

บทความวิจัย (Research Article)

การพัฒนาสื่อมัลติมีเดียเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตพระนคร กรุงเทพมหานคร

อนุมาศ แสงสว่าง¹, ศราวุธ แดงมาก^{1,*} และ วิรลพัชร อสัมภินพงศ์²

¹สาขาวิชาระบบสารสนเทศ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

²สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

* ผู้ประสานงานบทความต้นฉบับ: sravudh.d@rmutp.ac.th โทรศัพท์: 095-9151593

(รับบทความ: 12 มีนาคม 2568; แก้ไขบทความ: 5 เมษายน 2568; ตอรับบทความ: 21 เมษายน 2568)

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อพัฒนาสื่อมัลติมีเดียเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตพระนคร กรุงเทพมหานคร 2) เพื่อประเมินประสิทธิภาพสื่อมัลติมีเดียที่พัฒนา และ 3) เพื่อประเมินความพึงพอใจสื่อมัลติมีเดียที่พัฒนา รูปแบบการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพกลุ่มตัวอย่างแบ่งเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ 5 คน ใช้วิธีคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) และกลุ่มผู้ใช้งานทั่วไป จำนวน 30 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ 1) สื่อมัลติมีเดียเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตพระนคร กรุงเทพมหานคร 2) แบบประเมินประสิทธิภาพสื่อมัลติมีเดีย และ 3) แบบสอบถามความพึงพอใจจากผู้ที่มีต่อสื่อมัลติมีเดีย ผลการวิจัยที่ได้ คือ หนังสือท่องเที่ยวอิเล็กทรอนิกส์ ผลการประเมินประสิทธิภาพสื่อจากผู้เชี่ยวชาญอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.69$, S.D. = 0.49) ผลการประเมินความพึงพอใจสื่อจากผู้ใช้งานทั่วไป อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.51$, S.D. = 0.47) สรุปได้ว่าสื่อมัลติมีเดียที่พัฒนาขึ้นนั้นสามารถเพิ่มประสบการณ์การท่องเที่ยวและส่งเสริมคุณค่าทางวัฒนธรรมในเขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ได้เป็นอย่างดี และสามารถนำไปเป็นตัวอย่างเพื่อปรับใช้ในการพัฒนาสื่อมัลติมีเดียเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในด้านอื่น ๆ ต่อไป

คำสำคัญ: สื่อมัลติมีเดีย หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การอ้างอิงบทความ: อนุมาศ แสงสว่าง, ศราวุธ แดงมาก และ วิรลพัชร อสัมภินพงศ์, "การพัฒนาสื่อมัลติมีเดียเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตพระนคร กรุงเทพมหานคร," วารสารวิศวกรรมและเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์, ปีที่ 3, ฉบับที่ 2, หน้า 56-71, 2568.

บทความวิจัย (Research Article)

Multimedia Development to Promote Cultural Tourism in Phra Nakhon District, Bangkok

Anumas Sangsawang¹, Sravudh Daengmak^{1,*} and Viranpatch Asampinpongs²

¹ Department of Information System, Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Phra Nakhon

² Department of Marketing, Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Phra Nakhon

* Corresponding Author: sravudh.d@rmutp.ac.th, Tel: 095-9151593

(Received: March 12, 2025; Revised: April 5, 2025; Accepted: April 21, 2025)

Abstract

This research aimed to 1) develop multimedia to promote cultural tourism in Phra Nakhon District, Bangkok, 2) evaluate multimedia efficiency, and 3) evaluate multimedia satisfaction in promoting cultural tourism. This research applied both quantitative and qualitative approaches. The samples were divided into two groups, that is, 5 experts selected by the purposive sampling and 30 general users. The research tools consisted of 1) promote cultural tourism in Phra Nakhon District, Bangkok, 2) evaluation form of multimedia efficiency, and 3) questionnaire on user satisfaction on multimedia in promoting cultural tourism. The results obtained multimedia to promote cultural tourism in Phra Nakhon District, Bangkok in the form of tourism e-Book. The evaluation result from the experts was at a high level ($\bar{X} = 4.69$, S.D.= 0.49). The overall result of user satisfaction on multimedia obtained from general users was at a high level ($\bar{X} = 4.51$, S.D. = 0.47). It could be concluded that the developed multimedia could enhance experiences in tourism and promote cultural values in Phra Nakhon District, Bangkok very well. Moreover, it could be applied as a model for multimedia development in further promoting tourism in other aspects.

Keywords: Multimedia, E-Book, Cultural Tourism

Please cite this article as: A. Sangsawang, S. Daengmak and V. Asampinpongs, "Multimedia Development to Promote Cultural Tourism in Phra Nakhon District, Bangkok," *The Journal of Engineering and Industrial Technology, Kalasin University*, vol. 3, no. 2, pp. 56-71, 2025.

บทความวิจัย (Research Article)

1. บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการประเภทหนึ่งที่มีส่วนสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ซึ่งในแต่ละปีสามารถสร้างรายได้เข้าประเทศเป็นจำนวนมาก ส่งผลให้รายได้ของประชาชนในประเทศมีอัตราที่เพิ่มสูงขึ้น ช่วยให้เกิดการสร้างงาน สร้างอาชีพ รวมทั้งเกิดการพัฒนาและการขยายตัวของเศรษฐกิจอย่างกว้างขวาง [1] การท่องเที่ยวในรูปแบบหนึ่งที่นิยมได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งเป็นการเดินทาง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการท่องเที่ยว การแสวงหาประสบการณ์ใหม่ ๆ ประกอบการเรียนรู้ การสัมผัส การชื่นชมกับเอกลักษณ์ความงดงามทางวัฒนธรรม คุณค่าทางประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของกลุ่มชนอื่น และความแตกต่างทางวัฒนธรรมของชนต่างสังคม ไม่ว่าจะเป็นในด้านของศิลปะ สถาปัตยกรรม โบราณสถาน โบราณวัตถุ เรื่องราวและคุณค่าทางประวัติศาสตร์ รูปแบบวิถีชีวิต ภาษา การแต่งกาย การบริโภค ความเชื่อ ศาสนา จารีตประเพณี เป็นต้น [2] ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวและคนในชุมชนต้องเคารพเรียนรู้ และเข้าใจวัฒนธรรมของกันและกันเพื่อให้เกิดมิตรภาพและสันติภาพระหว่างชุมชนอย่างยั่งยืน [3]

องค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท คือ องค์ประกอบทางสังคมประเพณีและวัฒนธรรม องค์ประกอบทางกายภาพและสิ่งแวดล้อม และองค์ประกอบทางธุรกิจและการพัฒนา แต่ถ้ามองในรายละเอียดองค์ประกอบทั้งหมดนั้นล้วนแตกต่างกันไปในแต่ละพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งทำให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่แตกต่างกันออกไปตามทรัพยากรที่มีและ

