

การออกแบบชุดสื่อโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตามแนวทางโอท็อป

นวัตวิถี (ตำบลคลองโยง อ.พุทธมณฑล จ.นครปฐม)

Media design for encourage community tourism according to
OTOP nawatwithi (Khlongyong Phutthamonthon Nakhon Pathom)



นาย อภิวัฒน์ บุญเนรมิตร 5806400017

จุลินพนธ์เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต

รายวิชาจุลินพนธ์

ภาควิชาแอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ

มหาวิทยาลัยสยาม

พ.ศ. 2561

หัวข้อจุลนิพนธ์ การออกแบบชุดสื่อโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตามแนวทาง
 โอท็อปนวัตวิถี (ตำบลคลองโยง อ.พุทธมณฑล จ.นครปฐม)

Media design for encourage community tourism according to
OTOP nawatwithi (Khlonyong Phutthamonthon Nakhon Pathom)

หน่วยกิตของจุลนิพนธ์ 3 หน่วยกิต

รายชื่อผู้จัดทำ นายอภิวัฒน์ บุญเนรมิตร 5806400017

อาจารย์ที่ปรึกษา ดร. วิเชษฐ์ แสงดวงดี

ระดับการศึกษา วิทยาศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชา แอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์

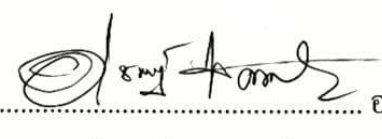
ปีการศึกษา 2561

อนุมัติให้จุลนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชา
แอนิเมชัน และ สื่อสร้างสรรค์

คณะกรรมการการสอบจุลนิพนธ์


..... ประธานกรรมการ
(นางสาวนิชา วิสุตวาณิชย์)


..... กรรมการสอบ
(อาจารย์อรรถเศรษฐ์ ปรีดากรณ์)


..... อาจารย์ที่ปรึกษา
(ดร. วิเชษฐ์ แสงดวงดี)

หัวข้อจุลนิพนธ์	การออกแบบชุดสื่อโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตามแนวทาง โอทอปนวัตวิถี (ตำบลคลองโยง อ.พุทธมณฑล จ.นครปฐม)
หน่วยกิตของจุลนิพนธ์	3 หน่วยกิต
รายชื่อผู้จัดทำ	นายอภิวัฒน์ บุญเนรมิตร 5806400017
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร. วิเชษฐ์ แสงคงดี
ระดับการศึกษา	วิทยาศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชา	แอนิเมชัน และ สื่อสร้างสรรค์
ปีการศึกษา	2561

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของโครงการการออกแบบชุดสื่อโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตามแนวทางโอทอปนวัตวิถี เพื่อสร้างชุดสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้กับ ตำบลคลองโยง อ.พุทธมณฑล จ.นครปฐม โดยใช้โปรแกรม Adobe Illustrator CC ในการออกแบบแผนที่ท่องเที่ยวภายในชุมชน แผนที่การเดินทาง มาสคอตชุมชน แผ่นพับส่งเสริมการท่องเที่ยว ประโยชน์ที่ได้คือนักท่องเที่ยวรู้จักชุมชนคลองโยงมากยิ่งขึ้นและได้สัมผัสบรรยากาศการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในชุมชน ทำให้ปริมาณนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจากเดิม ทำให้ชุมชนมีรายได้เลี้ยงชีพด้วยตนเองอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: การออกแบบ / โอทอปนวัตวิถี / ส่งเสริมการท่องเที่ยว

Project Title Media design for encourage community tourism according to
OTOP Nawatwithi (Khlongyong Phutthamonthon Nakhon Pathom)

Project Credit 3 Credits

Candidates Mr. Apiwat Boonneramitr 5806400017

Advisor Dr. Vichet Saengduangdee

Program Bachelor of Science

Field of Study Animation and Creative media

Semester / academic year 2018

Abstract

The purpose of this media design project was to encourage community tourism. According to OTOP Nawatwithi, they were creating media for encouraging agritourism to Khlongyong community at Phuttamonthon district, Nakhonpathom city by using Adobe Illustrator CC to create the community's map, route, community's mascot and tourism brochures. This project had various benefits, such as: tourists acquire knowledge about Khlongyong community; access local agritourism; increase number of tourists; and make community's income which allows them to acquire the ability to support themselves permanently.

Keyword: agritourism / OTOP nawatwithi / tourism

Approved by



กิตติกรรมประกาศ

จุดนิพนธ์นี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาแอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยสยาม โดยมุ่งสร้างและออกแบบชุดสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนคลองโยง จากการรวบรวมข้อมูลของชุมชนและออกแบบเป็นสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของ (ตำบลคลองโยง อ.พุทธมณฑล จ.นครปฐม)

ขอขอบพระคุณสมาชิกในชุมชนคลองโยงที่ให้ความร่วมมืออย่างดี คณาจารย์ภาควิชาแอนิเมชัน และสื่อสร้างสรรค์ทุกท่าน อาจารย์ที่ปรึกษาฯ ดร. วิเชษฐ์ แสงดวง และทุกท่านที่กรุณาให้ความช่วยเหลือ แนะนำให้ความช่วยเหลือ หรือสนับสนุนในการจัดทำโครงการให้สำเร็จลุล่วงด้วยดี ซึ่งผู้จัดทำขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ด้วย

ผู้จัดทำ



สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อ	ก
Abstract	ข
กิตติกรรมประกาศ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญภาพ	ฉ
บทที่	
1 บทนำ	
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์	1
กลุ่มเป้าหมาย	2
ขอบเขต	2
ขั้นตอนการดำเนินงาน	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
ทฤษฎีแนวความคิดที่เกี่ยวข้อง	4
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	34
3 การออกแบบและพัฒนา	
การศึกษาข้อมูลเบื้องต้น	39
การเก็บรวบรวมข้อมูล	39
การออกแบบและพัฒนางาน	40
4 ขั้นตอนปฏิบัติงาน	
ขั้นตอนการปฏิบัติงาน	50

สารบัญ (ต่อ)

บทที่

5	สรุปผลการดำเนินงานและข้อเสนอแนะ	
	สรุปผลการดำเนินงาน	60
	ปัญหาและอุปสรรค	60
	ข้อเสนอแนะ	60
	บรรณานุกรม	61
	ภาคผนวก	62
	ภาคผนวก ก การออกแบบและพัฒนางาน	
	การออกแบบสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว	63
	ภาคผนวก ข การลงพื้นที่ชุมชนคลองโยง	
	การลงพื้นที่แลกเปลี่ยนความรู้ชุมชนคลองโยง	86
	ประวัติคณะผู้จัดทำ	92

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
3.1 การออกแบบโลโก้ชุมชนคลองโยง	40
3.2 การออกแบบโลโก้ชุมชนคลองโยงผ่านโปรแกรม Adobe Illustrator CC	40
3.3 ดัชนีแบบ และ โทนสีควายที่ใช้ในการออกแบบ	41
3.4 การออกแบบมาสคอตควายประจำชุมชนคลองโยง	41
3.5 การออกแบบมาสคอตควายผ่านโปรแกรม Adobe Illustrator CC	42
3.6 ดัชนีแบบแผนที่ภายในชุมชนที่นำมาออกแบบ	42
3.7 การออกแบบแผนที่ภายในชุมชนคลองโยง	43
3.8 ออกแบบแผนที่ภายในชุมชนผ่านโปรแกรม Adobe Illustrator CC	43
3.9 ออกแบบแผนที่การเดินทางมายังชุมชนคลองโยง	44
3.10 ออกแบบแผนที่การเดินทาง ผ่านโปรแกรม Adobe Illustrator CC	44
3.11 ด้านหน้าแผ่นพับ	45
3.12 ด้านหลังแผ่นพับ	45
3.13 สร้างแผ่นพับด้านหน้าผ่านโปรแกรม Adobe Illustrator CC	46
3.14 สร้างแผ่นพับด้านหลังผ่านโปรแกรม Adobe Illustrator CC	46
3.15 การออกแบบสติ๊กเกอร์ไลน์ชุมชนคลองโยง	47
3.16 ออกแบบสติ๊กเกอร์ไลน์ผ่านโปรแกรม Adobe Illustrator CC	47
3.17 การออกแบบสแตนด์ เสื้อ กุญแจ หมวก ให้กับชุมชน	48
3.18 ออกแบบสแตนด์ เสื้อ กุญแจ หมวก ให้กับชุมชนผ่านโปรแกรม Adobe Illustrator CC	48
3.19 การออกแบบป้ายโปสเตอร์รายละเอียดประจำจุดท่องเที่ยว	49
3.20 การออกแบบป้ายโปสเตอร์รายละเอียดประจำจุดท่องเที่ยวผ่านโปรแกรม	49
4.1 โลโก้ชุมชนคลองโยง	50
4.2 โลโก้ชุมชนคลองโยงที่ผ่านการใส่ภาพกราฟิก	50
4.3 ฟอนต์ที่นำมาใช้ในการออกแบบโลโก้ชุมชนคลองโยง	51
4.4 มาสคอตควายประจำชุมชนคลองโยง	52

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
4.5 การแผนที่สถานที่ท่องเที่ยวภายในชุมชนคลองโยง	53
4.6 แผนที่การเดินทางโดยรอบชุมชนคลองโยง	54
4.7 แผ่นพับส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนคลองโยง ด้านหน้า	55
4.8 แผ่นพับส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนคลองโยง ด้านหลัง	56
4.9 สติกเกอร์ไลน์ควายคลองโยง	57
4.10 การออกแบบ หมวก ถุงผ้า เสื้อ สแตนดี้	58
4.11 การออกแบบป้ายโปสเตอร์รายละเอียดประจำจุดท่องเที่ยว	59
ก.1 การออกแบบโลโก้ชุมชนคลองโยง	61
ก.2 การออกแบบมาสคอตควาย	62
ก.3 การออกแบบแผนที่ภายในชุมชนคลองโยง	63
ก.4 ออกแบบแผนที่การเดินทางมายังชุมชนคลองโยง	64
ก.5 ด้านหน้าแผ่นพับ	65
ก.6 ด้านหลังแผ่นพับ	66
ก.7 การออกแบบสติกเกอร์ไลน์ชุมชนคลองโยง	67
ก.8 การออกแบบสแตนดี้ เสื้อ ถุงผ้า หมวก ให้กับชุมชน	68
ก.9 การออกแบบป้ายโปสเตอร์รายละเอียดประจำจุดท่องเที่ยว 1	71
ก.10 การออกแบบป้ายโปสเตอร์รายละเอียดประจำจุดท่องเที่ยว 2	72
ก.11 การออกแบบป้ายโปสเตอร์รายละเอียดประจำจุดท่องเที่ยว 3	73
ก.12 การออกแบบป้ายโปสเตอร์รายละเอียดประจำจุดท่องเที่ยว 4	74
ก.13 การออกแบบป้ายโปสเตอร์รายละเอียดประจำจุดท่องเที่ยว 5	75
ก.14 การออกแบบป้ายโปสเตอร์รายละเอียดประจำจุดท่องเที่ยว 6	76
ก.15 การออกแบบป้ายโปสเตอร์รายละเอียดประจำจุดท่องเที่ยว 7	77
ก.16 การออกแบบป้ายโปสเตอร์รายละเอียดประจำจุดท่องเที่ยว 8	78
ก.17 การออกแบบป้ายโปสเตอร์รายละเอียดประจำจุดท่องเที่ยว 9	79

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
ก.18 การออกแบบป้ายโปสเตอร์รายละเอียดประจำจุดท่องเที่ยว 10	80
ก.19 การออกแบบป้ายโปสเตอร์รายละเอียดประจำจุดท่องเที่ยว 11	81
ก.20 การออกแบบป้ายโปสเตอร์รายละเอียดประจำจุดท่องเที่ยว 12	82
ก.21 การออกแบบป้ายโปสเตอร์รายละเอียดประจำจุดท่องเที่ยว 13	83
ก.22 การออกแบบป้ายโปสเตอร์รายละเอียดประจำจุดท่องเที่ยว 14	84
ก.23 การออกแบบป้ายโปสเตอร์รายละเอียดประจำจุดท่องเที่ยว 15	85
ข.1 ทางเข้าชุมชนคลองโยง	86
ข.2 สถานที่ประชุมแลกเปลี่ยนข้อมูล	87
ข.3 กลุ่มเกษตรอินทรีย์คลองโยง	88
ข.4 กลุ่มเกษตรอินทรีย์คลองโยง	89
ข.5 ศูนย์การเรียนรู้สวนไพร	90
ข.6 สวนสมุนไพร	91

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันรัฐบาลได้เล็งเห็นถึงการส่งเสริมการท่องเที่ยวและพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากให้เกิดรายได้กับชุมชน โดยยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนอย่างทั่วถึง เชื่อมโยงเส้นทางในการท่องเที่ยว ให้มีความโดดเด่น มีความพร้อมบนอัตลักษณ์ของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี สร้างและพัฒนาบุคลากร ผู้ประกอบการ และผู้ที่เกี่ยวข้องในชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ให้มีขีดความสามารถในการคิดเชิงสร้างสรรค์ และนำมาต่อยอดการบริหารจัดการชุมชนได้อย่างเหมาะสม จึงจัดทำโครงการ OTOP นวัตวิถีขึ้น เพื่อต่อยอดจากโครงการ “หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์” OTOP นวัตวิถีคือ โครงการที่ชุมชนชาวบ้านขายของได้มากขึ้นและมีความยั่งยืน ในการส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้และการมีส่วนร่วม ของประชาชน ส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนให้มีความมั่นคงและมีเสถียรภาพ รวมทั้งเสริมสร้าง ความสามารถและความเข้มแข็งของชุมชน (<http://nawatwithi.com/>)

จากการที่ผู้จัดทำได้เห็นปัญหาคือบางชุมชนรัฐบาลไม่สามารถเข้ามาช่วยเหลือได้อย่างทั่วถึง โครงการ OTOP นวัตวิถี สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยว ให้มีความสนใจในสถานที่ท่องเที่ยว และ สินค้า OTOP ของตำบลนั้น ๆ จึงจัดทำชุดสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวสร้างรายได้ให้กับชุมชนคลองโยงและนักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึง เข้าใจเกี่ยวกับชุมชนคลองโยงได้มากขึ้น ทำให้สามารถเข้าใจถึงปัญหาทำให้ OTOP นวัตวิถีประสบความสำเร็จ จึงได้สร้างสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวให้กับชุมชนตำบลคลองโยง

ด้วยเหตุนี้ผู้จัดทำจึงจัดทำชุดสื่อโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตามแนวทาง OTOP นวัตวิถี (ตำบลคลองโยง อ.พุทธมณฑล จ.นครปฐม) เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวสร้างรายได้ให้กับครัวเรือนในชุมชน และ ชุมชนสามารถนำไปต่อยอดต่อไปได้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อสร้างชุดสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้ชุมชนตำบลคลองโยง

กลุ่มเป้าหมาย

นักท่องเที่ยวช่วงอายุ 30-50 ปี ทุกเพศ

ขอบเขต

1. ขอบเขตด้านพื้นที่

ศึกษาสอบถามข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวในชุมชน 15 สถานที่ ได้แก่

1. ชุมประตู่ทางเข้า
2. จุดเช็คอิน
3. ชุมทองเหลืองป่าเฟื้อ
4. แก้วบองสมุนไพร
5. ชุมกระเปาะผ้า
6. ชาเพื่อสุขภาพ จุฬาสาธิตชนมไทย
7. แปลงผักคุณไพบูลย์
8. ชุมบัวบูชา
9. ชุมเกษตรทฤษฎีใหม่
10. สมุนไพรละเหย น้ำสมุนไพรกันยา
11. คนตรีไทย
12. ศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง
13. ผักปลอดสารพิษ
14. บ้านพวงมโหตร
15. ผักเกษตรอินทรีย์บ้านคลองโยง

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

- 2.1 ศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและการเกษตรชุมชนคลองโยง
- 2.2 ศึกษาสถานที่ท่องเที่ยว 15 สถานที่ในพื้นที่บริเวณ ตำบลคลองโยง

3. ขอบเขตด้านการปฏิบัติ

สร้างชุดสื่อโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตามแนวทางโอท็อปนวัตกรรม
(ตำบลคลองโยง อ.พุทธมณฑล จ.นครปฐม) มีดังนี้

- 3.1 ออกแบบโลโก้ชุมชน จำนวน 2 แบบ
- 3.2 ออกแบบมาสคอตประจำชุมชนคลองโยง จำนวน 15 แบบ
- 3.3 สร้างแผนที่ท่องเที่ยวภายในชุมชนคลองโยง
- 3.4 สร้างแผ่นพับแผนที่แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว ชุมชนคลองโยง
- 3.5 ออกแบบสติ๊กเกอร์ไลน์ให้กับชุมชน จำนวน 24 แบบ
- 3.6 ออกแบบหมวกแก๊ป เสื้อคอกลม ถุงผ้า สกรีนโลโก้คลองโยงอย่างละ 1 ชิ้น และสแตนด์ฟิวเจอร์บอร์ดจำนวน 3 ชิ้น ให้กับชุมชน
- 3.7 ออกแบบป้ายโปสเตอร์รายละเอียดประจำจุดท่องเที่ยว จำนวน 15 สถานที่

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ในการจัดทำโครงการ การออกแบบชุดสื่อโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตามแนวทางโอท็อปนวัตกรรม (ตำบลคลองโยง อ.พุทธมณฑล จ.นครปฐม) ผู้จัดทำได้วางแผนการดำเนินงานไว้ดังนี้

