนในท้องถิ่น มุ่งส่งเสริมรูปแบบของงานที่มีความน่าสนใจและได้รับผลตอบแทนสูง

การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนนั้นจะต้องพิจารณาทั้งในมิติ ด้านเศรษฐศาสตร์ ด้านสังคมและด้านสิ่งแวดล้อม ควบคู่กันไปโดยตลอด การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต้องมีการบูรณาการใน 3 องค์ประกอบหลัก คือ ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ การมีส่วนร่วมชุมชน ประสพการณ์ด้านการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ แต่ละองค์ประกอบต้องมีแนวทางในการพัฒนาที่ชัดเจน ทิศทางเดียวกัน สอดคล้องกัน เอื้อประโยชน์ซึ่งกันและกัน อุปสรรคสำคัญในการนำเอาแนวคิดมาปฏิบัติอยู่ที่ความสามารถในการสร้างสมดุลยภาพให้เกิดระหว่างการพัฒนาและอนุรักษ์ ซึ่งความสำเร็จจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อได้รับความร่วมมือจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ คนท้องถิ่น เจ้าหน้าที่ของรัฐ ในการใช้ทรัพยากรซึ่งมีอยู่อย่างจำกัดรอบคอบเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย.2544)

2.4.2.4 รูปแบบการท่องเที่ยวในศตวรรษที่ 21 (Tourism product & activities)

องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization) ได้ชี้ให้เห็นว่า การท่องเที่ยวในสมัยโลก
 องค์กรที่พร้อมแล้ว นอกจากคำนึงถึงความคุ้มค่าในเชิงเศรษฐกิจและสังคมแล้ว ยังจะต้องคำนึงถึงการรักษา
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งยังมีให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สิ่งแวดล้อม โดยใช้หลักการของแผนแม่บทของโลก (Agenda 21) เป็นกรอบการจัดการ จึงจะเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (Sustainable tourism development) โดยคำนึงถึงหลักการ 4 ประการ คือ

1. การดำเนินกิจการการท่องเที่ยวในขอบเขตความสามารถรองรับของธรรมชาติ ชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณีวัฒนธรรม และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนต่อกิจกรรมการท่องเที่ยว
2. การตระหนักในกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีผลกระทบต่อชุมชน ขนบธรรมเนียม วัฒนธรรม ประเพณีและวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน (เอกลักษณ์และอัตลักษณ์)
3. การมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยว ที่มีผลกระทบต่อระบบนิเวศ ชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิตที่มีต่อการท่องเที่ยว
4. การประสานความต้องการและกำหนดแผนงาน ทางเศรษฐกิจ การดำรงอยู่ของสังคม และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างยั่งยืน

แนวคิดต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนมุ่งเน้นในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยรวมปรับสภาพการจัดการ เพื่อเข้าสู่ยุคใหม่ของกระแสโลกที่เปลี่ยนไป (Paradigm Shift) ที่เปลี่ยนจากสังคมบริโภคนิยมเข้าสู่ยุคสมัยสังคมที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมเป็นสำคัญ ดังนั้น ขอบเขตของการพัฒนา จึงครอบคลุมทุกองค์ประกอบทุกส่วนของการท่องเที่ยวหรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือ การพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งหมดต้องมุ่งสู่ความยั่งยืน (All tourism should be Sustainable Tourism) (Dowling,1995) กล่าวโดยสรุป รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวจะต้องสามารถดำรงอยู่ได้ มีนักท่องเที่ยวมาเยี่ยมเยียนอย่างสม่ำเสมอ ทรัพยากรการท่องเที่ยวยังคงรักษาความดึงดูดใจไว้ได้ไม่เสื่อมคลาย ธุรกิจบริการที่มีผลกำไร แม้ต้องมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงการให้บริการอยู่เสมอก็ตาม ผลกระทบที่มีต่อสิ่งแวดล้อมทั้งทางธรรมชาติ สังคมและวัฒนธรรมท้องถิ่นจะต้องไม่เกิดขึ้น หรือหากมีต้องเป็นผลกระทบน้อยที่สุด มีแต่การจัดการอย่างยั่งยืนเท่านั้น จึงจะสามารถคงความยั่งยืนของการท่องเที่ยวไว้ได้ ซึ่งรูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยว มีรูปแบบต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

2.4.2.4.1 รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (Natural based tourism) มีการจัดการดังนี้

(1) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) หมายถึงการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นและแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

(2) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล (Marine Ecotourism) หมายถึง การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบในแหล่งธรรมชาติทางทะเลที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศทางทะเล โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

(3) การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา (Geological Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่เป็นหินผา ลานหินทราย อุโมงค์โพรง ถ้ำน้ำลอด ถ้ำหินงอกหินย้อย เพื่อดูความงามภูมิทัศน์ที่มีความแปลกของการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่โลก ศึกษาธรรมชาติของหิน ดิน แร่ต่างๆ และฟอสซิล ได้ความรู้ มีประสบการณ์ใหม่ บนพื้นฐานการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อม โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(4) การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (The Agro-Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่เกษตรกรรมสวนเกษตร วนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์และเลี้ยงสัตว์ เพื่อชื่นชมความสวยงาม ความสำเร็จและเพลิดเพลินในสวนเกษตร ได้ความรู้ มีประสบการณ์ใหม่บนพื้นฐานความรับผิดชอบ มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมของสถานที่แห่งนั้น

(5) การท่องเที่ยวเชิงดาราศาสตร์ (Astrological tourism) หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการไปชม ปรากฏการณ์ทางดาราศาสตร์ที่เกิดขึ้นในแต่ละวาระ เช่น สุริยุปราคา ฝนดาวตก จันทรุปราคา และการดูดาวจันทรคติที่ปรากฏในท้องฟ้าแต่ละเดือน เพื่อการเรียนรู้ระบบสุริยะจักรวาล มีความรู้ ความประทับใจ ความทรงจำและประสบการณ์เพิ่มขึ้น บนพื้นฐานการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการร่วมกันอย่างยั่งยืน

2.4.2.4.2 รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (Cultural based tourism) มีการจัดการดังนี้

(1) การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดี และประวัติศาสตร์ เพื่อชื่นชมและเพลิดเพลินในสถานที่ท่องเที่ยวได้ความรู้มีความเข้าใจต่อประวัติศาสตร์และโบราณคดี ในท้องถิ่นพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อสังคมและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่า ของสภาพแวดล้อมโดยที่ประชาชนในท้องถิ่น มีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว

(2) การท่องเที่ยวชมงานวัฒนธรรมและประเพณี (Cultural and traditional tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชมงานประเพณีต่างๆ ที่ชาวบ้านในท้องถิ่นนั้นๆ จัดขึ้นได้รับความเพลิดเพลินตื่นตาตื่นใจในสุนทรียศิลป์เพื่อศึกษาความเชื่อ การยอมรับนับถือ การเคารพพิธีกรรมต่างๆ และได้รับความรู้ มีความเข้าใจต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรม มีประสบการณ์ใหม่ๆ เพิ่มขึ้นบนพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อสังคมและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรม โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยว

(3) การท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท (Rural tourism / Village tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวในหมู่บ้านชนบทที่มีลักษณะวิถีชีวิต และผลงานสร้างสรรค์ที่มีเอกลักษณ์พิเศษมีความโดดเด่น เพื่อความเพลิดเพลิน ได้ความรู้ ดูผลงานสร้างสรรค์ และภูมิปัญญาพื้นบ้าน มีความเข้าใจในวัฒนธรรมท้องถิ่น บนพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อสังคมและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรม และคุณค่าของสภาพแวดล้อม โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว

2.4.2.4.3 รูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (Special interest tourism) มีการจัดการดังนี้

(1) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health tourism) หมายถึงการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติและแหล่งวัฒนธรรม เพื่อการพักผ่อนและเรียนรู้วิธีการรักษาสุขภาพกายใจได้รับความเพลิดเพลิน และสุนทรียภาพ มีความรู้ต่อการรักษาคุณค่า และคุณภาพชีวิตที่ดี มีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่นโดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

อนึ่ง การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนี้บางแห่งอาจจัดรูปแบบเป็นการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและความงาม (Health Beauty and Spa)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(2) การท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษาและศาสนา (Edu-meditation tourism) หมายถึง การเดินทางเพื่อทัศนศึกษา แลกเปลี่ยนเรียนรู้จากปรัชญาทางศาสนา หาคำความรู้ สัจธรรมแห่งชีวิต มีการฝึกทำสมาธิ เพื่อมีประสบการณ์และความรู้ใหม่เพิ่มขึ้น มีคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดีเพิ่มขึ้น มีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวบางกลุ่มมุ่งการเรียนรู้วัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย เช่น การทำอาหารไทย การนวดแผนไทย รำไทย มวยไทย การช่างและงานศิลปหัตถกรรมไทย รวมถึงการบังคับช้างและเป็นควาญช้าง เป็นต้น

(3) การท่องเที่ยวเพื่อศึกษากลุ่มชาติพันธุ์หรือวัฒนธรรมกลุ่มน้อย (Ethnic tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่ วัฒนธรรมของชาวบ้าน วัฒนธรรมของชนกลุ่มน้อยหรือชนเผ่าต่าง ๆ เช่น หมู่บ้านชาวไทยโซ่ง หมู่บ้านผู้ไทย หมู่บ้านชาวกูย หมู่บ้านชาวกะเหรี่ยง หมู่บ้านชาวจีนฮ่อ ฯลฯ เพื่อมีประสบการณ์และความรู้ใหม่เพิ่มขึ้น มีคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดีเพิ่มขึ้น มีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

(4) การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเล่นกีฬาตามความถนัด ความสนใจ ในประเภทกีฬา เช่น กอล์ฟ ดำน้ำ ตกปลา สนุกเกอร์ กระดานโต้คลื่น ดิโอบ สกีนํ้า ฯลฯ ให้ได้รับความเพลิดเพลินความสนุกสนาน ตื่นเต้น ได้รับประสบการณ์และความรู้ใหม่เพิ่มขึ้น มีคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดีเพิ่มขึ้น มีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

(5) การท่องเที่ยวแบบผจญภัย (Adventure Travel) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีลักษณะพิเศษ ที่นักท่องเที่ยวแต่ละคนจะเข้าไปเที่ยวแล้วได้รับความสนุกสนานตื่นเต้น หวาดเสียว ผจญภัย มีความทรงจำ ความปลอดภัย และได้ประสบการณ์ใหม่

(6) การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ ฟาร์มสเตย์ (Homestay & Farmstay) หมายถึง นักท่องเที่ยวกลุ่มที่ต้องการใช้ชีวิตใกล้ชิดกับครอบครัวในท้องถิ่นที่ไปเยือน เพื่อการเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัฒนธรรมท้องถิ่น ได้รับประสบการณ์ในชีวิตเพิ่มขึ้น โดยมีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น เป็นการจัดการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่นที่ยั่งยืน

(7) การท่องเที่ยวพำนักระยะยาว (Long Stay) หมายถึงกลุ่มผู้ใช้ชีวิตในบั้นปลาย หลังเกษียณอายุจากการทำงานที่ต้องการมาใช้ชีวิตต่างแดนเป็นหลัก เพื่อเพิ่มปัจจัยที่ห้าของชีวิตคือการท่องเที่ยว โดยเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศเฉลี่ย 3-4 ครั้งต่อปี คราวละนาน ๆ อย่างน้อย 1 เดือน

คณะกรรมการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวพำนักระยะยาวแห่งชาติได้กำหนดกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมาย คือ ที่มีวันพักตั้งแต่ 1 เดือนขึ้นไป ระยะแรกเน้นกลุ่มผู้เกษียณอายุทำงานเป็นชาวต่างประเทศที่มีอายุตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไป ประสงค์พักอยู่ในประเทศอย่างน้อย 1 ปี โดยสามารถต่อวีซ่าได้ มีรายได้อย่างน้อยเดือนละ 65,000 บาทขึ้นไป มีเงินฝากในธนาคารไม่น้อยกว่า 800,000 บาท สำหรับกรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์ กำหนดความหมายของ การท่องเที่ยวพำนักระยะยาว คือ ธุรกิจบริการเพื่อสุขภาพระยะยาว (Long Stay and Health Care) เป็นการให้บริการร่วมกันระหว่าง โรงพยาบาล รีสอร์ท โรงแรม ตามสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามทั่วประเทศ โดยการใช้ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บริการด้านสุขภาพเป็นจุดขาย ให้บริการพักผ่อนระยะยาว พร้อมทั้งบริการด้านสุขภาพอย่างครบถ้วน ทั้งนี้โดยการให้บริการลูกค้าผู้สูงอายุพักในระยะยาว เป็นการพักผ่อนในต่างประเทศที่มีค่าใช้จ่ายถาวร

(8) การท่องเที่ยวแบบให้รางวัล (Incentive travel) หมายถึงการจัดนำเที่ยวให้แก่กลุ่มลูกค้าของบริษัทที่ประสบความสำเร็จ (มีความเป็นเลิศ) ในการขายสินค้าชิ้น ๆ ตามเป้าหมายหรือเกินเป้าหมาย เช่น กลุ่มผู้แทนบริษัทจำหน่ายรถยนต์ ผู้แทนบริษัทจำหน่ายเครื่องไฟฟ้า ผู้แทนบริษัทจำหน่ายเครื่องสำอาง จากภูมิภาคหรือจังหวัดต่าง ๆ ที่สามารถขายสินค้าประเภทนั้น ได้มากตามที่บริษัทผู้แทนจำหน่ายในประเทศตั้งเป้าหมายไว้เป็นการให้รางวัลและจัดนำเที่ยว โดยออกค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ค่าที่พักแรมและค่าอาหารระหว่างการเดินทางให้กับผู้ร่วมเดินทาง เป็นการจัตรายการพักผ่อนตั้งแต่ 2-7 วัน เป็นรายการนำเที่ยวชมสถานที่ต่าง ๆ อาจเป็นรายการนำเที่ยวแบบผสมผสานหรือรายการนำเที่ยวในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง

(9) การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม (MICE หมายถึง M=Meeting / I= Incentive / C=conference / E=Exhibition) เป็นการจัดนำเที่ยวให้แก่กลุ่มลูกค้าของผู้จัดประชุม มีรายการจัดนำเที่ยวก่อนการประชุม (Pre-tour) และการจัตรายการนำเที่ยวหลังการประชุม (Post-tour) โดยการจัตรายการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ ทั่วประเทศ เพื่อบริการให้กับผู้เข้าร่วมประชุมโดยตรงหรือสำหรับผู้ร่วมเดินทางกับผู้ประชุม (สามีหรือภรรยา) อาจเป็นรายการท่องเที่ยววันเดียว หรือรายการเที่ยวพักผ่อน 2-4 วัน โดยคิดราคาแบบเหมารวมค่าอาหารและบริการท่องเที่ยว

(10) การท่องเที่ยวแบบผสมผสาน เป็นอีกรูปแบบหนึ่งที่ผู้จัดการการท่องเที่ยวคัดสรรรูปแบบการท่องเที่ยวที่กล่าวมาแล้วข้างต้น นำมาจัตรายการนำเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความแตกต่างระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวในระยะยาวนานตั้งแต่ 2-7 วัน หรือมากกว่านั้น เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและเกษตร (Eco-tourism and Agriculture) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและประวัติศาสตร์ (Agro-historical tourism) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย (Eco-Adventure Travel) การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยาและประวัติศาสตร์ (Geo-historical tourism) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและวัฒนธรรม (Agro-Cultural Tourism) เป็นต้น

2.4.2.4.4 กิจกรรมการท่องเที่ยว (Tourism Activities)

ระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ นั้น นักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเป็นพิเศษในการท่องเที่ยว ก็มักทำกิจกรรมต่าง ๆ ตามที่ชอบ ตามความถนัด ตามความชำนาญที่ได้รับการฝึกมา เช่น การท่องเที่ยวเดินป่าชมและศึกษาพรรณไม้ สมุนไพร การดูนกดูแมลง การพายแคนูและคายัค การปีนเขา การขี่จักรยานท่องเที่ยว การขี่ม้า การฝึกช้าง การเล่นเรือใบ การเล่นบอลลูน การล่องแก่ง ล่องเรือยาง การเล่นเจ็ทสกีและสกีน้ำ การดำน้ำ การเล่นกอล์ฟ การวาดภาพและถ่ายภาพ การเรียนทำอาหาร เรียนศิลปะการแสดงสาขาต่าง ๆ การนวดแผนไทย การเรียนและฝึกสมาธิ

(<http://www.greenzonethailand.com>) [Online]

2.4.3 แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์

การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์วัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งเรียนรู้จากการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์วัฒนธรรมอื่นๆ เพื่อให้เกิดโลกทัศน์ใหม่ๆ ที่กว้างไกล จากการมีประสบการณ์ในแหล่งวัฒนธรรมที่คงเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คือ การท่องเที่ยวเพื่อชมสิ่งๆ ที่แสดงความเป็นวัฒนธรรม เช่น เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้เผยแพร่ขึ้นต้นการค้า ปราสาท พระราชวัง วัด โบราณสถาน โบราณวัตถุ ประเพณี วิธีการดำเนินชีวิต ศิลปะทุกแขนง และ ไม้วากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สิ่งต่างๆ ที่แสดงถึงความเจริญรุ่งเรืองที่มีการพัฒนาให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม การดำเนินชีวิตของบุคคลในแต่ละยุคสมัย ผู้ท่องเที่ยวจะได้รับทราบประวัติความเป็นมา ความเชื่อ มุมมองความคิด ความศรัทธา ความนิยมของบุคคลในอดีตที่ถ่ายทอดมาถึงคนรุ่นปัจจุบันผ่านสิ่งเหล่านี้

ประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมากมาย การท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่กำลังเป็นที่นิยมคือ "โฮมสเตย์" ผู้ท่องเที่ยวจะได้เข้าไปพักอาศัยกับชาวบ้านในชุมชน และดำเนินชีวิตเช่นเดียวกับชาวบ้าน (<http://www.webhost.mots.go.th>) [Online]

2.4.3.1 ความหมายของวัฒนธรรม

มนุษย์สร้างวัฒนธรรมขึ้นมาเพื่อประโยชน์แห่งการดำรงชีวิตและการสืบทอดเผ่าพันธุ์ ในเมื่อการดำรงชีวิตของมนุษย์เป็นเรื่องที่กว้างใหญ่และมีแง่มุมต่างๆ ให้พิจารณาอย่างซับซ้อน เรื่องของวัฒนธรรมจึงสามารถมองได้หลายแง่มุมไปด้วย มีผู้ให้ความหมายคำว่า "วัฒนธรรม" ต่างๆ กันในพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 ได้นิยามความหมายของวัฒนธรรม ไว้ 4 นัย) ดังนี้คือ

2.4.3.1.1 สิ่งที่ทำให้เจริญงอกงามแก่หมู่คณะ

2.4.3.1.2 วิถีชีวิตของหมู่คณะ

2.4.3.1.3 ลักษณะที่แสดงถึงความเจริญงอกงาม ความเป็นระเบียบเรียบร้อย ความกลมเกลียว ก้าวหน้าของชาติและศีลธรรมอันดีของประชาชน

2.4.3.1.4 พฤติกรรมและสิ่งทีคนในหมู่ผลิตสร้างขึ้นด้วยการเรียนรู้จากกันและกัน และร่วมใช้ อยู่ในหมู่พวกของตน

พระเจ้าวรวงศ์เธอ กรมหมื่นนคราธิปวงศ์ประพันธ์ ประธานคำอธิบายไว้ว่า วัฒนธรรม หมายถึง ความเจริญในทางวิชาความรู้ เช่น วิทยาศาสตร์ ศิลปวิทยา วรรณคดี ศาสนา ตลอดจนขนบธรรมเนียม ประเพณีและจรรยาบรรณ วัฒนธรรมเป็นมรดกแห่งสังคม มีทั้งส่วนจับต้องได้และจับต้องไม่ได้ เช่น กวีนิพนธ์ ศิลปะ ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรมเป็นปัจจัยสำคัญในการก่อร่างสร้าง ความประพฤติปฏิบัติของประชาชนชาติ

พระยาอนุমানราชชน (2532) ได้ให้บทนิยาม คำ "วัฒนธรรม" ว่า วัฒนธรรม

คือ สิ่งทีมนุษย์เปลี่ยนแปลง ปรับปรุง หรือผลิตสร้างขึ้น เพื่อความเจริญงอกงามในวิถีแห่งชีวิต ของส่วนรวม ถ่ายทอดกันได้ เอาอย่างกันได้

คือ ผลิตผลของส่วนรวมที่มนุษย์ได้เรียนรู้มาจากคนแต่ก่อนสืบทอดเป็นประเพณีกันมา

คือ ความรู้สึก ความคิดเห็น ความประพฤติ และกิริยาอาการ หรือการกระทำใดๆ ของมนุษย์ใน ส่วนรวมลงรูปเป็นพิมพ์เดียวกัน และสำแดงออกมาให้ปรากฏเป็นภาษา ศิลปะ ความเชื่อถือ ระเบียบ ประเพณี เป็นต้น

คือ มรดกแห่งสังคม ซึ่งสังคมรับและรักษาไว้ให้เจริญงอกงาม เป็นผลิตผลของส่วนรวมที่มนุษย์ได้ เรียนรู้มาจากคนแต่ก่อนสืบทอดเป็นประเพณีกันมา

พระเทพเวที (ประยูรธ ปยุตโต) ได้อธิบายความหมายของวัฒนธรรมเมื่อคราวแสดงปาฐกถา พิเศษ 100 ปี ของพระยาอนุমানราชชน เรื่อง " วัฒนธรรมกับการพัฒนา" ไว้เป็นหลายนัยอย่างน่า พิจารณา ดังนี้

วัฒนธรรม เป็นผลรวมของการสั่งสมสิ่งสร้างสรรค์และภูมิธรรมปัญญา ที่ถ่ายทอดสืบทอดกันมา ของสังคมนั้นๆ

วัฒนธรรม เป็นการสั่งสมประสบการณ์ ความรู้ ความสามารถ ภูมิธรรมภูมิปัญญาทั้งหมดที่ได้ ช่วยให้มีมนุษย์ในสังคมนั้นๆ อยู่รอด และเจริญสืบต่อไป และเป็นอยู่อย่างที่เป็นในบัดนี้ ซึ่งประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วัฒนธรรม คือผลรวมของทุกสิ่งซึ่งเป็นความเจริญงอกงามที่สังคมนั้นๆ ได้ทำไว้ หรือได้ส่งสมมาจนถึงบัดนี้

วัฒนธรรม เป็นทั้งสิ่งที่ทำให้เจริญงอกงามสืบมา และเป็นเนื้อตัวของความเจริญงอกงามที่มีอยู่ซึ่งจะเป็นพื้นฐานของความเจริญงอกงามต่อไปตลอดจนเป็นเครื่องวัดระดับความเจริญงอกงามของสังคมนั้นๆ

สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ ได้แสดงความหมายของวัฒนธรรมไว้ต่างกัน เช่น

วัฒนธรรม เป็นวิธีการดำเนินชีวิตของสังคม เป็นแบบแผนการประพฤติและการแสดงออกซึ่งความรู้สึกรู้จักคิดในสถานการณ์ต่างๆ ที่สมาชิกในสังคมเดียวกันสามารถเข้าใจและซาบซึ้งร่วมกัน ยอมรับและใช้ปฏิบัติร่วมกัน อันจะนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในสังคมนั้นๆ

วัฒนธรรม เป็นวิถีชีวิตของมนุษย์ที่เกิดจากระบบความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับมนุษย์ มนุษย์กับสังคม และมนุษย์กับธรรมชาติ วัฒนธรรมมีทั้งสาระและรูปแบบที่เป็นระบบความคิด วิธีการ โครงสร้างของสังคม สถาบัน ตลอดจนแบบแผนและทุกสิ่งทุกอย่างที่มนุษย์สร้างขึ้น

(<http://www.edtechno.com>) [Online]

การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดี และประวัติศาสตร์ เพื่อชื่นชมและเพลิดเพลินในสถานที่ท่องเที่ยวได้ ความรู้มีความเข้าใจต่อประวัติศาสตร์และโบราณคดีในท้องถิ่นพื้นฐานของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่า ของสภาพแวดล้อมโดยที่ประชาคมในท้องถิ่น มีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว (<http://www.greenzonethailand.com>) [Online]

2.5 ประวัติความเป็นมาและสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ จังหวัดนครศรีธรรมราช

2.5.1 ประวัติความเป็นมา

จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นเมืองประวัติศาสตร์ที่มีอายุมากกว่า 1,000 ปี มีพระธาตุเจดีย์ยอดทองคำคู่บ้านคู่เมือง มีศิลปะโบราณสถาน โบราณวัตถุ ภาษาและขนบธรรมเนียมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ สิ่งเหล่านี้ได้กลายเป็นมรดกทางวัฒนธรรมของบรรพบุรุษตกทอดมาถึงเยาวชนรุ่นหลังได้ศึกษา จนถึงความภาคภูมิใจบรรพบุรุษและท้องถิ่นของตน นครศรีธรรมราชมีทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ เป็นศูนย์กลางการค้าสินค้าทางเกษตร การประมง สินค้าหัตถกรรมพื้นบ้าน นครศรีธรรมราชยังคงรักษาคำความเก่าแก่ของโบราณสถานอันเป็นสัญลักษณ์ของบ้านเมืองไว้ได้อย่างเหนียวแน่น พร้อมกับการพัฒนาให้เจริญรุ่งเรืองอย่างรวดเร็ว และเป็นเมืองที่มีเสน่ห์ชวนให้ท่องเที่ยวและนำศึกษายิ่งนัก

ที่มาของชื่อ จังหวัดนครศรีธรรมราช คำว่า “นครศรีธรรมราช” มาจากคำว่า สิริธัมมราช และมาจากคำว่า “ศรีธรรมโศกราช” โดยมีที่มาดังนี้

สมัยโบราณ ประชาชนรับเอาอารยธรรมของอินเดียมาปฏิบัติ อิทธิพลทางศาสนาพราหมณ์ลัทธิไศวนิกาย บုชา ศิวลึงค์ จึงมีการสร้างศิวลึงค์ด้วยทองแดงประดิษฐานไว้ที่บ้านทั่วเมือง จึงถูกเรียกว่า “อาณาจักรตามพรลิงค์” พวกพราหมณ์เรียกเมืองว่า “นคร” สอนให้ปกครองบ้านเมืองตามหลัก “ธรรมศาสตร์” พราหมณ์จึงตั้งถวายพระนามพระราชว่า “สิริธัมมราช” และเรียกดินแดนนี้ว่า “นครสิริธัมมราช”

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เจ้าเมืองได้ขยายอาณาเขตแผ่อิทธิพลออก ได้เมืองขึ้นมาอยู่ภายใต้อำนาจทั้ง 12 เมือง เรียกว่า เมืองสิบสองนักษัตร ต่อมามีความเลื่อมใสในพระพุทธศาสนาได้ริ่เทวสถานในศาสนาพราหมณ์บางแห่งโดยเปลี่ยนแปลงเป็นวัด และได้ก่อสร้างพระบรมธาตุเจดีย์ขึ้น พระเจ้าศรีธรรมโศกมหาราชแห่งอินเดียทำสงครามปราบแคว้นเล็กแคว้นใหญ่ไว้ใต้อำนาจ ทรงผันมานับถือศาสนาพุทธ ก่อสร้างเจดีย์และบูรณะสังเวชนียสถาน 4 ตำบล พร้อมส่งสบนทูตไปเผยแพร่พระพุทธศาสนา พระราชาแห่งดินแดนนี้ได้รับการเฉลิมพระนามว่า “ศรีธรรมโศกราช” ทั้ง 2 คำนี้คือ สิริธัมมราช และ ศรีธรรมโศกราช เป็นคำที่ชนชาติต่างๆ ที่เข้ามาติดต่อค้าขายเรียกตามๆ กันว่า นครสิริธัมมราช บ้าง นครศรีธรรมโศกราช ในที่สุดเรียกเพี้ยนเปลี่ยนมาเป็น “นครศรีธรรมราช” ในปัจจุบัน (ถนอม พูนวงศ์. 2550 : 13-14)

2.5.1.1 เมืองนครศรีธรรมราช สมัยก่อนประวัติศาสตร์ (3500 ปีก่อนพุทธกาล - พุทธศตวรรษที่ 14) จากการขุดพบของกรมศิลปากร ในพื้นที่ภาคใต้เกี่ยวกับแหล่งโบราณคดีสมัยก่อนประวัติศาสตร์ พบหลักฐานว่า ชุมชนโบราณตั้งถิ่นฐานในพื้นที่ป่าเขามาก่อน ก่อนย้ายลงมาสู่พื้นราบมาตั้งถิ่นฐานชายฝั่งทะเล

การตั้งถิ่นฐานของผู้คนสมัยก่อนประวัติศาสตร์ในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช มีหลักฐานทางโบราณคดีว่าด้วยการตั้งถิ่นฐานและร่องรอยที่อยู่อาศัยของผู้คน ในบริเวณที่เป็นถ้ำและเพิงผา ซึ่งอยู่ใกล้ต้นน้ำลำธาร เช่น การพบโครงกระดูกมนุษย์และสัตว์เครื่องมือเครื่องใช้ที่ทำด้วยหินมีลักษณะคล้ายขวาน มีด ครก และสาก เป็นต้น

เข้าสู่ยุคหินใหม่ พบหลักฐานการกระจายตัวของชุมชนในพื้นที่ราบ ใกล้แหล่งน้ำลำธารแนวสันชายฝั่งทะเล ชุมชนโบราณยึดเอาแม่น้ำลำคลองบนเส้นทางในการอพยพและตั้งถิ่นฐานบนชายฝั่งมีการพัฒนาการเป็นอย่างดีให้รู้จักการเพาะปลูกการเลี้ยงสัตว์และเมื่อชุมชนขยายมากขึ้นมีการติดต่อกับชมรมภายนอกมากขึ้น เครื่องมือเครื่องใช้มีการพัฒนาจากดินมาเป็นโลหะ ทั้งที่เป็นสำริดและโลหะ (ถนอม พูนวงศ์. 2550 : 14-16)

2.5.1.2 เมืองนครศรีธรรมราช สมัยแรกเริ่มประวัติศาสตร์ (ประมาณพุทธศตวรรษที่ 5-12)

หลักฐานการตั้งถิ่นฐานของชุมชนในอดีต ได้แก่ เนินดิน คันดิน คูคลอง ซากอิฐ สระน้ำ บ่อน้ำ สลуп พระโพธิสัตว์ พระพุทธรูป เครื่องถ้วยจีน เหยี่ยวต่างๆ กระจัดกระจายเรียงรายไปตามที่ราบเชิงเขา ที่ราบลุ่มแม่น้ำคลอง และแนวสันทรายซึ่งไม่ห่างไกลจากชายฝั่งทะเลอ่าวไทยมากนัก จากเหนือติดต่อกับจังหวัดสุราษฎร์ธานีลงไปจดใต้ติดต่อกับจังหวัดสงขลา หลักฐานการตั้งถิ่นฐานของชุมชนในอดีตที่หลงเหลืออยู่มีดังนี้

- 2.5.1.2.1 ชุมชนโบราณบ้านเทพราช ตั้งอยู่ที่ตำบลเทพราช อำเภอสิชล
- 2.5.1.2.2 ชุมชนโบราณบ้านนูด ตั้งอยู่ที่ตำบลกลาย อำเภอท่าศาลา
- 2.5.1.2.3 ชุมชนโบราณทุ่งน้ำเค็ม ตั้งอยู่ที่ตำบลโมคลาน อำเภอท่าศาลา
- 2.5.1.2.4 ชุมชนโบราณบ้านนาขอม ตั้งอยู่ที่ตำบลสิชล
- 2.5.1.2.5 ชุมชนโบราณบ้านสระเหียง ตั้งอยู่ที่ตำบลเสาธง อำเภอรัตนพิบูลย์
- 2.5.1.2.6 ชุมชนโบราณบ้านโมคลาน ตั้งอยู่ที่ตำบลโมคลาน อำเภอท่าศาลา
- 2.5.1.2.7 ชุมชนโบราณบ้านจอมทอง ตั้งอยู่ที่ตำบลสิชล อำเภอสิชล
- 2.5.1.2.8 ชุมชนโบราณบ้านเขาคา ตั้งอยู่ที่ตำบลเสาเกา อำเภอสิชล
- 2.5.1.2.9 ชุมชนโบราณบ้านต่อเรือ ตั้งอยู่ที่ตำบลเทพราช อำเภอสิชล
- 2.5.1.2.10 ชุมชนโบราณวัดพระพรหม ตั้งอยู่ที่ตำบลนาสาร อำเภอพระพรหม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.5.1.2.11 ชุมชนโบราณวัดมเหยงคณ์ ตั้งอยู่ที่ตำบลสระแก้ว อำเภอท่าศาลา (ถนอม พูนวงศ์. 2550 : 16-21)

2.5.1.3 เมืองนครศรีธรรมราช สมัยประวัติศาสตร์ ซึ่งมาอาณาจักรเกิดขึ้น 2 อาณาจักร คือ อาณาจักรตามพรลิงค์และอาณาจักรศรีวิชัย

2.5.1.3.1 อาณาจักรตามพรลิงค์ ผลการสำรวจถิ่นที่อยู่อาศัยในแหล่งต่างๆ ของชุมชนโบราณเหล่านี้ สันนิษฐานว่า ชุมชนแห่งนี้เจริญรุ่งเรืองมาตั้งแต่สมัยแรกเริ่มประวัติศาสตร์ ได้มีการติดต่อกับอินเดียและจีนและได้รับเอาวัฒนธรรมอินเดียมาเป็นแนววิถีชีวิตด้วย พราหมณ์ที่เดินทางเข้ามา ซึ่งมีจุดมุ่งหมายหลัก คือ การค้าขายและการเผยแผ่ศาสนา พวกพราหมณ์เองได้ตำแหน่งเป็น พราหมณ์อาจารย์ หรือ พระมหाराชครู เป็นผู้ประกอบพิธีกรรมติดต่อกับเทพเจ้าและสั่งสอนชนชั้นปกครอง พราหมณ์ผู้เผยแผ่ลัทธิไศวนิกายซึ่งถือ “ศิวลึงค์” รูปเคารพแทนพระศิวะ ซึ่งเรียกเป็นภาษาสันสกฤตว่า “ตามพรลิงค์” พระราชาสั่งให้หล่อตามพรลิงค์หรือลึงค์ทองแดง และถูกถวายนามว่า พระเจ้าตามพรลิงค์ แปลว่า พระเจ้าลึงค์ทองแดง ภาษาใต้เรียกว่า ท้าวไข่แดง และเรียกดินแดนนี้ว่า อาณาจักรตามพรลิงค์

ในปัจจุบันได้ทำการสำรวจขุดค้นวิเคราะห์และค้นคว้าจากบันทึกจดหมายเหตุทั้งจากตำนานต่างๆ สันนิษฐานว่า น่าจะเป็นเมืองหลวง หรือศูนย์กลางการปกครองของอาณาจักรตามพรลิงค์ในยุคต้นๆ และมีการอพยพเคลื่อนย้ายไปตามแนวเส้นทางจากเหนือลงใต้ ชัยภูมิที่เด่นชัดเหมาะแก่การตั้งเมืองหลวงในยุคแรก คือ เมืองท่าเรือ

(1) เมืองท่าเรือ ตั้งอยู่ที่ตำบลท่าเรือ อำเภอเมือง ทางทิศใต้ของตัวเมืองนครศรีธรรมราชในปัจจุบัน เมืองโบราณตรงนี้คงสร้างภายในพุทธศตวรรษที่ 5-6 เป็นเมืองที่มีอายุนับหลายร้อยปี ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ของอินเดียโบราณ ได้ระบุชื่อเมืองท่าเรือนี้เป็นภาษาบาลีว่า “ตามพลิงคัม” (Tambalinga) และ “ตะมะลี” (Tamali) ในจดหมายเหตุของจีนซึ่งปรากฏในหนังสือ “สูงชี” (Sung-Shih) บันทึกไว้ว่าเมืองตามพรลิงค์ได้ส่งทูตไปติดต่อกับจีนเมื่อ พ.ศ. 1544 โดยจีนเรียกว่า “ตันเหมย หลิว” (Tan-Mei-Leou) ในศิลาจารึกที่พระเจ้าราเชนทรโจฬะที่ 1 ในอินเดียได้ระหว่าง พ.ศ. 1573-1574 เมืองท่าต่างๆ บนคาบสมุทรมลายูที่พระองค์ได้ มีชื่อเมือง “ตามพรลิงค์” ปรากฏอยู่ด้วย โดยเรียกชื่อเพี้ยนไปเป็นภาษาทมิฬว่า “มัทมาลึงคัม” (Madamalingam)

หลักฐานทางโบราณวัตถุและหลักฐานเอกสารทางประวัติศาสตร์เหล่านี้เป็นการยืนยันว่า อาณาจักรตามพรลิงค์หรือเมืองนครศรีธรรมราชในอดีตตั้งเมืองหลวงอยู่ที่ท่าเรือมีการติดต่อกับค้าขายกับจีนและอินเดียมาก่อน และหรือน่าจะเคยถูกรุกรานสมัยพระเจ้าราเชนทรโจฬะ ตามในศิลาจารึกของพระองค์ ทำให้บ้านเมืองเสื่อมสลายลงหรือเคลื่อนย้ายก็ได้

(2) เมืองพระเวียง เรียกอีกอย่างหนึ่งว่า “เมืองโคกกระหม่อม” ตั้งอยู่ที่ตำบลในเมือง (เขตศาลาไม้ชัย) อำเภอเมือง จากการสำรวจพบร่องรอยของตัวเมืองอยู่บนแนวเส้นทาง ด้านทิศตะวันออกเฉียงและตะวันตก ยังมีซากแนวกำแพงเนินดินเหลือให้เห็นเป็นที่สังเกต

ในตำนานเมืองและตำนานพระบรมธาตุนครศรีธรรมราช กล่าวว่า เกลี่ยกลุ่มผู้คนซึ่งอยู่ในดงป่าเขามาประชุมกัน ก็ตรึงกันจะตั้งคเจดีย์และพระพุทธรูปไว้วันทนาในตำบลแห่งโพ้น ตามพุทธคำเพียรสนทนาถึงพระทันตธาตุพระเจ้านั้นแล ปีนั้นพญาศรีธรรมโศกราช สร้างสถานหาดทรายเป็นกรุงเมืองชื่อเมืองนครศรีธรรมราช ในตำนานเมืองเรียกเมือง “พระเวียง” และ “เมืองโคกกระหม่อม”

นักประวัติศาสตร์สันนิษฐานว่าเมืองโบราณตรงนี้คงสร้างภายในศตวรรษที่ 13-15 หลังจากเมืองท่าเรือล่มสลายแล้ว และมีอำนาจสูงสุดในพุทธศตวรรษที่ 17-18 ได้หัวเมืองขึ้นมาอยู่ใต้อำนาจถึง 12 ภาครู้ว่ากรณิใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมือง ซึ่งเรียกว่า “เมืองสิบสองนักษัตร” หลังจากรับเอาพระพุทธศาสนาที่ลัทธิลังกาวงศ์แล้ว จึงสร้างพระบรมธาตุเจดีย์ขึ้นบริเวณหาดทรายแก้วทางตอนเหนือของเมือง ต่อจากนั้นได้ย้ายที่ตั้งเมืองตามขึ้นไปด้วย ทั้งหลักฐานทางโบราณวัตถุและหลักฐานเอกสารทางประวัติศาสตร์ เป็นการยืนยันว่าอาณาจักรตามพรลิงค์ หรือเมืองนครศรีธรรมราชในอดีต ได้ย้ายเมืองหลวงมาตั้งใหม่ที่เมืองพระเวียง ลักษณะผังเมืองและการปกครองบ้านเมืองก็เป็นไปตามคำแนะนำของพราหมณ์ คือ มีกำแพงเมือง มีคูเมือง มีวังหลวง มีพระมหากษัตริย์ในฐานะสมมติเทวราชปกครอง ปรากฏพระนามกษัตริย์ว่า “ศรีธรรมโศกราช” และ “จันทรภาณุศรีธรรมโศกราช” ชื่อเมืองตามพรลิงค์ก็เปลี่ยนไปเป็น “ศรีธรรมราช และคำว่าตามพรลิงค์ค่อยๆ หายไปในที่สุด เมืองศรีธรรมราชมีการติดต่อสัมพันธ์กับราชวงศ์ต่างๆ มนลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา ยอมรับนับถือพระพุทธศาสนา รวบรวมหัวเมืองต่างๆ บนคาบสมุทรมลายูไว้ในอำนาจ ซึ่งเรียกว่า “เมืองสิบสองนักษัตร” ได้สร้างพระบรมธาตุเจดีย์ขึ้นที่บริเวณหาดทรายแก้ว ตามหลักฐานमुखในเพลงกล่อมเด็กข้างต้น และติดต่อสัมพันธ์กับจีน อินเดีย ลังกา และชวามาก่อน เมืองพระเวียงล่มสลาย เพราะเกิดโรคห่าระบาด

(3) เมืองนครศรีธรรมราช หรือบางแห่งเรียก “เมืองนครดอนพระ” เพราะตั้งอยู่บนเนินสันทรายเป็นที่ดอน และมีพระบรมธาตุเจดีย์ประดิษฐานอยู่ ศูนย์กลางของเมืองตั้งอยู่ที่บริเวณศาลากลางจังหวัดปัจจุบัน ห่างจากเมืองพระเวียงประมาณ 700 เมตรเท่านั้น

ในสมัยตอนปลายพุทธศตวรรษที่ 19 ต่อตอนต้นพุทธศตวรรษที่ 20 ดินแดนต่างๆ ในคาบสมุทรมลายู อาจจะเป็นเพราะว่าการค้าระหว่างประเทศร่วงโรยลง ทางตอนเหนือมีรัฐสุโขทัยที่รุ่งโรจน์อยู่ในระยะเวลาอันสั้น ในขณะที่เดียวกันก็มีรัฐอโยธยารุ่งเรืองขึ้นมาและมีความสัมพันธ์กับนครศรีธรรมราช ตั้งแต่ต้น เมื่อทราบว่าเมืองนครศรีธรรมราชร้างไร้ผู้ปกครองก็อพยพคนลงมาอยู่ และในสมัยสมเด็จพระบรมไตรโลกนาถ (พ.ศ. 1991-2031) ได้ส่งพระพนมวังลงมาฟื้นฟูบ้านเมืองปักษ์ใต้ ยกเมืองนครศรีธรรมราชเป็นเมืองเอกคุมหัวเมืองทั้งหลาย ที่เคยเป็นเมืองในปกครองของนครศรีธรรมราชทั้งหมด พระพนมวังเลือกทำเลที่ตั้งเมืองใหม่ ตั้งอยู่ใกล้เคียงกับเมืองพระเวียง

จากหลักฐานเอกสารทางประวัติศาสตร์ที่กล่าวถึง ได้ทราบว่า เมืองนครศรีธรรมราชในต้นพุทธศตวรรษที่ 20 เริ่มขึ้นมาใหม่อีกครั้ง พร้อมๆ กับการร่วงโรยเสื่อมสลายของกรุงสุโขทัย โดยได้รับการสนับสนุนจากกรุงศรีอยุธยา ผู้สร้างเมืองใหม่ชื่อ “พระพนมวัง” และได้บูรณะพระบรมธาตุเจดีย์ที่ชำรุดทรุดโทรม ตามสถาปัตยกรรมแบบลังกา พระพนมวังมีอิสริยยศเป็น “พระเจ้าศรีธรรมโศก” ชื่อเมืองตามพรลิงค์ไม่ปรากฏในเอกสารทั้งของชนชาติไทยและต่างชาติในยุคนี้ (ถนอม พูนวงศ์. 2550 : 21-30)

2.5.1.3.2 อาณาจักรศรีวิชัย ได้มีนักวิชาการตั้งคนไทยและต่างชาติได้กล่าวถึงความเป็นมาของอาณาจักรศรีวิชัยไว้หลายท่าน ดังนี้

จากศาสตราจารย์ยอร์จ เซเดส์ (Georges Coedes) ได้บัญญัติคำว่า “ศรีวิชัย” ขึ้นใน พ.ศ. 2461 จากการอ่านศิลาจารึกหลักที่ 23 ทำให้ให้นักประวัติศาสตร์และนักโบราณคดีเกือบทั่วโลกให้ความสนใจต่อความสนใจต่อความเป็น “ศรีวิชัย” และศูนย์กลางการปกครองของ “อาณาจักรศรีวิชัย” นักประวัติศาสตร์และนักโบราณคดีหลายท่านเห็นด้วยกับข้อสันนิษฐานของศาสตราจารย์ยอร์จ เซเดส์ แต่มีนักปราชญ์อีกหลายท่านเช่นกันไม่เห็นด้วยและมีเสียงค้าน ดังนี้

อาร์. ซี. มาซุมดาร์ มีความเห็นว่า ระยะเวลาแรกศูนย์กลางของอาณาจักรศรีวิชัยอยู่บนเกาะชวาต่อมา ย้ายไปยังนครศรีธรรมราช อันเป็นสถานที่พบจารึกหลักที่ 23

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ดร. ควอริทซ์ เวลส์ มีความเห็นว่า ศูนย์กลางของอาณาจักรศรีวิชัยควรจะต้องอยู่ที่เมืองไชยาโบราณ จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ศาสตราจารย์ หม่อมเจ้าจันทร์จิรายุ รัชนี้ ทรงเชื่อว่าศูนย์กลางของศรีวิชัยควรอยู่ที่เมืองโบราณไชยาจังหวัดสุราษฎร์ธานี (และหรือมีขอบเขตถึงบริเวณอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช)

รองศาสตราจารย์ ดร.สืบแสง พรหมบุญ แสดงความคิดเห็นว่า ศรีวิชัยน่าจะมีลักษณะเป็น “สหพันธรัฐ” มากกว่าเป็นอาณาจักร คำว่า “ศรีวิชัยนทรราชา” ใจจารึกหลักที่ 23 น่าจะเป็นสมัญญานามมากกว่าชื่ออาณาจักรหรือเจ้าแห่งศรีวิชัย เพราะกษัตริย์แคว้นต่างๆ พยายามแย่งชิงกันเป็น “พระเจ้าศรีวิชัย”

รองศาสตราจารย์ศรีศักร วัลลิโภดม เสนอความคิดเห็นในเรื่องลักษณะทางศิลปวัฒนธรรมแบบที่เรียกว่า ศรีวิชัย ว่ามีความสัมพันธ์กับศิลปวัฒนธรรมบนเกาะชวามากกว่าที่อื่น เพราะในด้านศิลปวัฒนธรรมแล้ว กลุ่มบ้านเมืองบนเกาะชวาเป็นพื้นที่สำคัญของ “สหพันธรัฐศรีวิชัย” แต่ว่าฐานทางการค้าและการเมืองไม่ได้ตั้งอยู่บนเกาะชวา กลับไปตั้งอยู่ที่ชายฝั่งด้านตะวันตกของคาบสมุทรมลายู เพราะทั้งสองแห่งนี้ใกล้กับช่องแคบมะละกา

สุจิตต์ วงษ์เทศ มีความเห็นคล้ายกับรองศาสตราจารย์ ดร.สืบแสง พรหมบุญและความคิดเห็นบางส่วนที่เกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรม คล้ายกับรองศาสตราจารย์ศรีศักร วัลลิโภดม สรุปว่า

“ศรีวิชัย” ไม่ใช่ชื่ออาณาจักรที่มีศูนย์กลางของอำนาจ ในการควบคุมเศรษฐกิจและการเมืองอยู่ในเมืองใดเมืองหนึ่งแต่เพียงเมืองเดียว แต่ศรีวิชัยเป็นชื่อกว้างๆ ทางศิลปะและวัฒนธรรมของกลุ่มบ้านเมือง หรือแคว้นแคว้น หรือรัฐน้อยใหญ่ ที่มีวัฒนธรรมบางทางศิลปกรรมที่เรียกกันว่า “ศิลปกรรมแบบศรีวิชัย” ถ้าหากกลุ่มบ้านเมือง หรือแคว้นแคว้น หรือรัฐน้อยใหญ่ ที่มีรูปแบบทางศิลปะและวัฒนธรรมร่วมกันในชื่อศรีวิชัยนี้ จะมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกันทางเศรษฐกิจการเมืองและสังคมแล้ว กลุ่มบ้านเมืองหรือแคว้นแคว้น หรือรัฐน้อยใหญ่เหล่านี้ไม่ว่าจะตั้งอยู่บนคาบสมุทรมลายูหรือหมู่เกาะแห่งใดแห่งหนึ่งก็ตาม ต่างจะมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกันในลักษณะที่เรียกกันในสมัยหลังๆ ว่า “สหพันธรัฐ” หรือ “สหพันธรัฐ” ซึ่งมีศูนย์กลางของอำนาจเปลี่ยนแปลงไปตามความผันแปรทางเศรษฐกิจการเมืองแต่ละยุคแต่ละสมัย (ถนอม พูนวงศ์. 2550 : 38-40)

2.5.1.4 เมืองนครศรีธรรมราช สมัยกรุงสุโขทัย

ก่อนที่ราชวงศ์พระร่วงจะสถาปนาอาณาจักรสุโขทัยในปลายพุทธศตวรรษที่ 18 นั้น อาณาจักรนครศรีธรรมราชได้มีอำนาจในแหลมมลายูแล้ว โดยเรียกชื่อว่า อาณาจักร”ตามพริลด์” มีเมืองขึ้นถึง 12 เมือง มีอาณาเขตตั้งแต่ชุมพรไปถึงลายแหลมมลายูเรียกว่า “เมือง 12 นักษัตร” โดยกำหนดให้แต่ละเมืองถือดวงตรา 12 นักษัตร เป็นตราประจำเมือง

ความสัมพันธ์ระหว่างอาณาจักรอโยธยาและอาณาจักรสุโขทัยกับอาณาจักรนครศรีธรรมราช

2.5.1.4.1 ความสัมพันธ์กับอาณาจักรอโยธยา ประมาณปี พ.ศ. 1722-1723 ตามตำนานพระธาตุเมืองนครศรีธรรมราชว่า พระเจ้าศรีธรรมมาโคกราช ได้มีสารตราไปยังเมืองขึ้นทั้ง 12 เมือง ให้ไปร่วมฉลองพระบรมธาตุเจดีย์ ที่ทรงสร้างเสร็จใหม่ๆ ความทราบถึงพระเจ้า “พิไชยเทพเชียงภาว” ผู้ครองเมืองอุทอง เป็นพระราชบิดาของสมเด็จพระรามาธิบดีที่ 1 จึงทรงฉวยโอกาสยกทัพมาถึงแม่น้ำสายหนึ่งบางตะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พระเจ้าศรีธรรมมาโคกราชทรงยกทัพมายับยั้ง การสู้รบทำให้ไพร่พลทั้งสองฝ่ายล้มตายเป็นอันมาก พระเจ้าศรีธรรมมาโคกราทรงรักความสงบและมั่นคงในพระพุทธศาสนา ทรงสลดพระราชหฤทัยมากจึงขอเจรจาสงบศึก ทั้ง 2 อาณาจักรได้เป็นไมตรีต่อกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กษัตริย์ทั้ง 2 พระองค์ทรงหลั่งน้ำทักษิโณทกอธิษฐานเป็นพระญาติวงศ์กันสืบไป ตามตำนานพระธาตุเมืองนครศรีธรรมราช

2.5.1.4.2 ความสัมพันธ์กับอาณาจักรสุโขทัย หลังจากอาณาจักรสุโขทัยได้สถาปนาขึ้นประมาณ พ.ศ. 1762 แล้ว และได้ขยายอาณาเขตออกไปมีอำนาจเหนืออาณาจักรอยุธยาทั้งหมด อาณาจักรสุโขทัยอ้างสิทธิของอาณาจักรอยุธยาที่เคยมีอำนาจเหนืออาณาจักรนครศรีธรรมราช ถือว่าอาณาจักรนครศรีธรรมราชอยู่ภายใต้อาณาจักรสุโขทัยด้วย จากการที่อาณาจักรสุโขทัยขยายอำนาจลงไปถึงเมืองนครศรีธรรมราช ทำให้เกิดความสัมพันธ์ทางด้านดารเสกสมรส การศาสนา และการค้าขาย (ถนอม พูนวงศ์. 2550 : 43-44)

2.5.1.5 เมืองนครศรีธรรมราช สมัยกรุงศรีอยุธยา

2.5.1.5.1 ในปี พ.ศ. 1893 พระเจ้าอู่ทองได้สร้างราชธานีขึ้นที่ริมหนองโสน ตำบลเวียงเหล็ก แล้วพระราชทานนามว่า “กรุงศรีอยุธยา” ทรงประกาศอิสรภาพ ไม่ขึ้นต่อกรุงสุโขทัยและสถาปนาตนเป็นปฐมกษัตริย์ ทรงพระนามว่าพระรามาธิบดีที่ 1 (พระเจ้าอู่ทอง) มีกษัตริย์ปกครองตามลำดับ

ในสมัยของสมเด็จพระนเรศวรมหาราช (พ.ศ. 1952-1967) ทางเมืองหลวงเห็นว่าเมืองนครศรีธรรมราชเคยเป็นเมืองท่าที่สำคัญตั้งแต่สมัยโบราณมาเป็นศูนย์กลางการค้าการปกครองของภาคใต้ทั้งหมด มีทั้งเส้นทางเรือเส้นทางบกสามารถติดต่อไปมาได้ระหว่างทะเลอันดามันกับทะเลจีนใต้ บริเวณอ่าวไทย และบริเวณเมืองตรังและเมืองสงขลาได้ ดังนั้นเพื่อเป็นการขยายอำนาจทางเศรษฐกิจการค้า การเมืองการปกครองบนคาบสมุทรมาเลย์จำเป็นต้องฟื้นฟูและควบคุมเมืองนครศรีธรรมราชอย่างเร่งด่วน

2.5.1.5.2 ก่อนรัชสมัยสมเด็จพระบรมไตรโลกนาถ เมืองนครศรีธรรมราชเป็นเมืองขึ้นของกรุงศรีอยุธยาแล้ว “เจ้าอ้ายพระยา” (โอรสพระองค์พี่ของท้าวอู่ทอง) ได้ครองเมืองนครศรีธรรมราชในช่วงหนึ่ง หลังจากสมเด็จพระนเรศวรมหาราชสวรรคตแล้วเจ้าอ้ายพระยากับเจ้ายี่พระยา(โอรสพระองค์ที่สองของท้าวอู่ทอง)ยกทับบมาแย่งราชสมบัติกัน ทั้งสองพระองค์ทรงชนช้างกันต้องพระแสงของ้าวพระศอขาดพร้อมกัน ในที่สุดสมเด็จพระบรมราชาที่ 2 (เจ้าสามพระยา โอรสพระองค์สามของท้าวอู่ทอง) พ.ศ. 1967-1991 ได้ราชสมบัติ

2.5.1.5.3 ในรัชสมัยสมเด็จพระบรมไตรโลกนาถ (พ.ศ. 1991-2031) เมืองนครศรีธรรมราชเป็นหัวเมืองเอกขึ้นต่อกรุงศรีอยุธยา แต่ไม่ได้มีอำนาจเหนือดินแดนมาเลย์ตั้งแต่ก่อน กรุงศรีอยุธยาลดฐานะเมืองนครศรีธรรมราชจากเมืองพระยามหานครลงมาเป็นเพียงหัวเมืองชั้นเอก และส่งข้าหลวงจากส่วนกลางมาเป็นเจ้าเมือง ได้ขยายอิทธิพลลงมาทางภาคใต้และควบคุมสมุทรภาคใต้ไว้ทั้งหมด

2.5.1.5.4 ในรัชสมัยสมเด็จพระมหาจักรพรรดิ (พ.ศ. 2089-2111) หลังจากขึ้นครองราชย์สมบัติแล้ว ทรงโปรดให้ขุนพิเรนทรเทพ เป็นสมเด็จพระมหาธรรมราชาธิราช และราชทานพระราชธิดา พระวิสุทธิกษัตริย์ให้เป็นอัครมเหสีไปครองเมืองพิษณุโลก ทรงโปรดให้ “ขุนอินทรเทพ” เป็นเจ้าพญาศรีธรรมมาโคกราชและพระราชทานพระธิดาอันเกิดจากพระสนมไปครองเมืองนครศรีธรรมราช

2.5.1.5.5 ในสมัยสมเด็จพระนเรศวรมหาราช (พ.ศ. 2133-2148) โจรสลัดซึ่งเคยเข้าปล้นหัวเมืองชายฝั่งทะเลภาคใต้ของไทยมาตั้งแต่ พ.ศ. 1919-2171 “พระยารามราชท้ายน้ำ” ลงไปเป็นเจ้าเมือง ในปี พ.ศ. 2144 และได้ทำการปราบโจรสลัดอย่างได้ผล แต่แล้วในปี พ.ศ. 2171 โจรสลัดเข้าปล้นเมืองอีกและเผาบ้านเรือนชุมชน ตลอดถึงวัดโพธิ์เสียหายอย่างหนัก กว่าจะปราบได้สำเร็จ เมืองนครศรีธรรมราชก็บ้นบืดไปหมดแล้ว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในรัชกาลนี้พ่อค้าชาวตะวันตก เริ่มเข้ามาติดต่อกับค้าขายกับไทย เมืองนครศรีธรรมราชดำรงความเป็นศูนย์กลางการค้าและความเป็นเมืองท่าไว้ได้ และกลับฟื้นตัวอย่างรวดเร็ว

2.5.1.5.6 ในรัชสมัยสมเด็จพระเอกาทศรถ (พ.ศ. 2148-2363) ฮอลันดาเข้ามาตั้งห้างทำการค้าที่เมืองนครศรีธรรมราชและเมืองปัตตานี ในปี พ.ศ. 2164 เนื่องจากผลประโยชน์ทางการค้าไม่ลงตัวทำให้เกิดปัญหาต่างๆ ตามมา ส่วนในกรุงศรีอยุธยาเกิดจลาจลและเปลี่ยนรัชกาล ในขณะที่บ้านเมืองระส่ำระสาย หัวเมืองต่างๆ แยกตัวเป็นอิสระ ปัตตานียกกองทัพทหารเข้าโจมตีหัวเมืองทางปักษ์ใต้ ในปี พ.ศ. 2172 ตะโตะ โมกอลล์ เป็นกบฏแยกเมืองสงขลาเป็นอิสระ ใน พ.ศ. 2185 เจ้าเมืองนครศรีธรรมราชต้องทำการปราบปรามติดพันกับการรบอยู่หลายปี

2.5.1.5.7 ในรัชสมัยสมเด็จพระอาทิตย์วงศ์ (พ.ศ. 2173 ครองราชย์ได้ 36 วัน) กษัตริย์ผู้ทรงพระเยาว์มีพระชนมายุได้เพียง 9 พรรษา เจ้าพระยากลาโหมสุริยวงศ์ผู้สำเร็จราชการแผ่นดินคิดจะแย่งราชสมบัติ จึงออกอุบายหาวิธีกำจัดบุคคลที่จะขัดขวางความเป็นใหญ่ของตนเสีย เจ้าพระยากลาโหมสุริยวงศ์จึงเพ็ดทูลว่า เมืองนครศรีธรรมราชเป็นกบฏ ให้ถอดเสียให้แต่งตั้งออกญาเสนาภิมุข (ยามาดา นางามาซา) ลงไปเป็นเจ้าเมืองแทน และให้พาพวกญี่ปุ่นไปให้หมด ออกญาเสนาภิมุขเข้าใจทันทีว่าจะเกิดอะไรขึ้นในเมืองหลวง ตนจึงตัดสินใจไปเมืองนครศรีธรรมราชครั้งถึงเมืองนครศรีธรรมราชได้รับการต่อต้านและก่อให้เกิดปัญหาขัดแย้งกับเจ้าเมืองและกรมการเมืองเดิมอย่างรุนแรง ในที่สุดก็ต้องปราบหัวเมืองคนสำคัญได้ราบคาบ แต่ควบคุมตัวเจ้าเมืองเก่าไว้เป็นที่ปรึกษา และจึงรายงานเข้าไปยังเมืองหลวง โดยที่ไม่ทราบว่าเป็นกบฏ เจ้าพระยากลาโหมสุริยวงศ์ขึ้นเป็นกษัตริย์ ทรงพระนามว่าสมเด็จพระเจ้าปราสาททอง สมเด็จพระเจ้าปราสาททองสร้างทำเป็นทรงยินดีพระราชทานข้าวของเงินทองให้พร้อมพระราชทานสาวงามคนหนึ่งชื่อ “จันทรา” ให้เป็นภรรยาแต่หาได้เขยชมไม่ เพราะออกญาเสนาภิมุข ถึงแก่อนิจกรรมเสียก่อน เมื่อ พ.ศ. 2176 อายุได้เพียง 40 ปีเท่านั้น

2.5.1.5.8 ในรัชสมัยสมเด็จพระเจ้าปราสาททอง (พ.ศ. 2173-2198) เจ้าเมืองนครศรีธรรมราช (คนเก่า) ต้องปราบปรามชาวญี่ปุ่นที่ลุกฮือขึ้นก่อนการจลาจล เพราะบุตรชายของออกญาเสนาภิมุข นำพวกญี่ปุ่นเข้ายึดเมืองตั้งตนเป็นเจ้าเมืองแทนบิดา การสู้รบทำให้ผู้คนล้มตายเป็นอันมากทั้งไทยและญี่ปุ่น ในที่สุดญี่ปุ่นเป็นฝ่ายพ่ายแพ้ พวกญี่ปุ่นออกไปแล้ว เจ้าเมืองคนเก่าก็เป็นกบฏประกาศตนเป็นอิสระ ไม่ขึ้นต่อกรุงศรีอยุธยา

