

การพัฒนาสื่อโฆษณากราฟิกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ

Development of motion graphic media to promote health tourism for the elderly.

◆ นางสาวณัฐวราภรณ์ เกตุกัน¹ นายเศรษฐชัย ใจอี๊ก² และนายคมกฤษ จิระบุตร³

Miss. Natwaraporn Ketkan¹ Mr. Seatachai Jaihuek² and Mr. Khomkrit Jiraboot³

¹ นักศึกษาสาขากราฟิกดีไซน์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

Student of Graphic design department, Chiang Rai Rajabhat University.

e-mail: Natwaraporn.ke@gmail.com

^{2, 3} อาจารย์โปรแกรมกราฟิกดีไซน์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

Lecturer of Graphic design, Chiang Rai Rajabhat University.

e-mail: seatachai@gmail.com, khomkrit@crru.ac.th

Abstract

This research aims to: 1) Study the form of public relations media for the elderly and collect health tourism data in Chiang Rai Province, 2) Create motion graphic media to promote health tourism for the elderly and 3) Evaluate the satisfaction of the motion graphic media promoting health tourism from the elderly group. For this research, a suitable public relations model for the elderly was studied and collected data on health tourism in the category of dharma therapy and beautiful garden therapy in Chiang Rai province. To create samples of public relations media promoting health tourism in the form of motion graphics that are suitable for tourists aged between 60 and 75 years old. The production has been evaluated by 3 experts: Graphic Designers, Tourism and Elderly Care. The production will then be assessed by a questionnaire from a sample of 50 elderly people. The data were then analyzed using descriptive statistics, including mean and standard deviation. The study found that 1) Media dissemination of the elderly must exist (1) Content communicated in the language of asking and acknowledgment (2) Clear examples and appropriate font size. The top 3 health tourism destinations for the elderly, according to a survey: (1) Type of dharma therapy: Wat Rong Khun, Wat Rong Suea Ten and Wat Huai Pla Kang (2) Types of healing gardens: Doi Tung Palace, Singha Park, and Rai Ruen Rom. 2) Create motion graphics to promote wellness tourism for seniors from Photoshop and Illustrator in 6 locations based on survey data. 3) The results of satisfaction assessment on motion graphics media to promote health tourism of 50 elderly people found that the overall satisfaction with public relations media was at the high level ($\bar{x} = 4.30$, S.D.=0.69).

Keywords: Elderly, Health Tourism, Motion Graphic

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษารูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับผู้สูงอายุและรวบรวมการท่องเที่ยวด้านสุขภาพในจังหวัดเชียงราย, 2) สร้างสื่อโมชันกราฟิกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ และ 3) ประเมินความพึงพอใจของสื่อโมชันกราฟิกส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านสุขภาพจากกลุ่มผู้สูงอายุ สำหรับการวิจัยได้ทำการศึกษารูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุ และทำการเก็บรวบรวมข้อมูลการท่องเที่ยวด้านสุขภาพประเภทธรรมชาติและสวนสวยบำบัดของจังหวัดเชียงราย เพื่อใช้สร้างตัวอย่างสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านสุขภาพในรูปแบบโมชันกราฟิกที่เหมาะสมกับกลุ่มนักท่องเที่ยวช่วงอายุตั้งแต่ 60 - 75 ปี โดยการผลิตผลงานได้ผ่านการประเมินการออกแบบและตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน ประกอบด้วย ผู้เชี่ยวชาญด้านกราฟิกดีไซน์ ด้านการท่องเที่ยว และด้านการดูแลผู้สูงอายุ ผลงานที่ได้พัฒนาขึ้นมาจะนำไปประเมินความพึงพอใจด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างประชากรผู้สูงอายุ จำนวน 50 คน จากนั้นนำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษาพบว่า 1) สื่อประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุต้องมีองค์ประกอบของ (1) เนื้อหาที่สื่อสารด้วยภาษาที่ชัดเจนและเข้าใจง่าย และ (2) ด้านกราฟิกดีไซน์ที่สดใสและขนาดอักษรที่เหมาะสม สำหรับแหล่งท่องเที่ยวด้านสุขภาพที่ได้ทำสำรวจจากแบบสอบถามในกลุ่มผู้สูงอายุ พบว่า 3 อันดับแรก ประกอบด้วย (1) ประเภทธรรมชาติ คือ วัดร่องขุ่น วัดร่องเสือเต้น และวัดห้วยปลากั้ง (2) ประเภทสวนสวยบำบัด คือ พระตำหนักดอยตุง สิงห์ปาร์ค และไร่รื่นรมย์ 2) ทำการสร้างสื่อโมชันกราฟิกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุจากโปรแกรม Photoshop และ Illustrator จำนวน 6 สถานที่จากข้อมูลที่ทำสำรวจ 3) การประเมินความพึงพอใจสื่อโมชันกราฟิกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านสุขภาพจากผู้สูงอายุ จำนวน 50 คน พบว่า ความพึงพอใจโดยรวมของสื่อประชาสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.30$, S.D.=0.69)

คำสำคัญ : ผู้สูงอายุ, การท่องเที่ยวด้านสุขภาพ, กราฟิกเคลื่อนไหว

บทนำ

ประเทศไทยเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ คือ สังคมที่มีจำนวนของประชากรที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไปได้เพิ่มสูงขึ้น แต่จำนวนการเกิดของประชากรและวัยทำงานลดลง การอ้างอิงข้อมูลผู้สูงอายุในประเทศไทยจากข้อมูลของกรมกิจการผู้สูงอายุ กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ ที่ได้รับถึงประชากรที่มีอายุ 65 ปีขึ้นไปคิดเป็นร้อยละ 10 หรือมากกว่า 7 ล้าน และมีแนวโน้มที่ในอนาคตจะเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 20 -30 ตามลำดับ (ทีมา สังคมผู้สูงอายุในปัจจุบันและเศรษฐกิจในประเทศไทย, <https://www.dop.go.th/th/known/15/926>, สืบค้นเมื่อวันที่ 29 มิถุนายน 2566) เมื่อพิจารณาจำนวนผู้สูงอายุของโลกในช่วงเวลา 10 ปีระหว่างปี พ.ศ.2550 - 2560 พบว่า ประชากรโลกเพิ่มขึ้นจาก 6,609 ล้านคน เป็น 7,550 ล้านคน โดยประเทศที่มีอัตราผู้สูงอายุสูงที่สุด ได้แก่ ญี่ปุ่น (ร้อยละ 33.4) อิตาลี (ร้อยละ 29.4) และ เยอรมันนี (ร้อยละ 28.0) ตามลำดับ ตามลำดับ (ทีมา จัปตาสถานการณ์ประชากรสูงอายุทั่วโลกและไทย, <https://infocenter.nationalhealth.or.th/node/27613>, สืบค้นเมื่อวันที่ 29 มิถุนายน 2566)

ข้อมูลของกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ระบุว่า ในปี 2565 ระหว่างเดือนมกราคม – ธันวาคม 2565 นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ สร้างรายได้ให้ประเทศไทยรวม 195,891 ล้านบาท หรือ 8.66% ของรายได้จากการท่องเที่ยว คิดเป็นต่างชาติจำนวน 3,628,758 คน สร้างรายได้ 183,869 ล้านบาท และคนไทย จำนวน 4,810,464 คน สร้างรายได้ 12,022 ล้านบาท จำนวนนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่างชาติ คิดเป็นสัดส่วน 12.1 ของนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมด แต่มีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยปีละ 17.21% สูงกว่าการขยายตัวของนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมดเฉลี่ยต่อปี 10.21% (ทีมา โอกาสจากนักท่องเที่ยววัยเก๋า, <https://positioningmag.com/1112868>, สืบค้นเมื่อวันที่ 29 มิถุนายน 2566)

สื่อประชาสัมพันธ์ถูกใช้เป็นส่วนหนึ่งในเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การสนับสนุนการท่องเที่ยว เนื่องจากสื่อประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือสื่อสารที่จะนำข่าวสารส่งตรงถึงผู้รับ ดังนั้น รูปแบบการนำเสนอข้อมูลจึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะสร้างความเข้าใจและสนใจให้ผู้รับเกิดความสนใจ จนไปถึงการแชร์แบ่งปันและเข้ารับชมหลายครั้ง ปัจจุบันรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ที่ได้รับความนิยมจะเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทภาพดิจิทัลเคลื่อนไหวและวิดีโอที่เผยแพร่บนสื่อสังคมโซเชียล เช่น เฟสบุ๊ค ยูทูป ทวิตเตอร์ และติ๊กต็อก ซึ่งการใช้เทคนิคโมชั่นกราฟิก (Motion Graphic) หรือเทคนิคการสร้างสื่อภาพกราฟิกเคลื่อนไหว เป็นวิธีการที่รวบรวมข้อมูลเนื้อหาที่มีปริมาณมากมาสรุปเป็นสารสนเทศแล้วนำเสนอในลักษณะของรูปที่น่าสนใจและเข้าใจง่าย เช่น แผนภาพ แผนภูมิ กราฟ การ์ตูนที่มีการเคลื่อนไหว มีการพากย์เสียงบรรยาย เป็นต้น (ทีมา การสร้างสื่อภาพกราฟิกเคลื่อนไหว, <https://touchpoint.in.th/motion-graphic>, สืบค้นเมื่อวันที่ 29 มิถุนายน 2566) นอกจากนี้ สื่อประชาสัมพันธ์ในปัจจุบันมีความสามารถในการเชื่อมต่อได้กับผู้ใช้งานได้เมื่อใช้งานผ่านอุปกรณ์คอมพิวเตอร์หรือสมาร์ตโฟน เช่น การเกิดเอฟเฟกภาพหรือเสียงเมื่อผู้ใช้งานกดคลิก การปรับและขยายตัวอักษรให้เหมาะสมกับผู้ใช้งาน เป็นต้น พื้นฐานของการออกแบบ

กราฟิกดีไซน์จึงต้องพิจารณาถึงการออกแบบส่วนต่อประสานผู้ใช้งาน (User Interface) ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในพัฒนาสื่อโมชันกราฟิกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ ด้วยวิธีการทางกราฟิกดีไซน์ประกอบด้วยการนำเสนอด้วยเทคนิคโมชันกราฟิกและการออกแบบส่วนต่อประสานผู้ใช้งานมาบูรณาการกับแหล่งท่องเที่ยวด้านสุขภาพ เพื่อให้ได้สื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุที่ทำให้ผู้วัยเกิดความสนใจ และเกิดการตัดสินใจมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายให้มากขึ้น ส่งผลต่อกระตุนการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย เกิดการสร้างรายได้ และพัฒนาเศรษฐกิจของจังหวัดต่อไป