1. ลงพื้นที่อธิบายถึง โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยว โอท็อปนวัตกรรม ให้แก่ชุมชน
2. อธิบายถึง การออกแบบชุดสื่อโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยว โอท็อปนวัตกรรม
3. นำข้อมูลที่ได้มาสรุป และ วางแนวทางขอบเขตงานในการจัดทำสื่อ
4. นำข้อมูลที่สรุปมาจัดทำสื่อโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตามแนวทางโอท็อปนวัตกรรม

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้นักท่องเที่ยวรู้จักชุมชนคลองโยงมากยิ่งขึ้น
2. สมาชิกในชุมชนคลองโยงมีรายได้เพิ่มขึ้นทุกครัวเรือน

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การออกแบบชุดสื่อโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตามแนวทางโอทอปนวัตวิถี (ตำบลคลองโยง อ.พุทธมณฑล จ.นครปฐม) ผู้จัดทำได้ทำการศึกษาค้นคว้าและพบว่ามีทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยครั้งนี้ ดังต่อไปนี้

1. แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับสื่อ
2. แนวคิดด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว
3. ความหมายลักษณะของชุมชน
4. แนวคิดโอทอปนวัตวิถี
5. แนวคิดองค์ประกอบศิลป์
6. แนวคิดการใช้สี
7. แนวคิดการออกแบบแผนที่
8. แนวคิดการออกแบบแผ่นพับ
9. แนวคิดการออกแบบโปสเตอร์
10. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับสื่อ
11. ทฤษฎีการออกแบบตัวละคร
12. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับสื่อ

สื่อ (Media) เป็นช่องทางการสื่อสารที่นำเสนอเนื้อหาของสารไม่ว่าจะเป็นข่าว ข้อมูล บันเทิง หรือโฆษณาไปสู่ผู้บริโภค การเปลี่ยนแปลงระบบเทคโนโลยี นำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงของรูปแบบสื่อที่พัฒนาให้ดีขึ้นนับจากสื่อบุคคลที่เปลี่ยนแปลงเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อสิ่งพิมพ์พัฒนา เป็นรูปแบบ

อิเล็กทรอนิกส์ คือ สื่อวิทยุและสื่อโทรทัศน์ ในปัจจุบันการพัฒนาระบบเทคโนโลยีไม่หยุดนิ่งสื่ออินเทอร์เน็ตพัฒนาขึ้นมาเพื่อการติดต่อสื่อสารเพิ่มขึ้น ดังนั้นกล่าวได้ว่าการเปลี่ยนแปลง ของระบบเทคโนโลยีสามารถแบ่งสื่อออกเป็น 2 ประเภท ตามลักษณะของการใช้สื่อเพื่อการ กระจายเสียงวิทยุโทรทัศน์ คือ สื่อแบบดั้งเดิม และสื่อใหม่

1) สื่อดั้งเดิม (Traditional Media) หมายถึง สื่อที่ผู้ส่งสารทำหน้าที่ส่งสารไปยังผู้รับสารได้ทางเดียวที่ผู้รับสารไม่สามารถติดต่อกลับทางตรงไปยังผู้ส่งสารได้ สามารถแบ่งย่อยได้ดังนี้ สื่อที่ทำหน้าที่ส่งสารเพียงอย่างเดียว หมายถึง สื่อที่ทำหน้าที่ส่งสารด้วยหนังสือหรือเสียง หรือภาพไปอย่างเดียว ได้แก่ หนังสือพิมพ์ สื่อโทรเลข และสื่อวิทยุ แลสื่อที่ทำหน้าที่ส่งสารสองอย่าง คือ ส่งทั้ง ภาพและเสียงพร้อมกัน ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ สื่อภาพยนตร์

2) สื่อใหม่ (New media) หมายถึง สื่อที่เอื้อให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารทำหน้าที่ส่งสารและ รับสารได้พร้อมกันเป็นการสื่อสารสองทาง และสื่อยังทำหน้าที่ส่งสารได้หลายอย่างรวมกัน คือ ภาพ เสียง และข้อความไปพร้อมกัน โดยรวมเอาเทคโนโลยีของสื่อดั้งเดิม เข้ากับความก้าวหน้าของ ระบบเทคโนโลยีสัมพันธ์ ทำให้สื่อสามารถสื่อสารได้สองทางผ่านทางระบบเครือข่ายและมี ศักยภาพเป็นสื่อแบบประสม (Multimedia) ปัจจุบันสื่อใหม่พัฒนาขึ้นหลากหลาย ที่เป็นที่รู้จักและ นิยมกันมากขึ้น

บทบาทของเทคโนโลยีการสื่อสารในปัจจุบัน เช่น คอมพิวเตอร์ ดาวเทียมเพื่อการสื่อสาร โครงข่ายโทรศัพท์ อุปกรณ์ภาพและเสียงมีผลกระทบต่อ “สื่อแบบดั้งเดิม” (Traditional Media) ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ทำให้เกิดสิ่งที่เรียกว่า "การปฏิวัติแห่ง ระบบตัวเลข" (Digital Revolution) ทำให้ข้อมูลข่าวสารไม่ว่าจะอยู่ในรูปลักษณะใด เช่น ข้อความ เสียง ภาพเคลื่อนไหว รูปภาพ หรืองานกราฟิก ได้ปรับเปลี่ยนให้เป็นภาษาอิกชนิตหนึ่งเป็นรูปแบบ เดียวกันทั้งหมด คือ สามารถอ่านและส่งผ่านได้อย่างรวดเร็วด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์แล้วยังสามารถ นำเสนอ ในลักษณะใดก็ได้ตามความต้องการใช้งานของผู้ใช้งาน ความเปลี่ยนแปลงนี้ ถูกเรียกขาน ว่า “การทำ ให้เป็นระบบตัวเลข” หรือ “ดิจิไทเซชัน” (Digitization) ด้วยระบบที่มีการทำให้เป็น ระบบตัวเลข เป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งทำให้เกิด “สื่อใหม่” (New Media) ขึ้น เป็นสื่อที่มี ลักษณะเกี่ยวข้องกับระบบตัวเลข เครื่องคอมพิวเตอร์และระบบการสะท้อนกลับ หรือ “อินเตอร์ แอกทีฟ” (Interactive)

คาดหวังกันว่าสื่อใหม่ จะสามารถตอบสนองความต้องการของ “ผู้แสวงหา ข้อมูลข่าวสาร” (Seeker) ได้มีประสิทธิภาพมากกว่าสื่อแบบดั้งเดิม เนื่องจากสื่อใหม่ไม่มี ข้อจำกัด ในด้านเวลา (Time) และเนื้อที่ (Space) เหมือนอย่างเคยเป็นข้อจำกัดของสื่อแบบดั้งเดิมมาก่อน

สื่อใหม่ หมายถึง ระบบการสื่อสารหรือเชื่อมต่อทางอิเล็กทรอนิกส์ของเครือข่ายระดับโลก ได้แก่ เครือข่ายอินเทอร์เน็ต (Internet) บริการระดับเวิลด์ไวด์เว็บ (World Wide Web : WWW) บริการข้อมูลออนไลน์เชิงพาณิชย์ (Commercial on-line Service) เป็นต้น

2. แนวคิดด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว

ตลอดช่วงเวลาที่ผ่านมการท่องเที่ยวได้เจริญเติบโต และขยายตัวเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ โดยเฉพาะประเทศไทยอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจัดเป็นสาขาทางเศรษฐกิจหลัก ที่ก่อให้เกิดผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจโดยเฉพาะในด้านการนำมาซึ่งรายได้ก่อให้เกิด การหมุนเวียนเกิดการสร้างงาน และการกระจายรายได้สู่ภูมิภาค รวมทั้งส่งเสริมการลงทุนในธุรกิจ ที่มีเกี่ยวข้อง อย่างกว้างขวาง Lee and Back (2003) กล่าวไว้ว่า การวางแผนการท่องเที่ยวในท้องถิ่น ควรพิจารณาการรับรู้ของผู้อยู่อาศัยและทัศนคติก่อนที่จะทำการลงทุน เพราะการลงทุนอาจจะไม่ ประสบความสำเร็จ หากพวกเขาไม่ได้สนับสนุนการวางแผนนี้ ความสำคัญของการท่องเที่ยว ดังกล่าวทำให้การพัฒนา และส่งเสริมการท่องเที่ยวต้องมีทิศทางและแนวทางที่เหมาะสมมีกระบวนการจัดการอย่างต่อเนื่องที่มีประสิทธิภาพ เพื่อให้ประสบความสำเร็จ และเป็นไปตาม ทิศทางที่ถูกต้อง

2.1 การส่งเสริมการท่องเที่ยว

ในการดำเนินการด้านการท่องเที่ยวมีหลักการดำเนินการที่สำคัญ 5 ประการ ดังนี้ (กรมส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่น กระทรวงมหาดไทย, 2550)

1) เร่งพัฒนา บุคลากร ฟื้นฟูมรดก และสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมทั้งในเขตเมือง และ นอกเมือง เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวใหม่สร้างแหล่งจับจ่ายซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยว โดยส่งเสริมบทบาทเอกชน ร่วมกับชุมชนในการรักษาแหล่งท่องเที่ยว และวิถีชีวิตให้อยู่ในสภาพ เดิมอย่างต่อเนื่อง

2) เพิ่มความหลากหลายของการท่องเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ ทั้งการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ รวมทั้งการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรม โดยส่งเสริมการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ และให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวมากขึ้น ทั้งในรูปแบบ การจัดสหกรณ์การท่องเที่ยว และการพัฒนาพื้นที่ชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยว

3) เพิ่มมาตรการอำนวยความสะดวก สร้างความปลอดภัย และป้องกันการเอาเปรียบนักท่องเที่ยว รวมทั้งเร่งรัดการแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนของนักท่องเที่ยวอย่างจริงจัง

4) เร่งฟื้นฟูความร่วมมือกับท้องถิ่นอื่นๆ โดยรอบทั้งด้านการตลาด การลงทุน และการจัดอุปสรรคในการท่องเที่ยว

5) บริหารการท่องเที่ยวโดยใช้กลยุทธ์การตลาดเชิงรุก โดยสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับธุรกิจชุมชน ตลอดจนพัฒนาคุณภาพการบริการการท่องเที่ยว รวมทั้งการโฆษณาประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของท้องถิ่นในรูปแบบที่หลากหลาย

2.2 การพัฒนาการท่องเที่ยว

โสธยา สิงขวงศ์ (2546) ได้ให้ความหมายของการพัฒนาการท่องเที่ยว คือ การดำเนินงานพัฒนาสภาพชุมชนด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกหรือโครงสร้างพื้นฐานโดยมีการวางแผนการจัดการจากภาครัฐ ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอันจะทำให้เกิดการขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ซึ่งจะควบคู่ไปกับการรักษาทรัพยากรให้คงความดึงดูดใจ ทั้งนี้จำเป็นต้องสอดคล้องกับสภาพและความต้องการของชุมชน และเกิดการกระจายผลประโยชน์จากการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างเป็นธรรม Williams and Lawson (2001) กล่าวไว้ว่า เป้าหมายหลักของผลกระทบทางสังคม การวิเคราะห์คือการให้นักพัฒนาหน่วยงานท้องถิ่นและทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง อื่น ๆ ที่มีข้อมูล เกี่ยวกับทัศนคติของชุมชนต่อการท่องเที่ยวเพื่อให้การรับรู้ผลกระทบในเชิงบวก อาจจะเสริมและการรับรู้เชิงลบผลกระทบจะลดลงมากขึ้นผ่านการวางแผนการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ Brent W. Ritchie¹, and Mikko Inkari (2006) กล่าวไว้ว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม จะมีความแตกต่างในความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้ทางเศรษฐกิจและผลประโยชน์ทาง

สังคม ในระดับที่เฉพาะเจาะจงในเรื่องรายได้และการมีส่วนร่วมของท้องถิ่นในการวางแผน กิจกรรมทางการท่องเที่ยว Shao (2007) กล่าวว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวในชนบทได้นำการเปลี่ยนแปลงทางสังคมในชนบท ผ่านการท่องเที่ยวในชนบท ได้แก่ ทักษะการบริการและการ ฝึกอบรมภาษาต่างประเทศในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ทักษะความรู้และคอมพิวเตอร์ ที่เกี่ยวข้อง ในการท่องเที่ยวในชนบท ทำให้คนในท้องถิ่นเพิ่มความสามารถในการปรับตัวให้เข้ากับสิ่งใหม่ได้ ในการท่องเที่ยว Shunli Gao, Songshan Huang and Yucheng Huang (2009) กล่าวว่า ความสำคัญ ของการท่องเที่ยวในท้องถิ่น จะเป็นการปรับเปลี่ยนระบบเศรษฐกิจท้องถิ่นและเป็นการการพัฒนา สังคมชนบท ดังนั้นการมีส่วนร่วมของภาครัฐสำคัญที่สุดในการท่องเที่ยวในท้องถิ่น นอกจากนั้น การท่องเที่ยวในท้องถิ่นจะต้องมีมาตรการในการรักษาวัฒนธรรมชาติพันธุ์ด้วยเพื่อความยั่งยืนใน ท้องถิ่น

2.3 ระดับของการวางแผนการท่องเที่ยว

ระดับของการวางแผนหรือเป้าหมายของการวางแผน (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2545) แบ่งเป็น 4 ระดับ ดังต่อไปนี้

1) **ระดับการสำรวจเบื้องต้น** (Preliminary survey) เป็นระดับพื้นฐานของการวางแผน มีเป้าหมายในการเข้าไปศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเฉพาะในประเด็นที่สำคัญ หรือปัญหาที่เด่นชัด มุ่งแก้ปัญหาเฉพาะหน้าหรือการพัฒนาขนาดเล็กในระยะสั้น ซึ่งเป็นไปได้ภายใต้เงื่อนไขกฎหมาย การบริหาร และงบประมาณ โดยนำมาประมวลวิเคราะห์เพื่อการศึกษา และพัฒนาในขั้นต่อไป การพิจารณา และศึกษาจะมุ่งประเด็นที่แหล่งท่องเที่ยว และตลาดการท่องเที่ยว M. Angeles Oviedo-Garcia, Mario Castellanos-Verdugo and David Martin-Ruiz (2008) กล่าวว่า การบริหารจัดการสำหรับการวางแผนการท่องเที่ยว ควรรับรู้ทัศนคติของคนในท้องถิ่นในเชิงบวก ของการท่องเที่ยว เพื่อที่จะได้รับการสนับสนุนจากคนในท้องถิ่น นักวางแผนควรตระหนักถึงใน เชิงลบผลกระทบจากการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ไม่มีการควบคุม และต้องลดเชิงลบเหล่านี้ โดยการ เคารพกฎของชุมชนท้องถิ่น จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งสำหรับการนำ เสนอกิจกรรมทางการท่องเที่ยว

2) **ระดับการศึกษาเบื้องต้น** (Preliminary study) เป็นการศึกษาในระดับถัดจากการสำรวจเบื้องต้น เป็นการศึกษาแบบผสมผสานในทุก ๆ สาขา ทั้งทางด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านตลาดการท่องเที่ยว เศรษฐกิจและสังคม ด้านโครงสร้างพื้นฐาน และทางด้านสิ่งแวดล้อม แต่เป็นไปในลักษณะกว้าง ๆ โดยสังเขปเพื่อจะพิจารณาถึงความเป็นไปได้โอกาส และทิศทางของการพัฒนาการท่องเที่ยว นั้น ๆ ในขณะเดียวกันผลของการศึกษาก็จะชี้แนะทางการดำเนินการ และการแก้ปัญหาในระยะสั้นไว้ก่อนที่จะมีการจัดทำแผนหลักในรายละเอียดต่อไป

3) **ระดับการจัดทาแผนหลัก** (Master plan) มีลักษณะเช่นเดียวกับการศึกษาเบื้องต้น โดยมีการศึกษาวิเคราะห์อย่างละเอียด กำหนดแผนหลัก และโครงการที่จะต้องมีการจัดทำตลอดจนเสนอแนะกลยุทธ์ และแนวทางการดำเนินการให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามแผนที่ได้วางไว้ งานในระดับนี้จะอาศัยข้อมูล และการวิเคราะห์จาก 2 ระดับแรก เป็นฐาน และจะเน้นหนักที่การกำหนดปัญหาข้อได้เปรียบเสียเปรียบด้านการท่องเที่ยวของพื้นที่ การกำหนดนโยบายวัตถุประสงค์แนวทางการพัฒนา กลยุทธ์ในการดำเนินการ และโครงการที่ควรจัดทำ

4) **ระดับการศึกษาความเหมาะสม** (Feasibility study) เป็นการศึกษาสืบเนื่องใน รายละเอียดของโครงการต่าง ๆ ที่ได้มีการกำหนดไว้ในการจัดทา แผนหลัก เช่น การพัฒนากายภาพของแหล่งท่องเที่ยว การปรับปรุงระบบสาธารณูปโภค สาธารณูปการต่าง ๆ เนื่องานในระดับนี้ ในขั้นตอนที่ 5 เรื่องของแผนงานและโครงการที่จะจัดทำ เนื่องจากจะต้องวิเคราะห์โครงการที่จะจัดทำ เนื่องจากจะต้องวิเคราะห์โครงการต่าง ๆ ทางด้านเศรษฐกิจ การเงิน เทคนิค การบริหาร การตลาด เพื่อพิจารณาความเป็นไปได้ และเสนอแนะแนวทางที่เหมาะสมในการดำเนินโครงการ นั้นๆ ต่อไป

