

Received: 18 ม.ค. 2569

Revised: 3 มี.ค. 2569

Accepted: 6 มี.ค. 2569

การพัฒนาสื่อมัลติมีเดียเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรศูนย์การเรียนรู้เกษตรผสมผสาน  
ศรีปราชญ์ฟาร์ม จังหวัดนครศรีธรรมราช

Development of Multimedia for Promoting Agricultural Tourism at  
the Sriprat Integrated Farming Learning Center, Nakhon Si Thammarat Province

นิธิพร วรรณโสภณ<sup>1\*</sup>, กลอยใจ ครุฑจ้อน<sup>1</sup>, ชรียา นนทกาญจน์<sup>1</sup> และ พิมพกานต์ ทองยอดแก้ว<sup>1</sup>

<sup>1</sup>สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

Nitiporn Vonnasopon<sup>1\*</sup>, Kloyjai Krutjon<sup>1</sup>, Chariya Nonthakarn<sup>1</sup> and

Phimphakan Thongyotkeao<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Department of Information Technology, Faculty of Science and Technology,

Rajamangala University of Technology Srivijaya

\*Corresponding author: nitiporn.r@rmutsv.ac.th

## Abstract

This study proposes the design and development of a multimedia-based communication system for agro-tourism promotion at the integrated agricultural learning center of Sriprat Farm, Nakhon Si Thammarat Province. The objectives were to develop digital multimedia content using structured media production processes and to evaluate system effectiveness and viewer satisfaction. The research adopted a Research and Development (R&D) framework integrating multimedia design, digital storytelling, and broadcast media production. The sample consisted of 22 stakeholders and audiences who interacted with the developed multimedia system. Research instruments included the multimedia media prototype and a five-point Likert-scale evaluation questionnaire. Data were analyzed using descriptive statistics, including mean and standard deviation.

The results indicated that the overall effectiveness of the multimedia media and viewer satisfaction were rated at a very high level. The developed system improved audience awareness, comprehension, and interest in local agro-tourism

resources through digital storytelling. The findings demonstrate that multimedia technology can support smart tourism technology by enabling effective digital communication and promoting sustainable community-based tourism development.

**Keywords:** *Multimedia; Smart Tourism Technology; Agricultural Tourism*

## **บทคัดย่อ**

งานวิจัยนี้นำเสนอการออกแบบและพัฒนาระบบสื่อมัลติมีเดียเพื่อการสื่อสารส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของศูนย์การเรียนรู้เกษตรผสมผสานศรีปราชญ์ฟาร์ม จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาสื่อดิจิทัลผ่านกระบวนการผลิตสื่ออย่างเป็นระบบ และประเมินประสิทธิภาพของระบบรวมถึงความพึงพอใจของผู้รับชม การวิจัยใช้กรอบแนวคิดการวิจัยและพัฒนา (Research and Development: R&D) บูรณาการหลักการออกแบบมัลติมีเดีย การเล่าเรื่องเชิงดิจิทัล และกระบวนการผลิตสื่อออกอากาศ กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและผู้รับชมสื่อจำนวน 22 คน เครื่องมือวิจัย ได้แก่ ต้นแบบสื่อมัลติมีเดียและแบบประเมินมาตรฐานค่า 5 ระดับ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า ผู้รับชมมีความพึงพอใจและประเมินประสิทธิภาพของสื่อโดยรวมอยู่ในระดับดีมาก สื่อช่วยเพิ่มการรับรู้ ความเข้าใจ และสามารถถ่ายทอดเนื้อหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรได้อย่างชัดเจน ในจังหวัดนครศรีธรรมราช ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าเทคโนโลยีมัลติมีเดียสามารถสนับสนุน เทคโนโลยีการท่องเที่ยวอัจฉริยะ โดยช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารดิจิทัลและส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน

**คำสำคัญ :** *สื่อมัลติมีเดีย; เทคโนโลยีการท่องเที่ยวอัจฉริยะ; การท่องเที่ยวเชิงเกษตร*

## **1. บทนำ**

การท่องเที่ยวเชิงเกษตรในประเทศไทยเป็นกลยุทธ์สำคัญในการพัฒนาชุมชนชนบทและสร้างรายได้ให้เกษตรกร โดยผสมผสานกิจกรรมทางการเกษตรเข้ากับการท่องเที่ยวเพื่อถ่ายทอดวิถีชีวิต และวัฒนธรรมท้องถิ่น งานศึกษาชี้ว่าแหล่งท่องเที่ยวหลายพื้นที่มีศักยภาพรองรับนักท่องเที่ยว แต่จำเป็นต้องพัฒนาการบริหารจัดการและบริการเพื่อความยั่งยืน (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2564)

จังหวัดนครศรีธรรมราช จัดอยู่ในกลุ่มจังหวัดที่มีศักยภาพสูงด้านการท่องเที่ยว โดยข้อมูลทางสถิติการท่องเที่ยวของจังหวัดในปี พ.ศ. 2567 แสดงให้เห็นว่ามีผู้เยี่ยมชมเกินรวมกว่า 6,304,187 คน

