

## บทที่ 5

### สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ในการศึกษาเรื่อง “การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศหมู่บ้านปลากัดจีน ตำบลหนองปากโลง จังหวัดนครปฐม” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการ และพัฒนาสื่อเว็บไซต์ รวมถึงโปสเตอร์ในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศหมู่บ้านปลากัดจีน ตำบลหนองปากโลง จังหวัดนครปฐม และเป็นแนวทางในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศหมู่บ้านปลากัดจีน ตำบลหนองปากโลง จังหวัดนครปฐม การนำเสนอข้อมูลในบทที่ 5 แบ่งออกเป็น 4 ตอน คือ

- 5.1 สรุปผลการวิจัย
- 5.2 อภิปรายผลการวิจัย
- 5.3 ข้อเสนอแนะ

#### 5.1 สรุปผลการวิจัย

##### 5.1.1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 55.80 รองลงมา เป็นเพศชาย ร้อยละ 40.40 ส่วนใหญ่มีอายุ 31-40 ปี ร้อยละ 28.80 รองลงมา มีอายุ 21-30 ปี ร้อยละ 23.10 และน้อยที่สุด มีอายุ 50 ปีขึ้นไป ร้อยละ 11.50 ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส ร้อยละ 51.90 รองลงมา มีสถานภาพโสด ร้อยละ 40.40 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 36.50 รองลงมา มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.4-ม.6) ร้อยละ 28.80 และน้อยที่สุด คือ มีการศึกษาระดับประถมศึกษา (ป.1-ป.6) ร้อยละ 11.50 ส่วนใหญ่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 36.50 รองลงมา มีอาชีพพนักงานบริษัท ร้อยละ 21.20

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญของความต้องการของข้อมูลจากสื่อประชาสัมพันธ์ของหมู่บ้านปลากัดจีน ตำบลหนองปากโลง จังหวัดนครปฐม ประกอบด้วย สื่อสิ่งพิมพ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านสื่อสิ่งพิมพ์โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ให้ความสำคัญกับข้อมูลแผนที่/การเดินทาง และข้อมูลสถานที่ กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเท่ากันในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ข้อมูลประชาสัมพันธ์ และโปรโมชั่นต่าง ๆ ในระดับมาก รองลงมาคือ ข้อมูลประวัติความเป็นมาของชุมชนในระดับมาก รองลงมาคือ ข้อมูลประเพณี/วัฒนธรรมท้องถิ่นในระดับมาก และ ข้อมูลเอกลักษณ์ และความแตกต่างของชาติพันธุ์ในระดับมาก ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญของความต้องการของข้อมูลจากสื่อประชาสัมพันธ์ของหมู่บ้านปลากัดจีน ตำบลหนองปากโลง จังหวัดนครปฐม ประกอบด้วย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านสื่ออินเทอร์เน็ตโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว พบว่า ให้ความสำคัญกับข้อมูลแผนที่/การเดินทางในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ข้อมูลประชาสัมพันธ์ และโปรโมชั่นต่าง ๆ ในระดับมาก รองลงมา คือ ข้อมูลสถานที่ กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในระดับมาก รองลงมา คือ ข้อมูลประวัติความเป็นมาของชุมชนในระดับมาก รองลงมา คือ ข้อมูลประเพณี/วัฒนธรรมท้องถิ่นในระดับมาก รองลงมา คือ ข้อมูลร้านอาหารในระดับ

มาก รองลงมา คือ ข้อมูลเอกลักษณ์ และความแตกต่างของชาติพันธุ์ในระดับมาก และบทความการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในระดับมาก ตามลำดับ

### 5.1.2 การประเมินความคิดเห็นที่มีต่อการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์รณรงค์การท่องเที่ยวหมู่บ้านปลากัดจีน ตำบลหนองปากโลง จังหวัดนครปฐม (ด้านออกแบบสื่อประเภทโปสเตอร์)

ผลการประเมินความคิดเห็นที่มีต่อการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์รณรงค์การท่องเที่ยวหมู่บ้านปลากัดจีน ตำบลหนองปากโลง จังหวัดนครปฐม (ด้านออกแบบสื่อประเภทโปสเตอร์) พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายแบบ พบว่า แบบที่ 1 อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ แบบที่ 2 อยู่ในระดับมาก และ แบบที่ 3 อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

