

การใช้ภาพถ่ายในการส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวในสื่อแผ่นพับ (Folder)

จากการวิเคราะห์ ภาพถ่ายที่ใช้ในการโฆษณาส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยว ในสื่อชนิดยสาร ซึ่งได้กล่าวไว้ใน บทที่ 4 นั้น จะเห็นได้ว่าภาพถ่ายที่ถูกนำเสนอในสื่อชนิดยสารนั้น เป็นการนำเสนอในพื้นที่ ที่จำกัด ดังนั้นภาพที่ถูกนำเสนอจึงเป็นภาพที่ถูกคัดเลือกให้นำเสนอในสิ่งที่ เป็นจุดขายของธุรกิจบริการนั้น ๆ เพื่อให้ตรงตามกลุ่มเป้าหมายตามความต้องการ ของผู้ทำ โฆษณา

บทนี้จะกล่าวถึง การใช้ภาพถ่ายในการส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยว ในสื่อแผ่นพับ (Folder) ซึ่งเป็นสื่อเฉพาะกิจชนิดหนึ่ง หรือเป็นโฆษณาสิ่งพิมพ์เพื่อการจัดแจก (มโนรมย์ ชีรวานิช, 2534) มีลักษณะเป็นใบพับทบไปมา อาจมีได้ตั้งแต่ 2 - 5 ทบ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับ รายละเอียดที่ต้องการแสดงของสินค้า สื่อประเภทนี้จะสามารถบรรจุ เนื้อหา และรายละเอียดของสินค้าได้มากกว่าสื่อโฆษณาสิ่งพิมพ์ทางนิตยสาร จากคุณสมบัตินี้เอง ทำให้แผ่นพับ (folder) ได้รับความนิยมในการใช้เผยแพร่สินค้าและข่าวสารของธุรกิจต่าง ๆ อย่างแพร่หลาย

ในการวิจัยในครั้งนี้ แผ่นพับ (Folder) ที่นำมาเป็นตัวอย่างในการศึกษาเป็น แผ่นพับ (Folder) ของธุรกิจท่องเที่ยวดังต่อไปนี้

1. ธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท
2. ธุรกิจการขนส่ง
3. ธุรกิจบริษัทนำเที่ยว

เหตุที่ไม่ได้นำแผ่นพับ (Folder) ของธุรกิจภัตตาคาร, ร้านอาหารและธุรกิจร้านค้าของที่ระลึก มาเป็นตัวอย่างในการศึกษาคั้งนี้ก็เพราะ การใช้แผ่นพับในธุรกิจดังกล่าว ยังไม่เป็นที่ แพร่หลายและนิยมมากนัก (ดังที่กล่าวไว้ใน "ข้อตกลงเบื้องต้น")

5.1 การวิเคราะห์การใช้ภาพในลักษณะต่าง ๆ และวิธีการสื่อสารด้วยภาพ
ของการโฆษณาส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวแต่ละประเภท
ในสื่อแผ่นพับ (Folder)

การใช้ภาพในการโฆษณาส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวจะแตกต่างกันตาม ประเภทของ
 ธุรกิจดังนี้คือ

ก. ธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท มีลักษณะของภาพถ่ายที่ใช้ประกอบในสื่อแผ่นพับ
 (Folder) ดังนี้คือ

- (1) ภาพแสดงรายละเอียดภายนอก หรือภายในตัวอาคารของโรงแรมและ
 รีสอร์ท
- (2) ภาพสระว่ายน้ำของโรงแรมและรีสอร์ท
- (3) ภาพสถานที่ท่องเที่ยวในท้องถิ่นที่ตั้งของโรงแรมและรีสอร์ท
- (4) ภาพแสดงการใช้และการให้บริการในรูปแบบต่าง ๆ ของโรงแรมและ
 รีสอร์ท
- (๕) ภาพที่แสดงถึงภาพพจน์ (Image) ของการให้บริการ

นอกจากนี้ แผ่นพับ (Folder) ของธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทส่วนใหญ่ จะมีภาพ
 แผนที่ของสถานที่ตั้งของโรงแรมและรีสอร์ทนั้น ๆ ที่ทำแบบเข้าใจง่ายและชัดเจน ประกอบ
 อยู่ในแผ่นพับ และส่วนใหญ่อีกจะมี อัตราค่าที่พักแถมติดมาด้วย

จะเห็นได้ว่าการใช้ภาพในการโฆษณาส่งเสริมธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทในสื่อแผ่น
 พับ (Folder) นั้น เป็นการถ่ายภาพถ่ายในลักษณะเดียวกันกับภาพที่ใช้ในการโฆษณา ทางนิตย
 สาร เพียงแต่การใช้ภาพในสื่อแผ่นพับนั้น เป็นการนำเอาภาพในลักษณะต่าง ๆ ที่กล่าวมา
 แล้วข้างต้น มาประกอบไว้ในแผ่นพับชิ้นเดียวกัน

ลักษณะของภาพที่ใช้ประกอบในสื่อแผ่นพับของโรงแรมและรีสอร์ท ดังในภาพ ตัว
 อย่างที่ 5.ก.1

ตัวอย่าง ภาพที่ 5.ก.1 แสดงลักษณะของภาพที่ใช้ประกอบในสื่อแผ่นพับ
ของธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท



(1) ภาพแสดงรายละเอียดภายนอกหรือภายในตัวอาคาร



(2) ภาพสระว่ายน้ำของโรงแรมและรีสอร์ท



(3) ภาพสถานที่ท่องเที่ยว



(4) ภาพแสดงการใช้และการให้บริการ

(5) ภาพที่แสดงถึงภาพพจน์ของการให้บริการ



แต่อย่างไรก็ตาม ในการโฆษณาส่งเสริมธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท ในสื่อแผ่นพับ ก็ยังพบข้อแตกต่างในการนำเสนอของโรงแรมและรีสอร์ทแต่ละแห่ง ที่ให้ความสำคัญในเรื่องของภาพที่เป็นปกหน้าของแผ่นพับ ที่แตกต่างกัน

1) ลักษณะของภาพที่ใช้เป็นปกหน้าของแผ่นพับ (Folder) ของธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท จำแนกได้ตามลักษณะของภาพดังใน ตารางที่ 1.8

ตารางที่ 1.8 แสดงอันดับความนิยม ของลักษณะของภาพที่ใช้เป็นปกหน้าของแผ่นพับ (Folder) ของธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท

ลักษณะของภาพ	อันดับที่
1)	1
2)	2
3)	3
4)	4
5)	5

1) = ภาพแสดงรายละเอียด ภายนอก หรือภายในตัวอาคารของโรงแรมและรีสอร์ท

2) = ภาพสถานที่ท่องเที่ยวในท้องถิ่นที่ตั้งของโรงแรมและรีสอร์ท

3) = ภาพที่แสดงถึงภาพพจน์ (Image) ของการให้บริการ

4) = ภาพสระว่ายน้ำของโรงแรมและรีสอร์ท

5) = ภาพที่แสดงถึงการใช้และการให้บริการในรูปแบบต่าง ๆ ของโรงแรมและรีสอร์ท

ลักษณะของภาพที่ใช้เป็นปกหน้าของแผ่นพับ ดังในภาพ ตัวอย่างที่ 5.ก.2

ตัวอย่าง ภาพที่ 5.ก.2 แสดงภาพที่ใช้เป็นปกหน้าของแผ่นพับ
ของธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท

1.



2.



3.



4.



5.



จากการวิจัยพบว่า ภาพแสดงรายละเอียดภายนอก หรือภายในตัวอาคารของ โรงแรมและรีสอร์ท ได้รับความนิยมในการใช้เป็นภาพหน้าปก ของการโฆษณาส่งเสริมธุรกิจ โรงแรมและรีสอร์ทในสื่อ ผ่านพับ (Folder) มากที่สุด อันดับสอง คือ ภาพสถานที่ท่องเที่ยว ในท้องถิ่นที่ตั้งของโรงแรม อันดับสาม คือ ภาพที่แสดงถึงภาพพจน์ (Image) ของการ ให้บริการ อันดับสี่ คือ ภาพสระว่ายน้ำของโรงแรมและรีสอร์ท และอันดับสุดท้ายคือ ภาพที่แสดงถึงการใช้และการให้บริการของโรงแรมและรีสอร์ท

2) ลักษณะของภาพที่ใช้ประกอบภายในแผ่นพับ (Folder) ของธุรกิจโรงแรม และรีสอร์ท (รวมภาพหน้าปก)

จากการศึกษา ลักษณะของภาพถ่ายที่ใช้ประกอบภายในแผ่นพับ (Folder) ของ ธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท พบว่า

- ภาพแสดงรายละเอียด ภายนอก หรือ ภายในตัวอาคารของโรงแรมและ รีสอร์ท ถูกใช้ประกอบในโฆษณาแผ่นพับ มากที่สุด
- ภาพการใช้และการให้บริการในรูปแบบต่าง ๆ ของโรงแรมและรีสอร์ท ถูกใช้ประกอบในโฆษณาแผ่นพับ เป็นอันดับที่สอง
- ภาพสระว่ายน้ำของโรงแรมและรีสอร์ท ถูกใช้ประกอบในแผ่นพับ เป็นอันดับที่สาม
- ภาพสถานที่ท่องเที่ยวในท้องถิ่นที่ตั้งของโรงแรมและรีสอร์ท ถูกใช้ประกอบ ในโฆษณาแผ่นพับ เป็นอันดับที่สี่
- ภาพแผนที่ ที่ตั้งของโรงแรมและรีสอร์ท ถูกใช้ประกอบในโฆษณาแผ่นพับ เป็นอันดับที่ห้า
- ภาพที่แสดงถึงภาพพจน์ ของโรงแรมและรีสอร์ท ถูกใช้ในการโฆษณาแผ่นพับ เป็นอันดับที่หก

จากวัตถุประสงค์การวิจัยที่กล่าวไว้แล้วในบทที่ 4 ในหัวข้อนี้ผู้วิจัยขอเสนอผลการวิเคราะห์ บทบาทของภาพถ่ายเพื่อการส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวในสื่อแผ่นพับ (Folder) ของธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทดังต่อไปนี้

จากตัวแบบพฤติกรรมผู้บริโภคของ Howard Sheth (Richard D. Irwin, 1974) ที่ประกอบด้วย สิ่งที่เราใส่เข้าไป การหยั่งรู้ การเรียนรู้ และสิ่งที่ออกมา แผนพับ (Folder) ของการโฆษณาส่งเสริมธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท เป็นการนำเสนอ "สิ่งที่ใส่เข้าไป" ที่ค่อนข้างจะครบถ้วน อันประกอบด้วยลักษณะสำคัญ ได้แก่ คุณภาพ ราคา ความแตกต่าง การบริการ และการมีสินค้าที่เพียงพอต่อความต้องการ ที่ประกอบไปด้วยลักษณะที่เป็นสังคม ซึ่งได้แก่ ครอบครัว กลุ่มอ้างอิง และชนชั้นทางสังคม เป็นการรวมปัจจัยทางธุรกิจ และสภาพแวดล้อมไว้ในตัว ดังที่กล่าวไว้แล้วในบทที่ 4 ภาพที่ถูกนำเสนอในโฆษณาแผนพับ ก็จะเป็นสิ่งเร้า (Appeal) ที่จะก่อให้เกิด แรงกระตุ้นต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค หรือนักท่องเที่ยว

ในกรณีของการศึกษา โฆษณาส่งเสริมธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท ในสื่อแผนพับ (Folder) ได้มีการใช้ภาพที่เป็นจุดเร้า (Appeal) ในลักษณะต่าง ๆ เช่นเดียวกับการใช้ภาพโฆษณาในนิตยสาร (Magazine) ดังตัวอย่างจาก "การใช้ภาพถ่ายในลักษณะต่าง ๆ ของการส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวในแต่ละประเภท" ในบทที่ 4

1) ภาพแสดงรายละเอียดภายนอก หรือภายในตัวอาคารของโรงแรม และรีสอร์ท และภาพของสระว่ายน้ำเป็นการใช้จุดเร้าในเรื่องของ ความสะดวกสบาย (Comfort Appeal) และการอยู่เหนือผู้อื่น (Vanity Appeal) เช่น ความหรูหราของสถานที่ ที่แสดงถึงสถานภาพของผู้บริโภค

2) ภาพสถานที่ท่องเที่ยวในท้องถิ่นที่ตั้งของโรงแรมและรีสอร์ท ใช้จุดเร้าในเรื่องของ วัฒนธรรมท้องถิ่น (Local Culture Appeal) และในเรื่องของ การตระหนักถึงสภาพแวดล้อม (Environmental-Awareness Appeal) ที่สวยงามตามธรรมชาติ

