

Development of Digital Media Utilizing Community Identity to Promote Cultural Tourism in Ban Chok Community, Surin Province การพัฒนาสื่อดิจิทัลโดยใช้อัตลักษณ์ชุมชนเป็นฐานเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ชุมชนบ้านโชค จังหวัดสุรินทร์

Apichit Thongthae^{1*}, Thitinan Thongnam², Nawuttagorn Potisarn³, Patiwat Yasaka⁴, Winit Yuenying⁵, and
Jugkrich Jairassamee⁶

อภิชาติ ทองแท้^{1*}, ธิตินันท์ ทองนํ้า², นวัตร โพธิสาร³, ปฏิวดี ยะสะกะ⁴, วินิต ยืนยง⁵, และ จักรกฤษ ใจรัมย์⁶

Received: 3 June 2025;

Revised: 7 July 2025;

Accepted: 12 July 2025;

Published: 18 August 2025;

Abstract

This research aims to develop digital media using community identity as a foundation to promote cultural tourism in Ban Chok, Khwao Sinarin District, Surin Province, and to study the satisfaction of Ban Chok community enterprise group members with the digital media. The sample group for this research consisted of 30 members of the Ban Chok community enterprise group. The research tools included a questionnaire on the demand for digital media, digital media developed based on community identity to promote cultural tourism in Ban Chok, Khwao Sinarin District, a media quality assessment form, and a satisfaction evaluation form for digital media. The statistics used in the study were mean, percentage, and standard deviation. The research results showed that the digital media developed included Line stickers with static images and motion graphics. These media represented the history of the community, the traditional silverware craftsmanship of Ban Chok, knowledge transfer in silver-making, the local silver handicraft group, and the community's way of life, which included traditional clothing, culture, unique customs, local food, and live folk music

^{1,*} Student, Program in Multimedia Technology, Faculty of Management Technology, Rajamangala University of Technology Isan Surin Campus, Surin 32000, Thailand; นักศึกษา สาขาวิชาเทคโนโลยีมีเดีย คณะเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ 32000 ประเทศไทย; Email: 66232310125-9@rmuti.ac.th

² Student, Program in Multimedia Technology, Faculty of Management Technology, Rajamangala University of Technology Isan Surin Campus, Surin 32000, Thailand; นักศึกษา สาขาวิชาเทคโนโลยีมีเดีย คณะเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ 32000 ประเทศไทย; Email: 66232310113-1@rmuti.ac.th

³ Lecturer, Program in Multimedia Technology, Faculty of Management Technology, Rajamangala University of Technology Isan Surin Campus, Surin 32000, Thailand; อาจารย์ สาขาวิชาเทคโนโลยีมีเดีย คณะเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ 32000 ประเทศไทย; Email: nawuttagorn.po@rmuti.ac.th

⁴ Lecturer, Program in Multimedia Technology, Faculty of Management Technology, Rajamangala University of Technology Isan Surin Campus, Surin 32000, Thailand; อาจารย์ สาขาวิชาเทคโนโลยีมีเดีย คณะเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ 32000 ประเทศไทย; Email: patiwat.ya@rmuti.ac.th

⁵ Lecturer, Program in Multimedia Technology, Faculty of Management Technology, Rajamangala University of Technology Isan Surin Campus, Surin 32000, Thailand; อาจารย์ สาขาวิชาเทคโนโลยีมีเดีย คณะเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ 32000 ประเทศไทย; Email: winit.ye@rmuti.ac.th

⁶ Lecturer, Program in Multimedia Technology, Faculty of Management Technology, Rajamangala University of Technology Isan Surin Campus, Surin 32000, Thailand; อาจารย์ สาขาวิชาเทคโนโลยีมีเดีย คณะเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ 32000 ประเทศไทย; Email: aeea1979@gmail.com

*Corresponding authors: Apichit Thongthae (66232310125-9@rmuti.ac.th), Nawuttagorn Potisarn (nawuttagorn.po@rmuti.ac.th)



performances. The digital media, including line stickers and motion graphics, were accessible via QR codes printed on designed posters. The media quality assessment revealed a good level (average score of 4.43), and the satisfaction evaluation from the sample group indicated the highest level of satisfaction (average score of 4.71). In summary, digital media can be used effectively for communication, expressing emotions and feelings through LINE stickers, as well as promoting Ban Chok's cultural tourism through motion graphics.

Keywords: Digital Media, Line Sticker, Motion Graphic, Cultural Tourism, Community Identity

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาสื่อดิจิทัลโดยใช้อัตลักษณ์ชุมชนเป็นฐานเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนบ้านโชค อำเภอสว่างวีรจันทร์ จังหวัดสุรินทร์ และเพื่อศึกษาความพึงพอใจของสมาชิกในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านโชคที่มีต่อสื่อดิจิทัล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย คือ สมาชิกในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านโชค จำนวน 30 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย แบบสอบถามความต้องการสื่อดิจิทัล สื่อดิจิทัลโดยใช้อัตลักษณ์ชุมชนเป็นฐานเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนบ้านโชค อำเภอสว่างวีรจันทร์ แบบวัดคุณภาพสื่อ และแบบประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อสื่อดิจิทัล สถิติที่ใช้ในงานวิจัย คือ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัย พบว่า สื่อดิจิทัลอยู่ในรูปแบบสติกเกอร์ไลน์ที่เป็นแบบภาพนิ่ง และสื่อโมชันกราฟิกแสดงให้เห็นถึงประวัติความเป็นมาของชุมชน ศิลปะการทำเครื่องเงินโบราณของบ้านโชค การถ่ายทอดความรู้เรื่องการทำเครื่องเงิน กลุ่มหัตถกรรมเครื่องเงินโบราณของชุมชน รวมถึงวิถีชีวิตของชุมชนบ้านโชค เช่น การแต่งกาย วัฒนธรรม ประเพณีที่เอกลักษณ์ อาหารพื้นถิ่น และการแสดงสดดนตรีพื้นบ้าน สามารถเข้าถึงสื่อดิจิทัลที่เป็นสติกเกอร์ไลน์ และสื่อโมชันกราฟิกได้ด้วยคิวอาร์โค้ดที่อยู่บนโปสเตอร์ที่ออกแบบไว้ ซึ่งผลการวัดคุณภาพสื่อดิจิทัล พบว่า อยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ย 4.43) และผลจากการศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อสื่อดิจิทัลจากกลุ่มตัวอย่าง พบว่า อยู่ในระดับ มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.71) กล่าวโดยสรุปสื่อดิจิทัลสามารถนำไปใช้งานในการสื่อสาร แสดงอารมณ์ ความรู้สึก ผ่านสติกเกอร์ไลน์ อีกทั้งยังสามารถส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนบ้านโชคผ่านสื่อโมชันกราฟิกได้อีกด้วย

คำสำคัญ: สื่อดิจิทัล, สติกเกอร์ไลน์, โมชันกราฟิก, การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม, อัตลักษณ์ชุมชน

1. บทนำ (Introduction)

ในยุคของการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคมที่เทคโนโลยีมีบทบาทสำคัญต่อพฤติกรรมผู้บริโภค การส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนจึงกลายเป็นแนวทางสำคัญที่ได้รับการผลักดันจากภาครัฐ เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนท้องถิ่นและยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีความเชื่อมโยงกับภูมิปัญญา อัตลักษณ์ และวิถีชีวิตของแต่ละท้องถิ่นอย่างลึกซึ้ง ซึ่งเป็นสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมที่สามารถแปลงเป็นทุนทางเศรษฐกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566-2570) ได้ระบุทิศทางทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศโดยเน้น “การยกระดับประเทศไทยสู่การเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวคุณภาพสูงและยั่งยืน” ซึ่งหนึ่งในแนวทางสำคัญคือการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์และ

ถ่ายทอดอัตลักษณ์ชุมชน การมีส่วนร่วมของคนในท้องถิ่น และการกระจายรายได้อย่างเป็นธรรม (Office of the National Economic and Social Development Council, 2022) ดังนั้น การพัฒนาสื่อที่สามารถถ่ายทอดเรื่องราวของชุมชนให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวในยุคดิจิทัลจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง

ชุมชนบ้านโชค หมู่ที่ 3 ตำบลเขวาสินรินทร์ อำเภอสวายบุรี จังหวัดสุรินทร์ เป็นหนึ่งในพื้นที่ที่มีศักยภาพสูงในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เนื่องจากมีภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านหัตถกรรมเครื่องเงินโบราณซึ่งสืบทอดจากบรรพบุรุษมาช้านาน โดยเฉพาะ “ลูกประเคืองเงิน” และ “ตะเกาเงิน” ซึ่งเป็นเครื่องประดับเงินที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวผลิตด้วยกรรมวิธีแบบโบราณที่ละเอียดประณีต นอกจากงานหัตถกรรมแล้ว ชุมชนยังได้พัฒนาศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิต OTOP รวมถึงพิพิธภัณฑ์ชาติพันธุ์ที่สะท้อนความหลากหลายทางวัฒนธรรม โดยมีศูนย์การเรียนรู้ของชุมชน ซึ่งรองรับผู้มาเยี่ยมชมจากทั้งหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และประชาชนทั่วไป ทำให้ชุมชนมีบทบาททั้งด้านเศรษฐกิจ การศึกษา และการอนุรักษ์วัฒนธรรมในเวลาเดียวกัน (Khwaosinarin District Community Development Office, 2023)

