

บทบาทหน้าที่ของโปสเตอร์อินโฟกราฟิก ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวภาคใต้

THE ROLE AND FUNCTION OF INFOGRAPHIC POSTERS IN PROMOTING TOURISM IN SOUTHERN THAILAND

ปณิธาน คำไพโรจน์^{1*}
Panitan Khumpairoj^{1*}

Received : 21 January 2025

Revised : 30 April 2025

Accepted : 27 May 2025

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อ 1) ศึกษาวิเคราะห์การออกแบบที่ใช้ในการนำเสนอเนื้อหาโปสเตอร์อินโฟกราฟิกในการส่งเสริมการท่องเที่ยวภาคใต้ 2) ศึกษาบทบาทหน้าที่ด้านการสื่อสารของโปสเตอร์อินโฟกราฟิก ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวภาคใต้ของประเทศไทย โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ มีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากสื่อโปสเตอร์อินโฟกราฟิก การประชาสัมพันธ์ของสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ระหว่างเดือนมกราคม ถึง เดือนธันวาคม 2567 และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 5 ตัวอย่าง ได้แก่ โปสเตอร์อินโฟกราฟิก เรื่องที่ 1) โปสเตอร์อินโฟกราฟิกหมู่บ้านภาคใต้หลบใต้ 2) โปสเตอร์อินโฟกราฟิก Phangnga Tourism Festival 3) โปสเตอร์อินโฟกราฟิก The South Turn 4) โปสเตอร์อินโฟกราฟิก Andaman Festival และ 5) โปสเตอร์อินโฟกราฟิกคราฟต์ใต้ ได้แรงอก อาศัยทฤษฎีบทบาทหน้าที่การสื่อสาร และทฤษฎีการออกแบบภาพลักษณ์เป็นกรอบแนวคิดการศึกษา

ผลการวิจัยจากการศึกษาโปสเตอร์อินโฟกราฟิก พบว่า 1) การออกแบบโปสเตอร์อินโฟกราฟิกในการส่งเสริมการท่องเที่ยวภาคใต้ของประเทศไทย มีการสร้างภาพลักษณ์สะท้อนสถานที่ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวด้วยภาพลักษณ์ที่สดใส สนุกสนาน ช่วยกระตุ้นการรับรู้เชิงความรู้และเชิงอารมณ์ได้ส่งผลในการส่งเสริมความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะเข้าร่วมกิจกรรมและเยี่ยมชมสถานที่ 2) บทบาทหน้าที่โปสเตอร์อินโฟกราฟิกในการส่งเสริมการท่องเที่ยวภาคใต้ของประเทศไทย พบว่า โปสเตอร์ทั้ง 5 ภาพ มีเนื้อหามุ่งให้ข้อมูลความรู้ สร้างการรับรู้ ดำรงรักษาสะท้อนอัตลักษณ์ผ่านภาพ และภาษาถิ่นที่นำเสนอไว้ในโปสเตอร์ทั้ง 5 ภาพ มีบทบาทหน้าที่ในการถ่ายทอดอัตลักษณ์ท้องถิ่น สร้างความเข้าใจเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว การเดินทาง กิจกรรม และบริการต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งช่วยสร้างการรับรู้และส่งเสริมภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวภาคใต้ในมุมมองที่น่าสนใจและน่าดึงดูดสำหรับนักท่องเที่ยว

¹ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

¹ Faculty of Management Science, Valaya Alongkorn Rajabhat University under the royal patronage

* Corresponding Author's E-mail: panitan.krum@vru.ac.th

คำสำคัญ: การวิเคราะห์เนื้อหา / โปสเตอร์อินโฟกราฟิก / การท่องเที่ยวภาคใต้

ABSTRACT

This research article aims to: 1) analyze the design elements used in presenting infographic posters for promoting tourism in Southern Thailand, and 2) examine the communication functions of infographic posters in promoting tourism in Southern Thailand. A qualitative research methodology was employed, with data collected from infographic posters published by the Tourism Authority of Thailand between January and December 2024. The content analysis was conducted on a sample of five infographic posters, including: 1) Infographic Poster: Southern Villages Hidden Gems, 2) Infographic Poster: Phangnga Tourism Festival, 3) Infographic Poster: The South Turn, 4) Infographic Poster: Andaman Festival, and 5) Infographic Poster: Southern Crafts Delight. The study utilized communication theory and image design theory as the conceptual framework.

The findings from the study of infographic posters reveal that: 1) The design of infographic posters used to promote tourism in Southern Thailand creates an image that portrays destinations as attractive tourist spots through bright, fun, and engaging visuals, which help stimulate both cognitive and emotional responses. This design has led to an increased desire among tourists to participate in activities and visit these locations. 2) The role and function of infographic posters in promoting tourism in Southern Thailand were found to include: providing informative content, building awareness, preserving local identity through imagery and local dialect, and efficiently conveying information about tourist destinations, travel, activities, and services. Additionally, these posters help create awareness and enhance the image of Southern Thailand as an interesting and attractive tourism destination for tourists.

