

สื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้านงานช่างศิลปหัตถกรรม เกาะรัตนโกสินทร์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ

ขวัญรัตน์ จินดา* และจิราพร รอดคุ้ม

วิทยาลัยเพาะช่าง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

*Corresponding author: khwanrat.ch@rmutr.ac.th

บทคัดย่อ

การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม กฎระเบียบ ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงรูปแบบวิถีงานในบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ การวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษาและรวบรวมข้อมูลทุนทางวัฒนธรรม ด้านงานช่างศิลปหัตถกรรม พื้นที่เกาะรัตนโกสินทร์ในปัจจุบัน แล้วนำมาจัดทำสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้านงานช่างศิลปหัตถกรรม พื้นที่เกาะรัตนโกสินทร์ และประเมินผล ความพึงพอใจต่อสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวดังกล่าว โดยใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสาน (mixed method approach) การเปรียบเทียบ ข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรมกับการสำรวจและสัมภาษณ์ การใช้แบบสอบถามเพื่อศึกษาความต้องการสื่อของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งได้แก่ นักท่องเที่ยวและประชาชนในพื้นที่ รวมถึงการประเมินผลความพึงพอใจต่อสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ผลการศึกษา เปรียบเทียบจากการทบทวนวรรณกรรมและการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ พบว่า วิถีของศิลปหัตถกรรมในปัจจุบันมีหลายสิ่ง ที่แตกต่างไปจากที่มีการบันทึกไว้ในอดีต เปลี่ยนแปลงจากชุมชนช่างสู่ย่านการค้า นำสู่การสร้างสรรค์สื่อวิถีทัศน์ "One day with art and craft in Rattanakosin Island" ซึ่งเป็นประเภทสื่อที่กลุ่มเป้าหมายมีความต้องการสูงสุดจากการเก็บรวบรวมข้อมูล ส่วนการประเมินความพึงพอใจต่อสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว พบว่าทุกประเด็นอยู่ในระดับดีมาก โดยเฉพาะประเด็นความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับชุมชนงานช่างศิลปหัตถกรรม ก่อนและหลังดูสื่อวิถีทัศน์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวได้ว่าสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวช่วยถ่ายทอดเรื่องราวการเปลี่ยนแปลงจากอดีตสู่ความเป็นย่านในปัจจุบัน ช่วยให้ นักท่องเที่ยวมีความรู้ความเข้าใจและเข้าถึงพื้นที่ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวได้มากขึ้น นำไปสู่การส่งเสริมและผลักดันให้เกิด การพัฒนาพื้นที่ ชุมชน สังคม และประเทศโดยรวมต่อไป

คำสำคัญ : 1. งานช่างศิลปหัตถกรรม 2. สื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 3. เกาะรัตนโกสินทร์

Promotional media for cultural tourism in traditional arts and crafts on Rattanakosin Island for Thai and foreign tourists

Khwanrat Chinda* and Jiraporn Rodkum

*Poh Chang Academy of Art, Rajamangala University of Technology Rattanakosin,
Bangkok 10200, Thailand*

*Corresponding author: khwanrat.ch@rmutr.ac.th

Abstract

Economic, social, and regulatory changes have significantly altered the urban landscape and way of life in the Rattanakosin Island area. This research aims to explore and document the cultural capital associated with traditional arts and crafts in contemporary Rattanakosin Island and to develop promotional media that supports cultural tourism in this context. The study also evaluates user satisfaction with the developed media. A mixed-method approach was employed, combining literature reviews, surveys, interviews, and questionnaires to identify the media preferences of the target groups—both tourists and local residents. A comparative analysis of historical documentation and expert interviews revealed that the current state of craftsmanship differs considerably from its past, transitioning from artisan-based communities to commercial zones. Based on these findings, a video titled “One Day with Art and Craft in Rattanakosin Island” was produced, with emerged as the most preferred media format among respondents. Evaluation results show a high level of satisfaction across all criteria, particularly in terms of improved knowledge and understanding of the artisan community. A statistically significant difference ($p < 0.05$) was observed in participants’ understanding before and after viewing the video. The promotional media effectively communicates the transformation of Rattanakosin Island over time, enhances tourist awareness and engagement with local craft communities, and contributes to broader efforts to foster community, social, and national development.

Keywords: 1. Traditional arts and crafts 2. Cultural tourism promotional media 3. Rattanakosin Island

บทนำ

เกาะรัตนโกสินทร์ เป็นพื้นที่ศูนย์กลางของสยามในยุครัตนโกสินทร์ตอนต้น จวบจนความเจริญขยายออกสู่พื้นที่ภายนอกกำแพงเมืองอย่างทั่วถึง เกาะรัตนโกสินทร์จึงถูกลดบทบาททางด้านอุตสาหกรรม นวัตกรรมและการบริหารรูปแบบเดิมลง ยกฐานะเป็นพื้นที่ประวัติศาสตร์ความทรงจำของชาติและถูกนำมาใช้ประโยชน์ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ดังเช่นปัจจุบัน รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนั้น นักท่องเที่ยวจะเน้นการศึกษาหาความรู้ในพื้นที่หรือบริเวณที่มีคุณลักษณะสำคัญทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม บอกเล่าเรื่องราวในการพัฒนาทางสังคมและมนุษย์ ผ่านทางประวัติศาสตร์อันเป็นผลเกี่ยวเนื่องกับวัฒนธรรม ซึ่งนอกเหนือจากสถานที่แล้ว เทศกาล งานฉลอง และงานศิลปะ หัตถกรรม สินค้าพื้นเมือง ก็ถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวที่มีคุณค่าเชิงวัฒนธรรมเช่นเดียวกัน ในขณะที่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นการนำทุนทางวัฒนธรรม เศรษฐกิจสร้างสรรค์ และอุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรม มาใช้เป็นแนวทางของการพัฒนา โดยส่งเสริมการใช้ความสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการ

ทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญา จึงเป็นองค์ประกอบหนึ่งของทุนทางสังคมที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาประเทศ เนื่องด้วยประเทศไทยมีความโดดเด่นและมีความหลากหลายทางวัฒนธรรม ก่อนสถานการณ์การแพร่ระบาดของ Covid-19 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเคยจัดเป็นอุตสาหกรรมที่ใหญ่ที่สุดในโลก แต่วิกฤตครั้งนี้ส่งผลกระทบต่อธุรกิจท่องเที่ยวทั้งในเชิงนโยบาย โครงการธุรกิจ รวมถึงรูปแบบการท่องเที่ยว การกระตุ้นและพัฒนาการท่องเที่ยวจึงเป็นแนวทางหนึ่งในการฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศ และนักท่องเที่ยวต่างชาติยังเป็นตัวขับเคลื่อนหลักในด้านรายได้ของภาคการท่องเที่ยวของไทย (Prachachat, 2021) การพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและเศรษฐกิจสร้างสรรค์จึงยังคงเป็นแนวทางที่สามารถดึงดูดศักยภาพของเราสู่การสร้างรายได้และพัฒนาประเทศต่อไป

ที่ผ่านมามีงานวิจัยหลายเรื่องที่ศึกษาทั้งด้านส่งเสริมการท่องเที่ยวและการศึกษาเพื่ออนุรักษ์แหล่งเรียนรู้ด้านศิลปหัตถกรรมในพื้นที่เกาะรัตนโกสินทร์ อาทิเช่น แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเกาะรัตนโกสินทร์ กรุงเทพมหานคร การออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋ามัลลียลายครามของที่ระลึกเชิงสร้างสรรค์เพื่อการท่องเที่ยวในเกาะรัตนโกสินทร์ที่เชื่อมโยง

กับสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ เป็นสินค้าของที่ระลึกที่ผู้บริโภคสามารถเข้าไปมีส่วนร่วมในการเรียนรู้เรื่องราวและเนื้อหาเกี่ยวกับลายครามในแต่ละพื้นที่ด้วยตนเอง ผ่านการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบาร์โค้ดสองมิติหรือคิวอาร์โค้ดของ สุชีรา ผ่องใส และคณะ (Phongsai et al., 2022) นอกจากนี้ ยังมีงานวิจัยที่ศึกษาถึงผลกระทบของสื่อที่มีต่อการท่องเที่ยวและชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของสื่อที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยว อาทิเช่น งานวิจัยของ จักรกฤษ ใจรัมย์ และคณะ (Jairassamee et al., 2022) ที่กล่าวถึงผลการพัฒนาสื่อดิจิทัลโดยใช้อัตลักษณ์ชุมชน แสดงให้เห็นถึงวิถีชีวิตของชุมชนบ้านเทนมีย์ โดยรวมอยู่ที่ระดับมาก และส่งเสริมให้เกิดความเข้าใจและรับรู้ถึงชุมชนอย่างแท้จริง ส่วนงานวิจัยของ Živković et al. (2014) ได้กล่าวถึงระบบการท่องเที่ยวที่อาศัยเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเป็นหลัก ในขณะที่งานวิจัยของ สถาพร เกียรติพิริยะ และคณะ (Keitpiriya et al., 2020) ได้ศึกษาถึงการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองด้วยเทคโนโลยีสื่อดิจิทัล ชี้ให้เห็นว่าการเติบโตของการท่องเที่ยวส่วนหนึ่งถูกขับเคลื่อนด้วยความก้าวหน้าอินเทอร์เน็ตในทุกสิ่ง รวมถึง จักรกฤษฏ์ แก้วประเสริฐ และคณะ (Kaewprasert et al., 2021) ที่ได้พัฒนาสื่อวีดิทัศน์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน ตำบลเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง ซึ่งมีผลประเมินความพึงพอใจของผู้ที่ได้รับชมอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด สามารถนำไปใช้เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวทำให้ผู้รับชมรู้จักวิถีชีวิตและสถานที่ท่องเที่ยวในชุมชนได้มากขึ้น รวมถึงเห็นความสำคัญและเกิดความสนใจในการไปท่องเที่ยวชุมชนเกาะหมากมากยิ่งขึ้นเช่นกัน

ดังนั้น การวิจัยนี้จึงมุ่งเติมเต็มการส่งเสริมการท่องเที่ยวในปัจจุบันที่มีอย่างกว้างขวาง การแนะนำแหล่งท่องเที่ยวจุดสำคัญต่าง ๆ ที่ยังขาดการส่งเสริมในด้านข้อมูลและแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทางด้านวัฒนธรรม ศิลปะการช่าง งานหัตถกรรม ทั้งในด้านข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม รวมถึงแหล่งการค้าเชิงช่างและงานศิลปหัตถกรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของช่างในเกาะรัตนโกสินทร์ โดยมีแนวคิดในการรวบรวมข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปะและวัฒนธรรม และจัดทำสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว และนำเสนอการออกแบบสื่ออย่างสร้างสรรค์ สามารถสื่อสารได้อย่างสะดวกและทันต่อบริบททางสังคมในปัจจุบัน พัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปะและวัฒนธรรม ที่ปรากฏอยู่ตามสถานที่ต่าง ๆ เป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวอันจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาประเทศต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาและรวบรวมข้อมูลทุนทางวัฒนธรรม ด้านงานช่างศิลปหัตถกรรม พื้นที่เกาะรัตนโกสินทร์
2. จัดทำสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้านงานช่างศิลปหัตถกรรม พื้นที่เกาะรัตนโกสินทร์
3. ประเมินผลความพึงพอใจต่อสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้านงานช่างศิลปหัตถกรรม พื้นที่เกาะรัตนโกสินทร์

การศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องและกรอบแนวคิดการวิจัย

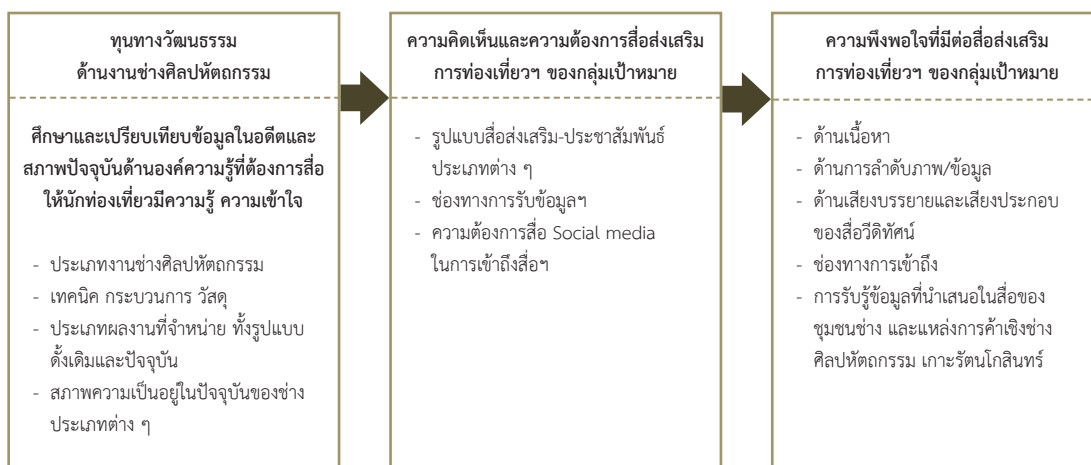
การทบทวนวรรณกรรม ตัวแปร การเชื่อมโยงความสัมพันธ์ของตัวแปรในการรอบการวิจัย อยู่บนพื้นฐานการตอบสนองต่อแผนการพัฒนาประเทศที่ได้เน้นการนำทุนทางวัฒนธรรมส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งวรวิทย์ อวิรุทธ์วรกุล (Awirutworakul, 2010) กล่าวถึงการใช้เศรษฐกิจสร้างสรรค์เพิ่มคุณค่าของการท่องเที่ยวตลอดห่วงโซ่อุปทาน ทำให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้ให้ประเทศและชุมชน โดยมุ่งไปที่เกาะรัตนโกสินทร์ ซึ่งเป็นพื้นที่ประวัติศาสตร์และพื้นที่ชุมชนทางวัฒนธรรม ที่นักท่องเที่ยวทุกมุมโลกหากเดินทางมาประเทศไทย มากรุงเทพฯ จะต้องมาชมสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ในบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ ทั้งพระบรมมหาราชวัง วัดพระแก้ว วัดโพธิ์หรือพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ ที่ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติรู้จักกันเป็นอย่างดี แต่นอกเหนือจากสถานที่สำคัญนี้ ยังมีมรดกทางวัฒนธรรม ด้านงานศิลปหัตถกรรม และศิลปหัตถกรรม ซึ่งการช่างของไทยที่เกิดขึ้นในอดีตแล้วพัฒนาเปลี่ยนแปลงเรื่อยมาตามสภาพสังคมชนบประเพณีและวัฒนธรรม แต่ละยุค แต่ละสมัย การช่างเหล่านี้เป็นมรดกทางภูมิปัญญาของช่างไทย ที่เกิดขึ้นบนผืนแผ่นดินไทยเป็นพื้นฐานของการช่างไทย การช่างบางประเภทยังคงสืบทอดกันมาจนปัจจุบัน แสดงให้เห็นมรดกทางภูมิปัญญาของช่างไทยได้เป็นอย่างดี นอกจากการช่างของไทยแล้ว ถิ่นที่อยู่ของช่าง คือ “หมู่บ้านช่าง” ก็เป็นสิ่งที่น่าสนใจ หมู่บ้านช่างมีทั้งในชนบทและในเมืองหลวง โดยเฉพาะในกรุงเทพมหานครสมัยโบราณนั้นเป็นศูนย์กลางในการผลิตหัตถกรรมหลายสิ่งหลายอย่าง และมักทำรวม ๆ กันอยู่เป็นย่าน ๆ ดังที่ปรากฏชื่อย่านหรือหมู่บ้านที่ทำงานช่างหัตถกรรมอยู่จนทุกวันนี้หลายแห่งในเกาะรัตนโกสินทร์ เช่น บ้านหม้อ บ้านบาตร บ้านพานถม บ้านช่างหล่อ บ้านตีทอง บ้านขันนุ และบ้านพาน (Thai Junior Encyclopedia Foundation by His Majesty King Bhumibol Adulyadej the Great, 1992)

ขณะที่ข้อเสนอแนะจากงานวิจัยของ นิภาวรรณ เจริญลักษณ์ และคณะ (Charoenlak et al., 2024) ที่ชี้ให้เห็นว่าการสร้างระบบการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ การแบ่งปันข้อมูลและความรู้ด้วยแพลตฟอร์มและสื่อต่าง ๆ จะช่วยให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์และเข้าใจชุมชนได้ดียิ่งขึ้น ในขณะเดียวกัน การวิจัยของ เมธาวิณ สารยาน (Sarayan, 2021) พบว่ากลุ่มผู้รับสื่อที่เป็นนักท่องเที่ยวให้ความสนใจและมีความเข้าใจในเนื้อหาที่น่าสนใจ และเมื่อนำเสนอสื่อวิถีทัศน์ไปเผยแพร่ทำให้ชุมชนเป็นที่รู้จักและเป็นเส้นทางทางการท่องเที่ยวชุมชนที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยว โดยหัวใจสำคัญในการสร้างความสนใจของวิถีทัศน์ส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน นอกจากมีเนื้อหาของสถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรมต่าง ๆ ที่ครบถ้วนแล้ว ควรใช้การสื่อสารที่ง่ายต่อการสร้างความเข้าใจและการจดจำ ซึ่งจะทำให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ทุกกลุ่ม

นอกจากนี้ งานวิจัยของ อนพัทย์ หนองคู (Nongkhoo, 2020) ชี้ให้เห็นว่า ทุกปัจจัยสื่อดิจิทัลทางการตลาดมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว มีความสนใจสื่อดิจิทัลที่หลากหลาย และมักใช้สื่อดิจิทัลมากกว่า 1 ประเภท โดยส่วนใหญ่ใช้สื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ โฆษณาออนไลน์ และการส่งเสริมการขายออนไลน์ สำหรับขั้นตอนการผลิตสื่อ ขึ้นอยู่กับลักษณะของสื่อแต่ละประเภท

ซึ่งในงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะได้ศึกษาความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อรูปแบบสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ แล้วเลือกลำดับแรกที่สอดคล้องกับความต้องการมากที่สุดมาผลิตสื่อต่อไป โดยมีสื่อที่เป็นขอบเขตของตัวแปรที่ให้กับกลุ่มเป้าหมายเลือก เป็นไปตามงานวิจัยของ มัทรีนิ ปราโมทย์เมือง (Parmotmuang, 2022) ประกอบด้วยสื่อวิถีทัศน์ ที่เป็นสื่อที่ได้รับความนิยมและมีผู้ศึกษาวิจัยมากมาย และสื่อสิ่งพิมพ์อื่น ๆ ได้แก่ สื่อโปสเตอร์ แผ่นพับ ป้ายคัดเอาต์ ป้ายไวเนล ป้ายสแตนดี้ และป้ายโรลอัพ

ดังนั้น การวิจัยนี้จึงสนใจศึกษาและเปรียบเทียบข้อมูลความรู้ในอดีตและปัจจุบันของทุนทางวัฒนธรรมด้านงานช่างศิลปหัตถกรรมในพื้นที่เกาะรัตนโกสินทร์ ที่มุ่งหมายจะสื่อสารไปยังนักท่องเที่ยว สู่การพัฒนาสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวตามรูปแบบที่กลุ่มเป้าหมายสนใจ และประเมินความพึงพอใจและการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมายเกี่ยวกับสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ก่อนนำเสนอการเผยแพร่ โดยสรุปเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยได้ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ด้วยจุดประสงค์ของการวิจัยที่มุ่งศึกษาและรวบรวมข้อมูลทุนทางวัฒนธรรม ด้านงานช่างศิลปหัตถกรรม พื้นที่เกาะรัตนโกสินทร์ เพื่อนำข้อมูลที่ได้อาวิเคราะห์ จัดการ และจัดทำสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในการศึกษาครั้งนี้จึงใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสาน (mixed method approach) โดยมีรายละเอียดของวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ศึกษาและรวบรวมข้อมูลทุนทางวัฒนธรรม ด้านงานช่างศิลปหัตถกรรม พื้นที่เกาะรัตนโกสินทร์ ทั้งในด้านข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม รวมถึงแหล่งการค้าเชิงช่าง

ศิลปหัตถกรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของช่างในเกาะรัตนโกสินทร์ ทั้งข้อมูลดั้งเดิมและข้อมูลที่มีการเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา และบริบทที่เปลี่ยนไป ประกอบด้วย การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการศึกษาค้นคว้าเอกสารตำราและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และการสำรวจ สัมภาษณ์ ผู้นำชุมชน ช่างหรือผู้ประกอบการและผู้เชี่ยวชาญด้านงานศิลปหัตถกรรมช่างและศิลปหัตถกรรมจำนวน 2 คน โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (purposive sampling) มีการกำหนดประเด็นในการสำรวจ สัมภาษณ์แบบมีเค้าโครง ดังสรุปรายละเอียดในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ประเด็นในการทบทวนวรรณกรรม การสำรวจ สัมภาษณ์แบบมีเค้าโครง

แบบบันทึกข้อมูล (จากการทบทวนวรรณกรรม)	แบบสำรวจสภาพปัจจุบัน (สังเกต/ถ่ายภาพ)	แบบสัมภาษณ์ (แบบมีเค้าโครง)
ชื่อ ชุมชนงานช่างศิลปหัตถกรรม	ชื่อ ชุมชนงานช่างศิลปหัตถกรรม	ชื่อ-สกุล ผู้ให้ข้อมูล
-	ภาพถ่าย	☐ ผู้นำชุมชน ☐ ช่าง ☐ ผู้ประกอบการ ☐ ผู้เชี่ยวชาญด้านงานช่างศิลปหัตถกรรม
ประเภทงานช่างศิลปหัตถกรรมของชุมชน	ประเภทงานช่างศิลปหัตถกรรมของชุมชน	ประเภทงานช่างศิลปหัตถกรรมของชุมชน
เทคนิค กระบวนการ วัสดุ	เทคนิค กระบวนการ วัสดุ	เทคนิค กระบวนการ วัสดุ
ประเภทผลงานที่ทำ/จำหน่าย ทั้งรูปแบบดั้งเดิมและปัจจุบัน	ประเภทผลงานที่ทำ/จำหน่าย ทั้งรูปแบบดั้งเดิมและปัจจุบัน	ประเภทผลงานที่ทำ/จำหน่าย ทั้งรูปแบบดั้งเดิมและปัจจุบัน
สภาพความเป็นอยู่ในปัจจุบันของช่างประเภทนั้น ๆ	สภาพความเป็นอยู่ในปัจจุบันของช่างประเภทนั้น ๆ	สภาพความเป็นอยู่ในปัจจุบันของช่างประเภทนั้น ๆ

2. จัดทำสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ทั้งของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ แบ่งเป็น 2 ส่วน ได้แก่ 1) การศึกษาความต้องการสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักท่องเที่ยวและประชาชนในพื้นที่เกาะรัตนโกสินทร์ โดยการตอบแบบสอบถามในกระดาษคำถาม และการตอบแบบออนไลน์ผ่าน Google form ด้วยการสแกน QR code เพื่อเข้าถึงแบบสอบถามดังกล่าว มีการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของคอกเรน กรณีที่ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน (Cochran, 1977, as cited in Akakul, 2000) ที่ระดับความคลาดเคลื่อน ± 5 เท่ากับ 384 คน ด้วยวิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (convenience sampling) แล้วสรุปข้อมูลหาค่าเฉลี่ยความคิดเห็น (mean) ที่มีต่อความต้องการสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อกำหนดประเภทและรูปแบบของสื่อที่จะจัดทำ จากสื่อที่กลุ่มเป้าหมายมีความต้องการสูงที่สุด และ 2) การจัดทำสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีรูปแบบสอดคล้องกับข้อสรุปผลความต้องการสื่อฯ จากส่วนที่ 1

3. การประเมินผลความพึงพอใจต่อสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้านงานช่างศิลปหัตถกรรม พื้นที่เกาะรัตนโกสินทร์ โดยนำสื่อที่ได้รับการพัฒนาแล้วมาทดลองใช้งานกับนักท่องเที่ยวและผู้ที่มีความสนใจ เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเพื่อประเมินผลการเข้าถึง ความพึงพอใจ และการรับรู้ข้อมูลของสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยใช้ต้นแบบสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ร่วมกับแบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลออนไลน์ มีการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของคอกเรน กรณีที่ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน (Cochran, 1977, as cited in Akakul, 2000)

ที่ระดับความคลาดเคลื่อน ± 5 เท่ากับ 384 คน ด้วยวิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (convenience sampling) แล้วสรุปข้อมูลหาค่าเฉลี่ยความคิดเห็น (mean) ความพึงพอใจที่มีต่อสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว และเปรียบเทียบระดับการรับรู้ก่อนและหลังการทดลองใช้สื่อวีดิทัศน์ด้วย Paired samples t-test

ผลการวิจัย

การนำเสนอผลการศึกษา แยกตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

1. ผลการศึกษาและรวบรวมข้อมูลทุนทางวัฒนธรรม ด้านงานช่างศิลปหัตถกรรม พื้นที่เกาะรัตนโกสินทร์

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรมกับข้อมูลที่ได้จากการลงพื้นที่สำรวจสัมภาษณ์ จากชุมชนต่าง ๆ ตามลักษณะประเภทของงานช่าง และแหล่งที่อยู่ของช่าง พบว่าสามารถสรุปได้เป็น 3 กลุ่มที่สำคัญของสภาพในปัจจุบัน ได้แก่ 1) ชุมชนที่ยังคงมีดำเนินการของงานช่างจากอดีตมาจนถึงปัจจุบัน คือ ชุมชนช่างบาตร (บ้านบาตร) ชุมชนช่างตีทอง (ถนนตีทอง-ตรอกเฟื่องทอง) 2) ชุมชนที่มีการดำเนินการของงานช่างที่ลดลง คือ ชุมชนช่างไม้ (ภูเขาทอง) ช่างทอง การขึ้นรูปเครื่องประดับ (มัสยิดจักรพงษ์) และ 3) ชุมชนที่ไม่มีการดำเนินการของช่างนั้น ๆ แล้ว หรือเปลี่ยนสภาพไปแล้ว คือ ช่างหล่อ หล่อพระ (เสาชิงช้า) ชุมชนช่างเครื่องถม (บ้านพานถม-ไทยนคร) โดยพบว่า การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวถูกลดบทบาทจากการเป็นชุมชนช่างศิลปหัตถกรรมสู่การเป็นเพียงย่านการค้าของงานศิลปหัตถกรรมเหล่านั้นแทน ดังข้อมูลที่ได้สรุปตามตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ข้อมูลสรุปด้านงานช่างศิลปหัตถกรรม เกาะรัตนโกสินทร์ของชุมชนต่าง ๆ

แหล่งข้อมูล	ประเภทงานช่าง ศิลปหัตถกรรม ที่ทำ/จำหน่าย	เทคนิค กระบวนการ วัสดุ	สภาพในปัจจุบัน		
			ยังคงมีดำเนินการ	มีการดำเนินการ ที่ลดลง	ไม่มีแล้ว/เปลี่ยน สภาพไปแล้ว
1. ชุมชนช่างหล่อ หล่อพระ (เสาชิงช้า)					
ทบทวนวรรณกรรม	พระพุทธรูป เทวรูป	หล่อโลหะ			
สำรวจ สัมภาษณ์	รูปสัตว์ ระวังและสังฆภัณฑ์	ไม่มีการหล่อพระ			✓

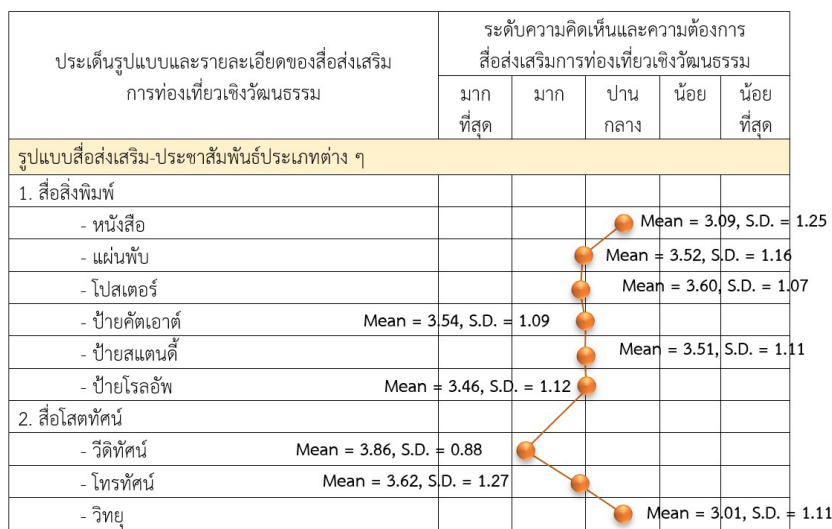
ตารางที่ 2 ข้อมูลสรุปด้านงานช่างศิลปหัตถกรรม เกษัตินโกสินทร์ของชุมชนต่าง ๆ (ต่อ)

แหล่งข้อมูล	ประเภทงานช่าง ศิลปหัตถกรรม ที่ทำ/จำหน่าย	เทคนิค กระบวนการ วัสดุ	สภาพในปัจจุบัน		
			ยังคงมีดำเนินการ	มีการดำเนินการ ที่ลดลง	ไม่มีแล้ว/เปลี่ยน สภาพไปแล้ว
2. ชุมชนช่างบาตร (บ้านบาตร)					
ทบทวนวรรณกรรม	บาตรพระที่ใช้ในกิจของสงฆ์	การขึ้นรูปโลหะ			
สำรวจ สัมภาษณ์	และบาตรที่ทำเป็นของ ที่ระลึก		✓		
3. ชุมชนช่างตีทอง (ถนนตีทอง-ตรอกเฟื่องทอง)					
ทบทวนวรรณกรรม	แผ่นทองคำเปลว	ตีทอง			
สำรวจ สัมภาษณ์			✓		
หมายเหตุ ยังคงมีการดำเนินการ แต่ไม่เปิดเผยให้นักท่องเที่ยวเข้าชม					
4. ชุมชนช่างเครื่องถม (บ้านพานถม-ไทยนคร)					
ทบทวนวรรณกรรม	หัตถกรรมตุ่นลาย พานและ	เครื่องถม			
สำรวจ สัมภาษณ์	เครื่องเงินของใช้ต่าง ๆ	หัตถกรรมตุ่นลาย			✓
5. ชุมชนช่างไม้ (ภูเขาทอง)					
ทบทวนวรรณกรรม	ไม้แปรรูป บางร้านมีการ จำหน่ายวัสดุที่ใช้คู่กับงานไม้	การแกะไม้ กลึงไม้			
สำรวจ สัมภาษณ์	เข้ามาเพิ่มเติม เช่น กาวทาไม้ สีทาไม้ อุปกรณ์ บานประตูต่าง ๆ			✓	
6. ชุมชนช่างทอง การขึ้นรูปเครื่องประดับ (มัสยิดจักรพงษ์)					
ทบทวนวรรณกรรม	เครื่องเงินเครื่องทอง	การขึ้นรูป			
สำรวจ สัมภาษณ์	เครื่องประดับ	เครื่องประดับ		✓	

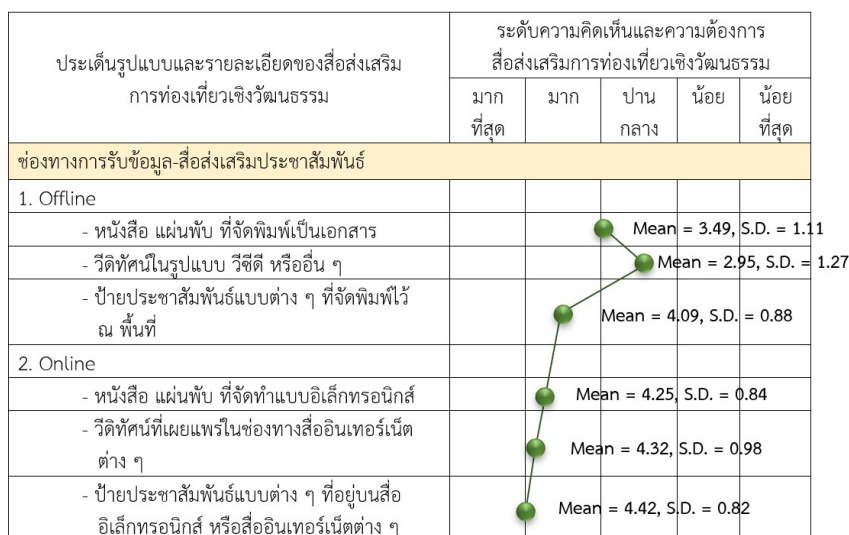
**2. ผลการจัดทำสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
ทั้งของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ**

ผลการศึกษาความต้องการสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว
ของกลุ่มเป้าหมาย จากการเก็บรวบรวมแบบสอบถาม
ความต้องการสื่อ ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยความคิดเห็น
ที่มีต่อความต้องการสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการสื่อรูปแบบวีดิทัศน์มากที่สุด

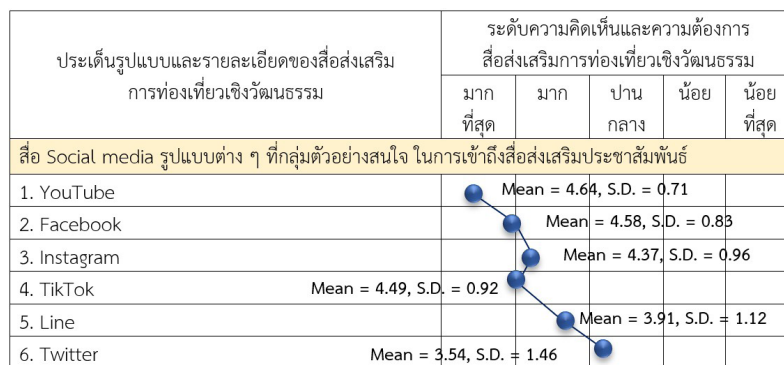
มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็น เท่ากับ 3.86 (ในภาพที่ 2) โดยการ
เข้าถึงด้วยสื่ออิเล็กทรอนิกส์ หรือสื่ออินเทอร์เน็ตต่าง ๆ
สูงที่สุด มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็น เท่ากับ 4.42 และรูปแบบสื่อ
Social media ที่กลุ่มเป้าหมายสนใจในการเข้าถึงสื่อมากที่สุด
คือ YouTube มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็น เท่ากับ 4.64
ดังรายละเอียดในภาพที่ 3 และ 4



ภาพที่ 2 ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นความต้องการรูปแบบสื่อส่งเสริม-ประชาสัมพันธ์ (ที่มา : Khwanrat Chinda)



ภาพที่ 3 ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นและความต้องการช่องทางการรับข้อมูล (ที่มา : Khwanrat Chinda)



ภาพที่ 4 ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นและความต้องการสื่อ Social media ในการเข้าถึงสื่อ (ที่มา : Khwanrat Chinda)

สำหรับผลการจัดทำสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว จากสื่อที่กลุ่มเป้าหมายมีความต้องการสูงที่สุด คือ สื่อวีดิทัศน์ โดยมีกระบวนการในการจัดทำสื่อวีดิทัศน์ แบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 กระบวนการเตรียมการผลิต

กำหนดแนวคิด : เรื่องเล่าสร้างมูลค่าเพิ่ม

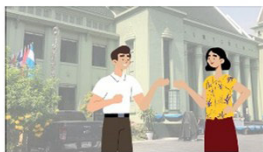
กำหนดวัตถุประสงค์ : บอกเล่าวิถีปัจจุบันย่านการค้า

ย้อนสู่วิถีในอดีต การเปลี่ยนแปลงเศรษฐกิจ สังคม กฎระเบียบ ผลักดันสู่การเปลี่ยนแปลงรูปแบบวิถีย่านจากชุมชนข้างสู่ย่านการค้า

กำหนดกลุ่มเป้าหมาย : นักท่องเที่ยวและคนในชุมชน

กำหนดเนื้อหา : เส้นทางท่องเที่ยว One day with art and craft in Rattanakosin Island

จัดทำบทและ Story board (ดังภาพที่ 5)



1. Visual :
คำอธิบาย : ชินเปิด



2. Visual :
คำอธิบาย : Intro



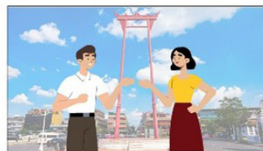
3. Visual :
คำอธิบาย : Voice over + ภาพและข้อความค่อย ๆ ขึ้นมาเหมือนฟลิสม์หนึ่งแก้ว



4. Visual :
คำอธิบาย : Script แนะนำสาขางีปัจจุบัน



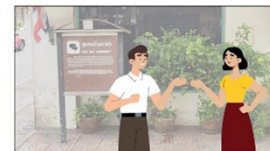
5. Visual :
คำอธิบาย : ตัดเข้าซีนอดีต ขึ้นรูปภาพเก่า



6. Visual :
คำอธิบาย : เกริ่นไปพื้นที่ต่อไป



7. Visual :
คำอธิบาย : ภาพกราฟิก



8. Visual :
คำอธิบาย : เปิดบ้านบาตร



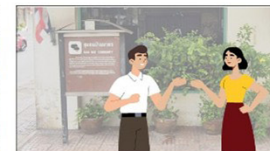
9. Visual :
คำอธิบาย : เล่าการทำบาตรพร้อมวิดีโอประกอบช่างทำบาตรบรรยายสื่อดำภาพตัดเป็นสี่เหลี่ยมอดีต



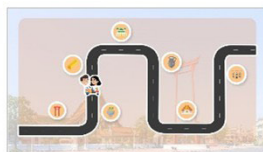
10. Visual :
คำอธิบาย : ภาพวาดความเป็นมาในอดีตประกอบเสียง



11. Visual :
คำอธิบาย : เล่าปัจจุบัน คัดสลับ Insert ภาพสถานที่จริง ผู้คนในบริเวณนั้น และความเป็นอยู่



12. Visual :
คำอธิบาย : เกริ่นไปพื้นที่ต่อไป



13. Visual :
คำอธิบาย : ภาพกราฟิก



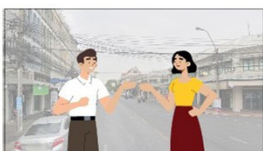
14. Visual :
คำอธิบาย : เปิดซีนถนนตีทอง ภาพบรรยากาศถนนมี Voice over เล่าเรื่อง



15. Visual :
คำอธิบาย : ภาพถนนในปัจจุบันค่อย ๆ เฟสภาพในอดีตเข้ามา คัดเล่าเรื่องในอดีต



16. Visual :
คำอธิบาย : ภาพจริงของเรื่องราวถนนตีทองเล่าประกอบเสียง



17. Visual :
คำอธิบาย : เกริ่นไปพื้นที่ต่อไป



18. Visual :
คำอธิบาย : ภาพกราฟิก



19. Visual :
คำอธิบาย : เปิดมัสยิดจักรพงษ์ / ตระกูลเพื่อทอง / Insert บรรยากาศ



20. Visual :
คำอธิบาย : ตัดต่อ เกริ่นเข้าสู่ประวัติ

ภาพที่ 5 ตัวอย่าง Story board ที่จัดทำ (ที่มา : Khwanrat Chinda)

ขั้นตอนที่ 2 กระบวนการผลิต

1. ประสานงานผู้ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ชุมชนต่าง ๆ นักแสดง ทีมถ่ายทำ แล้วนัดหมายเพื่อลงพื้นที่ตามที่ได้กำหนดไว้ (ดังภาพที่ 6)

2. จัดทำคำบรรยายเป็นภาษาอังกฤษ เพื่อให้สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติได้

3. ตัดต่อและจัดทำไฟล์วิดีโอเพื่อนำสู่การประเมินคุณภาพสื่อฯ



ภาพที่ 6 การลงพื้นที่ถ่ายทำ บันทึกภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหวในการทำสื่อวีดิทัศน์ (ที่มา : Khwanrat Chinda)

ขั้นตอนที่ 3 กระบวนการหลังการผลิต

ภายหลังการตัดต่อสื่อวีดิทัศน์เสร็จสิ้น จึงนำไปประเมินคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญ แล้วแก้ไขตามข้อเสนอแนะ ซึ่งสามารถเข้าถึงวีดิทัศน์ที่ได้จัดทำโดยการสแกน QR code

ตามภาพที่ 7 เพื่อเข้าสู่สื่อวีดิทัศน์ที่เผยแพร่ผ่านช่องทาง YouTube แล้วนำไปใช้ในการประเมินความพึงพอใจกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวและประชาชนในชุมชนต่อไป



QR code Link to VDO

ภาพที่ 7 QR code เพื่อสแกนเข้าสู่สื่อวีดิทัศน์ที่จัดทำ (ที่มา : Khwanrat Chinda)

3. ผลการประเมินผลความพึงพอใจต่อสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้านงานศิลปหัตถกรรม ช่างและศิลปหัตถกรรม พื้นที่เกาะรัตนโกสินทร์

ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่มีต่อสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประเภทวีดิทัศน์ พบว่าความพึงพอใจต่อประเด็นในการประเมินทุกประเด็นอยู่ใน

ระดับดีมาก โดยประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ประเด็นแรก ได้แก่ ความสะดวกในการเข้าถึงสื่อ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ เท่ากับ 4.44 ความเหมาะสมของข้อมูล มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ เท่ากับ 4.43 และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ เท่ากับ 4.42 ดังรายละเอียดในภาพที่ 8

ประเด็นประเมินสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
รูปแบบสื่อส่งเสริม-ประชาสัมพันธ์ประเภทวีดิทัศน์					
ความสมบูรณ์และชัดเจนของข้อมูล					Mean = 4.43, S.D. = 0.60
ความเข้าใจง่าย และกระชับของภาษา					Mean = 4.42, S.D. = 0.67
ความอ่านง่ายของคำบรรยาย					Mean = 4.26, S.D. = 0.74
ความยาวของวีดิทัศน์					Mean = 4.25, S.D. = 0.79
เสียงดนตรี/เพลงประกอบ					Mean = 4.32, S.D. = 0.71
เสียงบรรยาย					Mean = 4.33, S.D. = 0.74
รูปแบบช่องทางการรับรู้ การเข้าถึงสื่อ					Mean = 4.35, S.D. = 0.79
ความสะดวกในวิธีการเข้าถึงสื่อ					Mean = 4.44, S.D. = 0.75
ความหลากหลายของช่องทางการเข้าถึงสื่อ					Mean = 4.24, S.D. = 0.71

ภาพที่ 8 ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อวีดิทัศน์ของกลุ่มเป้าหมาย (ที่มา : Khwanrat Chinda)

สำหรับผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบการรับรู้ก่อนและหลังการทดลองใช้สื่อวีดิทัศน์ของกลุ่มเป้าหมายในประเด็นต่าง ๆ พบว่า ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับชุมชนงานช่างและศิลปหัตถกรรมฯ ก่อนและหลังดูสื่อวีดิทัศน์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่ภายหลังการดูสื่อวีดิทัศน์ (mean = 4.37, S.D. = 0.68) มีการรับรู้สูงกว่าก่อนดูสื่อวีดิทัศน์ (mean = 3.31, S.D. = 1.10) สำหรับความสนใจเกี่ยวกับชุมชนงานช่างและศิลปหัตถกรรมฯ ก่อนและหลังดูสื่อวีดิทัศน์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

โดยที่ภายหลังการดูสื่อวีดิทัศน์ (mean = 4.28, S.D. = 0.69) มีการรับรู้สูงกว่าก่อนดูสื่อวีดิทัศน์ (mean = 3.27, S.D. = 1.16) และการมองเห็นคุณค่าของศิลปหัตถกรรมช่างและศิลปหัตถกรรมก่อนและหลังดูสื่อวีดิทัศน์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่ภายหลังการดูสื่อวีดิทัศน์ (mean = 4.47, S.D. = 0.61) มีการรับรู้สูงกว่าก่อนดูสื่อวีดิทัศน์ (mean = 3.52, S.D. = 0.93) ตามลำดับ ดังรายละเอียดในภาพที่ 9

ประเด็นประเมินสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	ระดับความพึงพอใจ					Sig.
	สื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม					
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
รูปแบบสื่อส่งเสริม-ประชาสัมพันธ์ประเภทวีดิทัศน์						
ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับชุมชนงานช่างและศิลปหัตถกรรม เกษะรัตนโกสินทร์						0.00
ความสนใจเกี่ยวกับชุมชนงานช่างและศิลปหัตถกรรม เกษะรัตนโกสินทร์						0.00
การมองเห็นคุณค่าศิลปหัตถกรรมช่างและศิลปหัตถกรรม เกษะรัตนโกสินทร์						0.00

ค่าเฉลี่ยการรับรู้ก่อนดูวีดิทัศน์

ค่าเฉลี่ยการรับรู้หลังดูวีดิทัศน์



ค่าเฉลี่ยการรับรู้ก่อนดูวีดิทัศน์



ค่าเฉลี่ยการรับรู้หลังดูวีดิทัศน์

ภาพที่ 9 ค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้ก่อนและหลังการทดลองใช้สื่อวีดิทัศน์ของกลุ่มเป้าหมาย (ที่มา : Khwanrat Chinda)

อภิปรายผลการวิจัย

ผลสรุปจากการศึกษาเปรียบเทียบข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรมและการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ พบว่า

วิถีของงานช่างศิลปหัตถกรรม ในปัจจุบันมีหลายสิ่งที่แตกต่างกันไปจากที่มีการบันทึกไว้ในอดีต จากแหล่งผลิตปรับเปลี่ยนไปตามการเปลี่ยนแปลงสู่การเป็นเพียงหน้าร้าน หรือไม่เคย

มีการผลิตงานบางประเภทตามที่เราเก็บข้อมูลกันมาในปัจจุบัน พบว่าการเปลี่ยนแปลงเศรษฐกิจ สังคม กฎระเบียบ ผลักดันสู่การเปลี่ยนแปลงรูปแบบวิถีงานจากชุมชนช่างสู่ย่านการค้า ซึ่งสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจากการวิจัยในครั้งนี้ นำเสนอการบอกเล่าวิถีปัจจุบันที่เป็นย่านการค้าย้อนสู่วิถีในอดีตในรูปแบบเส้นทางท่องเที่ยว 1 วัน ในเกาะรัตนโกสินทร์ ซึ่งผลความพึงพอใจต่อประเด็นในการประเมินทุกประเด็นอยู่ในระดับดีมาก การรับรู้ก่อนและหลังการท่องเที่ยวใช้สื่อวิถีทัศน์ของกลุ่มเป้าหมายในประเด็นต่าง ๆ พบว่า ทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับชุมชนงานช่างและศิลปหัตถกรรมฯ ที่มากขึ้น นอกจากนี้ยังส่งผลให้เกิดความสนใจและเห็นคุณค่าของศิลปหัตถกรรมและศิลปหัตถกรรม เกาะรัตนโกสินทร์ ที่สูงขึ้น เช่นเดียวกับการพัฒนาสื่อวิถีทัศน์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน ตำบลเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง ของ จักรกฤษฏ์ แก้วประเสริฐ และคณะ (Kaewprasert et al., 2021) ซึ่งมีผลประเมินความพึงพอใจของผู้ที่ได้รับชมอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด สามารถนำไปใช้เป็นสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวให้ผู้รับชมเป็นที่รู้จักและเกิดความสนใจในการท่องเที่ยว

ในขณะเดียวกัน การเข้าถึงสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ที่สามารถสื่อสารได้อย่างสะดวกและทันต่อบริบททางสังคมในปัจจุบัน โดยการเข้าถึงด้วยสื่ออิเล็กทรอนิกส์หรือสื่ออินเทอร์เน็ตต่าง ๆ และ YouTube ยังเป็นรูปแบบของสื่อ Social media ที่กลุ่มเป้าหมายสนใจในการเข้าถึงสื่อส่งเสริมประชาสัมพันธ์มากที่สุด และนำมาเป็นช่องทางการนำเสนอสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ที่ทำให้กลุ่มเป้าหมายเข้าถึงได้อย่างสะดวก ส่งผลให้เกิดการรับรู้และความเข้าใจ เห็นคุณค่าของงานช่างศิลปหัตถกรรมได้ดีขึ้นด้วยนั่นเอง

ข้อเสนอแนะ

สื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว นี้ หากได้รับการสนับสนุนการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สู่กลุ่มเป้าหมายที่กว้างขึ้นจากหน่วยงานของรัฐและ/หรือเอกชนที่เกี่ยวข้อง อาทิ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวต่างประเทศ และสถาบันส่งเสริมศิลปหัตถกรรมไทย จะช่วยให้นักท่องเที่ยวต่างชาติเข้าถึงได้มากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ จากการลงพื้นที่สำรวจและเก็บข้อมูลด้านงานช่างศิลปหัตถกรรมในบริบทปัจจุบัน เพื่อการจัดทำสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ยังพบว่ารูปแบบผลงานที่มีมาในอดีตจนถึงปัจจุบันไม่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ดังนั้น การศึกษาวิจัยในอนาคตเพื่อให้

สอดคล้องกับการส่งเสริมพื้นที่ชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวควรศึกษาและพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จะช่วยให้เกิดการพัฒนารอบด้าน ส่งเสริมซึ่งกันและกัน ก่อให้เกิดการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืนต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัย เรื่อง “การศึกษาและรวบรวมข้อมูลทุนทางวัฒนธรรม ด้านงานศิลปหัตถกรรมและศิลปหัตถกรรม เกาะรัตนโกสินทร์ เพื่อการจัดการองค์ความรู้และจัดทำสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมทั้งของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ” ได้รับการสนับสนุนการดำเนินงานโดยสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.) ร่วมกับโครงการวิจัย มูลฐาน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ ประจำปีงบประมาณ 2566 สัญญาเลขที่ FRB6641/2566 รหัสโครงการ 181506

References

- Akakul, T. (2000). **Research methodology in behavioral and social sciences** (ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์). Ubon Ratchathani Rajabhat University.
- Awirutworakul, W. (2010). Enriching Thai culture and wisdom: A case study of cultural tourism (การเพิ่มคุณค่าวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย: กรณีศึกษาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม). **Journal of Economics and Society**, 47(4), 19–24.
- Charoenlak, N., Krudnak, N., & Rueangsri, W. (2024). The promotion of creative tourism and the culture for community development based on multiculturalism: A case study of Suan Phueng district, Ratchaburi province (การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนาชุมชนบนฐานพหุวัฒนธรรม : กรณีศึกษาอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี). **Journal of Innovation for Sustainable Social Development**, 4(1), 60–71.
- Jairassamee, J., Yasaka, P., Kamtal, J., & Senapru, P. (2022). The effect of using digital media via

- community's identity for cultural tourism public relations at Thenmee community in Surin province (ผลการใช้สื่อดิจิทัลโดยใช้อัตลักษณ์ชุมชนเป็นฐานเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ชุมชนบ้านเทนมีย์ จังหวัดสุรินทร์). **Arts and Culture Journal of the Lower Moon River**, 11(1), 1–15.
- Kaewprasert, J., Boonradsamee, B., & Janjampa, R. (2021). The development of video media to promoting community based tourism in Koh Mak subdistrict, Pak Phayun district Phatthalung province (การพัฒนาสื่อวีดิทัศน์ส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน ตำบลเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง). **Journal of Communication Arts Review**, 25(3), 184–195.
- Keitpiriya, S., Busaman, S., Phetcaot, K., & Chaiwong, A. (2020). Secondary city tourism promotion with digital media technology (การส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองด้วยเทคโนโลยีสื่อดิจิทัล). **Journal of MCU Nakhondhat**, 7(12), 436–450.
- Nongkhoo, A. (2020). The behavior and factor in using digital media for marketing that effect the tourists of cultural in Suan Dusit area (พฤติกรรมและปัจจัยด้านสื่อดิจิทัลทางการตลาดที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวในเขตพื้นที่สวนดุสิต). **Research and Development Journal Suan Sunandha Rajabhat University**, 12(2), 1–15.
- Parmotmuang, M., Tunprawat, C., & Thongsri, K. (2022). Creativity media promotion of cultural tourism traditional “KUM FAH” Thai culture Lopburi (การสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประเพณี “กำฟ้า” สืบสานวัฒนธรรมไทยพวน จังหวัดลพบุรี). **Rajamangala University of Technology Tawan-ok Social Science Journal**, 11(2), 83–97.
- Phongsai, S., Sudadet, M., & Nawatong, K. (2022). Malai Laikram bag: Value culture to value, creative souvenirs for tourism in Rattanakosin Island (กระเป๋าผ้าลายคราม : วัฒนธรรมคุณค่าสู่มูลค่าของที่ระลึกเชิงสร้างสรรค์เพื่อการท่องเที่ยวในเกาะรัตนโกสินทร์). **Journal of Sustainable Home Economics and Culture**, 4(1), 11–29.
- Prachachat. (2021, May 2). **Open research on the impact of “Covid” and the direction of “tourism” in the future (เปิดวิจัยผลกระทบ “โควิด” กับ ทิศทาง “ท่องเที่ยว” ในอนาคต)**. <https://www.prachachat.net/tourism/news-659616>
- Thai Junior Encyclopedia Foundation by His Majesty King Bhumibol Adulyadej the Great. (1992). Crafts and craftsmanship villages (การช่างและหมู่บ้านช่าง). In **Thai encyclopedia for youth volume 16 (Compiled ed.) (สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน เล่ม 16 (รวมเล่ม))** (pp. 192–215). Thai Junior Encyclopedia Foundation by His Majesty King Bhumibol Adulyadej the Great. <https://shorturl.asia/1w7sS>
- Sarayan, M. (2021). Creation of video for promotion of tourism in Ban Nai Dong, Tha Yang district (การสร้างสื่อวีดิทัศน์เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านไฉด อำเภอท่าช้าง จังหวัดเพชรบุรี). **Journal of Communication Arts Sukhothai Thammathirat Open University**, 11(1), 1–12.
- Živković, R., Gajić, J., & Brdar, I. (2014). The impact of social media on tourism. In **SINTEZA 2014 – Impact of the internet on business activities in Serbia and worldwide** (pp. 758–761). Univerzitet Singidunum. <https://doi.org/10.15308/sinteza-2014-758-761>