

Development of a Promotional Website for the Legends of Prasat Phumiphon and Prasat Yai Ngao, Sangkha District in Surin Province

การพัฒนาเว็บไซต์สื่อประชาสัมพันธ์ตำนานปราสาทภูมิโปนและปราสาทยายเหงา อำเภอสังขะ จังหวัดสุรินทร์

Kutchaporn Samran^{1*}, Waraluck Maprasom², Pattamaporn Sudskul³, Alisorn Samramsuk⁴,
Songphon Satsue⁵, and Nawuttagorn Potisarn⁶

คัชพร สำราญ^{1*}, วรลักษณ์ มาประสม², ปัทมาพร สุดสกุล³, อลิสรณ์ สำราญสุข⁴, ทรงพล สัตย์เชื้อ⁵, และ นวัตรกร โพธิสาร⁶

Received: 15 June 2025;

Revised: 13 August 2025;

Accepted: 20 August 2025;

Published: 22 August 2025;

Abstract

This research aimed to: 1) investigate the requirements for developing a promotional website for the legends of Prasat Phumiphon and Prasat Yai Ngao in Sangkha District, Surin Province; 2) develop the website; and 3) evaluate user satisfaction. The system development process employed the System Development Life Cycle (SDLC) methodology. The development tools used were PHP for programming and MySQL for database storage. The research participants were 120 tourists visiting the heritage sites and three experts. The research instrument was a satisfaction questionnaire. Data were analyzed using descriptive statistics including percentage, mean, and standard deviation. The results revealed that participants were satisfied with the website at a very high level overall ($\bar{X} = 4.54$, S.D. = 0.63). When examining individual aspects, the content aspect received the highest satisfaction level ($\bar{X} = 4.62$, S.D. = 0.55), followed by font and color ($\bar{X} = 4.55$, S.D. = 0.61), website management ($\bar{X} = 4.51$, S.D. = 0.65), and promotional media ($\bar{X} = 4.47$, S.D. = 0.61). This research can be applied to Dom Subdistrict Administrative Organization, Ban Chob Subdistrict Administrative Organization, or similar organizations.

^{1*} Student, Program in Digital Technology for Business and Service, Faculty of Management Technology, Rajamangala University of Technology Isan Surin Campus, Surin 32000, Thailand; นักศึกษา สาขาวิชาเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการจัดการธุรกิจและบริการ คณะเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ 32000 ประเทศไทย; Email: kutchaporn.sa@rmuti.ac.th

² Lecturer, Program in Digital Technology for Business and Service, Faculty of Management Technology, Rajamangala University of Technology Isan Surin Campus, Surin 32000, Thailand; อาจารย์ สาขาวิชาเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการจัดการธุรกิจและบริการ คณะเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ 32000 ประเทศไทย; Email: waraluck.ku@rmuti.ac.th

³ Student, Program in Digital Technology for Business and Service, Faculty of Management Technology, Rajamangala University of Technology Isan Surin Campus, Surin 32000, Thailand; นักศึกษา สาขาวิชาเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการจัดการธุรกิจและบริการ คณะเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ 32000 ประเทศไทย; Email: pattamaporn.su@rmuti.ac.th

⁴ Student, Program in Digital Technology for Business and Service, Faculty of Management Technology, Rajamangala University of Technology Isan Surin Campus, Surin 32000; นักศึกษา สาขาวิชาเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการจัดการธุรกิจและบริการ คณะเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ 32000 ประเทศไทย; Email: alisorn.sa@rmuti.ac.th

⁵ Lecturer, Program in Digital Technology for Business and Service, Faculty of Management Technology, Rajamangala University of Technology Isan Surin Campus, Surin 32000, Thailand; อาจารย์ สาขาวิชาเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการจัดการธุรกิจและบริการ คณะเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ 32000 ประเทศไทย; Email: songpon.sa@rmuti.ac.th

⁶ Lecturer, Program in Multimedia Technology, Faculty of Management Technology, Rajamangala University of Technology Isan Surin Campus, Surin 32000, Thailand; อาจารย์ สาขาวิชาเทคโนโลยีมีเดีย คณะเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ 32000 ประเทศไทย; Email: nawuttagorn.po@rmuti.ac.th

*Corresponding authors: Kutchaporn Samran (kutchaporn.sa@rmuti.ac.th)



Keywords: Website Development, Digital Public Relations, Heritage Tourism, Prasat Phumiphon, Prasat Yai Ngao

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาความต้องการในการพัฒนาเว็บไซต์สื่อประชาสัมพันธ์ตำนานปราสาทภูมิโปนและปราสาทยายเหงา อำเภอสังขะ จังหวัดสุรินทร์ 2) เพื่อพัฒนาเว็บไซต์สื่อประชาสัมพันธ์ตำนานปราสาทภูมิโปนและปราสาทยายเหงา อำเภอสังขะ จังหวัดสุรินทร์ และ 3) เพื่อศึกษาความพึงพอใจการใช้เว็บไซต์สื่อประชาสัมพันธ์ตำนานปราสาทภูมิโปนและปราสาทยายเหงา อำเภอสังขะ จังหวัดสุรินทร์ กระบวนการพัฒนาระบบใช้แนวคิดของวงจรการพัฒนาระบบเครื่องมือสำหรับพัฒนาระบบ คือ ภาษา PHP ใช้ในการเขียนโปรแกรมและภาษา MySQL ใช้ในการจัดเก็บฐานข้อมูล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวปราสาทภูมิโปนและปราสาทยายเหงา จำนวน 120 คน และผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน เครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูล คือ แบบประเมินความพึงพอใจ วิเคราะห์ข้อมูลสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการพัฒนาเว็บไซต์สื่อประชาสัมพันธ์ตำนานปราสาทภูมิโปนและปราสาทยายเหงา อำเภอสังขะ จังหวัดสุรินทร์ โดยรวมอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.54$, S.D. = 0.63) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่ความพึงพอใจมากที่สุด คือด้านเนื้อหา ($\bar{X} = 4.62$, S.D. = 0.55) รองลงมา คือด้านอักษรและสี ($\bar{X} = 4.55$, S.D. = 0.61) รองลงมา คือด้านการจัดการเว็บไซต์ ($\bar{X} = 4.51$, S.D. = 0.65) และด้านที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุด คือด้านสื่อประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 4.47$, S.D. = 0.61) งานวิจัยนี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้กับองค์การบริหารส่วนตำบลและองค์การบริหารส่วนตำบลบ้านขบ หรือหน่วยงานอื่นที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ: การพัฒนาเว็บไซต์, การประชาสัมพันธ์ดิจิทัล, การท่องเที่ยวเชิงมรดก, ปราสาทภูมิโปน, ปราสาทยายเหงา

1. บทนำ (Introduction)

ปราสาทขอม เป็นหนึ่งในอารยธรรมโบราณที่ยิ่งใหญ่ที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยเป็นแหล่งมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้ (Tangible Cultural Heritage) ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และเป็นสิ่งสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอันมีบทบาทสำคัญที่ช่วยผลักดันเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทยยังขาดการประชาสัมพันธ์ที่ตอบโจทย์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ (Wanglee et al., 2020) ปราสาทภูมิโปนและปราสาทยายเหงา ในอำเภอสังขะ จังหวัดสุรินทร์ เป็นโบราณสถานที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม แต่ยังขาดการนำเสนอผ่านสื่อดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพ (Ketsirisuk, 2021)

จากสถิติปี 2567 พบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าชมปราสาทภูมิโปนและปราสาทยายเหงา จังหวัดสุรินทร์ ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยมีผู้เข้าชมเฉลี่ยเพียง 15 ครั้งต่อวัน สำหรับทั้งสองปราสาทในพื้นที่จังหวัดสุรินทร์ (Sample group at Prasat Yai Ngao, personal communication, February 12, 2024; Sample group at Prasat Phum Pon, personal communication, February 12, 2024) เปรียบเทียบกับปราสาทศีขรภูมิ มีผู้เข้าชมเฉลี่ย 364 ครั้งต่อวัน (Jairassamee & Saitong, 2023)สะท้อนถึงความจำเป็นในการปรับปรุงการประชาสัมพันธ์และการเข้าถึงข้อมูลออนไลน์ แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ในพื้นที่ดังกล่าวยังไม่ได้ได้รับความนิยม ปัจจัยที่อาจส่งผลกระทบต่อแนวโน้มดังกล่าว ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ที่ยังไม่ครอบคลุม การเข้าถึงพื้นที่ไม่สะดวก และยังไม่มียุทธศาสตร์ที่ตอบโจทย์นักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ เรื่องราวเกี่ยวกับปราสาททั้งสองยังคงอยู่ในรูปแบบของตำนานที่เล่าขานกันมา ทำให้คนรุ่นใหม่และนักท่องเที่ยวขาดความรู้เกี่ยวกับตำนานและความสำคัญของปราสาทเหล่านี้ (Thanapalo et al., 2022)

งานวิจัยของ Comengam & Kiatpradab (2022) พัฒนาเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครพบว่าแพลตฟอร์มออนไลน์ช่วยให้ผู้ใช้เข้าถึงข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวและเส้นทางการเดินทางได้อย่างสะดวกและแม่นยำ และงานวิจัยการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมท้องถิ่นมีบทบาทสำคัญในการสร้างการรับรู้ (Awareness) และแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว เว็บไซต์ที่ออกแบบอย่างเหมาะสมซึ่งมีองค์ประกอบสำคัญ เช่น การรองรับหลายภาษา ระบบรีวิวกจากผู้ใช้งาน และแกลเลอรีภาพ สามารถช่วยเพิ่มคุณค่าและยกระดับประสบการณ์ของผู้ใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Floridić et al., 2023) การผสมผสานสื่อมัลติมีเดีย อาทิ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว วิดีทัศน์ และภาพ 360 องศา ยังช่วยสร้างความสมจริงและกระตุ้นความสนใจของนักท่องเที่ยวได้มากยิ่งขึ้น (Maprasom et al., 2021) อีกทั้งระบบฐานข้อมูลและโครงสร้างเนื้อหาที่เข้าถึงง่าย ยังส่งเสริมการนำเสนอข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพและดึงดูดนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น (Ramadhani & Setiawan, 2024)