2.4 การจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยว

การรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องเป็นขั้นตอนแรกของการวางแผนการท่องเที่ยวฉะนั้นข้อมูล ที่จำเป็นในการวางแผนจึงอาศัยข้อมูลในด้านต่าง ๆ ประกอบ นอกเหนือจากข้อมูลทางด้านการท่องเที่ยวเท่านั้น เพื่อให้ได้ภาพระดับกว้าง การท่องเที่ยวจะได้พัฒนาไปในทิศทางที่สอดคล้อง และ

ส่งเสริมการพัฒนาในด้านอื่น ๆ ข้อมูลที่จำเป็นในการวางแผนการท่องเที่ยวนั้นสามารถแบ่ง ออกเป็น 5 ขั้นตอน ดังนี้ (กรมส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่นกระทรวงมหาดไทย, 2550)

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาสำรวจข้อมูล และจัดหมวดหมู่ข้อมูล

1. **สำรวจข้อมูลทั่วไป** เป็นขั้นตอนแรกของการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยว ข้อมูลที่จำเป็นในการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวจึงต้องอาศัยข้อมูลในด้านต่าง ๆ ประกอบ นอกเหนือจากข้อมูลด้านการท่องเที่ยว เพื่อให้ได้ภาพระดับกว้าง และการพัฒนาการท่องเที่ยวจะได้ สอดคล้องกับการพัฒนาด้านอื่น ๆ ดังนี้

- 1) สภาพกายภาพของพื้นที่ ได้แก่ ที่ตั้งและเขตการปกครอง สภาพภูมิประเทศ สภาพภูมิอากาศ ทรัพยากรธรรมชาติ ภัยธรรมชาติ และการใช้ที่ดิน
- 2) สภาพเศรษฐกิจ ได้แก่ ผลผลิตมวลรวมของพื้นที่รายได้ต่อหัวประชากร อาชีพ พื้นฐานประชากร โครงสร้างเศรษฐกิจ และการจ้างงานทางตรงและทางอ้อมจากการท่องเที่ยว
- 3) ลักษณะของประชากร ได้แก่ จำนวนและอัตราการเพิ่มประชากร สัดส่วนประชากรเมืองต่อประชากรชนบท อัตราการเกิด อัตราการตาย การอพยพเข้าออกของประชากรและจำนวนแรงงานและสัดส่วนประชากรที่มีอาชีพเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
- 4) สภาพสังคม ได้แก่ ประวัติความเป็นมาของพื้นที่ การนับถือศาสนา สภาพการศึกษา ประเพณี วัฒนธรรม ความเชื่อ การละเล่น กีฬาท้องถิ่น สภาพทั่วไปด้านสาธารณสุข ฯลฯ

2. **สำรวจข้อมูลด้านแหล่งท่องเที่ยว** ได้แก่ ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางด้านธรรมชาติ ทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านประวัติศาสตร์ ศาสนา ทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรม กิจกรรมงานประเพณี กีฬา การละเล่นสำคัญ เอกลักษณ์ของท้องถิ่น และหัตถกรรมสินค้าที่ระลึก

3. **สำรวจข้อมูลด้านตลาดการท่องเที่ยว** ได้แก่ จำนวนและที่มาของนักท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสนใจ การกระจายตัวของนักท่องเที่ยวในแต่ละเดือน

แต่ละสถานที่ และช่วงเวลาที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวสูงสุดและต่ำสุด โครงสร้างนักท่องเที่ยว การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวและการเดินทางของนักท่องเที่ยว

4. สำรวจข้อมูลด้านโครงสร้างพื้นฐาน ได้แก่ เส้นทางและโครงข่ายการคมนาคมทั้งภายในพื้นที่เองและพื้นที่ใกล้เคียง โครงสร้างพื้นฐาน เช่น ระบบไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์ ความพร้อมของเมือง เช่น จำนวนร้านค้า สถานบริการ ร้านอาหาร สถานเริงรมย์ และที่พักสำหรับ นักท่องเที่ยว

ขั้นตอนที่ 2 วิเคราะห์และกำหนดข้อได้เปรียบด้านการท่องเที่ยว

หลังจากที่ได้วิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรคแล้วจะทำให้มีข้อมูลในการวางแผนและตัดสินใจ ดังนั้นจึงควรมีการกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายให้สอดคล้องกับนโยบายและแผนของประเทศของจังหวัดของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ขั้นตอนที่ 5 ดำเนินการตามแผนงานและโครงการ

ในขั้นตอนนี้ควรจะดำเนินการให้เป็นไปตามระยะเวลาที่กำหนดไว้มีการใช้งบประมาณ ได้อย่างเหมาะสม มีการอำนวยความสะดวกและประสานงานได้อย่างมีประสิทธิภาพจากการดำเนินการ จัดทำแผนแม่บทเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวทั้ง 5 ขั้นตอน โดยเห็นถึงภาพรวมของพื้นที่ทั่วไปด้าน แหล่งท่องเที่ยว โครงสร้างพื้นฐาน และการตลาดการท่องเที่ยว ซึ่งสามารถนำมาวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรคตลอดจนข้อได้เปรียบเสียเปรียบทางการท่องเที่ยว สุดท้ายจะเกิด แผนงาน โครงการต่าง ๆ ที่สอดคล้องกันเพื่อส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวในท้องถิ่น

2.5 การกำหนดนโยบาย วัตถุประสงค์ และเป้าหมาย

การกำหนดนโยบาย วัตถุประสงค์ และเป้าหมาย เป็นขั้นตอนของการวางแผนและทิศทางที่การท่องเที่ยวควรจะพัฒนาเพื่อให้เหมาะสมกับสภาพพื้นที่ที่ได้ทำการศึกษา (มหาวิทยาลัยสุโขทัย ธรรมาธิราช, 2545)

1) **การกำหนดนโยบาย** หมายถึง แนวทางที่ผู้วางแผนได้พิจารณาจากสถานการณ์ต่าง ๆ อย่างรอบคอบ จึงกำหนดเป็นแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างกว้าง ๆ เพื่อให้ผู้จัดทำโครงการ และผู้ทำแผนพัฒนาโครงการนำไปปฏิบัติตามแนวนั้นๆ การกำหนดนโยบายคือการตอบคำถามว่า จะทำอะไรบ้างในการพัฒนาการท่องเที่ยว แต่จะไม่ระบุในรายละเอียด นอกจากนี้สิ่งที่ควรพิจารณา ควบคู่ไปด้วยในการกำหนดนโยบายคือ นโยบายระดับต่าง ๆ

2) **การกำหนดวัตถุประสงค์** หมายถึง ความมุ่งหมายที่ต้องการหรือผลที่ต้องการจะให้เกิดขึ้น อันเนื่องมาจากนโยบายที่ได้กำหนดไว้ การตอบคำถามว่าตั้งนโยบายต่างๆ เหล่านั้นเพื่ออะไร การกำหนดวัตถุประสงค์จะต้องสอดคล้องกับนโยบายที่กำหนดและสิ่งที่ต้องพิจารณา ควบคู่ไปด้วยเสมอ คือ วัตถุประสงค์ของชาติ ของกระทรวงต่าง ๆ และของจังหวัดวัตถุประสงค์ ของโครงการสำคัญๆ ระยะยาวต่างๆ ความสามารถในการยอมรับของประชาชนในพื้นที่ รวมทั้งความเป็นไปได้ของวัตถุประสงค์อีกด้วย

3) **การกำหนดเป้าหมาย** หมายถึง ความต้องการ หรือผลที่ต้องการจะให้เกิดขึ้นอันเนื่องมาจากนโยบายเช่นกัน เป้าหมายและวัตถุประสงค์อาจเป็นสิ่งเดียวกัน แต่ต่างกันที่ว่า วัตถุประสงค์เป็นผลที่ค่อนข้างจะจับต้องยาก ฉะนั้นจึงต้องอาศัยการตั้งเป้าหมายเป็นเครื่องทดสอบหรือเครื่องวัดว่าผลงานที่ได้ทำหรือกำลังเป็นไปตามนโยบายที่ได้วางไว้จริงหรือไม่ เป้าหมายคือการถอดวัตถุประสงค์ซึ่งได้รับการกำหนดขึ้นแบบนามธรรมออกมาเป็นผลในลักษณะของรูปธรรม

สรุปจากที่กล่าวมาการส่งเสริมและการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว คือเร่งพัฒนา บุคลากร ฟื้นฟูมรดก และสินทรัพย์ทางวัฒนธรรม เร่งฟื้นฟูความร่วมมือกับท้องถิ่นอื่น ๆ โดยรอบทั้งด้านการตลาด การลงทุน และการจัดอุปสรรคในการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกหรือโครงสร้างพื้นฐานโดยมีการวางแผนการจัดการจากภาครัฐ โดยมีการจัดทำแผนพัฒนา การท่องเที่ยวข้อมูลที่จำเป็นในการวางแผนการท่องเที่ยวนั้นสามารถแบ่งออกเป็น

5 ขั้นตอน ดังนี้ สํารวจข้อมูล และจัดหมวดหมู่ข้อมูลวิเคราะห์และกำหนดข้อได้เปรียบด้านการท่องเที่ยว กำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมาย เขียนแผนงานและโครงการ และดำเนินการตามแผนงานและโครงการ

3. ความหมายลักษณะของชุมชน

ความหมายของชุมชน “ชุมชน” เป็นคำที่ใช้ในภาษาอังกฤษว่า “Community” ความหมายของชุมชน อาจจำแนกได้ดังนี้ความหมายโดยสามัญสำนึกโดยสามัญสำนึกแล้ว ชุมชน หมายถึง ครอบครัวหลาย ๆ ครอบครัวมาอยู่ร่วมกันในบริเวณเดียวกัน มีลักษณะเป็นเพื่อนบ้านกัน ซึ่งอาจเป็นญาติพี่น้องกันหรือไม่ก็ได้

ความหมายโดยรูปศัพท์

ชุมชน หมายถึง กลุ่มคนที่รวมกันเป็นสังคมขนาดเล็กอาศัยอยู่ในบริเวณเดียวกันและมีผลประโยชน์ร่วมกัน ได้แก่กลุ่มย่อยที่มีลักษณะหลายประการเหมือนกับลักษณะสังคม แต่มีขนาดเล็กกว่าความรู้สึกและทัศนคติทั้งมวลที่ผูกพันปัจเจกบุคคล ที่เข้ามาคบค้าสมาคมกัน

ความหมายทางวิชาการ

มาร์วิน อี. โอลเซน ให้ความหมายไว้ว่า ชุมชน หมายถึง องค์การทางสังคมประเภทหนึ่งเออร์วิน ทิ. แชนเดอร์ส ให้ความหมายไว้ว่า ชุมชน เป็นกลุ่มบุคคลหลาย ๆ กลุ่มมารวมกันในบริเวณเดียวกัน ภายใต้กฎหมายหรือข้อบังคับอันเดียวกันเดนิส อี. พอพลิน ให้ความหมายไว้ว่า ชุมชน หมายถึง กลุ่มที่มีการร่วมมือกัน มีความรู้สึกเป็นเจ้าของชุมชนร่วมกัน

ประสาธ หลักศิลา ให้ความหมายไว้ว่า ชุมชน หมายถึง กลุ่มคนพวกหนึ่งซึ่งครอบครองอาณาบริเวณที่มีอาณาเขตแน่นอน มีความผูกพันและยึดเหนี่ยวกันเป็นปึกแผ่นมั่นคงเสถียรที่สุดสวัสดิ์ ให้ความหมายไว้ว่า ชุมชน เป็นการมาอยู่รวมกันเป็นกลุ่ม ตั้งแต่กลุ่มขนาดเล็ก เช่น หมู่บ้าน ไปจนถึงกลุ่มขนาดใหญ่ เช่น เมือง ประเทศสัญญา สัญญาวิวัฒน์ ให้ความหมายไว้ว่า ชุมชน หมายถึงองค์การทางสังคมอย่างหนึ่งที่มีอาณาเขตครอบคลุมท้องถิ่นหนึ่ง ที่ปวงสมาชิกสามารถบรรลุถึงความต้องการพื้นฐานส่วนใหญ่ และสามารถแก้ไขปัญหาล้วนใหญ่ในชุมชนของตนเองได้ประเวศ วะสี ให้

ความหมายไว้ว่า ชุมชน หมายถึงการที่คนจำนวนหนึ่งมีวัตถุประสงค์ร่วมกัน มีความเอื้ออาทรต่อกัน มีความพยายามทำอะไรร่วมกัน มีการรับรู้ร่วมกัน ซึ่งรวมถึงการติดต่อสื่อสารกัน

โดยสรุป ความหมายของชุมชนแบ่งออกเป็น 3 แนวทาง คือ

1. ชุมชน หมายถึง กลุ่มทางสังคม
2. ชุมชน หมายถึง พื้นที่ทางภูมิศาสตร์
3. ชุมชน หมายถึง องค์กรทางสังคม

ลักษณะของชุมชน เป็นการอยู่ร่วมกันของกลุ่มคน (Group of People)

สมาชิกชุมชนมีลักษณะทางประวัติศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ เกิด ตาย และย้ายถิ่นมีอาณาบริเวณ (Area) มีลักษณะเป็นการจัดระเบียบทางสังคม (Social Organization) สมาชิกมีความสัมพันธ์ทางสังคม (Social Relationship) สมาชิกมีวัตถุประสงค์และเป้าหมายในการดำเนินชีวิตร่วมกันสมาชิกได้รับผลกระทบที่เกิดขึ้นในชุมชนร่วมกันสมาชิกมีระบบการติดต่อสื่อสารและการเรียนรู้ร่วมกัน

โครงสร้างทางสังคมของชุมชน

1. องค์กรทางสังคมในชุมชนองค์กรทางสังคมในชุมชนเป็นกระบวนการจัดระเบียบทางสังคมของสมาชิกในชุมชน และกลุ่มสมาชิกของชุมชนที่ได้จัดระเบียบทางสังคมแล้ว ดังนั้นกระบวนการจัดระเบียบทางสังคมของสมาชิกในชุมชน โดยการสร้างความเชื่อ (Belief) ความรู้ (Wisdom) ค่านิยม (Value) อุดมการณ์ (Ideology) บรรทัดฐาน (Norm) คุณธรรม (Virtue) สถานภาพ (Status) บทบาท (Role) ผ่านกระบวนการขัดเกลาทางสังคม (Socialization)กลุ่มสมาชิกของชุมชนที่ได้จัดระเบียบทางสังคมแล้ว เป็นกลุ่มสมาชิกที่ผ่านกระบวนการจัดระเบียบทางสังคมมาด้วยกัน แต่มีองค์ประกอบพื้นฐานต่างกันตามโครงสร้างที่ซับซ้อนของสังคม เช่น กลุ่มสังคม (Social Group) ครอบครัว (Family) ชั้น (Class) และสังคมมนุษย์ (Society)

2. สถาบันทางสังคมในชุมชนสถาบันทางสังคมในชุมชน เป็นแบบอย่างในการคิดของสมาชิกในชุมชน ได้แก่ ความเชื่อ ค่านิยม อุดมการณ์ คุณธรรม และแบบอย่างในการกระทำสิ่งต่าง ๆ ของสมาชิก ที่เรียกว่า บรรทัดฐานทางสังคมสถาบันทางสังคม มีองค์ประกอบที่สำคัญ คือ ตำแหน่งทางสังคม (Social Position) ของบุคคลซึ่งแตกต่างกันไป สถาบันทางสังคมในชุมชนที่สำคัญ ได้แก่ สถาบันครอบครัว สถาบันการศึกษา สถาบันศาสนาสถาบันการเมือง สถาบันเศรษฐกิจ สถาบันศิลปะและนันทนาการ สถาบันภาษาและการสื่อสาร สถาบันคมนาคมขนส่ง สถาบันอนามัยและสาธารณสุข สถาบันวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เป็นต้น

องค์กรทางสังคม สถาบันทางสังคมครอบครัวกระบวนการจัดระเบียบทางสังคม กลุ่มคนที่จัดระเบียบแล้ว การศึกษาการสร้างกฎระเบียบ เช่น กลุ่มสังคม ศาสนาความเชื่อ ค่านิยม ครอบครัวการเมืองบรรทัดฐาน ชุมชน เศรษฐกิจสถานภาพ ชนชั้น ศิลปะนันทนาการบทบาท สังคมมนุษย์ ภาษา/การสื่อสารคมนาคมขนส่งอนามัยสาธารณสุขวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี

สาเหตุของการเกิดชุมชน

1. ความเป็นสัตว์สังคมของมนุษย์
2. การตั้งถิ่นฐานและการย้ายถิ่นของมนุษย์
3. การขยายตัวของอุตสาหกรรม
4. การขยายตัวของเมือง
5. การประกอบธุรกิจเกี่ยวกับบ้านและที่ดิน
6. นโยบายของรัฐ
7. การหนีภัยของมนุษย์
8. สภาพทางภูมิศาสตร์และสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม
9. ความเจริญก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

10. การขยายตัวของการคมนาคมขนส่งกระบวนการเกิดชุมชนบุคคล กลุ่มคนกลุ่มสังคม
ละแวกบ้านชุมชนระดับต่าง ๆ

