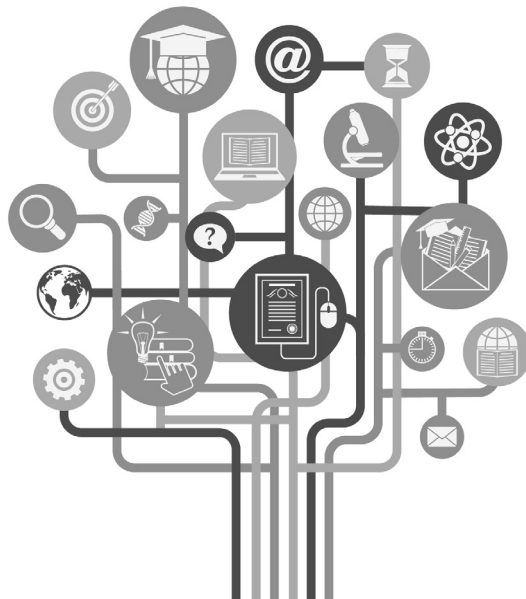


# 3

## การพัฒนาสื่อออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว อุทยานธรณีโลกโคราช อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา Online Media Development to Publicize the Tourist Attractions at the Khorat Geopark, Soung Sung Noen District, Nakhon Ratchasima Province

พีรวิชญ์ คำเจริญ

Pheerawish Khamcharoen





## การพัฒนาสื่อออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวอุทยาน ธรณีโลกโคราชอำเภอสองเนิน จังหวัดนครราชสีมา

Online Media Development to Publicize the Tourist Attractions  
at the Khorat Geopark, Soung Sung Noen District,  
Nakhon Ratchasima Province

พีรวิชญ์ คำเจริญ<sup>1</sup>

Pheerawish Khamcharoen

<sup>1</sup>คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา 30000 ประเทศไทย

Faculty of Management Sciences, Nakhon Ratchasima Rajabhat University, Nakhon Ratchasima Province 30000, Thailand e-mail : pheerawit.k@nrru.ac.th

Received : April 20, 2024 Revised : August 28, 2024 Accepted : September 4, 2024

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาสื่อออนไลน์ และเพื่อประเมินประสิทธิภาพของสื่อออนไลน์ เพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวอุทยานธรณีโลกโคราช อำเภอสองเนิน จังหวัดนครราชสีมา การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมวิธีโดยการวิจัยเชิงคุณภาพใช้แบบสัมภาษณ์ ดำเนินการสัมภาษณ์กับผู้ให้ข้อมูลหลัก ประกอบด้วยตัวแทนหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ผู้ประกอบการชุมชน อำเภอสองเนิน และตัวแทนสำนักงานอุทยานธรณีโคราช จำนวน 12 ท่าน แล้วนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์เนื้อหา ส่วนการวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถามประเมินประสิทธิภาพสื่อออนไลน์กับนักวิชาการด้านการสื่อสาร และตัวแทนสำนักงานอุทยานธรณีโคราช จำนวน 10 ท่าน แล้ววิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า 1) การพัฒนาสื่อออนไลน์ ประเภท คลิปวิดีโอ เพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวอุทยานธรณีโลกโคราช ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) องค์ประกอบด้านเนื้อหา 2) องค์ประกอบด้านการผลิต และ 3) องค์ประกอบด้านการสร้างสรรค์ ทั้งนี้ผู้วิจัยได้นำองค์ประกอบดังกล่าวมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบและผลิตสื่อออนไลน์ ประเภท คลิปวิดีโอ การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวอุทยานธรณีโลกโคราช อำเภอสองเนิน จำนวน 5 คลิปวิดีโอ ได้แก่ วัดธรรมจักรเสมาราม ปราสาทเมืองแขกและปราสาทโนนกู่ แหล่งเรียนรู้ศรีจินาสะโรงเรียนสูงเนิน วัดปรังค์เมืองเก่า และแหล่งหินตัดบ้านส้มกกงาม เนื่องจากเป็นสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ของอำเภอสองเนินและเป็นสถานที่รวบรวมข้อมูลของอำเภอสองเนิน จังหวัดนครราชสีมา และ

2) เพื่อประเมินประสิทธิภาพของสื่อออนไลน์ ประเภท คลิปวิดีโอ เพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวอุทยานธรณีโลกโคราช พบว่า ภาพรวมของคลิปวิดีโอประชาสัมพันธ์อุทยานธรณีโลกโคราช มีคุณภาพอยู่ในระดับ ดี ( $\bar{X} = 4.33$ , S.D = 0.54 ) เมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่า ด้านเนื้อหาของสื่อออนไลน์ มีคุณภาพอยู่ในระดับ ดี ( $\bar{X} = 4.48$ , S.D = 0.55) ด้านการผลิตสื่อออนไลน์ มีคุณภาพอยู่ในระดับ ดี ( $\bar{X} = 4.32$ , S.D = 0.54) และด้านประโยชน์ของสื่อออนไลน์ มีคุณภาพอยู่ในระดับ ดี ( $\bar{X} = 4.2$ , S.D = 0.53) ตามลำดับ ซึ่งคลิปวิดีโอที่จัดทำขึ้นสามารถนำไปใช้งานได้จริงสำหรับการประชาสัมพันธ์

**คำสำคัญ :** การประชาสัมพันธ์; สื่อออนไลน์; อุทยานธรณีโคราช

## Abstract

This research was objected to develop the online media, to evaluate the online media effectiveness and to publicize Khorat Geopark Tourist Attraction, Sung Noen District, Nakhon Ratchasima Province. The mixed methodology was conducted. For the qualitative method, the interview form was used. The key informants were 12 persons, included with the representatives of the relevant government agencies, the community entrepreneurs in Sung Noen District and the representatives of the Khorat Geopark Office. Then the content was analyzed. For the quantitative method, the questionnaire was the tool to evaluate the effectiveness of the online media with 10 key informants, consisted of the communication academics. and the representatives from the Khorat Geopark Office. Means, and Standard Deviations were used for the data analysis.

The results revealed that 1) the development of the online media in the form of video clips for publicizing the tourist attractions at the Khorat Geopark was consisted of 3 elements : 1) the content elements, 2) the production elements, and 3) the creative elements. The researcher then applied the elements to design and to produce the online media in the form of 5 video clips ,for the tourist attraction promotion at the



Khorat Global Geopark, Sung Noen District, included with Wat Tham-machak Semaram, Prasat Mueang Khaek and Prasat Non Ku, Srichanasa Learning Center at Sung Noen School, Wat Prang Mueang Kao and the source of stone cutting at Ban Som Kok Ngam. These were the important historical sites of Sung Noen District and they are the information collection sources of Sung Noen District. Nakhon Ratchasima Province and 2) for the evaluation of the online media effectiveness in the form of video clips publicizing the tourist attractions at the Khorat Global Geopark, It was found that the overall of the Khorat Global Geopark video clips for the public relations was at a good level ( $\bar{X} = 4.33$ , S.D = 0.54). Considering each aspect, it was found that content of the online media was at a good level ( $\bar{X} = 4.48$ , S.D = 0.55). For the online media production, the quality was at a good level ( $\bar{X} = 4.32$ , S.D = 0.54) and for the benefits of the online media aspect, the quality was respectively at a good level ( $\bar{X} = 4.2$ , S.D = 0.53). All the video clips can be effectively worked for the public relations.

