

การออกแบบสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยววัดใหญ่สุวรรณาราม จังหวัดเพชรบุรี
The Information Design to Promote Tourism at Wat Yai Suwannaram,
Phetchaburi Province

ศราวุฒิ ดั่งงับ้า^{1*}, มัทนพร แก้วทอง² และ นฤมล เจริญลิป³
Sarawut Duangbao^{1*}, Matthanaphon Kaeothong² and Naruemon Jaroenlip³

อาจารย์ประจำสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ศึกษา คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา^{1*}
นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาบริหารศึกษาศาสตร์และการจัดการสื่อดิจิทัล คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี^{2,3}
Lecturer in Computer Education, Faculty of Science and Technology, Nakhon Ratchasima Rajabhat University¹
Students of the Department of Library Science and Digital Media Management, Faculty of Humanities and Social
Sciences, Phetchaburi Rajabhat University^{2,3}

*Corresponding Author, E-mail: daniel852_6@hotmail.com

Received: September 2, 2025

Revised: October 23, 2025

Accepted: November 29, 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความต้องการสารสนเทศ 2) ออกแบบสารสนเทศ 3) ประเมินคุณภาพสารสนเทศ และ 4) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสารสนเทศ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยววัดใหญ่สุวรรณาราม จังหวัดเพชรบุรี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้มี 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 เพื่อศึกษาความต้องการสารสนเทศ เป็นนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในวัดใหญ่สุวรรณาราม จังหวัดเพชรบุรี จำนวน 384 คน กลุ่มที่ 2 ผู้เชี่ยวชาญที่ประเมินคุณภาพสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยววัดใหญ่สุวรรณาราม จังหวัดเพชรบุรี จากการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง จำนวน 5 คน ประกอบด้วยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ ด้านการออกแบบสารสนเทศ และด้านสารสนเทศศาสตร์และดิจิทัลคอนเทนต์ และกลุ่มที่ 3 เพื่อศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อสารสนเทศ เป็นนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในวัดใหญ่สุวรรณาราม จังหวัดเพชรบุรี จำนวน 384 คน เครื่องมือที่ใช้ ได้แก่ แบบสอบถามความต้องการสารสนเทศของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในวัดใหญ่สุวรรณาราม จังหวัดเพชรบุรี สื่อสารสนเทศอิเล็กทรอนิกส์วัดใหญ่สุวรรณาราม จังหวัดเพชรบุรี แบบประเมินคุณภาพ และแบบประเมินความพึงพอใจสื่อสารสนเทศอิเล็กทรอนิกส์ โดยเก็บข้อมูลด้วยการลงพื้นที่และใช้แบบสอบถามผ่านระบบออนไลน์

ผลการวิจัยพบว่า 1) นักท่องเที่ยวต้องการสารสนเทศด้านประวัติความเป็นมามากที่สุด รองลงมา เป็นจุดเด่นและจุดสำคัญของวัด จุดถ่ายภาพ หรือจุดชมวิวที่น่าสนใจในวัด แผนที่ และเส้นทางการเดินทาง โดยมีความต้องการสารสนเทศในรูปแบบสื่อวิดีโอมีเดีย รับรู้สารสนเทศผ่านสื่อสังคมออนไลน์ประเภท ตี๊กตอกมากที่สุด รองลงมาคือยูทูบ และอินสตาแกรม 2) การออกแบบสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยววัดใหญ่สุวรรณาราม จังหวัดเพชรบุรี ได้รับพัฒนาตามขั้นตอนของ ADDIE Model จำนวน 5 ขั้นตอน ส่งผลให้การออกแบบสารสนเทศประสบความสำเร็จและใช้งานได้จริง เป็นหนังสือเล่มเล็ก

ในรูปแบบคู่มือ (Booklet) รูปแบบอิเล็กทรอนิกส์และสื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อวิดีโอ จำนวน 6 วิดีโอ สื่อทั้ง 2 รูปแบบมีคำบรรยายประกอบการนำเสนอด้วยภาษาอังกฤษและภาษาจีนควบคู่กันไป และใช้ระบบเทคโนโลยีเสมือนจริง (Augmented Reality) ในการนำเสนอเนื้อหาภายในหนังสือเล่มเล็ก 3) คุณภาพสื่อสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยววัดใหญ่สุวรรณาราม จังหวัดเพชรบุรี โดยรวมมีคุณภาพอยู่ในระดับดี ทั้งในส่วนของสื่อวิดีโอและสื่อกราฟิกสำหรับหนังสือเล่มเล็ก 4) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อสารสนเทศ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งในส่วนของสื่อวิดีโอและสื่อกราฟิกสำหรับหนังสือเล่มเล็ก

คำสำคัญ: 1. การออกแบบสารสนเทศ 2. เทคโนโลยีเสมือนจริง 3. วัดใหญ่สุวรรณาราม 4. จังหวัดเพชรบุรี

Abstract

This study aims to 1) to study the information needs, 2) to design the information media, 3) to evaluate the quality of the information media, and 4) to study the satisfaction of tourists toward the information media for promoting tourism at Wat Yai Suwannaram, Phetchaburi Province. The sample was divided into 3 groups. Group 1, for studying the information needs, consisted of 384 tourists visiting Wat Yai Suwannaram, Phetchaburi Province. Group 2, for evaluating the quality of the information media for promoting tourism at Wat Yai Suwannaram, Phetchaburi Province, consisted of five experts selected by purposive sampling, including experts in public relations media design, information design, and information science and digital content. Group 3, for studying satisfaction toward the information media, consisted of 384 tourists visiting Wat Yai Suwannaram, Phetchaburi Province. The research instruments included a questionnaire on information needs of tourists visiting Wat Yai Suwannaram, Phetchaburi Province, electronic information media of Wat Yai Suwannaram, Phetchaburi Province, a media quality assessment form, and a satisfaction assessment form for the electronic information media. Data were collected through field study and online questionnaires.

The findings revealed that 1) tourists had the highest information needs regarding the history of the temple, followed by the highlights and significant points of the temple, photo or viewpoint spots within the temple, maps, and travel routes. The preferred format of information was multimedia video, and the most accessed social media platform was TikTok, followed by YouTube and Instagram, 2) The design of information for promoting tourism at Wat Yai Suwannaram, Phetchaburi Province, was developed according to the 5

steps ADDIE Model, resulting in successful and practical information design in the form of a booklet as both electronic and printed media, and 6 video media. Both media formats included bilingual subtitles in English and Chinese and employed augmented reality (AR) technology to present the content within the booklet, 3) The overall quality of the information media for promoting tourism at Wat Yai Suwannaram, Phetchaburi Province, was rated as good, both for video media and graphic media in the booklet, and 4) The overall satisfaction of tourists toward the information media was at the highest level, both for the video media and the graphic media in the booklet.

