



วารสาร นาคบุตรปริทรรศน์ Nakhabut Paritat Journal

ISSN 3027-7779 (Online)

ปีที่ 16 ฉบับที่ 3 กันยายน - ธันวาคม 2567 Vol. 16 No. 3 September - December 2024

สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช 1 หมู่ 4 ต.ท่าจั่ว อ.เมือง จ.นครศรีธรรมราช 80280
Research and development institute Nakhon Si Thammarat Rajabhat University 1 Moo 4, Tha Ngio, Mueang, Nakhon Si Thammarat 80280

Received: March 30, 2022

Revised: December 8, 2024

Accepted: December 20, 2024

การพัฒนาสื่อดิจิทัลคอนเทนต์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน ตำบลปากร่อ อำเภอสิงหนคร จังหวัดสงขลา

Development of digital media content to promote community tourism
Pak Ro Subdistrict, Singhanakhon District, Songkhla Province

จักรกฤษณ์ แก้วประเสริฐ*

เอกศักดิ์ สงสังข์

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

*ผู้ประสานงานหลัก (Corresponding Author) E-mail: jukkrit.k@rmutsv.ac.th

Jukkrit Keawprasert*

Akasak Songsung

Faculty of Industrial Education and Technology, Rajamangala University of Technology Srivijaya

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาสื่อดิจิทัลคอนเทนต์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตำบลปากกร อําเภอสิงหนคร จังหวัดสงขลา และ 2) ศึกษาความพึงพอใจของผู้รับชมสื่อดิจิทัลคอนเทนต์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน ตำบลปากกร อําเภอสิงหนคร จังหวัดสงขลา โดยมีกลุ่มตัวอย่างเป็น ผู้ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ ซึ่งคัดเลือกด้วยวิธีการสุ่มแบบตามสะดวก จำนวน 385 คน สื่อดิจิทัลคอนเทนต์ แบบประเมินคุณภาพของสื่อดิจิทัลคอนเทนต์ และแบบสอบถามความพึงพอใจเป็นเครื่องมือในการวิจัย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า 1) สื่อดิจิทัลคอนเทนต์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตำบลปากกร อําเภอสิงหนคร จังหวัดสงขลา มีคุณภาพอยู่ในระดับดี โดยการพัฒนาสื่อใช้การมีส่วนร่วมของชุมชน ตั้งแต่การรวบรวมข้อมูล ศึกษาอัตลักษณ์และเสน่ห์ของชุมชน การออกแบบเนื้อหา รวมถึงการถ่ายทำ การตัดต่อ และแนวทางพัฒนาสื่อดิจิทัลคอนเทนต์ โดยเฉพาะผ่านช่องทางออนไลน์ที่สามารถเชื่อมโยงข้อมูลและประสบการณ์ที่น่าสนใจได้อย่างรวดเร็ว 2) ความพึงพอใจของผู้รับชมสื่อดิจิทัลคอนเทนต์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน ตำบลปากกร อําเภอสิงหนคร จังหวัดสงขลา อยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจด้านการลำดับภาพ เสียง และเทคนิคการนำเสนอ ตามลำดับ ดังนั้นสื่อดิจิทัลคอนเทนต์สามารถเป็นเครื่องมือสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน เพื่อให้ชุมชนเป็นที่รู้จักมากขึ้นโดยนำเสนอผ่านช่องทางสื่อออนไลน์

คำสำคัญ: สื่อดิจิทัลคอนเทนต์; ส่งเสริม; การท่องเที่ยวชุมชน

Abstract

The objectives of this research were to 1) develop community tourism promotional digital media content, Pak Ror Sub-district, Singhanakhon District, Songkhla Province; and 2) study the satisfaction of viewers of community tourism promotion digital media content, Pak Ror Sub-district, Singhanakhon District, Songkhla Province. The sample group consisted of 385 users of social media, selected using a convenience sampling method. The research tools included a quality assessment of the digital content media and a satisfaction questionnaire. The statistical analysis methods used for the data included percentages, mean, and standard deviation.

The results of the research showed that 1) the digital content developed to promote community tourism in Pak Ro Subdistrict, Singhanakhon District, Songkhla Province was rated at a good level. The development process involved community participation at every stage, including data collection, studying the unique identity and charm of the community, content design, filming, and editing. The content was primarily designed for online platforms, allowing rapid sharing of engaging information and experiences. 2) Audience satisfaction with the digital content was rated at a high level. The highest-rated aspects included the sequencing of visuals, audio quality, and presentation techniques, respectively. Therefore, digital content can serve as a key tool for promoting community tourism, helping to increase the community's visibility through presentations on online platforms.