ประเภทของชุมชน

1. การแบ่งตามจำนวนประชากร

หมู่บ้านเล็ก (Hamlet) เป็นชุมชนที่มีประชากรไม่เกิน 250 คน

หมู่บ้าน (Village) เป็นชุมชนที่มีประชากรระหว่าง 250-1,000 คน

เมือง (Town) เป็นชุมชนที่มีประชากรระหว่าง 1,000-5,000 คน

นครเล็ก (Small City) เป็นชุมชนที่มีประชากรระหว่าง 5,000-25,000 คน

นครขนาดกลาง (Middle City) เป็นชุมชนที่มีประชากรระหว่าง 25,000-100,000 คน

นครขนาดใหญ่ (Metropolis) เป็นชุมชนที่มีประชากรระหว่าง 100,000-1,000,000 คน

มหานคร (Great Metropolis) เป็นชุมชนที่มีประชากรมากกว่า 1,000,000 คน

2. การแบ่งตามลักษณะของกิจกรรมหลัก

ชุมชนศูนย์การค้า (Trade Center)

ชุมชนศูนย์การขนส่ง (Transportation Center)

ชุมชนศูนย์กลางของการบริการต่าง ๆ (Service Center)

3. การแบ่งตามลักษณะทางนิเวศวิทยา

ชุมชนบริการขั้นต้น

ชุมชนจำหน่ายหรือชุมชนการค้า

ชุมชนอุตสาหกรรม

ชุมชนประเภทพิเศษ

4. การแบ่งตามหน่วยการปกครอง

การปกครองส่วนกลาง

การปกครองส่วนภูมิภาค

การปกครองส่วนท้องถิ่น

5. การแบ่งตามวิวัฒนาการของเศรษฐกิจ

ชุมชนล่าสัตว์

ชุมชนเกษตรกรรม

ชุมชนอุตสาหกรรม

ชุมชนการค้าและบริการ

6. การแบ่งตามลักษณะความสัมพันธ์ของคนในชุมชน

ชุมชนชนบท (Rural Community) มี 2 แบบ คือ

1. ชุมชนชนบทดั้งเดิม มีลักษณะโดดเด่น มีความคล้ายคลึงกันทางสังคม มีอาชีพเกษตรกรรม และเป็นเศรษฐกิจแบบพอเลี้ยงตนเอง

2. ชุมชนชนบททั่วไป เป็นชุมชนที่เปลี่ยนแปลงจากชนบทดั้งเดิมเข้าสู่ลักษณะของชุมชนที่มีรายได้เพิ่ม-รายจ่ายเพิ่ม คำนึงหาเลี้ยงชีพ ต้องการเพิ่มผลผลิต สินค้าเชื่อ และอื่น ๆ

ชุมชนเมือง (Urban Community) เป็นชุมชนที่มีความหนาแน่นของประชากร มีลักษณะของการแบ่งแยก การบุกรุก การกระจายออกจากศูนย์กลางของเมือง และการเดินทางเข้า-ออกประจำ และเป็นชุมชนที่มีพลวัตสูง

7. การแบ่งตามระดับของการพัฒนา

ชุมชนด้อยพัฒนา เช่น ด้อยการศึกษา ล้าหลังในทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เชื่อในสิ่งศักดิ์สิทธิ์ หวังพึ่งธรรมชาติชุมชนพร้อมพัฒนา เช่น เริ่มมีการศึกษาสูงขึ้น ยอมรับในวิทยาศาสตร์และ

เทคโนโลยี เชื้อในเหตุผล มีผู้นำ มีกลุ่มและองค์กรเพื่อทำกิจกรรมร่วมกัน มุ่งประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าส่วนตน

ชุมชนกำลังพัฒนา เช่น เป็นชุมชนที่สมาชิกร่วมมือร่วมใจผนึกกำลังกันเพื่อปรับปรุงเปลี่ยนแปลง ด้วยเทคนิควิธีการและกระบวนการพัฒนาที่เหมาะสม

ชุมชนเร่งรัดพัฒนา เช่น เป็นชุมชนที่ต่อเนื่องจากชุมชนกำลังพัฒนา ปัจจัยทางการพัฒนา ทั้งบุคคล ทรัพยากร ผู้นำ กลุ่มและองค์กร เทคนิควิธีการ สามารถนำไปใช้ในการดำเนินงานพัฒนาให้สำเร็จลุล่วงไปได้ชุมชนพัฒนา เช่น เป็นชุมชนที่บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนดไว้สามารถดำรงลักษณะดังกล่าวไว้ได้ตลอดไป

4. แนวคิดโอท็อปนวัตกรรม

สำหรับโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ถูกขับเคลื่อนพัฒนาประเทศตามโครงการ “ไทยนิยม ยั่งยืน” จากการที่รัฐบาลปัจจุบัน มีนโยบายลดความเหลื่อมล้ำของสังคมที่มุ่งสร้างรายได้และความเจริญ ความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ โดยให้ภาคเอกชนและภาคประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมดำเนินการร่วมกันภาครัฐ เพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับการดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ที่เริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ.๒๕๔๔ ในภูมิภาคทั่วประเทศ และมอบหมายให้กรมการพัฒนาชุมชน เป็นผู้รับผิดชอบหลักส่งเสริมดำเนินงาน OTOP โดยร่วมกับหน่วยงานต่างๆ ยกระดับผลิตภัณฑ์ และพัฒนาช่องทางการตลาดที่หลากหลาย เพื่อให้ขายสินค้าได้อีกทั้งยังมุ่งปรับตัวสู่การค้าแบบสากล โดยต้องมีการเปลี่ยนผ่านยุคการผลิตค้าขายสินค้า OTOP ออกจากชุมชน สู่รายได้ตามความต้องการ (Demand Driven Local Economy) โดยการจำหน่ายสินค้าที่อยู่ในชุมชนจากการท่องเที่ยว มีการใช้เสน่ห์ ภูมิปัญญา วิถีชีวิต วัฒนธรรม และความคิดสร้างสรรค์ แปลงเป็นรายได้ รวมทั้งทำให้มีคุณค่าเพียงพอ เพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชม และใช้จ่ายเงินในทุกกิจกรรมของชุมชน ส่งผลให้เกิดการกระจายรายได้อยู่กับคนในชุมชนโดยรอบ เป็นการสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน และเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากอย่างแท้จริง (<http://nawatwithi.com/>)

นโยบายของกรมการพัฒนาชุมชนซึ่งเป็นหน่วยงานหลัก จะมีการรองรับการปฏิบัติตามแนวนโยบายของรัฐบาลใน “โครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี” จึงต้องเร่งทำการประชาสัมพันธ์การดำเนินงานโครงการฯ ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายตลอดจนสร้างการรับรู้สู่สาธารณชนในวงกว้าง กรมการพัฒนาชุมชนจึงจัดทำแผนการประชาสัมพันธ์และการตลาดออนไลน์ขึ้น

วัตถุประสงค์

1. เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากให้เกิดรายได้กับชุมชน โดยยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนอย่างทั่วถึง กระตุ้นเศรษฐกิจและสังคมภายในประเทศให้มีความเข้มแข็ง
2. เพื่อเชื่อมโยงเส้นทางในการท่องเที่ยว (กระแสหลัก เมืองรอง ชุมชน) ให้มีความโดดเด่น มีความพร้อมบนอัตลักษณ์ของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี
3. เพื่อสร้างและพัฒนาบุคลากร ผู้ประกอบการ และผู้ที่เกี่ยวข้องในชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ให้มีขีดความสามารถในการคิดเชิงสร้างสรรค์ และนำมาต่อยอดการบริหารจัดการชุมชนได้อย่างเหมาะสม

เป้าหมาย

ประชาชนได้รับการพัฒนาอาชีพ มีรายได้เพิ่มขึ้น ยกระดับเศรษฐกิจฐานรากให้เข้มแข็ง โดยเชื่อมโยงชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีจำนวน ๓,๒๗๓ หมู่บ้าน กับเส้นทางท่องเที่ยวกระแสหลัก เมืองรอง และแหล่งท่องเที่ยว ให้เกิดรายได้ที่กระจายไปสู่ผู้ประกอบการกลุ่มต่างๆ ในชุมชน และประชาชนเกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP กลุ่ม Quadrant D เพิ่มขึ้น จำนวน ๖๔,๕๗๐ ผลิตภัณฑ์ให้เป็นเครื่องมือในการสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน (Strength with in) และการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากให้เข้มแข็งอย่างแท้จริง เพื่อสร้างรอยยิ้ม คืนความสุข เพื่อคนไทยทุกคน

5. แนวคิดองค์ประกอบศิลป์

องค์ประกอบศิลป์ (Composition) หรือเราอาจเรียกว่า ส่วนประกอบของการออกแบบ (Elements of Design) ก็ได้ หมายถึง การนำสิ่งต่าง ๆ มาบูรณาการเข้าด้วยกัน ตามสัดส่วน

ตรงตาม คุณสมบัติของสิ่งนั้น ๆ เพื่อให้เกิดผลงานที่มี ความเหมาะสม ส่วนจะเกิดความงดงาม มีประโยชน์ใช้สอย น่าสนใจหรือไม่ขึ้นอยู่กับคุณภาพ ในการปฏิบัติงานการออกแบบของเรา

1. เส้น คือ ร่องรอยที่เกิดจากเคลื่อนที่ของจุด หรือถ้าเรานำจุดมาวางเรียงต่อ ๆ กันไป ก็จะเกิดเป็นเส้นขึ้น เส้นมีมิติเดียว คือ ความยาวไม่มีความกว้าง ทำหน้าที่เป็นขอบเขต ของที่ว่าง รูปร่าง รูปทรง น้ำหนัก สี ตลอดจนกลุ่มรูปทรงต่าง ๆ รวมทั้งเป็นแกนหรือโครงสร้างของรูปร่างรูปทรงเส้น เป็นพื้นฐานที่สำคัญของงานศิลปะทุกชนิด เส้นสามารถให้ความหมายแสดงความรู้สึกและอารมณ์ได้ด้วยตัวเอง และด้วยการสร้างเป็นรูปทรงต่าง ๆ ขึ้น เส้นมี 2 ลักษณะคือ เส้นตรง (Straight Line) และเส้นโค้ง (Curve Line) เส้นทั้งสองชนิดนี้ เมื่อนำมาจัดวางในลักษณะต่าง ๆ กัน จะมีชื่อเรียกต่าง ๆ และให้ความหมายความรู้สึกที่แตกต่างกันอีกด้วย

การเกิดเส้น (Line Occurrence) แบ่งออกเป็น 3 ลักษณะ คือ

- เส้นที่เกิดขึ้นจริง คือ เส้นที่เกิดขึ้นจากการถูกขีดเขียนให้ปรากฏบนระนาบรองรับ เกิดเป็นเส้นตรง เส้นโค้งเส้นซิกแซ็ก เส้นหนา-บาง เส้นแตกพร่า เป็นต้น
- เส้นเชิงนัย คือ เส้นที่เกิดจากการวางองค์ประกอบ หรือวัตถุให้เกิดการรับรู้ว่าเป็นเส้น จากการรับรู้ทางสายตา โดยไม่ได้มีเส้นจริง
- เส้นขอบ คือ เส้นที่เกิดจากการซ้อนทับกันของสีและรูปร่าง เช่นเส้นที่เกิดจากการวางสี 2 สี ต่อกัน หรือเส้นที่เกิดจากการวางรูปร่าง 2 รูปต่อกัน

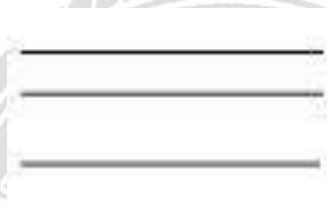
ทิศทางและรูปแบบของเส้น

ลักษณะของเส้น

- เส้นตั้ง หรือ เส้นดิ่ง ให้ความรู้สึก ทางความสูง สง่า มั่นคง แข็งแรง หนักแน่น เป็นสัญลักษณ์ของความซื่อตรง



- เส้นนอน ให้ความรู้สึกทางความกว้าง สงบ ราบเรียบ นิ่ง ผ่อนคลาย



- เส้นเฉียง หรือ เส้นทแยงมุม ให้ความรู้สึก เคลื่อนไหว รวดเร็ว ไม่มั่นคง



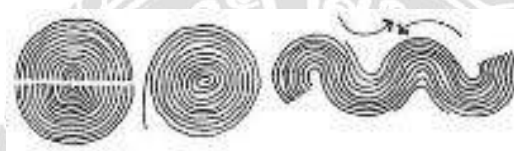
- เส้นหยัก หรือ เส้นซิกแซ็กแบบฟันปลา ให้ความรู้สึก เคลื่อนไหว อย่างเป็น จังหวะ มีระเบียบ ไม่ราบเรียบ น่ากลัว อันตราย จัดแย้ง ความรุนแรง



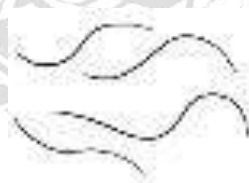
- เส้นโค้ง แบบคลื่น ให้ความรู้สึก เคลื่อนไหวอย่างช้า ๆ ลื่นไหล ต่อเนื่อง สุภาพ
อ่อนโยน นุ่มนวล



- เส้นโค้งแบบก้นหอย ให้ความรู้สึกเคลื่อนไหว คลี่คลาย หรือเติบโตในทิศทางที่
หมุนวนออกมา ถ้ามองเข้าไปจะเห็นพลังความเคลื่อนไหวที่ไม่สิ้นสุด

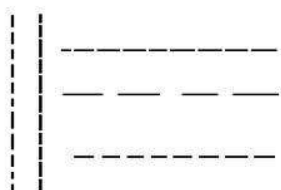


- เส้นโค้งวงแคบ ให้ความรู้สึกถึงพลังความเคลื่อนไหวที่รุนแรง การเปลี่ยนทิศทางที่
รวดเร็ว ไม่หยุดนิ่ง



- เส้นประ ให้ความรู้สึกที่ไม่ต่อเนื่องขาดหายไม่ชัดเจน ทำให้เกิดความเครียด
ความสำคัญของเส้น
- ใช้ในการแบ่งที่ว่างออกเป็นส่วน ๆ
- กำหนดขอบเขตของที่ว่าง หมายถึง ทำให้เกิดเป็นรูปร่าง (Shape) ขึ้นมา

- กำหนดเส้นรอบนอกของรูปทรง ทำให้มองเห็นรูปทรง (Form) ชัดขึ้น
- ทำหน้าที่เป็นน้ำหนักอ่อนแก่ของแสงและเงา หมายถึง การแรเงาด้วยเส้น
- ให้ความรู้สึกด้วยการเป็นแกนหรือโครงสร้างของรูปและโครงสร้างของภาพ



6. แนวคิดการใช้สี

3.1 ใช้สีวรรณะเดียวกัน

คือกลุ่มสีที่แบ่งออกเป็นวงล้อของสีเป็น 2 วรรณะ คือ

1.1 วรรณะร้อน (warm tone) ซึ่งประกอบด้วย สีเหลือง สีส้ม สีแดง สีม่วง สีเหล่านี้ให้อิทธิพลต่อความรู้สึก ตื่นเต้น เร้าใจ กระฉับกระเฉง ถือว่าเป็นวรรณะร้อน

1.2 วรรณะเย็น (cool tone) ประกอบด้วย สีเหลือง สีเขียว สีน้ำเงิน สีม่วง สีเหล่านี้ดู เย็นตาให้ความรู้สึก สงบ สดชื่น (สีเหลืองกับสีม่วงอยู่ได้ทั้งสองวรรณะ)

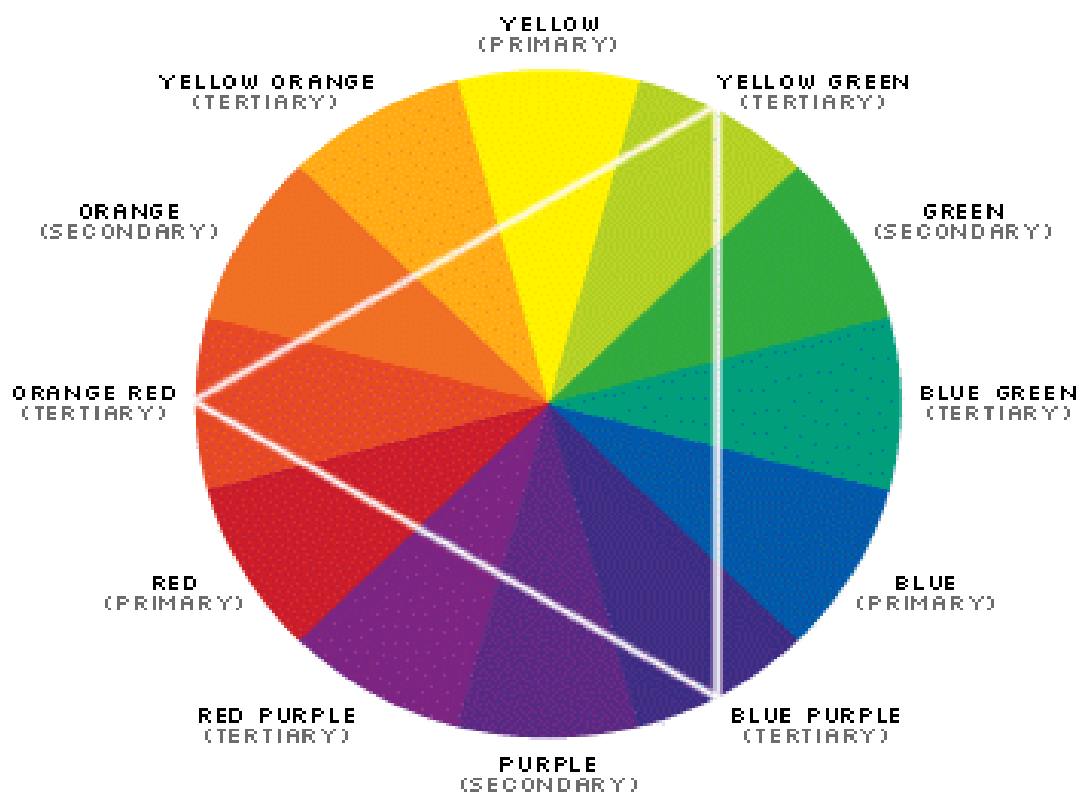
การใช้สีแต่ละครั้งควรใช้สีวรรณะเดียวในภาพทั้งหมด เพราะจะทำให้ภาพความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (เอกภาพ) กลมกลืน มีแรงจูงใจให้คล้อยตามได้มาก