**Keywords :** Public Relations; Online Media; Khorat Geopark

### บทนำ

สถานการณ์และแนวโน้มการท่องเที่ยวและปัญหาที่ผ่านมาของประเทศไทยมีความท้าทายต่อการบรรลุเป้าหมายในหลายประเด็น สรุปได้ดังนี้ 1) การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับการท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดให้เกิดการใช้จ่ายใช้สอยของนักท่องเที่ยวมากขึ้น และส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพมากกว่าปริมาณ 2) การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของการท่องเที่ยวไทย โดยเฉพาะในเมืองท่องเที่ยวรองและผู้ประกอบการรายย่อย เพื่อดึงดูดการท่องเที่ยวภายในประเทศ และก่อให้เกิดการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ 3) การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนทั้งในมิติของมาตรฐานความสะอาดและปลอดภัย สังคม ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม และ 4) การพัฒนาปัจจัยเอื้อให้เกิดการพัฒนา การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยเฉพาะการพัฒนากำลังคนและธุรกิจให้พร้อมรับการเปลี่ยนแปลง การปรับปรุง

ระเบียบและกฎหมายที่ล้าสมัยและเป็นอุปสรรค การใช้เทคโนโลยีและข้อมูลในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (2566-2570) มีเป้าหมายการพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายของการท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพและความยั่งยืน เชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ด้านการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันที่มุ่งเน้นการสร้างความหลากหลายด้านการท่องเที่ยวด้วยการรักษาการเป็นจุดหมายปลายทางที่สำคัญของการท่องเที่ยวระดับโลก ที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวทุกระดับ และเพิ่มสัดส่วนของนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพสูง อีกทั้งยังเชื่อมโยงกับเป้าหมายหลักของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 13 ได้แก่ การปรับโครงสร้างภาคการผลิตและบริการสู่เศรษฐกิจฐานนวัตกรรม โดยยกระดับให้ภาคการท่องเที่ยวมีความสามารถในการแข่งขันที่สูงขึ้น และส่งเสริมให้ผู้ประกอบการรายย่อย และชุมชนสามารถเชื่อมโยงกับห่วงโซ่มูลค่าได้ (National Economic and Social Office, 2021)

จังหวัดนครราชสีมา หรือรู้จักในชื่อ โคราช เป็นจังหวัดหนึ่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย โดยมีพื้นที่ 20,494 ตารางกิโลเมตร ใหญ่เป็นอันดับ 2 ของประเทศ มีการปกครองแบ่งเป็นอำเภอจำนวน 32 อำเภอ และมีประชากรประมาณ 2,625,794 คน สำหรับแผนพัฒนาจังหวัดนครราชสีมา ระยะ 5 ปี (พ.ศ.2566 – 2570) มีแผนยกระดับการท่องเที่ยวที่หลากหลายเชื่อมต่อภาคและภูมิภาคด้วยการเสริมสร้างและพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย เสริมสร้างและพัฒนาสินค้าและบริการเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้น ส่งเสริมและพัฒนาระบบการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวสู่มาตรฐานสากล ส่งเสริมและประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว โดยมีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว การพัฒนาระบบบริหารจัดการการท่องเที่ยวและเครือข่าย การส่งเสริมและพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว ตลอดจนการพัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว แม้ว่าจังหวัดนครราชสีมาจะยังไม่ได้มีการประกาศเป็นพื้นที่พิเศษ ซึ่งขณะนี้อยู่ระหว่างแผนพัฒนาให้เป็นไปตามเกณฑ์พื้นที่พิเศษ แต่ด้วยศักยภาพของจังหวัดที่มีพื้นที่ที่น่าสนใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งอุทยานธรณีโคราช องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) หรือ อพท. และภาคีเครือข่าย จึงมีแผนที่จะผลักดันให้จังหวัดนครราชสีมาสู่การเป็นดินแดนแห่ง 3 มงกุฏของยูเนสโก หรือ “The UNESCO Triple Crown” โดยจะดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์พัฒนาจังหวัด



นครราชสีมาที่จะทำให้อุทยานธรณีโคราช ซึ่งเป็นแหล่งโบราณคดีทางธรณีวิทยา (Nakhon Ratchasima Provincial Office, 2022)

อำเภอสูงเนิน เป็นชื่อเรียกตามลักษณะภูมิประเทศ ซึ่งเป็นที่ราบสูงและเป็นเนิน เดิมเรียกว่า “บ้านสองเนิน” เพราะมีเนินดินอยู่สองฟากบึงแก้ว (บึงใหญ่ซึ่งมีน้ำตลอดปี) ต่อมาภายหลังจึงเพี้ยนมาเป็น “สูงเนิน” เดิมขึ้นอยู่กับอำเภอสนธิ์เหียะ (อำเภอโนนไทย ในปัจจุบัน) โดยอำเภอสูงเนิน มีเมืองสำคัญอยู่ 2 เมือง คือ เมืองเสมา และเมืองโคราชหรือเมืองโคราช ซึ่งเมืองทั้งสองเป็นเมืองประวัติศาสตร์ของชาติไทยมาช้านานตั้งแต่ สมัยสุวรรณภูมิ ต่อมาจึงได้ยุบเมืองทั้งสองเป็นเมืองนครราชสีมา ทั้งนี้ อำเภอสูงเนิน ได้จัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 25 พฤษภาคม พ.ศ. 2442 (ร.ศ.118) อำเภอสูงเนินแบ่งพื้นที่การปกครองออกเป็น 11 ตำบล 127 หมู่บ้าน (Sung Noen Subdistrict Administrative Organization, Sung Noen District, Nakhon Ratchasima Province, 2022, Online)

จากการลงพื้นที่อำเภอสูงเนินซึ่งเป็น 1 ใน 5 อำเภอของอุทยานธรณีโลกโคราช เพื่อประชุมแลกเปลี่ยนกับหน่วยงานภาคราชการ ได้แก่ ปลัดอำเภอสูงเนิน นายกองค์การบริหารส่วนตำบล กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน หน่วยงานภาคเอกชน ได้แก่ผู้ประกอบการชุมชน และภาคประชาชน ร่วมกับการสำรวจพื้นที่ท่องเที่ยวของอำเภอสูงเนินในเบื้องต้น พบว่า สถานที่ท่องเที่ยวในพื้นที่ของอำเภอสูงเนินหลายแห่งยังขาดการนำเสนอคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการเป็นอุทยานโลกโคราช ซึ่งหากได้มีการศึกษาแนวทางการพัฒนาสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ แหล่งท่องเที่ยวอำเภอสูงเนินจะช่วยสร้างการรับรู้และดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้ไปท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Klaysung (2017) ที่ผลการวิจัยพบว่า การนำเสนอข้อมูลผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ในรูปแบบเว็บไซต์ การให้ข้อมูลในรูปแบบข้อความ ภาพนิ่ง และวิดีโอ จะช่วยให้นักท่องเที่ยวและผู้สนใจสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวกและเกิดความน่าสนใจ โดยเป็นการมุ่งให้เกิดความสนใจในการเดินทางไปท่องเที่ยวอันจะช่วยส่งเสริมและประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวรู้จักเพิ่มขึ้น จากที่กล่าวมาข้างต้นสอดคล้องกับแผนพัฒนาจังหวัดนครราชสีมา ปี พ.ศ. 2566 – 2570 ในการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว โดยมีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว การพัฒนาระบบบริหารจัดการการท่องเที่ยวและเครือข่าย การส่งเสริมและพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว

ตลอดจนการพัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ทั้งนี้ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาเรื่องวิจัย “การพัฒนาสื่อออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวอุทยานธรณีโลกโคราช อำเภอสองเนิน จังหวัดนครราชสีมา” ด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน สำหรับอุทยานธรณีโลกโคราชเป็นพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ในบริเวณลุ่มน้ำลำตะคองตอนกลางถึงตอนล่าง ครอบคลุมพื้นที่ 5 อำเภอของจังหวัดนครราชสีมา ประกอบด้วย อำเภอสี่คิ้ว อำเภอสองเนิน อำเภอขามทะเลสอ อำเภอเมืองนครราชสีมา และอำเภอเฉลิมพระเกียรติ ผลการวิจัยคาดว่าจะนำไปสู่การพัฒนาสื่อออนไลน์อำเภอสองเนิน ซึ่งเป็น 1 ใน 5 อำเภอนำร่องของอุทยานธรณีโคราช เพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวอันสอดคล้องกับแผนพัฒนาจังหวัดนครราชสีมาให้มีความพึงพอใจสูงสุดสามารถทางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวเพื่อสร้างรายได้สู่ชุมชนและท้องถิ่นต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

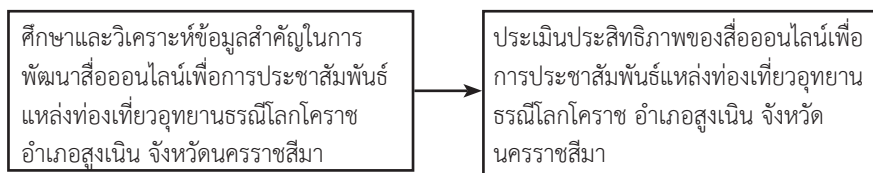
การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

