

JOURNAL OF COMMUNICATION AND MANAGEMENT NIDA

วารสารการสื่อสารและการจัดการ นิด้า
ปีที่ 7 ฉบับที่ 3 (กันยายน-ธันวาคม 2564)

ISSN 2465-3756



วารสารการสื่อสารและการจัดการ นิด้า

ปีที่ 7 ฉบับที่ 3, กันยายน-ธันวาคม 2564

📖 วารสารการสื่อสารและการจัดการ นิด้า ปีที่ 7 ฉบับที่ 3

📖 สารบัญ

📖 The study of Japanese Idol in Thailand: The Impact of Interpersonal Attraction and Parasocial Interaction on Parasocial Relationships and Attitude Homophily - Peerawat T& Vikanda P. (หน้า 1-19)

📖 YouTuber: Self-Identity Formation of Online Content Creators - Pataraporn Sangkapreecha (หน้า 20 - 34)

📖 การจัดทำฐานข้อมูลการเปิดรับสื่อ และสภาพการณ์ของสื่อ ปี 2563 - นิภากร ทำจรเมบุญ และคณะ (หน้า 35 - 50)

📖 การสร้างสรรคภาพท้ายดิวิทัลเพื่อใช้เป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดตาก - วัฒนา เจริญชัยนพกุล จักรรัตน์ ณ ลำพูน และ สุเทพ เดชะชีพ (หน้า 51 - 68)

สารบัญ

	หน้า
The study of Japanese Idol in Thailand: The Impact of Interpersonal Attraction and Parasocial Interaction on Parasocial Relationships and Attitude Homophily ➤ <i>Peerawat Tan-intaraarj and Vikanda Pornsakulvanich</i>	1
Youtuber: Self-Identity Formation of Online Content Creators ➤ <i>Pataraporn Sangkapreecha</i>	20
การจัดทำฐานข้อมูลการเปิดรับสื่อ และสภาพการณ์ของสื่อ ปี 2563 ➤ <i>นิภากร กำจรเมฆุญ สุเทพ เดชะชีพ ต๋อตระกูล อุบลวัตร พิเชษฐ ทิมพ์เจริญ กอปรพงษ์ กุณจียะ และ มนัสกานต์ อินทร์สังข์</i>	35
การสร้างสรรคภพถ่ายดิจิทัลเพื่อใช้เป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ของจังหวัดตาก ➤ <i>วัฒนา เจริญชัยนพกุล จักรรัตน์ ณ ลำพูน และ สุเทพ เดชะชีพ</i>	51

The Creativity of Digital Photography for Using as a Public Relations Medium of Tourism in TAK Province

Abstract

The research 'The Creativity of Digital Photography for Using as a Public Relations Medium of Tourism in TAK Province. Its purpose is to study digital photographic formats in various contexts of Tak Province and create digital photographs to use as a media for publicizing the tourism of Tak Province which have been considered by a total of 3 experts in photography, as well as presentation of photographs for publicizing in through the creative process using a form of creative research. Tools used in this study are interview form and a creativity assessment. Research was presented by descriptive research.

The results of the research were as follows:

1. Digital photographic formats in various contexts of Tak Province divided by special economic zones consisting of (1) Photographs of international trading ports. (2) Photographs of trade and investment centers. (3) Photographs of international trade safe agriculture based on organic farming principles, and (4) photographs of healthy cities and ecotourism.

2. The creation of digital photographs to be used as a media for publicizing the tourism of Tak Province. It was found that there are 10 photographs that have been considered by the experts in each format, a total of 40 photographs that got the highest average score out of 20 images in each format.

3. Presentation of photographs for publicizing in through the creative process, by publishing as follows (1) Organizing the photo exhibition. (2) Post in social media consist of Fanpage, Facebook, Instagram and Line. (3) Prepare CD to delivers the work.

Keywords: Digital Photography, Public Relations, Tourism, TAK Province

บทนำ

ประเทศไทยให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยผลักดันให้หน่วยงานพัฒนาโลก การขับเคลื่อนนโยบายของภาครัฐให้เป็นเอกภาพ สร้างโครงสร้างพื้นฐานทั้งระบบคมนาคมและแพลตฟอร์มด้านการท่องเที่ยว รวมทั้งมีมาตรการสนับสนุนการปรับตัวของภาคธุรกิจ เช่น เงินทุน การปรับกฎเกณฑ์ รวมถึงการ Up-Skilled และ Re-Skilled แรงงาน อีกทั้งยังให้ความสำคัญกับการใช้เทคโนโลยีเพื่อมาเพิ่มความสะดวกต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว ทั้งนี้ยังต้องเพิ่มสมดุลในภาคการท่องเที่ยว ในมิติต่างๆ เช่น การกระจายแหล่งที่มาของรายได้ให้พึ่งพาด้านนักท่องเที่ยวที่หลากหลาย ทำให้รายได้จากการท่องเที่ยวมีเสถียรภาพ และช่วยรองรับความเสี่ยงที่จะอาจจะเกิดขึ้นในอนาคต นอกจากนี้ยังเพิ่มการกระจายรายได้ผ่านการสนับสนุนการท่องเที่ยวเมืองรองมากขึ้น นำมาซึ่งความสำคัญต่อการท่องเที่ยวที่จะไม่สร้างต้นทุนด้านสิ่งแวดล้อมมากเกินไปเหมือนในอดีต (ทวี ปิยะพัฒนา, 2562)

การท่องเที่ยวมีบทบาทความสำคัญต่อระบบ เศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยเป็นอย่างมาก เป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญนำมาซึ่งเงินตราต่างประเทศ การสร้างงาน และการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาค นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังมีส่วนสำคัญในการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานของภาคคมนาคมขนส่ง รวมไปถึงการค้าและการลงทุน เมื่อประเทศประสบภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจ การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการสร้างรายได้ให้กับประเทศสามารถช่วยให้เศรษฐกิจฟื้นตัวได้ในเวลาที่รวดเร็วกว่าภาคผลิตและบริการอื่นๆ อย่างไรก็ตาม อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีแนวโน้มการแข่งขันรุนแรงขึ้นตามลำดับ มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและมีความอ่อนไหวง่ายจากปัจจัยลบทั้งภายในและภายนอกประเทศโดยไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2554)

จังหวัดตากเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีการส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยถือว่าเป็นจังหวัดที่เป็นเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษในระยะแรก โดยเน้นการพัฒนาทางด้านโครงสร้างพื้นฐานและสร้างความเจริญทางเศรษฐกิจ ทำให้เขตเศรษฐกิจพิเศษตากเจริญก้าวหน้าไปได้ดี โดยอาศัยความร่วมมือจากผู้ว่าราชการจังหวัดตาก กรรมการจังหวัด หัวหน้าส่วนราชการการค้า สมาอุตสาหกรรม สมาวัฒนธรรม สมาเกษตร องค์กรภาครัฐ เอกชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ท้องถิ่น ตลอดจนประชาชน (อุตร ดันดีสุนทร, 2560)

