



## การวิจัยและสร้างสรรค์สื่อวีดิทัศน์แนวตั้งเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยววัตวิถี

### อำเภอหนองแซง จังหวัดสระบุรี

#### Research and Creation of Vertical Video for Promotion of Inno-life Tourism, Nong Saeng

#### District, Saraburi Province

### อาทินันท์ แก้วประจันตร์<sup>1</sup> และลักษณา คล้ายแก้ว<sup>2</sup>

<sup>1</sup>วิทยาลัยนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต, atinan.kea@gmail.com

<sup>2</sup>วิทยาลัยนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต, gaiglaw@hotmail.com

#### บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาด้านเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอวีดิทัศน์แนวตั้ง ขนาดภาพ 9:16 เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยววัตวิถี อำเภอหนองแซง จังหวัดสระบุรี 2) เพื่อสร้างสรรค์สื่อวีดิทัศน์แนวตั้งเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยววัตวิถี อำเภอหนองแซง จังหวัดสระบุรี จากการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อศึกษาด้านเนื้อหา และวิเคราะห์การนำเสนอจากคลิปวิดีโอแนวตั้ง จำนวน 5 คลิป สำหรับองค์ประกอบที่น่าสนใจนำไปประยุกต์ใช้ในสื่อวีดิทัศน์แนวตั้งเพื่อการประชาสัมพันธ์ วิเคราะห์ในข้อมูลเชิงพรรณนา ในประเด็นที่กำหนดไว้ในวัตถุประสงค์

ผลการศึกษาพบว่า การผลิตสื่อวีดิทัศน์แนวตั้งเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว จำนวน 1 ตอน เนื้อหาต้องมีการนำเสนอที่หลากหลาย น่าสนใจ ครอบคลุมในกิจกรรมวิถีชาวนาและสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ ความยาวในการนำเสนอไม่เกิน 5 นาที หัวใจสำคัญของการผลิตสื่อแนวตั้ง 9:16 คือจุดรวมความสนใจของภาพควรอยู่กึ่งกลางของวิดีโอ มีเนื้อหาของแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมต่าง ๆ ที่ครบถ้วน เพื่อให้เกิดความสนใจในอยากมีส่วนร่วม และมีคำที่ง่ายเกิดการจดจำ สามารถเข้าถึงได้กลุ่มเป้าหมายทุกกลุ่ม การดำเนินเรื่องโดยใช้การสัมภาษณ์สลับกับบทบรรยาย ในขั้นตอนการผลิตผู้วิจัยใช้อุปกรณ์สำหรับมืออาชีพและลำดับภาพด้วยโปรแกรมตัดต่อ เป็นขั้นตอนการนำภาพและเสียงมารวมกัน จากนั้นผู้วิจัยได้นำสื่อวีดิทัศน์แนวตั้งที่สร้างสรรค์ไปทดสอบใช้จริง โดยมีขั้นตอนกระบวนการผลิต 4 ขั้นตอน คือ 1) ขั้นตอนวางแผนการเตรียมการ (Planning) 2) ขั้นตอนการผลิต (Production) 3) ขั้นตอนหลังการผลิต (Post-Production) และ 4) การทดสอบและประเมินผล (Post-Test and Evaluation) ผลการประเมินพบว่ากลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักท่องเที่ยวมีความเข้าใจในเนื้อหาที่มีนำเสนอ จึงทำให้สื่อวีดิทัศน์แนวตั้งได้กระจายไปสู่คนที่ยังไม่รู้จักชุมชนอำเภอหนองแซง จังหวัดสระบุรี และส่วนใหญ่ต้องการเดินทางที่จะมาเที่ยว และต้องการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมแบบวิถีชาวนา ในสถานที่ดังกล่าว ทำให้ประสบความสำเร็จในส่วนใช้สื่อวีดิทัศน์แนวตั้งเพื่อการประชาสัมพันธ์ได้เป็นอย่างดี

**คำสำคัญ:** สื่อวีดิทัศน์, สื่อวีดิทัศน์แนวตั้ง, การประชาสัมพันธ์



## ABSTRACT

The research aimed to investigate the contents and presentation techniques of the 9:16 vertical videos used for the promotion of the inno-life tourism in Nong Saeng District, Saraburi Province and to create a vertical video for the public relations of the district. Data were obtained through in-depth interviews with key informants, and the analysis of the presentation formats of five video clips was carried out. The results showed that, in order to create a video clip for the promotion of inno-life tourism, the contents needed to be interesting, focusing on farmers' way of life as well as local tourist attractions. In addition, the content should be presented using a variety of techniques, and the length should not exceed 5 minutes. The most important things in the creation of 9:16 vertical video were: the main focus should be positioned in the center of the frame; the content should include sufficient information about local tourist attractions and activities in order to draw the audience's attention; the language used in the video clips should be catchy, easy to remember, and suitable for people of all age; and the storytelling should be conducted using narrative techniques and interviews. In terms of the creation of the vertical video, a variety of devices and editing programs were employed. The production process of such video included four stages: planning, production, post-production, and evaluation. The evaluation results showed that the target tourists understood the content of the video, resulting in more popularity of Nong Saeng district, and desired to visit the district and participate in local activities. Therefore, it could be concluded that the creation of the vertical video to promote the inno-life tourism of Nong Saeng district, Saraburi Province, was successful.