Keywords: digital media content; promote; community tourism



บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในภาคส่วนสำคัญที่มีผลกระทบเชิงบวกต่อเศรษฐกิจและสังคม โดยเฉพาะในชุมชนท้องถิ่น การท่องเที่ยวเชิงชุมชนช่วยเสริมสร้างความรู้สึกรักเป็นเจ้าของในท้องถิ่นและส่งเสริมการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม นอกจากนี้ยังช่วยสร้างงานและรายได้ให้กับคนในชุมชนอีกด้วย การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนจึงเป็นหัวใจสำคัญในการพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยวให้เกิดประโยชน์ระยะยาวต่อชุมชน (UNWTO, 2019) ในยุคที่เทคโนโลยีดิจิทัลมีบทบาทสำคัญ สื่อดิจิทัลคอนเทนต์ได้รับความนิยมมากขึ้นในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การใช้สื่อดิจิทัลเป็นช่องทางที่มีประสิทธิภาพในการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยว นำเสนอประสบการณ์การท่องเที่ยวที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้กว้างขวาง ช่วยสร้างการรับรู้และกระตุ้นความสนใจให้กับนักท่องเที่ยวทั่วโลก นอกจากนี้ ยังเป็นการสนับสนุนชุมชนท้องถิ่นในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว (Kim, Ritchie & McCormick, 2019)

การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-Based Tourism: CBT) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ของตนเอง โดยเน้นการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น ในขณะเดียวกันก็สร้างรายได้และพัฒนาคุณภาพชีวิตให้กับคนในชุมชน การท่องเที่ยวในรูปแบบนี้ยังมุ่งสร้างประสบการณ์ที่แท้จริงและยั่งยืนให้นักท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และสัมผัสวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชุมชนอย่างใกล้ชิด (Lopez-Guzman, Sanchez-Cañizares & Pavón, 2020) การท่องเที่ยวโดยชุมชนยังช่วยสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนในการเป็นเจ้าของและบริหารจัดการทรัพยากรของตนเอง อีกทั้งยังเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการส่งเสริมการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยเน้นความสำคัญของการรักษาสีเขียวสิ่งแวดล้อม การอนุรักษ์วัฒนธรรม และการสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้กับชุมชนโดยตรง (Zapata-Aguirre, Clavijo & Arango, 2020) ด้วยเหตุนี้ การท่องเที่ยวโดยชุมชนจึงกลายเป็นแนวทางสำคัญในหลายประเทศที่ต้องการใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนและอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น

การท่องเที่ยวในตำบลปากอ อำเภอสองแคว จังหวัดสงขลา มีความโดดเด่นด้านทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เนื่องจากพื้นที่นี้มีความหลากหลายทางธรรมชาติ ทั้งป่าโกงกาง แหล่งน้ำ และวิถีชีวิตชุมชนที่ยังคงรักษาประเพณีและภูมิปัญญาท้องถิ่นไว้เป็นอย่างดี มีบริบทเชิงพื้นที่ที่น่าสนใจ เช่น ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากตาลโตนด วิถีชีวิตประมงพื้นบ้าน นอกจากนี้ การท่องเที่ยวในตำบลปากอยังเป็นการส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนผ่านการมีส่วนร่วมของคนในพื้นที่ โดยชาวบ้านมีบทบาทสำคัญในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวและนำเสนอประสบการณ์ท้องถิ่นให้กับนักท่องเที่ยว (Songkhla Provincial Tourism and Sports Office, 2020) ในปีที่ผ่านมา ๆ มา การท่องเที่ยวมีลักษณะเป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและวิถีชีวิตที่น่าสนใจ แม้จะได้รับผลกระทบจากสถานการณ์โควิด-19 ในบางปีที่ผ่านมา แต่ชุมชนยังคงพยายามฟื้นฟูเศรษฐกิจผ่านกิจกรรมที่เน้นการอนุรักษ์วัฒนธรรม แต่การท่องเที่ยวยังไม่เป็นที่รู้จัก และในปี 2563 มีการริเริ่มโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงชุมชนในตำบลปากอ โดยมุ่งเน้นการใช้สื่อดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวและสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น การใช้สื่อดิจิทัลเข้ามาช่วยประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในชุมชน ทำให้นักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศสามารถเข้าถึงข้อมูลและเลือกเดินทางมาเยี่ยมชมได้อย่างสะดวก นอกจากนี้ยังเป็นการเสริมสร้างความยั่งยืนทางเศรษฐกิจและสังคมให้กับชุมชน (Annual report, Department of Community Development Ministry of Interior, 2020)

จากการที่พฤติกรรมการท่องเที่ยว เปลี่ยนไปสู่การให้ความสำคัญต่อการมีประสบการณ์ท่องเที่ยวที่ประทับใจ รวมถึงความคาดหวังต่อภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวที่ดี การประชาสัมพันธ์ที่เป็นในลักษณะของการขายตรง หรือมุ่งที่จะขายสินค้าหรือบริการเพียงอย่างเดียวด้วยการบรรยายถึงแค่เพียงสรรพคุณ ความงาม ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยวอย่างเดียวอาจไม่เพียงพอ การสื่อสารในเชิงของการสร้างแรงบันดาลใจจะเป็นการกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวได้มากขึ้นอีกทางหนึ่ง การนำเสนอข้อมูลหรือเนื้อหาในรูปแบบที่มาพร้อมกับความบันเทิง หรือนันทนาการ



