

**การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน  
โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน : กรณีศึกษาพื้นที่  
ต. นกออก อ. ปักธงชัย จ. นครราชสีมา**  
**The Public Relations Media Design to Promote Community  
Tourism by Community Participation : Case Study of  
Nokaok Subdistrict, Pak Thong Chai District,  
Nakhon Ratchasima Province**

**วรดา นาคเกษม<sup>1\*</sup> และ ศศิรดา พันธุ์ยศศักดิ์<sup>2</sup>**

<sup>1-2</sup> อาจารย์

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และศิลปกรรมสร้างสรรค์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน จ.นครราชสีมา 30000

**Worada Narkkasem<sup>1\*</sup> and Sasirada Phanvisetsak<sup>2</sup>**

<sup>1-2</sup> Lecturer

Faculty of Architecture and Creative Arts, Rajamangala University of Technology Isan,  
Nakhon Ratchasima, Thailand, 30000

\*Email: worada.na@rmuti.ac.th, sasirada.ph@rmuti.ac.th

**บทคัดย่อ**

การวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาและออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ที่เข้าถึงกลุ่มตัวอย่างจากการมีส่วนร่วมของชุมชนสู่นักท่องเที่ยว มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน 2) เพื่อประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ โดยมีขั้นตอนดังนี้ 1) การสำรวจข้อมูลชุมชน 2) การศึกษาความต้องการของชุมชน 3) การออกแบบแผนที่ท่องเที่ยวและสื่อดิจิทัล 4) การประเมินความพึงพอใจนักท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมจากชุมชนโดยรอบพื้นที่ ต.นกออก ทำให้ได้สื่อประชาสัมพันธ์คือแผนที่ท่องเที่ยวและสื่อดิจิทัล นำเสนอข้อมูลเส้นทางท่องเที่ยว ทั้งนี้ผู้นำชุมชนและตัวแทนจากชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมโดย 1) บุคคล 2) เนื้อหา 3) กระบวนการ มีวิธีการดำเนินงานเก็บข้อมูลใช้การสัมภาษณ์ การมีส่วนร่วมจากการสนทนากลุ่ม ลงพื้นที่ภาคสนามในชุมชนพื้นที่ ต. นกออก อ. ปักธงชัย จ. นครราชสีมา เป็นการนำเสนอผลงานการออกแบบแผนที่ท่องเที่ยว และสื่อดิจิทัลให้ชุมชนพิจารณาความถูกต้องของเนื้อหา รูปภาพ และให้ข้อเสนอแนะ ปรับปรุงสื่อประชาสัมพันธ์ให้สมบูรณ์ และประเมินความพึงพอใจกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 370 คน การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ โดยใช้เครื่องมือเป็นแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ ได้แก่ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พบว่า ความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.63 มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.56 แสดงว่าการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์แผนที่ท่องเที่ยวและสื่อดิจิทัลส่งเสริมการท่องเที่ยวของแหล่งชุมชนตำบลนกออก เป็นการใช้องค์ความรู้ทางงานพิมพ์ที่เลือกใช้วัสดุกระดาษและสื่อดิจิทัลควบคู่กันไป สื่อดิจิทัลมีการเผยแพร่ในรูปแบบออนไลน์ ใช้งานผ่านสมาร์ตโฟนส่วนตัว สอดคล้องกับเทคโนโลยีและรองรับพฤติกรรมของผู้อ่านที่เปลี่ยนแปลงไป สื่อดิจิทัลตอบสนองพฤติกรรมของผู้อ่านซึ่งชื่นชอบความสะดวก และไม่คุ้นเคยกับการต้องรอนาน เข้าถึงเนื้อหาได้ทุกที่ ทุกเวลา จึงใช้งานได้เป็นอย่างดี

**คำสำคัญ:** การออกแบบ, สื่อประชาสัมพันธ์, การส่งเสริมท่องเที่ยว, การมีส่วนร่วมของชุมชน

**Abstract**

The research aims to study and design public relations media that reach sample through community participation for tourists. Purposes are: 1) to design public relations media to promote tourism through community

participation and 2) to evaluate individual tourist satisfaction with these media. The research steps included: 1) conducting a community survey, 2) studying community needs, 3) designing a tourist map and digital media, and evaluating tourist satisfaction. Neighboring community participation at Nokaok Subdistrict was integral in creating public relations and digital media to represent travel routes. In this regard, community leaders and representatives contributed to the process as follows: 1) personnel, 2) content, 3) procedures. Data collection methods used interviews and focus group discussions. all within the community area of Nokaok Subdistrict, Pak Thong Chai District, Nakhon Ratchasima Province. The designed tourist map and digital media were presented to the community for feedback on content, illustrations, and suggestions to finalize the public relations media. Satisfaction was then evaluated using questionnaires on a sample of 370 participants selected through accidental sampling. The statistics used for data analysis included Mean and Standard Deviation. The results showed that the satisfaction was at a high level with a mean score of 4.63, and a standard deviation of 0.56. This indicated that the public relations media, consisting of both paper materials and digital media in the form of a tourist map, were well - received. The digital media was published online and could be accessed through smart phones, which is consistent with technological trends and supports the changing consumer behaviors by providing convenient and immediate access to content anytime, anywhere.

**Keywords:** Design, Public Relation Medias, Promote Tourism, Community Participation

**Received:** October 10, 2024; **Revised:** March 18, 2025; **Accepted:** March 20, 2025

## 1. บทนำ

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ยกระดับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยการสร้างระบบนิเวศทางการท่องเที่ยวใหม่ สร้างรายได้จากนักท่องเที่ยวที่มีกำลังซื้อสูง รองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพ รวมทั้งกระจายรายได้สู่ฐานรากอย่างทั่วถึง เพื่อให้เกิดความสมดุลทั้งมิติความมั่นคงทางเศรษฐกิจ มิติสังคม มิติสิ่งแวดล้อมที่ดีและมิติภูมิปัญญา รวมถึงสร้างความมั่นคงทางการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและความยั่งยืน สอดรับกับความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพและกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นอย่างทั่วถึง รวมถึงพัฒนาปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยวและโครงสร้างพื้นฐานเพื่อให้บริการนักท่องเที่ยว เอื้อต่อการเดินทางอย่างสะดวกและปลอดภัย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2567) กระทรวงวัฒนธรรมโดยกรมส่งเสริมวัฒนธรรม ได้ส่งเสริมชุมชนให้มีการนำมรดกภูมิปัญญา วิถีชีวิต วัฒนธรรมและประเพณีของแต่ละชุมชนซึ่งเป็นทุนทางวัฒนธรรมดั้งเดิมมาเพิ่มมูลค่า สร้างความเข้มแข็งและรายได้ให้แก่ชุมชนในรูปแบบการท่องเที่ยว ปัจจุบันการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีหน่วยงานภาครัฐและองค์กรพัฒนาภาคเอกชนเข้ามามีบทบาทสนับสนุน ทั้งด้านการฝึกฝนอบรมการจัดการ หรือการนำกลุ่มชาวบ้านออกไปดูงานตามพื้นที่ต่าง ๆ ทั่วประเทศ เพื่อให้มีรูปแบบและความพร้อมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการบริการที่ดี เพื่อนำไปสู่รายได้ ของชุมชน (ศรัณย์ บุญประเสริฐ และ ยอด เนตรสุวรรณ, 2563)

การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นการท่องเที่ยวที่ชุมชนเป็นเจ้าของ ชาวบ้านในชุมชนมีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางและตัดสินใจช่วยดำรงเอกลักษณ์และวัฒนธรรมของท้องถิ่น สร้างเสริมความภาคภูมิใจในวิถีวัฒนธรรมของตนเอง เคารพในวัฒนธรรมที่แตกต่างและเคารพศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์โดยเท่าเทียม ยกย่องคุณค่าชีวิตของคนท้องถิ่น ส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้และการแลกเปลี่ยนระหว่างคนต่างวัฒนธรรม สามารถสร้างความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมให้กับท้องถิ่น เป็นการท่องเที่ยวที่เกิดผลตอบแทนที่เป็นธรรมแก่คนท้องถิ่น (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน), 2567)

เทศบาลตำบลนกกอก อ.ปรางค์ชัย จ.นครราชสีมา สำนักงานตั้งอยู่เลขที่ 191 หมู่ที่ 8 ตำบลนกกอก อำเภอปรางค์ชัย จังหวัดนครราชสีมา ตำบลนกกอกมีพื้นที่ประมาณ 37,500 ไร่ พื้นที่ที่เป็นที่ราบลุ่มมีลำห้วยไหลผ่าน 2 สาย ได้แก่ ลำห้วยลำพระเพลิงและลำห้วยลำสาละมีคลองส่งน้ำชลประทานจากเขื่อนลำพระเพลิงไหลผ่าน การประกอบอาชีพหลักเป็นเกษตรกรรม ประชาชนส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธมีการอนุรักษ์ขนบธรรมเนียมประเพณีพื้นบ้านไว้เป็นอย่างดีการดำเนินชีวิตเรียบง่ายให้เกียรติผู้สูงอายุในแบบของสังคมชนบท ประชาชนส่วนใหญ่จะประกอบอาชีพเกษตรกรรม ได้แก่ การทำนา ทำไร่ ทำสวน และรับจ้างทั่วไปและอื่น ๆ เช่น รับราชการ ประกอบธุรกิจส่วนตัว ร้านอาหาร ปั่นน้ำมัน (ข้อมูลพื้นฐานตำบลนกกอก, 2566) มีประชากรในพื้นที่รวมทั้งสิ้น 4,854 คน อัปเดตข้อมูล ณ วันที่ 23 ต.ค. 2566 เวลา 06:03:56 (รายงานข้อมูลตำบลนกกอก, 2566) จากการลงพื้นที่ศึกษาข้อมูลและเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้แบ่งหมวดหมู่ด้านการท่องเที่ยว ดังนี้ (1) สถานที่ท่องเที่ยวตำบลนกกอก มีดังนี้ 1) วัดนกกอก 2) วัดม่วงสระน้อย 3) วัดพระเพลิง 4) วัดโคกศรีสะเกษ 5) วัดทุ่งจาน (วัดศุขหิรัญญาวาส) 6) วัดป่าโคกสระน้อย 7) ปราสาทบ้านปรังค์ 8) ชุมชน

คนมอญ 9) ขบวนบุปผชาติวันสงกรานต์ เป็นต้น (2) สินค้าประจำตำบล มีดังนี้ 1) กล้วยเบรกแตก 2) ตะกร้าเตี๊ยะดินไหมงาม 3) ข้าวหลามนกกอก เป็นต้น (3) อาหารและเครื่องดื่ม มีดังนี้ 1) ร้านเค้กที่รัก 2) ร้านก๋วยเตี๋ยวตาภัย 3) สวนอาหารชาวนนทรีเรือนแก้ว 4) ร้านลาบเป็ดนายดาบ 5) กาแฟสดริมทางนกกอก เป็นต้น (4) ร้านค้าชุมชน มีดังนี้ 1) ร้านสี่เหลืงบ้านสร้อย 2) ร้านพรสำรวย 3) ร้านทรัพย์สินเทพ เป็นต้น (5) โฮมสเตย์และรีสอร์ท มีดังนี้ 1) ขวัญชนกโฮมสเตย์ 2) อูราสุข รีสอร์ท 3) เทียนแก้ว รีสอร์ท เป็นต้น (6) ปิมน้ำมันและบริการยานพาหนะ มีดังนี้ 1) ปิมน้ำมันพิมพ์บุญ 2) ปิมน้ำมันบางจาก 3) สถานีบริการน้ำมันศาลเท็กซ์ เป็นต้น

การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนเป็นศูนย์กลางที่ใช้ในการนำข่าวสาร เรื่องราวไปสู่กลุ่มเป้าหมาย สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ใช้ในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวไปยังกลุ่มตัวอย่างได้เป็นอย่างดี (อรุณรัตน์ ชินวรรณ, 2553, น. 11) สื่อดิจิทัลเป็นสื่อเผยแพร่ในรูปแบบออนไลน์มี URL สแกนใช้งานโดยใช้เทคโนโลยี QR Code ด้วยสมาร์ทโฟน สามารถเข้าถึงเนื้อหาที่ต้องการได้ทันที สื่อสิ่งพิมพ์ประเภทแผนที่ท่องเที่ยวและสื่อดิจิทัลในรูปแบบไฟล์ดิจิทัล เมื่อนำไปใช้ในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของชุมชน เป็นการใช้งานระหว่างกระดาษและสื่อดิจิทัลควบคู่กันไป สอดคล้องกับเทคโนโลยีและรองรับพฤติกรรมของผู้อ่านที่เปลี่ยนแปลงไป (สมาคมการพิมพ์ไทย, 2566) สื่อดิจิทัลตอบสนองพฤติกรรมของผู้อ่านซึ่งชื่นชอบความสะดวกสบาย ความง่าย และไม่คุ้นเคยกับการต้องรอนาน เข้าถึงเนื้อหาได้ทุกที่ ทุกเวลา

จากข้อมูลดังกล่าวผู้วิจัยมีความเห็นว่า พื้นที่ชุมชน ต.นกกอก มีสถานที่ท่องเที่ยว สินค้าประจำตำบล โฮมสเตย์และรีสอร์ท เป็นต้น แต่ยังมีขาดสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีคุณภาพ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ที่เป็นตัวกลางการสื่อสารจากชุมชนสู่นักท่องเที่ยว สามารถเป็นสื่อที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ การนำเสนอเนื้อหาให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย คำนึงถึงการใช้งานและบริบทของพื้นที่ การมีส่วนร่วมของชุมชนกับการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์โดยใช้ข้อมูลจากความต้องการของชุมชน และชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว การนำเสนอความคิดเห็น และมีส่วนร่วมในการดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

## 2. วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน
- 2) เพื่อประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์

## 3. ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การดำเนินวิจัยในครั้งนี้ได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี แสดงกรอบแนวคิดให้เห็นถึงกระบวนการเชื่อมโยงเกี่ยวกับการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน : กรณีศึกษาพื้นที่ ต. นกกอก อ. ปักธงชัย จ. นครราชสีมา ดังนี้

