

Online Public Relations Media Development Project to Promote Agricultural Tourism in Nong Kung Sri District, Kalasin Province

Khatha Chanthamma¹ Ketsaraphon Phanthong² Khanin Siriwong³ Thanya Chanprasopchai^{4*}
 Dararat Khampusaen⁵ and Benjawan Naiyanit⁶

¹ Jindasinthwanon School, Kalasin, Thailand

² Student of Graduate Diploma Program in Teaching Profession, Sripatum University, Khon Kaen, Thailand

³ Khonkaen Primary Educational Service Area Office 4, Khon Kaen, Thailand

⁴ Faculty of Technology, Khon Kaen University, Khon Kaen, Thailand

⁵ Faculty of Humanities and Social Sciences, Khon Kaen University, Khon Kaen, Thailand

⁶ Faculty of Social Sciences, Mahamakut Buddhist University Isan Campus, Khon Kaen, Thailand

* Corresponding author. E-mail: thacha3@kku.ac.th

ABSTRACT

The purpose of this research is (1) to develop promotional media to promote agricultural tourism in Nong Kung Sri District, Kalasin Province; (2) to study the effectiveness of the promotional media; and (3) to study the satisfaction of tourists regarding the promotion of agricultural tourism through promotional media. This study is quantitative research, and the tools used for data collection include a questionnaire on the appropriateness and satisfaction with the promotional media and guidelines for in-depth interviews. The research consists of a questionnaire regarding the appropriateness of online promotional media, a satisfaction questionnaire for tourists, and interview guidelines with stakeholders in the area. The statistics used for data analysis include mean and standard deviation. The research findings indicate that (1) the development of video media is highly suitable for promoting agricultural tourism, particularly through activities that reflect the lifestyle of farmers and local wisdom. However, there is still a lack of modern technology in disseminating information. (2) The assessment of the effectiveness of video media from 50 tourists showed a high level of appropriateness. (3) The study of the satisfaction of participants and interested parties regarding the promotional media for promoting agricultural tourism was generally at a high level. The study suggests that the development of online promotional media to promote agricultural tourism in Nong Kung Sri District, Kalasin Province, can effectively enhance awareness among the target group and create motivation for tourism. The developed media is modern, easily accessible, and meets the behaviors of tourists in the digital age. Therefore, there should be continuous development and improvement of the media to ensure diversity and modernity to enhance the potential for promoting agricultural tourism in the area.

Keywords: Public Relations Media, Agricultural Tourism, Online Media

การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร อำเภอหนองกุงศรี จังหวัดกาฬสินธุ์

ศุภา จันทำมา¹ เกษราภรณ์ พานทอง² คณิน ศิริวงศ์³ ธัญญา จันทรประสพชัย^{4*} ดารารัตน์ คำภูแสน⁵
และ เบญจวรรณ นัยนิตย์⁶

¹ โรงเรียนจินดาสินธวานนท์ กาฬสินธุ์ ประเทศไทย

² นักศึกษาหลักสูตรประกาศนียบัตรบัณฑิตวิชาชีพครู มหาวิทยาลัยศรีปทุม ขอนแก่น ประเทศไทย

³ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 4 ขอนแก่น ประเทศไทย

⁴ คณะเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยขอนแก่น ขอนแก่น ประเทศไทย

⁵ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ขอนแก่น ประเทศไทย

⁶ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม วิทยาลัย วิทยาเขตอีสาน ขอนแก่น ประเทศไทย

