Received: 9 ส.ค. 2566 **Revised:** 11 ก.พ. 2567 **Accepted:** 14 ก.พ. 2567

การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเพื่อฟื้นฟูเศรษฐกิจหลังสถานการณ์น้ำท่วม ของจังหวัดมหาสารคาม ในรูปแบบสื่อผสม Infographic Animation

Development of tourism destination media to revitalize the economy after the flood situation of Maha Sarakham Province in the form of Infographic Animation

ชเนตตี อินทรสิทธิ์[1*], บัณฑิต สุวรรณโท[2], มณีรัตน์ ผลประเสริฐ[3], อิสรา ชื่นตา[4] และ สมร เหล็กกล้า[5]

[12345]สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

Chanettee Intarasit[1*], Bundit Suwannato[2], Maneerat Phonprasert[3], Issara Chuenta[4] and Simon Lekkha[5]

[12345]Information Technology Department, Faculty of Information Technology, Rajabhat Mahasarakham University

[*]Corresponding anthor: chanettee2011@hotmail.com

Abstact

The purposes of this research were to produce tourism destination media to revitalize the economy after the flood situation of Mahasarakham province in the form of Infographic Animation, and to study the satisfaction towards the media. The tool used in this study were (1) tourism destination media to revitalize the economy after the flood situation of Mahasarakham province in the form of Infographic Animation and (2) an online questionnaire to study the satisfaction of the tourisms towards the tourism destination media with 100 samples. The sample used in the study consisted of 100 tourism, obtained using the accidental sampling technique. Data analysis were frequency, percentage, mean, and standard deviation. The findings showed that (1) tourism destination media to revitalize the economy after the flood situation of Mahasarakham province in the form of Infographic Animation had an efficiency at hight level. The tourism destination media

consists of five videos : 1) Macha Khong Kud Wai Park 2) Phra Mongkol Standing Buddha 3) Phra That Na Dun 4) Kosumphi Forest Park and 5) Wat Pa Wang Nam Yen, there are developed in Inforgraphic and Animation. (2) The samples show in satisfaction with the tourism destination media to revitalize the economy after the flood situation of Mahasarakham province in the form of Infographic Animation at a high level ($\bar{x}$ = 4.35, S.D. = 0.79).

Keywords : *media; tourism destination; revitalize economy; infographic animation*

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเพื่อฟื้นฟูเศรษฐกิจหลังสถานการณ์น้ำท่วมของจังหวัดมหาสารคาม ในรูปแบบสื่อผสม Infographic Animation และ 2) ศึกษาความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเพื่อฟื้นฟูเศรษฐกิจหลังสถานการณ์น้ำท่วมของจังหวัดมหาสารคาม ในรูปแบบสื่อผสม Infographic Animation กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ ประชาชน จำนวน 100 คน ได้มาด้วยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ 1) สื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเพื่อฟื้นฟูเศรษฐกิจหลังสถานการณ์น้ำท่วมของจังหวัดมหาสารคาม ในรูปแบบสื่อผสม Infographic Animation และ 2) แบบสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเพื่อฟื้นฟูเศรษฐกิจหลังสถานการณ์น้ำท่วมของจังหวัดมหาสารคาม ในรูปแบบสื่อผสม Infographic Animation

ผลการวิจัย พบว่า สื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเพื่อฟื้นฟูเศรษฐกิจหลังสถานการณ์น้ำท่วมของจังหวัดมหาสารคาม โดยภาพรวมมีคุณภาพอยู่ในระดับมาก พัฒนาในรูปแบบสื่อผสมระหว่าง Inforgraphic Animation ซึ่งแบ่งเป็นการนำเสนอสถานที่ท่องเที่ยว 5 ตอน ได้แก่ 1) อุทยานมัจฉาโขงกุดหวาย 2) พระพุทธรูปยืนมงคล 3) พระบรมธาตุนาดูน 4) วนอุทยานโกสัมพี และ 5) วัดป่าวังน้ำเย็น และกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเพื่อฟื้นฟูเศรษฐกิจหลังสถานการณ์น้ำท่วมในจังหวัดมหาสารคาม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.35, S.D. = 0.79)

