



โครงงานการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์วัดสูงเม่นเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้และการท่องเที่ยว
Designing Public Relations Media for Wat Sung Men to Promote Learning and Tourism

ณัฐชา ยอดทาเครือ
Nutcha Yottakruea
ณัฐณิชา ทองคำ
Natthanicha Thongkam
นิภัทร แพทย์เมือง
Niphat Phaetmuangphruan

โครงงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ
พุทธศักราช 2567
ประเภทวิชาศิลปกรรมและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ สาขาวิชาดิจิทัลกราฟิก
วิทยาลัยอาชีวศึกษาแพร่
ปีการศึกษา 2569

การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์วัดสูงเม่นเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้และการท่องเที่ยว
Designing Public Relations Media for Wat Sung Men to Promote Learning

ณัฐชา ยอดทาเครือ
Nutcha Yottakruea
ณัฐณิชา ทองคำ
Natthanicha Thongkam
นิภัทร แพทย์เมือง
Niphat Phaetmuangphruan

โครงงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ
พุทธศักราช 2567
ประเภทวิชาศิลปกรรมและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ สาขาวิชาดิจิทัลกราฟิก
วิทยาลัยอาชีวศึกษาแพร่
ปีการศึกษา 2569

หัวข้อโครงงาน การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์วัดสูงเม่นเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้และการท่องเที่ยว

นักศึกษา นางสาวณัฐชา ยอดทาเครือ รหัวประจำตัว 67216080007
นางสาวณัฐณิชา ทองคำ รหัสประจำตัว 67216080023
นายนิภัทร แพทย์เมือง รหัสประจำตัว 67216080009

หลักสูตร ประกาศนียบัตรวิชาชีพ พุทธศักราช 2567
ประเภทวิชา ศิลปกรรมและเศรษฐกิจสร้างสรรค์
กลุ่มอาชีพ ศิลปะและการออกแบบ
สาขาวิชา ดิจิทัลกราฟิก
ปีการศึกษา 2569
ครูประจำวิชา นางสาวปิยธิดา ใจวัง
ครูที่ปรึกษาร่วม นายบุญญาฤทธิ์ แก้วดาว

โครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา ตามหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ พุทธศักราช 2567
ประเภทวิชาศิลปกรรมและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ กลุ่มอาชีพศิลปกรรม สาขาวิชาดิจิทัลกราฟิก

คณะกรรมการตรวจสอบ

(นางวิยาดา ชนาธินาถพงศ์)
หัวหน้าแผนกวิชาดิจิทัลกราฟิก

(ว่าที่ ร.ต. เรวัธ จิตจง)
ผู้อำนวยการฝ่ายวิชาการ

กันยายน 2569

หัวข้อโครงงาน การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์วัดสูงเม่นเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้และการท่องเที่ยว

นักศึกษา นางสาวณัฐชา ยอดทาเครือ รหัวประจำตัว 67216080007
นางสาวณัฐณิชา ทองคำ รหัสประจำตัว 67216080023
นายนิภัทร แพทย์เมือง รหัสประจำตัว 67216080009

หลักสูตร ประกาศนียบัตรวิชาชีพ พุทธศักราช 2567
สาขาวิชา ดิจิทัลกราฟิก
ปีการศึกษา 2569
ครูประจำวิชา นางสาวปิยธิดา ใจวัง
ครูที่ปรึกษาร่วม นายบุญญาฤทธิ์ แก้วดาว

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1)เพื่อออกแบบและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อดิจิทัลของวัดสูงเม่น ให้สามารถสื่อสารข้อมูลได้อย่างถูกต้อง น่าสนใจ และมีประสิทธิภาพ 2)เพื่อประเมินความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์วัดสูงเม่นที่พัฒนา กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย คนในชุมชน และนักท่องเที่ยว จำนวน 20 คน เครื่องมือวิจัยได้แก่ แบบสอบถามความต้องการ แบบประเมินความเหมาะสม และแบบสอบถามความพึงพอใจ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบคลิปวิดีโอ อินโฟกราฟิก และโปสเตอร์มากที่สุด สื่อประชาสัมพันธ์ที่พัฒนาขึ้นประกอบด้วย คลิปวิดีโอประวัติวัดและโบราณวัตถุสำคัญ อินโฟกราฟิกสรุปข้อมูลวัด และโปสเตอร์แนะนำเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ผลการประเมินความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก–มากที่สุด ($\bar{x}$ = 4.55, S.D. = 0.36) โดยด้านการออกแบบมีค่าเฉลี่ย 4.50 (S.D. = 0.51) และด้านเนื้อหามีค่าเฉลี่ย 4.60 (S.D. = 0.50) แสดงให้เห็นว่าสื่อประชาสัมพันธ์ที่พัฒนาขึ้นสามารถส่งเสริมการเรียนรู้และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดสูงเม่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ: การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์, วัดสูงเม่น, การเรียนรู้, การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

Project Title	Designing Public Relations Media for Wat Sung Men to Promote Learning and Tourism	
Students	Mr. Nutcha Yottakruea	Student ID 67216080007
	Mr. Natthanicha Thongkam	Student ID 67216080023
	Ms. Kamonthip Srikhaw	Student ID 67216080009
Program	Vocational Certificate, 2024	
Subject Area	Digital graphic projects	
Occupational Group	Fine Arts	
Major	digital graphics	
Academic Year	2026	
Subject Teacher	Ms. Piyathida Jaiwang	
Co-Advisor	Mr. Bunyarit Kaewdaw	

Abstract

This research aimed to study the public relations media needs of Wat Sung Men, to design and develop appropriate public relations media, and to evaluate user satisfaction with the developed media. The sample group consisted of 120 students, community members, and tourists. Research instruments included a media needs questionnaire, a media appropriateness evaluation form, and a satisfaction survey. Data were analyzed using descriptive statistics, including frequency, percentage, mean, and standard deviation.

The results revealed that the sample group had the highest demand for public relations media in the form of video clips, infographics, and posters. The developed media consisted of a video clip on the temple's history and important artifacts, an infographic summarizing temple information, and a poster recommending cultural tourism routes. Satisfaction evaluation results were at a high to very high level ($\bar{x}$ = 4.55, S.D. = 0.36), with design aspects averaging 4.50 (S.D. = 0.51) and content aspects averaging 4.60 (S.D. = 0.50). These findings indicate that the developed public relations media can effectively promote learning and cultural tourism at Wat Sung Men.

Keywords: Public Relations Media Design, Wat Sung Men, Learning, Cultural Tourism

กิตติกรรมประกาศ

โครงงานเรื่อง การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์วัดสูงเม่นเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้และการท่องเที่ยว สำเร็จลุลวงไป ได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความอนุเคราะห ความชวยเหลือ และคำแนะนำอันทรงคุณคา จากบุคคล หลายฝาย

ผู้จัดทำขอกราบขอบพระคุณ นางสาวปยธิดา ใจวัง ครูที่ปรึกษาโครงงาน และ นายบุญญาฤทธิ์ แก้ดาวครูที่ปรึกษาร่วม เป็นอยางสูง ที่ได้ให้คำปรึกษา แนะนำแนวทางในการดำเนินงาน ตรวจสอบความถูกตอง และให้ขอเสนอแนะในการปรับปรุงโครงงานตั้งแต่เริ่มต้นจนสำเร็จสมบูรณ

ขอขอบคุณ เจ้าอาวาสวัดสูงเม่น และคณะสงฆ์วัดสูงเม่น ที่อนุญาตให้เข้าศึกษาข้อมูลทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของวัด รวมถึงให้ความร่วมมือในการสัมภาษณ์และให้ข้อมูลสำคัญที่เป็นประโยชน์ต่อการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์

ขอขอบคุณ ผู้นำชุมชนและประชาชนในพื้นที่ตำบลสูงเม่น ที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามและให้ข้อเสนอแนะในการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการและบริบทของชุมชน

ขอขอบคุณ เพื่อนร่วมโครงงาน ที่ร่วมแรงร่วมใจในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ เก็บข้อมูลภาคสนาม และวิเคราะห์ข้อมูล จนทำให้การวิจัยครั้งนี้สำเร็จตามวัตถุประสงค์

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยหวังว่าผลงานวิจัยฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการส่งเสริมการเรียนรู้และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดสูงเม่น และชุมชนใกล้เคียง หากมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยขอน้อมรับไว้และขออภัยไว้ และช่วยส่งเสริม

นางสาวณัฐชา ยอดทาเครือ
นางสาวณัฐณิชา ทองคำ
นายนิภัทร แพทย์เมือง
คณะผู้จัดทำ

สารบัญ

บทคัดย่อภาษาไทย ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ ข
กิตติกรรมประกาศ ค
สารบัญ จ
สารบัญตาราง ฉ
สารบัญภาพ ช
บทที่ 1 บทนำ
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ 1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย 2
1.3 ขอบเขตการวิจัย 2
1.3.1 ขอบเขตดานเนื้อหา 2
1.3.2 ขอบเขตดานพื้นที่ 2
1.3.3 ขอบเขตด้านประชากร 2
1.3.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา 2
1.3.5 ขอบเขตด้านกลุ่มเป้าหมาย 2
1.4 คำจำกัดความที่ใช้ในงานวิจัย 2
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ 3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ 4
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบกราฟิก 4
2.3 ทฤษฎีการสื่อสาร 5
2.4 แนวคิดการเรียนรู้จากแหล่งเรียนรู้ทางวัฒนธรรม 7
2.5 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 9
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 12
2.7 กรอบแนวคิดในการวิจัย 14
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย 15
3.1 ประชากรและกลุมตัวอยาง
3.1.1 ประชากร 18
3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง ...18
3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง ...19
3.2 เครื่องมือที่ใชในการวิจัยและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ 20
3.3 การเก็บรวบรวมขอมูล 24
3.4 การวิเคราะหขอมูล 25

บทที่ 4 ผลการวิจัย
4.1 ผลการประเมินคณุ ภาพสื่อกราฟกโดยผู้เชี่ยวชาญ 28
4.2 ผลการประเมินความพึงพอใจตอสื่อที่พัฒนาขึ้น 29
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ
5.1 สรุปผลการจัดทำโครงงานตามวัตถุประสงค 31
5.1.1 สรุปผลการประเมินคุณภาพสื่อโดยผู้เชี่ยวชาญ 31
5.1.2 สรุปผลการประเมินความพึงพอใจ 31
5.2 อภิปรายผล 34
ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ 34
ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป 35
บรรณานุกรม
บรรณานุกรมภาษาไทย 37
บรรณานุกรมภาษาต่างประเทศ 37
ภาคผนวก
ภาคผนวก ก 39
ภาคผนวก ข 49
ภาคผนวก ค 50
ประวัติผู้วิจัย 52

สารบัญตาราง

ตารางที่ 3.1 เกณฑการใหคะแนนแบบมาตราสวนประมาณคา 5 ระดับ 20
ตารางที่ 4.1 ผลการประเมินคุณภาพสื่อกราฟกโดยผูเชี่ยวชาญ 28
ตารางที่ 4.2 ผลการประเมินความพึงพอใจตอสื่อที่พัฒนาขึ้น 29

บทที่ 1
บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ

ปัจจุบันสังคมได้เข้าสู่ยุคดิจิทัลที่การสื่อสารข้อมูลข่าวสารมีความรวดเร็วและเข้าถึงผู้คนได้อย่างกว้างขวาง สื่อสิ่งพิมพ์กราฟิกและสื่อออนไลน์จึงเข้ามามีบทบาทสำคัญในการประชาสัมพันธ์องค์กร หน่วยงาน และแหล่งเรียนรู้ต่าง ๆ ให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตาม การเผยแพร่ข้อมูลของวัดสูงเม่นยังมีข้อจำกัดในด้านการนำเสนอข้อมูลให้เข้าถึงประชาชนและนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะกลุ่มเยาวชนและบุคคลภายนอกพื้นที่ที่นิยมรับข้อมูลผ่านสื่อดิจิทัล ส่งผลให้ข้อมูลเกี่ยวกับประวัติความเป็นมา กิจกรรมทางศาสนา ประเพณี และแหล่งเรียนรู้ภายในวัดยังไม่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายเท่าที่ควร ยกตัวอย่างสื่อสิ่งพิมพ์กราฟิก เช่น โปสเตอร์ แผ่นพับ ป้ายประชาสัมพันธ์ และอินโฟกราฟิก สามารถช่วยนำเสนอข้อมูลให้มีความสวยงาม เข้าใจง่าย และดึงดูดความสนใจของผู้รับสารได้มากขึ้น ขณะที่สื่อออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ Facebook หรือสื่อสังคมออนไลน์อื่นๆ สามารถเผยแพร่ข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว เข้าถึงประชาชนได้ทุกช่วงวัย และสามารถสื่อสารข้อมูลได้ตลอดเวลา อีกทั้งยังช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับวัดและเพิ่มโอกาสในการประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์กราฟิกและสื่อออนไลน์ยังมีส่วนสำคัญในการส่งเสริมการเรียนรู้และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เนื่องจากช่วยให้ประชาชน นักเรียน นักศึกษา และนักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลที่ถูกต้องเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ ความสำคัญ และกิจกรรมต่าง ๆ ของวัดสูงเม่น อันจะนำไปสู่ความเข้าใจและเห็นคุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรมในท้องถิ่นมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังเป็นการกระตุ้นให้เกิดการเดินทางเข้ามาเยี่ยมชมและศึกษาวัฒนธรรมของชุมชน ซึ่งจะช่วยส่งเสริมเศรษฐกิจการอนุรักษ์วัฒนธรรม และการสืบสานคุณค่าของวัดสูงเม่นให้คงอยู่ต่อไปอย่างยั่งยืน

วัดสูงเม่นเป็นวัดที่มีความสำคัญทางด้านพระพุทธศาสนา ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมของชุมชนในอำเภอสูงเม่น จังหวัดแพร่ โดยเป็นศูนย์รวมจิตใจของประชาชนในท้องถิ่นมาอย่างยาวนาน ภายในวัดมีโบราณสถาน ศิลปกรรม และกิจกรรมทางศาสนาที่สะท้อนถึงเอกลักษณ์และภูมิปัญญาของชุมชนล้านนา นอกจากนี้ วัดยังเป็นสถานที่จัดงานประเพณีและพิธีกรรมสำคัญทางศาสนา ซึ่งมีบทบาทในการส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรม และการสร้างความสามัคคีให้กับคนในชุมชน จึงนับได้ว่าวัดสูงเม่นเป็นแหล่งเรียนรู้ที่มีคุณค่าทั้งในด้านศาสนา วัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ท้องถิ่น เนื่องจากขาดความรู้และตามไม่ทันสมัย รวมถึงการออกแบบสื่อที่ไม่สามารถดึงดูดกลุ่มเป้าหมายได้มากพอ

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษาข้อมูลและออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์กราฟิกและสื่อออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์วัดสูงเม่น จังหวัดแพร่ เพื่อให้ประชาชน นักท่องเที่ยว และผู้ที่สนใจสามารถเข้าถึงข้อมูลของวัดได้สะดวกยิ่งขึ้น อันจะนำไปสู่การส่งเสริมการเรียนรู้ด้านศาสนาและวัฒนธรรม การอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่น ตลอดจนการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนให้เกิดความยั่งยืนต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.เพื่อออกแบบและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อดิจิทัลของวัดสูงเม่น ให้สามารถสื่อสารข้อมูลได้อย่างถูกต้อง น่าสนใจ และมีประสิทธิภาพ

