

อินโฟกราฟิกแอนิเมชันแบบอินเทอร์แอคทีฟสำหรับทัวร์บุญ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมโซนเขา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

The Interactive Animated Infographics for Promoting Cultural Tourism Pilgrimages in the Mountainous Region of Surat Thani Province

กนกวรรณ แก้วเกาะสะบ้า

Kanokwan Kaewkohsaba

สาขาวิชาเทคโนโลยีดิจิทัล คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

Digital Technology Program. Faculty of Science and Technology Surat Thani Rajabhat University, Thailand

E-mail: Kanokwan.kea@sru.ac.th

Received September 25, 2023; Revised October 29, 2023; Accepted November 11, 2023

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) รวบรวมแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมพื้นที่โซนเขา ของ จังหวัดสุราษฎร์ธานี 2) ออกแบบและพัฒนาอินโฟกราฟิกแอนิเมชันแบบอินเทอร์แอคทีฟสำหรับ ส่งเสริมประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมพื้นที่โซนเขาของจังหวัดสุราษฎร์ธานี และ 3) ประเมินความพึงพอใจต่ออินโฟกราฟิกแอนิเมชันแบบอินเทอร์แอคทีฟในการนำมาใช้ประชาสัมพันธ์ และการทัวร์บุญผ่านสื่อสังคมออนไลน์ การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ กลุ่ม ตัวอย่างคือนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ อินโฟกราฟิก แอนิเมชันแบบอินเทอร์แอคทีฟ แบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถามความพึงพอใจ สถิติที่ใช้ในการ วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และ t-test (Paired Samples t-test) ผลการวิจัยพบว่า

1) แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมโซนเขาจังหวัดสุราษฎร์ธานี ตั้งอยู่ใน 3 อำเภอ คือ ศีรีรัฐนิคม บ้านตาขุน และพนม ได้แก่ วัดถ้ำสิงขร สำนักสงฆ์ถ้ำวังบาดาล วัดเขาพัง วัดป่าเคียนพัง (ธรรมเจดีย์) และอุทยานธรรมเขานาในหลวง สถานที่เหล่านี้มีความสวยงาม มีคุณค่า และมีกิจกรรมส่งเสริมทาง วัฒนธรรมต่าง ๆ

2) ออกแบบและพัฒนาอินโฟกราฟิกแอนิเมชันแบบอินเทอร์แอคทีฟสำหรับส่งเสริม ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ประกอบด้วย การผสมผสานทั้งแอนิเมชัน วิดีโอ และส่วน ของการจำลองกิจกรรมส่งเสริมทางวัฒนธรรม

3) ผลการประเมินความพึงพอใจโดยนักท่องเที่ยว จำนวน 400 คน ภาพรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ($\bar{X}=4.45/SD=0.70$) และมีผลการเปรียบเทียบความสนใจด้านการท่องเที่ยว และความสนใจด้านการทำบุญออนไลน์ก่อนชม-หลังชมอินโฟกราฟิกแอนิเมชันแบบอินเทอร์แอคทีฟ พบว่าความสนใจด้านการท่องเที่ยว และความสนใจด้านการทำบุญออนไลน์ ก่อนชมและหลังชมอินโฟกราฟิกแอนิเมชันแบบอินเทอร์แอคทีฟ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

คำสำคัญ: อินโฟกราฟิกแอนิเมชันแบบอินเทอร์แอคทีฟ; การประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยว; แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม; โซนเขาจังหวัดสุราษฎร์ธานี

Abstract

This article aimed to (1) gather cultural tourism resources in the mountainous region of Surat Thani province; and (2) design and develop interactive infographics to promote public engagement with the cultural tourism resources in the mountainous region of Surat Thani province. (3) Evaluate satisfaction with the use of interactive infographics for public relations and tourism promotion through online social media. The sample was made up of 400 Thai tourists. The instruments for collecting data were interactive infographics, interviews, and questionnaires. Statistics used in data analysis include mean (Mean), standard deviation (SD), and T-test (Paired samples t-test). The research results were found as follows:

1. Cultural tourism destinations in the mountainous region of Surat Thani Province span three districts: Khiri Rat Nikhom, Ban Ta Khun, and Phanom. These include Wat Tham Singkorn, Wat Tham Wang Badan, Wat Khao Phang, Wat Pa Khien Phing (Dhamma Chedi), and Khao Na Nai Luang Dharma Park. These places are known for their beauty, and cultural value. There are a variety of cultural promotion activities as well.

2. The design and development of interactive animated infographics consist of a combination of designs that include animation, videos, and simulations of cultural promotion activities.

3. An interactive animated infographic was used to assess the overall satisfaction of 400 tourists at a very satisfactory level ($\bar{X} = 4.45/SD = 0.70$). In addition, the results of the comparison of interest in tourism and interest in making merit online before and after viewing interactive animated infographics showed that interest in tourism and interest in making merit online before and after watching the interactive animated infographic were significantly different.

Keywords: Interactive Infographics; Tourism Promotion; Merit-Making Tours of Cultural Tourist Attractions; Mountainous Region of Surat Thani Province

บทนำ

ประเทศไทยเป็นเมืองพุทธที่มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและทางวัฒนธรรมที่สวยงาม มีวิถีชีวิตที่น่าสนใจ รวมทั้งประเพณี และอาหารไทยที่มีความเป็นเอกลักษณ์ โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีความสวยงามและมีประวัติศาสตร์อันน่าสนใจกระจายอยู่ทั่วภูมิภาคของประเทศไทย สิ่งเหล่านี้สามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติเข้ามา ส่งผลดีต่อเศรษฐกิจของประเทศโดยรวม แต่ส่วนใหญ่จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ยังคงกระจุกตัวอยู่แต่ในเมืองท่องเที่ยวหลัก ข้อมูลจากธนาคารทหารไทยธนชาติ (Thanachart Thai Military Bank, 2023) ระบุว่ารายได้จากการท่องเที่ยวของไทยก่อนเกิดสถานการณ์ COVID-19 ปี 2562 อยู่ที่ 3,000 ล้านล้านบาท แต่ภายหลังเกิดสถานการณ์ COVID-19 ส่งผลให้รายได้จากการท่องเที่ยวลดลงเป็นจำนวนมหาศาล

สุราษฎร์ธานีเป็นจังหวัดหนึ่งของประเทศไทย ที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงามและมีความหลากหลาย ดังคำขวัญ “เมืองร้อยเกาะ เงาะอร่อย หอยใหญ่ ไข่แดง แหล่งธรรมะ” โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่อยู่ในเขตพื้นที่โซนเขาของจังหวัดสุราษฎร์ธานี ครอบคลุมพื้นที่ 3 อำเภอ ได้แก่ ศิรียะนิคม บ้านตาขุน และพนม ทั้ง 3 พื้นที่เป็นเมืองแห่งขุนเขาที่มีทั้งภูเขา ถ้ำ แม่น้ำ ลำคลอง ทำให้เกิดแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สวยงามสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวสายบุญทั้งชาวไทยและต่างชาติให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่เป็นจำนวนไม่น้อย จากการลงพื้นที่สำรวจเบื้องต้น พบว่าหลังจากการระบาดของไวรัส COVID-19 ทำให้นักท่องเที่ยวมีปริมาณลดลงไปจากเดิมเป็นอย่างมาก ส่งผลกระทบต่อรายได้และเศรษฐกิจโดยรวมของชุมชน (Sonkam, personal communication, 2022) และ (Chuchart, personal communication, 2022) ผลจากสถานการณ์ COVID-19 ที่ผ่านมามีทำให้เกิดการปรับตัวใช้เทคโนโลยีดิจิทัลมากขึ้น โดยเฉพาะการสื่อสารบนสื่อสังคม (Social Media)

ดังนั้น จึงต้องหาวิธีที่จะส่งเสริมประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวโซนเขาของจังหวัดสุราษฎร์ธานีที่เหมาะสมกับบริบทการดำเนินชีวิตของผู้คนในปัจจุบัน โดยพัฒนา “อินโฟกราฟิกแอนิเมชันแบบอินเทอร์แอคทีฟสำหรับทัวร์บุญแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมโซนเขาจังหวัดสุราษฎร์ธานี” ที่มีการรวบรวมแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในพื้นที่ 3 อำเภอดังกล่าว มาพัฒนาอินโฟกราฟิกแอนิเมชันแบบอินเทอร์แอคทีฟที่สามารถโต้ตอบกับนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นการผสมผสาน ภาพ เสียง ข้อความ ภาพเคลื่อนไหว และกราฟิกเข้าด้วยกัน เพื่อประชาสัมพันธ์และเป็นช่องทางในการส่งมอบเนื้อหาในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยนักท่องเที่ยวสามารถทำกิจกรรมแบบชาวพุทธเสมือนกับการไปสถานที่นั้นจริง ๆ โดยคาดหวังว่าสื่อที่พัฒนาขึ้นจะสามารถเป็นสะพานบุญไปถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวและพุทธศาสนิกชน และสามารถเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวจนสามารถสร้างรายได้สู่ชุมชนในพื้นที่

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษารวบรวมแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมพื้นที่โซนเขาของจังหวัดสุราษฎร์ธานี
2. เพื่อออกแบบและพัฒนาอินโฟกราฟิกแอนิเมชันแบบอินเทอร์แอคทีฟสำหรับส่งเสริมประชาสัมพันธ์และทวิบูลย์แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมพื้นที่โซนเขาของจังหวัดสุราษฎร์ธานี
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่ออินโฟกราฟิกแอนิเมชันแบบอินเทอร์แอคทีฟในการนำมาใช้ประชาสัมพันธ์และการทวิบูลย์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์

การทบทวนวรรณกรรม

1. มัลติมีเดีย

มัลติมีเดียแบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ ดังต่อไปนี้ (Payupat, 2015)

มัลติมีเดียเพื่อการนำเสนอ (Presentation Multimedia) เป็นการถ่ายทอดผ่านประสาทสัมผัสที่หลากหลายผ่านตัวอักษร ภาพ และเสียง เน้นการนำไปใช้งานเพื่อเสนอข้อมูลข่าวสารในลักษณะประกอบการบรรยาย ส่วนใหญ่มักใช้ได้ทั้งการนำเสนอเป็นรายบุคคลและการเสนอต่อกลุ่มใหญ่ ผู้ใช้จะทำหน้าที่เป็นเพียงผู้ชมสื่อ โดยที่ผู้ใช้และสื่อแทบจะไม่มีปฏิสัมพันธ์โต้ตอบกัน อาจจะมีบ้างในลักษณะการกดปุ่ม Play หรือ Stop แต่ก็ไม่ถือว่าเป็นการมีปฏิสัมพันธ์โต้ตอบ ซึ่งหากมองในรูปแบบของการสื่อสารแล้ว มัลติมีเดียลักษณะนี้จัดเป็นการสื่อสารแบบทางเดียว (One way Communication)

