

การสื่อสารแบบบูรณาการผ่านสื่อดิจิทัลโดยใช้เทคนิค “การเล่าเรื่อง” เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถี ตำบลหนองแสง

อำเภอปากพลี จังหวัดนครนายก*

Integrated Communication by Digital Media with Storytelling Technique to
Support OTOP Innovative Community Tourism, Tumbol Nong Saeng,
Ampher Pak Pree, Nakornnayok Province

¹สาวิตรี คุ่มทะยาย และ วรวิทย์ ประสิทธิ์ผล

¹Savitree Komtayai and Waravit Prasitphol

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

Faculty of Management Sciences, Phranakhon Rajabhat University, Thailand.

¹Corresponding Author's Email: waravit@pnru.ac.th



บทคัดย่อ

บทความวิจัยมีวัตถุประสงค์ คือ 1. ศึกษาสภาพปัจจุบันในความรู้ด้านการท่องเที่ยวและสรุปองค์ความรู้ด้านการสื่อสารการท่องเที่ยว 2. ศึกษาศักยภาพของผู้ขายสินค้าและผู้ให้บริการโฮมสเตย์ในชุมชน เพื่อสื่อสารแบบบูรณาการผ่านสื่อดิจิทัลโดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง 3. ศึกษารูปแบบเนื้อหาเพื่อใช้ในการสื่อสารแบบบูรณาการผ่านสื่อดิจิทัลโดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง 4. ประเมินผลรูปแบบสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการผ่านสื่อดิจิทัลโดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง วิจัยแบบผสมเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ผู้ให้ข้อมูลได้แก่ ตัวแทนผู้นำชุมชนและผู้ประกอบการ 11 คน เด็กและเยาวชน 10 คน คัดเลือกโดยวิธีเจาะจงและสมัครใจ กลุ่มตัวอย่างผู้ใหญ่ 48 คน กลุ่มเด็กและเยาวชน 28 คน ใช้สูตรของเครซีแอนดอร์แกน การสุ่มตัวอย่างอย่างง่ายโดยวิธีการจับสลาก หน่วยวิเคราะห์ ระดับบุคคล แบบสัมภาษณ์หาความเชื่อมั่นของเครื่องมือโดยวิธีสามเส้า แบบสอบถามหาความเชื่อมั่นโดยวิธีครอนบาร์ค อัลฟา ได้ผล .916

ผลการวิจัย พบว่า 1. สภาพปัจจุบันและองค์ความรู้ของกลุ่มผู้ใหญ่โดดเด่นด้านความรู้ด้านวัฒนธรรม กลุ่มเด็กและเยาวชนโดดเด่นด้านความรู้แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ 2. ผู้ประกอบการมีความสามารถในการเล่าเรื่องทางวัฒนธรรมได้ดี ไม่นัดในการใช้สื่อดิจิทัล กลุ่มเด็กและเยาวชนสามารถสร้างและเผยแพร่สื่อดิจิทัลได้ดี 3. รูปแบบเนื้อหาควรมี 2 ด้าน คือ ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ มีกระบวนการ

*Received February 19, 2021; Revised June 6, 2021; Accepted June 12, 2021



ถ่ายทอดข้อมูลระหว่างกลุ่มผู้ใหญ่ไปสู่กลุ่มเด็กและเยาวชน 4. ผลลัพธ์หลังจากการเผยแพร่คลิปวิดีโอผ่านสื่อดิจิทัลมีผู้สนใจและช่วยส่งเสริมการรับรู้เพิ่มขึ้นถึงสถานที่ท่องเที่ยว

คำสำคัญ: การสื่อสาร; สื่อดิจิทัล; การเล่าเรื่อง; การท่องเที่ยว; นครนายก

Abstract

The research article consisted of the following objectives: 1) to investigate the current state in tourism knowledge and summarize the body of knowledge in tourism communication; 2) to explore the potential of community sellers and homestay owners in order to achieve integrated communication through digital media by using the storytelling technique; 3) to study the content format for integrated communication through digital media by using the storytelling technique; and 4) to evaluate a model of integrated marketing communication model by using the storytelling technique. The research used a mixed-method approach that comprised both qualitative and quantitative methods. The key informants included 11 representatives of community leaders and entrepreneurs as well as 10 adolescents, who were chosen by purposive sampling. A sample group of 48 adults and 28 adolescents was selected by lottery using the Krejcie & Morgan sampling technique. A triangulation technique was used to test the reliability of an interview form, while Cronbach's method was used to test the reliability of a questionnaire, giving a reliability of .916.

From the study, the following results are found: 1) The current state and the body of knowledge of adults are recognized by their knowledge of cultures, while adolescents are distinct by their knowledge of natural attraction; 2) The entrepreneurs have the ability of storytelling on cultures, but they are not skilled at using digital media. Adolescents are adept at creating and disseminating digital media; 3) The content format should have two components: cultural tourism and natural tourism, as well as a process for transmitting information from adults to adolescents; and 4) The results of broadcasting video clips via digital media reveal that there are a large number of individuals who are interested and help to raise awareness of tourist attractions.

Keywords: Communication; Digital Media; Storytelling; Tourism; Nakornnayok

บทนำ

นโยบายในการบริหารประเทศของรัฐบาล พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา ได้มีการประกาศนโยบายพัฒนาประเทศ 11 ด้าน ตามสโลแกน “ประเทศมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน” (The National Legislative Assembly, 2014) สำหรับการกระจายรายได้ไปสู่ท้องถิ่นมีความสำคัญมากเพื่อลดการมุ่งเข้าสู่เมืองของกลุ่มประชากรวัยทำงาน และยังสามารถสร้างคุณภาพชีวิตทางเศรษฐกิจและสังคมให้ดียิ่งขึ้นโดยใช้ศักยภาพที่มีของชุมชนเป็นฐานการพัฒนาต่อยอด และความร่วมมือของคนในพื้นที่เป็นส่วนประกอบที่สังคมที่ช่วยให้ประสบความสำเร็จในกิจกรรมตามแผนงานต่าง ๆ จุดเด่นของเมืองไทย คือ ความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ ศิลปะ วัฒนธรรม กลุ่มชาติพันธุ์อันหลากหลาย และเอกลักษณ์ร่วมของคนในชาติคืออหิยาศัยไมตรีกับคนทั่วไป ดังนั้น หากมีการวางแผนและปฏิบัติอย่างเป็นระบบโดยมีเป้าหมายอย่างชัดเจนและนำจุดเด่นของแต่ละพื้นที่ให้เกิดการพัฒนาอย่างเป็นรูปธรรมทางผลิตภัณฑ์และการให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ จะช่วยให้เกิดการสร้างรายได้เข้าสู่ชุมชนท้องถิ่นตามศักยภาพที่มีอยู่ได้เป็นอย่างดี

