



## Develop Digital Media for Presenting and Promoting Local Cultural Tourism in Wiang Kao District, Khon Kaen Province

Pongsuk Dornpinij, Suwannee Hampituk and Kotchaporn Taowklang

Northeastern University, Thailand

E-mail: [pongsuk.dor@neu.ac.th](mailto:pongsuk.dor@neu.ac.th), ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-0677-6005>

E-mail: [suwannee.ham@neu.ac.th](mailto:suwannee.ham@neu.ac.th), ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0001-4659-3855>

E-mail: [kotchaporn.tao@neu.ac.th](mailto:kotchaporn.tao@neu.ac.th), ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0002-6782-3047>

Received 22/12/2023

Revised 05/01/2024

Accepted 12/01/2024

### Abstract

**Background and Aims:** Cultural tourism resources are the basis of cultural tourism development and play an important role in selecting tourist destinations. Therefore, it needs to be strong enough to attract tourists to that region. The research aims to: 1) Develop digital media for cultural tourism promotion in Wiang Kao District, Khon Kaen Province. 2) Evaluate the effectiveness and analyze the satisfaction outcomes of digital media in presenting learning information for promoting local cultural tourism in Wiang Kao District, Khon Kaen Province.

**Methodology:** This mixed-method research gathers data from three digital media development experts to guide content design and digital media development. The target group comprises 50 individuals, using interviews and questionnaires to assess effectiveness and satisfaction. Statistical analysis includes inferential statistics such as percentages, means, and standard deviations.

**Results:** the results of the evaluation of digital media effectiveness from experts revealed Overall effectiveness rated highly at a quality level, Clear presentation in videos, Relevant visuals to the content, Engaging motion graphics at a high-quality level, and Analyzing user satisfaction with the digital media used for promoting learning about local cultural tourism showed Overall user satisfaction rated highly, Media appropriateness for tourism promotion rated highest, Clear text, colors, understandable presentation, and audience interest in local cultural tourism also scored highly, Appropriateness of language used scored well in terms of satisfaction.

**Conclusion:** Digital media effectiveness assessment by experts reveals high overall quality. The presented videos are clear, align with the content, and exhibit interesting motion graphics. User satisfaction analysis for cultural tourism promotion through digital media indicates a high overall satisfaction level. The media is well-suited for tourism promotion, featuring clear typography, colors, and easily understandable content. Viewers show high interest and satisfaction with the presented local cultural tourism, praising the appropriate language use.

**Keywords:** Developing Digital Media; Public Relations; Local Cultural Tourism Destinations



## พัฒนาสื่อดิจิทัลในการนำเสนอเพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมท้องถิ่น อำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น

<sup>1</sup>พงษ์ศักดิ์ ดรพินิจ <sup>2</sup>สุวรรณณี ฮามพิทักษ์ และ <sup>3</sup>กชพร ท้าวกลาง

มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

### บทคัดย่อ

**ภูมิหลังและวัตถุประสงค์:** ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเป็นพื้นฐานของการพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและมีบทบาทที่สำคัญในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว จึงจำเป็นต้องมีความแข็งแกร่งเพียงพอที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาในภูมิภาคนั้น ดังนั้นการศึกษาวิจัยเรื่องพัฒนาสื่อดิจิทัลในการนำเสนอเพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมท้องถิ่น อำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อพัฒนาสื่อดิจิทัลในการนำเสนอเพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมท้องถิ่น อำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น 2) เพื่อประเมินประสิทธิภาพและวิเคราะห์ผลความพึงพอใจของสื่อดิจิทัลในการนำเสนอข้อมูลการเรียนรู้เพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมท้องถิ่น อำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น

**ระเบียบวิธีการวิจัย:** เป็นการศึกษาวิจัยแบบผสมผสาน (Mix Method) โดยรวบรวมข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาสื่อดิจิทัล จำนวน 3 คน เพื่อใช้เป็นแนวทางในการออกแบบเนื้อหาและพัฒนาสื่อดิจิทัลในการนำเสนอเพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมท้องถิ่น กลุ่มเป้าหมายจำนวน 50 คน โดยการสัมภาษณ์และแบบสอบถามประเมินประสิทธิภาพและความพึงพอใจ สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

**ผลการวิจัย:** ผลการประเมินประสิทธิภาพสื่อดิจิทัล จากผู้เชี่ยวชาญ พบว่า ประสิทธิภาพในภาพรวมอยู่ในระดับคุณภาพมาก โดยวิดีโอที่นำเสนอมีความชัดเจน ภาพที่นำเสนอตรงตามเนื้อเรื่อง และภาพเคลื่อนไหวและกราฟิก มีความน่าสนใจ อยู่ในระดับคุณภาพมาก การวิเคราะห์ผลความพึงพอใจของสื่อดิจิทัลในการนำเสนอข้อมูลการเรียนรู้เพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมท้องถิ่น พบว่า ผู้ใช้สื่อดิจิทัลมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก โดยสื่อมีความเหมาะสมกับการประชาสัมพันธ์ท่องเที่ยว มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด ตัวอักษร สี สันของสื่อประชาสัมพันธ์ มีความชัดเจน ภาพที่นำเสนอตรงตามเนื้อเรื่อง ภาพและภาษานำเสนอได้เข้าใจง่าย และผู้ชมเกิดความสนใจแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมท้องถิ่น มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก และใช้ภาษาเหมาะสม มีระดับความพึงพอใจมาก