Keywords: 1. *Information design*, 2. *virtual reality technology*, 3. *Wat Yai Suwannaram*, 4. *Phetchaburi Province*

บทนำ

จังหวัดเพชรบุรีมีแหล่งท่องเที่ยวสำคัญหลากหลายที่ควรได้รับการอนุรักษ์และเผยแพร่ โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงการเรียนรู้ที่ได้รับความนิยมในหมู่เยาวชนรุ่นใหม่ เป็นประสบการณ์ในการทำงานและการใช้ชีวิตที่ดี ในปี 2566 จังหวัดเพชรบุรีได้รับการยกย่องเป็นแหล่งท่องเที่ยวใกล้เมืองหลวงที่ตอบโจทย์ทุกสไตล์ทั้งธรรมชาติ ป่าเขา ทะเล แม่น้ำ เมืองเก่า และเมืองแห่งอาหารที่หลากหลายมิติ (เพ็ญรุ่งไยสามเสน, 2566: ออนไลน์) พื้นที่ในเมืองเพชรบุรีเป็นชุมชนเก่าแก่ที่เต็มไปด้วยเรื่องราวและวัฒนธรรมที่หลากหลาย ผ่านมุมมองการนำเสนอในรูปแบบของวัดวาอารามและบ้านเรือนเก่าที่สะท้อนสถาปัตยกรรมโบราณจากหลายยุคหลายสมัย รวมทั้งงานศิลปะของศิลปินท้องถิ่นที่ทำให้เมืองเพชรบุรีมีความโดดเด่นและเต็มไปด้วยมรดกทางวัฒนธรรม (สำนักงานจังหวัดเพชรบุรี, 2567: ออนไลน์) เขตอำเภอเมืองเพชรบุรีเป็นศูนย์กลางทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมที่มีโบราณสถานและวัดสำคัญทางพระพุทธศาสนา รวมถึงวิถีชีวิตชุมชนเก่าที่ผสมผสานความหลากหลายทางวัฒนธรรม และกลายเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวจนได้รับฉายาว่า "อยุธยาที่ยังมีชีวิต" (ณัฐวุฒิ สุวรรณช่าง, 2563)

ปัจจุบันวัดใหญ่สุวรรณาราม จังหวัดเพชรบุรี เป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงพุทธศิลป์ที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยมีเสน่ห์ที่มาจากเอกลักษณ์ของศิลปวัฒนธรรมไทยและศิลปะช่างเมืองเพชร นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับกระแสการท่องเที่ยวในปัจจุบันที่วัดหรือศาสนสถานกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมมากขึ้น วัดวาอารามกลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรมที่มีความหลากหลาย มีพิพิธภัณฑ์และสถานที่ประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจ อีกทั้งมีการส่งเสริมการแสดงศิลปะและวัฒนธรรมท้องถิ่นที่น่าสนใจ ช่วยส่งเสริมธุรกิจและการค้าในพื้นที่ โดยการท่องเที่ยวนั้นส่วนใหญ่จะนำมาซึ่งรายได้ในรูปแบบของค่าบริการท่องเที่ยว ร้านอาหาร ที่พัก การจัดทัวร์

และชื่อของที่ทำจากสถาปัตยกรรมและวัฒนธรรมท้องถิ่น อีกทั้งสินค้าที่เชื่อมโยงกับวัฒนธรรมท้องถิ่นของคนในชุมชน (กนกกาญจน์ กล่อมเกลา, และธีระศักดิ์ ทรัพย์ประเสริฐ, 2567) วัดใหญ่สุวรรณาราม จังหวัดเพชรบุรี ถือว่าเป็นวัดที่เป็นเพชรน้ำเอกงานศิลปกรรมอยุธยาที่มีชีวิต มีปรากฏหลักฐานมาหลายยุคหลายสมัย มีความสำคัญดังปรากฏในหลักฐานปี พ.ศ. 2452 พระราชหัตถเลขาของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ซึ่งทรงให้ความสำคัญในพระอารามแห่งนี้มาก (จิราวรรณ แสงเพ็ชร, 2567: ออนไลน์) ปัจจุบันได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ แต่จำนวนผู้เยี่ยมชมยังไม่มากนัก โดยส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวจากพื้นที่ใกล้เคียง เนื่องจากจังหวัดเพชรบุรีเป็นทางผ่านสำหรับผู้เดินทางไปยังจังหวัดอื่นในภาคตะวันตกและภาคใต้ นอกจากนี้ยังพบว่าวัดใหญ่สุวรรณารามยังขาดสารสนเทศและสื่อที่สามารถนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวภายในวัด ทั้งจุดสำคัญและประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยี่ยมชมมากขึ้น

จากข้อมูลทีกล่าวมาข้างต้น เห็นได้ว่าสารสนเทศเพื่อใช้ในการสื่อสารและนำเสนอข้อมูลการท่องเที่ยวของวัดใหญ่สุวรรณาราม จังหวัดเพชรบุรี ยังมีน้อย ไม่มีความเป็นปัจจุบันและยังไม่มีเผยแพร่ในรูปแบบที่น่าสนใจต่อนักท่องเที่ยว ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นความสำคัญของการออกแบบสารสนเทศเพื่อนำมาใช้ในการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยววัดใหญ่สุวรรณาราม จังหวัดเพชรบุรี เพื่อให้มีความหลากหลายรองรับการท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมากขึ้นในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความต้องการสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยววัดใหญ่สุวรรณาราม จังหวัดเพชรบุรี
2. เพื่อออกแบบสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยววัดใหญ่สุวรรณาราม จังหวัดเพชรบุรี
3. เพื่อประเมินคุณภาพสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยววัดใหญ่สุวรรณาราม จังหวัดเพชรบุรี
4. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยววัดใหญ่สุวรรณาราม จังหวัดเพชรบุรี

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

การทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบสารสนเทศ (information design) การออกแบบสารสนเทศเป็นกระบวนการที่มุ่งเน้นการจัดโครงสร้างและนำเสนอข้อมูลให้เข้าใจง่ายและเกิดประสิทธิภาพในการสื่อสาร โดยเฉพาะด้านการท่องเที่ยวที่ต้องคำนึงถึงความชัดเจน ความน่าเชื่อถือ และการสร้างประสบการณ์ที่ดึงดูดผู้ใช้ การออกแบบสารสนเทศจึงเป็นกระบวนการจัดระเบียบและนำเสนอข้อมูลให้ผู้ใช้เข้าใจง่ายและเข้าถึงได้รวดเร็ว (กนกวรรณ แก้วเกาะสะบ้า, และถนอม ห่อวงศ์สกุล, 2566) อีกทั้งเป็นการบูรณาการนำไปสู่สื่อประชาสัมพันธ์ที่ใช้หลักการสารสนเทศช่วยเพิ่มความน่าสนใจและการมีส่วนร่วมของผู้ใช้ โดยการนำมาประยุกต์ใช้อย่างหลากหลาย องค์ประกอบด้านการออกแบบสารสนเทศในสื่อท่องเที่ยวออนไลน์สามารถส่งผลต่อการสร้างภาพลักษณ์ จุดหมายปลายทาง และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวได้ (Wang, 2023)