มัลติมีเดียปฏิสัมพันธ์ (Interactive Multimedia) เน้นให้ผู้ใช้สามารถโต้ตอบสื่อสารกับสื่อได้โดยตรงผ่านโปรแกรมมัลติมีเดียที่มีลักษณะของสื่อหลายมิติหรือไฮเปอร์มีเดีย (Hypermedia) ที่เนื้อหาภายในสามารถเชื่อมโยง (Link) ถึงกัน จึงจัดเป็นการสื่อสารแบบสองทาง (Two way Communication)

2. อินโฟกราฟิก

อินโฟกราฟิก (Infographic หรือ Information Graphic) หมายถึงการนำข้อมูลที่ได้รวบรวมมาสรุปให้อยู่ในรูปแบบของสารสนเทศ และนำกราฟิก สัญลักษณ์ กราฟ แผนภูมิ หลาย ๆ อย่างรวมกันเพื่อใช้ในการสื่อความหมายในการนำเสนอข้อมูลให้เข้าใจง่ายขึ้น

อินโฟกราฟิกสามารถแบ่งออกได้ 3 แบบ (Sripaisarn, 2016) ดังนี้

1) แบบภาพนิ่ง (Static Infographics) เป็นภาพที่ไม่มีการเคลื่อนไหว แต่มีความสำคัญต่อมัลติมีเดียเพราะสามารถถ่ายทอดความหมายได้ดีกว่าข้อความหรือตัวอักษร ภาพนิ่งอาจจะอยู่ในรูปแบบของแผ่นพับ โปสเตอร์ หนังสือ ภาพ อินโฟกราฟิก หรือภาพนิ่งที่เป็นส่วนหนึ่งในบทความ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ ภาพกราฟิกประกอบข่าว โทรทัศน์ ฯลฯ

2) แบบมีปฏิสัมพันธ์ (Interactive Infographics) อินโฟกราฟิกแบบมีปฏิสัมพันธ์เหมาะกับการบรรยายข้อมูลที่มีปริมาณมากและซับซ้อน เมื่อผู้อ่านต้องการรายละเอียดของข้อมูลที่มากกว่าเดิมก็สามารถคลิกดูข้อมูลเชิงลึกเพิ่มเติมได้

3) แบบภาพเคลื่อนไหว (Motion Graphic) เป็นการสร้างภาพกราฟิกให้มีการเคลื่อนไหวได้ในหลายมิติ เพียงแต่ไม่มีตัวละครเหมือนกับแอนิเมชัน เป็นเพียงการสร้างการเคลื่อนไหวให้กราฟิก และใช้การพากย์เสียงบรรยายประกอบ อินโฟกราฟิกสามารถดึงดูดให้ผู้ชมรู้สึกมีส่วนร่วมได้มากกว่าแบบภาพนิ่ง และแบบมีปฏิสัมพันธ์โต้ตอบได้ แต่การออกแบบค่อนข้างยากต้องใช้เครื่องมือที่ทันสมัยและมีค่าใช้จ่ายมากขึ้น

3. แอนิเมชัน

แอนิเมชัน (Animation) หมายถึง การแสดงภาพนิ่งที่มีความต่อเนื่องกันหลาย ๆ ภาพ โดยใช้เทคนิคการนำภาพมาฉายต่อเนื่องกันด้วยความเร็วสูงหรือความเร็วที่เหมาะสม ทำให้เกิดภาพลวงตาเสมือนว่าภาพนั้นกำลังเคลื่อนไหว (Pariyawatee, 2017)

แอนิเมชันแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ แอนิเมชัน 2 มิติ และแอนิเมชัน 3 มิติ ดังนี้

1) ประเภทแอนิเมชัน 2 มิติ (2D animation) งานแอนิเมชันที่สร้างมาให้ผู้ชมเห็นในมุมมอง 2 ด้าน คือ ด้านความสูง และความกว้าง ถือเป็นรูปแบบดั้งเดิมของแอนิเมชันมีความสมจริงระดับหนึ่ง การสร้างไม่ซับซ้อนมาก

2) ประเภทแอนิเมชัน 3 มิติ (3D animation) งานแอนิเมชันที่สร้างมาให้ผู้ชมเห็นในมุมมอง 3 ด้าน คือ ด้านความสูง ความกว้าง และความลึก จึงมีความสมจริงมากกว่าแอนิเมชัน 2 มิติ แต่การสร้างมีซับซ้อนมากกว่า

4. การพัฒนาระบบตามกระบวนการ ADDIE Model

การออกแบบและพัฒนาระบบตาม ADDIE Model ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน (Grafinger, 1988) ดังนี้

1) การวิเคราะห์ (Analysis) เป็นการนำข้อมูลจากการค้นคว้ามาคัดเลือกแยกประเภทหรือหมวดหมู่สำหรับนำไปใช้งาน

2) การออกแบบ (Design) เป็นการนำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์มานำเสนอแนวทางการใช้งานซึ่งอาจเขียนอยู่ในรูปแบบสตอรี่บอร์ด

3) การพัฒนา (Development) การพัฒนาระบบตามที่ได้ออกแบบไว้เพื่อใช้สำหรับการทดลองในการแก้ปัญหา

4) การดำเนินการ (Implement) เป็นขั้นตอนของสร้างระบบ ซึ่งอาจเป็นการสร้างและจัดเรียงกราฟิกให้สื่อความหมายตามที่ออกแบบไว้

5) การประเมินผล (Evaluation) เป็นการประเมินผลหรือประเมินความพึงพอใจ เพื่อตรวจสอบสื่อที่ได้พัฒนาขึ้นว่าสามารถนำไปใช้สื่อสารตรงตามวัตถุประสงค์ที่ได้วางไว้หรือไม่

5. ทฤษฎีในการสื่ออารมณ์และความรู้สึก

สีมีความหมายและการสื่ออารมณ์ที่แตกต่างกัน โดยเฉพาะสีกับงานด้านกราฟิก เพราะสีแต่ละสีจะช่วยให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกที่แตกต่างกันออกไป สีจึงมีบทบาทต่องานกราฟิกเป็นอย่างมาก ดังนี้

- 1) สีแดง เป็นตัวแทนของความรัก ความมีพลัง ความลุ่มหลง อำนาจ ความโกรธและอันตราย สีแดงเป็นสีรุ้งที่ดึงดูดสายตา
- 2) สีส้ม เป็นตัวแทนของความแข็งแรง ความคล่องแคล่ว และเป็นสีรุ้งเหมือนกับสีแดง
- 3) สีเหลือง ให้ความรู้สึกกระปรี้กระเปร่า สดใส ให้ความสว่าง
- 4) สีเขียวบ่งบอกถึงความอุดมสมบูรณ์ ความเป็นธรรมชาติ สดชื่น สีเขียวเป็นสีรับที่ให้ความรู้สึกสบายตาเวลาที่มองรู้สึกผ่อนคลาย
- 5) สีฟ้าและสีน้ำเงิน เป็นสีที่เป็นตัวแทนของความสงบสุข ความเย็น ความเด็ดเดี่ยว นิยมใช้เป็นพื้นหลังและสามารถพบเห็นได้ง่ายในธรรมชาติ
- 6) สีม่วงเป็นการผสมของสีแดงและสีน้ำเงิน สื่อความหมายถึงความภาคภูมิใจ การเป็นผู้นำและจิตวิญญาณให้ความรู้สึกน่าค้นหา ลึกลับ
- 7) สีขาวเป็นสัญลักษณ์ของความหวัง ความบริสุทธิ์ เป็นสีที่มีความสว่างมากๆ ซึมซับสีอื่น ๆ ได้ง่าย จึงมีความยากที่จะถ่ายทอดเด่นท่ามกลางสีอื่น ๆ
- 8) สีดำเป็นสีรับที่มีพลัง การใช้สีดำเป็นพื้นหลังจะทำให้สีอื่นกลายเป็นจุดกลางความน่าสนใจ ไปโดยปริยาย สีดำเป็นตัวแทนของความลึกลับ สง่างามและพลัง สีดำยังใช้เป็นสัญลักษณ์ของความชั่วร้าย ความอันตรายและความโศกเศร้า

6. การตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถาม

การตรวจสอบโดยหาค่า IOC (Index of item objective congruence) คือ ค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม หรือค่าสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ หรือเนื้อหา ต้องใช้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบตั้งแต่ 3 คนขึ้นไป โดยใช้เกณฑ์ในการตรวจพิจารณาข้อคำถาม ดังนี้ (Kongsat & Thamwong, 2015) ดังนี้

- +1 หมายความว่า มีความคิดเห็นว่าสอดคล้องกับจุดประสงค์การวิจัย
 - 0 หมายความว่า ไม่แน่ใจว่าสอดคล้องกับจุดประสงค์การวิจัย
 - 1 หมายความว่า มีความคิดเห็นว่าไม่สอดคล้องกับจุดประสงค์การวิจัย
- หลังจากนั้น นำระดับผลคะแนนที่ได้มาหาประสิทธิภาพของสื่อ โดยใช้สูตร

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

โดยข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50-1.00 มีค่าความเที่ยงตรงสามารถนำไปใช้ได้ หากข้อคำถามที่มีค่า IOC ต่ำกว่า 0.50 จะต้องทำการปรับปรุงก่อนนำไปใช้

7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาอินโฟกราฟิกแอนิเมชันแบบอินเทอร์แอคทีฟสำหรับทัวร์บุญแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมโซนเขาจังหวัดสุราษฎร์ธานี พบงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

