

บทที่ 7

สรุปผลและข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง บทบาทของภาพถ่ายเพื่อการส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยว เพื่อวัตถุประสงค์ให้เข้าใจถึง ประเภท ลักษณะ และการสื่อความหมาย ของการใช้ ภาพถ่าย เพื่อการโฆษณาธุรกิจท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ

การวิจัยในครั้งนี้ใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีแหล่งข้อมูลเอกสาร คือ ผลงานการโฆษณาของธุรกิจท่องเที่ยว และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในสื่อสิ่งพิมพ์ คือ นิตยสาร แผ่นพับ และโปสเตอร์ นอกจากนี้ยังรวบรวมเอกสารที่มีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาประกอบ ในการศึกษา

วิเคราะห์ข้อมูลจากชิ้นงานโฆษณาของธุรกิจท่องเที่ยว ในด้านของประเภทของ ภาพถ่ายที่ใช้ในการโฆษณาธุรกิจท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ , ลักษณะของภาพถ่ายที่ใช้ในการโฆษณาในธุรกิจท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ และ การสื่อความหมายด้วยภาพในลักษณะต่าง ๆ

7.1 สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องบทบาทของภาพถ่ายเพื่อการส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยว ในครั้งนี้สรุปได้ว่า ภาพถ่ายมีบทบาทในการส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยว คือ ถูกนำไปใช้ในการโฆษณาส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ โดยภาพถ่ายจะเป็นสิ่งกระตุ้นจินตนาการ และความรู้สึกของผู้อ่าน ในลักษณะที่เป็นจุดเร้าใจ (Appeal) ในเรื่องต่าง ๆ ที่ตรงกับความสนใจและความพึงพอใจของผู้บริโภค ด้วยวิธีการสื่อสารด้วยภาพทั้งชนิดโดยตรง (Literal) และชนิดที่เป็นสัญลักษณ์ (Symbolic) เพื่อให้ผู้บริโภครับทราบข่าวสาร ที่เกี่ยวกับสินค้าบริการของธุรกิจท่องเที่ยวในแต่ละประเภท ที่นำเสนอออกมาในสื่อสิ่งพิมพ์ในหลาย รูปแบบ เช่น นิตยสาร, แผ่นพับ และโปสเตอร์ ซึ่งแต่ละรูปแบบก็จะมีลักษณะเฉพาะตัวที่แตกต่างกันออกไป แต่สิ่งที่เหมือนกันก็คือ การใช้ภาพถ่ายที่เป็นจุดเร้า และด้วยวิธีการสื่อสารด้วยภาพ ในลักษณะที่แตกต่างกันออกไปในแต่ละประเภทของธุรกิจท่องเที่ยว

การใช้ภาพในการโฆษณาส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวแต่ละประเภท ในสื่อชนิดสาร เป็นการนำภาพที่แสดงถึงความเกี่ยวข้องของธุรกิจกับการท่องเที่ยว ซึ่งในธุรกิจแต่ละประเภท โดยเฉพาะธุรกิจประเภทที่ให้บริการ เช่น โรงแรมและรีสอร์ท, ภัตตาคารร้านอาหาร, การขนส่ง และบริษัทนำเที่ยว ก็จะใช้ภาพที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ท่องเที่ยว โดยใช้จุดเร้าไปตามกลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ ตามความต้องการของนักท่องเที่ยว และจะเห็นได้ว่า ส่วนใหญ่จะใช้วิธีการสื่อสารด้วยภาพชนิดที่เป็นสัญลักษณ์โดยใช้ภาพโยงความสัมพันธ์ระหว่างสินค้ากับสถานการณ์ หรือวิถีชีวิตความเป็นอยู่ และจากการที่ การโฆษณาในสื่อชนิดสารมี เนื้อหาในการนำเสนอที่จำกัด ดังนั้น ภาพที่นำมาใช้ในการโฆษณา ส่วนใหญ่ จึงเป็นภาพที่แสดงให้เห็นถึงรูปแบบของการให้บริการ ตลอดจนภาพพจน์ของการบริการของธุรกิจท่องเที่ยว นั้น ๆ โดยใช้จุดเร้า (Appeal) และการสื่อสารความหมายด้วยภาพ ในลักษณะใดลักษณะหนึ่ง ที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย และภาพพจน์ของธุรกิจการบริการนั้น ๆ ให้มากที่สุด