### 3.1 การมีส่วนร่วมของชุมชน (Community Participation)

กระบวนการที่เปิดโอกาสให้คนในชุมชนที่เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการจัดการท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการคิดร่วมกัน วางแผน ตัดสินใจ ดำเนินการและมีส่วนร่วมในการรับประโยชน์ทางการท่องเที่ยวร่วมกัน (วิลาวัลย์ ขมิณรัตน์, 2564, น. 50) โดยมีระดับการมีส่วนร่วม ดังนี้ 1) การมีส่วนร่วมโดยบุคคล การให้ข้อมูลจากผู้นำชุมชน ประชาชนชาวบ้าน การนำเสนอความคิดเห็นจากความต้องการของชุมชน เพื่อประโยชน์อันสูงสุดและการใช้งานได้ตามบริบทของพื้นที่ 2) การมีส่วนร่วมโดยเนื้อหา การให้ข้อมูลข่าวสารโดยมีช่องทางในการแสดงความคิดเห็น การตัดสินใจ การเปิดโอกาสการมีส่วนร่วม เช่น การเล่าเรื่องราวชุมชน การเลือกใช้ภาพถ่าย ตัวอักษร กราฟิก ที่ถูกต้องไม่บิดเบือนความจริง 3) การมีส่วนร่วมโดยกระบวนการ การกำหนดกิจกรรม เทคนิคการมีส่วนร่วม การเชื่อมโยงความสัมพันธ์ การตัดสินใจรวมถึงการกำหนดผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการตัดสินใจนั้นสถานที่ที่ใช้ในการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การปฏิบัติการสร้างงานออกแบบภาพกราฟิกลายเส้น การโหวตคัดเลือกรูปแบบ (วิลาวัลย์ ขมิณรัตน์, 2564, น. 14)

### 3.2 การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-Based Tourism)

การท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งที่มีการนำทรัพยากรในชุมชนมาสร้างมูลค่าเพิ่มโดยใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือซึ่งมีประชาชนในชุมชนเป็นผู้ดูแลหรือเป็นเจ้าของทรัพยากร บนพื้นฐานด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมของชุมชน การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวและได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวร่วมกันอย่างเป็นธรรม (รุ่งรวี จิตภักดี, 2566, น. 3)

### 3.3 สื่อประชาสัมพันธ์ (Public Relations Media)

เป็นตัวกลางการติดต่อสื่อสารเพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันถูกต้องต่อกันระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร มีขั้นตอนการดำเนินงานอย่างรอบครอบเพื่อให้บรรลุเป้าหมายต่อการให้ข้อมูลข่าวสาร ตลอดจนการได้รับปฏิกิริยาตอบกลับจากกลุ่มตัวอย่าง (ณัฐชуда วิจิตรจามรี

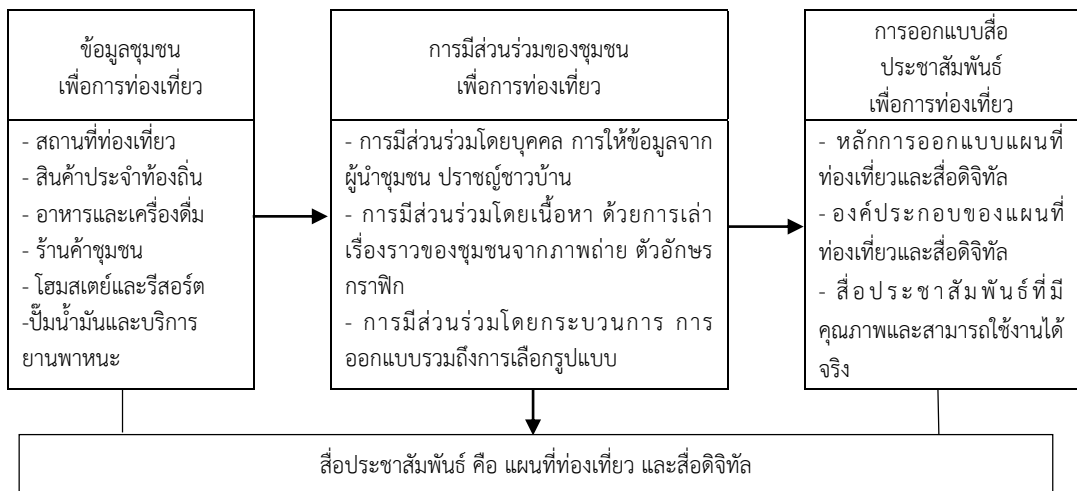
, 2559, น. 2-3) รวมถึงการนำเทคโนโลยีที่มีความนิยมในปัจจุบันมาใช้งานและคำนึงถึงพฤติกรรมผู้ใช้ การประเมินผลสื่อประชาสัมพันธ์จากการให้ข้อมูล การเผยแพร่ และการใช้งาน

- หลักการออกแบบแผนที่ท่องเที่ยวและสื่อดิจิทัลเป็นการสร้างสรรค์รูปแบบ โดยจัดส่วนประกอบให้มีความงาม น่าสนใจ เหมาะสมกับวัตถุประสงค์และประโยชน์ใช้สอย การออกแบบอาจจะเป็นการกำหนดความคิด รูปแบบงานที่จะสร้าง ต้องมีความเข้าใจในองค์ประกอบต่าง ๆ ที่จะนำมาใช้ ในการออกแบบ ทั้งเรื่องสัญลักษณ์ และจิตวิทยาการรับรู้ ของกลุ่มเป้าหมาย คำนึงถึงหลักการออกแบบดังต่อไปนี้ การสร้างความสมดุล (Balance) การสร้างความเป็นเอกภาพ (Unity) การใช้สัดส่วน (Proportion) การใช้สี (Coloring) การใช้รูปทรง (Form) (สกนธ์ ภูงามดี, 2546, น. 56-66)

- การจัดองค์ประกอบในงานกราฟิก (Composition In Graphic) ของแผนที่ท่องเที่ยวและสื่อดิจิทัล เช่น ตัวอักษร ภาพประกอบ ภาพถ่าย สีเส้น พื้นผิวว่าง การสร้างจุดเน้นในการจัดองค์ประกอบ คือ การสร้างสิ่งดึงดูดใจและมีความน่าสนใจให้เกิดขึ้นในงาน โดยใช้เกณฑ์ต่อไปนี้ การจัดองค์ประกอบโดยการกำหนดรูปร่างรูปทรง การใช้เส้น จังหวะลีลา มุมมองทัศนียภาพรวมถึงการใช้ประโยชน์จากภาพถ่ายและภาพประกอบ (สกนธ์ ภูงามดี, 2546, น. 135-137)

1) แผนที่ท่องเที่ยว (Tourist Map) เป็นสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการเดินทางและท่องเที่ยวมีเนื้อหาเฉพาะ ใช้ในการประชาสัมพันธ์ท่องเที่ยวจัดทำขึ้นเพื่อแนะนำสถานที่นั้น ๆ โดยแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับตำแหน่งและข้อมูลเกี่ยวข้องสำหรับนักท่องเที่ยว (คณะผู้จัดทำบริษัท โกลบเทค จำกัด, 2556, น. 4) เช่น สถานที่ท่องเที่ยว สินค้าประจำท้องถิ่น อาหารและเครื่องดื่ม ร้านค้าชุมชน โฮมสเตย์ และรีสอร์ท ปั่นน้ำมันและบริการยานพาหนะ เป็นต้น