กรุงศรีอยุธยาจึงแต่งตั้งเจ้าเมืองนครศรีธรรมราชคนใหม่ พร้องส่งกำลังทหารมาปราบปรามเมืองนครศรีธรรมราชอย่างหนัก ในที่สุดจับตัวพวกกบฏได้ ในปี พ.ศ. 2177 เมืองปัตตานีเป็นกบฏอีก กรุงศรีอยุธยาให้เจ้าเมืองนครศรีธรรมราชยกพลลงไปปราบแต่ไม่สำเร็จ ในปี พ.ศ. 2185 เมื่อสงขลาเป็นกบฏ นครศรีธรรมราชก็ปราบไม่ได้ เมืองสงขลาบุกเข้ายึดเมืองนครศรีธรรมราชไว้ได้ชั่วคราว กับทั้งยึดเมืองพัทลุง เมืองปัตตานี และเมืองไทรบุรีเข้าเป็นพันธมิตร กรุงศรีอยุธยาสามารถถึงนครศรีธรรมราชหลุดออกจากอำนาจเมืองสงขลาได้ แต่ไม่สามารถยึดเมืองสงขลาและเมืองปัตตานีได้ เมืองสงขลาและเมืองปัตตานีเป็นอิสระตลอดรัชสมัยสมเด็จพระเจ้าปราสาททอง

2.5.1.5.9 ในรัชสมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราช (พ.ศ. 2199-2231) ทรงโปรดเกล้าฯ ให้พระยารามเดโชลงมาเป็นเจ้าเมืองนครศรีธรรมราช และปราบปรามเมืองสงขลาปราบคาบในปี พ.ศ. 2223 บ้านเมืองก็เจริญรุ่งเรืองเป็นศูนย์กลางการค้าการปกครองเหมือนเดิม

2.5.1.5.10 ในสมัยสมเด็จพระเพทราชา (พ.ศ. 2231-2246) พระยารามเดโชไม่เข้าร่วมพระราชพิธีถือน้ำพระพิพัฒน์สัตยา เมืองหลวงได้ส่งกองทัพมาปราบปราม สมเด็จพระเพทราชาจัดการปกครองเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมืองนครศรีธรรมราชเสียใหม่ โดยนำ “วิธีการกัลปนาวัต” กลับมาใช้ให้อำนาจแก่พระสงฆ์ควบคุมชุมชน ทำให้เมืองนครศรีธรรมราชตกต่ำและอ่อนแอลงมาก

2.5.1.5.11 ในรัชสมัยสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวบรมโกศ (พ.ศ. 2275-2301) กรุงศรีอยุธยาได้แต่งตั้งพระยาไชยธิเบศร์เป็นเจ้าพระยานครศรีธรรมราช ในปี พ.ศ. 2285 ในยุคนี้อำนาจเมืองเป็นปกติสุข ในรัชกาลนี้ พระเจ้ากิตติราชาสิงหะ กษัตริย์แห่งลังกา ได้ส่งทูตมาขอสมณวงศ์จากกรุงศรีอยุธยาไปประดิษฐานในลังกา สมเด็จพระเจ้าอยู่หัวบรมโกศจึงทรงโปรดเกล้าฯ ให้นิมนต์ “พระอุบาลี” แห่งวัดธรรมาราม ไปประดิษฐานพระพุทธศาสนาในลังกา คณะทูต พร้อมด้วยคณะสงฆ์สยามเดินทางไปกลับลังกาผ่านเมืองนครศรีธรรมราชเรือได้อับปางลงหน้าเมืองนครศรีธรรมราช พระยาไชยธิเบศร์เจ้าเมืองนครศรีธรรมราชให้ความอุปการะอุปถัมภ์อย่างดียิ่ง แล้วจึงเดินทางไปลังกาโดยสวัสดิภาพ

2.5.1.5.12 ในรัชสมัยสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวพระที่นั่งสุริยาสน์อมรินทร์ (พ.ศ. 2301-2310) กรุงศรีอยุธยาได้แต่งตั้ง “พระยาราชสุภาวดี” เป็นเจ้าเมืองนครศรีธรรมราช ตั้งหลวงสิทธิ์นายเวรมหาตเล็ก (หนู) เป็นปลัดเมือง จนเสียกรุงศรีอยุธยา ในปี พ.ศ. 2310 พระปลัด (หนู) จึงตั้งตัวเป็น เจ้าเมืองนครศรีธรรมราช มีอำนาจปกครองหัวเมืองต่างๆ ในภาคใต้ ตั้งแต่เมืองชุมพรมาถึงเมืองปัตตานีและเมืองไทรบุรี (ถนอม พูนวงศ์. 2550 : 48-53)

2.5.1.6 เมืองนครศรีธรรมราช สมัยกรุงธนบุรี

เมื่อเสียกรุงศรีอยุธยา ประเทศบ้านเมืองระส่ำระสาย ผู้คนแตกฉานชานเซ็นหนีพม่าไปคนละทิศละทาง หัวเมืองต่างๆ ทั่วทุกภาคใต้ตั้งตนเป็นอิสระรวบรวมกำลังผู้คนเพื่อต่อสู้กับศัตรู เจ้าเมืองประกาศตน เป็นเจ้า ไม่ขึ้นต่อผู้ใด ภายหลังเรียกกันว่า “ชุมนุม” มีทั้งหมด 5 ชุมชน ชุมชนเจ้าตาก ชุมชนเจ้านคร ชุมชนเจ้าพิมาย ชุมชนเจ้าพระฝาง ชุมชนเจ้าพระยาพิชัยโลก ชุมชนเจ้าตาก หัวหน้าชุมนุม คือ พระยาตาก ชื่อเดิมว่า สีน เคยรับราชการเป็นมหาตเล็กตั้งแต่รัชกาลสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวบรมโกศ และรับราชการมีความดีความชอบเรื่อยมา จนได้เป็นเจ้าเมืองตากเป็น “พระยาตาก” ก่อนกรุงแตกเล็กน้อย ได้รวบรวมนายทหารฝีมือดีได้ประมาณ 500 คน ตีฝางล้อมพม่าไปตั้งหลักที่เมืองจันทบุรี รวบรวมคนได้ประมาณ 5000 คน จับนาย “ทองอิน” แม่ทัพพม่าผู้รักษาเมืองธนบุรีประหารชีวิต เดินทัพต่อไปปะทะกับทัพใหญ่ของพม่าที่ค่ายโพธิ์สามต้น จับ “สุกี้” แม่ทัพพม่าประหารชีวิต ขับไล่ทหารพม่าหนีตายรอดออกไปได้เพียงไม่กี่คน อีสรรภาพของชาติไทยที่ถูกพม่าแย่งชิงเอาไปก็ได้อีกกลับมา และได้สถาปนากรุงธนบุรีเป็นราชธานี ประชาชนพร้อมใจกันอัญเชิญขึ้นครองราชย์ ทรงพระนามว่า “สมเด็จพระเจ้ากรุงธนบุรี” หลังจากนั้นก็รวบรวมหัวเมืองต่างๆ เข้าเป็นอาณาจักรเดียวกัน สมเด็จพระเจ้ากรุงธนบุรี เสร็จยกทัพบุกเข้าโจมตีเมืองนครศรีธรรมราชแตก เจ้าเมืองนครศรีธรรมราช (หนู) พร้อมด้วยเจ้าพัฒนบุตรเขยหนีไปเมืองสงขลา หลวงสงขลา (วิเชียร) พาหนีต่อไปอยู่เมืองปัตตานี สมเด็จพระเจ้ากรุงธนบุรีเสด็จตามไป พระยาตานีศรีสุลต่านส่งมอบเจ้าเมืองนครศรีธรรมราชพร้อมด้วยคณะถวายสมเด็จพระเจ้ากรุงธนบุรีแต่โดยดี สมเด็จพระเจ้ากรุงธนบุรีทรงแต่งตั้งพระเจ้าหลานเธอ เจ้านราสูริยวงศ์ เป็นเจ้าเมืองนครศรีธรรมราช ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2312 จนถึงแก่พิราลัย ในปี พ.ศ. 2319 จึงทรงแต่งตั้งเจ้าเมืองนครศรีธรรมราช (หนู) ครองเมืองนครศรีธรรมราชตั้งแต่ปี พ.ศ. 2319 และถูกปลดออกจากตำแหน่ง ในปี พ.ศ. 2327 สมัยกรุงรัตนโกสินทร์ตอนต้น และเข้าไปรับราชการในกรุงเทพฯ เป็นเวลา 2 ปี และถึงแก่พิราลัย หลังจากนั้น (ถนอม พูนวงศ์. 2550 : 54-56)

2.5.1.7 เมืองนครศรีธรรมราช สมัยกรุงรัตนโกสินทร์

2.5.1.7.1 หลังจากพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช ทรงสถาปนากรุงเทพฯ เป็นราชธานีและเสด็จขึ้นครองราชย์ได้จัดระเบียบในพระนครเรียบร้อยแล้วทรงมีนโยบายที่จะไม่ว่ากรณใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เปลี่ยนแปลงฐานะเมืองนครศรีธรรมราชเสียใหม่ ลดฐานะเมืองลงมาเป็นเพียงหัวเมืองชั้นเอก ลดฐานะเสนาบดีลงมาเป็นเพียงกรมการเมือง และโปรดให้เชิญตัวพระเจ้าานครศรีธรรมราช (หนู) เข้ารับราชการในกรุงเทพฯ ทรงโปรดเกล้าฯ ให้ “เจ้าพัฒน์” ปลัดเมืองเจ้าพระยานครศรีธรรมราชปกครองบ้านเมืองต่อไป

2.5.1.7.2 ในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย (พ.ศ. 2352-2367) เจ้าพระยานครศรีธรรมราช (พัฒน์) กราบบังคมทูลลาออกจากตำแหน่ง จึงทรงแต่งตั้งพระบริรักษ์ภูเบศร์ (น้อย) เป็นพระยานครศรีธรรมราช

2.5.1.7.3 ในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว (พ.ศ. 2367-2394) หลังเจ้าพระยานครศรีธรรมราช (น้อย) ถึงแก่อสัญกรรมในปี พ.ศ. 2382 ทรงแต่งตั้งพระเสน่หามนตรี (น้อยกลาง) บุตรของเจ้าพระยานครศรีธรรมราช (น้อย) เป็นพระยานครศรีธรรมราชแทนบิดา

2.5.1.7.4 หลังจากเจ้าพระยานครศรีธรรมราช (น้อยกลาง) ถึงแก่อสัญกรรมในปี พ.ศ. 2410 บุตรคนโต คือพระเสน่หามนตรี (หนูพร้อม) ก็ได้รับตำแหน่งเป็น พระยานครศรีธรรมราช และต่อมาได้เลื่อนเป็น เจ้าพระยาสุธรรมมนตรี และเป็นเจ้าเมืองนครศรีธรรมราชคนสุดท้าย

ในปี พ.ศ. 2480-2482 มีการเปลี่ยนแปลงการปกครองจากระบอบสมบูรณาญาสิทธิราชย์มาเป็นระบอบประชาธิปไตย มีพระมหากษัตริย์เป็นประมุข และเปลี่ยนชื่อประเทศสยามเป็นประเทศไทย รัฐบาลได้ประกาศยุบเลิกมณฑลต่างๆ แล้วแบ่งการปกครองออกเป็น จังหวัด อำเภอ หมู่บ้าน ตำบล เมืองนครศรีธรรมราชก็กลายเป็นจังหวัดนครศรีธรรมราชตั้งแต่นั้นมา (ถนอม พูนวงศ์. 2550 : 56-60)

2.5.2 ที่ตั้ง อาณาเขต ลักษณะภูมิประเทศ

สัญลักษณ์จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นรูปพระบรมธาตุเจดีย์มีรูปสัตว์ ตามปี่นักษัตร ล้อมรอบ หมายถึง เมือง 12 นักษัตร จากตำนานเมืองนครศรีธรรมราชในช่วงพุทธศตวรรษที่ 17-18 มีทั้งหมด 12 เมือง

ความหมายจังหวัด นครอันงามสง่า แห่งพระราชผู้ทรงธรรม

ใช้อักษรย่อจังหวัด นคร.

ดอกไม้ประจำจังหวัด ดอกราชพฤกษ์

ต้นไม้ประจำจังหวัด ชื่อ ต้นแซะ

นกประจำจังหวัด ชื่อ นกกินปลีหางยาวเขียว (Green-tailed Sunbird)

วิสัยทัศน์นครศรีธรรมราช “นครศรีธรรมราช เมืองศูนย์กลางแห่งการเรียนรู้ เมืองเกษตรและท่องเที่ยวที่น่าอยู่ สู่สังคมพัฒนาที่ยั่งยืน”

คำขวัญประจำเมืองนครศรีธรรมราช

เราชาวนครฯ อยู่เมืองพระ มั่นอยู่ในสัจจะ ศีลธรรม กอปรกรรมดี มีมานะ พากเพียร ไม่เบียดเบียน ทำอันตรายผู้ใด

คำขวัญการท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช

“เมืองประวัติศาสตร์ พระธาตุทองคำ ชื่นฉ่ำธรรมชาติ แร่ธาตุดุดม เครื่องถมสามกษัตริย์ มากวัดมากศิลป์ ครบสิ้นกุ้งปู”

ที่ตั้ง จังหวัดนครศรีธรรมราช ตั้งอยู่ทางตอนกลางของภาคใต้ ประมาณละติจูดที่ 9 องศาเหนือ และลองติจูด 100 องศาตะวันออก ระยะห่างจากกรุงเทพมหานครประมาณ 780 มีเนื้อที่ประมาณ 9,942.502 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 6,214,064 ไร่ มีพื้นที่มากเป็นอันดับที่ 16 ของประเทศ หรือประมาณร้อยละ 1.98 ของพื้นที่ทั้งประเทศ ทางด้านทิศตะวันตกเป็นที่ราบสูง มีภูเขาและป่าใหญ่

ไม่วางกรรมใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ซึ่ง ลาดต่ำไปทางทิศตะวันออกจนเป็นที่ราบจดชายฝั่งอ่าวไทย แบ่งการปกครอง ออกเป็น 23 อำเภอ 165 ตำบล 1,551 หมู่บ้าน มีแม่น้ำสำคัญ 4 สาย คือ แม่น้ำตาปี แม่น้ำปากพนัง แม่น้ำปากพูน และ แม่น้ำนครศรีธรรมราช

อาณาเขต

ทิศเหนือ จดกับจังหวัดสุราษฎร์ธานี และอ่าวไทย

ทิศใต้ จดกับจังหวัดพัทลุง และสงขลา

ทิศตะวันออก จดกับชายฝั่งทะเลอ่าวไทย

ทิศตะวันตก จดกับจังหวัดตรังและกระบี่

ลักษณะภูมิประเทศ ลักษณะภูมิประเทศของจังหวัดนครศรีธรรมราช แตกต่างไปตามลักษณะของเทือกเขานครศรีธรรมราช ซึ่งเป็นเทือกเขาที่มีความยาวตามคาบสมุทร เป็นผลให้ลักษณะภูมิประเทศของจังหวัดนครศรีธรรมราชแบ่งได้เป็น 3 ส่วน คือ

1. บริเวณเทือกเขาตอนกลาง ได้แก่ บริเวณเทือกเขานครศรีธรรมราช มีอาณาเขตตั้งแต่ตอนเหนือของจังหวัดลงไปถึงตอนใต้สุด บริเวณพื้นที่ของอำเภอที่อยู่ในเขตเทือกเขาตอนกลาง ได้แก่ อำเภอเมือง สิชล ขนอม ท่าศาลา ลานสกา พรหมคีรี ร่อนพิบูลย์ อำเภอชะอวด จุฬาภรณ์ และพระพรหม ในเขตเทือกเขาที่มีเขาสูงสุดในจังหวัด คือ เขาหลวง ซึ่งสูงประมาณ 1,835 เมตร จากระดับน้ำทะเลปานกลาง

2. บริเวณที่ราบชายฝั่งด้านตะวันออก ได้แก่ บริเวณถัดจากเทือกเขาตอนกลางไปทางทิศตะวันออก ถึงฝั่งทะเลอ่าวไทยอาจแยกพิจารณาได้เป็น 2 ตอน คือ ตั้งแต่อำเภอเมืองนครศรีธรรมราชไปทางใต้ เป็นที่ราบที่มีความกว้างจากบริเวณเทือกเขาตอนกลาง ไปถึงชายฝั่งทะเลระยะทางประมาณ 94 กิโลเมตร มีแม่น้ำลำคลองที่มีต้นน้ำเกิดจากบริเวณเทือกเขาตอนกลาง ไหลลงสู่อ่าวไทยหลายสาย นับเป็นที่ราบซึ่งมีค่าทางเศรษฐกิจของจังหวัด อีกบริเวณ คือตั้งแต่อำเภอท่าศาลาไปทางเหนือ เป็นบริเวณชายฝั่งแคบๆ ไม่เกิน 15 กิโลเมตร อำเภอที่อยู่ในบริเวณที่ราบด้านนี้ คือ อำเภอขนอม อำเภอสิชล อำเภอท่าศาลา อำเภอเมืองนครศรีธรรมราช อำเภอปากพนัง อำเภอเชียรใหญ่ อำเภอหัวไทร และอำเภอชะอวด

3. บริเวณที่ราบด้านตะวันตก ได้แก่ บริเวณที่ราบระหว่างเทือกเขานครศรีธรรมราช และเทือกเขาบรรทัด ซึ่งมีลักษณะเป็นเนินเขาอยู่เป็นแห่งๆ อำเภอที่อยู่ในบริเวณนี้ คือ อำเภอพิปูน อำเภอทุ่งใหญ่ อำเภอฉวาง อำเภอบางขัน อำเภอฉ่ำพรรณรา อำเภอนาบอน และอำเภอทุ่งสง

ลักษณะภูมิอากาศ ลักษณะภูมิอากาศของนครศรีธรรมราช จากสภาพที่ตั้งใกล้เส้นศูนย์สูตรมีภูเขาและเป็นคาบสมุทรทั้งสองด้าน ด้านตะวันออกเป็นทะเลจีนใต้ มหาสมุทรแปซิฟิก ด้านตะวันตกเป็นทะเลอันดามันมหาสมุทรอินเดีย ทำให้นครศรีธรรมราช ได้รับอิทธิพลจากลมมรสุม จากทางฝั่งของมหาสมุทรอินเดียและพายุหมุนเขตร้อนจากทะเลจีนใต้สลับกัน ดังนี้

1. ลมมรสุม ได้รับอิทธิพลของลมมรสุม ดังนี้

1.1 ลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้พัดผ่านมหาสมุทรอินเดียและทะเลอันดามันเข้าสู่ประเทศไทยบริเวณชายฝั่งตะวันตก จึงมีฝนตกชุก สำหรับจังหวัดนครศรีธรรมราชนั้นเนื่องจากมีเทือกเขาทางตะวันตกและตอนกลางเป็นแนวกั้นทิศทางลม ทำให้ฝนตกไม่มากนัก อิทธิพลของลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้จะอยู่ในช่วงประมาณ เดือนพฤษภาคมถึงเดือนตุลาคม

1.2 ลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ พัดผ่านอ่าวไทยเข้าสู่ภาคใต้ ทำให้เกิดฝนตกชุก ในจังหวัด นครศรีธรรมราช เนื่องจากพื้นที่ส่วนใหญ่ของจังหวัดตั้งอยู่ในด้านรับลมของเทือกเขา อิทธิพล ของลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ จะทำให้ฝนตกมากในช่วงประมาณเดือนพฤศจิกายน - มกราคม

2. พายุหมุนเขตร้อน เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อลักษณะอากาศของจังหวัดนครศรีธรรมราช กล่าวคือพายุหมุนเขตร้อนเป็นระบบความกดอากาศต่ำที่มีขนาดเส้นผ่านศูนย์กลางไม่ต่ำกว่า 2 องศา ละติจูด ก่อตัวขึ้นเหนือผิวน้ำในเขตร้อนระหว่างละติจูด ประมาณ 5-20 องศาเหนือโดยไม่มีระบบ แนวปะทะ เข้ามาเกี่ยวข้องและมีการหมุนเวียนชัดเจน ในช่วงตั้งแต่กลางเดือนตุลาคมจนถึงสิ้นเดือน พฤศจิกายน มีโอกาสเสี่ยง ต่อการได้รับผลกระทบอย่างรุนแรงจากพายุหมุนเขตร้อนเพราะในช่วง ดังกล่าวพายุมีโอกาส ที่จะเคลื่อนเข้าสู่จังหวัดและก่อให้เกิดผลกระทบโดยตรงมากที่สุด

ลักษณะฤดูกาล จังหวัดนครศรีธรรมราช มี 2 ฤดู คือ

1. ฤดูร้อน อยู่ระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ - เมษายน มีอากาศร้อนตลอดฤดูกาล อุณหภูมิเฉลี่ย ใน รอบปี 2550 วัดได้ค่าเฉลี่ย 27.30 องศาเซลเซียส อุณหภูมิต่ำสุดวัดได้ 18.70 องศาเซลเซียส ในเดือนมีนาคม 2550 อุณหภูมิสูงสุด วัดได้ 37.00 องศาเซลเซียส ในเดือนสิงหาคม 2550 ความชื้น สัมพัทธ์ โดยเฉลี่ย 82.67%

2. ฤดูฝน แบ่งเป็น 2 ช่วง ได้แก่ จังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นจังหวัดที่มีฤดูฝนยาวนาน ในปี 2550 มีฝนตก จำนวน 178 วัน ปริมาณน้ำฝนตลอดปีวัดได้ 2,598.5 มิลลิเมตร ช่วงที่ฝนตกมาก ได้แก่ เดือนตุลาคม พฤศจิกายน และธันวาคม ฝนตกมากที่สุดในเดือนพฤศจิกายน 2550 โดยมี ปริมาณสูงสุดวัดได้ 619.5 มิลลิเมตร

การเดินทาง ทางหลวงแผ่นดินที่ถือเป็นสายหลัก 1 สาย คือ ทางหลวงหมายเลข 41 เริ่มต้นจาก อำเภอหลังสวน จังหวัดชุมพร ผ่านจังหวัดสุราษฎร์ธานีเข้าสู่จังหวัดนครศรีธรรมราช

ทางหลวงแผ่นดินที่ถือเป็นสายรอง 3 สาย คือ ทางหลวงหมายเลข 401, 403 และ 408

การคมนาคมภายในตัวจังหวัด มีรถสองแถววิ่งบริการรอบเมือง สำหรับการเดินทางไปสู่จังหวัด ช้างเคียง สามารถเลือกใช้บริการได้ทั้งรถตู้ รถแท็กซี่ รถโดยสาร นอกจากนี้ยังมีรถทัวร์โดยสาร ประจำทาง คือ บริษัทขนส่ง จำกัด

ทางน้ำ ในอดีตจังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นเมืองที่ติดต่อด้านค้าขายกับต่างประเทศโดยอาศัยทางน้ำ เป็นหลัก มีการสัญจรทางน้ำเพื่อประกอบอาชีพประมง การพาณิชย์และการขนถ่ายสินค้าต่างประเทศ บริเวณปากแม่น้ำ เช่น ปากพนัง สิชล ท่าศาลา โดยเฉพาะในแม่น้ำปากพนังเคยเป็นเส้นทางคมนาคม ติดต่อกันระหว่างอำเภอและจังหวัดอื่น ๆ จนถึงปัจจุบันยังมีเรือยนต์และเรือเดินสมุทรรับส่งสินค้าอยู่ นอกจากนี้ ยังมีท่าเทียบเรือประมงนครศรีธรรมราชที่อำเภอปากพนัง ซึ่งเป็นท่าเทียบเรือประมงขนาดใหญ่ ท่าเทียบเรือประมงขนอม และท่าเรือของเอกชนที่ให้บริการนักท่องเที่ยวในด้านการท่องเที่ยว (แผนแม่บทพัฒนาการส่งเสริมการท่องเที่ยว จังหวัดนครศรีธรรมราช 5 ปี พ.ศ. 2553 – 2557)

รถโดยสารประจำทาง มีรถโดยสารของบริษัทขนส่ง จำกัด จัดบริการที่กรุงเทพฯ สถานีต้นทางที่ ขนส่งสายใต้ ถ.ปิ่นเกล้า-นครชัยศรี และที่นครศรีธรรมราช ต้นทางอยู่ที่บริษัทขนส่ง จำกัด นครศรีธรรมราชใกล้ตลาดหัวอิฐ

ทางรถไฟ การรถไฟแห่งประเทศไทยให้บริการรถไฟสู่ จ.นครศรีธรรมราช ทั้งโดยตรงและเป็น ขบวนรถผ่าน มีทั้งขบวนรถเร็วและรถด่วน สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ โทร. 02-621-8710 หรือสถานีรถไฟ นครศรีธรรมราช โทร. 075-356364, 075-346-129

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทางอากาศ มีเที่ยวบินไป-กลับ นครศรีธรรมราชทุกวัน สามารถสอบถามรายละเอียดได้ที่ บริษัท การบินไทย จำกัด กรุงเทพฯ โทรศัพท์ 02-628-2000, 075-342-491, 075343874 สายการบินพีบีแอร์ โทรศัพท์ 02-261-0220-3, 075-313-303 สายการบินนกแอร์ โทรศัพท์ Call Center 1318, 075-312500 หรือสอบถามไปยังท่าอากาศยานนครศรีธรรมราช โทรศัพท์ 075-369-540-1 (คู่มือท่องเที่ยว นครศรีธรรมราช. 2553: 11-13)

2.5.3 สถานที่ทางประวัติศาสตร์

2.5.3.1 วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร ตั้งอยู่ริมถนนราชดำเนิน ตำบลในเมือง วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร ชาวนครเรียกสั้นๆ ว่า “วัดพระธาตุ” ตามประกาศของกระทรวงธรรมการ เรื่องจัดระเบียบพระอารามหลวง ลงวันที่ 30 กันยายน 2458 ให้เรียกว่า “วัดพระมหาธาตุ” เป็นพระอารามหลวงชั้นเอก ชนิด “วรมหาวิหาร” ตั้งอยู่ภายในเขตกำแพงเมือง มีเนื้อที่ 25 ไร่ 2 งาน



ภาพที่ 2.1 วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร

ที่มา : เขียวรัตน์ สิริวัฒนานุสรณ์ (2554)

ในสมัยพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 6 เสด็จประพาสเมืองนคร (พ.ศ. 2458) ได้พระราชทานนามใหม่ว่า “วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร” มีโบราณสถานที่สำคัญดังนี้

2.5.3.1.1 พระบรมธาตุเจดีย์ เล่ากันว่า พระบรมธาตุเจดีย์องค์เดิมหาเป็นดังที่เห็นทุกวันนี้ไม่ ที่เห็นนี้เป็นองค์ใหม่ที่สร้างครอบองค์เดิมไว้ พระเจดีย์องค์เดิมสร้างตามความเชื่อพระพุทธศาสนา นิกายมหายานตามแบบสถาปัตยกรรมศรีวิชัย ประมาณ พ.ศ. 1300 หลังจากนั้นประมาณ 300 ปี คณะสงฆ์ไทยและคณะสงฆ์จากลังกาและฝ่ายบ้านเมืองได้บูรณะซ่อมแซม โดยการก่อสร้างใหม่ครอบพระเจดีย์เดิมไว้ตามแบบสถาปัตยกรรมลังกา ดังปรากฏในปัจจุบัน ได้ฐานภายในของพระองค์พระเจดีย์ มีสระสี่เหลี่ยมจัตุรัส 8 วา ลึก 5 วา รองด้วยแท่งหินใหญ่ ช่างๆ ก่อยึดด้วยปูนเพชรแข็งแรง ภายในสระใหญ่ยังมีสระเล็กหล่อด้วยปูนเพชร สี่เหลี่ยมจัตุรัส 2 วา ลึก 2 วา บรรจุพิชานาคเต็มสระ ภายในสระนี้มีขันทองคำลอยอยู่ ภายในขันทองคำนี้บรรจุผอบทองคำ ภายในผอบทองคำบรรจุพระบรมสารีริกธาตุขององค์สมเด็จพระสัมมาสัมพุทธเจ้า ที่มีสระทั้งสี่ มีทองคำหนัก 38 คนหามใส่ไว้ในตุ่มมุลละตุ่ม รายละเอียดของพระบรมธาตุเจดีย์

1. ความสูงจากพื้นถึงยอด 37 วา หรือ 53.075 เมตร

2. เส้นผ่าศูนย์กลางที่ฐาน 22.98 เมตร

3. ฐานยาวด้านละ 18 วา 1 ศอก 15 นิ้ว

เอกสารนี้เป็นเอกสารสงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

4. ยอดหุ้มด้วยทองคำหนัก 800 ชั่ง หรือประมาณ 216 กิโลกรัม

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. ส่วนที่หุ้มทองคำสูง 6 วา 2 ศอก 1 คืบ หรือ 8.294 เมตร
 6. ปล้องไฉน (ปล้องยอดพระเจดีย์) 52 ปล้อง
 7. หน้ากระดานปล้องไฉน มีพระมหาสวก 8 องค์
 8. ตั้งแต่บังคับว่าถึงบัวหวายถึงปทุมโกศ หุ้มด้วยทองคำแผ่นหนาขนาดในตาล มีลวดทองคำคาดไว้ รอยเชื่อมระหว่างแผ่นทองใช้หมุดยี่ห้า
 9. ส่วนที่หุ้มด้วยทองคำนี้ยังมีทองรูปพรรณนานาชนิด ผูกแขวนไว้ด้วยเส้นลวดเป็นจำนวนมาก
 10. บนยอดสุด มีหม้อทองคำ 1 ใบ โดขนาดพองไข่ วางหงายไว้ ในหม้อมีปิ่นทองคำ ทำเป็นคันธง ห้อยด้วยใบโพธิ์ทอง มีดอกไม้ไหวทำด้วยกระดุมเพชรปักไว้ในหม้อ 4 ดอก
 11. ใต้หม้อทองคำ มีกำไลหยกรองรับอยู่ 1 วง
 12. ใต้กรงแก้วทำทำเป็นพานสำริดเกลี้ยงๆ มีกลีบยื่นทั้ง 4 ทิศ ทิศละกลีบ กลางพานทะเลลูมิ ลวดทองแดงยื่นออกมา แล้วตัดให้ผายออกตามขอบพานโดยรอบ เป็นซี่กรงแล้ว 4 ซี่ แล้วรวบปลายเป็นกระพุ่มบัว เรียกว่า กรงแก้ว ซี่กรงแก้วทั้ง 4 ซี่นั้น สวมลูกแก้วโตเท่าผลหมากสุก ซี่ละ 16 ลูก ส่วนซี่ที่เป็นแกนกลางสวมลูกแก้ว 9 ลูก ส่วนในพานสำริดมีดวงแก้ว ผลึกต่างสีหลายดวงถักด้วยลวดทองคำ ผูกติดกับแกน
 13. รอบๆ องค์พระเจดีย์มีกำแพงแก้ว 4 ด้าน กว้างยาวเท่ากันทุกด้าน 12 วา 2 ศอก
 14. มีใบเสมาและรั้วเหล็กกล้อมรอบกำแพงแก้ว ประดับด้วยเครื่องสูง มีฉัตรและบังสุรย์ และมีกระดิ่งทำเป็นระฆังห้อยใบโพธิ์ไว้โดยรอบ
 15. ฐานของพระเจดีย์ เป็นรูปสี่เหลี่ยมจัตุรัส มีหัวข้างยื่นออกมาจำนวน 22 หัว สันนิษฐานว่า หัวข้างทั้งหมดคือหัวชื่อนั้นเอง
 16. พระบรมธาตุเจดีย์สูงเป็นที่ 2 ของประเทศไทยรองจากพระปฐมเจดีย์ จังหวัดนครปฐม
 17. วันเดือนปีที่ก่อสร้าง ไม่ปรากฏหลักฐานที่แน่นอน
- 2.5.3.1.2 วิหารม้า ตั้งอยู่ติดกับพระบรมธาตุเจดีย์ด้านทิศเหนือ ภายในมีรูปปูนปั้นเกี่ยวกับพระสิทธัตถะทรงม้ากัณฐกะเสด็จออกทรงผนวชเป็นสำคัญ ตาต่านานแล้วว่าเศรษฐิชาวลึงกาชื่อ พลิตติ และพลิมุ่ย เป็นผู้สร้าง เนื่องจากได้รับพระบรมราชโองการจากพระเจ้ากรุงลังกาให้มาช่วยสร้างพระบรมธาตุ แต่ครั้นมาถึงเข้าสร้างเสร็จแล้วจึงได้สร้างวิหารนี้แทน ในวิหารม้า มีบันไดขึ้นไปบนลานทักษิณ 15 ชั้น มองจากมุมเบื้องสูงหันหน้าไปยังลานทักษิณเห็นรูปปั้นที่สวยงามตระการตา รอบๆ บันได เป็นคู่ๆ
- 2.5.3.1.3 วิหารเขียน ภายในมีภาพเขียนลายเส้นอยู่เต็มทั้งภาพเขียนและภาพวาด หลวงศรีวรวงศ์เป็นผู้สร้างเมื่อ พ.ศ. 1919 ต่อมาได้เป็นเจ้าเมืองนครศรีธรรมราช ในวิหารมีพระพุทธรูปปูนปั้นแบบมารวิชัยและพระพุทธรูปทรงเครื่องปางห้ามญาติ 2 องค์ ทำด้วยทองลูกบวบเจ้าพระยานคร (พัฒน์) เป็นผู้สร้าง เป็นอนุสรณ์ครั้งไปตีเมทองไทรบุรีชนะ
- 2.5.3.1.4 วิหารโพธิ์ลังกา ตรงกลางของวิหารมีต้นพระศรีมหาโพธิ์ เชื่อกันว่าได้มาจากศรีลังกาดินัย ไชยโยธา กล่าวว่า ในสมัยรัชสมัยที่ 2 แห่งกรุงรัตนโกสินทร์ พระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย โปรดให้ส่งสมณทูต ประกอบด้วย พระสงฆ์ 9 รูป ไปเจริญสมณไมตรีกับลังกา เมื่อ พ.ศ. 2357 ครั้นกลับมาในปี พ.ศ. 2360 ได้นำหน่อพระศรีมหาโพธิ์จากเมือง “อนูราชบุรี” ซึ่งเชื่อกันว่าเป็นเชื้อสายของพระศรีมหาโพธิ์ ที่พระพุทธเจ้าทรงประทับตรัสรู้อย่างแท้จริง มารวม 6 ต้น
- 2.5.3.1.5 วิหารสามจอม มีชื่อตามผู้สร้าง ตั้งอยู่ด้านตะวันออกของพระบรมธาตุ ภายในมีพระพุทธรูปปูนปั้นปางมารวิชัย ทรงเครื่องอย่างกษัตริย์สมัยโบราณ เรียกว่า “พระเจ้าศรีธรรมโศก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ราช” ฝีมือช่างสมัยอยุธยา ด้านหลังวิหารเป็นที่เก็บอัฐิเชื้อพระวงศ์และเจ้านายเชื้อสายของสมเด็จพระเจ้ากรุงธนบุรี

2.5.3.1.6 วิหารพระแอต ตั้งอยู่ติดกับวิหารสามจอม ภายในประดิษฐานพระมหากัจจายนะ ซึ่งชาวเมืองนครเรียกว่า “พระแอต” เชื่อกันว่า ใครปวดเอวปวดหลัง ให้เอาไม้ไผ่ค้ำยันหลังของพระแอต อาการนั้นจะหายไป

2.5.3.1.7 วิหารเกษตร ตั้งอยู่รอบฐานองค์พระบรมธาตุเจดีย์ เรียกชื่อตามศัพท์ทางสถาปัตยกรรม หมายถึง ผืนพื้นบริเวณที่ใช้เป็นที่ประดิษฐานพระพุทธรูป หรือนาบนฐานพระ หรือเรือน ซึ่งเป็นขอบเขต มีพระพุทธรูปสำริดและปูนปั้นเรียงรายทั้ง 4 ด้าน

2.5.3.1.8 วิหารคด ชื่อตามลักษณะที่สร้างหักมุมเป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า ล้อมรอบองค์พระบรมธาตุเจดีย์ ภายในประดิษฐานพระพุทธรูปปูนปั้น นั่งเป็นแถวยาวทุกด้านของระเบียง จำนวน 173 องค์ ฝีมือช่างสมัยอยุธยาและรัตนโกสินทร์ ชาวบ้านเรียกกันว่า “พระคาน”

2.5.3.1.9 วิหารธรรมศาลา ตั้งอยู่ด้านตะวันออกพระบรมธาตุเจดีย์ นอกวิหารคด ตรงซุ้มประตูเยวาราช พระเถระเหมรังสีเป็นผู้สร้าง หน้าวิหารมีพระพุทธรูป พระธรรมมารปางประทานอภัย ด้านหลังวิหารมีพระพุทธรูปเจ้าหญิงเหมชาลาปางห้ามญาติ

2.5.3.1.10 พระวิหารหลวง ตั้งอยู่ด้านทิศใต้ของพระบรมธาตุเจดีย์ ตามตำนานว่า พระศรี-มหา-ราชาเจ้าเมืองนครศรีธรรมราชเป็นผู้สร้างสมัยกรุงสุโขทัย ที่ได้ชื่อว่า วิหารหลวง เพราะถือว่าเป็นสมบัติกลาง ทั้งบรรพชิตและคฤหัสถ์มาประกอบศาสนกิจภายในได้ ต่อมามีการผูกพัทธมาฝั่งลูกนิมิตดัดแปลงเป็นอุโบสถ ใช้ทำสังฆกรรมต่างๆ พระวิหารหลวงเป็นทั้งวิหารและอุโบสถ เป็นอาคารที่ใหญ่โตและงดงามมากที่สุดในภาคใต้ มีศิลปะสถาปัตยกรรมที่โดดเด่นประณีตสวยงาม ภายในวิหารมีเพดานเขียนลายไทยปิดทอง มีลายดารกาสวยงามสุดจะบรรยาย

2.5.3.1.11 ประตูเยวาราช เป็นประตูกลางตั้งอยู่ด้านหน้าธรรมศาลา สร้างเมื่อ พ.ศ. 2452 เป็นซุ้มขนาดใหญ่ประดับด้วยลายปูนปั้น ยอดของซุ้มประตูเป็นแบบพระมหามงกุฎสวยงามมาก ในปีนั้นพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัวขณะนั้นดำรงพระยศเป็นสมเด็จพระบรมโอรสาธิราช สยามมกุฎราชกุมาร ได้เสด็จประพาสเมืองนครศรีธรรมราช ในการเสด็จคราวนั้น ทรงโปรดเกล้าฯ ให้สร้างประตูกลางของวัดพระมหาธาตุ และพระราชทานนามว่า “ประตูเยวาราช” (ถนอม พูนวงศ์. 2550: 153-164)

2.5.3.2 วัดวังตะวันตก ตั้งอยู่ริมถนนราชดำเนิน ติดกับบริเวณตลาดท่าวัง แต่ก่อนสร้างเป็นวัดและสวนของเจ้าจอมปราง พระสนมที่สมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราชพระราชทานแก่เจ้าพระยานคร (พัฒน์) ส่วนวังของเจ้าจอมปรางตั้งอยู่ตรงกันข้ามคนละฟากของถนนราชดำเนิน คือวัดวังตะวันออกในปัจจุบัน ครั้นเจ้าจอมปรางสิ้นชีพิตักษัย เจ้าพระยานคร (น้อย) ยกวังให้เป็นวัด คือ วัดวังตะวันออกและยกสวนให้เป็นวัด คือวัดวังตะวันตก ในวัดวังตะวันตก มีกุฏิทรงไทย 3 สร้างเมื่อ พ.ศ. 2431 โดยพระครูกาชาด (ย่อง) เป็นเรือนเครื่องสับ หลังคาจั่ว แต่ละหลังมีชานที่มีหลังคาคลุมเชื่อมต่อกัน ที่ประตูหน้าต่าง หน้าจั่ว มีลวดลายที่แกะสลักอย่างสวยงาม อันเป็นเอกลักษณ์ของเมืองนคร เนื่องจากมีความงามลงตัวในเชิงสถาปัตยกรรม และได้รับการบำรุงรักษาอย่างดี จึงได้รับการคัดเลือก “เป็นอาคารอนุรักษ์ดีเด่นประจำปี” ประเภทปูชนียสถานและวัดวาอาราม และได้รับรางวัลจากสมาคมสถาปนิกสยามเมื่อ พ.ศ. 2536 แต่ ณ ปัจจุบันได้มีการปรับปรุงกุฏิทรงไทยหลังนี้ทำให้ภาพลักษณ์ของกุฏิทรงไทยเดิมนั้นเปลี่ยนแปลงไปเยอะ (ถนอม พูนวงศ์. 2550 : 178)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.2 วัดวังตะวันตก

ที่มา : เยาวรัตน์ สิริวัฒนานุสรณ์ (2554)

2.5.3.3 วัดท่าโพธิ์วรวิหาร วัดท่าโพธิ์วรวิหาร ตั้งอยู่ ต.ท่าวัง อำเภอเมือง จังหวัด นครศรีธรรมราช 80000 ตั้งชื่อวัดตามสภาพภูมิประเทศ เนื่องจากแม่น้ำท่าวังหรือคลองท่าชักเป็น แม่น้ำใหญ่มาแต่อดีตกาล ต้นน้ำเกิดจากพิศภูเขารัดทางตะวันตกของตัวเมืองนครศรีธรรมราช ไหลลงสู่อ่าวนครซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของอ่าวสยามหรือทะเลจีนใต้ทางทิศตะวันออก ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของ มหาสมุทรแปซิฟิก เพราะฉะนั้นเมืองนครศรีธรรมราชหรือเมืองละคร หรือเมืองลิกู ตามสำเนียงชาว โปรตุเกส จึงเป็นท่าเรือสำคัญมาแต่โบราณ นับแต่ยุคศรีวิชัยประมาณ พ.ศ. 100 – 700 เป็นต้น เรือ ชาวต่างประเทศหรือในประเทศที่เข้ามาจอดที่ท่าเรือของเมืองนครศรีธรรมราชนั้น มีอยู่หลายท่า ด้วยกัน ท่าที่สำคัญคือ ท่าวังตันโพธิ์ตรงหัวโค้งของคลองท่าวังหรือท่าชักนั้น เป็นคนละต้นกับต้นศรี มหาโพธิ์ ซึ่งพระสมณทูตไปได้มาจากประเทศอินเดียแล้วมาปลูกแทนต้นเก่าที่แก่ตายไปในสมัยรัชกาล ที่ 4 ต้นโพธิ์เก่าดังกล่าวตั้งอยู่ริมคลองหน้าวัดโพธิ์เก่าเดิมนี่ ถนนท่าโพธิ์นั้นสร้างเลียบริมคลอง ส่วนที่ ลุ่มทางทิศตะวันตกของต้นโพธิ์เก่านั้นสมัยเมื่อ 300 ปีมาแล้ว เป็นเพียงหาดทรายชายคลอง ต้นโพธิ์เก่า เรียกว่า “โพธิ์ล้อม” ส่วนต้นโพธิ์ใหม่เรียกว่า “โพธิ์ลังกา” ริมหาดท่าวังทั้งสองฝั่งไปจนถึงท่าโพธิ์เป็น ที่ตั้งชุมชนขนาดใหญ่ มีตลาดร้านค้าคับคั่งมาก เพราะเป็นท่าเรือของเมืองนครศรีธรรมราชมาตั้งแต่สมัย อยุธยา ชาวตลาดท่าวังถึงท่าโพธิ์ไม่มีวัดจะใช้เป็นสถานที่ประกอบศาสนกิจตามประเพณี จึงได้ตั้งวัดขึ้น วัดหนึ่ง เรียกชื่อวัดตามสภาพภูมิประเทศว่า “วัดท่าโพธิ์” เพราะมีต้นโพธิ์อยู่หน้าวัด ประมาณ พ.ศ. 2027 ตรงกับรัชสมัยของพระบรมไตรโลกนาถแห่งกรุงศรีอยุธยา

จุดที่ตั้งท่าโพธิ์และท่าวัง เรื่องนี้ทำให้เกิดปัญหาขึ้นมาช้านานว่า “ท่า” ทั้งสองนั้น ตั้งอยู่ที่ไหนกัน แน่ และเนื่องจาก “ท่า” ทั้งสองต่างก็มีความสำคัญที่ชาวเมืองเรียกขานกันอยู่ประจำ เพราะฉะนั้นจึง ใคร่กราบเรียนไว้ให้เป็นที่ยึดมั่นอนเสียเลยในโอกาสนี้

คำว่า “ท่าโพธิ์” นั้น ความจริงตั้งอยู่ที่วัดท่าโพธิ์ (เก่า) มาตั้งแต่สมัยอยุธยาตอนต้นแล้ว ในสมัย นั้นมีต้นโพธิ์อยู่หน้าวัด (ท่าโพธิ์เก่า) ที่หน้าวัดเป็นแอ่งน้ำลึก ซึ่งไหลลงมาจากทิศตะวันตก แล้วคลองท่า ชักก็หักมุมไปทางทิศเหนือ ทำให้ท่าหน้าวัดตื่นเงินจนเวลาล่วงมาหลายร้อยปี ท่าหน้าวัดท่าโพธิ์เก่าก็ กลายเป็นผืนแผ่นดินขึ้นมา มีประชาชนเข้าไปตั้งบ้านเรือนในบริเวณท่าโพธิ์เก่าจนหมดสภาพความเป็น “ท่า” ไป แต่ประชาชนทั่วไปก็ยังเรียกว่า “ท่าโพธิ์” อยู่

ส่วนคำว่า “ท่าวัง” นั้น ความจริงตั้งอยู่ตรงหน้าวังของเจ้านครพิด (พัฒน์) มาตั้งแต่สมัยกรุง ธนบุรี เป็นท่าเรือที่เกิดขึ้นทีหลังท่าโพธิ์ แต่เมื่อท่าโพธิ์ค่อย ๆ หมดสภาพเป็นท่าเรือ เพราะตลิ่งออก ออกมาดังกล่าวแล้ว ทำให้ความสำคัญเลื่อนมาอยู่ที่ “ท่าวัง” เพราะตั้งอยู่ที่หน้าวังของคนสำคัญของ ใม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บ้านเมือง คนทั่วไปทั้งในและต่างประเทศจึงรู้จักทำวังเป็นอย่างดี มีเรือเดินสมุทรมาจอดถ่ายสินค้าที่ท่าวังแทนท่าโพธิ์ด้วย และยิ่งบัดนี้ชุมชนมุขมนตรีขยายออกไปตามแนวถนนราชดำเนินเข้าสู่ใจกลางเมือง นครศรีธรรมราช ทำให้คำว่า “ท่าวัง” หมายถึงตำบลท่าวังในเขตเทศบาลเมืองนครศรีธรรมราชทั้งหมด แต่ต้นกำเนิดของท่าวังนั้นคือตรงหน้าวังพระเจ้าอุปราชพิต (พัฒน์) คือที่ตรงเป็นที่วัดท่าโพธิ์ (ใหม่) เดิมนั้นนั้นเอง สำหรับชาวต่างถิ่นถ้าพูดถึงท่าวังเดิมนั้น ส่วนมากหมายถึงชุมชนที่อยู่ในบริเวณสี่แยก โดยรอบออกไปทางทิศเหนือหาได้หมายถึงที่ซึ่งอยู่หน้าวัดท่าโพธิ์ไม่ แม้ตัวสถานีรถไฟนครศรีธรรมราช ก็ยังถือกันว่ายู่ที่ท่าวัง ทั้ง ๆ ที่อยู่ห่างจากท่าวังจริง ๆ (คือที่หน้าวัดท่าโพธิ์) เกือบ 2 กิโลเมตร (น้อมรำลึก” อนุสรณ์ในงานพระราชเพลิงศพนายนิ่ม อุปรมัย อดีต ส.ส. นครศรีธรรมราช และรัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงศึกษาธิการ. 2501 : 35-45)



ภาพที่ 2.3 วัดท่าโพธิ์วรวิหาร

ที่มา : เขียวรัตน์ สิริวัฒนานุสรณ์ (2554)

2.5.3.4 วัดแจ้ง ตั้งอยู่ติดกับวัดประดู่ ตั้งอยู่ริมถนนราชดำเนิน ตำบลปากพูน อำเภอเมือง ที่สาวของเจ้าพระยานคร (พัฒน์) ชื่อ ชี เป็นผู้สร้างประมาณปี พ.ศ. 2327-2330 ภายในวัดมีเก๋งเงินหลังหนึ่ง ก่ออิฐถือปูน หลังคามุงกระเบื้อง มีซุ้มประตูประดับลายปูนปั้นแบบจีนอยู่ด้านหน้า 2 ซุ้ม ภายในซุ้มมีบัวอยู่ซุ้มละองค์ องค์ตะวันออกเป็นแบบยอมนไม้สิบสอง บรรจ้อัฐิพระเจ้านครศรีธรรมราช (หนู) องค์ตะวันตกเป็นแบบยอดดอกบังตุม บรรจ้อัฐิหม่อมทองเหนียวพระชายา (ถนอม พูนวงศ์. 2550 : 178)



ภาพที่ 2.4 วัดแจ้ง

ที่มา : เขียวรัตน์ สิริวัฒนานุสรณ์ (2554)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.5.3.5 วัดประดู่ หรือ วัดโต เป็นวัดที่สำคัญวัดหนึ่งของจังหวัดนครศรีธรรมราช มีประวัติความเป็นมาอันยาวนาน ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับ กษัตริย์ไทย และเจ้าเมืองนครศรีธรรมราช ในอดีต วัดประดู่ตั้งอยู่ในเขตเทศบาลนคร นครศรีธรรมราช มีเนื้อที่ทั้งหมด 19 ไร่ ในระยะแรก สมัยสมเด็จพระรามาธิบดี ได้อพยพพลเมือง จากทางภาคเหนือ แถวแคว้นล้านนา และทางภาคอีสานบางส่วน ให้มาตั้งถิ่นฐานทางภาคใต้ รวมทั้งเมืองนครศรีธรรมราชด้วย ได้ผสมผสานกับชนพื้นเมือง ในกรณี บุคคลที่สำคัญยิ่งท่านหนึ่ง ชื่อว่า “พระพนมวัง” ภริยาชื่อ “นางเสด็จทอง” ถูกส่งให้มาควบคุมดูแลพลเมือง และช่วยพัฒนาท้องถิ่น พร้อมกันนี้ ได้นิมนต์พระภิกษุ ให้มาช่วยสร้างวัดเพื่อเป็นที่ยึดเหนี่ยวในของพลเมือง พระภิกษุรูปนั้นชื่อว่า “พระมหาเถรอรุธ” ได้จัดการสร้างวัดทางด้านทิศเหนือชานเมือง นครศรีธรรมราชซึ่งบริเวณพื้นที่เป็นดอนทราย หรือ หาดทราย มีต้นไม้ใหญ่น้อยขึ้นเต็มไปหมด สภาพเป็นป่ารกชัฏ แต่มีต้นประดู่ขึ้นอยู่มาก เมื่อสร้างวัด จึงให้ชื่อว่า “วัดประดู่” ภาษาภาคใต้เรียกว่า วัดโต วัดประดู่ ในระยะแรกรุ่งเรือง อยู่ไม่นานก็ร้างเจ้าอาวาส และวัดก็กรังลง ได้รับการ ปฏิสังขรณ์ เป็นครั้งคราว เมื่อมีพระภิกษุมาจำพรรษาอยู่บางครั้ง

ข้อมูลจาก สารานนครศรีธรรมราช ปีที่ 28 ฉบับที่ 4 เมษายน 2542 กล่าวว่าพี่สาวของเจ้าพระยานครศรีธรรมราช (พืด) ชื่อ “หญิง” หรือ “คุณหญิง” เป็นผู้เสียมไสศรัทธาในพระพุทธศาสนาอย่างยิ่ง เป็นผู้สร้างวัดประดู่

มีหลักฐานบันทึกไว้ว่า ปี พ.ศ.2319 พระเจ้ากรุงธนบุรี ทรงตั้งให้เจ้านครศรีธรรมราช (หนู) เป็นเจ้าเมืองนครศรีธรรมราช และมารับตำแหน่ง เมื่อ พ.ศ. 2325 – 2327 มีชายชื่อ “หม่อมทองเหนียว” มีธิดา 1 องค์ ชื่อ “เล็ก” หรือ “คุณเล็ก” คุณเล็กได้สมรสกับเจ้าพระยานครศรีธรรมราช (พืด) จากบันทึกอันนี้ แสดงให้เห็นว่า วัดประดู่ มีอยู่ก่อนแล้ว จึงอาจเป็นการบูรณะปฏิสังขรณ์ สร้างถาวรวัตถุต่างๆขึ้น โดยคุณหญิง ซึ่งตรงกับหลักฐานใน พงศาวดาร เมืองนครศรีธรรมราช เขียนโดย “หลวงอนุสรสิทธิกรรม” (บัว ณ นคร) ว่าเจ้าพระยานครศรีธรรมราช (พืด) ได้สนับสนุนการบูรณะปฏิสังขรณ์ วัดประดู่ครั้งใหญ่ มีการขุดคลอง ด้านทิศตะวันออก ขุดสระน้ำด้านทิศตะวันตก หน้าวัด สร้างกำแพงหนานขนาดกบทางเดิน (ถนนราชดำเนิน ตอนนั้นยังไม่มีถนนและชื่อถนน เป็นเพียงแต่ทางเดิน)

ต่อมา พ.ศ.2470 ในรัชกาลพระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาล ๗ นคร ได้บูรณะอุโบสถ ทั้งหมด ทำให้สวยงามยิ่งขึ้น พร้อมกับจัดสร้างซุ้มพัทธสีมา เป็นศิลปะจีนประยุกต์ ดังปรากฏอยู่ปัจจุบัน

วัดประดู่ ได้รับการพัฒนาตลอดมา โดยการทำนุบำรุงจากตระกูล ณ นคร และพุทธบริษัท การสร้างวัดประดู่ทั้ง 2 ระยะ นี้มีประวัติบันทึกไว้ อย่างชัดเจน และต่อเนื่องกัน ขอให้วัดประดู่ ดำรงความเป็นวัดประดู่ อยู่จวบจนฟ้าดินสลาย เพราะเป็นวัดที่สำคัญของแผ่นดิน

(<http://watpradoo.blogspot.com>) [Online]



ภาพที่ 2.5 วัดประดู่

ที่มา : เยาวรัตน์ สิริวัฒนานุสรณ์ (2554)

2.5.3.6 วัดสวนหลวง ตั้งอยู่ถนนราชดำเนิน ต.ในเมือง อ.เมือง จ.นครศรีธรรมราช สังกัดคณะสงฆ์มหานิกาย ปัจจุบันมีเนื้อที่ 22 ไร่ 1 งาน 30 ตารางวา วัดสวนหลวง เป็นวัดเก่าแก่แห่งหนึ่งของเมืองนครศรีธรรมราช ได้มีการตั้งวัดขึ้นเมื่อประมาณ พ.ศ.1861 และได้รับพระราชทานวิสุงคามสีมา เพื่อ พ.ศ. 2183 ในอดีตที่ตั้งวัดเคยเป็นสวนอุทยานดอกไม้ ของเมืองพระเวียง ซึ่งเป็นเมืองเก่าแก่มาครั้งอดีต เดิมวัดสวนหลวงมีเนื้อที่ถึง 50 ไร่ แต่เมื่อ พ.ศ. 2450 ทางราชการได้ตัดถนน นคร - ร่อนพิบูลย์ หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า “ถนนราชดำเนิน” จึงทำให้วัดสวนหลวง ถูกแบ่งออกเป็น 2 วัด คือ วัดสวนหลวงออก - วัดสวนหลวงตก

เมื่อ พ.ศ. 2487 หลังสงครามโลกครั้งที่ 2 วัดสวนหลวงออกได้ร้างไป เหลือเพียงวัดสวนหลวงตกเท่านั้น เจ้าอาวาสสมัยนั้น จึงใช้เรียกนามวัดในทางราชการและคณะสงฆ์ว่า “วัดสวนหลวง” แต่นั้นมา ส่วนโบราณสถานหรือโบราณวัตถุที่สำคัญ คือ

2.5.3.6.1 สถูปองค์เล็ก ซึ่งสถูปโบราณที่เก่าแก่องค์หนึ่งสร้างมาพร้อมวัด

2.5.3.6.2 โบสถ์มหาอุด สร้างสมัยอยุธยา มีพระประธานเป็นปูนปั้น 5 องค์ ตามฝาผนังเป็นปูนปั้นนูนต่ำฝีมือช่างชาวบ้าน

2.5.3.6.3 พระพุทธรูป 1 องค์ นามว่า “พระศรีธรรมมาโคกราช”

2.5.3.6.4 บ่อน้ำโบราณ ซึ่งทำจากดินเผาเป็นปล้อง

2.5.3.6.5 สมเด็จเจ้าลาวทอง ซึ่งเป็นพระพุทธรูปศักดิ์สิทธิ์อันเป็นที่นับถือของคนในท้องถิ่นและคนทั่วไป (<http://www.watsuanlung.com>) [Online]

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.6 วัดสวนหลวง

ที่มา : เขาวรัตน์ สิริวัฒนานุสรณ์ (2554)

2.5.3.7 หอพระสิหิงค์ ตั้งอยู่ในบริเวณศาลากลางจังหวัดนครศรีธรรมราช ภายในประดิษฐาน พระพุทธสิหิงค์ พระพุทธรูปศักดิ์สิทธิ์คู่บ้านคู่เมืองมาตั้งแต่ครั้งพระเจ้าศรีธรรมโศกราช พระพุทธสิหิงค์เป็นพระพุทธรูปสำริด ประทับนั่งขัดสมาธิเพชร ปางมารวิชัยหน้าตักกว้าง 32 เซนติเมตร สูง 42 เซนติเมตร พระวรกายกลมป้อม พระอุระนูนมากพระเศียรและพระหัตถ์กลม เส้นพระศกใหญ่ไม่มีไรพระศก พระหนุและพระนาสิกยื่นเล็กน้อยชายสังฆาฏิสันเป็นแบบเขี้ยวตะขาบ แต่มีริ้วผ้าพับซ้อนกันมาก ฐานเตี้ยเรียบไม่มีบัวรองส่วนที่เป็นฐานบังเฟิงมาทำในสมัยรัชกาลที่ 5 ตามตำนานได้กล่าวว่า ได้พระพุทธสิหิงค์มาจากลังกา พระเจ้ากรุงลังกาพระราชทานมาให้พร้อมกับส่งสมณทูตมาประดิษฐาน พระพุทธศาสนาที่ลังกาวังค์ ที่เมืองนครศรีธรรมราช บางตำนานว่า พระเจ้าศรีธรรมโศกราชจันทร์ ภาณุยกทัพไปตีลังกาได้พระพุทธสิหิงค์มา บางตำนานว่า ลอยน้ำทะเลมาขึ้นฝั่งที่อ่าวหน้าเมือง นครศรีธรรมราช

เมืองไทยมีพระพุทธสิหิงค์อยู่ 3 องค์ คือ อยู่ที่นครศรีธรรมราช อยู่ที่พระที่นั่งพุทไธสวรรย์ พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ พระนคร อยู่ที่วัดพระสิงค์ จ. เชียงใหม่ (ถนอม พูนวงศ์. 2550 : 164-166)



ภาพที่ 2.7 หอพระสิหิงค์

ที่มา : เขาวรัตน์ สิริวัฒนานุสรณ์ (2554)

2.5.3.8 หอพระอิศวร (หอพระศิวะ) ตั้งอยู่ที่ถนนราชดำเนิน ใกล้กับวัดเสมาเมือง อำเภอเมือง มีเนื้อที่ 2 ไร่ 1 งานเศษ เป็นเทวสถานในศาสนาพราหมณ์ไศวนิกาย คือ นิกรายที่นับถือพระศิวะหรือไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พระอิศวร นิกายนี้แทนที่จะนับถือองค์พระศิวะ แต่กลับนับถืออวัยวะเพศหรือลึงค์ของพระศิวะ ที่เรียกว่า “คิวลึงค์” และนับถืออวัยวะเพศของพระมเหสีของพระศิวะ คือ พระนางอูมา ที่เรียกว่า “อูมาโยนี” หรือ “โยนีอูมา” คิวลึงค์กับ อูมาโยนีจะอยู่คู่กันเสมอ ภายในหอพระศิวะประดิษฐานคิวลึงค์บนแท่นโยนีโทรมะ ภายนอกด้านใต้ของหอนี้ เสาชิงช้า จำลองแทนของเดิมซึ่งมีขนาดใหญ่มาก ทำด้วยไม้ตะเคียนทอง สำหรับประกอบพิธีไล่ชิงช้าเชิญเสด็จพระอิศวรลงมายังโลกมนุษย์ (ถนอม พูนวงศ์. 2550 : 181-182)



ภาพที่ 2.8 หอพระอิศวร

ที่มา : เขารัตน์ สิริวัฒนนุสรณ์ (2554)

2.5.3.9 หอพระนารายณ์ (หอพระวิษณุ) ตั้งอยู่ที่ถนนราชดำเนิน ใกล้กับวัดเสมาเมือง ตำบลในเมือง อำเภอเมือง ฝั่งตรงกันข้ามกับหอพระศิวะ มีเนื้อที่ 1 ไร่ 1 งานเศษเป็นเทวสถานในศาสนาพราหมณ์ไวษณพนิกาย คือ นิกายที่นับถือพระนารายณ์ซึ่งเป็นใหญ่แต่เพียงผู้เดียว คือ ทั้งผู้สร้าง ผู้รักษา และผู้ทำลาย สากลโลกนี้ นิกายนี้สอนเรื่อง “อวตาร” การปรากฏกายลงมาเกิดในเมืองมนุษย์เพื่อปราบยุคเข็ญต่างๆ ในโลกนี้ ซึ่งมีมาแล้วถึง 10 ครั้ง เรียกว่า “นารายณ์ 10 ปาง” ครั้งสุดท้ายอวตารลงมาเป็นพระพุทธรูปเจ้า ตำราไม่ได้บอกไว้ว่าปางที่ 11 จะเกิดมาเป็นอะไรในโลกภายนอก ภายในหอเป็นที่ประดิษฐานพระวิษณุศิวา (ถนอม พูนวงศ์. 2550 : 182-183)