แม้ชุมชนจะมีศักยภาพและต้นทุนทางวัฒนธรรมสูง แต่ยังประสบปัญหาด้านการสื่อสารอัตลักษณ์ของชุมชนสู่สาธารณชน โดยเฉพาะในกลุ่มนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ที่ใช้สื่อดิจิทัลเป็นช่องทางหลักในการค้นหาข้อมูลและตัดสินใจเดินทาง เช่น Facebook, Instagram, TikTok และ YouTube โดยงานวิจัยของ Wattano & Korcharoen (2021) ระบุว่า การเลือกใช้แพลตฟอร์มที่เหมาะสมในการประชาสัมพันธ์มีผลต่อความสนใจและการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยตรง ในขณะที่สถิติที่ We Are Social และ Meltwater สรุปไว้ว่า Facebook ยังคงเป็นแพลตฟอร์มที่มีผู้ใช้งานสูงที่สุดในประเทศไทย (InsightERA, 2023)

นอกจากนี้ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องยังแสดงให้เห็นถึงศักยภาพของ สื่อดิจิทัล เช่น โมชันกราฟิก สตอรี่ไลน์ เทคโนโลยี AR หรือวิดีโอโปรโมทท่องเที่ยว ในการสร้างความน่าสนใจ และช่วยให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจได้เร็วขึ้น โดย Jairassamee et al. (2022) พบว่า สื่อดิจิทัลที่ใช้เรื่องราวและอัตลักษณ์ของชุมชนในการประชาสัมพันธ์ เช่น สินค้า OTOP และวิถีชีวิต สามารถสร้างความพึงพอใจและรับรู้ต่อภาพลักษณ์ชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ขณะที่ Poonkerd et al. (2022) พัฒนา “สตอรี่ไลน์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน” ที่ผสมผสานข้อมูล แผนที่ และ QR Code ซึ่งช่วยกระตุ้นความสนใจได้ดี อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาภาคสนามพบว่า ชุมชนบ้านโชคยังไม่มี “สื่อดิจิทัล” ที่สามารถถ่ายทอดอัตลักษณ์ของชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ และยังไม่ได้ใช้เครื่องมือออนไลน์ร่วมสมัยในการสื่อสารกับกลุ่มนักท่องเที่ยวหรือสื่อสารกับคนรุ่นใหม่ที่มีพฤติกรรมใช้งานบนโลกดิจิทัลอย่างแพร่หลาย อีกทั้งรูปแบบการประชาสัมพันธ์เดิมยังขาดความน่าสนใจ ขาดการมีส่วนร่วมของชุมชนในการออกแบบสื่อที่สะท้อนตัวตนของตนเอง

ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้นทางจึงเห็นความสำคัญการพัฒนาและออกแบบสื่อดิจิทัลโดยใช้อัตลักษณ์ชุมชนเป็นฐานเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนบ้านโชค อำเภอสวายบุรี จังหวัด สุรินทร์ในรูปแบบของสื่อดิจิทัลที่สามารถเล่าเรื่องราวต่าง ๆ ของชุมชนบ้านโชค สะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตศิลปวัฒนธรรม อัตลักษณ์และสินค้าโอท็อป (OTOP) นวัตกรรม เพื่อให้เกิดความน่าสนใจและนำดึงดูดต่อกลุ่มนักท่องเที่ยวได้อย่างดีและมีประสิทธิภาพ

2. วัตถุประสงค์งานวิจัย (Research Objectives)

1. เพื่อพัฒนาสื่อดิจิทัลโดยใช้อัตลักษณ์ชุมชนเป็นฐานเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนบ้านโชค อำเภอสวายบุรี จังหวัดสุรินทร์
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของสมาชิกในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านโชคที่มีต่อสื่อดิจิทัล

3. การทบทวนวรรณกรรมและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง (Literature Review)

3.1 บริบทชุมชนบ้านโชค

ชุมชนบ้านโชคหมู่ที่ 3 ตำบลเขวาสินรินทร์ อำเภอสวายบุรี จังหวัดสุรินทร์ ได้รับการขนานนามว่า เป็นหมู่บ้านหัตถกรรมเครื่องเงินโบราณ ใช้กรรมวิธีการทำแบบโบราณ ที่มีการสืบทอดมาช้านาน มีเอกลักษณ์ที่ไม่เหมือนใคร ภายในชุมชนมีศูนย์การเรียนรู้วิถีชีวิต ที่รองรับผู้ที่มาขอศึกษาดูงาน และสร้างรายได้ให้กับประชาชนมีรายได้จากการนำเสนอสินค้าโอท็อปนวัตกรรมวิถีชีวิตของหมู่บ้านและศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นให้แก่นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยี่ยมชม (Khwaosinarin District Community Development Office, 2023)

3.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อดิจิทัลและโมชันกราฟิก

1. แนวคิดสื่อดิจิทัล หมายถึง ข้อมูลหรือข่าวสารในรูปแบบมัลติมีเดีย (ข้อความ กราฟิก ภาพเคลื่อนไหว เสียง วิดีโอ) ที่ถูกจัดรูปแบบและสื่อสารผ่านเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และเครือข่ายออนไลน์ (Rochanacirin & Udomthanavong, 2023) มีบทบาทสำคัญในการเผยแพร่ข้อมูลอย่างรวดเร็ว สร้างปฏิสัมพันธ์ และส่งผลต่อพฤติกรรม การสืบค้นข้อมูลของผู้คน (Rakisarakul et al. (2024)

2. แนวคิดโมชันกราฟิก คือการสร้างให้กราฟิกมีการเคลื่อนไหว โดยใช้ภาพกราฟิกเคลื่อนไหวและเสียงบรรยายเป็นหลัก ไม่เน้นตัวละครหรือบทพูดแบบแอนิเมชัน แต่เน้นการนำเสนอข้อมูลที่ซับซ้อนให้เข้าใจง่าย สวยงาม และน่าติดตาม (Klongdee & Chanamool, 2021) มีความสำคัญในการสร้างแรงจูงใจ ดึงดูดความสนใจ และช่วยให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพ (Princhankol et al., 2024)

3. ขั้นตอนการพัฒนาสื่อโมชันกราฟิก โดยทั่วไปอ้างอิงหลัก 3P (Pre-Production, Production, Post-Production) ซึ่งครอบคลุมการศึกษาข้อมูล เขียนบท/สตอรี่บอร์ด ออกแบบตัวละคร/ฉาก บันทึกเสียง วาด/ทำให้เคลื่อนไหว ตัดต่อ ทดลองและปรับปรุง (Potisarn, 2021) นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ ADDIE Model ในการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย/เนื้อหา ออกแบบสื่อ พัฒนา นำไปใช้ และประเมินผล (Yoyram et al., 2023) เครื่องมือหลักในการผลิตประกอบด้วย การวาดภาพประกอบ การถ่ายภาพ การจัดวางตัวอักษร และซอฟต์แวร์เฉพาะทาง เช่น Adobe After Effects, Photoshop เป็นต้น

3.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการออกแบบตัวละคร

1. แนวคิดการออกแบบตัวละคร คือกระบวนการสร้างและพัฒนา รูปลักษณ์ บุคลิกภาพ และคุณลักษณะเฉพาะของตัวละครในงานแอนิเมชันหรือสื่อภาพเคลื่อนไหว เพื่อให้เกิดความน่าสนใจ สื่อสารอารมณ์และเรื่องราวได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเชื่อมโยงกับผู้ชมได้ลึกซึ้ง (Hetayothin, 2021) โดยพิจารณาองค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ รูปร่าง สี ท่าทางการแสดงออกทางสีหน้า และบุคลิกภาพ (Poksupphiboon & Srikanlayanabuth, 2020) การออกแบบที่ดีและสอดคล้องกับวัฒนธรรมช่วยเพิ่มความพึงพอใจของผู้ชม และสามารถเสริมสร้างภาพลักษณ์ของชุมชนหรือผลิตภัณฑ์ได้ (Jiarananon, 2023)

2. ทฤษฎีการออกแบบและสุนทรียศาสตร์ การออกแบบตัวละครในงานวิจัยนี้ยึดหลัก หลักการออกแบบพื้นฐาน (Principles of Design) ที่มุ่งเน้นการสร้างสมดุล ความกลมกลืน ความแตกต่าง และการเน้น (Lauer & Pentak, 2011) รวมถึง ทฤษฎี Gestalt Psychology ที่อธิบายการรับรู้ภาพรวมก่อนส่วนย่อย ซึ่งนำมาใช้ในการออกแบบรูปร่างและองค์ประกอบตัวละครให้จดจำง่าย

3. ทฤษฎีสีและจิตวิทยาของสี การใช้สีเป็นสิ่งสำคัญในการสื่อสารบุคลิกลักษณะนิสัย และสร้างอารมณ์ความรู้สึกต่อผู้พบเห็น (Homsuwan, 2014) โดยอาศัย ทฤษฎี Color Image Scale ของชิเกโนบุ โคบายาชิ (Kobayashi, 1991) และการเลือกใช้โทนสีที่เหมาะสม (เช่น โครมสีเอกรงค์) เพื่อสร้างความโดดเด่นและเสน่ห์ให้ตัวละคร

