



## การพัฒนาสื่อวีดิทัศน์ส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน ตำบลเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง

### The Development of Video Media to Promoting Community Based Tourism in Koh Mak Subdistrict, Pak Phayun District Phatthalung Province

จักรกฤษฏ์ แก้วประเสริฐ. สาขาวิชาเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย  
บุญรัตน์ บุญรัตน์. สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย  
รัฐชกร จันจำปา. สาขาวิชาเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย  
Jukkrit Kaewprasert. *Mass Communication and Technology. Rajamangala University of Technology*  
*Srivijaya.*

Boonrad Boonradsamee. *Department of Management. Rajamangala University of Technology*  
*Srivijaya.*

Runchakorn janjumba. *Mass Communication and Technology. Rajamangala University of Technology*  
*Srivijaya.*

Email : jukkrit.k@rmutsv.ac.th, boonrad.b@rmutsv.ac.th , runchakorn.j@rmutsv.ac.th

Received: 18 May 2021 ; Revised: 3 August 2021 ; Accepted: 23 August 2021

#### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีจุดประสงค์ (1) เพื่อพัฒนาสื่อวีดิทัศน์ส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง (2) เพื่อหาคุณภาพสื่อวีดิทัศน์ส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง (3) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้รับชมสื่อวีดิทัศน์ส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน ตำบลเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ที่เข้ารับชมสื่อวีดิทัศน์ส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง จำนวน 385 คน ซึ่งได้จากการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของคอกครน กรณีที่ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน หลังจากนั้นได้ทำการสุ่มตามสะดวก (Convenience Sampling) ซึ่งเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วยสื่อวีดิทัศน์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนโดยชุมชน ตำบลเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง แบบประเมินคุณภาพและแบบประเมินความพึงพอใจของผู้รับชมสื่อวีดิทัศน์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตำบลเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าสถิติพื้นฐานหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (X) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ผลการวิจัยพบว่า (1) แบบประเมินคุณภาพสื่อวีดิทัศน์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตำบลเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง แบ่งเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านเนื้อหา ด้านการลำดับภาพ ด้านเทคนิคการนำเสนอ และด้านเสียงบรรยายและเสียงประกอบ พบว่า ผลการประเมินคุณภาพอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.60 (2)

แบบประเมินความพึงพอใจของผู้รับชมที่มีต่อสื่อวีดิทัศน์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตำบลเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง แบ่งเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านเนื้อหา ด้านการลำดับภาพ และด้านเสียงบรรยายและเสียงประกอบ พบว่า ผู้รับชมสื่อวีดิทัศน์มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.58 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.62

**คำสำคัญ :** วีดิทัศน์ , การท่องเที่ยว

**Abstract**

The purpose of this research were: 1) to develop video media promoting community based tourism in Koh Mak subdistrict, Pak Phayun district of Phatthalung province. 2)to find quality video media promoting community based tourism in Koh Mak subdistrict, Pak Phayun district of Phatthalung province. 3) to study the satisfaction of the viewers of video media promoting community based tourism in Koh Mak subdistrict, Pak Phayun district of Phatthalung province. The representative samples of this research were who used online media to watch video media promoting community based tourism in Koh Mak subdistrict, Pak Phayun district of Phatthalung province. the representative sample population consisted of 385 people were calculated by Cochran's formula after which the sample was randomized convenience sampling was performed. The research instruments consisted of video media promoting community based tourism in Koh Mak subdistrict, Pak Phayun district of Phatthalung province, 385 quality evaluation forms of short film "Promote tourism in a multicultural society in the old town of Songkhla province", 385 satisfaction evaluation forms of video media promoting community based tourism in Koh Mak subdistrict, Pak Phayun district of Phatthalung province . Statistical analysis in this research used the average value ( ) and standard deviation (S.D.).

The research results find that: 1) quality evaluation forms of video media promoting community based tourism in Koh Mak subdistrict, Pak Phayun district of Phatthalung province. was divided into to four topics: content, image editing ,presentation techniques and audio narration and sound effects the mean ( ) was 4.26 and the standard deviation (S.D.) was 0.60 2) satisfaction evaluation forms of video media audiences "promoting community based tourism in Koh Mak subdistrict, Pak Phayun district of Phatthalung province." was divided into to three topics: content, image editing and audio narration and sound effects the mean ( ) was 4.58 and the standard deviation (S.D.) was 0.62

**Keywords :** Video media , Tourism

**บทนำ**

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทและความสำคัญต่อประเทศเป็นอย่างมาก ในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องจากเป็นแหล่งที่มาของเงินตราต่างประเทศซึ่งมีส่วนช่วยในเรื่องของการค้า และดุลการชำระเงินของประเทศ และสามารถทำรายได้ให้แก่ประเทศมาเป็นอันดับหนึ่ง นอกจากนี้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวยังสามารถสร้างงาน สร้างอาชีพ และสร้างรายได้ต่าง ๆ ให้แก่คนในท้องถิ่น

และช่วยในการสร้างความเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจของประเทศไทย (ฐิรชญา, 2553) สำหรับประเทศไทยนั้นก็มีภูมิประเทศที่หลากหลายทางกายภาพในแต่ละภูมิภาค โดยเฉพาะในภาคใต้มีลักษณะภูมิประเทศที่หลากหลายทั้งภูเขา ทะเล จึงทำให้ภาคใต้มีประวัติศาสตร์ความเป็นมาที่ยาวนานในด้านการติดต่อค้าขายในอดีต มีเมืองที่สำคัญมากมาย และมีความสวยงามทางธรรมชาติที่น่าสนใจผสมผสานกันอย่างลงตัว

