



## Vlog Production Combining Infographics and Artificial Intelligence Techniques to Promote Tourism in Koh Kret, Nonthaburi Province

Suchavadee Phanphao<sup>1</sup>, & Kullkanit Thongngao<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup> Faculty of Mass Communication Technology, Rajamangala University of Technology Thanyaburi

<sup>2</sup> Faculty of Mass Communication Technology, Rajamangala University of Technology Thanyaburi

\* Corresponding author: kullkanit\_t@rmutt.ac.th

### Abstract

This research aimed to: 1) study the production of vlogs integrated with infographic techniques and artificial intelligence techniques to promote tourism on Koh Kret, Nonthaburi Province, and 2) examine the level of satisfaction of the target audience after viewing the produced media. The target group consisted of 50 individuals aged 18–25 who use Facebook as an online platform, selected through purposive sampling to evaluate satisfaction. In addition, in-depth interviews were conducted with four experts: (1) a vlog production expert, (2) an infographic expert, (3) a content expert, and (4) an artificial intelligence expert. The research instruments included questionnaires and in-depth interviews, and the data were analyzed using inferential statistics. The results revealed that: 1) the production of vlogs integrated with infographic and artificial intelligence techniques to promote tourism on Koh Kret, Nonthaburi Province, was of a high-quality level, and 2) the target audience's satisfaction with the produced media was at a high level. Furthermore, experts indicated that the media were appropriate, creative, and effective in enhancing audience understanding. In conclusion, the produced media demonstrated high quality and were effective in enhancing the tourism image and stimulating tourism on Koh Kret.

**Keywords:** Vlog, Animated, Infographic Techniques, Tourism, Artificial Intelligence



## การผลิตวีล็อกร่วมกับเทคนิคอินโฟกราฟิกและเทคนิคปัญญาประดิษฐ์เพื่อส่งเสริม การท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

สุชาติ ผ่านเกา<sup>1</sup> และกุลกนิษฐ์ ทองเงา<sup>2\*</sup>

1 คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

2 คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

\* Corresponding author: kullkanit\_t@rmutt.ac.th

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการผลิตวีล็อก (Vlog) ที่บูรณาการเทคนิคอินโฟกราฟิกและเทคนิคปัญญาประดิษฐ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี และ 2) ศึกษาระดับความพึงพอใจของกลุ่มผู้ชมเป้าหมายหลังจากรับชมสื่อที่ผลิตขึ้น กลุ่มเป้าหมายประกอบด้วยบุคคลอายุ 18–25 ปี จำนวน 50 คน ที่ใช้งานสื่อออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก (Facebook) ซึ่งได้มาจากการเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) เพื่อเข้าร่วมการประเมินความพึงพอใจ นอกจากนี้ ยังได้ดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้เชี่ยวชาญจำนวน 4 ท่าน ได้แก่ (1) ผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตวิดีโอบล็อก (2) ผู้เชี่ยวชาญด้านอินโฟกราฟิก (3) ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา และ (4) ผู้เชี่ยวชาญด้านปัญญาประดิษฐ์ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วยแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์เชิงลึก และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) ผลการวิจัยพบว่า 1) สื่อวิดีโอบล็อกที่บูรณาการเทคนิคอินโฟกราฟิกและเทคนิคปัญญาประดิษฐ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ที่ผลิตขึ้นนั้นมีคุณภาพอยู่ในระดับสูง และ 2) ความพึงพอใจของกลุ่มผู้ชมเป้าหมายที่มีต่อสื่อที่ผลิตขึ้นอยู่ในระดับมาก นอกจากนี้ ผู้เชี่ยวชาญยังระบุว่าสื่อดังกล่าวมีความเหมาะสม มีความคิดสร้างสรรค์ และมีประสิทธิภาพในการเสริมสร้างความเข้าใจให้แก่ผู้ชม โดยสรุป สื่อที่ผลิตขึ้นมีคุณภาพในระดับสูง และมีประสิทธิภาพในการยกระดับภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวตลอดจนช่วยกระตุ้นการท่องเที่ยวบนเกาะเกร็ดได้เป็นอย่างดี

**คำสำคัญ:** วีล็อก, อินโฟกราฟิกแบบเคลื่อนไหว, การท่องเที่ยว, ปัญญาประดิษฐ์

### บทนำ

การผสมผสานนวัตกรรมสื่อดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์เพื่อยกระดับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวอุตสาหกรรมท่องเที่ยวถือเป็นฟันเฟืองหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยมีสื่อออนไลน์เป็นกลยุทธ์สำคัญในการสื่อสารและสร้างภาพลักษณ์สถานที่ท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง ในปัจจุบันวีล็อก (Vlog) หรือ Video Log ได้กลายเป็นรูปแบบการนำเสนอที่ทรงพลัง ด้วยการบันทึกเรื่องราวประสบการณ์ หรือสาระความรู้ผ่านวิดีโอที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว (Muna Long-a, 2019) หัวใจสำคัญของ Vlog ที่ประสบความสำเร็จคือการสร้างสรรค์เนื้อหา (Content Creation) ที่มีความสดใหม่ ไม่ลอกเลียนแบบใคร ผสมผสานกับเทคนิคการตัดต่อที่สนุกสนานเพื่อดึงดูดและรักษารูปร่างผู้ชมเพื่อให้การนำเสนอข้อมูลมีความชัดเจนและน่าสนใจยิ่งขึ้น การประยุกต์ใช้ อินโฟกราฟิก (Infographic) จึงเข้ามามีบทบาทสำคัญ โดยเป็นการผนวกข้อมูล (Information) เข้ากับงานกราฟิก (Graphic) เพื่อสรุปเนื้อหาที่ซับซ้อนให้กลายเป็นภาพที่เข้าใจง่ายในเวลาอันรวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็นการใช้สัญลักษณ์ แผนภูมิ หรือแผนที่ (Wynnsoftstudio, 2016) ซึ่งช่วยลดระยะเวลาในการอธิบายและทำให้ผู้ชมจดจำเนื้อหาได้ดีขึ้น นอกจากนี้ การเข้ามาของ ปัญญาประดิษฐ์



