บทที่ 2
ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง การพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ นี้ ผู้ศึกษาได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อ เป็นข้อมูลสำหรับความเข้าใจเรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และการออกแบบเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งสรุปสาระสำคัญโดยแบ่งเป็นหัวข้อ ดังนี้

2.1 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco-Tourism)

- 2.1.1 ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
- 2.1.2 ประวัติความเป็นมาของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน
- 2.1.3 แนวคิดของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
- 2.1.4 องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

2.2 การออกแบบ (Design)

- 2.2.1 ความหมายของการออกแบบ
- 2.2.2 จิตวิทยาการรับรู้เพื่อการออกแบบ
- 2.2.3 หลักการออกแบบ
- 2.2.4 หลักการออกแบบกราฟิก
- 2.2.5 การสื่อความหมายในการออกแบบ

2.3 แนวคิดการออกแบบเว็บไซต์

- 2.3.1 องค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญในการออกแบบเว็บไซต์ที่ดี
- 2.3.2 ขั้นตอนในการออกแบบเว็บไซต์
- 2.3.3 ลักษณะการออกแบบหน้าตาของเว็บไซต์ (Interface Design)
- 2.3.4 ส่วนประกอบของหน้าเว็บไซต์
- 2.3.5 การจัดองค์ประกอบของภาพ
- 2.3.6 เทคนิคการจัดองค์ประกอบ
- 2.3.7 เทคนิคที่ใช้ในงานออกแบบ

2.4 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.5 กรอบแนวคิดของการศึกษา

2.1 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco-Tourism)

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนที่มุ่งเน้นการจัดการรักษาสิ่งแวดล้อมเป็นสำคัญ และกำลังเป็นที่นิยมกันอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน เพราะถือเป็นการท่องเที่ยวทางเลือกใหม่ที่ก่อให้เกิดความสมดุลแห่งกระแสการพัฒนาการท่องเที่ยวและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวควบคู่กันไป จึงสมควรอย่างยิ่งที่จะต้องช่วยกันสนับสนุนการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ก่อประโยชน์สูงสุดแก่ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องทั้งในปัจจุบันและอนาคต

"การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ" มาจากคำ ภาษาอังกฤษว่า "Eco-Tourism" ซึ่งเป็นคำผสมกันระหว่างคำว่า Ecology หรือนิเวศวิทยา กับคำว่า Tourism หรือ การท่องเที่ยว (อุดม เชยกีวงศ์, 2458: 81)

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศอาจจะมีชื่อเรียกแตกต่างกันไปตามการบัญญัติของนักวิชาการท่องเที่ยว เช่น Eco-Tourism, Green Tourism, Environment-friendly Tourism, Environment Pilgrimage, Ethical Tourism, Responsible Tourism, Nature-Oriented Tourism, Bio Tourism เป็นต้น แต่ที่ใช้กันอย่างแพร่หลายที่สุดก็คือ Eco-Tourism หรือใช้ชื่อเลียนภาษาไทยตามบัญญัติศัพท์ของราชบัณฑิตยสถานว่า "การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ" หรือ "นิเวศทัศนาจร" (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2542: 401)

2.1.1 ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism) ที่มุ่งให้เกิดการดูแลสิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยว จึงมีผู้รู้กำหนดความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศขึ้นมากมาย ดังตัวอย่างได้ดังต่อไปนี้ Boo ผู้คลุกคลีกับงานวิจัยการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในลาตินอเมริกาและหมู่เกาะคาริเบียน ได้ให้ความหมายไว้ว่า "การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมายถึง การท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่เอื้อประโยชน์ต่อการอนุรักษ์อันเนื่องมาจากการมีรายได้สำหรับการดูแลพื้นที่ การสร้างงานให้ชุมชนท้องถิ่น" (Boo, 1991: 401)

Lascurain แห่งสหภาพสากลว่าด้วยการอนุรักษ์ (International Union for the Conservation of Nation and Nation Resources หรือ IUCN) ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศไว้ว่า "การท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางไปยังแหล่งธรรมชาติ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อชื่นชม ศึกษาเรียนรู้ และเพลิดเพลินกับทัศนียภาพ พืชพรรณ และสัตว์ป่า รวมทั้งลักษณะทางวัฒนธรรมที่ปรากฏในแหล่งธรรมชาติเหล่านั้น" (Lascurain, 1998: 213)

ประเทศออสเตรเลียได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศไว้ว่า "การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมายถึง การท่องเที่ยวธรรมชาติที่ครอบคลุมถึงสาระด้านการศึกษา การเข้าใจธรรมชาติ

สิ่งแวดล้อม และมีการจัดการเพื่อรักษาระบบนิเวศให้ยั่งยืน" (The Commonwealth Department of Tourism, 2540: 345)

องค์กรเอกชนที่มีบทบาทโดยตรงเกี่ยวกับการศึกษาวางแผนและเผยแพร่ความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศไว้ว่า "การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อแหล่งธรรมชาติ ซึ่งจะช่วยอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและปรับปรุงชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนในท้องถิ่นให้ดีขึ้น" (The EcotourismSociety, 1993: 402)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศไว้ว่า "การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมายถึง การท่องเที่ยวที่เข้าไปสัมผัสธรรมชาติซึ่งต้องการ ให้ความรู้ทางนิเวศวิทยาจากผู้มีความรู้ในเรื่องนั้น อย่างแท้จริง เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความรู้เพิ่มขึ้น ทั้งนี้ความหมายยังได้รวมถึงสภาพทางวัฒนธรรม วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่น ความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะที่ต้องได้รับการรักษาไว้" (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2538: 64)

จากความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ผู้รู้ทั้งหลายได้กำหนดขึ้นดังกล่าวมาแล้วข้างต้นทำให้สามารถสรุปความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco-tourism) ได้ว่า "การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ โดยมีการให้ความรู้แก่ผู้เกี่ยวข้อง และให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการ เพื่อก่อให้เกิดผลประโยชน์แก่ชุมชนท้องถิ่น และสร้างจิตสำนึกให้ทุกฝ่ายร่วมกันรับผิดชอบต่อระบบนิเวศอย่างยั่งยืน"

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ประการ คือ (1) การท่องเที่ยวธรรมชาติ (2) การศึกษาและเข้าใจธรรมชาติสิ่งแวดล้อม (3) การไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมหรือการอนุรักษ์ระบบนิเวศ (4) การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น (แผนแม่บทการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ, 2540 อ้างในมูลนิธิโลกสีเขียว, 2540-41: 345)

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศนั้น อาจกล่าวในอีกลักษณะหนึ่งว่า เป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ เพื่อประสานการท่องเที่ยวกับความพอใจในการเรียนรู้ และสัมผัสกับระบบนิเวศ ซึ่งมีความแตกต่างอย่างชัดเจนกับความสนใจในประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม อันเป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) ไม่ว่าจะมีการคาบเกี่ยวกันในเชิงพื้นที่ก็ตาม เว้นแต่จะรวมเอาลักษณะวัฒนธรรมที่มีวิถีชีวิตแบบธรรมชาติเข้าเป็นส่วนหนึ่งในระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาตินั้น ในทำนองเดียวกับการท่องเที่ยวธรรมชาติ (Natural Tourism) ก็ไม่ใช่การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทั้งหมด ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวและการจัดการท่องเที่ยวนั้นๆ ด้วย การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จึงถือว่าเป็นแนวทางหรือวิถีทางหนึ่งที่พยายามจะก้าวไปสู่เป้าหมายสำคัญ คือ การพัฒนาที่ยั่งยืน การท่องเที่ยวเชิงนิเวศจึงมีองค์ประกอบที่สำคัญที่ควร

พิจารณา 3 ประการ คือ การสร้างจิตสำนึกเกี่ยวกับการอนุรักษ์ธรรมชาติ และ สิ่งแวดล้อม ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นและการกระจายรายได้ (กุลวรา สุวรรณพิมล, 2548: 40)

2.1.2 ประวัติความเป็นมาของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

การศึกษาประวัติความเป็นมาของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

1) การท่องเที่ยวระดับสากล

2) การท่องเที่ยวในประเทศไทย

ในเรื่องของการท่องเที่ยวนั้นกล่าวได้ว่า ยุคแรก เป็นการท่องเที่ยวของเจ้าขุนมูลนาย โดยมีประวัติศาสตร์จารึกไว้ตั้งแต่ก่อนคริสต์ศักราช ต่อมาในช่วงปลายของยุคแรกเป็นการท่องเที่ยวเพื่อแสวงบุญและเพื่อความเพลิดเพลิน ในช่วงปฏิวัติอุตสาหกรรมในปลายคริสต์ศตวรรษที่ 18 ได้มีการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาเกิดขึ้น นำไปสู่การท่องเที่ยวในยุคกลางช่วงหลังการปฏิวัติอุตสาหกรรม มี 10 กิจกรรมท่องเที่ยวของคนรวย เรียกว่า การท่องเที่ยวเชิงมวลชน เป็นการท่องเที่ยวพักผ่อนเพื่อคลายเครียด ต่อมาการท่องเที่ยวเพื่อมวลชนต้องหยุดชะงักลง เนื่องจากเกิดสงครามโลกครั้งที่ 2 หลังจากการฟื้นตัวด้านการท่องเที่ยว หลังจากสงครามโลกก็ได้เข้าสู่ การท่องเที่ยวในยุคปัจจุบัน ในประเทศไทยเมื่อประมาณ 50 กว่าปีที่ผ่านมา เป็นการท่องเที่ยวแบบประเพณี ในยุคนี้สร้างความเสื่อมโทรมต่อสิ่งแวดล้อมและมีการเปลี่ยนแปลงด้านการท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว ด้วยเหตุนี้จึงมีกระแสด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง นำไปสู่การก่อตั้งองค์กรต่างๆ เกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม จากกระแสดังกล่าวเป็นเป็นสาเหตุให้มีการบัญญัติศัพท์คำว่า "การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ" ไว้ในราชบัณฑิตยสถานตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2542: 8)

ประวัติและวิวัฒนาการการท่องเที่ยวนับตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน อธิบายละเอียดของแต่ละยุคได้ดังต่อไปนี้

1) การท่องเที่ยวระดับสากล แบ่งออกเป็น 3 ยุค ดังนี้

ก) การท่องเที่ยวของโลกยุคแรก ประมาณช่วง 3,000 ปีก่อนคริสต์ศักราช จนถึงก่อนปฏิวัติอุตสาหกรรมในปลายคริสต์ศตวรรษที่ 18 จากประวัติศาสตร์มีจารึกภาพการเดินทางที่ผนังวิหารดิอิท แอล บาฮารี ที่เมืองลักซอร์ เมื่อครั้งที่พระนางฮัทเชปสุทแห่งประเทศอียิปต์ได้แปรพระราชฐานโดยทางเรือเพื่อไปพักผ่อนยังดินแดนปุนท์ ประเทศโซมาเลีย ต่อมาเมื่อประมาณ 850 ปีก่อนคริสต์ศักราช นักปราชญ์ชาวกรีกชื่อไฮเมอร์ (Himer) นักท่องเที่ยวคนสำคัญอีกคนหนึ่งของโลก ได้เขียนบทกวีในหนังสือชื่อ Travelogue ได้บันทึกเรื่องราวเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ซึ่งถือว่าเป็นเอกสารฉบับแรกของโลกที่ได้บันทึกเรื่องราวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเอาไว้

การท่องเที่ยวในปลายยุคแรกประมาณคริสต์ศตวรรษที่ 14 เป็นการออกเดินทางของคริสต์ศาสนิกชนเพื่อแสวงบุญ ถึงแม้จะเป็นการเดินทางเพื่อแสวงบุญ แต่นักเดินทางก็ได้มีการพักผ่อนท่องเที่ยวเพื่อความเพลิดเพลินไปด้วย ต่อมาในคริสต์ศตวรรษที่ 17 มีการเดินทางของนักศึกษาและนักวิชาการ เพื่อแสวงหาประสบการณ์ทางการศึกษาและความเพลิดเพลิน เรียกว่า "แกรนด์ทัวร์" (Grand Tour) แหล่งท่องเที่ยวยุคแรกส่วนใหญ่เป็นโบราณสถานที่สำคัญ ต่อมาเริ่มหันมาสนใจแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ตลอดจนแหล่งน้ำแร่ น้ำพุร้อน จัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและต่อมากลายเป็นการท่องเที่ยวเพื่อความเพลิดเพลิน

ข) การท่องเที่ยวของโลกยุคกลาง คือ ช่วงหลังการปฏิวัติอุตสาหกรรมจนถึงสงครามโลกครั้งที่ 2 เกิดพัฒนาการจากกิจกรรมการท่องเที่ยวของคนรวยไปสู่การท่องเที่ยวเชิงมวลชน (Mass Tourism) ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวพักผ่อนเพื่อคลายเครียดของประชาชนทั่วไปเนื่องจากในยุคการปฏิวัติอุตสาหกรรม มีการเปลี่ยนแปลงจากสังคมเกษตรกรรมมาสู่สังคมอุตสาหกรรม ทำให้เศรษฐกิจขยายตัวอย่างรวดเร็ว ประชาชนมีรายได้สูงขึ้น มีวันเวลาทำงานที่แน่นอน จึงมีทั้งเงินและเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนคลายเครียด จึงทำให้การท่องเที่ยวสมัยนั้นขยายตัวขึ้นเป็นลำดับการท่องเที่ยวเชิงมวลชนหยุดชะงักลงในปี ค.ศ. 1978 เนื่องจากมีสงครามปฏิวัติในฝรั่งเศส จนกระทั่งปี ค.ศ. 1814 เป็นต้นมา การท่องเที่ยวในภาคพื้นทวีปยุโรปจึงเริ่มฟื้นตัวขึ้นใหม่อีกครั้ง