และสร้างรายได้จากผู้เยี่ยมชมประมาณ 91,042.62 ล้านบาท ซึ่งถือเป็นตัวชี้วัดที่มีนัยสำคัญต่อเศรษฐกิจท้องถิ่นและเชื่อมโยงกับการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ในพื้นที่ต่าง ๆ ของจังหวัด (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2568)

อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันการประชาสัมพันธ์และการตลาดด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดนครศรีธรรมราช ยังขาดความต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ การใช้สื่อโทรทัศน์เป็นเครื่องมือประชาสัมพันธ์สามารถช่วยเพิ่มการรับรู้ของนักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ สื่อโทรทัศน์มีความสามารถในการนำเสนอภาพ เสียง และเนื้อหาที่น่าสนใจ ทำให้สามารถสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้ชมเกิดความต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวได้มากขึ้น

นอกจากนี้ ในบริบทของการสื่อสารยุคดิจิทัล การเผยแพร่สื่อผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น YouTube และ Facebook มีบทบาทสำคัญต่อการเพิ่มการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย เนื่องจากแพลตฟอร์มดังกล่าวใช้ระบบอัลกอริทึมในการคัดเลือกและแนะนำเนื้อหาให้กับผู้ใช้งาน โดยพิจารณาจากปัจจัย ด้านพฤติกรรมผู้ชม เช่น ระยะเวลาการรับชม (Watch Time) การมีส่วนร่วม (Engagement) และความสอดคล้องกับความสนใจของผู้ใช้ งานวิจัยด้านการสื่อสารดิจิทัลชี้ให้เห็นว่าเนื้อหาที่มีลักษณะเป็นวิดีโอ ภาพเคลื่อนไหว และอินโฟกราฟิก มีแนวโน้มได้รับการจัดลำดับการแสดงผลที่สูงขึ้นในระบบแนะนำของแพลตฟอร์ม ส่งผลให้สามารถกระจายสู่ผู้ชมในวงกว้างได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางการใช้สื่อมัลติมีเดียเพื่อการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวในยุคปัจจุบัน

การผลิตรายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดนครศรีธรรมราช ช่วยเพิ่มการรับรู้แหล่งท่องเที่ยว สนับสนุนเศรษฐกิจชุมชน และส่งเสริมการพัฒนาอย่างยั่งยืน สอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566–2570) ที่มุ่งสร้างมูลค่าเพิ่มผ่านนวัตกรรมเกษตรและการตลาดดิจิทัลตามแนวทาง BCG Model (กรมการท่องเที่ยว, 2565) อีกทั้งยังเป็นช่องทางสำคัญในการเผยแพร่องค์ความรู้ด้านการเกษตรและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมสู่สาธารณชน

สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นสถานีวิทยุโทรทัศน์ ที่ให้ข้อมูลข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์และการบริการสาธารณะ ที่ให้สาระความรู้และบันเทิง เป็นที่เชื่อถือพึงพอใจของประชาชนภายใต้เทคโนโลยีที่ทันสมัย ด้วยความรวดเร็วถูกต้อง เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิต และมีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่นให้เข้มแข็ง โดยเป็นหน่วยงานบริหารราชการส่วนกลาง สังกัดสำนักประชาสัมพันธ์เขต 5 กรมประชาสัมพันธ์ สำนักนายกรัฐมนตรี รับผิดชอบแพร่ภาพในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช และบางส่วนของจังหวัดสุราษฎร์ธานี กระบี่ ตรัง และพัทลุง (จิตเลขา สุคนธจร, 2561)

ผู้วิจัยจึงมีความคิดที่จะสร้างการผลิตรายการโทรทัศน์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ณ ศูนย์การเรียนรู้เกษตรผสมผสานศรีปราชญ์ฟาร์ม จังหวัดนครศรีธรรมราช โดย

นำข้อมูลไปเผยแพร่ให้ผู้รับชมได้รู้และเข้าใจถึงแนวทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ตลอดจนประโยชน์ของการเกษตรผสมผสาน เพื่อประชาสัมพันธ์ในวงกว้าง เข้าถึงผู้ชมได้หลากหลายพื้นที่ ซึ่งเป็นที่น่าสนใจและสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ผู้รับชม

## 2. วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อพัฒนาสื่อมัลติมีเดียเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรศูนย์การเรียนรู้เกษตรผสมผสาน ศรีปราชญ์ฟาร์ม จังหวัดนครศรีธรรมราช
2. เพื่อประเมินประสิทธิภาพและความพึงพอใจของผู้ชมต่อสื่อมัลติมีเดียที่พัฒนาขึ้น