อย่างไรก็ตาม งานวิจัยก่อนหน้านี้ส่วนใหญ่มุ่งพัฒนาเว็บไซต์สำหรับแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง และยังไม่ครอบคลุมแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ท้องถิ่น เช่น ปราสาทภูมิโปนและปราสาทยอยเหงา ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงมีความสนใจมุ่งพัฒนาเว็บไซต์สื่อประชาสัมพันธ์ตำนานปราสาทภูมิโปนและปราสาทยอยเหงา อำเภอสังขะ จังหวัดสุรินทร์ ประกอบด้วยด้านเนื้อหา ด้านอักษรและสี ด้านการจัดการเว็บไซต์ และด้านสื่อประชาสัมพันธ์ ผ่านการผสมผสานสื่อมัลติมีเดีย วิดีโอ ภาพ 360 องศา เสียง ข้อความ ภาพเคลื่อนไหว การปฏิสัมพันธ์ และระบบฐานข้อมูลที่เข้าถึงง่าย การออกแบบดังกล่าวช่วยเพิ่มความน่าสนใจ สร้างประสบการณ์เสมือนจริง ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม สร้างรายได้ชุมชน และยกระดับคุณภาพชีวิตอย่างยั่งยืน

2. วัตถุประสงค์งานวิจัย (Research Objectives)

1. เพื่อศึกษาความต้องการพัฒนาเว็บไซต์สื่อประชาสัมพันธ์ตำนานปราสาทภูมิโปนและปราสาทยอยเหงา อำเภอสังขะ จังหวัดสุรินทร์
2. เพื่อพัฒนาเว็บไซต์สื่อประชาสัมพันธ์ตำนานปราสาทภูมิโปนและปราสาทยอยเหงา อำเภอสังขะ จังหวัดสุรินทร์
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจผลการใช้เว็บไซต์สื่อประชาสัมพันธ์ตำนานปราสาทภูมิโปนและปราสาทยอยเหงา อำเภอสังขะ จังหวัดสุรินทร์

3. การทบทวนวรรณกรรมและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง (Literature Review)

3.1 ทฤษฎีการพัฒนาสื่อ (Media Development Theory) บนพื้นฐานกระบวนการ 3P

ในยุคดิจิทัล สื่อมัลติมีเดียมีบทบาทสำคัญในการกระจายข้อมูลข่าวสารและส่งเสริมการเรียนรู้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว ซึ่งจำเป็นต้องนำเสนอเนื้อหาผ่านรูปแบบที่น่าสนใจ เช่น วิดีโอ ภาพนิ่ง เสียงบรรยาย และกราฟิก เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ กระบวนการพัฒนาสื่อจึงมักดำเนินการภายใต้กรอบแนวคิด 3 ขั้นตอนหลัก หรือ 3P ดังนี้

1. Pre-production (การวางแผนและเตรียมการก่อนผลิต) เป็นขั้นตอนเริ่มต้นที่มุ่งเน้นการวางแผนแนวคิด วางแผนการดำเนินงาน เขียนบทภาพยนตร์ (Script) และเตรียมการถ่ายทำอย่างเป็นระบบ เช่น การจัดทำ Storyboard การสำรวจสถานที่จริง และการเตรียมอุปกรณ์ถ่ายทำ เพื่อให้กระบวนการผลิตสื่อสามารถดำเนินไปได้อย่างราบรื่น มีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวจากการศึกษาของ Ayu Wong et al. (2023) ได้แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของขั้นตอนการวางแผนในการผลิตวิดีโอ "เส้นทางรถไฟสายมรณะ" โดยมีการเตรียมบทภาพยนตร์ สำรวจสถานที่จริง และเขียน Shooting Script อย่างรอบคอบ ในทำนองเดียวกัน งานวิจัยของ Nitiphokin et al. (2024) ได้ดำเนินการวางแผนจัดทำวิดีโอเพื่อแนะนำแหล่งท่องเที่ยวในตำบลแม่จัน จังหวัดตาก โดยวางโครงเรื่องเป็นฉากอย่างชัดเจนถึง 7 ฉาก ครอบคลุมแหล่งท่องเที่ยวที่ยังไม่เป็นที่รู้จัก

2. Production (การผลิต) เป็นขั้นตอนของการลงมือถ่ายทำจริง โดยบันทึกภาพ วิดีโอ และเสียงตามแผนที่ได้วางไว้ในขั้นตอนก่อนหน้านี้ มุ่งให้ได้สื่อดิบที่มีคุณภาพ เพื่อนำไปใช้ในขั้นตอนการตัดต่อ งานวิจัยของ Ayu Wong et al. (2023) ดำเนินการถ่ายทำวิดีโอในสถานที่จริง โดยเน้นการเล่าเรื่องแบบ Storytelling เพื่อให้ผู้ชมสามารถเชื่อมโยงกับบริบทของแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ได้อย่างมีอารมณ์ร่วม งานวิจัยของ Nitiphokin et al. (2024) ถ่ายทำฉากต่าง ๆ

เช่น น้ำตกเลตองคุ ดอยรอยพระพุทธรบาท และต้นน้ำที่ลือชู โดยออกแบบให้ครอบคลุมทั้งภาพและเสียง เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้ชมกลุ่มเป้าหมาย

3. Post-production (การตัดต่อและเผยแพร่) ในขั้นตอนนี้ ทีมงานจะนำไฟล์วิดีโอ เสียง และองค์ประกอบต่าง ๆ มาทำการตัดต่อ ใส่เสียงพากย์ ดนตรีประกอบ คำบรรยาย และปรับแต่งให้เป็นวิดีโอที่สมบูรณ์ พร้อมเผยแพร่ผ่านทางออนไลน์ เช่น Facebook หรือ YouTube เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย งานวิจัยของ Ayu Wong et al. (2023) ได้เผยแพร่วิดีโอผ่านทางของ ททท. สำนักงานกาญจนบุรี และประเมินผลความพึงพอใจจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 คน พบว่า ผู้ชมมีความพึงพอใจในระดับสูง โดยเฉพาะด้านการเล่าเรื่องและเสียงบรรยายที่ชัดเจน งานวิจัยของ Nitiphokin et al. (2024) ได้ทำการเผยแพร่วิดีโอประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโซเชียลมีเดียเช่นกัน และทำการประเมินผลกับกลุ่มนักท่องเที่ยวจำนวน 50 คน พบว่ามีความพึงพอใจในระดับมาก โดยเฉพาะด้านการออกแบบสื่อและการใช้เสียง

3.2 ทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการพัฒนา (Development Communication Theory)

ตามแนวคิดของ Schramm (1973) กล่าวว่า สื่อสารมวลชนสามารถเป็นเครื่องมือในการพัฒนาได้ โดยเฉพาะในประเทศกำลังพัฒนา การเผยแพร่ข้อมูลผ่านเว็บไซต์จึงไม่เพียงแต่ให้ความรู้เท่านั้น แต่ยังส่งเสริมอัตลักษณ์และวัฒนธรรมท้องถิ่นให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายของการพัฒนาเว็บไซต์ด้านานปราสาทในพื้นที่อำเภอสังขะ จังหวัดสุรินทร์

3.3 ตำนานและคุณค่าทางวัฒนธรรมของปราสาทภูมิโปนและปราสาทยายเหงา

ปราสาทขอมในจังหวัดสุรินทร์ โดยเฉพาะ ปราสาทภูมิโปน และ ปราสาทยายเหงา เป็นแหล่งโบราณสถานสำคัญที่สะท้อนถึงตำนานท้องถิ่นและคติความเชื่อของชุมชนในอดีต โดย ปราสาทภูมิโปน มีความโดดเด่นในฐานะปราสาทหินที่เก่าแก่ที่สุดในประเทศไทย มีอายุราวพุทธศตวรรษที่ 13 และเกี่ยวข้องกับตำนานพระนางเนียง ดือฮม หรือ “พระนางนมใหญ่” ซึ่งสื่อถึงเรื่องราวความรักและศกนาฏกรรมของชนชั้นสูงในยุคอาณาจักรขอมโบราณ ในขณะที่ ปราสาทยายเหงา สะท้อนคติความรัก ความรอคอย และความซื่อสัตย์ ผ่านตำนานของหญิงชราคนหนึ่งเฝ้ารอสามีซึ่งไปออกรบจนตลอดชีวิต ปราสาทแห่งนี้ถูกใช้เป็นที่ประกอบพิธีกรรมบวงสรวงวิญญาณ “ยายเหงา” เป็นกิจกรรมประจำปีของชุมชน ซึ่งแสดงถึงการใช้นิทานในการเชื่อมโยงกับวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชุมชนในพื้นที่ (Chayavudto et al., 2023)

3.4 ทฤษฎีการวิเคราะห์และออกแบบระบบ (System Analysis and Design Theory)

การพัฒนาเว็บไซต์ในงานวิจัยนี้ใช้แนวคิด System Development Life Cycle (SDLC) โดยประยุกต์ใช้โมเดล Waterfall มี 6 ขั้นตอน 1) การวางแผนระบบ 2) การวิเคราะห์ 3) การออกแบบ 4) การพัฒนา 5) การทดสอบ 6) การบำรุงรักษา (Iamsiriwong, 2012) โมเดลนี้เหมาะสำหรับโครงการที่มีความต้องการชัดเจน และช่วยให้การพัฒนาระบบเป็นระบบระเบียบ ตรวจสอบได้ง่าย ในงานวิจัย ผู้เขียนได้ใช้ Waterfall ครบทุกขั้นตอน ตั้งแต่การวิเคราะห์ความต้องการ ออกแบบฐานข้อมูล พัฒนาเว็บ ทดสอบระบบ เพื่อให้เว็บไซต์ตอบสนองต่อการใช้งานจริงได้อย่างมีประสิทธิภาพ แนวทาง SDLC ร่วมกับโมเดล Waterfall ช่วยให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ได้อย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพ (Ramadhani & Setiawan, 2024)

3.5 หลักการออกแบบเว็บไซต์ (Website Design Principles)