1. การพัฒนาสื่อออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวอุทยานธรณีโลกโคราช อำเภอสองเนิน จังหวัดนครราชสีมา
2. การประเมินประสิทธิภาพของสื่อออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวอุทยานธรณีโลกโคราช อำเภอสองเนิน จังหวัดนครราชสีมา

### ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีขอบเขตของการวิจัย คือ ศึกษาเฉพาะอำเภอสองเนิน จังหวัดนครราชสีมา และศึกษาเฉพาะสื่อออนไลน์ประเภทคลิปวิดีโอที่มีเนื้อหาด้านวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอสองเนินที่เกี่ยวข้องกับอุทยานธรณีโลกโคราช

### กรอบแนวคิดในการวิจัย



รูปภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย



## แนวคิดทฤษฎีและทบทวนวรรณกรรม

การวิจัยนี้มีแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

### แนวคิดการประชาสัมพันธ์ (Public Relations)

การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดีระหว่างองค์กร หน่วยงาน สถาบันกับประชาชนเป้าหมายเพื่อหวังผลในความร่วมมือและสนับสนุนจากประชาชนกลุ่มเป้าหมายและสาธารณชน รวมทั้งมีส่วนช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กร หน่วยงาน สถาบัน ทำให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมายและสาธารณชนเกิดความนิยม เลื่อมใสศรัทธาต่อองค์กร หน่วยงาน และสถาบัน (Phuksawat, 2013) รวมทั้งการประชาสัมพันธ์มีบทบาทในการสร้างเสริมหรือเพิ่มความแข็งแกร่งให้แก่ตราสินค้าทั้งทางตรงและทางอ้อม (Charoenchotitham, 2019) โดยการประชาสัมพันธ์เป็นการสื่อสารเพื่อมุ่งหวังให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ อันนำไปสู่การยอมรับ นับถือ นิยม ศรัทธา ไว้วางใจและช่วยให้องค์กรสามารถดำเนินงานได้อย่างราบรื่น (Kleeachaya, 2018) ในขณะที่ Kayode (2014) ได้กล่าวสรุปเกี่ยวกับความหมายของการประชาสัมพันธ์เป็นการช่วยสร้างและรักษาผ่านกระบวนการการสื่อสารความเข้าใจและความร่วมมือระหว่างองค์กรและสาธารณชน ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับการจัดการปัญหาหรือประเด็นต่าง ๆ ช่วยให้การจัดการได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับการตอบสนองต่อความคิดเห็นของประชาชน

### แนวคิดสื่อออนไลน์ (Online Media)

สื่อออนไลน์ที่มีผู้ใช้เป็นผู้สื่อสารซึ่งสามารถเขียนเล่าเรื่องราว เนื้อหา ประสบการณ์ บทความ การโพสต์รูปภาพ และผลิตคลิปวิดีโอที่ผู้ใช้สร้างขึ้นเอง หรือพบเจอจากสื่ออื่น ๆ แล้วนำมาแบ่งปันให้กับผู้อื่นผ่านทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ได้รับทราบ ปัจจุบันการสื่อสารแบบนี้จะทำผ่านทางอินเทอร์เน็ต และนิยมใช้งานผ่านสมาร์ทโฟน โดยสื่อออนไลน์มีคุณลักษณะ คือ มีความบันเทิง (Entertainment) มีปฏิสัมพันธ์ (Interaction) มีกระแสนิยม (Trendiness) มีการสนองความต้องการเฉพาะ (Customization) และมีการบอกต่อ (Word of Mouth) (Balakrishnan et al., 2014) ตัวอย่างของสื่อออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) ยูทูบ (YouTube) อินสตาแกรม (Instagram) เอ็กซ์ (X) ดิกต็อก (Tiktok) ไลน์ (Line) แอปพลิเคชัน (Application) และคลิปวิดีโอ (Clip VDO) เป็นต้น สำหรับงานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้พัฒนาสื่อออนไลน์ ประเภท คลิปวิดีโอ เนื่องจากได้รับความนิยมจากการเปิดรับสื่อของผู้ชมและสามารถเข้าถึงได้ง่ายสะดวกรวดเร็ว



## ข้อมูลที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับอุทยานธรณีโคราช (Khorat Geopark)

อุทยานธรณีโคราช หรือที่เรียกว่า “โคราชจีโอพาร์ค” (Khorat Geopark) คือพื้นที่ลุ่มน้ำลำตะคองในเขตอำเภอสี่คิ้ว อำเภอสูงเนิน อำเภอขามทะเลสอ อำเภอเมือง นครราชสีมา และอำเภอเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดนครราชสีมา ที่มีภูมิประเทศเขาควสตา (เขารูปอู้น้ำ) และฟอสซิล 3 ยุค 1 โดดเด่นเป็น เอกลักษณ์ (Cuesta & Fossil Land) เชื่อมโยงกับระบบนิเวศป่าเต็งรัง ป่าดิบแล้ง และวิถีชีวิตผู้คนกว่า 4,000 ปี ทั้งนี้อุทยานธรณีโคราช มีพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ในบริเวณลุ่มน้ำลำตะคองตอนกลางถึงตอนล่างครอบคลุม พื้นที่ 5 อำเภอของจังหวัดนครราชสีมา โดยมีความแตกต่างจากจีโอพาร์คโลกที่มีอยู่ 147 แห่งทั่วโลก คือ เป็นดินแดนแห่งควสตาและฟอสซิล (Cuesta & Fossil Land) ทั้งนี้จังหวัดนครราชสีมาได้ชื่อว่าเป็น “ดินแดนแห่ง 3 มงกุฎทางธรรมชาติของยูเนสโก” หรือ “The UNESCO Triple Crown of Nature ” ประเทศที่ 3 ของโลกต่อจากเกาหลีใต้และจีน เพราะใน 1 จังหวัด มีโปรแกรมการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติของยูเนสโก ครบทั้ง 3 โปรแกรม คือ มรดกโลก (กลุ่มป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่น) มนุษย์และชีวมณฑล (พื้นที่สงวนชีวมณฑลป่าสะแกกราช) และจีโอพาร์คโลก (อุทยานธรณีโลกโคราช) (Jintasakul, 2019)

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

Klaysung (2017) ได้ทำการวิจัย เรื่อง การพัฒนาสื่อวีดิทัศน์และสื่อออนไลน์เพื่อส่งเสริมการตลาดและการท่องเที่ยว แบบมีส่วนร่วมในพื้นที่เขตลิ่งซัน กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า สื่อวีดิทัศน์ส่งเสริมการตลาดและการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วม ชุด 9 วัด ความยาว 11.35 นาที และชุด 4 ตลาดน้ำ ความยาว 9.40 นาที ซึ่งมีประสิทธิภาพตามเกณฑ์มาตรฐานในระดับ 83/86.7 ในการให้ความรู้ ความเข้าใจและสนใจให้เกิดความสนใจในการเดินทางไปท่องเที่ยว ทั้งนี้ได้นำเสนอข้อมูลที่ได้จากการวิจัยผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ในรูปแบบเว็บไซต์ 2 ภาษาที่ชื่อว่า [www.talingchantour.com](http://www.talingchantour.com) ให้ข้อมูลในแบบข้อความ ภาพนิ่ง และวีดิทัศน์เพื่อให้นักท่องเที่ยวและผู้สนใจสามารถเข้าถึงและชมได้อย่างสะดวกและเกิดความน่าสนใจ

Chaiyachate. et al. (2021) ได้ทำการวิจัย เรื่อง การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงพุทธในจังหวัดขอนแก่น ผลการวิจัยพบว่า พัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงพุทธในจังหวัด



ขอนแก่น สามารถนำไปใช้ได้จริง และการประเมินประสิทธิภาพสื่อประชาสัมพันธ์อิเล็กทรอนิกส์จากผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อ พบว่า ประสิทธิภาพในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.30$ ) โดยประสิทธิภาพด้านเนื้อหาอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.35$ ) และประสิทธิภาพด้านการผลิตจัดอยู่ในระดับมากเช่นกัน ( $\bar{X} = 4.25$ ) การประเมินความพึงพอใจสื่อประชาสัมพันธ์อิเล็กทรอนิกส์ในมุมมองของนักท่องเที่ยว พบว่า ความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.22$ ) โดยความพึงพอใจด้านเนื้อหาอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.34$ ) และความพึงพอใจด้านการผลิตอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.10$ ) ตามลำดับ

จากการทบทวนวรรณกรรมที่กล่าวมาข้างต้นสรุปได้ว่าการประชาสัมพันธ์เป็นการสื่อสารข้อมูล ข่าวสาร กิจกรรม และนโยบายขององค์กรไปยังกลุ่มเป้าหมายทั้งภายในองค์กรและภายนอกองค์กร โดยกลุ่มเป้าหมายเกิดความรู้ความเข้าใจ เกิดทัศนคติที่ดี และการสร้างความสัมพันธ์อันดีในระยะยาวระหว่างองค์กรกับกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้อง

### วิธีการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสานวิธี โดยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

**การวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัยที่ 1** โดยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มีประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งประกอบด้วย

1. ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informant) ได้แก่ 1) นายกองค์การบริหารส่วนตำบลโคราชน นายกองค์การบริหารส่วนตำบลเสมา นักวิชาการพัฒนาชุมชนอำเภอสูงเนิน คุณครูโรงเรียนสูงเนิน และเจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครราชสีมา ซึ่งเป็นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการบริหารจัดการท้องถิ่นและส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอสูงเนิน จำนวน 5 ท่าน 2) ผู้ประกอบการชุมชน อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา ซึ่งเป็นผู้ประกอบการในชุมชน จำนวน 5 ท่าน และ 3) ตัวแทนสำนักงานอุทยานธรณีโคราชน ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านอุทยานธรณีโลกโคราชน จำนวน 2 ท่าน รวมจำนวน 12 ท่าน

**การวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัยที่ 2** โดยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งประกอบด้วย

1. ประชากร ได้แก่ สำนักงานอุทยานธรณีโคราช และนักวิชาการด้านการสื่อสาร
2. กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ 1) ตัวแทนสำนักงานอุทยานธรณีโคราช ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านอุทยานธรณีโลกโคราช จำนวน 5 ท่าน และ 2) นักวิชาการด้านการสื่อสาร ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสารและการผลิตสื่อออนไลน์ จำนวน 5 ท่าน รวมจำนวน 10 ท่าน

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

สำหรับเครื่องมือการวิจัยที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลตามกระบวนการวิจัย มีดังนี้

- 1) แบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง เพื่อพัฒนาสื่อออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวอุทยานธรณีโลกโคราช อำเภอสว่างแดนดิน จังหวัดนครราชสีมา ในวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1
- 2) แบบประเมินประสิทธิภาพสื่อออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวอุทยานธรณีโลกโคราช อำเภอสว่างแดนดิน จังหวัดนครราชสีมา ในวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

สำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลตามกระบวนการวิจัย โดยใช้วิธีการดังนี้

- 1) เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อพัฒนาสื่อออนไลน์ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวอุทยานธรณีโลกโคราช อำเภอสว่างแดนดิน จังหวัดนครราชสีมา ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐ การผู้ประกอบการในชุมชน และสำนักงานอุทยานธรณีโคราช จำนวน 12 ท่าน
- 2) นำข้อมูลมาออกแบบและผลิตสื่อออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวอุทยานธรณีโลกโคราช อำเภอสว่างแดนดิน จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 5 คลิปวิดีโอ
- 3) เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบประเมินประสิทธิภาพสื่อออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวอุทยานธรณีโลกโคราช อำเภอสว่างแดนดิน จังหวัดนครราชสีมา ได้แก่ สำนักงานอุทยานธรณีโคราช และนักวิชาการด้านการสื่อสาร จำนวน 10 ท่าน

### การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยนี้มีการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

- 1) ในการวิเคราะห์ข้อมูลวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ด้วยแบบสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในส่วนของการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ และทำการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)



2) ในการวิเคราะห์ข้อมูลวัตถุดิบประสงค์ข้อที่ 2 ด้วยแบบประเมินประสิทธิภาพสื่อออนไลน์ ประเภท คลิปวิดีโอ เพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวอุทยานธรณีโลกโคราช กับผู้เชี่ยวชาญ โดยแบบประเมินมีความคิดเห็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ตามแนวคิดของ ลิเคิร์ท (Likert) โดยกำหนดระดับความคิดเห็นจากมากไปหาน้อยตามเกณฑ์การให้คะแนน คือ ระดับ 5 เท่ากับ มากที่สุด ระดับ 4 เท่ากับ มาก ระดับ 3 เท่ากับ ปานกลาง ระดับ 2 เท่ากับ น้อย และระดับ 1 เท่ากับ น้อยที่สุด และทำการวิเคราะห์ผลด้วยการวิเคราะห์สถิติด้วยค่าเฉลี่ยเลขคณิต ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)

### ผลการวิจัย

การวิจัยนี้ผู้วิจัยขอสรุปผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

**วัตถุดิบประสงค์ข้อที่ 1 การพัฒนาสื่อออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวอุทยานธรณีโลกโคราช อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา**

ผลการวิจัย พบว่า การพัฒนาสื่อออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวอุทยานธรณีโลกโคราช มีกระบวนการพัฒนาสื่อ ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาบริบทและศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย วัดธรรมจักรเสมาราม ปราสาทเมืองแขกและปราสาทโนนกู่ แหล่งเรียนรู้ศรีจุฬาสะโรงเรียนสูงเนิน วัดปรังค์เมืองเก่า และแหล่งหินตัดบ้านส้มกกงาม ซึ่งเป็นสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ของอำเภอสูงเนินและเป็นส่วนหนึ่งของแหล่งท่องเที่ยวอุทยานธรณีโลกโคราช รวมถึงเป็นสถานที่รวบรวมข้อมูลของอำเภอการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวอุทยานธรณีโลกโคราช อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา

ขั้นตอนที่ 2 การพัฒนาสื่อออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว โดยนำเนื้อหาที่ได้มาวิเคราะห์และเขียนเป็นบทวิดีโอและสตอรี่บอร์ด (Script & Storyboard) ซึ่งองค์ประกอบในการเขียนบทและการผลิตสื่อออนไลน์ ประเภทคลิปวิดีโอ มีดังนี้ 1) องค์ประกอบด้านเนื้อหา ได้แก่ มีเนื้อหาที่สื่อถึงอุทยานธรณีโคราช / ประโยชน์ของอุทยานธรณีโคราช มีเนื้อหาเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของอำเภอสูงเนิน มีเนื้อหาเกี่ยวกับแหล่งอารยธรรมอำเภอสูงเนินมีเนื้อหาเกี่ยวกับเส้นทางอุทยานธรณีโคราช อำเภอสูงเนิน มีเนื้อหาที่เกี่ยวกับการเชื่อมโยงภูมิศาสตร์ของอุทยานธรณีโคราช และมีเนื้อหาที่เกี่ยวกับจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยว 2) องค์ประกอบด้านการผลิต ได้แก่

มีเนื้อหาข้อมูลครบถ้วน สั้นกระชับ ได้ใจความ มีภาพประกอบ ภาพเคลื่อนไหว พร้อมคำบรรยายมีเสียงดนตรี และเสียงคำบรรยาย เป็นสื่อที่ใช้งานได้ง่าย เทคนิคการนำเสนอ น่าสนใจ มีความเป็นรูปธรรม สามารถนำมาเป็นสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวได้ และภาพที่นำเสนอควรมีความคมชัด มุมกล้องสวยงาม และเวลาที่นำเสนอไม่ควรเกิน 5 นาที เพราะจะทำให้ผู้ชมเบื่อหน่ายได้ และ 3) องค์ประกอบด้านการสร้างสรรค์ ได้แก่ ดึงดูดความสนใจผู้ชม สื่อความหมายได้ เทคนิคการเล่าเรื่องให้เข้าใจได้ง่าย มีการออกแบบภายใต้แนวคิดเดียวกันทุกสื่อ มีการสร้างสรรค์สื่อได้อย่างน่าติดตาม และมีจินตนาการกล่าวถึงในอดีต ปัจจุบัน และอนาคต