2.เพื่อประเมินความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์วัดสูงเม่นที่พัฒนาขึ้น

1.3 ขอบเขตการวิจัย

1.3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับความเป็นมา ความสำคัญ ประวัติ วัฒนธรรม และกิจกรรมของวัดสูงเม่น รวมถึงการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์กราฟิกและสื่อออนไลน์เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ของวัด

1.3.2 ขอบเขตด้านพื้นที่ ดำเนินการศึกษาวิจัยภายในวัดสูงเม่น อำเภอสูงเม่น จังหวัดแพร่

1.3.3 ขอบเขตด้านประชากร ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือ พระสงฆ์ บุคลากรภายในวัดประชาชนในชุมชน และผู้ที่เข้ามาใช้บริการหรือเยี่ยมชมวัดสูงเม่น

1.3.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา ระยะเวลาในการดำเนินการวิจัย ตั้งแต่วันที่ 18 พฤษภาคม พ.ศ. 2569 ถึง วันที่ 31 สิงหาคม พ.ศ 2569 รวมระยะเวลา 15 สัปดาห์ ขอบเขตพัฒนาสื่อทั้ง 3 อย่างได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อดิจิทัลและภาพถ่ายดิจิทัล เป็นต้น

1.3.5 ขอบเขตด้านกลุ่มเป้าหมาย การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษากลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้องกับการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของวัดสูงเม่น เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้และการท่องเที่ยวจำนวน 20 คน โดยแบ่งกลุ่มเป้าหมายออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ ประชาชนทั่วไปและนักท่องเที่ยว นักเรียน นักศึกษา และผู้สนใจศึกษาประวัติศาสตร์ท้องถิ่น พระภิกษุ สามเณร ผู้นำชุมชน และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับวัดสูงเม่น

1.4 คำจำกัดความที่ใช้ในงานวิจัย

1.วัดสูงเม่น คือ สถานที่ที่ตั้งอยู่ในอำเภอสูงเม่น จังหวัดแพร่ ซึ่งเป็นสถานที่ศึกษาเกี่ยวกับประวัติความเป็นมา วัฒนธรรม และกิจกรรมทางศาสนาในการวิจัย

2.สื่อสิ่งพิมพ์กราฟิก คือ สื่อประชาสัมพันธ์ที่ออกแบบโดยใช้ภาพ ตัวอักษร สี และองค์ประกอบทางศิลปะ เช่น โปสเตอร์ แผ่นพับ ป้ายประชาสัมพันธ์ และอินโฟกราฟิก เพื่อสื่อสารข้อมูลของวัดสูงเม่นให้เข้าใจง่ายและน่าสนใจ

3.สื่อออนไลน์ คือ สื่อที่เผยแพร่ผ่านอินเทอร์เน็ตและโซเชียลมีเดีย เช่น Facebook เว็บไซต์ หรือแพลตฟอร์มออนไลน์อื่นๆเพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารและกิจกรรมของวัดสูงเม่น

4.การประชาสัมพันธ์ คือ การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร กิจกรรม และข้อมูลที่เป็นประโยชน์ของวัดสูงเม่นให้ประชาชนรับรู้และเข้าถึงได้อย่างทั่วถึง

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.ได้ข้อมูลเกี่ยวกับความเป็นมา ความสำคัญ และกิจกรรมของวัดสูงเม่นอย่างถูกต้องและเป็นระบบ

2.ได้สื่อสิ่งพิมพ์กราฟิกและสื่อออนไลน์ที่มีความน่าสนใจ สามารถนำไปใช้ในการประชาสัมพันธ์วัดสูงเม่นได้จริง

3.ช่วยอนุรักษ์และสืบสานศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และเอกลักษณ์ของชุมชนท้องถิ่นผ่านการใช้สื่อประชาสัมพันธ์

บทที่ 2
แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่องโครงงาน “การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์วัดสูงเม่นเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้และการท่องเที่ยว” ผู้วิจัยได้ศึกษา แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากหนังสือ เอกสารทางวิชาการ บทความวิจัย วารสารวิชาการ และแหล่งข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ที่เกี่ยวข้องกับการ ประชาสัมพันธ์ การออกแบบสื่อกราฟิก การสื่อสาร การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และแหล่งเรียนรู้ทางวัฒนธรรม เพื่อใช้เป็นแนวทางในการออกแบบและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงงาน และสามารถส่งเสริมการเรียนรู้รวมถึงการท่องเที่ยวของวัดสูงเม่นได้อย่างเหมาะสม ดังนี้

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบกราฟิก
2.3 ทฤษฎีการสื่อสาร
2.4 แนวคิดการเรียนรู้จากแหล่งเรียนรู้ทางวัฒนธรรม
2.5 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2.7 กรอบแนวคิดในการวิจัย

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) เป็นกระบวนการสื่อสารข้อมูล ข่าวสาร และกิจกรรมขององค์กรไปยังกลุ่มเป้าหมาย เพื่อสร้างความเข้าใจ ความเชื่อมั่น และภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กร การประชาสัมพันธ์ถือเป็นเครื่องมือสำคัญในการเผยแพร่ข้อมูลและสร้างการรับรู้ให้แก่ประชาชน โดยเฉพาะในยุคดิจิทัลที่การสื่อสารต้องรวดเร็วและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้กว้างขวาง

สำหรับวัดสูงเม่น การประชาสัมพันธ์มีบทบาทสำคัญในการเผยแพร่ข้อมูลด้านประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม กิจกรรมทางศาสนา และแหล่งเรียนรู้ภายในวัด เพื่อให้ประชาชน นักเรียน นักศึกษา และนักท่องเที่ยวเกิดความสนใจและเข้ามาเยี่ยมชมมากขึ้น แนวทางดังกล่าวสอดคล้องกับหลักการประชาสัมพันธ์ที่มุ่งสร้างความสัมพันธ์ ความเข้าใจ และภาพลักษณ์ที่ดีระหว่างองค์กรกับสาธารณชน (Vanisrattanakul, 2019)

ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์

- สร้างการรับรู้เกี่ยวกับวัดสูงเม่น
- ส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของวัดและชุมชน
- เผยแพร่ความรู้ด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมท้องถิ่น
- กระตุ้นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
- สร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างวัดกับประชาชน

สื่อประชาสัมพันธ์

สื่อประชาสัมพันธ์ หมายถึง เครื่องมือที่ใช้ในการถ่ายทอดข้อมูล ข่าวสาร และกิจกรรมจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร เพื่อสร้างความเข้าใจและการรับรู้

ประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์

สื่อสิ่งพิมพ์ คือ สื่อที่ถ่ายทอดข้อมูลในรูปแบบตัวอักษรและภาพ เช่น แผ่นพับ ป้ายโปสเตอร์ ใบปลิว และวารสาร เหมาะสำหรับการแจกจ่ายหรือเผยแพร่ข้อมูลที่ต้องการให้ผู้รับสารเก็บไว้เปิดอ่านภายหลังได้

สื่อดิจิทัล คือ สื่อที่เผยแพร่ผ่านเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก ไลน์ และสื่อออนไลน์ต่าง ๆ ช่วยให้การสื่อสารรวดเร็วและเข้าถึงคนจำนวนมากได้ง่าย

สื่อมัลติมีเดีย คือ สื่อที่ผสมผสานข้อความ ภาพ เสียง วิดีโอ และภาพเคลื่อนไหวเข้าด้วยกัน เพื่อทำให้การสื่อสารน่าสนใจและเข้าใจง่ายยิ่งขึ้น (Vaughan, 1993)

การเลือกใช้สื่อที่เหมาะสมจะช่วยให้ข้อมูลเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยเฉพาะการใช้สื่อดิจิทัลและโซเชียลมีเดียที่ช่วยเพิ่มการมีส่วนร่วมและสร้างการรับรู้ในวงกว้าง

กระบวนการประชาสัมพันธ์ (RACE Model)

กระบวนการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพประกอบด้วย 4 ขั้นตอนหลัก (RACE Model)

- การวิจัย (Research) – ศึกษาสถานการณ์ กลุ่มเป้าหมาย และปัญหา
- การวางแผน (Action/Planning) – กำหนดวัตถุประสงค์ กลยุทธ์ และแผนการดำเนินงาน
- การสื่อสาร (Communication) – ดำเนินการตามแผนผ่านสื่อต่าง ๆ
- การประเมินผล (Evaluation) – วัดผลและปรับปรุงการดำเนินงาน

2.1.1 แนวคิด AIDA Model ในการประชาสัมพันธ์

AIDA Model เป็นกรอบแนวคิดทางการตลาดและการสื่อสารที่อธิบายลำดับขั้นทางจิตวิทยาของผู้บริโภคก่อนการตัดสินใจ ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน (Strong, E. K. 1925)

- Attention (ความสนใจ) – ดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย
- Interest (ความสนใจ) – สร้างความสนใจและให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง
- Desire (ความต้องการ) – สร้างความต้องการและความผูกพันทางอารมณ์
- Action (การกระทำ) – กระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายดำเนินการตามที่ต้องการ

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบกราฟิก

การออกแบบกราฟิก (Graphic Design) เป็นกระบวนการจัดวางองค์ประกอบทางศิลปะและการสื่อสารให้เกิดความชัดเจน สวยงาม และน่าสนใจ โดยองค์ประกอบสำคัญของงานออกแบบกราฟิก ได้แก่ เส้น รูปร่าง รูปทรง พื้นผิว ที่ว่าง สี และตัวอักษร ซึ่งช่วยให้ชิ้นงานสื่อความหมายได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น



ภาพที่ 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบกราฟิก

องค์ประกอบของการออกแบบกราฟิก

- เส้น (Line) ช่วยกำหนดทิศทาง แบ่งพื้นที่ และสร้างจังหวะของงานออกแบบ
- รูปร่าง (Shape) คือรูปแบบ 2 มิติที่ช่วยให้ผู้ชมรับรู้และจดจำสิ่งต่าง ๆ ได้ง่ายขึ้น
- รูปทรง (Form) คือรูปร่างที่มีมิติ เพิ่มความสมจริงและความลึกให้กับงานออกแบบ
- สี (Color) ช่วยสร้างอารมณ์ ความน่าสนใจ และการจดจำของงาน
- ตัวอักษร (Typography) ช่วยสื่อสารเนื้อหาและกำหนดบุคลิกของงานออกแบบ
- ที่ว่าง (Space) คือพื้นที่ว่างในงาน ช่วยให้องค์ประกอบดูไม่แน่นเกินไปและทำให้งานอ่านง่ายขึ้น

หลักการออกแบบกราฟิก

- ความสมดุล (Balance)
- ความกลมกลืน (Harmony)
- ความโดดเด่น (Emphasis)
- ความเป็นเอกภาพ (Unity)
- การจัดลำดับความสำคัญ (Hierarchy)

หลักการเหล่านี้ช่วยให้สื่อประชาสัมพันธ์มีประสิทธิภาพและสามารถดึงดูดความสนใจของผู้ชมได้ดี โดยเฉพาะการออกแบบสื่อสำหรับ Facebook และสื่อออนไลน์ที่ต้องคำนึงถึงความรวดเร็วในการสื่อสารและความน่าสนใจของภาพ

2.2.1 ทฤษฎีสี (Color Theory)

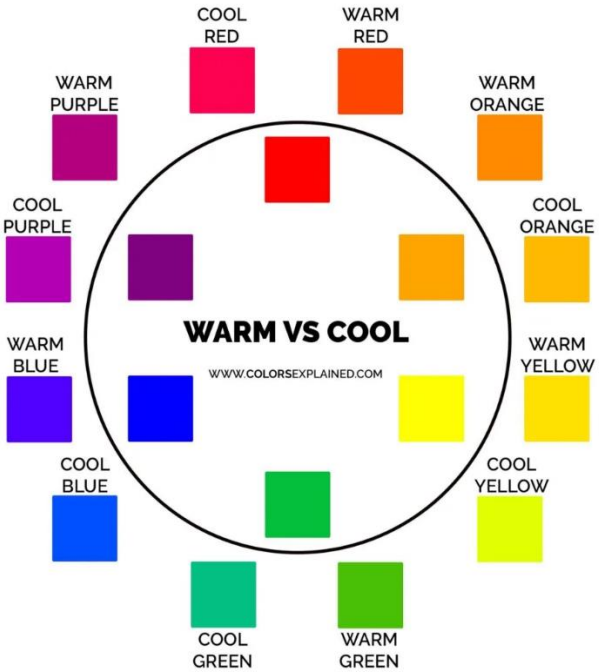
ทฤษฎีสี (Color Theory) อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างสีและผลกระทบต่อการรับรู้และอารมณ์ของมนุษย์ โดยวงล้อสี (Color Wheel) เป็นเครื่องมือสำคัญในการเลือกสีที่กลมกลืนกัน



ภาพที่ 2.2 ทฤษฎีสี

2.2.2 ประเภทของสี

- สีปฐมภูมิ (Primary Colors) แดง น้ำเงิน เหลือง
- สีทุติยภูมิ (Secondary Colors) เขียว ส้ม ม่วง
- สีตติยภูมิ (Tertiary Colors) สีที่เกิดจากการผสมสีปฐมภูมิและทุติยภูมิ



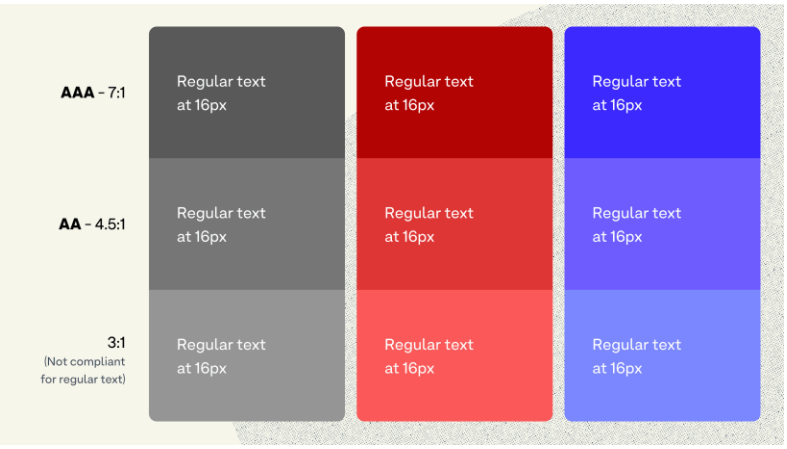
ภาพที่ 2.3 ประเภทของสี

2.2.3 หลักการใช้สี

- สีกลมกลืน (Analogous Colors) สีที่อยู่ติดกันบนวงล้อสี ให้ความรู้สึกสงบและกลมกลืน
- สีตัดกัน (Complementary Colors) สีที่อยู่ตรงข้ามกันบนวงล้อสี ให้ความรู้สึกโดดเด่นและมีพลัง
- สีสามส่วน (Triadic Colors) สีที่ห่างกันเท่า ๆ กันบนวงล้อสี ให้ความรู้สึกสมดุลและน่าสนใจ

