

ภูมิโนเวศวัฒนธรรม: การออกแบบสื่อมัลติมีเดียเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน
ตำบลพรุใน อำเภอยะยาว จังหวัดพังงา
Cultural Landscape: Multimedia Design to Promote Community Tourism
in Phru Nai Sub-district, Ko Yao District, Phang Nga Province

รัชรี หิรัญพันธ์^{1*} ปัทมาสน์ พิณกุล² รุ่งรัตน์ ทองสกุล²

Watcharee Hiranphan^{1*} Patamas Pinnukul² Rungrat Thongsakul²

Corresponding Author's Email: rungrat.t@pkru.ac.th

(Received: October 29, 2025; Revised: May 19, 2026; Accepted: May 21, 2026)

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) รวบรวม ศึกษา และวิเคราะห์ข้อมูลทรัพยากรภูมิโนเวศวัฒนธรรมภายใต้บริบทการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ตำบลพรุใน อำเภอยะยาว จังหวัดพังงา 2) กำหนดเส้นทางการท่องเที่ยวชุมชนที่สอดคล้องกับทรัพยากรภูมิโนเวศวัฒนธรรมในพื้นที่ตำบลพรุใน 3) ออกแบบและผลิตสื่อมัลติมีเดียเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน และ 4) ประเมินประสิทธิผลของสื่อมัลติมีเดีย ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน โดยบูรณาการการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างเชิงคุณภาพแบบเจาะจง 37 คน ได้แก่ ปราชญ์ชุมชน ผู้นำชุมชน ตัวแทนกลุ่มท่องเที่ยวชุมชน ผู้บริหารและบุคลากรด้านการท่องเที่ยวเทศบาลตำบลพรุใน ผู้ประกอบการการท่องเที่ยวหรือมัคคุเทศก์ชุมชน และผู้เชี่ยวชาญการผลิตสื่อ ประเมินเครื่องมือวิจัยผ่านผู้ทรงคุณวุฒิ 5 คน เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสังเกต การสัมภาษณ์เชิงลึก และการประชุมกลุ่มย่อย ส่วนการประเมินประสิทธิผลสื่อมัลติมีเดีย ใช้กลุ่มตัวอย่างผู้ชม 420 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า 1) ทรัพยากรภูมิโนเวศวัฒนธรรมของตำบลพรุในมีความหลากหลายทั้งด้านชาติพันธุ์ วัฒนธรรม และทรัพยากรธรรมชาติ โดยสะท้อนผ่านอัตลักษณ์ชุมชน ภูมิปัญญาท้องถิ่น นามสถานที่ เรื่องเล่าพื้นบ้าน และระบบนิเวศป่าชายเลน ซึ่งเป็นทุนทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมที่สำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน 2) การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวชุมชน 3 เส้นทาง เชื่อมโยงทรัพยากรธรรมชาติ วิถีชีวิต และกิจกรรมการเรียนรู้ของชุมชนทั้ง 7 หมู่บ้าน 3) การออกแบบและผลิตสื่อมัลติมีเดียเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านเพจเฟซบุ๊ก “พรุในในเกาะยาว” อินสตาแกรม และสื่อคลิปวิดีโอ 4 ชุด นำเสนอเรื่องราวอัตลักษณ์ชุมชนผ่านการเล่าเรื่องที่เชื่อมโยงธรรมชาติ วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของคนในพื้นที่ และ 4) ผลการประเมินประสิทธิผลสื่อมัลติมีเดียโดยรวมอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.59$) ผลการวิจัยจะเห็นว่า การบูรณาการทรัพยากรภูมิโนเวศวัฒนธรรมกับการออกแบบเส้นทางท่องเที่ยว และการพัฒนาสื่อมัลติมีเดีย สร้างการรับรู้และส่งเสริมภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของตำบลพรุในได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งยังช่วยเพิ่มมูลค่าทางวัฒนธรรมและเศรษฐกิจของชุมชน สนับสนุนการท่องเที่ยวโดยชุมชนและเป็นแนวทางการพัฒนาสื่อเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับพื้นที่อื่นที่มีบริบทคล้ายคลึงกัน

คำสำคัญ: ภูมิโนเวศวัฒนธรรม สื่อมัลติมีเดีย การท่องเที่ยวชุมชน

Abstract

This research aimed to: 1) collect, study, and analyze data regarding eco-cultural resources within the context of community-based tourism in Phru Nai Sub-district, Koh Yao District, Phang Nga Province; 2) determine community-based tourism routes that align with the eco-cultural resources in Phru Nai Sub-district; 3) design and produce multimedia materials to promote community-based tourism; and 4) evaluate the effectiveness of the multimedia materials. A mixed-methods approach was employed, integrating both qualitative and quantitative research. For the qualitative phase, a purposive sample of 37 key informants was selected, consisting of local sages, community leaders, representatives of community tourism groups, executives and tourism personnel from the Phru Nai Sub-district Municipality, tourism entrepreneurs or local guides, and media production experts. The research instruments were validated by a panel of five experts.

¹ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

² คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

¹ Faculty of Management Sciences, Phuket Rajabhat University

² Faculty of Humanities and Social Sciences, Phuket Rajabhat University

Qualitative data was collected through observation, in-depth interviews, and focus group discussions. For the evaluation of the multimedia's effectiveness, a quantitative sample of 420 viewers was utilized. The data were analyzed using descriptive statistics, specifically frequency, percentage, mean, and standard deviation. The research findings revealed that: 1) The cultural ecological resources of Phru Nai Sub-district are diverse in terms of ethnicity, culture, and natural resources. This is reflected through community identity, local wisdom, toponyms, folktales, and the mangrove ecosystem, which serve as crucial cultural and environmental capital for the development of community-based tourism; 2) Three community-based tourism routes were developed, linking the natural resources, ways of life, and learning activities across all 7 villages; 3) Multimedia was designed and produced to promote tourism via the Facebook page "Phru Nai Nai Koh Yao", Instagram, and four sets of video media. These present the community's identity through storytelling that connects the nature, culture, and way of life of the local people; and 4) The overall effectiveness of the multimedia was evaluated at a very good level ($\bar{X} = 4.59$). Based on the research findings, integrating cultural ecological resources with the design of tourism routes and the development of multimedia effectively creates awareness and promotes the tourism image of Phru Nai Sub-district. Furthermore, it enhances the cultural and economic value of the community, supports community-based tourism, and serves as a guideline for developing media to promote tourism in other areas with similar contexts.

Keywords: cultural landscape, multimedia, community tourism

ความเป็นมาของปัญหา

การท่องเที่ยวถือเป็นหนึ่งในกลไกสำคัญที่มีบทบาทต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมของประเทศไทย มาอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา รูปแบบการท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงจากการท่องเที่ยวแบบมวลชน (Mass tourism) ไปสู่การท่องเที่ยวที่เน้นประสบการณ์ วิถีชีวิต และอัตลักษณ์ของพื้นที่มากยิ่งขึ้น ส่งผลให้การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-Based Tourism: CBT) ได้รับความสนใจเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้ชุมชนท้องถิ่นมีบทบาทในการบริหารจัดการทรัพยากรของตนเอง รวมทั้งสามารถนำเสนออัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม วิถีชีวิต และภูมิปัญญาท้องถิ่นให้แก่ผู้มาเยือนได้อย่างแท้จริง (World Tourism Organization, 2018) การท่องเที่ยวโดยชุมชนจึงมิได้เป็นเพียงกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวเท่านั้น แต่ยังเป็นกระบวนการสร้างคุณค่าให้แก่ทุนทางวัฒนธรรมและทรัพยากรท้องถิ่น ซึ่งมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

จังหวัดพังงาในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของเขตพัฒนาการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอันดามัน เป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวสูง เนื่องจากมีทรัพยากรทางธรรมชาติและภูมิทัศน์ทางทะเลที่โดดเด่น โดยเฉพาะอำเภอเกาะยาว ซึ่งมีลักษณะภูมิประเทศเป็นหมู่เกาะที่รายล้อมด้วยเกาะเล็กเกาะน้อยมากกว่า 200 เกาะ ส่งผลให้พื้นที่ดังกล่าวมีความอุดมสมบูรณ์ทั้งในด้านทรัพยากรธรรมชาติ ระบบนิเวศทางทะเล และวิถีชีวิตชุมชนชายฝั่ง สำหรับตำบลพรุใน อำเภอเกาะยาว เป็นพื้นที่ที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ตั้งแต่ความงดงามของภูมิทัศน์ทางทะเล เช่น เกาะไข่นอก เกาะไข่นอก ซึ่งเป็นแหล่งดำน้ำที่ได้รับความนิยม หาดโล๊ะปาเหรดที่มีหาดทรายยาวขาวละเอียด ตลอดจนเสน่ห์ของวิถีชีวิตชุมชนที่ยังคงความเข้มแข็งผ่านวัฒนธรรมการประมง อาหารพื้นถิ่น และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่ป่าชายเลน ปัจจัยเหล่านี้เป็นองค์ประกอบสำคัญที่สนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน ทรัพยากรทางธรรมชาติและวัฒนธรรมดังกล่าวสามารถอธิบายผ่านแนวคิด "ภูมิทัศน์วัฒนธรรม" (Cultural landscape) ซึ่งเป็นแนวคิดที่อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างภูมิทัศน์ทางธรรมชาติ วิถีชีวิตของผู้คน และระบบสังคมวัฒนธรรมที่หล่อหลอมกันจนเกิดเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่ Wittayapak (2018) อธิบายว่า ทรัพยากรทางธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในมิติต่าง ๆ เรียกว่า "ภูมิทัศน์ทางธรรมชาติ" มีปฏิสัมพันธ์กับปัจจัยทางสังคม วัฒนธรรม วิถีชีวิต และเศรษฐกิจ จนเกิดเป็น "ภูมิทัศน์วัฒนธรรม" ที่สะท้อนความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับธรรมชาติอย่างเป็นระบบ แนวคิดดังกล่าวนี้มีความสำคัญต่อการทำความเข้าใจศักยภาพของพื้นที่ท่องเที่ยว เนื่องจากช่วยให้เห็นถึงคุณค่าของทรัพยากรท้องถิ่นในฐานะทุนทางวัฒนธรรมที่นำมาสร้างอัตลักษณ์และความแตกต่างของแหล่งท่องเที่ยวได้

แม้ว่าตำบลพรุในจะมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่โดดเด่นและมีเอกลักษณ์เฉพาะพื้นที่ แต่จากการสอบถามและประชุมร่วมกับผู้นำชุมชน รวมทั้งผู้ที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่ พบว่า ปัญหาสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวตำบลพรุใน

คือการรับรู้และความเข้าใจของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับอัตลักษณ์เชิงพื้นที่ (Territorial identity) เนื่องจากตำบลพุนในตั้งอยู่บนพื้นที่เกาะยาวใหญ่ ซึ่งมีชื่อพื้นที่สอดคล้องกับตำบล “เกาะยาวใหญ่” ส่งผลให้เกิดความเข้าใจคลาดเคลื่อนในกลุ่มนักท่องเที่ยวว่าพื้นที่ดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งของตำบลเกาะยาวใหญ่ ทำให้ชื่อ “ตำบลพุนใน” ไม่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย ทั้งยังส่งผลให้ทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชนทั้ง 7 หมู่บ้าน ไม่ได้ได้รับการนำเสนออย่างครบถ้วนและทั่วถึง

ในบริบทของการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยว “สื่อ” จึงมีบทบาทสำคัญในการถ่ายทอดข้อมูลและสร้างการรับรู้แก่สาธารณชน Pota (2021) กล่าวว่า สื่อ (Media) เป็นองค์ประกอบสำคัญของกระบวนการสื่อสารที่ทำหน้าที่เป็นช่องทางการถ่ายทอดสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร โดยมีอิทธิพลต่อการรับรู้ เจตคติ และพฤติกรรม การตอบสนองของผู้รับสาร หากปราศจากสื่อกระบวนการสื่อสารไม่สามารถเกิดขึ้นได้อย่างสมบูรณ์ โดยเฉพาะในยุคดิจิทัลที่สื่อมีลัดมีเดียเข้ามามีบทบาทสำคัญในการประชาสัมพันธ์และนำเสนอแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากสามารถผสมผสานองค์ประกอบของภาพ เสียง ข้อความ และวิดีโอเข้าด้วยกัน ทำให้การนำเสนอข้อมูลน่าสนใจ และเข้าถึงผู้รับสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ การผลิตสื่อมีลัดมีเดียเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือสำคัญในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว และก่อให้เกิดการกระจายรายได้สู่ชุมชนจากการเข้ามาของนักท่องเที่ยว (Kaewkohsaba & Houwongsakul, 2023) อย่างไรก็ตาม การพัฒนาสื่อจำเป็นต้องอาศัยกระบวนการมีส่วนร่วมจากหลายภาคส่วน โดยครอบคลุมตั้งแต่การรวบรวมข้อมูล การค้นหาลักษณะชุมชน ไปจนถึงการออกแบบรูปแบบการสื่อสารให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้รับสารที่หลากหลาย ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้การสื่อสารการท่องเที่ยวสามารถสร้างความสนใจ และสร้างการรับรู้แก่กลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้ ภูมิทัศน์สื่อในบริบทของการสื่อสารการท่องเที่ยวมีลักษณะเป็นระบบที่ซับซ้อนและมีพลวัตสูง เนื่องจากเป็นผลมาจากการหลอมรวมของเทคโนโลยีสื่อหลากหลายรูปแบบ ทั้งสื่อดิจิทัล แพลตฟอร์มออนไลน์ และอุปกรณ์สื่อสารสมัยใหม่ ซึ่งส่งผลให้พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปในลักษณะที่สามารถเลือกและควบคุมการรับสารได้ด้วยตนเอง (Kaewthet, 2022) การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวทำให้สื่อในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวต้องปรับตัวอย่างต่อเนื่อง ทั้งในด้านรูปแบบการนำเสนอเนื้อหา ช่องทางการสื่อสาร และกลยุทธ์การสื่อสาร เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคที่มีความหลากหลาย และสามารถแข่งขันในระบบสื่อที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ในกรณีของชุมชนการท่องเที่ยวตำบลพุนใน อำเภอเกาะยาว ประสบกับความท้าทายสำคัญในการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว โดยเฉพาะสื่อมีลัดมีเดียที่สามารถนำเสนอศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ได้อย่างครอบคลุมทั้ง 7 หมู่บ้าน ปัญหาดังกล่าวเกิดจากข้อจำกัดด้านทรัพยากรของชุมชน ทั้งในด้านงบประมาณ บุคลากร และเทคโนโลยีสารสนเทศ รวมทั้งการขาดแคลนบุคลากรที่มีทักษะเฉพาะด้านในการออกแบบและผลิตสื่อมีลัดมีเดีย ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญของการศึกษาและพัฒนาแนวทางการออกแบบสื่อมีลัดมีเดียเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของตำบลพุนใน โดยมุ่งเน้นการนำเสนอทรัพยากรการท่องเที่ยว วิถีชีวิต อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนผ่านสื่อมีลัดมีเดียในรูปแบบที่น่าสนใจ เพื่อสร้างการรับรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับพื้นที่แก่สาธารณชนและนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ การออกแบบสื่อจะอยู่บนฐานข้อมูลศักยภาพของพื้นที่ เพื่อนำไปสู่การจัดทำเส้นทางท่องเที่ยว และการนำเสนอเรื่องราวของชุมชน เป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ และศักยภาพของการท่องเที่ยวชุมชนตำบลพุนในให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อรวบรวม ศึกษา และวิเคราะห์ข้อมูลทรัพยากรภูมิโนเวศวัฒนธรรมภายใต้บริบทการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ตำบลพุนใน อำเภอเกาะยาว จังหวัดพังงา
2. เพื่อกำหนดเส้นทางท่องเที่ยวชุมชนที่สอดคล้องกับทรัพยากรภูมิโนเวศวัฒนธรรมในพื้นที่ตำบลพุนใน อำเภอเกาะยาว จังหวัดพังงา
3. เพื่อออกแบบ และผลิตสื่อมีลัดมีเดียที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตำบลพุนใน อำเภอเกาะยาว จังหวัดพังงา
4. เพื่อประเมินประสิทธิภาพสื่อมีลัดมีเดียที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตำบลพุนใน อำเภอเกาะยาว จังหวัดพังงา

การทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดและนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพและยั่งยืน

Office of the National Economic and Social Development Council (2021) กำหนดทิศทางการพัฒนาประเทศภายใต้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 พ.ศ. 2566–2570 มุ่งเน้นการพัฒนาประเทศสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน ผ่านการกำหนดหมุดหมายการพัฒนา ที่สอดคล้องกับบริบทการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมใน

ระดับโลก โดยเฉพาะหมุดหมายที่ 2 ซึ่งมุ่งให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพและความยั่งยืน ให้ความสำคัญกับการยกระดับขีดความสามารถทางการแข่งขันของภาคการท่องเที่ยว การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ การสร้างมูลค่าเพิ่มจากอัตลักษณ์ท้องถิ่น ตลอดจนการส่งเสริมให้ชุมชนและผู้ประกอบการรายย่อยสามารถเชื่อมโยงกับห่วงโซ่มูลค่าทางเศรษฐกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ยังให้ความสำคัญกับการพัฒนาคนสำหรับโลกยุคใหม่ การสร้างสังคมแห่งโอกาสและความเป็นธรรม รวมถึงการเปลี่ยนผ่านรูปแบบการผลิตและการบริโภคไปสู่ความยั่งยืน โดยเน้นการใช้ทรัพยากรธรรมชาติและทุนทางวัฒนธรรมอย่างสมดุลและรับผิดชอบ แนวทางดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวในปัจจุบันมิได้มุ่งเน้นเพียงการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวเท่านั้น แต่ยังให้ความสำคัญกับคุณภาพของประสบการณ์การท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมของชุมชน และการใช้ทุนทางวัฒนธรรมและทรัพยากรท้องถิ่นเป็นฐานในการสร้างคุณค่าให้แก่แหล่งท่องเที่ยว

2. แนวคิดภูมินิเวศวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น

แนวคิด “ภูมินิเวศวัฒนธรรม” (Cultural ecology landscape) เป็นกรอบสำคัญในการอธิบายความสัมพันธ์เชิงระบบระหว่างมนุษย์ วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม โดยมีรากฐานจากแนวคิด “ภูมิทัศน์วัฒนธรรม” Wittayapak (2018) อธิบายว่า เกิดจากการปฏิสัมพันธ์และการหลอมรวมกันของปัจจัยทางสังคม วัฒนธรรม และเศรษฐกิจ เข้ากับสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ ก่อให้เกิดพื้นที่ที่มีความหมายเฉพาะ สะท้อนพัฒนาการทางประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต และระบบคุณค่าของผู้คนในพื้นที่ ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้มองเพียง “ภูมิทัศน์วัฒนธรรม” ในเชิงกายภาพเท่านั้น แต่ขยายความสู่แนวคิด “ภูมินิเวศวัฒนธรรม” ที่หมายถึงระบบความสัมพันธ์แบบพลวัตระหว่างธรรมชาติ วิถีชีวิต และวัฒนธรรมของชุมชนที่ดำรงอยู่ร่วมกันอย่างเกื้อกูล โดยพิจารณาทั้งมิติของทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม วิถีชีวิต ความเชื่อที่เชื่อมโยงกันเป็นองค์รวมเป็น “ระบบนิเวศทางวัฒนธรรม” ที่สะท้อนอัตลักษณ์ของพื้นที่ และเป็นทุนสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน ทั้งนี้ แนวคิดดังกล่าวสอดคล้องกับการศึกษาของ Tienthavorn (2018) ที่กล่าวถึงการจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรมของชุมชนว่า มิได้เป็นเพียงการอนุรักษ์ทรัพยากรเดิมเท่านั้น หากแต่เป็นกระบวนการ “ปรับตัวอย่างพลวัต” ของชุมชนต่อการเปลี่ยนแปลง โดยอาศัยฐานทรัพยากรทางสังคม วัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นกลไกสำคัญในการจัดการพื้นที่ ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มชุมชน โครงสร้างทางสังคม องค์ความรู้ดั้งเดิม และการผสมผสานกับความรู้ใหม่ ซึ่งช่วยให้ชุมชนสามารถรักษาความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสิ่งแวดล้อมไว้ได้อย่างต่อเนื่อง และนำไปสู่การสร้างสรรคูปแบบการใช้ประโยชน์พื้นที่ที่สอดคล้องกับบริบทของชุมชน

ข้อค้นพบดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า “ภูมินิเวศวัฒนธรรม” มิใช่เพียงกรอบแนวคิดเชิงทฤษฎี หากแต่เป็นระบบที่มี การเคลื่อนไหวและปรับตัวอยู่ตลอดเวลา โดยชุมชนเป็นกลไกสำคัญในการกำหนดทิศทางการใช้ทรัพยากร การให้คุณค่า และการสร้างความหมายของพื้นที่ ซึ่งสามารถต่อยอดไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ตั้งอยู่บนฐานของอัตลักษณ์และความยั่งยืนได้อย่างแท้จริง ดังนั้น ผู้วิจัยจึงนำแนวคิด “ภูมินิเวศวัฒนธรรม” มาใช้เป็นกรอบในการวิเคราะห์และคัดเลือกทรัพยากรของชุมชนตำบลพุนใน เพื่อพัฒนาเป็นเส้นทางท่องเที่ยวและออกแบบสื่อมัลติมีเดีย โดยมุ่งเน้นการถ่ายทอดความสัมพันธ์ระหว่างธรรมชาติ วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของชุมชนในรูปแบบที่สามารถสร้างการรับรู้และประสบการณ์เชิงลึกให้แก่นักท่องเที่ยว

3. แนวคิดการสื่อสารและการออกแบบสื่อมัลติมีเดีย

ในยุคดิจิทัล การสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวจำเป็นต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับภูมิทัศน์สื่อที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ซึ่งมีลักษณะเป็นการหลอมรวมระหว่างสื่อดั้งเดิมและสื่อดิจิทัล อันเป็นผลจากการพัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสารและแพลตฟอร์มออนไลน์ที่เข้ามามีบทบาทสำคัญ ส่งผลให้ผู้รับสารสามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างหลากหลาย และมีปฏิสัมพันธ์กับสื่อมากขึ้น (Kaewthet, 2022) ในบริบทดังกล่าว การออกแบบสื่อมัลติมีเดียเพื่อการท่องเที่ยวจึงต้องคำนึงถึงการบูรณาการองค์ประกอบของสื่อหลายรูปแบบ ได้แก่ ข้อความ ภาพ เสียง และวีดิทัศน์ เพื่อสร้างการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและตอบสนองต่อพฤติกรรมของผู้รับสารในยุคดิจิทัล โดยสื่อมัลติมีเดียหรือสื่อปฏิสัมพันธ์เป็นสื่อที่เปิดโอกาสให้ผู้รับรู้ผ่านประสาทสัมผัสหลายด้าน และสามารถโต้ตอบกับสื่อได้อย่างมีปฏิสัมพันธ์ ผู้ใช้สามารถควบคุมการแสดงผลของสื่อผ่านระบบดิจิทัลตามความต้องการ ทำให้สื่อมัลติมีเดียมิได้เป็นเพียงเครื่องมือในการถ่ายทอดข้อมูลเท่านั้น หากยังเป็นพื้นที่ในการสร้างประสบการณ์และการมีส่วนร่วมของผู้รับสารอีกด้วย (Waijittagum, 2022) นอกจากนี้ การประเมินประสิทธิภาพของสื่อมัลติมีเดียยังเป็นขั้นตอนสำคัญในการตรวจสอบว่าสื่อสามารถบรรลุเป้าหมายในการสื่อสารได้หรือไม่ โดยต้องอาศัยทั้งแรงจูงใจของผู้ผลิตสื่อ และการมีส่วนร่วมของผู้ใช้ในการสะท้อนความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาสื่อให้มีคุณภาพยิ่งขึ้น (Srisooksai, 2022)