3) ภาพที่แสดงถึงภาพพจน์ (Image) ของการให้บริการ ใช้จุดเร้า (Appeal) ในเรื่องของวัฒนธรรมท้องถิ่น (Local Culture Appeal) และจุดเร้าในเรื่องของ

4) ภาพที่แสดงการใช้และการให้บริการในรูปแบบต่าง ๆ ของ โรงแรมและรีสอร์ท ใช้จุดเร้าในเรื่องของอาหาร (Food Appeal) เช่น ภาพของการให้บริการในเรื่องของอาหารท้องถิ่นของโรงแรม หรืออาหารชนิดต่าง ๆ ที่ทางโรงแรมมีไว้บริการ

การใช้จุดเร้าในเรื่องของสุขภาพ (Health Appeal) เช่น ภาพของการให้บริการในในเรื่องของการออกกำลังกาย เป็นต้น

ในแผ่นพับของธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทแต่ละแห่ง ก็จะบรรจุเอาภาพที่เป็นจุดเร้าในลักษณะต่าง ๆ ขึ้นต้น เอาไว้ในโฆษณาแผ่นพับชิ้นเดียวกัน ทำให้ผู้บริโภคได้เห็นถึง ลักษณะที่เป็นสังคม ซึ่งได้แก่ ครอบครัว กลุ่มอ้างอิง และชนชั้นทางสังคม ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมาย ของทางโรงแรมและรีสอร์ทนั้น ๆ

การใช้ภาพในการโฆษณาส่งเสริมธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท ในสื่อแผ่นพับ (Folder) ดังในภาพ ตัวอย่างที่ 5.ก.1

ในการวิเคราะห์ วิธีการสื่อสารด้วยภาพของโฆษณาส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวในสื่อ
 แผ่นพับ ผู้วิจัยได้จำแนกวิธีการสื่อสารด้วยภาพ โดยใช้เกณฑ์การแบ่งวิธีการสื่อสาร ด้วย
 ภาพของ มอร์เรย์ตี (Sandra E. Moriarty, 1987) ที่แบ่งวิธีการสื่อสารด้วยภาพ ออก
 เป็น 2 ชนิด คือ วิธีการสื่อสารด้วยภาพชนิดตรงตัว (Literal) และ วิธีการสื่อสาร
 ด้วยภาพชนิดที่เป็นสัญลักษณ์ (Symbolic) (รายละเอียด ดังที่ได้กล่าวไว้แล้วใน บทที่ 2)

วิธีการสื่อสารด้วยภาพของโฆษณาส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวในสื่อแผ่นพับ จำแนก
 ได้ดังนี้

ก. ธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท มีวิธีการสื่อสารด้วยภาพที่ ถูกใช้ในการโฆษณาส่งเสริม
 ธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทมีดังต่อไปนี้

1. วิธีการสื่อสารด้วยภาพชนิดตรงตัว (Literal) ได้แก่

1.1 ภาพแสดงรายละเอียด หรือ ส่วนประกอบต่าง ๆ ของสินค้า
 (Description) ถูกใช้ในการโฆษณาส่งเสริมธุรกิจโรงแรม และรีสอร์ท เป็นปริมาณ
 ที่มากที่สุด

1.2 ภาพแสดง ชื่อ ยี่ห้อ ตรา เครื่องหมายการค้าและบรรจุภัณฑ์ของสินค้า
 (Identification) ถูกใช้ในการโฆษณาส่งเสริมธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท ในปริมาณที่
 ไม่มากนัก

จากการศึกษาพบว่า ธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทส่วนใหญ่ มีการใช้วิธีการสื่อสารด้วย
 ภาพของโฆษณาในสื่อแผ่นพับ ด้วยวิธีการสื่อสารด้วยภาพชนิดตรงตัว (Literal) โดย
 ใช้ภาพแสดงรายละเอียด หรือส่วนประกอบต่าง ๆ ของสินค้า (Description) อันได้
 แก่ ภาพแสดงภายนอก หรือภายในตัวอาคารของโรงแรมและรีสอร์ท เช่น ภาพด้าน
 นอกตัวตึกของโรงแรม ภาพห้องรับรองแขก ภาพห้องนอน ภาพห้องอาหาร และภาพของ
 สระว่ายน้ำ ส่วนภาพแสดงชื่อ ยี่ห้อ ตรา เครื่องหมายการค้า และบรรจุภัณฑ์ ของสินค้า
 (Identification) ได้แก่ ภาพตัวตึกที่ถ่ายให้เห็นป้ายชื่อของโรงแรม เป็นส่วนน้อย

2. วิธีการสื่อสารด้วยภาพชนิดที่เป็นสัญลักษณ์ (Symbolic) ได้แก่

2.1 ภาพโยงความสัมพันธ์ระหว่างสินค้ากับสถานการณ์ หรือวิถีชีวิตความเป็น
 อยู่ (Association) ถูกใช้ในการโฆษณาส่งเสริมธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท มีปริมาณ
 มากที่สุด

จากการศึกษาพบว่า ธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทส่วนใหญ่ มีการใช้วิธีการสื่อสารด้วยภาพของโฆษณาในสื่อแผ่นพับ ด้วยวิธีการสื่อสารด้วยภาพชนิดที่เป็น สัญลักษณ์ (Symbolic) ได้แก่ ภาพโยงความสัมพันธ์ระหว่างสินค้ากับสถานการณ์ ฯ (Association) โดยใช้ภาพแสดงการใช้และการให้บริการในรูปแบบต่าง ๆ ของโรงแรมและรีสอร์ท เช่น ภาพของการใช้และการให้บริการในเรื่องของอาหาร การเล่นกีฬาประเภทต่าง ๆ หรือการทำกิจกรรมในเรื่องต่าง ๆ และภาพของสถานที่ท่องเที่ยวในท้องถิ่นที่ตั้งของโรงแรม ฯ

ภาพที่แสดงถึงภาพพจน์ (Image) ของโรงแรม ฯ เช่น ภาพการยกมือสวัสดีและการแต่งกายในชุดไทยของพนักงานต้อนรับ เป็นต้น

วิธีการสื่อสารด้วยภาพของการโฆษณาส่งเสริมธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท ในสื่อแผ่นพับ (Folder) ดังในภาพ ตัวอย่างที่ 5.ก.4