การส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวในสื่อแผ่นพับ มีลักษณะของการให้ข้อมูลเกี่ยวกับ สินค้าบริการ ที่ค่อนข้างละเอียดและชัดเจน และการที่จะได้ข้อมูลดังกล่าว ผู้บริโภคจะต้องมีความสนใจในธุรกิจบริการนั้น อย่างเฉพาะเจาะจง เพื่อต้องการที่จะได้รับทราบข้อมูลเพิ่มเติม หลังจากที่ได้อ่าน หรือได้เห็นมาแล้วจากสื่อชนิดสาร หรือ สื่อโปสเตอร์

การใช้ภาพในสื่อโปสเตอร์มีการใช้จุดเร้าใจในเรื่องของ วัฒนธรรมท้องถิ่น, สุขภาพ, และการตระหนักถึงสภาพแวดล้อม และส่วนใหญ่เป็นการสื่อสารด้วยภาพ ชนิดที่เป็นสัญลักษณ์ (Symbolic) โดยใช้ภาพโยงความสัมพันธ์ระหว่างสินค้ากับ สถานการณ์หรือวิถีชีวิตความเป็นอยู่ (Association) จะเห็นได้ว่าภาพที่ใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยว ไม่ได้เน้นไปที่ธุรกิจท่องเที่ยวประเภทใดประเภทหนึ่งโดยตรง แต่เป็นการนำเสนอภาพที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว และวัฒนธรรม ที่เป็นจุดขายหลักของประเทศ การชักชวนให้คนเดินทางท่องเที่ยว ก็จะเกิดผลโดยตรงกับธุรกิจท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ ทุกประเภท ที่มีความเกี่ยวเนื่องกัน ซึ่งธุรกิจแต่ละประเภทก็จะใช้ลักษณะของภาพที่แตกต่างกันตามความเหมาะสม ของธุรกิจนั้น ๆ

จากการวิจัย สรุปได้ว่า ภาพถ่ายที่ใช้โฆษณาส่งเสริมธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท มักจะพบว่าใช้ภาพแสดงภายนอกและภายในตัวอาคาร และภาพสระว่ายน้ำ ของโรงแรมและรีสอร์ทนั้น ๆ ภาพที่ใช้โฆษณาส่งเสริมธุรกิจภัตตาคาร ร้านอาหาร มักจะใช้ภาพ ของ

อาหารและการใช้และให้บริการ ภาพที่ใช้โฆษณาส่งเสริมธุรกิจการขนส่ง มักจะใช้ภาพของยานพาหนะในขณะที่ใช้และให้บริการ ภาพที่ใช้โฆษณาส่งเสริมธุรกิจบริษัทนำเที่ยว มักจะใช้ภาพของสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งภาพของสถานที่ท่องเที่ยวนี้มักจะถูกใช้ใน การโฆษณาส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวประเภทอื่น ๆ ด้วย ในบางครั้ง พบว่า ธุรกิจบริษัทนำเที่ยวจะใช้ภาพที่แสดงถึงเกี่ยวข้องกับธุรกิจท่องเที่ยวประเภทอื่นด้วย เช่น ใช้ภาพแสดงภายนอกและภายในตัวอาคาร และสระว่ายน้ำ ของโรงแรมและรีสอร์ท หรือใช้ภาพของยานพาหนะในขณะที่ใช้และให้บริการ เป็นต้น ส่วนภาพที่ใช้ในโฆษณาธุรกิจร้านค้าของที่ระลึก ก็จะใช้ภาพของสินค้าของที่ระลึกในรูปแบบต่าง ๆ