แนวคิดดังกล่าวมีความสำคัญต่อการวิจัยครั้งนี้ เนื่องจากใช้เป็นกรอบในการออกแบบ การผลิต และการประเมินสื่อมัลติมีเดียเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตำบลพุนใน ให้สามารถสื่อสารอัตลักษณ์ของพื้นที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสร้างการมีส่วนร่วมของผู้รับสารในบริบทสื่อดิจิทัล

4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Wajitragum (2022) ศึกษาการออกแบบสื่อมัลติมีเดียเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดระนอง โดยใช้แนวคิดทุนทางทรัพยากรธรรมชาติและทุนทางวัฒนธรรมมาออกแบบสื่อที่สะท้อนอัตลักษณ์ของพื้นที่ ทั้งในรูปแบบตราสัญลักษณ์ของทีระลิก และสื่อมัลติมีเดียที่นำเสนอเส้นทางท่องเที่ยวผ่านเรื่องราวของท้องถิ่นที่มีลักษณะพหุวัฒนธรรม Narkkasem & Phanvisetsak (2025) ศึกษาการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนกรณีศึกษาตำบลนกออก อำเภอปทุมธานี จังหวัดนครราชสีมา พบว่า การพัฒนาสื่อเพื่อการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพจำเป็นต้องอาศัยกระบวนการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนตั้งแต่การสำรวจข้อมูล การวิเคราะห์อัตลักษณ์ของพื้นที่ ไปจนถึงการออกแบบเนื้อหาและรูปแบบของสื่อ ทั้งนี้ สื่อที่พัฒนาขึ้นควรสะท้อนบริบททางวัฒนธรรม วิถีชีวิต และทรัพยากรของชุมชนอย่างถูกต้อง และสามารถนำเสนอผ่านรูปแบบที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้รับสารในยุคดิจิทัล

จากการทบทวนวรรณกรรม ผู้วิจัยนำแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพและความยั่งยืน ซึ่งเป็นหนึ่งในเป้าหมายของแผนพัฒนาเศรษฐกิจ ฉบับที่ 13 มาใช้เป็นแนวทางในการนำภูมิทัศน์วัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่นมาเป็นจุดเด่นเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม โดยเฉพาะการนำเสนอเรื่องราวของชุมชนที่สะท้อนถึงวิถีชีวิตดั้งเดิม แต่ขณะเดียวกันก็ต้องปรับตัวให้เข้ากับภูมิทัศน์สื่อและเทคโนโลยีในยุคดิจิทัลที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ดังนั้น การพัฒนาสื่อมัลติมีเดียที่มีการออกแบบอย่างเหมาะสมจึงเป็นเครื่องมือสำคัญในการนำเสนอเรื่องราวท้องถิ่นที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศชุมชนอย่างยั่งยืนต่อไป

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed methods research) เพื่อศึกษาทรัพยากรภูมินิเวศวัฒนธรรมของชุมชนตำบลพุนใน อำเภอเกาะยาว จังหวัดพังงา พัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวชุมชน และออกแบบผลิตสื่อมัลติมีเดียเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน พร้อมทั้งประเมินผลการใช้สื่อที่พัฒนาขึ้น โดยประยุกต์ใช้แนวคิด ADDIE model ได้แก่ Analysis, Design, Development, Implementation และ Evaluation เพื่อให้กระบวนการออกแบบและพัฒนาสื่อมีความเป็นระบบและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย

1. ระยะของการวิจัย แบ่งออกเป็น 4 ระยะ ดังนี้

1.1 ระยะที่ 1 ศึกษาข้อมูลพื้นฐาน และทรัพยากรภูมินิเวศวัฒนธรรมของชุมชนจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เก็บข้อมูลภาคสนามด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกตแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม การประชุมกลุ่ม เพื่อรวบรวมข้อมูลทรัพยากรภูมินิเวศวัฒนธรรม ภูมิศาสตร์ วิถีชีวิต ผลิตภัณฑ์ชุมชน แหล่งท่องเที่ยวทั้ง 7 หมู่บ้านในตำบลพุนใน

1.2 ระยะที่ 2 พัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวชุมชน นำข้อมูลที่ได้จากระยะที่ 1 มาวิเคราะห์และสังเคราะห์ร่วมกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่ เพื่อกำหนดเส้นทางท่องเที่ยวชุมชนที่สะท้อนอัตลักษณ์ของพื้นที่ และสอดคล้องกับทรัพยากรภูมินิเวศวัฒนธรรมของชุมชน

1.3 ระยะที่ 3 ออกแบบและผลิตสื่อมัลติมีเดีย ดำเนินการออกแบบและผลิตสื่อมัลติมีเดียตามขั้นตอนของ ADDIE model เริ่มจากการวิเคราะห์ข้อมูลทรัพยากรภูมินิเวศวัฒนธรรมของชุมชน เส้นทางท่องเที่ยว และกลุ่มเป้าหมายของสื่อเพื่อกำหนดแนวคิดการสื่อสาร เนื้อหา และรูปแบบสื่อที่เหมาะสม กำหนดแนวคิดการออกแบบสื่อ โครงสร้างการเล่าเรื่อง โครงร่างสื่อ โดยยึดแนวคิดภูมินิเวศวัฒนธรรมเป็นฐานในการเล่าเรื่อง พร้อมทั้งออกแบบรูปแบบการนำเสนอผ่านสื่อดิจิทัล ได้แก่ เพจเฟซบุ๊ก อินสตาแกรม และคลิบวิดีโอ เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชน ดำเนินการผลิตสื่อตามแนวคิดที่ออกแบบไว้ โดยใช้โปรแกรมและเครื่องมือดิจิทัล เช่น กล้อง Canon eos r, Macbook pro และโปรแกรมตัดต่อ Final cut pro ใช้ระยะเวลาการผลิตประมาณ 3 เดือน จากนั้นนำสื่อที่พัฒนาแล้วให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพ และปรับปรุงก่อนนำไปเผยแพร่

1.4 ระยะที่ 4 ทดลองใช้และประเมินผลสื่อ นำสื่อมัลติมีเดียที่พัฒนาแล้วเผยแพร่สู่สาธารณชน เก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้ใช้สื่อ เพื่อประเมินผลประสิทธิภาพสื่อคลิบมัลติมีเดีย และช่องทางการเผยแพร่สื่อ

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลเชิงคุณภาพ คัดเลือกแบบเจาะจง จำนวน 37 คน ประกอบด้วย ปราชญ์ชุมชน 7 คน ผู้นำชุมชนและตัวแทนกลุ่มท่องเที่ยวชุมชน 14 คน ผู้บริหารและบุคลากรด้านการท่องเที่ยวเทศบาลตำบลพุนใน 5 คน ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวหรือมัคคุเทศก์ชุมชน 6 คน ผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตสื่อ 5 คน กลุ่มนี้ใช้สำหรับการศึกษาข้อมูลพื้นฐาน วิเคราะห์อัตลักษณ์ชุมชน และร่วมพัฒนาแนวทางการออกแบบสื่อมัลติมีเดีย

2.2 ผู้ทรงคุณวุฒิประเมินเครื่องมือและสื่อ คัดเลือกแบบเจาะจง จำนวน 5 คน ทำหน้าที่ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาของเครื่องมือวิจัย และประเมินคุณภาพของสื่อมัลติมีเดียก่อนนำไปเผยแพร่

2.3 กลุ่มตัวอย่างสำหรับประเมินผลการใช้สื่อ กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 420 คน ตามสูตรของ Cochran (1977) และคัดเลือกจากผู้รับสารหรือผู้ชมสื่อที่เข้าถึงสื่อมัลติมีเดียที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้น เพื่อประเมินผลประสิทธิภาพสื่อคลิปมัลติมีเดีย และช่องทางการเผยแพร่สื่อ

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง แบบบันทึกการสังเกตภาคสนาม แบบบันทึกการประชุมกลุ่ม แบบประเมินคุณภาพสื่อคลิปมัลติมีเดีย ช่องทางการเผยแพร่สื่อ และแบบสอบถามประเมินผลการใช้สื่อ โดยกลุ่มผู้ใช้เครื่องมือทั้งหมดผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาโดยผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 คน

4. การวิเคราะห์ข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา โดยจัดหมวดหมู่ข้อมูลตามประเด็นที่ศึกษา และตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลด้วยวิธีการตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation technique) และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายระดับความคิดเห็น และความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้เกณฑ์การแปลผลค่าเฉลี่ยแบบ 5 ระดับ

ผลการวิจัย และอภิปรายผล

1. ทรัพยากรภูมิโนเวศวัฒนธรรมภายใต้บริบทการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ตำบลพรุใน อำเภอกะยยา

ทรัพยากรภูมิโนเวศวัฒนธรรมของตำบลพรุใน พบว่า ประวัติของชุมชนเริ่มต้นจากชาวมุสลิมที่อพยพมาจากเมืองตรัง สตูล มณฑลไทรบุรี รวมถึงชาวจีนฮกเกี้ยนที่เข้ามาเผาถ่าน และตั้งถิ่นฐานในพื้นที่ที่สัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ มีร่องรอยปรากฏผ่านนามสถาน เช่น บ้านทับใต้ ท่าเจ้าหาย อ่าวโล๊ะปาเหรต สะท้อนการสร้างความหมายของพื้นที่โดยผู้คนในชุมชน ชื่อสถานที่จึงกลายเป็นเครื่องมือถ่ายทอดเรื่องราว และประวัติศาสตร์ของชุมชน มีเรื่องเล่าพื้นบ้าน เช่น ตำนาน “นาคนใหญ่-นาคน้อย” “หินเต่า-หอยโข่ง” “แหลมหั่วล้าน” เป็นตำนานท้องถิ่นที่สะท้อนความเชื่อของชาวประมงในเรื่องความศักดิ์สิทธิ์ การรำบวงสรวงเพื่อไม่ให้เกิดภัยพิบัติ การโกนหัวแหลมหั่วล้านหรือการเผาหญ้าประจำปี เป็นพิธีกรรมเพื่อพยากรณ์ผลผลิต และโชคชะตาในการทำมาหากิน ซึ่งเชื่อมโยงกับประวัติศาสตร์การค้าขายถ่านของชาวจีนในอดีตที่ไม่ได้เป็นเพียงนิทาน แต่เป็นหลักฐานทางภูมิวัฒนธรรมที่เชื่อมโยงคนเข้ากับสถานที่ นอกจากนี้ ชุมชนยังมีอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่โดดเด่นทั้งศิลปะการแสดง “รองเง็ง” เพลงพื้นบ้าน “ลาฮู” สะท้อนหลักคำสอนทางศาสนาและวิถีชีวิต การนำเสนอเรื่องราวเหล่านี้ผ่านการท่องเที่ยวชุมชนที่ช่วยสร้างประสบการณ์ที่มีความหมาย และยังยืนยันแก่นักท่องเที่ยว ในขณะที่เดียวกันก็ช่วยอนุรักษ์ และถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นให้แก่เยาวชนรุ่นหลัง