2. ทฤษฎีการเรียนรู้และการออกแบบการสื่อสารด้วย ADDIE Model ซึ่งเป็นกรอบแนวคิดการออกแบบเชิงระบบที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางในงานวิจัยเพื่อการศึกษาและสื่อสารสารสนเทศ การออกแบบการสื่อสารด้วยการส่งเสริมการเรียนรู้ด้วย ADDIE Model เป็นกระบวนการเชิงระบบที่ได้รับการยอมรับ วิวัฒน์ มีสุวรรณ (2567) เสนอว่าการใช้ ADDIE Model สามารถช่วยให้การพัฒนาและประเมินสื่อมีความเป็นระบบและตรวจสอบได้ทุกขั้นตอน ขณะที่ Branson et al. (1975) ได้พัฒนากลอบ ADDIE ขึ้นครั้งแรก โดยแบ่งเป็น 5 ขั้นตอน ได้แก่ การวิเคราะห์ ออกแบบ พัฒนา นำไปใช้ และประเมินผล ซึ่งเป็นแนวทางมาตรฐานที่ใช้กันโดยทั่วไป

3. แนวคิดการสื่อสารและการใช้สื่อดิจิทัลเพื่อการท่องเที่ยว มีบทบาทสำคัญในการสร้างการรับรู้และส่งเสริมการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว Chumnumwat & Chanvichai (2024) ชี้ว่าการสื่อสารการท่องเที่ยวผ่านสื่อดิจิทัลต้องอาศัยเนื้อหาที่สะท้อนคุณค่าทางวัฒนธรรมเพื่อสร้างความหมายและความเชื่อมโยงกับผู้รับสาร Grunig & Hunt (1984) ได้เสนอทฤษฎี Two-Way Symmetrical Model ที่เน้นการสื่อสารเชิงโต้ตอบแบบสมดุล ซึ่งถูกนำมาประยุกต์ใช้กับการตลาดดิจิทัลในการสร้างความสัมพันธ์และความไว้วางใจกับนักท่องเที่ยว

4. แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการใช้สารสนเทศ เน้นการใช้ข้อมูลและสารสนเทศเพื่อสร้างความเข้าใจในคุณค่าทางวัฒนธรรมและมรดกท้องถิ่น ณัฐวุฒิ สุวรรณช่าง (2563) อธิบายว่าการนำเสนอข้อมูลด้านประวัติศาสตร์และศิลปกรรมช่วยเสริมคุณค่าและความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว ขณะที่ McIntosh & Goeldner (1990) นำเสนอว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นการเดินทางเพื่อเรียนรู้ เข้าใจ และชื่นชมมรดกทางวัฒนธรรมทั้งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ รวมถึงการมีส่วนร่วมกับวิถีชีวิตของคนท้องถิ่น

5. แนวคิดการใช้เทคโนโลยีเสมือนจริง (AR/VR) ในการท่องเที่ยว ซึ่งได้เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ Azuma (1997) ระบุว่า AR เป็นการผสมผสานโลกจริงกับวัตถุเสมือนในแบบสามมิติและทำงานแบบเรียลไทม์ โดยมีองค์ประกอบสำคัญคือความสมจริง (immersion) การโต้ตอบ (interaction) และการมองเห็นข้อมูลเสริม (visualization) ซึ่ง ชนกนารถ บุญวัฒนะกุล และคณะ (2566) ได้ศึกษาและพบว่าในสื่อมัลติมีเดียช่วยเพิ่มการมีส่วนร่วมและสร้างการเรียนรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า แนวคิดทั้ง 5 ด้าน ล้วนมีความสัมพันธ์และสนับสนุนกรอบแนวคิดของการวิจัยเรื่อง การออกแบบสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยววัดใหญ่สุวรรณาราม จังหวัดเพชรบุรี โดยแนวคิดการออกแบบสารสนเทศ (Information Design) เป็นฐานสำคัญในการจัดโครงสร้างและนำเสนอข้อมูลการท่องเที่ยวให้มีความชัดเจน เข้าใจง่าย และดึงดูดผู้ใช้ ส่วนแนวคิด ADDIE Model ช่วยกำหนดกระบวนการออกแบบและพัฒนาสื่ออย่างเป็นระบบ แนวคิดด้านการสื่อสารและสื่อดิจิทัลเพื่อการท่องเที่ยว เน้นการสื่อสารแบบสองทางที่สร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยว แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการใช้สารสนเทศ ชี้ให้เห็นถึงการถ่ายทอดคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ท้องถิ่นผ่านข้อมูลเชิงลึกอย่างมีความหมาย และแนวคิด เทคโนโลยีเสมือนจริง (AR/VR) ช่วยเสริมการนำเสนอให้มีความสมจริงและเกิดประสบการณ์แบบมีส่วนร่วม แนวคิดทั้งหมดจึงสอดคล้องประสานกันในการพัฒนาและออกแบบสารสนเทศที่สามารถสื่อสารคุณค่าทางวัฒนธรรมของวัดใหญ่สุวรรณารามได้อย่างมีประสิทธิภาพและตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยเรื่องนี้เป็นการศึกษาวิจัยและพัฒนา (research and development) โดยใช้รูปแบบการวิจัยผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ มี 5 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาข้อมูลเบื้องต้น เป็นการศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบสารสนเทศและกระบวนการคิดเชิงออกแบบ รวมถึงพฤติกรรมและความต้องการสารสนเทศ การประชาสัมพันธ์และการเผยแพร่ข่าวสาร รูปแบบและประเภทของสารสนเทศ รวมถึงสารสนเทศที่ใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อให้ได้แนวคิดและหลักการที่เป็นพื้นฐานในการพัฒนางานวิจัยและชิ้นงาน พร้อมกำหนดขั้นตอนและแนวทางการวิจัยที่ชัดเจน

ขั้นตอนที่ 2 การศึกษาความต้องการสารสนเทศของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยววัดใหญ่สุวรรณาราม จังหวัดเพชรบุรี กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาเที่ยววัดใหญ่สุวรรณาราม ซึ่งไม่สามารถทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Cochran (1977 อ้างถึงใน จักรพันธ์ กิตติรัตนัน, และอรณัฏฐ์ อธิธัญญ์, 2567) กำหนดสัดส่วนที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 384 คน และใช้การเลือกตัวอย่างด้วยการสุ่มแบบบังเอิญจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ วัดใหญ่สุวรรณาราม เครื่องมือที่ใช้ได้แก่แบบสอบถามความต้องการสารสนเทศของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยววัดใหญ่สุวรรณาราม จังหวัดเพชรบุรี มี 4 ตอน ประกอบด้วย ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยว ตอนที่ 3 ความต้องการสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยววัดใหญ่สุวรรณาราม จังหวัดเพชรบุรี ประกอบด้วยด้านเนื้อหาของสารสนเทศ ด้านรูปแบบของสารสนเทศ ด้านช่องทางการรับรู้สารสนเทศ แบบสอบถามทั้ง 3 ตอน เป็นข้อคำถามปลายปิด และตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับความต้องการสารสนเทศเป็นข้อคำถามปลายเปิด แบบสอบถามมี 2 ภาษาไทย ทั้งภาษาจีนและภาษาอังกฤษ และผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (content validity) จากผู้เชี่ยวชาญ 3 คน ค่าดัชนีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (IOC) อยู่ระหว่าง 0.60-1.00 จำนวน 14 ข้อ ที่สามารถนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลได้จริง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลของแบบสอบถามตอนที่ 1-3 ได้แก่ ความถี่และร้อยละ และตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา เก็บข้อมูลด้วยการลงพื้นที่เก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยว ณ วัดใหญ่สุวรรณาราม จังหวัดเพชรบุรี โดยใช้แบบฟอร์มออนไลน์ ระหว่างวันที่ 11-30 กันยายน 2566

