

การออกแบบ และพัฒนาชุดสื่อเพื่อส่งเสริมเส้นทางท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษตาก
อำเภอพบพระ จังหวัดตาก

THE DESIGN AND DEVELOPMENT MEDIA SETS TO PROMOTION OF TOURISM
ROUTES IN TAK SPECIAL ECONOMIC ZONE, PHOP PHRA DISTRICT, TAK PROVINCE.

จักรพันธ์ วงศ์ฤกษ์ดี ^{*1} สุวณณกานดา พูลเอียด ² ชินเนีย รัติภัทร์ ³ สมลมาลย์ อรรถวุฒิชัย ⁴
Chakkapan Wongrerkdee ^{*1}, Suwatchanakanda Phuniat ², Zinnia Ratipat ³
Sumonmal Atthawuthichai ⁴

^{*1} คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ตาก

^{2 3 4} คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ตาก

^{*1} Faculty of Business Administration and Liberal Arts

Rajamangala University of Technology Lanna TAK.

^{2 3 4} Faculty of Business Administration and Liberal Arts

Rajamangala University of Technology Lanna TAK.

* Corresponding author e-mail: wonglerdee@gmail.com

วันที่รับบทความ 8 กรกฎาคม 2567 วันที่ไขบทความ 27 พฤศจิกายน 2567 วันที่ตอบรับบทความ 5 ธันวาคม 2567

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาเส้นทางท่องเที่ยวในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษตาก อำเภอพบพระ จังหวัดตาก เพื่อออกแบบเส้นทางท่องเที่ยว และพัฒนาระบบชุดสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์เส้นทางท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษตาก อำเภอพบพระ จังหวัดตาก ส่งเสริม และประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษตาก อำเภอพบพระ จังหวัดตาก ให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น โดยมีขั้นตอนเริ่มต้นที่การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษตาก อำเภอพบพระ จังหวัดตาก นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ และออกแบบเส้นทางท่องเที่ยว และพัฒนาชุดสื่อประชาสัมพันธ์ โดยผู้วิจัยได้ศึกษาวิธีการ หลักการออกแบบระบบชุดสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ และดำเนินการพัฒนาชุดประชาสัมพันธ์ โดยนำองค์ความรู้ที่ได้มาวิเคราะห์และออกแบบตามหลักการให้สอดคล้องกับองค์ความรู้ จากนั้นผู้วิจัยได้จัดทำแบบประเมินความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ คือ นักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้งานชุดสื่อประชาสัมพันธ์เส้นทางท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดน อำเภอพบพระ จังหวัดตาก จำนวน 400 คน โดยผู้จัดเก็บข้อมูลของกลุ่มเป้าหมายสามารถเก็บรวบรวม และนำมาวิเคราะห์ผลจากแบบสอบถามได้เป็นจำนวนทั้งสิ้น 387 คน คิดเป็นร้อยละ 97 ของแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 400 คน โดยพบว่าหลังจากที่ได้ทดลองใช้ระบบแล้วมีระดับพึงพอใจเฉลี่ยอยู่ในระดับ ดีมาก

คำสำคัญ: ชุดสื่อประชาสัมพันธ์; เขตเศรษฐกิจพิเศษ; อำเภอพบบพระ; เส้นทางการท่องเที่ยว; จังหวัดตาก

ABSTRACT

The purpose of this research was to study the tourism routes in Tak special economic zone, Phop Phra district, Tak province. To design tourism routes and develop a media system to publicise tourism routes in the Tak Special Economic Zone. Pham Phra District, Tak Province promotes and publicises tourist attractions in the Tak Special Economic Zone area. The first step is collecting data from tourist attractions in Tak special economic zone, Phop Phra district, Tak province analyze data and design travel routes and development media sets public relations. The researcher studied the methods principles of designing media sets public relations and develop a media sets public relations by using the knowledge that has been from analyzed and designed according to the principles in accordance with the knowledge. The researcher developed a satisfaction assessment form for the target group, using random sampling. The sample consisted of 400 tourists used the media system for promoting tourism routes in the Special Economic Zone of Tak, Phop Phra District. A total of 387 completed questionnaires were collected, accounting for 97% of the total sample. The results showed that after using the system, the average satisfaction level was rated as "very good."

Keywords: Media Sets public relations; Special Economic Zone; Phop Phra District; Tourism Route; Tak Province.

1. บทนำ

ปัจจุบันพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษตาก อำเภอพบพระ จังหวัดตาก มีการท่องเที่ยวที่หลากหลายรูปแบบ เช่น การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ศิลปะ และประเพณีวัฒนธรรม ทำให้เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ จากสถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดตากการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่สำคัญของจังหวัดตาก ปัจจุบันมีนักท่องเที่ยวนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่เพิ่มมากขึ้นทุกปีโดยเฉพาะพื้นที่อำเภอพบพระ จังหวัดตาก ประกอบกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้มีกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวที่กำหนดให้มี ผังเมืองเฉพาะสำหรับการท่องเที่ยวเมืองชายแดนที่สำคัญ เพื่อยกระดับมาตรฐานการท่องเที่ยวสู่สากล ซึ่งสำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยทำรายได้เป็นอันดับหนึ่งเมื่อเทียบกับสินค้าส่งออกอื่น ๆ ทำให้การท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจและสังคมที่เป็นแหล่งที่มาของรายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศ ช่วยสร้างอาชีพและการจ้างงานอย่างมากมายและกว้างขวาง เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่ต้องใช้คนทำหน้าที่บริการโดยเฉพาะในธุรกิจทางตรง เช่น โรงแรม ภัตตาคาร บริษัทนำเที่ยว ฯลฯ และแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 ได้ให้ความสำคัญกับการวางรากฐานและแก้ปัญหาที่เป็นอุปสรรคสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ โดยมีแผนพัฒนาการท่องเที่ยวที่เน้นพัฒนาเมืองท่องเที่ยวรองเพื่อให้เกิดการกระจายตัวของนักท่องเที่ยว และหนึ่งในเมืองรองที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวสูงนั่นก็คือ จังหวัดตาก [1] แต่การท่องเที่ยวของจังหวัดยังไม่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวอย่างแพร่หลายเท่าที่ควร เนื่องจากประสบปัญหาในการพัฒนาการท่องเที่ยว เช่น การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวยังไม่ทั่วครอบคลุมทุกพื้นที่ และทุกกลุ่มเป้าหมายต้องการให้มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ เช่น การท่องเที่ยวเชิงกีฬา Sport tourism การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม วิถีชีวิต และการท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นต้น เพื่อประชาสัมพันธ์สร้างความรับรู้ให้แก่นักท่องเที่ยว เนื่องจากกิจกรรมการท่องเที่ยวถือว่าเป็นกิจกรรมที่สำคัญและจำเป็นต่อการพัฒนาเศรษฐกิจในพื้นที่ สามารถนำรายได้กลับเข้าสู่ท้องถิ่นได้อย่างรวดเร็ว และต้องการให้มีการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ OTOP สินค้าชุมชน สินค้าพื้นเมือง ของที่ระลึกและเพิ่มช่องทางการตลาด เพื่อสร้างรายได้ให้กับหมู่บ้านและชุมชน