## 3. วิธีดำเนินการ

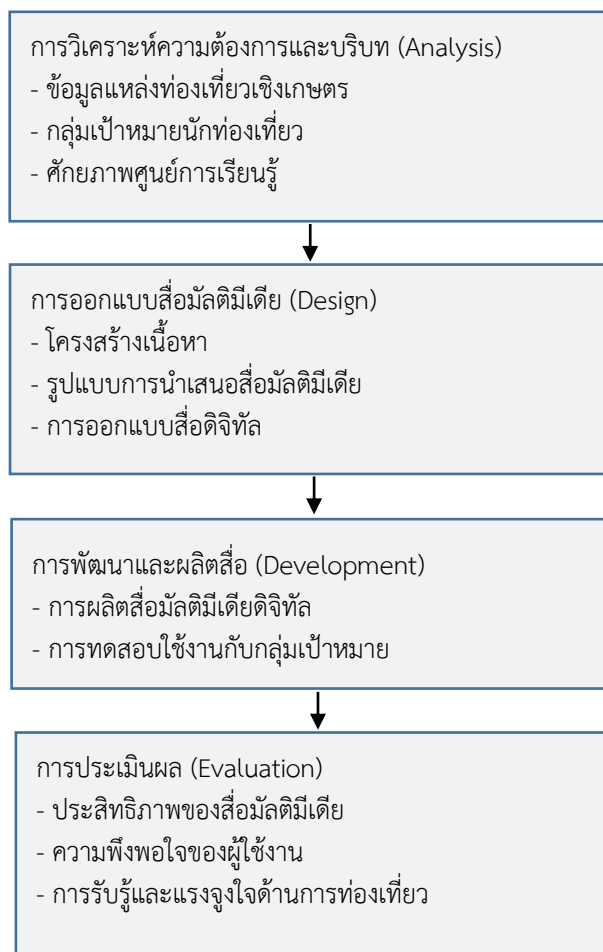
การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยและพัฒนา (Research and Development: R&D) เพื่อพัฒนาสื่อมัลติมีเดียส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลและความต้องการ (Analysis) ศึกษากระบวนการผลิตรายการของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย จังหวัดนครศรีธรรมราช และรวบรวมข้อมูลสารสนเทศด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการท่องเที่ยวชุมชน เพื่อนำมาวิเคราะห์ความต้องการของกลุ่มเป้าหมายและกำหนดแนวทางการพัฒนาสื่อ
2. การออกแบบสื่อ (Design) ออกแบบเนื้อหา รูปแบบการนำเสนอ และโครงสร้างรายการให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย พร้อมจัดทำสตอรี่บอร์ดเพื่อกำหนดลำดับขั้นตอนการผลิตครอบคลุมโครงเรื่อง การใช้ภาพ เสียง และองค์ประกอบมัลติมีเดีย
3. การพัฒนาและผลิตสื่อ (Development) พัฒนาลูกเล่นสื่อมัลติมีเดีย ตอน “การท่องเที่ยวเชิงเกษตรศูนย์การเรียนรู้เกษตรผสมผสานศรีปราชญ์ฟาร์ม” ในรายการ “ชุมชนเล่าเรื่อง” โดยใช้เครื่องมือดิจิทัล ได้แก่ Canva, CapCut, Adobe Premiere Pro และ Subtitle Edit เพื่อออกแบบกราฟิก ตัดต่อวิดีโอ จัดการเสียง และจัดทำคำบรรยาย
4. การเผยแพร่และประเมินผล (Evaluation) เผยแพร่สื่อผ่านสื่อโทรทัศน์และแพลตฟอร์มดิจิทัล พร้อมประเมินประสิทธิภาพและความพึงพอใจของผู้รับชม เพื่อสะท้อนคุณภาพสื่อและความเหมาะสมในการนำไปใช้ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

### 3.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

กรอบแนวคิดการวิจัยอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างการพัฒนาสื่อมัลติมีเดีย เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกับผลลัพธ์ที่เกิดกับผู้ชม โดยกำหนดให้การพัฒนาสื่อเป็นตัวแปรต้น และประสิทธิภาพของสื่อ ความพึงพอใจ การรับรู้ข้อมูล และแรงจูงใจในการท่องเที่ยว เป็นตัวแปรตาม

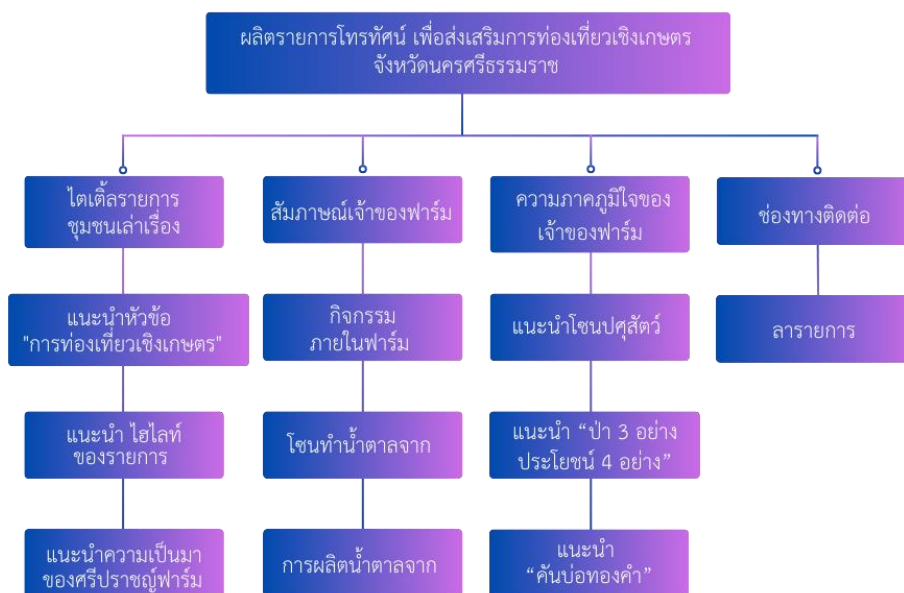
แนวคิดนี้ตั้งอยู่บนทฤษฎีการเรียนรู้จากสื่อมัลติมีเดียที่ชี้ว่าการผสมภาพ เสียง และข้อความช่วยเพิ่มความเข้าใจและการจดจำ สะท้อนบทบาทของสื่อดิจิทัลในการสนับสนุนการประชาสัมพันธ์และการพัฒนาการท่องเที่ยวระดับชุมชน



