

การพัฒนาวิดีโอทัศนศิลป์บนอินเทอร์เน็ตเพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งนันทนาการ
ในจังหวัดนครนายก
The Development of Video on the Internet to Promote the Recreation
Resource in Nakhonnayok Province

วิพงษ์ชัย ร้องขันแก้ว¹
Wipongchai Rongkhankae¹

Received: May 27, 2021

Revised: May 28, 2022

Accepted: June 23, 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อ 1) พัฒนาวิดีโอทัศนศิลป์บนอินเทอร์เน็ตเพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งนันทนาการในจังหวัดนครนายก และ 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อวิดีโอทัศนศิลป์บนอินเทอร์เน็ตเพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งนันทนาการในจังหวัดนครนายก กลุ่มตัวอย่างสำหรับพัฒนาแนวคิดการผลิตวิดีโอทัศนศิลป์ จำนวน 60 คน กลุ่มตัวอย่างสำหรับประเมินความพึงพอใจที่เป็นข้อมูลเชิงปริมาณ จำนวน 385 คน และข้อมูลเชิงคุณภาพจำนวน 30 คน เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ 1) วิดีทัศน์บนอินเทอร์เน็ตเพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งนันทนาการในจังหวัดนครนายก 2) แบบสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง 3) แบบสังเกตแบบไม่มีโครงสร้าง 4) แบบประเมินคุณภาพวิดีโอทัศนศิลป์บนอินเทอร์เน็ต 5) แบบสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อวิดีโอทัศนศิลป์บนอินเทอร์เน็ต 6) แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง และ 7) แบบบรรยายเหตุการณ์สำคัญ ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณโดยใช้ค่าเฉลี่ยค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยวิธีการเปรียบเทียบความคงที่ของข้อมูลและวิธีการสามเส้า ผลการวิจัยมีดังนี้ 1) ได้แหล่งนันทนาการสำหรับผลิตรายการวิดีโอทัศนศิลป์บนอินเทอร์เน็ตจำนวน 6 แหล่ง 2) ผลการประเมินวิดีโอทัศนศิลป์บนอินเทอร์เน็ตโดยผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาโดยรวมอยู่ในระดับดี และผลการประเมินคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อโดยรวมอยู่ในระดับดี 3) ความพึงพอใจต่อวิดีโอทัศนศิลป์บนอินเทอร์เน็ตทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก

คำสำคัญ: วิดีทัศน์, วิดีทัศน์บนอินเทอร์เน็ต, แหล่งนันทนาการ, จังหวัดนครนายก

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประจักษ์วิชาสันตนาการ คณะพลศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (Assistant Professor, Ph.D., Department of Recreation, Faculty of Physical Education, Srinakharinwirot University) Email: Wipongchai@g.swu.ac.th

Abstract

The purposes of this study were 1) to development of Video on Internet to Promote The Recreation Resource in Nakhon Nayok Province and 2) to study the satisfaction of Video on Internet to Promote The Recreation Resource in Nakhon Nayok Province. The subjects for developing the concept of Video Production were 60 people. The subjects evaluated satisfaction with the video on internet that is Quantitative data were 385 people, and Qualitative data were 30 people by Purposive Sampling. The study instruments were 1) the Video on Internet to Promote The Recreation Resource in Nakhon Nayok Province. 2) Unstructured interview forms. 3) Unstructured Observation forms 4) the efficiency evaluation forms 5) the questionnaire of satisfaction on The Video on Internet to Promote The Recreation Resource in Nakhon Nayok Province. 6) Structured Interview forms and and 7) Critical Incidence Forms. The researcher conducted a Quantitative data were analyzed by using mean, standard deviation. The Qualitative data were inductively analyzed using a constant comparison method and were triangulated across methods. The results of this research were as follows: 1) The Recreation Resource for Video on internet Production were 6 Resources. 2) The content experts evaluated the video on internet was in good quality, and the Media experts evaluated the video on internet was in good quality. 3) The satisfaction on The Video on Internet with Quantitative data and Qualitative data was at a high level.

Keywords: Video, Video on Internet, Recreation Resource, Nakhon Nayok Province

บทนำ

จากอดีตถึงปัจจุบันเทคโนโลยีได้ถูกสร้างสรรค์ขึ้นเพื่อตอบสนองต่อความต้องการดำรงชีวิตและการทำงานของมนุษย์ ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีได้เข้ามาเปลี่ยนแปลงโลกและวิถีการดำเนินชีวิตของมนุษย์ในทุก ๆ ด้าน เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และการสื่อสารก็เป็นด้านหนึ่งที่มีการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ผลของการเจริญเติบโตของเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และการสื่อสารได้เปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมเศรษฐกิจ สังคมและนำโลกเข้าสู่ “สังคมดิจิทัล” (Digital Society) ที่มีเครือข่ายเทคโนโลยีสารสนเทศและอินเทอร์เน็ตเป็นศูนย์กลาง จากการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวปัจจุบันองค์กรภาครัฐและเอกชน ได้พัฒนาตัวเองเข้าสู่องค์กรดิจิทัล (Digital Organization) เพื่อตอบรับการเปลี่ยนแปลงของสังคมดิจิทัลและอุตสาหกรรมดิจิทัล บนพื้นฐานเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy) องค์กรเหล่านี้ได้นำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมาใช้เป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนา การแข่งขันและการขับเคลื่อนองค์กรในด้านต่าง ๆ โดยเฉพาะด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร (ภาวุษ พงษ์วิทยานาน และสุธน โรจน์อนุสรณ์, 2552; วิพงษ์ชัย ร้องขันแก้ว, 2560) ในปัจจุบันองค์กรทางนันทนาการได้ปรับตัวเข้าสู่ความเป็นองค์กร

ดิจิทัล มีการนำเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และการสื่อสาร มาใช้ในการการประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร โดยบริการวีดิทัศน์บนอินเทอร์เน็ต (Video on Internet) หรือวีดิทัศน์แบบสายธาร (Video Streaming) ถูกนำมาใช้เป็นส่วนในการประชาสัมพันธ์อย่างแพร่หลาย เพราะบริการดังกล่าวทำให้กลุ่มเป้าหมายสามารถรับชมได้พร้อมกันในช่วงเวลาเดียวกัน ช่วยลดข้อจำกัดในการรับชมไม่ว่าจะเป็นเวลา สถานที่ สามารถรับชมซ้ำได้ สร้างความน่าสนใจได้เป็นอย่างดีเพราะผู้ชมสามารถรับชมทั้งภาพและเสียง และยังช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของการประชาสัมพันธ์แหล่งนันทนาการที่ต้องนำเสนอให้ผู้ชมได้รับข้อมูลทั้งภาพและเสียง พร้อมทั้งแสดงให้เห็นถึงองค์ประกอบกระบวนการ และแง่มุมต่าง ๆ ในแหล่งนันทนาการได้อย่างชัดเจน (วิพงษ์ชัย ร้องขันแก้ว, 2560)

ทรัพยากรนันทนาการเป็นแหล่งนันทนาการที่มนุษย์สร้างขึ้นหรือเกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ คนสามารถนำเอาแหล่งทรัพยากรดังกล่าวมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในการใช้เวลาว่างและทำกิจกรรมนันทนาการ เพื่อสร้างประสบการณ์และความพึงพอใจ ความสุข และความสมดุลให้แก่ชีวิต ทรัพยากรนันทนาการช่วยส่งเสริมและดึงดูดใจให้คนใช้เวลาว่างอย่างรู้คุณค่าด้วยการทำกิจกรรมนันทนาการเป็นเครื่องมือหรือสื่อวิถีทางที่จะนำไปสู่การร่วมกิจกรรม ทรัพยากรนันทนาการเป็นปัจจัยหลักในการสร้างกิจกรรมที่จะทำให้มนุษย์ได้เข้าถึงกิจกรรมนันทนาการที่แท้จริง นอกจากนี้ ทรัพยากรนันทนาการยังช่วยส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน เป็นแหล่งที่ช่วยสร้างความสมดุลให้แก่ชีวิต ผ่อนคลายความตึงเครียดเป็นศูนย์กลางในการทำกิจกรรมและพบปะสังสรรค์ของคนในชุมชน และยังเป็นแหล่งที่ช่วยให้เกิดการเรียนรู้ได้รับประสบการณ์จากการทำกิจกรรมนันทนาการของคนในชุมชน (วิพงษ์ชัย ร้องขันแก้ว, 2557) ดังนั้นการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบวีดิทัศน์บนอินเทอร์เน็ตเพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งนันทนาการให้คนเห็นคุณค่า เห็นความสำคัญ และมาใช้บริการจึงมีความจำเป็นอย่างมาก ที่จะต้องพัฒนาสื่อวีดิทัศน์บนอินเทอร์เน็ตเพื่อประชาสัมพันธ์ สร้างความเชื่อมั่น สร้างทัศนคติที่ดีและส่งเสริมให้คนมาใช้บริการแหล่งนันทนาการ

