

การออกแบบสื่อปฏิสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอปากพลี จังหวัดนครนายก

วรพรรณ สุรัสวดี¹, ปณณณัช ธนัทพรชรรัตน์²

^{1,2}คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

อีเมล : ¹worapun@pnru.ac.th

Received: Feb 07, 2025

Revised: Feb 24, 2025

Accepted: Feb 27, 2025

บทคัดย่อ

นครนายกเป็นหนึ่งในเมืองรองที่มีแผนพัฒนาจังหวัดนครนายก (พ.ศ. 2566-2570) ที่ส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ สุขภาพ วัฒนธรรม การบริการและการประชุมที่ได้มาตรฐาน รวมทั้งด้านการประชาสัมพันธ์ โดยแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดนครนายกมีหลากหลาย ทั้งท่องเที่ยวธรรมชาติและเชิงวัฒนธรรม หนึ่งในวัฒนธรรมที่น่าสนใจคือ “ไทยพวน” เป็นชื่อเรียกคนพวนที่อพยพมาจากเมืองเชียงขวาง ประเทศลาว มาตั้งถิ่นฐานตามจังหวัดต่าง ๆ ในประเทศไทย โดยมีส่วนหนึ่งอาศัยอยู่ในอำเภอปากพลี จังหวัดนครนายก มีวัฒนธรรมที่น่าสนใจทั้งวิถีชีวิต การแต่งกาย ภาษา อาหาร และประเพณีจากการลงพื้นที่ ผู้วิจัยพบว่านักท่องเที่ยวที่เข้ารับบริการโดยไม่มีกรณีศึกษาล่วงหน้าจะได้รับข้อมูลค่อนข้างจำกัด แม้ว่าจะมีสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวไว้หลายรูปแบบทั้งสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อออนไลน์ แต่ชุมชนยังขาดสื่อปฏิสัมพันธ์ในพื้นที่ที่ให้ข้อมูลและสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ ด้วยสื่อปฏิสัมพันธ์มีประสิทธิภาพในการผสมผสานสื่อหลายประเภท เช่น ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว ข้อความเสียงหรือการทำกิจกรรมร่วม หากออกแบบเนื้อหาที่มีคุณภาพจะช่วยดึงดูดความสนใจของผู้ชมได้มากขึ้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาอัตลักษณ์ ประเพณี วัฒนธรรม ความต้องการของชาติพันธุ์ไทยพวน และนักท่องเที่ยวใน อำเภอปากพลี จังหวัดนครนายก เพื่อสร้างสื่อปฏิสัมพันธ์ที่สอดคล้องกับความต้องการ โดยสำรวจสภาพปัญหาและความต้องการของชุมชน พร้อมทั้งออกแบบต้นแบบแบบมีส่วนร่วมเพื่อสะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชน ผลลัพธ์พัฒนามาเป็นมาสคอตที่เป็นตัวแทนชุมชน โดยได้แรงบันดาลใจจากพืชสมุนไพรพื้นบ้าน วัสดุเป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์ประจำชุมชน เครื่องใช้และเครื่องแต่งกายอันเป็นเอกลักษณ์ของชาวไทยพวน ประกอบกับดอกสุพรรณิการ์ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ประจำจังหวัดนครนายก โดยนำมาประยุกต์ใช้ร่วมกับเทคโนโลยีความจริงเสริม (AR) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการนำเสนอข้อมูลและการเข้าถึงข้อมูลชุมชน รวมถึงสามารถเผยแพร่เพื่อเพิ่มการรับรู้ให้แก่นักท่องเที่ยว

คำสำคัญ: สื่อปฏิสัมพันธ์, การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม, ไทยพวน

Interactive Media Design for Support Cultural Tourism Destination at Pak Phli District, Nakhon Nayok Province

