

นวัตกรรมสื่อสร้างสรรค์แบบมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน  
ตามแนวโอบอพนวัตวิถี: กรณีศึกษาบ้านคลองโยง ตำบลศาลายา  
อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม  
Co-creative media innovation to promote OTOP  
Nawatwithi community-based tourism: a case of Ban-klongyong,  
Salaya Sub-district, Phuttamonthon Sub District, Nakhon Pathom Province

วิเชษฐ์ แสงดวงดี<sup>1</sup> และคณะ<sup>2</sup>  
(Vichet Saengduangdee et al.)

### บทคัดย่อ

บทความวิจัยเรื่องนี้ มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อพัฒนานวัตกรรมสื่อเชิงสร้างสรรค์แบบมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตามแนวโอบอพนวัตวิถีของบ้านคลองโยง ตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑล วิจัยที่นำมาใช้ได้แก่ วิจัยเชิงคุณภาพ ประกอบด้วย การวิเคราะห์เอกสาร การสังเกตการณ์ การสัมภาษณ์และเวทีประชาคมแกนนำชุมชน กระบวนการบริหารชุมชนท่องเที่ยวตามแนวโอบอพนวัตวิถี ผู้ประกอบการสินค้าชุมชนและคนในชุมชน การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพได้แก่ การวิเคราะห์ความสอดคล้องของข้อความ (common theme analysis) ผลการศึกษาพบว่า คนในชุมชนเห็นพ้องต้องกันในการนำตราสัญลักษณ์และข้อความสโลแกนชุมชนที่นำเสนอผ่านภาพการ์ตูนมาสอดคล้องและข้อความสโลแกน “มนต์รักทุ่งคลองโยง”

<sup>1</sup> อาจารย์สาขาแอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยสยาม, 10160

Ph.D., Lecturer, The Faculty of Animation and Creative Media, Department of information technology, Siam University, 10160

<sup>2</sup> อภิวัฒน์ บุญเนรมิตร นักศึกษาสาขาแอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยสยาม, 10160

Student, Department of Animation and Creative Media, The Faculty of information technology, Siam University, 10160

<sup>3</sup> ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาดา แสงดวงดี สาขานิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม, 73000

Asst.Prof. Dr Suchada Saeangduangdee, Lecturer, The Faculty of Management Science (Program in Communication Arts).

Nakhon Pathom Rajabhat University, 73000

<sup>4</sup> อรรถเศรษฐ์ ปรีดากรณ์ อาจารย์สาขาแอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยสยาม, 10160

Lecturer, Department of Animation and Creative Media, The Faculty of information technology, Siam University, 10160

<sup>5</sup> ภาสกร ธนันทน์ อาจารย์สาขาแอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยสยาม, 10160

Lecturer, Department of Animation and Creative Media, The Faculty of information technology, Siam University, 10160

<sup>6</sup> ปัญจเวช บุญรอด อาจารย์สาขาแอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยสยาม, 10160

Lecturer, Department of Animation and Creative Media, The Faculty of information technology, Siam University, 10160

<sup>7</sup> ทศพร เทียนศรี อาจารย์สาขาแอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยสยาม, 10160

Lecturer, Department of Animation and Creative Media, The Faculty of information technology, Siam University, 10160

Corresponding author : suchadas250205@hotmail.com

มาใช้ในการพัฒนานวัตกรรมสื่อเชิงสร้างสรรค์ต้นแบบ 7 ประเภท ที่สามารถสื่อความหมาย สร้างการรับรู้ และจดจำคุณค่าของอัตลักษณ์ชุมชนบ้านคลองโยงที่แตกต่างจากชุมชนอื่นนำไปสู่การส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวบ้านคลองโยงให้มีความยั่งยืนตามที่ชุมชนปรารถนา ประกอบด้วย มาสคอต สแตนดี้ (Standy) ป้ายแผนที่ท่องเที่ยวซึ่งแสดงจุดท่องเที่ยวทั้ง 15 แห่งของบ้านคลองโยง ป้ายแผนที่เส้นทางโดยรอบของชุมชนคลองโยง โปสเตอร์ แผ่นพับ สติกเกอร์ไลน์ และสื่อเบ็ดเตล็ดประเภทของที่ระลึก

**คำสำคัญ :** การจัดการท่องเที่ยวชุมชน สื่อสร้างสรรค์ นวัตกรรม โอทอปนวัตกรรม บ้านคลองโยง อัตลักษณ์ชุมชน

## ABSTRACT

The research article has main objective to develop co-creative media innovation to promote OTOP Nawatwithi community-based tourism of Ban-klongyong, Salaya Sub-district, Phuttamonthon District, Nakhon Pathom Province. The Qualitative research based method; documentary analysis, observation, interviews and community forum with community leaders, communities of OTOP Nawatwithi community based-tourism, community products traders and community people, was applied to develop co creative media that can promote community-based tourism. The common theme analysis was brought to analyze qualitative data derived. The study find that stakeholders involved and community people of Ban Klong Yong agree to use community logo and slogan presented by buffalo cartoon mascot together with slogan “Monrak Thung Klong Yong” to develop 7 prototypes of creative media innovation enable to convey meaning, perception, and retention of Ban Klong Yong identity value which is differentiate than others, and that can promote the sustainable management of Ban Klong Yong OTOP Nawatwithi community-based tourism as wish; mascot standy, a tourist map which shows all 15 tourist attraction of Ban Klong Yong, a map of Ban Klong Yong route, poster, folder, line stickers, and miscellaneous media especially for souvenirs.

**Keywords:** Community Based Tourism Management, creative media, innovation, OTOP Nawatwithi, Ban Klong Yoang, community identity

### Article history:

Received 10 December 2019

Revised 1 April 2020

Accepted 4 April 2020

SIMILARITY INDEX = 0.00 %

## 1. บทนำ

แนวคิดการจัดการท่องเที่ยวชุมชนตามแนวโอทอปนวัตวิถีเป็นเรื่องใหม่ ที่ในชุมชนส่วนใหญ่ยังขาดความรู้ความเข้าใจ ในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนต้องเริ่มต้นที่สมาชิกในชุมชนให้ความร่วมมือในการจัดการท่องเที่ยว ช่วยกันคิด วางแผน ดำเนินการ ร่วมรับผิดชอบ ร่วมกันพัฒนา ร่วมกันแบ่งปันผลประโยชน์ และร่วมกันสร้างกฎ กติกาของชุมชนให้ผู้ที่เกี่ยวข้องปฏิบัติตามกฎ กติกาของชุมชน หรือ การสร้างมาตรฐานต่างๆ ของชุมชน เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดผลกระทบที่เกินความสามารถของคนในชุมชนจะแก้ไขได้ ซึ่งความสำเร็จของการจัดการท่องเที่ยวจะนำไปสู่การพัฒนาศักยภาพของชุมชน พื้นที่ เศรษฐกิจชุมชน สังคม ประชาชนในชุมชนบ้านคลองโยงให้มีชีวิตอยู่ดีกินดี มีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และการดำรงไว้ซึ่งวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตอันดีงามของชุมชนจากรุ่นสู่รุ่น การบริหารทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดความยั่งยืนในชุมชน (ณัฐพัชร มณีโรจน์, 2560 : 28-29) ทั้งนี้เพราะผลกระทบของการจัดการท่องเที่ยวชุมชน ถูกมองว่าเป็นสถานการณ์ที่สร้าง ชนะ-ชนะ (win-win) ร่วมกัน โดยอ้างอิงจากการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและ การพัฒนาวิถีชีวิตของชุมชนท้องถิ่น (Lesego, 2010 : 136)

การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์โดยชุมชนมีส่วนร่วม จะเป็นวิธีการหนึ่งที่จะทำให้คนในชุมชนรู้สึกเป็นเจ้าของแนวคิด ร่วมดำเนินการ ร่วมประเมิน ร่วมปรับปรุง นำไปสู่ความรู้สึกภาคภูมิใจและร่วมขับเคลื่อนการท่องเที่ยวชุมชนบนพื้นฐานอัตลักษณ์ วิถีชีวิต สื่อพื้นบ้านหรือวัฒนธรรมพื้นบ้านที่เป็นภูมิปัญญา ช่วยนำเสนอความเป็นตัวตนของชุมชนท้องถิ่น ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวสู่คนในชุมชนและสาธารณะ อาทิ การติดตั้งข้อมูลประวัติความเป็นมา ป้ายบอกทางในแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกสบาย และมีความเข้าใจวัฒนธรรม ภูมิปัญญาของท้องถิ่นอย่างลึกซึ้ง เชื่อมโยงสู่การสื่อสารตราสินค้าให้เป็นที่รับรู้ของนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก เนื่องจากเมื่อใดก็ตามที่นักท่องเที่ยวรับรู้อัตลักษณ์ บุคลิกภาพของแหล่งท่องเที่ยว จะนำมาซึ่งตราสินค้า ความเชื่อมั่นและการตัดสินใจซื้อสินค้า บริการของแหล่งท่องเที่ยว (มนัสสินี บุญมีศรีสง่า, 2556 : 556)

การศึกษาเรื่อง “นวัตกรรมสื่อสร้างสรรค์แบบมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตามแนวโอทอปนวัตวิถี: กรณีศึกษาบ้านคลองโยง ตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม” มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อพัฒนานวัตกรรมสื่อสร้างสรรค์แบบมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตามแนวโอทอปนวัตวิถีของบ้านคลองโยง ตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม ผลการวิจัยทำให้ได้นวัตกรรมสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตามแนวโอทอปนวัตวิถีที่สอดคล้องกับความต้องการของชุมชนทำให้ชุมชนเกิดความภาคภูมิใจร่วมกันและร่วมกันขับเคลื่อนการท่องเที่ยวชุมชนบ้านคลองโยงตามแนวโอทอปนวัตวิถีด้วยตนเองได้อย่างยั่งยืนต่อไป นอกจากนี้ยังสื่อต้นแบบที่สร้างขึ้นยังช่วย ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว การรับรู้และจดจำคุณค่าของอัตลักษณ์ชุมชนบ้านคลองโยงที่แตกต่างจากชุมชนอื่น ช่วยสร้างตราสินค้าและการเข้ามาเที่ยวชมของนักท่องเที่ยว ส่งผลต่อการยกระดับรายได้ ความเข้มแข็งและขีดความสามารถในการแข่งขันในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนบ้านคลองโยงตามแนวโอทอปนวัตวิถีให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อพัฒนานวัตกรรมสื่อเชิงสร้างสรรค์แบบมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตามแนว โอทอปนวิถีชีวิตของบ้านคลองโยง ตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม

## 2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดสำคัญที่นำมาใช้ในการวิจัย ได้แก่ กระบวนการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์แบบมีส่วนร่วม ดังนี้

### 2.1 การจัดการท่องเที่ยวชุมชน

การจัดการท่องเที่ยวชุมชน คือการจัดการการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม กำหนดทิศทางโดยชุมชน จัดการโดยชุมชนเพื่อชุมชน และชุมชนมีบทบาทเป็นเจ้าของมีสิทธิในการจัดการดูแลเพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน โดยให้การท่องเที่ยวทำงานครอบคลุมครบ 5 ด้าน พร้อมกันทั้งการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม โดยมีชุมชนเป็นเจ้าของและมีส่วนในการจัดการ (วีระพล ทองมา, 2559) ทั้งนี้เพราะการส่งเสริมการพัฒนาในทุกมิติที่เกี่ยวข้องกับท้องถิ่นและชุมชนจำเป็นต้องอาศัยการมีส่วนร่วม โดยเฉพาะการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ต้องการความร่วมมือของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับงานด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม เพื่อการส่งเสริมและสนับสนุนให้ชุมชนได้อนุรักษ์วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ รวมไปถึงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของชุมชนเอง ชุมชนจึงควรมีบทบาทสำคัญในการจัดการเพราะพวกเขารู้จักทรัพยากรในพื้นที่และเข้าใจสิ่งที่เขาต้องการพัฒนาหรืออนุรักษ์ไว้มากที่สุด ดังนั้น การจัดการท่องเที่ยวชุมชน คือการท่องเที่ยวที่มีการออกแบบเพื่อให้ผู้มาเยือนได้รับประสบการณ์ในวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น แยกผู้มาเยือนและสมาชิกในชุมชนมีโอกาสที่จะพบและเรียนรู้ซึ่งกันและกัน การนำเที่ยวและบริการต่างๆ ดำเนินการโดยกลุ่มองค์กรชุมชน มีการแบ่งบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบ (สถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน, 2559)

### 2.2 กระบวนการจัดทำสื่อเชิงสร้างสรรค์เพื่อการพัฒนาแบบมีส่วนร่วม

กระบวนการจัดทำสื่อเชิงสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมในงานนี้ ได้บูรณาการแนวคิดพื้นฐานเพื่อพัฒนาและเปลี่ยนแปลงสังคมแบบมีกลยุทธ์ มีประเด็นสำคัญ 5 ประการได้แก่ 1) การกำหนดนิยามและขอบเขตปัญหา 2) การเลือกเป้าหมาย 3) การหาจุดเชื่อมโยงแบบมีกลยุทธ์ 4) การกำหนดเทคนิควิธี และ 5) การสร้างแรงจูงใจ และขั้นตอนการพัฒนาสื่อท่องเที่ยว ทำให้สรุปกระบวนการจัดทำสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมได้ 5 ขั้นตอนหลัก ดังนี้ (Waisbord, 2014: 145-167 ; มรรษพร สีขาว สุวารีย์ ศรีบุญะ และรวีวรรณ สนั่นวรเกียรติ, ม.ป.ป.)

2.1.1 การศึกษาและรวบรวมข้อมูลอัตลักษณ์และสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ ปัญหาและความต้องการในการพัฒนาสื่อในมุมมองของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ได้แก่ แกนนำในพื้นที่ กรรมการบริหารการท่องเที่ยวชุมชนตามแนวโอทอปนวิถีชีวิตตำบลคลองโยง ผู้ประกอบการสินค้าโอทอป กลุ่มสตรีและกลุ่มแม่บ้านและคนในชุมชนบ้านคลองโยง ตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม

2.1.2 การออกแบบร่างสื่อสร้างสรรค์ โดยนำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการกำหนดประเภทสื่อ

แนวคิดการออกแบบสื่อ การจัดทำร่างสื่อสร้างสรรค์ให้เหมาะสมกับนักท่องเที่ยว บริบทพื้นที่ อัตลักษณ์และ ความต้องการของชุมชน

2.1.3 การปรับปรุงร่างสื่อสร้างสรรค์ โดยนำเสนอร่างสื่อที่ออกแบบ ร่วมกันคัดเลือก และร่วมให้ข้อเสนอแนะต่อการปรับปรุงร่างสื่อเพื่อพัฒนาเป็นสื่อต้นแบบ

2.1.4 การจัดทำและพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ต้นแบบ โดยนำข้อเสนอแนะมาใช้ในการผลิตสื่อ ต้นแบบ การนำเสนอสื่อต้นแบบ และร่วมให้ข้อคิดเห็นต่อการปรับปรุงสื่อสร้างสรรค์ต้นแบบให้มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลมากขึ้น

2.1.5 การประเมินผล รับรองและส่งมอบต้นแบบสื่อเชิงสร้างสรรค์ต้นแบบแก่ชุมชน เป็น การนำเสนอผลการผลิตสื่อต้นแบบ การประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้ในการนำไปใช้ การรับรอง สื่อโดยผู้เชี่ยวชาญและ/หรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในชุมชน ตลอดจนการส่งมอบสื่อเชิงสร้างสรรค์ต้นแบบแก่คนใน ชุมชนสำหรับนำไปผลิตและเผยแพร่ต่อไป

### 3. วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 ผู้ให้ข้อมูลหลัก ใช้การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (participatory action research) โดย เก็บข้อมูลจากการวิเคราะห์เอกสาร การสังเกตการณ์สถานที่ท่องเที่ยวบ้านคลองโยง 15 แห่ง การ สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก ประกอบด้วย กรรมการบริหารการท่องเที่ยวชุมชนตามแนวโอทอปนวัตวิถีตำบล คลองโยง แกนนำ ผู้ประกอบการสินค้าโอท็อป กลุ่มสตรีและกลุ่มแม่บ้านและคนในชุมชนบ้านคลองโยง จำนวน 6 ราย และการจัดเวทีชุมชนกลุ่มตัวอย่างมีจำนวน 30 คน ได้คัดเลือกมาด้วยวิธีการแบบเจาะจงเป็น แกนนำหรือคนในชุมชนที่มีความรู้ ประสบการณ์ในการให้บริการการท่องเที่ยวชุมชน และสมัครใจในการให้ ข้อมูล ได้แก่ ผู้ใหญ่บ้านบ้านคลองโยง ตัวแทนผู้ประกอบการสินค้าโอท็อปชุมชนบ้านคลองโยง ตัวแทนกลุ่ม สตรีและกลุ่มแม่บ้าน ตัวแทนกรรมการบริหารการท่องเที่ยวชุมชนตามแนวโอทอปนวัตวิถีตำบลคลองโยง และ ตัวแทนคนในชุมชน

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย แบบวิเคราะห์ข้อมูลเอกสาร แบบสังเกตการณ์ แบบ สัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง และแบบบันทึกผลการจัดเวทีชุมชน ซึ่งคณะผู้วิจัยได้พัฒนาแบบวิเคราะห์ข้อมูลเอกสาร แบบสังเกตการณ์สำหรับการบันทึกข้อมูลในภาคสนาม แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง และแบบบันทึกผล การจัดเวทีชุมชนที่ได้จากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง จากนั้นจึงนำไปทดลองใช้ (pre testing) กับกลุ่ม ตัวอย่างคนในชุมชนเพื่อตรวจสอบความเข้าใจในข้อคำถาม ความสอดคล้องต่อเนื่อง ความง่ายของ ประเด็น รวมถึงเพื่อให้คณะผู้วิจัยมีความคุ้นเคยกับเครื่องมือ ได้ตรวจสอบว่าประเด็นที่กำหนดไว้ในเครื่องมือ ทำให้ได้คำตอบที่กำหนดไว้หรือไม่ จากนั้นจึงปรับปรุงเครื่องมือให้มีความครบถ้วน ครบถ้วนมากขึ้น

ผู้วิจัยลงพื้นที่สังเกตการณ์ 2 ครั้ง การสัมภาษณ์เชิงลึก 2 ครั้ง และการจัดเวทีประชาคม 4 ครั้ง และลงพื้นที่เก็บข้อมูลด้วยการบันทึกภาพนิ่ง บันทึกเสียงและการจดบันทึกข้อมูลด้วยตนเอง

3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพได้ใช้วิธีการหาความสอดคล้องของเนื้อหา หลักที่ตรงกัน (common themes analysis) และการพรรณนาวิเคราะห์ตีความคำตอบที่ได้

#### 4. ผลการวิจัย

ผลการพัฒนานวัตกรรมการสื่อสารสร้างสรรค์แบบมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตามแนวโอทอปนวัตวิถีของบ้านคลองโยง ตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม ด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลเอกสารปฐมภูมิและทุติยภูมิเพื่อสำรวจข้อมูลเบื้องต้นก่อนลงพื้นที่จริง การสังเกตการณ์สถานที่หรือจุดท่องเที่ยวที่มีศักยภาพและมีความพร้อมของชุมชน การสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับประเภทสื่อ แนวคิดการออกแบบและการพัฒนานวัตกรรมการสื่อสารสร้างสรรค์ที่สะท้อนอัตลักษณ์ชุมชนสำหรับการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตามแนวโอทอปนวัตวิถี และการจัดเวทีชุมชนทั้ง 5 ครั้ง สามารถสรุปตามกระบวนการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนบ้านคลองโยง ตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม ได้ 5 ขั้นตอน ดังนี้

4.1 การศึกษาและรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับ อัตลักษณ์และสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญในบ้านคลองโยง ตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม จากผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก การลงพื้นที่สังเกตการณ์และการจัดเวทีชุมชนครั้งที่ 1 พบว่า ชุมชนได้บอกเล่าประวัติความเป็นมาของหมู่บ้าน ให้ข้อมูลภาพรวมของพื้นที่ และนำคณะผู้วิจัยไปสำรวจจุดสำคัญต่าง ๆ ของหมู่บ้านเพื่อให้คณะผู้วิจัยได้พิจารณาศักยภาพของจุดท่องเที่ยวแต่ละจุด ปัญหาการจัดการท่องเที่ยวชุมชนและช่องว่างการสื่อสารที่ยังไม่สามารถสะท้อนตัวตนและอัตลักษณ์ชุมชนได้อย่างชัดเจนทำให้ขาดความร่วมมือจากคนในชุมชนและไม่สามารถสื่อสารจุดเด่นที่แตกต่างของบ้านคลองโยงให้เป็นที่รับรู้และเข้าถึงนักท่องเที่ยว

4.2 การร่วมกันออกแบบร่างสื่อสร้างสรรค์ คณะผู้วิจัยได้นำเสนอผลการสำรวจข้อมูลเบื้องต้นในข้อ 1 ในเวทีประชาคมครั้งที่ 2 และขอให้ที่ประชุมแสดงความคิดเห็นผู้เกี่ยวข้องต่อการกำหนดกลุ่มเป้าหมายหลัก ประเภทสื่อ แนวคิดการออกแบบ (theme) และเนื้อหาหลัก (key message) ที่ควรสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย 2 กลุ่ม ได้แก่ 1) คนในชุมชน เพื่อให้รับรู้และภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ตนเอง ร่วมเป็นเจ้าของต้อนรับและให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว และ 2) นักท่องเที่ยว เพื่อให้รับรู้อัตลักษณ์ชุมชนที่เป็นเสน่ห์เฉพาะตัวสำหรับบ้านคลองโยงที่ยังคงวิถีเกษตรและการดำเนินชีวิตแบบดั้งเดิมท่ามกลางกระแสความเปลี่ยนแปลงของสังคมเมือง โดยประเภทสื่อที่ชุมชนต้องการ ได้แก่ ชุมประตู่ ตัวละครหรือการ์ตูนสัญลักษณ์ (mascot) โดยเลือกใช้ควายเป็นสื่อ แผนที่ท่องเที่ยวชุมชน แผนที่เส้นทางโดยรอบชุมชนคลองโยง โปสเตอร์ และสื่อของที่ระลึก เช่น กระเป๋า เสื้อ เป็นต้น ที่สะท้อนอัตลักษณ์ชุมชนตามที่ร่วมกันคิดไว้ ส่วนแนวคิดการออกแบบสื่อพบว่า คนในชุมชนมีความเห็นพ้องกันว่าแนวคิดการ ออกแบบสื่อทุกประเภทต้องสะท้อนอัตลักษณ์ชุมชนที่เป็นวิถีแบบท้องถิ่น มีควาย เรือและลำคลองซึ่งเป็นสัญลักษณ์สำคัญของหมู่บ้านตามประวัติศาสตร์หมู่บ้านคลองโยงที่ผูกพันกับการทำนา ใช้แรงงานควายในการไถนาและลากจูงเรือให้ข้ามผ่านจุดสันดอนที่น้ำแห้งในฤดูแล้งผ่านสี่ ภาพ และข้อความที่ใช้ เพื่อให้เกิดความสอดคล้องกัน ดังนั้น สื่อสร้างสรรค์ทุกประเภทต้องมีตราสัญลักษณ์เป็นองค์ประกอบสำคัญสำหรับนำเสนอ อัตลักษณ์ชุมชนให้สอดคล้องต่อเนื่องนำไปสู่ความภาคภูมิใจของคนในชุมชนและการจดจำได้ของนักท่องเที่ยว

ทั้งนี้สื่อควรมีความสอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวยุคใหม่ที่ใช้โทรศัพท์มือถือเป็นอุปกรณ์สำคัญในการค้นหาเส้นทางทำให้ชุมชนมีความต้องการให้มีการเชื่อมโยงข้อมูลในรายละเอียดต่างๆผ่าน QR

code เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าไปศึกษาข้อมูลเพิ่มเติม และเนื้อหาหลักที่ควรสื่อสาร ได้แก่ ข้อมูลประวัติศาสตร์หมู่บ้าน จุดท่องเที่ยวสำคัญ และเส้นทางการท่องเที่ยวแบบไปกลับภายใน 1 วัน (one day trip) เพื่อให้คนในชุมชนรับทราบข้อมูลพื้นฐาน สามารถให้ข้อมูลเพิ่มเติมแก่นักท่องเที่ยว ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตนเองก็สามารถทำความรู้จักสถานที่สำคัญ และใช้เป็นข้อมูลสำหรับการตัดสินใจเลือกใช้บริการ กิจกรรม สินค้าและอาหาร

4.3 การปรับปรุงร่างสื่อสร้างสรรค์ เป็นขั้นตอนการนำจัดทำร่างสื่อเชิงสร้างสรรค์ตามที่ชุมชนนำเสนอในขั้นตอนที่ 2 มาจัดทำโดยใช้โปรแกรมซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ และนำมาเสนอในเวทีชุมชนครั้งที่ 3 และการร่วมกันหาจุดเชื่อมโยงแบบมีกลยุทธ์ ในขั้นตอนการคัดเลือก และรับฟังความคิดเห็นต่อการปรับปรุงแก้ไขร่างสื่อสร้างสรรค์ที่คัดเลือกสำหรับนำไปปรับปรุงเป็นสื่อสร้างสรรค์ต้นแบบในขั้นตอนต่อไป ซึ่งคนในชุมชนได้คัดเลือกสื่อหลักให้เหลือเพียง 5 ประเภท ได้แก่ 1) ตัวละครหรือมาสคอต (mascot) 2) ป้ายแผนที่ท่องเที่ยวเพื่อแสดงจุดท่องเที่ยวหลักของคลองโยง 3) ป้ายแผนที่เส้นทางโดยรอบของชุมชนคลองโยง 4) โปสเตอร์ และ 5) สื่อเบ็ดเตล็ดซึ่งก็คือ ของที่ระลึกประเภทต่างๆ เพื่อต่อยอดและสร้างการจดจำตราสัญลักษณ์และสโลแกนชุมชน โดยเน้นจุดเชื่อมโยงสำคัญคือ จุดท่องเที่ยวหลักทั้ง 15 แห่งเป็นตัวเดินเรื่องหลักในสื่อทุกชนิดเพื่อจุดเด่นของจุดท่องเที่ยวสำคัญ ซึ่งเชื่อมโยงกับกิจกรรม/บริการ สินค้าและอาหาร ให้ชัดเจนมากขึ้นและใช้เทคโนโลยี QR Code ในการให้ข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับจุดท่องเที่ยวแต่ละจุดในเส้นทางท่องเที่ยว ตอบโจทย์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวยุคใหม่ที่นิยมใช้โทรศัพท์มือถือสแกน QR Code เพื่อดาวน์โหลดข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวก่อนเดินทางมาท่องเที่ยวหรือในขณะที่เข้ามาถึงพื้นที่เพื่อดูภาพรวมของจุดท่องเที่ยว

4.4 การจัดทำและพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ต้นแบบ เป็นขั้นตอนการนำเสนอสื่อต้นแบบ และรับฟังข้อคิดเห็นต่อการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ต้นแบบจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในเวทีประชาคมครั้งที่ 4 เพื่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลของสื่อซึ่งในขั้นตอนนี้ คนในชุมชนได้คัดเลือกสื่อสร้างสรรค์ที่มีเทคนิควิธีการออกแบบที่สวยงาม น่าสนใจ สะท้อนอัตลักษณ์ชุมชนได้อย่างชัดเจน มีต้นทุนการผลิตไม่สูง ตลอดจนเป็นที่นิยมและสอดคล้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ที่ชอบค้นหาข้อมูลทางโทรศัพท์มือถือ ที่ง่าย สะดวก รวดเร็ว สำหรับเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเองเพื่อชม ช้อป ชิม เช็กอินและถ่ายภาพเป็นที่ระลึกสำหรับใช้เป็นต้นแบบในแต่ละประเภท ดังนี้

4.4.1 ตัวละครหรือมาสคอต 15 ตัว โดยใช้ควายเป็นตัวละครหรือมาสคอต ที่สะท้อนอัตลักษณ์ชุมชนที่ผูกพันกับควายซึ่งเป็นสัตว์คู่ชุมชน ท้องถิ่นไทยหลายๆแห่ง และมีเหตุการณ์ทางประวัติศาสตร์ที่เป็นเรื่องราวความเป็นมาสำหรับบ้านคลองโยงโดยตรง

4.4.2 ป้ายแผนที่ท่องเที่ยวเพื่อแสดงจุดท่องเที่ยวหลักของคลองโยงทั้ง 15 แห่ง ได้แก่ 1) ชุมประตู่ทางเข้า 2) จุดเช็คอิน 3) ชุมทองเหลืองป่าเทีญ 4) แจ่วบองสมุนไพร 5) ชุมกระเป่าผ้า 6) ชาเพื่อสุขภาพและจุดสาธิตทำขนมไทย 7) แปลงผักคุณไพบูลย์ 8) ชุมบัวบูชา 9) ชุมเกษตรทฤษฎีใหม่ 10) สมุนไพรหอมระเหย น้ำสมุนไพรรักษา 11) ดนตรีไทย 12) ศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง 13) ผักปลอดสารพิษ 14) บ้านพวงมโหตร และ 15) ผักเกษตรอินทรีย์บ้านคลองโยง ซึ่งผ่านการเลือกสรรจากคนในชุมชนว่าเป็นจุดท่องเที่ยวที่สะท้อนอัตลักษณ์ชุมชนบ้านคลองโยง ที่มีศักยภาพทั้งในแง่ของทรัพยากรธรรมชาติ ความพร้อมของบุคลากร

การจัดกิจกรรมที่ดึงดูดความสนใจ และการเป็นจุดให้บริการแวะพัก ชม ช้อป ชิม ของนักท่องเที่ยว โดยที่ประชุมมีข้อเสนอแนะให้เพิ่มชื่อจุดท่องเที่ยวทั้ง 15 แห่งไว้ด้านล่าง และมีบางส่วน เสนอให้ใช้เทคโนโลยี QR Code เพื่อให้รายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับจุดท่องเที่ยวทั้ง 15 จุด สำหรับให้นักท่องเที่ยวที่สนใจสามารถ แสกนและดาวน์โหลดข้อมูลรายละเอียดของจุดท่องเที่ยวทั้ง 15 จุด ด้วยโทรศัพท์มือถือได้สะดวก รวดเร็วเพื่อประกอบการตัดสินใจเลือกว่าจะเดินทางท่องเที่ยวตามเส้นทางที่นำเสนอหรือเลือกเที่ยวชมเพียงบางจุดตามความสนใจ อย่างไรก็ตาม เนื่องจากเป้าหมายของป้ายแผนที่เน้นให้บริการข้อมูลที่แสดงจุดท่องเที่ยวหลักในภาพรวมซึ่งการใช้ QR Code ในแผนที่จะต้องมีขนาดใหญ่ อาจทำให้ป้ายมีข้อมูลมากเกินไป ไม่สวยงาม ที่ประชุมจึงมีมติให้ทดลองทำแผนที่ท่องเที่ยวทั้ง 2 แบบ เพื่อนำมาพิจารณาในเวทีชุมชนครั้งต่อไป ซึ่งหากป้ายแผนที่ที่มีเทคโนโลยี QR Code ไม่สวยงาม ก็สามารถนำไปใช้ประกอบการจัดทำแผ่นพับสำหรับแจกนักท่องเที่ยวได้

4.4.3 ป้ายแผนที่เส้นทางโดยรอบของชุมชนคลองโยง เป็นสื่อที่มีเป้าหมายในการให้ข้อมูลภาพรวมเกี่ยวกับพื้นที่บ้านคลองโยงและเส้นทางรถเที่ยวชมบ้านคลองโยง โดยนำเทคโนโลยี QR Code มาใช้เพื่อให้นักท่องเที่ยวแสกนและดาวน์โหลดข้อมูลเส้นทางรถเที่ยวชมบ้านคลองโยงผ่านโทรศัพท์มือถือโดยเชื่อมโยงกับ Google map ที่แนะนำการเดินทางไปตามจุดต่างๆ ได้อย่างง่ายดายขึ้น ช่วยให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกใช้บริการว่าจะเดินทางท่องเที่ยวตามเส้นทางที่นำเสนอหรือเลือกเที่ยวชมเพียงบางจุดตามความสนใจ โดยที่ประชุมเห็นว่าข้อมูลเส้นทางรถเที่ยวชมไปยังจุดท่องเที่ยวทั้ง 15 จุด มีความจำเป็น และตอบสนองพฤติกรรมรถเที่ยวชมและวางแผนการท่องเที่ยวด้วยตนเองของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ เนื่องจากทำได้สะดวก รวดเร็ว โดยข้อมูลมีความชัดเจนอยู่แล้วไม่จำเป็นต้องแก้ไข แต่มีมติให้นำแผนที่เส้นทางโดยรอบของชุมชนคลองโยงไปจัดทำเป็นป้ายแผนที่ ตั้งคู่กับป้ายแผนที่ที่แสดงจุดท่องเที่ยวทั้ง 15 แห่ง และควรใส่ไว้ในแผ่นพับสำหรับแจกนักท่องเที่ยวไปพร้อมกัน

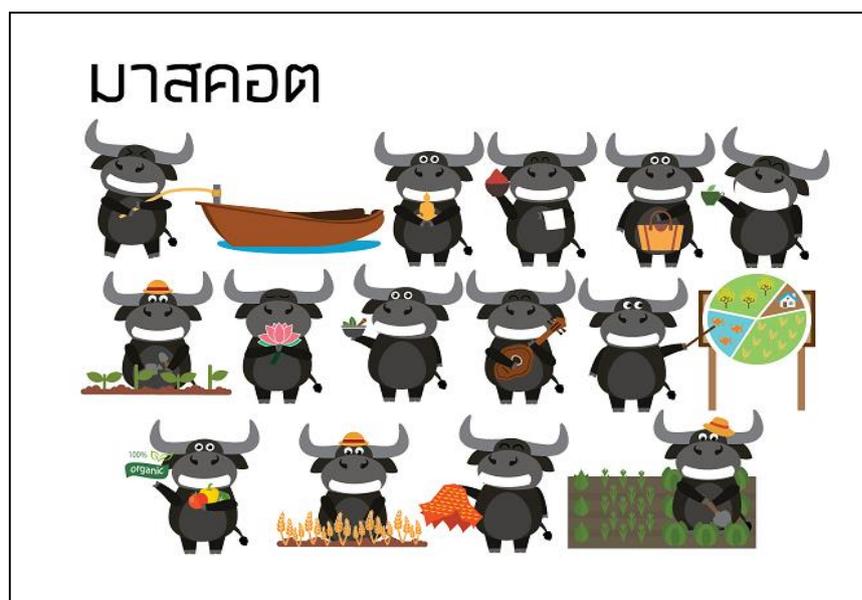
4.4.4 โปสเตอร์แสดงภาพแผนที่ท่องเที่ยวชุมชนคลองโยง 15 จุด พร้อมด้วยประวัติบ้านคลองโยงพอสังเขป และมาสคอตควายลากจูงเรือ เพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว ที่ประชุมเห็นว่าโปสเตอร์ที่นำเสนอมีภาพที่ดึงดูดใจและข้อมูลสรุปเกี่ยวกับตำบลคลองโยงอยู่แล้ว สามารถติดตามจุดต่างๆ ทั้งภายนอกและภายในชุมชน ไม่จำเป็นต้องแก้ไขรายละเอียดใดๆ

4.4.5 สื่อเบ็ดเตล็ดประเภทของที่ระลึก ได้แก่ หมวก ถุงผ้า เสื้อยืด และสแตนดี้ สำหรับใช้เป็นจุดเช็คอินและถ่ายภาพเป็นที่ระลึกโดยมีตราสัญลักษณ์และสโลแกนชุมชนเป็นองค์ประกอบสำคัญในการออกแบบเพื่อสร้างการรับรู้และจดจำแก่นักท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม จากผลการจัดทำสื่อสร้างสรรค์ทั้ง 5 ประเภท ที่ประชุมมีความเห็นว่าควรนำสื่อที่ออกแบบโดยเฉพาะประวัติความเป็นมา มาสคอต ข้อมูลแผนที่แสดงจุดท่องเที่ยวหลัก ทั้ง 15 จุดและแผนที่เส้นทางรถเที่ยวชมชุมชนคลองโยงไปใส่ไว้ในแผ่นพับสำหรับแจกนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในพื้นที่เพื่อการพกพาและดูรายละเอียดข้อมูลได้ง่ายขึ้น และเนื่องจากพฤติกรรมนักท่องเที่ยวยุคใหม่มีความสนใจสื่อใหม่ทำให้ควรมีการออกแบบสติ๊กเกอร์ไลน์ ซึ่งเชื่อมโยงกับมาสคอตที่เคยออกแบบไว้ สำหรับเป็นสื่อแสดงจุดขายสำคัญที่นักท่องเที่ยวจะได้พบเห็นเมื่อเดินทางมาเยี่ยมชมบ้านคลองโยง ซึ่งอาจเป็นสื่อเชิงสร้างสรรค์ที่จูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเที่ยวบ้านคลองโยงมากขึ้น ทำ

ให้ คณะวิจัยได้นำแนวคิดที่ได้จากเวทีประชาคมมาใช้ในการปรับปรุงสื่อทั้ง 5 ประเภท และจัดทำสื่อเพิ่มเติมอีก 2 ประเภท ได้แก่ สื่อแผ่นพับและสติ๊กเกอร์ไลน์ ทำให้มีสื่อสร้างสรรค์ในขั้นตอนการรับรองและส่งมอบสื่อเชิงสร้างสรรค์ต้นแบบแก่ชุมชนทั้งหมด 7 ประเภท

4.5 การรับรองและส่งมอบสื่อสร้างสรรค์ต้นแบบแก่ชุมชน ด้วยการนำเสนอผลการผลิตสื่อสร้างสรรค์ต้นแบบ การประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้ในการนำไปใช้ การรับรองสื่อโดยผู้เชี่ยวชาญและ/หรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในชุมชน ตลอดจนการส่งมอบนวัตกรรมสื่อสร้างสรรค์ต้นแบบแก่คนในชุมชน โดยคณะผู้วิจัยนำเสนอสรุปผลการศึกษาในขั้นตอนการรวบรวมข้อมูล การร่วมกันออกแบบร่างสื่อสร้างสรรค์ การปรับปรุงร่างสื่อสร้างสรรค์ การจัดทำและพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ต้นแบบที่พัฒนาขึ้นตามคำแนะนำ และชี้ให้เห็นกลยุทธ์การกระจายนวัตกรรมสื่อต้นแบบให้เข้าถึงและดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวเพื่อให้ผู้เข้าร่วมเวทีชุมชนมีแรงจูงใจในการนำสื่อต้นแบบไปใช้ในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวชุมชนคลองโยงตามแนวโอทอปนวัตวิถีต่อไป ซึ่งผลการจัดเวทีชุมชนพบว่า ที่ประชุมมีความเห็นสอดคล้องกันว่านวัตกรรมสื่อสร้างสรรค์ต้นแบบที่พัฒนาขึ้นมีความเหมาะสม สอดคล้องกับข้อมูลพื้นที่และสะท้อนอัตลักษณ์ชุมชนได้อย่างชัดเจน ในทิศทางเดียวกัน และตรงตามวัตถุประสงค์และความต้องการของคนในชุมชน และมีความเป็นไปได้ในการนำไปใช้เพื่อขับเคลื่อนการท่องเที่ยวในชุมชนบ้านคลองโยง เนื่องจาก สามารถนำไฟล์สื่อต้นแบบไปใช้ในการให้โรงพิมพ์หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปผลิตและเผยแพร่ได้เลย ดังนี้

4.5.1 ตัวละครหรือมาสคอตต้นแบบ ซึ่งตัดตัวละครที่มีหัวสีแดงออกไป ทำให้เหลือตัวละครหรือมาสคอตต้นแบบ 14 ตัว ซึ่งสามารถนำไปใช้เป็นตัวละครประกอบการจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อภาพเคลื่อนไหวเพื่อนำเสนอผ่านยูทูป เว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ ของฝาก ของที่ระลึก จุดเช็คอินและสแตนด์สำหรับการถ่ายภาพเป็นที่ระลึกในจุดท่องเที่ยวต่างๆได้ ดังแผนภาพที่ 1



แผนภาพที่ 1 ตัวละครหรือมาสคอต ต้นแบบ 14 ตัว

4.5.2 ป้ายแผนที่ท่องเที่ยวต้นแบบที่แสดงจุดท่องเที่ยวหลักของคลองโยงทั้ง 15 จุด เพื่อแนะนำเส้นทางการท่องเที่ยวชุมชนบ้านคลองโยงจากจุดเริ่มต้นตั้งแต่ซุ้มประตูทางเข้าหมู่บ้าน จนถึงจุดสุดท้ายแบบวันเดียวจบ (one day trip) ที่ปรับแก้ไขใหม่มี 2 แบบ ได้แก่ แผนที่ท่องเที่ยวที่แสดงรายการชื่อจุดท่องเที่ยวไว้ด้านล่าง และแผนที่ท่องเที่ยวที่มีมาสกอต ชื่อจุดท่องเที่ยวและ QR Code ในแผนที่ ดังแผนภาพที่ 2 และ 3



แผนภาพที่ 2 ป้ายแผนที่ท่องเที่ยวต้นแบบที่แสดงจุดท่องเที่ยวหลักของคลองโยงทั้ง 15 จุด ไว้ด้านล่าง



แผนภาพที่ 3 ป้ายแผนที่ท่องเที่ยวต้นแบบที่มีชื่อจุดท่องเที่ยว มาสกอต และ QR Code ไว้ในแผนที่

4.5.3 ป้ายแผนที่เส้นทางโดยรอบของชุมชนคลองโยงต้นแบบ ที่ใช้เทคโนโลยี QR Code สำหรับสแกนและดาวโหลดข้อมูลเส้นทาง การขับรถเที่ยวชมบ้านคลองโยงผ่านโทรศัพท์มือถือ และโดยเชื่อมโยงกับ Google map ดังแสดงในแผนภาพที่ 4 โปสเตอร์ต้นแบบแสดงภาพแผนที่ท่องเที่ยวชุมชนคลองโยง 15 จุด ในแผนภาพที่ 5



แผนภาพที่ 4 ป้ายแผนที่ต้นแบบเส้นทางโดยรอบของชุมชนคลองโยง

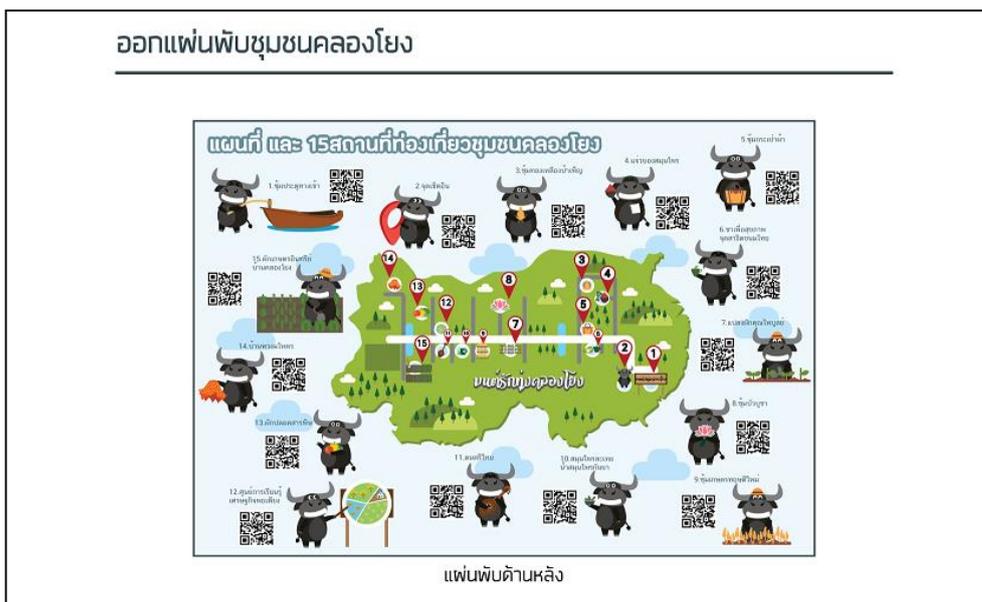


แผนภาพที่ 5 แสดงโปสเตอร์ต้นแบบชุมชนคลองโยง

แผ่นพับต้นแบบ ซึ่งเวทีประชุมให้ความเห็นว่าควรทำเพิ่มเติม โดยนำข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของบ้านคลองโยง ที่มาของมาสกอต แผนที่ท่องเที่ยวที่ปรับแก้ไข และแผนที่เส้นทางโดยรอบชุมชนคลองโยง วิธีสแกน QR Code และดาวโหลดข้อมูลรายละเอียดของจุดท่องเที่ยว และเส้นทางการเดินไปยังจุดท่องเที่ยวทั้ง 15 จุด ด้วยโทรศัพท์มือถือ พร้อมด้วยตราสัญลักษณ์และสโลแกนชุมชน มาใส่ไว้ในแผ่นพับสำหรับแจกนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเที่ยวชมบ้านคลองโยง และอาจใส่ไว้ในเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวในการสืบค้นข้อมูลก่อนเดินทางท่องเที่ยวได้อย่างสะดวก รวดเร็ว ดังแสดงในแผนภาพที่ 6 และ 7

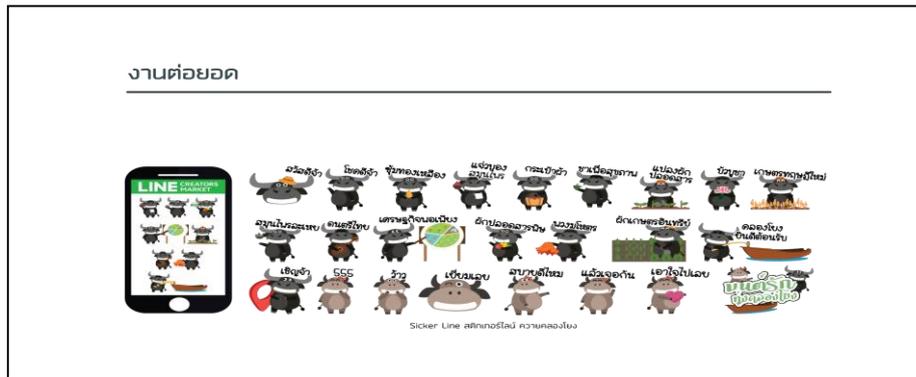


แผนภาพที่ 6 ด้านหน้าของแผ่นพับต้นแบบ



แผนภาพที่ 7 ด้านหลังของแผ่นพับต้นแบบ

สติ๊กเกอร์ไลน์ต้นแบบ ซึ่งมีข้อความต้อนรับ ทักทาย ประชาสัมพันธ์จุดท่องเที่ยว กิจกรรม บริการ และผลิตภัณฑ์ชุมชนต่างๆ ซึ่งสะท้อนอัตลักษณ์ชุมชนคลองโยง รวม 24 ตัว ซึ่งหากชุมชนไม่ได้นำไปใช้เป็น สติ๊กเกอร์ไลน์ ก็สามารถใส่ไว้ในเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ ทำเป็นสติ๊กเกอร์ติดรถยนต์ หรือตัดแปลงนำไปใช้เป็น องค์กรประกอบในสื่อประชาสัมพันธ์ ณ จุดท่องเที่ยวหรือนำไปต่อยอดสำหรับการออกแบบของที่ระลึกเฉพาะจุด ท่องเที่ยวแต่ละจุดได้ ดังแสดงในแผนภาพที่ 8



แผนภาพที่ 8 สติ๊กเกอร์ไลน์ต้นแบบ

สื่อเบ็ดเตล็ดประเภทของที่ระลึกต้นแบบ ได้แก่ หมวก ถุงผ้า เสื้อยืด และสแตนด์สำหรับใช้เป็นจุด เชื้อคอินและถ่ายภาพเป็นที่ระลึก ซึ่งที่ประชุมไม่มีการปรับแก้ไข



แผนภาพที่ 9 สื่อเบ็ดเตล็ดประเภทของที่ระลึกต้นแบบ

ผลจากการวิจัยได้ข้อสรุปว่า นวัตกรรมสื่อเชิงสร้างสรรค์แบบมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ชุมชนตามแนวโอทอปนวัตกรรมวิถีส่งผลดีต่อคนในชุมชน โดย คนในชุมชนเห็นพ้องต้องกันในการนำตราสัญลักษณ์ และข้อความสโลแกนชุมชนที่นำเสนอผ่านภาพการ์ตูนมาสคอตควายและข้อความสโลแกน “มนต์รักทุ่งคลอง โยง” มาใช้ในการพัฒนานวัตกรรมสื่อเชิงสร้างสรรค์ต้นแบบ

## 5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

### 5.1 สรุป และอภิปรายผล

1. ผลการศึกษานวัตกรรมสื่อสร้างสรรค์แบบมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตามแนวโอทอปวิถีชีวิตของบ้านคลองโยง ตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม พบว่ามีกระบวนการหลัก 5 ขั้นตอน ได้แก่การร่วมกันศึกษาและรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับ อัตลักษณ์และสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญในบ้านคลองโยง การร่วมกันออกแบบร่างสื่อสร้างสรรค์ การร่วมกันปรับปรุงร่างสื่อสร้างสรรค์ การร่วมกันจัดทำและพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ต้นแบบ และการรับรองและส่งมอบสื่อสร้างสรรค์ต้นแบบแก่ชุมชน สอดคล้องกับผลการศึกษาที่พบว่า กระบวนการสร้างสื่อมัลติมีเดียส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในตำบลนางแล จังหวัดเชียงราย มี 6 ขั้นตอน ได้แก่ 1) ศึกษาและรวบรวมข้อมูลวัฒนธรรมที่น่าสนใจ 2) ออกแบบสื่อมัลติมีเดีย 3) พัฒนาสื่อมัลติมีเดีย 4) ทดสอบระบบ 5) ทดสอบใช้งานจริง และ 6) ประเมินผล (กลชาญ อนันตสมบูรณ์ และคณะ 2560 : 200-201) นอกจากนี้ ผลการศึกษายังสอดคล้องกับแนวคิดการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ของ ฌ็อง-ฌัก มณีโรจน์ (2560) ที่เสนอว่า การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน จะประกอบด้วย การวางแผน การจัดการ การนำ การประสานงาน และการควบคุม โดยทุกๆ กระบวนการเน้นการมีส่วนร่วมของสมาชิกในชุมชน ร่วมวางแผน ร่วมตัดสินใจ ร่วมพัฒนา ร่วมลงมือปฏิบัติ ร่วมแบ่งปันผลประโยชน์ และมีส่วนร่วมประเมินผล และผลการศึกษาของ อภิญา บัศกาลา อรุณภาพร (2554 :18) ที่พบว่า การที่ชุมชนและสังคมทั่วไปเห็นคุณค่าของแหล่งมรดกทางวัฒนธรรมและมีความปรารถนาที่จะสงวนรักษาและสืบสานให้คงอยู่ต่อไปต้องเริ่มต้นจากความเข้าใจในคุณค่าและความสำคัญของมรดกทางวัฒนธรรมนั้นๆ ซึ่งเครื่องมือที่ดีที่สุดในการสร้างความเข้าใจคือการตีความและสื่อความหมายด้านคุณค่าและความสำคัญโดยการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมนำเป็นการสื่อความหมายที่เข้าถึงชุมชนและผู้เยี่ยมชมได้ง่ายและตรงที่สุดวิธีหนึ่ง โดยการสื่อความหมายถือเป็นกระบวนการสำคัญ ที่นำเสนอเรื่องราวที่ผู้ส่งสารต้องการจะสื่อความหมายไปยังผู้รับสาร ให้เข้าใจถึงเจตนารมณ์ของผู้ส่งสารผ่านตัวกลางซึ่งอาจจะเป็นตัวโบราณวัตถุ โบราณสถาน พื้นที่แหล่งที่ตั้งหรือการสร้างเรื่องราวจากตัวมรดกทางวัฒนธรรมเอง อันจะนำไปสู่การอนุรักษ์และพัฒนามรดกทางวัฒนธรรมในที่สุด

2. ผลการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ต้นแบบสำหรับส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตามแนวโอทอปวิถีชีวิตของบ้านคลองโยงตามความต้องการของชุมชนซึ่งมี 7 ประเภท ได้แก่ มาสคอต สแตนดี้ (Standy) ป้ายแผนที่ท่องเที่ยวซึ่งแสดงจุดท่องเที่ยวทั้ง 15 แห่งของบ้านคลองโยง ป้ายแผนที่เส้นทางโดยรอบของชุมชนคลองโยง โปสเตอร์ แผ่นพับ สติกเกอร์ไลน์ และสื่อเบ็ดเตล็ดประเภทของที่ระลึก สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อภิวัฒน์ ปันทะธง จิรวัดน์ พิระสันต์ และนิรัช สุตสังข์ (2555) ที่พบว่าสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีความเหมาะสมสำหรับให้ข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนรอบอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ประกอบด้วย คู่มืออัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว แผ่นพับเพื่อการท่องเที่ยว โปสเตอร์เพื่อการท่องเที่ยวและแผนที่เพื่อการท่องเที่ยว สอดคล้องกับผลการศึกษาของ สมศักดิ์ คล้ายสังข์ (2560: 290) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวต้องการให้มีสื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการที่มีอยู่ในสถานที่ท่องเที่ยว เช่น ตลาดหรือประวัติความเป็นมา แนะนำเส้นทางในการเดินทาง เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีข้อมูลมากเพียงพอก่อนเดินทาง

มาท่องเที่ยวซึ่งจะช่วยเพิ่มรายได้ให้แก่ผู้ประกอบการได้อีกทางหนึ่ง ทำให้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวและการตลาดควรเป็นสื่อที่สามารถเล่าเรื่องอธิบายความเป็นมา บอกจุดเด่น บอกเส้นทาง ให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวไปพร้อมกับการเดินทางท่องเที่ยวและสามารถเข้าถึงได้ง่ายทุกสถานที่ทุกเวลา

## 5.2 ข้อเสนอแนะเพื่อนำไปใช้ในการวิจัยครั้งนี้

1. การให้ความสำคัญกับการนำสื่อต้นแบบไปผลิตและใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนบ้านคลองโยงอย่างต่อเนื่อง ควบคู่กับการจัดทำแผนหรือปฏิทินท่องเที่ยวชุมชน และการทำการตลาดผ่านสื่อออนไลน์ และออนไลน์ควบคู่กัน เพื่อสร้างแรงจูงใจแก่นักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวในชุมชนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

2. การนำสื่อต้นแบบถือเป็นส่วนหนึ่งของการจัดการการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม เพราะสื่อต้นแบบดังกล่าวถูกกำหนดทิศทางโดยชุมชน จัดการโดยชุมชนเพื่อชุมชนบ้านคลองโยง ทำให้คนในชุมชนมีบทบาทเป็นเจ้าของมีสิทธิในการจัดการดูแล เพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือนในอนาคต

## 5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. งานวิจัยดังกล่าวใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพเท่านั้น งานวิจัยเรื่องต่อไปอาจใช้วิธีวิจัยแบบผสมหรือการวิจัยกึ่งทดลองเพื่อศึกษาการรับรู้และความเข้าใจความหมายของสื่อสร้างสรรค์ ในทัศนะของนักท่องเที่ยวหรือการศึกษาประสิทธิผลของสื่อสร้างสรรค์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อให้ได้ข้อมูลสารสนเทศสำหรับนำไปพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อประโยชน์ในการสื่อสารการตลาดการท่องเที่ยวชุมชนบ้านคลองโยงให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

2. งานวิจัยมีขอบเขตด้านพื้นที่เฉพาะชุมชนบ้านคลองโยง ตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑลหรือการศึกษาระดับศึกษา งานวิจัยเรื่องต่อไปอาจมีการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างพื้นที่ต่างๆ ที่นำแนวคิดการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวตามแนวโอทอปนวัตกรรมมาใช้ หรือขยายขอบเขตพื้นที่ศึกษาในระดับอำเภอหรือระดับจังหวัด เพื่อการอธิบายปรากฏการณ์การสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวได้อย่างกว้างขวางมากขึ้น

3. งานวิจัยเรื่องนี้ศึกษาการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ที่เป็นสื่อแบบทางเดียวเท่านั้น งานวิจัยเรื่องต่อไป ควรต่อยอดศึกษาการสร้างสื่อออนไลน์ที่เน้นปฏิสัมพันธ์ระหว่างชุมชนและนักท่องเที่ยวเพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวยุคใหม่ที่นิยมแสวงหาข้อมูลล่วงหน้าและระหว่างการเดินทาง หรือสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวทางสื่อออนไลน์เพื่อให้เข้าถึงและขยายฐานนักท่องเที่ยวในวงกว้าง เช่น facebook, application สำหรับสมาร์ตโฟน และแท็บเล็ต นำมาซึ่งรายได้แก่คนในชุมชนบ้านคลองโยงมากขึ้น หรือศึกษาองค์ประกอบการสื่อสารด้านอื่นๆ เช่น ด้านผู้ส่งสาร ด้านสาร ด้านผู้รับสารหรือนักท่องเที่ยว อาทิ การพัฒนาศักยภาพการสื่อสารของบุคลากรการท่องเที่ยวชุมชนเพื่อสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเชิงเนื้อหา การจัดการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน และ การสื่อสารการตลาดเพื่อสร้างตราสินค้าการท่องเที่ยวชุมชนโอทอปนวัตกรรมบ้านคลองโยงและการศึกษาความต้องการคาดหวังและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวยุคใหม่ เป็นต้น

## เอกสารอ้างอิง

- กลชาญ อนันตสมบุรณ์ ประสิทธิ์ สารภี ชลิดา จันทจิโรวิท และ กฤษณะ สมควร. (2560). ส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายในเขตตำบลนางแล อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ด้วยสื่อมัลติมีเดีย. **วารสารสังคมศาสตร์วิชาการ, 10(3) :196-207.**
- ณัฐพัชร มณีโรจน์. (2560). การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน. **วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทย นานาชาติ, 13(2), 25-46.**
- มนัสสินี บุญมีศรีสง่า. (2556). การสร้างอัตลักษณ์ตราสินค้าแหล่งท่องเที่ยวอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในมุมมองนักท่องเที่ยวกลุ่มวัยรุ่น. **Veridian E-Journal, SU, 6 (1), 548-560**
- มรรษพร สีขาว สุวารีย์ ศรีปุณณะ และรวีวรรณ สนั่นวรเกียรติ. (ม.ป.ป.). รูปแบบการสร้างและพัฒนาสื่อการท่องเที่ยวประเภทเว็บไซต์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย. **การประชุมวิชาการระดับชาติครั้งที่ 2 สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร : 103-114.** [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 30 พฤศจิกายน 2562 จาก <https://research.kpru.ac.th/sac/fileconference/29052018-05-03.pdf>
- วีระพล ทองมา. (2559). การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism :CBT) สำหรับการพัฒนาคอนภาพชีวิตชุมชนในเขตที่ดินป่าไม้. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 19 กันยายน 2562 จาก [www.dnp.go.th/fca16/file/i49xy4ghqzsh3j1.doc](http://www.dnp.go.th/fca16/file/i49xy4ghqzsh3j1.doc)
- สถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน. (2559). **การท่องเที่ยวโดยชุมชน.** [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 8 สิงหาคม 2562 จาก <http://www.cbt-i.or.th/index.php>
- สมศักดิ์ คล้ายสังข์. (2560). การพัฒนาสื่อวีดิทัศน์และสื่อออนไลน์เพื่อส่งเสริมการตลาดและการท่องเที่ยว. **วารสารวิจัยและพัฒนา วไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 12 (3) : 285-296.**
- อภิญา บัคคาลา อรุณนภาพร. (2554). แนวทางในการพัฒนาและสื่อความหมายแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่บนเส้นทางรถไฟสายมรณะ. **วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร ฉบับภาษาไทย, 31 (2), 7-20.**
- อภิวัฒน์ ปันทะธง จิรวัดน์ พิระสันต์ และนิรัช สุดสังข์. (2555). การพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนรอบอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย. **วารสารวิชาการ ศิลปะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร, 3 (1), 114-125.**
- Lesego S.S.(2010).Community-based tourism ventures, benefits and challenges: Khama Rhino Sanctuary Trust, Central District, Botswana. **Tourism Management. 31 (1).** 136-146.
- Waisbord, S. (2014). **The Strategic Politics of Participatory Communication.** In **The Handbook of Development Communication and Social Change .NY: John Willey & Son.**