การประยุกต์ใช้กับสื่อประชาสัมพันธ์วัดสูงเม่น

- การใช้สีที่กลมกลืนกับอัตลักษณ์ของวัดช่วยสร้างความเป็นเอกภาพ
- การใช้สีตัดกันช่วยดึงดูดความสนใจและสร้างจุดเด่น
- สีควรสื่อถึงความสงบ ศรัทธา และวัฒนธรรมท้องถิ่น

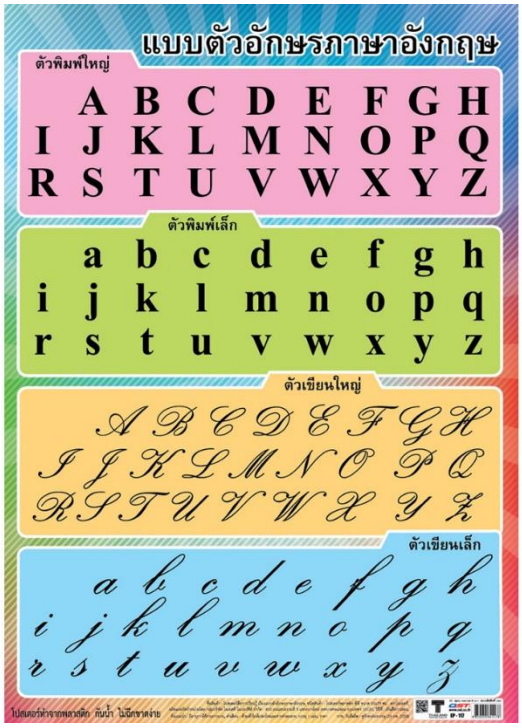


ภาพที่ 2.4 หลักการใช้สี

2.2.4 ทฤษฎีตัวอักษร (Typography Theory)

ทฤษฎีตัวอักษร (Typography Theory) อธิบายหลักการเลือกและใช้ตัวอักษรเพื่อสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ โดยตัวอักษรแบ่งออกเป็น 3 ประเภทหลัก

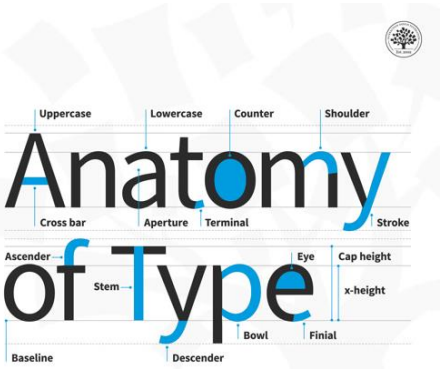
- Serif – มีเชิงที่ปลายตัวอักษร ให้ความรู้สึกเป็นทางการและคลาสสิก
- Sans Serif – ไม่มีเชิงที่ปลายตัวอักษร ให้ความรู้สึกทันสมัยและเรียบง่าย
- Display – มีลักษณะโดดเด่น ใช้สำหรับหัวข้อหรือข้อความที่ต้องการความสนใจ
- ความอ่านง่าย (Readability) ตัวอักษรต้องอ่านง่ายและชัดเจน
- ความเหมาะสม (Appropriateness) ตัวอักษรต้องเหมาะสมกับเนื้อหาและกลุ่มเป้าหมาย
- ความสม่ำเสมอ (Consistency) ใช้ตัวอักษรอย่างสม่ำเสมอเพื่อสร้างความเป็นเอกภาพ



ภาพที่ 2.5 ทฤษฎีตัวอักษร

การประยุกต์ใช้กับสื่อประชาสัมพันธ์วัดสูงเม่น

- การใช้ตัวอักษร Serif ให้ความรู้สึกเป็นทางการและเหมาะสมกับเนื้อหาทางวัฒนธรรม
- ตัวอักษรต้องอ่านง่ายและชัดเจนทั้งบนสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อดิจิทัล
- ควรใช้ตัวอักษรไม่เกิน 2-3 แบบเพื่อสร้างความสม่ำเสมอ



ภาพที่ 2.6 ทฤษฎีตัวอักษร

2.3 ทฤษฎีการสื่อสาร

แบบจำลองนี้พัฒนาโดย Claude E. Shannon และ Warren Weaver ในปี 1949 อธิบายการสื่อสารเป็นกระบวนการเชิงเส้นตรง (Linear Model) ที่ประกอบด้วย 8 องค์ประกอบหลัก

องค์ประกอบ 8 ประการ

1.แหล่งสาร (Source/Information Source)

- จุดเริ่มต้นของสาร (บุคคล องค์กร ระบบ)
- กำหนดวัตถุประสงค์และเนื้อหาที่ต้องการสื่อ

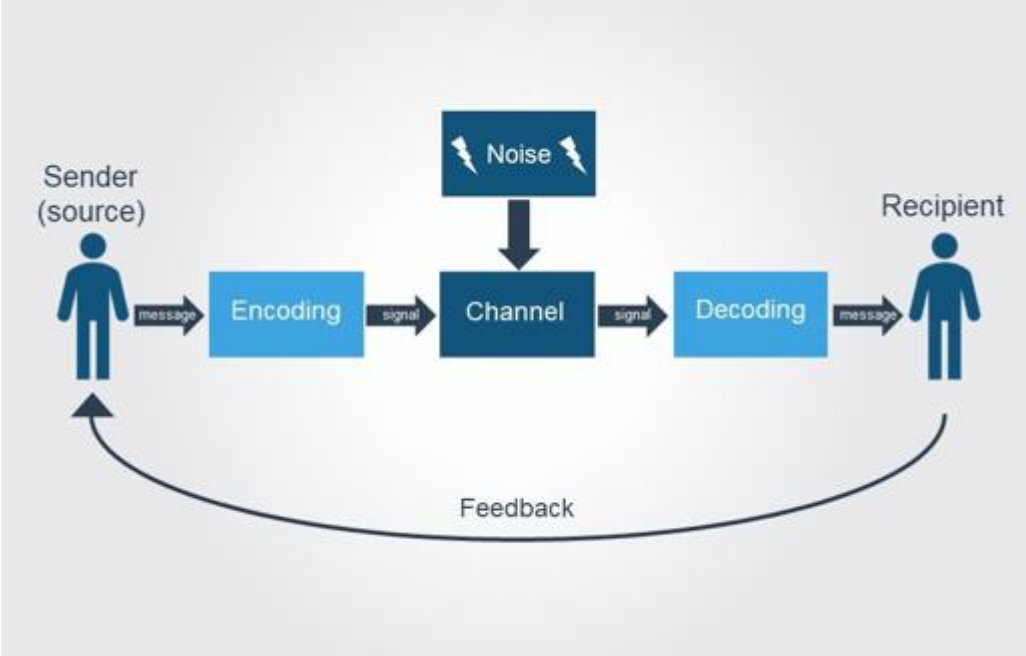
2.ผู้ส่ง/เครื่องส่ง (Encoder/Transmitter)
- แปลงความคิดเป็นสัญลักษณ์ (ภาษา ภาพ เสียง)
- อาจเป็นมนุษย์หรืออุปกรณ์ (ไมโครโฟน กล้อง)

3.สาร (Message)
- เนื้อหาที่ต้องการสื่อ (ข้อความ ภาพ วิดีโอ)
- ต้องชัดเจน เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

4.ช่องทาง (Channel)
- สื่อกลางที่ส่งสาร (อากาศ สายไฟ อินเทอร์เน็ต)
- ในสื่อดิจิทัลคือ Facebook, Website, Email

5.สิ่งรบกวน (Noise)
- สิ่งขัดขวางการส่งสาร (เสียงรบกวน สัญญาณไม่ดี ภาษาไม่ชัดเจน)
- ลดความแม่นยำของการรับสาร

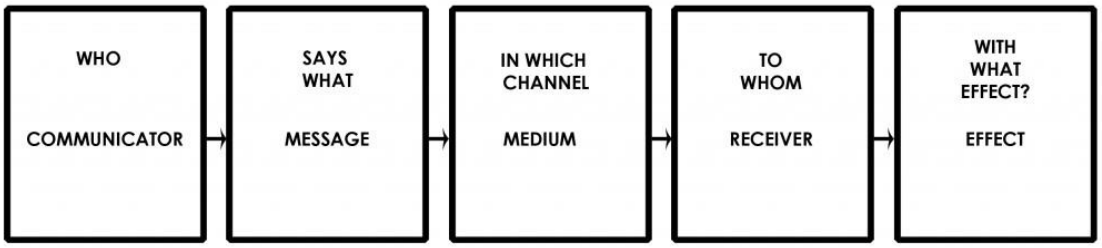
6.ผู้รับ/เครื่องรับ (Decoder/Receiver)
- แปลงสัญญาณกลับเป็นความหมาย
- ขึ้นกับประสบการณ์และบริบทของผู้รับ
- จุดหมาย (Destination)
- ผู้รับสารสุดท้าย (บุคคล กลุ่มชน)
- อาจต่างจาก Receiver ในบางโมเดล
- ผลตอบกลับ (Feedback)
- การตอบสนองจากผู้รับ (ความคิดเห็น ยอดคลิก ยอดซื้อ)
- ช่วยให้ผู้ส่งปรับปรุงสารในอนาคต



ภาพที่ 2.7 ทฤษฎีการสื่อสาร

2.3.1 ทฤษฎีการสื่อสารของลาสเวลล์ (Lasswell Model)

Harold D. Lasswell ได้เสนอรูปแบบการสื่อสารว่า



ภาพที่ 2.8. แบบจำลองการสื่อสารแนวคิดของลาสเวลล์

- ผู้ส่งสาร (Sender/Who)
- สาร (Message/Says What)
- ช่องทางการสื่อสาร (Channel/In Which Channel)
- ผู้รับสาร (Receiver/To Whom)
- ผลที่เกิดขึ้น (Effect/With What Effect)

ในการประชาสัมพันธ์วัดสูงเม่น

- ผู้ส่งสาร คือ วัดสูงเม่น
- สาร คือ ข้อมูลประวัติ ความสำคัญ และกิจกรรมของวัด
- ช่องทาง คือ สื่อสิ่งพิมพ์และสื่อออนไลน์

- ผู้รับสาร คือ ประชาชนและนักท่องเที่ยว
- ผลลัพธ์ คือ การรับรู้และการเข้ามาเยี่ยมชมวัดเพิ่มขึ้น

ข้อดีของ Lasswell Model

- ง่ายต่อการเข้าใจและประยุกต์ใช้
- เหมาะสำหรับการวิเคราะห์การสื่อสารมวลชน
- ช่วยระบุองค์ประกอบหลักของการสื่อสาร

ข้อจำกัด

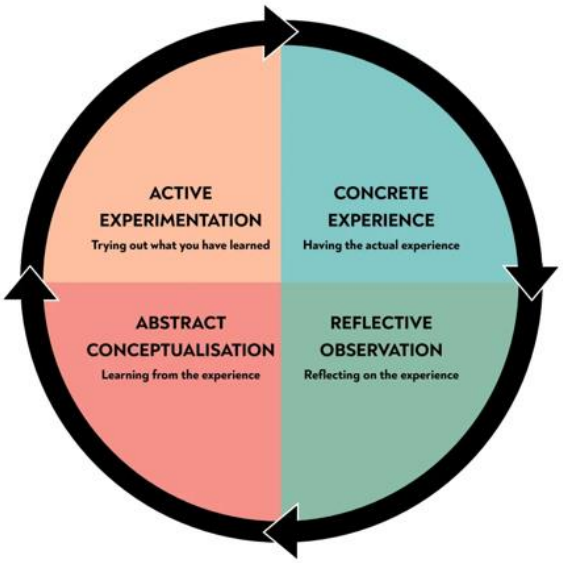
- เป็นแบบจำลองเชิงเส้น (Linear) ไม่มีข้อเสนอแนะกลับ (Feedback)
- ไม่คำนึงถึงสัญญาณรบกวน (Noise)
- ไม่สะท้อนการสื่อสารแบบสองทาง

2.4 แนวคิดการเรียนรู้จากแหล่งเรียนรู้ทางวัฒนธรรม

แหล่งเรียนรู้ทางวัฒนธรรม หมายถึง สถานที่ที่รวบรวมองค์ความรู้ ประวัติศาสตร์ ศิลปะ และภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งประชาชนสามารถศึกษาและเรียนรู้ได้ วัดสูงเม่นถือเป็นแหล่งเรียนรู้ที่สำคัญของจังหวัดแพร่ เนื่องจากมีคุณค่าทางด้าน

- ประวัติศาสตร์
- ศาสนา
- ศิลปกรรม
- วัฒนธรรมท้องถิ่น
- ภูมิปัญญาชุมชน

สำหรับวัดสูงเม่น แนวคิดนี้หมายถึงการใช้วัดเป็นแหล่งเรียนรู้ด้านประวัติศาสตร์ ศาสนา ศิลปกรรม วัฒนธรรมท้องถิ่น และภูมิปัญญาชุมชน เพื่อให้ผู้เรียนและนักท่องเที่ยวได้สัมผัสคุณค่าเชิงวัฒนธรรมอย่างเป็นรูปธรรม ดังนั้น การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมจึงมีบทบาทสำคัญในการช่วยให้ผู้คนเข้าถึงองค์ความรู้เหล่านี้ได้ง่ายและน่าสนใจมากขึ้น



ภาพที่ 2.9 แนวคิดการเรียนรู้จากแหล่งเรียนรู้ทางวัฒนธรรม

2.4.1 ทฤษฎีคอนสตรัคติวิสต์ (Constructivism Theory)

ทฤษฎีคอนสตรัคติวิสต์ (Constructivism Theory) เป็นทฤษฎีการเรียนรู้ที่เน้นว่าผู้เรียนสร้างความรู้ด้วยตนเองผ่านประสบการณ์และปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อม โดยความรู้ไม่ได้ถูกถ่ายทอดจากผู้สอนโดยตรง แต่ถูกสร้างขึ้นผ่านกระบวนการคิดและสะท้อนคิด

หลักการสำคัญของทฤษฎีคอนสตรัคติวิสต์

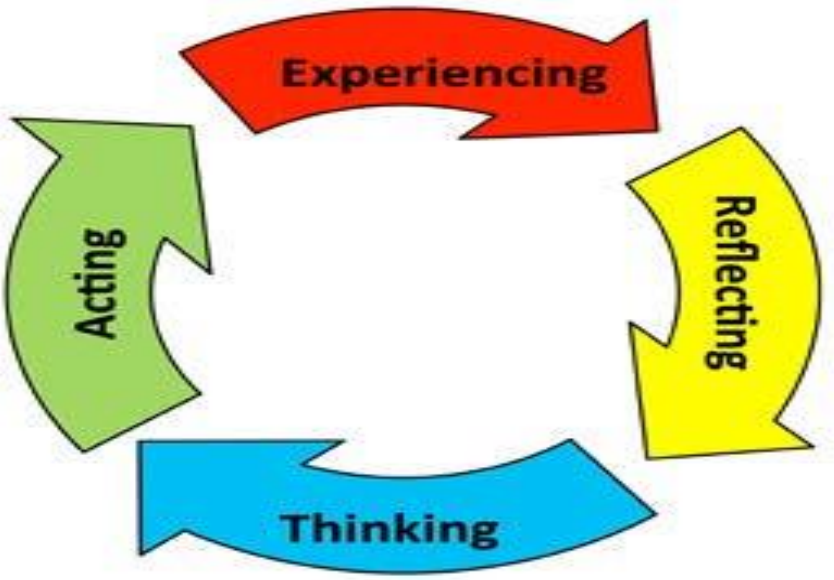
- การเรียนรู้เชิงรุก (Active Learning) ผู้เรียนมีบทบาท aktif ในการสร้างความรู้
- การบูรณาการความรู้เดิม (Prior Knowledge Integration) ความรู้ใหม่ถูกสร้างขึ้นบนพื้นฐานความรู้เดิม
- ปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Social Interaction) การเรียนรู้เกิดขึ้นผ่านปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น
- บริบทที่แท้จริง (Authentic Context) การเรียนรู้ในบริบทที่มีความหมายและเกี่ยวข้องกับชีวิตจริง
- การเคารพมุมมองที่หลากหลาย (Multiple Perspectives) ยอมรับความแตกต่างในการตีความ
- การตระหนักรู้เกี่ยวกับกระบวนการเรียนรู้ (Metacognitive Awareness) ผู้เรียนตระหนักถึงกระบวนการเรียนรู้ของตนเอง