ในโลกปัจจุบันการประชาสัมพันธ์เป็นกระบวนการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ที่สร้างความสัมพันธ์ ซึ่งทำให้เกิดประโยชน์ร่วมกันระหว่างหน่วยงานและสาธารณชน โดยหลักของการประชาสัมพันธ์ คือ การสร้างการรับรู้เกี่ยวกับหน่วยงานในเชิงบวกหรือการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี การเปิดให้สาธารณชนมีส่วนร่วมในการสื่อสาร และสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มดังกล่าว เพื่อให้หน่วยงานได้รับการสนับสนุนให้การดำเนินงานได้อย่างราบรื่นงานประชาสัมพันธ์จึงให้ความสำคัญกับการสื่อสารสองทาง (Two-way Communication) ระหว่างหน่วยงาน โดยมุ่งเน้นที่การเผยแพร่ข่าวสาร ความต้องการของประชาชน แล้วนำไปใช้ในการวางแผนหรือตัดสินใจเรื่องต่างๆ เพื่อสามารถดำเนินงานได้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย โดยยุคดิจิทัล สื่อใหม่ (New Media) เป็นเครื่องมือสำคัญที่นักประชาสัมพันธ์ใช้ในการส่งเสริมให้เกิดการสื่อสารแบบสองทาง [2] ซึ่งหากมีการประยุกต์ใช้สื่อประชาสัมพันธ์ให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้นจะสามารถช่วยดึงดูดความสนใจของผู้รับสารที่อยู่ในช่องทางที่หลากหลายในโลกอินเทอร์เน็ตได้อย่างมีประสิทธิภาพมากกว่าการส่งสารสื่อประชาสัมพันธ์ไปยังช่องทางเดียว

โครงการการออกแบบ และพัฒนาชุดสื่อเพื่อส่งเสริมเส้นทางท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษตาก อำเภอพบพระ จังหวัดตาก เป็นอีกวิธีการหนึ่งที่จะสามารถช่วยเพิ่มรายได้ของชุมชนและการท่องเที่ยวโดยรวมของประเทศ ช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอพบพระ จังหวัดตากได้อย่างรวดเร็ว แต่อย่างไร

ก็ตามปัจจุบันการออกแบบ และพัฒนาชุดสื่อเพื่อนำเสนอสถานที่ท่องเที่ยวที่มีการนำมาประยุกต์ใช้ได้อย่างหลากหลาย ทั้งนี้นักนำชุดสื่อดังกล่าวมาใช้จำเป็นต้องอาศัยข้อมูลพื้นฐานที่มีความสำคัญ และมีลักษณะจำเพาะของแต่ละสถานที่หรือเส้นทาง ได้แก่ ลักษณะโครงสร้างอาคาร ถนน ตำแหน่งหรือพิกัดของสถานที่ เป็นต้น เพื่อใช้ประกอบในการจัดทำแต่ละเส้นทางท่องเที่ยวให้มีความสมบูรณ์ ถูกต้อง และแม่นยำ ดังนั้นผู้วิจัยเล็งเห็นว่าการจัดทำโครงการการออกแบบ และพัฒนาชุดสื่อเพื่อส่งเสริมเส้นทางท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษตาก อำเภอพบพระ จังหวัดตาก จะสามารถช่วยในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนอำเภอพบพระ จังหวัดตากให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น พร้อมทั้งช่วยสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนในแหล่งท่องเที่ยว และช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดตากได้อย่างมั่นคงและยั่งยืนต่อไปได้อีกในอนาคต

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

โครงการวิจัย “การออกแบบ และพัฒนาชุดสื่อเพื่อส่งเสริมเส้นทางท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษตาก อำเภอพบพระ จังหวัดตาก” มีวัตถุประสงค์ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับชุดสื่อประชาสัมพันธ์

แนวคิดเกี่ยวกับชุดสื่อประชาสัมพันธ์ การเลือกใช้สื่อสิ่งพิมพ์ ควรคำนึงถึงสิ่งสำคัญ 3 ประการได้แก่ วัตถุประสงค์ (Purpose) ผู้อ่าน (Reader) และรูปแบบ (Format) การพัฒนาในรูปแบบโปสเตอร์อินโฟกราฟิก เป็นสื่อที่ใช้เพื่อดึงดูดความสนใจของประชาชนที่มีความโดดเด่น และสะดุดตา จัดทำด้วยสีสันสวยงาม มีภาพและตัวอักษรชัดเจน อ่านง่าย แม้อยู่ไกล และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบวิดีโอ (Video) ซึ่งมีทั้งภาพและเสียงประกอบอื่นๆ เช่น ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหวเป็นชุด ภาพโปรเจกต์สแตจ ทั้งนี้เป็นเทคนิคต่างๆ ที่จะให้นักประชาสัมพันธ์เลือกใช้ให้เหมาะสมกับงานแต่ละแบบเป็นสื่อที่ใช้ประชาสัมพันธ์ทางตา นับว่าเป็นสื่อที่ให้ความประทับใจ และทำให้ผู้คนจดจำเรื่องราวเนื้อหาได้นาน เพราะผู้ชมจะได้ดูและได้ฟังคำบรรยายไปพร้อมๆ กัน สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทเว็บไซต์มีบทบาทสำคัญเป็นอย่างมาก ทุกองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชน ได้ให้ความสำคัญของการมีเว็บไซต์เพิ่มมากยิ่งขึ้น โดยมีจุดประสงค์เพื่อการประชาสัมพันธ์ หรือเพื่อการค้าขาย และหากมีการนำเสนอเว็บไซต์ในรูปแบบสวยงาม ค้นหาข้อมูลง่าย มีความน่าเชื่อถือ ก็จะได้รับคามนิยมอย่างรวดเร็ว ช่วยเพิ่มจำนวนผู้เข้าชมหรือลูกค้าได้มากกว่าสื่อประเภทอื่น ๆ อีกด้วย [3] ในที่นี้ผู้วิจัยได้พัฒนาชุดสื่อประชาสัมพันธ์ที่ประกอบด้วย อินโฟกราฟิกเส้นทางท่องเที่ยว 1 ชุด, เว็บไซต์ประชาสัมพันธ์เส้นทางท่องเที่ยว 1 ชุด และ สื่อวิดีโอแนะนำเส้นทางท่องเที่ยว จำนวน 1 ชุด