การออกแบบเว็บไซต์ด้านการท่องเที่ยวควรคำนึงถึงความสะดวกในการใช้งาน (Usability) การนำเสนอข้อมูลที่ชัดเจน และความสวยงามขององค์ประกอบต่าง ๆ เช่น ฟอนต์ สี การจัดวาง รวมถึงฟีเจอร์มีเดีย เช่น แผนที่โต้ตอบ ข่าวสาร และวิดีโอ 360 องศา เพื่อสร้างความน่าสนใจและส่งเสริมการตัดสินใจเดินทาง (Türker, 2020) โดยองค์ประกอบสำคัญ เช่น อินเทอร์เน็ต การนำทาง และฟังก์ชันการโต้ตอบ มีผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของจุดหมายปลายทาง และเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับผู้ใช้งาน ซึ่งประสบการณ์ใช้งานที่ดีจะช่วยกระตุ้นการเดินทางและการบอกต่อ ในทำนองเดียวกัน Türker (2020) ได้เสนอหลักการออกแบบเว็บไซต์ท่องเที่ยวใน 5 มิติ ได้แก่ 1) การออกแบบเนื้อหา (Content Design) ที่เน้นข้อมูลชัดเจนและเชื่อถือได้ 2) ระบบที่ใช้งานง่าย (System Design) 3) ความสวยงามของกราฟิกและองค์ประกอบ (Sensory Design) 4) การมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม เช่น รีวิวหรือการแชร์ (Social Design) และ 5) ความสนุกและการดึงดูดใจในการใช้งาน (Hedonic Design) ซึ่งทั้งหมดมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้และทัศนคติที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว

3.6 ความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบสารสนเทศ (User Satisfaction)

DeLone and McLean (2003) อธิบายว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้เป็นหนึ่งในตัวชี้วัดความสำเร็จของระบบสารสนเทศ โดยพิจารณาจากเนื้อหา ความง่ายในการใช้งาน การเข้าถึงข้อมูล และความน่าเชื่อถือของระบบ ซึ่งเป็นหลักการสำคัญในการประเมินเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ในบริบทของแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม

3.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในบริบทการพัฒนาเว็บไซต์ท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

Comengam & Kiatpradab (2022) กล่าวว่า เว็บไซต์สามารถอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลสถานที่และเส้นทางท่องเที่ยวได้อย่างแม่นยำ ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้งาน ขณะที่ Floričić et al. (2023) เน้นถึงองค์ประกอบสำคัญของเว็บไซต์ ได้แก่ การรองรับหลายภาษา ระบบรีวิวจากผู้ใช้ และการจัดแสดงภาพถ่าย ซึ่งมีผลต่อการยกระดับประสบการณ์ผู้ใช้ (User Experience) อย่างมีประสิทธิภาพ

การนำเสนอเนื้อหาในเว็บไซต์ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีบทบาทสำคัญในการสร้างประสบการณ์ที่สมจริงและน่าสนใจแก่ผู้ใช้งาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริบทของการถ่ายทอดอัตลักษณ์และบรรยากาศเฉพาะของแหล่งท่องเที่ยว Maprasom et al. (2021) ได้เสนอว่า การใช้สื่อมัลติมีเดียหลากหลายรูปแบบ เช่น ภาพนิ่ง วิดีโอ และภาพแบบ 360 องศา มีส่วนช่วยในการสร้างความสมจริงของเนื้อหา และสามารถดึงดูดความสนใจของผู้ใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ สื่อเหล่านี้ไม่เพียงแต่ช่วยในการนำเสนอข้อมูลเชิงภาพเท่านั้น แต่ยังส่งเสริมการมีส่วนร่วมและความเข้าใจในบริบททางวัฒนธรรมของสถานที่ท่องเที่ยว

นอกจากนี้ การจัดการข้อมูลและโครงสร้างเนื้อหาในเว็บไซต์ก็เป็นอีกองค์ประกอบที่มีความสำคัญ Ramadhani & Setiawan (2024) เน้นว่า การออกแบบระบบฐานข้อมูลที่มีโครงสร้างชัดเจนและสามารถเข้าถึงได้ง่าย มีผลต่อประสิทธิภาพในการสื่อสารข้อมูลและการเสริมสร้างประสบการณ์ผู้ใช้ โดยเฉพาะในด้านความสามารถในการค้นหาข้อมูล การนำเสนอเนื้อหาอย่างเป็นระบบ และการเชื่อมโยงข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ซึ่งล้วนแต่เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว

จากการวิเคราะห์วรรณกรรมข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า การพัฒนาเว็บไซต์ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีประสิทธิภาพประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ (1) ด้านเนื้อหา (2) ด้านอักษรและสี (3) ด้านการจัดการ (4) ด้านสื่อประชาสัมพันธ์ และองค์ประกอบหลัก 3 ประการ ได้แก่ (1) การออกแบบที่เน้นความสะดวกในการใช้งาน, (2) การนำเสนอเนื้อหาด้วยสื่อมัลติมีเดียที่สมจริง และ (3) การจัดการข้อมูลอย่างเป็นระบบ ซึ่งองค์ประกอบเหล่านี้มีบทบาทสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวและสร้างคุณค่าให้แก่แหล่งท่องเที่ยวในเชิงวัฒนธรรม

4. กรอบแนวคิดงานวิจัย (Conceptual Framework)

งานวิจัยนี้กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังภาพ Figure 1.

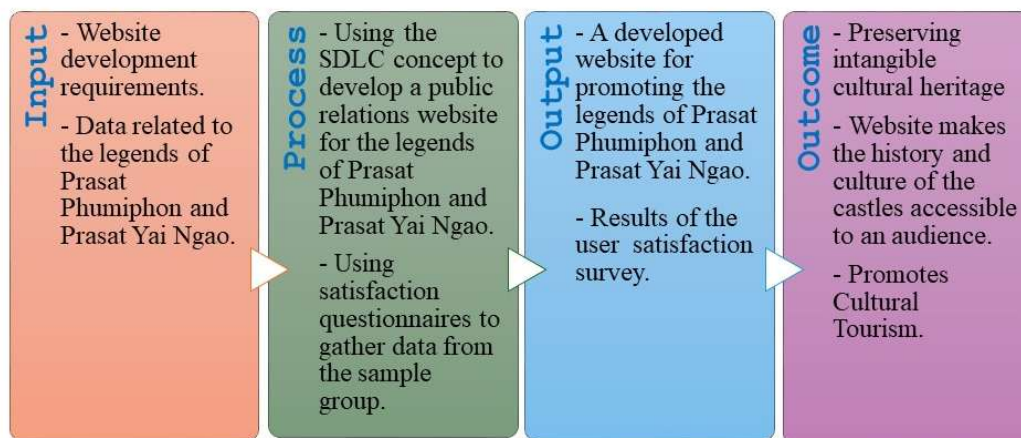


Figure 1. Conceptual framework.

5. วิธีดำเนินงานวิจัย (Research Methodology)

5.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวปราสาทภูมิโปน จำนวนผู้เยี่ยมชมทั้งหมด 150 คนต่อเดือน (Sample group at Prasat Phum Pon, personal communication, February 12, 2024) กลุ่มนักท่องเที่ยวปราสาทยายเหงา จำนวนผู้เยี่ยมชมทั้งหมด 20 คนต่อเดือน (Sample group at Prasat Yai Ngao, personal communication, February 12, 2024) รวมจำนวนนักท่องเที่ยวผู้เยี่ยมชมปราสาทภูมิโปนและปราสาทยายเหงา 170 คนต่อเดือน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวปราสาทภูมิโปนและกลุ่มนักท่องเที่ยวปราสาทยายเหงา ได้จากการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 120 คน จากแนวคิดของ Taro Yamane ที่ความเชื่อมั่น 95% เหตุผลเนื่องจากมีโอกาสเข้าถึงสื่อประชาสัมพันธ์ได้ง่าย และเป็นผู้ที่มีความสนใจในสถานที่ท่องเที่ยวด้วย

5.2 เครื่องมือวิจัย

1. แบบสัมภาษณ์ข้อมูลเพื่อการวิจัยสื่อประชาสัมพันธ์ตำนานปราสาทภูมิโปนและปราสาทยายเหงา อำเภอสังขะ จังหวัดสุรินทร์ เป็นแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง จำนวน 18 ข้อ ประกอบด้วย ความต้องการด้านความสามารถของระบบ ความต้องการด้านความถูกต้องการทำงานของระบบ ความต้องการด้านการปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้ ความต้องการด้านสื่อประชาสัมพันธ์ เนื้อหาประวัติศาสตร์ (ข้อความ) ที่เกี่ยวข้องกับปราสาทภูมิโปนและปราสาทยายเหงา ภาพนิ่ง วิดีโอประชาสัมพันธ์ ภาพเคลื่อนไหว 360 องศา และการใช้เสียงประกอบ เช่น คำบรรยายหรือเพลง จากนั้นนำไปให้ ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาทางแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และด้านเทคโนโลยี ตรวจสอบแก้ไข และปรับปรุงแบบสัมภาษณ์ให้มีความสมบูรณ์มากขึ้น โดยได้ปรับแก้ข้อคำถาม คำถูกคำผิดตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ

2. แบบสอบถามวัดประสิทธิภาพ เป็นแบบสอบถาม 4 ด้าน จำนวน 19 ข้อ เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่าแบบลิเคิร์ต (Likert Ration Scales) 5 ระดับ เมื่อวิเคราะห์หาค่าความสอดคล้องเชิงเนื้อหา (Index of Item Objective Congruence: IOC) จากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาทางแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และด้านเทคโนโลยี มีค่าตั้งแต่ 0.6 ขึ้นไปทุกข้อ จากนั้นปรับแก้ข้อคำถาม คำถูกคำผิดและจัดกลุ่มข้อคำถามใหม่ให้สอดคล้องกับด้านที่จะประเมินตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ ดำเนินการทดลองใช้กับนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางไปเที่ยวปราสาทภูมิโปนและปราสาทยายเหงา จำนวน 120 คน และหาค่าความเชื่อมั่นโดยใช้สูตรการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคได้ 0.84

