

การพัฒนาแผนที่อิเล็กทรอนิกส์แบบปฏิสัมพันธ์เพื่อประชาสัมพันธ์
แหล่งท่องเที่ยว 9 วัด ของจังหวัดอุบลราชธานี

The Development of an Interactive Electronic Maps for Promoting Tourist Attractions
in 9 temples of Ubon Ratchathani Province

ธเนศ ศรพรหม^{*1}

¹คณะวิทยาการคอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

E-mail: Tanet.s@ubru.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อ 1) ศึกษาอัตลักษณ์สำคัญในการออกแบบสัญลักษณ์ทางแผนที่ และข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานี เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบแผนที่อิเล็กทรอนิกส์แบบปฏิสัมพันธ์ 2) พัฒนาแผนที่อิเล็กทรอนิกส์แบบปฏิสัมพันธ์เพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานี 3) ศึกษาความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อแผนที่อิเล็กทรอนิกส์แบบปฏิสัมพันธ์ที่พัฒนาขึ้น

กลุ่มตัวอย่างคือกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ ผู้บริหารท้องถิ่นในพื้นที่กรณีศึกษาจำนวน 9 คน และนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีจำนวน 100 คน ซึ่งใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย 1) แบบสอบถามความต้องการของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 2) แบบประเมินคุณภาพสื่อโดยผู้เชี่ยวชาญ 3) แบบประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง 4) สื่อปฏิสัมพันธ์ต้นแบบแผนที่อิเล็กทรอนิกส์แบบปฏิสัมพันธ์เพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว 9 วัด ของจังหวัดอุบลราชธานี สถิติที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานผลการวิจัยปรากฏดังนี้

1) สถานที่ที่แสดงถึงอัตลักษณ์ของจังหวัดอุบลราชธานีที่ใช้จัดทำสื่อปฏิสัมพันธ์ต้นแบบมี 9 วัด ได้แก่ วัดหนองบัว วัดมหาวนาราม (วัดป่าใหญ่) วัดมณีวนาราม (วัดป่าน้อย) วัดทุ่งศรีเมือง วัดเลียบ วัดหลวง วัดสุภานุรามวรวิหาร วัดศรีอุบลรัตนาราม และวัดใต้ และกระบวนการการทำงานของแผนที่อิเล็กทรอนิกส์แบบปฏิสัมพันธ์ประกอบไปด้วย 1) ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับวัดและแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัด 2) เก็บข้อมูลถ่ายภาพสถานที่จริงและสัมภาษณ์หัวหน้าชุมชนของแหล่งท่องเที่ยว 3) ออกแบบและพัฒนาขึ้นงาน 4) แก้ไขชิ้นงานตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ 5) ผลงานเสร็จสมบูรณ์

2) ผู้วิจัยได้พัฒนาสื่อแผนที่อิเล็กทรอนิกส์แบบปฏิสัมพันธ์ขึ้นโดยมีลักษณะโต้ตอบกับผู้ใช้กันอย่างอิสระ สามารถเลือกดูข้อมูล ภาพถ่ายของสถานที่ท่องเที่ยวและเส้นทางการเดินทางได้อย่างสะดวกในรูปแบบของสื่อออนไลน์

3) จากการประเมินคุณภาพของสื่อโดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน พบว่าสื่อมีคุณภาพอยู่ในระดับมากที่สุดที่คะแนนเฉลี่ย 4.60 เนื้อหาและรูปแบบมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย สามารถนำไปใช้ในการศึกษากลุ่มตัวอย่างได้ และจากการศึกษาความพึงพอใจพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อสื่อแผนที่อิเล็กทรอนิกส์แบบปฏิสัมพันธ์ในระดับมาก ที่คะแนนเฉลี่ย 4.48

คำสำคัญ: แผนที่อิเล็กทรอนิกส์แบบปฏิสัมพันธ์ การออกแบบสัญลักษณ์บนแผนที่ สื่อประชาสัมพันธ์

Abstract

This research aimed to 1) study identity of map symbols design and information about tourist attractions in 9 temples of Ubon Ratchathani province for develop an interactive electronic map, 2) develop an interactive electronic map for promoting tourist attractions in 9 temples of Ubon Ratchathani province, 3) survey satisfactions of the improved media.