รูปแบบการท่องเที่ยวในปัจจุบันมีมากมายหลายรูปแบบการท่องเที่ยวโดยชุมชน (community base sustainable tourism) ถือเป็นการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งที่มีความสนใจอย่างมากจากนักท่องเที่ยว ซึ่งการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม กำหนดทิศทางโดยชุมชนจัดการโดยชุมชนเพื่อชุมชน และชุมชนมีบทบาทเป็นเจ้าของมีสิทธิในการจัดการดูแลเพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน” โดยมองว่าการท่องเที่ยวต้องทำงานครอบคลุม 5 ด้าน พร้อมกัน ทั้งการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม โดยมีชุมชนเป็นเจ้าของและมีส่วนในการจัดการ นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังสามารถเป็นเครื่องมือในการพัฒนา โดยใช้การท่องเที่ยวเป็นเงื่อนไขและสร้างโอกาสให้องค์กรชุมชนเข้ามามีบทบาทสำคัญในการวางแผนทิศทางการพัฒนาชุมชนของตนในชุมชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในชุมชนที่มีแนวโน้มว่าการท่องเที่ยวจะรุกคืบเข้าไปถึง หรือต้องการเปิดเผยชุมชนของตนให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง ให้มีการสร้างให้เกิดกระบวนการเรียนรู้เกี่ยวกับการวางแผน การบริหารจัดการ ทรัพยากรและกระจายอำนาจการตัดสินใจโดยเน้นความสำคัญของการจัดการธรรมชาติแวดล้อมและใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชนไปพร้อมกัน (วิระพล และประเจต, 2547)ชุมชนตำบลเกาะหมาก อ.ปากพะยูน จ.พัทลุง เป็นหนึ่งในชุมชนที่จัดให้มีการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งชุมชนมีลักษณะเป็นเกาะที่ตั้งอยู่ในทะเลสาบสงขลาตอนกลาง มีความสมบูรณ์ของทรัพยากรเอื้อต่อการดำรงชีวิต ประชาชนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพประมงพื้นบ้าน ทำการเกษตร ปลูกพืช เลี้ยงสัตว์ โดยมีการรวมตัวกันของสมาชิกที่เล็งเห็นความสำคัญของการอนุรักษ์และการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในท้องถิ่นให้เกิดความยั่งยืน มีการสืบทอดวิถีวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นจากรุ่นสู่รุ่น และประกอบอาชีพการท่องเที่ยวเป็นรายได้เสริม โดยได้จัดตั้งเป็นกลุ่มการท่องเที่ยวโดยชุมชน เมื่อปี 2556 มีกิจกรรมสำหรับบริการนักท่องเที่ยวทางบกและทางน้ำ กิจกรรมเรียนรู้ลงมือทำด้วยตนเอง ผลจากการเปิดชุมชนเพื่อรองรับการท่องเที่ยว ทำให้เกาะหมากเริ่มเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวจากจังหวัดใกล้เคียง ขณะเดียวกันคนในชุมชนมีเริ่มมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น และเห็นความสำคัญของการเป็นเจ้าบ้านที่ดี แต่ในปัจจุบันชุมชนเกาะหมากยังไม่เป็นที่รู้จักมากนักของนักท่องเที่ยวเนื่องจากขาดสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ทันสมัยและตรงกลุ่มเป้าหมาย

สื่อประชาสัมพันธ์ที่ช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวในปัจจุบันมีอยู่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออินโฟกราฟิก และสื่อวีดิทัศน์ ผู้วิจัยจึงเลือกใช้สื่อวีดิทัศน์เป็นสื่อที่มีความเหมาะสมสำหรับใช้เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว เพราะวีดิทัศน์เป็นสื่อที่สามารถทำให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสสอดคล้องกับภาพนั้นๆ นอกจากนี้วีดิทัศน์เป็นการเล่าเรื่องด้วยภาพ ทำหน้าที่หลักในการนำเสนอ เสียงจะเข้ามาช่วยส่งเสริมในส่วนของภาพเพื่อให้เข้าใจ เนื้อเรื่องมากยิ่งขึ้น วีดิทัศน์เป็นสื่อในลักษณะที่น่าเสนอภาพเคลื่อนไหว และสร้างความต่อเนื่องของการกระทำของวัตถุจากเรื่องราวต่าง ๆ สร้างความรู้สึกใกล้ชิดกับผู้ชมเป็นสื่อที่เข้าถึงง่าย และมีความรวดเร็ว สอดคล้องกับงานวิจัยของ อาทินันท์ แก้วประจันต์และลักษณา คล้ายแก้ว (2563: 1961) พบว่า การผลิตสื่อวีดิทัศน์แนวตั้งเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว กลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักท่องเที่ยวมีความเข้าใจเนื้อหาที่มีนำเสนอจึงทำให้สื่อวีดิทัศน์แนวตั้งได้กระจายไปยังผู้คนที่ยังการทำกิจกรรมแบบวิถีชาวนาในสถานที่ดังกล่าวทำให้ประสบความสำเร็จในส่วนใช้สื่อวีดิทัศน์แนวตั้งเพื่อการประชาสัมพันธ์ได้เป็นอย่างดี

ผู้วิจัยเล็งเห็นความสำคัญของการท่องเที่ยวโดยชุมชน จึงเลือกพัฒนาสื่อวีดิทัศน์ขึ้นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนของตำบลเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง

ให้เป็นที่ยอมรับอย่างแพร่หลาย และสามารถดึงกลุ่มนักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการในชุมชนได้เพิ่มขึ้น

**วัตถุประสงค์**

- 1. เพื่อพัฒนาสื่อวีดิทัศน์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตำบลเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง
- 2. เพื่อหาคุณภาพสื่อวีดิทัศน์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตำบลเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง
- 3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้รับชมสื่อวีดิทัศน์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตำบลเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง

**ระเบียบวิธีวิจัย**

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร คือ ผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ที่เข้าชมสื่อวีดิทัศน์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตำบลเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน

1.2 กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ที่เข้าชมสื่อวีดิทัศน์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตำบลเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง จำนวน 385 คน ซึ่งผู้วิจัยกำหนดค่านวนขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรของคอคแรน กรณีที่ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน (Cochran, 1997 อ้างใน ธีรวิมล เอกะกุล 2543) ซึ่งผู้วิจัยกำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ 95% ความคลาดเคลื่อน 5% จากนั้นทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling) ตามลำดับ

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

เนื้อหาของสื่อวีดิทัศน์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตำบลเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง นำเสนอในรูปแบบ Vlog มีผู้ดำเนินรายการ 2 คน เป็นวิทยุรุ่นเล่าเรื่องการท่องเที่ยว 2 วัน 1 คืน ชุมชนตำบลเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง มีความยาว 11 นาที มีการออนไลน์เมื่อวันที่ 4 พฤศจิกายน 2563 ผ่านช่องทาง YouTube ชื่อช่อง งานดีสงขลา

**แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง**

สำหรับการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยศึกษาการพัฒนาสื่อวีดิทัศน์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตำบลเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง มีขั้นตอนการพัฒนาสื่อวีดิทัศน์ตามกระบวนการ การผลิตของ วชิระ อินทร์อุดม (2539) 3 ขั้นตอน (3P) ดังนี้ 1) ขั้นตอนเตรียมการผลิต (Pre - Production) 2) ขั้นตอนการผลิต (Production) 3) ขั้นตอนหลังการผลิต (Post-Production) เพื่อนำมาใช้ในการพัฒนาสื่อวีดิทัศน์ อีกทั้งศึกษาความรู้ทั่วไปของสื่อวีดิทัศน์ ของเนาวนิตย์ สงคราม (2554) ประเภทของสื่อวีดิทัศน์ และคุณลักษณะของสื่อวีดิทัศน์ (video) ของวิภา อุดมจันทร์ (2544) การเลือกใช้มุกล้อของชนินทร์ ชมะโชติ, ดวงพร ทรัพย์ลักษณ์ และคณะ (2554)

**เครื่องมือในการวิจัยในครั้งนี้ ประกอบด้วย**

1. แบบประเมินคุณภาพสื่อวีดิทัศน์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตำบลเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง โดยมีการกำหนดการแจกแจงรายละเอียดให้ครบถ้วน และครอบคลุมถึงสิ่งที่ต้องการจะวัดซึ่งแบบประเมินคุณภาพสื่อวีดิทัศน์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตำบลเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง ได้แบ่งแบบสอบถามความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่างๆ โดยกำหนดค่าระดับคะแนนเป็น 5 ระดับ ของเบสท์จอห์น (Best John, 1978) เกณฑ์การพิจารณาจากคะแนนค่าเฉลี่ย ของบุญชม ศรีสะอาด (2556) เมื่อสร้างแบบประเมินคุณภาพสื่อเสร็จเรียบร้อยแล้ว นำเสนอแก่ผู้เชี่ยวชาญได้ตรวจสอบความถูกต้องของข้อคำถามตามคุณลักษณะของสื่อวีดิทัศน์ของแบบประเมินคุณภาพสื่อเพื่อที่จะได้นำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงแก้ไข และนำแบบประเมินคุณภาพสื่อที่ได้ปรับปรุงแก้ไขเรียบร้อยแล้ว

ให้ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อและด้านเนื้อหาประเมินคุณภาพ ซึ่งผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อเป็นผู้มีประสบการณ์ และความรู้ในด้านการพัฒนาสื่อวีดิทัศน์ไม่น้อยกว่า 3 ปี จำนวน 3 ท่าน คือ อาจารย์ธวัชชัย ดวงไทย อาจารย์ประจำหลักสูตรสาขาวิชานิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ และ ผศ.ธารินทร์ มานีมาน อาจารย์ประจำหลักสูตรสาขาวิชาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย อาจารย์จิตัญญดา วิทยาพันธ์ประชา คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม และผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวชุมชนตำบลเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง จำนวน 2 ท่าน คือ นาย ประสาร อมราพิทักษ์ ประธานกลุ่ม กรวด หิน รัชต์ ดิน เล ตำบลเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง และนายคิมหันต์ สุวรรณเรืองศรี ประธานกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชน ตำบลเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง เก็บรวบรวมแบบประเมินคุณภาพจากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 ท่าน ทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบประเมินคุณภาพสื่อและแก้ไข

2. แบบประเมินความพึงพอใจผู้รับชมสื่อวีดิทัศน์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตำบลเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง ศึกษาวิธีการสร้างรูปแบบการเขียนข้อคำถาม และการออกแบบโดยใช้หลักของทฤษฎีมาสโลว์ ในเรื่องเกี่ยวกับความพึงพอใจ (แก้วตา คณะวรรณ. 2545 : 50 อ้างอิง Maslow.1970 : 69-80) และขั้นตอนการสร้างแบบสอบถามความพึงพอใจโดยมีจุดมุ่งหมายที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนและครอบคลุมแบบประเมินความพึงพอใจสำหรับผู้ชมที่มีต่อสื่อวีดิทัศน์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตำบลเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง จากหนังสือ ตำรา และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบประเมินความพึงพอใจให้สอดคล้องกับคุณลักษณะของวีดิทัศน์ ทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านเนื้อหา ด้านการลำดับภาพ และด้านเสียงบรรยายและเสียงประกอบ ดำเนินการสร้างแบบสอบถามความพึงพอใจชุดสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน พื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา โดยแจกแจงรายละเอียดให้ครอบคลุมถึงสิ่งที่ต้องการวัดทั้ง 3 ด้าน ซึ่งแบบสอบถามความพึงพอใจแบ่งออกเป็น 3 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2 ระดับความพึงพอใจของผู้รับชมที่มีต่อสื่อวีดิทัศน์ ตอนที่ 3 ความคิดเห็นและข้อเสนอ ซึ่งแบบสอบถามความพึงพอใจเป็นข้อแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating) และแบบมาตราส่วนประมาณค่าของลิเคิร์ท (Likert Scale) เพื่อสอบถามความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่าง ๆ โดยกำหนดค่าระดับคะแนนเป็น 5 ระดับ (บุญชม ศรีสะอาด และบุญส่ง นิลแก้ว. 2535 : 3) นำแบบประเมินที่แก้ไขเรียบร้อยแล้วเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องก่อนออกเก็บรวบรวมข้อมูล เผยแพร่แบบประเมินความพึงพอใจผ่านระบบออนไลน์ จากนั้นนำแบบสอบถามไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน จากนั้นจึงนำมาหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เพื่อนำมาหาค่าเฉลี่ยมาแปลผลความพึงพอใจของผู้รับชมสื่อวีดิทัศน์ต่อไป