การประยุกต์ใช้กับวัดสูงเม่น

- นักท่องเที่ยวสร้างความรู้เกี่ยวกับวัดสูงเม่นผ่านประสบการณ์ตรงและการมีส่วนร่วม
- สื่อประชาสัมพันธ์ทำหน้าที่เป็นเครื่องมือที่ช่วยให้ผู้เรียนเข้าถึงข้อมูลและสร้างความรู้ด้วยตนเอง
- การเรียนรู้เกิดขึ้นผ่านปฏิสัมพันธ์กับชุมชนและสิ่งแวดล้อมทางวัฒนธรรม

2.4.2 ทฤษฎีการเรียนรู้จากประสบการณ์ (Experiential Learning Theory)

ทฤษฎีการเรียนรู้จากประสบการณ์ (Experiential Learning Theory) เสนอโดย David Kolb (1984) อธิบายว่าความรู้ถูกสร้างขึ้นผ่านการแปลงประสบการณ์เป็นแนวคิด โดยวงจรการเรียนรู้ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน



ภาพที่ 2.10 ทฤษฎีการเรียนรู้จากประสบการณ์

- ประสบการณ์รูปธรรม (Concrete Experience) การมีประสบการณ์ตรง
- การสังเกตและสะท้อนคิด (Reflective Observation) การสะท้อนคิดเกี่ยวกับประสบการณ์
- การสร้างแนวคิดนามธรรม (Abstract Conceptualization) การสร้างแนวคิดจากประสบการณ์
- การทดลองปฏิบัติ (Active Experimentation) การนำแนวคิดไปใช้ปฏิบัติ

การประยุกต์ใช้กับวัดสูงเม่น

- นักท่องเที่ยวมีประสบการณ์ตรงจากการเยี่ยมชมวัด
- การสะท้อนคิดเกี่ยวกับประสบการณ์ช่วยสร้างความรู้ความเข้าใจ
- สื่อประชาสัมพันธ์ช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถเตรียมตัวและสะท้อนคิดหลังการเยี่ยมชม

องค์ประกอบของแหล่งเรียนรู้ทางวัฒนธรรม

แหล่งเรียนรู้ทางวัฒนธรรมที่มีประสิทธิภาพควรมีองค์ประกอบครบถ้วน 5 ด้าน

- ข้อมูลความรู้ – ข้อมูลทางประวัติศาสตร์ ศิลปะ และวัฒนธรรมที่ถูกต้องและครบถ้วน
- ผู้ถ่ายทอด – บุคลากรหรือชุมชนที่มีความรู้และสามารถถ่ายทอดได้
- กิจกรรมการเรียนรู้ – กิจกรรมที่ส่งเสริมการเรียนรู้และประสบการณ์
- สื่อการเรียนรู้ – สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อดิจิทัล และสื่อมัลติมีเดียที่ช่วยในการเรียนรู้
- การบริหารจัดการ – การจัดการสถานที่ งบประมาณ และการมีส่วนร่วมของชุมชน

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) คือ การใช้สถานที่ที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ ศิลปะ และภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นสื่อกลางในการศึกษาเรียนรู้ ซึ่งแหล่งเรียนรู้ลักษณะนี้ช่วยให้ผู้เรียนเข้าใจรากเหง้าทางสังคมและวัฒนธรรมได้จากประสบการณ์จริง สำหรับวัดสูงเม่น จังหวัดแพร่ ถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สะท้อนถึงประวัติศาสตร์และความเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดแพร่ จึงควรมีการประชาสัมพันธ์อย่างเหมาะสมเพื่อเพิ่มศักยภาพด้านการท่องเที่ยว



ภาพที่ 2.11 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ประโยชน์ของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

- อนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม
- สร้างรายได้ให้ชุมชน
- ส่งเสริมเศรษฐกิจท้องถิ่น
- สร้างความภาคภูมิใจในชุมชน
- ส่งเสริมการเรียนรู้ของนักท่องเที่ยว

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ส่วนนี้มักไม่มีรูปภาพเฉพาะ แต่คุณสามารถใช้ภาพจากหัวข้อข้างต้นเพื่อประกอบคำอธิบายงานวิจัย เช่น ใช้ภาพ AIDA หรือ Shannon–Weaver เมื่อพูดถึงงานที่ใช้โมเดลเหล่านี้



ภาพที่ 2.12 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.6.1 งานวิจัยด้านสื่อประชาสัมพันธ์

งานวิจัยด้านสื่อประชาสัมพันธ์มักเน้นการพัฒนาองค์ประกอบของสื่อ การเปิดรับของผู้รับสาร และผลที่เกิดขึ้นต่อการรับรู้ ทัศนคติ หรือพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย

จากการศึกษางานวิจัยเกี่ยวกับการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ พบว่า

- การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ยุคดิจิทัล เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารและส่งเสริมการขายหรือการประชาสัมพันธ์ชุมชน
- การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อบุคคล สื่อโสตทัศน์ สื่อสมัยใหม่ และสื่อกิจกรรม ว่ามีผลต่อการรับรู้และแรงจูงใจของผู้ชม
- ความสัมพันธ์ระหว่างสื่อประชาสัมพันธ์กับภาพลักษณ์องค์กร หรือการเปลี่ยนแปลงภายในองค์กร

2.6.2 งานวิจัยด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมผลการศึกษาหลายงานวิจัยพบว่า

- การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยว
- แหล่งท่องเที่ยวที่มีข้อมูลครบถ้วนและเข้าถึงง่ายมีแนวโน้มได้รับความนิยมมากขึ้น
- การใช้สื่อดิจิทัลช่วยสร้างภาพลักษณ์และเพิ่มจำนวนผู้เข้าชมแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.6.3 งานวิจัยด้านแหล่งเรียนรู้ทางวัฒนธรรม

งานวิจัยด้านแหล่งเรียนรู้ทางวัฒนธรรมพบว่า การพัฒนาแหล่งเรียนรู้ที่มีข้อมูลความรู้ ผู้ถ่ายทอด กิจกรรม สื่อการเรียนรู้ และการบริหารจัดการที่เหมาะสม ร่วมกับการมีส่วนร่วมของชุมชน จะช่วยทำให้แหล่งเรียนรู้เกิดความยั่งยืนและสามารถเป็นฐานในการเรียนรู้ของสังคมได้

ผลการศึกษาพบว่า

- งานวิจัยจำนวนหนึ่งชี้ว่าแหล่งเรียนรู้ทางวัฒนธรรมควรมีองค์ประกอบครบทั้งข้อมูลความรู้ ผู้ถ่ายทอด กิจกรรมการเรียนรู้ สื่อการเรียนรู้ สถานที่ และการบริหารจัดการ
- งานวิจัยด้านการพัฒนาแหล่งเรียนรู้มักเน้นการผลิตสื่อสมัยใหม่ เช่น คู่มือ แผ่นพับ แผนที่อินโฟกราฟิก และการเผยแพร่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์เพื่อเข้าถึงผู้ชมหลากหลายกลุ่ม
- การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ช่วยส่งเสริมการเรียนรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

หลายการศึกษาพบว่า “การมีส่วนร่วมของชุมชน” เป็นปัจจัยสำคัญในการทำให้แหล่งเรียนรู้ดำเนินได้อย่างยั่งยืน

2.7 กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรม แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยโดยเชื่อมโยงตัวแปรต้นและตัวแปรตามให้สอดคล้องกับจุดประสงค์การวิจัย 2 ข้อ ดังนี้

จุดประสงค์การวิจัย

1.เพื่อออกแบบและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อดิจิทัลของวัดสูงเม่น ให้สามารถสื่อสารข้อมูลได้อย่างถูกต้อง น่าสนใจ และมีประสิทธิภาพ

2.เพื่อประเมินความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์วัดสูงเม่นที่พัฒนาขึ้น

ตัวแปรต้น (Independent Variable)

การออกแบบและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์

- สื่อสิ่งพิมพ์ (โปสเตอร์ แผ่นพับ อินโฟกราฟิก)
- สื่อดิจิทัล (Facebook เว็บไซต์ QR Code สื่อออนไลน์)
- องค์ประกอบการออกแบบกราฟิก (ภาพ สี ตัวอักษร การจัดวาง)

ตัวแปรตาม (Dependent Variable)
ประสิทธิภาพของสื่อประชาสัมพันธ์

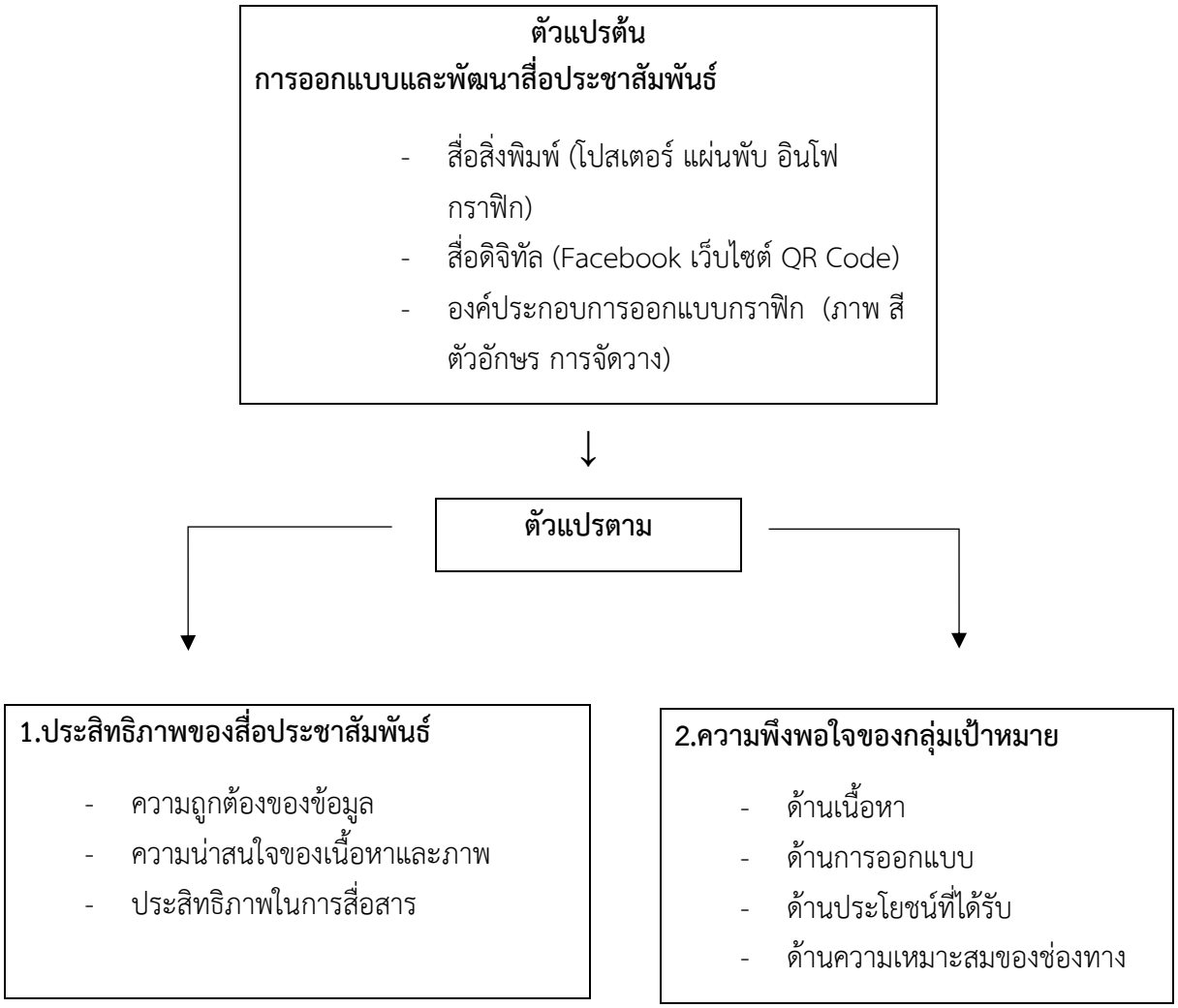
- ความถูกต้องของข้อมูล
- ความน่าสนใจของเนื้อหาและภาพ
- ประสิทธิภาพในการสื่อสาร

ความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย

- ด้านเนื้อหา
- ด้านการออกแบบ
- ด้านประโยชน์ที่ได้รับ
- ด้านความเหมาะสมของช่องทาง

กรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้พัฒนาขึ้นจากแนวคิดการประชาสัมพันธ์ ทฤษฎีการสื่อสารของลาสเวลล์ (Lasswell Model) และหลักการออกแบบกราฟิก โดยมีสมมติฐานว่าการออกแบบและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ที่คำนึงถึงองค์ประกอบการออกแบบกราฟิกและการเลือกใช้สื่อที่เหมาะสมจะส่งผลให้สื่อมีประสิทธิภาพในการสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับวัดสูงเม่นได้อย่างถูกต้อง น่าสนใจ และมีประสิทธิภาพ ซึ่งนำไปสู่ความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อสื่อ

แผนภาพกรอบแนวคิดในการวิจัย



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อออกแบบและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์วัดสูงเม่น เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้และการท่องเที่ยว โดยมุ่งเน้นการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับประวัติความเป็นมา ความสำคัญทางศาสนา ศิลปวัฒนธรรม สถานที่สำคัญภายในวัด และข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการเดินทาง ให้อยู่ในรูปแบบสื่อที่มีความสวยงาม น่าสนใจ เข้าใจง่าย และสามารถนำไปใช้ในการประชาสัมพันธ์ได้ทั้งในรูปแบบสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อดิจิทัล รวมทั้งศึกษาความพึงพอใจของผู้ที่ได้ทดลองใช้สื่อที่พัฒนาขึ้น โดยมีขั้นตอนการดำเนินงานวิจัยดังต่อไปนี้

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.2 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

3.3 วิธีการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 20 คน ได้แก่ นักท่องเที่ยว นักเรียนและนักศึกษา ประชาชนทั่วไป และผู้ที่สนใจข้อมูลเกี่ยวกับวัดสูงเม่น ศิลปวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และการท่องเที่ยว รวมถึงผู้ใช้งานสื่อออนไลน์ที่สามารถเข้าถึงสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบดิจิทัลได้

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 20 คน โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งเป็นผู้ที่มีความสนใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ศาสนา ประวัติศาสตร์ หรือมีความสนใจในการเรียนรู้ข้อมูลเกี่ยวกับวัดสูงเม่น และสามารถรับชมและประเมินสื่อประชาสัมพันธ์ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นได้