จากคุณค่าของวีดิทัศน์บนอินเทอร์เน็ตที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ และความสำคัญในการประชาสัมพันธ์แหล่งนันทนาการ ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาการพัฒนาวีดิทัศน์บนอินเทอร์เน็ตเพื่อการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่แหล่งนันทนาการ โดยเลือกแหล่งนันทนาการในจังหวัดนครนายก เพราะจังหวัดนครนายกมีแหล่งนันทนาการที่ครบถ้วน ไม่ว่าจะเป็นแหล่งทรัพยากรนันทนาการแบบเน้นการใช้ประโยชน์ แหล่งทรัพยากรนันทนาการแบบเน้นธรรมชาติ และแหล่งทรัพยากรนันทนาการแบบเน้นผู้ใช้ประโยชน์และธรรมชาติร่วมกัน (Clawson, 1963) นอกจากนี้จังหวัดนครนายกยังมีความอุดมสมบูรณ์ด้านทรัพยากรธรรมชาติ มีแหล่งนันทนาการทางธรรมชาติมากมายหลายแห่ง มีแหล่งนันทนาการครบถ้วนตามทฤษฎีที่กล่าวมาในช่วงต้น ควรค่าแก่การส่งเสริมให้คนมาใช้บริการหรือมาท่องเที่ยว ซึ่งวีดิทัศน์บนอินเทอร์เน็ตที่ได้จะเป็นเครื่องมือสำคัญในการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่แหล่งนันทนาการให้ประชาชนในจังหวัดนครนายกและจังหวัดใกล้เคียงได้เห็นคุณค่าและรู้จักแหล่งนันทนาการในจังหวัดนครนายก และส่งเสริมให้ประชาชนใช้เวลาว่างอย่างรู้คุณค่าตามแหล่งนันทนาการในจังหวัดนครนายกต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อพัฒนาเว็บไซต์บนอินเทอร์เน็ตเพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งนันทนาการในจังหวัดนครนายก
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อเว็บไซต์บนอินเทอร์เน็ตเพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งนันทนาการในจังหวัดนครนายก

บทวนวรรณกรรม

1. **แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร** การสื่อสาร (Communication) เป็นการที่ “ผู้ส่ง” ซึ่งเป็นบุคคลกลุ่มชน หรือสถาบัน ถ่ายทอดเรื่องราว ข่าวสาร ข้อมูล ความรู้ แนวความคิด เหตุการณ์ต่าง ๆ โดยอาศัยสื่อหรือช่องทางในการถ่ายทอดไปยัง “ผู้รับ” ซึ่งเป็นบุคคล กลุ่มชน หรือสถาบัน เพื่อให้ผู้รับได้รับทราบข่าวสารร่วมกัน เดวิด เค เบอร์โล (David K. Berlo, 1963) ได้นำเสนอแบบจำลองการสื่อสารที่รู้จักกันดีว่า “แบบจำลอง SMCR ของเบอร์โล” (Berlo's SMCR Model) ประกอบด้วย 1) ผู้ส่ง (Source) ต้องเป็นผู้ที่มีทักษะความชำนาญในการสื่อสาร 2) ข่าวสาร (Message) เกี่ยวข้องด้านเนื้อหาสัญลักษณ์และวิธีการส่งข่าวสาร 3) ช่องทางในการส่ง (Channel) หมายถึง การที่จะส่งข่าวสารโดยการให้ผู้รับได้รับข่าวสารข้อมูลผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 หรือเพียงส่วนใดส่วนหนึ่ง 4) ผู้รับ (Receiver) ต้องเป็นผู้ที่มีทักษะความชำนาญในการสื่อสาร มีความสามารถในการถอดรหัส (Decode) เป็นผู้ที่มีทัศนคติระดับความรู้และพื้นฐานทางสังคมวัฒนธรรม เช่นเดียวกันหรือคล้ายคลึงกันกับผู้ส่ง จึงจะทำให้การสื่อสารความหมายหรือการสื่อสารนั้นได้ผลตามลักษณะของทฤษฎี SMCR ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อขีดความสามารถของผู้ส่งและผู้รับในการสื่อสาร ประกอบด้วย 1) ทักษะในการสื่อสาร 2) ทัศนคติ 3) ระดับความรู้ 4) ระบบสังคมและวัฒนธรรม โดยทั่วไปจะแบ่งรูปแบบการสื่อสารออกเป็น 2 ลักษณะ คือ 1) การสื่อสารแบบอนาล็อก (Analog Communication) และ 2) สื่อสารดิจิทัล (Digital Communication) ซึ่งการสื่อสารโดยทั่วไปนั้นจะเป็นการสื่อสารระหว่างสิ่งมีชีวิตด้วยกันหรือเป็นการสื่อสารระหว่างอุปกรณ์การสื่อสารด้วยกันเอง เช่น การสนทนาพูดคุยระหว่างมนุษย์ด้วยกันโดยอาจมีพาหะหรืออุปกรณ์อื่น ๆ เป็นตัวกลางในการสื่อสารระหว่างกันหรือเป็นการสื่อสารระหว่างคอมพิวเตอร์ด้วยกัน (O'leary, Timothy; & O'leary, Linda I, 2013)

2. **แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารดิจิทัลและการสร้างดิจิทัลคอนเทนต์ (Digital content)** ปัจจุบันเราอยู่ในยุคดิจิทัลที่การสื่อสารดิจิทัลคือหัวใจสำคัญของการสื่อสารในยุคนี้ การสื่อสารดิจิทัล (Digital Communication) เป็นการสื่อสาร ที่พึ่งพาเทคโนโลยี การสื่อสารดิจิทัลมีหลายประเภทโดยทั่วไปเรียกว่าช่องทางการสื่อสารดิจิทัล ซึ่งรวมถึงอีเมล โทรศัพท์ การประชุมทางวิดีโอ สิ่งพิมพ์ดิจิทัล หรือการส่งข้อความโต้ตอบแบบทันที เช่น SMS แชนแนล บล็อก พอดแคสต์ และวิดีโอ ถือเป็นรูปแบบหนึ่งของการสื่อสารดิจิทัลเช่นกับการสื่อสารดิจิทัลยังเกี่ยวข้องกับความพยายามการสื่อสารออนไลน์ขององค์กร องค์กรส่วนใหญ่ในปัจจุบันใช้วิธีสื่อสารหลากหลายช่องทางออนไลน์ ตั้งแต่เว็บไซต์ การแชทบนมือถือไปจนถึงเขียนบทความผ่านบล็อก สิ่งพิมพ์ดิจิทัล การส่งข้อความผ่านอีเมลเพื่อเชื่อมต่อกับลูกค้า พนักงาน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่น ๆ ทั้งในปัจจุบันและอนาคต

ของธุรกิจการสื่อสารดิจิทัลต่างจากการสื่อสารแบบเดิมอย่างไร (แกรมมิจิทัล, 2564) มีลักษณะ 5 ประการที่ทำให้การสื่อสารดิจิทัลแตกต่างจากวิธีการสื่อสารแบบเดิม คือ 1) พร้อมโต้ตอบมากขึ้น 2) มีส่วนร่วมมากขึ้น 3) คุ่มค่ามากขึ้น 4) กระจายอำนาจมากขึ้น 5) มีลำดับขั้นน้อยลง ลักษณะเหล่านี้ช่วยยืนยันว่าการสื่อสารใด ๆ ที่เกิดขึ้นผ่านช่องทางดิจิทัลนั้นแตกต่างกับการสื่อสารแบบเดิมอย่างสิ้นเชิง ทั้งในแง่ของการทำงานในองค์กรและการสื่อสารการประชาสัมพันธ์ การสร้างดิจิทัลคอนเทนต์ (Digital content) จึงเป็นสิ่งสำคัญ เพราะปัจจุบันดิจิทัลคอนเทนต์เป็นหัวใจสำคัญในการสื่อสาร ประเภทของคอนเทนต์นั้นขึ้นอยู่กับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายในแต่ละขั้นของเส้นทางของผู้ซื้อ (Buyer's Journey) โดยเส้นทางของผู้ซื้อมีหลักการอยู่ 3 ขั้น คือ ขั้นของการรับรู้ (Awareness Stage) ขั้นของการพิจารณา (Consideration Stage) และขั้นของการตัดสินใจ (Decision Stage) โดยการสร้างดิจิทัลคอนเทนต์ ที่จะต้อง 1) ตั้งเป้าหมายที่ชัดเจน 2) ตั้งตั้งชี้วัดที่ชัดเจน 3) กำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน 4) เลือกรูปแบบคอนเทนต์ที่ต้องการ 5) ปรับปรุงเนื้อหาให้ทันสมัยตลอดเวลา 6) วางแผนช่องทางการสื่อสาร (ปริติ นกุลสมปรารถนา, 2563)