3. แบบสอบถามวัดความพึงพอใจดำเนินการจัดทำโครงสร้างแบบสอบถาม ให้มีเนื้อหาครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัย แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอนดังนี้ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่ง และประสบการณ์ทำงาน ตอนที่ 2 ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ตำนานปราสาทภูมิโปนและปราสาทยายเหงา อำเภอสังขะ จังหวัดสุรินทร์ โดยแบ่งเป็น 2 ด้าน คือ ด้านเนื้อหา ด้านตัวอักษรและสี ด้านการจัดการเว็บไซต์ และด้านรูปแบบการนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์ มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับตามวิธีของลิเคิร์ต และตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบได้ค่าความสอดคล้องเชิงเนื้อหา (IOC) และความเที่ยงตรง (Validity) จำนวน 3 ท่าน มีค่าเท่ากับ 0.82 แล้วหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค ได้ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับ 0.89

4. การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ตำนานปราสาทภูมิโปนและปราสาทยายเหงา อำเภอสังขะ จังหวัดสุรินทร์ ประกอบด้วยสื่อภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว วิดีทัศน์ประวัติปราสาท วิดีทัศน์เพลง และภาพ 360 องศา โดยการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ตำนานปราสาทภูมิโปนและปราสาทยายเหงา อำเภอสังขะ จังหวัดสุรินทร์ เริ่มจากการศึกษาความต้องการด้วยแบบสำรวจความต้องการจากผู้ใช้อายุ 100 คน (เก็บรวบรวมช่วงที่ 1) จากนั้นออกแบบเนื้อหาของสื่อการพัฒนาเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ แล้วนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญ 6 ท่าน ประเมินคุณภาพสื่อ ประกอบด้วย ผู้เชี่ยวชาญปราสาทภูมิโปน 3 ท่าน และผู้เชี่ยวชาญปราสาทยายเหงา 3 ท่าน ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาทางแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และด้านเทคโนโลยี

5. การพัฒนาเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ตำนานปราสาทภูมิโปนและปราสาทยายเหงา อำเภอสังขะ จังหวัดสุรินทร์ โดยใช้โปรแกรมประยุกต์ด้านมัลติมีเดียที่หลากหลาย ประกอบด้วย โปรแกรมในการพัฒนาเว็บไซต์, ภาษาที่ใช้ในการพัฒนา ได้แก่ PHP, JavaScript, HTML, SQL, โปรแกรมตกแต่งภาพ และ โปรแกรมตัดต่อวิดีโอ โดยมีกระบวนการพัฒนาเว็บไซต์ ดังนี้

ขั้นตอน 1 การกำหนดปัญหาได้มีการศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการเนื่องจากสถานที่ท่องเที่ยวปราสาทภูมิโปนและปราสาทยายเหงา อำเภอสังขะ จังหวัด สุรินทร์ยังคงมีแหล่งข้อมูลประชาสัมพันธ์ที่น้อยไม่มีแหล่งข้อมูลอื่นให้ศึกษาออกเหนือจากเพจเฟซบุ๊กจึงทำให้กลุ่มบุคคลรุ่นใหม่หรือกลุ่มนักท่องเที่ยวไม่รู้จักตำนานของทั้งสองปราสาทมากพอ

ขั้นตอน 2 ขั้นตอนการวิเคราะห์ ประกอบด้วย ศึกษาความข้อมูลและวิเคราะห์ความต้องการของผู้ใช้ ได้แก่ เจ้าหน้าที่ดูแลทั้ง 2 ปราสาท สามารถแสดงผลการวิเคราะห์ DFD (Data Flow Diagram) Level 1 ของเว็บไซต์สื่อประชาสัมพันธ์ตำนานปราสาทภูมิโปนและยายเหงา อำเภอสังขะ จังหวัดสุรินทร์ ดังภาพ Figure 2.

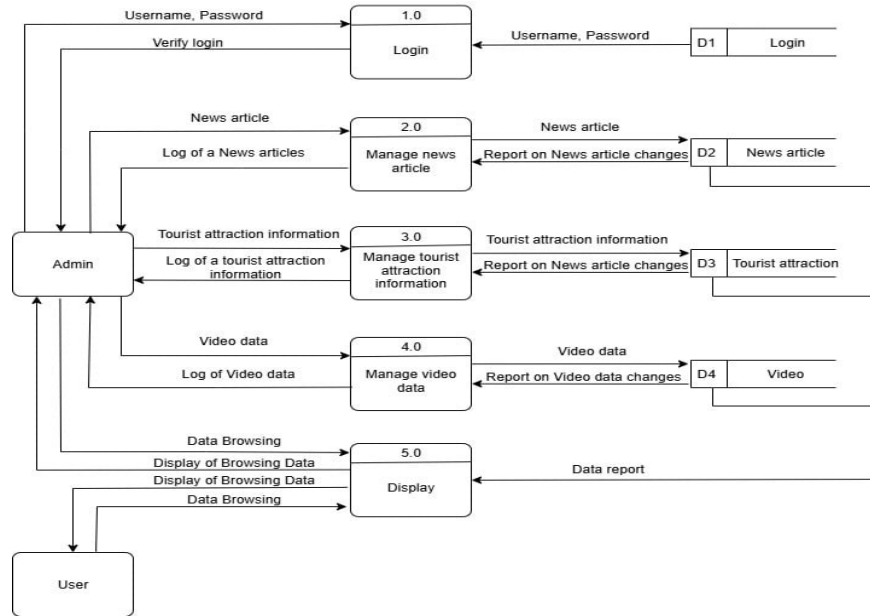


Figure 2. Analysis of DFD level 1 of the website

จาก Figure 2. DFD Level 1 ของระบบเว็บไซต์ ดังนี้ 1. ผู้ดูแลระบบ (Admin) มีหน้าที่ในการจัดการข้อมูลทั้งหมดของระบบ ประกอบด้วย จัดการข้อมูลการเข้าสู่ระบบ จัดการข้อมูลข่าวสาร จัดการข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว และจัดการข้อมูลสื่อวิดีโอ 2. ผู้ใช้ระบบ (User) มีหน้าที่ในการสืบค้นข้อมูลและเข้าถึงข้อมูลต่าง ๆ สามารถดูข้อมูลข่าวสาร ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว และข้อมูลสื่อวิดีโอ และ 3. การออกแบบฐานข้อมูล ประกอบด้วย ฐานข้อมูล D1 ข้อมูลเข้าสู่ระบบ ฐานข้อมูล D2 ข่าวสาร ฐานข้อมูล D3 ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว และฐานข้อมูล D4 ข้อมูลสื่อวิดีโอ

ขั้นตอน 3 การออกแบบ ประกอบด้วย การออกแบบการจำลองข้อมูลที่แสดงถึงโครงสร้างของฐานข้อมูลทั้งระบบ เว็บไซต์สื่อประชาสัมพันธ์ตำนานปราสาทภูมิโปนและปราสาทยายเหงา อำเภอสังขะ จังหวัดสุรินทร์ ดังภาพ Figure 3. – Figure 5.

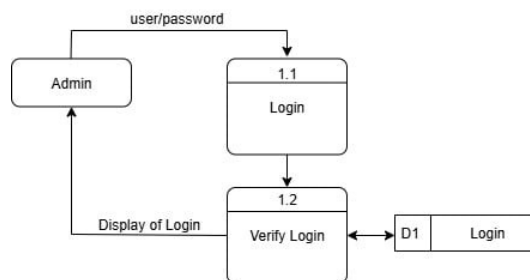


Figure 3. Analysis of DFD level 2 of Process 1 “Login System”.

จาก Figure 3. ผู้ดูแลระบบ ป้อนข้อมูล User และ Password เข้าไปในระบบ หลังจากกรอกข้อมูลแล้ว ผู้ดูแลระบบจะ กดปุ่มเข้าสู่ระบบ เพื่อยืนยันตัวตน ระบบจะนำข้อมูล User และ Password ที่กรอกมาไป ตรวจสอบ กับข้อมูลที่เก็บไว้ในฐานข้อมูล D1 ข้อมูลเข้าสู่ระบบ หากข้อมูลถูกต้อง ระบบจะแสดงผลและอนุญาตให้ผู้ดูแลระบบเข้าใช้งานได้ หากข้อมูลไม่ถูกต้อง ระบบจะแสดงผลแจ้งเตือนและไม่สามารถเข้าใช้งานระบบได้

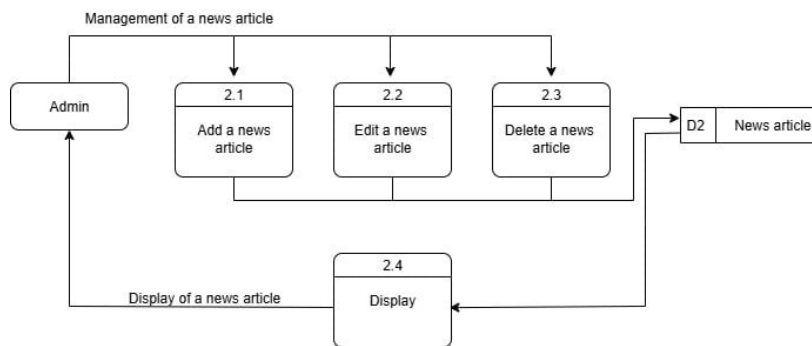


Figure 4. Analysis of DFD level 2 of Process 2 “Information Management System”.