และสาเหตุที่เลือกแบบที่ 1 พบว่า ด้านการใช้ภาพประกอบอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า โครงสร้างสีในภาพมีความสวยงาม และการจัดวางตำแหน่งของภาพมีความน่าสนใจ อยู่ในระดับมากที่สุดเท่ากัน รองลงมา คือ ขนาดภาพมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ ภาพที่ใช้มีความคมชัดอยู่ในระดับมาก และภาพที่ใช้สอดคล้องกับเนื้อหาอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ด้านรูปแบบตัวอักษรอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า รูปแบบตัวอักษรมีความเหมาะสมกับเนื้อหาอยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ ขนาดของตัวอักษรมีขนาดที่เหมาะสมต่อระยะการอ่านอยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ รูปแบบตัวอักษรชัดเจน และอ่านง่าย อยู่ในระดับมาก และ สีของตัวอักษรเด่น และสวยงามอยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

ด้านการใช้สื่ออยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า โทนีสีที่ใช้สอดคล้องและผสมผสานอย่างกลมกลืนกับองค์ประกอบอื่นๆ อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ การใช้โทนีสีมีความสวยงามอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ การใช้โทนีสีโดยรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด และโทนีสีช่วยเน้นให้ข้อความอ่านง่ายขึ้นอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ด้านการจัดวางองค์ประกอบอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การจัดองค์ประกอบสอดคล้องกับทิศทางการอ่านโดยลำดับความสำคัญขององค์ประกอบจากมากไปหาน้อย อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ การจัดรูปแบบขนาดของภาพ ตัวอักษร และโครงสร้างของสีประกอบกันเป็นภาพรวมมีความสอดคล้องผสมกลมกลืนอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ การกำหนดขนาดของงานมีความเหมาะสม และการจัดองค์ประกอบมีการเน้นส่วนสำคัญหลักและรอง เท่ากันอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

### 5.1.3 การออกแบบเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์รณรงค์การท่องเที่ยวหมู่บ้านปลากัดจีน ตำบลหนองปากโลง จังหวัดนครปฐม

หมู่บ้านปลากัดจีน ตำบลหนองปากโลง จังหวัดนครปฐมสามารถเข้าถึงได้ที่ <http://dept.npru.ac.th/bettafish/> ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศหมู่บ้านปลากัดจีน ตำบลหนองปากโลง จังหวัดนครปฐม อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความสวยงาม น่าดึงดูดใจ อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ การนำไปใช้เพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ การออกแบบตัวอักษร และกราฟิกอยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ

#### 5.1.4 ประสิทธิภาพของประชาสัมพันธ์รณรงค์การท่องเที่ยวหมู่บ้านปลากัดจีน ตำบลหนองปากโลง จังหวัดนครปฐม

จากการสัมภาษณ์คุณสุภาพ มีนาลุ่ม พบว่า หลังจากการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์ เว็บไซต์ पोสเตอร์ ที่เผยแพร่ในสถานที่ต่าง ๆ พบว่า เดือนธันวาคม พ.ศ. 2558 มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวเพิ่มขึ้นจากเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2558 เฉลี่ยร้อยละ 20 (150 – 200 คนต่อเดือน) โดยนักท่องเที่ยวจะมีค่าใช้จ่ายในหมู่บ้านปลากัดจีนเฉลี่ย 90 – 140 บาทต่อคน ซึ่งสร้างรายได้ให้ชุมชนหมู่บ้านปลากัดจีนเป็นอย่างดี เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาส่วนใหญ่ให้ความสนใจในการซื้อปลากัดจีนไปเป็นของฝากเฉลี่ย 2-3 ตัวต่อคน ราคาตัวละ 25-50 บาท