สื่อดิจิทัลสามารถให้ได้ในเรื่องของความสุนทรีย์ในระหว่างการเล่นสื่อดิจิทัล ด้วยรูปแบบการนำเสนอที่สามารถเข้าถึงความรู้สึกรู้สึกของผู้บริโภค และการสร้างสรรค์ให้มีความสวยงาม เป็นสิ่งหนึ่งที่จะสามารถก่อให้เกิดแรงบันดาลใจต่อผู้บริโภค เนื่องจากสื่อดิจิทัลคอนเทนต์ คือการใช้องค์ประกอบของการสื่อสารหลากหลายทางเข้าด้วยกัน เพื่อให้เกิดการรับรู้ผ่านประสาทสัมผัสพื้นฐานของมนุษย์คือการเห็น การได้ยิน การสัมผัส ด้วยเนื้อหา ภาพ เสียง ผ่านสื่อดิจิทัลที่มีองค์ประกอบหลักคือเนื้อหา (Content) สื่อ (Media) เทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Technology) จากเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะพัฒนาสื่อดิจิทัลคอนเทนต์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน ตำบลปากกรอ อำเภอสิงหนคร จังหวัดสงขลา เพื่อให้ชุมชนเป็นที่รู้จักมากขึ้นโดยนำเสนอผ่านช่องทางสื่อออนไลน์

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อพัฒนาสื่อดิจิทัลคอนเทนต์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน ตำบลปากกรอ อำเภอสิงหนคร จังหวัดสงขลา
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้รับชมสื่อดิจิทัลคอนเทนต์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน ตำบลปากกรอ อำเภอสิงหนคร จังหวัดสงขลา

ระเบียบวิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ผู้ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ ซึ่งไม่ทราบจำนวนของประชากรที่แน่นอนจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณคอคอราน (W.GCochran) จำนวน 385 คน โดยมีค่าความเชื่อมั่นที่ 95% ความคลาดเคลื่อน 0.05 และหลังจากนั้นผู้วิจัยดำเนินการสุ่มกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) โดยเป็นกลุ่มตัวอย่างบุคคลทั่วไป ที่มีความสนใจกับการท่องเที่ยวในชุมชน มีอายุ 15 ปี ขึ้นไป เป็นผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต ชอบเล่นโซเชียลมีเดีย สามารถใช้โทรศัพท์มือถือ คอมพิวเตอร์ หรือเครื่องมืออุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ที่สามารถรับชมสื่อและใช้งานแอปพลิเคชันที่รองรับการทำแบบประเมินหลังรับชมสื่อได้อย่างสะดวก

การสร้างเครื่องมือในการวิจัย

การสร้างแบบประเมินคุณภาพของสื่อดิจิทัลคอนเทนต์ สำหรับผู้เชี่ยวชาญ โดยศึกษารูปแบบและวิธีการสร้างแบบประเมินคุณภาพ ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์จากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบประเมินคุณภาพ ด้านเนื้อหา ประกอบด้วย ด้านเนื้อหาและด้านเทคนิคการนำเสนอ ส่วนด้านสื่อประกอบด้วย ด้านการลำดับภาพ ด้านเสียง และด้านเทคนิคการนำเสนอ ดำเนินการจัดทำแบบประเมินคุณภาพเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) และกำหนดค่าคะแนนเป็นระดับตามวิธี ลิเคิร์ท (Likert)

การสร้างแบบสอบถามความพึงพอใจของผู้รับชมสื่อดิจิทัลคอนเทนต์ โดยศึกษารูปแบบและวิธีการสร้างแบบสอบถามความพึงพอใจ จากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามความพึงพอใจให้ครอบคลุมในด้านต่าง ๆ ประกอบด้วย ด้านเนื้อหา ด้านการลำดับภาพ ด้านเสียง และด้านเทคนิคการนำเสนอ ดำเนินการสร้างแบบสอบถามความพึงพอใจ โดยตั้งข้อคำถามที่ครอบคลุมสิ่งที่จะวัด และตรงกับวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้ในแบบสอบถามความพึงพอใจกำหนดรายละเอียดการแจกแจงครบถ้วน ซึ่งแบบสอบถามความพึงพอใจแบ่งออกเป็น 2 ตอน ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้รับชมสื่อดิจิทัลคอนเทนต์ และข้อเสนอแนะ เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) และกำหนดค่าคะแนนเป็นระดับตามวิธี ลิเคิร์ท (Likert)

การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบหาค่าสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC : Index of item objective congruence) โดยให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน เป็นผู้ตรวจสอบ พบว่าค่าดัชนีความสอดคล้อง มากกว่า 0.50 ทั้งหมดแสดงว่าเครื่องมือสามารถนำแบบสอบถามไปใช้ได้ (Department of Academic, 2002)



กระบวนการเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการผลิตสื่อดิจิทัลคอนเทนต์ ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตำบลปากกรอ อำเภอสิงหนคร จังหวัดสงขลา ตามหลักกระบวนการผลิตสื่อวีดิทัศน์ตามหลัก 3P นำสื่อและแบบประเมินคุณภาพให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินคุณภาพ เก็บรวบรวมแบบประเมินคุณภาพจากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 6 ท่านและทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบประเมินสื่อและแก้ไขปรับปรุงตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ

ดำเนินการหาความพึงพอใจของผู้รับชมสื่อดิจิทัลคอนเทนต์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน ตำบลปากกรอ อำเภอสิงหนคร จังหวัดสงขลา นำแบบสอบถามความพึงพอใจจัดทำเป็นแบบสอบถามออนไลน์ผ่าน Google Form พร้อมแนบสื่อวีดิทัศน์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตำบลปากกรอ อำเภอสิงหนคร จังหวัดสงขลา ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมแบบสอบถามความพึงพอใจออนไลน์ในระหว่างวันที่ 21 ตุลาคม - 7 พฤศจิกายน 2564 ผู้วิจัยดำเนินการสรุปผลแบบสอบถามผ่าน Google Form ขอความร่วมมือจากกลุ่มตัวอย่างบุคคลทั่วไปที่ใช้งานอินเทอร์เน็ต จำนวน 385 คน เพื่อตอบแบบสอบถามความพึงพอใจหลังจากรับชมสื่อดิจิทัลคอนเทนต์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน ตำบลปากกรอ อำเภอสิงหนคร จังหวัดสงขลา หลังจากนั้น ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามความพึงพอใจและข้อเสนอแนะของผู้รับชมสื่อเข้าสู่กระบวนการวิเคราะห์และสรุปผลวิจัยต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบประเมินคุณภาพและแบบสอบถามความพึงพอใจในการรับชมสื่อวีดิทัศน์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตำบลปากกรอ อำเภอสิงหนคร จังหวัดสงขลา ตามวิธีการทางสถิติ จากนั้นทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าเฉลี่ย $\bar{X}$ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษา การพัฒนาสื่อดิจิทัลคอนเทนต์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตำบลปากกรอ อำเภอสิงหนคร จังหวัดสงขลา โดยการศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาสื่อดิจิทัลคอนเทนต์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน ตำบลปากกรอ อำเภอสิงหนคร จังหวัดสงขลา และเพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้รับชมสื่อดิจิทัลคอนเทนต์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน ตำบลปากกรอ อำเภอสิงหนคร จังหวัดสงขลา

สื่อดิจิทัลคอนเทนต์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน ตำบลปากกรอ อำเภอสิงหนคร จังหวัดสงขลา ใช้กระบวนการผลิตสื่อวีดิทัศน์ (Sinsiri, 2018) กระบวนการผลิตสื่อดิจิทัลคอนเทนต์ แบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอน ตามหลัก 3P ได้แก่ ขั้นตอนที่ 1 ขั้นตอนเตรียมการผลิต (Pre-Production) ศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้อง วิเคราะห์แนวทาง ขั้นตอนและกระบวนการพัฒนาสื่อดิจิทัลคอนเทนต์ กำหนดและเขียน Storyboard ของสื่อ โดยผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตเนื้อหา มีความยาว ไม่เกิน 15 นาที จำนวน 1 คลิป นำเสนอในรูปแบบผสมผสาน คือ Vlog มีผู้ดำเนินรายการ 2 คน และสอดแทรกรูปแบบการสัมภาษณ์ ซึ่งมีเนื้อหาเป็นการเที่ยวชมโบราณสถานวัดแหลมจาก ชมพระพุทธรูปไสยาสน์ (พระนอน) และสักการะบูชาพระมหาลอย รับชมมโนราห์ รับชมการเล่นเครื่องดนตรีมโนราห์โดยใช้ผู้เล่นเพียงคนเดียว แต่สามารถเล่นเครื่องดนตรีได้ถึง 5 ชิ้น ล่องแพชมวิวทิวทัศน์ บริบทของชุมชน และวิถีชีวิตของชาวบ้านบริเวณชายฝั่งทะเลสาบสงขลา ชมการเลี้ยงปลากระพง รับประทานอาหารอาหารพื้นถิ่น แวะชมและเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชน บริเวณร้านค้าริมทางสามแยกบ่อทราย และชมพระอาทิตย์ตกที่สะพานปากกรอ หลังจากนั้นติดต่อสถานที่ถ่ายทำ ติดต่อพิธีกร ดำเนินรายการ กำหนดวันถ่ายทำสื่อ จัดเตรียมวัสดุและอุปกรณ์ที่ใช้ในการถ่ายทำและอุปกรณ์ประกอบ ผู้วิจัยจัดทำ การนัดหมายและกำหนดเวลา คำนวณงบประมาณและค่าใช้จ่ายในการถ่ายทำก่อนลงพื้นที่ถ่ายทำ ขั้นตอนที่ 2 ขั้นตอนการผลิต (Production) ผู้ให้สัมภาษณ์ทำความเข้าใจรายละเอียดของคำถามและคำตอบแต่ละหัวข้อให้เป็นไปในแนวทางที่วางไว้และน่าสนใจ ช่างภาพทำความเข้าใจมุมภาพ ขนาดภาพ องค์ประกอบต่าง ๆ ของภาพ ฝ่ายอุปกรณ์ในการทำ ทำการตรวจเช็คอุปกรณ์ที่ต้องใช้ในการถ่ายแต่ละฉากให้พร้อมก่อนถ่ายทำ ขั้นตอนที่ 3 ขั้นตอนหลังการผลิต (Post-Production) ผู้วิจัยทำการคัดเลือก Footage ที่ดีที่สุดและเหมาะสมจากการถ่ายทำการนำ Footage