4. องค์ประกอบและคุณลักษณะที่ดี ประกอบด้วย ขนาด (สื่อถึงความแข็งแรง/คล่องแคล่ว) รูปร่าง (จากรูปร่างพื้นฐาน วงกลม/สามเหลี่ยม/สี่เหลี่ยม สื่อถึงบุคลิก) สัดส่วน (เหมาะสมกับกลุ่มผู้ชม) ลายเส้น (สื่ออารมณ์) การแสดงออกทางอารมณ์ (ท่าทาง/สีหน้าเกินจริง) และใบหน้า (คิ้ว ตา ปาก สำคัญในการสื่ออารมณ์) นอกจากนี้ การกำหนดข้อมูลพื้นฐานตัวละคร (กายภาพ บุคลิก บทบาท ภูมิหลัง พลัง สังคม) เป็นสิ่งสำคัญในการสร้างตัวละครที่มีมิติและเอกลักษณ์

3.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับอัตลักษณ์ชุมชน

แนวคิดอัตลักษณ์ชุมชน หมายถึง ตัวตน วัฒนธรรม และอัตลักษณ์ร่วมของสมาชิกในชุมชนที่ผ่านการยอมรับและสืบทอดมาอย่างยาวนาน แสดงออกผ่านศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น ภูมิปัญญา ประเพณี วิถีชีวิต ประวัติศาสตร์ การแต่งกาย อาหาร รวมถึงทรัพยากรธรรมชาติที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ (Lalitsasivimol et al., 2023) อัตลักษณ์ชุมชนเป็นจุดเด่นในการประชาสัมพันธ์ตัวตน และมีบทบาทสำคัญในการรักษาความหลากหลาย สร้างความร่วมมือ และส่งเสริมการพัฒนาที่ยั่งยืนของชุมชน (Sookban et al., 2023; Unjan, 2023)

3.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

1. แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คือกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เน้นการเดินทางเพื่อสัมผัส เรียนรู้ และทดลองประสบการณ์ทางวัฒนธรรมท้องถิ่น (จับต้องได้และไม่ได้) เช่น ประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิต อาหาร การเข้าชม

โบราณสถาน และการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว (Chimplee, 2016) มีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมความเข้าใจร่วมกัน การอนุรักษ์ทรัพยากรทางวัฒนธรรม และการพัฒนาท้องถิ่น (Somchai et al., 2023)

2. แนวทางและผลลัพธ์ การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมครอบคลุม 3 ด้าน คือ การพัฒนาแหล่ง/กิจกรรมท่องเที่ยว การบริการการท่องเที่ยว และการตลาด ประชาสัมพันธ์ (Rakkuae, 2017) ซึ่งช่วยส่งเสริมการเรียนรู้ สร้างความเข้าใจและอยู่ร่วมกัน ปกป้องทรัพยากรทางวัฒนธรรม และกระตุ้นการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมในท้องถิ่นอย่างยั่งยืน (Ratanasuwongchai, 2011)

3. แนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืน การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในงานวิจัยนี้สอดคล้องกับ แนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development) (United Nations, 1987) โดยมุ่งเน้นการสร้างสมดุลระหว่างผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ การอนุรักษ์วัฒนธรรม และการมีส่วนร่วมของชุมชน เพื่อให้เกิดการเติบโตที่ไม่ส่งผลกระทบในระยะยาว

3.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Jairassamee et al. (2022) ได้ทำการวิจัยผลการใช้สื่อดิจิทัลโดยใช้อัตลักษณ์ชุมชนเป็นฐานเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนบ้านเทนมีย์ จังหวัดสุรินทร์ อยู่ในรูปแบบสติกเกอร์ไลน์ที่เป็นแบบภาพเคลื่อนไหวและแบบภาพนิ่งโดยตัวละคร แสดงให้เห็นถึงวิถีชีวิตของชุมชน และสื่อโมชันกราฟิก มีตัวละครทำหน้าที่เล่าเรื่องราวเกี่ยวกับประวัติและความเป็นมาของชุมชน รวมถึงวัฒนธรรมประเพณี ผลจากการวิจัย พบว่า การใช้สื่อดิจิทัลเพื่อประชาสัมพันธ์ สามารถนำเสนอถึงอัตลักษณ์ความเป็นชุมชนออกมาผ่านสื่อดิจิทัลได้อย่างชัดเจน ส่งเสริมให้เกิดความสนใจและสร้างการรับรู้ถึงชุมชนอย่างแท้จริง

Dompini et al. (2024) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับพัฒนาสื่อดิจิทัลในการนำเสนอเพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมท้องถิ่น อำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น ที่พัฒนาสื่อด้วยกระบวนการพัฒนา 5 ขั้นตอน คือ 1 ศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูล 2 ออกแบบสื่อดิจิทัล 3 พัฒนาสื่อดิจิทัล ตอนที่ 4 ทดลองใช้สื่อ และ 5 เผยแพร่สื่อดิจิทัล ผลการวิเคราะห์ประเมินภาพและความพึงพอใจของสื่อดิจิทัล พบว่าโดยรวมอยู่ในระดับคุณภาพมาก และมีข้อเสนอแนะให้พัฒนาสื่อโดยใช้เทคโนโลยีที่มีความทันสมัย เช่น ประชาสัมพันธ์โดยใช้เทคโนโลยี 360 องศา และควรเพิ่มภาษาอื่นเข้ามาประกอบเช่น ภาษาอังกฤษ และภาษาจีน เพื่อให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเกิดความเข้าใจมากขึ้น

Bengngeon & Koktong (2021) ได้ทำการการออกแบบสติกเกอร์ไลน์เพื่อสะท้อนความเป็นเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมจังหวัดกำแพงเพชร ที่ออกแบบตัวละครมาเป็นชายและหญิงสวมใส่เครื่องแต่งกายประจำจังหวัดและนำเสนอบริบทต่าง ๆ ของผู้คน เช่น อาหาร สถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ วัฒนธรรมประเพณีและวิถีชีวิตของผู้คนที่ใช้สติกเกอร์เป็นเครื่องสื่อสารเอกลักษณ์ความเป็นจังหวัดกำแพงเพชร

Potisarn (2021) ได้ทำการวิจัย ผลการพัฒนาสื่อโมชันกราฟิกเพื่อส่งเสริมความฉลาดทางสุขภาวะด้านโรคเบาหวานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน โดยผลการวิจัยการพัฒนาสื่อโมชันกราฟิกเพื่อส่งเสริมความฉลาดทางสุขภาวะพบว่า การรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่ โดยรวม อยู่ในระดับมาก เนื่องจากคุณสมบัติของสื่อโมชันกราฟิกคือการสื่อสารไปยังผู้รับสารที่มีประสิทธิภาพ ด้วยแผนภูมิ ตัวเลข และตัวอักษร รวมถึงการออกแบบให้มีการส่งสารอย่างมีลำดับขั้นตอน

Mustafa & Ibrahim (2023) ได้ศึกษาแนวทางการออกแบบกราฟิกเคลื่อนไหว (Motion Graphics) เพื่อส่งเสริมการโฆษณาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในโลกอาหรับ โดยพบว่าโมชันกราฟิกสามารถนำเสนอสถานที่ท่องเที่ยวได้อย่างน่าดึงดูด กระตุ้นให้ผู้ชมเกิดความต้องการไปสัมผัสด้วยตนเอง โดยมีขั้นตอนการออกแบบโมชันกราฟิก ได้แก่ การเขียนบท การทำสตอรี่บอร์ด การสร้างกราฟิก การทำแอนิเมชัน และการสร้างฉากสำหรับภาพประกอบเคลื่อนไหวสำหรับการโฆษณาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

Brünker et al. (2019) ศึกษากระบวนการสร้างอัตลักษณ์ร่วมผ่าน Instagram โดยพบว่าการใช้ภาพและเนื้อหาเชิงสัญลักษณ์สามารถสื่อสารอัตลักษณ์ของกลุ่มสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพ แม้ในระดับสื่อดิจิทัลแบบไม่เป็นทางการ ซึ่งชี้ให้เห็นถึงพลังของภาพในการสื่อสารคุณลักษณะของชุมชนไปยังผู้ชมภายนอกได้

4. กรอบแนวคิดงานวิจัย (Conceptual Framework)

งานวิจัยนี้มีกรอบการวิจัย ดัง Figure 1.

