Journal of Arts and Thai Studies Vol.45 No.1 Research Article

eISSN: 2774-1419 https://so08.tci-thaijo.org/index.php/artssu/index

Designing Tourist Information and Media Promotion for OTOP to Develop 'Nawatwithi' Tourism for the Lao Krang Ethnic Group in Nakohn Pathom

การออกแบบสื่อสารสนเทศการท่องเที่ยวและสื่อส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวนวัตวิถีกลุ่มชาติพันธุ์ลาวครั่งในจังหวัดนครปฐม

Sirinya Arayajaru* **Nucharee Boonsringam** **Nipa Phonsongkroh**

ศิริญญา อารยะจารุ **นุชรี บุญศรีงาม** **นิพา ผลสงเคราะห์**

Faculty of Humanities and Social Science, Nakhon Pathom Rajabhat University, Thailand

Corresponding author*
e-mail: sirinya009@gmail.com

Received 10-04-2021
Revised 28-08-2021
Accepted 03-01-2022

Abstract

The objectives of this research were 1) to study community identity, community products and 'Nawatwithi' tourism of Lao Khrang ethnic group in Nakhon Pathom province, and 2) to design tourism information media and promotional media for community products in order to develop 'Nawatwithi' tourism of the Lao Khrang ethnic group in Nakhon Pathom province. Data was collected from relevant research and from interviews with community representatives. The findings indicated that the identity of the Lao Krang community in Nakhon Pathom province was unique. There were interesting tourist attractions and unique community products which reflected the identity of the Lao Khrang community. The PR media for tourism promotion included 1) electronic books, 2) LINE stickers, 3) a website, 4) product packaging, and 5) motion graphics. These materials convey the identity of Lao Krang community in Nakhon Pathom province. The assessment of information media by experts using Index of Consistency (IOC) found that the designing of the media should consider the community first and foremost. The accuracy of community information and illustrations that convey the identity of Lao Khrang should be checked carefully. The satisfaction survey of 100 local people in the community found the means ($\bar{X}$) as follows: 1) electronic books ($\bar{X}$) = 4.63, S.D. = 0.46, 2) Line stickers ($\bar{X}$) = 4.53, S.D. = 0.60, 3) website ($\bar{X}$) = 4.49, S.D. = 0.63, 4) product packaging ($\bar{X}$) = 4.53, S.D. = 0.57, and 5) motion graphics ($\bar{X}$) = 4.55, S.D. = 0.53.

Keywords: information media, promotional media, Nawatwithi, Lao Khrang

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาอัตลักษณ์ชุมชน ผลิตภัณฑ์ชุมชน และการท่องเที่ยว นวัตวิถีกลุ่มชาติพันธุ์ลาวครั่งในจังหวัดนครปฐม 2) เพื่อออกแบบสื่อสารสนเทศการท่องเที่ยวและสื่อส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวนวัตวิถีกลุ่มชาติพันธุ์ลาวครั่งในจังหวัดนครปฐม โดยการรวบรวมข้อมูลจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและจากการสัมภาษณ์กับ

ตัวแทนชุมชน ผลการวิจัย พบว่าอัตลักษณ์ชุมชนลาวครั่งจังหวัดนครปฐมนั้น มีความโดดเด่น และมีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ และผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีอัตลักษณ์ของชุมชนลาวครั่ง โดยมีสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว คือ 1) หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ 2) ไลน์สติกเกอร์ 3) เว็บไซต์ 4) บรรจุภัณฑ์ 5) โมชั่นกราฟิก ซึ่งแสดงความเป็นอัตลักษณ์ชุมชนลาวครั่งจังหวัดนครปฐม การประเมินสื่อสารสนเทศโดยผู้เชี่ยวชาญ (IOC) พบว่า ด้านการออกแบบควรคำนึงถึงชุมชนเป็นสำคัญ และให้ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลชุมชนและภาพประกอบที่สื่อถึงอัตลักษณ์ความเป็นลาวครั่งให้มากที่สุด และจากสำรวจความพึงพอใจของคนในชุมชน 100 คน พบว่า ผลงานการออกแบบ ทั้ง 5 ผลงาน คือ 1) หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) = 4.63 S.D. = 0.46 2) ไลน์ สติกเกอร์ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) = 4.53 S.D. = 0.60 3) เว็บไซต์ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) = 4.49 S.D. = 0.63 4)บรรจุภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) = 4.53 S.D. = 0.57 5) โมชั่นกราฟิก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) = 4.55 S.D. = 0.53