### วิธีดำเนินการวิจัย

1. การพัฒนาสื่อวีดิทัศน์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตำบลเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง สำหรับการสร้างชุดสื่อวีดิทัศน์ของแต่ละชุมชน มีขั้นตอนของการผลิตรายการวีดิทัศน์ 3 ขั้นตอน (วชิระ อินทร์อุดม. 2539 : 17 - 25) ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ขั้นเตรียมการผลิต (Pre-Production)

1) ผู้วิจัยได้ทำการหาแนวคิดเกี่ยวกับเรื่องราวที่จะนำมาผลิตเป็นสื่อวีดิทัศน์ส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้วยการลงพื้นที่สืบค้นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของชาวบ้านในชุมชน เพื่อนำมาผลิตมออบความรู้และเป็นการสร้างแรงบันดาลใจต่อผู้รับชม โดยนำข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อให้ได้เนื้อหาสาระ ที่ถูกต้อง น่าสนใจ ทันสมัยและน่าจดจำ ตลอดจนจนผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเอกสารและข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ เพิ่มเติมตลอดจนผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเอกสารและข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ เพิ่มเติม

- 2) กำหนดวัตถุประสงค์ในการสร้างสื่อวีดิทัศน์ส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้ผู้รับชมได้รับข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจของชุมชน ได้เห็นวิถีชีวิต ความผูกพันของคนในชุมชน
- 3) วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายหรือผู้ชม ผู้วิจัยได้ทำการลงพื้นที่ เพื่อศึกษาลักษณะของชาวบ้านในชุมชน
- 4) วิเคราะห์เนื้อหา ศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้อง เช่น สถานที่สำคัญ แหล่งท่องเที่ยว การเดินทาง รวมถึงผลิตภัณฑ์ในชุมชน เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลและเลือกข้อมูลที่น่าสนใจนำเสนอ
- 5) เขียนบท เพื่อกำหนดลำดับก่อนหลังของเนื้อหา ภาพ และเสียง เพื่อการนำเสนอที่เหมาะสม
- 6) จัดเตรียมอุปกรณ์ในการผลิตสื่อวีดิทัศน์ส่งเสริมการท่องเที่ยว รวมถึงอุปกรณ์อื่น ๆ ที่จำเป็นต่อการถ่ายทำไว้อย่างครบถ้วน เช่น กล้อง DSLR, ขาตั้งกล้อง, โดรน, ไมค์บูม, เมมโมรี่การ์ด, แบตเตอรี่กล้อง เป็นต้น

7) กำหนดผู้ให้สัมภาษณ์ โดยเป็นผู้นำชุมชน ชาวบ้านในชุมชน ที่อาศัยอยู่ในชุมชนนั้น ๆ ให้เป็นไปตามความเหมาะสมของเนื้อหา และรูปแบบของสื่อวีดิทัศน์ส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่จะนำเสนอ และกำหนดผู้ดำเนินรายการโดยการนำกลุ่มวิจัย 2 คนเป็นผู้เล่าเรื่อง

- 8) การจัดทำงบประมาณ ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ในการดำเนินการผลิตสื่อวีดิทัศน์
- ขั้นตอนที่ 2 ขั้นตอนการผลิต (Production)

ผู้วิจัยได้ดำเนินการถ่ายทำตามบทสื่อวีดิทัศน์ส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน ผู้วิจัยได้เดินทางลงพื้นที่ในชุมชน มีกิจกรรมการสัมภาษณ์ ผู้นำชุมชน และชาวบ้านในชุมชน ศึกษาวิถีชีวิต แหล่งท่องเที่ยว จุดเด่นของชุมชนนั้น ๆ เพื่อเตรียมความพร้อมดำเนินการถ่ายทำวีดิทัศน์โดยการใช้เสียงดนตรี เสียงเพลง ประกอบในการดำเนินเรื่องและเลือกนักแสดงที่มีช่วงวัยที่เหมาะสม เกี่ยวกับการทำกิจกรรมต่าง ๆ บรรยากาศทั่วไป เพื่อใช้ในการขยายความให้ผู้ชมได้เห็น และเข้าใจรายละเอียดมากยิ่งขึ้น

- 1) ด้านบุคลากร ผู้วิจัยได้แบ่งหน้าที่การทำงานวันถ่ายทำจริง คือ ช่างกล้อง ผู้ควบคุมเสียง และประสานงาน
  - 2) ด้านสถานที่ เป็นการถ่ายทำนอกสถานที่ โดยจะถ่ายทำในพื้นที่ชุมชนเกาะหมาก ตำบลเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง ซึ่งมีการลงพื้นที่สำรวจก่อนการถ่ายทำจริง
  - 3) ด้านอุปกรณ์การผลิตรายการ มีการเตรียมและเช็คความเรียบร้อยก่อนใช้งานจริง เช่น อุปกรณ์ในการถ่ายภาพ อุปกรณ์บันทึกเสียง และอุปกรณ์สำรอง เพื่อช่วยแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้
  - 4) ด้านผู้ดำเนินรายการและผู้ร่วมรายการ การเตรียมผู้ที่จะปรากฏตัวบนโทรทัศน์นักแสดงและผู้ให้สัมภาษณ์ มีการซักซ้อมการแสดงและคำถามก่อนถ่ายทำจริง และทำความเข้าใจกับเรื่องราวที่จะนำเสนอ
- ขั้นตอนที่ 3 ขั้นตอนหลังการผลิต (Post-Production)

