

การพัฒนาดิจิทัลคอนเทนต์แบบ Photo Album
เพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเมืองรอง
บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพจ Backbone Mcot
The Development of Digital Content in the Form of Photo Album
for Publicizing Secondary City Tourism Attractions
on the Online Platform of Backbone Mcot Page.

กุลธิดา ธรรมวิทัศน์ * พรปภัสสร ปริญชาญกล *
ปณณัฏฐ์ เอียวเจริญ ** ภคจิราภรณ์ ปรีดากุลภัทร ** และกัญญาวีร์ สุวรรณมณี**
Kuntida Thamwipat * Pornpapatsorn Princhankol * Pannaphon Aeowjaroen **
Phakjirapron Preedakullaphat ** and Kanyawee Suwanmanee **

วันที่รับบทความ	6 มิถุนายน 2566
วันที่แก้ไขบทความ	26 กันยายน 2566
วันที่ตอบรับบทความ	14 ตุลาคม 2566

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาและประเมินคุณภาพของดิจิทัลคอนเทนต์แบบ Photo Album เพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเมืองรองบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพจ Backbone MCOT 2) ประเมินผลการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง และ 3) ประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อดิจิทัลคอนเทนต์ที่พัฒนาขึ้น

* ภาควิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

* Department of Educational Communications and Technology Faculty of Industrial Education and Technology King Mongkut's University of Technology Thonburi, Bangkok, Thailand

** นักศึกษาด้านเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

** Student, Department of Educational Technology and Communication, Faculty of Industrial Education and Technology, King Mongkut's University of Technology Thonburi

Email : kuntida.tha@kmutt.ac.th * pornpapatsorn.pri@kmutt.ac.th * kanjana.aeow@mail.kmutt.ac.th ** phakjirapron.nancy@mail.kmutt.ac.th ** kanyawee.babygirl@mail.kmutt.ac.th**

ตามรูปแบบของ ADDIE Model โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ติดตามบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพจ Backbone MCOT จำนวน 30 คน โดยใช้วิธีเลือกแบบเจาะจง จากผู้ที่เคยชมดิจิทัลคอนเทนต์แบบ Photo Album เพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเมืองรองบนแพลตฟอร์มออนไลน์ MCOT ผลการพัฒนาได้ดิจิทัลคอนเทนต์แบบ Photo Album จำนวน 5 ชุด ผลจากการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญ พบว่า มีผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหา อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x} = 4.60$, S.D.= 0.45) ผลการประเมินคุณภาพด้านสื่ออยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x} = 4.85$, S.D.= 0.30) ผลประเมินการรับรู้อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.78$, S.D. = 0.49) และมีผลการประเมินความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.85$, S.D. = 0.35) ตามลำดับ สรุปได้ว่า สื่อดิจิทัลคอนเทนต์แบบ Photo Album เพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเมืองรองบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพจ Backbone MCOT ที่พัฒนาขึ้นมีคุณภาพดี สามารถนำไปใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์ได้

คำสำคัญ: ดิจิทัลคอนเทนต์/ แหล่งท่องเที่ยวเมืองรอง/ บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน)

Abstract

The purposes of this research were 1) to the develop and determine the quality of digital content in the form of photo album for publicizing secondary city tourism attractions on the online platform Backbone Mcot page. 2)To assess the sample perception and 3) To assess satisfaction towards the developed digital content based on the ADDIE Model. .Collected data from a sample of 30 followers on the Backbone MCOT online platform using a purposive sampling from people who watched digital content in the form of photo album for publicizing secondary city tourism attractions on the Backbone MCOT online platform who are willing to answer the questionnaire. The results of development was digital content in the form of photo album 5 sets .The results of content quality assessment was at a very good level ($\bar{x} = 4.60$, S.D.= 0.45). Media quality assessment results was at a very good level ($\bar{x} = 4.85$, S.D.= 0.30). The sample perception was at the highest level ($\bar{x} = 4.78$, S.D. = 0.49) and the sample satisfaction was at the highest level ($\bar{x} = 4.85$, S.D. = 0.35), respectively. it could be concluded that the developed digital content in the form of photo album for publicizing secondary city tourism attractions on the online platform Backbone Mcot page developed with good quality can be used for public relations.

Keywords: Digital Content / Secondary City Tourism Attractions / MCOT Public Company Limited

บทนำ

ในปัจจุบันสื่อสังคมออนไลน์ไม่ว่าจะเป็น Facebook, Line, Twitter, Google+, Instagram, YouTube และอื่น ๆ ที่กำลังเข้ามามีบทบาทสำคัญในวงกว้างต่อระบบการสื่อสารทำให้เราสามารถเชื่อมต่อความสัมพันธ์กันได้อย่างกว้างขวาง โดยไม่จำกัดเวลา สถานที่และอุปกรณ์ ซึ่งนำพาให้เราได้ทราบข้อมูลข่าวสารและการสื่อสารถึงกันได้อย่างทั่วถึงและรวดเร็ว อาจเรียกได้ว่าสื่อสังคมออนไลน์ได้ก้าวเข้ามาเปลี่ยนโลกแห่งการสื่อสารที่สามารถเข้าถึงได้ทุกเพศทุกวัย สื่อสังคมออนไลน์หรือโซเชียลมีเดีย ในปัจจุบันมีการติดต่อสื่อสารกันอย่างได้รวดเร็วเพราะสื่อสังคมออนไลน์เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันมากขึ้น โดยเฉพาะกับกลุ่มนักเรียน นักศึกษา และยังมีบทบาทกับระบบการศึกษาอีกด้วย ผู้สอนในยุคปัจจุบันส่วนใหญ่สามารถประยุกต์ใช้โซเชียลมีเดียกับการศึกษา และสามารถนำมาเป็นช่องทางในการจัดการเรียนการสอนอย่างมีระบบและมีประสิทธิภาพเพื่อให้ทันต่อยุคสมัยที่มีการเปลี่ยนแปลง ซึ่งนอกจากนี้ ยังมีบทบาทในการกำหนดประเด็นต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม ดังนั้น สื่อออนไลน์ จึงมีบทบาทสำคัญในการเปลี่ยนพฤติกรรมและการแสวงหาข้อมูลข่าวสารของผู้คนในยุคปัจจุบัน (อรรถพร ถาน้อย , 2564) ดิจิทัลคอนเทนต์ (Digital Content) เป็นสารสนเทศที่มีรูปแบบเป็นดิจิทัล โดยอาศัยการสื่อสารหรือการแสดงเนื้อหาผ่านทางอุปกรณ์ดิจิทัลต่าง ๆ เช่น คอมพิวเตอร์หรืออุปกรณ์สื่อสาร ซึ่งดิจิทัลคอนเทนต์ประกอบด้วยไปดัวย แอนิเมชัน (Animation) เกม (Game) สื่ออิเล็กทรอนิกส์เพื่อการเรียนรู้ (e-Learning) คอมพิวเตอร์ช่วยสอน (Computer Assisted Instruction : CAI) และเนื้อหาต่าง ๆ บนโทรศัพท์มือถือรวมถึงการออกแบบเว็บ (Web Design) ซึ่งเนื้อหาของดิจิทัลคอนเทนต์ในแต่ละรูปแบบทางผู้ผลิตต่างต้องการที่จะเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ความบันเทิง การเรียนรู้และการประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ เพื่อให้ผู้คนเกิดการรับรู้ได้ทั่วถึงและเข้าใจตรงกัน (ศักดิ์อนันต์ อนันตสุข , 2558)