คำสำคัญ: สื่อสารสนเทศ สื่อส่งเสริมการขาย นวัตวิถี ลาวครั่ง

บทนำ

รัฐบาลมีมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 16 มกราคม 2561 ให้มีการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ภายใต้เป้าหมายการนำพาประเทศก้าวข้ามประเทศที่มีรายได้ปานกลางไปสู่ การมีรายได้สูง ก้าวสู่การบรรลุเป้าหมาย “มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน” ภายใต้การพัฒนาระบบเศรษฐกิจฐานรากให้ประชาชนอยู่ดีกินดี หนึ่งในแผนงานที่จะขับเคลื่อนงานดังกล่าวคือการดำเนินการพัฒนาหมู่บ้านท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถีการพัฒนาหมู่บ้าน OTOP นวัตวิถีนั้นคือการสร้างชุมชนแห่งการท่องเที่ยว ให้เกิดกระแสการท่องเที่ยวในชุมชนรายได้หมุนเวียนกระจายสู่ชุมชนสามารถยกระดับสู่การจำหน่าย เป็นการดึงเสน่ห์ชุมชน ค้นหาอัตลักษณ์ชุมชน เพื่อนำเสนอสู่นักท่องเที่ยวและค้นหาภูมิปัญญาท้องถิ่นผสมผสานให้เกิดคุณค่า นำไปสู่การมีมูลค่าในเชิงเศรษฐกิจ มุ่งพัฒนาโอท็อปรูปแบบใหม่เน้นการสร้างรายได้จากความต้องการของชุมชน เพื่อสร้างเศรษฐกิจฐานรากที่มั่นคงให้ประชาชนสามารถพึ่งพาตนเองได้เกิดการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว และชาวบ้านสามารถขายสินค้าภายในชุมชน มีการเรียนรู้ภูมิปัญญาชาวบ้านและผสมผสานกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ โดยมีความคิดสร้างสรรค์เป็นแรงขับเคลื่อน (Chirinang, Raktham, & Somporn, 2020)

จังหวัดนครปฐมเป็นเมืองที่มีความหลากหลายของเชื้อชาติ ด้วยสภาพภูมิประเทศที่เป็นที่ราบลุ่มแม่น้ำท่าจีน มีความอุดมสมบูรณ์มีผู้คนหลากหลาย เป็นศูนย์รวมทางวัฒนธรรม และความแตกต่างของวัฒนธรรมแต่ละเชื้อชาติ เกิดหลอมรวมทางวัฒนธรรมจนกลายเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่น เช่น คนไทยภาคกลางพื้นถิ่น ชาวไทยจีน ชาวไทยทรงดำ (โซ่ง) ชาวลาวครั่ง ชาวเขมร และชาวไท-ยวน จากการสำรวจพบว่าแหล่งที่อยู่อาศัยของชาวลาวครั่งในจังหวัดนครปฐม กระจายอยู่ตามอำเภอต่าง ๆ ดังนี้ อำเภอเมืองนครปฐม อำเภอกำแพงแสน อำเภอนครชัยศรี อำเภอบางเลน อำเภอดอนตูม คนไทยเชื้อสายลาวครั่ง มีวัฒนธรรมขนบธรรมเนียมเป็นเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่นเป็นของตนเอง ได้แก่ ภาษา การแต่งกาย ประเพณี พิธีกรรม ความเชื่อ ต่าง ๆ โดยได้ปฏิบัติ และสืบต่อกันมาเป็นระยะเวลายาวนานสิ่งที่ดึงดูดความสนใจของผู้พบเห็นทั่วไป คือ การแต่งกาย การทอผ้า (Ministry of Culture, 2017) ปัจจุบันการทอผ้ายังคงมีอยู่ให้เห็น สืบต่อกันจากรุ่นสู่รุ่น วัฒนธรรมการทอผ้าของกลุ่มชาติพันธุ์ มีบทบาทสำคัญต่อสังคม ผ้าคือการแสดงสถานภาพของชุมชนนั้น ๆ และแสดงถึงอัตลักษณ์ชุมชนที่มีความงดงามละเอียดประณีต บ่งบอกถึงความสามารถของชุมชน (Aunchanum & Pragwattanakul, 2020) อัตลักษณ์ชุมชนเป็นผลรวมของลักษณะเฉพาะของสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งทำให้สิ่งนั้นเป็นที่รู้จักหรือจำได้ มีคุณลักษณะเฉพาะตัวซึ่งเป็นตัวบ่งชี้ลักษณะเฉพาะตัวของบุคคล สังคม ชุมชน หรือประเทศนั้น เช่น เชื้อชาติ ภาษา วัฒนธรรมท้องถิ่น และศาสนา (Saengduangdee et. al., 2019)

การนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชน มีความสำคัญในสังคมปัจจุบันเป็นอย่างมาก โดยเทคโนโลยีสารสนเทศสามารถประยุกต์ใช้ประโยชน์ในการจัดบริการสังคมพื้นฐานในขบวนการพัฒนาสังคม สารสนเทศเข้ามามีบทบาทในด้านเศรษฐกิจโดยสามารถนำมาประยุกต์ใช้ประโยชน์และเพิ่มขีดสามารถในปัจจุบัน เป็นยุคแห่งเทคโนโลยีสารสนเทศ

และการสื่อสาร การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและการติดต่อสื่อสารทำได้อย่างสะดวกรวดเร็วผ่านระบบอินเตอร์เน็ต ที่ครอบคลุมเทคโนโลยีถูกนำมาประยุกต์กับหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็นการศึกษา ธุรกิจ รวมถึงการท่องเที่ยว (Sriwichai et. al., 2017)