นำไฟล์ภาพ และเสียงทั้งหมดเข้าสู่กระบวนการตัดต่อตามบทที่วางไว้ รวมทั้งใส่เทคนิคพิเศษโดยใช้ดนตรีและเสียงประกอบในการเล่าเรื่อง ซึ่งได้เลือกเสียงดนตรี และเสียงเพลงประกอบที่มีความเหมาะสมเพื่อให้เนื้อหามีน่าสนใจและมีความสมบูรณ์ และใช้ผู้ดำเนินรายการเล่าเรื่องเพื่อเพิ่มอรรถรสในการรับชม ทำให้สื่อวีดิทัศน์ส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน มีความสมบูรณ์แล้วมีการวิเคราะห์สื่อวีดิทัศน์ทำการตรวจสอบเพื่อหาข้อบกพร่อง และนำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงแก้ไข ก่อนที่จะนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินคุณภาพ

2. การหาคุณภาพสื่อวีดิทัศน์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตำบลเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง

- 2.1 ดำเนินการพัฒนาสื่อวีดิทัศน์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตำบลเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง แล้วนำสื่อวีดิทัศน์ที่ถ่ายทำเสร็จ ให้ผู้ร่วมวิจัยตรวจสอบความถูกต้อง และปรับปรุงตามคำแนะนำของผู้ร่วมวิจัย
- 2.2 ผู้วิจัยดำเนินการติดต่อคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี เพื่อขอหนังสือขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อเป็นผู้มีประสบการณ์ และความรู้ในด้านการพัฒนาสื่อ

วິดิทัศน์ไม่น้อยกว่า 3 ปี จำนวน 3 ท่าน คือ อาจารย์รัชชชัย ดวงไทย อาจารย์ประจำหลักสูตรสาขาวิชานิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ และ ผศ.ธารินทร์ มาณีมาน อาจารย์ประจำหลักสูตรสาขาวิชาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย อาจารย์จิณฉัญดา วิทยาพันธ์ประชา คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่ และผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวชุมชนตำบลเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง จำนวน 2 ท่าน คือ นาย ประสาร อมราพิทักษ์ ประธานกลุ่ม กรวด หิน รัชดิน เล ตำบลเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง และ นายคิมหันต์ สุวรรณเรืองศรี ประธานกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชน ตำบลเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง

2.3 นำสื่อวິดิทัศน์และแบบประเมินคุณภาพ ให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินคุณภาพสื่อวິดิทัศน์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตำบลเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง

2.4 เก็บรวบรวมแบบประเมินคุณภาพจากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 ท่าน ทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบประเมินคุณภาพสื่อและแก้ไข ปรับปรุงตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ ด้านการลำดับภาพ ภาพในบางช่วงที่นำเสนอใช้ระยะเวลาานภาพบางภาพยังไม่สอดคล้องกับเนื้อหาแก้ไขนำภาพมาใส่ให้สอดคล้องกัน ด้านเทคนิคการนำเสนอ แก้ไขการตัดต่อ

3. การหาความพึงพอใจสื่อวິดิทัศน์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตำบลเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง

3.1 ผู้วิจัยดำเนินการหากกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรของคอคแรน กรณีที่ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน (Cochran 1977 อ้างใน ธีรวิมลเอากกะกุล, 2543) ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน จากนั้นทำการสุ่มตามความสะดวก (Convenience Sampling)

3.2 ดำเนินการหาความพึงพอใจของผู้ที่เข้าใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ที่เข้าไปรับชมสื่อวິดิทัศน์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตำบลเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง โดยใช้แบบประเมินออนไลน์ผ่าน Google Form เพื่อให้ผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ที่รับชมวິดิทัศน์ ตอบแบบประเมินความพึงพอใจที่มีต่อสื่อวິดิทัศน์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตำบลเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง ทั้งนี้ผู้วิจัยใช้ระยะเวลา 3 สัปดาห์ ในระหว่างวันที่ 4- 25 พฤศจิกายน 2563

3.3 ดำเนินการเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบประเมินความพึงพอใจของประชาชนผู้ที่ใช้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ที่รับชมสื่อวິดิทัศน์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตำบลเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง จากกลุ่มจำนวน 385 คน จากนั้นจึงนำมาหาค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D เพื่อนำค่าเฉลี่ยมาแปลผลความพึงพอใจและทำการวิเคราะห์ข้อมูล

### การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์หาคุณภาพสื่อวິดิทัศน์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตำบลเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง โดยใช้แบบประเมินแบบมาตราส่วนประมาณค่า การหาค่าเฉลี่ย ใช้สูตรเฟอร์กูสัน(Ferguson,1987) ค่าร้อยละ (Percentage) (บุญชม ศรีสะอาด,2556)

2. การวิเคราะห์ระดับคะแนนของแบบประเมินความพึงพอใจผู้รับชมสื่อวິดิทัศน์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตำบลเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง โดยใช้แบบประเมินแบบมาตราส่วนประมาณค่า การหาค่าเฉลี่ย ใช้สูตรเฟอร์กูสัน(Ferguson,1987) การหาส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้สูตรเฟอร์กูสัน(Ferguson,1987) ค่าร้อยละ (Percentage) (บุญชม ศรีสะอาด,2556)