คำสำคัญ : *สื่อประชาสัมพันธ์; แหล่งท่องเที่ยว; ฟื้นฟูเศรษฐกิจ; อินโฟกราฟิก*

บทนำ

จากความสำคัญของยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน ได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวให้มีมูลค่าสูงด้วยอัตลักษณ์และวัฒนธรรมไทย สร้างสรรค์มูลค่าทางเศรษฐกิจและความหลากหลายของการท่องเที่ยว การใช้ประโยชน์จากการท่องเที่ยวให้เอื้อต่อผลิตภัณฑ์ชุมชนและเศรษฐกิจต่อเนื่อง เพื่อกระจายโอกาสในการสร้างรายได้ไปสู่ชุมชนและเมืองอย่างทั่วถึงและยั่งยืน (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2561) อีกทั้งแผนพัฒนาภาคตะวันออกเฉียงเหนือได้กำหนดทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยเน้นที่คุณภาพและความยั่งยืน ยกระดับการท่องเที่ยวสู่นานาชาติ เสริมสร้างมาตรฐานสินค้าและธุรกิจบริการด้านการท่องเที่ยว (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2565)

จังหวัดมหาสารคาม เป็นจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย และอยู่ในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงตอนกลาง อันประกอบด้วย จังหวัดร้อยเอ็ด จังหวัดขอนแก่น จังหวัดมหาสารคาม และจังหวัดกาฬสินธุ์ และจากแนวนโยบายการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว จังหวัดมหาสารคามจึงได้นำนโยบายสู่การปฏิบัติเพื่อสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดให้มีความโดดเด่นทางโบราณสถาน แหล่งอารยธรรม และวัฒนธรรม ที่ได้รับการสืบทอดจากบรรพบุรุษให้ทรงคุณค่าไว้อย่างยาวนาน แต่อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันการท่องเที่ยวของจังหวัดยังอยู่ระหว่างการปรับปรุงพัฒนา ปัญหาที่เห็นได้ชัดของจังหวัดก็คือ พื้นที่จังหวัดไม่มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่เป็นจุดดึงดูดนักลงทุนและนักท่องเที่ยว อีกทั้งจากสถานการณ์น้ำท่วมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ในช่วงเดือนตุลาคม ปี 2564 ที่สร้างความเสียหายต่อพื้นที่การเกษตร และเศรษฐกิจ ในหลายเขตอำเภอของจังหวัดมหาสารคาม รวมถึงส่งผลกระทบต่อแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งในช่วงปลายปีจะถือเป็นฤดูกาลท่องเที่ยวของประเทศไทย และถึงแม้ว่าความเสียหายที่เกิดขึ้น จะไม่ได้ทำลายสิ่งก่อสร้างและทุนทางธรรมชาติ รวมถึงบรรยากาศการท่องเที่ยวรุนแรงมากนัก แต่แนวทางในการฟื้นฟูการท่องเที่ยวหลังน้ำลดในด้านการประชาสัมพันธ์และการตลาด ก็ยังถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยนำไปสู่การส่งเสริมการท่องเที่ยวให้มีการฟื้นตัวและเติบโตได้อย่างเต็มศักยภาพ ดังนั้นการสร้างและพัฒนาสื่อเพื่อการนำเสนอและประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดมหาสารคามไปสู่สาธารณชนให้นักท่องเที่ยวรับทราบข้อมูลกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดอย่างต่อเนื่อง ทันเหตุการณ์ เพื่อเป็นการนำเสนอภาพลักษณ์และสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว รวมถึงเป็นการสร้างความตระหนักในคุณค่าของธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว รับรู้ถึงประวัติศาสตร์ประเพณี วิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรม และภูมิปัญญาของจังหวัดผ่านสื่อประชาสัมพันธ์นี้ จะเป็นการช่วยเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวให้กลับมาท่องเที่ยวและกระตุ้นให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยว ส่งเสริมการตลาดการ