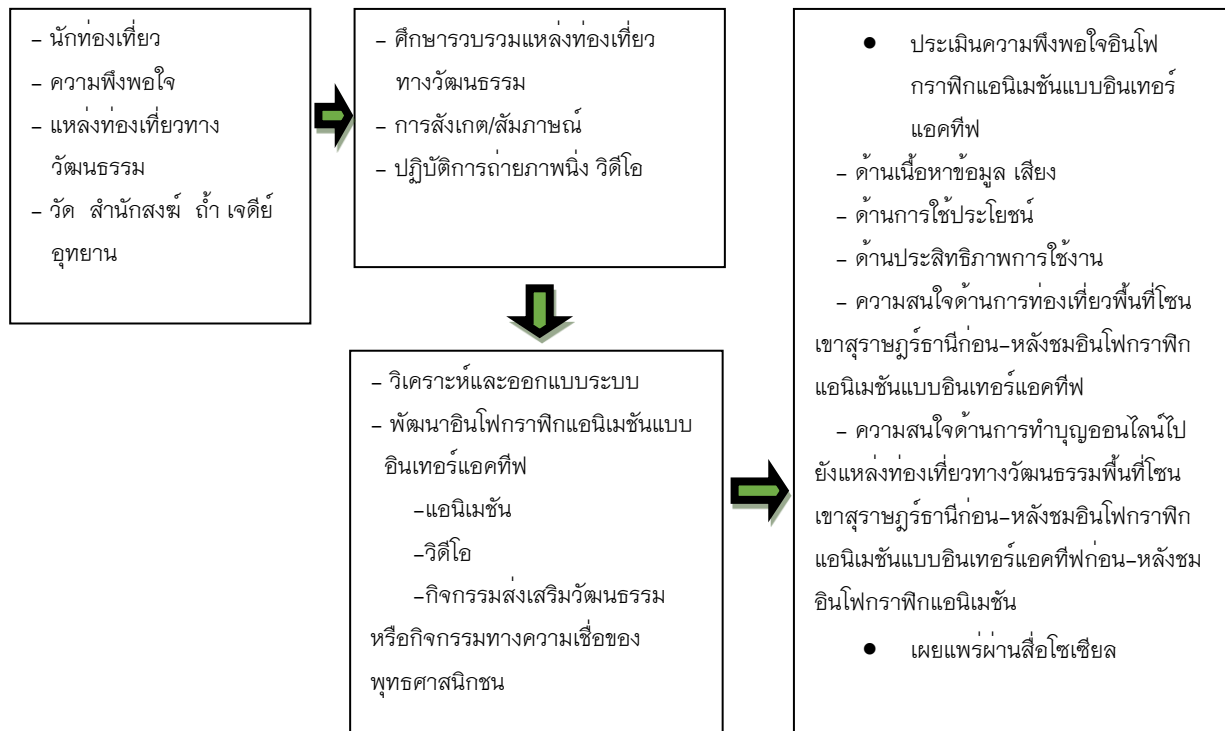
Trakulmaykee et al. (2023) ได้พัฒนาแอปพลิเคชัน “มาตะ ลุ่มน้ำ” เพื่อส่งเสริมโลจิสติกส์ท่องเที่ยวบริเวณพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อพัฒนาแอปพลิเคชัน “มาตะ ลุ่มน้ำ” ให้เป็นเทคโนโลยีที่ช่วยส่งเสริมโลจิสติกส์ท่องเที่ยวบริเวณพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา โดยมุ่งหวังจะให้บริการสารสนเทศท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวที่สนใจ และ 2) เพื่อประเมินผลความพึงพอใจของผู้ใช้ เก็บข้อมูลด้วยเทคนิคการสุ่มตัวอย่างแบบตามความสะดวกจากนักท่องเที่ยว จำนวน 101 คน โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ พบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านการใช้งาน และด้านการออกแบบอยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจคุณภาพด้านระบบ อยู่ในระดับมาก (3.92/0.81) หัวข้อที่พึงพอใจมากที่สุด คือ หัวข้อการจัดวางปุ่มให้ใช้งานง่าย (4.07/0.76) และพึงพอใจน้อยที่สุด หัวข้อความเร็วในการโต้ตอบของแอปพลิเคชัน (3.79/0.80)

Klubsakul et al. (2022) ได้พัฒนาแอปพลิเคชันการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและวิถีชุมชนกรณีศึกษาชุมชนบ้านบุและชุมชนเกาะเกร็ดจังหวัดนนทบุรี โดยมีวัตถุประสงค์ 1) วิเคราะห์และออกแบบแอปพลิเคชันการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและวิถีชุมชน กรณีศึกษาชุมชนบ้านบุ และชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี 2) พัฒนาแอปพลิเคชันการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและวิถีชุมชนกรณีศึกษาชุมชนบ้านบุและชุมชนเกาะเกร็ดจังหวัดนนทบุรี และ 3) ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้แอปพลิเคชันการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและวิถีชุมชนกรณีศึกษาชุมชนบ้านบุและชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ผลการประเมินความพึงพอใจการใช้งานด้านประสิทธิภาพของระบบ อยู่ในระดับมากที่สุด (4.55/0.57) โดยพึงพอใจมากที่สุดคือหัวข้อภาพรวมด้านประสิทธิภาพการใช้งาน (4.47/0.48) และพึงพอใจน้อยที่สุดหัวข้อความเร็วในการประมวลผลของแอปพลิเคชัน (4.35/0.61)

Siri et al. (2019) ได้ทำวิจัยเรื่องการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แหล่งเรียนรู้ทางประวัติศาสตร์เมืองเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อพัฒนาสื่อมัลติมีเดียในการนำเสนอข้อมูลเชิงประวัติศาสตร์ของแหล่งท่องเที่ยวในเมืองเชียงใหม่ และ 2) เพื่อวิเคราะห์ผลความพึงพอใจของสื่อมัลติมีเดีย ใช้กลุ่มตัวอย่าง คือ นักเรียนโรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จำนวน 34 คน ได้ผลความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (3.99/0.69) โดยมีความพึงพอใจในหัวข้อสื่อกระตุ้นให้ผู้ชมอยากไปแหล่งท่องเที่ยวที่นำเสนอ อยู่ในระดับมาก (4.19/0.62) และหัวข้อผู้ชมเกิดความสนใจแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อยู่ในระดับมากเช่นกัน (4.05/0.74)

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้ เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Method) เริ่มต้นจากการวิจัยเชิงปริมาณ ตามด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Method) พื้นที่วิจัย คือ อำเภอคีรีรัฐนิคม อำเภอบ้านตาขุน และอำเภพนม จังหวัดสุราษฎร์ธานี ประชากร คือ นักท่องเที่ยวและผู้สนใจทั่วไป กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีประสบการณ์ท่องเที่ยว และไม่มีประสบการณ์ท่องเที่ยวในพื้นที่โซนเขา จำนวน 400 คน (Yamane, 1973) ใช้วิธีการคัดเลือกการสุ่มตัวอย่าง (Sampling) แบบตามความสะดวก (Convenience Sampling) และการสุ่มตัวอย่างแบบอ้างอิงด้วยบุคคลและผู้เชี่ยวชาญ (Snowball Sampling) โดยการบอกต่อผู้ที่มีความสนใจที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน ซึ่งเป็นลักษณะของการบอกแบบปากต่อปาก (Branson, 1978) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย มี 3 ชนิด ได้แก่ 1) สื่ออินโฟกราฟิกแอนิเมชันแบบอินเทอร์แอคทีฟ มีลักษณะเป็นมัลติมีเดียแบบเชิงโต้ตอบ ประกอบด้วยส่วนของแอนิเมชันให้ความรู้ ส่วนของวิดีโอชมบรรยากาศภาพจริง และส่วนของการจำลองกิจกรรมส่งเสริมวัฒนธรรมของแต่ละแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วยแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม จำนวน 5 แห่ง ได้แก่ วัดถ้ำสิงขร สำนักสงฆ์ถ้ำวังบาดาล วัดเขาพัง วัดป่าเคียนพัง (ธรรมเจดีย์) และอุทยานธรรมชาติ

นาในหลวง 2) แบบสอบถามออนไลน์ ใช้ศึกษาความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออินโฟกราฟิก แอนิเมชันแบบอินเทอร์แอคทีฟ เป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับของ Likert (1967) แบบสอบถามประกอบด้วย 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล ประกอบด้วยข้อมูล เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ที่อยู่อาศัย งานอดิเรก และสถานที่ชอบท่องเที่ยว ส่วนที่ 2 ข้อมูลความพึงพอใจ ประกอบด้วยด้านเนื้อหาข้อมูล เสียง ด้านการใช้ประโยชน์ ด้านประสิทธิภาพการใช้งาน ด้านความสนใจการท่องเที่ยว และด้านการทำบุญออนไลน์ไปยังพื้นที่โซนเขาจังหวัดสุราษฎร์ธานีก่อน-หลัง ชมอินโฟกราฟิกแอนิเมชันแบบอินเทอร์แอคทีฟมีลักษณะเป็นข้อคำถามปลายปิดแบบมาตราส่วน 5 ระดับ ได้แก่ น้อยมาก น้อย ปานกลาง มาก มากที่สุด 3) แบบสัมภาษณ์ ใช้สัมภาษณ์ชาวบ้าน พระ/แม่ชี เพื่อศึกษาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในพื้นที่ 3 อำเภอ โดยแบบสอบถามความพึงพอใจ และแบบสัมภาษณ์ได้ผ่านการตรวจสอบการหาความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (IOC) (Rovinelli & Hambleton, 1977) จากผู้เชี่ยวชาญด้านสารสนเทศ และมัลติมีเดีย จำนวน 3 ท่าน มีผลการตรวจคุณภาพของแบบสอบถามความพึงพอใจ เท่ากับ 0.98 และแบบสัมภาษณ์ เท่ากับ 1.00 ซึ่งตรงกับเกณฑ์ที่กำหนดให้ค่า IOC ต้องมีค่า 0.50–1.00 จึงสามารถนำแบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ไปใช้งานได้ (Kongsat & Thamwong, 2008) 4) แนวทางการรวบรวมข้อมูลโดยการลงพื้นที่สัมภาษณ์ เก็บข้อความ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว ระหว่างเดือนมีนาคม ถึงเดือน สิงหาคม พ.ศ. 2566 นำข้อมูลเชิงปริมาณมาวิเคราะห์ด้วยสถิติค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และ t-test (Paired Samples t-test) ส่วนข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้การวิจัยเอกสาร วิเคราะห์ สังเคราะห์ข้อมูลแล้วนำมาเขียนบรรยายเชิงพรรณนา

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อรวบรวมแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมพื้นที่โซนเขาของ จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมโซนเขาจังหวัดสุราษฎร์ธานี มีจำนวน 5 แห่ง ดังนี้

1. วัดถ้ำสิงขร อำเภอคีรีรัฐนิคม

วัดถ้ำสิงขร อยู่ในหมู่ที่ 3 ตำบลถ้ำสิงขร อำเภอคีรีรัฐนิคม ระยะทางห่างจากอำเภอเมือง สุราษฎร์ธานี 47 กิโลเมตร วัดถ้ำสิงขรเป็นวัดเก่าแก่ของอำเภอคีรีรัฐนิคม จุดเด่นของวัดถ้ำสิงขร คือ ถ้ำที่เป็นห้องโถงขนาดใหญ่ มีพระประธานองค์ใหญ่ ชาวบ้านเรียกว่า "พระมาลัย" ซึ่งเป็นที่เคารพศรัทธาของชาวตำบลถ้ำสิงขรและใกล้เคียง บริเวณผนังถ้ำประดับด้วยเครื่องลายครามสมัยโบราณ และภาพวาดฝาผนังลวดลายปูนปั้นต่าง ๆ นักท่องเที่ยวสามารถเดินชมถ้ำขึ้นไปจนถึงยอดเขาเพื่อชมความสวยงามของทิวทัศน์ ภายในถ้ำเรียงรายด้วยพระพุทธรูป และเป็นที่ประดิษฐานพระพุทธรูปปูนปั้นปางป่าเลไลยก์ ส่วนภายในบริเวณวัดมีจุดให้นักท่องเที่ยวทำกิจกรรมส่งเสริมวัฒนธรรมและกิจกรรมทาง

ความเชื่อของพุทธศาสนิกชน เช่น ทำบุญไหว้พระปางประจำวันเกิดหรือปีเกิด ทำบุญโลงศพ ขอมพรแม่ตะเคียนทองที่มีอายุประมาณ 300 ปี ซึ่งชาวบ้านในชุมชนและผู้สนใจได้มากราบไหว้บูชาขอพรตามความเชื่อส่วนบุคคล โดยมีการเล่ากันปากต่อปากว่าเจ้าอาวาสเป็นผู้อันเชิญต้นตะเคียนอายุเก่าแก่ต้นนี้มาจากสวนของชาวบ้าน ในขณะที่ไปดูต้นตะเคียนมีเสียงร้องของผู้หญิงซึ่งไม่รู้ว่าเป็นเสียงของใครมาจากไหน และขณะการขนย้ายได้เกิดเหตุการณ์ต่าง ๆ เช่น รถที่บรรทุกมามีอาการติด ๆ ดับ ๆ ตลอดเส้นทาง เป็นต้น (Junchana, personal communication, 2022)