Worapun Surasawadee¹, Pannat Tanasponsarrat²

^{1,2}Faculty of Humanities and Social Sciences Phranakorn Rajabhat university

Email: ¹worapun@pnru.ac.th

Received: Feb 07, 2025

Revised: Feb 24, 2025

Accepted: Feb 27, 2025

Abstract

Nakhon Nayok is one of the secondary cities with a provincial development plan (2023-2027) that promotes and develops eco-tourism, health tourism, cultural tourism, services, and standardized conferences, including public relations. The tourist attractions in Nakhon Nayok are diverse, encompassing both natural and cultural tourism. One of the interesting cultural aspects is "Thai Phuan," which refers to Phuan people who migrated from Xieng Khouang, Laos, and settled in various provinces in Thailand. Some of them reside in Pak Phli District, Nakhon Nayok Province, with interesting cultural elements including lifestyle, dress, language, food, and traditions.

From field research, the researcher found that walk-in tourists receive limited information despite the availability of various tourism promotional materials in both print and online media. However, the community lacks interactive media on-site that provides information and creates new tourism experiences. Interactive media is effective in combining multiple media types such as still images, animations, text, sound, or participatory activities. Quality content design would help attract more visitor attention.

Therefore, the researcher is interested in studying the identity, traditions, culture, and needs of Thai Phuan ethnic group and tourists in Pak Phli District, Nakhon Nayok Province, to create interactive media that aligns with their needs. The study involved surveying community problems and needs, along with participatory prototype design to reflect community identity. The result was developed into a community mascot inspired by the Suet Suet Suet Pha ceremony, the community's sacred shrine (San Pu Ta), traditional tools and clothing unique to Thai Phuan people, along with the Yellow Cotton Tree flower, which is the provincial symbol of Nakhon Nayok. These elements were applied with Augmented Reality (AR) technology to enhance information presentation and community data accessibility, as well as enable sharing to increase tourist awareness.

Keywords : Interactive Media, Cultural Tourism, Thai Phuan

บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้ให้แก่ประเทศไทยและชุมชนเป็นอย่างมาก ได้ซบเซาลงเนื่องจากสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) แต่เมื่อสถานการณ์เริ่มดีขึ้น นักท่องเที่ยวจึงเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้นแต่พฤติกรรมและรูปแบบการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวไทยต่อครั้งมีจำนวนลดลงเนื่องจากภาวะเงินเฟ้อ ส่งผลให้นักท่องเที่ยวนิยมเที่ยวแบบเข้าไปเย็นกลับ (One-day trip) เพื่อลดค่าที่พักหรือลดจำนวนวันในการท่องเที่ยว และมีแนวโน้มเที่ยวเมืองรองที่มีค่าใช้จ่ายต่ำกว่าเมืองหลักเพิ่มขึ้น (ศูนย์วิเคราะห์เศรษฐกิจ ทีทีบี, 2566)

นครนายกเป็นหนึ่งในเมืองรองที่มีแผนพัฒนาจังหวัด (พ.ศ. 2566-2570) มุ่งส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ สุขภาพ และวัฒนธรรม พร้อมยกระดับมาตรฐานการบริการและการประชาสัมพันธ์ จังหวัดมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายทั้งธรรมชาติและวัฒนธรรม โดยเฉพาะวัฒนธรรมไทยพวน เป็นชนกลุ่มที่อพยพมาจากเมืองเชียงขวาง ประเทศลาว มาตั้งถิ่นฐานในหลายจังหวัดของไทย สำหรับในจังหวัดนครนายก ชาวไทยพวนอาศัยอยู่ในตำบลหนองแสง เกาะโพธิ์ ท่าเรือ และเกาะหวาย โดยยังคงรักษาวิถีชีวิตเกษตรกรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น และวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ทั้งด้านการแต่งกาย ภาษา อาหาร และประเพณีแบบดั้งเดิมไว้

การส่งเสริมการท่องเที่ยวครอบคลุมการสื่อสารทั้งด้านการประชาสัมพันธ์ การเผยแพร่ข้อมูล และกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้นำเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวและการบริหารองค์กร มีการจัดทำแผนปฏิบัติการดิจิทัลระยะที่สอง (พ.ศ. 2566-2570) โดยมีเป้าหมายให้มีเครื่องมือทาง