จากองค์ประกอบในการเขียนบทและการผลิตสื่อออนไลน์ ประเภทคลิปวิดีโอ เพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวอุทยานธรณีโลกโคราช อำเภอสองแคว จังหวัดนครราชสีมา ที่กล่าวมาข้างต้น ทั้งนี้ผู้วิจัยได้นำมาออกแบบและผลิตผลิตสื่อออนไลน์ จำนวน 5 คลิป โดยมีรายละเอียดดังนี้

### 1. สื่อออนไลน์ ประเภท คลิปวิดีโอ ตอน วัดธรรมจักรเสมาราม

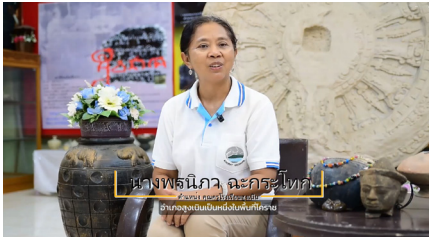


รูปภาพที่ 2 คลิปวิดีโอ ตอน วัดธรรมจักรเสมาราม

จากภาพประกอบที่ 2 มีแนวคิดในการผลิตสื่อออนไลน์ ประเภท คลิปวิดีโอ ตอน วัดธรรมจักรเสมาราม คือ มีการอธิบายรายละเอียดเล่าประวัติความเป็นมาของวัดธรรมจักรเสมาราม หรือวัดพระนอน มีการนำเสนอภาพประกอบทั้งภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว พร้อมคำบรรยายใต้ภาพ มีเสียงบรรยายและดนตรีประกอบ มีการเล่าเรื่องที่ น่าติดตาม โดยมีความยาวของคลิปวิดีโอ จำนวนเวลา 2.04 นาที และในตอนท้ายคลิปวิดีโอมีการใส่ชื่อผู้จัดทำ และชื่อผู้สนับสนุนการจัดทำคลิปวิดีโอ



## 2. สื่อออนไลน์ ประเภท คลิปวิดีโอ ตอน แหล่งเรียนรู้ศรัทธาโรงเรียนสูงเนิน



### รูปภาพที่ 3 คลิปวิดีโอ ตอน แหล่งเรียนรู้ศรัทธาโรงเรียนสูงเนิน

จากภาพประกอบที่ 3 มีแนวคิดในการผลิตสื่อออนไลน์ ประเภท คลิปวิดีโอ ตอน แหล่งเรียนรู้ศรัทธาโรงเรียนสูงเนิน คือ มีการอธิบายรายละเอียดเล่าประวัติความเป็นมาของแหล่งเรียนรู้ศรัทธาโรงเรียนสูงเนิน มีการนำเสนอภาพประกอบทั้งภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว พร้อมคำบรรยายใต้ภาพ มีเสียงบรรยายและดนตรีประกอบ มีการเล่าเรื่องที่นำติดตาม และมีคุณครูพรนิภา ฉะกระโทก คุณครูโรงเรียนสูงเนิน มาเล่าถึงความเป็นมาในการจัดตั้งแหล่งเรียนรู้ศรัทธาโรงเรียนสูงเนิน โดยมีความยาวของคลิปวิดีโอ จำนวนเวลา 2.21 นาที และในตอนที่ท้ายคลิปวิดีโอมีการใส่ชื่อผู้จัดทำ และชื่อผู้สนับสนุนการจัดทำคลิปวิดีโอ

## 3. สื่อออนไลน์ ประเภท คลิปวิดีโอ ตอน ปราสาทเมืองแขกและปราสาทโนนกู่ ปราสาทเมืองแขก



### รูปภาพที่ 4 คลิปวิดีโอ ตอน ปราสาทเมืองแขก ปราสาทโนนกู่

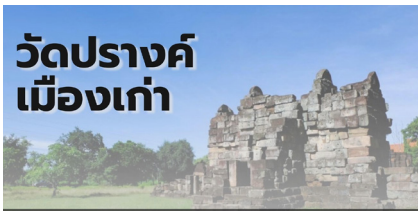


### รูปภาพที่ 5 คลิปวิดีโอ ตอน ปราสาทโนนกู่



จากภาพประกอบที่ 4 และ 5 มีแนวคิดในการผลิตสื่อออนไลน์ ประเภท คลิปวิดีโอ ตอน ปราสาทเมืองแขกและปราสาทโนนกู่ คือ มีการอธิบายรายละเอียดเล่าประวัติความเป็นมาของปราสาทเมืองแขกและปราสาทโนนกู่ มีการนำเสนอภาพประกอบทั้งภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหวพร้อมคำบรรยายใต้ภาพ มีเสียงบรรยายและดนตรีประกอบ มีการเล่าเรื่องที่น่าสนใจ โดยมีความยาวของคลิปวิดีโอ จำนวนเวลา 2.04 นาที และในตอนท้ายคลิปวิดีโอมีการใส่ชื่อผู้จัดทำ และชื่อผู้สนับสนุนการจัดทำคลิปวิดีโอ

#### 4. สื่อออนไลน์ ประเภท คลิปวิดีโอ ตอน วัดปรังค์เมืองเก่า



รูปภาพที่ 6 คลิปวิดีโอ ตอน วัดปรังค์เมืองเก่า

จากภาพประกอบที่ 6 มีแนวคิดในการผลิตสื่อออนไลน์ ประเภท คลิปวิดีโอ ตอน วัดปรังค์เมืองเก่า คือ มีการอธิบายรายละเอียดเล่าประวัติความเป็นมาของวัดปรังค์เมืองเก่า มีการนำเสนอภาพประกอบทั้งภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว พร้อมคำบรรยายใต้ภาพ มีเสียงบรรยายและดนตรีประกอบ มีการเล่าเรื่องที่น่าสนใจ โดยมีความยาวของคลิปวิดีโอ จำนวนเวลา 2.36 นาที และในตอนท้ายคลิปวิดีโอมีการใส่ชื่อผู้จัดทำ และชื่อผู้สนับสนุนการจัดทำคลิปวิดีโอ

#### 5. สื่อออนไลน์ ประเภท คลิปวิดีโอ ตอน แหล่งหินตัดบ้านส้มกงาม



รูปภาพที่ 7 คลิปวิดีโอ ตอน แหล่งหินตัดบ้านส้มกงาม

จากภาพประกอบที่ 7 มีแนวคิดในการผลิตสื่อออนไลน์ ประเภท คลิปวิดีโอ ตอน แหล่งหินตัดบ้านส้มกงาม คือ มีการอธิบายรายละเอียดเล่าประวัติความเป็นมาของแหล่งหินตัดบ้านส้มกงาม มีการนำเสนอภาพประกอบทั้งภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว



พร้อมคำบรรยายได้ภาพ มีเสียงบรรยายและดนตรีประกอบ มีการเล่าเรื่องที่นำติดตาม โดยมีความยาวของคลิปวิดีโอ จำนวนเวลา 2.11 นาที และในตอนท้ายคลิปวิดีโอมีการใส่ชื่อผู้จัดทำและผู้สนับสนุนการจัดทำคลิปวิดีโอ

3

ขั้นตอนที่ 3 การนำสื่อออนไลน์ ประเภท คลิปวิดีโอ เพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวอุทยานธรณีโลกโคราช อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา ประเมินประสิทธิภาพกับผู้เชี่ยวชาญและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

**วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 การประเมินประสิทธิภาพสื่อออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวอุทยานธรณีโลกโคราช อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา**

