

นวัตกรรมการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีส่วนร่วม
กรณีศึกษาตำบลข่อยสูง อำเภอตรอน จังหวัดอุตรดิตถ์
Innovation in the production of public relations media to promote
community tourism case study Koi soong Subdistrict, Tron District,
Uttaradit Province

ปิยะนุช ไสยกิจ^{1*}, ทิพาพร โพธิ์ศรี², โอปอล รังสิมันตุชาติ³ และ กมลฉัตร ศรีเจริญลาภ⁴
Piyanoot Saiyakit¹, Tipaporn Posrie², Opal Rungsimuntuchat³, and Kamolchat Srichareonlap⁴

^{1,2,3} คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์

⁴นักวิชาการอิสระ

^{1,2,3} Faculty of Humanities and Social Sciences, Uttaradit Rajabhat University

⁴Independent Scholar

*Corresponding email: ps.ipsign@gmail.com

Received: February 9, 2024.; Revised: May 20, 2024.; Accepted: May 28, 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อผลิตสื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนมีส่วนร่วม และ 2) เพื่อสร้างนวัตกรรมสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนมีส่วนร่วมช่วยส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยว โดยมีผู้ให้ข้อมูลจำนวน 27 คน ร่วมพัฒนาสื่อสำหรับส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การสนทนากลุ่มและแบบสอบถามเพื่อประเมินความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์วิดีโอโดยใช้ค่าสถิติวิจัย วัดระดับความพึงพอใจของประชากรทั้งหมดด้วยมิวและซิกมา ผลวิจัยพบว่า สื่อประชาสัมพันธ์ มีระดับความพึงพอใจ จากค่าเฉลี่ยประชากรรวมทั้งสิ้นเท่ากับ 4.11 อยู่ในระดับมาก แบบที่ 1 สื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวศูนย์การเรียนรู้วิถีท้องถิ่นตำบลข่อยสูง แบบที่ 2 สื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยววัดข่อยสูง แบบที่ 3 สื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลข่อยสูง และกระบวนการสร้างและผลิตวิดีโอ 5 เทคนิควิธี 1) เทคนิคการถ่ายวิดีโอเพื่อการท่องเที่ยว (V-log) 2) เทคนิคการสร้างเรื่องราวบนวิดีโอ (story telling & story board) 3) เทคนิคในการใช้อุปกรณ์กล้องวิดีโอ 4) เทคนิคการสร้างและถ่ายวิดีโอ และ 5) การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศด้านภูมิศาสตร์ เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวหรือสถานที่สำคัญในชุมชนจนสามารถถอดรูปแบบโมเดลในการพัฒนาข่อยสูง “KOISOONG” โดยผลจากกระบวนการมีส่วนร่วมและเทคนิคในการผลิตสื่อวิดีโอออกมาในเชิงนวัตกรรมข่อยสูง “KOISOONG” ดังนี้ K: Knowledge สร้างองค์ความรู้, O: Opportunity มีโอกาสทำสิ่งใหม่ ๆ ด้านทักษะการสร้างสรรค์สื่อ, I: Innovation นวัตกรรมสื่อวิดีโอ, S: Social Technology สร้างสื่อสังคมออนไลน์,

O: Organization การจัดการอย่างเป็นระบบ, O: Operation การปฏิบัติการ/ ลงมือปฏิบัติจริง, N: Network สร้างเครือข่ายชุมชน/ การประชาสัมพันธ์ และ G: Grow up ออกแบบนวัตกรรมสื่อใหม่ขึ้นมา

คำสำคัญ : การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์, การส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน, การมีส่วนร่วม

Abstract

This research aims to 1) produce public relations media for tourist attractions with community participation and 2) create innovative public relations media through tourist attractions with community participation to help promote tourism public relations. There were 27 people providing information, which is the entire population. Participate in developing media for promoting community tourism. Research tools Focus groups and questionnaires to assess satisfaction with video promotional media use research statistics for satisfaction levels of the entire population were measured with Mu and Sigma. Research results found that public relations media Have a level of satisfaction from the population average total equal to 4.11, which is a high level. Type 1 Public relations media for tourist attractions, Koi Soong Subdistrict Local Lifestyle Learning Center Type 2: Public relations media for Wat Koi Soong tourist attractions Type 3 Public relations media for tourist attractions in the area of Koi Soong Subdistrict Administrative Organization and the process of creating and producing videos in 5 techniques 1) Techniques for shooting video for tourism (V-log) 2) Techniques for creating stories on video (storytelling & storyboard) 3) Techniques for using video camera equipment 4) Techniques for creating and shooting videos and 5) Application of geographic information technology To promote tourism or the important place in the community until the model for the development of Koi Soong "KOISOONG" can be removed. As a result of the participatory process and techniques for producing video media, the highly innovative "KOISOONG" comes out as follows: K: Knowledge creates knowledge, O: Opportunity to do new things in media creative skills, I: Innovation video media innovation, S: Social Technology creates social media, O: Organization, systematic management, O: Operation, N: Network creates a community network/public relation, G: Grow up, designing new media innovations

Keywords: public relations media production, community tourism promotion, participation

บทนำ

พื้นที่ตำบลช่อยสูง อำเภอตรอน จังหวัดอุตรดิตถ์ ประกอบไปด้วย 8 หมู่บ้าน โดยคำว่า “ช่อยสูง” มาจากชื่อต้นไม้ยืนต้นชนิดหนึ่ง ซึ่งมีลักษณะเด่นกว่าต้นอื่น ๆ มีลักษณะลำต้นที่ใหญ่ และมีความสูงมากกว่าต้นไม้ชนิดอื่น ๆ ในบริเวณนั้น โดยพื้นที่ช่อยสูงมีลักษณะภูมิศาสตร์ติดกับตำบลแม่คำมัน ตำบลหาดสองแคว ตำบลไผ่ล้อม และพื้นที่ติดกับตำบลนครเด็ฐ ตำบลคงคู จังหวัดสุโขทัย สามารถเชื่อมโยงเส้นทางไปยังจังหวัดสุโขทัยและจังหวัดอื่น ๆ (ข้อมูลทั่วไปองค์การบริหารส่วนตำบลช่อยสูง, 2559) ซึ่งมีลักษณะของพื้นที่เน้นการทำเกษตรกรรม การปลูกพืชไร่สวน ซึ่งปรากฏข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวสำคัญในตำบลช่อยสูง แต่ยังไม่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวต่างจังหวัด รวมทั้งคนในจังหวัดอุตรดิตถ์ด้วย