อันเนื่องมาจากจังหวัดตากเป็นจังหวัดที่มีความเป็นมาในประวัติศาสตร์อย่างยาวนาน เป็นจังหวัดที่ทรัพยากรทางธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์อยู่โดยสภาพภูมิประเทศโดยทั่วไปของจังหวัดตากเป็นภูเขา และป่าไม้ เป็นจังหวัดที่มีอุทยานแห่งชาติที่ยังคงความสมบูรณ์ของป่า และธรรมชาติ ถึง 5 อุทยาน มีเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าอยู่ 5 แห่ง และป่าสงวนแห่งชาติ 15 ป่า อันเป็นสิ่งแสดงถึงความอุดมสมบูรณ์ของพืชพรรณธรรมชาติ ตลอดจนมีน้ำตกที่นักท่องเที่ยวรักการผจญภัย และนิยมการล่องแก่งต้องมาเยือนสักครั้ง คือ น้ำตกทีลอซู และน้ำตกทีลอเร นอกจากความสวยงามตามธรรมชาติแล้ว ยังเป็นจังหวัดที่มีผลผลิตทางการเกษตรที่ขึ้นชื่อทั้งดอกไม้ และผลไม้ เป็นต้น เป็นปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้จังหวัดตากเป็นจังหวัดที่เด่นในเรื่องของการท่องเที่ยว

ทั้งนี้พบว่าในปัจจุบันการประชาสัมพันธ์ของจังหวัดตาก ยังไม่สามารถสื่อความหมายเรื่องของการท่องเที่ยวได้เท่าที่ควรจากที่ควรจะเป็นจึงเกิดปัญหาและอุปสรรคในการรับรู้ด้านการประชาสัมพันธ์ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว จึงเห็นสมควรใช้สื่อการประชาสัมพันธ์ เป็นช่องทางหรือวิถีทางในการนำข่าวสารที่ต้องการประชาสัมพันธ์จากผู้ส่งไปสู่ผู้รับ ในปัจจุบันสื่อในการประชาสัมพันธ์มีมากมายและหลากหลายอันเป็นผล

เนื่องมาจากการพัฒนาเทคโนโลยีของโลกสมัยใหม่ เป็นสื่อที่นิยมใช้กันในยุคสังคมข่าวสารหรือยุคสารสนเทศ (Information Age) โดยอินเทอร์เน็ตได้เข้ามามีบทบาทต่อชีวิตประจำวันของคนเราเป็นอย่างมาก นักการประชาสัมพันธ์จึงนิยมนำอินเทอร์เน็ตมาใช้เพื่อสื่อสารข่าวสารต่างๆ ผ่านระบบ Website และรวมถึงยังมีสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Twitter , Facebook ที่นิยมนำมาใช้ในการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายกันอย่างแพร่หลาย และค่อนข้างเป็นสื่อที่ทรงพลัง โดยมุ่งเน้นไปที่ภาพถ่าย ดิจิทัลเพื่อการสื่อความหมาย โดยการสร้างสรรค์เพื่อการประชาสัมพันธ์

ภาพถ่ายเป็นสิ่งที่สื่อความหมายทำให้เห็น ข้อมูลตามความเป็นจริง ตามความหมายนี้หมายถึง เฉพาะการ ใช้ภาพถ่ายสื่อความหมายเพื่อบอกและ/หรืออธิบายเรื่องราวเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นโดยเป็นไปตามข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้น อาจเป็นภาพจากหน้าหนังสือพิมพ์ วารสาร หรือเหตุการณ์ เพื่อให้ผู้รับสาร ได้เข้าใจ รวมไปถึงภาพในสื่อการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ ที่ต้องการสื่อให้เห็นรูปร่างที่ถูกต้อง จึงเป็นเหตุผลในทีภาพถ่ายที่สร้างสรรค์จะสามารถช่วยสื่อสารด้านการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดตาก อาศัยการเปิดรับของสาร ที่ประกอบไปด้วยความสนใจ (Interest) และความเกี่ยวข้อง (Involvement) กับสิ่งเร้านั้นจะสะท้อนออกมาในระดับของความตั้งใจ (Attention) แก่สิ่งเร้านอกจากนี้ยังมีปัจจัยที่สำคัญที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับกระบวนการเปิดรับสื่อของผู้รับสารประกอบด้วย (Assael, 1998)

ทั้งนี้การถ่ายภาพต้องอาศัยองค์ประกอบพื้นฐาน 3 ประการ ได้แก่ กล้องถ่ายภาพ วัสดุไวแสง และแสงสว่าง ฉะนั้นในการผลิตภาพถ่าย จะต้องมีความรู้และทักษะการใช้กล้องถ่ายภาพ และอุปกรณ์ประกอบ พิธีกรรมกระดาษอัดภาพ น้ำยาชนิดต่างๆ ที่ใช้ในกระบวนการล้างฟิล์มและอัดขยายภาพ หลักการในการถ่ายภาพรวมทั้งความรู้ด้านศิลปะ แสง สี การ

จัดองค์ประกอบของภาพ เป็นต้น (สมาน เฉตระการ, 2548)

ภาพถ่ายจึงเป็นศิลปะอย่างหนึ่งที่มนุษย์ใช้ภาพเป็นการแสดงออกหรือถ่ายทอดความรู้สึกนึกคิดต่างๆ ตรงกับองค์ประกอบของรูปสัญลักษณ์ (Signifier) ซึ่งเกิดจากตัวสื่อ ความหมาย เป็นกายภาพ รูปธรรมที่จับต้องมองเห็นได้ (เหมือนฝัน คงสมแสง และคณะ, 2564) ภาพนั้นจึงมีคุณค่าแก่ผู้ที่พบเห็น จึงเห็นมีหลายองค์กรนำภาพถ่ายมาประกอบการทำงาน โดยเฉพาะด้านการประชาสัมพันธ์จำเป็นต้องแสดงออกให้เห็น เพื่อบอกกล่าวให้ทราบ และเข้าใจ ทำให้เกิดการยอมรับ ป้องกันไม่ให้เข้าใจผิดพลาด ถือเป็น การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กรนั้นๆ

จังหวัดตากก็เช่นเดียวกัน ควรมีเน้นการประชาสัมพันธ์โดยการอาศัยการสร้างสรรค์ภาพถ่ายดิจิทัล เนื่องจากจังหวัดตากเป็นเมืองเศรษฐกิจ เน้นการท่องเที่ยว เพื่อเป็นการบอกกล่าวหรือชี้แจงเผยแพร่ให้ทราบเรื่องราวของจังหวัดที่น่าสนใจ ส่งผลดีด้านการท่องเที่ยวต่อผู้บริโภค ในการเข้าใจถึงการแสวงหาข้อมูลท่องเที่ยวต่อการวางแผนการตลาด โดยผู้บริโภคแต่ละคนจะมีพฤติกรรมแสวงหาข้อมูลท่องเที่ยวตามแต่ละบุคคล เพื่อประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว (บุศรา ธาราเกษม และพรทิพย์ สัมปัตตวนิช, 2562)

