

การออกแบบเรขศิลป์สำหรับเกาะที่ไม่เป็นที่รู้จักแพร่หลายของไทย

นางสาว วณิชัย คงคาเจริญ

งานวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต

ภาควิชาานฤมิตศิลป์

คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

พ.ศ. 2540

กิตติกรรมประกาศ

ในการวิจัยฉบับนี้ ได้รับความช่วยเหลือมากมายจาก

ผศ.ดร. พรสนอง วงศ์สิงห์ทอง	ผู้แนะแนวทางจนทำให้งานวิจัยสำเร็จได้ตลอดรอดฝั่ง
อาจารย์ อารยะ ศรีกัลยาณบุตร	ผู้ให้คำปรึกษาตลอดเวลาอย่างไม่เหน็ดเหนื่อย
อาจารย์ สุขุมาล เล็กสวัสดิ์ และ	
ผศ.ดร. ศุภกรณ์ ดิษฐพันธุ์	ผู้ให้ความห่วงใยอย่างมากกับเด็ก ๆ ทุกคน
ครอบครัว	ผู้ให้กำลังใจและกำลังใจในการทำงาน
ห้องสมุดททท.และหอสมุดกลาง	ที่ให้ข้อมูลที่จำเป็นสำหรับงานวิจัย

ขอขอบคุณทุกท่านและทุกที่ ที่ช่วยทำให้งานวิจัยฉบับนี้ลุล่วงได้ด้วยดี

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
สารบัญ	ข
บทที่ 1 บทนำ	
- ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
- วัตถุประสงค์ของงานวิจัย	3
- ขอบเขตของงานวิจัย	3
- วิธีดำเนินงานวิจัย	3
- ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
- คำจำกัดความ	4
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	
- เกาะในทะเลไทยที่ยังไม่เป็นที่รู้จักแพร่หลาย	5
- ฤดูกาลท่องเที่ยวทะเล	20
- สื่อโฆษณา	21
- หลักการออกแบบโฆษณา	25
บทที่ 3 วิธีการดำเนินงานวิจัย	
- การระบุกลุ่มเป้าหมาย	27
- ลักษณะสื่อที่เหมาะสมในการเผยแพร่	29
- การแนะนำตัวอย่างงานสำหรับการวิเคราะห์	30
- หลักเกณฑ์วิเคราะห์งานออกแบบ	36
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล	
- วิเคราะห์ตัวอย่างงาน	38

บทที่ 5 บทสรุป	
- สรุปผลการวิจัย	60
บทที่ 6 สรุปผลงานโครงการ	62
- สรุปแนวทางการออกแบบ	63
- สโลแกน (Slogan)	65
- โฆษณาทางโปสเตอร์(Poster)	66
- โฆษณาทางนิตยสาร(Magazine Ad)	68
- คู่มือนำเที่ยว(Guide Book)	70
- โฮมเพจ(Home-Page)	75
- ข้อเสนอแนะ	80
บรรณานุกรม	81
ภาคผนวก	82

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ทะเลเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีมนต์เสน่ห์ดึงดูดนักท่องเที่ยวมากมายให้ไปเยือนตั้งแตในอดีตถึงปัจจุบัน จนอาจกล่าวได้ว่า การเที่ยวทะเลเป็นการพักผ่อนหย่อนใจที่เป็นที่นิยมของคนทั่วโลกมานานนับสิบปี และจากสภาพภูมิประเทศของประเทศไทย ที่นอกจากจะมีดินแดนติดทะเลถึง 3 ด้าน คือ อ่าวไทยตอนบน ภาคใต้ฝั่งตะวันออกหรืออ่าวไทย และภาคใต้ฝั่งตะวันตกหรือทะเลอันดามันแล้ว ประเทศไทยยังมีเกาะน้อยใหญ่อีกกว่า 600 เกาะในอาณาเขต¹ ซึ่งจากสภาพภูมิประเทศเหล่านี้ ทำให้ประเทศไทยมีปัจจัยที่เอื้ออำนวยต่อการเที่ยวทะเลอย่างมากมาย รวมถึงความสวยงามที่ไม่แพ้ใครของท้องทะเลไทย ทำให้มีนักท่องเที่ยวมากมายทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ นิยมใช้เวลาในวันหยุดเดินทางไปสัมผัสบรรยากาศของทะเลไทยตามเมืองชายทะเลและเกาะต่างๆ

มีนักท่องเที่ยวจำนวนไม่น้อยที่นิยมไปเที่ยวพักผ่อนตามเกาะต่างๆ ซึ่งเกาะภูเก็ต เกาะสมุย เกาะพีพี เกาะสิมิลัน ฯลฯ ต่างก็เป็นเกาะที่เป็นที่รู้จักและนิยมอย่างแพร่หลายของนักท่องเที่ยวทั้งในและนอกประเทศ แต่จากที่ได้กล่าวไปแล้วในข้างต้นว่า ประเทศไทยมีเกาะน้อยใหญ่อยู่ในอาณาเขตถึงกว่า 600 เกาะ จึงยังมีเกาะอีกมากที่มีความสวยงามไม่แพ้เกาะใดๆ แต่กลับไม่ได้รับการเผยแพร่ให้เป็นที่รู้จักต่อนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะชาวไทยเอง ตัวอย่างของเกาะที่ไม่เป็นที่รู้จักแพร่หลายเหล่านี้ได้แก่ เกาะแตนและเกาะแตนใน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่มีความสวยงามของใต้ท้องทะเล ซึ่งเต็มไปด้วยฝูงปลาและปะการัง² เกาะมัตตรา เกาะทองหลาง

¹ "เที่ยวเกาะใน 1,500 ไมล์ทะเล "หลักเมือง" (พฤษภาคม 2534), หน้า 45.

² "เรื่องกับการเดินทางของชีวิต" อนุสารอสนท. (พฤษภาคม 2540), หน้า 138-148.

และเกาะไข่ จังหวัดชุมพร ที่มีหาดทรายขาวนวลเหมาะแก่การไปตั้งแคมป์³ ถ้ามรดกบนเกาะมุก แหล่งชมนกที่สำคัญและน่าสนใจบนเกาะลิบง จังหวัดตรัง⁴ ทัศนียภาพสวยงามของเกาะปอดะ เกาะหม้อ เกาะทัพ จังหวัดกระบี่ ที่มีหาดทรายขาวเชื่อมต่อระหว่างเกาะ⁵ เกาะขามและเกาะหวาย จังหวัดตราด ที่มีความสวยงามไม่เป็นรองใคร⁶ ฯลฯ ถึงแม้เกาะเหล่านี้จะมีความสวยงามและเสน่ห์ที่น่าสนใจมากมาย แต่ความเจริญและความสะดวกสบายบนเกาะยังมีอยู่น้อยมาก ซึ่งทำให้ดูไม่น่าไปเยือนนักสำหรับนักท่องเที่ยวไทยบางกลุ่ม ทว่าเกาะเหล่านี้ น่าจะเหมาะสมกับความต้องการของนักท่องเที่ยวไทยที่รักธรรมชาติและชอบความบริสุทธิ์ของทะเล เพราะเป็นเกาะที่นักท่องเที่ยวสามารถเที่ยวทะเลแบบธรรมชาติแท้ๆที่เงียบสงบ และเก็บเกี่ยวบรรยากาศที่ไม่เหมือนกับเกาะสมุยหรือพัทยาได้ โดยโครงการเผยแพร่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเกาะที่ไม่เป็นที่รู้จักนี้ มีความเป็นไปได้ที่จะเป็นส่วนหนึ่งของโครงการ"ไทยเที่ยวไทย" ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)

ทั้งที่เกาะที่ไม่เป็นที่รู้จักแพร่หลายเหล่านี้มีเสน่ห์และข้อดีมากมายที่น่าไปเยือน แต่ในปัจจุบันกลับเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวชาวไทยเองน้อยราย ทำอย่างไรจึงจะสามารถเผยแพร่ให้เกาะเหล่านี้เป็นที่รู้จักมากขึ้นในหมู่นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย วิจัยฉบับนี้ จึงมุ่งหาแนวทางที่จะทำให้เกาะเหล่านี้เป็นที่รู้จักมากขึ้น โดยการศึกษาแนวทางที่เหมาะสมในการใช้เรขศิลป์ออกแบบเพื่อเผยแพร่และนำเสนอเกาะที่ยังไม่รู้จักแพร่หลายเหล่านี้ ให้เป็นที่รู้จักและสนใจต่อนักท่องเที่ยวชาวไทย และทำให้มีนักท่องเที่ยวชาวไทยไปเที่ยวเกาะเหล่านี้มากขึ้น

³ แผ่นพับแนะนำจังหวัดชุมพร (ตุลาคม 2537).

⁴ "สู่ทะเลรังด้วยความหวังและรอยยิ้ม"อนุสารอสท. (เมษายน 2540), หน้า 39-48.

⁵ "คู่มือนักท่องเที่ยว"อนุสารอสท. (ตุลาคม 2535), หน้า 26-28.

⁶ "เที่ยวเกาะทะเลตราดหาดขาวทะเลคราม"อนุสารอสท. (มิถุนายน 2532), หน้า 39-48.

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อหาสื่อและแนวทางที่เหมาะสมในการใช้เรขศิลป์ เพื่อเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับเกาะที่ยังไม่เป็นที่รู้จักแพร่หลาย ให้กับนักท่องเที่ยวชาวไทย
2. เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายรู้จักและไปเที่ยวเกาะเหล่านี้มากขึ้น

ขอบเขตของการวิจัย

ค้นหาและศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเกาะในท้องทะเลไทย โดยเฉพาะเกาะที่ยังไม่เป็นที่รู้จักแพร่หลายต่อนักท่องเที่ยวชาวไทย

วิธีการดำเนินการวิจัย

1. ศึกษาข้อมูลต่างๆเกี่ยวกับเกาะในประเทศไทย เพื่อคัดเลือกและรวบรวมข้อมูลของเกาะที่ยังไม่เป็นที่รู้จักแพร่หลาย โดยเฉพาะข้อมูลที่จะใช้เผยแพร่เพื่อดึงดูดและให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวชาวไทย
2. ศึกษาและวิเคราะห์หากลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายที่เหมาะสม
3. ศึกษาและวิเคราะห์หาสื่อที่เหมาะสมในการเผยแพร่ให้กลุ่มเป้าหมายสนใจและอยากไปเที่ยวเกาะมากขึ้น
4. วิเคราะห์ตัวอย่างงานที่เคยมีมาแล้ว ซึ่งอยู่ในกรณีที่ต้องการเผยแพร่และชักชวนที่คล้ายกันกับปัญหา
5. สรุปผลข้อมูลทั้งหมดเพื่อใช้เป็นแนวทางในการออกแบบ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้สื่อและแนวทางที่เหมาะสมในการออกแบบเรขศิลป์สำหรับการเผยแพร่เกาะในทะเลไทยให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น
2. นักท่องเที่ยวในกลุ่มเป้าหมายรู้จักและเกิดความสนใจอยากไปเที่ยวเกาะ

คำจำกัดความ

เกาะไทย - เกาะต่างๆที่อยู่ในอาณาเขตของประเทศไทย

เกาะที่ไม่เป็นที่รู้จักแพร่หลาย - เกาะที่สามารถไปเที่ยวพักผ่อนได้ โดยมีสถานที่ที่สามารถพักได้เป็นหลักแหล่ง และเป็นเกาะที่ยังไม่มีการเผยแพร่ผ่านสื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักโดยทั่วไป

บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในบทนี้จะกล่าวถึงวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเป็นข้อมูลพื้นฐานที่มีส่วนเกี่ยวข้องและสำคัญต่องานวิจัย โดยจะแบ่งข้อมูลออกเป็นส่วนต่างๆ ดังนี้

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับเกาะในทะเลไทยที่ยังไม่เป็นที่รู้จักแพร่หลาย
- ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับฤดูกาลท่องเที่ยวทะเล
- ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับสื่อโฆษณา
- ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับหลักการออกแบบโฆษณา

เกาะในทะเลไทยที่ยังไม่เป็นที่รู้จักแพร่หลาย

เกาะในทะเลไทยที่ยังไม่เป็นที่รู้จักแพร่หลาย ที่จะนำมาเผยแพร่แก่นักท่องเที่ยวชาวไทยในวิจัยฉบับนี้ คือเกาะที่สามารถไปเที่ยวพักผ่อนได้โดยมีสถานที่ที่สามารถพักผ่อนได้เป็นหลักแหล่ง เช่น มีกิจการบ้านพักหรือรีสอร์ทเล็กๆ หรือมีพื้นที่สำหรับกางเต็นท์ โดยเกาะเหล่านี้เป็นเกาะที่ยังไม่ได้รับการโฆษณาเผยแพร่ผ่านสื่อโฆษณาให้เป็นที่รู้จักทั่วไป ซึ่งจากการค้นคว้า รวบรวม และวิเคราะห์ข้อมูลนั้น ทำให้สามารถนำเสนอรายชื่อเกาะที่ยังไม่เป็นที่รู้จักแพร่หลาย โดยแบ่งตามจังหวัดได้ ดังนี้

จังหวัดชุมพร ได้แก่ เกาะมัตตรา (เกาะดั่งกวย) เกาะทองหลาง

จังหวัดระนอง ได้แก่ เกาะกำตง (เกาะอ่าวเขาควาย)

จังหวัดสุราษฎร์ธานี ได้แก่ เกาะแตน

จังหวัดพังงา ได้แก่ เกาะยวน้อย

จังหวัดตรัง ได้แก่ เกาะลิบง

จังหวัดสตูล ได้แก่ เกาะบุโหลน

จังหวัดตราด ได้แก่ เกาะหวาย เกาะหมาก เกาะขาม

ซึ่งการจะเผยแพร่เกาะเหล่านี้ให้เป็นที่รู้จักต่อนักท่องเที่ยวชาวไทย จำเป็นจะต้องมีข้อมูลต่างๆ เพื่อใช้เป็นส่วนหนึ่งของการออกแบบ ข้อมูลที่จำเป็นต้องนำเสนอแก่นักท่องเที่ยว ได้แก่

1. สิ่งที่น่าสนใจและกิจกรรมบนเกาะ
2. ที่พัก
3. การเดินทางไปเที่ยวเกาะ

โดยการนำเสนอข้อมูลจะแยกตามจังหวัดดังนี้

จังหวัดชุมพร

ชุมพรอยู่ห่างจากกรุงเทพฯ ประมาณ 463 กิโลเมตร ภูมิประเทศโดยทั่วไปมีลักษณะยาวแคบไปตามชายฝั่งทะเลอ่าวไทย¹ (แผนที่ดูได้ที่ภาคผนวก) ในเขตน่านน้ำชุมพรมีเกาะน้อยใหญ่อยู่ประมาณ 40 เกาะ แต่เกาะส่วนใหญ่มักเป็นเกาะที่มีสภาพคล้ายภูเขาหินโผล่ขึ้นมาจากผิวน้ำ ไม่ค่อยมีหาดทราย และเกาะหินเหล่านี้มักมีการทำสัมปทานเก็บรังนกนางแอ่น จึงมีเพียงไม่กี่เกาะที่มีหาดทรายงดงามและสามารถขึ้นไปเที่ยวพักผ่อนได้²

การเดินทางไปจังหวัดชุมพร ไปได้ 3 ทาง คือ

1. ทางรถยนต์ จากกรุงเทพฯ ใช้เส้นทางพุทธมณฑล-นครปฐม-เพชรบุรี หรือเส้นทางสายธนบุรี-ปากท่อ (หมายเลข 35) แล้วแยกที่อำเภอปากท่อ เข้าทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 4 (ถนนเพชรเกษม) ผ่านจังหวัดเพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ จนถึงสี่แยกปฐมพร จากนั้นแยกซ้ายเข้าตัวเมืองชุมพร ตามทางหลวงหมายเลข 4001 อีกประมาณ 8 กิโลเมตร

2. ทางรถโดยสารประจำทาง มีทั้งรถโดยสารธรรมดาของบริษัทขนส่งจำกัด และรถโดยสารปรับอากาศ ของบริษัทเอกชนให้บริการ ออกจากสถานีขนส่งสายใต้ไปชุมพรทุกวัน (รายละเอียดดูได้ที่ภาคผนวก) สำหรับเที่ยวกลับจากชุมพรเข้าสู่กรุงเทพฯ ขึ้นรถได้ที่สถานี บ.ข.ส.ชุมพร ถนนท่าตะเภา โทร. (077)502-725

¹ แผ่นพับแนะนำจังหวัดชุมพร (ตุลาคม 2537),

² "คู่มือเดินทางท่องเที่ยวทะเลชุมพร"อนุสารออสท. (พฤษภาคม 2534), หน้า 48-50.

3. ทางรถไฟ

3.1 จากสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) มีรถเร็วและรถด่วนไปจังหวัดชุมพรทุกวัน รายละเอียดเพิ่มเติม ติดต่อสอบถามได้ที่ โทร. 223-7010 , 223-7020 หรือที่สถานีชุมพร โทร. (077)511-103

3.2 จากสถานีรถไฟธนบุรี (บางกอกน้อย) มีขบวนรถดีเซลรางไปจังหวัดชุมพรทุกวัน รายละเอียดติดต่อเพิ่มเติมได้ที่ โทร. 411-3102 ³

เกาะที่น่าสนใจในเขตจังหวัดชุมพร ได้แก่

เกาะมัตตรา หรือ เกาะดงกวย

เป็นเกาะขนาดใหญ่ที่มีหาดทรายสีขาวนวลและมีอ่าวโค้งทางด้านตะวันตก มีคลื่นลมสงบเพราะมีโค้งอ่าวป้องกันคลื่นลม มีแนวหินวางเรียงอยู่ประปราย 2 แห่ง คือทางตอนกลางฝั่งตะวันตก และทางตอนใต้ของเกาะ ปะการังน้ำตื้นที่หน้าเกาะมัตตรามีตั้งแต่ปะการังจานที่มีลักษณะเป็นแผ่นกว้างคล้ายจาน ปะการังกิ่งที่คล้ายเขากวาง และชนิดที่เป็นก้อนคล้ายกับมันสมอง ที่เกาะมัตตรา นอกจากจะมีหาดทรายและแนวปะการังที่สวยงามแล้ว ยังมีสิ่งที่น่าสนใจอีกอย่างคือ ลึกขึ้นไปบนเกาะตามภูเขาจะมีปูภูเขาชนิดหนึ่ง ซึ่งชาวบ้านเรียกว่า "ปูไก่" เหตุที่มีชื่อเช่นนี้เพราะมันมีเสียงร้องเจี๊ยกๆคล้ายลูกไก่ ปูชนิดนี้จะอาศัยอยู่ในรูหรือโพรงไม้ และออกหากินในเวลากลางคืน

บนเกาะมีบังกาลีเล็กๆ ราคาถูกไว้บริการนักท่องเที่ยว⁴

การเดินทาง สามารถโดยสารเรือประมงขนาดเล็กจากหาดภราดรภาพถึงเกาะมัตตรา ระยะทางประมาณ 10 กิโลเมตร หรือจะเหมาเช่าเรือจากบริเวณหาดทรายรีก็ได้

เกาะทองหลาง

เป็นเกาะที่อยู่ในบริเวณปากน้ำชุมพร เกาะทองหลางเป็นเกาะขนาดเล็ก มีเพิงหินขนาดเล็กและขนาดใหญ่กระจายอยู่ทั่วไป และมีแนวปะการังสวยงามอยู่รอบๆบริเวณเกาะ

³ แผ่นพับแนะนำจังหวัดชุมพร (ตุลาคม 2537),

⁴ "สูมิตีสน้ำเงินแห่งท้องทะเลชุมพร" อนุสารอศท. (พฤษภาคม 2534), หน้า 48-50.

นักท่องเที่ยวสามารถพักผ่อน เล่นน้ำ ดำน้ำชมความงามของปะการัง หรือถ่ายรูปความสวยงามบนเกาะได้

บนเกาะทองหลางมีหาดทรายสวยงาม เหมาะแก่การตั้งแคมป์พักผ่อน

การเดินทาง สามารถเหมาเรือจากบริเวณปากน้ำชุมพรไปยังเกาะได้⁵

จังหวัดระนอง

ระนองเป็นจังหวัดแรกของภาคใต้ที่อยู่ริมฝั่งทะเลอันดามัน อยู่ห่างจากกรุงเทพฯ เป็นระยะทางประมาณ 568 กิโลเมตร (แผนที่ดูได้ที่ภาคผนวก) มีคอคอดกระหรือกั๊วกระ ซึ่งเป็นส่วนที่แคบที่สุดของแหลมมาลาญ⁶ ระนองเป็นจังหวัดที่ได้ชื่อว่า "เมืองฝนแปดแดดสี่" คือเป็นเมืองที่มีฝนตกเกือบตลอดทั้งปี และเป็นเมืองที่มีปริมาณน้ำฝนมากที่สุดในประเทศไทย⁷

การเดินทางไปจังหวัดระนอง ทำได้โดย

1. ทางรถยนต์ จากกรุงเทพฯ ใช้เส้นทางสายธนบุรี-ปากท่อ ระยะทาง 90 กิโลเมตร แยกซ้ายเข้าทางหลวงหมายเลข 4 (ถนนเพชรเกษม) ผ่านเพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ ถึงสี่แยกปฐมพร (ชุมพร) เลี้ยวขวาไปจนถึงจังหวัดระนอง รวมระยะทางประมาณ 568 กิโลเมตร

2. ทางรถโดยสารประจำทาง

2.1 รถโดยสารธรรมดา บริษัท ขนส่ง จำกัด ถนนบรมราชชนนี มีรถออกจากสถานีทุกวันๆละ 7 เที่ยว (รายละเอียด ดูได้จากภาคผนวก) ที่ยวกลับติดต่อได้ที่ สถานีขนส่งจังหวัดระนอง โทร.(079)811-548

2.2 รถโดยสารประจำทางปรับอากาศ มีรถเอกชนวิ่งบริการ ใช้เวลาเดินทางประมาณ 9 ชั่วโมง (รายละเอียด ดูได้ที่ภาคผนวก)

⁵ แผ่นพับแนะนำจังหวัดชุมพร (ตุลาคม 2537),

⁶ แผ่นพับแนะนำจังหวัดระนอง (ธันวาคม 2537).

⁷ ชัยศักดิ์ ชยุติ, "เก็บความทรงจำจากธรรมชาติที่เกาะก่า"ท่องเที่ยวโลกธรรมชาติ (มิถุนายน 2540)

3. ทางรถไฟ จากกรุงเทพฯ ไม่มีรถไฟไประนองโดยตรง นักท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางโดยรถไฟสามารถลงที่สถานีใกล้ที่สุดคือสถานี ชุมพร แล้วต่อรถโดยสารหรือรถแท็กซี่จากชุมพรไประนอง ระยะทาง 117 กิโลเมตร รายละเอียดติดต่อ หน่วยบริการเดินทางการรถไฟแห่งประเทศไทย 223-7010 , 223-7020

4. ทางอากาศ จากท่าอากาศยานกรุงเทพฯ ไปลงที่สุราษฎร์ธานี แล้วต่อรถโดยสารหรือรถแท็กซี่ไปที่ระนอง ระยะทาง 219 กิโลเมตร สอบถามรายละเอียดและสำรองที่นั่งได้ที่ บริษัทการบินไทย โทร.280-0070 , 280-0080 หรือ การบินไทยจังหวัดสุราษฎร์ธานี โทร.(077)272-610 , 273-710 , 273-355 หรือบริษัทตัวแทนที่ระนอง โทร.(077) 811-5118

เกาะที่น่าสนใจในเขตน่านน้ำระนอง คือ

เกาะกำตก หรือ เกาะอ่าวเขาควาย

เกาะนี้อยู่ในเขตของอุทยานแห่งชาติแหลมสน เป็นที่ตั้งของหน่วยพิทักษ์อุทยานช้อย ซึ่งมีหน้าที่ดูแลและอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว เกาะกำตกมีชายหาดรูปทรงคเคี้ยวดูแปลกตา มีเกาะกำใหญ่และกำนุ้ยเป็นเกาะเล็กๆที่อยู่ในบริเวณ สามารถนั่งเรือไปเที่ยวได้ เกาะกำเป็นเกาะที่เต็มไปด้วยป่าไม้อุดมสมบูรณ์ ไม่มีสิ่งปลูกสร้างใดๆนอกจากที่ทำการหน่วยช้อย ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถซึมซับเอาบรรยากาศอันร่มรื่นและสวยงามของธรรมชาติได้อย่างเต็มที่

การพักผ่อนบนเกาะ ทางอุทยานมีสถานที่สำหรับกางเต็นท์บริเวณชายหาดฝั่งตะวันออก ไม่ไกลจากหน่วยช้อยอุทยานมากนัก บนเกาะมีเพียงห้องน้ำไว้คอยอำนวยความสะดวก อาหารและน้ำดื่มให้นักท่องเที่ยวต้องเตรียมไปจากฝั่งเอง

การเดินทาง ติดต่อเรือได้ที่อุทยานแหลมสน -หาดบางเบน เดินทางช่วงเช้า⁹

8 แผ่นพับแนะนำจังหวัดระนอง (ธันวาคม 2537).

9 ชัยศักดิ์ ชยุติ, "เก็บความทรงจำจากธรรมชาติที่เกาะกำ"ท่องเที่ยวโลกธรรมชาติ (มิถุนายน 2540), หน้า 32-38.