The study was a survey research and data collection using documents and questionnaire from the key informants which are 9 district administrations in the study area and 100 of tourists that traveling in 9 temples of Ubon Ratchathani province which are collected data by accidental sampling method. Moreover,

research tools included 1) questionnaire for needs of promoting media, 2) media quality evaluation form by an expert 3) satisfaction rating assessment, and 4) an interactive electronic map for promoting tourist attractions in 9 temples of Ubon Ratchathani province. The statistic used in this study were percentage, mean and standard deviation.

The study results were as follows:

1. Identity of tourist attraction in 9 temples of Ubon Ratchathani province are 9 temples that wat phra that nong bua, Wat Maha Wanaram, Wat Manee Wanaram, Wat Thung Si Muang, Wat liap, Wat Luang, Wat Su Patnamaram Worawihan, Wat Si Ubon Ratnararam, Wat Chaichumphon Chanasongkhram. The procedure of this thesis were 1) study and analyze about tourist attraction in study area, 2) collecting photos data by interview district administrations in the study area, 3) design and develop prototype media, 4) improve prototype media following experts and, 5) completed media.

2. An interactive electronic map for promoting tourist attractions in 9 temples of Ubon Ratchathani province is an offline media that can be independently respond, As well as, users can freely choose to visit tourist attraction easily with the menu of photos, maps, routes and others.

3. The media quality evaluation from 3 experts showed that the quality of the media was at the level of “highest” with the average score 4.60. The contents and patterns of this media were appropriate to target group and able to use for collecting data from sample groups. And the satisfaction of an interactive electronic maps for promoting tourist attractions in 9 temples of Ubon Ratchathani province by the target group was at the level of the “high” with the average score 4.48.

Keyword: Interactive Electronic Map, Map Symbols Design, Public Relations Media

บทนำ

ในปัจจุบันธุรกิจการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมภาคบริการที่มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาประเทศและพัฒนาเศรษฐกิจ เพราะนอกจากจะสร้างรายได้โดยมีมูลค่าเป็นอันดับหนึ่งของประเทศแล้วยังเป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดการพัฒนาและการลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวข้องในด้านต่างๆ ทำให้เกิดการจ้างงานและการกระจายรายได้ในภาคเศรษฐกิจ ทั้งนี้เนื่องจากรัฐบาลมีการส่งเสริม สนับสนุน และมีแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติจึงทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างมากมายทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ (คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ 2555) นอกจากนี้รัฐบาลยังเห็นว่าการท่องเที่ยวภายในประเทศ ถือเป็นบริการและสวัสดิการทางสังคมที่รัฐพึงส่งเสริมและจัดให้กับประชาชน ซึ่งถ้าได้มีการดำเนินการโดยเหมาะสมแล้ว ก็จะเป็นรูปแบบหนึ่งของการศึกษาที่ช่วยพัฒนาโลกทัศน์และภูมิปัญญา รวมทั้งเป็นการยกระดับความคิด จิตสำนึก ความรับผิดชอบต่อแผ่นดินเกิดและยังสร้างความภูมิใจ ความรักหวงแหนในทรัพยากรและสมบัติทางวัฒนธรรมของชาติอีกด้วยปัจจุบันจึงมีความพยายามที่จะ

ส่งเสริมให้คนไทยท่องเที่ยวภายในประเทศมากยิ่งขึ้น เพื่อสนับสนุนและร่วมมือกับธุรกิจภาคเอกชนและหน่วยงานของรัฐในท้องถิ่น ในการที่จะเผยแพร่ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศงานเทศกาลและงานประเพณีต่างๆ เพื่อที่จะดึงดูดใจให้มีการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี (นารี เทพสุภรณ์กุล 2550) รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของประชาชนที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไปจำนวน 65,868 ราย พบว่า คนไทยเที่ยวในประเทศมากขึ้นโดยภูมิภาคที่ได้รับความนิยมมากที่สุดได้แก่ ภาคตะวันออก เชียงเหนือ และเมื่อพิจารณาในรายภาคที่ประชาชนเดินทางไปท่องเที่ยว ภาพรวมของประชาชน 1 ใน 3 หรือ ร้อยละ 34.2 ไปท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือมากที่สุด รองลงมาคือภาคกลาง ร้อยละ 30.7 และภาคตะวันออก ร้อยละ 18.2 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ 2556) และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ หรือ ภาคอีสานนั้น นอกจากจะมีแหล่งท่องเที่ยวสวยงามที่มีความหลากหลาย ทั้งแหล่งธรรมชาติ ดินแดนประวัติศาสตร์แล้ว ยังมีเทศกาลและงานประเพณี