3.2 ใช้สีต่างวรรณะ

หลักการทั่วไป ใช้อัตราส่วน 80% ต่อ 20% ของวรรณะสี คือ ถ้าใช้สีวรรณะร้อน 80% สีวรรณะเย็นก็ 20% เป็นต้น ซึ่งการใช้แบบนี้สร้างจุดสนใจของผู้ดู ไม่ควรใช้อัตราส่วนที่เท่ากันเพราะจะทำให้ไม่มีสีโดดเด่น ไม่น่าสนใจ

3.3 การใช้สีตรงข้าม

สีตรงข้ามจะทำให้ความรู้สึกที่ตัดกันรุนแรง สร้างความเด่น และเร้าใจได้มากแต่หากใช้ไม่ถูกหลัก หรือ ไม่เหมาะสม หรือใช้จำนวนสีมากเกินไป ก็จะทำให้ความรู้สึกพร่ามัว ลายตา ขัดแย้ง ควรใช้สีตรงข้าม ในอัตราส่วน 80% ต่อ20% หรือหากมีพื้นที่เท่ากันที่จำเป็นต้องใช้ ควรนำสีขาว หรือ สีดำ เข้ามาเสริม เพื่อ ตัดเส้นให้แยกออก จาก กันหรืออีกวิธีหนึ่งคือการลดความสดของสีตรงข้ามให้ หม่นลงไป



ภาพตัวอย่างในการดูสีตรงกันข้าม

การใช้สีตรงกันข้าม มี 6 คู่ ได้แก่

สีเหลือง	ตรงข้ามกับ	สีม่วง
สีแดง	ตรงข้ามกับ	สีเขียว

สีน้ำเงิน	ตรงข้ามกับ	สีส้ม
สีเขียวเหลือง	ตรงข้ามกับ	สีม่วงแดง
สีส้มเหลือง	ตรงข้ามกับ	สีม่วงน้ำเงิน
สีส้มแดง	ตรงข้ามกับ	สีเขียวน้ำเงิน

จิตวิทยาของสี : คือการที่สีมีอิทธิพลต่อจิตใจของมนุษย์

- สีแดง สีแห่งการโฆษณาชวนเชื่อ ตื่นเต้น เร้าใจ 
- สีแดงอ่อน ความประณีต ความเยือกเย็น ความหวาน ความสุข 
- สีแดงเข้ม มีอุดมคติสูง ยิ่งใหญ่ สมบูรณ์ 
- สีชมพู สีแห่งความเป็นหนุ่มสาว สีแห่งความรัก ความมั่นใจ 
- สีน้ำเงิน สีแห่งความเชื่อมั่น หนักแน่น สุภาพ ถ่อมตน 
- สีฟ้าอ่อน สีที่ราบรื่น ร่มเย็น 
- สีเหลือง สว่างสดใส ร่าเริง รู้สึกมีรสเปรี้ยว 
- สีแสด ตื่นตัวเร้าใจ สนุกสนาน 
- สีม่วง สีแห่งความพิศหวัง ไม่เชื่อมั่น ไม่แน่นอน เสรี 
- สีเขียวอ่อน สดชื่น ร่าเริง เบิกบาน 
- สีเขียวแก่ เสรี ชรา เบื่อหน่าย 
- สีดำ ทุกข์ เสียใจ 
- สีน้ำตาล อับทึบ 
- สีเทา เจ็บสลด ขรึม สุภาพ 

7. แนวคิดการออกแบบแผนที่

องค์ประกอบของแผนที่ที่มี 7 องค์ประกอบได้แก่

1. ชื่อแผนที่
2. ภาพแผนที่
3. สัญลักษณ์หรือคำอธิบายแผนที่
4. ทิศเหนือ
5. มาตราส่วน
6. เส้นกรอบพิกัด
7. คำนิยามหรือบอกแหล่งที่มาของข้อมูล

การให้สัญลักษณ์แผนที่ที่มีรูปแบบต่าง ๆ ที่มักเป็นข้อพิจารณาในการเลือกใช้ เช่น

1. รูปร่าง (Shape) ได้แก่รูปร่างจุด เส้น และพื้นที่
2. ขนาด (Size) มักใช้กับข้อมูลจุดที่เป็นข้อมูลเชิงปริมาณ
3. ความกว้าง (Width) มักใช้กับข้อมูลเส้น
4. ความหยาบละเอียด (Texture) มักใช้กับข้อมูลเชิงปริมาณ
5. รูปแบบ (Pattern) มักใช้กับข้อมูลเชิงคุณภาพหรือนามกำหนด
6. สันนิษฐานว่าเป็นหัวใจของการให้สัญลักษณ์เนื่องจากทำให้แผนที่สวยงาม ดึงดูด หรือเรียก ความสนใจ

8. การออกแบบแผ่นพับ

แผ่นพับ (pamphlet, brochure) เป็นสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจซึ่งมักใช้มากในการโฆษณา หรือให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า บริการ หรือกิจกรรมต่าง ๆ แผ่นพับมีลักษณะเป็นกระดาษแผ่นเดียวแล้วพับ หรือเป็นหลาย ๆ แผ่นแล้วรวมเป็นเล่มก็ได้

ส่วนประกอบของแผ่นพับ

ปกหน้า ประกอบด้วย พาดหัว ภาพในปกหน้า ข้อความบนปก ภาพ สีนํ้า ตราสัญลักษณ์ ทั้งนี้ในหน้าปกของแผ่นพับ ไม่จำเป็นต้องมีองค์ประกอบครบทั้ง 4 องค์ประกอบก็ได้

หน้าใน ประกอบด้วย เนื้อหา ซึ่งเป็นข้อความที่ใช้บอกเล่าข้อมูล เกี่ยวกับแผ่นพับ ภาพในปก คือภาพที่ใช้ส่งเสริมเนื้อหา องค์ประกอบเรขศิลป์อื่น ๆ คือ สิ่งที่ใช้เสริมเนื้อหาให้เข้าใจง่ายขึ้น

ปกหลัง ประกอบด้วย เนื้อหา ข้อความที่ใช้ระบุถึงสินค้านํ้าว่าชื่ออะไร ภาพในปกหลัง คือสิ่งที่ใช้ระบุเป็นเจ้าของแผ่นพับ องค์ประกอบเรขศิลป์อื่น ๆ คือ สิ่งที่ใช้ระบุถึงสินค้านํ้าแผนที่ตั้งสถานที่ตั้ง

การเลือกและจัดองค์ประกอบในการออกแบบแผ่นพับ มีขั้นตอนในการดำเนินการเป็นไปตาม การเตรียมการก่อนการออกแบบ ซึ่งมีรายละเอียดแบ่งเป็น 2 เรื่อง คือ สิ่งที่ต้องกำหนดและวางแผน ก่อนการออกแบบแผ่นพับ การออกแบบส่วนประกอบต่าง ๆ ของแผ่นพับ

การออกแบบส่วนประกอบต่าง ๆ ของแผ่นพับ มีส่วนประกอบต่าง ๆ ดังนี้ ระบบกริด สำหรับการออกแบบแผ่นพับ จะนิยมใช้ระบบกริดเพื่อใช้เป็นโครงสร้างและรักษาภาพรวมของ แผ่นพับ ระบบกริดที่เหมาะสมกับแผ่นพับ ได้แก่ คอลัมน์ กริด , โมดูลาร์ กริด องค์ประกอบและ การจัดวาง องค์ประกอบ ของแผ่นพับมีรายละเอียดดังนี้

(1) ปกหน้า พาดหัว ต้องอยู่ในตำแหน่งที่เด่น หรือเห็นได้ชัดเจน จะต้องอยู่ที่ปกหน้าเสมอมีขนาดตัวอักษรมากกว่า 36 พอยต์ขึ้นไป มักเป็นข้อความสั้น ๆ อ่านเข้าใจง่าย ภาพใน ปกหน้า ภาพประกอบหลักจะต้องอยู่ในปกหน้าเช่นเดียวกับพาดหัว ทำหน้าที่เรียกร้องความสนใจ จากผู้อ่าน อาจจะเป็นภาพถ่ายหรือภาพวาดด้วยเทคนิคต่าง ๆ หรือแม้แต่ภาพสินค้านํ้าก็ได้ ข้อความบน ปก นอกจากพาดหัวแล้ว ในปกหน้าของแผ่นพับอาจจะมีข้อความอื่นประกอบด้วย แต่จะต้อง ระมัดระวัง ไม่ให้เด่นหรือแข่งกันแย่งความสนใจกับพาดหัว ขนาดต้องเล็กกว่าพาดหัว มีขนาดต้อง ไม่เกินกว่า 24

พอยต์ ภาพสินค้าและหรือตราสัญลักษณ์ อาจใช้เป็นภาพหลักที่ปกหน้าก็ได้ แต่หาก ภาพประกอบหลักเป็นภาพอื่น มักจะไม่นำภาพสินค้ามาไว้ที่ปกหน้า แต่จะไปปรากฏอยู่ที่หน้าใด หน้าหนึ่งในแผ่นพับแทน ส่วนตราสัญลักษณ์จะมีอยู่ได้ในหลายหน้า

(2) หน้าใน เนื้อหา การวางข้อมูลจะต้องได้รับการวางแผนโดยคำนึงถึงลำดับการอ่านให้ถูกต้อง และเนื้อหาด้านในต้องเรียงลำดับให้เป็นไปตามต้องการ ภาพในหน้าใน มักจะเป็นภาพที่ช่วยส่งเสริมข้อความเนื้อหาให้เป็นที่เข้าใจได้ง่ายขึ้น ควรมีคำบรรยายภาพเสมอโดยคำบรรยายภาพนี้ควรเลือกใช้ตัวพิมพ์ที่แตกต่างจากเนื้อหา องค์ประกอบเรขศิลป์อื่น ๆ เช่น แผนภูมิ ช่วยให้เนื้อหาที่น่าสนใจเข้าใจง่าย และเหมือนกันคือควรมีคำบรรยายด้วยเช่นกัน

3) ปกหลัง เนื้อหา ส่วนใหญ่แล้วจะเป็นข้อมูลที่ระบุเกี่ยวกับสินค้า บริการ หรือองค์กร เช่น ที่อยู่ ที่ผลิต สถานที่ติดต่อ หมายเลขโทรศัพท์ ภาพปกหลัง ส่วนใหญ่จะเป็นภาพสินค้า ภาพเกี่ยวกับองค์กร เช่นภาพร้านค้า ควรเลือกภาพที่มีความชัดเจน ไม่ตกแต่ง และวางภาพไว้เหนือเนื้อหาที่เป็นที่อยู่ องค์ประกอบเรขศิลป์อื่น ๆ เช่น แผนที่ มักจะวางอยู่ได้ภาพและที่อยู่

โดยสรุป แผ่นพับคือ สิ่งพิมพ์ที่ใช้ในการโฆษณาให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าบริการ หรือ กิจกรรมต่าง ๆ ควรกำหนดลักษณะการเผยแพร่ กำหนดกระดาษ และกำหนดลำดับของการอ่าน เสียก่อน ปกหน้า ต้องออกแบบจัดวางภาพ ภาพ ข้อความ สัญลักษณ์ เน้นจุดเด่น ส่วนปกหลัง ควรมีข้อมูลทิ้งท้ายที่ง่ายแก่การสืบค้น เพื่อการนำไปใช้ติดต่อในภาพหลัง(อารยะ ศรีกัลยสินบุตร ,2550:หน้า 263-309)

9. แนวคิดการออกแบบโปสเตอร์

โปสเตอร์เป็นสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจ ซึ่งมักใช้มากในการโฆษณาสินค้า บริการ หรือกิจกรรมต่างๆ รวมถึงการโฆษณาชวนเชื่อ โปสเตอร์มีลักษณะเป็นกระดาษแผ่นเดียว มักมีขนาดใหญ่มีด้านเดียว เผยแพร่โดยการติดตามผนัง บอร์ด กระดาษหน้าร้าน ซึ่งคาดว่ากลุ่มเป้าหมายจะได้พบเห็น

การจำแนกโปสเตอร์ มีดังนี้

- (1) โปสเตอร์โฆษณาชวนเชื่อและการเมือง
- (2) โปสเตอร์โฆษณาสินค้า
- (3) โปสเตอร์ภาพยนตร์
- (4) โปสเตอร์การศึกษา
- (5) โปสเตอร์ในห้องเรียน
- (6) โปสเตอร์การวิจัย

โปสเตอร์มีส่วนประกอบไม่มาก เมื่อเทียบกับสิ่งพิมพ์อื่น ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ หรือ นิตยสาร ส่วนประกอบของโปสเตอร์มีน้อย เนื่องจากธรรมชาติของโปสเตอร์เป็นสิ่งพิมพ์ที่เน้นการ ให้ข้อมูล จำนวนน้อย ในระยะเวลาอันรวดเร็ว ส่วนประกอบของโปสเตอร์มีดังนี้

- (1) พาดหัว เป็นส่วนที่ตัวอักษรให้ข้อมูลที่ดึงดูดความสนใจ
- (2) ภาพ คือส่วนที่เป็นข้อมูลที่ให้รายละเอียดที่จำเป็น
- (3) เนื้อหา คือส่วนที่เป็นข้อมูลที่ให้รายละเอียดที่จำเป็น
- (4) ภาพสินค้า หรือตราสัญลักษณ์ คือส่วนที่ระบุผู้ที่เป็นเจ้าของโปสเตอร์ แต่บางครั้งก็ไม่จำเป็น ต้องมีองค์ประกอบครบทั้ง 4 องค์ประกอบเสมอไป สิ่งที่ต้องกำหนดและ วางแผนก่อนการออกแบบโปสเตอร์ ดังนี้

(1) การกำหนดขนาดและรูปแบบของโปสเตอร์ จะต้องคำนึงความประหยัดใน ด้านต้นทุนการพิมพ์ ขนาดของโปสเตอร์ที่นิยมใช้กันโดยมาตรฐานคือ ขนาดตัดสี่ และขนาดตัด สอง หากไม่มีปัญหาเรื่องต้นทุนการผลิต จะต้องทำให้โปสเตอร์แปลกสะดุดตา

(2) รูปแบบภาพ ในโปสเตอร์สามารถเป็นไปได้ทางลักษณะ โดยจะต้องคำนึงถึงรสนิยมผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมายว่า ชอบดูหรือสนใจภาพแบบใด ภาพไหนจะเหมาะกับสินค้าหรือองค์กร และต้องคำนึงถึงต้นทุนในการผลิตด้วย

(3) รูปแบบของตัวอักษร ในส่วนที่เป็นตัวอักษร จะมีไม่มากนัก รูปแบบของตัวอักษรต้องเลือกให้เหมาะกับบุคลิกลักษณะของสินค้าหรือองค์กร การพาดหัวมักจะเป็นข้อความ ที่มีขนาดสั้น ๆ และต้องเป็นตัวพิมพ์ที่อ่านได้ง่าย องค์ประกอบและการจัดวางองค์ประกอบในส่วนประกอบต่าง ๆ ของโปสเตอร์

โดยสรุปแล้ว โปสเตอร์คือ สิ่งพิมพ์แผ่นเดียว มักมีขนาดใหญ่และมักพิมพ์เพียงด้านเดียว ใช้ปิดตามสถานที่ที่เหมาะสม ก่อนจะออกแบบจะต้องกำหนดขนาดและรูปแบบของโปสเตอร์ รวมถึงรูปแบบของภาพและตัวอักษรเสียก่อน โดยคำนึงถึงรสนิยมของผู้ที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย โปสเตอร์แบ่งเป็นหลายประเภทตามประโยชน์ใช้สอย แตกต่างกันในด้านปริมาณของส่วนประกอบ แต่ละส่วน

10. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับสื่อ

วิน คาวาโมโต้ (Kevin Kawamoto, 1997) ได้ให้ความหมายของ “สื่อใหม่” (New Media) ว่าหมายถึง ระบบการสื่อสาร หรือระบบที่มีการเชื่อมต่อทางอิเล็กทรอนิกส์ ของเครือข่ายในระดับโลก

ธิดาพร ชนะชัย (2550: 1-3) ได้ให้ความหมายของ สื่อใหม่ (New media) โดยแยกออกเป็น 3 ประเด็นดังต่อไปนี้

- 1) Digital Media เป็นการสื่อสารไร้สายที่รวดเร็วด้วยระบบไฟเบอร์ออฟติก เชื่อมต่อข้อมูลผ่านดาวเทียม
- 2) สื่อซึ่งเป็นสื่อใหม่ที่นอกเหนือจากสื่อพื้นฐานเดิมที่มีอยู่
- 3) สื่อสร้างสรรค์ชิ้นใหม่เพื่อ Support งานบางอย่าง โดยเน้น Creativity Innovation

เคนท์ เวอร์ทาม และ เอียน เฟนวิกส์ (Kent Wertime and Ian Fenwick) ได้ให้แนวคิด เกี่ยวกับ สื่อใหม่ (New Media) และการตลาดดิจิทัล และนิยามสื่อใหม่ว่าหมายถึง เนื้อหา (content) ที่อยู่ใน รูปแบบดิจิทัล โดยลักษณะสำคัญของเนื้อหาอยู่ในรูปแบบดิจิทัล ประกอบด้วย “อิสระ 5 ประการ” (5 Freedoms) ได้แก่