ตัวอย่าง ภาพที่ 5.ก.4 แสดงวิธีการสื่อสารด้วยภาพของการโฆษณาส่งเสริมธุรกิจ
โรงแรมและรีสอร์ท ในสื่อแผ่นพับ

1. วิธีการสื่อสารด้วยภาพชนิดตรงตัว (Literal)



1.1 Description

2. วิธีการสื่อสารด้วยภาพชนิดที่เป็นสัญลักษณ์ (Symbolic)



2.1 Association

ตัวอย่าง แผ่นพับโฆษณาส่งเสริมธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท ดูได้จาก"ภาคผนวก"

ข. ธุรกิจการขนส่ง มีลักษณะของภาพถ่าย ที่ใช้ประกอบในสื่อแผ่นพับ (Folder) ที่จำแนกได้ดังนี้คือ

- (1) ภาพยานพาหนะขณะใช้และให้บริการ
- (2) ภาพสถานที่ท่องเที่ยว
- (3) ภาพแสดงรายละเอียดภายนอกและภายในยานพาหนะ
- (4) ภาพการใช้และการให้บริการภายในยานพาหนะ

นอกจากนี้แผ่นพับ (Folder) ของธุรกิจการขนส่งยังประกอบด้วย ภาพแผนที่ของเส้นทางที่ใช้ในการเดินทาง รวมทั้ง อัตราค่าบริการ

จากการศึกษา พบว่า ภาพที่ใช้ในการโฆษณาส่งเสริมธุรกิจการขนส่ง ในสื่อแผ่นพับ มีลักษณะที่ประกอบไปด้วยเนื้อหาของการนำเสนอในเรื่องที่เกี่ยวกับการใช้และ การให้บริการในเรื่อง ที่พักผ่อนในระหว่างการเดินทาง และการบริการในเรื่องของอาหาร เข้ามาเกี่ยวข้อง นอกเหนือไปจาก ภาพของยานพาหนะ และสถานที่ท่องเที่ยว

ที่เป็นเช่นนั้น ก็เนื่องมาจากว่า ในการเดินทางไปในสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ นั้น ในยานพาหนะบางชนิด จำเป็นต้องใช้ระยะเวลาในการเดินทางที่ยาวนาน ดังนั้น การให้บริการในเรื่องของสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ จึงเป็นสิ่งที่ขาดเสียไม่ได้ เพื่อไม่ให้ผู้ใช้บริการรู้สึกเบื่อ กับการเดินทางด้วยยานพาหนะชนิดนั้น ๆ เมื่อเป็นเช่นนั้น จึงมีการให้บริการอื่น ๆ นอกเหนือไปจากการบริการในเรื่องของยานพาหนะ เช่น มีห้องนอนที่พักผ่อนตัว มีภัตตาคารในยานพาหนะ หรือมีกิจกรรมต่าง ๆ ไว้บริการ เป็นต้น

ลักษณะของภาพที่ใช้เป็นปกหน้าของแผ่นพับ ทั้งหมด (จากกลุ่มตัวอย่าง) ใช้ภาพของยานพาหนะในขณะที่ใช้และให้บริการ

จากตัวแบบพฤติกรรมผู้บริโภคของ Howard Sheth (Richard D. Irwin, 1974) "สิ่งที่ใส่เข้าไป" ที่นำเสนอออกมา ในโฆษณาส่งเสริมธุรกิจการขนส่งในสื่อแผ่นพับ มีลักษณะการใช้จุดเร้า (Appeal) ที่แตกต่างกันดังนี้

- 1) ภาพยานพาหนะในขณะใช้และให้บริการ ใช้ภาพที่มีจุดเร้า ในเรื่องของการ (Safety Appeal) โดยการนำเสนอภาพของยานพาหนะในขณะที่ใช้และให้บริการ

2) ภาพสถานที่ท่องเที่ยว ใช้ภาพที่เป็นจุดเ้าในเรื่องของ วัฒนธรรมท้องถิ่น (Local Culture Appeal) โดยการนำเสนอภาพของ สถานที่ท่องเที่ยวที่มี ลักษณะเฉพาะตัวประจำท้องถิ่นนั้น ๆ เช่น ภาพของทะเล ภาพของวัดวาอาราม ภาพปราสาทหิน เป็นต้น และนอกจากนี้ อาจเป็นจุดเ้าในเรื่องการตระหนักถึงสภาวะแวดล้อม (Environment-Awareness Appeal) อีกด้วย

3) ภาพแสดงรายละเอียดภายนอกและภายในยานพาหนะ เป็นภาพที่มีจุดเ้าใน เรื่องของความสะดวกสบาย (Comfort Appeal) เช่น ภาพของห้องอาหาร ห้องนอน ห้องพักผ่อน และอุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่าง ๆ นอกจากนี้ยังเป็นจุดเ้าใน เรื่องของการ อยู่เหนือผู้อื่น (Vanity Appeal) ซึ่งผู้บริโภคจะได้รับสถานภาพทางสังคม เช่น ภาพของ ห้องนอนในห้องพักผ่อนโดยสาร ที่มีความแตกต่างกันในเรื่องของ รูปแบบ ขนาด และ ราคา บอถึงสถานภาพทางสังคมของแขกที่มาใช้บริการ

4) ภาพแสดงการใช้และการให้บริการภายในยานพาหนะ เป็นภาพที่มีจุดเ้า ใน เรื่องของความสะดวกสบาย (Comfort Appeal) เช่น การได้รับการบริการ ในเรื่อง ต่าง ๆ จุดเ้าในเรื่องของสุขภาพ (Health Appeal) เช่น ภาพการบริการในเรื่องของ การออกกำลังกายในประเภทต่าง ๆ หรือ การได้มาพักผ่อนตากอากาศ นอกจากนี้ยังพบว่า มีการใช้จุดเ้าในเรื่องของอาหาร (Food Appeal) เช่น การให้บริการในเรื่องของ อาหารในระหว่างการเดินทาง เป็นต้น

การใช้ภาพที่เป็นจุดเ้าในลักษณะต่าง ๆ ของธุรกิจการขนส่ง ดังที่กล่าวมาแล้ว นี้ ในสื่อแผ่นพับ อาจจะใช้ภาพในทุกลักษณะประกอบกัน หรืออาจจะใช้ภาพในบางลักษณะ เท่านั้น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับรูปแบบ และลักษณะของการให้บริการ และ ขึ้นอยู่กับความต้องการ ของผู้ทำโฆษณา ที่จะกำหนดภาพพจน์ (Image) ของสินค้าที่นำเสนอโดยสื่อแผ่นพับ ต่อ ผู้บริโภค