ตามวัตถุประสงค์ของแหล่งท่องเที่ยววนั้น ๆ โดยสามารถแยกประเภทของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้ดังนี้ 1) ประเภทวัฒนธรรมและประเพณี คือการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นในการไปสัมผัส ชื่นชม เข้าร่วมได้รับประสบการณ์ของวัฒนธรรม ประเพณี เทศกาลที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวในแต่ละพื้นที่ 2) ประเภทประวัติศาสตร์ คือการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นในการเรียนรู้ ศึกษาสถานที่ประวัติศาสตร์ แหล่งโบราณสถานหรือโบราณวัตถุ เพื่อการเข้าใจถึงประวัติศาสตร์ ความเป็นมาของสังคมและวัฒนธรรมของแต่ละพื้นที่ในอดีตและ 3) ประเภทชุมชน คือการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการเรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชนที่ได้เข้าไปท่องเที่ยว [4]

เขตพระนคร เป็นเขตพื้นที่อนุรักษ์เมืองเก่าและมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมลักษณะเขตพระนครเป็นพื้นที่เขตอนุรักษ์ที่เป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติ มีความหลากหลายของสถานที่สำคัญต่าง ๆ โดยเฉพาะแหล่งวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ มีสิ่งอำนวยความสะดวกมีจำนวนโรงแรม และศูนย์บริการที่สามารถอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังมีข้อกำหนดอนุรักษ์และส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมไทย มีความสะดวกด้านคมนาคมที่รองรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์เชื่อมกับเขตอื่น ๆ ได้ [5]

ปัจจุบันนักท่องเที่ยวนิยมใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการเข้าถึงข้อมูลและบริการการท่องเที่ยวมากขึ้น โดยกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมได้สนับสนุนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อรองรับแนวโน้มการใช้เทคโนโลยีระหว่างการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นประสบการณ์

บทความวิจัย (Research Article)

ผ่านการผลักดันโครงการต่าง ๆ เช่น การพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการท่องเที่ยว การเพิ่มข้อมูลเชิงลึกของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ เพื่อยกระดับการให้บริการข้อมูลด้านการท่องเที่ยวของประเทศ การใช้สื่อและความคิดสร้างสรรค์ในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวไทยมีความสำคัญอย่างยิ่งในปัจจุบันเนื่องจากประเทศไทยมีจุดแข็งด้านศิลปวัฒนธรรมที่หลากหลายและเฉพาะตัว การใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรมไทยด้วยสื่อดิจิทัลที่ทันสมัยและเข้าถึงได้ง่าย เช่น วิดีโอ อีบุ๊ก อินโฟกราฟิก เกม และสื่อสังคมออนไลน์ จะช่วยส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวได้เห็นถึงคุณค่าและเอกลักษณ์ของวิถีความเป็นไทยในแง่มุมที่แตกต่างและน่าประทับใจ กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยมากขึ้น [6]

ถึงแม้เขตพระนครจะเป็นศูนย์กลางทางวัฒนธรรม แต่การนำเสนอข้อมูลและการส่งเสริมการท่องเที่ยวยังคงเป็นรูปแบบดั้งเดิม เช่น ป้ายบรรยายหรือเอกสารแนะนำ ทำให้ความสามารถในดึงดูดนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ที่มีพฤติกรรมการบริโภคข้อมูลผ่านช่องทางดิจิทัลทำได้ไม่เต็มประสิทธิภาพ และจากงานวิจัยของ เฌอมินทร์ และคณะ [7] ได้มีการทำวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาหนังสืออิเล็กทรอนิกส์คู่มือการท่องเที่ยวเกาะลัดอีแท่น จังหวัดนครปฐม พบว่าหนังสืออิเล็กทรอนิกส์สามารถใช้เป็นคู่มือในเรื่องของการท่องเที่ยวในเกาะลัดอีแท่นได้เป็นอย่างดีและสร้างความสะดวกสบายให้กับนักท่องเที่ยว ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงมุ่งเน้นการพัฒนาสื่อมัลติมีเดียเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตพระนคร ในรูปแบบ

ของหนังสือท่องเที่ยวอิเล็กทรอนิกส์ หรือ e-Travel Book ที่ประกอบด้วยข้อมูลเบื้องต้นของสถานที่ท่องเที่ยว และวิดีโอที่แสดงวิธีการท่องเที่ยวแบบสั้น โดยศึกษา ค้นคว้าและรวบรวมข้อมูล เพื่อนำมาใช้ในการพัฒนาสื่อมัลติมีเดียที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้เกิดประโยชน์สูงสุด

วัตถุประสงค์ของงานวิจัยคือ 1) เพื่อพัฒนาสื่อมัลติมีเดียเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตพระนคร กรุงเทพมหานคร 2) เพื่อประเมินประสิทธิภาพสื่อมัลติมีเดียเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และ 3) เพื่อประเมินความพึงพอใจสื่อมัลติมีเดียเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

2. ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 มัลติมีเดีย

มัลติมีเดีย เป็นการนำองค์ประกอบของสื่อชนิดต่างๆ ประกอบด้วยตัวอักษร (Text) ภาพนิ่ง (Still Image) ภาพเคลื่อนไหว (Animation) เสียง (Sound) และวิดีโอ (Video) มาผสมผสานให้เข้ากันอย่างเป็นระบบ สร้างสรรค์ผ่านกระบวนการทางระบบคอมพิวเตอร์เพื่อส่งต่อสู่ผู้ใช้และสื่อความหมายอย่างมีประสิทธิภาพ มีปฏิสัมพันธ์กัน ผู้ใช้สามารถควบคุมสื่อเหล่านั้นให้แสดงออกตามความต้องการผ่านระบบนั้น ๆ เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ของการใช้งาน รูปแบบของสื่อมัลติมีเดียมีหลากหลาย ตั้งแต่รูปแบบพื้นฐานที่ผู้ใช้สามารถตอบสนองต่อสื่อที่สัมผัสได้จริง ให้ผลตอบรับทันที หรือต้องใช้เวลา [8]

บทความวิจัย (Research Article)