ทฤษฎีเกี่ยวกับการเลือกใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์

สื่อในงานประชาสัมพันธ์นั้นมีอยู่มากมายหลายประเภท และการที่จะพิจารณาจะเลือกใช้สื่อประเภทนั้นเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลอย่างยิ่งที่ทำให้การดำเนินการสื่อสารในหน่วยงานองค์กร หรือสถาบันต่าง ๆ เป็นไปได้ อย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ในขณะเดียวกันการดำเนินงานของกิจการใด ๆ ก็อาจจะล้มเหลวได้ ถ้าผู้ส่งสารขาดการให้ความสำคัญกับขั้นตอนของการเลือกใช้สื่อแนวคิดเรื่องการเลือกใช้สื่อมาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์สื่อประชาสัมพันธ์ โดยอ้างอิงแนวทางการปฏิบัติวิเคราะห์การเลือกใช้สื่อสำหรับการประชาสัมพันธ์ไว้ คือ 1) มีสื่อรูปแบบใดที่สามารถนำมาใช้งานได้บ้าง 2) สื่อรูปแบบใดที่ประชากรส่วนใหญ่จะสามารถรับได้บ้าง 3) สื่อรูปแบบใดที่ก่อให้เกิดอิทธิพลได้มากที่สุด 4) สื่อรูปแบบใดที่นำมาใช้งานได้ตรงกับจุดมุ่งหมายของผู้รับสารได้มาก

ที่สุด และ 5) สื่อรูปแบบใดที่สามารถนำมาใช้ได้โดยมีความเหมาะสมกับเนื้อหาของข่าวสารได้ดี [4] โดยจากแนวคิดดังกล่าวฯ ผู้วิจัยใช้เป็นแนวทางการออกแบบ และพัฒนาชุดสื่อเพื่อส่งเสริมเส้นทางการท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษตาก อำเภอพบพระ จังหวัดตาก

ทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยว

การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวต้องยึดหลักขั้นตอนที่สำคัญ คือ 1) การศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการจัดรายการนำเที่ยวเป็นการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับเส้นทางการจัดรายการนำเที่ยว 2) การสำรวจเส้นทางรายการนำเที่ยว มีขั้นตอนในการสำรวจเส้นทางท่องเที่ยว 3) การติดต่อธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ที่พักแรม อาหารและเครื่องดื่ม จุดแวะชมระหว่างทาง ยานพาหนะในการเดินทาง 4) การเขียนรายละเอียดรายการนำเที่ยว ซึ่งประกอบไปด้วย การกำหนดเวลา หรือฤดูกาลนำเที่ยว การกำหนดวันที่เหมาะสม การเลือกสินค้าและบริการ เป็นต้น 5) การเขียนระบุเงื่อนไขในการนำเที่ยว ในสิ่งที่มีการให้บริการและสิ่งที่ไม่รวมค่าใช้จ่ายไว้ในรายการนำเที่ยว ซึ่งการจัดรายการนำเที่ยวนั้นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องที่สำคัญกับการจัดการท่องเที่ยว คือ นักท่องเที่ยว ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการท่องเที่ยวในพื้นที่ ชุมชนชนท้องถิ่นในพื้นที่ท่องเที่ยว และเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานภาครัฐในแต่ละพื้นที่ [5] โดยจากแนวคิดดังกล่าวฯ ผู้วิจัยใช้เป็นแนวทางการออกแบบ และพัฒนาชุดสื่อเพื่อส่งเสริมเส้นทางการท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษตาก อำเภอพบพระ จังหวัดตาก

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ศึกษาเกี่ยวกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยเน้นผลงานวิจัยที่เป็นลักษณะของการออกแบบ และพัฒนาชุดสื่อเพื่อส่งเสริมเส้นทางการท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษตาก อำเภอพบพระ จังหวัดตาก โดยพบว่า จินตนา กลิ่นนัท และคณะ [6] ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การออกแบบและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหลังวิกฤตโควิด-19 กรณีศึกษา พื้นที่ชุมชนตำบลลานข่อย อำเภอป่าพะยอม จังหวัดพัทลุง โดยพบว่า มีการประยุกต์ใช้ที่สามารถเผยแพร่ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์โดยเฉพาะสื่อคลิป วิดีโอสั้นๆ โดยมีกลุ่มเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ นักท่องเที่ยวทุกช่วงวัย เนื้อหาในสื่อสามารถสะท้อนถึงอัตลักษณ์เด่นของชุมชนลานข่อยในด้านต่าง ๆ ลักษณะการนำเสนอเนื้อหาสื่อคลิปวิดีโอเป็นการนำเสนอผ่านมุมมองในการเล่าเรื่องการเดินทางมาท่องเที่ยวยังชุมชนลานข่อยรายละเอียดเนื้อหาในสื่อประกอบด้วย 1) แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติทางน้ำที่จัดให้มีกิจกรรมการล่องแก่งและล่องเรือในอ่างเก็บน้ำในพื้นที่ชุมชนลานข่อย 2) กิจกรรมไหว้พระขอพรกับหลวงพ่อพร้อมที่วัดลานข่อย 3) ที่พักในพื้นที่ลานข่อย 4) ร้านขายสินค้าของชุมชนและของที่ระลึก 5) ร้านอาหารในพื้นที่ชุมชนลานข่อย