(Artificial Intelligence: AI) ยังช่วยปลดล็อกขีดจำกัดในการสร้างสรรค์สื่อ โดย AI มีความสามารถในการเรียนรู้และแก้ไขปัญหาคลายมนุษย์ เช่น การวิเคราะห์ข้อมูล การจดจำรูปภาพ หรือแม้แต่การช่วยร่างบทนำเสนอ (amazon, 2020) เมื่อนำ AI มาปรับใช้ร่วมกับเทคนิคการตัดต่อและกราฟิก จะช่วยให้ผู้สร้างสรรค์ Vlog สามารถผลิตผลงานที่มีแบบแผน มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว และดึงดูดสายตาได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้การส่งเสริมการท่องเที่ยวในยุคดิจิทัลมีความโดดเด่นและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างแม่นยำ

จังหวัดนนทบุรี เป็นจังหวัดขนาดเล็กในภาคกลางที่มีความสำคัญเชิงยุทธศาสตร์ โดยตั้งอยู่ริมสองฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา และเป็น 1 ใน 5 จังหวัดปริมณฑลที่ล้อมรอบกรุงเทพมหานคร (ร่วมกับสมุทรปราการ นครปฐม สมุทรสาคร และปทุมธานี) มีพื้นที่รวมประมาณ 622.38 ตารางกิโลเมตร แม่น้ำเจ้าพระยาไหลผ่านใจกลางจังหวัด ทำให้พื้นที่ถูกแบ่งออกเป็น 2 ฝั่ง คือ ฝั่งตะวันออก และ ฝั่งตะวันตก อยู่ห่างจากกรุงเทพมหานครเพียงประมาณ 20 กิโลเมตร แบ่งพื้นที่การดูแลออกเป็น 6 อำเภอ แต่เดิมวิถีชีวิตของชาวนนทบุรีผูกพันกับภาคเกษตรกรรม เช่น การทำสวนผลไม้ ทำไร่ และทำนา อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันบริบทของพื้นที่ได้เปลี่ยนไปสู่การเป็น เขตที่อยู่อาศัยรองรับการขยายตัวของเมือง โดยมีประชากรจากทั่วทุกภูมิภาคย้ายเข้ามาตั้งถิ่นฐานจำนวนมาก นอกจากนี้ พื้นที่บางส่วนโดยเฉพาะในเขตที่เชื่อมต่อกับกรุงเทพฯ ได้กลายเป็นฐานการผลิตทางอุตสาหกรรม มีการจัดสรรที่ดินเพื่อก่อสร้างโรงงานและอาคารพาณิชย์ จนอาจกล่าวได้ว่าพื้นที่ฝั่งตะวันออกของจังหวัดมีความเจริญกลมกลืนเป็นส่วนหนึ่งของเขตเมืองหลวง สถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นสัญลักษณ์สำคัญคือ เกาะเกร็ด ซึ่งมีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่โดดเด่น โดยมีจุดเช็คอินที่ไม่ควรพลาด ได้แก่ วัดปรมัยยิกาวาส: วัดเก่าแก่ที่มีเจดีย์เอียงเป็นเอกลักษณ์ วัดเสาธงทอง: แหล่งประวัติศาสตร์ที่สำคัญบนเกาะ กวนอูม่าน: ศูนย์วัฒนธรรมพื้นบ้านและหมู่บ้านเครื่องปั้นดินเผา คลองชนมหวาน: แหล่งรวมขนมไทยโบราณเลื่องชื่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้จัดทำได้เลือกผลิตสื่อร่วมกับเทคนิคอินโฟกราฟิกและเทคนิคปัญญาประดิษฐ์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ซึ่งในปัจจุบันการจัดทำวีล็อก (Vlog) จะมีลักษณะการนำเสนอในรูปแบบวิดีโอภาพเคลื่อนไหวอย่างเดียวนั่น โดยนำเสนอผ่านเทคนิคการตัดต่อเพื่อให้เกิดความน่าสนใจ แต่สำหรับผู้ผลิตวีล็อก (Vlog) ส่วนใหญ่นั้นยังไม่มีกรนำเสนออินโฟกราฟิก (Infographic) ซึ่งเป็นเทคนิคการผลิตสื่อที่ช่วยสร้างความเข้าใจง่าย และเทคนิคปัญญาประดิษฐ์ (AI) ที่กำลังเป็นที่นิยมในปัจจุบัน มาสอดแทรกเพิ่มความน่าสนใจและน่าดึงดูด ผู้จัดทำจึงนำทั้ง 3 อย่างมารวมกันและผลิตสื่อผสมระหว่างการทำวีล็อกต่าง ๆ ผ่านวีล็อก (Vlog) โดยการสอดแทรกอินโฟกราฟิก (Infographic) และเทคนิคปัญญาประดิษฐ์ (AI) เพื่อให้เกิดความน่าสนใจ น่าดึงดูดและเข้าใจได้ง่ายมากขึ้น

## วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการผลิตวีล็อกร่วมกับเทคนิคอินโฟกราฟิกและเทคนิคปัญญาประดิษฐ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายจากการรับชมการผลิตวีล็อกร่วมกับเทคนิคอินโฟกราฟิกและเทคนิคปัญญาประดิษฐ์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

## สมมติฐานการวิจัย

การผลิตวีล็อกร่วมกับเทคนิคอินโฟกราฟิกและเทคนิคปัญญาประดิษฐ์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรีที่ผลิตขึ้นมีผลต่อความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายจากการรับชมในระดับมาก



## หลักการ แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาเอกสารและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องสามารถสรุปประเด็นสำคัญที่นำมาใช้เป็นตัวแปรในงานวิจัยได้ 4 ส่วนหลัก

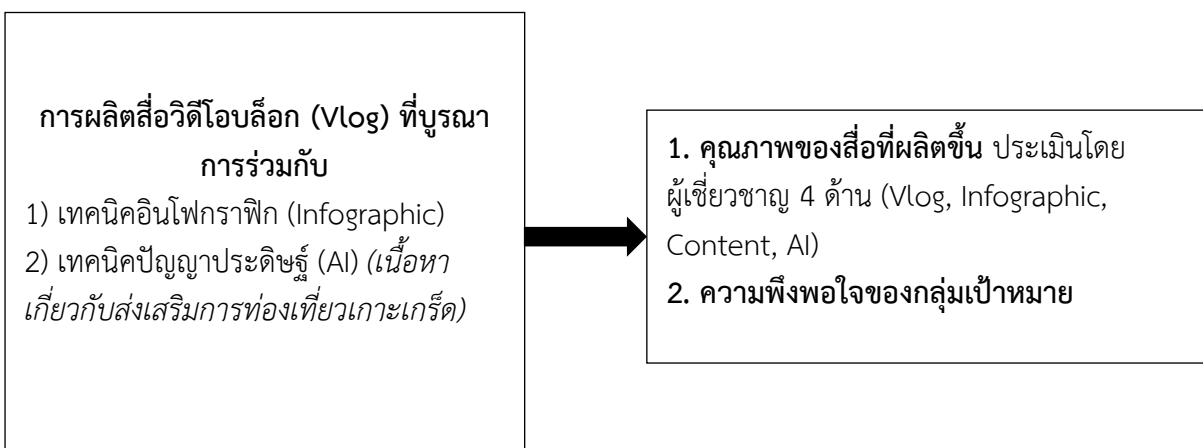
1. วล็อก (Vlog - Video Blog) เป็นตัวแปรสื่อสารหลัก (Primary Medium) ที่ใช้ในการเล่าเรื่องราวแบบบันทึกประจำวัน (Diary) เน้นความสมจริงและการร้อยเรียงเรื่องราว (Storytelling) เพื่อสร้างความผูกพันและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายวัยรุ่น (18-25 ปี) ได้ดีกว่าการโฆษณาแบบดั้งเดิม

2. เทคนิคอินโฟกราฟิก (Infographic Techniques) เป็นตัวแปรเสริมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการรับรู้ (Cognitive Efficiency) โดยการแปลงข้อมูลที่ซับซ้อน เช่น ประวัติศาสตร์มอญ หรือข้อมูลเชิงเทคนิคของเกาะเกร็ด ให้กลายเป็นภาพกราฟิกที่เข้าใจง่าย รวดเร็ว และลดเวลาในการอธิบายด้วยคำพูด

3. เทคนิคปัญญาประดิษฐ์ (AI Techniques) เป็นตัวแปรด้านนวัตกรรมการผลิต (Production Innovation) ที่นำมาช่วยในการสร้างสรรค์เนื้อหา การประมวลผลภาพ หรือการตัดต่อให้มีคุณภาพสูงและมีความน่าสนใจในระดับสากล ช่วยสร้างภาพลักษณ์ความทันสมัยให้กับสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

4. ความพึงพอใจ (Satisfaction) เป็นตัวแปรด้านผลลัพธ์ (Outcome Variable) ที่ใช้วัดปฏิกิริยาตอบสนองของกลุ่มเป้าหมาย โดยพิจารณาจากความสอดคล้องระหว่างสื่อที่ได้รับรับชมกับความคาดหวัง ในด้านเนื้อหา เทคนิคการนำเสนอ และความสามารถในการกระตุ้นความต้องการท่องเที่ยว

จากความสัมพันธ์ของตัวแปรที่ศึกษาแสดงให้เห็นว่ากระบวนการผลิตสื่อ Vlog ที่มีความพิเศษด้วยการใช้เทคนิค Infographic และ AI (ตัวแปรต้น) เป็นปัจจัยสำคัญที่จะส่งผลให้สื่อนั้นมี คุณภาพ ตามมาตรฐานวิชาชีพ และนำไปสู่การสร้างความพึงพอใจให้แก่กลุ่มเป้าหมาย (ตัวแปรตาม) จะทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการส่งเสริมภาพลักษณ์และกระตุ้นการท่องเที่ยวบนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี สามารถสรุปเป็นกรอบแนวคิดการวิจัย ได้ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

## ระเบียบวิธีวิจัย

### กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายประกอบด้วยบุคคลอายุ 18-25 ปี จำนวน 50 คน ที่ใช้งานสื่อออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก (Facebook) ซึ่งได้มาจากการเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) เพื่อเข้าร่วมการประเมินความพึงพอใจ



### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือและการหาคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย

1. วลีกร่วมกับเทคนิคอินโฟกราฟิกและเทคนิคปัญญาประดิษฐ์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

2. แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ชมการผลิตรายการร่วมกับเทคนิคอินโฟกราฟิกและเทคนิคปัญญาประดิษฐ์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี โดยกำหนดเกณฑ์ประเมิน 5 ระดับ ดังนี้

5 หมายถึง ระดับความเหมาะสม มากที่สุด

4 หมายถึง ระดับความเหมาะสม มาก

3 หมายถึง ระดับความเหมาะสม ปานกลาง

2 หมายถึง ระดับความเหมาะสม น้อย

1 หมายถึง ระดับความเหมาะสม น้อยที่สุด

ค่าเฉลี่ยระดับความเหมาะสม

ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.49 หมายถึง น้อยที่สุด

ค่าเฉลี่ย 1.50 - 2.49 หมายถึง น้อย

ค่าเฉลี่ย 2.50 - 3.49 หมายถึง ปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 3.50 - 4.49 หมายถึง มาก

ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 หมายถึง มากที่สุด

3. แบบสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In Depth Interview) สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญเพื่อประเมินเชิงคุณภาพ 4 ด้าน ได้แก่ 1. ผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตรายการ (Vlog) 2. ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา (Content) 3. ผู้เชี่ยวชาญด้านอินโฟกราฟิก (Infographic) และ 4. ผู้เชี่ยวชาญปัญญาประดิษฐ์ (AI)

4. ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาของเครื่องมือวิจัยดังกล่าวโดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) จากผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน ได้ค่าดัชนีความสอดคล้องอยู่ระหว่าง 0.67-1.00

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

การดำเนินการเก็บข้อมูลมีลำดับขั้นตอนดังนี้

1. นำวลีกร่วมกับเทคนิคอินโฟกราฟิกและเทคนิคปัญญาประดิษฐ์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ไปเผยแพร่ทางเฟซบุ๊ก (Facebook)

2. นำแบบสอบถามออนไลน์ให้บุคคลทั่วไปจำนวน 50 คน ประเมิน

3. รวบรวมแบบสอบถามออนไลน์จากกลุ่มตัวอย่าง 50 คน เพื่อวิเคราะห์ประเมินผล

### การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากได้ข้อมูลแบบสอบถามครบถ้วนแล้ว จึงเข้าสู่ขั้นตอนต่อไปคือการนำข้อมูลดังกล่าวมาประมวลผล โดยวิธีการทางสถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ การหาค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติทดสอบที

## สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผล

### สรุปผลการวิจัย

1. ผลวิจัยศึกษาการผลิตรายการร่วมกับเทคนิคอินโฟกราฟิกและเทคนิคปัญญาประดิษฐ์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตรายการเห็นว่าทำให้ตัวลึกรู้สึกน่าสนใจและให้ข้อมูลได้ชัดเจนเป็นอย่างมาก ผู้เชี่ยวชาญด้านอินโฟกราฟิกเห็นว่ามีโครงสร้างการนำเสนอและการสอดแทรก



ความรู้ในสถานที่ท่องเที่ยวได้ในปริมาณพอเข้าใจได้ ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาเห็นว่ามีความถูกต้องและเห็นภาพชัดเจนสามารถใช้เป็นแหล่งความรู้ได้ และผู้เชี่ยวชาญปัญญาประดิษฐ์เห็นว่ามีความสร้างสรรค์ ช่วยให้เพิ่มความเข้าใจมากขึ้น สรุปได้ว่า สื่อมีความเหมาะสม สร้างสรรค์ และช่วยเพิ่มความเข้าใจแก่ผู้รับชม สื่อที่ผลิตขึ้นมีคุณภาพอยู่ในระดับสูง สามารถส่งเสริมภาพลักษณ์และกระตุ้นการท่องเที่ยวเกาะเกร็ดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. ผลการศึกษาความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างต่อการผลิตสื่อร่วมกับเทคนิคอินโฟกราฟิกและเทคนิคปัญญาประดิษฐ์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ซึ่งมีกลุ่มตัวอย่างเป็นวัยรุ่น อายุระหว่าง 18-25 ปี เพศชายและเพศหญิง ที่ใช้สื่อออนไลน์ Facebook จำนวน 50 คน โดยให้รับชมสื่อร่วมกับเทคนิคอินโฟกราฟิกและเทคนิคปัญญาประดิษฐ์ ความยาว 16.00 นาที และทำการประเมินผลงานพบว่า การผลิตสื่อร่วมกับเทคนิคอินโฟกราฟิกและเทคนิคปัญญาประดิษฐ์ ส่งเสริมให้เกิดความแปลกใหม่มีค่าเฉลี่ย 4.42 อยู่ในระดับมาก ส่งเสริมให้มีความน่าสนใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 ซึ่งอยู่ระดับมาก กระตุ้นให้เกิดความอยากท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 ระดับมาก การนำเสนอเทคนิคอินโฟกราฟิกและเทคนิคปัญญาประดิษฐ์ในสื่อ มีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 อยู่ในระดับมาก และความยาว 16.00 นาที มีความเหมาะสมกับสื่อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 ระดับมาก ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ข้อมูลความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 50 คน ต่อการผลิตสื่อร่วมกับเทคนิคอินโฟกราฟิกและเทคนิคปัญญาประดิษฐ์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

| คำถาม                                                                                                                                                                                                                    | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด | $\bar{x}$ | แปลผล |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-----|---------|------|------------|-----------|-------|
|                                                                                                                                                                                                                          | 5         | 4   | 3       | 2    | 1          |           |       |
| 1. การผลิตสื่อร่วมกับเทคนิคอินโฟกราฟิกและเทคนิคปัญญาประดิษฐ์ ส่งเสริมให้เกิดความแปลกใหม่เล็กน้อยเพียงใด เช่น การเล่าประวัติของเกาะเกร็ด (นาที่ 1.46), ข้อมูลของเจดีย์เอียง (นาที่ 2.43)                                  | 23        | 26  | 0       | 1    | 0          | 4.42      | มาก   |
| 2. การผลิตสื่อร่วมกับเทคนิคอินโฟกราฟิกและเทคนิคปัญญาประดิษฐ์ ส่งเสริมให้มีความน่าสนใจเล็กน้อยเพียงใด เช่น การเล่าประวัติของเกาะเกร็ด (นาที่ 1.46), ข้อมูลของเจดีย์เอียง (นาที่ 2.43)                                     | 23        | 25  | 1       | 1    | 0          | 4.40      | มาก   |
| 3. การผลิตสื่อร่วมกับเทคนิคอินโฟกราฟิกและเทคนิคปัญญาประดิษฐ์ กระตุ้นให้เกิดความอยากท่องเที่ยวเล็กน้อยเพียงใด เช่น วิธีการปั่นเครื่องปั่นดินเผา (นาที่ 10.53), ประวัติความเป็นมาของเครื่องปั่นดินเผา (ช่วงนาที่ที่ 11.50) | 27        | 17  | 5       | 1    | 0          | 4.40      | มาก   |
| 4. การนำเสนอเทคนิคอินโฟกราฟิกและเทคนิคปัญญาประดิษฐ์ในสื่อ มีความเหมาะสมเล็กน้อยเพียงใด เช่น แผนที่การเดินทางภายในเกาะ (นาที่ 13.41), ข้อมูลของเจดีย์เอียง (นาที่ 2.43)                                                   | 25        | 16  | 8       | 1    | 0          | 4.30      | มาก   |
| 5. ความยาว 16.00 นาที มีความเหมาะสมกับสื่อเล็กน้อยเพียงใด                                                                                                                                                                | 17        | 19  | 13      | 1    | 0          | 4.04      | มาก   |