2. สำนักสงฆ์ถ้ำวังบาดาล อำเภอศีร์ษะรีนิคม

สำนักสงฆ์ถ้ำวังบาดาล ตั้งอยู่หมู่ที่ 7 ตำบลบ้านท่าเียน อำเภอศีร์ษะรีนิคม ห่างจากอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี 61 กิโลเมตร เป็นสำนักสงฆ์สายพญานาคทางภาคใต้ที่มีตำนานเกี่ยวกับพญานาคละสังขาร ซึ่งเชื่อกันว่าถ้ำแห่งนี้เป็นสถานที่ที่พญานาคได้มานอนขดตัวละสังขาร ซึ่งปัจจุบันร่างพญานาคนั้นได้กลายเป็นหินไปตามกาลเวลา (Thairath Online, 2022) เมื่อเข้ามายังบริเวณสำนักสงฆ์จะรู้สึกถึงความสงบร่มรื่นเต็มไปด้วยต้นไม้ที่ปกคลุมถ้ำและภูเขา บริเวณภายในสำนักสงฆ์เต็มไปด้วยรูปปั้นซึ่งมีทั้งพญานาคองค์ดำ พญานาคสีรุ้ง พญานาคสีขาว พญานาคปางนาคปรก พระพุทธรูปและเจ้าแม่กวนอิม ปฏิมากรรมเหล่านี้สร้างสรรค์โดยพระ สามเณร และชาวบ้านที่มีจิตศรัทธา ภายในถ้ำมีพระองค์ใหญ่ หินงอกหินย้อยที่สวยงาม มีบ่อน้ำศักดิ์สิทธิ์ และโดยเฉพาะหินที่มีลักษณะเหมือนลำตัวพญานาคขนาดใหญ่ที่กลายเป็นหินนอนขดตัวละสังขารอยู่ในถ้ำ และหากถึงฤดูฝนบริเวณด้านในถ้ำจะเต็มไปด้วยน้ำดังวังบาดาล (Krainara, personal communication, 2022)

3. วัดเขาพัง อำเภอบ้านตาขุน

วัดเขาพัง ตั้งอยู่หมู่ 1 ตำบลเขาพัง อำเภอบ้านตาขุน ระยะทางห่างจากอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี 76 กิโลเมตร ภายในวัดเขาพังมีหลักฐานทางโบราณคดีที่สำคัญ ได้แก่ พระพุทธรูปและพระเกศาสลักด้วยไม้ ประดิษฐานภายในโบสถ์ พัทธสีมาคู่ และลูกปัด เป็นต้น มีสิ่งสักการะและเป็นที่ยึดเหนี่ยวจิตใจของคนชุมชน คือ หลวงปู่ทวดรอดที่ผู้มาสักการะกราบไหว้เชื่อว่าเมื่อมากราบไหว้แล้วช่วยให้แคล้วคลาดปลอดภัยจากอันตรายทั้งปวง จุดเด่นของวัดเขาพังก็คือความสวยงามของภูเขาที่อยู่ด้านหลังวัดเดิมเรียกว่า “ภูเขาแก้ว” ต่อมาเกิดภัยพิบัติทำให้ภูเขาแก้วพังละลายลงมาชาวบ้านจึงเรียกภูเขาลูกนี้ว่า “เขาพัง” เมื่อเวลาผ่านไปร่องรอยการพังทลายของภูเขากลับกลายเป็นแอ่งเห็นเป็นความงดงามในลักษณะรูปหัวใจจนกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามในปัจจุบัน เช่นเดียวกับชีวิตคนเราหากมองในทางธรรมะ สะท้อนให้เห็นว่าเมื่อยามเจอวิกฤติของชีวิตอาจต้องพบเจอกับความผิดหวังหรือความยากลำบาก จงอย่าย่อท้อชีวิตยังมีความหวังยังมีความสวยงามในชีวิตหลงเหลือให้ชื่นชมอีก (Teerapatto, personal communication, 2022) ปัจจุบันวัดเขาพังมีกลุ่มวิสาหกิจท่องเที่ยวเขาเทพพิทักษ์ ให้บริการนักท่องเที่ยวในการพาชมสวนผลไม้ของชาวบ้านที่อยู่บริเวณด้านหลังของวัด และการล่องแพ การประชาสัมพันธ์วัดในปัจจุบันผ่านช่องทางการประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแห่ง

ประเทศไทย (ททท.) เฟสบุ๊ค (Facebook) วัดเขาพัง และการประชาสัมพันธ์จากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังพื้นที่ ภายในวัดมีจุดให้นักท่องเที่ยวได้ร่วมทำบุญ จุดถวายสังฆทาน ทำบุญพระประจำวันเกิด ไหว้หลวงปู่ทวดรอด ขอพรแม่ย่านางเรืออดีตเจ้าอาวาส สมอุโบสถ 100 กว่าปี (Sonkam, personal communication, 2022) นอกจากนี้ยังมีพระใหญ่ (กำลังก่อสร้างในปี 2566) โดยเจ้าอาวาสวัดเขาพัง (พระครูธีระภัทรจารี) ร่วมกับพุทธศาสนิกชนหรือผู้มีจิตศรัทธาดำเนินการสร้างพระใหญ่น้ำตัก 5.6 เมตร โดยหันหน้ามาทางหน้าวัด (ทิศตะวันออก) เพื่อให้นักท่องเที่ยวสายบุญที่ได้เข้ามาท่องเที่ยวได้มีโอกาสไหว้พระขอพร และใช้จุดนี้ในการถ่ายรูปเนื่องจากด้านหลังพระใหญ่จะมองเห็นสะพานแขวนและภูเขารูปหัวใจชัดเจน

4. วัดป่าเคียนพิก (ธรรมเจดีย์) อำเภอพนม

วัดป่าเคียนพิกตั้งอยู่ที่หมู่ 9 บ้านบางโก ตำบลต้นยวน อำเภอพนม ระยะทางห่างจากอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี 72 กิโลเมตร โดยหลวงตาพร วิมล ได้เริ่มบุกเบิกสร้างวัดป่าเคียนพิกโดยได้รับความร่วมมือจากชาวบ้านในพื้นที่ และพุทธศาสนิกชนที่เลื่อมใสศรัทธาพระพุทธศาสนา เพื่อใช้เป็นสถานที่ปฏิบัติธรรม และเปิดให้ผู้ที่สนใจสามารถมาปฏิบัติธรรม มาถือศีลหรือบวชชี (Wimlo, personal communication, 2022) บริเวณวัดมีรูปปั้นพระหรือมณฑป 9 องค์ สร้างขึ้นเพื่อเป็นสิริมงคลแก่ผู้พบเห็นและสักการบูชา ภายในวัดมีต้นตะเคียนขนาดใหญ่อายุ 200 กว่าปียืนต้นเอนพังกุหา ซึ่งเป็นที่มาของชื่อ “วัดป่าเคียนพิก” การประชาสัมพันธ์ของวัดป่าเคียนพิกจะมีกลุ่มไลน์ศิษย์วัดป่าเคียนพิก เพจวัดป่าเคียนพิก โดยมีเจ้าอาวาสหรือหลวงตาพร พระครูสังฆรักษ์ศีลธรรม วิมล จะไลน์สวดทุกวันในเวลา 07.30 น. และวันหยุดเวลา 08.30 น. เพื่อให้ข้อคิดและหลักธรรมแก่พุทธศาสนิกชน (Chuchart, personal communication, 2022)

5. อุทยานธรรมเขานาในหลวง อำเภอพนม

อุทยานธรรมเขานาในหลวง ตั้งอยู่ในหมู่ 8 ตำบลต้นยวน อำเภอพนม ระยะทางห่างจากอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี 78 กิโลเมตร ความโดดเด่นของอุทยานธรรมเขานาในหลวงก็คือ ชุ่มประตูปุทธาวดี 9 ยอด ที่นักท่องเที่ยวสายบุญนิยมมาถ่ายรูปตอนพระอาทิตย์กำลังขึ้น และการขึ้นไปชม ความงดงามของพระเจดีย์ จำนวน 6 องค์ ได้แก่ องค์แรก คือ เจดีย์พุทธาวดี ซึ่งเป็นจุดที่นักท่องเที่ยวนิยมมาถ่ายรูปกับชุมประตูปุทธาวดี โดยเฉพาะในช่วงเช้าที่พระอาทิตย์ส่องแสงจะทำให้เจดีย์ดูสวยงามมากยิ่งขึ้น เจดีย์ที่ 2 ชื่อ พุทธศิลาวิดี ก่อสร้างด้วยศิลาแลงจากเมืองกำแพงเพชร ตั้งอยู่บนยอดเขาหินปูนสูงจากพื้นดินเกือบ 300 เมตร เจดีย์ที่ 2 และ เจดีย์ที่ 3 มีทางเดินเชื่อมถึงกันได้ และเจดีย์องค์ที่ 3 มีชื่อว่า พุทธราชาวดี มีรูปลักษณะสีขาว ส่วนเจดีย์ที่ 4 มีชื่อว่า พุทธนครกลางหา ซึ่งมีความเชื่อมเดินไปยังเจดีย์องค์ที่ 5 พุทธสหัสสวดีซึ่งมีขนาดใหญ่ที่สุด และองค์ที่ 6 พุทธธาราวดี ซึ่งเพิ่งสร้างเสร็จในปี 2566 ทางอุทยานธรรมฯ มีบริการให้นักท่องเที่ยวสายบุญได้ขึ้นไปพักแรมบนเจดีย์องค์ที่ 2-6 โดยมีห้องพักและเต็นท์ไว้บริการนักท่องเที่ยวโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายใด ๆ (Khongchuai, personal communication, 2022)

communication, 2022) การก่อสร้างเจดีย์เหล่านี้ล้วนมาจากฝีมือของพระกับชาวบ้าน ปัจจัยการก่อสร้างได้มาจากพุทธศาสนิกชนที่เลื่อมใสศรัทธา ส่วนการประชาสัมพันธ์ของทางอุทยานธรรมฯ ได้แก่ เพจอุทยานธรรมเขานาในหลวง และการประชาสัมพันธ์จากบุคคลภายนอก เช่น ยูทูบ (YouTube) ช่วงภาพที่นำภาพขึ้นเผยแพร่ผ่านสื่อโซเชียลต่าง ๆ และการบอกแบบปากต่อปากของผู้ชื่นชอบสถานที่แห่งนี้ (Somwang, personal communication, 2022)

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อออกแบบและพัฒนาอินโฟกราฟิกแอนิเมชันแบบอินเทอร์แอคทีฟสำหรับส่งเสริมประชาสัมพันธ์และทิวบุญแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมพื้นที่โซนเขาของจังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า อินโฟกราฟิกแอนิเมชันแบบอินเทอร์แอคทีฟสามารถนำมาให้นักท่องเที่ยวสามารถใช้งานได้ ดังนี้