หมุนเวียนมาให้ได้สนุกสนานตื่นตาตื่นใจกันตลอดปี ความอลังการและสีสันของเทศกาลงานประเพณีของไทย สะท้อนภาพความสมบูรณ์ วิถีวัฒนธรรม และการก้าวตาม ความเจริญของโลกได้อย่างน่าภาคภูมิใจ ไม่ว่าจะเป็นเทศกาล ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีพื้นบ้าน ศิลปะสมัยใหม่ สีสัน ไม้ดอกไม้ประดับ ขบวนบุปผาชาติ เป็นต้น

จังหวัดอุบลราชธานีเป็นจังหวัดที่ตั้งอยู่ใต้สุดของ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีบรรยากาศของเมืองที่สงบเงียบ และเรียบง่ายตามแบบฉบับของเมืองอีสาน อุบลราชธานีมี ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่โดดเด่นในด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และประเพณี เนื่องจากยังมีความเจริญไม่มากนัก ผู้ที่มายเยี่ยมเยือนเมืองนี้จึงได้สัมผัสกับวิถีชีวิตชาวอีสาน อันเรียบง่ายและบริสุทธิ์ เป็นเสน่ห์ที่นับวันจะหาได้ยาก ในสังคมเมืองปัจจุบัน

ในปัจจุบัน เทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามามี บทบาทสำคัญในชีวิตและสังคมของไทยมากขึ้นเรื่อยๆ ไม่ว่าจะเป็นการทำงาน สื่อสาร การนัดหมายและการเดินทางท่องเที่ยว กิจกรรมในชีวิตประจำวันต่างๆ ล้วนแล้วแต่ มีเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามา เกี่ยวข้องอยู่ด้วยเราจึงไม่สามารถปฏิเสธความสำคัญของ เทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งมีอิทธิพลต่อผู้คนมากมายใน ปัจจุบันได้โดยเฉพาะในด้านการท่องเที่ยวที่ในปัจจุบันนักท่องเที่ยว หรือผู้ที่เตรียมตัวจะเดินทางท่องเที่ยวจำนวนมาก ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ โดยเฉพาะอินเทอร์เน็ตในการ ค้นหาข้อมูลเพื่อเตรียมตัวในการเดินทาง รวมไปถึงการจอง เที่ยวบิน โรงแรม ร้านอาหาร และการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ ด้านการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นรายการท่องเที่ยว รถเช่า หรือแม้แต่บทความ ซึ่งแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว (อัศวิน จิตต์จำนง ม.ป.ป.)

สำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว หน่วยงานหลัก อาทิ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้มีการพัฒนา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ต่างๆ โดยมีการจัดทำ เว็บไซต์เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ด้านข้อมูล เกี่ยวกับประเทศไทยและข้อมูลที่จำเป็นสำหรับการท่องเที่ยว เช่น การขอวีซ่าเวลาทำการของสถานที่ราชการต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวตั้งแต่ก่อนการเดินทางอัปเดตข่าวสารงานเทศกาลและกิจกรรมทางการท่องเที่ยว คั้นหารายชื่อโรงแรม ทัวร์ และร้านอาหารแผนที่ ประเทศไทยที่สามารถเข้าไปดูรายละเอียดผลิตภัณฑ์ ทางการท่องเที่ยวในจังหวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว นำเสนอ ข้อเสนอต่างๆ ในราคาพิเศษ การวางแผนการเดินทาง และ

แบ่งปันประสบการณ์หลังการเดินทางผ่านการอัปเดตเรื่องราว รูป และวิดีโอต่างๆ ขึ้นบนเว็บไซต์ (อัศวิน จิตต์จำนง ม.ป.ป.)