ภาพที่ 2.9 หอพระนารายณ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้ในเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ที่มา : เขารัตน์ สิริวัฒนนุสรณ์ (2554)
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมีเหตุดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.5.3.10 กำแพงเมือง กำแพงเมืองกล่าวกันว่าสร้างในสมัยพระศรีธรรมราชาในราวพุทธศตวรรษที่ 11 ยาว 55 เส้น 5 วา กว้าง 11 เส้น 10 วา ล้อมรอบเมืองตามพริ้งค์ กำแพงเดิมในระยะแรก สร้างเป็นระเนียดปึกเสาเรียงรายบนแนวเนินดิน มีคูคลองธรรมชาติและคูคลองขุดล้อมรอบอีกชั้นหนึ่ง มีประเมืองสำคัญ 2 ประตู ประตูด้านทิศเหนือ “ชื่อประตูไชยศักดิ์” ประตูด้านทิศใต้ชื่อ “ประตูไชยสิทธิ์” ยังมีประตูชื่ออื่นๆ อีกรวม 9 ประตู ต่อมาในสมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราช (พ.ศ. 2199-2231) ทรงส่งพระยารามเดโชมาเป็นเจ้าเมือง และได้ทำการก่อสร้างขึ้นใหม่ตามแบบกำแพงเมืองทางตะวันตก โดยก่ออิฐโอบปูนแข็งแรงมั่นคงป้องกันปืนใหญ่ได้มีป้อมปราการที่ตั้งปืนใหญ่และปืนอื่นๆ ได้ มีโบเสมาบนกำแพง นายทหารชาวฝรั่งเศส ชื่อ เดอ ลามาร์ เป็นวิศวกรผู้ควบคุมและก่อสร้าง และได้ซ่อมแซมครั้งสุดท้ายในรัชกาลที่ 2 สมัยเจ้าพระยานครศรีธรรมราช (พัฒน์)

สภาพตัวกำแพงเมืองนครศรีธรรมราช ในสมัยรัชกาลที่ 5 แห่งกรุงรัตนโกสินทร์เจ้าฟ้าฯ กรมพระยาภาณุพันธุวงศ์วรเดช ทรงแต่งทูตเกล้าฯ ถวายพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว เมื่อปีวอก พ.ศ. 2427 ปัจจุบันกำแพงถูกผู้มีอำนาจรื้อไปเกือบหมดเพื่อให้ทำถนนแทน คงเหลือไว้ให้ลูกหลานชาวนครศรีธรรมราชได้เห็นร่องรอยแห่งประวัติศาสตร์ การต่อสู้ของบรรพบุรุษของตนเพียงประมาณ 100 เมตร ของกำแพงทางด้านทิศเหนือเท่านั้น (ถนอม พูนวงศ์. 2550 : 173-174)



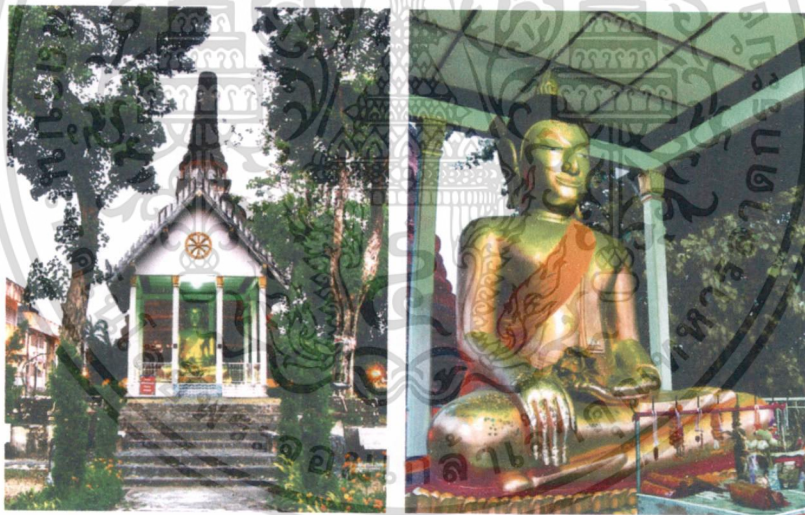
ภาพที่ 2.10 กำแพงเมือง

ที่มา : เยาวรัตน์ สิริวัฒนานุสรณ์ (2554)

2.5.3.11 เจดีย์ยักษ์ เป็นเจดีย์ที่สูงใหญ่รองจากเจดีย์พระบรมธาตุ ตั้งอยู่ในบริเวณวัดเจดีย์ซึ่งร้างไปแล้ว ติดกับสำนักงานเทศบาลนครศรีธรรมราช ถนนราชดำเนิน ใกล้ตลาดท่าวัง ที่ได้ชื่อว่าเจดีย์ยักษ์ ตามตำนานว่า ในขณะที่พระเจ้าศรีธรรมราชากำลังก่อสร้างเจดีย์เพื่อบรรจุพระบรมสารีริกธาตุอยู่นั้นมีพวักยักษ์ คอยขัดขวางไม่ให้ทำการก่อสร้างเจดีย์สำเร็จ แต่ถูกพระอรหันต์เป็นผู้ควบคุมการก่อสร้างเจดีย์ทรมาณจนสิ้นฤทธิ์ จึงขอพระอรหันต์ ขอสร้างเจดีย์แข่งกันกับพระเจ้าศรีธรรมราชา ถ้าของใครก่อนสร้างเสร็จก่อน ขอให้บรรจุพระบรมสารีริกธาตุในเจดีย์ของคนนั้น ถ้าตนแพ้ก็ขอเป็นทาสพระเจ้าศรีธรรมราชา พระอรหันต์ก็อนุญาต ในที่สุดพระเจ้าศรีธรรมราชา ผู้มีพระบารมีทำบุญกุศลไว้มากกว่าพวักยักษ์ ก็ก่อสร้างเจดีย์เสร็จก่อน พวักยักษ์จึงพ่ายแพ้แล้วโมโหตนเองถึงเจดีย์ที่ตนสร้างจนไม่ว่ากรรมใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ยอดหัก และยอมเป็นทาสพระเจ้าศรีธรรมราชา พระเจ้าศรีธรรมราชาจึงให้เป็นยามเฝ้าประตูต่างๆ ที่พระบรมธาตุ และเชิงหัวบันไดขึ้นบนลานทักษิณขององค์พระเจดีย์ ดังนั้นเจดีย์องค์นี้จึงได้เรียกว่า “เจดีย์ยักษ์”

ประทุม ชุ่มเพ็งพันธุ์ ได้กล่าวไว้ในเรื่อง “เจดีย์ยักษ์” ซึ่งพิมพ์ที่ปกหนังสือของวารสาร นครศรีธรรมราช ปีที่ 4 ฉบับที่ 7 กรกฎาคม 2526 ว่า เจดีย์ยักษ์องค์นี้คงสร้างขึ้นภายหลังพระบรมธาตุเล็กน้อย ราว พ.ศ. 1800-1900 โดยพวกลังกาซึ่งเข้ามาตั้งสำนักเผยแผ่พระศาสนาในระยะนั้น กล่าวคือ พระพุทธศาสนาลัทธิลังกาวงศ์กำลังเจริญรุ่งเรืองมาก และได้เข้าสู่ประเทศไทยประมาณ พ.ศ. 1770 ก่อนหลังคงไม่มากนัก ดังความที่ปรากฏในศิลาจารึกหลักที่ 24 เรื่องพระเจ้าจันทรภาณุศรีธรรมราชเสด็จยกทัพไปรุกรานและติดต่อรับลัทธิพุทธศาสนาจากลังกาถึง 2 ครั้ง จึงเชื่อกันว่าชาวลังกาที่เข้ามาครั้งนั้น คงเป็นนายช่างออกแบบควบคุมการก่อสร้าง กล่าวคือเหตุที่เจดีย์ยักษ์หักตัวเนื่องจากถูกลมพายุหรือเป็นความประสงค์ความจำเป็นในการก่อสร้าง ถ้าก่อยอดเจดีย์ให้ถูกส่วนสมบูรณ์จะสูงทัดเทียมกับองค์พระบรมธาตุเจดีย์ ซึ่งเป็นปูชนียสถานที่สำคัญสุดยอดย่อมผิดธรรมเนียมเกิดความรู้สึกไม่ดีแห่งบุญบารมีมีความสำคัญ จึงลดยอด ทำคล้ายกับไม่สำเร็จเสียจึงตั้งนิทานขึ้นประกอบภายหลัง การที่ชาวบ้านเรียก “เจดีย์ยักษ์” ก็อาจแสดงความรู้สึกเปรียบเทียบว่า หมายถึงพระเจดีย์ พระเจดีย์องค์ใหญ่ คือ ใหญ่ผิดธรรมดา ใหญ่กว่าที่ชาวเมืองเคยพบเห็นนั่นเอง (ถนอม พูนวงศ์. 2550 : 167-168)



ภาพที่ 2.11 เจดีย์ยักษ์

ที่มา : เขียวรัตน์ สิริวัฒนานุสรณ์ (2554)

2.5.3.12 อนุสาวรีย์วีรไทย หรือชาวบ้านเรียกว่า “อนุสาวรีย์จำดำ” เป็นอนุสรณ์สถานที่สร้างขึ้นเพื่อเป็นเกียรติประวัติวีรกรรมทหารไทยที่ได้สละชีพเพื่อชาติ ในสมัยสงครามเอเชียบูรพา เมื่อวันที่ 8 ธันวาคม พ.ศ. 2484 ตั้งอยู่ห่างจากตัวเมืองไปทางทิศเหนือประมาณ 6 กิโลเมตร ตามถนนสาย นครศรีธรรมราช-ท่าแพ ตำบลปากพูน อำเภอเมืองนครศรีธรรมราช ตรงบริเวณที่ทหารหาญของมณฑลทหารบกนครศรีธรรมราช ทำการรบประชิดตัวถึงขั้นตะลุมบอนกันด้วยดาบปลายปืนกับทหารญี่ปุ่น ตรงหน้าโรงเรียนโยธินบำรุงในปัจจุบัน อนุสาวรีย์หล่อด้วยสำริดรมดำ เป็นรูปทหารแต่งเครื่องแบบอนุสรณ์ ยืนถือปืนติดดาบในท่าเตรียมแทงขนาดใหญ่ 2 เท้าตัวตื้น หันหน้าไปทางท่าแพซึ่งไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เป็นจุดที่ทหารญี่ปุ่นยกพลขึ้นบกฐานอนุสาวรีย์เป็นคอนกรีต 6 เหลี่ยมสูงประมาณ 2 เมตร รอบฐาน 6 เหลี่ยม มีฐานคอนกรีตเป็นวงกลมหล่นลงมาเป็นชั้นๆ แบบขั้นบันได ภายในฐานบรรจุอัฐิของทหารหาญผู้เสียชีวิตในการสู้รบครั้งนั้น จำนวน 116 คน จากจังหวัดนครศรีธรรมราช สงขลา สุราษฎร์ธานี ชุมพร ประจวบคีรีขันธ์ และปัตตานี

หลังเสร็จสิ้นสงคราม ประชาชนในภาคใต้ได้พร้อมใจกันสนับสนุนให้ทางการสร้างอนุสรณ์สถานแห่งนี้ขึ้น พลเอก หลวงเสนาณรงค์ จึงได้ดำเนินการติดต่อกรมศิลปากรให้ออกแบบและฐานตั้ง ศาสตราจารย์ศิลปะ พีระศรี เป็นผู้รับผิดชอบและมอบหมายงานปั้นให้อาจารย์สนั่น ศิลากร เป็นผู้ปั้นจนแล้วเสร็จ ภาพจำจอมพล แปลก พิบูลสงคราม นายกรัฐมนตรีว่าการกระทรวงกลาโหมในสมัยนั้น ให้นำมาอนุสาวรีย์นี้ว่า “อนุสาวรีย์วีรไทย พ.ศ. 2484” และเปิดเมื่อวันที่ 8 ธันวาคม พ.ศ. 2492 หลังสงครามเป็นเวลา 8 ปี ในอนุสาวรีย์นี้มีดวงวิญญาณของทหารหาญผู้สละชีพเพื่อชาติปกป้องแผ่นดินไทย เป็นจำนวน 116 ดวง จึงเกิดความขลังความศักดิ์สิทธิ์มีอิทธิฤทธิ์ปาฏิหาริย์ สามารถเป็นที่พึ่งทางใจได้ ประชาชนจึงมากราบไหว้บูชาบนบานศาลกล่าวและปิดทองอร่ามไปทั่วฐาน

วันที่ 8 ธันวาคม ของทุกปี จะมีพิธีวางพวงมาลา กล่าวคำสดุดี ทำบุญตักบาตรอุทิศส่วนบุญส่วนกุศลไปให้เหล่าทหารหาญ ผู้สละชีพปกป้องเอกราชแผ่นดินไทย มีบรรดาพ่อค้า ประชาชน ข้าราชการ ทหารตำรวจ ไปร่วมพิธีกันเป็นจำนวนมาก (ถนอม พูนวงศ์. 2550 : 183-185)



ภาพที่ 2.12 อนุสาวรีย์วีรไทย

ที่มา : เขาวรัตน์ สิริวัฒนานุสรณ์ (2554)

2.6 สื่อประชาสัมพันธ์

2.6.1 ความหมายของสื่อ

สื่อ แปลมาจากคำว่า Medium หรือ Media ซึ่งเป็นภาษาละติน แปลว่า กลาง อยู่ตรงกลาง สิ่งที่อยู่ตรงกลาง แต่เมื่อวิชาการด้านการสื่อสารและการสื่อสารมวลชนก้าวหน้ามากขึ้น คำว่า สื่อ ได้พัฒนาขึ้นจนเป็นองค์ประกอบหนึ่งของการสื่อสารทุกประเภท มีนักวิชาการหลายท่านให้คำว่า สื่อ และเครื่องมือ (Tool) เป็นช่องทางการสื่อสาร แต่ในความเป็นจริงทั้ง 2 คำ มีความหมายคล้ายคลึงกัน

พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2524, 2546 ได้ให้ความหมายของคำว่า เครื่องมือ คือ สิ่งของสำหรับใช้ในการงานโดยปริยายหมายถึงคนหรือสิ่งของที่ใช้ทำประโยชน์อย่างเครื่องมือ

พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2542, 2546 ได้ให้ความหมายของคำว่า สื่อ หมายถึง ติดต่อกัน เช่น สื่อความหมาย ชักนำให้รู้จักกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการแข่งขันเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สมพร เจริญพงศ์ (2544) ในความหมายของ สื่อ คือ ทำการติดต่อกัน ชักนำให้รู้จักกัน นำข่าวไปแจ้ง

ขวรัตน์ เชิดชัย (2527) ได้กล่าวถึงสื่อไว้ว่า สื่อ คือ ช่องทางข่าวสาร ซึ่งอาจจะเป็นคำพูดหรือตัวอักษรก็ได้ ส่งผ่านไปยังผู้รับ

ณรงค์ สมพงษ์ (2535) ได้สรุปความหมายของสื่อ คือ ตัวกลางหรือพาหนะที่นำข่าวสารจากผู้ส่งไปยังจุดหมายปลายทาง

ชานอลและวีเวอร์ (1949) (อ้างถึงใน วชิราภรณ์ ชิตอรุณ. 2545) ได้อธิบายความหมายของสื่อ คือ ผู้ที่ทำหน้าที่ถ่ายทอดสารให้เป็นสัญญาณและจะถูกส่งไปยังเครื่องรับ ซึ่งจะเป็นผู้แปลสัญญาณเป็นสาร ส่งไปยังจุดหมายปลายทาง

เดวิด เค. เบอร์โล (1960) (อ้างถึงใน วชิราภรณ์ ชิตอรุณ 2545) ได้ให้ความหมายของสื่อออกเป็น 3 ประการ คือ

1. วิธีการเข้ารหัสและถอดรหัสสาร ซึ่งได้แก่ การพูด การเขียน
2. ตัวนำสารหรือช่องทางที่นำเอาข่าวสารไปยังผู้รับสาร ได้แก่ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ เป็นต้น
3. ตัวพาหะหรือตัวกลางนำเอาสัญญาณการส่งกระจายเสียงหรือภาพเพื่อส่งไปยังผู้รับ เช่น สายเคเบิลที่ใช้ส่งสัญญาณหรืออากาศเป็นตัวนำเอาคลื่นเสียงวิทยุ เป็นต้น

คำว่า สื่อ คือ ทำการติดต่อกันหรือชักนำให้รู้จักกัน จากคำจำกัดความดังกล่าวจะเห็นว่า สื่อ หมายถึง สิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติหรือสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นมา ส่วนเครื่องมือ (พรทิพย์ วรกิจโกศาทร. 2537) ได้อธิบายว่า คือ สิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นโดยมีจุดมุ่งหมายสำหรับใช้ในการงาน หากจะพิจารณาขอบเขตความหมายของคำว่า สื่อ ในการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์แล้ว

ดวงพร คำนูณวัฒน์ และวาสนา จันทร์สว่าง (2541) ได้อธิบายไว้ว่า สื่อควรจะครอบคลุมถึงสื่อที่เป็นพาหนะนำสาร ได้แก่ ภาษา (Language) ซึ่งหมายถึงทั้งภาษาพูดและภาษาเขียน ที่เรียกว่า วจนภาษา (Verbal Language) และสื่อที่ไม่ใช่ภาษาพูดและภาษาเขียน ที่เรียกว่า อวจนภาษา (Non-Verbal Language) เช่น ภาษาท่าทาง สัญลักษณ์ต่าง ๆ เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีอวจนภาษา (ชุชนะ เตชคณา. 2548) ที่ได้อธิบายไว้ว่า การสื่อสารนั้นนอกจากมนุษย์เราจะใช้ข้อความที่เป็นคำพูดหรือข้อเขียนแล้ว การที่จะทำให้การสื่อสารบรรลุวัตถุประสงค์ได้นั้นจำเป็นต้องใช้ภาษาที่ไม่มีคำพูดนั่นก็คือ ภาษากาย เช่น การแสดงสีหน้า กิริยาท่าทาง เป็นต้น นอกจากนั้นสื่อยังรวมถึงช่องทางให้สารผ่านสู่ผู้รับสาร ซึ่งได้แก่ช่องทางที่เบอร์โล (Berlo) คือ การเห็นหมายถึงตา การได้ยินหมายถึงหู การได้กลิ่นหมายถึงจมูก การลิ้มรสหมายถึงลิ้น และการสัมผัสหมายถึงผิวหนัง หากไม่มีช่องทางเหล่านี้ ผู้รับก็ไม่สามารถรับสารได้ และสื่อควรจะครอบคลุมถึงเทคโนโลยีการสื่อสารที่จะช่วยนำสารไปได้อย่างรวดเร็ว จำนวนมาก และชัดเจน เพราะนับเป็นพาหนะในการนำสารเคลื่อนที่ไปยังผู้รับสารด้วยเช่นกัน

กล่าวโดยสรุป สื่อประชาสัมพันธ์ ก็คือ สิ่งที่ได้สร้างขึ้นหรือได้เลือกมาใช้งานประชาสัมพันธ์ โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะนำข่าวสารความรู้จากองค์การไปสู่กลุ่มประชาชนเป้าหมาย (อรุณรัตน์ ชินวรรณ. 2553 : 9-11)

2.6.2 ความสำคัญของสื่อประชาสัมพันธ์

งานประชาสัมพันธ์เป็นงานที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารกับกลุ่มประชาชนเป้าหมายต่าง ๆ อย่างมีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน องค์การบางแห่งมุ่งประชาสัมพันธ์โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ บางแห่งอาจจะมีวัตถุประสงค์เพื่อแก้ไขความเข้าใจผิดที่กลุ่มเป้าหมายมีต่อองค์การ แต่ไม่ว่าจะเป็นไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งยังมีเหตุเปลี่ยนแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การประชาสัมพันธ์เพื่อวัตถุประสงค์ใดก็ตาม หากไม่มีสื่อประชาสัมพันธ์หรือเลือกใช้สื่อประชาสัมพันธ์อย่างไม่ถูกต้อง การสื่อสารกับกลุ่มประชาชนเป้าหมายก็จะมีประสิทธิภาพหรืออาจจะไม่เกิดขึ้นได้เลย องค์การและนักประชาสัมพันธ์จำเป็นที่จะต้องรู้จักสื่อเพื่อที่จะได้นำข่าวสารผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มประชาชนเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การ และให้ผลเชิงบวกแก่องค์การ ทั้งนี้อาจสรุปความสำคัญของสื่อประชาสัมพันธ์ได้ ดังนี้

2.6.2.1 เป็นตัวกลางในการนำข่าวสารต่าง ๆ ไปสู่กลุ่มประชาชน เป้าหมายได้รับทราบ เพื่อให้ประชาชนได้รู้จักและมีทัศนคติที่ดีต่อองค์การมากยิ่งขึ้น ในปัจจุบันเป็นที่ยอมรับกันทั่วไปว่า สังคมสลับซับซ้อนมากขึ้น จำนวนประชากรเพิ่มมากขึ้น รวมทั้งข้อมูลข่าวสารก็มีมากขึ้นตามไปด้วย การที่จะให้การสื่อสารของคนในสังคมแต่ละสังคม ไม่ว่าจะเป็นสังคมเมือง สังคมท้องถิ่น หรือสังคมในองค์การมีความเข้าใจกันดีโดยไม่มีปัญหาของการสื่อสารย่อมเป็นไปได้ยาก ประกอบด้วยแต่ละคนจะมีความเชื่อ ทัศนคติ และค่านิยมที่แตกต่างกัน ดังนั้น คนเหล่านี้จึงต้องแสวงหาข่าวสารต่าง ๆ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของแต่ละบุคคล เพื่อประโยชน์ในการประกอบอาชีพและการดำรงชีวิต รวมทั้งการคบหาสมาคมและอยู่ร่วมกันในสังคม

ในส่วนขององค์การหรือสถาบันเอง นอกจากการเผยแพร่นโยบายการดำเนินงาน ความเคลื่อนไหว ความก้าวหน้า รวมไปถึงกิจกรรมต่าง ๆ ที่องค์การดำเนินการอยู่ให้กับพนักงานทุกคนในองค์การเพื่อให้เกิดทัศนคติที่ดี เกิดความเข้าใจ และความสามัคคีระหว่างพนักงานทุกคนในองค์การ เป็นความจำเป็นอย่างยิ่งที่องค์การจะต้องเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับองค์การ ได้แก่ นโยบายขององค์การ ความก้าวหน้าในการดำเนินกิจการต่าง ๆ ขององค์การในกลุ่มประชาชนเป้าหมายทราบ เพราะเมื่อกลุ่มประชาชนเป้าหมายได้รู้จักและคุ้นเคยก็จะมีการติดต่อสื่อสารกันได้อย่างถูกต้อง ไม่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิด ซึ่งจะเกิดภาพลักษณ์ด้านลบกับองค์การ ดังนั้น เพื่อประโยชน์ขององค์การ จึงควรมีการสื่อสารระหว่างองค์การกับกลุ่มประชาชนเป้าหมายภายในองค์การ และองค์การกับกลุ่มประชาชนเป้าหมายนอกองค์การ โดยการเลือกใช้สื่อประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพ

2.6.2.2 ช่วยให้ความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง นอกเหนือจากองค์การหรือหน่วยงานต่าง ๆ แจ้งให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมายทราบความเคลื่อนไหวขององค์การ ไม่ว่าจะเป็นในส่วนของการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร นโยบายการดำเนินงาน ความก้าวหน้า รวมไปถึงกิจกรรมต่าง ๆ ที่องค์การได้ดำเนินการอยู่นั้นยังไม่เพียงพอ องค์การจะต้องทำให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมายเกิดความรู้ความเข้าใจอย่างถูกต้อง โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างความนิยมชมชอบขององค์การ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์การ หากมียังประชาชนกลุ่มเป้าหมายบางส่วนที่ยังไม่เข้าใจ องค์การจะต้องหาวิธีการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โดยการเลือกใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมและตรงกับกลุ่มเป้าหมายมาใช้เพื่อจะโน้มน้าวทัศนคติของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อองค์การให้เกิดขึ้นในทางบวก นอกจากนี้ องค์การจะมองข้ามพนักงานในองค์การไม่ได้ เพราะพนักงานทุกคนในองค์การต้องมีความรู้ความเข้าใจอย่างถูกต้องกับองค์การด้วยเพื่อจะได้เป็นผู้เผยแพร่ข่าวสารและกิจกรรมขององค์การให้กับประชาชนกลุ่มเป้าหมายได้ทราบ

2.6.2.3 ช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่องค์การในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ นอกเหนือจากองค์การจะเผยแพร่ข่าวสารและให้ความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องแก่ประชาชนกลุ่มเป้าหมายทั้งภายในองค์การและนอกองค์การแล้ว องค์การจะต้องทำให้บุคคลเหล่านั้นมีทัศนคติที่ดีต่อองค์การให้ได้ เพื่อที่จะทำให้องค์การมีภาพลักษณ์ที่ดี และแน่นอนที่สุดการที่จะทำให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมายมีทัศนคติที่ดีหรือเป็นองค์การที่เข้าไปนั่งอยู่ในหัวใจของประชาชนแล้ว องค์การเองจะต้องประกอบคุณงามความดี ช่วยเหลือสังคม ทำประโยชน์ให้กับสังคม องค์การควรป้องกันมลพิษ

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อชาวบ้าน เช่น ไม่ทิ้งน้ำเสียลงแม่น้ำลำคลอง ไม่ปล่อยควันพิษต่าง ๆ เป็นภัยต่อสุขภาพของชาวบ้าน รวมไปถึงการสร้างสาธารณูปโภคให้กับชุมชน เป็นต้น ดังนั้น การที่จะเลือกสื่อประชาสัมพันธ์มาใช้ นอกเหนือจากสื่ออื่น ๆ แล้ว พนักงานทุกคนในองค์การเองก็ถือว่าเป็นสื่อหนึ่งที่ต้องมีคุณงามความดีให้กับสังคมและส่วนรวมด้วยเช่นกัน ดังคำกล่าวที่ว่า บุคลิกภาพของพนักงานในองค์การจะเป็นตัวบ่งบอกถึงบุคลิกภาพขององค์การได้เป็นอย่างดี

2.6.2.4 ให้ความบันเทิงกับประชาชนกลุ่มเป้าหมาย การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ขององค์การ นอกจากจะเผยแพร่ข่าวสารให้ความรู้ความเข้าใจ และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ประชาชนกลุ่มเป้าหมายแล้ว อาจจะต้องสนับสนุนให้องค์การมีกิจกรรมทางด้านบันเทิงด้วย เพราะจะช่วยให้ได้รับการสนับสนุนและความสนใจจากประชาชน ทั้งยังเป็นการสร้างความนิยมชมชอบให้กับองค์การอีกด้วย เช่น การจัดแข่งขันกีฬา การประกวดร้องเพลง การร่วมสนับสนุนในรายการบันเทิงต่าง ๆ เป็นต้น

2.6.2.5 ทำให้งานประชาสัมพันธ์แพร่หลาย รวมทั้งสื่อที่ใช้งานประชาสัมพันธ์มีประสิทธิภาพสูงขึ้นกว่าในอดีต การเผยแพร่ข่าวสารเป็นไปด้วยความรวดเร็วและครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายได้ทั่วถึง

ตัวกลางหรือพาหนะในการนำข่าวสารจากองค์การไปสู่ประชาชนกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ได้ตั้งเป้าหมายไว้ องค์การทุกองค์การต้องให้ความสำคัญของเครื่องมือหรือสื่อในการประชาสัมพันธ์ เพราะถ้าองค์การไม่มีเครื่องมือหรือสื่อประชาสัมพันธ์ หรือถ้าหากองค์การได้เลือกใช้เครื่องมือหรือสื่อในการประชาสัมพันธ์ไม่เหมาะสมกับประชาชนกลุ่มเป้าหมายแล้ว ก็จะทำให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ขององค์การไม่ประสบผลสำเร็จ (อรุณรัตน์ ชินวรรณ, 2553 : 22-25)

2.6.3 ประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์

เนื่องจากสื่อประชาสัมพันธ์เป็นลักษณะหนึ่งของกระบวนการสื่อสาร ดังนั้น การสื่อสารทางการประชาสัมพันธ์หรือสื่อในการประชาสัมพันธ์ก็คือ ช่องทางการสื่อสารที่จะนำข่าวสารไปยังประชาชนกลุ่มเป้าหมาย ถ้าหน่วยงานองค์การสามารถเลือกใช้สื่อได้ถูกต้อง มีประสิทธิภาพในการนำเสนอข่าวสาร และสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ทั่วถึง ก็จะทำให้งานที่ดำเนินอยู่สามารถประสบผลสำเร็จได้เป็นอย่างดี ปัจจุบันมีผู้แบ่งประเภทของสื่อไว้ตามเกณฑ์ต่าง ๆ ดังนี้

อรรวรรณ ปิรันธน์โอวาท (2546) ได้แบ่งประเภทของสื่อไว้ ดังนี้

1. แบ่งตามวิวัฒนาการ ได้แก่ สื่อประเพณี สื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจ
2. แบ่งตามบทบาทหน้าที่ของสังคม ได้แก่ สื่อข่าวสาร สื่อการศึกษา และสื่อบันเทิง
3. แบ่งตามประสาทที่ใช้ในการรับสาร ได้แก่ สื่อโสต สื่อทัศน์ และสื่อโสตทัศน์

สำหรับคำว่า สื่อ นั้น ปัจจุบันมีการใช้ความหมายปนกับคำว่า ช่องทาง หรือแม้กระทั่งปนกับคำว่า สาร เช่น มาร์แชล แมคลูฮัน (Marshal McLuhan) ได้กล่าวว่า สื่อคือสาร และสารก็คือ สื่อ บางท่านก็มองว่า ช่องทาง และ สื่อ มีความหมายต่างกัน กล่าวคือ ช่องทาง คือ ทางที่ทำให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารติดต่อกันได้ ซึ่งก็คือ ประสาทสัมผัสทั้งห้านั่นเอง ขณะที่สื่อ คือ สิ่งที่มีอยู่ในธรรมชาติ และเป็นตัวกลางของผู้ส่งสาร เช่น อากาศและเสียง ตลอดจนเครื่องมือและอุปกรณ์การสื่อสารต่าง ๆ ดังนั้น การแบ่งประเภทของสื่อจึงหลากหลายต่างกันไป ดังแนวการแบ่งตามเกณฑ์ต่าง ๆ ต่อไปนี้

สุรัตน์ ตรีสกุล (2549) ได้แบ่งประเภทของสื่อโดยการใช้เกณฑ์ต่าง ๆ ดังปรากฏในตาราง ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.1 เกณฑ์การแบ่งประเภทของสื่อ

เกณฑ์การแบ่งประเภท	ประเภทของสื่อ	ตัวอย่างสื่อ
1. แบ่งตามลักษณะของสื่อ	1. สื่อธรรมชาติ 2. สื่อบุคคล 3. สื่อสิ่งพิมพ์ 4. สื่ออิเล็กทรอนิกส์ 5. สื่อระคนสื่อ ซึ่งไม่สามารถจัดเข้า 4 ประเภทข้างต้น	อากาศ แสง เสียง พิธีกร ผู้บรรยาย แผ่นพับ ใบปลิว หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ ติลจากรีก สื่อพื้นบ้าน
2. แบ่งตามธรรมชาติของสื่อ /วิธีการเข้ารหัส	1. สื่อวัจนะ 2. สื่ออวัจนะ	คำพูด ตัวหนังสือ ภาษากาย ปริภาษา ฯลฯ
3. แบ่งตามจำนวนและการ เข้าถึงผู้รับสาร	1. สื่อระหว่างบุคคล 2. สื่อมวลชน 3. สื่อเฉพาะกิจ 4. สื่อประสม	จดหมาย การประชุม วิทยุ โทรทัศน์ นิตยสาร คู่มือ สื่อประชาสัมพันธ์ การใช้สื่อทั้ง 3 ประเภท ร่วมกัน
4. แบ่งตามประสาทการรับรู้	1. สื่อที่รับรู้ด้วยการเห็น 2. สื่อที่รับรู้ด้วยการฟัง 3. สื่อที่รับรู้ด้วยการเห็น และการฟัง	รูปภาพ หนังสือ นิตยสาร วิทยุ เทปเสียง โทรทัศน์ ภาพทัศน์
5. แบ่งตามการพัฒนาของสื่อ หรือแบ่งตามยุคสมัย	1. สื่อดั้งเดิม 2. สื่อร่วมสมัยหรือสื่อใหม่ 3. สื่ออนาคต	เสียงกลอง สัญญาณควันไฟ อินเทอร์เน็ต เทเลเวิร์ก และ การประชุมทางไกล เป็นต้น

เกษม จันทร์น้อย (2537) ได้อธิบายประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์ไว้ว่า สื่อที่สมบูรณ์ คือ สื่อที่นำข่าวสารไปสู่เป้าหมายได้ และสามารถผสมผสานวิธีการนำเสนอ โดยได้แบ่งออกเป็น 8 ประเภท ดังนี้

1. สื่อคำพูด (Spoken Word) ได้แก่ การพูดทางโทรศัพท์ การพูดในที่สาธารณะ การพูดในที่ประชุม การให้สัมภาษณ์ทางโทรทัศน์และวิทยุ หรือแม้แต่การพูดคุยตามปกติ
2. สื่อสิ่งพิมพ์ (Printed Word) เป็นสื่อที่อาศัยระบบการพิมพ์ที่มีตัวอักษร หรือภาพบนกระดาษ ซึ่งอาจจัดทำเป็นแผ่น หรือเย็บรวมกันเป็นรูปเล่มขนาดต่าง ๆ สื่อสิ่งพิมพ์นี้ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร สิ่งพิมพ์โฆษณา จดหมายโดยตรง ไปสเตอร์ โทรเลข โทรสาร เป็นต้น
3. สื่อโสตทัศน์ (Visual and Audio-Visual Aids) เป็นสื่อที่อาศัยเครื่องมือที่สามารถใช้ภาพหรือเสียง หรือทั้งภาพและเสียง ได้แก่ แผ่นใส फिल्म วิดีโอ ภาพพลิก เป็นต้น
4. กราฟิกส์สองมิติ (Two-Dimension Graphics) ได้แก่ ภาพถ่าย ภาพเขียน แผนภูมิ ภาพระบายสี ภาพวาด เป็นต้น

5. สื่อสามมิติ (Two-Dimensional Media) หมายถึง เครื่องใช้ สัญลักษณ์หรือคำขวัญที่อาจสร้างขึ้นมาเป็นวัตถุทรงกลม ทรงเหลี่ยม หรือทรงอื่น ๆ เช่น ปากกา ที่ทับกระดาษ ที่คั่นหนังสือ ถ้วย

แก้ว ที่เชียบูหรี พวงกุญแจ หรือของที่ระลึกอื่น ๆ เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะบ่งบอกความเป็นองค์การได้เป็นอย่างดี

6. สื่อประสม (Composite Media) เป็นการรวมเอาสื่อหลักข้างต้นมาใช้ร่วมกันอย่างมีเป้าหมายหรือจุดหมายในการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การจัดประชุมแถลงข่าว การใช้สื่อมวลชนเข้าเยี่ยมชมโรงงานหรือหน่วยงาน การประชุม การออกรายการทางสื่อมวลชน การแสดงนิทรรศการ เป็นต้น

7. การเป็นผู้อุปถัมภ์ (Sponsorship) อาจอยู่ในรูปของการช่วยเหลือในหนังสือวิชาการ การสนับสนุนให้ทุนในการจัดนิทรรศการ หรือการจัดสัมมนา การโฆษณาประชาสัมพันธ์ในรายการต่าง ๆ ทางวิทยุและโทรทัศน์ เป็นต้น

8. กิจกรรมทางการศึกษา (Educational Activities) เป็นการประชาสัมพันธ์อีกรูปแบบหนึ่งในการให้ความรู้ ความเข้าใจ โดยการจัดพิมพ์แผ่นพับเพื่อเผยแพร่เกี่ยวกับความรู้เรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรืออาจเป็นการสอนหรืออบรมพนักงานให้มีความรู้ ทักษะเพิ่มขึ้นจากที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน

นอกจากนั้น ประมะ สตะเวทิน (2530) ยังได้แบ่งสื่อที่ใช้ในการสื่อสารออกเป็น 3 ประเภทด้วยกัน คือ

1. สื่อบุคคล หมายถึง ตัวบุคคลที่ถูกนำมาใช้ในการสื่อสารกับผู้รับสาร ซึ่งอาจจะเป็นในรูปของการสนทนากับผู้รับสารเพียงคนเดียว หรือในรูปของการประชุมกลุ่ม

2. สื่อมวลชน หมายถึง สื่อที่สามารถนำเอาข่าวสารไปยังผู้รับสารเป็นจำนวนมากในเวลาเดียวกันหรือใกล้เคียงกัน เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และภาพยนตร์ เป็นต้น

3. สื่อเฉพาะกิจ หมายถึง สื่อที่องค์การผลิตขึ้นมา โดยมีเนื้อหาและจุดมุ่งหมายเฉพาะเจาะจงไปยังผู้รับสาร เช่น คู่มือ จุลสาร แผ่นพับ โปสเตอร์ เป็นต้น

เบาว์แมน และเอลลิส (1969) (อ้างถึงใน ศิริลักษณ์ อริยบัญญัติ, 2540) ได้แบ่งประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์ โดยยึดแนวคิดการสื่อสารเป็นสำคัญ ดังนี้

1. การสื่อสารโดยบุคคล (Personal Communication) หมายถึง การสื่อสารจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่งหรือหลายบุคคล โดยอาศัยตัวบุคคลเป็นสื่อ ประสิทธิภาพหรือความสำเร็จของการสื่อสารจะขึ้นอยู่กับความรู้ ความสามารถ และทักษะการสื่อสารของบุคคลผู้ส่งสารเป็นสำคัญ การสื่อสารประเภทนี้ครอบคลุมถึงการพูด การให้สัมภาษณ์ การเยี่ยมเยียน และการพบปะพูดคุยกันอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ

2. การสื่อสารโดยสิ่งพิมพ์ (Printed Communication) หมายถึง การสื่อสารที่อาศัยสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เป็นตัวกลางที่จะนำข่าวสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร สื่อเหล่านี้ ได้แก่ จดหมายโดยตรง หนังสือ แผ่นพับ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และสิ่งพิมพ์อื่น ๆ เช่น ประกาศ ใบปลิว โปสเตอร์ เป็นต้น

3. การสื่อสารด้วยการมองเห็น (Visual Communication) หมายถึง การสื่อสารที่อาศัยสื่อประเภทภาพเป็นตัวนำข่าวสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร สื่อเหล่านี้ได้แก่ รูปภาพ ภาพยนตร์ โทรทัศน์ นิทรรศการ และเอกลักษณ์ของหน่วยงานซึ่งครอบคลุมถึงผลผลิต การบรรจุหีบห่อ การโฆษณา รถยนต์ของบริษัท ตัวอาคารของบริษัท เป็นต้น

4. การสื่อสารด้วยการได้ยิน (Audio Communication) หมายถึง การสื่อสารที่อาศัยเครื่องส่งและเครื่องรับของระบบวิทยุกระจายเสียงเป็นตัวนำข่าวสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. การสื่อสารพิเศษ (Specialized Communication) เป็นการสื่อสารที่มีความหมายครอบคลุม ได้กว้างไกลกว่าและแตกต่างจากที่กล่าวไว้ข้างต้น ซึ่งได้แก่ กิจกรรมที่ส่งเสริมและสนับสนุนสาธารณประโยชน์ต่าง ๆ กิจกรรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับชุมชน ลูกค้า พนักงาน ผู้แทนจำหน่าย ผู้ถือหุ้น เป็นต้น

นอกจากนี้ เจฟกินส์ (1982) (อ้างถึงใน ศิริลักษณ์ อริยบัญญัติ. 2540) ยังได้แบ่งสื่อเพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ออกเป็น 12 ประเภท คือ

1. หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และหนังสืออ้างอิง
 2. สื่อโสตทัศน เช่น ภาพยนตร์ สไลด์ และวิดีโอ
 3. วิทยุกระจายเสียง
 4. วิทยุโทรทัศน์
 5. นิทรรศการ
 6. Literature หมายถึง หนังสือ แผ่นพับ หรือเอกสารเย็บเล่ม ซึ่งใช้เป็นคู่มือในการให้ความรู้ความเข้าใจต่าง ๆ
 7. หนังสือเล่มต่าง ๆ (Books) ซึ่งหมายถึง หนังสือที่มีการสนับสนุนให้เงินทุนช่วยเหลือการจัดพิมพ์ เป็นต้น
 8. การส่งจดหมายโดยตรง (Direct Mail) ถึงประชาชนกลุ่มเป้าหมาย
 9. สื่อคำพูดหรือสื่อบุคคล (Spoken Word)
 10. การให้ความอุปถัมภ์ (Sponsorship) ซึ่งส่วนใหญ่หมายความถึง การให้ความสนับสนุนเป็นตัวเงิน หรือวัสดุอุปกรณ์ในการจัดสร้างสาธารณประโยชน์ต่าง ๆ
 11. วารสารหน่วยงาน (House Journals) หมายถึง วารสาร จุลสาร จดหมายข่าว ใบปลิว ซึ่งหน่วยงานผลิตขึ้นมาเพื่อการประชาสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอก
 12. สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทอื่น ๆ ซึ่งมีความหมายกว้าง แตกต่างจากที่ได้กล่าวไว้ข้างต้น ซึ่งอาจเป็นรถของหน่วยงาน ธงประจำสถาบัน สัญลักษณ์ ยี่ห้อหรือตรา เป็นต้น
- ปติวีรดา ปาลกะวงศ์ ณ อยุธยา (2549) ได้อธิบายถึงการแบ่งประเภทของสื่อ ไว้ดังนี้
1. การแบ่งประเภทของสื่อโดยใช้ลักษณะของสื่อเป็นเกณฑ์ อาจแบ่งสื่อออกได้เป็น 5 ประเภท คือ
 - 1.1 สื่อธรรมชาติ ได้แก่ บรรยากาศที่อยู่รอบตัวมนุษย์อันมีอยู่ตามธรรมชาติ ทำหน้าที่เป็นทางติดต่อของการสื่อสารระหว่างบุคคลแบบอยู่ต่อหน้ากัน
 - 1.2 สื่อมนุษย์ ได้แก่ บุคคลที่ทำหน้าที่เป็นสื่อข่าวสารไปสู่ผู้รับ เช่น คนนำสาร นักเล่านิทาน โฆษก พ่อสื่อ แม่สื่อ ตัวแทนการเจรจาปัญหา เป็นต้น
 - 1.3 สื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ สื่อทุกชนิดที่อาศัยเทคนิคการพิมพ์ เช่น หนังสือ หนังสือพิมพ์ ใบบอก ใบปลิว แผ่นพับ วารสาร นิตยสาร ใบประกาศหรือแจ้งความ โปสเตอร์ ภาพ เป็นต้น
 - 1.4 สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ สื่อที่พัฒนาไปโดยใช้ระบบเครื่องกลไกไฟฟ้าเป็นหลัก เช่น วิทยุ โทรทัศน์ โทรพิมพ์ เทปเสียง เทปโทรทัศน์ เครื่องฉายภาพยนตร์ เป็นต้น
 - 1.5 สื่อระคน ได้แก่ สื่อที่ทำหน้าที่นำสารได้ แต่ไม่อาจจัดไว้ใน 4 ประเภทข้างต้น เช่น หนังสือพิมพ์กำแพง วัตถุจารึก สื่อพื้นบ้าน เป็นต้น

2. การแบ่งประเภทของสื่อโดยใช้จำนวน และลักษณะของการเข้าถึงผู้รับสารเป็นเกณฑ์ อาจแบ่งสื่อออกได้เป็น 4 ประเภท คือ การใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1 สื่อระหว่างบุคคล สื่อบุคคลเป็นสื่อซึ่งมนุษย์ใช้สำหรับการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลซึ่งอยู่ห่างไกลกัน จนไม่อาจจะติดต่อกันโดยไม่ผ่านสื่อได้ เป็นสื่อซึ่งใช้เฉพาะบุคคลมีลักษณะเป็นส่วนตัวไม่เกี่ยวกับผู้อื่นที่ไม่ได้เกี่ยวข้องกับสื่อสารในขณะนั้น ๆ เช่น จดหมาย โทรเลข โทรศัพท์ ภาพถ่ายในครอบครัว บันทึกช่วยจำ อนุทิน ฯลฯ ทำหน้าที่ช่วยให้สารระหว่างผู้ส่งถึงผู้รับที่อยู่ห่างไกลกันมีความเป็นไปได้ นอกจากนั้นยังมีเครื่องมืออุปกรณ์บางชนิดที่จัดว่าเป็นการสื่อระหว่างบุคคล อาทิ การประชุมกลุ่มย่อย การเรียนการสอน ซึ่งจำเป็นต้องใช้สื่อต่าง ๆ เข้ามาเกี่ยวข้องด้วย เช่น กระดานดำ แบบจำลอง หนังสือ เอกสาร เป็นต้น

2.2 สื่อมวลชน มนุษย์คิดสื่อมวลชนขึ้นเพื่อที่จะติดต่อกับผู้รับสารเป็นจำนวนมากในเวลาเดียวกัน โดยทั่วไปแล้วสื่อมวลชน ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ภาพยนตร์ ซึ่งก็ยังมีผู้นิยมจัดแบ่งประเภทลงไปอีกเป็น 2 ประเภท คือ สื่อมวลชนประเภทสิ่งพิมพ์อย่างหนึ่ง และสื่อมวลชนประเภทไฟฟ้าอย่างหนึ่ง สื่อมวลชนมีประโยชน์ในแง่ของการเผยแพร่ข่าวสารไปยังมวลชนได้ในเวลาอันรวดเร็ว

2.3 สื่อเฉพาะกิจ คือ สื่อซึ่งถูกพัฒนาขึ้นเพื่อใช้สำหรับการสื่อสารที่สนับสนุนกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งโดยเฉพาะ จำนวนและกลุ่มผู้รับสารมีลักษณะที่แน่นอน เมื่อเทียบกับสื่อมวลชนแล้วสื่อเฉพาะกิจจะแคบกว่าในแง่ของการเข้าถึงผู้รับสาร เช่น การจัดทำนิตยสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ภายในหน่วยงาน การทำวีดิทัศน์แนะนำการใช้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทหนึ่ง และเทปเสียงสอนวิธีทำสมาธิ เป็นต้น

2.4 สื่อประสม ได้แก่ การนำสื่อประเภทต่าง ๆ ทั้ง 3 ประเภทข้างต้นไปใช้ในการสื่อสารอันจะทำให้ประสิทธิผลในการสื่อสารครั้งนั้น ๆ เพิ่มมากขึ้น

ในการแบ่งประเภทสื่อของนักวิชาการแต่ละท่านจะเห็นว่า มีลักษณะการแบ่งใกล้เคียงกัน ซึ่งสอดคล้องกับ สมควร กวียะ (2539) ที่ได้แบ่งประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์ไว้หลายลักษณะและหลายหลักเกณฑ์แตกต่างกันออกไป พอสรุปได้ดังนี้

1. แบ่งตามวิวัฒนาการ ได้แก่ สื่อประเพณี (Traditional Media) สื่อมวลชน (Mass Media) สื่อเฉพาะกิจ (Specialized Media)

2. แบ่งตามบทบาทหน้าที่ทางสังคม ได้แก่ สื่อข่าวสาร (Information Media) สื่อการศึกษา (Educational Media) สื่อบันเทิง (Entertainment Media)

3. แบ่งตามโสตประสาทในการรับรู้ ได้แก่ สื่อโสต (Audio Media) สื่อทัศน์ (Visual Media) สื่อโสตทัศน์ (Audio-Visual Media)

4. แบ่งตามบทบาทหน้าที่ทางเทคนิค ได้แก่ สื่อถ่ายทอดสาร (Transmission Media) สื่อบันทึกสาร (Record Media)

5. แบ่งตามเครื่องนำรหัสสาร ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ (Print Media) สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Media) สื่อบันทึกภาพหรือเสียง (Film or Tape)

จะเห็นได้ว่า นักวิชาการแต่ละท่านแบ่งประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์ตามเกณฑ์ที่แตกต่างกันออกไป สำหรับ ลักษณะ สดะเวทิน (2542) ได้อธิบายว่า นักประชาสัมพันธ์หากนำเอาสื่อมาใช้เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการดำเนินงานขององค์การสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. สื่อที่ควบคุมได้ (Controlled Media) คือ สื่อที่องค์การผลิตและจัดทำขึ้นเองตลอดกระบวนการผลิต ตั้งแต่การกำหนดวัตถุประสงค์ เนื้อหา รูปแบบ รวมทั้งวิธีการดำเนินการเผยแพร่ไปสู่

เอากลุ่มเป้าหมาย สื่อประเภทนี้อาจเรียกว่า สื่อเฉพาะกิจ

ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. สื่อที่ควบคุมไม่ได้ (Uncontrolled Media) คือ สื่อที่องค์กรไม่ได้เป็นผู้ผลิตและจัดทำขึ้นเอง จึงไม่สามารถจะไปกำหนดกระบวนการในการผลิตสื่อให้ออกมา ในแบบที่องค์กรต้องการได้ สื่อประเภทนี้อาจเรียกว่าเป็น สื่อมวลชน (Mass Media) นั่นเอง ซึ่งได้แก่ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ภาพยนตร์ เนื่องจากองค์กรไม่ได้มีอำนาจในการควบคุมหรือบังคับให้สื่อเหล่านี้เผยแพร่ข่าวสารให้แก่องค์กรได้ ซึ่งองค์กรต้องอาศัยหลักมนุษยสัมพันธ์กับคนบังคับสื่อ และจะต้องรู้จักกลไกการทำงานของสื่อด้วย ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสื่อมวลชนจะเป็นผู้พิจารณาคัดเลือก และทำการเผยแพร่ข่าวสารไปสู่มวลชนเอง

จากการแบ่งประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์ตามเกณฑ์ต่าง ๆ ที่กล่าวมาทั้งหมด แม่ว่านักวิชาการแต่ละท่านจะแบ่งประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์แตกต่างกัน แต่ก็มีความคล้ายคลึงกันในความหมายโดยรวม เนื่องจากการสื่อสารประชาสัมพันธ์องค์การที่ประสบความสำเร็จนั้นต้องมีการใช้สื่อ (Media) เป็นช่องทางเพื่อส่งไปยังกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งต้องใช้ประสาทสัมผัสทั้ง 5 ในการรับรู้ข่าวสาร แต่นักวิชาการบางท่านอาจมองว่า การประชาสัมพันธ์องค์การ นอกจากจะมีการใช้สื่อทำการประชาสัมพันธ์แล้ว องค์กรยังจะต้องใช้กิจกรรม (Event) ซึ่งถือว่าเป็นวิธีการหนึ่งที่จะช่วยให้การสื่อสารนั้นบรรลุผลสำเร็จ สอดคล้องกับ ลักษณะ สดตะเวทิน (2542) ได้อธิบายว่า การสื่อสารจะเข้าไปเกี่ยวข้องกับประชาสัมพันธ์ได้ใน 2 ลักษณะ คือ เป็นการสื่อสารเพื่อการเผยแพร่ (Communication) และเป็นการสื่อสารด้วยการกระทำ (Action) ซึ่งในความเป็นจริงแล้วสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์มีมากมาย แต่เป็นที่น่าสังเกตว่า นักวิชาการได้มีการแบ่งสื่อออกมาเป็นสื่อหลัก ๆ ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์เพียงไม่กี่ชนิด เพราะบางสื่ออาจจะเหมาะสมกับงานด้านโฆษณามากกว่า

จะเห็นได้ว่า สื่อประชาสัมพันธ์มีหลายประเภท และแต่ละประเภทก็จะมีลักษณะการใช้งานแตกต่างกัน องค์กรหรือนักประชาสัมพันธ์จะต้องมีความรู้และความเข้าใจเป็นอย่างดีเกี่ยวกับลักษณะของสื่อแต่ละประเภท เพื่อจะได้ใช้ให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายขององค์กร ซึ่งผู้เขียนจะได้ อธิบายในบทต่อไป (อรุณรัตน์ ชินวรรณ.2553 : 22-25)

2.6.4 วัตถุประสงค์ของสื่อประชาสัมพันธ์

งานประชาสัมพันธ์เป็นงานที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มประชาชนเป้าหมายอย่างมีวัตถุประสงค์ชัดเจน ดังนั้น การดำเนินงานประชาสัมพันธ์จึงต้องเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่องค์กรกำหนดไว้ การประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพนั้น จำเป็นที่องค์กรจะต้องรู้จักเลือกใช้สื่อที่เหมาะสมกับองค์กร และกลุ่มเป้าหมาย ดังนั้น องค์กร นักประชาสัมพันธ์ต้องเข้าใจวัตถุประสงค์ของสื่อประชาสัมพันธ์ 3 ประการ คือ

2.6.4.1 เพื่อถ่ายทอดข่าวสารเรื่องราวที่น่าสนใจให้ประชาชนทราบ ดังที่ได้กล่าวแล้วข้างต้นว่า การประชาสัมพันธ์เป็นส่วนหนึ่งของการสื่อสาร ดังนั้น คงไม่มีใครปฏิเสธว่า มนุษย์ต่างก็ต้องอาศัยการสื่อสารซึ่งกันและกันเพื่อให้เกิดความเข้าใจต่อกัน องค์กรก็เช่นกัน หากองค์กรใดต้องการที่จะเผยแพร่ชื่อเสียงให้เป็นที่รู้จักของประชาชน ต้องการให้ทราบถึงความก้าวหน้าหรือกิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กร ก็ต้องใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์โดยการเลือกใช้เครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ เพื่อถ่ายทอดข่าวสารและกิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กรในกลุ่มประชาชนเป้าหมายได้ทราบ

2.6.4.2 ให้ความรู้แก่ประชาชน เนื่องจากความหมายของสื่อคือ พาหนะในการนำข้อมูลข่าวสารไปยังผู้รับ ดังนั้น ข้อมูลข่าวสารขององค์กรก็มีมากมายหลายระดับ การที่จะประชาสัมพันธ์องค์การ จำเป็นที่จะต้องนำเสนอข้อมูลความรู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร หน่วยงานให้กับประชาชนได้ทราบและเกิดความเข้าใจ เพื่อจะทำให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมายที่องค์กรเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารได้มีความรู้ความเข้าใจ ไม่วาทกรรมใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เข้าใจไปในทิศทางเดียวกันเพื่อที่จะทำให้ประชาชนไม่เกิดการเข้าใจผิดและให้ความร่วมมือสนับสนุนองค์การในที่สุด

2.6.4.3 ส่งเสริมความคิดใหม่ ๆ และกิจกรรมต่าง ๆ เนื่องจากโลกและสังคมมีพัฒนาการไปอย่างไม่มีสิ้นสุด งานประชาสัมพันธ์ก็เช่นกัน ต้องมีการพัฒนาให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของโลก จะเห็นว่า องค์การต่าง ๆ โดยเฉพาะภาคเอกชนได้มีวิธีการดำเนินการประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อ เพื่อทำหน้าที่ส่งเสริมความคิดใหม่ ๆ รวมทั้งมีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ หากองค์การใดมีการใช้สื่อและมีการนำเสนอในรูปแบบของกิจกรรมที่สร้างความแปลกและแตกต่างจากองค์การอื่น ๆ แล้ว มักจะสร้างความสนใจและทำให้เป็นที่จำของประชาชนกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี (อรุณรัตน์ ชินวรรณ. 2553 : 26-27)

2.6.5 การใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์

ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ขององค์การ หน่วยงาน ย่อมต้องอาศัยสื่อเป็นเครื่องช่วยในการประชาสัมพันธ์ การเผยแพร่ข่าวสารขององค์การประสบความสำเร็จ กล่าวคือ เพื่อให้ผู้รับสารหรือกลุ่มเป้าหมายเกิดความเข้าใจอย่างชัดเจน ถูกต้อง รวดเร็ว แต่การที่เราจะให้ประสบผลสำเร็จดังกล่าวไม่ใช่เรื่องง่าย องค์การ หน่วยงาน จำเป็นต้องเรียนรู้ถึงธรรมชาติและหน้าที่ของสื่อแต่ละชนิดซึ่งมีความแตกต่างกันและเป็นเรื่องยากที่จะเลือกใช้สื่อประชาสัมพันธ์ได้อย่างถูกต้องและได้ผลตามที่ต้องการ นอกจากนี้ องค์การยังต้องรู้จักพิจารณาปัจจัยต่าง ๆ เพื่อที่จะวางแผนการใช้สื่อให้เหมาะสมอีกด้วย โดยต้องคำนึงถึงส่วนประกอบอื่น ๆ เช่น องค์การสามารถเลือกสื่ออะไรมาใช้ได้บ้าง ผู้รับสารมีขีดความสามารถที่จะรับและเข้าใจข้อมูลข่าวสารได้แค่ไหน สื่อประเภทใดจะมีประสิทธิผลต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์และเข้าถึงครอบคลุมกลุ่มประชาชนเป้าหมายมากที่สุด

2.6.6 ความต้องการของผู้รับสาร

เนื่องจากความต้องการของผู้รับสารจะเป็นตัวกำหนดการใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์ขององค์การ ดังนั้น ในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ผู้รับสารจึงมีบทบาทสำคัญเสมือนเป็นผู้ที่ตัดสินใจเลือกใช้สื่อ โดยอาศัยพื้นฐานความต้องการของตนเองเป็นหลัก เราสามารถแบ่งความต้องการของผู้รับสารที่เกี่ยวข้องกับสื่อ (Media Related needs) ได้เป็น 5 กลุ่ม ดังนี้

2.6.6.1 ความต้องการในด้านความรู้ ภูมิปัญญา (Cognitive Needs) เป็นความต้องการที่จะได้รับข้อมูล ความรู้ และความเข้าใจในสิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้น ซึ่งความต้องการในด้านนี้มีพื้นฐานมาจากความต้องการที่จะเข้าใจและควบคุมสิ่งแวดล้อม และความต้องการที่จะตอบสนองแรงผลักดันที่เกิดจากความอยากรู้อยากเห็นและการค้นคว้า

2.6.6.2 ความต้องการในด้านอารมณ์ (Affective Needs) เป็นความต้องการที่จะสร้างเสริมความพอใจ ความบันเทิงใจ และประสบการณ์ในด้านอารมณ์ แรงจูงใจอันเกิดจากความพอใจและความบันเทิงนี้สามารถตอบสนองได้ด้วยการใช้สื่อ

2.6.6.3 ความต้องการที่จะประสานสัมพันธ์กับบุคคล (Personal Integrative Needs) เป็นความต้องการที่จะเสริมสร้างความมั่นใจ การยอมรับนับถือ ความมั่นคง ตลอดจนสถานภาพส่วนบุคคล ความต้องการนี้เกิดจากแรงผลักดันที่ต้องการจะบรรลุจุดมุ่งหมายของบุคคล

2.6.6.4 ความต้องการที่จะประสานสัมพันธ์ในสังคม (Social Integrative Needs) เป็นความต้องการที่จะเสริมสร้างความสัมพันธ์กับครอบครัว กับเพื่อน และกับส่วนรวม

2.6.6.5 ความต้องการที่จะหลีกหนี (Escapist Needs) เป็นความต้องการที่จะหลีกหนีและผ่อนคลายความตึงเครียดลงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอญูชาติให้เข้าไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นอกจากนี้ แมคคอมบ์ส และเบคเคอร์ (McCombs and Becker) (1979) ได้กล่าวไว้ในเรื่อง การใช้สื่อตามความพอใจและความต้องการว่า บุคคลจะใช้สื่อเพื่อสนองความต้องการในเรื่องต่อไปนี้

1. ต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยการสังเกตการณ์ติดตามความเคลื่อนไหวจากสื่อ เพื่อให้รู้ทันต่อเหตุการณ์ เพื่อความทันสมัย รู้ว่าอะไรมีความสำคัญและควรแก่การเรียนรู้
2. ต้องการช่วยเพิ่มการตัดสินใจ (Decision) โดยเฉพาะการตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน การรับสิ่งต่าง ๆ จะทำให้บุคคลสามารถกำหนดความเห็นของตนเองต่อสภาวะหรือเหตุการณ์รอบ ๆ ตัวได้
3. ต้องการข้อมูลเพื่อพูดคุย (Discussions) โดยการรับสื่อจะทำให้บุคคลมีข้อมูลที่สามารถนำไปพูดคุยกับผู้อื่นได้
4. ต้องการมีส่วนร่วม (Participating) ในเหตุการณ์และความเป็นไปต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นรอบตัว เวลาสื่อสารกับใครก็สามารถสื่อสารได้เป็นเรื่องเดียวกัน
5. ความต้องการสร้างความคิดเห็น หรือการสนับสนุน การตัดสินใจที่ได้กระทำไปแล้ว ในบางครั้งการติดตามข่าวสารจากสื่อก็อาจทำให้ข้อมูลนั้นมีส่วนในการสนับสนุนความคิดของเราได้เป็นอย่างดี

6. ต้องการความบันเทิง (Relaxing and Entertainment) เพื่อความเพลิดเพลินและผ่อนคลายอารมณ์ ทำให้ผู้รับสารได้รับการผ่อนคลายรับความสนุกสนานอีกด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคปัจจุบันคนมักจะเคร่งเครียดและบอบช้ำในสภาวะการณ์ของสังคม

จะเห็นได้ว่าความต้องการรับสารสื่อของบุคคลนั้นมีความมากมายต่างกัน แล้วแต่ว่าใครจะมีความต้องการในลักษณะใด ตามที่ได้กล่าวข้างต้นและเหตุผลที่ตัดสินใจเลือกใช้สื่อต่างๆ สามารถรองรับความต้องการได้มากน้อยเพียงใดแต่ปัจจัยสำคัญในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ขององค์การหน่วยงานที่จะให้กับผู้รับสารนั้น องค์การจะต้องใช้สื่อประชาสัมพันธ์นั้นๆ อย่างมีความมุ่งหมายหรือมีวัตถุประสงค์คือเมื่อใช้แล้วต้องให้เกิดผลทางบวก ได้รับการสนับสนุนหรือสร้างเสริมวัตถุประสงค์ของประชาสัมพันธ์ มีอยู่บ่อยครั้งที่ผู้ใช้สื่อได้ใช้ไปในทางให้สื่อกลายเป็นเครื่องทำลายวัตถุประสงค์หรือสิ่งต่อต้านการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ดังนั้น การใช้ประโยชน์จากสื่อในการประชาสัมพันธ์เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การและเกิดประสิทธิภาพสูงสุด องค์การต้องคำนึงถึงสิ่งต่อไปนี้ คือ