2.1.2 หนังสืออิเล็กทรอนิกส์

หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Book: e-Book) คือ หนังสือที่สร้างขึ้นด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ มีลักษณะเป็นเอกสารอิเล็กทรอนิกส์สามารถเชื่อมโยงจุดไปยังส่วนต่าง ๆ ของหนังสือตลอดจนมีปฏิสัมพันธ์และโต้ตอบกับผู้ใช้ได้ สามารถแสดงข้อมูลทั้งข้อความ ภาพ เสียง ภาพเคลื่อนไหว และอ่านได้จากหน้าจอคอมพิวเตอร์ แท็บเล็ต สมาร์ทโฟน หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ มีการแบ่งเป็นหลายประเภท คือ หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ หรือแบบตำรา (Textbooks) หนังสืออิเล็กทรอนิกส์แบบหนังสือเสียงอ่าน โดยจะมีเสียงคำอ่านเมื่อเปิดหนังสือ หนังสืออิเล็กทรอนิกส์แบบหนังสือภาพนิ่งหรืออัลบั้มภาพ (Static Picture Books) หนังสืออิเล็กทรอนิกส์แบบหนังสือภาพเคลื่อนไหว (Moving Picture Books) หนังสืออิเล็กทรอนิกส์แบบหนังสือสื่อประสม (Multimedia) หนังสืออิเล็กทรอนิกส์แบบหนังสือสื่อหลากหลาย (Poly Media Books) หนังสืออิเล็กทรอนิกส์แบบหนังสือเชื่อมโยง (Hypermedia book) หนังสืออิเล็กทรอนิกส์แบบหนังสืออัจฉริยะ (Intelligent Electronic Books) หนังสืออิเล็กทรอนิกส์แบบสื่อหนังสือทางไกล (Tele Media Electronic Books) และหนังสืออิเล็กทรอนิกส์แบบหนังสือไซเบอร์สเปซ (Cyberspace Books) [9]

หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ใช้เป็นเครื่องมือในการสื่อสารด้านส่งเสริมการท่องเที่ยวในลักษณะเป็นศูนย์รวมแหล่งข้อมูล เนื่องจากองค์ประกอบของหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ช่วยให้ผู้ใช้สามารถเห็นภาพต่าง ๆ ผ่านการสร้างสรรคด้วยเทคโนโลยีสมัยใหม่ ทำให้เข้าใจในสถานที่ท่องเที่ยวที่ต้องการได้อย่างละเอียด ซึ่งส่งผลดี

ต่อการตัดสินใจเพื่อเดินทาง วางแผน และกำหนดเส้นทางท่องเที่ยว [10]

2.1.3 การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มุ่งเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เพื่อให้ได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลินและได้รับความรู้จากการศึกษา ความเชื่อ ความเข้าใจต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรม โดยชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยว ได้มีการจัดรูปแบบลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 9 ประการ คือ 1) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ให้ความสำคัญกับประวัติศาสตร์ โบราณสถาน ศิลปวัฒนธรรมและประเพณี 2) การท่องเที่ยวในลักษณะที่มีการจัดการอย่างยั่งยืนทั้งเชิงเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม 3) การท่องเที่ยวที่ใ้คงไว้ซึ่งวิถีชีวิตของท้องถิ่นในแง่สังคมและวัฒนธรรม 4) การท่องเที่ยวที่ให้ความรู้แก่ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย 5) การท่องเที่ยวที่ให้ผู้ชมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมและได้รับผลประโยชน์ 6) การท่องเที่ยวที่มีการตลาดของบริการการท่องเที่ยวครบตามเกณฑ์แห่งการอนุรักษ์อย่างแท้จริง 7) การท่องเที่ยวที่ให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ 8) การท่องเที่ยวที่คำนึงถึงขีดความสามารถรองรับของพื้นที่ และความสะอาดของพื้นที่ และ 9) การท่องเที่ยวที่คำนึงความปลอดภัยของชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว [2,11]

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พงษ์ศักดิ์ และคณะ วิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาสื่อดิจิทัลในการนำเสนอเพื่อประชาสัมพันธ์แหล่ง

บทความวิจัย (Research Article)

ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมท้องถิ่น อำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น โดยมีการพัฒนาสื่อดิจิทัลฯ และประเมินประสิทธิภาพและวิเคราะห์ผลความพึงพอใจของสื่อดิจิทัลที่พัฒนา เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญเพื่อใช้เป็นแนวทางในการออกแบบเนื้อหาและพัฒนาสื่อดิจิทัล พบว่า ประสิทธิภาพสื่อดิจิทัลจากผู้เชี่ยวชาญภาพรวมอยู่ในระดับมาก ผลวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ใช้สื่อดิจิทัลอยู่ในระดับมาก โดยสื่อมีเนื้อหาที่เหมาะสมและติดต่อกับผู้ชมได้เป็นอย่างดี [6]

ณอมรินทร์ เศรษฐธีรธัญญ์ และคณะ ได้ทำการพัฒนาหนังสืออิเล็กทรอนิกส์คู่มือการท่องเที่ยวเกาะลัดอีแท่น จังหวัดนครปฐม โดยมีการพัฒนาและวัดประสิทธิภาพหนังสืออิเล็กทรอนิกส์คู่มือการท่องเที่ยว เกาะลัดอีแท่น จังหวัดนครปฐม และใช้กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้นำชุมชนและประชาชนชาวบ้าน รวมถึงประชาชนทั่วไป ผลการประเมินความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับพอใจมาก และเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาและวิเคราะห์เนื้อหาเป็นอย่างดี ทั้งเป็นการพัฒนาหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book) ในการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เชิงสร้างสรรค์ เชิงวัฒนธรรม และเชิงอนุรักษ์ [7]

กนกวรรณ แก้วเกาะสะบ้า และณอม ห่อวงศ์สกุล ทำการวิจัยเรื่องการพัฒนาสื่อมัลติมีเดียแบบสื่อประสมเพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันและประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวชุมชนโซนเขา จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยมีการรวบรวมแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและเชิงวัฒนธรรมของชุมชน และพัฒนามัลติมีเดียในรูปแบบของอินโฟกราฟิกแอนิเมชัน วิดีโอ สำหรับส่งเสริมประชาสัมพันธ์การ

ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และเชิงวัฒนธรรมของชุมชน ผลการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออินโฟกราฟิกแอนิเมชันและวิดีโอ อยู่ในระดับมาก และพบว่าระดับความสนใจด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวก่อนและหลังชมอินโฟกราฟิกแอนิเมชันและวิดีโอ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ [12]