เกณฑ์ในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่

1.เป็นผู้ที่มีอายุประมาณ 15–60 ปี

2.เป็นผู้ที่มีความสนใจด้านศาสนา ประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม หรือการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

3.สามารถใช้งานสื่อดิจิทัลหรือสื่อสังคมออนไลน์ได้

4.สามารถรับชมและทำความเข้าใจเนื้อหาของสื่อประชาสัมพันธ์ที่พัฒนาขึ้น

5.มีความสมัครใจในการเข้าร่วมการประเมิน

การกำหนดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 20 คน เพื่อให้เหมาะสมกับขอบเขตของการศึกษาและระยะเวลาในการดำเนินโครงงาน โดยกลุ่มตัวอย่างจะทดลองรับชมและศึกษาสื่อประชาสัมพันธ์ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้น จากนั้นจึงตอบแบบประเมินความพึงพอใจ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์และสรุปผลการวิจัย

3.2 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

3.2.1 ตัวแปรต้น

ตัวแปรต้น คือ สื่อประชาสัมพันธ์วัดสูงเม่นเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้และการท่องเที่ยว ที่ผู้วิจัยได้ออกแบบและพัฒนาขึ้น ประกอบด้วยสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อดิจิทัล โดยนำเสนอข้อมูลที่สำคัญและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

เนื้อหาของสื่อประกอบด้วย ประวัติความเป็นมาของวัดสูงเม่น ความสำคัญของวัด ศิลปะและสถาปัตยกรรม จุดสำคัญภายในวัด ข้อมูลด้านการเรียนรู้ทางศาสนาและวัฒนธรรม รวมถึงข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการเดินทางและการท่องเที่ยว

3.2.2 ตัวแปรตาม

ตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจของผู้ที่ได้ทดลองใช้สื่อประชาสัมพันธ์วัดสูงเม่น ซึ่งประเมินจากด้านเนื้อหา ด้านภาษาและการสื่อสาร ด้านการออกแบบและภาพประกอบ ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว และด้านประโยชน์และการนำไปใช้งาน

3.3 วิธีการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นโดยศึกษาข้อมูลจากเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ การออกแบบกราฟิก การสื่อสารข้อมูล การส่งเสริมการเรียนรู้ และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม รวมถึงศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับวัดสูงเม่น เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการออกแบบและพัฒนาเครื่องมือวิจัย โดยแบ่งเครื่องมือออกเป็นดังนี้

3.3.1 กระบวนการออกแบบและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์วัดสูงเม่น

ผู้วิจัยดำเนินการออกแบบและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

3.3.1.1 ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์

ศึกษาหลักการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ หลักการจัดองค์ประกอบศิลป์ การใช้สี ตัวอักษร ภาพประกอบ การจัดวางองค์ประกอบ และหลักการสื่อสาร เพื่อให้สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบสื่อให้มีความเหมาะสมและน่าสนใจ

3.3.1.2 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับวัดสูงเม่น

รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับประวัติความเป็นมา ความสำคัญทางศาสนา ศิลปวัฒนธรรม สถาปัตยกรรม สถานที่สำคัญ และข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของวัดสูงเม่น จากเอกสารและการสำรวจข้อมูลที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการจัดทำเนื้อหาของสื่อประชาสัมพันธ์

3.3.1.3 วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย

วิเคราะห์ลักษณะและความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ นักท่องเที่ยว นักเรียนและนักศึกษา ประชาชนทั่วไป และผู้ใช้งานสื่อออนไลน์ เพื่อกำหนดรูปแบบ ภาษา ภาพประกอบ และวิธีการนำเสนอข้อมูลให้เหมาะสมกับผู้รับสาร

3.3.1.4 กำหนดแนวคิดในการออกแบบ

กำหนดแนวคิดและรูปแบบการออกแบบให้สอดคล้องกับเอกลักษณ์ของวัดสูงเม่น โดยนำองค์ประกอบด้านศาสนา ศิลปวัฒนธรรม และความเป็นท้องถิ่นมาประยุกต์ใช้ เพื่อสร้างสื่อที่มีความเหมาะสม สวยงาม และสามารถสร้างความสนใจให้กับผู้รับสาร

3.3.1.5 ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์

นำข้อมูลและแนวคิดที่ได้มาดำเนินการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ทั้งในรูปแบบสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อดิจิทัล โดยคำนึงถึงความถูกต้องของเนื้อหา ความชัดเจนของข้อมูล ความสวยงามขององค์ประกอบ การเลือกใช้สี ตัวอักษร ภาพประกอบ และการจัดวางองค์ประกอบให้สามารถอ่านและเข้าใจได้ง่าย

3.3.1.6 ตรวจสอบและปรับปรุงสื่อ

นำสื่อที่ออกแบบเสร็จแล้วตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล ภาษา ภาพประกอบ และองค์ประกอบการออกแบบ หากพบข้อผิดพลาดหรือส่วนที่ไม่เหมาะสม จะดำเนินการแก้ไขและปรับปรุงก่อนนำไปประเมินคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญ

3.3.2 แบบประเมินคุณภาพสื่อโดยผู้เชี่ยวชาญ

ผู้วิจัยสร้างแบบประเมินคุณภาพสื่อประชาสัมพันธ์วัดสูงเม่น โดยมีขั้นตอนดังนี้

3.3.2.1 ศึกษาหลักการและทฤษฎีเกี่ยวกับการประเมินคุณภาพสื่อประชาสัมพันธ์และการออกแบบสื่อกราฟิก

3.3.2.2 นำข้อมูลจากการศึกษาและวัตถุประสงค์ของโครงงานมากำหนดประเด็นและสร้างข้อคำถามสำหรับแบบประเมินคุณภาพสื่อ

3.3.2.3 นำร่างแบบประเมินคุณภาพสื่อเสนออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง ความเหมาะสม และความครอบคลุมของข้อคำถาม

3.3.2.4 นำแบบประเมินที่ปรับปรุงแล้วให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน ตรวจสอบความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยใช้ค่าดัชนีความสอดคล้องของเครื่องมือ (Index of Item–Objective Congruence: IOC)

กำหนดเกณฑ์การประเมิน ดังนี้

+1 หมายถึง แน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์

0 หมายถึง ไม่แน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์

-1 หมายถึง แน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์

โดยข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50–1.00 ถือว่ามีความเที่ยงตรงและสามารถนำไปใช้ได้ ส่วนข้อคำถามที่มีค่า IOC ต่ำกว่า 0.50 จะต้องนำไปปรับปรุงแก้ไขก่อนนำไปใช้

แบบประเมินคุณภาพสื่อแบ่งออกเป็นประเด็นสำคัญ ได้แก่

1.ด้านเนื้อหาและความถูกต้อง

2.ด้านการออกแบบและความสวยงาม

3.ด้านการจัดองค์ประกอบและการสื่อสาร

4.ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้

5.ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว

6.ด้านความเหมาะสมและประโยชน์ในการนำไปใช้

กำหนดระดับการประเมิน 5 ระดับ ดังนี้

5 หมายถึง มีความเหมาะสมมากที่สุด
4 หมายถึง มีความเหมาะสมมาก
3 หมายถึง มีความเหมาะสมปานกลาง
2 หมายถึง มีความเหมาะสมน้อย
1 หมายถึง มีความเหมาะสมน้อยที่สุด

การแปลผลค่าเฉลี่ยระดับความเหมาะสม กำหนดดังนี้

4.51–5.00 หมายถึง มีความเหมาะสมมากที่สุด
3.51–4.50 หมายถึง มีความเหมาะสมมาก
2.51–3.50 หมายถึง มีความเหมาะสมปานกลาง
1.51–2.50 หมายถึง มีความเหมาะสมน้อย
1.00–1.50 หมายถึง มีความเหมาะสมน้อยที่สุด

3.3.3 แบบประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้สื่อ

ผู้วิจัยสร้างแบบประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้สื่อประชาสัมพันธ์วัดสูงเม่น โดยมีขั้นตอนดังนี้

3.3.3.1 ศึกษาหลักการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์และข้อมูลเกี่ยวกับวัดสูงเม่น

3.3.3.2 นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามากำหนดประเด็นและสร้างข้อคำถามสำหรับแบบประเมินความพึงพอใจ

3.3.3.3 นำแบบประเมินความพึงพอใจฉบับร่างเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบความถูกต้องและความเหมาะสม

3.3.3.4 นำแบบประเมินความพึงพอใจให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน ตรวจสอบความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ โดยใช้ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) และปรับปรุงแบบประเมินตามข้อเสนอแนะ

3.3.3.5 นำแบบประเมินความพึงพอใจที่ผ่านการตรวจสอบแล้วไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 20 คน ที่ได้ทดลองใช้สื่อประชาสัมพันธ์วัดสูงเม่น

แบบประเมินความพึงพอใจแบ่งออกเป็น 6 ด้าน ได้แก่

1.ด้านเนื้อหา พิจารณาความถูกต้อง ความชัดเจน และความน่าสนใจของข้อมูล

2.ด้านภาษาและการสื่อสาร พิจารณาความเข้าใจง่าย ความกระชับ และความเหมาะสมของภาษา

3.ด้านการออกแบบและภาพประกอบ พิจารณาความสวยงาม ความน่าสนใจ ความเหมาะสมของสี ตัวอักษร และภาพประกอบ

4.ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ พิจารณาว่าสื่อช่วยให้ผู้ใช้มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับวัดสูงเม่นเพิ่มขึ้นหรือไม่

5.ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว พิจารณาว่าสื่อช่วยสร้างความสนใจและทำให้ผู้ใช้ต้องการเรียนรู้หรือเดินทางมาท่องเที่ยวหรือไม่

6.ด้านประโยชน์และการใช้งาน พิจารณาความสะดวกในการเข้าถึง การรับชม การแบ่งปัน และการนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์

กำหนดเกณฑ์การประเมินความพึงพอใจ 5 ระดับ ดังนี้

5 หมายถึง มีความพึงพอใจมากที่สุด

4 หมายถึง มีความพึงพอใจมาก

3 หมายถึง มีความพึงพอใจปานกลาง

2 หมายถึง มีความพึงพอใจน้อย

1 หมายถึง มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

การแปลผลค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ กำหนดดังนี้

4.51–5.00 หมายถึง มีความพึงพอใจมากที่สุด

3.51–4.50 หมายถึง มีความพึงพอใจมาก

2.51–3.50 หมายถึง มีความพึงพอใจปานกลาง

1.51–2.50 หมายถึง มีความพึงพอใจน้อย

1.00–1.50 หมายถึง มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการตามลำดับขั้นตอนดังต่อไปนี้

3.4.1 ศึกษาและรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับวัดสูงเม่นจากเอกสาร ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง และการสำรวจข้อมูล เพื่อนำมาใช้ในการจัดทำเนื้อหาสำหรับสื่อประชาสัมพันธ์

3.4.2 ดำเนินการออกแบบและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์วัดสูงเม่นทั้งในรูปแบบสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อดิจิทัล

3.4.3 นำสื่อที่พัฒนาขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน ประเมินคุณภาพของสื่อในด้านเนื้อหา การออกแบบ การสื่อสาร การส่งเสริมการเรียนรู้ การส่งเสริมการท่องเที่ยว และประโยชน์ในการใช้งาน

3.4.4 นำข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญมาปรับปรุงแก้ไขสื่อประชาสัมพันธ์ให้มีความถูกต้องและเหมาะสมมากยิ่งขึ้น

3.4.5 นำสื่อประชาสัมพันธ์ที่ผ่านการปรับปรุงแล้วไปให้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 20 คน ทดลองรับชมและศึกษาข้อมูล

3.4.6 แจกแบบประเมินความพึงพอใจให้แก่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 20 คน เพื่อประเมินความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ที่พัฒนาขึ้น

3.4.7 ตรวจสอบความครบถ้วนของแบบประเมินที่ได้รับคืน และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ด้วยวิธีทางสถิติ

3.4.8 สรุปผลการประเมินคุณภาพสื่อและความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง เพื่อนำเสนอผลการวิจัยในบทที่ 4 และใช้เป็นข้อมูลสำหรับการสรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะในบทที่ 5

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากแบบประเมินคุณภาพสื่อโดยผู้เชี่ยวชาญและแบบประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างมาวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติพื้นฐาน ดังนี้

3.5.1 การหาค่าเฉลี่ย (Mean)

ใช้ในการวิเคราะห์ระดับคุณภาพของสื่อและระดับความพึงพอใจของผู้ใช้สื่อ

3.5.2 การหาค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)

ใช้เพื่อพิจารณาการกระจายของคะแนนจากแบบประเมินคุณภาพสื่อและแบบประเมินความพึงพอใจ โดยใช้สูตร

$$S.D. = \sqrt{[\Sigma(X - \bar{x})^2 / (N - 1)]}$$

โดยที่

S.D. คือ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

X คือ คะแนนแต่ละรายการ

$\bar{x}$ คือ ค่าเฉลี่ย

N คือ จำนวนข้อมูลหรือจำนวนผู้ประเมิน

3.5.3 การหาค่าดัชนีความสอดคล้องของเครื่องมือ (Index of Item–Objective Congruence: IOC)

ใช้ในการตรวจสอบความสอดคล้องของข้อคำถามในแบบประเมินกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน เป็นผู้ประเมิน

ใช้สูตร

$$IOC = \Sigma R / N$$

โดยที่

IOC คือ ดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถาม

ΣR คือ ผลรวมคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ

N คือ จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

กำหนดเกณฑ์ในการพิจารณา คือ ข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป ถือว่ามีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และสามารถนำไปใช้ได้ ส่วนข้อคำถามที่มีค่า IOC ต่ำกว่า 0.50 จะนำไปปรับปรุงแก้ไขให้มีความเหมาะสมก่อนนำไปใช้จริง

สรุปขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย

การดำเนินงานวิจัยครั้งนี้เริ่มจากการศึกษาข้อมูลและแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ จากนั้นรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับวัดสูงเม่น กำหนดกลุ่มเป้าหมายและแนวทางการนำเสนอ ออกแบบและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ทั้งในรูปแบบสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อดิจิทัล จากนั้นนำเครื่องมือและสื่อที่พัฒนาขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพและความสอดคล้องของเครื่องมือ แล้วนำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงสื่อ ก่อนนำไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 20 คน และเก็บข้อมูลความพึงพอใจ เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์ด้วยค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าดัชนีความสอดคล้องของเครื่องมือ สุดท้ายนำผลที่ได้ไปสรุปและอภิปรายผลการวิจัย

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลของการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์วัดสูงเม่นเพื่อส่งเสริมการรับรู้และการท่องเที่ยว โดยมีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 20 คน ซึ่งได้จากการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากประชากรที่สนใจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและศาสนา เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบ แบบประเมินความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ และแบบทดสอบวัดระดับการรับรู้เกี่ยวกับวัดสูงเม่น สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ (%) ค่าเฉลี่ย (Mean; $\bar{x}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation; S.D.) โดยผลการวิเคราะห์ข้อมูลมีรายละเอียดดังนี้