การพัฒนาสื่อสารสนเทศจะช่วยให้เกิดการบริโภคและการเข้าถึงชุมชนลาวครั่งที่มากขึ้นและนำความเจริญสู่ชุมชนด้วยสื่อสารสนเทศ ผ่านทางเว็บไซต์และโปรแกรมประยุกต์บนสื่อต่าง ๆ และมีการเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต เป็นหนทางหรือวิถีทางในการนำข่าวสารของชุมชน อัตลักษณ์ชุมชน วิถีชีวิตของชุมชน ที่ต้องการประชาสัมพันธ์ไปสู่ผู้บริโภค เพื่อให้ผู้อื่นได้เข้ามารับชมและแสดงความคิดเห็น ใช้เป็นสื่อในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ชุมชนของตนเอง ช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้นักท่องเที่ยว เมื่อผู้วิจัยได้ลงพื้นที่และสืบค้นจากฐานข้อมูลเรื่องช่องทางการประชาสัมพันธ์ของชุมชนลาวครั่งแล้ว พบว่าชุมชนลาวครั่งในจังหวัดนครปฐมยังขาดสื่อสารสนเทศการท่องเที่ยวและสื่อส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ชุมชน ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเรื่อง การออกแบบสื่อสารสนเทศการท่องเที่ยวและสื่อส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวนวัตวิถีกลุ่มชาติพันธุ์ลาวครั่งในจังหวัดนครปฐม ตามยุทธศาสตร์ใหม่ซึ่งส่งผลดีกับนโยบายของรัฐบาล ในการสร้างความมั่นคงให้กับเศรษฐกิจฐานรากและเพื่อลดความเหลื่อมล้ำของสังคมให้เกิดชุมชนเข้มแข็ง

การพัฒนาอัตลักษณ์ชุมชนด้วยสื่อสารสนเทศและสื่อส่งเสริมการขาย

แนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์ (Identity) อัตลักษณ์ตามพจนานุกรมภาษาอังกฤษ ไทย คำว่า Identity คือ บุคลิกลักษณะ, ลักษณะพิเศษ, ลักษณะเฉพาะ, เอกลักษณ์ อัตลักษณ์ซึ่งตรงกับความหมายของคำนี้ในพจนานุกรมภาษาอังกฤษ คือ สิ่งที่เป็นคุณสมบัติของคนหรือสิ่งหนึ่ง เป็นคุณสมบัติเฉพาะบุคคลหรือสิ่งนั้น ที่ทำให้โดดเด่นขึ้นมาหรือมีความแตกต่างจากสิ่งอื่น (The Royal Institute of Thailand, 2011) แต่ในปัจจุบันความหมายนี้ได้แปรเปลี่ยนไป แนวโน้มทางทฤษฎียุคหลังสมัยใหม่ (Postmodernism) ทำให้เกิดการตั้งคำถามอย่างมากกับวิธีการมองโลกการเข้าถึง ความจริง ของสิ่งต่าง ๆ รวมทั้งสิ่งที่เชื่อกันว่าเป็นความจริงที่เป็นแก่นแกนของปัจเจกบุคคล วิธีคิดในกระแสนี้รื้อถอนความเชื่อเกี่ยวกับคุณสมบัติแก่นแกนของปัจเจกภาพ ความเป็นปัจเจกกลายเป็นเรื่องของการนิยามความหมายซึ่งสามารถเลื่อนไหลเปลี่ยนแปลงไปตามบริบท อัตลักษณ์เป็นมโนทัศน์ที่คาบเกี่ยวสัมพันธ์กับวิชาหลายแขนงทางด้านสังคมศาสตร์ คือ สังคมวิทยามนุษย์วิทยา จิตวิทยา และปรัชญา อัตลักษณ์มีความสำคัญ เนื่องจากเป็นปริมณฑลเชื่อมต่อระหว่างขั้วทั้งสอง ในด้านหนึ่งอัตลักษณ์ คือ ความเป็นปัจเจก ที่เชื่อมต่อ และสัมพันธ์กับสังคม (Fuengfusakul, 2003)

สื่อสารสนเทศและสื่อส่งเสริมการขาย Puntatong, Phirasant & Soodsang (2012) กล่าวว่า สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ต้องจัดทำให้มีลักษณะที่เมื่อคนเห็นแล้วเกิดอารมณ์ปรารถนาอยากจะหยิบอยากจะอ่าน ติดตามตั้งแต่หน้าแรกจนถึงหน้าสุดท้าย โดยให้เทคนิคความคิด การออกแบบให้สี ฯลฯ มีรสนิยมดี มีสาระให้ความรู้สติปัญญา นักท่องเที่ยวมีความเห็นในด้านรูปแบบตัวอักษรเหมาะสม ว่ามีความเหมาะสมน้อยกว่าด้านอื่น ๆ อาจเป็นเพราะขนาดของตัวอักษรมีขนาดเล็กเกินไป และรูปแบบของตัวอักษรมีความหลากหลายน้อยเกินไป จึงทำให้อ่านข้อความยาก และรูปแบบของตัวอักษรขาดความจูงใจในการอ่าน และการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ควรมีการจัดวางร่วมกับข้อมูลรายละเอียด ตราสัญลักษณ์ ควรมีรายละเอียดที่เข้าใจง่าย รวมทั้งการจัดวางองค์ประกอบของกราฟิกให้มีความสวยงาม และแสดงถึงอัตลักษณ์