1. ใช้สื่อเพื่อการเผยแพร่ข่าวสาร ให้ความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องแก่ประชาชนกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้เกิดความร่วมมือสนับสนุนการดำเนินงานขององค์การ
2. ใช้สื่อเพื่อสร้างสัมพันธภาพที่ดีให้เกิดขึ้นระหว่างองค์การและประชาชนที่เกี่ยวข้องกับองค์การ ทำให้เกิดความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันและทำให้องค์การสามารถเข้าไปนั่งอยู่ในหัวใจของประชาชนได้
3. ใช้สื่อเพื่อรับฟังปฏิกิริยาสะท้อนกลับและท่าทีของประชาชนกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อองค์การ เพื่อที่จะนำมาเป็นข้อมูลในการปรับปรุงแก้ไขให้การดำเนินงานขององค์การครั้งต่อไปให้ดีขึ้น
4. ใช้สื่อเพื่อต้องการกระตุ้นเตือนให้ประชาชนระลึกถึงภาพลักษณ์ชื่อเสียงขององค์การ เช่น สัญลักษณ์ คำขวัญ หรือคุณงามความดีที่องค์การมอบให้แก่สังคม
5. ใช้สื่อเพื่อการพูด การเขียน และกระตุ้นให้เกิดความน่าเชื่อถือศรัทธา ให้กลุ่มเป้าหมายมีส่วนร่วมและเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมตามที่องค์การต้องการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นอกจากปัจจัยข้างต้นเกี่ยวกับประโยชน์จากการให้สื่อแล้ว ในการใช้สื่อเป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์นั้น ควรจะได้รับทราบถึงลักษณะของสื่อต่าง ๆ ไว้ด้วยก็จะเป็นประโยชน์ในการใช้ซึ่งอาจพิจารณาจำแนกได้ ๆ ดังต่อไปนี้ คือ

1. ในเรื่องเนื้อที่-เวลา (Space Time) สิ่งพิมพ์ ภาพนิ่ง เอกสารเครื่องมือประเภทนี้เป็นประเภทเนื้อที่ ส่วนวิทยุ โทรทัศน์ เป็นเครื่องมือประเภทการสนทนา ภาพยนตร์ รายการโทรทัศน์ เป็นเครื่องมือเนื้อที่และเวลา

สื่อประเภทเนื้อที่ เช่น หนังสือพิมพ์ต่าง ๆ นั้น มีลักษณะความคงทน คือ ผู้อ่านอาจอ่านซ้ำแล้วซ้ำอีก ผู้หนึ่งอ่านแล้วผู้อื่นมาอ่านต่ออีกต่อ หรืออาจหวนกลับมาอ่านตอนที่ไม่ว่างใจหรือลืมไปอีกได้แต่วิทยุซึ่งเป็นสื่อประเภทเวลา เสนอข่าวได้รวดเร็วกว่าหนังสือพิมพ์ เสนอครั้งเดียวผ่านไป ถ้าผู้ใดฟังไม่ชัดหรือไม่ได้ฟังก็ไม่มีโอกาสได้ฟังอีก นอกจากนี้ใช้วิธีการบันทึกเสียงไว้ และหูคนยังช่วยให้จำได้น้อยกว่าตา นอกจากนั้น ค่ายากหรือวากนยังทำให้เข้าใจยาก ก็ไม่มีโอกาสทบทวนหรือค้นหาความหมายได้

2. ลักษณะการมีส่วนร่วม (Participation) สื่ออันจะมีลักษณะให้ประชาชนได้มีความรู้สึกเข้าไปมีส่วนร่วม หรือสร้างประสบการณ์ให้กับประชาชนได้มากน้อยเพียงไร

3. ความเร็ว (Speed) วิทยุ และโทรทัศน์ เป็นสื่อที่มีความเร็วสูงสามารถถ่ายทอดเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นได้ทันที ไปยังประชาชนได้ทันที เสนอข่าวได้รวดเร็วกว่าหนังสือพิมพ์ เนื่องจากหนังสือพิมพ์ต้องเตรียมต้นฉบับ จัดพิมพ์และแจกจำหน่าย แต่อย่างไรก็ตาม หนังสือพิมพ์ก็จัดว่าเป็นสื่อที่มีความรวดเร็วรองลงมาจากวิทยุโทรทัศน์ สื่อที่มีความเร็วสูงจึงเหมาะสมในด้านของการเสนอข่าวสาร ส่วนสื่อที่มีความเร็วช้าก็จะใช้เสนอข่าวในลักษณะที่มีความคงทนซึ่งมีสาระเพื่อการศึกษา ค้นคว้า ทบทวนใคร่ครวญ

4. ความถาวรคงทน (Permanent) หนังสือ สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ มีลักษณะในเรื่องความถาวรคงทน รองลงไปได้แก่โทรทัศน์ ภาพยนตร์ เครื่องมือที่มีความถาวรมากเรามักใช้ในการเสนอเรื่องที่เป็นหลักการ สิ่งที่มีความแน่นอน ใช้สำหรับอ้างอิง ส่วนเครื่องมือที่มีความถาวรน้อยมักจะใช้ในการเสนอข่าวสารจะชักจูงโน้มน้าวจิตใจ เกลี้ยกล่อมปลุกใจ

ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ขององค์การ หน่วยงาน จำเป็นอย่างยิ่งที่องค์การจะต้องคำนึงถึงความต้องการของผู้รับสารเป็นสำคัญเพราะการเลือกใช้สื่อประชาสัมพันธ์นั้นต้องเลือกใช้สื่อที่ผู้รับสารพึงพอใจเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ จากปัจจัยความต้องการของผู้รับสารที่ได้กล่าวข้างต้นมีมากมาย ดังนั้น การใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ขององค์การก็ต้องบรรลุวัตถุประสงค์ตามที่องค์การได้กำหนดไว้เช่นกัน (อรุณรัตน์ ชินวรรณ. 2553 : 27-33)

2.6.7 คุณลักษณะสื่ออินเทอร์เน็ตและการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการประชาสัมพันธ์ คุณลักษณะสื่ออินเทอร์เน็ต

อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่นิยมใช้การประชาสัมพันธ์ ซึ่งเกิดขึ้นมาไม่นานและสามารถเข้าถึงผู้รับสารได้รวดเร็ว นักประชาสัมพันธ์หรือองค์การจำเป็นจะต้องทราบและเข้าใจลักษณะการใช้งานของสื่อประเภทนี้เพื่อที่จะได้เลือกใช้ให้เหมาะสมและเกิดประสิทธิภาพกับองค์การ และเกิดผลทางบวกแก่องค์การ

2.6.7.1 ความหมายของอินเทอร์เน็ต อินเทอร์เน็ตนับว่าเป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์ชนิดหนึ่งทั่วโลกปัจจุบันให้ความสำคัญมาก เนื่องจากเป็นสื่อสารที่มีเครือข่ายเชื่อมโยงมากมาย และการกระจายข้อมูลเป็นไปอย่างรวดเร็ว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อผู้ใดเห็นเว็บไซต์นี้โปรดอย่าเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต

ไม่วารกรรมใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พจนานุกรมฉบับมติชน (2547) ได้ให้ความหมายของอินเทอร์เน็ต หมายถึง เครือข่ายการสื่อสารอย่างหนึ่งโดยผ่านคอมพิวเตอร์

วิททรัพย์ จิตติวัฒนานุกูล (ม.ป.ป. : 2) ได้ให้ความหมายของอินเทอร์เน็ต คือ เครือข่ายคอมพิวเตอร์ขนาดใหญ่ยักษ์ที่มีคอมพิวเตอร์เชื่อมต่อกันทั่วโลก โดยใช้โพรโทคอลเป็นสื่อกลางในการรับส่งข้อมูล

วิภา เพิ่มทรัพย์ และวศิน เพิ่มทรัพย์ (ม.ป.ป. : 13) ได้อธิบายความหมายของอินเทอร์เน็ต หมายถึง เครือข่ายขนาดยักษ์ที่ครอบคลุมไปทุกประเทศทั่วโลก ใช้กับงานการศึกษาวิจัย การสื่อสาร แลกเปลี่ยนข้อมูลทั่วไปทุกชนิด ทั้งข้อความ ภาพ เสียง และอื่นๆ ทั้งด้านวิชาการและธุรกิจการค้า รวมทั้งเป็นสื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านทางระบบเวปไซด์เว็บบ และบริการอื่น ๆ อีกมาก

ไพโรจน์ คชชา (ม.ป.ป. : 1) ได้ให้ความหมายของอินเทอร์เน็ต คือ “ระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ขนาดใหญ่ที่เชื่อมต่อกันทั่วโลกต่อกับเครื่องคอมพิวเตอร์ทุกชนิด หรือเรียกว่า เป็นระบบเครือข่ายที่เชื่อมโยงเครือข่ายข้อมูลต่าง ๆ ได้ทั่วโลก

2.6.7.2 ความสำคัญของอินเทอร์เน็ต การประชาสัมพันธ์มีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งต่อทุกองค์การในปัจจุบันทุกองค์การล้วนแล้วแต่ให้ความสำคัญกับงานประชาสัมพันธ์และได้พยายามหาเทคนิคต่าง ๆ เพื่อสร้างสรรค์งานประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพ โดยวิธีการให้ข่าวสารความรู้ข้อเท็จจริง และรับฟังความคิดเห็นของประชาชนที่สะท้อนมายังองค์การ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ยังทำหน้าที่โน้มน้าวชักจูงประชาชน เพื่อให้เกิดความร่วมมือแก่องค์การ และหน่วยงานต่าง ๆ ตามแนวทางที่ถูกที่ควรสื่อประชาสัมพันธ์จึงเป็นเรื่องที่มีความสำคัญต่อการนำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานและองค์การ

เนื่องจากสื่อประชาสัมพันธ์มีมากมายถึงที่ใดกล่าวแล้ว ในปัจจุบันมีการนำเอาสื่อที่มีอยู่เดิมมาปรับปรุงให้ทันสมัยมากขึ้นและขณะเดียวกันก็มีสื่อใหม่เกิดขึ้น ทั้งนี้ให้เป็นไปตามความเปลี่ยนแปลงและการไม่หยุดนิ่งของโลก องค์การและหน่วยงานต่าง ๆ จึงได้มีการนำเอาสื่อที่มีอยู่เดิมมาพัฒนาบูรณาการระหว่างสื่อเก่าและสื่อใหม่ จึงเกิดเป็นสื่ออินเทอร์เน็ตขึ้นมา ซึ่งจัดอยู่ในประเภทของสื่ออิเล็กทรอนิกส์เช่นกัน และได้นำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์ให้กับองค์การ การประยุกต์ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตให้เหมาะสมกับรูปแบบธุรกิจหรือองค์การนั้นสามารถก่อให้เกิดประโยชน์ในการประชาสัมพันธ์ได้อย่างดีเยี่ยม ตัวอย่างเช่น การจัดทำเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์องค์การ นี่ก็คืออีกช่องทางสำคัญที่สามารถแนะนำองค์การให้บุคคลทั่วไปให้รู้จักได้ ซึ่งหมายถึงองค์การของเรานั้นจะสามารถขยายตลาดได้กว้างไกลยิ่งขึ้นนั่นเอง และขณะเดียวกันทำให้คนรู้จักมากขึ้นด้วย

ในปัจจุบันอินเทอร์เน็ตได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นมากทัดเทียมกับสื่อมวลชน องค์การขนาดใหญ่ทั้งของรัฐและเอกชนเริ่มให้ความสนใจทำการประชาสัมพันธ์และโฆษณาผ่านช่องทางสื่อสารสมัยใหม่ในรูปแบบของอินเทอร์เน็ตมากขึ้น ตลอดจนเพื่อการสร้างภาพลักษณ์และการประชาสัมพันธ์องค์การที่นักประชาสัมพันธ์จะนำเอาสื่ออินเทอร์เน็ตมาใช้ในการเผยแพร่ข่าวสารประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับกระแสของโลกในศตวรรษใหม่นั้น องค์การ นักประชาสัมพันธ์ต้องดำเนินการให้สอดคล้องเหมาะสมกับลักษณะสำคัญ หรือธรรมชาติของสื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อให้ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดและเกิดผลทางบวกแก่องค์การ (อรุณรัตน์ ชินวรรณ. 2553 :110-114)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.6.7.3 ลักษณะของสื่ออินเทอร์เน็ต อินเทอร์เน็ตจัดเป็นสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเป็นสื่อที่พัฒนา มาจากสื่อที่มีอยู่เดิมและปรับให้เข้ากับยุคสมัยและวิถีชีวิตประชาชน ลักษณะของสื่ออินเทอร์เน็ต (สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ, 2542 : 125) ดังนี้

2.6.7.3.1 อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่ไม่มีอุปสรรคด้านระยะทาง

2.6.7.3.2 อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่กระจายข้อมูลข่าวสารในแนวราบไปยังกลุ่มเป้าหมายที่มี ลักษณะคล้ายคลึงกัน

2.6.7.3.3 อินเทอร์เน็ตนำเสนอโดยใครก็ได้ ไม่จำเป็นต้องเป็นนักสื่อสารมวลชน

2.6.7.3.4 อินเทอร์เน็ตมีข้อมูลให้ไม่จำกัดด้านพื้นที่และเวลา

2.6.7.3.5 อินเทอร์เน็ตใช้ต้นทุนในการดำเนินงานต่ำกว่าสื่อแบบดั้งเดิม

2.6.7.3.6 อินเทอร์เน็ตสามารถบริการตอบสนองให้กับกลุ่มเป้าหมายได้เฉพาะเจาะจงได้การใช้งานได้มากกว่า

2.6.7.3.7 อินเทอร์เน็ตนำเสนอข้อมูลผ่านการสื่อสารที่เป็นเครือข่ายใยแมงมุมคอมพิวเตอร์ (World Wide Web หรือ WWW) มีลักษณะเชื่อมโยงกันอย่างอิสระ ซึ่งงานต่อการเข้าถึงข้อมูล

2.6.7.3.8 อินเทอร์เน็ตมีผลสะท้อนกลับที่รวดเร็วและทันทีทันใด

2.6.7.3.9 แหล่งเงินทุนสนับสนุนการดำเนินการที่ความหลากหลาย ไม่จำกัดเฉพาะการรับจ้าง โฆษณา

2.6.7.3.10 เนื้อหาในอินเทอร์เน็ตสามารถเปลี่ยนแปลงแก้ไขเพิ่มเติมได้ตลอด ทำให้ข้อมูลมีความทันสมัยกว่า

2.6.7.3.11 การนำเสนอข้อมูลข่าวสารในอินเทอร์เน็ตขึ้นอยู่กับเหตุผลของบุคคล

2.6.7.4 ข้อดีของสื่ออินเทอร์เน็ตและข้อจำกัดของสื่ออินเทอร์เน็ต

สื่ออินเทอร์เน็ตนั้นเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพยืดหยุ่นเหมาะสมกับสภาวะการณ์ปัจจุบัน รวมทั้งเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดีดั่งนั้น องค์กรหน่วยงานต่าง ๆ จึงนิยมใช้สื่อประเภทนี้กันมาก ซึ่งหน่วยงานองค์กรก็ควรจะเรียนรู้ถึงข้อดีของอินเทอร์เน็ต (จารุพร เลิศพิสัยน์ และ จารุณี วรรณศิริ กุล 2545 : 11) ดังนี้

2.6.7.4.1 อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อประเภทหนึ่งที่หน่วยงานของรัฐบาล รัฐวิสาหกิจและธุรกิจ เลือกใช้ เพราะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดีกว่าสื่อเก่าอื่น ๆ รวมทั้งสามารถส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ไปยังกลุ่มคนจำนวนมากได้

2.6.7.4.2 อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่มีราคาถูกเมื่อเทียบกับราคาของสื่ออิเล็กทรอนิกส์อื่น ๆ ที่มีทั้ง ภาพและเสียงเหมือนกัน เช่น วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ภาพยนตร์

2.6.7.4.3 อินเทอร์เน็ตเป็นการสื่อสารแบบไร้พรมแดน (Global Network) สามารถเผยแพร่ ข้อมูลได้ทั่วโลก

2.6.7.4.4 องค์กรที่ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตมักมีภาพลักษณ์ในสายตาของกลุ่มเป้าหมายว่าองค์กรที่ทันสมัยและมีเทคโนโลยีที่สูง ทำให้เกิดความน่าเชื่อถือ

2.6.7.4.5 เว็บไซต์ส่วนใหญ่สามารถโต้ตอบกับผู้ที่เข้ามาใช้งานได้ รวมทั้งมีการแจ้งผลสถิติผู้ที่ เข้ามาใช้บริการข้อมูลด้วย

2.6.7.4.6 ข้อมูลที่องค์กรนำมาลงในอินเทอร์เน็ตเพื่อการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์นั้น จะเป็น ข้อมูลที่ใหม่อยู่เสมอ ส่วนข้อมูลเก่าผู้ใช้ก็สามารถคลิกเข้าไปดูได้ตลอดเวลาที่ต้องการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.6.7.4.7 อินเทอร์เน็ตสามารถเก็บข้อมูลผู้ใช้บริการได้ โดยให้ผู้ใช้บริการทำแบบสอบถามเพื่อนำไปวิจัยและวางแผนประชาสัมพันธ์ได้

2.6.7.4.8 อินเทอร์เน็ตยังเป็นสื่อที่สามารถสร้างปฏิสัมพันธ์ (Interactive) และสำรวจทัศนคติ (Attitude) ของกลุ่มเป้าหมายได้ โดยกลุ่มเป้าหมายสามารถส่งความคิดเห็นต่อนโยบายองค์กรผ่านทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ซึ่งเป็นการติดต่อสื่อสาร 2 ทาง (Two Way Communication) เพื่อองค์กรจะนำข้อมูลไปปรับปรุง

ข้อจำกัดของสื่ออินเทอร์เน็ต สื่ออินเทอร์เน็ตนอกจากจะมีข้อดีสำหรับใช้ในงานประชาสัมพันธ์แล้ว ยังมีข้อจำกัดบางอย่างที่องค์กรหน่วยงานต้องคำนึงถึงก่อนที่จะเลือกใช้สื่ออินเทอร์เน็ต ซึ่งข้อจำกัดการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในงานประชาสัมพันธ์ มีดังนี้

2.6.7.4.9 คนไทยส่วนใหญ่ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มที่มีการศึกษามากน้อยเพียงใดก็ตามหรือเป็นผู้บริหารองค์กรยังขาดความรู้ด้านภาษาและทักษะด้านคอมพิวเตอร์เป็นจำนวนมาก จะมีเพียงกลุ่มน้อยเท่านั้นที่มีความรู้ทางคอมพิวเตอร์ ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นในการใช้งานอินเทอร์เน็ต

2.6.7.4.10 ระดับรายได้ของประชาชนโดยเฉพาะในเขตชนบทยังน้อย ซึ่งเป็นปัญหาสำคัญมากในการเป็นเจ้าของเครื่องคอมพิวเตอร์ ซึ่งแม้ว่าปัจจุบันจะมีราคาถูกลงเร็วก็ตาม

2.6.7.4.11 นักประชาสัมพันธ์ควรมีความรู้ในเรื่องระบบคอมพิวเตอร์ และความรู้ในเรื่องศิลปะเพื่อทำให้โฮมเพจและเว็บไซต์ขององค์กร หน่วยงานนั้นมีความน่าสนใจมากขึ้น

2.6.7.4.12 บางครั้งการใส่ข้อมูลมากเกินไปในเว็บไซต์ อาจทำให้ไม่น่าอ่านและไม่น่าสนใจเท่าที่ควร

2.6.7.4.13 ควรมีการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ด้านอื่น ๆ เสริมเข้าไปด้วย เพราะถ้าไม่มีการประชาสัมพันธ์จากสื่ออื่น ๆ เลย ก็จะไม่ใครทราบได้ว่าในเว็บไซต์นั้นมีข่าวสารอะไรบ้าง และจะไม่มีผู้ใช้คลิกเข้าไปอ่านข้อมูลทำให้เสียค่าใช้จ่ายโดยเปล่าประโยชน์

2.6.7.5 ลักษณะของผู้รับสารทางอินเทอร์เน็ต

จากข้อจำกัดของประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ตข้างต้น พอสรุปได้ว่า กลุ่มผู้รับเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ตนั้นควรมีลักษณะ ดังต่อไปนี้

2.6.7.5.1 เป็นผู้มีการศึกษาค่อนข้างดี มีทักษะด้านภาษาอังกฤษสูง มีความรู้ด้านคอมพิวเตอร์ มีความสามารถใช้สื่ออินเทอร์เน็ต และเป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ จัดได้ว่าเป็นกลุ่มผู้รับสารที่มีสถานภาพทางสังคมในระดับสูง

2.6.7.5.2 เป็นผู้มีความกระตือรือร้นในแสวงหาข้อมูลข่าวสารอยู่ตลอดเวลา เพราะต้องการความกระตือรือร้นในการต่อเชื่อมเข้าอินเทอร์เน็ต

2.6.7.5.3 ต้องเป็นผู้ที่มีเวลาว่างมากพอประมาณหรือสามารถจัดสรรเวลาได้อย่างดี เพราะการจะเข้าไปแสวงหาข้อมูลข่าวสารในอินเทอร์เน็ตย่อมต้องเป็นผู้ที่มีเวลาว่างจากภาระการงานประจำและชีวิตครอบครัว

2.6.7.5.4 กลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่มักเป็นนักเรียน นักศึกษา และผู้ที่สนใจจริง ๆ

2.6.7.5.5 ผู้รับสารจะเป็นผู้กำหนดเองว่า จะเข้าไปดูข้อมูลหรือยกเลิกการดูข้อมูลนั้น

2.6.7.5.6 ผู้รับสารส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตที่บ้านและที่ทำงาน และใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการรับส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์มากที่สุด รองลงมาเป็นใช้เพื่อค้นหาข้อมูล ติดตามข่าวสารความเคลื่อนไหวขององค์กร หน่วยงานต่าง ๆ และเพื่อความเพลิดเพลิน (อรุณรัตน์ ชินวรรณ. 2553 : 115-117) เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.6.7.6 การใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการประชาสัมพันธ์

อินเทอร์เน็ต คือ เครือข่ายคอมพิวเตอร์ขนาดใหญ่ที่เชื่อมต่อกันทั่วโลก โดยการเชื่อมโยงระหว่างระบบเครือข่าย หรือเน็ตเวิร์กจำนวนมากทั่วโลกเข้าด้วยกันภายใต้หลักเกณฑ์มาตรฐานเดียวกัน ใช้โพรโทคอลเดียวกัน ซึ่งโพรโทคอล ก็คือข้อตกลงที่เป็นสื่อกลางสื่อสารของคอมพิวเตอร์ที่ติดต่อกันเป็นเน็ตเวิร์ก และแต่ละเน็ตเวิร์กก็ต่อถึงกันทั่วโลกซึ่งจะทำให้ผู้คนสามารถเชื่อมต่อแลกเปลี่ยนข้อมูลถึงกันได้โดยสะดวกรวดเร็ว ไม่ว่าข้อมูลนั้นจะอยู่ในรูปแบบใด อาจจะเป็นตัวอักษร ข้อความ ภาพนิ่ง และภาพเคลื่อนไหวหรือเสียง และประโยชน์เพื่ออำนวยความสะดวกในการให้บริการสื่อสารข้อมูล ได้แก่ การเข้าใช้ระบบทางไกล การถ่ายโอนแฟ้ม ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ และกลุ่มอภิปราย เป็นต้น ซึ่งเราสามารถที่จะประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ตได้ 2 รูปแบบ คือ

2.6.7.6.1 การทำประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร

สื่ออินเทอร์เน็ตสามารถใช้ดำเนินงานเพื่อการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร ทั้งนี้เพื่อให้บรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ในประเด็นต่าง ๆ คือ เพื่อการแจ้งข้อมูลข่าวสารไปยังกลุ่มเป้าหมายภายในองค์กรได้แก่ ผู้บริหาร บุคลากร เจ้าหน้าที่ ซึ่งช่วยประหยัดกระดาษ งบที่ใช้ในการผลิตและจัดจำหน่าย แจกจ่าย และยังสามารจัดส่งข้อมูลข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ภายในไปยังกลุ่มเป้าหมายภายในองค์กรได้อย่างรวดเร็ว และถึงในเวลาพร้อม ๆ กัน โดยสามารถเผยแพร่ข่าวสารประชาสัมพันธ์ได้พร้อม ๆ กันทั่วประเทศและทั่วโลก

2.6.7.6.2 การทำประชาสัมพันธ์ภายนอกองค์กร

นอกจากประสิทธิภาพการใช้อินเทอร์เน็ตในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรแล้ว สื่ออินเทอร์เน็ตยังสามารถใช้ดำเนินงานเพื่อการประชาสัมพันธ์ภายนอกองค์กร กล่าวคือ กลุ่มเป้าหมายภายนอกองค์กร ได้แก่ ลูกค้า ผู้ใช้บริการ สื่อมวลชน นักเรียน นิสิต นักศึกษา ผู้สนใจ ซึ่งการจัดเผยแพร่ข้อมูลและข่าวสารผ่านทางอินเทอร์เน็ตจะช่วยให้องค์กรเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับองค์กรในด้านต่าง ๆ เช่น ประวัติความเป็นมาขององค์กร ลักษณะองค์กร การดำเนินการขององค์กร ภาระหน้าที่ขององค์กร การบริหารองค์กร การจัดแบ่งสายงาน ผู้บริหารองค์กร สินค้า การบริการ การพัฒนาปรับปรุงองค์กร ข่าวประชาสัมพันธ์องค์กร กิจกรรม รวมทั้งความเคลื่อนไหวทุกด้านขององค์กร เป็นต้น

การดำเนินการประชาสัมพันธ์ผ่านทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งถือว่าเป็นสื่ออิเล็กทรอนิกส์และก็จัดเป็นสื่อใหม่ด้วย มีประโยชน์ต่อองค์กรในด้านประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการให้บริการข้อมูลมากกว่าการใช้บุคลากรฝ่ายประชาสัมพันธ์ ซึ่งสามารถให้บริการข้อมูลได้เพียงครั้งละคนหรือเฉพาะกลุ่มเท่านั้น แต่การให้บริการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ผ่านทางอินเทอร์เน็ตสามารถให้ข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มเป้าหมายได้หลายหลาย และสามารถเผยแพร่ไปยังกลุ่มเป้าหมายจำนวนมากในเวลาพร้อม ๆ กันได้ทั่วประเทศและทั่วโลก ซึ่งเป็นการสื่อสารมวลชนหรือการสื่อสารไปยังคนจำนวนมาก ๆ ภายในเวลาพร้อม ๆ กัน ด้วยความสะดวกรวดเร็ว แต่ไม่ต้องเสียค่าเวลาทางสถานีวิทยุกระจายเสียง สถานีวิทยุโทรทัศน์ ไม่ต้องจ่ายค่าเนื้อที่ทางนิตยสาร หนังสือพิมพ์ ซึ่งเมื่อเทียบค่าใช้จ่ายกับสื่อมวลชนแล้ว มีอัตราค่อนข้างจะถูกกว่า

ปัจจุบันมีองค์กรจำนวนมากที่มีเว็บไซต์เป็นของตนเอง นักประชาสัมพันธ์จะต้องทำหน้าที่ในการประชาสัมพันธ์ที่อยู่เว็บไซต์ของหน่วยงานให้เป็นที่รู้จักและเข้าเยี่ยมชม เช่น การใส่ที่อยู่เว็บไซต์ในสื่อเดิมทุกชนิดขององค์กร เช่น ในโปสเตอร์ แผ่นพับ หัวกระดาษจดหมาย ด้านข้างรถขององค์กร สติกเกอร์ เป็นต้น รวมทั้งสอดแทรกที่อยู่เว็บไซต์ไว้ในโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ การพิมพ์ที่อยู่เว็บไซต์และ

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อีเมลไว้ในนามบัตรพนักงาน และจะต้องให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์ภายในให้พนักงานทุกคนทราบและจดจำที่อยู่เว็บไซต์ขององค์กรตน

การประชาสัมพันธ์เว็บไซต์อีกทางหนึ่ง คือ การจัดส่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับที่อยู่และกิจกรรมในเว็บไซต์ เผยแพร่ในคอลัมน์ไอทีในสื่อต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และควรมีการจัดกิจกรรมเพื่อการส่งเสริมการเข้าเยี่ยมชม เช่น การจัดให้ดาราคณดั่งมา chat กับผู้เยี่ยมชม การชิงโชค ทายปัญหาชิงรางวัล เล่นเกมส์ เป็นต้น ด้วยกระแสแห่งความนิยมในรูปแบบการสื่อสารสมัยใหม่ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตทำให้เกิดแนวโน้มว่า นักประชาสัมพันธ์ต้องพัฒนาปรับปรุงความรู้ความสามารถในด้านคอมพิวเตอร์ เพื่อให้สามารถนำสื่ออินเทอร์เน็ตมาใช้ประโยชน์ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ได้อย่างเกิดประสิทธิภาพสูงสุด (อรุณรัตน์ ชินวรรณ. 2553 : 321-324)

2.6.8 หลักการออกแบบเว็บไซต์

หลักการออกแบบเว็บไซต์ที่ดีประกอบไปด้วย 2 ส่วนคือ

2.6.8.1 การออกแบบโครงสร้างเว็บไซต์ (Structure)

ก่อนที่จะกล่าวถึงการออกแบบโครงสร้างเว็บไซต์ นักออกแบบต้องรู้จักผังเว็บไซต์ (Site Map) เสียก่อน

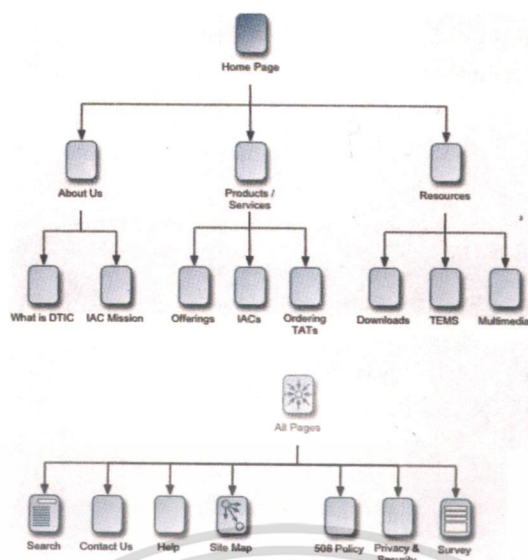
แผนผังเว็บไซต์ หรือ Site Map คือ แผนที่เว็บไซต์ของเราว่าเว็บไซต์เราจะมีหน้าเว็บต่าง ๆ อยู่ที่ไหนบ้าง หน้าไหนลิงค์ไปสู่หน้าไหนเป็นการรองรับให้ทุก ๆ หน้าของเว็บไซต์เราถูกเข้าถึงได้ทั้งหมด อีกทั้งเอื้อให้ Search Engine ทำงานกับเว็บไซต์ได้สะดวกขึ้น แผนผังเว็บไซต์ หรือ Site Map จะคล้าย ๆ กับสารบัญของหนังสือนั่นเอง

Site Map ที่ดีควรมีลักษณะดังต่อไปนี้

2.6.8.1.1 ทุก ๆ เว็บเพจจะต้องมีลิงค์ทางออกเสมอ เพราะถ้ามีหน้าใดหน้าหนึ่งไม่มีลิงค์เชื่อมโยงแล้วผู้ใช้งานจะไม่มีทางไป หรือเรียกกันว่า Dead End คือไม่มีทางออก ไปต่อก็ไม่ได้ ถอยกลับก็ไม่ได้

2.6.8.1.2 ทุก ๆ เว็บเพจควรมีลิงค์กลับไปยังหน้าโฮมเพจ เพราะถ้าผู้ใช้หลงทางก็ยังสามารถกลับมาที่จุดเริ่มต้นได้

2.6.8.1.3 ถ้าเว็บไซต์ของเรามีจำนวนหน้ามาก เราควรมีเว็บเพจหนึ่งหน้าที่แสดง Site Map แก่ผู้เข้าชมเพื่อป้องกันการหลงทาง



ภาพที่ 2.13 ตัวอย่างการวาง Site Map

ที่มา : ปาพจน์ หนูนักดี (2553)

2.6.8.2 มีการออกแบบหน้าตาของเว็บไซต์ (Interface)

นอกจากเรื่องของแผนผังที่ดีแล้ว อีกสิ่งหนึ่งที่สำคัญไม่แพ้กันก็คือ เรื่องของหน้าตาและความสวยงามของเว็บไซต์ เว็บไซต์ที่มีหน้าตาและความสวยงามที่ดีจะต้องประกอบไปด้วยสิ่งต่าง ๆ คือ

2.6.8.2.1 กราฟิกสวยงาม สื่อสารได้ดี

2.6.8.2.2 ใช้งานง่ายไม่ซับซ้อนจนเกินไป

2.6.8.2.3 เวลาโหลดภาพอย่าให้ช้าจนเกินไป โดยแต่ละหน้าไม่ควรมีขนาดกราฟิกที่หนักจนเกินไป

2.6.8.2.4 การออกแบบควรมองภาพรวมทั้งหมดให้เข้ากันทุกหน้า คือ คุมอารมณ์ของงานให้เป็นหนึ่งเดียวกัน (ปาพจน์ หนูนักดี. 2553 : 324-325)



ภาพที่ 2.14 ตัวอย่างหน้าเว็บไซต์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้เชิงพาณิชย์เท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ที่มา : เยาวรัตน์ สิริวัฒนภรณ์ (2550)
 เล่มวิชาการแต่ละๆ ฟังสน่ อีกทั้งที่ให้มีเหตุตบแต่งเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.7 เทคนิคการออกแบบกราฟิก

2.7.1 การออกแบบกราฟิก

งานกราฟิกเป็นส่วนสำคัญที่มีบทบาทยิ่งต่อการออกแบบและกระบวนการผลิตสื่อ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อที่ต้องการการสัมผัสรับรู้ด้วยตา ได้แก่ หนังสือ นิตยสาร วารสาร แผ่นป้ายบรรจุภัณฑ์ แผ่นพับ แผ่นปลิว โทรทัศน์ โฆษณา ภาพยนตร์ ฯลฯ นักออกแบบจะใช้วิธีการทางศิลปะและวิธีการทางการออกแบบร่วมกันสร้างรูปแบบสื่อ เพื่อให้เกิดศักยภาพสูงสุดในการที่จะเป็นตัวกลางในการสื่อความหมายระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารวิธีการออกแบบและวิธีแก้ปัญหการออกแบบ โดยการนำเอารูปภาพประกอบ ภาพถ่าย สัญลักษณ์ รูปแบบ ขนาดตัวอักษร มาจัดวางเพื่อให้เกิดการนำเสนอข้อมูลอย่างชัดเจน เกิดผลดีต่อกระบวนการสื่อความหมาย

ความหมายของการออกแบบกราฟิก เป็นลักษณะของการออกแบบพื้นผิว 2 มิติ เพื่อเป็นสื่อกลางสำหรับถ่ายทอดข้อความ ความรู้สึกนึกคิด และอารมณ์ จากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง เพื่อให้เข้าใจและรู้เรื่องโดยใช้ประสาทตาในการรับรู้เป็นส่วนใหญ่ งานกราฟิกมีอิทธิพลต่อชีวิตประจำวันของเราเป็นอย่างมาก สิ่งที่เรามองเห็นด้วยตาจะโน้มน้าวจิตใจได้ดีกว่าการรับรู้ประเภทอื่นงานกราฟิกที่ดีต้องขึ้นอยู่กับกรออกแบบที่ดีด้วย นับตั้งแต่หลักการเบื้องต้นของศิลปะ รวมถึงการเลือกใช้วัสดุอุปกรณ์ต่างๆ ที่นำมาใช้ในการผลิตวัสดุกราฟิก นอกจากนี้ยังต้องมีความรู้ในเรื่องเทคโนโลยีใหม่ๆ ซึ่งจะสามารถนำมาใช้ในการออกแบบกราฟิกด้วย เพื่อที่จะสามารถพัฒนางานออกแบบให้ทันยุคสมัยที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา

องค์ประกอบสำคัญที่จะช่วยให้งานกราฟิกมีความโดดเด่นน่าสนใจ นักออกแบบจึงใช้หลักและวิธีการทางศิลปะเป็นแนวทางในการออกแบบ โดยพิจารณา ดังนี้

2.7.1.1 รูปแบบตัวอักษรและขนาด การสร้างรูปแบบตัวอักษรให้มีรูปแบบแปลกตา สวยงามจะช่วยเร่งเร้าความรู้สึกตอบสนองได้เป็นอย่างดี โดยเน้นความชัดเจนสวยงาม สอดคล้องกับจุดประสงค์สำหรับข้อความนำเรื่องและข้อความรายละเอียด นอกจากนั้นขนาดของตัวอักษรก็มีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่ากัน ขนาดของตัวอักษรทุกตัวบนชิ้นงานต้องมีความพอดี อ่านได้ง่าย สื่อความหมายได้ดีไม่ต้องคิดมาก นอกจากนั้นแล้วการจัดวางรูปแบบข้อความที่ดีก็จะช่วยให้การสื่อความหมายเป็น ไปอย่างมีประสิทธิภาพด้วย

2.7.1.2 การกำหนดระยะห่างและพื้นที่ว่าง การจัดพื้นที่ว่างในการออกแบบกราฟิก มีวัตถุประสงค์เพื่อการจัดระเบียบของข้อมูล ช่วยเน้นความเป็นระเบียบและความชัดเจน ระยะห่างหรือพื้นที่ว่างจะช่วยพักสายตาในการอ่าน ทำให้ดูสบายตา สร้างจังหวะลีลาขององค์ประกอบภาพให้เหมาะสมและสวยงาม

2.7.1.3 การกำหนดสี สีมีบทบาทอย่างมากที่ช่วยเน้นความชัดเจน ทำให้สะดุดตา สร้างสรรค์ความสวยงาม การกำหนดสีใดๆ ขึ้นอยู่กับประเภทของงานนั้นๆ ข้อสำคัญที่ควรคำนึงถึงคือ สีบนตัวภาพ พื้นภาพและตัวอักษร ต้องมีความโดดเด่น ชัดเจน เหมาะกับกลุ่มเป้าหมายซึ่งมีความชอบที่แตกต่างกัน นักออกแบบจะพยายามใช้สีเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์มากที่สุด

2.7.1.4 การจัดวางตำแหน่ง เป็นการจัดวางโครงสร้างทั้งหมดที่จะกำหนดตำแหน่งขนาดของภาพประกอบ ตำแหน่งของข้อความทั้งหมด และส่วนประกอบอื่นๆที่ปรากฏ ซึ่งต้องคำนึงถึงจุดเด่นที่ควรเน้น ความสมดุลต่างๆ ความสบายตาในการมอง นักออกแบบต้องให้ความสำคัญต่อทุกๆ ส่วนที่ปรากฏบนชิ้นงานเท่ากันทั้งหมด ความพอเหมาะพอดีช่วยให้งานออกแบบมีความน่าเชื่อถือและน่าสนใจ (พงษ์ศักดิ์ ไชยทิพย์. 2549)

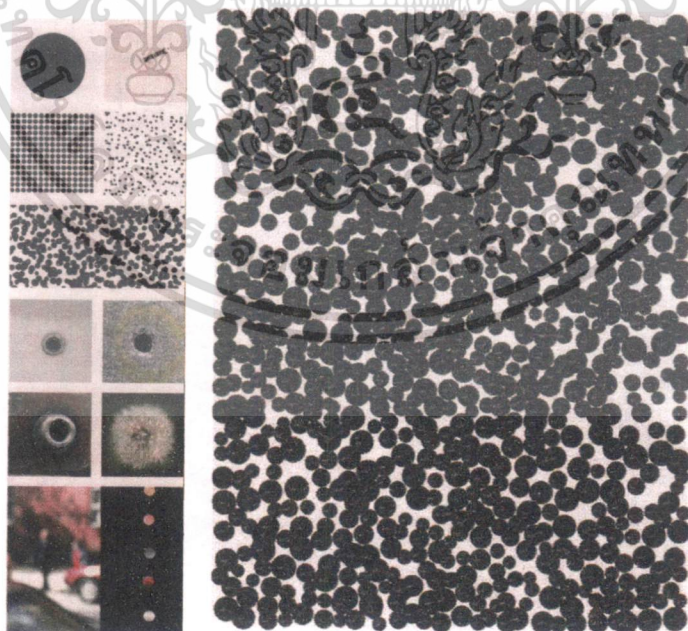
2.7.2 องค์ประกอบต่างๆ สำหรับงานกราฟิก

องค์ประกอบต่างๆสำหรับงานกราฟิกคือองค์ประกอบพื้นฐานทางศิลปะที่จะถูกนำมาใช้ในการออกแบบ โดยองค์ประกอบเหล่านี้จะแบ่งออกได้ ดังนี้

2.7.2.1. จุด เส้น ระนาบ (Points Lines Planes)

จุด เส้น ระนาบเป็นส่วนประกอบพื้นฐานสำคัญของการออกแบบกราฟิกดีไซน์โดยใช้เป็นองค์ประกอบในการสร้างภาพ พื้นผิว แพทเทิร์นต่างๆ ไดอะแกรมที่หลากหลาย ภาพเคลื่อนไหวและระบบโทโปกราฟิก ดังนั้น อาจสรุปได้ว่างานกราฟิกดีไซน์นั้นเกิดจากจุด เส้น ระนาบเป็นหลัก

จุด เป็นองค์ประกอบเบื้องต้น คือมีมิติเป็นศูนย์ ไม่มีความกว้าง ความยาวหรือความลึก เป็นองค์ประกอบที่ไม่สามารถแบ่งได้อีก ในทางสัญลักษณ์ สิ่งรอบตัวเราก็มีความเป็นจุด เช่น เมื่อเรามองขึ้นไปบนท้องฟ้าก็จะเห็นดาวเป็นจุดๆ ซึ่งเกิดจากระยะระหว่างดวงดาวกับโลกที่เราอยู่ ตัวจุดเองจะมีความหมายได้ก็ต่อเมื่อมันปรากฏตัวบนที่ว่างโดยจะเกิดพลังผลักดันโต้ตอบซึ่งกันและกันระหว่างจุดและที่ว่าง ประโยชน์อื่นที่เกี่ยวข้องทางอ้อมของจุดและเส้นในงานศิลปะนั้นมีมากมาย ในรอบร้อยปีที่ผ่านมากระบวนการพิมพ์ก็มีพื้นฐานมาจากการใช้ประโยชน์จุดและเส้น แม้แต่การผลิตภาพพิมพ์แบบแกะไม้ซึ่งศิลปินแกะสลักวัสดุไม้ซึ่งมีพื้นผิวเรียบก็ใช้พื้นฐานจากจุดและเส้น จุดๆหนึ่งที่ปรากฏบนพื้นที่นั้นเป็นการกำหนดตำแหน่งอย่างหนึ่ง เช่น ในระบบเรขาคณิตที่มีแกน X และแกน Y ก็คือการกำหนดตำแหน่งอย่างมีพิกัด จุดนั้นอาจเป็นการแต้มลงไปหรือการทำเครื่องหมายเล็กๆซึ่งจุดอาจไม่ได้มีความสำคัญให้เกิดการรับรู้เมื่อนำมาใช้งานหรืออาจจะมีพลังดังกระสุนที่ทะลุหัวใจก็ได้ ขึ้นอยู่กับว่าพื้นที่ที่รองรับมันอยู่มีลักษณะอย่างไร หรือความสัมพันธ์กับสิ่งรอบจุดเป็นอย่างไร จุดที่ต่อเนื่องกันในทิศทางใดๆจะกลายเป็นเส้น หรือกลุ่มของจุดที่รวมตัวกันก็จะกลายเป็นมวลหรือระนาบ นอกจากนี้จุดเล็กๆจำนวนมากยังสามารถสร้างเฉดสีคือ สีเทาได้อีกด้วย



ภาพที่ 2.15 รูปแบบจุด

ที่มา : ปาพจน์ หนูนภักดี (2553)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เส้น คือ จุดที่ต่อเนื่องกันในทางยาว หรือช่องรอยของจุดที่เคลื่อนไปในมิติเดียว ความยาวของเส้นทำหน้าที่เป็นขอบเขตของที่ว่าง ขอบเขตของสิ่งของ ขอบเขตของรูปทรง ขอบเขตของน้ำหนัก ขอบเขตของสีและเป็นแกนของรูปร่างและรูปทรง

เส้นขั้นต้นมี 2 แบบ คือเส้นตรงและเส้นโค้ง แต่จะพัฒนาออกไปต่างๆกันเช่น เส้นพื้นปลาเกิดจากเส้นตรงมาประกอบกัน หรือเส้นคลื่นเกิดจากเส้นโค้งมาประกอบกันในทางเรขาคณิต เส้นถูกตกลงกันว่าไม่มีความกว้างแต่มีความยาว เส้นอาจเกิดจากการเชื่อมกันของจุดสองจุดที่ห่างกันในระยะหนึ่งก็ได้หรือในงานภาพเคลื่อนไหว เส้นอาจเกิดจากการเคลื่อนไหวของจุดก็ได้ ในทางกราฟิกเส้นจะดำรงอยู่ในหลายๆน้ำหนัก โดยจะมีคุณสมบัติต่างๆได้หลากหลายเช่น

1. อาจมีความหนาหรือความบาง
2. อาจเกิดจากการเขียนด้วยดินสอ ปากกาหรือพู่กัน หรือเมาส์และเครื่องหมายทางดิจิทัล
3. อาจเป็นเส้นตรงหรือเส้นโค้ง
4. อาจเป็นเส้นต่อเนื่องหรือหักมุม
5. เมื่อเส้นขยายตัวในทางหนามันก็จะกลายเป็นระนาบหรือพื้นผิวดังนั้น ลักษณะของเส้นจึงมีหลายแบบ ได้แก่ เส้นตรงเส้นโค้ง เส้นคลื่น เส้นพื้นปลา เส้นกันหอย เส้นขัด เส้นม้า

ถ้าหากแบ่งเส้นออกเป็นชนิดตามทิศทางและความหมายของเส้นก็จะได้ลักษณะของเส้นอีกแบบหนึ่งคือ เส้นตั้ง เส้นราบ เส้นเฉียง เส้นแนวทแยง เส้นหนา เส้นบาง

นอกจากรูปแบบของเส้นที่กล่าวมาแล้วยังมีเส้นอีกชนิดหนึ่งที่เกิดจากจิตนาการของผู้ใช้งานหรือผู้ชม ได้แก่

1. เส้นแกนของรูปทรง
2. เส้นรูปบอกของกลุ่มรูปทรง
3. เส้นที่ลากด้วยจิตนาการจากจุดหนึ่งถึงจุดหนึ่ง เช่น เส้นกลุ่มดาวเสาร์
4. เส้นโครงสร้างของปริมาตร และเส้นโครงสร้างขององค์ประกอบ

ความรู้สึกที่เกิดจากการใช้เส้น เส้นแบบต่างๆจะให้ความรู้สึกแตกต่างกันเมื่อนำไปใช้งาน ความรู้สึกที่เกิดต่อเส้นแบบต่างๆได้แก่

1. เส้นตรงให้ความรู้สึกแข็งแรง แน่นอน ตรง เข้ม ไม่ประนีประนอม หยาบและเอาชนะ
2. เส้นคลื่นหรือเส้นโค้งให้ความรู้สึกสบายเปลี่ยนแปลงได้ เคลื่อนไหลต่อเนื่อง สุภาพ แต่ถ้าใช้เส้นโค้งแบบนี้มากๆจะให้ความรู้สึกกังวล ขาดจุดมุ่งหมาย
3. เส้นโค้งแคบให้ความรู้สึกมีพลังเคลื่อนไหว เปลี่ยนแปลงเร็ว
4. เส้นโค้งวงกลมให้ความรู้สึก เป็นเส้นที่มีระเบียบ เป็นวงจร
5. เส้นโค้งกันหอยให้ความรู้สึกการเข้าสู่ศูนย์กลาง คลี่คลาย มีการเคลื่อนไหวไม่สิ้นสุด ความไม่รู้จักจบจักสิ้น
6. เส้นพื้นปลา เปลี่ยนแปลงเร็ว ทำให้ประสาทระตุก เหมือนพลังไฟฟ้า ฟ้าผ่า ความขัดแย้ง สงคราม
7. เส้นนอนกลมกลืนกับแรงดึงดูดของโลก การพักผ่อน เงียบ เฉย สงบ เช่นเส้นขอบฟ้า เส้นขอบทะเล ทุ่งกว้าง
8. เส้นตั้ง ให้ความรู้สึกสมดุล มั่นคง แข็งแรง จริ่งจั่ง เงียบขรึม ผู้ดี สง่า ทะเยอทะยาน รุ่งเรือง
9. เส้นเฉียง เคลื่อนไหว ไม่มีมั่นคง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ระนาบ คือ พื้นผิวเรียบซึ่งขยายออกไปในทางกว้างและทางยาวระนาบหนึ่งอาจเกิดจากการเคลื่อนไหวของเส้นในทางกว้าง และรูปร่าง ก็คือระนาบอย่างหนึ่ง ในโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำหรับการออกแบบในระบบเวกเตอร์ทุกๆ รูปร่างจะประกอบไปด้วยเส้น (Line) และเนื้อสี (Fill) ส่วนในทางสถาปัตยกรรม เพดาน ผนัง พื้นและหน้าต่างก็คือระนาบอย่างหนึ่งนั่นเอง



ภาพที่ 2.16 รูปแบบระนาบ

ที่มา : ปาพจน์ หนูนุกัถิ (2553)

ระนาบอาจมีลักษณะเป็นของแข็งหรือเป็นรูปพรุน หรืออาจจะทึบหรือโปร่งแสงและอาจมีพื้นผิวขรุขระหรือราบเรียบก็ได้เช่นกันนอกจากรูปทรงที่ถูกมองเป็นระนาบแล้วเราอาจมองกลุ่มของตัวหนังสือกลุ่มหนึ่งเป็นระนาบก็ได้ โดยมองว่าตัวอักษรแต่ละตัวก็เหมือนเป็นจุดที่ต่อเนื่องกัน อาจให้ความรู้สึกหนักหรือเบาซึ่งขึ้นอยู่กับความหนาแน่นของตัวอักษร

นอกจากนั้นเรายังอาจจะเข้าใจได้ว่า ระนาบคือพื้นระนาบคือพื้นผิวแบนราบ 2 มิติ ที่มีลักษณะใกล้เคียงกับรูปร่างของที่วาง ระนาบสามารถสร้างรูปทรง 2 มิติ ได้หลายลักษณะ เช่น สีเหลี่ยมจัตุรัส สีเหลี่ยมผืนผ้า วงกลม สามเหลี่ยม รูปทรงแบนๆ ที่มีลักษณะต่างๆนอกจากนั้นในทางศิลปะระนาบยังสามารถสร้างรูปทรง 3 มิติได้อีกด้วย

ระนาบสัมพันธ์กับที่ว่างคือ บังคับการเคลื่อนไหวของที่ว่าง 3 มิติ เช่นการใช้ระนาบบางใสซ้อนกัน การใช้ระนาบสานเข้าด้วยกัน หรือการใช้ระนาบเชื่อมต่อกัน

2.7.2.2 รูปร่าง รูปทรง ปริมาตร (Shape Volume)

วัตถุทางกราฟิกตั้งอยู่ในระนาบ 3 มิติซึ่งมีปริมาตรคือ มีทั้งความกว้าง ความยาว และความลึก กระดาษหนึ่งใบสามารถบันทึกภาพที่มีลักษณะของทัศนียภาพ(Perspective) ซึ่งปรากฏว่ามีความลึกและแน่นอนว่ามันมีปริมาตรอยู่ในนั้น

รูปร่าง เป็นองค์ประกอบต่อเนื่องมาจากเส้น เกิดจากการนำเส้นแบบต่างๆมาต่อกันจนได้รูปร่าง 2 มิติที่มีความกว้างและความยาวหรือความสูงในทางศิลปะจะแบ่งรูปร่างออกเป็น 2 แบบคือรูปร่างที่คุ้นตา แบบที่เห็นแล้วรู้เลยว่านั่นคืออะไร เช่นดอกไม้ หรือคน และอีกแบบหนึ่งจะเป็นรูปร่างแบบฟรีฟอร์ม เป็นแนวที่ใช้รูปร่างสื่อความหมายที่จินตนาการไว้ออกมาไม่มีรูปทรงที่แน่นอน แลดูแล้วเกิดจินตนาการถึงอารมณ์ที่ต้องการสื่อได้

รูปร่าง เป็นรูปร่างที่มีมิติเพิ่มขึ้นมักกลายเป็นงาน 3 มิติ มีความลึกเพิ่มเข้ามาด้วย ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปริมาตร เป็นส่วนที่มาสริมให้ดูออกว่ารูปทรงน้ำหนักขนาดไหน เบา หรือหนัก ทึบ หรือโปร่ง แสงน้ำหนักจะเกิดจากการเติมสีและแสงเงาลงไปในรูปทรงจนได้ผลลัพธ์ออกมาตามที่ต้องการ ในแง่ของการทำงานกราฟิกรูปร่างจะมีผลอย่างมากต่ออารมณ์ของงาน เช่น ถ้าต้องการงานที่อารมณ์ผู้หญิงจัดๆ เพียงแต่ใส่รูปร่างของดอกไม้ลงไปก็จะสามารถแสดงอารมณ์ได้อย่างชัดเจน

2.7.2.3 มุมมอง (Perspective)

มุมมอง เกิดจากการพยายามที่จะเลียนแบบสิ่งที่ตาเห็นคือ มีการเห็นระยะสิ่งที่อยู่ข้างหน้าและข้างหลัง โดยสิ่งที่อยู่ด้านหน้าจะมีขนาดใหญ่กว่าสิ่งที่อยู่ด้านหลัง

2.7.2.4 พื้นผิว (Texture)

พื้นผิวคือ การถ่ายทอดลายบนพื้นหน้าของสสาร พื้นผิวในสิ่งแวดล้อมช่วยให้เราเข้าใจในธรรมชาติของสรรพสิ่ง เช่น หนามเป็นระบบช่วยป้องกันกลีบดอกกุหลาบ เป็นต้น พื้นผิวเป็นองค์ประกอบสำคัญในงานออกแบบ ไม่ว่าจะเป็นงานออกแบบภายในไปจนถึงใบปลิวสำหรับการขายทางการตลาด พื้นผิวเป็นลักษณะทางกายภาพหรือความรู้สึกก็ได้ เช่น สีของงานศิลปะแบบนามธรรมที่ใช้สีปาดไปปาดมาอย่างว่องไวทำให้เกิดความประทับใจเพราะมันมีผลในการมองเห็นของคนดู กระดาษซึ่งมีทั้งชนิดที่มีพื้นผิวเรียบ ขรุขระ หรือเป็นปุ่มๆในทางกายภาพเราอาจสัมผัสกับผิวด้วยมือของเราแล้วทำให้เรารู้สึกไปต่างๆนานา หรือในทางความรู้สึกเราอาจสัมผัสเนื่องงานด้วยสายตาของเราโดยไม่ต้องสัมผัสด้วยมือก็ได้

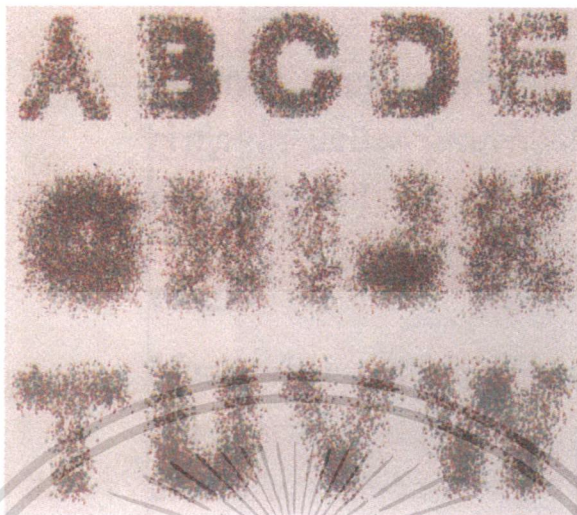
พื้นผิวนั้นสร้างอารมณ์และนำพาเราเชื่อมโยงไปยังประสบการณ์ต่างๆเช่นเดียวกับความแตกต่างระหว่างภาพถ่ายกับภาพเขียนที่อาจวาดจบบเหมือนของจริงแต่ก็ยังรู้สึกต่างจากภาพถ่ายอยู่ดี ความงามของพื้นผิวให้ความรู้สึกที่ลึกซึ้งได้หลายแบบ เช่น รู้สึกว่าเหนียว แหลุม ด้าน เป็นฝอย ซึ่งภาพๆ หนึ่งอาจมีพื้นผิวได้หลายชนิดซึ่งมันอาจจะขัดแย้งกันก็ทำให้เกิดความรู้สึกอย่างใดอย่างหนึ่งขึ้นมาได้ นักออกแบบจะต้องจัดการกับพื้นผิวทั้งทางกายภาพและความรู้สึกด้วยตาซึ่งขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของผู้ดู ถือเป็นหน้าที่สำหรับนักออกแบบที่จะจัดการกับอารมณ์ต่างๆ ตามที่ตัวเองต้องการ



ภาพที่ 2.17 รูปแบบพื้นผิว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้ในเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ที่มา : ปาพจน์ หนูนักดี (2553)
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พื้นผิวรูปธรรม เกิดได้หลายวิธี เช่น จากการเขียน การขีดหรือการเผาไหม้ไม่วั้นแม้แต่การเขียนลายมือที่หวัดหรือมั่วๆก็สร้างพื้นผิวรูปธรรมได้



ภาพที่ 2.18 รูปแบบพื้นผิวรูปธรรม

ที่มา : ปาพจน์ หนูนภักดี (2553)

พื้นผิวที่กลมกลืนและขัดแย้ง รายละเอียดของพื้นผิวมีได้ทั้งแบบกลมกลืนและแบบขัดแย้ง ซึ่งมันก็มีเรื่องของปริมาณเข้ามาเกี่ยวข้อง เช่น พื้นผิวของถุงยางอนามัย 2 สีต่างกันก็ให้ความรู้สึกทางพื้นผิวกลมกลืนกันหรือการที่เกิดรอยถลอกของเปลือกกล้วยก็ยังคงกลมกลืนกัน แต่ถ้าเอาผิวของมนุษย์มาเทียบกับกระดาษทรายก็จะเกิดความขัดแย้งที่รุนแรง



ภาพที่ 2.19 รูปแบบพื้นผิวที่กลมกลืนและขัดแย้ง

ที่มา : ปาพจน์ หนูนภักดี (2553)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การสร้างตัวอักษรด้วยพื้นผิว จากตัวอย่างนี้เป็นงานของสตูดิโอชื่อดังของโลกได้ออกแบบโลโก้ โดยใช้พื้นผิวแสดงไอเดียด้วยการเคลื่อนไหวและการเปลี่ยนแปลงโดยเป็นงานแสดงชื่อว่า Swarm ซึ่งเป็นงานศิลปะร่วมสมัย โดยใช้กลุ่มของวงกลมเล็กๆ 1,000 วงมาสร้างเป็นตัวอักษรขนาดใหญ่

2.7.2.5. มาตรฐาน (Scale)

งานกราฟิกชิ้นหนึ่งอาจมีขนาดเล็กเท่าเล่มไปจนถึงบิลบอร์ดขนาดใหญ่ เช่นเดียวกับ โลโก้ที่ถูกออกแบบมาก็อาจจะประกอบด้วยสัญลักษณ์ที่ใหญ่กับตัวหนังสือที่เล็กๆกักบอยู่ ขณะที่ภาพยนตร์นั้นมีขนาดมโหฬารในโรงหนัง ในโครงการออกแบบหนึ่งมักมีขนาดที่ปะปนของขนาดหลายๆขนาดทั้งหมดนั้นก็มีผลต่อความรู้สึกต่องานชิ้นนั้นๆ

มาตรฐานในความหมายของนักออกแบบคืออะไร มาตรฐานสามารถเป็นได้ทั้งตัวกระทำหรือตัวถูกกระทำในเชิงตัวถูกกระทำมักจะมีข้อตกลงร่วมกันในการอ่าน เช่น แผนที่ซึ่งมีมาตรฐานกำกับว่ามีมาตรฐานเท่าใด มันทำให้เราจินตนาการต่อขนาดจริงของสถานที่นั้นๆได้ ในขณะที่ในเชิงตัวกระทำมาตรฐานจะเป็นดั่งการอ้างอิงของสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เช่น ห้องๆหนึ่งมีขนาดเท่าใดเมื่อเทียบกับสเกลของมนุษย์คือ มาตรฐานเป็นตัวกระทำการวัดสิ่งต่างๆเพื่อช่วยให้เราสามารถออกแบบให้เข้ากับวิถีชีวิตตามขนาดของร่างกายของเรา

มาตรฐานขึ้นอยู่กับบริบทที่มันตั้งอยู่ โดยปกติกระดาษหนึ่งแผ่นจะปรากฏตัวพิมพ์จำนวนหนึ่งหรือภาพใดๆบนกระดาษ ในที่นี้บริบทก็คือตัวกระดาษในขณะที่ตัวอักษรและภาพถูกเปรียบเทียบกับขนาดของกระดาษในขณะที่เราจะสร้างความประหลาดใจให้เราด้วยขนาดของมันซึ่งขึ้นอยู่กับว่ามันเปรียบเทียบกับอะไรเหมือนมดเมื่อเปรียบเทียบกับคนจะได้อารมณ์หนึ่ง แต่เมื่อเอามดมาเปรียบเทียบกับโลกเราก็จะได้อีกรมณ์หนึ่ง

มาตรฐานยังมีผลต่อหน้าที่ของมัน ยกตัวอย่างเช่น ตัวหนังสือที่มีขนาด 12 pt อาจจะเป็นสเกลที่มนุษย์เริ่มอ่านได้ง่ายกว่าสเกลที่เล็กกว่านั้น หรือฉลากยาสำหรับคนสูงอายุที่สายตาวายอาจต้องมีตัวอักษรที่สเกลใหญ่กว่าคนปกติ

มาตรฐานคือความสัมพันธ์ องค์ประกอบในงานกราฟิกจะมีขนาดใหญ่หรือเล็กขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ ระหว่างขนาด ที่ตั้ง หรือสีขององค์ประกอบที่อยู่รอบๆมัน เมื่อองค์ประกอบมีลักษณะเหมือนกันจะทำให้เกิดความรู้สึกเฉยๆ แต่เมื่อมีขนาดที่ขัดแย้งกันมากๆจะทำให้เกิดความรู้สึกประหลาดใจ นอกจากนั้นขนาดของภาพยังให้ความรู้สึกเรื่องระยะคือขนาดใหญ่จะเหมือนอยู่ใกล้ผู้ดูมากกว่าขนาดเล็ก หรือขนาดใหญ่ดูพุ่งมายังผู้ดู ขนาดเล็กเหมือนวิ่งหนีผู้ดู