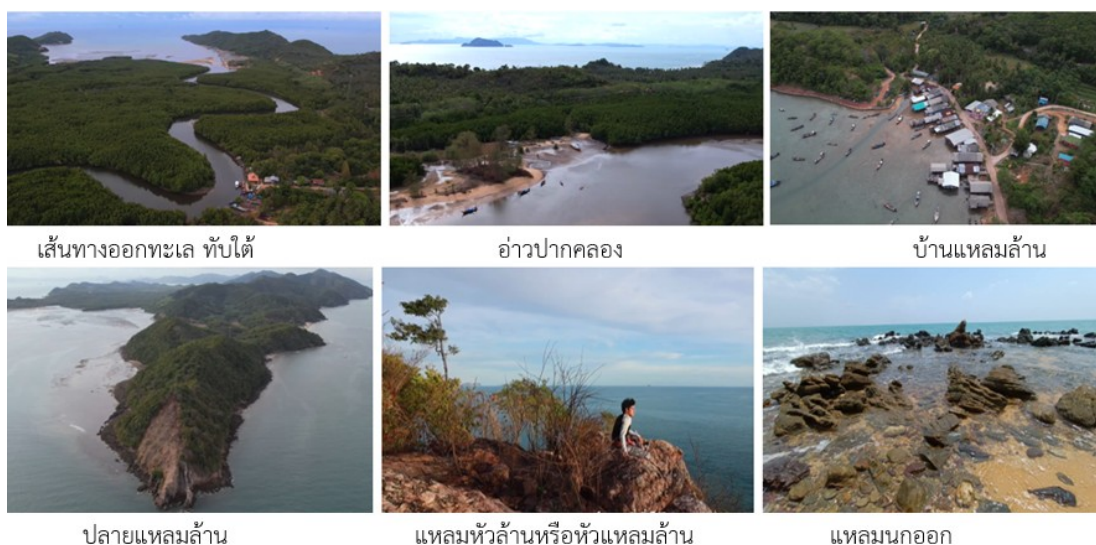


Figure 1 Natural Tourism Resources of Phru Nai Subdistrict, Ko Yao District, Phang-nga Province

จาก Figure 1 จะเห็นว่าตำบลพรุในมีทรัพยากรธรรมชาติที่สวยงามในหลายพื้นที่ และเป็นชุมชนที่มีศักยภาพสูงสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนเชิงภูมิโนเวศวัฒนธรรม ประกอบด้วยทุนทางธรรมชาติ และทุนทางวัฒนธรรมที่เชื่อมโยง

กันอย่างมีเอกลักษณ์ ทรัพยากรธรรมชาติ “ภูมินิเวศวัฒนธรรม” ที่มีเอกลักษณ์ พื้นที่ธรรมชาติ เช่น ทับใต้ อ่าวปากคลอง บ้านแหลมล้าน แหลมนกออก หาดโล๊ะปาเหรด เกาะไข่ มีความหลากหลายของระบบนิเวศทางทะเล และชายฝั่งที่อุดมสมบูรณ์ของระบบนิเวศ ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของชุมชนที่อยู่ร่วมกับธรรมชาติ สะท้อนให้เห็นวิถีชีวิต และภูมิปัญญาดั้งเดิมของชาวบ้าน การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของพื้นที่จึงเป็นเป้าหมายเพื่อบูรณาการคุณค่าทางวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมเข้าไว้ใน “เส้นทางท่องเที่ยวชุมชน” การออกแบบเส้นทางนี้ไม่เพียงสร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำแก่นักท่องเที่ยว แต่ยังช่วยส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วมของชุมชนในการรักษา และถ่ายทอดอัตลักษณ์ของตนเอง นำไปสู่การเติบโตทางเศรษฐกิจควบคู่กับการอนุรักษ์ได้อย่างยั่งยืน

2. เส้นทางการท่องเที่ยวชุมชนที่สอดคล้องกับทรัพยากรภูมินิเวศวัฒนธรรมในพื้นที่ตำบลพรุใน อำเภอเกาะยาว

2.1 แนวคิดและโครงสร้างของเส้นทางท่องเที่ยวตำบลพรุใน การออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวหลัก “วัฒนธรรม-นิเวศ-ชุมชน” (Culture–Ecology–Community) มีเป้าหมายเพื่อสะท้อนอัตลักษณ์ และทรัพยากรท้องถิ่น ซึ่งครอบคลุมแหล่งท่องเที่ยวหลักทางธรรมชาติและวัฒนธรรมที่สำคัญของทั้ง 7 หมู่บ้านในตำบลพรุใน รวมถึงตอบสนองต่อนโยบายของเทศบาลตำบลพรุใน การมีส่วนร่วมของชุมชน อาทิ ผู้นำศาสนา ผู้ใหญ่บ้าน กลุ่มชาวบ้าน กลุ่มวิสาหกิจ การท่องเที่ยว ผู้ประกอบการรายย่อย ที่เน้นระบบนิเวศป่าชายเลน ทรัพยากรทางทะเล วิถีประมงพื้นบ้าน ภูมิปัญญาท้องถิ่น และประเพณีต่าง ๆ

2.2 โครงสร้างเส้นทางท่องเที่ยว (3 เส้นทางหลัก) มีการประชุมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นจากหลายภาคส่วน ทั้งผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการ นักวิชาการ นำไปสู่การกำหนดเส้นทางท่องเที่ยวตำบลพรุใน โดยมีเป้าหมายหลักคือการพัฒนาเส้นทางที่สามารถต่อยอดในเชิงการตลาด สอดคล้องกับความต้องการของชุมชน และเพื่อให้เกิดการตกลึกแนวคิดร่วมกัน ทำให้เกิดเส้นทางท่องเที่ยวที่ภาคีเครือข่ายนำไปพัฒนา ต่อยอด ขยายตลาด และเป็นรากฐานสำคัญในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในระยะยาว รวมทั้งช่วยให้ค้นพบ และบุกเบิกเส้นทางท่องเที่ยวใหม่ ๆ ที่น่าสนใจ ประกอบด้วย 1) เส้นทางวิถีเกษตรอินทรีย์ มุ่งเน้นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเกษตรแบบยั่งยืน เช่น การเยี่ยมชมสวนผักปลอดสาร การเรียนรู้การทำปุ๋ยหมักชีวภาพ การเลี้ยงสัตว์ทะเลในกระชัง 2) เส้นทางวัฒนธรรมและวิถีชุมชน ให้ความสำคัญกับการเรียนรู้วิถีชีวิต และประเพณีท้องถิ่น เช่น การเยี่ยมชมมัสยิด การเรียนรู้การทำขนมและอาหารพื้นบ้าน การร้องเพลงลาฮู และ 3) เส้นทางนิเวศทางทะเล เน้นกิจกรรมที่เชื่อมโยงกับธรรมชาติทางทะเล เช่น การพายเรือคายัก ชมป่าโกงกาง การเรียนรู้วิถีประมงแบบยั่งยืน ทั้งนี้ เป้าหมายของทุกเส้นทาง คือ การเชื่อมโยงจุดเด่นของชุมชน ทั้งวิถีชีวิต อาหาร งานหัตถกรรม และธรรมชาติเข้าด้วยกัน ช่วยให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว สร้างการเรียนรู้ที่มีความหมาย สร้างรายได้ที่หลากหลาย และสร้างความยั่งยืนให้แก่คนในพื้นที่ ดังตารางที่แสดงความเชื่อมโยงระหว่างโครงสร้างเส้นทางหลักกับการออกแบบสื่อเส้นทางท่องเที่ยว ดังแสดงใน Table 1

Table 1 Shows the Relationship Between the Main Route Structure and the Tourist Route Media Design

Structure of the Main Route	Tourism Route Media Design
1. Organic Farming Route: e.g., visiting pesticide-free vegetable gardens, learning about bio-composting, observing marine life in floating cages, and organic rice farming.	Media Set 1 Roi Roi Phru Nai Media Set 4 Ultimate Happiness in Phru Nai
2. Cultural and Community Lifestyle Route: e.g., visiting the community's main mosque, singing Lahu songs in various ceremonies, learning to make local desserts, cooking local Koh Yao cuisine and seafood.	Media Set 1 Roi Roi Phru Nai Media Set 3 Kayaking Along the Forest to Find the Stars Media Set 4 Ultimate Happiness in Phru Nai
3. Marine Ecological Route: Mangrove planting, kayaking to explore the mangrove forest and a secret beach, and experiencing the sustainable fishing lifestyle.	Media Set 1 Roi Roi Phru Nai Media Set 2 Hua Laem Lan Destination, View Beyond a Million Media Set 3 Kayaking Along the Forest to Find the Stars

2.3 การส่งเสริมด้านการตลาด แนวทางการตลาดที่ชุมชนควรพัฒนา ได้แก่ จัดทำสื่อเส้นทางท่องเที่ยว (Tourism map) หลากหลายรูปแบบ ทั้งแผ่นพับ และสื่อดิจิทัล พัฒนาเว็บไซต์ และระบบจองแบบออนไลน์ที่ใช้งานง่าย พร้อมข้อมูลภาษาไทย และอังกฤษ สร้าง Content marketing ผ่านเพจเฟซบุ๊ก ยูทูบ ตี๊กต็อก ด้วยการเล่าเรื่องชุมชน ร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ และเอกชน เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) บริษัททัวร์ ที่มุ่งเน้นการท่องเที่ยวเชิงคุณค่า

2.4 แนวทางการสร้างแผนการตลาดดิจิทัล (Digital tourism marketing) จัดแคมเปญ #เที่ยวพรุใน #PRUNAVibes โปรโมตตามฤดูกาล (เที่ยวทะเลช่วงเมษา/ชมอาหารพื้นถิ่นช่วงฮิจเราะห์) สามารถเปิดรับการรีวิวจากนักท่องเที่ยวจริง แชร์เรื่องราวผ่านโพสต์ “รีวิวของคุณ คือ แรงบันดาลใจให้ชุมชน” ต่อยอดเป็น E-commerce ชุมชน จำหน่ายผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น เช่น ปลาฉิ้งฉ้าง ขนมบ้าบิ่น ปลาแห้ง ผ่านช่องทางเพจ อีกทั้งสามารถเชื่อมโยงกับแพลตฟอร์มอื่น เช่น IG (รูปภาพ & reels) YouTube (คลิปสารคดีฉบับเต็ม) Line OA (ระบบแชตตอบคำถามนักท่องเที่ยว) และขอความร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐ/เอกชน เพื่อขยายผลด้านแผนที่ท่องเที่ยว สื่อแปลหลายภาษา หรือพัฒนาแอปพลิเคชันเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนในการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงภูมินิเวศวัฒนธรรมตำบลพรุใน คาดหวังว่าจะช่วยสร้างรายได้ที่ยั่งยืนแก่ชุมชน ทำให้เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจภายในท้องถิ่น และลดการพึ่งพาจากภายนอก นอกจากนี้ ยังส่งเสริมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทางวัฒนธรรม การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งในสถานการณ์ปัจจุบันกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวมีทั้งชาวต่างชาติ และชาวไทย ชาวต่างชาติส่วนใหญ่เดินทางมาด้วยบริษัททัวร์ เลือกพักในรีสอร์ท และสนใจแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ส่วนชาวไทยเดินทางมาด้วยตนเอง สนใจวิถีชีวิต และอาหารท้องถิ่น การจัดการท่องเที่ยวแม้เริ่มจัดทำโปรแกรมท่องเที่ยวโดยชุมชนแล้ว แต่ยังคงมีการรวมกลุ่มอย่างไม่เป็นทางการ และขาดการกำหนดเส้นทางท่องเที่ยวที่ชัดเจนร่วมกัน ทำให้การประชาสัมพันธ์ไม่เป็นที่รู้จักในวงกว้าง จึงแก้ไขปัญหาดังกล่าวด้วยการออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวที่ครอบคลุมแหล่งท่องเที่ยวสำคัญทางธรรมชาติ และวัฒนธรรมของทั้ง 7 หมู่บ้าน เพื่อเป็นจุดเริ่มต้น และช่วยประชาสัมพันธ์พื้นที่ รวมถึงทรัพยากรตำบลพรุในให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น ตัวอย่างทรัพยากรการท่องเที่ยวชุมชนในเพจ “พรุในในเกาะยาว” ดังแสดงใน Figure 2