2) สื่อดิจิทัล (Digital Media) เป็นการนำเสนอผลงานด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลที่เข้ามาแทนสื่อประเภทกระดาษ เผยแพร่เนื้อหาที่เป็นตัวอักษร ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว ด้วยการสแกน QR-Codeแสดงผลด้วยหน้าจออิเล็กทรอนิกส์ ผู้อ่านสามารถพลิกหน้าโดยการสัมผัสปลายนิ้วกับหน้าจอ (ทักษิณา ชัยอิทธิพรวงศ์, 2560, น. 53)



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิดของโครงการวิจัย

#### 4. ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านพื้นที่ ต. นกออก อ. ปากธงชัย จ. นครราชสีมา ตั้งอยู่ในเขตการปกครองของอำเภอปากธงชัย มี 10 หมู่บ้านดังนี้ 1) บ้านบุไกรภ 2) บ้านพระเพลิง 3) บ้านโคกสระน้อย 4) บ้านสระน้อย 5) บ้านสระน้อย 6) บ้านนกกอก 7) บ้านทุ่งนาง 8) บ้านท่าหน้า 9) บ้านปรางค์ 10) บ้านนกกอก

ขอบเขตด้านเนื้อหา มี 6 หมวด ดังนี้ 1) สถานที่ท่องเที่ยวตำบลนกกอก 2) สินค้าประจำท้องถิ่น 3) อาหารและเครื่องดื่ม 4) ร้านค้าชุมชน 5) โฮมสเตย์และรีสอร์ท 6) ปั่นน้ำมันและบริการพาหนะ

ขอบเขตด้านการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ มี 2 ประเภท ดังนี้ 1) แผนที่ท่องเที่ยว 2) สื่อดิจิทัล

ขอบเขตด้านกลุ่มตัวอย่าง (Sample) คือ นักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 370 คน การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

## 5. วิธีการศึกษา

### 5.1 เครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ ได้ผ่านการประเมินค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (IOC) และรับรองการยกเว้นการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์

1) แบบสัมภาษณ์ผู้นำชุมชน ตัวแทนชุมชน ต. นกออก อ. ปักธงชัย จ. นครราชสีมา เป็นการสัมภาษณ์ผู้นำชุมชน ตัวแทนชุมชน จำนวน 32 คน ได้แก่ นายกเทศมนตรี จำนวน 1 คน กำนันตำบลนกกอก จำนวน 1 คน ผู้ใหญ่บ้าน จำนวน 10 คน ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน จำนวน 20 คน

2) แบบประเมินคุณภาพการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน กรณีศึกษาพื้นที่ ต. นกออก อ. ปักธงชัย จ. นครราชสีมา เป็นการประเมินผลงานออกแบบโดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ 7 ท่าน ประเมินคุณภาพผลงานการออกแบบเพื่อนำมาปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนฉบับสมบูรณ์

3) แบบประเมินความพึงพอใจโดยให้กลุ่มตัวอย่าง คือนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 370 คน โดยใช้การสุ่มโดยบังเอิญ (Accidental sampling) การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตร Taro Yamane เพื่อประเมินผลและวิเคราะห์ข้อมูล

### 5.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

1) แบบสัมภาษณ์ผู้นำชุมชน ตัวแทนชุมชน ต. นกออก อ. ปักธงชัย จ. นครราชสีมา วิเคราะห์ข้อมูลจากบทสัมภาษณ์ของผู้นำชุมชน ตัวแทนชุมชน คือ ขาดสื่อประชาสัมพันธ์ที่เป็นตัวกลางการสื่อสารจากชุมชนสู่นักท่องเที่ยว เช่น สถานที่ท่องเที่ยว สินค้าประจำตำบล โฮมสเตย์และรีสอร์ท เป็นต้น ชุมชนต้องการสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีคุณภาพ การเลือกรูปแบบผลงานออกแบบด้วยการแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) เป็นวิธีการจัดข้อมูลของสถิติที่มีอยู่มาจัดเป็นกลุ่ม จัดลำดับจากมากไปหาน้อย แปลความหมายของคะแนนความถี่สะสม โดยการนำเสนอด้วยตารางแจกแจงความถี่

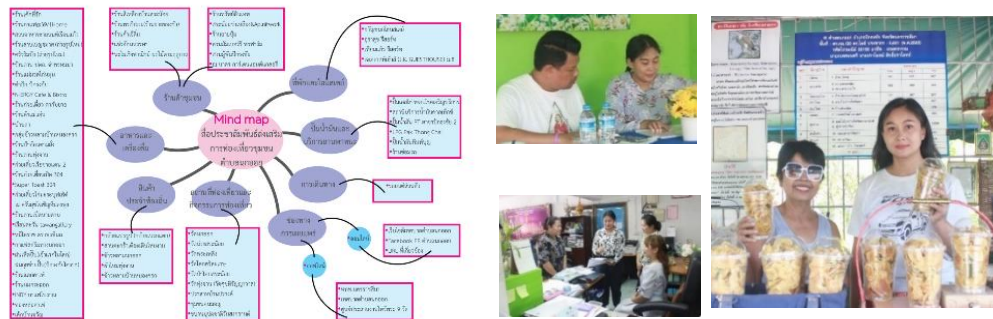
2) แบบประเมินคุณภาพด้านการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน โดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ แล้วนำมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการจัดลำดับค่าคะแนนมาตรฐานประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) แปลความหมายของข้อมูลโดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ดังนี้ 4.50 - 5.00 หมายถึง มากที่สุด, 3.50 - 4.49 หมายถึง มาก, 2.50 - 3.49 หมายถึง ปานกลาง, 1.50 - 2.49 หมายถึง น้อย, 1.00 - 1.49 หมายถึง น้อยที่สุด

3) แบบประเมินความพึงพอใจที่มีต่อการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน โดยกลุ่มตัวอย่าง (นักท่องเที่ยว) แล้วนำมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการจัดลำดับค่าคะแนนมาตรฐานประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) แปลความหมายของข้อมูลโดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ดังนี้ 4.50 - 5.00 หมายถึง มากที่สุด, 3.50 - 4.49 หมายถึง มาก, 2.50 - 3.49 หมายถึง ปานกลาง, 1.50 - 2.49 หมายถึง น้อย, 1.00 - 1.49 หมายถึง น้อยที่สุด

### 5.3 วิธีดำเนินการวิจัย

การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวตำบลนกกอก รวบรวมข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวชุมชน วิเคราะห์ข้อมูลตามความต้องการของชุมชน โดยวิธีการสัมภาษณ์ การประเมินคุณภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ ได้ประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาและด้านการออกแบบโดยผู้เชี่ยวชาญ การประเมินความพึงพอใจจากกลุ่มตัวอย่าง คือนักท่องเที่ยวชาวไทยใน ต.นกกอก อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา จำนวน 370 คน ใช้การสุ่มโดยบังเอิญ (Accidental Sampling) ซึ่งได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดี มีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1) ศึกษาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวตำบลนกกอก รวบรวมข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวชุมชนจากเว็บไซต์ต่าง ๆ รวมทั้งเอกสารที่เกี่ยวข้อง สอบถามความต้องการสื่อประชาสัมพันธ์พบว่า ต้องการแผนที่ท่องเที่ยวในรูปแบบสื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อดิจิทัลที่เข้าถึงด้วยเทคโนโลยี QR Code หลังจากนั้นลงพื้นที่เก็บข้อมูลจากผู้นำชุมชน ประชาชนชาวบ้าน เพื่อศึกษาสถานที่ท่องเที่ยวตำบลนกกอก สินค้าประจำท้องถิ่น อาหารและเครื่องดื่ม ร้านค้าชุมชน โฮมสเตย์และรีสอร์ท ปิมน้ำมันและบริการยานพาหนะ เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์จากชุมชน เลือกใช้ผังมโนทัศน์ (Mind Map) การคิดเป็นภาพและสี ใช้วิธีการเชื่อมโยงข้อมูลเป็นตัวกลางสื่อสารและบันทึกภาพถ่าย