ผลการวิจัย พบว่า ภาพรวมของคลิปวิดีโอประชาสัมพันธ์อุทยานธรณีโลกโคราช อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา มีคุณภาพอยู่ในระดับ ดี ( $\bar{X} = 4.33$ , S.D = 0.54 ) เมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่า ด้านเนื้อหาของสื่อออนไลน์ มีคุณภาพอยู่ในระดับ ดี ( $\bar{X} = 4.48$ , S.D = 0.55) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 3 ลำดับแรก พบว่า เนื้อหาของสื่อมีความสอดคล้องกับชื่อเรื่อง ( $\bar{X} = 4.7$ , S.D = 0.59) เนื้อหาของสื่อมีความน่าสนใจและน่าติดตาม ( $\bar{X} = 4.7$ , S.D = 0.59) และเนื้อหาของสื่อมีการใช้ภาษาเข้าใจง่าย ( $\bar{X} = 4.6$ , S.D = 0.58) ด้านการผลิตสื่อออนไลน์ มีคุณภาพอยู่ในระดับ ดี ( $\bar{X} = 4.32$ , S.D = 0.54) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 3 ลำดับแรก พบว่า สื่อมีการนำเสนอด้วยระยะเวลาที่เหมาะสม ( $\bar{X} = 4.5$ , S.D = 0.57) สื่อมีการใส่ดนตรีประกอบที่เหมาะสม ( $\bar{X} = 4.4$ , S.D = 0.55) และสื่อมีการใส่ตัวหนังสือที่มีความเหมาะสมและชัดเจน ( $\bar{X} = 4.3$ , S.D = 0.54) และด้านประโยชน์ของสื่อออนไลน์ มีคุณภาพอยู่ในระดับ ดี ( $\bar{X} = 4.2$ , S.D = 0.53) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 3 ลำดับแรก พบว่า มีการให้ข้อมูลที่ครบถ้วนและเป็นประโยชน์กับกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี ( $\bar{X} = 4.4$ , S.D = 0.55) มีการให้ข้อมูลผ่านการนำเสนอด้วยภาพหรือกราฟฟิคได้อย่างเข้าใจได้ง่าย ( $\bar{X} = 4.3$ , S.D = 0.54) และมีการให้ข้อมูลที่ให้ความรู้เรื่องอุทยานธรณีโลกโคราช อำเภอสูงเนิน ( $\bar{X} = 4.2$ , S.D = 0.53) ตามลำดับ ดังแสดงผลในตารางที่ 1



**ตารางที่ 1 : แสดงผลการประเมินประสิทธิภาพสื่อออนไลน์ ประเภท คลิปวิดีโอ เพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวอุทยานธรณีโลกโคราช อำเภอสว่างแดนดิน จังหวัดนครราชสีมา**

| ข้อที่ | รายการประเมิน                                                                                    | ผลการวิเคราะห์ |             |             |
|--------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|-------------|-------------|
|        |                                                                                                  | $\bar{X}$      | S.D.        | ระดับคุณภาพ |
|        | <b>1.ด้านเนื้อหาของสื่อออนไลน์</b>                                                               | 4.48           | 0.55        | ดี          |
| 1      | เนื้อหาของสื่อมีความสอดคล้องกับชื่อเรื่อง                                                        | 4.7            | 0.59        | ดีมาก       |
| 2      | เนื้อหาของสื่อมีการให้รายละเอียดครบถ้วนและชัดเจน                                                 | 4.2            | 0.53        | ดี          |
| 3      | เนื้อหาของสื่อมีการใช้แหล่งอ้างอิงข้อมูลที่เชื่อถือได้                                           | 4.2            | 0.53        | ดี          |
| 4      | เนื้อหาของสื่อมีความน่าสนใจและน่าติดตาม                                                          | 4.7            | 0.59        | ดีมาก       |
| 5      | เนื้อหาของสื่อมีการใช้ภาษาเข้าใจง่าย                                                             | 4.6            | 0.58        | ดีมาก       |
|        | <b>2.ด้านการผลิตสื่อออนไลน์</b>                                                                  | 4.32           | 0.54        | ดี          |
| 6      | สื่อมีการนำเสนอด้วยระยะเวลาที่เหมาะสม                                                            | 4.5            | 0.57        | ดีมาก       |
| 7      | สื่อมีการใช้ภาพประกอบสามารถสื่อความหมายสอดคล้องกับเนื้อหา                                        | 4.2            | 0.53        | ดี          |
| 8      | สื่อมีการนำเสนอด้วยเสียงบรรยายที่เหมาะสมและชัดเจน                                                | 4.2            | 0.53        | ดี          |
| 9      | สื่อมีการใส่ตัวหนังสือที่มีความเหมาะสมและชัดเจน                                                  | 4.3            | 0.54        | ดี          |
| 10     | สื่อมีการใส่ดนตรีประกอบที่เหมาะสม                                                                | 4.4            | 0.55        | ดี          |
|        | <b>3.ด้านประโยชน์ของสื่อออนไลน์</b>                                                              | 4.2            | 0.53        | ดี          |
| 11     | มีการให้ข้อมูลที่ครบถ้วนและเป็นประโยชน์กับกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี                            | 4.4            | 0.55        | ดี          |
| 12     | มีการให้ข้อมูลผ่านการนำเสนอด้วยภาพหรือกราฟฟิกได้อย่างเข้าใจง่าย                                  | 4.3            | 0.54        | ดี          |
| 13     | มีการให้ข้อมูลที่ให้ความรู้เรื่องอุทยานธรณีโลกโคราชอำเภอสว่างแดนดิน                              | 4.2            | 0.53        | ดี          |
| 14     | มีการให้ข้อมูลที่สามารถหาข้อมูลและสืบค้นต่อได้                                                   | 4.0            | 0.50        | ดี          |
| 15     | มีการให้ข้อมูลที่เชื่อมโยงข้อมูลแหล่งอื่นได้                                                     | 4.1            | 0.51        | ดี          |
|        | <b>สรุปภาพรวมของคลิปวิดีโอประชาสัมพันธ์อุทยานธรณีโลกโคราช อำเภอสว่างแดนดิน จังหวัดนครราชสีมา</b> | <b>4.33</b>    | <b>0.54</b> | <b>ดี</b>   |



## อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยนี้ สามารถอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

1. การพัฒนาสื่อออนไลน์ ประเภท คลิปวิดีโอ เพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวอุทยานธรณีโลกโคราชที่พัฒนาขึ้นจำนวน 5 คลิปวิดีโอ ประกอบด้วย วัดธรรมจักรเสมาราม ปราสาทเมืองแขกและปราสาทโนนกู่ แหล่งเรียนรู้ศรีจุฬาชนะ โรงเรียนสูงเนิน วัดปรังค์เมืองเก่า และแหล่งหินตัดบ้านส้มกกงาม เนื่องจากเป็นสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ของอำเภอสูงเนินและเป็นสถานที่รวบรวมข้อมูลของอำเภอสูงเนินอันสื่อถึงความเป็นอุทยานธรณีโลกโคราชของอำเภอสูงเนิน ดังที่ Jintasakul (2019) ได้กล่าวว่า อุทยานธรณีโลกโคราชเป็นการสื่อถึงวัฒนธรรมที่สำคัญและสัมพันธ์กับแหล่งธรณีวิทยา ร่วมกับคุณค่าของมรดกทางธรรมชาติ วิทยาและคุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรมในพื้นที่ และมีเอกลักษณ์ของชุมชนกับพื้นที่ซึ่งจะถูกสร้างขึ้นจนกลายเป็นแหล่งของรายได้เสริมใหม่ของชุมชนผ่านการท่องเที่ยว โดยการพัฒนาสื่อออนไลน์มีองค์ประกอบในการพัฒนา 3 องค์ประกอบ ดังนี้ องค์ประกอบด้านเนื้อหา ซึ่งมีเนื้อหาเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของอำเภอสูงเนินมีเนื้อหาเกี่ยวกับแหล่งอารยธรรมอำเภอสูงเนิน และมีเนื้อหาที่เกี่ยวกับจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวส่วนองค์ประกอบด้านการผลิต ซึ่งมีเนื้อหากระชับได้ใจความ มีภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว มีเสียงดนตรีและเสียงคำบรรยาย มีการใช้การเล่าเรื่องเข้าใจง่ายและการนำเสนอที่น่าสนใจ ด้วยการใช้เวลาที่นำเสนอไม่เกิน 3 นาที เพราะจะทำให้ผู้ชมคลิปวิดีโอรู้สึกไม่เบื่อหน่าย และสามารถนำมาเป็นสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอสูงเนินได้ และองค์ประกอบด้านการสร้างสรรค์ ซึ่งสามารถดึงดูดความสนใจผู้ชมสื่อความหมายได้ และมีการสร้างสรรค์ได้อย่างน่าติดตาม โดยการออกแบบเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Kritawanich (2021) การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวตามศาสตร์พระราชา ของศูนย์เรียนรู้ศาสตร์พระราชา อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย ผลวิจัยพบว่า รูปแบบสื่อดิจิทัลที่เหมาะสมกับส่งเสริมการท่องเที่ยวตามศาสตร์พระราชา ได้แก่ วิดีโอบล็อก และอินโฟกราฟิก โดยด้านการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ดิจิทัลควรมีความคิดสร้างสรรค์และทันสมัย เทคนิคการเล่าเรื่องเข้าใจง่าย เทคนิคการนำเสนอที่น่าสนใจ เช่น การตัดต่อ การใช้เทคนิคพิเศษ และการออกแบบเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