จังหวัดสุราษฎร์ธานี

สุราษฎร์เป็นจังหวัดที่มีพื้นที่มากที่สุดของภาคใต้ (แผนที่ดูได้ที่ภาคผนวก) เป็นจังหวัดใหญ่ที่มีการคมนาคมสะดวก มีเกาะสมุยเกาะขนาดใหญ่ ที่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวทะเลในเขตจังหวัดสุราษฎร์ธานี

การเดินทางไปจังหวัดสุราษฎร์ธานี สามารถไปได้หลายทาง ดังนี้

1. ทางรถยนต์ จากกรุงเทพฯ ใช้เส้นทางสายธนบุรี-ปากท่อ (ทางหลวงหมายเลข 35) แยกซ้ายเข้าทางหลวงหมายเลข 4 (ถนนเพชรเกษม) ผ่านจังหวัดเพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ ชุมพร เข้าสู่ทางหลวงหมายเลข 41 ถึงสุราษฎร์ธานี รวมระยะทางประมาณ 644 กิโลเมตร
2. ทางรถโดยสารประจำทาง มีรถบริการของหลายบริษัทวิ่งตรงสู่สุราษฎร์ธานี และยังมีรถโดยสารปรับอากาศบริการระหว่าง กรุงเทพฯ-เกาะสมุยให้บริการด้วย (รายละเอียดดูได้ที่ภาคผนวก)
3. ทางรถไฟ มีบริการเดินรถทุกวันจากสถานีกรุงเทพฯ ระยะทาง 650 กิโลเมตร ผู้โดยสารต้องไปลงที่สถานีพุนพิน แล้วต่อรถประจำทางหรือรถแท็กซี่เข้าจังหวัดสุราษฎร์ธานี ระยะทาง 13 กิโลเมตร รายละเอียดติดต่อ หน่วยบริการเดินทางการรถไฟแห่งประเทศไทย 223-7010 , 223-7020 สถานีรถไฟสุราษฎร์ธานี อ.พุนพิน โทร.(077) 311-213
4. ทางอากาศ สามารถเดินทางได้ ดังนี้
 - การบินไทย มีบริการเที่ยวบินกรุงเทพฯ-สุราษฎร์ธานีทุกวัน ใช้เวลาในการเดินทางประมาณ 1 ชั่วโมง สอบถามรายละเอียดและสำรองที่นั่งได้ที่ โทร. 280-0070 , 280-0080 หรือที่สำนักงานสุราษฎร์ธานี โทร.(077)272-610 , 273-710
 - บริษัท บางกอกแอร์เวย์ เปิดบริการเที่ยวบินไปเกาะสมุยทุกวัน ใช้เวลาเดินทางประมาณ 1.10 ชั่วโมง สอบถามรายละเอียดและสำรองที่นั่งได้ที่ โทร.229-3456 หรือเกาะสมุย (077)425-010 425-029-30

การเดินทางโดยเรือ เป็นเส้นทางที่สำคัญสำหรับเดินทางไปเกาะสมุย ซึ่งเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวและการคมนาคมในทะเลของสุราษฎร์ธานี มีเรือโดยสารต่างๆ ดังนี้

1. เรือด่วน ของบริษัทส่งเสริมแทรเวลเซนเตอร์ ออกจากท่าเรือท่าทอง ถ.ปากน้ำตาปี (ห่างจากตัวเมืองประมาณ 5 กิโลเมตร) ไปยังท่าเรือหน้าทอน เกาะสมุย วันละ 2 เที่ยว เวลา 8.00น.และ14.30น. ใช้เวลาเดินทาง 2 ชั่วโมง 30 นาที อัตราค่าโดยสาร 115 บาท รายละเอียดติดต่อเพิ่มเติม โทร.(077)285-124-6 สำนักงานเกาะสมุย โทร.(077)421-228, 421-316-9

2. เรือเฟอร์รี่ ของบริษัทสมุยเฟอร์รี่ ออกจากท่าเรือดอนสัก (ห่างจากตัวเมืองประมาณ 6 กิโลเมตร) ไปยังท่าเรือเฟอร์รี่ อ่าวท้องยาง เกาะสมุย ทุกวันวันละ 8 เที่ยว ใช้เวลาเดินทาง 1 ชั่วโมง 30 นาที อัตราค่าโดยสารคนละ 40 บาท รายละเอียดเพิ่มเติม ติดต่อ โทร. (077)371-151 , 371-205 สำนักงานเกาะสมุย โทร. (077)423-026

3. เรือนอน ติดต่อได้ที่ท่าเทียบเรือบ้านดอน เรือออกเวลา 23.00น. ถึงเกาะสมุยเวลา 05.00น. อัตราค่าโดยสาร 50 และ80 บาท¹⁰

เกาะที่น่าสนใจของจังหวัดสุราษฎร์ธานี คือ

เกาะแตน

เกาะแตนเป็นเกาะใหญ่ที่ตั้งอยู่บริเวณตอนใต้ของเกาะสมุย เป็นเกาะที่งดงามด้วยธรรมชาติอันเงียบสงบรอบๆเกาะ มีแนวปะการังน้ำตื้นที่สวยงาม มีชุมชนชาวเกาะแตนนี้อาศัยอยู่บนเกาะมานาน และมีวิถีชีวิตที่น่าสนใจ บนเกาะมีเส้นทางเดินป่าที่น่าศึกษา นักท่องเที่ยวสามารถพักผ่อน ดำน้ำแบบมิกซ์น้ำตื้นดูปะการัง หรือเดินป่าได้

ที่พัก บนเกาะแตนมียี่พักอยู่ 2 บริเวณ คือ

- ที่อ่าวออก (อ่าวทางด้านตะวันออก) มีที่พักอยู่ 3 แห่ง ได้แก่ แตนวิลเลจ (01)968-4131 คอร์ลบีช รีสอร์ท (01)456-3076 และเกาะแตนรีสอร์ท ราคาที่พักประมาณคืนละ 150-300 บาท

¹⁰ แผ่นพับแนะนำจังหวัดสุราษฎร์ธานี (กรกฎาคม 2539).

- อ่าวตึก ซึ่งเป็นอ่าวโค้งครึ่งวงกลมทางตะวันตก (จุดชมพระอาทิตย์ตกที่สวยงาม) มีที่พักอยู่ คือ SS COVE มีลักษณะเป็นกระท่อมเล็กๆ ห้องน้ำรวม ราคาคืนละ 60 บาท การเดินทาง สามารถเช่าเรือหางยาวจากอ่าวท้องกรูด เกาะสมุย หรืออาจติดต่อเหมาเรือของที่พักให้มารับได้ ใช้เวลาเดินทางประมาณ 30 นาที¹¹

จังหวัดพังงา

พังงาเป็นจังหวัดที่มีสภาพภูมิประเทศส่วนใหญ่เป็นป่าเขา ในบริเวณเป็นเขตอุทยานแห่งชาติต่างๆมากมาย เป็นแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดหนึ่งของภาคใต้ (แผนที่ดูได้ที่ภาคผนวก)

การเดินทางไปจังหวัดพังงา สามารถเดินทางได้ 4 ทาง คือ

1. ทางรถยนต์ จากกรุงเทพฯ ใช้เส้นทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 4 ผ่านจังหวัด ประจวบฯ-ชุมพร-ระนอง-พังงา รวมระยะทางทั้งสิ้น 788 กิโลเมตร ใช้เวลาเดินทางประมาณ 12 ชั่วโมง หรือใช้เส้นทาง กรุงเทพฯ-ชุมพร-สุราษฎร์ธานี ก่อนเข้าตัวเมืองสุราษฎร์ธานี เข้าทางหลวงหมายเลข 401 ไปทาง อ.บ้านตาขุน ประมาณ 50 กิโลเมตร จะมีแยกซ้ายไป จังหวัดพังงา ตามทางหลวงหมายเลข 415 เป็นระยะทางอีกประมาณ 70 กิโลเมตร หากเดินทางจากภูเก็ต ใช้เส้นทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 402 ผ่านสะพานสารสิน เข้าเขตโคกกลอย เลี้ยวขวาผ่านอำเภอตะกั่วทุ่ง ระยะทางประมาณ 87 กิโลเมตร ใช้เวลาเดินทางทั้งหมด ประมาณ 1 ชั่วโมง 30 นาที

2. ทางรถโดยสารประจำทาง บริษัท ขนส่ง จำกัด มีบริการเดินรถกรุงเทพฯ-พังงา ทุกวัน ทั้งรถปรับอากาศ รถวิโอพี และรถธรรมดา (รายละเอียด ดูได้ที่ภาคผนวก)

3. ทางรถไฟ จากกรุงเทพฯ ไปลงที่สุราษฎร์ธานี แล้วต่อรถยนต์ 2 ชั่วโมง รายละเอียดเพิ่มเติมติดต่อ หน่วยบริการเดินทางการรถไฟแห่งประเทศไทย 223-7010 223-7020

¹¹ "เรื่องกับการเดินทางของชีวิต"อนุสารอสนท. (พฤษภาคม 2540), หน้า 138-148.

4. ทางอากาศ สามารถเดินทางได้โดยใช้เที่ยวบิน กรุงเทพฯ-ภูเก็ต แล้วต่อรถเข้ามาพังงา ติดต่อสอบถามรายละเอียดได้ที่ แผนกประชาสัมพันธ์ บริษัทการบินไทย จำกัด ถนนหลานหลวง โทร. 280-0070 , 280-0080

เกาะที่น่าสนใจในเขตของจังหวัดพังงา อยู่ในเขตอำเภอเกาะยาว คือ
เกาะยวน้อย

เกาะนี้มีสถานที่ที่น่าสนใจมากมาย เช่น หาดป่าทราย ซึ่งมีหาดทรายขาวสะอาด สามารถลงเล่นน้ำได้อย่างปลอดภัย และสามารถมองเห็นทิวทัศน์เกาะต่างๆของจังหวัดกระบี่ได้ หาดท่าเขา ซึ่งเป็นหาดทรายประกอบด้วยโขดหิน ห่างไปจากหาดท่าเขา มีเกาะเล็กๆชื่อ เกาะนก ซึ่งมีไม้ป่าและกล้วยไม้ขึ้นอยู่มากมาย เวลากลางคืนสามารถเดินข้ามจากหาดท่าเขาไปเที่ยวเกาะนกได้นักท่องเที่ยวสามารถเล่นน้ำ เดินเล่น และนั่งเรือไปชมเกาะต่างๆที่อยู่ใกล้ๆโดยรอบได้

ที่พักบนเกาะยาว มีอยู่ 3 แห่ง ได้แก่ เกาะยาวคาบาน่า ลองบีชวิลเลจ และ สบายคอนเนอร์ ซึ่งมีราคาตั้งแต่ 150-350บาท

การเดินทางไปยังเกาะยวน้อย สามารถเดินทางได้ทั้งจากท่าเรืออ่าวพังงา และท่าเรือแหลมสัก อ.อ่าวลึก จังหวัดกระบี่ โดยการเช่าเหมาเรือสำหรับผู้เดินทางเป็นหมู่คณะ หรืออาจเดินทางจากจังหวัดภูเก็ต ซึ่งเป็นเส้นทางที่สะดวกที่สุด ที่ท่าเรือบางโรง มีเรือออกตั้งแต่เช้าถึงบ่ายโมง ราคา 30 บาท หรือท่าเรืออ่าวปอ มีเรือเมล์โดยสารไปยังเกาะยวน้อย ในอัตรา 20 บาทต่อคนต่อเที่ยว เรือออกเวลา 08.00น. และ11.00น. และมีเรือหางยาวเช่าเหมาลำในราคาประมาณ 500-1,000 บาท ใช้เวลาเดินทางประมาณ 1 ชั่วโมง นอกจากนี้ยังมีเรือเร็วต่างๆ ในราคา 4,000-6,000 บาท¹²

¹² แผ่นพับแนะนำจังหวัดพังงา (มีนาคม 2539).

จังหวัดตรัง

จังหวัดตรังหรือเมืองทับเที่ยงเป็นจังหวัดที่อยู่ชายฝั่งมหาสมุทรอินเดีย มีฝั่งทะเลยาวเหยียดอยู่ทางฝั่งตะวันตก มีเกาะในทะเลอันดามันอยู่ในเขตปกครองกว่า 40 เกาะ (แผนที่ดูได้ที่ภาคผนวก)

การเดินทางสู่จังหวัดตรัง สามารถเดินทางได้ 4 ทาง คือ

1. ทางรถยนต์ สามารถเดินทางได้ 2 เส้นทาง คือ

- เส้นทางจากกรุงเทพฯ-สุราษฎร์ธานี ระยะทางประมาณ 617 กิโลเมตร และตรงมาตามทางหลวงแผ่นดินสายที่ 41 สู่อำเภอทุ่งสง ระยะทาง 133 กิโลเมตร แล้วแยกเข้าทางหลวงแผ่นดินสาย 403 สู่ห้วยยอด ระยะทางประมาณ 50 กิโลเมตร เลี้ยวซ้ายเข้าทางหลวงแผ่นดินสาย 4 อีก 28 กิโลเมตร ถึงจังหวัดตรัง รวมระยะทางประมาณ 828 กิโลเมตร

- เส้นทางจากกรุงเทพฯ มาตามทางหลวงแผ่นดินสาย 35 (ธนบุรี-ปากท่อ) ระยะทาง 90 กิโลเมตร และแยกเข้าทางหลวงแผ่นดินสาย 4 (เพชรเกษม) จนถึงชุมพร แยกเข้า ระนอง พังงา กระบี่ ตรัง รวมระยะทาง 1,020 กิโลเมตร

2. ทางรถโดยสารประจำทาง จากสถานีขนส่งสายใต้ ถ.บรมราชชนนี มีรถโดยสารทั้งธรรมดาและปรับอากาศจากกรุงเทพฯไปจังหวัดตรังทุกวัน (รายละเอียด ดูได้ที่ภาคผนวก)

3. ทางรถไฟ มีรถเร็วออกจากสถานีกรุงเทพฯถึงสถานีตรังทุกวัน วันละ 2 เที่ยว โดยออกจากกรุงเทพฯเวลา 17.05 น. และ 18.30 น. ถึงตรังเวลา 7.35 น. และ 9.50 น. ตามลำดับ รายละเอียดเพิ่มเติมติดต่อ หน่วยบริการเดินทางการรถไฟแห่งประเทศไทย 223-7010 , 223-7020

4. ทางอากาศ บริษัทการบินไทย มีเที่ยวบินจากกรุงเทพฯผ่านภูเก็ตไปยังจังหวัดตรังทุกวัน และในวันอังคาร สุราษฎร์ และอาทิตย์ มีเที่ยวบินตรงไปจังหวัดตรัง รายละเอียดและสำรองที่นั่ง ติดต่อโทร. 2800070-90 ¹³

ในจังหวัดตรัง มีเกาะที่น่าสนใจ ดังนี้

¹³ แผ่นพับแนะนำจังหวัดตรัง (สิงหาคม 2538).

เกาะลิบง

เกาะลิบงเป็นเกาะที่ใหญ่ที่สุดในเขตอำเภอกันตัง ได้รับประกาศให้เป็นเขตห้ามล่าสัตว์ป่า หมู่เกาะลิบง เป็นแหล่งรวมนกนานาชนิด และเป็นที่อยู่อาศัยของปลาพะยูน รอบๆเกาะมีแหลมและหาดหลายแห่ง เช่น บริเวณแหลมจุโหยที่เป็นหาดทราย ซึ่งเวลาน้ำลดสามารถเดินไปถึง เกาะตูป ซึ่งมีนกทะเลบินมาอาศัยนอนตอนกลางคืนมากมาย แหล่งดูนกบนเกาะที่ดีที่สุดคือ บริเวณหาดตูป บริเวณแหลมจุโหย หรือจะนั่งเรือไปที่สะพานช้างก็ได้ ช่วงเวลาดูนกที่ดีที่สุดคือช่วง 8 คำ นักท่องเที่ยวสามารถศึกษาและเฝ้าดูวิถีชีวิตของนกชนิดต่างๆ หรือพักผ่อนดูทิวทัศน์ที่เห็นเกาะเจ้าไหมและแหลมเจ้าไหมได้

ที่พัก สามารถติดต่อที่พอพลไคฟ์วิ้งและเกาะลิบงรีสอร์ท โทร. (075)214-676 ราคาที่พักประมาณ 150-500 บาท และมีบริการนำเที่ยวรวมค่าเรือ ที่พักและอาหารด้วย หรืออาจติดต่อที่พักได้จาก เขตห้ามล่าสัตว์ป่าหมู่เกาะลิบง ตู้ป.ณ.5 ปทจ.กันตัง อำเภอกันตัง จังหวัดตรัง 92110 หรือโทร.(075)251-932

การเดินทาง สามารถขึ้นเรือจากท่าเรือกันตัง ใช้เวลาเดินทางประมาณ 1 ชั่วโมง หรือลงเรือหางยาวที่ท่าเรือหาดเจ้าไหม ซึ่งมีระยะทางไกลกว่าจากท่าเรือกันตัง ค่าเรือ 20 บาทต่อคน¹⁴

จังหวัดสตูล

เป็นจังหวัดเล็กๆทางตอนใต้ของประเทศไทย (แผนที่ดูได้ที่ภาคผนวก) ในเขตจังหวัดสตูลมีเกาะต่างๆในทะเลอันดามันอยู่ในอาณาเขตกว่า 100 เกาะ

การเดินทางไปจังหวัดสตูล สามารถเดินทางได้ ดังนี้

1. ทางรถยนต์ จากกรุงเทพฯ ใช้เส้นทางหลวงหมายเลข 4 ผ่านจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ชุมพร จากนั้นใช้ทางหลวงหมายเลข 41 ผ่านเข้าจังหวัดนครศรีธรรมราช พัทลุง จากพัทลุงไปอำเภอรัตภูมิ จังหวัดสงขลา จากนั้นใช้ทางหลวงหมายเลข 4 แล้วแยกขวาไปตามทางหลวงหมายเลข 406 ถึงจังหวัดสตูล ระยะทางโดยประมาณ 973 กิโลเมตร

¹⁴ "คู่มือนักท่องเที่ยว"อนสารอศท. (เมษายน 2540), หน้า 55-74.

2. ทางรถโดยสารประจำทาง บริษัท ขนส่ง จำกัด มีบริการรถโดยสารปรับอากาศ และรถโดยสารธรรมดา ออกจากสถานีขนส่งสายใต้ วังระหว่างกรุงเทพฯ-สตูลทุกวัน ใช้เวลาเดินทางประมาณ 15 ชั่วโมง (รายละเอียดดูได้ที่ภาคผนวก)

3. ทางรถไฟ ไม่มีรถไฟไปจังหวัดสตูลโดยตรง แต่สามารถเดินทางไปกับขบวนรถ กรุงเทพฯ-ยะลา หรือ กรุงเทพฯ-หาดใหญ่ ได้ โดยลงที่สถานีรถไฟหาดใหญ่และนั่งรถแท็กซี่ หรือรถประจำทางเข้าจังหวัดสตูล ระยะทางประมาณ 97 กิโลเมตร รายละเอียดเพิ่มเติมติดต่อ หน่วยบริการเดินทางการรถไฟแห่งประเทศไทย 223-7010 , 223-7020

4. ทางอากาศ โดยบริษัท การบินไทย จำกัด คล้ายกับการเดินทางรถไฟ คือต้องไปลงที่สนามบินหาดใหญ่ แล้วต่อรถแท็กซี่เข้าจังหวัดสตูลอีกประมาณ 97 กิโลเมตร ติดต่อ รายละเอียดได้ที่ แผนกประชาสัมพันธ์ บริษัทการบินไทย จำกัด ถนนหลานหลวง โทร. 280-0070 , 280-0080

เกาะที่น่าสนใจของจังหวัดสตูล ได้แก่

เกาะบุโหลน

อยู่ในเขตอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะเภตรา ห่างจากท่าเทียบเรือปากบาราประมาณ 22 กิโลเมตร เป็นเกาะที่มีหาดทรายขาวสะอาด ทิวสนหนาแน่นและธรรมชาติที่เงียบสงบ ได้ห้องทะเลมีปะการังหลากสีงดงามและฝูงปลาพันธุ์ต่างๆ เหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวที่ชอบการดำน้ำ ชื่นชมความงามของใต้ท้องทะเล

ที่พักบนเกาะบุโหลนมีของเอกชน 2 แห่ง ได้แก่ ฟังกาเบย์ (074)711-982 , 781-532 , (01)957-3908 ราคาประมาณ 200 บาท และที่ แพนแซนด์รีสอร์ท (075)219-513 218-035 , (01)722-0279 ราคาประมาณ 200-800 บาท หรือ ติดต่อสอบถามรายละเอียดได้ที่ ส่วนอุทยานแห่งชาติ กรมป่าไม้ บางเขน กรุงเทพฯ โทร.579-0529 , 579-4842

การเดินทาง มีเรือโดยสารเส้นทางปากบารา-เกาะบุโหลนทุกวัน เที่ยวไปออกจากปากบารา 14.00 น. เที่ยวกลับออกจากเกาะบุโหลนเวลา 9.00 น. สอบถามรายละเอียดเวลาลงเรือและที่พักรบนเกาะได้ที่สมาคมเรือท่องเที่ยว ท่าเรือปากบารา โทร. (074)781-532 ¹⁵

¹⁵ แผนพับแนะนำจังหวัดสตูล (มกราคม 2539).

จังหวัดตราด

ตราดเป็นจังหวัดชายแดนเล็ก ๆ สุดด้านชายฝั่งตะวันออกของประเทศไทย (แผนที่ดูได้ที่ภาคผนวก) พื้นที่ของจังหวัดเป็นเกาะอยู่ในอ่าวไทยเสียเป็นส่วนใหญ่ ทำให้ตราดมีทรัพยากรการท่องเที่ยวมากถึง 52 เกาะ โดยบางเกาะเป็นเกาะที่มีขนาดเล็กไม่มีพื้นที่ราบ บางแห่งเป็นเพียงแท่งหินที่โผล่พ้นขึ้นมาในทะเลเฉยๆ เท่านั้น¹⁶

การเดินทางไปจังหวัดตราด ทำได้เพียง 2 ทาง คือ

1. ทางรถยนต์ จากกรุงเทพฯ สามารถเดินทางได้ 2 สาย

- สายบางนา-ตราด (เส้นทางหลวงหมายเลข 3) ผ่านชลบุรี-ระยอง จันทบุรี-ตราด ระยะทางประมาณ 385 กิโลเมตร

- สายบางนา-ชลบุรี-แกลง-จันทบุรี-ตราด (เส้นทางหลวงหมายเลข 344) ระยะทางประมาณ 315 กิโลเมตร

2. ทางรถโดยสารประจำทาง มีทั้งรถโดยสารธรรมดาและปรับอากาศ ออกจากสถานีขนส่งสายตะวันออก (เอกมัย) ถนนสุขุมวิท

2.1 รถโดยสารปรับอากาศ เดินทางออกจากสถานีเอกมัยตั้งแต่เวลา 06.00 น. - 24.00 น. รถออกทุกชั่วโมง อัตราค่าโดยสารเที่ยวเดียว 140 บาท ไป-กลับ 264 บาท ใช้เวลาเดินทางประมาณ 5 ชั่วโมง สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติม โทร. 391-4164 , 391-2504 และยังมีรถของเอกชนวิ่งบริการ ได้แก่

- สหมิตร-เชิดชัยทัวร์ โทร. 391-2237 ตราด โทร. (039)511-062

- โชคอนุกุล โทร. 392-7680 ตราด โทร. (039)511-587

- ศุภรัตน์ทัวร์ โทร. 391-2331 ตราด โทร. (039)511-481

2.2 รถโดยสารธรรมดา ออกจากสถานีเวลา 05.00 , 10.30 และ 12.30 น. อัตราค่าโดยสาร 78 บาท สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติม โทร. 391-2504

จังหวัดตราดมีเกาะที่น่าสนใจอยู่ 3 เกาะ ได้แก่

¹⁶ "เที่ยวเกาะทะเลตราดหาชาวทะเลคราม"อนสารอสน. (มิถุนายน 2532), หน้า 39-48.

เกาะหวาย

เกาะหวายอยู่ในกลุ่มหมู่เกาะช้าง หาดส่วนใหญ่เป็นหิน บนเกาะมีอ่าวใหญ่ๆที่มีแนวชายหาดสวยงาม มีแนวปะการังขนาดใหญ่อยู่ทางด้านหน้าเกาะ เหมาะแก่นักท่องเที่ยวที่ต้องการพักผ่อนและดำน้ำ

ที่พักบนเกาะหวาย มี เกาะหวายปะการังรีสอร์ท (039)597-172 ราคาที่พักประมาณ 200-500 บาท และ เกาะหวายพาราไดซ์ (039)597-031 , 597-131 ราคาประมาณ 80-120 บาท

การเดินทางไปเกาะหวาย สามารถเดินทางจากแหลมงอบ ใช้เวลาประมาณ 2.30 ชั่วโมง หรือติดต่อที่ท่าเรือของเอกชน สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ (039)597-114 หรือสอบถามเส้นทางได้จากที่พักบนเกาะ

เกาะหมาก

เป็นเกาะขนาดใหญ่ มีหมู่บ้านตั้งอยู่ พื้นที่ส่วนใหญ่บนเกาะเป็นสวนมะพร้าว มีถนนลูกรังบนเกาะ มีชายหาดและอ่าวที่สวยงามหลายแห่ง เหมาะแก่การเล่นน้ำและพักผ่อน ที่พักบนเกาะหมาก มีหลายแห่ง ได้แก่

- เกาะหมากรีสอร์ท แอนด์ คาบาน่า (01)327-0220 สำรองที่พักกรุงเทพฯ 319-6714-5 ราคาที่พัก ประมาณ 300-1,400 บาท

- เกาะหมากแฟนตาเซีย ราคาที่พัก ประมาณ 100 บาท

- ที.เค.ฮัท บังกาโล (039)521-133 , (01)219-3333 ราคา 300-1,200 บาท

- อ่าวขาวรีสอร์ท (01)917-4051 , (01)327-0220 ราคาประมาณ 200-650 บาท

การเดินทาง สามารถเช่าเรือได้จากแหลมงอบ ราคาประมาณ 170 บาทต่อคนต่อเที่ยว ใช้เวลาประมาณ 3 ชั่วโมง หรือติดต่อที่ท่าเรือของเอกชน สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ (039)597-114 หรือสอบถามเส้นทางได้จากที่พักบนเกาะ

เกาะขาม

เป็นเกาะเล็กๆที่อยู่ใกล้กับเกาะหมาก มีธรรมชาติที่สวยงาม บรรยากาศที่เงียบสงบ ร่มรื่น น้ำทะเลและหาดทรายใสสะอาด และมีแหล่งปะการังที่สวยงามทางด้านหลังของเกาะ นักท่องเที่ยวสามารถเล่นน้ำ พักผ่อนริมหาด และดำน้ำชมปะการังใต้ท้องทะเลได้

ที่พักบนเกาะ ได้แก่ เกาะขามรีสอร์ท ราคาที่พักประมาณ 250-700 บาท
 การเดินทาง สามารถเช่าเรือได้จากแหลมงอบ ใช้เวลาประมาณ 2 ชั่วโมงครึ่ง หรือ
 ติดต่อที่ท่าเรือของเอกชน สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ (039)597-114 หรือสอบถาม
 เส้นทางได้จากที่พักบนเกาะ¹⁷

จากการศึกษารายละเอียดต่างๆของเกาะนั้น ทำให้เห็นภาพโดยรวมของเกาะในด้าน
 ต่างๆ ดังนี้

1. ลักษณะทั่วไปของเกาะ ทั้งหมดเป็นเกาะที่มีความเงียบสงบของธรรมชาติ ทุก
 เกาะจะมีหาดทรายขาวและมีแนวปะการัง ซึ่งในแต่ละเกาะยังมีจุดเด่นที่ต่างกันไป คือ

เกาะมัดตรา - ปูไก่ ปูภูเขาชนิดหนึ่ง มีเสียงร้องคล้ายลูกไก่

เกาะทองหลาง - เฟิงหินบนหาดทรายที่สวยงาม

เกาะกำตก - ไม่มีสิ่งปลูกสร้าง มีแต่ป่าไม้ที่อุดมสมบูรณ์

เกาะแตน - เส้นทางเดินป่าและวิถีชีวิตของชุมชนเกาะแตนนที่น่าสนใจ

เกาะยวน้อย - เห็นทิวทัศน์เกาะต่างๆของกระบี่ได้ทั้งหมด

เกาะลิบง - แหล่งรวมนกนานาชนิดที่สำคัญ

เกาะบุโหลน - ทิวสนหนาแน่นบนเกาะ

เกาะหวาย - หาดส่วนใหญ่เป็นหินสวยงาม

เกาะหมาก - พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นสวนมะพร้าว

เกาะขาม - แหล่งปะการังที่สวยงาม

2. กิจกรรมบนเกาะ ทุกเกาะสามารถเล่นน้ำ พักผ่อนริมหาดและดำน้ำได้ มีบาง
 เกาะที่สามารถทำกิจกรรมที่พิเศษ เช่น เดินป่าชมภูเขา ดูนก นั่งเรือเที่ยวเกาะรอบๆได้
 เป็นต้น

3. ที่พัก ราคาที่พักอยู่ระหว่าง 100-1,400 บาท ซึ่งราคาขึ้นอยู่กับขนาดและ
 ความสะดวกสบาย เช่น ห้องขนาดใหญ่ จะมีราคาแพง และสามารถอยู่ได้จำนวนมากคน

¹⁷ แผ่นพับแนะนำจังหวัดตราด (เมษายน 2539).