หากแต่การให้ข้อมูลสารสนเทศด้านการเดินทาง ของจังหวัดอุบลราชธานีนั้นยังไม่ได้รับการพัฒนาและการ ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวที่ควร ดังนั้น ผู้วิจัยจึง สนใจที่จะพัฒนาแผนที่อิเล็กทรอนิกส์แบบปฏิสัมพันธ์ ในรูปแบบ interactive กับผู้ใช้งาน โดยใช้โปรแกรม Adobe Flash cc, Adobe Photoshop cc, Adobe Illustrator cc ในการผลิตสื่อ เพื่อประชาสัมพันธ์แหล่ง ท่องเที่ยว 9 วัด ในตัวจังหวัดอุบลราชธานี โดยข้อมูลของ แต่ละสถานที่ท่องเที่ยวจะถูกรวบรวมและจัดทำเป็น สัญลักษณ์ที่ใช้สื่อความหมายของแต่ละสถานที่เพื่อให้ง่าย ต่อการจดจำ โดยให้ข้อมูลสำคัญของวัดนั้นๆ ตำแหน่งที่ตั้ง ประวัติ เป็นต้น แสดงออกมาในรูปแบบแผนที่ นอกจากนี้ ตัวสื่อปฏิสัมพันธ์จะสามารถโต้ตอบกับผู้ใช้งานได้ เพื่อ เป็นการกระตุ้นการรับรู้ ทั้งนี้การจัดทำแผนที่อิเล็กทรอนิกส์ แบบปฏิสัมพันธ์นี้ก็เพื่อเป็นกระตุ้นการท่องเที่ยว 9 วัด ในจังหวัดอุบลราชธานี เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายของ รัฐบาลในปัจจุบัน และผลงานสามารถนำไปพัฒนาประยุกต์ ใช้กับสถานที่ท่องเที่ยวทั่วประเทศอีกด้วย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาอัตลักษณ์สำคัญในการออกแบบ สัญลักษณ์ทางแผนที่ และข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับแหล่ง ท่องเที่ยว 9 วัด ของจังหวัดอุบลราชธานี เพื่อเป็นแนวทาง ในการออกแบบแผนที่อิเล็กทรอนิกส์แบบปฏิสัมพันธ์
2. พัฒนาแผนที่อิเล็กทรอนิกส์แบบปฏิสัมพันธ์ เพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว 9 วัด ของจังหวัด อุบลราชธานี
3. ศึกษาความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มี ต่อแผนที่อิเล็กทรอนิกส์แบบปฏิสัมพันธ์ที่พัฒนาขึ้น

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้แก่นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว 9 วัด ในตัว จังหวัดอุบลราชธานี โดยคาดการณ์จากจำนวนนักท่องเที่ยว ในปี พ.ศ. 2558 ที่เข้ามาเยือนจังหวัดอุบลราชธานี

จำนวน 479,078 คน (สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา 2558)

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มด้วยกัน คือ

1. กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ บุคลากรในวัด ทั้ง 9 วัด เช่น เจ้าอาวาส พระ เป็นต้น ในอำเภอเมืองจังหวัด อุบลราชธานี กรณีศึกษา จำนวน 9 คน

2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้สื่อทดลอง คัดเลือกโดยใช้วิธีการเปิดตารางของ ทาโร่ยามาเน่ (Taro Yamane) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และความคลาดเคลื่อนที่ 10% จากขนาดกลุ่มประชากรที่ทำการศึกษานั้น ต้องใช้กลุ่มตัวอย่างทำแบบสอบถามทั้งหมด 100 ชุด และผู้วิจัยได้เลือกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

จากที่กล่าวมานั้นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดมีจำนวนทั้งสิ้น 109 คน

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในขั้นตอนของการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้จำแนกการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 2 ระยะ ที่สัมพันธ์กับรูปแบบของการเก็บข้อมูล ซึ่งโครงสร้างในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ผู้วิจัยใช้จะอยู่ในรูปแบบของการวิจัยเชิงผสม ทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ระยะที่ 1 ผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์ข้อมูลอยู่ 2 ส่วนสำคัญคือ การวิเคราะห์เอกสารงานวิจัยและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูลภาคสนาม โดยมีรายละเอียดของขั้นตอนและเทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูลมีดังนี้

ส่วนที่ 1 ผู้วิจัยได้วิเคราะห์เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยใช้รูปแบบการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยใช้เทคนิควิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยเทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหานี้เป็นการนำเอาความสัมพันธ์ของเนื้อหามาทำการแตกยอดทางความคิดให้อยู่ในรูปแบบแผนผังความคิด (Mind Mapping) ซึ่งผู้วิจัยได้นำผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลมาลำดับเนื้อหาในบทที่ 2 และทฤษฎีที่ถูกนำมาใช้ในการออกแบบ.