พิบูล ไวจิตรกรรม วิจัยเรื่องการออกแบบสื่อมัลติมีเดียเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดระนอง โดยมีแนวคิดในการศึกษาอัตลักษณ์จังหวัดระนองเพื่อประยุกต์ใช้กับการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจการพัฒนาที่ยั่งยืนด้วยสื่อด้านกราฟิกและมัลติมีเดีย โดยมีการออกแบบตราสัญลักษณ์ของสินค้าที่สื่อสารอัตลักษณ์ของจังหวัด ออกแบบรูปแบบสินค้าที่ระลึกที่สื่อสารอัตลักษณ์ของจังหวัด และออกแบบสื่อมัลติมีเดียเพื่อส่งเสริมเส้นทางท่องเที่ยวจังหวัดระนอง โดยมีการสำรวจพื้นที่และสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ และสอบถามกับกลุ่มเป้าหมาย [8]

อุดม จันทิมา และคณะ พัฒนาหนังสืออิเล็กทรอนิกส์เพื่อการท่องเที่ยววิถีพุทธในเมืองหลัก 15 จังหวัดของประเทศไทย โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเมืองหลัก และผู้ทรงคุณวุฒิเข้าร่วมการสนทนากลุ่มเจาะจง ข้อมูลเชิงปริมาณใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง ผลการวิจัยที่ได้ คือ หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ที่แสดงสถานที่ท่องเที่ยววัดและเส้นทางปฏิบัติธรรม ที่แสดงทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ผลการวิจัยพบว่าความสนใจใช้หนังสืออิเล็กทรอนิกส์เพื่อศึกษาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวได้ระดับคะแนนมากที่สุด จึงสรุปได้ว่าหนังสือ

บทความวิจัย (Research Article)

อิเล็กทรอนิกส์เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่เป็นประโยชน์ และได้รับความสนใจ ส่งผลเชิงบวกต่อความสนใจของการท่องเที่ยวเชิงพุทธและเหมาะสมสำหรับนำไปใช้ส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีพุทธในยุคปัจจุบัน [13]

3. วิธีดำเนินการวิจัย

การพัฒนาสื่อมัลติมีเดียเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตพระนคร กรุงเทพมหานคร มีวิธีดำเนินการวิจัยดังนี้

3.1 รูปแบบการวิจัย

รูปแบบการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ การวิจัยเชิงปริมาณเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงตัวเลข โดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างเพื่อนำไปวิเคราะห์ประสิทธิภาพและความพึงพอใจของสื่อที่พัฒนา และวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ได้ผลลัพธ์เป็น ประสิทธิภาพของสื่อและระดับความพึงพอใจของผู้ใช้ การวิจัยเชิงคุณภาพ มีการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับประสบการณ์ ความคิดเห็น และข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญเพื่อนำมาใช้ในการพัฒนาสื่อมัลติมีเดีย

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.2.1 กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ

กลุ่มตัวอย่างจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 คน โดยการใช้วิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งเป็นบุคคลที่มีความเชี่ยวชาญด้าน

มัลติมีเดียและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ทำหน้าที่ประเมินประสิทธิภาพของสื่อที่พัฒนาขึ้น

3.2.2 กลุ่มผู้ใช้งานทั่วไป

มีการคัดเลือก กลุ่มผู้ใช้งานทั่วไป หรือกลุ่มประชากร โดยใช้หลักเกณฑ์ คือ เป็นผู้ที่มีความสนใจ หรือ มีประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ตลอดจน มีความสามารถในการใช้งานพื้นฐานสื่อมัลติมีเดีย 50 คน ทั้งนี้ ขนาดของกลุ่มผู้ใช้งานทั่วไป หรือ กลุ่มประชากร นำมาคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของ Taro Yamane [14] ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และค่าความคลาดเคลื่อน (e) 0.18 สูตรที่ใช้ในการคำนวณจากสมการที่ (1) ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} \quad (1)$$

โดยที่

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดของประชากรทั้งหมด

e = ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้
(ระดับนัยสำคัญ)

ประชากรเป้าหมาย N มีจำนวน 50 คน คำนวณได้ดังนี้

$$n = \frac{50}{1 + 50(0.05)^2}$$

$$n = \frac{50}{1.125}$$

$$n \approx 30$$

บทความวิจัย (Research Article)

จากการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม จึงได้ขนาด 30 คน โดยอ้างอิงจากระดับความเชื่อมั่น 95% และระดับความคลาดเคลื่อน 5% ซึ่งเป็นจำนวนที่เหมาะสมและเพียงพอสำหรับการเก็บข้อมูลความพึงพอใจของผู้ใช้ทั่วไปในการศึกษาครั้งนี้ [15]

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย

3.3.1 สื่อมัลติมีเดีย

สื่อมัลติมีเดียเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตพระนคร กรุงเทพมหานคร โดยนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจในรูปแบบของหนังสือท่องเที่ยวอิเล็กทรอนิกส์

3.3.2 แบบประเมิน

แบบประเมินประสิทธิภาพสื่อมัลติมีเดียจากผู้เชี่ยวชาญ

3.3.3 แบบสอบถามความพึงพอใจจากผู้ใช้

เกณฑ์การวัดผลใช้มาตรวัดแบบลิเคิร์ต 5 ระดับ (Likert Scale) เพื่อวัดความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยมีระดับคะแนนดังนี้ ระดับคะแนน 5 หมายถึง มากที่สุด ระดับคะแนน 4 หมายถึง มาก ระดับคะแนน 3 หมายถึง ปานกลาง ระดับคะแนน 2 หมายถึง น้อย ระดับคะแนน 1 หมายถึง น้อยที่สุด

3.4 กระบวนการพัฒนาสื่อมัลติมีเดีย

งานวิจัยนี้มีกระบวนการพัฒนาตามโมเดลวงจรการพัฒนาระบบ (SDLC) ดังนี้

3.4.1 วิเคราะห์ความต้องการและกำหนดขอบเขตของการพัฒนาสื่อมัลติมีเดีย

ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตพระนคร รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ โดยมีการคัดเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ 6 แห่งได้แก่ วัดอรุณราชวรารามราชวรมหาวิหาร วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร ศาลหลักเมืองกรุงเทพมหานคร สำนักงานปลัดกระทรวงกลาโหม ปากคลองตลาด และเยาวราช ซึ่งการคัดเลือกแหล่งท่องเที่ยวเพื่อนำมาใช้ในการพัฒนาครั้งนี้ ผู้วิจัยเล็งเห็นถึงความสำคัญทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม และได้ศึกษา ค้นคว้า และตรวจสอบความเป็นไปได้ในการจัดทำเนื้อหา เช่น การเข้าถึงข้อมูลรูปภาพ หรือการสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องที่มีความสนใจในศิลปวัฒนธรรม ซึ่งสถานที่ดังกล่าว เป็นสถานที่ที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์และสะท้อนให้เห็นถึงอัตลักษณ์ของกรุงเทพมหานคร เป็นสถานที่ที่มีชื่อเสียง และเป็นสถานที่ที่มีความเหมาะสมต่อการนำเสนอผ่านสื่อมัลติมีเดีย