การตลาดดิจิทัล เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันด้วยการส่งมอบคุณค่าและประสบการณ์ การท่องเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยว

ปัจจุบันสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของชุมชนส่วนใหญ่อยู่ในรูปแบบวิดีโอ สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อออนไลน์ที่ใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลตามสถานที่ท่องเที่ยว แม้จะมีสื่อหลากหลายรูปแบบแต่ยังขาดสื่อปฏิสัมพันธ์ในพื้นที่ที่สามารถให้ข้อมูล สร้างแรงจูงใจ และมอบประสบการณ์การท่องเที่ยวรูปแบบใหม่แก่นักท่องเที่ยว โดยสื่อปฏิสัมพันธ์นี้มีเอกลักษณ์ในการผสมผสานสื่อหลากหลายประเภท ทั้งภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว ข้อความ เสียง และกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้ผู้ชมมีส่วนร่วมในการโต้ตอบ ซึ่งการออกแบบเนื้อหาที่มีคุณภาพและหลากหลายจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการดึงดูดความสนใจของผู้ชมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากความสำคัญดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมุ่งศึกษาการออกแบบสื่อปฏิสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่อำเภอปากพลี จังหวัดนครนายก โดยบูรณาการแนวคิดการออกแบบมาพัฒนาสื่อปฏิสัมพันธ์ เพื่อนำเทคโนโลยีมาส่งเสริมการท่องเที่ยว ให้ข้อมูล และสร้างประสบการณ์ที่น่าประทับใจแก่นักท่องเที่ยวในการเรียนรู้และสัมผัสวัฒนธรรมท้องถิ่น

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ชุมชนชาวไทยพวน ลาวพวน หรือ พวน คือคนกลุ่มชาติพันธุ์ไทย-ลาว อพยพมาจากประเทศลาว ตั้งถิ่นฐานของชุมชนที่มีอยู่ในหลายจังหวัดตามภูมิภาคของประเทศไทยและยังมีการตั้งถิ่นฐานอยู่ใน อำเภอปากพลี จังหวัดนครนายก คาดว่าเป็นกลุ่มที่อพยพมาเมื่อประมาณ พ.ศ. 2322 อายุการตั้งถิ่นฐานของไทยพวนในจังหวัดนครนายกมีมากกว่า 200 ปี ด้วยความสำคัญและคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม ประเพณีของบรรพ

บุรุษไทยพวนได้สะสมมาเป็นเวลานาน ดังนั้นการสนับสนุนให้ประชาชน นักท่องเที่ยวได้เข้ามาเรียนรู้แหล่งท่องเที่ยวทางด้านวัฒนธรรม เพื่อความเข้าใจในวิถีชีวิตและเรื่องราวชุมชนชาวไทยพวนในด้านชีวิตความเป็นอยู่ประเพณี ภาษา การแต่งกาย และอาหารพื้นเมือง ซึ่งเป็นทุนที่มีอยู่แล้วในชุมชนซึ่งสามารถเป็นจุดขายด้านการท่องเที่ยวได้ (ลักขณา เกษราพันธ์, 2558)