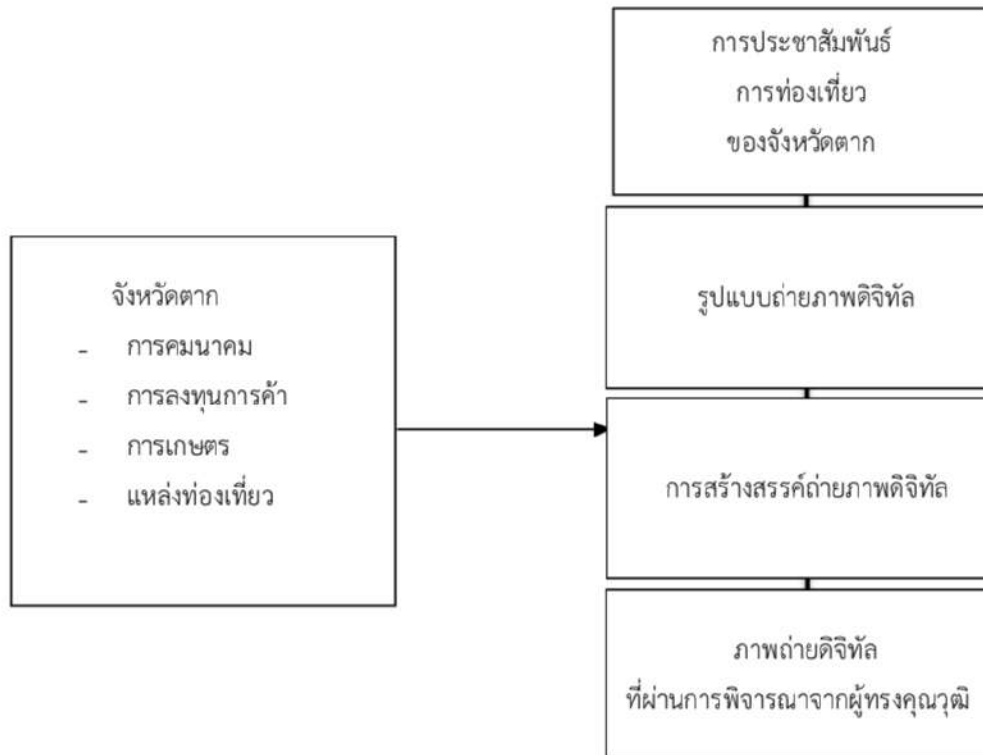
จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาดังกล่าวข้างต้น ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการวิจัยเรื่อง การสร้างสรรค์ภาพถ่ายดิจิทัลเพื่อใช้เป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดตาก ซึ่งผลของการศึกษาวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์โดยตรงต่อองค์กรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อนำไปพัฒนาปรับปรุงแก้ไขในการดำเนินการด้านประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดวัตถุประสงค์ของการวิจัยไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษารูปแบบภาพถ่ายดิจิทัลในบริบทต่างๆ ของจังหวัดตาก
2. เพื่อสร้างสรรค์ภาพถ่ายดิจิทัลเพื่อใช้เป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดตาก โดยผ่านการพิจารณาของผู้ทรงคุณวุฒิ
3. เพื่อนำเสนอภาพถ่ายในการประชาสัมพันธ์ที่ผ่านกระบวนการสร้างสรรค์

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพประกอบที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ขอบเขตของการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตและข้อจำกัดไว้ดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้จะเป็นข้อมูลที่ได้จากสำนักงานจังหวัดตาก และหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับสื่อการประชาสัมพันธ์ในจังหวัดตากเท่านั้น

2. ระยะเวลาในการศึกษาและหรือเก็บรวบรวมข้อมูลจะใช้เวลาทั้งหมดประมาณ 1 ปี คืออยู่ระหว่างเดือนพฤษภาคม 2561 ถึง เดือนเมษายน 2562

3. ภาพถ่ายดิจิทัลที่ใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจะเป็นภาพที่คณะผู้วิจัยได้ทำการ บันทึกและนำมาเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ในช่วงที่ทำการศึกษาวิจัยอยู่เท่านั้น

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. การสร้างสรรค์ภาพถ่ายดิจิทัล หมายถึง การผลิตหรือบันทึกภาพถ่ายด้วย กล้องถ่ายภาพดิจิทัลผ่านแนวคิดและทฤษฎีด้านการถ่ายภาพ เพื่อให้เป็นเกิดเป็นภาพนิ่ง หรือภาพถ่าย ที่สมบูรณ์สามารถเปิดชมภาพได้ทางคอมพิวเตอร์ เว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์ หรือสามารถ อัดขยายภาพออกมาเป็นรูปภาพได้

2. สื่อในการประชาสัมพันธ์ในการท่องเที่ยว หมายถึง สื่อกลางหรือตัวกลางในการนำข้อมูล ข่าวสารไปยังผู้รับสารที่เน้นการท่องเที่ยวในมุมมองมหานครแห่งความสุขและศูนย์กลางการค้าบน ระเบียบเศรษฐกิจ

3. การท่องเที่ยวของจังหวัดตาก หมายถึง สภาพโดยทั่วไปของการท่องเที่ยวจังหวัดตาก ตามแนวคิดพัฒนาจังหวัดคือ เมืองตากน่าอยู่ ประชูปการค้าชายแดน

4. รูปแบบภาพถ่ายดิจิทัล หมายถึง ภาพถ่ายที่แบ่งตามเขตเศรษฐกิจพิเศษ ประกอบด้วย (1) ภาพถ่ายด้านคมนาคม (2) ภาพถ่ายด้านการ

ลงทุน (3) ภาพถ่ายด้านการเกษตร และ (4) ภาพถ่ายด้านการท่องเที่ยว

5. ผู้ทรงคุณวุฒิ หมายถึง ผู้ที่มีความเชี่ยวชาญที่เกี่ยวกับการถ่ายภาพ มีความรู้ในทางศิลปะด้านวิชาชีพภาพถ่าย หรือเป็นอาจารย์ผู้สอนที่มีประสบการณ์ด้านการถ่ายภาพ โดยมีประสบการณ์ไม่น้อยกว่า 10 ปีขึ้นไป

แนวคิด ทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรมจากแนวคิดและทฤษฎีตลอดจนสังเคราะห์งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้ในการออกแบบกรอบแนวคิดของการวิจัยตลอดจนการอภิปรายผล ดังต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับภาพถ่าย
2. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับสุนทรียศาสตร์
3. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับสื่อวิทยา
4. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสาร
5. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการเปิดรับสื่อ
6. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์
7. แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของจังหวัดตาก
8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย

ผลของการวิจัยในครั้งนี้ให้ประโยชน์แก่ผู้เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. หน่วยงานและหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องสามารถนำเอารูปแบบของภาพถ่ายดิจิทัลไปใช้ในการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยว เพื่อให้มีประสิทธิภาพดีขึ้นต่อไปได้