1. การใช้งานอินโฟกราฟิกแอนิเมชันแบบอินเทอร์แอคทีฟ ประกอบด้วยแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมโซนเขาจังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 5 แหล่ง ซึ่งแต่ละแหล่งล้วนเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีความสวยงามน่าสนใจ และมีกิจกรรมส่งเสริมวัฒนธรรมต่าง ๆ ให้นักท่องเที่ยวได้ร่วมทำในลักษณะการโต้ตอบกับระบบ นักท่องเที่ยวสามารถดาวน์โหลดเข้าใช้งานผ่านคิวอาร์โค้ด (QR-Code) “ทิวบุญโซนเขา” ลงบนสมาร์ตโฟนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 การใช้งานอินโฟกราฟิกแอนิเมชันแบบอินเทอร์แอคทีฟผ่านคิวอาร์โค้ด

ที่มา: ผู้แต่ง

2. เมื่อนักท่องเที่ยวดาวน์โหลดเข้าใช้งานอินโฟกราฟิกแอนิเมชัน สามารถเลือกทำกิจกรรมจาก 5 วัด ได้แก่ วัดถ้ำสิงขร สำนักสงฆ์ถ้ำวงบาดาล วัดเขาพัง วัดป่าเคียนพิก และอุทยานธรรมเขานาในหลวง ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 หน้าหลักการใช้งานอินโฟกราฟิกแอนิเมชันแบบอินเทอร์แอคทีฟ
ที่มา: ผู้แต่ง

3. การใช้งานอินโฟกราฟิกแอนิเมชันแบบอินเทอร์แอคทีฟของแต่ละสถานที่

3.1 วัดถ้ำสิงขร มีกิจกรรมให้เลือกทำ 5 กิจกรรม ได้แก่ แอนิเมชัน วิดีโอชมบรรยากาศ ไร่พระขอมพร ขอมพรแม่ตะเคียนทอง ทำบุญโรงศพ ทำบุญออนไลน์ แต่ละปุ่มมีการเชื่อมโยง (Link) ไปยังส่วนต่าง ๆ ได้แก่ 1) แอนิเมชัน เป็นส่วนที่ให้ความรู้เกี่ยวกับวัดถ้ำสิงขร ที่ตั้ง ประวัติ เส้นทาง การเดินทาง กิจกรรมสายบุญของทางวัด 2) ชมบรรยากาศในรูปแบบวิดีโอเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เห็นภาพจริง 3) ไร่พระขอมพรสำหรับเขียนคำอธิษฐานออนไลน์เพื่อขอพรจากสิ่งศักดิ์สิทธิ์ 4) ขอมพรแม่ตะเคียนทองโดยให้นักท่องเที่ยวทอผ้าหรืออธิษฐานสิ่งที่ต้องการ 5) ทำบุญโรงศพสำหรับให้นักท่องเที่ยวเขียน ชื่อ-สกุล วันเดือนปีเกิด และ 6) การทำบุญออนไลน์ผ่านบัญชีของทางวัดถ้ำสิงขร ดังภาพที่ 4



ภาพที่ 4 การใช้งานอินโฟกราฟิกแอนิเมชันแบบอินเทอร์แอคทีฟส่วนของวัดถ้ำสิงขร
ที่มา: ผู้แต่ง

3.2 สำนักสงฆ์ถ้ำวังบาดาล มีกิจกรรมให้เลือกทำงาน ได้แก่ 1) แอนิเมชันให้ความรู้เกี่ยวกับที่ตั้งของวัด ประวัติ เส้นทางเดินทาง ความรู้เกี่ยวกับตำนานพญานาคละสังขารภายในถ้ำ 2) วิดีโอชมบรรยากาศรอบ ๆ บริเวณสำนักสงฆ์ที่ตื่นตาตื่นใจไปกับรูปปั้นพญานาค พระพุทธรูป เจ้าแม่กวนอิม และความสวยงามของหินงอกหินย้อยรวมทั้งพาชมร่องรอยหลักฐานตำนานพญานาคที่ร้างภายในถ้ำ 3) ไหว้พระขอพร โดยนักท่องเที่ยวสามารถเขียนคำอธิษฐานเพื่อขอพรจากปู่ย่าพญานาค และสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในสำนักสงฆ์ถ้ำวังบาดาลเสมือนกับได้มาเยือนสถานที่จริง 4) เสี่ยงเขียนชื่อออนไลน์ ซึ่งระบบจะมีการสุ่มใบเสี่ยงชื่อออกมาเป็นหมายเลข และแสดงข้อความตามใบเสี่ยงชื่อที่นักท่องเที่ยวเสี่ยงได้ และ 5) ทำบุญออนไลน์ผ่านเลขบัญชีของทางสำนักสงฆ์ถ้ำวังบาดาลได้โดยตรง ดังภาพที่ 5



ภาพที่ 5 การใช้งานอินโฟกราฟิกแอนิเมชันแบบอินเทอร์แอคทีฟสำนักสงฆ์ถ้ำวังบาดาล
ที่มา: ผู้แต่ง

3.3 วัดเขาพัง มีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวเลือก ได้แก่ 1) แอนิเมชันให้ความรู้เกี่ยวกับที่ตั้งของวัด เส้นทางเดินทาง ประวัติ ไหว้พระขอพรหลวงพ่อทวดรอด สะพานแขวนและภูเขารูปหัวใจที่อยู่บริเวณวัด ตลาดคลองแสงและสวนผลไม้ของชาวบ้าน 2) วิดีโอชมบรรยากาศบริเวณวัด อุโบสถเก่าแก่ 100 กว่าปี ศาลาแม่ย่านาง ความงดงามของสะพานแขวน ภูเขารูปหัวใจ ตลาดนัดและสวนผลไม้ของชาวบ้าน 3) การไหว้พระขอพร โดยการเขียนคำอธิษฐานเพื่อขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์ของวัดเขาพัง 4) ขอพรแม่ย่านางเรือของอดีตเจ้าอาวาสที่นำมาตั้งไว้บนศาลาเพื่อให้รู้ถึงการสัญจรในสมัยก่อนที่ต้องอาศัยเรือผ่านแม่น้ำสายหลังวัด และเพื่อเป็นอนุสรณ์ให้ระลึกถึงอดีตเจ้าอาวาส จึงได้นำเรือลำนี้ขึ้นมาให้นักท่องเที่ยวสายบุญได้บูชาแม่ย่านางเรือ 5) การเสี่ยงเซียมซีออนไลน์โดยระบบจะสุ่มใบเซียมซีแสดงข้อความ คำทำนายออกมา และ 6) การทำบุญออนไลน์ผ่านคิวอาร์โค้ดหรือเลขบัญชีของทางวัดเขาพัง ดังภาพที่ 6



ภาพที่ 6 หน้าเมนูและการใช้งานวัดเขาพัง

ที่มา: ผู้แต่ง

3.4 วัดป่าเคียนพिंग (ธรรมเจดีย์) การเข้าใช้งานของวัดป่าเคียนพिंग ได้แก่ 1) แอนิเมชันให้ความรู้เกี่ยวกับที่ตั้งของวัด ประวัติ เส้นทางเดินทาง ที่มาของชื่อวัดป่าเคียนพिंग และถ้ำมรกต 2) วิดีโอชมบรรยากาศบริเวณรอบ ๆ วัดที่มีความสงบร่มรื่น ชมความสวยงามของกำแพงวัด ชมกุฏิพระที่สร้างไว้อย่างกลมกลืนกับผนังถ้ำ ตลอดจนต้นตะเคียนอายุ 200 กว่าปี 3) ขอพรมณฑป 9 องค์ โดยนักท่องเที่ยวสามารถเขียนคำอธิษฐานเพื่อขอพรจากมณฑป 9 องค์ และสิ่งศักดิ์สิทธิ์ทั้งหลายจากวัดป่าเคียนพिंगเสมือนได้เดินทางมากราบไหว้สักการะบูชาด้วยตนเอง 4) การเสี่ยงเซียมซีออนไลน์โดยระบบจะสุ่มหมายเลขใบเซียมซี และแสดงข้อความออกมาให้อ่าน และ 5) การทำบุญออนไลน์ผ่านเลขบัญชีของวัดป่าเคียนพिंग (ธรรมเจดีย์) ดังภาพที่ 7



ภาพที่ 7 หน้าเมนูและการใช้งานวัดป่าเคียนพิง (ธรรมเจดีย์)

ที่มา: ผู้แต่ง

3.5 อุทยานธรรมเขานาในหลวง ปุ่มเลือกใช้งานของอุทยานธรรมเขานาในหลวง ได้แก่ 1) แอนิเมชันให้ความรู้เกี่ยวกับที่ตั้ง ประวัติ เส้นทางเดินทาง ความรู้เกี่ยวกับเจดีย์แต่ละองค์ของอุทยานธรรมเขานาในหลวง 2) วิดีโอชมบรรยากาศเพื่อนำเสนอด้วยภาพจริงให้เห็นความสวยงามของอุทยานธรรมเขานาในหลวง โดยเฉพาะบริเวณที่นักท่องเที่ยวนิยมมาถ่ายภาพ ได้แก่ ชุ่มประตูปุททาวดี บริเวณสะพานหิน และนำเสนอภาพจากมุมโดรน (อากาศยานไร้คนขับ) เพื่อให้เห็นความงามของทะเลหมอกในยามเช้า และเจดีย์องค์ต่าง ๆ 3) ไหว้พระขอพร นักท่องเที่ยวสามารถเขียนคำอธิษฐานเพื่อขอพรจากองค์เจดีย์ และสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ณ อุทยานธรรมเขานาในหลวง และ 4) การทำบุญออนไลน์ผ่านเลขบัญชีของอุทยานธรรมเขานาในหลวง ดังภาพที่ 8



ภาพที่ 8 หน้าเมนูและการใช้งานอุทยานธรรมเขานาในหลวง

ที่มา: ผู้แต่ง

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่ออินโฟกราฟิกแอนิเมชันแบบอินเทอร์แอคทีฟในการนำมาใช้ประชาสัมพันธ์และการทวรัญผ่านสื่อสังคมออนไลน์ พบว่า ผลการประเมินความพึงพอใจต่ออินโฟกราฟิกแอนิเมชันแบบอินเทอร์แอคทีฟจากนักท่องเที่ยวจำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามความพึงพอใจผ่าน Google Form ประกอบด้วย 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ทำแบบประเมินความพึงพอใจ และส่วนที่ 2 แบบสอบถามความพึงพอใจต่ออินโฟกราฟิกแอนิเมชันแบบอินเทอร์แอคทีฟ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ทำแบบประเมินความพึงพอใจ