การใช้ภาพในการโฆษณาส่งเสริมธุรกิจการขนส่งในสื่อแผ่นพับ (Folder)

ดังในภาพ ตัวอย่างที่ 5.ข.1

ตัวอย่าง ภาพที่ 5.ข.1 แสดงการใช้ภาพโฆษณาส่งเสริมธุรกิจขนส่ง ในลักษณะ
ต่าง ๆ ของสื่อแผ่นพับ

- (1) = ภาพยานพาหนะขณะใช้และให้บริการ
- (2) = ภาพสถานที่ท่องเที่ยว
- (3) = ภาพแสดงรายละเอียดภายนอกและภายในยานพาหนะ
- (4) = ภาพการใช้และการให้บริการภายในยานพาหนะ

(1)



(2)



(3)

SUPER DELUXE

(4)



ธุรกิจการขนส่ง มีวิธีการสื่อสารด้วยภาพของ โฆษณาส่งเสริมธุรกิจการขนส่ง
ดังต่อไปนี้

1. วิธีการสื่อสารด้วยภาพชนิดตรงตัว (Literal) ได้แก่

1.1 ภาพแสดงรายละเอียด หรือ ส่วนประกอบต่าง ๆ ของสินค้า
(Description) ถูกใช้ในการโฆษณาส่งเสริมธุรกิจการขนส่ง มีปริมาณที่มากที่สุด

1.2 ภาพแสดงชื่อ ยี่ห้อ ตรา เครื่องหมายการค้าและบรรจุภัณฑ์ของสินค้า
(Identification) ถูกใช้ในการโฆษณาส่งเสริมธุรกิจการขนส่ง ในปริมาณที่น้อยกว่า

จากการศึกษาพบว่า ธุรกิจการขนส่งส่วนใหญ่ มีการใช้วิธีการสื่อสารด้วยภาพชนิด
ตรงตัว (Literal) โดยใช้ภาพแสดงรายละเอียด หรือส่วนประกอบต่าง ๆ ของสินค้า
(Description) เช่น ภาพรายละเอียดภายนอกและภายในยานพาหนะ เป็นต้น

ส่วนภาพแสดงชื่อ ยี่ห้อ ตรา เครื่องหมายการค้า ฯ (Identification) เช่น
ภาพที่ถ่ายให้เห็นชื่อของเรือโดยสาร อย่างชัดเจน ถูกใช้เป็นส่วนน้อย

2. วิธีการสื่อสารด้วยภาพชนิดที่เป็นสัญลักษณ์ (Symbolic) ได้แก่

2.1 ภาพโยงความสัมพันธ์ระหว่างสินค้ากับสถานการณ์ หรือ วิถีชีวิตความเป็น
อยู่ (Association) ถูกใช้ในการโฆษณาส่งเสริมธุรกิจการขนส่ง มีปริมาณ ที่มากที่สุด

จากการศึกษาพบว่า ธุรกิจการขนส่ง ส่วนใหญ่ มีการใช้วิธีการสื่อสาร
ด้วยภาพชนิดที่เป็นสัญลักษณ์ (Symbolic) ด้วยเช่นกัน โดยใช้ภาพโยงความสัมพันธ์ ระหว่าง
สินค้ากับสถานการณ์ ฯ (Association) ทั้งหมด เช่น ภาพของสถานที่ท่องเที่ยว และ
ภาพแสดงการใช้และการให้บริการภายในยานพาหนะ เป็นต้น

วิธีการสื่อสารด้วยภาพ ของการโฆษณาส่งเสริมธุรกิจการขนส่ง ในสื่อแผ่นพับ
(Folder) ดังในภาพ ตัวอย่างที่ 5.๒.2

ตัวอย่าง ภาพที่ 5.ข.2 แสดงวิธีการสื่อสารด้วยภาพของการโฆษณาส่งเสริมธุรกิจการขนส่ง ในสื่อแผ่นพับ

1. วิธีการสื่อสารด้วยภาพชนิดโดยตรง (Literal)



1.1 Description

2. วิธีการสื่อสารชนิดที่เป็นสัญลักษณ์ (Symbolic)



2.1 Association

ตัวอย่าง แผ่นพับโฆษณาส่งเสริมธุรกิจการขนส่ง ดูได้จาก "ภาคผนวก"

ค. ธุรกิจบริษัทนำเที่ยว มีลักษณะของภาพถ่าย ที่ใช้ประกอบในสื่อแผ่นพับ (Folder) ที่จำแนกได้ดังนี้ คือ

- (1) ภาพสถานที่ท่องเที่ยว
- (2) ภาพ ยานพาหนะในขณะที่ใช้และให้บริการ
- (3) ภาพสถานที่พักระหว่างการเดินทาง

นอกจากนี้ แผ่นพับ (Folder) ของธุรกิจนำเที่ยวยังประกอบไปด้วย ภาพแผนที่ของเส้นทางที่ใช้ในการเดินทาง หรือแผนที่ ที่ตั้งของสถานที่ท่องเที่ยว รวมทั้งอัตรา ค่าบริการ

จากการที่ธุรกิจบริษัทนำเที่ยว เป็นบริการที่จะต้องเกี่ยวข้องกับ ธุรกิจท่องเที่ยวในหลายประเภทด้วยกัน เช่น การเดินทางไปในสถานที่ใดสถานที่หนึ่ง ก็ต้องคำนึงถึง ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง อาหารการกินระหว่างการเดินทางและสถานที่พักในระหว่างการเดินทาง จะเห็นได้ว่ามีธุรกิจที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวประเภทอื่นๆ เข้ามาเกี่ยวข้องด้วย เช่น ธุรกิจการขนส่ง ธุรกิจภัตตาคาร, ร้านอาหาร ธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท เป็นต้น

โดยเฉพาะอย่างยิ่ง แพคเกจทัวร์ (Package Tours) ที่มีการจัดบริการนำเที่ยวแบบครบวงจร ตามวัตถุประสงค์ หรือตามความต้องการของผู้ใช้บริการ

ลักษณะของภาพที่ใช้เป็นปกหน้าของแผ่นพับ (Folder) ของธุรกิจบริษัทนำเที่ยวทั้งหมด (จากกลุ่มตัวอย่าง) ใช้ภาพของสถานที่ท่องเที่ยว