การพัฒนาสื่อสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการขายนั้น Suadate, (2016) ได้ศึกษากระบวนการส่งเสริมการขายสินค้าชุมชนผ่านช่องทางระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ พบว่าปัจจัยที่ทำให้ผู้บริโภคเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ คือ ควรมีข้อมูลของผลิตภัณฑ์ที่ถูกต้องชัดเจน รองลงมาคือภาพประกอบของผลิตภัณฑ์ที่สื่อถึงผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด และเมื่อมีการจัดจำหน่ายแล้ว ต้องมีการประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นสิ่งที่ให้ความสำคัญสำหรับการส่งเสริมการขาย

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ชุมชน ผลิตภัณฑ์ชุมชน และการท่องเที่ยวนวัตวิถีกลุ่มชาติพันธุ์ลาวครั่งในจังหวัดนครปฐม
2. เพื่อออกแบบสื่อสารสนเทศการท่องเที่ยวและสื่อส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวนวัตวิถีกลุ่มชาติพันธุ์ลาวครั่งในจังหวัดนครปฐม

วิธีดำเนินการวิจัย

กรอบแนวคิดงานวิจัย (Conceptual Framwork)

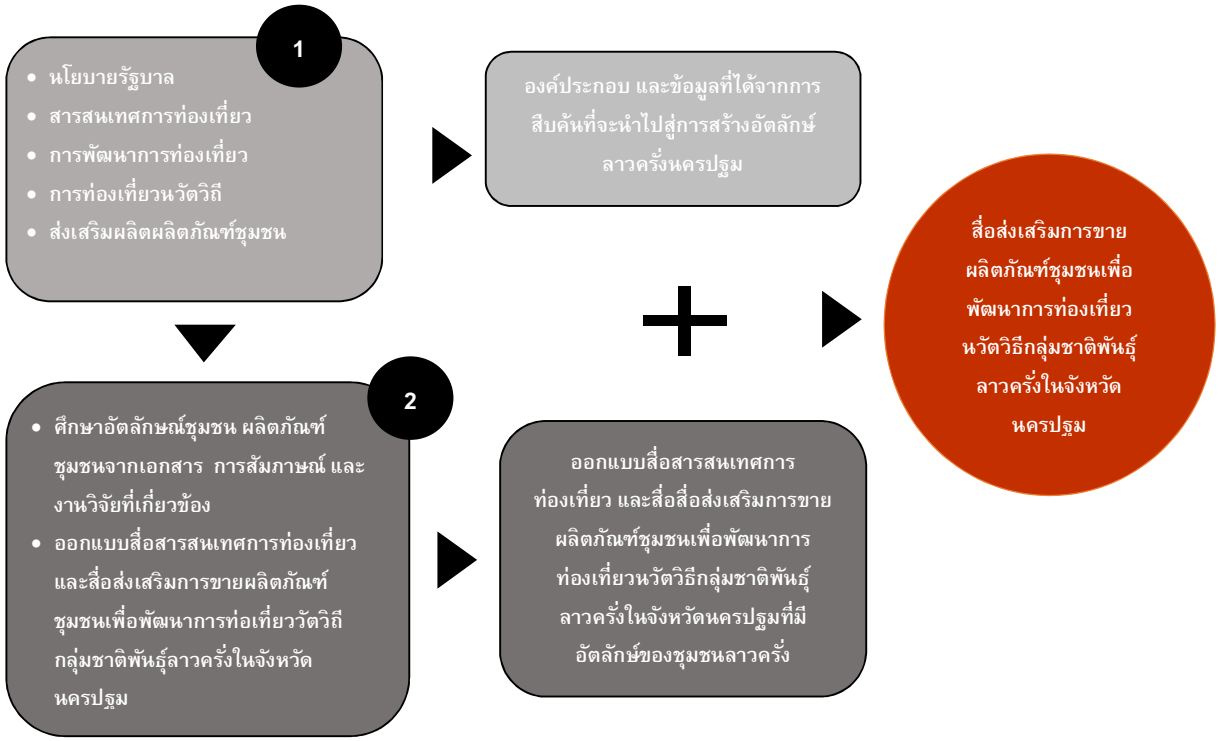

Figure 1 Research conceptual framework, resource: developed by researcher

การทำวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ชุมชน ผลิตภัณฑ์ชุมชน และเพื่อออกแบบสื่อสารสนเทศการท่องเที่ยวและสื่อส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวนวัตวิถีกลุ่มชาติพันธุ์ลาวครั่งในจังหวัดนครปฐม มีขั้นตอนการดำเนินงานวิจัยดังนี้ 1) ลงพื้นที่ชุมชนลาวครั่งในจังหวัดนครปฐม เพื่อรวบรวมอัตลักษณ์ชุมชน วิถีการดำเนินชีวิต ผลิตภัณฑ์ชุมชน ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว ร้านอาหาร ที่พัก โปรแกรมเที่ยว กลุ่มนำเที่ยว และผู้ประกอบการในชุมชน ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบการสังเกต 2) การพัฒนาสื่อสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวฯ โดยการสนทนากลุ่ม (Focus group) ใช้การคัดเลือกจากผู้ที่มีองค์ความรู้ในชุมชน จำนวน 5 ชุมชน โดยการลงพื้นที่ทีละชุมชน แต่ละชุมชน ร่วมกันคัดกรองแหล่งท่องเที่ยวเพื่อประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักแก่นักท่องเที่ยว 3) นำข้อมูล ที่ได้มาวิเคราะห์ เรียบเรียง ตรวจสอบความถูกต้องกับชุมชน 4) ออกแบบและพัฒนา สื่อสารสนเทศที่มีความสวยงามน่าสนใจ และสื่อถึงอัตลักษณ์ชุมชนลาวครั่ง 5) ทดสอบการใช้งานและปรับปรุงก่อนการนำไปใช้งานจริง 6) ตรวจสอบหาคุณภาพ (IOC) จากผู้เชี่ยวชาญ ด้านสารสนเทศจำนวน 3 ท่าน ในด้านเนื้อหาข้อมูล การออกแบบสื่อสารสนเทศ 7) ประเมินความพึงพอใจต่อความสวยงามของสื่อสารสนเทศที่แสดงความเป็นอัตลักษณ์ชุมชนลาวครั่งจังหวัดนครปฐม โดยจะศึกษาอัตลักษณ์ลาวครั่งจังหวัดนครปฐม และวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ของชุมชนลาวครั่งจังหวัดนครปฐม โดย