ห้องที่มีห้องน้ำในตัวก็จะมีราคาแพงกว่าห้องที่ไม่มีห้องน้ำ ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถหาที่พักที่เหมาะสมกับความต้องการได้ แต่กิจการที่พักบนเกาะเหล่านี้ เป็นกิจการขนาดเล็ก ดังนั้นสภาพโดยทั่วไปของที่พักก็จะไม่สะดวกสบายเท่าที่พักบนเกาะใหญ่ๆ

จากการวิเคราะห์หาจุดรวมของเกาะทั้งหมดที่ได้คัดเลือกมา ทำให้สรุปได้ว่าเกาะทั้งหมดเป็นเกาะที่สงบเงียบ มีธรรมชาติที่สวยงาม และไม่พลุกพล่านด้วยผู้คน และจากภาพรวมของเกาะที่ได้นำเสนอไปนี้ ทำให้เกิดจุดและแนวทางที่แน่นอนในการนำเสนอข้อมูลของเกาะ ได้แก่ ลักษณะทั่วไปและจุดเด่น กิจกรรมบนเกาะ ที่พัก และการเดินทาง ซึ่งสามารถนำข้อมูลในส่วนนี้ไปใช้ในส่วนของการออกแบบ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายรู้จักและอยากมาเที่ยวเกาะเหล่านี้มากขึ้น เมื่อมีข้อมูลของเกาะต่างๆแล้ว ส่วนต่อไปที่จะนำเสนอคือฤดูกาลท่องเที่ยวทะเลไทย ซึ่งเป็นสิ่งที่จำเป็นควรเผยแพร่ให้นักท่องเที่ยวทราบ

ฤดูกาลท่องเที่ยวทะเลไทย

ฤดูกาลท่องเที่ยวทะเลในแต่ละภูมิภาคนั้น จะต่างกันตามอิทธิพลของกระแสลมสุ่มที่พัดผ่าน แบ่งได้เป็นช่วงเวลา ดังนี้

- ประมาณปลายเดือนพฤศจิกายนถึงปลายเดือนเมษายน เป็นฤดูกาลท่องเที่ยวทะเลอันดามันและอ่าวไทยตอนบน ได้แก่ จังหวัด ระนอง พังงา ตรัง สตูล และตรัง
- ระหว่างปลายเดือนพฤษภาคมถึงปลายเดือนตุลาคม เป็นช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวทะเลภาคใต้ฝั่งตะวันออกหรืออ่าวไทย ได้แก่ จังหวัด ชุมพรและสุราษฎร์ธานี
- ในช่วงมีนาคมและเมษายน เป็นช่วงปลอดลม สามารถเที่ยวทะเลได้เกือบทั่วประเทศ ดังนั้นฤดูร้อนจึงเหมาะกับการเที่ยวทะเล แต่ในบางครั้งอาจมีลมฝ่ายใต้พัดแทรกเข้ามา ทำให้ทะเลมีคลื่นลมได้ 18

18 เที่ยวเกาะใน 1,500 ไมล์ทะเล "หลักเมือง" (พฤษภาคม 2534), หน้า 45.

จากสภาพอากาศที่สามารถแปรปรวนได้ตลอดเวลา ก่อนการเที่ยวทะเลทุกครั้งควรสอบถามเกี่ยวกับสภาพอากาศกับทางกรมอุตุนิยมวิทยา เพื่อความปลอดภัยและความสนุกสนานในการเที่ยวทะเล

ข้อมูลเกี่ยวกับฤดูกาลท่องเที่ยวนี้เป็นข้อมูลที่สำคัญมาก ที่จะช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถกำหนดช่วงเวลาและฤดูในการเที่ยวเกาะในแต่ละที่ได้ และจะนำข้อมูลที่ได้พบพานนี้ไปใช้ในส่วนของการออกแบ เพื่อเผยแพร่แก่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย และเมื่อพบพานในส่วนของการข้อมูลต่างๆที่จะใช้เผยแพร่แล้ว อีกสิ่งหนึ่งที่ควรพบพานคือสิ่งที่จะนำข้อมูลเหล่านี้ไปสู่กลุ่มเป้าหมาย นั่นก็คือสื่อโฆษณาต่างๆ ซึ่งจะกล่าวถึงในส่วนต่อไป

สื่อโฆษณา

สื่อ(Media) เป็นเครื่องมือที่ช่วยให้การเผยแพร่ข่าวสาร บรรลุตามจุดมุ่งหมายที่ผู้นำเสนอเรื่องราวต้องการ การที่จะใช้สื่อโฆษณาให้ได้ผล ควรต้องทำความเข้าใจถึงธรรมชาติและหน้าที่ของสื่อแต่ละชนิดให้ดีเสียก่อน เพื่อจะได้เลือกใช้สื่อต่างๆได้อย่างเหมาะสม สามารถแบ่งสื่อต่างๆเป็นหมวดหมู่ใหญ่ๆ ได้ดังนี้

1. สื่อโฆษณาประเภทสิ่งพิมพ์

สื่อโฆษณาประเภทสิ่งพิมพ์ที่สำคัญ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เอกสาร ประชาสัมพันธ์ ซึ่งในแต่ละชนิดของสื่อก็จะมีข้อดี ข้อเสียต่างกันไป ดังนี้

หนังสือพิมพ์ เป็นสื่อที่สำคัญอย่างหนึ่ง เป็นเครื่องมือที่สามารถสร้างกระแสประชาสัมพันธ์ได้ เพราะเป็นสื่อที่เข้าถึงประชาชนได้มาก

ข้อดี - เป็นสื่อที่เสนอข่าวสารน่าสนใจอย่างสม่ำเสมอ และเป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไป

- เสนอเนื้อหาข่าวสารหลายประเภท จึงได้รับความสนใจจากคนหลายระดับ

- ผู้อ่านสามารถอ่านได้ทุกเวลา และอ่านทวนซ้ำได้เมื่อต้องการ

- ราคาไม่แพง

ข้อเสีย - ผู้อ่านหนังสือพิมพ์โดยเฉลี่ยจะไม่อ่านหนังสือพิมพ์ทั้งฉบับ จะเลือกอ่าน

เฉพาะสิ่งที่ชอบ

- หนังสือพิมพ์บางฉบับไม่มีสีสะดุดตา

- ผู้อ่านมักอ่านครั้งเดียวแล้วทิ้ง ทำให้การเสนอเนื้อหายาวๆที่ต้องอ่านติดต่อกันจะไม่ได้ผลเท่าที่ควร
- ดูราคาถูก เป็นของทั่วไป
- นิตยสาร เป็นสิ่งพิมพ์ที่มีรูปเล่มกะทัดรัดและทนทานกว่าหนังสือพิมพ์ และยังมีสี

รูปภาพที่ดูสวยงามกว่าหนังสือพิมพ์ มีเรื่องราวประเภทของนิตยสารหลายแบบ

- ข้อดี
- เป็นการมุ่งไปที่กลุ่มเป้าหมายได้ดีกว่าสื่ออื่นๆทั่วไป
 - มีทั้งแบบรายสัปดาห์ รายปักษ์ รายเดือนและอื่นๆ ซึ่งผู้อ่านสามารถอ่านได้ตามความสะดวกในยามว่าง ไม่ต้องเร่งอ่านเหมือนหนังสือพิมพ์ ทำให้มีโอกาสทบทวนหรือวิพากษ์วิจารณ์ได้มากกว่า
 - มีเนื้อหาสาระที่ลึกซึ้งกว่าหนังสือพิมพ์
 - สามารถสร้างภาพพจน์ให้สินค้าดูมีค่าได้

- ข้อเสีย
- ขาดความสม่ำเสมอ เพราะใช้เวลาในการออกแต่ละเล่ม
 - เข้าถึงผู้บริโภคไม่รวดเร็วและไม่มากเท่าหนังสือพิมพ์
- เอกสารประชาสัมพันธ์ เป็นสิ่งพิมพ์ที่สถาบันต่างๆจัดพิมพ์ขึ้น เพื่อเป็นสื่อในการโฆษณาเผยแพร่ข่าวสารไปสู่ประชาชน ได้แก่ แผ่นปลิว แผ่นพับ สมุดภาพ จุลสาร เป็นต้น

- ข้อดี
- เข้าถึงกลุ่มประชาชนได้อย่างกว้างขวาง
 - เป็นที่เชื่อมั่นว่าประชาชนได้รับข่าวสารในเปอร์เซ็นต์ที่สูง
 - สามารถนำเสนอข้อมูลได้มาก

- ข้อเสีย
- สื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายได้ในวงแคบมาก
 - อาจไม่ได้รับความสนใจหรือลืมทิ้งได้ง่ายกว่านิตยสาร

2. สื่อโฆษณาประเภทแพร่ภาพและกระจายเสียง

วิทยุกระจายเสียง เป็นสื่อที่สามารถส่งข่าวสารได้รวดเร็วและกว้างไกล ถึงแม้ผู้รับสารจะอ่านหนังสือไม่ได้ ก็ยังสามารถเข้าใจข่าวสารนั้นได้ เป็นสื่อที่ประชาชนให้ความเชื่อถือมาก รองมาจากโทรทัศน์ แต่เหนือกว่าหนังสือพิมพ์

- ข้อดี
- ครอบคลุมพื้นที่ได้กว้างขวาง
 - ราคาถูก

- สร้างความสนุกสนานเพลิดเพลินควบคู่กับการรับข่าวสารได้
- ถึงผู้รับอย่างรวดเร็ว
- เป็นสื่อที่ไม่จำเป็นต้องอาศัยการอ่านออกก็เข้าใจได้
- สามารถใช้องค์ประกอบหลายอย่างเพื่อดึงดูดความสนใจ เช่น ใช้เสียงเพลงประกอบ การเน้นเสียงหนักเบา

- ข้อเสีย
- มีแต่เสียง ไม่มีภาพ ทำให้สื่อสารเหตุการณ์ได้ยากกว่า
 - มีขีดจำกัดของการใช้ข้อความในการสื่อสาร
 - เมื่อผ่านไปแล้วไม่สามารถย้อนกลับมาฟังใหม่ได้
 - ผู้รับต้องสร้างภาพพจน์เอาเอง แต่ละคนอาจสร้างขึ้นมาคลาดเคลื่อนไม่ตรงกัน

โทรทัศน์ เป็นสื่อที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตของประชาชนในปัจจุบันนี้มาก ทั้งยังมีพลังในการหันเหความคิด ความเชื่อได้มากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับสื่อมวลชนอื่นๆ

- ข้อดี
- มีทั้งภาพและเสียงเป็นจุดสนใจ
 - ไม่มีข้อจำกัดในการสร้างสรรค์ และใช้ได้กับสินค้าทุกประเภท
 - เข้าถึงผู้บริโภคได้จำนวนมาก
 - ไปได้กว้างไกล รวดเร็ว
 - ผู้รับสามารถเก็บรายละเอียดของข่าวสารได้ดีกว่าสื่ออื่นๆ

- ข้อเสีย
- มีข้อจำกัดของเวลาสูง เพราะราคาเวลาแพง
 - เป็นสื่อประเภททางเดียว ไม่สามารถซักถามได้เมื่อเกิดความสงสัย
 - ผู้รับต้องมีเวลาและความตั้งใจในการรับข่าวสาร¹⁹

3. สื่อโฆษณาประเภทอื่นๆ

เป็นสื่อโฆษณาที่กำลังเติบโตและพัฒนาขึ้นเรื่อยๆ เช่น ป้ายโฆษณา ไปสเตอร์ โคมเพจ ฯลฯ สามารถแยกตามชนิดได้ดังนี้

ป้ายโฆษณา พบเห็นได้มากมายในปัจจุบัน เช่น ป้ายโฆษณาตามอาคารสูง ป้ายโฆษณาข้างรถประจำทาง ป้ายโฆษณาที่ควบคุมด้วยคอมพิวเตอร์

¹⁹ บุญเกื้อ ควรรหาเวช การประชาสัมพันธ์ (สิงหาคม 2537), หน้า 78-81.

- ข้อดี - เป็นที่พบเห็นของผู้บริโภคได้ง่าย
- บางอย่าง มีการใช้เทคโนโลยี เช่น การทำให้ภาพเคลื่อนไหว ทำให้ผู้บริโภค ตื่นตาตื่นใจ
 - ภาพจรรยาบรรณค้ำจุนทำให้ป้ายเหล่านี้เป็นที่สนใจ

- ข้อเสีย - ไม่สามารถสื่อข้อมูลมากๆ ได้
- มีข้อจำกัดในการสร้างสรรค์

โปสเตอร์ เป็นสื่อที่ใช้ในการบอกกล่าวเผยแพร่ให้ผู้มีความรู้ ความเข้าใจ มักติดไว้ตามชุมชนต่างๆ ที่มีคนผ่านไปมาอย่างหนาแน่น เช่น ที่พักรถโดยสารรถประจำทาง สถานีขนส่ง สถานีรถไฟ เป็นต้น

- ข้อดี - เป็นที่พบเห็นของผู้คนได้ง่าย
- สามารถใช้สีสันเพื่อดึงดูดความสนใจ

- ข้อเสีย - ไม่คงทนถาวร เพราะมักติดอยู่ในชุมชน อาจถูกฉีกทำลาย หรือถูกโปสเตอร์ อื่นๆ ปะทับได้

โฮมเพจ กำลังเป็นสื่อที่นิยมอยู่ในปัจจุบัน เป็นสื่อที่แปลกกว่าสื่อทั่วไป คือ ผู้ที่สนใจ จะเข้ามาหาสื่อเอง โดยการใช้คอมพิวเตอร์เรียกดูข้อมูล

- ข้อดี - เข้าถึงกลุ่มผู้สนใจได้ดีมาก
- สามารถให้ข้อมูลข่าวสารได้มาก
 - สามารถเล่นเทคนิคของภาพและเสียง ดูตื่นตาตื่นใจ
 - เป็นสื่อที่ใหม่ ผู้คนสนใจ

- ข้อเสีย - อาจมีการล่าช้าในการส่งสาร เนื่องจากคุณภาพของคอมพิวเตอร์ที่ผู้รับสารใช้

การศึกษาถึงลักษณะต่างๆรวมทั้งข้อดีและข้อเสียของสื่อนี้ ช่วยให้ผู้วิจัยเข้าใจถึง ประโยชน์ของการใช้สื่ออื่นๆ และสามารถนำความรู้ที่ได้พบทบทวนนี้ ไปใช้ในส่วนของการ วิจัยดำเนินงานวิจัยเพื่อช่วยในการพิจารณาเลือกสื่อที่เหมาะสมและตรงกับ ความสนใจของกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด เพื่อให้การเผยแพร่เกี่ยวกับเกาะที่ไม่เป็นที่รู้จักนี้บรรลุผลตามที่ต้องการ เมื่อได้ทำการทบทวนเกี่ยวกับสื่อโฆษณาแล้ว ส่วนต่อไปจะกล่าวถึงหลักการออกแบบโฆษณา ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในด้านทฤษฎีที่ใช้ในการออกแบบต่อไป

หลักการออกแบบโฆษณา

การศึกษาเกี่ยวกับหลักการออกแบบโฆษณา เป็นสิ่งที่มีประโยชน์ต่อการออกแบบ เพื่อเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับเกาะที่ไม่เป็นที่รู้จักของไทย เพราะในปัจจุบันการโฆษณามีส่วนสำคัญมากต่อการรับรู้ข่าวสารของผู้บริโภค ไม่ว่าจะเป็นสิ่งใดๆที่ต้องพบเห็นในชีวิตประจำวัน เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร โทรทัศน์ วิทยุ แม้แต่ข้างรถเมล์ ล้วนก็มีการสอดแทรกของโฆษณาทั้งสิ้น ดังนั้นหากทราบหลักการออกแบบจะทำให้สามารถออกแบบได้ดีและตรงกับจุดประสงค์และเป็นที่น่าสนใจของกลุ่มเป้าหมายได้ดีขึ้น ซึ่งหลักการออกแบบโฆษณา พอจะสรุปได้เป็นข้อๆ ดังนี้

1. ความง่าย การออกแบบโฆษณานั้น สิ่งที่เป็นหัวใจหลักก็คือ ความต้องการบอกข่าวสารแก่ผู้บริโภค ดังนั้นไม่ว่าจะเป็นการโฆษณาในสื่อใด ๆก็ตาม ความง่ายต่อการเข้าใจจึงเป็นสิ่งจำเป็น เพื่อให้ข้อมูลที่ส่งไปนั้นแจ่มชัดที่สุด
2. ความเป็นเอกภาพ หมายถึง สิ่งที่จะช่วยส่งเสริมให้โฆษณาที่สื่อสารนั้นเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ซึ่งสิ่งที่จะก่อให้เกิดความเป็นเอกภาพนั้น มีหลายอย่าง เช่น เส้น สี รูปร่าง เป็นต้น
3. การเน้น ในการโฆษณาต้องมีการเน้นในจุดใดจุดหนึ่ง เพื่อเป็นจุดหลักที่ผู้รับสารจะสนใจ และให้ส่วนอื่นๆช่วยส่งเสริมให้จุดที่เน้นนั้นเด่นยิ่งขึ้น สามารถทำได้โดยใช้หลักการต่างๆ เช่น การมีแนวความคิดเดียว การมีจุดสนใจเพียงจุดเดียว เป็นต้น
4. ความน่าเชื่อถือ การให้ข่าวสารนั้นหากขาดน้ำหนักความน่าเชื่อถือ ก็ย่อมเป็นที่ไม่ยอมรับจากผู้รับสาร²⁰

การทบทวนเกี่ยวกับหลักการออกแบบโฆษณานี้ เป็นข้อมูลกว้างๆเกี่ยวกับการออกแบบ เพื่อให้เข้าใจลักษณะที่ควรปรากฏในงานออกแบบโฆษณาทั่วไป ซึ่งสามารถนำข้อมูลส่วนนี้ ไปใช้เป็นทฤษฎีในการวิเคราะห์งานออกแบบ เพื่อให้ได้แนวทางที่เหมาะสมที่สุด ที่จะดึงดูดและทำให้กลุ่มเป้าหมายสนใจอยากไปเที่ยวเกาะ

²⁰ ตักดา ประจักษ์ศิลป์ การออกแบบโฆษณา (2537), หน้า -- .

จากการศึกษาทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นในด้านของข้อมูลเกี่ยวกับเกาะในทะเลไทยที่ยังไม่เป็นที่รู้จักแพร่หลายและฤดูกาลเที่ยวทะเล ซึ่งมีความสำคัญในด้านข้อมูลที่ต้องใช้ในการออกแบบ ข้อมูลเกี่ยวกับสื่อโฆษณาซึ่งจะทำให้สามารถเลือกใช้สื่อที่เหมาะสมในการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับเกาะไทยให้แก่กลุ่มเป้าหมาย หรือในด้านหลักการออกแบบโฆษณา ที่จะใช้เป็นทฤษฎีในการวิเคราะห์หรือออกแบบเพื่อให้ได้แนวทางที่เป็นที่สนใจของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งการศึกษาเกี่ยวกับข้อมูลต่างๆเหล่านี้ จะเป็นประโยชน์ในการวิเคราะห์เพื่อการออกแบบที่จะใช้ในบทต่อไป

บทที่ 3

วิธีการดำเนินงานวิจัย

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องที่ได้นำเสนอไปในบทที่ 2 นั้น เป็นข้อมูลและแนวทางที่มีความสำคัญมากต่องานวิจัย แต่การมีเพียงแค่อ้อมลนั้นยังไม่สามารถทำให้งานวิจัยลู่วงตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการได้ ในบทที่ 3 นี้จึงเป็นการนำเสนอเกี่ยวกับวิธีการดำเนินงานวิจัย เพื่อนำข้อมูลที่มีอยู่ไปใช้ในแนวทางต่างๆที่จะเป็นประโยชน์ต่องานการออกแบบเพื่อเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับเกาะที่ยังไม่เป็นที่รู้จักแพร่หลาย ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็นส่วนต่างๆ ดังนี้

- ส่วนที่ 1 การระบุกลุ่มเป้าหมายของการเผยแพร่
- ส่วนที่ 2 ลักษณะของสื่อที่เหมาะสมในการเผยแพร่
- ส่วนที่ 3 การแนะนำตัวอย่างงานออกแบบที่จะนำไปวิเคราะห์ในบทที่ 4
- ส่วนที่ 4 หลักเกณฑ์ในการวิเคราะห์งานออกแบบ

การระบุกลุ่มเป้าหมายของการเผยแพร่

จากการนำเสนอเกี่ยวกับความสำคัญและที่มาของงานออกแบบสำหรับเกาะที่ไม่เป็นที่รู้จักแพร่หลายของไทยในบทที่ 1 นั้น พอจะสรุปได้ว่า ประเทศไทยยังมีเกาะอีกมากที่มีความสวยงามแต่กลับไม่เป็นที่รู้จักแพร่หลาย ซึ่งสาเหตุของการไม่รู้จักเนื่องมาจากยังไม่ได้รับการโฆษณาเผยแพร่ผ่านสื่อทั่วไป เกาะเหล่านั้นยังมีความเป็นธรรมชาติมาก การเดินทางและสภาพสาธารณูปโภคไม่สะดวกสบาย ควรต้องได้รับการเผยแพร่อย่างถูกต้องต่อนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มเป้าหมายโดยเฉพาะ การระบุกลุ่มเป้าหมายที่เหมาะสมในการชักชวนให้ไปเที่ยวเกาะเหล่านี้ จึงเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างมาก เพราะหากระบุกลุ่มเป้าหมายที่ไม่เหมาะสมจะทำให้การเผยแพร่เป็นไปอย่างผิดทางและไม่ได้ผลอย่างที่ต้องการ

จากจุดประสงค์ของโครงการ ที่ต้องการเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับเกาะที่ไม่เป็นที่รู้จัก
แพร่หลาย โดยเกาะที่คัดเลือกนี้ เป็นเกาะที่ยังมีความเป็นธรรมชาติอยู่มาก การเดินทาง
และสาธารณูปโภคไม่สะดวกสบายเหมือนอย่างเกาะสมุยหรือภูเก็ต ดังนั้นในการเลือกกลุ่มเป้า
หมายโดยนำลักษณะของเกาะมาช่วยพิจารณา ทำให้ระบุลักษณะของกลุ่มเป้าหมายได้ดังนี้

- กลุ่มเป้าหมายต้องมีความรักธรรมชาติ เพราะจะมีผลต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว
ที่มีความเป็นธรรมชาติ และยังมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบไม่ทำลายธรรมชาติ ซึ่งจะเป็นผลดี
ต่อสภาพของเกาะ

- ต้องไม่ยึดติดอยู่กับชีวิตที่ต้องการความสะดวกสบายตลอดเวลา เพราะเกาะที่
ต้องการเผยแพร่ มีลักษณะด้านสาธารณูปโภคที่ไม่ดีมากนัก บางแห่งอาจมีการใช้ห้องน้ำ
รวม หรืออาจมีการจำกัดการใช้ไฟฟ้า, น้ำ ซึ่งหากเป็นนักท่องเที่ยวที่ยึดความสะดวกสบาย
เป็นหลัก คงไม่ชอบใจการท่องเที่ยวเกาะเหล่านี้มากนัก

กลุ่มเป้าหมายที่ผู้วิจัยได้พิจารณาคัดเลือกโดยวิเคราะห์ร่วมกับลักษณะข้างต้น เป็น
กลุ่มที่มีอายุ 18 - 25 ปี ซึ่งมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบเป็นกลุ่ม เหตุผลที่เลือกช่วงอายุนี้นี้
เพราะเป็นช่วงอายุที่สามารถเที่ยวแบบสมบุกสมบันได้ ไม่ต้องการความสะดวกสบายมากนัก
หากเป็นวัยที่ผู้ใหญ่มากกว่านี้ ส่วนมากจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ต้องการความสะดวกสบาย
มากขึ้น อาจเนื่องมาจากเหตุผลของความต้องการพักผ่อนในทุกด้านหลังจากวันทำงานที่
เหน็ดเหนื่อย ซึ่งเป็นลักษณะที่ไม่ตรงกับสภาพของเกาะ และช่วงวัยนี้ยังไม่เข้าสู่ระบบของ
การทำงานอย่างเต็มตัว ทำให้มีเวลาในการท่องเที่ยวตามที่ต้องการมาก และยังไม่ต้องคิด
หนักกับการทำงาน ทำให้มีจิตใจที่สามารถซึมซับความบริสุทธิ์ของธรรมชาติได้อย่างเต็มที่

เมื่อได้ทราบลักษณะและเหตุผลในการเลือกกลุ่มเป้าหมายแล้ว จะทำการสรุปลักษณะ
ทั่วไปของกลุ่มเป้าหมาย แบ่งตามหลักประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ เพศ ฐานะทางเศรษฐกิจ
สถานภาพการสมรส พื้นฐานการศึกษา และแหล่งที่อยู่อาศัย ได้ดังนี้

- อายุ 18 - 25 ปี
- เพศ ทั้งชายและหญิง
- ฐานะทางเศรษฐกิจ มีฐานะปานกลางถึงดี
- สถานภาพการสมรส สถานภาพโสด

- พื้นฐานการศึกษา กำลังศึกษาหรือจบการศึกษาระดับมหาวิทยาลัย
- แหล่งที่อยู่อาศัย อาศัยอยู่ในกรุงเทพฯหรือตามหัวเมืองใหญ่

จากการระบุกลุ่มเป้าหมายที่เหมาะสมนี้ จะเป็นประโยชน์ในการดึงเอาลักษณะความสนใจของกลุ่มไปใช้เป็นแนวทางหนึ่งของการออกแบบเผยแพร่ และการระบุกลุ่มเป้าหมายที่เหมาะสมนี้ ยังมีผลต่อการหาสื่อที่เหมาะสม เพื่อใช้สื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งจะกล่าวถึงในส่วนต่อไป

ลักษณะสื่อที่เหมาะสมในการเผยแพร่

เมื่อได้ทำการวิเคราะห์จนได้กลุ่มเป้าหมายที่เหมาะสมในการเผยแพร่แล้ว ขั้นตอนต่อไปคือการบอกลักษณะของสื่อที่จะใช้เผยแพร่ โดยจะพิจารณาจากลักษณะของกลุ่มเป้าหมายและลักษณะของสื่อที่ได้พบทวนไปในบทที่ 2 ซึ่งการระบุลักษณะของสื่อที่เหมาะสมนี้จะช่วยให้สามารถสื่อสารได้อย่างเข้าถึง และชักจูงใจให้กลุ่มเป้าหมายรู้สึกอยากไปเที่ยวเกาะเหล่านี้มากขึ้น