ที่เลือกไว้มาลำดับภาพและตัดต่อตามบทให้เป็นไปเรื่องราวที่วางไว้ คัดเลือกและใส่ Transition Effect ในการเชื่อมภาพให้ต่อเนื่องระหว่างฉาก คัดเลือกและใส่เสียงดนตรี Sound Effect ให้เหมาะสมกับสื่อ เพื่อให้เกิดความน่าสนใจในการรับชมมากยิ่งขึ้น ใส่อินโฟกราฟิกในสื่อเพื่อการดำเนินเรื่องให้น่าสนใจ ทำ Text Box ใส่ในสื่อเพื่อขยายความจากเรื่องราวทำให้เกิดความสมบูรณ์ในสื่อมากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยตรวจสอบความต่อเนื่องและสมบูรณ์ขององค์ประกอบต่าง ๆ ในสื่อจากนั้นนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินคุณภาพ ศึกษารูปแบบและวิธีการสร้างแบบประเมินคุณภาพจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบประเมินคุณภาพให้ครอบคลุมในด้านต่าง ๆ ทั้งในด้านเนื้อหาและด้านสื่อ ดำเนินการจัดทำแบบประเมินคุณภาพ นำแบบประเมินคุณภาพ ให้ผู้เชี่ยวชาญในด้านเนื้อหาและด้านสื่อประเมินคุณภาพมีจำนวน 6 ท่าน ปรับปรุงแก้ไขสื่อตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ หลังจากนั้นศึกษารูปแบบและวิธีการสร้างแบบสอบถามความพึงพอใจจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามความพึงพอใจให้ครอบคลุมในด้านต่าง ๆ ทั้งในด้านเนื้อหาและด้านสื่อ ดำเนินการสร้างแบบสอบถามความพึงพอใจ โดยตั้งข้อคำถามที่ครอบคลุมสิ่งที่จะวัด และตรงกับวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้ในแบบสอบถามความพึงพอใจ กำหนดรายละเอียดการแจกแจงครบถ้วน และนำแบบสอบถามไปประเมินกับกลุ่มตัวอย่าง ด้วยการจัดทำแบบสอบถามผ่านระบบออนไลน์ Google Forms เป็นลิงก์และคิวอาร์โค้ดนำมาประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์ และอีเมล ของกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด

จากวิธีการดำเนินการวิจัยผู้วิจัยสามารถวิเคราะห์และสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

ผลการศึกษาคุนภาพด้านสื่อดิจิทัลคอนเทนต์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน ตำบลปากกรอ อำเภอลำสนธิ จังหวัดสงขลา มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) เท่ากับ 4.20 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.38 หมายถึง เชี่ยวชาญมีความเห็นต่อคุณภาพสื่อดิจิทัลคอนเทนต์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน ตำบลปากกรอ อำเภอลำสนธิ จังหวัดสงขลา อยู่ในระดับดี

ตารางที่ 1 ผลการประเมินคุณภาพด้านสื่อของสื่อดิจิทัลคอนเทนต์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตำบลปากกรอ อำเภอลำสนธิ จังหวัดสงขลา ของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน

รายการที่ประเมิน	ระดับความคิดเห็น ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อ			ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับคุณภาพ
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
1. ด้านเนื้อหา						
รวม	13	11	13	4.11	0.19	ดี
2. ด้านการลำดับภาพ						
รวม	23	20	21	4.26	0.27	ดี
3. ด้านเสียง						
รวม	13	13	13	4.33	0.00	ดี
4. เทคนิคด้านการนำเสนอ						
รวม	20	20	22	4.13	0.18	ดี
รวมระดับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อ				4.20	0.38	ดี



ตารางที่ 2 ผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาของสื่อดิจิทัลคอนเทนต์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน ตำบลปากกร อําเภอสิงหนคร จังหวัดสงขลา