4.1 ผลการประเมินความพึงพอใจของครูต่อสื่อที่พัฒนาขึ้น

4.2 ผลการประเมินคุณภาพสื่อ

4.1 ผลการประเมินความพึงพอใจของครูผู้สอนต่อสื่อที่พัฒนาขึ้น

การประเมินความพึงพอใจของครูผู้สอนต่อสื่อประชาสัมพันธ์วัดสูงเม่นที่พัฒนาขึ้น ใช้แบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ผู้จัดทำได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของโครงงาน โดยแบ่งเป็น 2 ส่วน ได้แก่ 1) ผลการประเมินความพึงพอใจของครูต่อสื่อที่พัฒนาขึ้น 2) ผลการประเมินคุณภาพสื่อ โดยผู้เชี่ยวชาญดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.51–5.00 หมายถึง พึงพอใจมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.51–4.50 หมายถึง พึงพอใจมาก

ค่าเฉลี่ย 2.51–3.50 หมายถึง พึงพอใจปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.51–2.50 หมายถึง พึงพอใจน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00–1.50 หมายถึง พึงพอใจน้อยที่สุด

ครูผู้สอนหรือผู้เชี่ยวชาญที่ร่วมในการประเมินครั้งนี้ จำนวน 3 คน ล้วนมีประสบการณ์ด้านการออกแบบสื่อ การประชาสัมพันธ์ หรือการจัดการเรียนการสอนไม่น้อยกว่า 5 ปี ผลการประเมินความพึงพอใจมีรายละเอียดตามตารางที่ 4.1

4.1 ผลการประเมินคุณภาพสื่อกราฟกโดยผู้เชี่ยวชาญ

ตารางที่ 4.1 ผลการประเมินคุณภาพสื่อกราฟกโดยผู้เชี่ยวชาญ

ข้อ	รายการประเมิน	$\bar{X}$	$S.D.$	ระดับคุณภาพ
1	เนื้อหาของสื่อมีความถูกต้อง ชัดเจน	3.60	0.50	มาก
2	เนื้อหาสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการส่งเสริมการเรียนรู้และการท่องเที่ยว	3.67	0.58	มาก
3	ข้อมูลด้านประวัติความเป็นมา ศิลปวัฒนธรรม และความสำคัญของวัดมีความถูกต้องและน่าเชื่อถือ	3.67	0.58	มาก
4	การออกแบบสื่อมีความทันสมัยและเหมาะสมกับพฤติกรรมการรับสื่อในปัจจุบัน	3.67	0.58	มาก
5	รูปแบบของสื่อมีความเหมาะสมกับวัตถุประสงค์ในการส่งเสริมการเรียนรู้และการท่องเที่ยว	3.60	0.50	มาก
6	การออกแบบสื่อมีความทันสมัยและเหมาะสมกับพฤติกรรมการรับสื่อในปัจจุบัน	3.67	0.58	มาก
7	สื่อมีความสวยงามและน่าสนใจ	3.83	0.41	มาก
8	การจัดวางมีความสมดุล	3.50	0.71	ปานกลาง
9	ภาพตรงกับเนื้อหา	3.67	0.58	มาก
10	สื่อสามารถนำไปใช้ในกิจกรรมประชาสัมพันธ์หรือการจัดแสดงในโอกาสต่าง ๆ ได้	3.60	0.50	มาก
11	สื่อสามารถจัดเก็บได้สะดวก เป็นระเบียบและไม่ใช้พื้นที่มากเกินไป	3.33	058	ปานกลาง
12	สื่อมีขั้นตอนการใช้งานที่ไม่ซับซ้อน	3.60	0.58	มาก
13	สื่อช่วยส่งเสริมการเรียนรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ ศาสนา ศิลปวัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่น	3.67	0.58	มาก
14	สื่อช่วยเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารระหว่างวัด ชุมชน และนักท่องเที่ยว	3.83	0.41	มาก
รวม	**คุณภาพสื่อกราฟิกประชาสัมพันธ์**	3.60	0.50	มาก

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผลการประเมินคุณภาพสื่อกราฟิกโดยผู้เชี่ยวชาญโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.50 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ สื่อมีความสวยงามและน่าสนใจ และ สื่อช่วยเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารระหว่างวัด ชุมชน และนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.41 รองลงมาคือข้อที่มีค่าเฉลี่ย 3.67 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.58 ได้แก่ เนื้อหาสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ การออกแบบมีความทันสมัย ภาพตรงกับเนื้อหา และสื่อช่วยส่งเสริมการเรียนรู้ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ สื่อสามารถจัดเก็บได้สะดวก เป็นระเบียบ และไม่ใช้พื้นที่มากเกินไป มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.58 อยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้โดยรวมผู้เชี่ยวชาญเห็นว่าสื่อมีความเหมาะสม สามารถนำไปใช้ในการประชาสัมพันธ์วัดสูงเม่น และช่วยส่งเสริมการเรียนรู้และการท่องเที่ยวได้ในระดับที่น่าพอใจ

4.2 ผลการประเมินความพึงพอใจของครูตอสื่อที่พัฒนาขึ้น

ตารางที่ 4.2 ผลการประเมินความพึงพอใจตอสื่อที่พัฒนาขึ้น

ข้อ	รายการประเมิน	$\bar{X}$	$S.D.$	ระดับคุณภาพ
1	เนื้อหาของสื่อมีความถูกต้อง ชัดเจน	3.50	0.71	มาก
2	เนื้อหาสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการส่งเสริมการเรียนรู้และการท่องเที่ยว	3.45	0.69	ปานกลาง
3	ข้อมูลด้านประวัติความเป็นมา ศิลปวัฒนธรรม และความสำคัญของวัดมีความถูกต้องและน่าเชื่อถือ	3.55	0.69	มาก
4	การออกแบบสื่อมีความทันสมัยและเหมาะสมกับพฤติกรรมการรับสื่อในปัจจุบัน	3.55	0.69	มาก
5	รูปแบบของสื่อมีความเหมาะสมกับวัตถุประสงค์ในการส่งเสริมการเรียนรู้และการท่องเที่ยว	3.45	0.71	ปานกลาง
6	การออกแบบสื่อมีความทันสมัยและเหมาะสมกับพฤติกรรมการรับสื่อในปัจจุบัน	3.45	0.57	ปานกลาง
7	สื่อมีความสวยงามและน่าสนใจ	3.45	0.68	ปานกลาง
8	การจัดวางมีความสมดุล	3.50	0.71	มาก
9	ภาพตรงกับเนื้อหา	3.70	0.57	มาก
10	สื่อสามารถนำไปใช้ในกิจกรรมประชาสัมพันธ์หรือการจัดแสดงในโอกาสต่าง ๆ ได้	3.40	0.68	ปานกลาง

11	สื่อสามารถจัดเก็บได้สะดวก เป็นระเบียบ และไม่ใช้พื้นที่มากเกินไป	3.50	0.71	มาก
12	สื่อมีขั้นตอนการใช้งานที่ไม่ซับซ้อน	3.65	0.59	มาก
13	สื่อช่วยส่งเสริมการเรียนรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ ศาสนา ศิลปวัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่น	3.55	0.69	มาก
14	สื่อช่วยเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารระหว่างวัด ชุมชน และนักท่องเที่ยว	3.65	0.59	มาก
รวม	**คุณภาพสื่อกราฟิกประชาสัมพันธ์**	3.53	0.66	มาก

จากตารางที่ 4.2 พบว่า จากตารางผลการประเมิน พบว่า ผู้ประเมินจำนวน 20 คน มีความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์วัดสูงเม่นโดยรวมอยู่ในระดับ มาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.53

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.40–3.70 ซึ่งสามารถจำแนกเป็นระดับมากและระดับปานกลาง โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ภาพตรงกับเนื้อหา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ สื่อมีขั้นตอนการใช้งานที่ไม่ซับซ้อน และ สื่อช่วยเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารระหว่างวัด ชุมชน และนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 อยู่ในระดับมาก

ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ สื่อสามารถนำไปใช้ในกิจกรรมประชาสัมพันธ์หรือการจัดแสดงในโอกาสต่าง ๆ ได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 อยู่ในระดับปานกลาง

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์วัดสูงเม่นเพื่อส่งเสริมการรับรู้และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์และนำไปประเมินคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 คน ซึ่งประกอบด้วย ครูผู้สอนด้านสื่อและการประชาสัมพันธ์ นักออกแบบกราฟิก และผู้ดูแลแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในบทนี้จะนำเสนอสรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะตามลำดับ เพื่อนำผลการวิจัยไปใช้ให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อไป

5.1 สรุปผลการจัดทำโครงงานตามวัตถุประสงค์

การจัดทำโครงงานเรื่อง การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์วัดสูงเม่นเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้และการท่องเที่ยว มีวัตถุประสงค์เพื่อออกแบบและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ที่สามารถนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับวัดสูงเม่นให้มีความน่าสนใจ เข้าใจง่าย และเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งสามารถใช้เป็นสื่อในการส่งเสริมการเรียนรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ ศาสนา ศิลปวัฒนธรรม และการท่องเที่ยว

ผู้จัดทำได้ดำเนินงานตั้งแต่การศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับวัดสูงเม่น การวิเคราะห์ข้อมูล การกำหนดแนวคิดและรูปแบบ การออกแบบองค์ประกอบทางกราฟิก การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ การตรวจสอบและปรับปรุงผลงาน และนำสื่อที่พัฒนาขึ้นไปประเมินความพึงพอใจ

ผลการประเมินความพึงพอใจต่อสื่อที่พัฒนาขึ้นจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 20 คน พบว่า มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.53 อยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นว่าสื่อประชาสัมพันธ์ที่จัดทำขึ้นสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับสารได้ในระดับที่น่าพอใจ

เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ภาพประกอบมีความเหมาะสมและตรงกับเนื้อหา มีค่าเฉลี่ย 3.70 อยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นว่าการเลือกใช้ภาพประกอบสามารถช่วยให้ผู้รับสารเข้าใจเนื้อหาและเกิดความสนใจต่อสื่อได้ดี

รองลงมา คือ สื่อมีขั้นตอนการใช้งานที่ไม่ซับซ้อน และ สื่อช่วยส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 3.65 อยู่ในระดับมาก สะท้อนให้เห็นว่าสื่อมีรูปแบบที่สามารถนำไปใช้งานได้สะดวก และสามารถทำหน้าที่เป็นสื่อสำหรับประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับวัดสูงเม่นได้

ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ สื่อมีความเหมาะสมต่อการนำไปใช้ประชาสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ย 3.40 อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งแสดงให้เห็นว่ายังมีบางส่วนของสื่อที่สามารถพัฒนาเพิ่มเติมได้ เช่น รูปแบบการนำเสนอ ช่องทางการเผยแพร่ และการปรับเนื้อหาให้เหมาะสมกับกลุ่มผู้รับสารมากยิ่งขึ้น

5.1.1 สรุปผลการประเมินคุณภาพสื่อโดยผู้เชี่ยวชาญ

จากการดำเนินโครงงาน ผู้วิจัยได้นำสื่อประชาสัมพันธ์วัดสูงเม่นที่ออกแบบและพัฒนาขึ้นไปให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินคุณภาพของสื่อ โดยพิจารณาในด้านความถูกต้องและความชัดเจนของเนื้อหา ความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ความเหมาะสมของข้อมูลด้านประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรม การออกแบบ ความสวยงาม การจัดวางภาพและข้อความ ความเหมาะสมของภาพประกอบ ตลอดจนความสามารถในการนำสื่อไปใช้ประโยชน์ในการประชาสัมพันธ์

จากผลการประเมินในบทที่ 4 พบว่า คุณภาพของสื่อกราฟิกโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 แสดงให้เห็นว่าสื่อที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นมีคุณภาพและมีความเหมาะสมในหลายด้าน สามารถนำไปใช้เป็นสื่อสำหรับเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับวัดสูงเม่นได้

เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า รายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ “สื่อมีความสวยงามและน่าสนใจ” และ “สื่อช่วยเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารระหว่างวัด ชุมชน และนักท่องเที่ยว” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 อยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นว่าสื่อมีรูปแบบที่สามารถดึงดูดความสนใจของผู้รับสาร และมีศักยภาพในการนำไปใช้เป็นช่องทางประชาสัมพันธ์ข้อมูลของวัดสูงเม่นให้แก่ผู้ที่สนใจได้

นอกจากนี้ รายการที่มีค่าเฉลี่ย 3.67 อยู่ในระดับมาก ได้แก่ เนื้อหาสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการส่งเสริมการเรียนรู้และการท่องเที่ยว การออกแบบมีความทันสมัยและเหมาะสมกับพฤติกรรมการรับสื่อในปัจจุบัน ภาพตรงกับเนื้อหา สื่อมีขั้นตอนการใช้งานที่ไม่ซับซ้อน และสื่อช่วยส่งเสริมการเรียนรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ ศาสนา ศิลปวัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่น

ส่วนรายการที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ “สื่อสามารถจัดเก็บได้สะดวก เป็นระเบียบ และไม่ใช้พื้นที่มากเกินไป” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งแสดงให้เห็นว่าด้านการจัดเก็บหรือรูปแบบของสื่อยังสามารถนำไปพัฒนาเพิ่มเติมได้ โดยเฉพาะการออกแบบให้เหมาะสมกับการจัดเก็บ การนำไปเผยแพร่ และการนำไปใช้ในสถานที่ต่าง ๆ

โดยสรุป ผลการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญแสดงให้เห็นว่า สื่อประชาสัมพันธ์วัดสูงเม่นที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นมีคุณภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีความเหมาะสมทั้งในด้านเนื้อหา การออกแบบ และการนำไปใช้ประชาสัมพันธ์ อีกทั้งยังสามารถนำไปปรับปรุงเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารข้อมูลและส่งเสริมการเรียนรู้และการท่องเที่ยวได้ต่อไป

ผลการประเมินคุณภาพสื่อกราฟิกเรื่อง “การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์วัดสูงเม่นเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้และการท่องเที่ยว” โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน พบว่า คุณภาพของสื่อโดยภาพรวมอยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 แสดงให้เห็นว่าสื่อประชาสัมพันธ์ที่ผู้วิจัยได้ออกแบบและพัฒนาขึ้นมีความเหมาะสม สามารถนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับวัดสูงเม่นได้อย่างเป็นระบบ และสามารถนำไปใช้เป็นสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้และการท่องเที่ยวได้

เมื่อพิจารณาผลการประเมินเป็นรายข้อ พบว่า รายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ “สื่อมีความสวยงามและน่าสนใจ” และ “สื่อช่วยเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารระหว่างวัด ชุมชน และนักท่องเที่ยว” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 อยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นว่าผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นว่า

สื่อมีรูปแบบที่สามารถดึงดูดความสนใจของผู้รับสารได้ และมีความเหมาะสมสำหรับใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลของวัดสูงเม่นไปยังประชาชน นักท่องเที่ยว และผู้ที่สนใจ

รองลงมาคือรายการที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 อยู่ในระดับมาก ได้แก่ เนื้อหาสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการส่งเสริมการเรียนรู้และการท่องเที่ยว การออกแบบสื่อมีความทันสมัยและเหมาะสมกับพฤติกรรมการรับสื่อในปัจจุบัน ภาพตรงกับเนื้อหา สื่อมีขั้นตอนการใช้งานที่ไม่ซับซ้อน และสื่อช่วยส่งเสริมการเรียนรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ ศาสนา ศิลปวัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่น ผลดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าสื่อสามารถเชื่อมโยงเนื้อหากับวัตถุประสงค์ของโครงงานได้ดี และมีรูปแบบการนำเสนอที่เหมาะสมกับการรับข้อมูลของกลุ่มเป้าหมาย

สำหรับรายการ “เนื้อหาของสื่อมีความถูกต้อง ชัดเจน” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 อยู่ในระดับปานกลาง แสดงให้เห็นว่าสื่อมีเนื้อหาที่สามารถสื่อสารข้อมูลได้ แต่ยังควรมีการตรวจสอบและปรับปรุงรายละเอียดของเนื้อหาให้มีความถูกต้อง ชัดเจน และกระชับมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะข้อมูลเกี่ยวกับประวัติความเป็นมา ศิลปวัฒนธรรม และความสำคัญของวัด เพื่อให้ผู้รับสารสามารถเข้าใจข้อมูลได้อย่างถูกต้อง

ในด้านการจัดองค์ประกอบ รายการ “การจัดวางมีความสมดุล” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการจัดวางภาพ ข้อความ และองค์ประกอบกราฟิกโดยรวมมีความเหมาะสม แต่ยังสามารถพัฒนาให้มีความสมดุลและเป็นระเบียบมากขึ้น เช่น การปรับตำแหน่งภาพและข้อความ การเพิ่มพื้นที่ว่าง และการจัดลำดับความสำคัญของข้อมูล เพื่อช่วยให้ผู้ชมสามารถอ่านและรับข้อมูลได้สะดวกยิ่งขึ้น

ส่วนรายการที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ “สื่อสามารถจัดเก็บได้สะดวก เป็นระเบียบ และไม่ใช้พื้นที่มากเกินไป” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 อยู่ในระดับปานกลาง สะท้อนให้เห็นว่าด้านการจัดเก็บและการนำสื่อไปใช้งานยังมีโอกาสพัฒนาเพิ่มเติม ผู้วิจัยจึงควรพิจารณารูปแบบการจัดเก็บไฟล์ การจัดระบบข้อมูล และการนำสื่อไปประยุกต์ใช้ในรูปแบบต่าง ๆ ให้มีความสะดวกมากขึ้น

โดยสรุป สื่อประชาสัมพันธ์วัดสูงเม่นที่ผู้วิจัยได้ออกแบบและพัฒนาขึ้นมีคุณภาพโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.60 โดยมีจุดเด่นด้านความสวยงาม ความน่าสนใจ และความสามารถในการนำไปใช้ประชาสัมพันธ์วัดสูงเม่น ขณะเดียวกันยังมีด้านที่ควรปรับปรุง ได้แก่ ความชัดเจนของเนื้อหา การจัดวางองค์ประกอบ และความสะดวกในการจัดเก็บสื่อ เพื่อให้สื่อมีประสิทธิภาพและเหมาะสมต่อการนำไปใช้งานจริงมากยิ่งขึ้น

ผลการประเมินดังกล่าวจึงเป็นแนวทางสำคัญในการปรับปรุงสื่อประชาสัมพันธ์ให้มีความสมบูรณ์ทั้งด้าน เนื้อหา การออกแบบ ความสวยงาม การสื่อสาร และการใช้งาน และช่วยให้สื่อสามารถตอบสนองวัตถุประสงค์ในการส่งเสริมการเรียนรู้และการท่องเที่ยวของวัดสูงเม่นได้อย่างเหมาะสม

5.1.3 สรุปผลการประเมินความพึงพอใจ

จากการประเมินความพึงพอใจของครูที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์วัดสูงเม่นเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้และการท่องเที่ยว พบว่า ความพึงพอใจของครูโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 แสดงให้เห็นว่าสื่อประชาสัมพันธ์ที่ผู้วิจัยออกแบบและพัฒนาขึ้นมีความเหมาะสม สามารถนำเสนอ

ข้อมูลเกี่ยวกับวัดสูงเม่นได้อย่างน่าสนใจ ชัดเจน และสามารถนำไปใช้เป็นสื่อประกอบการเรียนรู้และการประชาสัมพันธ์ได้

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านประโยชน์ในการนำไปใช้ มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด เท่ากับ 4.57 อยู่ในระดับมากที่สุด เนื่องจากสื่อสามารถนำไปใช้ประกอบการจัดกิจกรรมการเรียนรู้และการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับวัดสูงเม่นได้ อีกทั้งยังช่วยให้ผู้เรียนและผู้ที่สนใจได้รับความรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ ศาสนา ศิลปวัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่นได้ง่ายขึ้น ครูจึงสามารถนำสื่อไปใช้เป็นสื่อประกอบการสอนหรือกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับแหล่งเรียนรู้ในท้องถิ่นได้

รองลงมาคือ ด้านความสวยงาม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 อยู่ในระดับมากที่สุด แสดงให้เห็นว่าสื่อมีการเลือกใช้สี ภาพประกอบ และตัวอักษรที่เหมาะสม มีรูปแบบที่น่าสนใจ และสามารถดึงดูดความสนใจของผู้เรียนและผู้รับสารได้ การออกแบบที่มีความสวยงามยังช่วยให้เนื้อหาที่มีรายละเอียดเกี่ยวกับประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรมสามารถนำเสนอได้อย่างน่าสนใจมากขึ้น

ด้านการออกแบบ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 อยู่ในระดับมากที่สุด สะท้อนให้เห็นว่าการจัดวางองค์ประกอบของสื่อมีความเหมาะสม ทั้งการจัดตำแหน่งภาพ ข้อความ และองค์ประกอบกราฟิกต่าง ๆ อีกทั้งรูปแบบของสื่อยังมีความทันสมัยและสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ ได้

สำหรับ ด้านความเข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 อยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นว่าครูสามารถอ่านและทำความเข้าใจเนื้อหาที่นำเสนอภายในสื่อได้ โดยภาพประกอบและข้อความมีส่วนช่วยในการอธิบายข้อมูล ทำให้สามารถนำสื่อไปใช้ประกอบการอธิบายหรือถ่ายทอดความรู้ให้กับผู้เรียนได้ อย่างไรก็ตาม ควรมีการปรับข้อความบางส่วนให้กระชับและจัดลำดับข้อมูลให้ชัดเจนยิ่งขึ้น เพื่อให้เหมาะสมกับผู้เรียนที่มีพื้นฐานความรู้แตกต่างกัน

ส่วน ด้านเนื้อหา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 อยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นว่าเนื้อหาที่นำเสนอมีความเหมาะสมและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการเรียนรู้ได้ โดยเฉพาะข้อมูลเกี่ยวกับประวัติความเป็นมา ศิลปวัฒนธรรม และความสำคัญของวัดสูงเม่น อย่างไรก็ตาม ควรตรวจสอบข้อมูลและปรับปรุงเนื้อหาให้มีความถูกต้อง กระชับ และเหมาะสมกับระดับของผู้เรียนมากยิ่งขึ้น

เมื่อพิจารณาผลการประเมินโดยรวม พบว่า ครูมีความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์วัดสูงเม่นในระดับ มากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงงานที่มุ่งพัฒนาสื่อให้สามารถใช้เป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการเรียนรู้และการท่องเที่ยว โดยสื่อสามารถนำเสนอข้อมูลของวัดในรูปแบบที่น่าสนใจ และสามารถนำไปใช้ประกอบกิจกรรมการเรียนรู้หรือการประชาสัมพันธ์ได้

ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า สื่อประชาสัมพันธ์วัดสูงเม่นที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นมีความเหมาะสมต่อการนำไปใช้ในด้านการเรียนรู้และการประชาสัมพันธ์ โดยครูมีความพึงพอใจต่อสื่อโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.51 ทั้งในด้านประโยชน์ การออกแบบ ความสวยงาม ความเข้าใจง่าย และเนื้อหา ซึ่งสามารถนำผลการประเมินและข้อเสนอแนะไปใช้ในการปรับปรุงสื่อให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นต่อไป

ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดเท่ากับ 4.00 ได้แก่ ข้อ 4 และ 6 "การออกแบบสื่อมีความทันสมัยและเหมาะสมกับพฤติกรรมการรับสื่อในปัจจุบัน" ข้อ 8 "การจัดวางมีความสมดุล" และข้อ 11 "สื่อสามารถจัดเก็บได้สะดวก เป็นระเบียบ และไม่ใช้พื้นที่มากเกินไป"

5.2 การอภิปรายผล

จากผลการดำเนินโครงงานและผลการประเมินคุณภาพสื่อโดยผู้เชี่ยวชาญ รวมถึงผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

5.2.1 ด้านเนื้อหา

ผลการประเมินคุณภาพสื่อในด้านเนื้อหาพบว่า ผู้เชี่ยวชาญให้ความสำคัญกับความถูกต้อง ความชัดเจน และความสอดคล้องของข้อมูลกับวัตถุประสงค์ของโครงงาน โดยรายการ “เนื้อหาของสื่อมีความถูกต้อง ชัดเจน” มีค่าเฉลี่ย 3.50 อยู่ในระดับปานกลาง

ผลดังกล่าวอาจเกิดจากเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ ศาสนา ศิลปวัฒนธรรม และความสำคัญของวัดมีรายละเอียดค่อนข้างมาก การนำข้อมูลจำนวนมากมาเรียบเรียงให้อยู่ในพื้นที่ของสื่อกราฟิกจึงจำเป็นต้องคัดเลือกเฉพาะข้อมูลที่สำคัญและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาร่วมกับผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย พบว่าด้านเนื้อหามีค่าเฉลี่ย 4.43 อยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นว่า แม้ผู้เชี่ยวชาญจะเสนอให้มีการพัฒนาด้านเนื้อหาเพิ่มเติม แต่กลุ่มเป้าหมายยังสามารถรับรู้และเข้าใจข้อมูลจากสื่อได้ในระดับที่ดี

ดังนั้น ในการพัฒนาสื่อต่อไปควรให้ความสำคัญกับการตรวจสอบข้อมูลก่อนนำเสนอ และควรใช้ภาษาที่กระชับ เข้าใจง่าย รวมถึงจัดลำดับข้อมูลจากเรื่องที่สำคัญไปสู่รายละเอียด เพื่อให้ผู้รับสารสามารถทำความเข้าใจได้อย่างรวดเร็ว

5.2.2 ด้านการออกแบบ

ผลการประเมินพบว่า การออกแบบสื่อได้รับการประเมินในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยในหลายรายการอยู่ที่ 3.67 และรายการด้านความสวยงามและความน่าสนใจมีค่าเฉลี่ยสูงถึง 3.83

ผลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าการนำหลักการออกแบบกราฟิกมาใช้ เช่น การจัดวางองค์ประกอบ การเลือกใช้ภาพประกอบ การกำหนดขนาดตัวอักษร และการเลือกใช้สี มีส่วนสำคัญต่อความน่าสนใจของสื่อ

เมื่อเปรียบเทียบกับผลความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย พบว่าด้านการออกแบบมีค่าเฉลี่ย 4.52 อยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลการประเมินของผู้เชี่ยวชาญ แสดงให้เห็นว่ารูปแบบของสื่อสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับสารได้ดี

การออกแบบที่มีความชัดเจนและเป็นระเบียบยังช่วยให้ผู้ชมสามารถมองเห็นข้อมูลสำคัญได้อย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะการใช้ภาพร่วมกับข้อความ ซึ่งช่วยให้เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ ประวัติศาสตร์ และศิลปวัฒนธรรมสามารถเข้าใจได้ง่ายขึ้น

5.2.3 ด้านการจัดองค์ประกอบ

ผลการประเมินด้านการจัดองค์ประกอบพบว่า รายการ “การจัดวางมีความสมดุล” มีค่าเฉลี่ย 3.50 อยู่ในระดับปานกลาง ขณะที่ผลด้านความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายเกี่ยวกับการออกแบบโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

ผลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า สื่อสามารถสร้างความน่าสนใจให้กับผู้ชมได้ แต่ยังมีรายละเอียดบางส่วนที่สามารถปรับปรุงในเรื่องของการจัดวางองค์ประกอบให้มีความสมดุลมากขึ้น เช่น การกำหนดพื้นที่ว่าง การจัดตำแหน่งภาพและข้อความ และการกำหนดลำดับความสำคัญของข้อมูล

การปรับปรุงในส่วนนี้จะช่วยให้สื่อมีความเป็นระเบียบและลดความรู้สึกว่าข้อมูลมีความหนาแน่นมากเกินไป ซึ่งจะส่งผลให้ผู้รับสารสามารถติดตามเนื้อหาได้อย่างต่อเนื่อง

5.2.4 ด้านภาพประกอบ

รายการ “ภาพตรงกับเนื้อหา” ได้ค่าเฉลี่ย 3.67 อยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นว่าภาพประกอบที่นำมาใช้มีความสัมพันธ์กับเนื้อหาที่นำเสนอ และช่วยสนับสนุนการสื่อสารข้อมูล

ภาพมีบทบาทสำคัญต่อสื่อประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยว เนื่องจากสามารถสร้างการรับรู้และความสนใจได้รวดเร็วกว่าการใช้ข้อความเพียงอย่างเดียว โดยเฉพาะการนำเสนอภาพสถานที่สำคัญหรือองค์ประกอบทางศิลปวัฒนธรรมของวัดสูงเม่น

ดังนั้น การเลือกภาพที่มีความคมชัด สื่อความหมายตรงกับเนื้อหา และมีความเหมาะสมกับบริบทของวัด จึงเป็นส่วนสำคัญที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของสื่อประชาสัมพันธ์

5.2.5 ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้และการท่องเที่ยว

จากผลการประเมินผู้เชี่ยวชาญ พบว่า สื่อช่วยส่งเสริมการเรียนรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ ศาสนา ศิลปวัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ย 3.67 อยู่ในระดับมาก

ผลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าสื่อสามารถทำหน้าที่เป็นเครื่องมือในการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับวัดสูงเม่นได้ โดยการนำเสนอข้อมูลในรูปแบบกราฟิกช่วยทำให้ข้อมูลที่มีรายละเอียดจำนวนมากสามารถเข้าใจได้ง่ายขึ้น

ในด้านการท่องเที่ยว รายการ “สื่อช่วยเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารระหว่างวัด ชุมชน และนักท่องเที่ยว” มีค่าเฉลี่ย 3.83 ซึ่งเป็นค่าที่สูงที่สุดร่วมกัน แสดงให้เห็นว่าสื่อมีศักยภาพในการสร้างการรับรู้เกี่ยวกับวัดสูงเม่น และสามารถนำไปใช้เป็นส่วนหนึ่งของการประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวได้

5.2.6 ด้านประโยชน์ในการนำไปใช้

ผลการประเมินความพึงพอใจพบว่า ด้านประโยชน์ในการนำไปใช้มีค่าเฉลี่ย 4.57 อยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งเป็นด้านที่ได้รับความพึงพอใจสูงที่สุด

สาเหตุสำคัญอาจมาจากสื่อสามารถนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับวัดสูงเม่นในรูปแบบที่ผู้ชมสามารถเข้าถึงได้ง่าย และสามารถนำข้อมูลไปใช้ประกอบการเรียนรู้หรือการวางแผนท่องเที่ยวได้