3.4.2 ออกแบบเนื้อหา

กำหนดลำดับเนื้อหาและการนำเสนอข้อมูล เช่น ข้อความ รูปภาพ วิดีโอ วางโครงสร้างของหนังสืออิเล็กทรอนิกส์และองค์ประกอบมัลติมีเดีย

3.4.3 พัฒนาสื่อมัลติมีเดียเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตพระนคร กรุงเทพมหานคร

พัฒนาสื่อมัลติมีเดียในรูปแบบของหนังสือท่องเที่ยวอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งแต่ละสถานที่จะประกอบด้วยข้อมูลเบื้องต้นที่แสดงในรูปแบบของภาพ ข้อความ และคลิปวิดีโอสั้นที่แสดงตัวอย่างการท่องเที่ยว

บทความวิจัย (Research Article)

3.4.4 การทดสอบสื่อมัลติมีเดีย

ทำการทดสอบสื่อมัลติมีเดียเพื่อประเมินประสิทธิภาพและความถูกต้อง ทดสอบความเข้ากันได้กับอุปกรณ์ต่าง ๆ เช่น สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต และคอมพิวเตอร์ ให้กลุ่มตัวอย่างทดลองใช้สื่อมัลติมีเดียและใช้แบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลความพึงพอใจและนำไปใช้งาน โดยผ่านช่องทางประชาสัมพันธ์

3.5 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.5.1 รวบรวมข้อมูลที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญ

ทำการรวบรวมข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญ 5 คน ซึ่งเป็นบุคคลที่มีความเชี่ยวชาญด้านมัลติมีเดียและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ใช้เครื่องมือคือ แบบประเมินประสิทธิภาพสื่อ ใช้มาตรวัด Likert Scale 5 ระดับ แบ่งเป็น 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านความถูกต้องของเนื้อหา 2) ด้านการออกแบบกราฟิกและภาพถ่าย 3) ด้านคุณภาพของคลิปวิดีโอและการบรรยายข้อมูล และ 4) ด้านผลกระทบต่อการใช้งานส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

3.5.2 รวบรวมข้อมูลจากผู้ใช้

ทำการรวบรวมข้อมูลจากผู้ใช้งาน 30 คน เพื่อประเมินผลความพึงพอใจ 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านความน่าสนใจของเนื้อหา 2) ด้านการออกแบบและความสวยงาม 3) ด้านคุณภาพของคลิปวิดีโอ และการบรรยายข้อมูล และ 4) ด้านความพึงพอใจโดยรวม

3.6 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยการใช้แบบประเมินประสิทธิภาพสื่อ และแบบสอบถามความพึงพอใจ วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ โดยใช้ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา และสอบถามความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับประสิทธิภาพของสื่อมัลติมีเดีย การแปลผลมีรายละเอียด ดังนี้ 4.51 – 5.00 หมายถึง ระดับมากที่สุด 3.51 – 4.50 หมายถึง ระดับมาก 2.51 – 3.50 หมายถึง ระดับปานกลาง 1.51 – 2.50 หมายถึง ระดับน้อย 1.00 – 1.50 หมายถึง ระดับน้อยที่สุด [16]

4. ผลการวิจัย

ผลการพัฒนาสื่อมัลติมีเดียเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตพระนคร กรุงเทพมหานคร แสดงรายละเอียดดังนี้

4.1 หนังสือท่องเที่ยวอิเล็กทรอนิกส์

แสดงแหล่งท่องเที่ยว 6 สถานที่ ประกอบด้วย ข้อมูลเบื้องต้นที่แสดงในรูปแบบของภาพ ข้อความ และคลิปวิดีโอสั้นที่แสดงตัวอย่างการท่องเที่ยวดังรูปที่ 1 – 6 ต่อไปนี้

บทความวิจัย (Research Article)



รูปที่ 1 วัดอรุณราชวรารามราชวรมหาวิหาร



รูปที่ 4 สำนักงานปลัดกระทรวงกลาโหม



รูปที่ 2 ศาลหลักเมือง



รูปที่ 5 ปากคลองตลาด



รูปที่ 3 วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร



รูปที่ 6 เยาวราช

อนุภาค แสงสว่าง และคณะ, การพัฒนาสื่อมัลติมีเดียเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตพระนคร กรุงเทพมหานคร

บทความวิจัย (Research Article)

4.2 ผลการประเมินประสิทธิภาพสื่อมัลติมีเดีย

เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขต
พระนคร กรุงเทพมหานคร จากผู้เชี่ยวชาญแสดงดัง
ตารางที่ 1 ต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ผลการประเมินประสิทธิภาพสื่อมัลติมีเดีย
จากผู้เชี่ยวชาญ

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ คุณภาพ
1. ด้านความถูกต้องของเนื้อหา	4.68	0.56	ดีมาก
1.1 เนื้อหามีความถูกต้องและ น่าเชื่อถือ	4.80	0.45	ดีมาก
1.2 เนื้อหามีความครอบคลุมใน รายละเอียดของแต่ละสถานที่	4.40	0.55	ดี
1.3 มีการอ้างอิงแหล่งข้อมูลที่ น่าเชื่อถือ	4.60	0.89	ดีมาก
1.4 การใช้ภาษา และ การนำเสนอ เนื้อหาเข้าใจง่ายและเหมาะสมกับ กลุ่มเป้าหมาย	4.80	0.45	ดีมาก
1.5 เนื้อหามีความสอดคล้องกับ วัตถุประสงค์ของการส่งเสริมการ ท่องเที่ยว	4.80	0.45	ดีมาก
เฉลี่ย	4.68	0.56	ดีมาก
2. ด้านการออกแบบกราฟิกและ ภาพถ่าย	4.84	0.27	ดีมาก
2.1 การใช้สี รูปแบบ และ องค์ประกอบกราฟิก มีควา เหมาะสม	4.80	0.45	ดีมาก
2.2 การจัดวางองค์ประกอบบนสื่อ มีความเป็นระเบียบและดึงดูดความ สนใจ	4.40	0.89	ดี
2.3 ขนาดตัวอักษรและประเภท ฟอนต์เหมาะสมกับการอ่าน	5.00	0.00	ดีมาก
2.4 ภาพถ่ายมีความคมชัด สวยงาม	5.00	0.00	ดีมาก

ตารางที่ 1 ผลการประเมินประสิทธิภาพสื่อมัลติมีเดีย
จากผู้เชี่ยวชาญ (ต่อ)