ประสบการณ์การท่องเที่ยว คือ ประสบการณ์ด้านการพักผ่อนและการท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่อยู่ในระดับของความรู้สึกของผู้บริโภค เน้นนำเสนอประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยวคือ การสร้างการรับรู้ ความรู้สึก พฤติกรรมและคุณค่าแก่นักท่องเที่ยวบนพื้นฐานของความรู้และความเข้าใจในสินค้าหรือบริการท่องเที่ยว ประสบการณ์การท่องเที่ยวมี 3 องค์ประกอบหลักได้แก่ Functional Experiences คือ ความพึงพอใจที่นักท่องเที่ยวมีต่อการบริการหรือการท่องเที่ยวที่ได้รับโดยคำนึงถึงคุณค่าของเงิน เช่นด้านคุณภาพราคา การให้บริการนักท่องเที่ยวเป็นต้น Social Experiences คือ คุณค่าที่นักท่องเที่ยวได้รับและได้มีส่วนร่วม ในการได้ทำประโยชน์ให้แก่สังคม เช่น การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และ การช่วยเหลือสังคม เป็นต้น Emotion Experiences คือ ความรู้สึกและคุณค่าที่นักท่องเที่ยวได้รับเมื่อเลือกมาทำกิจกรรม ท่องเที่ยวแล้วรู้สึกว่ามีคุณค่าแตกต่างจากที่อื่นที่เคยได้สัมผัสมา การศึกษาประสบการณ์ การท่องเที่ยว จึงจำเป็นต้องผนวกทั้งการพักผ่อน และประสบการณ์ในการเดินทางและทำกิจกรรมท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวมีความคาดหวังต่อประสบการณ์รวมจากทั้งสองด้านดังกล่าว การสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่นักท่องเที่ยวต้องมุ่งเน้นคุณภาพบริการทั้งการท่องเที่ยวและการพักผ่อนหย่อนใจ (ปราณี เอี่ยมละออภักดี, 2550)

การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เป็นการศึกษาประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมผ่านการท่องเที่ยวเน้นด้านภูมิปัญญา การสร้างสรรค์ เคารพต่อสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม และวิถีชีวิต หรือเป็นการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ผู้อื่นและย้อนกลับมามองตนเองอย่างเข้าใจความเกี่ยวพันของสิ่งต่าง ๆ ในโลกที่มีความเกี่ยวโยงกันแบบไม่สามารถแยกออกจากกันได้ (ชาญวิทย์ เกษตรศิริ, 2540) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวเพื่อมุ่งการเรียนรู้และความภาคภูมิใจที่เน้นเสนอลักษณะวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ โบราณคดี และสถานที่ต่าง ๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้นโดยเกี่ยวเนื่องกับความ เป็นอยู่ของสังคม (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548)

สื่อปฏิสัมพันธ์เชิงโต้ตอบช่วยให้ผู้ใช้สามารถสัมผัส และโต้ตอบกับสิ่งที่อยู่ตรงหน้าได้โดยตรง ทำให้เกิดการมีส่วนร่วมและได้รับข้อมูลต่าง ๆ ผ่านการนำสื่อข้อความ ภาพ วิดีโอ และเสียง มาปรับใช้ร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพระหว่างผู้ใช้กับระบบโปรแกรม เป็นตัวช่วยให้เกิดการเรียนรู้ และตอบกลับในรูปแบบต่าง ๆ ได้ ไม่ว่าจะเป็นการมองเห็น หรือการสัมผัส เป็นต้น ช่วยเพิ่มการมีส่วนร่วม และความตื่นตัวช่วยให้ผู้ใช้สามารถมีส่วนร่วมกับเนื้อหา ดึงดูดความน่าสนใจ ทำให้รู้สึกสนุกสนาน จากสภาพแวดล้อมที่สมจริง เพื่อนำไปสู่แรงจูงใจในการเรียนรู้ที่เพิ่มมากขึ้น ทั้งยังสามารถสร้างสรรค์ทางเลือกให้ผู้ใช้ โดยการปรับแต่งประสบการณ์ที่ตัวเองจะได้รับ ผ่านการเลือกสิ่งที่ต้องดู หรือทำได้เอง ซึ่งจะเป็นเรื่องตรงกับความสนใจ และความต้องการของแต่ละบุคคลมากขึ้น ช่วยประหยัดต้นทุนและพื้นที่ในการสร้างได้ดี เมื่อต้องการจัดกิจกรรม ช่วยส่งเสริมการเรียนรู้ การจดจำ และการเก็บรักษา ข้อมูลการให้ผู้ใช้มีส่วนร่วม และลงมือทำจริง จะช่วยดึงดูดความสนใจของผู้เรียน เสริมสร้างกระบวนการเรียนรู้ ทำให้สามารถจดจำได้นาน และ