Keywords: Content analysis / Infographic Posters / Southern Thailand Tourism

บทนำ

การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศไทยอย่างมาก โดยสามารถสร้างรายได้เข้าประเทศได้มหาศาลและเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง อุตสาหกรรมนี้ได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลทุกยุคทุกสมัย ประเทศไทยมีทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์จำนวนมาก นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาในประเทศไทยมีมากถึง 35.54 ล้านคน ซึ่งเพิ่มขึ้น 26.27% จากปีก่อนหน้า และสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวต่างชาติมากถึง 1.67 ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้น 34% (พรไพจิตร, 2568) การท่องเที่ยวในภาคใต้ของประเทศไทยเป็นหนึ่งในพื้นที่ที่มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ โดยภาคใต้มีจุดเด่นในเรื่องทรัพยากรธรรมชาติที่งดงาม

เช่น ชายหาดที่มีชื่อเสียงระดับโลก เกาะแก่งที่สวยงาม และแหล่งดำน้ำที่เป็นที่นิยม นอกจากนี้ยังมีวัฒนธรรมท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทั้งในและต่างประเทศได้อย่างมาก จากการที่สถานการณ์ท่องเที่ยวภาคใต้ไตรมาส 1 ตลอด 3 เดือนแรก ระหว่างมกราคม-มีนาคม 2567 มีรายได้เข้าพื้นที่แล้วรวม 38,700 ล้านบาท (เพ็ญรุ่ง โยสามเสน, 2567) การส่งเสริมการท่องเที่ยวภาคใต้จึงถือเป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจและสร้างโอกาสให้กับชุมชนในพื้นที่ต่าง ๆ ของภาคใต้

แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566 - 2570) มีวิสัยทัศน์ในการพัฒนาและขับเคลื่อนการท่องเที่ยวอย่างครอบคลุมและทั่วถึง โดยตั้งเป้าหมายภายในระยะเวลา 5 ปี ให้ “การท่องเที่ยวของประเทศไทยเป็นอุตสาหกรรมที่เน้นคุณค่า มีความสามารถในการปรับตัวเติบโตอย่างยั่งยืน และมีส่วนร่วม” โดยการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยในอนาคตจะมุ่งเน้นการดำเนินการเพื่อพัฒนาและยกระดับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้มีความเข้มแข็งพลิกวิกฤตให้เป็นโอกาสในการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาอุตสาหกรรมให้สอดคล้องกับภาวะความปกติถัดไปเน้นการยกระดับใน 3 มิติ ได้แก่ มิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ซึ่งมีความสอดคล้องกับนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจแบบองค์รวม หรือ BCG Model ของประเทศไทยที่เน้นพัฒนาด้านเศรษฐกิจควบคู่ไปกับการพัฒนาสังคมและการรักษาสิ่งแวดล้อมได้อย่างสมดุลเพื่อให้เกิดความมั่นคงและยั่งยืน

โปสเตอร์อินโฟกราฟิก (Infographic Posters) เป็นสื่อที่นำเสนอข้อมูลในรูปแบบภาพที่สามารถช่วยให้ผู้ชมเข้าใจข้อมูลที่ซับซ้อนได้ง่ายและเร็ว โดยทั่วไปสื่อโปสเตอร์แบบดั้งเดิมมักใช้ข้อความในรูปแบบตัวอักษรเป็นหลัก จึงอาจขาดความน่าสนใจในการดึงดูดผู้ชม หากนำแนวคิดของการผลิตโปสเตอร์อินโฟกราฟิก มาประยุกต์ใช้ ซึ่งเป็นการสรุปข้อมูลหรือความรู้ให้อยู่ในรูปแบบของสารสนเทศผ่านลายเส้น สัญลักษณ์ กราฟ หรือแผนภูมิต่าง ๆ ก็จะสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารข้อมูลให้มีความกระชับ ชัดเจน และน่าสนใจยิ่งขึ้น (สมใจ สืบเสาะ, 2565) รูปแบบการนำเสนอเช่นนี้ทำให้ โปสเตอร์อินโฟกราฟิกเหมาะสมอย่างยิ่งในการสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว โดยเฉพาะในกรณีที่ข้อมูลต้องการความกระชับและมีข้อจำกัดในเวลา เช่น สถิติสถานที่ท่องเที่ยว หรือเส้นทางการเดินทาง การใช้โปสเตอร์อินโฟกราฟิกในการโปรโมตการท่องเที่ยวภาคใต้ของประเทศไทยได้รับความนิยมมากขึ้นในช่วงหลายปีที่ผ่านมา เนื่องจากสามารถนำเสนอข้อมูลที่ซับซ้อนได้อย่างมีประสิทธิภาพและเข้าใจง่าย ซึ่งทำให้ผู้บริโภคสามารถตัดสินใจเกี่ยวกับการเดินทางได้อย่างรวดเร็วและสะดวกสบาย ด้วยรูปแบบที่ดึงดูดและการใช้ภาพที่สามารถสร้างความสนใจได้ทันที นอกจากนี้ อินโฟกราฟิกยังสามารถสื่อสารข้อมูลเชิงพื้นที่ เช่น แผนที่สถานที่ท่องเที่ยว หรือเส้นทางการเดินทางได้อย่างชัดเจน จึงทำให้เกิดความสะดวกในการวางแผนการเดินทางของนักท่องเที่ยว (นิโลบล วิมลสิทธิชัย, 2563)