จากการที่ภาพถูกใช้ให้เป็นทั้ง "สื่อ" ที่เป็นตัวกลางทำให้เกิดการรับรู้ด้วยวิธีการสื่อสารด้วยภาพชนิดต่าง ๆ และเป็นทั้ง "สาร" ที่ทำให้ผู้บริโภครับรู้และเกิดความพึงพอใจ เป็นการกระตุ้นที่ทำให้มีผล ต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในระดับต่อไป

7.2 ข้อจำกัดในการวิจัย

การวิจัยนี้ มีข้อจำกัด อันทำให้เกิดอุปสรรคอยู่หลายประการ ซึ่งจะขอนำมากล่าวในที่นี้เพื่อเป็นแนวทางและ ข้อเสนอแนะสำหรับ ผู้ที่จะการทำวิจัยในครั้งต่อไป ดังนี้

1) ในเรื่องของประเภทของธุรกิจท่องเที่ยว ที่ได้โฆษณาส่งเสริมใน สื่อชนิดต่าง ๆ มิได้ครบทุกประเภทในบางสื่อ กล่าวคือ ในสื่อนิตยสารมีธุรกิจที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว ลงโฆษณาอย่างแพร่หลายในทุกประเภท แต่มีธุรกิจท่องเที่ยวบางประเภทเท่านั้นที่ได้จัดทำสื่อแผ่นพับเพื่อการส่งเสริมการขายอย่างแพร่หลาย เช่น ธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท ธุรกิจการขนส่ง และธุรกิจบริษัทนำเที่ยว

โดยเฉพาะในสื่อโปสเตอร์ส่งเสริมการท่องเที่ยว มีหน่วยงานที่มีการจัดทำโปสเตอร์เพื่อการส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวเพียงไม่กี่หน่วยงาน ดังนั้น เนื้อหาที่ถูกนำเสนอในสื่อโปสเตอร์จึงอยู่ในมุมมองที่ค่อนข้างจำกัด

2) การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะเนื้อหาที่ปรากฏ ของสารที่ถูกนำเสนอเท่านั้นไม่ได้ศึกษา ทั้งในส่วนของผู้ที่ผลิตชิ้นงานโฆษณาโดยตรง และในส่วนของผู้รับสาร หรือ

ผู้บริโภค ทำให้เห็นบทบาทของภาพถ่าย เพียงมุมมองที่ถูกนำเสนอให้เห็นอย่างเด่นชัด ที่สามารถสังเกตเห็นได้จากชิ้นงานโฆษณา นั้น ๆ ซึ่งผู้วิจัยอาจจะมีความคิดเห็น ที่แตกต่างจากวัตถุประสงค์จริง ๆ ของผู้ส่งสาร และ ทิศนะของผู้รับสารเมื่อได้อ่าน หรือได้เห็นภาพโฆษณา ส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยว นั้น ๆ

7.3 ข้อเสนอแนะ

ในการวิจัยเรื่อง บทบาทของภาพถ่ายเพื่อการส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยว มีข้อที่ควรนำมาพิจารณาและเสนอแนะดังนี้

1) ในการวิจัยครั้งต่อ ๆ ไปควรเลือกศึกษาบทบาทของภาพถ่ายเพื่อการส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวในสื่อใดสื่อหนึ่ง โดยเฉพาะสื่อโปสเตอร์ ที่มีอิทธิพลต่อภาพพจน์โดยรวมของประเทศ

2) ในการวิจัยในครั้งต่อ ๆ ไปน่าจะมีการศึกษาในเรื่องของภาพที่แสดงถึงสัญลักษณ์ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่ และวัฒนธรรมไทย ที่เป็นจุดดึงดูดใจ ของนักท่องเที่ยว ว่ามีอะไรบ้างและมีอิทธิพลต่อผู้พบเห็น หรือนักท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม เพื่อที่จะใช้ เป็น ภาพในการเผยแพร่ ส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวของประเทศ ในโอกาสต่อไป