เก็บรวบรวมข้อมูลภาคเอกสาร และข้อมูลเพื่อการออกแบบ ใช้วิธีการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนร่วมในชุมชน โดยผู้วิจัยจะใช้ตัวแทนชุมชนที่ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ และใช้แบบสอบถามผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ตามกิจกรรม ดังนี้

กิจกรรมที่ 1 การรวบรวมและการมีส่วนร่วมของชุมชนในการคัดกรองทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวชุมชนลาวครั่งในจังหวัดนครปฐมและผลิตภัณฑ์ในชุมชน

กิจกรรมที่ 2 การวิเคราะห์เรียบเรียงข้อมูล อัตลักษณ์ลาวครั่ง และผลิตภัณฑ์ในชุมชนลาวครั่ง

กิจกรรมที่ 3 การออกแบบสื่อสารสนเทศการท่องเที่ยวและสื่อส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ชุมชน

กิจกรรมที่ 4 การทดสอบการใช้งานและปรับปรุงก่อนการนำไปใช้งานจริง

กิจกรรมที่ 5 การตรวจสอบหาคุณภาพ (IOC) จากผู้เชี่ยวชาญ ด้านสารสนเทศจำนวน 3 ท่าน ในด้านเนื้อหาข้อมูลการออกแบบสื่อสารสนเทศ

กิจกรรมที่ 6 การประเมินความพึงพอใจต่อการออกแบบสื่อสารสนเทศแหล่งท่องเที่ยว โดยผู้เชี่ยวชาญและตัวแทนชุมชนลาวครั่ง

1. วิธีการเก็บรวมรวมข้อมูล

1.1 ข้อมูลประเภทเอกสาร

เก็บรวบรวมข้อมูลจากหนังสือ บทความที่เกี่ยวกับเรื่องวิถีชีวิต อัตลักษณ์ชุมชน การท่องเที่ยวในชุมชน ของชุมชนลาวครั่งในจังหวัดนครปฐม ศึกษาด้านทฤษฎีหลักการออกแบบสื่อสารสนเทศสำหรับการท่องเที่ยวเก็บรวบรวมข้อมูลจากการวิเคราะห์ตัวอย่างผลงานสื่อสารสนเทศสำหรับการท่องเที่ยว 40 ตัวอย่าง เก็บรวบรวมข้อมูลจากการวิเคราะห์ ตัวอย่างผลงานสื่อส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ชุมชน 10 ตัวอย่าง การวิจัยนี้ได้รับการรับรอง คณะอนุกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม เลขที่ 009/2563

1.2 ข้อมูลประเภทบุคคล

เก็บข้อมูลกรณีศึกษาประเภทบุคคลแบบเจาะจง ใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก สัมภาษณ์ประชาชน ปราชญ์ท้องถิ่นพระสงฆ์และผู้นำชุมชนลาวครั่งในจังหวัดนครปฐม โดยสอบถามเกี่ยวกับวิถีชีวิต วัฒนธรรมประเพณี การท่องเที่ยวใน จำนวน 5 ชุมชน และสัมภาษณ์ตัวแทนที่ชุมชน จำนวน 5 คน โดยการลงพื้นที่ทีละชุมชน โดยการสนทนากลุ่ม (Focus group)

2. เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล

แบบสัมภาษณ์ การเก็บข้อมูลในชุมชนลาวครั่ง สอบถามเกี่ยวกับข้อมูลในชุมชน โดยใช้คำถามที่สื่อถึง แนวคิดอัตลักษณ์ชุมชนตามกรอบวิถีวัฒนธรรม 8 ประการ มาใช้ในการวิเคราะห์อัตลักษณ์ชุมชนลาวครั่ง ประกอบด้วย 1) อาหาร 2) การแต่งกาย 3) ที่อยู่อาศัย 4) ประเพณี 5) ภาษา 6) อาชีพ 7) ความเชื่อ และ 8) ศิลปะท้องถิ่น (The Ministry of Interior, 2018)

ผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ชุมชน ผลิตภัณฑ์ชุมชน และการท่องเที่ยวนวัตวิถีกลุ่มชาติพันธุ์ลาวครั่งในจังหวัดนครปฐม 2. เพื่อออกแบบสื่อสารสนเทศการท่องเที่ยวและสื่อส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวนวัตวิถีกลุ่มชาติพันธุ์ลาวครั่งในจังหวัดนครปฐม

1. สรุปผลวิจัยการศึกษาอัตลักษณ์ชุมชน ผลิตภัณฑ์ชุมชน และการท่องเที่ยวนวัตวิถีกลุ่มชาติพันธุ์ลาวครั่งในจังหวัดนครปฐม ได้ดังนี้ ชุมชนลาวครั่งในจังหวัดนครปฐมยังมีการรวมกลุ่มกัน และยังคงมีวัฒนธรรมประเพณีดังที่บรรพบุรุษได้มอบให้สืบต่อกันมาจนถึงปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นการแต่งกาย ภาษา อาหาร และวิถีชีวิต และยังมีการสืบทอดประเพณี เช่น ประเพณี แห่ธงสงกรานต์ประเพณีบุญกลางบ้าน มีการทอผ้าและศูนย์การเรียนรู้ที่แสดงถึงวิถีชีวิตและวัฒนธรรมลาวครั่งเพื่อส่งเสริมให้คนในชุมชนเกิดรายได้

2. สรุปผลวิจัยการออกแบบสื่อสารสนเทศการท่องเที่ยวและสื่อส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวนวัตวิถีกลุ่มชาติพันธุ์ลาวครั่งในจังหวัดนครปฐม ได้ดังนี้ จากการสำรวจความต้องการและการสัมภาษณ์ ด้านกระแสการท่องเที่ยวชุมชน และความต้องการสื่อของชุมชน ผู้วิจัยจึงได้สรุป สื่อที่จะดำเนินการออกแบบได้ดังนี้ 1. หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ 2. ไลน์สติกเกอร์ 3. เว็บไซต์ 4. บรรจุภัณฑ์ 5. โมชั่นกราฟิก ซึ่งผลงานการออกแบบทุกชิ้น จะแสดงความเป็นอัตลักษณ์ชุมชนลาวครั่งจังหวัดนครปฐม ผลการประเมินความพึงพอใจต่อการออกแบบสื่อสารสนเทศแหล่งท่องเที่ยวและสื่อส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยผู้เชี่ยวชาญ โดยสรุปคือ มีการแนะนำเรื่องการออกแบบเพิ่มเติมโดยคำนึงถึงชุมชนเป็นสำคัญ และให้ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลชุมชนและภาพประกอบที่สื่อถึงอัตลักษณ์ความเป็นลาวครั่งให้มากที่สุด

ผลงานการออกแบบ

1. หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ แนวคิดในการออกแบบคือ ต้องการจะสื่อสารด้านข้อมูลประวัติความเป็นมาของชุมชนลาวครั่งโดยใช้ภาพประกอบในการสื่อสารและมีแผนที่ท่องเที่ยวชุมชนลาวครั่งในจังหวัดนครปฐม

Figure 2 Electronic books (e-books) design

(**Source:** Arayajaru, 2021)

2. ไลน์สติกเกอร์ แนวคิดในการออกแบบคือ ต้องการนำเสนอความเป็นเอกลักษณ์ด้านภาษาถิ่นของชุมชนลาวครั่ง และต้องการใช้สื่อที่เข้าถึงผู้คนได้ง่ายและรวดเร็ว

Figure 3 LINE stickers design

(**Source:** Arayajaru, 2021)

3. เว็บไซต์ แนวคิดในการออกแบบคือ ต้องการใช้เป็นสื่อกลางในการรวมกลุ่ม ของชาวลาวครั่งนครปฐม เพื่อจำหน่ายสินค้าชุมชน และให้ผู้ที่สนใจได้ศึกษาข้อมูล โดยใช้ภาพประกอบจริงและภาพประกอบที่วาดขึ้น เพื่อแสดงถึงข้อมูลที่ชัดเจน

Figure 4 Website design

(**Source:** Arayajaru, 2021)

4. บรรจุภัณฑ์ แนวคิดในการออกแบบคือ ต้องการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อให้เป็นที่น่าสนใจ และแสดงความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชนลาวครั่ง ด้วยเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ โดยการใช้สีแดงที่สื่อถึงความเป็นลาวครั่ง

Figure 5 Packaging design

(**Source:** Arayajaru, 2021)

5. โมชั่นกราฟิก แนวคิดในการออกแบบคือ ต้องการใช้สื่อที่สามารถเข้าถึงง่าย ด้วยการใช้เสียงภาคและภาพประกอบเสียงที่มีการเคลื่อนไหวได้เพื่อเพิ่มความน่าสนใจในตัวสื่อ

Figure 6 Motion graphics design

(**Source:** Arayajaru, 2021)

3. ผลประเมินความพึงพอใจต่อสื่อสารสนเทศที่แสดงความเป็นอัตลักษณ์ชุมชนลาวครั่งจังหวัดนครปฐม โดยนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ และผู้สนใจทั่วไป จำนวน 100 คน พบว่า ผลงานการออกแบบ ทั้ง 5 ผลงาน คือ 1. หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) = 4.63 S.D. = 0.46 2. ไลน์สติกเกอร์ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) = 4.53 S.D. = 0.60 3. เว็บไซต์ มีค่าเฉลี่ย