การใช้อินโฟกราฟิกในการส่งเสริมการท่องเที่ยวมีข้อดีที่สำคัญคือ สามารถนำเสนอข้อมูลที่ซับซ้อนให้กลายเป็นเนื้อหาที่กระชับ เข้าใจง่าย และดึงดูดความสนใจของผู้ชมได้อย่างรวดเร็ว เนื่องจากอินโฟกราฟิกใช้ภาพและกราฟิกที่ช่วยให้ข้อมูลเป็นที่เข้าใจในระยะเวลาอันสั้น ซึ่งเหมาะสมกับยุคดิจิทัลที่ผู้บริโภคมักมีความสนใจสั้นและต้องการรับข้อมูลที่น่าสนใจในเวลาจำกัด นอกจากนี้ อินโฟกราฟิกยังสามารถสื่อสารข้อมูลเชิงพื้นที่ เช่น แผนที่สถานที่ท่องเที่ยว หรือเส้นทางการเดินทางได้อย่างชัดเจน จึงทำให้เกิดความสะดวกในการวางแผนการเดินทางของนักท่องเที่ยว (ฐาปนี เพ็งสุข,

2563) การใช้งานโปสเตอร์อินโฟกราฟิก ในการส่งเสริมการท่องเที่ยว มีความท้าทายด้านการออกแบบให้เหมาะสมกับความเปลี่ยนแปลงของข้อมูลอย่างรวดเร็ว เช่น การอัปเดตสถานที่ท่องเที่ยวหรือโปรโมชั่นต่าง ๆ ที่ต้องมีความแม่นยำและทันสมัย ขณะเดียวกัน การออกแบบอินโฟกราฟิกยังต้องคำนึงถึงบทบาทหน้าที่ในการสื่อสารข้อมูลให้เข้าใจง่าย ครบถ้วน และสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้รับสารที่มีลักษณะหลากหลายได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงจำเป็นต้องพัฒนารูปแบบการนำเสนออย่างต่อเนื่องเพื่อเสริมสร้างประสิทธิผลของการสื่อสารผ่านโปสเตอร์อินโฟกราฟิก ในการส่งเสริมการท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาวิเคราะห์การออกแบบที่ใช้ในการนำเสนอเนื้อหาโปสเตอร์อินโฟกราฟิก เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวภาคใต้
2. เพื่อศึกษาบทบาทหน้าที่ด้านการสื่อสารของโปสเตอร์อินโฟกราฟิก ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวภาคใต้ของประเทศไทย

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มุ่งเน้นการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อศึกษาวิเคราะห์การออกแบบที่ใช้ในการนำเสนอเนื้อหาโปสเตอร์อินโฟกราฟิกในการส่งเสริมการท่องเที่ยวภาคใต้ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลช่วงเดือนมกราคมถึงธันวาคม 2567 อาศัยทฤษฎีองค์ประกอบศิลป์ (Principles And Element of art) ของ Goethe (1810) และ Ruskin (1857) ทฤษฎีการสื่อสารของ Lawson & Baud-Bovy (1977) และ Schramm & Roberts (1971) เป็นกรอบแนวทางและแนวทางในการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อตอบโจทย์และวัตถุประสงค์การวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 5 ตัวอย่าง เป็นสื่อโปสเตอร์อินโฟกราฟิกเพื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว ที่จัดขึ้นตามสถานที่ต่าง ๆ ในจังหวัดนครศรีธรรมราช พังงา สงขลา และตรัง โดยคัดเลือกจากเกณฑ์ความเหมาะสมในการสะท้อนรูปแบบการออกแบบและบทบาทหน้าที่การสื่อสารตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยใช้ ทฤษฎีการสื่อสารของ Lasswell (1948) และ Schramm & Roberts (1971) ประกอบกับทฤษฎีองค์ประกอบศิลป์ (Principles and Element of art) ของ Goethe (1810) และ Ruskin (1857) ทฤษฎีการสื่อสารของ Lawson & Baud-Bovy (1977) เป็นกรอบในการวิเคราะห์

การเก็บรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยเรื่องบทบาทหน้าที่ของโปสเตอร์อินโฟกราฟิกในการส่งเสริมการท่องเที่ยวภาคใต้ ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากสื่อโปสเตอร์อินโฟกราฟิกประชาสัมพันธ์ของสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ระหว่างเดือนมกราคม ถึง เดือนธันวาคม 2567