การพัฒนาและกระตุ้นเศรษฐกิจในท้องถิ่นจากการเริ่มต้นของโครงการ OTOP มีการพัฒนาและส่งเสริมเป็นลำดับไปสู่โครงการ “ไทยนิยม ยั่งยืน” นโยบายของรัฐบาลที่สำคัญเพื่อสนับสนุนให้มีการส่งเสริมสภาพทางเศรษฐกิจในสังคมท้องถิ่นให้ดีขึ้น โดยที่ผ่านมาการดำเนินนโยบายด้านการท่องเที่ยวซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญในการสร้างรายได้ให้กับประเทศไทยและประชาชนไทยมาเป็นอันดับต้น ภาครัฐมีการสนับสนุนการกระจายรายได้ไปสู่ชุมชนในโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี มีเป้าหมายสำคัญเพื่อสร้างชุมชนเข้มแข็ง ยกระดับการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างอาชีพและรายได้ให้แก่ชุมชน การสร้างตลาดใหม่ และการเชื่อมโยง OTOP เข้ากับการท่องเที่ยวชุมชน โดยมีแนวทางในการพัฒนาสินค้าและบริการ 5 ด้าน ประกอบด้วย 1) ด้านการบริหาร โดยใช้กลไกคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดและอำเภอ 2) ด้านพัฒนาผู้ผลิต/ผู้ประกอบการ 3) ด้านสถานที่ 4) ด้านผลิตภัณฑ์ของใช้/ของที่ระลึก จะต้องนำวัตถุดิบที่มีคุณภาพมาผลิต บรรจุภัณฑ์แข็งแรงดี และมีความสวยงาม และ 5) ด้านอาหาร โดยเน้นความสะอาดและถูกสุขอนามัย มีคุณภาพและมาตรฐาน จากการหาข้อมูลทรัพยากรเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวของตำบลหนองแสง อำเภอปากพลี จังหวัดนครนายก พบว่ามีความสมบูรณ์หลายด้านทั้งแรงสนับสนุนของคนในชุมชนส่วนใหญ่และความพร้อมของสมาชิกในชุมชน ส่วนที่ยังไม่สมบูรณ์ คือ การประชาสัมพันธ์ให้เห็นความโดดเด่นของชุมชนอย่างเป็นรูปธรรมที่มีประสิทธิภาพ สำหรับแนวทางการสื่อสาร-การท่องเที่ยว โดยแบ่งได้เป็น 2 ส่วนใหญ่ ๆ คือ ส่วนที่หนึ่งเป็นการสื่อสารเข้าไปเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในโลกจริง โดยแสดงให้เห็นในรูปแบบของการค้นคว้าแสวงหาข้อมูลการท่องเที่ยว และการถ่ายทอดประสบการณ์ที่เกิดจากกิจกรรมหลังการท่องเที่ยว เช่น การเล่าเรื่องให้เพื่อนหรือคนรู้จักฟัง การเขียนรีวิวในสื่อสังคมออนไลน์ หรือการสร้างเรื่องราวรายการเนื้อหาการท่องเที่ยวในสื่อหรือกลุ่มสังคมออนไลน์ที่สนใจเฉพาะหัวข้อการท่องเที่ยว (Kaewthep, 2014)



แนวคิดการสื่อสารแบบบูรณาการนั้นต้องการสื่อสารไปสู่กลุ่มผู้รับสารเป้าหมาย โดยการทำงานอย่างเป็นกระบวนการใช้ความร่วมมือในการใช้รูปแบบของสื่อเพื่อการส่งเสริมให้เกิดการรับรู้ ความเข้าใจและกระตุ้นความต้องการในการท่องเที่ยว นอกจากนี้ การเข้าถึงกลุ่มผู้รับสื่อให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากกว่าการเลือกเน้นใช้วิธีการสื่อสารอย่างเฉพาะเจาะจง (Belch, and Belch, 2012) การเลือกใช้เทคนิคการเล่าเรื่องนั้นเป็นการสื่อสารที่อยู่บนพื้นฐานธรรมชาติของความรู้และความรู้สึกของผู้ส่งสารซึ่งเป็นการแสดงออกถึงความจริงใจในการสื่อสาร สำหรับการเล่าเรื่องเป็นการบอกเล่าเรื่องราว ความรู้ต่าง ๆ ที่อยู่กับตัวบุคคล จากประสบการณ์ดำเนินชีวิตที่ประทับใจหรือได้จากการศึกษา การทำงาน ที่สั่งสมเป็นทักษะแนวปฏิบัติที่ดี หรือจากพรสวรรค์ให้บุคคลอื่นฟังโดยไม่ต้องศึกษาเรื่องเหล่านั้นใหม่ (Panadamrong, 2015) โดยเทคนิคการเล่าเรื่องได้นำมาใช้ในการศึกษานี้และผลที่ได้จากการศึกษาจะประโยชน์ต่อการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดการรับรู้ของกลุ่มนักท่องเที่ยวและผู้สนใจในผลิตภัณฑ์ของพื้นที่เพิ่มขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันในความรู้ด้านการท่องเที่ยวและสรุปองค์ความรู้ด้านการสื่อสารการท่องเที่ยว
2. เพื่อศึกษาศักยภาพของผู้ขายสินค้าและผู้ให้บริการโฮมสเตย์ในชุมชน เพื่อสื่อสารแบบบูรณาการผ่านสื่อดิจิทัลโดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง
3. เพื่อศึกษารูปแบบเนื้อหาเพื่อใช้ในการสื่อสารแบบบูรณาการผ่านสื่อดิจิทัลโดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง
4. เพื่อประเมินผลรูปแบบสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการผ่านสื่อดิจิทัลโดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง

วิธีดำเนินการวิจัย

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาครั้งนี้ใช้แนวคิดและทฤษฎีการสื่อสาร แนวคิดและทฤษฎีการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ แนวคิดและทฤษฎีการสื่อสารแบบการเล่าเรื่อง แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และแนวคิดการมีส่วนร่วมของเด็กและเยาวชน

ขั้นตอนที่ 2 การออกแบบเครื่องมือแบบสัมภาษณ์ ออกแบบโดยมีเนื้อหาที่เกี่ยวข้อง ศึกษาเอกสารแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ และเทคนิคการสื่อสารโดยวิธีการเล่าเรื่อง แล้วกำหนดให้ครอบคลุมเนื้อหาและวัตถุประสงค์ที่ศึกษา การตรวจสอบความเที่ยงตรงของข้อมูลด้วยวิธีแบบสามเส้า (Triangulation Technique) โดยผู้เชี่ยวชาญทางด้านสถิติและวิจัย ผู้เชี่ยวชาญทางการตลาด และผู้เชี่ยวชาญด้านท่องเที่ยวชุมชน แล้วนำไปทำทดสอบและแก้ไขเพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา

การออกแบบเครื่องมือแบบสอบถาม อ้างอิงแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง การหาความเที่ยงตรง (Validity) เป็นการหาความเที่ยงตรงตามเนื้อหา แล้วนำมาหาดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามตามวัตถุประสงค์ (Index of

Item-Objective Congruence : IOC) โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบ 3 ท่าน ได้มากกว่า 0.6 ทุกข้อ และทดสอบกับกลุ่มบุคคลที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง 30 คนหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ตามวิธีการครอนบาค อัลฟา (Cronbach's alpha coefficient) ผลการคำนวณได้ 0.916

ขั้นตอนที่ 3 ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ตัวแทนชุมชนที่เกี่ยวข้องกับโครงการการเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตกรรม ตำบลหนองแสง อำเภอปากพลี จังหวัดนครนายก ประกอบด้วย ปราชญ์ชุมชน 1 คน ผู้บริหารชุมชนคือ กำนัน 1 คน ผู้ใหญ่บ้าน 4 คน สมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบล 1 คน และกรรมการชุมชนผู้เกี่ยวข้องกับโครงการการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตกรรม 3 คน รวม 9 คน ผู้ประกอบการชุมชน 2 คน เด็กและเยาวชน อายุ 12-18 ปี 10 คน การคัดเลือกโดยใช้วิธีการเจาะจงและทุกคนยินดีเข้าร่วมงานวิจัยโดยสมัครใจ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง 1. กลุ่มผู้ใหญ่ เป็นกลุ่มบุคคลที่เข้าร่วมในโครงการการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตกรรม ปี 2562 จำนวน 55 คน การกำหนดขนาดตัวอย่าง โดยใช้สูตรของ Krejcie & Morgan (1970) ได้ตัวอย่าง 48 คน หน่วยวิเคราะห์ คือ บุคคล และ 2. กลุ่มเด็กและเยาวชน เป็นกลุ่มบุคคลผู้เข้าร่วมอบรม หัวข้อ “การสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยวิธีการเล่าเรื่อง” จัดโดยคณะผู้วิจัย จำนวน 30 คน กำหนดขนาดตัวอย่าง โดยใช้สูตรของ Krejcie & Morgan (1970) ได้ตัวอย่าง 28 คน หน่วยวิเคราะห์ คือ บุคคล วิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างง่ายโดยวิธีการจับสลาก

ขั้นตอนที่ 4 เครื่องมือและวิธีการที่ใช้ในการศึกษา

1) การสัมภาษณ์ เพื่อหาข้อมูลสภาพปัจจุบันในความรู้ด้านการท่องเที่ยวและนำผลที่ได้สรุปองค์ความรู้ด้านการสื่อสารการท่องเที่ยว เพื่อใช้ในการวางแผนการประชุมกลุ่มย่อย

2) การประชุมกลุ่มย่อย เพื่อหาข้อมูลความรู้ทางด้านการท่องเที่ยวชุมชนโดยดำเนินการกับผู้ที่มีประสบการณ์เข้าร่วมโครงการการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตกรรมและผู้ประกอบการ และเด็กและเยาวชน โดยศึกษาความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ การท่องเที่ยวตามเส้นทางเสด็จของรัชกาลที่ 9 และแหล่งสนับสนุนการท่องเที่ยว และความสามารถในการใช้เครื่องมือสื่อสารและการสร้างเนื้อหาทางด้านการท่องเที่ยวเบื้องต้น

3) การอบรมและฝึกปฏิบัติการเกี่ยวกับการสื่อสารโดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง มีกลุ่มผู้ใหญ่และกลุ่มเด็กและเยาวชนเข้าร่วม มีกระบวนการให้ความรู้ การทดลองฝึกปฏิบัติเบื้องต้น

4) การฝึกปฏิบัติภาคสนามเพื่อถ่ายทำคลิปวิดีโอ โดยให้กลุ่มเด็กและเยาวชนเป็นผู้วางแผนและปฏิบัติหลัก โดยมีกลุ่มผู้ใหญ่เป็นพี่เลี้ยงในการให้ข้อมูลของพื้นที่ และฝึกปฏิบัติการตัดต่อ การนำคลิปวิดีโอเผยแพร่สู่โปรแกรมยูทูบและสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก

ขั้นตอนที่ 5 การรวบรวมข้อมูลการสัมภาษณ์และการสนทนากลุ่ม โดยการถอดเทปและนำรายละเอียดมาหาความสอดคล้องและความเชื่อมโยงของข้อมูล การฝึกปฏิบัติ โดยการสังเกตขณะการปฏิบัติการอบรมและการ

ปฏิบัติหลังการอบรมและการนำผลงานเผยแพร่ผ่านสื่อดิจิทัล สำหรับการเก็บข้อมูลแบบสอบถามโดยการลงพื้นที่เก็บข้อมูลโดยทีมงานผู้วิจัย

ขั้นตอนที่ 6 การวิเคราะห์ข้อมูล ข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึกและการประชุมกลุ่มย่อยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติในการคำนวณค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติเชิงอ้างอิงโดยการทดสอบค่าที (t-test) และหาความสัมพันธ์ (t-test)

ขั้นตอนที่ 7 สรุปผลการศึกษา และ การนำเสนอผลการวิจัย โดยนำเสนอรูปแบบของตารางและการบรรยายเชิงพรรณนาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า ประเด็นด้านวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ไทยพวน เนื่องจากประชากรส่วนใหญ่ในพื้นที่เป็นชาวไทยพวน มีการสืบสานวัฒนธรรมด้วยวิธีการซึมซับรุ่นต่อรุ่นจนถึงปัจจุบันมีการลำดับได้ 3 รุ่นคือ รุ่นปู่ย่าตายาย รุ่นพ่อแม่ และรุ่นเด็กและเยาวชน โดยกลุ่มชาติพันธุ์ไทยพวนมีการยอมรับในความเป็นชาติพันธุ์ทราบถึงศิลปะที่มีการสืบสานถึงปัจจุบัน ได้แก่ ภาษาพูด ภาษาเขียน และวัฒนธรรมที่ปรากฏและยังคงมีกิจกรรมที่มีส่วนร่วมอย่างเหนียวแน่นส่วนใหญ่เป็นกิจกรรมตามประเพณีและวันสำคัญตามความนับถือทางพระพุทธศาสนา ได้แก่ ฮีต 12 คอง 14 โดย และวัฒนธรรมในการรับประทานอาหารเฉพาะอย่างที่ยึดว่าเป็นเมนูที่มีการสืบทอดกันมา การแสดงความรู้สึกรออกมาได้แสดงถึงความภูมิใจในการเป็นกลุ่มชาติพันธุ์ไทยพวนและยังคงสนับสนุนและสืบสานเฉพาะกิจกรรมบางอย่างที่สามารถทำได้ ในกลุ่มเด็กได้แสดงให้เห็นถึงการยอมรับในวัฒนธรรมโดยเฉพาะการใส่เสื้อผ้าตามแบบและลวดลายของไทยพวน แต่ในด้านอื่น เช่น ภาษาพูดและภาษาเขียน มีการถ่ายทอดในระดับที่น้อยมาก ในกลุ่มผู้ใหญ่ ได้แสดงให้เห็นถึงความเป็นอัตลักษณ์ที่โดดเด่นในการใช้ภาษาไทยพวนเพื่อสื่อสารกันทั่วไป โดยแสดงให้เห็นถึงความภูมิใจเป็นอย่างยิ่งเมื่อสนทนากันโดยใช้ภาษาไทยพวน แต่ความรู้ทางประวัติศาสตร์ความเป็นมาของชาติพันธุ์ ความสามารถในการเขียน และการทำอาหารเมนูไทยพวน อยู่ในระดับน้อย

ประเด็นด้านการท่องเที่ยว สามารถแบ่งแหล่งท่องเที่ยวได้เป็น 3 ลักษณะคือ

ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่สามารถเล่าเรื่องราวละเอียดสถานที่ทางวัฒนธรรมประจำหมู่บ้าน เช่น วัดประจำหมู่บ้าน สถานที่อันเป็นที่เคารพบูชาของหมู่บ้าน เช่น ศาลตายายของหมู่บ้าน แต่ความรู้ในสถานที่เชิงวัฒนธรรมของหมู่บ้านอื่นมีระดับน้อยมาก

ด้านการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่สามารถเล่าเรื่องสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น เส้นทางขั้วจักรยานตามแนวถนนเชิงเขาใหญ่ซึ่งเป็นถนนแบ่งเขตอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่และพื้นที่ตำบลหนองแสง อำเภอบางพลี จังหวัดนครนายก และสถานที่เกี่ยวเนื่องกับธรรมชาติซึ่งเป็นการพัฒนาขึ้น

ใหม่ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว คือ สะพานไม้ไผ่ตอนยายมะ (หมู่ที่ 4 บ้านเนินหินแร่) และ บริเวณที่เก็บน้ำแก้มลิง (หมู่ที่ 9 บ้านเหล่าเดิน)

ด้านการท่องเที่ยวตามเส้นทางเสด็จและโครงการพระราชดำริของ พระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร อันมีสิ่งปลูกสร้างทางด้านศาสนสถาน คือ วัดป่าศรีถาวรนิมิต และโครงการอ่างเก็บน้ำคลองสี่เสียด ซึ่งมีเฉพาะกลุ่มผู้ใหญ่ที่สามารถให้ข้อมูลได้บางส่วน

วัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า 1. ข้อมูลปัจจัยพื้นฐาน กลุ่มเด็กและเยาวชน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง คิดเป็นร้อยละ 75.0 ส่วนใหญ่อายุ 15-18 ปี คิดเป็นร้อยละ 53.6 และ ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษา ชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น คิดเป็นร้อยละ 50.0 สำหรับ กลุ่มผู้ใหญ่ได้เข้าร่วมในโครงการการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตกรรม ปี 2562 พบว่า ส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง คิดเป็นร้อยละ 77.1 ส่วนใหญ่อายุ 61-69 ปี คิดเป็นร้อยละ 43.8 และ ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษา ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น คิดเป็นร้อยละ 72.9

ตารางที่ 1 การเปรียบเทียบความแตกต่างของความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตกรรมโดยภาพรวม จำแนกตามกลุ่มเด็กและเยาวชนและกลุ่มผู้ใหญ่

ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตกรรม โดยภาพรวม	กลุ่มเด็กและ เยาวชน		กลุ่มผู้ใหญ่		t	Sig.
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1. ความรู้เกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของหมู่บ้านตนเอง	2.36	.79	3.02	.64	-3.99	.00*
2. ความรู้เกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของหมู่บ้านอื่น ในตำบลหนองแสง	1.74	.67	2.41	.79	-3.79	.00*
3. ความรู้ด้านสถานที่เพื่อการพัฒนาโครงการท่องเที่ยว OTOP นวัตกรรมในพื้นที่ ตำบลหนองแสง	1.94	.75	2.98	.64	-6.42	.00*
4. ความรู้เกี่ยวกับสถานที่สนับสนุนการท่องเที่ยว OTOP นวัตกรรม	1.82	.91	2.94	.68	-5.24	.00*
ภาพรวม	2.03	.62	2.84	.48	-6.36	.00*

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 1 การเปรียบเทียบความแตกต่างของความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตกรรมโดยภาพรวม จำแนกตามกลุ่มเด็กและเยาวชนและกลุ่มผู้ใหญ่ พบว่า มีความแตกต่างกันทั้งภาพรวมและรายด้าน

ทุกด้าน โดยค่าเฉลี่ยความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตกรรม ภาพรวมของกลุ่มผู้ใหญ่สูงกว่ากลุ่มเด็ก และเยาวชนทุกด้าน ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

วัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่า ผลการอบรมและฝึกปฏิบัติในการสร้างรูปแบบเนื้อหา (content) กลุ่มเด็กและเยาวชนผู้ให้ข้อมูลที่เข้าร่วมกิจกรรมนำเสนอข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว โดยมีกลุ่มผู้ใหญ่เข้าร่วมกิจกรรมด้วย จากการสังเกตได้พบว่ากลุ่มผู้ใหญ่ไม่มีความถนัดในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลระดับผู้สร้างและเผยแพร่ข้อมูลเพื่อใช้ในการสื่อสารแบบบูรณาการผ่านสื่อดิจิทัลโดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง แต่ยินดีที่เป็นผู้สนับสนุนให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มเยาวชนมีความคุ้นเคยและสามารถปฏิบัติการทั้งการใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง มีความสามารถสร้างและเผยแพร่ข้อมูลโดยผลการปฏิบัติของกลุ่มเยาวชนนำเสนอได้ในเกณฑ์พอใช้ เนื่องจากความรู้พื้นฐานในสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมนำเสนอได้เพียงหัวข้อแต่ไม่สามารถให้รายละเอียดได้

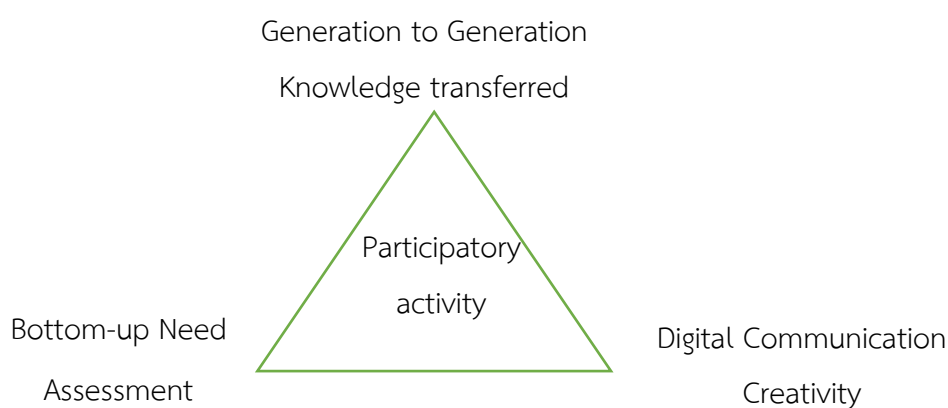
ผลการฝึกปฏิบัติการสื่อสารทางการตลาดโดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง รายละเอียดการนำเสนอ 1) การนำเสนอรายละเอียดสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม สามารถให้ข้อมูลได้ในเกณฑ์ น้อย-พอใช้ โดยผู้ให้ข้อมูลสามารถเล่าให้ทราบถึงที่ตั้ง รูปแบบของศาสนสถาน ศาสนวัตถุ และสิ่งสำคัญที่มีอยู่ได้อย่างคร่าว ๆ แต่ส่วนใหญ่ไม่สามารถนำเสนอรายละเอียดทางประวัติศาสตร์ได้ 2) การนำเสนอรายละเอียดสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ สามารถให้ข้อมูลได้ในเกณฑ์ ดี-ดีมาก โดยเป็นการเล่าเรื่องจากประสบการณ์ตรง สามารถบอกเล่าให้เห็นภาพถึงลักษณะในแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างชัดเจน 3) การนำเสนอรายละเอียดสถานที่ท่องเที่ยวตามเส้นทางเสด็จและโครงการพระราชดำริ สามารถให้ข้อมูลได้ในเกณฑ์ ปานกลาง 4) ผลการฝึกปฏิบัติ กลุ่มเด็กและเยาวชนผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้ดำเนินการและส่งคลิปวิดีโอที่สมบูรณ์และเผยแพร่ลงสื่อยูทูป จำนวนทั้งหมด 12 คลิป โดยภาพรวมความรู้เบื้องต้นในการถ่ายทำวิดีโอ การสรุปเนื้อหาเพื่อการถ่ายทอดโดยวิธีเล่าเรื่อง เทคนิคการตัดต่อ และการนำสื่อวิดีโอเข้าสู่ระบบยูทูปและเฟสบุ๊กได้ ภาพรวมอยู่ในเกณฑ์ดี-ดีมาก

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 พบว่าผลลัพธ์ของกิจกรรมต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตกรรม ตำบลหนองแสง อำเภอปากพลี จังหวัดนครนายก ก่อนการทำกิจกรรม กลุ่มเด็กและเยาวชนมีความตระหนักต่อการสื่อสารเพื่อประชาสัมพันธ์สถานที่ที่อยู่อาศัยเพื่อนำเสนอเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางเลือกให้นักท่องเที่ยว เผยแพร่ข้อมูลสถานที่อันมีเอกลักษณ์และมีเรื่องราวทางประวัติหลายสถานที่ในบริเวณที่อาศัย และเอกลักษณ์อันโดดเด่นและความตั้งใจในการสืบทอดเอกลักษณ์ของชาวไทยพวนโดยเฉพาะรุ่นพ่อแม่ โดยเห็นได้จากการแต่งกายและประสบการณ์ในการเข้าร่วมกิจกรรมตามประเพณีฮีต 12 คอง 14 ซึ่งยังคงเป็นที่ยึดและปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอของชาวไทยพวน ที่ยังคงเชื่อมความสัมพันธ์รุ่มร่ามผ่านการเข้าร่วมกิจกรรมพร้อมกันในครอบครัว ทั้งแบบเต็มใจและการขอร้องให้เข้าร่วมกิจกรรม หลังการทำกิจกรรม ผู้เข้าร่วมกิจกรรมสามารถทำคลิปวิดีโอแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญให้นักท่องเที่ยว และมีการเผยแพร่ในกลุ่มเพื่อนและญาติพี่น้องของผู้ร่วมกิจกรรม มีแนวคิดในการประกวดคลิปสถานที่ท่องเที่ยวจากการริเริ่มกิจกรรมในครั้งนี้ นอกจากนี้ ผู้รับชมผลคลิป

วิดิทัศน์มีการตอบสนองแสดงความสนใจและการสอบถามถึงที่ตั้งของสถานที่นำเสนอเพิ่มขึ้น อันจะเป็นส่วนหนึ่งในการส่งเสริมการรับรู้ในสถานที่ท่องเที่ยวของตำบลหนองแสง อำเภอปากพลี จังหวัดนครนายก เพิ่มขึ้น

องค์ความรู้ใหม่

แนวคิดใหม่ (New Concepts) กระบวนการในการสืบสานความเชื่อ ความศรัทธา และแนวทางการดำรงชีวิตทางด้านวัฒนธรรม เกิดจากการทบทวนวรรณกรรมและการสังเคราะห์ผลการวิจัย สามารถดำเนินการได้โดยใช้ 3 หลักการและ 1 ตัวเชื่อมโยงกิจกรรม



ภาพที่ 1 องค์ประกอบการถ่ายทอดจากฐานสู่ฐานเพื่อการสนับสนุนการท่องเที่ยวชุมชน

หลักการที่ 1 การหาความต้องการที่แท้จริงจากล่างขึ้นบน (Bottom-up need assessment) การถ่ายทอดทางวัฒนธรรมมีพลวัตรเปลี่ยนแปลงตามกาลเวลา ดังนั้น การศึกษาความรู้ ความเข้าใจ และการยอมรับในวัฒนธรรมท้องถิ่นเป็นสิ่งจำเป็น จะทำให้ทราบถึงความรู้สึกจากภายในและเมื่อมีการถ่ายทอดแล้วอาจมีการเพิ่มลด หรือเปลี่ยนแปลงรายละเอียดในประเพณีปฏิบัติเพื่อให้สอดคล้องเหมาะสมกับวัฒนธรรมการดำเนินชีวิตในปัจจุบันของทั้งผู้ถ่ายทอด (ผู้ใหญ่) และผู้รับการถ่ายทอด (เด็กและเยาวชน)

หลักการที่ 2 การถ่ายทอดความรู้จากฐานสู่ฐาน (Generation to Generation Knowledge Transferred) จากการเปลี่ยนแปลงวิถีการดำรงชีวิตโดยคนที่อยู่บ้านในพื้นที่ชนบทส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุและเด็กเล็ก ส่วนคนวัยทำงานและกลุ่มวัยเรียนได้แยกที่อยู่ไปอาศัยในเมืองใหญ่อันทำให้กิจกรรมที่เคยทำร่วมกันในอดีตลดหรือขาดหายไป ดังนั้น การส่งเสริมกิจกรรมที่ทำร่วมกันในครอบครัวรวมถึงกิจกรรมทางศาสนา กิจกรรมทางศิลปวัฒนธรรมและประเพณี ควรมีการกระตุ้นและขอความร่วมมือจากเด็กและเยาวชนเข้าร่วมเพื่อเกิดการเรียนรู้และถ่ายทอดประสบการณ์ระหว่างกันการดำเนินกิจกรรม โดยผู้ใหญ่จำเป็นต้องมีความรู้ที่ถูกต้องเพื่อช่วยให้การถ่ายทอดข้อมูลได้รับความเชื่อถือ

หลักการที่ 3 ความคิดสร้างสรรค์ในรูปแบบดิจิทัล (Digital Communication Creativity) การเปิดโอกาสให้เด็กและเยาวชนได้นำเสนอรูปแบบใหม่ของกิจกรรมทางวัฒนธรรมและประเพณี โดยสิ่งที่ใหญ่ให้คำแนะนำในส่วนของแก่นสาระของกิจกรรมโดยการสื่อสารที่แสดงถึงเหตุและผลที่ซ่อนอยู่ในกิจกรรมต่าง ๆ

กระบวนการมีส่วนร่วม (Participatory Activity) ตัวเชื่อมโยงกิจกรรมในการทำกิจกรรมการเชื่อมโยงให้เห็นทุกระบวนการตั้งแต่เริ่มต้นจนสิ้นสุดควรใช้กระบวนการมีส่วนร่วมแบบสมัครใจ ซึ่งผู้รับการถ่ายทอดจะเกิดการเรียนรู้และซึมซับเป็นความจำระยะยาวจากการร่วมกิจกรรมและถ่ายทอดเรื่องราวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

อภิปรายผลการวิจัย

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 พบว่า อัตลักษณ์ของคนในพื้นที่แสดงให้เห็นถึงความภูมิใจด้านการสืบทอดวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ไทยพวน ทั้งนี้เป็นเพราะรูปแบบของครอบครัวส่วนใหญ่มี 3 วัย ปู่ย่าตายาย พ่อแม่ เด็กและเยาวชน มีการถ่ายทอดความรู้ทางวัฒนธรรมอย่างไม่เป็นทางการตลอดเวลา สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยของ Yavuz, Sumbul, Ergec, and Derdiyok (2016) แนวทางการทำประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวควรมีรายละเอียดที่ครอบคลุมในทุกด้าน โดยจุดเด่นในการนำเสนอต้องเป็นจุดที่ทรงพลังมากที่สุด เป็นข้อมูลที่สำคัญในการสนับสนุนโครงการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เน้นด้านศิลปวัฒนธรรม ประกอบกับการศึกษาแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มีต่อการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในชุมชน ควรให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมให้คงเดิมอยู่ (Kaewyou, and Pakdeepinich, 2014)

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 พบว่า ศักยภาพของผู้ขายสินค้าและผู้ให้บริการโฮมสเตย์ในชุมชนเพื่อสื่อสารแบบบูรณาการผ่านสื่อดิจิทัลโดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องอยู่ในเกณฑ์ต่ำ ทั้งนี้เป็นเพราะอายุของกลุ่มนี้ค่อนข้างสูงและมีความคุ้นเคยกับเทคโนโลยีในการสื่อสารในระดับผู้ใช้งาน สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีและวิจัยของ Tanomwong et al. (2018) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการพัฒนาทางสังคมและการมีส่วนร่วมในการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นโดยมีความผูกพันต่อชุมชน โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4-6 อายุเฉลี่ย 16.48 ปี สอดคล้องกับผลการศึกษาในครั้งนี้ โดยผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่ากลุ่มที่ให้ความร่วมมือ มีความรู้เกี่ยวกับชุมชนและการท่องเที่ยวของชุมชน มีความสามารถในการถ่ายทอดในสื่อดิจิทัลได้เป็นอย่างดีอยู่ในกลุ่มเยาวชนอายุระหว่าง 15-18 ปี และ Ampunsirirat, and Wongchaiya (2017); Janpetch, and Siriwong (2017) นำเสนอความสำเร็จของการสร้างความร่วมมือต้องให้ผู้ร่วมกิจกรรมอยู่ในสถานการณ์ตั้งแต่เริ่มต้นจนจบกระบวนการ เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ในการพัฒนาสิ่งใดสิ่งหนึ่งตามเป้าหมาย และผู้ที่ทำหน้าที่ในการนำการสื่อสารได้ดีในพื้นที่เป็นบทบาทหน้าที่ของผู้นำและความร่วมมือของสมาชิกในชุมชนในการถ่ายทอดข้อมูลจากฐานสู่ฐาน (Wongprasert, 2014)

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 พบว่า วิธีการสื่อสารของผู้มีส่วนร่วมในชุมชนเพื่อสนับสนุนโครงการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ตำบลหนองแสง อำเภอปากพลี จังหวัดนครนายก แบ่งได้เป็น 2 กลุ่มหลัก คือ กลุ่มเด็กและเยาวชน มีความรู้และให้ความสนใจต่อสถานที่เที่ยวทางธรรมชาติในพื้นที่ที่น่าแนะนำและมีความรู้สถานที่ที่หมู่บ้านสร้างขึ้นเพื่อการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่น่าแนะนำและมีความสามารถในการสร้างเนื้อหาผ่านสื่อดิจิทัลได้เป็นอย่างดี และกลุ่มผู้ใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์พันธุ์ไทยพวน วัฒนธรรมท้องถิ่น ความรู้ในพื้นที่ของหมู่บ้านตนเองและหมู่บ้านรอบข้าง ทั้งนี้เป็นเพราะประสบการณ์ที่สั่งสมมาและการสัมผัสโดยตรง สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีและวิจัยของ Kadembo (2014) นำเสนอว่าการสื่อสารโดยวิธีการเล่าเรื่องเป็นการถ่ายทอดที่เป็นธรรมชาติตามพฤติกรรมความคิดของมนุษย์ โดยกระบวนการนำเสนอเกิดจากความทรงจำเป็นพื้นฐานข้อมูลของการเล่าเรื่องแล้วนำเสนอให้แก่ผู้ชม โดยผู้นำเสนอมีความรู้สึกและถ่ายทอดได้อย่างราบรื่นเหมือนเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตอันจะสร้างความน่าเชื่อถือต่อผู้ชมได้เป็นอย่างดี ในการสร้าง Content ผ่านช่องทางในการนำเสนอผ่านสื่อดิจิทัลได้ซึ่งมีข้อมูลสนับสนุนนำเสนอโดย นอกจากนี้ Kiráľová, and Pavlíčka (2015) ผลการศึกษาแสดงให้เห็นถึงการนำโซเชียลมีเดียเพื่อสร้างแคมเปญทางการตลาดท่องเที่ยวเพื่อใช้ในการตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ เช่น เพิ่มความสามารถในการแข่งขัน การสร้างปฏิสัมพันธ์ให้เกิดขึ้นโดยการใช้ดาราทัวร์ผู้มีอิทธิพลทางสื่อสังคมออนไลน์ การนำไปทำเป็นเกมส์คอมพิวเตอร์ การใช้ในการวางแผนเดินทาง โดยสื่อสังคมออนไลน์ที่มีผู้ใช้บริการอย่างกว้างขวาง ได้แก่ เฟสบุ๊ก (Facebook) ยูทูบ (Youtube) กูเกิล (Google) กูเกิลสตรีทวิว (Google Street View) อินสตาแกรม (Instagram) ทวิตเตอร์ (Twitter) เป็นต้น โดยวิธีการสื่อสารนั้นยังได้นำเสนอโดยผลการศึกษาการนำเสนอรูปแบบการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยว โดยการใช้การสื่อสารแบบปากต่อปาก (Word of mouth) รองลงมา เช่น วิทยู โปสเตอร์ แผ่นพับ เสียงตามสาย รวมถึงสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook และ Line (Parnkasem, and Prajaknate, 2016)

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 พบว่าการสื่อสารมีผลต่อความสนใจของนักท่องเที่ยวเป้าหมายเพิ่มขึ้น ทั้งนี้เป็นเพราะวิธีการนำเสนอและช่องทางที่นำเสนอตรงกับกลุ่มเป้าหมาย สอดคล้องกับแนวคิด ทฤษฎีการนำเสนอข้อมูลการท่องเที่ยวในการสร้างแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ วิธีการเดินทาง สถานที่พัก และร้านอาหาร เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวที่สนใจ และที่น่าสนใจของการท่องเที่ยวในท้องถิ่น คือ การสะท้อนให้เห็นถึงความดั้งเดิม เอกลักษณ์ของท้องถิ่น การเป็นอยู่ที่แท้จริงของชุมชน และการจัดสถานที่ที่สะดวกต่อการสัญจรของนักท่องเที่ยวสามารถแวะชมผลิตภัณฑ์ชุมชนได้ครบถ้วนในที่แห่งเดียว (Yavuz, Sumbul, Ergeç, and Derdiyok, 2016)

สรุป

กิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชนมีกลุ่มผู้ขับเคลื่อนหลักเป็นผู้นำท้องถิ่นและผู้สูงอายุ โดยกลุ่มนี้มีความรู้ที่ได้สืบทอดมาผ่านประสบการณ์ เช่น ความรู้ด้านศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น สำหรับอีกกลุ่มซึ่งสามารถเป็นผู้สนับสนุน



เพื่อให้เกิดการสื่อสารรูปแบบดิจิทัล คือ กลุ่มเด็กและเยาวชน ซึ่งมีประสบการณ์จากสิ่งที่ได้รับรู้และสัมผัสในช่วงชีวิตที่ผ่านมา แต่ให้ความสนใจน้อยลงในอัตลักษณ์ด้านศิลปะ ประเพณีและวัฒนธรรมของตนเอง โดยวิธีการสื่อสารเพื่อประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวจะมีประสิทธิภาพควรเป็นการสนับสนุนเชิงบูรณาการโดยใช้กระบวนการมีส่วนร่วม เริ่มต้นจากการให้รู้ถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวชุมชนอันจะช่วยให้เกิดรายได้ในท้องถิ่น การมีส่วนร่วมระหว่างกลุ่มผู้ใหญ่และกลุ่มเด็กและเยาวชน ในการเปิดโอกาสให้ทำสื่อเพื่อสนับสนุนกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์โดยผู้ใหญ่ควรเปิดโอกาสวิธีการนำเสนอรูปแบบใหม่ การเปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็นอย่างจริงจัง เนื่องจาก กลุ่มเด็กและวัยรุ่นจะช่วยเป็นตัวเชื่อมให้เห็นถึงข้อมูลการท่องเที่ยวในท้องถิ่นได้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1.1 ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 และข้อที่ 2 พบว่า จุดเด่นทางด้านการท่องเที่ยวแต่ละท้องถิ่นมีอัตลักษณ์ที่น่าสนใจและความพร้อมในการนำเสนอของผู้มีส่วนร่วมแตกต่างกัน ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรนำไปใช้ในการดำเนินการ ดังนี้ การกำหนดนโยบายเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวควรมีการศึกษาจุดแข็งซึ่งเป็นอัตลักษณ์อันโดดเด่นของคนและสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ ในกรณีของ ตำบลหนองแสง อำเภอปากพลี จังหวัดนครนายก ควรเพิ่มเติมการสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมร่วมกับการสนับสนุนโครงการการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตกรรม ซึ่งการสร้างรายได้ทางเศรษฐกิจจากกิจกรรมทางวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่ยากแต่มีความยั่งยืน

1.2 ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่า ความสามารถในการสื่อสารและการประยุกต์ใช้สื่อดิจิทัลในกลุ่มเด็กและเยาวชนสามารถทำได้ดี ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรนำไปใช้ดำเนินการดังนี้ การกำหนดนโยบายทางการศึกษาในการเพิ่มบทเรียนทางด้านการนำเสนอโครงการหรือผลงานผ่านสื่อดิจิทัลและวิธีการนำเสนอที่น่าสนใจหลายรูปแบบที่แตกต่างกันตามความเหมาะสมของบริบทที่ต้องการสื่อสาร

1.3 ผลจากวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 4 พบว่า การสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัลโดยวิธีการเล่าเรื่องมีผลทำให้ความสนใจเพิ่มขึ้นสำหรับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรนำไปใช้ดำเนินการดังนี้ การทำโครงการฝึกปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อดิจิทัลโดยกระบวนการมีส่วนร่วมทุกกลุ่มในชุมชน โดยให้กลุ่มผู้ใหญ่เป็นผู้สนับสนุนข้อมูลและกลุ่มเด็กและเยาวชนเป็นผู้สร้างสรรค์ผลงานรูปแบบของสื่อดิจิทัล

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 จากการศึกษาในครั้งนี้ได้มีข้อค้นพบที่ยืนยันความเข้มแข็งด้านทุนมนุษย์ ทุนสถาบัน และทุนภูมิปัญญาและวัฒนธรรม โดยเฉพาะผู้ที่สืบเชื้อสายไทยพวนทั้งเด็กและเยาวชน และกลุ่มผู้ใหญ่ แต่ความรู้ที่ลึกซึ้งในศิลปวัฒนธรรมที่ยังคงได้รับการสืบทอดอย่างเห็นได้ชัด คือ การใส่เสื้อผ้าลวดลายไทยพวน แต่ควรมีการศึกษาเรื่อง

การถ่ายทอดวัฒนธรรมของชาวไทยพวนเพื่อส่งต่อให้แก่รุ่นเด็กและเยาวชน ทั้งด้านประวัติศาสตร์ของกลุ่มชาติพันธุ์ไทยพวน ภาษาพูด ภาษาเขียน จะช่วยให้การสืบทอดวัฒนธรรมพื้นฐานได้ยืนนานต่อไป

2.2 การศึกษาในครั้งนี้ได้เห็นถึงความโดดเด่นของพื้นที่และคนในชุมชนทางด้านวัฒนธรรม ดังนั้น การศึกษาแนวทางการท่องเที่ยวและการส่งเสริมด้านเศรษฐกิจที่ยึดโยงกับอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมอันโดดเด่นของชุมชน

References

- Ampunsirirat, A., & Wongchaiya, P. (2017). The Participatory Action Research: Key Features and Application in Community. *Journal of Humanities and Social Sciences Mahasarakham University*, 36(6), 192-202.
- Belch, G., & Belch, M. (2012). *Advertising and Promotion*. Singapore: McGraw-Hill Irwin.
- Janpetch, K., & Siriwong, P. (2017). The Integration of Cultural Capital into a Creative Tourist Attraction Through Participatory Process: A Case Study of Ban Chak Ngaew Community, Banglamung District in Chonburi Province. *Journal of Community Development Research*, 10(1), 111-121.
- Kadembo, E. (2014). *The Narrative/Storytelling Approach in Branding a Place: A analytical Study of Oldham*. (Doctoral Dissertation). University of Huddersfield. England.
- Kaewthep, K. (2014). *Communication Science and Culture Study*. Bangkok: Pappim.
- Kaewyou, P., & Pakdeepinich, P. (2014). Guideline for Development Creative Tourism through Adapter Using Hyacinth Handicraft in Muang District, Phayao Province, Thailand. *Proceeding of the Conference on Social Development for Sustainability in ASEAN Community Academic Meeting* (pp. 321-329). Khon Kean, Khon Kaen University.
- Kiráľová, A., & Pavlíčka, A. (2015). Development of Social Media Strategies in Tourism Destination. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 175(12), 358-366.
- Krejcie, V., & Morgan, W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607-610.
- Panadamrong, A. (2015). *Writing Storytelling by Storytelling Technique*. Retrieved October 25, 2018, from www1.si.mahidol.ac.th/marketing/.km/node/2797/exclusive/how-to/storytelling-content-



- Parnkasem, T., & Prajaknate, P. (2016). Participatory Communication for Promoting Creative Tourism in NAN, *Proceeding of the Conference on Academic Seminar 2016 Graduate School of Communication Arts and Management* (pp.155-176). Bangkok: National Institute of Development Administration.
- Tanomwong, U. et al. (2018). Participation on Knowledge Management of Local Wisdom Among Youth in Pakthongchai, Nakornratchasima Province. *Journal of the Association of Researchers*, 23(1), 115-126.
- The National Legislative Assembly. (2014). *The National Legislative Assembly Meeting Report No. 8, September 12, B.E. 2557 [A.D. 2014]*. Bangkok: The Secretariat of the Senate.
- Wongprasert, N. (2014). Communications Strategy to Promote Tourism of Rub Bua Festival at Bang Phli, Samutprakan Province. *Journal of Graduate Study in Humanities and Social Science Khon Kaen University*, 3(2), 1-18.
- Yavuz, M. , Sumbul, M. , Ergec, N. , & Derdiyok, I. (2016). . Storytelling in Destination Brand Communication: A Qualitative Analysis. *International Interdisciplinary Business Economics Advancement Journal*, 1(2), 63-72.