ค) การท่องเที่ยวของโลกยุคปัจจุบัน คือ ช่วงระหว่างหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 จนถึงปัจจุบัน ประมาณ 50 กว่าปีมานี่เองเป็นยุคการท่องเที่ยวที่เจริญก้าวหน้ามากที่สุดและขยายตัวอย่างรวดเร็วจนกลายเป็นกิจกรรมของทุกชนชั้นในโลก อีกทั้งกลายเป็นอุตสาหกรรมที่ใหญ่ที่สุดในโลกด้วย

การท่องเที่ยวยุคปัจจุบันเป็นการท่องเที่ยวแบบประเพณีนิยม (Conventional Tourism) ได้ก่อผลกระทบด้านลบต่อทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม ทำให้สิ่งแวดล้อมถูกทำลายและเสื่อมโทรมลงอย่างมาก จนกระทั่งประมาณปี ค.ศ. 1972 เกิดการเปลี่ยนแปลงแนวคิดการท่องเที่ยว เกิดกระแสความคิดที่จะปรับกระบวนการและวิสัยทัศน์ของการท่องเที่ยวเสียใหม่ โดยมีแนวโน้ม 2 ประการคือ แนวโน้มเรื่องการอนุรักษ์ และ แนวโน้มเรื่องการท่องเที่ยว

จากแนวโน้มทั้ง 2 ประการดังกล่าวส่งผลให้เกิดกระแสเรียกร้องการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง ก่อให้เกิดกระแสสำคัญ 2 ประการขึ้นพร้อมกัน คือ กระแสความต้องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ทรัพยากรสิ่งแวดล้อม และกระแสความต้องการเสนอขายการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ โดยกระแสดังกล่าวนี้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงแนวคิดการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยว จึงเป็นสาเหตุสำคัญให้เกิดการจัดการประชุมสหประชาชาติว่าด้วยสิ่งแวดล้อมและ

สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ
วันที่ 10 ก.ย. 2555
เลขทะเบียน 218319
เลขเรียกหนังสือ

สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ ห้องสมุดงานวิจัย

การพัฒนา (The United Nations Conference on Environment and Development) หรือเรียกว่า การประชุม Earth Summit ขึ้นที่กรุงริโอ เดอ จาเนโร ประเทศบราซิล เมื่อเดือนมิถุนายน ค.ศ. 1992 ผลการประชุมก่อให้เกิดรูปแบบการท่องเที่ยวใหม่ขึ้นที่จะนำไปสู่การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน และได้รับความนิยมกันอย่างแพร่หลาย นั่นก็คือ Eco-Tourism หรือเรียกชื่อเป็นภาษาไทยตามการบัญญัติศัพท์ของราชบัณฑิตสถานว่า "การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ" (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2542: 8-16)

2) การท่องเที่ยวในประเทศไทย จากกระแสความสนใจทั้งชาวไทยและชาวโลกเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนทำให้หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน พยายามพัฒนาการท่องเที่ยว ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2540-2544) จึงมุ่งเป้าหมายการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนเป็นสำคัญ

การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนของไทยเริ่มต้นตั้งแต่ปี พ.ศ.2536 เป็นต้นมา โดยในช่วงก่อนนี้ช่วงระหว่าง พ.ศ.2520-2535 เป็นช่วงที่การพัฒนาการท่องเที่ยวของไทยประสบผลสำเร็จอย่างสูงในเชิงเศรษฐกิจโดยมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามามากขึ้นทุกปี มีผลต่อรายได้อัตราการจ้างงาน และการขยายตัวของธุรกิจท่องเที่ยว แต่ก่อผลกระทบเชิงลบกับสิ่งแวดล้อม สังคม วัฒนธรรมจึงทำให้การพัฒนาการท่องเที่ยวของไทยหันมามุ่งการพัฒนาแบบยั่งยืนตามกระแสแห่งความสนใจของชาวไทยและชาวโลกเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมตั้งแต่ปี พ.ศ. 2536 เป็นต้นมา โดยในปี พ.ศ.2538-2539 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้กำหนดนโยบายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแห่งชาติ (National Ecotourism Policy) ขึ้นเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวไทยสู่การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2542: 16-19)

2.1.3 แนวคิดของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ในปัจจุบันแนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco-Tourism) ได้รับการตอบสนองเป็นอย่างดีทั้งภาครัฐ และ เอกชนในการตระหนักถึงการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม โดยก่อให้เกิดกระแสสำคัญ 2 ประการขึ้นพร้อมกัน คือ กระแสความต้องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมากขึ้น และขณะเดียวกันเกิดกระแสการเร่งรัดให้มีการเสนอขายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมากขึ้นด้วย

จากการประชุม Earth Summit ที่กรุงริโอเดอจาเนโร ประเทศบราซิล เมื่อวันที่ 14 มิถุนายน ค.ศ. 1992 ในที่ประชุมมุ่งเน้นความสนใจของทั่วโลกสู่ประเด็นเรื่องการอนุรักษ์สภาพแวดล้อม และสรุปบทเรียนเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ผ่านมา เพื่อมุ่งสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนจากการประชุมนี้เองทำให้เกิดแนวคิดของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งเกิดจากกระแสการเรียกร้องหลัก 3 ประการดังต่อไปนี้ คือ

1) กระแสความต้องการของชาวโลกให้เกิดจิตสำนึกการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว เป็นกระแสความต้องการของประชาชนทั่วโลกให้เกิดการสร้างจิตสำนึกในแง่การอนุรักษ์ ต่อสิ่งแวดล้อมระดับท้องถิ่นจนถึงขอบข่ายกว้างขวางไปทั่วโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่งการอนุรักษ์ระบบนิเวศ เพื่อคงความหลากหลายทางชีวภาพเอาไว้

2) กระแสความต้องการของนักท่องเที่ยวให้เกิดการศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยว เป็นกระแสความต้องการที่มีมากขึ้นในหมู่นักท่องเที่ยวที่ต้องการได้รับความรู้ ความเข้าใจเรื่องการท่องเที่ยวมากกว่าความสนุกเพลิดเพลินเพียงอย่างเดียว เพื่อสร้างความพอใจแก่นักท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่

3) กระแสความต้องการของชุมชนท้องถิ่นให้เกิดการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว เป็นกระแสความต้องการของชุมชนท้องถิ่นที่จะมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อเป็นหลักประกันให้การพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นไปในทิศทางที่ถูกต้อง และชุมชนท้องถิ่นยอมรับในผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่จะได้รับ เพื่อให้เกิดการกระจายรายได้ที่เหมาะสม จากกระแสหลักทั้ง 3 กระแสดังกล่าวนี้ก่อให้เกิดความตื่นตัวในการพัฒนาการท่องเที่ยวทางเลือกใหม่ขึ้น เพื่อมาทดแทนหรือแข่งขันกับการท่องเที่ยวประเพณีนิยม โดยมีการประยุกต์รูปแบบการท่องเที่ยวที่นำไปสู่กระแสหลักทั้ง 3 มานำเสนออยู่หลายรูปแบบ แต่รูปแบบการท่องเที่ยวที่กล่าวถึงกันมากที่สุดก็คือ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2542: 403-404)

2.1.4 องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2542: 404-405) อธิบายว่า จากแนวคิดของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ทำให้เกิดองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศขึ้น 4 องค์ประกอบคือ

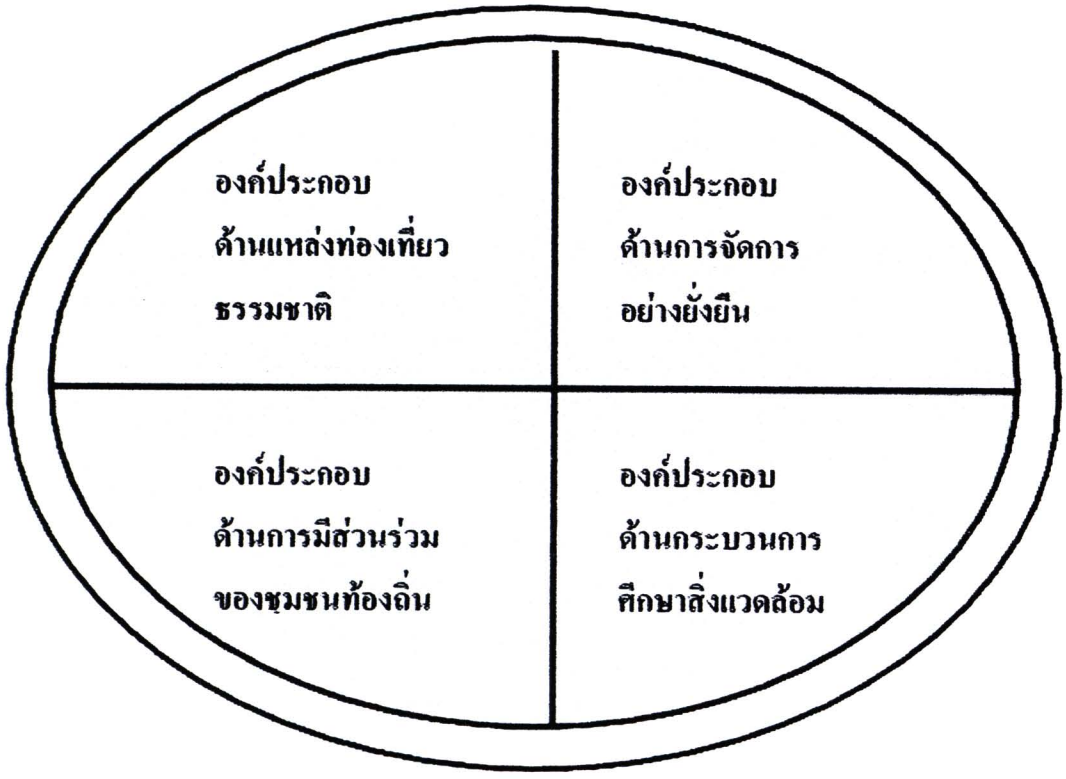
1) องค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ (Nature-base Tourism) เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวเนื่องกันธรรมชาติ ที่มีเอกลักษณะเฉพาะถิ่น รวมถึงแหล่งวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวเนื่องกับระบบนิเวศในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวนั้น

2) องค์ประกอบด้านการจัดการอย่างยั่งยืน เป็นการท่องเที่ยวที่มีการจัดการอย่างยั่งยืน (Sustainable Managed Tourism) โดยมีความรับผิดชอบไม่ให้เกิดผลเสียต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม ครอบคลุมถึงการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยว การจัดการสิ่งแวดล้อม การป้องกัน และการกำจัดมลพิษ และการควบคุมการพัฒนาท่องเที่ยวอย่างมีขอบเขต

3) องค์ประกอบด้านกระบวนการศึกษาสิ่งแวดล้อม เป็นการท่องเที่ยวที่มีกระบวนการศึกษาสิ่งแวดล้อม (Environment Education-base Tourism) โดยมีการศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมและระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มพูนความรู้ ประสบการณ์ ความ

ประทับใจในการสร้างความตระหนัก และ ปลูกจิตสำนึกที่ถูกต้องทั้งต่อนักท่องเที่ยว ประชาชนท้องถิ่น และ ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง

4) องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น เป็นการท่องเที่ยวที่มีการคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชน (Community Participation-base Tourism) โดยให้ชุมชนท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยวมีส่วนร่วมเกือบตลอดกระบวนการ เพื่อก่อให้เกิดผลประโยชน์ต่อท้องถิ่น ซึ่งหมายรวมถึงการกระจายรายได้ การยกระดับคุณภาพชีวิต การได้รับผลตอบแทนมาบำรุงและจัดการแหล่งท่องเที่ยวด้วยความเข้าใจดังกล่าวสามารถนำมาสร้างเป็นรูป เพื่อให้เข้าใจง่าย และชัดเจนยิ่งขึ้น ดังภาพประกอบ



ภาพ 2.1 แสดงองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ที่มา : บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2542: 404 การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. คณะมนุษย์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

จากองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 4 องค์ประกอบที่ได้กล่าวแล้วนำไปสู่หลักการของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 4 ประการคือ

1) เป็นการท่องเที่ยวที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด เช่น สิ่งก่อสร้างต้องมีความกลมกลืนกับธรรมชาติ

2) เป็นการท่องเที่ยวที่ให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว โดยผ่านสื่อต่างๆ เพื่อให้เกิดความเข้าใจ และ ได้รับความเพลิดเพลิน สร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์

3) เป็นการท่องเที่ยวที่ให้ชุมชนท้องถิ่นได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยว เช่น การจ้างงาน การบริการนำเที่ยว

4) เป็นการท่องเที่ยวที่ให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการพัฒนา มีส่วนร่วมในการวางแผน ตัดสินใจ เพื่อให้ชุมชนเกิดความภาคภูมิใจและรู้สึกเป็นเจ้าของ

สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco-Tourism) เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่รูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ที่มุ่งให้เกิดจิตสำนึกด้านการดูแลสิ่งแวดล้อม และ ระบบนิเวศในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งเป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยว และ การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องทำควบคู่กันไป เพื่อไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ทรัพยากรและระบบนิเวศ ที่สำคัญต้องคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่ในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อป้องกันผลกระทบที่จะเกิดขึ้นในระยะยาว และ ควรคำนึงถึงผลกระทบต่อประชากรในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเป็นสำคัญ

เนื่องจาก การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และ ชุมชน โดยมีนโยบายทางการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการสร้างความเข้มแข็งขององค์กรชาวบ้าน ในการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว โดยเน้นการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนท้องถิ่น ดังนั้น ภายใต้กรอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จะต้องมิใช่ทำเพียงเพื่อผลประโยชน์ส่วนตัวอย่างเดียวแต่จะต้องคำนึงถึงผลประโยชน์ส่วนรวมเป็นสำคัญ โดยเน้นย้ำการสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยว และ คนในชุมชน ทั้งนี้เพื่อการเอื้อประโยชน์ในระยะยาวต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย และ เพื่อการท่องเที่ยวจะได้เป็นมรดกของชาติต่อไปในอนาคต

ในการทบทวนแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศนี้ ทำให้ทราบถึงความหมายและประวัติความเป็นมาของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ผู้ศึกษาได้นำโครงสร้างองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 4 ประการ คือ องค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ องค์ประกอบด้านการจัดการอย่างยั่งยืน องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน และองค์ประกอบด้านกระบวนการศึกษาสิ่งแวดล้อม ตามแนวคิดของบุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา นำมาเป็นกรอบในการศึกษาเนื้อหาด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยการนำมาเป็นประเด็นการวิเคราะห์ในส่วนเนื้อหาของเว็บไซต์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีอยู่เดิม นอกจากนี้ยังนำมาเป็นกรอบในการสร้างแบบสอบถามความคาดหวังและความต้องการเว็บไซต์และนำมาเป็นแนวทางในการสัมภาษณ์กลุ่มผู้นำชุมชนในการหาแนวทางความ

ต้องการนำเสนอข้อมูลบนเว็บไซต์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศตำบลกื้ดช้าง อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่

2.2 การออกแบบ (Design)

สิ่งต่างๆ รอบตัวที่เกิดจากการประดิษฐ์ คิดค้น จะมีลักษณะเฉพาะ บ้างก็สวยงาม บ้างก็ไม่สวยงามขึ้นอยู่กับทรรศนะของแต่ละคน สิ่งรอบตัวเหล่านี้เกิดจากการออกแบบเพื่อสนองความต้องการทางความงาม ทางประโยชน์ใช้สอย หรือทั้งความงามและมีประโยชน์ใช้สอยการประดิษฐ์เครื่องใช้ต่างๆ ซึ่งถือว่าเป็นจุดเริ่มต้นของการออกแบบ การออกแบบมีที่มาจากรูปลักษณ์ของสิ่งต่างๆ ในธรรมชาติแล้วนำมาประยุกต์ให้เป็นไปตามความจำเป็นหรือความต้องการของมนุษย์

คำว่า การออกแบบ (Design) ตรงกับภาษาอิตาเลียนว่า "ดิเสกโน" (desegno) โดยความหมายเน้นที่ความสำคัญของศิลปะที่กำลังจะหมดความนิยม และ "การออกแบบ" เป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญสำหรับศิลปะโดยเฉพาะอย่างยิ่งในงานจิตรกรรม การออกแบบเป็นวิธีการที่มีความสำคัญซึ่งใช้ความพยายามและความสามารถมากกว่าการประดิษฐ์ และการออกแบบถือว่า เป็นต้นกำเนิดของศิลปะสาขาต่างๆ (สกนธ์ ภู่งามดี, 2546: 9) ดังนั้น "การออกแบบ" จึงเป็นวิธีการหนึ่งที่สามารถสร้าง "สื่อ" สำหรับการสื่อสารระหว่างมนุษย์กับมนุษย์ได้ ทั้งนี้ กระบวนการสื่อสารที่ต้องการให้ผู้รับสารได้รับข้อมูลที่สมบูรณ์และมีประสิทธิภาพนั้นจำเป็นต้องอาศัยแนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบ ควบคู่กับความรู้ ความชำนาญ ทางศิลปะและการออกแบบด้วย

2.2.1 ความหมายของการออกแบบ

มีการให้คำจำกัดความ "การออกแบบ" โดยเน้นว่า การออกแบบ คือ ความคิดสร้างสรรค์ ที่มีอยู่ภายในความรู้สึกนึกคิดของศิลปิน ทั้งนี้ ในยุคศิลปะสมัยใหม่ งานออกแบบเป็นส่วนหนึ่งของการกำหนดและวางแผนสำหรับการทำงานศิลปะที่สามารถสนองความต้องการในแง่ประโยชน์ใช้สอยควบคู่ไปกับคุณค่าทางความงาม ตามหลักสุนทรียศาสตร์ในหนังสือ The Nature of Design (1874) ได้อธิบายถึงขอบข่ายของการออกแบบไว้ว่า การออกแบบที่สมบูรณ์ต้องเกิดจากการผสมผสานปัจจัย 6 ประการ คือ 1) ข้อมูลการออกแบบ 2) ทฤษฎีด้านความสัมพันธ์ระหว่างรูปทรง 3) รากฐานการออกแบบเพื่อสื่อความหมาย 4) การทำงานบนพื้นฐานเหตุผล 5) คำนึงถึงความประหยัดง่ายในการทำงาน 6) สัญลักษณ์/เครื่องหมาย ต้องเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป

นอกจากนั้น การออกแบบ (Design) ยังหมายถึง การตกแต่งโครงสร้างก่อนเพิ่มรายละเอียด หรือหมายถึง การร่างโครงสร้างโดยทั่วไปของผลงานศิลปะที่มีการวางแผนการใช้องค์ประกอบพื้นฐานของศิลปะซึ่งได้แก่ การใช้ จุด เส้น น้ำหนักอ่อน-แก่ สี รูปร่าง รูปทรง และพื้นผิว มา

ประกอบกันเป็นผลงานศิลปะตามต้องการของศิลปิน รวมทั้ง หมายถึง การตกแต่งลวดลายและการสร้างสิ่งหนึ่งสิ่งใดเพื่อใช้เป็นต้นแบบ ก่อนการสร้างเป็นผลงานจริงต่อไป (The Grolier International Dictionary, 1992: 259)

Wong (1972: 5) ได้กล่าวถึงความหมายของการออกแบบว่า การออกแบบไม่ใช่แค่เพียงการสร้างสรรค์ความงามภายนอกด้วยความพยายาม เพื่อทำให้ผู้ชมผลงานเกิดความรู้สึกชอบเท่านั้น แต่การออกแบบต้องสร้างสรรค์คุณสมบัติภายในของผลงาน ให้มีความงามของรูปลักษณ์ภายนอกและการใช้งานที่มีประสิทธิภาพอันเป็นคุณสมบัติภายใน

จากความหมายของการออกแบบที่ได้กำหนดขึ้นดังกล่าวมาแล้วข้างต้น ในทรรศนะของผู้ศึกษา ทำให้สามารถสรุปความหมายของการออกแบบ (Design) ได้ว่า การออกแบบ หมายถึง การแสดงออกทางความคิดสร้างสรรค์โดยการร่างภาพอย่างหยาบๆ จากนั้นแสดงออกโดยการเขียนรายละเอียด พร้อมคำบรรยายเพื่อให้ผู้รับได้รับรู้ความคิดนั้น แสดงออกถึงความแตกต่าง เพื่อสร้างสรรค์สิ่งใหม่ให้หลุดพ้นจากความซ้ำซากจำเจที่มีผลต่อชีวิตประ จำวันของมนุษย์ นอกจากนี้การออกแบบยังเป็นวิธีการที่ให้ประโยชน์ต่อสังคมซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา

2.2.2 จิตวิทยาการรับรู้เพื่อการออกแบบ

หลักจิตวิทยาเพื่อการออกแบบ หมายถึง การศึกษาเรื่องพฤติกรรมภายในและภายนอกของมนุษย์โดยเฉพาะอย่างยิ่งมนุษย์ที่อยู่ในฐานะผู้บริโภคสินค้าหรือบริการต่างๆ รวมทั้งวิเคราะห์พฤติกรรมการทำงานของผู้ที่ทำหน้าที่ออกแบบเพื่อค้นหาข้อดีข้อเสียต่างๆ แล้วนำไปใช้กับการออกแบบต่อไป

การรับรู้ภาพเกิดจากการมองเห็นด้วยตาเป็นด่านแรก ผ่านการประมวลผลจากสมอง และจิตใจ เป็นการรับรู้ และ เข้าใจ มีความหมายเฉพาะตัว และการรับรู้ของแต่ละคนขึ้นอยู่กับการฝึกฝนการพยายามสร้างความเข้าใจภาพนั้นๆ ภาพการรับรู้ได้แบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ ด้วยกัน คือ 1) ภาพที่เราเห็น (Visual Image)คือ ภาพที่ผ่านสายตากระทบโสตประสาท 2) ภาพที่เรานึกคิด (Concept Image) คือ ภาพที่ผ่านการมองเห็น ผ่านขบวนการประมวลผลจากสมองแล้วนึก แล้วสร้างเป็นภาพอื่นตามขึ้นมาจากสิ่งนั้นๆ (โสรชัย นันทวัชรวิบูรย์, 2545: 50)

การมองเห็นภาพนิ่ง หรือเข้าใจภาพต่างๆ นั้น จะแตกต่างกันในแต่ละคน โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาพที่มีความเป็นนามธรรมสูง ที่เป็นเช่นนี้เพราะคนแต่ละคนมีความสามารถในการรับรู้ (Perception) ที่ต่างกัน

การรับรู้ คือ กระบวนการแปลความหมายของสิ่งที่ได้ยินได้เห็นหรือสิ่งที่รู้สึกได้ด้วยประสาทสัมผัสทั้งห้าอื่นๆ ซึ่งได้แก่ การมองเห็น การได้กลิ่น การได้ยินเสียง การรับรู้รส และการ

สัมผัสวัตถุต่างๆ เพื่อให้รู้ว่าสิ่งที่สัมผัสได้นั้นคือสิ่งใด นอกจากนี้ การรับรู้กลายเป็นปัจจัยหนึ่งสำหรับการสร้างสรรค์ผลงานของนักออกแบบโดยต้อง นำองค์ประกอบทางศิลปะต่างๆ มาผสมผสานจนเป็นผลงานให้ผู้บริโภคได้รับรู้และเกิดความเข้าใจในผลงานโดยผ่านประสาทสัมผัสทั้งห้า ทั้งนี้ ประสาทสัมผัสทางสายตามีความสำคัญลำดับต้นๆ ของการรับรู้เนื่องจากประสาทสัมผัสทางตาสามารถรับรู้ได้ 75% ของสิ่งที่เข้ามาสู่ประสาทสัมผัสของมนุษย์

จะเห็นได้ว่า นอกจากวิธีการทางศิลปะและปัจจัยทางกายภาพที่บางครั้งไม่สามารถควบคุมได้ เช่น ฝนตกหนัก ก็ยังมีปัจจัยอื่นที่มีผลต่อการรับรู้ในผลงานการออกแบบ

นอกจากการรับรู้ในเรื่องประสาทสัมผัสแล้ว ยังมีองค์ประกอบอื่นที่ต้องนำมาพิจารณาด้วย ได้แก่ ขนาดตัวอักษร ขนาดของสัญลักษณ์ จิตวิทยาการใช้สี สีและความหมาย อธิบายได้ดังนี้

ขนาดตัวอักษร มีหลักเกณฑ์พิจารณาเบื้องต้น คือ หากเป็นงานการออกแบบสำหรับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเด็กเล็กอายุ 7-10 ปี ควรใช้ขนาด ตัวอักษรเทียบตัวอักษรไทย 18-30 พอยท์ (Points) เด็กอายุ 11-13 ปี ควรใช้ขนาด ตัวอักษรไทย 16-18 พอยท์ ผู้ใหญ่อายุ 20-60 ปี ควรใช้ขนาดเทียบตัวอักษรไทย 14-18 พอยท์ และผู้สูงอายุ 60 ปี ขึ้นไปควรใช้ขนาดเทียบตัวอักษรไทย 16-18 พอยท์ ทั้งนี้ จะเห็นได้ว่า การกำหนดขนาดของตัวอักษร ในผลงานการออกแบบหรือผลงานการโฆษณานั้น ต้องพิจารณาให้สัมพันธ์ กับลักษณะทางสรีระของกลุ่มเป้าหมายด้วย

ขนาดของสัญลักษณ์ มีความสัมพันธ์กันระหว่างสิ่งที่กำลังมอง กับผู้ที่มองสัญลักษณ์หรือกลุ่มเป้าหมาย เช่น สัญลักษณ์ขนาด 5 นิ้ว สามารถมองเห็นได้ไกลโดยประมาณ 48 ฟุต สัญลักษณ์ขนาด 10 นิ้ว สามารถมองเห็นได้ไกลโดยประมาณ 130 ฟุต และสัญลักษณ์ขนาด 12 นิ้ว สามารถมองเห็นได้ไกลโดยประมาณ 157 ฟุต เป็นต้น แต่ทั้งนี้ต้องพิจารณาที่การทำมุมระหว่างสัญลักษณ์และระดับสายตาของผู้มองด้วย โดยมุมมองที่ชัดเจนแบบที่ไม่ต้องเงยมากหรือคอตั้งบ่าควรอยู่ในระดับประมาณ 10 องศา