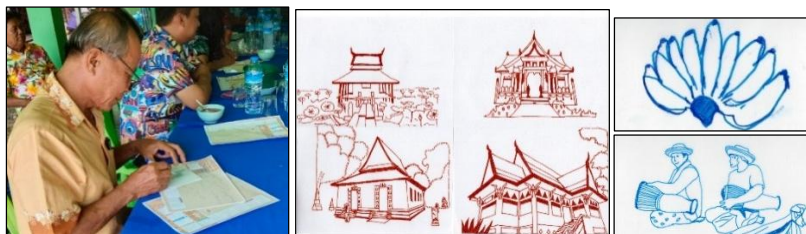


ภาพที่ 2 ศึกษาและรวบรวมข้อมูลท้องถิ่นเกี่ยวกับชุมชนตำบลนกกอก

2) วิเคราะห์ข้อมูลตามความต้องการของชุมชน โดยวิธีการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ (Interview) ในขอบเขตกว้างๆ เกี่ยวกับ 1) สถานที่ท่องเที่ยวตำบลนกกอก 2) สินค้าประจำตำบล 3) อาหารและเครื่องดื่ม 4) ร้านค้าชุมชน 5) โฮมสเตย์และรีสอร์ท 6) ป่าไม้และบริการยานพาหนะ เพื่อออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์จากข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ได้แก่ ข้อมูลคำพิภพ โดยใช้ระบบกำหนดตำแหน่งด้วย Google Map และข้อมูลคุณลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวชุมชน แล้วจึงลงพื้นที่เดินเท้าถ่ายภาพสถานที่ท่องเที่ยวตำบลนกกอก แล้วสู่กระบวนการออกแบบ เริ่มต้นโดยการสร้างแนวคิดในการออกแบบรวมถึงแรงบันดาลใจในการออกแบบ เลือกใช้ Moodboard เป็นตัวกลางสื่อสารในการออกแบบระหว่างนักวิจัยและกลุ่มชุมชน นำเสนอผลงานออกแบบฉบับร่างแก่ชุมชน เพื่อแสดงให้เห็นว่างานออกแบบจะออกมาในแนวทางใดเพื่อให้เกิดการออกแบบอย่างมีส่วนร่วม



ภาพที่ 3 การออกแบบอย่างมีส่วนร่วมโดยชุมชน



ภาพที่ 4 ภาพกราฟิกโดยชุมชน ใช้เทคนิคความกระตาศไขบนภาพถ่าย แล้วนำมาสแกน

3) การประเมินคุณภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ ได้ประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาและด้านการออกแบบโดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 7 คน โดยใช้การเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) คือ 1) นักวิชาการด้านการออกแบบและ/หรือที่เกี่ยวข้อง ที่มีประสบการณ์ทำงานด้านวิชาการอย่างต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 5 ปี จำนวน 5 คน 2) ผู้ที่ทำงานเกี่ยวข้องกับสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในชุมชน ที่มีประสบการณ์ทำงานอย่างต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 5 ปี จำนวน 2 คน เพื่อประเมินผลงานออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์และวิเคราะห์ข้อมูล นำผลประเมินมาปรับปรุงแก้ไขให้ได้ผลงานที่มีคุณภาพ

4) การประเมินความพึงพอใจจากกลุ่มตัวอย่าง นักท่องเที่ยวชาวไทยใน ต.นกกอก อ.ปรางค์ชัย จ.นครราชสีมา จำนวน 342 คน ในการประเมินผลและการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยจึงใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 370 คน ใช้การสุ่มโดยบังเอิญ (Accidental Sampling) ซึ่ง

ถือได้ว่าผ่านเกณฑ์ตามที่เงื่อนไขที่กำหนด คือ ไม่น้อยกว่า 342 คน โดยการคำนวณสูตรของ ทาโร ยามานะ (Taro Yamane) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และกำหนดความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ .05

## 6. ผลการศึกษา

แนวคิดในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ หลังจากลงพื้นที่เก็บข้อมูลจากผู้นำชุมชน จึงร่างแบบเพื่อพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ และลงพื้นที่บันทึกภาพถ่าย เข้าสู่กระบวนการออกแบบและหาแรงบันดาลใจในการออกแบบ นำเสนอชุมชนจำนวน 3 รูปแบบและเมื่อเลือกแบบใดแบบหนึ่งแล้วชุมชนสามารถให้ข้อเสนอแนะเพื่อให้เกิดการออกแบบอย่างมีส่วนร่วม หลังจากสรุปข้อมูลจากความคิดเห็นของชุมชนแล้ว จึงเข้าสู่กระบวนการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ โดยมีขั้นตอนดังนี้

### 6.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเมื่อได้ข้อมูลบริบทของชุมชนตำบลนกกอก

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเมื่อได้ข้อมูลบริบทของชุมชนตำบลนกกอก นำมาวิเคราะห์และสรุปผลเพื่อออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมการท่องเที่ยว ที่จะนำมาออกแบบเป็นแผนที่ท่องเที่ยว และสื่อดิจิทัล โดยเลือกลักษณะที่เป็นภาพแทนความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชนตำบลนกกอก ดังนี้

1) วัดนกกอก ภายในวัดมีศาสนอาคารที่เก่าแก่และสำคัญ คือ อุโบสถหรือสิม และหอไตรกลางน้ำ มีความงดงามทางศิลปะ ภาพเขียนสีเป็นฝีมือช่างเขียนพื้นบ้านเรื่องราวเกี่ยวกับสัตว์ป่าหิมพานต์ 2) ชุมชนมอญบ้านพระเพลิงเด่นในเรื่องมอญรำ นาฏศิลป์ชั้นสูงของชาวมอญ เครื่องดนตรีและภาษามอญ ยึดมั่นในพระพุทธศาสนา โดยมีรูปปั้นหงส์หล่อสำริดตั้งประจำเป็นสัญลักษณ์ของชาวมอญบ้านพระเพลิง 3) ขบวนบุปผชาติวันสงกรานต์ จัดขึ้นในช่วงวันที่ 13-15 เมษายน ของทุกปี มีรถแห่ขบวนบุปผชาติและพระพุทธรูป เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ตรงน้ำพระเพื่อเป็นสิริมงคลในวันสงกรานต์ 4) เทศน์มหาชาติ มีอยู่ด้วยกันทั้งหมด 13 กัณฑ์ ความเชื่อว่าการได้ฟังแล้วจะได้กุศลและตั้งใจฟังให้จบในวันเดียวจะได้พบพระศรีอริยเมตไตรยโพธิสัตว์ ซึ่งจะมาตรัสรู้เป็นพระพุทธเจ้าในอนาคต