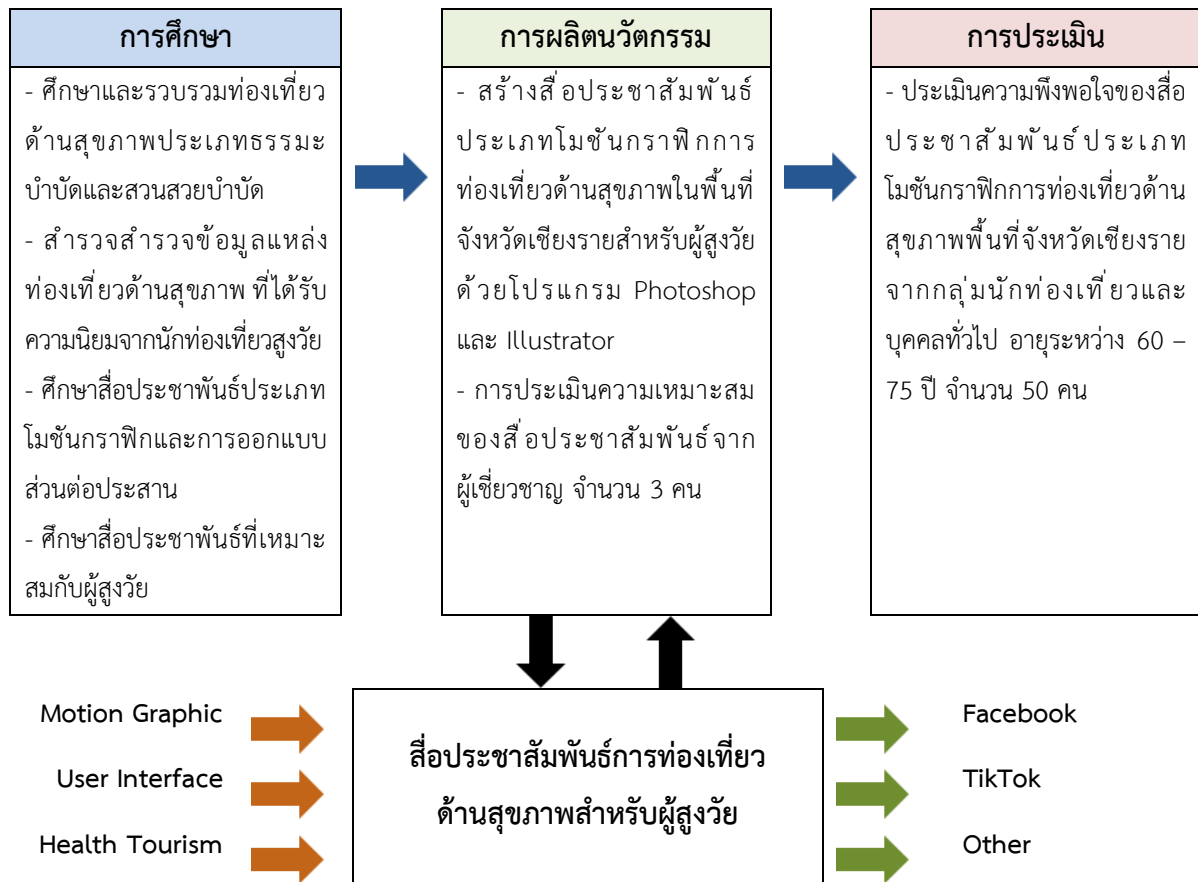
วัตถุประสงค์

1. ศึกษารูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับผู้สูงอายุและรวบรวมการท่องเที่ยวด้านสุขภาพในจังหวัดเชียงราย
2. สร้างสื่อโมชันกราฟิกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ
3. ประเมินความพึงพอใจของสื่อโมชันกราฟิกส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านสุขภาพจากกลุ่มผู้สูงอายุ

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาแบบสื่อประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุ และทำการเก็บรวบรวมข้อมูลการท่องเที่ยวด้านสุขภาพประเภทธรรมชาติและสวนสวยบำบัดของจังหวัดเชียงราย
2. ขอบเขตด้านประชากร นักท่องเที่ยวและบุคคลทั่วไป อายุระหว่าง 60 – 75 ปี ที่เคยมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย ในช่วงระยะเวลาไม่เกิน 4 ปี (พ.ศ. 2563 - พ.ศ. 2566) โดยเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย ณ สถานที่ท่องเที่ยว คือ วัดร่องขุน หอนาฬิกาเชียงราย สิ่งปาร์ค วัดร่องเสือเต้น และข้าวศิลป์
3. ขอบเขตด้านเวลา วันที่ 14 พฤษภาคม พ.ศ. 2566 ถึง วันที่ 25 กรกฎาคม พ.ศ. 2566

กรอบแนวคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

นิยามศัพท์

สื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวด้านสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ หมายถึง สื่อดิจิทัลเคลื่อนไหวที่น่าสนใจ ข้อมูลในลักษณะที่น่าสนใจ สวยงามสะดุดตา และเข้าใจง่าย โดยเป็นการใช้งานร่วมกันระหว่างข้อความ ภาพเวกเตอร์ ภาพเคลื่อนไหว เพลง เสียงบรรยายและความสามารถในการตอบโต้กับผู้ใช้งาน โดยการออกแบบกราฟิกที่รองรับกับการรับชมของกลุ่มผู้ชมอายุระหว่าง 60 - 75 ปี โดยงานวิจัยนี้เป็นต้นแบบที่น่าสนใจข้อมูลการท่องเที่ยวด้านสุขภาพประเภทธรรมชาติบำบัดและสวนสวยบำบัดของจังหวัดเชียงรายด้วยภาษาไทย จีน และภาษาอังกฤษ จำนวนสถานท่องเที่ยวที่น่าสนใจทั้งสิ้น 6 สถานที่ ประกอบด้วย วัดร่องขุ่น วัดร่องเสือเต้น วัดห้วยปลากั้ง พระตำหนักดอยตุง สิงห์ปาร์ค และไร่รื่นรมย์

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับสังคมผู้สูงอายุ

องค์การสหประชาชาติ (United Nations: UN) ได้นิยามคำว่า ผู้สูงอายุ หมายถึง ประชากรที่มีอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไป ทั้งเพศชายและเพศหญิงซึ่งคาดการณ์ว่าตั้งแต่ปี พ.ศ.2544 - พ.ศ.2600 จะเป็นยุคของผู้สูงอายุซึ่งแต่ละประเทศอาจมีระดับความวิกฤติของสภาพเศรษฐกิจและสังคมแตกต่างกันไป สำหรับประเทศไทยเริ่มเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุตั้งแต่ปี 2549 โดยพบว่าประชากรผู้สูงอายุมีจำนวนถึง ร้อยละ 10.4 ของประชากรในประเทศไทย และมีการคาดการณ์ว่าประเทศไทยจะเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุแบบสมบูรณ์ ในช่วง พ.ศ.2567 – พ.ศ.2568 (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช, สังคมผู้สูงอายุ : นัยต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ, สืบค้นเมื่อ 20/06/2566, <https://www.stou.ac.th/stouonline/lom/data/sec/Lom12/05-01.html>)

พระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ.2546 มาตรา 3 ให้คำนิยามคำว่า ผู้สูงอายุ หมายถึง บุคคลที่มีอายุเกิน 60 ปีบริบูรณ์ขึ้นไปและมีสัญชาติไทย ทั้งนี้รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 มีบทบัญญัติที่บรรจุหลักการที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุ จำนวน 2 หมวด คือ หมวด 3 สิทธิและเสรีภาพของปวงชนชาวไทย และหมวดที่ 6 แผนนโยบายแห่งรัฐ ที่ระบุถึงความสำคัญด้านการส่งเสริม คุ้มครอง และอำนวยความสะดวกให้แก่ เด็ก สตรี ผู้สูงอายุ คนพิการ หรือผู้ด้อยโอกาส (กรมกิจการผู้สูงอายุ, (ม.ป.ป.). ยุทธศาสตร์ กรมกิจการผู้สูงอายุ 20 ปี พ.ศ.2561-2580)

งานวิจัยเรื่อง การส่งเสริมคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุในจังหวัดเลย (Phon-ngam, Phatthira, 2018) ได้พบว่า ผู้สูงอายุส่วนมากในจังหวัดเลยมีระดับคุณภาพชีวิตอยู่ในช่วงไม่เกินคุณภาพชีวิตระดับปานกลาง เนื่องจากปัญหาของสุขภาพร่างกาย สภาพสังคม และสิ่งแวดล้อมของชุมชน และผู้สูงอายุมีความต้องการให้มีการจัดส่งเสริมให้มีกิจกรรมในผู้สูงอายุจะส่งผลต่อคุณภาพชีวิตโดยเฉพาะการส่งเสริมกิจกรรมด้านสุขภาพร่างกายและสุขภาพจิตใจ

งานวิจัยเรื่อง ปัจจัยทำนายคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในชมรมผู้สูงอายุ ตำบลบางนกแขวก อำเภอบางคนที จังหวัดสมุทรสงคราม ผลการสำรวจบุคคลที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 184 คน ด้วย (1) แบบสอบถามบุคคลทั่วไป (2) แบบประเมินคัดกรองความสามารถ ในการดำเนินชีวิตประจำวัน (Barthel ADL Index) และแบบวัดคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ (WHOQOL-BREF-THAI) โดยองค์การอนามัยโลกชุดย่อฉบับภาษาไทย พบว่า ส่วนใหญ่ผู้สูงอายุในชมรมมีระดับคุณภาพชีวิตปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 84.78 ส่วนการทำนายคะแนนคุณภาพชีวิตจากความสามารถในการปฏิบัติกิจวัตรประจำวัน พบว่า มีระดับเพียงร้อยละ 36.74 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อผู้สูงอายุได้มีการดำเนินกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพกาย และสุขภาพจิตอย่างต่อเนื่อง จะทำให้สามารถผู้สูงอายุดำเนินกิจวัตรประจำวันได้ด้วยตนเอง และลดการพึ่งพาจากผู้ดูแล

แนวคิดเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ

จากงานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุจังหวัดอุบลราชธานี (Chantanasir, . S. ., Chamnanprai , J. ., Kaewnin , T. ., Hirankasi, K. ., & Chuaynakul, E. ., 2023) พบว่า กลุ่มประชากรตัวอย่างส่วนมากเป็นผู้หญิงอายุเฉลี่ยที่ 65 ปี มีสุขภาพแข็งแรง มีรายได้ปานกลางถึงรายได้สูง ซึ่งปัจจัยรายได้ของผู้สูงวัยมีผลต่อรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยว ผู้สูงวัยจะเดินทางเป็นกลุ่มครอบครัว โดยจะเลือกสถานที่ท่องเที่ยวด้วยการพิจารณาข้อมูลจากเพื่อน และสื่อต่าง ๆ ในสังคมออนไลน์เป็นหลัก หรือให้ครอบครัวเป็นผู้ตัดสินใจแทน

งานวิจัยเรื่อง ปัจจัยแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้สูงอายุชาวไทยในการเข้าร่วมทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ : กรณีศึกษา อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น (Suetrong, N., & Rangsimanop, P., 2023) จากสำรวจนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ จำนวน 400 คน พบว่า ปัจจัยแรงจูงใจในการเข้าร่วมทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประกอบด้วย ด้านความปลอดภัยและด้านการให้บริการ มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความพึงพอใจของผู้สูงอายุชาวไทย อาทิ ทางลาดสำหรับรถเข็น บันไดอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุ ที่จอดรถสำหรับผู้สูงอายุ ป้ายแสดงสิ่งอำนวยความสะดวก เป็นต้น

งานวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนากิจกรรมนันทนาการและการท่องเที่ยวเพื่อผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรสาคร (Boonchuay, K., 2022) งานวิจัยมีวัตถุประสงค์ คือ ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวและความต้องการกิจกรรมนันทนาการของผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรสาครและเสนอแนวทางการพัฒนากิจกรรมนันทนาการและการท่องเที่ยวเพื่อผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรสาคร ซึ่งพบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวและความต้องการกิจกรรมนันทนาการกลุ่มตัวอย่างด้วยการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด รูปแบบกิจกรรมนันทนาการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรสาคร ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ประกอบด้วย 10 กิจกรรม ประกอบด้วยกิจกรรมท่องเที่ยวธรรมชาติ, การวิ่งออกกำลังกายและกิจกรรมโยคะ, ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม, ร่ำวง/เดินร่ำ, หมากรุก,ด้านสุขภาพ, การจัดดอกไม้สำหรับผู้สูงอายุ, การสัมมนาสำหรับผู้สูงอายุ และมวยเจ็ก เรียงตามลำดับความนิยมของผู้ตอบแบบสอบถาม

แนวคิดเกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์

จากงานวิจัย ปัจจัยแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้สูงอายุชาวไทยในการเข้าร่วมทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ : กรณีศึกษา อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น (Kaewkohsaba, S., & Uthaihoem, D., 2023) พบว่า 1) พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุจะเป็นในลักษณะที่มีความสำราญ หลีกหนีความจำเจ และหาประสบการณ์ โดยควรมีโมเดลสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อรองรับสังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์ ซึ่งประกอบด้วย (1.1) ผู้ประกอบการต้องออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้สอดคล้องกับพฤติกรรม ความต้องการ และลักษณะทางกายภาพของผู้สูงอายุ และ (1.2) ผู้ประกอบการต้องดำเนินกิจการและให้บริการตามมาตรฐานของศูนย์การพัฒนาสื่อโมชันกราฟิกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านสุขภาพสำหรับผู้สูงวัย

เวลเนสและการบริการเชิงสุขภาพเพื่อการท่องเที่ยว และ 2) ควรมีการใช้โมเดลคุณภาพการบริการสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อรองรับสังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์

จากงานวิจัย การรับรู้ประโยชน์ ทัศนคติ และพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ของผู้สูงอายุ (Wongsawankakorn, T., Charoenwiriyaikul, C., & Somjai, A., 2023) จากการเก็บข้อมูลผู้สูงอายุ ที่มีอายุระหว่าง 60-70 ปี จำนวน 400 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามในประเด็น (1) การรับรู้ประโยชน์การใช้สื่อออนไลน์ คือสื่อออนไลน์ต้องสร้างความสัมพันธ์ที่ดีจากเพื่อนสู่เพื่อน เป็นอันดับที่มากที่สุด ในประเด็น (2) ทัศนคติการใช้สื่อออนไลน์ คือ สื่อออนไลน์ต้องนำเสนอข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ ดึงดูดความสนใจ เป็นอันดับที่มากที่สุด และ (3) ด้านพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์สำหรับผู้สูงอายุ คือสื่อออนไลน์ต้องสามารถแชร์ข้อมูลเป็นประโยชน์ต่อเพื่อนได้เป็นอันดับที่มากที่สุด

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับโมชันกราฟิก

งานวิจัยเรื่อง การพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อแอนิเมชัน 3 มิติ เรื่องการเลี้ยงกวางเชิงพาณิชย์เพื่อรองรับธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร 4.0 (ศิริภรณ์ บุญประกอบ, กรรณิการ์ ประทุมโทน, 2565) ได้พัฒนาพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อแอนิเมชัน 3 มิติในรูปแบบภาพเคลื่อนไหว จากนั้นได้นำสื่อที่ผลิตขึ้นไปประเมินคุณภาพจากแบบสอบถามในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีน จำนวน 53 คน ซึ่งแบบสอบถามประกอบด้วย 3 ประเด็น คือ (1) ด้านเนื้อหาและการใช้ภาษา (2) ด้านดำเนินเรื่องและการออกแบบ และ (3) ด้านคุณค่าและการนำไปใช้ประโยชน์ ผลสรุปพบว่า สื่อสิ่งพิมพ์และสื่อแอนิเมชัน 3 มิติได้รับการประเมินคุณภาพในระดับมาก

งานวิจัยเรื่อง ผลการใช้สื่อดิจิทัลโดยใช้อัตลักษณ์ชุมชนเป็นฐานเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนบ้านเทนมีย์ จังหวัดสุรินทร์ (Jairassamee, J. , & Yasaka,P., & Kamtal, J, & Senapru, P., 2022) ได้พัฒนาสื่อดิจิทัลโดยใช้อัตลักษณ์ชุมชนเป็นฐานสำหรับการประชาสัมพันธ์ ด้วยการศึกษากลุ่มเป้าหมาย 30 คน และกลุ่มตัวอย่าง 400 คน พบว่า ความคิดเห็นโดยรวมที่มีต่อที่มีต่อการใช้สตีกเกอร์ไลน์จำนวน 10 ตัว และแบบภาพนิ่ง จำนวน 14 ตัว และใช้สื่อโมชันกราฟิกแสดงวิถีชีวิตของชุมชน โดยทั้งสื่อประชาสัมพันธ์ทั้งสองถูกประเมินอยู่ในระดับที่มากเช่นเดียวกัน

งานวิจัยเรื่อง รูปแบบการจัดการสื่อดิจิทัลการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Sutthikhun, P, & Lertgrai, P. & Meeplat, N., 2022) ได้ทำการศึกษา วิเคราะห์ สังเคราะห์ รูปแบบการจัดการสื่อดิจิทัล การท่องเที่ยวโดยชุมชน สำหรับนำมาพัฒนารูปแบบการจัดการสื่อดิจิทัลการท่องเที่ยวโดยชุมชน จากนั้นได้ทำการประเมินสื่อดิจิทัลด้วยกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้นำและตัวแทนชุมชน ในหมู่บ้านท่าแพ ตำบลปากพูน อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 40 คน ผลการประเมินโดยรวมของสื่อดิจิทัลที่ได้พัฒนาขึ้น พบว่า มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด และพบว่ารูปแบบการจัดการสื่อดิจิทัลการท่องเที่ยวโดยชุมชน ทำให้ผู้ประเมินมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

งานวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบโฆษณาดิจิทัลการท่องเที่ยวชุมชนจังหวัดนครพนม (Sutakot, W., & Phirasant, J., 2023) ได้ทำการออกแบบและสร้างสรรค์โฆษณาดิจิทัลการท่องเที่ยวชุมชนจังหวัดนครพนม โดยผ่านการประเมินรูปแบบแนวคิดตามหลักโฆษณาจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน พบว่า แนวคิดหลักด้านนวัตกรรมสื่อสารมีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ประเด็นของสื่อสารทางสื่อสังคมออนไลน์ ด้วยการสร้างเนื้อหาออนไลน์ (Digital Content) ส่วนผลการประสิทธิผลการออกแบบและสร้างสรรค์โฆษณาดิจิทัลการท่องเที่ยวชุมชนจังหวัดนครพนมโดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 11 คน พบว่า (1) ภาพถ่าย ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ภาพถ่ายมีความสวยงาม, (2) โปสเตอร์โฆษณา ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ โปสเตอร์โฆษณาต้องมีความคิดสร้างสรรค์/มีความเป็นนวัตกรรมทางการสร้างสรรค์ และ มีแนวคิดในการสื่อสารที่ชัดเจน เข้าใจง่าย, (3) แผ่นพับ/แผนที่ท่องเที่ยวชุมชนและไกด์บุ๊ก ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ผลงานที่มีแนวคิดในการสื่อสารที่ชัดเจน เข้าใจง่าย, (4) คลิปวิดีโอ/ภาพยนตร์โฆษณา ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 2 ประเด็น คือ ภาพ/ภาพเคลื่อนไหว วิดีโอที่ใช้เหมาะสมกับเนื้อหา และ หลังจากดูคลิปวิดีโอ/ภาพยนตร์โฆษณา/ไวรัลวิดีโออยู่ในระดับมากที่สุด

วิธีดำเนินการวิจัย

การพัฒนาสื่อโมชันกราฟิกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านสุขภาพสำหรับผู้สูงวัย ซึ่งมีวิธีการดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ทำการศึกษารวบรวมข้อมูลจากเอกสารและวรรณกรรม ประกอบด้วย สังคมผู้สูงวัย กิจกรรมการท่องเที่ยวของผู้สูงวัย สื่อประชาสัมพันธ์ และทฤษฎีเกี่ยวกับโมชันกราฟิก และทำการสำรวจข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวด้านสุขภาพประเภทธรรมชาติ และประเภทสวนสวยบำบัด ที่ได้รับความนิยมจากกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงวัย จำนวน 50 คน ด้วยปัจจัยทั้ง 5 ข้อ ประกอบด้วย ความสวยงาม ความสงบร่มรื่น สิ่งอำนวยความสะดวก มีการจัดกิจกรรม และเดินทางสะดวก ผ่านแบบสอบถามแหล่งท่องเที่ยวด้านสุขภาพในจังหวัดเชียงรายที่นักท่องเที่ยวผู้สูงวัยต้องการไปเที่ยวชม

2. สรุปข้อมูลที่ได้ทำการศึกษาจากเอกสารและวรรณกรรม ในประเด็นของสถานที่ท่องเที่ยวด้านสุขภาพในจังหวัดเชียงรายที่ได้รับความนิยมจากผู้สูงวัย โดยพิจารณาจัดอันดับแหล่งท่องเที่ยวที่ประกอบไปด้วยแหล่งท่องเที่ยวด้านสุขภาพประเภทธรรมชาติของจังหวัดเชียงราย จำนวน 10 อันดับ และแหล่งท่องเที่ยวด้านสุขภาพประเภทสวนสวยบำบัด จำนวน 10 อันดับ

3. สรุปข้อมูลที่ได้ทำการศึกษาจากเอกสารและวรรณกรรม ในประเด็นของการผลิตสื่อโมชันกราฟิกในรูปแบบที่เหมาะสมกับผู้สูงวัย ซึ่งประกอบด้วย ประเด็นของเนื้อหา ขนาดอักษร การตอบโต้สื่อสารกับผู้ใช้งาน การวางองค์ประกอบศิลป์ ระยะเวลาที่น่าเสนอ และปริมาณของข้อมูลที่เหมาะสม

4. การออกแบบและคัดสรรผลงาน ด้วยการนำข้อมูลที่ได้ทำการศึกษาและสรุปผล นำมาออกแบบและจัดทำสื่อโมชันกราฟิก ซึ่งประกอบด้วยสื่อโมชันกราฟิกแหล่งท่องเที่ยวด้านสุขภาพประเภทธรรมชาติ

ของจังหวัดเชียงราย จำนวน 10 ภาพเคลื่อนไหว และสื่อโมชันกราฟิกแหล่งท่องเที่ยวด้านสุขภาพประเภทสวนสวยบำบัด จำนวน 10 ภาพเคลื่อนไหว ทั้งนี้ให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน ประกอบด้วย ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อประชาสัมพันธ์ และผู้เชี่ยวชาญด้านผู้สูงอายุ ทำการพิจารณาคัดเลือกและประเมินผลงานด้วยแบบสอบถามการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทโมชันกราฟิกสถานที่ท่องเที่ยวด้านสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ

5. ทำการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์โมชันกราฟิกที่ผ่านการประเมิน และให้ความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญด้วยโปรแกรมโฟโต้ชอป (Photoshop) และอิลลาสเตรเตอร์ (Illustrator)