($\bar{X}$) = 4.49 S.D. = 0.63 4.บรรจุภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) = 4.53 S.D. = 0.57 5. โมชั่นกราฟิก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) = 4.55 S.D. = 0.53 ดังตารางที่ 1 โดยผลงานออกแบบหนังสืออิเล็กทรอนิกส์มีผู้สนใจมากที่สุด

Table 1: The graphic designs satisfaction in relation to presenting of Lao Krang identity, Nakorn Pathom among tourists, entrepreneurs, and interested person (N=100)

Question lists	Electronic books		Line sticker		Website		Packaging		Motion graphics	
	($\bar{X}$)	S.D.	($\bar{X}$)	S.D.	($\bar{X}$)	S.D.	($\bar{X}$)	S.D.	($\bar{X}$)	S.D.
1. สื่อมีความน่าสนใจ (The media is interesting)	4.36	0.48	4.36	0.48	4.65	0.47	4.36	0.48	4.36	0.48
2. เนื้อหาถูกต้อง เข้าใจง่าย (The content is accurate and easy to understand)	4.90	0.30	4.32	0.90	4.31	0.83	4.44	0.85	4.49	0.71
3. ขนาดตัวอักษรเหมาะสม (Font size is appropriate)	4.67	0.47	4.56	0.68	4.29	0.78	4.54	0.70	4.35	0.70
4. ภาพประกอบชัดเจน เหมาะสมกับสื่อ (The illustrations are clear and appropriate to the media)	4.63	0.48	4.61	0.49	4.53	0.64	4.71	0.45	4.65	0.51
5. ภาพประกอบสื่อถึงอัตลักษณ์ (The illustrations convey the identity)	4.58	0.49	4.72	0.45	4.58	0.49	4.58	0.49	4.58	0.49
6. ภาพประกอบและเนื้อหาสัมพันธ์กัน (The illustrations and content are relevant)	4.88	0.32	4.51	0.77	4.24	1.00	4.37	0.76	7.79	0.40
7. สีตัวอักษรสวยงาม (The font colour is beautiful)	5.59	0.57	4.59	0.57	4.59	0.57	4.59	0.57	4.59	0.57
8. ขนาดของสื่อเหมาะสม (The media size is appropriate)	4.60	0.49	4.58	0.53	4.56	0.57	4.60	4.49	4.60	0.49
9. โครงสร้างการจัดวางข้อมูลและภาพเหมาะสม (The composition of the content and illustrations are appropriate)	4.57	0.49	4.57	0.49	4.62	0.48	4.57	0.49	4.57	0.49
10. ปริมาณเนื้อหาเหมาะสม (The amount of the content is appropriate)	4.58	0.49	4.48	0.65	4.58	0.49	4.63	0.48	4.58	0.49
เฉลี่ยรวม (Average)	**4.63**	**0.46**	**4.53**	**0.60**	**4.49**	**0.63**	**4.53**	**0.57**	**4.55**	**0.53**

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยพบว่า 1) อัตลักษณ์ชุมชนลาวครั่งจังหวัดนครปฐมนั้น มีความโดดเด่น และมีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีความน่าสนใจ สอดคล้องกับการศึกษาของ Puntatong Phirasant & Soodsang, (2012) กล่าวว่า การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนช่วยส่งเสริมและสร้างภาพลักษณ์และสื่อสามารถช่วยเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและความเข้าใจ สื่อส่งเสริมและสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของแหล่งชุมชน และยังช่วยในการกระจายข่ายสาร และสร้างความดึงดูดความสนใจได้ 2) จากการศึกษาอัตลักษณ์ชุมชนลาวครั่งและปัญหารวมถึงความต้องการสื่อสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว จึงนำไปสู่การออกแบบสื่อสารสนเทศการท่องเที่ยวและสื่อส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวนวัตวิถีกลุ่มชาติพันธุ์ลาวครั่งในจังหวัดนครปฐม ที่สามารถช่วยให้ชุมชนขายสินค้าและผลิตภัณฑ์พร้อมนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวและเส้นทางท่องเที่ยวในชุมชนด้วยระบบสารสนเทศที่มีความสวยงาม แสดงถึงอัตลักษณ์ที่แสดงความเป็นตัวตนของชาวลาวครั่งที่ยังคงมีอย่างเหนียวแน่น และมีวัฒนธรรมประเพณี ไม่ว่าจะเป็นภาษา การแต่งกาย อาหาร เป็นการสร้างรายได้เพิ่มให้กับชุมชน และเพิ่มประสิทธิภาพการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวนวัตวิถีกลุ่มชาติพันธุ์ลาวครั่งใน