3. แนวคิดเกี่ยวกับวิดิทัศน์บนอินเทอร์เน็ตและหลักการผลิวิดิทัศน์บนอินเทอร์เน็ต
 วิดิทัศน์ (Video) คือ มัลติมีเดียที่สามารถแสดงภาพเคลื่อนไหวพร้อมเสียงบรรยายได้ในเวลาเดียวกัน มีการนำเสนอหลายรูปแบบ วิดิทัศน์ใช้เป็นสื่อเพื่อการนำเสนอ การอธิบาย การสอน หรือเพื่อจุดประสงค์ใดจุดประสงค์หนึ่งตามความต้องการของผู้ผลิต ปัจจุบันในยุคดิจิทัล วิดิทัศน์ได้พัฒนาเป็นวิดิทัศน์บนอินเทอร์เน็ต (Video on internet) เป็นระบบการแพร่ภาพและเสียง วิดิทัศน์จากคลังข้อมูลวิดิทัศน์ (Video Server) ผู้ชมที่อยู่ในเครือข่ายสื่อสาร ผ่านระบบจัดการข้อมูลวิดิทัศน์แบบทยอยส่งเรื่อย ๆ หรือวิดิทัศน์แบบสายธาร (Streaming) ผู้ใช้บริการสามารถเลือกเนื้อหาวิดิทัศน์ได้ตามประสงค์โดยไม่จำกัดเวลาและสถานที่ สามารถเข้าถึงผู้รับชมจำนวนมากได้ในการนำเสนอเพียงครั้งเดียว วิดิทัศน์บนอินเทอร์เน็ต มีการนำเสนอผ่าน Web browser ในระบบอินเทอร์เน็ต โดยกระบวนการผลิตสื่อวิดิทัศน์ที่มีคุณภาพ มีขั้นตอนประกอบด้วย (พิสุทธา อาริราชฤทธิ์ และณัฐพงษ์ พระลัทธิรักษา, 2551; ปิยะดนัย วิเคียน, 2557) 1) ขั้นตอนการผลิิต (Pre-Production) เป็นการเตรียมความพร้อมก่อนการผลิิตรายการมีขั้นตอนโดยเริ่มต้นตั้งแต่การแสวงหาแนวคิดการกำหนดวัตถุประสงค์ การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย การวิเคราะห์เนื้อหา การเลือกรูปแบบรายการ จัดทำโครงสร้างรายการโทรทัศน์ การเขียนบทวิดิทัศน์ การจัดทำงบประมาณ เตรียมการด้านบุคลากร เตรียมการด้านสถานที่สถานที่ในการผลิิตรายการ เตรียมการด้านอุปกรณ์ในการผลิิตรายการ 2) ขั้นตอนการผลิิตรายการ (Production) ขั้นตอนการผลิิตรายการเป็นขั้นตอนที่จะบันทึกวิดิทัศน์ตามแผนการทำงาน มีการซักซ้อมก่อนถ่ายทำจริงตามที่กำหนดไว้ในบทวิดิทัศน์ เมื่อบันทึกรายการเสร็จแล้วจะมีการตรวจสอบอีกครั้งอีกเพื่อหาข้อบกพร่องที่เกิดขึ้น โดยทั่วไปการถ่ายทำรายการมีวิธีการถ่ายทำ 2 ลักษณะคือ การถ่ายทำรายการแบบแยกส่วนและการถ่ายทำรายการสมบูรณ์ตามลำดับโครงจการรายการ 3) ขั้นตอนการผลิิต (Post-Production) เป็นขั้นตอนการลำดับภาพ การตัดต่อ การบันทึกเสียง การฉายเพื่อตรวจสอบ และการประเมินผล

4. แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์แหล่งนันทนาการและการท่องเที่ยว

การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) เป็นเครื่องมือที่ช่วยเสริมสร้างความร่วมมือระหว่างผู้ดำเนินงานกับกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้อง วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์แหล่งนันทนาการ ประกอบด้วย 1) เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายทราบถึงข้อมูลข่าวสารในการดำเนินงานของแหล่งนันทนาการ 2) เพื่อให้โน้มน้าวให้กลุ่มเป้าหมายให้ความร่วมมือ สนับสนุน และมาใช้บริการ 3) เพื่อสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดีระหว่างแหล่งนันทนาการกับกลุ่มเป้าหมาย 4) เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่แหล่งนันทนาการ (วิพงษ์ชัย ร้องขันแก้ว, 2557) การให้ข่าวสารและการประชาสัมพันธ์แหล่งนันทนาการที่มีประสิทธิภาพสามารถกระตุ้นให้นักผู้ใช้บริการที่เป็นกลุ่มเป้าหมายตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวหรือใช้บริการแหล่งนันทนาการได้ จึงเป็นหน้าที่ของหน่วยงานบริการนันทนาการในการให้ข้อมูลการแหล่งนันทนาการอย่างสร้างสรรค์ เพื่อจูงใจให้คนตัดสินใจมาท่องเที่ยวและใช้บริการแหล่งนันทนาการ

5. แนวคิดทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจสื่อ ทฤษฎีที่เป็นที่นิยมในการประเมินผลความพึงพอใจที่มีต่อสื่อ คือแนวคิดทฤษฎีการใช้และความพึงพอใจสื่อ ของ Katz, Blumler & Gurevitch, (1974) โดยหลักสำคัญ คือ 1) ผู้ชมเป็นผู้เลือกสื่อของพวกเขาดำเนินการตามเป้าหมายที่พวกเขาต้องการ 2) ผู้ชมเป็นผู้เลือกในการเชื่อมโยงความพึงพอใจที่ต้องการกับการเลือกใช้สื่อแต่ละชนิด 3) สื่อเป็นคู่แข่งกับแหล่งอื่น ๆ ที่ผู้ชมจะเลือกใช้เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของ 4) บุคคลมีความตระหนักถึงการใช้สื่อ ความสนใจ และแรงจูงใจ อย่างเพียงพอที่จะสามารถถ่ายทอดภาพที่ถูกต้องตรงประเด็นในเรื่องการใช้นักวิจัยได้ และ 4) การตัดสินใจคุณค่าของเนื้อหาสื่อเป็นการประเมินโดยผู้ชม/ผู้ฟังเท่านั้น

วิธีดำเนินการวิจัย

1. กลุ่มตัวอย่างที่ให้ข้อมูลเชิงคุณภาพเพื่อพัฒนาแนวคิดและเป็นข้อมูลในการผลิตรายการวิทยุทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งนันทนาการในจังหวัดนครนายก ทั้งหมดจำนวน 60 คน ประกอบด้วย ผู้ประกอบการ ผู้ดูแลพื้นที่เจ้าหน้าที่รัฐและผู้นำชุมชน ชาวบ้านและผู้ใช้บริการในจังหวัดนครนายก

2. กลุ่มตัวอย่างให้ข้อมูลประเมินความพึงพอใจ คือผู้ที่รับชมวิทยุทัศน์บนอินเทอร์เน็ตเพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งนันทนาการในจังหวัดนครนายกอย่างน้อย 1 ครั้ง และรับชมครบทุกตอน แต่ผู้วิจัยไม่สามารถทราบจำนวนที่แน่นอนได้ว่าใครที่เคยรับชมรายการบ้าง ทำให้การวิจัยในครั้งนี้กำหนดกลุ่มตัวอย่างตามกรณีที่ไม่ทราบประชากร ซึ่งได้ใช้วิธีการคำนวณโดยใช้สูตรของ Cochran (1977) ในกรณีที่ไม่ทราบจำนวนประชากรอย่างแท้จริง ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ได้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 385 คน และใช้วิธีจากการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย

3. กลุ่มตัวอย่างที่ให้ข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์และทำแบบบรรยายเหตุการณ์สำคัญ ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างที่เคยรับชมวิทยุทัศน์บนอินเทอร์เน็ตเพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งนันทนาการในจังหวัดนครนายกอย่างน้อย 1 ครั้ง และรับชมครบทุกตอน จำนวน 30 คน และสมัครใจที่จะให้ข้อมูลด้วยวิธีนี้

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. วิดีทัศน์บนอินเทอร์เน็ตเพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งนันทนาการในจังหวัดนครนายก 6 ตอน

2. แบบสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง (Unstructured interview) เพื่อศึกษาข้อมูลจากผู้ที่เกี่ยวข้องในพื้นที่เพื่อนำมาเป็นแนวคิดในการผลิตรายการ การเลือกใช้แบบสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้างเพื่อให้เกิดความยืดหยุ่นในการสัมภาษณ์ และเกิดความเป็นกันเองระหว่างผู้สัมภาษณ์และผู้ให้ข้อมูล