**สรุปผล:** ผู้เชี่ยวชาญประเมินประสิทธิภาพสื่อดิจิทัลว่ามีคุณภาพมาก โดยวิดีโอมีความชัดเจนและเนื้อหาตรงตามเนื้อเรื่องภาพเคลื่อนไหวและกราฟิกน่าสนใจ ผลวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ใช้สื่อดิจิทัลในการประชาสัมพันธ์ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมแสดงให้เห็นว่ามีความพึงพอใจสูง โดยสื่อมีเนื้อหาที่เหมาะสมและติดต่อกับผู้ชมได้ดี

รูปแบบต่าง ๆ ของสื่อดิจิทัลเช่นตัวอักษร สีเส้น และการนำเสนอเนื้อหาที่มีความชัดเจน และผู้ชมมีความสนใจและพึงพอใจสูงต่อแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมท้องถิ่นที่น่าเสนอ.

**คำสำคัญ :** พัฒนาสื่อดิจิทัล; ประชาสัมพันธ์; แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมท้องถิ่น

## บทนำ

ประเทศไทยมีจุดแข็งด้านการท่องเที่ยวหลายด้าน เช่น ทำเลที่ตั้ง และความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ เป็นต้น ทำให้การท่องเที่ยวกลายเป็นอุตสาหกรรมสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้ให้กับประเทศกระจายรายได้ให้กับประชาชน และช่วยพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศในด้านต่าง ๆ ตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566-2570) ส่งผลให้เกิดธุรกิจที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ มากมาย เช่น โรงแรม ที่พัก ร้านอาหาร ร้านของที่ระลึก การให้บริการด้านการท่องเที่ยว และการคมนาคม ก่อให้เกิดการจ้างงาน รายได้ และการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ เป็นต้น สิ่งที่เกิดตามมาคือเกิดการลงทุน การจ้างงาน และการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการลงทุน การจ้างงาน และการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น อย่างไรก็ตามอุตสาหกรรมท่องเที่ยวยังประสบปัญหาด้านข้อมูลข่าวสารที่ไม่ชัดเจนเพียงพอ ซึ่งปัจจุบันนักท่องเที่ยวนิยมใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการเข้าถึงข้อมูลและบริการการท่องเที่ยวมากขึ้น โดยกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ได้สนับสนุนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อรองรับแนวโน้มการใช้เทคโนโลยีระหว่างการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นประสบการณ์ ผ่านการผลักดันโครงการต่างๆ เช่น การพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการท่องเที่ยว การเพิ่มข้อมูลเชิงลึกของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ เพื่อยกระดับการให้บริการข้อมูลด้านการท่องเที่ยวของประเทศ ส่วนทางด้านการตลาดในยุคไทยแลนด์ 4.0 การใช้สื่อและความคิดสร้างสรรค์ในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวไทยมีความสำคัญอย่างยิ่งในปัจจุบัน เนื่องจากประเทศไทยมีจุดแข็งด้านศิลปวัฒนธรรมที่หลากหลายและเฉพาะตัว การใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับศิลปวัฒนธรรมไทยด้วยสื่อดิจิทัลที่ทันสมัยและเข้าถึงได้ง่าย เช่น วิดีโอ อินโฟกราฟิก เกม และสื่อสังคมออนไลน์ จะช่วยส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวได้เห็นถึงคุณค่าและเอกลักษณ์ของวิถีความเป็นไทยในแง่มุมที่แตกต่างและน่าประทับใจ กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยมากขึ้น

ดังนั้น การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมท้องถิ่น อำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น จึงเป็นความรับผิดชอบของคนในชุมชนต้องร่วมมือกันคิด ร่วมมือกันทำเพื่อให้นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในอำเภอเวียงเก่ามีความประทับใจและเดินทางมาท่องเที่ยว อำเภอเวียงเก่า มีกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าฝ้ายภูตากา และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสมุนไพรบ้านบ่อ อีกทั้งยังมีบ่อเกลือธรรมชาติ ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต และศิลปวัฒนธรรมทางธรณีวิทยา โดยมีคำขวัญประจำอำเภอว่า “ศาลเจ้าจอมนรินทร์ ถิ่นไดโนเสาร์ล้านปี อากาศดี อุทยานเด่น เป็นแหล่งอารยธรรม เลิศล้ำภูตากา ตาดฟ้าผาชมตะวัน มหัศจรรย์ขุนเขา เวียงเก่าเมืองน่าอยู่”