จาก Figure 4. ผู้ดูแลระบบ สามารถป้อนข้อมูลข่าวสารใหม่เข้าไปในระบบ แก้ไขรายละเอียดต่าง ๆ และสามารถเลือกข้อมูลข่าวสารที่ไม่ต้องการแล้วเพื่อทำการลบออกจากระบบ และสามารถตรวจสอบผลลัพธ์ของการจัดการข้อมูลได้

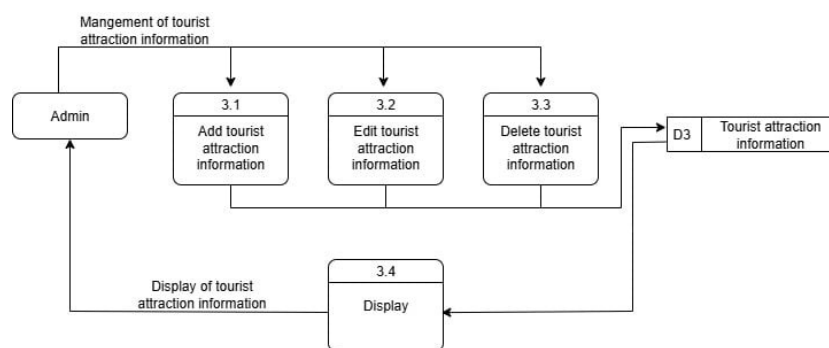


Figure 5. Analysis of DFD level 2 of Process 3 “Tourist attraction information management system”.

จาก Figure 5. ผู้ดูแลระบบ สามารถป้อนข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวใหม่เข้าไปในระบบ เลือกข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวที่มีอยู่เพื่อทำการแก้ไขรายละเอียดต่าง ๆ สามารถเลือกข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวที่ไม่ต้องการแล้วเพื่อทำการลบออกจากระบบ และสามารถตรวจสอบผลลัพธ์ของการจัดการข้อมูลได้

ขั้นตอน 4 การพัฒนา เป็นการพัฒนาเว็บไซต์สื่อประชาสัมพันธ์ตำนานปราสาทภูมิโปนและปราสาทยอยเหงา อำเภอสว่าง จังหวัดสุรินทร์ และการพัฒนาฐานข้อมูล ประกอบด้วย ตารางฐานข้อมูล ได้แก่ ผู้ดูแล บทความ/เนื้อหา ข้อมูลข่าวประชาสัมพันธ์ ภาพสไลด์ อีกทั้งยังเป็นขั้นตอนการพัฒนาโปรแกรมระบบฐานข้อมูล และกราฟิก ได้แก่ การพัฒนาเว็บไซต์ผ่านโปรแกรม Visual Studio การพัฒนาระบบฐานข้อมูลด้วย Localhost ใช้โปรแกรม My SQL และ Xampp การพัฒนาหน้าต่างเว็บไซต์ด้วยโปรแกรมที่ใช้ในการตกแต่งรูปภาพ เป็นต้น

ขั้นตอน 5 การทดสอบ เป็นการประเมินประสิทธิภาพเว็บไซต์สื่อประชาสัมพันธ์ตำนานปราสาทภูมิโปนและปราสาทยอยเหงา อำเภอสว่าง จังหวัดสุรินทร์ โดยมีผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน ผลการประเมิน พบว่า ระดับประสิทธิภาพเว็บไซต์โดยรวมอยู่ในระดับดี มาก ($\bar{X} = 4.56$, $SD = 0.54$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านความสามารถของ

ระบบ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.66) ด้านความถูกต้องของการทำงานของระบบ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.80$, S.D. = 0.43) ด้านการปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.71$, S.D. = 0.47) และด้านสื่อประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.40$, S.D. = 0.61) ตามลำดับ

ขั้นตอน 6 การนำไปใช้ หลังจากการประเมินประสิทธิภาพ เว็บไซต์โดยผู้เชี่ยวชาญแล้ว ขั้นตอนนี้จะเป็นการนำเว็บไซต์ไปใช้งานในหน่วยงานที่เกี่ยวข้องคือ อบต.บ้านดง และ อบต.บ้านซบ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับระบบ ประกอบด้วย ผู้ดูแลปราสาททั้ง 2 ปราสาทคือ อบต.บ้านดง และ อบต.บ้านซบ

ขั้นตอน 7 การบำรุงรักษา เป็นขั้นตอนหลังจากที่เว็บไซต์สื่อประชาสัมพันธ์ตำนานปราสาทภูมิโปนและปราสาทยายเหงา อำเภอสังขะ จังหวัดสุรินทร์ ได้ถูกนำไปใช้งาน และมีการนำข้อบกพร่องต่าง ๆ มาใช้ในการวิเคราะห์และ ปรับปรุงระบบต่อไป

5.3 การเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัย

ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลความพึงพอใจของ ผู้ใช้งานต่อเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ตำนานปราสาทภูมิโปนและปราสาทยายเหงา อำเภอสังขะ จังหวัดสุรินทร์ ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวปราสาทภูมิโปนและปราสาทยายเหงา จำนวน 120 คน โดยงานวิจัยนี้ได้มีการอธิบายให้กลุ่มตัวอย่างทดลองใช้งานระบบแล้ว ทำการ แจกแบบสอบถามเพื่อประเมินความพึงพอใจ จากนั้นจึงเก็บแบบสอบถามเพื่อนำมาเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ผล ข้อมูลทางสถิติต่อไป

จากนั้นเก็บรวบรวมข้อมูลการวัดความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ตำนานปราสาทภูมิโปนและปราสาทยายเหงา อำเภอสังขะ จังหวัดสุรินทร์ มีขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

- 1.จัดทำหนังสือขอความอนุเคราะห์เข้าเก็บข้อมูลวิจัยที่องค์การบริหารส่วนตำบลบ้านซบและบ้านดง อำเภอสังขะ จังหวัดสุรินทร์ โดยขอใช้พื้นที่แหล่งท่องเที่ยวปราสาทภูมิโปนและปราสาทยายเหงา ตั้งบูธประชาสัมพันธ์เว็บไซต์สื่อประชาสัมพันธ์ตำนานปราสาทภูมิโปนและปราสาทยายเหงา และกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว 120 คน ทั้งนี้ ผู้เข้าร่วมต้องปฏิบัติตามมาตรการป้องกันโควิด-19

2. อธิบายวัตถุประสงค์ของงานวิจัยและทำการเปิดเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ตำนานปราสาทภูมิโปนและปราสาทยายเหงา อำเภอสังขะ จังหวัดสุรินทร์ให้กับกลุ่มตัวอย่างได้รับชมทั้งภาพและเสียง

3. ชี้แจงข้อปฏิบัติในการทำแบบสอบถาม และนำแบบสอบถามเพื่อวัดความพึงพอใจไปแจกให้กลุ่มตัวอย่างกรอกข้อมูล เมื่อทำเสร็จแล้วจึงเก็บแบบสอบถาม

4. นำแบบสอบถามที่ได้นำไปวิเคราะห์ข้อมูลโดยลงรหัสประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป หาความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ผลความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ตำนานปราสาทภูมิโปนและปราสาทยายเหงา อำเภอสังขะ จังหวัดสุรินทร์

5.4 การวิเคราะห์ข้อมูลวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามความพึงพอใจ โดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน และแปลผลค่าเฉลี่ยเป็นแบบมาตราส่วน ประมาณค่า 5 ระดับ ดังนี้ 4.51 – 5.00 ความพึงพอใจ ระดับดีมาก 3.51 – 4.50 ความพึงพอใจ ระดับดี 2.51 – 3.50 ความพึงพอใจ ระดับปานกลาง 1.51 – 2.50 ความพึงพอใจ ระดับพอใช้ และ 1.50 ความพึงพอใจ ระดับปรับปรุง

6. ผลการวิจัย

6.1 ผลการพัฒนาเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ปราสาทภูมิโปนและปราสาทยายเหงา

งานวิจัยนี้สามารถแสดงผลลัพธ์ของการพัฒนาเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ปราสาทภูมิโปนและปราสาทยายเหงา โดยแบ่งเป็นส่วนผู้ใช้เว็บไซต์ แสดงผลดังภาพ Figure 6.

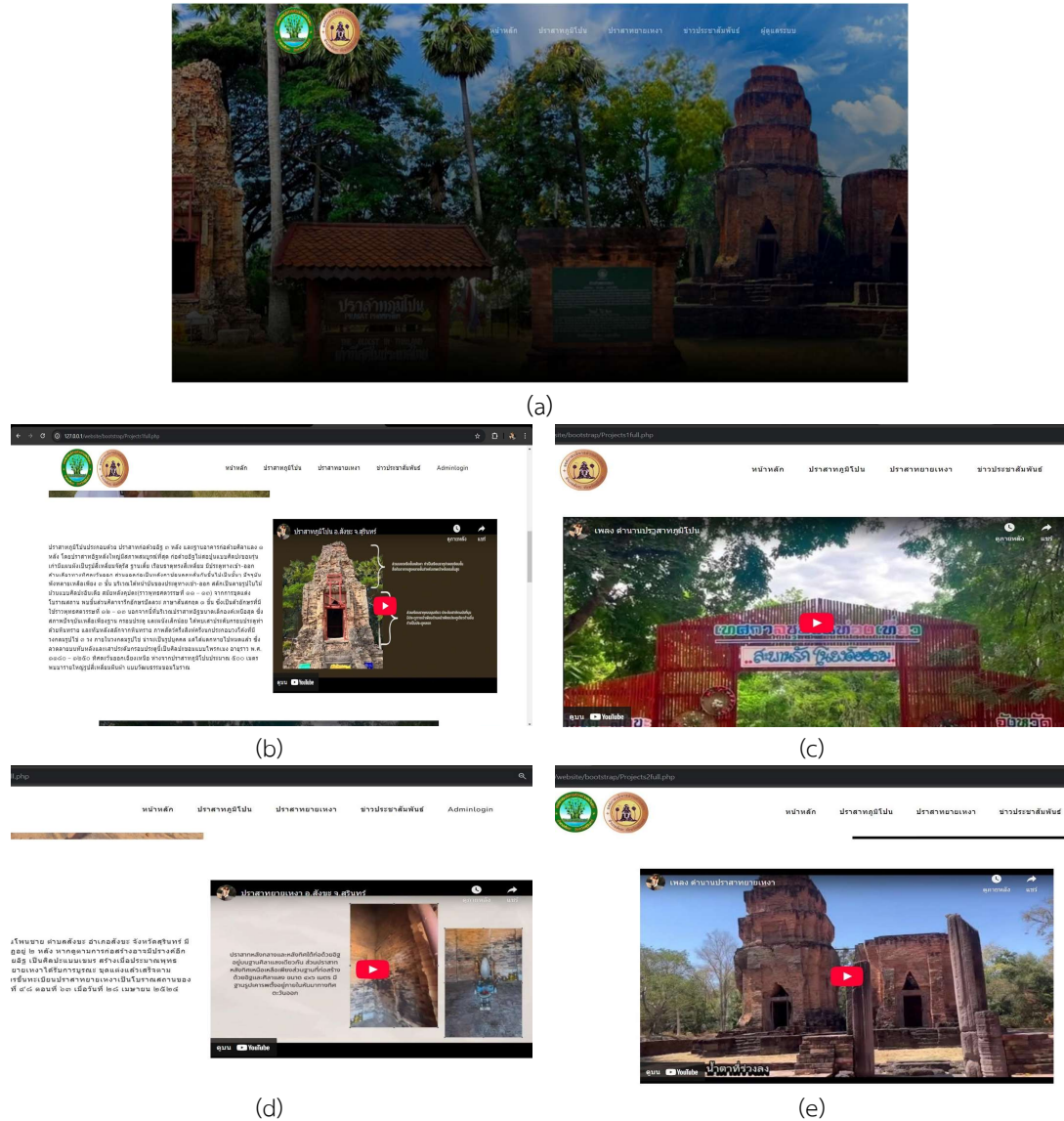


Figure 6. Promotional Website for the Legends of Prasat Phumiphon and Prasat Yai Ngao, Sangkha District in Surin Province.