การศึกษาในครั้งนี้ พบว่า แผ่นพับของธุรกิจบริษัทนำเที่ยว ได้ประกอบไปด้วยภาพที่เป็นลักษณะเฉพาะของธุรกิจท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ ดังที่เสนอไว้ใน บทที่ 4 โดยนำมาประกอบเข้าไว้ด้วยกัน เพื่อที่จะให้เห็นถึง รูปแบบ ลักษณะของการให้บริการ ที่จะเป็นตัวกำหนดกลุ่มเป้าหมายของการให้บริการ แก่ผู้บริโภค

จากตัวแบบพฤติกรรมของ Howard Sheth "สิ่งที่ใส่เข้าไป" ในการโฆษณาส่งเสริมธุรกิจบริษัทท่องเที่ยวในสื่อประเภทนี้ เป็นการใช้ภาพที่เป็นจุดเร้า (Appeal) ในเรื่องต่อไปนี้

1) ภาพสถานที่ท่องเที่ยว จากการที่เป็นธุรกิจที่ให้บริการในเรื่องของการให้ความสะดวกในทุก ๆ เรื่องที่เกี่ยวกับการเดินทาง โดยนำนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ ที่น่าสนใจ และตามความต้องการของนักท่องเที่ยว ภาพของสถานที่ท่องเที่ยว จึงมีมากมายหลายลักษณะ และมีจุดดึงดูดใจที่ เป็นจุดเร้าที่แตกต่างกัน คือ จุดเร้า ในเรื่องของสุขภาพ (Health Appeal) เช่น ภาพของการนำทัวร์เพื่อการเล่นกีฬาหรือ เพื่อการพักผ่อน จุดเร้าในเรื่องของวัฒนธรรมท้องถิ่น (Local culture Appeal) เช่น ภาพของการนำไปชมชนบทรรมนิยมประเพณีที่น่าสนใจในท้องถิ่นต่าง ๆ เป็นต้น

2) ภาพยานพาหนะในขณะที่ใช้และให้บริการ เมื่อเป็นธุรกิจที่ครอบคลุม ถึงการบริการในเรื่องของการเดินทาง ภาพของการใช้ยานพาหนะในการเดินทางจึงเป็นจุดเร้าในเรื่องของ ความสะดวก (Comfort Appeal) และ ความปลอดภัยในการเดินทาง (Safety Appeal) ที่ทำให้ทราบถึงรูปแบบในการเดินทาง และสร้างความมั่นใจในเรื่องของความปลอดภัย จะเห็นได้ว่าเป็นการใช้ภาพในลักษณะเดียวกับธุรกิจการขนส่ง

3) ภาพสถานที่พักในระหว่างการเดินทาง เมื่อต้องเข้าพักในระหว่างการเดินทาง โรงแรมและรีสอร์ทจึงเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับบริษัทนำเที่ยวเป็นอย่างมาก การใช้ภาพที่จะบอกถึงความสะดวกในเรื่องของที่พัก จึงใช้ภาพที่แสดงรายละเอียดของภายนอกและภายในตัวอาคารของโรงแรมและรีสอร์ท ที่จะไปพัก เป็นการใช้จุดเร้าในเรื่องของ ความสะดวกสบาย (Comfort Appeal) เช่น ภาพของสระว่ายน้ำ ภาพของภายนอกและภายในตัวอาคาร เช่น ห้องนอน เป็นต้น จะเห็นได้ว่ามีการใช้ภาพที่เป็นลักษณะเดียวกับ การโฆษณาส่งเสริมธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท

การใช้ภาพในการโฆษณาส่งเสริมธุรกิจบริษัทนำเที่ยวในสื่อแผ่นพับ (Folder)

ดังในภาพ ตัวอย่างที่ 5.ค.1

ตัวอย่าง ภาพที่ 5.ค.1 แสดงการใช้ภาพโฆษณาส่งเสริมธุรกิจบริษัทนำเที่ยว
 ในลักษณะต่าง ๆ ของสื่อแผ่นพับ

- (1) = ภาพสถานที่ท่องเที่ยว
- (2) = ภาพยานพาหนะในขณะที่ใช้และให้บริการ
- (3) = ภาพสถานที่พักระหว่างการเดินทาง



Some Suggested Tour Spots

(1)



(2)

<p>โรงแรมในหัวหิน Hau Hin Hotel Name</p>	<p>รอยัลการ์เด้น วิลเลจ <i>Royal Garden Village</i></p>
<p>รอยัลการ์เด้น รีสอร์ท <i>Royal Garden Resort</i></p> 	
<p>(3)</p>	<p>ดุสิต รีสอร์ท&โปโล คลับ <i>Dusit Resort&Polo Club</i></p> 

ธุรกิจบริษัทนำเที่ยว มีวิธีการสื่อสารด้วยภาพของธุรกิจบริษัทนำเที่ยวดังต่อไปนี้

1. วิธีการสื่อสารด้วยภาพชนิดตรงตัว (Literal) ได้แก่

1.1 จากการศึกษาพบว่า ธุรกิจบริษัทนำเที่ยว มีวิธีการสื่อสารด้วยภาพชนิดตรงตัว (Literal) ด้วยวิธีการใช้ภาพแสดงรายละเอียด หรือส่วนประกอบต่างๆ ของสินค้า (Description) เช่น ภาพสถานที่พักในระหว่างการเดินทาง คือ ภาพตัวอาคารของโรงแรมที่พัก ภาพห้องนอน เป็นต้น

2. วิธีการสื่อสารด้วยภาพชนิดที่เป็นสัญลักษณ์ (Symbolic) ได้แก่

2.1 ภาพโยงความสัมพันธ์ระหว่างสินค้ากับสถานการณ์ หรือวิถีชีวิตความเป็นอยู่ (Association) ถูกใช้ในการโฆษณาส่งเสริมธุรกิจบริษัทนำเที่ยว มีปริมาณที่มากที่สุด จากการศึกษาพบว่า ธุรกิจบริษัทนำเที่ยวส่วนใหญ่ มีวิธีการสื่อสารด้วยภาพชนิดที่เป็นสัญลักษณ์ (Symbolic) ด้วยวิธีการใช้ภาพโยงความสัมพันธ์ระหว่าง สินค้ากับสถานการณ์ หรือวิถีชีวิต (Association) เช่น ภาพของสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ เป็นต้น

วิธีการสื่อสารด้วยภาพ ของโฆษณาส่งเสริมธุรกิจบริษัทนำเที่ยว ในสื่อแผ่นพับ (Folder) ดังในภาพ ตัวอย่างที่ 5.ค.2

ตัวอย่าง ภาพที่ 5.ค.2 แสดงวิธีการสื่อสารด้วยภาพของการโฆษณาส่งเสริมธุรกิจบริษัทนำเที่ยว ในสื่อแผ่นพับ

1. วิธีการสื่อสารด้วยภาพชนิดที่เป็นสัญลักษณ์ (Symbolic)

Association



ตัวอย่าง แผ่นพับโฆษณาส่งเสริมธุรกิจบริษัทท่องเที่ยว ตูได้จาก "ภาคผนวก"

5.2 สรุปผลการวิจัยในสื่อแผ่นพับ

5.2.1 ประเภทของธุรกิจท่องเที่ยวในสื่อแผ่นพับ (Folder)

ในการศึกษาครั้งนี้ มีแผ่นพับของธุรกิจท่องเที่ยว 3 ประเภท ที่นำมาศึกษา ดังนี้คือ

- ก) ธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท
- ข) ธุรกิจการขนส่ง
- ค) ธุรกิจบริษัทนำเที่ยว

จากการศึกษาครั้งนี้ พบว่า ภาพถ่ายที่นำมาใช้ประกอบในสื่อแผ่นพับของธุรกิจท่องเที่ยว เป็นภาพในลักษณะเดียวกัน กับภาพที่ใช้ในการโฆษณาส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวในนิตยสาร (Magazine Advertising) แต่เนื่องจาก สื่อแผ่นพับ มีลักษณะของการนำเสนอ ที่แตกต่างออกไป และมีเนื้อที่ในการนำเสนอที่มากกว่า จึงสามารถบรรจุเนื้อหาการโฆษณา ส่งเสริมการบริการได้มากกว่า โดยมีการนำภาพถ่ายใช้ประกอบในสื่อแผ่นพับแตกต่างกันตามประเภทของธุรกิจ

โรงแรมและรีสอร์ท พบว่า ธุรกิจประเภทนี้มีการโฆษณาส่งเสริมธุรกิจโดยใช้แผ่นพับ อย่างแพร่หลายมากกว่า ธุรกิจการขนส่งและธุรกิจบริษัทนำเที่ยว ซึ่งสังเกตได้จากสถานที่ในการจัดแจกอีบุ๊กประเภทนี้ ได้แก่ ท่าอากาศยานกรุงเทพ, สถานีรถไฟหัวลำโพง, บริษัทนำเที่ยวต่าง ๆ และนิตยสารส่งเสริมการท่องเที่ยว พบว่า แผ่นพับของโรงแรม และรีสอร์ท มีการจัดแจกอีบุ๊กอย่างแพร่หลายมากกว่า

ส่วนแผ่นพับของ ธุรกิจภัตตาคาร, ร้านอาหาร และร้านค้าของที่ระลึก ไม่พบว่ามีการจัดแจกอีบุ๊กอย่างแพร่หลาย จึงไม่ได้นำมาทำการศึกษาในครั้งนี้

5.2.2 การใช้ภาพถ่ายในลักษณะต่าง ๆ และการสื่อความหมายด้วยภาพ ของธุรกิจท่องเที่ยว ในสื่อแผ่นพับของธุรกิจแต่ละประเภท

ก) ธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท ลักษณะของภาพถ่ายที่ใช้ประกอบใน สื่อแผ่นพับ ได้แก่ ภาพแสดงรายละเอียด ภายนอก หรือ ภายในตัวอาคารของโรงแรมและรีสอร์ท ถูกนำมาใช้มากที่สุด ภาพที่แสดงการใช้และบริการในรูปแบบต่าง ๆ ของโรงแรมและรีสอร์ท นิยมใช้เป็นอันดับสอง ภาพสระว่ายน้ำ เป็นอันดับสาม ภาพสถานที่ท่องเที่ยวใน

ท้องถิ่น อันดัลลีส นอกจากนี้ยังประกอบด้วย แผ่นที่และอัตราค่าที่พักแนบติดมาด้วย

ภาพถ่ายในลักษณะต่าง ๆ ดังที่กล่าวมาแล้ว เป็นการชี้จุดเร้า และการสื่อความหมายด้วยภาพ ในลักษณะเดียวกันกับภาพที่ใช้ในการโฆษณาส่งเสริมธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทในสื่อนิตยสาร

เป็นที่น่าสังเกตว่า แผ่นพับธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท นิยมใช้ภาพแสดงรายละเอียดภายนอก หรือภายในของตัวโรงแรมและรีสอร์ท ในการนำมาเป็นหน้าปก มากที่สุด และถูกนำมาใช้ประกอบในแผ่นพับมากที่สุด ซึ่งตรงกับผลการศึกษาในส่วนของ ภาพโฆษณาส่งเสริมธุรกิจโรงแรม และรีสอร์ทในสื่อนิตยสาร ที่พบว่า ส่วนใหญ่นิยมใช้ภาพที่ แสดงภาพนอก หรือภายในตัวอาคารของโรงแรมและรีสอร์ทเช่นกัน

ส่วนภาพการใช้และการให้บริการ และภาพสระว่ายน้ำ ของโรงแรมและรีสอร์ท ก็มักจะปรากฏให้เห็นอยู่เสมอ ในการใช้ภาพประกอบในสื่อแผ่นพับของธุรกิจประเภทนี้

ข. ธุรกิจการขนส่ง ลักษณะของภาพถ่ายที่นำมาใช้ประกอบในสื่อแผ่นพับนิยมใช้ภาพยานพาหนะในขณะใช้และให้บริการเป็นอันดับแรก เป็นจุดเร้าในเรื่อง ความปลอดภัย (Safety Appeal) และ การอยู่เหนือผู้อื่น (Vanity Appeal) ใช้วิธีการสื่อสารด้วยภาพชนิดตรงตัว ด้วยภาพของสินค้าขณะใช้ (Product in Use)

ภาพสถานที่ท่องเที่ยว นิยมนำมาใช้เป็นภาพประกอบในสื่อแผ่นพับเช่นกันเป็นจุดเร้าในเรื่อง วัฒนธรรมท้องถิ่น (Local Culture Appeal) และ การตระหนักถึงสภาพแวดล้อม (Environmental-Awareness Appeal) ใช้วิธีการสื่อสารด้วยภาพชนิดที่เป็นสัญลักษณ์ (Symbolic) ในลักษณะการโยงความสัมพันธ์ระหว่างสินค้า กับ สถานการณ์ หรือวิถีชีวิตความเป็นอยู่ (Association) เป็นส่วนใหญ่