แหล่งท่องเที่ยวทางธรณีวิทยา เป็นสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ มีศักยภาพในการพัฒนาเป็นสถานที่ท่องเที่ยวโดยใช้ชุมชนเป็นฐาน แต่ชุมชนยังขาดทักษะในด้านการประชาสัมพันธ์พื้นที่แหล่งท่องเที่ยวในชุมชนเพื่อให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวมากขึ้น ซึ่งในปัจจุบันเทคโนโลยีดิจิทัลมีความเจริญก้าวหน้าอย่างรวดเร็วและสื่อเทคโนโลยีดิจิทัลได้ส่งผลกระทบต่อเปลี่ยนแปลงสังคม เศรษฐกิจ การเมือง และการศึกษารวมถึงการขับเคลื่อนสังคมไปสู่สังคมเศรษฐกิจฐานความรู้ เกิดการกระจายความรู้ และมีการใช้เทคโนโลยีในระดับสูง ซึ่งช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานและการให้บริการของทุกภาคส่วนเป็นไปอย่างรวดเร็ว (Tourism Thailand, 2564)

ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเป็นพื้นฐานของการพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและมีบทบาทที่สำคัญในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว (Covarrubias, 2014) จึงจำเป็นต้องมีความแข็งแกร่งเพียงพอที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาในภูมิภาคนั้น สถานที่ท่องเที่ยวบ่อยครั้งจะสร้างพลังนี้โดยการนำทรัพยากรธรรมชาติมาอยู่ข้างๆ ทรัพยากรทางวัฒนธรรม เช่น ศิลปะและบันเทิง งานฝีมือ พื้นที่สถาปัตยกรรมที่มีลักษณะที่เป็นทางท้องถิ่น กิจกรรมทางเศรษฐกิจ ประเพณีและพิธีกรรม และทรัพยากรที่สร้างโดยมนุษย์ เช่น สวนสนุก คาสีโน กิจกรรมพิเศษ เช่น เทศกาล งานแสดงสินค้าและการแข่งขันกีฬา เป็นค่าที่เป็นทรัพยากรทางวัฒนธรรม (Tinuoye, 2020) เนื่องจากลักษณะเฉพาะเจาะจงนี้ ทรัพยากรเหล่านี้ต้องใช้กลยุทธ์ในการได้รับความนับถือจากประชาชน เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวมากมายและรักษาลูกค้า กลยุทธ์เหล่านี้ยังควรตอบสนองความต้องการในการเพิ่มความสัมพันธ์กับแบรนด์ใหม่แก่นักท่องเที่ยว ในทางนี้การสื่อสารบุคลิกภาพของแบรนด์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์อาจเป็นกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสารกับนักท่องเที่ยวที่สนใจในการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Liasidou, 2018)

จากความสำคัญที่ได้กล่าวมาข้างต้นของการประชาสัมพันธ์เป็นกระบวนการในการดำเนินงานองค์การ การท่องเที่ยว ซึ่งเป็นกลยุทธ์การสื่อสารตามเป้าหมายของกิจกรรม โดยการอาศัยสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ผู้วิจัยจึงนำความรู้ด้านการพัฒนาสื่อดิจิทัล เพื่อเผยแพร่ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน อำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น ผู้วิจัยได้มีการสอบถามข้อมูลเบื้องต้นจากคุณแก้วตา แสงศรีบุญเรือง นักพัฒนาชุมชน ได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนของ อำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น ว่ายังขาดการประชาสัมพันธ์ ไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบของระบบฐานข้อมูล สื่อวีดิทัศน์ หรือสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ ทำให้ผู้วิจัยสามารถเข้าไปช่วยในส่วนของการพัฒนาแหล่งเรียนรู้เพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมท้องถิ่น อำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น เพื่อถ่ายทอดความเข้มแข็งของวัฒนธรรมซึ่งเป็นจุดขายที่สร้างความประทับใจให้แก่แก่นักท่องเที่ยวทั้งด้านวิถีชีวิต ประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่โดดเด่น มีเอกลักษณ์ ของแต่ละชุมชน ในอำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น ผู้ที่สนใจสามารถเข้ามาชมเว็บเพจซึ่งเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว โดยเว็บไซต์ยังเก็บรวบรวมข้อมูลสำคัญๆ ของแต่ละชุมชนเป็นองค์ความรู้ที่ถ่ายทอดจากปราชญ์ชาวบ้านเพื่อส่งต่อไปกับลูกหลานได้เรียนรู้ต่อไปในอนาคต

## วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อพัฒนาสื่อดิจิทัลในการนำเสนอเพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมท้องถิ่น อำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น

เพื่อประเมินประสิทธิภาพและวิเคราะห์ผลความพึงพอใจของสื่อดิจิทัลในการนำเสนอข้อมูลการเรียนรู้เพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมท้องถิ่น อำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น