ขั้นตอนที่ 3 การออกแบบสื่อสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยววัดใหญ่สุวรรณาราม จังหวัดเพชรบุรี โดยมีการนำข้อมูลจากการศึกษาเอกสาร งานวิจัย และการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามเกี่ยวกับความต้องการสารสนเทศของนักท่องเที่ยว มาเป็นข้อมูลพื้นฐานในการออกแบบสารสนเทศและเลือกช่องทางการหรือรูปแบบการนำเสนอสารสนเทศ ซึ่งพัฒนาเป็นคู่มือ (Booklet) ในรูปแบบสื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ผสมผสานเทคโนโลยีเสมือนจริง (Augmented Reality) ผ่านสื่อวิดีโอ เนื้อหา

ประกอบด้วย 3 หัวข้อหลัก ได้แก่ 1) ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับวัดใหญ่สุวรรณาราม เช่น ประวัติความเป็นมา จุดเด่น และสิ่งอำนวยความสะดวก 2) การเตรียมตัวและการเดินทางท่องเที่ยว เช่น กิจกรรมเทศกาล แผนที่ เส้นทาง การเดินทาง และเวลาเปิด-ปิด 3) ช่องทางการติดต่อสอบถาม และการพัฒนาสื่ออิเล็กทรอนิกส์โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่อสร้างเนื้อหาที่น่าสนใจ

ขั้นตอนที่ 4 การศึกษาคุณภาพสื่อสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยววัดใหญ่สุวรรณาราม จังหวัดเพชรบุรี จากผู้เชี่ยวชาญ โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) จำนวน 5 คน ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ 1 คน ด้านการออกแบบสารสนเทศ 2 คน และด้านสารสนเทศศาสตร์และดิจิทัลคอนเทนต์ จำนวน 2 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ สื่อสารสนเทศอิเล็กทรอนิกส์ และแบบประเมินคุณภาพสื่อสารสนเทศ มี 3 ตอน ประกอบด้วย ตอนที่ 1 คุณภาพของสื่อวิดีโอ ตอนที่ 2 คุณภาพของสื่อกราฟิกสำหรับหนังสือเล่มเล็กในรูปแบบคู่มือ แบบประเมินคุณภาพเป็นแบบประเมิน 5 ระดับ (rating scale) ตามเกณฑ์ของบุญชม ศรีสะอาด (2560) และตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในการปรับปรุงคุณภาพของสื่อสารสนเทศ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ตอนที่ 1 และตอนที่ 2 ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และตอนที่ 3 ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา เก็บข้อมูลผ่านระบบออนไลน์ระหว่างวันที่ 20-23 ตุลาคม 2566

ขั้นตอนที่ 5 การศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยววัดใหญ่สุวรรณาราม จังหวัดเพชรบุรี กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในวัดใหญ่สุวรรณาราม จังหวัดเพชรบุรี ระหว่างวันที่ 1 – 31 ธันวาคม 2566 และวันที่ 1-5 มกราคม 2567 โดยไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ใช้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Cochran (1977 อ้างถึงใน จักรพันธ์ กิตตินรรัตน์, และอรณัญญ์ อชิรญาวัฒน์, 2567) ประเมินค่าสัดส่วนของกลุ่มประชากรที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 384 คน และใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยการสุ่มแบบบังเอิญ และผู้ตอบแบบสอบถามต้องไม่เคยตอบแบบสอบถามความต้องการสารสนเทศมาก่อน เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยววัดใหญ่สุวรรณาราม จังหวัดเพชรบุรี มี 4 ตอน ประกอบด้วย ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ สัญชาติ ช่วงอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ เป็นแบบสอบถามปลายปิด ตอนที่ 2 ความพึงพอใจที่มีต่อสื่อวิดีโอ และตอนที่ 3 ความพึงพอใจที่มีต่อหนังสือเล่มเล็กในรูปแบบคู่มือ (Booklet) เป็นแบบประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ตามเกณฑ์ของบุญชม ศรีสะอาด (2560) และตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม แบบสอบถามมี 2 ภาษาไทย ทั้งภาษาจีนและภาษาอังกฤษ ผ่านการตรวจสอบการใช้ภาษาด้วยผู้เชี่ยวชาญด้านภาษา และผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จากผู้เชี่ยวชาญ 3 คน มีค่าดัชนีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาอยู่ที่ระหว่าง 0.60-1.00 จำนวน 19 ข้อที่สามารถนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลได้จริง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลของแบบสอบถาม ตอนที่ 1 ได้แก่ ความถี่และร้อยละ ตอนที่ 2-3 ใช้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา เก็บข้อมูลด้วยการลงพื้นที่เก็บข้อมูลกับนักท่องเที่ยว ณ วัดใหญ่สุวรรณาราม โดยใช้แบบฟอร์มออนไลน์

ผลการวิจัย

1. การศึกษาความต้องการสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยววัดใหญ่สุวรรณาราม จังหวัดเพชรบุรี พบว่า

1.1 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 54.43 ส่วนมากเป็นคนไทยร้อยละ 35.16 รองลงมาเป็นคนสัญชาติกัมพูชา ร้อยละ 10.42 และสัญชาติจีนและฟิลิปปินส์ ร้อยละ 8.33 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 26-35 ปี ร้อยละ 42.97 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 40.89 อาชีพที่พบมากที่สุดคือค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 28.65 รองลงมาคือลูกจ้าง/พนักงานเอกชน ร้อยละ 26.82 และข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 20.57 ตามลำดับ

1.2 นักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมวัดใหญ่สุวรรณาราม จังหวัดเพชรบุรี ส่วนใหญ่เคยมาเพชรบุรี 2-4 ครั้งต่อปี ร้อยละ 64.84 นิยมการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ร้อยละ 35.94 รองลงมาคือท่องเที่ยวเชิงศิลปะ ร้อยละ 23.70 และท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ร้อยละ 22.40 ช่องทางการรู้จักวัดมากที่สุดมาจากสื่อสังคมออนไลน์ ร้อยละ 64.58 รองลงมาเป็นครอบครัว/ญาติ ร้อยละ 12.50 และเพื่อน ร้อยละ 9.11 การเดินทางส่วนใหญ่ใช้รถยนต์เช่า ร้อยละ 49.22 และสะดวกมาเยี่ยมชมวัดในวันอาทิตย์ ร้อยละ 51.56 เป็นช่วงเวลาเช้า 08.30-12.00 น. ร้อยละ 54.95 ใช้เวลาชมโดยเฉลี่ยน้อยกว่า 15 นาที ร้อยละ 31.51 รองลงมาอยู่ที่ 15-30 นาที ร้อยละ 28.68 และมากกว่า 45 นาที ร้อยละ 21.88 ตามลำดับ