* Corresponding author. E-mail: thacha3@kku.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของอำเภอหนองกุงศรี จังหวัดกาฬสินธุ์ (2) เพื่อศึกษาประสิทธิภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ และ (3) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถามความเหมาะสมและความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ และแนวทางการสัมภาษณ์เชิงลึก การวิจัยประกอบด้วยแบบสอบถามเกี่ยวกับความเหมาะสมของสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ แบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และแนวทางการสัมภาษณ์กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า 1) ผลการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์มีความเหมาะสมในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยเฉพาะการจัดกิจกรรมที่สะท้อนวิถีชีวิตเกษตรกรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น อย่างไรก็ตามยังขาดการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ในการเผยแพร่ข้อมูล 2) ผลการประเมินประสิทธิภาพของสื่อในรูปแบบเว็บไซต์จากนักท่องเที่ยว จำนวน 50 คน พบว่ามีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด 3) ผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมและผู้สนใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยรวมอยู่ในระดับมาก ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบสื่อออนไลน์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของอำเภอหนองกุงศรี จังหวัดกาฬสินธุ์ สามารถยกระดับการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมายและสร้างแรงจูงใจในการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ สื่อที่พัฒนาขึ้นมีความทันสมัย เข้าถึงง่าย และตอบโจทย์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในยุคดิจิทัล จึงควรมีการพัฒนาและปรับปรุงสื่อให้มีความหลากหลายและทันสมัยอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มศักยภาพในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่

คำสำคัญ: สื่อประชาสัมพันธ์, การท่องเที่ยวเชิงเกษตร, สื่อออนไลน์

บทนำ

สื่อออนไลน์มีบทบาทสำคัญต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในยุคดิจิทัล โดยเฉพาะการค้นหาข้อมูล การเปรียบเทียบ และการเลือกรูปแบบการท่องเที่ยวที่ตรงกับความสนใจ ผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ เช่น สมาร์ทโฟน หรือแท็บเล็ต ซึ่งสามารถเข้าถึงสื่อประชาสัมพันธ์ได้ทุกที่ทุกเวลา สื่อออนไลน์ที่มีเนื้อหาที่น่าสนใจ ทันสมัย และสอดคล้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว จึงถือเป็นเครื่องมือสำคัญในการยกระดับภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงส่งเสริมการท่องเที่ยวให้เติบโตอย่างมีประสิทธิภาพ นโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยในยุค “ไทยแลนด์ 4.0” ได้ให้ความสำคัญกับการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2564–2565 ได้กำหนดแนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ที่รักษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม

พร้อมกับการใช้เทคโนโลยีในการประชาสัมพันธ์และการตลาดอย่างเหมาะสม (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2564) งานวิจัยหลายฉบับ ยังพบว่า การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบออนไลน์ เช่น วิดีทัศน์ อินโฟกราฟิก หรือโซเชียลมีเดีย ช่วยเพิ่มความสนใจและความประทับใจต่อแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างมีนัยสำคัญ (ปรีดา สามงามยา, 2563)

การท่องเที่ยวเชิงเกษตรนับเป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ส่งเสริมการเรียนรู้วิถีชีวิต การเกษตรกรรม และสิ่งแวดล้อมของชุมชนท้องถิ่น โดยรัฐบาลได้กำหนดเป้าหมายให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรระดับโลกภายในปี พ.ศ. 2567 ทั้งนี้ ราชานนท์ ทวีผล และคณะ (2568) ซึ่งให้เห็นถึง กรอบการพัฒนาจากความร่วมมือกับชุมชน เพื่อให้ท้องถิ่นมีบทบาทเป็นเจ้าของและได้รับผลประโยชน์โดยตรง ผ่านการจ้างงานและการอนุรักษ์วัฒนธรรมดั้งเดิม Well-being Tourism สามารถส่งเสริมผ่านการนำเสนอเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม เช่น อาหารท้องถิ่น โปรแกรมสุขภาพ และกิจกรรมที่สะท้อนวิถีชีวิตของชุมชน แต่อย่างไรก็ตาม ในพื้นที่อำเภอหนองกุงศรี จังหวัดกาฬสินธุ์ ยังคงประสบปัญหาในด้านการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวที่ไม่สอดคล้องกับยุคสมัย ทำให้ขาดการรับรู้ในวงกว้าง และไม่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้อย่างเต็มศักยภาพ ดังนั้น จึงมีความจำเป็นในการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีความทันสมัย หลากหลาย และเหมาะสมกับบริบทของพื้นที่ เพื่อยกระดับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายมากยิ่งขึ้น (กรมการท่องเที่ยว, 2561)