รายการที่ประเมิน	ระดับความคิดเห็น ผู้เชี่ยวชาญ ด้านเนื้อหา			ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ คุณภาพ
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
1. ด้านเนื้อหา						
รวม	23	22	23	4.53	0.25	ดีมาก
2. ด้านเทคนิค การนำเสนอ						
รวม	23	21	23	4.47	0.31	ดี
รวมระดับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา				4.56	0.29	ดีมาก

ตารางที่ 3 ผลการประเมินแบบสอบถามความพึงพอใจของผู้รับชมสื่อดิจิทัลคอนเทนต์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน ตำบลปากกร อําเภอสิงหนคร จังหวัดสงขลา

รายการประเมิน	ระดับความพึงพอใจ		
	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับความ พึงพอใจ
1. ด้านเนื้อหา			
1.1 เนื้อหาสามารถสื่อเรื่องราวได้เข้าใจง่าย	4.44	0.56	มาก
1.2 เนื้อหามีความน่าสนใจ	4.48	0.61	มาก
1.3 เนื้อหาสามารถดึงดูดใจผู้รับชม	4.45	0.63	มาก
รวม	4.45	0.60	มาก
2. ด้านการลำดับภาพ			
2.1 ความคมชัดของภาพ	4.51	0.60	มากที่สุด
2.2 ภาพมีความสวยงาม น่าสนใจ	4.50	0.61	มากที่สุด
2.3 ภาพสามารถเล่าเรื่องได้สอดคล้องกับเนื้อหา	4.48	0.61	มาก
รวม	4.49	0.61	มาก
3. ด้านเสียง			
3.1 เสียงมีความสอดคล้องกับเนื้อหา	4.51	0.59	มากที่สุด
3.2 ระดับเสียงดนตรีและเสียงประกอบมีความเหมาะสม	4.48	0.65	มาก
3.3 เสียงผู้ดำเนินรายการมีความเหมาะสม	4.50	0.63	มากที่สุด
รวม	4.49	0.62	มาก



รายการประเมิน	ระดับความพึงพอใจ		
	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับความ พึงพอใจ
4. เทคนิคด้านการนำเสนอ			
4.1 รูปแบบและเทคนิคการนำเสนอมีความเหมาะสม	4.49	0.57	มาก
4.2 ระยะเวลาในการนำเสนอมีความเหมาะสม	4.53	0.57	มากที่สุด
4.3 สื่อสามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน ตำบลปากกรอได้	4.48	0.58	มาก
รวม	4.50	0.58	มากที่สุด
ระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างผู้รับชมสื่อ	4.48	0.60	มาก

จากตารางที่ 3 มีข้อค้นพบที่มีผลการประเมินแบบสอบถามความพึงพอใจของผู้รับชมสื่อดิจิทัลคอนเทนต์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน ตำบลปากกรอ อำเภอสิงหนคร จังหวัดสงขลา พบว่าในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างของผู้รับชมสื่อมีความพึงพอใจในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ด้านเทคนิคด้านการนำเสนอ มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด รองลงมา ด้านเนื้อหา ด้านการลำดับภาพ และด้านเสียง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เท่ากัน ซึ่งแสดงให้เห็นว่าสื่อที่มีกระบวนการผลิตด้านเทคนิคด้านการนำเสนอที่ดี ส่งผลให้ได้รับความสนใจกับผู้รับชมสื่อตลอดจนสามารถช่วยกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจ อยากจะมาท่องเที่ยวชมชุมชน ตำบลปากกรอ อำเภอสิงหนคร จังหวัดสงขลา ตามสื่อที่ได้รับชมจริง

การอภิปรายผล

1.คุณภาพของสื่อดิจิทัลคอนเทนต์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน ตำบลปากกรอ อำเภอสิงหนคร จังหวัดสงขลา

การพัฒนาสื่อดิจิทัลคอนเทนต์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน ตำบลปากกรอ อำเภอสิงหนคร จังหวัดสงขลา ที่ผู้วิจัยผลิตขึ้นได้มีการวางแผนการใช้กระบวนการผลิตสื่อวีดิทัศน์ (Sinsiri, 2019) ที่กล่าวไว้ว่า กระบวนการผลิตสื่อวีดิทัศน์แบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอน ตามหลัก 3P ได้แก่ ขั้นตอนก่อนการผลิต (Pre-Production) ขั้นตอนการผลิต (Production) และขั้นตอนหลังการผลิต (Post-Production) หลังผู้วิจัยได้ผลิตสื่อเรียบร้อยแล้ว จึงนำสื่อดิจิทัลคอนเทนต์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน ตำบลปากกรอ อำเภอสิงหนคร จังหวัดสงขลา ไปให้ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อ และด้านเนื้อหาประเมินคุณภาพ จากนั้นนำข้อเสนอแนะที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญ ทั้ง 6 ท่าน ไปปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องจึงทำให้สื่อดิจิทัลคอนเทนต์ มีคุณภาพตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้เนื่องจากมีการนำเสนอเนื้อหาที่ถูกต้อง ชัดเจน และน่าสนใจ ทำให้ผู้รับชมสื่อดิจิทัลคอนเทนต์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน ตำบลปากกรอ อำเภอสิงหนคร จังหวัดสงขลา เข้าใจเนื้อหา และเรื่องราวของผู้วิจัยต้องการจะนำเสนอได้เป็นอย่างดี