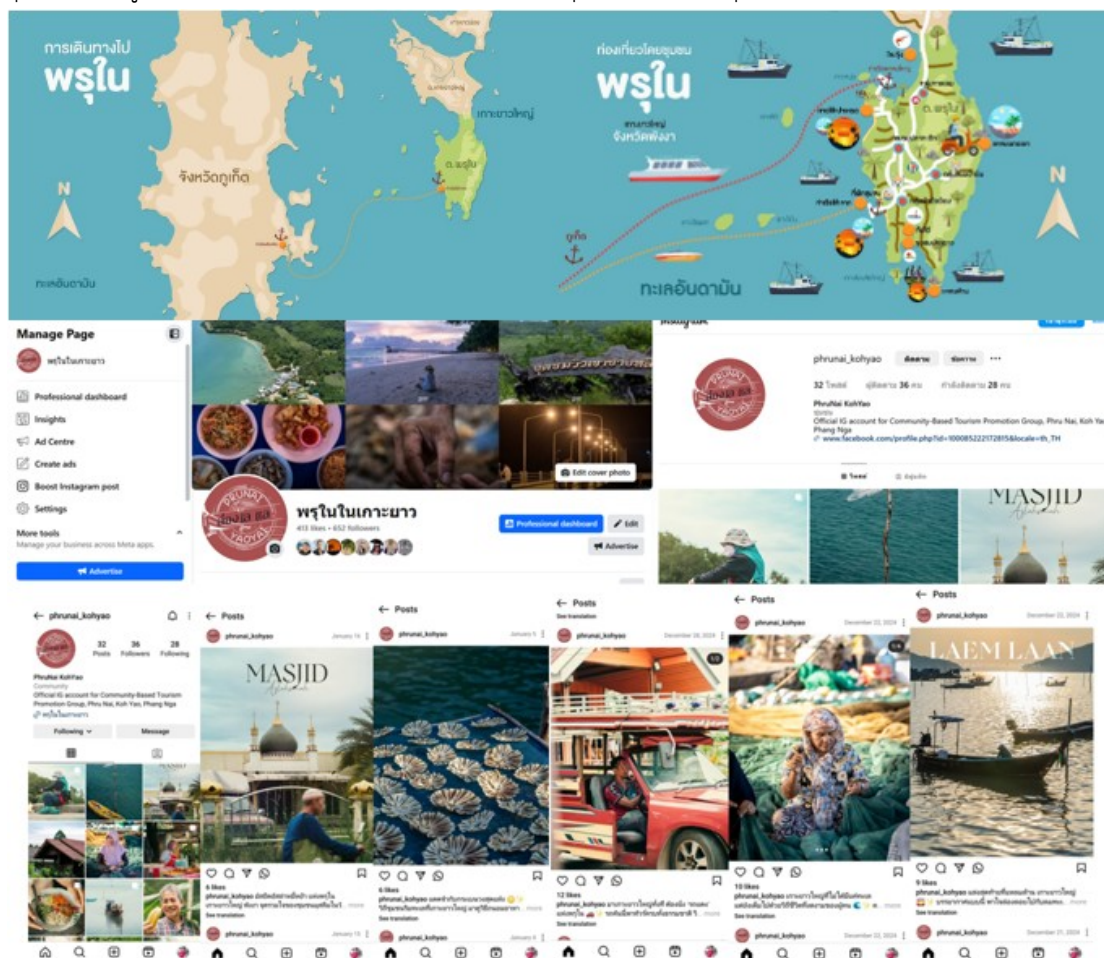


Figure 2 Presentation of Community-based Tourism Resources on the Pru Nai Page in Koh Yao

3. การออกแบบ และผลิตสื่อมัลติมีเดียที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตำบลพรุใน อำเภอกะยยา

จากการศึกษาทรัพยากรภูมิโนวัณวัฒนธรรมและการกำหนดเส้นทางท่องเที่ยวชุมชน ผู้วิจัยนำข้อมูลดังกล่าว มาพัฒนาและออกแบบสื่อมัลติมีเดียเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชนตำบลพรุใน โดยยึดแนวคิดภูมิโนวัณวัฒนธรรม เป็นฐานในการเล่าเรื่อง การนำข้อมูลทรัพยากรชุมชนมาถ่ายทอดผ่านรูปแบบการเล่าเรื่องที่สะท้อนอัตลักษณ์พื้นที่ ทั้งในด้าน ภาพ สี สัญลักษณ์ที่สื่อถึงธรรมชาติและวิถีชีวิตชุมชน เช่น การใช้ภาพกิจกรรมประมงพื้นบ้าน อาหารท้องถิ่น และภูมิทัศน์ทาง ทะเลของเกาะยาว นำมาออกแบบให้เหมาะสมกับการสื่อสารในแพลตฟอร์มดิจิทัล เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ และ ผู้ใช้สื่อออนไลน์ โดยสื่อที่พัฒนาขึ้นประกอบด้วย 3 ประเภทหลัก ได้แก่ เพจเฟซบุ๊ก “พรุในในเกาะยาว” บัญชีอินสตาแกรม @phrunai_kohyao และคลิปวิดีโอสั้น 4 ตอน เพื่อนำเสนอ 3 เส้นทางหลัก ได้แก่

3.1 สื่อชุดที่ 1 “หรรษา หรรษา ที่พรุใน”

แนวคิดสำคัญของสื่อชุดที่ 1 การออกแบบเส้นทางเพื่อนำเสนอ “ภูมิโนวัณวัฒนธรรม” (Eco-cultural system) ที่เชื่อมโยงจุดเด่นของชุมชนในด้านวิถีวัฒนธรรม อาหาร เช่น ข้าวยา โรตีสาน ขนมนจีน งานหัตถกรรม และ ทรัพยากรธรรมชาติ สร้างเส้นทางท่องเที่ยวที่เอื้อต่อการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนในทุกระดับ ส่งเสริมการเรียนรู้วัฒนธรรม ท้องถิ่นในรูปแบบที่จับต้องได้ การแวะซื้อของฝากที่เป็นอัตลักษณ์ชุมชน เช่น วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรโละโปะ ผลิตภัณฑ์จากมะพร้าว วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านแหลมถัน ขนมนบ้าน บ้านอ่าวกะพ้อ ของฝากปลาฉิ่งฉ้างที่ขึ้นชื่อของ ตำบลพรุใน รวมถึงที่พัก โฮมสเตย์ โรงแรม เป็นการส่งเสริมการสร้างรายได้ที่ยั่งยืนให้แก่คนในพื้นที่ รวมถึงการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-based tourism) ซึ่งได้รับความสนใจเพิ่มขึ้นในช่วงหลายปีที่ผ่านมา โดยเฉพาะในพื้นที่ที่มีทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม และวิถีชีวิตท้องถิ่นที่เข้มแข็ง การออกแบบเส้นทางท่องเที่ยว “สัมผัสวิถีชุมชนพรุใน” จึง เป็นแนวทางหนึ่งในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชน การกระจายรายได้สู่ฐานราก และการสร้างประสบการณ์การเรียนรู้ที่แท้จริงแก่นักท่องเที่ยว เส้นทางนี้จัดทำโปรแกรมท่องเที่ยวชุมชน (CBT) ในระยะเวลา ที่เหมาะสม คือ 2 วัน 1 คืน วันแรกเรียนรู้วิถีชุมชน สัมผัสเสน่ห์ยามค่ำคืน และทำกิจกรรม “โละกั้ง” ริมหาดกับปราชญ์ ชุมชน วันที่ 2 ชมธรรมชาติ และวิถีชีวิตชุมชน รับประทานอาหารเช้าแบบพื้นถิ่น ซื้อของฝาก และเดินทางกลับ ดังภาพสื่อนำเสนอการท่องเที่ยวชุดที่ 1 ดังแสดงใน Figure 3



Figure 3 Media Set 1 “So Tasty at Phru Nai” and QR Code

3.2 สื่อชุดที่ 2 “พายคายักเลาะป่าไปหาดาว” และ QR Code

แนวคิดสำคัญของสื่อชุดที่ 2 การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และนิเวศ ผ่านกิจกรรมหลัก คือ การพายเรือคายักเลาะในป่าโกงกาง เพื่อสำรวจระบบนิเวศ และพันธุ์ไม้ป่าชายเลน “ธรรมชาติยังบริสุทธิ์ เพราะชาวบ้านช่วยกัน รักษาไว้” เป็นการเชื่อมโยงความผูกพันระหว่างคนกับธรรมชาติ และสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ เส้นทางนี้ออกแบบมาเพื่อ เปิดประสบการณ์การเรียนรู้ผ่านการสัมผัสธรรมชาติอย่างใกล้ชิด เช่น การชมปูแสม นกน้ำ ปลากระพงขาว ปลาตาพลากสี และสัตว์น้ำท้องถิ่น พร้อมทั้งส่งเสริมกิจกรรมที่ได้ออกกำลังกายควบคู่กับการเรียนรู้ธรรมชาติ เล่าเรื่องราววิถีชีวิตพื้นที่ที่ ผูกพันกับธรรมชาติ เช่น การจับกุ้ง หอย ปู ปลา แบบดั้งเดิม เชื่อมโยงตำนาน ชื่อบ้าน และประวัติศาสตร์ในพื้นที่ (บ้านทับใต้) สร้างความน่าสนใจด้วยการเฉลยว่า “เห็นดาวตอนกลางวัน” (พบปลาตาพลากในทะเล) เส้นทางนี้จัดทำโปรแกรมท่องเที่ยวใช้เวลา ครึ่งวัน หรือ 1 วัน เน้นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นหลัก เริ่มต้นจากพายเรือคายัก ชมธรรมชาติป่าโกงกาง ลิงแสม พายเรือไป จนถึงอ่าวปากคลองในช่วงน้ำทะเลลด เพื่อดูดาวทรายที่ฝังตัวตามสันดอนทราย จากนั้นชมพระอาทิตย์ตกที่หาดโละโปะหาด ดังภาพสื่อนำเสนอการท่องเที่ยวชุดที่ 2 ดังแสดงใน Figure 4



Figure 4 Media Set 2 “Kayaking Through the Forest to Find the Stars” and QR Code

3.3 สื่อชุดที่ 3 “ปลายทางที่ห้วยแหลมล้าน วิวเกินล้าน” และ QR Code

แนวคิดสำคัญของสื่อชุดที่ 3 คือ การส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนผ่านมุมมองธรรมชาติที่มีเสน่ห์เชิงผจญภัย และธรรมชาติ (Adventure and Nature-based tourism) ผ่านการนำเสนอทรัพยากรธรรมชาติอันบริสุทธิ์ และมีเสน่ห์แบบ เร้นลับ (Unseen) ของตำบลพรุโน โดยมุ่งเน้นไปยังพื้นที่ที่ยังไม่เป็นที่รู้จักในวงกว้าง เช่น แหลมนกออก แหลมหัวล้าน ซึ่งเป็นที่ยอมรับในท้องถิ่นว่าเป็น “ของดีที่ซ่อนเร้นด้วยความเชื่อ” แนวคิดหลักที่ใช้ในการขับเคลื่อนคือ “Unseen & Balance” เดินสายหาด ถ่ายภาพธรรมชาติ เป็นการเปิดพื้นที่ลับให้เป็นที่รับรู้ควบคู่ไปกับการสร้างความตระหนักในการอนุรักษ์ธรรมชาติ เพื่อให้เกิดความยั่งยืน การออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวเพื่อมอบประสบการณ์ที่ลึกซึ้งความสวยงาม เริ่มจากถนนเลียบริมสวนยาง มุ่งสู่แหลมนกออกที่มีกิจกรรม Balance art และสิ้นสุดที่แหลมหัวล้าน จุดชมวิวทะเลแบบ 180–360 องศา การนำเสนอ ทั้งหมดนี้เชื่อมโยงธรรมชาติเข้ากับวิถีชีวิต (Eco-cultural tourism) โดยให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของชุมชน เพื่อสื่อสารผ่านภาพ และเสียงจริง เส้นทางนี้จัดทำโปรแกรมท่องเที่ยวใช้เวลาครึ่งวัน หรือ 1 วัน โดยจัดสรรเวลาช่วงบ่ายขับ รถจักรยานยนต์ไปเที่ยว “แหลมนกออก” นั่งพักผ่อน ถ่ายรูปกับโขดหิน และรับประทานอาหารว่าง ช่วงเย็นนัดหมายไกด์ ท่องถิ่นดินเท้าขึ้น “แหลมหัวล้าน” และรอชมวิวยามพระอาทิตย์ตกดินแบบ 360 องศา ดังภาพสื่อแนะนำการท่องเที่ยวชุดที่ 3 ดังแสดงใน Figure 5