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ คุณภาพ
2.5 การใช้ภาพถ่ายมีคุณภาพ และ สื่อสารสอดคล้องกับเนื้อหาได้เป็น อย่างดี	5.00	0.00	ดีมาก
เฉลี่ย	4.84	0.27	ดีมาก
3. ด้านคุณภาพของคลิปวิดีโอและ การบรรยายข้อมูล	4.44	0.60	ดี
3.1 คลิปวิดีโอมีคุณภาพ และ ความ คมชัด	4.20	0.84	ดี
3.2 การบรรยายข้อมูล มีความ เหมาะสม กระชับ ชัดเจน	4.00	0.71	ดี
3.3 การเลือกเทคนิคในการจัดทำ วิดีโอมีความเหมาะสม	4.80	0.45	ดีมาก
3.4 ดนตรี ประกอบ ช่วยเสริม บรรยากาศการเรียนรู้และไม่รบกวน การรับข้อมูล	4.80	0.45	ดีมาก
3.5 ภาพรวมของคุณภาพคลิปวิดีโอ	4.40	0.55	ดี
เฉลี่ย	4.44	0.60	ดี
4. ด้านผลกระทบต่อส่งเสริมการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	4.77	0.49	ดีมาก
4.1 สามารถสร้างแรงจูงใจให้ผู้ สนใจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	4.80	0.45	ดีมาก
4.2 เนื้อหาสามารถช่วยส่งเสริมความ เข้าใจเกี่ยวกับวัฒนธรรม	4.60	0.89	ดีมาก
4.3 มีความเหมาะสมในการนำไปใช้ เป็นเครื่องมือส่งเสริมการท่องเที่ยว	4.80	0.45	ดีมาก
4.4 มีศักยภาพในการเผยแพร่และ ขยายผลในระดับที่กว้างขึ้น	4.80	0.45	ดีมาก
4.5 ความเป็นไปได้ในการกระตุ้น การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้เพิ่มขึ้น	4.80	0.45	ดีมาก
เฉลี่ย	4.77	0.52	ดีมาก
ค่าเฉลี่ยรวมทุกด้าน	4.69	0.49	ดีมาก

บทความวิจัย (Research Article)

จากตารางที่ 1 พบว่า ผลการประเมินประสิทธิภาพสื่อมัลติมีเดียจากผู้เชี่ยวชาญ ภาพรวมทั้ง 4 ด้านอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.69$, S.D. = 0.49) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านตามลำดับพบว่า ด้านการออกแบบกราฟิก และ ภาพถ่าย อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.84$, S.D. = 0.27) ด้านผลกระทบต่อการใช้งานส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.77$, S.D. = 0.49) ด้านความถูกต้องของเนื้อหา อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.68$, S.D. = 0.56) และ ด้านคุณภาพของวิดีโอ และการบรรยายข้อมูล อยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 4.44$, S.D. = 0.60) โดยภาพรวม สื่อมัลติมีเดียมีคุณภาพดีมาก และสามารถนำไปใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่ควรพิจารณาปรับปรุงด้านคุณภาพของวิดีโอและการบรรยายข้อมูลเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพให้ดียิ่งขึ้น

4.3 ผลการประเมินความพึงพอใจจากผู้ใช้งานทั่วไป

ผลการประเมินความพึงพอใจสื่อมัลติมีเดียเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตพระนคร กรุงเทพมหานคร จากผู้ทั่วไป แสดงดังตารางที่ 2 ต่อไปนี้

ตารางที่ 2 ผลการประเมินความพึงพอใจสื่อมัลติมีเดียจากผู้ทั่วไป

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ด้านความน่าสนใจของเนื้อหา	4.49	0.53	ดีมาก
1.1 หัวข้อของสถานที่มีความน่าสนใจ	4.53	0.45	ดีมาก
1.2 เนื้อหาที่มีความน่าสนใจและดึงดูดให้ติดตาม	4.40	0.55	ดี

ตารางที่ 2 ผลการประเมินความพึงพอใจสื่อมัลติมีเดียจากผู้ทั่วไป (ต่อ)

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1.3 เนื้อหาช่วยให้เข้าใจเรื่องราวของวัฒนธรรมท้องถิ่นมากขึ้น	4.50	0.55	ดีมาก
1.4 มีการนำเสนอที่ไม่ซ้ำซากและมี ความแปลกใหม่	4.47	0.55	ดี
1.5 ภาพรวมของที่น่าสนใจของเนื้อหา	4.57	0.55	ดีมาก
เฉลี่ย	4.49	0.53	ดีมาก
2. ด้านการออกแบบและความสวยงาม	4.55	0.53	ดีมาก
2.1 การออกแบบสื่อมีความสวยงามและน่าสนใจ	4.67	0.55	ดีมาก
2.2 สีและภาพที่ใช้เหมาะสมและดึงดูดความสนใจ	4.47	0.55	ดี
2.3 ภาพถ่ายมีความละเอียดคมชัด	4.57	0.55	ดีมาก
2.4 ฟอนต์และขนาดตัวอักษรอ่านง่าย	4.50	0.45	ดีมาก
2.5 ภาพรวมของความสวยงามการออกแบบและความสวยงาม	4.53	0.55	ดีมาก
เฉลี่ย	4.55	0.53	ดีมาก
3. ด้านคุณภาพของคลิปวิดีโอ และการบรรยายข้อมูล	4.46	0.42	ดี
3.1 คลิปวิดีโอมีความยาวที่เหมาะสมกับการรับรู้	4.37	0.00	ดี
3.2 คลิปวิดีโอมีคุณภาพดี ไม่กระตุก	4.33	0.55	ดี
3.3 การบรรยายข้อมูลมีความกระชับเหมาะสม เข้าใจง่าย	4.63	0.45	ดีมาก
3.4 ดนตรีประกอบช่วยเสริมบรรยากาศและไม่รบกวน	4.50	0.55	ดีมาก
3.5 ภาพรวมของคุณภาพของเสียงและวิดีโอ	4.47	0.55	ดี
เฉลี่ย	4.46	0.42	ดี
4. ด้านความพึงพอใจโดยรวม	4.55	0.38	ดีมาก
4.1 สถานที่ต่างๆ มีความน่าสนใจ	4.50	0.55	ดีมาก
4.2 ความเหมาะสมของสื่อสำหรับใช้ในการท่องเที่ยว	4.53	0.45	ดีมาก

บทความวิจัย (Research Article)

ตารางที่ 2 ผลการประเมินความพึงพอใจสื่อมัลติมีเดีย
จากผู้ใช้งานทั่วไป (ต่อ)