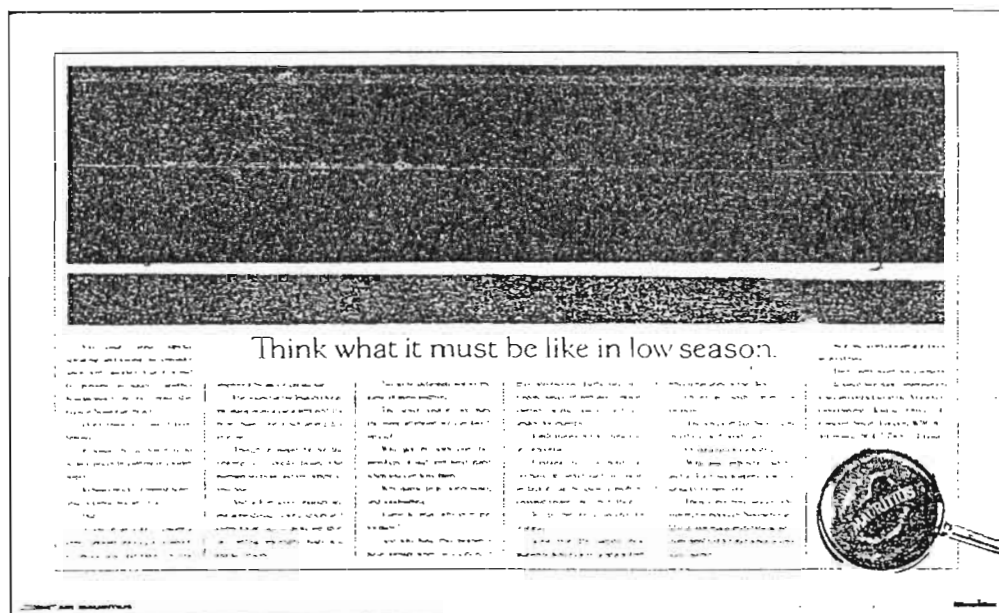
เนื่องจากการเผยแพร่เพื่อชักจูงกลุ่มเป้าหมายนี้ จำเป็นต้องมีการให้ข้อมูลมากพอสมควร เพราะเกาะเหล่านี้ ยังไม่เคยได้รับการเผยแพร่โฆษณาเลย ดังนั้นลักษณะของสื่อที่ผู้วิจัยพิจารณาว่าเหมาะสมและควรนำมาใช้ในโครงการนี้ที่สุด คือ สื่อประเภทสิ่งพิมพ์ เพราะการเผยแพร่เกี่ยวกับเกาะซึ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ยังไม่มีนักท่องเที่ยวรู้จักแพร่หลายนี้ ต้องการสื่อที่สามารถสื่อได้ทั้งข้อมูลและภาพ และสื่อนั้นต้องเหมาะสมสำหรับการให้ข้อมูลต่างๆแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งคุณสมบัติโดยรวมของสื่อสิ่งพิมพ์นั้น เป็นสื่อที่มีการใช้ทั้งภาพและตัวหนังสือสามารถเผยแพร่ข่าวสารจำนวนมากได้เป็นอย่างดี การเจาะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายทำได้ง่าย เพราะไม่ว่าจะเป็นโปสเตอร์ที่สามารถดึงดูดและแนะนำให้กลุ่มเป้าหมายสนใจที่สามารถนำไปติดในสถานที่ที่เหมาะสม เช่น ตามบอร์ดของมหาวิทยาลัยต่างๆ โฆษณาทางนิตยสารก็สามารถเลือกนิตยสารที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นนักท่องเที่ยว ซึ่งมีวางขายทั่วไปตามแผงหนังสือ เช่น อสท. ท่องโลกธรรมชาติ แคมป์บิง ฯลฯ เป็นต้น และสื่อสิ่งพิมพ์ยังเป็นสื่อที่กลุ่มเป้าหมายสามารถทบทวนหรือพิจารณาข้อมูลที่เผยแพร่ได้อย่างละเอียดโดยไม่มีข้อจำกัดของเวลา และไม่มีข้อจำกัดในการสร้างสรรค์ออกแบบมากนัก

ลักษณะต่างๆของสื่อที่ได้กล่าวถึงนี้ ทำให้สื่อสิ่งพิมพ์เป็นสื่อที่จะนำไปใช้ในการเผยแพร่
เกาะให้แก่กลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเมื่อได้ลักษณะของสื่อที่เหมาะสมแล้ว ใน
ส่วนต่อไปจะแนะนำเกี่ยวกับตัวอย่างงานออกแบบ เพื่อใช้วิเคราะห์หาแนวทางและจุดที่เหมาะสม
ในการออกแบบต่อไป

การแนะนำตัวอย่างงานที่จะใช้ในการวิเคราะห์

การคัดเลือกตัวอย่างงานที่จะใช้วิเคราะห์นี้ ได้คัดเลือกโดยเลือกงานที่มีจุดมุ่งหมาย
หลักเหมือนกับการเผยแพร่ของเกาะที่ไม่เป็นที่รู้จักแพร่หลาย คือ เป็นการเผยแพร่และเชิญ
ชวนนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยว โดยตัวอย่างงานที่คัดเลือกจะเป็นงานสิ่งพิมพ์ประเภทโปสเตอร์
เนื่องจากโปสเตอร์เป็นสื่อที่สามารถเผยแพร่ได้อย่างสะดวกและกว้างขวาง สามารถเข้าถึง
กลุ่มเป้าหมายได้ทุกพื้นที่ เป็นสื่อที่สามารถดึงดูดให้ผู้คนสนใจได้มากเหมาะกับการแนะนำให้
รู้จัก และการโฆษณาเชิญชวนของสถานที่ท่องเที่ยวมักใช้โปสเตอร์เป็นส่วนใหญ่ ตัวอย่าง
งานที่คัดเลือกมีทั้งหมด 5 ชุด ดังนี้

ชุดที่ 1 โปสเตอร์โฆษณาเกาะเมารีเชียส (Mauritius)



จุดประสงค์ : เพื่อเสนอภาพลักษณ์ของเกาะแก่นักท่องเที่ยว

ที่มา : Best Of Graphis Advertising 1

ลูกค้า : Mauritius Government Tourist Office

บริษัทโฆษณา : Mavity Gilmore Jaume Ltd. / London

ชุดที่ 2 โปสเตอร์โฆษณาเกาะจาไมก้า (Jamaica)



จุดประสงค์ : เพื่อโฆษณาและชักชวนให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวจาไมก้าอีกครั้ง

ที่มา : The Best Of Ad Campaigns!

ลูกค้า : Jamaica Tourist Board

บริษัทโฆษณา : Young & Rubicam / New York

ชุดที่ 3 โปสเตอร์โฆษณาออร์ธแคโรไลนา (North Carolina)



จุดประสงค์ : เพื่อนำเสนอเอกลักษณ์ที่ไม่เหมือนใครให้กับนักท่องเที่ยว

ที่มา : The Best Of Ad Campaigns!

ลูกค้า : North Carolina Department Of Tourism

บริษัทโฆษณา : Mckinny & Silver

ชุดที่ 4 โปสเตอร์โฆษณาเกาะกวม (Guam)



จุดประสงค์ : เพื่อชักชวนให้นักท่องเที่ยวไปพักผ่อนที่เกาะกวม

ที่มา : Travel & Leisure Graphics

ลูกค้า : Guam Visitors Bureau

ชุดที่ 5 โปสเตอร์โฆษณาเกาะอัลคาทราซ (Alcatraz)



จุดประสงค์ : เพื่อนำเสนอและเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวไปเที่ยว

ที่มา : Best Of Graphis Advertising 2

ลูกค้า : The Red and White Fleet

บริษัทโฆษณา : Goldberg Moser O'Neill / San Francisco

หลักเกณฑ์วิเคราะห์งานออกแบบ

จากที่ได้พบทวนเกี่ยวกับหลักการออกแบบโฆษณาในบทที่ 2 ซึ่งมีหลักทั้งหมด 4 ข้อ

- คือ
1. โฆษณาที่ดีต้องง่ายต่อความเข้าใจ
 2. โฆษณาที่ดีต้องมีความเป็นเอกภาพ
 3. โฆษณาที่ดีต้องมีการเน้นในจุดสำคัญ
 4. โฆษณาที่ดีต้องมีความน่าเชื่อถือ

ซึ่งหลักการโฆษณาที่ได้พบทวนนี้ เป็นหลักกว้างๆที่ควรปรากฏในงามโฆษณาทุกชนิด และทุกประเภท เมื่อต้องการวิเคราะห์งานโฆษณาเฉพาะโปสเตอร์นั้น จึงจำเป็นที่จะต้อง ศึกษาเกี่ยวกับหลักการออกแบบโปสเตอร์ที่ดี ซึ่งมีหลักดังนี้

1. โปสเตอร์ต้องดึงดูดความสนใจต่อผู้พบเห็นให้ได้มากที่สุด ทั้งในด้านแนวความคิด และการนำเสนอ ซึ่งอาจใช้ข้อความพาดหัวหรือภาพที่แปลกตาดึงดูดก็ได้
2. ข้อความบนโปสเตอร์ควรมีความชัดเจนในเนื้อหา มีความน่าเชื่อถือ มีการใช้ตัวอักษรและภาษาที่ถูกต้อง
3. โปสเตอร์ที่ดีต้องไม่ให้คนดูอ่านแล้วผ่านไป ควรทำให้ผู้ดูรู้สึกเกี่ยวข้องและ สามารถบอกประโยชน์ที่ผู้ดูได้รับจากโฆษณานั้นๆ ¹

เมื่อทำการพิจารณาทั้งหลักการออกแบบโดยรวมและหลักการออกแบบโปสเตอร์ที่ดีแล้ว ทำให้สามารถสรุปเป็นหลักเกณฑ์ที่จะนำไปวิเคราะห์งานตัวอย่าง ดังนี้

1. แนวความคิด แนวความคิดเป็นจุดรวมทั้งหมดของการออกแบบ แนวความคิดที่ดี จะทำให้งานออกแบบมีความน่าสนใจ
2. การพาดหัวและภาพโฆษณา เป็นการสร้างจุดสนใจของโปสเตอร์ และเน้นในจุดสำคัญที่ต้องการบอกผู้ดู
3. ข้อความบนโปสเตอร์ สามารถสนับสนุนภาพหรือพาดหัวได้ จึงควรมีความชัดเจน ง่ายต่อความเข้าใจ และควรมีความน่าเชื่อถือ
4. ความเกี่ยวข้องกับผู้ดู เพื่อให้ผู้ดูรู้สึกเข้าใจและรู้สึกสำคัญในสิ่งที่ต้องการสื่อ

¹ นิทรรศการทัศนศิลป์ประสานมิตรครั้งที่ 1, (คณะมนุษยศาสตร์ 2531), หน้า 39.

5. ความเป็นเอกภาพ ไม่ว่าจะเป็นตัวลักษณะการจัดวางหรือเป็นด้วยแนวความคิด
และไม่ว่าจะเป็นงานที่มีชิ้นเดียวหรือเป็นชุดก็ควรมีเอกภาพทั้งสิ้น

หลักเกณฑ์ 5 ข้อที่ได้สรุปนี้ จะนำไปใช้เป็นหลักในการวิเคราะห์งานในบทที่ 4 ต่อไป

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในบทที่ 4 นี้จะเป็นการวิเคราะห์ตัวอย่างงานที่ได้แนะนำแล้วในบทที่ 3 โดยงานที่คัดเลือกทั้งหมด เป็นงานที่มีจุดประสงค์คล้ายกับการเผยแพร่ของเกาะที่ไม่เป็นที่รู้จักแพร่หลายของไทย ซึ่งการวิเคราะห์งานตัวอย่าง จะทำให้มองเห็นข้อดีและข้อด้อยของแนวทางในการนำเสนองานนั้นๆ และสามารถนำแนวทางที่ดีและเหมาะสมที่สุดมาประยุกต์ใช้ในงานออกแบบได้ โดยการวิเคราะห์จำเป็นต้องอาศัยหลักเกณฑ์ที่ได้กล่าวไปแล้วในบทที่ 3 ซึ่งสามารถสรุปโดยย่อได้ดังนี้

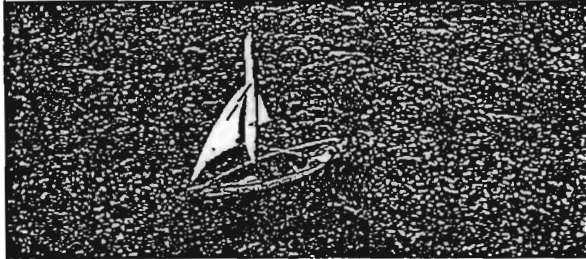
1. ด้านแนวความคิด
2. ด้านการพาดหัวและภาพโฆษณา
3. ด้านข้อความบนโปสเตอร์
4. ด้านความเกี่ยวข้องกับผู้ดู
5. ด้านความเป็นเอกภาพ

ตัวอย่างงานออกแบบที่ได้คัดเลือกและแนะนำมีทั้งหมด 5 ชุด คือ

1. โปสเตอร์โฆษณาเกาะเมอริเชียส (Mauritius)
2. โปสเตอร์โฆษณาเกาะจาไมก้า (Jamaica)
3. โปสเตอร์โฆษณารัฐนอร์ทแคโรไลนา (North Carolina)
4. โปสเตอร์โฆษณาเกาะกวม (Guam)
5. โปสเตอร์โฆษณาอัลคาทราซ (Alcatraz)

โดยจะวิเคราะห์งานทั้ง 5 ชุดตามลำดับตามหลักเกณฑ์ที่ได้กล่าวไป แล้วจึงสรุปสิ่งที่ได้จากงาน และสรุปแนวทางที่เหมาะสมในการสร้างงานเพื่อเผยแพร่และชักชวนให้นักท่องเที่ยวสนใจเที่ยวเกาะที่ไม่เป็นที่รู้จักแพร่หลายของไทย

Odd isn't it? They always recommend the Caribbean and the Seychelles to their friends.



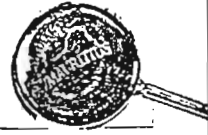
Human nature is a funny thing. You think that if people around there believe in Mauritius enough to come here often for recreation or to study...

...in future years coming they really will have enough of it. Now a lot of it has been done here and everywhere else where there is anything like the pleasure of your tropical island.

"Who can they be?" No, to be understood that most people the phrase is "Planned Franchising". The local politicians add a dash of colour to local life.

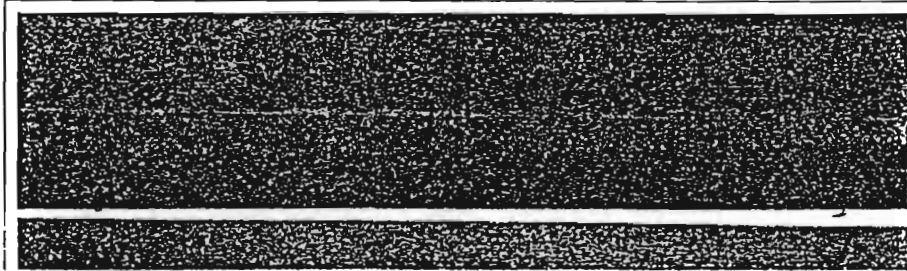
For instance, Mauritius is a very good example of a planned franchise. It has had a very successful record in the planning of its economy in the past.

Now, the only way to get a better idea of what Mauritius is like is to visit it. The only way to get a better idea of what Mauritius is like is to visit it. The only way to get a better idea of what Mauritius is like is to visit it. The only way to get a better idea of what Mauritius is like is to visit it.



ชั้นที่ 3

"มันน่าแปลกใช่ไหม ที่พวกเขาแนะนำเพื่อนให้ไปเที่ยวคาริบเบียนและเซเชลล์"



Think what it must be like in low season.

You would expect to find everything and having the same old old same old. But it would be possible to enjoy a different kind of holiday in Mauritius. The only way to get a better idea of what Mauritius is like is to visit it.

...in future years coming they really will have enough of it. Now a lot of it has been done here and everywhere else where there is anything like the pleasure of your tropical island.

"Who can they be?" No, to be understood that most people the phrase is "Planned Franchising". The local politicians add a dash of colour to local life.

For instance, Mauritius is a very good example of a planned franchise. It has had a very successful record in the planning of its economy in the past.

Now, the only way to get a better idea of what Mauritius is like is to visit it. The only way to get a better idea of what Mauritius is like is to visit it. The only way to get a better idea of what Mauritius is like is to visit it.



ชั้นที่ 4

"ลองนึกดูสิว่าจะเป็นอย่างไในช่วงที่ไม่ใช่ฤดูท่องเที่ยว"

1.1 แนวความคิด

งานนี้เป็นโฆษณาชุดที่มีจุดประสงค์เพื่อนำเสนอความเป็นธรรมชาติของเกาะที่มีคนรู้จักน้อยให้กับนักท่องเที่ยว โดยใช้ภาพมุมกว้างเป็นจุดเด่นและดึงดูดผู้ดู มีการใช้เว้นขยายเป็นตัวบอกว่าเกาะนี้เป็นเกาะเล็กๆที่น่าค้นหา อารมณ์ของงานทั้งหมดคือสะอาดและเรียบง่าย

1.2 การพาดหัวและภาพโฆษณา

มีการแบ่งเนื้อที่ของภาพและตัวหนังสือเป็นอย่างละครึ่ง ใช้ตัวอักษรที่ดูเบาบาง ทำให้จุดเด่นไปตกอยู่ที่ภาพ ภาพที่ใช้เลือกภาพที่มีมุมมองกว้าง สีสีนสวยงามแบบเกาะในเขตร้อน ช่วยสร้างอารมณ์ของงานได้อย่างดี และยังเป็นภาพที่ชัดเจนทำให้เห็นภาพลักษณ์ของเกาะด้วย

พาดหัวใช้ตัวหนังสือที่ไม่ใหญ่มากนักแต่อ่านได้ชัดเจน ตัวหนังสือไม่ใหญ่ทำให้ไม่แข่งกับภาพมากเกินไป พาดหัวในแต่ละชั้นจะกล่าวถึงเรื่องราวที่ต่างกัน คือ เรื่องของความเป็นธรรมชาติไม่มีโรงแรมสูงๆ ค่าใช้จ่ายในการไป ความสวยที่ไม่แพ้ที่ไหนๆ และจำนวนคนไปท่องเที่ยว โดยจะเป็นพาดหัวที่พูดตรงกันข้ามกับภาพที่น่าเสนอ เพื่อสร้างความเปรียบเทียบระหว่างคำพูดและภาพของเกาะ ทำให้สามารถเน้นความเป็นธรรมชาติที่สวยงามของเกาะได้อย่างชัดเจนและน่าสนใจมาก

1.3 ข้อความบนโปสเตอร์

การจัดข้อความเป็นแถวดูแล้วรู้สึกถึงความมีระเบียบและดูสะอาดตา ตัวอักษรที่ใช้มีขนาดเล็กและบาง ทำให้มีปัญหาในการอ่านระยะไกล มีข้อความยาว เขียนในแบบการเล่าเรื่อง ซึ่งเป็นเรื่องที่น่าสนใจกับภาพและพาดหัว เป็นการอธิบายที่ใช้วิธีที่น่าสนใจ คือมีการนำเรื่องก่อนและจึงสรุปในตอนท้าย

1.4 ความเกี่ยวข้องกับผู้ดู

ใช้ภาพสวยและขนาดใหญ่เป็นตัวดึงดูดความสนใจของผู้ดู ส่วนพาดหัวที่ขัดแย้งกับภาพทำให้ความแปลกใจให้ผู้อ่าน การพูดแบบเปรียบเทียบทำให้ผู้อ่านเข้าใจสิ่งที่ต้องการจะสื่อสารง่ายขึ้น

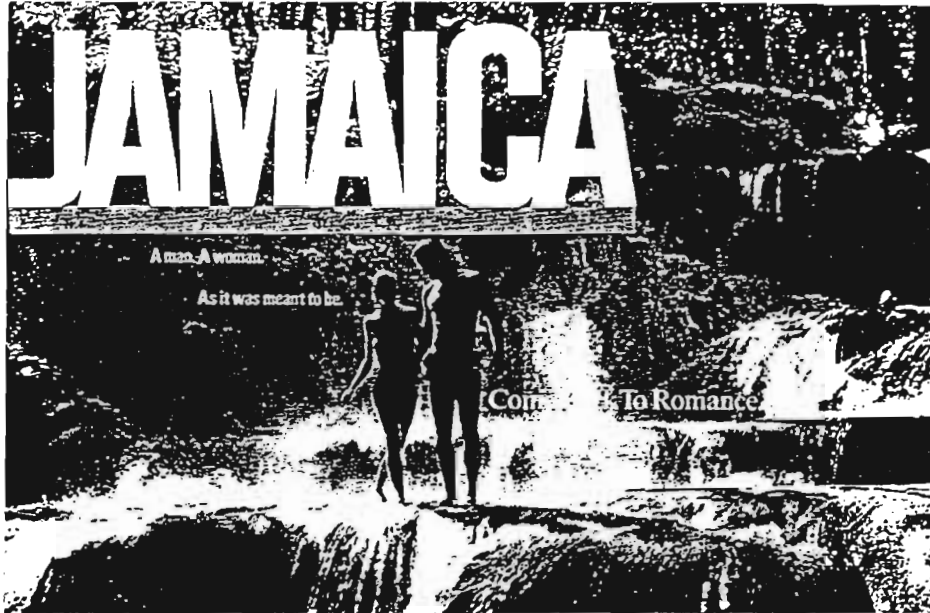
1.5 ความเป็นเอกภาพ

งานชุดนี้มีการใช้ภาพมุมกว้างเป็นจุดเด่น ใช้ตัวอักษรที่มีความห่างและน้ำหนักเบา ในทุกชิ้นงาน มีการใช้ภาพแว่นขยายส่องเกาะซึ่งเป็นสัญลักษณ์ที่น่าสนใจ ทำให้งานเป็นชุดเดียวกัน

สิ่งที่ได้จากงานชุดที่ 1

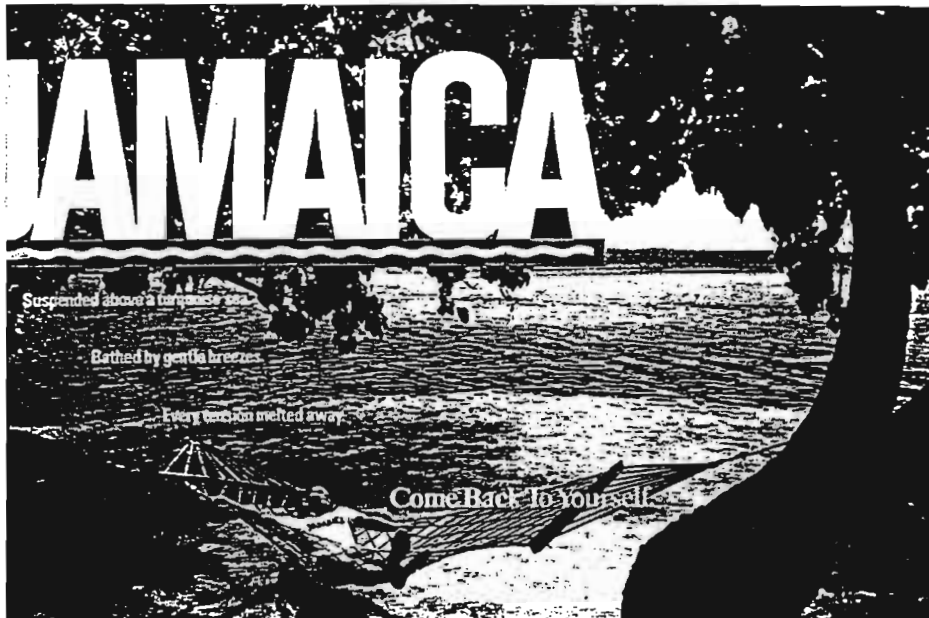
1. การเลือกใช้ภาพที่เหมาะสมสามารถสร้างอารมณ์ให้กับงานได้
2. การใช้พาดหัวที่ตรงข้ามกับความเป็นจริง สามารถทำให้ผู้ดูเกิดความแปลกใจ และสนใจในสิ่งที่ต้องการสื่อได้มากขึ้น

2. โปสเตอร์โฆษณาเกาะจาไมก้า (Jamaica) มีทั้งหมด 5 ชิ้นงาน



ชิ้นที่ 1

"จาไมก้า" "ผู้ชายและผู้หญิง ในแบบที่ควรจะเป็น กลับมา...สู่ความโรแมนติก"



ชิ้นที่ 2

"จาไมก้า" "ลอยอยู่เหนือทะเลสีคราม อาบด้วยสายลมอ่อนๆ
ความตึงเครียดทั้งหมดละลายไป กลับมา...สู่ความเป็นคุณ"



ชั้นที่ 3

"ทำให้เป็นจาไมก้าอีกครั้ง"



ชั้นที่ 4

"ทำให้เป็นจาไมก้าอีกครั้ง"

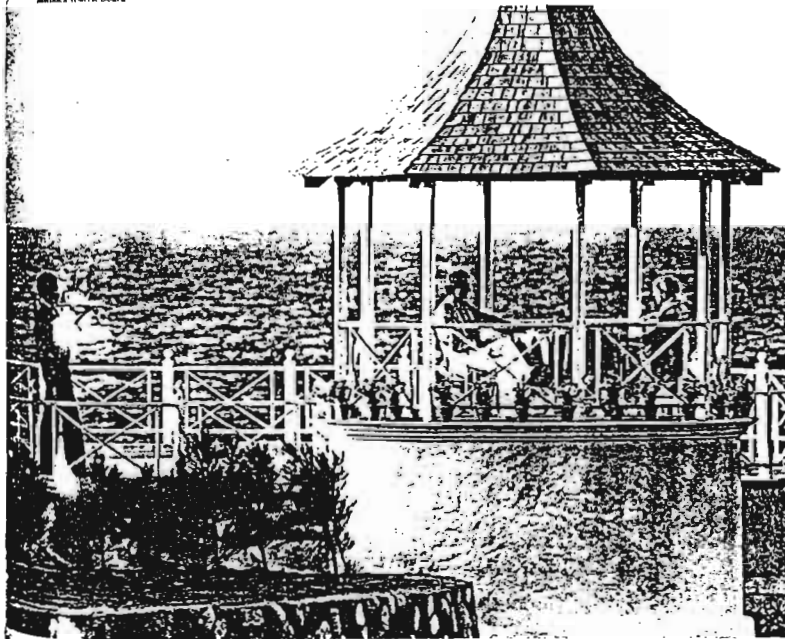
JAMAICA

Take tea by the sea.

If living well is the best revenge, it's sweet indeed in Jamaica.
 Many of our hotels cherish the rituals of life: tea by the sea in all appropriate splendor, and dinner at eight amidst candlelight and old silver.
 But Jamaica's accommodations are as varied as its landscape and its people, and if you feel overdressed in more than shorts and sandals, Jamaica has hotels that couldn't agree more.
 So whether your taste is for watching peacocks on the lawn, or chasing a volleyball into the surf, you will find your kind of place in Jamaica.
 Which, after all, is the true meaning of accommodation.