จังหวัดนครปฐมอย่างยั่งยืน และเป็นการเผยแพร่ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวประเทศไทย ในเชิงวัฒนธรรม ชาติพันธุ์ ให้เป็นที่น่าจดจำ ต่อกลุ่มเป้าหมาย กระบวนการวิเคราะห์ และการประเมินผลงานจากผู้เชี่ยวชาญและกลุ่มเป้าหมาย พบว่ามีความพึงพอใจและเป็นไปได้สูงมาก ที่จะส่งเสริมการท่องเที่ยวนวัตวิถีกลุ่มชาติพันธุ์ลาวครั่งในจังหวัดนครปฐม และสามารถนำไปเป็นแนวทางในการสร้างสรรค์ผลงานออกแบบที่เกี่ยวข้อง หรือเป็นแนวทางในการออกแบบ ในลักษณะเดียวกัน เพื่อเป็นการพัฒนาผลงานสร้างสรรค์ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมต่อไป

บทสรุป

สื่อสารสนเทศการท่องเที่ยวและสื่อส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ชุมชนจะนำเสน่ห์ ภูมิปัญญา วิถีชีวิต วัฒนธรรม และความคิดสร้างสรรค์มาแปลงเป็นรายได้ ทำให้รายได้กระจายอยู่ภายในชุมชน โดยการนำนวัตกรรมมาผสมผสานกับวิถีชีวิตของชุมชนในการผลิตสินค้าท้องถิ่นพร้อมกับผนวกการท่องเที่ยวของชุมชนเข้าไป จะช่วยให้ชุมชนสามารถขายสินค้าและผลิตภัณฑ์พร้อมนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวและเส้นทางท่องเที่ยวในชุมชน ด้วยระบบสารสนเทศที่มีความสวยงามแสดงถึงอัตลักษณ์ลาวครั่ง เป็นการสร้างรายได้เพิ่มให้กับชุมชน และเพิ่มประสิทธิภาพการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวนวัตวิถีกลุ่มชาติพันธุ์ลาวครั่งในจังหวัดนครปฐมอย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

1 .การออกแบบสติกเกอร์ไลน์เพื่อสื่อสารการใช้ภาษาลาวครั่ง ควรมีการพัฒนาในด้านการเพิ่มเสียงเพื่อให้เกิดการจดจำสำเนียง และเกิดความน่าสนใจมากขึ้น

2.การออกแบบบรรจุภัณฑ์ควรศึกษาความพร้อมของผู้ผลิต และคำนึงถึงต้นทุน

3.ควรทำการตลาดและประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมให้มีการรวมกลุ่มกันในชุมชนลาวครั่งเพื่อจัดตลาดชาติพันธุ์ลาวครั่ง เพื่อจำหน่ายสินค้าและเพื่อให้เป็นที่รู้จัก

References

Arayajaru, S. (2021). *Figure 2 Electronic books (e-books) design.*

Arayajaru, S. (2021). *Figure 3 LINE stickers design.*

Arayajaru, S. (2021). *Figure 4 Website design.*

Arayajaru, S. (2021). *Figure 5 Packaging design.*

Arayajaru, S. (2021). *Figure 6 Motion graphics design*.

Chirinang, P., Raktham, A., & Somporn, F. (2020). Readiness to the innovation OTOP community tourism of Mahasawat Canal Community, Nakhon Pathom province. *Phranakhon Rajabhat Research Journal (Humanities and Social Sciences)*, 15(1), 392-406. (In Thai)

Chumkate, J. (2017). *Research Project Report : Product Development from Local Wisdom to Increase an Efficiency of Community-Based Management with Sustainability in Thai-Muslim Village, Amphur Cha Am, Phetchaburi Province.* Nakhon Pathom: Faculty of Management Science, Silpakorn University Thailand. (In Thai)

Fuengfusakul, A. (2003). *Atta Lak : Kan Thopthuan Thruesadi Lae Krop Naeokhit*. [Identity: theory and concept frameworks review]. Bangkok: National Research Council of Thailand. (in Thai)

Ministry of Culture. (2017). *Nakhon Pathom Handbook of Cultural Tourist Sites Ways of life of Thai-Song-Dum/Lao-Krang/Thai-Chinese Ethnic Communities in Nakhon Pathom Province*. Nakhon Pathom: Ministry of Culture. (In Thai)

Puntatong, A., Phirasant, J., & Soodsang, N. (2012). Participatory development of printing for the communities around Sukhothai Historical Park. *Art and Architecture Journal Naresuan University,* 3(1), 114-125. Thailand (In Thai)

Saengduangdee, S. et. al. (2019). Participatory communication strategy to convey meaning of community identity and slogan to promote OTOP Nawatwithi community-based tourism: a case of Ban Klong Yong, Salaya Sub-district, Phuttamonthon Sub District, Nakhon Pathom Province. *Journal of Communication Arts Review,* 24(2), 214-228. (In Thai)

Sriwichai, U. et. al. (2017*). The development of public relation media for community-based tourism by using information technology to strengthen media personnel of Chumphon community-based tourism network Chumphon province.* Chumphon: Maejo University. (In Thai)

Suadate, A. (2016). *Sales promotion process for community products through e-commerce channel: a case study on Saibua Community Enterprise.* Master Thesis, M.A. in Arts (Rural studies and development), Thammasat University, Thailand. (In Thai)

The Ministry of Interior, Department of Community Development, (2018). *The mobilization of OTOP Nawatwithi tourism project.* Bangkok: Department of Community Development, The Ministry of Interior. (In Thai)

The Royal Institute of Thailand (2011). Thai dictionary, the Royal Institute Edition. Bangkok: Nanmeebooks. (In Thai)