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาวิเคราะห์การออกแบบที่ใช้ในการนำเสนอเนื้อหาสื่ออินโฟกราฟิกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวภาคใต้

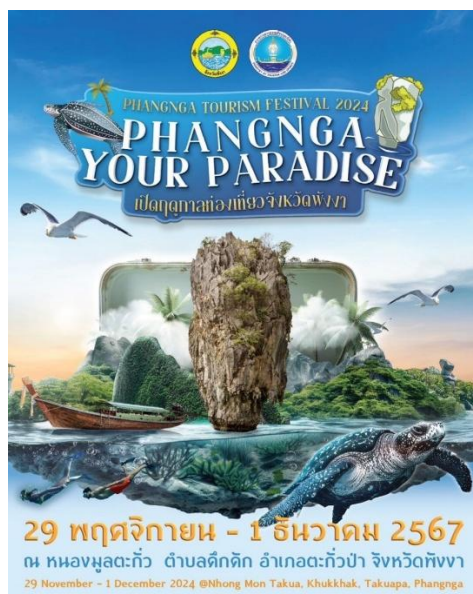
โดยผู้วิจัยได้วิเคราะห์ผ่าน ทฤษฎีองค์ประกอบศิลป์ (Principles and Element of art) ของ Goethe (1810) และ Ruskin (1857) โดยวิเคราะห์ 1) การออกแบบ (Composition) 2) เส้น (Line) วิเคราะห์การใช้เส้นเข้ามาประกอบเพื่อสร้างอารมณ์ ความรู้สึกที่ปรากฏในแต่ละสื่อ 3) สี (Color) วิเคราะห์การใช้สีเพื่อสื่อความหมาย 4) ภาพประกอบ (Picture) วิเคราะห์การใช้ภาพประกอบเพื่อแสดงความรู้สึกภาพตัวของสื่อโปสเตอร์อินโฟกราฟิกกลุ่มตัวอย่าง 5) ตัวอักษร (Text) วิเคราะห์การใช้รูปแบบตัวอักษรในการนำเสนอข้อมูลตัวของสื่อโปสเตอร์อินโฟกราฟิก ผลการศึกษาพบว่ามีการใช้โปสเตอร์อินโฟกราฟิกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวภาคใต้ ดังนี้



ภาพที่ 1 โปสเตอร์อินโฟกราฟิก หมูบ้านภาคใต้หลบใต้

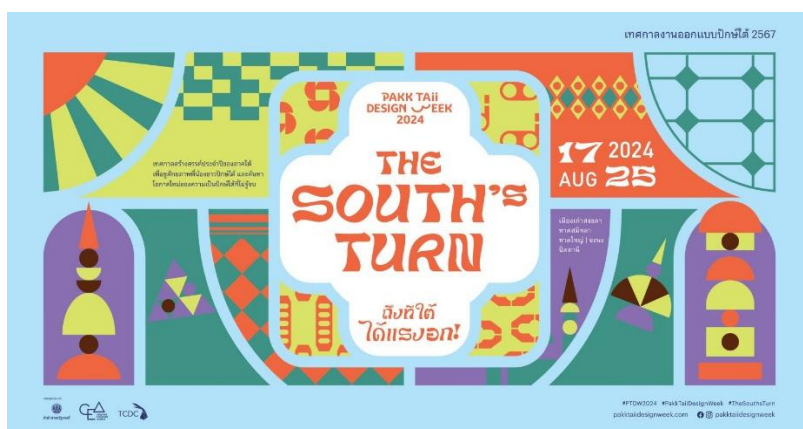
ที่มา : องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (2567)

จากการวิเคราะห์สื่อโปสเตอร์อินโฟกราฟิก ภาพที่ 1 พบว่า การออกแบบโปสเตอร์อินโฟกราฟิกลักษณะการนำเสนอเนื้อหาแบ่งเป็น 5 ส่วนหลัก ๆ ดังนี้ 1) ภาพรวม มีการใช้วิธีสร้างภาพในรูปแบบสื่อผสมโดยนำเสนอเอกลักษณ์ทางศิลปะพื้นบ้านเป็นหลัก 2) นำเสนอเป็นภาพ pixel กับลายเส้นที่ใช้งานกับรูปหนังตะลุง 3) โทนสีหลักที่ใช้คือสีชมพู สีน้ำเงิน และสีขาว ซึ่งให้ความรู้สึกสดใสและเป็นมิตร สื่อถึงวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของภาคใต้ 4) ภาพประกอบในโปสเตอร์อินโฟกราฟิกมีการผสมผสานภาพวัฒนธรรมพื้นบ้านภาคใต้ 5) ตัวอักษรที่ใช้ในหัวเรื่อง “หมูบ้านภาคใต้” เป็นฟอนต์ไทยที่มีความหนาและโค้งมน ทำให้ดูโดดเด่นและเป็นมิตร