เป็นต้น ด้านเนื้อหา พบว่า การเล่าเรื่องศาสตร์พระราชผ่านการลงมือปฏิบัติใน  
ฐานการเรียนรู้ต่าง ๆ อย่างเป็นรูปธรรมทำให้ผู้รับสารเข้าใจเนื้อหาได้ดี เนื้อหา  
การนำเสนอควรกระชับ ส่วนปริมาณเนื้อหาที่นำเสนอต้องเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย  
และพื้นที่สื่อ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Atthawutthichai. et al. (2024)  
ได้ทำการวิจัย เรื่อง การพัฒนารูปแบบการสื่อสารตลาดออนไลน์เพื่อส่งเสริมการ  
ท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนแม่สอด จังหวัดตาก ผลการวิจัยพบว่า  
1) การนำเสนอข้อมูลด้วยการถ่ายทอดสดผ่านการ Live เป็นการนำเสนอที่สนุก  
น่าติดตาม การใช้ภาพนิ่งช่วยดึงดูดความสนใจได้ดี การใช้คลิปวิดีโอทำให้ได้รับ  
ข้อมูลครบทั้งภาพและเสียง นอกจากนี้ การสร้างเรื่องราว (Content) มีความ  
น่าสนใจในเรื่องราวต่าง ๆ ทั้งนี้ การใช้สื่อออนไลน์ทำให้ได้รับข้อมูลเร็วขึ้น  
เข้าถึงได้ง่ายขึ้น และ การสื่อสารออนไลน์มีสำคัญต่อการเดินทางท่องเที่ยวของ  
นักท่องเที่ยว 2) การออกแบบสื่อสารการตลาดด้วยการทำคลิปวิดีโอแนะนำเสนอเรื่อง  
ราวการท่องเที่ยวของอำเภอแม่สอด ความยาวประมาณ 3 นาที 46 วินาที ชื่อคลิป  
11 จุดเช็คอิน อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก และ 3) เผยแพร่ในช่องทางออนไลน์  
3 ช่องทาง คือ เฟสบุ๊ก -แฟนเพจ ยูทูบ และสแกนคิวอาร์โค้ด ทั้งนี้ ผลจากการ  
เผยแพร่คลิปวิดีโอผ่านสื่อออนไลน์พบว่าการรับรู้ของนักท่องเที่ยวเป็นไปในทิศทาง  
ที่ดีเพิ่มขึ้น นอกจากนี้งานวิจัยของ Khamcharoen (2023) พบว่าการพัฒนา  
สื่อออนไลน์เพื่อการสื่อสารการตลาดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหาร  
บ้านวังรางใหญ่ที่พัฒนาขึ้นสอดคล้องกับสภาพการณ์ของการสื่อสารการตลาดใน  
ปัจจุบันที่ผู้บริโภคมักจะเปิดรับข้อมูลข่าวสารของสินค้าผ่านสื่อออนไลน์เป็นส่วน  
ใหญ่และยังเป็นช่องทางสำหรับเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจ  
ชุมชนแปรรูปอาหารบ้านวังรางใหญ่ไปยังผู้บริโภคให้รู้จักในวงกว้างและอย่าง  
รวดเร็วยิ่งขึ้น ซึ่งสามารถช่วยสร้างยอดขายอีกทางหนึ่งอันส่งผลให้ชุมชนมีรายได้  
เพิ่มขึ้น

ดังนั้นการพัฒนาสื่อออนไลน์ ประเภท คลิปวิดีโอ เพื่อการประชาสัมพันธ์  
แหล่งท่องเที่ยวอุทยานธรณีโลกโคราช อำเภอสองเนิน จังหวัดนครราชสีมา ที่ผู้วิจัย  
พัฒนาขึ้นมุ่งหวังให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ โดยหวังผลให้เกิดการรับรู้และจดจำ  
อันนำไปสู่การเกิดความร่วมมือและการสนับสนุนจากประชาชนกลุ่มเป้าหมาย  
(Phuksawat, 2013 : Charoenchotitham, 2019 : Kleechaya, 2018)



สอดคล้องกับ Kayode (2014) ที่กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์เป็นการช่วยสร้างและรักษาผ่านกระบวนการการสื่อสารความเข้าใจและความร่วมมือระหว่างองค์กรและสาธารณชน ทั้งนี้การพัฒนาสื่อออนไลน์ ประเภท คลิปวิดีโอ เพื่อการประชาสัมพันธ์ แหล่งท่องเที่ยวอุทยานธรณีโลกโคราชเป็นการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่าน Media Sharing ซึ่งเป็นเว็บไซต์ที่สามารถอัปโหลดรูปภาพหรือวิดีโอเพื่อเผยแพร่ต่อสาธารณชน สามารถประยุกต์ใช้ในการประชาสัมพันธ์โดยเสียค่าใช้จ่ายไม่สูงและช่วยสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชนและแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างรวดเร็ว โดยเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ต่าง ๆ เช่น การเผยแพร่ผ่านเว็บไซต์ เฟซบุ๊ก และยูทูบ เป็นต้น ซึ่งในปัจจุบันผู้ชมมีการเปิดรับสื่อกันอย่างแพร่หลาย

2. การประเมินประสิทธิภาพของสื่อออนไลน์ ประเภท คลิปวิดีโอ เพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวอุทยานธรณีโลกโคราช ผลการวิจัย พบว่า ภาพรวมของคลิปวิดีโอประชาสัมพันธ์อุทยานธรณีโลกโคราช อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา มีคุณภาพอยู่ในระดับ ดี เมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่า ด้านเนื้อหาของสื่อออนไลน์ มีคุณภาพอยู่ในระดับ ดี เช่น เนื้อหาของสื่อมีความสอดคล้องกับชื่อเรื่อง เนื้อหาของสื่อมีความน่าสนใจและน่าติดตาม และเนื้อหาของสื่อมีการใช้ภาษาเข้าใจง่าย เป็นต้น ด้านการผลิตสื่อออนไลน์ มีคุณภาพอยู่ในระดับ ดี เช่น สื่อมีการนำเสนอด้วยระยะเวลาที่เหมาะสม สื่อมีการใส่ดนตรีประกอบที่เหมาะสม และสื่อมีการใส่ตัวหนังสือที่มีความเหมาะสมและชัดเจน เป็นต้น และด้านประโยชน์ของสื่อออนไลน์ มีคุณภาพอยู่ในระดับ ดี เช่น มีการให้ข้อมูลที่ครบถ้วน และเป็นประโยชน์กับกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี มีการให้ข้อมูลผ่านการนำเสนอด้วยภาพหรือกราฟิกได้อย่างเข้าใจได้ง่าย และมีการให้ข้อมูลที่ให้ความรู้เรื่องอุทยานธรณีโลกโคราช อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Chaiyachate, et al. (2021) ได้ทำการวิจัย เรื่อง การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงพุทธในจังหวัดขอนแก่น ผลการวิจัย พบว่า การประเมินประสิทธิภาพสื่อประชาสัมพันธ์อิเล็กทรอนิกส์จากผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อ พบว่า ประสิทธิภาพในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยประสิทธิภาพด้านเนื้อหาอยู่ในระดับมาก และประสิทธิภาพด้านการผลิตจัดอยู่ในระดับมากเช่นกัน การประเมินความพึงพอใจสื่อประชาสัมพันธ์อิเล็กทรอนิกส์ในมุมมองของนักท่องเที่ยว พบว่า ความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ใน