ท่องเที่ยว อันเป็นการฟื้นฟูเศรษฐกิจด้วยการท่องเที่ยวจากวิกฤตน้ำท่วมและการกระจายรายได้สู่ประชาชนในท้องที่อีกทางหนึ่ง

วัตถุประสงค์

1. เพื่อพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเพื่อฟื้นฟูเศรษฐกิจหลังสถานการณ์น้ำท่วมของจังหวัดมหาสารคาม ในรูปแบบสื่อผสม Infographic Animation
2. เพื่อหาความพึงพอใจของผู้ใช้สื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเพื่อฟื้นฟูเศรษฐกิจหลังสถานการณ์น้ำท่วม ของจังหวัดมหาสารคาม ในรูปแบบสื่อผสม Infographic Animation

ขอบเขตของการศึกษา

1. **ด้านเนื้อหา** ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวด้านศิลปะและวัฒนธรรม ในจังหวัดมหาสารคาม ได้แก่
   1.1 อุทยานมัจฉาโขงกุดหวาย อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม
   1.2 พระพุทธรูปยืนมงคล อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม
   1.3 พระบรมธาตุนาดูน อำเภอนาดูน จังหวัดมหาสารคาม
   1.4 วนอุทยานโกสัมพี อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม
   1.5 วัดป่าวังน้ำเย็น อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม
2. **ด้านการออกแบบ**
   การสร้างสรรค์สื่อผสมด้วย Infographic และ Animation

วิธีดำเนินการวิจัย

1. **ด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง**

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนภายในจังหวัดมหาสารคามและจังหวัดใกล้เคียง ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ผู้วิจัยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของ W.G. Cochran ที่ระดับความเชื่อมั่น 90% หรือ 0.10 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 100 คน และใช้วิธีสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ

2. **เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย**

2.1 สื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเพื่อฟื้นฟูเศรษฐกิจหลังสถานการณ์น้ำท่วมของจังหวัดมหาสารคาม ในรูปแบบสื่อผสม Infographic Animation

2.2 แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเพื่อฟื้นฟูเศรษฐกิจหลังสถานการณ์น้ำท่วมของจังหวัดมหาสารคาม ในรูปแบบสื่อผสม Infographic Animation

3. ขั้นตอนการวิจัย

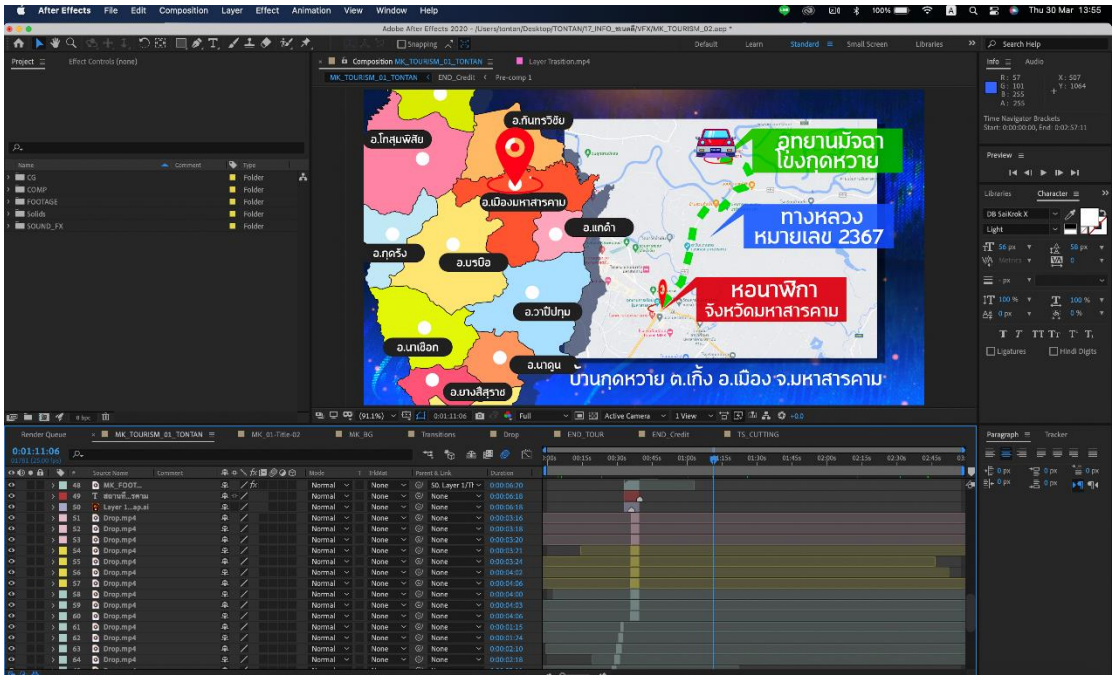
การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเพื่อฟื้นฟูเศรษฐกิจหลังสถานการณ์น้ำท่วมในจังหวัดมหาสารคาม มีขั้นตอนการดำเนินงาน 3 ขั้นตอน ดังนี้