3. วิธีการวิจัย

โครงการวิจัยการออกแบบ และพัฒนาชุดสื่อเพื่อส่งเสริมเส้นทางการท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษตาก อำเภอพบพระ จังหวัดตาก มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาเส้นทางการท่องเที่ยวในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษตาก อำเภอพบพระ จังหวัดตาก เพื่อกำหนดแบบเส้นทางการท่องเที่ยว และพัฒนาระบบชุดสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์เส้นทางการท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษตาก อำเภอพบพระ จังหวัดตาก ส่งเสริม และประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวใน

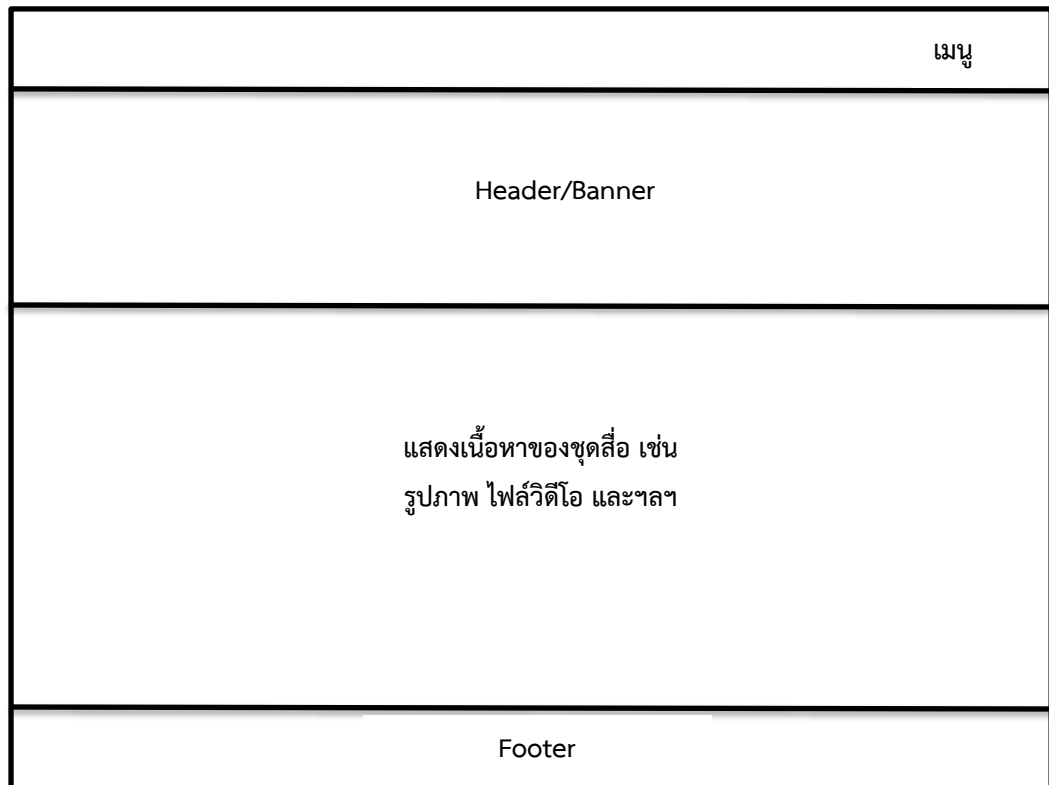
พื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษตาก อำเภอพบพระ จังหวัดตาก ให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น โดยมีขั้นตอนการดำเนินโครงการแบ่งออกเป็น 6 ขั้นตอนดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษา และรวบรวมข้อมูลพื้นฐานจากการลงพื้นที่เป้าหมายที่กำหนดในโครงการวิจัย โดยแบ่งข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน [7] คือ 1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมืองถึงอำเภอพบพระ จังหวัดตาก ซึ่งมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์ การสังเกตการณ์ การถ่ายภาพ และการถ่ายวิดีโอ เป็นต้น ข้อมูลที่ได้จะนำมาพัฒนาต่อเป็นเส้นทางการท่องเที่ยว 2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ไม่ได้เก็บรวบรวมเอง แต่มีผู้อื่นหรือ หน่วยงานอื่นๆ ทำการเก็บรวบรวมไว้แล้ว เช่น จากระายงาน ที่พิมพ์แล้ว หรือยังไม่ได้พิมพ์ของ หน่วยงานของรัฐบาล สมาคม บริษัท สำนักงานวิจัย นักวิจัย วารสาร หนังสือพิมพ์ เป็นต้น

ขั้นตอนที่ 2 การวิเคราะห์สถานที่และกำหนดเส้นทางการท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมืองถึงอำเภอพบพระ จังหวัดตาก โดยการนำข้อมูลที่ได้จากกิจกรรมที่ 1 มาประมวลผลนำผลลัพธ์ที่ได้เป็นข้อมูลตัวเลือกสถานที่ด้วยวิธีการเรียงลำดับ (Ranking Test) ทำการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจและโดดเด่นที่สุด [8] จากนั้นทำการค้นหาเส้นทางที่เหมาะสมจากแผนที่แสดงโครงข่ายถนนของอำเภอพบพระ จังหวัดตาก วิเคราะห์หาเส้นทางที่เหมาะสมในการเดินทางเพื่อนำแสดงเป็นข้อมูลการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวต่อไป