ภาพที่ 2 โปสเตอร์อินโฟกราฟิก Phangnga Tourism Festival
ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานพังงา (2567)

จากการวิเคราะห์สื่อโปสเตอร์อินโฟกราฟิก ภาพที่ 2 พบว่า การออกแบบ สื่อโปสเตอร์อินโฟกราฟิกมีการออกแบบโปสเตอร์อินโฟกราฟิกลักษณะการนำเสนอเนื้อหาแบ่งเป็น 5 ส่วนหลัก ๆ ดังนี้ 1) การออกแบบสื่อโปสเตอร์อินโฟกราฟิกแสดงถึงความสดใสและมีชีวิตชีวา ซึ่งเหมาะสมกับเทศกาลท่องเที่ยว โดยใช้ภาพธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่สวยงามของจังหวัดพังงามาดึงดูดผู้ชม 2) เส้นที่ใช้ในโปสเตอร์มีลักษณะโค้งมนนวล ซึ่งสื่อถึงความสงบและผ่อนคลาย การใช้เส้นเหล่านี้ช่วยดึงดูดสายตาไปยังองค์ประกอบสำคัญ เช่น ภูเขาหินและทะเล 3) ใช้โทนสีฟ้าเป็นหลัก ซึ่งสื่อถึงท้องฟ้าและน้ำทะเล สร้างบรรยากาศสดชื่นและผ่อนคลาย 4) ภาพประกอบมีทั้งธรรมชาติที่เป็นแลนด์มาร์คของจังหวัดพังงา 5) ใช้ฟอนต์ตัวหนาในส่วนของชื่อเทศกาล “Phangnga Your Paradise” เพื่อเน้นความสำคัญและให้ดึงดูดสายตาผู้ชม



ภาพที่ 3 โปสเตอร์อินโฟกราฟิก The South's Turn
ที่มา : องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (2567)

จากการวิเคราะห์สื่อโปสเตอร์อินโฟกราฟิก ภาพที่ 3 พบว่า การออกแบบ สื่อโปสเตอร์อินโฟกราฟิก มีการออกแบบสื่อโปสเตอร์อินโฟกราฟิกในลักษณะการนำเสนอเนื้อหาแบ่งเป็น 5 ส่วนหลัก ๆ ดังนี้ 1) การออกแบบของสื่อโปสเตอร์อินโฟกราฟิกมีความเป็นเอกลักษณ์ โดยใช้รูปทรงเรขาคณิตที่แตกต่างกันมากมายในการสร้างความเคลื่อนไหวและความน่าสนใจ 2) สื่อโปสเตอร์อินโฟกราฟิกใช้เส้นโค้งและเส้นตรงผสมผสานกันอย่างมีสไตล์ 3) สื่อโปสเตอร์อินโฟกราฟิกมีการใช้สีที่สดใสและแตกต่างกันอย่างลงตัว 4) ภาพประกอบในสื่อโปสเตอร์อินโฟกราฟิกมีความเป็นนามธรรมและเป็นรูปทรงเรขาคณิต 5) ตัวอักษรในสื่อโปสเตอร์อินโฟกราฟิกใช้ฟอนต์ที่มีลักษณะทันสมัยแต่ยังคงมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น



ภาพที่ 4 โปสเตอร์อินโฟกราฟิก Andaman Festival

ที่มา : สำนักงานพาณิชย์จังหวัดตรัง (2567)

จากการวิเคราะห์สื่อโปสเตอร์อินโฟกราฟิก ภาพที่ 4 พบว่า การออกแบบสื่อโปสเตอร์อินโฟกราฟิก มีการออกแบบสื่อโปสเตอร์อินโฟกราฟิกในลักษณะการนำเสนอเนื้อหาแบ่งเป็น 5 ส่วนหลัก ๆ ดังนี้ 1) การออกแบบสื่อโปสเตอร์อินโฟกราฟิกเน้นที่การรวมองค์ประกอบของสถานที่ท่องเที่ยวและวัฒนธรรมในฝั่งอันดามัน 2) เส้นที่เห็นได้เด่นชัดที่สุดคือเส้นทางถนนที่คดเคี้ยวผ่านสถานที่สำคัญ 3) สื่อโปสเตอร์อินโฟกราฟิกใช้สีที่สดใสเพื่อดึงดูดความสนใจ สีหลักที่ใช้เป็นสีฟ้าและเขียว ซึ่งสื่อถึงท้องฟ้าและทะเล 4) ภาพประกอบในสื่อโปสเตอร์อินโฟกราฟิกมีทั้งสถานที่ท่องเที่ยว 5) ตัวอักษรใช้ฟอนต์ที่ทันสมัยและสบายตา



ภาพที่ 5 โปสเตอร์อินโฟกราฟิก คราฟต์ใต้ได้แรงอก

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2567)