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความพึง พอใจ
4.3 สื่อสามารถสร้างแรงจูงใจให้ต้องการ ท่องเที่ยวมากขึ้น	4.50	0.00	ดีมาก
4.4 ความต้องการใช้สื่อนี้สำหรับการ ท่องเที่ยว	4.60	0.45	ดีมาก
4.5 มีความต้องการที่จะแนะนำสื่อนี้ ให้กับผู้อื่น	4.60	0.45	ดีมาก
เฉลี่ย	4.55	0.38	ดีมาก
ค่าเฉลี่ยรวมทุกด้าน	4.51	0.47	ดีมาก

จากตารางที่ 2 พบว่าผลการประเมินความพึงพอใจสื่อมัลติมีเดียเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตพระนคร กรุงเทพมหานคร จากผู้ใช้งานทั่วไป ภาพรวมทั้ง 4 ด้าน อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.51$, S.D. = 0.47) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านตามลำดับพบว่า ด้านความพึงพอใจโดยรวม อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.55$, S.D. = 0.38) ด้านการออกแบบและความสวยงาม อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.55$, S.D. = 0.53) ด้านความน่าสนใจของเนื้อหา อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.49$, S.D. = 0.53) และด้านคุณภาพของคลิปวิดีโอ และการบรรยายข้อมูล อยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 4.46$, S.D. = 0.42) โดยรวม สื่อมัลติมีเดียได้รับความพึงพอใจจากผู้ใช้งาน แต่ควรพัฒนาในส่วนของวิดีโอและการบรรยายเพื่อตอบโจทย์การใช้งานได้ดียิ่งขึ้น

5. อภิปรายและสรุปผล

การวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นการพัฒนาสื่อมัลติมีเดียเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตพระนคร กรุงเทพมหานคร โดยผลการวิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้

1) สื่อมัลติมีเดียสามารถนำมาใช้เป็นคู่มือสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ได้เป็นอย่างดี โดยมีการนำเสนอที่น่าสนใจ สร้างความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว ทั้งยังสามารถนำไปสนับสนุนและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของประเทศไทยโดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล และสามารถนำไปปรับใช้ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยว สร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ดีขึ้น ทำให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายขึ้น ส่งผลให้มีการสร้างความเข้าใจด้านวัฒนธรรม สอดคล้องกับงานวิจัยของ พงษ์ศักดิ์ และคณะ ที่ระบุว่าการพัฒนาสื่อดิจิทัลในการนำเสนอเพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมท้องถิ่น มีความเหมาะสมกับการประชาสัมพันธ์ท่องเที่ยว ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการถ่ายทอดข้อมูล และทำให้ผู้ใช้เกิดความสนใจมากขึ้น [6] และ สอดคล้องกับงานวิจัยของ เหมมินทร์ เศรษฐธีรราชัย และคณะ ที่พบว่า การพัฒนาหนังสืออิเล็กทรอนิกส์คู่มือการท่องเที่ยวสามารถใช้เป็นคู่มือในเรื่องของการท่องเที่ยวเบื้องต้นได้เป็นอย่างดี สามารถสร้างความสะดวกสบายให้กับนักท่องเที่ยวสำหรับค้นหาสถานที่ท่องเที่ยว เป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยว เพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว และเพิ่มรายได้ให้กับชุมชน [7] และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ อุดม จันทิมา และคณะ ที่พบว่าหนังสืออิเล็กทรอนิกส์เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่

บทความวิจัย (Research Article)

เป็นประโยชน์และได้รับความสนใจ มีการนำเสนอเนื้อหา รูปภาพสถานที่และเหมาะสมสำหรับนำไปใช้ส่งเสริมการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี [13]

2) ผลการประเมินคุณภาพสื่อมัลติมีเดียจากผู้เชี่ยวชาญ พบว่าภาพรวมของสื่ออยู่ในระดับ ดีมาก โดยเฉพาะด้านการออกแบบกราฟิกและภาพถ่าย รวมถึงผลกระทบต่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ในขณะที่ด้านคุณภาพของวิดีโอและการบรรยายได้รับการประเมินในระดับ ดี ซึ่งอาจจะมีข้อจำกัดบางอย่างที่ควรมีการพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อให้มีประสิทธิภาพที่ดียิ่งขึ้น

3) ผลการประเมินความพึงพอใจจากผู้ใช้งานอยู่ในระดับ ดีมาก โดยเฉพาะด้านความพึงพอใจโดยรวม และการออกแบบความสวยงามของสื่อ ในขณะที่ด้านคุณภาพของวิดีโอและการบรรยายได้รับการประเมินในระดับดี ซึ่งอาจจะมีข้อจำกัดบางอย่างที่ควรจะมีการพัฒนาปรับปรุงเพื่อให้ผู้ใช้เกิดความพึงพอใจมากขึ้น

จากสรุปผลการวิจัยพบว่า ประสิทธิภาพของสื่อมัลติมีเดีย ในด้านการออกแบบกราฟิกและภาพถ่าย รวมถึงด้านผลกระทบต่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้รับคะแนนระดับดีมาก แสดงให้เห็นว่า การพัฒนาเนื้อหาและองค์ประกอบมัลติมีเดียสามารถนำเสนอเนื้อหาและตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมาย ส่วนด้านคุณภาพของวิดีโอและการบรรยายสามารถที่จะพัฒนาและปรับปรุงให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นได้ เช่น การเพิ่มเนื้อหาและความคมชัดของวิดีโอ ปรับปรุงเสียงบรรยาย หรือเพิ่มการปฏิสัมพันธ์เพื่อให้ผู้ใช้มีส่วนร่วมกับสื่อ ในส่วนความพึงพอใจของผู้ใช้ที่อยู่ในระดับ ดีมาก สะท้อนให้เห็นว่าสื่อมัลติมีเดียมีศักยภาพและ

สามารถใช้เป็นเครื่องมือที่สำคัญอย่างหนึ่งเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว เพิ่มประสบการณ์การท่องเที่ยวและส่งเสริมคุณค่าทางวัฒนธรรมในเขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ได้เป็นอย่างดี และสามารถนำไปเป็นตัวอย่างเพื่อปรับใช้ในการพัฒนาสื่อมัลติมีเดียเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในด้านอื่น ๆ ต่อไป

ข้อเสนอแนะควรมีการนำสื่อมัลติมีเดียเผยแพร่ผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์ หรือแอปพลิเคชันเพื่อให้เข้าถึงนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น และควรมีการปรับปรุงคุณภาพของวิดีโอให้มีความน่าสนใจยิ่งขึ้น เพิ่มรูปแบบการปฏิสัมพันธ์ (Interactive) เช่น แผนที่เสมือนจริง หรือระบบความจริงเสริม (Augmented Reality) เพื่อเพิ่มประสบการณ์ใช้งานที่ดีให้กับผู้ใช้