2. หน่วยงานและหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องจะได้รับทราบถึงสภาพโดยทั่วไปของการท่องเที่ยวและสามารถทำการแก้ไขปรับปรุงวิธีดำเนินการเกี่ยวกับกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องให้ดียิ่งขึ้นได้ต่อไป

3. นักท่องเที่ยวจากที่ต่างๆ อาจจะทำให้ความสนใจเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดตากมากขึ้นได้ ในอนาคต

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การสร้างสรรคภาพถ่ายดิจิทัลเพื่อใช้เป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดตาก” ผู้วิจัยได้ใช้วิธี การวิจัยแบบสร้างสรรค์ (Creative Research) โดยยึดตามหลักการคือ 1. การกำหนดแนวคิด 2. การออกแบบร่าง 3. การพัฒนาแบบ 4. การประกอบสร้าง 5. การเก็บรายละเอียด 6. การนำเสนอผลงาน และ 7. การประเมินผล เพื่อความสมบูรณ์ของงานวิจัย ทั้งนี้เริ่มจากการศึกษาทางเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้อง โดยนำข้อมูลมาทำการวิเคราะห์เพื่อให้ได้มาซึ่งรูปแบบภาพถ่ายดิจิทัล สำหรับการสร้างสรรค์ ผลงานภาพถ่ายเพื่อใช้เป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์ โดยมีผู้ทรงคุณวุฒิด้านการถ่ายภาพ พิจารณาคัดเลือกภาพที่เหมาะสมสำหรับใช้ในสื่อประชาสัมพันธ์ของจังหวัดตาก

โดยผู้วิจัยสรุปขั้นตอนในการดำเนินการดังนี้

1. ศึกษาข้อมูลจากสภาพโดยทั่วไปของการท่องเที่ยวจังหวัดตาก
 - 1.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)
 - 1.2 ข้อมูลทุติภูมิ (Secondary Data)
2. ศึกษารายละเอียดเชิงลึกเกี่ยวกับบริบทของสำนักงานจังหวัดตาก
3. กำหนดรูปแบบภาพถ่ายดิจิทัลเพื่อใช้เป็นสื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดตาก
4. กำหนดสถานที่เป้าหมายในการสร้างสรรค์งาน
5. กำหนดกรอบแนวคิดเนื้อหาและขั้นตอนวิธีการดำเนินงานสร้างสรรค์ภาพถ่ายดิจิทัล
6. ลงมือสร้างสรรค์ภาพถ่ายดิจิทัลตามสถานที่เป้าหมาย
7. จัดหมวดหมู่ภาพที่ได้จากการสร้างสรรค์
8. ตกแต่งภาพถ่ายด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์
9. คัดภาพให้เหมาะสมสำหรับใช้ประกอบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อให้ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณา 3 ท่าน ผ่านเกณฑ์การประเมินผลงานสร้างสรรค์ภาพถ่ายดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดตากในการคัดเลือกภาพที่ผ่านจากผู้ทรงคุณวุฒิใน 2 ประเด็นคือ 1) ด้านเนื้อหาของภาพ กับ 2) ด้านกายภาพ ในทุกประเด็นย่อยของแต่ละด้านต้องอยู่ในระดับมาก (4) และมากที่สุด (5) โดยคัดคะแนนภาพที่มีคะแนนสูงสุด 10 ลำดับแรก
10. คัดเลือกภาพโดยผู้ทรงคุณวุฒิ
11. นำเสนอข้อมูลแก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ผลการวิจัย

ผลการดำเนินการวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยของนำเสนอผลการวิจัยโดยจำแนกออกเป็น 3 ส่วนดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ผลการศึกษารูปแบบภาพถ่ายดิจิทัลในบริบทต่างๆ ของจังหวัดตาก

ผู้วิจัย ได้ลงพื้นที่ในเขตอำเภอต่างๆ ของจังหวัดตาก เพื่อทำการสร้างสรรค์ภาพถ่ายดิจิทัล ในบริบทต่างๆ โดยพบว่าการสร้างสรรค์ภาพถ่ายดิจิทัลเพื่อใช้เป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ของจังหวัดตาก ในเขตพื้นที่ต่างๆสามารถจำแนกรูปแบบภาพถ่ายดิจิทัลได้ออกเป็น 4 รูปแบบดังนี้ 1) รูปแบบภาพถ่ายดิจิทัลด้านการคมนาคมขนส่งพื้นที่เศรษฐกิจ ในเขตพื้นที่อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก เป็นชายแดนระหว่างประเทศไทยและประเทศเมียนมาร์ อำเภอแม่สอดเป็นที่ตั้งจุด ผ่านแดนถาวรด้านพรมแดนแม่สอด เชื่อมโยงเมืองเมียวดี รัฐกะเหรี่ยง ประเทศเมียนมาร์ ถือเป็นชายแดนที่มีการเดินทางข้ามมีการคมนาคมขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ มีชาวพื้นเมือง ประเทศ

เมียนมาร์ เดินทางเข้ามาจำหน่ายสินค้าพื้นเมืองให้กับนักท่องเที่ยวชาวไทยเป็นจำนวนมาก ภาพการเดินทางเข้าออก ระหว่างสองประเทศ การค้าระหว่างชายแดน รวมถึงภาพเมืองท่าการค้าระหว่างประเทศ และสินค้าส่งออก นักท่องเที่ยวสามารถพบเห็นได้เป็นประจำ อำเภอแม่สอดได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลไทยให้เป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษตามหนึ่งในแนวทางของระเบียบเศรษฐกิจตะวันออก-ตะวันตก 2) รูปแบบภาพถ่ายดิจิทัลด้านการลงทุนการค้า ที่ทันสมัย ภาคอุตสาหกรรมในเขตพื้นที่อำเภอเมืองตาก อำเภอบ้านตาก และอำเภอวังเจ้า จังหวัดตาก เป็นพื้นที่ที่มีการคมนาคมสะดวก เป็นเส้นทางที่สามารถผ่านไปยังจังหวัดต่างๆได้หลายจังหวัด แม่ฮ่องสอน เชียงใหม่ ลำพูน ลำปาง สุโขทัย กำแพงเพชร ทำให้มีการลงทุนการค้า และการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง 3) รูปแบบภาพถ่ายดิจิทัลด้านการเกษตร และแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีความโดดเด่นเฉพาะตัว ในเขตพื้นที่อำเภอพบพระ อำเภอแม่ระมาด อำเภอท่าสองยาง และอำเภอสามเงา เป็นแนวเทือกเขาสูง มีสภาพป่าไม้ที่อุดมสมบูรณ์ มีชนพื้นเมืองอาศัยทำมาหากินด้วยการปลูกพืชผักผลไม้ด้วยวิถีเกษตรอินทรีย์ ทำให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีความโดดเด่น 4) รูปแบบภาพถ่ายดิจิทัล ด้านการท่องเที่ยวในเชิงวัฒนธรรม ในเขตพื้นที่อำเภออุ้มผาง ถือเป็นเขตที่ชาวพื้นเมืองยังคงรักษา ศิลปวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ ทั้งวิถีการดำรงชีวิต การทำมาหากิน ประเพณี วัฒนธรรม ประกอบกับมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ที่มีความอุดมสมบูรณ์ที่สุดแห่งหนึ่งของประเทศไทย