Make it Jamaica. Again.

Jamaica Tourist Board



ชั้นที่ 5

"จาไมก้า"

2.1 แนวความคิด

เป็นโฆษณาชุดที่ต้องการกระตุ้นนักท่องเที่ยวที่เคยเที่ยวจ๊าไมก้าแล้วให้กลับมาเที่ยวอีกครั้ง โดยใช้ภาพเป็นจุดเด่นของงาน มีการออกแบบเป็น 3 รูปแบบไม่เหมือนกัน แต่ทั้งหมดต้องการเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวจ๊าไมก้าอีกครั้ง

2.2 การพาดหัวและภาพโฆษณา

ชั้นที่ 1 และ 2 ใช้พาดหัว "จ๊าไมก้า" สีขาวบนพื้นภาพ จัดวางอยู่ในตำแหน่งที่ไม่รบกวนภาพ มีเส้นหารองข้างใต้คำทำให้รู้สึกถึงความหนักแน่น เป็นการเน้นที่ชื่อของเกาะที่ต้องการให้เป็นที่ยึดจำ ส่วนภาพที่ใช้เป็นภาพที่แสดงบรรยากาศ โดยมีคนอยู่ในภาพด้วย ทำให้สามารถสร้างภาพจำลองเพื่อจูงใจผู้ดู และสามารถกระตุ้นให้ผู้ดูเกิดความต้องการอยากใช้ชีวิตท่ามกลางธรรมชาติแบบในภาพ

ชั้นที่ 3 และ 4 ใช้พาดหัวสีขาวบนพื้นภาพเช่นเดียวกัน พาดหัวที่ใช้ในงานนี้ทำหน้าที่ดึงดูดความสนใจและอธิบายความหมายในตัวเดียว ไม่มีข้อความอื่นๆมาช่วย การใช้พาดหัวแบบนี้สามารถหยุดผู้ดูได้ชั่วคราว ผู้ดูสามารถจดจำและรับสารที่ต้องการสื่อได้อย่างรวดเร็ว ภาพที่ใช้เป็นภาพทิวทัศน์ของหาดจ๊าไมก้า แสดงกิจกรรมและบรรยากาศโดยรวม สร้างความรู้สึกร่วมกับพาดหัว ใช้ภาพทำให้นึกถึงครั้งก่อนที่เคยมาเที่ยวจ๊าไมก้า

ชั้นที่ 5 ใช้พาดหัวเหมือนกับงานชั้นที่ 1 และ 2 เป็นการวางรูปแบบไม่เหมือนกับสี่ชั้นที่ผ่านมา มีเนื้อที่สำหรับตัวอักษร ภาพที่ใช้เป็นภาพที่แสดงความสะอาดสบาย ซึ่งรับกับเนื้อความที่ต้องการบอกถึงความหมายที่แท้จริงของที่พักรว่าจะต้องมีความสะอาด

2.3 ข้อความบนโปสเตอร์

ชั้นที่ 1 และ 2 ใช้ตัวอักษรเจาะขาวเหมือนพาดหัว เป็นข้อความบรรยายเชิญชวนให้รู้สึกอยากกลับมาเที่ยวจ๊าไมก้าอีกครั้ง ใช้ประโยคสั้นๆแต่ได้ใจความลึกซึ้ง ทำให้ผู้อ่านรับสารทั้งหมดได้ในเวลารวดเร็ว ไม่ต้องอ่านประโยคยาวๆ

ชั้นที่ 3 และ 4 ไม่มีข้อความ มีแต่พาดหัวซึ่งได้กล่าวไปในข้อที่แล้ว

ชั้นที่ 5 ตัวอักษรจัดเรียงแบบเสมอกกลาง ทำให้งานดูค่อนข้างเรียบร้อย เป็นทางการ ทำให้ดูน่าเชื่อถือมากเกินไป ดูไม่ผ่อนคลายแบบสถานที่พักร้อน

2.4 ความเกี่ยวข้องกับผู้ดู

ชั้นที่ 1 และ 2 เป็นการใช้ภาพและคำที่เชิญชวนให้รู้สึกอยากไปพักผ่อน โดยเฉพาะข้อความบนโปสเตอร์ ที่ใช้ประโยคสั้นๆ ซึ่งกินใจ ทำให้ผู้ดูอ่านและติดตาม

ชั้นที่ 3 และ 4 ไม่มีการบอกประโยชน์ที่ผู้ดูจะได้รับหากไปเที่ยวที่นี่ แต่สามารถสร้างความแปลกใจให้กับผู้ดูติดตาม และทำให้คนดูคล้อยตามความคิดที่จะไปเที่ยวจามาอีกครั้งได้

ชั้นที่ 5 ข้อความบนโปสเตอร์กล่าวถึงความสะดวกสบายของที่พักที่เป็นความหมายที่แท้จริงของการพักผ่อน อาจทำให้ผู้ดูรู้สึกคล้อยตาม แต่ถ้าเทียบกับชั้นอื่นๆ ชั้นที่ 1 และ 2 เป็นชั้นที่ดีที่สุดที่น่าจะสร้างอารมณ์ให้กับผู้ดูได้มากที่สุด

2.5 ความเป็นเอกภาพ

งานทั้ง 5 ชั้นมีความแตกต่างกันอย่างสิ้นเชิง มีรูปแบบการออกแบบที่ไม่เป็นเอกภาพเลย ไม่ว่าจะป็นรูปแบบหรือการใช้ตัวหนังสือพาดหัว คำว่าจามาอีก ก็ไม่ได้ใช้รูปแบบของตัวหนังสือที่เหมือนกัน แต่ใช้เอกภาพทางด้านความคิดที่ใจเดียวแทน คือไม่ว่าจะมีรูปแบบการนำเสนอแบบใด จะมีบทสรุปคือการชวนให้กลับมาเที่ยวจามาอีกครั้ง ถึงแม้จะมีความคิดในการออกแบบดี แต่รูปแบบทำให้งานโดยรวมไม่มีความสม่ำเสมอของการออกแบบสิ่งที่ได้รับจากงานชุดที่ 2

1. งานในหลายรูปแบบที่มีแนวความคิดเดียวกัน ทำให้งานหลากหลาย กระตุ้นความสนใจของผู้ดูได้หลายแง่มุม แต่ต้องมีสิ่งที่บอกได้ว่าเป็นงานชุดเดียวกัน เพื่อความต่อเนื่องในการรับรู้

2. การใช้คำที่เป็นวลีสั้นๆ ในบางครั้ง สามารถสื่อถึงความหมายได้ดีและลึกซึ้งกว่าประโยคยาวๆ

3. รูปแบบของงานที่อยู่ในชุดเดียวกันควรมีเอกภาพมากกว่านี้

3. ไปสเตอร์โฆษณารัฐนอร์ทแคโรไลน่า (North Carolina) 3 ชั้น มีดังนี้

In North Carolina, some of our greatest works of art never hang in a museum.

Dove-in-the-Window
Start of Beechblow Wild Goose Chase
Cherry Pickling Ring
High in the North Carolina

Mountains, quilts are made to be purely practical. Yet their elegant patterns make them purely beautiful. Quilts, however, are just one expression of our highland artistry. Some people can put their periods to a block of sugar

Others make sturdy pots with glasses as gracefully scored as proud berry recipes. And still others display their art in jars of jam and jelly or in jugs of amber apple cider found at roadside stands.

Whenever you travel from our mountains to our shores, you'll be certain to find an artist who exhibits itself proudly.

So if you're the kind of person who appreciates finer things you really don't have to visit the museums. Come to North Carolina, and visit us instead.

North Carolina

ชั้นที่ 1

"ในนอร์ทแคโรไลน่า งานศิลปะชิ้นเยี่ยมบางชิ้นของพวกเขาไม่เคยแขวนอยู่ในพิพิธภัณฑ์"

COME TO A PLACE WHERE YOU CAN STILL FIND BURIED TREASURE.

Two centuries ago the pirate Blackbeard roamed the rugged coastline of North Carolina. It was here he won his legendary treasures. And it was here that in the end, he lost his life. The pirates and their gold have come and gone. But the treasures are still here for the taking. The ocean gold in the sunset diamond-sparkled in the cool Atlantic dawn.

Gleaming shells in jewel colors hail-buried in pearl-white sand. Silk-sustained lakes. Bright rivers winding like silver threads through the soft, rich tapestries of growing fields.


Sapphire mountains set into emerald valleys. The perfume of pines and azalea blossoms and fresh-turned earth.

In North Carolina the treasures are everywhere. From the Appalachians to the rolling farmlands all the way to the secluded cove where Blackbeard fought his last battle. Some of the shells are the same as they were in the days of the pirates. There are the kind you'll probably carry away in your mind.

NORTH CAROLINA

ชั้นที่ 2

"ต้อนรับเข้าสู่ดินแดนที่คุณยังคงสามารถพบสมบัติที่ถูกฝัง"



Our cruise lines may not be known for elegant dining, but they'll take you to some beautiful islands.

visit our colorful fishing villages you'll discover this heavy that Our cruise lines may not other elegant dining But they can help satisfy your appetite for adventure North Carolina

the bank of the North... over to pick you up... you can cruise to the other side first... soundline names like Hibernia, Oronoke, and Rodanthe... Several of these rugged barrier islands are so remote... the people speak a lowland... Larissa, Oke, English, and... some are so unspoiled you can still see the same pristine... Whether you explore 25 miles of national seashore or...

ชั้นที่ 3

"เส้นทางเดินเรือของพวกเขา ไม่เคยเป็นที่รู้จักในเรื่องอาหารค่ำที่หรูหรา แต่พวกเขาจะพาคุณไปยังเกาะที่สวยงาม"

3.1 แนวความคิด

โฆษณาของนอร์ธแคโรไลนาคู่นี้ ต้องการนำเสนอความเป็นสถานที่เที่ยวที่มีเอกลักษณ์ไม่เหมือนใคร โดยการพูดถึงสิ่งต่างๆที่มีในรัฐ โดยใช้ภาพและคำพูดที่น่าสนใจ

3.2 การพาดหัวและภาพโฆษณา

คำพาดหัวของทุกชั้นเป็นประโยคที่ยาว กล่าวถึงความแปลกที่ไม่เหมือนใครของรัฐนอร์ธแคโรไลนา มีการใช้ภาษาที่เป็นทางการ ดูน่าเชื่อถือ หนักแน่น มีการเรียกสิ่งของต่างๆว่า ของพวกเขา ทำให้รู้สึกถึงความหวงแหน สื่อถึงความมีวัฒนธรรมและความรักใน

งานนั้นๆ ส่วนภาพโฆษณา ใช้ภาพที่ขนาดใหญ่และสีสันสวยงาม เพื่อดึงดูดสายตาของคนดู จัดองค์ประกอบในภาพแบบง่ายๆ เมื่อดูร่วมกับพาดหัว ทำให้เข้าใจในสิ่งที่ต้องการสื่อชัดเจน มากกว่าการดูแยกส่วน

3.3 ข้อความบนโปสเตอร์

ทุกชิ้นเป็นเรื่องราวที่พูดเรื่องเดียวกับพาดหัวและภาพ เป็นการขยายความให้ผู้ดูเข้าใจมากขึ้นเกี่ยวกับสิ่งที่ต้องการสื่อ ใช้รูปแบบการเขียนแบบเล่าเรื่องเป็นตอนๆ ทำให้ผู้อ่านสนใจอยากอ่านต่อไป การจัดวาง จัดเป็นแถวๆไม่ยาวมาก แต่มีการแบ่งช่องว่างเป็นเล็กๆ น้อยๆ มากเกินไป ทำให้เมื่อดูรวมๆ จะเห็นพื้นที่ว่างกระจัดกระจายรกจนสายตามากเกินไป

3.4 ความเกี่ยวข้องกับผู้ดู

พาดหัวและภาพของโฆษณาชุดนี้ไม่ได้สื่อความหมายกับผู้ดูโดยตรง แต่เป็นการบอกเล่าที่จินตนาการได้ถึงสิ่งที่จะได้พบเมื่อไปถึงนอร์ธแคโรไลนา

3.5 ความเป็นเอกภาพ

งานชุดนี้มีความเป็นเอกภาพในรูปแบบของงาน คือการวางตำแหน่งรูปและตัวหนังสือที่เหมือนกัน มีการใช้โทนสีอยู่ในโทนเดียว งานดูเป็นชุดเดียวกันดี

สิ่งที่ได้รับจากงานชุดที่ 3

1. การใช้ภาษาสามารถบอกความน่าเชื่อถือได้ดี และการใช้คำที่เฉพาะเจาะจง เช่น ของพวกเรา ก็สามารถทำให้ผู้ดูเข้าใจถึงความสำคัญและความภูมิใจในสถานที่นั้น
2. พาดหัวและภาพโฆษณาที่สนับสนุนกัน ทำให้งานดูเกี่ยวเนื่องเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน และสิ่งที่ต้องการสื่อก็ชัดเจนมากขึ้น
3. การนำเสนอโดยใช้แนวคิดที่แปลกใหม่ ทำให้งานดูน่าสนใจและน่าติดตาม แต่หากใช้การจัดวางที่แปลกกว่านี้อาจจะทำให้งานน่าสนใจขึ้น

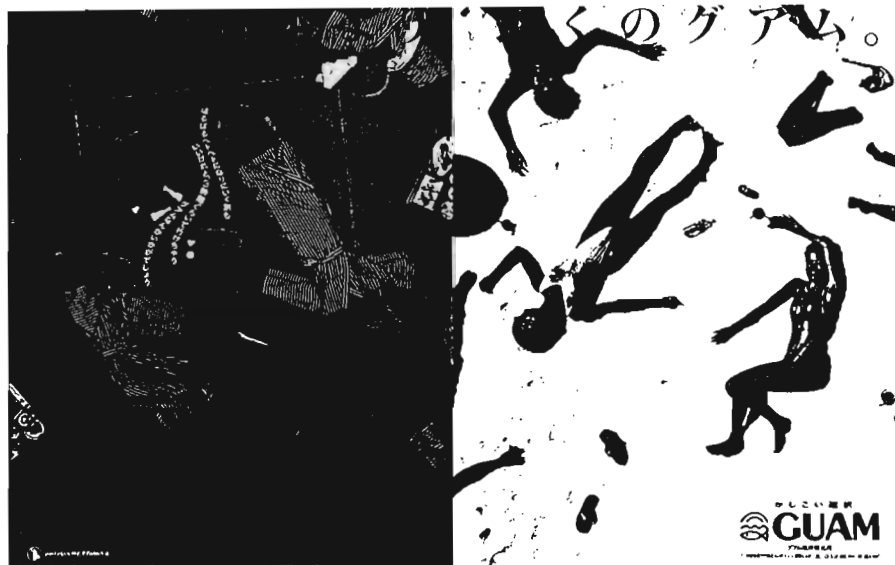
4. โปสเตอร์โฆษณาเกาะกวม (Guam) 3 ชั้น ได้แก่



ชั้นที่ 1



ชั้นที่ 2



ชั้นที่ 3

4.1 แนวความคิด

เป็นงานที่ต้องการกระตุ้นและเชิญชวนให้คนมาพักผ่อนที่เกาะกวม ใช้รูปภาพสื่อโดยตรงโดยเปรียบเทียบระหว่างชีวิตในเมืองและสถานที่ท่องเที่ยวที่แออัด กับการพักผ่อนอย่างสะดวกสบายบนเกาะกวม

4.2 การพาดหัวและภาพโฆษณา

ใช้พาดหัวเดียวกันในงานทั้งสามชิ้น ใช้ภาพเป็นตัวยุทธในการดึงดูดและสื่อเรื่องราวที่ต้องการบอกได้ทั้งหมดโดยอาจไม่ต้องอ่านพาดหัว ภาพที่ใช้เป็นการเปรียบเทียบอย่างชัดเจน โดยเฉพาะใน 2 ชั้นหลังที่มีการจัดนางแบบให้อยู่ในอิริยาบถที่คล้ายกัน ทำให้ดูแล้วเข้าใจอย่างรวดเร็วถึงสิ่งที่ต้องการสื่อ มีการใช้ภาพที่จัดองค์ประกอบให้รู้สึกถึงความแตกต่าง เช่น ชั้นที่ 1 ที่เป็นภาพความแออัดได้น้ำ ซึ่งสื่อถึงผู้คนที่ไม่เกี่ยวข้องมากมาย กับภาพที่โล่งสบายของ

ทะเลที่เกาะกวม ชั้นที่ 2 เป็นการใช้โทนสีผิวของนางแบบ ที่ขาวซีดกับผิวคล้ำแดด ชั้นที่ 3 ที่ใช้พื้นของเสื้อที่มีสีสันทัดต่างจากหาดทรายสีขาว การเล่นความแตกต่างของสองภาพ เปรียบเทียบนี้ ทำให้ลดความน่าเบื่อเกินไปแม้จะจัดวางภาพแบบเท่ากันสองข้าง การใช้ภาพเสื้อเป็นตัวบอกเล่านี้ ทำให้งานดูและจดจำได้ติดตามว่าการใช้ตัวหนังสือ และยังเป็นการสร้างสถานการณ์ที่เหมือนจริงเข้าใจง่ายด้วย

4.3 ข้อความบนโปสเตอร์

มีการใช้ตัวหนังสือเรียงเป็นแถวโค้งเพื่อสร้างความเคลื่อนไหวไม่ให้ภาพดูโล่งและน่าเบื่อเกินไป มีสัญลักษณ์ของการส่งเสริมการท่องเที่ยวในสวยล่างขวา ซึ่งเป็นภาพการพักผ่อนบนเกาะ ทำให้สามารถเข้าใจว่า ภาพนี้เป็นภาพที่เกิดขึ้นบนเกาะกวม

4.4 ความเกี่ยวข้องกับผู้ดู

กลุ่มเป้าหมายของโฆษณานี้เป็นคนทำงานที่อยู่ในเมืองที่มีคนแออัดมาก จึงมีการเลือกใช้ภาพสถานการณ์เหมือนจริงที่พบเห็นได้ ทำให้ผู้ดูรู้สึกว่าเป็นด้วยและคล้อยตาม เกิดความอยากไปเที่ยวพักผ่อนบนเกาะกวม

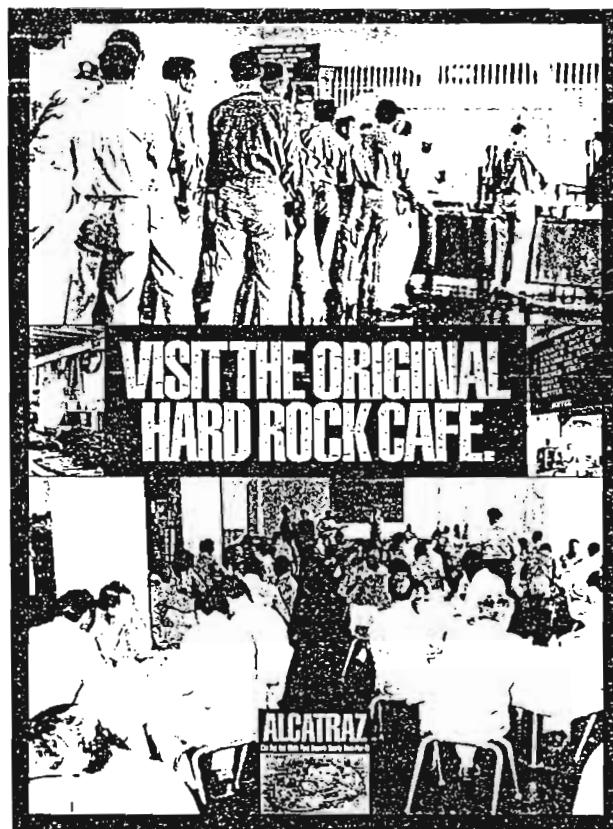
4.5 ความเป็นเอกภาพ

งานชุดนี้เนื่องจากใช้ภาพเป็นจุดเด่นมีการวางซ้ายขวาเท่ากัน การจัดเรียงตัวหนังสือก็อยู่ในรูปแบบที่คล้ายกัน ทำให้งานดูมีเอกภาพ

สิ่งที่ได้รับจากงานชุดที่ 4

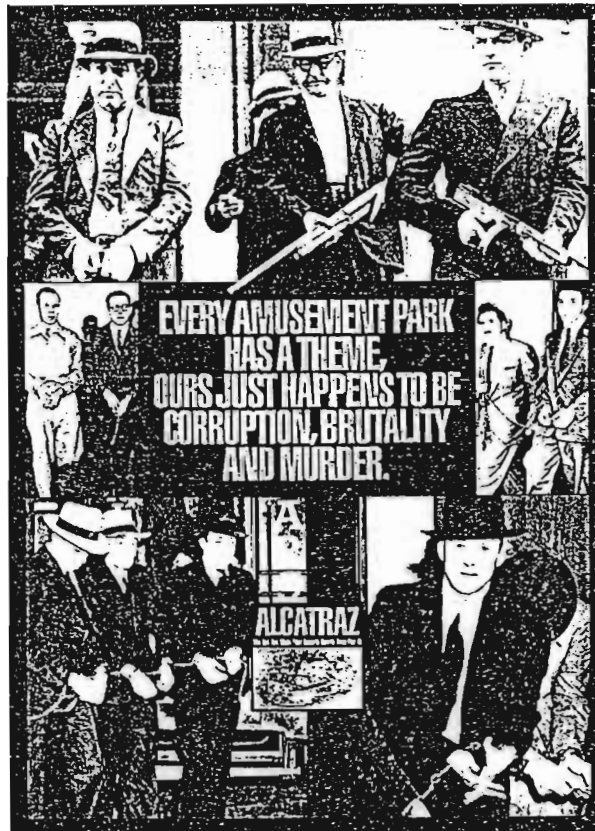
1. การใช้ภาพที่พบเห็นได้ในชีวิตประจำวัน หรือเป็นประสบการณ์ที่ผู้ดูเคยพบมา จะช่วยให้ผู้ดูรับรู้ได้รวดเร็วและเห็นคล้อยตามได้ง่าย
2. การเปรียบเทียบเป็นการกระตุ้นความคิดของผู้ดูได้ดี

5. โปสเตอร์โฆษณาเกาะอัลคาทราซ (Alcatraz) 4 ชั้น ดังนี้



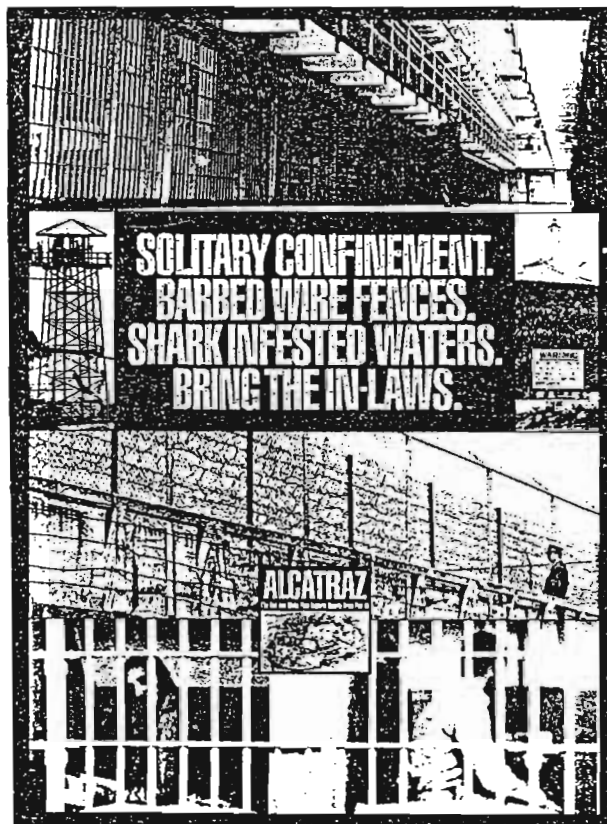
ชั้นที่ 1

"มาเยี่ยมชมฮาร์ดร็อกคาเฟ่แบบดั้งเดิม"



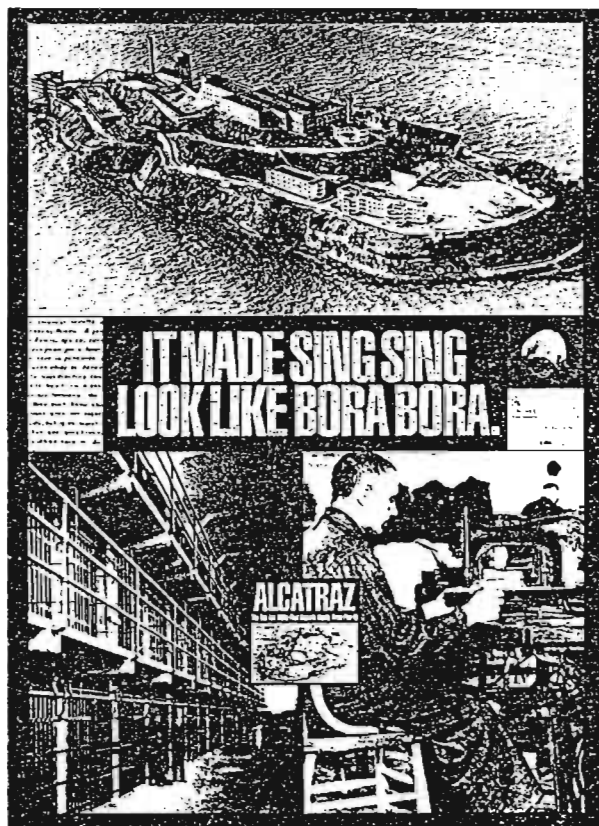
ชั้นที่ 2

"สวนสนุกทุกแห่ง ต้องมีใจจุดสนใจ
 ของพวกเราคือการคดโกง ความโหดเหี้ยม และการฆาตกรรม"



ชั้นที่ 3

"การขังเดี่ยว รั้วลวดหนาม คุกในทะเล นำมาซึ่งความชอบธรรม"



5.1 แนวความคิด

ต้องการนำเสนอให้คนทั่วไปรู้ว่าเกาะนี้ได้เปิดเป็นสถานที่ท่องเที่ยว และกระตุ้นให้คนรู้สึกอยากมาเยือน โดยใช้ภาพเมื่อยังเป็นที่คุมขังนักโทษ กับโทษที่สื่อถึงความอึดอัด ดึงเครียด

5.2 การพาดหัวและภาพโฆษณา

พาดหัวเป็นการพูดถึงเรื่องราวของเกาะเมื่อครั้งยังเป็นคุกอยู่ ว่ามีสถานการณ์อย่างไรบ้าง ใช้ตัวอักษรสีขาวที่มีรั้วลวดหนามพันรอบตัวอักษร ทำให้รู้สึกถึงการหมดอิสรภาพ เมื่อใช้ร่วมกับภาพที่อยู่ในสีโทนเดียว ทำให้ภาพรวมของงานสามารถสื่อความเป็นเกาะที่เคยเป็นคุกมาก่อนได้ มีการจัดส่วนของภาพเพื่อวางภาพแต่ละชั้น โดยภาพที่ใช้เป็นสิ่งที่ขยายคำพาดหัวให้ชัดเจนขึ้น ขอบของงานจะเป็นเส้นหนาสีดำทำให้รู้สึกถึงการโดนกักขัง สร้างอารมณ์ให้กับงาน