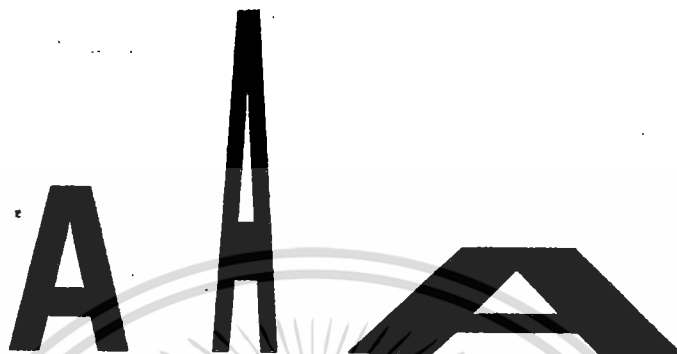


ภาพที่ 2.20 รูปแบบมาตรฐาน ความสัมพันธ์

ที่มา : ปาพจน์ หนูนภักดี (2553)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มาตราส่วนคือกิริยาอย่างหนึ่ง มาตราส่วนในทางกราฟิกเกิดจากการเปลี่ยนระยะซึ่งซอฟต์แวร์ของคอมพิวเตอร์ในปัจจุบันสามารถสร้างกิริยาเช่นนี้ได้อย่างง่ายดาย มันง่ายมากในการขยายภาพถ่ายหรือเส้นเวกเตอร์หรือตัวหนังสือก็ตาม การเปลี่ยนแปลงเช่นนี้เป็นการเปลี่ยนสภาพของมันบนพื้นที่หนึ่ง มันง่ายมากที่จะบิดตัวรูปร่างของภาพต่างๆโดยสเกลของมันอย่างไม่มีสัดส่วนอย่างเต็ม



ภาพที่ 2.21 รูปแบบการขยายภาพถ่ายหรือเส้นเวกเตอร์หรือตัวหนังสือ
ที่มา : ปาพจน์ หนูนภักดี (2553)

กราฟิกแบบเวกเตอร์ก็คือ สเกลอย่างหนึ่งหมายความว่า เราสามารถทำให้มันใหญ่ขึ้นหรือเล็กลงอย่างไม่มีผลกระทบต่อคุณภาพของภาพต่างจากภาพแบบพิกเซลที่ไม่สามารถทำให้ใหญ่ได้แล้วไม่มีผลต่อคุณภาพของภาพในงานประเภทแอนิเมชันการใช้สเกลจะเป็นเรื่องของการซูมเข้า ซูมออกของภาพซึ่งกระทบกับความหมายในสายตาผู้ดู



ภาพที่ 2.22 รูปแบบงานประเภทแอนิเมชันการใช้สเกล
ที่มา : ปาพจน์ หนูนภักดี (2553)

2.7.2.6. สี (Color)

สีเป็นตัวแสดงอารมณ์ได้ดีไม่ว่าจะเป็นอารมณ์แบบจิตซีด เศร้าหมองหรืออารมณ์ที่เกิดจากฤดูกาลต่างๆสามารถใช้สีแสดงอารมณ์ได้ทั้งสิ้น นักออกแบบจะใช้สีในการสื่อความรู้สึกบางสิ่งบางอย่างออกมา โดยอาจไม่ได้เปิดเผยชัดเจนตรงๆ แต่ซ่อนเอาไว้ในที่ ในอดีตกราฟิกดีไซน์นั้นสีสำคัญกับสีขาวเป็นพื้นฐาน ต่อมาก็มีสีอื่นๆมาสร้างความสมบูรณ์ให้กับกระบวนการออกแบบ นำมาซึ่งสื่อเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สมัยใหม่ที่มีผลในชีวิตประจำวันจนกราฟิกกับสีเป็นสิ่งที่แยกกันไม่ออก โดยธรรมชาติเราไม่สามารถรับรู้สีได้จนกว่าแสงจะไปกระทบวัตถุมาเข้าตา

คุณลักษณะของสี สีคือแสงที่มีความถี่ของคลื่นในขนาดที่ตามนุษย์สัมผัสได้ ความเป็นสีหมายความว่า เป็นสีอะไร เช่น สีแดง สีเหลือง สีม่วง สีเขียว และอื่นๆตามวงจรสีธรรมชาติ สีมีอยู่ 2 ชนิดคือ สีที่เป็นแสงได้แก่ สีที่เกิดจากการหักเหของแสงกับสีที่เป็นสีของตัววัตถุ แม้สีที่เป็นวัตถุได้แก่ สีเหลือง สีแดง สีนํ้าเงิน และสีที่เกิดจากการผสมกันของแม่สี น้ำหนักของสีหมายถึง ความสว่างหรือความมืดของสี เช่นถ้าเราเอาสีขาวไปผสมกับอีกสีหนึ่งสีนั้นจะสว่างขึ้น ความจัดของสี หมายถึงความสดหรือความบริสุทธิ์ของสีหนึ่ง เช่น สีที่ถูกสีดำผสมเข้าไปจะทำให้หม่นหมอง ความจัดของสีจะเรียงลำดับจากจัดสุดไปหม่นสุดด้วยการเพิ่มปริมาณของสีดำที่ผสมเรียงกันไปตามลำดับ

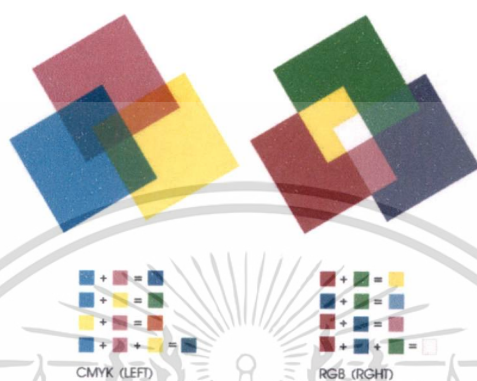


ภาพที่ 2.24 รูปแบบความจัดของสี

ที่มา : เยาวรัตน์ สิริวัฒนานุสรณ์ (2555)

การผสมสี การผสมสีสำหรับนักออกแบบกราฟิกมีอยู่ 2 แบบคือ CMYK และ RGB การผสมสีแบบ RGB หรือการผสมสีแบบบวก คือการผสมสีของแสงโดยใช้แม่สีเป็นตัวผสมคือสีแดง สีเหลือง และสีน้ำเงิน แบบนี้เราจะพบในกรณีของการผสมสีในโทรทัศน์ จอมอนิเตอร์ซึ่งเป็นการผสมสีที่จำเป็นสำหรับนักออกแบบเว็บไซต์ ซึ่งจะต้องเตรียมภาพในระบบที่เรียกว่า RGB การผสมสีแบบลบ คือการผสมกันของสีชนิดที่สะท้อนออกมาจากตัววัตถุเอง เช่น สีของแร่ องค์ประกอบโดยเกิดจากหลักการที่ว่าในแสงนั้นมีสีต่างๆรวมกันอยู่ทุกสีแต่ได้ผสมกันจนเห็นเป็นสีขาวไม่วากกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมเหตตแบบลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงเพียง ชื่อเอกสาร รหัสหนังสือเท่านั้น

แล้วเมื่อแสงสีขาวกระทบกับวัตถุที่มีสีวัตถุนั้นก็ดูดสีทั้งหมดของแสงไว้ และสะท้อนสีที่เหมือนกับตัววัตถุเองออกมาสะท้อนเข้าตาของมนุษย์ ถ้าเป็นวัตถุสีขาวจะสะท้อนมาทุกสี การผสมสีแบบมีแม่สีคือสีฟ้าแกมเขียว สีม่วงแดง สีเหลืองซึ่งเมื่อผสม 3 สีนี้จะเป็นสีดำเพราะแสงดูดกลืนไว้หมด หลักการนี้นำไปใช้ในการผสมสีของแม่สีคือ Cyan Magenta Yellow แต่เพิ่มสีดำอีกสีหนึ่งแล้วผสมกันจนเป็นโทนต่างๆด้วยการใช้เม็ดสกรีน ทำให้ได้สีส้นลมจริงซึ่งเป็นการผสมสีสำหรับน้กออกแบบที่เกี่ยวข้องกับสิ่งพิมพ์ ซึ่งจะต้องเตรียมภาพในระบบที่เรียกว่า CMYK



ภาพที่ 2.25 รูปแบบการผสมสี

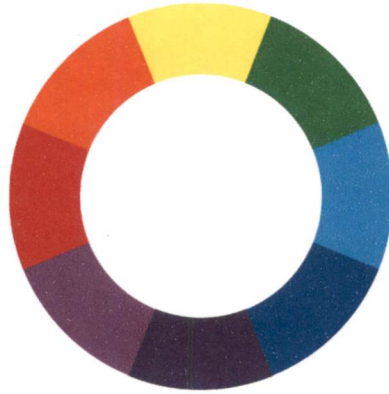
ที่มา : เยาวรัตน์ สิริวัฒนานุสรณ์ (2555)

วงจรสีธรรมชาติ เมื่อลองเอารู้งกินน้ำมาทำให้เป็นแถบวงกลมเราจะได้วงที่มีสี 8 สีโดยเพิ่มสีม่วงแดงซึ่งเป็นรอยบรรจบระหว่างสีม่วงกับสีแดงเข้าไปอีก 1 สีโดยถ้าเพิ่มสีเขียวเหลือง เหลืองส้ม แสด และน้ำเงินเขียวเข้าไปอีก 4 สี ก็จะได้วงจรสีธรรมชาติ 12 สีที่มีความสมดุลกัน สีขั้นต้นในจำนวน 12 สี นั้นมีอยู่ 3 สีที่เราไม่อาจผสมขึ้นได้คือ สีเหลือง สีแดง และสีน้ำเงินที่เราเรียกกันว่าแม่สี สีขั้นที่ 2 ถ้านำแม่สีมาผสมกันทีละคู่เราจะได้สีขั้นที่ 2 คือ สีส้ม สีเขียว และสีม่วง สีขั้นที่ 3 ถ้านำสีขั้นที่ 2 มาผสมกันทีละคู่เราจะได้เพิ่มอีก 6 สี คือสีเหลืองส้ม สีแดงส้ม สีเขียวเหลือง สีเขียวน้ำเงิน สีม่วงแดง สีม่วงน้ำเงิน สีกลาง ถ้านำทุกสีมาผสมกันจะได้สีเทาแก่ๆเกือบดำเรียกว่าสีกลาง หรือเอาแม่สีมาผสมกันก็ได้สีกลางเช่นเดียวกัน

คู่สี สีที่อยู่ตรงกันข้ามกันในวงจรสีธรรมชาติเมื่อนำมาวางคู่กันจะทำให้เกิดความสดใสเพราะเป็นคู่สีที่ตัดกันและขัดแย้งกัน ถ้านำคู่สีมาผสมกันจะได้สีกลาง ถ้านำสีหนึ่งเจือลงในคู่สีเล็กน้อยจะทำให้เกิดความหม่น

สีข้างเคียง สีที่อยู่ข้างกันในวงจรสีธรรมชาติจะกลมกลืนกัน เช่น เหลืองกับเหลืองส้ม ถ้านำมาวางห่างกันความกลมกลืนจะลดลงเรื่อยๆแต่เกิดความขัดแย้งกันหรือตัดกันเพิ่มมากขึ้นโดยถ้าตัดกันจนถึงจุดตรงข้ามก็จะกลายเป็นคู่สีอย่างแท้จริง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.26 รูปแบบสีข้างเคียง

ที่มา : เยาวรัตน์ สิริวัฒนานุสรณ์ (2555)

สีอุ่นและสีเย็น เราสามารถแบ่งวงจรรี้ออกเป็น 2 ส่วนด้วยเส้นแนวตั้งเส้นหนึ่งได้แก่ สีวรรณะอุ่นคือเหลือง(ครึ่งหนึ่ง) เหลืองส้ม ส้ม แดงส้ม แดง ม่วงแดง และม่วง อีกซีกคือสีวรรณะเย็น คือ สีเหลือง (อีกครึ่งหนึ่ง) เหลืองเขียว น้ำเงินเขียว น้ำเงิน ม่วงน้ำเงิน และม่วง (อีกครึ่งหนึ่ง) โดยสีม่วงและสีเหลืองจะเป็นวรรณะกลางๆ คือถ้าอยู่ในกลุ่มสีอุ่นก็จะอุ่นด้วย ถ้าอยู่ในกลุ่มร้อนก็จะร้อนด้วย



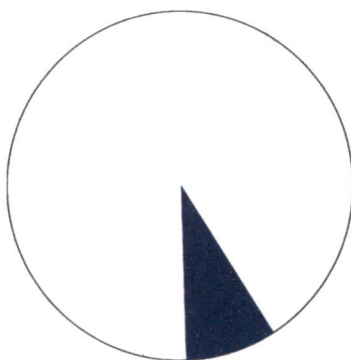
ภาพที่ 2.27 รูปแบบสีอุ่นและสีเย็น

ที่มา : เยาวรัตน์ สิริวัฒนานุสรณ์ (2555)

หลักการใช้สีในการออกแบบ

1. การใช้สีแบบเอกรงค์ (Monochrome) ได้แก่การไล่สีเดียวกันให้มีน้ำหนักแก่อ่อนลงไปตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.28 รูปแบบการใช้สีแบบเอกรงค์
ที่มา : เยวรัตน์ สิริวัฒนานุสรณ์ (2555)

2. การใช้สีข้างเคียงทำให้เกิดความกลมกลืนแบบ 2 สี และ 3 สี



ภาพที่ 2.29 รูปแบบการใช้สีข้างเคียง
ที่มา : เยวรัตน์ สิริวัฒนานุสรณ์ (2555)

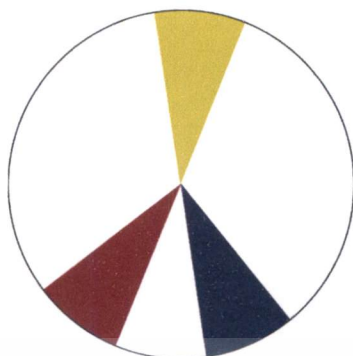
3. การใช้สีคู่ตรงข้ามเป็นการเล่นกับการตัดกันของสี



ภาพที่ 2.30 รูปแบบการใช้สีคู่ตรงข้าม
ที่มา : เยวรัตน์ สิริวัฒนานุสรณ์ (2555)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. การใช้สีเกือบตรงข้ามเป็นการตัดกันของสีที่ไม่ใช่คู่สี



ภาพที่ 2.31 รูปแบบการใช้สีเกือบตรงข้ามเป็นการตัดกัน

ที่มา : เยาวรัตน์ สิริวัฒนานุสรณ์ (2555)

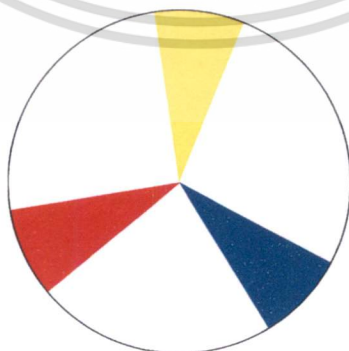
5. การใช้สีตรงข้าม 2 คู่เคียงกันมีความขัดแย้งน้อยเพราะมีสีข้างเคียงกันกลมกลืนอยู่



ภาพที่ 2.32 รูปแบบการใช้สีตรงข้าม 2 คู่

ที่มา : เยาวรัตน์ สิริวัฒนานุสรณ์ (2555)

6. การใช้สีแบบ 3 เส้นเป็นการใช้แม่สีมาตัดกันทำให้มีความเด่นของทั้ง 3 สี

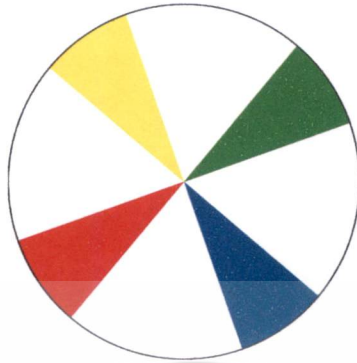


ภาพที่ 2.33 รูปแบบการใช้สีแบบ 3 เส้น

ที่มา : เยาวรัตน์ สิริวัฒนานุสรณ์ (2555)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7. การใช้สีแบบ 4 เส้าเป็นการใช้สีตัดกันอย่างแท้จริงถึง 2 คู่แต่ยังให้ความรู้สึกขัดแย้งน้อยกว่าวิธีที่ 5 เพราะยังมีสีข้างเคียงที่พอจะเชื่อมกันได้



ภาพที่ 2.34 รูปแบบการใช้สีแบบ 4 เส้า

ที่มา : เยาวรัตน์ สิริวัฒนสุธรรม (2555)

หลักการสำหรับเลือกสีในการออกแบบ

ตัวอย่างการเลือกสีในการออกแบบตามหลักการต่างๆและตัวอย่างการใช้งานจะมีรายละเอียดดังนี้

1. เลือกสีตามหลักจิตวิทยาและตามความหมาย Max Luscher นักจิตวิทยาชาวสวิตเซอร์แลนด์ ได้ยกตัวอย่างจิตวิทยาในการใช้สี ดังนี้

1.1 สีดำแทนความตายในหลายวัฒนธรรม(The color of Death)

1.2 สีขาวแทนความบริสุทธิ์ หรือการแต่งงาน

1.3 สีชมพูให้ความน่าสนใจได้เร็วเมื่อสมัยยุค ค.ศ. 1970 โรงพยาบาลมักทาสีชมพู

1.4 สีน้ำเงินแทนความพอใจ ความรู้สึกเป็นเจ้าของ ความอิสระเสรีความสัมพันธ์กับเพื่อน และเป็นสีที่แทนท้องฟ้าและท้องทะเล สีน้ำเงินได้รับความนิยมสูงแต่สำหรับคนทั่วไปอาจให้ความรู้สึกเย็นและหดหู่ในบางโอกาส

1.5 สีเขียวแทนการเคารพตัวเอง(Self-Respect) สามารถควบคุมเจตจำนงและความสามารถในความเพลิดเพลิน

1.6 สีเขียวนั้นแทนธรรมชาติ ครั้งหนึ่งโรงพยาบาลทาสีเขียวเพราะมันทำให้รู้สึกผ่อนคลาย

1.7 สีแดงแทนความเชื่อมั่นในตัวเอง(Self-Confidence) การมีกิจกรรมความสามารถในการตอบสนองต่อสิ่งท้าทาย

1.8 สีเหลืองแทนการพัฒนาทัศนคติเกี่ยวกับการคาดหวัง หรือทัศนคติที่พร้อมจะพัฒนาต่อสิ่งใหม่ๆ

2. การเลือกสีเชิงการตลาดและแฟชั่น เนื่องจากงานออกแบบกราฟิกมักสัมพันธ์กับงานโฆษณาและการตลาด รวมทั้งเทรนด์แฟชั่น ซึ่งอาจมีการแทนค่าสีแตกต่างออกไปจากหลักจิตวิทยา

2.1 สีดำแทนความคลาสสิก ความอมตะ ความเป็นกฎ ความลึกลับ สีดำเป็นสีที่ได้รับความนิยมสูงในแวดวงการออกแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2 สีขาวแทนความเป็นกลาง ความอ่อนน้อม ความบริสุทธิ์ การปราศจากเชื้อโรค ความอ่อนเยาว์ สีขาวมักได้รับการเลือกให้เป็นสีที่สื่อในภาพโฆษณาครีမ်บำรุงผิวและเป็น Backdrop ของเว็บไซต์ส่วนใหญ่

2.3 สีเทา สีเงิน แทนการปลอดภัยและสวัสดิภาพ ความน่าเชื่อถือซึ่งถือเป็นสีที่น่าจะเลือกใช้สำหรับธุรกิจที่สำคัญในอนาคต เพราะมนุษย์ยุคต่อไปจะเริ่มสนใจไปที่ความปลอดภัยของคน

2.4 สีน้ำเงินเป็นสีที่ได้รับความนิยมสูงสุด ทั้งยังแสดงถึงความมั่นใจ ความมั่นคง เทคโนโลยี เช่นเดียวกับที่ตำรวจในต่างประเทศจะใช้ชุดประจำตัวเป็นสีน้ำเงิน ซึ่งสีเทาและสีน้ำเงินจะเป็นสีที่ได้รับความนิยมใช้ในอนาคต

2.5 สีน้ำตาลแทนความสบายแบบคลาสสิก ในวงการแฟชั่นมักใช้สีน้ำตาลเป็นตัวโฆษณา โดยใช้คู่กับสีดำและสีทอง เช่น แบรินด์อย่าง Gucci Amani แต่บางครั้งอาจใช้คู่กับสีเขียวแสดงถึงธรรมชาติของโลก หรือกระแส Eco-Design

2.6 สีเขียวแทนความเป็นธรรมชาติ ความสงบ การเกิดใหม่ ความเยาว์วัยในวงการออกแบบนิยมมากในช่วงกระแส Eco-Design

2.7 สีส้มแทนความกระตือรือร้น เปรียบได้กับนิสัยของคนอเมริกัน คือต้องการความสมดุล บางครั้งพบว่าถูกนำไปใช้ในการรีแบรนด์สำหรับแบรนด์ที่ต้องการเปลี่ยนภาพลักษณ์ใหม่

2.8 สีชมพูแทนความบริสุทธิ์ บางคนเปรียบว่าสีชมพูเป็นน้องสาวของสีแดง คุณบางแห่งใช้สีชมพูทาห้องซังในวงการตลาดจะใช้สีชมพูแสดงถึงวัยแรกรุ่นของหญิงสาว หรือในแบรนด์สำหรับเด็กอ่อน แต่บางครั้งก็ยากที่จะพบกับสีชมพูในงานออกแบบ

2.9 สีม่วงแทนความหรูหรา ชั้นสูงมีปัญญา แต่ในประเทศไทยมักใช้กับ ความเศร้า ความเป็นหม้ายซึ่งต่างจากแนวคิดทางตะวันตก จึงพบว่าสีม่วงในแบรนด์ตะวันตกจะมีความนิยมในธุรกิจหรูหรา สีม่วงอ่อนนั้นเหมาะกับการออกแบบเชิงสิทธิสตรี หรือดึงดูด ความสนใจของเด็กๆด้วยสีม่วง

2.10 สีแดงแทนความมีพลังงาน ความชำนาญ ความรัก ความอันตราย ความก้าวร้าวการดึงดูดทางเพศ สีแดงเป็นสีที่ได้รับความนิยมมากที่สุดหนึ่งในวงการตลาดบางแห่ง เช่น ประเทศจีนสีแดงหมายถึงความโชคดีดูเหมือนว่าสีแดงจะเป็นสีที่กระตุ้นอารมณ์ที่สื่อถึงความร้อนแรงได้ดีที่สุด

2.11 สีเหลืองแทนความร่าเริง สนุกสนานการมีความสุข ความมีโอเดียมักใช้กับการเปลี่ยนภาพลักษณ์ของแบรนด์ที่ต้องการภาพลักษณ์ใหม่

2.7.3 การจัดวางองค์ประกอบสำหรับออกแบบงานกราฟิก

การจัดองค์ประกอบทำขึ้นเพื่อให้งานที่ออกไปสามารถสื่อความหมายที่ต้องการ และมองเห็นจุดเด่นของงานอย่างชัดเจน โดยที่ภาพรวมของงานไปในทิศทางที่ส่งเสริมกันและกัน การจัดองค์ประกอบสำหรับออกแบบงานกราฟิกจะมีหลักการต่างๆคือ

2.7.3.1 จังหวะและความสมดุล (Rhythm and balance)

ความสมดุลเป็นพื้นฐานของการมีชีวิตของมนุษย์ ร่างกายของเราต้องมีความสมดุลไม่ว่าจะเป็น การเดิน การยืนก็ล้วนมีพื้นฐานมาจากความสมดุลทั้งสิ้นในการออกแบบความสมดุลเป็นเหมือนดัง ปฏิกริยาที่แผ่ไปด้วยพลังความสมดุลเป็นเป้าหมายอย่างหนึ่งของการออกแบบด้วย เหมือนกับเวลาจัดเฟอร์นิเจอร์ในห้องของเรา เราจะเคลื่อนที่เก้าอี้ โซฟา หรือโต๊ะจนในที่สุดมันสมดุลในใจของเรา โดยพื้นฐานแล้วการที่ของสองสิ่งๆที่เหมือนกันมาวางสองด้านอย่างเท่าเทียมกันก็จะทำให้เกิดความสมดุล แต่ความสมดุลอาจไม่ต้องการความลงที่อย่างนั้นคือมันไม่จำเป็นต้องเป็นเรื่องของความสมมาตรตามปกติทั่วไปแต่มันคือการชั่งน้ำหนักในใจของเราที่มีต่อวัตถุต่างๆในเรื่องของขนาด ตำแหน่ง และไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความสัมพันธ์ของแต่ละวัตถุ นักออกแบบอาจใช้ประโยชน์จากขนาด พื้นผิว ปริมาตร สี รูปร่าง มาสร้างการเน้นบางสิ่งบางอย่างของวัตถุนั้นจนเกิดความรู้สึกที่สมดุล

จังหวะคือ ความมั่นคงบางอย่างซึ่งอาจเกิดจากการซ้ำของรูปแบบใดๆเหมือนดังจังหวะของกลอง จังหวะการตกลงของเม็ดฝน จังหวะของการเดินของเท้าแม้แต่การพูด ดนตรี การเดินรำก็ล้วนเป็นเรื่องที่เกิดจากความพิเศษของจังหวะ นักออกแบบอาจใช้ประโยชน์จากจังหวะในการสร้างภาพลักษณ์ให้กับหนังสือที่ตัวออกแบบ เช่นจังหวะที่สนุกสนานของหนังสือเกี่ยวกับดนตรีเต้นรำ เป็นต้น จังหวะนั้นสามารถเกิดได้จากการลำดับของขนาด ความสูงต่ำซึ่งมันซ่อนอยู่ในงานออกแบบต่างๆ สรุปคือความสมดุลและจังหวะนั้นจะต้องทำงานร่วมกันในการสร้างงานออกแบบใดๆเหมือนดังเป็นซีพอร์ของชีวิต



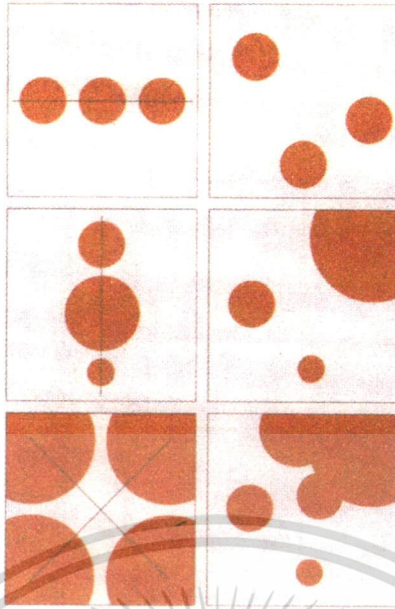
ภาพที่ 2.35 รูปแบบจังหวะและความสมดุล

ที่มา : ปาพจน์ หนูนภักดี (2553)

2.7.3.2 ความสมมาตรและอสมมาตร (Symmetry and Asymmetrical)

ความสมมาตรอาจเกิดจากการวางตำแหน่งทางซ้ายและขวา บนและล่างหรือทั้งสองอย่างก็ได้ โดยโครงสร้างทางกายภาพของธรรมชาติส่วนใหญ่ล้วนมีความสมดุลเป็นปกติ เช่นความสมดุลของแขนทั้งสองข้าง หรือขาซึ่งทำให้เราสามารถยืนอยู่ได้โดยไม่ล้ม เช่นเดียวกับต้นไม้ที่ดำรงอยู่ด้วยหลักยึดโดยกระจายกิ่งก้านสาขาออกไปเหมือนกับมีแขนจำนวนมากที่ยื่นออกมาจากจุดศูนย์กลาง ความสมมาตรไม่ใช่หนทางเดียวที่จะบรรลุผลทางการสมดุล ซึ่งงานดีไซน์ก็อาจจะไม่สมมาตรแต่ก็ยังสมดุลอยู่ได้ นักออกแบบสามารถสร้างความสมดุลจากการขัดแย้งด้วยที่องค์ประกอบก็ได้ มันขึ้นอยู่กับผลที่เกิดจากการมองเห็นว่ามันสมดุลหรือไม่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

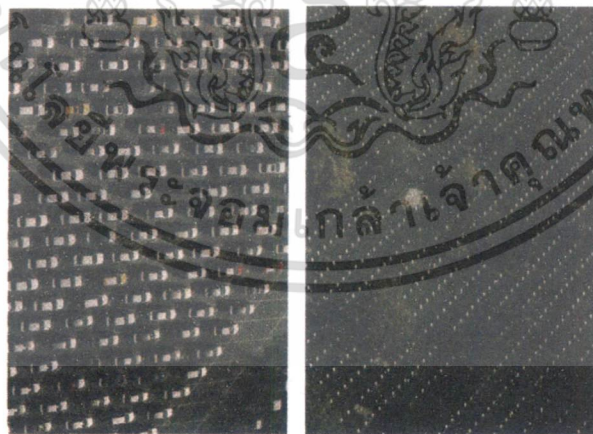


ภาพที่ 2.36 รูปแบบความสมมาตรและอสมมาตร

ที่มา : ปาพจน์ หนูนภักดี (2553)

2.7.3.3 การซ้ำและการเปลี่ยนแปลง (Repeated and changes)

เส้นระดับที่เป็นแนวของไรของชาวสวนจนกระทั่งฝูงของรถจำนวนมากซึ่งมีลักษณะของการแบ่งเป็นส่วนๆในที่จืดจาง หรือการซ้ำอย่างไม่ชอบเขตชัดเจนเป็นสิ่งแวดล้อมทั่วไปที่ปรากฏในชีวิตประจำวันมันเป็นความไพเราะที่สอดรับกันและความเร้าร้อนของความไม่ลงรอยกันชัดเจนของดนตรีล้วนเกิดมาจากการซ้ำและการเปลี่ยนแปลงบางอย่าง



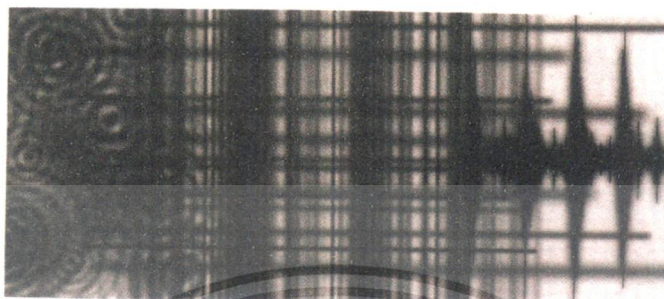
ภาพที่ 2.37 รูปแบบการซ้ำและการเปลี่ยนแปลง

ที่มา : ปาพจน์ หนูนภักดี (2553)

2.7.3.4 จังหวะและเวลา (Rhythm and Time)

คนเราค้นเคยกับเสียงที่อยู่รอบๆตัวเรา ในดนตรีมันมีจังหวะที่ซ่อนอยู่ด้วยรูปแบบบางอย่างที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงของเวลา ความเป็นขั้นๆของรูปแบบปรากฏขึ้นในทางดนตรี เสียงนั้นสามารถที่จะถูกขยายหรือหดตัวเป็นตัวสร้างจังหวะซึ่งค่อยๆเคลื่อนตัวตามเส้นทางของมันเช่นเดียวกันนักออกแบบ

กราฟิกก็จะสร้างโครงสร้างทางการมองเห็นด้วยการซ้ำขององค์ประกอบต่างๆซึ่งอาจจะเป็นวงกลม เป็นเส้น เป็นระบบกริดก็สามารถสร้างจังหวะได้ทั้งสิ้น ขณะที่ขนาดที่หลากหลายหรือความเข้มที่แตกต่างถูกใช้ในการสร้างปรากฏการณ์ที่ตามองให้น่าสนใจทีเดียว ในงานออกแบบภาพเคลื่อนไหว จะเหมือนทนควบคุมจังหวะของเสียงและภาพที่เกิดขึ้นโดยพร้อมเพรียงกัน



ภาพที่ 2.38 รูปแบบจังหวะและเวลา

ที่มา : ปาพจน์ หนูนักดี (2553)

2.7.3.5 จังหวะและระยะก้าว (Rhythm and Pace)

นักออกแบบจะแยกเนื้อหาออกเป็นส่วนๆโดยแต่ละส่วนจะมีการเชื่อมโยงกันด้วยภาพ ตัวอักษร สี หรือการสร้างความสนใจบางอย่าง ซึ่งทำให้เกิดการมองชิ้นงานนั้นมีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ระบบกริดมักถูกใช้เป็นการช่วยสร้างระยะก้าวของการจัดวางอย่างมีระเบียบ



ภาพที่ 2.39 รูปแบบจังหวะและระยะก้าว

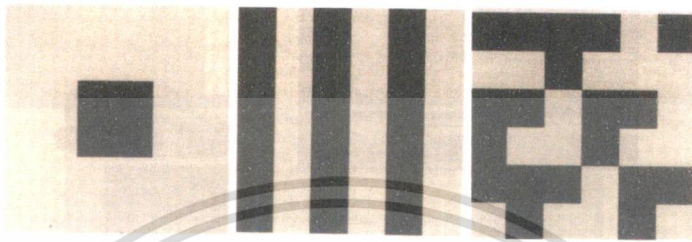
ที่มา : ปาพจน์ หนูนักดี (2553)

2.7.3.6 พื้นหลังและภาพ (Background and Picture)

มีความสัมพันธ์กับรูปร่างที่ตามองเห็น ภาพหนึ่งภาพดูเหมือนจะสัมพันธ์กับพื้นรอบๆตัวมันเสมอ เช่นเดียวกับตัวหนังสือบนกระดาษ หรือประติมากรรมที่เป็นความสัมพันธ์กันที่วางรอบๆตัวมัน สิ่งสำคัญก็คือมันมีผลต่อลูกเล่นในการออกแบบกราฟิกนั่นเอง

โดยปกติคนเรามักจะมองไปที่ภาพมากกว่าพื้นที่รอบๆ ซึ่งดูเหมือนจะถูกมองข้ามทั้งๆที่มีผลต่อเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สูงวันเวลาสำหรับการทำงานเพื่อการศึกษานานๆเหมือนญาติเขามาไปประชุมขึ้นต้นการคำ ภาพอย่างมาก แต่นักออกแบบจะให้ความสำคัญกับทั้งพื้นและภาพเพราะทั้งคู่เหมือนของที่เป็นสิ่งไม่วางกรรมใดๆ ทั้งสน อีกทั้งห้ามมีเหตุดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เดียวกัน ไม่ว่าจะเป็งานประเภทโลโก้ ไอคอน ภาพประกอบต่างๆหรือรูปแบบของแพทเทิร์น บางอย่างก็ตาม พื้นและภาพนั้นบางครั้งเราก็รู้จักมันในคำว่า Positive Space และ Negative Space ในงานออกแบบโลโก้ก็น่าจะใช้พื้นและภาพเป็นตัวสื่อความหมายบางอย่างออกมา เพราะโลโก้มักจะ ตัดทอนรายละเอียดจนเหลือแต่แก่นของสัญลักษณ์ ฉะนั้นในการออกแบบประเภทโลโก้ซึ่งต้องการ ความเรียบง่ายจะใช้พื้นและภาพที่สัมพันธ์ต่อกันอย่างกระชับ เช่นเดียวกับงานประเภทโปสเตอร์ซึ่งเลย์ เอาต์มีส่วนสำคัญมากก็มักจะใช้ Positive Space และ Negative Space ในการออกแบบเสมอ

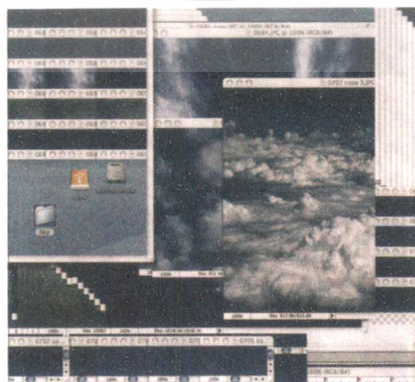


ภาพที่ 2.40 รูปแบบพื้นหลังและภาพ

ที่มา : ปาพจน์ หนูนักดี (2553)

2.7.3.7 การใช้กรอบ (Frame)

กรอบนั้นแฝงอยู่ในทุกสถานที่รอบตัวเราเช่นกรอบรูปในงานศิลปะ แทนบูชา เวทีสำหรับการ แสดง จานรองแก้ว หรือแม้แต่พรมเช็ดเท้า นักออกแบบยุคโมเดิร์นมักหลีกเลี่ยงการใช้กรอบ โดยเฉพาะพวกมินิมอลลิสต์แล้วจะพยายามไม่ใช้งานไม่ปิดรอยต่อระหว่างพื้นกับผนัง โดยพยายามจะ เปิดเผยความสัมพันธ์ระหว่างระนาบที่มาชนกัน หรือในงานภาพถ่ายก็มักจะตัดขอบสีขาวทิ้ง การตัด เอมุม ขอบ กรอบออกนั้นเป็นลักษณะสำคัญอันหนึ่งในงานกราฟิกว่าเราจะพยายามขบเน้นอะไรหรือ ลบอะไรออกไปเพราะกรอบนั้นมีผลต่อความรู้สึกของผู้ดู Jacques Derrida นักคิดคนสำคัญให้ ความเห็นว่า กรอบนั้นเป็นเหมือนโครงสร้างที่อยู่ระหว่างการมีตัวตนและการไม่มีตัวตนโดยกรอบจะ ส่งเสริมมันเหมือนกับว่าเป็นการกำหนดไฟกัสของเราที่มีต่อภาพหรือต่อวัตถุนั้น กรอบนั้นเป็นรากฐาน สำคัญของงานกราฟิก และมันก็แฝงอยู่ในทุกที่ เช่น กรอบที่เป็นหน้าต่างของคอมพิวเตอร์ที่ ประกอบด้วยปุ่มต่างๆแบบอินเตอร์เฟซ



ภาพที่ 2.41 รูปแบบการใช้กรอบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ที่มา : ปาพจน์ หนูนักดี (2553)

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามแก้ไขเปลี่ยนแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.7.3.8 การจัดลำดับ (Grading)

กล้องถ่ายรูปจะทำหน้าที่แทนตาของเราในการตัดต่อภาพแต่ก็ไม่เหมือนกับที่ตาเราเห็นสิ่งต่างๆ ตามธรรมชาติ ทุกๆครั้งที่เขากดชัตเตอร์นั่นก็คือเรากำลังสร้างกรอบๆหนึ่งขึ้นมาด้วยกล้องถ่ายภาพ



ภาพที่ 2.42 รูปแบบการจัดลำดับ

ที่มา : ปาพจน์ หนูนภักดี (2553)

การตัดต่อรูปภาพหรืองานภาพประกอบก็แล้วแต่นักออกแบบจะเหมือนกับสร้างกรอบใหม่ที่เล็กจากเดิมขึ้นมา มันเป็นการเปลี่ยนขนาดของภาพ หรือแม้แต่การตัดต่อภาพให้เป็นวงกลม สีเหลี่ยม หรือเป็นริ้วๆ ก็ตามสิ่งที่ได้ก็คือสัดส่วนใหม่ ซึ่งทำให้เกิดการเปลี่ยนโฟกัสของการมองภาพนั้นๆ และความหมายใหม่ก็เกิดขึ้นนั่นเอง



ภาพที่ 2.43 รูปแบบการตัดต่อ

ที่มา : ปาพจน์ หนูนภักดี (2553)

ขอบและหน้าตัด ขอบมีผลต่อการรับรู้ของเราต่อพื้นที่รอบๆที่อาจเป็นตัวหนังสือ หรือภาพขอบที่กว้างนั้นเป็นเสมือนการขบเน้นภาพและมักเป็นที่ที่นักออกแบบจะใส่ตัวอักษรลงไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.44 รูปแบบขอบและหน้าตัด

ที่มา : ปาพจน์ หนูนภักดี (2553)

การใส่กรอบภาพและกรอบตัวหนังสือ รูปโตๆที่ไม่มีตัวอักษรจะถูกตีความอย่างกว้าง แต่เมื่อเพิ่มตัวอักษรลงไปมันจะถูกตีความใหม่ตามตัวอักษรนั้นๆ การเขียนตัวอักษรในภาพก็คือ การสร้างกรอบใหม่ขึ้นมากรอบหนึ่งความจริงทั้งภาพและอักษรจะทำงานร่วมกันในการทำให้ผู้ดูตีความอย่างที่น่าออกแบบอยากสื่อ ซึ่งตัวอักษรก็อาจมีขนาดที่ใหญ่หรือเล็ก ทึบแสงหรือโปร่งใสก็ได้

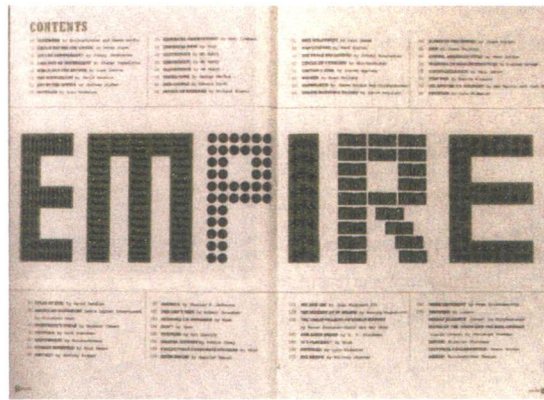


ภาพที่ 2.45 รูปแบบการใส่กรอบภาพและกรอบตัวหนังสือ

ที่มา : ปาพจน์ หนูนภักดี (2553)

การจัดลำดับ เป็นเหมือนการใส่เสียงตำแหน่งชั้นยศทหาร คือเรียงสิ่งที่สำคัญขึ้นก่อนและตามมาด้วยส่วนรองลงมาถึงความสำคัญน้อยที่สุด หรือการจัดเรียงสารบัญที่มีลำดับเรื่องราวต่างๆ ตามที่มันควรจะเป็นซึ่งลำดับในโลกนี้โดยมากเป็นเรื่องที่แฝงอยู่ในทัศนคติของเราอยู่แล้ว เช่นระบบอาวุโส การจัดลำดับเหมือนการสร้างระบบขึ้นมา มันเหมือนการแบ่งชนิดหรือประเภท โดยอาจแสดงความสำคัญด้วยขนาดต่างๆกัน โดยสิ่งที่สำคัญมักมีขนาดใหญ่กว่าส่วนรองลงมา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.46 รูปแบบการจัดลำดับ

ที่มา : ปาพจน์ หนูนภักดี (2553)

พื้นฐานการจัดลำดับตัวอักษร เหมือนดังสารบัญหนังสือที่มีการแบ่งหมวดหมู่ตามลำดับการเข้าถึงเนื้อหาที่ต้องต่อเนื่องกันไป ซึ่งไม่ใช่ในแง่ของการเข้าถึงอย่างเดียวแต่มั่นคือลำดับการรับรู้อีกด้วย



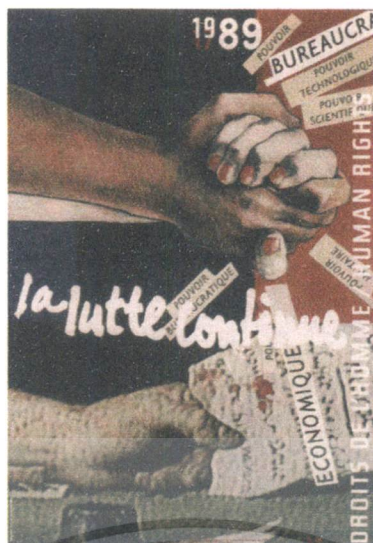
ภาพที่ 2.47 รูปแบบพื้นฐานการจัดลำดับตัวอักษร

ที่มา : ปาพจน์ หนูนภักดี (2553)

2.7.3.9 เลเยอร์ (Layer)

เลเยอร์คือความเป็นชั้นๆหรือการซ้อนกันของภาพและตัวอักษรที่วางทับกันโดยปัจจุบันโปรแกรมคอมพิวเตอร์ก็รองรับการออกแบบที่ใช้เลเยอร์ได้ดี แนวความคิดในการใช้เลเยอร์นั้นปรากฏในประวัติศาสตร์มายาวนาน เช่น ในการทำแผนที่ แผนที่ผั่ง หรือในการบันทึกดนตรีซึ่งเป็นเพราะว่าข้อจำกัดในการบันทึก สื่อที่อาจต้องซ้อนทับเพราะเป็นข้อมูลที่เกิดขึ้นพร้อมๆกัน ซึ่งแม้แต่เทคนิคการพิมพ์เองก็รองรับการออกแบบตามเลเยอร์ดังกล่าวได้ โดยในหนึ่งหน้าของงานอาจประกอบด้วยข้อมูลจำนวนมากที่เกิดในสถานที่เดียวกันหรือเวลาเดียวกัน เช่น ประกอบด้วยภาพ ตัวหนังสือ สีต่างๆ ผู้ออกแบบจะต้องแบ่งลำดับของชั้นให้เหมาะสม ทั้งในแง่ความหมายและในแง่ความสวยงาม โดยในแต่ละชั้นจะให้ข้อมูลบางอย่างออกมาไม่เหมือนกัน

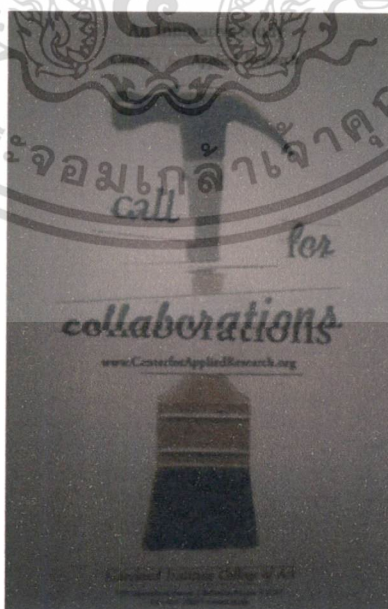
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.48 รูปแบบเลเยอร์

ที่มา : ปาพจน์ หนูนภักดี (2553)

การตัด (Cut) และการวาง (Paste) ศิลปินประเภทคิวบิลซึ่งนิยมในการใช้ ศิลปะของการตัดแปะ ในช่วงต้นของศตวรรษที่ 20 โดยผสมหน่วยเล็กๆของสิ่งที่มีสีสันกับภาพเขียนหรือภาพร่างของตัวเอง พวกเขาสร้างเทคนิคที่มีอิทธิพลต่อนักออกแบบรุ่นต่อมารวมถึงศิลปะสาขาต่างๆ นักออกแบบกราฟิกในยุคโมเดิร์นจะนำการตัดแปะนี้มาวางเป็นเลเยอร์ โดยแต่ละเลเยอร์จะมีเนื้อหาในตัวเองซึ่งทำให้เกิดผลทั้งในลักษณะเรียบและลึก มีค่าเป็นบวกและลบ การตัดและการแปะในยุคปัจจุบันทำให้สะดวกด้วยโปรแกรมซอฟต์แวร์ต่างๆ โดยมีอ้างอิงกับการตัดแปะแบบอดีต ซึ่งทำให้เกิดลูกเล่นในการออกแบบได้หลากหลายมากขึ้น



ภาพที่ 2.49 รูปแบบการตัดและการวาง

ที่มา : ปาพจน์ หนูนภักดี (2553)
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เลย์เออร์เติมช่องว่าง ชั้นต่างๆของวัตถุและพื้นผิวหน้าจะดำรงอยู่ในสิ่งแวดล้อมของมัน เช่น บนผนังด้านหนึ่งอาจภาพเขียนแปะอยู่อีกชั้นหนึ่งเลย์เออร์มักจะมีขอบและพื้นผิวหน้าชัดเจน เช่น งานภาพถ่าย แต่ก็มีเลย์เออร์ชนิดที่เป็น 3 มิติด้วย อย่างไรก็ตามไม่ว่าเลย์เออร์จะเป็นชนิดใดก็ต้องสัมพันธ์กับพื้นผิวและความลึกที่สัมพันธ์กัน เลย์เออร์ชนิดช่องว่างก็คือ การเติมความเป็นชั้นเข้าไปให้เห็นว่าส่วนใดลึก ส่วนใดตื้นส่วนใดอยู่หน้า ส่วนใดอยู่หลัง

เลย์เออร์ที่เป็นข้อมูล เราอาจกล่าวได้ว่าตัวอย่างที่ดีในการแสดงถึงเลย์เออร์ที่เป็นข้อมูลก็คือ แผนที่หรือ แผนที่ประกอบไปด้วยข้อมูลในแง่ต่างๆเช่น เส้นทางการจราจร ตำแหน่งสถานที่ส่วนที่เป็นน้ำส่วนที่เป็นอาณาเขตและอื่นๆที่ออกแบบจะใช้สี พื้นผิว เส้น สัญลักษณ์ ไอคอน หรือตัวพิมพ์ ในการสร้างความแตกต่างระหว่างข้อมูลแต่ละชั้นแน่นอนว่าปัจจุบันคอมพิวเตอร์ก็รองรับ ระบบเลย์เออร์แบบใหม่ๆเช่น Google Earth เป็นต้น ความจริงการทำแผนที่ที่ดี แผนที่ที่ดี ผู้ดูจะต้องเข้าใจข้อตกลงในการอ่านเสียก่อน ซึ่งสัมพันธ์กับการสร้างเลย์เออร์ในแต่ละชั้นที่จะต้องเป็นภาษากากราฟิกที่เข้าใจง่าย ความยากของการออกแบบเลย์เออร์ประเภทนี้คือ ต้องไม่สร้างความสับสนให้กับคนอ่านแผนที่นั่นเอง

เลย์เออร์ที่สัมพันธ์กับเวลา เลย์เออร์ที่เป็นแผนที่นั้นมักเกี่ยวข้องกับสถานที่ ในขณะที่เลย์เออร์ที่สัมพันธ์กับเวลาก็มีตัวอย่างที่ชัดเจนก็คือ การบันทึกทางดนตรีที่มีความซับซ้อนของเครื่องดนตรีแต่ละชนิดเพราะดนตรีนั้นคือ การบรรเลงเครื่องเล่นหลายชนิดในเวลาเดียวกันโดยเฉพาะดนตรีประเภทออเคสตราหรือคอรัส เช่นเดียวกับงานประเภทแอนิเมชันที่มีโปรแกรมประเภทเส้นเวลา (Timeline) เป็นเลย์เออร์ ซ้อนๆกันโดยชั้นของภาพและเสียงจะต้องไปพร้อมๆกันด้วย

2.7.3.10 ความโปร่งแสง (Transparency)

ในทางกายภาพแล้ว ตัวอย่างของสิ่งที่มีความโปร่งแสงอาจจะเทียบได้กับหมอกจางในตอนเช้า ที่เราเห็นมันบดบังทัศนียภาพบางส่วนแต่ก็พอมองทะลุเข้าไปได้ ในทางตรงกันข้ามวัสดุที่มีความทึบแสงเช่นแผ่นไม้ ก็มีอยู่ให้เห็นทั่วไป ความโปร่งแสงต่างจากความโปร่งใสของอากาศ แต่ความโปร่งแสงเป็นเรื่องของระดับความทึบแสงนั่นเอง ในโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำหรับงานกราฟิกแล้วจะมีการตั้งค่าปกติของสิ่งทึบแสงไว้ที่ 100เปอร์เซ็นต์ โดยเราสามารถลดระดับมันลงมาสู่ความค่อยๆโปร่งแสงจนถึงค่า 0 เปอร์เซ็นต์คือโปร่งแสงแบบโปร่งใสทีเดียว การโปร่งแสงเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่นิยมกันมากในการออกแบบยุคปัจจุบัน เพราะมันสามารถสื่อถึงบางอย่างได้เช่น โปสเตอร์เกี่ยวกับการทำงานของรัฐบาล อาจใช้ความโปร่งแสงแทนความโปร่งใสในการบริหารงาน หรือถ้าเราอยากเอาภาพสองภาพมาทำให้กลมกลืนกัน เราก็เอาความโปร่งแสงนี้เป็นตัวเชื่อมก็ได้เช่นกัน ความโปร่งแสงและเลย์เออร์เป็นปรากฏการณ์ที่เกิดคู่กัน ความโปร่งแสงของภาพทำให้ภาพนั้นดูชัดจางลงอย่างชัดเจน ในงานประเภทภาพยนตร์และแอนิเมชันจะใช้เวลาโปร่งแสงเวลาเปลี่ยนฉาก หรือเปลี่ยนเวลาคือจะใช้การเฟสภาพค่อยๆจางลงไป ความโปร่งแสงเป็นสิ่งที่มีความน่าสนใจอีกทางหนึ่งมันเหมือนกับสิ่งที่มีวิญญูณที่กำลังจะสลายรูปร่างภายนอกลงไป



ภาพที่ 2.50 รูปแบบความโปร่งแสง

ที่มา : ปาพจน์ หนูนภักดี (2553)

กายภาพที่โปร่งแสง ไม่มีวัสดุใดในจักรวาลที่จะโปร่งใสไปทั้งหมดยกเว้นในอุดมคติ แม้แต่อากาศอันบริสุทธิ์ก็อาจจะมีฝุ่นหรือควันเจือปนอยู่ แก้วที่มีหลายพื้นผิวก็เช่นกัน เราสามารถทำให้มันขุ่นในลักษณะต่างๆ เช่น โดยการเติมสีใสๆ การขูดให้มันขรุขระ การทำรอยแตก มันทำให้แก้วมีบุคลิกที่ต่าง ๆ กันด้วยความโปร่งแสงแบบต่างๆ ซึ่งคุณลักษณะของมันก็ผันแปรตามลักษณะของแสงที่มากระทบมันอีกด้วย เทคนิคอีกอย่างหนึ่งก็คือ สิ่งที่เป็นของแข็งก็อาจทำให้รู้สึกโปร่งแสงได้ด้วยการเจาะรูพรุนให้กับมันไม่ว่าจะเป็นเหล็กหรือไม้ก็ตาม

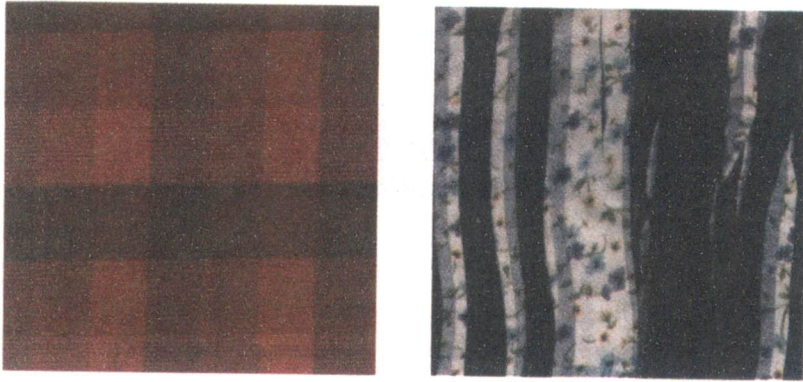


ภาพที่ 2.51 รูปแบบกายภาพที่โปร่งแสง

ที่มา : ปาพจน์ หนูนภักดี (2553)

กราฟิกที่โปร่งแสง นักร้องแบบอาจมีภาพอยู่ภาพหนึ่ง จากนั้นก็เปลี่ยนแปลงด้วยการใส่เอฟเฟกต์ต่างๆ ลงไป โดยอาจลดทอนความโปร่งใส ทำให้พื้นผิว สี รูปร่างหรือตัวหนังสือเกิดการเปลี่ยนแปลง และเกิดเป็นเลเยอร์โดยอัตโนมัติ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

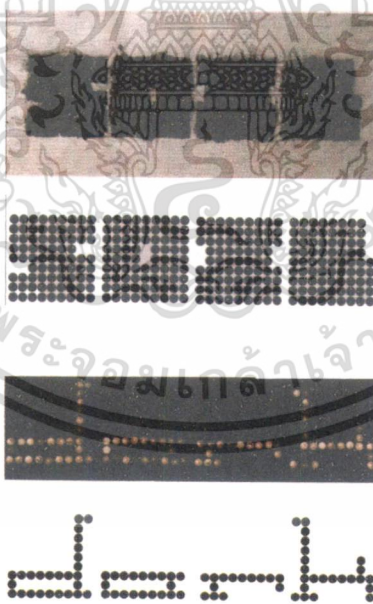


ภาพที่ 2.52 รูปแบบกราฟิกที่โปร่งแสง

ที่มา : ปาพจน์ หนูนภักดี (2553)

2.7.3.11 ระบบสัญลักษณ์ (Symbol System)

สัญลักษณ์บางอย่างสามารถแสดงออกให้เราเห็นด้วยตัววัตถุหน้าที่ของมัน หรือกระบวนการบางอย่าง เหมือนกับโค้งทองคำในโลโก้ของแมคโดนัลด์ (McDonald's Golden Arches) ที่ลดทอนและตัดรายละเอียดออกไปเพราะต้องการจะสื่อสิ่งที่มีลักษณะกระชับในทางความหมาย ระบบสัญลักษณ์อาจตั้งอยู่บนระนาบที่เป็นเรขาคณิตแบบมีมาตรฐานที่สามารถทำให้ฟอร์มและหน้าที่ทำงานร่วมกันอย่างลงตัว



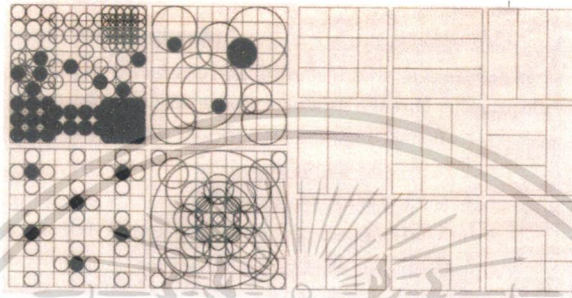
ภาพที่ 2.53 ระบบสัญลักษณ์

ที่มา : ปาพจน์ หนูนภักดี (2553)

2.7.3.12 ระบบกริด (Grid System)

กริดคือ เครือข่ายของเส้นที่ประกอบด้วยเส้นแนวตั้งและเส้นแนวนอนประเด็นคือ กริดมีพื้นฐานมาจากกริดช่วยให้เรากำกับตำแหน่งในระยะที่ต้องการได้ดี เหมือนกับเวลาเราเขียนข้อมูลบนสมุดกราฟเมื่อก่อนนี้ ออกทงห้ามมีเหตุตบแต่งเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกสิ่งทุกอย่าง

หรือสมุดคัดลายมือ กริดช่วยให้นักออกแบบกำหนดระยะห่างในความสัมพันธ์ในแต่ละตำแหน่งด้วย ระยะที่มั่นคงทั้งแนวตั้งและแนวนอน เพราะมันมีโครงสร้างที่เป็นหน่วยเดียวกันกำกับอยู่ใน กระบวนการสร้างเลย์เอาต์กริดคือส่วนสำคัญมากอย่างหนึ่ง เพราะมันเต็มไปด้วยประสิทธิภาพในการ กำหนดจังหวะการวางของแต่ละหน้าทั้งตัวหนังสือหรือภาพก็ตาม จนไปถึงการเว้นพื้นที่สีขาว หรือ พื้นที่ว่างเปล่าในจังหวะที่ลงตัว กริดจะกระตุ้นให้นักออกแบบคำนึงถึงสเกลและตำแหน่งของ องค์ประกอบโดยการทำให้เห็นภาพรวม กริดนั้นตั้งอยู่บนพื้นฐานของเหตุผลและเริ่มจากจุดๆหนึ่งบนกริด เพื่อกำหนดตำแหน่งขององค์ประกอบ ซึ่งมีผลต่อพื้นที่ว่างเปล่าอื่นๆด้วย



ภาพที่ 2.54 รูปแบบกริด

ที่มา : ปาพจน์ หนูนภักดี (2553)

รูปแบบและเนื้อหา ระบบกริดนั้นพัฒนาขึ้นเพื่อแบ่งซอยพื้นที่หน้ากระดาษเป็นพื้นที่ย่อยขนาดเล็กลงหลายๆพื้นที่ แทนที่จะเป็นพื้นที่ใหญ่พื้นที่เดียว ประโยชน์ก็คือช่วยกำหนดตำแหน่งและช่วย กำหนดขนาด กริดไม่จำเป็นต้องเป็นแค่ช่องสี่เหลี่ยมแต่อาจเป็นวงกลมที่แผ่รัศมีออกไปก็ได้ ในการ สร้างรูปทรงที่สมมาตรนั้นภาพมักจะมีน้ำหนักไม่เท่ากันระหว่างซ้ายกับขวา บนกับล่าง แต่กริดก็ยัง ช่วยกำหนดตำแหน่งได้อย่างแม่นยำโดยทั้งหมดเป็นรูปแบบที่สำคัญในการใส่เนื้อหาและภาพลงใน สิ่งพิมพ์

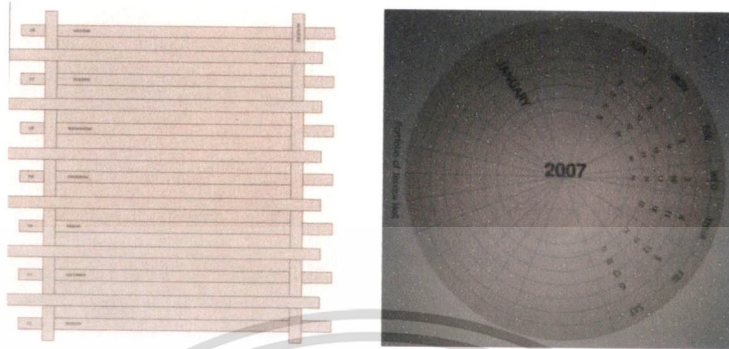


ภาพที่ 2.55 รูปแบบกริดแบบใส่เนื้อหาและภาพลงในสิ่งพิมพ์

ที่มา : ปาพจน์ หนูนภักดี (2553)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กริดแบบประยุกต์ อย่างที่ได้กล่าวมาแล้วว่า กริดไม่จำเป็นต้องเป็นกรอบสี่เหลี่ยมแต่อาจจะเป็นรูปแบบอื่นๆได้มากมาย แต่ก็ยังมีหลักเดิมคือการมียูนิตเท่าๆกันทั้งแกนตั้งและแกนนอน เช่น กริดแบบวงกลม เป็นต้น



ภาพที่ 2.56 รูปแบบกริดแบบประยุกต์

ที่มา : ปาพจน์ หนูนภักดี (2553)