6. ประเมินประสิทธิภาพสื่อโมชันกราฟิก ด้วยการตอบแบบสอบถามการประเมินความพึงพอใจสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทโมชันกราฟิกสถานที่ท่องเที่ยวด้านสุขภาพ ด้วยกลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวสูงอายุ จำนวน 52 คน ซึ่งใช้เป็นตัวแทนประชากรนักท่องเที่ยวสูงอายุจำนวน 60 คน ซึ่งจำนวนกลุ่มตัวอย่างได้มาจากตารางสำเร็จรูปของ Krejcie & Morgan ใช้ในการประมาณค่าสัดส่วนของประชากร และกำหนดให้สัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร เท่ากับ 0.5 ระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 5% และระดับความเชื่อมั่น 95%

เครื่องมือวิจัย

1. เอกสารแบบสอบถามแหล่งท่องเที่ยวด้านสุขภาพในจังหวัดเชียงรายที่ผู้สูงอายุต้องการไปเที่ยวชม
2. สื่อประชาสัมพันธ์โมชันกราฟิก ถูกใช้เป็นสื่อกลางเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวด้านสุขภาพให้แก่กลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุ เป็นเครื่องมือในการทดสอบความรู้ ความเข้าใจ และความสนใจในแหล่งท่องเที่ยวด้านสุขภาพ
3. เอกสารแบบประเมินความพึงพอใจสื่อประชาสัมพันธ์โมชันกราฟิก ซึ่งจะให้นักท่องเที่ยวสูงอายุทำการประเมินระดับความพึงพอใจหลังจากได้รับชมสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทโมชันกราฟิกสถานที่ท่องเที่ยวด้านสุขภาพที่ได้พัฒนาขึ้นมาใช้งาน

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา ทำการศึกษาและสรุปผลข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวด้านสุขภาพของจังหวัดเชียงรายที่ผู้สูงอายุให้ความนิยม และสรุปผลแนวทางการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมกับกลุ่มผู้สูงอายุ
2. ข้อมูลเชิงปริมาณโดยใช้สถิติเชิงบรรยายด้วยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ประกอบด้วย ข้อมูลโดยทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และข้อมูลการประเมินความพึงพอใจจากการได้รับชมสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทโมชันกราฟิกสถานที่ท่องเที่ยวด้านสุขภาพ

สรุปผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ทำการศึกษาและรวบรวมข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวด้านสุขภาพของจังหวัดเชียงราย ได้จำนวน 20 สถานที่ ประกอบด้วยแหล่งท่องเที่ยวด้านสุขภาพประเภทธรรมะบำบัดของจังหวัดเชียงราย จำนวน 10 สถานที่ และแหล่งท่องเที่ยวด้านสุขภาพประเภทสวนสวยบำบัด จำนวน 10 สถานที่ และผลสรุปจากแบบสอบถามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวสูงวัย จำนวน 50 คน เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวด้านสุขภาพในจังหวัดเชียงรายที่ผู้สูงอายุต้องการไปเที่ยวชม สรุปได้ดังนี้

1. การท่องเที่ยวด้านสุขภาพประเภทธรรมะบำบัดของจังหวัดเชียงราย ที่ผู้สูงอายุจำนวน 50 คน มีความสนใจในการไปเที่ยวชม ดังนี้

ลำดับ	ชื่อสถานที่	ปัจจัยที่ส่งผลกับความต้องการไปเที่ยวชม					ค่าเฉลี่ย
		สวยงาม	สิ่งอำนวยความสะดวก	เดินทางสะดวก	สงบ รื่นรมย์	มีการจัดกิจกรรม	
1	วัดร่องขุน	50	48	46	46	46	46.67
2	วัดห้วยปลากั้ง	48	47	45	42	45	45.17
3	วัดร่องเสือเต้น	50	47	48	42	40	44.50
4	วัดพระแก้ว	50	45	46	40	35	44.00
5	วัดพระธาตุเจดีย์หลวง	42	42	41	45	37	42.17
6	วัดมิ่งเมือง	46	43	45	40	30	41.00
7	วัดกลางเวียง	46	42	42	39	33	40.33
8	วัดสันติคีรี	40	40	40	39	36	39.17
9	วัดแสงแก้วโพธิญาณ	38	40	37	40	30	37.83
10	วัดห้วยทรายขาว	37	38	35	42	30	37.00
ค่าเฉลี่ยของปัจจัยฯ		44.70	43.20	42.50	41.50	36.20	

ผลการศึกษาแหล่งท่องเที่ยวด้านสุขภาพประเภทธรรมะบำบัดของจังหวัดเชียงราย เป็นที่นิยมของกลุ่มผู้สูงวัย จำนวน 10 อันดับ คือ วัดร่องขุน วัดห้วยปลากั้ง วัดร่องเสือเต้น วัดพระแก้ว วัดพระธาตุเจดีย์หลวง วัดมิ่งเมือง วัดกลางเวียง วัดสันติคีรี วัดแสงแก้วโพธิญาณ และวัดห้วยทรายขาว ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาจากปัจจัยที่ส่งผลกับความต้องการไปเที่ยวชมของผู้สูงวัย พบว่า ความสวยงามมีระดับค่าเฉลี่ยของการเลือกมากที่สุด ($\bar{x}=44.70$) รองลงมาคือ สิ่งอำนวยความสะดวก ($\bar{x}=43.20$) เดินทางสะดวก ($\bar{x}=42.50$) ความสงบรื่นรมย์ ($\bar{x}=41.50$) และมีการจัดกิจกรรม ($\bar{x}=36.20$) ตามลำดับ

ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 คน ประเมินข้อมูลพื้นฐานของสถานที่ท่องเที่ยวด้านสุขภาพประเภทธรรมชาติของจังหวัดเชียงราย ที่ผู้สูงวัยมีความสนใจเที่ยวชมมากที่สุด 3 อันดับแรกเพื่อนำมาผลิตสื่อประชาสัมพันธ์โมชันกราฟิก โดยรวบรวมข้อมูล 3 สถานที่ท่องเที่ยวด้านสุขภาพประเภทธรรมชาติของจังหวัดเชียงราย ดังนี้

1.1 วัดร่องขุน

วัดร่องขุนเป็นวัดพุทธที่ตั้งอยู่ตำบลป่าอ้อดอนชัย อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย ออกแบบและก่อสร้างโดยอาจารย์เฉลิมชัย โฆษิตพิพัฒน์ จิตรกรชื่อดังของไทย วัดร่องขุนเป็นศาสนสถานที่สวยงามด้วยสถาปัตยกรรมและงานศิลปะที่วิจิตรบรรจง อุโบสถของวัดร่องขุนมีสีขาวบริสุทธิ์สะอาด ประดับประดาด้วยข้อฟ้าใบระกาอย่างวิจิตรอลังการ หน้าบันประดับด้วยพญานาคและติดกระจกกระยิบระยับ ภายในอุโบสถมีภาพจิตรกรรมฝาผนังทั้งดงาม แสดงถึงพุทธประวัติและพุทธธรรมต่างๆ วัดร่องขุนเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ (วัดร่องขุน, ที่มา <https://www.chiangraicity.go.th/travel/detail/109/data.html>, สืบค้นเมื่อ สืบค้นเมื่อวันที่ 29 มิถุนายน 2566)

ความโดดเด่นของวัดร่องขุนคือ 1) ประวัติศาสตร์ยาวนาน วัดร่องขุนเป็นวัดที่มีอายุเก่าแก่ และมีประวัติศาสตร์ที่เชื่อมโยงกับการก่อตั้งเมืองเชียงใหม่ โดยพระธาตุประตุน้ำเป็นสัญลักษณ์ของวัด 2) พระธาตุประตุน้ำ เป็นสิ่งก่อสร้างที่สำคัญของวัด ซึ่งเป็นศูนย์รวมของความศักดิ์สิทธิ์และถือเป็นสัญลักษณ์ของวัด 3) สถาปัตยกรรมล้านนา สิ่งก่อสร้างและศิลปะต่าง ๆ ในวัดร่องขุน สะท้อนถึงความงามและลักษณะเฉพาะของสถาปัตยกรรมล้านนา 4) กิจกรรมทางศาสนา วัดร่องขุนเป็นที่ประชุมของชาวพุทธในการบูชา และมีกิจกรรมทางศาสนาต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง 5) สถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม นอกจากความศักดิ์สิทธิ์ วัดร่องขุนยังเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่นิยมของนักท่องเที่ยวทั้งคนไทยและชาวต่างชาติ 6) สภาพแวดล้อม: วัดร่องขุนตั้งอยู่ในบริเวณที่มีธรรมชาติสวยงาม ร่มรื่น และสงบ ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่ผ่อนคลายและเข้าสู่สถานะของการเคารพศาสนา 7) งานศิลปะและประติมากรรม: ในวัดมีงานศิลปะและประติมากรรมต่าง ๆ ที่สวยงามและมีความหมายเชิงวัฒนธรรมและศาสนา

1.2. วัดห้วยปลากั้ง

วัดห้วยปลากั้งเป็นวัดพุทธตั้งอยู่ในตำบลริมกก อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย ถูกก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ.2544 โดยกลุ่มผู้ศรัทธา ต่อมาจัดตั้งเป็นสำนักสงฆ์ จนถึงวันที่ 19 พฤศจิกายน พ.ศ.2548 พระอาจารย์พบโชค ติสฺสวโร ได้มาปฏิบัติธรรมและเริ่มสร้างศาสนวัตถุต่างๆ และในวันที่ 24 กรกฎาคม พ.ศ. 2552 สำนักงานพุทธศาสนาแห่งชาติได้ประกาศแต่งตั้งให้เป็นวัด และให้พระอาจารย์พบโชค ติสฺสวโร เป็นเจ้าอาวาสรูปแรกจนถึงปัจจุบัน ซึ่งวัดห้วยปลากั้งเป็นวัดที่รู้จักและได้รับความศรัทธาจากผู้คนจากต่างจังหวัดและต่างประเทศ (วัดห้วยปลากั้ง, ที่มา <https://www.chiangraicity.go.th/travel/detail/10/data.html>, สืบค้นเมื่อ สืบค้นเมื่อวันที่ 29 มิถุนายน 2566)

ความโดดเด่นของวัดห้วยปลากั้ง คือ 1) โครงสร้างและศิลปะ วัดห้วยปลากั้งมีอาคารหลักและโครงสร้างอื่นๆ ที่ถูกตกแต่งด้วยสถาปัตยกรรมและศิลปะที่ไม่เหมือนใคร 2) สถานที่บริเวณรอบๆ บริเวณวัดมีทั้งธรรมชาติและการเล่นน้ำที่สวยงาม ทำให้ผู้มาเยือนสามารถเดินเที่ยวและรับความสงบในบริเวณวัด 3) กิจกรรมธรรมะ วัดห้วยปลากั้งอาจมีกิจกรรมธรรมะหรือการสอนธรรมะสำหรับผู้สนใจในบางครั้ง 4) ความเงียบสงบ การฝึกสมาธิ เหมาะสำหรับการสงบจิตใจ 5) ตั้งอยู่ในบริเวณที่สงบร่มเย็นสบาย ทำให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจสำหรับผู้ที่ต้องการพักผ่อนจิตใจและห่างหนีความวุ่นวายของตัวเมือง