3. แบบสังเกตแบบไม่มีโครงสร้าง (Unstructured Observation) เพื่อศึกษาแหล่งทรัพยากรทางนันทนาการ ให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่ครบถ้วนรอบด้าน

4. แบบประเมินคุณภาพวีดิทัศน์บนอินเทอร์เน็ตเพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งนันทนาการในจังหวัดนครนายกสำหรับผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อและเนื้อหา

5. แบบประเมินความพึงพอใจที่มีต่อวีดิทัศน์บนอินเทอร์เน็ตเพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งนันทนาการในจังหวัดนครนายก

6. แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) เพื่อศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อวีดิทัศน์บนอินเทอร์เน็ตเพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งนันทนาการในจังหวัดนครนายก

7. แบบบรรยายเหตุการณ์สำคัญ (Critical Incidence Forms)

ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

1. ขั้นตอนเตรียมการผลิต (Pre-Production)

1.1 ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาวิเคราะห์ สังเคราะห์เพื่อนำไปพัฒนาวีดิทัศน์บนอินเทอร์เน็ตเพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งนันทนาการในจังหวัดนครนายก และเพื่อพัฒนาวีดิทัศน์ให้มีความสมบูรณ์ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยลงพื้นที่เก็บข้อมูลและศึกษาจากสถานที่จริงในพื้นที่ที่มีแหล่งนันทนาการ ประกอบด้วย อำเภอเมืองจังหวัดนครนายก อำเภอองครักษ์ อำเภอบ้านนา และอำเภอปากพลี โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง (Unstructured interview) เก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการ ผู้ดูแลพื้นที่ เจ้าหน้าที่รัฐและผู้นำชุมชน ชาวบ้านและผู้ให้บริการ รวมทั้งหมดจำนวน 60 คน และเก็บข้อมูลเชิงประจักษ์ (Empirical Data) โดยการสังเกตแบบมีส่วนร่วม ด้วยแบบสังเกตแบบไม่มีโครงสร้าง (Unstructured Observation) โดยศึกษาแหล่งทรัพยากรทางนันทนาการในพื้นที่ สถานที่ตั้ง การเข้าถึง การให้บริการ จุดเด่นและคุณค่าที่ได้รับของแหล่งนันทนาการ

1.2 นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาทั้งหมดมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการเปรียบเทียบความคงที่ของข้อมูล (Constant comparison) ซึ่งได้มาจากการศึกษาเอกสารและงานวิจัย การสังเกตและการสัมภาษณ์ เพื่อหาหัวข้อที่เกี่ยวข้อง และตรวจสอบความเชื่อถือได้ของข้อมูลด้วยวิธีสามเส้า (Triangulation) ซึ่งนำข้อมูลที่ได้มาจากการรวบรวมข้อมูลทั้ง 3 วิธีขึ้นไป นำมาวิเคราะห์ร่วมกันว่าข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูลทุกวิธีว่ามีความสอดคล้องและตรงกันมากน้อยเพียงใด ผลการตรวจสอบพบว่าข้อมูลที่ได้จากวิธีการรวบรวมทั้ง 3 แบบ คือ ข้อมูลจากจากเอกสาร

และงานวิจัย การสังเกต และการสัมภาษณ์ มีความสอดคล้องและตรงกัน จากนั้นจึงสรุปเป็นแนวคิด และข้อมูลในการผลิตรายการวิทยุทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งนันทนาการในจังหวัดนครนายก โดยผลการศึกษาสรุปได้ว่า รายการนำเสนอแหล่งทรัพยากรนันทนาการแบบเน้นการใช้ประโยชน์ แหล่งทรัพยากรนันทนาการแบบเน้นธรรมชาติ และแหล่งทรัพยากรนันทนาการแบบเน้นผู้ใช้ ประโยชน์และธรรมชาติร่วมกัน (Clawson, 1963) จำนวน 6 แห่ง ได้แก่ 1) มงเทรอส์ คาเฟ่ แอนด์ฟาร์ม 2) ภูกระเหียง 3) สวนค้อยะ 4) สวนลุมพรี 5) เกาะไม้สย 6) เขื่อนขุนด่านปราการชล

1.3 นำแนวคิดและข้อมูลที่ได้มาวางแผนผลิตรายการ โดยการวางโครงสร้างเนื้อหา วัตถุประสงค์ วัตถุประสงค์ เนื้อหา เขียนบทวิทยุทัศน์ จัดทำแผนงานการถ่ายทำ โดยเนื้อหามุ่งนำเสนอ ภาพรวมโดยทั่วไปของแหล่งนันทนาการ สถานที่ตั้ง การเข้าถึง การให้บริการ จุดเด่น และคุณค่า ที่ได้รับของแหล่งนันทนาการในจังหวัดนครนายกทั้ง 6 แห่ง

1.4 พัฒนาแบบประเมินคุณภาพวิทยุทัศน์บนอินเทอร์เน็ตสำหรับผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อ และด้านเนื้อหาและพัฒนาแบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อวิทยุทัศน์บนอินเทอร์เน็ต โดยหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาและพิจารณาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ของแต่ละข้อ โดยผู้เชี่ยวชาญ และคัดเลือกข้อความที่มีค่าตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป ซึ่งมีค่า IOC ระหว่าง 0.6 - 1.0 และหา ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) ได้ค่าความเชื่อมั่นอยู่ที่ 0.82

1.5 พัฒนาแบบสัมภาษณ์ความพึงพอใจที่มีต่อวิทยุทัศน์บนอินเทอร์เน็ตเพื่อการ ประชาสัมพันธ์แหล่งนันทนาการในจังหวัดนครนายกและแบบบรรยายเหตุการณ์สำคัญ หาคุณภาพ โดยหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาและพิจารณาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ของข้อความในแต่ละ ข้อ โดยผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน เป็นผู้เชี่ยวชาญคนละกลุ่มกับผู้เชี่ยวชาญประเมินคุณภาพวิทยุทัศน์บน อินเทอร์เน็ต และคัดเลือกข้อความที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป ซึ่งมีค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.6 - 1.0

2. ขั้นตอนการผลิตรายการ (Production)

2.1. ผลิตวิทยุทัศน์บนอินเทอร์เน็ตเพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งนันทนาการในจังหวัด นครนายกให้ตรงกับโครงสร้างรายการ เนื้อหา วัตถุประสงค์ของรายการ แผนงานการผลิตรายการ และบทวิทยุทัศน์ที่ได้กำหนดไว้

2.2 ประสานงานกับเจ้าของหรือผู้รับผิดชอบพื้นที่ เพื่อลงพื้นที่ถ่ายทำวิทยุทัศน์ตาม แผนงานที่กำหนดไว้ในกรถ่ายทำจะต้องตรวจสอบความถูกต้องทางด้านเทคนิคถ้าพบข้อบกพร่อง ต้องแก้ไขและบันทึกใหม่ทันที เมื่อบันทึกรายการเสร็จแล้วควรมีการตรวจสอบอีกครั้งอีกเพื่อหา ข้อบกพร่องที่เกิดขึ้น จัดเก็บไฟล์วิดีโอจากเพื่อนำไปลำดับภาพ เสียง และตัดต่อ

3. ขั้นตอนหลังการผลิต (Post-Production)

3.1 นำไฟล์วิดีโอและเสียงมาลำดับภาพและตัดต่อด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป สำหรับการตัดต่อ ให้เป็นเรื่องราวตามที่วิทยุทัศน์กำหนดไว้ พร้อมฉายเพื่อตรวจสอบความสมบูรณ์ และความถูกต้องในการนำเสนอ

3.2. นำวิทยุทัศน์บนอินเทอร์เน็ตเพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งนันทนาการในจังหวัด นครนายกให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินคุณภาพโดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling)

เป็นผู้เชี่ยวชาญและนักวิชาการในสถาบันอุดมศึกษาและผู้เชี่ยวชาญในวิชาชีพด้านการผลิตสื่อ
วิดิทัศน์บนอินเทอร์เน็ต ประกอบด้วยผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาจำนวน 5 คน ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อ
จำนวน 5 คน ที่ไม่ใช่ผู้เชี่ยวชาญในการพัฒนาแบบประเมินคุณภาพวิดิทัศน์บนอินเทอร์เน็ตและ
แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อวิดิทัศน์บนอินเทอร์เน็ต

3.3. ดำเนินการทดลองโดยให้กลุ่มตัวอย่างรับชมวิดิทัศน์บนอินเทอร์เน็ตเพื่อการ
ประชาสัมพันธ์แหล่งนันทนาการในจังหวัดนครนายก โดยนำเสนอ 2 รูปแบบ คือ 1) นำเสนอใน
รูปแบบของการถ่ายทอดสดผ่านเฟซบุ๊ก 2) บันทึกวิดีโอให้รับชมทางเฟซบุ๊ก และประเมินความ
พึงพอใจของผู้ชมโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน และประเมินด้วยการ
สัมภาษณ์และทำแบบบรรยายเหตุการณ์สำคัญจากกลุ่มตัวอย่าง 30 คน