1. อิสระจากข้อจำกัดด้านเวลา (Freedom from Scheduling) เนื้อหาที่อยู่ในรูปแบบดิจิทัลทำให้ผู้บริโภคสามารถเลือกรับและส่งข่าวสารได้ในเวลาที่ตนต้องการ และไม่จำเป็นต้องชมเนื้อหา ต่างๆ ตามเวลาที่กำหนด

2. อิสระจากข้อจำกัดด้านพรมแดน (Freedom from Geological Boundaries) เนื้อหาในรูปแบบ ดิจิทัลเป็นเนื้อหาที่รับข้อมูลข่าวสารได้ทั่วโลกในเวลาอันรวดเร็วทำให้ผู้บริโภคสามารถเลือกรับ หรือ ค้นหาข้อมูลข่าวสารจากประเทศใดก็ได้ แล้วแต่ความต้องการของบุคคลแต่ละคน

3. อิสระจากข้อจำกัดด้านขนาด (Freedom to Scale) มีเนื้อหาที่สามารถย่อหรือปรับขยาย ขนาดหรือเครือข่ายได้ เช่น การปรับเนื้อหาให้เหมาะสมสำหรับการเผยแพร่ทั่วโลก หรือปรับให้ เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะเจาะจงก็ได้

4. อิสระจากข้อจำกัดด้านรูปแบบ (Freedom from Formats) เนื้อหาแบบดิจิทัลไม่จำเป็นต้องมี รูปแบบ หรือลักษณะที่ตายตัว สื่อดั้งเดิม เช่น สปอร์ตโฆษณามาตรฐานทางโทรทัศน์ถูกกำหนดว่า ต้องมีความยาว 30 วินาที สื่อสิ่งพิมพ์ต้องมีครึ่งหน้าหรือเต็มหน้าเป็นต้น แต่สื่อดิจิทัล เช่น ไฟล์ วิดีโอ ภาพที่ถ่ายจากกล้องในโทรศัพท์มือถือแล้วนำไปไว้ในเว็บไซต์จะต้องมีความยาวกี่วินาที หรือมี ความละเอียดของไฟล์เป็นเท่าไรก็ได้ เป็นต้น

5. อิสระจากยุคนักการตลาดสร้างเนื้อหาจากผู้บริโภคเริ่มสร้าง และควบคุมเนื้อหา เอง (From Marketer-Driven to Consumer-Initiated, Created and Controlled) ด้วยพัฒนาการ เทคโนโลยี ดิจิทัล ทำให้เจ้าของสื่อไม่อาจควบคุมการแพร่กระจายของสื่อได้เหมือนอดีต เนื้อหาที่ พบในบล็อก (Blog) หรือคลิปวิดีโอในเว็บไซต์ของ YouTube และสื่อผสมใหม่ๆ อาจสร้างสรรค์จากผู้บริโภคคน

ใดก็ได้ เกิดเป็นเนื้อหาที่สร้างจากผู้บริโภค (Consumer-Created Content) หรือเป็น คำพูดแบบปากต่อปากฉบับออนไลน์ (Online Word-of-Mouth) ที่แพร่ กระจายไปอย่างรวดเร็ว

ซึ่งสอดคล้องกับ ขวัญฤทัย สายประดิษฐ์ (2551: 43) กล่าวถึงคุณลักษณะของสื่อใหม่ว่า สื่อใหม่เป็นสื่อที่ตอบสนองความต้องการสารสนเทศได้ตามความต้องการ เปิดรับสารของผู้รับสาร มากที่สุด เพราะสื่อใหม่สามารถสร้างโปรแกรมคอมพิวเตอร์ในการบรรจุเนื้อหาของข้อมูลข่าวสาร ได้อย่างเป็นระบบ มีการค้นหาข้อมูลที่ต้องการง่าย อันจะส่งผลให้เกิดความส ว่างในงานเผยแพร่ และรวบรวมข้อมูลข่าวสารได้มากกว่า อีกทั้งยังใช้คุณสมบัติของระบบ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ ผสมผสานสื่อต่าง ๆ ที่เรียกว่าสื่อผสมผสาน

11. ทฤษฎีการออกแบบตัวละคร

หัตถ์ธู นาคไพจิตร (2557) ได้ศึกษาและวิเคราะห์องค์ประกอบการออกแบบคาเร็คเตอร์ดีไซน์เพื่อกลุ่มเป้าหมาย ไว้ว่า นักออกแบบจะสามารถประยุกต์หรือสร้างแรงบันดาลใจ เพื่อนำไปประกอบในงานที่มีงานสร้างสรรค์คาเร็คเตอร์ เพื่อสร้างความน่าสนใจให้กับสื่ออีกหลายประเภท ไม่ว่าจะเป็นการ์ตูน เกม งานแอนิเมชัน งานประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ หรืองานโฆษณา ที่สามารถสร้างมูลค่าได้มหาศาลดังนั้นหากนำคาเร็คเตอร์ออกแบบให้ดูน่ารักและทันสมัย เป็นที่น่าจำจด

ปกรณัฏฐ์ หาญณรงค์ศักดิ์ (2555) ได้กล่าวไว้ว่าการออกแบบตัวละครคือ การสร้างตัวละครขึ้นมาใช้งานจากจินตนาการ โดยผ่านแนวคิดหรือหัวข้อที่ถูกกำหนดขึ้น หลักการออกแบบตัวละครประกอบด้วย

1. เนื้อเรื่อง
2. แนวคิด
3. ข้อมูลของตัวละคร

4. รูปแบบในทางที่ต้องการ

ดังนั้น การออกแบบตัวละคร เป็นบุคลิกพิเศษเฉพาะตัวของตัวการ์ตูน ตัวการ์ตูนที่ดีควรมีเอกลักษณ์ของตัวเอง เพื่อให้คนดูสนใจ จดจำ และ ติดตาม เช่น ตัวละครคนแะระทั้งเจ็ด ในภาพยนตร์เรื่องสโนว์ไวท์แต่ละตัวละครจะมีบุคลิกที่แตกต่างกันออกไป ทั้งนี้เราสามารถใช้นุคลิกพิเศษของตัวละครแต่ละตัวเพิ่มสีสันให้กับเนื้อเรื่องของการ์ตูนได้ด้วย



12. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เบญจมาภรณ์ เข้มกลัด, นริกันต์ พณเมืองงาม, หยาตทิพย์ อัสวเวชมงคล, อรอำไพ รัชนภิร, ธรรมปกรณ
 ชุ่มสวัสดิ์ 2553 โครงการ ‘เที่ยวไทยครีกกรีน เศรษฐกิจไทยคึกคัก’

thaifranchisedownload.com/dl/group13_6472_20140108154858.pdf

วัตถุประสงค์ของ “การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยคือ ส่งเสริมการท่องเที่ยวและ อุตสาหกรรม
 ท่องเที่ยว ตลอดจนการประกอบอาชีพของคนไทยในอุตสาหกรรม ท่องเที่ยว เผยแพร่ประเทศไทยใน
 ด้านความงามของธรรมชาติ โบราณสถาน โบราณวัตถุประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม การกีฬาและ
 วัฒนธรรมของ เทคโนโลยี ตลอดจนกิจการอย่างอื่นอันจะเป็นการชักจูงให้มีการเดินทางท่องเที่ยว
 อำนวยความสะดวกและความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว ส่งเสริมความเข้าใจอันดีและความเป็นมิตร
 ไมตรี ระหว่าง ประชาชนและระหว่างประเทศโดยอาศัยการท่องเที่ยว ริเริ่มให้มีการพัฒนาการ
 ท่องเที่ยว และ เพื่อพัฒนาปัจจัยพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว

สาธิตา รุ่งพิพัฒน์พงศ์ 2557 ‘องค์ประกอบของความยั่งยืนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
 กรณีศึกษาชุมชนอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม’

<http://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/46167>

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาองค์ประกอบของความยั่งยืนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
 และจัดทำข้อเสนอแนะต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม
 โดยอาศัยกระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพจากการสังเกตและการสัมภาษณ์ตัวแทนหน่วยงานด้านการ
 ท่องเที่ยว นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ และสมาชิกของชุมชน และทำการวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบกับ
 ตัวแบบองค์ประกอบของความยั่งยืนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่พัฒนาขึ้นตามแนวคิดการ
 พัฒนาอย่างยั่งยืนและมิติการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนตามเป้าประสงค์ของ UNWTO และ UNEP ซึ่งพบว่า
 องค์ประกอบของความยั่งยืนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนอัมพวาประกอบด้วย 5
 องค์ประกอบสำคัญ คือ นักท่องเที่ยวหัวใจสร้างสรรค์ เข้าบ้านเข้มแข็งและสร้างสรรค์ กิจกรรมและ
 ปฏิสัมพันธ์แท้จริงไม่จัดสร้าง กระบวนการควบคุมภายในเข้มแข็งและครอบคลุม และประโยชน์

เข้าถึงอย่างเท่าเทียม สำหรับเสนอแนะต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนอัมพวา ข้อได้แก่ การสร้างความรู้ความเข้าใจที่แก่นักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน การเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การกำหนดกระบวนการควบคุมภายในเพื่อสร้างความเท่าเทียมในการเข้าถึงประโยชน์ของชุมชน รวมถึงการพัฒนากิจกรรมและปฏิสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไปสู่ระดับการพัฒนาบริการใหม่เชิงความสัมพันธ์กับชุมชน

อมรรัตน์ เปี่ยมคนตรี 2557 ‘การใช้วรรณกรรมขุนช้างขุนแผนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยววัฒนธรรมในจังหวัดสุพรรณบุรี’

<http://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/45645>

งานวิจัยนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางในการใช้วรรณกรรมขุนช้างขุนแผนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยววัฒนธรรมในจังหวัดสุพรรณบุรี และศึกษาความสนใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการนำวรรณกรรมขุนช้างขุนแผนมาใช้เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยววัฒนธรรมในจังหวัดสุพรรณบุรี โดยใช้กระบวนการวิจัยผสมผสานงานวิจัยเชิงคุณภาพและงานวิจัยเชิงปริมาณ ผลการวิจัยพบว่า 1) การใช้วรรณกรรมขุนช้างขุนแผนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยววัฒนธรรมในจังหวัดสุพรรณบุรี จะช่วยเพิ่มศักยภาพและคุณค่าการท่องเที่ยววัฒนธรรมในจังหวัดสุพรรณบุรีได้ เนื่องจากจังหวัดสุพรรณบุรีมีทรัพยากรการท่องเที่ยววัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับวรรณกรรมขุนช้างขุนแผน เช่น มีสถานที่จริงที่กล่าวถึงในวรรณกรรมขุนช้างขุนแผนที่ยังปรากฏอยู่ในปัจจุบัน มีการสร้างคัมภีร์ขุนแผน บ้านขุนช้าง รูปจำลอง ภาพจิตรกรรมในวรรณกรรม มีถนนสายสำคัญในจังหวัดสุพรรณบุรีที่ตั้งชื่อตามตัวละครต่างๆ ในเรื่องขุนช้างขุนแผน ซึ่งมีความสอดคล้องตามแนวทางการใช้วรรณกรรมเพื่อการท่องเที่ยว และตามแนวทางตัวอย่างการดำเนินการที่ดี สามารถนำมาสร้างสรรค์และจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ซึ่งหน่วยงานภาครัฐและเอกชน รวมถึงชุมชนในท้องถิ่นควรเข้ามามีบทบาทในการสนับสนุนกิจกรรมนี้อย่างต่อเนื่องและเป็นระบบ เพื่อเป็นการสร้างระบบการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ช่วยกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น และยังเป็นการอนุรักษ์วรรณกรรมขุนช้างขุนแผน 2) นักท่องเที่ยวมีความสนใจในด้านการนำวรรณกรรมขุนช้างขุนแผนมาใช้ส่งเสริมการท่องเที่ยว ในด้านการส่งเสริมการ

ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสุพรรณบุรี กลุ่มตัวอย่างมีความสนใจในด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด โดยสนใจให้มีการนำวรรณกรรมขุนช้างขุนแผนมาใช้ในการในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดสุพรรณบุรี สนใจให้มีการจัดจำหน่ายของที่ระลึกที่เกี่ยวข้องกับวรรณกรรมและสนใจให้มีการส่งเสริมและอนุรักษ์วรรณกรรมขุนช้างขุนแผนในจังหวัดสุพรรณบุรี ส่วนในด้านการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างมีความสนใจในด้านการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด โดยต้องการให้มีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวและเน้นความเชื่อมโยงในวรรณกรรมขุนช้างขุนแผน รวมทั้งมีการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวตามสถานที่ที่เกี่ยวข้องกับวรรณกรรมขุนช้างขุนแผน

นิสากร บุญเลิศ 2556 ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดสมุทรปราการ

<http://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/49739>

การวิจัยเรื่อง ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสมุทรปราการ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดสมุทรปราการในปัจจุบัน 2) เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดสมุทรปราการในปัจจุบัน 3) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดสมุทรปราการ และเขตกรุงเทพฯ ปริมาณในตลาดในปัจจุบัน กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวในเขตจังหวัดสมุทรปราการ เขตกรุงเทพฯ และปริมาณตลาด อีก 4 จังหวัด คือ จังหวัดนนทบุรี จังหวัดปทุมธานี จังหวัดสมุทรสาคร และจังหวัดนครปฐม รวมกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 400 คน การศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ใช้การวิจัยเชิงปริมาณและคุณภาพ (Quantitative & Qualitative Research) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ สถิติที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพอใจในสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์เป็นอย่างมากเนื่องจากสถานที่มีความน่าสนใจ ค่าใช้จ่ายในการเดินทางภายในจังหวัดมีราคาเหมาะสม มีเส้นทางเข้าถึงได้สะดวก ส่งผลให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติที่ดีต่อภาพลักษณ์

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดสมุทรปราการ โดยการซื้อของฝากของที่ระลึกกลับไปฝากครอบครัว และเพื่อน นอกจากนั้นนักท่องเที่ยวยังมีความพอใจระหว่างการท่องเที่ยว กับระยะทางในการท่องเที่ยวจากแต่ละจุดซึ่งมีจุดแวะพักหรือสถานที่รับประทานอาหารที่เพียงพอ และสนใจที่จะซื้อแพ็คเกจนำเที่ยวจากผู้จัดการท่องเที่ยวของบริษัททัวร์หรือตัวแทนขายต่าง ๆ ซ้ำอีกครั้งในการเที่ยวครั้งต่อไป จึงทำให้คนท้องถิ่นในจังหวัดสมุทรปราการสามารถสร้างรายได้จากการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อยู่ในระดับมาก

ศรัญญา ศรีทอง 2559 การพัฒนารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยชุมชน

<http://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/54854>

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์บริบทการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยชุมชน และพัฒนารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยชุมชน โดยวิเคราะห์บริบทการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยชุมชน กับกลุ่มชุมชนพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงเกษตรต้นแบบ 4 แห่ง พบว่า ชุมชนทุกแห่งมีการจัดการการท่องเที่ยวที่เน้นการมีส่วนร่วมของสมาชิกในชุมชน และส่งเสริมด้านการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวในการทำกิจกรรมท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ แต่สิ่งที่ทำให้การท่องเที่ยวของแต่ละชุมชนมีความโดดเด่นและแตกต่างกัน คือ ด้านทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม ซึ่งมีความเป็นอัตลักษณ์ทางการเกษตรของแต่ละพื้นที่ จึงทำให้เกิดการสร้างสรรค์กิจกรรมท่องเที่ยวแตกต่างกันซึ่งเป็นจุดขายทางการท่องเที่ยว ผลการวิเคราะห์ดังกล่าวได้นำไปใช้กับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของกลุ่มชุมชนพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงเกษตรตำบลบางปลาผด อำเภอบางบาล จังหวัดนครนายก โดยการสัมภาษณ์ความคิดเห็นและความต้องการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยชุมชน และการเปิดเวทีชาวบ้าน การประชุมการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการประชุมเชิงปฏิบัติการ เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยชุมชน ทำให้เกิด 1) โครงการอบรมมัคคุเทศก์ 2) โครงการพัฒนาฐานการเรียนรู้เชิงเกษตร โดยชุมชน 3) โครงการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยว 4) โครงการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว และ 5) โครงการพัฒนาที่พักของชุมชน ผลการพัฒนารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดย

ชุมชนได้รูปแบบ FARM STAY ซึ่งมี 8 องค์ประกอบ คือ 1) ทูทางสังคม (Fundamentals of Social Capital: F) 2) พื้นที่ (AREA: A) 3) ทรัพยากร (Resources: R) 4) การจัดการ การตลาด และการติดตามผล (Managing, Marketing, and Monitoring: M) 5) ความยั่งยืน (Sustainability: S) 6) การท่องเที่ยว (Tourism: T) 7) กิจกรรมท่องเที่ยว (Activities: A) 8) การมีส่วนร่วม (Your participation and experience: Y) ซึ่งได้มีการตรวจสอบและประเมินผลโดยการจัดการท่องเที่ยวนำร่องและการถอดบทเรียนผลการวิจัยครั้งนี้สรุปได้ว่า ผลสำเร็จของรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยชุมชนมาจากการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร การใช้ทรัพยากรของชุมชนอย่างมีคุณค่า ตามบริบทของชุมชนและอัตลักษณ์ทางการเกษตรของชุมชน ส่งผลให้เกิดการเรียนรู้ในชุมชน จนสามารถจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเองได้