จิตวิทยาการใช้สี สี เป็นองค์ประกอบที่สำคัญประการหนึ่งที่จำเป็นต่อการสร้างสรรค์ศิลปะทุกสาขา เนื่องจากสีทำให้สามารถมองเห็นผลงานศิลปะนั้นๆ ได้อย่างชัดเจน นอกจากนี้ หากนักออกแบบมีความชำนาญในการใช้สีก็จะสามารถสร้างระยะใกล้ไกล หรือลวงตาทำให้ภาพมีขนาดเล็กหรือใหญ่ได้ ทั้งนี้มีทฤษฎีสีที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์ผลงานการออกแบบ ได้แก่

1) การใช้สีตามทฤษฎีสีทางวิทยาศาสตร์ คือ การศึกษาการผสมสีของแสง

2) การใช้สีตามทฤษฎีสีทางศิลปะ คือ การศึกษาเนื้อสี และผลของการผสมสี รวมทั้งวิธีการระบายสีในงานศิลปะที่สามารถนำไปใช้ในการออกแบบต้นฉบับสิ่งพิมพ์ งานสัญลักษณ์ เป็นต้น

3) การใช้สีตามทฤษฎีสีของการพิมพ์ คือการศึกษาการผสมสีของหมึกพิมพ์

4) การใช้สีตามทฤษฎีสีทางจิตวิทยา คือ การศึกษาสีที่พบเห็นและทำให้เกิดความรู้สึกนึกคิดต่างๆ เพื่อสื่อความหมายของผลงานการออกแบบหรือศึกษาการใช้สีสวยงามสะดุดตา ดึงดูดความสนใจสามารถสร้างความประทับใจหรือเตือนความจำ (สกนธ์ ภู่งามดี, 2546: 27-33)

สีและความหมาย องค์ประกอบสีมีคุณสมบัติที่มีเอกลักษณ์ในแต่ละสี ซึ่งจะมีความหมายที่แตกต่างกันออกไป แต่ความหมายของสีนั้นจะไม่ตายตัว ทั้งนี้ สามารถเปลี่ยนความหมายได้ตามกาลเวลา ในหมวดนี้จะแสดงให้เห็นความหมายของสีหลักๆ ที่คนทั่วไปเข้าใจตรงกัน ดังนี้

สีแดง อิงจากดวงอาทิตย์และไฟ ให้ความสว่าง ความร้อน พลัง ความแรง อีกทั้งในความเชื่อของชาวจีน สีแดงยังเป็นสีมงคล

สีเหลือง ให้อารมณ์ของความสดใส ปลอดโปร่ง ดึงดูดสายตาได้ดี

สีน้ำเงิน ให้ความหมายของความสงบเรียบ ความสุขุม มีราคา หรูหรา ความสุภาพหนักแน่น ความเป็นชาย

สีส้ม ให้ความรู้สึกดึงดูด ทันสมัย สดใส กระฉับกระเฉง มีพลัง

สีเขียว หมายถึง ธรรมชาติ ความเย็นสบาย ความชุ่มชื้น ความสบายตา

สีม่วง เป็นสีที่ให้อารมณ์หนักแน่น มีเสน่ห์ ความลับ สิ่งที่ปกปิด

สีชมพู ให้ความรู้สึกอ่อนหวาน นุ่มนวล ความรัก วัยรุ่น ความเป็นหญิง

สีน้ำตาล หมายถึง ความสงบ ความเรียบ เก่าแก่ โบราณ ความเป็นผู้ใหญ่

สีฟ้า ให้ความรู้สึกโปร่งโล่งสบายตา ความนุ่มนวล ความสุขสบาย

สีเงิน รู้สึกถึงสิ่งใหม่ๆ ทันสมัย และความมันวาวทำให้รู้สึกว่ามีคุณค่า

สีทอง แทนความหมายของความมีคุณค่า ความมีราคา ความหรูหรา

สีขาว สื่อความบริสุทธิ์ สะอาด ความเรียบง่าย ความโล่ง ความไม่มี

สีเทา อารมณ์เศร้า หม่นหมอง ไร้ชีวิตชีวา บางครั้งสื่อถึงความเป็นกลาง

สีดำ มากจากความมืด ความไม่เห็น ซึ่งซ่อนความไม่รู้ ความน่ากลัว (โสรชัย นันทวัชรวิบูรย์, 2545: 85-86)

2.2.3 หลักการออกแบบ

หลักการออกแบบ เป็นกลวิธีสำคัญในการออกแบบที่เหมาะสม ทำให้ผลงานสามารถสื่อความหมาย และนำเสนอแนวคิดหลักได้อย่างมีคุณภาพ ซึ่งได้นำเสนอองค์ความรู้และหลักการออกแบบ ไว้ดังนี้

1) การสร้างความหลากหลาย เป็นวิธีหนึ่งที่ทำให้งานออกแบบไม่จำเจ โดยการนำองค์ประกอบของการออกแบบมาจัดวางอย่างเหมาะสม

2)การสร้างความกลมกลืน คือ การจัดองค์ประกอบทางการออกแบบซึ่งหลากหลาย และแตกต่างกันในผลงานอย่างมีส่วนที่ประสานสอดคล้องกัน

3)การสร้างความลดหลั่น คือ วิธีการออกแบบที่ใช้ประโยชน์จากขนาดเล็กใหญ่ของจุด รูปร่าง ความสั้นยาวของเส้น ความหม่นหรือสว่างของสี ความอ่อนเข้มของสีเดียวกันหรืออื่นๆ มาจัดวางอย่างเป็นระบบ

4)การสร้างจังหวะและความเคลื่อนไหวหรือการลื่นไหล คือ การออกแบบให้องค์ประกอบอยู่ในตำแหน่งและช่องว่างอย่างมีระบบ สร้างจังหวะลดหลั่นเน้นความสม่ำเสมอและความเท่ากัน

5)การสร้างความสมดุล คือ สภาพการมองเห็นการรับรู้เกี่ยวกับน้ำหนักและความมั่นคงบนพื้นที่ราบโดยแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ ความสมดุลแบบเท่ากัน และ ความสมดุลที่ต่างกัน

6)การสร้างความเป็นเอกภาพ คือ การนำส่วนประกอบต่างๆ ที่ต่างกันมาทำให้เกิดการรวมตัวเป็นหนึ่งเดียว

7)การใช้สัดส่วน คือ วิธีการใช้ขนาด ขององค์ประกอบให้สัมพันธ์กับพื้นที่

8)การใช้สี สีเป็นองค์ประกอบที่นอกจากจะทำให้เกิดความงามที่เกิดจากประสาทสัมผัสทางตาแล้วยังสามารถสร้างความรู้สึกต่างๆ แก่ผู้พบเห็นด้วย

9)การใช้การตัดกัน คือ วิธีการที่จัดองค์ประกอบต่างๆ รวมเข้าด้วยกันเพื่อให้งานออกแบบมีเอกภาพ เช่น การใช้ความแตกต่างให้เกิดความรู้สึกตัดกัน ประกอบด้วย 2 วิธี คือ การตัดกันด้วยส่วนประกอบแบบเดียวกัน และการตัดกันด้วยส่วนประกอบที่แตกต่าง

10)การใช้การรวมตัว คือ วิธีการจัดรวมส่วนประกอบต่างๆ เข้าด้วยกันเพื่อคุณค่าด้านประโยชน์ใช้สอยและคุณค่าทางความงามควบคู่กันไป เปรียบเหมือนวิธีการที่สร้างความรู้สึกด้านต่างๆ ให้แฝงไว้ในผลงานออกแบบซึ่งมี 3 ลักษณะคือ ความรู้สึกทางด้านทิศทาง ทางด้านสีและลักษณะผิว และความรู้สึกทางด้านขนาด

11)การใช้รูปทรง วิธีการนี้ ทำได้โดยการออกแบบรูปทรงแบบต่างๆ ดังต่อไปนี้

ก) การออกแบบรูปทรงธรรมชาติ มีอยู่ 2 แบบ คือ 1) การออกแบบให้เรียบง่ายโดยการตัดทอนรูปทรง 2) การประดิษฐ์ตกแต่ง โดยการตกแต่งเพิ่มเติม

ข) การออกแบบรูปทรงเรขาคณิต เป็นรูปทรงที่มีความเป็นเหลี่ยมมุมหรือวงกลม วงรี

ค) การออกแบบรูปทรงอิสระ คือ รูปทรงที่ไม่มีอยู่จริงในธรรมชาติ หรือคล้ายคลึงธรรมชาติ

ง) การออกแบบรูปทรงบริสุทธิ์ เป็นรูปทรงนามธรรม ขึ้นอยู่กับจินตนาการของผู้ออกแบบ (สกนธ์ ภู่งามดี, 2546: 53-66)

2.2.4 หลักการออกแบบกราฟิก

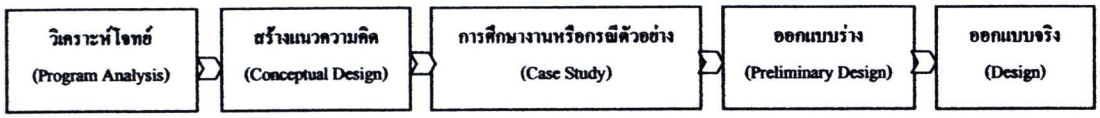
สกนธ์ ภู่งามดี (2546: 130) ให้ความหมายคำว่า Graphic ว่าหมายถึง ลักษณะของผลงานทางศิลปะที่ใช้เส้นและสีเป็นองค์ประกอบหลักในการสร้างสรรค์ผลงานเพื่อวัตถุประสงค์ต่างๆ ในการนำเส้นหรือสีมาใช้นั้นต้องมีการวางแผน มีวิธีการ มีขั้นตอน มีเป้าหมายในการใช้องค์ประกอบหลักนั้นให้ลงตัวตามที่ต้องการและทำให้เกิดผลงานการออกแบบตามวัตถุประสงค์ในที่สุด

ปราโมทย์ แสงพลสิทธิ์ (2540: 250) กล่าวว่า หลักการออกแบบกราฟิก หมายถึง หลักหรือข้อปฏิบัติที่นักออกแบบจะนำไปใช้เพื่อเป็นตัวเลือก เป็นสัดส่วนในการเทียบเคียง และการตรวจสอบ โดยมีกฎเกณฑ์หรือหลักในการนำไปใช้เรียกว่าหลักการออกแบบกราฟิก โดยเนื้อแท้ก็คือ หลักการออกแบบนั้นเอง แต่ในส่วนของการออกแบบ การฟิกจะมีกฎเกณฑ์ที่จะนำสิ่งต่างๆ มาผสมผสานจนสามารถนำไปสื่อความหมายได้อย่างถูกต้องตามกระบวนการ ที่เรียกว่า การจัดองค์ประกอบ ซึ่งประกอบด้วยหลักของการออกแบบที่มีอยู่ 2 ประการคือ

1) ส่วนประกอบทางการออกแบบ ได้แก่ จุด เส้น รูปร่าง และรูปทรง ลักษณะผิว พื้นที่ว่าง และสี

2) หลักการออกแบบ ได้แก่ หลักของดุลยภาพ (Balance) การเน้น (Emphasis) ความกลมกลืน (Harmony) ความหลากหลาย (Variety) ความลดหลั่น (Gradation) ความเคลื่อนไหว (Movement) จังหวะ (Rhythm) และสัดส่วน (Proportion)

ส่วนประกอบสำคัญทางการออกแบบทั้งสองประการ สามารถนำไปจัดให้เกิดเป็นรูปร่างอย่างน้อยสองลักษณะด้วยกัน เช่น รูปทรงธรรมชาติ และรูปทรงนามธรรม โดยอาศัยหลักทางการออกแบบเป็นเกณฑ์ในการประกอบและจัดวาง ซึ่งส่วนสำคัญทั้งสองจะมีผลสัมพันธ์ต่องานออกแบบกราฟิกที่นักออกแบบสร้างสรรค์ขึ้น เรียกว่า ผลกระทบต่อการรับรู้ทางการออกแบบ ดังนั้น การสร้างสรรค์งานกราฟิกให้มีคุณภาพ จำเป็นที่นักออกแบบต้องรู้ซึ้งกับปริมาณความสามารถในการรับรู้ (Perception Capability) ของกลุ่มเป้าหมาย ปัญหาจึงพุ่งไปสู่ข้อคำถามที่ว่า ปัจเจกที่หลากหลายในกลุ่มประชากรเป้าหมายนั้นจะรับรู้ข้อมูลของเราได้อย่างไร แล้วเราจะแก้ปัญหาอย่างไร เพื่อให้ผู้รับสามารถรับสารที่ต้องการส่งถึงได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด ซึ่งจะต้องคำนึงถึงขบวนการ การทำงานในการออกแบบกราฟิกที่ครอบคลุมตั้งแต่เริ่มมีโจทย์ มีปัญหาเข้ามาให้เราได้รับรู้ ให้เราได้แก้ไข จนไปสิ้นสุดตอนส่งงาน ส่วนขั้นตอนกระบวนการในการออกแบบกราฟิกมีดังต่อไปนี้



