

[สุชาดา , วิเชษฐ์ , อภิวัฒน์ , อรรถเศรษฐ์ , ภาสกร , ปัญจเวช , ทศพร หน้า 214-228]



**กลยุทธ์การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อสื่อความหมายอัตลักษณ์และสโลแกน
ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตามแนวโอทอปนวัตวิถี: กรณีศึกษาร้าน
คลองโยง ตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม**

Participatory communication strategy to convey meaning of community
identity and slogan to promote OTOP Nawatwithi community-based tourism:
a case of Ban Klong Yong , Salaya Sub-district, Phuttamonthon Sub District,
Nakhon Pathom Province

สุชาดา แสงดวงดี. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

วิเชษฐ์ แสงดวงดี. คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยสยาม

อภิวัฒน์ บุญเนรมิตร. คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยสยาม

อรรถเศรษฐ์ ปรีดากรณ์. คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยสยาม

ภาสกร ธนันทน์. คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยสยาม

ปัญจเวช บุญรอด. คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยสยาม

ทศพร เทียนศรี. คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยสยาม

Suchada Saengduangdee. *The Faculty of Management Science, Nakhon Pathom Rajabhat University*

Vichet Saengduangdee. *The Faculty of Information Technology, Siam University*

Apiwat Boonneramitr. *The Faculty of Information Technology, Siam University*

Auttasead Preedakorn. *The Faculty of Information Technology, Siam University*

Pasakorn Thananun. *The Faculty of Information Technology, Siam University*

Panjawetch Boonrod, *The Faculty of Information Technology, Siam University*

Thossaphorn Tiensri. *The Faculty of Information Technology, Siam University*

Corresponding author, Email: suchadas@webmail.npru.ac.th , Vichet.sae@siam.edu , Apiwat2124@hotmail.com , auttasead.pre@siam.edu , pasakorn.tha@siam.edu , Panjawetch.boon@siam.edu , thossaphorn.tie@siam.edu

Received: 08 December 2019 ; Revised: 19 March 2020 ; Accepted: 04 April 2020

บทคัดย่อ

บทความวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ สโลแกนชุมชน และกลยุทธ์การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมที่ใช้ในการสื่อความหมายอัตลักษณ์และสโลแกนชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตามแนวโอทอปนวัตวิถี: กรณีศึกษากำนันคลองโยง ตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม วิธีวิจัยที่นำมาใช้ได้แก่ วิจัยเชิงคุณภาพ ประกอบด้วย การวิเคราะห์เอกสารปฐมภูมิและทุติยภูมิ เช่น ภาพถ่าย รายงานผลการศึกษา บทความวิจัย สารคดี ความเรียงหรือวีดิทัศน์ต่างๆ ในเครือข่ายสังคมออนไลน์ตามกรอบวิถีวัฒนธรรม 8 ด้าน ของกระทรวงวัฒนธรรม ได้แก่ อาหาร การแต่งกาย ที่อยู่อาศัย ประเพณี ภาษา อาชีพ ความเชื่อและคตินิยม การสังเกตการณ์แหล่งท่องเที่ยวชุมชน 16 แห่ง เพื่อประเมินความพร้อมและศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยว การสัมภาษณ์ ตัวแทนกรรมการบริหาร ผู้ประกอบการและผู้แทนชุมชนที่เกี่ยวข้อง 6 คน และการจัดเวทีชุมชนผู้มีส่วนเกี่ยวข้องครั้งที่ 1 เพื่อถกเถียงและสกัดข้อมูลอัตลักษณ์ชุมชนที่เป็นเสน่ห์เฉพาะตัว ให้เหลือเพียง 3 มิติ คือ 1) สถานที่ท่องเที่ยวเด่น 2) กิจกรรมเด่น และ 3) เมนูเด็ด หรือสุดยอดผลิตภัณฑ์ และครั้งที่ 2 เพื่อร่วมกันค้นหาอัตลักษณ์และกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารตราสัญลักษณ์และสโลแกนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพได้แก่ การวิเคราะห์ความสอดคล้องของข้อความ (common theme analysis) ผลการศึกษาพบว่าอัตลักษณ์ชุมชนบ้านคลองโยงได้แก่ มนต์เสน่ห์ของท้องทุ่งและวิถีเกษตรกรรมทั้งนาข้าวและนาบัว ทำให้สถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมและเมนูเด็ดพื้นถิ่นเชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ชุมชนอย่างชัดเจน สามารถสะท้อนผ่านตราสัญลักษณ์และข้อความสโลแกนชุมชนด้วย ภาพการ์ตูนมาศคอตควายและสโลแกน “มนต์รักทุ่งคลองโยง” และสามารถนำไปใช้ผ่านนวัตกรรมสื่อเชิงสร้างสรรค์ต้นแบบทุกประเภทที่พัฒนาขึ้นสำหรับส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนบ้านคลองโยงตามแนวโอทอปนวัตวิถีได้อย่างมีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ : อัตลักษณ์ , ตราสัญลักษณ์

Abstract

The research article aims to study the community identity, create community logo and slogans, and participatory communication strategy to convey meaning of community identity and slogan that can promote OTOP Nawatwithi community-based tourism of Ban Klong Yong, Salaya sub-district, Phutthamonthon District, Nakhon Pathom Province. The Qualitative research based method; documentary analysis, observation, interviews and community forum with community leaders, communities of OTOP Nawatwithi community based-tourism and community products traders and community people, was applied to find out community identity and define communication strategies of logo and slogans to promote community-based tourism. The common theme analysis was brought to analyze qualitative data derived. The study find that Ban Khlong Yong identity is the charm of the fields and the agricultural way of living including the rice & lotus field that make tourist attractions, local activities, and folk dishes are distinguished, unique, and clearly linked with the community identity. The community identity are reflected through buffalo cartoon mascot and the slogan “Monrak Thing Klong Yong” and can be effectively used in all types of media innovation created to promote Ban Klong Yong OTOP Nawatwithi community-based tourism.

keywords : Identity , logo

บทนำ

กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทยได้จัดทำโครงการชุมชนท่องเที่ยวตามแนวโอทอปนวัตวิถีในปี 2561 เพื่อยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP ควบคู่กับการปรับตัวของชุมชนให้พร้อมเปิดบ้านต้อนรับการมาเยือนของนักท่องเที่ยว ด้วยการนำเสนอจากวิถีชีวิต วัฒนธรรมพื้นบ้านมาใช้ในการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยว กิจกรรมและผลิตภัณฑ์ชุมชนบนพื้นฐานวัฒนธรรมที่มีเสน่ห์เฉพาะตัวของแต่ละพื้นที่เพื่อดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเยี่ยมชมและใช้จ่ายเงินในทุกกิจกรรมของชุมชน มีการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์และการส่งเสริมการตลาดบนพื้นฐานอัตลักษณ์ชุมชน ช่วยยกระดับการท่องเที่ยวและการสร้างรายได้ที่เพิ่มขึ้นแก่ชุมชนที่เรียกว่าการสร้างรายได้ตามความต้องการ (demand driven local economy) นำไปสู่ “ความมั่งมี ศรีสุขอย่างแท้จริง” แทนการผลักดันสินค้าโอทอปออกจากชุมชน (กระทรวงมหาดไทย กรมการพัฒนาชุมชน, 2561) สนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ต้องการ แสวงหาความรู้และประสบการณ์ และเติมเต็มความสนใจที่จะได้จากการท่องเที่ยว กล่าวอีกนัย การท่องเที่ยวรูปแบบนี้ก็คือการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์หรือการท่องเที่ยวทางเลือกที่สอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวยุคใหม่ที่ทำให้ความสนใจกับการค้นหาความหมายต่างๆ รอบตัว (search for meaning) และสอดคล้องกับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม (ทิพย์วดี โพธิ์สิทธิพันธุ์, 2555)