นำไปสู่ความเข้าใจที่ดียิ่งขึ้นในเรื่องนั้น ๆ (Any i Media, 2565)

ทฤษฎีมนุษย์เป็นศูนย์กลางในการออกแบบ (Human - Centered Design) เป็นการคิดค้นทางการออกแบบ และการแก้ไขปัญหา โดยยึดมนุษย์เป็นศูนย์กลางของกระบวนการออกแบบ ผลลัพธ์ที่ได้คือ ปัจจัยมนุษย์ (Human factors) ประกอบด้วย 3 ด้าน คือ กายภาพ จิตวิทยา และ สังคมวัฒนธรรม ซึ่งเป็นตัวแปรสำคัญที่ทำให้เกิดลักษณะของมนุษย์ในแต่ละกลุ่มชาติพันธุ์ มีวิธีการดำเนินชีวิต กฎเกณฑ์ การปฏิบัติ และการมีปฏิสัมพันธ์กับมนุษย์โลกในรูปแบบที่ต่างกันออกไป โดยมีลำดับการดำเนินการ 6 ขั้นตอน ประกอบด้วย 1) รวบรวมวรรณกรรม (Literature reviews) 2) เก็บรวบรวมข้อมูล (Collecting data) 3) วิเคราะห์ข้อมูล (Data Analysis) 4) ออกแบบ (Design) 5) การวัดและประเมินผล (Measure) 6) ชิ้นงานออกแบบสุดท้าย (Final design) (รัตนโชติ เทียนมงคล, 2556)

มาศคอตมีบทบาทสำคัญในการเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่สร้างการจดจำและภาพลักษณ์เชิงบวก การออกแบบมาศคอตจึงมักนำเสนอในรูปแบบตัวละครที่สามารถสร้างการรับรู้ร่วมกันได้ง่าย เพื่อส่งเสริมการจดจำและความประทับใจ มาศคอตส่วนใหญ่จึงถูกการออกแบบเป็นตัวละครการ์ตูน บุคคล หรือสัตว์ที่มีบุคลิกลักษณะและการแสดงออกเชิงบวกที่ชัดเจน เช่น ความน่ารัก ความฉลาด ความสดใส และความร่าเริง โดยสามารถเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ตราสินค้า องค์กร หรือหน่วยงาน ในการประชาสัมพันธ์ยังสร้างข้อได้เปรียบด้านภาพลักษณ์ของตราสินค้าทั้งในระยะสั้นและระยะยาว เนื่องจากสามารถสร้างความประทับใจได้รวดเร็วกว่าการใช้บุคคลจริง อีกทั้งความเป็นอมตะที่ไม่เปลี่ยนแปลงตามกาลเวลา ส่งผลให้เกิดการจดจำในระยะยาวและสร้างความคุ้นเคยที่นำไปสู่ภาพจำที่มีประสิทธิภาพ

และความน่าเชื่อถือที่เพิ่มขึ้น นอกจากนี้ยังสามารถพัฒนาต่อยอดเป็นหุ่นหรือตุ๊กตามาศคอตสำหรับการนำเสนอในกิจกรรมต่าง ๆ ได้ (วิริตา แอนิเมชั่น, มปป.) การออกแบบมาศคอตที่มีอัตลักษณ์ บุคลิกลักษณะนิสัย ที่มาที่ไปของการออกแบบสัญลักษณ์นำโชค เป็นสิ่งสำคัญเป็นอย่างยิ่งในการออกแบบสัญลักษณ์นำโชคเพื่อสื่อสารการท่องเที่ยวท้องถิ่นให้เป็นที่น่าจดจำ สร้างความประทับใจและสามารถสื่อถึงอัตลักษณ์ท้องถิ่นนั้น ๆ ได้ (นฤพนธ์ คมสัน, 2565)

สรุปคือชุมชนไทยพวนในอำเภอบางพลี จังหวัดนครนายก เป็นกลุ่มชาติพันธุ์ที่อพยพมาจากประเทศลาวและตั้งถิ่นฐานในประเทศไทยมานานกว่า 200 ปี มีความโดดเด่นด้านศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิต ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เน้นการศึกษาประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อสร้างความเข้าใจในวิถีชีวิตวัฒนธรรม จึงต้องคำนึงถึงการสร้างประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยวด้านความรู้ ความเข้าใจ ประทับใจในสินค้าหรือบริการ โดยสื่อประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยส่งเสริมการเรียนรู้ผ่านการผสมผสานสื่อหลากหลายรูปแบบและเปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนร่วม ทั้งนี้การใช้มาศคอตเป็นตัวแทนของคนในชุมชนไทยพวนเพื่อนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์ยังช่วยสร้างการจดจำและภาพลักษณ์เชิงบวก ด้วยการออกแบบที่สื่อถึงอัตลักษณ์ของชุมชนได้อย่างชัดเจนและสามารถพัฒนาต่อยอดเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ได้หลากหลายรูปแบบ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ ประเพณี วัฒนธรรม ความต้องการของชาติพันธุ์ไทยพวน และนักท่องเที่ยวใน อำเภอบางพลี จังหวัดนครนายก

2. เพื่อสร้างสื่อปฏิสัมพันธ์ที่สอดคล้องกับความต้องการของชาติพันธุ์ไทยพวน และนักท่องเที่ยวใน อำเภอปากพลี จังหวัดนครนายก

ระเบียบวิธีวิจัย

การออกแบบสื่อปฏิสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอปากพลี จังหวัดนครนายก เป็นวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) ได้ศึกษาค้นคว้าข้อมูลต่าง ๆ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบผลิตสื่อปฏิสัมพันธ์โดยผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนและวิธีการวิจัยที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัยดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 สำรวจปัญหาและความต้องการในการพัฒนาด้านสื่อปฏิสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อ.ปากพลี จ. นครนายก ด้วยวิธีการสำรวจ สัมภาษณ์ จากตัวแทนของชุมชนเพื่อให้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับชุมชนไทยพวน

ขั้นตอนที่ 2 การออกแบบต้นแบบตัวละครเพื่อใช้ประกอบกับสื่อปฏิสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอปากพลี จังหวัดนครนายก แบบมีส่วนร่วมโดยให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการคัดเลือกและให้ข้อเสนอในการพัฒนาแบบ

ขั้นตอนที่ 3 พัฒนาแบบสื่อปฏิสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอปากพลี จังหวัดนครนายก จากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบสื่อปฏิสัมพันธ์จำนวน 1 คน และประชากรตัวอย่าง (นักท่องเที่ยว) จำนวน 100 คน

ขั้นตอนที่ 4 สรุปและอภิปรายผล

ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับการคัดเลือกจากผู้เชี่ยวชาญและกลุ่มเป้าหมาย ทำให้ได้ข้อสรุปเพื่อนำไปเป็นแนวทางในการออกแบบมาสคอตและสื่อปฏิสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอปากพลี จังหวัดนครนายก ดังนี้

ต้นแบบ “น้องพวน” มาจากชาวชุมชนไทยพวน ลักษณะนิสัยร่าเริง ขยันทำงาน มีความเป็นผู้นำ ได้รับแรงบันดาลใจมาจากตัวอย่างของผู้แทนชุมชน ตัวอักษรพวน พิธีบายศรีสู่ขวัญ เครื่องใช้ เครื่องแต่งกายอันเป็นเอกลักษณ์ของชาวไทยพวน และศาลปู่ตาที่เป็นสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ที่ชาวบ้านเชื่อว่าจะปกป้องคุ้มครองชาวบ้าน



รูปที่ 1 ภาพมาสคอตต้นแบบผู้ชาย “น้องพวน”
ที่มา : โดยผู้วิจัย (วรพรรณ สุรัสวดี, 2568)

ต้นแบบ “น้องพลี” มาจากชื่ออำเภอปากพลี ลักษณะนิสัยน่ารัก ปราณีต ได้รับแรงบันดาลใจมาจากตัวอย่างหญิงสาวในชุมชน ใช้ตัวอักษรพวน หาบที่ใช้ในพิธีสวดเสื่อสุทผ้า เครื่องแต่งกายอันเป็นเอกลักษณ์ของชาวไทยพวน และดอกสุพรรณิการ์ที่เป็นดอกไม้ประจำจังหวัดนครนายก



รูปที่ 2 ภาพมาสคอตต้นแบบผู้หญิง “น้องพลี”
ที่มา : โดยผู้วิจัย (วรพรรณ สุรัสวดี, 2568)

นำมาสคอตมาพัฒนาต่อยอดใช้กับสื่อความเป็นจริงเสริม (Augmented Reality หรือ AR) โดยนักท่องเที่ยวสามารถสแกนที่มาสคอตเพื่อนำไปสู่ข้อมูลในช่องทางต่าง ๆ ของชุมชน เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) ของชุมชน ข้อมูลวัฒนธรรมประเพณี กิจกรรมการท่องเที่ยวจากรายการต่าง ๆ ที่เข้ามาถ่ายทำในชุมชนผ่านช่องทางออนไลน์อย่างยูทูบ (Youtube) หรือข้อมูลตัวอย่างรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนผ่านหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-book)



รูปที่ 3 ภาพตัวอย่างการติดตั้งมาสคอต
ที่มา : โดยผู้วิจัย (วรพรรณ สุรัสวดี, 2568)



รูปที่ 4 ภาพตัวอย่างการใช้งาน AR จากแอปพลิเคชัน Artivive
ที่มา : โดยผู้วิจัย (วรพรรณ สุรัสวดี, 2568)

สรุปและอภิปรายผล

การวิจัยเรื่องการออกแบบสื่อปฏิสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอปากพลี จังหวัดนครนายก เป็นไปตามวัตถุประสงค์ดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ ประเพณี วัฒนธรรม ความต้องการของชาติพันธุ์ไทยพวน และนักท่องเที่ยวในอำเภอปากพลี จังหวัดนครนายก จากการศึกษาพบว่าชาติพันธุ์ไทยพวนยังคงรักษาอัตลักษณ์และวัฒนธรรม ประเพณีไว้อย่างเข้มแข็ง อย่างไรก็ตามผู้ที่ดูแลส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ ในขณะที่ขาดการสืบทอดจากคนรุ่นใหม่ แม้ว่าจะมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ และมีการนำเสนอผ่านรายการท่องเที่ยวที่เข้ามาถ่ายทำในชุมชน ซึ่งได้รับความสนใจเป็นอย่างดี แต่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เข้ามาเยี่ยมชมมักเป็นกลุ่มศึกษาดูงานที่มีการนัดหมายล่วงหน้า ในขณะที่นักท่องเที่ยวทั่วไปที่เข้ามาโดยไม่ได้นัดหมายมักได้รับข้อมูลที่จำกัด เนื่องจากสื่อในพื้นที่ยังไม่ครอบคลุม การพัฒนาสื่อรูปแบบใหม่ที่มีความแตกต่างจึงอาจช่วยเพิ่มความน่าสนใจและส่งเสริมการเผยแพร่อัตลักษณ์ของชุมชนให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้น

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อสร้างสื่อปฏิสัมพันธ์ที่สอดคล้องกับความต้องการของชาติพันธุ์ไทยพวน และนักท่องเที่ยวใน อำเภอปากพลี จังหวัดนครนายก จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญและสรุปแบบสอบถามของนักท่องเที่ยวพบว่า การพัฒนาสื่อปฏิสัมพันธ์มีประสิทธิภาพในการสร้างความน่าสนใจและส่งเสริมการเผยแพร่อัตลักษณ์ชุมชน โดยสื่อดังกล่าวไม่เพียงส่งเสริมการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว แต่ยังเชื่อมโยงและนำเสนอข้อมูลกิจกรรมการท่องเที่ยวได้อย่างครอบคลุม นอกจากนี้ ความสามารถในการแบ่งปันข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ยังช่วยขยายการรับรู้และเพิ่มโอกาสในการประชาสัมพันธ์ชุมชนในวงกว้าง ใช้มาสคอตที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นและชัดเจน จะยังช่วยเสริมสร้างการจดจำและความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชน สอดคล้องกับ วิจิตา แอนิเมชัน (มปป.) กล่าวว่า มาสคอตมีบทบาทสำคัญในการเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่สร้างการจดจำและภาพลักษณ์เชิงบวก การออกแบบมาสคอตจึงมักนำเสนอในรูปแบบตัวละครที่สามารถสร้างการรับรู้ร่วมกันได้โดยง่าย เพื่อส่งเสริมการจดจำและความประทับใจ ด้วยเหตุนี้ มาสคอตส่วนใหญ่จึงได้รับการออกแบบให้เป็นตัวละครการ์ตูน บุคคล หรือสัตว์ที่มีบุคลิกลักษณะและการแสดงออกเชิง

บวกที่ชัดเจน อาทิ ความน่ารัก ความฉลาด ความสดใส และความร่าเริง โดยสามารถเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ตราสินค้า องค์กร หรือหน่วยงาน และสอดคล้องกับ Vorapoj Songcharoen (2024) กล่าวถึง การใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ เช่น เทคโนโลยีความจริงเสริม (AR) ความจริงเสมือน (VR) หรือปัญญาประดิษฐ์ (AI) สามารถสร้างการมีส่วนร่วมและเพิ่มการรับรู้ของผู้ชมได้ดี

References

- Any i Media. (2023, February 13). *What is Interactive Technology? When 'Interactive Media' Plays an Increasing Role in Education and Event Organization*. <https://www.anyimedia.com/what-is-interactive-technology-when-it-becomes-more-important-in-education-and-events>
- Boonlert Tangjitwattana. (2005). *Sustainable Tourism Development*. Press & Design Company Limited.
- Charnvit Kasetsiri. (1997). *Thai Way of Life: Cultural Tourism*. Amarin Printing & Publishing.
- Luxana Keyuraphan. (2015). A Development Model of Thai Phuan Community's Tourism Activity Management to Promote Creative Learning in Nakhon Nayok. *Veridian E-Journal, Silpakorn University*, 9(2), 2190-2201. <https://he02.tci-thaijo.org/index.php/Veridian-E-Journal/article/view/75530/60845>
- Narupon Komsan. (2022). *The Development of Mascot Design Process for Local Tourism Communication in Phitsanulok*. Naresuan University.
- Pranee Eamlaorpakdee. (2007). *Marketing management (2nd ed.)*. Tana Press Co.,Ltd.
- Ratanachote Thienmongkol. (2013). New "Systems Theory": A Design Configuration of the New Transit Map for Khon Kaen City. *Journal of Fine and Applied Arts Khon Kaen University*, 5(1), 100–128. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/fakku/article/view/27112>
- TTB analytics. (2023, January 17). *TTB Analytics Forecasts Thailand's Tourism Revenue to Increase by 1 Trillion Baht in 2023, Compared to Previous Year*. <https://www.ttbbank.com/th/newsroom/detail/travel-thailand-2566>
- Vithita Animation. (n.d.). *What is a Mascot? How Can it Enhance Business Image?*. <https://vithita.com/mascot/>
- Vorapoj Songcharoen. (2024). Case Study of Essential Character Design Elements to Communicate the Identity of the UNESCO Creative City of Gastronomy – Phetchaburi, Thailand. *Journal of Urban Culture Research*, 29, 229-253. <https://doi.org/10.14456/jucr.2024.29>