Figure 5 Media Set 3 “Destination: Hua Laem Lan, A Million-Dollar View” and QR Code

3.4 สื่อชุดที่ 4 “สุขสุดที่พรุโน” และ QR Code

แนวคิดสำคัญของสื่อชุดที่ 4 คือ การนำเสนอภาพรวมของชุมชนตำบลพรุโนที่ไม่ได้เป็นเพียงหมู่บ้านบนเกาะ แต่เป็นพื้นที่ที่เต็มไปด้วย “วิถีชีวิตที่หลากหลาย” จากท้องทะเลถึงท้องนา จากความอร่อยแบบพื้นถิ่นถึงจุดเช็คอินแสนสงบ ทุกหมู่บ้านล้วนมีเรื่องราว และมีของดีที่แตกต่างกัน แต่สามารถรวมกันเป็นผืนแผ่นดิน “พรุโน” เส้นทางนี้จัดทำโปรแกรม ท่องเที่ยวภาพรวมของชุมชน 3 วัน 2 คืน ซึ่งวันเวลาสามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความสนใจ เช่น วันแรก รับประทานอาหาร พื้นถิ่น ชมการแปรรูปอาหารทะเล ทำกิจกรรมที่หมู่บ้านโละโพง ชมพระอาทิตย์ตกที่หาดโละโพง วันที่ 2 ตื่นเช้าไปรับ แสงแรกที่บ้านออก แวะเรียนรู้ธรรมชาติ และป่าชายเลนที่บ้านคลองดินเหนียว ช่วงบ่ายถึงคำทำกิจกรรมประมงพื้นบ้านที่ บ้านอ่าวกะพ้อ วันที่ 3 ชมวิถีชีวิตชุมชน ชื้อของฝากพื้นถิ่น พักผ่อนริมทะเลก่อนเดินทางกลับ ดังภาพสื่อแนะนำการท่องเที่ยวชุดที่ 4 ดังแสดงใน Figure 6



Figure 6 Media Set 4 “Happiest at Phru Nai” and QR Code

4. การประเมินประสิทธิภาพสื่อมัลติมีเดียที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตำบลพรุใน อำเภอเกาะยาว

การประเมินประสิทธิภาพสื่อมัลติมีเดียที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตำบลพรุใน เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จำนวน 420 คน จากแบบสอบถามออนไลน์ ได้แก่ เจ้าของพื้นที่/ชุมชน ร้อยละ 47.90 นักสื่อสาร ร้อยละ 37.10 นักท่องเที่ยว ร้อยละ 9.00 ผู้ประกอบการด้านท่องเที่ยว ร้อยละ 3.80 และนักวิชาการ ร้อยละ 2.10 ส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง และร้อยละ 87.60 ไม่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่ตำบลพรุใน ผลการประเมินแบ่งเป็น 2 ประเด็น ดังนี้

4.1 การประเมินประสิทธิภาพสื่อคลิปลมัลติมีเดีย ผลการประเมิน ดังแสดงใน Table 2

Table 2 Evaluation Results of Multimedia Effectiveness for Tourism in Phru Nai Subdistrict

Clip No.	Multimedia Video Clip Efficiency	Content	Design	Usability	$\bar{X}$	S.D.	Efficiency Level
1.	Clip "Roi Roi Phru Nai"	4.58	4.57	4.50	4.55	0.08	Excellent
2.	Clip "Kayaking Along the Forest to Find Stars"	4.58	4.55	4.48	4.54	0.09	Excellent
3.	Clip "Hua Laem Lan Destination, View Beyond a Million"	4.59	4.63	4.63	4.62	0.07	Excellent
4.	Clip "Ultimate Happiness at Phru Nai"	4.65	4.64	4.64	4.64	0.08	Excellent
Overall Average					4.59	0.08	Excellent

จาก Table 2 อธิบายได้ว่า การประเมินประสิทธิภาพสื่อคลิปลมัลติมีเดียทั้ง 4 ชุด ได้รับการประเมินประสิทธิภาพในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.59$) ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ตอนที่ 1 “หรรษา หรรษา พรุใน” คะแนนเฉลี่ยรวมสูงสุด 4.55 อยู่ในระดับดีมาก โดยมีความโดดเด่นสูงสุดในด้านเนื้อหา ค่าเฉลี่ย 4.58 ผู้เชี่ยวชาญสะท้อนว่าคลิปนำเสนอวิถีชีวิต และอาหารท้องถิ่นได้ดีด้วยบรรยากาศความเป็นกันเอง แต่เสนอให้เพิ่มภาพเชิงอารมณ์ (Emotional appeal) เสริมการเล่าเรื่องเชิงลึก (Deep storytelling) และสร้างจุดพิกเพื่อให้อรรถรสยิ่งขึ้น

ตอนที่ 2 “พายคายักเลาะป่าไปหาดาว” คะแนนเฉลี่ยรวม 4.54 อยู่ในระดับดีมาก โดยมีความโดดเด่นสูงสุดในด้านเนื้อหา ค่าเฉลี่ย 4.58 ผู้เชี่ยวชาญแนะนำให้ปรับปรุงโครงสร้างการเล่าเรื่อง (Story arc) ให้ชัดเจนขึ้น ใช้กราฟิก ซับไตเติล อธิบายข้อมูล และเพิ่มเทคนิคการถ่ายภาพให้เป็นมืออาชีพมากขึ้น

ตอนที่ 3 “ปลายทางหัวแหลมล้านวิวเกินล้าน” คะแนนเฉลี่ยรวม 4.62 อยู่ในระดับดีมาก มีจุดเด่นด้านการออกแบบและการใช้งาน มีค่าเฉลี่ย 4.63 เท่ากัน ผู้เชี่ยวชาญสะท้อนว่าคลิปถ่ายทอดบรรยากาศธรรมชาติได้ดี แต่ควรเพิ่มข้อมูลการเดินทางเชิงลึก การสร้างจุดพิกทางอารมณ์ให้ชัดเจน และเพิ่มการเชิญชวน (Call to action) ในตอนท้ายเพื่อกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวมากขึ้น

ตอนที่ 4 “สุขสุดที่พรุใน” คะแนนเฉลี่ย 4.64 อยู่ในระดับดีมาก และมีคะแนนรวมสูงสุดเมื่อเปรียบเทียบกับคลิปอื่น ๆ โดยเฉพาะด้านเนื้อหา มีค่าเฉลี่ย 4.65 ผู้เชี่ยวชาญชื่นชมว่าเป็นคลิปที่สื่อสารถึงความสุข และความสมบูรณ์ของชุมชนได้ดีมาก สามารถใช้เป็นคลิปหลักในการโปรโมตได้ ข้อเสนอแนะ คือ การเพิ่มเสียงบรรยากาศจริง (Soundscape) ปรับจังหวะการเล่าเรื่อง และสร้างเวอร์ชันสั้นสำหรับนำเสนอในโซเชียลมีเดีย

4.2 การประเมินช่องทางการเผยแพร่สื่อ ผลการประเมิน ดังแสดงใน Table 3

Table 3 Evaluation Results of Multimedia Effectiveness for Tourism in Phru Nai Subdistrict

Clip No.	Media Distribution Channels	Content Suitability	Publishing Frequency	Target Audience Reach	$\bar{X}$	S.D.	Efficiency Level
1.	Facebook Page "Phru Nai in Koh Yao"	4.48	4.65	4.61	4.48	0.65	Good
2.	Video Clips	4.58	4.57	4.50	4.54	0.08	Excellent
3.	Instagram: @phrunai_kohyao	4.55	4.55	4.51	4.53	0.64	Excellent
Overall Average					4.52	0.46	Excellent

จาก Table 3 อธิบายได้ว่า การประเมินประเภทของสื่อมีผลดีมีเดียทั้ง 3 ประเภท ได้รับการประเมินประสิทธิภาพของช่องทางการเผยแพร่ อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.52$) ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1) เพจเฟซบุ๊ก “พรุไนในเกาะยาว” มีค่าเฉลี่ยรวมทุกด้านเท่ากับ 4.48 โดยมีความโดดเด่นด้านความถี่ในการเผยแพร่ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.65 อยู่ในระดับดีมาก

2) คลิปวิดีโอ มีค่าเฉลี่ยรวมทุกด้านที่ 4.54 โดยมีความโดดเด่นด้านความเหมาะสมของเนื้อหา มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.58 อยู่ในระดับดีมาก

3) Instagram: @phrunai_kohyao มีค่าเฉลี่ยรวมทุกด้านเท่ากับ 4.53 อยู่ในระดับดีมาก โดยมีความโดดเด่นด้านความถี่ในการเผยแพร่ และความเหมาะสมของเนื้อหา มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากันที่ 4.55

5. อภิปรายผล

5.1 ทฤษฎีการภูมินิเวศวัฒนธรรมภายใต้บริบทการท่องเที่ยวชุมชนตำบลพรุไน ผลการศึกษาพบว่า ตำบลพรุไนมีทรัพยากรภูมินิเวศวัฒนธรรมที่โดดเด่น ทั้งภูมิประเทศทางธรรมชาติ ความหลากหลายทางชีวภาพ ระบบนิเวศป่าชายเลน ทรัพยากรชายฝั่งทะเล และภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สัมพันธ์กับวิถีชีวิตของชุมชนมุสลิม สะท้อนให้เห็นถึงความสัมพันธ์เชิงระบบระหว่างมนุษย์กับสิ่งแวดล้อมที่ดำรงอยู่อย่างสมดุล โดยชุมชนมีรูปแบบการดำรงชีวิตที่อิงกับธรรมชาติ และมีการจัดระเบียบพฤติกรรมการใช้ทรัพยากรอย่างเหมาะสมในลักษณะของ “การดำรงอยู่ร่วมกันกับธรรมชาติ” (Living with nature) สอดคล้องกับแนวคิด “ความรู้เชิงนิเวศท้องถิ่น” (Traditional ecological knowledge) ของ Berkes (2017) ซึ่งอธิบายว่าองค์ความรู้ด้านทรัพยากรธรรมชาติของชุมชนท้องถิ่นเกิดจากการเรียนรู้ และการปรับตัวกับสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่องยาวนาน กลายเป็นระบบความรู้ที่ใช้กำกับการดำรงชีวิตและการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน ความรู้ดังกล่าวถือเป็นทุนทางวัฒนธรรมที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเรียนรู้ได้ นอกจากนี้วิถีชีวิตของชุมชนไทยมุสลิมในตำบลพรุไนยังเป็นองค์ประกอบสำคัญของทุนวัฒนธรรมที่สร้างเอกลักษณ์การท่องเที่ยว สอดคล้องกับแนวคิดของ Richards (2018) ที่กล่าวว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ประสบความสำเร็จมักเกิดจากการนำเสนอวัฒนธรรมที่แท้จริงของพื้นที่ ซึ่งเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวร่วมสมัยให้ความสำคัญมากกว่าการท่องเที่ยวแบบมวลชนทั่วไป ในมิติทางทฤษฎีผลการศึกษาสามารถอธิบายผ่านกรอบแนวคิด “นิเวศวิทยามนุษย์” (Human ecology) ซึ่งให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ ชุมชน และสภาพแวดล้อม โดยพิจารณาปฏิสัมพันธ์ของกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นในพื้นที่และช่วงเวลา (Space and Time) ที่แตกต่างกัน (Duangwiset et al., 2024) ดังนั้น ผลการศึกษานี้แสดงให้เห็นว่า ภูมินิเวศวัฒนธรรมของตำบลพรุไนไม่ได้เป็นเพียงทรัพยากรทางธรรมชาติ แต่เป็นระบบความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งแวดล้อม วิถีชีวิต และวัฒนธรรมที่สามารถนำมาพัฒนาเป็นทุนทางการท่องเที่ยวเชิงเรียนรู้ได้อย่างมีศักยภาพ