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดความสัมพันธ์ระหว่างการพัฒนาสื่อมัลติมีเดียกับผลลัพธ์ด้านการรับรู้ของผู้ชม

กระบวนการพัฒนาสื่อครอบคลุมการผลิต การเผยแพร่ และการสื่อสารผ่านช่องทางดิจิทัล เพื่อเพิ่มการเข้าถึงข้อมูลของนักท่องเที่ยวและผู้สนใจ ผลลัพธ์จากการพัฒนาสื่อส่งผลต่อการรับรู้ ข้อมูล แรงจูงใจในการท่องเที่ยว ความพึงพอใจของผู้ใช้งาน และภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของศูนย์การเรียนรู้ศรีปราชญ์ฟาร์ม จังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งกำหนดเป็นตัวแปรตามของการวิจัย กรอบแนวคิดนี้สะท้อนความสัมพันธ์ระหว่างการใช้สื่อมัลติมีเดียดิจิทัลกับการส่งเสริม

ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในระดับชุมชนอย่างยั่งยืน โดยมีการนำเสนอรายการโทรทัศน์สื่อ  
 ผลิตมีเดียเพื่อเผยแพร่ข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ณ ศูนย์การเรียนรู้เกษตรผสมผสานศรีปราชญ์  
 ฟาร์ม อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช



ภาพที่ 2 โครงสร้างเนื้อหาการผลิตรายการชุมชนเล่าเรื่อง

ภาพแสดงลำดับโครงสร้างเนื้อหาของรายการโทรทัศน์ที่พัฒนาขึ้น ประกอบด้วยช่วงแนะนำ  
 รายการ การนำเสนอข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร การถ่ายทอดกิจกรรมและวิถีชุมชน การสรุป  
 สาระสำคัญ และช่องทางการติดต่อ ทั้งนี้เพื่อจัดลำดับการสื่อสารให้ผู้รับชมเข้าใจเนื้อหาอย่างต่อเนื่อง  
 และน่าสนใจ

### 3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยนี้เป็นการประเมินต้นแบบ (pilot evaluation) ของสื่อผลิตมีเดียที่พัฒนาขึ้น โดย  
 กลุ่มตัวอย่างจำนวน 22 คน ประกอบด้วยผู้ชมทั่วไปและบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับศูนย์การเรียนรู้ โดยใช้  
 วิธีการคัดเลือกแบบสมัครใจเพื่อทดสอบประสิทธิภาพเบื้องต้นของสื่อ

การเก็บข้อมูลในระยะนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินการใช้งานจริงของสื่อและปรับปรุง  
 คุณภาพก่อนการขยายผลในระดับประชากรขนาดใหญ่ ดังนั้น ผลการวิเคราะห์เชิงสถิติในงานวิจัยนี้  
 จึงตีความในฐานะการประเมินเชิงทดลอง ไม่ใช่การอ้างอิงเชิงสรุปแทนประชากรทั้งหมด

### 3.3 การสร้างและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย แบบประเมินประสิทธิภาพและความพึงพอใจของผู้ชมต่อสื่อมัลติมีเดียที่พัฒนาขึ้น ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยและกรอบแนวคิดการประเมินสื่อมัลติมีเดียเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ก่อนนำไปใช้ ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความสอดคล้องของเนื้อหาในแบบประเมินกับวัตถุประสงค์การวิจัย และทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างในลักษณะการประเมินต้นแบบ (pilot evaluation) เพื่อสะท้อนคุณภาพของสื่อมัลติมีเดียที่พัฒนาขึ้น ข้อมูลที่ได้ถูกนำมาวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ได้กำหนดเกณฑ์ตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert) เป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับคือ

- |   |  |
|---|--|
| 5 | หมายถึงมีประสิทธิภาพและความพึงพอใจ ดีมาก       |
| 4 | หมายถึงมีประสิทธิภาพและความพึงพอใจ ดี          |
| 3 | หมายถึงมีประสิทธิภาพและความพึงพอใจ ปานกลาง     |
| 2 | หมายถึงมีประสิทธิภาพและความพึงพอใจ พอใช้       |
| 1 | หมายถึงมีประสิทธิภาพและความพึงพอใจ ควรปรับปรุง |

ในการประเมินแบ่งเป็น ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบประเมินมีลักษณะเป็นแบบรายการสำรวจรายการ (Check List) นำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์ความถี่ และร้อยละ (Percentage) และตอนที่ 2 ความคิดเห็นที่เกี่ยวกับประสิทธิภาพและความพึงพอใจในการใช้สื่อมัลติมีเดียเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรซึ่งทำการประเมินประสิทธิภาพและความพึงพอใจในการใช้สื่อมัลติมีเดียเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูล เครื่องมือที่ใช้ในการทดสอบประเมินประสิทธิภาพและความพึงพอใจการทำงานของระบบมีเกณฑ์การประเมินค่าความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของสื่อมัลติมีเดียเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ซึ่งแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scales) มี 5 ระดับโดยกำหนดเกณฑ์ดังนี้

1) การประเมินประสิทธิภาพและความพึงพอใจในสื่อมัลติมีเดียเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

- |           |                                      |
|-----------|--------------------------------------|
| 4.50-5.00 | หมายถึง ระบบมีประสิทธิภาพดีมาก       |
| 3.50-4.49 | หมายถึง ระบบมีประสิทธิภาพดี          |
| 2.50-3.49 | หมายถึง ระบบมีประสิทธิภาพปานกลาง     |
| 1.50-2.49 | หมายถึง ระบบมีประสิทธิภาพพอใช้       |
| 1.00-1.49 | หมายถึง ระบบมีประสิทธิภาพควรปรับปรุง |

## 2) ความพึงพอใจของผู้ชม

4.50-5.00	หมายถึง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับดีมาก
3.50-4.49	หมายถึง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับดี
2.50-3.49	หมายถึง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง
1.50-2.49	หมายถึง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใช้
1.00-1.49	หมายถึง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับควรปรับปรุง

### 3.4 การดำเนินการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย

1. สื่อมัลติมีเดียเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้น ตอน “การท่องเที่ยวเชิงเกษตรศูนย์การเรียนรู้เกษตรผสมผสานศรีปราชญ์ฟาร์ม” จังหวัดนครศรีธรรมราช
2. แบบประเมินความคิดเห็นของผู้รับชมต่อสื่อมัลติมีเดีย ซึ่งใช้ในการประเมินการรับรู้ ความสนใจ ความพึงพอใจ และประสิทธิภาพของสื่อ

การเก็บรวบรวมข้อมูลดำเนินการหลังจากการเผยแพร่สื่อมัลติมีเดีย โดยให้กลุ่มตัวอย่างรับชมสื่อที่พัฒนาขึ้น จากนั้นตอบแบบประเมินความคิดเห็นตามประเด็นที่กำหนด ข้อมูลที่ได้ถูกนำมาวิเคราะห์เพื่อสะท้อนผลการประเมินต้นแบบของสื่อมัลติมีเดียในด้านประสิทธิภาพและความพึงพอใจของผู้รับชม ทั้งนี้เพื่อพิจารณาความเหมาะสมของสื่อในการนำไปใช้เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรต่อไป

### 4. ผลการวิจัย

ผลิตรายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดนครศรีธรรมราช ผลการวิจัยแบ่งได้ตามนี้

4.1 ผลของการออกแบบการนำเสนอเป็นภาพเคลื่อนไหวที่มีเนื้อหาความรู้เกี่ยวกับ เรื่อง การท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดนครศรีธรรมราช ของรายการ “ชุมชนเล่าเรื่อง” เป็นการนำเสนอเรื่องราวของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรศูนย์การเรียนรู้เกษตรผสมผสานศรีปราชญ์ฟาร์ม จังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อประชาสัมพันธ์และนำเสนอความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเกษตรทุกรูปแบบ ทั้งด้านการปลูกพืช และด้านการเลี้ยงสัตว์ จนนำไปสู่การต่อยอดและพัฒนาเป็นการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่ของจังหวัดนครศรีธรรมราช

YouTube: <https://youtu.be/A3rLjyemYkk?si=f09OcCs0sjT6aGSn>

โดยอธิบายเกี่ยวกับสื่อมัลติมีเดียเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรตามการออกแบบ ดังนี้



ภาพที่ 3 แสดงภาพแนะนำหัวข้อ “การท่องเที่ยวเชิงเกษตร”



ภาพที่ 4 แสดงภาพแนะนำไฮไลท์ของรายการ



ภาพที่ 5 แสดงภาพแนะนำความเป็นมาของศรีปราชญ์ฟาร์ม



ภาพที่ 6 แสดงภาพแนะนำโซนปศุสัตว์



ภาพที่ 7 แสดงภาพแนะนำ “ป่า 3 อย่าง ประโยชน์ 4 อย่าง”