**สรุปผล**

1. ผลการประเมินคุณภาพสื่อวีดิทัศน์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตำบลเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง เมื่อวิเคราะห์เป็นแต่ละด้านผลปรากฏว่าคุณภาพด้านเนื้อหาอยู่ในระดับเกณฑ์ดี ด้านการลำดับภาพอยู่ในระดับเกณฑ์ดี ด้านเทคนิคการนำเสนออยู่ในระดับเกณฑ์ดี และด้านเสียงบรรยายและเสียงประกอบอยู่ในระดับเกณฑ์ดีมาก สรุปโดยภาพรวมจากผู้เชี่ยวชาญทางด้านสื่อและด้านเนื้อหา จำนวน 5 ท่าน มีความคิดเห็นว่าคุณภาพสื่อวีดิทัศน์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตำบลเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง มีคุณภาพอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ย  $\bar{x} = 4.26$  ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน  $S.D = 0.60$  แสดงว่าคุณภาพประเมินคุณภาพสื่อวีดิทัศน์ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นนั้นมีระดับเกณฑ์คุณภาพดี และสามารถนำไปใช้ในการดำเนินการวิจัยต่อไปได้

2. ความพึงพอใจของผู้รับชมที่มีต่อสื่อวีดิทัศน์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตำบลเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต จากกลุ่มตัวอย่าง 385 คน ในแต่ละด้านพบว่า ความพึงพอใจของผู้รับชมที่มีต่อสื่อวีดิทัศน์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตำบลเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง ด้านเนื้อหา มีค่าเฉลี่ย  $\bar{x} = 4.40$  ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน  $S.D = 0.67$  หมายถึง ผู้รับชมสื่อวีดิทัศน์ส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนเกาะหมาก ตำบลเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตมีความพึงพอใจต่อเนื้อหาของสื่อวีดิทัศน์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตำบลเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง ในระดับมาก

ความพึงพอใจของผู้รับชมที่มีต่อสื่อวีดิทัศน์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตำบลเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง ด้านการลำดับภาพ มีค่าเฉลี่ย  $\bar{x} = 4.64$  ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน  $S.D = 0.61$  หมายถึง ผู้รับชมสื่อวีดิทัศน์ส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนเกาะหมาก ตำบลเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตมีความพึงพอใจต่อการลำดับภาพของสื่อวีดิทัศน์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตำบลเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง ในระดับมากที่สุด

ความพึงพอใจของผู้รับชมที่มีต่อสื่อวีดิทัศน์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตำบลเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง ด้านเสียงบรรยายและเสียงประกอบ มีค่าเฉลี่ย  $\bar{x} = 4.70$  ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน  $S.D = 0.58$  หมายถึง ผู้รับชมสื่อวีดิทัศน์ส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนเกาะหมาก ตำบลเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตมีความพึงพอใจต่อเสียงบรรยายและเสียงประกอบของสื่อวีดิทัศน์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตำบลเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง ในระดับมากที่สุด

จะเห็นได้ว่าผลความพึงพอใจของผู้รับชมที่มีต่อสื่อวีดิทัศน์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตำบลเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านเนื้อหา ด้านการลำดับภาพ และด้านเสียงบรรยายและเสียงประกอบ ผลการประเมินความพึงพอใจโดยรวมของผู้รับชมที่มีต่อสื่อวีดิทัศน์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตำบลเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย  $\bar{x} = 4.58$  ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน  $S.D. = 0.62$

**อภิปรายผล**

1. คุณภาพของสื่อวีดิทัศน์ส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนเกาะหมากตำบลเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง จากการหาคุณภาพของสื่อวีดิทัศน์ส่งเสริมการท่องเที่ยวโดย ชุมชนเกาะหมาก ตำบลเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง พบว่า สื่อวีดิทัศน์ อยู่ในระดับดี ค่าเฉลี่ย  $\bar{x} = 4.26$  ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน  $S.D = 0.60$  เมื่อวิเคราะห์เป็นแต่ละด้านผลปรากฏว่าคุณภาพสื่อวีดิทัศน์จากผู้เชี่ยวชาญทั้งด้านเนื้อหา ด้านการลำดับภาพ และด้านเทคนิคการนำเสนออยู่ในระดับดีและด้านเสียงบรรยายและเสียงประกอบอยู่ในระดับดีมาก ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1 สื่อวีดิทัศน์ส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนเกาะหมาก ตำบลเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง มีคุณภาพ



เนื่องจากการพัฒนาสื่อวีดิทัศน์นั้น ผู้วิจัยได้มีการวางแผน และขั้นตอนการพัฒนาสื่อวีดิทัศน์อย่างเป็นลำดับตามกระบวนการของ 3P และได้ผ่านการตรวจสอบและประเมินคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อและด้านเนื้อหา และได้นำข้อเสนอแนะที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญมาแก้ไขปรับปรุง จนทำให้สื่อวีดิทัศน์มีคุณภาพตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ซึ่งสอดคล้องกับกระบวนการ การผลิตของ วชิระ อินทร์อุดม (2539 : 17 - 25) ซึ่งได้สรุปขั้นตอนของการผลิตสื่อวีดิทัศน์ได้ 3 ขั้นตอน (3P) ดังนี้ 1) ขั้นตอนเตรียมการผลิต (Pre-Production) 2) ขั้นตอนการผลิต (Production) 3) ขั้นตอนหลังการผลิต (Post-Production) จากนั้นเมื่อพัฒนาสื่อวีดิทัศน์เสร็จแล้ว เป็นการตรวจสอบคุณภาพด้านสื่อโดยให้ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อเป็นผู้ตรวจสอบ ซึ่งจะตรวจสอบในด้านการลำดับภาพ เทคนิคการนำเสนอ เสียงบรรยายและเสียงประกอบ และผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา ตรวจสอบด้านเนื้อหาของสื่อวีดิทัศน์ ภายหลังจากตรวจสอบคุณภาพเรียบร้อยแล้ว นำมาปรับปรุงให้สมบูรณ์ก็จะได้สื่อวีดิทัศน์ที่พร้อมจะนำไปให้ผู้ชม