#### 5.2 อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษา และทดลองใช้โปสเตอร์ และเว็บไซต์ พบว่า สามารถนำไปประชาสัมพันธ์หมู่บ้านปลากัดจีน ตำบลหนองปากโลง จังหวัดนครปฐม ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยภาพโปสเตอร์นั้น คณะผู้วิจัยได้ทำการสอบถามความต้องการโปสเตอร์จากเกษตรกรผู้เพาะเลี้ยงปลาสวยงาม และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ทำการออกแบบโปสเตอร์ตามหลักการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ มีการใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย โครงสร้างสีในภาพมีความสวยงาม และการจัดวางตำแหน่งของภาพมีความน่าสนใจ ขนาดภาพมีความเหมาะสมคมชัด และสอดคล้องกับเนื้อหาทำให้โปสเตอร์ได้รับความสนใจจากผู้ที่พบเห็นเป็นอย่างมาก อีกทั้งคณะผู้วิจัยได้ร่วมมือกับสำนักงานประมงจังหวัดนครปฐม นำผลงานโปสเตอร์ไปแสดงในงานประมงต่าง ๆ เพื่อประชาสัมพันธ์หมู่บ้านปลากัดจีนให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย สอดคล้องกับอรรถพรธนาถ (2554) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “การวางแผนสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของชุมชน จังหวัดจันทบุรี” ผลการศึกษาพบว่า แนวทางในการสร้างเครือข่ายการวางแผนสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของชุมชน จังหวัดจันทบุรี ชุมชนต้องการให้มีการร่วมมือในการส่งเสริมการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในชุมชนอย่างต่อเนื่อง จากสถาบัน หน่วยงานภาครัฐ และชุมชน โดยให้การสนับสนุนด้านวิชาการ ความรู้ หรืองบประมาณ ในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ รวมทั้งมีการจัดวางแผนการจัดอบรมภาคีเครือข่ายเพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน มีการสร้างสื่อในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ การประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริม และสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวในชุมชน มีการอุดหนุนงบประมาณ ในการทำกิจกรรมของเครือข่ายอย่างต่อเนื่องทุกปี รวมทั้งมีหน่วยงานในจังหวัดเข้าร่วมส่งเสริม และสนับสนุนกิจกรรมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในชุมชน มีการประชาสัมพันธ์กิจกรรมของเครือข่ายการท่องเที่ยวในชุมชนเพื่อให้รับทราบทั่วกัน มีการรณรงค์ และปลูกฝังให้คนรุ่นใหม่ในชุมชนร่วมกันประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวของชุมชนของตน

ด้านเว็บไซต์คณะผู้วิจัยได้ใช้หลักการออกแบบโครงสร้างเว็บไซต์ระบบเนวิเกชันที่เข้าใจง่าย ใช้กราฟิก และข้อความที่สื่อความหมายชัดเจน มีรูปแบบของลำดับรายการที่สม่ำเสมอ จึงทำให้ผู้ที่เข้ามาเข้าชมเว็บไซต์ สามารถเข้าถึงเนื้อหาที่ต้องการได้อย่างรวดเร็ว และในส่วนของ การประชาสัมพันธ์ คณะผู้วิจัยได้ค้นหาจุดแข็งของหมู่บ้านปลากัดจีนที่มีอยู่ แล้วนำมาบรรยายลงในเว็บไซต์ เพื่อให้ผู้ที่เข้ามาใช้เว็บไซต์ได้รู้จัก ภาพลักษณ์ที่ดีของหมู่บ้านปลากัดจีน สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุจิตรา ขำจิตร (2553) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาคุณภาพสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในกรุงเทพมหานคร” ผลการศึกษาพบว่า

สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีคุณภาพในการจูงใจการท่องเที่ยวมากที่สุด 5 อันดับ ได้แก่ เว็บไซต์ เพื่อน นิตยสาร/วารสาร หนังสือคู่มือการท่องเที่ยว โทรทัศน์ และคุณภาพของสื่อในการจูงใจ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในด้านต่าง ๆ พบว่า ข้อมูลสร้างความเข้าใจ มีประโยชน์ และรูปภาพ หรือเสียง ประกอบน่าสนใจ มีคุณภาพในการจูงใจมากที่สุด

อีกทั้งคณะผู้วิจัยยังมีการประชาสัมพันธ์หมู่บ้านปลากัดจีนร่วมกับงานต่าง ๆ ของหน่วยงานราชการ เช่น กรมประมง สำนักงานประมงจังหวัดนครปฐม เป็นต้น การประชาสัมพันธ์ที่หมู่บ้านปลากัดจีนนำมาใช้ คือ การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับประชาชนกลุ่มต่าง ๆ และสร้างความเข้าใจ รวมทั้งชื่อเสียงแก่หมู่บ้าน โดยการสื่อสารผ่านสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ เช่น รายการหนึ่งสมองสองมือ ช่อง 7 รายการคมชัดลึกฝึกออาชีพ ช่องคมชัดลึก รายการทุกข์ชาวบ้าน ช่วงสุขชาวบ้าน ช่อง TNN24 รายการสู้กับภัย ช่องคมชัดลึก TV เป็นต้น มีการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีเกี่ยวกับหมู่บ้าน เปิดเป็นศูนย์การเรียนรู้การเพาะเลี้ยงปลาสวยงามของชุมชน