ส่วนที่ 2 ผลการสร้างสรรคภาพถ่ายดิจิทัลเพื่อใช้เป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว จังหวัดตาก โดยผ่านการพิจารณาของผู้ทรงคุณวุฒิ

ผู้วิจัยพบว่า การสร้างสรรคภาพถ่ายดิจิทัลเพื่อใช้เป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวของจังหวัดตาก ที่แบ่งตาม 4 รูปแบบ โดยการพิจารณาของผู้ทรงคุณวุฒิด้านการถ่ายภาพ จำนวน 3 ท่าน เพื่อประเมินความเหมาะสมของภาพถ่ายจำนวนรูปแบบละ 20 ภาพ โดยใช้ในเกณฑ์การเลือกภาพถ่ายด้วยแบบประเมินคุณภาพผลงานศิลปะภาพถ่ายดิจิทัลเพื่อใช้เป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดตาก ผลการพิจารณาภาพถ่ายดิจิทัลของ ผู้ทรงคุณวุฒิจากคะแนนเฉลี่ยการเรียงลำดับมากที่สุด ใน 10 อันดับแรกจากผู้ทรงคุณวุฒิ ดังนี้

1. รูปแบบภาพถ่ายดิจิทัลด้านการคมนาคมขนส่งพื้นที่เศรษฐกิจ การค้าชายแดน รวมถึงภาพเมืองท่า การค้าระหว่างประเทศ และสินค้าส่งออกที่มีชื่อเสียงในเขตพื้นที่อำเภอแม่สอด



ภาพประกอบที่ 2 รวมภาพถ่ายดิจิทัลด้านการคมนาคมขนส่งพื้นที่เศรษฐกิจ

2. รูปแบบภาพถ่ายดิจิทัลด้านการลงทุนการค้าที่ทันสมัยภาคอุตสาหกรรม ผลผลิตทางการเกษตรและการท่องเที่ยว ในเขตพื้นที่อำเภอเมืองตาก อำเภอบ้านตาก และอำเภอวังเจ้า



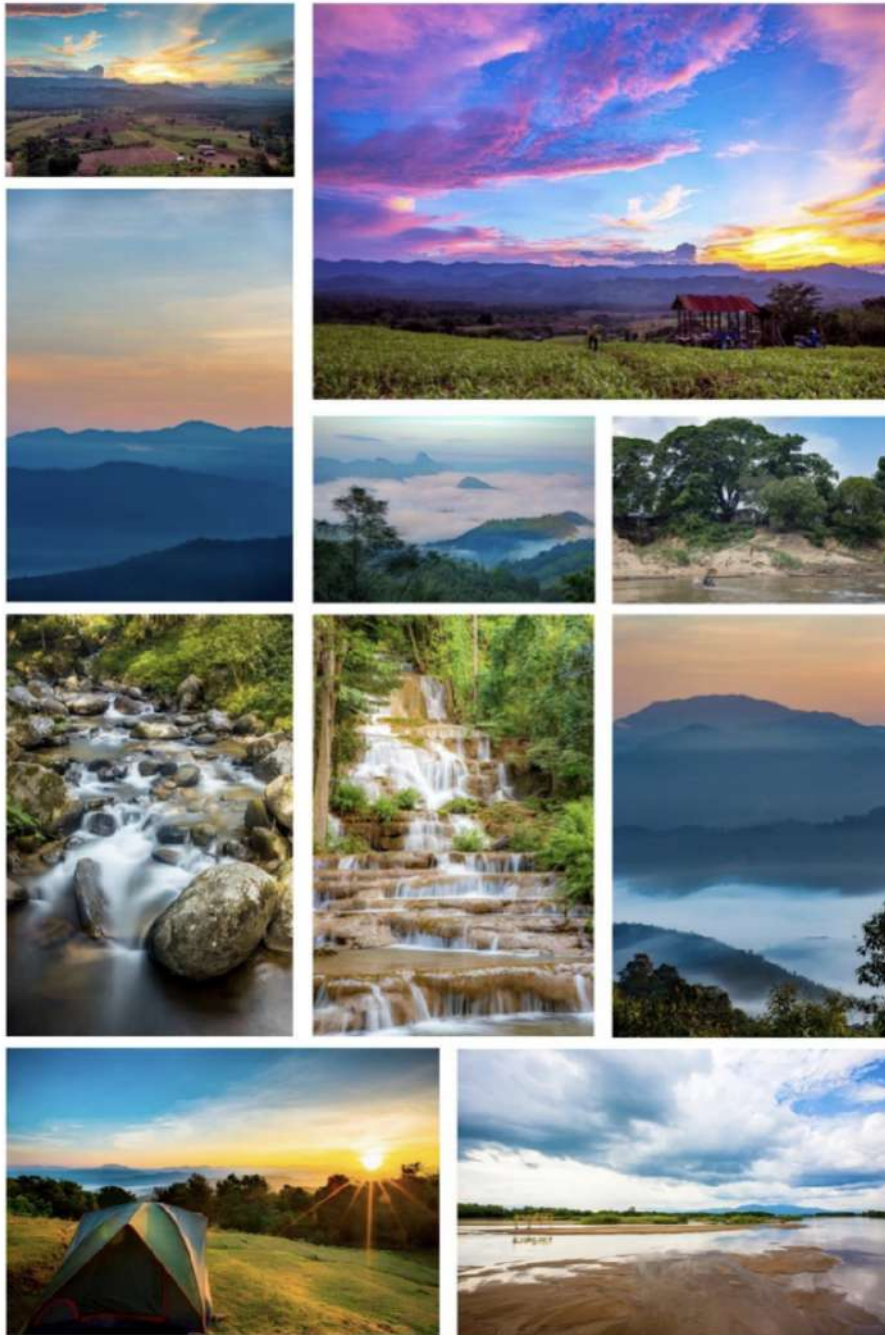
ภาพประกอบที่ 3 รวมภาพถ่ายดิจิทัลด้านการลงทุนการค้าที่ทันสมัยภาคอุตสาหกรรม

3. รูปแบบภาพถ่ายดิจิทัลด้านการเกษตรและแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีความโดดเด่น เฉพาะตัว ในเขตพื้นที่อำเภอพบพระ อำเภอแม่ระมาด อำเภอท่าสองยาง และอำเภอสามเงา



ภาพประกอบที่ 4 รวมภาพถ่ายดิจิทัลด้านการเกษตรและแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

4. รูปแบบภาพถ่ายดิจิทัลด้านการท่องเที่ยวในเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน ท้องถิ่น ในเขตพื้นที่อำเภออุ้มผาง



ภาพประกอบที่ 5 รวมภาพถ่ายดิจิทัลด้านการท่องเที่ยวในเชิงวัฒนธรรม

ส่วนที่ 3 ผลการนำเสนอภาพถ่ายในการประชาสัมพันธ์

ผู้วิจัย ได้นำเสนอภาพถ่ายในการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางดังต่อไปนี้