3.4 นำผลการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญและผลประเมินความพึงพอใจของผู้ชมที่ข้อมูลเชิง
ปริมาณจากการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทาง
สถิติ และนำข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากการเก็บข้อมูลด้วยแบบสัมภาษณ์และแบบบรรยายเหตุการณ์
สำคัญมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการเปรียบเทียบความคงที่ของข้อมูล (Constant comparison)
เพื่อหาหัวข้อที่เกี่ยวข้อง สำหรับการเปรียบเทียบความคงที่ของข้อมูลนั้นประกอบด้วย 4 ขั้นตอน
คือ การอ่านข้อมูลเพื่อค้นหาหัวข้อ การจัดกลุ่มหัวเรื่อง การนำข้อมูลมาจัดเข้าหัวข้อที่เหมาะสม
การอธิบายหัวข้อที่เหมาะสม โดยมีการเตรียมข้อมูลเพื่อนำไปวิเคราะห์และสรุปผลการวิจัยต่อไป

การรับรองจริยธรรมงานวิจัยในมนุษย์ งานวิจัยนี้ได้ผ่านการรับรองจากคณะกรรมการ
จริยธรรมงานวิจัยในมนุษย์มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ใบรับรองเลขที่ SWUEC/E-289/2563

ผลการวิจัย

1. ผลการพัฒนาวิดิทัศน์บนอินเทอร์เน็ตเพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งนันทนาการใน จังหวัดนครนายก

1.1 ผลการวิจัยเพื่อพัฒนาแนวคิด โครงสร้างของรายการ และส่วนสำคัญคือข้อมูล
แหล่งนันทนาการที่ใช้ในการผลิตรายการวิดิทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งนันทนาการใน
จังหวัดนครนายก จากการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการ ผู้ดูแลพื้นที่
เจ้าหน้าที่รัฐและผู้นำชุมชน ชาวบ้านและผู้ให้บริการ และการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการเปรียบเทียบ
ความคงที่ของข้อมูลและตรวจสอบความเชื่อถือได้ของข้อมูลด้วยวิธีสามเส้า ผลการวิจัยสรุป
ได้ว่า ในการผลิตรายการจะนำเสนอแหล่งทรัพยากรนันทนาการแบบเน้นการใช้ประโยชน์ แหล่ง
ทรัพยากรนันทนาการแบบเน้นธรรมชาติและแหล่งทรัพยากรนันทนาการแบบเน้นผู้ใช้ประโยชน์
และธรรมชาติร่วมกัน (Clawson, 1963) ที่น่าสนใจจำนวน 6 แห่ง ได้แก่

1) มองเทรอสส์ คาเฟ่ แอนด์ฟาร์ม เป็นแหล่งนันทนาการที่มีจุดเด่น เป็นทั้งร้าน
อาหารและฟาร์มที่แวดล้อมไปด้วยธรรมชาติ ได้บรรยายภาคแบบบ้านทุ่ง มีทั้งส่วนที่เป็นร้าน
อาหาร สถานที่พักผ่อนหย่อนใจ มีส่วนที่เป็นฟาร์ม ผู้ที่ไปใช้บริการจะได้ทั้งการพักผ่อน การ
รับประทานอาหาร และกิจกรรมในรูปแบบกลุ่มและครอบครัว ตั้งอยู่ที่คลอง 15 อำเภองอกศรีเกษ
จังหวัดนครนายก เข้าถึงได้ง่ายเพราะอยู่ใกล้ถนนรังสิต-นครนายก

2) ภูกระเหิรียง เป็นแหล่งนันทนาการและการท่องเที่ยววิถีธรรมชาติ บรรยากาศดี มีทุ่งนาและบรรยากาศที่ร่มรื่น ผู้ที่มาใช้บริการจะได้สัมผัสวิถีชุมชนแบบธรรมชาติ ในภูกระเหิรียง มีบ่อปลา บ่อน้ำ กังหันวิดน้ำ การเลี้ยงเป็ด และมีจุดเด่นคือสะพานไม้ไผ่พรวางูฟ้า นอกจากนี้ยังมีพิพิธภัณฑ์พื้นบ้านรัตนจังที่เก็บสะสมข้าวของเครื่องใช้ในอดีตของบรรพบุรุษ ภูกระเหิรียงตั้งอยู่ที่ตำบลศรีนาวา อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก

3) สวนคัวยะ เป็นแหล่งนันทนาการและสถานที่ท่องเที่ยว พักผ่อนหย่อนใจ สำหรับคนที่ชอบธรรมชาติ การตั้งแคมป์ กางเต็นท์พักผ่อน ภายในสวนคัวยะมีการจัดพื้นที่เป็นลานสำหรับกางเต็นท์พักผ่อน ประกอบอาหาร มีน้ำตกให้ลงเล่นได้ มีแคร่ให้นั่งแช่น้ำ สวนคัวยะตั้งอยู่ที่น้ำตกกระอาจ อำเภอบ้านนา จังหวัดนครนายก

4) สวนลุงพร เป็นแหล่งนันทนาการและการพักผ่อนหย่อนใจ สำหรับคนที่ชอบธรรมชาติ ตั้งอยู่ชายขอบของเขาค้อใหญ่ มีลำธารที่ไหลมาจากน้ำตกคลองมะเดื่อ มีแคร่ให้นั่งแช่น้ำ ในลำธาร มีพื้นที่สำหรับตั้งแคมป์ นอกจากนี้ยังมีบ้านพัก สามารถทำอาหารกินเองได้ สวนลุงพรตั้งอยู่ที่ หมู่ 1 ตำบลสาริกา อำเภอเมืองจังหวัดนครนายก

5) เกาะไม้ลาย เป็นแหล่งนันทนาการและการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ผู้ที่มากาะไม้ลายจะได้สัมผัสถึงวิถีชุมชน และวิถีเกษตรกร มีความโดดเด่นในด้านเกษตรกรรม นอกจากนี้ เกาะไม้ลายเป็นเป็นโครงการหมู่บ้านวิทย์ฯ ข้าวปลอดภัย เกาะไม้ลายตั้งอยู่ที่หมู่ที่ 9 หมู่บ้านเกาะไม้ลาย ตำบลพิบูลลอก อำเภอบ้านนา จังหวัดนครนายก

6) เชื้อนขุนด่านปราการชล เป็นเขื่อนคอนกรีตบดอัดยาวที่สุดในประเทศไทย เป็นสัญลักษณ์ของจังหวัดนครนายก บนสันเขื่อนเป็นจุดชมวิว ถนนขึ้นสันเขื่อนสามารถปั่นจักรยานขึ้นไปได้ ด้านล่างสามารถเล่นน้ำและนั่งพักผ่อน เชื้อนขุนด่านปราการชล ตั้งอยู่ที่บ้านท่าด่าน ตำบลหินตั้ง อำเภอมืองนครนายกจังหวัดนครนายก

ทั้ง 6 สถานที่เคยมีการผลิิตวีดิทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ไว้ แต่ผู้วิจัยต้องการผลิิตวีดิทัศน์ใหม่ให้สอดคล้องกับสภาพแหล่งนันทนาการและข้อมูลเชิงพื้นที่ในปัจจุบัน รูปแบบของรายการให้ความรู้และความบันเทิง มีการถ่ายทำในสตูดิโอและถ่ายทำนอกสถานที่ มีการตัดภาพสลับไปมาตามบทวีดิทัศน์ ใช้เทคนิคการลำดับภาพและตัดต่อที่เรียบง่าย รายการมีความยาว 15 นาที และนำเสนอวีดิทัศน์ผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ PRRC SWU

1.2. ผลการประเมินคุณภาพวีดิทัศน์บนอินเทอร์เน็ตเพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งนันทนาการในจังหวัดนครนายก

ตารางที่ 1 ผลการประเมินคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา

รายการประเมิน	คะแนนเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับคุณภาพ
การนำเสนอเนื้อหา	4.53	0.37	ดีมาก
ความชัดเจนของภาพและเสียงบรรยาย	4.50	0.48	ดี
รวม	4.50	0.42	ดี

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่า ผลการประเมินคุณภาพชีวิตทัศนบับอินเทอร์เนตโดยผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา จำนวน 5 คน พบว่า วิดีทัศน์บับอินเทอร์เนตมีคุณภาพด้านเนื้อหาโดยรวมอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยรวม 4.50 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า การนำเสนอเนื้อหาที่มีคุณภาพอยู่ในระดับดีมาก ความชัดเจนของภาพและเสียงบรรยายมีคุณภาพอยู่ในระดับดี

ตารางที่ 2 ผลการประเมินคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อวิทัศน์