อย่างไรก็ตาม แนวคิดการจัดการท่องเที่ยวชุมชนตามแนวโอทอปนวัตวิถีเป็นเรื่องใหม่ คนในชุมชนส่วนใหญ่ยังขาดความรู้ความเข้าใจในการจัดการท่องเที่ยวชุมชน การค้นหาอัตลักษณ์โดยชุมชนมีส่วนร่วมจึงเป็นวิธีการหนึ่งที่จะทำให้คนในชุมชนรู้สึกเป็นเจ้าของแนวคิด ร่วมดำเนินการ ร่วมประเมิน ร่วมปรับปรุง นำไปสู่ความรู้สึภาคภูมิใจและร่วมขับเคลื่อนการท่องเที่ยวชุมชนบนพื้นฐาน อัตลักษณ์ วิถีชีวิต สื่อพื้นบ้านหรือวัฒนธรรมพื้นบ้านที่เป็นภูมิปัญญาสู่การสื่อสารตราสินค้าให้เป็นที่ยอมรับของคนในชุมชนและคนภายนอกโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก เนื่องจากเมื่อใดก็ตามที่นักท่องเที่ยวรับรู้อัตลักษณ์ บุคลิกภาพ และคุณค่าที่แตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น จะนำมาซึ่งการรับรู้ตราสินค้า ความเชื่อมั่นและการตัดสินใจซื้อสินค้า บริการของแหล่งท่องเที่ยว ดังนั้น การส่งเสริมการท่องเที่ยวควรใช้กลยุทธ์การสร้างความรู้สึกรักและภาคภูมิใจในเอกลักษณ์ ศักดิ์ศรี และความดีงามของชุมชนควบคู่กัน โดยให้ความสำคัญกับการสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (พวงชมพู ไชยอาลา แสงรุ่งเรืองโรจน์, 2559)

จากเหตุผลที่กล่าว คณะผู้วิจัยจึงเห็นถึงความสำคัญของการศึกษาเรื่อง “กลยุทธ์การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อสื่อความหมายอัตลักษณ์และสโลแกนชุมชนเพื่อส่งเสริมส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตามแนวโอทอปนวัตวิถี: กรณีศึกษาบ้านคลองโยง ตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม” โดยมีวัตถุประสงค์ 3 ข้อ ได้แก่ 1) เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ชุมชนบ้านคลองโยง ตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม 2) เพื่อสร้างตราสัญลักษณ์และสโลแกนชุมชนบ้านคลองโยง ตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม และ 3) เพื่อศึกษากลยุทธ์การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมที่ใช้ในการสื่อความหมายอัตลักษณ์และสโลแกนชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตามแนวโอทอปนวัตวิถี: กรณีศึกษาบ้านคลองโยง ตำบลศาลายา อำเภอ พุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม ผลการวิจัยทำให้ได้อัตลักษณ์ชุมชนที่เป็นเสน่ห์เฉพาะตัวของชุมชน ตราสัญลักษณ์และสโลแกนชุมชน ตลอดจนกลยุทธ์การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อสื่อความหมายเพื่อสร้างคุณค่าหรือมูลค่าให้กับวัฒนธรรมและทรัพยากรในชุมชนที่แตกต่างจากชุมชนอื่น สามารถบอกเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับชุมชนท้องถิ่นที่ทำให้คนในชุมชนเกิดความภาคภูมิใจร่วมกัน ในขณะที่นักท่องเที่ยวรับรู้คุณค่าของอัตลักษณ์เฉพาะที่แตกต่างจากที่อื่นทำให้เกิดความสนใจ และเข้ามาเที่ยวชมของนักท่องเที่ยว ส่งผล

ต่อการยกระดับการท่องเที่ยวชุมชน การกระจายรายได้ และความสามารถในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวชุมชนบ้านคลองโยงตามแนวโศทอปนวัตวิถีด้วยตนเองได้อย่างยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ชุมชนบ้านคลองโยง ตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม
2. เพื่อสร้างตราสัญลักษณ์และสโลแกนชุมชนบ้านคลองโยง ตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม
3. เพื่อศึกษากลยุทธ์การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมที่ใช้ในการสื่อความหมายอัตลักษณ์และสโลแกนชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตามแนวโศทอปนวัตวิถี: กรณีศึกษาบ้านคลองโยง ตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดสำคัญที่นำมาใช้เป็นกรอบในการวิจัย ได้แก่ แนวคิดการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม แนวคิดอัตลักษณ์ชุมชน และ กระบวนการค้นหาอัตลักษณ์ชุมชน

แนวคิดการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมมี 3 ระดับ ได้แก่ 1) การมีส่วนร่วมในฐานะผู้รับสาร/ผู้ใช้สาร 2) การมีส่วนร่วมในฐานะผู้ส่ง ผู้ผลิต ผู้ร่วมผลิต ผู้ร่วมแสดง และ 3) การมีส่วนร่วมในฐานะผู้วางแผนและกำหนดนโยบาย (กาญจนา แก้วเทพ และคณะ, 2543) จากการศึกษาผลการศึกษาระบบการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่านของ ทิพย์สุดา ปานเกษม และพรพรรณ ประจักษ์เนตร (2559) พบว่ามี 2 ขั้นตอนหลัก ได้แก่ 1) การได้มาของแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และ 2) กระบวนการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ แบ่งเป็น การมีส่วนร่วมในการวางแผนและกำหนดรูปแบบนโยบาย การมีส่วนร่วมในการจัดสรรทรัพยากรธรรมชาติเพื่อพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การมีส่วนร่วมในการเผยแพร่วัฒนธรรมและประเพณี และการรณรงค์ให้นักท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรม การให้ผู้ประกอบการและชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม ตลอดจนบทบาทของหน่วยงานภาครัฐในการให้ข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และสื่อที่ใช้สื่อสารกับคนในชุมชน

แนวคิดอัตลักษณ์ชุมชน

อัตลักษณ์ชุมชนเป็นผลรวมของลักษณะเฉพาะของสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งทำให้สิ่งนั้นเป็นที่รู้จักหรือจำได้ มีคุณลักษณะเฉพาะตัวซึ่งเป็นตัวบ่งชี้ลักษณะเฉพาะตัวของบุคคล สังคม ชุมชน หรือประเทศนั้น เช่น เชื้อชาติ ภาษา วัฒนธรรมท้องถิ่น และศาสนา ฯลฯ ซึ่งได้นำแนวคิดอัตลักษณ์ชุมชนตามกรอบวิถีวัฒนธรรม 8 ประการ มาใช้ในการวิเคราะห์อัตลักษณ์ชุมชนบ้านคลองโยง ประกอบด้วย 1) อาหาร 2) การแต่งกาย 3) ที่อยู่อาศัย 4) ประเพณี 5) ภาษา 6) อาชีพ 7) ความเชื่อ และ 8) ศิลปะพื้นถิ่น (กระทรวงมหาดไทย กรมการพัฒนาชุมชน, 2561, หน้า 18-19)

กระบวนการค้นหาอัตลักษณ์ชุมชน

กระบวนการค้นหาอัตลักษณ์ชุมชนมี 3 ขั้นตอน (กระทรวงมหาดไทย กรมการพัฒนาชุมชน, 2561, หน้า 55-63) ได้แก่

1. การค้นหาข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) เป็นข้อมูลที่มีบุคคลหรือหน่วยงานศึกษา ค้นคว้า

รวบรวมและจัดทำไว้ในรูปของรายงานผลการศึกษา บทความในวารสารวิชาการ รายงานการวิจัย สารคดี ความเรียงหรือวีรวิต่าง ๆ ในเครือข่ายสังคมออนไลน์ตามกรอบวิธีวัฒนธรรม 8 ด้าน ของกระทรวงวัฒนธรรม ได้แก่ อาหาร การแต่งกาย ที่อยู่อาศัย ประเพณี ภาษา อาชีพ ความเชื่อและศิลปะพื้นถิ่น

2. การค้นหาข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) เป็นข้อมูลที่เกิดขึ้นจากการลงพื้นที่ศึกษาข้อมูลร่วมกับคนในชุมชน เพื่อเก็บข้อมูล ถ่ายภาพนิ่งหรือภาพเคลื่อนไหวในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาอัตลักษณ์ชุมชน ตามกรอบวิธีวัฒนธรรม 8 ด้าน ของกระทรวงวัฒนธรรมข้างต้น เพื่อนำมาใช้ในการออกแบบสื่อสร้างสรรค์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน

3. การจัดเวทีชุมชนเพื่อระดมความคิด 2 ครั้ง ดังนี้

3.1 การจัดเวทีชุมชนครั้งที่ 1 เพื่อกลั่นกรองและสกัดข้อมูล เป็นการนำเสนอข้อมูลและภาพถ่ายที่ได้จากการศึกษาข้อมูลทุติยภูมิและข้อมูลปฐมภูมิที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์ชุมชน และให้ชุมชนร่วมนำเสนอความคิดในบัตรคำ จากนั้นนำข้อมูลในบัตรคำไปเขียนบนกระดาน ร่วมกันสังเคราะห์ ร่วมกันกลั่นกรองและสกัดข้อมูลอัตลักษณ์ชุมชนที่เป็นเสน่ห์เฉพาะตัว ให้เหลือเพียง 3 มิติ คือ 1) สถานที่ท่องเที่ยวเด่น 2) กิจกรรมเด่น และ 3) เมนูเด็ด หรือสุดยอดผลิตภัณฑ์ เพื่อพัฒนาตราสัญลักษณ์ สโลแกนชุมชน และสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตามแนวโอทอปนวัตกรรมต่อไป