ส่วนประกอบของกริด กริดประกอบด้วยส่วนต่างๆคือ

1. ยูนิตกริดคือ ส่วนประกอบที่เป็นพื้นที่ย่อยที่เกิดขึ้นจากเส้นในแนวตั้งและแนวนอน ในพื้นที่กระดาษหน้าหนึ่งจะมียูนิตกริดจำนวนเท่าใดก็ได้
2. อัลลีย์คือ ส่วนประกอบที่เป็นที่เว้นว่างระหว่างยูนิตกริดแต่ละยูนิตโดยหน้าที่ของอัลลีย์คือให้อ่านได้ง่าย
3. ขอบว่างหรือมาร์จินคือ ส่วนประกอบที่เป็นที่เว้นว่างโดยรอบกลุ่มยูนิตกริดทั้งหมด โดยทั่วไปมักเว้นมาร์จินไว้ 4 ด้าน
4. กัตเตอร์คือ มาร์จินในส่วนที่เป็นที่เว้นว่างระหว่างซ้ายกับขวา (ปาพจน์ หนูนภักดี. 2553 : 112-152)



ภาพที่ 2.57 ตัวอย่างรูปแบบการจัดคอลัมน์

ที่มา : ปาพจน์ หนูนภักดี (2553)

2.7.4 บรรทัดฐานในการออกแบบ (Design Criteria)

2.7.4.1 การตอบสนองประโยชน์ใช้สอย (Function) เป็นข้อสำคัญมากในการออกแบบทั้งหมด

ในงานออกแบบกราฟิกนั้น ประโยชน์ใช้สอยมีอิทธิพลกับงานที่เราออกแบบ เช่น งานออกแบบหนังสือต้องอ่านง่าย ตัวหนังสือชัดเจน ไม่วางเกะกะกันไปซะหมด หรืองานออกแบบเว็บไซต์ ถึงจะสวยอย่างไร

แต่ถ้าไหลดช้า ทำให้ผู้ใช้งานต้องรอนาน ก็ไม่นับว่าเป็นงานออกแบบเว็บไซต์ที่เรียบร้อยอย่างกระจัดกระจาย ทุกครั้งที่ผู้ใช้งานจะใช้ก็ต้องกวาดตามองหาอยู่ตลอดอย่างนี้เรียกว่า เป็นการออกแบบที่ไม่สนองต่อประโยชน์ใช้สอย ดังนั้นนักออกแบบจึงต้องคำนึงถึงประโยชน์ใช้สอยเป็นเรื่องสำคัญอันดับแรกในการออกแบบเสมอ

2.7.4.2 ความสวยงามพึงพอใจ (Aesthetic) ในงานที่มีประโยชน์ใช้สอยดีพอ ๆ กัน ความงามจะเป็นเกณฑ์ตัดสินคุณค่าของงานโดยเฉพาะงานออกแบบกราฟิก ซึ่งถือเป็นงานออกแบบที่มีประโยชน์ใช้สอยน้อยกว่างานออกแบบด้านอื่น อย่างงานออกแบบผลิตภัณฑ์ งานออกแบบสถาปัตยกรรมต่าง ๆ ฯลฯ ความสวยงามจึงเป็นเรื่องสำคัญและมีอิทธิพลในงานออกแบบกราฟิกอย่างมาก

2.7.4.3 การสื่อความหมาย (Meaning) งานศิลปะนั้นจะมีคุณค่าก็ต่อเมื่อมันสื่อความหมายออกมาได้ งานกราฟิกก็คืองานศิลปะเช่นกัน การสื่อความหมายจึงเป็นสิ่งที่นักออกแบบขาดเสียไม่ได้ในการออกแบบ ต่อให้งานที่ได้สวยงามอย่างไร แต่ไม่สามารถตอบโจทย์ของงานออกแบบ หรือสื่อสิ่งที่ผู้ออกแบบคิดเอาไว้ได้ งานกราฟิกนั้นก็จะมีคุณค่าลดน้อยลงไป

ดังนั้นเมื่อเราต้องการออกแบบงานกราฟิก จะต้องคำนึงถึงเกณฑ์ 3 ข้อ คือ

หนึ่ง ต้อง เวิร์ก

สอง ต้อง สวย

สาม ต้อง สื่อ

ส่วนในการประกวดแบบ ซึ่งอาศัยตัวเลขมาตัดสินนั้นก็อาจจะต้องมาแบ่งให้น้ำหนักในแต่ละข้อกันซึ่งใครจะให้เกณฑ์คะแนนหรือน้ำหนักในข้อใดเป็นสัดส่วนเท่าไรนั้น ก็สุดแล้วแต่งาน แล้วแต่คนแต่ส่วนมากมักจะให้เกณฑ์คะแนนงานออกแบบกราฟิกดังนี้คือ

ประโยชน์ใช้สอย 30 %

ความสวยงาม 40 %

สื่อความหมาย 30 %

2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

คัตณางค์ วรัญญูเกียรติ (2543) ทำการศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวบนเกาะเกร็ดโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศิลปวัฒนธรรม ประเพณีของชาวมอญบนเกาะเกร็ด พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวบนเกาะเกร็ด รวมถึงหาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคลกับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยว เพื่อให้ผู้ที่เกี่ยวข้องนำไปใช้ในการพัฒนาและวางแผนส่งเสริมการท่องเที่ยวบนเกาะเกร็ด ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพต่อไป โดยใช้แบบสอบถามในการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยว จำนวน 400 คน ในช่วงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2542 ทำ การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา และทดสอบสมมติฐานโดยใช้วิธี Chi-square ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวบนเกาะเกร็ดครั้งนี้เป็นครั้งแรก โดยวัตถุประสงค์คือ เพื่อท่องเที่ยวและพักผ่อนส่วนตัว ส่วนใหญ่จะมากับกลุ่มเพื่อน หรือ ครอบครัวและญาติ โดยการนั่งเรือข้ามฟากที่ทำเรือวัดสนามเหนือ สถานที่ที่นักท่องเที่ยวแวะชมเป็นจำนวนมาก 3 อันดับแรกคือ วัดปรมัยยิกาวาสวรวิหารการสาธิตการทำ เครื่องปั้นดินเผา และหมู่บ้านขนมหวาน สำหรับกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวมักจะทำขณะอยู่บนเกาะเกร็ด 3 อันดับแรกคือ เดินเที่ยว ซื้ของฝากกลับบ้าน และรับประทานอาหาร นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่várกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ต้องการมาเกาะเกร็ดซ้ำอีก โดยไม่ต้องการพักแรมบนเกาะ และไม่ต้องการใช้บริการของบริษัทรับจัด นำ เทียบในการท่องเที่ยวบนเกาะเกร็ด

นพรัตน์ มุณีรัตน์ (2541) ทำการศึกษาเรื่อง “การสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศชุมชนคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช” การศึกษาคั้งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของประชาชนในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศชุมชนคีรีวง ปัญหา อุปสรรค และแนวทางในการแก้ไขปัญหาในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของประชาชนในชุมชนคีรีวง โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสังเกตแบบมีส่วนร่วม และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกประชาชนในชุมชนคีรีวง จำนวน 31 คน ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนในชุมชนคีรีวงมองว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ(ecotourism) ก็คือ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ โดยมีความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในมิติที่หลากหลาย ซึ่งสามารถสรุปได้เป็น 3 ประเด็น ได้แก่ 1) เป็นการท่องเที่ยวที่ไม่ทำ ลาย 2) เป็นการท่องเที่ยวที่ใช้ชีวิตกับชาวบ้าน 3) เป็นการท่องเที่ยวที่ชาวบ้านมีส่วนร่วมในการจัดการ และรูปแบบการสื่อสารที่ปรากฏขึ้นในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนคีรีวง ประกอบด้วย 4 รูปแบบ คือ 1) การสื่อสารสองทางที่ไม่เป็นทางการ 2) การสื่อสารสองทางที่เป็นทางการและมีปฏิริยาโต้ตอบมาก 3) การสื่อสารสองทางที่เป็นทางการและมีปฏิริยาโต้ตอบน้อย 4) การสื่อสารทางเดียวที่ไม่เป็นทางการ ในด้านผู้นำ ชุมชนคีรีวงซึ่งถือได้ว่ามีบทบาทสำคัญในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนคีรีวงนั้น ประกอบด้วย ผู้นำ ที่เป็นทางการ ได้แก่ กำนัน ผู้ใหญ่บ้านสมาชิก อบต. และผู้นำ ที่ไม่เป็นทางการ ได้แก่ ผู้อาวุโส ประธาน และกรรมการ กลุ่มองค์กรในชุมชน โดยกลุ่มผู้นำ เหล่านี้ต่างมีบทบาทร่วมกันในฐานะคณะกรรมการของชมรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านคีรีวง นับตั้งแต่การก่อตั้งชมรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านคีรีวง รวมไปถึง การกำหนดแผนการจัดการ และกฎระเบียบ การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร การดูแลและบริการนักท่องเที่ยว รวมทั้งการแก้ไขปัญหา โดยปัญหาในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนคีรีวงที่เกิดขึ้น เกิดจาก 1)ปัจจัยภายในชุมชน ได้แก่ ความสับสนด้านข้อมูล ความขัดแย้งระหว่างผู้นำ การประสานไม่ราบรื่น ชาวบ้านให้ความสำคัญกับอาชีพการทำ สวน การปฏิบัติบางอย่างขัดแย้งกับแนวคิดการอนุรักษ์ ประธานชมรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านคีรีวงขาดอำนาจ และ อบต.ไม่ดำเนินการ 2) ปัญหาที่เกิดจากปัจจัยภายนอก ได้แก่ การรุกรจาก ททท.จนชุมชนตั้งรับไม่ทัน ส่วนแนวทางการแก้ไขปัญหาในทรรศนะของชาวคีรีวง คือ ใช้ความสัมพันธ์ในระบบเครือญาติ การเลือกตั้งคณะกรรมการชุมชนใหม่ เปลี่ยนแปลงแผนการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนใหม่ และให้อบต. เข้ามามีบทบาทในการออกข้อบังคับ รวมทั้งแผนการจัดการในเชิงนโยบาย

มณฑาทิพย์ แคนยุกต์, ทวีพร นาคา, นฤชิต ดีพร้อม, มานะ ชุนวีช่วย (2551) ทำการศึกษาเรื่อง “ศักยภาพผลิตภัณฑ์และแนวทางการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนทางด้านเกาะและทะเล และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว 3 ทะเล : ทะเลอันดามัน ทะเลสาบสงขลาและทะเลอ่าวไทย” ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาศักยภาพผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนทางด้านเกาะและทะเล ในด้านความพร้อมของสถานที่ ด้านความสะดวกของการเดินทาง ด้านสถานที่พัก ด้านสภาพแวดล้อม ด้านสาธารณูปโภค ด้านความปลอดภัย ด้านกิจกรรม ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนทางด้านเกาะและทะเล 3) เพื่อเปรียบเทียบความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยในประเทศและชาวต่างชาติ ที่มีต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนทางด้านเกาะและทะเล 4) เพื่อสำรวจพื้นที่และรวบรวมผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนทางด้านเกาะและทะเลที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวในปัจจุบัน และแหล่งที่

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มีศักยภาพจะพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวในอนาคต 5) เพื่อนำผลที่ได้มาใช้เป็นแนวทางในการวางแผนและพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนทางด้านเกาะและทะเล 6) เพื่อให้ชาวบ้านที่เข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการวิจัยเกิดความรัก ห่วงแทน ในอัตลักษณ์และทรัพยากรทางทะเลที่เป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประจำท้องถิ่นของตนเอง

รุ่ง กาญจนวิโรจน์ (2543) เขียนบทความเรื่องแนวโน้มการท่องเที่ยวในศตวรรษที่ 21 ซึ่งคาดการณ์สถานการณ์โลก ไว้ว่าในศตวรรษที่ 21 ทั่วโลกมีแนวโน้มการพัฒนาการท่องเที่ยวไปในแนวทางของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (sustainable tourism development) มากยิ่งขึ้น จะมีการนำ เสนอสินค้าทางการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์หรือเชิงนิเวศ (ecotourism) อย่างเป็นทางการ พร้อมทั้งมีความพยายามที่จะพัฒนาสินค้าทางการท่องเที่ยวในรูปแบบที่ยั่งยืน ซึ่งจะก่อให้เกิดผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมน้อยที่สุด นอกจากนี้ปัจจัย 3s อย่าง Sun / Sand / Sea นั้น มิได้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยวอีกต่อไป แต่จะเกิด 3s ในรูปแบบใหม่ที่เป็นผลจากการรักษาสิ่งแวดล้อม และการจัดการที่ก่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนขึ้นมาทดแทน ได้แก่ S-Security หมายถึงความปลอดภัยที่รวมถึงภัยธรรมชาติทั้งหลายและความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน S-Sanitation หมายถึงความสะอาดปราศจากโรค และมลพิษทางอากาศ น้ำดื่ม และสิ่งปฏิกูลต่างๆ S-Satisfaction หมายถึงความพึงพอใจ และประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยว อีกทั้งยังระบุว่ากระแสการพัฒนาการท่องเที่ยว ได้ขยายตัวออกไปทั่วโลก มีผลทำให้นักท่องเที่ยวเริ่มมีความสนใจต่อการรักษาสภาพแวดล้อมมากยิ่งขึ้น ผนวกกับสภาพการเปลี่ยนแปลงไปของเทคโนโลยีอันทันสมัย ทำให้รูปแบบการเดินทางเปลี่ยนเป็นการเดินทางเพื่อพักผ่อน การเดินทางเพื่อศึกษาวัฒนธรรมและวิถีชีวิต และการเดินทางเพื่อพักผ่อนร่วมกับการผจญภัยที่ไม่สมบุกสมบันมากนัก (soft adventure) ดังนั้น ประโยชน์จากการศึกษาในส่วนี้ ทำให้ทราบถึงแนวโน้มการพัฒนาการท่องเที่ยวไปในแนวทางของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน สอดคล้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ไม่ว่าจะเป็นการทำกิจกรรมเพื่อพักผ่อน เพื่อศึกษาวัฒนธรรม การรักษาสภาพแวดล้อม การจัดการท่องเที่ยว รูปแบบและพฤติกรรมการท่องเที่ยว รวมถึงความต้องการการท่องเที่ยวว่ามีลักษณะเช่นไร โดยสำหรับการศึกษาคั้งนี้สามารถนำแนวคิดไปใช้ได้

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาสถานที่ทางประวัติศาสตร์ 12 แห่งของจังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อให้เป็นแนวทางในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เชียงประวัติศาสตร์ จังหวัดนครศรีธรรมราช ใช้วิธีดำเนินการวิจัยเชิงสำรวจ เพื่อนำผลการวิจัยมาเป็นแนวคิดในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เชียงประวัติศาสตร์ จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนในการวิจัยครั้งนี้ เป็น 5 ขั้นตอน ดังนี้

- 3.1 กลุ่มผู้ให้ข้อมูล
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.5 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

3.1 กลุ่มผู้ให้ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง “ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เชียงประวัติศาสตร์ จังหวัดนครศรีธรรมราช” ได้ครอบคลุมผู้ให้ข้อมูลดังนี้

3.1.1 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลทั่วไปเพื่อหาสื่อประชาสัมพันธ์ ทั้งหมด 100 คน โดยสุ่มจากนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมสถานที่ทางประวัติศาสตร์จังหวัดนครศรีธรรมราช

3.1.2 ผู้เชี่ยวชาญในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ ทั้งหมด 3 ท่าน ประกอบไปด้วย

3.1.2.1 อาจารย์บุญส่ง อุดมกิจโกศล (ผู้เชี่ยวชาญด้านออกแบบ)

3.1.2.2 อาจารย์อริยะ ทรงประไพ (ผู้เชี่ยวชาญด้านออกแบบและประวัติศาสตร์)

3.1.2.3 อาจารย์เพ็ญพิศ ชะโกทอง (ผู้เชี่ยวชาญด้านออกแบบ)

3.1.3 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่ให้ข้อมูลทางด้านความพึงพอใจสื่อประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เชียงประวัติศาสตร์ จังหวัดนครศรีธรรมราช ทั้งหมด 140 คน โดยสุ่มจากนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการทางด้านอินเทอร์เน็ต จำนวน 85 คน และนักท่องเที่ยวทั่วไปที่เจอโดยบังเอิญ จำนวน 55 คน

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในขั้นตอนการดำเนินงานตามวัตถุประสงค์ของการดำเนินงานวิจัยครั้งนี้ แบ่งตามขั้นตอนดังนี้

3.2.1 ขั้นตอนการศึกษาข้อมูลทั่วไปและหาสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เชียงประวัติศาสตร์ จังหวัดนครศรีธรรมราช

ลักษณะของเครื่องมือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบสอบถามลักษณะการดำรงไว้ซึ่งคุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ ของสถานที่ท่องเที่ยว 12 แห่ง ตามแนวคิด การอนุรักษ์มรดกสถาปัตยกรรมและชุมชนและแบบสอบถามหาความต้องการของสื่อประชาสัมพันธ์

3.2.2 ขั้นตอนการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เชิงประวัติศาสตร์ จังหวัดนครศรีธรรมราช

ลักษณะของเครื่องมือ

3.2.2.1 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ ขั้นตอนการออกแบบอัตลักษณ์ คือ สี ตัวอักษร ตราสัญลักษณ์ และลักษณะรูปภาพที่ใช้ เพื่อใช้เป็นอัตลักษณ์ประจำสื่อประชาสัมพันธ์

3.2.2.2 แบบประเมินรูปแบบโดยการสร้างแบบจำลองโดยการออกแบบจำนวน 3 รูปแบบ และให้เลือกมา จำนวน 1 รูปแบบ เพื่อมาใช้สร้างเป็นต้นแบบ

3.2.3 แบบสอบถามหาความพึงพอใจของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่มีต่อรูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์ที่ได้ออกแบบขึ้น

ลักษณะของเครื่องมือ

แบบสอบถามหาความพึงพอใจของกลุ่มผู้ให้ข้อมูล ที่มีต่อรูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์ โดยสุ่มจากนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการทางด้านอินเทอร์เน็ต จำนวน 85 คน และนักท่องเที่ยวทั่วไปที่เจอโดยบังเอิญ จำนวน 55 คน รวมทั้งหมด 140 คน ลักษณะของแบบสอบถาม ประมาณค่า 5 ระดับ ดังนี้

- | | | |
|---|---------|---|
| 5 | หมายถึง | ความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย ในระดับมากที่สุด |
| 4 | หมายถึง | ความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย ในระดับมาก |
| 3 | หมายถึง | ความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย ในระดับปานกลาง |
| 2 | หมายถึง | ความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย ในระดับน้อย |
| 1 | หมายถึง | ความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย ในระดับน้อยที่สุด |

การสร้างเครื่องมือ

1. การสร้าง แบบประเมินและแบบสอบถาม
2. ศึกษาภาคทฤษฎี เอกสาร ตำราและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสื่อประชาสัมพันธ์
3. กำหนดประเด็น แบบประเมินและแบบสอบถาม
4. ดำเนินการสร้าง แบบประเมินและแบบสอบถาม ฉบับร่างตามตัวแปรที่ศึกษา
5. นำแบบ แบบประเมินและแบบสอบถามให้ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบความเที่ยงตรงและความถูกต้องของเนื้อหา

รายชื่อของผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน พิจารณาลงความเห็นว่าเป็นว่าเครื่องมือตรงกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย จำนวน 3 ท่าน ประกอบด้วย

1. ผศ.ดร.เลิศลักษณ์ กลิ่นหอม ตำแหน่งอาจารย์ สาขาครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

2. รศ.ว่าที่ร้อยโทพิชัย สดภิบาล ตำแหน่งอาจารย์ สามขาวิชาครุศาสตร์สถาปัตยกรรมและการออกแบบ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

3. ผศ.ธเนศ ภิรมย์การ ตำแหน่งอาจารย์ สามขาวิชาครุศาสตร์สถาปัตยกรรมและการออกแบบ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารฉบับนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์และสงวนชื่อผู้จัดทำไว้เพื่อใช้ในการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.3.1 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ประวัติศาสตร์จังหวัดนครศรีธรรมราชและสื่อประชาสัมพันธ์

3.3.2 เก็บข้อมูลภาคสนามจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามหาความต้องการสื่อประชาสัมพันธ์

3.3.3 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับผู้เชี่ยวชาญต่อการออกแบบอัตลักษณ์เพื่อใช้เป็นอัตลักษณ์ประจำสื่อประชาสัมพันธ์โดยแบบประเมินรูปแบบจำลอง

3.3.4 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสื่อประชาสัมพันธ์ ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้น ผ่านแบบสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนเชิงประวัติศาสตร์ จังหวัดนครศรีธรรมราช

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1.1

1. ข้อมูลจากแบบสอบถามหาสื่อประชาสัมพันธ์ โดยกลุ่มผู้ให้ข้อมูล 100 คน โดยการหาค่าความถี่ และร้อยละ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1.2

1. ข้อมูลจากแบบสอบถามหาอัตลักษณ์ประจำสื่อประชาสัมพันธ์ โดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบจำนวน 3 ท่าน โดยการหาค่าความถี่ และร้อยละ

2. แบบประเมินรูปแบบโดยการสร้างแบบจำลองรูปแบบจำนวน 3 รูปแบบ และให้ผู้เชี่ยวชาญเลือกมา 1 รูปแบบเพื่อมาสร้างเป็นต้นแบบ โดยศึกษาความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านออกแบบจำนวน 3 ท่าน โดยหาค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2.1 แบบประเมินรูปแบบที่ผ่านการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญนำมาพัฒนาเป็นต้นแบบ โดยมีเกณฑ์ในการแปลความหมายของค่าเฉลี่ยดังนี้

5	หมายถึง	มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด
4	หมายถึง	มีความเหมาะสมในระดับมาก
3	หมายถึง	มีความเหมาะสมในระดับปานกลาง
2	หมายถึง	มีความเหมาะสมในระดับน้อย
1	หมายถึง	มีความเหมาะสมในระดับน้อยที่สุด

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2

แบบสอบถามหาความพึงพอใจของกลุ่มผู้ให้ข้อมูล ที่มีต่อรูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์ โดยสุ่มจากนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการทางด้านอินเทอร์เน็ต จำนวน 85 และนักท่องเที่ยวทั่วไปที่เจอโดยบังเอิญจำนวน 55 คน รวมทั้งหมด 140 คน ที่มีต่อรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ ที่ได้ทำการออกแบบขึ้นโดยการหาค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยมีเกณฑ์ในการแปลความหมายของค่าเฉลี่ยดังนี้

5	หมายถึง	มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด
4	หมายถึง	มีความพึงพอใจในระดับมาก
3	หมายถึง	มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง
2	หมายถึง	มีความพึงพอใจในระดับน้อย
1	หมายถึง	มีความพึงพอใจในระดับน้อยที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารต้นฉบับที่จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการศึกษาวิจัยเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และแปรความหมายของค่าเฉลี่ยโดยใช้เกณฑ์ดังนี้

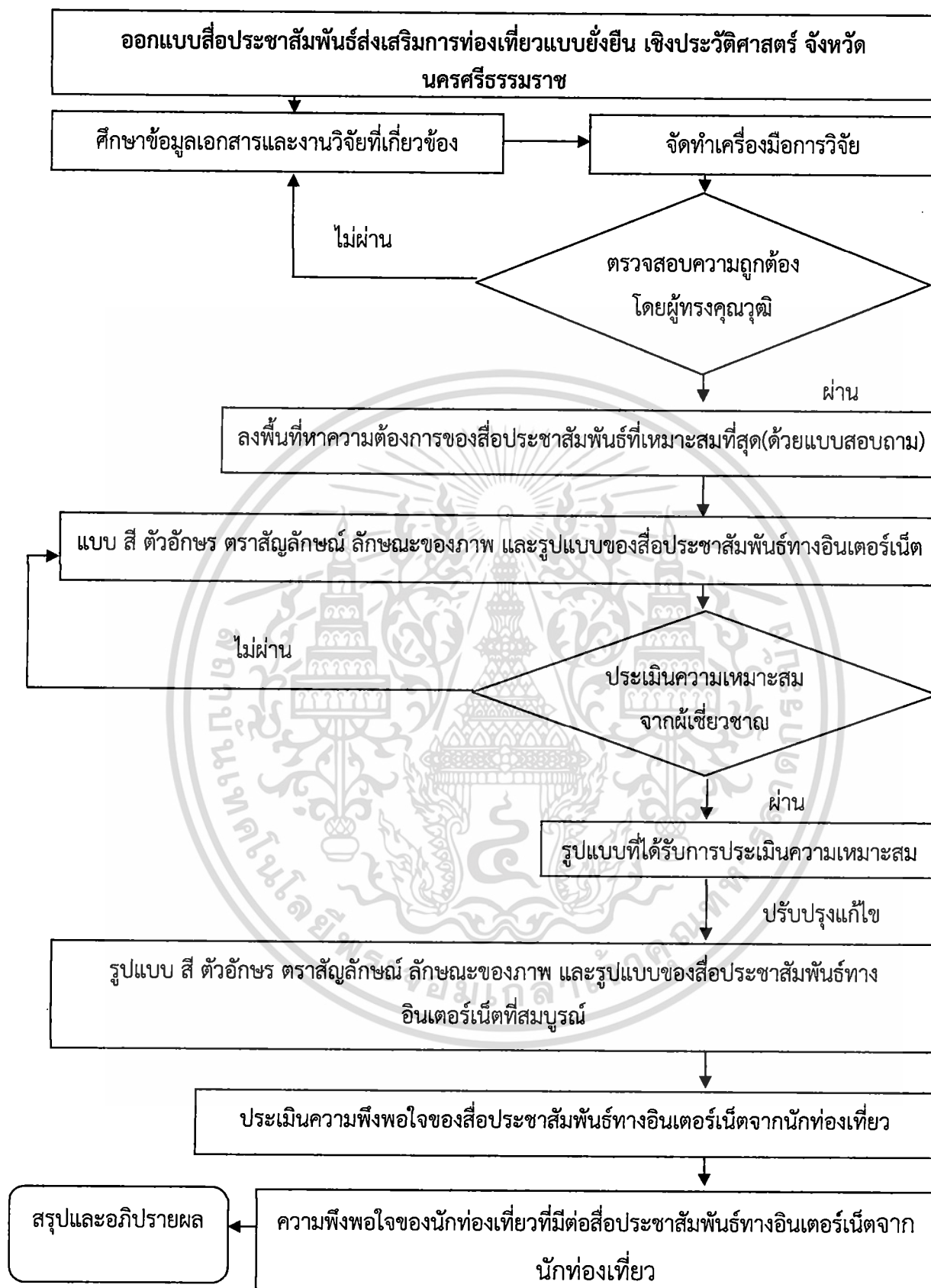
4.50 - 5.00	มากที่สุด
3.50 - 4.49	มาก
2.50 - 3.49	ปานกลาง
1.50 - 2.49	น้อย
1.00 - 1.49	น้อยที่สุด

3.5 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

1. การศึกษาข้อมูลหาสื่อประชาสัมพันธ์ ใช้สถิติค่าความถี่ และร้อยละ
2. ข้อมูลหาอัตลักษณ์ประจำสื่อประชาสัมพันธ์ ใช้สถิติค่าความถี่ และร้อยละ
3. แบบประเมินรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์จากความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญใช้ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
4. หาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความพึงพอใจที่มีต่อรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ที่ออกแบบขึ้น



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3.1 แผนผังแสดงวิธีการดำเนินการวิจัย

ที่มา : เขาวรัตน์ สิริวัฒนสุรณ์ (2554)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ซึ่งการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเรื่อง “ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนเชิงประวัติศาสตร์ จังหวัดนครศรีธรรมราช” เพื่อให้ได้มาซึ่งสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนเชิงประวัติศาสตร์ จังหวัดนครศรีธรรมราชที่เหมาะสม โดยการวิเคราะห์หาความต้องการของสื่อประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมที่สุด และข้อมูลที่ได้จากการประเมินแบบสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ เพื่อนำมาสรุปหารูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสม และวิเคราะห์ข้อมูลหาความพึงพอใจของสื่อประชาสัมพันธ์ แล้วนำเสนอในรูปแบบตารางและเรียบเรียงโดยแบ่งตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยโดยแบ่งเป็น 2 ตอน ดังนี้

4.1 การศึกษาข้อมูลทั่วไปของการท่องเที่ยว ข้อมูลของสื่อประชาสัมพันธ์ และรูปแบบการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เชิงประวัติศาสตร์ จังหวัดนครศรีธรรมราช

4.1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลหาความต้องการของสื่อประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมที่สุด

4.1.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการประเมินรูปแบบความเหมาะสมของอัตลักษณ์และรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์จากผู้เชี่ยวชาญ ด้านออกแบบ จำนวน 3 ท่าน

4.2 การศึกษาความพึงพอใจของกลุ่มผู้ให้ข้อมูล ที่มีต่อรูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เชิงประวัติศาสตร์ จังหวัดนครศรีธรรมราช

4.2.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลหาความพึงพอใจของสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีต่อรูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เชิงประวัติศาสตร์ จังหวัดนครศรีธรรมราช

4.1 การศึกษาข้อมูลทั่วไปของการท่องเที่ยว ข้อมูลของสื่อประชาสัมพันธ์ และรูปแบบการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เชิงประวัติศาสตร์ จังหวัดนครศรีธรรมราช

4.1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลหาความต้องการของสื่อประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมที่สุด

จากการศึกษาและรวบรวมข้อมูลด้านเอกสารนั้น สื่อประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมในการวิเคราะห์ข้อมูลมีทั้งหมด 11 สื่อ ได้แก่ แผ่นที่ ใบปลิว แผ่นพับ แผ่นภาพ โปสเตอร์ หนังสือคู่มือ หนังสือพิมพ์ หนังสือท่องเที่ยวทั่วไป วิทยุ/โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต สื่ออื่น ๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามประกอบด้วยนักท่องเที่ยวที่ไปเที่ยวยังสถานที่ประวัติศาสตร์ทั้ง 12 แห่ง มีทั้งนักท่องเที่ยวที่เป็นคนในพื้นที่และคนนอกพื้นที่

ซึ่งจากการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มผู้ให้ข้อมูล แบบไม่เจาะจงทั้งหมด 100 ชุด และทำการวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางด้านสถิติ ด้วยวิธีการดังต่อไปนี้

4.1.1.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผู้ให้ข้อมูล มีทั้งหมด 6 ข้อ ดังตารางที่ 4.1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.1 แสดงข้อมูลทั่วไปของกลุ่มกลุ่มผู้ให้ข้อมูล

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	37	37.0
หญิง	63	63.0
รวม	100	100
2. จังหวัด		
นครศรีธรรมราช	34	34.0
กรุงเทพมหานคร	14	14.0
สมุทรปราการ	6	6.00
สงขลา	6	6.00
นครราชสีมา	2	2.00
อยุธยา	2	2.00
ตรัง	2	2.00
น่าน	1	1.00
ศรีสะเกษ	1	1.00
กระบี่	1	1.00
อุดรธานี	1	1.00
นนทบุรี	3	3.00
ราชบุรี	1	1.00
ระยอง	1	1.00
ไม่ระบุจังหวัด	25	25.0
รวม	100	100
3. อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	25	25.0
20-30 ปี	42	42.0
31-40 ปี	21	21.0
41-50 ปี	11	11.0
50 ปีขึ้นไป	1	1.00
รวม	100	100
4. วุฒิการศึกษา		
ประถมศึกษา	0	0
มัธยมศึกษา	6	6.00
ประกาศนียบัตรวิชาชีพ	7	7.00
ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง	22	22.0
ปริญญาตรี	50	50.0

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
4. วุฒิการศึกษา (ต่อ)		
ปริญญาโท	15	15.0
สูงกว่าปริญญาโท	0	0
รวม	100	100
5. อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	23	23.0
อาชีพอิสระ/ธุรกิจส่วนตัว	4	4.00
พนักงาน/เจ้าหน้าที่บริษัท	41	41.0
ข้าราชการ/พนักงาน	26	26.0
รัฐวิสาหกิจ	5	5.00
ค้าขาย/รับจ้างทั่วไป	1	1.00
อื่นๆ		
รวม	100	100
6. รายได้		
ต่ำกว่า 5,000 บาท/เดือน	5	5.00
5,000 – 10,000 บาท/เดือน	32	32.0
10,001-20,000 บาท/เดือน	37	37.0
มากกว่า 20,000 บาท/เดือน	26	26.0
รวม	100	100

จากตารางที่ 4.1 พบว่ากลุ่มผู้ให้ข้อมูลมากที่สุดเป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 63.0 พบกลุ่มผู้ให้ข้อมูลจากจังหวัดนครศรีธรรมราชมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 34.0 อายุ 20-30 ปีมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 42.0 วุฒิการศึกษาปริญญาตรีมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 50.0 อาชีพพนักงาน/เจ้าหน้าที่บริษัทมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 41.0 และรายได้ 10,001-20,000 บาท/เดือนมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 37.0

4.1.1.2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน และการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์เมืองนครศรีธรรมราช แบบสอบถาม มีทั้งหมด 11 ข้อ ดังตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 แสดงข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน และการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์เมืองนครศรีธรรมราช แบบสอบถาม 11 ข้อ

ข้อความ	รายละเอียด	จำนวน	ร้อยละ
1. เคยรู้จักหรือได้ยินคำว่า “การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน” หรือไม่	เคยรู้จัก	74	74.0
	ไม่เคยรู้จัก	26	26.0
2. การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนมีความจำเป็นสำหรับการเที่ยวของท่านหรือไม่	จำเป็น	87	87.0
	ไม่จำเป็น	13	13.0

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้ทำซ้ำโดยไม่ได้รับอนุญาต

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

ข้อความคำถาม	รายละเอียด	จำนวน	ร้อยละ
3. นิยมรูปแบบของการท่องเที่ยวแบบใดมากที่สุด	การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ	39	39.0
	การท่องเที่ยวในแหล่งประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม	35	35.0
	การท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ	14	14.0
	กิจกรรมการท่องเที่ยว	12	12.0
4. จะมีวิธีการอย่างไรในการช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน	ศึกษาถึงการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน และปฏิบัติตามเมื่อมีโอกาสได้ไป เที่ยว	46	46.0
	สนับสนุนและท่องเที่ยวในรูปแบบ การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนบ่อย ๆ	34	34.0
	ช่วยบอกกล่าวและอธิบายให้บุคคล ที่ไม่ทราบ ได้ทราบถึงการท่องเที่ยว แบบยั่งยืน	20	20.0
	อื่น ๆ	0	0.00
5. ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ของไทย ควรค่าแก่การอนุรักษ์หรือไม่	ควรอนุรักษ์	100	100
	ไม่ควรอนุรักษ์	0	0.00
6. มีวิธีการอย่างไรในการช่วยอนุรักษ์ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม	ไม่ทำลายประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ของไทยทุกรูปแบบ	35	35.0
	ช่วยอนุรักษ์และสนับสนุน ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมของไทย เมื่อมีโอกาส	54	54.0
	บอกกล่าวคนรุ่นหลังให้รู้จัก ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมของไทย	11	11.0
	อื่น ๆ	0	0.00
7. ท่านเคยเดินทางมาเยือนแหล่ง ท่องเที่ยวเมืองนครศรีธรรมราชมาก่อน หรือไม่	ครั้งแรก	21	21.0
	เคยหลายครั้ง	67	67.0
	ไม่เคย	12	12.0
8. ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวเมือง นครศรีธรรมราชกับใคร	คนเดียว	5	5.00
	ครอบครัว	21	21.0
	กลุ่มเพื่อน	69	69.0
	กลุ่มทัวร์	5	5.00
9. ท่านใช้พาหนะใดในการเดินทาง ท่องเที่ยวเมืองนครศรีธรรมราช	รถยนต์ส่วนตัว	70	70.0
	รถเช่า (รถตู้-รถทัวร์)	9	9.00
	รถประจำทาง	21	21.0
	อื่น ๆ	0	0.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

ข้อความ	รายละเอียด	จำนวน	ร้อยละ
10. เหตุใดท่านถึงมาท่องเที่ยว เมืองนครศรีธรรมราช	อยากสัมผัสอารยธรรมโบราณของเมือง นครศรีธรรมราช	66	66.0
	อยากเรียนรู้วิถีชีวิตของคนเมือง นครศรีธรรมราชในปัจจุบัน	23	23.0
	ผู้คนมีน้ำใจ	11	11.0
	อื่น ๆ	0	0.00
11. เคยมาท่องเที่ยวสถานที่ ท่องเที่ยวดังต่อไปนี้ของเมือง นครศรีธรรมราช บ้างหรือไม่			
1. วัดพระมหาธาตุ วรมหาวิหาร	เคยมาเที่ยว	100	100
	ไม่เคยมาเที่ยว	0	0.00
2. วัดวังตะวันตก	เคยมาเที่ยว	64	64.0
	ไม่เคยมาเที่ยว	36	36.0
3. วัดท่าโพธิ์วิหาร	เคยมาเที่ยว	65	65.0
	ไม่เคยมาเที่ยว	35	35.0
4. วัดแจ้ง	เคยมาเที่ยว	67	67.0
	ไม่เคยมาเที่ยว	33	33.0
5. วัดประดู่	เคยมาเที่ยว	61	61.0
	ไม่เคยมาเที่ยว	39	39.0
6. วัดสวนหลวง	เคยมาเที่ยว	73	73.0
	ไม่เคยมาเที่ยว	27	27.0
7. หอพระพุทธลีลึงค์	เคยมาเที่ยว	53	53.0
	ไม่เคยมาเที่ยว	47	47.0
8. หอพระอิศวร	เคยมาเที่ยว	56	56.0
	ไม่เคยมาเที่ยว	44	44.0
9. หอพระนารายณ์	เคยมาเที่ยว	53	53.0
	ไม่เคยมาเที่ยว	47	47.0
10. กำแพงเมือง	เคยมาเที่ยว	57	57.0
	ไม่เคยมาเที่ยว	43	43.0
11. เจดีย์ยักษ์	เคยมาเที่ยว	58	58.0
	ไม่เคยมาเที่ยว	42	42.0
12. อนุสาวรีย์วีรไทย	เคยมาเที่ยว	57	57.0
	ไม่เคยมาเที่ยว	43	43.0
รวม		100	100

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.2 พบว่าว่ากลุ่มผู้ให้ข้อมูลเคยรู้จักหรือได้ยินคำว่าการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนมาก่อนคิดเป็นร้อยละ 74.0 การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนมีความจำเป็นสำหรับการเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 87.0 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลนิยมรูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติคิดเป็นร้อยละ 39.0 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลศึกษาถึงการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนและปฏิบัติตามเมื่อมีโอกาสได้ไปเที่ยวคิดเป็นร้อยละ 46.0 ประวัติศาสตร์วัฒนธรรม ของไทย ควรค่าแก่การอนุรักษ์คิดเป็นจำนวนเต็มของร้อยละ ไม่ทำลายประวัติศาสตร์วัฒนธรรม ของไทยทุกรูปแบบคิดเป็นร้อยละ 35.0 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลเคยหลายครั้ง เมืองนครศรีธรรมราช หลายครั้งคิดเป็นร้อยละ 67.0 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองนครศรีธรรมราชกับกลุ่มเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 69.0 พาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวเมืองนครศรีธรรมราชคือรถยนต์ส่วนตัวคิดเป็นร้อยละ 70.0 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลมาท่องเที่ยวเมืองนครศรีธรรมราชเพราะอยากสัมผัสอารยธรรมโบราณของเมืองนครศรีธรรมราชคิดเป็นร้อยละ 66.0 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลได้เคยมาท่องเที่ยววัดพระมหาธาตุวรมหาวิหารคิดเป็นจำนวนเต็มของร้อยละ วัดวังตะวันตกคิดเป็นร้อยละ 64.0 วัดท่าโพธิ์วรวิหารคิดเป็นร้อยละ 65.0 วัดแจ้งคิดเป็นร้อยละ 67.0 วัดประตู่คิดเป็นร้อยละ 61.0 วัดสวนหลวงคิดเป็นร้อยละ 73.0 หอพระพุทธสิหิงค์คิดเป็นร้อยละ 53.0 หอพระอิศวรคิดเป็นร้อยละ 56.0 หอพระนารายณ์คิดเป็นร้อยละ 53.0 กำแพงเมืองคิดเป็นร้อยละ 57.0 เจดีย์ยักษ์ คิดเป็นร้อยละ 58.0 อนุสาวรีย์วีรไทยคิดเป็นร้อยละ 57.0

4.1.1.3 แบบสอบถามเกี่ยวกับแหล่งข้อมูลที่ได้รับรู้ข่าวสารและสื่อประชาสัมพันธ์ที่ผู้ให้ข้อมูลอยากให้มีเพิ่ม แบบสอบถามทั้งหมดมีจำนวน 3 ข้อ ดังตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 แสดงข้อมูลที่ได้รับรู้ข่าวสารและสื่อประชาสัมพันธ์ที่ผู้ให้ข้อมูลอยากให้มีเพิ่ม แบบสอบถาม 3 ข้อ

ข้อคำถาม	รายละเอียด	จำนวน	ร้อยละ
1. ท่านได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองนครศรีธรรมราชจากที่ใด	เพื่อน/ญาติ	66	66.0
	หนังสือพิมพ์/นิตยสาร/สื่อประชาสัมพันธ์	14	14.0
	โทรทัศน์/วิทยุ/อินเทอร์เน็ต	13	13.0
	บริษัททัวร์	0	0.00
	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	10	10.0
	อื่น ๆ	0	0.00
2. เคยได้รับข่าวสารประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับเมืองนครศรีธรรมราชประเภทใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	แผ่นที่	18	18.0
	ใบปลิว	24	24.0
	แผ่นพับ	21	21.0
	แผ่นภาพ	22	22.0
	โปสการ์ด	29	29.0
	หนังสือคู่มือ	15	15.0
	หนังสือพิมพ์	27	27.0
	หนังสือท่องเที่ยวทั่วไป	31	31.0

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

ข้อคำถาม	รายละเอียด	จำนวน	ร้อยละ
2. เคยได้รับข่าวสารประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับเมืองนครศรีธรรมราชประเภทใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) ต่อ	วิทยุ/โทรทัศน์	28	28.0
	อินเทอร์เน็ต	49	49.0
	อื่น ๆ	8	8.00
	รวม	0	100
3. สื่อประชาสัมพันธ์ใดที่ท่านอยากให้มีเพิ่มเติมในการท่องเที่ยวเมืองนครศรีธรรมราช (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	แผ่นที่	20	20.0
	ใบปลิว	20	20.0
	แผ่นพับ	24	24.0
	แผ่นภาพ	22	22.0
	โปสการ์ด	15	15.0
	หนังสือคู่มือ	12	12.0
	หนังสือพิมพ์	18	18.0
	หนังสือท่องเที่ยวทั่วไป	34	34.0
	วิทยุ/โทรทัศน์	38	38.0
	อินเทอร์เน็ต	46	46.0
	อื่น ๆ	0	0.00
รวม	0	100	

จากตารางที่ 4.3 พบว่ากลุ่มผู้ให้ข้อมูลได้รับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองนครศรีธรรมราชจากเพื่อน/ญาติคิดเป็นร้อยละ 66.0 ได้รับข่าวสารประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับเมืองนครศรีธรรมราชจากอินเทอร์เน็ตคิดเป็นร้อยละ 49.0 และยังคงต้องการสื่อประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ตเพิ่มเติมคิดเป็นร้อยละ 46.0

4.1.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการประเมินรูปแบบความเหมาะสมของอัตลักษณ์และรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์จากผู้เชี่ยวชาญ ด้านออกแบบ จำนวน 3 ท่าน

จากการลงพื้นที่หาความต้องการของสื่อประชาสัมพันธ์ของนักท่องเที่ยว ซึ่งได้ผลสรุปให้สื่อประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อเป็นสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนเชิงประวัติศาสตร์ ของอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างรูปแบบอัตลักษณ์สำหรับสื่อประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ตหลักๆ ไว้ 4 ชนิด โดยมีรายละเอียดความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญดังต่อไปนี้

4.1.2.1 สี เป็นองค์ประกอบที่ใช้เป็นตัวแทนขององค์กร และตัวกลางในการสร้างความจดจำในใจผู้บริโภค สีที่สื่อถึงความเป็นเอกลักษณ์ของความเป็นประวัติศาสตร์นั้นมีหลากหลายรูปแบบตามอารมณ์ของสี Eiseman (2000) ได้นำเสนอกลุ่มสีและผลกระทบที่มีต่ออารมณ์และความรู้สึกไว้หลายหลายสี ผู้วิจัยจึงนำสีที่มีอารมณ์ที่สื่อไปในทางประวัติศาสตร์ของ Eiseman มาทำให้ผู้เชี่ยวชาญแสดงความคิดเห็นและคัดเลือกเป็นสีที่สื่อถึงความเป็นเอกลักษณ์ของสื่อประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ตเชิงประวัติศาสตร์ จังหวัดนครศรีธรรมราช ประกอบด้วยชุดสีต่างๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาค้นคว้าเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชุด A น้ำเงิน มี 2 คู่สี นำเชือก เป็นทางการ คลาสสิก ดั้งเดิม อนุรักษ์นิยม แข็งแรง พึ่งพาได้
ประเพณีนิยม เสมอกัน บริการ ทหารเรือ มั่นใจ มีอาชีพ แจ่มใส สงบ

	สีหลัก	คู่สี	คู่สี
A1	R: 27 / G:78 / B:131	R: 118 / G:47 / B:11	R: 208 / G:155 / B:44
A2	R: 27 / G:78 / B:131	R: 0 / G:137 / B:208	R: 250 / G:166 / B:26
A3	R: 27 / G:78 / B:131	R: 214 / G:90 / B:34	R: 146 / G:39 / B:143

ชุด B ส้มอมน้ำตาล มี 2 คู่สี ดัดดิน อบอุ้น เป็นประโยชน์ ชนบท ต้อนรับ

	สีหลัก	คู่สี	คู่สี
B1	R:203 / G:116 / B:50	R: 56 / G:142 / B:125	R: 164 / G:96 / B:147
B2	R:203 / G:116 / B:50	R:164 / G:102 / B:124	R:67 / G:118 / B:150
B3	R:203 / G:116 / B:50	R: 88 / G:159 / B:115	R: 56 / G:131 / B:158

ชุด C น้ำตาลดิน มี 2 คู่สี ผังราก เป็นประโยชน์ ที่คุ้มภัย กล้ามเนื้อ เนื้อไม้ อบอุ้น ทนทาน
ยั่งยืนปลอดภัย ชนบท พื้นโลก สกปรก

	สีหลัก	คู่สี	คู่สี
C1	R:252 / G:78 / B:50	R:83 / G:58 / B:152	R:78 / G:184 / B:163
C2	R:252 / G:78 / B:50	R: 82 / G:95 / B:170	R: 77 / G:177 / B:92
C3	R:252 / G:78 / B:50	R: 69 / G:185 / B:124	R: 255 / G:224 / B:106

ภาพที่ 4.1 รูปแบบชุดสีประจำเอกลักษณ์ของสี่ประชาสัมพันธ์

ที่มา : เขาวรัตน์ สิริวัฒนานุสรณ์ (2554)

สีประจำสี่ประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ตที่ผู้วิจัยจัดทำขึ้นมีจำนวน 9 แบบ และจาก 9 แบบ
ผู้เชี่ยวชาญได้ คัดเหลือ 5 และเหลือ 3 ดังต่อไปนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.4 แสดงรูปแบบของ ชุดสี

	ชุดสี	จำนวน	ร้อยละ
A1		3	100
B2		0	0
C1		0	0
	รวม	3	100

จากตารางที่ 4.4 จะเห็นได้ว่า สีชุด A1 B2 และ C3 เป็นสีที่ผู้เชี่ยวชาญได้คัดเลือกจาก 9 สี จนเหลือ 3 สีและจาก 3 สีนี้ ผู้เชี่ยวชาญได้ลงความคิดเห็นให้สีน้ำเงิน A1 เป็นสีประจำเอกลักษณ์ประจำสื่อประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ตเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เชิงประวัติศาสตร์ ของอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช คิดเป็นจำนวนเต็มของร้อยละ

4.1.2.2 ตัวอักษร ตัวอักษรหรือตัวพิมพ์จัดว่าเป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญอันดับแรกของการออกแบบ ผู้วิจัยจึงได้คัดเลือกส่วนโครงสร้างตัวอักษรสำเร็จรูปที่ใช้บนสื่อประชาสัมพันธ์ทั่วไปและเป็นรูปแบบตัวอักษรที่สื่อถึงความ เป็นประวัติศาสตร์ ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

4.1.2.2.1 ใช้ตัวอักษรเป็นส่วนดึงดูดตา มีลักษณะตัวอักษรแบบ Display face เพื่อต้องการตกแต่งหรือการเน้นข้อความข่าวสารให้สามารถดึงดูดความสนใจของผู้ดู ผู้อ่าน ด้วยการใช้นาขนาดรูปแบบตัวอักษรที่มีขนาดใหญ่ มีความเด่นเป็นพิเศษ

รูปแบบของตัวอักษรส่วนดึงดูดตาของสื่อประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ตที่ผู้วิจัยจัดทำขึ้นมีจำนวน 9 แบบ และจาก 9 แบบผู้เชี่ยวชาญได้ คัดเหลือ 5 และเหลือ 3 ดังต่อไปนี้

JS Prapakorn

ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน
เชิงประวัติศาสตร์ จังหวัดนครศรีธรรมราช

JS Chodok

ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน
เชิงประวัติศาสตร์ จังหวัดนครศรีธรรมราช

JS Rapee

ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน
เชิงประวัติศาสตร์ จังหวัดนครศรีธรรมราช

DB PraditMediumas

ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน
เชิงประวัติศาสตร์ จังหวัดนครศรีธรรมราช

JS Pumpuang

ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน
เชิงประวัติศาสตร์ จังหวัดนครศรีธรรมราช

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานที่ JS Arias เท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน
เชิงประวัติศาสตร์ จังหวัดนครศรีธรรมราช

JS Junkaew

ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน
เชิงประวัติศาสตร์ จังหวัดนครศรีธรรมราช

JS Jindaraas

ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน
เชิงประวัติศาสตร์ จังหวัดนครศรีธรรมราช

JS Mookdaas

ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน
เชิงประวัติศาสตร์ จังหวัดนครศรีธรรมราช

ภาพที่ 4.2 รูปแบบตัวอักษรดึงดูดตาของสื่อประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต
ที่มา : เขาวรัตน์ สิริวิฒนานุสรณ์ (2554)

ตารางที่ 4.5 แสดงรูปแบบและความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อรูปแบบของตัวอักษรส่วนดึงดูดตา

ตัวอักษร	ลักษณะตัวอักษรส่วนดึงดูดตา	จำนวน	ร้อยละ
JS Prapakorn	ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เชิงประวัติศาสตร์ จังหวัดนครศรีธรรมราช	2	66.7
DB PraditMediu mas	ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เชิงประวัติศาสตร์ จังหวัดนครศรีธรรมราช	0	0.00
JS Mookdaas	ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เชิงประวัติศาสตร์ จังหวัดนครศรีธรรมราช	1	33.3
	รวม	3	100

จากตารางที่ 4.5 จะเห็นได้ว่าตัวอักษร JS Prapakorn, DB PraditMediumas และ JS Mookdaas เป็นตัวอักษรดึงดูดตาที่ผู้เชี่ยวชาญได้คัดเลือกจาก 9 แบบ จนเหลือ 3 แบบและจาก 3 แบบนี้ ผู้เชี่ยวชาญได้ลงความคิดเห็นให้ รูปแบบตัวอักษร JS Prapakorn เป็นรูปแบบตัวอักษรดึงดูดตาประจำสื่อประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ตเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เชิงประวัติศาสตร์ ของอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราชคิดเป็นร้อยละ 66.7 และรูปแบบตัวอักษร JS Mookdaas คิดเป็นร้อยละ 33.3

4.1.2.2.2 ใช้ตัวอักษรเป็นส่วนบรรยายหรืออธิบายเนื้อหา คือ การใช้ตัวอักษรเป็น Book face หรือเป็นตัว Text ที่มีขนาดเล็กในลักษณะของการเรียงพิมพ์ข้อความเพื่อการบรรยายหรืออธิบาย ส่วนประกอบปลีกย่อย และเนื้อหาที่สื่อสารเผยแพร่

รูปแบบของตัวอักษรส่วนบรรยายของสื่อประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ตที่ผู้วิจัยจัดทำขึ้นมีจำนวน 9 แบบ และจาก 9 แบบผู้เชี่ยวชาญได้ คัดเหลือ 5 และเหลือ 3 ดังต่อไปนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

JS Mookdaas

ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน
เชิงประวัติศาสตร์ จังหวัดนครศรีธรรมราช

JS Chodok

ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน
เชิงประวัติศาสตร์ จังหวัดนครศรีธรรมราช

JS Pudgrong

ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน
เชิงประวัติศาสตร์ จังหวัดนครศรีธรรมราช

JS Pumpuang

ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน
เชิงประวัติศาสตร์ จังหวัดนครศรีธรรมราช

JS Wannaree

ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน
เชิงประวัติศาสตร์ จังหวัดนครศรีธรรมราช

JS Prapakorn Allcaps

ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน
เชิงประวัติศาสตร์ จังหวัดนครศรีธรรมราช

JS Jetarin

ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน
เชิงประวัติศาสตร์ จังหวัดนครศรีธรรมราช

JS Sangravee

ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน
เชิงประวัติศาสตร์ จังหวัดนครศรีธรรมราช

JS Chalit

ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน
เชิงประวัติศาสตร์ จังหวัดนครศรีธรรมราช

ภาพที่ 4.3 รูปแบบตัวอักษรส่วนบรรยายของสื่อประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต
ที่มา : เยาวรัตน์ สิริวัฒนานุสรณ์ (2554)

ตารางที่ 4.6 แสดงรูปแบบและความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อรูปแบบของตัวอักษรส่วนบรรยาย

ตัวอักษร	ลักษณะตัวอักษรส่วนบรรยาย	จำนวน	ร้อยละ
JS Mookdaas	ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เชิงประวัติศาสตร์ จังหวัดนครศรีธรรมราช	2	66.7
JS Chodok	ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เชิงประวัติศาสตร์ จังหวัดนครศรีธรรมราช	0	0
JS Pudgrong	ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เชิงประวัติศาสตร์ จังหวัดนครศรีธรรมราช	1	33.3
	รวม	3	100

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.6 จะเห็นได้ว่าตัวอักษร JS Mookdaas, JS Chodok และ JS Pudgrong เป็นตัวอักษรส่วนบรรยายที่ผู้เชี่ยวชาญได้คัดเลือกจาก 9 แบบ จนเหลือ 3 แบบและจาก 3 แบบนี้ผู้เชี่ยวชาญได้ลงความคิดเห็นให้ รูปแบบตัวอักษร JS Mookdaas เป็นรูปแบบตัวอักษรส่วนบรรยายประจำสื่อประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ตเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เชิงประวัติศาสตร์ ของอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช คิดเป็นร้อยละ 66.7 และรูปแบบตัวอักษร JS Pudgrong คิดเป็นร้อยละ 33.3

4.1.2.3 ตราสัญลักษณ์ ตราสัญลักษณ์นั้นเปรียบเสมือนเป็นตัวแทน ขององค์กร หมายถึง วัตถุประสงค์ รูปร่าง หรือสีสันทัน ซึ่งใช้ในการสื่อความหมายถึงเมืองนครศรีธรรมราช ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมีจำนวน 9 แบบ และจาก 9 แบบ ผู้เชี่ยวชาญได้ คัดเหลือ 5 และเหลือ 3 ดังต่อไปนี้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบที่ 7



แบบที่ 8



แบบที่ 9



ภาพที่ 4.4 รูปแบบตราสัญลักษณ์ ของสื่อประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต
ที่มา : เยาวรัตน์ สิริวัฒนานุสรณ์ (2554)

ตารางที่ 4.7 แสดงความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญรูปแบบตราสัญลักษณ์

รูปแบบ	รูปแบบของตราสัญลักษณ์	จำนวน	ร้อยละ
แบบที่ 3		2	66.7
แบบที่ 4		0	0
แบบที่ 8		1	33.3
รวม		3	100

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.7 จะเห็นได้ว่ารูปแบบตราสัญลักษณ์ แบบที่ 3 4 และ 8 เป็นรูปแบบตราสัญลักษณ์ ที่ผู้เชี่ยวชาญได้คัดเลือกจาก 9 แบบ จนเหลือ 3 แบบและจาก 3 แบบนี้ ผู้เชี่ยวชาญได้ลงความคิดเห็นให้ รูปแบบที่ 3 เป็นรูปแบบตราสัญลักษณ์ประจำสื่อประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ตเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เชียงประวัติศาสตร์ ของอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช คิดเป็นร้อยละ 66.7 และรูปแบบที่ 8 คิดเป็นร้อยละ 33.3

4.1.2.4 ลักษณะของรูปภาพที่ใช้ในสื่อประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เชียงประวัติศาสตร์ อำเภอเมืองจังหวัดนครศรีธรรมราช ได้ผ่านการคัดเลือกจากผู้เชี่ยวชาญที่แบ่งตามสถานที่ท่องเที่ยว ทั้ง 12 แห่ง ซึ่งผู้เชี่ยวชาญในคัดเลือกจากสถานที่แต่ละแห่ง จาก 15 รูป เหลือ 5-8 รูป ดังต่อไปนี้

4.1.2.4.1 วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร



ภาพที่ 4.5 วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหารที่ผ่านการคัดเลือกจากผู้เชี่ยวชาญ
ที่มา : เยาวรัตน์ สิริวัฒนานุสรณ์ (2554)

4.1.2.4.2 วัดวังตะวันตก



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.6 วัดวังตะวันตกที่ผ่านการคัดเลือกจากผู้เชี่ยวชาญ
ที่มา : เยาวรัตน์ สิริวัฒนสุธรรม (2554)

4.1.2.4.3 วัดท่าโพธิ์รวิหาร



ภาพที่ 4.7 วัดท่าโพธิ์รวิหารที่ผ่านการคัดเลือกจากผู้เชี่ยวชาญ
ที่มา : เยาวรัตน์ สิริวัฒนสุธรรม (2554)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1.2.4.4 วัดแจ้ง



ภาพที่ 4.8 วัดแจ้งที่ผ่านการคัดเลือกจากผู้เชี่ยวชาญ
ที่มา : เขาวรัตน์ สิริวัฒนานุกรณ์ (2554)

4.1.2.4.5 วัดประดู่



ภาพที่ 4.9 วัดประดู่ที่ผ่านการคัดเลือกจากผู้เชี่ยวชาญ
ที่มา : เขาวรัตน์ สิริวัฒนานุกรณ์ (2554)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1.2.4.6 วัดสวนหลวง



ภาพที่ 4.10 วัดสวนหลวงที่ผ่านการคัดเลือกจากผู้เชี่ยวชาญ
ที่มา : เขาวรัตน์ สิริวิฒนานุสรณ์ (2554)

4.1.2.4.7 หอพระพุทธรูปสี่หังค์



ภาพที่ 4.11 หอพระพุทธรูปสี่หังค์ที่ผ่านการคัดเลือกจากผู้เชี่ยวชาญ

ที่มา : เขาวรัตน์ สิริวิฒนานุสรณ์ (2554)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

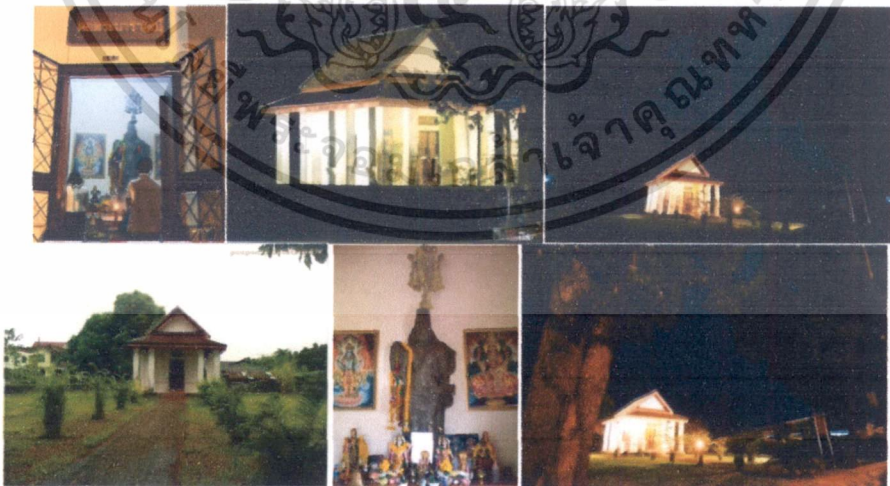
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1.2.4.8 หอพระอิศวร



ภาพที่ 4.12 หอพระอิศวรที่ผ่านการคัดเลือกจากผู้เชี่ยวชาญ
ที่มา : เยาวรัตน์ สิริวัฒนานุสรณ์ (2554)