จากงานวิจัยนี้ องค์ความรู้ที่ได้ค้นพบคือ สื่อมัลติมีเดียการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจัดเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการกระตุ้นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เนื่องจากการเพิ่มความน่าสนใจและทำให้เข้าถึงข้อมูลด้านวัฒนธรรมได้ง่ายยิ่งขึ้น ทั้งยังช่วยให้นักท่องเที่ยวเข้าใจเรื่องราวทางวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ยังค้นพบอีกว่า ภาพกราฟิก วิดีโอที่สวยงามและการนำเสนอที่ดึงดูด มีผลต่อความสนใจและประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว การออกแบบที่ใช้งานง่ายที่เรียกว่า User-Friendly Design มีส่วนช่วยให้ผู้ใช้รับข้อมูลได้สะดวกและช่วยกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมการเดินทาง สรุปได้ว่างานวิจัยนี้นำไปสู่ แนวคิดใหม่ในการใช้มัลติมีเดียเป็นเครื่องมือส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยเน้นการออกแบบสื่อที่มีคุณภาพสูง เพื่อกระตุ้นความสนใจและเพิ่มประสบการณ์การท่องเที่ยวของผู้ใช้

บทความวิจัย (Research Article)

6. กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณอาจารย์สาขาวิชาระบบสารสนเทศ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ที่ให้คำปรึกษาในการดำเนินการวิจัย และขอขอบคุณ นางสาวชิตชนก หนูหินแก้ว นางสาวสุชาดา คงสถาน นายพิชญ์พิชัย ใจคง และนางสาวศศิภัฏญาวรรสวัศ ที่เป็นผู้ช่วยในการดำเนินการวิจัย

7. เอกสารอ้างอิง

- [1] ยุชิตา กันหาหมิง และ ฉัตรชัย อินทรประพันธ์, "การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ ชุมชนนครไตรตรึงษ์ จังหวัดกำแพงเพชร," ใน *การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 8 และนานาชาติ ครั้งที่ 1*, มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์, จังหวัดนครสวรรค์, 2562, หน้า 836–846.
- [2] บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา และ เพ็ญศิริ ศรีคำภา, *การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน*, กรุงเทพฯ: บริษัทธรรมสาร จำกัด, 2557.
- [3] นุชนารถ รัตนสุวงศ์ชัย, "กลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม," *วารสารมนุษยศาสตร์*, ปีที่ 18, ฉบับที่ 1, หน้า 31–50, 2554.
- [4] ชิตาวีร์ สุขคร, "การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในประเทศไทย," *วารสารเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืน*, ปีที่ 1, ฉบับที่ 2, หน้า 1–7, 2562.
- [5] เสาวพร วรสินธพ, "การศึกษาพฤติกรรมการเดินทางในการท่องเที่ยว กรณีศึกษา: เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร," *สารนิพนธ์หลักสูตรการผังเมืองบัณฑิต, สาขาวิชาการผังเมือง, คณะ*

สถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2558.

- [6] พงษ์ศักดิ์ ดรพินิจ, สุวรรณิ ฮามพิทักษ์ และ กชพร ท้าวกลาง, "พัฒนาสื่อดิจิทัลในการนำเสนอเพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมท้องถิ่น อำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น," *วารสารสหวิทยาการวิจัยและวิชาการ*, ปีที่ 4, ฉบับที่ 1, หน้า 823–834, 2567.
- [7] เหมมินทร์ เศรษฐธีรธัญญ์ และคณะ, "การพัฒนาหนังสืออิเล็กทรอนิกส์คู่มือการท่องเที่ยวเกาะลัดอีแท่น จังหวัดนครปฐม," ใน *การประชุมวิชาการระดับชาติครั้งที่ 13*, มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม, 2564, หน้า 1366–1376.
- [8] พิบูล ไวจิตรกรรม, "การออกแบบสื่อมัลติมีเดียเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดระนอง," *วารสารวิชาการคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สจล.*, ปีที่ 34, ฉบับที่ 1, หน้า 102–113, 2565.
- [9] ชัตติยา วงศ์ษาแก่นจันทร์, "การพัฒนาหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-Book) เรื่อง การใช้โปรแกรม Paint.Net สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2," *วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต, สาขาวิชาเทคโนโลยีการศึกษา, คณะศึกษาศาสตร์, มหาวิทยาลัยบูรพา*, 2563.
- [10] R. T. Vidyaratne and E. A. G. Sumanasiri, "Foreign missions' role in promoting international trade: Empirical evidence of Sri Lankan foreign missions promoting electronic exports in Germany," *Int. Bus. Res.*, vol. 13, no. 7, pp. 173–188, 2020.

บทความวิจัย (Research Article)

- [11] ศิริรักษ์ บุญพร้อมรักษา, "รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน: กรณีศึกษาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตลาดร้อยปี บ้านใหม่ จังหวัดฉะเชิงเทรา," *วารสารธุรกิจปริทัศน์*, ปีที่ 5, ฉบับที่ 1, หน้า 79–96, 2556.
- [12] กนกวรรณ แก้วเกาะสะบ้า และ อนุม ห่อวงศ์สกุล, "การพัฒนามัลติมีเดียแบบสื่อประสมเพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันและประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวชุมชนโซนเขา จังหวัดสุราษฎร์ธานี," *วารสารราชภัฏสุราษฎร์ธานี*, ปีที่ 10, ฉบับที่ 2, หน้า 61–96, 2566.
- [13] อุดม และคณะ, "การพัฒนาหนังสืออิเล็กทรอนิกส์เพื่อการท่องเที่ยววิถีพุทธในเมืองหลัก 15 จังหวัดของประเทศไทย," *วารสาร มจร ภาษาศาสตร์พุทธโศสปริทรรศน์*, ปีที่ 10, ฉบับที่ 1, หน้า 97–111, 2567.
- [14] T. Yamane, *Statistics: An Introductory Analysis*, 3rd ed. New York, NY: Harper and Row, 1973.
- [15] M. Mason, "Sample size and saturation in PhD studies using qualitative interviews," *Forum Qual. Soc. Res.*, vol. 11, no. 3, 2010.
- [16] สิริวิชญ์ สงวนศรี, ธนกร เพ็งกระจ่าง, นวัตรกร โปธิสาร และ วินิต ยืนยง, "การพัฒนาเว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรเทคโนโลยีมัลติมีเดีย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์," *วารสารวิศวกรรมและเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์*, ปีที่ 2, ฉบับที่ 4, หน้า 35–43, 2567.