ผู้ทำแบบประเมินความพึงพอใจส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 65 อายุอยู่ระหว่าง 18-25 ปี คิดเป็นร้อยละ 74.25 รองลงมาอยู่ระหว่าง 46-55 ปี คิดเป็นร้อยละ 11.75 การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 69.25 รองลงมาต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 28 ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 56.25 รองลงมาเป็นเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 18 มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 คิดเป็นร้อยละ 66.75 รองลงมารายได้ 10,001-15,000 คิดเป็นร้อยละ 17.75 ส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี คิดเป็นร้อยละ 83.50 นอกนั้นต่างจังหวัด คิดเป็นร้อยละ 4.25 งานอดิเรกส่วนใหญ่ดูหนังฟังเพลง คิดเป็นร้อยละ 41 รองลงมาชอบท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 40 และสถานท่องเที่ยวที่ชอบส่วนใหญ่ คือ ทะเล คิดเป็นร้อยละ 38 รองลงมาชอบภูเขา/ถ้ำ คิดเป็นร้อยละ 20 จากข้อมูลของผู้ทำแบบประเมินความพึงพอใจส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มอายุ 18-25 ซึ่งเป็นกลุ่มวัยรุ่น การได้มาของกลุ่มตัวอย่างในลักษณะนี้อาจจะเกิดจากการใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง (Sampling) แบบตามความสะดวก (Convenience Sampling) และการสุ่มตัวอย่างแบบอ้างอิงด้วยบุคคลและผู้เชี่ยวชาญ (Snowball Sampling) ซึ่งเป็นลักษณะการบอกต่อผ่านสื่อโซเชียล คนกลุ่มนี้จึงสามารถบอกต่อโดยการส่งข้อมูลแบบประเมินบน Google Form และส่ง QR-Code การเข้าใช้งานอินโฟกราฟิกแอนิเมชันแบบอินเทอร์แอคทีฟไปยังกลุ่มเพื่อนในช่วงวัยเดียวกันได้ง่ายกว่าการส่งให้กลุ่มผู้ใหญ่หรือผู้สูงอายุ

2. ข้อมูลส่วนของการประเมินความพึงพอใจ

ผลการประเมินความพึงพอใจ พบว่านักท่องเที่ยวพึงพอใจในภาพรวมต่ออินโฟกราฟิกแอนิเมชันแบบอินเทอร์แอคทีฟ ในระดับมาก ($\bar{X}=4.45$) เมื่อพิจารณาในแต่ละด้านพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่พึงพอใจด้านประสิทธิภาพการใช้งานมากที่สุด ($\bar{X}=4.48$) รองลงมาพึงพอใจด้านประโยชน์การใช้งาน ($\bar{X}=4.47$) และพอใจน้อยที่สุดด้านเนื้อหาข้อมูล เสียง ($\bar{X}=4.41$) ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 สรุปผลการประเมินความพึงพอใจอินโฟกราฟิกแอนิเมชันแบบอินเทอร์แอคทีฟ

ลำดับที่	รายการ	อินโฟกราฟิกแอนิเมชันแบบอินเทอร์แอคทีฟ	
		$\bar{X}$	SD
1	ด้านเนื้อหาข้อมูล เสียง	4.41	0.71
2	ด้านประโยชน์การใช้งาน	4.47	0.70
3	ด้านประสิทธิภาพการใช้งาน	4.48	0.69
รวม ความพึงพอใจทั้ง 3 ด้าน		4.45	0.70

เมื่อพิจารณา ด้านเนื้อหาข้อมูล เสียง พบว่า นักท่องเที่ยวที่วัดความพึงพอใจด้านเนื้อหาข้อมูล เสียง ในภาพรวมต่ออินโฟกราฟิกแอนิเมชันแบบอินเทอร์แอคทีฟ ($\bar{X}=4.41$) โดยพึงพอใจมากที่สุดในส่วนข้อ สี แสง ชัดเจน สวยงาม ($\bar{X}=4.44$) รองลงมาพึงพอใจในส่วนข้อเสียงบรรยาย มีความสอดคล้องกับภาพประกอบ ($\bar{X}=4.43$) ส่วนความพึงพอใจต่ออินโฟกราฟิกแอนิเมชันแบบอินเทอร์แอคทีฟน้อยที่สุดคือหัวข้อคุณภาพของเสียงบรรยาย ชัดเจน ($\bar{X}=4.39$) ทั้งนี้ หัวข้อที่เกี่ยวข้องกับเสียงจะอยู่ในส่วนของการให้ความรู้ด้วยแอนิเมชัน ซึ่งมีเสียงดังชัดเจนปกติ แต่ในส่วนของการชมบรรยากาศด้วยวิดีโอ ไม่มีเสียงบรรยาย มีเพียงเสียงดนตรีประกอบเท่านั้น ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านเนื้อหาข้อมูล เสียง

ลำดับที่	รายการ	อินโฟกราฟิกแอนิเมชันแบบอินเทอร์แอคทีฟ		
		$\bar{X}$	SD	ระดับความพึงพอใจ
1	การนำเสนอเนื้อหาที่มีความเหมาะสม	4.42	0.71	มาก
2	ความเหมาะสมของการใช้สี และภาพกราฟิก	4.40	0.75	มาก
3	ตัวอักษร ขนาดปุม มีความเหมาะสม	4.41	0.71	มาก
4	สี แสง ชัดเจน สวยงาม	4.44	0.70	มาก
5	เสียงบรรยายมีความสอดคล้องกับภาพประกอบ	4.43	0.67	มาก
6	คุณภาพของเสียงบรรยาย ชัดเจน	4.39	0.74	มาก
7	คุณภาพของเสียงดนตรีประกอบมีความเหมาะสม	4.40	0.73	มาก
รวม ด้านเนื้อหาข้อมูล เสียง		4.41	0.71	มาก

ด้านประโยชน์การใช้งาน พบว่า นักท่องเที่ยวพึงพอใจอินโฟกราฟิกแอนิเมชันแบบอินเทอร์แอคทีฟด้านประโยชน์การใช้งานต่อวิดีโอในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.47$) หัวข้อที่นักท่องเที่ยวพึงพอใจมากที่สุด คือ อินโฟกราฟิกแอนิเมชันทำให้ผู้ชมรู้จักแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมโซนเขาเพิ่มขึ้น ($\bar{X}=4.50$) รองลงมาพึงพอใจหัวข้อสามารถใช้เป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมโซนเขาจังหวัดสุราษฎร์ธานี ($\bar{X}=4.48$) ส่วนความพึงพอใจต่ออินโฟกราฟิกแอนิเมชันแบบอินเทอร์แอคทีฟน้อยที่สุดคือหัวข้ออินโฟกราฟิกแอนิเมชันเป็นแหล่งความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมโซนเขาจังหวัดสุราษฎร์ธานี ($\bar{X}=4.42$) ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านประโยชน์การใช้งาน

ลำดับที่	รายการ	อินโฟกราฟิกแอนิเมชัน แบบอินเทอร์แอคทีฟ		
		$\bar{X}$	SD	ระดับ ความพึงพอใจ
1	อินโฟกราฟิกแอนิเมชันเป็นแหล่งความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมโซนเขาจังหวัดสุราษฎร์ธานี	4.42	0.71	มาก
2	อินโฟกราฟิกแอนิเมชันทำให้ผู้ชมรู้จักแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมโซนเขาเพิ่มขึ้น	4.50	0.68	มากที่สุด
3	สามารถใช้เป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมโซนเขาจังหวัดสุราษฎร์ธานี	4.48	0.71	มาก
รวม ด้านประโยชน์การใช้งาน		4.47	0.70	มาก

ด้านประสิทธิภาพการใช้งาน พบว่า นักท่องเที่ยวพึงพอใจต่ออินโฟกราฟิกแอนิเมชันแบบอินเทอร์แอคทีฟในภาพรวมอยู่ในระดับพอใจมาก ($\bar{X}=4.48$) หัวข้อที่นักท่องเที่ยวพอใจมากที่สุด ได้แก่ หัวข้อการวางปุ่มเข้าใจง่าย สะดวกต่อการใช้งาน อยู่ในระดับพอใจมากที่สุด ($\bar{X}=4.51$) รองลงมาหัวข้อระบบใช้งานง่ายไม่ซับซ้อน อยู่ในระดับพอใจมาก ($\bar{X}=4.48$) ส่วนความพึงพอใจต่ออินโฟกราฟิกแอนิเมชันแบบอินเทอร์แอคทีฟน้อยที่สุดในหัวข้อความรวดเร็วในการโต้ตอบ อยู่ในระดับพอใจมาก ($\bar{X}=4.46$) ทั้งนี้อาจจะเนื่องจากการทำแบบประเมินความพึงพอใจอินโฟกราฟิกแอนิเมชันแบบอินเทอร์แอคทีฟในบางพื้นที่สัญญาณอินเทอร์เน็ตอาจจะไม่ค่อยมี จึงทำให้การเข้าใช้งานในส่วนของแอนิเมชันและวิดีโอชมบรรยากาศอาจจะไม่ราบรื่นเท่าที่ควร ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านประสิทธิภาพการใช้งาน

ลำดับที่	รายการ	อินโฟกราฟิกแอนิเมชัน แบบอินเทอร์แอคทีฟ		
		$\bar{X}$	SD	ระดับ ความพึงพอใจ
1	การวางปุ่มเข้าใจง่าย สะดวกต่อการใช้งาน	4.51	0.67	มากที่สุด
2	ความรวดเร็วในการโต้ตอบ	4.46	0.70	มาก
3	ระบบใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน	4.48	0.70	มาก
รวม ด้านประสิทธิภาพการใช้งาน		4.48	0.69	มาก

การทดสอบค่า t-test (Paired Samples t-test)

ผลการทดสอบค่า t-test เปรียบเทียบความสนใจด้านการท่องเที่ยว และความสนใจร่วมทำบุญออนไลน์ไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในพื้นที่โซนเขาจังหวัดสุราษฎร์ธานี ก่อน-หลังชมอินโฟกราฟิกแอนิเมชันแบบอินเทอร์แอคทีฟ พบว่า ก่อนและหลังชมอินโฟกราฟิกแอนิเมชันแบบอินเทอร์แอคทีฟ นักท่องเที่ยวมีความสนใจด้านการท่องเที่ยว และยังสนใจร่วมทำบุญออนไลน์ไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในพื้นที่โซนเขาจังหวัดสุราษฎร์ธานี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังจะเห็นได้จากค่าเฉลี่ยความคิดเห็นหลังรับชมที่มีค่าสูงกว่าก่อนการรับชม ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 การทดสอบค่า t-test (Paired Samples t-test) เปรียบเทียบความสนใจก่อน-หลังชมอินโฟกราฟิกแอนิเมชันแบบอินเทอร์แอคทีฟ

การเปรียบเทียบ	ก่อนชม		หลังชม		t	P (Sig)
	(Pre-Test)		(Post-Test)			
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD		
ความสนใจด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่โซนเขา จังหวัดสุราษฎร์ธานี	3.73	1.03	4.55	0.64	15.39	.000
ความสนใจร่วมทำบุญออนไลน์ไปยัง แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่โซนเขา จังหวัดสุราษฎร์ธานี	3.59	0.98	4.51	0.58	17.25	.000

อภิปรายผลการวิจัย

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า การเก็บรวบรวมแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมโซนเขาของจังหวัดสุราษฎร์ธานี ในพื้นที่อำเภอคีรีรัฐนิคม อำเภอบ้านตาขุน และอำเภอบ้านนา ได้ใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพโดยการพูดคุย สัมภาษณ์ทั้งแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการเพื่อเก็บข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมทั้งข้อความ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว และหลังจากนั้นทำการคัดเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม จำนวน 5 แห่ง ได้แก่ วัดถ้ำสิงขร สำนักสงฆ์ถ้ำวังบาดาล วัดเขาพัง วัดป่าเคียนพิน (ธรรมเจดีย์) และอุทยานธรรมชาติเขานาในหลวง แหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้นอกจากมีความสวยงามยังมีคุณค่าทางวัฒนธรรม และมีกิจกรรมส่งเสริมทางวัฒนธรรมที่นักท่องเที่ยวสามารถร่วมทำกิจกรรมได้อย่างหลากหลาย โดยเฉพาะอุทยานธรรมชาติเขานาในหลวงที่ได้รับการโหวตให้เป็น 1 ในสุดยอด 25 แหล่งท่องเที่ยว Unseen New Chapters ปี 2023 (Khaosod Online, 2023) จะเห็นได้ว่าแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ดังกล่าวมีความสวยงามพร้อมที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาในพื้นที่นอกเหนือจากแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมแล้วยังมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีความสวยงามอีกเป็นจำนวนมาก นั้นแสดงให้เห็นว่าพื้นที่โซนเขาของจังหวัดสุราษฎร์ธานีมีศักยภาพพร้อมสำหรับการท่องเที่ยว

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า อินโฟกราฟิกแอนิเมชันแบบอินเทอร์แอคทีฟ เป็นลักษณะของสื่อมัลติมีเดียปฏิสัมพันธ์ (Interactive Multimedia) ที่เน้นให้ผู้ใช้งานสามารถโต้ตอบสื่อสารกับสื่อได้โดยตรงผ่านโปรแกรมมัลติมีเดียโดยที่เนื้อหาภายในสามารถเชื่อมโยง (Link) ถึงกัน (Payupat, 2015) การนำเสนอได้มีการผสมผสานเข้าด้วยกันทั้งในส่วนของภาพเคลื่อนไหว (Animation) วิดีทัศน์ (Video) เสียง (Sound) ตัวอักษร (Text) และ ภาพนิ่ง (Still Images) การพัฒนาอินโฟกราฟิกแอนิเมชันแบบอินเทอร์แอคทีฟได้พัฒนาขึ้นโดยใช้กระบวนการ ADDIE Model (Grafinger, 1988) ได้แก่ 1) การวิเคราะห์ (Analysis) โดยการวิเคราะห์ในส่วนต่าง ๆ ได้แก่ ทรัพยากรและอุปสรรคต่าง ๆ ลักษณะกลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เป้าหมายจุดประสงค์การใช้งาน การคัดเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม กิจกรรมทางวัฒนธรรมหรือกิจกรรมตามความเชื่อของพุทธศาสนิกชน 2) การออกแบบ (Design) เน้นการออกแบบให้ใช้งานง่ายมีปุ่มให้เลือกใช้งานสะดวกและไม่ซับซ้อน สอดคล้องกับผลประเมินของนักท่องเที่ยวด้านประสิทธิภาพการใช้งาน โดยนักท่องเที่ยวพอใจมากที่สุด ได้แก่ หัวข้อการวางแผนเที่ยวง่าย สะดวกต่อการใช้งานอยู่ในระดับพอใจมากที่สุด ($\bar{X}=4.51$) และได้นำความรู้เกี่ยวกับทฤษฎีสี มาใช้ในการออกแบบโดยเลือกใช้โทนสีเหลือง-ส้ม-น้ำตาล ร่วมกับเขียว-น้ำเงิน เพื่อสื่อถึงแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีความร่มรื่น สงบ และแฝงไปด้วยพลังบารมี การนำสีมาสื่อถึงอารมณ์สอดคล้องกับผลการประเมินของนักท่องเที่ยวด้านเนื้อหาข้อมูล เสียง โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่พึงพอใจมากที่สุดในหัวข้อ สี แสง ชัดเจน สวยงาม ($\bar{X}=4.44$) 3) การพัฒนา (Development) มีการพัฒนาในส่วนแอนิเมชันที่จะช่วยสร้างความเข้าใจและความสนใจให้กับนักท่องเที่ยว โดยใช้ตัว

ละครในการเล่าเรื่องราวซึ่งจะช่วยให้นักท่องเที่ยวรู้จักแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมมากขึ้น อีกทั้งยังสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการสื่อสารการตลาดที่ช่วยให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจ จนอาจจะเป็นแรงบันดาลใจให้ตัดสินใจเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ ส่วนต่อไปที่พัฒนามาก็คือวิดีโอที่จะช่วยให้นักท่องเที่ยวเห็นภาพบรรยากาศแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวเสมือนให้สามารถสัมผัสกับบรรยากาศจริง และการพัฒนาในส่วนของการจำลองกิจกรรมส่งเสริมวัฒนธรรมหรือกิจกรรมทางความเชื่อของพุทธศาสนิกชนที่มีการสร้างฉากและสถานการณ์เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้โต้ตอบและทำกิจกรรมผ่านอินโฟกราฟิกแอนิเมชันแบบอินเทอร์แอคทีฟเสมือนได้เดินทางมายังสถานที่จริง เมื่อพัฒนาเสร็จเรียบร้อยแล้ว ทำการทดสอบการใช้งานเบื้องต้นและปรับปรุง 4) การดำเนินการ (Implement) เมื่อสร้างเสร็จเรียบร้อยแล้ว นำขึ้นเผยแพร่ผ่านสื่อโซเชียล เพื่อใช้เป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์และการทำธุรกรรมออนไลน์ให้เหมาะสมกับยุคเทคโนโลยีดิจิทัล โดยการอัปโหลดขึ้น Google Site จัดทำโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์และคิวอาร์โค้ด (QR-Code) เผยแพร่บนสื่อโซเชียล และตามสถานที่แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าไปใช้งานได้สะดวก และ 5) การประเมินผล (Evaluation) โดยการสร้างเครื่องมือแบบสอบถามออนไลน์ผ่าน Google Form เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับของ Likert (1967) ใช้กลุ่มตัวอย่าง 400 คน ตามคำแนะนำของ Yamane (1973) ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่อาศัยอยู่ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี และต่างจังหวัดทั้งที่มีประสบการณ์เข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่และไม่มีประสบการณ์ หลังจากนั้นนำมาประเมินผลผ่านเครื่องมือวิเคราะห์สถิติ SPSS

การออกแบบและพัฒนาอินโฟกราฟิกแอนิเมชันแบบอินเทอร์แอคทีฟจะต้องใช้องค์ความรู้ในหลาย ๆ ด้าน จึงจะช่วยให้การออกแบบและพัฒนาบรรลุตามวัตถุประสงค์ และเป็นที่น่าสนใจของผู้ใช้หรือนักท่องเที่ยวในยุคปัจจุบันที่คนส่วนใหญ่อาศัยสื่อดิจิทัลมาเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินชีวิต

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความพึงพอใจอินโฟกราฟิกแอนิเมชันแบบอินเทอร์แอคทีฟด้านประสิทธิภาพการใช้งานมากที่สุด ($\bar{X}=4.48$) โดยหัวข้อที่นักท่องเที่ยวพอใจมากที่สุด ได้แก่ หัวข้อการวางปุ่มเข้าใจง่าย สะดวกต่อการใช้งาน ส่วนหัวข้อที่นักท่องเที่ยวให้ความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ ความรวดเร็วในการโต้ตอบ ($\bar{X}=4.46$) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย เรื่อง “การพัฒนาแอปพลิเคชัน “มาตะ ลุ่มน้ำ” เพื่อส่งเสริมโลจิสติกส์ท่องเที่ยวบริเวณพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา” (Trakulmaykee et al., 2023) ที่มีความพึงพอใจคุณภาพด้านระบบ อยู่ในระดับมาก (3.92/0.81) โดยพึงพอใจมากที่สุดในหัวข้อการจัดวางปุ่มให้ใช้งานง่าย (4.07/0.76) และพึงพอใจน้อยที่สุด หัวข้อความรวดเร็วในการโต้ตอบของแอปพลิเคชัน (3.79/0.80) และสอดคล้องกับงานวิจัย เรื่อง “แอปพลิเคชันการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและวิถีชุมชนกรณีศึกษาชุมชนบ้านบุและชุมชนเกาะเกร็ดจังหวัดนนทบุรี” (Klubsakul et al., 2023) ที่มีความพึงพอใจการใช้งานด้านประสิทธิภาพของระบบเป็นอันดับหนึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด (4.55/0.57) โดยพึงพอใจมากที่สุดในหัวข้อภาพรวมด้านประสิทธิภาพการใช้งาน (4.47/0.48) และพึงพอใจน้อยที่สุดหัวข้อความเร็วในการประมวลผลของแอปพลิเคชัน (4.35/0.61)

รองลงมานักท่องเที่ยวพึงพอใจอินโฟกราฟิกแอนิเมชันแบบอินเทอร์แอคทีฟในด้านประโยชน์การใช้งาน ($\bar{X}=4.47$) โดยพึงพอใจมากที่สุดในหัวข้ออินโฟกราฟิกแอนิเมชันทำให้ผู้ชมรู้จักแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมโซนเขาเพิ่มขึ้น ($\bar{X}=4.50$) หัวข้อที่ให้ความพึงพอใจน้อยที่สุดคือหัวข้ออินโฟกราฟิกแอนิเมชันเป็นแหล่งความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมโซนเขาจังหวัดสุราษฎร์ธานี ($\bar{X}=4.42$) และด้านที่นักท่องเที่ยวให้ความพึงพอใจน้อยที่สุดคือด้านเนื้อหาข้อมูล เสียง ($\bar{X}=4.41$) โดยมีความพึงพอใจมากที่สุดในหัวข้อสี แสง ชัดเจน สวยงาม ($\bar{X}=4.44$) ส่วนหัวข้อที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ หัวข้อคุณภาพของเสียงบรรยาย ชัดเจน ($\bar{X}=4.39$) ทั้งนี้ อาจเนื่องจากในส่วนของการชมบรรยายภาคด้วยวิดีโอไม่มีเสียงบรรยายมีเพียงเสียงดนตรีประกอบเท่านั้น