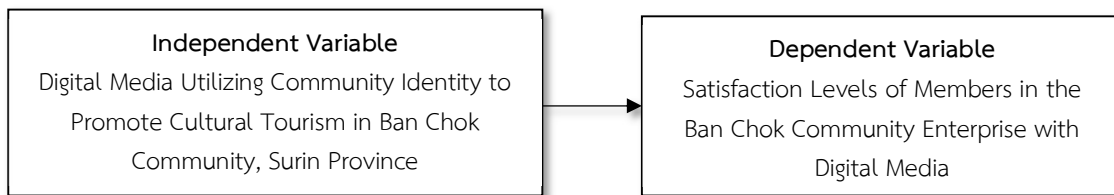


Figure 1. Conceptual Framework

5. วิธีดำเนินงานวิจัย (Research Methodology)

5.1 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

- 1) ประชากรได้แก่ ชาวบ้านในชุมชนบ้านโชค หมู่ที่ 3 ตำบลเขวาสินรินทร์ อำเภอสินรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ จำนวน 630 คน (Khwaosinarin District Community Development Office, 2023)
- 2) กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ สมาชิกภายในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านโชค หมู่ที่ 3 ตำบลเขวาสินรินทร์ อำเภอสินรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ จำนวน 30 คน ได้มาโดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

5.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

- 1) แบบสอบถามความต้องการสื่อดิจิทัลโดยใช้อัตลักษณ์ชุมชนเป็นฐานเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ชุมชนบ้านโชค จังหวัดสุรินทร์
- 2) สื่อดิจิทัลโดยใช้อัตลักษณ์ชุมชนเป็นฐานเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ชุมชนบ้านโชค จังหวัดสุรินทร์
- 3) แบบประเมินคุณภาพสื่อสื่อดิจิทัลโดยใช้อัตลักษณ์ชุมชนเป็นฐานเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ชุมชนบ้านโชค จังหวัดสุรินทร์
- 4) แบบสอบถามวัดความพึงพอใจของสื่อสื่อดิจิทัลแบบปลายปิด (Closed-end Questionnaire) ประกอบด้วย เนื้อหาคำถามเกี่ยวกับการวัดความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง ที่มีต่อสื่อดิจิทัลโดยใช้อัตลักษณ์ชุมชนเป็นฐานเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ชุมชนบ้านโชค จังหวัดสุรินทร์

5.3 การสร้างและหาคุณภาพเครื่องมือที่ใช้การวิจัย

ขั้นตอนการสร้างและหาคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย สามารถอธิบายได้ดังนี้

- 1) การสร้างและหาคุณภาพแบบสอบถามความต้องการสื่อดิจิทัลโดยใช้อัตลักษณ์ชุมชนเป็นฐานเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ชุมชนบ้านโชค จังหวัดสุรินทร์ สามารถอธิบายได้ดังนี้

ดำเนินการศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลจากเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากนั้นทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากที่ได้ ทำการศึกษามา กำหนดข้อคำถามของแบบสอบถามความต้องการ ดำเนินการสร้างแบบสอบถามความต้องการของสื่อดิจิทัล โดยใช้อัตลักษณ์ชุมชนเป็นฐานเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนบ้านโชค อำเภอสินรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ จากนั้นนำแบบสอบถามความต้องการไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาวิจัย ตรวจสอบความถูกต้องและนำมาปรับแก้ไขตาม คำแนะนำ นำต้นแบบแบบสอบถามความต้องการให้ผู้เชี่ยวชาญวัดและประเมินผล จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความถูกต้อง และความเหมาะสมของข้อคำถามและนำมาปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำ หาค่าดัชนีความสอดคล้องของเนื้อหา (Index of Item-Objective Congruence: IOC) ภาพรวมของแบบประเมินคุณภาพมีค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับ วัตถุประสงค์ของการวิจัย (IOC) ระหว่าง 0.66-1.00 ทุกข้อ รวมทั้งข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

- 2) การผลิตสื่อดิจิทัลโดยใช้อัตลักษณ์ชุมชนเป็นฐานเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ชุมชนบ้านโชค จังหวัดสุรินทร์ สามารถอธิบายในรูปแบบ 3 P ได้ดังนี้

2.1) ขั้นตอนก่อนการผลิต (Pre-production)

ดำเนินการรวบรวมข้อมูลจากแบบแบบสอบถามความต้องการสื่อดิจิทัลโดยใช้อัตลักษณ์ชุมชน เป็นฐานเพื่อ ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนบ้านโชค อำเภอสินรินทร์ จากนั้นนำเนื้อหาข้อมูลที่ได้จาก

แบบสอบถามความต้องการสื่อดิจิทัลมาวิเคราะห์ และร่างแบบตัวละครและภาพกราฟิก เบื้องต้น รวมถึงเขียนบทสคริปต์ และพัฒนาเป็นสตอรี่บอร์ด

2.2) ขั้นตอนการผลิต (Production)

ดำเนินการทำการออกแบบตัวละครตามแบบร่างเบื้องต้น จากนั้นออกแบบสื่อโมชันกราฟิก ออกแบบภาพกราฟิก ทำการลงสี ออกแบบรูปทรงภาพที่จะใช้สื่ออารมณ์ และสื่อสารความหมายของเนื้อหา และดำเนินการสร้างภาพเคลื่อนไหวหรือการแอนิเมท วางจังหวะของการเคลื่อนไหวสำหรับภาพกราฟิก ภาพพื้นหลัง และตัวอักษร

2.3) ขั้นตอนหลังการผลิต (Post-Production)

ดำเนินการใส่ข้อความและจัดองค์ประกอบให้ดูเหมาะสม จากนั้นใส่เสียง ประกอบด้วย เสียงของนักบรรยาย จะต้องให้เกิดความน่าสนใจและเกิดความรู้สึกและความคมชัดของเสียง ดำเนินการใส่เสียงเอฟเฟกต์ให้สอดคล้องกับการแสดงออกของภาพกราฟิกและสอดคล้องกับจังหวะของการเคลื่อนไหว เสียงดนตรีประกอบที่มีความไพเราะ กระตุ้นให้ผู้ฟังเกิดความสนใจ และทำการตัดต่อ ประกอบด้วย การลำดับภาพและเสียงให้สัมพันธ์กัน จัดการคลิปวิดีโอให้มีระยะเวลาที่เหมาะสม รวมถึงการประมวลผลภาพเพื่อให้ได้คุณภาพคมชัด ขนาดไฟล์ที่ไม่ใหญ่เกินไป และเผยแพร่สื่อโมชันกราฟิกที่เข้าถึงได้ง่าย โดยเฉพาะสื่อออนไลน์หรือสื่อสังคมต่าง ๆ

3) การสร้างและหาคุณภาพแบบประเมินคุณภาพสื่อสื่อดิจิทัลโดยใช้อัตลักษณ์ชุมชนเป็นฐานเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ชุมชนบ้านโชค จังหวัดสุรินทร์ สามารถอธิบายได้ดังนี้

ดำเนินการศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลจากเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากนั้นทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากที่ได้ทำการศึกษา มา กำหนดข้อคำถามแบบประเมินคุณภาพสื่อ ดำเนินการสร้างแบบประเมินคุณภาพของสื่อดิจิทัลโดยใช้อัตลักษณ์ชุมชนเป็นฐานเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนบ้านโชค อำเภอเขวาสินรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ โดยเป็นแบบวัดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แบ่งออกเป็น 5 ระดับ (Leekitchwatana, 2015) โดยมีระดับคะแนนดังนี้

4.51 - 5.00 หมายถึง ดีมาก

3.51 - 4.50 หมายถึง ดี

2.51 - 3.50 หมายถึง ปานกลาง

1.51 - 2.50 หมายถึง พอใช้

1.00 - 1.50 หมายถึง ควรปรับปรุง

จากนั้นนำแบบประเมินคุณภาพสื่อไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาวิจัย ตรวจสอบความถูกต้องและนำมาปรับแก้ไขตามคำแนะนำ นำต้นแบบแบบประเมินคุณภาพสื่อให้ผู้เชี่ยวชาญวัดและประเมินผล จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความถูกต้องและความเหมาะสมของข้อคำถามและนำมาปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำ หาค่าดัชนีความสอดคล้องของเนื้อหา (Index of Item-Objective Congruence: IOC) ภาพรวมของแบบประเมินคุณภาพมีค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย (IOC) ระหว่าง 0.66-1.00 ทุกข้อ รวมทั้งข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

4) การสร้างและคุณภาพของแบบสอบถามวัดความพึงพอใจของสื่อสื่อดิจิทัลแบบปลายปิด

ดำเนินการศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลจากเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากที่ได้ทำการศึกษา มา กำหนดข้อคำถามแบบวัดคุณภาพสื่อ จากนั้นดำเนินการสร้างแบบประเมินความพึงพอใจที่มีต่อสื่อดิจิทัลโดยใช้อัตลักษณ์ชุมชนเป็นฐานเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนบ้านโชค อำเภอเขวาสินรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ โดยกำหนดค่าคะแนนของแบบประเมินเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า โดยกำหนดระดับคะแนนไว้ 5 ระดับ (Srisaard, 2000) โดยมีระดับคะแนนความพึงพอใจดังนี้

4.51 - 5.00 หมายถึง มีความพึงพอใจมากที่สุด

3.51 - 4.50 หมายถึง มีความพึงพอใจมาก

2.51 - 3.50 หมายถึง มีความพึงพอใจปานกลาง

1.51 - 2.50 หมายถึง มีความพึงพอใจน้อย

1.00 - 1.50 หมายถึง มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

จากนั้นนำแบบประเมินความพึงพอใจไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาวิจัย ตรวจสอบความถูกต้องและนำมาปรับแก้ไขตามคำแนะนำ นำต้นแบบแบบประเมินความพึงพอใจให้ผู้เชี่ยวชาญวัดและประเมินผล จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความ

ถูกต้องและความเหมาะสมของข้อความและนำมาปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำ หากค่าดัชนีความสอดคล้องของเนื้อหา (IOC) ภาพรวมของแบบประเมินคุณภาพมีค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อความกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย (IOC) ระหว่าง 0.66-1.00 ทุกข้อ รวมทั้งข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

5.4 การเก็บรวบรวมและการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย

งานวิจัยนี้นำแบบสอบถามความต้องการสื่อดิจิทัลให้คณะกรรมการและผู้นำชุมชนทำแบบสอบถามความต้องการและบันทึกผลไปวิเคราะห์โดย หาความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อนำผลข้อมูลที่ได้มาจัดทำเป็นสื่อดิจิทัลโดยใช้อัตลักษณ์ชุมชนเป็นฐานเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนบ้านโชค การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการประเมินคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญและแบบประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างโดยการเปิดสื่อดิจิทัลโดยใช้อัตลักษณ์ชุมชนเป็นฐานเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนบ้านโชค อำเภอเขวาสินรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ ให้ชม จากนั้นให้ตอบแบบประเมิน และเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อนำไปวิเคราะห์และประเมินผล ประกอบด้วย การวิเคราะห์ผลโดยการคำนวณหาค่าเฉลี่ยแบบแจกแจงความถี่ ของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ และกลุ่มตัวอย่าง นำมาวิเคราะห์ผลโดยการคำนวณหาค่าเฉลี่ย และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญและกลุ่มตัวอย่างตามหลักสถิติ

6. ผลการวิจัย (Results)

6.1 ผลการพัฒนาสื่อดิจิทัลโดยใช้อัตลักษณ์ชุมชนเป็นฐานเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ชุมชนบ้านโชค จังหวัดสุรินทร์

ผลการศึกษาความต้องการของคณะกรรมการและสมาชิกภายในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านโชค สรุปได้ 3 ประเด็น ดังนี้ 1. ความต้องการรูปแบบการใช้สื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์ชุมชนบ้านโชค พบว่า 1. ความต้องการสื่อ 2 ประเภท ประกอบด้วย สื่อโมชันกราฟิก และสื่อสตีกเกอร์ไลน์ 2. ความต้องการเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ชุมชนบ้านโชค ประกอบด้วย ประวัติความเป็นมาของชุมชน กลุ่มหัตถกรรมเครื่องเงินโบราณภายในชุมชน อัตลักษณ์และวัฒนธรรมประเพณีต่าง ๆ และ 3. ความต้องการลักษณะการออกแบบสื่อดิจิทัลที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ชุมชนบ้านโชค ประกอบด้วย ความน่ารักสดใส มีความเหมาะสมกับทุกเพศทุกวัย และสื่อดิจิทัลแบบกึ่งทางการ ดังนั้น การพัฒนาสื่อดิจิทัลโดยใช้อัตลักษณ์ชุมชนเป็นฐานเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนบ้านโชค ตำบลเขวาสินรินทร์ อำเภอเขวาสินรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ ในงานวิจัยนี้จึงมีการพัฒนาสื่อดิจิทัลที่ ประกอบด้วย ข้อมูลความต้องการภายในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านโชค ข้อมูลจากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งข้อมูลจากแนวปฏิบัติที่ดี (Best Practice) จากชุมชนต้นแบบและนำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์ และสรุปประเด็น จากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการออกแบบสตีกเกอร์ไลน์ และสื่อโมชันกราฟิก และนำไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง สามารถสรุปผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ได้ดังต่อไปนี้

1. ผลการศึกษการแต่งกาย

จากการศึกษาจากข้อมูลอินเทอร์เน็ต ได้รูปแบบการแต่งผลการศึกษา ดัง Figure 2.



Figure 2. Silver jewelry is worn with traditional silk attire from the Ban Chok community.

Source: Khwao Sinarin Community Learning Center (2020)

จาก Figure 2. ได้การลงพื้นที่เก็บข้อมูลต่าง ๆ ที่ชุมชนบ้านโชคและศึกษาข้อมูลเพิ่มเติม พบว่า การแต่งกายของจังหวัดสุรินทร์ มีหมู่บ้านที่ทอผ้าที่สืบทอดกันมาจนถึงปัจจุบันจะเป็นคนไทยเชื้อสายเขมร ไทยอีสาน ไทยกวย มีแหล่งสำคัญหลายแห่ง หนึ่งในนั้นคืออำเภอเขวาสินรินทร์ และในอำเภอเขวาสินรินทร์นั้นมีการทอผ้าอยู่แทบจะทุกหมู่บ้าน การแต่งกายของชาวสุรินทร์ เชื้อสายเขมรมีลักษณะ คล้ายคลึงกับคนเอเชียตะวันออกเฉียงใต้แทบทุกประเทศ นั่น คือ ผู้ชายนุ่งโสร่ง ผู้หญิงนุ่งซิ่นแต่ความแตกต่างอยู่ที่วัสดุที่ใช้ในการทำโสร่งหรือซิ่น ชาวสุรินทร์นิยมใช้ไหมในการทำเครื่องแต่งกายไม่ว่าจะซิ่นเล็กอย่างผ้าสไบ ผ้าขาวม้า หรือซิ่นใหญ่อย่างผ้านุ่ง และชุมชนบ้านโชคก็เป็นชุมชนที่มีการทำเครื่องเงินและทอผ้าไหม เครื่องเงินที่ผลิตด้วยกลุ่มวิสาหกิจภายในบ้านโชค ก็จะถูกนำมาเป็นเครื่องประดับสวมใส่ในประเพณีต่าง ๆ หรือจัดแสดงตามโอท็อปต่าง ๆ

2. การออกแบบตัวละคร

งานวิจัยนี้ได้ออกแบบ ตัวละคร 2 ตัว ที่แต่งกายด้วยการสวมใส่ชุดผ้าไหมพื้นถิ่นและสวมใส่เครื่องประดับเงินโบราณของชุมชนบ้านโชค เพื่อสื่อถึงความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านโชคอย่างโดดเด่นและชัดเจน ดัง Figure 3.



Figure 3. Character design.

3. การออกแบบสติ๊กเกอร์ไลน์

ผลการออกแบบสติ๊กเกอร์ไลน์ ดัง Figure 4.

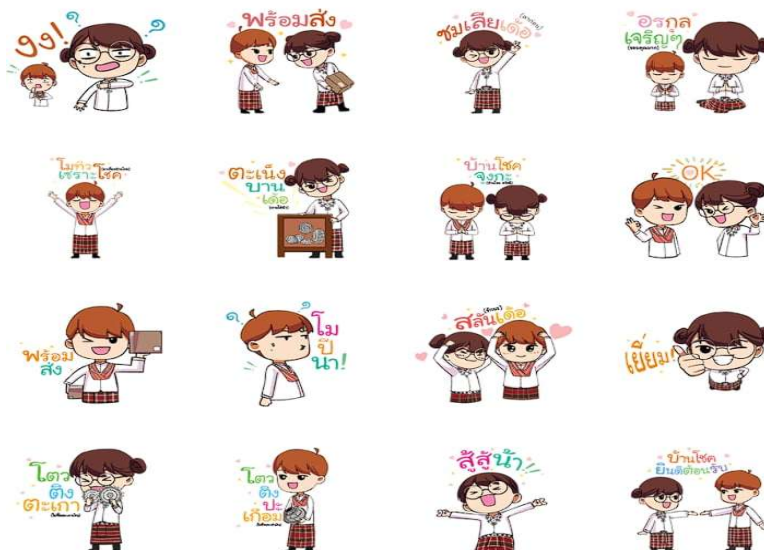


Figure 4. The static LINE stickers with 16 poses.

จาก Figure 4. ได้กำหนดตัวละครที่เป็นเด็กผู้ชายชื่อ “ศิลป์โชค” และเด็กผู้หญิงชื่อ “ศรีเงิน” ที่มีอายุราว 8-12 ปี โดยที่มาของตัวละครเด็กผู้ชายนั้นเป็นการผสมผสานระหว่างคำว่า “ศิลป์” ที่สื่อถึงงานศิลปหัตถกรรมอันประณีตของเครื่องเงินบ้านโชค และคำว่า “โชค” ก็มาจากชื่อหมู่บ้าน เป็นการเน้นย้ำถึงเอกลักษณ์และที่มาของชุมชน และตัวละครเด็กผู้หญิงชื่อ “ศรีเงิน” ที่ โดยที่มาของชื่อ “ศรี” เป็นคำไทยโบราณใช้เรียกหญิงสาวที่มีความดี “เงิน” หมายถึงเครื่องเงิน ซึ่งเป็นภูมิปัญญาและสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมพื้นบ้านที่ถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น และจากศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับการออกแบบคาแรกเตอร์สติกเกอร์ไลน์ จากแหล่งค้นคว้าเพิ่มเติมจากเอกสารงานวิจัยต่าง ๆ มาวิเคราะห์ออกแบบท่าทางต่าง ๆ และใส่ข้อความที่สื่อถึงบ้านโชคและสามารถสื่อสารได้เข้าใจง่าย ผลการออกแบบ (Figure 4.) พบว่า สติกเกอร์ไลน์แบบภาพนิ่งจำนวน 16 ท่าทาง ที่แต่งกายด้วยการสวมใส่ชุดผ้าไหมและเครื่องประดับเงินโบราณของบ้านโชค ที่แสดงข้อความและท่าทางต่าง ๆ เช่น “ไม่ว่าเพราะโชค มาเที่ยวบ้านโชค” “ตะเนิงบานเต๋อ ถามได้น้ำ” “สู้สู้” “ออกุลเจริญ ๆ ขอบคุณมาก ๆ” “บ้านโชคจุงกะ บ้านโชคสวัสดิ” “ส่งแล้วน้ำ” “โอเค” “โมปีนา มาจากไหน” “พร้อมส่ง” “ชมเลียเด้อ ลาก่อนนะ” เป็นต้น โดยภาษาที่ใช้ส่วนใหญ่จะเป็นภาษาเขมรที่เป็นภาษาถิ่นในชีวิตประจำวันของชุมชนบ้านโชค ที่มีคำแปลอธิบายที่คนทั่วไปก็สามารถเข้าใจได้ง่าย

