

บทความวิจัย

การพัฒนาชุดสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน พื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา

จักรกฤษณ์ แก้วประเสริฐ¹ และบุญรัตน์ บุญรัมย์²

Received 18 November 2024

Revised 27 June 2025

Accepted 29 June 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาชุดสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวและเพื่อประชาสัมพันธ์ให้การท่องเที่ยวโดยชุมชนของพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาเป็นที่รู้จัก และศึกษาความพึงพอใจของผู้รับชมชุดสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนของพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา กลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยใช้ทำการวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต โดยเก็บกลุ่มตัวอย่างเป็น 4 ชุดตามสื่อของแต่ละชุมชน ประกอบด้วยชุดสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนท่าหิน ตำบลท่าหิน อำเภอสิงหนคร จังหวัดสงขลา ชุมชนบ้านเขาใน ตำบลเชิงแส อำเภอกะรัง จังหวัดสงขลา ชุมชนเกาะหมาก ตำบลเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง และชุมชนเกาะเต่า ตำบลเกาะเต่า อำเภอป่าพะยอม จังหวัดพัทลุง ชุดสื่อละ 385 คน รวมทั้งสิ้น 1,540 คน ซึ่งได้จากการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรของคอกครอน กรณีไม่ทราบจำนวนประชากร

¹ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

E-mail: jukkrit.k@rmusv.ac.th

² คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

E-mail: boonrad.b@rmutsv.ac.th



ที่แน่นอน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ชุดสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ที่ได้รับการพัฒนาโดยชุมชนของพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ประกอบด้วย สื่อวีดิทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ป้ายความรู้ สื่อสิ่งพิมพ์แผ่นพับ แบบประเมินคุณภาพและแบบประเมินความพึงพอใจของผู้รับชมชุดสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า ชุดสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน พื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา มีคุณภาพอยู่ในระดับดี จากการประเมินของผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อและด้านเนื้อหา และพบว่า ผู้ตอบแบบประเมินความพึงพอใจของผู้รับชมชุดสื่อการท่องเที่ยวชุมชน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับดีมาก และจะเห็นได้ว่าการพัฒนาชุดสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ซึ่งผลความพึงพอใจของผู้รับชมสื่อวีดิทัศน์ส่งเสริมการท่องเที่ยว สามารถทำให้ผู้ชมรู้จักวิถีชีวิต รู้จักสถานที่ท่องเที่ยวในชุมชนมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้ประชาชนในพื้นที่ที่รับชมสื่อเกิดความตระหนักได้มีแรงบันดาลใจร่วมกันพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยวในชุมชน เห็นความสำคัญของการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์วัฒนธรรมและทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ และส่งผลให้เยาวชนได้กลับมาพัฒนาชุมชน ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วม จึงทำให้ชุดสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนเหมาะสมที่จะนำมาใช้เป็นสื่อให้ความรู้และเกิดประโยชน์เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาชุมชนให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น

คำสำคัญ: พัฒนาชุดสื่อ, การท่องเที่ยวโดยชุมชน, พื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา, การส่งเสริมการท่องเที่ยว



The Development Series of Tourism Media Contributing Communities in the Songkhla Lake Basin Area

Jukkrit Keawprasert¹ and Boonrad Boonradsamee²

Abstract

This research aimed to develop a series of media and promote tourism in the Songkhla Lake basin area to be well known. Studying the satisfaction of the audience who watched the series of media tourism contributions by the community of the Songkhla lake basin area. The sample used by the researcher is Internet users, sampled into 4 groups according to the media of each community. For instance, The development series of Tha Hin Community, Tha Hin Sub-district, Sathingpra District, Songkhla Province, Baan Khao Nai Community in Choengsae Sub-district, Taksin District, Songkhla Province, Koh Mak Community, Koh Mak Sub-district, Pak Phayun district, Phatthalung Province, and Koh Tao Community, Koh Tao Sub-district, Koh Tao Sub-district, Pa Phayan Province, Phatthalung Province. There are 385 people in each media series from 1,540 people by calculating the sample using the Caucran formula. In the case that the exact population is unknown. The tools used in this research are

¹ Faculty of Industrial Education and Technology, Rajamangala University of Technology Srivijaya
E-mail: jukkrit.k@rmusv.ac.th

² Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Srivijaya
E-mail: boonrad.b@rmutsv.ac.th

the tourism media contributing communities in the Songkhla lake basin communities. For instance, video, label publications, brochures, and quality assessments of visitor satisfaction about a series of tourism media developed by the community of the Songkhla lake basin area. The statistics used to analyze the data are average and standard deviation. The results of the research found that the series of tourism-promoting by the community of tourism media developed by the community in the Songkhla lake basin area, Tha Hin Community has of very good quality. Mak island and Koh Tao communities were of good quality when considering the content and media assessed by the media professionals found that the sample who accessed the form. It can be seen that the development of a series of tourism media developed by the community in Songkhla lake basin in all covered areas can make the audience acknowledge the local living and attractions more. To increase co-inspiration in conserving the local living, culture, and the existence of natural resources. That lead to the next generation will continually return to develop the community further through the process of participation in designing a series of media tourism by communities that made the tourism media by communities suitable to use as a media to provide knowledge for the benefit and guidance of communities to be more well known.