1. การจัดนิทรรศการภาพถ่ายเพื่อนำเสนอผลงานภาพถ่ายในการศึกษาวิจัยเรื่อง “การสร้างสรรค์ภาพถ่ายดิจิทัลเพื่อใช้เป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดตาก” ในกิจกรรม “Open House Kasem Bundit 2019” ในระหว่างวันที่ 29 พฤศจิกายน ถึง 1 ธันวาคม 2560 ณ ชั้น 11-12 อาคารเกษมนคราม มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต วิทยาเขตร่มเกล้า ทั้งนี้มีคณาจารย์ นักศึกษา นักเรียน และผู้ที่สนใจเข้าร่วม โดยประเมินความพึงพอใจมากคิดเป็นร้อยละ 80 ของผู้เข้าร่วม



ภาพประกอบที่ 6 ภาพรวมการจัดนิทรรศการภาพถ่าย

2. การเผยแพร่ผลงานภาพถ่ายลงในสื่อโซเชียลมีเดียในช่องทางต่างๆ ประกอบไปด้วยช่องทาง

1) แฟนเพจ (Fanpage) 2) ทางเฟสบุ๊ก (Facebook) 3) ทางอินสตราแกรม (Instagram) และ 4) แอปพลิเคชันไลน์ (Application Line) ทั้งนี้มีผู้ที่สนใจในภาพถ่ายแสดงออกความคิดเห็น การกดถูกใจ และการแชร์ ผ่านช่องทางเผยแพร่ในสื่อโซเชียลต่างๆ

3. จัดทำซีดี (CD) พร้อมส่งมอบกับผู้ที่เกี่ยวข้องในการประชาสัมพันธ์ของจังหวัดตาก



ภาพประกอบที่ 7 ซีดี (CD) รวมภาพถ่ายเพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์จังหวัดตาก

สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ผลการศึกษารูปแบบภาพถ่ายดิจิทัลในบริบทต่างๆ ของจังหวัดตาก

ผู้วิจัยพบว่า รูปแบบภาพถ่ายดิจิทัลทั้งในบริบทต่างๆ ของจังหวัดตากโดยการแบ่งตามพื้นที่ ตามเขตอำเภอต่างๆ ในจังหวัดตาก สามารถจำแนกรูปแบบออกเป็น 4 รูปแบบ ดังนี้ (1) รูปแบบภาพถ่ายดิจิทัลด้านการคมนาคมขนส่งพื้นที่เศรษฐกิจ ในเขตพื้นที่อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก (2) รูปแบบภาพถ่ายดิจิทัลด้านการลงทุนการค้าที่ทันสมัยภาคอุตสาหกรรม ในเขตพื้นที่อำเภอเมืองตาก อำเภอบ้านตาก และอำเภอวังเจ้า จังหวัดตาก (3) รูปแบบภาพถ่ายดิจิทัลด้านการเกษตรและแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีความโดดเด่นเฉพาะตัวในเขตพื้นที่อำเภอพบพระ อำเภอแม่ระมาด อำเภอท่าสองยาง และอำเภอสามเงา จังหวัดตาก และ (4) รูปแบบภาพถ่ายดิจิทัลด้านการท่องเที่ยวในเชิงวัฒนธรรม ในเขตพื้นที่อำเภออุ้มผาง จังหวัดตาก

ส่วนที่ 2 ผลการสร้างสรรคภาพถ่ายดิจิทัลเพื่อใช้เป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของ จังหวัดตาก โดยผ่านการพิจารณาของผู้ทรงคุณวุฒิ

ผู้วิจัยพบว่าการสร้างสรรคภาพถ่ายดิจิทัลเพื่อใช้เป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดตาก ที่แบ่งตาม 4 รูปแบบโดยการพิจารณาของผู้ทรงคุณวุฒิด้านการถ่ายภาพ จำนวน 3 ท่าน เพื่อประเมินความเหมาะสมของภาพถ่ายจำนวนรูปแบบละ 20 ภาพ โดยใช้ในเกณฑ์การเลือกภาพ ถ่ายด้วยแบบประเมินคุณภาพผลงานศิลปะภาพถ่ายดิจิทัลเพื่อใช้เป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดตาก ผลการพิจารณาภาพถ่ายดิจิทัลของผู้ทรงคุณวุฒิจากคะแนนเฉลี่ย การเรียงลำดับมากที่สุดใน 10 อันดับแรกจากผู้ทรงคุณวุฒิ ดังนี้ (1) รูปแบบภาพถ่ายดิจิทัล ด้านการคมนาคมขนส่งพื้นที่เศรษฐกิจ การค้าชายแดน รวมถึงภาพเมืองท่าการค้าระหว่างประเทศ และสินค้าส่งออกที่มีชื่อเสียง ในเขตพื้นที่อำเภอแม่สอด ประกอบไปด้วยภาพ ภาพสินค้า ไม้แกะสลักเพื่อจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยว ภาพชาวพื้นเมืองตัดเย็บกระเป่า เพื่อจำหน่ายให้ กับนักท่องเที่ยว หมวกของชาวพื้นเมืองที่วางจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยว ภาพสินค้าที่ วางจำหน่ายโดยชาวเมียนมาร์ ภาพแม่ค้าชาวเมียนมาร์ในตลาดริมเมย ภาพป้ายแสดง สุดเขตประเทศไทย เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ถ่ายภาพไว้เป็นที่ระลึก ภาพจุดผ่านแดนถาวรด่านพรมแดนแม่สอด ภาพแม่ค้าชาวเมียนมาร์ที่นำสินค้า มาวางจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยวชาวไทย ภาพการเดินสินค้าไว้บนศีรษะของแม่ค้าชาวเมียนมาร์ ภาพด่านสะพานมิตรภาพไทย-เมียนมาร์ ในช่วงพระอาทิตย์ตก (2)