## การทบทวนวรรณกรรม

ธณิศวีล กุลศร และ สถาพร มงคลศรีสวัสดิ์ (2559) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์: กรณีศึกษาพิพิธภัณฑ์สิรินธร ตำบลโนนบุรี อำเภอสหัสขันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพการดำเนินการพัฒนาปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และนำเสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของพิพิธภัณฑ์สิรินธร ตำบลโนนบุรี อำเภอสหัสขันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลโดยวิธีการสัมภาษณ์แบบเชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ ผู้บริหารเทศบาลตำบลโนนบุรี เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานใน พิพิธภัณฑ์สิรินธร เจ้าหน้าที่สำนักงานศิลปากรที่ 9 ขอนแก่น นักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว และผู้นำชุมชนในเขตเทศบาลตำบลโนนบุรี จำนวน 60 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยนำเนื้อหาที่ได้มาเรียบเรียงเชิงพรรณนา อธิบายปรากฏการณ์ที่ศึกษาด้วยถ้อยคำที่ต่อเนื่อง และครอบคลุมกรอบการวิเคราะห์ที่กำหนด ผลการวิจัยพบว่า ด้านสภาพการดำเนินงานพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของพิพิธภัณฑ์สิรินธร โดยพิจารณาจากองค์ประกอบ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการเงินและทรัพยากร ด้านคุณภาพการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ด้านการเรียนรู้และพัฒนาเครือข่าย และด้านกระบวนการมีส่วนร่วม พบว่า พิพิธภัณฑ์สิรินธร มีสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมสามารถพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ได้ ปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนา คือ งบประมาณมีจำกัดเฉพาะเพื่อการศึกษาวิจัยอนุรักษ์เก็บรวบรวมตัวอย่างซากไดโนเสาร์ ขณะที่การให้บริการและสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวยังไม่สามารถสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวได้ การบริหารจัดการขาดเครือข่ายการเรียนรู้และพัฒนาในกลุ่มประชาชนชาวบ้านหรือนักเรียนและเยาวชนรุ่นใหม่ ประชาชนในพื้นที่ไม่มีส่วนร่วมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของพิพิธภัณฑ์สิรินธรให้ก้าวหน้า คือการจัดทำแผนแม่บทในการพัฒนาให้ครอบคลุม การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ควรมีการพัฒนาปรับปรุงสินค้าบริการและปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยวในด้านต่างๆ ได้แก่ คุณภาพการให้บริการของเจ้าหน้าที่ การปรับภูมิทัศน์ กำหนดเขตพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ เพิ่มการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ จัดระเบียบพื้นที่จอดรถ ดูแลความสะอาดของห้องน้ำ สนับสนุนให้คนในชุมชนมีรายได้จากการจำหน่ายสินค้าให้นักท่องเที่ยว และการสนับสนุนคนในชุมชนให้เข้าใจและร่วมมือร่วมใจในการสร้างเอกลักษณ์ของชุมชนท้องถิ่น



ชกฤต เฉียบแหลม และคณะ (2558) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การถอดองค์ความรู้เชิงประวัติศาสตร์ผัง เมือง เชียงใหม่ โดยใช้หลักการจัดการเชิงวิศวกรรมความรู้ผ่านเทคโนโลยีเพื่อสนับสนุนด้านการท่องเที่ยว โดยใช้หลักการจัดการเชิงวิศวกรรมความรู้ผ่านเทคโนโลยีเพื่อสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวเป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพที่บูรณาการศาสตร์สาขาวิชาที่หลากหลาย มุ่งเน้นการประยุกต์ใช้เครื่องมือ และกระบวนการวิจัยภายใต้ประเด็นการศึกษาที่ประกอบด้วยประวัติศาสตร์ผังเมืองเชียงใหม่ การจัดการเชิงวิศวกรรมความรู้ และแนวคิดการประยุกต์ใช้โปรแกรมเพื่อการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมซึ่งเป็นกรอบแนวคิดหลักของการศึกษาและการต่อยอดองค์ความรู้ ผลผลิตที่ได้จึงเป็นสื่อสมัยใหม่เพื่อใช้เป็นเครื่องมือสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของเมืองเชียงใหม่ให้กับนักท่องเที่ยวคนไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติตลอดจนยังสามารถใช้เป็นเครื่องมือเพื่อใช้ในการศึกษาประวัติศาสตร์เมืองเชียงใหม่ให้กับเยาวชนและผู้สนใจทั้งหมดจึงเป็นที่มาของ “แนวคิดการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้กับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของเมือง เชียงใหม่” แนวคิดข้างต้นจึงนำมาสู่การพัฒนาโปรแกรมประยุกต์เพื่อสนองตอบการใช้งานให้กับนักท่องเที่ยวและผู้สนใจสามารถใช้งานผ่านอุปกรณ์พกพา เช่น สมาร์ทโฟน (Smart phone) แท็บเล็ต (Tablet) และคอมพิวเตอร์(Computer) ผ่านโปรแกรมประยุกต์ 3 รูปแบบ ได้แก่ โปรแกรมประยุกต์บนเว็บไซต์ (โครงการย่อยที่ 1 การถอดองค์ความรู้เชิงประวัติศาสตร์ผังเมือง เชียงใหม่ โดยใช้หลักการจัดการเชิงวิศวกรรมความรู้) โปรแกรมประยุกต์บนแท็บเล็ต (โครงการย่อยที่ 2 การสร้างโลกสามมิติเสมือนจริงย้อนอดีตเมืองเชียงใหม่) และ โปรแกรมประยุกต์บนสมาร์ทโฟน (โครงการย่อยที่ 3 การพัฒนาแอปพลิเคชันบนอุปกรณ์พกพาเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมในจังหวัดเชียงใหม่) กรอบแนวคิดและการดำเนินงานของแผนงานวิจัยและโครงการย่อยทั้ง 3 โครงการ มีเป้าหมาย เพื่อหาแนวทางประยุกต์ใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีที่มีอยู่ในปัจจุบันมาสนับสนุนการท่องเที่ยวในเชิงประวัติศาสตร์และมรดกทางวัฒนธรรมของเมืองเชียงใหม่ให้เกิดประโยชน์อย่างสูงสุด จากงานวิจัยข้างต้น พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีการใช้งานผ่านอุปกรณ์พกพา เช่น สมาร์ทโฟน ดังนั้นการสนับสนุนการท่องเที่ยวด้วยเทคโนโลยีสมาร์ทโฟน หรือการเข้าถึงข้อมูลด้วยเทคโนโลยีต่างๆ ก็เป็นอีกทางเลือกหนึ่งได้โดยผู้วิจัยจะทำการนำเสนอข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่สามารถเข้าถึงได้ด้วยเทคโนโลยีต่างๆ เช่น สมาร์ทโฟน หรือบนโลกออนไลน์