ผลการวิจัยพบว่า สื่อวีดิทัศน์ส่งเสริมการท่องเที่ยวโดย ชุมชนเกาะหมาก ตำบลเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง เป็นสื่อวีดิทัศน์ที่มีคุณภาพสามารถนำไปศึกษาความพึงพอใจได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ อาทินันท์ แก้วประจันต์และลักษณะ คล้ายแก้ว (2563: 62) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การวิจัยและสร้างสรรค์สื่อวีดิทัศน์แนวตั้งเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ณ อำเภอหนองแขง จังหวัดสระบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาด้านเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอวีดิทัศน์แนวตั้ง ขนาดภาพ 9:16 เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ณ อำเภอหนองแขง จังหวัดสระบุรี เพื่อสร้างสรรค์สื่อวีดิทัศน์แนวตั้งเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ณ อำเภอหนองแขง จังหวัดสระบุรี ผลการศึกษาพบว่าการผลิตสื่อวีดิทัศน์แนวตั้งเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว จำนวน 1 ตอน เนื้อหา ต้องมีการนำเสนอที่หลากหลาย น่าสนใจ ครอบคลุมในกิจกรรมวิถีชานาและสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ ความยาวในการนำเสนอไม่เกิน 5 นาที หัวใจสำคัญของการผลิตสื่อแนวตั้ง 9:16 คือจุดรวมความสนใจของภาพควรอยู่ที่กลางของวิดีโอ มีเนื้อหาของแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมต่าง ๆ ที่ครบถ้วน เพื่อให้เกิดความสนใจในอยากมีส่วนร่วม และมีค่าที่ง่ายต่อการจดจำ สามารถเข้าถึงได้กลุ่มเป้าหมายทุกกลุ่ม การดำเนินเรื่องโดยใช้การสัมภาษณ์สลับกับบทบรรยาย ในขั้นตอนการผลิตผู้วิจัยใช้อุปกรณ์สำหรับมืออาชีพและลำดับภาพด้วยโปรแกรมตัดต่อ เป็นขั้นตอนการนำภาพและเสียงมารวมกัน จากนั้นผู้วิจัยได้นำสื่อวีดิทัศน์แนวตั้งที่สร้างสรรค้ไปทดสอบใช้จริง โดยมีขั้นตอนกระบวนการผลิต 4 ขั้นตอน คือ 1) ขั้นตอนวางแผนการเตรียมการ (Planning) 2) ขั้นตอนการผลิต (Production) 3) ขั้นตอนหลังการผลิต (Post-Production) และ 4) การทดสอบและประเมินผล (Post-Test and Evaluation) ผลการประเมินพบว่ากลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักท่องเที่ยวมีความเข้าใจในเนื้อหาที่มีนำเสนอ จึงทำให้สื่อวีดิทัศน์แนวตั้งได้กระจายไปสู่คนที่ยังไม่รู้จักชุมชนอำเภอหนองแขง จังหวัดสระบุรี และส่วนใหญ่ต้องการเดินทางที่จะมาเที่ยว และต้องการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมแบบวิถีชานา ในสถานที่ดังกล่าว ทำให้ประสบความสำเร็จในส่วนใหญ่ใช้สื่อวีดิทัศน์แนวตั้งเพื่อการประชาสัมพันธ์ได้เป็นอย่างดี

สรุปได้ว่า สื่อวีดิทัศน์ส่งเสริมการท่องเที่ยวโดย ชุมชนเกาะหมาก ตำบลเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นนั้นมีคุณภาพตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้คือมีคุณภาพในระดับดี และสามารถนำไปใช้ เป็นสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ให้ผู้รับชมเป็นที่รู้จักและเกิดความสนใจในการท่องเที่ยว และนำไปใช้เป็นตัวอย่างสำหรับการสร้างสื่อวีดิทัศน์ในลักษณะเดียวกันต่อไปได้

## 2. ความพึงพอใจของผู้รับชมสื่อวีดิทัศน์ส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนเกาะหมาก ตำบลเกาะหมาก

อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง

ผลการวิเคราะห์ห้ข้อมูลด้านความพึงพอใจของผู้รับชมที่มีต่อสื่อวีดิทัศน์ส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน ตำบลเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง พบว่า ความพึงพอใจของผู้ชมผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย  $\bar{x} = 4.58$  ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน  $S.D. = 0.62$  และหากวิเคราะห์ความพึงพอใจในแต่ละด้านผลปรากฏว่า ด้านเนื้อหา อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านการลำดับภาพ และด้านเสียงบรรยายและเสียงประกอบ อยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2 ความพึงพอใจของผู้รับชมสื่อวีดิทัศน์ส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง อยู่ในระดับมาก