3.2 การจัดเวทีชุมชนครั้งที่ 2 เพื่อค้นหาอัตลักษณ์ชุมชน เป็นการสังเคราะห์จุดเด่นของสถานที่ กิจกรรม เมนู บุคลิกชุมชน อารมณ์ และสี ที่ควรนำมาใช้ในการออกแบบร่างตราสัญลักษณ์ โลโก้ สื่อสร้างสรรค์ การออกแบบผลิตภัณฑ์ของฝาก ของที่ระลึก บรรจุภัณฑ์ และสื่อเบ็ดเตล็ดอื่นๆ โดยแบ่งกลุ่มร่วมกันคิด สัญลักษณ์ ภาพ คำสำคัญในสโลแกน นำเสนอผลการพูดคุยของกลุ่มต่อที่ประชุม ร่วมวิพากษ์แนวคิด และหาข้อสรุปตราสัญลักษณ์ และสโลแกนที่สะท้อนอัตลักษณ์ชุมชนเฉพาะตัวที่โดดเด่น ไม่เหมือนใคร สำหรับใช้ในการจัดทำสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตามแนวโอทอปนวัตกรรมต่อไป

ผู้วิจัยได้นำแนวคิดการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม แนวคิดอัตลักษณ์ชุมชนและกระบวนการค้นหาอัตลักษณ์มาใช้เป็นกรอบ แนวคิดการสร้างเครื่องมือวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล การตรวจสอบความตรงของข้อมูล การวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูล ตามขั้นตอนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม โดยให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมคิดวางแผน ร่วมวิเคราะห์ สังเคราะห์ ร่วมตัดสินใจ ร่วมผลิต ร่วมประเมิน ร่วมปรับปรุงและอธิบายกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสื่อความหมายของตราสัญลักษณ์และสโลแกนชุมชน ตามวัตถุประสงค์การวิจัยทั้ง 3 ข้อ

วิธีการวิจัย

การวิจัยเรื่องนี้เป็นวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (participatory action research) โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้การวิเคราะห์เอกสาร การสังเกตการณ์ การสัมภาษณ์ และการจัดเวทีชุมชน มีวิธีการเลือกตัวอย่าง ดังนี้

1. เอกสารปฐมภูมิ เอกสารทุติยภูมิ ได้ใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง โดยเน้นภาพถ่าย รายงานผลการศึกษา บทความวิจัย สารคดี ที่สืบค้นได้จากหน่วยงาน ห้องสมุด และความเรียงหรือวีรวิต่าง ๆ ในสื่อออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาอัตลักษณ์ชุมชน วิธีการ และกลยุทธ์การสื่อสารที่ใช้ในการสื่อความหมายเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนบ้านคลองโยงที่มีการจัดทำและเผยแพร่ถึง วันที่ 31 ธันวาคม 2561

2. การสังเกตการณ์ ประกอบด้วย สถานที่ท่องเที่ยวสำคัญที่บ้านคลองโยง รวม 15 จุดซึ่งคัดเลือกมาด้วยวิธีการแบบเจาะจงโดยคำนึงถึงศักยภาพหรือต้นทุนธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม ศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญา

พื้นที่ที่สะท้อนอัตลักษณ์ชุมชน ความพร้อมและความสมัครใจของเจ้าของสถานที่ในการให้ข้อมูลและมีความประสงค์จะเข้าร่วมจัดการการท่องเที่ยวชุมชนตามแนวโอบน้อมวิถี

3. ผู้ให้ข้อมูลหลักสำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึกมี 6 คน ได้คัดเลือกมาด้วยวิธีการแบบเจาะจง เป็นแกนนำหรือคนในชุมชนที่มีความรู้ ประสบการณ์ในการให้บริการการท่องเที่ยวชุมชน และสมัครใจในการให้ข้อมูล ประกอบด้วย ผู้ใหญ่บ้านบ้านคลองโยง ตัวแทนกรรมการบริหารการท่องเที่ยวชุมชนตามแนวโอบน้อมวิถีตำบลคลองโยง 3 คน ผู้ประกอบการสินค้าโอท็อปชุมชนบ้านคลองโยง ตัวแทนกลุ่มสตรีและกลุ่มแม่บ้าน และตัวแทนคนในชุมชนที่เห็นความสำคัญของการจัดการท่องเที่ยวชุมชนบ้านคลองโยง 3 คน

4. ผู้ให้ข้อมูลหลักสำหรับการจัดเวทีชุมชน 30 คนทั้ง 2 ครั้ง ได้คัดเลือกมาด้วยวิธีการแบบเจาะจง เป็นแกนนำหรือคนในชุมชนที่มีความรู้ ประสบการณ์ในการให้บริการการท่องเที่ยวชุมชน และสมัครใจในการให้ข้อมูลได้แก่ ผู้ใหญ่บ้านบ้านคลองโยง ตัวแทนกรรมการบริหารการท่องเที่ยวชุมชนตามแนวโอบน้อมวิถีตำบลคลองโยง ผู้ประกอบการสินค้าโอท็อปชุมชนบ้านคลองโยง ตัวแทนกลุ่มสตรีและกลุ่มแม่บ้าน และตัวแทนคนในชุมชนที่เห็นความสำคัญของการจัดการท่องเที่ยวชุมชนบ้านคลองโยง

เครื่องมือและการเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย แบบวิเคราะห์ข้อมูลเอกสาร แบบสังเกตการณ์ แบบสัมภาษณ์ถึงโครงสร้าง และแบบบันทึกผลการจัดเวทีชุมชน ซึ่งคณะผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นจากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง จากนั้นจึงนำไปทดลองใช้ (pretesting) กับกลุ่มตัวอย่างคนในชุมชนเพื่อตรวจสอบความเข้าใจในข้อคำถาม ความสอดคล้องต่อเนื่อง ความยากง่ายของประเด็น และปรับปรุงเครื่องมือให้มีความครบถ้วน ครบถ้วนมากขึ้น ส่วนการเก็บรวบรวมข้อมูล คณะผู้วิจัยเป็นผู้ติดต่อและนัดหมายวัน เวลา และสถานที่ในการลงพื้นที่สังเกตการณ์ 2 ครั้ง การสัมภาษณ์เชิงลึก 2 ครั้ง และการจัดเวทีประชาคม 4 ครั้ง โดยบันทึกภาพนิ่ง บันทึกเสียงและจดบันทึกข้อมูลด้วยตนเอง

การตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล คณะผู้วิจัยได้ใช้วิธีการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลแบบสามเส้า ด้วยการเก็บรวบรวมข้อมูลหลากหลายวิธี ทั้งการวิเคราะห์เอกสาร การสังเกตการณ์ การสัมภาษณ์และเวทีชุมชน และนำข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้มาทวนสอบความตรงกันข้อมูลที่ได้ด้วยวิธีการวิเคราะห์ความสอดคล้องของเนื้อหาหลักที่ตรงกัน (common themes analysis) รวมถึงการนำเสนอข้อค้นพบในที่ประชุมเพื่อให้ชุมชนได้ตรวจสอบและยืนยันความถูกต้องของข้อมูลทุกขั้นตอน ตั้งแต่ขั้นตอนการสกัดอัตลักษณ์และสโลแกนชุมชน ขั้นตอนการสร้างตราสัญลักษณ์และสโลแกนชุมชนบ้านคลองโยง และ ขั้นตอนการอธิบายกลยุทธ์การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมที่ใช้ในการสื่อความหมายอัตลักษณ์และสโลแกนชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตามแนวโอบน้อมวิถี และเพื่อความเข้าใจความหมายของตราสัญลักษณ์และสโลแกนชุมชนที่ตรงกัน

สรุปผลการวิจัย

การนำเสนอผลการวิจัยได้แบ่งเป็น 3 ตอน ตามวัตถุประสงค์การวิจัยทั้ง 3 ข้อ ตามลำดับ

ตอนที่ 1 ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อ 1 เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ชุมชนบ้านคลองโยง ตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม

จากการศึกษาอัตลักษณ์ชุมชนบ้านคลองโยง ตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม สรุปผลการศึกษาดังนี้

1.สถานที่ท่องเที่ยวเด่น เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเยี่ยมชมบ้านคลองโยง และใช้เป็นเส้นทางท่องเที่ยวชุมชนบ้านคลองโยงรวมถึงการจัดกิจกรรมเพื่อสร้างประสบการณ์และความประทับใจให้กับ

นักท่องเที่ยว พบว่ามีความสัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ชุมชน โดยตำบลคลองโยงเป็นพื้นที่ราบลุ่มมีลำคลองหลายสายไหลผ่าน มีความอุดมสมบูรณ์ ทำให้การเดินทางในสมัยก่อนได้อาศัยคลองและเรือเป็นพาหนะหลัก โดยคำว่าคลองโยงมีที่มาจากการที่พ่อค้าใช้เรือที่โยงผูกติดกันหลายลำในการขนส่งสินค้าโดยใช้เรือเป็นพาหนะหลัก ทำให้พ่อค้าวานิชและชาวบ้านในสมัยนั้นใช้คำว่า คลองโยง จนติดปากกลายเป็นชื่อตำบลคลองโยงมาจนถึงทุกวันนี้ เมื่อถึงฤดูแล้ง น้ำในคลองลดลง ทำให้บางจุดของคลองซึ่งเป็นสันดอน เรือผ่านได้ยาก ชาวบ้านจึงได้แก้ปัญหาโดยใช้ควายลากจูงเรือให้ผ่านจุดที่เป็นสันดอนและมีระดับน้ำต่ำไปได้ ทำให้คนบ้านคลองโยงมีความผูกพันกับควายทั้งในวิถีการดำรงชีวิตและการทำอาชีพ ควายจึงเป็นสัญลักษณ์สำคัญสำหรับคนบ้านคลองโยงตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน จนติดปากกลายเป็นชื่อตำบลคลองโยงมาจนถึงทุกวันนี้ และเนื่องจากพื้นที่ตำบลคลองโยงเป็นที่ราบลุ่มทำให้การทำเกษตรกรรมโดยเฉพาะการทำนาข้าว นาบัวโดยใช้แรงงานควายในการไถนาเป็นหลัก รวมถึงทำเกษตรอื่นๆโดยเฉพาะการปลูกผัก เป็นอาชีพหลักของคนในตำบลคลองโยงซึ่งยังคงสืบทอดมาจนถึงปัจจุบัน

จากประวัติศาสตร์ที่กล่าวได้สะท้อนอัตลักษณ์ชุมชนสำคัญคือ มนต์เสน่ห์ของท้องทุ่งและวิถีเกษตรกรรมทั้งนาข้าวและนาบัว ควาย เรือและลำคลอง ทำให้สถานที่ท่องเที่ยวเด่นในชุมชนจึงสะท้อนอัตลักษณ์สำคัญของชุมชนคือ วิถีชีวิตที่ผูกพันกับเกษตรกรรม ธรรมชาติและลำคลอง โดยมีสถานที่สำคัญตามธรรมชาติและสถานที่ที่คนในชุมชนสร้างสรรค์ขึ้นมาเพื่อสะท้อนอัตลักษณ์ชุมชนรวม 15 แห่งได้แก่ 1) ชุมประตู่ทางเข้า 2) จุดเช็คอิน 3) ชุมทองเหลืองป่าเฟื้อย 4) แจวบองสมุนไพร 5) ชุมกระเปาะผ้า 6) ชาเพื่อสุขภาพ และจุดสาธิตทำขนมไทย 7) แปลงผักคุณไพบูลย์ 8) ชุมบัวบูชา 9) ชุมเกษตรทฤษฎีใหม่ 10) สมุนไพรหอมระเหย น้ำสมุนไพรงันยา 11) ดนตรีไทย 12) ศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง 13) ผักปลอดสารพิษ 14) บ้านพวงมโหตร และ 15) ผักเกษตรอินทรีย์บ้านคลองโยง

2. กิจกรรมเด่น กิจกรรมเด่นที่คนในชุมชนบ้านคลองโยงคัดเลือกสำหรับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยี่ยมชมบ้านคลองโยง 5 ประเภท มีดังนี้

2.1 กิจกรรมทำกระเปาะผ้า ต้อนรับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยี่ยมชมหมู่บ้าน มีสาธิตการทำกระเปาะผ้า และเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวฝึกทำและซื้อกลับไปเป็นของฝากเพื่อสร้างความประทับใจ เพื่อให้รู้สึกอุ่นใจที่ได้เดินทางมาท่องเที่ยว

2.2 กิจกรรมทำชาเพื่อสุขภาพและสาธิตทำขนมไทย ซึ่งเป็นจุดที่สาธิตการทำชาสมุนไพรและการทำขนมไทย โดยเป็นจุดแวะพัก มีน้ำชาและขนมไทยให้ชิมและต้อนรับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยี่ยมชมหมู่บ้าน ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถซื้อชาสมุนไพร ชมการทำขนมไทย ชิม และ/หรือขนมไทยกลับไปเป็นของฝาก

2.3 กิจกรรมแปลงผักคุณไพบูลย์ ซึ่งเป็นจุดที่จะให้ความรู้เกี่ยวกับการปลูกผักปลอดสารพิษ ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถทดลองปลูกผักในแปลง เลือกเก็บและซื้อผักปลอดสารพิษตามฤดูกาลจากแปลงผักด้วยตนเองนำไปปรุงอาหารรับประทาน

2.4 กิจกรรมสาธิตการทำสมุนไพรหอมระเหย และน้ำสมุนไพรกันยา เป็นจุดที่ให้บริการน้ำสมุนไพรแก้กระหายสำหรับนักท่องเที่ยว และสาธิตการทำสมุนไพรและจำหน่ายผลิตภัณฑ์สมุนไพร เช่น ยาต้ม ยาหม่อง ยาสระผม และสบู่ เป็นต้น

2.5 กิจกรรมการผักเกษตรอินทรีย์บ้านคลองโยง เป็นจุดที่ให้ความรู้เกี่ยวกับการปลูกผักและการทำเกษตรอินทรีย์ครบวงจร มีที่พักสำหรับให้บริการนักท่องเที่ยว พร้อมกับเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวเช่าพื้นที่

สำหรับปลูกต้นไม้และกลับมาดูแลหรือเก็บเกี่ยวผลผลิตได้ตลอดเวลา โดยมีผู้ดูแลรดน้ำ พรวนดินต้นไม้ ซึ่งเป็นวิธีสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่นักท่องเที่ยว ทำให้เกิดความรู้สึกมีส่วนร่วมหรือความผูกพันกับพื้นที่

3. เมนูเด็ดพื้นถิ่น หรือผลิตภัณฑ์เด่นเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ชิมหรือซื้อกลับ ผลการศึกษาอาหารที่เป็นลักษณะเฉพาะของพื้นที่พบว่าคนในชุมชนเห็นว่าเป็นอาหารที่ทำจากสายบัว เนื่องจากเป็นเมนูอาหารที่ทำได้จากพื้นที่ และมีอัตลักษณ์เฉพาะตัวของชุมชน 5 รายการได้แก่ แกงกะทิสายบัว ส้มตำหรือแกงส้มไหลบัว สายบัวผัดกุ้ง น้ำพริกปลาทุ แก้วมดด้วยผักสดปลอดสารพิษ และขนมหวานจากรากบัวหรือเม็ดบัวเชื่อม ส่วนผลิตภัณฑ์เด่นของชุมชน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ชาเพื่อสุขภาพ ผักปลอดสารพิษ/ผักอินทรีย์ ชุ่มบัวบูชา และพวงมโหตร

ตอนที่ 2 ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อ 2 เพื่อสร้างตราสัญลักษณ์และสโลแกนชุมชนบ้านคลองโยง ตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม

ผลการศึกษากการสร้างสัญลักษณ์และสโลแกนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตามแนวโอทอปนวัตวิถีของบ้านคลองโยงแบ่งเป็น 3 ส่วน ได้แก่ 1) ผลการออกแบบตราสัญลักษณ์ 2) ผลการออกแบบข้อความสโลแกนชุมชน และ 3) ผลการคัดเลือกตราสัญลักษณ์และสโลแกนชุมชน และการสื่อความหมาย เพื่อนำไปใช้ในการจัดทำสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนบ้านคลองโยงตามแนวโอทอปนวัตวิถี ดังนี้