ภาพที่ 8 แสดงภาพแนะนำ “คั้นบ่อทองคำ”



ภาพที่ 9 แสดงภาพช่องทางการติดต่อ



ภาพที่ 10 แสดงภาพจบรายการ

ภาพที่ 3-10 ตัวอย่างหน้าจอสื่อมัลติมีเดียเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรศูนย์การเรียนรู้ศรีปราชญ์ฟาร์ม

ภาพชุดนี้แสดงองค์ประกอบหน้าจอสื่อมัลติมีเดียที่พัฒนาขึ้น โดยสะท้อนการออกแบบส่วนติดต่อสื่อ (multimedia interface) ที่เน้นความเรียบง่าย การจัดวางภาพและข้อความตามลำดับการรับรู้ และการใช้กราฟิกกำกับเนื้อหาเพื่อชี้นำความสนใจของผู้ชมไปยังสาระสำคัญในแต่ละช่วง โทนสี ภาพสถานที่จริง และตัวอักษรได้รับการออกแบบให้สอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชนและบริบทการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ช่วยสร้างความรู้สึกสมจริงและความน่าเชื่อถือของเนื้อหา

ลำดับภาพยังสะท้อนโครงสร้างการเล่าเรื่องดิจิทัลและขั้นตอนการนำเสนอเนื้อหาอย่างเป็นระบบ ได้แก่ ช่วงแนะนำหัวข้อและบริบท (ภาพที่ 3-4) การเล่าเรื่องความเป็นมาและพื้นที่ (ภาพที่ 5) การนำเสนอกิจกรรมและฐานการเรียนรู้ด้านเกษตร (ภาพที่ 6-8) และช่วงสรุปพร้อมช่องทางการติดต่อ (ภาพที่ 9-10) ซึ่งเป็นการจัดลำดับการสื่อสารแบบต่อเนื่อง ช่วยให้ผู้ชมรับรู้ข้อมูล เข้าใจบริบท และจินตนาการประสบการณ์ท่องเที่ยวได้อย่างเป็นขั้นตอน

4.2 การประเมินผลจากการผลิตรายการโทรทัศน์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดนครศรีธรรมราช ผู้วิจัยทำการประเมินผลประสิทธิภาพและความพึงพอใจสื่อโดยมีผู้ที่ใช้งานสื่อเป็นผู้ทำแบบทดสอบ ซึ่งการประเมินประสิทธิภาพและความพึงพอใจในการผลิตสื่อมัลติมีเดียเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรดำเนินการหลังจากที่ได้มีการสร้างสื่อจนเสร็จสมบูรณ์โดยผู้วิจัยสร้างสื่อ จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 22 คน มาจากการผู้บริหาร พนักงานในสถานีวิทย์โทรทัศน์แห่งประเทศไทย จังหวัดนครศรีธรรมราช และบุคคลทั่วไป ซึ่งผลจากการประเมิน เป็นดังนี้

**ตารางที่ 1** ผลการประเมินประสิทธิภาพและความพึงพอใจของผู้ชมต่อสื่อมัลติมีเดีย

ลำดับที่	รายการ	$\bar{x}$	S.D	แปลค่า
1.	ความน่าสนใจของสื่อ	4.86	0.35	ดีมาก
2.	ความเหมาะสมของเนื้อหา	4.90	0.29	ดีมาก
3.	การใช้เสียงดนตรีประกอบ มีความเหมาะสม	4.86	0.35	ดีมาก
4.	การสื่อสารและการใช้ภาษา	4.72	0.55	ดีมาก
5.	ความน่าสนใจของสถานที่ท่องเที่ยวที่นำเสนอ	4.86	0.35	ดีมาก
6.	ได้ความรู้ และเข้าใจเนื้อหาของสื่อมัลติมีเดียเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร	4.90	0.29	ดีมาก

จากตารางที่ 1 ผลการประเมินประสิทธิภาพและความพึงพอใจของผู้ชมต่อสื่อมัลติมีเดียเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อสื่อโดยภาพรวมอยู่ในระดับดีมากในทุกด้าน โดยด้านความเหมาะสมของเนื้อหาและด้านการได้รับความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหาของสื่อมัลติมีเดียเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากัน ( $\bar{X} = 4.90$ , S.D. = 0.29) สะท้อนให้เห็นว่าสื่อสามารถถ่ายทอดสาระสำคัญเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรได้อย่างชัดเจนและตรงตามความต้องการของผู้ใช้งาน

นอกจากนี้ ด้านความน่าสนใจของสื่อ การใช้เสียงดนตรีประกอบ และความน่าสนใจของสถานที่ท่องเที่ยวที่นำเสนอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ( $\bar{X} = 4.86$ , S.D. = 0.35) แสดงให้เห็นว่าสื่อมัลติมีเดียที่พัฒนาขึ้นสามารถสร้างความน่าสนใจและดึงดูดความสนใจของผู้รับชมได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่วนด้านการสื่อสารและการใช้ภาษาแม้มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับด้านอื่น ( $\bar{X} = 4.72$ , S.D. = 0.55) แต่ยังคงอยู่ในระดับดีมาก ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าสื่อมีการใช้ภาษาที่เหมาะสม เข้าใจง่าย และสามารถสื่อสารข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีความพึงพอใจนำไปใช้งานได้จริง