4. ผลการพัฒนาสื่อโมชันกราฟิก

การพัฒนาสื่อโมชันกราฟิกได้ทำการรวบรวมข้อมูลเนื้อหาจากแหล่งข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือ เช่น งานวิจัย เอกสารและศึกษาความต้องการจากการสัมภาษณ์จากผู้นำชุมชนและคณะกรรมการจากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาเรียบเรียงเนื้อหา และแปลงข้อมูลให้สามารถสื่อสารเข้าใจง่ายและกระชับ พัฒนาเป็นบทสคริปต์ สตอรี่บอร์ด และแปลงเนื้อหาให้ออกมารูปแบบของภาพกราฟิกเคลื่อนไหว พร้อมเสียงบรรยายและเสียงประกอบต่าง ๆ จึงได้เป็นสื่อโมชันกราฟิกที่ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของชุมชนบ้านโชค ดัง Figure 5.

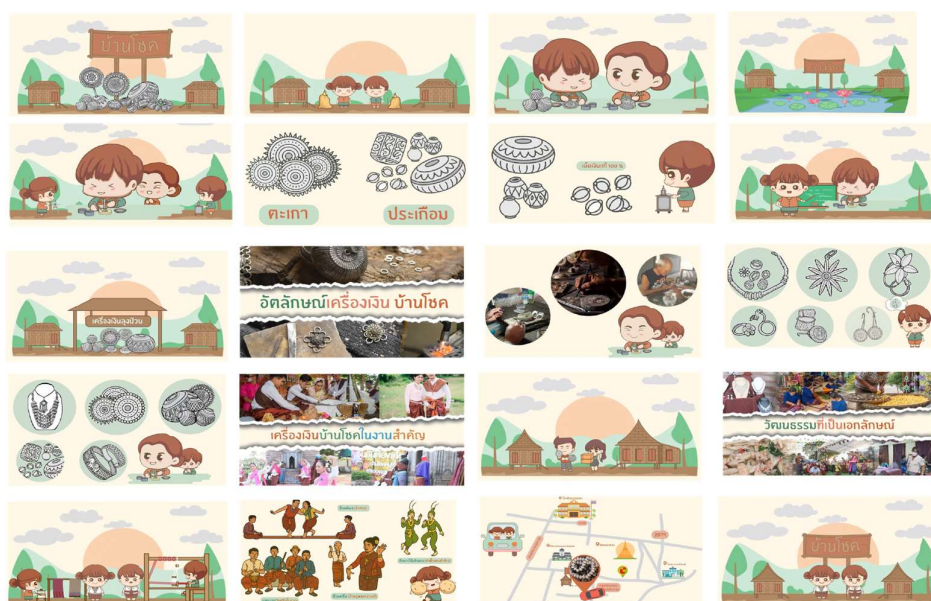


Figure 5. Motion graphic media promoting tourism of Ban Chok community.

จาก Figure 5. สื่อโมชันกราฟิก มีตัวละครหลัก 2 ตัวทำหน้าที่ในการดำเนินเรื่อง คือ “ศรีเงิน” และ “ศิลป์โชค” ในช่วงแรกมีการเล่าถึงประวัติความเป็นมาของชุมชน การถ่ายทอดศิลปะการทำเครื่องเงินโบราณของบ้านโชคตั้งแต่อดีตมาจนถึงปัจจุบัน การก่อตั้งหมู่บ้าน ที่มาของชื่อหมู่บ้านโชค ขั้นตอนการผลิตเครื่องเงิน เครื่องเงินที่โดดเด่นของบ้านโชคทั้งตะเกาและประเก้อม และการถ่ายทอดวิชาความรู้เรื่องการทำเครื่องเงิน กลุ่มหัตถกรรมเครื่องเงินโบราณของลุงปวน อัตลักษณ์ของเครื่องเงินบ้านโชค เครื่องเงินบ้านโชคในงานสำคัญ วัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ วิถีชีวิตของผู้คนในชุมชน อาหารพื้นถิ่น

และการแสดงสดดนตรีพื้นบ้าน และตอนจบเป็นการเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาที่ชุมชนบ้านโชค เป็นต้น นอกจากนี้ผลการพัฒนาสื่อโมชันกราฟิก ดัง Figure 5. แล้ว ยังมีโปสเตอร์เพื่อสแกนคิวอาร์โค้ด ดัง Figure 6.



Figure 6. Promotional poster of Ban Chok community.

จาก Figure 6. โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ชุมชนบ้านโชคที่มีคิวอาร์โค้ด (QR CODE) ที่สแกนเพื่อเข้าถึงสื่อโมชันกราฟิก และสติ๊กเกอร์ไลน์ได้ นอกจากนี้ยังมีข้อมูลที่ติดต่อได้ของผู้นำชุมชน และกลุ่มหัตถกรรมเครื่องมือเงินโบราณของชุมชนอีกด้วย จาก Figure 4. และ Figure 5. พบว่าผลการประเมินคุณภาพสื่อดิจิทัลโดยใช้อัตลักษณ์ชุมชนเป็นฐานเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนบ้านโชค อำเภอเขวาสินรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ (n=30) ดัง Table 1. โดยผลการประเมินคุณภาพสื่อดิจิทัล พบว่าอยู่ในเกณฑ์ระดับคุณภาพดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.57

6.2 ผลการประเมินภาพจากผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อสื่อดิจิทัลโดยใช้อัตลักษณ์ชุมชนเป็นฐานเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนบ้านโชค อำเภอเขวาสินรินทร์ จังหวัดสุรินทร์

จากการศึกษาผลการประเมินคุณภาพที่มีต่อสื่อดิจิทัลโดยใช้อัตลักษณ์ชุมชนเป็นฐานเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนบ้านโชค อำเภอเขวาสินรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ โดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน พบว่า ค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับ มาก คือ 4.43 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.57

6.3 ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อสื่อดิจิทัลโดยใช้อัตลักษณ์ชุมชนเป็นฐานเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนบ้านโชค อำเภอเขวาสินรินทร์ จังหวัดสุรินทร์

ผลการวิจัย ดัง Table 1.

Table 1. Results of the study on the satisfaction level categorized by aspects.

Question Topics	($\bar{x}$)	S.D.	Satisfaction Level
Sticker LINE Design Aspect			
1. LINE stickers reflect the identity of Ban Chok community.	4.73	0.44	Highest
2. The design of poses is appropriate for Ban Chok community.	4.76	0.43	Highest
3. Colors and visual composition are attractive and engaging.	4.80	0.40	Highest
4. The size of the text in LINE stickers is appropriate.	4.70	0.46	Highest
5. LINE stickers can be practically used for general communication.	4.80	0.40	Highest
6. Colors and lines are interesting and convey emotions.	4.80	0.40	Highest

Table 4. Results of the study on the satisfaction level categorized by aspects. (Cont.)

Question Topics	($\bar{x}$)	S.D.	Satisfaction Level
7. LINE stickers are aesthetically pleasing and suitable for community promotion.	4.76	0.43	Highest
8. The content of LINE stickers can effectively represent Ban Chok community.	4.76	0.43	Highest
Mean	4.76	0.42	Highest
Motion Graphic Content Aspect			
9. Presents complete and clear content about Ban Chok community.	4.86	0.34	Highest
10. The language used is easy to understand.	4.73	0.44	Highest
11. The sequencing of the storyline in motion graphic media is continuous.	4.70	0.46	Highest
12. The length of the content is appropriate.	4.70	0.46	Highest
13. The content provides knowledge about Ban Chok silverware.	4.76	0.43	Highest
14. The content relates to the current tourism situation.	4.63	0.49	Highest
15. The content presented promotes tourism of Ban Chok community.	4.73	0.44	Highest
16. The content can stimulate interest in community tourism.	4.80	0.40	Highest
Mean	4.73	0.43	Highest
Motion Graphic Design Aspect			
17. Use of colors for graphic images	4.66	0.47	Highest
18. Aesthetic appeal of graphic design	4.73	0.44	Highest
19. Aesthetic appeal of animated graphics	4.73	0.44	Highest
21. Appropriateness of font size	4.60	0.49	Highest
22. Appropriateness of image size in motion graphic media	4.66	0.47	Highest
23. Image sharpness	4.63	0.49	Highest
24. Clarity of narration voice	4.63	0.49	Highest
25. Aesthetic appeal of image composition	4.70	0.46	Highest
26. Appropriateness of background music	4.60	0.49	Highest
27. The presentation style of motion graphic media is interesting	4.70	0.46	Highest
Mean	4.66	0.47	Highest
Mean in overall	4.71	0.44	Highest

จาก Table 1. ผลการประเมินความพึงพอใจของสื่อดิจิทัลโดยใช้อัตลักษณ์ชุมชนเป็นฐานเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนบ้านโชค อำเภอสว่างวีรกรรม จังหวัดสุรินทร์ พบว่าอยู่ในเกณฑ์ระดับความพึงพอใจมากที่สุดโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.71 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.44

7. สรุปและอภิปรายผลการวิจัย (Conclusion and Discussion)

7.1 สรุปผลการวิจัย

จากการการพัฒนาสื่อดิจิทัลโดยใช้อัตลักษณ์ชุมชนเป็นฐานเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนบ้านโชค อำเภอสวนรัตน จังหวัดสุรินทร์ สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

จากการการพัฒนาสื่อดิจิทัลโดยใช้อัตลักษณ์ชุมชนเป็นฐานเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนบ้านโชค อำเภอสวนรัตน จังหวัดสุรินทร์ สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ผลการพัฒนาสื่อดิจิทัลโดยใช้อัตลักษณ์ชุมชนเป็นฐานเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนบ้านโชค อำเภอสวนรัตน จังหวัดสุรินทร์ ประกอบสถิติเกอร์ไลน์ จำนวน 16 ท่าทาง ที่สื่อถึงชุมชนบ้านโชค และสื่อโมชันกราฟิกที่นำเสนอเนื้อหาเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชนบ้านโชค มีผลการประเมินคุณภาพการพัฒนาสื่อดิจิทัลโดยใช้อัตลักษณ์ชุมชนเป็นฐานเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนบ้านโชค อำเภอสวนรัตน จังหวัดสุรินทร์ พบว่าอยู่ในเกณฑ์ระดับคุณภาพดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.57

2. ผลการประเมินความพึงพอใจของสื่อดิจิทัลโดยใช้อัตลักษณ์ชุมชนเป็นฐานเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนบ้านโชค อำเภอสวนรัตน จังหวัดสุรินทร์ พบว่าอยู่ในเกณฑ์ระดับความพึงพอใจมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.71 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.44

7.2 อภิปรายผลการวิจัย

งานวิจัยเรื่องการพัฒนาสื่อดิจิทัลโดยใช้อัตลักษณ์ชุมชนเป็นฐานเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนบ้านโชค อำเภอสวนรัตน จังหวัดสุรินทร์ สรุปโดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ Jairassamee et al. (2022) ได้ทำการวิจัยผลการใช้สื่อดิจิทัลโดยใช้อัตลักษณ์ชุมชนเป็นฐานเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนบ้านโชค อำเภอสวนรัตน จังหวัดสุรินทร์ อยู่ในรูปแบบสถิติเกอร์ไลน์ที่เป็นแบบภาพเคลื่อนไหวและแบบภาพนิ่งโดยตัวละคร จะแสดงให้เห็นถึงวิถีชีวิตของชุมชนบ้านเทนมีย์ นอกจากนี้ผลการพัฒนาสื่อโมชันกราฟิก จะมีตัวละครหลักที่ทำหน้าที่ดำเนินเรื่อง ซึ่งจะเล่าเกี่ยวกับประวัติและความเป็นมาของชุมชนบ้านเทนมีย์ ศิลปวัฒนธรรม และประเพณี รวมไปถึงสินค้าโอท็อปวิถี วิถีฐานเรียนรู้ และแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงชุมชนบ้านเทนมีย์ รวมถึงการใช้อัตลักษณ์ชุมชนเป็นฐานจะยิ่งส่งเสริมให้เกิดความเข้าใจและรับรู้ถึงชุมชนอย่างแท้จริง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Dompini et al. (2024) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับพัฒนาสื่อดิจิทัลในการนำเสนอเพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมท้องถิ่น อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดขอนแก่น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมท้องถิ่น และประเมินประสิทธิภาพและวิเคราะห์ผลความพึงพอใจของสื่อดิจิทัล การศึกษาผลการพัฒนาสื่อดิจิทัลในการนำเสนอเพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมท้องถิ่น อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดขอนแก่น จากการศึกษาผลการวิเคราะห์ประเมินเพื่อทดสอบคุณภาพด้านประสิทธิภาพและความพึงพอใจของสื่อดิจิทัล พบว่าโดยรวมอยู่ในระดับคุณภาพมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Rakisaraku et al. (2024) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับ การพัฒนาสื่อดิจิทัลบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ชุมชนท่องเที่ยวโอท็อปวิถีตำบลบางเสาธง อำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ ผลการวิจัยพบว่า การออกแบบและพัฒนาสื่อดิจิทัลบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภท เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ และอินสตาแกรม โดยงานวิจัยนี้ใช้หลักการออกแบบและพัฒนาระบบโดยประยุกต์ใช้วงจรพัฒนาระบบผลการประเมินประสิทธิภาพของสื่อดิจิทัลบนเครือข่ายสังคมออนไลน์โดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบสื่อดิจิทัลที่มีประสบการณ์การทำงานสายวิชาการด้านการออกแบบและผลิตสื่อดิจิทัล อายุงานมากกว่า 10 ปี จำนวน 5 คน พบว่าคะแนนประสิทธิภาพในภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก ผลการประเมินความพึงพอใจที่มีผลต่อการใช้สื่อดิจิทัลบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวบริเวณตำบลบางเสาธง อำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ พบว่า ค่านระดับความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ Klongdee & Chanamool (2021) ที่วิจัยเรื่อง การพัฒนาสื่อโมชันกราฟิกแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ชุมชนขนมแปกริมคลองหนองบัว จังหวัดจันทบุรี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อออกแบบและพัฒนาสื่อดิจิทัลประเภทโมชันกราฟิกที่มีประสิทธิภาพในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวชุมชน ผ่านการถ่ายทอดอัตลักษณ์ของชุมชนขนมแปกริมคลอง ซึ่งมีความโดดเด่นทั้งในด้านวัฒนธรรมท้องถิ่น วิถีชีวิต และภูมิปัญญาการทำขนมไทย จากการประเมินคุณภาพของสื่อ พบว่า ผู้เชี่ยวชาญให้คะแนนด้านความถูกต้องของเนื้อหา ความน่าสนใจของการออกแบบ และความสอดคล้องขององค์ประกอบสื่อในระดับมาก ขณะเดียวกันกลุ่มผู้ชมเป้าหมายมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก โดยเฉพาะด้านความเข้าใจในเนื้อหาและแรงจูงใจในการเข้ามาท่องเที่ยว ผลวิจัยนี้สะท้อนให้

เห็นว่าสื่อดิจิทัลที่สร้างบนรากฐานของอัตลักษณ์ชุมชน มีศักยภาพในการสร้างการรับรู้และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่แหล่งท่องเที่ยวท้องถิ่น อันสอดคล้องกับงานวิจัยของ Bast et al. (2024) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนาสื่อดิจิทัลประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยใช้เครือข่ายสังคมสำหรับวิสาหกิจชุมชนกุดหมากไฟ จังหวัดอุดรธานี โดยมุ่งเน้นการส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านการใช้ช่องทางสื่อดิจิทัล เช่น วิดีโอ และอินโฟกราฟิก ที่นำเสนอข้อมูลด้านวิถีชีวิต วัฒนธรรม สินค้าชุมชน และกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ผ่านช่องทางโซเชียลมีเดีย ได้แก่ Facebook และ YouTube เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวสมัยใหม่ที่นิยมรับสารผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ ผลการวิจัยพบว่า การออกแบบเนื้อหาที่ตรงประเด็น มีภาพและข้อมูลชัดเจน ตลอดจนรูปแบบการนำเสนอที่ทันสมัย ช่วยเพิ่มความน่าสนใจในการรับชม และสร้างการรับรู้เกี่ยวกับชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะกลุ่มผู้ชมออนไลน์มีความสนใจในชุมชนเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน และมีแนวโน้มเข้าร่วมกิจกรรมหรือเดินทางมาท่องเที่ยวจริง ซึ่งสอดคล้องกับ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Wajitragum (2022) ที่ได้ออกแบบสื่อมัลติมีเดียเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดระนอง เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการออกแบบสื่อมัลติมีเดียเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยได้วิเคราะห์องค์ประกอบด้านภูมิประเทศ วัฒนธรรม วิถีชีวิต และประวัติศาสตร์ท้องถิ่น ซึ่งล้วนเป็นส่วนสำคัญในการสะท้อนอัตลักษณ์ของพื้นที่ ผลการวิจัยพบว่า การใช้ข้อมูลอัตลักษณ์ท้องถิ่นมาเป็นแกนหลักในการพัฒนาสื่อ สามารถสร้างความน่าสนใจและเพิ่มคุณค่าให้กับเนื้อหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งยังช่วยกระตุ้นการรับรู้และความเข้าใจในพื้นที่นั้น ๆ ได้ดียิ่งขึ้นอีกด้วย

8. ข้อเสนอแนะงานวิจัย (Recommendation)

- 1) ชุมชนมีสื่อดิจิทัลประชาสัมพันธ์ชุมชนที่สามารถเข้าถึงได้ตลอด 24 ชั่วโมง ซึ่งสามารถเผยแพร่และเข้าถึงได้ผ่านทางสมาร์ทโฟน และอุปกรณ์อื่น ๆ ทั้งนี้ควรมีการประชาสัมพันธ์การใช้งานไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อการประชาสัมพันธ์ที่ดียิ่งขึ้น
- 2) พัฒนาสื่อดิจิทัลในรูปแบบอื่นเพิ่มเติม เช่น เว็บไซต์ หรือแอปพลิเคชันท่องเที่ยวชุมชน เพื่อต่อยอดและขยายช่องทางการประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้หลากหลายมากขึ้น

9. เอกสารอ้างอิง (References)

- Bast, C., Suansawat, R., Souboon, B., Khakhumalee, P., & Maneesri, S. (2024). Developing the Digital Public Relation Media to Promote Kud Mak Fai Creative Community Enterprise Tourism through Online Social Media Network. *Journal of Management Science, Udon Thani Rajabhat University*, 6(3), 62-75. (In Thai)
- Bengngeon, K., & Koktong, T. (2021, February 22). Line Sticker Design to Reflect the Uniqueness of Kamphaeng Phet Province Culture. *The 1st Kamphaeng Phet Rajabhat University Student National Conference*, 525-540. Kamphaeng Phet Rajabhat University. (In Thai)
- Brünker, F., Deitelhoff, F., & Mirbabaie, M. (2019). *Collective Identity Formation on Instagram - Investigating the Social Movement Fridays for Future*. arXiv. <https://doi.org/10.48550/ARXIV.1912.05123>.
- Chimlee, K. (2016). The Development of Village Cultural Tourism in Ban Takhu Pak Thong Chai District Nakhonratchasima Province. *NRRU Community Research Journal*, 10(1), 7-19. (In Thai)
- Dornpinij, P., Hampituk, S., & Taowklang, K. (2024). Develop Digital Media for Presenting and Promoting Local Cultural Tourism in Wiang Kao District, Khon Kaen Province. *Interdisciplinary Academic and Research Journal*, 4(1), 823-834. <https://doi.org/10.60027/iarj.2024.274070>. (In Thai)
- Hetayothin, C. (2021). Guideline for Character Design: A Case Study of 'Character Design Challenge'. *Asian Creative Architecture, Art and Design*, 32(1), 1-15. (In Thai)
- Homsuwan, S. (2014). Screenwriting, Character Design, and Screenplay. <https://graphic.bsru.ac.th/wp-content/uploads/2020/12/บทที่-3-การเขียนบท-การออกแบบตัวละครและกระดานภาพนิ่ง.pdf>. (In Thai)



- InsightERA. (2023). *Summary of Information You Should Know about Digital 2023 in Thailand from We Are Social and Meltwater*. <https://www.insightera.co.th/digital-2023-thailand>. (In Thai)
- 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. *Arts and Culture Journal of the Lower Moon River*, 11(1), 1-15. <https://doi.org/10.14456/acj.2022.1>. (In Thai)
- Jiarananon, S. (2023). The Character Design and Storytelling in Television Drama: A Case Study of the Course Entitled Creative Design Project and Criticism, Bachelor of Communication Arts Program in Mass Communication, Bansomdejchaopraya Rajabhat University. *Journal of Communication Arts Review*, 27(1), 110-121. (In Thai)
- Khwao Sinarin Community Learning Center. (2020). *Dressing*. <https://www.facebook.com/photo?fbid=188725792603872&set=pcb.188725895937195>. (In Thai)
- Khwao Sinarin District Community Development Office. (2023). *Khwao Sinarin District Community Development Plan B.E. 2566*. Khwao Sinarin District. (In Thai)
- Klongdee, S., & Chanamool, N. (2021). Development of Motion Graphic Media Introduction to Ecotourism Nong Bua Community, Chanthaburi. *Journal of Applied Information Technology*, 7(2), 75-83. (In Thai)
- Kobayashi, S. (1991). *Color Image Scale*. Kodansha International.
- Lalitsasivimol, W., Chinfuk, N., Phetkla, C., Saeau, C., & Dapa, I. (2023). The Study of Community Identity for Develop Tourism in Yala Province. *Economics and Business Administration Journal Thaksin University*, 15(1), 33-50. <https://doi.org/10.55164/ecbajournal.v15i1.253000>. (In Thai)
- Lauer, D. A., & Pentak, S. (2011). *Design Basics* (8th ed.). Cengage Learning.
- Leekitchwatana, P. (2015). *Research Methods in Education* (10th ed.). King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang. (In Thai)
- Mustafa, B., & Ibrahim, A. (2023). Graphic Design and the Role of Motion Graphics in Enriching and Promoting Tourism Advertising. *Dirasat: Human and Social Sciences*, 50(2), 569-581. <https://doi.org/10.35516/hum.v50i2.4962>. (In Arabic)
- Office of the National Economic and Social Development Council. (2022). *The Thirteenth National Economic and Social Development Plan (2023-2027)*. Office of the Prime Minister. https://www.nesdc.go.th/wordpress/wp-content/uploads/2025/02/article_file_20230307173518.pdf. (In Thai)
- Poksupphiboon, A., & Srikanlayanabuth, A. (2020). The Guidelines for Designing Kawaii Local Characters and Mascots. *Institute of Culture and Arts Journal*, 22(1), 153-165. (In Thai)
- Poonkerd, P., Phuengket, P., Saengyarak, C., & Jingsanthear, S. (2022). Line Sticker Design "Chao Lay" to Promote and Carry on the Language and Ethnicity of the Urak Lawoi People. *Journal of Design Echo*, 3(1), 32-40. (In Thai)
- Potisarn, N. (2021). Motion Graphics for Enhancing Health Literacy. *Industrial Technology Journal Surin Rajabhat University*, 6(2), 77-90. (In Thai)
- Princhankol, P., Thamwipat, K., Sriraksa, K., Intarasorn, S., & Diangsranoi, K. (2024). The Development of Motion Graphic Media to Promote Awareness of Portfolio Creation for High School Students. *Journal for Research and Innovation, Institute of Vocational Education Bangkok*, 7(1), 146-162. (In Thai)
- Rakisarakul, T., Pijukkana, K., & Pibunthong, P. (2024). Development of Digital Media on Social Networks for Public Relations and Promotion of Sales of OTOP Nawatwithi Community Tourism Products,

- Bang Sao Thong Subdistrict, Bang Sao Thong District, Samut Prakan. *Journal of Mass Communication Technology, RMUTP*, 9(1), 17-38. (In Thai)
- Rakkuae, S.(2017, December 22). Development Guidelines for the Promoting Cultural Tourism of Nakhon Chum Subdistrict Municipality, Muang Kamphaeng Phet District, Kamphaeng Phet Province. *The 4th Kamphaeng Phet Rajabhat University National Conference*, 869-880. Kamphaeng Phet Rajabhat University. (In Thai)
- Rochanacirin, N., & Udomthanavong, S. (2023). The Influences of Digital Marketing Media on Perceived Value and Brand Preference Affecting the Decision Making of Undergraduate Study at Private University. *Suthiparithat Journal*, 37(1), 128-141. (In Thai)
- Somchai, S., Phumsaen, P., Arthakun , S., & Singmart, S. (2023). Cultural Management to the Concept of Creative Cultural Tourism. *Interdisciplinary Academic and Research Journal*, 3(6), 1035-1048. <https://doi.org/10.60027/iarj.2023.272810>. (In Thai)
- Sookban, P., Tamsuntai, R., Saothong, J., & Permpoon, A. (2023). Guidelines for the Development of Career Promotion from the Identity of Ban Mai Community, Tra Saeng Subdistrict, Mueang Surin District Surin Province. *Journal of Academic Surindra Rajabhat*, 1(3), 15-26. <https://doi.org/10.14456/jasrru.2023.16>. (In Thai)
- Srisaard, B. (2000). *Preliminary Research* (6th ed.). Suweerivasarn. (In Thai)
- United Nations. (1987). *Report of the World Commission on Environment and Development*. United Nations General Assembly. <https://digitallibrary.un.org/record/139811?v=pdf>.
- Unjan, R., Phetchit, J., Buakhao, S., & Liamnimitr, N. (2023). The Identity of Ban Wang Sai Community for Tourism Development in Thung Song District, Nakhon Si Thammarat Province. *Journal of Agricultural Research and Extension*, 40(2), 224-235. (In Thai)
- Waijittragum, P. (2022). Graphic and Multimedia Design to Promote Tourism for Ranong Province. *Asian Creative Architecture, Art and Design*, 34(1), 102-113. (In Thai)
- Wattano, P., & Korcharoen, M. (2021). Integrated Marketing Communication and Branding of DPU Aviation Academy, Dhurakij Pundit University after Covid-19. *Dhurakij Pundit Communication Arts Journal*, 15(2), 12-32. (In Thai)
- Yoyram, J., Enkvetchakul, P., Doungsri, J., & Boonkate, K. (2023). Development of Motion graphics to Create Recognition and Recognition about The Effect of Smart Device Usage in Early Childhood. *Journal of Engineering and Industrial Technology, Kalasin University*, 1(4), 8-15. <https://doi.org/10.14456/jeit.2023.15>. (In Thai)