อำเภอหนองกุงศรี ตั้งอยู่ทางตอนใต้ของจังหวัดกาฬสินธุ์ เป็นพื้นที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์ทางทรัพยากรธรรมชาติ และยังคงรักษาวิถีชีวิตของชุมชนเกษตรกรรมไว้ได้อย่างดี ปัจจุบันอำเภอหนองกุงศรีประกอบด้วย 10 ตำบล 123 หมู่บ้าน มีประชากรรวมประมาณ 55,000 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2566) เมื่อพิจารณาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจากองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ปรากฏว่า พื้นที่อำเภอหนองกุงศรีมีสิ่งดึงดูดใจทางด้านกายภาพ (Attraction) มีความหลากหลายทางพันธุ์พืชและพันธุ์สัตว์ รวมไปถึงระบบนิเวศ นอกจากนี้ยังมียุทธศาสตร์ประเพณีและวิถีชุมชนอย่างประเพณีงานบวงสรวงเจ้าปู่ภูศรี และมีการจัดการเรียนการสอน PBL ซึ่งมีหน่วยการเรียนรู้ทางการเกษตรทุกระดับชั้น แต่ในปัจจุบันยังขาดในเรื่องการประชาสัมพันธ์ที่ดี ขาดกิจกรรมการท่องเที่ยว และการใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น การใช้สื่อสิ่งพิมพ์ทั้งที่เป็นแผ่นพับ โปสเตอร์ แผนที่อินโฟกราฟิกและแผนที่การท่องเที่ยว ซึ่งต้องมีการออกแบบให้มีความน่าสนใจ ขนาดเหมาะสมที่พกพาสะดวก มีภาพเนื้อหาที่เข้าใจง่าย ดึงดูดใจ

จากปัญหาข้างต้นพบว่า แนวโน้มการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้ประสบผลสำเร็จนอกจากด้านกายภาพ ที่เป็นทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวสิ่งอำนวยความสะดวก กิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวและสินค้าของที่ระลึก แล้วต้องมีการใช้สื่อที่หลากหลายร่วมกันในการประชาสัมพันธ์ชักชวนให้เกิดความรู้สึกอยากมาท่องเที่ยว และการที่จะทำให้สถานที่ท่องเที่ยวนั้นเป็นที่รู้จักได้นั้นจะต้องมีสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีคุณภาพ ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้พัฒนาและจัดทำสื่อและเชื่อมโยงข้อมูลด้วยเทคโนโลยีตามแนวทางดังกล่าวข้างต้นเพื่อใช้ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ของอำเภอหนองกุงศรี จังหวัดกาฬสินธุ์

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. พัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ของอำเภอหนองกุงศรี จังหวัดกาฬสินธุ์
2. ศึกษาประสิทธิภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ ที่ใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและวัฒนธรรมของอำเภอหนองกุงศรี จังหวัดกาฬสินธุ์
3. ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้วยสื่อประชาสัมพันธ์

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 50 คน โดยพิจารณาจากกลุ่มบุคคลที่มีความเกี่ยวข้องและสามารถให้ข้อมูลที่ตรงกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในอำเภอหนองกุงศรี จังหวัดกาฬสินธุ์ และผู้ประกอบการหรือบุคลากรที่มีบทบาทในการส่งเสริม

และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าว การเจาะจงกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกจากผู้ที่มีประสบการณ์ตรงและสามารถสะท้อนมุมมองเกี่ยวกับการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ รวมถึงแนวทางการพัฒนาสื่อเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรได้อย่างเหมาะสม

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ใช้แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ และแบบประเมินความพึงพอใจของสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จากนั้นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่ของ อำเภอหนองกุงศรี จังหวัดกาฬสินธุ์ จำนวน 50 คน

2.1 สื่อเทคโนโลยีเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ประกอบด้วย สิ่งพิมพ์ เว็บไซต์ วิทยุทัศน์ สื่อสังคมออนไลน์ (Facebook, Line)

2.2 แบบประเมินคุณภาพสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร อำเภอหนองกุงศรี จังหวัดกาฬสินธุ์ สำหรับนักท่องเที่ยวเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในอำเภอหนองกุงศรี จังหวัดกาฬสินธุ์