4.1.2.4.9 หอพระนารายณ์

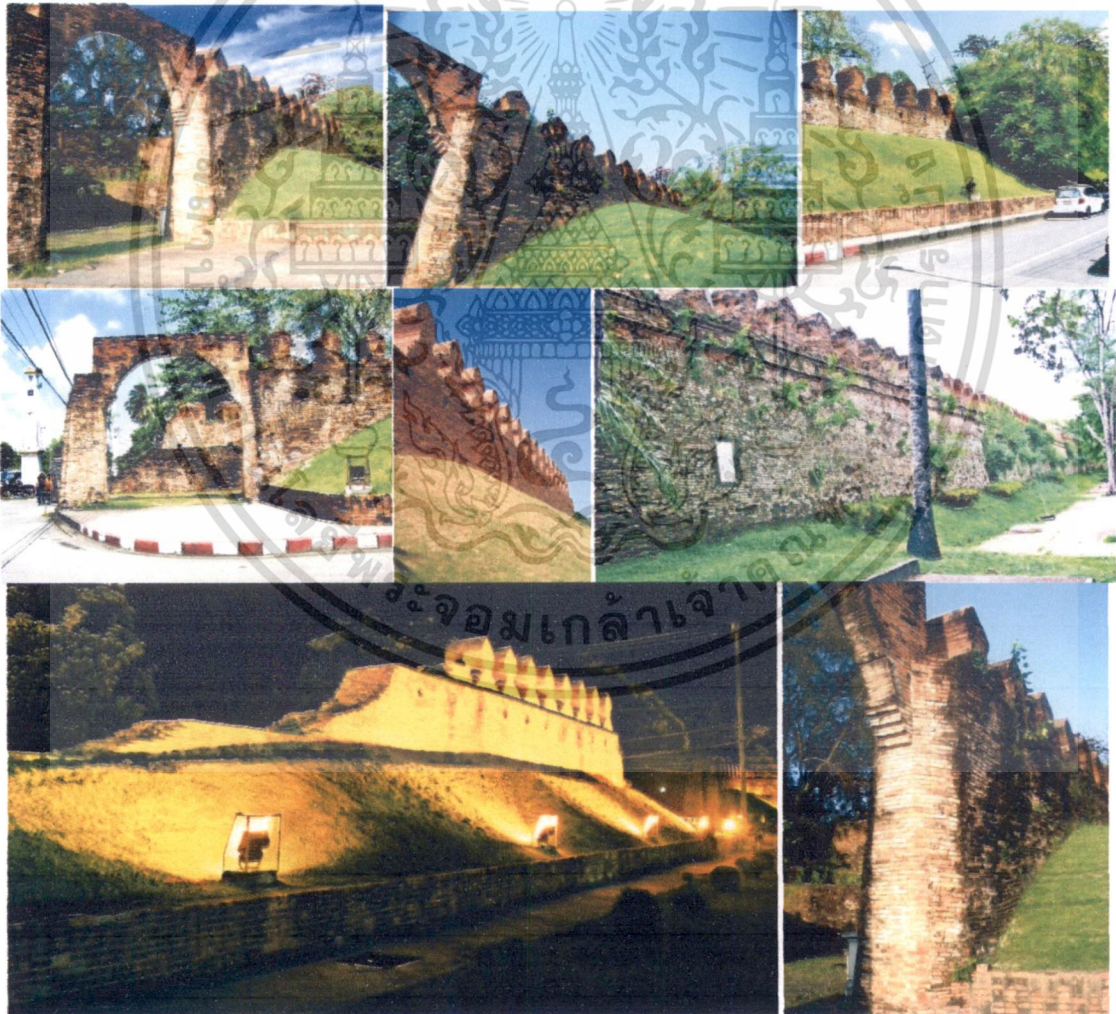


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.13 หอพระนารายณ์ที่ผ่านการคัดเลือกจากผู้เชี่ยวชาญ
ที่มา : เยาวรัตน์ สิริวัฒนานุสรณ์ (2554)

4.1.2.4.10 กำแพงเมือง



ภาพที่ 4.14 กำแพงเมืองที่ผ่านการคัดเลือกจากผู้เชี่ยวชาญ

ที่มา : เยาวรัตน์ สิริวัฒนานุสรณ์ (2554)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1.2.4.11 เจดีย์ยักษ์



ภาพที่ 4.15 เจดีย์ยักษ์ที่ผ่านการคัดเลือกจากผู้เชี่ยวชาญ
ที่มา : เขาวรัตน์ สิริวิฒนานุสรณ์ (2554)

4.1.2.4.12 อนุสาวรีย์วีรไทย



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.16 อนุสาวรีย์วีรไทยที่ผ่านการคัดเลือกจากผู้เชี่ยวชาญ
ที่มา : เขาวรัตน์ สิริวิฒนานุสรณ์ (2554)

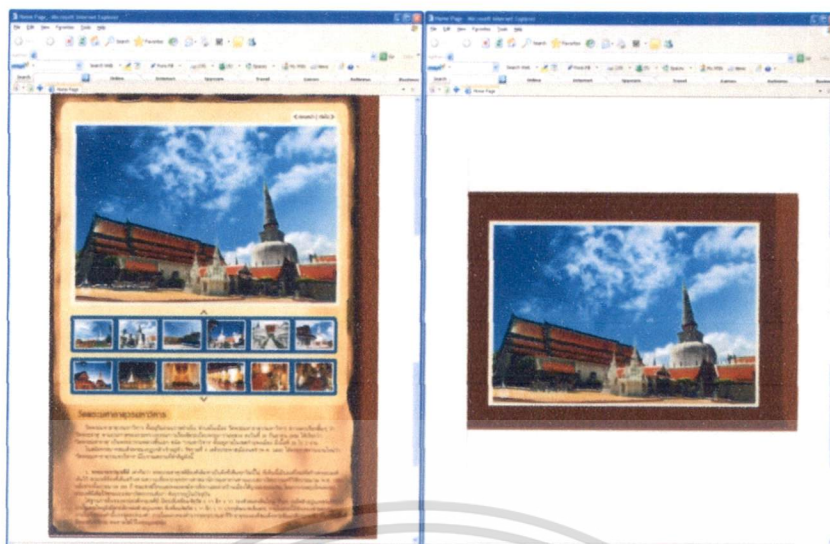
4.1.2.5 สื่อประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เชียง
ประวัติศาสตร์ อำเภอเมืองจังหวัดนครศรีธรรมราช มีทั้งหมด 3 รูปแบบ ดังต่อไปนี้

4.1.2.5.1 สื่อประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต รูปแบบที่ 1

แนวคิดของรูปแบบที่1 สื่อให้เห็นถึงความเก่า ความโบราณ การรักษา เลยนำเสนอในรูปแบบ
ของกระดาษเก่า ๆที่ผ่านการเก็บรักษาพร้อมด้วยรูปถ่ายที่มีกรอบแบบโบราณ รูปแบบนี้เน้นไปใน
เรื่องของการสื่อสารให้เห็นถึงรูปถ่ายจากสถานที่จริง ชุดสี ตัวอักษร ตราสัญลักษณ์และรูปภาพ ได้ใช้
รูปแบบจากการคัดเลือกจากผู้เชี่ยวชาญ แบบที่ 1 จะเป็นลักษณะการโต้ตอบแบบให้ข้อมูล 60% แบบ
ลูกเล่นเคลื่อนไหวด้วยแฟลช (Flash) 40 %



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.17 แบบจำลองสื่อประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต รูปแบบที่ 1
ที่มา : เขาวรัตน์ สิริวิฒนานุสรณ์ (2554)

4.1.2.5.2 สื่อประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต รูปแบบที่ 2

แนวคิดของรูปแบบที่ 2 สื่อให้เห็นถึงความเป็นเอกลักษณ์ของความเป็นไทยด้วยสวยลาย ของพื้น การจัดวางรูปแบบเป็นแบบเรียบง่าย ไม่ซับซ้อน จะเน้นไปในเรื่องของการสื่อสารให้เห็นถึงรูปถ่ายจาก สถานที่จริงเพื่อดึงดูดผู้ที่เข้ามาเยี่ยมชม ชุดสี ตัวอักษร ตราสัญลักษณ์และรูปภาพ ได้ใช้รูปแบบจาก การคัดเลือกจากผู้เชี่ยวชาญ แบบที่ 2 จะเป็นลักษณะการโต้ตอบ แบบลูกเล่นเคลื่อนไหวด้วยแฟลช (Flash) 100 %



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.18 แบบจำลองสื่อประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต แบบที่ 2

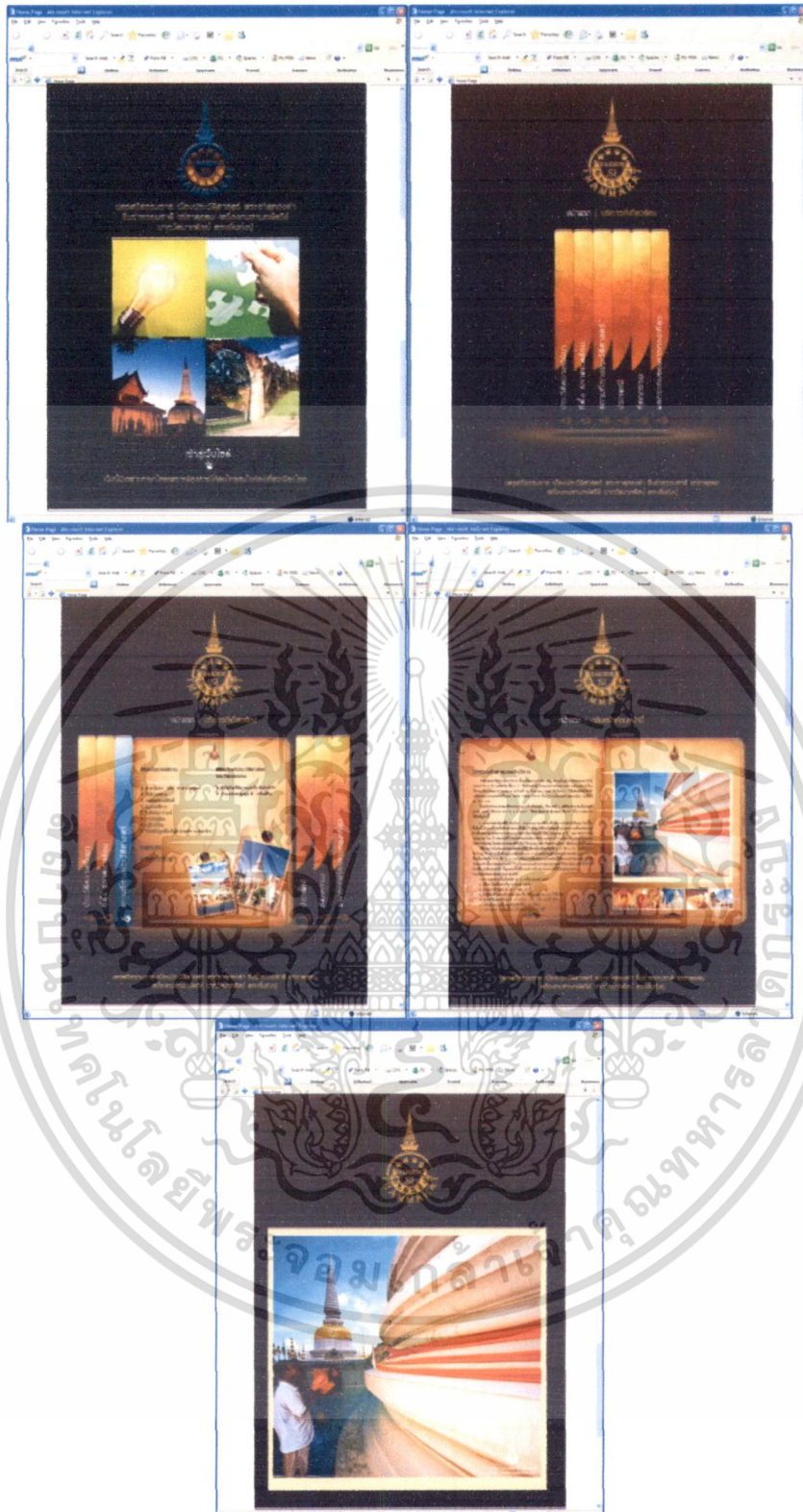
ที่มา : เขียวรัตน์ สิริวัฒนานุสรณ์ (2554)

4.1.2.5.3 สื่อประชาสัมพันธ์ รูปแบบที่ 3

แนวคิดของรูปแบบที่ 3 สื่อให้เห็นถึงรูปแบบเก่า ๆ โดยใช้รูปแบบของหนังสือเพื่อสื่อให้เห็นถึงเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ที่ควรเก็บรักษา รูปแบบเน้นไปในเรื่องของการสื่อสารให้เห็นถึงรูปถ่ายจากสถานที่จริง ชุดสี ตัวอักษร ตราสัญลักษณ์และรูปภาพ ได้ใช้รูปแบบจากการคัดเลือกจากผู้เชี่ยวชาญ

แบบที่ 3 จะเป็นลักษณะการโต้ตอบแบบให้ข้อมูลปกติ 60% แบบลูกเล่นเคลื่อนไหวด้วยแฟลช (Flash) 80 %

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.19 แบบจำลองสื่อประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต รูปแบบที่ 3
ที่มา : เยาวรัตน์ สิริวัฒนานุสรณ์ (2554)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษาและรวบรวมข้อมูล ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนเชิงประวัติศาสตร์ จังหวัดนครศรีธรรมราช ผู้วิจัยได้สรุปการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัย ดังต่อไปนี้

- 5.1 สรุปผลการวิจัย
- 5.2 อภิปรายผลการวิจัย
- 5.3 ข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิจัยได้โดยแบ่งออกเป็น 2 ตอน ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังต่อไปนี้

5.1.1 สรุปผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์เมืองนครศรีธรรมราช และหาความต้องการสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน จังหวัดนครศรีธรรมราช

การศึกษาข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน และการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์เมืองนครศรีธรรมราช และหาความต้องการสื่อประชาสัมพันธ์เพิ่มเติม สรุปผลว่า การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนนั้นพบว่ามีกลุ่มผู้ให้ข้อมูลเคยได้ยินมาก่อนที่ผู้วิจัยจะทำการศึกษาและการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนมีความจำเป็นสำหรับการท่องเที่ยว สำหรับการท่องเที่ยวประวัติศาสตร์จังหวัดนครศรีธรรมราชนั้นควรอนุรักษ์ให้คงอยู่ต่อไปโดยวิธีการไม่ทำลายประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ของไทยทุกรูปแบบ สำหรับจังหวัดนครศรีธรรมราชกลุ่มผู้ให้ข้อมูลเคยมาเที่ยวมากกว่าไม่เคยมาท่องเที่ยวส่วนมากจะมากับกลุ่มเพื่อน และที่มาท่องเที่ยวเพราะอยากสัมผัสบรรยากาศโบราณของเมืองนครศรีธรรมราช แหล่งท่องเที่ยวทั้ง 12 แหล่งนั้นกลุ่มผู้ให้ข้อมูลเคยมาท่องเที่ยวและยังไม่เคยมาท่องเที่ยวเป็นสถานที่ ซึ่งกลุ่มผู้ให้ข้อมูลได้รับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองนครศรีธรรมราชจากเพื่อนและญาตินอกจากนั้นยังมีการรับรู้ข่าวสารประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับเมืองนครศรีธรรมราชจากอินเทอร์เน็ตและยังคงต้องการสื่อประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ตเพิ่มเติม

จากการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูล ผลคือต้องการให้สื่อประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน จังหวัดนครศรีธรรมราช

5.1.2 สรุปผลจากการประเมินรูปแบบความเหมาะสมของอัตลักษณ์และรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์จำนวน 3 รูปแบบ

ผลการประเมินรูปแบบของอัตลักษณ์ตามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน โดยแบ่งออกเป็น 4 ชนิด ได้แก่ สี ตัวอักษร ตราสัญลักษณ์ ลักษณะของรูปภาพ สรุปผลคือ ให้ใช้สีน้ำเงิน A1 รูปแบบตัวอักษร JS Prapakorn เป็นรูปแบบตัวอักษรตั้งดูตา รูปแบบตัวอักษร JS Pudgrong เป็นรูปแบบตัวอักษรส่วนบรรยาย ตราสัญลักษณ์ รูปแบบที่ 3 เป็นรูปแบบตราสัญลักษณ์ประจำสื่อประชาสัมพันธ์ ให้ใช้รูปภาพแต่ละสถานที่ท่องเที่ยว จำนวนสถานที่ละ 5-8 รูป และรูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์ ให้ใช้รูปแบบที่ 2 ในการสร้างเป็นต้นแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารต้นฉบับที่จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการศึกษาวิจัยเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.1.3 สรุปผลความพึงพอใจของกลุ่มผู้ให้ข้อมูล ที่มีต่อรูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เชียงประวัติศาสตร์ จังหวัดนครศรีธรรมราช

ผลจากการตอบแบบสอบถามหาความพึงพอใจสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เชียงประวัติศาสตร์ จังหวัดนครศรีธรรมราช สรุปว่ามีความพึงพอใจในรูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นอยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ซึ่งพิจารณาเป็น ด้าน ๆ คือ ด้านการตอบสนอง ประโยชน์ใช้สอย มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านความสวยงาม มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด และด้านการสื่อความหมาย มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่รู้จักและเคยมาท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชและได้รับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองนครศรีธรรมราชจากเพื่อน/ญาติคิดเป็นร้อยละ 64 ได้รับข่าวสารประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับเมืองนครศรีธรรมราชจากอินเทอร์เน็ตคิดเป็นร้อยละ 47.6 และยังคงต้องการสื่อประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ตเพิ่มเติมคิดเป็นร้อยละ 44.7 การประเมินการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์จากผู้เชี่ยวชาญ ได้ให้ความเห็นว่า สีน้ำเงิน (A1) เป็นชุดสีที่เหมาะสมที่สุดคิดเป็นจำนวนเต็มของร้อยละ รูปแบบตัวอักษรส่วนตึงดูตา JS Prapakorn เหมาะสมที่สุดคิดเป็นร้อยละ 66.7 รูปแบบของตัวอักษรส่วนบรรยาย JS Mookdaas เหมาะสมที่สุดคิดเป็นร้อยละ 66.7 รูปแบบตราสัญลักษณ์ รูปแบบที่ 3 เหมาะสมที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.7 รูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เชียงประวัติศาสตร์ อำเภอเมืองจังหวัดนครศรีธรรมราช รูปแบบที่ 2 มีความสอดคล้องกันแนวคิดการออกแบบกราฟิก กล่าวหาว่า รูปแบบมีการสื่อถึงเอกลักษณ์ มีความชัดเจนอ่านง่าย สื่อความหมายได้อย่างดี สื่อในทิศทางเดียวกันทั้งหมด ไม่ซับซ้อน อ่านแล้วเข้าใจง่าย การจัดระยะห่างหรือพื้นที่ว่างของภาพตัวอักษรมีความเป็นระเบียบและชัดเจน ความห่างของภาพและตัวอักษรช่วยพักสายตาในการอ่าน ทำให้ดูสบายตา สีที่ใช้มีความชัดเจน สะดุดตา สื่อถึงความเป็นประวัติศาสตร์ ตำแหน่งและขนาดของภาพประกอบ ตัวอักษรข้อความมีจุดเด่น ดึงดูดความสนใจและน่าติดตาม ภาพประกอบตัวอักษรมีความสมดุล ทำให้สบายตาในการมอง และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ตเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 53.4 ไม่ระบุจังหวัดมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 31 อายุ 31-40 ปีมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 36.9 วุฒิการศึกษาปริญญาตรีมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 46.6 อาชีพพนักงาน/เจ้าหน้าที่บริษัทมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 52.5 และรายได้ 10,001-20,000 บาท/เดือนมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 39.8 ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.64$) โดยสื่อประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เชียงประวัติศาสตร์ อำเภอเมืองจังหวัดนครศรีธรรมราช มีความสอดคล้องและเหมาะสมกับด้านต่างๆ ดังนี้ ด้านการตอบสนองประโยชน์ใช้สอย มีความสะดวก เข้าใจง่าย ไม่ยุ่งยากซับซ้อน มีการแสดงผลที่น่าพอใจ ข้อมูลและภาพประกอบชัดเจน มีการเชื่อมโยงไปยังหน้าอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องได้อย่างครบถ้วน ด้านความสวยงามพึงพอใจ รูปแบบกราฟิกและปุ่มใช้งาน โทนมสี มีรูปแบบเดียวกันตลอดทุกหน้าของสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อที่จะทำให้เกิดรู้สึกสบายตา ดึงดูดความสนใจและน่าติดตามมากขึ้น ภาพประกอบเนื้อหา มีการจัดวางรูปแบบข้อความไม่ซับซ้อน มีการใช้ภาพเคลื่อนไหวที่เหมาะสมทำให้เกิดความหน้าสนใจและน่าติดตาม ด้านการสื่อความหมาย สื่อถึงประวัติศาสตร์ของเมืองนครศรีธรรมราช

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รวมทั้งเครื่องหมายต่างๆ ลวดลาย ตัวอักษร ภาพประกอบ สื่อถึงความเป็นเอกลักษณ์ของเมือง นครศรีธรรมราชได้เป็นอย่างดี

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลงานวิจัยไปใช้

5.3.1.1 การนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการศึกษาและออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เชิงประวัติศาสตร์ จังหวัดนครศรีธรรมราช นำไปพัฒนาเป็นต้นแบบ อันแท้จริงเพื่อสามารถให้นักท่องเที่ยวได้เข้าชม และยังสามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนอย่าง แท้จริง อาจจะทำการถ่ายรูปรูปจากสถานที่จริงทั้งหมดในทุกรูปของสื่ออินเทอร์เน็ต โดนยิตหลักทฤษฎี การถ่ายภาพเทคนิคต่าง ๆ จากหลักทฤษฎี เพื่อให้ได้รูปแบบของภาพที่แตกต่างและหลากหลายมากยิ่งขึ้น

5.3.1.2 การนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์อื่นๆ หรือใช้ควบคู่ ไปกับสื่อประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต เช่นหนังสือท่องเที่ยว แผ่นพับ ฯลฯ เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจได้มากยิ่งขึ้น ตัวอย่างเช่นคู่มือที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้น อยู่ในภาคผนวก ค เป็นต้น

5.3.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยต่อไป

5.3.2.1 การสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต อาจมีการเพิ่มทักษะที่เป็น 3 มิติให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น อาจจะมีผสมผสานทักษะหลายๆอย่างเข้าด้วยกัน เพิ่มเติมข้อมูลด้านอื่นๆเข้าไป หรือทำเป็นคู่มือการใช้งานเพิ่มเติมเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เข้าใจมากยิ่งขึ้น

5.3.2.2 ใช้เทคนิคการถ่ายภาพในเรื่องของการปรับแสงสี มุมกล้อง การจัดองค์ประกอบของรูป ให้สอดคล้องกับความเก่าแก่ของสถานที่เพื่อจะได้เข้าถึงอารยธรรมโบราณที่แท้จริง

บรรณานุกรม

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคใต้เขต 2. 2546. งานพัฒนาข่าวสารกองบริการ
ท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
กรมการท่องเที่ยว Department of Tourism. 2554. [Online]. Available :
<http://www.tourism.go.th>
- คัคณางค์ วรัญญูเกียรติ. 2543. พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยว
บนเกาะเกร็ด. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- จารุพร เลิศพิสัย และจารุณี วรรณศิริกุล. 2545. การประชาสัมพันธ์กับอินเตอร์เน็ตในยุค
สารสนเทศ นิเทศสยามปริทัศน์. อยุธยา : มหาวิทยาลัยราชภัฏอยุธยา.
- ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. 2542. การวางแผนและการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ :
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- เฉลิมลาภ เคนจร ณ อยุธยา. 2546. วารสารธุรกิจท่องเที่ยวของประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวแห่ง
ประเทศไทย. กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- ณอม พูนวงศ์. 2550. ประวัติศาสตร์เมืองนครศรีธรรมราช. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- ทวีทอง หงส์วิวัฒน์. 2527. การมีส่วนร่วมของประชาชน. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยมหิดล.
- นิคม จารมณี. 2535. การท่องเที่ยวอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : แพร์พิทยา.
- นพรัตน์ มุณีรัตน์. 2541. การสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศชุมชนคีรีวง อำเภอลาน
สกา จังหวัดนครศรีธรรมราช. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปิ่นรัชฎ์ กาญจนนัฐิ. 2552. การอนุรักษ์มรดกสถาปัตยกรรมและชุมชน. กรุงเทพฯ :
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปาพจน์ หนูนักดี. 2553. หลักการและกระบวนการออกแบบงานกราฟิกดีไซน์. นนทบุรี : ไอดี
ซี พรีเมียร์.
- ประชิด ทิถบุตร. 2539. ความหมายและประเภทของสิ่งพิมพ์. นนทบุรี :
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ปรีชา แดงโรจน์. 2544. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวสู่ศตวรรษที่ 21. กรุงเทพฯ : ไฟว์
แอนด์ ไฟว์.
- พงษ์ศักดิ์ ไชยทิพย์. 2549. เทคนิคการออกแบบงานกราฟิก. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ไพรัตน์ เตชะรินทร์. 2527. นโยบายและกลวิธีการมีส่วนร่วมของชุมชนในยุทธศาสตร์การพัฒนา
ปัจจุบัน การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนา. กรุงเทพฯ : ศักดิ์โสภากาการพิมพ์.
- ภราเดช พยัฆวิเชียร. 2539. พัฒนาท่องเที่ยวไทยในทิศทางที่ยั่งยืน. จุลสารการท่องเที่ยว
(เมษายน - มิถุนายน 2539) กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- มหาลัยศิลปากร. 2552. การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ :
สถาบันคลังสมองของชาติ มูลนิธิส่งเสริมทบวงมหาวิทยาลัย.
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. [Online]. Available : [http:// www.stou.ac.th](http://www.stou.ac.th)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- มณฑาทิพย์ แคนยุกต์, ทวีพร นาคา, นฤชิต ดีพร้อม และมานะ ชูวีช่วย. 2551. ศักยภาพ
ผลิตภัณท์และแนวทางการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนทางด้านเกาะและทะเล และพฤติกรรมของ
นักท่องเที่ยว 3 ทะเล: ทะเลอันดามัน ทะเลสาบสงขลาและทะเลอ่าวไทย. กรุงเทพฯ :
สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- รำไพพรรณ แก้วสุริยะ. 2547. หลักการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน. [Online]. Available :
<http://www.stou.ac.th>
- รุ่ง กาญจนวิโรจน์. 2543. แนวโน้มการท่องเที่ยวในศตวรรษที่ 21. จุลสารการท่องเที่ยวปีที่ 19
กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- วรัญญา เวียงอำพล. 2546. การจัดการการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนในประเทศไทย. กรุงเทพฯ : สถาบัน
บัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- วิชาการ.คอม. 2555. บรรทัดฐานการออกแบบกราฟิก. [Online]. Available :
<http://www.vcharkarn.com>
- ศรีพร สมบุญธรรม. 2536. การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. จุลสารการท่องเที่ยว ฉบับปีที่ 12
เล่มที่ 2 เมษายน-มิถุนายน กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. 2542. การดำเนินการเพื่อกำหนด
นโยบายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ. กรุงเทพฯ : วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติไทย.
- สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. 2544. แผนปฏิบัติการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
แห่งชาติ. กรุงเทพฯ : กองอนุรักษ์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. [Online]. Available :
<http://www.tistr.or.th>
- สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2547. โครงการสามสัมพันธ์
เครือข่ายชุมชน เพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- สุรสิทธิ์ วิทาร์ฐ. 2542. ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสื่อสิ่งพิมพ์. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือสวนสุนันทา.
องค์การบริหารส่วนจังหวัดนครศรีธรรมราช. 2553. คู่มือท่องเที่ยว นครศรีธรรมราช.
กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- อรุรัตน์ ชินวรรณ. 2553. สื่อประชาสัมพันธ์ Public Relations Media. กรุงเทพฯ :
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อุษาวดี พูลพิพัฒน์ผล. 2555. [Online]. Available : <http://www.sara-dd.com>
- Dann,O.M.S. 1981. *Tourism Motivation : An Appraisal Annual of Tourism research*
23.
- Shirley Eber. 1992. *Beyond the Green Horizon : A Discuddion Paper on Principles for*
Sustainable Tourism. London: WWF.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก

- ภาคผนวก ก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
 ภาคผนวก ข หนังสือที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย
 ภาคผนวก ค รูปแบบ สี ตัวอักษร ตราสัญลักษณ์ รูปภาพ สื่อประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต และคู่มือการเข้าถึงยังเนื้อหาเว็บไซต์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

เจ้าคุณทหารลาดกระบัง
สาขาวิชาเทคโนโลยี

ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

แบบประเมินความเที่ยงตรงของเนื้อหาตามความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ
กลุ่มผู้ให้ข้อมูลเพื่อหาความต้องการของสื่อประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมที่สุด

หัวข้อวิทยานิพนธ์

เรื่อง ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เชียงประวัติศาสตร์
จังหวัดนครศรีธรรมราช

โดย

นางสาวเยาวรัตน์ สิริวัฒนานุสรณ์

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์.ดร.อภิศักดิ์ สิ้นธุภัก

คำชี้แจง

โปรดพิจารณาว่าข้อคำถามแต่ละข้อต่อไปนี้วัดตรงตามนิยามศัพท์หรือไม่ แล้วเขียนผลพิจารณาของท่านโดย ✓ ลงในช่องคะแนนตามเกณฑ์ดังนี้

- +1 สำหรับแบบสอบถามที่สอดคล้องกับ นิยามศัพท์
- 0 สำหรับแบบสอบถามที่ไม่แน่ใจว่าสอดคล้องกับ นิยามศัพท์
- 1 สำหรับแบบสอบถามที่ไม่สอดคล้องกับ นิยามศัพท์

หมายเหตุ : มากกว่าหรือเท่ากับ 0.5 เป็นเกณฑ์ความหมายที่มีความเที่ยงตรงสอดคล้องกับ
วัตถุประสงค์ ค่าที่ต่ำกว่า 0.5 พิจารณาแก้ไขปรับปรุงหรือตัดทิ้ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.1 ศึกษาและออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เชิงประวัติศาสตร์ จังหวัดนครศรีธรรมราช

1.2 ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ที่มีต่องานออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนเชิงประวัติศาสตร์ จังหวัดนครศรีธรรมราช

2. นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในงานวิจัย

2.1 แหล่งท่องเที่ยวเมืองนครศรีธรรมราช(อำเภอเมือง) หมายถึง เมืองซึ่งมีประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมที่ยาวนานมานับ 1000 ปี และยังคงไว้ซึ่งร่องรอยทางประวัติศาสตร์ให้นักท่องเที่ยวได้ท่องเที่ยวและช่วยกันอนุรักษ์ไว้ ซึ่งมีทั้งหมด 15 แห่ง

2.2 การท่องเที่ยว หมายถึง นันทนาการรูปแบบหนึ่งที่มาเที่ยวในประวัติศาสตร์เมืองนครศรีธรรมราชเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ในลักษณะของความเป็นส่วนตัวหรือแบบมีส่วนร่วมในการปฏิสัมพันธ์กับบุคคลในท้องถิ่น โดยการท่องเที่ยวจะเป็นการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ด้านประวัติศาสตร์ โบราณสถานทั้ง 15 แห่ง ของเมืองนครศรีธรรมราช

2.3 การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน หมายถึง การท่องเที่ยวที่มีการจัดการทรัพยากรของโบราณสถานของเมืองนครศรีธรรมราชต่างๆ ให้เกิดประโยชน์อย่างคุ้มค่าที่สุด ส่งผลดีต่อเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ สามารถบำรุงรักษาทรัพยากร การดำรงชีวิตของบุคคลในท้องถิ่นให้ยาวนาน

2.4 การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณสถาน และประวัติศาสตร์ของเมืองนครศรีธรรมราช ทั้ง 15 แห่ง เพื่อชื่นชม ได้รับความรู้ ความเข้าใจต่อประวัติศาสตร์และโบราณสถานในท้องถิ่นของเมืองนครศรีธรรมราช และมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าทางประวัติศาสตร์ โดยมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว

2.5 รูปแบบการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน หมายถึง ความสนใจหรือความชอบของการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ ของเมืองนครศรีธรรมราช คือ การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ การท่องเที่ยวในแห่งประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม การท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ หรือแหล่งที่ท่องเที่ยวที่มีการจัดกิจกรรมในการท่องเที่ยว

2.6 นักท่องเที่ยว หมายถึง ผู้ที่เดินทางไปอยู่ในเมืองนครศรีธรรมราช แต่ไม่ได้พำนักถาวร ซึ่งเป็นการเดินทางไปอยู่ชั่วคราวตั้งแต่ 24 ชั่วโมงขึ้นไป ด้วยวัตถุประสงค์เพื่อท่องเที่ยวไปยังประวัติศาสตร์ของเมืองนครศรีธรรมราช และแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณสถาน 15 แห่ง ของเมืองนครศรีธรรมราช

2.7. พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง การกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวไม่ว่าการกระทำนั้นนักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม และบุคคลอื่นจะสังเกตการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตามก็เพื่อมุ่งตอบสนองแหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์และโบราณสถาน 15 แห่ง ของเมืองนครศรีธรรมราช

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.8 สื่อประชาสัมพันธ์ หมายถึง สื่อประชาสัมพันธ์ที่ใช้เผยแพร่เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนประวัติศาสตร์ ของอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช คือ

- แผ่นที่
- ใบปลิว
- แผ่นพับ
- แผ่นภาพ
- โปสเตอร์
- หนังสือคู่มือ
- หนังสือพิมพ์
- หนังสือท่องเที่ยวทั่วไป
- วิทยุ/โทรทัศน์
- อินเทอร์เน็ต
- สื่ออื่น ๆ

2.9 การส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน หมายถึง การศึกษา สนับสนุนการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน และช่วยบอกกล่าวและอธิบายให้บุคคลที่ไม่ทราบได้ทราบถึงการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

2.10 การช่วยอนุรักษ์ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม หมายถึง การไม่ทำลาย ช่วยกันสนับสนุน และบอกกล่าวคนรุ่นหลังให้รู้จักประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมของนครศรีธรรมราชและของไทย

2.11 พาหนะในการเดินทาง หมายถึง พาหนะที่นำนักท่องเที่ยวไปยังเมืองนครศรีธรรมราช คือ รถยนต์ส่วนตัว รถเช่า(ตู้-ทัวร์) รถประจำทาง

2.12 แรงจูงใจในการมาท่องเที่ยวเมืองนครศรีธรรมราช หมายถึง อยากสัมผัสอารยธรรมโบราณ ผู้คนในเมืองนครศรีธรรมราชมีน้ำใจ และอยากเรียนรู้วิถีชีวิตของคนเมืองนครศรีธรรมราชในปัจจุบัน

2.13 สถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ของเมืองนครศรีธรรมราช หมายถึง วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร วัดวังตะวันตก วัดท่าโพธิ์รวีวิหาร วัดแจ้ง วัดประดู่ วัดสวนหลวง หอพระพุทธสิหิงค์ หอพระอิศวร หอพระนารายณ์ กำแพงเมือง เจดีย์ยักษ์ และอนุสาวรีย์วีรไทย

นางสาวเยาวรัตน์ สิริวัฒนานุสรณ์

นักศึกษาปริญญาโทสาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาค้นคว้าเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 1 ข้อมูลสถานภาพของผู้ทรงคุณวุฒิ

1. ชื่อผู้ประเมิน

.....

2. ตำแหน่ง / หน้าที่ในปัจจุบัน

ตอนที่ 2 แบบประเมินตามความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อใช้ประเมินความเหมาะสมเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน และการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์เมืองนครศรีธรรมราชและสื่อประชาสัมพันธ์

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย (✓) ลงในช่องระดับความคิดเห็นของท่าน

ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน และการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์เมืองนครศรีธรรมราช	การให้ค่าคะแนน			
	+1	0	-1	หมายเหตุ
1. ท่านเคยรู้จักหรือได้ยินคำว่า “การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน” หรือไม่ () เคยรู้จัก () ไม่เคยรู้จัก				
2. ท่านคิดว่า การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนมีความจำเป็นสำหรับการเที่ยวของท่านหรือไม่ () จำเป็น () ไม่จำเป็น				
3. ท่านนิยมรูปแบบของการท่องเที่ยวแบบใดมากที่สุด () การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ () การท่องเที่ยวในแหล่งประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม () การท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ () กิจกรรมการท่องเที่ยว				
4. ท่านจะมีวิธีการอย่างไรในการช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน () ศึกษาถึงการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนและปฏิบัติตามเมื่อมีโอกาสดังกล่าว () สนับสนุนและท่องเที่ยวในรูปแบบการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนบ่อย ๆ () ช่วยบอกกล่าวและอธิบายให้บุคคลที่ไม่ทราบ ได้ทราบถึงการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน () อื่น ๆ ระบุ.....				
5. ท่านคิดว่า ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ของไทย ควรค่าแก่การอนุรักษ์หรือไม่ () ควรอนุรักษ์ () ไม่ควรอนุรักษ์				

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแบบ ยั่งยืน และการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์เมืองนครศรีธรรมราช (ต่อ)	การให้คะแนน			
	+1	0	-1	หมายเหตุ
6. ท่านจะมีวิธีการอย่างไรในการช่วยอนุรักษ์ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม <input type="checkbox"/> ไม่ทำลายประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ของไทยทุกรูปแบบ <input type="checkbox"/> ช่วยอนุรักษ์และสนับสนุน ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ของไทยเมื่อมีโอกาส <input type="checkbox"/> บอกกล่าวคนรุ่นหลังให้รู้จักประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ของไทย <input type="checkbox"/> อื่น ๆ ระบุ.....				
7. ท่านเคยเดินทางมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวเมืองนครศรีธรรมราชมา ก่อนหรือไม่ <input type="checkbox"/> ครั้งแรก <input type="checkbox"/> เคยไปตระบุ.....ครั้ง <input type="checkbox"/> ไม่เคย				
8. ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองนครศรีธรรมราชกับใคร <input type="checkbox"/> คนเดียว <input type="checkbox"/> กลุ่มเพื่อน <input type="checkbox"/> กลุ่มทัวร์ <input type="checkbox"/> อื่น ๆ ระบุ.....				
9. ท่านใช้พาหนะใดในการเดินทางท่องเที่ยวเมืองนครศรีธรรมราช <input type="checkbox"/> รถยนต์ส่วนตัว <input type="checkbox"/> รถเช่า(ตู้-ทัวร์) <input type="checkbox"/> รถประจำทาง <input type="checkbox"/> อื่น ๆ ระบุ.....				
10. ท่านมีแรงจูงใจใดในการมาท่องเที่ยวเมืองนครศรีธรรมราช <input type="checkbox"/> อยากสัมผัสบรรยากาศโบราณของเมือง นครศรีธรรมราช <input type="checkbox"/> อยากเรียนรู้วิถีชีวิตของคนเมืองนครศรีธรรมราชใน ปัจจุบัน <input type="checkbox"/> ผู้คนมีน้ำใจ <input type="checkbox"/> อื่น ๆ ระบุ.....				

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับควรใช้เฉพาะเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้ทำไปใช้ประโยชน์ด้วยวิธีการ

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน และการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์เมืองนครศรีธรรมราช(ต่อ)	การให้ค่าคะแนน			
	+1	0	-1	หมายเหตุ
11. ท่านเคยมาท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวดังต่อไปนี้ของเมืองนครศรีธรรมราช บ้างหรือไม่ วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร () เคยมาเที่ยว () ไม่เคยมาเที่ยว วัดวังตะวันตก () เคยมาเที่ยว () ไม่เคยมาเที่ยว วัดท่าโพธิ์รวิหาร () เคยมาเที่ยว () ไม่เคยมาเที่ยว วัดแจ้ง () เคยมาเที่ยว () ไม่เคยมาเที่ยว วัดประดู่ () เคยมาเที่ยว () ไม่เคยมาเที่ยว วัดสวนหลวง () เคยมาเที่ยว () ไม่เคยมาเที่ยว หอพระพุทธสิหิงค์ () เคยมาเที่ยว () ไม่เคยมาเที่ยว หอพระอิศวร () เคยมาเที่ยว () ไม่เคยมาเที่ยว หอพระนารายณ์ () เคยมาเที่ยว () ไม่เคยมาเที่ยว กำแพงเมือง () เคยมาเที่ยว () ไม่เคยมาเที่ยว เจดีย์ยักษ์ () เคยมาเที่ยว () ไม่เคยมาเที่ยว				

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้พิมพ์ไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน และการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์เมืองนครศรีธรรมราช(ต่อ)	การให้คะแนน			
	+1	0	-1	หมายเหตุ
11. ท่านเคยมาท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวดังต่อไปนี้ของเมือง นครศรีธรรมราช บ้างหรือไม่ อนุสาวรีย์วีรไทย () เคยมาเที่ยว () ไม่เคยมาเที่ยว				



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 3 ข้อมูลที่ได้รับรู้ข่าวสารและสื่อประชาสัมพันธ์ที่ผู้ให้ข้อมูลอยากให้มีเพิ่ม	การให้คะแนน			
	+1	0	-1	หมายเหตุ
1. ท่านได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองนครศรีธรรมราชจากที่ใด <input type="checkbox"/> เพื่อน/ญาติ <input type="checkbox"/> หนังสือพิมพ์/นิตยสาร/สื่อประชาสัมพันธ์ <input type="checkbox"/> โทรทัศน์/วิทยุ/อินเทอร์เน็ต <input type="checkbox"/> บริษัททัวร์ <input type="checkbox"/> การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย <input type="checkbox"/> อื่น ๆ ระบุ.....				
2. เคยได้รับข่าวสารประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับเมืองนครศรีธรรมราชประเภทใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) <input type="checkbox"/> แผ่นที่ <input type="checkbox"/> ใบปลิว <input type="checkbox"/> แผ่นพับ <input type="checkbox"/> แผ่นภาพ <input type="checkbox"/> โปสเตอร์ <input type="checkbox"/> หนังสือคู่มือ <input type="checkbox"/> หนังสือพิมพ์ <input type="checkbox"/> หนังสือท่องเที่ยวทั่วไป <input type="checkbox"/> วิทยุ/โทรทัศน์ <input type="checkbox"/> อินเทอร์เน็ต <input type="checkbox"/> อื่น ๆ ระบุ.....				
3. สื่อประชาสัมพันธ์ใดที่ท่านอยากให้มีเพิ่มเติมในการท่องเที่ยวเมืองนครศรีธรรมราช (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) <input type="checkbox"/> แผ่นที่ <input type="checkbox"/> ใบปลิว <input type="checkbox"/> แผ่นพับ <input type="checkbox"/> แผ่นภาพ <input type="checkbox"/> โปสเตอร์ <input type="checkbox"/> หนังสือคู่มือ <input type="checkbox"/> หนังสือพิมพ์ <input type="checkbox"/> หนังสือท่องเที่ยวทั่วไป <input type="checkbox"/> วิทยุ/โทรทัศน์ <input type="checkbox"/> อินเทอร์เน็ต <input type="checkbox"/> อื่น ๆ ระบุ.....				

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนำมาใช้ประโยชน์ทางการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

เจ้าคุณทหารลาดกระบัง
สาขาวิชาเทคโนโลยี

ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

แบบประเมินความเที่ยงตรงของเนื้อหาตามความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ
เพื่อวัดแบบประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ ที่มีรูปแบบต่อสื่อประชาสัมพันธ์
การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เชียงประวัติศาสตร์ จังหวัดนครศรีธรรมราช
หัวข้อวิทยานิพนธ์
เรื่อง ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เชียงประวัติศาสตร์
จังหวัดนครศรีธรรมราช

โดย

นางสาวเยาวรัตน์ สิริวัฒนานุสรณ์

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์.ดร.อภิศักดิ์ สินธุภาค

คำชี้แจง

โปรดพิจารณาว่าข้อคำถามแต่ละข้อต่อไปนี้วัดตรงตามนิยามศัพท์หรือไม่ แล้วเขียนผลพิจารณาของท่านโดย ✓ ลงในช่องคะแนนตามเกณฑ์ดังนี้

- +1 สำหรับแบบสอบถามที่สอดคล้องกับ นิยามศัพท์
- 0 สำหรับแบบสอบถามที่ไม่แน่ใจว่าสอดคล้องกับ นิยามศัพท์
- 1 สำหรับแบบสอบถามที่ไม่สอดคล้องกับ นิยามศัพท์

หมายเหตุ : มากกว่าหรือเท่ากับ 0.5 เป็นเกณฑ์ความหมายที่มีความเที่ยงตรงสอดคล้องกับ
วัตถุประสงค์ ค่าที่ต่ำกว่า 0.5 พิจารณาแก้ไขปรับปรุงหรือตัดทิ้ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.1. ศึกษาและออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เชียงประวัติศาสตร์ จังหวัดนครศรีธรรมราช

1.2. ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ที่มีต่องานออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เชียงประวัติศาสตร์ จังหวัดนครศรีธรรมราช

2. นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในงานวิจัย

2.1 รูปแบบตัวอักษรและขนาด หมายถึง รูปแบบของตัวอักษรมีรูปแบบที่สื่อถึงความเป็นเอกลักษณ์ของเมืองนครศรีธรรมราช ตัวอักษรเร่งเร้าความรู้สึกให้ตอบสนอง มีความชัดเจน อ่านง่าย สื่อความหมายได้เป็นอย่างดี มีรูปแบบที่ไม่หลากหลายจนเกินไป สื่อในทิศทางเดียวกัน การจัดวางรูปแบบข้อความไม่ซับซ้อน อ่านแล้วเข้าใจง่าย

2.2 การกำหนดระยะห่างและพื้นที่ว่าง หมายถึง การจัดระยะห่างหรือพื้นที่ว่างของภาพและตัวอักษรมีความเป็นระเบียบและชัดเจน และช่วยพักสายตาในการอ่าน ทำให้ดูสบายตา มีจังหวะลีลาขององค์ประกอบที่ภาพที่เหมาะสม

2.3 การกำหนดสี หมายถึง สีที่ใช้มีความชัดเจน สะดุดตา สื่อถึงความเป็นประวัติศาสตร์ได้เป็นอย่างดี มีการให้ค่าสีหลัก ค่าสีรองที่เหมาะสม เพื่อดึงดูดความสนใจและน่าติดตามมากขึ้น

2.4 การจัดวางตำแหน่ง หมายถึง ตำแหน่งและขนาดของภาพประกอบ ตัวอักษร ข้อความมีจุดเด่น ดึงดูดความสนใจและน่าติดตามมากขึ้น ภาพประกอบตัวอักษรมีความสมดุล ทำให้สบายตาในการมอง

นางสาวเยาวรัตน์ สิริวัฒนานุสรณ์

นักศึกษาปริญญาโทสาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารหลวงวิไลสำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาค้นคว้า เมื่ออนุญาตให้พิมพ์หรือเผยแพร่เอกสารนี้

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 1 ข้อมูลสถานภาพของผู้ทรงคุณวุฒิ

1. ชื่อผู้ประเมิน

.....

2. ตำแหน่ง / หน้าที่ในปัจจุบัน

.....

ตอนที่ 2 แบบประเมินตามความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อใช้วัดความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เชิงประวัติศาสตร์ จังหวัดนครศรีธรรมราช

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย (✓) ลงในช่องระดับความคิดเห็นของท่าน

รายการ	การให้ค่าคะแนน			
	+1	0	-1	หมายเหตุ
รูปแบบตัวอักษรและขนาด				
1. รูปแบบของตัวอักษรมีรูปแบบที่สื่อถึงความเป็นเอกลักษณ์ของเมืองนครศรีธรรมราช				
2. ตัวอักษรเร่งเร้าความรู้สึกให้ตอบสนอง มีความชัดเจน อ่านง่าย สื่อความหมายได้เป็นอย่างดี				
3. ตัวอักษรมีรูปแบบที่ไม่หลากหลายจนเกินไป สื่อในทิศทางเดียวกัน				
4. การจัดวางรูปแบบข้อความไม่ซับซ้อน อ่านแล้วเข้าใจง่าย				
การกำหนดระยะห่างและพื้นที่ว่าง				
5. การจัดระยะห่างหรือพื้นที่ว่างของภาพตัวอักษรมีความเป็นระเบียบและชัดเจน				
6. การจัดระยะห่างหรือพื้นที่ว่างของภาพตัวอักษรช่วยพักสายตาในการอ่าน ทำให้ดูสบายตา				
7. มีจังหวะลีลาขององค์ประกอบที่ภาพที่เหมาะสม				

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกรใช้เฉพาะเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายการ	การให้คะแนน			
	+1	0	-1	หมายเหตุ
การกำหนดสี				
8. สีที่ใช้มีความชัดเจน สะดุดตา สื่อถึงความเป็นประวัติศาสตร์ได้เป็นอย่างดี				
9. มีการให้คำสีหลัก คำสีรองที่เหมาะสม เพื่อดึงดูดความสนใจและน่าติดตามมากขึ้น				
การจัดวางตำแหน่ง				
10. ตำแหน่งและขนาดของภาพประกอบ ตัวอักษร ข้อความมีจุดเด่น ดึงดูดความสนใจและน่าติดตามมากขึ้น				
11. ภาพประกอบตัวอักษรมีความสมดุล ทำให้สบายตาในการมอง				

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

.....

.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

เจ้าคุณทหารลาดกระบัง
สาขาวิชาเทคโนโลยี

ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

แบบประเมินความเที่ยงตรงของเนื้อหาตามความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ
เพื่อวัดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยงที่มีต่อการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์
เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เชียงประวัติศาสตร์ จังหวัดนครศรีธรรมราช
หัวข้อวิทยานิพนธ์
เรื่อง ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เชียงประวัติศาสตร์
จังหวัดนครศรีธรรมราช

โดย

นางสาวเยาวรัตน์ สิริวัฒนานุสรณ์

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์.ดร.อภิศักดิ์ สิ้นธุภาค

คำชี้แจง

โปรดพิจารณาว่าข้อคำถามแต่ละข้อต่อไปนี้วัดตรงตามนิยามศัพท์หรือไม่ แล้วเขียนผลพิจารณาของท่านโดย ✓ ลงในช่องคะแนนตามเกณฑ์ดังนี้

- +1 สำหรับแบบสอบถามที่สอดคล้องกับ นิยามศัพท์
- 0 สำหรับแบบสอบถามที่ไม่แน่ใจว่าสอดคล้องกับ นิยามศัพท์
- 1 สำหรับแบบสอบถามที่ไม่สอดคล้องกับ นิยามศัพท์

หมายเหตุ : มากกว่าหรือเท่ากับ 0.5 เป็นเกณฑ์ความหมายที่มีความเที่ยงตรงสอดคล้องกับ
วัตถุประสงค์ ค่าที่ต่ำกว่า 0.5 พิจารณาแก้ไขปรับปรุงหรือตัดทิ้ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.1. ศึกษาและออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนเชิงประวัติศาสตร์ ของอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช

1.2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ที่มีต่องานออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนเชิงประวัติศาสตร์ ของอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช

2. นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในงานวิจัย

2.1. ด้านการตอบสนองประโยชน์ใช้สอย หมายถึง การใช้งานของเว็บไซต์มีความสะดวก เข้าใจง่าย ไม่ยุ่งยากซับซ้อน มีการแสดงผลของเว็บไซต์ ปรากฏขึ้นบนหน้าจอ อย่างรวดเร็ว ไม่ต้องรอนาน มีข้อมูลและภาพภาพประกอบต่างๆ ที่ชัดเจน ครบถ้วน สามารถเป็นประโยชน์ต่อการใช้งาน มีการเชื่อมโยงไปยังหน้าอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องได้อย่างครบถ้วน

2.2. ด้านความสวยงาม หมายถึง เว็บไซต์มีรูปแบบที่เรียบง่าย ไม่ซับซ้อน ใช้งานได้อย่างสะดวก ไม่มีกราฟิกหรือตัวอักษรที่เคลื่อนไหวตลอดเวลา กราฟิกและปุ่มใช้งาน โทนสี มีรูปแบบเดียวกันตลอดทั้งเว็บไซต์ เพื่อที่จะทำให้เกิดรู้สึกสบายตา ดึงดูดความสนใจและน่าติดตามภาพประกอบ เนื้อหา มีการจัดวางรูปแบบข้อความไม่ซับซ้อน อ่านแล้วเข้าใจง่าย มีการใช้ลูกเล่นของกราฟิกที่เหมาะสมทำให้เกิดความน่าสนใจน่าติดตามมากขึ้น

2.3. ด้านการสื่อความหมาย หมายถึง เว็บไซต์สื่อความเป็นประวัติศาสตร์ และการใช้เครื่องหมายต่าง ๆ ที่สื่อถึงความเป็นเอกลักษณ์ของเมืองนครศรีธรรมราชได้เป็นอย่างดี ลวดลายตัวอักษร ภาพประกอบของเว็บไซต์สามารถสื่อความหมายถึงความเป็นประวัติศาสตร์

นางสาวเยาวรัตน์ สิริวัฒนานุสรณ์

นักศึกษาปริญญาโทสาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้สำหรับงานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่ควรเอาไปใช้ประโยชน์อื่นใด
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 1 ข้อมูลสถานภาพของผู้ทรงคุณวุฒิ

1. ชื่อผู้ประเมิน

.....

2. ตำแหน่ง / หน้าที่ในปัจจุบัน

.....

ตอนที่ 2 แบบประเมินตามความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อใช้วัดความพึงพอใจของประชากรเกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ตเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เชิงประวัติศาสตร์จังหวัดนครศรีธรรมราช 3 ด้าน คือด้าน ประโยชน์ใช้สอย ความสวยงาม การสื่อความหมาย

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย (✓) ลงในช่องระดับความคิดเห็นของท่าน

รายการ	การให้ค่าคะแนน			
	+1	0	-1	หมายเหตุ
ด้านการตอบสนองประโยชน์ใช้สอย 1. การใช้งานของเว็บไซต์มีความสะดวก เข้าใจง่าย ไม่ยุ่งยากซับซ้อนจนเกินไป ตรงตามความต้องการพร้อมทั้งสร้างความพึงพอใจอย่างน้อยเพียงใด				
2. การแสดงผลของเว็บไซต์ ปรากฏขึ้นบนหน้าจออย่างรวดเร็ว ไม่ต้องรอนาน ท่านมีความพึงพอใจอย่างน้อยเพียงใด				
3. ข้อมูลของเว็บไซต์มีข้อมูลและภาพภาพประกอบต่างๆ ที่ชัดเจน ครบถ้วน สามารถเป็นประโยชน์ต่อการใช้งานของท่าน ตรงตามความต้องการพร้อมทั้งสร้างความพึงพอใจอย่างน้อยเพียงใด				
4. มีการเชื่อมโยงไปยังหน้าอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องได้อย่างครบถ้วน ท่านมีความพึงพอใจอย่างน้อยเพียงใด				

รายการ	การให้คะแนน			
	+1	0	-1	หมายเหตุ
<p>ด้านความสวยงาม</p> <p>5. หน้าเว็บไซต์มีรูปแบบที่เรียบง่าย ไม่ซับซ้อน ใช้งานได้อย่างสะดวก ไม่มีกราฟิกหรือตัวอักษรที่เคลื่อนไหวตลอดเวลา ตรงตามความต้องการพร้อมทั้งสร้างความพึงพอใจมากน้อยเพียงใด</p>				
<p>6. รูปแบบกราฟิกและปุ่มใช้งาน โทนสี มีรูปแบบเดียวกันตลอดทั้งเว็บไซต์ เพื่อที่จะทำให้เกิดรู้สึกสบายตา ดึงดูดความสนใจและน่าติดตามมากขึ้น ตรงตามความต้องการพร้อมทั้งสร้างความพึงพอใจมากน้อยเพียงใด</p>				
<p>7. ภาพประกอบ เนื้อหา มีการจัดวางรูปแบบข้อความไม่ซับซ้อน อ่านแล้วเข้าใจง่าย ตรงตามความต้องการพร้อมทั้งสร้างความพึงพอใจมากน้อยเพียงใด</p>				
<p>8. มีการใช้ลูกเล่นของกราฟิกที่เหมาะสมทำให้เกิดความน่าสนใจน่าติดตามมากขึ้น ตรงตามความต้องการพร้อมทั้งสร้างความพึงพอใจมากน้อยเพียงใด</p>				
<p>ด้านการสื่อความหมาย</p> <p>9. หน้าเว็บไซต์สื่อความเป็นประวัติศาสตร์ของเมืองนครศรีธรรมราชได้เป็นอย่างดี ท่านมีความพึงพอใจมากน้อยเพียงใด</p>				

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายการ	การให้คะแนน			
	+1	0	-1	หมายเหตุ
10. มีการใช้เครื่องหมายต่าง ๆ ที่สื่อถึงความเป็นเอกลักษณ์ของเมืองนครศรีธรรมราชได้เป็นอย่างดี ท่านมีความพึงพอใจมากน้อยเพียงใด				
11. ลวดลาย ตัวอักษร ภาพประกอบของเว็บไซต์สามารถให้ความหมายถึงความเป็นประวัติศาสตร์ตรงตามความต้องการพร้อมทั้งสร้างความพึงพอใจมากน้อยเพียงใด				

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

.....



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

เจ้าคุณทหารลาดกระบัง
สาขาวิชาเทคโนโลยี

ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

แบบสอบถามหากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลเพื่อหาความต้องการของสื่อประชาสัมพันธ์
ที่เหมาะสมที่สุด
หัวข้อวิทยานิพนธ์
เรื่อง ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เชียงประวัติศาสตร์
จังหวัดนครศรีธรรมราช

คำชี้แจง

แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองนครศรีธรรมราชนี้จัดทำขึ้นเพื่อรวบรวมข้อมูลของการวิจัยเรื่องออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เชียงประวัติศาสตร์ ของอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งแบ่งเป็น 3 ตอน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลจำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน, การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์เมืองนครศรีธรรมราช จำนวน 11 ข้อ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามการรับรู้ข่าวสารละความต้องสื่อประชาสัมพันธ์ ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น จำนวน 3 ข้อ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณที่ท่านได้ให้ความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองนครศรีธรรมราชเป็นอย่างดียิ่ง มา ณ โอกาสนี้

นางสาวเยาวรัตน์ สิริวัฒนานุสรณ์

นักศึกษาปริญญาโทสาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อมีมติให้ไปใช้จริงเขียนต้นการคำ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมีเหตุดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูล ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น จำนวน 6 ข้อ

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย (✓) ลงในช่องระดับความคิดเห็นของท่าน

1. เพศ

() ชาย

() หญิง

2. ภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัด

.....

3. อายุ

() ต่ำกว่า 20 ปี

() 20-30 ปี

() 31-40 ปี

() 41-50 ปี

() 50 ปีขึ้นไป

() อื่นๆ (โปรดระบุ).....

4. วุฒิการศึกษา

() ประถมศึกษา

() มัธยมศึกษา

() ประกาศนียบัตรวิชาชีพ

() ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง

()ปริญญาตรี

() ปริญญาโท

() สูงกว่าปริญญาโท

() อื่นๆ (โปรดระบุ).....

5. ปัจจุบันท่านประกอบอาชีพ

() นักเรียน/นักศึกษา

() อาชีพอิสระ/ธุรกิจส่วนตัว

() พนักงาน/เจ้าหน้าที่บริษัท

() ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

() ค้าขาย/รับจ้างทั่วไป

() อื่นๆ (โปรดระบุ).....

6. รายได้ที่ท่านได้รับในแต่ละเดือน

() ต่ำกว่า 5,000 บาท/เดือน

() 5,000 – 10,000 บาท/เดือน

() 10,001-20,000 บาท/เดือน

() มากกว่า 20,000 บาท/เดือน

() อื่นๆ (โปรดระบุ).....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

10. เพราะเหตุใดท่านถึงมาท่องเที่ยวเมืองนครศรีธรรมราช

- () อยากสัมผัสอารยธรรมโบราณของเมืองนครศรีธรรมราช
 () อยากเรียนรู้วิถีชีวิตของคนเมืองนครศรีธรรมราชในปัจจุบัน
 () ผู้คนมีน้ำใจ
 () อื่น ๆ ระบุ.....

11. ท่านเคยมาท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวดังต่อไปนี้ของเมืองนครศรีธรรมราช บ้างหรือไม่

- | | | |
|-------------------------|-----------------|--------------------|
| วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร | () เคยมาเที่ยว | () ไม่เคยมาเที่ยว |
| วัดวังตะวันตก | () เคยมาเที่ยว | () ไม่เคยมาเที่ยว |
| วัดท่าโพธิ์รวิหาร | () เคยมาเที่ยว | () ไม่เคยมาเที่ยว |
| วัดแจ้ง | () เคยมาเที่ยว | () ไม่เคยมาเที่ยว |
| วัดประดู่ | () เคยมาเที่ยว | () ไม่เคยมาเที่ยว |
| วัดสวนหลวง | () เคยมาเที่ยว | () ไม่เคยมาเที่ยว |
| หอพระพุทธลีลา | () เคยมาเที่ยว | () ไม่เคยมาเที่ยว |
| หอพระอิศวร | () เคยมาเที่ยว | () ไม่เคยมาเที่ยว |
| หอพระนารายณ์ | () เคยมาเที่ยว | () ไม่เคยมาเที่ยว |
| กำแพงเมือง | () เคยมาเที่ยว | () ไม่เคยมาเที่ยว |
| เจดีย์ยักษ์ | () เคยมาเที่ยว | () ไม่เคยมาเที่ยว |
| อนุสาวรีย์วีรไทย | () เคยมาเที่ยว | () ไม่เคยมาเที่ยว |

ตอนที่ 3 แบบสอบถามการรับรู้ข่าวสารละความต้องสื่อประชาสัมพันธ์ ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น จำนวน 3 ข้อ
คำชี้แจง : โปรดตอบคำถามดังต่อไปนี้โดยทำเครื่องหมาย (✓) ลงในช่องระดับความพึงพอใจของท่าน

1. ท่านได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองนครศรีธรรมราชจากที่ใด

- () เพื่อน/ญาติ () หนังสือพิมพ์/นิตยสาร/สื่อประชาสัมพันธ์
 () โทรทัศน์/วิทยุ/อินเทอร์เน็ต () บริษัททัวร์
 () การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย () อื่น ๆ ระบุ.....

2. เคยได้รับข่าวสารประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับเมืองนครศรีธรรมราชประเภทใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () แผ่นที่ () ใบปลิว () แผ่นพับ
 () แผ่นภาพ () โปสเตอร์ () หนังสือคู่มือ
 () หนังสือพิมพ์ () หนังสือท่องเที่ยวทั่วไป () วิทยุ/โทรทัศน์
 () อินเทอร์เน็ต () อื่น ๆ ระบุ.....