### 6.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้นำชุมชน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้นำชุมชน จำนวน 32 คน ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ผู้วิจัยได้เลือกใช้ Moodboard ในการถ่ายทอดและสื่อสารความคิดระหว่างนักวิจัยกับผู้กลุ่มผู้นำชุมชน เพื่อให้ทุกฝ่ายเห็นภาพและเข้าใจตรงกันโดยใช้ข้อความ ภาพ และสัญลักษณ์ประกอบกันเพื่อนำเสนอแนวคิด นำมาทำเป็นแนวทางในการออกแบบ 3 รูปแบบ (ดังตารางที่ 1) ดังนี้

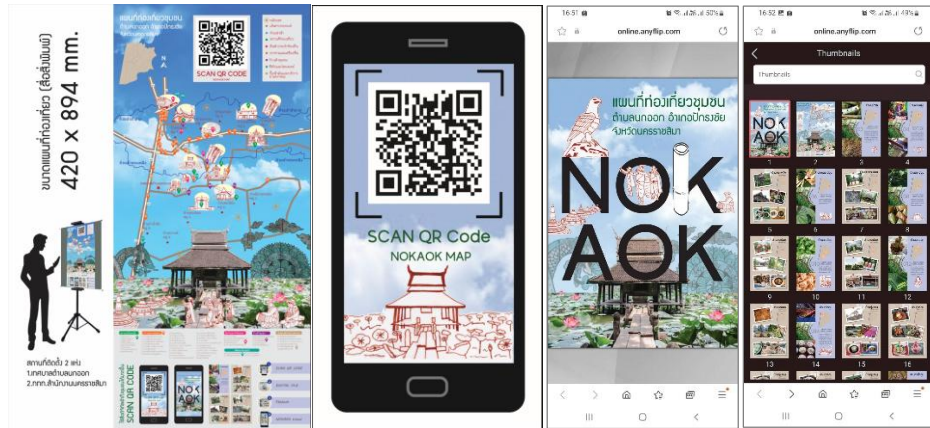
ตารางที่ 1 แสดงรูปแบบผลงานและผลการคัดเลือกรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์

| Moodboard                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | รูปแบบผลงาน                                                                                                                                                                | ผลการคัดเลือก                                                                                                                                                    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>รูปแบบที่ 1 (Moodboard 1)</b> นำแรงบันดาลใจจากวัดปทุมคงคา (วัดนกกอก) อ.ปทุมธานี จ.นครราชสีมา ภายในวัดมีศาสนอาคารที่เก่าแก่และสำคัญคือ อุโบสถหรือสิม และหอไตรกลางน้ำ มีความงดงามทางศิลปะภาพเขียนสีเป็นฝีมือช่างเขียนพื้นบ้าน เรื่องราวเกี่ยวกับสัตว์ป่าหิมพานต์ พระอุโบสถไม่มีลวดลายการแกะสลักบนกรอบประตู</p> | <br> | <p>จำนวน 14 คน (ความถี่ 14)</p> <p><b>ข้อเสนอแนะ</b></p> <p>หอไตรกลางน้ำ ภาพจิตรกรรมบนเพดาน</p> <p>สื่อสารถึงตำบลนกกอก ชื่อวัดกับชื่อตำบลบอกชื่อพื้นที่ได้ดี</p> |

ตารางที่ 1 (ต่อ) แสดงรูปแบบผลงานและผลการคัดเลือกรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์

| Moodboard                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | รูปแบบผลงาน                                                                        | ผลการคัดเลือก                                                                                                                                           |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>รูปแบบที่ 2 (Moodboard 2)</b> นำแรงบันดาลใจจากขบวนบุปผชาติวันสงกรานต์จัดขึ้นในช่วงวันที่ 13-15 เมษายน ของทุกปี เป็นกิจกรรมในวังสงกรานต์ มีรถแห่ขบวนบุปผชาติและพระพุทธรูปเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สรงน้ำพระเพื่อเป็นสิริมงคลในวันสงกรานต์ มีเส้นทางจัดขบวนรถแห่จากวัดพระเพลิง ผ่านวัดม่วงสระน้อย ไปสิ้นสุดที่วัดนกออก</p>                                                                                                         |   | <p>จำนวน 8 คน (ความถี่ 8)</p> <p><b>ข้อเสนอแนะ</b><br/>การใช้ กราฟิก icon สีดำ ขนาดเล็ก อาจจะไม่สื่อสารได้ดี</p>                                        |
| <p><b>รูปแบบที่ 3 (Moodboard 3)</b> นำแรงบันดาลใจจากเทศน์มหาชาติเป็น ประเพณี ของพุทธศาสนิกชนชาวไทยเพราะมีความเชื่อว่าถ้าผู้ใดได้ฟังเทศน์มหาชาติแล้วจะได้กุศลแรงและหากใครตั้งใจฟังให้จบ 13 กัณฑ์ ในวันเดียวจะได้เกิดร่วมและพบพระศรีอริยเมตไตรยโพธิสัตว์ ซึ่งจะมาตรัสรู้เป็นพระพุทธเจ้าในอนาคต การเทศน์มหาชาตินั้น เป็นเรื่องราวเกี่ยวกับพระเวสสันดรอันเป็นพระชาติสุดท้ายของพระบรมโพธิสัตว์ ก่อนที่จะตรัสรู้เป็นพระสัมมาสัมพุทธเจ้า</p> |  | <p>จำนวน 12 คน (ความถี่ 12)</p> <p><b>ข้อเสนอแนะ</b><br/>ภาพถ่ายที่อยู่ในแผนที่สื่อสารถึงสถานที่ท่องเที่ยวตำบลนกออกได้ดี แสดงอาณาเขตของพื้นที่ได้ดี</p> |

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้นำชุมชน ตัวแทนชุมชน จำนวนทั้งหมด 32 คน มีความนิยมสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน รูปแบบที่ 1 มากที่สุด จำนวน 14 คน (ความถี่ 14) รองลงมา รูปแบบที่ 3 จำนวน 12 คน (ความถี่ 12) และรูปแบบที่ 2 จำนวน 8 คน (ความถี่ 8) สรุปแนวคิด (concept design) ได้ว่ารูปแบบที่ 1 ได้รับความนิยมมากที่สุด แต่มีข้อสังเกตว่าควรปรับปรุงโดยนำภาพในรูปแบบที่ 3 มาใช้ด้วยเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เห็นภาพจริงของสถานที่ท่องเที่ยวเป็นประโยชน์ต่อการสื่อสารอย่างชัดเจน จึงได้แนวทางการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อใช้ควบคู่กับสื่อสิ่งพิมพ์ นักท่องเที่ยวสามารถใช้สมาร์ตโฟนสแกนคิวอาร์โค้ด การประเมินคุณภาพสื่อประชาสัมพันธ์โดยผู้เชี่ยวชาญได้ผลงานออกแบบแผนที่ท่องเที่ยวและสื่อดิจิทัล (ภาพที่ 5) ดังนี้



ภาพที่ 5 สื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน แผนที่ท่องเที่ยวและสื่อดิจิทัล

6.3 ผลการประเมินคุณภาพของสื่อประชาสัมพันธ์โดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 7 คน