1.3 ความต้องการสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยววัดใหญ่สุวรรณาราม จังหวัดเพชรบุรี โดยผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ตัวเลือก ซึ่งพบว่านักท่องเที่ยวต้องการสารสนเทศเกี่ยวกับประวัติความเป็นมามากที่สุด ร้อยละ 100 รองลงมาคือจุดเด่นและจุดสำคัญของวัด ร้อยละ 99.48 และแผนที่และเส้นทางการเดินทาง ร้อยละ 94.27 ในด้านรูปแบบของสารสนเทศที่มีความต้องการมากที่สุด ได้แก่ สื่อมัลติมีเดียและสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ประเภทสื่อวิดีโอ ร้อยละ 96.61 รองลงมาเป็นโปสเตอร์อิเล็กทรอนิกส์ ร้อยละ 86.46 และระบบการท่องเที่ยวอัจฉริยะ (smart tourism system) ในรูปแบบระบบการท่องเที่ยวจำลองสถานที่ขึ้นมาเป็นโลกเสมือนจริง (VR) ร้อยละ 52.86 ด้านช่องทางการรับรู้และใช้สารสนเทศ นักท่องเที่ยวมีความต้องการสารสนเทศมากที่สุดในช่องทางดีกตก ร้อยละ 88.54 รองลงมาเป็นยูทูบ ร้อยละ 83.59 และอินสตาแกรม ร้อยละ 78.13 ตามลำดับ

2. การออกแบบสื่อสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยววัดใหญ่สุวรรณาราม จังหวัดเพชรบุรี ผู้วิจัยดำเนินการพัฒนาตามขั้นตอนของ ADDIE Model จำนวน 5 ขั้นตอน (Seels & Glasgow, 1998) ประกอบด้วย

2.1 ขั้นการวิเคราะห์ (analysis) ผู้วิจัยได้นำผลการศึกษาจากขั้นตอนที่ 2 การศึกษาความต้องการสารสนเทศ มาเป็นกรอบกำหนดการวิเคราะห์เนื้อหาสารสนเทศที่จะถูกนำมาใช้ในการนำเสนอสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว ตลอดจนการเลือกรูปแบบการนำเสนอผ่านสื่อต่าง ๆ และวิเคราะห์องค์ประกอบของเนื้อหาและสารสนเทศที่ใช้ในการนำเสนอข้อมูลของวัดใหญ่สุวรรณาราม จังหวัดเพชรบุรี โดยแบ่งเนื้อหาภายในเป็น 3 หัวข้อหลัก ได้แก่ 1) ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับวัด ได้แก่ ประวัติความเป็นมา เรื่องราวหรือความเชื่อเกี่ยวกับวัด วัฒนธรรมและข้อควรปฏิบัติ จุดเด่นและจุดสำคัญที่น่าสนใจภายในวัด แผนผังและสิ่งอำนวยความสะดวกในวัด 2) ข้อมูลการเตรียมตัวและการเดินทางท่องเที่ยว ประกอบด้วย กิจกรรมเทศกาลหรือพิธีกรรมทางศาสนา แผนที่ เส้นทางการเดินทาง เวลาเปิด-ปิด และค่าใช้จ่ายในการเข้าเที่ยวชม และ 3) ข้อมูลช่องทางการติดต่อสอบถาม เช่น เบอร์โทรศัพท์ เว็บไซต์ หรือสื่อสังคมออนไลน์ สำหรับการติดต่อเพิ่มเติม จากนั้นจึงทำการวิเคราะห์แนวทาง รูปแบบสื่อสารสนเทศและการจัดการสารสนเทศด้านเนื้อหาเพื่อนำเสนอให้ผู้ใช้งานสามารถเข้าใจตามลำดับเนื้อหาที่วางแผนไว้ รวมทั้งศึกษากระบวนการสร้างและพัฒนาสื่อให้มีคุณภาพและประสิทธิภาพเพื่อตอบโจทย์ผู้ใช้งานจากประสบการณ์จริง

2.2 ขั้นการออกแบบ (Design) ผู้วิจัยดำเนินการออกแบบสารสนเทศลักษณะสื่ออิเล็กทรอนิกส์ 2 ประเภท ดังนี้

2.2.1 หนังสือเล่มเล็ก (Booklet) จัดทำทั้งแบบอิเล็กทรอนิกส์และสิ่งพิมพ์ ขนาด A5 ใช้โทนสีครีม ทอง และน้ำตาลเพื่อสร้างบรรยากาศคลาสสิกและอบอุ่น โดยกำหนดรูปแบบอักษร Sans Serif (Cloud Soft และ Anatason) พร้อมการใช้สีสามระดับเฉด เนื้อหาครอบคลุม ภาษาไทย อังกฤษ และจีน ภาพประกอบเป็นภาพถ่ายสถานที่จริงที่ผู้วิจัยบันทึกด้วยตนเองและได้รับอนุญาตจากวัดใหญ่สุวรรณาราม จังหวัดเพชรบุรี แหล่งข้อมูลได้จากการสัมภาษณ์พระสงฆ์และผู้ช่วยเจ้าอาวาส รวมถึงการศึกษาจากเอกสารในห้องสารสนเทศท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี เนื้อหาในแต่ละหน้าเชื่อมโยงกับวิดีโอและเทคโนโลยีเสมือนจริง (AR) เพื่อเพิ่มความน่าสนใจและประสบการณ์เชิงโต้ตอบ

2.2.2 สื่อวิดีโอ แบ่งเป็น 3 ส่วนหลัก ได้แก่ 1) ข้อมูลพื้นฐานของวัด เช่น ประวัติความเป็นมา ความเชื่อ วัฒนธรรม และข้อควรปฏิบัติในการเที่ยวชม จำนวน 1 วิดีโอ ความยาวไม่เกิน 2 นาที 2) จุดเด่นและจุดสำคัญ แผนผังภายใน และสิ่งอำนวยความสะดวก จำนวน 6 วิดีโอ ความยาวไม่เกิน 1.30 นาทีต่อเรื่อง และ 3) ข้อมูลการเตรียมตัวและการเดินทาง เช่น เทศกาลหรือพิธีกรรม แผนที่ เวลาเปิด-ปิด และค่าใช้จ่าย ความยาวไม่เกิน 3 นาที วิดีโอทั้งหมดออกแบบให้สอดคล้องกับเนื้อหาใน Booklet ใช้ภาพถ่ายสถานที่จริงผสมสื่ออินโฟกราฟิก พร้อมคำบรรยายภาษาอังกฤษและจีน

2.3 ขั้นการพัฒนา (Development) ผู้วิจัยดำเนินการพัฒนา Booklet ด้วยโปรแกรม Canva ได้จำนวน 11 หน้า ขนาด A5 ขณะที่การผลิตวิดีโอใช้โปรแกรม Vegas และฝังวิดีโอลงใน Booklet

