

แนวทางการพัฒนาการสื่อความหมายแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ กรณีศึกษา แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์บ้านคูเมือง อำเภอวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี Guidelines for Developing Historical Attraction Interpretation: A Case Study of the Website of Ban Khu Mueang Historical Site, Warin Chamrap, Ubon Ratchathani Province

ยุวดี จิตต์โกศล

Yuvadee Jitgosol 1

Received: February 17, 2022

Revised: March 4, 2022

Accepted: March 5, 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ประเมินประสิทธิภาพเครื่องมือที่ใช้สื่อความหมายบ้านคูเมือง อำเภอวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี และ 2) ศึกษาแนวทางในการพัฒนาเครื่องมือที่ใช้สื่อความหมายบ้านคูเมือง อำเภอวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีความสนใจการท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ และใช้เทคโนโลยีในการท่องเที่ยว จำนวน 400 ราย วิธีการเลือกตัวอย่างไม่ใช่ความน่าจะเป็น (nonprobability sampling) โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม โดยใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยข้อมูลส่วนบุคคลพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 274 ราย ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21 - 30 ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีอาชีพ ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ มีรายได้ระหว่าง 10,001 - 15,000 บาทส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาคือ จังหวัดอุบลราชธานี มีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ต 11-15 ปี ส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ต 10 ชั่วโมงใน 1 วัน ส่วนใหญ่ไม่เคยเดินทางท่องเที่ยวที่บ้านคูเมือง ผลการวิจัยพบว่า 1) ประสิทธิภาพเครื่องมือที่ใช้สื่อความหมายบ้านคูเมือง อำเภอวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี โดยรวมอยู่ในระดับมาก ทุกประเด็น และ 2) แนวทางการพัฒนาเครื่องมือที่ใช้สื่อความหมายบ้านคูเมือง อำเภอวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น มีดังนี้ 2.1 ส่วนประกอบสำคัญบนหน้าเว็บเพจ พัฒนาหน้าเว็บเพจโดยมีส่วนประกอบสำคัญของเว็บเพจที่จำเป็นต้องมีอยู่ 3 ส่วน ได้แก่ 1) ส่วนหัวของหน้า ดำเนินการปรับโครงสร้างของเว็บไซต์ จัดหมวดหมู่ให้เหมาะสมพร้อมเพิ่มหัวข้อให้ครอบคลุมและปรับขนาดรูปภาพให้เหมาะสมกับขนาดของเว็บเพจ 2) ส่วนของเนื้อหา (Body) ดำเนินการเพิ่มวิดีโอแนะนำข้อมูลของบ้านคูเมือง และข้อมูลเกี่ยวกับความเป็นมาของบ้านคูเมือง 3) ส่วนท้ายของหน้า (Footer) ดำเนินการโดยได้ใส่ข้อมูลที่ตั้ง และช่องทางการติดต่อของบ้านคูเมือง 2.2 การเลือกใช้สีในการออกแบบเว็บไซต์ โดยใช้โทนสีน้ำตาลเหมาะสมกับบ้านคูเมือง ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์

คำสำคัญ : เว็บไซต์, เครื่องมือสื่อความหมาย, แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., หลักสูตรนวัตกรรมการท่องเที่ยวและบริการ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี yuvadee.j@ubu.ac.th

096-659-5636

Asst. Prof. Dr., Tourism and Services Innovation Program, Faculty of Liberal Arts, Ubon Ratchathani University



Abstract

The purposes of the research were 1) to evaluate the effectiveness of the current historical attraction interpretation and 2) to study the guidelines for developing the current historical attraction interpretation at Ban Khu Mueang Archaeological Site, Warin Chamrap, Ubon Ratchathani Province with a focus on its website. This research applied quantitative methodology. The target group consisted of 400 Thai tourists interested in historical tourism and the use of technology. The selected sampling method is nonprobability sampling by purposive sampling. The research instrument was a questionnaire in which results were analyzed using descriptive statistics, such as frequency, mean, and standard deviation. The personal data of the respondents show that most of them were female, aged between 21 and 30 years. Most of them have bachelor's degrees. Moreover, most of them were civil servants/government employees and earned between 10,001 and 15,000 baht a month. Furthermore, most of them had 11 - 15 years of internet experience and used the internet around 10 hours a day. Finally, most of them were from Ubon Ratchathani Province, but they have never traveled to Ban Khu Mueang. The results showed that 1) the overall effectiveness of historical attraction interpretation at Ban Khu Mueang is at a high level. And, 2) the guidelines to develop historical attraction interpretation are confirmed with the following recommended elements to be redesigned in the current Ban Khu Mueang website: 2.1 The website for Ban Khu Mueang should have three key elements. The first element is the page header. To restructure the website, the page header should categorize the topics accordingly and adjust the image size to suit the size of the webpage. The second element is the body. A video introducing information about the Ban Khu Mueang and information about the history of the archaeological site should be added. The last element is the footer. The location information and the communication channel of Ban Khu Mueang should be added to the footer. 2.2 The color of the Ban Khu Mueang website should be redesigned by using brown tones, which are more suitable to highlight the historical component of the archaeological site.

Keywords: Community Website, Historical Interpretation, Historical Sites

บทนำ

การพัฒนาประเทศไทยในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) อยู่ในช่วงเวลาของการปฏิรูปประเทศเพื่อแก้ปัญหาพื้นฐานหลายด้าน ในขณะเดียวกันการแข่งขันด้านเศรษฐกิจสูงขึ้น ด้านสังคมโลกจะมีความเชื่อมโยงใกล้ชิดกันมากขึ้นเป็นสภาพไร้พรมแดน การพัฒนาเทคโนโลยีจึงมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและส่งผลกระทบต่อการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจและชีวิตความเป็นอยู่ในสังคมอย่างมาก ขณะที่ประเทศไทยมีข้อจำกัดของปัจจัยพื้นฐานเชิงยุทธศาสตร์เกือบทุกด้านจนเกิดเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาที่ชัดเจนขึ้น ช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 นับเป็นช่วงเวลาที่ทำท่าง่ายอย่างมากที่ประเทศไทยต้องปรับตัวขนานใหญ่ โดยจะต้องเร่งพัฒนาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี การวิจัยและ

นวัตกรรมให้เป็นปัจจัยหลักในการขับเคลื่อนการพัฒนาในทุกด้าน เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยท่ามกลางการแข่งขันในโลกที่รุนแรงขึ้น (แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560-2564) ประเทศไทยได้ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมและสนับสนุนการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อเพิ่มศักยภาพการบริหาร การบริการ การปฏิบัติงานการประกอบธุรกิจ และยกระดับความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ซึ่งอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งที่มีการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการเพิ่มมูลค่าทางการท่องเที่ยวเพื่อการสื่อสารและการอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, ออนไลน์: 2564) อีกทั้งการกำหนดแผนและแนวทางการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาจึงจำเป็นต้องศึกษาและพิจารณาบริบทของการพัฒนาด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องที่สามารถตอบสนองและสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและกีฬาได้อย่างมีคุณภาพ ยั่งยืนเหมาะสมกับสภาพการณ์ต่าง ๆ และการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าไปอย่างรวดเร็ว ซึ่งในปัจจุบันเทคโนโลยีสารสนเทศได้เข้ามามีบทบาทกับชีวิตประจำวันของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง เทคโนโลยีจึงมีบทบาทในอนาคตอย่างมากในการยกระดับประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว อีกทั้งสามารถเพิ่มความชัดเจนและความแม่นยำของข้อมูลมากขึ้น

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย ตลอดจนเป็นแหล่งเรียนรู้และสร้างประสบการณ์ที่สามารถสัมผัสวิถีชุมชนแก่นักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างมาก ซึ่งจังหวัดอุบลราชธานีเป็นอีกหนึ่งจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างของประเทศไทยที่มีปัจจัยดึงดูดหลักเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความสวยงามและความหลากหลายทางทรัพยากรการท่องเที่ยว อีกทั้งยังมีความสำคัญในฐานะเป็นเมืองท่องเที่ยวที่เต็มไปด้วยเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมและประเพณีดั้งเดิมที่ตกทอดรุ่นสู่รุ่นมาจากบรรพบุรุษตั้งแต่ยุคขอมโบราณ ซึ่งผสมผสานเข้ากับวัฒนธรรมไทยถิ่นอีสานปัจจุบัน เกิดเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่น่าสนใจ จังหวัดอุบลราชธานียังอุดมไปด้วยทรัพยากรธรรมชาติมากมาย ทั้งป่าไม้ สัตว์ป่า พืชพรรณนานาชนิด แหล่งน้ำขนาดใหญ่ น้อยหลายแห่ง และภูมิทัศน์ที่งดงามแปลกตาโดดเด่น รวมทั้งมีที่พักมากมายและการคมนาคมที่สะดวกสบาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการคมนาคมทางอากาศโดยสารทางเครื่องบิน ทำให้จังหวัดอุบลราชธานีเป็นเมืองท่องเที่ยวที่น่าสนใจที่สามารถแข่งขันทางอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกับจังหวัดอื่น ๆ ได้ ดังนั้นการสื่อความหมายทางการท่องเที่ยวถือเป็นเครื่องมือทางการท่องเที่ยวที่สำคัญในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งมีทำให้ผู้มาเยือนได้มีโอกาสในการเรียนรู้สิ่งต่าง ๆ มากขึ้น ง่ายต่อการเข้าใจถึงสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม วิถีชีวิต หรือสิ่งต่าง ๆ ที่ต้องการถ่ายทอดให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้และให้นักท่องเที่ยวเกิดความเพลิดเพลิน ทั้งนี้การสื่อความหมายทางการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพนั้นควรกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจที่จะเรียนรู้ จนก่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ โดยทั่วไปแล้วการสื่อความหมายทางการท่องเที่ยวควรมีสื่อที่เหมาะสมที่สามารถเป็นตัวแทนหรือเป็นสื่อกลางในการให้ความรู้และสร้างความเข้าใจระหว่างแหล่งท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว อีกทั้งการสื่อความหมายยังเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งที่จำเป็นต้องจัดให้มีบริการแก่นักท่องเที่ยว รวมทั้งเป็นเครื่องมือสำคัญในการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวได้เดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวภายในชุมชนนั้น ๆ ได้มากขึ้น ซึ่งปัจจุบันป้ายสื่อความหมายทางการท่องเที่ยวถือเป็นสื่อหรือตัวกลางประเภทหนึ่งในการให้เข้าใจถึงคุณค่าที่สำคัญของอัตลักษณ์ทางประวัติศาสตร์ และเป็นเครื่องมือสำคัญชนิดหนึ่งที่จะช่วยให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้และทราบถึงข้อมูลในการเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยว อีกทั้งยังช่วยในการจัดการการท่องเที่ยวภายในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพ ในประเทศไทยจะเห็นได้ว่า ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2559 มีผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตจำนวน 38 ล้านคน และมีผู้ใช้งานโซเชียลมีเดียผ่านมือถือ 34 ล้านคน ปี พ.ศ. 2560 มีผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตจำนวน 46 ล้านคน และมีผู้ใช้งานโซเชียลมีเดียผ่านมือถือ 42 ล้านคน (WE ARE SOCIAL, 2561) จากอัตราการใช้งานทางอินเทอร์เน็ตและโซเชียลมีเดียที่เพิ่มมากขึ้น จึงมีการนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ในปัจจุบันที่นิยมสืบค้นข้อมูล



ผ่านทางอินเทอร์เน็ตและแอปพลิเคชันต่าง ๆ มาใช้ในการท่องเที่ยวมากขึ้น เพื่อช่วยอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยว ทำให้สามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลทางการท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว ช่วยเพิ่มช่องทางการติดต่อสื่อสารและช่วยลดต้นทุนด้านต่าง ๆ ในการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น แผ่นพับ ใบปลิว หรือคู่มือท้องถิ่น

จากการที่ผู้วิจัยจัดโครงการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี โดยสำนักงานส่งเสริมบริหารงานวิจัยบริการวิชาการและทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมมหาวิทยาลัยอุบลราชธานีที่ส่งเสริมให้มี 1) การศึกษา ค้นคว้า วิจัย รวบรวมและเผยแพร่องค์ความรู้และภูมิปัญญาด้านศิลปะ วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณีโดยเน้นภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างและภูมิภาคลุ่มน้ำโขงและประเทศในอาเซียน 2) การส่งเสริมและสนับสนุนการจัดการความรู้ด้านศิลปะ วัฒนธรรมและประวัติศาสตร์และภูมิปัญญาท้องถิ่น และ 3) การส่งเสริมและสนับสนุนให้นักศึกษาและบุคลากรตระหนักถึงคุณค่าของขนบธรรมเนียม ประเพณีและวัฒนธรรมอันดีงามและมีสุนทรียภาพทางศิลปะตลอดจนรู้เท่าทันวัฒนธรรมของประเทศต่าง ๆ จึงได้มีการจัดโครงการ “การพัฒนาเทคนิคการสื่อความหมายทางการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์” ประจำปีงบประมาณ 2563 ระหว่างวันที่ 24 – 26 มกราคม 2563 จากความร่วมมือในการค้นคว้า ข้อมูลหลักฐาน รวบรวมข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวิถีชีวิตบ้านคูเมือง และตรวจสอบข้อมูลในการสื่อความหมายจากคนในชุมชน จนเกิดเป็นเว็บไซต์โดยใช้เป็นเครื่องมือในการสื่อความหมายเพื่อเป็นการเผยแพร่คุณค่าศิลปะ ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรมท้องถิ่นโดยเฉพาะภาคตะวันออกเฉียงเหนือแก่ผู้ที่สนใจได้เข้าถึงข้อมูลผ่านเว็บไซต์ที่เป็นเครื่องมือสื่อความหมายทางการท่องเที่ยวเพื่อเป็นการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ บ้านคูเมือง อำเภอวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี (ยุวดี จิตต์โกศล และคณะ, 2563) ดังนั้นผู้วิจัยจึงเล็งเห็นถึงความสำคัญของประสิทธิภาพเครื่องมือที่ใช้ในการสื่อความหมาย และนำผลการศึกษาเป็นแนวทางในการพัฒนาเครื่องมือการสื่อความหมายเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์สำหรับนักท่องเที่ยวและคนในชุมชนอย่างยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อประเมินประสิทธิภาพเครื่องมือที่ใช้สื่อความหมายบ้านคูเมือง อำเภอวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี
2. เพื่อศึกษาแนวทางในการพัฒนาเครื่องมือที่ใช้สื่อความหมายบ้านคูเมือง อำเภอวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี

ขอบเขตการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตพื้นที่การศึกษา คือ บ้านคูเมือง อำเภอวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี โดยมีขอบเขตของเนื้อหาในการวิจัย คือ การศึกษาการประเมินประสิทธิภาพ และศึกษาแนวทางในการพัฒนาเครื่องมือที่ใช้สื่อความหมายบ้านคูเมือง อำเภอวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี ในประเด็นองค์ประกอบของการออกแบบเว็บไซต์อย่างมีประสิทธิภาพ ได้แก่ ความสะดวกของผู้ใช้งานเป็นหลัก เน้นความเรียบง่าย ความสม่ำเสมอ ความเป็นเอกลักษณ์ เนื้อหาที่เป็นประโยชน์ ระบบ Navigation ที่ใช้งานง่าย มีลักษณะที่น่าสนใจ การใช้งานได้อย่างไม่จำกัด คุณภาพการออกแบบ ระบบการใช้งานที่ถูกต้อง ตลอดจนข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับชุมชน รายละเอียดผลิตภัณฑ์ชุมชน และข้อมูลในการติดต่อ และขอบเขตด้านเวลาในการวิจัยเริ่มดำเนินการตั้งแต่เดือนตุลาคม 2563 - เดือนกันยายน 2564

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
 - 1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีความสนใจการท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ และมีการใช้เทคโนโลยีในการท่องเที่ยว

1.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีความสนใจการท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ และมีการใช้เทคโนโลยีในการท่องเที่ยว จำนวน 400 ราย เนื่องจากไม่มีการบันทึกสถิตินักท่องเที่ยวไทยที่สนใจการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และมีการใช้เทคโนโลยีในการท่องเที่ยว จึงไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นผู้วิจัยจึงสร้างแบบสอบถามโดยใช้คำถามคัดกรองประเภทนักท่องเที่ยว ได้แก่ ข้อที่ 1 คุณเป็นนักท่องเที่ยวที่ชอบเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญและคุณค่าทางประวัติศาสตร์ โบราณคดีและศาสนา หรือเดินทางไปยังสิ่งก่อสร้างที่มีอายุเก่าแก่หรือสิ่งก่อสร้างที่มีศิลปะและสถาปัตยกรรม เช่น ชุมชนโบราณ กำแพงเมือง คูเมือง พิพิธภัณฑสถาน วัด ศาสนสถาน และข้อที่ 2 หากผู้ตอบแบบสอบถามมีการตอบ “ใช่” ทั้ง 2 ข้อคำถาม จึงจะสามารถเป็นกลุ่มตัวอย่างในการประเมินเครื่องมือที่ใช้สื่อความหมายบ้านคูเมือง อำเภอวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี และแสดงความคิดเห็นถึงแนวทางในการพัฒนาเครื่องมือที่ใช้สื่อความหมายบ้านคูเมือง อำเภอวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี ผู้วิจัยได้ใช้สูตรในการคำนวณกลุ่มตัวอย่างของ Cochran (1953) จากการคำนวณพบว่าขนาดกลุ่มตัวอย่างอย่างน้อย 385 ราย จึงจะสามารถประมาณค่าร้อยละ โดยมีความผิดพลาดไม่เกินร้อยละ 5 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จากนั้นผู้วิจัยเลือกสุ่มตัวอย่างโดยไม่อาศัยหลักความน่าจะเป็น (Non Probability Sampling) แบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยการใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยและจากการศึกษาทฤษฎีและแนวคิดต่าง ๆ รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการดำเนินการวิจัยในครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม ประกอบด้วย

คำถามคัดกรองประเภทนักท่องเที่ยว ได้แก่ ประเภทท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ และการใช้เทคโนโลยีในการท่องเที่ยว

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ภูมิลำเนา ประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ต ความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ต การเดินทางท่องเที่ยวที่บ้านคูเมือง อำเภอวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี

ส่วนที่ 2 การประเมินประสิทธิภาพเครื่องมือที่ใช้สื่อความหมายบ้านคูเมือง อำเภอวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี

ส่วนที่ 3 ข้อคำถามต่อแนวทางการพัฒนาเครื่องมือที่ใช้สื่อความหมายบ้านคูเมือง อำเภอวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี

การทดสอบเครื่องมือ

ทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการประเมินประสิทธิภาพเครื่องมือที่ใช้สื่อความหมายบ้านคูเมือง อำเภอวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี โดยนำคำถามที่สร้างขึ้นมาให้แก่คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี เพื่อรับรองการทำการวิจัยที่จะดำเนินการมีความสอดคล้องกับหลักจริยธรรมสากล ตลอดจนกฎหมาย ข้อบังคับและข้อกำหนดภายในประเทศ จากนั้นแต่งตั้งผู้เชี่ยวชาญเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพต่อเครื่องมือที่ใช้สื่อความหมายไปใช้งาน จึงจำเป็นต้องมีการทดสอบคุณภาพตามแนวทางของสุรพงษ์ คงสัตย์และธีรชาติ ธรรมวงศ์ (2551) ซึ่งผู้วิจัยได้ทดสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือ โดยนำแบบสอบถามเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน ที่เกี่ยวข้องทางการท่องเที่ยว จำนวน 2 ท่าน และเทคโนโลยีสารสนเทศคอมพิวเตอร์ จำนวน 3 ท่าน เพื่อนำคำแนะนำมาปรับปรุงแก้ไขและให้ค่าดัชนีความสอดคล้องกับคำถามและวัตถุประสงค์ ได้เป็นเครื่องมือฉบับสมบูรณ์ ข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.5



ขึ้นไป มีค่าความเที่ยงตรง ข้อคำถามที่มีค่า IOC ต่ำกว่า 0.5 ต้องปรับปรุง

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านช่องทางออนไลน์ โดยมีการประชาสัมพันธ์ Google form ผ่านหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และ กลุ่มการท่องเที่ยวใน Facebook โดยผู้วิจัยมีการขออนุญาตผู้บริหาร (Admin) กลุ่มก่อนดำเนินการ เช่น เครือข่ายการท่องเที่ยววัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร นครศรีธรรมราช สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดต่าง ๆ สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดสุรินทร์ เป็นต้น ดังนั้นนักท่องเที่ยวจะทำแบบสอบถามผ่านระบบ Google Form โดยใช้เวลาเก็บข้อมูลในช่วงเดือนกรกฎาคม - สิงหาคม 2564 เพื่อประเมินประสิทธิภาพเครื่องมือที่ใช้สื่อความหมายบ้านคูเมือง อำเภอวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี และเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาเครื่องมือที่ใช้สื่อความหมายบ้านคูเมือง อำเภอวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี

ผลการดำเนินงานวิจัย

1. การประเมินประสิทธิภาพเครื่องมือที่ใช้สื่อความหมายบ้านคูเมือง อำเภอวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี
จากการประเมินประสิทธิภาพเครื่องมือที่ใช้สื่อความหมายบ้านคูเมือง อำเภอวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี แสดงดังตารางที่ 1 สามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยข้อมูลทั่วไปของผู้ประเมิน

ข้อ	รายการประเมิน	จำนวน	\bar{X}	ระดับผลการศึกษามากที่สุด
1	เพศ	263	65.75	เพศหญิง
2	อายุ	132	33.00	อายุระหว่าง 21 - 30 ปี
3	ระดับการศึกษา	231	57.75	ปริญญาตรี
4	อาชีพ	147	36.75	ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ
5	รายได้ต่อเดือน	68	17.00	ระหว่าง 10,001-15,000 บาท
6	ภูมิลำเนา	158	39.50	อุบลราชธานี
7	ประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ต	98	24.50	มีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ต 11-15 ปี
8	ความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ตใน 1 วัน	68	17.00	ใช้อินเทอร์เน็ต 10 ชั่วโมงใน 1 วัน
9	นักท่องเที่ยวเคยเดินทางท่องเที่ยวที่บ้านคูเมือง อำเภอวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี	293	73.25	ไม่เคย

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ประเมินส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 274 ราย มีอายุระหว่าง 21 - 30 ระดับการศึกษา ระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีอาชีพ ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ มีรายได้ระหว่าง 10,001-15,000 บาท ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนา คือ จังหวัดอุบลราชธานี มีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ต 11-15 ปี ส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ต 10 ชั่วโมงใน 1 วัน ส่วน

ใหญ่ไม่เคยเดินทางท่องเที่ยวไปยังบ้านคูเมือง อำเภวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี
ตารางที่ 2 แสดงผลการประเมินประสิทธิภาพเครื่องมือที่ใช้สื่อความหมายของบ้านคูเมือง อำเภวารินชำราบ
จังหวัดอุบลราชธานี

ข้อ	รายการประเมิน	\bar{X}	S.D	ระดับผลการ ศึกษามากที่สุด
1	การเลือกใช้สีในการออกแบบเว็บไซต์มีความเหมาะสม	3.88	0.76	มาก
2	การออกแบบเว็บไซต์มีเอกลักษณ์ที่สะท้อนถึงความเป็นชุมชน บ้านคูเมือง อ.วารินชำราบ จ.อุบลราชธานี	3.96	0.77	มาก
3	เนื้อหาของเว็บไซต์มีประโยชน์ต่อผู้เข้าชมเว็บไซต์	4.09	0.72	มาก
4	มีความทันสมัยในการแสดงเนื้อหาของเว็บไซต์	3.81	0.84	มาก
5	ข้อความในเว็บถูกต้องตามหลักภาษา และไวยากรณ์	4.12	0.63	มาก
6	สีพื้นหลังมีความเหมาะสมต่อการอ่าน	3.71	0.89	มาก
7	ขนาดตัวอักษรมีความเหมาะสมต่อการอ่าน	3.71	0.90	มาก
8	เว็บไซต์มีข้อมูลเพียงพอ	3.80	0.86	มาก
9	เว็บไซต์มีความน่าสนใจ	3.82	0.83	มาก
10	เว็บไซต์มีความน่าสนใจ	3.82	0.83	มาก
11	เว็บไซต์สามารถใช้งานได้ง่ายต่อการค้นหาและทำความเข้าใจ	3.98	0.72	มาก
12	ความเร็วในการแสดงผลของเว็บไซต์	4.03	0.71	มาก
13	มีการเชื่อมโยงภายในเว็บไซต์ที่เข้าใจง่าย และไม่ซับซ้อน	3.99	0.74	มาก
14	มีการจัดเมนูหรือหมวดหมู่สามารถใช้งานได้ง่าย	4.01	0.70	มาก
15	ระบบเนวิเกชัน หรือระบบนำทางของเว็บไซต์สามารถเข้าใจง่าย	3.93	0.74	มาก
16	ความพึงพอใจในการออกแบบเว็บไซต์โดยรวม	3.88	0.80	มาก
รวม		3.91	0.79	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ผลการประเมินประสิทธิภาพของเครื่องมือที่ใช้สื่อความหมายของบ้านคูเมือง
อำเภวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า ประสิทธิภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.91 และค่าเบี่ยง
เบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.79 โดยประเด็นที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด คือ ข้อความในเว็บถูกต้องตามหลักภาษาและไวยากรณ์
อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.12 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.63 และประเด็นที่ได้รับคะแนนน้อยสุด คือ สีพื้นหลัง
มีความเหมาะสมต่อการอ่านอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.71 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.89 และประเด็นขนาดตัว
อักษรมีความเหมาะสมต่อการอ่านอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.71 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.90 ผลการศึกษาพบว่า
กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21-30 ปี อาชีพข้าราชการ พนักงานของรัฐให้ความสำคัญกับข้อมูลเพียงพอมากกว่า
กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชายอย่างมีนัยสำคัญ 0.026 และพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิงมีความพึงพอใจโดยภาพรวมของ
การประเมินประสิทธิภาพของเครื่องมือที่ใช้สื่อความหมายบ้านคูเมือง อำเภวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานีในระดับมาก



ที่สุดมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชาย ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำผลการประเมินมาศึกษาและวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการพัฒนาเครื่องมือที่ใช้สื่อความหมายบ้านคูเมือง อำเภอวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

2. การศึกษาแนวทางในการพัฒนาเครื่องมือที่ใช้สื่อความหมายบ้านคูเมือง อำเภอวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี

ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากผู้ประเมินจำนวน 400 ราย เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาเครื่องมือที่ใช้สื่อความหมายบ้านคูเมือง อำเภอวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี สามารถสรุปแนวทางในการพัฒนาเครื่องมือที่ใช้สื่อความหมายบ้านคูเมือง อำเภอวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น โดยปรับแต่ละส่วนของเว็บไซต์ ได้ดังนี้

2.1 ส่วนประกอบสำคัญบนหน้าเว็บเพจ ผู้วิจัยพัฒนาหน้าเว็บเพจตามผลการศึกษาและการวิเคราะห์ผลการศึกษาของผู้ประเมิน จะมีส่วนประกอบสำคัญของเว็บเพจที่จำเป็นต้องมีอยู่ 3 ส่วน ได้แก่

1) ส่วนหัวของหน้า (Header) อยู่ตอนบนสุดของหน้าและเป็นส่วนที่สำคัญที่สุด ผู้วิจัยได้ดำเนินการปรับโครงสร้างของเว็บไซต์ จัดหมวดหมู่ให้เหมาะสม พร้อมเพิ่มหัวข้อให้ครอบคลุมและปรับขนาดรูปภาพให้เหมาะสมกับขนาดของเว็บเพจ



ภาพที่ 1 โครงสร้างของเว็บไซต์เดิม

ที่มา: <https://sites.google.com/view/kumuang/> (2564)



ภาพที่ 2 โครงสร้างของเว็บไซต์หลังจากได้รับการพัฒนา
ที่มา: <https://sites.google.com/view/kumuang/> (2564)

2) ส่วนของเนื้อหา (Body) ผู้วิจัยได้ดำเนินการเพิ่มวิดีโอแนะนำข้อมูลของบ้านคูเมืองเพิ่มไปในเว็บไซต์ เพื่อเพิ่มความน่าสนใจและเพื่อดึงดูดให้ผู้ใช้ชมเว็บไซต์เกิดความประทับใจ และมีความเชื่อถือในตัวเว็บไซต์ และเพิ่มข้อมูลเกี่ยวกับความเป็นมาของบ้านคูเมือง



ภาพที่ 3 ส่วนของเนื้อหา (Body) ก่อนการพัฒนา
ที่มา: <https://sites.google.com/view/kumuang/> (2564)

บ้านคูเมือง เดิมชื่อว่า "บ้านคูเมือง" ซึ่งความเป็นมาของเมืองคูเมือง-สาธ เป็นยุคกลางของประเทศไทยที่อพยพมาจากเมืองเชียงู ในช่วงสงครามสุโขทัยเมื่อ 200 ปีที่แล้ว ภายใต้การนำของ "พ่อสาธ" เป็นเจ้าเมืองคนแรกของเมืองคูเมือง การที่ประเทศไทยนำมาตั้งถิ่นฐานบริเวณนี้แล้วสืบมาเพื่อ เพราะเห็นว่ามีความอุดมสมบูรณ์และบริเวณเสถียรเป็นการอยู่บ้านคูเมือง หลังจากประเทศไทยได้ตั้งบ้านคูเมืองคือบ้านคูเมืองเป็นอีกส่วนแล้วจึงตั้งชื่อว่า "บ้านคูเมือง"

ข้อมูลพื้นฐานของหมู่บ้าน

จำนวนครัวเรือน 193 ครัวเรือน ปล่อยขาด 726 คน ชาย 354 คน หญิง 372 คน

- อาชีพหลัก ทำนา 160 ครัวเรือน ทำนาอื่น 4 ครัวเรือน
- อาชีพอื่น ปลูกผักสวนครัวจำนวน 157 ครัวเรือน ปลูกไม้ดอกไม้ประดับจำนวน 24 ครัวเรือน รับจ้างทำของจำนวน 54 ครัวเรือน, อื่นๆจำนวน 40 ครัวเรือน

ภาพที่ 4 ส่วนของเนื้อหา (Body) ก่อนการพัฒนา
ที่มา: <https://sites.google.com/view/kumuang/> (2564)



ภาพที่ 5 ส่วนของเนื้อหา (Body) หลังการพัฒนา ได้เพิ่มวิดีโอลงในเว็บไซต์
ที่มา: <https://sites.google.com/view/kumuang/> (2564)

โบราณสถานโนนแกมีความสำคัญอย่างไร?

ในอดีตปราสาทนี้เป็นสถานที่ซึ่งใช้ประกอบพิธีกรรมทางศาสนาและความเชื่อของคนในสมัยก่อน และเป็นแหล่งค้าขายเก่าแก่คนในชุมชนเดินทางไปเพื่อรักษาโรคภัยไข้เจ็บต่างๆ

ลักษณะของโบราณสถานโนนแก

บริเวณโบราณสถานโนนแกเป็นโบราณสถานทีประกอบด้วยซากโบราณสถานจำนวนหลัง ล้อมรอบด้วยกำแพงศิลาแลง ในปัจจุบันนี้เหลือเพียงซากของหินศิลาแลงไม่มากนักและจะมีการปรับปรุงเพื่อพัฒนาและอนุรักษ์แหล่งโบราณสถานที่สำคัญของบ้านคูเมือง



ภาพที่ 6 ส่วนของเนื้อหา (Body) หลังการพัฒนา
ที่มา: <https://sites.google.com/view/kumuang/> (2564)

3) ส่วนท้ายของหน้า (Footer) เว็บไซต์ขอบ้านคูเมืองยังไม่มีส่วนท้ายของหน้า ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้เพิ่มส่วนท้ายของเว็บไซต์โดยได้ใส่ข้อมูลที่ตั้ง และช่องทางการติดต่อของบ้านคูเมือง

2.2 การเลือกใช้สีในการออกแบบเว็บไซต์ ผู้วิจัยเลือกใช้โทนสีน้ำตาลเหมาะสมกับบ้านคูเมือง ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ผู้วิจัยเลือกใช้สีภายในเว็บไซต์เพียงแค่ 3 - 4 สี โดยมีการใช้สีตามทฤษฎี 60-30-10 โดยเน้นที่สีพื้นร้อยละ 60 สีรองร้อยละ 30 และสีเน้นร้อยละ 10 (สุวิข ถิระโคตร, 2554)



ภาพที่ 7 สีที่ใช้ในเว็บไซต์

ที่มา: <https://sites.google.com/view/kumuang/> (2564)

2.3 ตัวอักษรในการออกแบบเว็บไซต์ ผู้วิจัยจึงได้ปรับตัวอักษรภายในเว็บไซต์ให้มีความเหมาะสมและทันสมัย และปรับขนาดตัวอักษรให้มีขนาดใหญ่ขึ้น โดยชนิดตัวอักษรที่เลือกใช้มีดังนี้ ชนิดตัวอักษร (Type Style) คือ ตัวอักษร มิตร (Mitr) โดยบุคลิกของตัวอักษร Type Character คือ ลักษณะของตัวอักษรที่เป็นอยู่ในขณะนั้น โดยมีบุคลิกต่าง ๆ ที่พบเห็นเป็นส่วนใหญ่ การใช้บุคลิกของตัวอักษรขึ้นอยู่กับสถานการณ์ของงาน เช่น เมื่อต้องการเน้นข้อความที่สำคัญ อาจจะใช้ตัวที่เป็น Bold หรือ Italic เพื่อให้สะดุดตาในกลุ่มตัวอักษรที่คุ้นตา (ชรินทร์ธนา หวังวัชรกุล, 2558)

สรุปผลและเสนอแนะ

1. ประเมินประสิทธิภาพเครื่องมือสื่อความหมายบ้านคูเมือง อำเภวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี

จากการประเมินประสิทธิภาพเครื่องมือสื่อความหมายบ้านคูเมือง อำเภวาริน

ชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี จากการศึกษาพบว่า ประสิทธิภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.91 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.79 โดยประเด็นที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด คือ ข้อความในเว็บถูกต้องตามหลักภาษาและไวยากรณ์ รองลงมาคือ ประเด็นเนื้อหาของเว็บไซต์มีประโยชน์ต่อผู้เข้าชมเว็บไซต์ ประเด็นความรวดเร็วในการแสดงผลของเว็บไซต์ ประเด็นมีการจัดเมนูหรือหมวดหมู่สามารถใช้งานได้ง่าย ประเด็นมีการเชื่อมโยงภายในเว็บไซต์ที่เข้าใจง่าย และไม่ซับซ้อน เว็บไซต์สามารถใช้งานได้ง่ายต่อการค้นหาและทำความเข้าใจ ประเด็นการออกแบบเว็บไซต์มีเอกลักษณ์ที่สะท้อนถึงความเป็นชุมชนบ้านคูเมือง อ.วารินชำราบ จ.อุบลราชธานี ประเด็นระบบเมนูหรือระบบนำทางของเว็บไซต์สามารถเข้าใจง่าย ประเด็นการเลือกใช้สีในการออกแบบเว็บไซต์มีความเหมาะสม ประเด็นความพึงพอใจในการออกแบบเว็บไซต์โดยรวม ประเด็นเว็บไซต์มีความน่าสนใจ ประเด็นมีความทันสมัยในการแสดงเนื้อหาของเว็บไซต์ ประเด็นเว็บไซต์มีข้อมูลเพียงพอ ประเด็นสีตัวอักษรมีความเหมาะสมต่อการอ่าน และประเด็นที่ได้รับคะแนนน้อยสุด คือ สีพื้นหลังมีความเหมาะสมต่อการอ่าน และประเด็นขนาดตัวอักษรมีความเหมาะสมต่อการอ่าน โดยอธิบายได้ว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชายประเมินประสิทธิภาพของเครื่องมือที่ใช้สื่อความหมายประเด็นสีพื้นหลังมีความเหมาะสมต่อการอ่านให้คะแนนน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิง ขณะเดียวกันประเด็นขนาดตัวอักษรมีความเหมาะสมต่อการอ่านกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิงให้คะแนนน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชาย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของญาณกร เขตศิริสุข (2563) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ ประเพณีท้องถิ่นจังหวัดร้อยเอ็ด พบว่าผลการประเมินคุณภาพเว็บไซต์ด้านตัวอักษรและสี อยู่ในระดับมาก แต่ได้คะแนนน้อยกว่าในประเด็นอื่น ๆ คือ ด้านเนื้อหา ด้านการวัดและประเมินผล และด้านจัดการเว็บไซต์ จึงแสดงให้เห็นว่าในประเด็นด้านตัวอักษรและสีควรให้ความสำคัญเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาเครื่องมือที่ใช้สื่อความหมายบ้านคูเมือง อำเภวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี นอกจากนี้ผลการศึกษายังสอดคล้องกับงานวิจัยของเพ็ญภา จุมพลพงษ์ พันธุ์ศักดิ์ พิงงาม และสุธิษา เชิญฉาย (2560) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดลพบุรี กล่าวว่า การนำข้อมูลมากำหนดความต้องการของระบบงาน มีการกำหนดโครงสร้างข้อมูลภายในเว็บไซต์ กำหนดการสืบทอดข้อมูล การ



สร้างแผนที่เว็บไซต์และการวางผังหน้าเว็บเพจต่าง ๆ มีระบบบริหารจัดการเว็บไซต์ ซึ่งภายในเว็บไซต์ มีการออกแบบเนื้อหาที่โดนใจ (Content) การออกแบบเว็บไซต์สามารถแสดงผล ได้อย่างเหมาะสมบนอุปกรณ์ที่แตกต่างกันและใช้ได้กับความละเอียดของจอภาพทุกขนาด (Responsive Web Design) ซึ่งภายในเว็บไซต์จะมีปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวโดยใช้งานง่ายสะดวกรองรับการแสดงผลบนอุปกรณ์ที่แตกต่างกันได้โดยอัตโนมัติ และสอดคล้องกับงานวิจัยของไพศาล กาญจนวงศ์ และรักธิดา ศิริ (2561) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ กล่าวว่า นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตสืบค้นข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตก่อนการเดินทาง เพื่อใช้ในการวางแผนการเดินทางและยังสอดคล้องกับงานวิจัยของวิรัชชานา ไจสม (2560) ศึกษาเรื่อง การศึกษาปัจจัยการรับรู้สื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย กล่าวว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยรับรู้ข่าวสารการท่องเที่ยวจากสื่อสังคมออนไลน์ โดยรับรู้ในเรื่องสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวการจัดการและสิ่งอำนวยความสะดวก การเตรียมการเพื่อการท่องเที่ยว ลักษณะข้อมูลการท่องเที่ยว ประโยชน์ของสื่อออนไลน์ วิธีการใช้งานสื่อออนไลน์เพื่อการท่องเที่ยว ชนิดและความหลากหลายของสื่อและการรับรู้วิธีการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

ดังนั้นประสิทธิภาพเครื่องมือที่ใช้สื่อความหมายจึงมีสำคัญอย่างยิ่งต่อการดึงดูดนักท่องเที่ยวในทุกประเด็น ทางผู้วิจัยจึงได้เห็นความสำคัญของเครื่องมือที่ใช้สื่อความหมายโดยเฉพาะประเด็นข้อมูลที่เพียงพอ สีสันหลังมีความเหมาะสมต่อการอ่าน และขนาดตัวอักษรมีความเหมาะสมต่อการอ่าน จึงจะสามารถทำให้เครื่องมือที่ใช้สื่อความหมายจากเดิมที่มีอยู่มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น เพื่อให้ นักท่องเที่ยวได้สืบค้นข้อมูลที่ใช้ในการวางแผนการเดินทาง และเพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาในการพัฒนาเครื่องมือที่ใช้สื่อความหมายในวัตถุประสงค์ข้อที่สอง คือ

2. เพื่อศึกษาแนวทางในการพัฒนาเครื่องมือที่ใช้สื่อความหมายบ้านคูเมือง อำเภอวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี

ผลที่ได้จากการศึกษาแนวทางในการพัฒนาเครื่องมือที่ใช้สื่อความหมายบ้านคูเมือง อำเภอวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า เว็บไซต์ควรมีแนวทางดังนี้ ดำเนินการปรับโครงสร้างของเว็บไซต์ จัดหมวดหมู่ให้เหมาะสม พร้อมเพิ่มหัวข้อให้ครอบคลุมและปรับขนาดรูปภาพให้เหมาะสมกับขนาดของเว็บเพจ เพิ่มวิดีโอแนะนำข้อมูลของบ้านคูเมืองในเว็บไซต์ เพื่อเพิ่มความน่าสนใจ เกิดความน่าเชื่อถือในตัวเว็บไซต์ และมีการเพิ่มข้อมูลเกี่ยวกับความเป็นมาของบ้านคูเมืองให้นำดึงดูดจากผู้เข้าชมเว็บไซต์ ดังที่ผู้ประเมินได้ให้ข้อเสนอแนะที่ว่า เว็บไซต์ยังขาดรายละเอียดในส่วนของแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน วัฒนธรรมประเพณี คนในชุมชน อาหารพื้นบ้าน สถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียง แหล่งที่พัก การเดินทาง การชูดเด่นจุดขายที่เด่นชัดของหมู่บ้าน สอดคล้องกับพิชญลักษณ์ พิชญกุล และ สุขุม พันธุ์รงค์ (2563) ศึกษาเรื่อง การสร้างเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวและอนุรักษ์เหมียงของหมู่บ้านแม่กำปอง ผลการศึกษา ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญด้านความสมบูรณ์ของข้อมูลจึงจะมีผลให้ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ข้อมูลชุมชน ข้อมูลการประกอบอาชีพ ข้อมูลการตลาด ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว ข้อมูลการติดต่อสอบถาม เป็นต้น จากการวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาเครื่องมือที่ใช้สื่อความหมายบ้านคูเมือง อำเภอวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี ควรมีข้อมูลสำคัญเหล่านี้ปรากฏ

นอกจากนี้ผู้ประเมินเสนอแนะว่าเว็บไซต์ยังควรปรับปรุงเรื่องการใช้สี เนื่องจากสีสามารถสื่อความหมายของได้หรือต้องการสื่ออารมณ์แบบไหน และการใช้สีภายในเว็บไซต์เป็นส่วนสำคัญที่ทำให้เว็บไซต์สามารถดึงดูดให้ผู้ใช้งานให้ติดใจหรืออาจทำให้ผู้ใช้งานเปลี่ยนใจไม่มาเข้าชมเว็บไซต์นี้อีกได้เช่นกัน ดังที่ผู้ประเมินได้ให้ข้อเสนอแนะที่ว่า ลวดสีพื้นหลังไม่ให้เข้มเกินไป หน้าตา สีสัน ไม่ค่อยน่าดึงดูด กลุ่มคนรุ่นใหม่ เนื้อหาโดยรวม ยังมีข้อมูลไม่มากนัก การเข้าถึงข้อมูลสามารถเข้าถึงได้ง่าย และควรปรับตัวอักษรภายในเว็บไซต์ให้มีความเหมาะสมและทันสมัย และปรับขนาดตัวอักษรให้มีขนาดใหญ่ขึ้น ดังที่ผู้ประเมินได้ให้ข้อเสนอแนะที่ว่า ตัวอักษรไม่ค่อยทันสมัย สีจืด ตัวเล็กสไลด์ผ่านอ่านไม่รู้เรื่อง ตัวอักษรไม่ต้องเป็นทางการมาก อักษรควรมีขนาดใหญ่ขึ้น เพื่อเพิ่มการอ่านได้ดี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เพ็ญญา จุมพลพงษ์ พันธุ์ศักดิ์

พืงงาม และสุธิษา เชนุชาญ (2560) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของ จังหวัดลพบุรี กล่าวว่า ในประเด็นการออกแบบเนื้อหาที่โดนใจ (Content) การออกแบบเว็บไซต์สามารถแสดงผล ได้อย่างเหมาะสมบน อุปกรณ์ที่แตกต่างกันและใช้ได้กับความละเอียดของจอภาพทุกขนาด (Responsive Web Design) ซึ่งภายในเว็บไซต์จะมี ปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวโดยใช้งานง่าย สะดวกรองรับการแสดงผลบนอุปกรณ์ที่แตกต่างกันได้โดยอัตโนมัติ ดังนั้นจากการ วิเคราะห์ผลการศึกษานวทางในการพัฒนาเครื่องมือที่ใช้สื่อความหมายบ้านคูเมือง อำเภอวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี ผู้วิจัยจึงได้พัฒนาเครื่องมือที่ใช้สื่อความหมายบ้านคูเมือง อำเภอวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี จากเว็บไซต์เดิมที่มีอยู่ให้ มีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น ผู้วิจัยได้เน้นการออกแบบเพื่อให้ผู้ที่สนใจเข้าถึงเว็บไซต์ได้สะดวกและง่ายต่อการใช้งาน โดยสามารถ ค้นหาข้อมูลได้ผ่าน Google ด้วยชื่อ บ้านคูเมือง เมื่อเข้าชมเว็บไซต์แล้วผู้เข้าชมจะเห็นเว็บไซต์หน้าแรกที่ออกแบบสวยงาม พร้อมกับวิดีโอแนะนำข้อมูลเกี่ยวกับบ้านคูเมือง และยังมีเว็บเพจหน้าต่าง ๆ ให้เลือกรับชมไม่ว่าจะเป็นประวัติศาสตร์บ้าน คูเมือง ที่เที่ยวบ้านคูเมือง ผลิตภัณฑ์ชุมชนรวมถึงการเดินทาง สอดคล้องกับประเภทเครื่องมือสื่อความหมายของ สุขุม คง ดิษฐ์ และธารณี นวสนธิ (2561) ศึกษาเรื่อง การสื่อความหมายแหล่งท่องเที่ยววนิเวศเกษตรอย่างสร้างสรรค์ของชุมชนสาม เรือน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา กล่าวว่าสื่อประเภท สื่อสังคมออนไลน์ เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นเครื่องมือสื่อสารที่ได้รับความนิยมแพร่หลายบนอินเทอร์เน็ตในปัจจุบัน มีคุณสมบัติพิเศษคือ สามารถให้ข้อมูลได้ทันทั่วทั้งที่และทันสมัยต่อเหตุการณ์ ตลอดเวลา มีต้นทุนต่ำในการทำการโฆษณา กระจายได้ในวงกว้างรวดเร็วสามารถสื่อสารข้อมูลได้มากมายหลากหลายรูปแบบ น่าดึงดูด สร้างความมั่นใจในข้อมูลที่แลกเปลี่ยน และสามารถครอบคลุมได้ในเกือบทุกกลุ่มลูกค้าโดยเฉพาะคนรุ่นใหม่ แม้ว่าการผลิต สื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์นั้นทำง่าย และใช้ต้นทุนน้อย แต่สิ่งที่ท้าทายคือ จะทำอย่างไรให้เกิดผลกระทบ เชิงบวกต่อแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งควรเรียนรู้สร้าง “เรื่องราว” หรือข้อความ ที่ต้องการสื่อสารเพื่อให้สังคมออนไลน์มีการพูดถึง ซึ่งต้องใช้เวลาศึกษาและเอาใจใส่อย่างต่อเนื่อง

ผลที่ได้จากการศึกษา ผู้วิจัยออกแบบภาพตัวอย่างจากเว็บไซต์ เพื่อศึกษาแนวทางในการพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ สื่อความหมายบ้านคูเมือง อำเภอวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี โดยผู้วิจัยออกแบบเว็บไซต์ใน Google Site เพื่อเป็น แนวทางในการพัฒนาเครื่องมือที่ใช้สื่อความหมายบ้านคูเมือง อำเภอวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี จากการวิเคราะห์ผล การศึกษาผู้วิจัยได้พัฒนาเครื่องมือที่ใช้สื่อความหมายบ้านคูเมือง อำเภอวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานีจากเว็บไซต์เดิมที่ มีอยู่ให้มีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น โดยผู้วิจัยได้เน้นการออกแบบเพื่อให้ผู้ที่สนใจเข้าถึงเว็บไซต์ได้สะดวกและง่ายต่อการใช้งาน โดยสามารถค้นหาข้อมูลได้ผ่าน Google ด้วยชื่อ บ้านคูเมือง เมื่อเข้าชมเว็บไซต์แล้ว ผู้เข้าชมจะเห็นเว็บไซต์หน้าแรกที่ ออกแบบสวยงาม พร้อมกับวิดีโอแนะนำข้อมูลเกี่ยวกับบ้านคูเมือง และยังมีเว็บเพจหน้าต่าง ๆ ให้เลือกรับชมไม่ว่าจะเป็น ประวัติศาสตร์บ้านคูเมือง แหล่งท่องเที่ยวบ้านคูเมือง ผลิตภัณฑ์ชุมชนรวมถึงการเดินทาง สอดคล้องกับประเภทเครื่องมือ สื่อความหมายของ สุขุม คงดิษฐ์ และธารณี นวสนธิ (2561) ศึกษาเรื่อง การสื่อความหมายแหล่งท่องเที่ยววนิเวศเกษตรอย่าง สร้างสรรค์ของชุมชนสามเรือน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่กล่าวว่าสื่อประเภท สื่อสังคมออนไลน์ เครือข่ายสังคมออนไลน์ เป็นเครื่องมือสื่อสารที่ได้รับความนิยมแพร่หลายบนอินเทอร์เน็ตในปัจจุบัน มีคุณสมบัติพิเศษคือ สามารถให้ข้อมูลได้ทัน ทั่วทั้งที่และทันสมัยต่อเหตุการณ์ตลอดเวลา มีต้นทุนต่ำในการทำการโฆษณา กระจายได้ในวงกว้างรวดเร็วสามารถสื่อสาร ข้อมูลได้มากมายหลากหลายรูปแบบ น่าดึงดูด สร้างความมั่นใจในข้อมูลที่แลกเปลี่ยน และสามารถครอบคลุมได้ในเกือบ ทุกกลุ่มลูกค้าโดยเฉพาะคนรุ่นใหม่ แม้ว่าการผลิตสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์นั้นทำง่าย และใช้ต้นทุนน้อย แต่สิ่งที่ท้าทาย คือ จะทำอย่างไรให้เกิดผลกระทบเชิงบวกต่อแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งควรเรียนรู้สร้าง “เรื่องราว” หรือ “ข้อความ” ที่ต้องการ สื่อสารเพื่อให้สังคมออนไลน์มีการกล่าวถึง ซึ่งต้องใช้เวลาศึกษาและเอาใจใส่อย่างต่อเนื่อง



ผลที่ได้จากการศึกษา ผู้วิจัยออกแบบภาพตัวอย่างจากเว็บไซต์ เพื่อเป็นแนวทางการการพัฒนาเครื่องมือที่ใช้สื่อความหมายบ้านคูเมือง อำเภอวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี ใน Google Site ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของธีรจุฑ พุ่มเอี่ยม พระครูโกศลวชิรกิจ และขัมภิกา ตันตีสันติสม (2562) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาเว็บไซต์นำเสนอวัดประดู่ลาย จ.กำแพงเพชร ด้วยภาพ 3 มิติ กล่าวว่าการพัฒนาระบบแผนผังความสัมพันธ์ของข้อมูล ฐานข้อมูล และส่วนติดต่อผู้ใช้งาน เพื่อให้เว็บไซต์มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น จากการศึกษาวิเคราะห์ผลการศึกษานโยบายในการพัฒนาเครื่องมือสื่อความหมายบ้านคูเมือง อำเภอวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี ผู้วิจัยได้ปรับหน้าแรกของเว็บไซต์เมื่อเข้ามาจะพบกับวิดีโอแนะนำบ้านคูเมือง พร้อมกับคำขวัญบ้านคูเมือง ในส่วนหัวของเว็บไซต์จะมีหัวข้อต่าง ๆ ให้เลือกเข้าชมได้ โดยสามารถคลิกเพื่อเข้าชมได้ แกะไขส่วนกลางของเว็บไซต์เมื่อเข้ามาจะพบกับวิดีโอแนะนำบ้านคูเมือง พร้อมกับคำขวัญบ้านคูเมือง โดยสามารถคลิกเพื่อรับชมวิดีโอภายในเว็บไซต์ได้ ซึ่งสะดวกต่อการใช้งานของผู้ใช้งาน เพิ่มส่วนท้ายของเว็บไซต์เมื่อนำเสนอนที่ตั่งพร้อมทั้งลิงค์ที่เชื่อมภายในเว็บไซต์ โดยสามารถคลิกเพื่อไปเว็บเพจอื่น ๆ ภายในเว็บไซต์ได้ ซึ่งสะดวกต่อการใช้งานของผู้ใช้งาน ปรับตัวอักษรภายในเว็บไซต์ให้มีความเหมาะสมและทันสมัย และปรับขนาดตัวอักษรให้มีขนาดใหญ่ขึ้น โดยชนิดตัวอักษรที่เลือกใช้มีดังนี้ ชนิดตัวอักษร (Type Style) คือ ตัวอักษร มิตร (Mitr) เป็นตัวอักษรที่ประยุกต์ให้ทันสมัยแต่ยังอ่านได้ง่าย เหมาะกับการนำมาใช้งานงานสิ่งพิมพ์ บทความ นิตยสาร ทำให้งานเหล่านั้นดูทันสมัยมากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

การมีเครื่องมือการสื่อความหมายเป็นของชุมชนเพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์นั้น ช่วยให้ชุมชนได้มีโอกาสในการดึงดูดนักท่องเที่ยวมากขึ้น จากผลการศึกษาโดยภาพรวมควรให้ความสำคัญในการพัฒนาเว็บไซต์ให้มีประสิทธิภาพในแต่ละด้านให้มากขึ้น ในขณะที่เดียวกันควรให้ความสำคัญกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ไม่เคยเดินทางไปยังบ้านคูเมืองมีจำนวนมาก จึงได้เสนอแนะแนวทางการพัฒนาเว็บไซต์ ควรมีภาพถ่ายที่สวยงามและหลากหลายเพิ่มขึ้นภายในเว็บไซต์ เพื่อเพิ่มรายละเอียดของชุมชนให้มากขึ้น เช่น แหล่งท่องเที่ยวในชุมชน วัฒนธรรม ประเพณี คนในชุมชน อาหารพื้นบ้าน สถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียง แหล่งที่พัก การเดินทาง และการนำเสนอจุดเด่นของชุมชน เพื่อส่งเสริมให้ชุมชนบ้านคูเมืองมีความรู้ ถ่ายทอดภูมิปัญญาสู่คนรุ่นหลังผ่านทางเครื่องมือสื่อความหมาย อีกทั้งช่วยในการสร้างรายได้ และยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนให้มีความเข้มแข็ง ตลอดจนทำให้การท่องเที่ยวของชุมชนเกิดได้โดยชุมชนต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ผู้ให้การสนับสนุนทุนวิจัย ภายใต้การวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาการสื่อความหมายแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ บ้านคูเมือง อำเภอวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี” ประจำปีงบประมาณ 2564 ตลอดจนผู้ที่ให้ความอนุเคราะห์ในการร่วมตอบแบบสอบถามทุกท่าน

เอกสารอ้างอิง

ชรินทร์ญา หวังวัชรกุล. (2558). *การออกแบบและพัฒนาเว็บในงานธุรกิจ = Web design and developments for business*. มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย.

ธีรจุฑ พุ่มเอี่ยม, พระครูโกศลวชิรกิจ และขัมภิกา ตันตีสันติสม. (2562). การพัฒนาเว็บไซต์นำเสนอวัดประดู่ลาย

จ.กำแพงเพชร ด้วยภาพ 3 มิติ. *วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (สทวท.)*, 6(1), 95-103.



- ไพศาล กาญจนวงศ์ และ รักธิดา ศิริ. (2561). พฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา*, 13(1), 101-113.
- เพ็ญญา จุมพลพงษ์, พันธุ์ศักดิ์ พึ่งงาม และสุธิชา เซนุชาญ. (2560). การพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของ จังหวัดลพบุรี. *วิจัยศิลปวัฒนธรรมมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี*.
- วิรัชญา ไจสม. (2560). การศึกษาปัจจัยการรับรู้สื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย. รายงานการศึกษาอิสระ สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ยุวดี จิตต์โกศล และ คณะ. (2563). รายงานผลการดำเนินงานโครงการการพัฒนาเทคนิคการสื่อความหมายทางการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์. รายงานโครงการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.
- สุขุม คงดิษฐ์ และ ชารนี นวสันธิ. (2561). การสื่อความหมายแหล่งท่องเที่ยวในเวทกษตรอย่างสร้างสรรค์ของชุมชนสามเรือน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. รายงานการศึกษาอิสระ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ.
- สุวิช ธีระโคตร. (2554). *เว็บไซต์: ทัศนียภาพและหลักการ*. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- WE ARE SOCIAL, (2561). สถิติผู้ใช้ดิจิทัลทั่วโลก “ไทย” เสพติดเน็ตมากสุดในโลก-“กรุงเทพฯ” เมืองผู้ใช้ Facebook สูงสุด. เข้าถึงได้จาก <https://www.brandbuffet.in.th/2018/02/global-and-thailand-digital-report-2018/> สืบค้นเมื่อ 22 เมษายน 2564
- แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่สิบสอง. (2559). *การพัฒนาประเทศไทยในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564)*. เข้าถึงได้จาก <https://www.nesdc.go.th> สืบค้นเมื่อ 12 เมษายน 2564
- สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2558). *การส่งเสริมและสนับสนุนการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อเพิ่มศักยภาพการบริหาร*. เข้าถึงได้จาก https://moc.ocsc.go.th/sites/default/files/00_1_krathrwngethkhonolyiisaarsnethsaelakaarsuuesaar_59.pdf สืบค้นเมื่อ 15 เมษายน 2564
- สุรพงษ์ คงสัตย์ และธีรชาติ ธรรมวงค์. (2558). *การหาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (IOC)*. มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. เข้าถึงได้จาก <https://www.mcu.ac.th/article/detail/14329>. สืบค้นเมื่อ 15 เมษายน 2564
- องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน). (2561) คู่มือการพัฒนาผู้สื่อความหมายเบื้องต้น. เข้าถึงได้จาก <https://tis.dasta.or.th/dastaknowledge/wp-content>. สืบค้นเมื่อ 12 เมษายน 2564
- Cochran, W.G. (1953). *Sampling Techiques*. New York: John Wiley & Sons. Inc.