พระมหากษัตริย์ นนทวงษ์ (2560) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การประชาสัมพันธ์ทางออนไลน์เพื่อสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ศาสนาและวัฒนธรรม และภาพลักษณ์ของวัด ที่มีผลต่อค่านิยมในการท่องเที่ยวเชิงศาสนา และวัฒนธรรมของสาธุชนในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์คือ 1) เพื่อสำรวจความคิดเห็นของสาธุชนในเขตบางนากรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ทางออนไลน์เพื่อสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ศาสนาและวัฒนธรรม 2) เพื่อสำรวจความคิดเห็นของ สาธุชนในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร ที่มีต่อภาพลักษณ์ของวัด 3) เพื่อสำรวจความคิดเห็นของสาธุชนในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร ที่มีต่อค่านิยมในการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรม 4) เพื่อวิเคราะห์ผลของการประชาสัมพันธ์ทางออนไลน์เพื่อสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ศาสนาและวัฒนธรรม และภาพลักษณ์ของวัดที่มีผลต่อค่านิยมในการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรมของ สาธุชนในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร ตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือสาธุชนที่เข้ามาทำกิจกรรมภายในวัดในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก มีจำนวน 400 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือแบบสอบถามที่มีค่าความน่าเชื่อถือได้เท่ากับ 0.05 และมีการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาจากผู้ทรงคุณวุฒิ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอ้างอิง ที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.5 ผลการศึกษา พบว่า การประชาสัมพันธ์ทางออนไลน์เพื่อสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ศาสนาและวัฒนธรรม และภาพลักษณ์ของวัด ส่งผลต่อค่านิยมในการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรมของสาธุชนในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร โดยภาพลักษณ์ของวัด ส่งผลต่อค่านิยมในการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรมของสาธุชนในเขตบางนา กรุงเทพมหานครมากที่สุด รองลงมาคือ การประชาสัมพันธ์ทางออนไลน์เพื่อสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ศาสนาและวัฒนธรรม ส่งผลต่อค่านิยมในการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรมของสาธุชนในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร

จากผลการศึกษาข้างต้นแสดงให้เห็นว่า การประชาสัมพันธ์ทางออนไลน์ ยังมีผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมท้องถิ่น ดังนั้นการนำเสนอและประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมท้องถิ่น ในพื้นที่อำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น ก็น่าจะส่งผลต่อนักท่องเที่ยวให้ความสนใจในการมาท่องเที่ยวที่จังหวัดขอนแก่น

จिरายุฑ ประเสริฐศรี และ คชากฤษ เหลี่ยมมโธสง (2557) ได้ศึกษาการวิจัยเรื่อง การพัฒนาสื่อมัลติมีเดียเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นสำหรับเยาวชนจังหวัดบุรีรัมย์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาสื่อมัลติมีเดียเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น สำหรับเยาวชนจังหวัดบุรีรัมย์ 2) ศึกษาการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างหลังการชมสื่อมัลติมีเดียที่พัฒนาขึ้น 3) ศึกษาความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างหลังการชมสื่อมัลติมีเดียที่พัฒนาขึ้น 4) ศึกษาความพึงพอใจของผู้เข้าชมสื่อมัลติมีเดียที่พัฒนาขึ้นผ่านสื่อสังคมออนไลน์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ เยาวชนจังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 372 คน และผู้เข้าชมสื่อมัลติมีเดียผ่านสื่อสังคมออนไลน์ จำนวน 35 คน โดยวิธีสุ่มแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ 1) สื่อมัลติมีเดียเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นสำหรับเยาวชนจังหวัดบุรีรัมย์ 2) แบบประเมินคุณภาพสื่อมัลติมีเดีย 3) แบบวัดการรับรู้เกี่ยวกับสื่อมัลติมีเดีย 4) แบบสอบถามความพึงพอใจ 5) การเผยแพร่สื่อมัลติมีเดียผ่านสื่อสังคมออนไลน์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษา พบว่า การพัฒนาสื่อมัลติมีเดียเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นสำหรับเยาวชนจังหวัดบุรีรัมย์ มีคุณภาพโดยรวมอยู่ในระดับดี กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก และผู้เข้าชมสื่อมัลติมีเดียผ่านสื่อสังคมออนไลน์ จำนวน 35 คน กดปุ่มชอบจำนวนร้อยละ 97.10 สรุปว่า สื่อมัลติมีเดียที่ผู้ศึกษาได้พัฒนาขึ้นสามารถนำไปเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นให้แก่เยาวชนและผู้สนใจผ่านสื่อสังคมออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากการศึกษาข้างต้นทำให้ผู้ศึกษาทราบถึงข้อดีของการนำสื่อมัลติมีเดียมาใช้เป็นสื่อในการนำเสนอข้อมูลเรื่องราวทางประวัติศาสตร์แก่เยาวชนโดยการนำเสนอเรื่องราวที่เป็นประวัติศาสตร์นั้นบางครั้งอาจไม่เป็นที่น่าสนใจโดยเฉพาะกลุ่มเยาวชน แต่หากมีกระบวนการหรือสื่อในการนำเสนอที่ดีก็สามารถดึงดูดความสนใจผู้ชมได้ และสามารถถ่ายทอดความรู้แก่นักเยาวชนหรือผู้ชมได้

## กรอบแนวคิดการวิจัย



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

## ระเบียบวิธีการวิจัย

กลุ่มเป้าหมาย จำนวน 53 คน รายละเอียดดังนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

- กลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าฝ้ายภูตากา 23 คน
- กลุ่มชุมชนบ่อเกลือธรรมชาติ 27 คน
- ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อดิจิทัล 3 คน

### ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล

พัฒนาแหล่งเรียนรู้เพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมท้องถิ่น อำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น ซึ่งมีกระบวนการในการพัฒนาสื่อดิจิทัล 5 ขั้นตอน (จิรายุทธ ประเสริฐศรีและ คชาภักข เทลิยมไธสง, 2557: 46) ดังนี้

1. ขั้นวิเคราะห์เนื้อหา ทำการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ อำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม อำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น นั้น มีด้วยกันหลายแห่ง เช่น กลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าฝ้ายภูตากา กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสมุนไพรบ้านบ่อ และกลุ่มชุมชนบ่อเกลือธรรมชาติ ผู้วิจัยจึงทำการวิเคราะห์เนื้อหาข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ เพื่อคัดเลือกสถานที่ท่องเที่ยวทาง ที่สำคัญเพื่อนำมาจัดทำเป็นสื่อดิจิทัล



2. ขั้นตอนออกแบบ เมื่อได้แหล่งท่องเที่ยวที่จะนำเสนอผ่านสื่อดิจิทัลแล้ว ต่อไปจึงทำการ ออกแบบการนำเสนอ และการถ่ายทอดเนื้อเรื่องในตัวสื่อดิจิทัล

3. ขั้นตอนการพัฒนา

4. ขั้นตอนการทดลองใช้ นำไปทดลองใช้กับกลุ่มเป้าหมาย และให้ผู้ใช้ตอบแบบประเมินความพึงพอใจ ในการใช้สื่อดิจิทัล

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบประเมินความพึงพอใจของสื่อดิจิทัลในการนำเสนอ แหล่งท่องเที่ยว อำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น

### การวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูล

สถิติในการวิจัย คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

### ผลการวิจัย

จากการวิจัย เรื่องพัฒนาสื่อดิจิทัลในการนำเสนอเพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมท้องถิ่น อำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น ได้ดังนี้

1. ผลการพัฒนาสื่อดิจิทัลในการนำเสนอเพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมท้องถิ่น อำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น จากการพัฒนาสื่อด้วยกระบวนการพัฒนา 5 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องของแหล่งท่องเที่ยว อ.เวียงเก่า จ.ขอนแก่น

ขั้นตอนที่ 2 ออกแบบสื่อดิจิทัลในการนำเสนอข้อมูล

ขั้นตอนที่ 3 พัฒนาสื่อดิจิทัลในการนำเสนอข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว อ.เวียงเก่า จ.ขอนแก่น

ขั้นตอนที่ 4 ทดลองใช้สื่อกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อหาจุดบกพร่องและข้อเสนอแนะในการปรับปรุงสื่อให้ดียิ่งขึ้น

ขั้นตอนที่ 5 เผยแพร่สื่อดิจิทัลแหล่งท่องเที่ยว อ.เวียงเก่า จ.ขอนแก่น

ผลจากการพัฒนาสื่อดิจิทัล พบว่า ได้สื่อดิจิทัลในการนำเสนอเพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมท้องถิ่น อำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น มีการนำเสนอข้อมูล ทั้งหมด 7 ฉาก ดังนี้



หน้าแรก



ฉากที่ 1



ฉากที่ 2



ฉากที่ 3



ฉากที่ 4



ฉากที่ 5



ฉากที่ 6



ฉากที่ 7

2. ศึกษาผลการวิเคราะห์ประเมินเพื่อทดสอบคุณภาพด้านประสิทธิภาพของสื่อดิจิทัลเพื่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมท้องถิ่น อำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น พบว่าโดยรวมอยู่ในระดับคุณภาพมาก ( $\bar{X}$  = 4.17) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีระดับคะแนนมากที่สุด ได้แก่ ข้อ 2 วิดีโอที่นำเสนอมีความชัดเจน ( $\bar{X}$  = 4.51) คะแนนรองลงมาคือ ข้อ 3 ภาพที่นำเสนอตรงตามเนื้อเรื่อง ( $\bar{X}$  = 4.25) ข้อ 9 ผู้ชมเกิดความสนใจแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมท้องถิ่น อยู่ในระดับคุณภาพมาก ( $\bar{X}$  = 4.23) ข้อ 6 ภาพเคลื่อนไหวและกราฟิก มีความน่าสนใจ อยู่ในระดับคุณภาพมาก ( $\bar{X}$  = 4.22) และข้อ 8 ระยะเวลาในการนำเสนอมีเหมาะสม ( $\bar{X}$  = 4.21) ตามลำดับ

3. ศึกษาผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของสื่อดิจิทัลในการนำเสนอข้อมูลการเรียนรู้เพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมท้องถิ่น อำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น พบว่าผู้ใช้สื่อดิจิทัลมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ( $\bar{X}$  = 4.22) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าข้อที่ 1 สื่อมีความเหมาะสมกับการประชาสัมพันธ์ท่องเที่ยว มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด ( $\bar{X}$  = 4.61) รองลงมาคือ ข้อที่ 2 ตัวอักษร สี สันของสื่อประชาสัมพันธ์ มีความชัดเจน ข้อที่ 4 ภาพที่นำเสนอตรงตามเนื้อเรื่อง ข้อที่ 6 ภาพและภาษานำเสนอได้เข้าใจง่าย และข้อที่ 10 ผู้ชมเกิดความสนใจแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยทั้ง 4 ข้อมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 4.31) และข้อ 8 ใช้ภาษาเหมาะสม มีระดับความพึงพอใจมาก ( $\bar{X}$  = 4.29) ตามลำดับ

สรุปการพัฒนาสื่อดิจิทัลในการนำเสนอเพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมท้องถิ่น อำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น มีประสิทธิภาพโดยรวมอยู่ในระดับคุณภาพมาก ผู้ใช้สื่อดิจิทัลมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก สามารถนำไปเป็นสื่อเพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ได้

## อภิปรายผล

พัฒนาสื่อดิจิทัลในการนำเสนอเพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมท้องถิ่น อำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น ผลการวิจัยพบว่า สื่อดิจิทัลมีความเหมาะสมกับการประชาสัมพันธ์ท่องเที่ยว สอดคล้องกับ

งานวิจัย อณพสิษฐ์ ไชยเชษฐ, รัชดา ภักดียิ่ง, จริยา ปันทวังกูร (2564) เรื่องการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงพุทธ โดยสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างพบว่า สื่อประชาสัมพันธ์อิเล็กทรอนิกส์สามารถนำมาใช้เพื่อประชาสัมพันธ์เพื่อการเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวได้ โดยการนำเสนอเนื้อหาทำให้ท่านได้รับข้อมูลครบถ้วน อาทิ ด้านประวัติ วิธีการท่องเที่ยว เส้นทาง การเดินทาง เป็นต้น และสอดคล้องกับการศึกษาของ สมศักดิ์ คล้ายสังข์ (2560) ที่พบว่าสื่อที่ใช้ในการ ประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการท่องเที่ยวและการตลาดควรเป็นสื่อวีดิทัศน์หรือเว็บไซต์ที่อธิบายความเป็นมา บอกจุดเด่น บอกเส้นทาง ให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวในการเดินทาง และเข้าถึงได้ง่ายทุกสถานที่ทุกเวลา

ความพึงพอใจของสื่อดิจิทัลในการนำเสนอข้อมูลการเรียนรู้เพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมท้องถิ่น อำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น มีความพึงพอใจมาก ( $\bar{X}$  = 4.22) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าข้อที่ 1 สื่อมีความเหมาะสมกับการประชาสัมพันธ์ท่องเที่ยว มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด ( $\bar{X}$  = 4.61) รองลงมาคือข้อที่ 2 ตัวอักษรสีสันของสื่อประชาสัมพันธ์มีความชัดเจน ข้อที่ 4 ภาพที่นำเสนอตรงตามเนื้อเรื่อง ข้อที่ 6 ภาพและภาษานำเสนอได้เข้าใจง่าย และข้อที่ 10 ผู้ชมเกิดความสนใจแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมท้องถิ่น โดยทั้ง 4 ข้อมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 4.31) และข้อ 8 ใช้ภาษาเหมาะสม มีระดับความพึงพอใจมาก ( $\bar{X}$  = 4.29) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิรายุทธ ประเสริฐศรี และ ศุภาภุช เหลี่ยมไธสง (2557: 50) กล่าวว่า ผลการวิจัยการรับรู้จากกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อสื่อมัลติมีเดียที่พัฒนาขึ้น ทำให้เยาวชนได้รับรู้ถึงศิลปวัฒนธรรมด้านโบราณสถาน และเกิดความภาคภูมิใจในศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น และทำให้บางคนที่เคยรับรู้มาก่อน และอีกหลายคนยังไม่เคยได้รับรู้ เมื่อเยาวชนได้รับชมสื่อมัลติมีเดียจะได้รับความรู้เพิ่มขึ้น และเกิดความภาคภูมิใจในท้องถิ่นของตนเองมากยิ่งขึ้น

### ข้อเสนอแนะ

จากงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้รับข้อเสนอแนะทางการวิจัยจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลต่อสื่อต้นแบบ ประกอบไปด้วยสื่อวีดิโอประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว หลังจากที่ได้ทดลองใช้ จึงมีข้อเสนอแนะทางการวิจัย ดังนี้

#### ข้อเสนอแนะในการใช้ประโยชน์

- 1.เป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์และ ติดต่อสื่อสารกับนักท่องเที่ยว
- 2.เป็นช่องทางการบริการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการสร้างรายได้

#### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

- 1.พัฒนาสื่อโดยใช้เทคโนโลยีที่มีความทันสมัย เช่น ประชาสัมพันธ์โดยใช้เทคโนโลยี 360° Virtual Touring, Augmented Reality (AR) และ Virtual Reality Tourism (VR) เป็นต้น
- 2.สื่อดิจิทัลต้นแบบควรเพิ่มภาษาอื่นเข้ามาประกอบ เช่น ภาษาอังกฤษ และภาษาจีน เพื่อให้ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเกิดความเข้าใจมากขึ้น

## เอกสารอ้างอิง

- จิรายุช ประเสริฐศรี และ คชากฤษ เหลี่ยมไธสง. (2557). การพัฒนาสื่อมัลติมีเดียเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น สำหรับเยาวชนจังหวัดบุรีรัมย์. *รมยสาร*, 12(1), 43–55.
- ชกฤต เฉียบแหลม และคณะ. (2558). การถอดองค์ความรู้เชิงประวัติศาสตร์ผังเมืองเชียงใหม่ โดยใช้หลักการจัดการเชิงวิศวกรรมความรู้ผ่านเทคโนโลยีเพื่อสนับสนุนด้านการท่องเที่ยว. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
- ณัศวัด กุลศร และ สถาพร มงคลศรีสวัสดิ์. (2559). การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์: กรณีศึกษา พิพิธภัณฑ์สิรินธร ตำบลโนนบุรี อำเภอสหัสขันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์. *วารสารวิชาการ Veridian E-Journal มหาวิทยาลัยศิลปากร*, 9(3), 467-482.
- พระมหากษัตริย์ดา นนทวงษ์. (2560). การประชาสัมพันธ์ทางออนไลน์เพื่อสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ ศาสนาและ วัฒนธรรม และภาพลักษณ์ของวัดที่ส่งผลต่อค่านิยมในการท่องเที่ยวเชิงศาสนา และวัฒนธรรมของสาธุชน ในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร. *ปริญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ*
- สมศักดิ์ คล้ายสังข์. (2560). การพัฒนาสื่อวีดิทัศน์และสื่อออนไลน์เพื่อส่งเสริมการตลาดและการท่องเที่ยวแบบมี ส่วนร่วมในพื้นที่เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร. *วารสารวิจัยและพัฒนาวไลยอลงกรณ์ในพระบรม ราชูปถัมภ์*. 12(3), 285-296.
- อณพสิษฐ์ ไชยเชษฐ, รัชดา ภัคดียิ่ง, และจรรยา ปันทวังกูร. (2564). การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อการท่องเที่ยวเชิงพุทธในจังหวัดขอนแก่น. *Journal of Buddhist Education and Research: JBER*. 7(1), 120- 129.
- Covarrubias, R. (2014). *Evaluacion del potencial en municipios turisticos a través de metodologías participativas*. El Caso de Los Municipios de la Zona Norte de Colima, Editorial Eumed.net, México.
- Liasidou, S. (2018). Representation of cultural tourism on the web: Critical discourse analysis of tourism websites. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 12(3), 327-347.
- Tinuoye, O. I. (2020). Social media a tool for tourism marketing: A study among tourism students of federal Polytechnic, Ilaro. *Proceedings of the 2nd International Conference, The Federal Polytechnic, Ilaro, 10th – 11th Nov*.
- Tourism Thailand, (2564). *10 เเท...น่าเที่ยว จ.ขอนแก่น*. Retrieved on June 25, 2022 from <https://thai.tourismthailand.org/Articles/10>