ภาพ 2.2 แสดงกระบวนการทำงานออกแบบกราฟิก

ที่มา: โสรชัย นันทวัชรวิบูรย์ (2545: 38-45) สู่เส้นทางกราฟิกดีไซเนอร์. กรุงเทพฯ: พิมพ์ดี จำกัด

ขั้นตอนที่ 1 วิเคราะห์โจทย์ ที่มีมาให้แก้ไข (Program Analysis) จุดเริ่มของงานออกแบบคือ "ปัญหา" จึงมีการออกแบบแก้ไขโจทย์ แต่โจทย์ไม่มีทางออกแบบได้ ถ้าปราศจากการวิเคราะห์ที่ถูกต้อง การวิเคราะห์หลักๆ โจทย์มักจะเป็นการตั้งคำถามว่า จะทำอะไร นำไปใช้ที่ไหน ใครคือกลุ่มผู้ใช้งานเป้าหมาย และจะทำงานชิ้นนี้อย่างไร

ขั้นตอนที่ 2 สร้างแนวความคิดหลักในการออกแบบให้ได้ (Concept Design)

ขั้นตอนที่ 3 ศึกษางานหรือกรณีตัวอย่างที่มีอยู่ (Case Study) วิเคราะห์ข้อดีข้อเสียของงานที่มีอยู่แล้ว เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ออกแบบในงาน เปรียบเสมือนตัวชี้แนะทางในการออกแบบหรือการแก้ไขปัญหาได้

ขั้นตอนที่ 4 ออกแบบร่าง (Preliminary Design) เป็นการนำแนวความคิดมาตีความเป็นแบบ เริ่มด้วยการสเก็ตงานแบบร่างก่อน เป็นการเปลี่ยนจากสิ่งที่เป็นนามธรรมให้ออกมาเป็นรูปธรรม

ขั้นตอนที่ 5 ออกแบบจริง (Design) ออกแบบจริงจากแบบร่างทั้งหมดที่คัดเลือกแล้ว นำมาออกแบบในโปรแกรมที่ถนัด (โสรชัย นันทวัชรวิบูรย์, 2545: 38-45)

2.2.5 การสื่อความหมายในการออกแบบ

การสื่อความหมาย หมายถึง การสื่อสารระหว่าง นักออกแบบกับผู้บริโภค ไม่ว่าจะเป็นการออกแบบงานใดๆ นักออกแบบควรออกแบบโดยใช้สิ่งแวดล้อมที่ผู้บริโภครู้จักหรือคุ้นเคยมาใช้เป็นตัวกำเนิดของการออกแบบ ผนวกกับความคิดสร้างสรรค์แล้วเกิดเป็นผลงาน ทั้งนี้ผลงานที่เกิดขึ้นประกอบด้วยรูปกับความหมาย โดยผู้บริโภคจะเข้าใจความหมายของผลงานการออกแบบได้ เมื่อมีการเชื่อมโยงความคิดกับความจริงในสิ่งแวดล้อมรวมทั้งวัฒนธรรมที่รู้จักคุ้นเคย โดยมีการจำแนกการสื่อความหมาย ดังนี้

1) การสื่อความหมายกับวัฒนธรรม (Meaning Communication and Culture) วัฒนธรรมอันสืบเนื่องมาช้านานจะส่งผลให้คนเรียนรู้และจดจำความหมาย ของสิ่งต่างๆ และสามารถเชื่อมโยงกับสภาพการณ์ต่างๆ แล้ววิเคราะห์ว่าสิ่งที่เคยเรียนรู้ผนวกกับสถานการณ์ใหม่ที่

ปรากฏอยู่ตรงหน้านั้นคือสิ่งใด เช่น วัฒนธรรมในเรื่องของสี ตัวอย่างเช่น ไฟจราจรที่เข้าใจตรงกันว่าสีเขียวอนุญาตให้รถไป สีเหลืองชะลอและสีแดงให้หยุด เป็นต้น การออกแบบจึงต้องคำนึงถึงการแปลความหมายของสีหรืออื่นๆ ให้สอดคล้องกับวัฒนธรรมของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

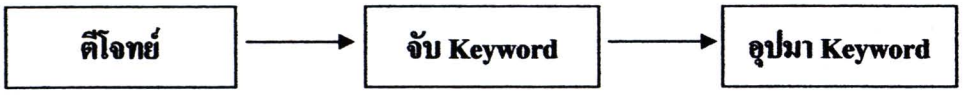
2) ภาพกับการสื่อความหมาย (Picture and Meaning Communication) ภาพต่างๆ ที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันของมนุษย์จะทำให้เกิดการเรียนรู้และสั่งสมเป็นประสบการณ์ ซึ่งเชื่อมโยงกับการสื่อและการแปลความหมายของมนุษย์ ดังนี้

ก) การสร้างความแตกต่างเพื่อการสื่อความหมาย หมายถึง การสร้างรูปภาพสื่อความหมายนอกเหนือจากที่มนุษย์คุ้นเคย รูปสี่เหลี่ยมจัตุรัสที่มักแสดงถึงความรู้สึกมั่นคงเชื่อมโยงกันการออกแบบสัญลักษณ์ที่เน้นความมั่นคงแข็งแรง อาทิ สัญลักษณ์อาคารสิ่งก่อสร้าง

ข) ระดับการสื่อความหมาย หมายถึง การสื่อความหมายจากสื่อที่สามารถทำให้ผู้รับรู้และเข้าใจสิ่งที่ต้องการสื่อมากน้องเพียงใด ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับระดับความเป็นนามธรรมของสิ่งที่ออกแบบ และสิ่งที่นักออกแบบควรคำนึงถึงประการแรก คือ ลักษณะพื้นฐานของผู้บริโภคที่มีผลต่อการรับรู้และการทำความเข้าใจ สิ่งที่สื่อจากผู้ส่งสาร นักออกแบบจึงต้องเข้าใจและออกแบบสื่อที่เหมาะสมกับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย (สกนธ์ ภู่งามดี, 2546: หน้า 34-35)

สิ่งสำคัญที่สุดของงานศิลปะ โดยเฉพาะงานออกแบบกราฟิก (Graphic) คือ การสื่อความหมาย สื่อสิ่งที่นักออกแบบคิดหรือพยายามถ่ายทอดออกมา เพื่อให้บรรลุจุดประสงค์หรือโจทย์ที่ตั้งขึ้น

หลักสำคัญในการออกแบบภาพให้สื่อความหมายนั้น เราจะต้องจับประเด็นสำคัญของโจทย์ หรือตีโจทย์ให้ออกก่อน อาจใช้คำสำคัญ (Keyword) เป็นจุดกำเนิดในการคิดก่อน จากนั้นค่อยเอาคำเหล่านั้นมาประกอบสร้างความคิด เชื่อมโยงแบบอุปมาอุปไมย (Metaphor) ซึ่งอาจทำให้เราเห็นภาพคร่าวๆ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการออกแบบต่อไปได้ (โสรชัย นันทวัชรวิบูรย์, 2545: 52-53)



ภาพ 2.3 ขั้นตอนการออกแบบภาพสื่อความหมาย

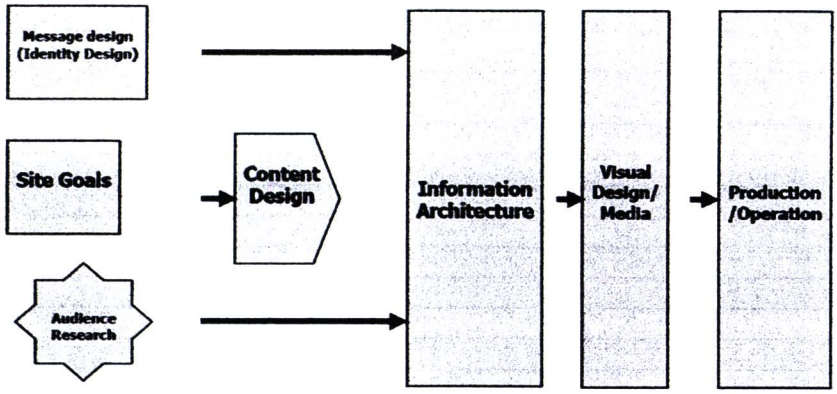
ที่มา : โสรชัย นันทวัชรวิบูรย์, 2545: 53 Be Graphic สู่เส้นทางกราฟิกดีไซเนอร์. กรุงเทพฯ: พิมพ์ดี จำกัด

จะเห็นได้ว่า "การออกแบบ" เป็นการแก้ปัญหาและเป็นการแสดงออกถึงความแตกต่างด้านการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ทั้งด้านประโยชน์ใช้สอยและความงามต่อสังคมในปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา อย่างไรก็ดีการออกแบบต้องอาศัยการสื่อสารกับมนุษย์ ซึ่งการสื่อสารเป็นเครื่องมือสำคัญในการถ่ายทอดแนวความคิด และทำให้สื่อซึ่งเป็นตัวกลางทางการสื่อสารสามารถบรรลุเป้าหมายได้ ดังนั้น การทำความเข้าใจเกี่ยวกับการรับรู้ของมนุษย์หรือผู้บริโภค จึงเป็นเรื่องสำคัญอย่างยิ่งในงานออกแบบ เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและเป็นแนวทางในการผลิตสื่อ ที่สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ทั้งนี้ การออกแบบที่ดีจะต้องให้ความสำคัญในด้านหลักการออกแบบ และองค์ประกอบพื้นฐานของการออกแบบ ซึ่งทั้งสองสิ่งเป็นปัจจัยสำคัญอย่างยิ่งด้านการสร้างสรรค์งานออกแบบ นำมาซึ่งคุณประโยชน์และคุณค่าทางความงามของงานออกแบบและสามารถสร้างแรงจูงใจต่อกลุ่มเป้าหมายให้เข้าใจถึงแนวความคิดได้อย่างชัดเจน

ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงเล็งเห็นถึงคุณประโยชน์ และความเป็นไปได้ถึง ประสิทธิภาพของการออกแบบในยุคปัจจุบัน ในการที่จะนำทฤษฎีการออกแบบมาใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามเพื่อหาความต้องการของนักท่องเที่ยวผู้ใช้เว็บไซต์ และแบบสัมภาษณ์ผู้นำชุมชนเพื่อเป็นกรอบสำหรับการหาข้อมูลที่ชุมชนต้องการนำเสนอเว็บไซต์เพื่อนำมาออกแบบกราฟิกเพื่อสื่อความหมายให้ตรงตามที่ชุมชนต้องการ ผู้ศึกษานำหลักการออกแบบมาเป็นกรอบในการวิเคราะห์เว็บไซต์เดิมเพื่อหาข้อมูลดูความแตกต่างของ เว็บไซต์ไทยและเว็บไซต์ต่างประเทศ และใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งถือว่าสื่อเว็บไซต์เป็นสื่อที่ผู้รับสามารถผู้รับได้เป็นจำนวนมาก และนักท่องเที่ยวสามารถเข้าใจข้อมูลได้ง่ายขึ้น

2.3 แนวคิดการออกแบบเว็บไซต์

โครงสร้างการพัฒนาของเว็บไซต์ (Phase of Developed Website) ประกอบด้วยกระบวนการต่างๆ คือ กำหนดเป้าหมายของเว็บไซต์ (Site Goals) จากนั้นนำมาสู่ขั้นต้อนในการออกแบบ(Content Design) แต่ก่อนที่จะไปถึงขั้นตอนในการออกแบบ ต้องผ่านขั้นตอนการออกแบบอัตลักษณ์ของเว็บไซต์หรือการออกแบบข้อความต่างๆ (Message design/Identity Design) รวมไปถึง การวิเคราะห์ (Audience Research) จากนั้นนำไปสู่ขั้นตอนของการจัดโครงสร้างของเว็บไซต์ (Information Architecture) จากนั้นก็จัดทำในเรื่องของการออกแบบรูปร่างหน้าตา (Visual Design/Media) ที่จะสื่อสารออกไปบนหน้าเว็บ และProduction/Operation คือการเขียนโปรแกรมเป็นขั้นตอนสุดท้าย (Lisa Lopuck, 2006)



ภาพที่ 2.4 แสดงแนวคิดกระบวนการพัฒนาเว็บไซต์ (Phase of Developed website)

2.3.1 องค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญในการออกแบบเว็บไซต์ที่ดี

การออกแบบเว็บไซต์ให้มีประสิทธิภาพต้องมีองค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญ ดังนี้

1) ความเรียบง่าย (Simplicity) มีรูปแบบที่เข้าใจง่ายไม่ซับซ้อน และมีขั้นตอนการใช้งานสะดวกและสามารถเข้าใจวิธีการได้ทันที

2) ความสม่ำเสมอ (Consistency) ควรใช้รูปแบบหน้าตาเว็บไซต์ การออกแบบกราฟิก ระบบนำทาง และโทนสีให้อยู่ในรูปแบบเดียวกันตลอดทั้งเว็บไซต์ เนื่องจากจะทำให้ผู้ใช้เข้าใจวิธีการใช้งานในแต่ละหน้าของเว็บไซต์ได้ง่าย โดยไม่ต้องเสียเวลาในการทำความเข้าใจใหม่ และสร้างให้เกิดความเป็นเอกภาพที่ทำให้ผู้ใช้จดจำ