3.1 ขั้นศึกษาค้นคว้าข้อมูลที่เกี่ยวข้อง โดยศึกษารายละเอียดของปัญหาและประเด็นทางการวิจัย ทบทวนเอกสาร ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว

3.2 ขั้นตอนการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ แบ่งเป็น 3 ขั้นตอน ดังนี้ (ทิพย์สุคนธ์ เพชรโอภาส, 2563)

3.2.1 ขั้นตอนก่อนการผลิต (Pre-Production) ศึกษาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญและเป็นที่นิยมในจังหวัดมหาสารคาม จากนั้นทำการศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ทั้งจากสื่อสิ่งพิมพ์ วิดีทัศน์ อินเทอร์เน็ต รวมถึงลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลเบื้องต้น นำข้อมูลที่ได้มาเรียบเรียงเนื้อหาและจัดทำเป็น Story Board

3.2.2 ขั้นตอนการผลิต (Production) ทำการออกแบบตัวละคร ออกแบบฉาก และออกแบบอินโฟกราฟิก ด้วยโปรแกรม Adobe Photoshop, Adobe Illustrator และ Autodesk Maya สร้างการเคลื่อนไหวตามบทที่ได้เขียนไว้ในแต่ละฉากด้วยโปรแกรม Adobe After Effect ประมวลผลของภาพเคลื่อนไหว (rendering) และใส่เสียง (sound effect) ทำการตัดต่อภาพและเสียงด้วยโปรแกรม Adobe Premiere Pro จนเสร็จสมบูรณ์



ภาพที่ 1 ตัวอย่างบางส่วนจากขั้นตอนการผลิตสื่อ

3.2.3 ขั้นตอนหลังการผลิต (Post Production) นำสื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเพื่อฟื้นฟูเศรษฐกิจหลังสถานการณ์น้ำท่วมของจังหวัดมหาสารคาม ในรูปแบบสื่อผสม Infographic Animation ไปให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ที่มีความเชี่ยวชาญทางด้านมัลติมีเดียและแอนิเมชัน ด้านสื่อศิลปะและการออกแบบสื่อ และด้านกราฟิก ประเมินคุณภาพ โดยแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านเนื้อหา ด้านการออกแบบกราฟิกและเทคนิคในการนำเสนอ และด้านคุณค่าของผลงาน ซึ่งพบว่าผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นต่อคุณภาพของสื่อโดยรวมอยู่ในระดับมาก จากนั้นทำการปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องตามข้อเสนอแนะ ก่อนนำไปใช้งานจริง

3.3 ขั้นตอนการทดลองใช้สื่อประชาสัมพันธ์

นำสื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเพื่อฟื้นฟูเศรษฐกิจหลังสถานการณ์น้ำท่วมของจังหวัดมหาสารคาม ในรูปแบบสื่อผสม Infographic Animation ที่มีคุณภาพหลังจากการปรับปรุงตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญแล้วไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 100 คน โดยผู้วิจัยได้ทำการสร้างเพจเฟสบุ๊คแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคามขึ้นมา อัพโหลดไฟล์วิดีโอแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 5 แห่งไว้บนเพจ จากนั้นทำการลงพื้นที่เก็บข้อมูลกับประชาชนที่มาท่องเที่ยวตามแหล่งต่างๆ โดยให้สแกน QR Code