### 5.3 ข้อเสนอแนะ

#### 5.3.1 ข้อเสนอแนะ

จากการทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมู่บ้านปลากัดจีน ตำบลหนองปากโลง จังหวัดนครปฐม” ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อเสนอแนะทั้งจากกลุ่มตัวอย่าง โดยสรุปได้เป็นประเด็นสำคัญดังนี้

1. การถ่ายภาพ ควรมีการพัฒนาในด้านความสวยงามของภาพที่สื่อถึงสถานที่ท่องเที่ยวอย่างชัดเจน
2. รูปแบบเนื้อหาบนเว็บไซต์มีข้อมูลที่ครบถ้วน ครอบคลุมทุกด้าน รูปแบบการเขียน กระชับ ชัดเจน ตรงเป้าหมาย อ่านเข้าใจง่ายได้ใจความ และมีการ update ปรับปรุงข้อมูลให้เป็นปัจจุบันตลอดเวลา เพิ่มรูปภาพที่ท่องเที่ยว บอกข้อมูลจุดสังเกตว่าใกล้ถึงว่าจะเจออะไร และจุดสังเกตว่าถึงที่หมายแล้ว เพื่อต่อการเดินทางไปถึงจุดหมายอย่างตรงความต้องการ
3. การวางตำแหน่งของเว็บไซต์ทางการท่องเที่ยวบนเว็บไซต์กลางที่เป็นเว็บ search เพื่อค้นหา ควรวางตำแหน่งไว้ให้อยู่ที่หน้าแรก เพราะจากการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวบนเว็บไซต์ 1 ครั้ง นักท่องเที่ยวจะใช้เวลาหาข้อมูลประมาณ 5 เว็บไซต์ ดังนั้น ถ้าวางตำแหน่งเว็บไซต์ไว้หน้าหลัง ๆ มากจะไม่ได้รับความสนใจในการเปิดอ่าน

#### 5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาวิธีการออกแบบเว็บไซต์อย่างไรให้เกิดความน่าเชื่อถือกับผู้ที่เข้ามาเยี่ยมชม เช่น การมีเบอร์ติดต่อชัดเจน การให้ที่อยู่ เป็นต้น เพื่อให้นักท่องเที่ยวที่สนใจสามารถติดต่อได้โดยตรง
2. ควรศึกษารูปแบบด้านการให้บริการ และกิจกรรมเสริมต่าง ๆ ภายในเว็บไซต์ เพื่อค้นหาการบริการ และกิจกรรมที่สามารถดึงดูดผู้ใช้ให้กลับมาใช้บริการอีกครั้ง และบ่อยครั้งขึ้น
3. ควรศึกษาเรื่องการส่งเสริมการตลาดแบบออนไลน์ โดยเฉพาะเว็บไซต์ที่มีการแลกเปลี่ยน เชื่อม link กันว่าประสิทธิภาพของป้ายโฆษณาขนาดไหนที่ได้ผลดีที่สุดในเว็บไซต์ และการหาตำแหน่งที่เหมาะสมกับการวางมากที่สุดในแต่ละเว็บเพจ
4. ควรศึกษาแนวทางการพัฒนาเว็บไซต์ทางการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติ เพื่อเป็นการศึกษาเพิ่มเติมให้ครบด้านจากทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทย

และนักท่องเที่ยวต่างชาติ ซึ่งสัดส่วนของนักท่องเที่ยวต่างชาติเมื่อเทียบกับปริมาณของการใช้อินเทอร์เน็ตของแต่ละประเทศแล้ว ทั้งในเอเชีย และยุโรปแล้ว ประเทศไทยมีอัตราการเจริญเติบโตของการใช้อินเทอร์เน็ตของประชากรน้อยกว่าประเทศอื่น ๆ การศึกษากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาเว็บไซต์อย่างยิ่ง