3) ความเป็นเอกลักษณ์ (Identity) การออกแบบต้องคำนึงถึงลักษณะงานที่ต้องการนำเสนอ เพื่อสร้างความเป็นเอกลักษณ์ให้ออกมาในรูปแบบกราฟิก

4) เนื้อหาที่มีประโยชน์ (Useful Content) เนื้อหาที่ดีควรคำนึงถึงความเหมาะสมกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย และมีการปรับปรุงเพิ่มเติมให้ทันต่อเหตุการณ์อยู่เสมอ

5) ระบบนำทางที่ใช้งานง่าย (User-friendly Navigation) ระบบนำทางจัดได้ว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญมากต่อการสร้างเว็บไซต์ ดั้งนั้นต้องออกแบบให้ผู้ใช้เข้าใจง่าย และใช้กราฟิกที่สื่อความหมายได้ชัดเจน หรือการใช้สัญลักษณ์ที่เป็นสากลร่วมกับคำอธิบายที่ชัดเจน และมีลำดับขั้นตอนที่ไม่ซับซ้อน

6) มีลักษณะที่น่าสนใจ (Visual Appeal) ต้องคำนึงถึงลักษณะการใช้ภาพกราฟิก ตัวหนังสือ โทนสี และการจัดองค์ประกอบที่ดึงดูดใจ หรือมีการใช้ภาพเคลื่อนไหวที่ดึงดูดสายตาของผู้ใช้งาน

7) การใช้งานอย่างไม่จำกัด (Compatibility) ควรออกแบบเว็บไซต์ให้ผู้ใช้ส่วนใหญ่สามารถเข้าถึงได้มากที่สุด

8) คุณภาพในการออกแบบ (Design Stability) ต้องใส่ใจในทุกขั้นตอน ไม่ว่าจะเป็นการออกแบบหรือการใส่รายละเอียดเนื้อหา และเข้าใจความต้องการของกลุ่มผู้ใช้เป้าหมาย เพื่อสร้างคุณภาพของงานที่สามารถตอบสนองต่อผู้ใช้ได้

9) ระบบการใช้งานที่ถูกต้อง (Functional Stability) ระบบการทำงานของเว็บไซต์ต้องมีความแน่นอนและทำหน้าที่ได้อย่างถูกต้อง เช่น การสร้างปุ่มลิงค์ต้องแน่ใจว่าสามารถทำงานได้จริงและสามารถเชื่อมโยงไปยังหน้าที่ถูกต้อง (ธวัชชัย ศรีสุเทพ, 2544: 16-17)

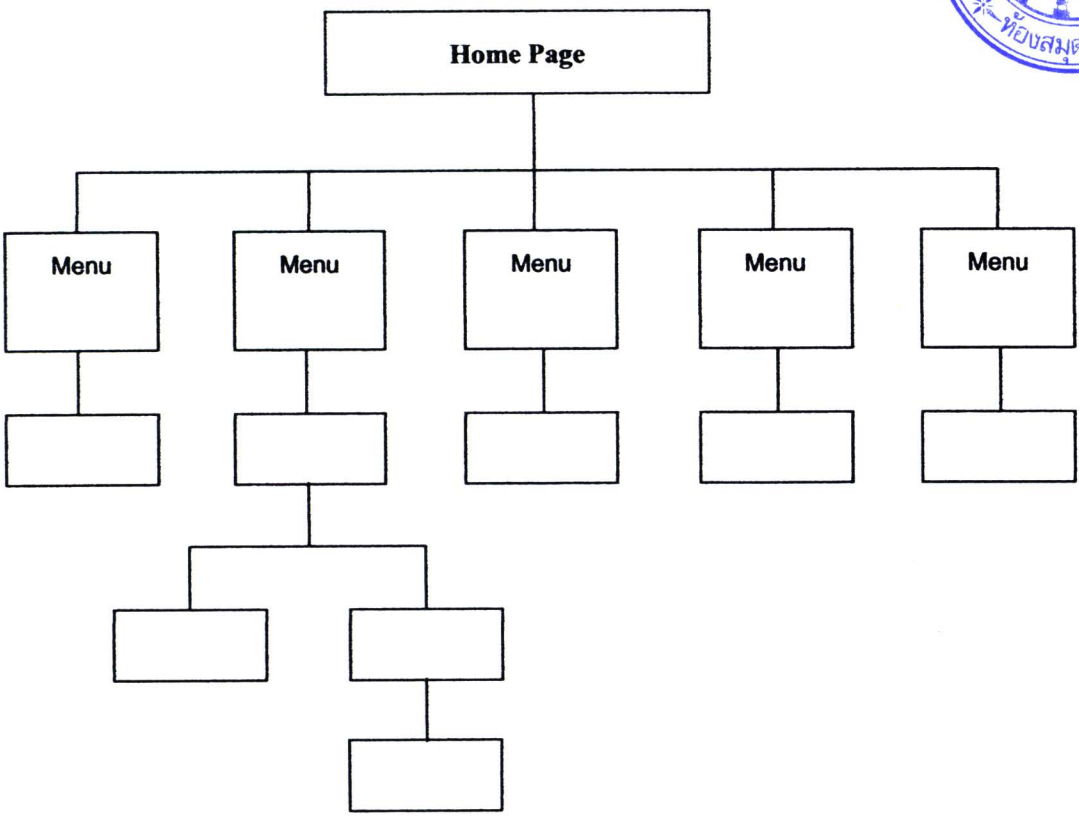
2.3.2 ขั้นตอนในการออกแบบเว็บไซต์ มีรายละเอียดที่สำคัญ ดังนี้

โครงสร้างระบบข้อมูลในเว็บไซต์ (Organizational Structure) คือรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มข้อมูล ระบบข้อมูลที่มีโครงสร้างที่ดีจะช่วยเพิ่มความชัดเจนให้กับเนื้อหาโครงสร้างหลักของระบบข้อมูลสำหรับเว็บไซต์ มีด้วยกัน 3 รูปแบบ ดังต่อไปนี้

แบบลำดับชั้น (Hierarchy) พื้นฐานของโครงสร้างระบบข้อมูลที่ดีส่วนใหญ่จะจัดอยู่ในรูปของลำดับชั้น เนื่องจากมีการแบ่งแยกกลุ่มอย่างชัดเจนและเป็นโครงสร้างที่คนส่วนใหญ่คุ้นเคยทำให้เกิดการเข้าใจที่ง่าย เช่น ลักษณะรูปแบบเดียวกับโครงสร้างสมาชิกครอบครัว หรือโครงสร้างขององค์กรที่ประกอบด้วย หัวหน้า รองหัวหน้า พนักงานไล่ลำดับลงไปเรื่อยๆ จากบนลงล่าง การกำหนดโครงสร้างเริ่มจากการกำหนดหัวข้อหลักของข้อมูล แล้วจึงเลือกใช้แบบแผนระบบข้อมูลที่เหมาะสมกับเว็บไซต์ ในการออกแบบโครงสร้างระบบข้อมูลแบบลำดับชั้นสำหรับเว็บไซต์ควรยึดหลัก 2 ประการ คือ

- **แต่ละกลุ่มข้อมูลควรแยกจากกันอย่างชัดเจน** โดยไม่มีส่วนใดร่วมหรือซ้ำกันในแบบแผนระบบข้อมูลประเภทหนึ่งๆ
- **ควรพิจารณาถึงความกว้างและความลึกของโครงสร้างระบบข้อมูล** ให้เหมาะสมกับเว็บไซต์ โดยความกว้างในที่นี้หมายถึงจำนวนรายการที่มีอยู่ในแต่ละชั้นข้อมูล ส่วนความลึกหมายถึงจำนวนชั้นของข้อมูลในโครงสร้าง ถ้าโครงสร้างข้อมูลมีลักษณะแคบและลึกมาก ผู้ใช้จะต้องคลิกหลายครั้งกว่าจะเข้าถึงสิ่งที่ต้องการ แต่ถ้าข้อมูลมีลักษณะกว้างและตื้นมาก ผู้ใช้จะต้องเผชิญกับรายการที่มีให้เลือกเป็นจำนวนมากในแต่ละเมนู และหลังจากที่เข้าไปยังส่วนใดส่วนหนึ่งแล้วก็อาจจะประหลาดใจกับเนื้อหาที่มีจำนวนน้อยกว่าที่คิด จากผลการศึกษาด้านจิตวิทยาพบว่าจำนวนโครงสร้างข้อมูลที่ดี ควรจะมีความกว้าง 5-9 รายการ และมีความลึกไม่เกิน 4-5 ชั้น

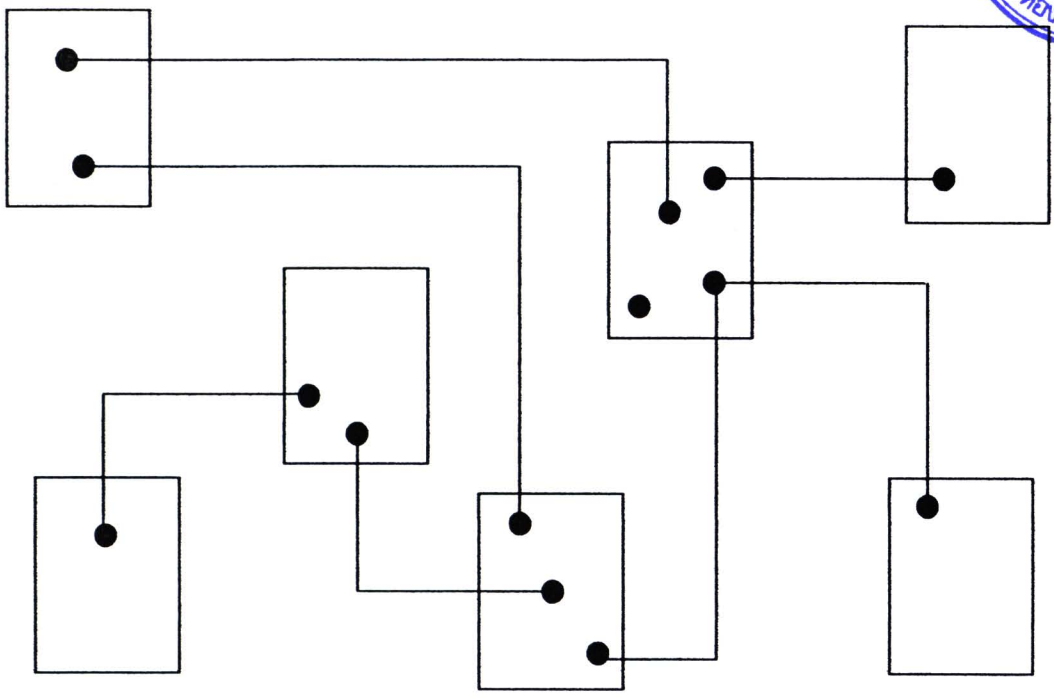
สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ ห้องสมุดงานวิจัย



ภาพ 2.5 แสดงถึงรูปแบบการจัดโครงสร้างข้อมูลแบบลำดับชั้น (Hierarchy)

แบบไฮเปอร์เท็กซ์ (Hypertext) เป็นโครงสร้างระบบข้อมูลแบบใหม่ที่มีลักษณะคล้ายเครือข่ายโยงใย โครงสร้างระบบนี้ประกอบด้วยองค์ประกอบ 2 ส่วน คือ รายการหรือกลุ่มข้อมูลที่ถูกลิงค์ กับลิงค์ที่เชื่อมโยงข้อมูลเหล่านั้น องค์ประกอบทั้งสองส่วนเมื่อนำมารวมกันจะเกิดเป็นระบบการเชื่อมโยงข้อมูลประเภทต่างๆ เช่น ตัวอักษร รูปภาพ โดยการเชื่อมโยงข้อมูลอาจเป็นไปตามลำดับชั้นหรือไม่ตามลำดับชั้น จากการที่ระบบไฮเปอร์เท็กซ์ได้เปิดช่องทางให้มีการเชื่อมโยงระหว่างรายการในลำดับชั้นข้อมูลที่ต่างกันจึงมักนำระบบไฮเปอร์เท็กซ์มาใช้เป็นส่วนเสริมให้กับโครงสร้างข้อมูลแบบลำดับชั้นที่มีอยู่แล้วมากกว่าใช้เป็นโครงสร้างหลัก

สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ ห้องสมุดงานวิจัย



ภาพ 2.6 แสดงถึงรูปแบบการจัดโครงสร้างแบบไฮเปอร์เท็กซ์ (Hypertext)

แบบฐานข้อมูล (Database Model) นิยมนำมาใช้วางโครงสร้างของเว็บไซต์ที่มีขนาดใหญ่ การนำระบบฐานข้อมูลมาใช้จะช่วยเพิ่มความสามารถในการค้นหาข้อมูลได้อย่างถูกต้องและรวดเร็วและยังช่วยเพิ่มความสะดวกในการดูแลและปรับปรุงเนื้อหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ ระบบโครงสร้างแบบฐานข้อมูลเหมาะกับการนำไปใช้กับบางส่วนในเว็บไซต์หรือเว็บไซต์ย่อย (Sub Site) ที่มีกลุ่มของข้อมูลประเภทเดียวกัน เช่น รายชื่อสมาชิก ข้อมูลสินค้า (ธวัชชัย ศรีสุเทพ, 2544: 83-85)