ผ่านระบบเทคโนโลยีเสมือนจริง (AR) โดยใช้โปรแกรม Artivive เพื่อเชื่อมโยงเนื้อหาและสร้างประสบการณ์ที่สมบูรณ์มากขึ้น ดังภาพที่ 1-3



ภาพที่ 1 ตัวอย่างหนังสือเล่มเล็กในรูปแบบคู่มือ (Booklet)



ภาพที่ 2 ตัวอย่างสื่อวิดีโอแนะนำสิ่งสำคัญภายในวัดใหญ่สุวรรณาราม จังหวัดเพชรบุรี



ภาพที่ 3 สื่อวิดีโอบนหนังสือเล่มเล็กในรูปแบบคู่มือด้วยการใช้เทคโนโลยีเสมือนจริง (AR)

2.4 ขั้นการนำไปใช้ (Implementation) ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของเนื้อหาและภาพประกอบในหนังสือเล่มเล็ก โดยได้รับข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญด้านภาษาเพื่อปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง เมื่อสื่อมีความสมบูรณ์แล้วจึงจัดพิมพ์จำนวน 30 เล่ม สำหรับสื่อวิดีโอ ได้มีการทดสอบคุณภาพทั้งด้านภาพ เสียง และคำบรรยายภาษาอังกฤษและภาษาจีน โดยมีอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญด้านภาษาให้คำแนะนำเพิ่มเติม ผลงานทั้งหมดถูกอัปโหลดเข้าสู่ระบบ Cloud เพื่อเชื่อมโยงกับเทคโนโลยีเสมือนจริง (AR) และผ่านการทดสอบการใช้งานอย่างต่อเนื่อง

2.5 ขั้นการประเมินผล (Evaluation) ผู้วิจัยได้จัดทำหนังสือเล่มเล็กในรูปแบบคู่มือประกอบด้วยสื่อวิดีโอและระบบเทคโนโลยีเสมือนจริง (AR) เสร็จแล้วจึงนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ 1 คน ด้านการออกแบบสารสนเทศ 2 คน และด้านสารสนเทศศาสตร์และดิจิทัลคอนเทนต์ จำนวน 2 คน ประเมินคุณภาพสื่อสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยววัดใหญ่สุวรรณาราม จังหวัดเพชรบุรี ด้วยแบบประเมินคุณภาพสื่อสารสนเทศ

3. คุณภาพสื่อสารสนเทศสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยววัดใหญ่สุวรรณาราม จังหวัดเพชรบุรี โดยผู้เชี่ยวชาญ พบว่า สื่อสารสนเทศที่ถูกออกแบบและพัฒนาขึ้นมีคุณภาพโดยรวมอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 4.21$, S.D. = 0.55) เมื่อพิจารณาเป็นรายตอนพบว่า ตอนที่ 2 คุณภาพของสื่อกราฟิกสำหรับหนังสือเล่มเล็ก มีคุณภาพโดยรวมอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 4.31$, S.D. = 0.53) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการใช้งานเทคโนโลยีเสมือนจริง (AR) มีคุณภาพอยู่ระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.58$, S.D. = 0.47) รองลงมาเป็นด้านเนื้อหา มีคุณภาพอยู่ระดับดี ($\bar{X} = 4.44$, S.D. = 0.60) และด้านการออกแบบ มีคุณภาพอยู่ระดับดี ($\bar{X} = 4.16$, S.D. = 0.38) ตามลำดับ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 คุณภาพสื่อสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยววัดใหญ่สุวรรณาราม โดยผู้เชี่ยวชาญ

ข้อคำถามการประเมินคุณภาพ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ตอนที่ 1 คุณภาพของสื่อวิดีโอ	4.10	0.56	ระดับดี
1. ด้านเนื้อหา	4.16	0.55	ระดับดี
2. ด้านการใช้ภาษาเพื่อนำเสนอเนื้อหา	4.20	0.40	ระดับดี
3. ด้านการใช้เสียง	4.05	0.65	ระดับดี
4. ด้านภาพประกอบ	4.00	0.63	ระดับดี
ตอนที่ 2 คุณภาพของสื่อกราฟิกสำหรับหนังสือเล่มเล็กในรูปแบบคู่มือ	4.31	0.53	ระดับดี
1. ด้านเนื้อหา	4.44	0.60	ระดับดี
2. ด้านการใช้ภาษาเพื่อนำเสนอเนื้อหา	4.05	0.66	ระดับดี

ข้อคำถามการประเมินคุณภาพ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
3. ด้านการออกแบบ	4.16	0.38	ระดับดี
4. ด้านการใช้งานเทคโนโลยีเสมือนจริง (AR)	4.58	0.47	ระดับดีมาก
รวม	4.21	0.55	ระดับดี

4. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยววัดใหญ่สุวรรณาราม จังหวัดเพชรบุรี แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศทางเลือก (LGBTQ+) ร้อยละ 38.02 ส่วนใหญ่มีสัญชาติไทย ร้อยละ 56.25 รองลงมาเป็นสัญชาติจีน ร้อยละ 13.54 และสัญชาติเมียนมาร์ ร้อยละ 8.85 มีอายุระหว่าง 36-45 ปีมากที่สุด ร้อยละ 38.54 มีระดับการศึกษาส่วนใหญ่ที่ระดับปริญญาตรี ร้อยละ 36.98 และประกอบอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัวมากที่สุด ร้อยละ 31.77 ลูกจ้างและพนักงานเอกชน ร้อยละ 22.66 และนักเรียนนักศึกษา ร้อยละ 19.01 ตามลำดับ

4.2 นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อสื่อสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยววัดใหญ่สุวรรณาราม จังหวัดเพชรบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.90$, S.D. = 0.85) เมื่อพิจารณาเป็นรายตอนพบว่า ตอนที่ 2 หนังสือเล่มเล็กในรูปแบบคู่มือ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.91$, S.D. = 0.43) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ทุกด้านมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับดังนี้ ด้านการใช้ภาษาเพื่อนำเสนอเนื้อหา ($\bar{X} = 4.92$, S.D. = 0.44) ด้านการใช้งานเทคโนโลยีเสมือนจริง (AR) ($\bar{X} = 4.92$, S.D. = 0.40) รองลงมาได้แก่ ด้านการออกแบบ ($\bar{X} = 4.91$, S.D. = 0.43) ตามลำดับ ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยววัดใหญ่สุวรรณาราม

ข้อคำถามการประเมินความพึงพอใจ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ตอนที่ 1 สื่อวิดีโอ	4.89	1.27	มากที่สุด
1. ด้านเนื้อหา	4.85	1.26	มากที่สุด
2. ด้านภาพประกอบ	4.98	1.30	มากที่สุด
3. ด้านการใช้เสียง	4.85	1.26	มากที่สุด
ตอนที่ 2 หนังสือเล่มเล็กในรูปแบบคู่มือ (Booklet)	4.91	0.43	มากที่สุด
1. ด้านเนื้อหา	4.90	0.46	มากที่สุด
2. ด้านการใช้ภาษาเพื่อนำเสนอเนื้อหา	4.92	0.44	มากที่สุด
3. ด้านการออกแบบ	4.91	0.43	มากที่สุด
4. ด้านการใช้งานเทคโนโลยีเสมือนจริง (AR)	4.92	0.40	มากที่สุด
รวม	4.90	0.85	มากที่สุด