จากผลการศึกษาพบว่า การนิยมใช้ภาพยานพาหนะในขณะใช้และให้บริการ ในสื่อแผ่นพับ ตรงกับ ผลการศึกษาในส่วนของภาพโฆษณาส่งเสริมธุรกิจการขนส่ง ในสื่อนิตยสาร ที่นิยมใช้ภาพยานพาหนะในขณะใช้และให้บริการเช่นกัน

ภาพแสดงรายละเอียดภายนอก และภายในยานพาหนะ เป็นจุดเร้าในเรื่องความ สะดวกสบาย (Comfort Appeal) และการอยู่เหนือผู้อื่น (Vanity Appeal) ใช้วิธีการสื่อสารด้วยภาพชนิดตรงตัว (Literal) เป็นภาพที่แสดงรายละเอียด หรือส่วนประกอบ

ต่าง ๆ ของสินค้า (Description) และภาพที่แสดงชื่อ ยี่ห้อตรา ฯ (Identification) ภาพแสดงการใช้และการให้บริการภายในยานพาหนะ เป็นจุดเ้าในเรื่อง ความ สะดวกสบาย (Comfort Appeal), สุขภาพ (Health Appeal) และเรื่องอาหาร (Food Appeal) ใช้วิธีการสื่อสารด้วยภาพชนิดที่เป็นสัญลักษณ์ โดยใช้ภาพโยงความสัมพันธ์ ระหว่าง สินค้า กับ สถานการณ์ หรือ วิธีชีวิตความเป็นอยู่ (Association)

ค. ธุรกิจบริษัทนำเที่ยวและสถานที่ท่องเที่ยว ลักษณะของภาพที่นำมาประกอบ ใน สื่อแผ่นพับ นิยมใช้ภาพของสถานที่ท่องเที่ยวเป็นอันดับแรก เป็นจุดเ้าในเรื่อง วัฒนธรรม ที่ท้องถิ่น (Local Culture Appeal, การตระหนักถึงสภาพแวดล้อม (Environmental-Awareness Appeal) และ เรื่องเกี่ยวกับสุขภาพ (Health Appeal) ซึ่งเป็นการ ใช้วิธีการสื่อสารด้วยภาพชนิดที่เป็นสัญลักษณ์ (Symbolic) แบบใช้การโยง ความสัมพันธ์ ระหว่างสินค้ากับสถานการณ์ หรือ วิธีชีวิตความเป็นอยู่ (Association)

ภาพยานพาหนะในขณะใช้และให้บริการ นิยมใช้รองลงมาเป็นจุดเ้าในเรื่อง (Safety Appeal), การอยู่เหนือผู้อื่น (Vanity Appeal) และ ความสะดวกสบาย (Comfort Appeal) ใช้การสื่อสารด้วยภาพชนิดตรงตัว (Literal) ด้วยภาพสินค้า ขณะใช้ (Product in Use)

ภาพสถานที่พักในระหว่างการเดินทาง ใช้ภาพรายละเอียดภายนอก และภายใน ตัวอาคารของโรงแรมและรีสอร์ท ซึ่งเป็นจุดเ้าในเรื่องของความสะดวกสบาย (Comfort Appeal) ใช้วิธีการสื่อสารชนิดตรงตัว (Literal) ด้วยภาพแสดงรายละเอียด หรือส่วน ประกอบของสินค้า (Description)

เป็นที่น่าสังเกตว่า ธุรกิจบริษัทนำเที่ยวและสถานที่ท่องเที่ยว นอกจากจะใช้ภาพ ของสถานที่ท่องเที่ยวประกอบในสื่อแผ่นพับเป็นหลักแล้ว ยังใช้ภาพของยานพาหนะในขณะ ใช้ และให้บริการ ซึ่งนิยมใช้ในธุรกิจการขนส่งเป็นหลัก และภาพรายละเอียดภายนอกและภายใน ตัวอาคารของโรงแรมและรีสอร์ท ที่นิยมใช้ในธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท เป็นหลัก ซึ่งภาพ ดังกล่าวเป็นภาพที่บ่งบอกถึงลักษณะ เฉพาะของธุรกิจนั้น ๆ

อาจจะเป็นไปได้ว่าธุรกิจบริษัทนำเที่ยวและสถานที่ท่องเที่ยว เป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้อง กับการจัดการบริการท่องเที่ยวอย่างครบวงจร คือ "ไปไหน ไปอย่างไร พักที่ไหน

กินอย่างไร และทำอะไรกันบ้าง" ดังที่กล่าวมาแล้ว ซึ่งจะต้องมีความเกี่ยวข้องกับ ธุรกิจท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ เช่น การขนส่ง และโรงแรมและรีสอร์ท เป็นต้น ดังนั้นภาพที่นำมาเสนอจึงใช้ภาพที่เป็นลักษณะเฉพาะ ที่แสดงถึงการให้บริการของธุรกิจท่องเที่ยว ในแต่ละประเภท เช่น เมื่อเกี่ยวข้องกับการขนส่ง ก็จะใช้ภาพของยานพาหนะในขณะใช้ และให้บริการ และเมื่อเกี่ยวข้องกับธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท ก็จะใช้ภาพรายละเอียดภายนอกและภายในตัวอาคาร หรือ ภาพของสระว่ายน้ำ ของโรงแรมและรีสอร์ท เพื่อแสดงให้เห็นถึงการให้บริการที่ครอบคลุม อย่างครบวงจร

ดังที่กล่าวมาแล้วว่า การส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวในสื่อแผ่นพับ มีลักษณะของการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าบริการ ที่ค่อนข้างละเอียดและชัดเจน และการที่จะได้ข้อมูล ดังกล่าว ผู้บริโภคจะต้องมีความสนใจในธุรกิจบริการนั้น อย่างเฉพาะเจาะจง เพื่อต้องการที่จะได้รับทราบข้อมูลเพิ่มเติม หลังจากที่ได้อ่าน หรือได้เห็นมาแล้วจากสื่อชนิดยสาร หรือ สื่ออีกชนิดหนึ่งที่จะกล่าวในบทต่อไป คือ สื่อโปสเตอร์