Keywords: Development Series of Media, Community-Based Tourism, Songkhla Lake Basin Area, Tourism Promotiom



บทนำ

การท่องเที่ยวโดยชุมชนถือเป็นอีกรูปแบบการท่องเที่ยวหนึ่งที่เป็นกลไกสนับสนุนชุมชนในกระบวนการพัฒนาแบบมีส่วนร่วม ดูแลรักษาสีงแวดล้อมหรือธรรมชาติที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว อนุรักษ์ฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น ร่วมรับประโยชน์จากกิจกรรมการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อม มีส่วนรวมกับการกำหนดแนวทางเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชนแบบยั่งยืน ซึ่งเป็นผลดีต่อการนำไปสู่การจัดการทรัพยากรทั้งหมด ด้วยวิถีทางที่ตอบสนองความต้องการทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสุนทรียภาพ ในขณะเดียวกันก็คงไว้ซึ่งบูรณภาพทางวัฒนธรรม กระบวนการนิเวศวิทยาที่จำเป็น ความหลากหลายทางชีวภาพและระบบต่าง ๆ ที่เอื้อต่อชีวิต สิ่งสำคัญอีกอย่างของการท่องเที่ยวโดยชุมชน คือ การสร้างเครือข่ายพัฒนาการท่องเที่ยวกับท้องถิ่น เพื่อให้การพัฒนายกระดับคุณภาพในการดำเนินงานในสถานที่ท่องเที่ยวในชุมชนให้มีศักยภาพเพิ่มขึ้น ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งเน้นใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างรู้คุณค่า มีการบำรุงรักษาเพื่อจะได้มีทรัพยากรคงอยู่กับชุมชนอย่างยั่งยืน ซึ่งผู้รับผิดชอบในการพัฒนาการท่องเที่ยวจำเป็นต้องประสานงานกับองค์กรปกครองท้องถิ่น และหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องในการส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนในชุมชน (Tourism Authority of Thailand, 2013) พื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ตั้งอยู่ใน 12 อำเภอของจังหวัดสงขลา พัทลุงทั้งจังหวัด และ 2 อำเภอของจังหวัดนครศรีธรรมราช การสำรวจแหล่งท่องเที่ยว 90 แห่ง แบ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ 42 แห่ง แหล่งท่องเที่ยวประเภทโบราณสถาน โบราณวัตถุ 40 แห่ง วัฒนธรรมประเภทวิถีชีวิตชุมชน 18 แห่ง นอกจากนี้ได้ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวแล้ว พื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา



มีความเหมาะสมสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในการเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชนที่มีความพร้อมทั้งแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมท่องเที่ยว ประชาชน ชุมชน นักสื่อความหมายท้องถิ่นโดยมีตัวอย่างโปรแกรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ประกอบกับสถานการณ์ในปัจจุบันของพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ที่จะต้องอาศัยสื่อเพื่อพัฒนาประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน เนื่องจากสื่อเป็นอีกหนึ่งช่องทางของการสื่อสารที่น่าเสนอเนื้อหาของข้อมูล บันทึกลง โฆษณา ประชาสัมพันธ์ มีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงของรูปแบบที่ดีขึ้นอย่างสม่ำเสมอทั้งในรูปแบบของสื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ วิทยูและสื่อโทรทัศน์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้แสวงหาข้อมูลข่าวสาร ได้มีประสิทธิภาพมากกว่าสื่อแบบดั้งเดิม เนื่องจากสื่อใหม่ ในปัจจุบันไม่มีข้อจำกัดในด้านเวลา ด้านพื้นที่ และด้านอื่น ๆ

ผู้วิจัยเล็งเห็นว่าชุดสื่อซึ่งประกอบด้วย สื่อวีดิทัศน์ แผ่นพับ และป้ายความรู้จะสามารถเป็นช่องทางที่หลากหลายในการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนของพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Chulakan (2016) เรื่องการออกแบบกราฟิกและสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับประชาสัมพันธ์ชุมชนบ้านข้างวัด กล่าวว่า สื่อประชาสัมพันธ์ทุกประเภท โดยใช้สี ตัวอักษร และรูปแบบการจัดหน้า การใช้ภาพที่เป็นแนวทางเดียวกัน ทำให้สื่อสามารถสร้างภาพลักษณ์ให้กับบ้านข้างวัดได้ จากความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญสื่อสามารถสร้างภาพลักษณ์ให้บ้านข้างวัดได้ในระดับมาก และมากที่สุด และความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่สื่อสามารถสร้างภาพลักษณ์บ้านข้างวัดได้ในระดับมาก จากเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงพัฒนาชุดสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนของพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ให้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างแพร่หลายและเป็นการใช้สื่อเพื่อเป็นช่องทางในการ



ส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนของพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา และสามารถดึงกลุ่มนักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการในชุมชนได้เพิ่มขึ้น

วัตถุประสงค์

1. เพื่อพัฒนาชุดสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนของพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้รับชมชุดสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนของพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. มีชุดสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับการพัฒนาโดยชุมชนของพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา
2. ผู้วิจัยได้ทราบความพึงพอใจของผู้รับชมชุดสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนของพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา
3. การท่องเที่ยวโดยชุมชนของพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาเป็นที่รู้จักมากขึ้น

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร

โมเดลของวิลเบอร์ ชแรมม์ (Wilbur Schramm's Model) โมเดลนี้พัฒนาจาก Shannon-Weaver โดยเพิ่มความสำคัญของประสบการณ์ร่วมระหว่างผู้ส่งและผู้รับ (Feedback and Field of Experience) ทำให้เห็นกระบวนการสื่อสารเป็นแบบวงกลมที่ส่งผลซ้ำกันระหว่างสองฝ่าย Schramm



(1978) มองว่า ความสำเร็จในการสื่อสารขึ้นอยู่กับ การทับซ้อนของประสบการณ์ระหว่างผู้ส่งและผู้รับ หากไม่ทับซ้อนกัน การตีความอาจคลาดเคลื่อน