5.3 ข้อความบนโปสเตอร์

งานชิ้นนี้มีเพียงพาดหัวและภาพ โดยพาดหัวที่ใช้เป็นพาดหัวที่บอกถึงสิ่งที่ต้องการพูดทั้งหมด หากมีข้อความสนับสนุนขยายคำพาดหัวอีกเล็กน้อย จะทำให้งานดูเข้าใจได้ง่ายขึ้น

5.4 ความเกี่ยวข้องกับผู้ดู

งานชุดนี้เป็นเหมือนการบอกเล่าให้ผู้ดูรับรู้ แต่ไม่มีการบอกถึงความเกี่ยวข้องกับผู้ดู

5.5 ความเป็นเอกภาพ

งานชุดนี้ใช้แนวทางของการวางภาพและตัวหนังสือในรูปแบบเดียวกัน ทำให้งานเป็นชุดเดียวกัน มีการกล่าวถึงสิ่งต่างๆ ในมุมที่ต่างกัน แต่อยู่ในสิ่งที่เกิดบนเกาะนี้เหมือนกัน สิ่งที่ได้จากงานชุดที่ 5

1. การใช้ภาพและคำพาดหัวที่ต้องทำงานร่วมกัน จะทำให้งานดูเข้าใจได้ง่ายขึ้น
2. การใช้โทนสีและเส้นกรอบต่างๆ ในงาน สามารถสร้างอารมณ์ให้กับงานได้ดี

สรุปการวิเคราะห์งานตัวอย่าง

จากการวิเคราะห์งานที่ได้คัดเลือกมานี้ เมื่อพิจารณาถึงสิ่งที่ได้รับจากงานแต่ละชุด ทำให้สามารถสรุปแนวทางต่างๆเป็นข้อๆได้ดังนี้

1. รูปแบบการนำเสนอข้อมูลที่แปลกและมีการทำงานโดยมีแนวความคิดที่แน่นอนจะทำให้ผู้ดูจดจำและเกิดความประทับใจกับสถานที่นั้นได้
2. พาดหัวที่ดีจะต้องสามารถก่อให้เกิดทัศนคติหรือก่อให้เกิดปมสงสัยที่จะดูงานต่อไป
3. ภาพเป็นสิ่งที่ผู้ดูสามารถสัมผัสได้ และมีประสิทธิภาพในการทำให้เกิดความประทับใจได้ดีกว่าการใช้พาดหัวอย่างเดียว
4. การเลือกขนาด แบบตัวอักษร และการเลือกใช้สี รวมถึงการจัดวาง มีผลต่อความอยากอ่านของผู้ดู
5. การบอกให้ชัดเจนถึงสิ่งที่นักท่องเที่ยวได้รับจากสถานที่นั้น จะเป็นการช่วยกระตุ้นให้ผู้ดูเกิดความสนใจอยากไปมากขึ้น

จากความรู้ที่ได้จากการวิเคราะห์ ทำให้สามารถเห็นแนวทางในการออกแบบงานด้านสื่อสิ่งพิมพ์โฆษณาของเกาะที่ไม่เป็นที่รู้จักแพร่หลายของไทย ว่าควรมีลักษณะ ดังนี้

1. ต้องใช้แนวความคิดที่แปลกและสามารถดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมายได้มาก
 2. รูปแบบการนำเสนอต้องตรงใจกลุ่มเป้าหมาย ทำให้เกิดความประทับใจและอยากไปเที่ยว รวมทั้งข้อมูลในการนำเสนอต้องครบถ้วนและง่ายต่อการอ่าน
 3. งานควรมีการเลือกใช้ภาพที่แสดงบรรยากาศที่ต่างไปจากเกาะอื่นๆให้เห็นชัดเจน
 4. งานควรเป็นชุดแคมเปญที่มีความต่อเนื่อง และมีจุดร่วมที่เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน
- จากแนวทางที่ได้นี้ จะนำไปใช้ในการออกแบบเพื่อเผยแพร่และชักชวนให้กลุ่มเป้าหมายสนใจไปเที่ยวเกาะที่อยู่ในโครงการ

บทที่ 5

บทสรุป

จากสภาพภูมิประเทศของประเทศไทย ที่นอกจากจะมีดินแดนติดทะเลถึง 3 ด้านแล้ว ประเทศไทยยังมีเกาะน้อยใหญ่อยู่ในอาณาเขตกว่า 600 เกาะ ทำให้ประเทศไทยมีปัจจัยมากมายที่เอื้ออำนวยต่อการเที่ยวทะเล แต่ยังมีเกาะอีกมากที่มีความสวยงามแต่ไม่เป็นที่รู้จักต่อนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะชาวไทยเอง สาเหตุที่ไม่รู้จักเนื่องมาจากเกาะยังไม่ได้รับการโฆษณาเผยแพร่ให้เป็นที่รู้จักผ่านสื่อทั่วไปถึงความสวยงามและสิ่งที่น่าสนใจต่างๆของเกาะ อีกทั้งถึงแม้เกาะที่ยังไม่เป็นที่รู้จักแพร่หลายนี้ จะยังมีความเป็นธรรมชาติที่สวยงามและน่าสนใจมาก แต่ด้วยการเดินทางและสภาพสาธารณูปโภคที่ไม่น่าจะสะดวกสบายนัก ทำให้ต้องได้รับการโฆษณาเผยแพร่อย่างเหมาะสม แก่นักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของการท่องเที่ยวลักษณะนี้โดยเฉพาะ ดังนั้นการทำวิจัยฉบับนี้จึงมีจุดประสงค์ที่จะหาสื่อและแนวทางในการใช้เรขศิลป์เพื่อเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับเกาะที่ยังไม่เป็นที่รู้จัก และทำให้นักท่องเที่ยวโดยเฉพาะชาวไทยรู้จักและไปเที่ยวเกาะเหล่านี้มากขึ้น

จากการศึกษารวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับเกาะต่างๆในประเทศไทย ทำให้สามารถแยกและพิจารณาคัดเลือกจนได้เกาะที่จะอยู่ในโครงการ เพื่อเผยแพร่ให้กับนักท่องเที่ยวชาวไทย 15 เกาะ คือ เกาะมัตตรา เกาะทองหลาง เกาะกำตก เกาะแตน เกาะยาวน้อย เกาะลิบง เกาะบุโหลน เกาะหวาย เกาะหมาก และเกาะขาม ซึ่งเกาะเหล่านี้ทุกเกาะเป็นเกาะที่ยังคงความเป็นธรรมชาติที่เรียบง่ายไม่มีผู้คนพลุกพล่าน และมีสิ่งที่น่าสนใจของเกาะที่ต่างกันไป มีการคมนาคมและสภาพสาธารณูปโภคบนเกาะไม่สะดวกนัก ดังนั้นการเลือกนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายโดยนำลักษณะของเกาะมาช่วยพิจารณา ทำให้วิเคราะห์คัดเลือกกลุ่มเป้าหมายได้คือ ชายหญิงอายุ 18-25 ปี ที่มีความรักธรรมชาติและไม่ยึดติดกับชีวิตที่ต้องการความสะดวกสบายตลอดเวลา ซึ่งเป็นลักษณะที่เหมาะสมกับการเที่ยวเกาะเหล่านี้

ในการหาแนวทางเพื่อออกแบบสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายได้อย่างตรงจุด ผู้วิจัยได้คัดเลือกตัวอย่างงานที่มีวัตถุประสงค์เผยแพร่เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวคล้ายกันกับโครงการ เพื่อใช้วิเคราะห์ด้วยหลักการออกแบบ ทำให้สามารถเห็นแนวทางในการออกแบบสำหรับการเผยแพร่เกาะที่ไม่เป็นที่รู้จักแพร่หลายของไทย ซึ่งจะใช้เป็นแนวความคิดหลักในการออกแบบ ดังนี้

1. ต้องใช้แนวความคิดที่สามารถดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมายให้ได้มาก
 2. รูปแบบการนำเสนอต้องแปลกใหม่และเป็นที่สนใจของกลุ่มเป้าหมาย ทำให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความประทับใจและสนใจเกาะเหล่านี้
 3. งานควรมีการเลือกใช้ภาพที่เหมาะสม ข้อมูลในการนำเสนอต้องครบถ้วน ง่ายต่อการอ่าน และทำให้รู้สึกว่าการไปเที่ยวเกาะเหล่านี้ไม่ได้ยากอย่างที่คิด
 4. ต้องสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและทัศนคติในแง่บวกให้กับโครงการ และสร้างจุดที่เป็นเอกลักษณ์ให้กับเกาะต่างๆ
 5. ควรเป็นชุดแคมเปญที่มีความต่อเนื่อง และมีจุดร่วมที่เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน
- การนำเสนอภาพลักษณ์ของเกาะในโครงการจึงมุ่งที่จะบอกกลุ่มเป้าหมายถึงความเป็นธรรมชาติที่สวยงามน่าค้นหาและมีความเจียบสงบเป็นส่วนตัว ซึ่งการนำเสนอต้องมีการดึงความสนใจของกลุ่มเป้าหมายก่อนแล้วจึงให้ข้อมูลต่างๆที่นักท่องเที่ยวควรทราบและจำเป็นในการท่องเที่ยว

เมื่อได้ทำการวิจัยถึงข้อมูลต่างๆ รวมทั้งวิเคราะห์หาแนวทางที่เหมาะสมสำหรับการออกแบบเพื่อเผยแพร่เกาะในโครงการแล้ว ทำให้สามารถสรุปแนวความคิดรวบยอดได้ว่า "ความสนุกแบบส่วนตัว" เพราะลักษณะโดยรวมของเกาะที่มีความสงบเจียบแบบธรรมชาติไม่มีแสงสี นักท่องเที่ยวที่จะไปเที่ยวเกาะเหล่านี้จึงเป็นกลุ่มที่ชอบความสงบ ไปเที่ยวเพื่อการพักผ่อนเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งนักท่องเที่ยวก็สามารถหาความสนุกและพักผ่อนได้อย่างที่ต้องการบนเกาะที่เจียบสงบและเป็นส่วนตัวเหล่านี้ จนอาจบอกได้ว่าการเที่ยวเกาะที่ไม่เป็นที่รู้จักแพร่หลายนี้เป็นความสนุกแบบเฉพาะตามความชอบของแต่ละคน และจากแนวความคิดรวบยอดนี้จะทำให้ผู้วิจัยสามารถออกแบบสร้างสรรค์งานเรขศิลป์ที่เหมาะสมสำหรับการเผยแพร่เกาะที่ไม่เป็นที่รู้จักแพร่หลายของไทย และทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายสนใจและไปเที่ยวเกาะต่างๆนี้มากขึ้น

บทที่ 6

สรุปผลงานโครงการ

จากผลของการวิจัยตั้งแต่บทที่ 1 ถึงบทที่ 5 ทำให้ได้ผลสรุปของแนวทางการออกแบบ จนถึงความคิดรวบยอดสำหรับการออกแบบ ซึ่งในบทที่ 6 นี้จะทำการสรุปผลงานโครงการ ทั้งหมด เพื่อแสดงแนวทางการนำสิ่งที่ได้จากการวิจัยไปใช้สร้างสรรค์ผลงานขั้นสุดท้าย

จากปัญหา คือ เกาะที่สวยงามหลายเกาะของไทยไม่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะชาวไทยเอง ทำให้มีนักท่องเที่ยวไปเที่ยวเกาะเหล่านี้น้อย ทั้งที่เกาะมีทรัพยากรทางธรรมชาติที่สวยงามและมีพื้นที่พร้อมรองรับการท่องเที่ยว ซึ่งส่วนมากเป็นกิจการบ้านพักขนาดเล็กของคนในท้องถิ่น แต่ด้วยการเดินทางและสภาพสาธารณูปโภคที่ด้อยกว่าเกาะใหญ่ๆที่มีนักท่องเที่ยวมาก ทำให้เกาะที่ไม่เป็นที่รู้จักแพร่หลายนี้ ต้องได้รับการโฆษณาอย่างเหมาะสมแก่นักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของการเที่ยวลักษณะนี้โดยเฉพาะ และจากกลุ่มเป้าหมายคือ ชาย-หญิง อายุ 18-25 ปี ที่กำลังศึกษาและสำเร็จการศึกษาจากมหาวิทยาลัย มีนิสัยไม่ยึดติดกับความสะดวกสบาย ชอบการท่องเที่ยวแบบสมถะทำทนาย และชอบความสงบเงียบของธรรมชาติ โดยวัตถุประสงค์ของโครงการคือเพื่อให้เกาะในโครงการเป็นที่รู้จักและมีนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะชาวไทยไปเที่ยวมากขึ้น

จากภาพลักษณ์โดยรวมของเกาะที่มีความสงบเงียบแบบธรรมชาติไม่มีแสงสี นักท่องเที่ยวที่จะไปเที่ยวเกาะเหล่านี้จึงเป็นกลุ่มที่ชอบความสงบ ไปเที่ยวเพื่อการพักผ่อนเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งนักท่องเที่ยวก็สามารถหาความสนุกและพักผ่อนได้อย่างที่ต้องการบนเกาะที่เงียบสงบและเป็นส่วนตัวเหล่านี้ จนอาจบอกได้ว่าการเที่ยวเกาะที่ไม่เป็นที่รู้จักแพร่หลายนี้เป็นความสนุกแบบเฉพาะตามความชอบของแต่ละคน ทำให้สรุปเป็นความคิดรวบยอดของโครงการนี้ว่า "ความสนุกแบบส่วนตัว" โดยภาพรวมของงานจะสื่อถึงความรู้สึกสบาย ดูเป็นเรื่องง่าย เป็นมิตร แต่ก็ดูน่าค้นหาและตื่นตาตื่นใจ

จากแนวทางการออกแบบที่ได้สรุปไว้ในบทที่ 5 ประกอบด้วยแนวความคิด คือ

1. ต้องใช้แนวความคิดที่สามารถดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมายให้ได้มาก
2. รูปแบบการนำเสนอต้องแปลกใหม่และเป็นที่น่าสนใจของกลุ่มเป้าหมาย ทำให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความประทับใจและสนใจเกาะเหล่านี้
3. งานควรมีการเลือกใช้ภาพที่เหมาะสม ข้อมูลในการนำเสนอต้องครบถ้วน ง่ายต่อการอ่าน และทำให้รู้สึกว่าการไปเที่ยวเกาะเหล่านี้ไม่ได้ยากอย่างที่คิด
4. ควรเป็นชุดแคมเปญที่มีความต่อเนื่อง และมีจุดร่วมที่เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน เมื่อนำมาพิจารณาร่วมกับความคิดรวบยอด "ความสนุกแบบส่วนตัว" ร่วมกับอารมณ์โดยรวมของงาน ทำให้พบแนวทางที่เหมาะสมสำหรับโครงการนี้คือ

1. แนวความคิดเป็นการนำเอาความสนุกพร้อมกับความเป็นส่วนตัว เนื่องจากความเป็นส่วนตัวเป็นจุดที่สามารถดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมายได้ดี เพราะเป็นจุดเด่นที่เกาะอื่น ๆ อย่างสมุยหรือภูเก็ตมีน้อย แต่ในขณะเดียวกันกลุ่มเป้าหมายที่ยังเป็นวัยหนุ่มสาวย่อมต้องการความสนุกสำหรับชีวิต แต่จะเป็นความสนุกอย่างไรนั้นก็ขึ้นอยู่กับสิ่งที่กลุ่มเป้าหมายเลือกเอง เป็นความสนุกแบบส่วนตัวที่ไม่ว่าใครก็มากำหนดให้ไม่ได้ ซึ่งแนวความคิดนี้น่าจะได้ผลในการจูงใจให้นักท่องเที่ยวสนใจอยากไปเที่ยวเกาะ

2. รูปแบบในการกระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายสนใจ จะเป็นการนำภาพที่ดูกำลังระหว่างความจริงกับความเหนือจริงหรือจินตนาการ มานำเสนอเพื่อแสดงถึงความสนุกที่สามารถมีได้ไม่จำกัด

3. พาดหัวควรเป็นคำพูดที่ดึงให้รู้สึกถึงความเป็นส่วนตัวมากๆ อาจเป็นประโยตสั้นๆ ที่ได้ใจความและสร้างความรู้สึกอยากรู้มากขึ้น

4. งานควรมีการนำภาพวาดลายเส้นเป็นรูปง่าย ๆ เหมือนกับภาพวาดที่พบได้ตามในสมุดบันทึกหรือไดอารี่มาเป็นหนึ่งในองค์ประกอบ เพื่อให้สื่อถึงความเป็นส่วนตัว และยังช่วยเพิ่มความน่าสนใจให้งานเป็นที่จดจำได้ง่าย

5. งานในส่วนของการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวสนใจควรเป็นชุดต่อเนื่องที่พูดถึงความเป็นส่วนตัวในหลายๆมุมมอง แสดงความหลากหลายที่นักท่องเที่ยวสามารถได้รับจากการเที่ยวเกาะในโครงการ

ผลงานทั้งหมดที่จัดทำเพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์ของโครงการ ประกอบด้วยผลงานสองส่วน ดังนี้

1. สื่อเพื่อกระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายสนใจเกาะที่ไม่เป็นที่รู้จักแพร่หลาย ประกอบด้วย

1.1 สโลแกน (Slogan) เพื่อสร้างจุดสนใจที่ดีให้กับโครงการ สามารถทำให้นักท่องเที่ยวจดจำและเป็นคำพูดติดปากของนักท่องเที่ยวได้ และเป็นการสร้างภาพของงานทั้งหมดให้มีจุดร่วมเดียวกัน

1.2 สื่อโฆษณาทางโปสเตอร์ (Poster) เป็นสื่อที่สามารถพบเห็นได้ง่าย โดยอาจนำไปติดตามบอร์ดหรือสถานที่ๆเหมาะสม เพื่อกระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายสนใจและอยากหาข้อมูลของเกาะที่ไม่เป็นที่รู้จักเพื่อไปเที่ยว

1.3 สื่อโฆษณาทางนิตยสาร (Magazine Ad) เป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้โดยตรง เนื่องจากสามารถเลือกลงโฆษณาในนิตยสารเฉพาะกลุ่ม เช่นที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวได้

2. สื่อเพื่อให้ข้อมูลของเกาะที่ไม่เป็นที่รู้จักแพร่หลาย

2.1 คู่มือนำเที่ยว (Guide Book) เป็นสื่อที่จำเป็นสำหรับแนะนำและให้ข้อมูลที่ควรทราบของเกาะต่างๆ เพื่อความสะดวกของนักท่องเที่ยวในการเดินทางไปเที่ยวเกาะ

2.3 โฮมเพจ (Home-Page) นักท่องเที่ยวสามารถเลือกรับและดูข้อมูลที่สนใจด้วยตัวเอง สามารถหาข้อมูลได้ตลอดเวลาและสามารถนำลูกเล่นของภาพเคลื่อนไหวเข้ามาทำให้น่าสนใจ และสามารถให้ข้อมูลกับผู้ที่สนใจได้กว้างขวาง

จากแนวทางและสื่อทั้งหมดที่ได้กำหนดขึ้น สามารถนำมาออกแบบเป็นผลงานจริงเพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์ของโครงการ ดังนี้

1. สื่อเพื่อกระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายสนใจเกาะที่ไม่เป็นที่รู้จักแพร่หลาย ประกอบด้วย

1.1 สโลแกน (Slogan)

สิ่งที่ได้ทราบว่าเป็นเกาะที่ไม่เป็นที่รู้จักแพร่หลายนี้ เป็นเกาะที่มีสภาพสาธารณูปโภคไม่สะดวกนัก เมื่อเทียบกับเกาะอื่นๆอย่างสมุยหรือภูเก็ตเหล่านี้ก็คงเป็นแค่เกาะเล็กๆที่มีแต่ธรรมชาติที่เงียบสงบ การเที่ยวเกาะเล็กๆของไทยนี้ จึงทำให้เกิดความรู้สึกเหมือนถูกปล่อยเกาะออกจากแสงสีและความเจริญ ไปติดเกาะที่มีแต่ธรรมชาติ แต่คำว่า"ติดเกาะ"ในที่นี้ดูจะเข้าใจผิดไปในแง่ลบได้ จึงเพิ่มคำเป็น"เต็มใจติดเกาะ" ทำให้รู้สึกเกิดความสงสัยอยากติดตามว่า การเที่ยวเกาะเล็กๆของไทยนี้ดียังไง และเต็มใจติดเกาะก็แสดงว่าเกาะเล็กๆต้องมีอะไรดี ถึงได้เต็มใจติดเกาะ

เมื่อได้สโลแกน(Slogan)ว่า "เที่ยวเกาะเล็กๆของไทย เต็มใจติดเกาะ"แล้ว ได้พัฒนาต่อไปว่าน่าจะออกแบบให้ดูน่าสนใจกว่าพิมพ์เป็นตัวหนังสือธรรมดา ด้วยการนำภาพลายเส้นมาแทนที่บางคำหรือบางตัวอักษร ซึ่งจะช่วยให้รู้สึกสนุก ผ่อนคลายและสร้างอารมณ์ร่วมให้เกิดขึ้นเวลาอ่าน โดยจัดวางภาพลายเส้นใน 3 ตำแหน่ง คือ แทนคำว่าเกาะ อักษรอย่าง และคำว่าใจ โดยใช้สีน้ำเงินของท้องฟ้าและทะเล สีแดงของพระอาทิตย์ และสีเหลืองของความสดใส ตัดกับตัวหนังสือสีดำ ทำให้เกิดความเด่นดึงดูดสายตาผู้คน

เที่ยว  เล็กๆ ข  งไทย เต็ม  ติดเกาะ

1.2 สื่อโฆษณาทางโปสเตอร์ (Poster)

สื่อโฆษณาทางโปสเตอร์ประกอบด้วยงาน 2 ชิ้น มีพาดหัวและภาพที่ดึงดูดใจซึ่งส่งเสริมกันและกัน ภาพที่ใช้ได้เลือกภาพที่ดูแปลกตาด้วยมุมมองและสีสันทของภาพ โดยคำนึงถึงความสอดคล้องกันกับพาดหัว พาดหัวใช้ประโยคที่เหมือนกับการพูดลอยๆ เหมือนเป็นความคิดที่อยู่ในใจ ซึ่งเป็นประโยคที่สื่อถึงความเป็นส่วนตัว เขียนด้วยลายมือทำให้เกิดความรู้สึกง่าย ๆ สบาย ๆ และเหมือนเป็นส่วนหนึ่งของบันทึก มีพาดหัวรองเพื่อขยายความให้ผู้อ่านเข้าใจอย่างถูกต้องถึงสิ่งที่ต้องการพูดถึง ขอบของงานออกแบบให้เป็นเส้นคลื่นล้อมรอบทั้งสี่ด้าน เพื่อสร้างเอกลักษณ์ที่ไม่เหมือนใครและใช้เป็นจุดร่วมของงานออกแบบ

ชิ้นที่ 1



พาดหัว สระว่ายน้ำส่วนตัว ไม่ต้องกลัวว่าชนใคร

พาดหัวรอง เพราะทะเลที่นี่ใสเหมือนสระว่ายน้ำ แลมยังกว้างจนไม่ต้องกลัวว่าชนใคร

ข้อความละเอียด ลองสมมุติตัวคุณได้พักผ่อนแบบไม่มีอะไรกั้นขวางระหว่างคุณกับ

ธรรมชาติ มีความสุขกับคนที่รู้ใจ ความสนุกแบบส่วนตัวส่วนตัวบนเกาะเล็กๆของไทย

ก็อยู่ใกล้ๆและเป็นจริงได้แค่เอื้อม

ชั้นที่ 2



พาดหัว ต่อให้บอกรักด้วยการตะโกน ก็ไม่ต้องกลัวใครรู้

พาดหัวรอง เพราะชายหาดที่เงียบสงบของที่นี่ มีแค่หน้ากับฟ้ารับรู้ความในใจของคุณ

ข้อความละเอียด ลองสมมุติตัวคุณได้พักผ่อนแบบไม่มีอะไรกั้นขวางระหว่างคุณกับ

ธรรมชาติ มีความสุขกับคนที่รู้ใจ ความสนุกแบบส่วนตัวส่วนตัวบนเกาะเล็กๆของไทย

ก็อยู่ใกล้ๆและเป็นจริงได้แค่เอื้อม

1.3 สื่อโฆษณาทางนิตยสาร (Magazine Ad)

รูปแบบการนำเสนอเป็นโฆษณา 2 ชั้น ชั้นละ 3 หน้า โดยในหน้าแรกจะใช้ภาพถ่ายเส้นรูปสอดคล้องกันกับพาดหัว มีการจัดวางให้เส้นเหลื่อมกันเพื่อให้เกิดระยะและดูไม่หยุดนิ่ง มีการเจาะเป็นรูปตามภาพให้เห็นภาพจริงข้างหลัง พาดหัวจัดวางเหลื่อมไปมาดูสบายๆ

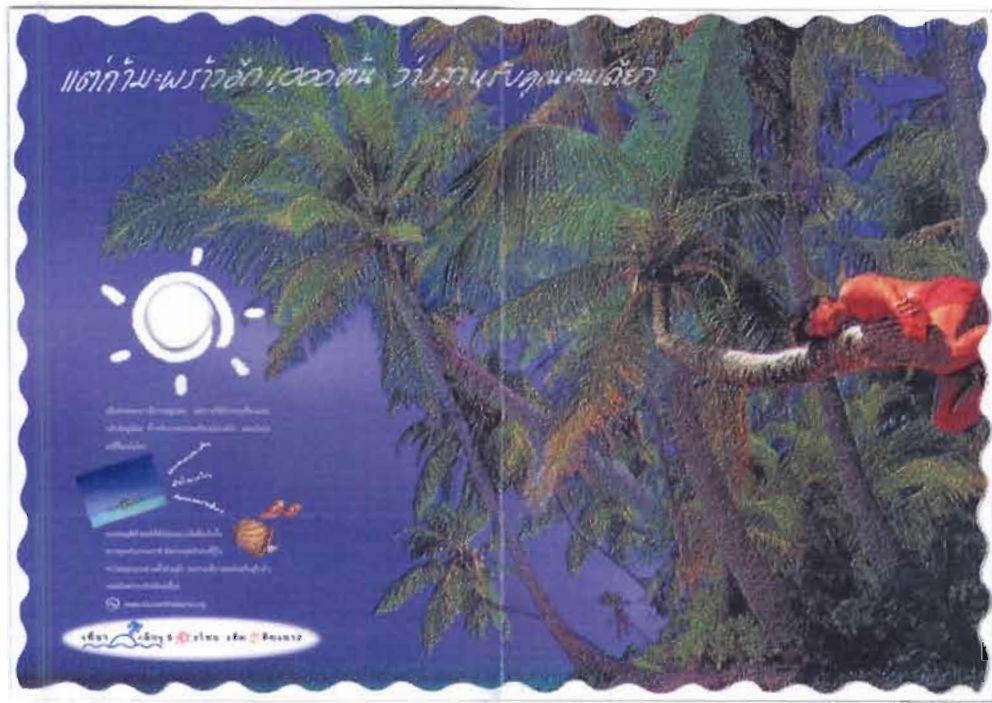
เมื่อเปิดเข้าไปถึงหน้าคู่จะเป็นภาพเต็มหน้า ใช้ภาพเป็นการขยายความหมายของพาดหัวให้เห็นข้อดีและความเป็นส่วนตัวของเกาะเล็กๆ ซึ่งสามารถจะทำอะไรก็ได้อย่างที่คุณต้องการ มีพาดหัวที่อ่านต่อเนื่องมาจากหน้าแรก เขียนด้วยลายมือเป็นเหมือนการจดบันทึก