1. ผลการออกแบบตราสัญลักษณ์ แบ่งเป็น 2 ขั้นตอน ได้แก่ การออกแบบแนวคิดตราสัญลักษณ์ และการออกแบบตราสัญลักษณ์ด้วยระบบคอมพิวเตอร์

1.1 ผลการออกแบบแนวคิดตราสัญลักษณ์ ผู้เข้าร่วมเวทีชุมชนได้ร่วมกันออกแบบแนวคิดตราสัญลักษณ์ชุมชนบ้านคลองโยงมี 3 แบบ ดังนี้

1) ร่างแบบตราสัญลักษณ์ที่เน้นสีโทนน้ำตาลและภาพการ์ตูนมาศคอดควายตัวเมียและตัวผู้ที่มีหน้าตาน่ารัก เป็นมิตร มีรอยยิ้ม สวมหมวกมีสีสดใส มือซ้ายและขวาก็ถืออุปกรณ์ทำการเกษตร ได้แก่ พลั่ว หว่านข้าว และกระบวยรดน้ำ สื่อความหมายถึงวิถีชีวิตการทำอาชีพเกษตรกรรมของคนบ้านคลองโยงตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน

2) ร่างแบบตราสัญลักษณ์ที่เน้นโทนสีเขียวและรูปแบบตัวอักษรแบบเขียนด้วยลายมือ (free hand) มีเฉพาะข้อความ “มนต์รักทุ่งคลองโยง” เพื่อสื่อความหมายถึงวิถีท้องทุ่ง ให้นักท่องเที่ยวได้จินตนาการความเป็นธรรมชาติ วิธีการทำการเกษตรและทุ่งคลองโยงแบบเสรี

3) ร่างแบบตราสัญลักษณ์ที่มีโทนสีเขียว น้ำตาลและฟ้า ภาพองค์ประกอบของบ้านคลองโยงที่มีควาย เรือและน้ำ พร้อมด้วยข้อความสโลแกนชุมชน “มนต์รักทุ่งคลองโยง” ที่ยังเน้นรูปแบบตัวอักษรแบบเขียนด้วยลายมือ ทำให้การสื่อความหมายอัตลักษณ์ชุมชนบ้านคลองโยงมีองค์ประกอบสี่ ภาพและข้อความ ที่สร้างจินตนาการแก่นักท่องเที่ยวให้สัมผัสกับวิถีการเกษตรแบบธรรมชาติ ดั้งเดิม ความอุดมสมบูรณ์ของท้องทุ่งและลำน้ำที่เป็นวิถีชาวบ้านและมนต์เสน่ห์แบบดั้งเดิมของบ้านคลองโยงได้ชัดเจนขึ้น

1.2 ผลการออกแบบตราสัญลักษณ์ด้วยระบบคอมพิวเตอร์ คณะผู้วิจัยนำแนวคิดการออกแบบตราสัญลักษณ์มาใช้ในการออกแบบตราสัญลักษณ์ทั้ง 3 แบบข้างต้นด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมซอฟต์แวร์ Adobe Illustrators และ Adobe Photoshop ดังนี้



แผนภาพที่ 1 แบบตราสัญลักษณ์ที่ออกแบบด้วยระบบคอมพิวเตอร์ แบบที่ 1-3

2. ผลการออกแบบข้อความสโลแกนชุมชน แบ่งเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ผลการออกแบบข้อความสโลแกนชุมชน และ ผลการคัดเลือกข้อความสโลแกนชุมชน

2.1 ผลการออกแบบข้อความสโลแกนชุมชน ผู้เข้าร่วมเวทีชุมชนได้ร่วมกันเสนอข้อความสโลแกนชุมชนบ้านคลองโยง 8 ข้อความ ได้แก่ 1) “โอโซนใกล้กรุง ผักกลางทุ่งใกล้เมือง” 2) “อากาศดีใกล้กรุง ผักกลางทุ่งคลองโยง” 3) “ท่องเที่ยววิถีไทย สไตล์บ้านคลองโยง” 4) “เกษตรอินทรีย์ วิถีคลองโยง โอโซนใกล้กรุง” 5) “วิถีคลองโยงสไตล์อินทรีย์ นาบัวมีดี อยู่ที่นี่คลองโยง” 6) “มนต์รักทุ่งคลองโยง โอโซนใกล้กรุง มุ่งเกษตรอินทรีย์ วิถีชุมชน” 7) “เกษตรอินทรีย์ วิถีชุมชน มนต์เสน่ห์คลองโยง” และ 8) “มนต์รักทุ่งคลองโยง”

จากนั้นที่ประชุมได้ร่วมกันคัดเลือกข้อความสโลแกนชุมชน 3 ข้อความ โดยใช้วิธีการยกมือลงคะแนน ทำให้ได้ข้อความสโลแกนชุมชน 3 ข้อความ สำหรับนำมาพิจารณาคัดเลือกให้เหลือเพียง 1 ข้อความ

2.1.1 ข้อความสโลแกนที่ 1 “เกษตรอินทรีย์ วิถีชุมชน มนต์เสน่ห์คลองโยง”

2.1.2 ข้อความสโลแกนที่ 2 “ท่องเที่ยววิถีไทย สไตล์บ้านคลองโยง”

2.1.3 ข้อความสโลแกนที่ 3 “มนต์รักทุ่งคลองโยง”

2.2 ผลการคัดเลือกข้อความสโลแกนชุมชน ผู้ที่เข้าร่วมเวทีประชาคมได้ร่วมกันคัดเลือกข้อความสโลแกนชุมชนบ้านคลองโยง 1 ข้อความ ดังนี้

“มนต์รักทุ่งคลองโยง”

3. ผลการคัดเลือกตราสัญลักษณ์และสโลแกนชุมชน และกลยุทธ์การสื่อความหมาย จากการร่วมกันออกแบบแนวคิดและออกแบบตราสัญลักษณ์ด้วยระบบคอมพิวเตอร์และการร่วมกันกำหนดสโลแกนชุมชน ผลการจัดเวทีชุมชน ได้คัดเลือกตราสัญลักษณ์และสโลแกนชุมชนบ้านคลองโยงโดยเลือกแบบที่ 3 ที่มีองค์ประกอบสี ภาพ และข้อความ ทั้งนี้เพื่อการสื่อความหมายอัตลักษณ์ชุมชนบ้านคลองโยงได้อย่างชัดเจนที่สุด ดังแสดงในแผนภาพที่ 2



แผนภาพที่ 2 แบบตราสัญลักษณ์บ้านคลองโยงที่ชุมชนร่วมกันคัดเลือก

ตอนที่ 3 ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อ 3 เพื่อศึกษากลยุทธ์การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมที่ใช้ในการสื่อความหมายอัตลักษณ์และและสโลแกนชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตามแนวโหนดปณวัตวิถี: กรณีศึกษาร้านคลองโยง ตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม

ผลการศึกษากลยุทธ์การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมที่ใช้ในการสื่อความหมายอัตลักษณ์และและสโลแกนชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตามแนวโหนดปณวัตวิถี: กรณีศึกษาร้านคลองโยง ตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม พบว่ากลยุทธ์การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมที่ชุมชนร่วมกันคิด วางแผน วาดภาพตราสัญลักษณ์โดยสเก็ตด้วยลายมือ (free hand) และคิดข้อความสโลแกนเป็นกลุ่ม ร่วมกันนำเสนอในที่ประชุม ร่วมวิเคราะห์วิพากษ์ตราสัญลักษณ์และข้อความสโลแกน และร่วมตัดสินใจเลือกอัตลักษณ์และสโลแกนที่สะท้อนตัวตนของชุมชนที่ไม่เหมือนใครมากที่สุดสำหรับนำไปออกแบบด้วยคอมพิวเตอร์ ประเมินผลการออกแบบ ตราสัญลักษณ์และสโลแกนชุมชนด้วยคอมพิวเตอร์ และร่วมตัดสินใจคัดเลือกตราสัญลักษณ์และสโลแกนชุมชนที่ออกแบบด้วยคอมพิวเตอร์รอบสุดท้าย พร้อมกับร่วมกันอธิบายแนวคิดการสื่อความหมายตราสัญลักษณ์และสโลแกนชุมชนที่ร่วมกันพัฒนา โดยองค์ประกอบด้านสีพบว่ามี 3 สีหลักประกอบด้วย สีเขียว สีน้ำตาล และสีฟ้า 2) องค์ประกอบด้านภาพ ได้แก่ ภาพการ์ตูนควายตัวผู้ ตัวเมีย และเรืออยู่บนน้ำ และ 3) องค์ประกอบด้านข้อความ คือมนต์รักทุ่งคลองโยง ซึ่งเน้นชื่อหมู่บ้านคลองโยง และรูปแบบตัวอักษรที่เป็นแบบลายมือ สะท้อนวิถีชีวิตที่เรียบง่ายและอยู่กับธรรมชาติ สะท้อนอัตลักษณ์ชุมชน มีสาระสำคัญดังนี้

3.1 องค์ประกอบด้านสีหลักทั้ง 3 สี ได้แก่ เขียว สีน้ำตาล และสีฟ้า โดยสีเขียว ให้ความหมายถึงความเป็นธรรมชาติ ความอุดมสมบูรณ์ สีน้ำตาลให้ความรู้สึกเป็นมิตรอบอุ่น จริงใจ และสีฟ้าให้ความหมายถึงความสงบ สันติ กล่าวโดยสรุป องค์ประกอบด้านสีของตราสัญลักษณ์จัดเป็นสีในกลุ่มธรรมชาติที่สื่อความหมายถึงการเป็นชุมชนที่ความเป็นธรรมชาติ อุดมสมบูรณ์ คำนึงถึงสมดุลของระบบนิเวศ สงบ เรียบง่าย ผ่อนคลาย สะท้อนถึงบุคลิกคนบ้านคลองโยงที่มีวิถีการทำเกษตรที่เรียบง่ายท่ามกลางเสน่ห์ของธรรมชาติ ควาย เรือและลำคลอง มีความเป็นมิตร น่ารัก ยิ้มแย้มแจ่มใส จริงใจ พร้อมต้อนรับผู้มาเยือนให้หลงใหลในเสน่ห์ท้องทุ่ง ความซื่อ ความสงบ เรียบง่ายของวิถีการดำเนินชีวิตและวิถีการเกษตรของคนบ้านคลองโยง มีความสุขกาย สุขใจเมื่อมาเยือนและกลับไปพร้อมกับความประทับใจในมิตรภาพและอยากกลับมาเยือนซ้ำ

3.2 องค์ประกอบด้านภาพ ได้แก่ ควาย เรือ และน้ำซึ่งสะท้อนวิถีการดำเนินชีวิตในอดีตที่ยังคงเป็นเสน่ห์หรืออัตลักษณ์ชุมชนที่ยังคงสืบทอดเป็นวิถีการทำอาชีพและการดำเนินชีวิตของคนบ้านคลองโยงจนถึงปัจจุบัน โดยภาพมีความสอดคล้องกับสีที่นำมาใช้ และสื่อความหมายที่เชื่อมโยงสู่จุดท่องเที่ยว กิจกรรมและเมนูอาหารพื้นถิ่นประจำหมู่บ้านตามอัตลักษณ์ที่ต้องการสื่อสารไปยังนักท่องเที่ยวให้ชัดเจนมากขึ้น ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถจินตนาการได้ว่าบ้านคลองโยง มีความอุดมสมบูรณ์ ความเป็นธรรมชาติ และทำอาชีพเกษตรกรรมโดยเฉพาะการทำนาข้าว นาบัวเนื่องจากมีควายเป็นสัญลักษณ์ มีเรือและน้ำ ซึ่งเป็นวัตถุดิบสำคัญนำไปสู่การท่องเที่ยวแบบวิถีเกษตรกรรมที่คำนึงถึงสมดุลนิเวศและธรรมชาติซึ่งก็คือการทำเกษตรปลอดภัย พืชหรือเกษตรอินทรีย์ สินค้าโอท็อปสำคัญของบ้านคลองโยงซึ่งก็คือ ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร ผักปลอดสารพิษหรือผักอินทรีย์ และงานหัตถกรรมที่ผูกพันกับศาสนา เช่น พวงมโหตร ชุ่มบัวบูชา เป็นต้น ตลอดจนการสร้างสร้างสรรค์เมนูอาหารพื้นถิ่นรสชาติไทยแท้ที่มีส่วนประกอบจากสายบัว ไหลบัว รากบัวและเมล็ดบัวเป็นส่วนใหญ่ รวมถึงของที่ระลึกน่ารักๆ เช่น พวงกุญแจ การ์ตูนมาสคอตรูปควายน่ารักๆ ถุงผ้าที่มีตราสัญลักษณ์ชุมชนสามารถซื้อติดมือกลับมาเป็นของฝาก ของที่ระลึกได้

3.3 องค์ประกอบด้านข้อความ ที่เน้นชื่อหมู่บ้านคือ คลองโยง เรือ น้ำ ด้วยข้อความสโลแกนที่ตั้งไว้ ซึ่งก็คือ “มนต์เสน่ห์ทุ่งคลองโยง” ทำให้สี ภาพและข้อความสื่อความหมายที่สะท้อนอัตลักษณ์ชุมชนบ้านคลองโยงที่เป็นวิถีการดำเนินชีวิตและประกอบอาชีพของคนท้องถิ่นทุ่งทั้งทุ่งนา นาบัวและเกษตรกรรมที่ผูกพันกับควาย และสายน้ำ ซึ่งเป็นวิถีที่โหยหาอดีต (nostalgia) แบบมนต์รักลูกทุ่ง ที่มีวิถีการเกษตรแบบดั้งเดิม วิถีการดำเนินชีวิตที่เรียบง่าย ยึดหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงที่เน้นความพอประมาณ เหตุผล ภูมิคุ้มกัน ความรู้และคุณธรรมในการทำเกษตรปลอดสารพิษ/เกษตรอินทรีย์ เพื่อสุขภาพของคนในชุมชน นักท่องเที่ยว ความใส่ใจในการรักษาสีเขียวแวดล้อม และทรัพยากรธรรมชาติ

สรุป ตราสัญลักษณ์ที่มาจากการร่วมค้นหา และสกัดอัตลักษณ์ชุมชน ได้สื่อความหมายสำคัญที่คนในชุมชนต้องการให้นักท่องเที่ยวรับรู้ที่ว่า การท่องเที่ยวบ้านคลองโยงมาจากความร่วมมือร่วมใจของคนในชุมชนที่พร้อมต้อนรับนักท่องเที่ยวให้ได้รับความสุขกาย สุขใจ และรู้สึกประทับใจในมิตรภาพที่ได้รับจากการมาเยือนบ้านคลองโยงซึ่งไม่ไกลจากกรุงเทพมหานคร แต่ได้สัมผัสและสัมผัสกับสถานที่ที่มีมนต์เสน่ห์ของวิถีคนท้องถิ่นในอดีตของไทย ที่อยู่กับธรรมชาติ มีความเรียบง่ายและมีเสน่ห์ที่คนในชุมชนได้ร่วมมือร่วมใจกันอนุรักษ์ไว้ให้อยู่คู่กับชุมชน ท่ามกลางกระแสความเปลี่ยนแปลงของสังคมเมือง และการเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์ชุมชน และอาหารพื้นถิ่นที่ต่อยอดจากการทำเกษตรกรรมปลอดสารพิษและเกษตรอินทรีย์ที่สามารถซื้อเป็นของฝาก ของที่ระลึกตามอัตลักษณ์ชุมชนบ้านคลองโยง และสามารถนำไปใช้ในสื่อประชาสัมพันธ์หรือสื่อออฟไลน์ ออนไลน์ทุกประเภทที่พัฒนาขึ้นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนบ้านคลองโยง ตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม ให้เป็นที่รู้จักและจดจำได้ของนักท่องเที่ยวไปในทิศทางเดียวกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ ไม่ว่าจะเป็นบรรจุภัณฑ์ สื่อประเภทของฝากของที่ระลึก สินค้าวัฒนธรรม สื่อกิจกรรม เว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อตอกย้ำให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเยือนได้หววนรำลึกถึงอดีต มีความสุขกาย สุขใจ อบอุ่นและประทับใจในการมาเยือนและอยากกลับมาเยือนซ้ำเหมือนกับได้มาบ้านของตนเองซึ่งเป็นเป้าหมายที่ชุมชนต้องการ

อภิปรายผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาอัตลักษณ์ชุมชนบ้านคลองโยง ตามกรอบแนวคิด 8 วิถีวัฒนธรรมสำหรับนำไปใช้ในการออกแบบตราสัญลักษณ์และสโลแกนชุมชน แบ่งได้ 4 มิติ ได้แก่ 1) สถานที่เด่นตามธรรมชาติและสถานที่ที่คนในชุมชนสร้างขึ้นเพื่อสะท้อนอัตลักษณ์ชุมชนมี 15 แห่ง 2) กิจกรรมเด่น มี 5 ประเภทซึ่งสะท้อนภูมิปัญญาของชุมชน 3) เมนูเด็ด 5 ประเภท และ 4) ผลิตภัณฑ์เด่น 5 ประเภท ซึ่งล้วนสะท้อนวิถีชีวิตที่เชื่อมโยงกับธรรมชาติ ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมของพื้นที่ที่โดดเด่นในด้านการปลูกข้าว การทำนาบัว สมุนไพรและการเกษตรอินทรีย์ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อินทรา พงษ์นาค และศุภกรณ์ ดิษฐพันธุ์ (2558) ที่พบว่าอัตลักษณ์ของชุมชนเมืองโบราณอู่ทองที่มีเส้นหิ้งดึงดูดการท่องเที่ยวและจับต้องได้ ได้แก่ 1) มีผังเมืองโบราณเป็นรูปวงรี มีคูน้ำ คันดินล้อมรอบ สถาปัตยกรรมด้านหนึ่งเป็นภูเขาอีกด้านหนึ่งเป็นน้ำ 2) มีหลักฐานแสดงถึงการเป็นศูนย์กลางพระพุทธศาสนา 3) โบราณสถาน เช่น เจดีย์ วัด 4) โบราณวัตถุ เช่น พระพุทธรูปสมัยทวารวดี ธรรมจักร ลูกปัด 5) มรดกทางธรรมชาติ คือสวนหินธรรมชาติพุนางนาค ส่วนอัตลักษณ์ที่มีลักษณะจับต้องไม่ได้ ได้แก่ 1) มีประเพณีตักบาตรเทโว-โรหณะ ณ วัดเขาทำเทียม 2) ประเพณีลอยกระทงสวรรค์ 12 นักขัตตฤกษ์ วัดเขาพระศรีสรวรรพเขญาราม 3) เทศกาลกินเจ และงานวิ่งของชาวไทยเชื้อสายจีน 4) พิธีกรรมไหว้ผีเจ้านาย ผีเทวดาและงานประเพณีแห่ธงสงกรานต์ของลาวครั้ง 5) มีประเพณีวัฒนธรรมชาติพันธุ์ 5 ชนเผ่าอู่ทอง ได้แก่ ไทยพื้นถิ่น ไทยจีน ไทยเวียง ไทยท่งดำ และลาวครั้ง และสอดคล้องกับผลการวิจัย พบว่า

ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมมีความโดดเด่นเป็นอัตลักษณ์เฉพาะ 10 กลุ่ม คือ 1) อาหาร 2) ภาษา 3) การแต่งกาย 4) กิจกรรมประเพณี 5) สถาปัตยกรรมศาสตร์ อาภาสและพืชพันธุ์ไม้ 6) ดนตรี 7) สถาปัตยกรรม 8) จิตรกรรมและประติมากรรม 9) บุคลิกลักษณะและวิถีชีวิต 10) อื่นๆ อาทิ หัตถกรรมพื้นบ้าน และการแพทย์แผนไทย (รัญจวน ประวัติเมือง, 2558, หน้า บทคัดย่อ)

2. ผลการศึกษาตราสัญลักษณ์และสโลแกนชุมชนเพื่อใช้ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมพบว่า การสัมภาษณ์ การจัดเวทีชุมชนเพื่อรับฟังความคิดเห็น ระดมสมอง แลกเปลี่ยนเรียนรู้ ออกแบบสร้างสรรค์ ภาพและข้อความ คัดเลือก ตัดสินใจเลือก ประเมินผลและปรับปรุงผลงานการออกแบบตราสัญลักษณ์และสโลแกนชุมชนด้วยการทำงานร่วมกันของคณะผู้วิจัยและคนในชุมชนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตั้งแต่เริ่มต้นโครงการ ทำให้สรุปกลยุทธ์การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมที่ใช้ในการสื่อความหมายตราสัญลักษณ์และสโลแกนชุมชนบ้านคลองโยงที่เชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ชุมชนโดยมีองค์ประกอบ 3 ด้าน ประกอบด้วย 1) องค์ประกอบด้านสีพบว่า มี 3 สีหลักประกอบด้วย สีเขียว สีน้ำตาล และสีฟ้า ซึ่งเป็นสีที่ให้อารมณ์ความรู้สึกอบอุ่น มีเสน่ห์ สอดคล้องกับธรรมชาติ 2) องค์ประกอบด้านภาพ ได้แก่ ภาพการต้อนรับด้วยตัวผู้ ตัวเมีย และเรืออยู่บนน้ำ เพื่อหลีกเลี่ยงภาพที่สื่อความหมายแบบตรงไปตรงมา และ 3) องค์ประกอบด้านข้อความ คือมนต์รักทุ่งคลองโยง ซึ่งเน้นชื่อหมู่บ้านคลองโยง และรูปแบบตัวอักษรที่เป็นแบบลายมือ สะท้อนวิถีชีวิตที่เรียบง่ายและอยู่กับธรรมชาติ ซึ่งสอดคล้องกับ แมนฤทธิ์ เตียงะ (2559) ที่กล่าวว่าคนไทยชื่นชอบตัวละคร หรือสัญลักษณ์ สร้างเป็นภาพมากกว่ารูปแบบอื่น และสอดคล้องกับผลการศึกษาของวาลูกา เอมเอก (2562, หน้า 92) ที่ระบุว่า การแสดงองค์ประกอบหรือลวดลายใด ต้องหลีกเลี่ยงภาพที่สื่อสารทางตรง เพื่อสะท้อนเล่าเรื่องราว ที่เกิดขึ้นจากวิถีชีวิต การเลือกใช้สีต้องสุภาพไม่ฉูดฉาดจนเกินไป และผลการศึกษาของวิโรจน์ ศรีหิรัญ (2562) ที่พบว่า จุดเด่นของบางคนก็คือวิถีชีวิตชุมชนเกษตรที่สงบร่มเย็นเป็นธรรมชาติทำให้ทุกภาคส่วนและคนในท้องถิ่นต้องร่วมกันเน้นจุดเด่นข้อนี้เพื่อเป็นภาพในใจและจุดประทับใจที่นักท่องเที่ยวจะกลับมาเยือนซ้ำ

นอกจากนั้น ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาที่พบว่า ตราสัญลักษณ์และข้อความสโลแกนชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนบ้านแก่งสะเดาที่มี 3 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ องค์ประกอบด้านสี ประกอบด้วย สีเขียว สีเหลือง สีฟ้าและสีน้ำตาล องค์ประกอบด้านภาพได้แก่ ภาพต้นไผ่ กังหัน เรือที่กำลังล่องแก่งก็มีความสอดคล้องกับกลุ่มสีธรรมชาติที่นำมาใช้ และการเลือกใช้ข้อความด้วยการเน้นชื่อหมู่บ้านคือ แก่งสะเดา เพื่อการสื่อความหมายให้สอดคล้องกับสโลแกนที่ตั้งไว้ได้แก่ “ กังหันใหญ่ น้ำตกใส เจ้าปู่เกรียงไกร เทียวสุขใจ แก่งสะเดา ” เพื่อตอบย้ำให้เห็นว่า การท่องเที่ยวชุมชนบ้านแก่งสะเดามาจากน้ำจิตน้ำใจของคนในชุมชนที่พร้อมต้อนรับนักท่องเที่ยวให้ได้รับความสุขกาย สุขใจ (สุชาติา แสงดวงดี และคณะ, 2562, หน้า 135) และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุรพล มโนวงศ์, เพ็ญศรี จุลกาญจน์, เกษตร แก้วภักดี และศิริกานต์ มีธัญญากร (ม.ป.ป., หน้า 1885) ที่พบว่าคนในชุมชนได้เลือกใช้โทนสีกลุ่มธรรมชาติ ให้ความรู้สึกถึงความสนิทสนม คุ่นเคย ดึงดูดใจ และแสดงออกถึงความมีน้ำใจ ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะนิสัย และเอกลักษณ์ ของคนในพื้นที่ที่มีวิถีชีวิตอยู่ร่วมกับธรรมชาติ อ่อนน้อม ถ่อมตน อบอุ่นและอ่อนโยน มีน้ำใจ อภัยภัยไม่ตรี ยินดีต้อนรับแขกผู้มาเยือน

ข้อเสนอแนะ

ผลศึกษานำมาซึ่งข้อเสนอแนะ ดังนี้

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. การให้ความสำคัญกับการนำตราสัญลักษณ์และข้อความสโลแกนชุมชนเพื่อ

ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนบ้านคลองโยงไปในทุกจุดสัมผัส (touchpoints) ทั้งสื่อประชาสัมพันธ์การตลาดออฟไลน์ ออนไลน์ และบรรจุภัณฑ์สินค้าของฝาก ของที่ระลึก เป็นต้น เพื่อให้นักท่องเที่ยวพบเห็น รับรู้ จดจำ อัตลักษณ์และสโลแกนชุมชนบ้านคลองโยง คนในชุมชนเกิดความรู้สึกภาคภูมิใจ เห็นคุณค่า และร่วมกันขับเคลื่อนการท่องเที่ยวชุมชนบ้านคลองโยงให้มีความยั่งยืน

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ด้านระเบียบวิธีวิจัย งานวิจัยดังกล่าวใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพเท่านั้น งานวิจัยเรื่องต่อไปอาจนำวิธีวิจัยแบบผสมโดยเริ่มจากการใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ตามด้วยระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณเพื่อศึกษาการรับรู้อัตลักษณ์ ตราสัญลักษณ์ ในมุมมองของนักท่องเที่ยว เพื่อให้ได้ข้อมูลสารสนเทศสำหรับนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างแท้จริง

2. ด้านพื้นที่ งานวิจัยมีขอบเขตด้านพื้นที่เฉพาะชุมชนบ้านคลองโยง ตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑล งานวิจัยเรื่องต่อไปควรขยายขอบเขตพื้นที่ศึกษาในระดับอำเภอหรือระดับจังหวัด เพื่อให้งานวิจัยมีความชัดเจนและมีมิติการศึกษาเพิ่มขึ้น

3. ด้านเนื้อหา/ประเด็น งานวิจัยเรื่องนี้ศึกษาเฉพาะอัตลักษณ์ ตราสัญลักษณ์และสโลแกนชุมชนและกลยุทธ์การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อสื่อความหมายอัตลักษณ์และสโลแกนชุมชนซึ่งในมุมมองของคนในชุมชนเป็นจุดเริ่มต้นของการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว เท่านั้น งานวิจัยเรื่องต่อไป ควรต่อยอดศึกษาการรับรู้อัตลักษณ์และภาพลักษณ์การท่องเที่ยวชุมชนบ้านคลองโยง กลยุทธ์การสื่อสารเชิงเนื้อหา การสร้างและสื่อสารตราสินค้าที่เชื่อมโยงอัตลักษณ์และสโลแกนชุมชนเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนบ้านคลองโยงในมุมมองของนักท่องเที่ยว เพื่อยกระดับและส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนบ้านคลองโยงให้เป็นที่รู้จักและรับรู้ของนักท่องเที่ยวมากขึ้น

บรรณานุกรม

- กระทรวงมหาดไทย กรมการพัฒนาชุมชน. (2561). **การขับเคลื่อนการดำเนินงานโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี**. กรุงเทพฯ: กรมพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย.[The Ministry of Interior, Department of Community Development, (2018). **The Mobilization of OTOP NAWATWITHI Tourism Project**. Bangkok: Department of Community Development, The Ministry of Interior.]
- กาญจนา แก้วเทพ และคณะ. (2543). **สื่อเพื่อชุมชน: การประมวลองค์ความรู้**. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย. [Kanjana Keawthep. (2000). **Community Media: a synthesis of body of Knowledge**. Bangkok: The Thailand Research Fund.]
- ทิพย์วดี โพธิ์สีทิพย์พันธุ์. (2555). การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. **FEU Academic Review**, 6(2) (ธันวาคม 2555-พฤษภาคม 2556). [Tipwadee Positthipun. (2012-2013). **Creative Tourism for Sustainable Tourism**. **FEU Academic Review**. 6(2) (December, 2012- May, 2013).]
- ทิพย์สุดา ปานเกษม และพรพรรณ ประจักษ์เนตร. (2559). **การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน**. ประชุมสัมมนาวิชาการระดับชาติ ประจำปี 2559 หัวข้อ “นวัตกรรมนิเทศศาสตร์และการจัดการ” คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (1 ก.ค. 2559), (หน้า 156-176). [Tipsuda Pankasem & Pompun Prajaknate. (2019). **Participatory Communication for Promoting Creative Tourism in NAN**. Paper Contribute to the National Conference 2016th entitled “The Innovation of Communication Arts and Management” Graduation School of C ommunication Arts and Management Innovation. National Institute Development Administration. (September, 1st , 2016) (pp 156-176).]
- พวงชมพู ไชยอาลา แสงรุ่งเรืองโรจน์. (2559). การศึกษาอัตลักษณ์และการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนบ้านสระบัว. **วารสาร มรม.(มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)**, 10(3) (กันยายน-ธันวาคม), 121-138.[Phuangchomphu Chaiala Sangrung ruengroj. (2016). **Identity Study and Meaning Communication for Promoting Tourism in Ban Srabua**. **Rajabhat Maha Sarakham University Journal Humanities and Social Sciences**. 10(3) (September-December), pp. 121-136.]
- รัญจวน ประวัติเมือง. (2558). แนวทางการยกระดับภูมิปัญญา อัตลักษณ์ วัฒนธรรมล้านนาสู่การบริหารธุรกิจโรงแรมตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง. **วารสารวิชาการสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย (สสอท.)**, 21 (1) (พฤษภาคม), 9-21. [Runjun Prawatmuang. (2015). **The Strategies for Local Wisdom, Identity and Lanna Culture for Self – Sufficiency Economy Hotel Business Management**. 21(1). (May), pp.10-21.]
- วิโรจน์ ศรีหิรัญ. (2562). การมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชนท้องถิ่น อำเภอบางคนที จ.สมุทรสงคราม ในการสื่อสารภาพลักษณ์และตราสินค้าบางคนที่เพื่อพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืน. **วารสารนิเทศศาสตร์ปริทัศน์**, 23(3) (กันยายน - ธันวาคม 2562), 112-121. [Wiroj Srihirun. (2019). **Participation of People in Local Communities in Bang Kontee District, Samut Songkram Province to Communicate Image and Brand for Developing a Sustainable Tourism**. **Communication Arts Review Journal**. 23(3) (September-December 2019), pp.112-121.]

- สุชาดา แสงดวงดี และคณะ. (2562). อัตลักษณ์และกลยุทธ์การสื่อสารตราสัญลักษณ์และสโลแกนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตามแนวโอทอปนวัตวิถี: กรณีศึกษาร้านแก่งสะเดาตำบลทุ่งมหาเจริญ อำเภอวังน้ำเย็น จังหวัดสระแก้ว. **วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม**, 6(1) (มกราคม-มิถุนายน), 121-137. เรียกใช้เมื่อ 30 พฤศจิกายน 2562. [Suchada Saengduangdee et al. Identity and Communication strategy of Logo and slogan to promote OTOP Nawatwithi community-based tourism: a case of Ban Kangsadao, Thung Mahajareon Sub-district, Wang Nam Yen District, Sa Kaeo Province. **Nakhon Pathom Rajabhat University Journal of Management Science**. 6(1) (January-June), pp. 121-137.]
- สุรพล มโนวงศ์, เพ็ญศรี จุลกาญจน์, เกษตร แก้วกิติ และสิริกานต์ มีธัญญากร. (ม.ป.ป.). การออกแบบอัตลักษณ์และการผลิตสื่อสำหรับส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมตำบลกุดช้างอำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่. รายงานการประชุมสืบเนื่อง นเรศวรวิจัย ครั้งที่ 12 วิจัยและนวัตกรรมกับการพัฒนาประเทศ, (หน้า 1883-1891). [Suraphon Manowong, Phensri Chunlakan, Kased Kaewphakdee, and Sirikan Meetanyakorn. Identity and Media Participatory Design For Communication tourism of Tumbon Keudchang Chiang Mai. Naresuan Research National Conference 12th Proceeding entitled "Research & Innovation and National Development. (pp.1883-1891).]
- อินทิรา พงษ์นาค, และศุภกรณ์ ดิษฐพันธ์. (2558). อัตลักษณ์ชุมชนเมืองโบราณอุทอง จังหวัดสุพรรณบุรี. **Veridian E-Journal, Slipakorn University ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์**, 8(3) (กันยายน-ธันวาคม), 511-523. [Intira Pongnak Suppakorn Disatapunahu. (2015). The Community Identity of the Ancient Town of U-Thong Suphanburi Province. **Veridian E-Journal, Slipakorn University (Humanities and Social Science)**. 8(3) (September-December), pp.511-523]