จากผลการวิจัยที่ผู้วิจัยได้จัดขึ้นเกี่ยวกับสื่อดิจิทัลคอนเทนต์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตำบลปากกรอ อำเภอสิงหนคร จังหวัดสงขลา สอดคล้องกับงานวิจัย (Siripong, 2020) ที่พบว่าการใช้สื่อดิจิทัลเพื่อโปรโมตการท่องเที่ยวชุมชนเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการกระจายข้อมูลไปยังกลุ่มเป้าหมายที่กว้างขวาง โดยเฉพาะผ่านช่องทางออนไลน์ที่สามารถเชื่อมโยงข้อมูลและประสบการณ์ที่น่าสนใจได้อย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ สื่อดิจิทัลยังมีบทบาทสำคัญในการสร้างการรับรู้ในวงกว้างเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์และเพิ่มโอกาสทางการตลาดให้กับชุมชนท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี



งานวิจัยของสมหมายยังได้กล่าวถึงความสำคัญของการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาสื่อดิจิทัล โดยเน้นการนำเสนอเรื่องราวที่แสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่และวัฒนธรรมท้องถิ่นเพื่อสร้างความแตกต่างและจุดขายที่ชัดเจน เช่นเดียวกับผลการวิจัยในตำบลปากกรอที่เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนในกระบวนการพัฒนาสื่อดิจิทัลคอนเทนต์ ทำให้เนื้อหาที่นำเสนอสามารถสะท้อนความเป็นตัวตนของชุมชนได้อย่างแท้จริง (Siripong, 2020)

สรุปได้ว่า สื่อดิจิทัลคอนเทนต์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน ตำบลปากกรอ อำเภอสิงหนคร จังหวัดสงขลา ที่ผู้วิจัยผลิตขึ้นมานั้นมีคุณภาพตามที่กำหนดไว้คือ มีคุณภาพอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) เท่ากับ 4.56 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.29 เนื่องจากผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับขั้นตอนการผลิตสื่อวีดิทัศน์อย่างครบถ้วนสมบูรณ์จึงสามารถนำมาใช้เป็นการพัฒนาสื่อดิจิทัลคอนเทนต์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตำบลปากกรอ อำเภอสิงหนคร จังหวัดสงขลา และนำไปใช้ศึกษาความพึงพอใจของผู้รับชมสื่อกับกลุ่มตัวอย่างได้เป็นอย่างดี

2. ความพึงพอใจของผู้รับชมสื่อดิจิทัลคอนเทนต์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน ตำบลปากกรอ อำเภอสิงหนคร จังหวัดสงขลา

เนื่องมาจากเป็นสื่อที่สร้างขึ้นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน ตำบลปากกรอ อำเภอสิงหนคร จังหวัดสงขลา ทำให้มีผู้คนรู้จักชุมชน ตำบลปากกรอ อำเภอสิงหนคร จังหวัดสงขลามากยิ่งขึ้น หลังผู้วิจัยผลิตสื่อดิจิทัลคอนเทนต์ส่งเสริมการท่องเที่ยวขึ้นมา และนำไปเผยแพร่ผ่านทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ ซึ่งช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร เป็นช่องทางที่สามารถตอบโต้พฤติกรรมในการรับชมของกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับแนวคิดของ Thongkham & Cheyjanya (2019, pp.4-5) ที่กล่าวว่า การส่งเสริมการท่องเที่ยวสามารถทำได้หลายรูปแบบ หนึ่งในนั้นคือการใช้พลังของสื่อดิจิทัลที่กำลังได้รับความนิยมในปัจจุบันอย่างวิดีโอบล็อก หรือ วล็อก (Vlogs) ทั้งนี้มีการศึกษาพบว่าวิดีโอบล็อกมีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเสมือนเป็นตัวกระตุ้นหรือแรงจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่อไป