ชั้นที่ 1



- พาดหัว - ปราสาททรายไม่ว่าที่ไหนก็สร้างได้
- แต่ถ้าทรายทั้งหาดเป็นของคุณคนเดียว

ชั้นที่ 2



- พาดหัว - นอนเล่นไม่ว่าที่ไหนก็นอนได้
- แต่ถ้ามะพร้าวอีก 1,000 ต้น วางสำหรับคุณคนเดียว

2. สื่อเพื่อให้อ่านข้อมูลของเกาะที่ไม่เป็นที่รู้จักแพร่หลาย

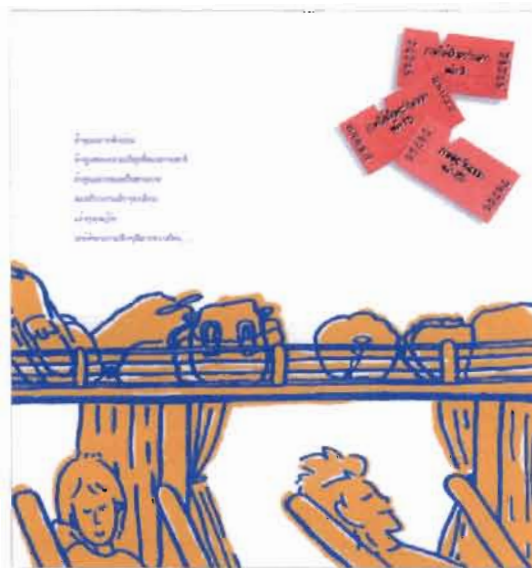
2.1 คู่มือแนะนำเที่ยว (Guide Book)

การให้อ่านข้อมูลของเกาะที่ไม่เป็นที่รู้จักแพร่หลายแบ่งข้อมูลออกตามภาค คือ เกาะทางภาคตะวันออก เกาะทางภาคใต้ฝั่งตะวันออก และเกาะทางภาคใต้ฝั่งตะวันตก โดยจะให้ข้อมูลของที่ตั้งเกาะ การเดินทาง ที่พัก และสิ่งที่น่าสนใจของเกาะต่างๆ

การออกแบบได้นำลายเส้นเรียบง่ายมาใช้ร่วมกับภาพและสีสดต่างๆ การนำเสนอแต่ละภาคใช้สีเป็นตัวแบ่งที่ชัดเจน คือ สีเหลืองแทนส่วนเกาะทางภาคตะวันออก สีเขียวแทนส่วนเกาะทางภาคใต้ฝั่งตะวันออก และสีม่วงแทนส่วนของเกาะทางภาคใต้ฝั่งตะวันตก ในแต่ละส่วนจะประกอบด้วยหน้าแนะนำภาค หน้าแผนที่ตั้งเกาะ และหน้ารายละเอียดของแต่ละเกาะ

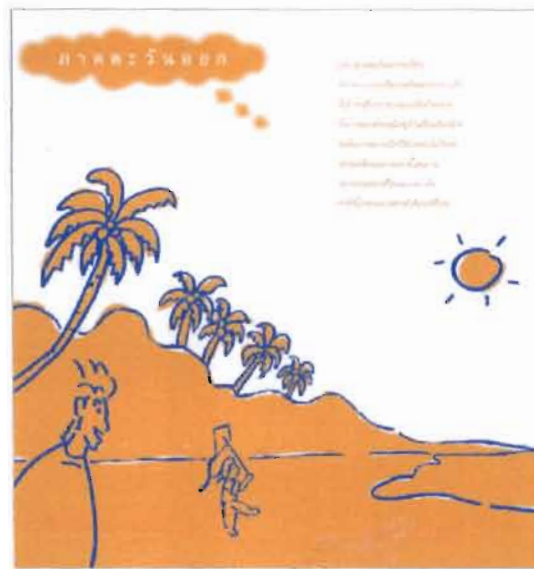


ปกหลัง-ปกหน้า



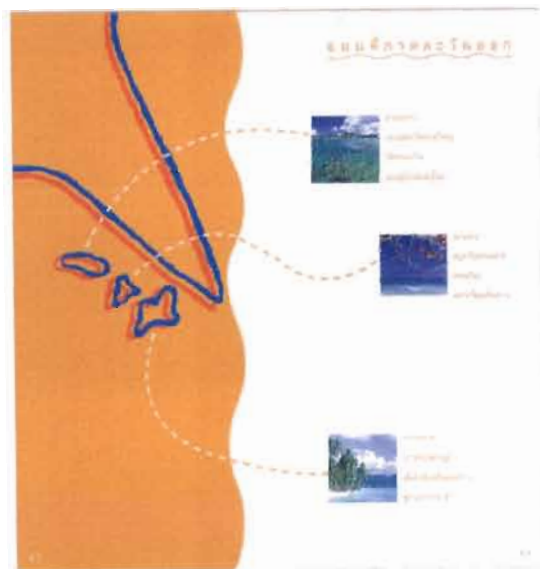
สารบัญ

ปกหน้าปกหลังออกแบบให้เป็นภาพต่อเนื่องกัน เป็นรูปลายเส้นที่สื่อถึงเมื่อคุณเห็นคู่มือเล่มนี้ คุณกำลังนึกอยากไปเที่ยวเกาะหรือเปล่า และมีที่อยู่ของสำนักงานททท.อยู่ที่ปกหลัง สารบัญใช้ภาพลายเส้นเช่นเดียวกับปก โดยองค์ประกอบจะเกี่ยวกับการเดินทาง ตั้งแต่ภาพที่มองออกไปจากรถทัวร์ และตัวรถไฟที่นำมาแทนการบอกเลขหน้าแบบธรรมดา



หน้าแนะนำภาค(ภาคตะวันออก)

ใช้ลายเส้นที่เป็นคู่สีที่ตัดกันกับสีของส่วนให้รู้สึกสดใสสมกับบรรยากาศสนุกสนานของการเที่ยวเกาะ มีข้อความแนะนำและชักชวนให้รู้จักกับเกาะในภาคนี้ๆ



หน้าแผนที่เกาะ(ภาคตะวันออก)

เพิ่มเส้นสีเข้มให้เป็นเงาซ้อนอยู่เพื่อสร้างระยะ นำเส้นประที่พบในแผนที่เดินเรือต่างๆ โยงระหว่างเกาะกับรูปและคำอธิบายลักษณะของเกาะ

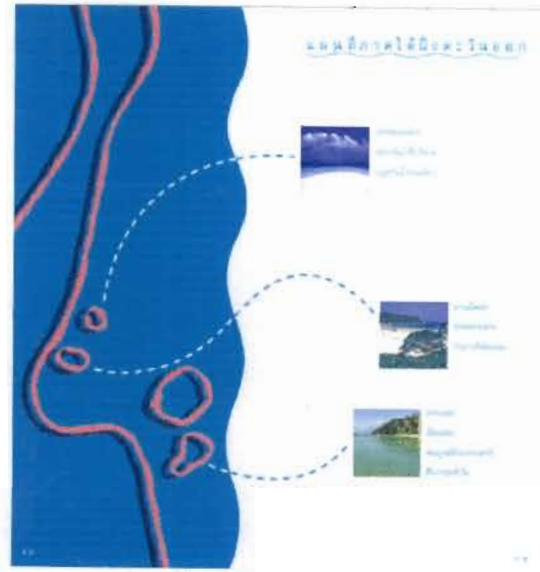


หน้ารายละเอียด(ภาคตะวันออก)

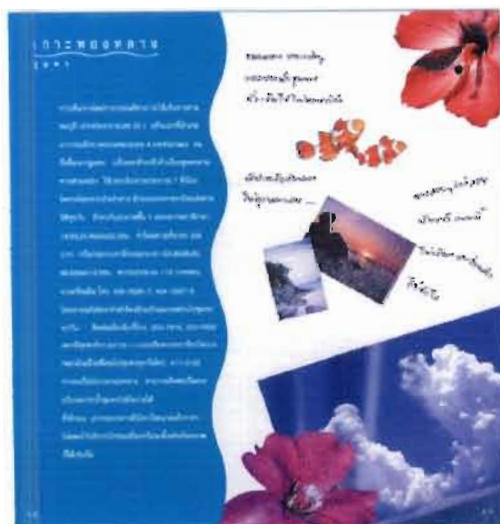
แบ่งข้อมูลของการเดินทางและที่พักซึ่งเป็นข้อมูลที่เป็นทางการไว้ทางด้านซ้าย โดยจัดเรียงตัวหนังสือแบบเสมอหน้าปล่อยหลังให้โค้งไปตามเส้นลอนคลื่น ซึ่งเป็นเหมือนขอบของโปสเตอร์และโฆษณาทางนิตยสาร ตัวหนังสือสีขาวบนพื้นสีให้ความรู้สึกหนักแน่นน่าเชื่อถือ เหมือนกับข้อมูลที่ต้องเป็นทางการและให้ความมั่นใจ ส่วนด้านขวาจะให้ข้อมูลของสิ่งที่น่าสนใจของเกาะ ในรูปแบบสบายๆของการจัดบันทึกด้วยลายมือที่มีการแปะรูปภาพหรือการวาดรูปประกอบ โดยให้พื้นที่ส่วนนี้ล้ำเข้าไปในอีกหน้าเพื่อให้ทั้งสองหน้าที่จัดวางต่างกันไม่ถูกแบ่งแยกด้วยเส้นสันหนังสือและช่วยลดความอึดอัดของพื้นสีด้านซ้าย



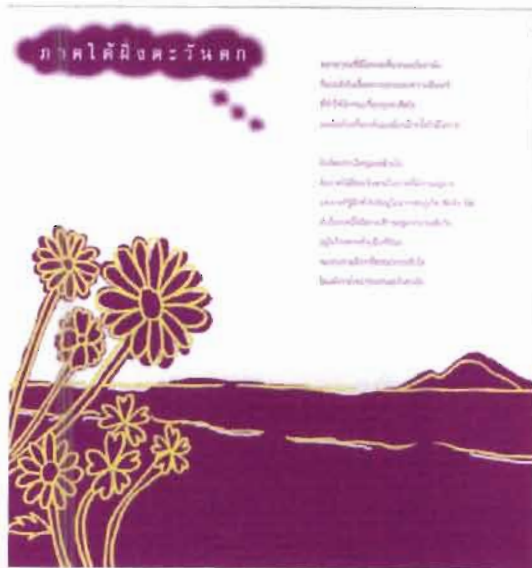
หน้าแนะนำภาค(ภาคใต้ฝั่งตะวันออก)



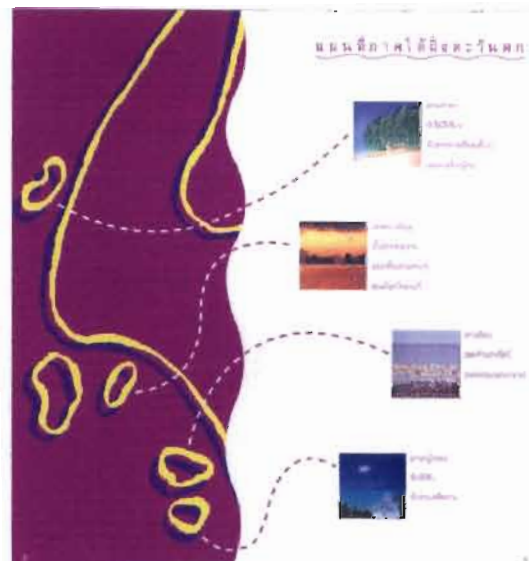
หน้าแผนที่เกาะ(ภาคใต้ฝั่งตะวันออก)



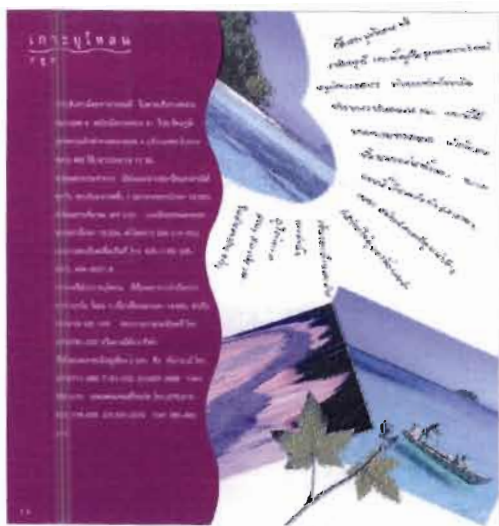
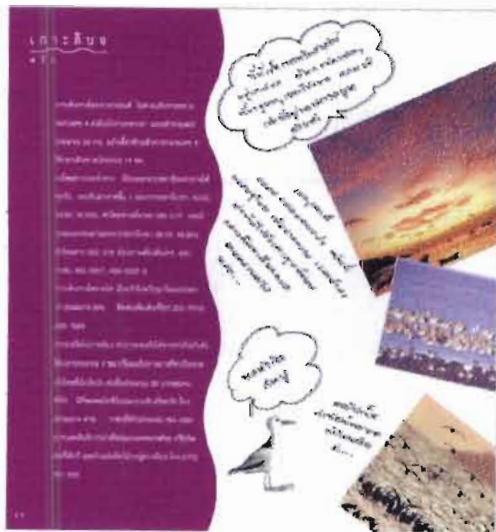
หน้ารายละเอียด(ภาคใต้ฝั่งตะวันออก)



หน้าแนะนำภาค(ภาคใต้ฝั่งตะวันตก)



หน้าแผนที่เกาะ(ภาคใต้ฝั่งตะวันตก)



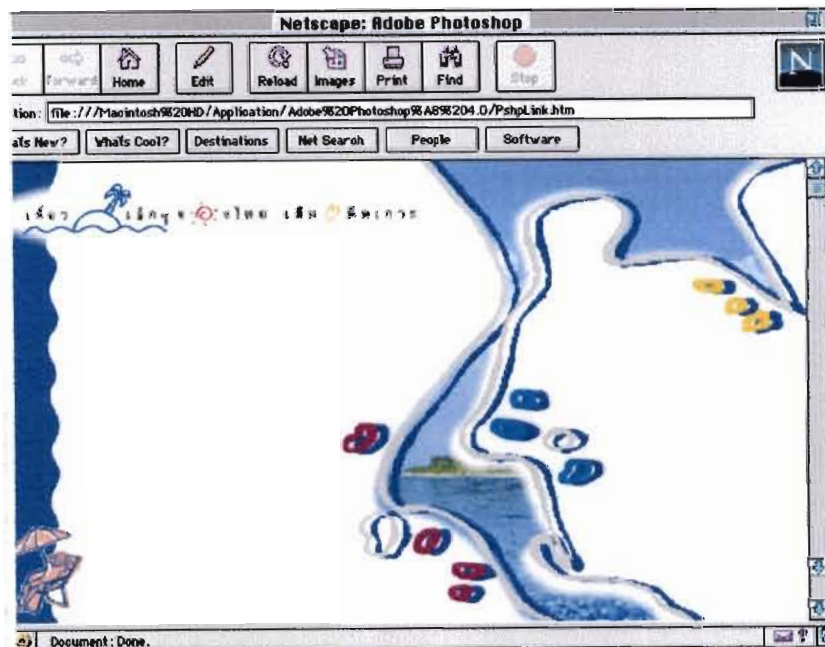
หน้ารายละเอียด(ภาคใต้ฝั่งตะวันตก)

2.2 โฮมเพจ (Home-Page)

โฮมเพจเป็นอีกสื่อที่ใช้สำหรับให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว โดยแบ่งการให้ข้อมูลคล้ายกับคู่มือนำเที่ยว มีการใช้ลายเส้นเป็นองค์ประกอบหลักของการออกแบบ ใช้รูปวาดต่างๆแบบปุ่มสำหรับคลิกเลือก โดยจัดวางเส้นขอบคลื่นให้เป็นแถบเล็กๆอยู่ทางด้านซ้าย สามารถแบ่งเป็นส่วนๆดังนี้

- ส่วนเมนูหลัก

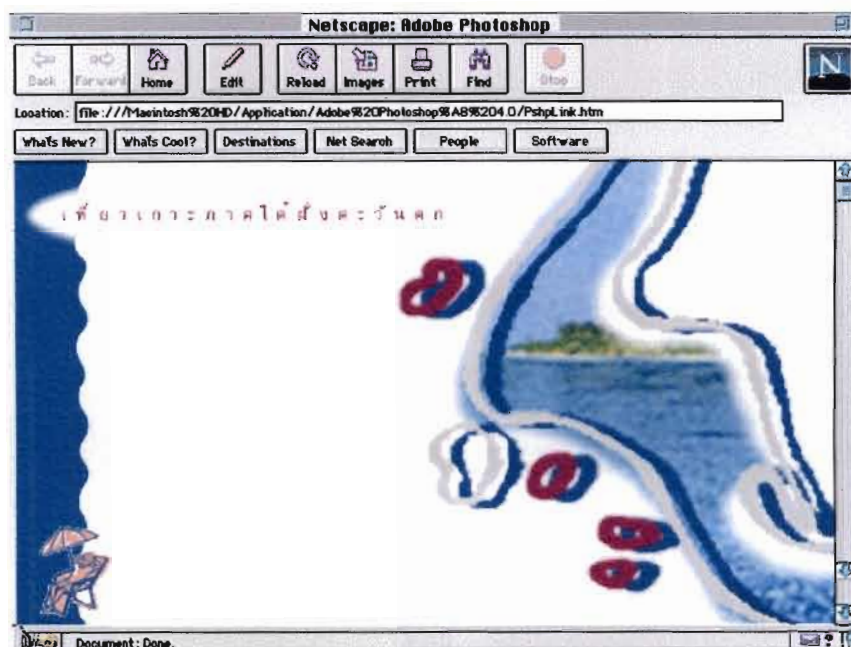
นำเสนอให้รู้สึกเหมือนการมองลึกลงไปในแผนที่เห็นเป็นภาพเกาะ เหมือนถ้ามองอย่างจริงจังก็จะพบเกาะของไทยที่สวยงามแต่กลับไม่มีคนสนใจและไปเที่ยว มีลายเส้นคนนั่งเก้าอี้ชายหาดอยู่ที่มุมซ้ายด้านหนึ่ง มีการใช้เส้น 3 สีของเกาะให้โดดเด่นขึ้นมา เมื่อเลื่อนเมาส์ไปที่แต่ละเส้นสีจะขึ้นตัวหนังสือบอกว่า เป็นภาคอะไร



หน้าจอส่วนเมนูหลัก

- ส่วนเมนูย่อย

เป็นส่วนของภาคต่างๆ จะเหมือนเราเข้าใกล้แผนที่มากขึ้นเป็นการเข้าใกล้การเที่ยวเกาะอีกชั้นหนึ่ง มีเส้นสีของแต่ละเกาะให้คลิกดูข้อมูล โดยมีชื่อของเกาะบอกเมื่อเลื่อนเมาส์ไปโดน และหากต้องการกลับสู่ส่วนเมนูหลักสามารถกลับได้โดยคลิกที่รูปคนนั่งเก้าอี้ชายหาด (มุมซ้าย)



หน้าจอส่วนเมนูย่อย



- ส่วนรายละเอียดเกาะ

เมื่อกดเลือกเกาะแล้วจะเข้าสู่ส่วนรายละเอียดของเกาะ ซึ่งจะมีแผนที่ของเกาะนั้น ขยายใหญ่เป็นแบบกราวนอยู่ข้างหลัง มีข้อความแนะนำเกี่ยวกับที่ตั้งของเกาะ มีรูปวาดที่ใช้ เป็นปุ่มให้คลิกเข้าไปดูข้อมูล คือ รูปแว่นขยาย-สิ่งที่น่าสนใจของเกาะ รูปรถ-การเดินทางไป เกาะ รูปบ้าน-ที่พักบนเกาะ และหากต้องการกลับไปส่วนเมนูย่อยสามารถคลิกที่รูปคนนั่ง เก้าอี้ชายหาด



หน้าจอส่วนรายละเอียดเกาะ

- ส่วนข้อมูลย่อยของเกาะ

เมื่อคลิกเลือกแว่นขยายหรือรถหรือบ้านจะเข้าสู่ส่วนของข้อมูลเรื่องนั้นๆ จะมีชื่อหัวข้อปรากฏอยู่ใต้ชื่อเกาะ มีการตกแต่งด้วยภาพและลายมือต่างๆที่เกี่ยวกับหัวข้อนั้นๆ หากต้องการกลับไปส่วนรายละเอียดเกาะ สามารถคลิกที่รูปคนนั่งเก้าอี้ชายหาดได้



หน้าจอส่วนข้อมูลสี่ที่น่าสนใจ



หน้าจอส่วนข้อมูลการเดินทาง



หน้าจอส่วนข้อมูลที่ที่พัก

ทั้งนี้สื่อทั้งหมดได้ทำหน้าที่ 2 ขั้นตอนคือ เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวอยากไปเที่ยวเกาะ และให้ข้อมูลเพื่อความสะดวกในการเลือกเที่ยวเกาะที่ไม่เป็นที่รู้จักแพร่หลาย ภายใต้ความคิดรวบยอดที่ว่า "ความสนุกแบบส่วนตัว" ซึ่งเป็นจุดที่ต่างจากเกาะดังอื่นๆ และจะเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวจะได้รับเมื่อไปเที่ยวเกาะเหล่านี้ และจากจุดเด่นที่น่าสนใจจะทำให้มีนักท่องเที่ยวสนใจและไปเที่ยวเกาะที่ไม่เป็นที่รู้จักแพร่หลายของไทยมากขึ้น ดังวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

ข้อเสนอแนะจากผู้วิจัย

จากการทำงานวิจัยฉบับนี้ ทำให้เห็นได้ว่าการออกแบบที่เกี่ยวกับการชักชวนผู้คนให้ทำหรือสนใจสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เช่น การชักชวนให้นักท่องเที่ยวไปเที่ยวเกาะที่ไม่ค่อยมีคนรู้จักนั้น การเตรียมพร้อมทางด้านข้อมูลเป็นสิ่งที่สำคัญมากก่อนการออกแบบ เพราะการที่ผู้คนหรือกลุ่มเป้าหมายจะสนใจในสิ่งที่ต้องการนำเสนอ นั้น มีแค่รูปแบบที่แปลกใหม่อย่างเดียวคงไม่พอ กลุ่มเป้าหมายต้องมีความรู้พอที่จะทำตามคำชักชวน จึงจะเกิดผลต่างๆ เช่น ความสนใจมากขึ้น หรือการทำตามคำชักชวนนั้นตามมา ซึ่งข้อมูลต่างๆ ที่ได้ผ่านจากการวิจัย เป็นสิ่งที่ต้องผ่านการกลั่นกรองและสามารถหยิบไปใช้ได้อย่างดี

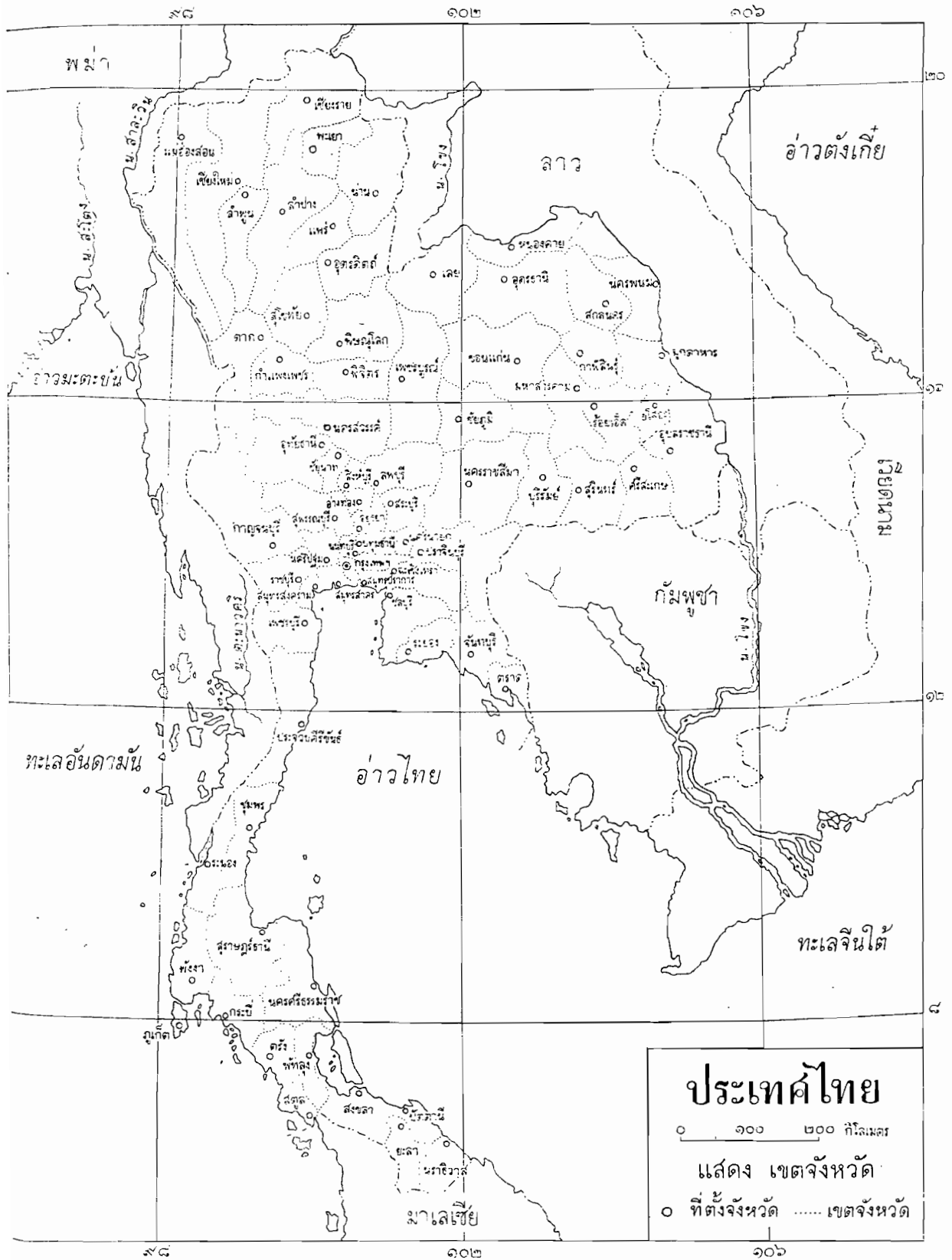
ในการปฏิบัติงานจริง การแบ่งเวลาให้เหมาะสมเป็นสิ่งสำคัญที่สุด ไม่ควรใช้เวลากับเรื่องใดเรื่องหนึ่งมากเกินไป เพราะจะทำให้ผลงานมีความไม่สม่ำเสมอหรือไม่ต่อเนื่องกัน และทำให้ส่วนผลงานที่เสียเวลาในการทำมากถูกดึงให้ด้อยค่าลง หากมีการวางตารางการทำงานควรทำตามเวลาที่วางไว้อย่างเคร่งครัด จะได้ไม่เกิดผลเสียดังที่กล่าวมา