เพื่อเข้าถึงหน้าเพจแหล่งท่องเที่ยว รับชมวิดีโอ จากนั้นทำการตอบแบบสอบถามออนไลน์ที่สร้างไว้บนเพจเพื่อประเมินความพึงพอใจ

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อดำเนินการเก็บข้อมูลแบบสอบถามพร้อมตรวจสอบความสมบูรณ์เรียบร้อยแล้ว นำมาวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

4.1 วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยวิธีการหาค่าความถี่ และ ค่าร้อยละ

4.2 วิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อสื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเพื่อฟื้นฟูเศรษฐกิจหลังสถานการณ์น้ำท่วมของจังหวัดมหาสารคาม ในรูปแบบสื่อผสม Infographic Animation ที่พัฒนาขึ้น โดยวิธีการหาค่าเฉลี่ย และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยนำผลที่ได้เทียบกับเกณฑ์การประเมิน (บุญชม ศรีสะอาด, 2545) ดังนี้

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 – 5.00 หมายความว่า ระดับความพึงพอใจมากที่สุด

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 – 4.50 หมายความว่า ระดับความพึงพอใจมาก

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.51 – 3.50 หมายความว่า ระดับความพึงพอใจปานกลาง

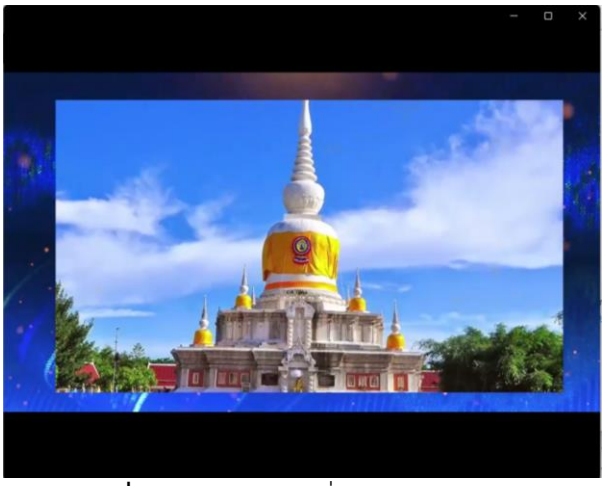
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.51 – 2.50 หมายความว่า ระดับความพึงพอใจน้อย

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.00 – 1.50 หมายความว่า ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

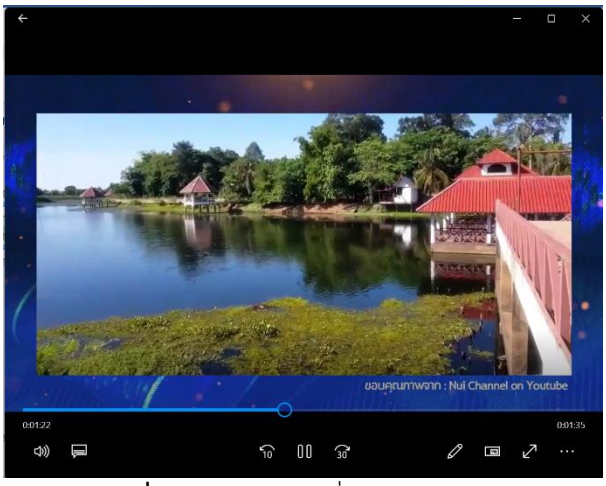
ผลการศึกษา

1. ผลการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเพื่อฟื้นฟูเศรษฐกิจหลังสถานการณ์น้ำท่วมของจังหวัดมหาสารคาม ในรูปแบบสื่อผสม Infographic Animation

ภาพที่ 2 ภาพตัวอย่างสื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเพื่อฟื้นฟูเศรษฐกิจหลังสถานการณ์น้ำท่วม ของจังหวัดมหาสารคาม ในรูปแบบสื่อผสม Infographic Animation