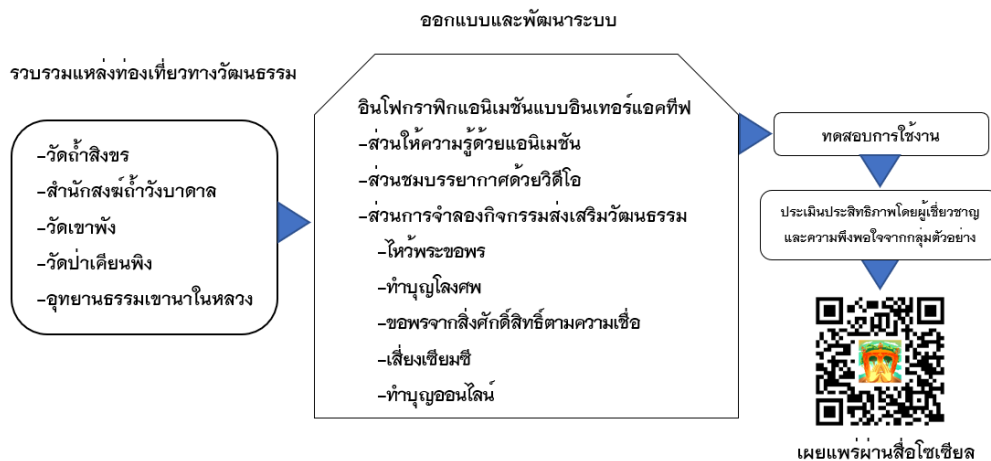
อย่างไรก็ตามพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความพึงพอใจในภาพรวมต่ออินโฟกราฟิกแอนิเมชันแบบอินเทอร์แอคทีฟ ในระดับมาก ($\bar{X}=4.45$) และจากการสังเกตหลังจากกลุ่มตัวอย่างทำแบบสอบถามความพึงพอใจแล้วได้มีการสอบถาม และค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวด้วยความสนใจ นั้นแสดงว่าอินโฟกราฟิกแอนิเมชันแบบอินเทอร์แอคทีฟนี้สามารถนำไปใช้เป็นสื่อประชาสัมพันธ์และทัวร์บุญออนไลน์ได้ดี

เมื่อนำมาทดสอบค่า t-test (Paired Samples t-test) เปรียบเทียบด้านความสนใจท่องเที่ยวและด้านความสนใจทำบุญออนไลน์ก่อน-หลังชมอินโฟกราฟิกแอนิเมชันแบบอินเทอร์แอคทีฟ พบว่าทั้ง 2 ด้าน มีค่า Sig. น้อยกว่าค่านัยสำคัญ ($P < 0.05$) มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นั้นแสดงว่าอินโฟกราฟิกแอนิเมชันแบบอินเทอร์แอคทีฟทำให้นักท่องเที่ยวสนใจท่องเที่ยว และสนใจร่วมทำบุญออนไลน์กับแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมโซนเขาจังหวัดสุราษฎร์ธานีได้เป็นอย่างดีซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย เรื่อง “การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แหล่งเรียนรู้ทางประวัติศาสตร์เมืองเชียงใหม่” (Siri et al., 2019) โดยผู้ใช้มีความพึงพอใจในหัวข้อสื่อกระตุ้นให้ผู้ชมอยากไปแหล่งท่องเที่ยวที่น่าเสนอ อยู่ในระดับมาก (4.19/0.62) และหัวข้อผู้ชมเกิดความสนใจแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อยู่ในระดับมากเช่นกัน (4.05/0.74)

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

การพัฒนาอินโฟกราฟิกแอนิเมชันแบบอินเทอร์แอคทีฟสำหรับทัวร์บุญแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมโซนเขาจังหวัดสุราษฎร์ธานี” เพื่อส่งเสริมประชาสัมพันธ์และการทัวร์บุญผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งต่างจากงานวิจัยอื่น ๆ นั่นคือ เป็นการรวบรวมแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีความสวยงามและมีคุณค่าในพื้นที่ โซนเขาจังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 5 แหล่ง นำมาพัฒนาเป็นอินโฟกราฟิกแอนิเมชันแบบอินเทอร์แอคทีฟที่นักท่องเที่ยวสามารถเลือกทำกิจกรรมผ่านระบบได้ ได้แก่ ส่วนของการชมแอนิเมชันเพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ส่วนของวิดีโอชมบรรยายภาค

จากภาพจริง และส่วนของการจำลองกิจกรรมส่งเสริมวัฒนธรรมของแต่ละสถานที่ที่นักท่องเที่ยวสามารถทำกิจกรรมต่าง ๆ ได้เสมือนเดินทางมายังสถานที่จริง ได้แก่ การไหว้พระขอพร การทำบุญโลงศพ การขอพรจากสิ่งศักดิ์สิทธิ์ตามความเชื่อของชาวพุทธการเสี่ยงเซียมซี และการร่วมทำบุญออนไลน์ไปยังแต่ละสถานที่ตามความเลื่อมใสศรัทธา อินโฟกราฟิกแอนิเมชันแบบอินเทอร์แอคทีฟมีการนำเสนอในรูปแบบที่แตกต่างกันจึงทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจ อีกทั้งการเข้าใช้งานนักท่องเที่ยวสามารถดาวน์โหลดไปยังสมาร์ตโฟนของผู้ใช้ได้อย่างง่าย ดังภาพที่ 9



ภาพที่ 9 องค์ความรู้จากการพัฒนาอินโฟกราฟิกแอนิเมชันแบบอินเทอร์แอคทีฟ

ที่มา: ผู้แต่ง

สรุป

อินโฟกราฟิกแอนิเมชันแบบอินเทอร์แอคทีฟ เป็นการรวบรวมแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในพื้นที่โซนเขาจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ วัดถ้ำสิงขร สำนักสงฆ์ถ้ำวังบาดาล วัดเขาพัง วัดป่าเคียนพิก (ธรรมเจดีย์) และอุทยานธรรมเขานาในหลวง หลังจากนั้นนำมาออกแบบและพัฒนาอินโฟกราฟิกแอนิเมชันแบบอินเทอร์แอคทีฟเพื่อใช้เป็นสื่อประชาสัมพันธ์และการทัวร์บุญออนไลน์ โดยใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณในการประเมินความพึงพอใจจากนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 400 คน นักท่องเที่ยวสามารถเข้าไปใช้งานอินโฟกราฟิกแอนิเมชันแบบอินเทอร์แอคทีฟบน Google Site โดยสามารถสแกนเข้าใช้งานผ่านคิวอาร์โค้ด (QR-Code) เพื่อติดตั้งระบบบนสมาร์ตโฟนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในพื้นที่โซนเขาจังหวัดสุราษฎร์ธานียังมีอีกหลายสถานที่ที่มีความสวยงามและมีคุณค่าทางวัฒนธรรมแต่ยังไม่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั่วไปมากนัก

ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการ ดังนี้

1. ส่งเสริมประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวบนสื่อโซเชียลให้หลากหลาย
2. พัฒนาบุคลากรในพื้นที่ให้สามารถสร้างสื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนให้สามารถพึ่งตนเองได้
3. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวควรสนับสนุนให้ผู้นำชุมชน/บุคคลในชุมชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตของชุมชนท้องถิ่น เพื่อเป็นการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสู่ชุมชน

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า การพัฒนาอินโฟกราฟิกแอนิเมชันแบบอินเทอร์แอคทีฟ สามารถใช้เป็นส่วนในการประชาสัมพันธ์และการทำวีรบุรุษออนไลน์โดยนักท่องเที่ยวสามารถทำกิจกรรมส่งเสริมวัฒนธรรมร่วมกับแหล่งท่องเที่ยวได้ดี แต่สามารถใช้งานผ่านสมาร์ตโฟนในระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์เท่านั้น

ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการ ดังนี้

1. จัดตั้งงบประมาณในการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์หรือการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโซเชียลให้หลากหลาย

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสนใจด้านการท่องเที่ยว และด้านการร่วมทำบุญออนไลน์ไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมโซนเขาจังหวัดสุราษฎร์ธานี

ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการ ดังนี้

1. ประชาสัมพันธ์ช่องทางการทำบุญออนไลน์โดยเฉพาะการทำบุญออนไลน์ผ่านช่องทางที่น่าเชื่อถือให้มากขึ้น

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

งานวิจัยนี้ได้ข้อค้นพบสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ที่สำคัญ คือ การทำบุญออนไลน์หรือ การให้นักท่องเที่ยวสามารถร่วมกิจกรรมส่งเสริมวัฒนธรรมได้เสมือนเดินทางมายังสถานที่จริง สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับแหล่งท่องเที่ยวในด้านอื่น ๆ หรือในภาคอื่น ๆ โดยควรให้ความสำคัญกับกลุ่มคนในทุกช่วงวัย และควรออกแบบให้รองรับสำหรับผู้สูงวัย สำหรับประเด็นในการวิจัยครั้งต่อไปควรทำวิจัย

ในประเด็นเกี่ยวกับการต่อยอดงานวิจัยเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้ทุกช่องทาง

References

- Branson, R. K. (1978). The Interservice Procedures for Instructional Systems Development. *Educational Technology*, 18(3), 11–14. <https://www.jstor.org/stable/44418942>
- Grainger, D. J. (1988). *Basics of Instructional Systems Development*. American Society for Training and Development.
- Khaosod Online. (2023, July 14). *Unseen New Chapters 2023*. Khaosod Online. https://www.khaosod.co.th/lifestyle/travel/news_7766069
- Klubsakul, O., Pookamang, P., Saithong, P., Abdulkaday, H., & Plaikaew, C. (2022). Cultural Tourism and Local Community Way Application Case Study of Ban Bu Community and Koh Kred Community in Nontaburi Province. *Academic Journal of Phetchaburi Rajabhat University*, 12(1), 13–22. https://journal.pbru.ac.th/admin/upload/fulltext/Vol.12No.1_7702.pdf
- Kongsat, S., & Thamwong, T. (2015, November 25). *Determining the Accuracy of the Questionnaire (IOC)*. Mahachulalongkornrajavidyalaya University. <https://www.mcu.ac.th/article/detail/14329>
- Likert, R. A. (1961). *New Patterns of Management*. McGraw–Hill.
- Pariyawatee, S. (2017). *Multimedia Online 2D Animation*. SE–EDUCATION.
- Payupat, A. (2015). *Multimedia for Presentation*. Odeon Store.
- Rovinelli, R.J., & Hambleton, R.K. (1977) On the Use of Content Specialists in the Assessment of Criterion–Referenced Test Item Validity. *Tijdschrift Voor Onderwijs Research*, 2(2), 49–60. <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED121845.pdf>
- Siri, K., Suwannasri, P., & Manoruang, S. (2019). *Information Technology in Promoting Ecotourism at Historical Learning Sites in Chiang Mai*. Chiang Mai Rajabhat University. <http://cmruir.cmru.ac.th/handle/123456789/1420>
- Sripaisarn, W. (2016). *Make Difficult things Easy with Infographics*. Borpitt.
- Thairath Online. (2022, July 20). *Asking for Luck, the Naga Leaves the Body*. Thairath Online. <https://www.youtube.com/watch?v=jOWejtSR9H8>
- Thanachart Thai Military Bank. (2023, January 17). *TTB Analytics Expects Thai Tourism Revenue in 2023*. <https://www.ttbbank.com/th/newsroom/detail/travel-thailand-2566>

- Trakulmaykee, N., Pratan, T., Hnuchek, K., & Seamhan, P. (2023). “Mata Lumnarn” Application Development for Supporting Logistical Tourism in Songkhla Lagoon. *Journal of Management Sciences, Suratthani Rajabhat University*, 10(1), 57–84. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/msj/article/view/255515>
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Statistic* (2nd ed.). Harper & Row.