จากการวิเคราะห์สื่อโปสเตอร์อินโฟกราฟิก ภาพที่ 5 พบว่า การออกแบบสื่อโปสเตอร์อินโฟกราฟิก มีการออกแบบสื่อโปสเตอร์อินโฟกราฟิกลักษณะการนำเสนอเนื้อหาแบ่งเป็น 5 ส่วนหลัก ๆ ดังนี้ 1) การออกแบบสื่อโปสเตอร์อินโฟกราฟิกนี้ใช้การผสมผสานระหว่างศิลปะพื้นบ้านและความร่วมสมัย 2) เส้นหลักของสื่อโปสเตอร์อินโฟกราฟิกคือเส้นตรงที่เห็นในองค์ประกอบของอาคารที่อยู่ด้านหลัง 3) สื่อโปสเตอร์อินโฟกราฟิกมีการผสมผสานภาพคนที่สวมใส่ชุดพื้นเมืองภาคใต้กับฉากหลังของอาคารวัดและบ้านโบราณ ซึ่งสะท้อนถึงวัฒนธรรมดั้งเดิมของภาคใต้การใช้ภาพประกอบที่เป็นการคอลลาจ (Collage) หรือการตัดต่อภาพ ทำให้ภาพสื่อโปสเตอร์อินโฟกราฟิกแสดงออกถึงความร่วมสมัย และเชื่อมโยงระหว่างอดีตและปัจจุบันอย่างสร้างสรรค์ 4) ภาพประกอบมีการผสมผสานภาพคนที่สวมใส่ชุดพื้นเมืองภาคใต้กับฉากหลังของอาคารวัดและบ้านโบราณ ซึ่งสะท้อนถึงวัฒนธรรมดั้งเดิมของภาคใต้ 5) ตัวอักษรสีชมพูช่วยเพิ่มความโดดเด่นให้กับข้อความหลัก

จากการวิเคราะห์ สื่อโปสเตอร์อินโฟกราฟิก ทั้ง 5 ภาพ พบว่าการออกแบบสื่อโปสเตอร์อินโฟกราฟิกทั้งหมดสะท้อนถึงเอกลักษณ์ของภาคใต้ในประเทศไทย โดยใช้ลายเส้นกราฟิกที่คมชัดและลวดลายพื้นเมืองผสมผสานกับความทันสมัย โทนสีหลัก เช่น สีชมพู สีน้ำเงิน และสีขาว ถูกนำมาใช้เพื่อสร้างบรรยากาศสดใสและเป็นมิตร ภาพประกอบในแต่ละสื่อโปสเตอร์อินโฟกราฟิกเน้นแสดงถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น สถานที่สำคัญ อาหารพื้นบ้าน และการแต่งกายที่เป็นเอกลักษณ์ พร้อมเสริมด้วยกราฟิกสมัยใหม่หรือเทคโนโลยี ตัวอักษรมีความโดดเด่น อ่านง่าย สอดคล้องกับบรรยากาศของงานเทศกาลและวัฒนธรรมได้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาบทบาทหน้าที่ด้านการสื่อสารของโปสเตอร์อินโฟกราฟิกต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

ผลการศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์และผลกระทบโปสเตอร์อินโฟกราฟิก ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวภาคใต้ของประเทศไทยพบว่า เนื้อหาโปสเตอร์ สะท้อนถึงข้อมูลแจ้งให้ทราบถึงเทศกาลท่องเที่ยวเมืองไทย ครั้งที่ 42 สะท้อนบทบาทหน้าที่ในการถ่ายทอดข้อมูล (Information Transmission) การถ่ายทอดมรดกทางวัฒนธรรม ที่เนื้อหาและรูปแบบที่ปรากฏในโปสเตอร์สะท้อนถึงการถ่ายทอดมรดกทางวัฒนธรรม (Transmission of Social Inheritance) ได้แก่ ลายผ้า สถานที่ท่องเที่ยวอันโดดเด่น วัด ภาษาถิ่นได้ “ได้แรงอก” การผสมผสานกันของบทบาทหน้าที่ได้สอดคล้องสู่การพัฒนาสังคมและเศรษฐกิจ (Social and Economic Development) การทำหน้าที่ตามบทบาทส่งผลต่อการสร้างการรับรู้ ความคิด และพฤติกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคใต้ โปสเตอร์ทั้ง 5 ภาพมีเนื้อหามุ่งให้ข้อมูลความรู้ สร้างการรับรู้ ดำรงรักษาสะท้อนอัตลักษณ์ผ่านภาพ และภาษาถิ่นที่นำเสนอไว้ในโปสเตอร์ ทั้ง 5 ภาพ ผลกระทบของโปสเตอร์อินโฟกราฟิก ถูกนำมาใช้เพื่อสื่อสารข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว การเดินทาง กิจกรรม และบริการต่าง ๆ ให้กับนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีบทบาทสำคัญ ในการเพิ่มโอกาสการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในภาคใต้