รูปแบบภาพถ่ายดิจิทัลด้านการลงทุน การค้าที่ทันสมัยภาคอุตสาหกรรม ผลผลิตทางการเกษตร และการท่องเที่ยว ในเขตพื้นที่อำเภอเมืองตาก อำเภอบ้านตาก และอำเภอวังเจ้า ประกอบไปด้วยภาพการคมนาคมในอำเภอบ้านตาก ภาพบรรยากาศในอำเภอเมืองตาก ภาพศิลปะเมียนมาร์ ในวัดไทยพัฒนาราม ภาพสภาพบ้านเมืองในอำเภอเมืองตาก ภาพวัดไทยพัฒนาราม ภาพศิลปะเมียนมาร์ที่พบได้ในวัดไทยพัฒนาราม ภาพความงดงามของวัดไทยพัฒนาราม ภาพสะพาน สมโภชน์รัตนโกสินทร์ 200 ปี ภาพเขื่อนภูมิพล ภาพศาลากลางน้ำ (3) รูปแบบภาพถ่ายดิจิทัล ด้านการเกษตร และแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีความโดดเด่นเฉพาะตัว ในเขตพื้นที่อำเภอพบพระ อำเภอแม่ระมาด อำเภอท่าสองยาง และอำเภอสามเงา ประกอบไปด้วย ภาพถ่ายมุมสูงพื้นที่การทำเกษตร ภาพวิถีชีวิตการทำเกษตรบนเขา ภาพชาวพื้นเมืองที่นำสินค้า มาจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยว ภาพอาหารที่ชาวพื้นเมืองนำมาจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยว ภาพความยิ้มแย้มแจ่มใส ของแม่ค้าชาวพื้นเมือง ภาพบรรยากาศสองข้างทางระหว่างการเดินทาง ภาพผมไม้ตามฤดูกาล ที่นำมาวางจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยว ภาพอัยยาศัยไมตรีของแม่ค้าที่มีต่อ นักท่องเที่ยว ภาพผลผลิตทางการเกษตรที่นำมาจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยว ภาพไร่ข้าวโพด และ (4) รูปแบบภาพถ่ายดิจิทัลด้านการท่องเที่ยวในเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของชุมชน ท้องถิ่น ในเขตพื้นที่ อำเภออุ้มผาง ประกอบด้วย ภาพบรรยากาศแสงยามเย็น ภาพทะเลหมอกกับแสงเช้าภาพทะเลหมอกที่มองเห็นได้จากจุดชมวิว ภาพถ่ายต้นท์ ของนักท่องเที่ยวในช่วงพระอาทิตย์กำลังขึ้น ภาพทะเลหมอกจากจุดชมวิว ภาพน้ำตกกริมล่าธาร บริเวณที่ทำการอุทยานฯ ภาพน้ำตกพาเจริญ ภาพถ่ายการทำเกษตร ของชาวพื้นเมือง ภาพแม่น้ำปิง ภาพถ่ายการเดินทางด้วยเรือของชาวพื้นเมือง ทั้งนี้อาจกล่าวสรุปได้ว่าภาพถ่ายที่ผ่านการสร้างสรรค์จากกล้องดิจิทัลที่ผ่านการ

พิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิ มีคุณภาพมากที่สุดนั้นแยกออกเป็น 3 ระดับ คือระดับบุคคล ระดับกลุ่ม และระดับสังคม มีคุณค่าสามารถนำไปใช้ในงานการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวต่อไป

ส่วนที่ 3 ผลการนำเสนอภาพถ่ายในการประชาสัมพันธ์

ผู้วิจัย ได้นำเสนอภาพถ่ายในการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางดังต่อไปนี้ (1) การจัดนิทรรศการภาพถ่ายเพื่อนำเสนอผลงานภาพถ่ายในการศึกษาวิจัยเรื่อง “การสร้างสรรค์ภาพถ่าย ดิจิทัลเพื่อใช้เป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดตาก” ในกิจกรรม “Open House Kasem Bundit 2019” ในระหว่างวันที่ 29 พฤศจิกายน ถึง 1 ธันวาคม 2560 ณ ชั้น 11-12 อาคาร เกษมนคร มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต วิทยาเขตร่มเกล้า (2) เผยแพร่ผลงานภาพ ถ่ายลงในสื่อโซเชียลมีเดียในช่องทางต่างๆ เช่น ทางแฟนเพจ (Fanpage) เฟสบุ๊ก (Facebook) อิน ส ต ร า แ ก ร ม (Instagram) แอปพลิเคชันไลน์ (Application Line) และ (3) จัดทำซีดี (CD) เพื่อทำการส่งมอบให้กับผู้เกี่ยวข้องในจังหวัดตากต่อไป

อภิปรายผลการวิจัย

รูปแบบภาพถ่ายดิจิทัลของจังหวัดตากใน 4 ด้าน ประกอบไปด้วยรูปแบบภาพถ่ายดิจิทัลด้านการคมนาคมขนส่งพื้นที่เศรษฐกิจ รูปแบบภาพถ่ายดิจิทัลด้านการลงทุน การค้าที่ทันสมัยภาคอุตสาหกรรม รูปแบบภาพถ่ายดิจิทัลด้านการเกษตรและแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และรูปแบบภาพถ่ายดิจิทัลด้านการท่องเที่ยวในเชิงวัฒนธรรม สอดคล้องกับการให้สัมภาษณ์ (อุดร ดันดีสุนทร, 2560) ตรงตามบริบทของจังหวัดตาก คือด้านการคมนาคม ด้านการลงทุนการค้า ด้านการเกษตร และด้านแหล่งท่องเที่ยว

ระดับคุณภาพความเหมาะสมของการประเมินผลงานสร้างสรรค์ภาพถ่ายดิจิทัลเพื่อการ

ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดตาก ในการคัดเลือกภาพที่ผ่านจากผู้ทรงคุณวุฒิใน 2 ด้าน ที่คัดระดับมาก (4) และมากที่สุด (5) สูงสุด 10 ลำดับแรกพบว่าด้านเนื้อหาของภาพ นั้นประกอบไปด้วยภาพถ่ายมีความดึงดูดให้มองอย่างตั้งใจ ภาพถ่ายมีความแปลกตา น่าสนใจ ภาพถ่ายสามารถสื่อความในภาพได้ดี และภาพถ่ายเข้าใจง่าย สอดคล้องกับเรื่องภาพถ่ายสื่อความหมาย กระตุ้นการรับรู้ด้วยการมองเห็น (กนกรัตน์ ยศโกร, 2551) ที่กล่าวถึงความสำคัญด้านการสื่อสารในแต่ละระดับไว้คือ 1) ในระดับบุคคล ภาพถ่ายเป็นการสื่อสารภายในบุคคล การเก็บบันทึกภาพของตนเองตั้งแต่ในอดีตถึงปัจจุบัน การเก็บความประทับใจต่อสิ่งแวดล้อมออกมาเป็นภาพแทนความทรงจำที่มีอยู่ นอกจากนี้ในขณะที่ถ่ายภาพทำให้บุคคลมีสมาธิและเกิดความรู้สึกน้อมโยในการสัมผัสกับสิ่งสวยงามของธรรมชาติ ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าเป็นการรักษาทางด้านจิตใจได้อีกวิธีหนึ่ง 2) ในระดับกลุ่ม เช่น ครอบครัว เพื่อนฝูง ภาพถ่ายมีความสำคัญต่อการสื่อสารระหว่างกัน ทั้งในด้านการเตือนความจำในความสัมพันธ์ที่มีร่วมกัน เก็บภาพไว้เพื่อเป็นหลักฐานทางกฎหมายการนำภาพเพื่อมาใช้ประกอบการวินิจฉัยทางการแพทย์ เพื่อส่งกล้องดูอวัยวะต่างๆ ที่มีปัญหาในร่างกายเป็นต้น และ 3) ในระดับสังคมทั่วไปที่มีผู้รับสาร มีลักษณะเป็นมวลชน (Mass) ภาพถ่ายเป็นสื่อ (Media) ภาพถ่ายมีความสำคัญต่อการส่งข่าวสารประจำวันไปยังผู้รับสาร ภาพถ่ายยังสามารถสื่อความหมายได้ดีกว่าเนื้อข่าว เพราะแสดงอารมณ์ โกรธ ดีใจ เสียใจ ในอากัปกิริยาต่างๆ รวมไปถึงเพิ่มคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว สอดคล้องกับ พิทักษ์ ชุมงคล (2563) ที่ได้ศึกษาเรื่องการพัฒนาตัวบ่งชี้คุณค่าตราสินค้าแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมย่านชุมชนเก่าในกรุงเทพฯ เพื่อประยุกต์ใช้ในการสื่อสารตราสินค้าแหล่งท่องเที่ยว พบว่า ตัวบ่งชี้คุณค่าตราสินค้าแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในมุมมองผู้บริโภคประกอบด้วย 1) การรู้จักแหล่งท่องเที่ยว 2) ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว 3) การรับรู้แหล่ง