2.3.3 ลักษณะการออกแบบหน้าตาของเว็บไซต์ (Interface Design) เมื่อพิจารณาดูเว็บไซต์ที่มีอยู่ในปัจจุบัน สไตล์การออกแบบหน้าตาเว็บไซต์จะถูกแบ่งออกเป็น 3 ลักษณะด้วยกันคือ

1) แบบ Content เป็นการออกแบบที่เน้นเนื้อหาหรือตัวอักษรมากกว่ารูปภาพประกอบ

2) แบบ Image เป็นการออกแบบที่ใช้ภาพกราฟิกขนาดใหญ่เข้ามาเป็นจุดเด่นของหน้าเว็บไซต์ ส่วนใหญ่การออกแบบสไตล์นี้จะให้ความสวยงามหลากหลาย เหมาะกับหน้าโฮมเพจที่เป็นหน้าหลักและหน้าเว็บเพจที่มีเนื้อหาน้อยและต้องการความสวยงามเป็นหลัก

3) แบบผสม เป็นการออกแบบที่สร้างจุดสนใจโดยใช้ทั้งภาพและตัวอักษรในการจัดองค์ประกอบให้เกิดความสวยงามและได้เนื้อหาข้อมูล

2.3.4 ส่วนประกอบของหน้าเว็บไซต์ จะประกอบไปด้วย 3 ส่วนคือ

1) ส่วนหัวของหน้า (Page Header) บริเวณส่วนหัวของเว็บเพ็จถือเป็นบริเวณที่สำคัญที่สุดในหน้า เพราะเป็นส่วนที่จะดึงดูดผู้ใช้ให้ติดตามเนื้อหาที่เหลือ โดยปกติส่วนหัวของหน้าจะประกอบไปด้วย ชื่อเว็บไซต์ ระบบเนวิเกชัน และหัวข้อหลักหรือชื่อเนื้อหาในหน้านั้น ซึ่งองค์ประกอบนี้ควรจะมีความสม่ำเสมอโดยมีเหมือนกันทุกหน้า เพื่อให้ผู้ใช้สามารถใช้งานระบบได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดการจดจำระบบการทำงานได้ดี

2) ส่วนของเนื้อหา (Page Body) ควรมีความกะทัดรัดและจัดอย่างเป็นระเบียบเพื่อให้มองหาข้อมูลได้รวดเร็ว พร้อมทั้งควรจัดรูปแบบตัวอักษรอย่างเหมาะสมเพื่อทำให้เนื้อหาดูน่าสนใจ

3) ส่วนท้ายของหน้า (Page Footer) เป็นบริเวณที่จะให้ข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับเนื้อหาและเว็บไซต์ โดยอาจทำเป็นที่รวมลิงค์ หรือแสดงลิขสิทธิ์ รายละเอียดวิธีการติดต่อกับผู้ดูแลเว็บไซต์ (โสรชัย นันทวัชรวิบูลย์, 2545: 228-241)

2.3.5 การจัดองค์ประกอบของภาพ คือ การนำองค์ประกอบต่างๆ ที่มีอยู่ในภาพ มาจัดรูปแบบให้เกิดความสวยงามและสื่อความหมาย ซึ่งประกอบไปด้วย

1) จุด เป็นองค์ประกอบที่มีขนาดเล็ก โดยมีขนาดความกว้างและความยาวใกล้เคียงกัน ซึ่งจะช่วยทำให้เกิดการเรียกร้องความสนใจของสายตาและบอกตำแหน่งในภาพ

2) เส้น เป็นองค์ประกอบที่มีขนาดยาว เกิดจากการนำจุดมาวางเรียงต่อกัน มีคุณสมบัติเด่นในการนำสายตาและเป็นแนวในการแบ่งภาพ ประกอบด้วย

เส้นตรง ให้ความรู้สึกมั่นคงเป็นระเบียบ
เส้นนอน ให้ความสงบ นิ่ง เรียบร้อย
เส้นเฉียง ให้ความรู้สึกถึงการเคลื่อนไหว ไม่หยุดนิ่ง
เส้นโค้ง ให้ความรู้สึกนิ่มนวล พลิ้วไหว
เส้นหยัก ให้ความรู้สึกไม่เป็นระเบียบ ความอิสระหรือความสับสนวุ่นวาย
เส้นเล็กและบาง ให้ความรู้สึกเบาและเฉียบคม
เส้นหนาให้ความรู้สึกหนักแน่นในการนำสายตา

3) ระนาบ เป็นองค์ประกอบที่เกิดจากเส้นที่ขยายตัวซึ่งมีลักษณะเป็น 2 มิติในแต่ละรูปร่างจะมีความหมายและความรู้สึกต่างกัน ดังนี้

วงกลม ให้ความรู้สึกเป็นศูนย์กลาง เป็นที่รวมความสนใจ
สี่เหลี่ยม ให้ความรู้สึกสงบ มั่นคง เป็นระเบียบ
สามเหลี่ยม ให้ความรู้สึกถึงทิศทาง ความเฉียบคม และมีแรงผลักดัน

หกเหลี่ยม ให้ความรู้สึกถึงการเชื่อมโยง

รูปร่างธรรมชาติ ให้ความรู้สึกถึงความอิสระ ไม่มีกฎเกณฑ์ที่แน่นอน

2.3.6 เทคนิคการจัดองค์ประกอบ

1) การจัดองค์ประกอบที่สร้างให้เกิดเอกภาพ (Unity) ซึ่งเอกภาพคือการสร้างภาพรวมของงานให้เกิดความกลมกลืน (Harmony) เป็นพวกพ้องเดียวกัน

2) การจัดองค์ประกอบที่สร้างให้เกิด จุดเด่น จุดสำคัญ (Emphasize) เป็นวิธีการหนึ่งที่สร้างความน่าสนใจให้กับงาน โดยหลักในการสร้างให้เกิดจุดเด่นสามารถทำได้ดังนี้การวางจุดสนใจในงาน (Focus Point) รูปแบบการวางจุดสนใจในงาน ขึ้นอยู่กับสิ่งที่ต้องการนำเสนอหรือสิ่งที่ต้องการสร้างจุดเด่น ในงานเขียนของโสรชัย นันทวัชรวิบูรย์ ได้แนะนำวิธีการวงจุดสนใจในงาน (Focus Point) ซึ่งยึดหลักจากพฤติกรรมการมองภาพโดยแบ่งหน้าเว็บไซต์ออกเป็นตาราง 9 ช่อง ดังนี้

1	0	2
0	4	0
2	0	3

ภาพ 2.7 แสดงถึงรูปแบบการจัดองค์ประกอบภาพโดยใช้ตาราง 9 ช่อง

ในการวางตำแหน่งขององค์ประกอบภาพที่เน้นให้เกิดจุดสนใจ ส่วนใหญ่จะนิยมวางไว้ที่ตำแหน่ง 1,3,2,4 เป็นหลักโดยแต่ละตำแหน่งมีคุณสมบัติที่แตกต่างกันออกไปดังนี้

ตำแหน่ง 0 เป็นตำแหน่งที่ไม่ควรวางองค์ประกอบที่ต้องการเน้น เนื่องจากเป็นตำแหน่งที่สายตาคนไม่ได้ให้ความสำคัญเนื่องจากอยู่ในช่วงกึ่งกลางภาพ

ตำแหน่ง 1 เป็นตำแหน่งที่คนส่วนใหญ่มองเห็นเป็นอันดับแรก เนื่องจากสอดคล้องกับพฤติกรรมการอ่านหนังสือที่ต้องมองจากซ้ายไปขวา

ตำแหน่ง 2 เป็นตำแหน่งที่มีพลังในการเรียกร้องความสนใจจากสายตาได้เป็นอย่างดี จึงเหมาะกับการจัดวางองค์ประกอบที่ต้องการเน้น

ตำแหน่ง 3 เป็นตำแหน่งสำคัญที่สืบเนื่องมาจากตำแหน่งที่ 1 เพราะเป็นตำแหย่งสุดท้ายที่คนส่วนใหญ่กวาดสายตามอง

ตำแหน่ง 4 เป็นตำแหน่งกลางภาพที่มีความสำคัญที่สุดในงาน ถึงจะไม่เป็นจุดเรียกร้องสายตามากเท่ากับ จุดที่ 1, 2, 3 แต่เป็นจุดที่รวมสายตาของผู้พบเห็น

3) การสร้างความแตกต่างในงาน (Contrast) ความแตกต่างเป็นตัวกำหนดความน่าสนใจหรือความโดดเด่นในงาน การออกแบบในลักษณะนี้ทำได้โดยใช้วิธี การสร้างขนาดที่แตกต่างของภาพ หรืออาจใช้การสร้างรูปลักษณ์ โทนสี ที่แตกต่างขององค์ประกอบภายในภาพ

4) การวางแยกองค์ประกอบให้โดดเด่น (Isolation) เป็นการจัดวางจุดเด่นออกจากองค์ประกอบโดยรวม ซึ่งเป็นวิธีที่ทำให้ผู้พบเห็นเกิดการสังเกตเห็นองค์ประกอบนั้นได้ง่าย

2.3.7 เทคนิคที่ใช้ในงานออกแบบ เป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยเสริมการจัดองค์ประกอบของภาพที่มีอยู่ให้สื่อความหมายและเกิดความสวยงามเทคนิคในการออกแบบประกอบไปด้วย

1) การออกแบบที่เน้นความเรียบง่ายกับความยุ่งเหยิง (Simplicity & Complexity) ภาพที่เรียบง่ายให้ความรู้สึกถึงความตรงไปตรงมา องค์ประกอบส่วนใหญ่มักวางเรียงกันอย่างสงบเป็นเทคนิคเรียบง่ายที่เหมาะกับงานออกแบบที่เป็นสากล และภาพที่มีความยุ่งเหยิง ให้ความรู้สึกในการดึงดูดสายตากับผู้ชมงาน เหมาะกับงานที่ไม่เป็นทางการมากนัก

2) การออกแบบที่เน้นความเคลื่อนไหวกับหยุดนิ่ง (Activeness & Stasis) ภาพเคลื่อนไหวเหมาะกับงานออกแบบที่เน้นความทันสมัย ความกระฉับกระเฉง งานออกแบบที่สื่อถึงเทคโนโลยีวิทยาศาสตร์ และการออกแบบเทคนิคของการหยุดนิ่งจะเน้นสื่อถึงความสงบนิ่ง ความคงทน ความน่าเชื่อถือ โดยใช้การวางองค์ประกอบในแนวนอนและใช้สีที่ไม่ฉูดฉาด

3) การออกแบบที่เน้นความเรียบแบนกับลึกมีมิติ (Flatness & Depth) เทคนิคคู่นี้เป็นเทคนิคของการเลือกใช้และไม่ใช้หลักทัศนียภาพ ซึ่งในงานของภาพลึกมีมิติจะดึงดูดสายตาของผู้ชมได้ดีกว่า

4) การออกแบบที่เน้นความเป็นกลางกับการเน้นจุดสำคัญ (Neutrality & Accent) ภาพที่เป็นกลางเป็นภาพที่ออกแบบมาไม่ให้เกิดความขัดแย้งกัน ให้ความรู้สึกกลมกลืนมีเอกภาพ สื่อความหมายถึงความสากล สุขุม ไม่ฉูดฉาด และเทคนิคการออกแบบที่เน้นจุดสำคัญ เป็นเทคนิคการเรียกร้องความสนใจหรือจุดเด่นให้เกิดขึ้นในภาพ โดยใช้หลักการจัดองค์ประกอบที่ได้กล่าวไว้ข้างต้น

5) การออกแบบที่เน้นความโปร่งใสกับทึบตัน (Transparency & Opacity) จุดเด่นของภาพโปร่งใส คือ ทำให้เกิดการมองทะลุให้เห็นองค์ประกอบภาพได้ทั้งหมด ทำให้เกิดความเป็นเอกภาพ

และทำให้ภาพเกิดความสัมพันธ์กัน ในส่วนของการออกแบบในลักษณะทึบตันจะสร้างความรู้สึกชัดเจนตรงไปตรงมา และเข้าใจง่ายมากกว่าเทคนิคโปร่งใส

6) การออกแบบที่เน้นถึงความคมชัดและความพร่ามัว (Sharpness & Diffusion) ความคมชัดแสดงออกถึงความหมายที่ถูกต้องเที่ยงตรง ง่ายต่อการแปลความหมาย ส่วนความพร่ามัวจะทำให้ภาพดูนุ่มนวล มีเสน่ห์ กระตุ้นให้เกิดความอยากรู้อยากเห็นและการค้นหาความหมายภายใน (โสรชัย นันทวัชรวิบูลย์, 2545:56-69)

สรุปได้ว่า การออกแบบเว็บไซต์มีส่วนสำคัญในการทำให้เว็บไซต์นั้นบรรลุเป้าหมาย การออกแบบที่ต้องมีการจัดทำเป็นระบบ ขั้นตอน และคำนึงถึงผู้ใช้เป็นหลักสำคัญ ผู้ศึกษาได้นำขั้นตอนและวิธีการออกแบบเว็บไซต์ตามหลักทฤษฎีของ โสรชัย นันทวัชรวิบูลย์ มาเป็นกรอบในการสร้างแบบสอบถามเพื่อหาความต้องการของนักท่องเที่ยวผู้ใช้เว็บไซต์ และนำมาเป็นกรอบในแบบสัมภาษณ์กลุ่มผู้นำชุมชนเพื่อให้ทราบความต้องการนำเสนอข้อมูลของชุมชน และนำมาเป็นประเด็นการวิเคราะห์ในส่วนการออกแบบของเว็บไซต์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีอยู่เดิม เพื่อหาแนวทางความต้องการนำเสนอข้อมูลบนเว็บไซต์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศตำบลกื้ดช้าง อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่