ดังนั้น จากการศึกษารับชมสื่อดิจิทัลคอนเทนต์การส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน ตำบลปากกรอ อำเภอสิงหนคร จังหวัดสงขลา เป็นกลุ่มที่นิยมรับชมข้อมูลทางสื่อออนไลน์ประเภทวิดีโอบล็อกและอินโฟกราฟิก เนื่องจากสื่อวิดีโอจะเน้นนำเสนอภาพและเสียง ดึงดูดความสนใจได้ดี วิดีโอถือเป็นสื่อดิจิทัลพื้นฐานที่มีความสมบูรณ์มากกว่าสื่อดิจิทัลประเภทอื่น ๆ เนื่องจากไฟล์วิดีโอเพียงไฟล์เดียวสามารถประกอบขึ้นจากทั้งข้อความ เสียง ภาพนิ่ง และภาพเคลื่อนไหว หรือแอนิเมชัน รวมกันได้ ดังนั้นสื่อดิจิทัลประเภทวิดีโอจึงเป็นที่นิยมในปัจจุบันเพราะสามารถเผยแพร่ทางสื่อออนไลน์ได้สะดวก รวดเร็ว เหมาะสมกับการเป็นสื่อเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยใช้แนวคิดชุมชนเป็นฐานที่ว่ารูปแบบวิดีโอยอดนิยมที่นิยมนำเสนอ คือ Vlog โดยเน้นความบันเทิงที่สอดแทรกสาระประโยชน์ การนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการวิจัยจะช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวให้ประสบความสำเร็จยิ่งขึ้น (Prapakornkiat, 2019, p.151) จึงทำให้สื่อดิจิทัลคอนเทนต์การส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน ตำบลปากกรอ อำเภอสิงหนคร จังหวัดสงขลา สามารถนำไปใช้ได้จริง

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. การพัฒนาสื่อสื่อดิจิทัลคอนเทนต์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน ตำบลปากกรอ อำเภอสิงหนคร จังหวัดสงขลา เหมาะแก่การนำไปประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน ตำบลปากกรอ อำเภอสิงหนคร จังหวัดสงขลา

2. สื่อดิจิทัลคอนเทนต์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน ตำบลปากกรอ อำเภอสิงหนคร จังหวัดสงขลา เป็นสื่อกลางในการประชาสัมพันธ์การส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน ตำบลปากกรอ อำเภอสิงหนคร จังหวัดสงขลา

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาข้อมูลของชุมชนให้ละเอียดเพื่อให้เกิดความเข้าใจก่อนการลงพื้นที่ถ่ายทำเพื่อไม่ให้เกิดข้อผิดพลาดในการถ่ายทำครั้งต่อไป



2. การผลิตสื่อดิจิทัลคอนเทนต์ ควรตัดต่อให้สั้นและกระชับกว่านี้ เพื่อนำใช้ในกลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาศึกษาดูงานอาจมีเวลาจำกัดในการชม และควรเพิ่มเทคนิคพิเศษต่าง ๆ เข้าไปให้น่าสนใจมากยิ่งขึ้น
3. การพัฒนาสื่อดิจิทัลแบบเฉพาะเจาะจงสำหรับกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน หรือการวัดผลกระทบระยะยาวจากการใช้สื่อดิจิทัล
4. ศึกษาตัวอย่างผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยให้หลากหลายเพื่อให้เกิดความเข้าใจมากขึ้น
5. พัฒนาการนำเสนอโดยใช้เทคโนโลยีที่มีความทันสมัยรูปแบบอื่นเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น เช่น Motion Graphic Virtual Touring หรือ Augmented Reality (AR) เป็นต้น

References

- Department of Community Development. (2020). *Report on the development of community tourism in Songkhla Province*. Bangkok: Author. (in Thai)
- Kim, J., Ritchie, B. W., & McCormick, B. (2019). Development of a scale to measure memorable tourism experiences. *Journal of Travel Research*, 58(5), 727-742.
- Lopez-Guzman, T., Sanchez-Cañizares, S., & Pavón, V. (2020). Community-based tourism in developing countries: A case study. *Sustainability*, 12(11), 4375.
- Office of Tourism and Sports, Songkhla Province. (2020). *Tourism development and promotion plan for Songkhla Province*. Songkhla: Author (in Thai)
- Siripong, S. (2020). The use of digital media to promote community tourism in Thailand. *Journal of Tourism and Culture*, 18(2), 45-63. (in Thai)
- SinSiri, S. (2019). *Professional video production process*. Bangkok: Educational Communication. (in Thai)
- Supakit, C. (2020). Pak Ro Sub-District Occupation Development Project: A project developed by the Charoen Pokphand Foundation for rural life and various business units in the Charoen Pokphand Group. Retrieved May 24, 2021, from <https://www.wearecp.com/cp-rlde250963/> (in Thai)
- Thanaporn, T., & Patchanee, C. (2019). Lifestyle vlog exposure: The credibility and travel decision of vlog viewers. *Journal of Communication Arts and Innovation, NIDA*, 6(2), 4-5. (in Thai)
- UNWTO. (2019). *International tourism highlights*. United Nations World Tourism Organization.
- Zapata-Aguirre, S., Clavijo, E. J., & Arango, O. E. (2020). Community-based tourism and sustainable development: A case study from Colombia. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(6), 789-805.

ผู้เขียน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์จักรกฤษณ์ แก้วประเสริฐ

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
เลขที่ 2/1 ถนนราชดำเนินนอก ตำบลบ่อยาง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา 90000
E-mail: jukkrit.k@rmutsv.ac.th



นายเอกศักดิ์ สงสังข์

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
เลขที่ 2/1 ถนนราชดำเนินนอก ตำบลบ่อยาง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา 90000
E-mail: akasak.s@rmutsv.ac.th

