

Received: 12 มี.ค. 2569

Revised: 8 เม.ย. 2569

Accepted: 9 เม.ย. 2569

การพัฒนาแอปพลิเคชันและสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน จังหวัดพังงา

The Development of Application and Public Relations Media to Promote
Ecotourism by Community Participation in Phang Nga Province

กลิ่นสุคนธ์ นิมกาญจนา^{1*}, กรสิริณัฐ โรจนวรรณ² และ สฤชดี ปานจันทร์¹

¹สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

²สาขาวิชาวิศวกรรมคอมพิวเตอร์ คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์

Klinsukon Nimkanjana^{1*}, Kornsirinut Rothjanawan² and Sarit Panjan¹

¹Department of Information Technology, Faculty of Science and Technology,
Rajamangala University of Technology Srivijaya

²Department of Computer Engineering, Faculty of Engineering,
Princess of Naradhiwas University

*Corresponding author: klinsukon.n@rmutsv.ac.th

Abstract

The objectives of this research were: 1) to design and develop community-based ecotourism promotional media through participatory processes; 2) to evaluate the appropriateness of the promotional media and the quality of the application; and 3) to examine users' satisfaction. The sample group consisted of community leaders, local residents, and tourists visiting the OTOP Nawatwithi tourism community, totaling 233 participants. Additionally, 5 experts were involved in evaluating the promotional media. Research instruments included the developed media, an appropriateness and application quality assessment form, and a user satisfaction questionnaire. Data were analyzed using mean and standard deviation.

The findings revealed that the developed promotional media demonstrated a high level of content appropriateness and application quality (\bar{X} =4.50, S.D.=0.45). Moreover, users' satisfaction with the promotional media and application was at the

highest level (\bar{X} = 4.57, S.D. = 0.30). These results indicate that the developed promotional media and application effectively enhanced the ecotourism experience within the study area and possess strong potential to serve as tools for advancing community-based ecotourism in Phang Nga Province in alignment with the Thailand 4.0 policy framework.

Keywords: *Public Relation Medias; Tourism Application; Ecotourism; Community Participation; Design Thinking Process*

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อ 1) ออกแบบและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน 2) ประเมินความเหมาะสมของสื่อประชาสัมพันธ์และคุณภาพของแอปพลิเคชันเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน และ 3) ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้งานต่อสื่อประชาสัมพันธ์ดังกล่าว โดยมุ่งสนับสนุนการยกระดับการท่องเที่ยว จังหวัดพังงา ภายใต้บริบทประเทศไทย 4.0 กลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วยผู้นำชุมชน ชาวบ้าน และนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังพื้นที่ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี จำนวน 233 คน และผู้เชี่ยวชาญทำการประเมินสื่อประชาสัมพันธ์ 5 จำนวน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ สื่อประชาสัมพันธ์ที่พัฒนาจากกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน แบบประเมินความเหมาะสมของสื่อประชาสัมพันธ์และแอปพลิเคชัน และแบบประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า สื่อประชาสัมพันธ์ที่พัฒนามีความเหมาะสมของเนื้อหาและคุณภาพของแอปพลิเคชันอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 4.50, S.D. = 0.45) และผู้ใช้งานมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{X} = 4.57, S.D. = 0.30) แสดงให้เห็นว่าสื่อประชาสัมพันธ์และแอปพลิเคชันดังกล่าวสามารถสนับสนุนประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีศักยภาพในการประยุกต์ใช้เป็นเครื่องมือเพื่อขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของจังหวัดพังงา ในยุคประเทศไทย 4.0 ได้อย่างเหมาะสม

คำสำคัญ: *สื่อประชาสัมพันธ์; แอปพลิเคชันการท่องเที่ยว; การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ; การมีส่วนร่วมของชุมชน; กระบวนการคิดเชิงออกแบบ*

1. บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) ซึ่งมุ่งเน้นความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม ควบคู่กับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม รวมถึงการสร้างรายได้อย่างเป็นธรรมและยั่งยืนแก่ชุมชนท้องถิ่น (ไพริน เวชธัญญะกุล, 2563) ในบริบทดังกล่าว สื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจึงมีบทบาทสำคัญในการสร้างการรับรู้ ภาพลักษณ์ และความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะในยุคดิจิทัลที่นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการเข้าถึงข้อมูลผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์เพิ่มมากขึ้น สื่อที่มีประสิทธิภาพจึงควรสามารถถ่ายทอดอัตลักษณ์ของพื้นที่และประสบการณ์การท่องเที่ยวได้อย่างสมจริง (สุพัศรายอดสรุรงค์, 2562)

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีศักยภาพสูงในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เนื่องจากมีความหลากหลายทางชีวภาพและแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่โดดเด่นจำนวนมาก จังหวัดพังงาถือเป็นพื้นที่สำคัญที่มีศักยภาพดังกล่าว โดยมีทรัพยากรธรรมชาติที่หลากหลาย เช่น ระบบนิเวศทางทะเลในอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะสิมิลัน ภูมิทัศน์อ่าวพังงา และแหล่งป่าธรรมชาติในอุทยานแห่งชาติเขาหลัก-ลำรู่ รวมถึงชุมชนท้องถิ่นที่ยังคงรักษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมไว้อย่างเข้มแข็ง (อนุวัฒน์ ชมภูปัญญา และคณะ, 2567) ทั้งนี้ ในปี พ.ศ. 2568 จังหวัดพังงามีจำนวนนักท่องเที่ยวประมาณ 4.1 ล้านคน และสร้างรายได้มากกว่า 43,173 ล้านบาท (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา, 2568) ซึ่งสะท้อนถึงแนวโน้มการเติบโตอย่างต่อเนื่องของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม การขยายตัวดังกล่าวยังก่อให้เกิดความท้าทายด้านการแข่งขัน การสร้างความแตกต่าง และการสื่อสารภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากการศึกษาข้อมูลสื่อประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดพังงา พบว่า สื่อประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่ขาดการออกแบบเนื้อหาให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว และขาดการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาสื่อ ส่งผลให้เนื้อหาขาดความสมจริงและไม่สามารถสะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่นได้อย่างแท้จริง (ชิตชนก อนันตมงคลกุล และนิติพงษ์ ทนน้ำ, 2567) ทั้งนี้ แนวคิดการมีส่วนร่วมของชุมชน (Community Participation) มีบทบาทสำคัญในการถ่ายทอดองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น การเล่าเรื่องจากประสบการณ์จริง และการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล ซึ่งช่วยยกระดับคุณภาพและความน่าเชื่อถือของสื่อ และสอดคล้องกับแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืน (เมธาวิ จำเนียร, 2562) อย่างไรก็ตาม งานวิจัยส่วนใหญ่ยังมุ่งเน้นการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ในลักษณะทั่วไป หรือประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเพียงบางส่วน ขณะที่สื่อประชาสัมพันธ์บูรณาการ “การมีส่วนร่วมของชุมชน” ร่วมกับ “เทคโนโลยีดิจิทัลสมัยใหม่” เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในระดับชุมชนยังมีอยู่อย่างจำกัด โดยเฉพาะในบริบทของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี

ดังนั้น งานวิจัยนี้มุ่งพัฒนาแอปพลิเคชันและสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยอาศัยการมีส่วนร่วมของชุมชน ในพื้นที่ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี จังหวัดพังงา จำนวน 11 ชุมชน ได้แก่ บ้านเกาะปันหยี บ้านบางนุ บ้านบางพัฒนา บ้านคลองบ่อแสน บ้านท่าเขา บ้านศรีราชา บ้านท่าดินแดง บ้านอ่าวกะพ้อ บ้านน้ำจืด บ้านสามช่องเหนือ และบ้านโคกไคร โดยบูรณาการองค์ความรู้ท้องถิ่นเข้ากับเทคโนโลยีดิจิทัลสมัยใหม่ เพื่อยกระดับคุณภาพสื่อประชาสัมพันธ์ สร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่ภายใต้กรอบแนวคิดประเทศไทย 4.0 ตลอดจนส่งเสริมการรับรู้ ความน่าสนใจ และความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมของชุมชนในระยะยาว

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อออกแบบและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน จังหวัดพังงา
2. เพื่อประเมินความเหมาะสมสื่อประชาสัมพันธ์และคุณภาพแอปพลิเคชันเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน จังหวัดพังงา
3. เพื่อประเมินความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน จังหวัดพังงา

3. ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การดำเนินวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง การจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวโดยชุมชน สื่อประชาสัมพันธ์กับการท่องเที่ยว และประเทศไทย 4.0 กับการพัฒนาการท่องเที่ยว รายละเอียด ดังนี้

3.1 การจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism Management)

เป็นกระบวนการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติควบคู่กับการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชุมชนอย่างสมดุล โดยมุ่งเน้นการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การมีส่วนร่วมของชุมชน และการควบคุมผลกระทบจากการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับแนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Marlina et al., 2022) ในบริบทของจังหวัดพังงา ซึ่งมีศักยภาพด้านทรัพยากรธรรมชาติที่หลากหลาย เช่น อ่าวพังงา ป่าชายเลน และระบบนิเวศชายฝั่ง เป็นต้น การจัดการการท่องเที่ยวจึงควรดำเนินการในลักษณะการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืนและบูรณาการ (กมลนุก เกียรติศักดิ์ชัย, 2563) โดยคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว และการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อให้เกิดการกระจายรายได้และการอนุรักษ์ทรัพยากร

3.2 การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism: CBT)

การมีส่วนร่วมของชุมชนเป็นกระบวนการสำคัญในการพัฒนาที่มุ่งประชาชนเป็นศูนย์กลาง เปิดโอกาสให้คนในชุมชนรับรู้ข้อมูล แสดงข้อเสนอแนะ ร่วมตัดสินใจ และกำหนดทิศทาง การดำเนินกิจกรรมที่ส่งผลต่อพื้นที่ของตน ทั้งนี้ แนวคิดการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืนต้องอาศัยการพัฒนาแบบมีส่วนร่วม การพึ่งตนเอง ความยั่งยืนเศรษฐกิจพอเพียง และภูมิปัญญาท้องถิ่น ในบริบทการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การมีส่วนร่วมของชุมชนมีบทบาทสำคัญต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ การถ่ายทอดอัตลักษณ์ท้องถิ่น และการสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวที่มีคุณค่า (ไกรสร วันละ และยุภาพร ยุภาศ, 2565) ส่วนการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนควรอาศัยนโยบายและกลยุทธ์ที่ชัดเจน เพื่อเสริมสร้างศักยภาพของคนในท้องถิ่น ส่งเสริมการมีส่วนร่วม และสนับสนุนการจัดตั้งธุรกิจการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Azwar et al., 2023) อีกทั้ง ควรมุ่งรักษาเอกลักษณ์ทางธรรมชาติและวัฒนธรรมควบคู่กับการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก ความปลอดภัย และสินค้าและบริการที่สามารถกระจายรายได้สู่ชุมชนอย่างเป็นธรรม (ประมาณ เทพสงเคราะห์ และคณะ, 2567)

3.3 สื่อประชาสัมพันธ์กับการท่องเที่ยว (Public Relations Media and Tourism)

สื่อประชาสัมพันธ์เป็นกลไกสำคัญในการเผยแพร่ข้อมูลและสร้างความสัมพันธ์ระหว่างแหล่งท่องเที่ยว ชุมชน และนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะในยุคดิจิทัลที่ต้องอาศัยสื่อที่มีประสิทธิภาพและตอบสนองพฤติกรรมผู้บริโภค งานวิจัยหลายฉบับชี้ให้เห็นว่าเทคโนโลยีดิจิทัลและสื่อสังคมออนไลน์มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ทั้งในด้านการเผยแพร่ข้อมูล การสร้างการรับรู้ และการส่งเสริมภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว (Tran & Rudolf, 2022; Mulyana et al., 2025) นอกจากนี้ สื่อสังคมออนไลน์เป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวัน และมีอิทธิพลอย่างมากต่อการตัดสินใจเลือกจุดหมายปลายทางท่องเที่ยว เนื้อหาออนไลน์เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ เข้าถึงง่าย และเป็นมิตรต่อผู้ใช้ มีผลโดยตรงต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว (Armutcu et al., 2023) ในบริบทจังหวัดพังงา การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ที่สะท้อนอัตลักษณ์พื้นที่ ทั้งทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรมท้องถิ่น และกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จะช่วยเพิ่มความน่าสนใจและสนับสนุนการตัดสินใจเดินทาง

3.4 ประเทศไทย 4.0 กับการพัฒนาการท่องเที่ยว (Thailand 4.0 and Tourism Development)

แนวคิดประเทศไทย 4.0 มุ่งขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัล โดยผลักดันอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสู่ Smart Tourism ผ่านการบูรณาการข้อมูล ระบบสื่อสาร และสื่อดิจิทัลเพื่อยกระดับประสิทธิภาพการบริหารจัดการและประสบการณ์นักท่องเที่ยว (กันทรกร ไตรภพ และวัลย์พร ชินศรี, 2567) รวมถึงการท่องเที่ยวชุมชนด้วยแพลตฟอร์มดิจิทัล เป็นการใช้เทคโนโลยีกับการท่องเที่ยวชุมชนให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของโลก (ศุจิมน มังคลรังษี และ

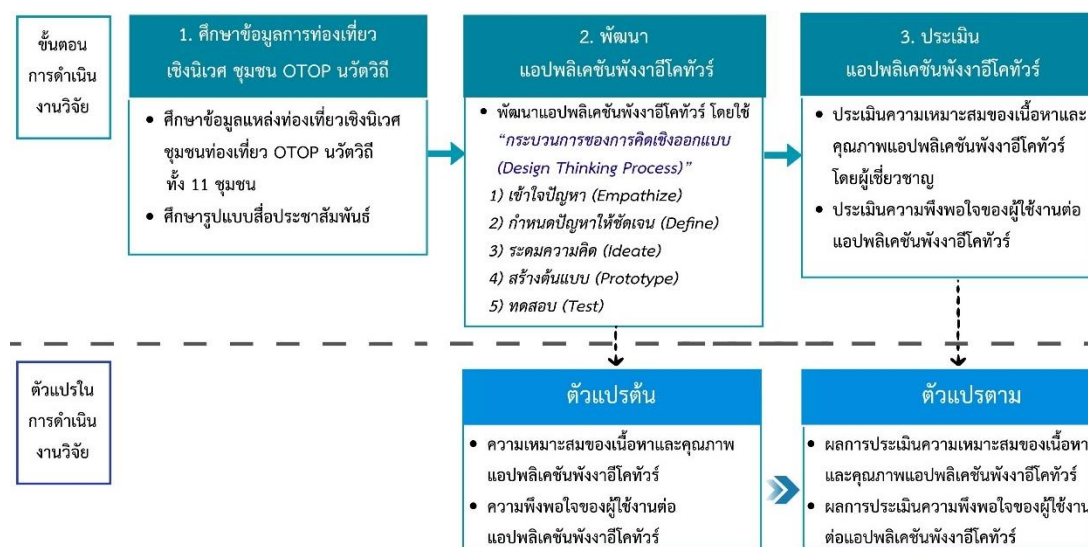
คณะ, 2563) ในบริบทจังหวัดพังงา ความร่วมมือระหว่างหน่วยงานรัฐและชุมชนต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ช่วยเสริมภาพลักษณ์และแรงจูงใจในการท่องเที่ยว (ชนม์ธิดา ยศปัน และคณะ, 2567) ทั้งนี้ การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและการมีส่วนร่วมของชุมชน จะช่วยยกระดับสื่อประชาสัมพันธ์ให้มีความทันสมัยและสอดคล้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในยุคดิจิทัลได้

4. วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยและพัฒนา (Research & Development) โดยมีการดำเนินการตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยเริ่มจากการพัฒนาแอปพลิเคชันและสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน จังหวัดพังงา จากนั้นทำการประเมินความเหมาะสมและประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งาน

4.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

กรอบแนวคิดการวิจัย แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย และตัวแปรในการดำเนินงานวิจัย แสดงดังภาพที่ 1 โดยขั้นตอนดำเนินการวิจัย มี 3 ขั้นตอน ได้แก่ การศึกษาข้อมูล การพัฒนา และการประเมินผล รายละเอียด ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิดการวิจัย

1) ศึกษาข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ผู้วิจัยทำการศึกษาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตกรรม จำนวน 11 ชุมชน เพื่อรวบรวมข้อมูลด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว กิจกรรมท่องเที่ยว และอัตลักษณ์ของชุมชน รวมทั้งศึกษารูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้เป็นแนวทางในการออกแบบและพัฒนาแอปพลิเคชัน

2) พัฒนาแอปพลิเคชันฟังก์ชันไอโคทัวร์ โดยใช้กระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking Process) (Waidelich, et al., 2018) ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การทำความเข้าใจผู้ใช้และปัญหา (Empathize) 2) การกำหนดปัญหา (Define) 3) การระดมความคิด (Ideate) 4) การสร้างต้นแบบ (Prototype) และ 5) การทดสอบ (Test) เพื่อให้ได้แอปพลิเคชันที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้งานและสามารถนำเสนอข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3) ประเมินแอปพลิเคชันฟังก์ชันไอโคทัวร์ หลังจากพัฒนาแอปพลิเคชันแล้ว ผู้วิจัยทำการประเมินคุณภาพของแอปพลิเคชัน 2 ด้าน คือ 1) การประเมินความเหมาะสมของเนื้อหาและคุณภาพของแอปพลิเคชันโดยผู้เชี่ยวชาญ และ 2) การประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่มีต่อแอปพลิเคชัน

ตัวแปรในการดำเนินการวิจัย ประกอบด้วย ตัวแปรต้น คือ ความเหมาะสมของเนื้อหาและคุณภาพของแอปพลิเคชันฟังก์ชันไอโคทัวร์ และความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่มีต่อแอปพลิเคชันฟังก์ชันไอโคทัวร์ ส่วนตัวแปรตาม คือ ผลการประเมินความเหมาะสมของเนื้อหาและคุณภาพของแอปพลิเคชันและผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่มีต่อแอปพลิเคชันฟังก์ชันไอโคทัวร์

4.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

4.2.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัยนี้ คือ ผู้นำชุมชน ชาวบ้านในชุมชน และนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี 11 ชุมชน ได้แก่ บ้านเกาะปันหยี บ้านบางนุ บ้านบางพัฒนา บ้านคลองบ่อแสน บ้านท่าเขา บ้านศรีราชา บ้านท่าดินแดง บ้านอ่าวกะพ้อ บ้านน้ำจืด บ้านสามช่องเหนือ และ บ้านโคกไคร

4.2.2 กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้นำชุมชน ชาวบ้านในชุมชน และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีทั้ง 11 ชุมชน โดยใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental sampling) หรือการสุ่มตามสะดวก เป็นเทคนิคการเลือกตัวอย่างที่ไม่ใช้ความน่าจะเป็น โดยผู้วิจัยเลือกเก็บข้อมูลจากสมาชิกประชากรที่สามารถพบเจอหรือเข้าถึงได้ง่ายที่สุดในขณะนั้น เพื่อความรวดเร็วและประหยัดค่าใช้จ่าย จำนวน 233 คน เนื่องจากการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวในพื้นที่

4.3 เครื่องมือการวิจัย

เครื่องมือสำหรับเก็บข้อมูลการวิจัย มี 2 ฉบับ คือ แบบประเมินความเหมาะสมของสื่อประชาสัมพันธ์และคุณภาพแอปพลิเคชันเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน และแบบประเมินความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน รายละเอียด ดังนี้

4.3.1 แบบประเมินความเหมาะสมของสื่อประชาสัมพันธ์และคุณภาพแอปพลิเคชันเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน เป็นแบบประเมินสำหรับกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ

จำนวน 5 คน ซึ่งเป็นอาจารย์ที่มีความเชี่ยวชาญในการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์และการพัฒนาแอปพลิเคชัน แบบประเมินแบ่งออกเป็น 2 ด้าน คือ ด้านสื่อประชาสัมพันธ์ และด้านการใช้งานแอปพลิเคชัน แต่ละด้านมี 4 รายการประเมิน ซึ่งมาตราส่วนของรายการประเมินมี 5 ระดับ (Likert, 1967) ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลผลการประเมิน ผู้วิจัยใช้ค่าเฉลี่ยระดับความเหมาะสมในการแปลความหมายของคะแนนแต่ละการประเมินซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00	หมายถึง ระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49	หมายถึง ระดับมาก
ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49	หมายถึง ระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49	หมายถึง ระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49	หมายถึง ระดับน้อยที่สุด

เมื่อออกแบบประเมินความเหมาะสมของสื่อประชาสัมพันธ์และคุณภาพแอปพลิเคชันแล้วเสร็จ จากนั้นนำไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญตรวจสอบความเหมาะสมของรายการประเมินในแต่ละด้าน ซึ่งผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบคุณภาพความเหมาะสมของรายการประเมินและนำมาหาค่าดัชนีความสอดคล้องของเครื่องมือ (Index of Item-Object Congruence: IOC) (Rovinelli, & Hambleton, 1977) โดยกำหนดเกณฑ์ประเมิน ดังนี้

- +1 = คือ แน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์
- 0 = คือ ไม่แน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์
- 1 = คือ แน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์

โดยรายการประเมินที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50 – 1.00 มีความเที่ยงตรงสามารถนำไปใช้ได้ และรายการประเมินที่มีค่า IOC ต่ำกว่า 0.05 ยังไม่สามารถนำไปใช้ได้ต้องมีการปรับปรุงให้เหมาะสม

4.3.2 แบบประเมินความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ เป็นแบบประเมินสำหรับกลุ่มผู้ใช้งาน ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ด้าน คือ ด้านสื่อประชาสัมพันธ์ และด้านการใช้งานแอปพลิเคชัน โดยแต่ละด้านมี 4 รายการประเมิน มาตราส่วนของรายการประเมิน 5 ระดับ ซึ่งรายละเอียดเกณฑ์การประเมินสอดคล้องกับของผู้เชี่ยวชาญ ทั้งนี้การใช้เกณฑ์การประเมินแบบเดียวกันภายใต้มาตรฐานเดียวกัน ทำให้การนำเสนอผลการวิจัยมีความชัดเจน น่าเชื่อถือ และสามารถอธิบายคุณภาพของสื่อและแอปพลิเคชันที่พัฒนาขึ้นได้อย่างครอบคลุมทั้งในมุมมองของผู้เชี่ยวชาญและผู้ใช้งานจริง เมื่อผู้วิจัยสร้างแบบประเมินทั้งสองฉบับแล้วเสร็จ จากนั้นนำแบบประเมินไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญตรวจสอบความเหมาะสมของรายการประเมิน และนำมาหาค่าดัชนีความสอดคล้องของเครื่องมือ โดยรายการประเมินที่มีความเที่ยงตรงสามารถนำไปใช้ได้ ซึ่งดำเนินการเช่นเดียวกับกรณีการตรวจสอบแบบประเมินคุณภาพแอปพลิเคชัน

4.4 การดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้มุ่งผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบภาพกราฟิกเคลื่อนไหวเพื่อนำเสนอผ่านแพลตฟอร์มแอปพลิเคชัน เพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชน จำนวน 11 ชุมชน จังหวัดพังงา โดยใช้กระบวนการคิดเชิงออกแบบ ซึ่งประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ดังนี้

4.4.1 การทำความเข้าใจผู้ใช้และปัญหา ผู้วิจัยศึกษาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีทั้ง 11 ชุมชน โดยรวบรวมข้อมูลจากเว็บไซต์และเอกสารที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งลงพื้นที่สำรวจและสัมภาษณ์ผู้นำชุมชนและประชาชนชาวบ้าน เพื่อเก็บข้อมูลเกี่ยวกับชุมชน กิจกรรมการท่องเที่ยว ที่พัก อาหารและเครื่องดื่ม ตลอดจนสินค้าและของฝาก รวมทั้งบันทึกภาพถ่ายและเรื่องเล่าของชุมชน จากการสอบถามความต้องการด้านสื่อประชาสัมพันธ์พบว่า แต่ละชุมชนต้องการสื่อดิจิทัลที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายเพื่อเผยแพร่ข้อมูลการท่องเที่ยวของชุมชน แสดงดังภาพที่ 2

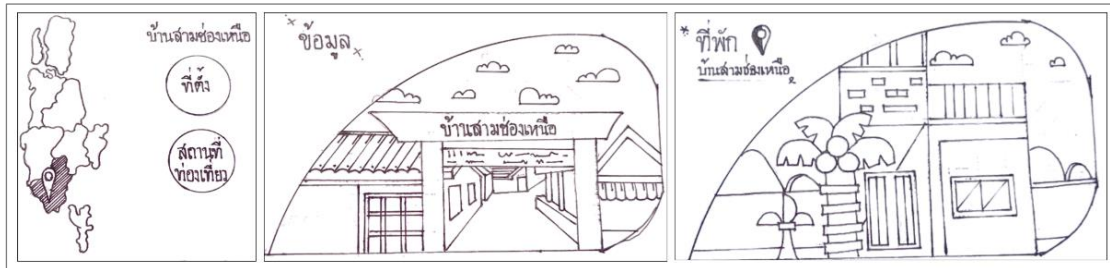


ภาพที่ 2 สำรวจแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ สินค้า และเก็บข้อมูลจากผู้นำชุมชนบ้านสามช่องเหนือ

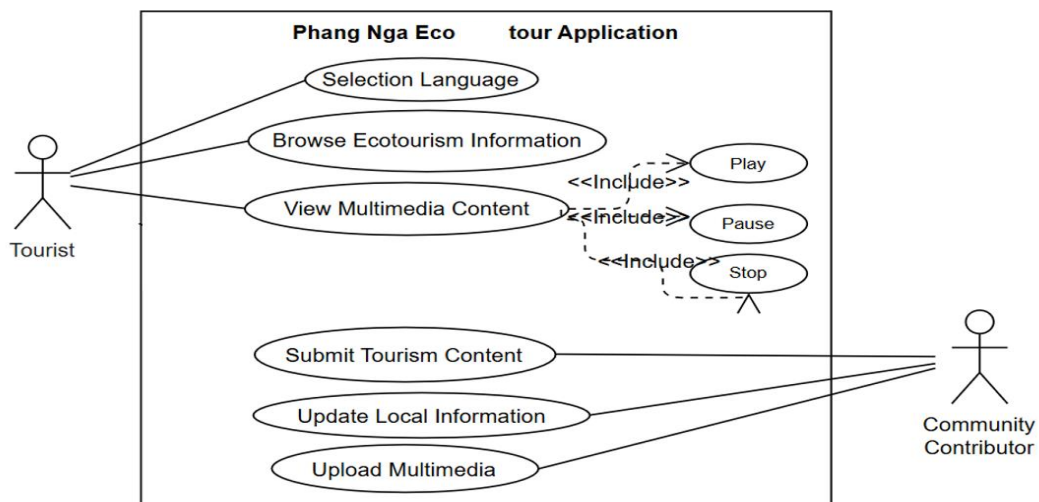
4.4.2 การกำหนดปัญหา นำข้อมูลที่ได้จากการสำรวจและการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการมาวิเคราะห์และจัดหมวดหมู่ เพื่อกำหนดแนวทางในการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ โดยมุ่งเน้นการนำเสนอข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนในรูปแบบสื่อดิจิทัลที่เข้าใจง่าย น่าสนใจ และสามารถเผยแพร่ผ่านแอปพลิเคชันได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4.4.3 การระดมความคิด ผู้วิจัยออกแบบแนวคิดในการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์และแอปพลิเคชัน โดยจัดทำโครงร่างเรื่องราว (Story Board) (ดังภาพที่ 3) และกำหนดรูปแบบการนำเสนอข้อมูลในลักษณะภาพกราฟิกที่เข้าใจง่าย รวมทั้งออกแบบไอคอนที่สะท้อนอัตลักษณ์ของแต่ละชุมชน และจัดลำดับเนื้อหาเพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถรับรู้ข้อมูลได้อย่างเป็นระบบ นอกจากนี้ยังออกแบบโครงสร้างการทำงานของแอปพลิเคชัน (Use Case Diagram) ซึ่งผู้ใช้งานกลุ่มนักท่องเที่ยวสามารถเลือกภาษา ดูข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว รับชมสื่อประชาสัมพันธ์ และระบุตำแหน่งแหล่งท่องเที่ยว

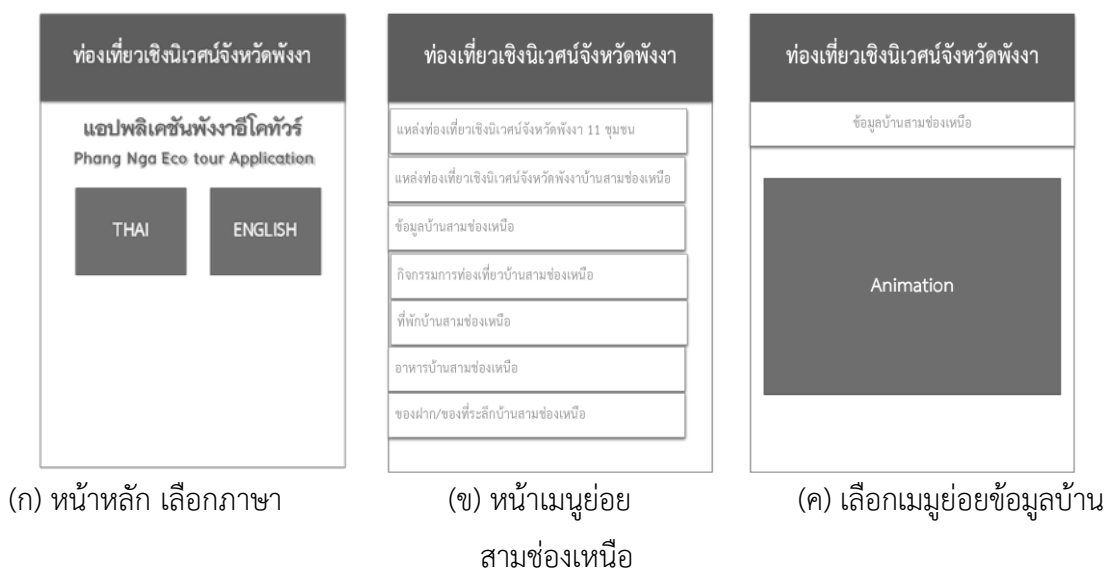
ขณะที่ชุมชนสามารถปรับปรุงข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและอัปโหลดสื่อประชาสัมพันธ์ได้ (ดังภาพที่ 4) และรวมถึงออกแบบส่วนติดต่อผู้ใช้งานของแอปพลิเคชัน ดังภาพที่ 5



ภาพที่ 3 ตัวอย่างโครงร่างเรื่องราวสื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนบ้านสามช่องเหนือ



ภาพที่ 4 Use Case Diagram แอปพลิเคชัน Phang Nga Eco Tour



(ก) หน้าหลัก เลือกภาษา

(ข) หน้าเมนูย่อย

(ค) เลือกเมนูย่อยข้อมูลบ้าน

สามช่องเหนือ

ภาพที่ 5 ตัวอย่างการออกแบบส่วนติดต่อกับผู้ใช้งานของแอปพลิเคชัน

4.4.4 การสร้างต้นแบบ พัฒนาแนวคิดที่เป็นต้นแบบสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบภาพกราฟิกเคลื่อนไหวโดยใช้โปรแกรม After Effects (Adobe, 2025) ในการจัดองค์ประกอบภาพ กำหนดลำดับฉาก ระยะเวลา เสียง และแสงเงาเพื่อเพิ่มความน่าสนใจของสื่อ ซึ่งสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบภาพกราฟิกเคลื่อนไหว จำนวน 66 เรื่อง จาก 11 ชุมชนนวัตวิถี แบ่งออกเป็นชุมชนละ 6 เรื่อง ได้แก่ ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชน ข้อมูลชุมชน ข้อมูลกิจกรรมท่องเที่ยวของชุมชน ข้อมูลที่พัก ข้อมูลอาหาร และข้อมูลของฝาก พร้อมทั้งพัฒนาแอปพลิเคชันฟังก์ชันไอโคทัวร์ ในรูปแบบไฮบริดด้วย Flutter Framework (Flutter, 2025) ซึ่งเป็นเฟรมเวิร์กโอเพนซอร์สที่พัฒนาโดยบริษัท Google สำหรับสร้างแอปพลิเคชันที่สามารถทำงานได้บนหลายแพลตฟอร์ม (Cross-platform) คือ การเขียนชุดคำสั่งเพียงชุดเดียวแต่สามารถใช้งานได้ทั้งบนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์และระบบปฏิบัติการไอโอเอส

4.4.5 การทดสอบ นำสื่อประชาสัมพันธ์และแอปพลิเคชันที่พัฒนาขึ้นไปทดลองใช้งาน โดยให้ผู้เชี่ยวชาญ 5 คน ประเมินความเหมาะสมของเนื้อหาและการออกแบบ จากนั้นปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะ และประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งาน ได้แก่ ผู้นำชุมชน ชาวบ้าน และนักท่องเที่ยว ผ่านแบบประเมินออนไลน์ เพื่อนำผลไปพัฒนาระบบให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

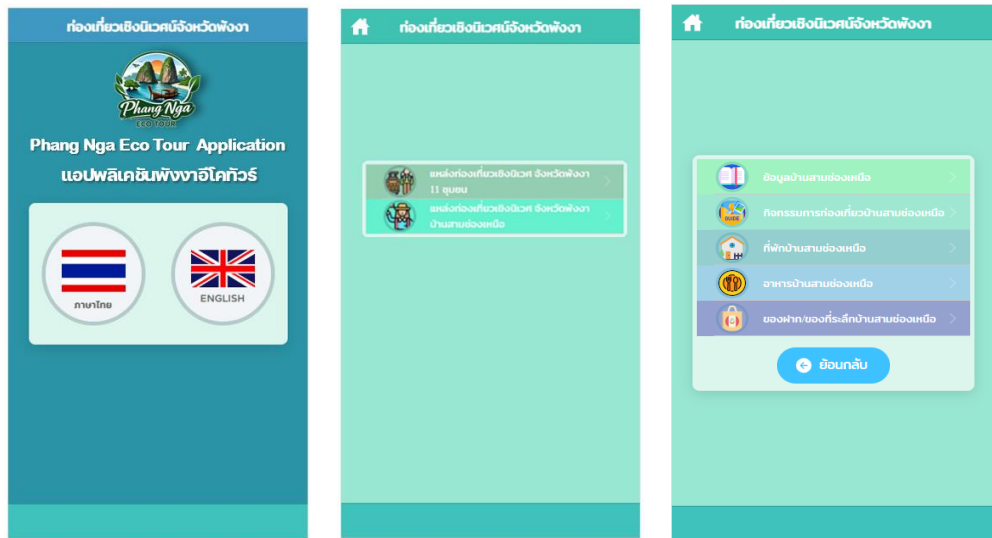
4.5 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สถิติที่ใช้ในการวิจัยนี้ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) โดยนำผลการประเมินมาเทียบกับเกณฑ์การประเมิน 5 ระดับ ตามที่กำหนดไว้

5. ผลการวิจัย

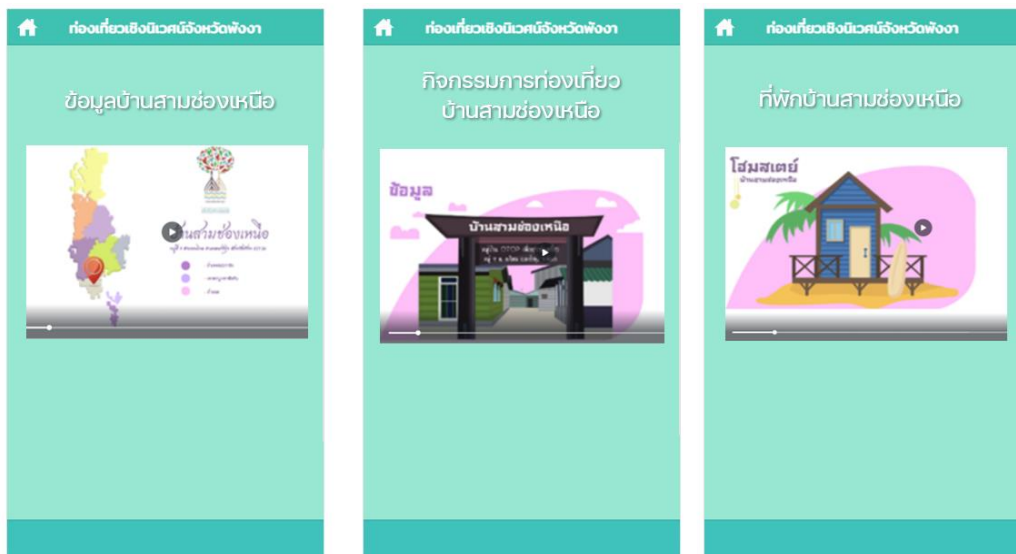
5.1 ผลการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน จังหวัดพังงา

ผู้วิจัยได้พัฒนาแอปพลิเคชันฟังก์ชันไอโคทัวร์และสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จำนวน 11 ชุมชน โดยผู้นำชุมชนและปราชญ์ชาวบ้านร่วมให้ข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องเล่าชุมชน กิจกรรมท่องเที่ยว ที่พัก อาหาร และสินค้า/ของฝาก สื่อประชาสัมพันธ์จัดทำในรูปแบบภาพกราฟิกเคลื่อนไหวและวีดิทัศน์ นำเสนอผ่านแอปพลิเคชันที่รองรับ 2 ภาษา ได้แก่ ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ผลงานแอปพลิเคชันแสดงดังภาพที่ 6 และตัวอย่างสื่อประชาสัมพันธ์แสดงดังภาพที่ 7



(ก) หน้าหลักเลือกภาษา (ข) หน้าเลือกเมนูย่อย (ค) เลือกเมนูย่อยชุมชนบ้านสามช่องเหนือ

ภาพที่ 6 ตัวอย่างแอปพลิเคชันพังงาอีโคทัวร์



(ก) ภาพกราฟิกเคลื่อนไหวข้อมูลชุมชน (ข) ภาพกราฟิกเคลื่อนไหวกิจกรรมท่องเที่ยว (ค) ภาพกราฟิกเคลื่อนไหวที่พัก

ภาพที่ 7 ตัวอย่างสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน

5.2 ผลการประเมินความเหมาะสมของสื่อประชาสัมพันธ์และคุณภาพแอปพลิเคชันเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน

ผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์และแอปพลิเคชัน จำนวน 5 คน ทดลองใช้งาน แอปพลิเคชันแสดงผลสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน และประเมินคุณภาพสื่อ จากนั้นนำผลการประเมินมาวิเคราะห์ด้วยค่าสถิติพื้นฐานเทียบกับ เกณฑ์และสรุปผล แสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการประเมินความเหมาะสมของสื่อประชาสัมพันธ์และคุณภาพแอปพลิเคชันเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน

รายการ	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านสื่อประชาสัมพันธ์			
1. เนื้อหามีความถูกต้อง ชัดเจน และน่าสนใจ	4.60	0.54	มากที่สุด
2. สีสันเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย	4.40	0.54	มาก
3. การจัดวางองค์ประกอบ	4.40	0.54	มาก
4. เสียงบรรยาย เสียงเพลงประกอบเหมาะกับเนื้อหา	4.20	0.44	มาก
ผลการประเมินด้านสื่อประชาสัมพันธ์	4.40	0.51	มาก
ด้านการใช้งานแอปพลิเคชัน			
1. การแสดงผลข้อมูลของแอปพลิเคชัน ถูกต้อง	5.00	0.00	มากที่สุด
2. ความเร็วในการแสดงผลข้อมูล	4.60	0.54	มากที่สุด
3. แอปพลิเคชันมีประโยชน์ต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว	4.40	0.54	มาก
4. ปุ่มเมนู ขนาดตัวอักษรเหมาะสมกับหน้าจอ	4.40	0.54	มาก
ผลการประเมินด้านการใช้งานแอปพลิเคชัน	4.60	0.40	มากที่สุด
ผลการประเมินคุณภาพโดยรวม	4.50	0.45	มาก

จากจากตารางที่ 1 แสดงผลการประเมินความเหมาะสมของสื่อประชาสัมพันธ์และคุณภาพแอปพลิเคชันเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน พบว่า โดยภาพรวมผู้ประเมินมีความคิดเห็นอยู่ในระดับ มาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.45 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

ด้านสื่อประชาสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 4.40 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.51 อยู่ในระดับ มาก โดยรายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ เนื้อหาที่มีความถูกต้อง ชัดเจน และน่าสนใจ (\bar{X} = 4.60, S.D. = 0.54) อยู่ในระดับ มากที่สุด รองลงมาคือ สีสันเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย และ การจัดวางองค์ประกอบ (\bar{X} = 4.40, S.D. = 0.54) อยู่ในระดับ มาก ขณะที่ เสียงบรรยายและเสียงเพลงประกอบเหมาะสมกับเนื้อหา มีค่าเฉลี่ย (\bar{X} = 4.20, S.D. = 0.44) อยู่ในระดับ มาก แสดงให้เห็นว่าสื่อประชาสัมพันธ์ที่พัฒนาขึ้นมีความเหมาะสมทั้งในด้านเนื้อหา การออกแบบ และองค์ประกอบของสื่อ

ส่วนด้านการใช้งานแอปพลิเคชัน มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 4.60 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.40 อยู่ในระดับ มากที่สุด โดยรายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การแสดงผลข้อมูลของแอปพลิเคชัน ถูกต้อง (\bar{X} = 5.00, S.D. = 0.00) อยู่ในระดับ มากที่สุด ซึ่งการที่ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่า 0.00 แสดงให้เห็นว่าผู้ประเมินทุกคนมีความคิดเห็นสอดคล้องกันทั้งหมด และให้คะแนนในระดับเดียวกัน สะท้อนว่าแอปพลิเคชันสามารถแสดงผลข้อมูลได้ถูกต้องและมีความน่าเชื่อถืออย่างชัดเจน รองลงมา คือ ความเร็วในการแสดงผลข้อมูล (\bar{X} = 4.60, S.D. = 0.54) อยู่ในระดับ มากที่สุด ส่วนแอปพลิเคชัน มีประโยชน์ต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว ประเด็นปุ่มเมนู ขนาดตัวอักษรเหมาะสมกับหน้าจอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.54 อยู่ในระดับ มาก

โดยสรุป ผลการประเมินของผู้เชี่ยวชาญแสดงให้เห็นว่าสื่อประชาสัมพันธ์และแอปพลิเคชันที่พัฒนาขึ้นมีคุณภาพอยู่ในระดับ มากถึงมากที่สุด และผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นสอดคล้องกันในหลาย ประเด็น โดยเฉพาะด้านความถูกต้องของการแสดงผลข้อมูลของแอปพลิเคชัน จึงสามารถนำไปใช้เป็น เครื่องมือในการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5.3 ผลการประเมินความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิง นิเวศโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน

กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 233 คน ทดลองใช้งานแอปพลิเคชันแสดงผลสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อ ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และทำการประเมินความพึงพอใจ จากนั้นนำผลการประเมินมา วิเคราะห์ด้วยค่าสถิติพื้นฐานเทียบกับเกณฑ์และสรุปผล แสดงดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการประเมินความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน

รายการ	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านสื่อประชาสัมพันธ์			
1. เสียงบรรยาย เสียงเพลงประกอบเหมาะกับเนื้อหา	4.68	0.24	มากที่สุด
2. สีสันเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย	4.64	0.40	มากที่สุด
3. เนื้อหามีความถูกต้อง ชัดเจน และน่าสนใจ	4.53	0.32	มากที่สุด
4. การจัดวางองค์ประกอบ	4.52	0.23	มากที่สุด
ผลการประเมินด้านสื่อประชาสัมพันธ์	4.59	0.29	มากที่สุด
ด้านการใช้งานแอปพลิเคชัน			
1. การแสดงผลข้อมูลของแอปพลิเคชัน ถูกต้อง	4.80	0.35	มากที่สุด
2. แอปพลิเคชันมีประโยชน์ต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว	4.62	0.41	มากที่สุด
3. ความเร็วในการแสดงผลข้อมูล	4.45	0.24	มาก
4. ปุ่มเมนู ขนาดตัวอักษรเหมาะสมกับหน้าจอ	4.40	0.37	มาก
ผลการประเมินด้านการใช้งานแอปพลิเคชัน	4.56	0.31	มากที่สุด
ผลการประเมินคุณภาพโดยรวม	4.57	0.30	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 ผลประเมินความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน พบว่า โดยภาพรวมผู้ประเมินมีความคิดเห็นอยู่ในระดับ มากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.30 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

ด้านสื่อประชาสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.59 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.29 อยู่ในระดับ มากที่สุด โดยรายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เสียงบรรยายและเสียงเพลงประกอบเหมาะสมกับเนื้อหา (\bar{X} = 4.68, S.D. = 0.24) รองลงมาคือ สีสันเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย (\bar{X} = 4.64, S.D. = 0.40) และ เนื้อหามีความถูกต้อง ชัดเจน และน่าสนใจ (\bar{X} = 4.53, S.D. = 0.32) ส่วนการจัดวางองค์ประกอบของสื่อ มีค่าเฉลี่ย (\bar{X} = 4.52, S.D. = 0.23) ซึ่งทุกรายการอยู่ในระดับ มากที่สุด แสดงให้เห็นว่าสื่อประชาสัมพันธ์ที่พัฒนาขึ้นมีความเหมาะสมทั้งด้านเนื้อหา การออกแบบ และองค์ประกอบของสื่อ สามารถดึงดูดความสนใจของผู้รับสื่อได้เป็นอย่างดี

ส่วนด้านการใช้งานแอปพลิเคชัน มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.56 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.31 อยู่ในระดับ มากที่สุด โดยรายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การแสดงผลข้อมูลของแอปพลิเคชัน ถูกต้อง (\bar{X} = 4.80, S.D. = 0.35) รองลงมาคือ แอปพลิเคชันมีประโยชน์ต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว (\bar{X} = 4.62, S.D. = 0.41) อยู่ในระดับ มากที่สุด ขณะที่ ความเร็วในการแสดงผลข้อมูล (\bar{X} = 4.45, S.D. = 0.24) และ ปุ่มเมนูและขนาดตัวอักษรเหมาะสมกับหน้าจอ (\bar{X} = 4.40, S.D. = 0.37) อยู่ใน

ระดับ มาก แสดงให้เห็นว่าแอปพลิเคชันมีความเหมาะสมต่อการใช้งาน และสามารถสนับสนุนการส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

โดยสรุป ผลการประเมินจากผู้นำชุมชน ชาวบ้าน และนักท่องเที่ยว สะท้อนให้เห็นว่าสื่อประชาสัมพันธ์และแอปพลิเคชันที่พัฒนาขึ้นมีคุณภาพอยู่ในระดับ มากที่สุด และมีความเหมาะสมต่อการนำไปใช้เผยแพร่ข้อมูลและส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ.

6. สรุปผล และอภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาแอปพลิเคชันและสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน จังหวัดพังงา สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยพัฒนาสื่อภาพกราฟิกเคลื่อนไหวและวิดีโอ นำเสนอผ่านแอปพลิเคชันที่รองรับระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์และไอโอเอส เลือกใช้งานได้ 2 ภาษา คือ ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ผลการวิจัยสะท้อนถึงศักยภาพของการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการยกระดับการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้สอดคล้องกับแนวคิดประเทศไทย 4.0 และการมีส่วนร่วมของชุมชนช่วยให้เนื้อหาที่มีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ และสะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่น

ผลการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญพบว่าสื่อประชาสัมพันธ์มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.45 สะท้อนถึงคุณภาพด้านการออกแบบและการนำเสนอข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ สามารถถ่ายทอดสาระด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้อย่างชัดเจน สอดคล้องกับงานวิจัยของ วรวิทย์ ภักดีบุรุษ (2567) ที่ชี้ให้เห็นว่าการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์โดยชุมชนมีส่วนร่วมเป็นกลไกสำคัญในการสร้างความร่วมมือภายในชุมชน และช่วยให้สื่อที่เกิดขึ้นสอดคล้องกับศักยภาพและบริบทของพื้นที่ ซึ่งผลการประเมินคุณภาพสื่อจากผู้เชี่ยวชาญและคนในชุมชนพบว่าอยู่ในระดับมาก แสดงว่าการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการใช้ประโยชน์สื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชน และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ กมลวรรณ กานกายน และคณะ (2566) ที่ระบุว่า แอปพลิเคชันท่องเที่ยวทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางข้อมูลด้านสถานที่ท่องเที่ยวและช่วยสนับสนุนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว อีกทั้งส่วนผู้ใช้งาน แอปพลิเคชันแสดงผลได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว การใช้งานมีความง่ายไม่ซับซ้อน และเนื้อหาภายในแอปพลิเคชันมีความถูกต้อง ส่งผลให้แอปพลิเคชันมีประสิทธิภาพและมีประโยชน์ต่อผู้ใช้งาน

นอกจากนี้ ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานพบว่าอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งในด้านสื่อประชาสัมพันธ์และการใช้งานแอปพลิเคชัน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.30 แสดงว่าสื่อที่พัฒนาขึ้นสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้จริงได้อย่างเหมาะสม และมีศักยภาพในการเป็นเครื่องมือประชาสัมพันธ์ที่ช่วยสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีคุณค่า สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิยะนุช ไสยกิจ และคณะ (2567) ที่ยืนยันว่าการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์โดย

ชุมชนมีส่วนร่วมสามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวและก่อให้เกิดประโยชน์ต่อเศรษฐกิจและสังคมของชุมชนได้อย่างเป็นรูปธรรม

โดยสรุป ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าสื่อประชาสัมพันธ์และแอปพลิเคชันที่พัฒนาขึ้นมีคุณภาพอยู่ในระดับ มากถึงมากที่สุด และสามารถเป็นเครื่องมือสำคัญในการสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของจังหวัดพังงาได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งในด้านการสื่อสารข้อมูล การสร้างภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว และการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ Sawir, et at. (2024) พบว่า กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์มีบทบาทสำคัญในการสร้างการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว และการใช้สื่อดิจิทัลเพื่อเผยแพร่ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว สร้างภาพลักษณ์ที่ดีของแหล่งท่องเที่ยว และสร้างความตระหนักรู้ด้านความยั่งยืนให้กับนักท่องเที่ยวและชุมชนในพื้นที่สอดคล้องกับแนวคิดของ สลิตตา สาริบุตร และ ญัฐพงษ์สี บุญเรือง (2563) ที่ชี้ว่า การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมจึงมีบทบาทสำคัญในการสร้างการรับรู้ และความสนใจต่อแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน ทั้งนี้ผลการวิจัยมีความสอดคล้องกับแนวคิดการท่องเที่ยวอัจฉริยะ (Smart Tourism) เน้นการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อยกระดับประสบการณ์การท่องเที่ยว แนวคิดการสื่อสารดิจิทัล (Digital Communication) ที่ช่วยให้การเผยแพร่ข้อมูลทำได้อย่างรวดเร็ว และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ และแนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ให้ความสำคัญกับบทบาทของชุมชนในการจัดการและพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่

ผลลัพธ์ที่ได้ในระดับสูงเกิดจากกระบวนการพัฒนาสื่อที่ให้ความสำคัญกับ การมีส่วนร่วมของชุมชน โดยผู้นำชุมชนและคนในพื้นที่ได้มีบทบาทในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว วิถีชีวิต วัฒนธรรม และทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่ ทำให้เนื้อหาที่นำเสนอมีความถูกต้อง สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชน และตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม นอกจากนี้ การออกแบบสื่อที่มีองค์ประกอบเหมาะสมและแอปพลิเคชันที่สามารถแสดงผลข้อมูลได้อย่างถูกต้องและสะดวกต่อการใช้งาน ยังช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการเข้าถึงข้อมูลของผู้ใช้งาน ทั้งนี้ ผลกระทบของสื่อประชาสัมพันธ์และแอปพลิเคชันที่พัฒนาขึ้นมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยช่วยเผยแพร่ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ กิจกรรมการท่องเที่ยว และแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงข้อมูลที่ถูกต้องและตระหนักถึงคุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่มากยิ่งขึ้น ทั้งยังช่วยเพิ่มโอกาสทางเศรษฐกิจให้กับชุมชน และเสริมสร้างภาพลักษณ์ของจังหวัดพังงาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีคุณภาพ อันนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในระยะยาว

7. ข้อเสนอแนะ

7.1 ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

1) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำสื่อประชาสัมพันธ์และแอปพลิเคชันไปประยุกต์ใช้ และขยายผลสู่แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศอื่น ๆ เพื่อยกระดับระบบการสื่อสารข้อมูลด้านการท่องเที่ยวให้ทันสมัยและเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้สะดวกยิ่งขึ้น

2) ควรส่งเสริมให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการปรับปรุงและพัฒนาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ข้อมูลมีความถูกต้อง ทันสมัย และสะท้อนอัตลักษณ์ของพื้นที่ พร้อมทั้งใช้สื่อดังกล่าว เป็นเครื่องมือสร้างความตระหนักรู้ด้านการอนุรักษ์และการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

3) ควรพัฒนาแอปพลิเคชันให้รองรับการใช้งานแบบออฟไลน์เพื่อให้สามารถใช้งานได้ในพื้นที่ที่มีข้อจำกัดด้านสัญญาณอินเทอร์เน็ต

4) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรสนับสนุนงบประมาณและกลไกการบริหารจัดการในการดูแลและพัฒนาระบบอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สื่อและแอปพลิเคชันสามารถใช้งานได้มีประสิทธิภาพในระยะยาว

7.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

1) ควรขยายการศึกษาไปยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่อื่น เพื่อเปรียบเทียบประสิทธิภาพของสื่อและแอปพลิเคชันในบริบทที่แตกต่างกัน

2) ควรศึกษาพฤติกรรมและประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาระบบการท่องเที่ยวอัจฉริยะให้ตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้งานมากยิ่งขึ้น

3) ควรมีการทำการวิจัยติดตามผล เพื่อประเมินผลกระทบเชิงเศรษฐกิจจากการใช้สื่อและแอปพลิเคชัน เช่น การเปรียบเทียบจำนวนจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ของชุมชนก่อนและหลังการนำระบบไปใช้ เพื่อให้เห็นผลลัพธ์เชิงประจักษ์ของการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน

8. กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณทุนอุดหนุนงานวิจัย จากกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (กองทุนส่งเสริม ววน.) ขอขอบคุณผู้นำชุมชน และชาวบ้านชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี จังหวัดพังงา ที่ให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูลเป็นอย่างดี

9. เอกสารอ้างอิง

- กมลกรก เกียรติศักดิ์ชัย. (2563). แนวทางการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืน โดยการประยุกต์ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์สำหรับการวางแผนเชิงกลยุทธ์. **วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี**. 14(3): 701-711
- กมลวรรณ กานกายน, กัญญา มิชะมา, อนุชิต สิงห์สุวรรณ และ คมกฤษณ์ ชูเรือง. (2566). การพัฒนาแอปพลิเคชันเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอัตลักษณ์พื้นที่ของอำเภอนาหว้า จังหวัดนครพนม. **วารสารวิจัยและพัฒนาอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง**. 2(3): 9-16.
- กันทรารกร ไตรภพ และ วลัยพร ชินศรี. (2567). การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืนภายใต้การประยุกต์ใช้นโยบายไทยแลนด์ 4.0 ของ อำเภอกุยบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. **วารสารมนุษยสังคมปริทัศน์**. 26(2): 101-122.
- กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา. (2568). กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. <https://www.mots.go.th/news/category/806>
- ไกรสร วันละ และยุภาพร ยุภาศ. (2565). การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน. **วารสารการบริหารนิติบุคคลและนวัตกรรมท้องถิ่น**. 8(2): 391-404.
- ชนมธิดา ยศปิ่น, ภาวิรัชญ์ พรศิยาวรรณ, พสุ ชัยเวฬุ และ ประสงค์ อุทัย. (2567). ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา. **วารสารวิชาการเซาธ์อีสท์บางกอก**. 10(1): 15-31.
- ชิดชนก อนันตมงคลกุล และ นิตินงษ์ ทนน้ำ. (2567). การประเมินศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามเกณฑ์การประเมินมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน: ตำบลบ่อแสน อำเภอบ้านลาด จังหวัด พังงา. **วารสารการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต**. 12(3): 327-339.
- เมธาวี จำเียร. (2562). การสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว. **Journal of Management and Development Ubon Ratchathani Rajabhat University**. 6(1): 235-256.
- วรวิมล ภัคดีบุรุษ. (2567). การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนด้วยการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของชุมชน ริมนคลองประเวศฝั่งเหนือ แขวงประเวศ เขตประเวศ กรุงเทพมหานคร. **Journal of Public Relations and Advertising**. 17(2): 34-53.
- ประมาณ เทพสงเคราะห์, ธัญญาดา แก้วชนะ, วัชร ชัยเขต และ สุภกร อักษรสว่าง. (2567). การวางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศพื้นที่ควนคานหลาวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนอำเภอนาหม่อม จังหวัดสงขลา. **วารสารนาคบุตรปริทรรศน์**. 16(1): 1-11.
- ปิยะนุช ไสยกิจ, ทิพาพร โพธิ์ศรี, โอปอล รังสิมันตุชาติ และกมลฉัตร ศรีเจริญลาภ. (2567). นวัตกรรมการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีส่วนร่วม กรณีศึกษาตำบลข่อยสูง อำเภอดรอน จังหวัดอุดรธานี. **วารสารราชนครินทร์**. 21(1): 141-154.

- ไพริน เวชัญญะกุล. (2563). การท่องเที่ยวเชิงนิเวศสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. **วารสารเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืน**. 2(1): 50-63.
- ศุภิมน มังคลรังษี, อรุณ รักธรรม, เพ็ญศรี ฉิรินัง และ สมพร เพ็องจันทร์. (2563). การสร้างความแข็งแกร่งให้การท่องเที่ยวชุมชนด้วยดิจิทัลแพลตฟอร์ม. **วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา**. 9(1): 45-55.
- สลิตตา สาริบุตร และ ณิชพงษ์สิ บัญเรือง. (2563). การพัฒนารูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืน: ศึกษา กรณีชุมชนชาวมอญ จังหวัดปทุมธานี. **Strategic Perspectives on Business and Marketing Management**, 7(2): 121-143.
- สุพัตรา ยอดสุรางค์. (2562). แนวคิดว่าด้วยการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชน. **วารสารวิจัยและพัฒนา วไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์**. 14(1): 122-132.
- อนุวัฒน์ ชมภูปัญญา, บุญฤทธิ์ สโมสร, เอกลักษณ์ บดีรัฐ, สุจิตตรา เกี้ยวสกุลชัย, ปรัชญาณี ศรีจอมขวัญ และ โชติ บดีรัฐ. (2567). แนวทางการขับเคลื่อนนโยบายการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. **Journal of Modern Learning Development**, 9(7): 629-643.
- Adobe. (2025). Adobe After Effects. https://www.adobe.com/th_th/products/aftereffects.html
- Armutcu, B., Tan, A., Amponsah, M., Parida, S., & Ramkissoon, H. (2023). Tourist behaviour: The role of digital marketing and social media. **Acta psychologica**. 240, 104025.
- Azwar, H., Hanafiah, M. H., Abd Ghani, A., Azinuddin, M., & Shariffuddin, N. S. M. (2023). Community-Based Tourism (CBT) moving forward: Penta helix development strategy through community local wisdom empowerment. **Planning malaysia**, 21(1): 72-88.
- Likert, R.. (1967). The Method of Constructing and Attitude Scale. In Reading in Fishbeic, M (Ed.), **Attitude Theory and Measurement** (pp. 90-95). New York: Wiley & Son.
- Flutter. (2025). Flutter Framework. <https://flutter.dev/>
- Marlina, S., Astina, I. K., Utomo, D. H., & Kurniawati, E. (2022). Ecotourism management based on local wisdom for optimizing the function of cave water resources as a prevention of floods and droughts in Wakatobi Regency, Indonesia. **Geojournal of Tourism and Geosites**. 44(4): 1222-1232.

- Mulyana, H., Pradipta, M. P. Y., and Larisu, Z. (2025). The Role of Media in Promoting Sustainable Tourism Practices. *Journal of Dialogos*. 2(1): 34-44.
- Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. *Tijdschrift voor Onderwijs research*. 2(2): 49-60.
- Sawir, M., Mastika, I. K., Prayitno, H., Lestari, A., Nur'aini, A., & Hi. Arsyad, D. (2024). Public relations strategies and sustainable tourism in Tolitoli Regency: a case study in the Indonesian context. *Cogent Social Sciences*. 10(1): 2376163.
- Tran, N. L., and Rudolf, W. (2022). Social media and destination branding in tourism: a systematic review of the literature. *Sustainability*. 14(20): 1-18.
- Waidelich, L., Richter, A., Kölmel, B., and Bulander, R. (2018). Design thinking process model review. In **2018 IEEE international conference on engineering, technology and innovation (ICE/ITMC)**. IEEE.