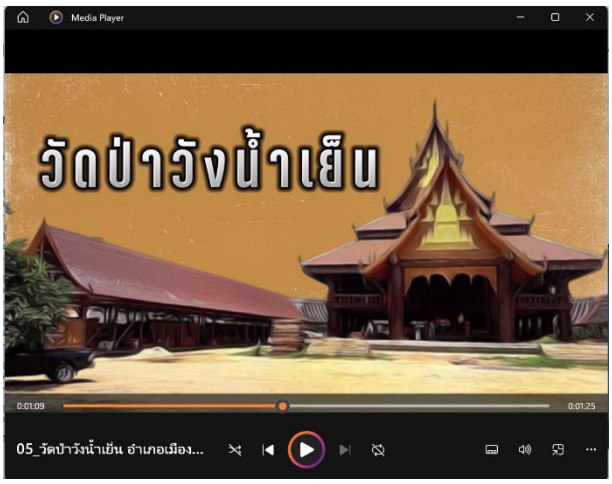


ภาพที่ 3 ภาพตัวอย่างสื่อประชาสัมพันธ์
แหล่งท่องเที่ยวพระธาตุนาดูน

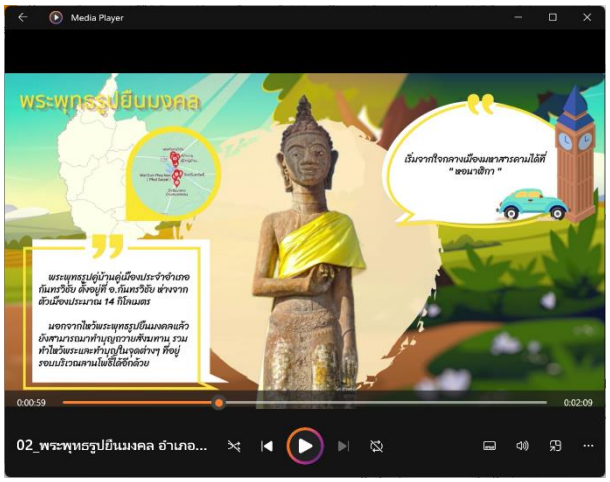


ภาพที่ 4 ภาพตัวอย่างสื่อประชาสัมพันธ์
แหล่งท่องเที่ยวอุทยานมัจฉาโขงกุดหวาย

ภาพที่ 5 ภาพตัวอย่างสื่อประชาสัมพันธ์
แหล่งท่องเที่ยววนอุทยานโกสัมพี



ภาพที่ 6 ภาพตัวอย่างสื่อระชาสัมพันธ์
แหล่งท่องเที่ยววัดป่าวังน้ำเย็น



ภาพที่ 7 ภาพตัวอย่างสื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวพระพุทธรูปยืนมงคล

2. ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเพื่อฟื้นฟูเศรษฐกิจหลังสถานการณ์น้ำท่วมของจังหวัดมหาสารคาม ในรูปแบบสื่อผสม Infographic Animation

ตารางที่ 1 ข้อมูลด้านการรับรู้สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม

1. สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคามที่ท่านรู้จักและเคยมาเที่ยวบ่อยที่สุด	
1) อุทยานมัจฉาโขงกุดหวาย อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม	6
2) พระพุทธรูปยืนมงคล อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม	10
3) พระบรมธาตุนาดูน อำเภอนาดูน จังหวัดมหาสารคาม	40
4) วนอุทยานโกสัมพี อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม	6
5) วัดป่าวังน้ำเย็น อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม	35
6) ไม่รู้จัก	3
รวม	**100**
2. ปัจจัยที่ทำให้ตัดสินใจมาท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	
1) ต้องการมาพักผ่อนในแหล่งท่องเที่ยวนั้น	50
2) ต้องการมาซื้อสินค้า ผลิตภัณฑ์ ของฝากจากเมืองมหาสารคาม	14
3) ค่าใช้จ่ายที่ใช้ไประหว่างการท่องเที่ยวมีความเหมาะสมและคุ้มค่า	19
4) ความเป็นมิตรของคนในท้องถิ่นและสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว	29
5) การเดินทางที่ง่ายและสะดวกสบาย	45
6) สถานที่ท่องเที่ยวมีความน่าสนใจและเป็นเอกลักษณ์	52
7) ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว	25
8) เคยเห็นเพื่อนในสังคมออนไลน์ถ่ายทอดประสบการณ์เดินทางท่องเที่ยวบนพื้นที่โซเชียลมีเดีย	25
รวม	**100**