2.3 แบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร อำเภอหนองกุงศรี จังหวัดกาฬสินธุ์

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

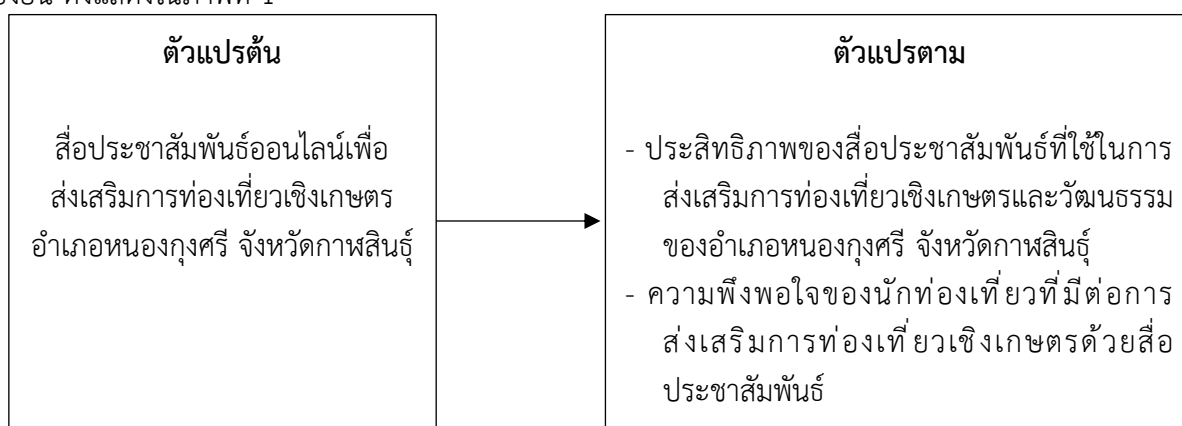
การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ และแบบประเมินความพึงพอใจของสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ประชากรเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่ของ อำเภอหนองกุงศรี จังหวัดกาฬสินธุ์ ด้วยการกำหนดเกณฑ์จากนักท่องเที่ยวที่มีการใช้งานโทรศัพท์มือถือเป็นเครื่องมือในการค้นหาข้อมูลจากเว็บไซต์การสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ หรือเคยใช้งานแอปพลิเคชัน บนโทรศัพท์มือถือ จำนวน 50 คน จากนั้นทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ด้วยการเดินสอบถาม ณ จุดท่องเที่ยว พร้อมทั้งชี้แจงวัตถุประสงค์ของการวิจัยให้ผู้เข้าร่วมทราบอย่างชัดเจน และดำเนินการเก็บข้อมูลจากเฉพาะผู้ที่ยินยอมเข้าร่วมโดยสมัครใจเท่านั้น

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมได้ นำมาคำนวณโดยใช้สถิติพื้นฐาน คือค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) แบ่งระดับคะแนน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้แนวคิดด้านการสื่อสารการตลาดและการประชาสัมพันธ์ และทฤษฎีการยอมรับนวัตกรรม (Diffusion of Innovations Theory) ของ Everett M. Rogers (1962) และแนวคิดการสื่อสารแบบสองทาง (Two-Way Symmetrical Communication) จากทฤษฎีของ James E. Grunig & Todd Hunt (1984) โดยกรอบแนวคิดนี้มุ่งเน้นการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ให้มีประสิทธิภาพ และตรวจสอบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างยั่งยืน ดังแสดงในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัย พบว่า

1. ผลการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร และวัฒนธรรมของอำเภอหนองกงศรี จังหวัดกาฬสินธุ์

จากการพัฒนาสื่อวีดิทัศน์และการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย พบว่าการดำเนินโครงการเกี่ยวกับการเกษตรและ กิจกรรมการประชาสัมพันธ์ มีความเหมาะสม เพียงพอต่อการส่งเสริมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรได้ ปัญหาที่พบคือขาด สื่อและเทคโนโลยีสมัยใหม่เพื่อใช้ส่งเสริมและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำข้อมูลมาวางแผนและ ปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วมในการออกแบบจัดทำสื่อต่างๆ โดยได้จัดทำ การประกวดออกแบบ ตราสัญลักษณ์ LOGO พร้อม ตั้งชื่อสวนผัก Hydroponic ของโรงเรียนจินดาสินธวานนท์ ตามโครงการ “ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร” อำเภอ หนองกงศรี จังหวัดกาฬสินธุ์

2. ประสิทธิภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ ที่ใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและวัฒนธรรมของอำเภอ หนองกงศรี จังหวัดกาฬสินธุ์

ผลการประเมินคุณภาพของสื่อ ประเภทสื่อวีดิทัศน์ โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร อำเภอหนองกงศรี จังหวัดกาฬสินธุ์ พบว่า มีความเหมาะสมขององค์ประกอบสื่อประชาสัมพันธ์ยุคดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอยู่ ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ =4.67, S.D = 0.50) เมื่อพิจารณาความเหมาะสม พบว่า องค์ประกอบสื่อประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับมาก ที่สุด ประกอบด้วย 1) วิธีการนำเสนอเนื้อหา ($\bar{X}$ = 4.80, S.D = 0.45) 2) เนื้อหามีความเหมาะสม ($\bar{X}$ = 4.80, S.D = 0.45) 3) รายละเอียดภาพการลำดับภาพ ($\bar{X}$ =4.80, S.D = 0.45) 4) เสียงบรรยาย (น้ำเสียง การอ่านออกเสียง อักษร และจังหวะการอ่าน) ($\bar{X}$ = 4.80, S.D = 0.45) ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ประสิทธิภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ที่ใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและวัฒนธรรมของอำเภอ หนองกงศรี จังหวัดกาฬสินธุ์ (n = 50)

รายการประเมิน	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. วิธีการนำเสนอ			
1.1 วิธีการนำเสนอเนื้อหา	4.80	0.45	มากที่สุด
1.2 ความเหมาะสมของเวลาในการนำเสนอการนำเสนอ	4.60	0.55	มากที่สุด
2. การนำเสนอเนื้อหาของสื่อ			
2.1 เนื้อหาสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่กำหนด	4.60	0.55	มากที่สุด
2.2 เนื้อหามีความเหมาะสม	4.80	0.45	มากที่สุด
2.3 เนื้อหาช่วยส่งเสริมประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยว	4.60	0.55	มากที่สุด
3. ตัวอักษรและภาพ			
3.1 ตัวอักษร (แบบ ขนาด สี)	4.70	0.50	มากที่สุด
3.2 เทคนิคพิเศษการจัดองค์ประกอบศิลป์	4.40	0.55	มาก
3.3 รายละเอียดภาพการลำดับภาพ	4.80	0.45	มากที่สุด
4. เสียง			
4.1 เสียงบรรยาย (น้ำเสียง การอ่านออกเสียง อักษร และจังหวะการอ่าน)	4.80	0.45	มากที่สุด
4.2 เสียงดนตรี (ความชัดเจน ระดับความดัง	4.70	0.50	มากที่สุด
4.3 เสียงประกอบ (ตรง สัมพันธ์ เหมาะสมกับภาพ และการบรรยาย)	4.60	0.55	มากที่สุด
รวม	4.67	0.50	มากที่สุด

3. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้วยสื่อประชาสัมพันธ์

ความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมและผู้สนใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร อำเภอหนองกุงศรี จังหวัดกาฬสินธุ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.45$, S.D = 0.67) เมื่อพิจารณาพบว่า ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด มี 3 ด้าน คือ 1) การใช้โทรศัพท์มือถือสแกน QR Code เพื่อเข้าถึงข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ Facebook และ LINE พบว่ามีความสะดวกและรวดเร็ว ($\bar{X} = 4.58$, S.D = 0.60) 2) สื่อสังคมออนไลน์ทั้ง Facebook และ LINE ช่วยให้ผู้ใช้สามารถเข้าถึงข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างรวดเร็วและสะดวก มีความน่าสนใจและเข้าใจง่าย ให้ข้อมูลและตอบคำถามที่ถูกต้องรวดเร็วอัปเดตข้อมูลและกิจกรรมใหม่ สร้างสรรค์อย่างต่อเนื่องสามารถกดแชร์กดไลค์และแสดงความคิดเห็นได้ รวดเร็วอัปเดตข้อมูลและกิจกรรมใหม่ อย่างต่อเนื่องสามารถกดแชร์กดไลค์และแสดงความคิดเห็นได้ ($\bar{X} = 4.58$, S.D = 0.66) 3) สื่อวิดีโอที่เป็นคลิปวิดีโอหลักมีคุณภาพทั้งภาพเสียงและนำเสนอเรื่องราวได้ดี ($\bar{X} = 4.50$, S.D = 0.67) ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร อำเภอหนองกุงศรี จังหวัดกาฬสินธุ์ (n = 50)

รายการประเมิน	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. สื่อสิ่งพิมพ์ที่เป็นแผ่นพับป้ายโปสเตอร์ป้ายไว้นิคมแบบได้สวยงามภาพและข้อความตัวหนังสืออ่านได้ชัดเจน	4.90	0.30	มากที่สุด
2. การใช้โทรศัพท์มือถือสแกน QR Code เพื่อเข้าถึงข้อมูลที่เป็นเว็บไซต์ Facebook และกลุ่มไลน์ มีความสะดวกและรวดเร็ว LINE มีความสะดวกและรวดเร็ว	4.80	0.45	มากที่สุด
3. Pages Facebook มีข้อมูลเนื้อหาที่จำเป็น ครบถ้วน ทั้งภาพนิ่ง และคลิปวิดีโอ	4.78	0.46	มากที่สุด
4. สื่อสังคมออนไลน์ทั้งที่เป็น Facebook และกลุ่ม LINE ให้ข้อมูลและตอบคำถามที่ถูกต้องรวดเร็วอัปเดตข้อมูลและกิจกรรมใหม่อย่างต่อเนื่องสามารถกดแชร์กดไลค์และแสดงความคิดเห็นได้ รวดเร็วอัปเดตข้อมูลและกิจกรรมใหม่อย่างต่อเนื่องสามารถกดแชร์กดไลค์และแสดงความคิดเห็นได้	4.72	0.50	มากที่สุด
5. สื่อวิดีโอที่เป็นคลิปวิดีโอหลักมีคุณภาพทั้งภาพเสียงและนำเสนอเรื่องราวได้ดี	4.66	0.48	มาก
6. คลิปวิดีโอการไลฟ์สดกิจกรรมต่างๆช่วยเพิ่มการรับรู้และกระตุ้นให้อยากมาท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น	4.64	0.56	มาก
รวม	4.75	0.46	มากที่สุด

อภิปรายผล

จากการศึกษาการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร อำเภอหนองกุงศรี จังหวัดกาฬสินธุ์ พบว่า ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อความเหมาะสมของสื่อประชาสัมพันธ์ยุคดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยรวมอยู่ในระดับเหมาะสมมาก เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้ได้ดำเนินการพัฒนาสื่อตามกรอบแนวคิด ประกอบด้วยสื่อประชาสัมพันธ์ 2 รูปแบบ คือ สื่อวิดีโอและสื่อรูปภาพ และนำเสนอสื่อผ่านช่องทางที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย สะดวก และความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดสอดคล้องกับ ศิริประภา ประภากรเกียรติ (2562) ได้ศึกษาเรื่องการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว โดยใช้แนวความคิดชุมชนเป็นฐาน ได้ทำการประชาสัมพันธ์ วิถีเกษตร อาชีพหลัก อาชีพเสริมของชุมชน วิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชุมชน โดยทำการพัฒนาจากแผ่นพับเป็นแผนที่อินโฟกราฟิกแผนที่การท่องเที่ยว และวิดีโอประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน และ 3) ผลการประเมินด้านคุณภาพสื่อจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 17 คน โดยรวมอยู่ในระดับคุณภาพดีมาก

จากการศึกษาประสิทธิภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ที่ใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของอำเภอหนองกุงศรี จังหวัดกาฬสินธุ์ พบว่า มีความเหมาะสมขององค์ประกอบสื่อประชาสัมพันธ์ยุคดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอยู่ในระดับมากที่สุด เนื่องจาก ผู้วิจัยได้ดำเนินการพัฒนาสื่อที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตและการเข้าถึงเทคโนโลยีของนักท่องเที่ยว

และกลุ่มเป้าหมายในปัจจุบัน พบว่า ลักษณะสื่อเหมาะสมกับช่องทางการประชาสัมพันธ์และสามารถสื่อสารเข้าใจได้ง่าย มีความน่าสนใจ สอดคล้องกับ จินตนา กสินันท์ และคณะ (2566) ได้ศึกษาเรื่องการออกแบบและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหลังวิกฤตโควิด-19 กรณีศึกษา พื้นที่ชุมชนตำบลลานข่อย อำเภอป่าพะยอม จังหวัดพัทลุง พบว่า ผลการประเมินคุณภาพสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหลังวิกฤตโควิด-19 กรณีศึกษา พื้นที่ชุมชนตำบลลานข่อย อำเภอป่าพะยอม จังหวัดพัทลุง พบว่า มีคุณภาพอยู่ในระดับเหมาะสมมาก

จากการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้วยสื่อประชาสัมพันธ์ พบว่า ความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมและผู้สนใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร อำเภอหนองกงศรี จังหวัดกาฬสินธุ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ เป็นการอำนวยความสะดวกต่อผู้สนใจ ทำให้การเข้าถึงสื่อได้ง่าย และได้ข้อมูลอย่างรวดเร็ว ง่าย และกระชับ ซึ่งสอดคล้องกับ สุริยะกานต์ สุขแก้ว และคณะ (2564) ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์กลุ่มผ้าทอปากะญอ บ้านมอทะ ตำบลแม่อุสุ อำเภอท่าสองยาง จังหวัดตาก พบว่า ความพึงพอใจในการประชาสัมพันธ์สื่ออยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.46

องค์ความรู้ใหม่

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มเป้าหมายให้ความสำคัญกับลักษณะของสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีความน่าสนใจ เชื่อถือได้ และเข้าถึงง่าย โดยเฉพาะการออกแบบสื่อให้น่าสนใจข้อมูลในรูปแบบที่สร้างสรรค์ สอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีของนักท่องเที่ยวในยุคปัจจุบัน องค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากงานวิจัยนี้คือ การเน้นการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ซึ่งสามารถเชื่อมโยงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีศักยภาพในการกระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชน

สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษาการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในอำเภอหนองกงศรี จังหวัดกาฬสินธุ์ พบว่า ผู้วิจัยได้ดำเนินการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ ได้แก่ สื่อวิดีโอและสื่อแบนเนอร์ภาพนิ่ง ตามแนวทางที่กำหนดไว้ และได้นำสื่อที่พัฒนาขึ้นไปเผยแพร่ผ่านช่องทางออนไลน์ที่เหมาะสม สำหรับการประเมินผล ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงให้เห็นว่าสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ดังกล่าวมีความเหมาะสมทั้งในภาพรวมและในแต่ละด้าน โดยได้รับคะแนนประเมินอยู่ในระดับดีมาก

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในอำเภอหนองกงศรี จังหวัดกาฬสินธุ์ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในภาพรวมต่อสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ในระดับสูง โดยเฉพาะในด้านความสะดวกและรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูลผ่านการสแกน QR Code ที่เชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์ Facebook และกลุ่ม LINE การใช้สื่อสังคมออนไลน์ทั้ง Facebook และ LINE ที่สามารถให้ข้อมูล ตอบคำถามได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว และมีการอัปเดตข้อมูลและกิจกรรมใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง รวมถึงความพึงพอใจต่อสื่อวิดีโอที่มีคุณภาพทั้งด้านภาพ เสียง และการนำเสนอเนื้อหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1. ควรส่งเสริมการใช้กลยุทธ์การสื่อสารออนไลน์ที่มีประสิทธิภาพ จากผลการวิจัยพบว่า การเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์สามารถเพิ่มการรับรู้และกระตุ้นความสนใจได้ดี หากมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายอย่างชัดเจน ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรกำหนดนโยบายส่งเสริมให้มีการวางแผนการสื่อสารอย่างเป็นระบบ โดยเฉพาะการใช้งบประมาณสำหรับโฆษณาแบบเจาะจง (Targeted Advertising) เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ตรงจุดมากยิ่งขึ้น