รายการประเมิน	คะแนนเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับคุณภาพ
การนำเสนอเนื้อหา	4.60	0.46	ดีมาก
เสียงบรรยายและดนตรีประกอบ	4.40	0.48	ดี
ภาพและตัวอักษร	4.46	0.48	ดี
เทคนิคการนำเสนอ	4.40	0.45	ดี
รวม	4.46	0.47	ดี

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่า ผลการประเมินคุณภาพชีวิตทัศนบับอินเทอร์เนตโดยผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อ จำนวน 5 คน พบว่า วิดีทัศน์บับอินเทอร์เนตมีคุณภาพโดยรวมอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยรวม 4.46 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการนำเสนอเนื้อหาที่มีคุณภาพอยู่ในระดับดีมาก ด้านเสียงบรรยายและดนตรีประกอบภาพและตัวอักษร และเทคนิคการนำเสนอมีคุณภาพอยู่ในระดับดี

2. ผลประเมินความพึงพอใจที่มีต่อวิทัศน์บับอินเทอร์เนตเพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งนันทนาการในจังหวัดนครนายก กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 385 คน เมื่อพิจารณาแล้วพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 65.19 เพศชาย คิดเป็นร้อยละ 34.82 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 11-20 ปี คิดเป็นร้อยละ 71.17 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 87.27 มีผลประเมินความพึงพอใจที่มีต่อวิทัศน์บับอินเทอร์เนตเพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งนันทนาการในจังหวัดนครนายก ดังนี้

ตารางที่ 3 ความพึงพอใจที่มีต่อวิถีทัศนับอินเทอร์เนตเพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งนันทนาการในจังหวัดนครนายก

รายการประเมิน	คะแนนเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับคุณภาพ
การนำเสนอเนื้อหา	4.45	0.61	มาก
เสียงบรรยายและดนตรีประกอบ	4.43	1.40	มาก
ภาพและตัวอักษร	4.46	1.31	มาก
เทคนิคการนำเสนอ	4.46	0.62	มาก
สาระและความรู้ที่ได้รับ	4.42	0.64	มาก
รวม	4.44	0.91	มาก

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่า ผู้ชมมีความพึงพอใจที่มีต่อวิถีทัศนับอินเทอร์เนตเพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งนันทนาการในจังหวัดนครนายกโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 4.44 และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ผู้ชมมีความพึงพอใจในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านการนำเสนอเนื้อหา ด้านเสียงบรรยายและดนตรีประกอบ ด้านภาพและตัวอักษร ด้านเทคนิคการนำเสนอ และด้านสาระความรู้ที่ได้รับ

ผลการการสัมภาษณ์และการทำแบบบรรยายเหตุการณ์สำคัญของกลุ่มตัวอย่างที่เคยรับชมวิถีทัศนับอินเทอร์เนตเพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งนันทนาการ จำนวน 30 คน และทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการเปรียบเทียบความคงที่ของข้อมูล สามารถสรุปผลความพึงพอใจที่มีต่อวิถีทัศนับอินเทอร์เนตเพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งนันทนาการในจังหวัดนครนายก โดยแบ่งออกเป็น 5 ประเด็น ดังนี้

1. การนำเสนอเนื้อหา รายการ กลุ่มตัวอย่างได้กล่าวถึงเรื่องความพึงพอใจต่อการนำเสนอเนื้อหาของรายการ โดยสรุปได้ 3 ประเด็นดังนี้ 1.1) ลำดับการนำเสนอเนื้อหาของทุกรายการและมีความเหมาะสม เป็นลำดับขั้นตอนตั้งแต่ส่วนนำของรายการ ส่วนเนื้อหา และส่วนสรุปส่งท้าย ทำให้เวลารับชมแล้วเข้าใจเนื้อหา และรู้จักแหล่งนันทนาการในจังหวัดนครนายกมากขึ้น 1.2) เนื้อหาของทุกรายการมีความน่าสนใจ เมื่อได้รับชมทำให้เกิดความสนใจที่จะไปใช้บริการแหล่งนันทนาการตามรายการได้นำเสนอ 1.3) พิธีกรดำเนินรายการมีความเหมาะสมกับรูปแบบรายการ พิธีกรมีความเหมาะสมกับบทบาทที่ได้รับ สามารถดำเนินรายการและสื่อสารเนื้อหาของรายการไปถึงผู้ชมได้เป็นอย่างดี โดยรวมด้านการนำเสนอเนื้อหาของรายการกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

2. เสียงบรรยายและดนตรีประกอบ กลุ่มตัวอย่างได้กล่าวถึงเรื่องความพึงพอใจต่อเสียงบรรยายและดนตรีประกอบ โดยสรุปได้ 2 ประเด็นดังนี้ 2.1) เสียงบรรยายในรายการฟังง่ายและมีความชัดเจน ช่วยให้ผู้ชมเข้าใจเนื้อหาและช่วยให้ผู้ชมสนใจรับชมรายการจนจบ 2.2) ดนตรีประกอบที่ใช้ในรายการมีความเหมาะสมกับรูปแบบรายการและเนื้อหา เลือกดนตรีประกอบได้เหมาะสมกับทุกช่วงในรายการ ช่วยเสริมเนื้อหาสาระและบรรยายภาพของรายการได้เป็นอย่างดี ช่วงบรรยายหรืออธิบายเนื้อหาดนตรีประกอบก็เหมาะสมเสียงดนตรีไม่ดังจนกลบเสียงบรรยาย

โดยรวมด้านเสียงบรรยายและดนตรีประกอบของรายการกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

3. ภาพและตัวอักษร กลุ่มตัวอย่างได้กล่าวถึงเรื่องความพึงพอใจต่อภาพและตัวอักษรในรายการ โดยสรุปได้ 3 ประเด็นดังนี้ 3.1) ภาพของทุกรายการมีความชัดเจน คมชัด และมีความคมชัด ช่วยให้ผู้ชมเห็นภาพของรายการได้อย่างชัดเจน 3.2) ตัวอักษรที่ใช้ประกอบรายการมีขนาดเหมาะสม ไม่ใหญ่เกินไป หรือเล็กเกินไป อ่านง่าย และมีความชัดเจน 3.3) ขนาดของภาพกับขนาดตัวอักษรที่ใช้ในรายการมีความสมดุลและเหมาะสม โดยรวมด้านภาพและตัวอักษรของรายการกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

4. เทคนิคการนำเสนอ กลุ่มตัวอย่างได้กล่าวถึงเรื่องความพึงพอใจต่อเทคนิคการนำเสนอในรายการ โดยสรุปได้ 3 ประเด็นดังนี้ 4.1) เทคนิคพิเศษ ได้แก่ การลำดับภาพ ตัดต่อ การเปลี่ยนภาพ มีความเหมาะสมกับรูปแบบรายการ เทคนิคพิเศษเรียบง่ายไม่รบกวนสายตาและไม่มากเกินไปจนรบกวนการรับชม 4.2) ระยะเวลาในการดำเนินรายการเหมาะสมกับพฤติกรรมการรับชมสื่อวิดีโอออนไลน์ในยุคปัจจุบัน 4.3) ออกแบบรายการได้อย่างสร้างสรรค์น่าสนใจ โดยรวมด้านเทคนิคการนำเสนอกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

5. สารและความรู้ที่ได้รับจากรายการ กลุ่มตัวอย่างได้กล่าวถึงเรื่องความพึงพอใจต่อสารและความรู้ที่ได้รับจากรายการ โดยสรุปได้ 3 ประเด็นดังนี้ 5.1) รายการให้ความรู้เกี่ยวกับแหล่งทรัพยากรนันทนาการในจังหวัดนครนายกที่น่าสนใจทุกแง่มุม 5.2) รายการช่วยส่งเสริมให้เห็นประโยชน์และของแหล่งทรัพยากรทางนันทนาการในจังหวัดนครนายก 5.3) รายการมีประโยชน์ต่อการตัดสินใจใช้บริการในแหล่งทรัพยากรทางนันทนาการในจังหวัดนครนายก โดยรวมด้านสารและความรู้ กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ข้อเสนอและเพิ่มเติมในการผลิตรายการ

1) เนื้อหารายการควรนำเสนอเพิ่มเติมเกี่ยวกับด้านมิติความสัมพันธ์กับสังคมและมุมมองของคนภายนอกเกี่ยวกับแหล่งทรัพยากรทางนันทนาการในจังหวัดนครนายกจะช่วยให้เนื้อหาของรายการมีความลึกซึ้งมากยิ่งขึ้น

2) ควรจัดหาอุปกรณ์บันทึกเสียงที่สามารถลดเสียงรบกวนสำหรับการถ่ายทำรายการนอกสถานที่

3) ควรเพิ่มภาพกราฟิกประกอบรายการเพื่อช่วยอธิบายเนื้อหาและช่วยให้รายการมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

จากผลการวิจัย พบว่า รายการวีดิทัศน์ได้รับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เพราะผู้วิจัยดำเนินการผลิตวีดิทัศน์ตามหลัก 3P ประกอบด้วย 1) ขั้นตอนการผลิต (Pre-Production) 2) ขั้นตอนการผลิตรายการ (Production) 3) ขั้นตอนหลังการผลิต (Post-Production) ให้ความสำคัญกับการศึกษาวิจัยเพื่อให้ได้เนื้อหาแหล่งนันทนาการที่สมบูรณ์และน่าสนใจ นอกจากนี้วีดิทัศน์ยังนำเสนอแหล่งนันทนาการในทุกแง่มุมให้ข้อมูลอย่างครบถ้วน สอดคล้องกับความต้องการของผู้ชม ส่งผลให้ผู้ชมเกิดความพึงพอใจในระดับมาก

สรุปและอภิปรายผล

1. ผลการวิจัยเพื่อพัฒนาแนวคิดและข้อมูลในการผลิตรายการวิทยุทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งนันทนาการในจังหวัดนครนายก โดยลงพื้นที่เก็บข้อมูลและศึกษาจากสถานที่จริงในพื้นที่ที่มีแหล่งนันทนาการ โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง เก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการ ผู้ดูแลพื้นที่ เจ้าหน้าที่รัฐและผู้นำชุมชน ชาวบ้านและผู้ใช้บริการ รวมทั้งหมดจำนวน 60 คน และเก็บข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยการสังเกตแบบมีส่วนร่วมด้วยแบบสังเกตแบบไม่มีโครงสร้าง โดยศึกษาแหล่งทรัพยากรทางนันทนาการในพื้นที่ สถานที่ตั้ง การเข้าถึง การให้บริการ จุดเด่น และคุณค่าที่ได้รับของแหล่งนันทนาการ ผลการวิจัยสรุปได้ว่าในการผลิตรายการจะนำเสนอแหล่งทรัพยากรนันทนาการ ที่น่าสนใจจำนวน 6 แห่ง และผู้วิจัยได้แนวความคิดในการนำเสนอทั้งด้านเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอ เมื่อได้แนวความคิดที่สมบูรณ์แล้ว เข้าสู่กระบวนการผลิตสื่อวิทยุทัศน์ให้ตรงตามแนวความคิดที่วางแผนไว้ หลังจากผ่านขั้นตอนการผลิตวิทยุทัศน์ ผู้ศึกษาได้ทำการประเมินผลวิทยุทัศน์กับกลุ่มเป้าหมาย ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมศักดิ์ คล้ายสังข์ (2560) ได้ทำวิจัยเรื่อง การพัฒนาสื่อวิทยุทัศน์และสื่อออนไลน์เพื่อส่งเสริมการตลาดและการท่องเที่ยว แบบมีส่วนร่วมในพื้นที่เขตลุ่มชั้นกรุงเทพมหานคร โดยเน้นกระบวนการการมีส่วนร่วมของชุมชน 5 กลุ่ม คือ ชาวบ้านในชุมชน เจ้าหน้าที่ภาครัฐ ผู้ประกอบอาชีพด้านการบริการ นักท่องเที่ยวปราณูชท์ท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวจำนวนกลุ่มละ 8 คน รวม 40 คน ผลการวิจัยพบว่า ได้รับสื่อวิทยุทัศน์ส่งเสริมการตลาดและการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วม ชุด 9 วัด มีประสิทธิภาพในการให้ความรู้ ความเข้าใจและสนใจให้เกิดความสนใจในการเดินทางไปท่องเที่ยว และจากขั้นตอนนี้การได้ข้อมูลเชิงลึกที่ถูกต้องจากทุกภาคส่วนจะทำให้ได้แนวความคิดการผลิตรายการวิทยุทัศน์ที่มีประสิทธิภาพ ได้รายการวิทยุทัศน์ที่มีคุณภาพ ส่งผลต่อการตัดสินใจในการมาใช้บริการของกลุ่มเป้าหมายได้ สอดคล้องกับแนวคิดของ วิพงษ์ชัย ร้องขันแก้ว (2557) ที่กล่าวว่า การให้ข่าวสารและการประชาสัมพันธ์แหล่งนันทนาการอย่างมีประสิทธิภาพสามารถกระตุ้นและให้ผู้ใช้บริการที่เป็นกลุ่มเป้าหมายตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวหรือใช้บริการแหล่งนันทนาการ จึงเป็นหน้าที่ของหน่วยงานบริการนันทนาการและทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องในการให้ข้อมูลการแหล่งนันทนาการอย่างสร้างสรรค์ เพื่อที่จะสามารถจูงใจให้คนตัดสินใจมาใช้บริการ

2. ผลการประเมินคุณภาพวิทยุทัศน์บนอินเทอร์เน็ต โดยผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา จำนวน 5 คน พบว่า วิทยุทัศน์บนอินเทอร์เน็ตมีคุณภาพด้านเนื้อหาโดยรวมอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยรวม 4.50 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า การนำเสนอเนื้อหาามีคุณภาพอยู่ในระดับดีมาก ความชัดเจนของภาพและเสียงบรรยายมีคุณภาพอยู่ในระดับดี ผลการประเมินคุณภาพวิทยุทัศน์บนอินเทอร์เน็ตโดยผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อ จำนวน 5 คน พบว่า วิทยุทัศน์บนอินเทอร์เน็ตมีคุณภาพโดยรวมอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยรวม 4.46 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการนำเสนอเนื้อหาามีคุณภาพอยู่ในระดับดีมาก ด้านเสียงบรรยายและดนตรีประกอบ ภาพและตัวอักษร และเทคนิคการนำเสนอมีคุณภาพอยู่ในระดับดี เนื่องจากผู้วิจัยให้ความสำคัญกับกระบวนการผลิตวิทยุทัศน์บนอินเทอร์เน็ตอย่างเป็นระบบ โดยผู้วิจัยดำเนินการผลิตวิทยุทัศน์ตามหลัก 3P ประกอบด้วย 1) ขั้นตอนเตรียมการผลิต (Pre-Production) เป็นการเตรียมความพร้อมก่อนการผลิตรายการ 2) ขั้นตอนการผลิตรายการ

(Production) เป็นขั้นตอนบันทึกวีดิทัศน์ตามแผนงาน ตรวจสอบความถูกต้อง และจัดเก็บไฟล์วิดีโอจากเพื่อนำไปลำดับภาพ เสียง และตัดต่อต่อไปและ 3) ขั้นตอนการผลิต (Post-Production) เป็นขั้นตอนการลำดับภาพ ตัดตามบทวีดิทัศน์ พร้อมฉายเพื่อตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้อง จากนั้นจึงนำไปเผยแพร่และประเมินผล และการผลิตรายการยังคำนึงถึงหลักพื้นฐานการสื่อสาร S M C R ของ เดวิด เค เบอร์โล (David K. Berlo. 1963) ประกอบด้วย 1) ผู้ส่ง (Source) 2) ข่าวสาร (Message) 3) ช่องทางในการส่ง และ 4) ผู้รับ (Receiver) และคำนึงถึงปัจจัยที่มีความสำคัญต่อขีดความสามารถของผู้ส่งและผู้รับในการสื่อสารประกอบด้วย 1) ทักษะในการสื่อสาร 2) ทักษะคติ 3) ระดับความรู้ และ 4) ระบบสังคมและวัฒนธรรม ผลการวิจัยดังกล่าว สอดคล้องกับงานวิจัยของ รุ่งทิวา เสาร์สิงห์, วรพรรณ อิบรอฮิม, และมุทิตา พันธธโนภาค (2562) ได้ทำวิจัยเรื่องการผลิตรายการวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชน เรื่อง เกาะพิทักษ์ จังหวัดชุมพร โดยใช้ขั้นตอนในการทำวิจัยผลิตรายการวีดิทัศน์ ได้แก่ ขั้นตอนเตรียมการผลิต ขั้นตอนผลิตรายการ และขั้นตอนหลังการผลิต อย่างเป็นระบบ ผลการวิจัยพบว่า ผลประเมินวีดิทัศน์ด้านการรับรู้เนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญภาพรวมอยู่ในระดับมาก ผลประเมินวีดิทัศน์ด้านเทคนิคโดยผู้เชี่ยวชาญภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