ทฤษฎีการไหลของการสื่อสารแบบสองขั้น (Two-Step Flow Theory) เสนอโดย Lazarsfeld และ Katz ในทศวรรษ 1940-1950 ซึ่งชี้ให้เห็นว่า ข้อมูลจะถูกสื่อสารจากสื่อไปยังผู้นำทางความคิดก่อน แล้วจึงส่งต่อไปยังผู้รับทั่ว ๆ ไป ช่วยยกแนวคิดที่ว่า ผู้คนไม่ได้รับข่าวสารโดยตรงจากสื่อเสมอไป แต่ผ่านคนที่มีอิทธิพลทางความคิดก่อน

ทฤษฎีพฤติกรรมนิยม

ทฤษฎีพฤติกรรมนิยม เป็นทฤษฎีซึ่งเชื่อว่าจิตวิทยานั้นเปรียบเสมือน การศึกษาทางวิทยาศาสตร์ของพฤติกรรมมนุษย์ (Scientific Study of Human Behavior) และการเรียนรู้ของมนุษย์เป็นสิ่งที่สามารถสังเกตได้จากพฤติกรรมภายนอก นอกจากนี้ ยังมีแนวคิดเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งเร้าและการตอบสนอง (Stimuli and Response) เชื่อว่าการตอบสนองสิ่งเร้าของมนุษย์ จะเกิดขึ้นควบคู่กันในช่วงเวลาที่เหมาะสม นอกจากนี้ ยังเชื่อว่าการเรียนรู้ของมนุษย์ เป็นพฤติกรรมที่แบบแสดงอาการกระทำ (Operant Conditioning) ซึ่งมีการเสริมแรง (Reinforcement) เป็นตัวการ (Phetkhong, 2012)

ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ ประกอบด้วย ทฤษฎีจูงใจ (Motivation Theory) ของมาสโลว์ (Maslow) ซึ่งมาสโลว์ได้ตั้งสมมติฐานแห่งสิ่งจูงใจจากความ ต้องการของมนุษย์ไว้ว่า มนุษย์มีความต้องการอยู่เสมอ ความต้องการใด ได้รับการตอบสนองแล้วจะไม่ใช่สิ่งจูงใจอีกต่อไป แต่ความต้องการที่ยังไม่ได้รับการตอบสนองนั้นจะเป็นสิ่งจูงใจแทน จึงได้เสนอทฤษฎีความต้องการของมนุษย์ว่า ตั้งอยู่บนสมมติฐาน 3 ประการ (Maslow, 1970) คือ 1) มนุษย์ทุกคนมีความ



ต้องการและความต้องการนั้น ไม่มีที่สิ้นสุด 2) ความต้องการที่ได้รับการตอบสนองแล้วจะไม่เป็นแรงจูงใจสำหรับพฤติกรรมอีกต่อไป ความต้องการมีอิทธิพลก่อให้เกิดพฤติกรรมที่แสดงออกมานั้นเป็นความต้องการที่ยั่งยืนไม่ได้รับการตอบสนองความต้องการใดที่ได้รับการตอบสนองเสร็จสิ้นไปแล้วจะไปเป็นตัวก่อให้เกิดพฤติกรรมอีกต่อไป และ 3) ความต้องการของมนุษย์มีลักษณะของมนุษย์ จะมีลักษณะเป็นลำดับขั้นจากต่ำไปหาสูงตามลำดับในขณะที่ความต้องการขั้นต่ำได้รับการตอบสนองบางส่วนแล้ว ความต้องการขั้นสูงถัดไปก็จะติดตามมาเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมต่อไป

ทฤษฎีการเลือกรับรู้ข่าวสาร

การเลือกรับรู้ข่าวสาร เนื่องจากข่าวสารเป็นสิ่งจำเป็นอย่างสำหรับกิจกรรมต่าง ๆ ในชีวิตมนุษย์เป็นสัตว์สังคมที่จะต้องอาศัยแลกเปลี่ยนข่าวสารความรู้ และประสบการณ์ซึ่งกันและกัน ข่าวสารเป็นปัจจัยสำคัญที่ใช้ประกอบการตัดสินใจของมนุษย์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อมนุษย์เกิดความไม่แน่ใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งมากเท่าใด ความต้องการข่าวสารก็จะเร็วมากขึ้น Schramm (1978) กล่าวว่า โดยทั่วไปบุคคลมักจะเลือกรับสื่อที่ใช้ความพยายามน้อยที่สุดหรือหมายถึงสะดวกในการรับรู้มากที่สุด และได้ผลประโยชน์ตอบแทนมากที่สุดในการเลือกรับรู้ข่าวสาร

ทฤษฎีเกี่ยวกับการผลิตสื่อ

1. ขั้นตอนการผลิตวิดิทัศน์ (In-udom, 1996) ก่อนการผลิตสื่อ ผู้ผลิตจำเป็นต้องคำนึงถึงสิ่งต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นด้าน การวางแผนการผลิต การเตรียมการผลิต การใช้วัสดุอุปกรณ์ในการผลิต และการประเมินผล การผลิตรายการ สามารถสรุปเป็นขั้นตอนของการผลิตรายการ วิดิทัศน์ ได้ 3 ขั้นตอน (3P) ดังนี้