3. สื่อประชาสัมพันธ์ใดที่ท่านอยากให้มีเพิ่มเติมในการท่องเที่ยวเมืองนครศรีธรรมราช (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () แผ่นที่ () ใบปลิว () แผ่นพับ
 () แผ่นภาพ () โปสเตอร์ () หนังสือคู่มือ
 () หนังสือพิมพ์ () หนังสือท่องเที่ยวทั่วไป () วิทยุ/โทรทัศน์
 () อินเทอร์เน็ต () อื่น ๆ ระบุ.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

เจ้าคุณทหารลาดกระบัง
สาขาวิชาเทคโนโลยี

ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

แบบประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ ที่มีต่อรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์
การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน
เชิงประวัติศาสตร์ จังหวัดนครศรีธรรมราช
หัวข้อวิทยานิพนธ์
เรื่อง ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เชิงประวัติศาสตร์
จังหวัดนครศรีธรรมราช

คำชี้แจง

แบบวัดความพึงพอใจนี้จัดทำขึ้นเพื่อรวบรวมข้อมูลของการวิจัยเรื่องออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เชิงประวัติศาสตร์ จังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งแบ่งเป็น 2 ตอน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 ข้อมูลสถานภาพของผู้เชี่ยวชาญ

ตอนที่ 2 วัดความคิดเห็นที่มีต่อรูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เชิงประวัติศาสตร์จังหวัดนครศรีธรรมราช ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น จำนวน 11 ข้อ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณที่ท่านได้ให้ความอนุเคราะห์ในการตอบแบบวัดความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เชิงประวัติศาสตร์จังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นอย่างดียิ่ง มา ณ โอกาสนี้

นางสาวเยาวรัตน์ สิริพัฒนานุสรณ์

นักศึกษาปริญญาโทสาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

เอกสารนี้เป็นเอกสาร คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 1 ข้อมูลสถานภาพของผู้เชี่ยวชาญ

1. ชื่อผู้ประเมิน

.....

2. ตำแหน่ง / หน้าที่ในปัจจุบัน

.....

ตอนที่ 2 วัดความคิดเห็นที่มีต่อรูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนเชิงประวัติศาสตร์จังหวัดนครศรีธรรมราช ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น จำนวน 11 ข้อ

คำชี้แจง : โปรดพิจารณาแผ่นที่ด้านล่าง แล้วทำเครื่องหมาย (✓) ลงในช่องระดับความพึงพอใจของท่าน

- 5 หมายถึง ระดับเหมาะสมมากที่สุด
- 4 หมายถึง ระดับเหมาะสมมาก
- 3 หมายถึง ระดับเหมาะสมปานกลาง
- 2 หมายถึง ระดับเหมาะสมน้อย
- 1 หมายถึง ระดับเหมาะสมน้อยที่สุด



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายการ	ระดับความคิดเห็น				
	1	2	3	4	5
รูปแบบตัวอักษรและขนาด					
1. รูปแบบของตัวอักษรมีรูปแบบที่สื่อถึงความเป็นเอกลักษณ์ของเมืองนครศรีธรรมราช					
2. ตัวอักษรเร้าความรู้สึกให้ตอบสนอง มีความชัดเจน อ่านง่าย สื่อความหมายได้เป็นอย่างดี					
3. ตัวอักษรที่มีรูปแบบที่ไม่หลากหลายจนเกินไป สื่อในทิศทางเดียวกัน					
4. การจัดวางรูปแบบข้อความไม่ซับซ้อน อ่านแล้วเข้าใจง่าย					
การกำหนดระยะห่างและพื้นที่ว่าง					
5. การจัดระยะห่างหรือพื้นที่ว่างของภาพตัวอักษรมีความเป็นระเบียบและชัดเจน					
6. การจัดระยะห่างหรือพื้นที่ว่างของภาพตัวอักษรช่วยพักสายตาในการอ่าน ทำให้ดูสบายตา					
7. มีจังหวะลีลาขององค์ประกอบที่ภาพที่เหมาะสม					
การกำหนดสี					
8. สีที่ใช้มีความชัดเจน สะดุดตา สื่อถึงความเป็นประวัติศาสตร์ได้เป็นอย่างดี					
9. มีการให้ค่าสีหลัก ค่าสีรองที่เหมาะสม เพื่อดึงดูดความสนใจและน่าติดตามมากขึ้น					
การจัดวางตำแหน่ง					
10. ตำแหน่งและขนาดของภาพประกอบ ตัวอักษร ข้อความมีจุดเด่น ดึงดูดความสนใจและน่าติดตามมากขึ้น					
11. ภาพประกอบตัวอักษรมีความสมดุล ทำให้สบายตาในการมอง					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้า
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

คุณทหารลาดกระบัง
สาขาวิชาเทคโนโลยี

ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

แบบสอบถามเพื่อวัดความพึงพอใจของผู้ให้ข้อมูลที่มีต่อการออกแบบสื่อ
ประชาสัมพันธ์
ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เชียงประวัติศาสตร์ จังหวัดนครศรีธรรมราช
หัวข้อวิทยานิพนธ์
เรื่อง ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เชียงประวัติศาสตร์
จังหวัดนครศรีธรรมราช

คำชี้แจง

แบบวัดความพึงพอใจนี้จัดทำขึ้นเพื่อรวบรวมข้อมูลของการวิจัยเรื่องออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เชียงประวัติศาสตร์ จังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งแบ่งเป็น 2 ตอนประกอบด้วย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผู้ให้ข้อมูล

ตอนที่ 2 วัดความพึงพอใจความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เชียงประวัติศาสตร์จังหวัดนครศรีธรรมราช ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น จำนวน 11 ข้อ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณที่ท่านได้ให้ความอนุเคราะห์ในการตอบแบบวัดความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เชียงประวัติศาสตร์จังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นอย่างดี
ยิ่ง มา ณ โอกาสนี้

นางสาวเยาวรัตน์ สิริวัฒนานุสรณ์

นักศึกษาปริญญาโทสาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการวิจัยเท่านั้น ไม่สามารถนำออกจำหน่ายหรือทำซ้ำ
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น จำนวน 6 ข้อ
คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย (✓) ลงในช่องระดับความคิดเห็นของท่าน

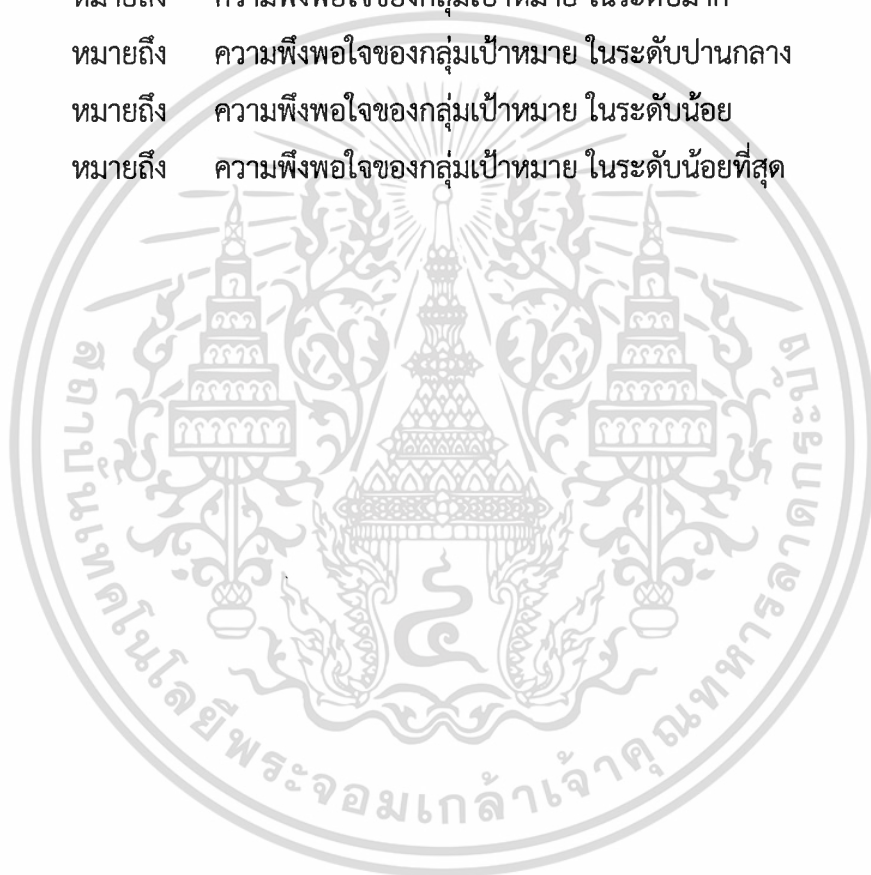
1. เพศ
 ชาย หญิง
2. ภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัด.....
3. อายุ
 ต่ำกว่า 20 ปี 20-30 ปี
 31-40 ปี 41-50 ปี
 50 ปีขึ้นไป อื่นๆ (โปรดระบุ).....
4. วุฒิการศึกษา
 ประถมศึกษา มัธยมศึกษา
 ประกาศนียบัตรวิชาชีพ ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง
ปริญญาตรี ปริญญาโท
 สูงกว่าปริญญาโท อื่นๆ (โปรดระบุ).....
5. ปัจจุบันท่านประกอบอาชีพ
 นักเรียน/นักศึกษา อาชีพอิสระ/ธุรกิจส่วนตัว
 พนักงาน/เจ้าหน้าที่บริษัท ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 ค้าขาย/รับจ้างทั่วไป อื่นๆ (โปรดระบุ).....
6. รายได้ที่ท่านได้รับในแต่ละเดือน
 ต่ำกว่า 5,000 บาท/เดือน 5,000 – 10,000 บาท/เดือน
 10,001-20,000 บาท/เดือน มากกว่า 20,000 บาท/เดือน
 อื่นๆ (โปรดระบุ).....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจเกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ตเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบ
ยั่งยืน เชิงประวัติศาสตร์จังหวัดนครศรีธรรมราช 3 ด้าน คือด้าน ประโยชน์ใช้สอย ความ
สวยงาม การสื่อความหมาย

คำชี้แจง : โปรดพิจารณาแผ่นที่ด้านล่าง แล้วทำเครื่องหมาย (✓) ลงในช่องระดับความพึงพอใจของ
ท่าน

- | | | |
|---|---------|---|
| 5 | หมายถึง | ความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย ในระดับมากที่สุด |
| 4 | หมายถึง | ความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย ในระดับมาก |
| 3 | หมายถึง | ความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย ในระดับปานกลาง |
| 2 | หมายถึง | ความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย ในระดับน้อย |
| 1 | หมายถึง | ความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย ในระดับน้อยที่สุด |



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. ด้านการตอบสนองประโยชน์ใช้สอย

1.1. การใช้งานของเว็บไซต์มีความสะดวก เข้าใจง่าย ไม่ยุ่งยากซับซ้อนจนเกินไป ตรงตามความต้องการพร้อมทั้งสร้างความพึงพอใจมากน้อยเพียงใด

() 5 () 4 () 3 () 2 () 1

1.2. การแสดงผลของเว็บไซต์ ปรากฏขึ้นบนหน้าจอ อย่างรวดเร็ว ไม่ต้องรอนาน ท่านมีความพึงพอใจมากน้อยเพียงใด

() 5 () 4 () 3 () 2 () 1

1.3. ข้อมูลของเว็บไซต์มีข้อมูลและภาพภาพประกอบต่างๆ ที่ชัดเจน ครบถ้วน สามารถเป็นประโยชน์ต่อการใช้งานของท่าน ตรงตามความต้องการพร้อมทั้งสร้างความพึงพอใจมากน้อยเพียงใด

() 5 () 4 () 3 () 2 () 1

1.4. มีการเชื่อมโยงไปยังหน้าอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องได้อย่างครบถ้วน ท่านมีความพึงพอใจมากน้อยเพียงใด

() 5 () 4 () 3 () 2 () 1

2. ด้านความสวยงาม

2.1. หน้าเว็บไซต์มีรูปแบบที่เรียบง่าย ไม่ซับซ้อน ใช้งานได้อย่างสะดวก ไม่มีกราฟิกหรือตัวอักษรที่เคลื่อนไหวตลอดเวลา ตรงตามความต้องการพร้อมทั้งสร้างความพึงพอใจมากน้อยเพียงใด

() 5 () 4 () 3 () 2 () 1

2.2. รูปแบบกราฟิกและปุ่มใช้งาน โทนสี มีรูปแบบเดียวกันตลอดทั้งเว็บไซต์ เพื่อที่จะทำให้เกิดรู้สึกสบายตา ดึงดูดความสนใจและน่าติดตามมากขึ้น ตรงตามความต้องการพร้อมทั้งสร้างความพึงพอใจมากน้อยเพียงใด

() 5 () 4 () 3 () 2 () 1

2.3. ภาพประกอบ เนื้อหา มีการจัดวางรูปแบบข้อความไม่ซับซ้อน อ่านแล้วเข้าใจง่าย ตรงตามความต้องการพร้อมทั้งสร้างความพึงพอใจมากน้อยเพียงใด

() 5 () 4 () 3 () 2 () 1

2.4. มีการใช้ลูกเล่นของกราฟิกที่เหมาะสมทำให้เกิดความน่าสนใจน่าติดตามมากขึ้น ตรงตามความต้องการพร้อมทั้งสร้างความพึงพอใจมากน้อยเพียงใด

() 5 () 4 () 3 () 2 () 1

3. ด้านการสื่อความหมาย

3.1. หน้าเว็บไซต์สื่อความเป็นประวัติศาสตร์ของเมืองนครศรีธรรมราชได้เป็นอย่างดี ท่านมีความพึงพอใจมากน้อยเพียงใด

() 5 () 4 () 3 () 2 () 1

3.2. มีการใช้เครื่องหมายต่าง ๆ ที่สื่อถึงความเป็นเอกลักษณ์ของเมืองนครศรีธรรมราชได้เป็นอย่างดี ท่านมีความพึงพอใจมากน้อยเพียงใด

() 5 () 4 () 3 () 2 () 1

3.3. ลวดลาย ตัวอักษร ภาพประกอบของเว็บไซต์สามารถสื่อความหมายถึงความเป็นประวัติศาสตร์ตรงตามความต้องการพร้อมทั้งสร้างความพึงพอใจมากน้อยเพียงใด

() 5 () 4 () 3 () 2 () 1

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

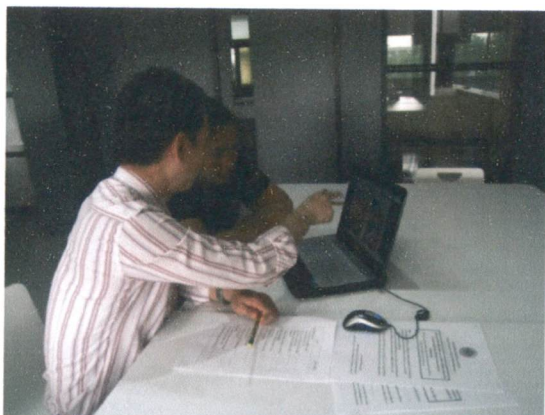
.....

.....

.....

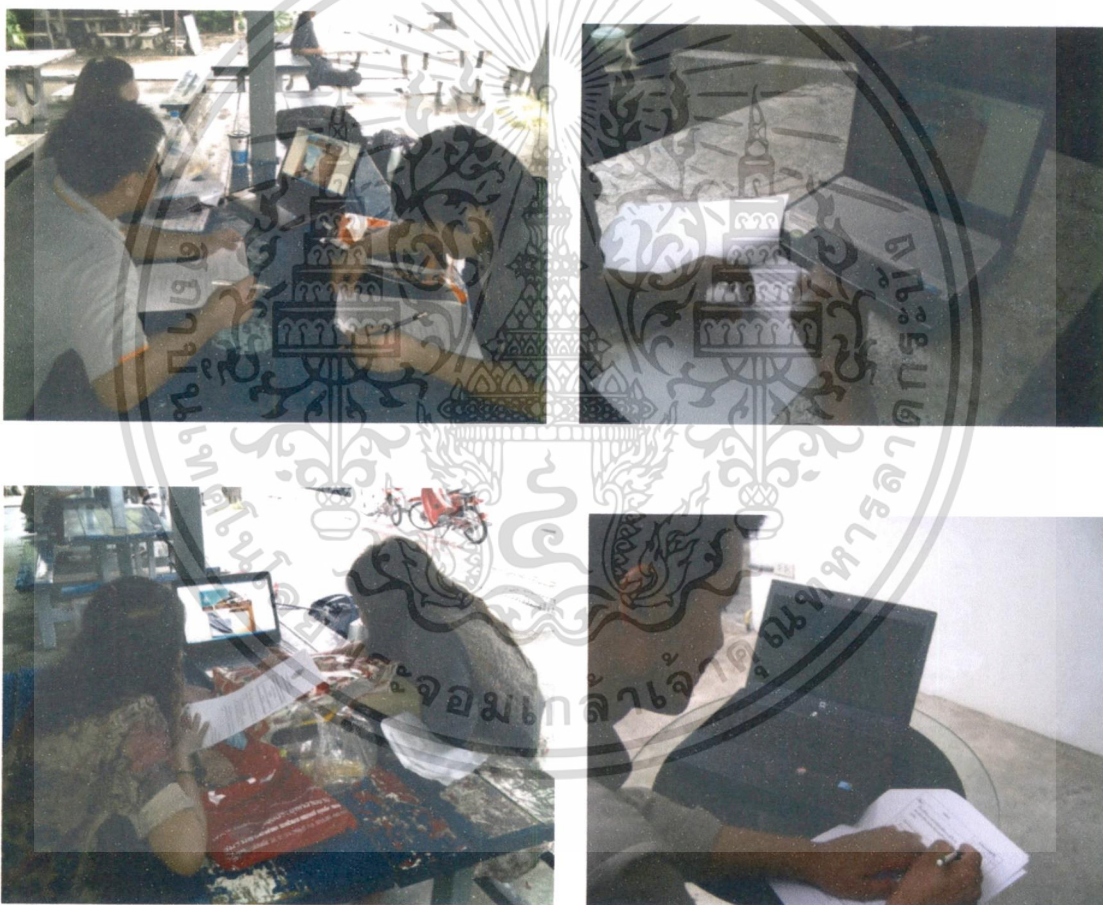
.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ ก.1 ตัวอย่างการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญ

ที่มา : เยาวรัตน์ สิริวัฒนนุสรณ์ (2554)



ภาพที่ ก.2 ตัวอย่างการตอบแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวนัก

ที่มา : เยาวรัตน์ สิริวัฒนนุสรณ์ (2554)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก ข

หนังสือที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



การประชุมวิชาการทางการศึกษาระดับชาติ ครั้งที่ ๒

การพัฒนาประสบการณ์การเรียนรู้ในชีวิตจริง :

“การศึกษาเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนไปสู่ความเป็นประชาคมอาเซียน”

ประกาศนียบัตรรางวัลบทความยอดเยี่ยม

เพื่อประกาศเกียรติคุณแก่บทความเรื่อง

“ ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เชียงประวัติศาสตร์
จังหวัดนครศรีธรรมราช ”

นำเสนอโดย

เยาวรัตน์ สิริวัฒนานุสรณ์ และ อภิสักดิ์ สีนุรักษ์

ณ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

วันศุกร์ที่ ๑๑ พฤษภาคม พ.ศ. ๒๕๕๕



16 Ed.
DEANS

(รองศาสตราจารย์พระวุฒิ สุวรรณจันทร์)

คณบดีคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

ประธานกรรมการการประชุมวิชาการทางการศึกษาระดับชาติ ครั้งที่ ๒



การประชุมวิชาการทางการศึกษาระดับชาติ ครั้งที่ ๒

การพัฒนาประสบการณ์การเรียนรู้ในชีวิตจริง :

“การศึกษาเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนไปสู่ความเป็นประชาคมอาเซียน”

ใบประกาศนียบัตรการนำเสนอผลงานวิจัย

เยาวรัตน์ สิริวัฒนานุสรณ์

“ ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เชียงประวัติศาสตร์
จังหวัดนครศรีธรรมราช ”

ณ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

วันศุกร์ที่ ๑๑ พฤษภาคม พ.ศ. ๒๕๕๕



16 Ed.
DEANS

(รองศาสตราจารย์พีระวุฒิ สุวรรณจันทร์)

คณบดีคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

ประธานกรรมการการประชุมวิชาการทางการศึกษาระดับชาติ ครั้งที่ ๒



บันทึกข้อความ

หน่วยงาน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สจล. ส่วนบริหารงานทั่วไป โทร.3692

ที่ ศธ 0524.04 / 3004. วันที่ 14 กันยายน 2553

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบสอบถามและแบบประเมินเพื่อการวิจัย

เรียน ผศ.ดร.เลิศลักษณ์ กลิ่นหอม

ด้วย นางสาวเขาวรัตน์ สิริวัฒนานุสรณ์ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนเชิงประวัติศาสตร์ จังหวัดนครศรีธรรมราช” โดยมี ดร.อภิศักดิ์ สินธุศักดิ์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบสอบถามและแบบประเมิน ดังที่แนบมาพร้อมนี้ว่ามีเนื้อหาถูกต้องและเหมาะสมมากน้อยเพียงใดซึ่งผลการตรวจของท่านจะช่วยให้งานวิจัยของ นางสาวเขาวรัตน์ สิริวัฒนานุสรณ์ มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น พร้อมกันนี้ได้แนบบแบบสอบถามและแบบประเมินเพื่อการวิจัย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ไพฑูรย์ พิมพ์ดี)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิจัยและบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติกรแทนคณบดี

ณ วันที่ 14 กันยายน 2553 ณ 11 พ.ย. 53

ผศ.ดร.เลิศลักษณ์ กลิ่นหอม

(ผศ.ดร.เลิศลักษณ์ กลิ่นหอม)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



บันทึกข้อความ

หน่วยงาน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สจล. ส่วนบริหารงานทั่วไป โทร.3692

ที่ สธ 0524.04 / 3004

วันที่ 14 กันยายน 2553

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบสอบถามและแบบประเมินเพื่อการวิจัย

เรียน รศ.ว่าที่ร้อยโทพิชัย สดภิบาล

ด้วย นางสาวเขาวรัตน์ สิริวัฒนานุสรณ์ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนเชิงประวัติศาสตร์ จังหวัดนครศรีธรรมราช" โดยมี ดร.อภิศักดิ์ สินธุภัก เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบสอบถามและแบบประเมิน ดังที่แนบมาพร้อมนี้ว่ามีเนื้อหาถูกต้องและเหมาะสมมากน้อยเพียงใดซึ่งผลการตรวจของท่านจะช่วยให้งานวิจัยของ นางสาวเขาวรัตน์ สิริวัฒนานุสรณ์ มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น พร้อมกันนี้ได้แนบแบบสอบถามและแบบประเมินเพื่อการวิจัย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

รศ.ว่าที่ร้อยโทพิชัย สดภิบาล
รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิจัยและบัณฑิตศึกษา
๒๐ ก.ย. ๕๓.

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ไพฑูรย์ พิมพ์)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิจัยและบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติกรแทนคณบดี



บันทึกข้อความ

หน่วยงาน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สจล. ส่วนบริหารงานทั่วไป โทร.3692

ที่ ศษ 0524.04 / 3004 วันที่ 12 กันยายน 2553

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบสอบถามและแบบประเมินเพื่อการวิจัย

เรียน ศส.ชนศ. ภิรมย์การ

ด้วย นางสาวเขวาร์รัตน์ สิริวัฒนานุสรณ์ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรม
มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร
ลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนเชิง
ประวัติศาสตร์ จังหวัดนครศรีธรรมราช” โดยมี ดร.อภิศักดิ์ สีนุรักษ์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี
จึงขอเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบสอบถามและแบบประเมิน ดังที่แนบมาพร้อมนี้ว่ามีเนื้อหาถูกต้องและ
เหมาะสมมากน้อยเพียงใดซึ่งผลการตรวจของท่านจะช่วยให้งานวิจัยของ นางสาวเขวาร์รัตน์ สิริวัฒนานุสรณ์
มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น พร้อมกันนี้ได้แนบแบบสอบถามและแบบประเมินเพื่อการวิจัย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็น
อย่างอภิมหา โอกาสนี้ด้วย

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ไพฑูริย์ ทิมดี)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิจัยและบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติการแทนคณบดี

อินทิราพัชร์ทองทอง

11

20 ก.ย. 53

ขงเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบและประเมินด้านการออกแบบและประวัติศาสตร์

จังหวัดนครศรีธรรมราช

ที่ศธ 0524.04/ 0021



คณะกรรมการอุตสาหกรรม
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ถนนลาดกระบัง เขตลาดกระบัง
กรุงเทพฯ 10520

๙ มกราคม 2554

เรื่อง ขงเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบและประเมินด้านการออกแบบและประวัติศาสตร์
จังหวัดนครศรีธรรมราช

เรียน อาจารย์อริยะ ทรงประไพ

ด้วย นางสาวเขวรัตน์ สิริวิวัฒนาบุตร นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรอุตสาหกรรม
มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนเชิงประวัติศาสตร์
จังหวัดนครศรีธรรมราช” โดยมี ดร.อภิศักดิ์ ตินตูกัก เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
คณะกรรมการอุตสาหกรรม พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในเรื่องดังกล่าว
เป็นอย่างดี จึงขงเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบและประเมินด้านการออกแบบและประวัติศาสตร์
จังหวัดนครศรีธรรมราช ของ นางสาวเขวรัตน์ สิริวิวัฒนาบุตร

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่าง
ข่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

W. Wina

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ไพฑูรย์ ทินดี)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิจัยและบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติกรแทนคณบดี

ส่วนบริหารงานทั่วไป

โทร. 02-329-8000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02- 329-8436

ติดต่อนักศึกษาโทร.086-319-3891

OM

จินลี ใต้ดวงแก้วหมี

ที่ ศธ 0524.04/ 4397



คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง
กรุงเทพฯ 10520

Z1 ธันวาคม 2553

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจและประเมินด้านการออกแบบ

เรียน อาจารย์บุญส่ง อุดมกิจโกศล

ด้วย นางสาวเขวาร์ฉน์ สิริวัฒนานุสรณ์ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์
อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยว
แบบยั่งยืนเชิงประวัติศาสตร์ จังหวัดนครศรีธรรมราช” โดยมี ดร.อภิศักดิ์ สินธุภักดิ์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา
วิทยานิพนธ์

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในเรื่อง
ดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจและประเมินด้านการออกแบบ ของ นางสาว
เขวาร์ฉน์ สิริวัฒนานุสรณ์

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณ
เป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ


(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ไพจุฑุย์ พิมพ์)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิจัยและบัณฑิตศึกษา
ปฏิบัติกรแทนคณบดี

ส่วนบริหารงานทั่วไป

โทร. 02-329-8000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02- 329-8436

ติดต่อนักศึกษาโทร.086-319-3891

รับทราบและดำเนินการแล้ว



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที่ ศบ 0524.04/ 4397



คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง
กรุงเทพฯ 10520

21 ธันวาคม 2553

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจและประเมินด้านการออกแบบ

เรียน อาจารย์เพ็ญพิศ ชะโคทอง

ด้วย นางสาวเขวาร์ฉวี สิริวัฒนานุสรณ์ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์
อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยว
แบบยั่งยืน เชิงประวัติศาสตร์ จังหวัดนครศรีธรรมราช” โดยมี ดร.อภิศักดิ์ สันรภูมิก เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา
วิทยานิพนธ์

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในเรื่อง
ดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจและประเมินด้านการออกแบบ ของ นางสาว
เขวาร์ฉวี สิริวัฒนานุสรณ์

จึงเรียนมาเพื่อ โปรดพิจารณาและหวังว่าจะ ได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณ
เป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ


(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ไพฑูรย์ พิมพ์)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิจัยและบัณฑิตศึกษา
ปฏิบัติการแทนคณบดี

ส่วนบริหารงานทั่วไป

โทร. 02-329-8000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02-329-8436

ติดต่อนักศึกษาโทร.086-319-3891

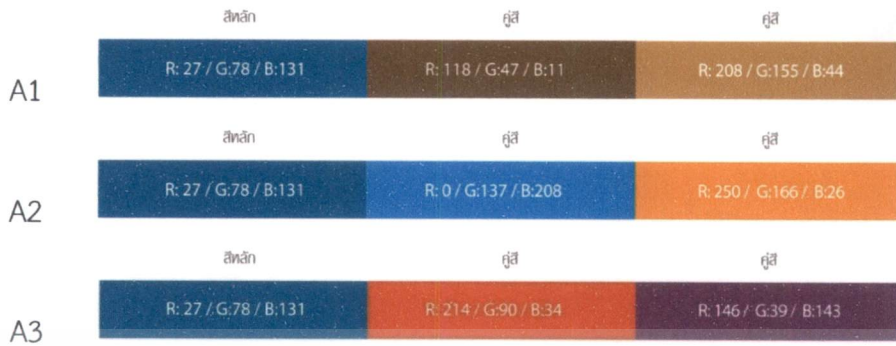


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



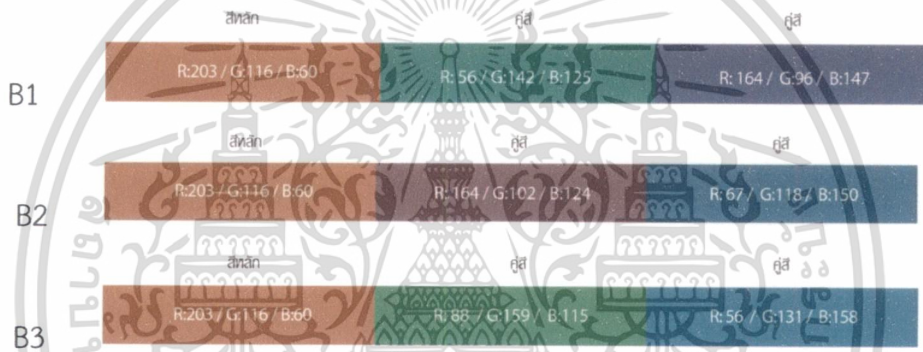
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชุดสีประจำสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เชียงประวัติศาสตร์ อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช



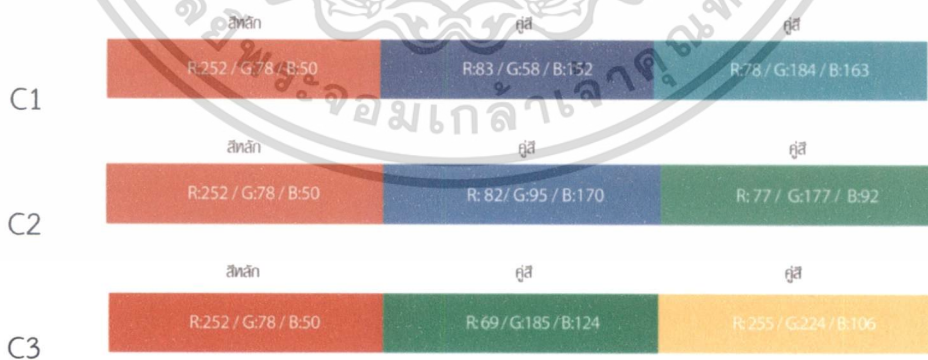
ภาพที่ ค.1 ชุด A น้ำเงิน

ที่มา : เยาวรัตน์ สิริวัฒนานุสรณ์ (2554)



ภาพที่ ค.2 ชุด B ส้มอมน้ำตาล

ที่มา : เยาวรัตน์ สิริวัฒนานุสรณ์ (2554)



ภาพที่ ค.3 ชุด C น้ำตาลดิน

ที่มา : เยาวรัตน์ สิริวัฒนานุสรณ์ (2554)

รูปแบบตัวอักษรประจำสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เชียงประวัติศาสตร์ อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช เอกสารนี้เป็นเอกสารทสงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

JS Prapakorn

ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน
เชิงประวัติศาสตร์ จังหวัดนครศรีธรรมราช

JS Chodok

ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน
เชิงประวัติศาสตร์ จังหวัดนครศรีธรรมราช

JS Rapee

ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน
เชิงประวัติศาสตร์ จังหวัดนครศรีธรรมราช

DB PraditMediumas

ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน
เชิงประวัติศาสตร์ จังหวัดนครศรีธรรมราช

JS Pumpuang

ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน
เชิงประวัติศาสตร์ จังหวัดนครศรีธรรมราช

JS Arias

ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน
เชิงประวัติศาสตร์ จังหวัดนครศรีธรรมราช

JS Junkaew

ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน
เชิงประวัติศาสตร์ จังหวัดนครศรีธรรมราช

JS Jindaraas

ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน
เชิงประวัติศาสตร์ จังหวัดนครศรีธรรมราช

JS Mookdaas

ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน
เชิงประวัติศาสตร์ จังหวัดนครศรีธรรมราช

ภาพที่ ค.4 รูปแบบตัวอักษรดึงดูดตาของสื่อประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต
ที่มา : เยาวรัตน์ สิริวัฒนานุสรณ์ (2554)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

JS Mookdaas

ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน
เชิงประวัติศาสตร์ จังหวัดนครศรีธรรมราช

JS Chodok

ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน
เชิงประวัติศาสตร์ จังหวัดนครศรีธรรมราช

JS Pudgrong

ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน
เชิงประวัติศาสตร์ จังหวัดนครศรีธรรมราช

JS Pumpuang

ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน
เชิงประวัติศาสตร์ จังหวัดนครศรีธรรมราช

JS Wannaree

ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน
เชิงประวัติศาสตร์ จังหวัดนครศรีธรรมราช

JS Prapakorn Allcaps

ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน
เชิงประวัติศาสตร์ จังหวัดนครศรีธรรมราช

JS Jetarin

ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน
เชิงประวัติศาสตร์ จังหวัดนครศรีธรรมราช

JS Sangravee

ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน
เชิงประวัติศาสตร์ จังหวัดนครศรีธรรมราช

JS Chalit

ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน
เชิงประวัติศาสตร์ จังหวัดนครศรีธรรมราช

ภาพที่ ค.5 รูปแบบตัวอักษรส่วนบรรยายของสื่อประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต
ที่มา : เยาวรัตน์ สิริวัฒนานุสรณ์ (2554)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รูปแบบตราสัญลักษณ์ประจำสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เชียง
ประวัติศาสตร์ อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช



ภาพที่ ค.6 รูปแบบตราสัญลักษณ์ของสื่อประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต
ที่มา : เยาวรัตน์ สิริวัฒนานุกรณ์ (2554)

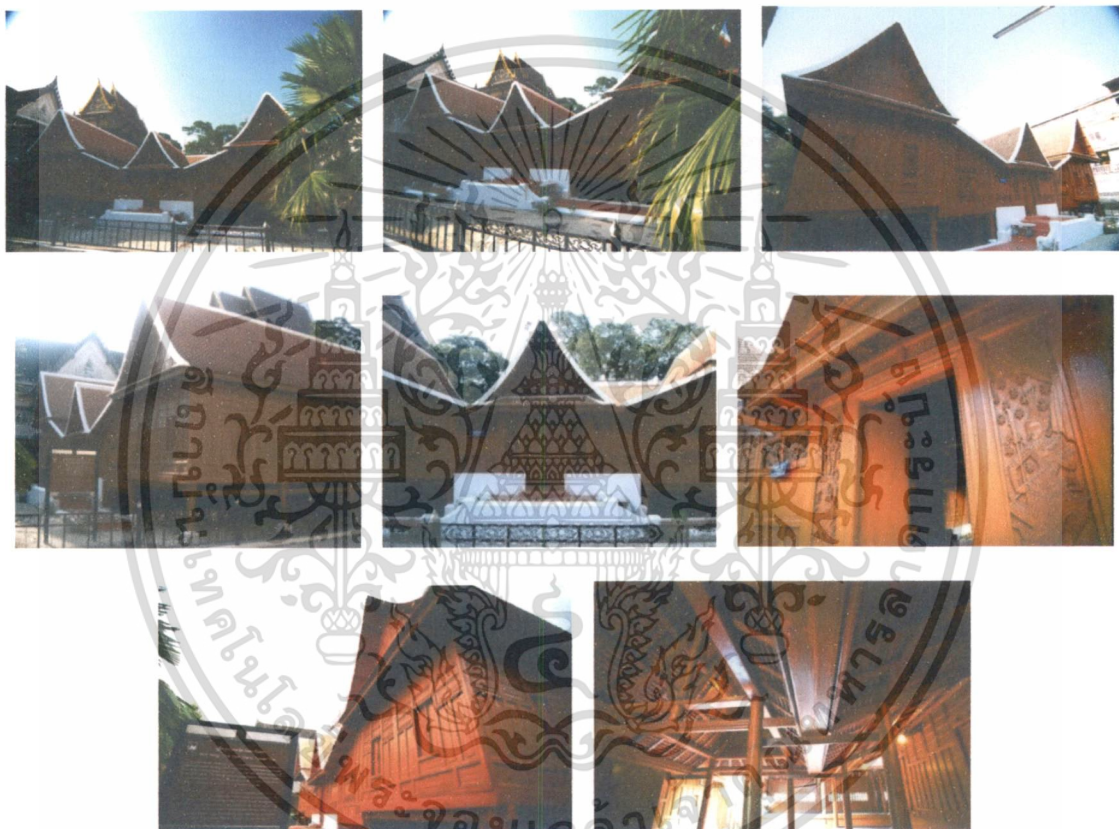
1. วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



2. วัดวังตะวันตก



3. วัดท่าโพธิ์รวิหาร



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



4. วัดแจ้ง



5. วัดประดู่



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



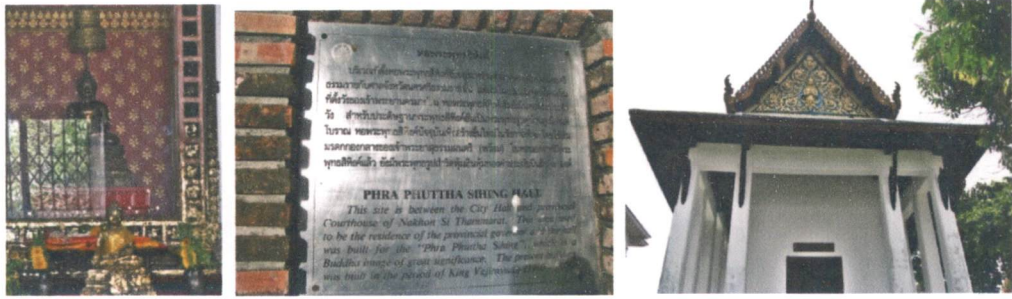
6. วัดสวนหลวง



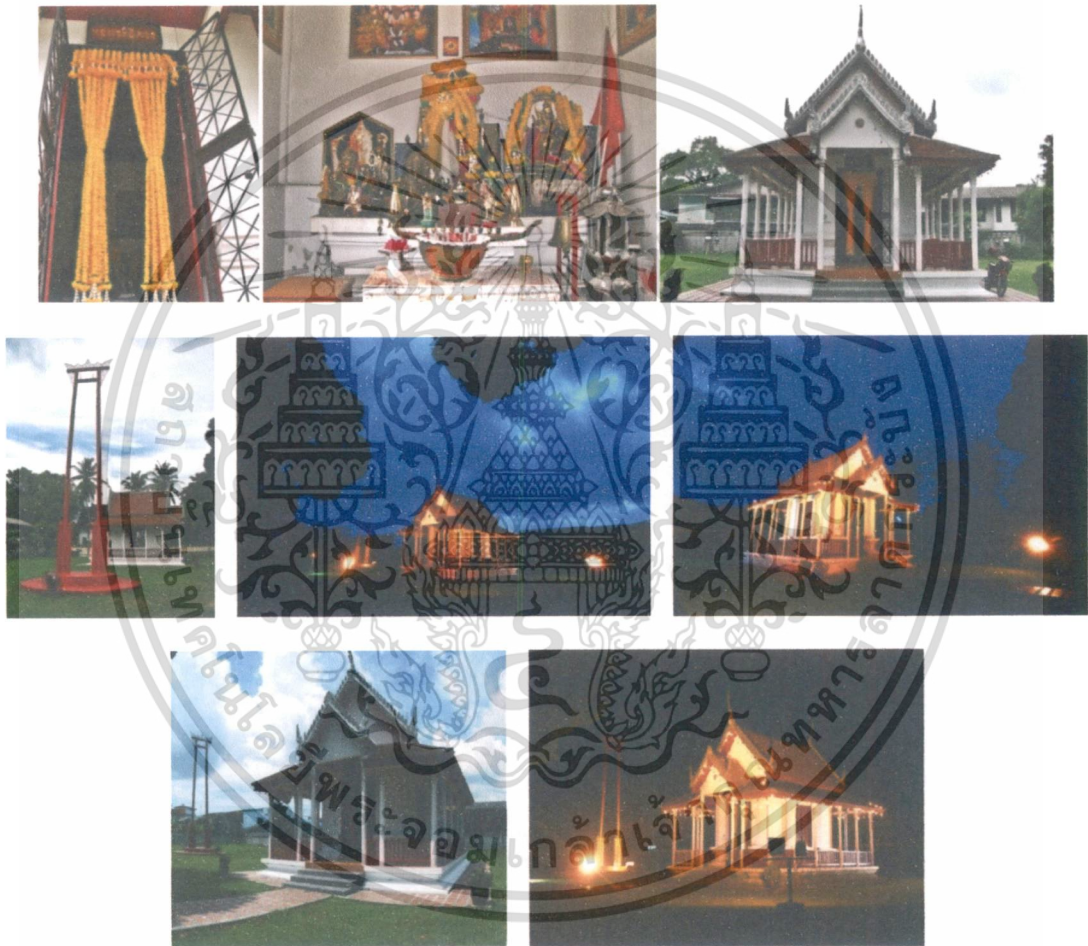
7. หอพระพุทธรูปสี่หังค์



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สวนงวไ้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



8. หอพระอิศวร



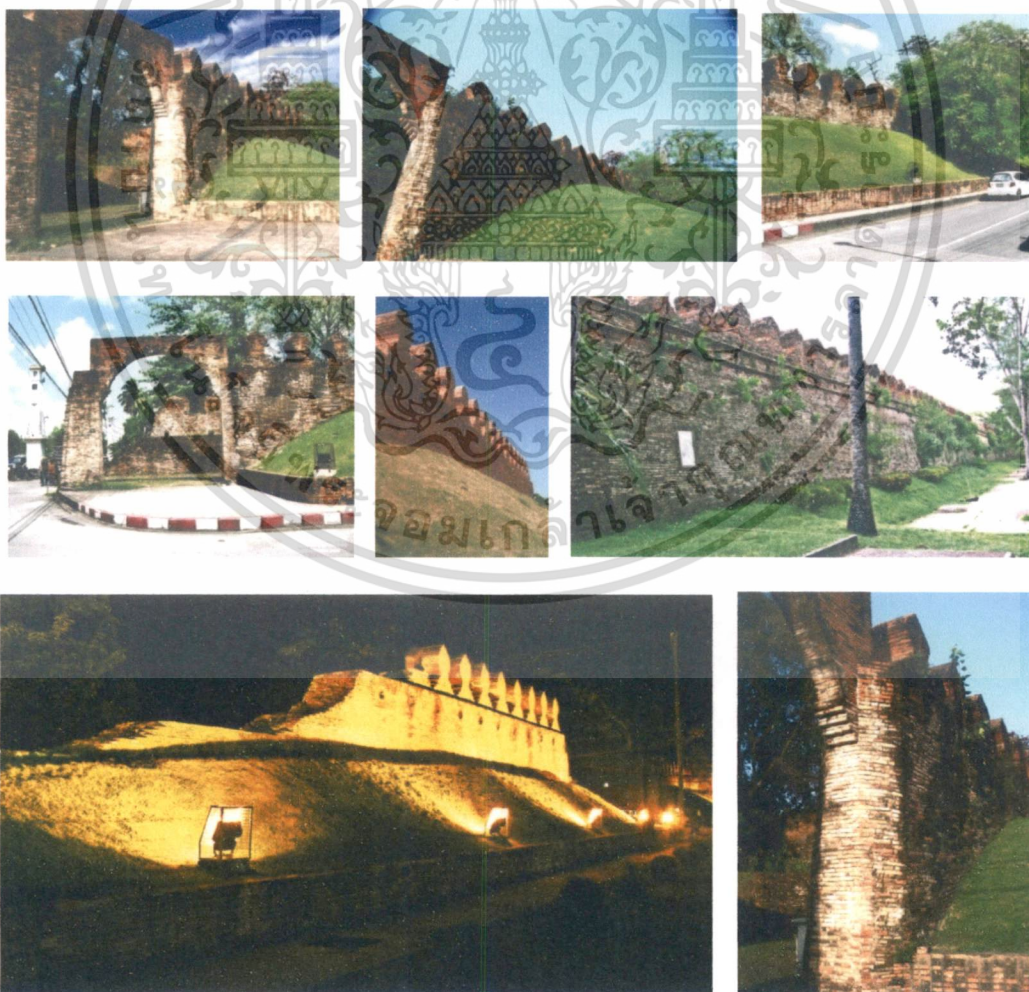
9. หอพระนารายณ์



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ของกองการช่างเนฟอกการศกษาเท่นั้น เมื่อนูเย เตหนาเบเซประเชชนดานการค้ำ
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

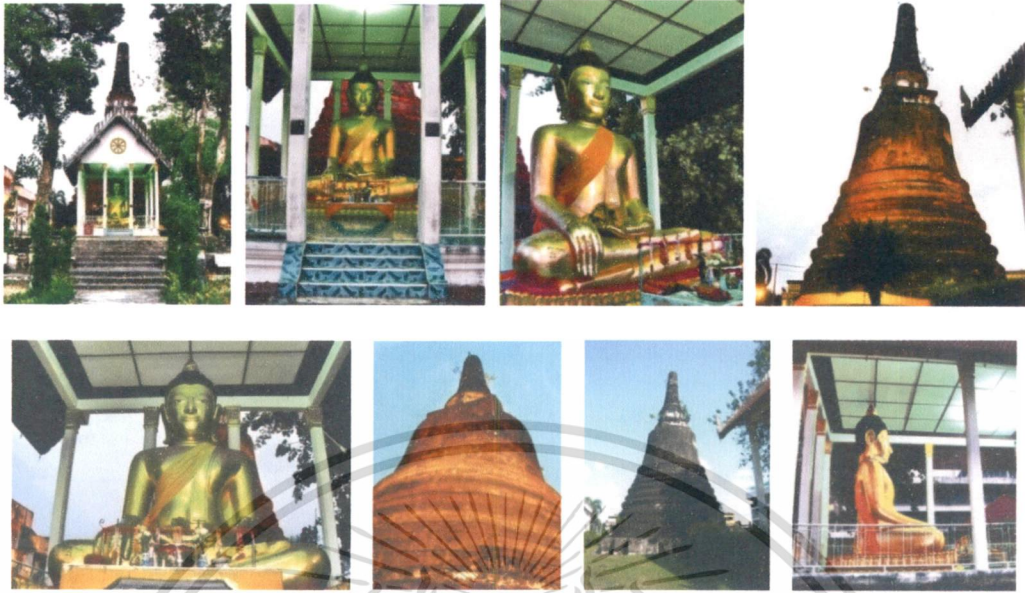


10. กำแพงเมือง

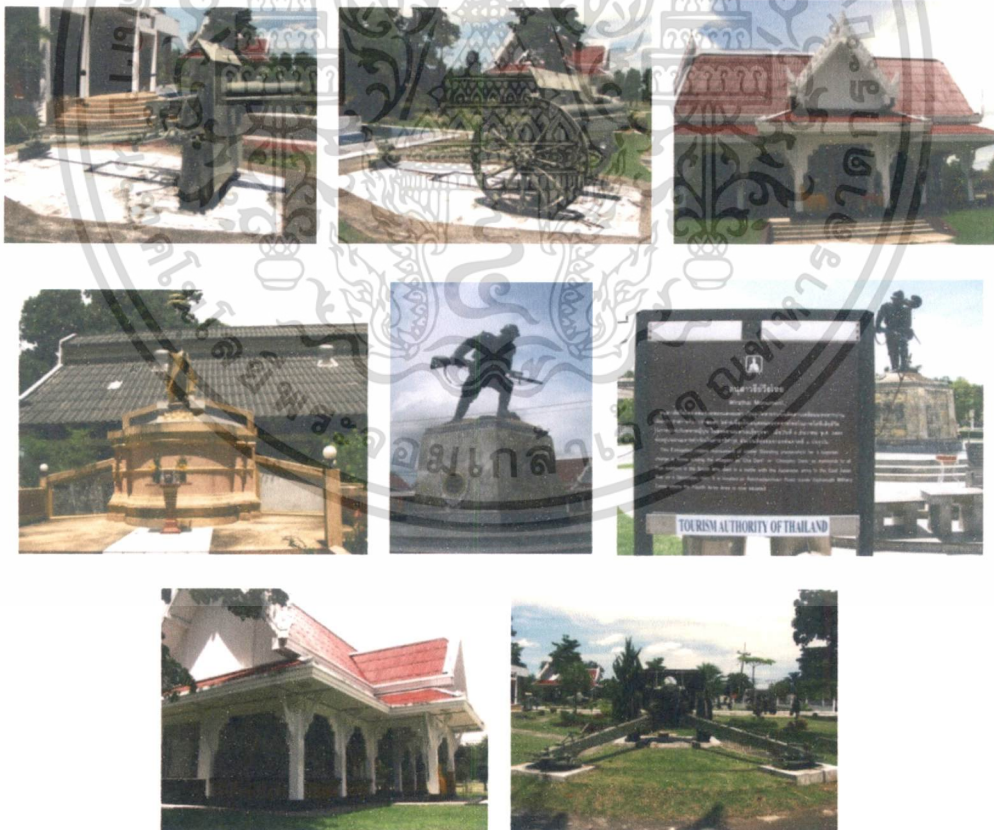


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

11. เจดีย์ยักษ์



12. อนุสาวรีย์วีรไทย



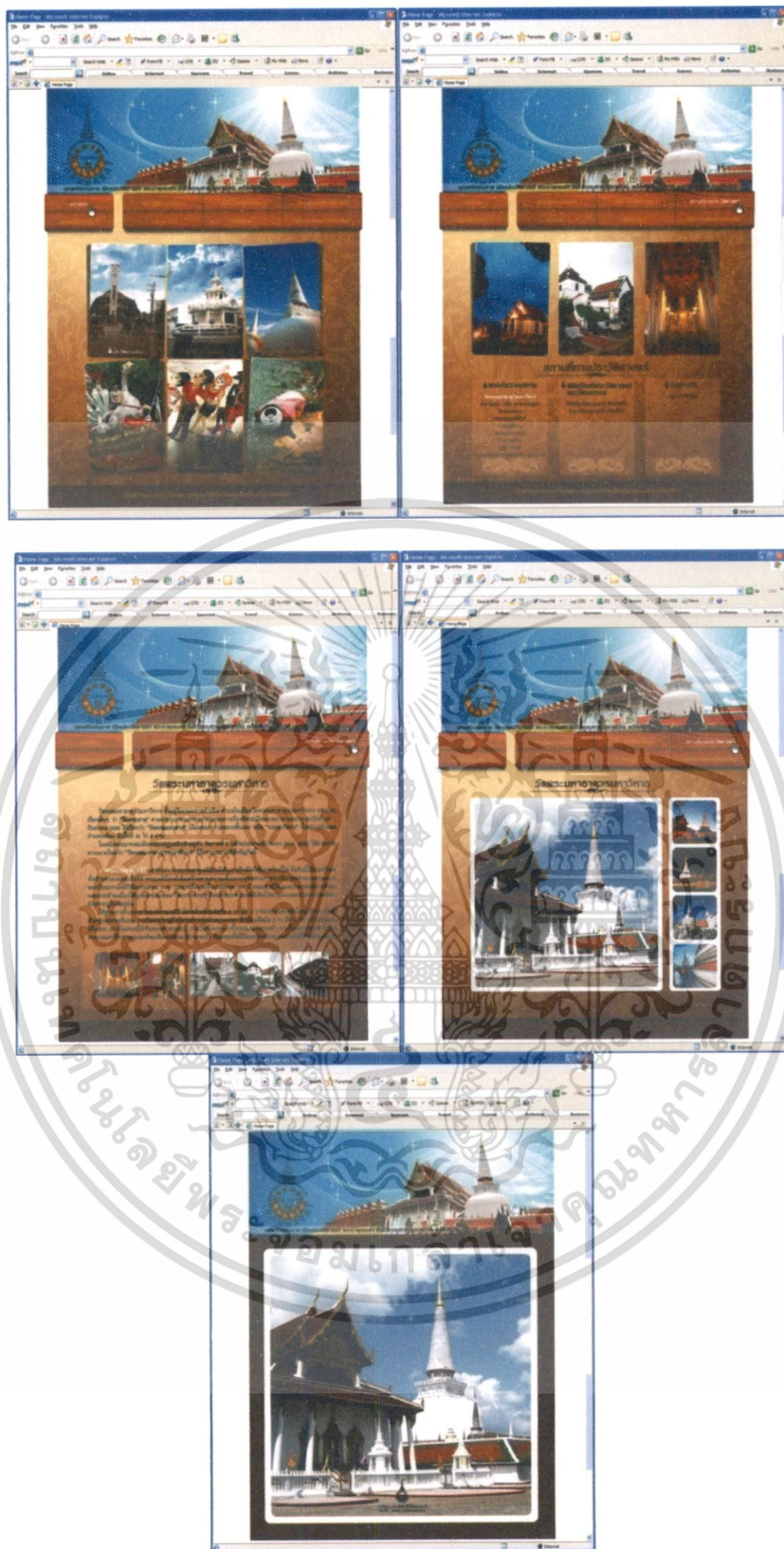
ภาพที่ ค.7 ตัวอย่างรูปภาพที่ผ่านการคัดเลือกจากผู้เชี่ยวชาญ
ที่มา : เขาวรัตน์ สิริวัฒนานุสรณ์ (2554)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



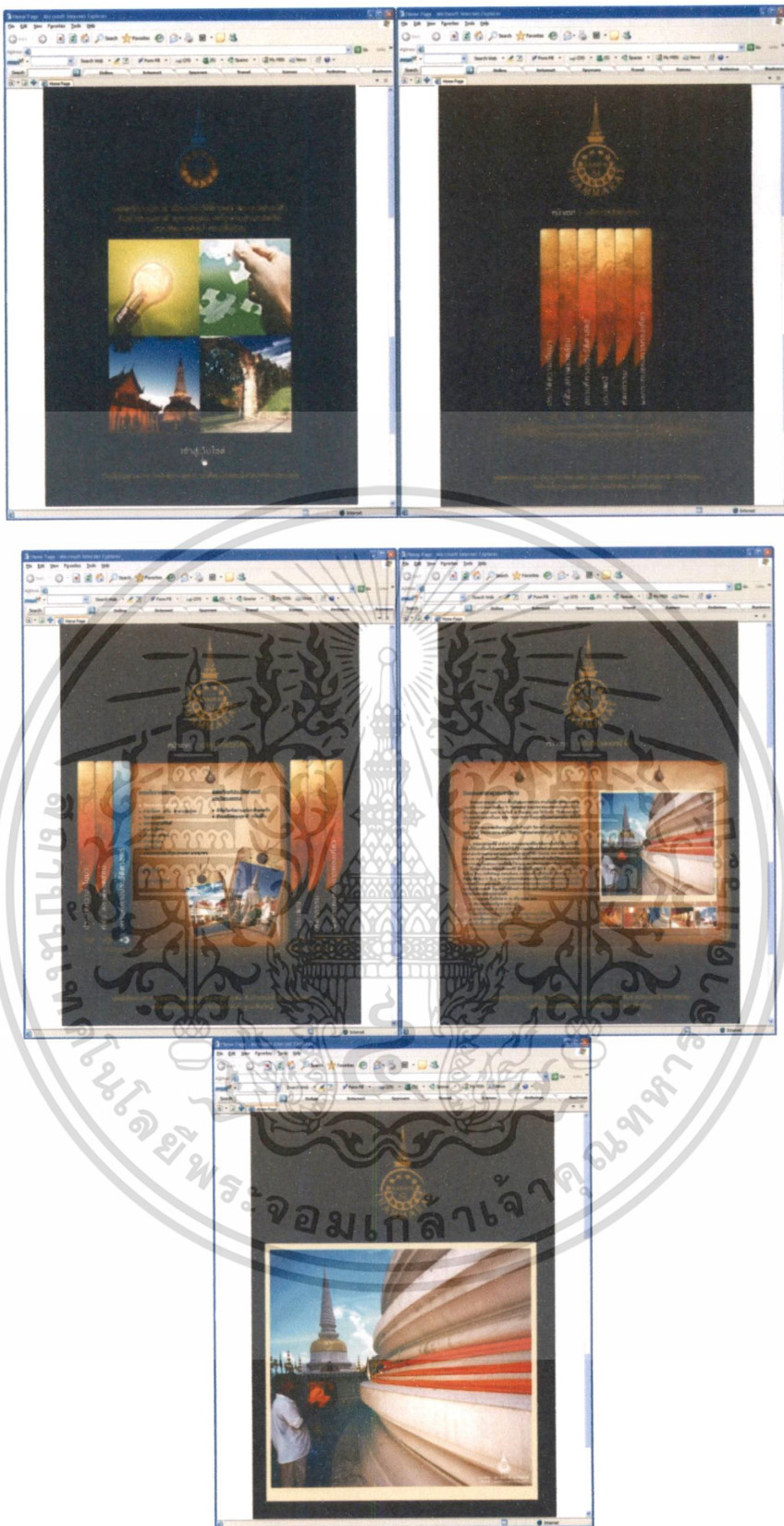
ภาพที่ ค.8 แบบจำลองสื่อประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต รูปแบบที่ 1
ที่มา : เยาวรัตน์ สิริวัฒนานุกรณ์ (2554)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ ค.9 แบบจำลองสื่อประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต แบบที่ 2
ที่มา : เยวรัตน์ สิริวิฒนานุสรณ์ (2554)

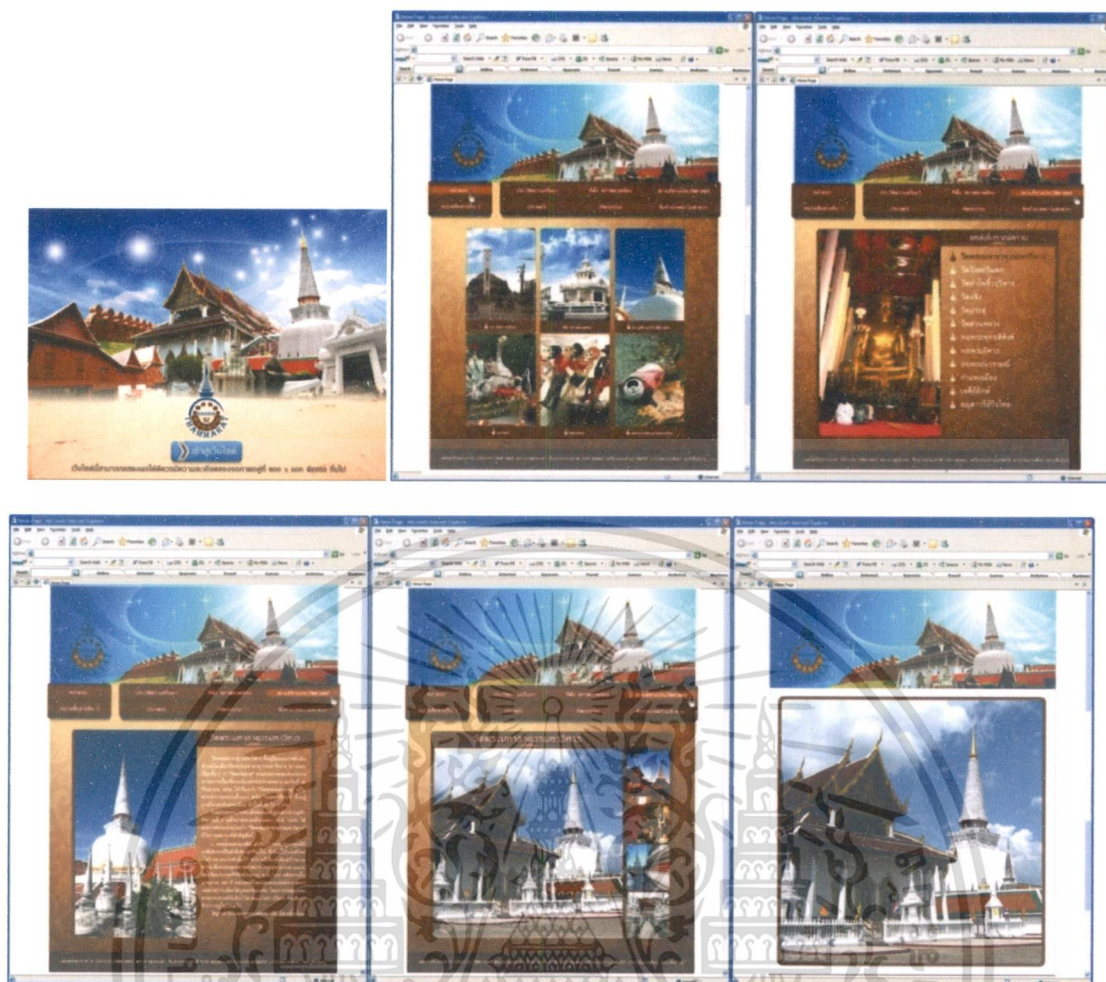
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ ค.10 แบบจำลองสื่อประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต รูปแบบที่ 3

ที่มา : เยาวรัตน์ สิริวัฒนานุสรณ์ (2554)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ ค.11 ต้นแบบสื่อประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต ที่ได้รับการพัฒนาปรับปรุง จากรูปแบบที่ 2
ที่มา : เยาวรัตน์ สิริวัฒนานุสรณ์ (2554)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล	นางสาวเยาวรัตน์ สิริพัฒนานุสรณ์
วัน-เดือน-ปีเกิด	1 มกราคม 2525
สถานที่เกิด	จังหวัดนครศรีธรรมราช
ที่อยู่	85/1 หมู่ 10 ต.หินตก อ. ร่อนพิบูลย์ จ. นครศรีธรรมราช 80350
ประวัติการศึกษา	ปีการศึกษา 2544 สำเร็จการศึกษาประกาศนียบัตรวิชาชีพ สาขา ออกแบบ วิทยาลัยศิลปหัตถกรรมนครศรีธรรมราช ปีการศึกษา 2546 สำเร็จการศึกษาประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง สาขาออกแบบนิเทศศิลป์ วิทยาลัยศิลปหัตถกรรม นครศรีธรรมราช ปีการศึกษา 2548 สำเร็จการศึกษาศิลปบัณฑิต สาขาออกแบบ นิเทศศิลป์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต
ประสบการณ์การทำงาน	Creative Design บริษัท ซีเอสเอ็มเดียกรุ๊ป จำกัด พ.ศ. 2549- 2551 Graphic Design บริษัท ริชแมกซ์ อินเทอร์เน็ต จำกัด พ.ศ. 2551-2554 ปัจจุบัน Corporate Creative Manager บริษัท เอมโพน์ โซล่า จำกัด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้