ประเทศไทยยังมีสิ่งดีๆ ที่คนไทยเองมองข้ามอยู่อีกมากมาย การหยิบนำเรื่องเหล่านี้มาเผยแพร่ไม่ใช่สิ่งที่ไร้ประโยชน์เหมือนในอดีต การสอนให้คนรุ่นใหม่เรียนรู้ที่จะภูมิใจในสิ่งที่ประเทศเรามีอยู่น่าจะเป็นสิ่งแรกๆ ที่คิดจะทำของกระแสการอนุรักษ์ต่างๆ เพราะถ้าคนไทยรู้และมีสำนึกในความสำคัญ คงไม่มีการทำลายอย่างที่เห็นและเป็นอยู่

บรรณานุกรม

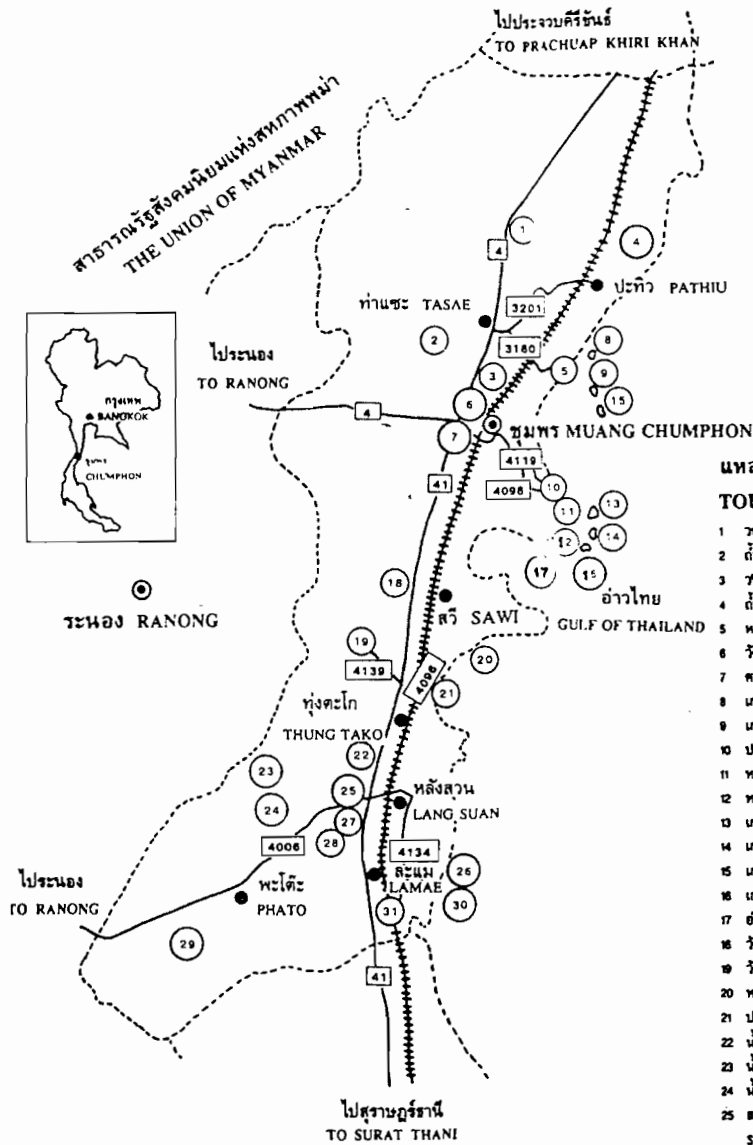
- "เที่ยวเกาะทะเลตราดหาดทรายขาวทะเลคราม", อนุสารอสนท. กรุงเทพฯ:บริษัทอมรินทร์
พรินติ้งแอนด์พับลิชชิ่งจำกัด, 2532.
- "สู่มิติสีน้ำเงินแห่งท้องทะเลชุมพร", อนุสารอสนท. กรุงเทพฯ:บริษัทอมรินทร์พรินติ้งแอนด์พับ
ลิชชิ่งจำกัด, 2534.
- กุลธิดา สืบหล้า. "เรือกับการเดินทางของชีวิต", อนุสารอสนท. กรุงเทพฯ:บริษัทอมรินทร์
พรินติ้งแอนด์พับลิชชิ่งจำกัด, 2540.
- "สู่ทะเลรังด้วยความหวังและรอยยิ้ม", อนุสารอสนท. กรุงเทพฯ:บริษัทอมรินทร์พรินติ้งแอนด์
พับลิชชิ่งจำกัด, 2540.
- ชัยศักดิ์ ชยดี. "เก็บความทรงจำจากธรรมชาติที่เกาะกำ", ท่องโลกธรรมชาติ. กรุงเทพฯ:
ไอเอสพรินติ้งเฮาส์, 2540.
- "เที่ยวเกาะใน 1,500 ไมล์ทะเล", หลักเมือง. กรุงเทพฯ, 2534.
- แผ่นพับแนะนำจังหวัดชุมพร, 2537.
- แผ่นพับแนะนำจังหวัดระนอง, 2537.
- แผ่นพับแนะนำจังหวัดสุราษฎร์ธานี, 2539.
- แผ่นพับแนะนำจังหวัดพังงา, 2539.
- แผ่นพับแนะนำจังหวัดตรัง, 2538.
- แผ่นพับแนะนำจังหวัดสตูล, 2539.
- แผ่นพับแนะนำจังหวัดตราด, 2539.
- บุญเกื้อ ควรหาเวช. การประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ:SR printing, 2537.
- วิรัช ลภีรัตน์กุล. การประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ:โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 2538.
- ศักดิ์ดา ประจตุลย์. การออกแบบโฆษณา. กรุงเทพฯ, 2537.

ภาคผนวก



แผนที่ประเทศไทย

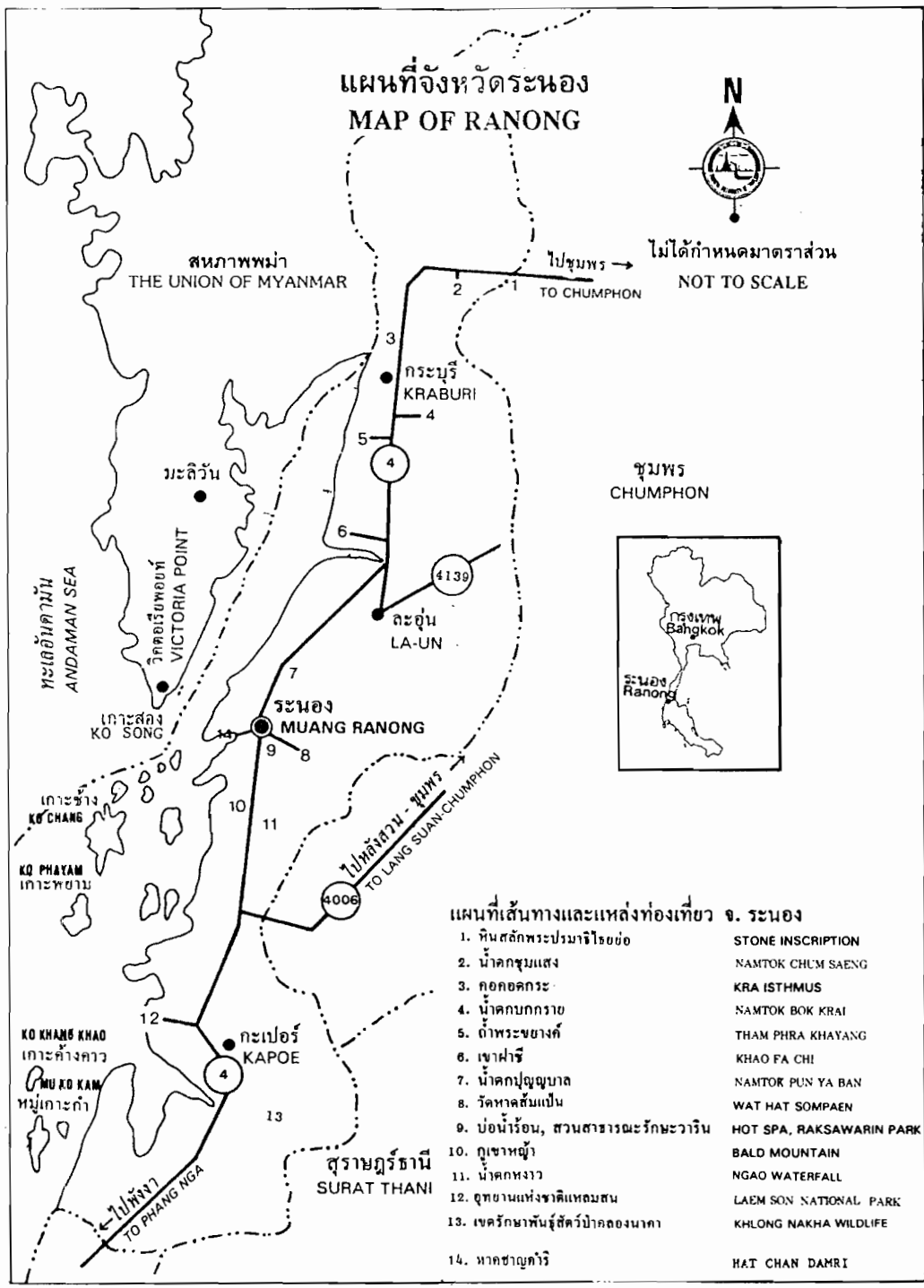
แผนที่จังหวัดชุมพร
MAP OF CHUMPHON



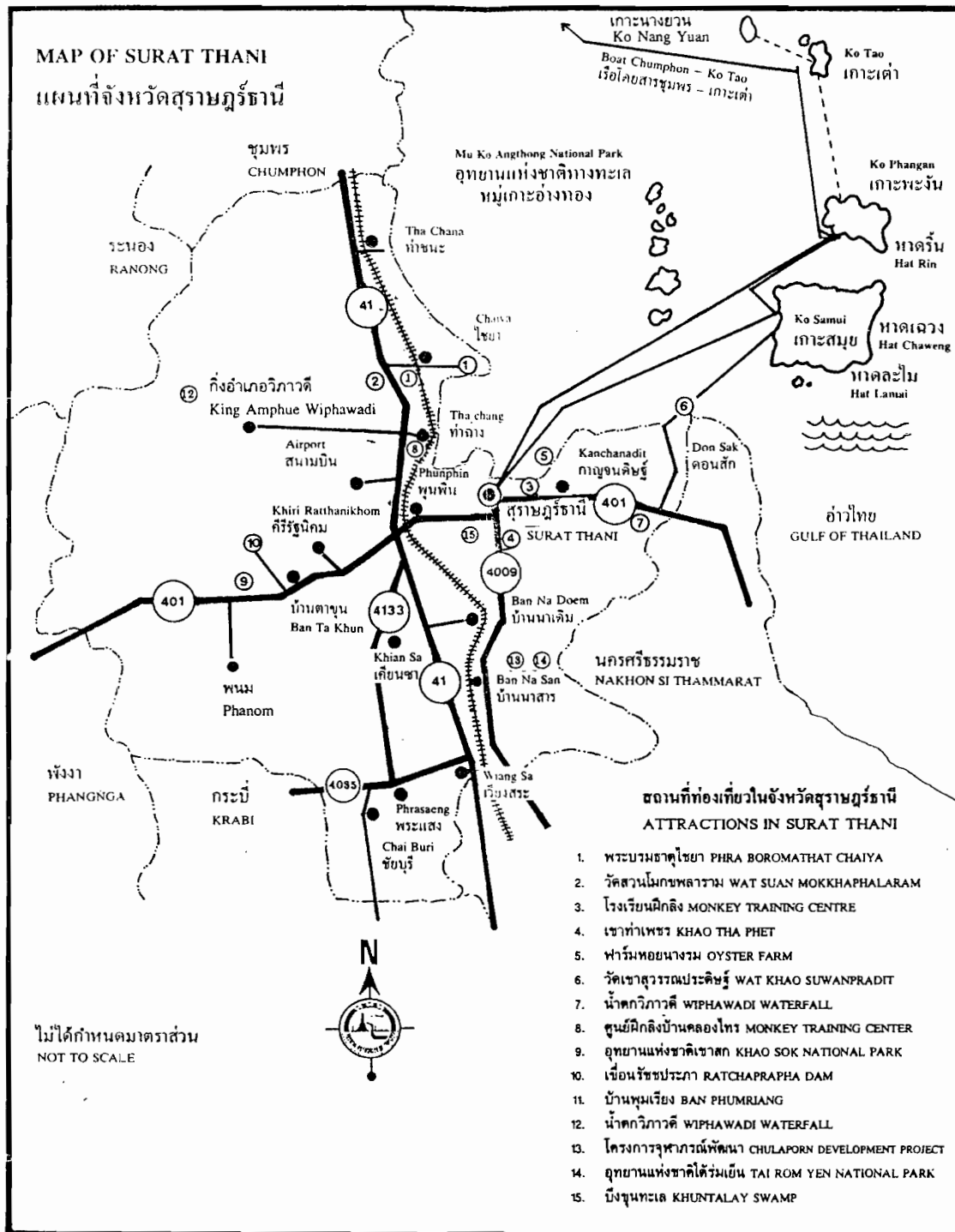
แหล่งท่องเที่ยว
TOURIST ATTRACTION

- 1 วนอุทยานน้ำตกกะป๋าง KA PO FORESTRY PARK
- 2 ถ้ำรับบัว THAM RAP RO
- 3 วนอุทยานเขาพนง KHO PHANG FORESTRY PARK
- 4 ถ้ำน้ำลอด เขาพลู THAM NAM LOT KHAI PHLU
- 5 หาดทุ่งวันถน HAT THUNGWUALAEN
- 6 วัดเจ้าฟ้าศาลาลอย WAT CHAO FA SALA LOI
- 7 ศาลหลักเมืองจังหวัดชุมพร CHUMPHON CITY SHRINE
- 8 เกาะจระเข้ KO CHORAKE
- 9 เกาะง่ามน้อย งามใหญ่ KO NGAM NOI NGAM YAI
- 10 ป่าน้ำชุมพร PAK NAM CHUMPHON
- 11 หาดทรายดำ HAT PHARADONPAP
- 12 หาดทรายสี HAT SAIRI
- 13 เกาะสมเด็จ KO SAMET
- 14 เกาะม้า KO MATTRA
- 15 เกาะตะรุ่ KO THALU
- 16 เกาะมะพร้าว KO MAPHRAO
- 17 อ่าวทุ่งมะขาม AO THUNGMAKHAM
- 18 วัดพระธาตุ WAT PHRA THAT SAWI
- 19 วัดอ่าวชุมเมือง WAT THAM KHWAN MUANG
- 20 หาดยูงไทร HAT ARUNOTHAI
- 21 ป่าน้ำทุ่งตะโก PAK NAM THUNG TAKO
- 22 น้ำตกทับช้าง NAM TOK THAP CHANG
- 23 น้ำตกพาน NAM TOK PHA GNAM
- 24 น้ำตกหัวเหมือง NAM TOK HUAI MUANG
- 25 สวนสมเด็จพระศรีนครินทร์ SRINAGARINDRABOROMARAJANANI PARK
- 26 หาดคลองเขา HAT KHOKHAO
- 27 ถ้ำเขนกรับ THAM KHAO KRIAP
- 28 วัดถ้ำเขนเงิน WAT THAM KHAO NGOEN
- 29 น้ำตกเขาโพน NAM TOK HEW LOM
- 30 หาดตะนาวชัย HAT TAWAN CHAI
- 31 บ่อน้ำร้อนถ้ำเขาพลู THAM KHAO PHLU HOT SPRING

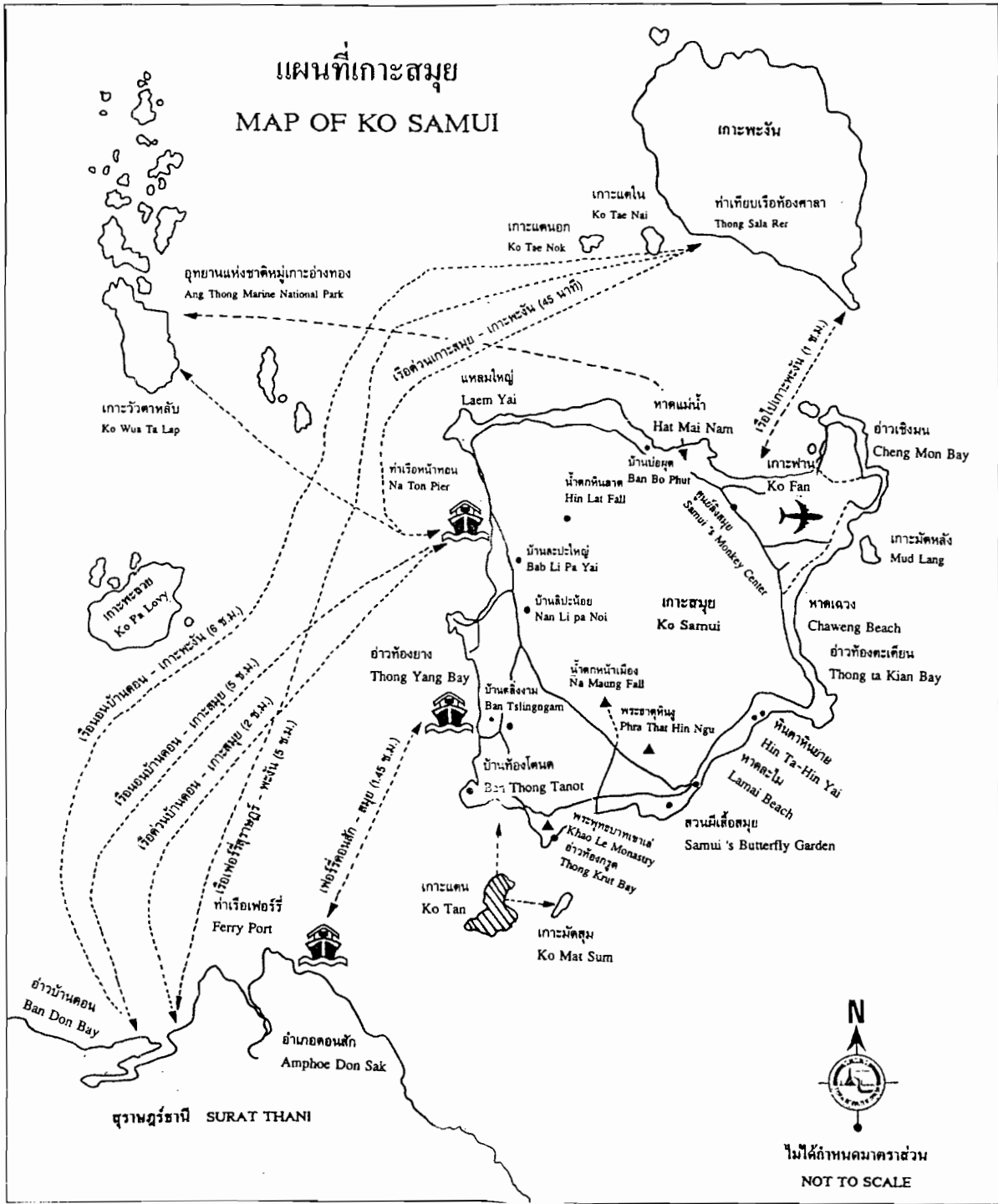
แผนที่จังหวัดชุมพร



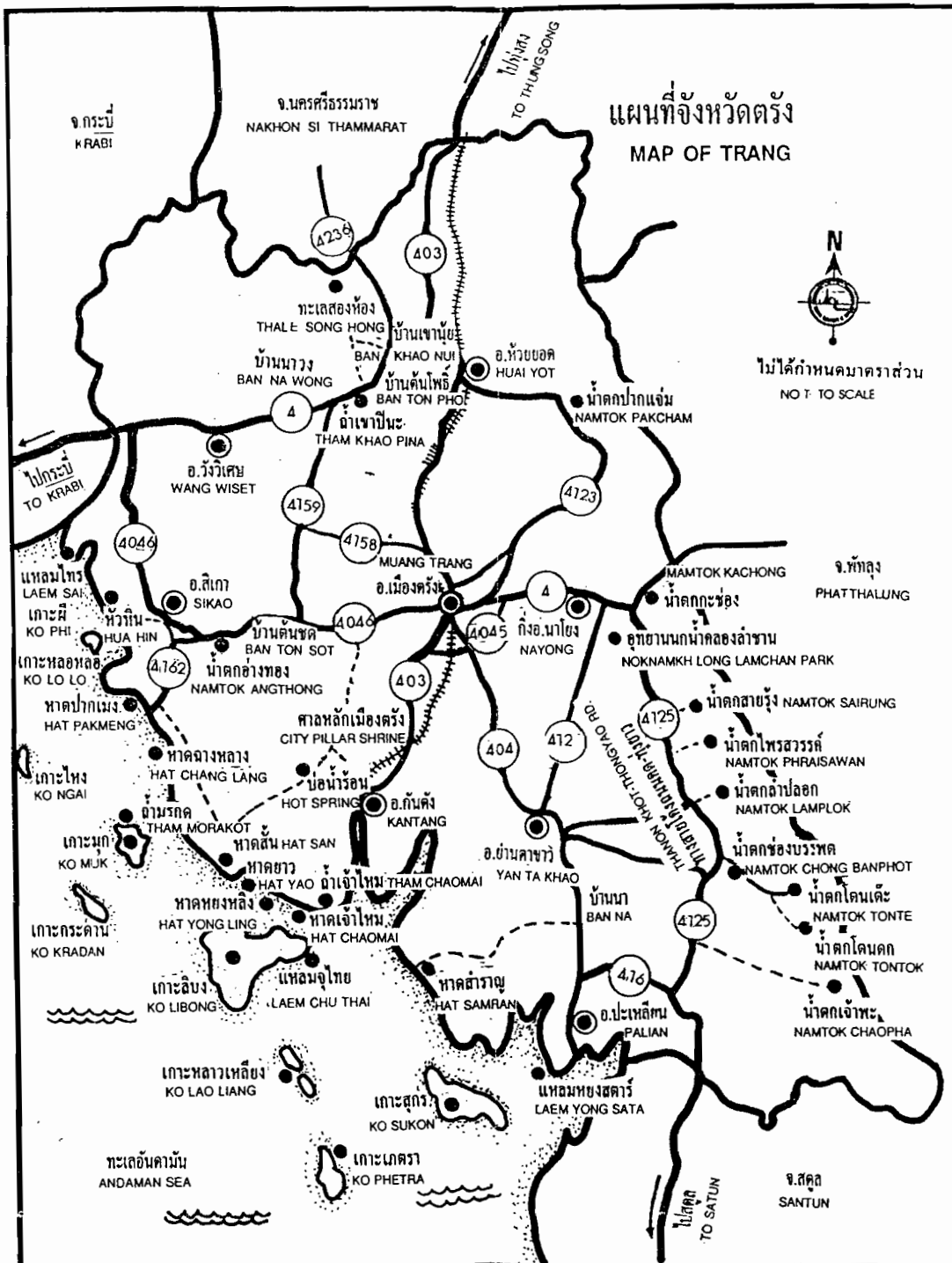
แผนที่จังหวัดระนอง



แผนที่จังหวัดสุราษฎร์ธานี



แผนที่เกาะในเขตจังหวัดสุราษฎร์ธานี



แผนที่จังหวัดตรัง

ตารางเวลาเดินรถปรับอากาศชั้น 1 (ก) วิ.โอ.พี 24 ที่นั่ง						
เส้นทาง	อัตราค่าโดยสาร (บาท)	ระยะทาง (กม.)	ระยะเวลา (ชม.)	เวลาดันทาง (จากกรุงเทพฯ)	เวลาปลายทาง (กลับกรุงเทพฯ)	บริษัท/โทรศัพท์
กท. -ระนอง	385	583	7	20.00	20.00	435 - 1199 435 - 1200
กท. -พังงา	515	815	13	19.00	16.00	
กท. -ศรีวิ้ง	565	862	14	19.00 , 19.30	17.00	
ตารางเวลาเดินรถปรับอากาศ ชั้น 1 (ทัวร์สี่ฟ้า)						
กท. -ชุมพร	202	468	7	14.00 21.40 22.00	14.00 , 21.40 , 22.00	โชคอนันต์ 435 - 5027 สุวรรณที 435 - 5026
กท. -ระนอง	250	583	7	09.00 , 20.20 , 21.00	08.00 , 19.00	บขส. 435 - 1199 โชคอนันต์ 435 - 5024 มิตรา 435 - 5020
กท. -สุราษฎร์ธานี	285	668	11	20.00 , 20.20 , 20.30	20.00	บขส. 435 - 1199 กรุงสยาม 435 - 5024 โสภณ 435 - 5023
กท. -เกาะสมุย	387	768	13	20.00	14.30	บขส. 435 - 1199 โสภณทัวร์ 435 - 5023
กท. -พังงา	346	815	13	19.30	16.00	บขส. 435 - 1199 ลีกไนท์ 435 - 5016
กท. -ศรีวิ้ง	565	862	14	19.00 , 19.50 , 20.00	16.00	บขส. 435 - 1199 ศรีวิ้งทัวร์ 435 - 5017
กท. -สตูล	427	1,008	15	19.30	14.00	บขส. 435 - 1199 ไทยเดินรถ 435 - 5013
ตารางเวลาเดินรถปรับอากาศ ชั้น 2 (สี่ลม)						
กท. -ชุมพร	157	468	7	21.00	21.00	บขส. 4345557 - 8
กท. -สุราษฎร์ธานี	222	668	11	22.00	20.00	บขส. 4345557 - 8
กท. -เกาะสมุย	256	768	13	19.30	13.30	บขส. 4345557 - 8
ตารางเวลาเดินรถธรรมดา						
กท. -ชุมพร (สายใหม่)	112	468	8	03.30 , 14.00 06.05 , 06.50	04.30 , 05.30 06.00 , 07.00	บขส. 4345557-8
กท. -ระนอง	139	583	10	08.50 , 13.50 , 17.30 18.30 , 19.30 , 20.50 21.45	05.00 , 07.00 , 29.00 16.30 , 17.30 , 19.00 20.30	บขส. 4345557-8
กท. -สุราษฎร์ธานี	158	668	11	09.20 , 23.00	07.00 , 17.00	บขส. 4345557-8
กท. -พังงา	192	815	14	07.00 , 16.00	13.00 , 17.30	บขส. 4345557-8
กท. -ศรีวิ้ง	203	862	15	08.10 , 16.30	07.00 , 16.30	บขส. 4345557-8
กท. -สตูล	234	995	16	19.30	14.00	บขส. 4345557-8

ตารางเวลาเดินรถประจำทาง