กระบวนการสื่อสารที่ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบหลัก (Lasswell, 1948) ได้แก่ ใคร (Who) คือหน่วยงานท้องถิ่นหรือหน่วยงานด้านการท่องเที่ยวในภาคใต้ที่เป็นผู้ส่งสาร พูดอะไร (Says What) คือข้อความ ที่เน้นนำเสนอเทศกาล วัฒนธรรม และกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ผ่านช่องทางใด (Through Which Channel) คือโปสเตอร์ที่ใช้สื่อภาพกราฟิกและข้อความดึงดูดใจ ถึงใคร (To Whom) คือ กลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศที่ต้องการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับ แหล่งท่องเที่ยวภาคใต้, และ ได้ผลอะไร (With What Effect) คือ การสร้างการรับรู้ที่น่าสนใจ กระตุ้นความสนใจให้นักท่องเที่ยวมาเยี่ยมชมในสถานที่จริง ทั้งนี้การใช้สื่อโปสเตอร์อินโฟกราฟิกเป็นเครื่องมือในการสื่อสารช่วยให้สารที่ส่งถึงกลุ่มเป้าหมายเป็นไปอย่างชัดเจนและมีผลในการสร้างภาพลักษณ์ที่ชัดเจน

อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัย เรื่อง โปสเตอร์อินโฟกราฟิก เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวภาคใต้ ผู้วิจัยแบ่งประเด็นการอภิปรายเป็น 2 ประเด็น ตามวัตถุประสงค์การวิจัย คือ 1) วิเคราะห์การออกแบบที่ใช้ในการนำเสนอเนื้อหาโปสเตอร์อินโฟกราฟิก เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวภาคใต้ และ 2) บทบาทหน้าที่ด้านการสื่อสารของโปสเตอร์อินโฟกราฟิก ต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ดังนี้

1. วิเคราะห์การออกแบบที่ใช้ในการนำเสนอเนื้อหาโปสเตอร์อินโฟกราฟิก เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวภาคใต้ พบว่า ได้สอดคล้องกับ ทฤษฎีองค์ประกอบศิลป์ (Principles And Element of art) ของ Goethe (1810) และ Ruskin (1857) เน้นการสร้างภาพที่ดึงดูดและโดดเด่นด้วยการนำเสนอ 1) การออกแบบ (Composition) 2) เส้น (Line) 3) สี (Color) 4) ภาพประกอบ (Picture) 5) ตัวอักษร (Text) การออกแบบและเนื้อหาที่สื่อถึงความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของสถานที่ท่องเที่ยว โดยโปสเตอร์ใช้ภาพลักษณ์ ที่สดใส สนุกสนาน ซึ่งช่วยดึงดูดความสนใจ และสร้างความจดจำในระยะยาว โดยผลการวิเคราะห์นี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ แก้วเหล็ก และมะลิสุวรรณ (2025)

ที่พบว่า การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวที่มีสีสันจัดจ้านและองค์ประกอบศิลป์ที่โดดเด่นช่วยเพิ่มระดับการรับรู้และความเข้าใจ เช่นเดียวกับ Wimolsittichai (2024) ที่ชี้ว่า อินโฟกราฟิกที่จัดองค์ประกอบภาพ สี และตัวอักษรให้เหมาะสมกับเนื้อหาและบริบททางวัฒนธรรม ช่วยส่งเสริมการเรียนรู้และสร้างทัศนคติเชิงบวกต่อแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างชัดเจน

2. บทบาทหน้าที่ด้านการสื่อสารของโปสเตอร์อินโฟกราฟิก ต่อการตัดสินใจ ในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ผลการศึกษาพบว่าสอดคล้องกับทฤษฎีการสื่อสารของ Lasswell (1948) และทฤษฎีการสื่อสารของ Schramm & Roberts (1971) ซึ่งเน้นไปที่กระบวนการสื่อสารที่ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ ใคร (Who), พูดอะไร (Says What), ผ่านช่องทางใด (Through Which Channel), ถึงใคร (To Whom) ได้ผลอะไร (With What Effect) โดยสื่อโปสเตอร์อินโฟกราฟิกทั้ง 5 ภาพสะท้อนและยังสอดคล้องกับบทบาทสำคัญของการสื่อสารที่ Lawson & Baud-Bovy (1977) และ Schramm & Roberts (1971) ได้กล่าวไว้ คือ การถ่ายทอดข้อมูล การถ่ายทอดมรดกทางวัฒนธรรม ค่านิยม และส่งเสริม การพัฒนาสังคมและเศรษฐกิจ เช่นเดียวกับ งานวิจัยของ Petrovici (2014) ที่นำแนวคิดดังกล่าวมาประยุกต์ใช้ โดยเน้นว่าการส่งเสริมการท่องเที่ยวควรใช้กลยุทธ์ด้านการสื่อสารที่มุ่งสร้างภาพลักษณ์ทางวัฒนธรรมและคุณค่าท้องถิ่น เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวและส่งเสริมการพัฒนาที่ยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้

จากผลการวิจัย พบว่า การออกแบบโปสเตอร์อินโฟกราฟิก เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ควรสะท้อนอัตลักษณ์ของท้องถิ่นชายทะเลภาคใต้ เช่น เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม วิถีชีวิต และธรรมชาติ เพื่อสร้างความน่าสนใจและเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ชัดเจนของแหล่งท่องเที่ยวในสายตานักท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณเพื่อศึกษาความพึงพอใจและความคิดเห็นของผู้รับสารที่มีต่อโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว และศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อรูปแบบการออกแบบโปสเตอร์ เพื่อพัฒนาสื่อที่ตรงกับความคาดหวังและส่งเสริมการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เอกสารอ้างอิง

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานกระบี่. (2567). **หมู่บ้านภาคใต้หลบใต้**. [ออนไลน์], เข้าถึงได้จาก: <https://www.facebook.com/Tatkrabi>. (2568, 20 มกราคม).
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานพังงา. (2567). **Phangnga: Your Paradise**. [ออนไลน์], เข้าถึงได้จาก: <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=827288412770528&id>. (2568, 20 มกราคม).

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2567). **กราฟต์ใต้ใต้แรงอก**. [ออนไลน์], เข้าถึงได้จาก: <https://thaipublica.org/2024/08/chevron-x-cea-pakk-taii-design-week-pr-02082024/>. (2568, 20 มกราคม).
- ฐาปนี เพ็งสุข. (2563). กระบวนการพัฒนาสื่ออินโฟกราฟิกเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผ่านเว็บไซต์ กรณีศึกษา สะพานหิน ตำบลท่าลี่ อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี. **วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร**. 40(4): 36 - 51.
- นิโลบล วิมลสิทธิชัย. (2563). การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์อินโฟกราฟิกเพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวในพื้นที่ตำบลป่าตุ่ม อำเภอพริ้ว จังหวัดเชียงใหม่. **มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่**.
- พรไพลิน จุลพันธ์. (2568). **เปิดสถิติปี 2567 ต่างชาติเที่ยวไทย 35.54 ล้านคน ส่ง 10 อันดับเดินทางสูงสุด**. [ออนไลน์], เข้าถึงได้จาก: <https://www.bangkokbiznews.com/business/business/1160350>. (2568, 20 มกราคม).
- เพ็ญรุ่ง ใยสามเสน. (2567). **ททท. ภาคใต้ Q1/67 โยก 3.87 หมื่นล้าน ครึ่งปีหลังลุย 3 โปรเจกต์**. [ออนไลน์], เข้าถึงได้จาก: <https://thejournalistclub.com/tat-south/>. (2568, 20 มกราคม).
- สมใจ สืบเสาะ และกุลกนิษฐ์ ทองเงา (2565). การสร้างสื่อโปสเตอร์อินโฟกราฟิกเพื่อป้องกันการกลั่นแกล้งในโลกไซเบอร์ของวัยรุ่นไทย. **วารสารศิลปการจัดการ**. 6(3): 1555 - 1569.
- สาธิตา แก้วเหล็ก และชินีเพ็ญ มะลิสวรรณ. (2568). การพัฒนาสื่ออินโฟกราฟิกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว สามจังหวัดชายแดนภาคใต้. **วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์**. 45(1): 159 - 184.
- สำนักงานพาณิชย์จังหวัดตรัง. (2567). **Andaman Food & Travel Festival**. [ออนไลน์], เข้าถึงได้จาก: <https://thainews.prd.go.th/thainews/news/print/560961/?bid=1>. (2568, 20 มกราคม).
- องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. (2567). **The South's Turn ถึงทีใต้ได้แรงอก**. [ออนไลน์], เข้าถึงได้จาก: <https://www.dasta.or.th/th/article/4027>. (2568, 20 มกราคม).
- Goethe, J. W. (1810). **Theory of Colours** (C. L. Eastlake, Trans.). London: John Murray.
- Lasswell, H. D. (1948). **The Structure and Function of Communication in Society**. In Lyman Bryson (Ed.), *The Communication of Ideas*. New York: Harper and Brothers.
- Lawson, F., & Baud-Bovy, M. (1977). **Tourism and Recreational Development**. Architectural Press.
- Petrovici, A. (2014). Public Relations in Tourism. A Research on The Perception of The Romanian Public Upon Responsible Tourism. **Procedia - Social and Behavioral Sciences**. 163(2014): 67 - 72.

Ruskin, J. (1857). **The elements of drawing: In three letters to beginners** (Edited by Author). Smith, Elder & Co.

Schramm, W., & Roberts, D. F. (1971). **The Process and Effects of Mass Communication**. Urbana: University of Illinois Press.

Wimolsittichai, N. (2024). Values of Infographics for Promoting Cultural Learning Resources and Tourist Attractions: A Case of Patum Village in Thailand. **Journal of Information Science Theory and Practice**. 12(1): 21-38.