ตารางที่ 2 ผลการประเมินคุณภาพสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน

| รายการประเมิน                                                              | แผนที่ท่องเที่ยว |      | สื่อดิจิทัล |      |
|----------------------------------------------------------------------------|------------------|------|-------------|------|
|                                                                            | $\bar{X}$        | S.D. | $\bar{X}$   | S.D. |
| 1. ข้อมูลการท่องเที่ยวชุมชนตำบลนกกอกมีความครบถ้วน                          | 4.14             | 0.38 | 4.43        | 0.53 |
| 2. ข้อมูลชัดเจนมีความกระชับ เข้าใจง่าย                                     | 4.00             | 0.00 | 4.14        | 0.38 |
| 3. รูปแบบตัวอักษรอ่านง่าย                                                  | 4.14             | 0.69 | 4.29        | 0.49 |
| 4. การใช้สีของภาพกราฟิกมีความเหมาะสม                                       | 3.86             | 0.38 | 4.00        | 0.00 |
| 5. รูปภาพนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนได้เป็นอย่างดี                       | 4.86             | 0.38 | 5.00        | 0.00 |
| 6. ภาพประกอบบนแผนที่สามารถสร้างภาพลักษณ์และการจดจำที่ดีให้กับการท่องเที่ยว | 3.71             | 0.49 | 3.86        | 0.38 |
| 7. ภาพพื้นหลังของแผนที่แสดงออกถึงชุมชนตำบลนกกอก                            | 4.29             | 0.49 | 4.57        | 0.79 |
| 8. แผนที่นำเสนอแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนได้อย่างชัดเจน                       | 4.57             | 0.79 | 4.86        | 0.38 |
| 9. การสื่อความหมายของสัญลักษณ์ในแผนที่                                     | 4.29             | 0.76 | 4.57        | 0.53 |
| 10. แผนที่แสดงที่ตั้งตำแหน่งของสถานที่ท่องเที่ยวชุมชนโดยภาพรวมอย่างครบถ้วน | 4.57             | 0.53 | 4.71        | 0.49 |
| รวม                                                                        | 4.24             | 0.49 | 4.44        | 0.40 |

จากตารางที่ 2 การประเมินคุณภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน ส่วนแผนที่ท่องเที่ยว พบว่า รูปภาพนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนได้เป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ย 4.86 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.38 ผลการประเมินในระดับมากที่สุด ส่วนสื่อดิจิทัล พบว่า รูปภาพนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนได้เป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ย 5.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.00 ผลการประเมินในระดับมากที่สุด ผลรวมการประเมินคุณภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ย 4.34 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.45 ผลการประเมินในระดับมาก

68.4 การประเมินความพึงพอใจจากกลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยว จำนวน 370 คน

ตารางที่ 3 ผลการประเมินความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน

| รายการประเมิน                                                                      | แผนที่ท่องเที่ยว |      | สื่อดิจิทัล |      |
|------------------------------------------------------------------------------------|------------------|------|-------------|------|
|                                                                                    | $\bar{X}$        | S.D. | $\bar{X}$   | S.D. |
| 1. ช่วยในการกระจายข้อมูลและสร้างความรู้ ความเข้าใจต่อการท่องเที่ยวในชุมชนตำบลนกออก | 4.51             | 0.63 | 4.55        | 0.61 |
| 2. สร้างความสนใจ และดึงดูดความสนใจในการนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน               | 4.50             | 0.66 | 4.53        | 0.65 |
| 3. เผยแพร่ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวได้อย่างรวดเร็วและทันสมัย (QR Code และ URL)       | 4.68             | 0.47 | 4.70        | 0.46 |
| 4. สร้างภาพลักษณ์ และการจดจำที่ดีให้กับการท่องเที่ยวโดยรวม                         | 4.64             | 0.60 | 4.62        | 0.61 |
| 5. ส่งเสริมการท่องเที่ยวของแหล่งชุมชนตำบลนกออก                                     | 4.71             | 0.48 | 4.78        | 0.42 |
| รวม                                                                                | 4.61             | 0.57 | 4.64        | 0.55 |

จากตารางที่ 3 ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน ส่วนแผนที่ท่องเที่ยว พบว่าส่งเสริมการท่องเที่ยวของแหล่งชุมชนตำบลนกออก มีค่าเฉลี่ย 4.71 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.48 ผลการประเมินในระดับมากที่สุด ส่วนสื่อดิจิทัล พบว่า ส่งเสริมการท่องเที่ยวของแหล่งชุมชนตำบลนกออก มีค่าเฉลี่ย 4.78 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.42 ผลการประเมินในระดับมากที่สุด ผลรวมการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง มีค่าเฉลี่ย 4.63 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.56 ผลการประเมินในระดับมากที่สุด

## 7. สรุปและอภิปรายผล

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ผลการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ คือแผนที่ท่องเที่ยวแนะนำเสนอในรูปแบบสิ่งพิมพ์ และสื่อดิจิทัลนำเสนอในรูปแบบไฟล์ดิจิทัลใช้ QR Code เป็นการใช้งานระหว่างสิ่งพิมพ์และสื่อดิจิทัลควบคู่กัน แบ่งข้อมูลเป็นสถานที่ท่องเที่ยว สินค้าประจำท้องถิ่น อาหารและเครื่องดื่ม ร้านค้าชุมชน โฮมสเตย์และรีสอร์ท ปั่นน้ำมันและบริการยานพาหนะ ซึ่งสอดคล้องกับ ฅกฤษ รัตนวงศา และคณะ (2563, น.42) ได้กล่าวว่า แผนที่ท่องเที่ยวสามารถนำเสนอข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดประโยชน์กับนักท่องเที่ยวและสามารถนำไปใช้งานได้จริง อ้างถึงใน วิโรจน์ ศรีทัญญ (2565, น.121) ในกลุ่มนักท่องเที่ยวคนรุ่นใหม่ที่ชอบการสื่อสารที่ทันสมัย กล่าวคือ เน้นการใช้สื่อที่เป็นรูปธรรมจับต้องได้ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์แนะนำเส้นทางท่องเที่ยวพร้อม QR Code สื่อดิจิทัลตอบสนองพฤติกรรมของผู้อ่านซึ่งชื่นชอบความสะดวกเข้าถึงเนื้อหาได้ทุกที่ ทุกเวลา ซึ่งสอดคล้องกับ ศิริพร น้อยอำภา และอรทัย สุทธิจิรัช, (2564, น.213-215) ได้กล่าวว่า การนำสมาร์ตโฟนไปสแกน QR Code ที่อยู่ในสิ่งพิมพ์สามารถเข้าถึงเนื้อหาที่นำเสนอได้รวดเร็วและเข้าถึงข้อมูลได้ตามความต้องการ