ขั้นตอนที่ 3 การลงพื้นที่เพื่อเก็บพิกัดจุดตำแหน่งที่ตั้งของสถานที่ท่องเที่ยว โดยจัดเก็บข้อมูลแบ่งเป็น 2 รูปแบบ คือ 1) ข้อมูลเชิงพื้นที่ (Spatial Data) โดยคำนึงถึงโครงสร้างอาคารหรือจุดสังเกตที่สำคัญของสิ่งปลูกสร้างภายในสถานที่ท่องเที่ยวและ 2) จัดเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณลักษณะ (Attribute Data) [9] จากผู้ที่เกี่ยวข้องด้วยแบบสัมภาษณ์ในสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้ทำการเลือกเอาไว้ในกิจกรรมที่ 2 และทำการออกแบบสื่อ โดยใช้เส้นทางท่องเที่ยวของอำเภอพบพระ จังหวัดตาก โดยหลังจากได้ข้อมูลผ่านการวิเคราะห์มาเป็นสารสนเทศที่สามารถนำไปใช้ได้จริง เช่น ข้อความ รูปภาพ เสียง และภาพเคลื่อนไหว เป็นต้น จึงนำข้อมูลสารสนเทศที่ได้มาทำการพัฒนาเป็นชุดสื่อประชาสัมพันธ์เส้นทางท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดน อำเภอพบพระ จังหวัดตาก โดยผู้วิจัยได้ทำการศึกษาหลักการพัฒนาชุดสื่อประชาสัมพันธ์ หลักการสื่อสาร หลักการสร้างชุดสื่อประชาสัมพันธ์ รวมทั้งนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ทั้งเจ้าหน้าที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องชาวบ้าน และนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลที่สำคัญในการออกแบบที่มีคุณภาพ และตรงความต้องการของหน่วยงานเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ อีกทั้งยังได้ทำการคัดเลือกสื่อตัวอย่างจากเว็บไซต์ต่างๆ เช่น www.Youtube.com, www.TikTok.com เป็นต้น มาวิเคราะห์ เพื่อหาแนวทางในการออกแบบชุดสื่อประชาสัมพันธ์ และทำการวิเคราะห์ความน่าสนใจในสื่อแต่ละประเภท โดยอ้างอิงกับหลักการสื่อสาร หลักการออกแบบ และหลักการในการสร้างภาพยนตร์ ข้อมูลในเรื่องที่จะสร้าง ใส่ใจในรายละเอียดในทุกด้านเพื่อการถ่ายทอดสาระสำคัญของสื่อให้ออกมาอย่างเต็มที่ และเพื่อสื่อความเข้าใจที่ตรงกันของผู้รับสาร หลังจากได้นำองค์ความรู้ทั้งหมดที่ได้มาวิเคราะห์ จึงได้วางโครงเรื่องแนวคิด และหลักการให้สอดคล้องกับองค์ความรู้ต่างๆ ตามความเหมาะสม หลังจากนั้นจึงนำแนวคิดนั้นมาขยายบทความให้ได้เนื้อเรื่องขยายที่สามารถนำไปเขียนสตอรี่บอร์ด (Storyboard) เพื่อใช้ในการพัฒนาชุดสื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวของอำเภอพบพระ จังหวัดตากต่อไป

ขั้นตอนที่ 4 การพัฒนาระบบชุดสื่อประชาสัมพันธ์เส้นทางท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดน อำเภอพบพระ จังหวัดตาก ผู้วิจัยเลือกใช้โปรแกรม Google Site ซึ่งเป็นเว็บแอปพลิเคชันที่สามารถรองรับการทำงานบนอุปกรณ์ที่หลากหลายได้ เช่น คอมพิวเตอร์ โน้ตบุ๊ก แท็บเล็ต และสมาร์ทโฟน โดยดำเนินการออกแบบหน้าจอผู้ใช้งานให้มีความง่ายต่อการใช้งานทั้งในรูปแบบคอมพิวเตอร์ และสมาร์ทโฟน ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 การออกแบบหน้าจอของระบบ

จากนั้นดำเนินการออกแบบชุดสื่อด้วยโปรแกรมออกแบบกราฟิก คือ 1) โปรแกรม Adobe Photoshop ใช้ในการออกแบบเส้นทางการท่องเที่ยว และมาสคอตประจำเส้นทางการท่องเที่ยว เพื่อใช้เป็นสื่อกลางการเชื่อมโยงระหว่างผู้ใช้งานระบบกับระบบประชาสัมพันธ์เส้นทางการท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดน อำเภอพบพระ จังหวัดตาก ซึ่งแสดงถึงเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่น อำเภอพบพระ จังหวัดตาก คือ ชนเผ่าม้ง ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 การออกแบบมาสคอตประจำเส้นทางการท่องเที่ยว

และ 2) โปรแกรม Sony Vegas ในการตัดต่อไฟล์วิดีโอ เพื่อนำเสนอเส้นทางการท่องเที่ยวในเขตอำเภอพบพระ จังหวัดตาก พร้อมทั้งส่งเสริม และประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวของชุมชนชาวอำเภอพบพระ จังหวัดตาก ให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น โดยมุ่งเน้นการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติประเพณี และวัฒนธรรมของท้องถิ่นไว้โดยนำข้อมูลเชิงพื้นที่จากการลงพื้นที่ภาคสนามมาสร้างชุดสื่อประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมกับสถานที่ท่องเที่ยวในพื้นที่เป้าหมายให้มากที่สุด

ขั้นตอนที่ 5 การสร้างแบบประเมินคุณภาพของระบบประชาสัมพันธ์เส้นทางการท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดน อำเภอพบพระ จังหวัดตาก ผู้วิจัยได้สร้างแบบประเมินความพึงพอใจ โดยผ่านการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา โดยใช้ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์แบบสอบถาม (Item Objective Congruence Index : IOC) กับผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาสื่อ จำนวน 3 ท่าน เพื่อนำแบบสอบถามไปวัดระดับความพึงพอใจของผู้รับใช้งานระบบชุดสื่อประชาสัมพันธ์ โดยใช้เกณฑ์ในการแปลความหมายของผลที่ได้จากแบบประเมินผลด้วยระดับคะแนน 1-5 คะแนน [10] และแบ่งส่วนแบบสอบถามออกเป็น 4 ด้านดังนี้ 1) ด้านสื่อเว็บไซต์ 2) ด้านสื่อภาพเคลื่อนไหว 3) ด้านสื่ออินโฟกราฟิก และ 4) ด้านการใช้งานระบบฯ โดยประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ นักท่องเที่ยว จำนวน 400 คน และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญที่เข้ามาใช้งานระบบชุดสื่อประชาสัมพันธ์เส้นทางการท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดน อำเภอพบพระ จังหวัดตากแล้วนำผลที่ได้ไปวิเคราะห์ทางด้านสถิติ เพื่อวิเคราะห์หาความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบฯ ดังกล่าวต่อไป

ขั้นตอนที่ 6 การปรับปรุงแก้ไขหลังจากที่ได้ทำการทดสอบ และประเมินคุณภาพของระบบชุดสื่อประชาสัมพันธ์เส้นทางการท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดน อำเภอพบพระ จังหวัดตากแล้วนั้น ผู้วิจัยได้ทำการนำข้อเสนอแนะ และคำชี้แนะของกลุ่มเป้าหมายทั้ง 400 คนมาวิเคราะห์ และสรุปผลหาข้อผิดพลาด และข้อบกพร่องที่เกิดขึ้นในสื่อระบบฯ เพื่อนำมาปรับปรุงชุดสื่อให้มีความสมบูรณ์ และเหมาะสมที่จะสามารถนำไปใช้งานได้จริง และส่งมอบให้แก่หน่วยงานเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ต่อไป