นอกจากนี้ เมื่อทดสอบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในด้านการผลิตวล็อกเทคนิคอินโฟกราฟิกและเทคนิคปัญญาประดิษฐ์กับเกณฑ์ความพึงพอใจระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.50) ด้วยสถิติทดสอบที (t-test) พบว่าความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการผลิตวล็อกเทคนิคอินโฟกราฟิกและเทคนิคปัญญาประดิษฐ์ สูงกว่าระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.50) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการผลิตวล็อกร่วมกับเทคนิคอินโฟกราฟิกและเทคนิคปัญญาประดิษฐ์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี กับเกณฑ์ความพึงพอใจระดับมาก

| ความพึงพอใจ                                                                                                                                                                                                              | n  | $\bar{X}$ | SD. | t      | Sig. |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|-----------|-----|--------|------|
| 1. การผลิตวล็อกร่วมกับเทคนิคอินโฟกราฟิกและเทคนิคปัญญาประดิษฐ์ ส่งเสริมให้เกิดความแปลกใหม่เล็กน้อยเพียงใด เช่น การเล่าประวัติของเกาะเกร็ด (นาที่ 1.46), ข้อมูลของเจดีย์เอียง (นาที่ 2.43)                                 | 50 | 4.42      | .60 | 10.68* | .000 |
| 2. การผลิตวล็อกร่วมกับเทคนิคอินโฟกราฟิกและเทคนิคปัญญาประดิษฐ์ ส่งเสริมให้มีความน่าสนใจเล็กน้อยเพียงใด เช่น การเล่าประวัติของเกาะเกร็ด (นาที่ 1.46), ข้อมูลของเจดีย์เอียง (นาที่ 2.43)                                    | 50 | 4.40      | .63 | 9.96*  | .000 |
| 3. การผลิตวล็อกร่วมกับเทคนิคอินโฟกราฟิกและเทคนิคปัญญาประดิษฐ์ กระตุ้นให้เกิดความอยากท่องเที่ยวมากน้อยเพียงใด เช่น วิธีการปั่นเครื่องปั่นดินเผา (นาที่ 10.53), ประวัติความเป็นมาของเครื่องปั่นดินเผา (ช่วงนาที่ที่ 11.50) | 50 | 4.40      | .63 | 9.96*  | .000 |
| 4. การนำเสนอเทคนิคอินโฟกราฟิกและเทคนิคปัญญาประดิษฐ์ในวล็อก มีความเหมาะสมมากน้อยเพียงใด เช่น แผนที่การเดินทางภายในเกาะ (นาที่ 13.41), ข้อมูลของเจดีย์เอียง (นาที่ 2.43)                                                   | 50 | 4.30      | .81 | 11.29* | .000 |
| 5. ความยาว 16.00 นาที่ มีความเหมาะสมกับวล็อกมากน้อยเพียงใด                                                                                                                                                               | 50 | 4.06      | .80 | 9.16*  | .000 |

\*  $P < .05$

#### การอภิปรายผล

จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In Depth Interview) จากผู้เชี่ยวชาญ 4 ด้าน คือ ด้านวล็อก (Vlog) ด้านเนื้อหา ด้านอินโฟกราฟิก (Infographic) และด้านเทคนิคปัญญาประดิษฐ์ (AI) พบว่า

1. ด้านการผลิตวล็อก ผู้เชี่ยวชาญให้สัมภาษณ์ว่า ด้านความคิดสร้างสรรค์มีความโดดเด่นและน่าสนใจ โดยเฉพาะกลวิธีการสื่อสารที่ช่วยสร้างความเข้าใจแก่ผู้ชมได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้สามารถดึงดูดความ



สนใจได้ตลอดทั้งคลิปจนจบ การเลือกใช้แบบอักษร (Typography) โทนสี ขนาด และการจัดวางองค์ประกอบ ศิลป์มีความชัดเจน สื่อความหมายได้ตรงประเด็น การใช้ Motion ช่วยเพิ่มความน่าสนใจให้กับเนื้อหา การบูรณาการระหว่างวล็อกและอินโฟกราฟิก (Infographic) ถือว่ามีความเหมาะสมอย่างยิ่ง เพื่อยกระดับความน่าสนใจให้มีมิติยิ่งขึ้น ผู้เชี่ยวชาญเสนอว่าควรเพิ่มช่วงเนื้อหา (Segment) อีกประมาณ 1-2 ช่วง เพื่อสร้างลูกเล่นและจังหวะใหม่ ๆ ให้กับนำเสนอซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ธัญญิธีรา (2564) วล็อกคือรูปแบบการนำเสนอวิดีโอ (Video Content) ที่กำลังได้รับความนิยมอย่างสูง โดยมีที่มาจากคำว่า Video รวมกับ Blog หรือ Log ซึ่งเป็นการบันทึกเรื่องราวและเหตุการณ์ในชีวิตประจำวันที่มีลักษณะคล้ายกับการเขียนไดอารี่ แต่เปลี่ยนมานำเสนอผ่านสื่อวิดีโอปัจจุบันเนื้อหาประเภทนี้มักถูกเผยแพร่ผ่านแพลตฟอร์ม YouTube เป็นหลัก ส่งผลให้ผู้ผลิตเนื้อหาสามารถยกระดับสถานะสู่การเป็น Vlogger หรือ YouTuber ซึ่งถือเป็นอาชีพในกลุ่มผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด (Influencer) ที่กำลังได้รับความนิยมเชื่อถือและเป็นที่จับตามองอย่างมากในอุตสาหกรรมสื่อปัจจุบัน