จากภาพ Figure 6 สามารถอธิบายส่วนผู้ใช้งานได้ดังนี้

(a) Public relations website page จะเห็นว่าหน้าแรกของเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์มีการออกแบบหน้าเว็บให้เหมาะสำหรับผู้เข้าชมเว็บไซต์

(b) Prasat Phumiphon page ผู้เข้าใช้สามารถเข้าชมข้อมูลเกี่ยวกับตำนานปราสาทภูมิโปน

(c) Music Video about Prasat Phumiphon ผู้เข้าใช้สามารถดูวิดีโอเพลงตำนานปราสาทภูมิโปน โดยมีโปรแกรม Suno ช่วยในการสร้างเพลงและทำนอง

(d) Information about Prasat Yai Ngao ผู้เข้าใช้สามารถเข้าชมข้อมูลเกี่ยวกับตำนานปราสาทยายเหงา

(e) Music Video about Prasat Yai Ngao เข้าใช้สามารถดูวิดีโอเพลงตำนานปราสาทยายเหงา โดยมีโปรแกรม Suno ช่วยในการสร้างเพลงและทำนอง

นอกจากนี้เว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ยังสามารถเชื่อมโยงไปยังสื่อดิจิทัลที่หลากหลาย ดังนี้

1. สื่อ YouTube ของปราสาทยายเหงาและปราสาทภูมิโปน ดังนี้
ปราสาทยายเหงา https://www.youtube.com/watch?v=a_oeJccBPTs
ปราสาทภูมิโปน <https://www.youtube.com/watch?v=jlzNhFZTNml>
 2. เพลงมิวสิก
ปราสาทยายเหงา <https://www.youtube.com/watch?v=y-0kC9gnt2E>
ปราสาทภูมิโปน <https://www.youtube.com/watch?v=lKeSECDLN3k>
 3. สื่อ 360 องศา
ปราสาทยายเหงา
<https://s.insta360.com/p/02f61a29a82d01e46db07148e5ca663c?e=true&locale=en-us>
ปราสาทภูมิโปน
<https://s.insta360.com/p/68066aa4c506c124b9bc3c5c1c58a43b?e=true&locale=en-us>
- ผลการพัฒนาเว็บไซต์ส่วนผู้ดูแลระบบ แสดงผลดังภาพ Figure 7.

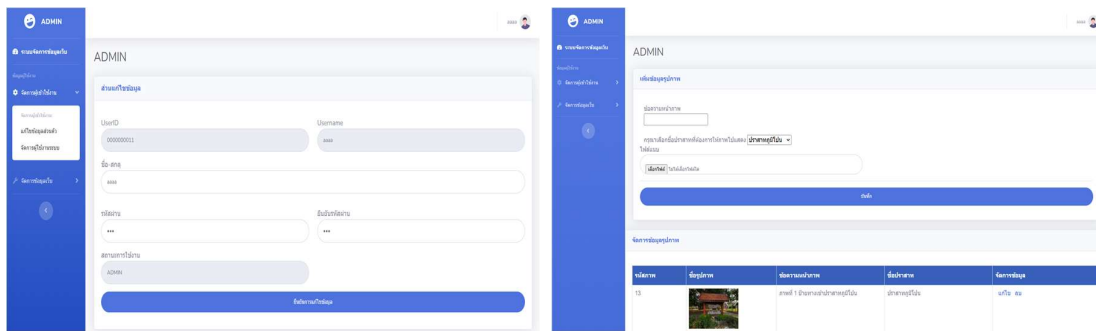


Figure 7. Example of displaying the administrator menu.

จากภาพ Figure 7. พบว่า ผู้ดูแลระบบสามารถเข้าสู่ระบบได้ตามสิทธิ์ของผู้ดูแลระบบเพื่อเข้าไปแก้ไข เพิ่ม ลบ ข้อมูลในแต่ละส่วนของเมนูในระบบ โดยในระบบเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ปราสาทภูมิโปนและปราสาทยายเหงาจะมีการแสดงผลข้อมูลสำหรับผู้ดูแลระบบ ประกอบด้วย การจัดการผู้ใช้งานและการจัดการข้อมูลเว็บไซต์ ซึ่งจะแสดงผลข้อมูลในแต่ ละหน้าสำหรับผู้ดูแลระบบ ดังนี้

1. หน้าการจัดการผู้ใช้งาน ประกอบด้วย แก้ไขข้อมูลส่วนตัว และจัดการผู้ใช้งานระบบ
2. หน้าแก้ไขข้อมูลส่วนตัว ประกอบด้วย UserID Username ชื่อ-สกุล รหัสผ่าน ยืนยันรหัสผ่าน และสถานะการ ใช้งาน
3. หน้าจัดการผู้ใช้งานระบบ ประกอบด้วย ชื่อ-สกุล Username Password Repeat Password และสถานะ ในส่วนของหน้าการจัดการข้อมูลเว็บไซต์ จะแสดงผลข้อมูลดังนี้
1. หน้าการจัดการข้อมูลเว็บ ประกอบด้วย จัดการหน้าข้อมูลปราสาท จัดการหน้าข้อมูลข่าวสาร และจัดการ ข้อมูลรูปภาพสไลด์
2. หน้าจัดการข้อมูลปราสาท ประกอบด้วย จัดการข้อมูล ชื่อปราสาท ตำนานปราสาท ที่ตั้งปราสาทและประวัติ แผนที่ รูป วิดีโอ รายละเอียดวิดีโอ และวิดีโอเพลง
3. หน้าจัดการข้อมูลข่าวสาร ประกอบด้วย หัวข้อข่าว เนื้อหาข่าวแบบย่อ เนื้อหาข่าวแบบเต็ม และไฟล์แนบ หน้าจัดการข้อมูลรูปภาพสไลด์ ประกอบด้วย ชื่อความหน้าภาพ ชื่อปราสาทที่ต้องการให้ภาพไปแสดง และไฟล์แนบ
4. หน้าจัดการข้อมูลกิจกรรม/ ข่าวประชาสัมพันธ์ ผู้ดูแลระบบสามารถเพิ่ม ลบ แก้ไข เกี่ยวกับกิจกรรมและข่าว ประชาสัมพันธ์ได้

กล่าวโดยสรุป ผลการพัฒนาเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ปราสาทภูมิโปนและปราสาทยายเหงา เป็นการพัฒนาเว็บไซต์ผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้ามาดูข่าวสารของทั้งสองอบต.และข้อมูลของแต่ละปราสาท ผ่านทางเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ ซึ่งประกอบด้วย สื่อมัลติมีเดีย มีภาพ 360 ภาพสไลด์ วีดีโอ ผู้ใช้งานเว็บสามารถดูวิดีโอบรรยายเกี่ยวกับประวัติของปราสาทและภาพ 360 ของทั้งสองปราสาท

6.2 ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่มีต่อเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ปราสาทภูมิโปนและปราสาทยายเหงา อำเภอสังขะ จังหวัดสุรินทร์

1. กลุ่มตัวอย่าง
- กลุ่มตัวอย่างในการศึกษารั้งนี้ เป็นนักท่องเที่ยวจำนวน 120 คน ที่เดินทางมาเยี่ยมชมปราสาทภูมิโปนและปราสาทยายเหงา อำเภอสังขะ จังหวัดสุรินทร์ โดยผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 83) และมีอายุ 30 ปีขึ้นไป (ร้อยละ 67) ระดับการศึกษาส่วนใหญ่เป็นปริญญาตรี (ร้อยละ 83) และมีประสบการณ์ทำงานมากกว่า 10 ปี (ร้อยละ 50)
2. ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่มีต่อเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ปราสาทภูมิโปนและปราสาทยายเหงา อำเภอสังขะ จังหวัดสุรินทร์ ดัง Table 1.

Table 1. The analysis results of the evaluation of overall system usage efficiency in all aspects.

Evaluation Items Aspect	Efficiency Level		
	Mean	S.D.	Interpretation
1. Content	4.62	0.55	Very Good
2. Fonts and Colors	4.55	0.61	Very Good
3. Website Management	4.51	0.65	Very Good
4. Public Relations Media	4.47	0.59	Good
Overall	4.54	0.63	Very Good

จาก Table 1. พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อในภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X}$ = 4.54, S.D. = 0.63) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านเนื้อหา อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X}$ = 4.62, S.D. = 0.55) ด้านตัวอักษร และสี อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X}$ = 4.55, S.D. = 0.61) ด้านการจัดการเว็บไซต์ อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X}$ = 4.51, S.D. = 0.65) และด้านสื่อประชาสัมพันธ์ อยู่ในระดับดี ($\bar{X}$ = 4.47, S.D. = 0.59)

Table 2. Analysis results of the evaluation of system capability requirements.

Evaluation Items Aspect	Efficiency Level		
	Mean	S.D.	Interpretation
1. Adding historical information about Phumphon Castle / text / images / videos / 360-degree images	4.33	0.52	Good
2. Editing historical information about Phumphon Castle / text / images / videos / 360-degree images	4.33	0.52	Good
3. Deleting historical information about Phumphon Castle / text / images / videos / 360-degree images	4.17	0.75	Good
4. Adding, deleting, or editing website public relations information	4.50	0.84	Good
Overall	4.33	0.66	Good

จาก Table 2. ผลการประเมินความต้องการด้านความสามารถของระบบ โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.33, S.D. = 0.66) เมื่อพิจารณาเป็นข้อโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยดังนี้ การเพิ่ม/ลบ/แก้ไข ข้อมูลข่าว

ประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.50$, S.D. = 0.84) การเพิ่มข้อมูลประวัติศาสตร์ปราสาทภูมิโปน/ข้อความ/ภาพนิ่ง/ วิดีโอ/ภาพ 360 องศา อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.33$, S.D. = 0.52) การแก้ไขข้อมูลประวัติศาสตร์ปราสาทภูมิโปน/ข้อความ/ภาพนิ่ง/ วิดีโอ/ภาพ 360 องศา อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.33$, S.D. = 0.52) และการลบข้อมูลประวัติศาสตร์ปราสาทภูมิโปน/ข้อความ/ภาพนิ่ง/ วิดีโอ/ภาพ 360 องศา อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.17$, S.D. = 0.75) ตามลำดับ

Table 3. Analysis results of the evaluation of system functional accuracy requirements.

Evaluation Items Aspect	Efficiency Level		
	Mean	S.D.	Interpretation
1. Accuracy in data storage operations	4.83	0.41	Very Good
2. Overall system operational accuracy	4.67	0.52	Very Good
3. Accuracy in system modification	4.83	0.41	Very Good
4. Accuracy in data addition	4.83	0.41	Very Good
5. Accuracy in data deletion	4.83	0.41	Very Good
Overall	4.80	0.43	Very Good

จาก Table 3. ผลการประเมินความต้องการด้านความถูกต้องการทำงานของระบบ โดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.80$, S.D. = 0.43) เมื่อพิจารณาเป็นข้อโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยดังนี้ ความถูกต้องในการทำงาน จัดเก็บข้อมูล อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.83$, S.D. = 0.41) ความถูกต้องในการแก้ไขระบบ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.83$, S.D. = 0.41) ความถูกต้องในการเพิ่มข้อมูลของระบบ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.83$, S.D. = 0.41) ความถูกต้องในการลบข้อมูลของระบบ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.83$, S.D. = 0.41) และความถูกต้องในการลบข้อมูลของระบบ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.67$, S.D. = 0.52) ตามลำดับ

Table 4. Analysis results of the evaluation of user interaction requirements.

Evaluation Items Aspect	Efficiency Level		
	Mean	S.D.	Interpretation
1. The text displayed on the website is clear and easy to understand.	4.50	0.55	Good
2. The public relations content is organized in a logical and appropriate order.	4.83	0.41	Very Good
3. The choice of colors, fonts, and background enhances readability.	4.83	0.41	Very Good
4. The layout of screen components such as menus, images, and videos is well arranged.	4.67	0.52	Very Good
Overall	4.71	0.47	Very Good

จาก Table 4. ผลการประเมินความต้องการด้านการปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้ โดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.71$, S.D. = 0.47) เมื่อพิจารณาเป็นข้อโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยดังนี้ เนื้อหาประชาสัมพันธ์การจัดลำดับอย่างเหมาะสม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.83$, S.D. = 0.41) การเลือกใช้สี ตัวอักษร และพื้นหลัง ช่วยให้การอ่านข้อมูลง่ายขึ้น อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.83$, S.D. = 0.41) การจัดวางส่วนประกอบบนหน้าจอ เช่น เมนู รูปภาพ วิดีโอ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.67$, S.D. = 0.52) และข้อความที่แสดงบนเว็บไซต์มีความชัดเจน อ่านเข้าใจง่าย อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.50$, S.D. = 0.55) ตามลำดับ

Table 5. Analysis Results of the Evaluation Data on Public Relations Media Requirements

Evaluation Items Aspect	Efficiency Level		
	Mean	S.D.	Interpretation
1. Historical content (text) related to Phumiphon Castle	4.50	0.55	Good
2. Supporting images, such as still images and animations, that effectively communicate the content	4.67	0.52	Very Good
3. Public relations video about Phumiphon Castle	4.50	0.55	Good
4. 360-degree visual media	4.00	0.63	Good
5. Use of audio elements, such as narration or music	4.33	0.82	Good
Overall	4.40	0.61	Good

จาก Table 5. ผลการประเมินความต้องการด้านสื่อประชาสัมพันธ์ โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.40, S.D. = 0.61) เมื่อพิจารณาเป็นข้อโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยดังนี้ รูปภาพประกอบ เช่น ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว สื่อสารเนื้อหาได้ดี อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.67, S.D. = 0.52) เนื้อหาประวัติศาสตร์ (ข้อความ) ที่เกี่ยวข้องกับปราสาทภูมิโปน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.50, S.D. = 0.55) วิดีโอประชาสัมพันธ์ปราสาทภูมิโปน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.50, S.D. = 0.55) การใช้เสียงประกอบ เช่น คำบรรยายหรือเพลง อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.33, S.D. = 0.82) และสื่อภาพ 360 องศา อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.00, S.D. = 0.63) ตามลำดับ

7. สรุปผลการวิจัย (Conclusion)

- การวิจัยนี้สามารถสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ ดังนี้
1. ผลการศึกษาวិเคราะห์ข้อมูลปราสาทภูมิโปน ปราสาทยายเหงา และความต้องการพัฒนาเว็บไซต์สื่อประชาสัมพันธ์ตำนานปราสาทภูมิโปนและปราสาทยายเหงา อำเภอสังขะ จังหวัดสุรินทร์ สรุปว่า ผู้ใช้มีความต้องการเว็บไซต์ที่ถูกต้องแม่นยำและใช้งานง่าย โดยความถูกต้องของการทำงานและการออกแบบส่วนติดต่ออยู่ในระดับมากที่สุด ดังนั้น ระบบต้องสามารถจัดการข้อมูลได้ทั้งการเพิ่ม แก้ไข และลบได้ นอกจากนี้ การออกแบบเว็บไซต์ต้องจัดวางเนื้อหาอย่างเหมาะสม ใช้สีและตัวอักษรที่อ่านง่าย ส่วนด้านเนื้อหา ผู้ใช้ให้ความสำคัญกับภาพ วิดีโอ และข้อมูลประวัติศาสตร์ที่ครบถ้วน ซึ่งจำเป็นต้องมีฟังก์ชันที่รองรับการจัดการสื่อที่มีประสิทธิภาพ
 2. ผลการพัฒนาเว็บไซต์สื่อประชาสัมพันธ์ตำนานปราสาทภูมิโปนและปราสาทยายเหงา สรุปว่า ระบบเว็บไซต์ที่ถูกพัฒนาขึ้นเพื่อเป็นสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับปราสาทภูมิโปนและปราสาทยายเหงามีโครงสร้างที่ชัดเจน โดยแบ่งเป็น 2 ส่วนหลัก คือ ส่วนของผู้ดูแลระบบ (Admin) สามารถเข้าสู่ระบบเพื่อจัดการข้อมูลได้หลายประเภท ทั้งข้อมูลข่าวสาร ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว และข้อมูลสื่อวิดีโอ และส่วนของผู้ใช้งานทั่วไป (User) สามารถเข้าถึงข้อมูลและแสดงผลบนหน้าเว็บไซต์ได้โดยตรง ซึ่งทำให้การเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร กิจกรรม และรายละเอียดของสถานที่ท่องเที่ยวเป็นไปอย่างสะดวกโดยไม่ต้องสมัครเป็นสมาชิก
 3. ผลการศึกษาคความพึงพอใจการใช้เว็บไซต์สื่อประชาสัมพันธ์ตำนานปราสาทภูมิโปนและปราสาทยายเหงา ผลที่ได้จากการประเมิน โดยการสรุปผลการประเมินจากการตอบแบบสอบถามความคิดเห็นโดยการนำระบบไปทดลองใช้งานจริงกับกลุ่มตัวอย่าง โดยให้ทดลองใช้งานระบบและทำการประเมินประสิทธิภาพที่มีต่อระบบ โดยแบบสอบถามสำหรับผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน ผู้ใช้งานจำนวน 120 คน แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านเนื้อหา ด้านตัวอักษรและสี ด้านการจัดการเว็บไซต์ และด้านสื่อประชาสัมพันธ์
 4. ผลการประเมินความพึงพอใจด้านเนื้อหา พบว่า ตรงตามความต้องการ อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X}$ = 4.62, S.D. = 0.55) ด้านตัวอักษรและสี พบว่า ตรงตามความต้องการ อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X}$ = 4.55, S.D. = 0.61) ผลการประเมินความพึงพอใจระบบด้านการจัดการเว็บไซต์ พบว่า ตรงตามความต้องการในระดับดีมาก ($\bar{X}$ = 4.51, S.D. = 0.65) ผลการประเมินความพึงพอใจด้านสื่อประชาสัมพันธ์ พบว่า ตรงตามความต้องการในระดับดีมาก ($\bar{X}$ = 4.51, S.D. = 0.65) และผลการประเมินความพึงพอใจรวมทั้ง 4 ด้าน พบว่า ตรงตามความต้องการ อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X}$ = 4.54, S.D. = 0.63)

8. อภิปรายผลการวิจัย (Discussion)

การศึกษานี้พบว่า เว็บไซต์ที่พัฒนาขึ้นสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ การวิเคราะห์ผลการศึกษาด้าน 4 ประการ ประกอบด้วย ด้านเนื้อหา ด้านตัวอักษรและสี ด้านการจัดการเว็บไซต์ และด้านสื่อประชาสัมพันธ์ ดังนี้