อภิปรายผล

นักท่องเที่ยวมีความต้องการสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยววัดใหญ่สุวรรณาราม จังหวัดเพชรบุรี โดยเฉพาะข้อมูลด้านประวัติความเป็นมา จุดเด่นและจุดสำคัญภายในวัด ตลอดจนแผนที่และเส้นทางการเดินทาง ซึ่งสะท้อนความจำเป็นของการวางแผนการท่องเที่ยวล่วงหน้า โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันวาย (อายุ 26–35 ปี) ที่นิยมการแสวงหาข้อมูลด้วยตนเอง สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิยะดา ดาวล้อมจันทร์ (2563) ที่พบว่านักท่องเที่ยวต้องการข้อมูลสถานที่ ที่พัก อาหาร และการเดินทางเพื่อการจัดการแผนท่องเที่ยวล่วงหน้า และนิยมใช้สื่อมัลติมีเดียประเภทวิดีโอที่เข้าใจง่ายและเข้าถึงสะดวก

การออกแบบสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยววัดใหญ่สุวรรณาราม จังหวัดเพชรบุรี ใช้แนวคิด ADDIE Model 5 ขั้นตอน ประสบความสำเร็จในการพัฒนาและใช้งานจริงจากกระบวนการพัฒนาเน้นการออกแบบข้อมูลและองค์ประกอบโดยคำนึงถึงผู้ใช้สารสนเทศเป็นหลัก เริ่มจากการวิเคราะห์ข้อมูลที่แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ เนื้อหาข้อมูลเกี่ยวกับวัด การเตรียมตัวและการเดินทางท่องเที่ยว และข้อมูลติดต่อกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จากนั้นจึงมีการออกแบบสื่อสารสนเทศใน 3 รูปแบบ ได้แก่ คู่มือเล่มเล็ก (Booklet) อิเล็กทรอนิกส์ และสื่อสิ่งพิมพ์ขนาด A5 ใช้โทนสีคลาสสิกที่สอดคล้องกับบรรยากาศวัด พร้อมนำเสนอข้อมูลด้วยเทคโนโลยีเสมือนจริง (AR) เพื่อเพิ่มความน่าสนใจ และสื่อสารสนเทศได้รับการตรวจสอบคุณภาพจากผู้เชี่ยวชาญและปรับปรุงตามคำแนะนำ ก่อนนำไปใช้งานจริงกับนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับงานวิจัยของ กนกวรรณ แก้วเกาะสะบ้า และ ธนอม ห่อวงศ์สกุล (2566) และ ชนกนารถ บุญวัฒนะกุล และคณะ (2566) พัฒนาสื่อมัลติมีเดียโดยใช้กระบวนการ ADDIE Model 5 ขั้นตอนสามารถนำไปใช้งานได้จริง เพราะมีการเริ่มจากการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย พฤติกรรมการใช้สื่อและปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น จากนั้นจึงออกแบบสื่อให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย และพัฒนาสื่อตามที่ออกแบบไว้ มีการทดลองใช้กับกลุ่มเป้าหมายและตรวจสอบประสิทธิภาพ รวมถึงการประเมินสื่อ เพื่อให้สื่อสามารถใช้งานได้จริง

คุณภาพสื่อสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยววัดใหญ่สุวรรณาราม จังหวัดเพชรบุรีที่พัฒนาขึ้นอยู่ในระดับดี สื่อวิดีโอมีคุณภาพดีในด้านเนื้อหา ภาษา เสียงบรรยาย และภาพประกอบ อีกทั้งมีการนำเสนอหลายภาษาทั้งภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และภาษาจีน ประยุกต์ใช้เทคโนโลยี AR เพื่อสร้างประสบการณ์เสมือนจริง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พงศกร รุ่งกำจัด, ญัฐพล รำไพ, และสุติเทพ ศิริพิพัฒนกุล (2566) ที่พบว่าคุณภาพของสื่อวิดีโอที่ค้นมีความเหมาะสมในเรื่องของการใช้ภาษาและเสียงบรรยายในระดับดีเช่นเดียวกัน และงานวิจัยของ จิตนตนา กสินันท์, ชัชวาล ชุมรักษา, ชรรค์ชัย แซ่แต้, ศิลป์ชัย สุวรรณมณี, และพลากร คล้ายทอง (2566) และ ภูสิตา เห็นประเสริฐ, ดวงพร ศรีหาตา และ ทนันทยา คำคุ้ม (2566) ที่พบว่าการใช้เทคโนโลยีเสมือนจริง (AR) เข้ามาเสริมการนำเสนอเนื้อหาทำให้สื่อมีคุณภาพอยู่ระดับดีมาก

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยววัดใหญ่สุวรรณาราม จังหวัดเพชรบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมากที่สุด ทั้งในรูปแบบของสื่อวิดีโอและคู่มือเล่มเล็ก เนื่องจากสื่อเหล่านี้ได้รับการพัฒนาจากการศึกษาความต้องการของผู้ใช้สารสนเทศและการออกแบบที่สอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้งาน โดยมีการผสมผสานภาพ เสียง และข้อความที่สร้างความน่าสนใจ รวมถึงการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเสมือนจริง (AR) ที่ทำให้สื่อมีความทันสมัยมากขึ้น ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับผลการวิจัยของ พงศกร รุ่งกำจัด ญัฐพล รำไพ และสุติเทพ ศิริพิพัฒนกุล (2566) ที่ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้ต่อสื่อดิจิทัลวิถีทัศน์การท่องเที่ยวผ่านเทคโนโลยีเสมือนจริงในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งพบว่ามีความพึงพอใจมากที่สุด

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ควรพัฒนาสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่มีความหลากหลายของเนื้อหาและรูปแบบ เพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ในหลายมิติ ทั้งเชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น และกิจกรรมร่วมสมัยของวัด อันจะช่วยเพิ่มความน่าสนใจและคุณค่าทางการเรียนรู้แก่ผู้รับสาร

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการเปรียบเทียบสื่ออิเล็กทรอนิกส์และสื่อดิจิทัลที่สามารถเข้าถึงได้ในแพลตฟอร์มออนไลน์หลายรูปแบบ โดยใช้รูปแบบการออกแบบที่เหมือนกันเป็นชุดเดียวกัน เพื่อเป็นอัตลักษณ์และสร้างภาพลักษณ์ที่จดจำได้