นอกจากนี้ สื่อยังสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการประชาสัมพันธ์ในบริบทต่าง ๆ เช่น การจัดแสดงภายในวัด การเผยแพร่ข้อมูลแก่ผู้มาเยือน การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์ หรือใช้เป็นสื่อประกอบกิจกรรมด้านการเรียนรู้และการท่องเที่ยวของชุมชน

5.3 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.การนำสื่อประชาสัมพันธ์ไปใช้ในการสื่อสารข้อมูลวัดสูงเม่นอย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ

สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 วัดสูงเม่นควรนำสื่อประชาสัมพันธ์ที่พัฒนาขึ้นไปใช้ในกิจกรรมประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ อย่างเป็นรูปธรรม เช่น การเผยแพร่ผ่านเพจ Facebook ของวัด การจัดทำบอร์ดนิทรรศการในบริเวณวัด การแจกจ่ายให้กับนักท่องเที่ยวและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และการใช้ในงานประเพณีสำคัญของวัด เนื่องจากผลการวิจัยพบว่าสื่อมีคุณภาพอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.60) และเนื้อหามีความถูกต้อง ชัดเจน และน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.60-3.67)

2.การพัฒนาสื่อให้มีความน่าสนใจและสอดคล้องกับพฤติกรรมการรับสื่อของกลุ่มเป้าหมาย

สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 วัดและชุมชนควรพัฒนาสื่อให้มีความสวยงาม น่าสนใจ และสอดคล้องกับพฤติกรรมการรับสื่อของกลุ่มเป้าหมายในปัจจุบันมากขึ้น เช่น การเพิ่มองค์ประกอบทางศิลปะและวัฒนธรรมท้องถิ่นในสื่อ การใช้สีสันและรูปแบบการออกแบบที่ทันสมัย การจัดทำสื่อในรูปแบบดิจิทัลสำหรับเผยแพร่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และการพัฒนาสื่อเชิงโต้ตอบที่ดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย เนื่องจากผลการวิจัยพบว่าข้อ "สื่อมีความสวยงามและน่าสนใจ" ได้รับคะแนนสูงสุด (ค่าเฉลี่ย 3.83) และการออกแบบสื่อมีความทันสมัยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.67)

3.การใช้สื่อเป็นเครื่องมือส่งเสริมความพึงพอใจและการมีส่วนร่วมของกลุ่มเป้าหมาย

สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 วัด ชุมชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรใช้สื่อประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือในการสร้างความพึงพอใจและการมีส่วนร่วมของกลุ่มเป้าหมาย เช่น การจัดกิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้เกี่ยวกับวัดสูงเม่นโดยใช้สื่อเป็นเครื่องมือ การสร้างช่องทางการสื่อสารระหว่างวัด ชุมชน และนักท่องเที่ยวผ่านสื่อ การเชิญชวนให้กลุ่มเป้าหมายแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับสื่อ และการปรับปรุงสื่อตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมายอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากผลการวิจัยพบว่ากลุ่มเป้าหมายมีความพึงพอใจต่อสื่อในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.53) โดยเฉพาะข้อ "ภาพตรงกับเนื้อหา" (ค่าเฉลี่ย 3.70) และข้อ "สื่อช่วยเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์" (ค่าเฉลี่ย 3.65)

5.4 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

จากผลการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไปโดยสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัยดังนี้

1.การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบที่หลากหลายและบูรณาการมากขึ้น

สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 การวิจัยครั้งต่อไปควรพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบที่หลากหลายและบูรณาการมากขึ้น เช่น การพัฒนาวิดีโอแนะนำวัด แอปพลิเคชันนำเที่ยวเชิงวัฒนธรรม QR Code ที่เชื่อมโยงไปยังข้อมูลวัดสูงเม่น สื่อเชิงโต้ตอบ (Interactive Media) หรือการบูรณาการระหว่างสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อดิจิทัล และสื่อสังคมออนไลน์เข้าด้วยกัน เพื่อให้สามารถสื่อสารข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพและครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลายมากขึ้น สอดคล้องกับแนวโน้มการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัลที่เน้นการบูรณาการสื่อหลายรูปแบบ

2.การศึกษาความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายประเภทต่าง ๆ

สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 การวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายประเภทต่าง ๆ อย่างละเอียด เช่น เปรียบเทียบความพึงพอใจระหว่างนักท่องเที่ยวกับคนในชุมชน ระหว่างเยาวชนกับผู้สูงอายุ หรือระหว่างผู้ที่เคยมาวัดสูงเม่นกับผู้ที่ยังไม่เคยมา เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สะท้อนความต้องการที่แท้จริงของกลุ่มเป้าหมายแต่ละประเภท และนำไปสู่การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ที่ตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น เนื่องจากผลการวิจัยครั้งนี้ประเมินความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายเพียงประเภทเดียว ซึ่งอาจไม่ครอบคลุมความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย

3.การวัดประสิทธิภาพของสื่อในการส่งเสริมการรับรู้และการท่องเที่ยวอย่างเป็นรูปธรรม

สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ทั้งสองข้อ การวิจัยครั้งต่อไปควรวัดประสิทธิภาพของสื่อในการส่งเสริมการรับรู้และการท่องเที่ยวอย่างเป็นรูปธรรมมากขึ้น เช่น การวัดระดับการรับรู้เกี่ยวกับวัดสูงเม่นก่อนและหลังการใช้สื่อ การวัดจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นหลังการเผยแพร่สื่อ การวัดรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและศาสนา หรือการวัดพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปหลังการรับรู้ข้อมูลจากสื่อ เพื่อให้สามารถประเมินประสิทธิผลของสื่อประชาสัมพันธ์ในการส่งเสริมการรับรู้และการท่องเที่ยวได้อย่างแท้จริง เนื่องจากผลการวิจัยครั้งนี้วัดเพียงความพึงพอใจและคุณภาพของสื่อ แต่ยังไม่ได้วัดผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการใช้สื่อโดยตรงต่อการรับรู้และการท่องเที่ยว

บรรณานุกรม

กัลยา วาสนาดี. (2563). การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์วิชาการ.

จิราพร ใจมั่น. (2564). การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: แนวคิดและการประยุกต์ใช้. เชียงใหม่: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สมชาย ใจดี. (2565). การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์วิชาการ.

สมศรี ใจดี. (2563). การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

วิภาดา รักเรียน. (2564). การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม. วารสารการท่องเที่ยวไทย, 12(3), 45–60.

หอสมุดและคลังความรู้มหาวิทยาลัยมหิดล. (5 พฤษภาคม 2569). คู่มือการเขียนบรรณานุกรม. https://www.li.mahidol.ac.th/citation/

องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. (2565). แผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดแพร่. กรุงเทพฯ: อพท.

สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดแพร่. (2565). สถิติการท่องเที่ยวจังหวัดแพร่ ปี 2565. แพร่: สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดแพร่.

Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches (5th ed.). SAGE.

Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (2017). Marketing for hospitality and tourism (7th ed.). Pearson.

National Statistical Office. (2023, August 10). Labour force survey: July 2023 results. https://www.nso.go.th/lf-survey-july-2023

UNESCO. (2021). Culture and sustainable tourism: A guide for policymakers. https://en.unesco.org/creative-economy/culture-tourism

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

การลงพื้นที่



ภาพที่ ก.1 การลงพื้นที่และเก็บข้อมูล

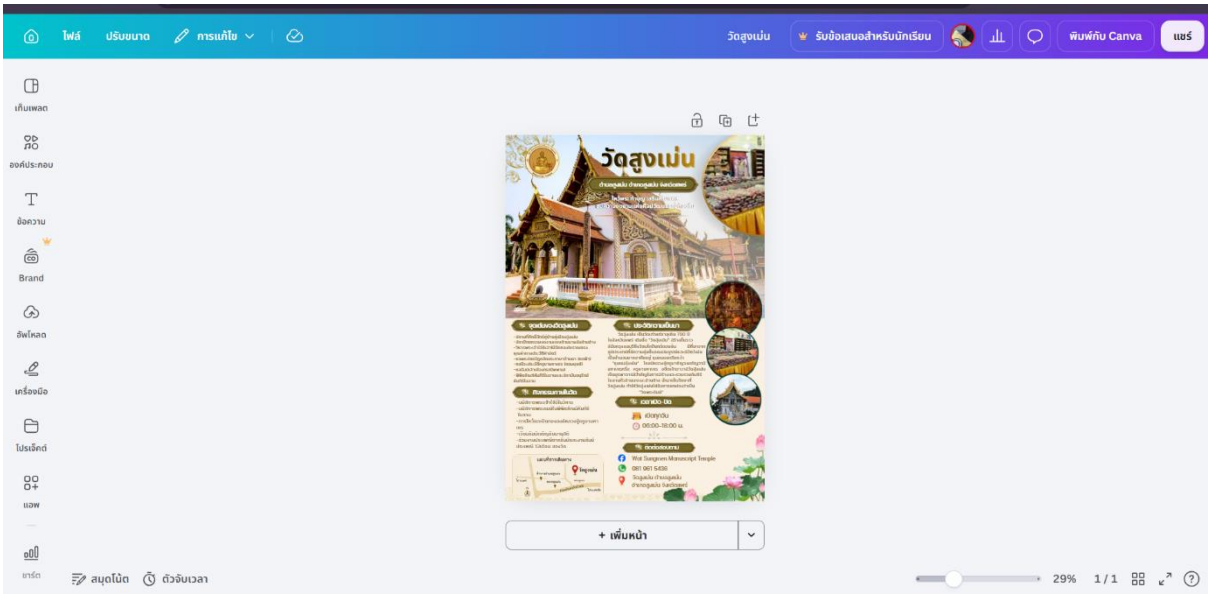


ภาพที่ ก.2 การลงพื้นที่และเก็บข้อมูล

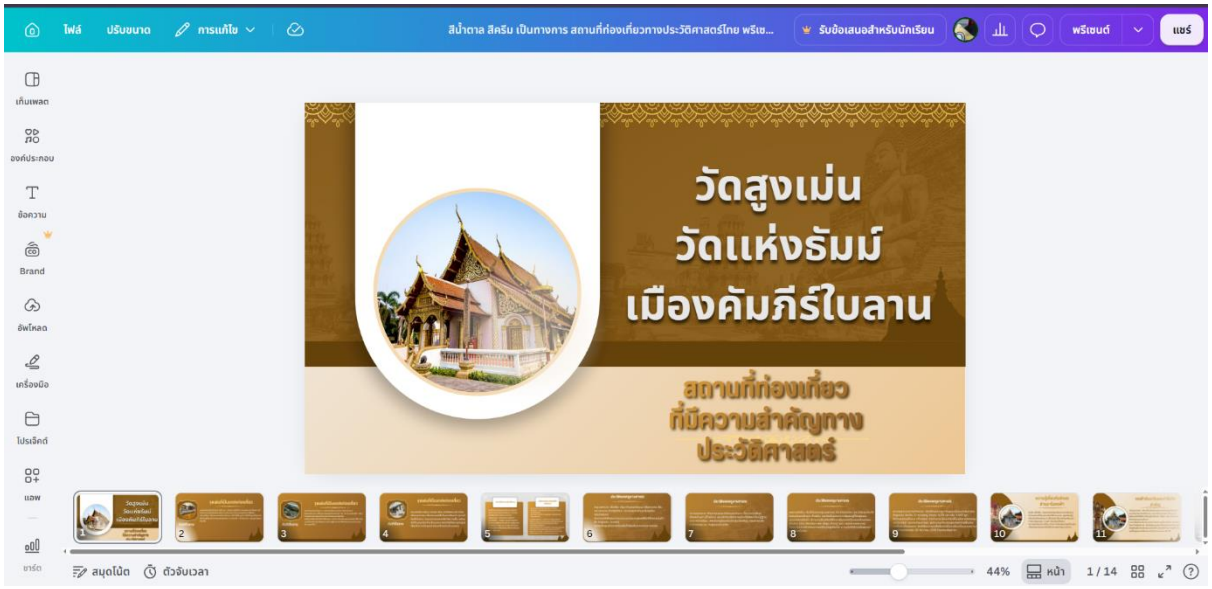
ภาคผนวก

ภาคผนวก ข

การผลิตและการจัดทำ



ภาพที่ ข.1 ออกแบบป้ายโปสเตอร์



ภาพที่ ข.2 ออกแบบสื่อบนแพลตฟอร์ม



ภาพที่ ข.3 กำลังปรับแก้ไขชิ้นงาน



ภาพที่ ข.4 กำลังปรับแก้ไขชิ้นงาน

ภาคผนวก

ภาคผนวก ค

นำสื่อไปใช้งาน



ภาพที่ ค.1 การนำชิ้นงานไปให้กับทางวัดใช้



ภาพที่ ค.2 การไปสอบถามและยื่นแบบประเมิน

ประวัติผู้จัดทำ

ประวัติยอผูจัดทำ

ชื่อ – นามสกุล น.ส ณัฐณิชา ทองคำ

ระดับชั้น ประกาศนียบัตรวิชาชีพ

แผนกวิชา ดิจิทัลกราฟิก

วันเดือนปีเกิด 8 เมษายน 2551

ที่อยู่ปัจจุบัน 35/2 หมู่ที่13 ตำบลน้ำชำ อำเภอสูงเม่น จังหวัดแพร่

ปีการศึกษา 2557 โรงเรียนบ้านร่องแค

ปีการศึกษา 2563 ประถมศึกษาโรงเรียนบ้านบวกโป่ง

ปีการศึกษา 2561 มัธยมศึกษาต้นโรงเรียนชมชุนบ้านบวกโป่ง

เบอร์โทรศัพท์ 097-996-2105

E-mail nathnichathxngkha606@gmail.com

ประวัติย่อผู้จัดทำ

ชื่อ – นามสกุล น.ส ณัฐชา ยอดทาเครือ

ระดับชั้น ประกาศนียบัตรวิชาชีพ

แผนกวิชา ดิจิทัลกราฟิก

วันเดือนปีเกิด 4 พฤศจิกายน 2551

ที่อยู่ปัจจุบัน 77 หมู่ที่ 6 ตำบลน้ำชำ อำเภอสูงเม่น จังหวัดแพร่

ปีการศึกษา 2557 โรงเรียนสูงเม่นวิทยาคาร

ปีการศึกษา 2563 ประถมศึกษาโรงเรียนสูงเม่นวิยาคาร

ปีการศึกษา 2561 มัธยมศึกษาต้นโรงเรียนสูงเม่นชนูปถัมภ์

เบอร์โทรศัพท์ 092-839-9568

E-mail nutchayottakruea@gmail.com

ประวัติย่อผู้จัดทำ

ชื่อ – นามสกุล น.นิภัทร แพทย์เมือง

ระดับชั้น ประกาศนียบัตรวิชาชีพ

แผนกวิชา ดิจิทัลกราฟิก

วันเดือนปีเกิด 28 มกราคม 2551

ที่อยู่ปัจจุบัน 255/5 หมู่ที่2 ตำบลทุ่งโฮ้ง อำเภอเมือง จ.แพร่

ปีการศึกษา 2557 โรงเรียนบ้านร่องแค

ปีการศึกษา 2563 ประถมศึกษาโรงเรียนบ้านทุ่งโฮ้ง

ปีการศึกษา 2561 มัธยมศึกษาต้นโรงเรียนบ้านทุ่งโฮ้ง

เบอร์โทรศัพท์ 099-091-6179

E-mail ooob8009@gmail.com