1.1 **ขั้นเตรียมการผลิต (Pre-Production)** นับเป็นขั้นตอนที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง ก่อนเริ่มทำการผลิตรายการ ได้แก่ การเตรียมข้อมูล การกำหนดหรือวางเค้าโครงเรื่อง การประสานงานกองถ่ายกับสถานที่ถ่ายทำ ประชุมวางแผน การผลิต การเขียนสคริปต์การจัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์การถ่ายทำ อุปกรณ์การบันทึกเสียง ห้องบันทึกเสียง ห้องตัดต่อ กล้องวิดีโอถ่ายทำ อุปกรณ์ประกอบฉาก อุปกรณ์แสง การเตรียมตัวผู้ดำเนินรายการ ผู้ร่วมรายการ ทีมงาน ทุกฝ่ายการเดินทางอาหาร ที่พัก ฯลฯ หากจัดเตรียม รายละเอียด ในขั้นตอนนี้ ได้ดีก็จะส่งผลให้ขั้นตอนการผลิตงานทำได้ง่ายและรวดเร็วยิ่งขึ้น

1.2 **ขั้นการผลิต (Production)** เป็นขั้นตอนการดำเนินการถ่ายทำตามเนื้อเรื่อง หรือบทตามสคริปต์ที่ทีมงานผู้ผลิต ได้แก่ ผู้กำกับ ช่างภาพ ช่างไฟ ช่างเทคนิคเสียง ช่างศิลป์และทีมงานจะทำการบันทึกเทปโทรทัศน์รวมทั้ง การบันทึกเสียง ตามที่กำหนดไว้ในสคริปต์อาจมีการเดินทางไปถ่ายทำ ยังสถานที่ต่าง ๆ ทั้งในร่ม และกลางแจ้งมีการสัมภาษณ์จัดฉากจัดสถานที่ภายนอกหรือในสตูดิโอ ขั้นตอนนี้อาจมีการถ่ายทำ แก้ไขหลายครั้งจนเป็นที่พอใจ (Take) นอกจากนี้อาจจะต้องเก็บภาพหรือเสียงบรรยากาศทั่วไป ภาพเฉพาะมุมเพิ่มเติมเพื่อใช้ในการขยายความ (Insert) เพื่อให้ผู้ชมได้เห็นและเข้าใจรายละเอียดมากยิ่งขึ้นโดยทั่วไปจะมีการประชุมเตรียมงานและมอบหมายงานให้กับผู้เชี่ยวชาญในแต่ละด้านและนั่นคือการทำงานของทีม องค์กรประกอบของขั้นการผลิต (Production)

1.3 **ขั้นการหลังการผลิต (Post-Production)** การตัดต่อลำดับภาพ หรือเป็นขั้นตอนการตัดต่อเรียบเรียงภาพและเสียงเข้าไว้ด้วยกันตามสคริปต์หรือเนื้อหาของเรื่องขั้นตอนนี้ จะมีการใส่กราฟิก ทำเทคนิคพิเศษภาพการแต่งภาพ การย้อมสี การเชื่อมต่อภาพ ฉาก อาจมีการบันทึกเสียงในห้องบันทึกเสียง



ใส่เสียงพูด ชาวดีบรรยากาศต่าง ๆ เพิ่มเติม อาจมีการนำดนตรีมาประกอบเรื่องราวเพื่อเพิ่มรสชาติในการรับชมยิ่งขึ้น ขั้นตอนนี้ส่วนใหญ่ จะดำเนินการอยู่ในห้องตัดต่อ แต่มีข้อจำกัดหลายอย่าง เช่น การเพิ่มเทคนิคพิเศษต่าง ๆ ซึ่งต้องใช้เครื่องมืออุปกรณ์ที่ทันสมัยและซับซ้อนมากยิ่งขึ้น มีเฉพาะช่างเทคนิคที่เกี่ยวข้องและผู้กำกับเท่านั้น

2. กระบวนการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ (Witthayarat, 2006) ได้แบ่งภาพรวมของกระบวนการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ออกเป็น 4 ขั้นตอนดังนี้

2.1 ขั้นตอนการวางแผนออกแบบและกำหนดแนวคิดในการจัดทำ (Pre-Prepress) คือ ขั้นตอนการออกแบบและการวางแผนการผลิต ซึ่งต้องพิจารณาถึงนโยบายและวัตถุประสงค์ เนื้อหา และการวางแผนเกี่ยวกับกระบวนการผลิต

2.2 ขั้นตอนการเตรียมต้นฉบับเพื่อการพิมพ์ (Prepress) คือ การเตรียมต้นฉบับทั้งหมดเพื่อนำไปถ่ายทอดเป็นแม่พิมพ์ ในการจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ใด ๆ ก็ตาม ผู้จัดทำต้องพิจารณาเลือกระบบการพิมพ์ให้ถูกต้องเหมาะสมกับลักษณะของงานที่จะพิมพ์ เพราะจะทำให้สะดวก ประหยัด และรวดเร็วยิ่งขึ้นการเลือกใช้วัสดุการพิมพ์ เช่น กระดาษที่ใช้ในการพิมพ์ รวมไปถึงการจัดเตรียมต้นฉบับ สิ่งเหล่านี้จะช่วยให้องค์กรนักประชาสัมพันธ์ทำงานได้สะดวกและการติดต่อกับโรงพิมพ์จะคล่องตัวขึ้น

2.3 ขั้นตอนการพิมพ์ (Press) การผลิตสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ทุกประเภท ถึงแม้ว่าจะมีลักษณะ ประเภท รูปแบบ วัสดุที่ใช้พิมพ์ และกรรมวิธีที่แตกต่างกัน แต่สื่อสิ่งพิมพ์ทุกชนิดจะต้องผ่านกระบวนการพิมพ์เหมือนกัน ซึ่งมีลำดับขั้นตอน ดังนี้ การเรียงพิมพ์ การจัดวางหน้า การจัดทำอาร์ตเวิร์ก การพิสูจน์อักษร การทำแม่พิมพ์ และการตีพิมพ์