**Keywords:** Video Clips, Vertical Videos, Promotion

### 1. บทนำ

การท่องเที่ยว ถือเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศเนื่องจากการท่องเที่ยวเข้าไปเกี่ยวข้องกับหลายภาคส่วนก่อให้เกิดการกระจายรายได้ไปสู่ประชาชนอย่างกว้างขวางกระตุ้นการผลิตและนำเอาทรัพยากรของประเทศมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด นอกจากนี้ยังมีส่วนช่วยสนับสนุน ฟื้นฟูอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม และประเพณี พัฒนาสาธารณูปโภค การศึกษา และเทคโนโลยี ตลอดจนลดการอพยพเข้าสู่เมือง (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2547)

แนวคิดนี้ เกิดจากการนำคำว่า “นวัตกรรม” ผสมกับคำว่า “วิถีชีวิต” ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวที่เน้นส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยไม่ใช้การนำสินค้าที่มีความโดดเด่นของชุมชนออกไปวางเสนอขายนอกแหล่งชุมชนอย่างที่เคยมีมา แต่เป็นการนำผู้คนจากข้างนอก เข้าไปสัมผัสวิถีชีวิต เรียนรู้วัฒนธรรมความเป็นอยู่ อาหารการกิน และแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนนั้น ๆ แนวคิดของ “OTOP นวัตกรรม” เป็นการเปลี่ยนจากที่ชาวบ้านเคยผลิตสินค้าออกไปขายให้เขา เอาวิถีชีวิตออกมาเป็นผลิตภัณฑ์และบริการ เป็นการพัฒนาแบบระเบิดจากภายใน สนับสนุนให้คนในท้องถิ่นลุกขึ้นมาพัฒนาชุมชนของตนเองให้เข้มแข็ง ดึงอัตลักษณ์ชุมชนดั้งเดิมที่เน้นความเรียบง่าย ซึ่งดำเนินมาหลายชั่วอายุคน มาสร้างเสน่ห์ให้นักท่องเที่ยวประทับใจ พร้อมมีสินค้าที่เกิดจากภูมิปัญญาของคนในชุมชนคิด ไม่คิดมือกลับบ้านไปด้วย (นายธีระพงษ์ โสคาศรี, 2562)



ปัญหาของการมาท่องเที่ยวในอำเภอหนองแขง จังหวัดสระบุรี เกิดจากไม่เป็นที่รู้จักในหมู่นักท่องเที่ยวมากนัก คือ ขาดกระบวนการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ อีกทั้งยังขาดความต่อเนื่องในการสื่อสารออกเป็นวงกว้างแก่กลุ่มเป้าหมาย ปัจจุบันอำเภอหนองแขง จังหวัดสระบุรี ได้ประชาสัมพันธ์ผ่านทางเฟซบุ๊ก (Facebook) โดยการใช้ภาพถ่ายเป็นเครื่องมือการประชาสัมพันธ์เพียงอย่างเดียว โดยสื่อที่ได้รับความนิยมในปัจจุบันมักจะเกิดขึ้นจากกระแสของการแชร์หรือการส่งต่อกันในสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ในรูปแบบของไวรัลวิดีโอ (Viral Video) ด้วยพฤติกรรมของผู้บริโภคสื่อในยุคปัจจุบันมักจะใช้สมาร์ตโฟน (Smart Phone) เป็นอุปกรณ์หลักประเภทหนึ่งในการรับชมสื่อวิดีโอ ในอนาคตมีแนวโน้มที่จะมากขึ้นเรื่อย ๆ และผู้ใช้สมาร์ตโฟน (Smart Phone) ต่างนิยมดูในแนวตั้งตลอดเวลา โดยหารับชมสื่อประเภทวิดีโอในแนวตั้ง (Vertical Video) ด้วยเหตุการผลิตสื่อในรูปแบบเก่าที่เป็นขนาด 16:9 หรือ 1:1 เดิม ต้องทำให้พลิกสมาร์ตโฟน เพื่อให้ภาพมีขนาดที่เต็มจอ ถ้าเป็นในขนาดภาพแนวตั้ง (Vertical Video) หรือมีขนาดภาพ 9:16 จะทำให้พอดีกับหน้าจอโทรศัพท์และไม่จำเป็นต้องพลิกอุปกรณ์ในการรับชม เพราะนอกจากมือถือจะออกแบบมาให้จับในแนวตั้งแล้ว กิจกรรมต่าง ๆ ที่ทำในสมาร์ตโฟนส่วนใหญ่ก็จะเกิดขึ้นในแนวตั้ง เกือบทั้งหมด เช่น การแชทในไลน์ (Line) การสไลด์บนหน้าเฟซบุ๊ก (Facebook) เป็นต้น มีการศึกษาจาก Facebook พบว่า 79% ของผู้ถูกสำรวจซึ่งเป็นผู้ที่รับชม vertical video มีความเห็นว่า format แบบนี้ดึงดูดใจได้มากกว่า และเป็น format ที่มักเลือกรับชม (ชัยพร อุดมชนะโชค, 2562)

การประชาสัมพันธ์จะช่วยให้กลุ่มเป้าหมายเข้าถึงสถานที่ สามารถสื่อสารสิ่งที่ต้องการให้เป็นที่รู้จักแก่กลุ่มเป้าหมายในจำนวนที่มากขึ้น ในระยะเวลาอันสั้นและรวดเร็ว และมีรูปแบบการสื่อสารที่แตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับประเภทของสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อมวลชน สื่ออินเทอร์เน็ตและสื่ออื่น ๆ ในยุคสังคมปัจจุบัน สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) มีอิทธิพลต่อชีวิตประจำวันอย่างมาก อีกทั้งยังเป็นจุดเปลี่ยนของโลกแห่งการสื่อสารสู่รูปแบบใหม่ ที่รวดเร็ว คอยทำหน้าที่เป็นช่องทาง การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารไปยังผู้ใช้งานหรือกลุ่มเป้าหมายในจำนวนมาก