2. ด้านอินโฟกราฟิก ผู้เชี่ยวชาญให้สัมภาษณ์ว่า ในมิติของการสร้างสรรค์เนื้อหา พบว่าการบูรณาการอินโฟกราฟิก (Infographic) เข้ามาใช้ในการนำเสนอ ช่วยส่งเสริมความเข้าใจเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวได้อย่างมีนัยสำคัญ และเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยให้ผู้ชมสามารถวางแผนหรือกำหนดเป้าหมายการเดินทางได้อย่างชัดเจนยิ่งขึ้น ข้อมูลเฉพาะทางของสถานที่ท่องเที่ยวบางประการ ไม่สามารถอธิบายให้เห็นภาพชัดเจนได้ เพียงแค่การถ่ายภาพหรือการตัดต่อวิดีโอแบบทั่วไป การเลือกใช้อินโฟกราฟิกที่มีรูปแบบหลากหลาย ช่วยให้การส่งต่อข้อมูลที่มีความซับซ้อนกลายเป็นเรื่องที่เข้าใจง่ายและน่าสนใจ สอดคล้องกับแนวคิดของธัญธัช (2563) อินโฟกราฟิก หมายถึง เป็นการนำเสนอสารสนเทศโดยใช้ภาพกราฟิกเป็นเครื่องมือหลัก ซึ่งประกอบด้วย 2 ส่วนประกอบสำคัญที่ขาดไม่ได้ เนื้อหาที่เป็นตัวอักษรเพื่อใช้ในการอธิบายความหมาย องค์ประกอบทางทัศนศิลป์ เช่น รูปทรงเรขาคณิต, ภาพไอคอน (Icon), ภาพการ์ตูน, แผนภูมิ (Chart/Diagram) หรือภาพถ่าย การนำเสนอที่มีเพียง "ภาพกราฟิก" โดยปราศจากข้อความอธิบาย หรือการใช้เพียง "ตัวอักษร" ล้วนโดยไม่มีงานกราฟิกประกอบ จะไม่ถือว่าเป็นอินโฟกราฟิกที่สมบูรณ์ เนื่องจากหัวใจสำคัญอยู่ที่การผสมผสานงานออกแบบเข้ากับข้อมูลเพื่อประสิทธิภาพในการสื่อสาร

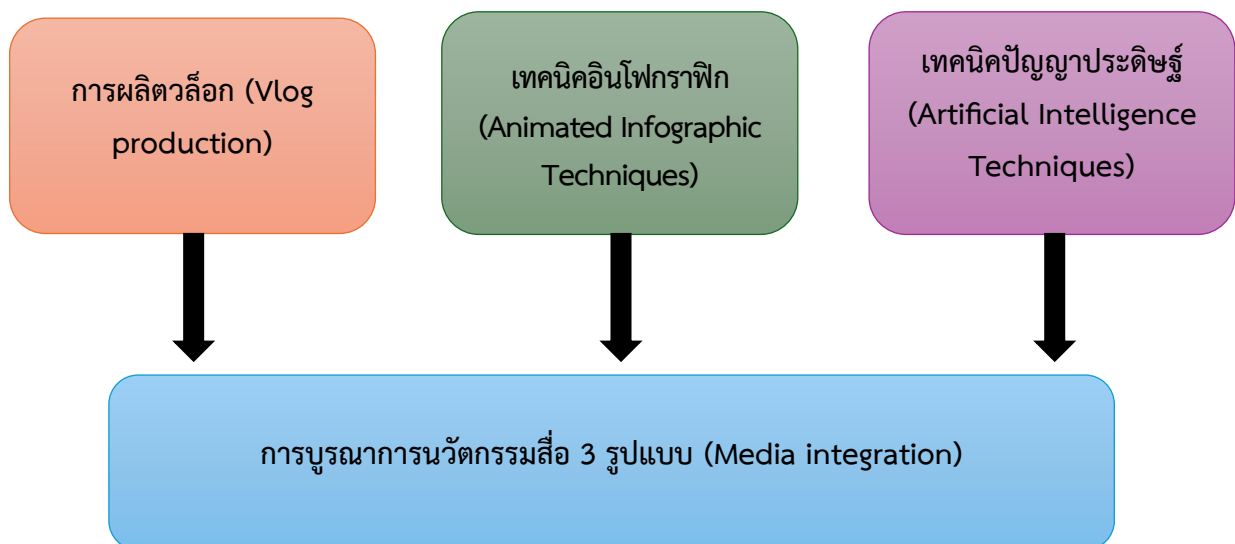
3. ด้านเนื้อหา พบว่า แม้ว่าการใช้กราฟิกจะช่วยสร้างความชัดเจนและเพิ่มความน่าสนใจให้กับเนื้อหา แต่จากการวิเคราะห์พบว่ายังมีข้อจำกัดในด้าน "จังหวะการนำเสนอ (Pacing)" ที่ควรปรับปรุง ข้อมูลบางช่วงปรากฏในระยะเวลาที่สั้นเกินไป ทำให้ผู้ชมไม่สามารถอ่านหรือทำความเข้าใจเนื้อหาได้ทันทั่วทั้งที่ ส่งผลให้เกิดความคลาดเคลื่อนในการสื่อสาร หรือทำให้ผู้ชมต้องย้อนกลับไปดูซ้ำ เนื่องจากผู้ชมต้องรับสารผ่านทั้งภาพเคลื่อนไหว เสียงประกอบ และตัวอักษรไปพร้อมกัน การนำเสนอที่รวดเร็วเกินไปจึงลดทอนประสิทธิภาพในการรับรู้ข้อมูลส่วนรวม การใช้อินโฟกราฟิกเป็นแกนหลักในการดำเนินเรื่องช่วยลดความน่าเบื่อและสร้างความแตกต่างจากวิดีโอรูปแบบเดิม ช่วยให้ผู้ชมเข้าถึงข้อมูลสำคัญได้โดยไม่ต้องอ่านข้อความจำนวนมาก (Data Visualization) การระบุพิกัดและข้อมูลสถานที่อย่างชัดเจนบนเกาะเกร็ด ช่วยให้ผู้ชมวางแผนการเดินทางได้ง่ายขึ้น ซึ่งเป็นการกระตุ้นการท่องเที่ยวเชิงรุกที่มีประสิทธิภาพ โดยสอดคล้องกับแนวคิดของปิยะและคณะ (2563) อินโฟกราฟิก (Information + Graphic) คือการหลอมรวมข้อมูลและภาพเข้าด้วยกันเพื่อเปลี่ยนสิ่งที่ซับซ้อนให้เข้าใจง่ายขึ้น โดยประสิทธิภาพของสื่อชนิดนี้ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบหลัก 2 ประการ ความเหมาะสมของรูปแบบ: การเลือกประเภทกราฟิกให้ตรงกับวัตถุประสงค์และกลุ่มเป้าหมาย ความสวยงามและเอกภาพ: งานออกแบบต้องมีความลงตัวและสอดคล้องกับเนื้อหา หากขาดความสมดุลระหว่างความสวยงามกับการสื่อสาร ผลลัพธ์ที่ได้จะขาดความสมบูรณ์และไม่สามารถตอบโจทย์การใช้งานได้อย่างเต็มที่



4. ด้านเทคนิคปัญญาประดิษฐ์ พบว่า AI มีบทบาทสำคัญในการยกระดับความสร้างสรรค์และการสื่อสารเนื้อหาให้มีมิติยิ่งขึ้น โดยเฉพาะการนำเทคโนโลยีมาช่วยในกระบวนการเล่าเรื่อง (Storytelling) เช่น การจำลองภาพหรือวิดีโออันยอดเยี่ยมมาผสมผสานกับการเดินทางในปัจจุบัน ซึ่งช่วยให้การร้อยเรียงสคริปต์มีความสอดคล้อง น่าติดตาม และสามารถดึงดูดความสนใจของผู้ชมได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ AI ยังช่วยเพิ่มมูลค่า (Value Added) ให้กับสถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรมทางวัฒนธรรม เช่น การทำเครื่องปั้นดินเผา ให้มีความน่าสนใจและทันสมัยในสายตาคนรุ่นใหม่ โดยสอดคล้องกับแนวคิดนิยามของปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence) ซึ่งเป็นโปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่ถูกพัฒนาให้มีส่วนช่วยในการทำงานเลียนแบบสติปัญญาของมนุษย์ ทั้งในด้านการเรียนรู้ การวางแผน และการแก้ไขปัญหา โดยอาศัยการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลจำนวนมากเพื่อสร้างผลลัพธ์ในรูปแบบต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นข้อความ เสียง หรือการกระทำ (DIA, 2568)

### องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

จากศึกษาการผลิตวีล็อก (Vlog production) ร่วมกับเทคนิคอินโฟกราฟิก (Animated Infographic Techniques) และเทคนิคปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence Techniques) เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ทำให้ได้องค์ความรู้ใหม่ในเรื่องการบูรณาการนวัตกรรมสื่อ 3 รูปแบบ (Media integration) เพื่อนำมาใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยว ปรากฏตามแผนภาพดังนี้



ภาพที่ 2 องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

จะเห็นได้ว่า การผลิต Vlog เป็นการเล่าเรื่องราว หรือการนำเสนอโดยนำเอาเรื่องต่าง ๆ ขึ้นมาจัดทำในรูปแบบของสื่อวิดีโอในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งแบบที่เน้นการใช้ความรู้ การให้คำแนะนำ หรือรีวิว รวมถึงความบันเทิงและอื่น ๆ อีกมากมายโดยขึ้นอยู่กับความถนัดของตัวผู้ดำเนินรายการ (Vlogger) หรือผู้ที่นำเสนอซึ่งจะใช้สื่อโซเชียลมีเดีย เช่น เว็บไซต์ ยูทูบ ดิ็กต็อก เฟสบุ๊ก อินตราแกรม หรือทวิตเตอร์ รวมถึงการ Live ต่าง จะเห็นได้ว่าการนำอินโฟกราฟิกมาผสมเข้ากับวิดีโอจะช่วยยกระดับความน่าสนใจและทำให้การนำเสนอมีความมีความน่าสนใจ และเมื่อนำปัญญาประดิษฐ์ (AI) เข้ามาปรับใช้ร่วมด้วย ย่อมจะทำให้การสร้างผลงานมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวและทำให้เกิดความน่าสนใจของผู้ชมได้มากยิ่งขึ้น ดังนี้



ประการแรก ช่วยแก้ไขข้อจำกัดในการสื่อสาร (Overcoming Communication Limits) กล่าวคือ การใช้ภาพวิดีโอเพียงอย่างเดียวมีข้อจำกัดในการอธิบายข้อมูลเฉพาะทางให้เห็นภาพชัดเจน องค์ความรู้ใหม่คือ การใช้อินโฟกราฟิกเพื่อแปลงข้อมูลซับซ้อนให้เป็นภาพ (Data Visualization) เช่น การทำแผนที่การเดินทาง หรือข้อมูลเจดีย์เอียง ซึ่งช่วยลดความน่าเบื่อ นอกจากนี้ยังช่วยแก้ปัญหาเรื่อง "จังหวะการนำเสนอ (Pacing)" ทำให้ผู้ชมสามารถซึมซับข้อมูลสำคัญได้ทันทั่วทั้งที่ โดยไม่ต้องอ่านข้อความจำนวนมากหรือฟังภาพเคลื่อนไหวที่รวดเร็วเกินไป

ประการที่สอง การใช้ปัญญาประดิษฐ์เป็นการยกระดับการเล่าเรื่องให้มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น (AI-Enhanced Storytelling) กล่าวคือ ปัญญาประดิษฐ์มิได้เป็นแค่เพียงเครื่องมือช่วยทำงานเบื้องหลังเท่านั้น แต่ยังเป็นกลไกสำคัญในการเล่าเรื่อง (Storytelling) ตัวอย่างเช่น การใช้ AI จำลองภาพหรือวิดีโอย้อนยุคมาผสมผสานกับการเดินทางในยุคปัจจุบัน นวัตกรรมนี้ช่วยเพิ่มมูลค่า (Value Added) ให้กับสถานที่และกิจกรรมทางวัฒนธรรมดั้งเดิม เช่น การทำเครื่องปั้นดินเผา ให้ดูทันสมัยและดึงดูดความสนใจของคนรุ่นใหม่ได้เป็นอย่างดี

### ข้อเสนอแนะ

#### ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลวิจัยไปใช้

1. ด้านการผลิตสื่อ ควรให้ความสำคัญกับจังหวะการตัดต่อที่ลื่นไหล โดยใช้ดนตรีประกอบที่สะท้อนถึงบรรยากาศของเกาะเกร็ดร่วมกับเทคนิคการตัดต่อสมัยใหม่เพื่อไม่ให้เนื้อหาดูนิ่งจนเกินไป
2. ด้านอินโฟกราฟิก ในอนาคตอาจพัฒนาอินโฟกราฟิกให้มีการเคลื่อนไหวที่ตอบโต้กับผู้ดำเนินรายการได้มากขึ้น เพื่อสร้างมิติใหม่ในการนำเสนอข้อมูล
3. ด้านเนื้อหา นอกเหนือจากข้อมูลพื้นฐานและการเดินทาง ควรมีการสอดแทรกเนื้อหาที่เป็น "Hidden Gems" หรือมุมลับของเกาะเกร็ดที่คนทั่วไปยังไม่รู้ เพื่อสร้างความตื่นเต้นและแรงจูงใจในการกลับมาเที่ยวซ้ำ
4. ด้านเทคนิคปัญญาประดิษฐ์ ข้อเสนอแนะในระยะยาวคือการใช้ AI ร่วมกับเทคโนโลยี AR หรือ VR ในวอล์ก เพื่อให้ผู้ชมสามารถสัมผัสประสบการณ์การทำเครื่องปั้นดินเผาหรือการเดินทางชมเกาะเกร็ดได้เสมือนจริงผ่านหน้าจอ ซึ่งจะช่วยกระตุ้นความอยากท่องเที่ยวได้อย่างมหาศาล

#### ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ควรขยายขอบเขตการศึกษาไปยังการวัดผลพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวจริงของผู้ชม เพื่อให้เห็นถึงประสิทธิภาพเชิงประจักษ์มากกว่าเพียงระดับความพึงพอใจ รวมถึงการศึกษาเปรียบเทียบรูปแบบการสื่อสารในแหล่งท่องเที่ยวที่มีอัตลักษณ์แตกต่างกันเพื่อค้นหารูปแบบการเล่าเรื่องที่เหมาะสมที่สุดในแต่ละบริบท นอกจากนี้ ควรเพิ่มการวิจัยเชิงลึกด้านการปรับแต่งเนื้อหาให้เข้ากับอัลกอริทึมของแพลตฟอร์มที่หลากหลาย และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ขั้นสูง เช่น การวิเคราะห์ความรู้สึกของผู้ชม หรือการใช้ AI ในการสร้างปฏิสัมพันธ์แบบเรียลไทม์กับนักท่องเที่ยว ตลอดจนการศึกษาระบบการสร้างสรรค์สื่อที่เปิดโอกาสให้ชุมชนในพื้นที่ได้เข้ามามีส่วนร่วม เพื่อสร้างความยั่งยืนในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวด้วยนวัตกรรมดิจิทัลอย่างแท้จริง

### เอกสารอ้างอิง

จันทวรรณ ปิยะวัฒน์, (2019). *บล็อก (Blog or Weblog) คืออะไร?*, <https://www.gotoknow.org/posts/3>  
สำนักงานจังหวัดนนทบุรี. (2563). *จังหวัดนนทบุรี*. เข้าถึงได้จาก [www.tourism.go.th](http://www.tourism.go.th).



- สำนักพัฒนาการท่องเที่ยว. (2546). *ความหมายการท่องเที่ยว*. เข้าถึงได้จาก [www.tourism.go.th/bb24559r](http://www.tourism.go.th/bb24559r). (ม.ป.ป.). ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม. <https://sites.google.com/site/bb24559r>.
- Designil. (2017). *Infographic คืออะไร*. <https://www.designil.com/infographic.html>.
- Dia. (2026). *ปัญญาประดิษฐ์ (AI) คืออะไร?*. <https://www.dia.co.th/articles/what-is-artificial-intelligence/>
- Muna Long-a. (2019). *Video Blog หรือ Vlog คืออะไรกันนะ มาทำความรู้จักกัน*. เข้าถึงได้จาก <https://blogHappioteam.com/vlog>.
- Nomad609. (2018). *Vlog*. <https://favforward.com/trend/Entertainment-movie/26725.html>.
- Wynnsoftstudio. (2016). *INFOGRAPHIC คืออะไร*. <https://www.wynnsoftstudio.com/what-is-infographic..>