ระดับมาก โดยความพึงพอใจด้านเนื้อหาอยู่ในระดับมาก และความพึงพอใจด้านการผลิตอยู่ในระดับมาก และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Sukkaew, Guntawong and Thongthammachart (2021) ได้ทำการวิจัย เรื่อง การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์กลุ่มผ้าทอปากะญอบ้านมอหะ ตำบลแม่สุ อำเภอน้ำหนาว จังหวัดตาก พบว่า ความพึงพอใจของสื่อประชาสัมพันธ์โดยรวมทุกด้าน อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านส่วนเนื้อหาของวิดีโอ อยู่ในระดับมาก ด้านการออกแบบ อยู่ในระดับมาก ด้านการเข้ารับชมและติดตามสื่อโฆษณา อยู่ในระดับมาก ด้านองค์ประกอบด้านมิติมีเดีย อยู่ในระดับมาก ด้านองค์ประกอบการใช้ภาษา อยู่ในระดับมาก และด้านเนื้อหาการดำเนินเรื่อง อยู่ในระดับมาก และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Saendoungkhae (2021) ผลประเมินคุณภาพสื่อ พบว่า ในส่วนของสื่อเพชบุรีเพจ ผู้รับสารมีความพึงพอใจสื่อในด้านเนื้อหาว่ามีประโยชน์ต่อชุมชน และด้านเนื้อหาสะท้อนความเป็นอัตลักษณ์ท้องถิ่นในด้านต่าง ๆ ในระดับมากที่สุด และมีความพึงพอใจสื่อในด้านเนื้อหาที่น่าสนใจมีความชัดเจนเข้าใจง่าย และด้านความยาวของเนื้อหาเหมาะสมในระดับมากในส่วนของสื่อวิดีโอ ผู้รับสารมีความพึงพอใจด้านรูปแบบสื่อมีความเหมาะสม ด้านภาพที่น่าสนใจมีความสวยงาม ด้านภาพมีความสอดคล้องกับเรื่องราวที่น่าสนใจ และด้านสื่อสามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวในตำบลเกาะหมากได้ในระดับมากที่สุด และมีความพึงพอใจด้านสื่อมีความสวยงาม ด้านสื่อมีการนำเสนออัตลักษณ์ท้องถิ่น และความยาวของสื่อมีความเหมาะสมในระดับมาก ดังนั้น คลิปวิดีโอที่พัฒนาขึ้นสามารถนำไปใช้ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวอุทยานธรณีโลกโคราช อำเภอสว่างแดนดิน จังหวัดนครราชสีมาได้จริง โดยคลิปวิดีโอสามารถเผยแพร่ผ่านเว็บไซต์ และยูทูป ซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้ชมในปัจจุบันที่นิยมเปิดรับสื่อออนไลน์เพิ่มมากขึ้น

### ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัย

การวิจัยนี้มีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

**ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้ มีดังนี้**

1) ผลการการวิจัย พบว่า การพัฒนาสื่อออนไลน์ ประเภท คลิปวิดีโอ เพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว มีองค์ประกอบสำหรับการพัฒนา ประกอบ



ด้วย 3 องค์ประกอบ ได้แก่ ด้านเนื้อหา ด้านการผลิต และด้านการสร้างสรรค์ ดังนั้น ผู้ผลิตสื่อออนไลน์สามารถนำองค์ประกอบไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาสื่อออนไลน์ ประเภทคลิปวิดีโอ เพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวได้

3

2) ผลการการวิจัย พบว่า การประเมินประสิทธิภาพของสื่อออนไลน์ ประเภทคลิปวิดีโอ เพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย การประเมินด้านเนื้อหา การประเมินด้านการผลิต และการประเมินด้านประโยชน์ ดังนั้น ผู้ผลิตสื่อออนไลน์สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการประเมินประสิทธิภาพของสื่อออนไลน์ ประเภท คลิปวิดีโอ เพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวได้

**ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป มีดังนี้**

1) ควรมีการศึกษาสื่อออนไลน์ ประเภทอื่น ๆ เช่น อินโฟกราฟฟิก สื่อมัลติมีเดีย สื่อเสมือนจริง และ Chatbot เป็นต้น เพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวอุทยานธรณีโลกโคราชให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวและสามารถเผยแพร่สื่อในวงกว้างได้อย่างรวดเร็ว

2) ควรมีการศึกษาสื่อออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวอุทยานธรณีโลกโคราช อำเภอสีคิ้ว อำเภอขามทะเลสอ อำเภอเฉลิมพระเกียรติ และอำเภอเมืองนครราชสีมา เพื่อให้ครอบคลุมพื้นที่อุทยานธรณีโลกโคราชที่ประกอบด้วย 5 อำเภอ ของจังหวัดนครราชสีมา

### กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566

### เอกสารอ้างอิง

Atthawutthichai, S., Phun-iat, S., and Wongrerkerdee, C. (2024). Development of Online Marketing Communication Formats to Promote Tourism in the Mae Sot Border Special Economic Zone, Tak Province. *Journal of Educational Innovation and Research*, 8(1), 243-262.

- Balakrishnan, B., Dahnil, M. and Yi, W. (2014). The Impact of Social Media Marketing Medium Toward Purchase Intention and Brand Loyalty Among Generation Y. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 148(2014), 177-185.
- Chaiyachate, A., Phakdeeying, R. and Puntavungkool, J. (2021). The Development of Electronic Public Relations Media for Religious Tourism in Khokaen Province. *Journal of Buddhist Education and Research : JBER*, 7 (1),120-129.
- Charoenchotitham, A. (2019). *Marketing communication tools: Public relations in Teaching documents for the course on Principles of Marketing Communication*. Sukhothai Thammathirat Open University Press.
- Jintasakul, P. (2019, 1 July). *Khorat Geopark to The UNESCO Geopark*. Khorat Geopark Office. <https://www.khoratgeopark.com/Page.aspx?type=khoratgeopark>
- Kayode, O. (2014). *Marketing Communications*. Bookboon.com.
- Khamcharoen, P. (2023). Online Marketing Communication Media Development of the Ban Wang Rang Yai Food Processing Community Enterprise to Add Value and Increase the Community Income at Makluea Kao Subdistrict, Sung Noen District, Nakhon Ratchasima Province. *Journal of Applied Informatics and Technology*, 6(2), 262-279.
- Klaysung, S. (2017). The Development of Video and Online Media to Promote Participatory Marketing and Tourism in Taling Chan, Bangkok. *Journal of Humanities and Social Sciences Valaya Alangkorn*, 12(3), 285-296.





- Kleechaya, P. (2018). *Principles, Techniques and Methods for Evaluating Public Relations Results*. Bangkok : 21 Century Printing House. Center Chulalongkorn University Books.
- Kritawanich, A. (2021). Development of Digital Public Relations Media to Promote the King's Philosophy Tourism of the King's Philosophy Learning Center Chiang Saen District, Chiang rai Province. *Journal of Communication Arts Review*, 25(2), 140-152.
- Phuksawat, A. (2013). *Public Relations for Image Building*. Publisher of Chulalongkorn University.
- Nakhon Ratchasima Provincial Office. (2022). *Nakhon Ratchasima Provincial Development Plan, 5-year period (2023 - 2027)*. [www.nakhonratchasima.go.th/ebook\\_strategy](http://www.nakhonratchasima.go.th/ebook_strategy).
- National Economic and Social Office. (2021). *National Economic and Social Development Plan No. 13 (2023-2027)*. [www.nesdc.go.th](http://www.nesdc.go.th).
- Saendoungkhae, J. (2021). Local Identity Communication for Tourism Promotion at Koh Mak, Pak Phayun District, Phatthalung Province. *Journal of Science and Social Sciences Burapha University*, 29(2), 1-23.
- Sukkaew, S., Guntawong, A. & Thongthammachart, T. (2021). *Development of public relations media for Pakanyor woven cloth group, Ban Mo Tha, Mae Usu sub-district, Tha Song Yang District, Tak Province*. In Proceedings of the 1st National Academic Conference for Students, Kamphaeng Phet Rajabhat University (pp. 391-399)
- Sung Noen Subdistrict Administrative Organization. (2022). *Sung Noen Subdistrict Administrative Organization, Sung Noen District*. Nakhon Ratchasima Province.