ปัจจุบันกรมการท่องเที่ยวกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาเร่งปรับกลยุทธ์เน้น “การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ใส่ใจสิ่งแวดล้อม” เพื่อตอบโจทย์ท่องเที่ยวของคน Gen Y และ Z โดยเหตุที่ผู้คนทั่วโลกยังกังวลกับสถานการณ์โควิด-19 ในช่วงเวลาที่ผ่านมา ทำให้การท่องเที่ยวหยุดชะงัก อีกทั้งภาวณ้ำมันแพง ทำให้เกิดการชะลอตัวของเศรษฐกิจ และต้องเผชิญกับปัญหาภาวะเงินเฟ้อ ทำให้นักท่องเที่ยวมีทัศนคติในการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไป การท่องเที่ยวเมืองรอง ถูกนำมาชูเป็นประเด็นในการประชาสัมพันธ์ถึงแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ที่น่าสนใจเพิ่มมากขึ้น ในที่นี้จึงแนะนำแหล่งท่องเที่ยวเมืองรองจำนวน 5 จังหวัด ได้แก่ แม่ฮ่องสอน ราชบุรี ตรวต ระนอง และชัยภูมิ โดยเหตุที่การประชาสัมพันธ์ปัจจุบันอยู่ในรูปแบบออนไลน์ ที่มีลักษณะเป็นสื่อผสมที่ใช้วิธีการนำเสนอเนื้อหาสาระหรือความรู้มาเสนอไว้ให้ผู้ชมได้รับชมเพื่อสร้างทั้งความรู้และความเพลิดเพลินมีวิธีการ คือ การจัดเก็บองค์ประกอบของเนื้อหาเป็น ข้อความ ภาพ หรือเสียงเพื่อให้เกิดความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น (กรมการท่องเที่ยว , 2566) และในปัจจุบันดิจิทัลคอนเทนต์บนเพจเฟซบุ๊กแบบ Photo Album เป็นเครื่องมือการสื่อสารที่ได้รับความนิยมและมีบทบาทมากขึ้น โดยเฉพาะด้านการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ เนื่องจากมีข้อเด่น คือ สามารถนำเสนอภาพสวยๆ ของแหล่งท่องเที่ยวเมืองรองได้ในลักษณะชุดภาพในโพสต์เดียว

บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) (บมจ. อสมท) (MCOT.net , 2563) เป็นรัฐวิสาหกิจ สังกัดสำนักงานกฤษฎีกา โดยมีภารกิจในการประกอบกิจการสื่อสารมวลชน ที่มุ่งสู่การเป็นองค์กรคุณภาพในธุรกิจสื่อที่สร้างสรรค์สังคมไทยให้สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้อย่างเท่าเทียม ทันสถานการณ์ บมจ. อสมท มีธุรกิจหลักประกอบด้วย กิจการโทรทัศน์ กิจการวิทยุกระจายเสียง สำนักข่าวไทย และกิจการให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกและโครงข่ายกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ภาคพื้นดินระบบดิจิทัล ทั้งนี้ Backbone Mcot เป็นหน่วยธุรกิจดิจิทัล “The New Digital Journey” หน่วยใหม่คือสายงานธุรกิจดิจิทัลและแพลตฟอร์ม ได้ขับเคลื่อนธุรกิจเทคโนโลยี ภายใต้แนวคิด “The New Digital Journey” โดยขยายการเดินทางสู่ 3 เส้นทางใหม่ ประกอบด้วย Digital Content, Digital Entertainment, และ Digital Solutions เพิ่มการผลิตดิจิทัลคอนเทนต์ให้มีความหลากหลายมากขึ้น ขยายช่องทางความบันเทิงรูปแบบต่าง ๆ ไปอยู่บนแพลตฟอร์มพันธมิตรดิจิทัลใหม่ ๆ ที่ทันสมัย รวมถึงการเปิดตัว Digital Solutions ใหม่ ๆ ผ่านแพลตฟอร์มที่ตอบสนองความต้องการ และไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคในยุค New Normal เหล่านี้คือการเพิ่มขีดความสามารถของ อสมท ในด้านธุรกิจดิจิทัล (เชมทัตต์ พลเดช , 2563)

จากปัญหาดังกล่าวคณะผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญและสร้างชุดสื่อที่มีคุณภาพเพื่อนำไปใช้ในการประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวเมืองรอง เพื่อส่งเสริมให้ผู้ติดตามแฟนเพจ รวมถึงบุคคลทั่วไปได้รับชมผ่านเฟซบุ๊กเพจ Backbone Mcot โดยได้รับชมทั้งชุดภาพและข้อมูลที่น่าสนใจ ทั้งยังสามารถนำข้อมูลที่ได้ไปใช้งานอย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อพัฒนาและประเมินคุณภาพดิจิทัลคอนเทนต์แบบ Photo Album เพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเมืองรองบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพจ Backbone Mcot
2. เพื่อประเมินผลการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อดิจิทัลคอนเทนต์แบบ Photo Album เพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเมืองรองบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพจ Backbone Mcot
3. เพื่อประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อดิจิทัลคอนเทนต์แบบ Photo Album เพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเมืองรองบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพจ Backbone Mcot