การผลิตสื่อวิดีโอเพื่อการประชาสัมพันธ์เป็นกระบวนการทำงานที่มีความพิถีพิถัน ใช้จิตวิทยาในการนำเสนอซึ่งต้องสร้างความพอใจให้ทั้งเจ้าของงาน ผู้นำชุมชน ประชาชนในพื้นที่ และผู้ดูผู้ชมที่เป็นมวลชน อันมีความหลากหลาย สื่อวิดีโอที่ดีถ้ามีการวางแผนการผลิตที่ดี มีความประณีต สื่อสารได้ตรงประเด็น ย่อมจะนำไปสู่ความสำเร็จสมหวังในสิ่งที่ต้องการการสื่อสารได้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะทำวิจัยและสร้างสรรค์สื่อวิดีโอแนวตั้งเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยววัดวิถี อำเภอหนองแขง จังหวัดสระบุรี โดยการเสนอผ่านสื่อ เฟซบุ๊ก (Facebook) ซึ่งเป็นสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ที่มีผู้ใช้มากเป็นอันดับต้นๆ ของประเทศไทย โดยการใช้ภาพเป็นแนวตั้ง (Vertical Video) ขนาดภาพ 9:16 ในการนำเสนอ เนื่องจากได้รับความนิยม และสถิติยืนยัน สื่อวิดีโอได้ผลตอบรับที่ดีกว่า

## 2. วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาด้านเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอวิดีโอแนวตั้ง ขนาดภาพ 9:16 เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยววัดวิถี อำเภอหนองแขง จังหวัดสระบุรี
- 2) เพื่อสร้างสรรค์สื่อวิดีโอแนวตั้งเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยววัดวิถี อำเภอหนองแขง จังหวัดสระบุรี



### 3. การดำเนินการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยแบ่งระเบียบวิธีวิจัยออกเป็น 2 ส่วน 1) ศึกษาข้อมูลประเภทเอกสาร แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล การสัมภาษณ์เชิงลึก และถอดองค์ประกอบวิธีการนำเสนอ จากสื่อวีดิทัศน์แนวตั้งเกี่ยวกับการท่องเที่ยว 2) ผลิตสื่อวีดิทัศน์แนวตั้งเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว นวัตกรรม วิถีชีวิต อำเภอนองแขง จังหวัดสระบุรี โดยอาศัยความรู้จากการศึกษามาเป็นแนวทางการสร้างสรรค์สื่อวีดิทัศน์แนวตั้ง

แหล่งข้อมูลในการศึกษา จำแนกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ 1) ข้อมูลประเภทเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์สื่อในแนวตั้ง การดำเนินงานต่าง ๆ ของชุมชน เอกสารจากบทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 2) ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับการท่องเที่ยว จากบุคลากรด้านวิชาการด้านการท่องเที่ยว จำนวน 1 คน โดยนำข้อมูลจากโครงการพัฒนาเครือข่ายการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนวิถีชานา-เกษตรภาคกลางอย่างสร้างสรรค์ โดยการพัฒนาการตลาด 4.0 อย่างมีส่วนร่วม หัวข้อ การออกแบบการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้วยกระบวนการหรือสร้างทางความคิด , สัมภาษณ์กลุ่มที่ได้รับการยอมรับในพื้นที่อำเภอนองแขง จังหวัดสระบุรี ในประเด็นเรื่องกิจกรรมการท่องเที่ยวและการประชาสัมพันธ์ในอำเภอนองแขง จำนวน 3 คน ผู้วิจัยใช้วิธีการการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อใช้เป็นแนวทางการสร้างสรรค์บทสำหรับสื่อวีดิทัศน์แนวตั้งเพื่อการประชาสัมพันธ์ 3) สื่อวีดิทัศน์แนวตั้งที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว โดยถอดองค์ประกอบด้านเนื้อหา วิธีการนำเสนอ จาก Facebook Wongnai Travel มีแนวทางการคัดเลือกจากยอดผู้เข้าชมสูงสุด จำนวน 5 คลิป โดยใช้ขั้นตอนในการผลิตสื่อวีดิทัศน์แนวตั้ง 3 ขั้นตอนคือ ขั้นตอนก่อนการผลิต (Pre-Production) ขั้นตอนการผลิต (Production) และขั้นตอนหลังการผลิต (Post-Production) การทดสอบและประเมินหลังขั้นตอนการผลิตและตรวจสอบจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่เสร็จ ผู้วิจัยได้นำผลงานสื่อสร้างสรรค์วีดิทัศน์แนวตั้งไปทดลองประชาสัมพันธ์ในเฟซบุ๊ก (Facebook) : ชานาวิถีหนองแขงเพื่อทดสอบการใช้งาน โดยให้ผู้ที่ติดตามเพจชานาวิถีหนองแขง จำนวน 20 คน โดยใช้การสัมภาษณ์ประเมิน 3 ด้าน ความเข้าใจเนื้อหา ความเหมาะสมของรูปแบบการนำเสนอสื่อวีดิทัศน์แนวตั้ง ความเหมาะสมของเนื้อหา ครอบคลุม เข้าใจง่าย ความพึงพอใจรูปแบบการนำเสนอ และข้อเสนอแนะ การนำเสนอข้อมูล ผู้วิจัยได้ทำการนำเสนอผ่านกระบวนการการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่อำเภอนองแขง จังหวัดสระบุรี และการตีความของผู้วิจัยเป็นหลัก โดยใช้วิธีการเขียนบรรยายในสิ่งพบเห็นอย่างละเอียดและชัดเจน โดยเชื่อมโยงกับแนวคิดต่าง ๆ ที่กล่าวไว้ในบทที่ 2 มาควบคุมข้อมูลที่เกิดขึ้น พร้อมตัวอย่างคำพูดประเภทคำหลักที่ได้เพื่อแสดงให้เห็นภาพของข้อมูลที่เกิดขึ้นได้อย่างชัดเจน

### 4. ผลการวิจัย สรุปผลการวิจัย

การวิจัยองค์ประกอบด้านเนื้อหาและวิธีการนำเสนอของสื่อวีดิทัศน์แนวตั้งเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยววิถีชีวิต อำเภอนองแขง จังหวัดสระบุรี ในวีดิทัศน์แนวตั้ง (Vertical Video) ขนาดภาพ 9:16

1) แนวทางการผลิตด้านเนื้อหาสื่อวีดิทัศน์แนวตั้งเพื่อประชาสัมพันธ์อำเภอนองแขง จังหวัดสระบุรี จากการศึกษาข้อมูลและรวบรวมข้อมูลจากบุคคลผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในอำเภอนองแขง จังหวัดสระบุรี โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) เพื่อผลิตเนื้อหา พบว่า วิถีชีวิตที่ใช้ประกอบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยววิถีชีวิต อำเภอนองแขง จังหวัดสระบุรีต้องเป็นสื่อที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย สื่อสารได้ดีในวงกว้าง เข้าถึงคนหมู่มากได้ดี ให้ข้อมูลหลากหลาย สื่อถึงวิถีชีวิตเรียบง่าย กิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นซึ่งจัดโดยชาวบ้านสำหรับต้อนรับเพื่อที่นักท่องเที่ยวจะได้ลงมือปฏิบัติจริง และสร้างอารมณ์ร่วมให้กับผู้ชมให้เกิดความสนใจในกิจกรรม รวมถึงมี



แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์ของอำเภอหนองแขงในหลายๆที่ที่น่าสนใจประกอบในสื่อวีดิทัศน์ด้วย มีศักยภาพที่จำง่าย “หนองแขงความสุขไม่เคยเปลี่ยน” ทำให้ผู้รับชมเกิดความสนใจและต้องการมาเที่ยวพักผ่อน หรือศึกษาด้านการเกษตรต่าง ๆ โดยผ่านภาพจากบรรยากาศจริง ในชุมชนสถานที่จริง การดำเนินเรื่องโดยการสัมภาษณ์และเสียงบรรยาย โดยเลือกพิธีกรที่เป็นคนในชุมชนเองเพื่อให้เกิดความเป็นกันเอง และเพื่อไว้สำหรับนำไปใช้ประกอบการกิจกรรมอื่น ๆ ของชุมชนต่อไป

2) การถอดองค์ประกอบวิธีการนำเสนอสื่อวีดิทัศน์แนวตั้ง จำนวน 5 คลิป เพื่อนำมาปรับใช้ โดยมีรายละเอียดคือ องค์ประกอบการนำเสนอด้านเนื้อหา องค์ประกอบด้านภาพ ได้แก่ ขนาดภาพ มุมกล้อง การเคลื่อนกล้อง องค์ประกอบด้านการตัดต่อ องค์ประกอบด้านเสียง องค์ประกอบด้านกราฟิก (Graphic) จากการศึกษาและนำไปปรับใช้ มีดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 องค์ประกอบของวีดิทัศน์แนวตั้ง เพื่อนำไปประยุกต์สำหรับสร้างสรรค์สื่อวีดิทัศน์แนวตั้งเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยววิถี อำเภอหนองแขง จังหวัดสระบุรี

แหล่งข้อมูล	เทคนิคที่น่าสนใจ	การนำไปประยุกต์ใช้ในการผลิตสื่อ
1) Wongnai Travel : เที่ยวตามงบ ep.10 เที่ยวเพชรบุรี งบ 360 เอาอยู่!	- การเดินทางด้วยรถไฟ - ใช้มุมภาพที่หลากหลาย	ใช้การเดินทางโดยรถไฟจากกรุงเทพไปยังอำเภอหนองแขง
2) Wongnai Travel : เที่ยวตามงบ EP.11 เที่ยวกาญจนบุรี งบ 700 บาทได้เงินทอน!	- เทคนิคเส้นนำสายตา - มีขนาดภาพที่หลากหลาย - การเคลื่อนกล้อง	นำไปใช้สำหรับการถ่ายภาพประกอบ
3) Wongnai Travel : ล่ามทรงนายฮ้อยพานุก! ที่เที่ยวเชียงราย 2 วัน ชุมชน บ้านปางห้า-คอยสะโง้	- มีเนื้อหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบโฮมเดย์	ปรับใช้สำหรับเนื้อหา และลำดับเหตุการณ์สำหรับบท
4) Wongnai Travel : เที่ยว MRT 4 สถานีใหม่	- การรวมภาพไว้ใน 1 เฟรมวิดีโอ - ภาพมุมต่ำ / มุมสูง	ใช้สำหรับทำภาพประกอบเพื่อเพิ่มความน่าสนใจของวีดิทัศน์
5) Wongnai Travel : เที่ยวคลองบางหลวง เสพงานอาร์ตสุดชิค	ใช้ภาพประกอบและตัวหนังสือเป็นในการดำเนินเรื่อง	สำหรับภาพประกอบ และใช้ตัวหนังสือในการค้นเนื้อหา

เทคนิคการนำเสนอสื่อวีดิทัศน์แนวตั้งที่มีขนาด 9:16 พบว่า มีกระบวนการผลิตที่คล้ายกับการผลิตสื่อแอนิเมชันในรูปแบบเดิม โดยองค์ความรู้ที่ได้จากการผลิตสื่อแนวตั้ง คือ จุดสนใจหลักของภาพนั้นควรอยู่บริเวณกลางจอ และไม่ควรมีความยาวเกิน 5 นาที



จากการศึกษาและรวบรวมข้อมูลทั้งหมด พบว่า สื่อวีดิทัศน์แนวตั้งที่ใช้ในการประกอบการประชาสัมพันธ์ท่องเที่ยววนวัตวิถี อำเภอหนองแซง จังหวัดสระบุรี ต้องเป็นสื่อที่มีความทันสมัย มีเนื้อหาภาพที่ครบถ้วน มีเสียงบรรยายที่น่าฟัง โดยใช้ท่อนสุกหรือภาพที่สำคัญของเนื้อหาเปิดในตอนต้นเพื่อดึงความสนใจของผู้ชม และอีกครั้งในช่วงกลางของสื่อวีดิทัศน์อีกครั้ง เพื่อให้ผู้ชม ได้ติดตามเนื้อหาตั้งแต่ต้นจนจบ ตลอดจนกระบวนการประชาสัมพันธ์ด้วยสื่อวีดิทัศน์แนวตั้ง ทำให้ผู้รับชมเกิดการรับชมที่สะดวกมากขึ้น ผู้ชมเข้าถึงกิจกรรมต่าง ๆ แบบไม่สะดุด เนื่องจากไม่ต้องพลิกจอไปมาเพื่อให้ได้รับชมแบบเต็มจอด้วยโทรศัพท์มือถือ รวมถึงประสิทธิภาพในการส่งต่อของข้อมูลแบบวงกว้างได้มากขึ้นและคิดว่า สื่อวีดิทัศน์แนวตั้งเป็นสื่อใหม่ที่กำลังได้รับความนิยมอย่างมากในปัจจุบัน กระบวนการสำคัญสำหรับการสร้างสรรค์สื่อวีดิทัศน์แนวตั้งควรองค์ประกอบการนำเสนอที่สำคัญ ดังนี้

ตารางที่ 2 องค์ประกอบการดำเนินการนำเสนอสื่อวีดิทัศน์แนวตั้งเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยววนวัตวิถีอำเภอหนองแซง จังหวัดสระบุรี ประกอบด้วย

การนำเสนอ	เทคนิค
1) ดึงดูดความสนใจแรกของผู้ชมในช่วงต้นของวิดีโอ ด้วยจุดพีคของวิดีโอต้องอยู่ในช่วง 5-20 วินาทีแรก เรียกว่าท่อน สุก (Hook) เพื่อดึงคนดูให้อยู่ตั้งแต่ต้นจนจบ	ประมวลภาพการท่องเที่ยว กิจกรรมต่าง ๆ ในแบบวิถีชาวนาอำเภอหนองแซง นำมาตัดสลับอย่างรวดเร็ว เพิ่มเทคนิคการคอลลี่เพิ่มเสียงเอฟเฟค เพื่อกระตุ้นความสนใจของผู้ชม
นำเสนอโดยใช้เรื่องราวผ่านภาพหรือเทคนิคที่น่าสนใจ	ภาพมุมสูงจากโดรน และภาพวิถีชีวิตชุมชน โดยขนาดภาพต่าง ๆ
2) ทำให้ผู้ชมเกิดการกระตุ้นการรับรู้และต้องการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน	กิจกรรมต่าง ๆ ในชุมชน โดยตัดต่อความยาวของการสัมภาษณ์คนในชุมชนไม่เกิน 20 วินาทีต่อครั้ง ใช้ภาพประกอบ ผู้ชมจะเกิดการรับรู้และความอยากมีส่วนร่วมในกิจกรรม มากกว่าสัมภาษณ์แบบยาว โดยมีเสียงบรรยายทราจจริงประกอบเพื่อกระตุ้นการรับรู้อีกด้วย
3) กระตุ้นผู้ชมต่อด้วยภาพแหล่งท่องเที่ยวมากมาย	ภาพบรรยากาศการท่องเที่ยวที่สวยงามโดยภาพมุมสูง และภาพอื่นๆ ประกอบกับเสียงบรรยายที่น่าฟัง และดนตรีประกอบที่สนุกสนาน
4) มีคีย์เวิร์ดให้จำง่าย หรือ คำพูดติดปาก	ใช้เสียงบรรยาย “หนองแซงความสุขไม่เคยเปลี่ยน” และภาพประกอบพื้นหลังเป็นบรรยากาศยามเย็นเพื่อสื่อถึงบรรยากาศและวิถีชีวิตที่เรียบง่าย พบหาได้ยากจากชีวิตในเมือง
5) หัวใจของสัดส่วนของภาพ 9:16 ที่สำคัญเพื่อดึงจุดสนใจของผู้ชม	จุดโฟกัสที่น่าสนใจของภาพควรอยู่บริเวณ กึ่งกลางจอเสมอ
6) ความยาวต่อวิดีโอ	ไม่เกิน 5 นาที



### 3) การสร้างสรรค์สื่อวีดิทัศน์แนวตั้งเพื่อการประชาสัมพันธ์อำเภอหนองแขง จังหวัดสระบุรี

3.1 ขั้นตอนก่อนการผลิต ได้วิเคราะห์เนื้อหาจากการสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับอำเภอหนองแขง เพื่อทราบถึงองค์ประกอบต่าง ๆ แหล่งท่องเที่ยวและสำหรับกิจกรรม เช่น กิจกรรมการเรียนรู้การเกษตรเป็นต้น จากนั้นลงพื้นที่สำรวจและวางแผนการถ่ายทำ เมื่อทราบวัตถุประสงค์และเป้าหมายในการดำเนินงานจึงพัฒนาเป็นโครงเรื่องและบทเพื่อใช้สำหรับการถ่ายทำใช้ข้อมูลที่ได้จากตอนต้น โดยใช้ชาวบ้านและเกษตรกรและเสียงบรรยายเป็นตัวดำเนินเรื่อง

3.2 ขั้นตอนการผลิต เป็นการถ่ายทำบันทึกภาพในแนวตั้ง กิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยว วิถีชีวิตแบบชาวนา สถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ สัมภาษณ์เกษตรกรและเจ้าของที่พัก ทั้งภาพหลักและภาพประกอบ โดยใช้สถานที่จริงในเพื่อให้ได้ภาพบรรยากาศที่น่าสนใจประกอบกับเสียงที่รอบข้างที่เกิดขึ้น เช่น เสียงเปิดในเต้า เป็นต้น เพื่อให้เกิดอรรถรสในการรับชมยิ่งขึ้น อีกทั้งได้บันทึกเสียงสำหรับการบรรยายด้วย เพื่อนำมาผลิตเป็นสื่อวีดิทัศน์แนวตั้งอีก โดยขั้นตอนนี้ได้ดำเนินตามแผนงานที่ได้วางไว้ในขั้นตอนก่อนการผลิต

3.3 ขั้นหลังการผลิต เป็นกระบวนการสุดท้ายก่อนที่จะเผยแพร่ เป็นการนำเอาวีดิโอที่ถ่ายทำ มาเรียบเรียงตัดต่อส่วนที่เกินหรือไม่ต้องการเผยแพร่ หรืออาจจะมีการแก้ไขปรับปรุงเพิ่มเติม เช่น การย้อมสี (Color Grading) เพิ่มความน่าสนใจด้วยเทคนิคพิเศษด้วยการใช้ การทำภาพให้เร็วขึ้นเพื่อดึงความสนใจจากผู้ชม การใส่เสียงประกอบ (Sound Effect) รวมถึงการใส่กราฟฟิกต่าง ๆ ขึ้นชื่อของแต่ละส่วนประกอบที่ต้องการขยายความ หรือบอกเล่าสร้างเข้าใจด้วยตัวหนังสือ บันทึกเสียงประกอบ เพื่อเพิ่มเข้าใจในชิ้นงานมากขึ้น โดยใช้โปรแกรม Adobe Premiere Pro CC 2019 โดยค่า Project ที่สำคัญสำหรับการตัดต่อวีดิทัศน์แนวตั้ง คือ Frame Size : 1080h 1920v 9:16 หลังเสร็จสิ้นกระบวนการตัดต่อ ได้ทำการส่งให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทำการประเมินด้านเนื้อหาและการนำเสนอว่าถูกต้องหรือไม่เพื่อนำมาปรับแก้ไขให้สมบูรณ์

ผลการผลิตสื่อวีดิทัศน์แนวตั้งเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยววัดวิจิ อำเภอหนองแขง จังหวัดสระบุรี เป็นสิ่งที่ช่วยให้เกิดทำให้เกิดการสร้างกระบวนการส่งมอบบริการได้อย่างมีระบบ เกิดความถูก เกิดการเข้าใจในด้านการบริการที่ชาวบ้านชุมชนอำเภอหนองแขง จังหวัดสระบุรีจัดขึ้น กำหนดเวลาการใช้บริการของนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสมและเป็นระบบ และเกิดการปรับเปลี่ยน พัฒนานวัตกรรมบริการอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ เพื่อให้เกิดความพอใจของผู้สนใจเข้ามาใช้บริการ

## 5. การอภิปรายผล

จากการศึกษาพบว่า การวิจัยและสร้างสรรค์สื่อวีดิทัศน์แนวตั้งเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยววัดวิจิ อำเภอหนองแขง จังหวัดสระบุรี มีประเด็นน่าสนใจสำหรับการอภิปราย ดังต่อไปนี้

ผลการประเมินรูปแบบการนำเสนอสื่อวีดิทัศน์แนวตั้งที่ผู้วิจัยผลิตขึ้นจำนวน 1 ตอน “หนองแขงความสุข ไม่เคยเปลี่ยน” เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยววัดวิจิ อำเภอหนองแขง จังหวัดสระบุรี ด้วยการให้ชมผลงานวีดิทัศน์แนวตั้งผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก : “ชาวนาวีดิหนองแขง” ผลการประเมินพบว่า ด้านเนื้อหา เข้าใจง่าย ครอบคลุม ช่วยให้ผู้ใช้รับชมทราบถึงจุดประสงค์ของกิจกรรมต่าง ๆ ของชาวชุมชนที่จัดขึ้นเพื่อนักท่องเที่ยวอย่างครอบคลุม และสำหรับผู้ที่ต้องการมาเที่ยวพักผ่อนต่าง ๆ ว่ามีสถานที่ที่ควรไปที่ไหนบ้าง มีภาพประกอบที่สวยงาม และเสียงอธิบายที่น่าฟัง ทำให้สนใจที่จะมาเที่ยว ความเหมาะสมด้านรูปแบบการนำเสนอ มีความเหมาะสม เพราะ เวลาดูวีดิทัศน์แนวตั้ง



ดังกล่าว ไม่ต้องกลับจ้อมือถือไป มา เพื่อให้เต็มจอ ต่างจากแบบเดิมที่เป็นแนวนอน จึงง่ายต่อการรับชม เพียงแต่เนื่องจากสื่อวีดิทัศน์เป็นแนวตั้ง ทำให้องค์ประกอบภาพมองเห็นในมุมที่แคบกว่าปกติที่เป็นแนวนอน และยังไม่ทราบจุดประสงค์ของรูปแบบที่นำเสนอในแนวตั้งทำให้บางคนยังเคยชินกับการสลับจอไปมาเพื่อให้เต็มจอ ข้อเสนอแนะเนื่องจากสื่อแนวเป็นแนวตั้ง ที่มีความยาวมากเกินไป ทำให้ดูอึดอัด อยากให้ลดเวลา กระชับในเนื้อหาเพื่อที่จะได้ลดเวลาในการชมลง พร้อมทั้งยังมีข้อเสนอแนะว่าให้มีการจัดทำเพิ่ม เพื่อเพิ่มเนื้อหาในส่วนอื่น ๆ ที่ยังขาดเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ในอนาคต

ด้านเนื้อหาสื่อวีดิทัศน์แนวตั้งเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวอำเภอหนองแขง จังหวัดสระบุรี พบว่าสามารถนำเสนอเนื้อหาการท่องเที่ยววิถีชีวิตได้น่าสนใจ มีการดำเนินเรื่องที่น่าสนใจ เข้าใจง่าย ครอบคลุม และครอบคลุม ถ่ายทอดวิถีชีวิตนาได้อย่างดี การใช้เสียงบรรยายประกอบเพื่อให้เกิดความน่าสนใจของเนื้อหาที่เป็นจุดสำคัญของการมาท่องเที่ยว กลุ่มผู้ที่ได้รับชมสื่อวีดิทัศน์แนวตั้งมีความพึงพอใจและสนใจที่จะมาท่องเที่ยว ผู้วิจัยวางโครงเรื่องโดยการสัมภาษณ์เกษตรกรเจ้าของสวน สลับกับแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของอำเภอหนองแขง สอดคล้องกับ พจนานุกรม และสมภพ ชัยจ้อหอ (2556) การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม กำหนดทิศทางการท่องเที่ยวโดยสมาชิกในชุมชน จัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อชุมชน และชุมชนเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวมีบทบาทเป็นเจ้าของมีสิทธิ์ในการจัดการดูแลเพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน

ด้านการนำเสนอสื่อวีดิทัศน์แนวตั้งเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยววิถีชีวิตอำเภอหนองแขง พบว่า เป็นรูปแบบการนำเสนอสื่อวีดิทัศน์แนวตั้งเหมาะสมสำหรับแสดงบนมือถือเท่านั้น จึงทำให้สามารถรับชมได้เต็มจอ โดยพฤติกรรมการใช้มือถือของคนส่วนใหญ่ มักจะจับในลักษณะแนวตั้ง เมื่อรูปแบบสื่อวีดิทัศน์ที่เป็นธรรมชาติไปกับพฤติกรรมการใช้งานของที่ได้รับชม ผู้รับชมจะรู้สึกว่าการชมหรือจัดจังหวะจากการพลิกหน้าจอไปมา สามารถดึงดูดใจผู้รับชมได้ดีกว่า สอดคล้องกับ ชัยพร อุดมชนะโชค (2562) 79% ของผู้ถูกสำรวจซึ่งเป็นผู้ที่รับชม vertical video มีความเห็นว่า format แบบนี้ดึงดูดใจพวกเขาได้มากกว่า และเป็น format ที่พวกเขามักเลือกรับชม

ด้านการประชาสัมพันธ์ของสื่อวีดิทัศน์แนวตั้งเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยววิถีชีวิตอำเภอหนองแขง จังหวัดสระบุรี สื่อสังคมออนไลน์เป็นสื่อสมัยใหม่ (New Media) เทคโนโลยีการสื่อสารที่มีอิทธิพลในการการแพร่ขยายไปในวงกว้างสิ่งที่ต้องการประชาสัมพันธ์ คือสามารถแบ่งปัน ได้ตอบถึงกันและกันได้ มีการส่งต่อกันจากผู้ส่งคนเดียวไปสู่ผู้รับ 2 -3 คนในเวลาอันรวดเร็ว สอดคล้องกับ Donna L. Hoffman & Thomas P. Novak (1995) (อ้างในเพ็ญทิพย์ จิรพินนุสรณ์, 2539:17) อินเทอร์เน็ตนับได้ว่าเป็นช่องทางสำคัญสำหรับตัวสารที่ทำให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ขึ้น ในการสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์ ซึ่งเป็นการปฏิสัมพันธ์กับเครื่องคอมพิวเตอร์มากกว่าที่จะใช้คอมพิวเตอร์เป็นช่องทางในการสร้างปฏิสัมพันธ์ จึงทำให้สื่อวีดิทัศน์แนวตั้งได้กระจายไปสู่คนที่ยังไม่รู้จักชุมชนอำเภอหนองแขง จังหวัดสระบุรี และส่วนใหญ่ต้องการเดินทางที่จะมาเที่ยว และต้องการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมแบบวิถีชีวิตนา ในสถานที่ดังกล่าว ทำให้ประสบความสำเร็จในส่วนของประชาสัมพันธ์ได้เป็นอย่างดี เมื่อชุมชนเกิดการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นผลดีต่อการนำไปสู่การพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจสังคมรวมถึงยกระดับวิถีชีวิตของชาวชุมชนอำเภอหนองแขง รวมถึงเกิดการสำนึกรักบ้านเกิด เกิดการรวมกลุ่ม ร่วมคิด ที่ต้องพัฒนาชุมชนให้มีศักยภาพที่ดีขึ้นในทุกวัย เพื่อนำไปสู่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต่อไป การประเมินผลงานวีดิทัศน์ถือว่าผู้วิจัยได้ปฏิบัติตามขั้นตอนกระบวนการผลิตเป็นอย่างดี สอดคล้องกับ เคนท์ เวอร์โธม และ เอียน เฟนวิค (2551) กล่าวว่า จากองค์ประกอบขึ้น





พื้นฐานนี้จะเห็นได้ว่าผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลในการแพร่ขยายข้อมูลข่าวสารในวงกว้างในโลกออนไลน์ ผู้บริโภคมีอำนาจควบคุมทุกสิ่งอย่างว่าพวกเขาต้องการบอกระไร บอกกับใคร และบอกเมื่อไหร่ ซึ่งเมื่อพวกเขาแคคลิกแชร์ หรือ โปสข้อความแสดงความคิดเห็นนั้นเพียงครั้งเดียว ข้อความนั้นก็ถูกกระจายในวงกว้างอย่างรวดเร็ว และสามารถส่งต่อกันไปอย่างไม่รู้จบ ซึ่งปรากฏการณ์ใหม่นี้บางคนเรียกว่า สื่อสร้าง โดยผู้บริโภค (Consumer generated media) หรือกระแสฮือฮาออนไลน์ (Online Buzz) หรือคำพูดปากต่อปากฉบับออนไลน์ (Online word of mouth) และ ไพโรจน์ ติรันธนากุล และคณะ (2528) กล่าวไว้ว่า การประเมินผล (Evaluation) เมื่อฉายเทปวิดีโอทัศน์ดังกล่าวแล้ว การแสดงสาธิต (ถ้ามี) การดำเนินเนื้อหา การตัดต่อ ศิลปกรรม ดนตรี และเสียงประกอบ ซึ่งผลจากการประเมินนี้ ผลผลิตสามารถนำไปใช้ปรับปรุงวิดีโอทัศน์ และอาจจะเป็นแนวทางในการผลิตวิดีโอทัศน์เรื่องอื่น ๆ ต่อไป