1.3. วัดร่องเสือเต้น

วัดร่องเสือเต้นเป็นวัดพุทธที่ตั้งอยู่หมู่บ้านร่องเสือเต้น ต.ริมกก อ.เมือง จ.เชียงราย วัดร่องเสือเต้นถูกสร้างขึ้นโดยศิลปินท้องถิ่นชาวเชียงราย นายพุทธา กาบแก้ว หรือที่คนรู้จักในนาม “สล่านก” ศิษย์เอกของอาจารย์เฉลิมชัย โฆษิตพิพัฒน์ วัดร่องเสือเต้นมีความโดดเด่นในสถาปัตยกรรมและงานศิลปะที่แปลกตาและงดงาม อุโบสถของวัดร่องเสือเต้นเป็นสีน้ำเงินตัดกับทอง ด้านหน้าวิหารมีพญานาคตัวใหญ่ 2 ตัว อยู่คู่กัน ด้านหลังวิหารมีพระพุทธรูปสีขาวองค์ใหญ่ เป็นพระพุทธรูปปางห้ามญาติสูงเทียบเท่ากับวิหารตัดกับสีน้ำเงินฟ้าสลับทอง โดยวัดร่องเสือเต้นได้รับอนุญาตตั้งวัดเมื่อวันที่ 21 สิงหาคม พ.ศ. 2558 และได้รับพระราชทานนาม "วัดร่องเสือเต้น" จากสมเด็จพระญาณสังวร สมเด็จพระสังฆราช สกลมหาสังฆปริณายก วัดร่องเสือเต้นเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ (วัดร่องเสือเต้น, ที่มา <https://www.chiangraicity.go.th/travel/detail/9/data.html>, สืบค้นเมื่อ วันที่ 29 มิถุนายน 2566)

ความโดดเด่นวัดร่องเสือเต้น คือ 1) แบบศิลปะ การออกแบบและศิลปะภายในวัดเป็นลักษณะที่แตกต่างจากวัดส่วนใหญ่ในประเทศไทย 2) วัดร่องเสือเต้นมีประวัติศาสตร์ที่ยาวนาน ซึ่งแสดงถึงความร่วมมือและความสัมพันธ์ระหว่างชาวไทยและในอดีต 3) พื้นที่วัดกว้างขวางมีสิ่งก่อสร้างและวัดอุมาภายที่น่าสนใจ ทำให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าไปเยือนสำหรับนักท่องเที่ยว 4) นอกจากจะเป็นสถานที่ท่องเที่ยวแล้ว วัดร่องเสือเต้นยังเป็นสถานที่ปฏิบัติธรรมสำหรับชาวพุทธที่ต้องการค้นหาความสงบทางกายและทางใจ

2. แหล่งท่องเที่ยวด้านสุขภาพประเภทสวนสวยบำบัดของจังหวัดเชียงราย ที่ผู้สูงอายุจำนวน 50 คน มีความสนใจในการไปเที่ยวชม ดังนี้

ลำดับ	ชื่อสถานที่	ปัจจัยที่ส่งผลกับความต้องการไปเที่ยวชม					ค่าเฉลี่ย
		สงบ รื่นรมย์	มีการจัด กิจกรรม	สวย งาม	สิ่งอำนวยความสะดวก	เดินทาง สะดวก	
1	สิงห์ปาร์ค	47	50	48	46	46	47.40
2	สวนรุกขชาติ แม่ฟ้าหลวง	48	48	50	44	43	46.60
3	ไร่รื่นรมย์	47	50	42	42	40	44.20
4	ไร่ชาอู๋ฟง	46	42	40	38	37	40.60

5	ดอยแม่สลอง	44	38	38	38	38	39.20
6	ภูชี้ฟ้า	46	36	37	38	32	37.80
7	ดอยผาตั้ง	45	36	36	34	37	37.60
8	ดอยช้างมูบ	46	37	33	35	36	37.40
9	ดอยผาฮี้	46	36	35	33	36	37.20
10	พิพิธภัณฑสถานบ้านดำน	42	30	37	38	35	36.40
ค่าเฉลี่ยของปัจจัยฯ		45.70	40.30	39.60	38.60	38.00	

ผลการศึกษาแหล่งท่องเที่ยวด้านสุขภาพประเภทสวนสวยบำบัดของจังหวัดเชียงราย เป็นที่นิยมของกลุ่มผู้สูงอายุ จำนวน 10 อันดับ คือ สิงห์ปาร์ค สวนรุกขชาติ แม่ฟ้าหลวง ไวร้่นมย์ ไร่ชาฮุยฟง ดอยแม่สลอง ภูชี้ฟ้า ดอยผาตั้ง ดอยช้างมูบ ดอยผาฮี้ และพิพิธภัณฑสถานบ้านดำน ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาจากปัจจัยที่ส่งผลกับความต้องการไปเที่ยวชมของผู้สูงอายุ พบว่า สงบรื่นรมย์มีระดับค่าเฉลี่ยของการเลือกมากที่สุด ($\bar{x}=45.70$) รองลงมาคือ มีการจัดกิจกรรม ($\bar{x}=40.30$) สวยงาม ($\bar{x}=39.60$) สิ่งอำนวยความสะดวก ($\bar{x}=38.60$) และเดินทางสะดวก ($\bar{x}=38.00$) ตามลำดับ

ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 คน ประเมินข้อมูลพื้นฐานของสถานที่ท่องเที่ยวด้านสุขภาพประเภทสวนสวยบำบัดของจังหวัดเชียงราย ที่ผู้สูงอายุมีความสนใจเที่ยวชมมากที่สุด 3 อันดับแรกเพื่อนำมาผลิตสื่อประชาสัมพันธ์โมชันกราฟิก โดยรวบรวมข้อมูล 3 สถานที่ท่องเที่ยวด้านสุขภาพประเภทสวนสวยบำบัดของจังหวัดเชียงราย ดังนี้

2.1 สิงห์ปาร์ค

สิงห์ปาร์คหรือที่เรียกกันในชื่อเดิมว่าไร่บุญรอด ตั้งอยู่ในจังหวัดเชียงราย ห่างจากเมืองประมาณ 9 กิโลเมตร พื้นที่ของสิงห์ปาร์คเป็นที่ลาดเนินเขา และมีภูเขาเล็กๆ ที่สลับกันไปมา มีการจัดภูมิทัศน์ที่ผสมกลมกลืนกับธรรมชาติ ป่าเขา มีการดูแลรักษาสภาพแวดล้อมและชุมชนรอบด้านอย่างยั่งยืน พื้นที่สิงห์ปาร์คยังมีแหล่งน้ำธรรมชาติที่มีน้ำอยู่อย่างอุดมสมบูรณ์ มากกว่า 50 แห่ง แหล่งน้ำที่ใหญ่ที่สุดมีขนาดประมาณ 150 ไร่ ทำให้สามารถผลิตผลผลิตทางการเกษตรได้ตลอดทั้งปี และยังมีแหล่งน้ำที่ขุดขึ้นเพื่อการตกแต่งภูมิทัศน์ให้สวยงาม ซึ่งจัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติสำหรับการพักผ่อน และร่วมทำกิจกรรมต่างๆ ที่จัดขึ้นของสิงห์ปาร์ค (สิงห์ปาร์ค, ที่มา <https://www.chiangraicity.go.th/travel/detail/107/data.html>, สืบค้นเมื่อวันที่ 29 มิถุนายน 2566)

จุดเด่น ประกอบด้วย 1) ฟาร์มที่มีขนาดใหญ่และสวยงาม 2) นักท่องเที่ยวสามารถปั่นจักรยานได้ โดยมีเส้นทางสำหรับจักรยาน 3) กิจกรรมเกษตร มีกิจกรรมการเก็บผลไม้ 4) นักท่องเที่ยวสามารถเข้าชมสัตว์ในสวนสัตว์ได้ 5) มีจุดและมุมถ่ายรูปหลายจุด 6) นักท่องเที่ยวสามารถซื้อสินค้าและใช้บริการร้านอาหารในพื้นที่ได้

2.2 สวนรุกขชาติ แม่ฟ้าหลวง

สวนรุกขชาติ แม่ฟ้าหลวง หรือพระตำหนักดอยตุง ตั้งอยู่บนดอยตุง ตำบลแม่ฟ้าหลวง อำเภอแม่ฟ้าหลวง จังหวัดเชียงราย เป็นพระตำหนักที่สร้างขึ้นโดยสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง เมื่อปี พ.ศ. 2532 เพื่อเป็นศูนย์รวมจิตใจและศูนย์พัฒนาดอยตุง พระตำหนักดอยตุงเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ในแต่ละปีจะมีนักท่องเที่ยวจำนวนมากเดินทางมาเยี่ยมชมพระตำหนักดอยตุงเพื่อชมความสวยงามของสถาปัตยกรรมและสวนดอกไม้ นานาชนิด นอกจากนี้ พระตำหนักดอยตุงยังเป็นสถานที่จัดกิจกรรมต่างๆ มากมาย เช่น งานกาชาดดอยตุง งานห่มผ้าพระธาตุ ดอยตุง งานเทศกาลคริสต์มาส ฯลฯ (พระตำหนักดอยตุง, ที่มา <https://salehere.co.th/articles/doi-tung-palace-chiang-rai>, สืบค้นเมื่อวันที่ 29 มิถุนายน 2566)

ความโดดเด่นทางด้าน 1) ทัศนียภาพและภูมิประเทศที่สวยงาม เช่น น้ำตก ลำธาร และเขาวง 2) สวนรุกขชาติ แม่ฟ้าหลวง มีชุมชนที่เก่าแก่ มีชุมชนชาวดอยที่มีวัฒนธรรมและวิถีชีวิตเฉพาะเจาะจง ที่สามารถเรียนรู้และเยี่ยมชมได้ 3) มีการรักษาพืชและสัตว์ที่หายากและมีค่า 4) การค้นพบประวัติศาสตร์ บริเวณสวนรุกขชาติมีโบราณสถานและแหล่งศึกษาธรรมชาติที่สามารถเรียนรู้ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของพื้นที่ 5) สวนรุกขชาติแม่ฟ้าหลวงมีบทบาทสำคัญในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมของชุมชนชาวดอย 6) มีน้ำตกที่สวยงามและแหล่งน้ำที่เป็นแหล่งชีวิตสำคัญสำหรับชุมชนและสัตว์ป่า

2.3. ไร่รื่นรมย์

ไร่รื่นรมย์เป็นศูนย์การเรียนรู้เกษตรที่มุ่งเน้นให้ผู้เยี่ยมชมได้เรียนรู้และสัมผัสประสบการณ์การทำเกษตรอย่างแท้จริง ซึ่งก่อตั้งโดย ศิริวิมล กิตะพาณิชย์ เมื่อปี พ.ศ. 2551 โดยได้รับแรงบันดาลใจที่จะนำ “ศาสตร์พระราชา” มาใช้เพื่อพัฒนาชุมชนให้เข้มแข็งและยั่งยืน ซึ่งไร่รื่นรมย์มีพื้นที่ประมาณ 200 ไร่ ประกอบไปด้วยสวนผลไม้ แปลงผักปลอดสารพิษ ฟาร์มเลี้ยงสัตว์ และร้านอาหาร นอกจากนี้ไร่รื่นรมย์มีส่งเสริมการเรียนรู้จากการทดลองทำด้วยตนเอง และการเรียนรู้จากธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมรอบข้าง (ไร่รื่นรมย์, ที่มา <https://www.thai-tour.com/place/4413>, สืบค้นเมื่อวันที่ 29 มิถุนายน 2566)

จุดเด่น คือ เน้นการผลิตทางการเกษตรโดยไม่ใช้สารเคมีเทียม เช่น ปุ๋ยเคมีเทียม ยาฆ่าแมลง และสารเคมีอื่นๆ ในกระบวนการผลิต เน้นการใช้วิถีธรรมชาติในการดูแลและป้องกันโรค และศัตรูพืช ทำให้ผลผลิตนั้นปลอดภัยและยั่งยืนต่อสิ่งแวดล้อม