2.2 ควรมีการนำเสนอเนื้อหาที่หลากหลายรูปแบบนอกเหนือจากข้อมูลพื้นฐานของวัดที่มีอยู่แล้ว และควรสร้างจุดเชื่อมโยงจุดแตกต่างและจุดเด่นของวัดในจังหวัดเพชรบุรี อันจะนำไปสู่การสร้างเครือข่ายการนำเสนอสารสนเทศอิเล็กทรอนิกส์หรือคอนเทนต์ที่หลากหลายมากขึ้นกว่าเดิม

2.3 สื่อดังกล่าวสามารถเป็นต้นแบบในการพัฒนาสื่อเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในลักษณะของวัดหรือสถานที่สำคัญในรูปแบบโบราณสถานท้องถิ่นได้ในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

กนกกาญจน์ กลุ่มเกลา, และ ชีระศักดิ์ ทรัพย์ประเสริฐ. (2567). ทักษะคิดและแนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. *วารสารศิลปการจัดการ*, 8(1), 226 – 248. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jam/article/download/267322/179455/1105850>

- กนกวรรณ แก้วเกาะสบ้า, และณอม ห่อวงศ์สกุล. (2566). การพัฒนาอัลติมีเดียแบบสื่อประสมเพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันและประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวชุมชนโขนเขาจังหวัดสุราษฎร์ธานี. *วารสารราชภัฏสุราษฎร์ธานี*, 10(2), 61-96. <https://so05.tcithaijo.org/index.php/srj/article/download/267132/180173/1067877>
- จักรพันธ์ กิตตินรรัตน์, และอรณัญญ์ อธิ์ธัญวัฒน์. (2567). การสุมตัวอย่างในงานวิจัย: หลักการ วิธีการ และการประยุกต์ใช้. *วารสารนวัตกรรมการบริหารและการจัดการศึกษา*, 2(1), 39-55. <https://so11.tci-thaijo.org/index.php/IAEM/article/view/1111>
- จินตนา กลิ่นนันท, ชัชวาล ชุมรักษา, ชรรค์ชัย แซ่แต้, ศิลป์ชัย สุวรรณมณี, และพลากร คล้ายทอง. (2566). การออกแบบและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหลังวิกฤตโควิด-19 กรณีศึกษาพื้นที่ชุมชนตำบลลานซ้อย อำเภอบ้านพะยอม จังหวัดพัทลุง. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม*, 17(1), 34-43. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/rmuj/article/view/264316>
- จิราวรรณ แสงเพ็ชร. (2567). รายการ "ตั้ง ต้น ค้น ราก" ตอนที่ 3 - งานพุทธศิลป์ และความเป็นมาของวัดใหญ่สุวรรณาราม จังหวัดเพชรบุรี [วิดีโอ]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=4Gs61yVvSZ8>
- ชนกนารถ บุญวัฒนะกุล, เมธชนนท์ ประจวบลาภ, เจษฎากร อังกุลพัฒนาสุข, และฐานิษา สุขเกษม. (2566). แนวทางการพัฒนาสื่อการเรียนรู้เพื่อสร้างความรอบรู้ด้านสุขภาพเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ยาสูบของเด็กและเยาวชนในระบบการศึกษาและการศึกษานอกระบบ. *วารสารวิชาการนวัตกรรมการสื่อสารสังคม*, 11(2), 27-41. <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/jcosci/article/view/268565>
- ณัฐภูมิ สุวรรณช่าง. (2563). การศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้วยตนเอง กรณีศึกษา ชุมชนวัดเกาะ อำเภอมะนัง จังหวัดเพชรบุรี. *วารสารมนุษยสังคมปริทัศน์ (มสป.)*, 22(1), 39-59. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/hspbruacthjournal/article/download/256821/173361>
- บุญชม ศรีสะอาด. (2560). *การวิจัยเบื้องต้น* (พิมพ์ครั้งที่ 10). สุวีริยาสาส์น.
- ปิยะดา ดาวล้อมจันทร์. (2563). *พฤติกรรมและการแสวงหาสารสนเทศของนักท่องเที่ยวไทยเจนเนอเรชันวาย*. [ปริญญาานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ]. <http://ir-ithesis.swu.ac.th/dspace/bitstream/123456789/1156/1/gs602130015.pdf>
- พงศกร รุ่งกำจัต, ณัฐพล รำไพ, และสุติเทพ ศิริพิพัฒน์กุล. (2566). การพัฒนาสื่อดิจิทัลวิถีทัศน์การท่องเที่ยวผ่านเทคโนโลยีการเรียนรู้แบบเสมือนจริง เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์การทัศนศึกษาแหล่งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. *วารสารแม่โจ้เทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรม มหาวิทยาลัยแม่โจ้*, 9(1), 14-29. <https://mitij.mju.ac.th/ARTICLE/R66002.pdf>

- เพ็ญรุ่งไย สามเสน. (2566). *ททท.พลิกโฉมเที่ยวเพชรบุรี เปิดจุดขายใหม่ 8 อำเภอ ชูอาหาร & ป่ามรดกโลก เปิดฟรีทัวร์รถรางรอบเมืองเก่า*. <https://shorturl.asia/qzRWs>
- ภูสิตา เห็นประเสริฐ, ดวงพร ศรีหาตา และ ทนันทา คำคุ้ม. (2566). การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์เทคโนโลยีความจริงเสริม การท่องเที่ยววิถีชุมชนคนภูไท จังหวัดกาฬสินธุ์. *วารสารวิจัยและพัฒนาอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง*, 2(1), 23-31. <https://so14.tci-thaijo.org/index.php/RDGMSJournal/article/view/203>
- วิวัฒน์ มีสุวรรณ. (2567). *วิจัยทางเทคโนโลยีการศึกษา*. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- สำนักงานจังหวัดเพชรบุรี. (2567). *ชุมชนเมืองเก่าเพชรบุรี*. จังหวัดเพชรบุรี. <https://www.phetchaburi.go.th/newpb24/travel/detail/10>
- Azuma, R. T. (1997). A survey of augmented reality. *Presence: Teleoperators and Virtual Environments*, 6(4), 355–385. <https://doi.org/10.1162/pres.1997.6.4.355>
- Branson, R. K., Rayner, G. T., Cox, J. L., Furman, J. P., King, F. J., & Hannum, W. H. (1975). *Interservice procedures for instructional systems development* (5 vols.; TRADOC Pam 350-30, NAVEDTRA 106A). U.S. Army Training and Doctrine Command.
- Chumnumwat, S., & Chanvichai, K. (2024). The digital content on social media for tourism promotion of Wang Krod Community, Phichit. *Journal of Management and Information Sciences Naresuan University: MIS Journal*, 19(4), 180–195. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/BECJournal/article/view/272598?utm_source=chatgpt.com
- Grunig, J. E., & Hunt, T. (1984). *Managing public relations*. Rinehart & Winston.
- McIntosh, R. W., & Goeldner, C. R. (1990). *Tourism: Principles, practices, philosophies* (6th ed.). Wiley.
- Seels, B., & Glasgow, Z. (1998). *Making Instructional Design Decisions*. (2nd ed.) Merrill.
- Wang, C. (2023). Online tourism information quality and tourist resonance: Effects on destination image. *Frontiers in Psychology*, 14, 1140519. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1140519>