ตารางที่ 2 ผลการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเพื่อฟื้นฟูเศรษฐกิจหลังสถานการณ์น้ำท่วมของจังหวัดมหาสารคาม ในรูปแบบสื่อผสม Infographic Animation

รายการประเมิน	ผลการประเมิน		
	$\bar{X}$	S.D.	ความพึงพอใจ
1. สื่อมีการนำเสนอภาพ เสียงประกอบ และตัวอักษรที่เหมาะสม	4.26	0.82	มาก
2. การดำเนินเรื่องมีความน่าสนใจ มีการสื่อสารที่ไม่ซับซ้อน เข้าใจได้ง่าย	4.20	0.86	มาก
3. ระยะเวลาในการดำเนินเรื่อง มีความเหมาะสม	4.24	0.79	มาก
4. สื่อมีการนำเสนอเนื้อหาและเผยแพร่ข้อมูลที่ทำให้รู้จักจังหวัดมหาสารคามได้มากขึ้น	4.27	0.81	มาก
5. สื่อมีส่วนช่วยให้นักท่องเที่ยวอยากมาเที่ยวจังหวัดมหาสารคาม	4.38	0.77	มาก
6. ท่านคิดว่าการนำเสนอเนื้อหาของสื่อมีประโยชน์ต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดมหาสารคาม	4.40	0.79	มาก
7. ท่านจะแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคามให้แก่คนอื่น	4.48	0.70	มาก
8. อยากให้จังหวัดมหาสารคาม ทำการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวผ่านสื่อเหล่านี้ให้มากขึ้น	4.58	0.65	มากที่สุด
รวม	**4.35**	**0.79**	**มาก**

สรุปผล และอภิปรายผล

การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเพื่อฟื้นฟูเศรษฐกิจหลังสถานการณ์น้ำท่วมของจังหวัดมหาสารคาม ในรูปแบบสื่อผสม Infographic Animation มีคุณภาพอยู่ในระดับมาก เนื่องจากรูปแบบการนำเสนอมีความน่าสนใจ เป็นการแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญของจังหวัดมหาสารคามที่ดูแล้วเข้าใจได้ง่ายและเหมาะสมกับเวลาที่นำเสนอ โดยแบ่งเป็น 5 ตอน ในแต่ละตอนมีความยาวประมาณ 2 นาที สอดคล้องกับงานวิจัยของ พรปภัสสร ปริญชาญกล และคณะ (2560) ทำงานวิจัยเรื่องการพัฒนาสื่อวิดีโออินโฟกราฟิกแบบมีปฏิสัมพันธ์บนเครือข่ายสังคม เรื่อง กระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์