ตอนที่ 2 ผลการทำสื่อโมชันกราฟิกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ สรุปได้ดังนี้

1. สถานที่ท่องเที่ยวด้านสุขภาพประเภทธรรมะบำบัด - วัดร่องขุน



ภาพที่ 2 สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทโมชันกราฟิกสถานที่ท่องเที่ยวด้านสุขภาพ วัดร่องขุน

รูปที่ 2 สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทโมชันกราฟิกสถานที่ท่องเที่ยวด้านสุขภาพ วัดร่องขุน ใช้หลักองค์ประกอบศิลป์ ดังนี้

- 1. หลักการเอกภาพ** ใช้วิธีการสร้างด้วยการนำภาพเวกเตอร์มาจัดวาง โดยมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกันเป็นกลุ่มก้อน และแสดงออกให้เห็นถึงความพอดี
- 2. ดุลยภาพ** เวกเตอร์วัดมีความสมดุล ให้น้ำหนักสองข้างเท่ากันหรือเหมือนกัน
- 3. จุดเด่น** สร้างจุดสนใจโดยการจัดวางไว้ทั้งระยะหน้า ระยะกลาง เน้นจุดเด่นด้วยการสร้างเวกเตอร์วัดในตำแหน่งตรงกลางที่มีขนาดใหญ่
- 4. ความกลมกลืน** เป็นการใช้เส้นในลักษณะเดียวกัน ใช้สีที่อยู่ในวรรณะเดียวกัน
- 5. ความขัดแย้ง** สร้างเวกเตอร์ฐานหญ้าสีเขียวให้ตัดกับสีขาวของวัดเล็กน้อย ไม่กลืนเกินไป
- 6. ข้อความ** ใช้ข้อความน้อยแต่เน้นภาพ เสียง ให้มากที่สุด เนื่องจากผู้สูงอายุไม่สามารถจดจำสื่อนานมากนัก จึงเน้นให้เห็นภาพมากกว่าตัวหนังสือ
- 7. ตัวอักษร** ใช้ฟอนต์ FC Lamoon ขนาด 66 มีความทันสมัย และผู้สูงอายุสามารถอ่านออก
- 8. การบรรยายด้วยเสียง** โดยการใช้เทคนิคการพูดชักจูงให้น่าสนใจ ประกอบด้วยเสียงเพลงล้ามน่าเพื่อเพิ่มความน่าสนใจ

2. สถานที่ท่องเที่ยวด้านสุขภาพประเภทธรรมชาติ – วัดห้วยปลากั้ง



วัดห้วยปลากั้ง

วัดห้วยปลากั้ง ตั้งอยู่ในตำบลริมกก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย เริ่มก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2544 โดยคณะภริการวัดห้วยปลากั้งเพื่อให้เป็นสำนักสงฆ์ จนกระทั่งวันที่ 19 พฤศจิกายน พ.ศ. 2548 พระอาจารย์พุด ติสฺสวโร ได้เดินทางมาปฏิบัติธรรมและเริ่มมีการก่อสร้างวัดถาวรขึ้นตั้งแต่นั้นมา ทำการปฏิสังขรณ์ และจัดตั้ง โดยพระภิกษุธรรมะพัฒน์ ธีโร ในการก่อสร้าง 99 วัน โดยเมื่อวันที่ 24 กรกฎาคม พ.ศ. 2552 ทางสำนักงานพุทธศาสนาแห่งชาติ ได้ประกาศแต่งตั้งให้เป็นวัดโดยชื่อว่า "วัดห้วยปลากั้ง"

ปัจจุบันวัดห้วยปลากั้งถือเป็นวัดที่สำคัญแห่งหนึ่งของจังหวัดเชียงรายเป็นวัดที่มีนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติเดินทางมาปฏิบัติธรรมและปฏิบัติธรรมเป็นจำนวนมาก และยังมีความเชื่อกันว่าหากใครมาเยือนวัดแห่งนี้จะรู้สึกเหมือนได้ขึ้นสวรรค์

ความโดดเด่นของวัดห้วยปลากั้งคือ พุทธเจดีย์สูง 9 ชั้น ทรงกลม เป็นศิลปะจีนผสมล้านนาภายในพระพุทธรูปธรรมเจดีย์สูง 9 ชั้น มีพระพุทธรูปประดิษฐานประจำอยู่แต่ละชั้น ประกอบด้วย นอกจากนั้น บริเวณรอบๆ ยังมีพระธาตุประจำปีเกิดจำลองให้กราบสักการบูชา และองค์พระโพธิสัตว์เจ้าแม่กวนอิมปางพันโลก ขนาดความสูง 79 เมตรที่ประดิษฐานอยู่บนเนินเขาขนาดเล็ก สร้างขึ้นจากไม้ตะเคียนพระอาจารย์พุด อันเป็นประติมากรรมแบบจีนพระโพธิสัตว์เจ้าแม่กวนอิมขนาดใหญ่ที่สุดในประเทศไทย โดยภายในองค์พระโพธิสัตว์เจ้าแม่กวนอิมมีสิ่งศักดิ์สิทธิ์ 23 อัน ให้บิณฑบาตถวายสามารถขึ้นไปได้โดยจากชั้น 22-23 จะเป็นชั้นที่สามารถมองเห็นภูมิกันที่สวยงามของเชียงรายได้อย่างชัดเจน เชื่อกันว่าหากใครมาขอพรในเรื่องสุขภาพ การเงิน การงาน จะได้พรอันกลับ




พระภิกษุธรรมเจดีย์ ธีโร ธีโร
ที่มาภาพจาก <https://www.paiduyaykan.com/travel/>

ภาพที่ 3 สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทโมชันกราฟิกสถานที่ท่องเที่ยวด้านสุขภาพ วัดห้วยปลากั้ง

ภาพที่ 3 สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทโมชันกราฟิกสถานที่ท่องเที่ยวด้านสุขภาพ วัดห้วยปลากั้ง ใช้หลักองค์ประกอบศิลป์ ดังนี้

1. **หลักการเอกภาพ** ใช้วิธีการสร้างด้วยการนำภาพเว็ทเตอร์มาจัดวาง โดยมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกันเป็นกลุ่มก้อน และแสดงออกให้เห็นถึงความพอดี
2. **ดุลยภาพ** เว็ทเตอร์พุทธธรรมเจดีย์ และโบสถ์ขาวมีความสมดุล มีน้ำหนักสองข้างเท่ากันหรือเหมือนกัน
3. **จุดเด่น** สร้างจุดสนใจโดยเน้นจุดเด่น 2 ตำแหน่งด้วยการสร้างเว็ทเตอร์พุทธธรรมเจดีย์ และโบสถ์สีขาว
4. **ความกลมกลืน** ใช้สีวรรณะเย็น เพื่อให้ผู้รับชมมีความรู้สึกเย็น สงบ และสบายตา
5. **ความขัดแย้ง** ความขัดแย้งของสีของพุทธธรรมเจดีย์และสีของโบสถ์ เป็นสีตรงกันข้าม
6. **ข้อความ** ใช้ข้อความน้อยแต่เน้นภาพ เสียง ให้มากที่สุด เนื่องจากผู้สววยไม่สามารถจดจ่อได้นานมากนัก จึงเน้นให้เห็นภาพมากกว่าตัวหนังสือ
7. **ตัวอักษร** ใช้ฟอนต์ FC Lamoon ขนาด 66 มีความทันสมัย และผู้สววยสามารถอ่านออก
8. **การบรรยายด้วยเสียง** โดยการใช้เทคนิคการพูดชักจูงให้น่าสนใจ ประกอบด้วยเสียงเพลงล้านนาเพื่อเพิ่มความน่าสนใจ

2. สถานที่ท่องเที่ยวด้านสุขภาพประเภทธรรมชาติ – วัดร่องเสือเต้น



ภาพที่ 4 สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทโมชันกราฟิกสถานที่ท่องเที่ยวด้านสุขภาพ วัดร่องเสือเต้น

ภาพที่ 4 สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทโมชันกราฟิกสถานที่ท่องเที่ยวด้านสุขภาพ วัดร่องเสือเต้น
ใช้หลักองค์ประกอบศิลป์ ดังนี้

1. **หลักการเอกภาพ** ใช้วิธีการสร้างด้วยการนำภาพเวกเตอร์มาจัดวาง โดยมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกันเป็นกลุ่มก้อน และแสดงให้เห็นถึงความพอดี
2. **ดุลยภาพ** เวกเตอร์มีความสมดุล ให้การจัดวางต้นไม้ และวัดมีน้ำหนักสองข้างเท่ากันหรือเหมือนกัน
3. **จุดเด่น** สร้างจุดสนใจโดยการทำมุมมิติ เน้นจุดเด่นด้วยการสร้างเวกเตอร์วัดร่องเสือเต้น ในตำแหน่งตรงกลางที่มีขนาดใหญ่ ล้อมรอบด้วยต้นไม้ที่มีขนาดเล็กลงมาจากวัด
4. **ความกลมกลืน** ใช้สีวรรณะเย็น เพื่อให้ผู้รับชมมีความรู้สึกเย็น สงบ และสบายตา
5. **ความขัดแย้ง** ความขัดแย้งด้วยสีของต้นไม้ ประมาณสีมีความเข้มที่ต่างกัน
6. **ข้อความ** ใช้ข้อความน้อยแต่เน้นภาพ เสียง ให้มากที่สุด เนื่องจากผู้สูงวัยไม่สามารถจดจ่อได้นานมากนัก จึงเน้นให้เห็นภาพมากกว่าตัวหนังสือ
7. **ตัวอักษร** ใช้ฟอนต์ FC Lamoon ขนาด 66 มีความทันสมัย และผู้สูงอายุสามารถอ่านออก
8. **การบรรยายด้วยเสียง** โดยการใช้เทคนิคการพูดชักจูงให้น่าสนใจ ประกอบด้วยเสียงเพลงล้ำนาเพื่อเพิ่มความน่าสนใจ

4. สถานที่ท่องเที่ยวด้านสุขภาพประเภทสวนสวยบำบัด – สิงห์ปาร์ค



ภาพที่ 5 สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทโมชันกราฟิกสถานที่ท่องเที่ยวด้านสุขภาพ สิงห์ปาร์ค

ภาพที่ 5 สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทโมชันกราฟิกสถานที่ท่องเที่ยวด้านสุขภาพ สิงห์ปาร์ค ใช้หลักองค์ประกอบศิลป์ ดังนี้

1. **หลักการเอกภาพ** ไม่มีเอกภาพ เนื่องจากการจัดวางตำแหน่งการจัดกระจาย
2. **ดุลยภาพ** การเว้นระยะห่างพื้นที่ว่างมีความเหมาะสมกัน เกิดน้ำหนักการจัดวางภาพซ้ายขวาเท่ากัน
3. **จุดเด่น** สร้างจุดสนใจเน้นจุดเด่นด้วยการสร้างเว็ทเตอร์สิงห์ ในตำแหน่งตรงกลางที่มีขนาดใหญ่
4. **ความกลมกลืน** เป็นการใช้เส้นในลักษณะเดียวกัน ใช้สีที่อยู่ในวรรณะเดียวกัน
5. **ความขัดแย้ง** เป็นการนำสีตรงกันเข้ามาใช้ร่วมกัน
6. **ข้อความ** ใช้ข้อความน้อยแต่เน้นภาพ เสียง ให้มากที่สุด เนื่องจากผู้สูงวัยไม่สามารถจดจ่อได้นานมากนัก จึงเน้นให้เห็นภาพมากกว่าตัวหนังสือ
7. **ตัวอักษร** ใช้ฟอนต์ FC Lamoon ขนาด 66 มีความทันสมัย และผู้สูงอายุสามารถอ่านออก
8. **การบรรยายด้วยเสียง** โดยการใช้เทคนิคการพูดชักจูงให้น่าสนใจ ประกอบด้วยเสียงเพลง ล้วนมาเพื่อเพิ่มความน่าสนใจ

5. สถานที่ท่องเที่ยวด้านสุขภาพประเภทสวนสวยบำบัด - สวนรุกขชาติ แม่ฟ้าหลวง



ภาพที่ 6 สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทโมชันกราฟิกสถานที่ท่องเที่ยวด้านสุขภาพ พระตำหนักดอยตุง

ภาพที่ 6 สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทโมชันกราฟิกสถานที่ท่องเที่ยวด้านสุขภาพ พระตำหนักดอยตุง ใช้หลักองค์ประกอบศิลป์ ดังนี้

1. หลักการเอกภาพ การทับซ้อนคาบเกี่ยว เป็นการนำรูปร่างมาวางทับซ้อนกัน
2. ดุลยภาพ มีความสมดุลแบบสองข้างเท่ากัน
3. จุดเด่น จัดวางเวกเตอร์รูปปั้นไว้ตรงกลาง เพื่อให้เป็นส่วนที่สำคัญของภาพ
4. ความกลมกลืน กลมกลืนด้วยสี เนื่องจากใช้สีโทนมืด
5. ความขัดแย้ง ขัดแย้งด้วยสี สีของพุ่มไม้และดอกไม้เป็นสีตรงข้ามกัน
6. ข้อความ ใช้ข้อความน้อยแต่เน้นภาพ เสียง ให้มากที่สุด เนื่องจากผู้สูงวัยไม่สามารถจดจ่อได้นานมากนัก

จึงเน้นให้เห็นภาพมากกว่าตัวหนังสือ

7. ตัวอักษร ใช้ฟอนต์ FC Lamoon ขนาด 66 มีความทันสมัย และผู้สูงอายุสามารถอ่านออก
8. การบรรยายด้วยเสียง โดยการใช้เทคนิคการพูดชักจูงให้น่าสนใจ ประกอบด้วยเสียงเพลงล้านนาเพื่อเพิ่มความน่าสนใจ

6. สถานที่ท่องเที่ยวด้านสุขภาพประเภทสวนสวยบำบัด - ไร่รื่นรมย์



ไร่รื่นรมย์

จุดเริ่มต้นของ ไร่รื่นรมย์ เกิดขึ้นจากความตั้งใจของ เปิ้ล ศิริวันล กิตะพาณิชย์ อดีตนักเรียนนิเทศศาสตร์ จากมหาวิทยาลัยเมลเบิร์น ประเทศออสเตรเลีย ที่ครอบครัวทำธุรกิจขนส่งสวนรถยนต์อยู่ในเมืองกรุง แต่ตัดสินใจที่จะลุกขึ้นมาปรับปรุงพื้นที่กว่า 200 ไร่ที่จังหวัดเชียงราย เพื่อทำธุรกิจเกษตรเพื่อสังคม เปิ้ลเริ่มต้นใส่ใจอยากพัฒนาชุมชนผ่านทางธุรกิจ ยึดมั่นในการทำธุรกิจเพื่อสังคม เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อทุกฝ่าย ตั้งแต่ผู้ปลูก ผู้บริโภค และระบบนิเวศโดยรวม เปิ้ลเลือกที่จะไม่เดินเพียงลำพัง แต่เลือกที่จะสร้างรากฐานที่มั่นคงในการ พัฒนากับงาน เปิดโอกาสให้ทุกคนมีส่วนร่วม และสร้างบรรยากาศให้ทีมงานอยากพัฒนาตัวเอง เหมือนกับเป็นการระเบิดจากภายใน ที่ทำให้พวกเขารู้สึกอยากพัฒนาตัวเอง ให้เขารู้สึกว่ากำลังทำสิ่งที่มีความหมายในชีวิต



ไร่รื่นรมย์
ไร่รื่นรมย์ เชียงราย <http://www.rairanromy.com/>

ภาพที่ 7 สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทโมชันกราฟิกสถานที่ท่องเที่ยวด้านสุขภาพ ไร่รื่นรมย์

ภาพที่ 7 สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทโมชันกราฟิกสถานที่ท่องเที่ยวด้านสุขภาพ ไร่รื่นรมย์ ใช้หลักองค์ประกอบศิลป์ ดังนี้

1. **หลักการเอกภาพ** การทับซ้อนหลายชั้นเรียงลำดับ ทำให้เกิดมิติ มีระยะใกล้ ไกล ตื้นลึก
2. **ดุลยภาพ** สมดุลแบบสองข้างไม่เท่ากันจัดวางที่ไม่เท่ากันหรือไม่เหมือนกันทั้งสองข้าง แต่มองดูแล้วให้ความรู้สึกราวเท่ากัน
3. **จุดเด่น** เน้นจุดเด่นด้วยขนาด ใหญ่ไปเล็ก เรียงลำดับ
4. **ความกลมกลืน** กลมกลืนด้วยรูปร่าง รูปทรงที่มีลักษณะเหมือนกัน มาจัดวางรวมกัน
5. **ความขัดแย้ง** เป็นการนำรูปร่าง รูปทรง ที่มีลักษณะไม่เหมือนกันหรือลักษณะไม่ใกล้เคียงกันมาจัดรวมกัน
6. **ข้อความ** ใช้ข้อความน้อยแต่นั่นภาพ เสียง ให้มากที่สุด เนื่องจากผู้สูงวัยไม่สามารถจดจ่อสื่ได้นานมากนัก จึงเน้นให้เห็นภาพมากกว่าตัวหนังสือ
7. **ตัวอักษร** ใช้ฟอนต์ FC Lamoon ขนาด 66 มีความทันสมัย และผู้สูงอายุนสามารถอ่านออก
8. **การบรรยายด้วยเสียง** โดยการใช้เทคนิคการพูดชักจูงให้น่าสนใจ ประกอบด้วยเสียงเพลง ล้วนมาเพื่อเพิ่มความน่าสนใจ

ตอนที่ 3 ผลการประเมินความพึงพอใจสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทโมชันกราฟิกสถานที่ท่องเที่ยวด้านสุขภาพ

ผู้วิจัยทำการประเมินความพึงพอใจสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทโมชันกราฟิกสถานที่ท่องเที่ยวด้านสุขภาพโดยให้นักท่องเที่ยวและบุคคลทั่วไปช่วงอายุตั้งแต่ 60 – 75 ปี จำนวน 50 คน ตอบแบบสอบถามออนไลน์ โดยเลือกตอบระดับความพึงพอใจซึ่งใช้เกณฑ์ 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด มีการแปลความหมายของค่าคะแนนเฉลี่ยดังนี้

4.50 - 5.00	หมายถึง	มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด
3.50 - 4.49	หมายถึง	มีระดับความพึงพอใจมาก
2.50 - 3.49	หมายถึง	มีระดับความพึงพอใจปานกลาง
1.50 - 2.49	หมายถึง	มีระดับความพึงพอใจน้อย
1.00 - 1.49	หมายถึง	มีระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

ตารางที่ 1 ผลการประเมินความพึงพอใจสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทโมชันกราฟิกสถานที่ท่องเที่ยวด้านสุขภาพ

ลำดับ	เกณฑ์การประเมิน		S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1	เนื้อหาที่สื่อสารด้วยภาษาที่ชัดเจนและเข้าใจง่าย	4.70	0.46	มากที่สุด
2	กราฟิกดีไซน์ที่สดใสและขนาดอักษรที่เหมาะสม	4.54	0.50	มากที่สุด
3	การนำเสนอมีการเคลื่อนไหวที่ความน่าสนใจ	4.40	0.49	มาก
4	ข้อมูลที่นำเสนอมีความถูกต้อง และกระชับ	4.38	0.64	มาก
5	ภาพกับเสียงบรรยายมีความสอดคล้องกัน	4.36	0.69	มาก
6	การวางภาพและข้อความในรูปแบบสบายตา	4.28	0.76	มาก
7	เสียงดนตรีที่ใช้ประกอบมีความน่าสนใจ	4.16	0.68	มาก
8	ภาพเว็ทเตอร์สื่อถึงสถานที่จริงและสวยงาม	4.14	0.73	มาก
9	เวลาที่นำเสนอแต่ละสถานที่ไม่เกิน 60 วินาที	4.06	0.36	มาก
10	จำนวนสถานที่ที่นำเสนอประชาสัมพันธ์	3.94	0.98	มาก
ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ		4.30	0.69	มาก

จากตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลผลการประเมินความพึงพอใจสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทโมชันกราฟิกสถานที่ท่องเที่ยวด้านสุขภาพ พบว่า มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.30$, S.D. = 0.69) เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจกับสื่อประชาสัมพันธ์ในระดับมากที่สุด สองประเด็นคือ (1) เนื้อหาที่สื่อสารด้วยภาษาที่ชัดเจนและเข้าใจง่าย ($\bar{x} = 4.70$, S.D. = 0.85) และ (2) กราฟิกดีไซน์ที่สดใสและขนาดอักษรที่เหมาะสม ($\bar{x} = 4.54$, S.D. = 0.50) และผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจกับสื่อประชาสัมพันธ์ในระดับมาก ดังประเด็นต่อไปนี้ การนำเสนอมีการเคลื่อนไหวที่ความน่าสนใจ

($\bar{x}$ = 4.40, S.D. = 0.19), ข้อมูลที่นำเสนอมีความถูกต้อง และกระชับ ($\bar{x}$ = 4.38, S.D. = 0.64), ภาพกับเสียงบรรยายมีความสอดคล้องกัน ($\bar{x}$ = 4.36, S.D. = 0.69), การวางภาพและข้อความในรูปแบบสบายตา ($\bar{x}$ = 4.28, S.D. = 0.76), เสียงดนตรีที่ใช้ประกอบมีความน่าสนใจ ($\bar{x}$ = 4.16, S.D. = 0.68), ภาพเว็ทเตอร์สื่อถึงสถานที่จริงและสวยงาม ($\bar{x}$ = 4.14, S.D. = 0.73), เวลาที่นำเสนอแต่ละสถานที่ไม่เกิน 60 วินาที ($\bar{x}$ = 4.06, S.D. = 0.36) และจำนวนสถานที่ที่นำเสนอประชาสัมพันธ์ ($\bar{x}$ = 3.94, S.D. = 0.98) ตามลำดับ

ประเด็นความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะ

1. แม้จะมีเสียงช่วยบรรยาย แต่ด้านเวลาที่น่าสนใจแต่ละสถานที่ไม่เกิน 60 วินาทีนั้นน้อยเกินไป ผู้ตอบแบบสอบถามบางคนไม่สามารถอ่านหรือดูภาพที่นำได้ทัน
2. ผู้ตอบแบบสอบถามบางคนต้องการหยุดชมสถานที่ท่องเที่ยว หรือต้องการให้สื่อประชาสัมพันธ์สามารถย้อนกลับไปดูสถานที่ก่อนหน้านี้ โดยไม่ต้องกดปุ่มหยุดเล่น
3. จำนวนสถานที่ท่องเที่ยวด้านสุขภาพที่น่าสนใจประชาสัมพันธ์มีน้อย ผู้ตอบแบบสอบถามเมื่อเข้ารับชมเกิดความสนใจต้องการให้มีสถานที่เพิ่มขึ้น

อภิปรายผล

ผลการศึกษาพบว่า ประชากรโลกเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุซึ่งค่าเฉลี่ยจำนวนผู้สูงอายุจะเพิ่มขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลของกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาที่แสดงอัตราการนักท่องเที่ยวสูงอายุต่างชาติที่คิดเป็นสัดส่วนถึง 12.1 และจะมีอัตราการขยายตัวที่สูงขึ้นในแต่ละปี ซึ่งข้อมูลดังกล่าวยังสอดคล้องกับงานวิจัยของสุพัตรา จันทะศิริ และคณะ เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุจังหวัดอุบลราชธานี ที่พบว่า ผู้สูงอายุในช่วงอายุ 65 ปีที่มีสุขภาพแข็งแรงจะมีรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวเป็นครอบครัว โดยมีรายได้ของผู้สูงอายุเป็นส่วนหนึ่งในการตัดสินใจเดินทางไปสถานที่ท่องเที่ยวที่ต้องการ นอกจากนี้งานวิจัยของกฤตชนพัชร์ บุญช่วย เรื่อง แนวทางการพัฒนากิจกรรมนันทนาการและการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรสาคร ทำให้พบว่า กิจกรรมนันทนาการสามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุได้ ซึ่งสามารถเป็นส่วนหนึ่งในการตัดสินใจเลือกไปยังสถานที่ท่องเที่ยววัน

ดังนั้น การรับมือต่อรูปแบบการท่องเที่ยวในอนาคตจำเป็นต้องมีสื่อประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมกับกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุ การพัฒนาสื่อการท่องเที่ยวที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุต้องมียุทธศาสตร์ประกอบของ (1) เนื้อหาที่สื่อสารด้วยภาษาที่ชัดเจนและเข้าใจง่าย และ (2) ด้านกราฟิกดีไซน์ที่สดใสและขนาดอักษรที่เหมาะสม โดยประเด็นหลักทั้งสองได้มาจากการประเมินความพึงพอใจของสื่อโฆษณาส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านสุขภาพจากกลุ่มผู้สูงอายุ ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือวิจัย คือ การพัฒนาสื่อโฆษณากราฟิกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ และให้ผู้สูงอายุทำการใช้งานและดูสื่อที่ผลิตขึ้น จากการคัดเลือกและแสดงความคิดเห็นจากกลุ่มเป้าหมาย โดยได้เลือกสถานที่ท่องเที่ยวด้านสุขภาพในสองประเภท

คือ (1) ประเภทธรรมะบำบัด คือ วัดร่องขุ่น วัดร่องเสือเต้น และวัดห้วยปลากั้ง (2) ประเภทสวนสวยบำบัด คือ พระตำหนักดอยตุง สิงห์ปาร์ค และไร่รื่นรมย์ เมื่อพิจารณาถึงข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 6 สถานที่ พบว่าแหล่งท่องเที่ยว คือ วัดร่องขุ่น วัดร่องเสือเต้น วัดห้วยปลากั้ง พระตำหนักดอยตุง สิงห์ปาร์ค และไร่รื่นรมย์ ถูกเลือกจากผู้สูงอายุเป็นจำนวนมากซึ่งสถานที่ดังกล่าวมีการประชาสัมพันธ์จากหน่วยงานของรัฐ และเอกชนผ่านสื่อออนไลน์ต่างๆ ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางการวิจัยของธามม วงศ์สรรคกร ในงานวิจัยเรื่อง การรับรู้ประโยชน์ ทักษะ และพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ของผู้สูงอายุ ในประเด็นทั้ง 3 ข้อ คือ (1) การรับรู้ประโยชน์การใช้สื่อออนไลน์ (2) ทักษะการใช้สื่อออนไลน์ และ (3) ด้านพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์สำหรับผู้สูงอายุ ซึ่งมีการแชร์ข้อมูลเป็นประโยชน์ต่อเพื่อน และสื่อออนไลน์ต้องสร้างความสัมพันธ์ที่ดีจากเพื่อนสู่เพื่อน จึงทำให้ข้อมูลนั้นสามารถแพร่กระจายในกลุ่มผู้สูงอายุได้รวดเร็ว

การพัฒนาสื่อโมชันกราฟิกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ ที่ได้พัฒนาขึ้นมาและทดลองใช้งาน ซึ่งผลประเมินความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ประกอบด้วย 10 ประเด็น คือ (1) เนื้อหาที่สื่อสารด้วยภาษาที่ชัดเจนและเข้าใจง่าย, (2) กราฟิกดีไซน์ที่สดใสและขนาดอักษรที่เหมาะสม, (3) การนำเสนอมีการเคลื่อนไหวที่ความน่าสนใจ, (4) ข้อมูลที่นำเสนอมีความถูกต้อง และกระชับ, (5) ภาพกับเสียงบรรยายมีความสอดคล้องกัน, (6) การวางภาพและข้อความในรูปแบบสบายตา, (7) เสียงดนตรีที่ใช้ประกอบมีความน่าสนใจ, (8) ภาพเว็ทเตอร์สื่อถึงสถานที่จริงและสวยงาม, (9) เวลาที่นำเสนอแต่ละสถานที่ไม่เกิน 60 วินาที และ (10) จำนวนสถานที่ที่นำเสนอประชาสัมพันธ์ โดยทั้ง 10 ข้อได้เรียงลำดับตามผลความพึงพอใจ โดยผลของงานวิจัยได้สอดคล้องกับงานของศิริภรณ์ บุญประกอบ เรื่อง การพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อแอนิเมชัน 3 มิติ เรื่องการเลี้ยงกวางเชิงพาณิชย์เพื่อรองรับธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร 4.0 และของจักรกฤษ ใจรัศมี เรื่อง ผลการใช้สื่อดิจิทัลโดยใช้อัตลักษณ์ชุมชนเป็นฐานเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนบ้านเทนมีย์ จังหวัดสุรินทร์ ที่พบว่าสื่อแอนิเมชันหรือสื่อที่มีความเคลื่อนไหวมีผลต่อการประชาสัมพันธ์ เนื่องจากความแปลกใหม่และสร้างความน่าติดตามได้ง่าย โดยได้รับระดับความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก เช่นกัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. สามารถนำไปเผยแพร่ให้ผู้คนได้รู้จักกับสถานที่ท่องเที่ยวด้านสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุในจังหวัดเชียงราย
2. เพื่อเป็นแนวทางในการเริ่มศึกษาการทำโมชันกราฟิกแก่ผู้สนใจ

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

การแนะนำของผู้ตอบแบบสอบถามใน 2 ประเด็น คือ (1) ด้านเวลาที่นำเสนอแต่ละสถานที่ไม่เกิน 60 วินาที ควรปรับให้มีระยะเวลาที่นานขึ้นอีก 30 วินาที หรือสามารถให้ผู้ใช้งานเลือกหยุดชมได้เอง เพื่อให้ผู้สูงอายุพิจารณาโดยไม่ต้องฟังเอฟเฟกต์ของแต่ละภาพที่นำเสนอที่ปรับเปลี่ยนเองอัตโนมัติ และ (2) ควร

เพิ่มจำนวนสถานที่ท่องเที่ยวด้านสุขภาพที่นำเสนอประชาสัมพันธ์ให้อยู่ในช่วง 8 – 10 ภาพ จึงจะเหมาะสมและคุ้มค่าต่อการประชาสัมพันธ์

เอกสารอ้างอิง

- Department of Elderly Affairs. (M.P.P.). Strategy of the Department of Elderly Affairs, 20 years 2018-2037. Retrieved from https://www.dop.go.th/download/knowledge/th1539326153-138_0.pdf
- Phon-ngam, Phatthira (2018). "Promoting the quality of life of the elderly in Loei Province," *Journal of Demography*: Vol. 34: Iss. 2, Article 4.
- Huai Sai W., & Chusuthon S. (2023). Predictive Factors for Quality of Life of Elderly in the Bang Nok Kwak Elderly Club, Bang Khon Tee District, Samut Songkhram Province elderly Bang Nok Khawaek Subdistrict, Bang Khonthi District, Samut Songkhram Province. *Journal of Health Science - Journal of Public Health*, 32(1), 63–72.
- Chantanasir, . S. ., Chamnanprai , J. ., Kaewnin , T. ., Hirankasi, K. ., & Chuaynakul, E. . (2023). Factors Influencing Senior Citizens' Travel Choices Ubon Ratchathani Province. *Journal of Educational Management and Research Innovation*, 5(3), 555–564.
- Suetrong, N., & Rangsimanop, P., (2023). Motivational factors influencing the satisfaction of Thai elderly in participating in health tourism activities: A case study of Mueang District, Khon Kaen Province. *Thai International Tourism Academic Journal*, 19(1), 133-151.
- Kaewkobsaba, S., & Uthaihoem, D. (2023). Using the Service Quality Model for Health Tourism Entrepreneurs to Support Completed-Aged Society. *Journal of Social Sciences in Measurement Evaluation Statistics and Research*, 4(1), 13–24.
- Boonchuay, K. (2022). Guidelines Developing Recreation Activity And Tourism Of The Elderly In Samut Sakhon Province. *Academic Journal of Thailand National Sports University*, 14(3), 71–82.
- Wongsawankakorn, T., Charoenwiriaykul, C., & Somjai, A. (2023). Perceived Benefit, Attitudes, and Online Media usage Behaviors of the Elderly. *SSRU Journal of Public Administration*, 6(1), 168–179.

Bunprakob, S. ., & Pratumtone, K. . (2023). The Development of Print and 3D Animation Media Entitled Commercial Deer Farming to Support Agro-tourism 4.0 Business for Chinese Speaking. Journal Of Southern Technology, 16(1), 99–110.

Jairassamee, J. , & Yasaka,P., & Kamtal, J, & Senapru, P. (2022). The Effect of Using Digital Media via Community's Identity for Cultural Tourism Public Relations at Thenmee Community in Surin Province. Arts and Culture Journal of the Lower Moon River Vol. 11 (1), 1-15.

Sutthikhun, P, & Lertgrai, P. & Meeplat, N. (2022). The Digital Media Management Model for Community Based Tourism. Journal of Human Society, Vol. 12 (2), 1-18.

Sutakot, W., & Phirasant, J. (2023). The Development of Digital Advertising Model for Community Tourism Nakhon Phanom Province (Doctoral dissertation, Naresuan University).



นางสาวณัฐวราภรณ์ เกตุกัน

วุฒิการศึกษา : ระดับปริญญาตรี

ปัจจุบันดำรงตำแหน่ง : นักศึกษาสาขากราฟิกดีไซน์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย



นายเศรษฐชัย ใจฮึก

วุฒิการศึกษา : ระดับปริญญาเอก

ปัจจุบันดำรงตำแหน่ง : อาจารย์โปรแกรมกราฟิกดีไซน์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย



นายคมกฤษ จิระบุตร

วุฒิการศึกษา : ระดับปริญญาโท

ปัจจุบันดำรงตำแหน่ง : อาจารย์โปรแกรมกราฟิกดีไซน์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย