

การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์โดยใช้เทคโนโลยีความจริงเสริม
เพื่อยกระดับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองบางใหญ่
อำเภอบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี

The Development of Public Relations Media Utilizing Augmented
Reality Technology to Enhance Thai Cultural Tourism Along
the Bang Yai Canal in the Bang Yai District of Nonthaburi Province

ปรัชญา ทองชุม¹ และปรียา สมพีช^{2,*}

Pratchaya Tongchum¹ and Preeya Sompue^{2,*}

(Received: September 19, 2025; Revised: December 1, 2025; Accepted: December 16, 2025)

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาบริบทและความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองบางใหญ่ 2) ออกแบบและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์โดยใช้เทคโนโลยีความจริงเสริม และ 3) ประเมินประสิทธิภาพและความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ดังกล่าว การวิจัยใช้ระเบียบวิธีแบบผสมผสาน โดยเก็บข้อมูลผ่านการสัมภาษณ์ชุมชน 5 คน การประเมินจากผู้เชี่ยวชาญ 3 คน และแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยว 200 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพรรณนาและการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า พื้นที่ริมคลองบางใหญ่มีศักยภาพด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และวิถีชีวิต โดยเฉพาะตลาดบางคูวัด วัดต้นเชือก และศาลเจ้าพ่ออ้าย มีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานเพียงพอ แต่ยังขาดการเข้าถึงสำหรับผู้สูงอายุและผู้พิการ รวมถึงขาดสื่อประชาสัมพันธ์ที่เป็นระบบ ผลการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์โดยใช้เทคโนโลยีความจริงเสริมได้แก่ โปสเตอร์ โปสการ์ด และคลิปวิดีโอที่สามารถแสดงผลผ่านแอปพลิเคชัน Artivive ครอบคลุมแหล่งท่องเที่ยวสำคัญจำนวน 7 แห่ง ด้านการประเมินประสิทธิภาพโดยผู้เชี่ยวชาญ พบว่า สื่อมีคุณภาพในระดับมาก โดยเฉพาะด้านการออกแบบ ส่วนผลการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเฉพาะคลิปวิดีโอที่ตอบสนองต่อความคาดหวังของนักท่องเที่ยวยุคดิจิทัลได้อย่างดีเยี่ยม

คำสำคัญ: สื่อประชาสัมพันธ์ เทคโนโลยีความจริงเสริม แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

^{1, 2} สาขาวิชานิติศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร, กรุงเทพฯ 10220

Department of Communication Arts, Faculty of Management Science, Phranakorn Rajabhat University, Bangkok 10220 Thailand

*Corresponding author, e-mail: preeyas11@gmail.com

ABSTRACT

This study aimed to: 1) explore the context and readiness of cultural tourism attractions along the Bang Yai Canal, 2) design and develop public relations media using augmented reality technology, and 3) evaluate the effectiveness and satisfaction with the developed media. A mixed-methods approach was employed, with data collected through interviews with five community members, assessments by three experts, and questionnaires administered to 200 tourists. Data were analyzed using descriptive statistics and content analysis.

The findings indicated that the Bang Yai Canal area possesses considerable potential in terms of history, culture, and local way of life, particularly at Bang Khulad Market, Wat Ton Chueak, and Chao Pho Jui Shrine. Although basic facilities are adequate, accessibility for the elderly and people with disabilities remains limited, and systematic public relations media are still lacking. The developed media consisted of posters, postcards, and video clips displayed via the Artivive application, covering seven major tourist sites.

Expert evaluations revealed that the media were of high quality, especially in terms of design. Tourist satisfaction was at the highest level, with video clips receiving particularly positive responses as they effectively met the expectations of digital-era tourists.

Keywords: Public relations media, Augmented reality technology,
Cultural tourism attractions

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวถือเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมหลักที่มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทย ด้วยศักยภาพในการสร้างรายได้จากเงินตราต่างประเทศ การจ้างงาน และการกระจายรายได้ไปสู่เศรษฐกิจท้องถิ่น โดยในปี พ.ศ. 2565 ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวรวมกว่า 1.22 ล้านล้านบาท จากนักท่องเที่ยวชาวไทยกว่า 151 ล้านคน/ครั้ง และนักท่องเที่ยวต่างชาติอีกกว่า 11.15 ล้านคน (นลินี เตชะศิริประภา, 2566) สิ่งเหล่านี้สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวในฐานะเครื่องมือในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ และสร้างความเท่าเทียมทางเศรษฐกิจในระดับชุมชน และในปัจจุบัน รูปแบบการท่องเที่ยวมีความหลากหลาย และสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไป โดยเฉพาะการท่องเที่ยว

เชิงวัฒนธรรม (Cultural tourism) ซึ่งถือเป็นรูปแบบหนึ่งที่มีศักยภาพในการพัฒนาอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ไม่เพียงแต่ส่งเสริมด้านเศรษฐกิจ หากยังมีบทบาทในการอนุรักษ์ ศิลปะวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต และองค์ความรู้ท้องถิ่นอีกด้วย จากข้อมูลของสำนักงานสถิติ แห่งชาติและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พบว่า คนไทยนิยมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในอัตรา ร้อยละ 17 ของรูปแบบการท่องเที่ยวทั้งหมด ซึ่งแม้เป็นอันดับ 4 จาก 5 อันดับแรก แต่มีแนวโน้ม เติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะหลังการแพร่ระบาดของ COVID-19 ที่ทำให้ผู้คนให้ความสำคัญ กับการท่องเที่ยวเชิงคุณค่าและความหมายมากยิ่งขึ้น (คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, 2566) นอกจากนี้ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) รายงานว่า ในปี พ.ศ. 2565 การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและวิถีชุมชนมีอัตราการเติบโตสูงถึง 155% สร้างมูลค่า ทางเศรษฐกิจกว่า 220 ล้านบาท สามารถสร้างงาน สร้างอาชีพ และเสริมสร้างความเข้มแข็ง ทางเศรษฐกิจของชุมชนได้อย่างยั่งยืน (สยามรัฐออนไลน์, 2566) อย่างไรก็ตาม ยังมีข้อจำกัดคือ การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวที่ขาดประสิทธิภาพ การเข้าถึงข้อมูลยังไม่สะดวก และขาดความ ต่อเนื่องในการนำเสนอ ทำให้นักท่องเที่ยวบางส่วนไม่ทราบถึงแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่ในพื้นที่ ส่งผลให้ พลาดโอกาสในการเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวเหล่านั้น (นันทวดี ดีพร้อม และศรัณยา เลิศพุทธรักษ์, 2564, น. 12)

จังหวัดนนทบุรี เป็นหนึ่งในพื้นที่ที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยเฉพาะ พื้นที่ริมคลองบางใหญ่ ซึ่งเป็นชุมชนเก่าแก่ตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยา และมีภูมิสังคมที่หล่อหลอม วิถีชีวิตและวัฒนธรรมตลอดสองฝั่งคลองมาอย่างต่อเนื่อง พื้นที่นี้มีสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม เช่น วัดเอนกดิษฐาราม วัดต้นเชือก ศาลเจ้าพ่อจ้อย รวมถึงตลาดบางคูวัด ที่สะท้อนถึง วิถีชีวิตริมคลองอย่างแท้จริง อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาในพื้นที่พบว่า การประชาสัมพันธ์และการ ถ่ายทอดข้อมูลวัฒนธรรมของพื้นที่ยังไม่ทั่วถึง ผู้คนในชุมชนจำนวนมากยังขาดความรู้และความเข้าใจ ในการถ่ายทอดประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมดั้งเดิมอย่างถูกต้อง ทำให้เกิดความคลาดเคลื่อน ในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว

ปัจจุบัน เทคโนโลยีความจริงเสริม (Augmented reality) กลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการ สื่อสารและการท่องเที่ยวทั่วโลก โดยสามารถผสมผสานโลกแห่งความจริงเข้ากับภาพเสมือนเพื่อสร้าง ประสบการณ์ใหม่ที่น่าตื่นตาตื่นใจแก่ผู้ชม เทคโนโลยีนี้มีศักยภาพในการเพิ่มมูลค่าให้แก่แหล่งท่องเที่ยว โดยสามารถนำเสนอข้อมูลในรูปแบบที่น่าสนใจ มีความเคลื่อนไหว สื่อเสียง ภาพสามมิติ วิดีโอ หรือ ปฏิสัมพันธ์แบบโต้ตอบ ซึ่งนอกจากจะช่วยเพิ่มประสบการณ์การรับชมแล้วยังสามารถช่วยอนุรักษ์ และถ่ายทอดข้อมูลวัฒนธรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ (รุ่งศักดิ์ เยื่อใย, 2562; นาวัน คงรักษา, เมตตา คงคากุล, ปิยะวดี พงษ์สวัสดิ์ และชญชิตา จันทร์ผิงสุข, 2566) มีหลายหน่วยงานในประเทศไทย เริ่มนำเทคโนโลยีความจริงเสริมมาใช้ในการกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น แอปพลิเคชัน “See Thru

Thailand” จัดทำโดยกองบังคับการตำรวจท่องเที่ยว (กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, 2559) แต่ยังไม่ปรากฏว่ามีการนำเทคโนโลยีความจริงเสริม มาใช้เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดนนทบุรีอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง จึงนับเป็นโอกาสสำคัญในการพัฒนาเครื่องมือสื่อสารและประชาสัมพันธ์รูปแบบใหม่ เพื่อยกระดับแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนนทบุรี

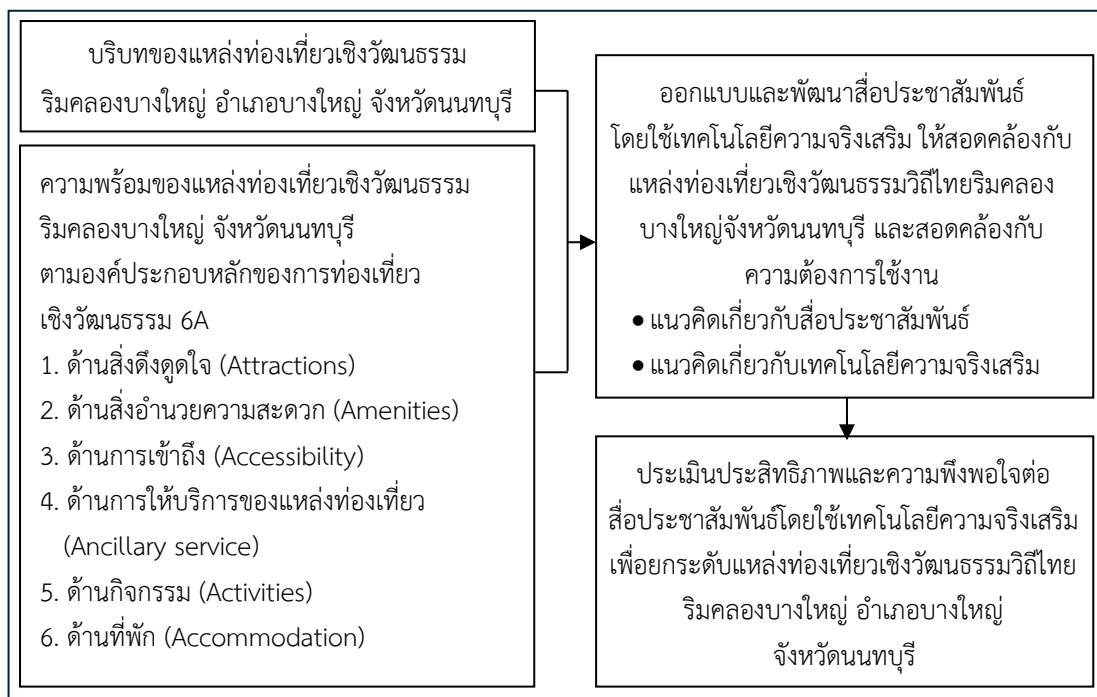
ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมริมคลองบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี ด้วยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีความจริงเสริม ที่สามารถนำเสนอข้อมูลทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของชุมชนได้อย่างน่าสนใจและเข้าถึงได้ง่าย ทั้งนี้ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในยุคดิจิทัล และเสริมสร้างอัตลักษณ์ของพื้นที่ให้เป็นที่ยอมรับมากขึ้น และเป็นการยกระดับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม สร้างการรับรู้ การมีส่วนร่วม และการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาบริบท และความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองบางใหญ่ อำเภอบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี
2. เพื่อออกแบบและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์โดยใช้เทคโนโลยีความจริงเสริมเพื่อยกระดับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม วิถีไทยริมคลองบางใหญ่ อำเภอบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี
3. เพื่อประเมินประสิทธิภาพของสื่อประชาสัมพันธ์โดยใช้เทคโนโลยีความจริงเสริมเพื่อยกระดับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม วิถีไทยริมคลองบางใหญ่ อำเภอบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี
4. เพื่อประเมินความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์โดยใช้เทคโนโลยีความจริงเสริมเพื่อยกระดับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม วิถีไทยริมคลองบางใหญ่ อำเภอบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาบริบทของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมริมคลองบางใหญ่ เพื่อสร้างความเข้าใจด้านสภาพแวดล้อม สังคม วัฒนธรรม และเศรษฐกิจ รวมทั้งศึกษาความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามองค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 6A (ชิตาวิร์ สุขคร, 2562; Achmad, Santosa, Pratiwi & Nugroho, 2023) และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เพื่อการออกแบบและพัฒนา สื่อประชาสัมพันธ์โดยใช้เทคโนโลยีความจริงเสริมให้สอดคล้องกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองบางใหญ่ และสอดคล้องกับความต้องการใช้งาน ดำเนินการตรวจสอบประสิทธิภาพของสื่อประชาสัมพันธ์โดยผู้เชี่ยวชาญ รวมทั้งการสะท้อนความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายด้วยการประเมินความพึงพอใจ โดยมีรายละเอียด แสดง ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นงานวิจัยแบบผสมผสาน ประกอบด้วย การวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ได้แก่ การศึกษาข้อมูลจากเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แนวคิดทฤษฎี การเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ ศึกษาบริบท และความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองบางใหญ่ อำเภอบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี ซึ่งเป็นข้อมูลปฐมภูมิมาเป็นกรอบแนวคิดในการออกแบบและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์โดยใช้เทคโนโลยีความจริงเสริมและใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) ใช้แบบประเมินประสิทธิภาพและความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์โดยใช้เทคโนโลยีความจริงเสริม

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรกลุ่มเป้าหมายและผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่

1.1 กลุ่มชุมชนท้องถิ่น ประกอบด้วย ผู้นำชุมชน ปราชญ์ชาวบ้าน ประชาชนในพื้นที่ และหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง จำนวน 5 คน

1.2 ผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยี ซึ่งเป็นผู้ที่มีความรู้ความชำนาญและมีประสบการณ์ด้านเทคโนโลยีความจริงเสริมไม่น้อยกว่า 5 ปี เป็นอาจารย์/นักวิชาการในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษา เลือกโดยเฉพาะเจาะจง จำนวน 3 คน เพื่อประเมินประสิทธิภาพสื่อประชาสัมพันธ์เสมือนจริงที่พัฒนาขึ้น เลือกตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling)

1.3 กลุ่มชุมชนท้องถิ่น ประกอบด้วย ผู้นำชุมชน ปราชญ์ชาวบ้าน ประชาชนในพื้นที่ และหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง และนักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์การท่องเที่ยวริมคลองบางใหญ่ รวมจำนวน 200 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน ประกอบด้วย การเก็บรวบรวมข้อมูล ด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งมีเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

2.1 แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับบริบท และความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมริมคลองบางใหญ่ อำเภอบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี เป็นแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้าง โดยมีข้อคำถามแบบปลายเปิด โดยกำหนดแนวคำถามจากการทบทวนความรู้ ผ่านแนวคิดทฤษฎีเป็นแนวทางในการกำหนดข้อคำถาม ซึ่งผ่านการกลั่นกรองจากผู้เชี่ยวชาญ และพิจารณาแล้วว่าสามารถตอบโจทย์การวิจัยและครอบคลุมตามวัตถุประสงค์การวิจัย

2.2 แบบประเมินประสิทธิภาพสื่อประชาสัมพันธ์โดยใช้เทคโนโลยีความจริงเสริมที่พัฒนาขึ้น แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประเมิน เป็นข้อคำถามแบบมาตรวัดนามบัญญัติ ส่วนที่ 2 แบบประเมินประสิทธิภาพสื่อประชาสัมพันธ์เป็นข้อคำถามแบบมาตรวัดอัตราส่วน โดยใช้เกณฑ์มาตรฐานประเมินค่า 5 ระดับ และส่วนที่ 3 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมแบบปลายเปิด ผ่านการตรวจสอบค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน พบว่า มีค่า IOC มากกว่า 0.67 ทุกข้อ

2.3 แบบสอบถามความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์โดยใช้เทคโนโลยีความจริงเสริมที่พัฒนาขึ้น แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวเป็นข้อคำถามแบบมาตรวัดนามบัญญัติ ส่วนที่ 2 แบบประเมินความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์โดยใช้เทคโนโลยีความจริงเสริมเพื่อยกระดับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี เป็นข้อคำถามแบบมาตรวัดอัตราส่วน โดยใช้เกณฑ์มาตรฐานประเมินค่า 5 ระดับ และส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ เป็นข้อคำถามแบบปลายเปิด ผ่านการตรวจสอบค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน พบว่า มีค่า IOC มากกว่า 0.67 ทุกข้อ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามจากการลงพื้นที่สำรวจ และจากการสัมภาษณ์ด้วยตนเองแบบเป็นทางการ เป็นการสัมภาษณ์แบบนัดหมายวัน เวลา และสถานที่ และจัดบันทึกพร้อมเก็บภาพถ่ายจากแหล่งข้อมูล ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล ตั้งแต่ 1 เมษายน 2567 ถึง 31 พฤษภาคม 2568 โครงการวิจัยนี้ได้รับการรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ของหน่วยงานต้นสังกัด ก่อนการเก็บรวบรวมข้อมูล เลขที่รับรอง 01.015/67 ลงวันที่ 1 เมษายน 2567

3.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามจากการลงพื้นที่สำรวจ และจากการสัมภาษณ์ด้วยตนเองแบบเป็นทางการ เป็นการสัมภาษณ์แบบนัดหมายวัน เวลา และสถานที่ และจัดบันทึกพร้อมเก็บภาพถ่ายจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองบางใหญ่

3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และนักท่องเที่ยวที่เคยมีประสบการณ์การท่องเที่ยว ริมคลองบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี

3.3 นำสื่อประชาสัมพันธ์โดยใช้เทคโนโลยีความจริงเสริมที่พัฒนาขึ้น ไปให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน ประเมินประสิทธิภาพ และเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบประเมิน พร้อมตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์

3.4 นำสื่อประชาสัมพันธ์โดยใช้เทคโนโลยีความจริงเสริมที่พัฒนาขึ้น และปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ เผยแพร่ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี และเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสื่อประชาสัมพันธ์โดยใช้เทคโนโลยีความจริงเสริม และตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ และข้อมูลเกี่ยวกับบริบท สภาพแวดล้อม และความพร้อม

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ สำหรับข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ จะวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์ (Content analysis) เพื่อนำมากำหนดแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองบางใหญ่ และพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์โดยใช้เทคโนโลยีความจริงเสริมรวมทั้งความต้องการด้านการท่องเที่ยวเสมือนจริงของนักศึกษา

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ด้วยสถิติพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย

1. จากการศึกษาบริบทของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองบางใหญ่ อำเภอ บางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี พบว่า แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองบางใหญ่ ที่น่าสนใจ มีหลายแห่ง ผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้คัดเลือกแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จำนวน 7 แหล่ง ตั้งอยู่ริมคลอง บางใหญ่ สามารถเดินทางได้ทั้งทางบกและทางน้ำ โดยมีตลาดบางคูวัดเป็นจุดศูนย์กลาง ซึ่งนักท่องเที่ยวนิยมมาซื้อสินค้าและรับประทานอาหาร พักผ่อนในวันหยุด และเป็นจุดที่สามารถเดินทางด้วยเรือนำเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวมีลักษณะเด่นที่แตกต่างกัน ดังนี้ 1) ตลาดบางคูวัด มีสภาพดั้งเดิมที่หาชมได้ยากในปัจจุบัน สามารถสัมผัสวิถีชีวิตชุมชนริมคลองบางใหญ่ มีอาหารที่มีเอกลักษณ์และราคาถูก มีผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรราคาถูกจากเกษตรกร และมีมุมถ่ายภาพย้อนยุค 2) ศาลเจ้าพ่ออ้าย มีเจ้าพ่ออ้ายที่มีความเก่าแก่กว่า 100 ปี และเป็นถิ่นบึงของชาวบ้าน

เป็นสถาปัตยกรรมที่มีความสวยงามสี่แสนไส และได้สัมผัสวิถีชีวิตชุมชนริมคลองบางใหญ่ 3) วัดต้นเชือก มี “หลวงพ่อวิหาร” เป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่เคารพนับถือของชาวบ้านตำบลบ้านใหม่และตำบลใกล้เคียง มีพิพิธภัณฑวัดต้นเชือก ได้สัมผัสวิถีชีวิตชุมชนริมคลองบางใหญ่ และมีสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว มีร้านอาหารที่มีเอกลักษณ์ และลานจอดรถเพียงพอ 4) พิพิธภัณฑวัดต้นเชือก มีการจัดแสดงสิ่งของต่างๆ เพื่อให้ความรู้และความเพลิดเพลินแก่ผู้เข้าชม นำเสนอชีวิตและงานของสุนทรภู่ 5) วัดเอนกดิษฐาราม มีอุโบสถและวิหารที่สวยงาม มีพระพุทธรูปเก่า 5 องค์ ที่สร้างในสมัยกรุงศรีอยุธยา มีประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวพันกับการที่ รัชกาลที่ 5 ได้เสด็จมาทรงประทับ พักแรมที่วัดนี้ และสัมผัสวิถีชีวิตชุมชนริมคลองบางใหญ่ มีสะพานเก่าที่สร้างตั้งแต่ปี พ.ศ. 2434 โดยเป็นสะพานที่เชื่อมระหว่างวัดกับสถานีตำรวจภูธรบางแม่นาง 6) วัดท่าบันเทิงธรรม มีพระพุทธรูปคู่วัดที่มีอายุประมาณ 100-200 ปี คือ หลวงพ่อขาว และหลวงพ่อหอม มีเจดีย์ใหญ่ซึ่งทางกรมศิลปากรสันนิษฐานว่า เป็นเหมือนสลูของผู้อั้วสร้างวัด มีรอยพระพุทธรูปจำลองที่มีภาพมงคล 108 ในมณฑป มีอุโบสถเก่าที่มีสถาปัตยกรรมผสมผสานศิลปะจีน หลวงพ่อข้าวสารหิน ที่แกะสลักจากหินอายุ 280 ล้านปี ประดิษฐานอยู่ในวิหารแก้ว 8 เหลี่ยม มีพญานาค 4 ตนที่สวยงามที่สุดในโลก มีต้นกระเวก อายุ 150 ปี รุกขมรดกชาติ และได้สัมผัสวิถีชีวิตชุมชนริมคลองบางใหญ่ รวมทั้งมีจุดให้อาหารปลา และสามารถเดินข้ามประตูน้ำคลองบางใหญ่ไปวัดหลังบางได้ 7) วัดหลังบาง มีรูปปั้นเหมือนหลวงพ่ออ่วม รอยพระพุทธรูปจำลอง และสัมผัสวิถีชีวิตชุมชนริมคลองบางใหญ่

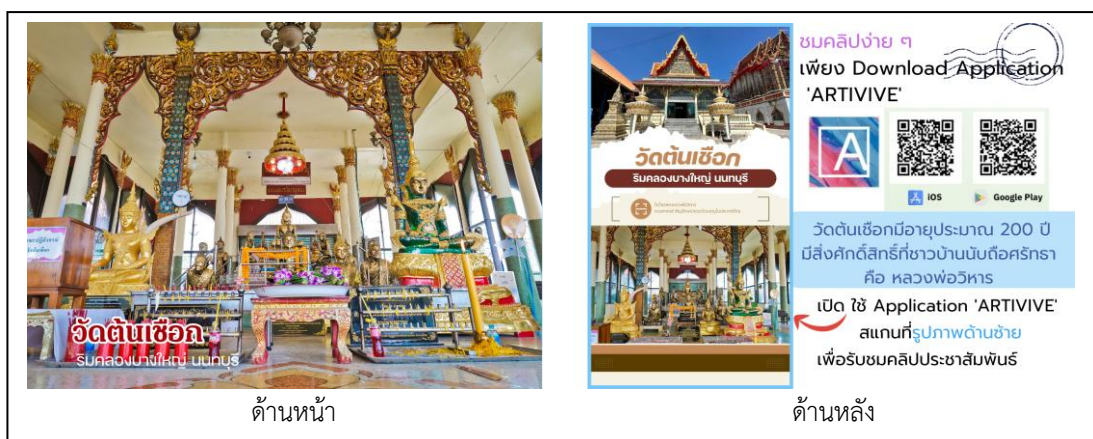
ด้านความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี พบว่ามีความพร้อมหลายด้าน โดยมีสิ่งดึงดูดใจที่สะท้อนอัตลักษณ์ชุมชน เช่น ตลาดบางคูวัด ที่มีบรรยากาศโบราณ การล่องเรือชมวิถีชีวิต และบรรยากาศสงบร่มรื่น มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่เพียงพอ เช่น ที่จอดรถ ห้องน้ำ และที่นั่งพักผ่อน แต่ยังคงขาดการรองรับผู้สูงอายุและผู้พิการ ด้านการเข้าถึงมีการเดินทางที่สะดวกและปลอดภัย ยังขาดสื่อประชาสัมพันธ์ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อออนไลน์ ด้านการให้บริการมีความเป็นมิตร มีการถ่ายทอดเรื่องราวได้ดี และมีความสะอาดเป็นระเบียบ แต่ยังไม่มึระบบประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว สำหรับกิจกรรม มีการจัดแสดงวัฒนธรรม และถ่ายทอดเรื่องราวที่เชื่อมโยงวัด ตลาด และวิถีชีวิตริมคลองได้อย่างน่าสนใจ ส่วนที่พัก มีความหลากหลาย ปลอดภัย และมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน รองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม

2. จากผลการศึกษาและวิเคราะห์บริบทของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี ผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาวางแผน ออกแบบ และพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์โดยใช้เทคโนโลยีความจริงเสริมเพื่อยกระดับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยคัดเลือกแหล่งท่องเที่ยวสำคัญริมคลองบางใหญ่ จำนวน 7 แห่ง ได้แก่ ตลาดบางคูวัด ศาลเจ้าพ่อจ้อย วัดต้นเชือก พิพิธภัณฑวัดต้นเชือก วัดเอนกดิษฐาราม วัดท่าบันเทิงธรรม และวัดหลังบาง ซึ่งสามารถเข้าถึงได้ทั้งทางบกและทางน้ำ มีตลาดบางคูวัดเป็นจุดศูนย์กลาง ผู้วิจัยได้เก็บภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว นำมาสร้างเป็น

สื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบโปสเตอร์ โปสการ์ด และวิดีโอสั้น โดยใช้โปรแกรม Adobe Photoshop และ Canva ในการออกแบบ และใช้เว็บไซต์ Artivive สำหรับสร้างเทคโนโลยีความจริงเสริมที่สามารถสแกนภาพนิ่งให้แสดงคลิปวิดีโอผ่านสมาร์ตโฟนได้ โดยโปสเตอร์ ขนาด A2 ติดตั้ง ณ แหล่งท่องเที่ยว ส่วนโปสการ์ด ขนาด 4x6 นิ้ว เพื่อให้พกพาสะดวก และสื่อสารเรื่องราวของสถานที่ให้กับนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้เดินทางไปยังพื้นที่จริงสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ แสดงดังภาพที่ 2 และภาพที่ 3



ภาพที่ 2 โปสเตอร์มีมาร์กเกอร์สำหรับการใช้สมาร์ตโฟนส่องเพื่อรับชมคลิปวิดีโอ



ภาพที่ 3 โปสการ์ดมีมาร์กเกอร์สำหรับการใช้สมาร์ตโฟนส่องเพื่อรับชมคลิปวิดีโอ

3. ผลการประเมินประสิทธิภาพของสื่อประชาสัมพันธ์โดยใช้เทคโนโลยีความจริงเสริม เพื่อยกระดับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม วิถีไทยริมคลองบางใหญ่ อำเภอบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี โดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน ประเมินประสิทธิภาพ 5 ด้าน พบว่า ผลการประเมินโดยภาพรวม ทั้ง 5 ด้าน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 โดย 3 ลำดับแรกที่มีค่าเฉลี่ยสูง ได้แก่ ด้านการ ออกแบบโปสเตอร์/โปสการ์ด ผลการประเมินอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยสูงสุด (4.66) รองลงมา คือ ด้านคลิปวิดีโอสั้น ผลการประเมินอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 และด้านเนื้อหา ผลการประเมินอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 ตามลำดับ ดังข้อมูลตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการประเมินประสิทธิภาพของสื่อประชาสัมพันธ์โดยใช้เทคโนโลยีความจริงเสริม เพื่อยกระดับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี

รายการประเมิน	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านเนื้อหา	4.40	0.23	มาก
ด้านการออกแบบโปสเตอร์/โปสการ์ด	4.66	0.23	มากที่สุด
ด้านคลิปวิดีโอสั้น	4.60	0.23	มากที่สุด
ด้านเทคโนโลยีความจริงเสริม	4.33	0.35	มาก
ด้านการนำไปใช้ประโยชน์	4.23	0.41	มาก
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	4.43	0.35	มาก

4. ผลการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่องานประชาสัมพันธ์โดยใช้เทคโนโลยีความจริงเสริมเพื่อยกระดับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม วิถีไทยริมคลองบางใหญ่ อำเภอบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี จากข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว จำนวน 200 คน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (66.00%) อยู่ในช่วงอายุ 40-49 ปี (32.50%) และมีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี (85.00%) ซึ่งสะท้อนว่ากลุ่มเป้าหมายหลักของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมริมคลองบางใหญ่คือผู้หญิงวัยทำงาน ที่มีการศึกษาค่อนข้างสูง ด้านอาชีพพบว่า ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา (30.00%) และพนักงานเอกชน (25.00%) ขณะที่รายได้เฉลี่ยต่อเดือนส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 20,001–25,000 บาท (35.00%) รองลงมาคือกลุ่มรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท (25.00%) ซึ่งข้อมูลดังกล่าวสามารถนำไปใช้ในการวางแผนสื่อประชาสัมพันธ์ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่แท้จริงได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากผลการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่องานประชาสัมพันธ์โดยใช้เทคโนโลยีความจริงเสริมเพื่อยกระดับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม วิถีไทยริมคลองบางใหญ่ พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 สะท้อนว่าสื่อประชาสัมพันธ์โดยใช้เทคโนโลยีความจริงเสริมสามารถตอบสนองความคาดหวังของนักท่องเที่ยวได้ดี โดยเฉพาะในประเด็น

“สื่อความจริงเสริม มีความเหมาะสมกับการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม” ได้รับความพึงพอใจในระดับมากที่สุด (4.80) รองลงมาคือ ประเด็น “คลิปวิดีโอสั้นมีความเหมาะสม น่าสนใจ” ได้รับความพึงพอใจมากที่สุด (4.76) และประเด็น “เนื้อหาที่น่าสนใจและมีประโยชน์ต่อการท่องเที่ยว” ได้รับความพึงพอใจในระดับมากที่สุด 4.67 ตามลำดับ ดังข้อมูลตามตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสื่อประชาสัมพันธ์โดยใช้เทคโนโลยีความจริงเสริม เพื่อยกระดับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม วิถีไทยริมคลองบางใหญ่ อำเภอบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี

รายการประเมิน	ระดับความพึงพอใจ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. เนื้อหาในสื่อประชาสัมพันธ์มีความชัดเจน เข้าใจง่าย	4.42	0.51	มาก
2. เนื้อหาน่าสนใจและมีประโยชน์ต่อการท่องเที่ยว	4.67	0.48	มากที่สุด
3. ภาพประกอบในโปสเตอร์/โปสการ์ดมีความเหมาะสมน่าสนใจ	4.47	0.51	มาก
4. โปสเตอร์/โปสการ์ดเหมาะสมต่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	4.38	0.66	มาก
5. คลิปวิดีโอสั้นมีความเหมาะสม น่าสนใจ	4.76	0.44	มากที่สุด
6. ระยะเวลาการนำเสนอคลิปวิดีโอสั้นมีความเหมาะสม	4.61	0.59	มากที่สุด
7. เทคโนโลยีความจริงเสริม เข้าถึงได้ง่าย ใช้งานสะดวก	4.52	0.51	มากที่สุด
8. เทคโนโลยีความจริงเสริม ช่วยให้สนใจแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมากขึ้น	4.38	0.49	มาก
9. สื่อความจริงเสริม ช่วยสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	4.28	0.56	มาก
10. สื่อความจริงเสริม มีความเหมาะสมกับการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	4.80	0.40	มากที่สุด
รวมเฉลี่ย	4.53	0.51	มากที่สุด

สรุปผลการวิจัย

1. จากการศึกษาบริบทของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี พบว่า มีความโดดเด่นทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และวิถีชีวิตชุมชนริมคลองบางใหญ่ ยังคงเอกลักษณ์ดั้งเดิมไว้อย่างชัดเจน โดยเฉพาะตลาดบางคูวัดซึ่งเป็นตลาดโบราณอายุกว่าร้อยปี วัดเก่าแก่ที่เกี่ยวข้องกับวรรณกรรมไทยอย่างวัดตันเชือก รวมถึงศาลเจ้าพ่อจ้อยที่เป็นศูนย์รวมจิตใจของ

ชาวบ้านในชุมชน ทรัพยากรทางธรรมชาติมีบทบาทสำคัญทั้งในด้านคมนาคมและสิ่งแวดล้อม ชุมชนยังคงดำรงวิถีชีวิตผูกพันกับสายน้ำ มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีจุดเด่นด้านการท่องเที่ยว

ด้านความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี พบว่ามีความพร้อมในหลายด้าน มีสิ่งดึงดูดใจที่สะท้อนอัตลักษณ์ชุมชน สิ่งอำนวยความสะดวกมีความเพียงพอในหลายจุด การเข้าถึงที่สะดวกและปลอดภัย มีการให้บริการที่เป็นมิตร มีการถ่ายทอดเรื่องราวได้ดี และมีความสะอาดเป็นระเบียบ แต่ยังไม่มียุทธศาสตร์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว สำหรับกิจกรรม มีการจัดแสดงวัฒนธรรมและถ่ายทอดเรื่องราวที่เชื่อมโยงวัด ตลาด และวิถีชีวิตริมคลองได้อย่างน่าสนใจ ส่วนที่พักแรมมีความหลากหลาย ปลอดภัย และมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน รองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม

2. การออกแบบ และพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์โดยใช้เทคโนโลยีความจริงเสริมเพื่อยกระดับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยคัดเลือกแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ริมคลองบางใหญ่ จำนวน 7 แห่ง ได้แก่ ตลาดบางคูวัด ศาลเจ้าพ่ออุ้ย วัดต้นเชือก พิพิธภัณฑ์วัดต้นเชือก วัดเอนกดิษฐาราม วัดท่าบันเทิงธรรม และวัดหลังบาง นำมาสร้างเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบโปสเตอร์ โปสการ์ด และวิดีโอสั้น โดยใช้โปรแกรม Adobe Photoshop และ Canva ในการออกแบบ และใช้เว็บไซต์ Artivive สร้างเทคโนโลยีความจริงเสริมที่สามารถสแกนภาพนิ่งให้แสดงคลิปวิดีโอผ่านสมาร์ตโฟนได้

3. ผลการประเมินประสิทธิภาพของสื่อประชาสัมพันธ์โดยใช้เทคโนโลยีความจริงเสริมเพื่อยกระดับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม วิถีไทยริมคลองบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน ประเมินประสิทธิภาพ 5 ด้าน พบว่า ผลการประเมินโดยภาพรวม ทั้ง 5 ด้าน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.43 โดย 3 ลำดับแรกที่มีค่าเฉลี่ยสูง ได้แก่ ด้านการออกแบบโปสเตอร์/โปสการ์ด ผลการประเมินอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.66 รองลงมาคือ ด้านคลิปวิดีโอสั้น มีผลการประเมินอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.60 และด้านเนื้อหา มีผลการประเมินอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.40 ตามลำดับ

4. ผลการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสื่อประชาสัมพันธ์โดยใช้เทคโนโลยีความจริงเสริมเพื่อยกระดับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม วิถีไทยริมคลองบางใหญ่ อำเภอบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.53 โดยเฉพาะในประเด็น “สื่อความจริงเสริม มีความเหมาะสมกับการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้รับความพึงพอใจมากที่สุด” มีค่าเฉลี่ย 4.76 รองลงมาคือ “คลิปวิดีโอสั้นมีความเหมาะสม” ได้รับความพึงพอใจในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.80 และ “เนื้อหาน่าสนใจและมีประโยชน์ต่อการท่องเที่ยว” ได้รับความพึงพอใจในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.76 และข้อที่ได้รับความพึงพอใจน้อยที่สุด อยู่ในระดับมาก คือ “สื่อความจริงเสริมช่วยสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม” ได้รับความพึงพอใจในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.28

อภิปรายผล

1. จากการศึกษาบริบทของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี พบว่าพื้นที่ดังกล่าวมีศักยภาพโดดเด่นทั้งด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของชุมชนริมคลองบางใหญ่ที่ยังคงรักษาเอกลักษณ์ดั้งเดิมไว้อย่างเด่นชัด ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Richards (2021) ที่เสนอว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีรากฐานจากอัตลักษณ์ท้องถิ่นเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจและความยั่งยืนของชุมชน นอกจากนี้ แหล่งท่องเที่ยวสำคัญ เช่น ตลาดบางคูวัดและวัดต้นเชือก ยังมีความเชื่อมโยงกับมรดกทางวรรณกรรมและประวัติศาสตร์ชาติ ซึ่งสามารถต่อยอดเป็นเนื้อหาสำหรับการสร้างประสบการณ์เชิงลึกให้นักท่องเที่ยว สอดคล้องกับการศึกษาของ พัชรีย์ กล่อมเมือง, ญัญญา เกิดทรัพย์, วชิรินทร์ อินทรพรม, วณิศา ศิริวรสกุล และพัลลภมน สิ้นหน่ง (2567) พบว่า แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดนครนายก มีการนำเสนอเรื่องราวมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมและทรัพยากรในท้องถิ่นผ่านการจัดกิจกรรมและกระบวนการเรียนรู้ที่มุ่งเน้นให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรม เกิดความรู้ ความเข้าใจ และเห็นคุณค่าจากการมีส่วนร่วมในสถานการณ์จริง จากการถ่ายทอดโดยคนในท้องถิ่น

จากผลการศึกษาความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี สะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพในการรองรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ทั้งในแง่ของทรัพยากรทางวัฒนธรรม วิถีชีวิต และสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวอย่างตลาดบางคูวัดที่คงบรรยากาศดั้งเดิมไว้เป็นอย่างดี และกิจกรรมท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตที่สอดคล้องกับแนวทาง “การท่องเที่ยวโดยชุมชน” (Community-based tourism) ที่มุ่งเน้นการอนุรักษ์อัตลักษณ์ท้องถิ่น และการมีส่วนร่วมของคนในพื้นที่ (World Tourism Organization, 2023) อย่างไรก็ตาม แม้จะมีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน เช่น ที่จอดรถ ห้องน้ำ และทางเดินที่ปลอดภัย แต่ยังพบข้อจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุและผู้พิการ ซึ่งถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความยั่งยืนของการท่องเที่ยวในระยะยาว (World Health Organization, 2022) สอดคล้องกับ Sayuti (2023) ศึกษาความพร้อมของชุมชนต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในเกาะลอมบอก ประเทศอินโดนีเซีย พบว่าชุมชนมีความพร้อมในมิติทุนทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสัญลักษณ์ ซึ่งส่งผลต่อการดำเนินการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอย่างมีประสิทธิภาพ เช่นเดียวกับ กมลพิพัฒน์ ชนะสิทธิ์ และนรินทร์ สังข์รักษา (2561) ศึกษา พบว่า แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ชุมชนต้องมีความเข้าใจและความพร้อมในการจัดการพัฒนาชุมชน การมีส่วนร่วมในการจัดการจะเป็นแนวทางในการพัฒนาแหล่งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เน้นไตรภาคี คือ ภาครัฐ เอกชน และท้องถิ่น คำนึงถึงอัตลักษณ์ของชุมชน รวมถึงอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม และขนบธรรมเนียม ประเพณีเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

2. ผลการออกแบบและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์โดยใช้เทคโนโลยีความจริงเสริม เพื่อยกระดับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมริมคลองบางใหญ่ สะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพของการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีความจริงเสริมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวได้อย่างสร้างสรรค์และทันสมัย โดยการคัดเลือกแหล่งท่องเที่ยว จำนวน 7 แห่ง ที่มีความสำคัญทั้งทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม พร้อมการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายรูปแบบ ได้แก่ โปสเตอร์ โปสการ์ด และวิดีโอสั้น ประกอบกับการใช้เว็บไซต์ Artivive เพื่อสร้างประสบการณ์เสมือนจริง ถือเป็นแนวทางที่ตอบโจทย์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวยุคใหม่ที่ต้องการเนื้อหาที่เข้าถึงง่าย ได้ตอบโต้ และน่าสนใจ สอดคล้องกับแนวคิดของ Leung, Law and Lee (2022) ที่ระบุว่า เทคโนโลยีความจริงเสริมช่วยเพิ่มระดับการมีส่วนร่วมของผู้ใช้งานได้ การนำเสนอด้วยวิดีโอสั้น สอดรับกับพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับข้อเสนอขององค์กร UNWTO (2023) ที่ชี้ว่า “การท่องเที่ยวอัจฉริยะ” (Smart tourism) ควรบูรณาการเทคโนโลยีเพื่อเสริมสร้างประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว ส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ด้านวัฒนธรรมอย่างลึกซึ้ง ซึ่งการนำเทคโนโลยีความจริงเสริมมาใช้ในการถ่ายทอดเรื่องราวท้องถิ่น ถือเป็นเครื่องมือสำคัญที่สามารถตอบสนองเป้าหมายได้อย่างเป็นรูปธรรม และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Cranmer, Tom Dieck and Fountoulaki (2020) พบว่าเทคโนโลยีความจริงเสริมมีศักยภาพในการเพิ่มคุณค่าและยกระดับประสบการณ์การท่องเที่ยวผ่านมิติด้านการตลาด เศรษฐกิจ และการเรียนรู้ของนักท่องเที่ยว เช่นเดียวกับ สุรพงษ์ วิริยะ, อนันตทรัพย์ สุขประดิษฐ์ และรชา ทองคงอยู่ (2560) พบว่า การให้ความรู้เชิงวัฒนธรรมของสถานที่ท่องเที่ยวโดยการนำเทคโนโลยี ความจริงเสริมที่มีบนโทรศัพท์มือถือ แสดงให้เห็นว่าการนำสื่อปฏิสัมพันธ์และเทคโนโลยีความจริงเสริมเข้ามาใช้ช่วยให้ผู้รับสารสามารถเข้าถึงข้อมูลหรือรูปภาพได้อย่างแม่นยำ จดจำและเรียนรู้ได้ดีขึ้น

3. จากผลการประเมินประสิทธิภาพของสื่อประชาสัมพันธ์โดยใช้เทคโนโลยีความจริงเสริม เพื่อยกระดับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี สะท้อนให้เห็นว่าสื่อประชาสัมพันธ์ที่พัฒนาขึ้นมีประสิทธิภาพสูง โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 4.43 แสดงให้เห็นว่าเทคโนโลยีความจริงเสริมสามารถเสริมสร้างศักยภาพของการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Ariza-Colpas et al. (2023) ที่ชี้ให้เห็นว่าเทคโนโลยีความจริงเสริม มีบทบาทสำคัญในการยกระดับประสบการณ์การท่องเที่ยวและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในยุคหลังโควิด-19 รวมทั้งงานของ จุฬาวลี มณีเลิศ, ประธาน คำจันะ, ฤชณา เขียวมั่ง, ภัทราพร พรหมคำตัน และพงศกร พองตา (2567) ที่พบว่า สามารถนำแอปพลิเคชันไปใช้ได้ ด้วยการนำเทคโนโลยีภาพเสมือนจริงที่มีทั้งภาพ วิดีโอ และเสียงประกอบมาประยุกต์ใช้ ทำให้ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวมีความน่าสนใจมากขึ้น นักท่องเที่ยวได้รับรู้ข้อมูลเสมือนได้เห็นสถานที่ท่องเที่ยว เป็นการสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวใหม่ๆ เช่นเดียวกับ อภิสร่า กฤตาวาณิช (2566) ที่ประยุกต์เทคโนโลยีเสมือนผสานกับโลกจริงที่มีบนโทรศัพท์มือถือมาใช้ในการท่องเที่ยว

เชิงวัฒนธรรม ในรูปแบบวิดีโอ อัลบั้มภาพ พร้อมบรรยายข้อมูลเกี่ยวกับประวัติความเป็นมา เอกลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว และการเดินทางในรูปแบบสื่อดิจิทัลเสมือนผสานกับโลกจริงที่ปรากฏเป็นภาพ 3 มิติออกมาจากสื่อโปสเตอร์ สามารถนำมาส่งเสริมการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

4. จากผลการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสื่อประชาสัมพันธ์โดยใช้เทคโนโลยีความจริงเสริมเพื่อยกระดับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม วิถีไทยริมคลองบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมากที่สุด แสดงให้เห็นว่าสื่อประชาสัมพันธ์โดยใช้เทคโนโลยีความจริงเสริมเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการสื่อสารและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้อย่างน่าสนใจ สอดคล้องกับ Tussyadiah, Wang, Jung and Tom Dieck (2018) ที่ระบุว่าเทคโนโลยีเสมือนจริง สามารถเสริมสร้างประสบการณ์ที่มีความหมายและช่วยให้ผู้ใช้รู้สึกมีส่วนร่วมกับการท่องเที่ยวได้มากขึ้น เช่นเดียวกับ สุรพงษ์ วิริยะ และคณะ (2560) พบว่า เทคโนโลยีความจริงเสริมช่วยถ่ายทอดความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้นักท่องเที่ยวได้รู้เรื่องราวและสถานที่นั้นในอีกมุมหนึ่ง เป็นการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวทำให้นักท่องเที่ยวพึงพอใจ โดยเฉพาะประเด็น “คลิปวิดีโอสั้นมีความเหมาะสม” ได้รับคะแนนสูงสุด แสดงให้เห็นถึงพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัลที่ให้ความสำคัญกับเนื้อหาสั้น กระชับ และเข้าถึงง่าย ซึ่งตรงกับแนวคิดของ Scolari (2020) ที่อธิบายว่า วิดีโอสั้นสามารถสร้างอิทธิพลทางความรู้สึกและโน้มน้าวใจได้ในเวลาจำกัด

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัยในครั้งนี้

1.1 ควรนำแนวทางการใช้เทคโนโลยีความจริงเสริม ในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว ไปปรับใช้กับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอื่นๆ ที่มีศักยภาพ เพื่อสร้างประสบการณ์ใหม่และดึงดูดนักท่องเที่ยวผ่านสื่อดิจิทัลได้อย่างทั่วถึง

1.2 สื่อเทคโนโลยีความจริงเสริมควรผนวกเข้ากับแคมเปญประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์ เพื่อเพิ่มการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้ใช้งานดิจิทัลโดยเฉพาะวัยทำงาน

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรวิจัยถึงการใช้สื่อเทคโนโลยีความจริงเสริมส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางหรือกลับมาเยี่ยมเยือนซ้ำในระยะยาวอย่างไร เพื่อประเมินความยั่งยืนของผลลัพธ์ด้านการท่องเที่ยว

2.2 ควรเพิ่มกลุ่มตัวอย่างที่หลากหลายขึ้น เช่น นักท่องเที่ยวต่างชาติ ผู้สูงอายุ หรือกลุ่มคนพิการ เพื่อออกแบบสื่อสื่อเทคโนโลยีความจริงเสริมที่ครอบคลุมการใช้งานของผู้ชมทุกกลุ่ม

เอกสารอ้างอิง

- กมลพิพัฒน์ ชนะสิทธิ์ และนรินทร์ สังข์รักษา. (2561). แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ตลาดน้ำคลองแดน อำเภอกระโนด จังหวัดสงขลา. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัย ชนบุรี*, 12(28), น. 163-176.
- กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. (2559). *แผนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม*. สืบค้นเมื่อ 10 พฤศจิกายน 2566, จาก <https://www.mdes.go.th/content/download-detail/2798>
- คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ. (2566). *แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566-2570)*. สืบค้นเมื่อ 20 พฤศจิกายน 2566, จาก https://secretary.mots.go.th/download/article/article_20230327145011.pdf
- จุฬาลักษณ์ มณีเลิศ, ประธาน คำจันะ, ฤทธาพร เขียวมั่ง, ภัทราพร พรหมคำตัน และพงศกร พองตา. (2567). การพัฒนาแอปพลิเคชันเทคโนโลยีภาพเสมือนจริงเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่เทศบาลเมือง เมืองแกนพัฒนา อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่. *วารสารแม่ใจ เทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรม*, 10(3), น. 66-86.
- ชิตาวีร์ สุขคร. (2562). การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในประเทศไทย. *วารสารเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืน*, 1(2), น. 1-7.
- นลินา เตชะศิริประภา. (2566). *ท่องเที่ยวไทยหาเป้าหมายใหม่ ไม่รอจีน โฟกัสมาเลเซีย-อินเดีย-สิงคโปร์ มากขึ้น คาดปีหน้า ต่างชาติเข้ามา 20 ล้านคน*. สืบค้นเมื่อ 20 พฤศจิกายน 2566, จาก <https://plus.thairath.co.th/topic/politics&society/102360>
- นันทวดี ดีพร้อม และศรัณยา เลิศพุทธรักษ์. (2564). การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: กรณีศึกษา จังหวัดนครนายก. *วารสารวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์บูรพาปริทัศน์*, 16(2), น. 1-14.
- นาวัน คงรักษา, เมตตา คงคากุล, ปิยะวดี พงษ์สวัสดิ์ และชนัญชิตา จันทน์ผิงสุข. (2566). การพัฒนาสื่อดิจิทัลโดยใช้เทคโนโลยีความจริงเสริมฐานการเรียนรู้อุทยานธรรมชาติวิทยา อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี. *วารสารเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มทร.พระนคร*, 8(1), น. 19-30.
- พัชรี กล่อมเมือง, ญัฏฐา เกิดทรัพย์, วชิรินทร์ อินทพรหม, วณิภา ศิริวรสกุล, และพัลลภมณ สีนหัง. (2567). การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ตำบลดงละคร อำเภอเมืองนครนายก จังหวัดนครนายก. *วารสารนวัตกรรมและการจัดการ*, 9(1), น. 65-76.
- รุ่งศักดิ์ เยื่อใย. (2562). เทคโนโลยีความเป็นจริงเสริม: ความท้าทายต่อการพัฒนาการเรียนการสอนของประเทศไทยในศตวรรษที่ 21. *สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย*, 25(2), น. 127-140.
- สยามรัฐออนไลน์. (2566). *เทรนด์ใหม่! สสว. เปิดข้อมูลท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและวิถีชุมชนมาแรง โตทะยาน 155% สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ 220 ล้านบาท*. สืบค้นเมื่อ 20 พฤศจิกายน 2566, จาก <https://siamrath.co.th/n/464582>

- สุรพงษ์ วิริยะ, อนันตทรัพย์ สุขประดิษฐ์ และรชา ทองคงอยู่. (2560). การพัฒนาเทคโนโลยีการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเสมือนจริงในจังหวัดนครสวรรค์. ใน *รายงานสืบเนื่องในการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 4* (น. 1253-1260). กำแพงเพชร: มหาวิทยาลัยราชภัฏ กำแพงเพชร.
- อภิสร กฤตวาณิชย์. (2566). การพัฒนาสื่ออัจฉริยะเสมือนผสานกับโลกจริงเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในอำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย. *วารสารรัชต์ภาคย์*, 17(53), น. 331-347.
- Achmad, F., Santosa, S. H., Pratiwi, H. E., & Nugroho, S. P. (2023). Tourism destination performance analysis using the 6A's framework: A case study of Rembang Regency, Indonesia. *Sustainability*, 15(14), p. 11087.
- Ariza-Colpas, P. P., Piñeres-Melo, M. A., Morales-Ortega, R. C., Rodriguez-Bonilla, A.-F., Butt-Aziz, S., Naz, S., Contreras-Chinchilla, L. del C., Romero-Mestre, M., & Vacca Ascanio, R. A. (2023). Augmented reality and tourism: A bibliometric analysis of new technological bets in the post-COVID era. *Sustainability*, 15(21), p. 15358.
- Cranmer, E. E., Tom Dieck, M. C., & Fountoulaki, P. (2020). Exploring the value of augmented reality for tourism. *Tourism Management Perspectives*, 35, p. 100672.
- Leung, X. Y., Law, R., & Lee, H. A. (2022). Augmented reality in tourism: A review of research and applications. *Tourism Management Perspectives*, 41, p. 100943.
- Richards, G. (2021). *Rethinking cultural tourism*. Cheltenham, UK: Edward Elgar.
- Sayuti, R. H. (2023). Community readiness in implementing sustainable tourism on small islands: Evidence from Lombok, Indonesia. *Sustainability*, 15(12), pp. 1-20.
- Scolari, C. A. (2020). *The Routledge Companion to Media and Design*. New York: Routledge.
- Tussyadiah, I. P., Wang, D., Jung, T. H., & Tom Dieck, M. C. (2018). Virtual reality, presence, and attitude change: Empirical evidence from tourism. *Tourism Management*, 66, pp. 140-154.
- World Health Organization (WHO). (2022). *Age-friendly tourism: Ensuring accessibility for all*. Retrieved November 14, 2023, from <https://www.who.int>
- World Tourism Organization (UNWTO). (2023). *Smart tourism for sustainable development*. Retrieved November 14, 2023, from <https://www.unwto.org>