จากการศึกษาการลงพื้นที่ของนักศึกษาและคณาจารย์ที่ผ่านมาได้ร่วมทำโครงการยกระดับเศรษฐกิจและสังคมรายตำบลแบบบูรณาการ (1 ตำบล 1 มหาวิทยาลัย) หรือ U2T มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์สู่ตำบลช่อยสูง ได้ทราบถึงแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนในพื้นที่ สามารถสรุปประเด็นได้ดังนี้ ด้านแหล่งท่องเที่ยวชุมชนนักท่องเที่ยวหรือผู้ที่สนใจสามารถเยี่ยมชมศาสนสถานสำคัญในตำบลช่อยสูง คือ วัดช่อยสูง ไหว้หลวงพ่อดำมีประวัติศาสตร์นานเกือบ 100 ปี มีความเชื่อด้านการขอพรไหว้พระศักดิ์สิทธิ์ หรือแม้กระทั่งแหล่งท่องเที่ยวเชื่อมโยงในชุมชน ได้แก่ วัดช่อยสูง ข้าว 7 สายพันธุ์บ้านช่อยสูง สินค้าชุมชน ของดีประจำชุมชน ศูนย์การเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นชุมชนของตำบลช่อยสูง ตลอดจนงานบุญประเพณีประจำปีตามโอกาสเทศกาลสำคัญต่าง ๆ ที่สามารถนำไปสร้างเนื้อหาบนสื่อออนไลน์ได้

ทางคณะดำเนินการเล็งเห็นถึงปัญหาของพื้นที่ และความรู้ของประชากรกลุ่มตัวอย่างในชุมชน จึงนำมาพัฒนาต่อยอดงานวิจัยเพื่อเพิ่มศักยภาพของชุมชนช่อยสูง ช่วยส่งเสริมให้ประชาชนที่ยังขาดความรู้ด้านการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ในชุมชนที่ยังขาดนวัตกรรมสื่อวิดีโอทั้งข้อมูล ภาพเคลื่อนไหว รวมถึงเสียงที่ใช้สำหรับประชาสัมพันธ์ออนไลน์ให้กับชุมชนอย่างจริงจัง ทำให้ประชาชนสูญเสียโอกาสในการหารายได้ ประกอบกับศักยภาพของพื้นที่ยังไม่เป็นจุดสนใจไม่เป็นที่รู้จักในการเป็นจุดดึงดูดทางการท่องเที่ยว (Attraction) ให้นักท่องเที่ยวสนใจกลับมาท่องเที่ยวในชุมชนอีกครั้ง และหากนักท่องเที่ยวยังไม่เคยรู้จักและไม่เคยท่องเที่ยวช่อยสูงได้รับชมนวัตกรรมสื่อการท่องเที่ยวจะต้องให้ความสนใจและต้องการเยี่ยมชมในพื้นที่ไม่มากนักน้อย

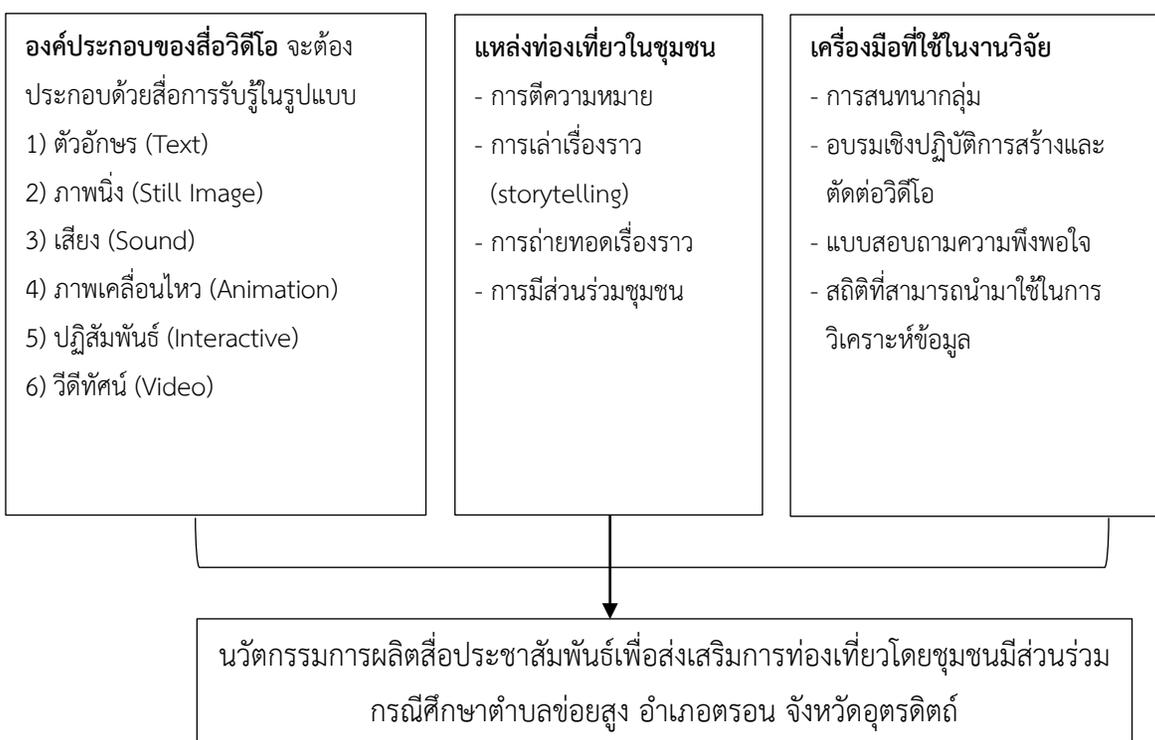
จากประเด็นดังกล่าวสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 และ 12 ที่มุ่งพัฒนาคนให้มีศักยภาพรวมทั้งแผนพัฒนาชาติฉบับที่ 10 (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560) ที่มุ่งเน้นให้เกิดการนำเทคโนโลยีมาเป็นเครื่องมือช่วยให้เกิดการสร้างความคุณค่าและมูลค่าให้กับพื้นที่เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวด้วยการผลิตสื่อออนไลน์และช่วยประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวให้พื้นที่ช่อยสูง จึงเกิดการมีส่วนร่วมระหว่างคณะผู้ดำเนินงานวิจัย ร่วมกับกลุ่มชุมชนพัฒนางานวิจัยเชิงพื้นที่ภายใต้งานวิจัยนวัตกรรมการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีส่วนร่วม กรณีศึกษาตำบลช่อยสูง อำเภอตรอน จังหวัดอุตรดิตถ์ขึ้น และสร้างองค์ความรู้นวัตกรรมสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวให้เกิดการเรียนรู้และประยุกต์ใช้ร่วมกันทำให้ชุมชนเกิดความภาคภูมิใจในผลงานที่เกิดจากการเรียนรู้และลงมือปฏิบัติจริงจากการอบรมเชิงปฏิบัติการ เพื่อพัฒนาพื้นที่ในมิติการท่องเที่ยวและแก้ปัญหาด้านการประชาสัมพันธ์สื่อออนไลน์ เพื่อให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายผ่านการรับชมวิดีโอ พัฒนาศักยภาพของคนในชุมชน สร้างคุณค่าของพื้นที่ทำให้คนในชุมชนเกิดแรงจูงใจ ตื่นตัวต่อการพัฒนาสิ่งใหม่ ๆ ให้กับชุมชนและชุมชนเกิดการนำไปใช้ประโยชน์อย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนมีส่วนร่วมตำบลช้อยสูง อำเภอตรอน จังหวัดอุดรดิตถ์
2. เพื่อสร้างนวัตกรรมสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีส่วนร่วม ตำบลช้อยสูง อำเภอตรอน จังหวัดอุดรดิตถ์

วิธีดำเนินการวิจัย

กรอบแนวคิดของการวิจัย นวัตกรรมการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีส่วนร่วม กรณีศึกษาตำบลช้อยสูง อำเภอตรอน จังหวัดอุดรดิตถ์ มีกรอบแนวคิดของการวิจัย ดังนี้



ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยเรื่องนวัตกรรมการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีส่วนร่วม กรณีศึกษาตำบลช้อยสูง อำเภอตรอน จังหวัดอุดรดิตถ์ มุ่งศึกษาเพื่อผลิตสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนมีส่วนร่วมและเพื่อสร้างนวัตกรรมสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีส่วนร่วมโดยมีประชากรทั้งหมดที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 27 จากประชากรที่เคยเข้าร่วมโครงการยกระดับเศรษฐกิจและสังคมรายตำบลแบบบูรณาการ (1 ตำบล 1 มหาวิทยาลัย) หรือ U2T มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์สู่ตำบลช้อยสูงทั้งหมด เนื่องจากเข้ามามีส่วนร่วมตั้งแต่ต้นจนสิ้นสุดโครงการ

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสานทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ คณะผู้วิจัยได้ลงพื้นที่ภาคสนามเพื่อเก็บข้อมูลต่าง ๆ จากประชากรที่ทำการศึกษาทั้งหมดจำนวน 27 คน โดยเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้แก่การวิจัยเชิงเอกสาร (Document research) การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) การอบรมเชิงปฏิบัติการการสร้างและตัดต่อวิดีโอเพื่อผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านแหล่งท่องเที่ยวตำบลช่อสูง อำเภอตรอน จังหวัดอุดรธานี โดยการมีส่วนร่วมของกลุ่มประชากร และแบบสอบถามเพื่อประเมินความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์วิดีโอ แบ่งออกเป็น 2 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล

ตอนที่ 2 สอบถามความพึงพอใจของสื่อวิดีโอ ตำบลช่อสูง อำเภอตรอน จังหวัดอุดรธานี

- 2.1) ด้านเทคนิคการสร้างสื่อวิดีโอเพื่อการท่องเที่ยว
- 2.2) ด้านการเล่าเรื่องราวแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน
- 2.3) ด้านประสิทธิภาพของวิดีโอ

โดยใช้สถิติพรรณนาที่สามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลค่าด้วยมิวและซิกมาในเชิงสถิติวิจัยค่าระดับแบบเรียงลำดับระดับความพึงพอใจในผลงานวิดีโอกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 27 คน ประกอบด้วยชาย 6 คน และหญิง 21 คน โดยเครื่องมือต่าง ๆ ผู้วิจัยได้สร้างผ่านการตรวจและได้รับคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้ทรงคุณวุฒิตรวจค่า IOC คุณภาพด้านความตรงเชิงเนื้อหา หลังจากนั้นนำไปทดลอง (tryout) กับกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มประชากรเพื่อหาความน่าเชื่อถือ (reliability) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่น่าเชื่อถือมากที่สุด

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง นวัตกรรมการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีส่วนร่วม กรณีศึกษาตำบลช่อสูง อำเภอตรอน จังหวัดอุดรธานี ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนมีส่วนร่วม ตำบลช่อสูง อำเภอตรอน จังหวัดอุดรธานี พบว่า จากเดิมไม่เคยมีการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในรูปแบบวิดีโอ ในการดำเนินการวิจัยจึงได้ทำการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนมีส่วนร่วม ตำบลช่อสูง อำเภอตรอน จังหวัดอุดรธานี เกิดรูปแบบวิดีโอจำนวน 3 รูปแบบ ประกอบด้วย รูปแบบที่ 1 สื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวศูนย์การเรียนรู้วิถีท้องถิ่นตำบลช่อสูง รูปแบบที่ 2 สื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวศาสนสถานสำคัญในการประกอบพิธีในวันสำคัญและเทศกาล ณ วัดช่อสูง รูปแบบที่ 3 สื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลช่อสูง และกระบวนการสร้างและผลิตวิดีโอ โดยการมีส่วนร่วมจำนวน 5 เทคนิควิธี ดังนี้ 1) เทคนิคการถ่ายวิดีโอเพื่อการท่องเที่ยว 2) เทคนิคการสร้างเรื่องราวบนวิดีโอ (storytelling & storyboard) 3) เทคนิคในการใช้อุปกรณ์กล้องวิดีโอ 4) เทคนิคการสร้างและถ่ายวิดีโอ และ 5) การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศด้านภูมิศาสตร์ เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวหรือแหล่งสถานที่สำคัญในชุมชน



ภาพที่ 1 ภาพแสดงเทคนิคการสร้างและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์วิดีโอ
ที่มา : ปิยะนุช ไสยกิจ

ผลการวิเคราะห์เมื่อได้สื่อวิดีโอ พบว่า แบบที่ 1 สื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวศูนย์การเรียนรู้วิถีท้องถิ่นตำบลช้อยสูง กลุ่มประชากรได้ใช้ในการถ่ายทอดความรู้ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมโดยใช้เทคนิคจากการอบรมเชิงปฏิบัติการ ประกอบด้วย 1) เทคนิคการถ่ายวิดีโอเพื่อการท่องเที่ยว (V-log) 2) เทคนิคการสร้างเรื่องราวบนวิดีโอ (storytelling & storyboard) 3) เทคนิคการสร้างและถ่ายวิดีโอ เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวหรือแหล่งสถานที่สำคัญในชุมชน ตั้งแต่การเตรียมองค์ประกอบต่าง ๆ เช่น การถ่ายภาพ การดูมุมภาพ มุมกล้อง การลำดับภาพ การตัดต่อ อารมณ์และความรู้สึกของภาพ การเล่าเรื่องบนวิดีโอ และ 4) การประยุกต์เทคโนโลยีสารสนเทศด้านภูมิศาสตร์ เพื่อช่วยในการค้นหาเรื่องราวแหล่งสถานที่ท่องเที่ยวในชุมชน แบบที่ 1 พบว่า มีการถ่ายทอดเรื่องราวผ่านมุมกล้องที่น่าสนใจ แต่ยังขาดทักษะการลำดับการเล่าเรื่องในการตัดต่อจากจุดเริ่มต้นไปยังจุดจบ อารมณ์และความรู้สึกของภาพไม่ต่อเนื่อง อาจส่งผลให้ผู้ชมวิดีโอเกิดความสับสนของข้อมูล



ภาพที่ 2 แบบที่ 1 แสดงการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์วิดีโอแหล่งท่องเที่ยวศูนย์การเรียนรู้ วิถีชีวิตท้องถิ่นตำบลช้อยสูง
อำเภอตรอน จังหวัดอุดรธานี
ที่มา : ปิยะนุช ไสยกิจ

ผลการวิเคราะห์แบบที่ 2 สื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวศาสนสถานสำคัญในการประกอบพิธีในวันสำคัญและเทศกาล ณ วัดข่อยสูง กลุ่มประชากรได้ใช้การถ่ายทอดความรู้ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมโดยใช้เทคนิคจากการอบรมเชิงปฏิบัติการ ประกอบด้วย 1) เทคนิคการถ่ายวิดีโอเพื่อการท่องเที่ยว (V-log) 2) เทคนิคการสร้างเรื่องราวบนวิดีโอ (storytelling & storyboard) 3) เทคนิคการสร้างและถ่ายวิดีโอเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวหรือแหล่งสถานที่สำคัญในชุมชน ตั้งแต่การเตรียมองค์ประกอบต่าง ๆ เช่น การถ่ายภาพ การดูมุมภาพ มุมกล้อง การลำดับภาพ การตัดต่อ อารมณ์และความรู้สึกของภาพ การเล่าเรื่องบนวิดีโอ และ 4) การประยุกต์เทคโนโลยีสารสนเทศด้านภูมิศาสตร์ เพื่อช่วยในการค้นหาเรื่องราวแหล่งสถานที่ท่องเที่ยวในชุมชน พบว่า กลุ่มประชากรสามารถถ่ายทอดความคิดออกมาได้อย่างครบถ้วนทั้งภาพและเสียง การลำดับภาพน่าสนใจ ซึ่งทำให้พื้นที่ตำบลข่อยสูงเกิดการรับรู้ในมิติการท่องเที่ยวผ่านสื่อวิดีโอ



ภาพที่ 3 แบบที่ 2 แสดงการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์วิดีโอแหล่งการท่องเที่ยวศาสนสถานวัดข่อยสูง
ตำบลข่อยสูง อำเภอดรอน จังหวัดอุดรธานี
ที่มา : ปิยะนุช ไสยกิจ

ผลการวิเคราะห์แบบที่ 3 สื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลข่อยสูง กลุ่มประชากรได้ใช้การถ่ายทอดความรู้ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมโดยใช้เทคนิคจากการอบรมเชิงปฏิบัติการ ประกอบด้วย 1) เทคนิคการถ่ายวิดีโอเพื่อการท่องเที่ยว (V-log) 2) เทคนิคการสร้างเรื่องราวบนวิดีโอ (storytelling & storyboard) 3) เทคนิคการสร้างและถ่ายวิดีโอ เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวหรือแหล่งสถานที่สำคัญในชุมชน ตั้งแต่การเตรียมองค์ประกอบต่าง ๆ เช่น การถ่ายภาพ การดูมุมภาพ มุมกล้อง การลำดับภาพ การตัดต่อ อารมณ์และความรู้สึกของภาพ การเล่าเรื่องบนวิดีโอ และ 4) การประยุกต์เทคโนโลยีสารสนเทศด้านภูมิศาสตร์ เพื่อช่วยในการค้นหาเรื่องราวแหล่งสถานที่ท่องเที่ยวในชุมชน พบว่ามีการสร้างเรื่องราวแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลข่อยสูงน่าสนใจ มีอิริยาบถของคนดำเนินเรื่องหลากหลายมุมมอง แต่ยังคงขาดการนำเทคนิคมาใช้คือ 1) เทคนิคการใช้อุปกรณ์กล้องวิดีโอ ควรเพิ่มเทคนิคในการใช้อุปกรณ์กล้องวิดีโอ รวมทั้งกลุ่มประชากรควรพัฒนาทักษะด้านการเล่าเรื่อง ข้อความกราฟิกข้อมูลและเทคนิคการใช้อุปกรณ์วิดีโอ เพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวให้มากยิ่งขึ้น



ภาพที่ 4 แบบที่ 3 แสดงการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์วิถีโอการท่องเที่ยวในพื้นที่องค์การบริหาร
ส่วนตำบลช่อสูง อำเภอตรอน จังหวัดอุดรธานี
ที่มา : ปิยะนุช ไสยกิจ

จากการวิจัยตามวัตถุประสงค์ 2. เพื่อสร้างนวัตกรรมสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีส่วนร่วม ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มประชากรได้เรียงลำดับความพึงพอใจสื่อประชาสัมพันธ์แบบวิถีโอทั้ง 3 แบบ โดยอาศัยองค์ประกอบ 3 ด้านในการวัดระดับความพึงพอใจ ประกอบด้วย 1) ด้านเทคนิคการสร้างสื่อวิถีโอเพื่อการท่องเที่ยว 2) ด้านการเล่าเรื่องราวแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน และ 3) ด้านประสิทธิภาพของวิถีโอ ดังตารางที่ 1 แสดงระดับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์วิถีโอ ดังนี้

ตารางที่ 1 ตารางแสดงระดับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์วิถีโอ

ความพึงพอใจการผลิตสื่อโดยการมีส่วนร่วม	ระดับความพึงพอใจ		
	μ (มีว)	Σ (ซิกมา)	ระดับ
แบบที่ 1 สื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวศูนย์การเรียนรู้วิถีท้องถิ่นตำบลช่อสูง			
1) ด้านเทคนิคการสร้างสื่อวิถีโอเพื่อการท่องเที่ยว			
1.1 มุมภาพ มุมกล้องวิถีโอ	4.51	0.70	มากที่สุด
1.2 เสียง บทพูด คำบรรยาย	3.95	0.63	มาก
1.3 การตัดต่อด้วยแอปพลิเคชัน	4.17	0.55	มาก

ตารางที่ 1 ตารางแสดงระดับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์วิดีโอ (ต่อ)

ความพึงพอใจการผลิตสื่อโดยการมีส่วนร่วม	ระดับความพึงพอใจ		
	μ (มิว)	Σ (ซิกมา)	ระดับ
ตารางที่ 1 ตารางแสดงระดับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์วิดีโอ (ต่อ)			
2) ด้านการเล่าเรื่องราวแหล่งสถานที่ท่องเที่ยวในชุมชน			
2.1 มุมการเล่าเรื่องราวท่องเที่ยวที่น่าสนใจ	4.34	0.64	มาก
2.2 สร้างสตอรี่บอร์ด (story board)	4.34	0.64	มาก
2.3 อารมณ์และความรู้สึกของภาพ	4.41	0.57	มาก
แบบที่ 1 สื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวศูนย์การเรียนรู้วิถีท้องถิ่นตำบลช่อสูง (ต่อ)			
3) ด้านประสิทธิภาพของวิดีโอ			
3.1 วิดีโอดึงดูดความสนใจของผู้ชม	4.41	0.57	มาก
3.2 สามารถนำไปเผยแพร่บนออนไลน์ได้	4.43	0.59	มาก
แบบที่ 2 สื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวศาสนสถานสำคัญในการประกอบพิธีในวันสำคัญและ เทศกาล ณ วัดช่อสูง			
1) ด้านเทคนิคการสร้างสื่อวิดีโอเพื่อการท่องเที่ยว			
1.1 มุมภาพ มุมกล้องวิดีโอ	4.55	0.75	มากที่สุด
1.2 เสียง บทพูด คำบรรยาย	4.17	0.62	มาก
1.3 การตัดต่อด้วยแอปพลิเคชัน	4.38	0.81	มาก
2) ด้านการเล่าเรื่องราวแหล่งสถานที่ท่องเที่ยวในชุมชน			
2.1 มุมการเล่าเรื่องราวท่องเที่ยวที่น่าสนใจ	4.52	0.74	มากที่สุด
2.2 สร้างสตอรี่บอร์ด (story board)	4.28	0.70	มาก
2.3 อารมณ์และความรู้สึกของภาพ	4.52	0.68	มากที่สุด
3) ด้านประสิทธิภาพของวิดีโอ			
3.1 วิดีโอดึงดูดความสนใจของผู้ชม	4.25	0.71	มาก
3.2 สามารถนำไปเผยแพร่บนออนไลน์ได้	4.55	0.75	มากที่สุด
แบบที่ 3 สื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลช่อสูง			
1) ด้านเทคนิคการสร้างสื่อวิดีโอเพื่อการท่องเที่ยว			
1.1 มุมภาพ มุมกล้องวิดีโอ	4.25	0.71	มาก
1.2 เสียง บทพูด คำบรรยาย	4.28	0.70	มาก
1.3 การตัดต่อด้วยแอปพลิเคชัน	4.21	0.68	มาก

ตารางที่ 1 ตารางแสดงระดับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์วิดีโอ (ต่อ)

ความพึงพอใจการผลิตสื่อโดยการมีส่วนร่วม	ระดับความพึงพอใจ		
	μ (มิว)	Σ (ซิกมา)	ระดับ
2) ด้านการเล่าเรื่องราวแหล่งสถานที่ท่องเที่ยวในชุมชน			
2.1 มุมการเล่าเรื่องราวท่องเที่ยวที่น่าสนใจ	4.16	0.63	มาก
2.2 สร้างสตอรี่บอร์ด (story board)	4.17	0.62	มาก
2.3 อารมณ์และความรู้สึกของภาพ	4.29	0.70	มาก
แบบที่ 3 สื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลช่อสูง (ต่อ)			
3) ด้านประสิทธิภาพของวิดีโอ			
3.1 วิดีโอดึงดูดความสนใจของผู้ชม	4.34	0.65	มาก
3.2 สามารถนำไปเผยแพร่บนออนไลน์ได้	4.51	0.70	มากที่สุด

ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจของกลุ่มประชากร พบว่า ทั้ง 3 รูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์วิดีโอที่ผลิตขึ้นจากการมีส่วนร่วม มีระดับความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยประชากรรวมทั้งสิ้นเท่ากับ 4.11 อยู่ในระดับมาก สามารถจัดระดับความพึงพอใจมากที่สุดคือ รูปแบบที่ 2 สื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวศาสนสถานสำคัญในการประกอบพิธีในวันสำคัญและเทศกาล ณ วัดช่อสูง ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 5.00 อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ รูปแบบที่ 1 สื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวศูนย์การเรียนรู้วิถีท้องถิ่นตำบลช่อสูง ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.69 และรูปแบบที่ 3 สื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลช่อสูง ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.62 อยู่ในระดับมาก

ผลการวิเคราะห์รูปแบบที่ 2 สื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวศาสนสถานสำคัญในการประกอบพิธีในวันสำคัญและเทศกาล ณ วัดช่อสูง ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 5.00 อยู่ในระดับมากที่สุด พบว่า องค์ประกอบที่ 1 ด้านเทคนิคการสร้างสื่อวิดีโอเพื่อการท่องเที่ยว ข้อ 1.1 มุมภาพ มุมกล้องวิดีโอ มีค่าเฉลี่ยประชากรเท่ากับ 4.55 อยู่ในระดับมากที่สุด เช่นเดียวกับองค์ประกอบที่ 3 ด้านประสิทธิภาพของวิดีโอ ข้อ 3.2 สามารถนำไปเผยแพร่บนออนไลน์ได้ มีค่าเฉลี่ยประชากรเท่ากับ 4.55 อยู่ในระดับมากที่สุด

รองลงมาคือ รูปแบบที่ 1 สื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวศูนย์การเรียนรู้วิถีท้องถิ่นตำบลช่อสูง ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.69 อยู่ในระดับมาก พบว่า องค์ประกอบที่ 1 ข้อ 1.1 ด้านเทคนิคการสร้างสื่อวิดีโอเพื่อการท่องเที่ยว ข้อ 1.1 มุมภาพ มุมกล้องวิดีโอ มีค่าเฉลี่ยประชากรเท่ากับ 4.51 อยู่ในระดับมากที่สุด แต่ในองค์ประกอบย่อยข้อ 1.2 เสียง บทพูด คำบรรยาย มีค่าเฉลี่ยประชากรเท่ากับ 3.95 อยู่ในระดับมาก พบว่า เสียงเบาจากการไม่มีทักษะในการใช้อุปกรณ์และไม่มีคำบรรยายในการถ่ายทำ ผลระดับความพึงพอใจในองค์ประกอบนี้จึงมีระดับค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด และในองค์ประกอบย่อยข้อ 1.3 การตัดต่อด้วยแอปพลิเคชันมีค่าเฉลี่ยประชากรเท่ากับ 4.17 อยู่ในระดับมาก ประชากรยังต้องพัฒนาทักษะเรื่องการตัดต่อและฝึกใช้แอปพลิเคชันเพิ่มขึ้นเพื่อให้ทุกคนสามารถผลิตสื่อท่องเที่ยวโดยชุมชนได้อย่างสร้างสรรค์ต่อไป

อันดับสุดท้ายคือ รูปแบบที่ 3 สื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลช่อสูง ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.62 อยู่ในระดับมาก พบว่า องค์ประกอบที่ 3 ด้านประสิทธิภาพของวิดีโอ ข้อ 3.2 สามารถนำไปเผยแพร่

บนออนไลน์ได้ มีค่าเฉลี่ยประชากรเท่ากับ 4.51 อยู่ในระดับมากที่สุด แต่พบข้อสังเกตในองค์ประกอบที่ 1 ด้านเทคนิคการสร้างสื่อวิดีโอเพื่อการท่องเที่ยว ข้อ 1.3 การตัดต่อด้วยแอปพลิเคชัน ค่าเฉลี่ยประชากรเท่ากับ 4.21 ถึงแม้ว่าจะมีระดับความพึงพอใจมาก แต่กลุ่มประชากรยังต้องฝึกทักษะการตัดต่อภาพและเสียง เช่นเดียวกับ องค์ประกอบที่ 2 ด้านการเล่าเรื่องราวแหล่ง/สถานที่ท่องเที่ยวในชุมชน ข้อ 2.2 สร้างสตอรี่บอร์ด (story board) ค่าเฉลี่ยประชากรเท่ากับ 4.17 และ 2.1 มุมการเล่าเรื่องราวท่องเที่ยวให้น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ยประชากร เท่ากับ 4.16 ตามลำดับทั้ง 2 ข้ออยู่ในระดับมาก ผลการวิเคราะห์รูปแบบที่ 3 ภาพยังไม่สื่อถึงอารมณ์ความรู้สึกและความสัมพันธ์ในการสร้างสตอรี่บอร์ด (story board) กลุ่มประชากรยังต้องพัฒนาทักษะความรู้อย่างต่อเนื่องเพื่อให้เกิดความสมบูรณ์ขององค์ประกอบภาพ เสียง การตัดต่อและสื่อสารให้เข้าถึงอารมณ์และความรู้สึกของผู้รับสาร

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย เรื่องนวัตกรรมการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีส่วนร่วม กรณีศึกษาตำบลช่อสูง อำเภอตรอน จังหวัดอุดรธานี ในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีส่วนร่วม เกิดกระบวนการให้ชุมชนร่วมเรียนรู้ ร่วมสร้างร่วมผลิตสื่อ จนสามารถถอดรูปแบบโมเดลในการพัฒนาชาวช่อสูง “KOISOONG” โดยผลจากกระบวนการมีส่วนร่วมและเทคนิคในการผลิตสื่อวิดีโอ ออกมาในรูปแบบนวัตกรรมช่อสูง “KOISOONG” ดังนี้

- K : Knowledge สร้างองค์ความรู้
- O : Opportunity มีโอกาสทำสิ่งใหม่ ๆ ด้านทักษะการสร้างสรรค์สื่อ
- I : Innovation นวัตกรรมสื่อวิดีโอ
- S : Social Technology สร้างสื่อสังคมออนไลน์
- O : Organization การจัดการอย่างเป็นระบบ
- O : Operation การปฏิบัติการ/ลงมือปฏิบัติจริง
- N : Network สร้างเครือข่ายชุมชน/การประชาสัมพันธ์
- G : Grow up ออกแบบนวัตกรรมสื่อใหม่ขึ้นมา

อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง นวัตกรรมการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีส่วนร่วมกรณีศึกษาตำบลช่อสูง อำเภอตรอน จังหวัดอุดรธานี มีความสอดคล้องกับข้อมูลแนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่มีความเกี่ยวข้อง จึงสามารถนำไปสู่การอภิปรายผลการวิจัย ดังนี้

1. ด้านเนื้อหา นวัตกรรมการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีส่วนร่วม กรณีศึกษาตำบลช่อสูง อำเภอตรอน จังหวัดอุดรธานี จากการศึกษาพบว่า เกิดรูปแบบวิถีโอจำนวน 3 รูปแบบ ประกอบด้วย รูปแบบที่ 1 สื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวศูนย์การเรียนรู้วิถีท้องถิ่นตำบลช่อสูง รูปแบบที่ 2 สื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวศาสนสถานสำคัญในการประกอบพิธีในวันสำคัญและเทศกาล ณ วัดช่อสูง รูปแบบที่ 3 สื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลช่อสูง โดยถ่ายทอดเนื้อหาด้านแหล่งท่องเที่ยวชุมชนนักท่องเที่ยวหรือผู้ที่สนใจสามารถเยี่ยมชมศาสนสถานสำคัญในตำบลช่อสูง ศูนย์การเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นชุมชนของตำบลช่อสูง องค์การบริหารส่วนตำบลช่อสูงที่สามารถนำไปสร้างเนื้อหาบนสื่อออนไลน์ได้ทั้งภาพและเสียง เกิดการผลิตนวัตกรรมสื่อเพื่อใช้ประชาสัมพันธ์แหล่ง

ท่องเที่ยวเกิดขึ้นและเกิดการรับรู้ในมิติการท่องเที่ยวผ่านสื่อวิดีโอ โดยการมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวสอดคล้องกับ กฤติยา สมศิลา และ กนกกานต์ แก้วนุช (2561) ได้กล่าวว่า แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนแบบมีส่วนร่วม ประกอบด้วย 3 แนวทาง คือ 1) แนวทางการพัฒนาศักยภาพของชุมชนและกลุ่มเครือข่ายของชุมชน 2) แนวทางการพัฒนา หลักการบริหารและจัดการเชิงกลยุทธ์ของชุมชน และ 3) แนวทางการพัฒนาการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน

2. ด้านเทคนิคการสร้างและผลิตวิดีโอสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีส่วนร่วม กรณีศึกษา ตำบลช่อสูง อำเภอดรอน จังหวัดอุดรธานี จากการศึกษาพบว่า กลุ่มประชากรได้ใช้การถ่ายทอดความรู้ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วม ใช้เทคนิคจากการอบรมเชิงปฏิบัติการ และกระบวนการสร้างและผลิตวิดีโอ โดยการมีส่วนร่วมทั้งหมด 5 เทคนิควิธี ดังนี้ 1) เทคนิคการถ่ายวิดีโอ เพื่อการท่องเที่ยว 2) เทคนิคการสร้างเรื่องราวบนวิดีโอ (storytelling & storyboard) 3) เทคนิคในการใช้อุปกรณ์กล้องวิดีโอ 4) เทคนิคการสร้างและถ่ายวิดีโอและ 5) การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศด้าน ภูมิศาสตร์ จากการศึกษาวิจัยได้ใช้เทคนิคจากการอบรมเชิงปฏิบัติการ และกระบวนการสร้างและผลิตวิดีโอ โดยการมีส่วนร่วมทั้งหมด 5 เทคนิค เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวหรือแหล่งสถานที่สำคัญในชุมชน แต่ยังมีบางส่วนที่ต้องปรับปรุง คือ ทักษะด้านการใช้อุปกรณ์ในการถ่ายทำวิดีโอ ทักษะด้านการสื่อสารและจัดวางองค์ประกอบของวิดีโอมีทั้งภาพสัญลักษณ์ การใช้สีสื่อความหมาย การแบ่งกลุ่มข้อมูล รูปแบบตัวอักษร ลักษณะการจัดวางภาพกราฟิก ให้เกิดการผสมผสานและกลมกลืนเป็นรูปแบบเดียวกัน ในส่วนของการเล่าเรื่องให้เกิดความน่าสนใจ สอดคล้องกับแนวคิดของ Walsh. (2014) และ Rodriguez. (2023) การสร้างเรื่องราวจำเป็นจะต้องมีการแสดงตัวตน อัตลักษณ์ และคุณลักษณะพิเศษของเรื่องราวที่ ถ่ายทอดออกไปเพื่อให้ผู้รับชมเกิดการจดจำ ผ่านมุมมองความคิดของแต่ละบุคคล ก่อนถ่ายทอดออกมาในรูปแบบต่าง ๆ ตลอดจนการถ่ายทอดเรื่องราวและการสื่อสารสร้างความเข้าใจบนสื่อวิดีโอกับแหล่งท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้อง กับแนวคิดของณัฐกร สงคราม (2553 อ้างใน สุภาวดี แซ่ฮ้อย และ ศิริรัตน์ ดีสอน, 2559) กล่าวคือ สื่อวิดีโอเป็นสื่อรูปแบบหนึ่ง ซึ่งมีภาพ เสียง ตัวอักษร หรือมีการอธิบายหรือเล่าเรื่องที่มีภาพเคลื่อนไหว ได้กล่าวถึง องค์ประกอบของสื่อวิดีโอไว้ว่าจะต้อง ประกอบด้วยสื่อการรับรู้ในรูปแบบ 1) ตัวอักษร (Text) 2) ภาพนิ่ง (Still Image) 3) เสียง (Sound) 4) ภาพเคลื่อนไหว (Animation) 5) ปฏิสัมพันธ์ (Interactive) 6) วีดิทัศน์ (Video)

3. ด้านการนำไปใช้นวัตกรรมสื่อวิดีโอเพื่อนำไปใช้ประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีส่วนร่วมจากการศึกษาพบว่า การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีส่วนร่วมเกิดกระบวนการให้ชุมชนร่วมเรียนรู้ ร่วมสร้างร่วมผลิตสื่อวิดีโออย่างยั่งยืน เกิดการสร้างกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างชุมชน มีนวัตกรรมสื่อวิดีโอในรูปแบบออนไลน์ สามารถนำไปใช้บน platform facebook ได้จริงและมีประสิทธิภาพ เกิดการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ชม นักท่องเที่ยว และสังคมออนไลน์เกิดแรงจูงใจให้คนมาท่องเที่ยว เป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อนำไปสู่ผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจและรายได้ที่เพิ่มขึ้นให้กับชุมชน ซึ่งเกิดมิติที่ต้องให้ความสำคัญและแก้ไข หาแนวทางในการพัฒนาร่วมกัน สร้างคุณค่าให้กับพื้นที่ ได้มีศักยภาพให้เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม โดยมีเป้าหมายเฉพาะเช่นเดียวกับงานวิจัยของ ณัฐนันท์ วิริยะวิทย์ (2566) เรื่องการสร้างสรรคและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชาติพันธุ์ไทยพวน อำเภอปากพลี จังหวัด นครนายก ด้วยกระบวนการคิดเชิงออกแบบ 5 ขั้นตอนที่เป็นเชิงกระบวนการตั้งแต่ 1) การทำความเข้าใจกลุ่ม (Empathize) 2) การตั้งกรอบ 3) การสร้างความคิด 3. การสร้างความคิด (Ideate) 4) การสร้างต้นแบบ (Prototype) และ 5. การทดสอบ (Test) ที่มุ่งไปสู่การเรียนรู้และการมีส่วนร่วมของชุมชนโดยผ่านการคิดเชิงออกแบบ ได้เนนการจัดการเรียนรู้อยู่ในศตวรรษที่ 21 และคุณลักษณะ 4 ประการ ตามพระบรมราโชบายในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวอานันทมหิดลราชกุมาร

พระวชิรเกล้าเจ้าอยู่หัว สร้างพื้นฐานการศึกษาให้แก่ผู้เรียน 4 ประการ ได้แก่ 1) มีทัศนคติที่ถูกต้องต่อบ้านเมือง 2) มีพื้นฐานชีวิตที่มั่นคงมีคุณธรรม 3) มีงานทำมีอาชีพ และ 4) เป็นพลเมืองดี โดยการพัฒนาการท่องเที่ยวยังสอดคล้องกับโครงการ สี่ช่วงศักราช (2546) ได้ให้ความหมายของการพัฒนาการท่องเที่ยว คือ การดำเนินงานพัฒนาสภาพชุมชนด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกหรือโครงสร้างพื้นฐานโดยมีการวางแผนการจัดการจากภาครัฐ ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอันจะทำให้เกิดการขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ซึ่งจะควบคู่ไปกับการรักษาทรัพยากรให้คงความดึงดูดใจ อีกทั้งการนำนวัตกรรมสื่อวิดีโอเพื่อนำไปใช้ประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์ สอดคล้องกับแนวคิดของ Van Dijk (2009) ระบุว่า ลักษณะของความสัมพันธ์และการสื่อสารแบบที่ผู้รับสารสร้างสื่อและสื่อสารด้วยตัวเองนั้น เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นอย่างชัดเจนบนสื่อออนไลน์ และมีบทบาทอย่างมากในการผลักดันการกระทำบางอย่างหรือสร้างการรวมตัวของชุมชนออนไลน์ให้เกิดขึ้นจากความสนใจร่วมกัน โดยมีการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือขับเคลื่อนให้เกิดการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์และอนุรักษ์ทรัพยากรที่เป็นฐานรากของชุมชนสู่ชุมชน และคนในชุมชนที่สามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะการวิจัย

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. สามารถนำผลการวิจัยนวัตกรรมการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีส่วนร่วมกรณีศึกษาตำบลย่อยสูง อำเภอตรอน จังหวัดอุดรธานี ไปใช้ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ในช่องทางต่าง ๆ ของชุมชนได้ เพื่อให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย อีกทั้งยังช่วยเสริมศักยภาพของคนในชุมชนให้มีส่วนร่วมในการสร้างคุณค่าของพื้นที่ให้มีแรงจูงใจกระตุ้นความตื่นตัว เคลื่อนไหวอยู่ตลอดเวลา โดยเกิดกระบวนการมีส่วนร่วมในชุมชน ได้เรียนรู้วิธีการแก้ปัญหาเชิงระบบบนพื้นฐานของบริบทชุมชน เพื่อเกิดการนำไปใช้ในชุมชนอย่างยั่งยืนที่แท้จริง
2. เกิดแผนพัฒนาด้านการท่องเที่ยวในชุมชน โดยให้ประชาชนมีส่วนร่วมในชุมชน เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวด้านอื่น ๆ โดยอาศัยกระบวนการทำงานแบบบูรณาการ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยต่อไป

1. ในการสร้างนวัตกรรมสื่อวิดีโอ ด้านเทคนิคการถ่ายทำและเทคนิคการตัดต่อ คอนข้างมีโครงสร้างที่ซับซ้อนต้องอาศัยความชำนาญในการใช้อุปกรณ์ เช่น ขาตั้งกล้อง ไมค์ อุปกรณ์กันสั่น เป็นต้น ควรมีการพัฒนาต่อยอดการเรียนรู้มากขึ้นกว่าเดิม เพื่อให้เกิดความชำนาญในการใช้อุปกรณ์ และควรมีการศึกษาเรื่องการนำเสนอเรื่องราวข้อมูลบนวิดีโอให้มีความน่าสนใจและน่าดึงดูดมากขึ้น
2. ควรมีการจัดอบรมทักษะการเรียนรู้ในด้านส่งเสริมประชาสัมพันธ์ชุมชนอย่างต่อเนื่อง
3. ควรมีการพัฒนาท่องเที่ยวชุมชนอย่างต่อเนื่อง ทั้งในพื้นที่บริเวณใกล้เคียง เพื่อให้เกิดการพัฒนาท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกัน

องค์ความรู้ใหม่ที่ได้รับ

เกิดการพัฒนาระบบนวัตกรรมจากการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์สู่การบริการเรียนรู้เพื่อบูรณาการบริการวิชาการแก่ชุมชนผ่านหลักสูตร 1 หลักสูตร 1 ชุมชน โดยผ่านกระบวนการคิดเชิงออกแบบ

เอกสารอ้างอิง

- กฤติยา สมศิลา และกนกกานต์ แก้วนุช. (2561). ปัจจัยการมีส่วนร่วมที่ส่งผลต่อการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน บ้านโปง อำเภอดำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี 12(1)
- ข้อมูลทั่วไปองค์การบริหารส่วนตำบลข่อยสูง. (2559). ประวัติความเป็นมา.(ออนไลน์). แหล่งที่มา <http://koisoong.localgov59.in.th/เกี่ยวกับหน่วยงาน/>
- ณัฐนันท์ วิริยะวิทย์. (2566). การสร้างสรรค์และพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชาติพันธุ์ไทยพวน อำเภอบางพลี จังหวัดนครนายก ด้วยกระบวนการคิดเชิงออกแบบ. *Phtanakhon Rajaphat Research Journal: Humanities and Social Science* 18(1): 295-312.
- ถวิลวดี บุรีกุล. (2552). พลวัตการมีส่วนร่วมของประชาชน: จากอดีตจนถึงรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550. [พิมพ์ครั้งที่ 1]. กรุงเทพฯ: บริษัท เอ.พี.กราฟิคดีไซน์และการพิมพ์ จำกัด.
- สุภาวดี แซ่ฮ้อย และศิริรัตน์ ดีสอน. (2559). การพัฒนาสื่อมัลติมีเดียเพื่อการเรียนรู้ด้วยตนเอง เรื่องระบบคอมพิวเตอร์เทคโนโลยีทางการศึกษา (รายงานการวิจัย). ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560). ยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 - 2579).
- โคธยา สิงข์วงศ์. (2546). วิวัฒนาการแหล่งท่องเที่ยวกรณี เกาะช้าง จังหวัดตราด. วิทยานิพนธ์ ปริญญาสังคมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสิ่งแวดล้อม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.
- Walsh, John. (2014). *The Art of Storytelling: Easy Steps to Presenting an Unforgettable Story*. Chicago: Moody Publishers.
- Rodriguez, M. (2023). *Brand Storytelling: Put Customers at the Heart of Your Brand Story*. New York: Kogan Page.
- Van Dijck, J. (2009). Users like you? Theorizing agency in user generated content. *Media, Culture & Society* 31(1): 41-58.