#### 4.3 การอภิปรายผลด้านการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ผลการวิจัยยืนยันว่าการพัฒนาสื่อมัลติมีเดียเชิงเล่าเรื่องมีอิทธิพลต่อการรับรู้ ความเข้าใจ และความสนใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของผู้ชม โดยผลประเมินด้านความเหมาะสมของเนื้อหาและการได้รับความรู้มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ( $\bar{X} = 4.90$ ) สอดคล้องกับบทคัดย่อที่ระบุว่าสื่อช่วยเพิ่มการรับรู้และความเข้าใจผ่านกระบวนการเล่าเรื่องดิจิทัล กลไกดังกล่าวสามารถอธิบายได้ตามทฤษฎีการเรียนรู้จากสื่อมัลติมีเดียของ (Mayer, 2021) ที่ชี้ว่าการบูรณาการภาพ เสียง และข้อความอย่างมีโครงสร้าง ช่วยลดภาระทางปัญญาและส่งเสริมการสร้างความหมาย ส่งผลให้ผู้รับสารเข้าใจเนื้อหาได้ลึกซึ้งและจดจำได้ดีขึ้น

ในมิติการท่องเที่ยว ผลลัพธ์สะท้อนบทบาทของสื่อเล่าเรื่องต่อการสร้างภาพลักษณ์และแรงจูงใจในการเดินทาง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการสื่อสารการท่องเที่ยวที่มองว่าสื่อมัลติมีเดียสามารถกระตุ้นทั้งมิติการรับรู้ (cognitive) และอารมณ์ (affective) ของนักท่องเที่ยว อันนำไปสู่ความตั้งใจเดินทาง (travel intention) (Gretzel et al., 2020) การนำเสนอเรื่องราวศูนย์การเรียนรู้ศรีปราชญ์ฟาร์มผ่านภาพสถานที่จริง กิจกรรมเกษตร และเสียงบรรยายเชิงประสบการณ์ ช่วยสร้างความรู้สึกสมจริงและการมีส่วนร่วมทางอารมณ์ ทำให้ผู้ชมสามารถจินตนาการประสบการณ์ท่องเที่ยวล่วงหน้า ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์

นอกจากนี้ ตัวชี้วัดการเข้าถึงสื่อในระยะต้น ได้แก่ ยอดการรับชมผ่าน YouTube จำนวน 166 ครั้ง แม้เป็นข้อมูลเชิงพรรณนา แต่สะท้อนการเข้าถึงเบื้องต้นในระยะทดลองเผยแพร่และความสนใจเบื้องต้นของกลุ่มผู้ชมต่อเนื้อหาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเชิงเล่าเรื่อง ซึ่งสอดคล้องกับผลประเมิน

ความน่าสนใจของสื่อและสถานที่ในระดับดีมาก จึงกล่าวได้ว่า “หัวใจความสำเร็จ” ของสื่อมัลติมีเดียในงานวิจัยนี้อยู่ที่การออกแบบโครงสร้างเรื่องเล่าดิจิทัลที่ถ่ายทอดอัตลักษณ์และคุณค่าชุมชนอย่างมีความหมาย ทำให้สื่อทำหน้าที่ทั้งเป็นเครื่องมือสื่อสารข้อมูลและเครื่องมือกระตุ้นการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตรได้อย่างมีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับข้อค้นพบในบทคัดย่อ

## 5. สรุปผล และอภิปรายผล

ผลการวิจัยสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการพัฒนาสื่อมัลติมีเดียเพื่อเพิ่มการรับรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยผู้รับชมประเมินประสิทธิภาพและความพึงพอใจอยู่ในระดับดีมาก สะท้อนว่าสื่อสามารถถ่ายทอดข้อมูลได้ชัดเจน เข้าใจง่าย และช่วยสร้างการรับรู้ต่อแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมียอดคนดูผ่านช่อง YouTube จำนวน 166 ครั้ง

ในเชิงการกระตุ้นการท่องเที่ยว สื่อมีบทบาทในการสร้างภาพลักษณ์และแรงจูงใจในการเดินทาง ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการเรียนรู้จากสื่อมัลติมีเดียที่ชี้ว่าสื่อภาพและเสียงส่งผลต่อการมีส่วนร่วมและการตัดสินใจ (Mayer, 2021) รวมถึงงานวิจัยด้านการสื่อสารการท่องเที่ยวที่พบว่าสื่อมัลติมีเดียมีอิทธิพลต่อความตั้งใจเดินทางและภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว (Gretzel et al., 2020) ดังนั้น สื่อมัลติมีเดียเชิงการท่องเที่ยวจึงเป็นเครื่องมือเชิงกลยุทธ์ในการสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชนและการพัฒนาอย่างยั่งยืน