ส่วนที่ 2 หลังจากที่ได้ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนของเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแล้ว ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลภาคสนามในเชิงคุณภาพ จากแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้าง โดยผู้วิจัยใช้เทคนิคการ

วิเคราะห์ข้อมูลเป็นแบบการจำแนกชนิดข้อมูลโดยวิเคราะห์กลุ่มคำสำคัญเข้ามาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 6 ท่าน จากประเด็นคำถามหลักที่ผู้วิจัยวิเคราะห์แยกกลุ่ม

หลังจากที่ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลแล้ว ผู้วิจัยจึงนำเอากลุ่มคำที่สอดคล้องกันของเนื้อหาในเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลภาคสนาม จากแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้างมาวิเคราะห์โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์คำหลัก (Domain Analysis) เพื่อที่จะนำตัวแปรที่ได้จากการสังเคราะห์มาสร้างข้อสรุปของรูปแบบสื่อที่เหมาะสมที่จะนำไปผลิตเป็นสื่อต้นแบบ

ระยะที่ 2 เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้วยวิธีการด้านสถิติที่ผู้วิจัยเก็บรวบรวมจากกลุ่มตัวอย่างและกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งเป็นข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถาม ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง และแบบประเมินคุณภาพสื่อโดยผู้เชี่ยวชาญ ประกอบด้วยหัวข้อสำคัญสามหัวข้อ ได้แก่ ด้านเนื้อหา ด้านการออกแบบ ด้านการปฏิสัมพันธ์ ซึ่งในการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามนั้นผู้วิจัยใช้เกณฑ์การประเมินเป็นแบบมาตราส่วน ประมาณค่า (Rating Scale) โดยมีวิธีการดังนี้

1. นำข้อมูลที่ได้จากแบบประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อสื่อแผนที่อิเล็กทรอนิกส์แบบปฏิสัมพันธ์ มาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป และนำค่าเฉลี่ยที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูล มาเปรียบเทียบกับเกณฑ์ ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด 2554)

ค่าเฉลี่ย ระดับการประเมินคุณภาพ

4.51 - 5.00 หมายถึง มีคุณภาพมากที่สุด

3.51 - 4.50 หมายถึง มีคุณภาพมาก

2.51 - 3.50 หมายถึง มีคุณภาพปานกลาง

1.51 - 2.50 หมายถึง มีคุณภาพน้อย

1.00 - 1.50 หมายถึง มีคุณภาพน้อยที่สุด

2. นำข้อมูลที่ได้จากแบบประเมินความพึงพอใจที่มีต่อสื่อแผนที่อิเล็กทรอนิกส์แบบปฏิสัมพันธ์ของกลุ่มตัวอย่าง มาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป และนำค่าเฉลี่ยที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูล มาเปรียบเทียบกับเกณฑ์ ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด 2554)

ค่าเฉลี่ย ระดับความพึงพอใจ

4.51 - 5.00 หมายถึง พอใจมากที่สุด

3.51 - 4.50 หมายถึง พอใจมาก

- 2.51 - 3.50 หมายถึง พอใจปานกลาง
 1.51 - 2.50 หมายถึง พอใจน้อย
 1.00 - 1.50 หมายถึง พอใจน้อยที่สุด

สรุปผลการวิจัย

ประเด็นสำคัญของผลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้สามารถแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1. ผลทางการวิจัยที่สำคัญจากการเก็บข้อมูลภาคสนามก่อนทำการลงมือผลิตสื่อ โดยเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามความต้องการ ซึ่งใช้การสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ อันได้แก่ผู้บริหารท้องถิ่นในพื้นที่กรณีศึกษาทั้ง 6 คน และผลที่ได้ คือ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ มีความต้องการสื่อประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี เพื่อให้สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีเป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลาย โดยรูปแบบของตัวสื่อนั้นควรเป็นสื่อ

ปฏิสัมพันธ์ เพราะจะทำให้การประชาสัมพันธ์มีประสิทธิภาพมากกว่าสื่อประชาสัมพันธ์ อื่นๆ ที่เป็นการสื่อสารทางเดียว (One-way Communication) ส่วนสถานที่ที่ต้องการให้มีการจัดทำสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์ ถูกคัดเลือกจนเหลือ 9 วัด ได้แก่ วัดหนองบัว วัดมหาวนาราม (วัดป่าใหญ่) วัดมณีวนาราม (วัดป่าน้อย) วัดทุ่งศรีเมือง วัดเสียบ วัดหลวง วัดสุปฏิญนารามวรวิหาร วัดศรีอุบลรัตนาราม และวัดใต้ ซึ่งสถานที่ทั้งหมดที่นำมาใช้ในการสร้างแผนที่อิเล็กทรอนิกส์แบบปฏิสัมพันธ์นั้น คือสถานที่ที่แสดงถึงอัตลักษณ์ของความเป็นสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานี โดยผู้วิจัยได้ทำการออกแบบสถานที่ท่องเที่ยวเหล่านั้นให้ดูน่าดึงดูดและน่าสนใจ แต่ยังคงซึ่งเอกลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวนั้นๆ โดยได้ใช้สีเขียวคุมโทนเพื่อให้รูปลักษณะต่างๆ สื่อถึงความเป็นธรรมชาติและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน และนำตัวสื่อปฏิสัมพันธ์ต้นแบบไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง



ภาพที่ 1 แสดงภาพวัดทุ่งศรีเมืองที่ออกแบบ

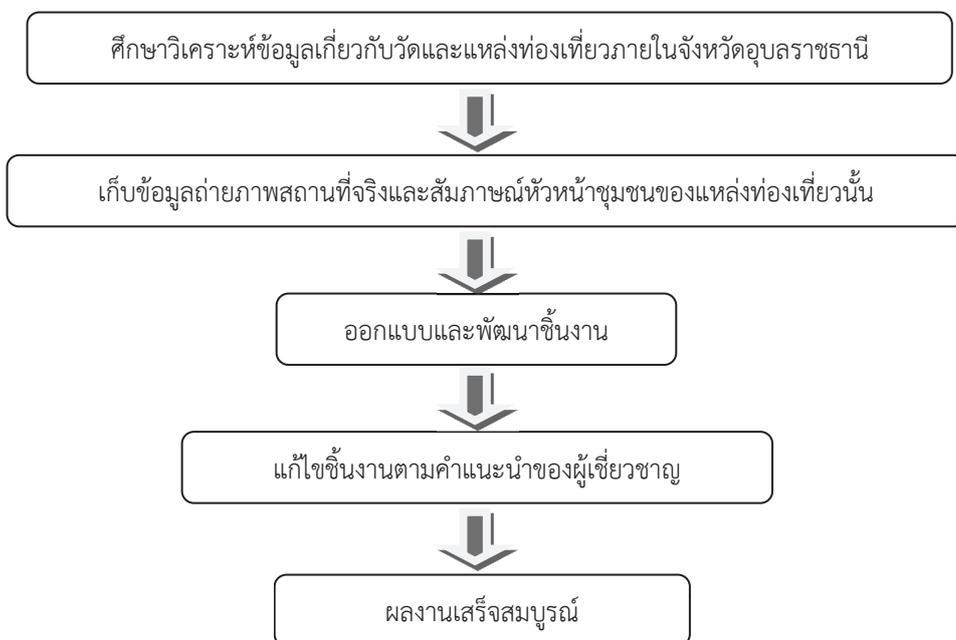
2. ผลของการเก็บข้อมูลหลังผลิตสื่อ ประกอบด้วย ผลการประเมินคุณภาพสื่อโดยผู้เชี่ยวชาญ และผลการประเมินความพึงพอใจจากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งผู้วิจัยใช้หลักการวิเคราะห์ด้วยค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยลำดับขั้นตอนในการดำเนินการเก็บข้อมูลนั้นผู้วิจัยได้เริ่มต้นทำการเก็บข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญก่อน พบว่า ผลการประเมินคุณภาพสื่อโดยรวมอยู่ในระดับมีคุณภาพมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 4.60 จากคะแนนเต็ม 5 และผู้วิจัยได้นำกระบวนการการทำงานนี้สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการต่อยอดพัฒนาผลงาน หรือเพื่อเป็นต้นแบบในการศึกษาพัฒนาแผนที่อิเล็กทรอนิกส์แบบปฏิสัมพันธ์ให้กับผู้ที่สนใจในพื้นที่อื่นๆ หรือจังหวัดอื่นๆ ได้

ข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญมาปรับแก้ไขตามคำแนะนำ ทั้งด้านเนื้อหา ด้านการออกแบบ และด้านการปฏิสัมพันธ์เพื่อให้มีเนื้อหาที่ครอบคลุม สมบูรณ์ ตัวสื่อน่าสนใจ และมีการใช้งานสื่ออย่างง่ายมากขึ้น ซึ่งนำไปสู่พัฒนาสื่อปฏิสัมพันธ์ต้นแบบให้เป็นชิ้นงานที่สมบูรณ์ก่อนจะนำไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง ในขณะที่ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อสื่อนั้น พบว่า คะแนนเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมีความพึงพอใจมาก ที่คะแนน 4.48 จากคะแนนเต็ม 5



ภาพที่ 2 แสดงภาพแผนที่อิเล็กทรอนิกส์ภาพรวม

3. ผู้วิจัยได้สรุปกระบวนการทำงานดังนี้



ภาพที่ 3 รูปแบบแนวทางการพัฒนากระบวนการการทำงาน

อภิปรายผลการวิจัย

ในหัวข้อนี้ผู้วิจัยจะกล่าวถึงประเด็นที่สำคัญ ซึ่งวิเคราะห์ได้จากการเก็บข้อมูลภาคสนาม และสังเคราะห์ออกมาเป็นผลนำไปสู่แนวคิดในการออกแบบจนได้รูปแบบสื่อที่เหมาะสมที่จะนำไปพัฒนาเป็นสื่อแผนที่อิเล็กทรอนิกส์แบบปฏิสัมพันธ์เพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว 9 วัดของจังหวัดอุบลราชธานี โดยสามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

1. การสังเคราะห์ข้อมูลภาคสนามเพื่อให้ได้ข้อมูล

สำคัญ เพื่อที่จะนำมาพัฒนาสื่อปฏิสัมพันธ์ต้นแบบจากการเก็บและวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ โดยแนวประเด็นคำถามมีประเด็นเกี่ยวกับความต้องการใช้สื่อเพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว 9 วัดของจังหวัดอุบลราชธานี ทำให้ผู้วิจัยพบว่า จังหวัดอุบลราชธานีมีแหล่งท่องเที่ยวอยู่หลายแห่ง ทั้งเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวก็ดี และยังไม่เป็นที่รู้จักก็มีอีกมากที่ยังต้องการให้มีการประชาสัมพันธ์ ซึ่งรูปแบบของสื่อในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในปัจจุบันนี้ส่วนใหญ่ยังมีรูปแบบที่เป็นการสื่อสารทางเดียว (One-Way

Communication) ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ดำเนินการสร้างสื่อแผนสื่ออิเล็กทรอนิกส์แบบปฏิสัมพันธ์เพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว 9 วัด ของจังหวัดอุบลราชธานี ให้ผู้ใช้สื่อทราบถึงเส้นทางในการเดินทาง ไปยังแหล่งท่องเที่ยว และยังให้ข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวพร้อมรูปภาพประกอบ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ (อุรุวรรณ ตูลยนิชกะ 2547) รูปแบบสื่อปฏิสัมพันธ์สำหรับพื้นที่ท่องเที่ยว เป็นสื่อที่สามารถเอื้อประโยชน์ในการเดินทางท่องเที่ยวได้มากกว่าแผนที่แบบพกพาหรือหนังสือนำเที่ยว และเป็นรูปแบบของสื่อที่สามารถใช้งานได้จริงบนพื้นที่ และผลการศึกษาของ (ธีรภัทร นิธิอภิญาสกุล 2550) พบว่า การนำสื่อปฏิสัมพันธ์มาใช้ในการประชาสัมพันธ์ จะทำให้สื่อดูน่าสนใจมากขึ้น และเกิดการกระตุ้นการรับรู้และความสามารถในการจดจำ

2. ผลการประเมินคุณภาพสื่อโดยผู้เชี่ยวชาญและผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อสื่อ จากการเก็บและวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยสถิติค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานโดยใช้เกณฑ์แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ผู้วิจัยพบว่ากลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นว่าสื่อมีคุณภาพอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งแสดงให้เห็นว่าสื่อพัฒนาแผนที่อิเล็กทรอนิกส์แบบปฏิสัมพันธ์เพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานี ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นนั้นมีประสิทธิภาพในการประชาสัมพันธ์ และผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการใช้สื่ออยู่ในระดับมาก ซึ่งแสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ และมีความสนใจต่อสื่อที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้น อีกทั้งยังส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานีอีกด้วย

ข้อเสนอแนะ

หลังจากที่ผู้วิจัยได้ศึกษารูปแบบของสื่อแผนที่อิเล็กทรอนิกส์แบบปฏิสัมพันธ์เพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว 9 วัด ของจังหวัดอุบลราชธานี เพื่อพัฒนาสื่อแผนที่อิเล็กทรอนิกส์แบบปฏิสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพในการนำเสนอข้อมูลหรือเนื้อหาเพื่อก่อให้เกิดความเข้าใจแก่ผู้ใช้สื่อมากขึ้นนั้น ผู้วิจัยได้พบปัญหา ข้อจำกัดและแนวทางที่จะสามารถนำไปพัฒนาสื่อปฏิสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ดังนี้

1. ข้อจำกัดของสื่อแผนที่อิเล็กทรอนิกส์แบบปฏิสัมพันธ์ ตัวสื่อปฏิสัมพันธ์ต้นแบบยังไม่สามารถใช้งานออนไลน์ได้ ส่งผลให้มีผู้เข้าถึงแบบจำกัด หากสื่อแผนที่

อิเล็กทรอนิกส์นี้สามารถใช้งานออนไลน์ได้ จะทำให้การประชาสัมพันธ์มีประสิทธิภาพสูงสุด

2. สื่อแผนที่อิเล็กทรอนิกส์แบบปฏิสัมพันธ์ควรมีเมนูที่สามารถเปลี่ยนภาษาได้ เพื่อให้นักท่องเที่ยวต่างชาติสามารถเข้าถึง ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานีได้อย่างสะดวก

3. สื่อแผนที่อิเล็กทรอนิกส์แบบปฏิสัมพันธ์ ควรมีตัวดำเนินเรื่องซึ่งจะเป็นสัตว์ประจำจังหวัด มาเป็นผู้ให้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเพื่อความเป็นเอกลักษณ์และน่าสนใจของสื่อ

4. ด้านการให้ข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยว ควรมีการเสริมข้อมูลอื่นๆ เช่น ร้านอาหาร ที่พัก ของดีประจำแหล่งท่องเที่ยว ช่วงเวลา ฤดูกาลที่เหมาะสมในแหล่งท่องเที่ยว และจุดถ่ายภาพที่เป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยววันนั้น

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วยความกรุณาและความช่วยเหลืออย่างสูงยิ่งจาก ดร.คเชน กองพิลา ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำ ความช่วยเหลือตรวจสอบ และแก้ไขข้อบกพร่องของงานวิจัยเป็นอย่างดีมาโดยตลอด ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้ขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิ ที่กรุณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเพื่อดำเนินการวิจัยและให้คำแนะนำแก่ผู้วิจัย จนสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีขอขอบพระคุณ สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดอุบลราชธานี ผู้บริหารงานท้องถิ่นอำเภอเมืองอุบลราชธานี ที่ได้กรุณาให้ผู้วิจัยได้ เก็บรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการทำวิจัยจนสำเร็จลุล่วง จนทำให้งานวิจัยสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

เอกสารอ้างอิง

การท่องเที่ยวและกีฬา, สำนักงาน. **จังหวัดอุบลราชธานี**. (ออนไลน์) 2556 (อ้างเมื่อ 10 สิงหาคม 2558). จาก: www.ubonratchathani.mots.go.th
คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ. **แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559**. (ออนไลน์) 2555 (อ้างเมื่อ 3 มิถุนายน 2558). จาก: <http://www.mots.go.th>

- ธีรภัทร นิธิอภิญาสกุล. การศึกษาแนวทางการสร้าง
สื่อปฏิสัมพันธ์สำหรับพิพิธภัณฑ์ : กรณีศึกษา
หอเกียรติภูมิรถไฟ. กรุงเทพฯ : วิทยาลัย
นวัตกรรมการอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,
2550.
- นารี เทพสุภรณ์กุล. การมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์
แหล่งท่องเที่ยว : กรณีศึกษา วัดหงษ์ทองตำบล
สองคลอง อำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา.
วิทยานิพนธ์ปริญญา ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์, 2550.
- บุญชม ศรีสะอาด. การวิจัยเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 9.
กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น, 2554.
- สถิติแห่งชาติ, สำนักงาน. สถิตินักท่องเที่ยว. (ออนไลน์)
2558 (สืบค้นเมื่อ 10 สิงหาคม 2558).
จาก: [http://service.nso.go.th/nso/web/
statseries/statseries23.html](http://service.nso.go.th/nso/web/statseries/statseries23.html)
- อัศวิน จิตต์จำนง. แนวโน้มและศักยภาพของเทคโนโลยี
สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว. (ออนไลน์)
ม.ป.ป. (สืบค้นเมื่อ 6 ตุลาคม 2559). จาก:
<http://tourisminvest.tat.or.th>
- อุรุวรรณ ตุลงนิษกะ. โครงการออกแบบสื่อปฏิสัมพันธ์
สำหรับนักท่องเที่ยวบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์.
วิทยานิพนธ์ดุขุภักดิ์บัณฑิต มหาวิทยาลัยรังสิต,
2547.