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ผลการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ พบว่า แผนที่ท่องเที่ยวและสื่อดิจิทัลมีการประเมินความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด คือส่งเสริมการท่องเที่ยวของแหล่งชุมชนตำบลนกออก โดยมีองค์ประกอบของภาพถ่าย ภาพประกอบ ข้อมูล แนวคิดในการออกแบบ และ QR Code ซึ่งสอดคล้องกับ ชลธิดา เกษเพชร (2565, น.29) ได้กล่าวว่า ผลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์อยู่ในระดับดี แสดงให้เห็นว่ารูปแบบของการจัดวางองค์ประกอบ แนวคิดในการออกแบบ รวมทั้งการนำเสนอเนื้อหาที่มีความเหมาะสมและช่วยดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งสอดคล้องกับ บัณฑิต โดทรัพย์ และคณะ (2562, น.190-192) ได้กล่าวว่า การเข้าถึงข้อมูลด้วยเทคโนโลยีคิวอาร์โค้ด นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวชุมชนมีความพึงพอใจมากที่สุด

## 8. ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลงานวิจัยไปใช้ รูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีรูปแบบตอบสนองพฤติกรรมของผู้อ่านที่เปลี่ยนแปลงไปจากกระดาษเป็นหน้าจอสัมผัสด้วยปลายนิ้ว จะช่วยดึงดูดให้เกิดความสนใจสถานที่ท่องเที่ยวที่ต้องการประชาสัมพันธ์ ที่กระตุ้นให้อยากอ่านและติดตามข้อมูล

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป พัฒนาต่อยอดเป็นแอปพลิเคชันแผนที่ท่องเที่ยวชุมชน การเชื่อมโยงกับ UxUi ในงานออกแบบก็จะน่าสนใจมากขึ้น รวมถึงการบุกลุ่มตัวอย่างให้ชัดเจน เช่น อายุ เพศ การศึกษา อาชีพ เป็นต้น จะทำให้งานออกแบบตอบโจทย์ผู้ใช้อย่างมีประสิทธิภาพ

## 9. กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยครั้งนี้ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน ปีงบประมาณ 2567 ขอขอบคุณผู้นำชุมชน และตัวแทนจากชุมชนตำบลนกกอก ผู้เชี่ยวชาญทุกท่านที่ได้กรุณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญประเมินผลงาน กลุ่มตัวอย่างทุกคนที่ให้ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ ส่งผลให้งานวิจัยบรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ตั้งไว้ และสำเร็จสมบูรณ์ไปด้วยดี

## 10. เอกสารอ้างอิง

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2567, 25 กรกฎาคม). รายงานประจำปีท่องเที่ยวไทย. ททท. (tat). <https://www.tat.or.th/th/about-tat/annual-report>
- ข้อมูลพื้นฐานตำบลนกกอก. (2566, 20 ตุลาคม). เทศบาลตำบลนกกอก อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา. (nokaoklocal). <https://www.nokaoklocal.go.th/ข้อมูลพื้นฐาน/>
- คณะผู้จัดทำบริษัท โกลบเทค จำกัด. (2556). *แผนที่ทางหลวงเพื่อการเดินทางและการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ชลธิดา เกษเพชร. (2565). การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ชุมชนแม่แจ่ม จังหวัดลำปาง. *ดีไซน์เอกโควารสารวิชาการด้านการออกแบบ*, 3(2), 22-30.
- ณกฤษ รัตนวงศา, สุวรรณรัตน์ พุทธอุปถัมภ์ และ เพ็ญฤทัย หนูสวัสดิ์. (2563). แผนที่ท่องเที่ยวแบบความจริงเสมือน กรณีศึกษา อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. *วารสารสาระคาม*, 11(1), 33-44.
- ณัฐชดา วิจิตรจามรี. (2559). *หลักการประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์.
- ทักษิณา ชัยอิทธิพรวงศ์. (2560). *การออกแบบและผลิตนิตสาร จากสื่อสิ่งพิมพ์สู่สื่อดิจิทัล*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บัวผืน โดทรัพย์, พวงเพ็ญ ชูรินทร์, จิตติมา จ้อยเจือ และ อโศก ศรีสวัสดิ์. (2562). การศึกษาการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผ่านสื่อสังคม ออนไลน์ : กรณีศึกษาชุมชนพุมเรียง อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี. *วารสารนิเทศศาสตร์ธุรกิจบัณฑิตย์*, 13(2), 190-192.
- รายงานข้อมูลตำบลนกกอก. (2566, 23 ตุลาคม). จำนวนประชากรทั้งหมด. [ เขต 9 ] -> [ จังหวัด นครราชสีมา ] -> [อำเภอ ปักธงชัย ] -> [ตำบล นกกอก ]. [https://3doctor.hss.moph.go.th/main/rp\\_village?region=9&prov=MzA=&provn=4LiZ4LiE4Lij4Lij4Liy4LiK4LiQ4Li14Lih4Liy&amid=3014&ampr=4Lib4Lix4LiB4LiY4LiH4LiK4Lix4Lii&tamid=301406&tamname=4LiZ4LiB4Lit4Lit4LiB](https://3doctor.hss.moph.go.th/main/rp_village?region=9&prov=MzA=&provn=4LiZ4LiE4Lij4Lij4Liy4LiK4LiQ4Li14Lih4Liy&amid=3014&ampr=4Lib4Lix4LiB4LiY4LiH4LiK4Lix4Lii&tamid=301406&tamname=4LiZ4LiB4Lit4Lit4LiB)
- รุ่งรวี จิตภักดี. (2566). *นวัตกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชน*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิโรจน์ ศรีทัญญ. (2565). การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ดิจิทัลในยุคการหลอมรวมสื่อเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงคราม. *วารสารสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา*, 7(2), 121-131.
- วิลาวัณย์ ขมนิรัตน์. (2564). *การมีส่วนร่วมของชุมชน : จากแนวคิดสู่การพัฒนาสุขภาพชุมชน*. ขอนแก่น: คลังนาวิทยา.
- ศรัณย์ บุญประเสริฐ และ ยอด เนตรสุวรรณ. (2563, 2 มีนาคม). *ท่องเที่ยวชุมชน บนเส้นทางเรียนรู้*. กรมส่งเสริมวัฒนธรรม. ( DEPARTMENT OF CULTURE PROMOTION). [https://www.culture.go.th/culture\\_th/ewt\\_news.php?nid=4812&filename=index](https://www.culture.go.th/culture_th/ewt_news.php?nid=4812&filename=index)
- ศิริพร น้อยอำคา และ อรทัย สุทธิจักษ์. (2564). สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์แบบมีปฏิสัมพันธ์ด้วยเทคนิค QR Code บนสมาร์ตโฟน แอนดรอยด์. *วารสารวิชาการ ศิลปะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครสวรรค์*, 12(1)
- สกนธ์ ภู่งามดี. (2546). *การออกแบบและผลิดงานโฆษณา*. กรุงเทพฯ: แชนโฟร์พรีนติ้ง จำกัด.
- สมาคมการพิมพ์ไทย. (2566, 12 ธันวาคม). แนวทางการพัฒนาสิ่งพิมพ์ออนไลน์ในยุคดิจิทัล. สมาคมการพิมพ์ไทย. (The Thai Printing Association). <https://www.thaiprint.org/2022/04/vol135/industrial135-03/>
- องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน). (2567, 25 กรกฎาคม). คู่มือแนวทางการปฏิบัติ ตามมาตรฐานการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. อพท. (STMS). <https://www.dasta.or.th/th/article/3122>
- อรุณรัตน์ ชินวรรณ. (2553). *สื่อประชาสัมพันธ์= PUBLIC RELATIONS MEDIA*. กรุงเทพฯ: วี.พี.เอ็น.