### 5.1 ข้อจำกัดของการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการประเมินต้นแบบในระยะเริ่มต้น ขนาดกลุ่มตัวอย่างมีจำนวนจำกัดและไม่สามารถใช้แทนประชากรทั้งหมดได้ อย่างไรก็ตาม ผลลัพธ์สะท้อนศักยภาพของสื่อมัลติมีเดียในระดับการใช้งานจริง และเป็นพื้นฐานสำคัญสำหรับการวิจัยในอนาคตที่ควรขยายขนาดกลุ่มตัวอย่างเพื่อยืนยันผลเชิงสถิติ

### 5.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

งานวิจัยในอนาคตควรขยายการประเมินผลสื่อมัลติมีเดียเชิงเล่าเรื่องไปสู่พฤติกรรมการเดินทางจริงและผลกระทบด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในระยะยาว โดยศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ การมีส่วนร่วมทางอารมณ์ และความตั้งใจเดินทางกับตัวชี้วัดเชิงพฤติกรรม เช่น การเยี่ยมชมสถานที่จริง การมีส่วนร่วมออนไลน์ และการบอกต่อ ทั้งนี้ควรพัฒนารูปแบบการเล่าเรื่องให้เหมาะสมกับสื่อดิจิทัลร่วมสมัย โดยเฉพาะสื่อวิดีโอสั้นบนแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยม เช่น TikTok, Instagram Reels และ YouTube Shorts เพื่อทดสอบประสิทธิภาพของการเล่าเรื่องแบบย่อยต่อการเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ และสนับสนุนความยั่งยืนผ่านการปรับปรุงเนื้อหาให้ทันสมัยอย่างต่อเนื่อง

### 5.3 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

หน่วยงานด้านการท่องเที่ยวและการเกษตรควรส่งเสริมการใช้สื่อมัลติมีเดียเชิงเล่าเรื่องเป็นกลยุทธ์การสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงเกษตรระดับชุมชน โดยสนับสนุนการพัฒนาเนื้อหาที่สะท้อนอัตลักษณ์และประสบการณ์ท้องถิ่นอย่างมีความหมาย พร้อมจัดระบบการปรับปรุงและเผยแพร่เนื้อหาอย่างสม่ำเสมอเพื่อความยั่งยืนของข้อมูล นอกจากนี้ควรขยายการสื่อสารสู่แพลตฟอร์มวิดีโอสั้นที่ได้รับความนิยม เช่น TikTok, Instagram Reels และ YouTube Shorts เพื่อเพิ่มการเข้าถึงและการมีส่วนร่วมของกลุ่มผู้ชมรุ่นใหม่ ตลอดจนสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างหน่วยงานรัฐ สื่อท้องถิ่น และชุมชน ในการผลิตและกระจายสื่อเล่าเรื่องดิจิทัลที่สามารถขยายผลได้ในระดับพื้นที่

## 6. กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณผู้บริหาร และพนักงานสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นอย่างสูงที่ให้ความอนุเคราะห์สำหรับข้อมูล กระบวนการผลิต และการเผยแพร่ผลงานต่อสาธารณชน และขอขอบคุณชุมชนศูนย์การเรียนรู้เกษตรผสมผสานศรีปราชญ์ฟาร์ม อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช สำหรับเนื้อหาข้อมูลในการผลิตผลงานวิจัยครั้งนี้

## 7. เอกสารอ้างอิง

กรมการท่องเที่ยว. (2565). **แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566–2570)**.

กรุงเทพมหานคร: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.

กรมประชาสัมพันธ์. (2563). **วิสัยทัศน์ พันธกิจ ประเด็นยุทธศาสตร์ และค่านิยมของกรม**

**ประชาสัมพันธ์**. กรุงเทพมหานคร: กรมประชาสัมพันธ์.

กรมส่งเสริมการเกษตร. (2564). **การท่องเที่ยวเชิงเกษตรกับการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน**.

กรุงเทพมหานคร: กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.

จิตเลขา สுகนธจร. (2561). **ประวัติสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย จังหวัดนครศรีธรรมราช**.

นครศรีธรรมราช: สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2568). **สถิติการท่องเที่ยว: จำนวนผู้เยี่ยมชมและรายได้จากผู้เยี่ยมชม**

**เยือนจำแนกตามจังหวัด ปี 2567**. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานสถิติแห่งชาติ. ค้นจาก

<https://www.nso.go.th>

ศูนย์ถ่ายทอดเทคโนโลยีการสหกรณ์ที่ 10. (2565). **การประยุกต์ใช้โปรแกรม Canva ในการจัดทำ**

**ข่าวประชาสัมพันธ์**. ค้นจาก <https://km.cpd.go.th>

Cochran, W. G., & Cox, G. M. (1968). **Experimental designs (2nd ed.)**. New York:

John Wiley & Sons.

Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2020). **Smart tourism: Foundations and developments**. *Electronic Markets*, 30(3), 473–490.

Mayer, R. E. (2021). **Multimedia learning (3rd ed.)**. Cambridge: Cambridge University Press.