2.4 ขั้นตอนหลังการพิมพ์ (Afterpress) เป็นกระบวนการหลังการพิมพ์เพื่อให้ได้สื่อสิ่งพิมพ์ ที่สำเร็จรูปตามที่องค์กรนักประชาสัมพันธ์ได้กำหนดหรือออกแบบไว้ ประกอบด้วยขั้นตอน ดังนี้ การทำเล่มแบบปกอ่อน และการทำเล่มแบบปกแข็ง

จากทฤษฎีหลายแขนง เช่น ทฤษฎี Maslow ช่วยอธิบายแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่มาจากความต้องการระดับต่าง ๆ ตั้งแต่ความปลอดภัยจนถึงการบรรลุศักยภาพ ความเข้าใจเหล่านี้นำมาออกแบบคอนเทนต์ให้ตอบโจทย์ความต้องการเฉพาะของผู้ชม ทฤษฎี Uses & Gratifications ชี้ว่าผู้บริโภคเลือกใช้สื่อเพื่อตอบสนองความต้องการเฉพาะ อาทิเช่น ข้อมูล สันทนาการ หรือสร้างสัมพันธ์สังคม ซึ่งสำคัญต่อการสร้างเนื้อหาที่โดนใจนักท่องเที่ยวที่จะเสพผ่านโซเชียลและเว็บไซต์ และทฤษฎี Cultivation ชี้ว่าการรับชมสื่ออย่างต่อเนื่องสามารถสร้างภาพลักษณ์เชิงวัฒนธรรมที่คงทนในใจผู้ชม จึงเป็นแนวทางที่น่าสนใจในการสร้างแบรนด์ปลายทางท่องเที่ยวที่ต้องการให้ติดตราตรึงความคิดของนักท่องเที่ยวระยะยาว โดยงานวิจัยในแวดวงท่องเที่ยวพบว่าสื่อที่ผลิตอย่างเหมาะสมตามกรอบเหล่านี้สามารถกระตุ้นแรงจูงใจ ใช้สื่ออย่างมีประสิทธิภาพ และสร้างภาพลักษณ์เชิงวัฒนธรรมที่ยั่งยืน ช่วยเสริมศักยภาพการตลาดและประสบการณ์ผู้ใช้ได้อย่างมีนัยสำคัญ

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยและการพัฒนา (Research and Development) โดยใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงปริมาณตามขั้นตอน ดังนี้

1. วิธีการสร้างเครื่องมือในการวิจัย ประกอบด้วย การสร้างชุดสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน พื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา จำนวน 4 ชุมชน



ประกอบด้วย ชุมชนท่าหิน ตำบลท่าหิน อำเภอสิงหนคร จังหวัดสงขลา ชุมชนบ้านเขาโน ตำบลเชิงแส อำเภอกะระเสสินธุ์ จังหวัดสงขลา ชุมชนเกาะหมาก ตำบลเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง และชุมชนเกาะเต่า ตำบลเกาะเต่า อำเภอป่าพะยอม จังหวัดพัทลุง ซึ่งทั้ง 4 ชุมชน ผู้วิจัยได้พิจารณาคัดเลือกจากพื้นที่ของชุมชนที่มีความพร้อมด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน ความเข้มแข็งของชุมชนและความต้องการของสมาชิกในชุมชนที่ต้องการพัฒนาชุดสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งทั้ง 4 ชุมชนต้องอยู่ในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ประกอบด้วยชุดสื่อ 3 ประเภท

หลังจากผู้วิจัยผ่านกระบวนการขั้นตอนการวางแผนออกแบบและกำหนดแนวคิดในการจัดทำ (Prepress) และขั้นตอนหลังการพิมพ์ (Afterpress) โดยสื่อทั้ง 3 ประเภทใช้รูปแบบการนำเสนอในรูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อให้สอดคล้องกับการท่องเที่ยวชุมชนและมีความสอดคล้องกันทั้ง 3 สื่อ

จากนั้นผู้วิจัย ได้ดำเนินการสร้างแบบประเมินคุณภาพชุดสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน พื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ซึ่งมีความสอดคล้องกับทฤษฎีเกี่ยวกับตัวแปรแทรกที่มีอิทธิพลในกระบวนการสื่อมวลชนระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารและผู้รับสารทฤษฎีที่สำคัญของเดอเฟลอร์ (De Fleur) ความรู้ทั่วไปของสื่อวิทัศน์ มีลำดับและขั้นตอนในการสร้างดังต่อไปนี้ 1) ศึกษา รูปแบบ และวิธีการสร้างแบบประเมินคุณภาพชุดสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว 2) ดำเนินการสร้างแบบประเมินคุณภาพชุดสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยแจกแจงรายละเอียดให้ครอบคลุมถึงสิ่งที่ต้องการวัด ซึ่งแบบประเมินคุณภาพชุดสื่อ ได้แบ่งแบบสอบถาม แบบมาตราส่วนประมาณค่าของลิเคิร์ต (Likert Scale) เพื่อสอบถามความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่าง ๆ โดยกำหนดค่าระดับคะแนนเป็น 5 ระดับ (Best, 1978) และ 3) ทำการประเมินคุณภาพของชุดสื่อส่งเสริม



การท่องเที่ยวโดยชุมชน ใช้แบบประเมินคุณภาพของชุดสื่อ ทั้งด้านเนื้อหา ด้านภาพและเสียง ด้านเทคนิค และด้านการใช้งาน