ประเภทบันเทิงบริษัท โมโน บรอดคาซท์ จำกัด พบว่าผลการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาอยู่ในระดับดี ($\bar{x}$ = 4.11, S.D. = 0.57) และผลการประเมินคุณภาพด้านสื่ออยู่ในระดับดี ($\bar{x}$ = 4.43, S.D. = 0.62) สรุปว่าสื่อวิดีโออินโฟกราฟิกที่สร้างขึ้นมีคุณภาพด้านเนื้อหาและด้านสื่ออยู่ในเกณฑ์ดีสามารถนำสื่อไปใช้ได้จริง และ ทิพย์สุคนธ์ เพชรโอภาส (2563) ทำการวิจัยเรื่องแอนิเมชันสองมิติเรื่อง ขั้นตอนการออกแบบอินโฟกราฟิก พบว่า ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการประเมินคุณภาพของสื่อแอนิเมชันสองมิติเรื่อง ขั้นตอนการออกแบบอินโฟกราฟิก จากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน มีความคิดเห็นด้านประสิทธิภาพของสื่อแอนิเมชันสองมิติเรื่อง ขั้นตอนการออกแบบอินโฟกราฟิก ในภาพรวมได้ค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ผลการประเมินความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเพื่อฟื้นฟูเศรษฐกิจหลังสถานการณ์น้ำท่วมของจังหวัดมหาสารคาม ในรูปแบบสื่อผสม Infographic Animation อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.35, S.D. = 0.79) สอดคล้องกับงานวิจัยของสอดคล้องกับ อำนาจ หังษา และ กุลกนิษฐ์ ทองเงา (2562) ทำการวิจัยเรื่องการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ จำนวน 100 คน มีความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.3,S.D.= 0.5) และพรปภัสสร ปริญชาญกล และคณะ (2560) ทำงานวิจัยเรื่องการพัฒนาสื่อวิดีโออินโฟกราฟิกแบบมีปฏิสัมพันธ์บนเครือข่ายสังคม เรื่อง กระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทบันเทิงบริษัท โมโน บรอดคาซท์ จำกัด พบว่า ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.24, S.D. = 0.51)

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบพระคุณสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ที่ให้ทุนสนับสนุนในการวิจัยครั้งนี้

เอกสารอ้างอิง

ฉันทนา ปาปัดถา และ อรปรียา หนองใหญ่. (2562). โมชันอินโฟกราฟิกระบบการรับสมัครนักศึกษา คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร. **วารสารวิจัยและนวัตกรรม สถาบันการอาชีวศึกษากรุงเทพมหานคร** 2(2).

ทิพย์สุคนธ์ เพชรโอภาส. (2563). แอนิเมชันสองมิติเรื่อง ขั้นตอนการออกแบบอินโฟกราฟิก. **วารสารวิชาการศรีปทุม ชลบุรี** 16(4).

นันทรัตน์ กลิ่นหอม และคณะ. (2565). การพัฒนาสื่อวิดีโออินโฟกราฟิกการจัดการความรู้เรื่อง ปัญหาการเรียนออนไลน์. **วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก** 2(2).

บุญชม ศรีสะอาด. (2545). **การวิจัยเบื้องต้น (ฉบับปรับปรุงใหม่)**. ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.

พรปภัสสร ปริญชาญกล และคณะ. (2560). การพัฒนาสื่อวิดีโออินโฟกราฟิกแบบมีปฏิสัมพันธ์บนเครือข่ายสังคม เรื่อง กระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทบันเทิงบริษัท โมโน บรอดคาซท์ จำกัด. **วารสารนิเทศสยามปริทัศน์** 16(21).

วรัญญา เดชพงษ์ และคณะ. (2560). การผลิตสื่อผสมระหว่างอินโฟกราฟิกและแอนิเมชัน 3 มิติ นำเสนอโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริของรัชกาลที่ 9 ให้แก่สำนักงานคณะกรรมการพิเศษเพื่อประสานงานโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ. 10th National Conference on Technical Education.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2561). **ยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580)**. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : สำนักงานเลขานุการของคณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2565). **เป้าหมายและแนวทางการพัฒนาภาคเหนือ (พ.ศ.2566 - 2570)**. สำนักงานเลขานุการ คณะกรรมการนโยบายการบริหารงานเชิงพื้นที่แบบบูรณาการ สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.

อณพสิษฐ ไชยเชษฐ์, รัชดา ภักดียิ่ง และ จริยา ปันทวังกูร. (2564). การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงพุทธในจังหวัดขอนแก่น. **Journal of Buddhist Education and Research** 7(1).

อำนาจ หังษา และ กุลกนิษฐ์ ทองเงา. (2562). การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. **วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยการจัดการและเทคโนโลยีอีสเทิร์น** 16(1).

Taro YAMANE. (1973). **Statistics. An introductory analysis. Third edition**. Harper and Row.