สมมุติฐานของการวิจัย

1. คุณภาพของดิจิทัลคอนเทนต์แบบ Photo Album เพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเมืองรองบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพจ Backbone Mcot อยู่ในระดับดีขึ้นไป
2. ผลการประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อดิจิทัลคอนเทนต์แบบ Photo Album เพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเมืองรองบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพจ Backbone Mcot อยู่ในระดับมากขึ้นไป
3. ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อดิจิทัลคอนเทนต์แบบ Photo Album เพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเมืองรองบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพจ Backbone Mcot อยู่ในระดับมากขึ้นไป

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ดิจิทัลคอนเทนต์แบบ Photo Album เพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเมืองรองบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพจ Backbone Mcot เป็นที่รู้จักและถูกนำไปเผยแพร่กว้างขวางมากยิ่งขึ้น
2. สามารถเป็นแนวทางในการพัฒนาสื่อออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเมืองรองเมืองอื่น ๆ ในเฟสต่อไป

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับ Digital Nomad

การที่กลุ่มคนที่ใช้ชีวิตอยู่ตามสถานที่ต่าง ๆ ทั่วโลก พร้อมกับทำงานไปด้วย เพียงแค่มีแล็ปท็อปที่เชื่อมต่อกับสัญญาณอินเทอร์เน็ต ก็สามารถทำงานที่ไหนก็ได้ จึงเรียกได้ว่าเป็นอาชีพที่มีความอิสระ สามารถติดต่อกับงานและส่งงานผ่านระบบออนไลน์ได้ตลอดเวลา แม้แต่ประเทศอินโดนีเซียก็กำลังพยายามดึงดูดให้กลุ่มนี้เข้ามาในประเทศมากขึ้น โดยพร้อมให้สิทธิประโยชน์มากมาย และยังส่งเสริมการพักผ่อนด้านจิตใจอย่างเต็มที่ (Dtac Business, 2565)

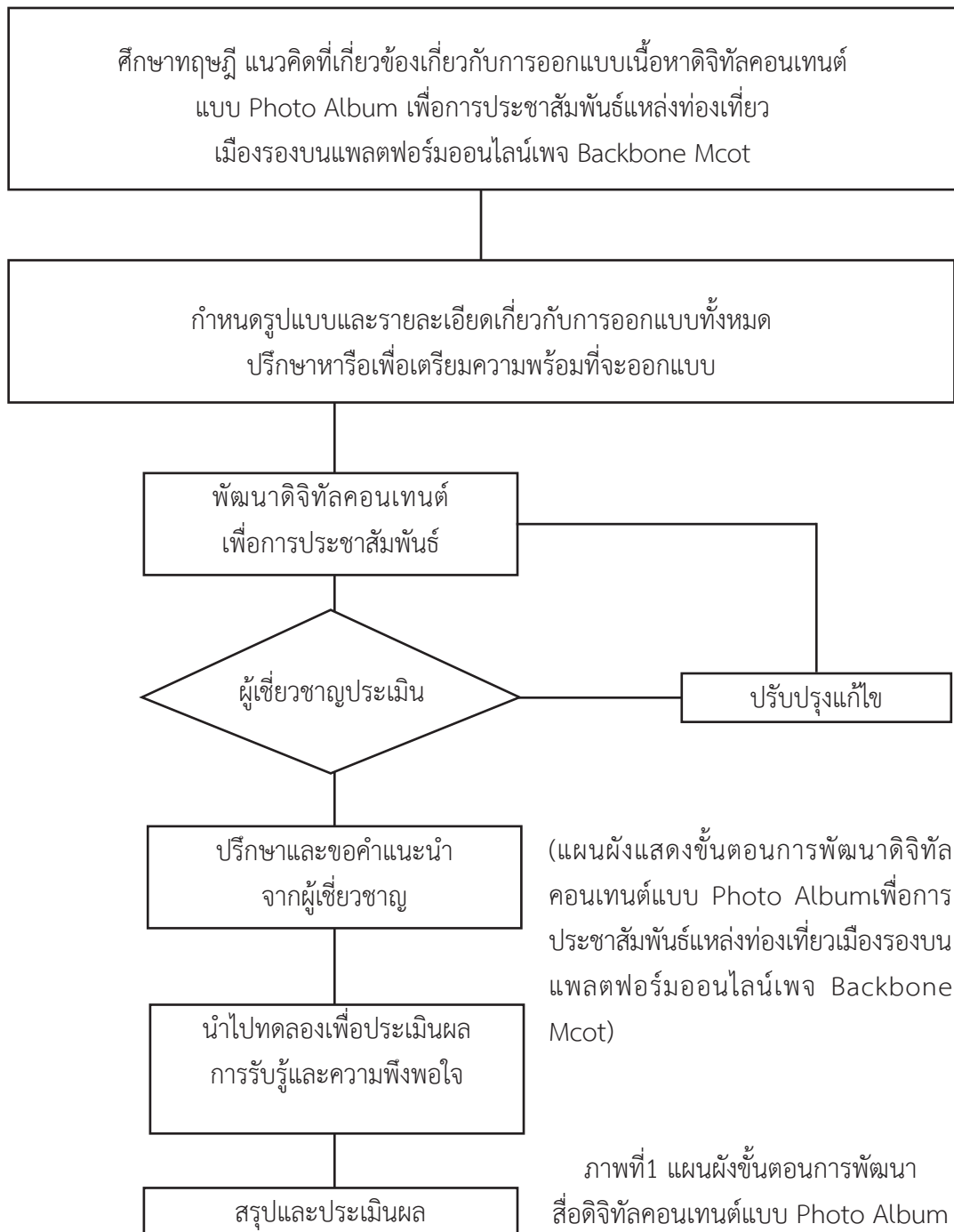
2. แนวคิดเกี่ยวกับ Photo Album

เทคนิคสำคัญอีกแบบที่นักทำคอนเทนต์มักเลือกมาใช้งานในการทำเพจเฟสบุ๊ก ด้วยความที่ตรงกับผู้อ่านเพราะสามารถย่อยข้อมูลออกเป็นภาพหลายภาพได้ ไม่ทำให้ข้อความกระจุกอยู่แค่ภาพเดียว Facebook Photo Album ยังเพิ่มความน่าดึงดูดด้วยภาพสวยๆ ได้หลายภาพทำให้เกิด engagement ได้ดีกว่า และ Facebook Photo Album สามารถออกแบบหน้าตาของรูปแบบอัลบั้มได้มากมายหลายแบบ ซึ่งสามารถนำมาปรับใช้ให้ตรงกับคอนเทนต์ของเราได้ดียิ่งขึ้น (Worrapob Parboonpasent, 2561)

3. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

การเดินทางของมนุษย์จากสถานที่ใดสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่ง หรือการเดินทางจากถิ่นพำนัก ที่อาศัยไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจไป และเป็นการเดินทางด้วยเหตุผลของการท่องเที่ยว มีใช้เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้เช่น การเดินทางเพื่อการพักผ่อน การเดินทางเพื่อไปชมการแข่งขันกีฬา การเดินทางเพื่อการศึกษา การเดินทางเพื่อการประชุมสัมมนา การเดินทางเพื่อเยี่ยมญาติ พี่น้องหรือเพื่อน การเดินทางเพื่อแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม เป็นต้น ในที่นี้แนะนำแหล่งท่องเที่ยวเมืองจำนวน 5 จังหวัด ได้แก่ แม่ฮ่องสอน ราชบุรี ตรวดี ระนอง และชัยภูมิ (ฐิรชญา มณีเนตร, 2552)

ระเบียบวิธีวิจัย



ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ติดตามบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพจ Backbone Mcot จำนวน 1,581,666 คน (Backbone MCOT. 2566) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ติดตามบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพจ Backbone MCOT จำนวน 30 คน โดยใช้วิธีเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากผู้ที่เคยชมดิจิทัลคอนเทนต์แบบ Photo Album เพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเมืองรองบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพจ Backbone Mcot

ผู้เชี่ยวชาญได้แก่ ผู้ที่มีความรู้ความสามารถความชำนาญเพื่อประเมินคุณภาพการพัฒนา ดิจิทัลคอนเทนต์แบบ Photo Album เพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเมืองรองบน แพลตฟอร์มออนไลน์เพจ Backbone Mcot ได้จากวิธีการเลือกแบบเจาะจง (Specified Sampling) ซึ่งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิอย่างแท้จริงและยินดีที่จะมาเป็นผู้เชี่ยวชาญ แบ่งออกเป็น ผู้เชี่ยวชาญด้าน เนื้อหา จำนวน 3 ท่าน ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อและการนำเสนอ จำนวน 3 ท่าน และผู้เชี่ยวชาญด้านการวัดและประเมินผล จำนวน 3 ท่าน

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ได้ผ่านการประเมินค่า IOC จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน โดยมีเครื่องมือการศึกษา ได้แก่ (1) สื่อประชาสัมพันธ์บนแพลตฟอร์มออนไลน์ เรื่องการพัฒนา ดิจิทัลคอนเทนต์แบบ Photo Album เพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเมืองรองบน แพลตฟอร์มออนไลน์เพจ Backbone Mcot (2) แบบประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาและด้านสื่อ (3) แบบประเมินผลการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง และ (4) แบบประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง โดยในที่นี้เครื่องมือทุกชิ้นได้ผ่านการประเมินค่าความเที่ยงตรงหรือค่า IOC ที่ค่ามากกว่า .05 เป็น ที่เรียบร้อย

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการพัฒนาและประเมินคุณภาพของสื่อดิจิทัลคอนเทนต์แบบ Photo Album เพื่อ การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเมืองรองบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพจ Backbone Mcot

คณะผู้วิจัยได้ทำการสร้างสื่อโดยอิงตามหลักการแนวทาง ADDIE MODEL ในการพัฒนา ดิจิทัลคอนเทนต์แบบ Photo Album เพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเมืองรองบน แพลตฟอร์มออนไลน์เพจ Backbone Mcot ทำให้พัฒนาสื่อจำนวน 5 ชุดเผยแพร่บนแพลตฟอร์ม ออนไลน์เพจ Backbone Mcot ได้แก่ แสดงสื่อโปสเตอร์ Photo Album จำนวน 5 ชุด โดย เนื้อหาของสื่อ Photo Album นี้แสดง สถานที่ท่องเที่ยวและแผนที่ไปแต่ละจุด พร้อมแคปชั่น บรรยายของ 5 จังหวัด ได้แก่แม่ฮ่องสอน ราชบุรี ตรัง ระนอง และชัยภูมิ ดังนี้





ภาพที่ 2 ดิจิทัลคอนเทนต์แบบ Photo Album เพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว
เมืองรองบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพจ Backbone Mcot

ผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาและด้านสื่อโดยผู้เชี่ยวชาญ

ตารางที่ 1 ตารางสรุปผลจากการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหา

รายการประเมิน	ผลประเมิน		
	$\bar{x}$	SD	ระดับคุณภาพ
1. ด้านเนื้อหา			
1.1 เนื้อหามีความถูกต้อง	4.67	0.58	ดีมาก
1.2 เนื้อหามีความกระชับ เข้าใจง่ายและน่าสนใจ	5.00	0.00	ดีมาก
1.3 เนื้อหามีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย	5.00	0.00	ดีมาก
1.4 ความถูกต้องของศัพท์เฉพาะที่ใช้ในดิจิทัลคอนเทนต์	4.67	0.58	ดีมาก
1.5 เนื้อหาตรงตามวัตถุประสงค์ดิจิทัลคอนเทนต์แบบ Photo Album เพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเมืองรองบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพจ Backbone MCOT	4.87	0.23	ดีมาก
2. ด้านการใช้ภาษาและภาพประกอบเนื้อหา			
2.1 ตัวภาษาที่ใช้ถูกต้องและมีความเหมาะสม	4.33	0.58	ดี
2.2 ข้อความที่ใช้สื่อความหมายได้ชัดเจน	4.33	0.58	ดี
2.3 การจัดวางตัวอักษรมีความเหมาะสม	4.00	1.00	ดี
2.4 ตัวอักษรไม่มีความหนาแน่นมากเกินไป	4.33	0.58	ดี
2.5 สีของตัวอักษรและพื้นหลังแยกกันอย่างชัดเจน	4.67	0.58	ดีมาก
เฉลี่ย	4.33	0.66	ดี
ผลการประเมินเฉลี่ยรวม	4.60	0.45	ดีมาก

ผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหา การพัฒนาดิจิทัลคอนเทนต์แบบ Photo Album เพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเมืองรองบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพจ Backbone Mcot มีค่าเฉลี่ยโดยรวมมีคุณภาพอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x} = 4.60$, S.D.= 0.45) เมื่อพิจารณาเป็นคุณภาพในแต่ละข้อ พบว่า ด้านเนื้อหา มีคุณภาพอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x} = 4.87$, S.D.= 0.23) รองลงมา คือ ด้านการใช้ภาษาและภาพประกอบเนื้อหา มีคุณภาพอยู่ในระดับดี ($\bar{x} = 4.33$, S.D.= 0.66)

ตารางที่2 ตารางสรุปผลจากการประเมินคุณภาพด้านสื่อ

รายการประเมิน	ผลประเมิน		
	$\bar{x}$	SD	ระดับคุณภาพ
1. ด้านตัวอักษรและการใช้สี			
1.1 ขนาดของตัวอักษร อ่านง่าย และชัดเจน	5.00	0.00	ดีมาก
1.2 สีและรูปแบบของตัวอักษร สวยงาม	5.00	0.00	ดีมาก
1.3 ตัวอักษรมีการจัดวางอย่างเหมาะสม	5.00	0.00	ดีมาก
เฉลี่ย	5.00	0.00	ดีมาก
2. ด้านรูปภาพและกราฟิก			
2.1 ภาพที่ใช้มีความเหมาะสม น่าสนใจ	4.67	0.58	ดีมาก
2.2 ภาพสื่อความหมายได้ชัดเจน	5.00	0.00	ดีมาก
2.3 ภาพที่ใช้มีความสอดคล้องกับเนื้อหา	4.67	0.58	ดีมาก
เฉลี่ย	4.78	0.38	ดีมาก
3. ด้านการนำเสนอ			
3.1 รูปแบบการนำเสนอมีความกระชับ และเข้าใจง่าย	4.67	0.58	ดีมาก
3.2 ความเหมาะสมของดิจิทัลคอนเทนต์แบบอินโฟกราฟิกบนแพลตฟอร์มออนไลน์ Backbone MCOT	5.00	0.00	ดีมาก
3.3 ความเหมาะสมของ Photo Albumนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวเมืองรองบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพจ Backbone MCOT	4.67	0.58	ดีมาก
เฉลี่ย	4.78	0.38	ดีมาก
ผลการประเมินเฉลี่ยรวม	4.85	0.30	ดีมาก

ผลการประเมินคุณภาพด้านสื่อการนำเสนอของการพัฒนาดิจิทัลคอนเทนต์แบบ Photo Album เพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเมืองรองบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพจ Backbone MCOT มีค่าเฉลี่ยรวมทุกส่วนมีค่าเท่ากับ 4.85 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 0.30 ($\bar{x} = 4.85$, S.D.= 0.30) เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับเกณฑ์ ที่กำหนดไว้ พบว่าโดยรวมที่คุณภาพอยู่ในระดับดีมาก

เมื่อพิจารณาคุณภาพในแต่ละด้าน พบว่า รายการที่มีค่าเฉลี่ยอันดับแรก คือ ด้านตัวอักษรและการใช้สี อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x} = 5.00$, S.D. = 0.00) รองลงมา คือ ด้านรูปภาพและกราฟิก อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x} = 4.78$, S.D. = 0.38)

2.ผลการประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 3 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง

รายการประเมิน	ผลประเมิน		
	$\bar{x}$	SD	ระดับการรับรู้
1. ท่านรับรู้ว่ามีแหล่งท่องเที่ยวเมืองรองบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพจ Backbone MCOT ในจังหวัดราชบุรีมากขึ้น	4.84	0.37	มากที่สุด
2. ท่านรับรู้ว่ามีดิจิทัลคอนเทนต์แบบ Photo Album เพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเมืองรองบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพจ Backbone MCOT ของจังหวัดราชบุรีตอบโจทย์กับกลุ่มเป้าหมาย	4.77	0.50	มากที่สุด
3. ท่านรับรู้ว่ามีดิจิทัลคอนเทนต์แบบ Photo Album เพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเมืองรองบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพจ Backbone MCOT ในจังหวัดแม่ฮ่องสอน มุ่งพัฒนาการท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่	4.84	0.45	มากที่สุด
4. ท่านรับรู้ว่ามีดิจิทัลคอนเทนต์แบบ Photo Album เพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเมืองรองบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพจ Backbone MCOT ในจังหวัดแม่ฮ่องสอน มีแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม เป็นที่ยอมรับ	4.84	0.45	มากที่สุด
5. ท่านรับรู้ว่ามีดิจิทัลคอนเทนต์แบบ Photo Album เพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเมืองรองบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพจ Backbone MCOT ในจังหวัด ชัยภูมิมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	4.81	0.48	มากที่สุด
6. ท่านรับรู้ว่ามีแหล่งท่องเที่ยวเมืองรองบนแพลตฟอร์มออนไลน์ เพจ Backbone Mcot ในจังหวัด ชัยภูมิ มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น	4.73	0.52	มากที่สุด

รายการประเมิน	ผลประเมิน		
	$\bar{x}$	SD	ระดับการรับรู้
7. ท่านรับรู้ว่าแหล่งท่องเที่ยวเมืองรองบนแพลตฟอร์มออนไลน์ เพจ Backbone Mcot ใน จังหวัดตราด สวยงามและน่าสนใจ	4.68	0.60	มากที่สุด
8. ท่านรับรู้ว่าแหล่งท่องเที่ยวเมืองรองบนแพลตฟอร์มออนไลน์ เพจ Backbone Mcot ใน จังหวัดตราด บรรยากาศการท่องเที่ยวสวยงาม	4.77	0.50	มากที่สุด
9. ท่านรับรู้ว่าดิจิทัลคอนเทนต์แบบ Photo Album เพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเมืองรองบนแพลตฟอร์มออนไลน์ เพจ Backbone Mcot ใน จังหวัดระนอง มีการแจ้งราคาค่าบริการต่าง ๆ อย่างชัดเจน	4.65	0.61	มากที่สุด
10. ท่านรับรู้ว่าดิจิทัลคอนเทนต์แบบ Photo Album เพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเมืองรองบนแพลตฟอร์มออนไลน์ เพจ Backbone Mcot ใน จังหวัดระนอง มีสถานที่ที่มีสัญญาณอินเทอร์เน็ตที่รองรับการทำงาน	4.84	0.37	มากที่สุด
	4.78	0.49	มากที่สุด
เฉลี่ย			