1.2. ควรให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้ทรัพย์สินทางปัญญาในสื่อออนไลน์ เพื่อป้องกันปัญหาเกี่ยวกับลิขสิทธิ์ในสื่อประชาสัมพันธ์ที่เผยแพร่ผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล เช่น เพลง ภาพ หรือคลิปวิดีโอ หน่วยงานท้องถิ่นและผู้พัฒนาสื่อควรได้รับการอบรมหรือคู่มือแนวทางปฏิบัติที่ถูกต้องเกี่ยวกับการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา เพื่อไม่ให้เกิดความเสียหายทางกฎหมายในภายหลัง

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้ครอบคลุมหลากหลายรูปแบบ และขยายช่องทางการนำเสนอไปยังสื่อสังคมออนไลน์อื่น ๆ นอกเหนือจากที่ใช้ในงานวิจัยนี้ เพื่อเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย และสอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้งานของนักท่องเที่ยวในยุคปัจจุบัน

2.2 ควรศึกษาผลของการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ที่มีต่อการรับรู้และการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว พร้อมทั้งพัฒนาสื่อที่ใช้เทคโนโลยีเสมือนจริง เช่น AR เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารและสร้างประสบการณ์ที่น่าสนใจก่อนการเดินทาง

เอกสารอ้างอิง

- กรมการท่องเที่ยว. (2561). *มาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2564). *แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ (พ.ศ.2564-2565)*. สืบค้นจาก <https://anyflip.com/zzfck/gopk/basicAnyFlip+1AnyFlip+1>.
- จินตนา กลิ่นนัท, ชัชวาล ชุมรักษา, ชรรค์ชัย แซ่แต้, ศิลป์ชัย สุวรรณมณี และ พลากร คล้ายทอง. (2566). การออกแบบและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหลังวิกฤตโควิด-19 กรณีศึกษา พื้นที่ชุมชนตำบลลานข่อย อำเภอป่าพะยอม จังหวัดพัทลุง. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม*, 17(1), 34-43.
- ปรีดา สามงามยา. (2563). การพัฒนาสื่อเทคโนโลยีอัจฉริยะเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและวัฒนธรรมของฐานเรียนรู้ชุมชนบ้านท่าคอย อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี. *مجلةสังคมศาสตร์ปริทรรศน์*, 9(4), 190-200.
- ระชานนท์ ทวีผล, ฉัตรวริน คลองน้อย, พรหมมาตร์ จินดาโชติ, สไบทิพย์ มงคลนิมิตร และ รัชมรงค์ ทองหล่อ. (2568). รูปแบบการส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีอย่างยั่งยืนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย. *Journal of Spatial Development and Policy*, 3(2), 29-44.
- ศิริประภา ประภากรเกียรติ. (2562). *การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว โดยใช้แนวคิดชุมชนเป็นฐาน*. (วิทยาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม).
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2566). *สถิติประชากรและบ้าน พ.ศ. 2566 กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม*. สืบค้นจาก <https://www.nso.go.th>.
- สุริยะภรณ์ สุขแก้ว, อัญญาดา กัณทวงศ์ และ ทิพย์หทัย ทองธรรมชาติ. (2564). การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์กลุ่มผ้าทอปากะญอ บ้านมอทะ ตำบลแม่อุสุ อำเภอท่าสองยาง จังหวัดตาก. ใน *รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติสำหรับนักศึกษา* (น. 391-399). กำแพงเพชร: มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร.
- Grunig, J. E., & Hunt, T. (1984). *Managing public relations*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Rogers, E. M. (1962). *Diffusion of innovations*. Illinois: Free Press of Glencoe.