เนื่องจากว่าสื่อวีดิทัศน์ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้น เป็นสื่อที่กระตุ้นความสนใจ มีการนำเสนอในรูปแบบภาพและเสียง อีกทั้งยังใช้เวลาในการนำเสนอไม่นานมาก ทำให้ผู้ชมทางสื่อสังคมออนไลน์รับรู้ได้อย่างรวดเร็ว และเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยว ทำให้ผู้ชมสามารถรู้สถานที่ท่องเที่ยวในชุมชนได้มากขึ้น สอดคล้องกับที่ ชูชาติ มงคลเมฆ (2553, 53) กล่าวว่า วีดิทัศน์หมายถึงสื่อที่นำเสนอทั้งภาพและเสียง โดยถ่ายทอดผ่านทางอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์สามารถสร้างความบันเทิงให้ความรู้ให้ชาวสารวมไปถึงการให้ผลทางด้านความรู้สึกอารมณ์ความเชื่อค่านิยมทัศนคติโดยมีจุดประสงค์ในการใช้ต่างกันออกไป ซึ่งผลการวิจัยครั้งนี้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ สักยา ไชยมาตย์และ ณัฐพงษ์ พระลัภรักษา (2558,55) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการผลิตสื่อวีดิทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดมหาสารคาม มีวัตถุประสงค์เพื่อผลิตสื่อมัลติมีเดียเพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดมหาสารคาม และศึกษาความพึงพอใจของผู้รับชมสื่อมัลติมีเดียเพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดมหาสารคาม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ นักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ สาขาเทคโนโลยีมัลติมีเดียและแอนิเมชัน มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำนวน 30 คน ผลการศึกษาพบว่า ผู้ชมมีความพึงพอใจต่อสื่อมัลติมีเดียเพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดมหาสารคามอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย  $\bar{x} = 4.45$  ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน  $S.D. = 0.62$

สรุปได้ว่า สื่อวีดิทัศน์ส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน ตำบลเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นตามกระบวนการผลิตชุดสื่อ วชิระ อินทร์อุดม (2539 : 17 - 25) และผสมผสานแนวความคิดของผู้วิจัย จึงทำให้สื่อวีดิทัศน์ส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน ตำบลเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง มีการนำเสนอข้อมูลที่ครบถ้วน ชัดเจน มีความน่าสนใจ เหมาะสมกับผู้ชม โดยมีการปรึกษาผู้เชี่ยวชาญและผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อปรับปรุงแก้ไขในเบื้องต้น ก่อนนำไปหาคุณภาพ โดยผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา เพื่อให้ได้ชุดสื่อส่งเสริมมีคุณภาพตามเกณฑ์ที่ผู้วิจัยกำหนด แล้วนำสื่อวีดิทัศน์ส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน ตำบลเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง มาใช้เพื่อการศึกษาความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างผ่านระบบออนไลน์ จากกระบวนการและขั้นตอนดังกล่าว พบว่า สื่อวีดิทัศน์ส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน ตำบลเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง สามารถทำให้ผู้ชมรู้จักวิถีชีวิต สถานที่ท่องเที่ยวในชุมชนเกาะหมาก มากยิ่งขึ้น เพื่อให้ประชาชนในพื้นที่เกิดความตระหนัก เห็นความสำคัญของวิถีชีวิต วัฒนธรรมและทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ และเยาวชนได้กลับมาพัฒนาชุมชนต่อไป จึงทำให้สื่อวีดิทัศน์ส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน ตำบลเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง เหมาะสมที่จะนำมาใช้เป็นสื่อเพื่อให้ความรู้และประโยชน์เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาชุมชน ตำบลเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง

### ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. ผลจากการวิจัยของสื่อวีดิทัศน์ส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง มีรายละเอียดของวีดิทัศน์รูปแบบใหม่ที่น่าสนใจ ซึ่งเป็นแนวทางในการพัฒนาสื่อวีดิทัศน์ส่งเสริมการทำกิจกรรมด้านอื่นๆได้
2. สามารถนำขั้นตอนการถ่ายทำวีดิทัศน์ของการวิจัยครั้งนี้ นำไปใช้ในการวางแผนและพัฒนาสื่อวีดิทัศน์รูปแบบใหม่ๆได้
3. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำสื่อวีดิทัศน์ไปใช้ในการเผยแพร่เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้

### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาวิจัยเกี่ยวกับวีดิทัศน์ของผู้วิจัยท่านอื่น ๆ เพิ่มเติม เพื่อเป็นแนวทางในการวิจัยครั้งต่อไป
2. ควรมีการวิจัยการพัฒนาคุณภาพสื่อวีดิทัศน์อย่างต่อเนื่องเพื่อเป็นการพัฒนาคุณภาพในสื่อวีดิทัศน์ที่ดีขึ้นและหลากหลายรูปแบบต่อไป
3. ควรมีการทำวิจัยศึกษาและพัฒนาสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง ในสื่อรูปแบบอื่นๆ รวมถึงศึกษาหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้องเพื่อให้เกิดการส่งเสริมการท่องเที่ยวในระยะยาวและยั่งยืนต่อไป

### บรรณานุกรม

- จิรัชญา มณีเนตร. (2553). *แรงจูงใจและพฤติกรรมการทำงานในธุรกิจท่องเที่ยวชายแดนไทย-ลาว*. (รายงานวิจัย). กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- เนาวนิตย์ สงคราม. (2554). *การสร้าง Digital Video & Digital Storytelling เพื่อการเรียนรู้การสอนยุคดิจิทัล*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปวีรบรรต สมนึก. ( 2558 ). *การพัฒนาวัตกรรมการเรียนการสอนโดยใช้สื่อวีดิทัศน์เพื่อเพิ่มผลสัมฤทธิ์*. สืบค้นจาก <https://www.gotoknow.org/posts/492000>
- วีระพล ทองมา,ประเจต อำนวย. (2547). *ผลที่เกิดขึ้นจากการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวต่อประชาชนในพื้นที่ตำบลแม่แรม อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่*. ภาควิชาส่งเสริมการเกษตร มหาวิทยาลัยแม่โจ้:เชียงใหม่.
- วชิระ อินทร์อุดม. (2539). *การผลิตวีดิทัศน์เพื่อการศึกษา*. ขอนแก่น: สาขาเทคโนโลยีการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์.
- อาทิตนันทน์ แก้วประจันต์และลักษณะ คล้ายแก้ว. (2563) การวิจัยและสร้างสรรค์สื่อวีดิทัศน์แนวตั้งเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยววนวิถีอำเภอหนองแซง จังหวัดสระบุรี. *การประชุมนำเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษาครั้งที่ 15 ปีการศึกษา 2563*. ปทุมธานี.บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรังสิต.