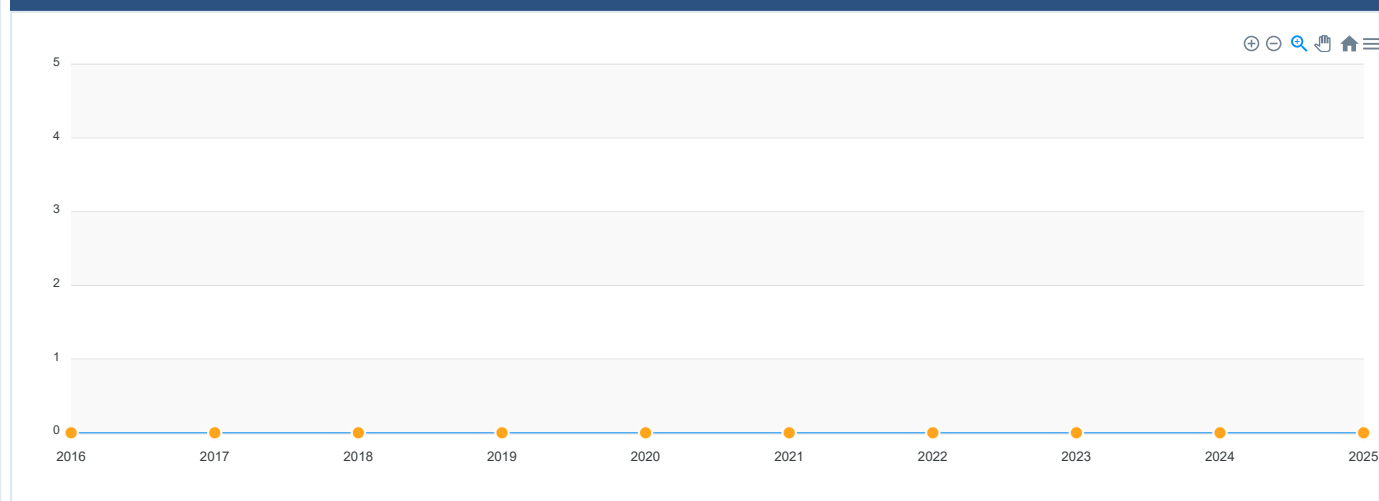


Name (English):	Academic Journal of the Northern Rajabhat University Graduate Network
Name (Local):	วารสารวิชาการเครือข่ายบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ
Status:	Active (name changed)
Editor-in-Chief:	รศ. ดร.ณัฐรดา วงษ์นาคะ
Abbreviation (English):	-
Abbreviation (Local):	-
pISSN:	-
eISSN:	3057-0425
Issues/Year:	3
Address:	สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน วิทยาลัยมหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ 398 หมู่ 9 ตำบลนครสวรรค์ตก อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ 60000
Website:	https://so02.tci-thaijo.org/index.php/JGNRU
Email:	gnru@nsru.ac.th
Publisher (English):	Graduate School, Nakhon Sawan Rajabhat University
Publisher (Local):	สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
TCI Tier:	1
Subject Cluster:	Social Sciences
Subject Area:	Business, Management and Accounting Social Sciences
Sub-Subject Area:	-
Formerly known as:	Journal of Graduate Studies in Northern Rajabhat Universities วารสารวิชาการเครือข่ายบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ
Note:	- Formerly known as pISSN: 2229-2683, eISSN: 2408-1418 - Published Issue in This Journal Name Since Vol.14 No.3 (2024) - An online-only Journal Since Vol.14 No.3 (2024)
TCI Tier History:	Tier 1: From 01 Jan 2020 to 31 Dec 2024

จำนวน publication ใน 10 ปีที่ผ่านมา



TCI Thailand

ประวัติความเป็นมา

ภารกิจศูนย์ TCI

ติดต่อศูนย์ TCI

เว็บไซต์นี้ใช้คุกกี้เพื่อปรับปรุงประสบการณ์ผู้ใช้ โปรดยอมรับข้อกำหนดและเงื่อนไข ([อ่านนโยบายและเงื่อนไข](#))

ยอมรับ

Related Sites

[ระบบ Fast-Track Indexing](#)[ระบบ ThaiJO](#)

Legal

[นโยบายการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล](#)

Thai Journal Citation Index Centre

© 2023 Thai-Journal Citation Index Centre. All rights reserved. [\(Login\)](#)



วารสารวิชาการเครือข่ายบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ

ISSN 3057-0425 (Online)

Academic Journal of the Northern Rajabhat University Graduate Network

ปีที่ 14 ฉบับที่ 3 กันยายน - ธันวาคม 2567

Vol. 14 No. 3 September - December 2024



GNRU

Academic Journal of the Northern Rajabhat University Graduate Network

ISSN 3057-0425 (Online)

วารสารวิชาการเครือข่ายบัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ

Journal of Graduate Studies in Northern Rajabhat Universities

ปีที่ 14 ฉบับที่ 3 กันยายน – ธันวาคม 2567

Volume 14 No. 3 September – December 2024

เครือข่ายบัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ



มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
มหาวิทยาลัยราชภัฏพินุลสงคราม
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์
มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

กำหนดการเผยแพร่ ปีละ 3 ฉบับ

ฉบับเดือนมกราคม – เมษายน กำหนดเผยแพร่ เดือนเมษายน

ฉบับเดือนพฤษภาคม – สิงหาคม กำหนดเผยแพร่ เดือนสิงหาคม

ฉบับเดือนกันยายน – ธันวาคม กำหนดเผยแพร่ เดือนธันวาคม

รองศาสตราจารย์ ดร.คงศักดิ์ ศรีแก้ว	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
รองศาสตราจารย์ ดร.ชัยณรงค์ ชันผณี	มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปราณี เนรมิตร	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติศักดิ์ โชติกเดชาณรงค์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุวรรณี จันทร์ตา	มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ไพชนนต์ สิริเสถียรวัฒนา	มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธัญญา จันทร์ตรง	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์
อาจารย์ ดร.จินดา ศิริตา	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

วารสารวิชาการเครือข่ายบัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ

Journal of Graduate Studies in Northern Rajabhat Universities

ผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรองบทความประจำฉบับ

ศาสตราจารย์เกียรติคุณ ดร.อนุรักษ์ ปัญญาอนุวัฒน์	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ศาสตราจารย์ ดร.นรินทร์ สังข์รักษา	มหาวิทยาลัยศิลปากร
ศาสตราจารย์ ดร.คณิต เขียววิชัย	มหาวิทยาลัยศิลปากร
รองศาสตราจารย์ ดร.ชูชีพ พุทธิประเสริฐ	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
รองศาสตราจารย์ ดร.ทวนทอง เขาวีร์ติพงศ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
รองศาสตราจารย์ ดร.วรางคณา จันทร์คง	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
รองศาสตราจารย์ ดร.ประสิทธิ์ชัย นรากรณ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
รองศาสตราจารย์ ดร.ปาจรีย์ ผลประเสริฐ	มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฐรดา วงษ์นายะ	มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ลีตระกูล	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
รองศาสตราจารย์ ดร.วิชุด อยู่น	มหาวิทยาลัยศรีปทุม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เอี่ยมพร หลินเจริญ	มหาวิทยาลัยนเรศวร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วรวิทย์ วิณีจ	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประจักษ์ กีก้อง	มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

คณะผู้จัดทำ

รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฐรดา วงษ์นายะ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประจักษ์ กีก้อง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พลอยพรรณ สอนสุวิทย์
นายทวิทัต รวิมงคล

สำนักงานกองบรรณาธิการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

69 หมู่ 1 ตำบลนครชุม อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร

โทรศัพท์ 055 706 555 ต่อ 1770

ขั้นตอนการดำเนินการ

บทความที่ตีพิมพ์ในวารสารนี้จะได้รับการพิจารณาและการประเมินโดยผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Review Process) ในสาขาที่เกี่ยวข้อง จำนวน 3 คน ในลักษณะ Double-blind Peer Review โดยวารสารมีขั้นตอนการดำเนินการดังนี้

1. กองบรรณาธิการ ตรวจสอบความสมบูรณ์ถูกต้องทางวิชาการของบทความต้นฉบับเบื้องต้น
2. จัดส่งต้นฉบับให้ผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Review) ในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องกับบทความวิจัยและบทความวิชาการ เป็นผู้พิจารณาประเมินคุณภาพของบทความ จำนวน 3 คน
3. จัดส่งผลการประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Review) ให้เจ้าของบทความปรับปรุงแก้ไข หรืออธิบายหรือชี้แจงข้อสงสัยผ่านบรรณาธิการ
4. กองบรรณาธิการ ตรวจสอบความถูกต้อง สมบูรณ์ของบทความหลังปรับปรุงตามข้อเสนอแนะจากผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Review) และพิจารณาความถูกต้อง สมบูรณ์ของบทความก่อนการตีพิมพ์เผยแพร่
5. จัดทำต้นฉบับรูปแบบวารสารฉบับสมบูรณ์
6. กองบรรณาธิการดำเนินการเผยแพร่วารสาร

บทความที่ตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารวิชาการเครือข่ายบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ ถือเป็นผลงานทางวิชาการของผู้ประพันธ์เอง
กองบรรณาธิการไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป
ผู้ประพันธ์ต้องรับผิดชอบต่อบทความของตน

บทบรรณาธิการ

วารสารวิชาการเครือข่ายบัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ เป็นวารสารในสาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ที่ผ่านการประเมินคุณภาพวารสารจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (Thai Journal Citation Index Centre) ให้เป็นวารสารวิชาการในฐาน TCI กลุ่ม 1 ซึ่งก้าวเข้าสู่ปีที่ 14 ในการทำหน้าที่เผยแพร่ผลงานวิจัยและผลงานทางวิชาการของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา คณาจารย์ นักวิชาการ นักวิจัยสำหรับวารสาร ฉบับที่ 3 เดือนกันยายน- ธันวาคม พ.ศ.2567 เป็นบทความวิจัยด้านสังคมศาสตร์ และมนุษยศาสตร์ ที่นักวิจัย นักวิชาการ อาจารย์และนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษามีความสามารถสืบค้นข้อมูลบทความวิจัย และบทความวิชาการที่ตีพิมพ์เผยแพร่แล้วเพื่อนำไปสู่การอ้างอิงและการพัฒนาต่อยอดงานวิจัยต่อไป หากท่านใดสนใจส่งบทความเพื่อตีพิมพ์ สามารถเข้าถึงได้ฐานระบบข้อมูลวารสารอิเล็กทรอนิกส์กลางของประเทศไทย (Thai Journals Online : ThaiJO) หรือ <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/JGNRU>

ขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่ได้กรุณาทำหน้าที่เป็นผู้ประเมิน (Reviewers) อย่างเข้มแข็ง ในการพิจารณากลับกรองและตรวจสอบคุณภาพของบทความวิจัยให้มีความสมบูรณ์ถูกต้อง กองบรรณาธิการมุ่งมั่นที่จะพัฒนาและรักษาคุณภาพวารสารวิชาการเครือข่ายบัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ ให้เป็นแหล่งตีพิมพ์เผยแพร่ผลงานวิจัยและและผลงานทางวิชาการที่มีคุณภาพ เพื่อนำไปสู่การเผยแพร่ พัฒนา และต่อยอดองค์ความรู้ทางวิชาการและการวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศและท้องถิ่น ตามปรัชญาการจัดการศึกษาของมหาวิทยาลัยราชภัฏต่อไป

รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฐรดา วงษ์นายะ

บรรณาธิการ

สารบัญ

ที่

หน้า

บทความวิจัย

1	โมเดลสมการโครงสร้างพระระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อสมรรถนะวิชาชีพ แพทย์แผนไทยของนักศึกษาแพทย์แผนไทยระดับอุดมศึกษา A MULTILEVEL STRUCTURAL EQUATION MODEL OF FACTORS AFFECTING PROFESSIONAL COMPETENCE OF THAI TRADITIONAL MEDICINE UNDERGRADUATE STUDENTS ชมพากาญจน์ ทองสี, สุกัญญา รุจิเมธากาส, ระพีพันธ์ โพธิ์ศรี.....	1
2	นวัตกรรมแผนธุรกิจและการตลาดดิจิทัลเพื่อเพิ่มโอกาสทางธุรกิจของ งานฝีมือจากปัญญาฐานราก อำเภอคลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร BUSINESS PLAN INNOVATION AND DIGITAL MARKETING TO INCREASE BUSINESS OPPORTUNITIES OF HANDICRAFTS FROM THE FOUNDATIONAL WISDOM, KHLONG LAN DISTRICT, KAMPHAENG PHET PROVINCE. กนิษฐา ศรีภิรมย์, วาสนา จรูญศรีโชติกำจร, ประภัสสร กลีบประทุม.....	20
3	การสื่อความหมายการท่องเที่ยวเชิงกาแฟอย่างสร้างสรรค์ ผ่านการออกแบบสื่อ อินโฟกราฟิกจากต้นสู่ปากกระเป๋าคาแฟ CREATIVE COFFEE TOURISM INTERPRETATION BY DESIGN OF INFOGRAPHICS MEDIA, FROM THE TREE TO THE MOUTH: KHOAKHO'S ARABICA วันฉัตร กันหา, ภรวลัญช์ มายอยู่.....	37
4	การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาฟุตบอลด้วยประสบการณ์การถวิลหาอดีต DEVELOPING FOOTBALL TOURISM DESTINATIONS WITH NOSTALGIC EXPERIENCES ธีรภัทร ดีเอม, ศิริเพ็ญ ดาบเพชร, เกษวดี พุทธิภูมิพิทักษ์.....	52
5	ผลการใช้กิจกรรมการสะท้อนคิดที่มีต่อความสามารถในการคิดอย่างมี วิจารณญาณและผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาครุศึกษาศาสตร์ระดับ บัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ THE EFFECTS OF REFLECTIVE THINKING ACTIVITIES ON CRITICAL THINKING ABILITIES AND ACADEMIC ACHIEVEMENT OF GRADUATE SCIENCE TEACHER STUDENTS AT CHIANGMAI RAJABHAT UNIVERSITY ศศิธร อินต๋น, อรกมล สุวรรณประเทศ.....	68

สารบัญ (ต่อ)

ที่	บทความวิจัย	หน้า
6	ผลการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดการใช้สมองเป็นฐานที่มีต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและความพึงพอใจต่อการเรียนวิชาสุขศึกษาและพลศึกษาของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 THE EFFECT OF BRAIN-BASED LEARNING MANGEMENT ON LEARNING ACHIEVEMENT AND SATISFACTION IN HEALTH AND PHYSICAL EDUCATION SUBJECT OF PRATHOMSUKSA 3 STUDENTS สาธิตรา บางสมบุญ, บัณฑิตา อินสมบัติ.....	85
7	การพัฒนาสมรรถนะครูปฐมวัย ด้วยการจัดกิจกรรม ONSITE สู่ ONLINE ที่เปลี่ยนวิกฤติให้เป็นโอกาสในยุคดิจิทัล DEVELOPMENT THE COMPETENCIES OF EARLY CHILDHOOD TEACHERS BY ORGANIZING ACTIVITIES ONSITE TO ONLINE BY TURNING CRISIS INTO OPPORTUNITY IN THE DIGITAL AGE สรวงพร กุศลสง.....	100
8	แนวทางการพัฒนาทักษะการทำงานเพื่อสร้างหลักประกันรายได้สำหรับผู้สูงอายุในอนาคต : จังหวัดนครสวรรค์ GUIDELINES FOR DEVELOPING WORK SKILLS TO CREATE INCOME GUARANTEES FOR THE ELDERLY IN THE FUTURE: NAKHON SAWAN PROVINCE สุวรรณา คุณดิลกณัฐรัฐสา.....	117
9	การพัฒนาแผนการจัดกิจกรรมการขับร้องเพลงเรือแหลมโพธิ์สู่การสร้างสรรค์กิจกรรมการขับร้องเพลงเรือพื้นบ้านสำหรับผู้สูงอายุ The Development of Phlengrua Laem Pho Folk Song Activity Plan towards Creating Phlengrua Singing Activities for the Elderly* คู่บุญ เปรมศรี, วิษณุ บุญรอด	132

การสื่อความหมายการท่องเที่ยวเชิงกาแฟอย่างสร้างสรรค์ ผ่านการ ออกแบบสื่ออินโฟกราฟิก จากต้นสู่ปากอะราบิกาเขาค้อ* CREATIVE COFFEE TOURISM INTERPRETATION THROUGH INFOGRAPHIC MEDIA DESIGN “FROM TREE TO CUP”: KHOAKHO’S ARABICA*

วันฉัตร กันหา**

ภรวลัญช์ มาอยู่***

(วันที่รับบทความ: 26 สิงหาคม 2567; วันที่แก้ไขบทความ: 16 ธันวาคม 2567; วันที่ตอบรับบทความ: 21 ธันวาคม 2567)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัญหาและความต้องการพัฒนาการสื่อความหมายการท่องเที่ยวเชิงกาแฟอย่างสร้างสรรค์ และ 2) เพื่อออกแบบสื่ออินโฟกราฟิกส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกาแฟอย่างสร้างสรรค์ อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ ผู้ประกอบการร้านกาแฟ เกษตรกรผู้ปลูกกาแฟ หน่วยงานภาครัฐในพื้นที่ และตัวแทนสมาคมท่องเที่ยว จำนวน 10 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสนทนากลุ่ม วิเคราะห์ข้อมูลแบบอุปนัยเพื่อสรุปปัญหา แนวทางการสื่อสาร และนำมาออกแบบสื่ออินโฟกราฟิกต้นแบบ โดยนักวิจัยและผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์กลุ่ม วิเคราะห์ข้อมูลแบบอุปนัยเพื่อสรุปปัญหา แนวทางการสื่อสาร และนำมาออกแบบสื่ออินโฟกราฟิกต้นแบบ โดยนักวิจัยและผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบโดยใช้การประชุมกลุ่มย่อย และแบบสอบถามออนไลน์เพื่อประเมินความพึงพอใจการออกแบบสื่ออินโฟกราฟิก โดย นักท่องเที่ยวชาวไทย ผู้ประกอบการร้านกาแฟ เกษตรกรผู้ปลูกกาแฟ หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า

1) ปัญหาการสื่อความหมายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ได้แก่ กลุ่มเป้าหมายยังขาดองค์ความรู้ และความต้องการสื่อความหมายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ได้แก่ สื่ออินโฟกราฟิกที่ทันสมัย ดึงดูดใจ สื่อสารเข้าใจง่าย 2)การออกแบบสื่ออินโฟกราฟิกส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกาแฟ จำนวน 2 ชุด ได้แก่ 1) ชุดความรู้เกี่ยวกับกาแฟอะราบิกาเขาค้อและกาแฟแบบพิเศษ 2) การท่องเที่ยวเชิงกาแฟอย่างสร้างสรรค์ ที่นำเสนอกิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยว “จากต้นสู่ปาก อะราบิกาเขาค้อ” โดยสามารถรับข้อมูลผ่านทางคิวอาร์โค้ด ผลประเมินผลความพึงพอใจต่อสื่ออินโฟกราฟิกส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกาแฟอย่างสร้างสรรค์ พบว่า ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

คำสำคัญ: การสื่อความหมาย, การท่องเที่ยวเชิงกาแฟอย่างสร้างสรรค์, สื่ออินโฟกราฟิก
อะราบิกาเขาค้อ

* บทความวิจัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

** อาจารย์, คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ E-mail: wanchatr.kan@pcru.ac.th

*** อาจารย์, คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ E-mail: Phonwalunn@gmail.com

CREATIVE COFFEE TOURISM INTERPRETATION THROUGH INFOGRAPHIC MEDIA DESIGN “FROM TREE TO CUP”:

KHOAKHO’S ARABICA*

WANCHATR KANHA **

PHONWALUN MAYOO***

(Received: August 24, 2024; Revised: December 16, 2024; Accepted: December 21, 2024)

Abstract

This research aimed to 1) study the issues and needs for the development of creative coffee tourism communication, and 2) design infographic media to promote creative coffee tourism in Khao Kho District, Phetchabun Province. 10 key informants, including coffee shop entrepreneurs, coffee farmers, local government agencies, and tourism association representatives. Data were collected through group interviews and analyzed inductively to identify issues and communication strategies, leading to the design of prototype infographic media by researchers and design experts. Using the population that assessed satisfaction with infographic media design, including: Thai tourist, including coffee shop entrepreneurs, coffee farmers, government and private sector agencies. Data were collected using questionnaire and analyzed using mean, standard deviation, and descriptive analysis. The research found that the challenges in creative tourism communication involve the target audience's lack of knowledge and understanding and the demand for creative tourism communication media includes modern, visually appealing infographics that are easy to understand. Hence, two sets of infographic media were developed: 1) infographics promoting creative coffee tourism in Khao Kho District, featuring information about Arabica Khao Kho and specialty coffee, and 2) infographics showcasing creative coffee tourism activities and routes a story titled "From Tree to Cup: Arabica Khao Kho." This allowed tourists to access data via QR codes. The satisfaction evaluation of the infographic media showed an overall high level of satisfaction.

Keywords: Tourism Communication, Creative Coffee Tourism, Infographics Media,
Arabica KhaoKho

*Research article, Phetchabun Rajabhat University

**Faculty of Management Science Phetchabun Rajabhat University E-mail: wanchatr.kan@pcru.ac.th

***Faculty of Management Science Phetchabun Rajabhat University E-mail: Phonwalunn@gmail.com

บทนำ

อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวมากขึ้นเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะช่วงฤดูหนาว เพราะในช่วงฤดูนี้ อำเภอเขาค้อมีอากาศหนาวเย็น เป็นที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยวชาวไทย อีกทั้ง อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ มีความพร้อมด้านสถานที่ท่องเที่ยวมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นที่พัก ร้านอาหาร หรือร้านกาแฟ ที่มีให้นักท่องเที่ยวเลือกมากมาย โดยแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ มุ่งเน้นการสร้างมูลค่าและคุณค่าทางการท่องเที่ยวบนพื้นฐานทรัพยากรทางธรรมชาติ วัฒนธรรม ภูมิปัญญา และอัตลักษณ์ของชุมชน โดยเฉพาะในพื้นที่อำเภอเขาค้อ อีกทั้งสภาพภูมิประเทศที่มีความอุดมสมบูรณ์ของธรรมชาติและสภาพอากาศที่เหมาะสมแก่การเป็นแหล่งผลิตเมล็ดกาแฟคุณภาพ จังหวัดเพชรบูรณ์จึงได้เริ่มต้นปลูกกาแฟตั้งแต่ปี พ.ศ. 2530 โดยมีจุดเด่นที่สายพันธุ์จากประเทศโปรตุเกส ที่มีรสชาติเฉพาะ มีเอกลักษณ์กลิ่นฉ่ำและช็อกโกแลตแบบต้นตำรับ มีรสชาติที่กลมกล่อมไม่ขมแหลมจนเกินไป นอกจากนี้อำเภอเขาค้อ ยังมีร้านกาแฟที่บรรยากาศดี มีการตกแต่งร้านที่สวยงาม ซึ่งจะสามารถเชื่อมโยงสู่การท่องเที่ยวเชิงกาแฟในพื้นที่ได้ จากผลการสัมภาษณ์เกษตรกรผู้ปลูกกาแฟและผู้ประกอบการร้านกาแฟในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่า ยังขาดข้อมูลที่สำคัญในการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย ที่เป็นนักท่องเที่ยว ได้แก่ จุดเด่นเรื่องรสชาติ ปริมาณน้ำตาลในเมล็ดกาแฟ ข้อมูลการเดินทางการเดินทางที่เชื่อมโยงกับสถานที่ท่องเที่ยวที่ใกล้เคียงกับร้านกาแฟ มีผู้ประกอบการบางร้านที่เป็นนักชิมกาแฟ หรือสนใจในเชิงกาแฟที่รู้ถึงข้อมูลดังกล่าว แต่ไม่สามารถถอดเนื้อหาเป็นสื่ออินโฟกราฟิกได้ รวมถึงขาดทักษะการผลิตสื่ออินโฟกราฟิก เช่น การคิด สังเคราะห์เนื้อหา การออกแบบ ที่เข้าใจได้ง่าย และมีความสวยงาม สร้างแรงดึงดูดใจ และไม่รู้ถึงวิธีการผลิตสื่ออินโฟกราฟิกที่เหมาะสม กับเกษตรกรผู้ปลูกกาแฟ และผู้ประกอบการร้านกาแฟในงบประมาณที่มีจำกัด และเข้าใจถึงพฤติกรรมการใช้สื่อผู้รับสารที่เป็นนักท่องเที่ยว เพื่อที่จะเชื่อมโยงเมล็ดกาแฟคุณภาพสู่ประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงกาแฟในพื้นที่ได้ ซึ่งจะช่วยเพิ่มโอกาสทางการแข่งขันและสร้างรายได้จากการที่มีสื่ออินโฟกราฟิกที่ช่วยสื่อสารเรื่องราวกาแฟ ให้กับเกษตรกรผู้ปลูกกาแฟ และผู้ประกอบการ (Techo, P., 2022; Chuachan, S., 2022)

ปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงกาแฟเป็นหนึ่งในกิจกรรมและจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวจากการใช้ชีวิตที่เชื่อมโยงกับสื่อออนไลน์และค่านิยมการดื่มกาแฟจึงกลายเป็นพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในยุคปัจจุบัน ดังนั้นธุรกิจร้านกาแฟ จึงต้องเร่งสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัว เพื่อเชื่อมโยงเอกลักษณ์นี้เข้ากับนักท่องเที่ยว อีกทั้งแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ยังมุ่งเน้นให้นักท่องเที่ยวได้มีประสบการณ์ร่วมพร้อมกับให้ความรู้ควบคู่ไปกับการลงมือปฏิบัติและการเยี่ยมชม (Somkeatkun, W., Ruengdet, K., & Boonkong, B., 2019) โดยใช้การสื่อความหมายด้านการท่องเที่ยว เพื่อเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยให้แหล่งท่องเที่ยวนำเสนอคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว การถ่ายทอดข่าวสาร ความรู้ และข้อเท็จจริงไปยังนักท่องเที่ยวได้ทั้งรูปแบบสื่อบุคคลและสื่อประเภทอื่น อีกทั้งปัจจุบันสื่อสังคมออนไลน์ที่มีบทบาทสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ดังนั้นในการสื่อความหมายทางการท่องเที่ยวจึงต้องคำนึงถึง

การสื่อสารอย่างมีคุณภาพด้วย ในด้านการตลาด การสื่อความหมายด้วยสื่ออินโฟกราฟิกเป็นอีกเครื่องมือที่ช่วยในการสร้างมูลค่าให้กับภูมิปัญญาท้องถิ่น จึงจำเป็นต้องมีการออกแบบสร้างสรรค์ให้ผลิตภัณฑ์มีความโดดเด่น น่าจดจำ สวยงามและดึงดูดใจ เพื่อให้สินค้าและงานบริการมีความโดดเด่นและต่างไปจากคู่แข่ง และยังสามารถเชื่อมโยงสินค้าเข้ากับผู้บริโภคโดยการสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและงานบริการได้ในเวลาเดียวกัน (Designated Areas for Sustainable Tourism Administration, 2021)

สื่ออินโฟกราฟิก เป็นสื่อที่ได้รับความนิยมอย่างมาก เนื่องจากเป็นสื่อที่ถูกต้อง วิเคราะห์ และลดทอนเนื้อหาแล้ว สามารถให้เข้าใจได้ง่าย และเหมาะสมกับช่องทางการรับสื่อสมัยใหม่ เช่น โทรศัพท์มือถือ ที่สามารถส่งต่อข้อมูลข่าวสารไปยังสื่อสังคมออนไลน์ได้อย่างรวดเร็ว ถูกนำมาใช้ทั้งในงานด้านสื่อสารสาธารณะ เช่น ป้ายประชาสัมพันธ์ทางการตลาด คู่มือการใช้งาน ข้อมูลทางด้านสถิติ ความรู้ และงานวิจัยเพื่อให้ง่ายต่อความเข้าใจ ซึ่งอาจเป็นได้ทั้งภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการยังใช้สื่ออินโฟกราฟิกเป็นช่องทางการให้ข้อมูลการท่องเที่ยวและสร้างแรงบันดาลใจในการเดินทางท่องเที่ยว (Khunsri, J, 2022; Keitpiriya, S., Busaman, S., Phetcoat, K. & Chaiwong, A., 2020) อีกทั้งยังสามารถตอบโจทย์พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักท่องเที่ยวในการค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวผ่านช่องทางออนไลน์ที่มีความสำคัญกับภาพประกอบที่ดึงดูดใจและเนื้อหาสาระความรู้ต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการคาดหวังและเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ตรงตามความสนใจ ดังนั้นสื่ออินโฟกราฟิกจึงเป็นเครื่องมือเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกาแพได้อย่างดี เนื่องจากนักท่องเที่ยวสามารถรับรู้ข้อมูล เปรียบเทียบ กำหนดเส้นทางท่องเที่ยว และยังสามารถบอกต่อและส่งต่อข้อมูลท่องเที่ยวต่าง ๆ ได้ง่ายผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่มีผู้ใช้งานอยู่เป็นจำนวนมาก สร้างโอกาสการรับรู้และส่งเสริมการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

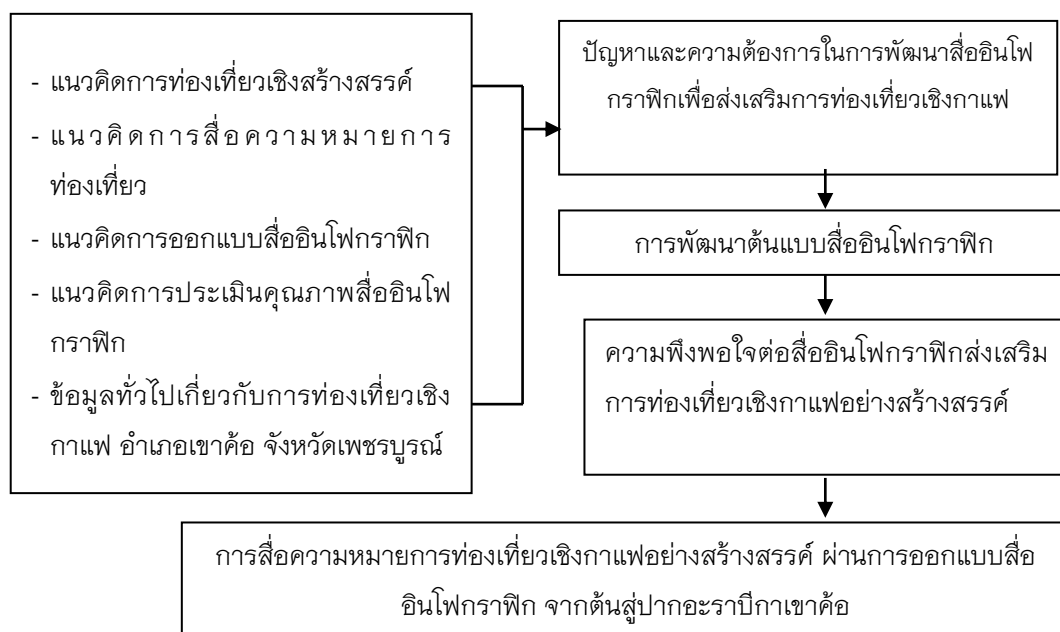
ดังนั้น ในการศึกษาครั้งนี้จึงมุ่งเน้นเพื่อการออกแบบสื่ออินโฟกราฟิกส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกาแพอย่างสร้างสรรค์ เพื่อการประชาสัมพันธ์ข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่นักท่องเที่ยว ลดขั้นตอนในการให้บริการตอบคำถามหรือข้อสงสัยของนักท่องเที่ยว และนำไปสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ชุมชนให้มีรายได้เสริมจากการท่องเที่ยวเชิงกาแพในพื้นที่ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัญหาและความต้องการพัฒนาการสื่อความหมายการท่องเที่ยวเชิงกาแพอย่างสร้างสรรค์ อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์
2. เพื่อออกแบบสื่ออินโฟกราฟิกส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกาแพอย่างสร้างสรรค์ อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์

กรอบแนวคิดการวิจัย

คณะผู้วิจัยจึงได้ประยุกต์ใช้แนวคิดกระบวนการออกแบบสื่ออินโฟกราฟิกของ น้ามนต์ เรืองฤทธิ์ (Ruangrit, N., 2017) เป็น 3 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนการผลิตสื่ออินโฟกราฟิก ได้แก่ การวิเคราะห์วัตถุประสงค์ กลุ่มเป้าหมายเนื้อหาในการผลิต และการสรุปแนวคิดรูปแบบการนำเสนอ ขั้นตอนระหว่างการผลิตสื่อ เป็นกระบวนการการผลิตและการออกแบบสื่ออินโฟกราฟิก และขั้นตอนหลังการผลิตสื่ออินโฟกราฟิก คือการประเมินคุณภาพสื่ออินโฟกราฟิกและเผยแพร่ชิ้นงาน โดยในการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว นั้น เป็นศิลปะการสื่อสารเรื่องราวที่กระตุ้นความสนใจ และเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจในคุณค่าและความหมายของทรัพยากรธรรมชาติและศิลปวัฒนธรรม (Designated Areas for Sustainable Tourism Administration, 2021) ดังนั้นการสื่อความหมายโดยใช้อินโฟกราฟิกเพื่อสื่อความหมายการท่องเที่ยวเชิงกาแพอย่างสร้างสรรค์นี้ จึงเป็นการใช้ตัวอักษร รูปภาพ และกราฟิก เพื่อเป็นเครื่องมือช่วยให้เกิดการรับรู้เชิงประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น (Dubey, A., & Junead, J., 2021; Khunsri, J., 2022; Palalert, P., & Dejasvanong, C., 2022) ตามกรอบแนวคิดวิจัยดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษานี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) และการวิจัยปริมาณ (quantitative research) ประกอบด้วย 2 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาปัญหาและความต้องการพัฒนาการสื่อความหมายการท่องเที่ยวเชิงกาแพอย่างสร้างสรรค์ อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ 1) ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ หน่วยงานภาครัฐที่ทำหน้าที่ขับเคลื่อนนโยบายทางการท่องเที่ยวและการพัฒนาการเกษตรในพื้นที่จังหวัดเพชรบูรณ์ หน่วยงานภาคเอกชนที่มีส่วนช่วยผลักดัน นำเสนอขายสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว เกษตรกรในพื้นที่ซึ่งเป็นผู้ได้รับประโยชน์และผลกระทบเชิงลบจากการท่องเที่ยวทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ใช้วิธีการคัดเลือกตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (purposive sampling) รวมทั้งสิ้นจำนวน 10 คน ได้แก่ เกษตรกรผู้ปลูกกาแฟ จำนวน 3 คน ผู้ประกอบการร้านอาหารในพื้นที่จังหวัดเพชรบูรณ์ที่ใช้เมล็ดกาแฟอาราบิก้าจำนวน 3 ร้าน บุคลากรจากหน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเพชรบูรณ์ เป็นหน่วยงานที่ส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่ ศูนย์วิจัยเกษตรที่สูงเพชรบูรณ์ เป็นหน่วยงานที่สนับสนุนองค์ความรู้เกี่ยวกับกาแฟและยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่สำคัญในพื้นที่อำเภอเขาค้อด้วย จำนวน 2 คน และตัวแทนจากสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวเขาค้อ ซึ่งเป็นภาคเอกชนที่มีส่วนสนับสนุนและเชื่อมโยงการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์ จำนวน 2 คน 2) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ แบบสัมภาษณ์โดยมีประเด็นคำถามเกี่ยวกับ สถานการณ์และปัญหาที่พบของการท่องเที่ยวเชิงกาแฟในจังหวัดเพชรบูรณ์ การสื่อความหมายทางการท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวรู้จักกาแฟอาราบิก้าเขาค้อ 3) วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ การสัมภาษณ์กลุ่ม ผู้วิจัยทำหน้าที่สื่อเชิญสัมภาษณ์โดยอธิบาวัดอุประสงค์และขอบเขตการวิจัยให้ผู้ให้ข้อมูลทุกกลุ่มได้ทราบ และกำหนดการสัมภาษณ์ระหว่างวันที่ 25 กุมภาพันธ์ ถึง 15 มีนาคม 2565 4) การวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยการวิเคราะห์แบบอุปนัย (analytic induction) สรุปประเด็นปัญหา ความต้องการ และวัตถุประสงค์ในการพัฒนาสื่ออินโฟกราฟิกโดยนักวิจัยเป็นผู้ออกแบบเอง ทั้งนี้ในการพัฒนาสื่ออินโฟกราฟิกเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงกาแฟอย่างสร้างสรรค์

ขั้นตอนที่ 2 การออกแบบสื่ออินโฟกราฟิกส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกาแฟอย่างสร้างสรรค์ อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ 1) ผู้ให้ข้อมูลหลักในการออกแบบอินโฟกราฟิกส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกาแฟอย่างสร้างสรรค์ ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญในการออกแบบสื่ออินด้านการออกแบบจำนวน 5 คน 2) กลุ่มตัวอย่างในการประเมินความพึงพอใจ ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่ได้ร่วมทดลองเส้นทางทางการท่องเที่ยวโดยผู้วิจัยเป็นผู้จัดขึ้น จำนวน 100 คน ด้วยวิธีการสุ่มแบบตามสะดวก (convenience sampling) 2) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยสร้างแบบประเมินสื่ออินโฟกราฟิกส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกาแฟอย่างสร้างสรรค์โดยใช้แบบสอบถามปลายเปิดกำหนดประเด็นการพิจารณา ได้แก่ ด้านการใช้สี ภาษาและรูปภาพ รูปแบบการนำเสนอ ตัวอักษร และความน่าสนใจสามารถกระตุ้นการรับรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงกาแฟในพื้นที่อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ สำหรับแบบประเมินความพึงพอใจ การหาคุณภาพของเครื่องมือโดยการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน ได้ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ระหว่าง 0.63 – 0.89 จากนั้นนำไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มที่มีลักษณะคล้ายกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา

(α -coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม เท่ากับ 0.88 3) วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล แบบประเมินจากผู้เชี่ยวชาญด้วยการสัมภาษณ์ และเก็บรวบรวมข้อมูลความพึงพอใจโดยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามออนไลน์จากกลุ่มเป้าหมายที่ทดลองเส้นทางการท่องเที่ยวที่ผู้วิจัยเป็นผู้จัดขึ้น 4) การวิเคราะห์ข้อมูล แบบประเมินความพึงพอใจคุณภาพสื่ออินโฟกราฟิก สำหรับเกณฑ์การประเมินความพึงพอใจเป็น 5 ระดับ (Best, J., 1981) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00	ความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20	ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก
ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40	ความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60	ความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80	ความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาปัญหาและความต้องการพัฒนาการสื่อความหมายการท่องเที่ยวเชิงกาแฟอย่างสร้างสรรค์ อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่า

1.1 ผลการศึกษาปัญหาการสื่อความหมายด้วยสื่ออินโฟกราฟิก เพื่อช่วยในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกาแฟอย่างสร้างสรรค์ ของจังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่า การเข้าถึงข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงกาแฟ ในจังหวัดเพชรบูรณ์ เข้าถึงได้ยากและมีข้อมูลอยู่อย่างจำกัด และยังไม่เป็นที่รู้จักในกลุ่มนักท่องเที่ยว เนื่องจากมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงกาแฟซึ่งมีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับอยู่แล้ว อำเภอเขาค้อไม่มีความพร้อมในการกิจกรรม และสถานที่เพื่อการรองรับการจัดการท่องเที่ยวเชิงกาแฟมีอยู่น้อย ปัญหาในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกาแฟในพื้นที่อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ คือ ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม การจัดการขยะ การจัดการพื้นที่โดยเฉพาะในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว ส่งผลให้ภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวเสียหายมาก หากสามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกาแฟในพื้นที่ได้ ก็จะสร้างโอกาสให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเฉพาะได้เดินทางในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว อีกปัญหาสำคัญ คือ ความพร้อมด้านสถานที่ที่จะสามารถรองรับการจัดการท่องเที่ยวเชิงกาแฟได้มีอยู่น้อย เกษตรกรผู้ปลูกกาแฟ ส่วนใหญ่ เพียงแค่ปลูกในปริมาณน้อย ปลูกเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เยี่ยมชมเท่านั้น ยังไม่ให้ความสำคัญกับการแปรรูปเป็นกาแฟของตนเอง และขาดความรู้เรื่องท่องเที่ยว ส่วนกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจด้านกาแฟ ก็ยังเข้าถึงแหล่งข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงกาแฟ ในจังหวัดเพชรบูรณ์ได้ยาก แต่ในมุมมองผู้ประกอบการร้านกาแฟมีความเห็นว่า สิ่งนี้น่าจะเป็นโอกาสที่ดี หากนักท่องเที่ยวได้มีโอกาสได้เลือกร้านที่ตนเองชื่นชอบ และสามารถเรียนรู้กาแฟท้องถิ่นได้ในเวลาเดียวกัน ร้านที่ใช้เมล็ดกาแฟจากเขาค้อ จะเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งปลูกและแปรรูปได้ง่าย สร้างเรื่องราวให้มีความน่าสนใจมากขึ้น

1.2 ผลการศึกษาค้นหาความต้องการสื่อความหมายด้วยสื่ออินโฟกราฟิก เพื่อช่วยในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกาแฟอย่างสร้างสรรค์ ของจังหวัดเพชรบูรณ์พบว่ากลุ่มเป้าหมายนิยมใช้ สื่อโซเชียลมีเดีย เช่น

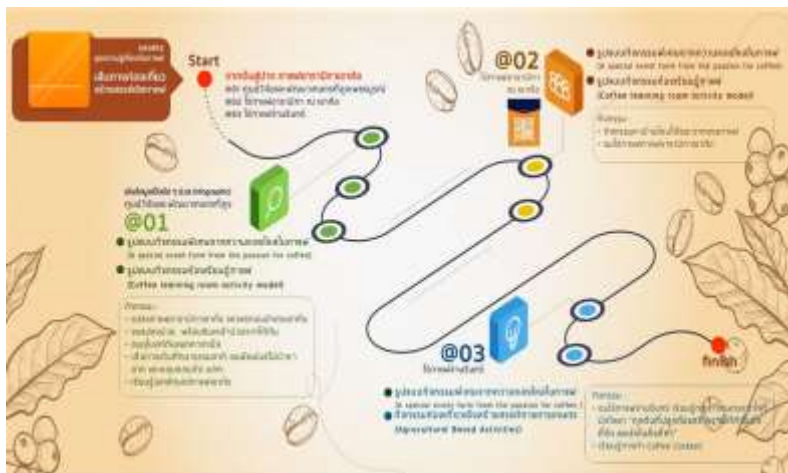
ภาพที่ 2 ชุดความรู้เกี่ยวกับกาแพะราปีกาอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์

จากภาพที่ 2 ชุดความรู้เกี่ยวกับกาแฟอาราบิก้า และภาพที่ 3 ชุดความรู้เกี่ยวกับชุดความรู้เกี่ยวกับกาแฟแบบพิเศษ ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์เชิงอุปนัยและเลือกรูปแบบของอินโฟกราฟิกให้เหมาะสมกับเนื้อหาเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับกาแฟอาราบิก้า อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ โดยในภาพที่ 2 เป็นการนำเสนอลักษณะของกาแฟอาราบิก้า อำเภอเขาค้อ ที่ใช้อินโฟกราฟิกแบบเน้นการให้ข้อมูลและเปรียบเทียบข้อมูล ควบคู่กับข้อความที่กระชับและรูปภาพที่แสดงรายละเอียดและความแตกต่างของกาแฟอาราบิก้า โดยเปรียบเทียบให้เห็นรูปร่างที่แตกต่างกันด้วยภาพวาด ที่วาดให้เห็นถึงรอยแตกตรงกลางเมล็ดที่แตกต่างกัน เป็นจุดสังเกตได้ง่าย และใช้สัญลักษณ์แสดงให้เห็นถึงปริมาณของ คาเฟอีน น้ำตาล และกรด ของกาแฟทั้งสองชนิด เพื่อให้ง่ายต่อการเลือกรับประทาน ตามความต้องการของตนเอง (ภาพที่ 2)



ภาพที่ 3 ชุดความรู้เกี่ยวกับกาแฟแบบพิเศษ (Special Coffee)

ในภาพที่ 3 นำเสนอเกี่ยวกับกาแฟแบบพิเศษ ผู้วิจัยใช้รูปแบบสื่ออินโฟกราฟิกแบบเล่ากระบวนการทำงาน โดยมีข้อความอธิบายกำกับในแต่ละขั้นตอน เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง และสามารถเข้าใจกระบวนการสกัดกาแฟแบบฟิลเตอร์ (ภาพที่ 3)



ภาพที่ 4 การท่องเที่ยวเชิงกาแฟอย่างสร้างสรรค์ “จากต้นสู่ปาก อาราบิก้าเขาค้อ”

จากภาพที่ 4 นักท่องเที่ยวหรือกลุ่มเป้าหมายสามารถเห็นภาพรวมของกิจกรรมท่องเที่ยวสามารถประเมินระยะเวลาและเลือกรูปแบบกิจกรรมที่เหมาะสมกับกิจกรรมที่ตนเองชื่นชอบได้ อีกทั้งนักท่องเที่ยวจะสามารถเข้าถึงข้อมูลต่าง ๆ ของกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกาแฟผ่านคิวอาร์โคด นอกจากนี้ผู้วิจัยเลือกใช้สี ให้แตกต่างเพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าใจในลักษณะกิจกรรมได้ง่ายขึ้นอีกด้วย เช่น สีเขียว แสดงรูปแบบกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงการเกษตร ที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าชมแปลงปลูกกาแฟ การดูแลรักษา การเก็บเกี่ยวผลผลิต เป็นต้น สีส้ม แสดงรูปแบบกิจกรรมท่องเที่ยวเรียนรู้กาแฟ เหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจพิเศษเกี่ยวกับการแปรรูปกาแฟ การชงกาแฟ และชิมกาแฟอะราบิก้าชาค้อ และสีฟ้า แสดงรูปแบบกิจกรรมเชิงศิลปะหรือสิ่งประดิษฐ์จากเมล็ดและกากกาแฟ (coffee art workshop) เช่น เทียนจากกากกาแฟ สบู่จากกาแฟ ปุ๋ยธรรมชาติจากกะลากาแฟ เป็นต้น

สรุปผลจากการออกแบบสื่ออินโฟกราฟิกส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกาแฟอย่างสร้างสรรค์ อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ เพื่อเป็นเครื่องมือที่ส่งเสริมการเรียนรู้และแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ดังนั้นในการออกแบบสื่ออินโฟกราฟิกนี้จึงมุ่งเน้นการให้ความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงกาแฟ และนำเสนอกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เข้าใจง่าย นำเสนอด้วยภาพถ่ายที่สวยงามดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมีประสบการณ์ร่วม ใช้ความต่างของสีเพื่งจัดหมวดหมู่ สร้างบุคลิกภาพผ่านการออกแบบกราฟิก โดยเพิ่มความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลด้วยคิวอาร์โคด

4. ผลการประเมินความพึงพอใจต่อสื่ออินโฟกราฟิกส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกาแฟอย่างสร้างสรรค์ ปรากฏดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจต่อสื่ออินโฟกราฟิกส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกาแฟอย่างสร้างสรรค์

คุณภาพสื่ออินโฟกราฟิก	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความพึงพอใจ
คุณภาพสื่ออินโฟกราฟิก ด้านประสิทธิภาพ			
1) การนำเสนอมีรูปแบบโดดเด่น น่าสนใจ	4.19	0.800	มาก
2) การเลือกใช้สี สัน ที่เหมาะสมและสวยงาม	4.00	0.883	มาก
3) การจัดวางองค์ประกอบช่วยให้อ่านง่าย และสบายตา	4.26	0.891	มากที่สุด
4) มีการนำเสนอทั้งข้อความและภาพกราฟิกได้อย่างเหมาะสม	4.14	0.751	มาก
5) ใช้ภาษาสื่อความหมายได้ชัดเจน เข้าใจง่าย	4.24	0.798	มากที่สุด
6) รูปแบบ ขนาด สีของอักษร ภาพกราฟิก เหมาะสม สวยงาม อ่านง่าย	4.07	0.873	มาก
7) ปริมาณของเนื้อหาเหมาะสม	4.10	0.854	มาก

ตารางที่ 1 (ต่อ)

คุณภาพสื่ออินโฟกราฟิก	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความพึงพอใจ
คุณภาพสื่ออินโฟกราฟิก ด้านประสิทธิภาพ			
8) ข้อมูลมีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ	4.24	0.760	มากที่สุด
9) ข้อมูลที่ได้รับตรงตามความต้องการ และมีประโยชน์สามารถนำไปใช้ได้จริง	4.14	0.819	มาก
10) คิวอาร์โค้ด (QR Code) สามารถสแกนเข้าถึงได้รวดเร็ว	3.90	0.732	มาก
11) แผนที่การเดินทาง สามารถเข้าใจได้ง่าย	3.98	0.901	มาก
12) สื่อที่ออกแบบสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้กว้าง และสามารถเข้าถึงได้จริง	4.12	0.748	มาก
13) สื่ออินโฟกราฟิกนี้สามารถช่วยสร้างแรงบันดาลใจให้กับนักท่องเที่ยวเพื่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวได้	4.12	0.743	มาก
14) สื่อที่ออกแบบมีความสอดคล้องกับจุดเด่นของการท่องเที่ยวเชิงกาแฟอย่างสร้างสรรค์ กาแฟอะราบิกาเขาด้อย	4.14	0.876	มาก
รวม	4.10	0.813	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ระดับความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า สื่ออินโฟกราฟิกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวทั้งด้านประสิทธิภาพและประสิทธิผล มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 และ 4.05 ตามลำดับ

อภิปรายผลการวิจัย

1. การศึกษาปัญหาและความต้องการเพื่อการออกแบบการสื่อความหมายการท่องเที่ยวเชิงกาแฟอย่างสร้างสรรค์ อำเภอเขาค้อ พบว่า ปัญหาการเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงกาแฟในจังหวัดเพชรบูรณ์ เข้าถึงข้อมูลได้ยากและมีข้อมูลอยู่อย่างจำกัด จึงเป็นอุปสรรคต่อประชาสัมพันธ์ไปยังนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย และผู้ประกอบการไม่มีความรู้ และขาดทักษะในการผลิตสื่ออินโฟกราฟิก และกระบวนการในผลิตสื่ออินโฟกราฟิก มีความยุ่งยาก จำเป็นต้องใช้เครื่องมือในการผลิตหลายอย่าง เช่น แอปพลิเคชัน คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ โดยผู้ให้ข้อมูลหลักต่างกล่าวตรงกันว่า การใช้โซเชียลมีเดีย เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์ ดิจิต็อก เป็นช่องทางการสื่อสารที่สามารถเผยแพร่ได้ในวงกว้างซึ่งจะช่วยให้เกษตรกรผู้ปลูกกาแฟตระหนักและอยากมีส่วนร่วมในการพัฒนากาแฟให้เป็นกาแฟพิเศษ ซึ่งจากปัญหาและความต้องการของคนในพื้นที่ คิมและจาง (Kim and Jang, 2017) ระบุว่า เกษตรกรผู้ปลูกกาแฟสามารถนำอัตลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่นและกาแฟมาพัฒนาต่อยอดเพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงกาแฟได้ เช่น การสร้างเรื่องราวเชื่อมโยงระหว่างแหล่งปลูกและร้านกาแฟซึ่งเป็นจุดบริการนักท่องเที่ยว เพื่อส่งเสริมความรู้และ

สร้างจุดขายกาแฟในพื้นที่ได้ ดังนั้นการสื่อความหมายการท่องเที่ยวเชิงกาแฟอย่างสร้างสรรค์ จึงใช้ การศึกษาปัญหาและความต้องการในการพัฒนาสื่ออินโฟกราฟิกก่อนนำมาสรุปและวางแผนความคิดให้ สอดคล้องกับเป้าหมาย เพื่อให้กระบวนการออกแบบสื่ออินโฟกราฟิกสามารถตอบวัตถุประสงค์และ เป้าหมายของการผลิตสื่อได้ น้ามนต์ เรืองฤทธิ์ (Ruangrit, N., 2017) ได้อธิบายกระบวนการออกแบบสื่อ อินโฟกราฟิกไว้ 6 ขั้นตอน คือ การวิเคราะห์ การสรุปแนวคิด การออกแบบ การพัฒนา การประเมินผล และการเผยแพร่ให้กับผู้อื่นในวงกว้าง ซึ่ง นิษฐา หรุ่นเกษม และปรียา สมพิช (Roonkaseam, N., & Sompuech, P., 2018) ได้อธิบายเพิ่มเติมว่า การพัฒนาสื่อโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน ทั้งในขั้นตอนก่อน ผลิตสื่อ ระหว่างและหลังการพัฒนาสื่อ จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการพัฒนานักสื่อความหมายในชุมชน และสื่อของชุมชนเป็นไปในทิศทางเดียว

2. การออกแบบการสื่อความหมายการท่องเที่ยวเชิงกาแฟอย่างสร้างสรรค์ อำเภอเขาค้อ การ สื่อความหมายการท่องเที่ยวเชิงกาแฟอย่างสร้างสรรค์ด้วยสื่ออินโฟกราฟิกจะช่วยให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ ข้อมูล และความเข้าใจกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ตรงกับความต้องการ และยังช่วยเป็นเครื่องมือสื่อสาร ระหว่างนักท่องเที่ยวและนักสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวได้อีกด้วย ดุบีย์และจูเนียน (Dubey, A., & Junead, J., 2021) ระบุว่า ในการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนักสื่อความหมายที่จะสามารถ ถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ที่มีคุณค่าแก่นักท่องเที่ยว การใช้เครื่องมือการสื่อความหมายที่ไม่ใช้ตัว บุคคล จะสามารถสร้างความเข้าใจเชิงลึก โดยเฉพาะการใช้สื่ออินโฟกราฟิกที่จะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ โดยตรง รวดเร็วและเป็นวงกว้าง นอกจากนี้ สื่ออินโฟกราฟิกยังเหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบัน ซึ่งมี บทบาทในการให้ข่าวสาร และโน้มน้าวใจ ด้วยคุณลักษณะที่โดดเด่น สวยงาม น่าเชื่อถือ เข้าใจง่าย และยัง สามารถเผยแพร่ผ่านออนไลน์สร้างความภูมิใจให้กับคนในชุมชนได้เป็นอย่างดี (Khunsri, J., 2022)

ดังนั้นในการออกแบบ ยึดหลักแนวคิดองค์ประกอบของสื่ออินโฟกราฟิก ประกอบด้วย 3 ส่วน สำคัญ ได้แก่ (1) สิ่งที่มองเห็น ซึ่งจะต้องสะท้อนกาแฟอะราปีกาเขาค้อผ่านสัมผัสทั้ง 5 ของนักท่องเที่ยว (มองเห็น สัมผัส ฟัง กลิ่น และรสชาติ) (2) เนื้อหา ประกอบด้วย รูปภาพ ข้อความ และกราฟิก เพื่ออธิบาย และสร้างความรู้ความเข้าใจ และสร้างแรงบันดาลใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงกาแฟอย่างสร้างสรรค์ และ (3) การสร้างความรู้ โดยการสรุป จัดเรียงและนำเสนอผ่านเนื้อหาและรูปภาพในสื่ออินโฟกราฟิกที่เลือกใช้ (Beverly, E.C., 2012) เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวเกิดประสบการณ์ที่มีคุณค่าจากการทำความเข้าใจในเวลา อันรวดเร็ว ทั้งนี้สื่ออินโฟกราฟิกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกาแฟอย่างสร้างสรรค์นี้ ได้สรุปความต้องการ และวัตถุประสงค์ในการจัดทำสื่ออินโฟกราฟิกชุดนี้ไว้เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงกาแฟใน พื้นที่ และการนำเสนอข้อมูลท่องเที่ยวเชิงกาแฟ จึงเลือกใช้แนวคิดการออกแบบอินโฟกราฟิกที่เน้นการให้ ข้อมูล การเปรียบเทียบข้อมูล และการเล่าเรื่องแบบเรียงลำดับเวลา เพื่อให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย สามารถเห็นภาพรวมของกิจกรรมท่องเที่ยวได้ พงศ์กฤษฎี พลเลิศ และชาญ เดชอัศวณ (Palalert, P., & Dejasvanong, C., 2022) กล่าวว่า สื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวมีคุณลักษณะเพื่อการโน้มน้าวใจเพื่อให้ นักท่องเที่ยวเข้าใจในเนื้อหาที่ต้องการสื่อสาร และเกิดการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว ผ่านการสร้าง สัญลักษณ์ คือ รูปแบบการสื่อสาร และเนื้อหาที่ใช้

และจากการประเมินความพึงพอใจสื่ออินโฟกราฟิกส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกาแพอย่างสร้างสรรค์ พบว่า ในภาพรวมคุณภาพสื่ออินโฟกราฟิกทั้งด้านประสิทธิภาพและประสิทธิผลการใช้งาน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะด้านประสิทธิภาพการจัดวางองค์ประกอบที่อ่านง่าย เลือกใช้ภาษาที่สื่อความหมายได้ชัดเจน เข้าใจง่าย และข้อมูลมีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ ทิซพร นามวงศ์ (Namwong, T., 2017) ระบุว่า อินโฟกราฟิกมีองค์ประกอบที่สำคัญ คือ ส่วนเนื้อหา ซึ่งหมายถึง ข้อมูล ข่าวสาร หรือข้อเท็จจริง ที่ใช้ในการบอกเล่าเนื้อหา ต้องมีความกระชับ ถูกต้อง ชัดเจนและ เข้าใจง่าย และส่วนภาพหรือสัญลักษณ์ ที่ได้ออกแบบจากการแปลงข้อมูล และนำมาใช้แทนข้อมูลบางส่วนในการสื่อสาร จึงจะต้องมีความถูกต้อง และสอดคล้องกับข้อมูลนั้น ๆ ด้วย ส่วนด้านประสิทธิภาพสื่ออินโฟกราฟิกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกาแพอย่างสร้างสรรค์ พบว่า สื่อที่ออกแบบมีความสอดคล้องกับจุดเด่นของการท่องเที่ยว สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้กว้าง และสามารถเข้าถึงได้จริง และช่วยสร้างแรงบันดาลใจให้กับนักท่องเที่ยวเพื่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวได้ จิราพร ขุนศรี (Khunsri, J., 2022) กล่าวว่า สื่ออินโฟกราฟิก เป็นเครื่องมือการสื่อความหมายที่เหมาะสมกับยุคสมัย มีบทบาทที่สำคัญในการให้ข่าวสาร ความรู้ และโน้มน้าวใจ ด้วยคุณลักษณะที่โดดเด่น สวยงามให้ข้อมูลที่น่าเชื่อถือ เข้าใจง่าย และยังสามารถเผยแพร่ผ่านช่องทางออนไลน์ได้ แต่อย่างไรก็ตามยังมีข้อจำกัดในสื่อชุดนี้ ซึ่งจากการประเมินคุณภาพ พบว่า ด้านประสิทธิภาพ พบว่า การเลือกใช้สี สัน รูปแบบ ขนาด อักษร และภาพกราฟิก ยังไม่เหมาะสมเท่าที่ควร ส่วนในด้านประสิทธิผล ยังพบว่า คิวอาร์โค้ด สามารถสแกนเข้าถึงได้ไม่ด้นัก และแผนที่การเดินทางยังเข้าใจได้ยาก ซึ่งอาจเป็นผลมาจากขนาดของรูปภาพที่เผยแพร่ใหญ่เกินไปไม่เหมาะสมกับอุปกรณ์รับสาร ดังนั้น ผู้ผลิตสื่อควรต้องให้ความใส่ใจและพิจารณาให้เหมาะสมด้วย

ข้อเสนอแนะการวิจัย

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ผู้ประกอบการ ควรนำแอปพลิเคชันที่สามารถใช้งานได้ง่าย รวดเร็ว ไม่เสียค่าใช้จ่าย เช่น แคนวาที่เป็นแอปพลิเคชันสำหรับงานออกแบบ และ แคปคัตที่เป็นแอปพลิเคชันที่ใช้ในงานตัดต่อ วิดีโอ และเสียง และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกภาคส่วน เช่น กรมการพัฒนาชุมชน การท่องเที่ยวและกีฬา มหาวิทยาลัย นักวิชาการ ต้องให้ความรู้ด้านการใช้แอปพลิเคชัน หรือผลิตสื่อการสอน คู่มือ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายสามารถเรียนรู้การใช้งานได้ง่าย

2. จากผลการวิจัยที่พบว่าสื่อสังคมออนไลน์ยังเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว กลุ่มเป้าหมาย นิยมวิดีโอมากขึ้น ควรปรับเปลี่ยนสื่อออนไลน์ในรูปแบบของวิดีโอเพื่อให้ผู้ใช้สามารถเข้าถึงได้ง่ายยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรปรับเปลี่ยนพื้นที่การวิจัยเป็นอำเภอน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ เนื่องจากเป็นพื้นที่ปลูกกาแพได้เช่นเดียวกับอำเภอเขาค้อ เพื่อให้ให้นักวิชาการ หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กรมการพัฒนาชุมชน การท่องเที่ยวและกีฬา มหาวิทยาลัย ทำการศึกษารายละเอียดเพื่อเชื่อมโยงเส้นทาง การท่องเที่ยวร่วมกันระหว่างอำเภอเขาค้อและอำเภอน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์

References

- Best, John W. 1981. *Research in Education*. (3rded). Englewood cliffs, New Jersey: Prentice. Hall Inc.
- Beverley, E.C. (2012). *Infographics: a practical guide for librarians*. London: Rowman & Littlefield.
- Chuachan, S. (2022 May 20). *Interview*. Founder Cup Craft Specialty Coffee and Roaster.
- Designated Areas for Sustainable Tourism Administration (Public Organization). (2021). *Handbook for the development of community interpreters*. Available on <https://issuu.com/trumpet255/docs/>
- Dubey, A., & Junead, J. (2021). Guidelines for interpretation of Ban Laem community tourism attractions in Bang Pla Ma District, Suphanburi Province. *Journal of Legal entity management and local innovation*, 7(11), 147– 164.
- Keitpiriya, S., Busaman, S., Phetcaot, K. & Chaiwong, A. (2020). Secondary city tourism promotion with digital media technology. *Journal of MCU Nakhondhat*, 7(12), 436–450.
- Khunsri, J. (2022). Development of infographic media by using participatory communication processes at a community for the perception, understanding and awareness of forest fires and smog problems among people at Doi Phu Kai, Bandu, Mueang Chiang Rai Province. *Interdisciplinary Social Sciences and Communication Journal*, 5(2), 1–9.
- Namwong, T. (2017). A design of infographics for developing creative thinking. *Veridian E-Journal, Science and Technology Silpakorn University*, 4(4), 14–25.
- Palalert, P., & Dejasvanong, C. (2022). The analysis on ecotourism promotional media in Suphanburi Province. *Journal of Mass Communication Technology*, 7(1), 89– 98.
- Roonkaseam, N., & Sompuech, P. (2018). Community participation in the development of media for community tourism. *Journal of Management Science Chiangrai Rajabhat University*, 13(1), 173–191.
- Ruangrit, N. (2017). Infographics and instructional design media. *Journal of education Silpakorn University*, 15(2), 29–40.
- Somkeatkun, W., Ruengdet, K., & Boonkong, B. (2019). The creating approach of an application for creative tourism route in Chaiya District, Suratthani Province. *College of School Communication Innovation, SWU*, 7(1), 144–155.



- Techo, P. (2022, March 19). *Interview*. Agricultural Scholar. Phetchabun Highland Agricultural Development and Research Center.
- Wu, M.-J. , Zhao K., & Fils-Aime, F. (2022). Response rates of online surveys in published research: A meta-analysis. *Computers in Human Behavior Reports*, 7, 100206.