

การออกแบบและพัฒนาสื่อ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน กรณีศึกษาชุมชนบ้านครัวเหนือ กรุงเทพมหานคร¹

THE DESIGN AND DEVELOPMENT OF MEDIA TO PROMOTE CULTURAL TOURISM THROUGH COMMUNITY PARTICIPATION: A CASE STUDY OF BAAN KHROUA NUEA COMMUNITY, BANGKOK

ศุภชา ฤกษ์เรืองฤทธิ์ / SUPACHA ROEKRUEANGRIT*

สาขาวิชาสื่อและนวัตกรรมสื่อสาร วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

MAJOR IN MEDIA AND COMMUNICATION INNOVATION, COLLEGE OF SOCIAL COMMUNICATION INNOVATION,
SRINAKHARINWIROT UNIVERSITY.

กิตติกรณ์ นพอุดมพันธุ์ / KITTIKORN NOPUDOMPHAN

สาขาวิชาศิลปะการแสดง คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

DEPARTMENT OF PERFORMING ARTS, FACULTY OF FINE ARTS, SRINAKHARINWIROT UNIVERSITY.

กิตติศักดิ์ เยาวนานนท์ / KITISAK YAOWANANON

วิชาเอกการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยว วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

MAJOR IN COMMUNICATION FOR TOURISM, COLLEGE OF SOCIAL COMMUNICATION INNOVATION,
SRINAKHARINWIROT UNIVERSITY.

Received : August 15, 2024

Revised : April 21, 2025

Accepted : May 16, 2025

บทคัดย่อ

บทความวิจัยเรื่องการออกแบบและพัฒนาสื่อ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน กรณีศึกษาชุมชนบ้านครัวเหนือ กรุงเทพมหานคร การวิจัยนี้มุ่งเน้นตามหลักวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการออกแบบและพัฒนา สื่อสำหรับส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน กรณีศึกษาชุมชนบ้านครัวเหนือ กรุงเทพมหานคร ใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกตแบบมีส่วนร่วม และการวิเคราะห์เอกสารที่เกี่ยวข้อง การวิจัยนี้ดำเนินการในช่วงเดือน กันยายน พ.ศ. 2566 ถึง เมษายน พ.ศ. 2568

การวิจัยใช้แหล่งข้อมูลทั้งปฐมภูมิและทุติยภูมิ ข้อมูลปฐมภูมิได้จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 7 คน ประกอบด้วย ผู้นำชุมชน และตัวแทนชุมชน ข้อมูลทุติยภูมิได้จากการศึกษาวรรณกรรม งานวิจัย และเอกสารที่เกี่ยวข้อง ผลการศึกษาพบว่า ชุมชนมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอนของกระบวนการวิจัย ทำให้สื่อที่ผลิตมีความเหมาะสมกับบริบท ความต้องการ และอัตลักษณ์ของชุมชน สื่อที่ได้รับการพัฒนาแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ โลโก้ของชุมชนบ้านครัวเหนือ ป้ายประชาสัมพันธ์ (ป้ายหลัก ป้ายรอง และป้ายบอกเส้นทาง) และสื่อวิดีโอ 6 คลิป เผยแพร่ผ่านช่องทาง Facebook ของชุมชน และ QR

1 ปริญาพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อและนวัตกรรมสื่อสาร วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ปีการศึกษา 2567

* ผู้นิพนธ์หลัก E-mail: supacha.roek@gmail.com

Code บนป้ายหลักในพื้นที่จริง ทั้งนี้ชุมชนยังมีข้อจำกัดด้านทรัพยากร บุคลากร และทักษะการใช้เทคโนโลยี ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการเผยแพร่สื่อ

การอภิปรายผลชี้ให้เห็นว่า การใช้กรอบแนวคิดการวิจัยแบบมีส่วนร่วม ช่วยให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างผู้วิจัยและชุมชนบ้านครัวเหนือ ส่งเสริมความรู้สึกเป็นเจ้าของในวัฒนธรรมท้องถิ่น และทำให้เกิดสื่อที่สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชน โดยการออกแบบสื่อที่ตอบสนองต่อบริบทและความต้องการจริงอันนำไปสู่การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: การออกแบบและพัฒนาสื่อ, การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม, การมีส่วนร่วมของชุมชน

Abstract

This research examines the design and development of media to promote cultural tourism through community participation in Baan Khrua Nuea Community, Bangkok. The research employed a qualitative research methodology, collecting data through in - depth interviews, participatory observation, and analysis of related documents. The research was conducted from September 2023 to April 2025.

The research utilized both primary and secondary data sources. Primary data was collected from seven key informants, including community leaders and representatives. Secondary data was gathered from literature reviews, research studies, and analysis of related. The study revealed that the community participated in every step of the research process, ensuring that the media produced was appropriate was appropriate to the community's context, needs, and identity. The developed media comprised three types: a community logo for Baan Khrua Nuea, public signage public signage including main signs, secondary signs, and directional signs; and six video clips, which were shared via the community's Facebook page and through QR codes displayed on the main signs in the physical area. However, the community encountered limitations regarding resources, personnel, and technology skills, which posed challenges for media dissemination.

The discussion showed that using a participatory research framework facilitated a collaborative learning process between the researchers and the Baan Khrua Nuea community. This approach promoted a sense of ownership of the local culture and resulted in media that reflected the This sentence is long. Split it out.

This approach promoted a sense of ownership of the local culture and resulted in media that reflected the community's identity. The community - designed media responded to the actual context and needs of the area, contributing to the sustainable promotion of cultural tourism.

Keywords: Media Design and Development, Promotion of Cultural Tourism, Community Participation

บทนำ

ชุมชนบ้านครัวเหนือเป็นชุมชนมุสลิมที่มีความสำคัญในด้านวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ ตั้งอยู่ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ริมคลองแสนแสบ โดยตั้งอยู่ระหว่างสะพานหัวช้างถึงวัดพระยา ซึ่งพื้นที่นี้มีขนาดประมาณ 14 ไร่ และถูกแบ่งออกเป็นสามส่วนหลัก คือ บ้านครัวเหนือ

บ้านครัวใต้ และบ้านครัวตะวันตก โดยที่ บ้านครัวเหนือเป็นศูนย์กลางของชุมชน ชุมชนนี้มีประชากรประมาณ 1,376 ครัวเรือน และมีมัสยิดยามีอูลคือยริยะห์เป็นศูนย์รวมทางศาสนาและสังคม ซึ่งเป็นมัสยิดที่มีประวัติยาวนานมาตั้งแต่สมัยกรุงรัตนโกสินทร์ ชุมชนบ้านครัวเหนือมีความสำคัญทั้งในด้านการอนุรักษ์วัฒนธรรมมุสลิมและการส่งเสริม

เศรษฐกิจจากการผลิตผ้าไหมไทย ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน โดยมีการประสานงานกับการพัฒนาเศรษฐกิจเมืองและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่นี้ อย่างไรก็ตามชุมชนต้องเผชิญกับความท้าทายในการรักษาวัฒนธรรมดั้งเดิมในท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ชุมชนบ้านครัวเหนือมีประวัติการอพยพมาจากชาวมุสลิมจากกัมพูชาในประเทศกัมพูชา ซึ่งได้เข้ามาตั้งถิ่นฐานในประเทศไทยในสมัยกรุงรัตนโกสินทร์ (วนิดา พูนโพธิ์, 2565, น. 77-90) การอพยพครั้งนี้เป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองและเศรษฐกิจในกัมพูชา ทำให้ชาวมุสลิมจากกัมพูชาต้องย้ายถิ่นฐานมายังประเทศไทยและสร้างชุมชนใหม่ที่มีลักษณะเฉพาะตัว ทั้งในด้านภาษา ศาสนา และวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนมุสลิม การตั้งถิ่นฐานในกรุงเทพมหานครทำให้ชุมชนบ้านครัวเหนือมีความหลากหลายทั้งในแง่ของชาติพันธุ์ และในด้านความเชื่อและประเพณี ซึ่งในปัจจุบันชุมชนนี้ถือเป็นหนึ่งในชุมชนมุสลิมที่มีความสำคัญที่สุดในกรุงเทพฯ โดยมีการสืบทอดประเพณีต่าง ๆ เช่น การทำอาหารมุสลิม และการผลิตผ้าไหม ที่มีคุณภาพสูงและได้รับการยอมรับจากตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ

แม้ว่าชุมชนบ้านครัวเหนือจะมีประวัติความเป็นมาที่ยาวนานและมีความสำคัญในด้านวัฒนธรรม แต่ชุมชนนี้ยังต้องเผชิญกับความท้าทายจากการพัฒนาเมืองและการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและเศรษฐกิจ การขยายตัวของเมืองทำให้พื้นที่ของชุมชนบ้านครัวเหนือต้องเผชิญกับปัญหาการขยายตัวของธุรกิจต่าง ๆ ที่อาจทำลายเอกลักษณ์และวิถีชีวิตดั้งเดิมของชุมชน การพัฒนาพื้นที่ในกรุงเทพมหานครและการเพิ่มจำนวนของนักท่องเที่ยวในพื้นที่ ทำให้ชุมชนบ้านครัวเหนือต้องพิจารณาวิธีการพัฒนาอย่างยั่งยืน เพื่อไม่ให้สูญเสียความเป็นเอกลักษณ์ในด้านวัฒนธรรมและประเพณีที่มีอยู่ นอกจากนี้ยังต้องเผชิญกับปัญหาการปรับตัวของคนในชุมชนให้เข้ากับการพัฒนาใหม่ ๆ โดยไม่ทำลายโครงสร้างทางสังคมและเศรษฐกิจที่มีอยู่ การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนบ้านครัวเหนือถือเป็นทางเลือกที่สำคัญในการสร้างรายได้ให้กับชุมชน (นงลักษณ์ ชูติมา, 2566, น. 45) ในขณะเดียวกันก็สามารถรักษาความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนไว้ได้โดยการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมผ่านการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การทัวร์ในชุมชนที่เน้นการเยี่ยมชมสถานที่สำคัญของชุมชน การแสดง

ผ้าไหมไทย การแสดงอาหารมุสลิม และการจัดการเรียนรู้เกี่ยวกับประเพณีทางศาสนา การใช้สื่อออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่าง ๆ ในชุมชนเป็นอีกหนึ่งวิธีที่สามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ (นันทนา ข้าใส, 2561, น. 22) การใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น YouTube, Instagram และ TikTok ในการเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชุมชน ช่วยให้ชุมชนสามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ การสร้างสื่อที่มีคุณภาพเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนบ้านครัวเหนือควรเป็นการพัฒนาที่มีความยั่งยืนและมีส่วนร่วมจากสมาชิกในชุมชน การมีส่วนร่วมของชุมชนในการผลิตสื่อจะช่วยเสริมสร้างความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมและประเพณีของตนเอง การจัดอบรมหรือเวิร์กช็อปเกี่ยวกับการสร้างสื่อออนไลน์ให้แก่สมาชิกในชุมชนจะช่วยให้ชุมชนสามารถพัฒนาสื่อได้ด้วยตนเอง โดยไม่ต้องพึ่งพาทายานอก การสร้างเนื้อหาที่มีคุณภาพและสามารถถ่ายทอดความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ จะช่วยให้ชุมชนบ้านครัวเหนือสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยี่ยมชมและเรียนรู้เกี่ยวกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชุมชนอย่างแท้จริง (จิรวัดน์ รัตนชัย, 2563, น. 45) ชุมชนบ้านครัวเหนือถือเป็นชุมชนมุสลิมที่มีความสำคัญทั้งในด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และเศรษฐกิจ การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนบ้านครัวเหนือจึงเป็นทางเลือกที่ดีในการรักษาความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนและสร้างรายได้ให้กับชุมชนในระยะยาว ดังนั้นกรณีศึกษาชุมชนบ้านครัวเหนือ กรุงเทพมหานคร จึงเป็นตัวอย่างที่ดีในศึกษาการออกแบบและพัฒนาสื่อสำหรับส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน เพื่อชุมชนบ้านครัวเหนือสามารถเผยแพร่วิถีชีวิต วัฒนธรรมให้กับนักท่องเที่ยวโดยการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเยี่ยมชมในชุมชนและสร้างรายได้ให้กับชุมชนในอนาคต

การออกแบบและพัฒนาสื่อเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนบ้านครัวเหนือ เป็นกระบวนการที่สำคัญ การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาสื่อ การออกแบบเนื้อหาและกิจกรรมที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวจำเป็นต้องคำนึงถึงการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้รับชมในยุคปัจจุบัน การออกแบบให้มีความสอดคล้องกับสภาพการณ์ปัจจุบันและความรู้ของ

ผู้รับชม ดังนั้นวิธีการสร้างสื่อที่มีส่วนร่วมของชุมชนในกระบวนการออกแบบและพัฒนาสื่อเป็นแนวทางที่ดี เนื่องจากชุมชนมีความรู้และประสบการณ์ท้องถิ่นที่สำคัญที่จะช่วยให้สื่อที่สร้างขึ้นเรื่องราวที่เป็นเอกลักษณ์และน่าสนใจ การออกแบบและพัฒนาสื่อเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนบ้านครัวเหนือต้องมีประสิทธิภาพและยังคงอยู่ได้ในระยะยาว (ชนวัฒน์ พูลเขตนคร, นิตยา นาคอินทร์ และ พิษญาภา ยวงสร้อย, 2564, น. 321-335) จากการสัมภาษณ์ประชากรในชุมชนที่มีส่วนร่วม จำนวน 7 คน ปัจจุบันชาวบ้านในชุมชนยังไม่สามารถเตรียมความพร้อมในการต้อนรับนักท่องเที่ยวที่มาจากที่ต่าง ๆ ได้ เนื่องจากชุมชนบ้านครัวเหนือมีนโยบายการเปิดรับนักท่องเที่ยวในลักษณะกึ่งเปิดกึ่งปิด โดยมีการกำหนดช่วงเวลาในการเข้าท่องเที่ยวอย่างชัดเจน เพื่อเป็นการเคารพความเป็นส่วนตัวของคนในชุมชน นโยบายดังกล่าวเป็นแนวทางที่ชุมชนได้กำหนดขึ้นเอง และเริ่มนำมาใช้ตั้งแต่ช่วงที่มีการเสนอแผนการก่อสร้างทางด่วนซีทีอาร์ที ซึ่งพาดผ่านพื้นที่สำคัญของชุมชน ได้แก่ มัสยิด สุสาน และที่อยู่อาศัย เมื่อปี พ.ศ. 2531 เหตุการณ์ดังกล่าวส่งผลให้ชาวชุมชนลุกขึ้นมาเรียกร้องและปกป้องสิทธิมนุษยชน รวมถึงสิทธิของชุมชนท้องถิ่นดั้งเดิม ทั้งจากเหตุผลด้านศาสนา สังคม และกฎหมาย โดยมีคณะทำงานเฉพาะกิจของชุมชนเป็นแกนนำในการขับเคลื่อนได้มีการเคลื่อนไหวคัดค้านโครงการนี้อย่างต่อเนื่องเรื่อยมา จนถึงปัจจุบัน (วนิดา ทูนโพรม์, 2565, น. 77-90) เท่าที่ผ่านมา นโยบายดังกล่าวส่งผลให้ชุมชนสามารถควบคุมและบริหารจัดการการท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม โดยยังคงรักษาวิถีชีวิต วัฒนธรรม และความเป็นส่วนตัวของคนในชุมชนไว้ได้เป็นอย่างดี อีกทั้งยังส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือระหว่างชุมชนกับหน่วยงานภายนอกในการพัฒนาพื้นที่อย่างยั่งยืน ภายใต้กรอบของสิทธิชุมชนและความเชื่อทางศาสนา ซึ่งกลายเป็นแบบอย่างของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนในบริบทของพื้นที่เมือง แต่การที่จะทำให้เกิดความเข้าใจตรงกันและทำให้งานด้านการท่องเที่ยวสำเร็จลุล่วงนั้น จำเป็นต้องทำให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน ส่งผลให้การประชาสัมพันธ์ด้วยสื่อภายในและภายนอกชุมชนบ้านครัวเหนือมีบทบาทสำคัญในการสร้างความเข้าใจให้กับคนในชุมชนบ้านครัวเหนือและนักท่องเที่ยว สอดคล้องตามแหล่งท่องเที่ยวและสอดคล้องกับการวางแผนการประชาสัมพันธ์ด้วยสื่อภายในและภายนอกออกมาได้อย่างถูกต้องและเห็นผล

มากที่สุด สามารถเผยแพร่ข่าวสารหรือชักชวนให้เป็นที่รู้จักและดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมชุมชน ทำให้ชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีการผสมผสานระหว่างศิลปะร่วมสมัย วิถีชีวิตชุมชน และอาหารที่เต็มไปด้วยความหลากหลายทางวัฒนธรรมที่สำคัญอีกแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร การประชาสัมพันธ์ด้วยสื่ออาจพิจารณาเรื่องราวที่มีความน่าสนใจและเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน การศึกษาตลาดเป้าหมายและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจในวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น การออกแบบและพัฒนาสื่อนำเสนอให้กับนักท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญในเรื่องราวทางวัฒนธรรมของชุมชน เพื่อให้คนในชุมชนเกิดรายได้จากนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในชุมชน และทำให้ชุมชนบ้านครัวเหนือเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

การตั้งประเด็นวิจัยผู้วิจัยเห็นถึงความสำคัญการออกแบบและพัฒนาสื่อเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนบ้านครัวเหนือ เนื่องจากชุมชนบ้านครัวเหนือมีประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมที่น่าสนใจ มีต้นกำเนิดมาอย่างยาวนานและยังคงมีความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนทั้งในด้านศิลปะร่วมสมัย วิถีชีวิต อาหาร และวัฒนธรรมของชุมชน การออกแบบและพัฒนาสื่อเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน กรณีศึกษาชุมชนบ้านครัวเหนือ กรุงเทพมหานคร นั้น บริบทและความต้องการของชุมชนที่มีต่อสื่อ กลุ่มบุคคลเหล่านี้จะอยู่ในสถานะทั้งเป็นผู้ถูกศึกษา (Target of Study) และในฐานะผู้วิจัยร่วม (Co-researcher) โดยมีบทบาทในการร่วมตัดสินใจ ร่วมวางแผน ร่วมปฏิบัติ ร่วมวิเคราะห์ข้อมูลตีความและอธิบายความหมายของปรากฏการณ์ จัดทำข้อตกลงหรือข้อสรุปต่าง ๆ ที่จะนำไปสู่การปฏิบัติและการพัฒนาต่อไป เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยต้องมีกระบวนการประเมินผลและนำกลุ่มผู้เชี่ยวชาญเข้ามาให้ความคิดเห็นเพื่อปรับปรุงและพัฒนาสื่อให้มีประสิทธิภาพ การออกแบบและพัฒนาสื่อเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน กรณีศึกษาชุมชนบ้านครัวเหนือ กรุงเทพมหานคร จึงเป็นเครื่องมือสื่อสารที่สำคัญในการเชื่อมโยงให้ชุมชนร่วมกันทำให้ประชาชนที่อาศัยอยู่ในชุมชนและนักท่องเที่ยวทราบถึงข้อมูลและเหตุการณ์ต่าง ๆ ของพื้นที่ ผู้วิจัยเห็นถึงความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ การสื่อสารเป็นสิ่งสำคัญในการเชื่อมโยง

ให้คนในชุมชนและนักท่องเที่ยวเพื่อช่วยขยายช่องทางการสื่อสารให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักชุมชน ทำให้นักท่องเที่ยวอยากเข้ามาเที่ยวชมภายในชุมชนมากยิ่งขึ้น เพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมของคนในชุมชน ทำให้ในอนาคตชุมชนเกิดรายได้ และสามารถช่วยแก้ไขปัญหาเรื่องการเตรียมความพร้อมของประชาชนที่อาศัยอยู่ในชุมชนและใช้ในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่าง ๆ ระหว่างคนในชุมชนบ้านครัวเหนือและนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาการออกแบบและพัฒนาสื่อสำหรับส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน กรณีศึกษาชุมชนบ้านครัวเหนือ กรุงเทพมหานคร

อุปกรณ์และวิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้เครื่องมือการสัมภาษณ์ การสังเกต การบันทึกข้อมูล และการศึกษา

เอกสาร กรอบแนวคิดทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลที่เก็บรวบรวมจะถูวิเคราะห์และนำไปใช้ในการออกแบบสื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของชุมชนบ้านครัวเหนือได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้เพื่อจริยธรรมในการวิจัยและธรรมสิทธิในการวิจัยชุมชน โดยผู้นำชุมชนและผู้มีส่วนร่วมในชุมชนที่ให้ข้อมูลเพื่อการวิจัยได้ผ่านความเห็นชอบจากชุมชนในการใช้ชุมชนเป็นพื้นที่วิจัย วิธีดำเนินการวิจัยมีรายละเอียดโดยสรุปดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ ประชากรในชุมชนที่มีส่วนร่วม ได้แก่ คณะกรรมการชุมชนบ้านครัวเหนือ (2565 - 2568) ซึ่งประกอบด้วย ผู้นำชุมชน ตัวแทนชุมชนจำนวน 7 คน ศึกษาบริบทและความต้องการของชุมชนที่มีต่อสื่อ โดยมีบทบาทในการร่วมตัดสินใจ ร่วมวางแผน ร่วมปฏิบัติ ร่วมวิเคราะห์ข้อมูล ตีความและอธิบายความหมายของปรากฏการณ์ จัดทำข้อตกลงหรือข้อสรุปต่าง ๆ ที่จะนำไปสู่การปฏิบัติและการพัฒนาสื่อเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ตารางที่ 1 ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย ประกอบด้วย 4 ขั้นตอนดังตารางต่อไปนี้

ขั้นตอน	จุดเน้น และผลลัพธ์ที่ได้
1	<p>จุดเน้น: การศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนบ้านครัวเหนือ (Research 1 : R1)</p> <p>ผลลัพธ์ที่ได้: ข้อมูลสาระเกี่ยวกับชุมชนบ้านครัวเหนือ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบและการพัฒนาสื่อ พบว่า “การมีส่วนร่วมของชุมชน” เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาสื่อเพื่อการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ ตัวอย่างงานวิจัย เช่น การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับการท่องเที่ยวในชุมชนจังหวัดชุมพร และการพัฒนาสื่อเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหลังวิกฤตโควิด - 19 ในตำบลลานข่อย จังหวัดอุทัยธานี ที่ประสบความสำเร็จในการสร้างสื่อผ่านวิดีโอและออนไลน์โดยอาศัยฐานข้อมูลจากคนในพื้นที่ ด้วยเหตุนี้ การออกแบบและพัฒนาสื่อเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนเมือง จึงควรวางอยู่บนพื้นฐานของนโยบายที่สนับสนุนการมีส่วนร่วมของชุมชน และการบูรณาการระหว่างภาครัฐ ภาคประชาชน และภาคเอกชนอย่างเป็นระบบ โดยใช้ข้อมูลจากการวิจัยเป็นเครื่องมือในการเสนอแนวทาง การพัฒนาอย่างยั่งยืนต่อไป</p>
2	<p>จุดเน้น: การศึกษาข้อมูลปฐมภูมิ จากการสำรวจภาคสนามชุมชนบ้านครัวเหนือ สัมภาษณ์และการสังเกต ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ ประชากรในชุมชนที่มีส่วนร่วม ได้แก่ คนในชุมชนบ้านครัวเหนือที่มีส่วนร่วม ผู้นำชุมชน ตัวแทนชุมชน จำนวน 7 คน เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนบ้านครัวเหนือ (Research 1 : R2)</p> <p>ผลลัพธ์ที่ได้: การออกแบบและพัฒนาสื่อเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนบ้านครัวเหนือจำเป็นต้องพิจารณาเนื้อหาและข้อมูลสำคัญของชุมชนบ้านครัวเหนือที่สามารถนำไปใช้ในการสร้างสื่อได้อย่างมีประสิทธิภาพ จากการสัมภาษณ์ พบว่า ชุมชนบ้านครัวเหนือยังไม่พร้อมรับนักท่องเที่ยวอย่างเต็มที่ เนื่องจากมีนโยบายเปิดรับแบบกึ่งปิด และต้องการสร้างความเข้าใจร่วมกันเกี่ยวกับการท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อทั้งออนไลน์และออฟไลน์มีบทบาทสำคัญในการสร้างการรับรู้ แต่ชุมชนยังขาดทรัพยากรและทักษะในการออกแบบสื่อที่มีความซับซ้อน ดังนั้น การพัฒนาสื่อเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องมีการปรับปรุงเนื้อหาของสื่อให้สอดคล้องกับความต้องการและอัตลักษณ์ของชุมชน พร้อมทั้งพัฒนาการตลาดและรูปแบบของสื่อให้เหมาะสมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการประชาสัมพันธ์</p>

ขั้นตอน	จุดเน้น และผลลัพธ์ที่ได้
3	<p>จุดเน้น: ผลการศึกษา</p> <p>ผลลัพธ์ที่ได้: สื่อประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมกับต้องการของชุมชนบ้านครัวเหนือ แบ่งออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. โลโก้ชุมชนบ้านครัวเหนือ ผู้วิจัยออกแบบโดยใช้โปรแกรมมัลติมีเดีย 2. ป้ายประชาสัมพันธ์ ติดตั้งที่บอร์ดประชาสัมพันธ์ข้อมูลภายในชุมชน และเสากภายในชุมชนบ้านครัวเหนือ ลักษณะของป้าย แบ่งได้ 3 แบบ ประกอบด้วย <ol style="list-style-type: none"> 2.1 ป้ายหลัก คือ ป้ายข้อมูลของสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญที่ต้องการนำเสนอให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวภายในชุมชนบ้านครัวเหนือ จำนวน 6 ป้าย ผู้วิจัยเป็นผู้ออกแบบและพัฒนาสื่อโดยใช้โปรแกรมมัลติมีเดีย 2.2 ป้ายรอง คือ ป้ายบอกข้อมูลภาพรวมของทั้งชุมชนบ้านครัวเหนือ ป้ายชุมชนบ้านครัวเหนือ จำนวน 3 ป้าย ผู้วิจัยเป็นผู้ออกแบบและพัฒนาสื่อโดยใช้โปรแกรมมัลติมีเดีย 2.3 ป้ายบอกเส้นทาง คือ ป้ายบอกทิศทางและระยะทางของสถานที่ท่องเที่ยวภายในชุมชนบ้านครัวเหนือ จำนวน 8 ป้าย ผู้วิจัยเป็นผู้ออกแบบและพัฒนาสื่อโดยใช้โปรแกรมมัลติมีเดีย 3. สื่อวิดีโอ แบ่งออกเป็น 6 คลิป ประกอบด้วย <ol style="list-style-type: none"> 3.1 มัสยิดสุเหร่ากองอาสาจาม 3.2 เรือนแม่ทรัพย์ 3.3 สวน 15 นาที 3.4 ผ้าไหมบ้านครัว 3.5 มัสยิดดารุลพะละฮ์ 3.6 สวนสาธารณะ ซอย 1 <p>ลักษณะของสื่อวิดีโอ ความยาวคลิปละ 30-45 วินาที นำเสนอสื่อผ่านช่องทาง Facebook ของชุมชนบ้านครัวเหนือ และทำเป็น QR Code ใส่ไว้ในป้ายหลัก เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถสแกนชมคลิปได้ ณ สถานที่ท่องเที่ยววนั้น ๆ ภายในชุมชนบ้านครัวเหนือ และนำเสนอข้อมูลสถานที่ของชุมชนบ้านครัวเหนือให้ตรงกับความต้องการของชุมชน ผู้วิจัยเป็นผู้ออกแบบและพัฒนาสื่อโดยใช้โปรแกรมมัลติมีเดีย</p>
4	<p>จุดเน้น: สรุปและอภิปรายผล</p> <p>ผลลัพธ์ที่ได้: การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการออกแบบและพัฒนาสื่อสำหรับส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยการมีส่วนร่วมในชุมชน กรณีศึกษาชุมชนบ้านครัวเหนือ กรุงเทพมหานคร โดยเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนในกระบวนการต่าง ๆ เช่น การออกแบบสื่อและการวิเคราะห์ผล ผลการวิจัยพบว่า ชุมชนมีส่วนร่วมเต็มที่ในการพัฒนาสื่อ ซึ่งประกอบด้วยโลโก้ชุมชน, ป้ายประชาสัมพันธ์ และสื่อวิดีโอ อย่างไรก็ตาม ชุมชนยังมีข้อจำกัดในด้านบุคลากร, งบประมาณ และทักษะการใช้เทคโนโลยี ส่งผลให้การประชาสัมพันธ์ยังไม่ทั่วถึงและต่อเนื่อง การใช้สื่อสมัยใหม่ เช่น วิดีโอคลิปและ QR Code ช่วยเพิ่มประสบการณ์การท่องเที่ยวและสนับสนุนการรักษาอัตลักษณ์ของชุมชน ผลการวิจัยชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการมีส่วนร่วมในการพัฒนานโยบายและการใช้สื่อสมัยใหม่ในการประชาสัมพันธ์ ซึ่งสามารถเพิ่มประสบการณ์การท่องเที่ยวและคำนึงถึงอัตลักษณ์ของชุมชนได้</p>

ที่มา : ศุภษา ฤกษ์เรืองฤทธิ์, (2568).

ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิด ทฤษฎีการมีส่วนร่วมในชุมชน (Participatory Action Research: PAR)

โคเฮนและอ์พ็อฟ อธิบายว่า เป็นกระบวนการที่เปิดโอกาสให้สมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทาง การพัฒนาและการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ โดยที่สมาชิกสามารถมีอิทธิพลและส่งผลกระทบต่อกระบวนการพัฒนารวมถึงได้รับประโยชน์จากการพัฒนาเหล่านั้นอย่างต่อเนื่อง

(Cohen & Norman อ้างอิงใน วิชาญ ฤทธิธรรม, พุทผจกร สิทธิ และ โพชนม์ จันทร์โพธิ์, 2564, น. 27 - 41) ทฤษฎีนี้ยังเน้นให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมที่เกิดจากการทำงานร่วมกันของชุมชน ซึ่งกระบวนการนี้สามารถช่วยสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชนในการแก้ปัญหาและพัฒนาสิ่งต่าง ๆ ภายในพื้นที่ของตนเอง โดยมุ่งสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนและเป็นประโยชน์ต่อสมาชิกในชุมชนทุกคน

การนำทฤษฎีการมีส่วนร่วมมาใช้ในการออกแบบและพัฒนาสื่อเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนบ้านครัวเหนือ แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการร่วมคิดร่วมตัดสินใจและการร่วมดำเนินงานในกระบวนการพัฒนา โดยชุมชนเป็นผู้ร่วมกำหนดทิศทางและวิธีการในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น รวมถึงการมีส่วนร่วมในกระบวนการต่างๆ เช่น การวิเคราะห์ปัญหาหาแนวทางแก้ไข และการติดตามผลลัพธ์ร่วมกัน ซึ่งช่วยให้การพัฒนาสื่อมีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับความต้องการของชุมชน (ศิลปวิชัย น้อยสมมิตร และ โชติกา แก่นธिया, 2562, น. 101 - 115) การมีส่วนร่วมในรูปแบบนี้ไม่เพียงแต่เพิ่มความสามารรถให้กับสมาชิกในชุมชน แต่ยังสร้างความเป็นเจ้าของและความภาคภูมิใจในการร่วมพัฒนาชุมชนด้วย

2. แนวคิดด้านการใช้สื่อ และทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อ (Media)

แนวคิดสื่อประชาสัมพันธ์ (Public Relations) เป็นกิจกรรมที่มีเป้าหมายเพื่อสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างหน่วยงานและประชาชน โดยมุ่งหวังให้ประชาชนได้รับข้อมูลที่ถูกต้องและเข้าใจต่อกิจกรรมต่างๆ ขององค์กร เพื่อให้เกิดการสนับสนุนที่ยั่งยืน ผลจากการศึกษาพบว่า การประชาสัมพันธ์มีองค์ประกอบสำคัญคือ การวางแผนอย่างรอบคอบ การดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง และการสร้างอิทธิพลต่อความคิดและทัศนคติของกลุ่มเป้าหมายในขณะเดียวกัน การเลือกใช้สื่อที่เหมาะสมในการประชาสัมพันธ์ถือเป็นปัจจัยสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการสื่อสาร ซึ่งรวมถึงสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อสมัยใหม่ต่างๆ ที่ช่วยเสริมสร้างการเชื่อมโยงกับประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ (พรทิพย์ พิมลสินธุ์, 2540, น. 1 - 232)

การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในงานประชาสัมพันธ์ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพของการสื่อสาร โดยการนำสื่อสมัยใหม่ เช่น โซเชียลมีเดีย, Augmented Reality (AR), QR Code และ Infographics มาใช้ในการเผยแพร่ข้อมูล มีความสำคัญอย่างยิ่งในการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ดีและมีความประทับใจ จากงานวิจัยพบว่า การใช้เทคโนโลยีช่วยในการสร้างความเข้าใจที่ดีและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับกลุ่มเป้าหมายในระดับต่างๆ นอกจากนี้ยังสามารถช่วยเสริมสร้างการรู้จักและการ

ยอมรับในองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ (วีระ แก่นเพชร, 2564, น. 148 - 160)

การเลือกใช้สื่อประชาสัมพันธ์ต้องคำนึงถึงความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายและเนื้อหาของข่าวสารที่ต้องการส่งออกไป การพิจารณาประเภทของสื่อที่ใช้มีความสำคัญในการช่วยให้การประชาสัมพันธ์มีผลกระทบที่มีนัยสำคัญในระยะยาว ซึ่งสื่อที่มีอิทธิพลสูงจะทำให้การสื่อสารมีความชัดเจนและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด การใช้เครื่องมือที่เหมาะสมในการเผยแพร่ข้อมูล เช่น ป้ายสัญลักษณ์, อินโฟกราฟฟิก และเว็บไซต์จะช่วยให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพและตรงตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

3. แนวคิด ทฤษฎีการท่องเที่ยวชุมชน (Community Based Tourism: CBT)

เป็นแนวคิดที่มุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว โดยมีเป้าหมายหลักในการส่งเสริมความยั่งยืนในด้านทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม และเศรษฐกิจของชุมชน (พจนาน สนวนศรี และ สมภพ ยี่จ่อหอ, 2556, น. 1 - 77) อธิบายว่า CBT เป็นการบริหารจัดการที่เน้นการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยชุมชนมีบทบาทสำคัญในการกำหนดทิศทางและรูปแบบการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดทั้งทางสังคมและเศรษฐกิจ ชุมชนสามารถเรียนรู้และแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับนักท่องเที่ยว ซึ่งช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตและเสริมสร้างเศรษฐกิจในระยะยาว ผ่านการสร้างงานและรายได้จากการท่องเที่ยว ขณะเดียวกันยังช่วยรักษาและส่งเสริมเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชน

การท่องเที่ยวโดยชุมชนไม่เพียงแต่ช่วยเสริมสร้างความภาคภูมิใจให้แก่ชุมชนท้องถิ่น แต่ยังสนับสนุนการจัดการทรัพยากรและการอนุรักษ์ธรรมชาติ การมีส่วนร่วมของสมาชิกในชุมชนในการบริหารจัดการและการตัดสินใจร่วมกัน เป็นกระบวนการที่ช่วยพัฒนาทักษะและความรู้ของคนในชุมชน (Dickman อังอิงใน ปุณยวีร์ วิเศษสุนทรสกุล และคณะ, 2563, น. 22 - 33) การท่องเที่ยวชุมชนยังเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างความยั่งยืนให้กับชุมชน โดยนักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์จากวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชุมชน ซึ่งสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างนักท่องเที่ยวกับคนท้องถิ่น

การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนเมืองได้รับความสำคัญจากภาครัฐ โดยกระทรวงวัฒนธรรมและกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ซึ่งเป็นเจ้าภาพหลักในการกำหนดนโยบายและแนวทางการพัฒนา ผ่านแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวแห่งชาติและโครงการต่าง ๆ อาทิ โครงการ “เมืองเก่าเล่าเรื่อง” และ “ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี” ที่เน้นการให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์และถ่ายทอดอัตลักษณ์ท้องถิ่น (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2564, น. 78)

นโยบายเหล่านี้มุ่งหวังให้ชุมชนเป็น “เจ้าบ้านที่ดี” ที่สามารถถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ทางวัฒนธรรมแก่ผู้มาเยือน ผ่านกิจกรรมและสื่อที่สามารถเข้าถึงได้ทั้งในเชิงกายภาพและสื่อดิจิทัล โดยเฉพาะการส่งเสริมให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการออกแบบและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างความน่าสนใจและเชื่อมโยงเรื่องราวของชุมชนกับนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2565, น. 42 - 43)

จากการศึกษางานวิจัยต่าง ๆ เช่น งานของ (ภากรณ์ โภชะ, 2564, น. 100 - 108) พบว่า การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ที่สอดคล้องกับบริบทของชุมชนสามารถสร้างแรงจูงใจในการท่องเที่ยวและช่วยให้ชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้นขณะเดียวกัน (จินตนา กสินันท์ และคณะ, 2566, น. 34 - 43) ได้ชี้ให้เห็นว่าการใช้สื่อออนไลน์และวิดีโอสั้นที่ออกแบบตามกระบวนการ ADDIE มีบทบาทสำคัญในการสร้างการรับรู้ที่มีประสิทธิภาพหลังวิกฤตโควิด - 19 ซึ่งสามารถประยุกต์ใช้ในพื้นที่เมืองได้เช่นกัน

การมีส่วนร่วมของชุมชนในทุกขั้นตอน ไม่เพียงแต่ส่งเสริมให้เกิดสื่อที่ตอบโจทย์ความต้องการของชุมชนเท่านั้น แต่ยังช่วยยกระดับอัตลักษณ์ท้องถิ่นให้เป็นที่รู้จัก และวางรากฐานสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ซึ่งเชื่อมโยงไปสู่ข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์ในการเสริมสร้างบทบาทของชุมชนเมืองในฐานะผู้ขับเคลื่อนการท่องเที่ยวในอนาคต

4..เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาค้นคว้านี้มุ่งเน้นการสร้างสื่อเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนบ้านครัวเหนือ โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนในกระบวนการวิจัยและพัฒนาสื่อเป็นสิ่งสำคัญ เพื่อให้สื่อที่สร้างขึ้นมีความเหมาะสมกับความต้องการและความสนใจของชุมชน จากการศึกษาการวิจัยที่

ผ่านมาในประเด็นของการออกแบบและพัฒนาสื่อ ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และในประเด็นของการมีส่วนร่วม ดังต่อไปนี้

(ภากรณ์ โภชะ, 2564, น. 100 - 108) ที่ได้ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนาชุดสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับการท่องเที่ยวในชุมชนจังหวัดชุมพร พบว่า การพัฒนาชุดสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับการท่องเที่ยวในชุมชนจังหวัดชุมพรสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้ โดยมี 3 รูปแบบหลักของกิจกรรมท่องเที่ยวระหว่างชุมชนที่ได้รับการพัฒนา คือ 1. กิจกรรมท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ 2. กิจกรรมท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม 3. กิจกรรมท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ เน้นการใช้สื่อที่เหมาะสมในรูปแบบการใช้งานที่เน้นการเน้นย้ำหรือการทำซ้ำ การมีส่วนร่วมของประชาชนและการสร้างผลประโยชน์ทั้งทางตรงและทางอ้อม รวมทั้งมีระบบออฟไลน์ที่เป็นปฏิทินท่องเที่ยวแขวนเน้นการเน้นย้ำหรือทำซ้ำเพื่อเตือนความจำและความสนใจในกิจกรรมท่องเที่ยว และสื่อที่สร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนเพื่อเสริมความเข้าใจและความรับรู้ในชุมชน และระบบออนไลน์ผ่านสื่อ Event calendar บน Facebook สามารถสร้างผลประโยชน์ทั้งทางตรงและทางอ้อม เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวในชุมชนได้ดียิ่งขึ้นเพื่อสร้างรายได้และส่งเสริมความรู้จักเทศกาลและกิจกรรมท้องถิ่น

(จินตนา กสินันท์ และคณะ, 2566, น. 34 - 43) ที่ได้ทำการวิจัยเรื่อง การออกแบบและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหลังวิกฤตโควิด - 19 กรณีศึกษาพื้นที่ชุมชนตำบลลานข่อย อำเภอป่าพะยอม จังหวัดพัทลุง พบว่า การออกแบบและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ของชุมชนลานข่อยได้ตอบสนองความต้องการในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวหลังวิกฤตโควิด - 19 อย่างมีประสิทธิภาพ โดยสื่อทั้งบุคคลและออนไลน์เป็นเครื่องมือที่ได้รับความนิยมและเหมาะสมในการสื่อสารกับประชาชน การใช้สื่อคลิปวิดีโอสั้น ๆ ที่เผยแพร่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์มีประสิทธิภาพใช้เทคนิคการเล่าเรื่องที่เข้าใจง่ายและการนำเสนอที่น่าสนใจเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเพิ่มคุณภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ที่ใช้เทคนิคการติดต่อและเทคนิคพิเศษ ทำให้สื่อมีคุณภาพและเป็นประโยชน์ต่อชุมชนในการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวหลังวิกฤตโควิด - 19 การใช้ ADDIE Model ในการออกแบบและพัฒนาสื่อได้ช่วยให้สื่อมีคุณภาพและเป็นประโยชน์ต่อชุมชนมากยิ่งขึ้น

ศิริประภา ประภากรเกียรติ (2562, น. 144 - 155) ที่ได้ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว พบว่า การศึกษาหรือวิเคราะห์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวมีองค์ประกอบหลายอย่างที่สำคัญ องค์ประกอบหลักประกอบด้วยวิถีชีวิตที่เป็นอาชีพหลักและเสริมของชุมชน วิถีการท่องเที่ยวที่ควรมีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว และวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่อยู่ในชุมชน และมีสื่อต้นแบบบ้านดอนโม่ที่ผลิต เช่น แผ่นพับ แผนที่ อินโฟกราฟิก แผนที่การท่องเที่ยว และวิดีโอประชาสัมพันธ์ 2 ตอน สื่อเหล่านี้เป็นสิ่งสำคัญในการสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในชุมชน และผลการประเมินคุณภาพของสื่ออยู่ในระดับคุณภาพดีมากโดยมีการประเมินจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ และผลการประเมินความพึงพอใจโดยกลุ่มนักท่องเที่ยวตัวอย่างก็อยู่ในระดับคุณภาพดีมาก นี่เป็นสิ่งสำคัญในการให้ความมั่นใจว่าสื่อท่องเที่ยวที่ใช้เพื่อสื่อสารกับประชาชนมีคุณภาพและเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวในชุมชน

วงศ์วรุฒม์ อินตะนัย, พีรพงษ์ พันธะศรี และบัญชา จุลกุล (2564) ที่ได้ศึกษาเรื่อง การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยมีแรงบันดาลใจจากวิถีชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น และอัตลักษณ์ของการแสดงพื้นบ้านที่ปรากฏในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา พบว่า สื่อประชาสัมพันธ์สามารถเสริมสร้างการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้กับชุมชนได้ โดยการนำเสนอเรื่องราวของชุมชนในรูปแบบสื่อวิดีโอที่น่าสนใจ ซึ่งสามารถถ่ายทอดความงดงามของสถานที่ท่องเที่ยวและวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่นั้น ๆ พร้อมกับแสดงถึงวิถีชีวิตในชุมชนอย่างครบถ้วน นอกจากนี้ ชุมชนยังสามารถนำสื่อประชาสัมพันธ์ชุดนี้ไปใช้เผยแพร่ในสื่อต่าง ๆ ของชุมชนต่อไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ในการวิจัยนี้ ชุมชนบ้านควนเหนือได้แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการมีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนาสื่อโดยสื่อที่ได้รับความเห็นชอบจากชุมชนว่าเหมาะสมที่สุดในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คือ สื่อประชาสัมพันธ์และวิดีโอ สื่อเหล่านี้ไม่เพียงแต่ช่วยในการกระจายข้อมูลเกี่ยวกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชุมชนไปยังกลุ่มเป้าหมายที่กว้างขึ้น แต่ยังมีบทบาทสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยว และสร้างความเข้าใจที่ลึกซึ้งยิ่งขึ้นเกี่ยวกับวัฒนธรรมท้องถิ่น การพัฒนาสื่อเหล่านี้ส่งผลให้ชุมชน

สามารถสร้างรายได้เพิ่มขึ้น และเกิดความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจภายในชุมชน นอกจากนี้ สื่อยังช่วยสะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตของชุมชนอย่างชัดเจน ทำให้ผู้คนภายนอกสามารถเข้าใจและเคารพในวัฒนธรรมท้องถิ่นมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับการวิจัยที่ได้ศึกษามาก่อนหน้านี้ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการออกแบบและพัฒนาสื่อเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนบ้านควนเหนืออย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น ผลการวิจัยชุมชนบ้านควนเหนือเป็นการศึกษาที่มีความสำคัญในการสร้างและพัฒนาสื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับความต้องการและความสนใจของชุมชน อีกทั้งยังเป็นแนวทางในการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีคุณค่าและมีความหมายในชุมชนบ้านควนเหนืออย่างยั่งยืนและส่วนสร้างความเชื่อมั่นในการท่องเที่ยวในท้องถิ่นและระหว่างประเทศ การพัฒนาสื่อที่มีการมีส่วนร่วมของชุมชนจึงเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างชุมชนท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและมั่นคงในอนาคต

การวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยนี้มุ่งเน้นไปที่การใช้ข้อมูลที่ได้จากแหล่งต่าง ๆ เพื่อให้เข้าใจและตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยมีขั้นตอนดังนี้ 1. ศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ ข้อมูลปฐมภูมิ 2. การจัดหมวดหมู่ตามหัวข้อที่เกี่ยวข้อง และเปรียบเทียบข้อมูล 3.วิเคราะห์ และสังเคราะห์ข้อมูล เพื่อออกแบบและพัฒนาสื่อ 4.ออกแบบและพัฒนาสื่อ 5.สรุปผลการศึกษา 6.อภิปรายผล

ตารางที่ 2 ตารางการวิเคราะห์ข้อมูลนี้ช่วยให้สามารถสรุปผลและตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้อย่างครบถ้วน และสามารถนำไปใช้ในการออกแบบสื่อที่มีประสิทธิภาพในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ดังนี้

แหล่งข้อมูล	ผลการวิเคราะห์รายละเอียดเกี่ยวกับการออกแบบสื่อ	ผลการวิเคราะห์รายละเอียดเกี่ยวกับการพัฒนาสื่อที่ออกแบบไว้
ทฤษฎีภูมิ	1. สื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมต้องสื่อได้ทั้งประชาชนในชุมชนและนักท่องเที่ยวจากภายนอกชุมชน ได้แก่ Event calendar บน Facebook (ภากรณ์ โภชะ, 2564, น. 100-108) หรือใช้การใช้ ADDIE Model (จินตนา กสินันท์ และคณะ, 2566, น. 34-43) หรือแผ่นพับ แผนที่ อินโฟกราฟิก แผนที่การท่องเที่ยว และวิดีโอประชาสัมพันธ์ (ศิริประภา ประภากรเกียรติ, 2562, น. 144-155) (วงศ์วรุตม์ อินตะนัย, พิรพงษ์ พันธะศรี และ ปัญญา จุลกุล, 2564, น. 124-140)	เน้นพัฒนาสาระในสื่อให้เหมาะกับสื่อในแต่ละประเภทที่เลือกใช้ โดยเน้นให้เหมาะสมกับยุคสมัย (จินตนา กสินันท์ และคณะ, 2566, น. 34-43)
	ข้อมูลในสื่อส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนเมือง ควรเน้นที่เรื่องราวและกิจกรรมตามวิถีชีวิต วัฒนธรรม ศาสนา และอาหารพื้นบ้านของชุมชน	เลือกสื่อให้เหมาะกับยุคสมัยและความต้องการของชุมชนบ้านคร้วเหนือและนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ
ปฐมภูมิ	สื่อ: ผู้ให้ข้อมูลหลักจากชุมชน ทั้ง 7 คน ระบุว่าสื่อประชาสัมพันธ์ออฟไลน์ มีภาพ ข้อมูล แผนที่ และข้อมูลของสถานที่ท่องเที่ยวภายในชุมชนบ้านคร้วเหนือ สื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ มีภาพ ข้อมูล เสียง ของสถานที่ท่องเที่ยวภายในชุมชนบ้านคร้วเหนือ และ/หรือสื่อวิดีโอ ร้องรับนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	สื่อที่สื่อสารออกไปแล้วต้องทำให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วิถีชีวิต วัฒนธรรม ศาสนา อาหารพื้นบ้าน และเคารพความเป็นส่วนตัวของคนในชุมชนบ้านคร้วเหนือ
	ข้อมูลสาระในสื่อ: เน้นข้อมูลผ้าไหม วิถีชีวิต ศาสนา อาหารพื้นบ้าน และวัฒนธรรมชุมชนบ้านคร้วเหนือเป็นหลัก มีการบอกเส้นทางการไปสถานที่ท่องเที่ยวจุดต่างๆ ในชุมชนบ้านคร้วเหนือ	ข้อมูลสาระในสื่อต้องนำสู่การดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวภายในชุมชน เพื่อเรียนรู้วิถีชีวิต วัฒนธรรม ศาสนา อาหารพื้นบ้านของชุมชน เพื่อสร้างรายได้ให้กับชุมชนบ้านคร้วเหนือในอนาคต

ที่มา : ศุภษา ฤกษ์เรืองฤทธิ์, (2568).

ผลการวิจัย

การศึกษาเอกสาร กรอบแนวคิดทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อศึกษาการออกแบบและพัฒนาสื่อ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนบ้านคร้วเหนือ โดยเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนในกระบวนการวิจัยและพัฒนาสื่อ และสื่อที่สร้างขึ้นมีความเหมาะสมกับความต้องการและความสนใจของชุมชน จากการศึกษา พบว่า การ

มีส่วนร่วมของชุมชนเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาสื่อที่มีประสิทธิภาพและตรงตามวัตถุประสงค์ ตัวอย่างงานวิจัยที่ได้ศึกษา เช่น การพัฒนาชุดสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับการท่องเที่ยวในชุมชนจังหวัดชุมพร ซึ่งประสบความสำเร็จในการใช้สื่อเพื่อกระจายความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น รวมถึงการเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวผ่านกิจกรรมต่างๆ ในชุมชน อีกตัวอย่าง คือ การ

ออกแบบและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวยุคหลังวิกฤตโควิด - 19 ในพื้นที่ชุมชนตำบลลานข่อย ที่เน้นการใช้สื่อออนไลน์และวีดิโอสั้น ๆ ในการสร้างความสนใจและดึงดูดนักท่องเที่ยวหลังวิกฤต จากการศึกษาทำให้ผู้วิจัยเกิดความสนใจในสื่อประชาสัมพันธ์ที่ทำให้เกิดการผลักดันการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม สามารถนำข้อมูลและข้อเสนอแนะมาปรับใช้กับการออกแบบและพัฒนาสื่อ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน กรณีชุมชนบ้านครัวเหนือ

จากการสัมภาษณ์ ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้นำชุมชน ตัวแทนชุมชน จำนวน 7 คน พบว่า ชุมชนบ้านครัวเหนือมีจุดเด่นด้านวัฒนธรรม ศาสนา ผ้าไหม อาหารพื้นเมือง และมีสียดเก่าแก่ ซึ่งสามารถนำมาพัฒนาเป็นสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว แม้ว่าชุมชนจะมีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง แต่ยังคงขาดการเผยแพร่ข้อมูลด้านประวัติศาสตร์ ศาสนา และกิจกรรมบางส่วนอย่างเหมาะสม ชุมชนมีความต้องการฝึกทักษะเพื่อสร้างรายได้ และกังวลเรื่องการสืบทอดผ้าไหมบ้านครัวเหนือในอนาคต จึงเสนอให้สร้างอัตลักษณ์ใหม่ที่ยังคงสะท้อนเอกลักษณ์ของชุมชน

จากผลการศึกษายังพบข้อจำกัดของชุมชนบ้านครัวเหนือ คือ ชาวบ้านในชุมชนบ้านครัวเหนือยังไม่สามารถเตรียมความพร้อมในการต้อนรับนักท่องเที่ยวที่มาจากที่ต่าง ๆ ได้ เป็นเพราะชุมชนบ้านครัวเหนือมีนโยบายที่ต้องเปิดรับนักท่องเที่ยวแบบกึ่งเปิดกึ่งปิดโดยมีการกำหนดเวลาท่องเที่ยวเพื่อเคารพความเป็นส่วนตัวของคนในชุมชน แต่การที่จะสร้างความเข้าใจที่ตรงกันในชุมชนให้เกิดขึ้นและทำงานด้านการท่องเที่ยวสำเร็จลุล่วงนั้น จำเป็นต้องทำให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน ส่งผลให้การประชาสัมพันธ์ด้วยสื่อภายในและภายนอกชุมชนบ้านครัวเหนือมีบทบาทสำคัญในการสร้างความเข้าใจให้กับคนในชุมชนบ้านครัวเหนือและนักท่องเที่ยว แต่ชุมชนมีข้อจำกัดด้านทรัพยากร ความรู้ และประสบการณ์ในการออกแบบและพัฒนาสื่อที่มีความซับซ้อน อาจเป็นปัจจัยที่ทำให้สื่อยังคงอยู่ในรูปแบบออนไลน์ทั่วไป ช่องทางสื่อออนไลน์ของชุมชนมีแค่ช่องทางเดียว คือ Facebook และช่องทางสื่อออฟไลน์ คือ บอร์ดประชาสัมพันธ์ ข้อมูลตามจุดต่าง ๆ และเสากภายในชุมชนบ้านครัวเหนือ การออกแบบและพัฒนาสื่อที่เป็นมืออาชีพและตรงตามเป้าหมายทางเศรษฐกิจต้องอาศัยทักษะและการเรียนรู้เพิ่มเติม ซึ่ง

ชุมชนอาจยังขาดอยู่ หากต้องการออกแบบและพัฒนาสื่อเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเยี่ยมชมในชุมชนและสร้างรายได้ให้กับชุมชน สื่อประชาสัมพันธ์ของชุมชนต้องมีการปรับปรุงในหลายด้าน ได้แก่ ด้านเนื้อหา ด้านการตลาด และด้านรูปแบบสื่อ การปรับปรุงเหล่านี้จะช่วยให้สื่อประชาสัมพันธ์ของชุมชนมีประสิทธิภาพมากขึ้นในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนบ้านครัวเหนือ

จากการศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ และข้อมูลปฐมภูมิ พบว่า สื่อประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมกับต้องการของชุมชนบ้านครัวเหนือ ประเภทของสื่อที่ได้ แบ่งออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

1. โลโก้ชุมชนบ้านครัวเหนือ ผู้วิจัยออกแบบโดยใช้โปรแกรมมัลติมีเดีย



ภาพที่ 1 โลโก้ชุมชนบ้านครัวเหนือ

ที่มา : ศุภชา ฤกษ์เรืองฤทธิ์, (2568).

2. ป้ายประชาสัมพันธ์ ติดตั้งป้ายที่บอร์ดประชาสัมพันธ์ข้อมูลภายในชุมชน และเสากภายในชุมชนบ้านครัวเหนือ ลักษณะของป้าย แบ่งได้ 3 แบบ ประกอบด้วย

1.1 ป้ายหลัก คือ ป้ายข้อมูลของสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญที่ต้องการนำเสนอให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวภายในชุมชนบ้านครัวเหนือ จำนวน 6 ป้าย ผู้วิจัยเป็นผู้ออกแบบและพัฒนาสื่อโดยใช้โปรแกรมมัลติมีเดีย

1.2 ป้ายรอง คือ ป้ายบอกข้อมูลภาพรวมของทั้งชุมชนบ้านครัวเหนือ ป้ายชุมชนบ้านครัวเหนือ จำนวน 3 ป้าย ผู้วิจัยเป็นผู้ออกแบบและพัฒนาสื่อโดยใช้โปรแกรมมัลติมีเดีย

1.3 ป้ายบอกเส้นทาง คือ ป้ายบอกทิศทางและระยะทางของสถานที่ท่องเที่ยวภายในชุมชนบ้านครัวเหนือ จำนวน 8 ป้าย ผู้วิจัยเป็นผู้ออกแบบและพัฒนาสื่อโดยใช้โปรแกรมมัลติมีเดีย



ภาพที่ 2 ป้ายประชาสัมพันธ์ ป้ายหลัก
 ที่มา : ศุภษา ฤกษ์เรืองฤทธิ์, (2568).



ภาพที่ 3 ป้ายประชาสัมพันธ์ ป้ายรอง
 ที่มา : ศุภษา ฤกษ์เรืองฤทธิ์, (2568).

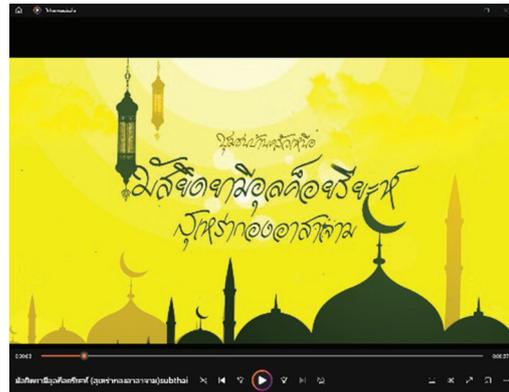


ภาพที่ 4 ป้ายประชาสัมพันธ์ ป้ายบอกเส้นทาง
 ที่มา : ศุภษา ฤกษ์เรืองฤทธิ์, (2568).

3. สื่อวิดีโอ แบ่งออกเป็น 6 คลิป ประกอบด้วย
 - 3.1 มัสยิดยามีอุลค็อยรียะห์
 - 3.2 เรือนแม่ทรัพย์
 - 3.3 สวน 15 นาที
 - 3.4 ผ้าไหมบ้านครัว
 - 3.5 มัสยิดดารุลฟะละฮ์
 - 3.6 สวนสาธารณะ ซอย 1

ลักษณะของสื่อวิดีโอ ความยาวคลิปละ 30-45 วินาที นำเสนอสื่อผ่านช่องทาง Facebook ของชุมชนบ้าน

ครัวเหนือ และทำเป็น QR Code ใส่ไว้ในป้ายหลัก เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถสแกนชมคลิปได้ ณ สถานที่ท่องเที่ยวที่นั่น ๆ ภายในชุมชนบ้านครัวเหนือ และนำเสนอข้อมูลสถานที่ของชุมชนบ้านครัวเหนือให้ตรงกับความต้องการของชุมชน ผู้วิจัยเป็นผู้ออกแบบและพัฒนาสื่อโดยใช้โปรแกรมมัลติมีเดีย



ภาพที่ 5 สื่อวิดีโอ มัสยิดยามีอุลค็อยรียะห์
 ที่มา : ศุภษา ฤกษ์เรืองฤทธิ์, (2568).

การออกแบบและพัฒนาสื่อสำหรับส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน กรณีศึกษาชุมชนบ้านครัวเหนือ กรุงเทพมหานคร เป็นการพัฒนาสื่อที่ตอบสนองต่อความต้องการของชุมชนอย่างแท้จริง โดยสื่อที่ทุกคนเห็นพ้องกันว่าสามารถนำมาพัฒนาชุมชนได้ ประกอบด้วย สื่อประชาสัมพันธ์ และวิดีโอ สื่อประชาสัมพันธ์ เป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยในการกระจายข่าวสารเกี่ยวกับชุมชนและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไปสู่กลุ่มเป้าหมายที่กว้างขึ้น ทำให้ผู้ที่สนใจสามารถรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชุมชนได้อย่างครอบคลุม นอกจากนี้ วิดีโอยังเป็นสื่อที่สามารถสร้างความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมได้เป็นอย่างดี ด้วยการนำเสนอภาพและเสียงที่ช่วยให้ผู้ชมได้สัมผัสกับบรรยากาศและวิถีชีวิตของชุมชนอย่างใกล้ชิด การพัฒนาสื่อเหล่านี้จึงไม่เพียงแต่ช่วยในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเท่านั้น แต่ยังสามารถนำมาซึ่งประโยชน์ทางเศรษฐกิจและสังคมให้กับชุมชนได้อีกด้วย โดยสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยี่ยมชมชุมชนมากขึ้น ส่งผลให้เกิดรายได้และความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจภายในชุมชนในอนาคต นอกจากนี้ สื่อเหล่านี้ยังสะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตของชุมชนบ้านครัวเหนือได้อย่างชัดเจน ทำให้ผู้คนภายนอกสามารถเข้าใจและเคารพในวัฒนธรรมท้องถิ่นมากยิ่งขึ้น

สรุปและอภิปรายผล

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการออกแบบและพัฒนาสื่อสำหรับส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน กรณีศึกษาชุมชนบ้านครัวเหนือ กรุงเทพมหานคร โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกตแบบมีส่วนร่วม และการวิเคราะห์เอกสารที่เกี่ยวข้อง

ผลการวิจัยสรุปได้ 3 ประเด็นหลัก ดังนี้

1. การมีส่วนร่วมของชุมชน ชุมชนบ้านครัวเหนือมีส่วนร่วมในกระบวนการวิจัยอย่างเต็มรูปแบบ ตั้งแต่การตัดสินใจ วางแผน ไปจนถึงการออกแบบสื่อ ทำให้สื่อที่พัฒนาขึ้นมีความเหมาะสมกับบริบท ความต้องการ และอัตลักษณ์ของชุมชน

2. ประเภทของสื่อที่พัฒนา สื่อที่พัฒนาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประกอบด้วย 3 ประเภท ได้แก่

2.1 โลโก้ชุมชนบ้านครัวเหนือ

2.2 ป้ายประชาสัมพันธ์ (ป้ายหลัก ป้ายรอง และป้ายบอกเส้นทาง) จำนวน 17 ป้าย ติดตั้งที่บอร์ดประชาสัมพันธ์ข้อมูลภายในชุมชน และเสากภายในชุมชนบ้านครัวเหนือ

2.3 สื่อวีดิโอคลิปสั้น จำนวน 6 คลิป ความยาวคลิปละ 30 - 45 วินาที นำเสนอผ่านช่องทาง Facebook ของชุมชนบ้านครัวเหนือ และ QR Code ที่ติดตามป้ายหลักของสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ

3. ข้อจำกัดที่พบ ชุมชนยังประสบปัญหาในการผลิตสื่อคุณภาพสูง ทั้งด้านบุคลากร งบประมาณ และทักษะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ส่งผลให้ยังไม่สามารถประชาสัมพันธ์ได้อย่างทั่วถึงและสม่ำเสมอ รวมทั้งชุมชนบ้านครัวเหนือมีนโยบายการเปิดรับนักท่องเที่ยวในลักษณะกึ่งเปิดกึ่งปิด จึงอาจจะต้องมีข้อตกลงระหว่างชุมชนกับนักท่องเที่ยวก่อนที่จะเข้ามาภายในชุมชนบ้านครัวเหนือ

อภิปรายผล

1. ความสำคัญของการมีส่วนร่วม การใช้กรอบแนวคิด Participatory Action Research (PAR) ช่วยให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างนักวิจัยและชุมชน ส่งเสริมความรู้สึกร่วมกันเป็นเจ้าของและเพิ่มคุณค่าของวัฒนธรรมท้องถิ่น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ศิลปวิชัย น้อยสมมิตร

และ โชติกา แก่นธिया (2562, น. 101 - 115) ที่กล่าวว่า การมีส่วนร่วมของภาคประชาชนเป็นปัจจัยสำคัญต่อการพัฒนานโยบายที่ตอบสนองต่อชุมชนได้อย่างแท้จริง

2. การใช้สื่อเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว สื่อประชาสัมพันธ์ทั้งออนไลน์และออฟไลน์เป็นเครื่องมือสำคัญในการถ่ายทอดเรื่องราวของชุมชนไปยังกลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะวีดิโอสั้น และ QR Code ที่ช่วยเพิ่มประสบการณ์การรับรู้เชิงลึกและทันสมัยให้แก่นักท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (จินตนา กลสินันท์ และคณะ, 2566, น. 34 - 43)

3. การพัฒนาสื่อในบริบทของชุมชนเมือง ชุมชนบ้านครัวเหนือเป็นชุมชนมุสลิมในเขตเมืองที่มีอัตลักษณ์เฉพาะตัว การออกแบบสื่อจึงต้องคำนึงถึงความอ่อนไหวทางวัฒนธรรมและความเป็นส่วนตัวของผู้อยู่อาศัย นโยบายกึ่งเปิดกึ่งปิดของชุมชนเป็นตัวอย่างของการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในเขตเมืองได้อย่างสมดุล

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 ควรบูรณาการความร่วมมือระหว่างสำนักงานเขตราชเทวี, สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล (DEPA), การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) และ สถาบันการศึกษาที่เกี่ยวข้อง เพื่อร่วมกันส่งเสริมศักยภาพของชุมชน ในด้านการผลิตสื่อและการออกแบบเชิงสร้างสรรค์อย่างเป็นระบบ

1.2 ส่งเสริมการพัฒนาสื่อที่มีเนื้อหาเชิงวัฒนธรรมท้องถิ่น พร้อมกลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยอาศัยเทคโนโลยีและแพลตฟอร์มดิจิทัลเป็นช่องทางหลัก

2. ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

2.1 งานวิจัยในอนาคตควรมุ่งเน้นการติดตามผลกระทบระยะยาว ของการใช้สื่อในชุมชน ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม เพื่อประเมินประสิทธิผลของสื่ออย่างรอบด้าน

2.2 ควรมีการ ขยายผลต้นแบบการพัฒนาสื่อที่เกิดจากการมีส่วนร่วมของชุมชน ไปยังชุมชนอื่นที่มีศักยภาพ โดยปรับใช้ตามบริบทเฉพาะของแต่ละพื้นที่

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2564). *แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566 - 2570)*. สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- จิรวัดน์ รัตนชัย. (2563). *การอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่นและการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน*. สำนักพิมพ์การพิมพ์กลาง.
- จินตนา กสินันท์, ชัชวาล ชุมรักษา, ชรรค์ชัย แซ่แต้, ศิลป์ชัย สุวรรณมณี และ พลากร คล้ายทอง. (2566). การออกแบบและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหลังวิกฤตโควิด-19 กรณีศึกษา พื้นที่ชุมชนตำบลลานข่อย อำเภอป่าพะยอม จังหวัดพัทลุง. *วารสารมหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 17(1), น. 34-43.
- ธนวัฒน์ พูลเชตนคร, นิตยา นาคอินทร์ และ พิชญภา ยวงสร้อย. (2564). การออกแบบและพัฒนาสื่อการเรียนรู้ออนไลน์เพื่อตอบสนองพฤติกรรมการเรียนรู้ในยุคดิจิทัล. *วารสารการบริหารนิติบุคคลและนวัตกรรมท้องถิ่น*, 7(5), น. 321-335.
- นันทนา ข้าไส. (2561). *การสร้างสื่อการท่องเที่ยวเพื่อการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น*. สำนักพิมพ์สมาคมการท่องเที่ยว.
- นงลักษณ์ ชูติมา. (2566). *การจัดการการท่องเที่ยวและการพัฒนาเศรษฐกิจในชุมชนมุสลิม*. สำนักพิมพ์วิทยาลัยการท่องเที่ยว.
- ปณยวีร์ วิเศษสุนทรสกุล, ขวสิทธิ์ ณ ถกลาง, ชมพูนุช จิตติถาวร และ สหพันธ์ ตั้งเบญจสิริกุล. (2563). แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา. *วารสารการวิจัยการบริหารการพัฒนา*, 10(3), น. 22-33. <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/JDAR/article/view/244095>
- พจนา สวนศรี และ สมภพ ยี่จ่อหอ. (2556). *คู่มือมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน. สถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน. (พิมพ์ครั้งที่ 1)*. หจก.วนิดาการพิมพ์.
- พรทิพย์ พิมพ์สินธุ์. (2540). *ภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง: การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์*. (พิมพ์ครั้งที่ 4). ประกายพริก.
- ภาภรณ์ โพทะ. (2564). *การพัฒนาชุดสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับการท่องเที่ยวในชุมชนจังหวัดชุมพร*. [ปริญญาานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ]. หอสมุดกลาง มศว. <http://ir-ithesis.swu.ac.th/dspace/bitstream/123456789/2156/1/g611130405.pdf>
- วงศ์วรุตม์ อินตะนัย, พีรพงษ์ พันธะศรี และ บัญชา จุลกุล. (2564). การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยมีแรงบันดาลใจจากวิถีชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น และอัตลักษณ์ของการแสดงพื้นบ้านที่ปรากฏในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา. *วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์*, 17(1), น. 124-140.
- วนิดา ทุนไพรม์. (2565). ประวัติศาสตร์การตั้งถิ่นฐานของชาวจามในกรุงเทพฯ. *วารสารประวัติศาสตร์ไทยและเอเชียตะวันออกเฉียงใต้*, 18(2), น. 77-90.
- วิชาญ ฤทธิธรรม, พุฒจักร สิทธิ และ โพชนม์ จันทร์โพธิ์. (2564). การมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารงานของเทศบาลนครสกลนคร. *วารสารมหาจุฬานาครธรรม*, 8(5), น. 27-41.
- วีระ แก่นเพชร. (2564). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มในยุคดิจิทัล. *วารสารนวัตกรรมและการจัดการ*, 6(1), น. 148-160.
- ศิริประภา ประภากรเกียรติ. (2562). *การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว โดยใช้แนวคิดชุมชนเป็นฐาน* [ปริญญาานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม]. Mahasarakham University Intellectual Repository. <http://202.28.34.124/dspace/handle/123456789/673>
- ศิลปวิชัย น้อยสมมิตร และ โชติกา แก่นธिया. (2562). การมีส่วนร่วมของภาคประชาชนต่อนโยบายสาธารณะ. *วารสารวิจัยวิชาการ*, 2(1), น. 101-115.
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2565). *แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติว่าด้วยการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก*. สภาพัฒน์ฯ. https://www.nesdc.go.th/article_attach/article_file_20230307173518.pdf