บทที่ 3

การออกแบบและพัฒนา

การศึกษาข้อมูลเบื้องต้น

ทางผู้จัดทำได้ศึกษาข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับการส่งเสริมท่องเที่ยวของ (ตำบลคลองโยง อ.พุทธมณฑล จ.นครปฐม) พบปัญหาที่เกิดขึ้นคือ

1. ทางชุมชนยังไม่มี การส่งเสริมการท่องเที่ยวตามแนวทางโอท็อปวิถี
2. ทางชุมชนไม่มีแผนที่ท่องเที่ยวภายในชุมชนทำให้ยากต่อการเดินทางท่องเที่ยว
3. ทางชุมชนไม่มีแผนที่เดินทางมายังชุมชนคลองโยงทำให้ยากต่อการเดินทางมาที่ชุมชน
4. ทางชุมชนไม่มีมาสคอตประจำชุมชนทำให้ชุมชน ยากต่อการจดจำของนักท่องเที่ยว

ดังนั้นทางผู้จัดทำจึงได้จัดทำชุดสื่อ โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตามแนวทาง โอท็อปวิถี (ตำบลคลองโยง อ.พุทธมณฑล จ.นครปฐม) ขึ้นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในชุมชน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ทางผู้จัดทำได้ศึกษาและทำการเก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงาน ดังนี้

1. ศึกษาสอบถามให้ข้อมูลเกี่ยวกับ โอท็อปวิถี ให้แก่ชุมชนคลองโยง
2. สอบถามปัญหาเกี่ยวกับชาวบ้านของชุมชนคลองโยง ศึกษาสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ

สอบถามการออกแบบตัวละครประจำชุมชน และ สอบถามประวัติความเป็นมาของชุมชนคลองโยง

3. ออกแบบโลโก้และออกแบบมาสคอตประจำชุมชน
4. ออกแบบแผนที่ภายในและแผนที่การเดินทางมาที่ชุมชนคลองโยง
5. นำแผนที่ภายในชุมชน แผนที่การเดินทาง และ ตัวละครควายที่ออกแบบ มาจัดทำ

เป็นแผ่นพับส่งเสริมการท่องเที่ยวให้กับชุมชนคลองโยง

6. นำตัวละครควายที่ออกแบบมาทำเป็นสติ๊กเกอร์ไลน์ ใช้ตัวละครควายมาทำเป็นสแตนด์ให้กับชุมชน และ นำโลโก้ของชุมชนมาจัดทำ เสื้อ ถุงผ้า หมวก ให้กับชุมชนคลองโยง

7. ออกแบบป้ายโปสเตอร์รายละเอียดประจำจุดท่องเที่ยว

ออกแบบและพัฒนา

ในการออกแบบและพัฒนาชิ้นงานผู้จัดทำได้ออกแบบชุดสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ดังนี้

3.1 ออกแบบโลโก้ให้กับชุมชนคลองโยง



ภาพที่ 3.1 การออกแบบโลโก้ชุมชนคลองโยง

การออกแบบโลโก้ชุมชนคลองโยงใช้โปรแกรม Adobe Illustrator CC ในการออกแบบ

3.2 การออกแบบโลโก้ด้วยโปรแกรม



ภาพที่ 3.2 การออกแบบโลโก้ชุมชนคลองโยงผ่านโปรแกรม Adobe Illustrator CC

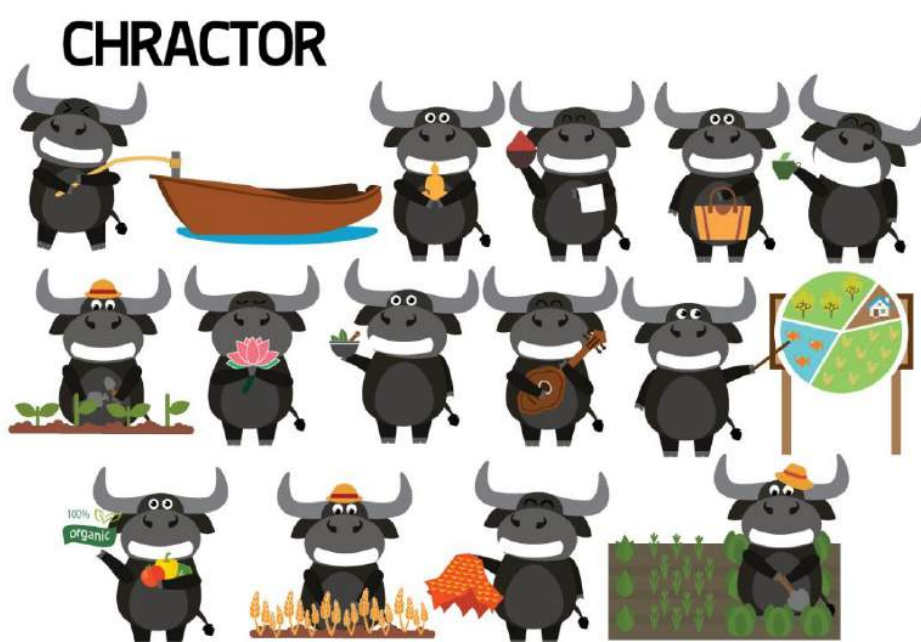
การออกแบบนั้นใช้ฟอนที่ต้องการนำมาจัดวาง และ เพิ่มเส้น Stroke ให้กับตัวฟอน และเลือกสีที่เราต้องการตาม Layer ของตัวฟอนที่ออกแบบ

3.3 ต้นแบบมาสคอตควายที่นำมาออกแบบ



ภาพที่ 3.3 ต้นแบบ และ โทนสีควายที่ใช้ในการออกแบบ

3.4 ออกแบบมาสคอตควายประจำชุมชน



ภาพที่ 3.4 การออกแบบมาสคอตควายประจำชุมชนคลองโยง

การออกแบบมาสคอตควายใช้โปรแกรม Adobe Illustrator CC ในการออกแบบ

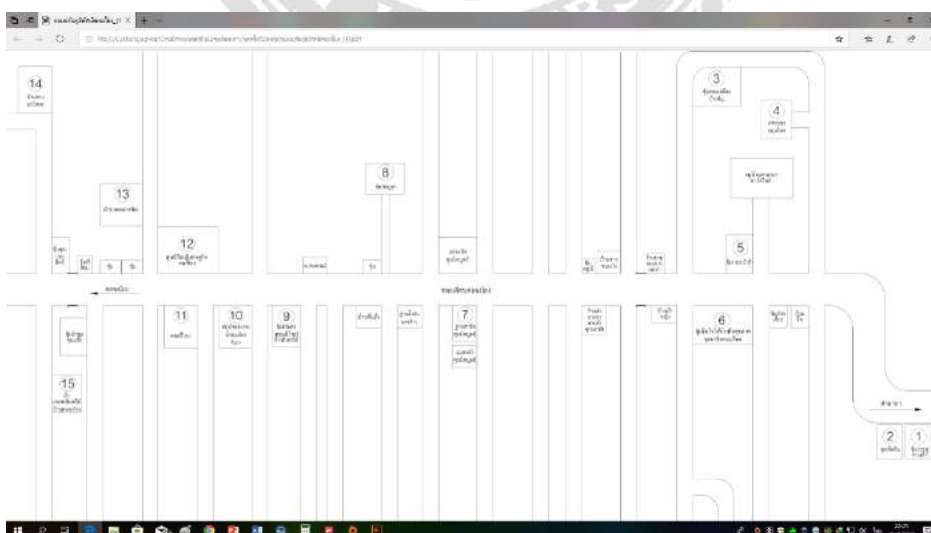
3.5 ออกแบบมาสคอตควายด้วยโปรแกรม



ภาพที่ 3.5 การออกแบบมาสคอตควายผ่าน โปรแกรม Adobe Illustrator CC

การออกแบบมาสคอตนั้นใช้เครื่องมือ Pen Tool เพื่อใช้กราฟสร้างตัวละคร ปรับเปลี่ยนสีตามที่เราต้องการ และ ใส่ท่าทางให้กับมาสคอตตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ

3.6 ดันแบบแผนที่ภายในชุมชนคลองโยง



ภาพที่ 3.6 ดันแบบแผนที่ภายในชุมชนที่นำมาออกแบบ

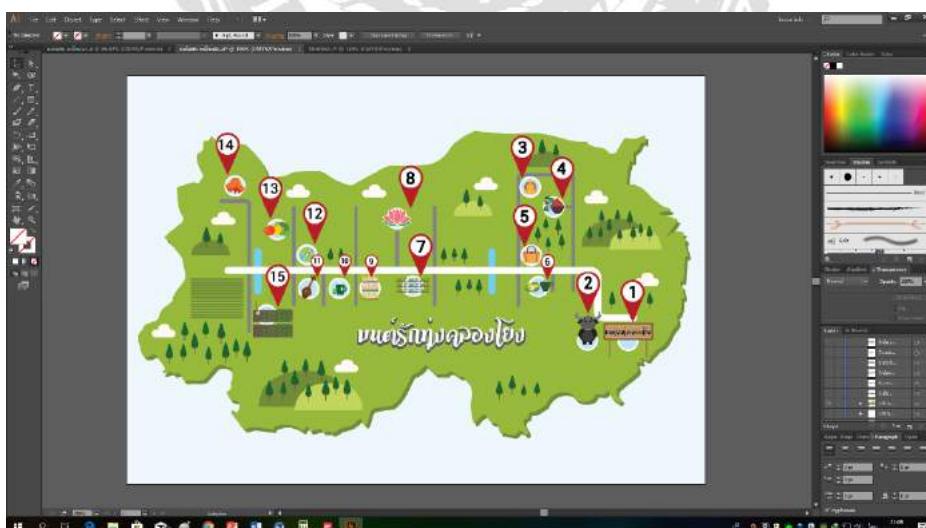
3.7 ออกแบบแผนที่ภายในชุมชนคลองโยง



ภาพที่ 3.7 การออกแบบแผนที่ภายในชุมชนคลองโยง

การออกแบบแผนที่ภายในชุมชนใช้โปรแกรม Adobe Illustrator CC ในการออกแบบ

3.8 ออกแบบแผนที่ภายในชุมชนด้วยโปรแกรม



ภาพที่ 3.8 ออกแบบแผนที่ภายในชุมชนผ่าน โปรแกรม Adobe Illustrator CC

การออกแบบนั้นใช้เครื่องมือ Pen Tool ในการสร้างเส้นถนน และ ดราฟภาพกราฟิกต่างๆ

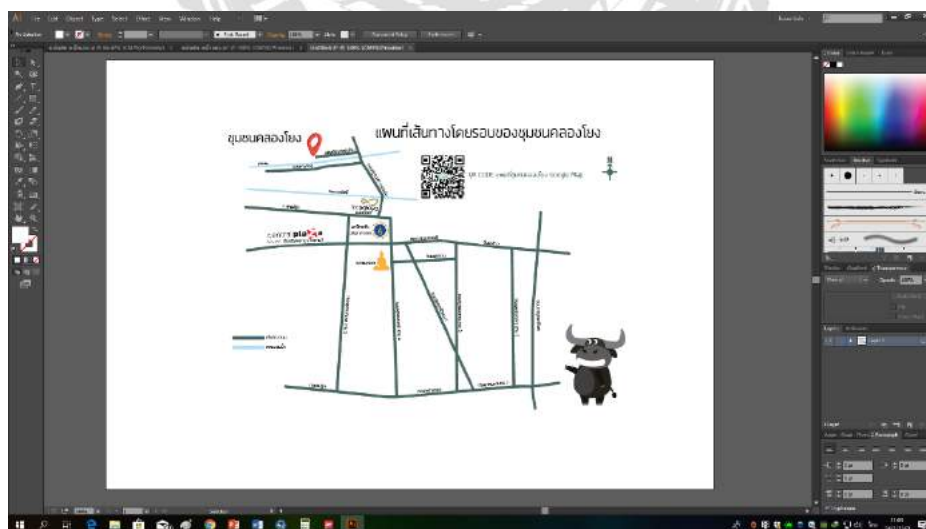
3.9 ออกแบบแผนที่การเดินทางมายังชุมชนคลองโยง



ภาพที่ 3.9 ออกแบบแผนที่การเดินทางมายังชุมชนคลองโยง

การออกแบบแผนที่การเดินทางใช้โปรแกรม Adobe Illustrator CC ในการออกแบบ

3.10 ออกแบบแผนที่การเดินทางด้วยโปรแกรม



ภาพที่ 3.10 ออกแบบแผนที่การเดินทาง ผ่านโปรแกรม Adobe Illustrator CC

การออกแบบนั้นใช้เครื่องมือ Pen Tool ในการสร้างเส้นถนน และ ดราฟภาพกราฟิกต่างๆ

3.11 ออกแบบแผ่นพับให้กับชุมชนคลองโยง



ภาพที่ 3.11 ด้านหน้าแผ่นพับ



ภาพที่ 3.12 ด้านหลังแผ่นพับ

จัดวางโลโก แผนที่ ข้อมูลชุมชน ภาพกราฟิก ผ่าน โปรแกรม Adobe Illustrator CC

3.12 ออกแบบแผ่นพับด้วยโปรแกรม



ภาพที่ 3.13 สร้างแผ่นพับด้านหน้าผ่านโปรแกรม Adobe Illustrator CC



ภาพที่ 3.14 สร้างแผ่นพับด้านหลังผ่านโปรแกรม Adobe Illustrator CC

นำโลโก แผนที่ ข้อมูลชุมชน ภาพกราฟิก ที่ออกแบบไว้ มาจัดวางในรูปแบบแผ่นพับ

3.13 ออกแบบสติ๊กเกอร์ไลน์



ภาพที่ 3.15 การออกแบบสติ๊กเกอร์ไลน์ชุมชนคลองโยง

ได้คำพูดให้กับตัวละครต่างๆ ผ่านโปรแกรม Adobe Illustrator CC

3.14 การออกแบบสติ๊กเกอร์ไลน์ด้วยโปรแกรม



ภาพที่ 3.16 ออกแบบสติ๊กเกอร์ไลน์ผ่านโปรแกรม Adobe Illustrator CC

นำตัวละครควายที่ออกแบบ ได้คำพูดเพิ่ม โดยการใช้เครื่องมือ Type Tool เพื่อใช้ในการสร้างข้อความ

3.15 ออกแบบสแตนด์ เลื่อ ถุงผ้า หมวก ให้กับชุมชน



ภาพที่ 3.17 การออกแบบสแตนด์ เลื่อ ถุงผ้า หมวก ให้กับชุมชน

ออกแบบสแตนด์ เลื่อ ถุงผ้า หมวก ผ่านโปรแกรม Adobe Illustrator CC

3.16 ออกแบบ เลื่อ ถุงผ้า หมวก และ สแตนด์ด้วยโปรแกรม



ภาพที่ 3.18 ออกแบบสแตนด์ เลื่อ ถุงผ้า หมวก ให้กับชุมชนผ่าน โปรแกรม Adobe Illustrator CC

นำโลโก้มารออกแบบ จัดวางเข้ากับ เลื่อ ถุงผ้า หมวก และ นำตัวละคร โลโก้ชุมชนมาจัดทำเป็น

สแตนด์ให้กับชุมชนคลองโยง

3.17 ออกแบบป้ายโปสเตอร์รายละเอียดประจำจุดท่องเที่ยว



ภาพที่ 3.19 การออกแบบป้ายโปสเตอร์รายละเอียดประจำจุดท่องเที่ยว ออกแบบโปสเตอร์รายละเอียดประจำจุดท่องเที่ยวผ่าน โปรแกรม Adobe Illustrator CC

3.18 ออกแบบป้ายโปสเตอร์รายละเอียดประจำจุดท่องเที่ยว ด้วยโปรแกรม



ภาพที่ 3.20 การออกแบบป้ายโปสเตอร์รายละเอียดประจำจุดท่องเที่ยวผ่านโปรแกรม Adobe Illustrator CC

นำแผนที่ เนื้อหาข้อมูลสถานที่มาจัดวางเป็นโปสเตอร์รายละเอียดประจำจุดท่องเที่ยว

บทที่ 4

การสร้างสรรค์และพัฒนาผลงาน

ขั้นตอนการปฏิบัติงาน

การออกแบบสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนคลองโยงมีขั้นตอนดังนี้



ภาพที่ 4.1 โลโก้ชุมชนคลองโยง

ภาพที่ 4.2 โลโก้ชุมชนคลองโยงที่ผ่านการใส่ภาพกราฟิก

การออกแบบโลโก้ชุมชนคลองโยง ทางผู้จัดทำได้นำภาพตัวละครควาย และ ภาพกราฟิกเรือมาใส่ในตัวโลโก้ของชุมชนด้วยเพื่อนำเสนอสิ่งที่เป็นจุดเด่นของตัวชุมชนเอง คือ ควายและเรือ เพื่อให้ตัวโลโก้ของชุมชนมีความโดดเด่นและน่าสนใจมากขึ้นกว่าตัวฟอนต์ปกติ



ปัญหาที่เกิดขึ้น
ในชีวิต
เป็นเรื่องธรรมดา



ภาพที่ 4.3 ฟอนต์ที่นำมาใช้ในการออกแบบโลโก้ชุมชนคลองโยง

ในการออกแบบโลโก้ชุมชนคลองโยงผู้จัดทำได้เลือกใช้ฟอนต์ ธนมาศ (Sov Thanamas) มาใช้ในการออกแบบ ตัวฟอนต์เป็นลักษณะตัวเขียนมาประยุกต์ใช้กับภาษาไทย การออกแบบโมเดลล์ทำให้มีความน่าสนใจในการนำมาออกแบบ ซึ่งตัวของฟอนต์เข้ากับชื่อของโลโก้ได้เป็นอย่างดี ผู้จัดทำจึงเลือกฟอนต์ ธนมาศ มาใช้ในการออกแบบงาน