ท่องเที่ยว 4) ประสบการณ์ต่อแหล่งท่องเที่ยว และ 5) ความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยว

สำหรับด้านภาพภานั้น พบว่าภาพถ่ายมีความคมชัด แสง สีของภาพถ่ายมีความสมดุล ภาพถ่ายใช้หลักความสมดุลในการถ่ายภาพ ภาพถ่ายมีการเน้นจุดสนใจที่เห็นเด่นชัด ภาพถ่ายมีช่วงวินาทีในการถ่ายได้อย่างลงตัว ภาพถ่ายมีการจัดองค์ประกอบทางศิลปะได้อย่างเหมาะสม ภาพถ่ายมีการใช้หลักต่อเนื่องของเส้น สี รูปทรง และน้ำหนัก รวมทั้งภาพถ่ายมีเอกภาพของหลักการองค์ประกอบศิลป์ สอดคล้องกับจุฑามาส สุกใส (2555) ที่ได้ศึกษาเรื่องการพัฒนาเว็บไซต์ชุมชนนักปฏิบัติ เรื่องเทคนิคการถ่ายภาพด้วยกล้องดิจิทัล สำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี พบว่าเรื่อง เทคนิคการถ่ายภาพด้วยกล้องดิจิทัล 7 ชุมชน และความรู้ 7 ด้าน ได้แก่ 1) เทคนิคการถ่ายภาพในสภาพแสงที่แตกต่างกัน 2) เทคนิคการใช้ Speed Shutter 3) เทคนิคช่วงความชัดของภาพ 4) เทคนิคการจัดองค์ประกอบภาพ 5) เทคนิคการถ่ายภาพระยะใกล้ 6) เทคนิคการถ่ายภาพกลางคืน และ 7) เทคนิคการถ่ายภาพโดยใช้อิเล็กทรอนิกส์แฟลช เป็นต้น

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลทำให้ผู้วิจัยทราบถึงแนวทางการนำผลที่ได้ไปใช้เพื่อการศึกษาและศึกษาวิจัยครั้งต่อไปดังนี้

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องของจังหวัดตาก ควรนำผลการวิจัยในครั้งนี้สำหรับการสร้างสรรค์ภาพถ่ายดิจิทัลไปใช้ประกอบการประชาสัมพันธ์เชิงการท่องเที่ยวต่อไป
2. องค์กรและหน่วยงานอื่น ควรให้ความสำคัญด้านการประชาสัมพันธ์ผ่านการสร้างสรรค์ภาพถ่ายดิจิทัลตรงตามบริบทขององค์กรเพื่อนำไปเผยแพร่สื่อผ่านช่องทางต่างๆ ตามความเหมาะสม
3. ควรมีการศึกษาข้อมูลเชิงลึกขององค์กรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือมีหน้าที่เกี่ยวกับการ

ประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในเรื่องเกี่ยวกับการท่องเที่ยว และควรตระหนักหรือ ให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลให้มากขึ้นทางสื่อประเภทต่างๆ

4. ควรศึกษาข้อมูลเชิงลึกเพื่อสืบค้น ประเพณี กิจกรรมชุมชน ลักษณะการเป็นอยู่ วิถี ความเชื่อ และความสัมพันธ์กับองค์กรที่เกี่ยวข้องในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว รวมถึงจุดแข็งของชุมชน ให้ได้ภาพถ่ายที่สร้างสรรค์ในบริบทต่างๆ และยังสามารถนำไปเป็นผลงานสร้างสรรค์ต้นแบบ ให้จังหวัดอื่นได้นำไปใช้ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นระดับบุคคล ระดับกลุ่ม และระดับสังคมต่อไป

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

กนกรัตน์ ยศไกร. (2551). การถ่ายภาพเพื่อการสื่อสาร. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ทริปเพิ้ล เอ็ดดูเคชั่น จำกัด.

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2554). แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559.

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.

จุฑามาส สุกใส. (2555). การพัฒนาเว็บไซต์ชุมชนนักปฏิบัติ เรื่องเทคนิคการถ่ายภาพด้วยกล้องดิจิทัล สำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี. วิทยานิพนธ์. ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

ทวี ปิยะพัฒนา (อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว). สัมภาษณ์ วันที่ 6 กันยายน 2562.

บุศรา ธาราเกษม และ พรทิพย์ สัมปัตตวนิช. (2562). รูปแบบการดำเนินชีวิต การแสวงหาข้อมูล และ พฤติกรรมการท่องเที่ยวเมืองรองของกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย. วารสารการสื่อสารและการจัดการ นิต้า, ปีที่ 5 ฉบับที่ 3 (กันยายน - ธันวาคม), 1-14.

พิทักษ์ ชุมงคล. (2563). การพัฒนาตัวบ่งชี้คุณค่าตราสินค้าแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมย่านชุมชนเก่าใน กรุงเทพฯ เพื่อประยุกต์ใช้ในการสื่อสารตราสินค้าแหล่งท่องเที่ยว. วารสารนิเทศศาสตร์และ นวัตกรรม นิต้า, ปีที่ 8 ฉบับที่ 1 (ม.ค - มิ.ย), 136-170.

สมาน เฉตระการ. (2548). การถ่ายภาพเบื้องต้น. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ ห้างหุ้นส่วน จำกัด.

เหมือนฝัน คงสมแสง., มาโนช ชุ่มเมืองปัก., สมสุข หินวิมาน. (2564). สัมพันธทางการสื่อสารของศิลปะ : กรณีศึกษา การถ่ายโยงรูปแบบและเนื้อหาผลงานของถวัลย์ ดัชนี. วารสารนิเทศศาสตร์และ นวัตกรรม นิต้า, ปีที่ 8 ฉบับที่ 1 (ม.ค - มิ.ย), 22-46.

อุดร ดันดีสุนทร (บริษัทของจังหวัดตาก). สัมภาษณ์ วันที่ 20 กันยายน 2560.

ภาษาอังกฤษ

Assael, H. (1998). *Consumer Behavior and Marketing Action*, 6th Edition. Cincinnati, Ohio: South Western College Publishing.