ผลการวิเคราะห์ประเมินผลการรับรู้ เรื่องการพัฒนาดิจิทัลคอนเทนต์แบบ Photo Album เพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเมืองรองบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพจ Backbone MCOT พบว่า การรับรู้อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.78$, S.D. = 0.49) เมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่า รายการที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ รับรู้ว่ามีแหล่งท่องเที่ยวเมืองรองบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพจ Backbone MCOT ในจังหวัดตราดสูงขึ้น ($\bar{x} = 4.84$, S.D. = 0.37) รับรู้ดิจิทัลคอนเทนต์แบบ Photo Album เพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเมืองรองบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพจ Backbone MCOT ในจังหวัดแม่ฮ่องสอน มุ่งพัฒนาการท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ ($\bar{x} = 4.84$, S.D. = 0.45) และรับรู้ดิจิทัลคอนเทนต์แบบ Photo Album เพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเมืองรองบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพจ Backbone MCOT ในจังหวัดแม่ฮ่องสอน มีแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม เป็นที่ยอมรับ ($\bar{x} = 4.84$, S.D. = 0.45) อยู่ในระดับมากที่สุด

3. ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง

รายการประเมิน	ผลประเมิน		
	$\bar{x}$	SD	ระดับความพึงพอใจ
<u>1. ด้านเนื้อหา</u>	4.80	0.41	มากที่สุด
1.1 การลำดับเนื้อหาของดิจิทัลคอนเทนต์แบบ Photo Albumเพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเมืองรองบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพจ Backbone MCOT	4.77	0.43	มากที่สุด
1.2 เนื้อหาของดิจิทัลคอนเทนต์แบบ Photo Albumเพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเมืองรองบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพจ Backbone MCOT มีความชัดเจน	4.87	0.35	มากที่สุด
1.3 เนื้อหาของดิจิทัลคอนเทนต์แบบ Photo Albumเพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเมืองรองบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพจ Backbone MCOT มีความน่าสนใจ	4.90	0.31	มากที่สุด
1.4 เนื้อหาของดิจิทัลคอนเทนต์แบบ Photo Albumเพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเมืองรองบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพจ Backbone MCOT มีประโยชน์สามารถนำไปใช้ได้จริง	4.90	0.31	มากที่สุด
1.5 เนื้อหาของดิจิทัลคอนเทนต์แบบ Photo Albumเพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเมืองรองบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพจ Backbone MCOT เข้าใจง่าย	4.85	0.36	มากที่สุด
เฉลี่ย			
<u>2. ด้านการนำเสนอ</u>	4.77	0.43	มากที่สุด
2.1 รูปแบบการนำเสนอดิจิทัลคอนเทนต์แบบ Photo Album เพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเมืองรองบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพจ Backbone MCOT มีความกระชับ และเข้าใจง่าย	4.87	0.35	มากที่สุด
2.2 การนำเสนอดิจิทัลคอนเทนต์แบบ Photo Albumเพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเมืองรองบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพจ Backbone MCOT มีความน่าสนใจ			

รายการประเมิน	ผลประเมิน		
	SD	ระดับความพึงพอใจ	
2.3 การนำเสนอดิจิทัลคอนเทนต์แบบ Photo Album เพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเมืองรองบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพจ Backbone MCOT มีความชัดเจน เหมาะสม	4.93	0.25	มากที่สุด
เฉลี่ย	4.86	0.34	มากที่สุด
<u>3. ด้านภาพและกราฟิก</u>			
3.1 ภาพที่ใช้ในดิจิทัลคอนเทนต์แบบ Photo Album เพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเมืองรองบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพจBackbone MCOT มีสีสันสวยงาม	4.83	0.38	มากที่สุด
3.2 ภาพของดิจิทัลคอนเทนต์แบบ Photo Albumเพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเมืองรองบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพจBackbone MCOT สื่อความหมายได้ชัดเจนและเข้าใจง่าย	4.90	0.31	มากที่สุด
3.3 ภาพและกราฟิกดิจิทัลคอนเทนต์แบบ Photo Album เพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเมืองรองบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพจ Backbone MCOT มีความดึงดูดและน่าสนใจ	4.80	0.41	มากที่สุด
3.4 ภาพและกราฟิกดิจิทัลคอนเทนต์แบบ Photo Album เพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเมืองรองบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพจ Backbone MCOT มีความชัดเจน	4.83	0.38	มากที่สุด
3.5 ภาพและกราฟิกสอดคล้องกับเนื้อหาดิจิทัลคอนเทนต์แบบ Photo Albumเพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเมืองรองบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพจ Backbone MCOT	4.93	0.25	มากที่สุด
เฉลี่ย	4.86	0.34	มากที่สุด
ผลการประเมินเฉลี่ยรวม	4.85	0.35	มากที่สุด

ผลการวิเคราะห์ประเมินผลความพึงพอใจ เรื่อง การพัฒนาดิจิทัลคอนเทนต์แบบ Photo Album เพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเมืองรองบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพจ Backbone MCOT พบว่า โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.85$, S.D. = 0.35) เมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่ารายการที่มีค่าเฉลี่ยอันดับแรกคือ ด้านการนำเสนอ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.86$, S.D. = 0.34) รองลงมาคือ ส่วนของภาพและกราฟิก อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.86$, S.D. = 0.34)