4. ผลการวิจัย

ผลการวิจัยของโครงการการออกแบบ และพัฒนาชุดสื่อเพื่อส่งเสริมเส้นทางการท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษตาก อำเภอพบพระ จังหวัดตาก สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ส่วนดังต่อไปนี้

1) ผลการออกแบบเส้นทางการท่องเที่ยว และผลการออกแบบชุดสื่อประชาสัมพันธ์เส้นทางการท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดน อำเภอพบพระ จังหวัดตาก ผู้วิจัยได้นำข้อมูลเชิงพื้นที่ที่ได้จากการลงพื้นที่ภาคสนาม มาทำภาพสเก็ทเส้นทางการท่องเที่ยวในพื้นที่เป้าหมาย โดยอ้างอิงจากข้อมูลที่ได้เก็บมาจากสถานที่ท่องเที่ยวภายในเส้นทางการท่องเที่ยวของอำเภอพบพระ จังหวัดตาก และดำเนินการพัฒนาชุดสื่อประชาสัมพันธ์เส้นทางการท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดน อำเภอพบพระ จังหวัดตากในรูปแบบของชุดสื่อต่างๆ ตามจุดเส้นทางการท่องเที่ยวทั้งสิ้น 13 จุด ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 ผลการออกแบบเส้นทางการท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษตาก อำเภอพบพระ จังหวัดตาก

2) ผลการพัฒนาระบบประชาสัมพันธ์เส้นทางรถท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษตาก อำเภอพบพระ จังหวัดตากผ่านชุดสื่อประชาสัมพันธ์ โดยได้ทำการออกแบบมาสคอตเพื่อใช้เป็นสื่อกลางการเชื่อมโยงระหว่างผู้ใช้งานระบบกับระบบประชาสัมพันธ์เส้นทางรถท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษตาก อำเภอพบพระ จังหวัดตาก โดยระบบดังกล่าวได้ทำการอัปเดตสื่อทั้งหมดไว้ที่เว็บไซต์แอปพลิเคชันเพื่อใช้สำหรับเป็นฐานข้อมูลเส้นทางรถท่องเที่ยวของอำเภอพบพระ จังหวัดตาก โดยมีผลของการพัฒนาระบบภาพเหมือนดังภาพที่ 4 – 6



ภาพที่ 4 ผลการออกแบบมาสคอตเพื่อใช้เป็นสื่อกลางการเชื่อมโยงระหว่างผู้ใช้งานระบบกับระบบประชาสัมพันธ์
เส้นทางการท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษตาก อำเภอพบพระ จังหวัดตาก



ภาพที่ 5 QR Code สำหรับรับชมชุดสื่อประชาสัมพันธ์



ภาพที่ 6 ผลการพัฒนาระบบชุดสื่อประชาสัมพันธ์เส้นทางท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษตาก อำเภอพระประแดง จังหวัดตาก

3) ผลการประเมินคุณภาพของชุดสื่อประชาสัมพันธ์เส้นทางท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษตาก อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก เพื่อนำเสนอเส้นทางท่องเที่ยวในเขตอำเภอพระประแดง จังหวัดตาก ผู้วิจัยได้จัดทำแบบประเมินความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย ผ่านกระบวนการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาสื่อ จำนวน 3 ท่าน โดยมีผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาของชุดสื่อ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ตารางสรุปผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาของชุดสื่อ

รายงานที่ประเมิน	ผลการวิเคราะห์		ระดับ เชิงคุณภาพ
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	
1. ด้านเนื้อหา			
1.1 เนื้อหามีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ	4.66	0.580	ดีมาก
1.2 เนื้อหามีความกระชับเข้าใจง่าย	4.33	0.580	ดี
1.3 เนื้อหามีความถูกต้องน่าเชื่อถือ	4.66	0.580	ดีมาก
1.4 เนื้อหามีความทันสมัย น่าสนใจ	4.66	0.580	ดีมาก
สรุปผลด้านที่ 1	4.57	0.580	ดีมาก
2. ด้านภาษาที่ใช้			

2.1 ความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ในเนื้อหา	4.66	0.580	ดีมาก
2.2 ความน่าสนใจของข้อความที่ใช้	4.33	0.580	ดี
2.3 ความถูกต้องของภาษาที่ใช้	4.33	0.580	ดี
2.4 การจัดวรรคมีความถูกต้อง และเหมาะสม	4.00	0.000	ดี
สรุปผลด้านที่ 2	4.33	0.435	ดี
3. ด้านภาพประกอบ			
3.1 ภาพประกอบสื่อสารความหมายได้ตรงกับเนื้อหา	4.66	0.580	ดีมาก
3.2 ภาพประกอบมีความสวยงาม น่าสนใจ	4.66	0.580	ดีมาก
3.3 ภาพประกอบมีความสอดคล้องกับเนื้อหา	4.66	0.580	ดีมาก
3.4 ภาพประกอบมีขนาด และรูปแบบที่เหมาะสม	4.33	0.580	ดี
สรุปผลด้านที่ 3	4.57	0.580	ดีมาก
สรุปผลการประเมินทั้ง 3 ด้าน	4.49	0.531	ดี

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ใช้วิธีการเลือกกลุ่มเป้าหมายแบบการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ คือ นักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้งานชุดสื่อประชาสัมพันธ์เส้นทางท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดน อำเภอพบพระ จังหวัดตากตามจุดบนเส้นทางท่องเที่ยวที่พัฒนาขึ้น ซึ่งสามารถจัดเก็บข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายได้จำนวนทั้งสิ้น 387 คน คิดเป็นร้อยละ 97 ของแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 400 คน โดยพบว่า นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนมากเป็นเพศหญิง ร้อยละ 67.66 และเพศชาย ร้อยละ 32.34 มีช่วงอายุต่ำกว่า 30 ปี และช่วงอายุ 51-60 ปี ร้อยละ 34.32 และ 20.90 ตามลำดับ รองลงมาคือกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุ 31-40 ปี และ 41-50 ปี ร้อยละ 18.91 และ 15.42 ตามลำดับ และช่วงอายุของกลุ่มนักท่องเที่ยวมีน้อยที่สุดคือ ช่วงอายุมากกว่า 60 ปี ร้อยละ 10.45 ซึ่งเมื่อนำผลคะแนนรวมของแต่ละหัวข้อมาผ่านระเบียบวิธีการทางสถิติ เพื่อหาค่าเฉลี่ย (Mean) จะพบว่า ค่าเฉลี่ยได้อยู่ในระดับ 4.56 ดังนั้นโครงการวิจัยการส่งเสริมเส้นทางท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษตาก อำเภอพบพระ จังหวัดตาก ผ่านชุดสื่อประชาสัมพันธ์ มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับ ดีมาก โดยแบ่งผลการประเมินออกเป็น 4 ด้าน ดังนี้