ภาพที่ 4.4 มาสคอตควายประจำชุมชนคลองโยง

ในการออกแบบมาสคอตควายประจำชุมชนคลองโยง ทางชุมชนอยากได้มาสคอตควายเพราะควายมีความสำคัญกับทางชุมชนเอง ทางผู้จัดทำจึงได้ศึกษาการออกแบบตัวละครควาย หาต้นแบบและโทนสีที่จะนำมาออกแบบ จึงออกมาเป็นมาสคอตควายที่มีการแสดงท่าทางต่าง ๆ เกี่ยวข้องกับสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละจุดของชุมชนคลองโยง



ภาพที่ 4.5 การแผนที่สถานที่ท่องเที่ยวภายในชุมชนคลองโยง

การออกแบบแผนที่สถานที่ท่องเที่ยวภายในชุมชนคลองโยง ทางผู้จัดทำได้ต้นแบบแผนที่จากทางชุมชนและจึงนำมาออกแบบให้ตัวแผนที่ของชุมชนมีความน่าสนใจ เข้าใจมากยิ่งขึ้นโดยใช้ภาพกราฟิกที่ออกแบบนำมาเป็นตัวบ่งบอกสถานที่ในตัวชุมชนมีสถานที่ท่องเที่ยวอะไรบ้างและแต่ละแต่ละสถานที่คืออะไรทั้งหมด 15 สถานที่



ภาพที่ 4.6 แผนที่การเดินทางโดยรอบชุมชนคลองโยง

การออกแบบแผนที่การเดินทาง ผู้จัดทำได้นำต้นแบบแผนที่จาก Google map มาจัดทำเป็นเส้นทางโดยรอบของตัวชุมชน โดยการออกแบบเส้นทางถนนและคลองแม่น้ำและใส่ชื่อถนนเส้นทางและ ชื่อสถานที่ที่เป็นจุดสังเกตในการเดินทางมาที่ชุมชนคลองโยงและได้มีการทำ QR code เพื่อลิงค์กับ Google map สำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการการเดินทางแบบละเอียด



ภาพที่ 4.7 แผ่นพับส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนคลองโยง ด้านหน้า

ในการออกแบบปกหน้าได้ใช้ตัวโลโกชุมชนที่ออกแบบมาใช้ในการทำหน้าปกและข้อความอธิบาย 15 จุดท่องเที่ยวและแผนที่ชุมชนคลองโยง ในส่วนของปกหลังมีภาพกราฟิกขั้นตอนในการสแกน QR code พร้อมคำอธิบายและใช้ตัวละครควายที่ออกแบบมาใช้ในการตกแต่ง

ในส่วนการออกแบบด้านในจะมีการใส่ประวัติความเป็นมาของตัวชุมชนคลองโยงและแผนที่การเดินทางมาที่ชุมชนคลองโยง ซึ่งในส่วนนี้จะเป็นส่วนแรกที่เปิดถัดจากตัวหน้าปกของแผ่นพับ



ภาพที่ 4.8 แผนที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนคลองโยง ด้านหลัง

ในการออกแบบแผ่นพับด้านหลังจะนำแผนที่ท่องเที่ยวภายในชุมชนที่ได้ทำการออกแบบไว้ และตัวละครควายที่บ่งบอกแต่ละสถานที่มาใช้ในส่วนนี้ มีการใส่ชื่อสถานที่แต่ละจุดว่ามีอะไรบ้าง และมีการจัดทำ QR code เพื่อลิงค์ไปยังสถานที่แต่ละจุดเพื่อดูรายละเอียดเพิ่มเติมของแต่ละจุดว่ามีเนื้อหาสำคัญอะไรบ้าง



ภาพที่ 4.9 สติกเกอร์ไลน์ควายคลองโยง

ในการออกแบบสติกเกอร์ไลน์ควายคลองโยง ทางผู้จัดทำได้นำตัวละครควายที่ได้ออกแบบไว้มาใส่คำอธิบายเพิ่ม เพื่อให้มีความหมายของตัวละครมากยิ่งขึ้นและออกแบบควายเพิ่มอีกหนึ่งแบบเพื่อนำมาเสริมให้ดูน่าสนใจมากขึ้น โดยออกแบบทั้งหมด 24 แบบเพื่อจัดทำเป็นสติกเกอร์ไลน์



ภาพที่ 4.10 การออกแบบ หมวก ถุงผ้า เสื้อ สแตนด์

ในการออกแบบหมวกได้นำฟอนต์โลโก้คลองโยงมาใช้ในการออกแบบและในส่วนของถุงผ้าและเสื้อได้นำตัวโลโก้ชุมชนที่มีภาพกราฟิกเพิ่มเติมมาใช้ในการออกแบบและสกรีนออกมาเป็นตัวสินค้าให้กับทางชุมชนคลองโยง

ในส่วนของสแตนด์ได้ใช้การออกแบบทั้งหมด3ส่วนคือ ควายแบบที่1และ2 ตัวโลโก้ชุมชนเพื่อจัดทำเป็นสแตนด์และนำไปให้กับทางชุมชนเพื่อเป็นจุดถ่ายรูปและเพิ่มความน่าสนใจให้กับทางชุมชนมากยิ่งขึ้น



ภาพที่ 4.11 การออกแบบป้ายโปสเตอร์รายละเอียดประจำจุดท่องเที่ยว

ในการออกแบบป้ายโปสเตอร์รายละเอียดประจำจุดท่องเที่ยวได้นำแผนที่ในชุมชนที่ออกแบบไว้มาใช้ ใส่ชื่อรายละเอียดสถานที่และใช้มาสคอตที่ออกแบบมาตกแต่งในแต่ละสถานที่ เพื่อใช้โปสเตอร์นี้ในการติดตามสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละที่และเป็นข้อมูลที่ลิงค์จาก QR code ในแผ่นพับ

บทที่ 5

สรุปผลการดำเนินงานและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการดำเนินงาน

การสร้างสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนคลองโยงนั้น ทางผู้จัดทำได้ทำการรวบรวมข้อมูลต่างๆของชุมชน เพื่อนำมาจัดทำชุดสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวให้กับชุมชน เช่น แผ่นพับ แผนที่ ให้ข้อมูลต่าง ๆ ภายในชุมชนคลองโยง และ ออกแบบมาสคอตควายให้กับทางชุมชน เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวให้กับชุมชนคลองโยง

เนื่องจากผู้จัดทำได้สังเกตเห็นถึงปัญหาของชุมชนที่ไม่มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้กับตัวชุมชนเองทางผู้จัดทำจึงรวบรวมข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว ประวัติของชุมชน มาจัดทำเป็น ชุดสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนคลองโยง โดยใช้โปรแกรม Adobe Illustrator CC ในการออกแบบงาน

โดยผู้จัดทำได้นำข้อมูลที่ได้จากชุมชนมาออกแบบเป็นชุดสื่อต่างๆ ให้กับชุมชนคลองโยง คือ การออกแบบโลโก้ ออกแบบแผนที่ ออกแบบมาสคอตออกแบบแผ่นพับ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวให้กับทางชุมชนคลองโยง ให้ผู้ที่มาเยี่ยมชม ท่องเที่ยว เข้าใจประวัติ สถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ในชุมชน

ปัญหาและอุปสรรค

1. ระยะเวลาที่ให้ในการออกแบบน้อยเกินไป
2. ความต้องการของชุมชนมีมากเกินไป ทำให้ไม่สัมพันธ์กับเวลาในการออกแบบ
3. ต้องใช้เวลาในการศึกษาทดลองในการพัฒนาสื่อให้สมบูรณ์แบบ

ข้อเสนอแนะ

1. ควรเพิ่มรูปภาพสถานที่ต่างๆในสื่อแผ่นพับ
2. นำสื่อต่าง ๆ ลงในเว็บไซต์เพื่อโปรโมทผ่านสื่อออนไลน์
3. ควรเพิ่มเทคนิคกับสื่อให้มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

กุลนิกา เหลืออบจำริญ. (2553). *แนวคิดองค์ประกอบศิลป์*. เข้าถึงได้จาก

<http://cai.oas.psu.ac.th/~badul/54/28.pdf>

คณัย ม่วงแก้ว. (2552). *ทฤษฎีการออกแบบตัวละคร*. เข้าถึงได้จาก

www.research-system.siam.edu/images/IT_Department/Nittaya/...2.../05_ch2.pdf

สมภพ จงจิตต์โพธา. (2560). *ทฤษฎีการใช้สี*. เข้าถึงได้จาก

<https://sites.google.com/site/krukaewnaka/webm3/websites03>

นิตินันท์ ขจิตสุวรรณ์ อมรวัฒน์ คำครุฑ และอริป จิตต์ทิพย์โสภณ. (2559). *องค์ประกอบแผนที่*.

เข้าถึงได้จาก <https://www.research-system.siam.edu/thesis/bachelor/3672-2-3d>

วิรงรอง แสงเสียงฟ้า. (2558). *การออกแบบแผ่นพับ*.

เข้าถึงได้จาก [http://www.research-system.siam.edu/co-operative/2206-2015-06-01-04-53-](http://www.research-system.siam.edu/co-operative/2206-2015-06-01-04-53-93)

93

วิรงรอง แสงเสียงฟ้า. (2558). *การออกแบบโปสเตอร์*. เข้าถึงได้จาก

<http://www.research-system.siam.edu/co-operative/2206-2015-06-01-04-53-93>



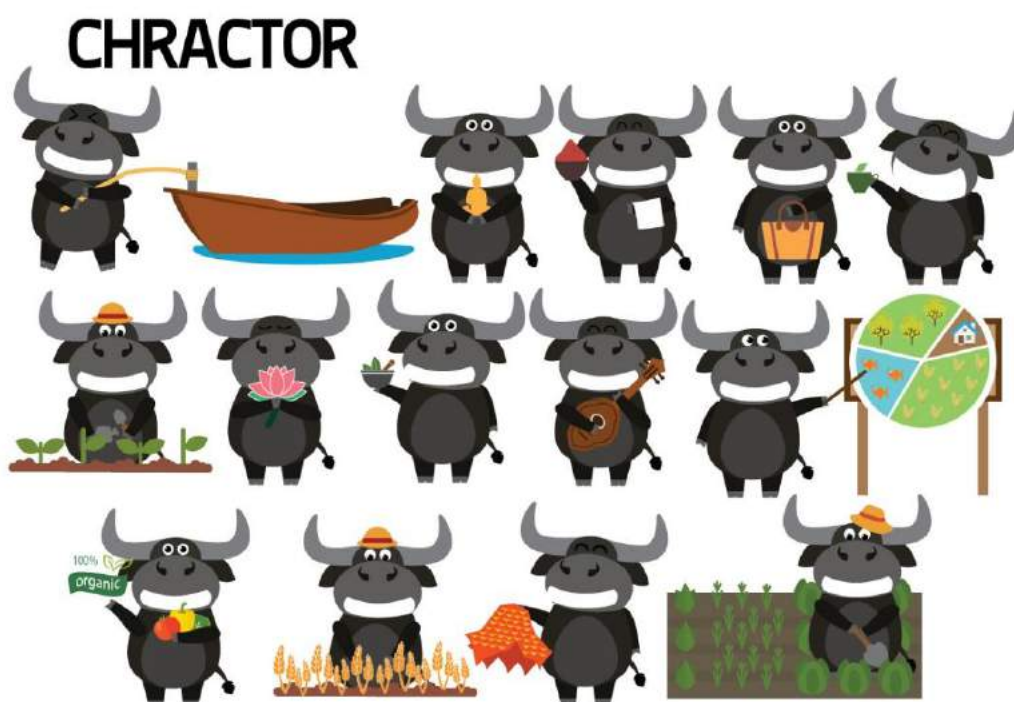
ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

การออกแบบและพัฒนา



ภาพที่ ก.1 การออกแบบโลโก้ชุมชนคลองโยง



ภาพที่ ก.2 การออกแบบมาสคอตควาย



ภาพที่ ก.3 การออกแบบแผนที่ภายในชุมชนคลองโยง





ภาพที่ ก.4 ออกแบบแผนที่การเดินทางมายังชุมชนคลองโยง

ประวัติความเป็นมาชุมชนคลองโยง



ตำบลคลองโยง มีสภาพภูมิประเทศอันกว้างใหญ่ มีลำคลองสายหนึ่งไหลผ่านหลายสาย เป็นเส้นกั้นเขตแดนเขตอำเภอสามชัยและอำเภอเมืองราชบุรีเดิมทีชาวบ้านในตำบลคลองโยงมีอาชีพทำนาเป็นหลัก ต่อมาเมื่อสมัยที่คนไทยอพยพมาตั้งถิ่นฐานในบริเวณนี้ ชาวไทยเชื้อสายจีนได้เข้ามาตั้งถิ่นฐานและทำนาเป็นหลัก และเมื่อเวลาผ่านไป ชาวไทยเชื้อสายจีนได้เข้ามาตั้งถิ่นฐานและทำนาเป็นหลัก และเมื่อเวลาผ่านไป ชาวไทยเชื้อสายจีนได้เข้ามาตั้งถิ่นฐานและทำนาเป็นหลัก

ความกับชุมชนคลองโยง

สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง ทรงมีพระราชดำริให้มูลนิธิโครงการหลวง ดำเนินโครงการพัฒนาพื้นที่สูงบนพื้นที่ราบเชิงเขา



ชุมชนคลองโยง

แผนที่เส้นทางโดยรอบของชุมชนคลองโยง



วิธีสแกน QR Code



ภาพที่ ก.5 ด้านหน้าแผ่นพับ



ภาพที่ ก.6 ด้านหลังแผ่นพับ



ภาพที่ ก.7 การออกแบบสติ๊กเกอร์ไลน์ชุมชนคลองโยง



ภาพที่ ก.8 การออกแบบสแตนด์ เสื้อ ถุงผ้า หมวก ให้กับชุมชน





ภาพที่ ก.9 การออกแบบสแตนด์ เสื้อ ผ้า หมวก ให้กับชุมชน 1



ภาพที่ ก.9 การออกแบบสแตนด์ เสื้อ ถุงผ้า หมวก ให้กับชุมชน 2



ภาพที่ ก.9 การออกแบบสแตนดี้ เสื้อ กุ้งผ้า หมวก ให้กับชุมชน 3



ภาพที่ ก.9 การออกแบบสแตนด์ เสื้อ ถุงผ้า หมวก ให้กับชุมชน 4



ภาพที่ ก.9 การออกแบบสแตนด์ เสื้อ ถุงผ้า หมวก ให้กับชุมชน 5



ภาพที่ ก.9 การออกแบบสแตนด์ เสื้อ ถุงผ้า หมวก ให้กับชุมชน 6



ภาพที่ ก.9 การออกแบบสแตนด์ เสื้อ ถุงผ้า หมวก ให้กับชุมชน 7



ภาพที่ ก.9 การออกแบบสแตนด์ เสื้อ ถุงผ้า หมวก ให้กับชุมชน 8



ภาพที่ ก.๑ การออกแบบสแตนด์ เสื้อ ร่ม ผ้า หมวก ให้กับชุมชน ๑



ภาพที่ ก.9 การออกแบบสแตนด์ เสื้อ ถุงผ้า หมวก ให้กับชุมชน 11



ภาพที่ ก.9 การออกแบบสแตนด์ เสื้อ ถุงผ้า หมวก ให้กับชุมชน 12



ภาพที่ ก.9 การออกแบบสแตนด์ เสื้อ ถุงผ้า หมวก ให้กับชุมชน 13



ภาพที่ ก.9 การออกแบบสแตนด์ เสื้อ ถูผ้า หมวก ให้กับชุมชน 14



ภาพที่ ก.9 การออกแบบสแตนด์ เสื้อ ถุงผ้า หมวก ให้กับชุมชน 15

ภาคผนวก ข

การลงพื้นที่ชุมชนคลองโยง



ภาพที่ ข.1 ทางเข้าชุมชนคลองโยง



ภาพที่ ข.2 สถานที่ประชุมแลกเปลี่ยนข้อมูล



ภาพที่ ข.3 กลุ่มเกษตรอินทรีย์คลองโยง





ภาพที่ ข.4 กลุ่มเกษตรอินทรีย์คลองโยง





ภาพที่ ข.5 ศูนย์การเรียนรู้สมุนไพร





ภาพที่ ข.6 สวนสมุนไพร



ประวัติผู้จัดทำ



รหัสนักศึกษา : 5806400017

ชื่อ – นามสกุล : นาย อภิวัฒน์ บุญเนรมิตร

คณะ : เทคโนโลยีสารสนเทศ

สาขาวิชา : แอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์

ที่อยู่ : 283/41 ม.12 ต.อ้อมน้อย

อ.กระทุ่มแบน จ.สมุทรสาคร 74130

ผลงาน : การออกแบบชุดสื่อโครงการส่งเสริมการ
ท่องเที่ยวชุมชนตามแนวทางโอท็อป
นวัตวิถี (ตำบลคลองโยง อ.พุทธมณฑล
จ.นครปฐม)

ประวัติการศึกษา

ประถมศึกษา : โรงเรียนขอแซฟอุปถัมภ์

มัธยมศึกษา : โรงเรียนขอแซฟอุปถัมภ์

สาขา ศิลป์-ภาษา

ปริญญาตรี : มหาวิทยาลัยสยาม

คณะ เทคโนโลยีสารสนเทศ

สาขา แอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์