อภิปรายผลการศึกษา

ผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาโดยรวมมีคุณภาพอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x} = 4.60$, S.D. = 0.45) เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากคณะผู้วิจัยได้ใช้ข้อมูลจากกรมการท่องเที่ยว , 2566 จึงทำให้ได้ข้อมูลที่มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เป็นข้อมูลจริงที่มีความถูกต้องครบถ้วน และมีความน่าเชื่อถือ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเขมทัต บุญพวง , 2565 ได้ทำวิจัยเรื่อง การพัฒนาชุดสื่อประชาสัมพันธ์แบบมีปฏิสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ แผนกวิชาคอมพิวเตอร์กราฟิก มีผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหา อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x} = 4.78$, S.D. = 0.58) โดยมีการเลือกใช้เนื้อหาที่ถูกต้อง ครบถ้วน เข้าใจง่ายและยังมีความสอดคล้องเข้ากับวัตถุประสงค์ จึงสามารถนำไปใช้ในการแนะแนวการศึกษาต่อได้จริง

ผลการประเมินคุณภาพด้านสื่อการนำเสนอ โดยรวมมีคุณภาพอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x} = 4.85$, S.D. = 0.30) เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยคณะผู้วิจัยได้ทำการศึกษาทฤษฎีและแนวคิดในเรื่องของสื่อประชาสัมพันธ์ ตลอดจนหลักการในการพัฒนาสื่อและคุณลักษณะของสื่อที่ดี เพื่อให้ได้สื่อที่ สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดขั้นตอนการสร้างอินโฟกราฟิก หลักการออกแบบกราฟิก โดยสินินา คุ่มแสงเทียน, 2565 กล่าวว่าหลักการดำเนินงานออกแบบกราฟิก 1. วัตถุประสงค์เพื่ออะไร 2. กลุ่มเป้าหมายเป็นใคร 3. สิ่งที่ต้องการบอกคืออะไร 4. นำเสนอข่าวสารด้วยสื่อใดแบบใด และคุณค่าของงานกราฟิก เป็นศูนย์กลางในการสื่อความหมายให้เกิดความเข้าใจตรงกัน สามารถทำหน้าที่เป็นสื่อเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ ช่วยทำงานเกิดความน่าสนใจแก่ผู้พบเห็น ช่วยให้เกิดการกระตุ้นทางความคิดและการตัดสินใจได้อย่างรวดเร็ว ก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ รวมถึงการโพสต์ภาพอัลบั้มอย่างไรให้น่าสนใจ เป็นเทคนิคสำคัญอีกแบบที่เหล่านักทำคอนเทนต์มักเลือกมาใช้งานด้วยความที่ตรงกับผู้อ่านเพราะสามารถย่อยข้อมูลออกเป็นภาพหลายภาพได้ ไม่ทำให้ข้อความกระจุกอยู่แค่ภาพเดียว แกรม Facebook Photo Album ยังเพิ่มความน่าดึงดูดด้วยภาพสวย ๆ ได้หลายภาพทำให้เกิด Engagement ได้ดีกว่า และ Digital Nomad (Dtac Business , 2565) เป็นเทคนิคสำคัญอีกแบบที่นักทำคอนเทนต์มักเลือกมาใช้งาน ด้วยความที่ตรงกับผู้อ่านเพราะสามารถย่อยข้อมูลออกเป็นภาพหลายภาพได้ ไม่ทำให้ข้อความกระจุกอยู่แค่ภาพเดียว แกรม Facebook Photo Album ยังเพิ่มความน่าดึงดูดด้วยภาพสวย ๆ ได้หลายภาพทำให้เกิด Engagement ที่ดีด้วยหลักการออกแบบสื่อของ ADDIE MODLE ประกอบกับการสร้างจุดเด่นให้กับสื่อด้วยเทคนิคการนำเสนอข้อมูลที่เข้ากับยุคสมัย ซึ่งสอดคล้องกับ งานวิจัยของ ภาวิณี บินรามัน , 2562 ได้ทำ

วิจัยเรื่องการพัฒนาดิจิทัลคอนเทนต์แบบอินโฟกราฟิกบนสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อส่งเสริมการขายสินค้าประเภทโฮมเมดเบเกอรี่มีผลประเมินคุณภาพด้านสื่อ อยู่ในเกณฑ์ดีมาก ($\bar{x} = 4.53$, S.D. = 0.66) สามารถนำไปเผยแพร่ประกอบการเรียนการสอนได้จริง

ผลการประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง ดำเนินการโดยใช้วิธีเลือกแบบเจาะจงจากผู้ติดตามบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพจ Backbone MCOT จำนวน 30 คน ได้ผลการประเมินการรับรู้โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.78$, S.D. = 0.49) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากการพัฒนาดิจิทัลคอนเทนต์แบบ Photo Albumเพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเมืองรองบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพจ Backbone MCOT ได้นำเสนอในรูปแบบสื่อดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์บนสื่อสังคมออนไลน์ จึงทำให้สื่อมีคุณภาพในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเมืองรองบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพจ Backbone MCOT ได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับทฤษฎีการรับรู้ ซึ่ง Nova Bizz, 2547 ได้ให้ความหมายไว้ว่า การรับรู้ หมายถึง กระบวนการซึ่งผู้บริโภคเลือกรับจัดองค์ประกอบ และแปลความหมายสิ่งเร้าต่าง ๆ ออกมา เพื่อให้มีความหมายเข้าใจได้ และได้อธิบายเพิ่มเติมว่าสิ่งเร้าจะมีความเป็นไปได้ที่จะได้รับการรับรู้มากขึ้น ทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ กฤตานัน สุขยั้ง, 2557 ได้ทำวิจัยเรื่องการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์สถานีวิทย์ Chill FM 89 พบว่า ผลประเมินการรับรู้กลุ่มตัวอย่างที่มีต่อเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์ อยู่ในระดับการรับรู้มากที่สุด ($\bar{x} = 4.45$, S.D.= 0.60) เช่นเดียวกัน

ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.85$, S.D. = 0.35) ซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ เพื่อทราบความคิดเห็นและความต้องการของเป้าหมาย ด้วยการสื่อสารแบบ 2 ทาง เพื่อรักษาชื่อเสียง ป้องกันและแก้ไขการเข้าใจผิดที่เกิดขึ้น เพื่อสร้างศรัทธาและความเชื่อมั่นต่อองค์กร โดยการวัดความพึงพอใจจะใช้มาตราส่วน ประเมินค่าความพึงพอใจของลิเคิร์ท (รัชดาพร ทุมมา 2558) สอดคล้องกับงานวิจัยของกาญจนา นามะโส, 2562 ได้ทำวิจัยเรื่องการพัฒนาชุดสื่อประชาสัมพันธ์แบบมีปฏิสัมพันธ์ โครงการฝึกอบรม - ฝึกงาน คนพิการเพื่อเตรียมความพร้อมเข้าทำงานในสถานประกอบการ หลักสูตรเจ้าหน้าที่ประจำสำนักงาน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี โดย ได้ผลความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.63$ และ S.D = 0.57) เช่นเดียวกันสรุปได้ว่า การพัฒนาดิจิทัลคอนเทนต์แบบ Photo Albumเพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเมืองรองบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพจ Backbone MCOT สามารถนำไปใช้ประชาสัมพันธ์ได้จริงเช่นเดียวกัน

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการศึกษาไปใช้

ควรดำเนินการเผยแพร่ดิจิทัลคอนเทนต์แบบ Photo Albumเพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเมืองรองบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพจ Backbone MCOT ไปยังกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลายมากขึ้น เช่น แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวให้กับกลุ่ม สายแคมป์ปิ้ง หรือตามช่วงฤดูกาล และควรประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในอีกหลาย ๆ จังหวัดเมืองรองในครั้งต่อไป ได้แก่ จังหวัด บึงกาฬ เชียงราย นราธิวาส ชัยนาท เป็นต้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรออกแบบและพัฒนาดิจิทัลคอนเทนต์โดยใช้อินฟลูเอนเซอร์สายท่องเที่ยวแนวต่างๆ ที่หลากหลายเพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเมืองรองบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพจ Backbone MCOT
2. ควรศึกษาองค์ประกอบของกระบวนการพัฒนาชุดสื่อประชาสัมพันธ์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพจBackbone MCOT อย่างมีประสิทธิภาพ

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- กาญจนา นามะโส. (2562). *การพัฒนาชุดสื่อประชาสัมพันธ์แบบมีปฏิสัมพันธ์โครงการฝึกอบรม-ฝึกงานคนพิการ เพื่อเตรียมความพร้อมเข้าทำงานสถานประกอบการ หลักสูตรเจ้าหน้าที่ประจำสำนักงาน. ปรินญาณพนธ์ปรินญาครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา คณะครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.*
- กฤตานัน สุขยั้ง. (2557). *การพัฒนาเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์สถานีวิทย์ Cill FM 89. ปรินญาณพนธ์ปรินญาเทคโนโลยีบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารมวลชน คณะครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.*
- เข็มทัด บุญพวง.(2565). *การพัฒนาชุดสื่อประชาสัมพันธ์แบบมีปฏิสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์แผนกวิชาคอมพิวเตอร์กราฟิก. วารสารนวัตกรรมการเรียนรู้และเทคโนโลยี 2(2) กรกฎาคม – ธันวาคม, 38.*
- จิรัชญา มณีเนตร. (2552). *ไทยศึกษาเพื่อการท่องเที่ยว .ขอนแก่น: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยขอนแก่น .*
- ภาวิณี บินรามัน.(2562). *การพัฒนาดิจิทัลคอนเทนต์แบบอินโฟกราฟิกบนสื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมการขายสินค้าประเภทโฮมเมดเบเกอรี่. วารสารนวัตกรรมการเรียนรู้และเทคโนโลยี, 2(2), กรกฎาคม – ธันวาคม 2565, 68.*

ระบบออนไลน์

- กรมการท่องเที่ยว Department of Tourism.(2566). *ปัจจัย Gen X และ Gen Y เลือกท่องเที่ยว. เข้าถึงได้จาก <https://www.facebook.com/Deptourism/posts/pfbid0Fdfu2R94rCiKZeJJEnBKy5kwD21RtZHiBZWUEKR05aoDHwy1cGjGDjyB225Az7MN>.*
- เข็มทัดต์ พลเดช.(2563). *อสมท เปิดตัวธุรกิจดิจิทัล “The New Digital Journey. เข้าถึงได้จาก <https://tna.mcot.net/social-511083>.*

- รัชดาพร ทุมมา. (2558). *แบบการวัดทัศนคติ ลิเคิร์ท สเกล (Likert Scal)*.เข้าถึงได้จาก. <https://shorturl.asia/3yivT>.
- สินีนารถ คุ่มแสงเทียน. (2565). *หน่วยที่ 2 หลักการออกแบบกราฟิก*.เข้าถึงได้จาก <https://sineenat.weebly.com/36273609365636233618360736373656-2.html>.
- ศักดิ์อนันต์ อนันตสุข.(2558). *การใช้ดิจิทัลคอนเทนต์ในการจัดการเรียนรู้ ดิจิทัลคอนเทนต์ (DIGITAL CONTENT) คืออะไร มีอะไรบ้าง*. เข้าถึงได้จาก <https://shorturl.asia/rynlG>.
- อรรถพร ถาน้อย.(2564). *สื่อสังคมออนไลน์เปลี่ยนโลก และอาจเปลี่ยนชีวิตคุณ*. เข้าถึงได้จาก <https://w2.med.cmu.ac.th/suandok-variety/it/1313/>.
- Backbone MCOT. (2566). *ผู้ติดตาม*. เข้าถึงได้จาก<https://www.facebook.com/MCOTBackbone> .
- Dtac Business. (2565). *รู้จัก Digital Nomad กันให้มากขึ้น*. เข้าถึงได้จาก<https://business.dtac.co.th/th/blogs/who-are-digital-nomads/> .
- MCOT.net.(2563). *ข้อมูลบริษัทธุรกิจของบริษัท*. เข้าถึงได้จาก http://mcot-th.listedcompany.com/business.html?fbclid=IwAR1_2Y_wrgMH8dqP08_VyBGErvIDGKUppAKgKaksfVjvEMCxyOWs2ZnvNu1
- Nova Bizz. (2547) *การรับรู้*. เข้าถึงได้จาก <http://www.novabizz.com/NovaAce/Behavior/Perception.htm>.
- Worrapob Parboonpasent. (2561). *Facebook Photo Album โฟสท์ภาพอัลบั้ม* *อย่างไรให้น่าสนใจ*. เข้าถึงได้จาก <https://grappik.com/facebook-photo-album>.
-