2.4 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สฤษฎ์ (2548)ได้ศึกษาเรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หรือ Ecotourism พบว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นการบ่งบอกถึง การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism) ซึ่งจากการประชุม Globe 1990 ณ ประเทศแคนาดาได้ให้คำจำกัดความของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนว่า "การพัฒนาที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและผู้เป็นเจ้าของท้องถิ่นในปัจจุบัน โดยมีการปกป้องและสงวน รักษาโอกาสต่างๆ ของอนุชนรุ่นหลังด้วย การท่องเที่ยวนี้มีความหมายรวมถึงการจัดการทรัพยากรเพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจสังคม และความงามทางสุนทรียภาพ ในขณะที่สามารถรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและระบบนิเวศด้วย" ยังเป็นการท่องเที่ยวที่มีกระบวนการเรียนรู้ (Learning) และการให้การศึกษา (Education) เกี่ยวกับระบบนิเวศ และสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มพูนความรู้ (Knowledge) ความประทับใจ (Appreciation) และประสบการณ์ (Experience) ที่มีคุณค่า ซึ่งจะสร้างความตระหนักและจิตสำนึกที่ถูกต้องทางด้านการอนุรักษ์ ทั้งต่อนักท่องเที่ยว ประชาชนท้องถิ่น ตลอดจนผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง นำไปสู่การกระจายรายได้ ทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับประเทศ โดยคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น (Involvement of Local Community or People Participation) ในภาคบริการต่างๆ เพื่อก่อให้เกิดผลประโยชน์ต่อ

ท้องถิ่น (Local Benefit) มากกว่าการท่องเที่ยวที่เคยส่งเสริมกันมาตั้งแต่อดีตจนกระทั่งปัจจุบันที่เรียกว่า Conventional Tourism ซึ่งมักจะเป็น การท่องเที่ยวแบบหมู่คณะใหญ่ๆ (Mass Tourism) ที่ผลประโยชน์ส่วนใหญ่มักจะตกอยู่กับผู้ประกอบการ หรือบริษัทนำเที่ยวเท่านั้น

ตรัยสุดา เลี้ยงไพศาล (2543) ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร การท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศปี พ.ศ. 2543 โดยการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multistage Random Sampling) เป็นจำนวน 410 คน โดยใช้แบบสอบถาม ผลการศึกษา สรุปได้ว่า ปัจจัยด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ในเรื่องภูมิลำเนาที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จะมีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตจากสื่อแผ่นพับและบริษัทนำเที่ยวที่แตกต่างกัน โดยเพศหญิงมีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวจากหนังสือนำเที่ยว และบริษัทนำเที่ยวมากกว่าเพศชาย ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 41-50 ปีมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยว จ.ภูเก็ต จากสื่อ อินเตอร์เน็ตมากกว่ากลุ่มอื่น ขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวจาก อินเตอร์เน็ต และหนังสือนำเที่ยว มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาต่ำกว่า ปริญญาตรีโดยกลุ่มตัวอย่างที่เดินทางมาเที่ยวส่วนตัวมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่ออินเตอร์เน็ตมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่เดินทางมาเที่ยวเป็นหมู่คณะ

สอดคล้องกับงานของ ฐปนี สุวรรณฉัตรชัย (2542) ที่ศึกษาการแสวงหาข่าวสารการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ที่มีต่อข่าวสารของศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร พบว่า ลักษณะประชากรทางสถานภาพ อาชีพ รายได้และประเทศ ที่แตกต่างกันจะมีความสนใจในข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร และการใช้ประโยชน์จากข่าวสารที่แตกต่างกัน

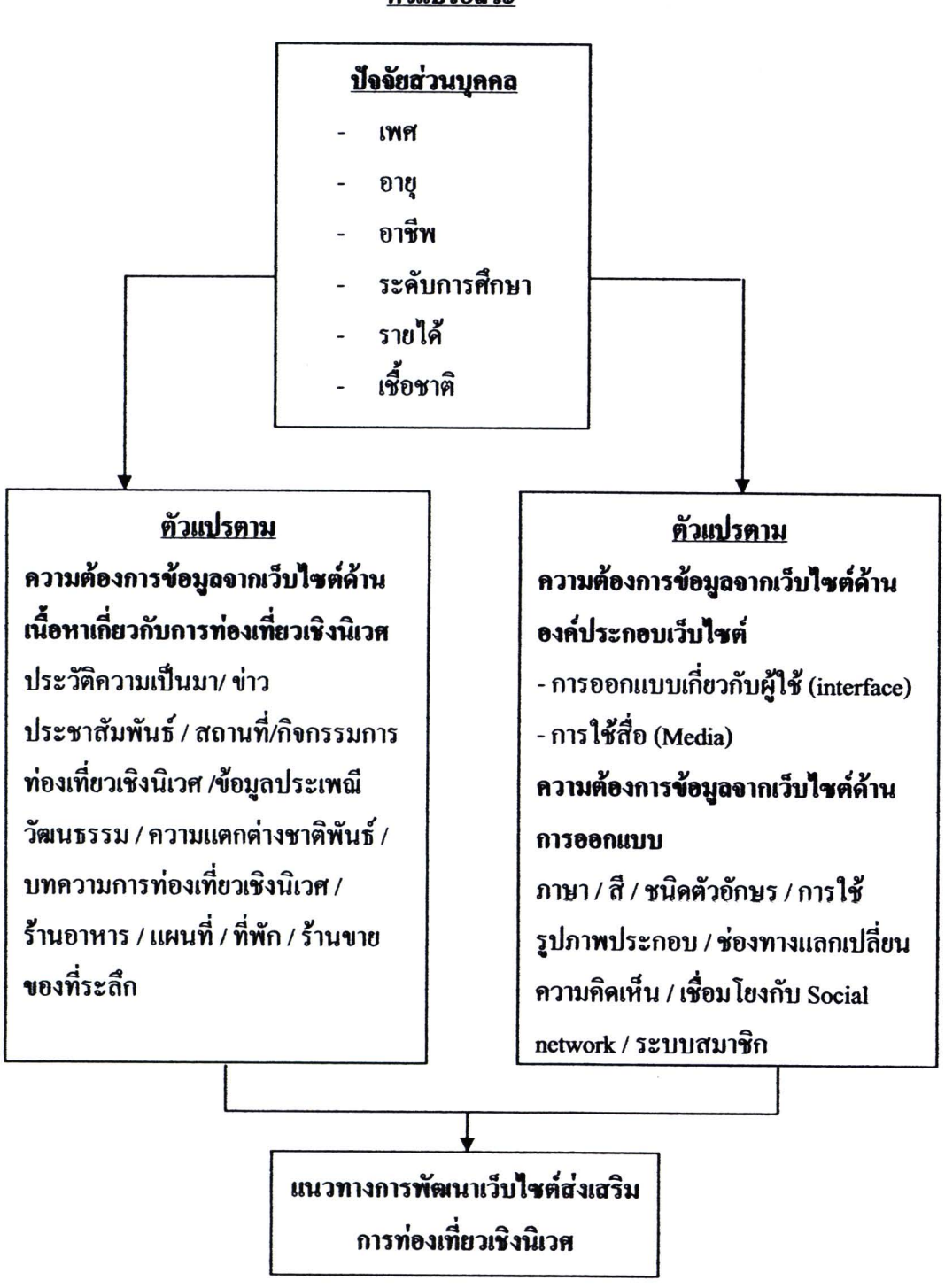
จากงานศึกษาสองชิ้นนี้ พบว่ากลุ่มบุคคลแต่ละกลุ่มล้วนมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารที่ต่างกัน ดังนั้นหากจะทำการศึกษาจึงควรศึกษาความคาดหวังและความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวเอาไว้ล่วงหน้า จะได้เลือกผลิตสื่อให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายอย่างแท้จริง

งานศึกษาของ สุดาวรรณ เตชะวิบูลย์วงศ์ (2543) ที่ศึกษากระบวนการสื่อสารเชิงสัญลักษณ์ผ่านสื่อมวลชน ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยุคหลังสมัยใหม่ ในโครงการ Amazing Thailand พบว่า สัญลักษณ์ถูกใช้เพื่อสื่อทั้งความหมายโดยตรง และความหมายโดยนัยไปพร้อมๆ กัน

จากงานศึกษาข้างต้น จะเห็นได้ว่าในการออกแบบสื่อการใช้เลือกใช้สัญญะ สัญลักษณ์และรหัสเกี่ยวกับการท่องเที่ยวต้องมีความพิถีพิถัน เพราะการเลือกที่เหมาะสม จะสามารถสร้างแรงจูงใจด้านบวกให้กับกลุ่มเป้าหมาย จนกระทั่งอาจส่งผลต่อพฤติกรรม และการตัดสินใจได้

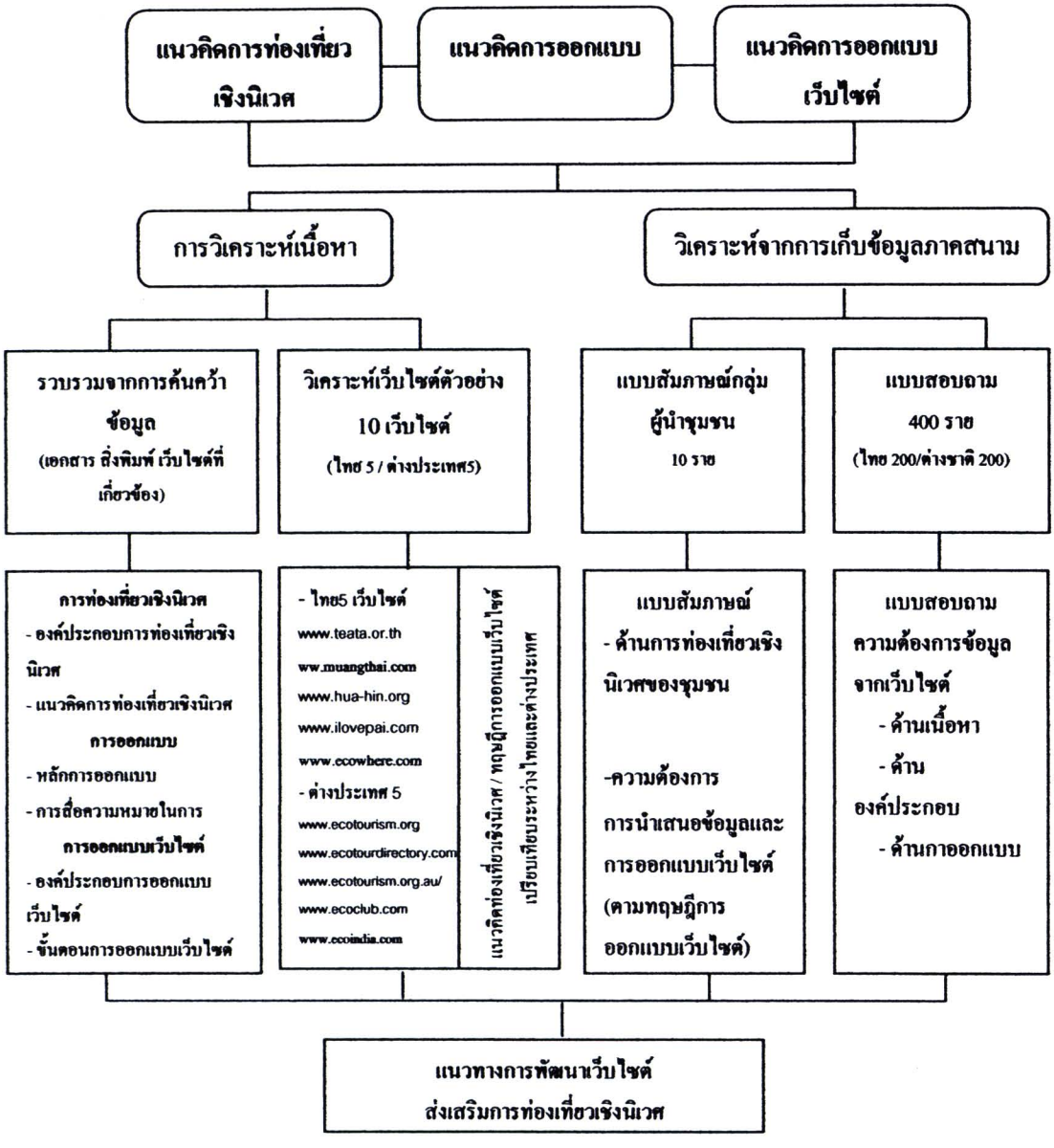
2.5 กรอบแนวคิดของการศึกษา

จากแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยสามารถนำมาสรุปกรอบแนวคิดการวิจัยได้ดังนี้



ภาพ 2.8 กรอบแนวคิดของการศึกษา

เนื่องจากการศึกษาในครั้งนี้ มีขั้นตอนในการเก็บรวบรวมข้อมูลหลายวิธีการ ผู้ศึกษาจึงขอสรุปภาพรวมให้เห็นกรอบแนวคิดในการศึกษาดังต่อไปนี้



ภาพ 2.9 กรอบแนวคิดในการศึกษาในภาพรวม