## 6. ข้อเสนอแนะ

### 1) ข้อเสนอแนะทั่วไปในการผลิตสื่อวิดีโอทัศน์แนวตั้ง

1) การผลิตสื่อวิดีโอทัศน์แนวตั้งมีขั้นตอน เครื่องมือเฉพาะทาง ขาดต่อการผลิตของชาวชุมชน ดังนั้นควรมีการสนับสนุนจากหน่วยงานพัฒนาชุมชน เพื่อให้เกิดองค์ความรู้เรื่องการผลิตสื่อวิดีโอทัศน์แนวตั้งอย่างง่ายด้วยโทรศัพท์มือถือ

2) ควรเพิ่มซับไตเติล (Subtitle) ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ สำหรับสื่อประเภทวิดีโอทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ไปในวงกว้างทั่วไปและต่างประเทศ เพื่อนำเสนอผ่านทางสื่อออนไลน์ (Online)

### 2) ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1) ขยายพื้นที่ในการศึกษาการวิจัยท่องเที่ยววิถีชุมชนไปยังภูมิภาคอื่นในวงกว้าง เนื่องจากบริบทของแต่ละชุมชนมีความแตกต่างกัน

2) สักส่วนของสื่อวิดีโอทัศน์แนวตั้งสร้างความพอใจให้กับชุมชนสำหรับการประชาสัมพันธ์ได้อย่างดีสามารถถ่ายทอดเนื้อหาที่น่าสนใจและแปลกใหม่ ดังนั้น ควรศึกษาองค์ความรู้ด้านกระบวนการผลิต ตัวอย่างเช่น การเล่าเรื่องและการผลิตผ่านสื่อวิดีโอทัศน์แนวตั้งโดยใช้โทรศัพท์มือถือเพื่อชุมชนสามารถผลิตสื่อวิดีโอทัศน์แนวตั้งเพื่อประชาสัมพันธ์ทางออนไลน์ (Online) อย่างง่าย เพื่อมีสื่อประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องต่อไป

## กิตติกรรมประกาศ

ความสำเร็จในการทำวิจัยอิสระฉบับนี้ได้รับความเมตตาจากอย่างสูงจากอาจารย์ที่ปรึกษา รศ.ดร.ลักษณา คล้ายแก้ว คณะกรรมการ 2 ท่าน ได้แก่ รศ.ดร.กฤษดา เกิดดี และ รศ.ดร.กฤษ ทองเลิศ ที่คอยให้คำแนะนำ ชี้แนะแนวทางที่เป็นประโยชน์ ตลอดจนชาวชุมชนอำเภอหนองแซง จังหวัดสระบุรีและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในข้อมูลเนื้อหากระบวนการผลิตสื่อสร้างสรรค์ อันเป็นส่วนสำคัญและเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการดำเนินการวิจัยอิสระชิ้นนี้

ข้าพเจ้าขอโน้มรำลึกและบูชาพระคุณบิดา มารดา บวรพคณาจารย์ และผู้ที่มีพระคุณทุกท่านทั้งในอดีตจนถึงปัจจุบันที่ได้อบรมสั่งสอน สนับสนุนช่วยเหลือตลอดจนประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ให้แก่ข้าพเจ้าตลอดมา รวมทั้งขอกราบขอบพระคุณบิดามารดาและครอบครัวทุกท่าน ที่มีส่วนช่วยเหลือให้การสนับสนุนและเป็นกำลังใจให้การวิจัยอิสระฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี



## เอกสารอ้างอิง

ชัยพร อุดมชนะโชค. (2562). Vertical Content มันเจ๋งยังไง. เข้าถึงได้จาก :

<https://www.maxideastudio.com/blog/benefits-vertical-content/>

พงศ์ศักดิ์ บัวจะมะ. (2555). การพัฒนาทัศนศิลป์บนอินเทอร์เน็ตเพื่อส่งเสริมความมีจิตสาธารณะของนักศึกษาปริญญาตรี. ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.

ธีระพงษ์ โสดาศรี. (2562). OTOP นวัตกรรมคืออะไร. เข้าถึงได้จาก :

<https://www.thailandplus.tv/archives/53463>

พจนานา สนวนศรี และสมภพ ยี่จอหอ. (2556). คู่มือมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน. เชียงใหม่:

พิมพ์ลักษณ์ พงศกรรังศิลป์. (2557). การจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน: กรณีศึกษาบ้านโคกไคร จังหวัดพังงา. *ฉบับมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ วารสารวิชาการ Veridian E-Journal*. 7(3), 650-665.

เพ็ญทิพย์ จีรพินสุรณัง. (2539). พฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารผ่านสื่อมวลชนและอินเทอร์เน็ตของนักศึกษาและบุคลากรของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ. วิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอหนองแซง จังหวัดสระบุรี เข้าถึงได้จาก :

<http://district.cdd.go.th/nongsaeng/about-us/ประวัติความเป็นมา/>

อรุณภา ดั้นยะเสน. (2556). การชมรายการโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยวต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในประเทศไทย. สาขา วิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Thumbupteam. (2561). เปิดความจริง วิดีโอแนวตั้ง คือจริงไหม. เข้าถึงได้จาก :

<https://www.thumbsup.in.th/infographic-videos-vertical>

Sidharth Jena. (2562). Facebook Vertical Video Guide for Beginners. เข้าถึงได้จาก :

<https://vidooly.com/blog/facebook-vertical-video/>