5.2 การออกแบบเส้นทางการท่องเที่ยวชุมชนที่สอดคล้องกับภูมินิเวศวัฒนธรรมตำบลพรุไน ผลการศึกษาพบว่า การกำหนดเส้นทางท่องเที่ยวจำนวน 3 เส้นทางหลัก ซึ่งเชื่อมโยงทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของชุมชน สามารถสะท้อนอัตลักษณ์ของพื้นที่ตำบลพรุไนได้อย่างชัดเจน โดยผู้วิจัยได้นำกรอบแนวคิด “วัฒนธรรม-นิเวศ-ชุมชน” มาใช้ในการออกแบบเส้นทาง ทำให้เส้นทางท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับบริบทของชุมชนอย่างเป็นองค์รวมและสอดคล้องกับวิถีชีวิตจริงของคนในพื้นที่ ทั้งนี้ แนวทางดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชนในปัจจุบันที่เน้นการมีส่วนร่วมของคนในพื้นที่เป็นสำคัญ โดยชุมชนมีบทบาททุกกระบวนการตั้งแต่การวางแผน การจัดการ ไปจนถึงการนำเสนอทรัพยากรทางวัฒนธรรมและ

ธรรมชาติ ช่วยให้เกิดการใช้ทุนทางสังคมและภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างเหมาะสม (Kaewkohsaba & Houwongsakul, 2023) นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับแนวคิดการจัดการความรู้เพื่อพัฒนาเรื่องเล่าและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่แสดงให้เห็นว่า “เรื่องเล่า” และ “การตีความความหมายของพื้นที่” เป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาเส้นทางและกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยสามารถนำองค์ความรู้ท้องถิ่นมาจัดระบบและถ่ายทอดในรูปแบบที่สร้างความเข้าใจและการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวได้อย่างลึกซึ้ง (Supun et al., 2022) ผลการศึกษาครั้งนี้ยังพบว่า การเล่าเรื่องผ่านเส้นทางท่องเที่ยวสร้างความเชื่อมโยงทางอารมณ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับสถานที่และผู้คนในชุมชน นอกจากนี้นักท่องเที่ยวจะได้รับรู้จากสิ่งที่เห็นแล้วยังได้เข้าใจภูมิหลังของชุมชน เช่น ประวัติการตั้งถิ่นฐาน ตำนานบุคคลสำคัญ วัฒนธรรมท้องถิ่น ช่วยเพิ่มคุณค่าของประสบการณ์การท่องเที่ยวในเชิงเศรษฐกิจชุมชน การออกแบบเส้นทางที่กระจายกิจกรรมไปยังกลุ่มอาชีพต่าง ๆ ในชุมชนช่วยให้เกิดการกระจายรายได้อย่างเป็นธรรม และส่งเสริมการมีส่วนร่วมของคนในพื้นที่ ซึ่งถือเป็นปัจจัยสำคัญของความยั่งยืนในการท่องเที่ยวโดยชุมชน

5.3 การออกแบบและผลิตสื่อมัลติมีเดียส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตำบลพู่ใน ผลการศึกษาพบว่า การออกแบบสื่อมัลติมีเดียเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวตำบลพู่ในการบูรณาการข้อมูลภูมิโนเวศวัฒนธรรมเข้ากับการเล่าเรื่องผ่านสื่อดิจิทัล โดยการออกแบบเส้นทางท่องเที่ยว จัดทำแผนที่ GPS และเขียนบทบรรยาย (Script) สำหรับวิดีโอความยาวประมาณ 5–10 นาทีต่อเส้นทาง และเผยแพร่ผ่านแพลตฟอร์มยูทูป สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kaewkohsaba & Houwongsakul (2023) ที่พบว่าการใช้สื่อมัลติมีเดีย เช่น อินโฟกราฟิก แอนิเมชัน วิดีโอประชาสัมพันธ์ ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารข้อมูลด้านการท่องเที่ยวของชุมชนได้อย่างมีนัยสำคัญ เช่นเดียวกับงานของ Wajitragum (2022) ที่เสนอว่าการใช้ภาพถ่ายจากสถานที่จริงร่วมกับแผนที่และสื่อดิจิทัลสามารถช่วยสร้างประสบการณ์เชิงโต้ตอบ และเพิ่มการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่ออัตลักษณ์ของพื้นที่ การออกแบบสื่อมัลติมีเดียในการศึกษานี้เน้นการใช้ภาพและเรื่องเล่าเป็นเครื่องมือถ่ายทอดอัตลักษณ์ท้องถิ่น โดยสะท้อนวิถีชีวิตของชุมชนชายฝั่งอันดามันที่มีความเรียบง่ายและปรับตัวตามฤดูกาล พร้อมทั้งผสานเทคโนโลยีสื่อสมัยใหม่เข้ากับการนำเสนอเรื่องราวท้องถิ่นในมิติทางวิชาการ ผลการศึกษานี้ทำให้เห็นว่า การบูรณาการข้อมูลภูมิโนเวศวัฒนธรรมกับการออกแบบสื่อมัลติมีเดียเป็นแนวทางที่มีประสิทธิภาพในการสื่อสารอัตลักษณ์ของชุมชน และสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้

5.4 การประเมินประสิทธิภาพสื่อมัลติมีเดียส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตำบลพู่ใน ผลการศึกษาพบว่า ประสิทธิภาพสื่อมัลติมีเดีย ด้านเนื้อหาได้รับคะแนนสูงสุดในหลายชุดสื่อ สะท้อนว่าสื่อสามารถถ่ายทอดอัตลักษณ์ของพื้นที่ตำบลพู่ได้อย่างชัดเจน โดยเฉพาะการนำเสนอความสัมพันธ์ระหว่างทรัพยากรธรรมชาติ วิถีชีวิต และวัฒนธรรมของชุมชน เช่น การประมงพื้นบ้าน อาหารท้องถิ่น ระบบนิเวศป่าชายเลน ประเด็นดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า การออกแบบเนื้อหาที่ยึดโยงกับ “ภูมิโนเวศวัฒนธรรม” ของพื้นที่ ส่งผลให้การสื่อสารมีความหมายเชิงลึก และสามารถสร้างประสบการณ์การรับรู้ที่แตกต่างจากการนำเสนอข้อมูลการท่องเที่ยวทั่วไป ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับแนวคิดความรู้เชิงโนเวศท้องถิ่นของ Berkes (2017) ที่อธิบายว่า ความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสิ่งแวดล้อมเป็นระบบความรู้ที่สร้าง และถ่ายทอดผ่านวิถีชีวิตของชุมชน สามารถนำมาใช้เป็นฐานในการสื่อสารและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเรียนรู้ได้ ขณะเดียวกันยังสอดคล้องกับแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของ Richards (2018) ที่แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวปัจจุบันให้ความสำคัญกับประสบการณ์ที่สะท้อน “ความเป็นของแท้” ของพื้นที่มากกว่าการรับรู้ข้อมูลทั่วไป ดังนั้น การนำเสนอเนื้อหาที่เชื่อมโยงกับภูมิโนเวศวัฒนธรรมมานำเสนอผ่านสื่อมัลติมีเดีย จึงช่วยเพิ่มคุณค่าของประสบการณ์การท่องเที่ยว และสร้างความเข้าใจเชิงลึกต่ออัตลักษณ์ของชุมชนอย่างไรก็ตาม แม้ว่าด้านเนื้อหาจะมีประสิทธิภาพสูง แต่ผลการประเมินยังพบว่าองค์ประกอบด้านการออกแบบและการใช้งานบางส่วนมีคะแนนต่ำกว่าเล็กน้อย โดยเฉพาะประเด็นโครงสร้างการเล่าเรื่องและจังหวะการนำเสนอ สะท้อนว่า การสื่อสาร ภูมิโนเวศวัฒนธรรมให้มีประสิทธิภาพไม่เพียงขึ้นอยู่กับ “เนื้อหา” แต่ยังต้องอาศัย “กระบวนการเล่าเรื่อง” ที่สามารถถ่ายทอดความสัมพันธ์เชิงระบบของพื้นที่ให้ผู้รับสารเข้าใจได้อย่างต่อเนื่องและน่าสนใจ

ดังนั้น ผลการวิจัยครั้งนี้แสดงให้เห็นว่า การพัฒนาสื่อมัลติมีเดียเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนควรให้ความสำคัญกับการบูรณาการ “เนื้อหาเชิงภูมิโนเวศวัฒนธรรม” เข้ากับ “การออกแบบการเล่าเรื่อง” อย่างเป็นระบบ เพื่อให้สื่อสามารถทำหน้าที่เป็นทั้งเครื่องมือสื่อสาร และพื้นที่สร้างประสบการณ์การเรียนรู้ที่มีความหมาย ซึ่งจะนำไปสู่การส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในระยะยาว

ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า การบูรณาการภูมิโนเวศวัฒนธรรมเข้ากับการออกแบบสื่อมัลติมีเดีย เป็นแนวทางที่มีศักยภาพในการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน เนื่องจากสามารถถ่ายทอดอัตลักษณ์ของพื้นที่ สร้างการรับรู้ และกระตุ้นความสนใจของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยสื่อทำหน้าที่เป็นเครื่องมือสำคัญในการเชื่อมโยงองค์ความรู้ของชุมชนกับผู้ชมภายนอก อาจนำไปสู่การเพิ่มโอกาสทางเศรษฐกิจและการรับรู้คุณค่าของทรัพยากรท้องถิ่น อย่างไรก็ตาม การศึกษาครั้งนี้ยังมี

ข้อจำกัดบางประการ เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างบางส่วนยังไม่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่จริง และการพัฒนาสื่อยังเน้นรูปแบบวิดีโอเป็นหลัก ดังนั้น การวิจัยในอนาคตอาจพัฒนาสื่อเชิงปฏิสัมพันธ์เพิ่มเติม เช่น แผนที่ดิจิทัล เทคโนโลยี VR/AR การทดลองประเมินผลกับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาพื้นที่จริง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารการท่องเที่ยวชุมชนในระยะยาว

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ทรัพยากรภูมินิเวศวัฒนธรรมของตำบลพรุใน อำเภอกะยยา จังหวัดพังงา เพื่อนำไปสู่การออกแบบเส้นทางการท่องเที่ยวโดยชุมชน และการพัฒนาสื่อมัลติมีเดียเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ผลการศึกษาพบว่า พื้นที่ตำบลพรุในมีศักยภาพด้านทรัพยากรภูมินิเวศวัฒนธรรม ทั้งทรัพยากรธรรมชาติ เช่น ป่าชายเลน ชายฝั่งทะเล รวมถึงวิถีชีวิต วัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่น สามารถนำมาเป็นฐานสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จากการวิเคราะห์ข้อมูลและการมีส่วนร่วมของชุมชน สามารถออกแบบเส้นทางการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่สะท้อนอัตลักษณ์ของพื้นที่ได้จำนวน 3 เส้นทางหลัก เชื่อมโยงทรัพยากรธรรมชาติ วิถีชีวิต และวัฒนธรรมของชุมชนเข้าด้วยกัน พร้อมทั้งพัฒนาสื่อมัลติมีเดียเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในรูปแบบคลิปวิดีโอสั้น จำนวน 4 ตอน เผยแพร่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เพจเฟซบุ๊ก “พรุในในกะยยา” คลิปวิดีโอ และ Instagram: @phrunai_kohyao ผลการประเมินประสิทธิภาพของสื่อมัลติมีเดีย และช่องทางการเผยแพร่สื่อจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 420 คน พบว่า มีประสิทธิภาพโดยรวมอยู่ในระดับดีมาก และสามารถสื่อสารอัตลักษณ์ของพื้นที่ รวมทั้งสร้างความสนใจต่อการท่องเที่ยวชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะด้านเนื้อหาที่สะท้อนวิถีชีวิตและทรัพยากรของชุมชนอย่างชัดเจน โดยสรุป การบูรณาการองค์ความรู้ด้านภูมินิเวศวัฒนธรรมเข้ากับการออกแบบเส้นทางการท่องเที่ยวและการพัฒนาสื่อมัลติมีเดีย เป็นแนวทางสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน เนื่องจากช่วยถ่ายทอดอัตลักษณ์ของพื้นที่ สร้างการรับรู้แก่สาธารณชน และสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนควบคู่กับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน

องค์ความรู้ใหม่

การวิจัยนี้ได้นำไปสู่องค์ความรู้ใหม่ในรูปแบบ “โมเดลการบูรณาการภูมินิเวศวัฒนธรรมสู่การสื่อสารดิจิทัลเชิงพื้นที่” โดยประยุกต์ใช้ ADDIE model ร่วมกับแนวคิดภูมินิเวศวัฒนธรรม จุดเด่นขององค์ความรู้นี้อยู่ที่การเชื่อมโยง “แต่ละขั้นตอนของโมเดล” เข้ากับกระบวนการวิจัยที่ผู้วิจัยได้ดำเนินการจริง ทำให้เห็นภาพการพัฒนาอย่างเป็นระบบ และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้อย่างเป็นรูปธรรม ได้แก่

1. Analysis: การวิเคราะห์ภูมินิเวศวัฒนธรรมจากข้อมูลภาคสนาม ขั้นตอนนี้ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากพื้นที่ตำบลพรุใน ผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกต และการประชุมกลุ่ม เพื่อรวบรวมข้อมูลทรัพยากรชุมชนทั้ง 7 หมู่บ้าน ได้แก่ นามสถาน เรื่องเล่าพื้นบ้าน วิถีชีวิต และระบบนิเวศป่าชายเลน จากนั้นนำมาวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงระบบตามแนวคิดภูมินิเวศวัฒนธรรม ทำให้เห็นโครงสร้าง “ความสัมพันธ์ระหว่างธรรมชาติ-วัฒนธรรม-ชุมชน” อย่างชัดเจน

2. Design: การออกแบบเส้นทางการท่องเที่ยวจากอัตลักษณ์เชิงพื้นที่ ขั้นตอนนี้ผู้วิจัยนำผลการวิเคราะห์มาสังเคราะห์ร่วมกับชุมชน เพื่อออกแบบเส้นทางการท่องเที่ยว 3 เส้นทางหลัก ได้แก่ เส้นทางเกษตรอินทรีย์ เส้นทางวัฒนธรรมและวิถีชุมชน และเส้นทางนิเวศทางทะเล โดยยึดหลัก “วัฒนธรรม-นิเวศ-ชุมชน” และใช้การเล่าเรื่องเป็นโครงสร้างหลักเชื่อมโยงกิจกรรมและทรัพยากรในแต่ละพื้นที่

3. Development: การพัฒนาสื่อมัลติมีเดียจากฐานภูมินิเวศวัฒนธรรม ขั้นตอนนี้ผู้วิจัยออกแบบและผลิตสื่อมัลติมีเดีย ได้แก่ เพจเฟซบุ๊ก อินสตาแกรม และคลิปวิดีโอ 4 ชุด โดยใช้ข้อมูลจากเส้นทางท่องเที่ยวมาพัฒนาเป็นเนื้อหา เน้นการถ่ายทอดอัตลักษณ์ของชุมชนผ่านภาพ เสียง และการเล่าเรื่องที่สะท้อนความสัมพันธ์ระหว่างธรรมชาติ วิถีชีวิต และวัฒนธรรม

4. Implementation: การเผยแพร่และการสื่อสารสู่ผู้รับสาร ขั้นตอนนี้ผู้วิจัยนำสื่อที่พัฒนาไปเผยแพร่ผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัลจริง เช่น เพจเฟซบุ๊ก อินสตาแกรม และคลิปวิดีโอ ทำให้เกิดการเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยว และผู้สนใจในวงกว้าง พร้อมทั้งส่งเสริมให้คนในชุมชนมีบทบาทเป็น “ผู้สื่อความหมายทางวัฒนธรรม” ผ่านสื่อดิจิทัล

5. Evaluation: การประเมินประสิทธิภาพสื่อจากผู้ใช้งาน ขั้นตอนนี้ผู้วิจัยประเมินประสิทธิภาพของสื่อจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 420 คน โดยพิจารณาด้านเนื้อหา การออกแบบ และการใช้งาน ผลการประเมินพบว่าสื่อมีประสิทธิภาพอยู่ในระดับดีมาก ซึ่งสะท้อนว่าสื่อสามารถถ่ายทอดอัตลักษณ์ภูมินิเวศวัฒนธรรมของพื้นที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากกระบวนการดังกล่าว สรุปได้ว่า การพัฒนาสื่อมัลติมีเดียเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่มีประสิทธิภาพ ต้องอาศัยการบูรณาการแนวคิดภูมินิเวศวัฒนธรรมเข้ากับกระบวนการออกแบบสื่ออย่างเป็นระบบ (ADDIE model) โดยเชื่อมโยงข้อมูลภาคสนาม อัตลักษณ์ชุมชน และการสื่อสารดิจิทัลเข้าด้วยกัน ส่งผลให้เกิดสื่อที่สามารถถ่ายทอดความหมายเชิงลึกของพื้นที่ และสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีคุณค่าและยั่งยืน องค์ความรู้นี้จึงเป็น “ต้นแบบเชิงกระบวนการ” ที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนในพื้นที่อื่น รวมทั้งสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และการสื่อสารอัตลักษณ์ท้องถิ่นในยุคดิจิทัลได้อย่างเป็นรูปธรรม

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 หน่วยงานภาครัฐ และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นควรกำหนดนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวที่อิงกับภูมินิเวศวัฒนธรรมของพื้นที่ เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนในการค้นหาอัตลักษณ์ การออกแบบเส้นทางท่องเที่ยว การบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชน ทั้งนี้ ควรบูรณาการแนวคิดดังกล่าวไว้ในแผนพัฒนาท้องถิ่นหรือแผนพัฒนาการท่องเที่ยวระดับจังหวัด เพื่อสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนที่สอดคล้องกับบริบททางสังคม วัฒนธรรม และทรัพยากรธรรมชาติ

1.2 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวควรส่งเสริมการใช้สื่อมัลติมีเดีย เป็นเครื่องมือประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวชุมชน โดยสนับสนุนการพัฒนาและเผยแพร่สื่อผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ ควบคู่กับการจัดทำฐานข้อมูลดิจิทัลด้านภูมินิเวศวัฒนธรรมและแหล่งท่องเที่ยวชุมชน เพื่อใช้เป็นข้อมูลสนับสนุนการวางแผนพัฒนาและบริหารจัดการการท่องเที่ยว

1.3 ผลการวิจัยนำไปใช้ส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ใช้ภูมินิเวศวัฒนธรรมเป็นจุดเด่น โดยใช้สื่อมัลติมีเดียประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชนผ่านช่องทางต่าง ๆ การสร้างฐานข้อมูลดิจิทัลเพื่อการจัดการที่ยั่งยืน พร้อมทั้งเป็นตัวอย่างสำหรับการผลิตสื่อรูปแบบอื่น ๆ ต่อไป

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษารูปแบบการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนในมิติที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น เช่น การพัฒนาแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน การสร้างแบรนด์ท้องถิ่น เพื่อเพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจและสร้างรายได้แก่สมาชิกในชุมชน

2.2 ควรศึกษาการพัฒนาสื่อมัลติมีเดียเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง โดยนำเทคโนโลยีดิจิทัลและรูปแบบสื่อใหม่ ๆ มาประยุกต์ใช้ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสาร และเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมาย และควรขยายผลการศึกษาไปยังชุมชนอื่นที่มีบริบทภูมินิเวศวัฒนธรรมใกล้เคียงกัน เพื่อเปรียบเทียบรูปแบบการพัฒนาสื่อและแนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนในบริบทที่แตกต่างกัน เป็นการพัฒนาองค์ความรู้ด้านการสื่อสารการท่องเที่ยวชุมชนให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

Berkes, F. (2017). *Sacred Ecology* (4th ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315114644>.

Cochran, W. G. (1977). *Sampling Techniques* (3rd ed.). John Wiley & Sons.

Duangwiset, N., Hayeesa, N., Lertkiatdamrong, T., Ajanakitti, C., Naknam, S., & Waree, S. (2024). *Community, Power, Nature: An Anthropological Perspective*. Princess Maha Chakri Sirindhorn Anthropology Centre (Public Organization). (In Thai)

Kaewkoksaba, K., & Houwongsakul, T. (2023). Development of Multimedia to Enhance Competitiveness and Promote Community Tourism in the Hill Zone of Surat Thani Province. *Suratthani Rajabhat Journal*, 10(2), 61-96. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/srj/article/view/267132/180173>.

Kaewthet, T. (2022). Creating Content on New Media Landscape in the Digital Age. *Lampang Rajabhat University Journal*, 11(2), 92-102. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/JLPRU/article/view/257509>.

Narkkasem, W., & Phanvisetsak, S. (2025). The Public Relations Media Design to Promote Community Tourism by Community Participation: Case Study of Nokaok Subdistrict, Pak Thong Chai District, Nakhon Ratchasima Province. *Journal of Architecture, Design and Construction*, 7(1), 143-153. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/Jadc/article/view/272899/184172>.

- Office of the National Economic and Social Development Council. (2021). *The Thirteenth National Economic and Social Development Plan (2023–2027)*. <https://www.nesdc.go.th>. (In Thai)
- Pota, P. (2021). *Development of A Set for Community Tourism Promotion Media: A Case Study of Chumphon Province* [Master's thesis, Srinakharinwirot University]. <https://ir-ithesis.swu.ac.th/server/api/core/bitstreams/d1d51349-46cc-4335-94aa-d81b6263cad9/content>.
- Richards, G. (2018). Cultural Tourism: A Review of Recent Research and Trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 12–21. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.03.005>.
- Srisooksai, D. (2022). Media Literacy: Promoting Wisdom Vaccine for Society. *Thai Media Fund Journal*, 1(1), 1-21. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/tmfjournal/article/view/257770/174703>.
- Supun, J., Rattanasuwongchai, N., & Chuenka, R. (2022). Knowledge Management for Developing Creative Tourism Story and Activities in Chainat, Singburi and Lopburi provinces. *Journal of Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi*, 4(3), 560–574. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/art/article/view/264536/175986>.
- Tienthavorn, T. (2018). *Management of Cultural Landscape in the Contribution of Community Resilience: A Case of Mae Kampong Village, Chiang Mai Province* [Doctoral dissertation, Chulalongkorn University]. <https://digital.car.chula.ac.th/cgi/viewcontent.cgi?article=4519&context=chulaetd>.
- Waijittragum, P. (2022). Graphic and Multimedia Design to Promote Tourism for Ranong Province. *Asian Creative Architecture, Art and Design*, 34(1), 102-113. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/archkmitl/article/view/255159/175802>.
- Wittayapak, C. (2018). *Human Ecology: Studying the Environment in Social and Cultural Dimensions*. Research Administration Center, Chiang Mai University. (In Thai)
- World Tourism Organization. (2018). *Tourism and Culture Synergies*. UNWTO. <https://doi.org/10.18111/9789284418978>.