1. ด้านสื่อเว็บไซต์ ได้คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.59 อยู่ในเกณฑ์ ดีมาก
2. ด้านสื่อภาพเคลื่อนไหว ได้คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.57 อยู่ในเกณฑ์ ดีมาก
3. ด้านสื่ออินโฟกราฟิก ได้คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 อยู่ในเกณฑ์ ดีมาก
4. ด้านการใช้งานระบบฯ ได้คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.59 อยู่ในเกณฑ์ ดีมาก

โดยผู้วิจัยใช้เกณฑ์การประเมินเชิงคุณภาพ และระดับเกณฑ์การประเมิน ดังนี้

- คะแนนเฉลี่ย 4.51 – 5.00 ระดับความพึงพอใจ ดีมาก
- คะแนนเฉลี่ย 3.51 – 4.50 ระดับความพึงพอใจ ดี
- คะแนนเฉลี่ย 2.51 – 3.50 ระดับความพึงพอใจปานกลาง
- คะแนนเฉลี่ย 1.50 – 2.50 ระดับความพึงพอใจ พอใช้
- คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.50 ระดับความพึงพอใจ น้อย

จากแบบประเมินผู้วิจัยได้คำนวณหาค่าเฉลี่ย (Mean) [11] โดยใช้สูตรดังนี้

การหาคะแนนรวมของแต่ละข้อย่อยได้จากสมการที่ (1)

$$\sum_{i=1}^{ns} \frac{x_i}{ns} \quad (1)$$

เมื่อ ns แทน จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

x_i แทน คะแนนความพึงพอใจรวมที่ได้จากผู้ประเมินทั้งหมดในแต่ละข้อย่อย

การหาคะแนนรวมของแต่ละข้อย่อยได้จากสมการที่ (2)

$$\sum_{i=1}^m \frac{ns \times n}{x_i} \quad (2)$$

เมื่อ m แทน จำนวนข้อย่อยในแต่ละด้าน

x_i แทน คะแนนความพึงพอใจรวมทั้งหมดของข้อย่อยในแต่ละด้าน

การหาคะแนนรวมของแต่ละข้อย่อยได้จากสมการที่ (3)

$$\sum_{i=1}^n \frac{ns \times m_{all}}{x_i} \quad (3)$$

เมื่อ n แทน จำนวนด้านที่ประเมิน

x_i แทน คะแนนความพึงพอใจรวมทุกด้านในแบบประเมิน

m_{all} แทน จำนวนข้อย่อยทั้งหมด

การหาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานได้จากสมการที่ (4)

$$S.D. = \sqrt{\frac{\sum (x - \bar{x})^2}{n-1}} \quad (4)$$

เมื่อ S.D. แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

$\sum (x - \bar{x})^2$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง

n แทน จำนวนข้อย่อยทั้งหมด

ตารางที่ 2 ผลการประเมินคุณภาพของชุดสื่อประชาสัมพันธ์เส้นทางท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษตาก
อำเภอพบพระ จังหวัดตาก

รายงานผลการประเมิน	ความพึงพอใจ		ผลการประเมิน เชิงคุณภาพ
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	
1. ด้านสื่อเว็บไซต์			

1.1 เนื้อหากับภาพมีความสอดคล้องกัน	4.55	0.667	ดีมาก
1.2 สีพื้นหลังกับสีตัวอักษรมีความเหมาะสมต่อการอ่าน	4.48	0.751	ดี
1.3 มีการจัดหมวดหมู่ให้ง่ายต่อการ ค้นหา	4.70	0.571	ดีมาก
1.4 สีเส้นในการออกแบบเว็บไซต์มีความเหมาะสม	4.65	0.548	ดีมาก
สรุปผลด้านที่ 1	4.59	0.633	ดีมาก
2. ด้านสื่อภาพเคลื่อนไหว			
2.1 การใส่เสียงเหมาะสมกับสื่อที่นำเสนอ	4.60	0.514	ดีมาก
2.2 การใช้เสียงในการนำเสนอชัดเจนถูกต้อง	4.58	0.542	ดีมาก
2.3 ระยะเวลาในการนำเสนอเหมาะสม	4.62	0.663	ดีมาก
2.4 มีคำบรรยายประกอบเหมาะสม	4.50	0.556	ดี
สรุปผลด้านที่ 2	4.57	0.568	ดีมาก
3. ด้านสื่ออินโฟกราฟิก			
3.1 อธิบายเนื้อหาเข้าใจง่าย	4.75	0.554	ดีมาก
3.2 ข้อมูลเป็นปัจจุบัน มีความสมบูรณ์ มีความถูกต้อง	4.40	0.821	ดี
3.3 ภาพประกอบ/ภาพกราฟิกสื่อสารความหมายได้ตรงกับเนื้อหา	4.55	0.744	ดีมาก
3.4 ความเหมาะสมของรูปแบบ และขนาดตัวอักษร	4.40	0.635	ดี
สรุปผลด้านที่ 3	4.52	0.688	ดีมาก
4. ด้านการใช้งานระบบฯ			
4.1 ขั้นตอนในการใช้งานไม่ยุ่งยาก	4.88	0.425	ดีมาก
4.2 ความรวดเร็วในการประมวลผลการทำงาน	4.44	0.652	ดี
4.3 ความสะดวกในการเข้าใช้งาน	4.65	0.662	ดีมาก
4.4 ความสามารถในการแสดงผลข้อมูลครบถ้วนถูกต้อง	4.42	0.751	ดี
สรุปผลด้านที่ 4	4.59	0.622	ดีมาก
สรุปผลการประเมินทั้ง 4 ด้าน	4.56	0.627	ดีมาก
รวมจำนวนผู้ประเมิน	387 คน		

5. อภิปรายผลและข้อเสนอแนะการวิจัย

หลังจากประเมินผลความพึงพอใจของโครงการวิจัย การออกแบบ และพัฒนาชุดสื่อเพื่อส่งเสริมเส้นทางการท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษตาก อำเภอพบพระ จังหวัดตาก พบว่า ชุดสื่อประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือสำคัญในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ โดยแนวทางในการพัฒนาชุดสื่อในยุคปัจจุบันสื่อออนไลน์เป็นสื่อที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก เนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบันส่วนใหญ่อยู่ในโลกออนไลน์ ดังนั้นการใช้สื่อออนไลน์จะสามารถสร้าง

การรับรู้และทำให้แก่สถานที่ท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้นได้ สอดคล้อง กับงานวิจัยหัวข้อโครงการวิจัยแนวทางการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรปฐมออร์แกนิกฟาร์มอำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม ซึ่งได้ศึกษาบริบทในการพัฒนาสื่อ การใช้สื่อโซเชียลมีเดียที่เหมาะสมต่อการท่องเที่ยว และแนวทางการพัฒนาสื่อของปฐมออร์แกนิกฟาร์ม อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม [12] ซึ่งผลที่ได้จากการศึกษาวิจัยพบว่าการใช้สื่อโซเชียลมีเดียที่เหมาะสมต่อการท่องเที่ยวของปฐมออร์แกนิกฟาร์ม เพื่อให้เกิดการจัดการรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีความเหมาะสมต่อการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดประโยชน์กับตัวสถานที่ทั้งเป็นการกระจายชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น และยังเป็นอีกหนึ่งส่วนที่ช่วยให้คนดู หรือนักท่องเที่ยวเข้าถึงและทำความรู้จักเกี่ยวกับปฐมออร์แกนิกฟาร์มได้ดี ด้วยวิธีการต่างๆ ผ่านสื่อออนไลน์ ซึ่งมีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ทั้งในเรื่องของการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ การเลือกซื้อสินค้าทางการท่องเที่ยว ก็ยังมีสื่อออนไลน์เข้ามาเป็นตัวช่วยในการตัดสินใจซึ่งในการออกแบบ และพัฒนาชุดสื่อเพื่อส่งเสริมเส้นทางท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษตาก อำเภอพบพระ จังหวัดตาก ได้มีการนำเสนอเส้นทางท่องเที่ยวผ่านสื่ออินโฟกราฟิก นำเสนอเนื้อหาด้านการท่องเที่ยวผ่านสื่อภาพเคลื่อนไหว และนำเสนอข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวผ่านเว็บไซต์ เพื่อเพิ่มความน่าสนใจ และดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ มากยิ่งขึ้นผ่านชุดสื่อประชาสัมพันธ์ที่พัฒนาขึ้น รวมทั้งยังเป็นการสร้างการรับรู้แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่เป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

คำขอบคุณ

ผู้วิจัยขอขอบคุณสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.) ที่มอบทุนสนับสนุนงบประมาณในการดำเนินโครงการวิจัยในครั้งนี้ ขอขอบคุณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนาที่สนับสนุนเครื่องมือ และอุปกรณ์ที่ใช้ในการในการดำเนินโครงการงานวิจัยดังกล่าว และขอขอบคุณหน่วยงาน องค์กรทั้งภาครัฐ และภาคเอกชนรวมทั้งกลุ่มผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวใน อำเภอพบพระ จังหวัดตากที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวของอำเภอพบพระ จังหวัดตาก ซึ่งเป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินโครงการวิจัยในครั้งนี้เป็นอย่างมาก

6. เอกสารอ้างอิง

- [1] สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดตาก. (2566). ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดตาก, สืบค้นจาก www.tak.go.th/?module=acticle&pages=list_of_acticle&cate_acti_code=01
- [2] อุษณีย์ ศิริสุนทรไพบูลย์. (2567). การใช้สื่อใหม่ในการประชาสัมพันธ์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดภูเก็ต. วารสารวิจัยไร่ไพพรรณี, 18(1), หน้า 94-106.
- [3] กุลธิดา ธรรมวิวัฒน์ และคณะ. (2565). การพัฒนาชุดสื่อประชาสัมพันธ์บนสื่อสังคมออนไลน์เรื่อง Heliconia House KMUTT Hotel and Service Apartment. วารสารนิเทศสยามปริทัศน์, 21(1), หน้า 210-228.
- [4] ภาพรณ์ โพทะ. (2564). การพัฒนาชุดสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับการท่องเที่ยวในชุมชนจังหวัดชุมพร. โครงการศึกษาปริญญาโทศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบเพื่อธุรกิจ วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

-
- [5] ครรชิต มาระโกชน์ และทักษิณาภ สมบูรณ์. (2566). การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่อำเภอพนมสารคาม จังหวัดฉะเชิงเทรา. วารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี, 6(4), หน้า 210-223.
- [6] จินตนา กลิ่นนัท และคณะ. (2566). การออกแบบและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหลังวิกฤตโควิด-19 กรณีศึกษา พื้นที่ชุมชนตำบลลานข่อย อำเภอป่าพะยอม จังหวัดพัทลุง. วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, 17(1), หน้า 34-43.
- [7] สุภรณ์ ลิ้มบริบูรณ์ และคณะ. (2563). การวิจัยทางการศึกษา. กรุงเทพฯ : บริษัทสหธรรมมิก จำกัด.
- [8] วรณดี สุทธิรากร. (2562). การวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยเชิงคุณภาพ. กรุงเทพฯ : สยามปริทัศน์.
- [9] ชาย โพธิ์สิตา. (2562). ศาสตร์และศิลป์การวิจัยเชิงคุณภาพ. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ จุฬา.
- [10] กัลยา วานิชย์บัญชา. (2566). สถิติสำหรับงานวิจัย. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- [11] มนตรี สังข์ทอง. (2566). สถิติวิจัย : การวิเคราะห์ข้อมูลทางสังคมศาสตร์. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- [12] กิตติทัช เขียวฉ้วน และคณะ. (2565). แนวทางการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรปทุมออร์แกนิกฟาร์มอำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 14 วิจัยสร้าง Innovation and Technology เพื่อรองรับสังคมไทยสู่ยุค Digital World, หน้า 2570-2582.