1. ด้านเนื้อหา มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด ($\bar{X} = 4.62$) อยู่ในระดับดีมาก สะท้อนถึงเว็บไซต์นำเสนอข้อมูลตำนานปราสาทอย่างครบถ้วนและน่าสนใจ และส่งเสริมให้ผู้เข้าชมเกิดความเข้าใจเกี่ยวกับคุณค่าทางประวัติศาสตร์ของแหล่งท่องเที่ยว สอดคล้องกับแนวคิดของ Schramm (1973) กล่าวว่า สื่อในการพัฒนาสังคมผ่านการเผยแพร่ข้อมูลทางวัฒนธรรม การที่ผู้ใช้มีความพึงพอใจต่อเนื้อหาในระดับสูงแสดงให้เห็นว่าเว็บไซต์สามารถส่งเสริมการเข้าใจคุณค่าทางประวัติศาสตร์และอัตลักษณ์ท้องถิ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลจากการสัมภาษณ์ของ (Sample group at Prasat Yai Ngao, personal communication, February 12, 2024; Sample group at Prasat Phum Pon, personal communication, February 12, 2024) ซึ่งให้เห็นถึงความสำคัญของปราสาทภูมิโปนเป็นทุนทางวัฒนธรรมที่ควรถ่ายทอดผ่านสื่อดิจิทัล

2. ด้านการออกแบบตัวอักษรและสี มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ ($\bar{X} = 4.55$) อยู่ในระดับดีมาก สะท้อนถึงความเหมาะสมในการออกแบบด้านภาพลักษณ์ของเว็บไซต์ การใช้หลักการออกแบบที่เน้นความชัดเจนและการอ่านง่าย สอดคล้องกับงานวิจัยของ Türker (2020) ที่เน้นความสำคัญของการออกแบบเว็บไซต์ที่ส่งผลต่อประสบการณ์การท่องเที่ยง การที่ผู้ใช้ให้คะแนนด้านนี้ในระดับสูงยืนยันว่าการเลือกใช้ตัวอักษรและสีนั้นมีความเหมาะสมกับเนื้อหาทางวัฒนธรรม

3. ด้านการจัดการเว็บไซต์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ ($\bar{X} = 4.51$) อยู่ในระดับดี แสดงถึงประสิทธิภาพในการเข้าถึงและใช้งานเว็บไซต์ที่มีความสะดวก การพัฒนาเว็บไซต์โดยใช้แนวทางของ Ramadhani & Setiawan (2024) และ Iamsiriwong (2012) ที่ครอบคลุมขั้นตอนสำคัญตั้งแต่การออกแบบฐานข้อมูล การวิเคราะห์ระบบ ไปจนถึงการจัดการเนื้อหา ทำให้ผู้ใช้สามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างสะดวกและมีประสิทธิภาพ

4. ด้านสื่อประชาสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ ($\bar{X} = 4.47$) อยู่ในระดับดี การใช้สื่อมัลติมีเดียหลากหลายรูปแบบ ได้แก่ วิดีโอ ภาพถ่าย และภาพ 360 องศา ประกอบกับเสียง ภาพเคลื่อนไหว และข้อความประกอบ สร้างความน่าสนใจสอดคล้องกับงานวิจัย Maprasom et al. (2021) และเพิ่มการมีส่วนร่วมของผู้ใช้งาน ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Floričić et al. (2023) ที่ระบุว่า การใช้สื่อดิจิทัลแบบโต้ตอบช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสาร นอกจากนี้ยังตรงกับผลการศึกษาของ Nitiphokin et al. (2024) และ Ayu Wong et al. (2023) ที่พบว่า เทคนิคการเล่าเรื่อง (Storytelling) และภาพเคลื่อนไหวมีประสิทธิภาพในการกระตุ้นความสนใจและการจดจำข้อมูลการท่องเที่ยว

เว็บไซต์สื่อประชาสัมพันธ์ตำนานปราสาทภูมิโปนและปราสาทหายเหงาที่พัฒนาขึ้นมีประสิทธิภาพในการสร้างการรับรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม และสามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชนได้อย่างยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Nitiphokin et al. (2024) ที่ระบุว่า การเผยแพร่ตำนานปราสาทผ่านกิจกรรมวัฒนธรรมสามารถเชื่อมโยงชุมชนกับเรื่องเล่าทางประวัติศาสตร์ได้อย่างลึกซึ้ง นอกจากนี้ ผลการศึกษายังสอดคล้องกับกรอบแนวคิดเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบสารสนเทศ สอดคล้องกับแนวคิดของ DeLone & McLean (2003) ที่กล่าวว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้เป็นหนึ่งในดัชนีความสำเร็จของระบบ โดยเฉพาะในบริบทของการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว อีกทั้งรูปแบบการนำเสนอข้อมูลเว็บไซต์ กระชับและเข้าใจได้ง่ายต่อผู้ใช้งานจะช่วยสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับผู้ใช้งาน

9. ข้อเสนอแนะงานวิจัย (Recommendation)

1. เพิ่มฟังก์ชันสื่อปฏิสัมพันธ์และสื่อใหม่ เช่น เทคโนโลยีความจริงเสริม (Augmented Reality: AR) เทคโนโลยีความจริงเสมือน (Virtual Reality: VR) หรือเทคโนโลยีความจริงผสมผสาน (Mixed Reality: MR) มาใช้เพื่อเพิ่มความน่าสนใจ และยกระดับประสบการณ์ของผู้ใช้งานให้ดียิ่งขึ้น

2. เชื่อมโยงกับสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) และแพลตฟอร์มท่องเที่ยวอื่นที่เกี่ยวข้อง เพื่อช่วยเพิ่มการเข้าถึงของกลุ่มเป้าหมาย และส่งเสริมการมีส่วนร่วมจากผู้ใช้งานให้มากขึ้น

3. เพิ่มตัวเลือกภาษา (Multilingual) โดยเฉพาะภาษาอังกฤษ เพื่อขยายกลุ่มเป้าหมายไปยังชาวต่างชาติและนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น

10. เอกสารอ้างอิง (References)

- Ayuwong, K., Saraboon, D., & Tungsathitkul, W. (2023). Digital Video Production Using Storytelling of The Death Railway. *RMUTK Journal of Liberal Arts*, 5(1), 55-67. (In Thai)
- Chayavudto (Thinthaew), P. P., Phrakrusathukitkoson, Panya-ake, M. K., & Maphadung, M. E. (2023). Historical Study and Tourism Activities at Prasat Khmer Community in Surin Province. *Journal of Buddhist Studies Vanam Dongrak*, 10(2), 37-52. (In Thai)
- Comengam, S., & Kiatpradab, K. (2022). *Tourist Attractions on Bangkok's Website* [Unpublished Bachelor's Thesis]. SIAM University. (In Thai)
- DeLone, W. H., & McLean, E. R. (2003). The DeLone and McLean Model of Information Systems Success: A Ten- Year Update. (2003). *Journal of Management Information Systems*, 19(4) , 9- 30. <https://doi.org/10.1080/07421222.2003.11045748>.
- Floričić, T., Šker, I., & Benassi, H. M. (2023). Enhancing Digital Promotion of Cultural Attractions: Assessing Websites, Online Marketing Tools and Smart Technologies. *Business Systems Research Journal*, 14(1), 72-92. <https://doi.org/10.2478/bsrj-2023-0004>.
- Iamsiriwong, O. (2012). *Systems Analysis and Design (Revised Edition)*. Se-Education. (In Thai)
- Jairassamee, J., & Saitong, P. (2023). Guidelines for Using a 360-Degree Interactive Media Approach to Promote Archaeology Tourism in Case Study of Sikhoraphum Castle at Surin Province. *Journal of Local Governance and Innovation*, 7(2), 111-126. <https://doi.org/10.14456/jlgisrru.2023.27>. (In Thai)
- Ketsirisuk, Y. (2021). The Development of Informational Website of Local Traditions in Roi Et Province. *Journal of SaengKhomKham Buddhist Studies*, 6(1), 16-28. (In Thai)
- Maprasom, W., Potisarn, N., Jairassamee, J., Potisarn, W., Chaithongsri, A., Yasaka, P., Meesawatdikul, W., Suksam, J., & Wathanti, S. (2021). Effect of Using Digital Media with Augmented Reality Technology for Creating Tourism Route Map of Khmer Civilization in four South Isan Provinces: Nakhon Ratchasima, Buriram, Surin and Sisaket. *Journal of Yala Rajabhat University*, 16(2), 161-170. (In Thai)
- Nitiphokin, P., Khankaew, C., & Phengwan, W. (2024). Creation of Video Media for Publicizing Tourist Attractions Mae Chan Sub District Umphang District Tak Province. *Journal of Social Science for Local Development Rajabhat Maha Sarakham University*, 8(4), 25-31. (In Thai)
- Ramadhani, R., & Setiawan, E. (2024). Pengembangan Situs Web Untuk Promosi Warisan Budaya Lokal dan Pariwisata Berbasis Berita. *Jurnal Teknologi Sistem Informasi*, 5(1), 57- 73. <https://doi.org/10.35957/jtsi.v5i1.7594>. (In Indonesian)
- Schramm, W. (1973). *Channels and Audiences in Handbook of Communication*. Rand McNelly Colledge.
- Thanapalo, P. A., Jarudhammo, P. M., Piyawanno, P. P., Siriphaphagon, Y., Kanthiang, K., & Klaungrit, S. (2022). Cultural Capital Management of the Legend of Prasat Yai Ngao, Ban Phun Sai, Ban Chob Sub-district, Sangkha District, Surin Province. *Arts and Culture Journal of the Lower Moon River*, 11(1), 66-77. <https://doi.org/10.14456/acj.2022.6>. (In Thai)
- Türker, G. Ö. (2020). Website Designing and Its Impact on Tourism Destinations. In Hassan, A., & Sharma, A. (Eds), *The Emerald Handbook of ICT in Tourism and Hospitality* (195-211). Emerald Publishing Limited.
- Wanglee, J., Kojornna, C., Yuanjai, T. & Rattanasimanont, T. (2020). The Development of Ecotourism Promotion Website Trang Province. *Agriculture and Technology Journal*, 1(1), 84-93. (In Thai).