3. ผู้ชมมีความพึงพอใจที่มีต่อวีดิทัศน์บนอินเทอร์เน็ตเพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งนันทนาการในจังหวัดนครนายกโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 4.44 และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ผู้ชมมีความพึงพอใจในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านการนำเสนอเนื้อหา ด้านเสียงบรรยายและดนตรีประกอบ ด้านภาพและตัวอักษร ด้านเทคนิคการนำเสนอ และด้านสาระความรู้ที่ได้รับ เนื่องจากวีดิทัศน์บนอินเทอร์เน็ตเพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งนันทนาการในจังหวัดนครนายก เป็นสื่อที่เข้าถึงง่าย ผู้ชมรับชมแล้วเข้าใจเนื้อหา การนำเสนอประเด็นกระชับ เข้าใจง่าย สร้างความบันเทิง มีรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาที่เหมาะสม ช่วยสร้างความรู้สึกลึกซึ้งระหว่างผู้นำเสนอ แหล่งนันทนาการกับผู้รับชมรายการมีการนำเสนอข้อมูลที่เป็นประโยชน์และมีจุดเด่นที่น่าสนใจ ผู้ชมจึงมีความพึงพอใจโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมากทุกด้าน สอดคล้องการแนวคิดทฤษฎีการใช้และความพึงพอใจสื่อของ Katz, Blumler & Gurevitch (1974) โดยหลักสำคัญ คือ ผู้ชมเป็นผู้เลือกสื่อของพวกเขาดำเนินเป้าหมายที่พวกเขาต้องการ ผู้ชมเป็นผู้เลือกในการเชื่อมโยงความพึงพอใจที่ต้องการกับการเลือกใช้สื่อแต่ละชนิด สื่อเป็นคู่แข่งกับแหล่งอื่นที่ผู้ชมจะเลือกใช้เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของบุคคล มีความตระหนักรู้ถึงการใช้สื่อ ความสนใจและแรงจูงใจอย่างเพียงพอที่จะสามารถถ่ายทอดภาพที่ถูกต้องตรงประเด็นในเรื่องการใช้นักวิจัยได้ และการตัดสินใจคุณค่าของเนื้อหาสื่อเป็นการประเมินโดยผู้ชมเท่านั้น นอกจากนี้ผลวิจัยยังแสดงให้เห็นว่า วีดิทัศน์บนอินเทอร์เน็ตที่ได้พัฒนาขึ้นสอดคล้องกับความต้องการของผู้รับชม นำไปสู่การสร้างความรู้ความเข้าใจและกระตุ้นความสนใจในเรื่องแหล่งนันทนาการในจังหวัดนครนายกได้เป็นอย่างดี จึงเป็นอีกเหตุผลที่ทำให้ผู้ชมพึงพอใจ สอดคล้องกับแนวคิดของ แกรมดิลิต (2564) การสื่อสารใด ๆ ที่เกิดขึ้นผ่านช่องทางดิจิทัลนั้นแตกต่างกับการสื่อสารแบบเดิมอย่างสิ้นเชิงทั้งในแง่ของการทำงานในองค์กรและการสื่อสารการประชาสัมพันธ์ เมื่อเราต้องใช้อุปกรณ์ดิจิทัลการสร้างดิจิทัลคอนเทนต์จึงเป็นสิ่งสำคัญ เพราะปัจจุบันดิจิทัลคอนเทนต์เป็นหัวใจสำคัญในการสื่อสาร ประเภทของคอนเทนต์ขึ้นอยู่กับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายเป็นสำคัญ จึงจะทำให้

กลุ่มเป้าหมายเกิดความพึงพอใจ

4. ผลการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อวิถีทัศนบนอินเทอร์เน็ตเพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งนันทนาการในจังหวัดนครนายก ผลการวิจัยพบว่า 1) การนำเสนอเนื้อหา รายการ 2) เสียงบรรยายและดนตรีประกอบ 3) ภาพและตัวอักษรมีคุณภาพ 4) เทคนิคการนำเสนอมีความเหมาะสมกับรูปแบบ และ 5) สารและความรู้ที่ได้รับ รายการให้ความรู้เกี่ยวกับแหล่งทรัพยากรทางนันทนาการทุกแง่มุม รายการส่งเสริมให้เห็นคุณค่าของแหล่งทรัพยากรทางนันทนาการ และรายการมีสาระและเป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจใช้บริการในแหล่งทรัพยากรทางนันทนาการ เนื่องจากการผลิตวิถีทัศนมีความชัดเจนในทุกกระบวนการ มีกลุ่มเป้าหมายชัดเจน สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย มีขั้นตอนการในการศึกษาวิจัยเพื่อกำหนดเนื้อหา และรูปแบบรายการอย่างเป็นระบบผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีการใช้และความพึงพอใจสื่อ ของ Katz, Blumler & Gurevitch, (1974) และแนวคิดของ ปรีดี นุกุลสมปรารถนา (2563) ซึ่งได้กล่าวไว้ว่า ประเภทของคอนเทนต์นั้นขึ้นอยู่กับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายในแต่ละขั้นของเส้นทางของผู้ซื้อ 3 ขั้น คือ ขั้นของการรับรู้ ขั้นของการพิจารณา และขั้นของการตัดสินใจ การสร้างจิตตอลคอนเทนต์ที่ดีจะต้อง 1) ตั้งเป้าหมายที่ชัดเจน 2) ตั้งตั้งชีวิตที่ชัดเจน 3) กำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน 4) เลือกรูปแบบคอนเทนต์ที่ต้องการ 5) ปรับปรุงเนื้อหาให้ทันสมัยตลอดเวลา 6) วางแผนช่องทางในการสื่อสาร

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

การผลิตวิถีทัศนบนอินเทอร์เน็ต มีหลายขั้นตอนและต้องใช้เวลา ดังนั้นควรวางแผนกระบวนการผลิตและกำหนดระยะเวลาให้ชัดเจน ควรให้ความสำคัญกับการเนื้อหาและการนำเสนอเนื้อหา สารความรู้ เสียงบรรยาย ดนตรีประกอบ ภาพตัวอักษร เทคนิคการนำเสนอด้านสาร และเลือกสื่อสังคมออนไลน์ที่มีประสิทธิภาพในการเผยแพร่วิถีทัศน จะช่วยให้วิถีทัศนบนอินเทอร์เน็ตมีคุณภาพ ผู้ที่รับชมได้รับความพึงพอใจ ช่วยสร้างความสนใจและสร้างแรงจูงใจในการมาใช้บริการแหล่งนันทนาการ

รายการอ้างอิง

- แกรมดิจิทัล. (2564). **Digital Communication สำคัญกับธุรกิจอย่างไร**. สืบค้นเมื่อ 11 ตุลาคม 2564; จาก <https://www.gramdigital.net/blog/digital-communication>
- ปรีดี นุกุลสมปรารถนา. (2563). **ประเภทของ Digital Content ที่ควรมี**. สืบค้นเมื่อ 11 ตุลาคม 2564; จาก <https://www.popticles.com/marketing/types-of-content-we-should-have/>
- ปิยะดนัย วิศิษฏ์. (2557). **กระบวนการผลิตวิถีทัศนและภาพยนตร์**. สืบค้นเมื่อ 11 ตุลาคม 2564; สืบค้นจาก <https://krupiyadanai.wordpress.com>
- พิสุทธา อารีราษฎร์ และณัฐพงษ์ พระลักธิษา. (2551). **การสร้างสื่อวิถีทัศน**. สืบค้นจาก www.itrmu.net/tc/files.php?file=modules/coursetot/files/36-VD.pdf

ภาวุษ พงษ์วิทยากานู และสุธน ไรจน์อนุสรณ์. (2552). **E-Marketing เจาะเทคนิคการตลาดออนไลน์**. กรุงเทพฯ: ตลาด ดอท คอม.

รุ่งทิพา เสาร์สิงห์, วรพรรณ อิบรอฮีม, และมูทิตา พันธุ์โณภาศ. (2562). การผลิตสื่อวีดิทัศน์ ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชน เรื่อง เกาะพิทักษ์ จังหวัดชุมพร. **วารสารการอาชีวและเทคนิคศึกษา**. 9(17), 33-39.

วิพงษ์ชัย ร้องขันแก้ว. (2557). **นันทนาการและการบริการชุมชน**. กรุงเทพฯ: คณะพลศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

วิพงษ์ชัย ร้องขันแก้ว. (2560). การศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและความพึงพอใจจากการเรียนด้วยวีดิทัศน์บนอินเทอร์เน็ต. **วารสารคณะพลศึกษา**. 20(2), 43-52.

สมศักดิ์ คล้ายสังข์. (2560). การพัฒนาสื่อวีดิทัศน์และสื่อออนไลน์เพื่อส่งเสริมการตลาดและการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมในพื้นที่เขตดงช้าง กรุงเทพมหานคร. **วารสารวิจัยและพัฒนา วไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์**. 12(3), 285-296.

Berlo, David K. (1963). **The Communication Process: An Introduction to Theory and Practice**. NY: Holt, Rinehart and Winston

Clawson, M. (1963). **Land and Water for Recreation**. Chicago: Rand McNally and Co.

Cochran, W.G. (1977). **Sampling Techniques**. Third edition. New York: John Wiley & Sons.

Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1974). **The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research** (pp. 19-32). Beverly Hills: Sage.

O'leary, Timothy; & O'leary, Linda I. (2013). **Computing Essentials**. Boston: McGraw Hill.