หลังจากนั้น ผู้วิจัยดำเนินการสร้างแบบสอบถามความพึงพอใจของผู้รับชม ชุดสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน พื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ซึ่งเป็นแบบสอบถามที่ใช้ข้อคำถามแบบเดียวกันทั้ง 4 ชุมชน ผ่านการสรุปแก้ไขข้อเสนอแนะแบบสอบถามความพึงพอใจของผู้รับชมชุดสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน พื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ตามความคิดเห็นและคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ประกอบด้วยผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อ จำนวน 2 ท่าน ซึ่งเป็นผู้มีความรู้และประสบการณ์ ในด้านการผลิตสื่อ คือ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ธารินทร์ มานีมานและผู้ช่วยศาสตราจารย์เสริมศักดิ์ ขุนพลผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา จำนวน 1 ท่าน ต่อ 1 ชุมชน รวมจำนวน 4 ท่าน ซึ่งเป็นผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจจริงเกี่ยวกับชุมชน ประกอบด้วย ชุมชนท่าหิน ตำบลท่าหิน อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา ได้แก่ นางพูนทรัพย์ ชูแก้ว ชุมชนบ้านเขาใน ตำบลเชิงแส อำเภอกะระเสสินธุ์ จังหวัดสงขลา ได้แก่ คุณนทีธรรม ทองเนื้อแข็ง ชุมชนเกาะหมาก ตำบลเกาะหมาก อำเภopakพะยูน จังหวัดพัทลุง ได้แก่ คุณคิมหันต์ สุวรรณเรืองศรี และชุมชนเกาะเต่า ตำบลเกาะเต่า อำเภอกาบัง จังหวัดพัทลุง ได้แก่ คุณเอกชัย ชูขำ ต่อมาผู้วิจัยนำแบบประเมินที่แก้ไขเรียบร้อยแล้วเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องก่อนออกเก็บรวบรวมข้อมูล เผยแพร่แบบประเมินความพึงพอใจผ่านระบบออนไลน์ จากนั้นนำแบบสอบถามไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งาน อินเทอร์เน็ต โดยเก็บกลุ่มตัวอย่างเป็น 4 ชุดตามสื่อของแต่ละชุมชน ประกอบด้วย ชุดสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนท่าหิน ตำบลท่าหิน อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา ชุมชนบ้านเขาใน ตำบลเชิงแส อำเภอกะระเสสินธุ์



จังหวัดสงขลา ชุมชนเกาะหมาก ตำบลเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง และชุมชนเกาะเต่า ตำบลเกาะเต่า อำเภอป่าพะยอม จังหวัดพัทลุง ชุดสื่อละ 385 คน รวมทั้งสิ้น 1,540 คน โดยใช้สูตรของคอแครงกรณีที่ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน (Cochran, 1977)

2. วิธีดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย การหาคุณภาพของชุดสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน พื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา โดยเริ่มต้นจากดำเนินการพัฒนาชุดสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน พื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา จากนั้นนำชุดสื่อที่เสร็จสมบูรณ์แล้วนำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบความถูกต้องและปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ให้ผู้เชี่ยวชาญด้านชุดสื่อวิถีทัศนศาสตร์และด้านเนื้อหา ประเมินคุณภาพชุดสื่อ และเก็บรวบรวมแบบประเมินคุณภาพจากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน เพื่อดำเนินการแก้ไขปรับปรุงตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ ดำเนินการหาความพึงพอใจของผู้รับชมชุดสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน พื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ผู้วิจัยดำเนินการสร้างแบบประเมินความพึงพอใจ โดยผู้ตอบแบบสอบถามสามารถรับชมชุดสื่อทั้ง 3 ประเภท ผ่านระบบออนไลน์ โดยใช้ Google Form ซึ่งเป็นข้อคำถามเดียวกันทั้ง 4 ชุมชน เผยแพร่ไปผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตที่สนใจการท่องเที่ยวชุมชน โดยดำเนินการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบประเมินความพึงพอใจของผู้รับชมชุดสื่อ จากกลุ่มตัวอย่างของผู้รับชมชุดสื่อแต่ละชุมชน จำนวน 385 คน ซึ่งผู้ตอบแบบประเมิน 1 คน สามารถตอบมากกว่า 1 ชุมชน จากนั้นจึงนำมาหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)



ผลการวิจัย

ผลการหาคุณภาพชุดสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน พื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา แบ่งผลการวิจัยเป็น 4 ชุมชน โดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ทำการประเมินคุณภาพของชุดสื่อ ประกอบด้วย ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อ จำนวน 2 ท่าน ซึ่งมีความรู้ และประสบการณ์ ด้านการออกแบบและผลิตสื่อ และผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา จำนวน 1 ท่าน เป็นผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจจริงเกี่ยวกับชุมชน ซึ่งผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิจัยแบ่งตามชุมชนทั้ง 4 ชุมชน ดังนี้

ตารางที่ 1 ผลการประเมินคุณภาพชุดสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนท่าหิน ตำบลท่าหิน อำเภอสิงหนคร จังหวัดสงขลา ตามระดับความคิดเห็นเฉลี่ยของผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน

รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ คุณภาพ
1. คุณภาพชุดสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนท่าหิน ตำบลท่าหิน อำเภอสิงหนครจังหวัดสงขลา			
1.1 คุณภาพสื่อวีดิทัศน์	4.62	0.59	ดีมาก
1.2 คุณภาพสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทป้ายความรู้	4.48	0.62	ดี
1.3 คุณภาพด้านสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทแผ่นพับ	4.47	0.63	ดี
1.4 คุณภาพโดยรวม	4.52	0.61	ดีมาก
2. คุณภาพชุดสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านเขาใน ตำบลเชิงแส อำเภอกระเส็นถ์จังหวัดสงขลา			
2.1 คุณภาพสื่อวีดิทัศน์	4.39	0.59	ดี
2.2 คุณภาพสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทป้ายความรู้	4.51	0.61	ดีมาก
2.3 คุณภาพด้านสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทแผ่นพับ	4.52	0.60	ดีมาก



รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ คุณภาพ
2.4 คุณภาพโดยรวม	4.51	0.53	ดีมาก
3. คุณภาพชุดสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนเกาะหมาก ตำบลเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง			
3.1 คุณภาพสื่อวีดิทัศน์	4.26	0.60	ดี
3.2 คุณภาพสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทป้ายความรู้	4.51	0.61	ดีมาก
3.3 คุณภาพด้านสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทแผ่นพับ	4.52	0.60	ดีมาก
3.4 คุณภาพโดยรวม	4.40	0.57	ดี
4. คุณภาพชุดสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนเกาะเต่า ตำบลเกาะเต่า อำเภอป่าพะยอม จังหวัดพัทลุง			
4.1 คุณภาพสื่อวีดิทัศน์	4.43	0.59	ดี
4.2 คุณภาพสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทป้ายความรู้	4.49	0.61	ดี
4.3 คุณภาพด้านสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทแผ่นพับ	4.39	0.60	ดี
4.4 คุณภาพโดยรวม	4.48	0.53	ดี

ตารางที่ 2 สรุปผลภาพรวมการวิเคราะห์แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้รับชมชุดสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน พื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ทั้ง 4 ชุมชน

รายการประเมิน	ระดับความพึงพอใจ (กลุ่มตัวอย่าง ผู้รับชมสื่อ จำนวน 385 คน)		
	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ คุณภาพ
ชุมชนท่าหิน ตำบลท่าหิน อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา	4.32	0.65	มาก



รายการประเมิน	ระดับความพึงพอใจ (กลุ่มตัวอย่าง ผู้รับชมสื่อ จำนวน 385 คน)		
	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ คุณภาพ
ชุมชนบ้านเขาใน ตำบลเชิงแส อำเภอกะระแสสินธุ์ จังหวัดสงขลา	4.43	0.77	มาก
ชุมชนเกาะหมาก ตำบลเกาะหมาก อำเภอปาก พะยูน จังหวัดพัทลุง	4.42	0.70	มาก
ชุมชนเกาะเต่า ตำบลเกาะเต่า อำเภอป่าพะยอม จังหวัดพัทลุง	4.47	0.69	มาก
รวมความพึงพอใจทั้ง 4 ชุมชน	4.41	0.70	มาก

สรุปและอภิปรายผล

คุณภาพของสื่อวีดิทัศน์ส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยใช้กระบวนการผลิตของ In-udom (1996) ซึ่งได้สรุปขั้นตอนของการผลิตสื่อวีดิทัศน์ส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้ 3 ขั้นตอน (3P) ดังนี้ 1) ขั้นตอนการผลิต (Pre-Production) 2) ขั้นตอนการผลิต (Production) และ 3) ขั้นตอนหลังการผลิต (Post-Production) คุณภาพของสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทป้ายความ คุณภาพของสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทแผ่นพับ ทั้ง 2 สื่อ โดยใช้กระบวนการ การผลิตของ Witthayarat (2006) ซึ่งได้สรุปขั้นตอนของการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทป้าย ความรู้ส่งเสริมการท่องเที่ยวโดย ได้นำ 4 ขั้นตอน (4P) 1) ขั้นตอนการวางแผน ออกแบบและกำหนดแนวคิดในการจัดทำ (Pre-Prepress) 2) ขั้นตอนการเตรียมต้นฉบับเพื่อการพิมพ์ (Prepress) 3) ขั้นตอนการพิมพ์ (Press) และ 4) ขั้นตอนหลังการพิมพ์ (Afterpress)



คุณภาพของสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทป้ายความรู้ส่งเสริมการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก 3 ด้าน คือ ด้านเนื้อหา และด้านการใช้งาน คุณภาพของสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทแผ่นพับส่งเสริมการท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก 2 ด้าน คือ ด้านการออกแบบ และด้านการใช้งาน โดยใช้กระบวนการ การผลิตของ Witthayarat (2006) ใน 4 ขั้นตอน (4P) 1) ขั้นตอนการวางแผนออกแบบ และกำหนดแนวคิดในการจัดทำ (Pre-Prepress) 2) ขั้นตอนการเตรียมต้นฉบับเพื่อการพิมพ์ (Prepress) 3) ขั้นตอนการพิมพ์ (Press) 4) ขั้นตอนหลังการพิมพ์ (Afterpress)

ผลความพึงพอใจของผู้รับชมสื่อวีดิทัศน์ส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน ทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านเนื้อหา ด้านการลำดับภาพ และด้านการใช้เสียงบรรยายและเสียงประกอบ สื่อสิ่งพิมพ์ประเภทป้ายความรู้ส่งเสริมการท่องเที่ยว ทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านเนื้อหา ด้านการออกแบบ และด้านการใช้งาน และสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทแผ่นพับส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน ทั้ง 3 ด้าน คือด้านเนื้อหา ด้านการออกแบบ และด้านการใช้งาน ผลความพึงพอใจเท่ากัน ทั้ง 3 สื่ออยู่ในระดับมาก ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2 ความพึงพอใจของผู้รับชมชุดสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนของพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา อยู่ในระดับดีมาก

ซึ่งผลความพึงพอใจของผู้รับชมสื่อวีดิทัศน์ส่งเสริมการท่องเที่ยว ทั้ง 4 ชุมชน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Chulakan (2016) ศึกษาเรื่องการออกแบบกราฟิกและสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับประชาสัมพันธ์ชุมชน การสร้างภาพลักษณ์ต้องทำเป็นกระบวนการ สิ่งที่สำคัญคือ กำหนดจุดยืน กำหนดบุคลิกภาพ อารมณ์ความรู้สึก ภาพลักษณ์ไม่ได้สร้างขึ้นด้วยองค์ประกอบใดประกอบหนึ่ง แต่เกิดขึ้นจากสิ่งต่างๆ รวมกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Boonrat & Kaewprasert



(2020) ศึกษาเรื่องการพัฒนาชุดสื่อวิถีทัศนศาสตร์เพื่อส่งเสริมวิถีชุมชนบ้านท่าหิน อำเภอสตงิ่งพระ จังหวัดสงขลา ซึ่งมีวัตถุประสงค์การวิจัย คือ เพื่อพัฒนาชุดสื่อวิถีทัศนศาสตร์เพื่อส่งเสริมวิถีชุมชนบ้านท่าหิน อำเภอสตงิ่งพระ จังหวัดสงขลา

นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นตามกระบวนการผลิตชุดสื่อ (In-udom, 1996) และผสมผสานแนวความคิดของผู้วิจัยที่มีความคิดสร้างสรรค์ มีสื่อในรูปแบบใหม่ที่ทันสมัย ตอบสนองความต้องการของผู้รับชมที่รับชมออนไลน์ผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย โดยมีผู้วิจัยได้สร้างกระบวนการผลิตสื่อที่มีความหลากหลายในชุดสื่อทั้งรูปแบบ ภาพนิ่ง ป้ายความรู้ และภาพเคลื่อนไหว ซึ่งสอดคล้องกับการออกแบบสื่อสมัยใหม่ในยุคดิจิทัล จึงทำให้ชุดสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีการนำเสนอข้อมูลที่ครบถ้วน ชัดเจน มีความน่าสนใจ เหมาะสมกับผู้ชม โดยมีการศึกษาผู้เชี่ยวชาญและผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อปรับปรุงแก้ไขในเบื้องต้น ก่อนนำไปหาคุณภาพ โดยผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา เพื่อให้ได้ชุดสื่อส่งเสริมมีคุณภาพตามเกณฑ์ที่ผู้วิจัยกำหนด จากกระบวนการและขั้นตอนดังกล่าว พบว่า ชุดสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนสามารถทำให้ผู้ชมรู้จักวิถีชีวิต สถานที่ท่องเที่ยวในชุมชนมากยิ่งขึ้น เพื่อให้ประชาชนในพื้นที่เกิดความตระหนัก เห็นความสำคัญของวิถีชีวิต วัฒนธรรมและทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ และเยาวชนได้กลับมาพัฒนาชุมชนต่อไป จึงทำให้ชุดสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนเหมาะสมที่จะนำมาใช้เป็นสื่อเพื่อให้ความรู้และประโยชน์เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาชุมชนต่อไป



ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. เป็นแหล่งข้อมูล ที่เป็นประโยชน์ เพื่อเป็นแนวทางในการใช้งานในวัตถุประสงค์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว
2. ใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาสื่อที่เกี่ยวกับวิถีชีวิตการท่องเที่ยวชุมชนในการวิจัยครั้งต่อไป
3. ชุดสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน พื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ทั้ง 4 ชุมชน สามารถทำให้ผู้รับชมมีความสนใจไปเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน และทำให้ชาวบ้านในชุมชนรู้สึกภาคภูมิใจในบ้านเกิดของตัวเอง

ข้อเสนอแนะการนำไปใช้

1. ควรเพิ่มข้อมูล รายละเอียด และขยายพื้นที่ของสถานที่ต่าง ๆ
2. ควรมีรายละเอียดเนื้อเรื่องในการนำเสนอให้แปลกใหม่มากกว่าเดิม
3. ควรศึกษาสภาพวิถีชีวิตเชิงลึกที่แท้จริงเพื่อที่จะกำหนดวัตถุประสงค์และนำเสนอผลงานที่สะท้อนปัญหาได้เป็นอย่างดี
4. ควรศึกษาเกี่ยวกับประสิทธิภาพและประสิทธิผลของสื่อว่ารูปแบบใดที่เหมาะสมต่อการประชาสัมพันธ์และก่อให้เกิดประสิทธิภาพ ประสิทธิผลสูงสุด

เอกสารอ้างอิง

Best, J. W. (1978). *Research in education* (3rd ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

Boonrat, B., & Kaewprasert, C. (2020). *The development of media to promoting community-based tourism in Songkhla Lake*



- Basin*. Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Srivijaya.
- Chulakan, P. (2016). *Graphic and printed media design for community publicity: Baan Kang Wat, Chiang Mai*. Faculty of Fine and Applied Arts and Architecture, Rajamangala University of Technology Lanna, Chiang Mai, Thailand.
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques* (3rd ed.). New York: John Wiley & Sons.
- In-udom, V. (1996). *Teaching material for course 212703: Educational video production*. Khon Kaen: Department of Educational Technology, Faculty of Education.
- Maslow, A. H. (1970). *Motivation and personality* (2nd ed.). New York: Harper & Row.
- Phetkhong, S. (2012). *Learning theories and psychology applied in CAI design*. Retrieved May 14, 2021, from <https://www.gotoknow.org/posts/26816>
- Schramm, W. (1978). *Communication theory*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Tourism Authority of Thailand. (2013). *Annual report*. Bangkok, Thailand.
- Witthayarat, S. (2006). *Production of printed media* (5th ed.). Bangkok: Suan Sunandha Press Center.

