

การพัฒนาสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนคลองตะเอนด์

มินบุรี บนฐานอัตลักษณ์ชุมชน

ภควัต รัตนราช¹ แสงระวี กระจ่างศาสตร์²

กนกพรรณ วิบูลย์ศรี³ วิมล มิ่งสิงห์⁴

วันที่รับบทความ 11/05/2565

วันแก้ไขบทความ 06/06/2565

วันที่ตอบรับบทความ 09/06/2565

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนคลองตะเอนด์ มินบุรี บนฐานอัตลักษณ์ชุมชน วิธีการดำเนินการวิจัยเป็นการวิจัยและพัฒนาโดยการมีส่วนร่วมกับชุมชน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก แบบบันทึกการสนทนากลุ่ม แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพรรณนา และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า ชุมชนคลองตะเอนด์มีภูมิปัญญาด้านอาหารที่โดดเด่น มีผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เป็นที่รู้จัก ได้แก่ น้ำพริกเผาเห็ดนางฟ้าภูฐาน และเห็ดสวรรค์ สามารถเสริมศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารได้ ด้านกระบวนการพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยว มีที่มาจากความต้องการของชุมชน ในการยกระดับรายได้ของคนในชุมชน คณะผู้วิจัยได้ขยายเส้นทางการท่องเที่ยวจากโปรแกรมการท่องเที่ยวที่เคยจัดทำก่อนมายังชุมชนคลองตะเอนด์ ด้านการผลิตสื่อท่องเที่ยว คณะผู้วิจัยได้ผลิตสื่อวิถีทัศน์ในรูปแบบรายการสารคดีท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่าสื่อสามารถสร้างการรับแหล่งท่องเที่ยวได้ ด้านกระบวนการผลิตสื่อท่องเที่ยว คณะผู้วิจัยใช้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ตัวแทนชุมชนและนักวิชาการด้านประวัติศาสตร์ นำมาผลิตสื่อท่องเที่ยวด้วยการบูรณาการแนวคิดระหว่างผู้ผลิตสื่อมืออาชีพและนักศึกษาที่เป็นกลุ่มเยาวชน ผลการประเมินพบว่า นักท่องเที่ยวพึงพอใจแหล่งท่องเที่ยวสะท้อนถึงวิถีชีวิต ความเป็นธรรมชาติ และมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นมากที่สุด รองลงมา คือ ความประทับใจต่อแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนและจะกลับมาเที่ยวซ้ำ ส่วนความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวเข้าใจเนื้อหาในสื่อวิถีทัศน์มากที่สุด รองลงมา คือ ความประทับใจภาพในสื่อวิถีทัศน์

คำสำคัญ : สื่อท่องเที่ยว โปรแกรมท่องเที่ยว การท่องเที่ยวโดยชุมชน

¹ อาจารย์ ดร. สาขานิติศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม

อีเมล : phakawat29@gmail.com

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขานิติศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม

อีเมล : toy2011@hotmail.com

³ อาจารย์ ดร. สาขานิติศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม

อีเมล : kanokpan.wib@gmail.com

⁴ นักวิจัย สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม

อีเมล : vimol_ms@yahoo.com

The Development of Tourism Media of Klong Tanod Community in Minburi District Based on the Community Identity

Received	11/05/2022
Revised	06/06/2022
Accepted	09/06/2022

Phakawat Rattanakaj¹ Saengravee Krajangsart²
Kanokpan Wiboolyasarin³ Wimol Mirasingh⁴

Abstract

The objective of this research was to develop media to promote tourism of Khlong Tanod community, Minburi district, Bangkok, based on the community identity. The method of conducting research was research and development by engaging with the community. The research tools were in-depth interview, focus group and questionnaire. The data was analyzed using descriptive statistics and content analysis. The results showed that Khlong Tanod community had outstanding food wisdom. There were well-known products, such as Bhutanese fairy mushroom chili paste, fried mushroom with sweet sauce which can promote the potential of food tourism. For tourism program development process which was originated from the community's need to raise the income of people in the community, the research team had expanded the existing tourism route to Khlong Tanod community. For the production of tourism media, the research team presented tourism information in the form of tourism documentary program. The result of the research showed that the media could create contextual awareness of tourist attractions. For the production process, the research team used the information from interviewing a group of representatives and historical scholars, then produced tourism media by integrating the concept between professional media producers and students. In aspect of media satisfaction assessment, it was found that the tourists were satisfied with the tourist attractions reflecting way of life, naturalness, and local identity mostly. They were also impressed with the community tourist attractions, and would come to visit again. In aspect of satisfaction of the tourists towards tourism media, the tourists understood the content of the video mostly, followed by the impression on the picture in the video.

Keywords : tourism media, tourism program, community-based tourism

¹ Lecturer, Communication Arts Program, Faculty of Management Sciences, Chandrakasem Rajabhat University
e-mail : phakawat29@gmail.com

² Assistant Professor, Communication Arts Program, Faculty of Management Sciences, Chandrakasem Rajabhat University
e-mail : toy2011@hotmail.com

³ Lecturer, Communication Arts, Faculty of Management Sciences, Chandrakasem Rajabhat University
e-mail : kanokpan.wib@gmail.com

⁴ Researcher, Research and Development Institute, Chandrakasem Rajabhat University
e-mail : vimol_ms@yahoo.com

บทนำ

จากโครงการวิจัย “การพัฒนาศักยภาพการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ชุมชน “โบสถ์ ศาลเจ้า วัด มัสยิด วิถีชีวิตริมสายน้ำ” ในเขตกรุงเทพมหานครได้ดำเนินการเสร็จสิ้นในปีที่ 1 หนึ่งในโปรแกรมการท่องเที่ยวชุมชน คือ โปรแกรม “ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ สัมผัสวิถีเกษตร” ในเขตมีนบุรีและคลองสามวา และโครงการวิจัยในปีที่ 2 นี้อยู่ภายใต้แผนงานการยกระดับศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาพื้นที่บนฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น ปีที่ 2 ในเครือข่ายมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มรัตนโกสินทร์ได้ขยายเส้นทางการท่องเที่ยวจากปีที่ 1 ร่วมกับการเสริมสร้างศักยภาพชุมชนต้นแบบการบริหารจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนและภาคีเครือข่าย ซึ่งพื้นที่ที่คณะผู้วิจัยเลือกขยายเส้นทางท่องเที่ยว คือ ชุมชนคลองตะเอนด

ชุมชนคลองตะเอนตั้งอยู่หมู่ที่ 4 ถนนสุวินทวงศ์ แขวงแสนแสบ เขตมีนบุรี เป็นชุมชนยากจนในพื้นที่ชานเมืองของกรุงเทพฯ เกิดขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2528 โดยสมาชิกของชุมชนกลุ่มแรกอพยพมาจากชุมชนแออัดหลายแห่ง ได้แก่ ชุมชนนาข่า เขตคลองตัน ชุมชนหัวป่า เขตสวนหลวง และชุมชนคลอง 20 แบริ่ง จังหวัดฉะเชิงเทรา ผลการสำรวจของคณะผู้วิจัย พบว่า ปัจจุบันชุมชนมี 168 หลังคาเรือน มีประชากร 680 คน มีบ้านไม่มีเลขที่ 33 หลังคาเรือน ซึ่งมาจากครอบครัวขยาย สมาชิกของชุมชนเกือบทั้งหมดเป็นมุสลิม ชุมชนคลองตะเอนเป็นชุมชนในเมืองที่ไม่เข้มแข็ง มีความเหลื่อมล้ำด้านรายได้ไม่ค่อยมีการรวมกลุ่มกัน ทำให้ไม่มีกิจกรรมที่ชุมชนได้ทำร่วมกันอย่างสม่ำเสมอ ปัจจุบันมีผู้นำชุมชน คือ นายสวัสดิ์ ฐูปแก้ว ที่เป็นผู้นำในการผลักดันชุมชนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านสาธารณูปโภคพื้นฐานต่าง ๆ เช่น ถนน ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ รวมถึงการแก้ไขปัญหายาเสพติด แม้ว่าชุมชนแห่งนี้จะมีความเข้มแข็ง แต่มีทุนชุมชนด้านภูมิปัญญาทางอาหารทั้งคาวและหวานที่น่าสนใจ

ชุมชนคลองตะเอนจึงต้องการพัฒนาชุมชนให้เป็นชุมชนท่องเที่ยว มีเป้าหมาย คือ การยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนให้ดีขึ้น มีรายได้เพิ่มขึ้น โดยเน้นไปที่การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism) ที่ผสมผสานธรรมชาติของพื้นที่ วัฒนธรรม การบริการ การเข้าถึงทรัพยากรการท่องเที่ยว และเอกลักษณ์เฉพาะพื้นที่ เปิดประตูสู่วัฒนธรรม ทำให้นักท่องเที่ยวและชาวบ้านเข้าหากันได้ด้วยการแบ่งปันประสบการณ์ทางวัฒนธรรมอาหารร่วมกัน (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2565) และสอดคล้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวปัจจุบันที่ค้นหาการท่องเที่ยวแบบทางเลือก (Alternative Tourism) ที่ให้ความสนใจกิจกรรมเฉพาะ (Niche Market) แสวงหากิจกรรมที่เป็นตัวของตัวเอง เรียนรู้ในสิ่งที่อยู่รอบตัว ต้องการประสบการณ์ และเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมการเดินทางมากยิ่งขึ้น กิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารจึงเข้ามาตอบโจทย์กระแสการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวได้ (นันทิยา ตันตราสืบ และวาร์ชต์ มัธยมบุรุษ, 2561)

จากความเป็นมาดังกล่าวจึงเกิดเป็นความร่วมมือกับคณะผู้วิจัยในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนขึ้น โดยใช้กระบวนการการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนในการกำหนดทิศทางการพัฒนา และได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อนำไปสู่ความยั่งยืนของวัฒนธรรม และคุณภาพชีวิตที่ดีของชุมชน

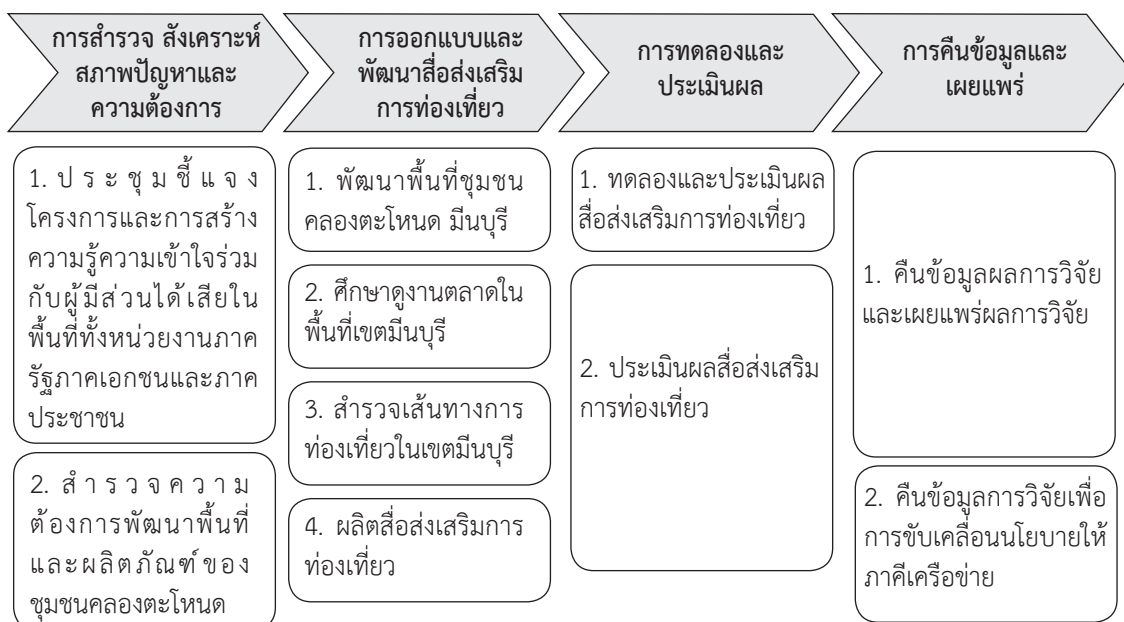
(องค์กรบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2558 น. 2) และเป็นการเชื่อมโยงชุมชนคลองตะเอนเข้ากับเส้นทางท่องเที่ยวที่มีแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงที่มีความเข้มแข็ง และเป็นที่รู้จักอยู่ก่อน ในบทความวิจัยนี้ คณะผู้วิจัยนำเสนอผลการวิจัยในประเด็นการพัฒนาสื่อท่องเที่ยว (Tourism Media) เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนคลองตะเอน มินบุรี และการประเมินผลการใช้สื่อการท่องเที่ยว เพื่อนำข้อมูลไปยกระดับการท่องเที่ยวชุมชนคลองตะเอน มินบุรี ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อพัฒนาสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนคลองตะเอน มินบุรี บนฐานอัตลักษณ์ชุมชน

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) โดยใช้กระบวนการมีส่วนร่วมกับชุมชน ในพื้นที่ชุมชนคลองตะเอน มินบุรี กำหนดขอบเขตพื้นที่โดยใช้วิธีเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) กำหนดคุณสมบัติของพื้นที่วิจัยเป็นชุมชนที่อยู่ในเขตมินบุรีที่มีความต้องการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ทั้งด้านมูลค่าและคุณค่าบนฐานอัตลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่น โดยขยายพื้นที่จากงานวิจัยในเฟสที่ 1 ที่ศึกษาในชุมชนมินบุรีอุปถัมภ์ เก็บข้อมูลจากชาวบ้านชุมชนคลองตะเอน ภาคีเครือข่ายทั้งภาครัฐและเอกชน นักวิชาการ และนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย โดยมีหน่วยในการวิเคราะห์ข้อมูล 2 ระดับ คือ ระดับบุคคล และระดับชุมชน มีการบริหารจัดการและจัดทำแผนปฏิบัติการ (Preparing and Planning Phase) ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กระบวนการบริหารจัดการและแผนปฏิบัติการ

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย 1) หน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ สำนักงานเขตมีนบุรี 2) หน่วยงานภาคเอกชน ได้แก่ ตลาดน้ำขวัญเรียม และ 3) หน่วยงานภาคประชาชน ได้แก่ ชาวบ้านที่อาศัยอยู่ในพื้นที่เป้าหมาย และนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยและพัฒนาโดยการมีส่วนร่วมกับชุมชน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย 1) แบบสัมภาษณ์เชิงลึก เก็บข้อมูลจากผู้ที่เกี่ยวข้องในพื้นที่เขตมีนบุรี ได้แก่ ท่องเที่ยวเขตมีนบุรี ผู้นำชุมชน ผู้นำพื้นที่การท่องเที่ยว นักวิชาการ จำนวน 10 คน 2) แบบบันทึกการสนทนากลุ่ม เก็บข้อมูลจากผู้นำชุมชนและชาวบ้านชุมชนคลองตะเอน 3) แบบสอบถาม เก็บข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อและโปรแกรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย 1) การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ จากการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ที่เกี่ยวข้องในพื้นที่เขตมีนบุรี ได้แก่ ท่องเที่ยวเขตมีนบุรี ผู้นำชุมชน ผู้นำพื้นที่การท่องเที่ยว นักวิชาการ จำนวน 10 คน ใช้วิธีการเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) แบบสโนว์บอล (Snowball Sampling) จนได้ข้อมูลอิ่มตัว และตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลด้วยวิธีการตรวจสอบสามเส้า ร่วมกับการสนทนากลุ่มกับกลุ่มผู้นำชุมชน การสังเกตบริบทของชุมชน การสำรวจแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่เขตมีนบุรี และการศึกษาดูงานพื้นที่จริง 2) การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ ได้มาจากการแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยว เป็นข้อมูลปลายปิดแบบมาตราส่วนประมาณค่า ประกอบด้วยระดับความคิดเห็น 5 ระดับ

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย 1) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ นำข้อมูลทุกประเภทที่ได้จากการสัมภาษณ์ การสังเกต และการสนทนากลุ่มมาตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของข้อมูล แล้วนำมาจัดระบบข้อมูล แยกประเภทข้อมูลตามวัตถุประสงค์ จากนั้นจึงประมวลข้อมูลทุกประเภทเข้าด้วยกันเป็นหมวดหมู่ และวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยใช้แนวคิดทฤษฎีเป็นกรอบในการอธิบาย 2) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ใช้โปรแกรมทางสถิติสำหรับการวิจัยที่ใช้กับคอมพิวเตอร์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

คณะผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัยตามการบริหารจัดการและแผนปฏิบัติการ 4 ขั้นตอน ดังนี้

1. ผลการสำรวจ สังเคราะห์สภาพปัญหาและความต้องการ เริ่มจากการประชุมชี้แจงโครงการและการสร้างความรู้ ความเข้าใจร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียในพื้นที่ ทั้งหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน

และกลุ่มผู้นำชุมชนคลองตะเอน เพื่อหาแนวทางการพัฒนาชุมชน ยกย่องชุมชนให้เป็นชุมชนท่องเที่ยว โดยกระบวนการมีส่วนร่วม กำหนดทิศทางการพัฒนาและได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยว การสร้างอาชีพ การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวชุมชน และการยกระดับคุณภาพชีวิต หลังจากนั้นจึงเริ่มสำรวจความต้องการด้านการปรับภูมิทัศน์ของชุมชนให้สวยงาม โดยชุมชนได้เสนอการพัฒนาห้องน้ำ และสร้างสรรค์งานศิลปกรรม ฝาผนังบนผนังโรงเรียนปลูกเห็ด เพื่อสร้างสุนทรียภาพให้ชุมชนเป็นแลนด์มาร์ค สถานที่ท่องเที่ยว จุดเช็คอิน เพื่อถ่ายรูป และเผยแพร่ในสื่อออนไลน์

2. ผลการออกแบบและพัฒนาสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว เริ่มจากศึกษาดูงานตลาดน้ำในพื้นที่เขตมินบุรี เพื่อศึกษากระบวนการบริหารจัดการและการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชน โดยนำโปรแกรมการท่องเที่ยวที่วางแผนไว้ในเฟสที่ 1 มาขยายเส้นทางการท่องเที่ยวมายังชุมชนคลองตะเอน โดยกำหนดให้ชุมชนคลองตะเอนเป็นจุดรับประทานอาหารกลางวัน นักท่องเที่ยวได้สัมผัสวัฒนธรรมอาหารของชาวมุสลิม และผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวด้านอาหารของชุมชน คณะนักวิจัยร่วมพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวกับชุมชนคลองตะเอน และลงพื้นที่สัมภาษณ์ พูดคุยกับตัวแทนแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย 1) สัมภาษณ์ผู้จัดการตลาดน้ำขวัญเรียม ในประเด็นการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยว และการท่องเที่ยวโดยเรือนำเที่ยว สรุปประเด็นได้ว่า ตลาดน้ำขวัญเรียมมีการจัดล่องเรือนำเที่ยวในบริเวณตลาดน้ำขวัญเรียมมายังชุมชนมินบุรีอุปถัมภ์และตลาดเก่ามินบุรีอยู่แล้ว โปรแกรมการท่องเที่ยวจึงเริ่มต้น ณ สถานที่แห่งนี้ 2) สัมภาษณ์พูดคุยกับผู้นำชุมชนมินบุรีอุปถัมภ์ ในประเด็นอัตลักษณ์ของชุมชน และการจัดการแหล่งท่องเที่ยว สรุปประเด็นได้ว่า ชุมชนมินบุรีอุปถัมภ์มีอัตลักษณ์ทางประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจ และเป็นแหล่งเรียนรู้ประวัติศาสตร์ของมินบุรีได้ 3) สัมภาษณ์พูดคุยกับผู้ช่วยเจ้าอาวาสวัดแสนสุข ในประเด็นประวัติศาสตร์ของวัด และประเด็นการส่งเสริมการท่องเที่ยว สรุปประเด็นได้ว่า วัดแสนสุขนั้นเป็นวัดเก่าแก่ที่อยู่คู่กับเมืองมินบุรีมาช้านาน เป็นวัดที่สงบ และเป็นแหล่งเรียนรู้เรื่องศาสนาพุทธ และเมืองมินบุรีในอดีต 4) สัมภาษณ์พูดคุยกับผู้นำชุมชนคลองตะเอน ในประเด็นวัฒนธรรมอาหาร และการจัดการแหล่งท่องเที่ยว สรุปประเด็นได้ว่า ชุมชนมีความต้องการด้านการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อเพิ่มรายได้ให้กับชาวบ้าน และมีความโดดเด่นด้านวัฒนธรรมอาหารมุสลิม และ 5) สัมภาษณ์พูดคุยกับตัวแทนของสำนักงานเขตมินบุรี และอาสาสมัครนำเที่ยว ในประเด็นประวัติความเป็นมาของเมืองมินบุรี และพหิทธิภัณฑ์ท้องถิ่นเมืองมินบุรี สรุปประเด็นได้ว่า สำนักงานเขตมินบุรีมีพหิทธิภัณฑ์ท้องถิ่นเมืองมินบุรี เป็นแหล่งรวบรวมประวัติความเป็นมาทั้งหมดของมินบุรีตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน และพร้อมต้อนรับนักท่องเที่ยวโดยอาสาสมัครนำเที่ยวดูแลและให้ข้อมูล โดยโปรแกรมการท่องเที่ยวมินบุรี และชุมชนคลองตะเอน บนฐานอัตลักษณ์ชุมชน มีรายละเอียดดังนี้



ภาพที่ 2 โปรแกรมการท่องเที่ยวมื่นบุรี และชุมชนคลองตะไหนด บนฐานอัตลักษณ์ชุมชน

โปรแกรมการท่องเที่ยวเริ่มต้น จากเวลา 7.00 น. นักท่องเที่ยวขึ้นรถรับชม ตลาดน้ำชาญริยม เดินชมตลาดน้ำ รับประทานอาหารเช้า ถ่ายภาพที่ระลึก ตลาดตั้งอยู่ระหว่างวัดบำเพ็ญเหนือและวัดบางเพ็งใต้ เวลา 9.00 น. ขึ้นเรือนำเที่ยวที่ตลาดน้ำชาญริยม ล่องเรือไปตามคลองแสนแสบ นักท่องเที่ยวจะได้ชมทัศนียภาพสองฝั่งคลอง ชมวิถีชีวิตของชาวมุสลิมที่อาศัยอยู่ริมแม่น้ำเจ้าพระยา

เวลา 9.15 น. เดินเข้าชม ตลาดเก่ามื่นบุรี หรือชุมชนมื่นบุรีอุบลภูมิในปัจจุบัน ซึ่งเป็นชุมชนชาวจีนในยุครุ่งเรืองของเมืองมื่นบุรี เดิมชมศาลเจ้าและอาคารสถาปัตยกรรมบ้านเรือนร้านค้าที่มีเสน่ห์เป็นเอกลักษณ์ เหมาะกับการถ่ายภาพแนววินเทจ และเดินชมวิถีชีวิตชาวชุมชนคลองแสนแสบ เวลา 11.30 น. เดินเข้าชมพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นเมืองมื่นบุรี ภายในบริเวณสำนักงานเขตเมืองมื่นบุรี มีลักษณะเป็นอาคารไม้สักทั้งหลัง สถาปัตยกรรมผสมผสานระหว่างสมัยกรุงธนบุรีและกรุงรัตนโกสินทร์ตอนต้น นักท่องเที่ยวจะได้ศึกษาความรู้ด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมเมืองมื่นบุรีพร้อมรับฟังเรื่องราวเกี่ยวกับการเสด็จประพาสต้นในรัชสมัยรัชกาลที่ 5 เวลา 12.30 น. ออกเดินทางโดยรถไปยังชุมชนคลองตะไหนด ใช้เวลา 15 นาที เพื่อพัก

รับประทานอาหารกลางวัน ข้าวหมกไก่ แกงเนื้อ ซี่ของฝากชุมชน เช่น โรตีสีโรตีสี น้ำพริกเผาเห็ดนางฟ้าภูฐาน เห็ดสวรรค์ ฟังเรื่องเล่าวัฒนธรรมประเพณีชาวไทยมุสลิมย่านเมืองมินบุรีในอดีต รับประทานอาหารเช้าหวานมุสลิม เวลา 14.00 น. ออกเดินทางโดยรถกลับมายังวัดแสนสุข ริมคลองแสนแสบ ฟังเรื่องเล่าประวัติศาสตร์เมืองมินบุรี คลองแสนแสบ และวัฒนธรรมประเพณีชาวไทยพุทธย่านเมืองมินบุรีในอดีต แล้วเดินทางกลับตามอัยยาศัย

ผู้วิจัยนำโปรแกรมการท่องเที่ยวมาพัฒนาสื่อวีดิทัศน์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนคลองตะเอนตบนฐานอัตลักษณ์ชุมชนในรูปแบบของรายการสารคดีท่องเที่ยวแบบ One Day Trip มีกระบวนการผลิตดังนี้ 1) ขั้นตอนเตรียมการผลิต นำข้อมูลจากการสัมภาษณ์ตัวแทนแหล่งท่องเที่ยว นักวิชาการด้านประวัติศาสตร์ และนักวิชาการด้านโทรทัศน์ มาผนวกเข้ากับความต้องการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนคลองตะเอนต เพื่อเขียนเค้าโครงเรื่อง แนวคิด รูปแบบรายการ ลักษณะรายการ วัตถุประสงค์ กลุ่มเป้าหมาย ความยาวของรายการ และช่องทางการออกอากาศ หลังจากนั้นจึงเขียนบทรายการ และนำบทรายการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลโดยผู้เชี่ยวชาญด้านประวัติศาสตร์ ด้านการท่องเที่ยว และด้านการสื่อสาร จำนวน 3 คน เพื่อพิจารณาความสอดคล้องของเนื้อหาของสื่อวีดิทัศน์ แล้วนำความคิดเห็นนั้นมาคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้อง IOC ผู้เชี่ยวชาญ 2) ขั้นตอนการผลิต นำบทสารคดีท่องเที่ยวมาดำเนินการผลิตโดยมีนักศึกษานิเทศศาสตร์ร่วมผลิตรายการกับช่างภาพมืออาชีพ มีการนำแนวคิดของคนรุ่นใหม่มาร่วมใช้ผลิตรายการ เช่น การกำหนดมุมกล้อง การดำเนินเรื่อง เป็นต้น และเป็นการสร้างนวัตกรรมร่วมกันระหว่างมหาวิทยาลัยและชุมชน 3) ขั้นตอนหลังการผลิต ลงเสียงบรรยาย ตัดต่อลำดับภาพ ตัดต่อเรียบเรียงภาพและเสียงเข้าไว้ด้วยกันตามบท มีการเพิ่มกราฟิก ทำเทคนิคพิเศษภาพ การแต่งภาพ การย้อมสี การเชื่อมต่อภาพ และใช้เสียงดนตรีประกอบ หลังจากนั้นจึงนำไปตรวจสอบความถูกต้องและเหมาะสมโดยผู้เชี่ยวชาญอีกครั้งหนึ่ง

ชื่อตอน	ท่องเที่ยวมินบุรี และชุมชนคลองตะเอนต บนฐานอัตลักษณ์ชุมชน
แนวคิด	นำเสนอเส้นทางท่องเที่ยวโดยนำอัตลักษณ์ของเมืองมินบุรี และชุมชนคลองตะเอนต เพื่อดำเนินการจัดการท่องเที่ยวได้
รูปแบบรายการ	สารคดีท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม
ลักษณะรายการ	สัมภาษณ์ ลงเสียงบรรยาย
วัตถุประสงค์	เพื่อแนะนำเส้นทางท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ในเขตมินบุรี และชุมชนคลองตะเอนตใน 1 วัน
กลุ่มเป้าหมาย	นักศึกษา และผู้เริ่มทำงาน อายุ 18-30 ปี
ความยาว	17 นาที
ช่องทางการออกอากาศ	สื่อออนไลน์ของชุมชน มหาวิทยาลัย เขตมินบุรี สถานที่ท่องเที่ยว และอื่น ๆ



ภาพที่ 3 ภาพสื่อวีดิทัศน์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนคลองตะเอนต บณฐานอัตลักษณ์ชุมชน

3. ผลการทดลองและประเมินผลสื่อ ประกอบด้วย 1) ทดลองโปรแกรมการท่องเที่ยวออนไลน์ ผู้วิจัยนำสื่อวีดิทัศน์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนคลองตะเอนต บณฐานอัตลักษณ์ชุมชน เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษา และผู้เริ่มทำงาน อายุ 18-30 ปี จำนวน 32 คน ด้วยการจำลองการท่องเที่ยวออนไลน์ผ่านสื่อวีดิทัศน์สารคดีท่องเที่ยวที่จะแสดงให้เห็นภาพการท่องเที่ยวตั้งแต่สถานที่แรกถึงสถานที่สุดท้าย พร้อมการบรรยายข้อมูลแต่ละสถานที่ ผลประเมินผลสื่อวีดิทัศน์การท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อสื่อวีดิทัศน์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนคลองตะเอนต บณฐานอัตลักษณ์ชุมชน สรุประดับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อวีดิทัศน์ได้ดังนี้

n = 32

ระดับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อวีดิทัศน์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
ด้านแหล่งท่องเที่ยวชุมชนคลองตะเอน			
1. มีการดูแลรักษาความสะอาดสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว	4.47	0.40	มาก
2. มีการจัดการด้านความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว	4.43	0.44	มาก
3. มีการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกในการรองรับนักท่องเที่ยว	4.45	0.33	มาก
4. มีช่องทางการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์	4.35	0.44	มาก
5. มีจุดจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เพียงพอต่อนักท่องเที่ยว	4.52	0.36	มากที่สุด
6. แหล่งท่องเที่ยวสะท้อนถึงวิถีชีวิต ความเป็นธรรมชาติและมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น	4.70	0.23	มากที่สุด
7. แหล่งท่องเที่ยวมีภูมิทัศน์ที่สวยงาม	4.45	0.35	มาก
8. แหล่งท่องเที่ยวทรงคุณค่าต่อการท่องเที่ยวโดยชุมชน	4.44	0.34	มาก
9. ท่านมีความประทับใจต่อแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนและจะกลับมาเที่ยวซ้ำ	4.57	0.50	มากที่สุด
10. ท่านจะแนะนำเพื่อนมาเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน	4.46	0.33	มาก
รวมด้านแหล่งท่องเที่ยวชุมชนคลองตะเอน	4.48	0.37	มาก
ด้านสื่อวีดิทัศน์			
11. ภาพในสื่อวีดิทัศน์มีความน่าสนใจ	4.16	0.54	มาก
12. เสียงบรรยายในสื่อวีดิทัศน์มีความน่าสนใจ	4.05	0.56	มาก
13. เสียงประกอบในสื่อวีดิทัศน์มีความน่าสนใจ	4.10	0.52	มาก
14. รูปแบบการนำเสนอสื่อวีดิทัศน์มีความน่าสนใจ	3.88	0.48	มาก
15. เนื้อหาในสื่อวีดิทัศน์มีความน่าสนใจ	3.96	0.64	มาก
16. ท่านเข้าใจเนื้อหาในสื่อวีดิทัศน์นี้	4.22	0.44	มาก
17. ท่านจดจำเนื้อหาในสื่อวีดิทัศน์นี้	4.08	0.52	มาก
18. ท่านประทับใจในสื่อวีดิทัศน์นี้	3.98	0.38	มาก
19. ท่านคิดว่าสื่อวีดิทัศน์นำเสนอเนื้อหาได้ตามวัตถุประสงค์	4.09	0.51	มาก
20. ท่านคิดว่าสื่อวีดิทัศน์นี้นำเสนอโปรแกรมการท่องเที่ยวได้	4.05	0.42	มาก
รวมด้านสื่อวีดิทัศน์	4.05	0.40	มาก
รวมทั้งหมด	4.27	0.38	มาก

จากตารางกลุ่มตัวอย่างผลการประเมินความพึงพอใจต่อสื่อวีดิทัศน์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนคลองตะเอน บนฐานอัตลักษณ์ชุมชน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.27$, S.D. = 0.38) เมื่อจำแนกความคิดเห็นเป็นรายด้าน พบว่า ด้านแหล่งท่องเที่ยวชุมชนคลองตะเอน กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.48$, S.D. = 0.37) โดยข้อที่มีความพึงพอใจมากที่สุด คือ แหล่งท่องเที่ยวสะท้อน

ถึงวิถีชีวิต ความเป็นธรรมชาติและมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.70, S.D. = 0.23) รองลงมา คือ ท่านมีความประทับใจต่อแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนและจะกลับมาเที่ยวซ้ำ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.57, S.D. = 0.50) และข้อที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ มีช่องทางการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.35, S.D. = 0.44)

ด้านสื่อวีดิทัศน์ กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านสื่อวีดิทัศน์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.05, S.D. = 0.40) โดยพึงพอใจข้อท่านเข้าใจเนื้อหาในสื่อวีดิทัศน์นี้มากที่สุด อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.22, S.D. = 0.44) รองลงมา คือ ภาพในสื่อวีดิทัศน์มีความน่าสนใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.16, S.D. = 0.54) และ ข้อที่น้อยที่สุด คือ รูปแบบการนำเสนอสื่อวีดิทัศน์มีความน่าสนใจ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.88, S.D. = 0.48)

เมื่อกลุ่มตัวอย่างประเมินความพึงพอใจที่มีต่อสื่อวีดิทัศน์สารคดีท่องเที่ยวในเขตมินบุรีแล้วพบว่า มีข้อเสนอแนะดังนี้ 1) สื่อนั้นมีความยาวมากเกินไป ควรแบ่งตอนหรือปรับให้สั้นลง 2) สื่อเล่าเรื่องราวได้แต่ไม่สามารถทำให้เกิดอารมณ์ร่วมได้ 3) ควรจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวจริง ๆ มากกว่าการดูทางออนไลน์ ผู้วิจัยจึงนำข้อเสนอแนะไปเป็นข้อเสนอแนะของโครงการวิจัยในการพัฒนาสื่อให้สมบูรณ์ต่อไป

4. ผลการคืนข้อมูลและเผยแพร่ คณะผู้วิจัยและชุมชนร่วมเวทีเสวนาค้นข้อมูลร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย และเผยแพร่สื่อวีดิทัศน์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนคลองตะเอนด บณฐานอัตลักษณ์ชุมชน ทางเฟซบุ๊กแฟนเพจ “ชุมชนคลองตะเอนด มินบุรี” และคืนข้อมูลการวิจัยเพื่อการขับเคลื่อนนโยบายกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้ขับเคลื่อนโปรแกรมการท่องเที่ยวต่อไป

อภิปรายผลการวิจัย

1. ผลการวิจัยการเสริมสร้างศักยภาพชุมชนคลองตะเอนดให้เป็นชุมชนท่องเที่ยวเชิงอาหารนั้น พบว่ามีปัจจัยสำคัญ คือ 1) ด้านคน กลุ่มแม่บ้านของชุมชนคลองตะเอนด มีภูมิปัญญาด้านอาหารและมีฝีมือในการปรุงอาหารทั้งคาวและหวาน เช่น ข้าวหมกไก่ ข้าวหมกเนื้อ แกงเนื้อ ซุปหางวัว เป็นต้น และมีผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เป็นที่รู้จัก ได้แก่ น้ำพริกเผเห็ดนางฟ้าภูฐาน และเห็ดสวรรค์ สามารถเสริมศักยภาพด้านอาหารให้เป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของชุมชน และสร้างประสบการณ์วัฒนธรรมอาหารมุสลิมให้นักท่องเที่ยวได้สอดคล้องกับแนวคิดของ ขวรินทร์ สุตสอาด และคณะ (2565, น. 409) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นบ้าน ล้วนทำให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสถึงวัฒนธรรมอาหารในวิถีชีวิตประจำวันของผู้คน ก่อให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวไปสู่ท้องถิ่น อันจะส่งผลให้เกิดประโยชน์ทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อระบบเศรษฐกิจ และการกระจายรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่น 2) ด้านเศรษฐกิจของชุมชน ผลการวิจัยพบว่าผู้นำชุมชนมีบทบาทสำคัญในการประสานความร่วมมือระหว่างคณะนักวิจัยและสมาชิกในชุมชนได้มีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยว เกิดการเรียนรู้จากการปฏิบัติจริง สมาชิกชุมชนตื่นตัวในการร่วมพัฒนาชุมชนให้เป็นชุมชนท่องเที่ยว และสนใจเรียนรู้ข้อมูลจากชุมชนอื่นเพื่อนำมาพัฒนาชุมชนของตนเอง 3) ด้านสภาพแวดล้อม ผลการวิจัยพบว่าชุมชนมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว เนื่องจากชุมชนมีการสร้างอัตลักษณ์ด้วยงานสร้างสรรค์ ศิลปกรรมฝาผนัง และเป็นจุดเช็คอินของนักท่องเที่ยว และ 4) ด้านบริหารจัดการ ผลการวิจัยพบว่า สมาชิก

ในชุมชนร่วมมีบทบาทสำคัญในการคิด วางแผน การลงมือทำกิจกรรมต่าง ๆ และการติดตามประเมินผลร่วมกับคณะผู้วิจัย สอดคล้องกับ องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (2558, น. 19) กล่าวว่า การท่องเที่ยวชุมชนที่ใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชน มีหลักการสำคัญ คือ ชุมชนเป็นเจ้าของ และชาวบ้านร่วมเข้ามามีส่วนในการกำหนดทิศทางและตัดสินใจ สอดคล้องกับการศึกษาของ หทัยชนก คะตะสมบุรณ์ (2563, น. 483) ที่พบว่า ศักยภาพของชุมชนในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากที่ยั่งยืนของชุมชน ตำบลเนินศาลา อำเภอโกรกพระ จังหวัดนครสวรรค์ มีปัจจัยสำคัญที่ทำให้ชุมชนประสบผลสำเร็จในการพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืนใน 4 ด้าน คือ ศักยภาพด้านทรัพยากร ศักยภาพด้านผู้นำและองค์กรชุมชน ศักยภาพด้านการจัดการตนเอง และศักยภาพด้านการประสานงานเครือข่าย

2. ผลการวิจัยการพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนคลองตะเอน พบว่า ได้ขยายเส้นทางการท่องเที่ยวจากปีที่ 1 ที่เคยจัดการท่องเที่ยวมาก่อนไปยังชุมชนคลองตะเอน กระบวนการพัฒนาเริ่มจากการศึกษาบริบทพื้นที่เพื่อปรับภูมิทัศน์ชุมชนให้สวยงาม การศึกษาดูงาน สำรวจเส้นทางการท่องเที่ยวในเขตมีนบุรี นำข้อมูลมาพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวตามลำดับ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ ครรชิต มรพจน์ และ ทักษิณา สมบุรณ์ (2559, น. 24) กล่าวว่า กระบวนการในการพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เริ่มด้วยการศึกษาบริบทของพื้นที่ การประชุมกลุ่มย่อยเพื่อการพิจารณาเส้นทางการท่องเที่ยว การทัศนศึกษาดูงาน เพื่อเพิ่มเติมความรู้ให้กับสมาชิกในชุมชน อย่างไรก็ตามการท่องเที่ยวชุมชนคลองตะเอนนี้เป็นเพียงส่วนหนึ่งของโปรแกรมการท่องเที่ยวในเขตมีนบุรี แต่เมื่อชุมชนคลองตะเอนมีระบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวที่ดีแล้ว มีความพร้อมในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างแท้จริงแล้วนั้น อาจจะพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวเฉพาะชุมชนคลองตะเอนขึ้น เพื่อสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวที่สนใจมาเที่ยวชุมชนคลองตะเอนอย่างแท้จริง

3. ผลการวิจัยการพัฒนาสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนคลองตะเอน บนฐานอัตลักษณ์ชุมชน นั้นพบว่า สื่อวิทัศน์เป็นการสื่อสารการท่องเที่ยว (Tourism Communication) ในการเล่าเรื่องราวของโปรแกรมการท่องเที่ยว นำเสนอในรูปแบบสารคดี เนื่องจากเป็นการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม นักท่องเที่ยวควรได้รับข้อมูลด้านประวัติศาสตร์ สื่อจึงต้องอธิบายข้อมูลได้ แม้ว่าสื่อวิทัศน์นี้ไม่อาจสร้างประสบการณ์ร่วมจากสถานที่จริงได้ แต่เป็นตัวกระตุ้นความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เข้าไปท่องเที่ยวในสถานที่จริง เมื่อภาวะโรคระบาดนั้นลดลงและเปิดประเทศอย่างเป็นทางการ ซึ่งปรัชญา เปี่ยมการุณ (2562, น. 114) กล่าวว่า สื่อท่องเที่ยว (Tourism Media) ไม่ว่าจะเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ สื่อภาพยนตร์ สื่อออนไลน์ และสื่อสังคมออนไลน์ เป็นเสมือนตัวขับเคลื่อนทางด้านการท่องเที่ยว แต่สื่อแต่ละประเภทล้วนมีข้อเด่นและข้อจำกัดในตัวเอง จึงควรวางแผนการใช้หรือการวางกลยุทธ์การใช้สื่อนั้นอย่างเหมาะสม ปัจจุบันนักท่องเที่ยวสามารถผลิตเนื้อหาเองได้ ผู้ใช้สื่อสามารถผลิตและเผยแพร่ข้อมูลในสื่อสังคมออนไลน์ได้ นักท่องเที่ยวสามารถเลือกรับชมข้อมูลในสื่อช่องทางต่าง ๆ ได้ตามความต้องการ ตามแนวคิดข้อมูลจากสื่อออนไลน์ (User generated contents) (ปนัดดา สร้อยศรี, 2563, น. 136) การผลิตสื่อเพียงสื่อเดียวเพื่อตอบสนองความต้องการข้อมูลของนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มนั้นอาจไม่เพียงพอ ควรปรับเนื้อหาให้เข้ากับความต้องการ

ของกลุ่มเป้าหมาย และความสนใจของสังคมขณะนั้น สอดคล้องกับแนวคิดของ พัทธกรณ์ สุนทรวิบูลย์ (2561, น. 209) กล่าวว่า การพัฒนานวัตกรรมการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวต้องมีรูปแบบ (Platform) ที่หลากหลายรองรับทุกการเข้าถึงและทุกอุปกรณ์ เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวที่จะมาใช้งาน สอดคล้องกับแนวคิดของ Srikakulam (2017, p. 38) กล่าวว่า ด้วยเทคโนโลยีปัจจุบันมีแอปพลิเคชันจำนวนมากจากการสำรวจข้อมูลในอินเดีย พบว่าคนจำนวนมากใช้แอปพลิเคชันเพื่อหาข้อมูลของสถานที่เดินทาง การถามตอบในกระดานสนทนา และในแอปพลิเคชันยังค้นพบสถานที่ใหม่ ๆ และสามารถอ่านบทวิจารณ์เกี่ยวกับสถานที่เหล่านั้นได้ เช่นเดียวกับ Yapparova (2013, p. 36) กล่าวว่า ช่องทางที่ชาวรัสเซียค้นหาข้อมูลของสถานที่ท่องเที่ยวในวันคริสต์มาสและวันขึ้นปีใหม่มากที่สุด คือ อินเทอร์เน็ต รองลงมา คือ การบอกต่อ บล็อกการท่องเที่ยว โบรชัวร์ และสื่อสิ่งพิมพ์ ตามลำดับ นอกจากนั้นควรมีความถี่ในการนำเสนอเนื้อหาหรือสื่อบ่อยครั้งและสม่ำเสมอ เพื่อให้สื่อท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือหนึ่งที่ทำให้การท่องเที่ยวโดยชุมชนประสบความสำเร็จ สอดคล้องกับแนวคิดของ เมธาวิ จำเนียร (2559, น. 245) กล่าวว่า กลยุทธ์การสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวข้อหนึ่ง คือ กลยุทธ์การสื่อสารเรื่องราวของชุมชนอย่างต่อเนื่อง สม่ำเสมอ การบอกเล่าเรื่องราวของชุมชนที่น่าสนใจ น่าติดตามผ่านสื่อต่าง ๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ยิน ได้ฟัง ได้เห็น ได้ติดตาม และเกิดความสนใจเข้ามาท่องเที่ยวในที่สุด

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากผลการวิจัยการพัฒนาสื่อวีดิทัศน์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนคลองตะเอนต บณฐานอัตลักษณ์ชุมชน คณะผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

ด้านหน่วยงานภาครัฐ

1. ควรช่วยในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชนคลองตะเอนตให้เข้าถึงนักท่องเที่ยวได้ เช่น นำผลิตภัณฑ์ชุมชนไปจำหน่ายหรือออกงาน การจัดกิจกรรมร่วมกับชุมชน การนำสื่อท่องเที่ยวไปเผยแพร่ทั้งช่องทางออฟไลน์ และออนไลน์ เป็นต้น

ด้านชุมชน

1. ควรมีการฟื้นฟูสภาพภูมิทัศน์ให้มีความสวยงามเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว มีกระบวนการจัดการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพและต่อเนื่อง มีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานให้ดีขึ้น เช่น ที่จอดรถ ระบบไฟฟ้าแสงสว่างริมทาง สภาพถนนสาธารณะ และการจัดทำป้ายบอกทิศทางในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างชัดเจน

2. ควรมีการพัฒนาบุคลากรให้มีศักยภาพในการต้อนรับนักท่องเที่ยว และรักษามาตรฐานในการบริการให้ต่อเนื่อง เช่น นักเล่าเรื่องชุมชน เป็นต้น

3. ควรพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้มากขึ้น หรือเพิ่มเติมของที่ระลึกของชุมชนที่นอกเหนือจากอาหาร จัดตั้งวิสาหกิจชุมชน และควรมีการร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐในด้านการยกระดับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของชุมชนให้ได้มาตรฐาน

ด้านผู้ประกอบการท่องเที่ยว

1. ควรนำสื่อวีดิทัศน์นี้ไปพัฒนาใหม่ให้เป็นสื่อหรือรายการท่องเที่ยวเฉพาะชุมชนคลองตะเอนด
หลังจากที่ชุมชนเป็นที่รู้จัก และมีความพร้อมในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้วยตนเองได้อย่างแท้จริง

บรรณานุกรม

- ครรรชิต มรพจน์ และทักษิณา สมบูรณ์. (2559). การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อการเรียนรู้ : กรณีศึกษาตำบลคลองเขื่อน จังหวัดฉะเชิงเทรา. *วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย*. 11(2), น. 23-36.
- ชวรินทร์ สุดสวาท, อติคุณ เสรามัญ, นกัสนันท์ วินิจวรกิจกุล, สุประภา สมนักพงษ์ และอนัญญา รัตนประเสริฐ. (2565). การท่องเที่ยวเชิงอาหารที่บ้านล้านนา. *วารสาร มจร สังคมศาสตร์ปริทรรศน์*. 11(2), น. 405-417.
- นันทิยา ตันตราสืบ และวราวัชต์ มัธยมบุรุษ. (2561). การศึกษาเรื่องพฤติกรรมการบริโภคอาหารพื้นถิ่นล้านนา ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่. *วารสารสังคมศาสตร์วิชาการ*. 11(1), น. 97-106.
- ปนัดดา สร้อยศรี. (2563). การใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์เพื่อการรายงานข่าวโทรทัศน์. *วารสารวิชาการ กสทช*. 6(2), น. 132-154.
- ปรัชญา เปี่ยมการุณ. (2562). ภูมิทัศน์สื่อ ภายใต้บริบทการสื่อสารการท่องเที่ยว. *วารสารวิชาการนวัตกรรม สื่อสารสังคม*. 7(1), น. 113-119.
- พัชรภรณ์ สุนทรวิบูลย์. (2561). นวัตกรรมสื่อสารกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยุคประเทศไทย 4.0. *วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม*. 6(2), น. 200-210.
- เมธาวิ จำเนียร. (2559). การสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว. *วารสารการจัดการและการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี*. 6(1), น. 235-256.
- สรเสริญ วงศ์ชะอุ่ม. (2554). *การวางแผนพัฒนาประเทศ*. กรุงเทพมหานคร : ศูนย์การพิมพ์เพชรรุ่ง.
- หทัยชนก คตะสมบูรณ์. (2563). การพัฒนาศักยภาพของชุมชนเพื่อสร้างเศรษฐกิจฐานรากอย่างยั่งยืน : กรณีศึกษาตำบลเนินศาลา อำเภอโกรกพระ จังหวัดนครสวรรค์. *วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร* 8(2), น. 474-488.
- องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. (2558). *ชุดความรู้ถอดบทเรียนการท่องเที่ยวโดยชุมชน เล่มที่ 1 ประจำปี 2558*. กรุงเทพมหานคร : องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน.
- _____. (2558). *การท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อชุมชน*. กรุงเทพมหานคร : องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน.
- _____. (2565). *ทำความเข้าใจกับ Gastronomy Tourism*. ค้นเมื่อ 1 พฤษภาคม 2565, จาก<https://www.dasta.or.th/th/article/429>.
- Berger, A.A. (2008). *Tourism and Popular Culture in the International Encyclopedia of Communication*. (11 th ed.). Oxford: Blackwell Publishing.

Kotler, P. & Keller, K. L. (2012). **Marketing management**. (14 th ed.). London : Pearson.

Krittana Ngernyuang & Pei-Ying Wu. (2020). Using social media as a tool for promoting festival tourism. **International Journal of Computer Science & Information Technology**. 12(3), pp. 17-32.

Srikakulam, A. P. (2017). Role of media in tourism & new communication technologies. **International Journal for Innovative Research in Multidisciplinary Field**. 3(1), pp. 35-39.

Wilcox, D. L., Cameron, G. T. & Reber, B. H. (2014). **Public relations : Strategies and tactics**. (7 th ed.). Boston: Pearson.

Yapparova, P. (2013). **Best media for advertising local tourism among the Russian Tourists**. Bachelor's thesis Degree programme in International Business, University of Applied Science.