

การพัฒนาสื่อวีดิทัศน์และสื่อออนไลน์เพื่อส่งเสริมการตลาดและการท่องเที่ยว แบบมีส่วนร่วมในพื้นที่เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร

สมศักดิ์ คล้ายสังข์^{1*}

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้คือ เพื่อพัฒนาสื่อวีดิทัศน์ส่งเสริมการตลาดและการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมในพื้นที่เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานครที่มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์มาตรฐาน 80/80 และเพื่อพัฒนาสื่อออนไลน์ส่งเสริมการตลาดและการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมในพื้นที่เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานครโดยผู้วิจัยมุ่งพัฒนาสื่อวีดิทัศน์ที่มีประสิทธิภาพและสื่อออนไลน์ในรูปแบบเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการตลาดและการท่องเที่ยวประเภท ตลาดน้ำ และศาสนสถาน ที่ตั้งอยู่บนเส้นทางการเดินทางทางน้ำ ในพื้นที่เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร โดยเน้นกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน

วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบจัดสัดส่วน (Quota sampling) โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างที่คัดเลือกจากประชากรที่มีลักษณะเป็น 5 กลุ่ม คือ ชาวบ้านในชุมชน เจ้าหน้าที่ภาครัฐ ผู้ประกอบอาชีพด้านการบริการนักท่องเที่ยวปราชญ์ท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว จำนวนกลุ่มละ 8 คน รวม 40 คน ทำการสัมภาษณ์ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับเส้นทางและทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปวางแผนในการผลิตสื่อวีดิทัศน์และสื่อออนไลน์โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง(Unstructured interviews) ประกอบกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Empirical Data) ที่ได้จากการเดินทางไปสำรวจสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ของผู้วิจัย

ส่วนการดำเนินการกระบวนการผลิตสื่อวีดิทัศน์และสื่อออนไลน์ทำการคัดเลือกผู้แทนจากกลุ่มตัวอย่าง 5 กลุ่ม จำนวน 15 คน เพื่อทำการจัดกลุ่มสนทนา(Focus Group) โดยอาศัยหลักการมีส่วนร่วมตามแนวทางการสร้างกระบวนการมีส่วนร่วม(จินตวีร์เกษมสุข, 2554) เพื่อลงความเห็นหาข้อบกพร่องแล้วทำการปรับปรุงเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอและทำการทดสอบประสิทธิภาพสื่อวีดิทัศน์ตามเกณฑ์มาตรฐาน 80/80

ผลการวิจัย

1. พบเส้นทางการท่องเที่ยวทางน้ำเส้นทางใหม่ตามคลองบางระมาด เรียกว่า เส้นทางไหว้พระ 9 วัด ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางด้วยเรือนำเที่ยวที่มีให้บริการอยู่ในตลาดน้ำทั้ง 4 แห่งในพื้นที่เขตตลิ่งชันไปยังวัดต่างๆในเส้นทาง ดังนี้ วัดโพธิ์ วัดมะกอก วัดจำปา วัดกระจิง วัดทอง(บางระมาด) วัดสมรโกฏิ วัดมณฑป วัดช่างเหล็ก และวัดตลิ่งชัน
2. ได้รับสื่อวีดิทัศน์ส่งเสริมการตลาดและการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วม ชุด 9 วัด ความยาว 11.35 นาที และชุด 4 ตลาดน้ำ ความยาว 9.40 นาทีซึ่งมีประสิทธิภาพตามเกณฑ์มาตรฐานในระดับ 83/86.7 ในการให้ความรู้ความเข้าใจและสนใจให้เกิดความสนใจในการเดินทางไปท่องเที่ยว ทั้งนี้ได้นำเสนอข้อมูลที่ได้จากการวิจัยผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ในรูปแบบเว็บไซต์ 2 ภาษาที่ชื่อว่า www.talingchantour.com ให้ข้อมูลในแบบข้อความ ภาพนิ่งและวีดิทัศน์เพื่อให้นักท่องเที่ยวและผู้สนใจสามารถเข้าถึงและชมได้อย่างสะดวกและเกิดความน่าสนใจ

คำสำคัญ : สื่อวีดิทัศน์, สื่อออนไลน์, แหล่งท่องเที่ยว, ตลิ่งชัน

¹ อาจารย์ประจำแขนงวิชาภาพยนตร์และสื่อดิจิทัล คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

*ผู้พิมพ์หลัก e-mail: vurdijournal@hotmail.com

THE DEVELOPMENT OF VIDEO AND ONLINE MEDIA TO PROMOTE PARTICIPATORY MARKETING AND TOURISM IN TALING CHAN, BANGKOK.

Somsak Klaysung^{1*}

Abstract

The purpose of this research is to develop effective video and online media based on 80/80 standard to promote participatory marketing and tourism in Taling Chan area of Bangkok. The researcher aims to develop effective video and online media in the form of a website to promote marketing and tourism in floating markets and religious places located on waterways in Taling Chan area of Bangkok by emphasizing the process of community participation.

Quota sampling was used to divide the sample into five groups: community residents, government officials, tourist service professionals, local philosophers and tourists. There were 8 persons in each group, totaling 40 persons. The samples were interviewed through unstructured interviews to obtain preliminary information on routes and tourism resources. Such information and empirical data, which the researcher has explored from various travel destinations, were used to plan the production of video and online media.

In the process of video and online media production, 15 representatives from five groups were selected for the Focus Group, based on a participatory approach (Jittawee Kasemsuk, 2011) for reviewing and improving the content and presentation format, as well as testing the video media efficiency in accordance with the 80/80 standard.

Research Results

1. The new water route along Khlong Bang Ramat called the 9-temple visiting path was discovered. Tourists can take a boat trip to the four floating markets in Taling Chan area to visit the temples on the following routes: Wat Pho, Wat Makok, Wat Jampa, Wat Krajang, Wat Thong (Bang Ramat), Wat Samorn Kot, Wat Mondop, Wat Chang Lek and Wat Taling Chan.

2. Participatory marketing and tourism promotional video media for the 9 temples in length of 11.35 minutes and the 4 floating markets in length of 9.40 minutes, with the performance standard of 83/86.7 were produced to provide a better understanding and inducement in travel. The information obtained from the research was presented via online media in the form of a bilingual website called www.talingchantour.com, providing information in texts, images and video so that visitors and general people can easily access and view and get interested.

Keywords : video media, online media, tourism, Taling Chan

¹ Lecturer at Film and Digital Media Department, Faculty of Management Science, Suan Sunandha Rajabhat University

* Corresponding author, e-mail: vrurdijournal@hotmail.com

บทนำ

จากนโยบายและยุทธศาสตร์การวิจัยของชาติ ฉบับที่ 8 ในยุทธศาสตร์ที่ 2 การสร้างศักยภาพและความสามารถในการพัฒนาทางเศรษฐกิจ ซึ่งมีเป้าประสงค์การวิจัย เพื่อเสริมสร้างองค์ความรู้ เป็นพื้นฐานสู่การสร้างศักยภาพและความสามารถในการพัฒนาเศรษฐกิจที่เท่าเทียมและเป็นธรรมอย่างสร้างสรรค์ สมดุลและยั่งยืน โดยคำนึงถึงหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง โดยเฉพาะในกลยุทธ์การวิจัยที่ 4 พัฒนาศักยภาพระดับคุณภาพบริการในอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว ซึ่งเชื่อมโยงกับแผนงานวิจัยที่ 4.5 การวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนา ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เป็นแนวนโยบายและยุทธศาสตร์ที่ผู้วิจัยวิเคราะห์เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการศึกษาประเด็นปัญหาวิจัยเรื่อง การพัฒนาสื่อวีดิทัศน์และสื่อออนไลน์เพื่อส่งเสริมการตลาดและการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมในพื้นที่เขตดลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร

ตามนโยบายการบริหารราชการ ของคณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) ซึ่งมีแนวคิดที่ว่าประเทศไทยมี ศักยภาพด้านการท่องเที่ยว แต่หลายปีที่ผ่านมาเกิดเหตุการณ์ไม่สงบอันเกิดจากความคิดเห็นของกลุ่มเห็นต่างทาง การเมือง ซึ่งทำให้ภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวของประเทศเสียหายเป็นอย่างมาก นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาว ต่างประเทศขาดความเชื่อมั่นในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยเมื่อ 30 มิถุนายน 2557 ที่ผ่านมา สำนักข่าวแห่งชาติ กรมประชาสัมพันธ์ ได้เผยแพร่นโยบายของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ที่ได้ กำหนดให้ปี 2558 เป็นปี “ท่องเที่ยววิถีไทย” ส่งเสริมการท่องเที่ยวตลอดปี ตอบรับนโยบาย คสช. คืนความสุข ให้ประชาชน คาดการณ์เป้าหมายจำนวนนักท่องเที่ยวตามเดิม 2.2 ล้าน แต่จะต้องมีการปรับกลยุทธ์เพิ่มรายจ่าย ต่อคนและเน้นนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ประเทศมีระบบเศรษฐกิจเริ่มฟื้นตัวให้เพิ่มมากขึ้น(วิระพันธ์วุฒินุญ, 2557) จากข้อมูลดังกล่าวจะเห็นรัฐบาลปัจจุบันกำลังให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยววิถีไทย โดยเริ่มต้นในปี 2558 คาดว่าจะต่อเนื่อง ปี 2559 ซึ่งการท่องเที่ยววิถีไทยนี้ นโยบายที่นำการท่องเที่ยวลงสู่ชุมชนและพื้นที่ที่มี ลักษณะของวัฒนธรรมที่แสดงความเป็นไทยได้โดดเด่น และเมื่อการท่องเที่ยวไม่ได้อยู่เฉพาะพื้นที่ในเมือง ศูนย์การค้า ภูเขา ชายทะเล สถานที่พักตากอากาศตามที่เคยเป็นเท่านั้น แต่ในยุคนี้การท่องเที่ยวจะถูกวาง แนวทางในมุ่งเน้นวิถีไทย มองวัฒนธรรมเป็นสินค้าที่มีค่าสามารถทำรายได้คล้ายกับหลายประเทศ อาทิ ญี่ปุ่น เกาหลี เป็นต้น วิถีไทยนี้เป็นสิ่งที่ทำได้จากพื้นที่ที่มีกลุ่มประชาชนพักอาศัยอยู่เป็นเวลายาวนานมีการสืบทอดกันมา จากรุ่นสู่รุ่น รูปแบบการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องการในยุคที่ความเจริญทางเทคโนโลยีครอบคลุมไปทุกพื้นที่ คือ วัฒนธรรมชุมชน วิถีชีวิตแบบไทยที่เรียบง่าย ข้อมูลจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ชี้แนวโน้มว่า ปี “2558 นี้ ประเทศไทยกำลังจะก้าวเข้าสู่ประชาคมอาเซียน เราจึงไม่อาจปฏิเสธได้ว่าคนไทยและภาคธุรกิจทุก แขนง ต้องตื่นตัว และเรียนรู้ภาษา วัฒนธรรม ตลอดจนวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของเพื่อนบ้านในกลุ่มอาเซียน ด้วยกันให้มากขึ้น เพื่อเป็นการเปิดโลกกว้าง และเป็นจุดเริ่มต้นการเตรียมความพร้อมก้าวสู่ประชาคมอาเซียน ในอนาคต” (ณิชาพันธ์ เอี่ยมเพชร, 2555)วัฒนธรรมและวิถีไทยที่รัฐบาลกำลังให้การสนับสนุนส่งเสริม สามารถ พบได้ในหลายพื้นที่ของไทยโดยเฉพาะจากเส้นทางคมนาคมที่ในอดีตถือเป็นเส้นทางหลักนั้นปัจจุบันกลายเป็น แหล่งที่อยู่ของวัฒนธรรมที่น่าสนใจ มากมาย ส่วนหนึ่งของกลุ่มกรุงเทพมหานคร คือ เขตดลิ่งชัน พื้นที่ที่เคยมีการ สัจจกรกันอย่างคึกคัก พื้นที่นี้มีศาลคลองที่เชื่อมหากันจำนวนมาก ริมฝั่งคลอง คือสถานที่สำคัญที่เก็บเอาวิถีความ เป็นไทยเอาไว้ มีจุดเด่นและหลากหลายซึ่งผู้วิจัยทำการสำรวจข้อมูลเบื้องต้นพบว่าสถานที่ท่องเที่ยวในพื้นที่ โดยเฉพาะพื้นที่ชายฝั่งเมืองของกรุงเทพฯยังขาดสื่อที่มีประสิทธิภาพในการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวโดยเฉพาะใน รูปแบบที่สื่อวีดิทัศน์ที่รวบรวมและแนะนำเส้นทางท่องเที่ยวที่ครบสมบูรณ์ โดยเฉพาะสื่อออนไลน์ที่ส่วนใหญ่มีการ นำเสนออีกในรูปแบบของการนำเสนอข้อมูลเฉพาะแหล่งขาดการเชื่อมโยงเป็นเส้นทางอย่างเป็นระบบ ทำให้นักท่องเที่ยวที่ต้องการค้นหาข้อมูลต้องใช้เวลาในการค้นหา วางแผนและเชื่อมต่อเส้นทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง

ซึ่งอาจทำให้ไม่ครบถ้วนสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ๆที่ยังคงความเป็นธรรมชาติและมีความเป็นวัฒนธรรมชุมชนยังอาจถูกมองข้ามผ่านไป

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารของสำนักงานเขตตลิ่งชัน พบว่า ในเขตตลิ่งชัน มีตลาดน้ำที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมในขณะนี้ถึง 5 ตลาด ได้แก่ ตลาดน้ำตลิ่งชัน ตลาดน้ำวัดตลิ่งชัน ตลาดน้ำวัดจำปา อุทยาน ร.3 ตลาดนัดวัดสะพานและตลาดน้ำคลองลัดมะยม เส้นทางท่องเที่ยวมีเรือบริการนักท่องเที่ยวตามตลาดนัดต่างๆ ซึ่งจะไปเชื่อมกับสถานที่ท่องเที่ยวแบบวิถีไทยและวัฒนธรรม เช่น วัด สวนกล้วยไม้ เป็นต้น ที่พิกโฮมส

มีให้บริการอยู่พอสมควร แม้จะไม่มากนัก การเดินทางท่องเที่ยวอาจแบ่งได้หมายเส้นทางและอาจเที่ยวได้ไม่ครบในหนึ่งวัน(One day Trip)และสิ่งที่ต้องการความร่วมมือจากนักวิชาการที่มีความชำนาญ คือ การจัดทำสื่อเพื่อแนะนำเส้นทางท่องเที่ยวที่แบ่งออกเป็นเส้นทางให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสเลือกเดินทางตามระยะเวลาหรือความสนใจ ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ของนักท่องเที่ยวและการก่อให้เกิดรายได้ต่อชุมชน

ด้านทิวทัศน์ ห้างจันทร์ (2559,บทสัมภาษณ์) ในฐานะเจ้าของบ้านสว่างจันทร์ ที่เป็นแหล่งผู้สืบทอดศิลปะการแหงหยวก และศิลปะการผลิตเครื่องหอมที่ขึ้นชื่อ ได้แสดงความคิดเห็นในประเด็นของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมว่า นักท่องเที่ยวบางกลุ่มอาจมองว่าโฮมสเตย์เป็นสถานที่ในการเปลี่ยนบรรยากาศในการ กินดื่ม แต่ในความเป็นจริงแล้วโฮมสเตย์ควรเป็นสถานที่พักผ่อนเพื่อชื่นชมและซึมซับวิถีความเป็นไทยมากกว่า ประเด็นนี้เป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องให้ความสำคัญ การท่องเที่ยวควรให้นักท่องเที่ยวปรับตัวเพื่อเข้ากับชุมชนไม่ควรให้ชุมชนปรับตัวเพื่อรับนักท่องเที่ยวเพียงด้านเดียว การท่องเที่ยวเส้นในคลองบางระมาดในพื้นที่เขตตลิ่งชัน สามารถเชื่อมต่อกันเส้นอื่นได้หลายเส้นทางมีการมีสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อบอกเล่าเส้นทางก็จะเป็นประโยชน์ ในแนวทางเดียวกันชาวบ้านชุมชนวัดจำปามีแนวคิดว่าการท่องเที่ยวในพื้นที่ยังคงเน้นไปที่ตลาดน้ำ ซึ่งบางแห่งเป็นที่รู้จักกันอยู่ แต่บางแห่งนักท่องเที่ยวยังรู้จักน้อย ขาดการประชาสัมพันธ์ที่เป็นระบบ เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและต่อเนื่อง หากได้รับการแก้ไขปัญหาด้านนี้ก็จะช่วยให้มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้ชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยวและยังได้แสดงออกถึงวิถีไทยผ่านผลิตภัณฑ์ของชุมชน วัฒนธรรมประเพณี อาหารและสถานที่ท่องเที่ยวอีกด้วย

จากข้อมูลที่ได้จากการลงพื้นที่สัมภาษณ์ผู้บริหารเขต ผู้นำชุมชน ชาวบ้านและผู้ประกอบการธุรกิจในพื้นที่สรุปได้ว่า ทรัพยากรการท่องเที่ยวตามวิถีไทยในเส้นในพื้นที่เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร ยังมีสิ่งที่น่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยวอยู่มาก สิ่งที่ยังขาดคือ การจัดระบบข้อมูลและการแนะนำเส้นทางท่องเที่ยวที่เป็นแหล่งแสดงออกถึงวัฒนธรรมและวิถีไทย ตามนโยบายของรัฐบาล หากพื้นที่เขตตลิ่งชันยังขาดความร่วมมือจากนักวิชาการหรือภาครัฐ ปัญหาด้านการขาดการประชาสัมพันธ์นำเสนอข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและเส้นทางที่เป็นระบบและครอบคลุมจะยังคงไม่ได้รับการแก้ไข ซึ่งอาจทำให้สูญเสียรายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยวของชาวบ้านในพื้นที่และขาดโอกาสในการเผยแพร่วัฒนธรรมและวิถีไทยในช่วงเวลาของการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน วาระนี้ถือเป็นโอกาสในสำคัญในการทำให้เกิดองค์ความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามเส้น การร่วมกันแบบสหวิทยาการทั้งสาขาการท่องเที่ยว สถาปัตยกรรมศาสตร์ เทคโนโลยีสารสนเทศและนิเทศศาสตร์เพื่อผลิตผลงานวิจัยด้านการพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ตลาดน้ำและเส้นทางท่องเที่ยวถือเป็นเป็นการร่วมกันเพื่อใช้องค์ความรู้เฉพาะสาขาร่วมกันสร้างสรรค์เพื่อนำไปใช้ในการแก้ไขปัญหาของพื้นที่เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานครด้านการท่องเที่ยว ผู้วิจัยในฐานะนักวิชาการที่มองเห็นปัญหาการพัฒนาความยั่งยืนของชุมชนในมิติของการท่องเที่ยวที่คาดหวังว่าจะช่วยพัฒนาสื่อวีดิทัศน์และสื่อออนไลน์ เพื่อส่งเสริมการตลาดและการท่องเที่ยวเส้นแบบมีส่วนร่วมในพื้นที่เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานครให้บังเกิดผลเป็นรูปธรรมอันจะส่งผลโดยตรงต่อการ

พัฒนาองค์ความรู้ในด้านการท่องเที่ยวและเกิดประโยชน์สูงสุดในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาวิถีชุมชนให้เป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวตามวิถีไทยภายใต้นโยบายของรัฐบาล

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อพัฒนาสื่อวีดิทัศน์ส่งเสริมการตลาดและการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมในพื้นที่เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานครที่มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์มาตรฐาน 80/80
2. เพื่อพัฒนาสื่อออนไลน์ส่งเสริมการตลาดและการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมในพื้นที่เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยมุ่งพัฒนาสื่อวีดิทัศน์และสื่อออนไลน์เพื่อส่งเสริมการตลาดและการท่องเที่ยวประเภท ตลาดน้ำ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ศาสนสถาน โบราณสถาน โฮมสเตย์ ศิลปะวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตและผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ตั้งอยู่บนเส้นทางการเดินทาง โดยเน้นกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน ในพื้นที่เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร จำนวนมากกว่า 100,000 คน ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แท้จริงของผู้พักอาศัยซึ่งไม่มีรายชื่ออยู่ในรายงานจำนวนประชากรได้ (ข้อมูลสถิติเขตตลิ่งชันพ.ศ.2555 จำนวนประชากรจำนวน 106,532 คน) ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบจัดสัดส่วน (Quota sampling) โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างที่คัดเลือกจากประชากรที่มีลักษณะเป็น 5 กลุ่ม คือ ชาวบ้านในชุมชน, เจ้าหน้าที่ภาครัฐ,ผู้ประกอบการด้านการบริการนักท่องเที่ยว, ปราชญ์ท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวจำนวนกลุ่มละ 8 คน รวม 40 คน ทำการสัมภาษณ์ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับเส้นทางและทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปวางแผนในการผลิตสื่อวีดิทัศน์และสื่อออนไลน์โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง (Unstructured interviews) จนครบหรือจนกว่าข้อมูลที่ได้รับจะซ้ำ

ส่วนการดำเนินการกระบวนการการผลิตสื่อวีดิทัศน์และสื่อออนไลน์ทำการคัดเลือกผู้แทนจากกลุ่มตัวอย่าง 5 กลุ่ม จำนวน 15 คน เพื่อทำการจัดกลุ่มสนทนา (Focus Group) โดยอาศัยหลักการมีส่วนร่วมตามแนวทางการสร้างกระบวนการมีส่วนร่วม (จินตวีร์เกษมสุข, 2554) เพื่อลงความเห็นหาข้อบกพร่องแล้วทำการปรับปรุงเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอ

พื้นที่ศึกษาวิจัยเขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร ครอบคลุมตลาดน้ำ 5 ตลาด ได้แก่ ตลาดน้ำวัดสะพาน, ตลาดน้ำวัดจำป่า อุทยาน ร.3, ตลาดน้ำวัดตลิ่งชัน, ตลาดน้ำตลิ่งชัน, ตลาดน้ำคลองลัดมะยม, และส่วนต่อขยายซึ่งจะพบจากการศึกษาข้อมูลระหว่างดำเนินการวิจัย ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากการใช้บริการของนักท่องเที่ยวต่อสถานที่ท่องเที่ยวในพื้นที่เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร โดยดำเนินการศึกษาข้อมูลเบื้องต้น และลงพื้นที่เก็บข้อมูลเชิงประจักษ์ (Empirical Data) จากสถานที่จริง และเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารสื่อออนไลน์ และจากการมีส่วนร่วมของชุมชนแล้วจึงนำมาวิเคราะห์เพื่อออกแบบ เขียนบทวีดิทัศน์ ดำเนินการถ่ายทำ อัดเสียงและตัดต่อเป็นสื่อวีดิทัศน์ ทำการทดสอบหาประสิทธิภาพของสื่อตามเกณฑ์ 80/80 ทำการปรับปรุงตามข้อวิพากษ์ของชุมชนจนได้สื่อวีดิทัศน์และพัฒนาข้อมูล ภาพ วีดิทัศน์ที่ได้เป็นเว็บไซต์ส่งเสริมการท่องเที่ยวและสื่อสารการตลาดแล้วทำการปรับปรุงแก้ไขตามข้อวิพากษ์ของชุมชน เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสัมภาษณ์ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับเส้นทางและทรัพยากรการท่องเที่ยวแบบไม่มีโครงสร้าง (Unstructured interviews) ในการดำเนินการวิจัย ผู้วิจัยจะดำเนินการหาประสิทธิภาพของสื่อวีดิทัศน์ โดยใช้เกณฑ์มาตรฐาน 80/80

ผลการวิจัย

ผลการจัดกลุ่มสนทนา(Focus Group) โดยอาศัยหลักการมีส่วนร่วมและการลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลเชิงประจักษ์(Empirical Data) จากสถานที่จริงเพื่อนำข้อมูลที่ได้มาประมวลแล้วผลิตเป็นสื่อวีดิทัศน์ พบว่าผู้มีส่วนได้เสียที่เข้าร่วมการสนทนาดังกล่าวให้ความเห็นต่อประเด็นต่างๆที่ตั้งคำถามโดยสรุปว่า

1. แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ตลิ่งชันมีทั้งตลาดน้ำหลายแห่งและเป็นที่ยอมรับและวัดหลายวัดและแหล่งเรียนรู้ของชุมชน การท่องเที่ยวควรถูกคึกคักมากในช่วงวันหยุด

2. แหล่งท่องเที่ยวประเภทตลาดน้ำเดิมมีตลาดน้ำอยู่ 5 แห่งคือ ตลาดน้ำคลองลัดมะยม ตลาดน้ำตลิ่งชัน ตลาดน้ำวัดตลิ่งชัน ตลาดน้ำวัดสะพานและตลาดน้ำวัดจำปาซึ่งปัจจุบันปิดบริการไปแล้วจึงเหลือ 4 แห่งแรกยังคงเปิดให้บริการในวันหยุดเสาร์และอาทิตย์

3. วัดที่น่าสนใจในพื้นที่ริมคลองบางระมาด มีอยู่ 9 วัดที่น่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยวและสามารถเดินทางไปเที่ยวชมได้ด้วยเส้นทางน้ำ ได้แก่ วัดโพธิ์ วัดมะกอก วัดจำปา วัดกระจิง วัดทอง วัดสมรโกฏิ วัดมณฑป วัดตลิ่งชันและวัดสะพาน

4. ปริมาณนักท่องเที่ยวในช่วงปีที่ผ่านมา ปริมาณนักท่องเที่ยวมีจำนวนลดลงจากปกติเนื่องจากภาวะเศรษฐกิจที่ซบเซาแต่อาจเพิ่มสูงขึ้นในช่วงวันหยุดยาวหรือวันหยุดเทศกาล

5. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่มักมาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำเป็นหลักในช่วงสายของวันหยุดแล้วนั่งพักรับประทานอาหาร เดินเลือกซื้อของภายในตลาดและอาจเช่าเรือเพื่อเที่ยวทางน้ำไหว้พระที่วัดต่างๆในคลองลัดมะยมและคลองบางระมาด แต่ถ้าเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมักชอบเช่าเรือเดินทางท่องเที่ยวชมบรรยากาศริมฝั่งคลองด้วย

6. ความต้องการการประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยว ควรมีสื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวที่ให้อิทธิพลแนะนำเรื่องสินค้าและบริการที่มีอยู่ในสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นตลาดหรือประวัติความเป็นมาของวัด พร้อมแนะนำเส้นทางในการเดินทางด้วย เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้มีข้อมูลมากเพียงพอก่อนเดินทางมาท่องเที่ยวซึ่งจะช่วยเพิ่มรายได้ให้แก่ผู้ประกอบการได้อีกทางหนึ่ง

7. สื่อที่ใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการท่องเที่ยวและการตลาดควรมีลักษณะเป็นสื่อวีดิทัศน์หรือเว็บไซต์ ที่สามารถเล่าเรื่องอธิบายความเป็นมา บอกจุดเด่น บอกเส้นทาง ให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวไปพร้อมกับการเดินทางท่องเที่ยวและสามารถเข้าถึงได้ง่ายทุกสถานที่ทุกเวลา

ผลการลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลเชิงประจักษ์จากสถานที่จริงตามข้อมูลเบื้องต้นจากเอกสารทุติยภูมิและข้อสรุปจากการสนทนาดังกล่าว พบว่ามีสถานที่ท่องเที่ยวทางน้ำที่น่าสนใจ ตามเส้นทางท่องเที่ยวทางน้ำ 9 วัด และ 4 ตลาดน้ำ ดังนี้

1. วัดโพธิ์ วัดโพธิ์ตั้งอยู่ในสุริยวงค์คลองบางระมาดสายล่างฝั่งทิศใต้ วัดนี้ไม่ปรากฏประวัติการสร้างที่ชัดเจน เชื่อว่าสร้างขึ้นในช่วงอยุธยาตอนปลายถึงธนบุรี ในวัดประกอบด้วยสถาปัตยกรรมไทยยุคเก่าไม่ว่าจะเป็นอุโบสถและอาคารประกอบอื่น ๆ มีอุโบสถหันหน้าขนานกับคลอง หน้าบันมีลวดลายประดับอย่างประณีตสวยงามเจดีย์ทรงเครื่องย่อมุมสามองค์เก่าแก่สมัยกรุงรัตนโกสินทร์ตอนต้น ตั้งเรียงรายอยู่หน้าอุโบสถ หากมาวัดนี้ต้องได้กราบนมัสการขอพรหลวงปู่พล (พระครูโพธิสารคุณ) ซึ่งท่านเป็นศิษย์ของหลวงพ่อบาน วัดบางนมโค พระอริยะสงฆ์ผู้เลื่องชื่อได้รับการถ่ายทอดวิชาวิปัสสนากรรมฐาน คาถาอาคมวิชาแพทย์สมุนไพรร่วมไปถึงการเขียนและลายนต์เกราะเพชร รวมถึงท่านได้สร้างพระเครื่องพระสมเด็จปรกโพธิ์ หลัจาร อันโด่งดังอีกด้วย

2. วัดมะกอก วัดมะกอก ตั้งอยู่ริมคลองบางระมาด ฝั่งทิศใต้ สร้างขึ้นประมาณ พ.ศ.2362 สมัยรัชกาลที่ 2 เดิมชื่อว่า “วัดคามวาสีโมสร” ต่อมาจึงเปลี่ยนเป็น “วัดมะกอก” น. ณ ปากน้ำนักเขียนรุ่นครู เคยกล่าวว่า

“ที่วัดนี้เคยมีศาลาการเปรียญไม้ซึ่งก่อนหน้าเคยเป็นตำหนักของกรมพระราชวังบวรมหาศักดิพลเสพย์ วังหน้าในรัชกาลที่ 3 แต่ปัจจุบันไม่ปรากฏ ซึ่งถูกสร้างศาลาการเปรียญหลังใหม่ทับหลังเดิมเสียแล้ว ภายในวัดยังคงมีร่องรอยของงานวิจิตรศิลป์โบราณอย่างพระปรางค์ลายปูนปั้นประดับรูปคนแบกที่ส่วนชั้นรดประคด ฝีมือช่างชาวบ้านให้ชื่นชมอยู่

3. วัดจำปา วัดจำปา เป็นวัดเก่าแก่สร้างขึ้นในสมัยกรุงศรีอยุธยาสันนิษฐานว่าเคยเป็นพระอารามหลวง ภายในวัดมีโบสถ์เก่าอายุกว่า 200 ปี สถาปัตยกรรมแบบกรุงศรีอยุธยาตอนปลาย เรียกว่า “ทรงวิลันดา” วัดจำปาเป็นวัดพัฒนาตัวอย่างที่มีผลงานดีเด่นและได้รับรางวัลมากมาย แต่ก็มีสถาปัตยกรรมเก่าแก่รูปทรงสวยงามให้ชม ในวัดนี้มีสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่เชื่อกันว่าจะโชคดีถ้าได้มีโอกาสไปนมัสการ คือ หลวงพ่อโชคดี พระประธานในโบสถ์วัดจำปาและพระพุทธรูปเนื้อสำริดองค์ที่ใหญ่ที่สุด ขนาดหน้าตัก 9.99 ม. สูง 16 ม. สร้างเพื่อถวายเป็นพระราชกุศลเนื่องในโอกาสวันเฉลิมพระชนมพรรษาสมเด็จพระนางเจ้าพระบรมราชินีนาถในบริเวณรอบๆ วัดยังมีที่ให้เที่ยวชมและศึกษาอีกมากมาย อาทิ บ่อน้ำมนต์ที่มีอายุมากกว่า 100 ปีและพระพุทธรูปลอยน้ำแวมมานมัสการเพื่อมงคลชีวิตกันได้ไม่ไกลที่ตลิ่งชันนี้เอง

4. วัดกระจิง วัดกระจิง เป็นวัดที่อยู่ทางฝั่งทิศเหนือ ได้รับการบูรณะใหม่เกือบทั้งหมดพระอุโบสถหันหน้าไปทางทิศตะวันออกขนานกับคลองบางระมาดมีหลักฐานขอความเป็นวัดเก่าแก่ ไม่ว่าจะเป็นธรรมาสันตrophicแปลเทียบมณฑลศาลาการเปรียญมัสการรูปหล่อหลวงปู่ตวนและหลวงปู่แย้ม

5. วัดทอง วัดทอง หรือว่า วัดทองบางระมาด แม้ว่าจะเป็นวัดเล็กๆแต่ฝีมือในการก่อสร้างประณีตมากอุโบสถขนาดย่อมหันหน้าลงทิศใต้สู่คลองบางระมาด ตกแต่งอย่างประณีตบรรจงด้วยปูนปั้นประดับกระจกลีฉูดฉาดภายในอุโบสถมีพระประธานซึ่งมีรูปพระพักตร์หรือใบหน้าแบบรัตนโกสินทร์ตอนต้นซึ่งถือเป็นเอกลักษณ์ส่วนด้านข้างอุโบสถมีพระปรางค์องค์เล็ก ทรงเพรียว ฐานสิงห์ตั้งอยู่ดูสง่างาม นักท่องเที่ยวสามารถเที่ยวชมศิลปะและสัมผัสกับบรรยากาศภายในวัดที่ดูร่มรื่น สวยงาม

6. วัดสมรโกฏิ วัดสมรโกฏิ วัดเก่า ที่ได้รับการดูแลโดยกรมศิลปากร ตั้งอยู่ริมคลองบางระมาดแม้จะถูกบูรณะจนดูใหม่แต่อุโบสถและวิหารยังมีเค้าของอาคารสมัยกรุงศรีอยุธยาตอนปลาย คือ อาคารมีขนาดเล็กก่อผนังสูง ไม่มีเสา ผนังด้านหลังสุดตันไม่มีประตู เรียกว่า “มหาอุด” ใบเสมาเอกด้านหน้าอุโบสถเป็นแบบ “เสมาโหล” สลักจากหินอ่อนแบบที่นิยมกันในสมัยรัชกาลที่ 3 วัดนี้มีพระพุทธรูปศักดิ์สิทธิ์ คือ หลวงพ่อคงและหลวงพ่อดำ ทางวัดและชาวบ้านจะร่วมกันจัดงานเฉลิมฉลองปิดทองหลวงพ่อดำในวันที่ 4-6 กุมภาพันธ์ ของทุกปี

7. วัดมณฑป วัดมณฑป วัดนี้แม้จะไม่พบร่องรอยความเก่าแก่ของสิ่งปลูกสร้างมากนัก แต่วัดนี้ถือเป็นวัดใหญ่ที่มีบริเวณกว้างขวาง เดิมชื่อว่า “วัดมะตบ” สันนิษฐานว่าสร้างขึ้นในสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น ราว พ.ศ. 2371 พระพุทธรูปในพระอุโบสถเป็นศิลปะสมัยอยุธยาแต่ถูกลงรักปิดทองใหม่ใบเสมาของวัดนี้เป็นใบเสมาคู่สลักจากหินแกรนิตมีลวดลายพรรณพฤกษาประดับอย่างงดงาม เยี่ยมชมไหว้พระวัดนี้ยังมีโอกาสจะได้นมัสการรอยพระพุทธรูปจำลองซึ่งหล่อด้วยสำริดศิลปะรัตนโกสินทร์ตอนต้นอีกด้วย

8. วัดช่างเหล็ก วัดช่างเหล็ก เดิมชื่อว่า วัดปางเหล็ก สร้างขึ้นประมาณ พ.ศ. 2323 ตั้งอยู่ริมคลองบางระมาดทางทิศเหนือเป็นวัดเก่าแก่ที่สำคัญแห่งหนึ่งของชุมชน ริมคลองชักพระ โดยพบว่าเคยได้รับการบูรณะเมื่อ พ.ศ. 2454 โดยกรมพระราชวังบวรมหาสุรสิงหนาทความศักดิ์สิทธิ์ของหลวงพ่อดำพระพุทธรูปที่เป็นที่เคารพสักการะนับถือของชาวบ้านเป็นที่เลื่องลือ นิยมมากราบไหว้ขอพรเชื่อว่าขอได้ทุกอย่างยกเว้น เรื่องการเกณฑ์ทหารในอดีตเชื่อว่าวัดนี้ยังเคยเป็นพื้นที่ของการพักรบเพื่อซ่อมแซมอาวุธยุทโธปกรณ์ของกองทัพสมัยอยุธยา

9. วัดตลิ่งชัน วัดตลิ่งชัน ตั้งอยู่บนบางกอกน้อย-ตลิ่งชัน เขตตลิ่งชัน ริมคลองชักพระและคลองตลิ่งชันขนานทางด้านข้างและวัดสุดท้าย วัดที่ 9 สำหรับทริปการท่องเที่ยวไหว้พระ 9 วัด ในครั้งนี้คือ วัดตลิ่งชัน

ตั้งอยู่ถนนบางกอกน้อย-ตลิ่งชัน เขตตลิ่งชัน ริมคลองชักพระและคลองตลิ่งชันขนานทางด้านข้างแฉะมาไหว้พระขอพร “พระพุทธรูปมงคลชัยสิทธิ์นิรมิตประชานาถ” พระประธานในอุโบสถ ซึ่งมีความงดงามมากเป็นพระพุทธรูปปางมารวิชัย ที่สร้างขึ้นด้วยหินทรายแดง ลงรักปิดทองทรงเครื่องใหญ่ งามยอดแหลมสูง สร้างขึ้นในสมัยอยุธยา พบเพียง 2 องค์ในประเทศไทยเท่านั้นเดินเล่นภายในตลาดชุมชนบรรยากาศชิลล์ๆ ผู้คนไม่พลุกพล่านเต็มไปด้วยอาหารพื้นบ้านและผลไม้รสชาตน่าชิม เปลี่ยนบรรยากาศจากชีวิตเมือง หลีกหนีความวุ่นวายมาท่องเที่ยวทางน้ำ ไหว้พระริมคลอง ได้กุศล ได้ความสุข ได้รอยยิ้ม บนเส้นทางใหม่ๆ กับ 9 วัดในพื้นที่เขตตลิ่งได้แล้ววันนี้

ในขณะที่เส้นทางท่องเที่ยวตลาดน้ำ ซึ่งประกอบด้วย 4 ตลาด ได้แก่ ตลาดน้ำคลองลัดมะยมตลาดน้ำวัดตลิ่งชัน และตลาดน้ำวัดสะพาน ส่วนตลาดน้ำวัดจำปาตามที่ชาวบ้านในชุมชนวัดจำปาได้ให้ข้อมูลว่าได้ยกเลิกไปแล้ว ซึ่งสิ่งที่น่าสนใจและรายละเอียดของแต่ละตลาด มีดังนี้

1. ตลาดน้ำคลองลัดมะยม จากตลาดเล็กๆ เมื่อเกือบสิบปีก่อนที่ผู้นำชุมชน “ลุงชวน ชูจันทร์” ปราชญ์ชาวบ้านที่ต้องการรักษาวิถีชาวคลองลัดมะยมให้อยู่ยั่งยืนกลายเป็นตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวขนาดใหญ่ที่รองรับทั้งพ่อค้าแม่ขายและนักท่องเที่ยววันละนับพันคนในชื่อ ตลาดน้ำคลองลัดมะยมตลาดที่ดูสะอาดตา ร่มรื่น เดินสบาย ที่จอดรถกว้างขวาง ปลอดภัย มีร้านค้ามากมาย ที่สำคัญราคาสบายกระเป๋าทั้งผักสดผลไม้ปลอดสารพิษ ของกินสารพัดทั้งของหวานตามด้วยเสื้อผ้า ของเล่น ของใช้ ของที่ระลึกถ้ามีเวลามากพอก็สามารถพาครอบครัวนั่งเรือเล่นรอบคลองบางระมาดที่มีให้บริการตลอดวันหยุดหรือพาไปไหว้พระ ที่วัดตลาดน้ำ ชมทิวทัศน์ริมคลอง สวมกล้วยไม้ในย่านนั้น ใช้เวลาไม่นาน ราคาไม่แพง

2. ตลาดน้ำตลิ่งชัน ตลาดน้ำแห่งที่ 2 นำท่องเที่ยว คือ “ตลาดน้ำตลิ่งชัน” ที่ยังคงไว้ซึ่งวิถีการค้าขายในสายน้ำในแบบอดีตอันเป็นเอกลักษณ์แห่งสยามประเทศตั้งอยู่บริเวณริมคลองชักพระ ติดกับสำนักงานเขตตลิ่งชัน เปิดบริการในวันเสาร์ - อาทิตย์ ระหว่างเวลา 07.00-17.00 น. มีสินค้ามากมายตั้งแต่ทางเข้าก็จะมีร้านขายไม้ดอกไม้ประดับ ผักสด ผลไม้ ขนมไทยอาหาร และนานาชนิดที่รสชาตถูกใจคุณแน่นอนนักท่องเที่ยวสามารถซื้อกลับบ้านหรือจะนั่งรับประทานบนแพ พร้อมชมบรรยากาศคลอง ที่มีฝูงปลาสวยงามมากมายอยู่ด้านข้างให้เราได้ชมอย่างเพลิดเพลินไปด้วยกันและหากต้องการนั่งเรือไปท่องเที่ยวตามลำคลองก็มีเรือให้บริการตามรอบเวลานักท่องเที่ยวคนไหนสนใจก็สามารถติดต่อซื้อตั๋วได้บนฝั่งหรือจะเป็นแบบเหมาลำก็สามารถเรียกได้ทันที ไม่ว่าจะเป็นทัวร์ 3 ตลาด คือ ตลาดน้ำคลองลัดมะยม ตลาดน้ำวัดสะพาน ตลาดน้ำตลิ่งชัน มีเพียงรอบเดียวต่อวัน เวลา 09.45 น. ราคาผู้ใหญ่ 99 บาท เด็ก 60 บาทใช้เวลา 2 ชม.ครึ่ง หรือจะเป็นแบบทัวร์ชั่วโมงเดียวเที่ยวรอบเกาะก็มีให้เลือก

3. ตลาดน้ำวัดตลิ่งชันตลาดน้ำอีกแห่งหนึ่งที่เป็นตลาดน้ำน้องใหม่ล่าสุดในบรรดาตลาดน้ำย่านตลิ่งชัน เพราะเพิ่งเปิดตัว อยู่ไม่ไกลกันนักภายในบริเวณวัดตลิ่งชัน คือ “ตลาดน้ำวัดตลิ่งชัน” ตั้งอยู่ถนนบางกอกน้อย-ตลิ่งชัน เขตตลิ่งชันริมคลองชักพระและคลองตลิ่งชันขนานทางด้านข้างแฉะมาไหว้พระขอพร “พระพุทธรูปมงคลชัยสิทธิ์นิรมิตประชานาถ” พระพุทธรูปปางมารวิชัย พระประธานในอุโบสถ ที่สร้างขึ้นด้วยหินทรายแดง ลงรักปิดทองทรงเครื่องใหญ่ ทรงงามยอดแหลมสูง สร้างขึ้นในสมัยอยุธยา ซึ่งมีความสวยงามมากมีเพียง 2 องค์ในประเทศไทยแล้วเดินเล่นภายในตลาดชุมชนบรรยากาศชิลล์ๆ ผู้คนไม่พลุกพล่านมากนักเต็มไปด้วยของที่ระลึก เช่น สถาปัตยกรรมไทยโบราณจำลอง ของกลุ่มสืบสารมรดกไทย ที่มีความประณีตสวยงาม อิมมอร์รอยกับอาหารพื้นบ้านและผลไม้รสชาตน่าชิมเช่น ก๋วยเตี๋ยวหมูสูตรโบราณ , หมูสแต้, ส้มตำปู ขนมหุ้งโบราณ , ข้าวต้มมัดจิ๋ว เรือนายตี๋ขายกาแฟโบราณและอีกมากมาย

4. ตลาดน้ำวัดสะพาน ตลาดน้ำวัดสะพาน ตั้งอยู่ในบริเวณวัดสะพานริมคลองบางน้อย ตัววัดจะหันหน้าเข้าสู่คลองที่เป็นเส้นทางคมนาคมหลักในอดีต ส่วนด้านที่เป็นถนนเข้ามาที่วัดนี้ชาวบ้านจะเรียกกันว่า

ด้านหลัง เส้นที่สำคัญอย่างหนึ่งของตลาดน้ำในย่านนี้ก็คือ ตลาดในเมืองกรุงที่ยังมีกลิ่นอายของชุมชนชาวสวนริมคลองให้ได้มาสัมผัสเที่ยวที่เดียวทั้งอิมมอร์รอยกับอาหารในตลาดน้ำวัดสะพานอิมมูญกับการนมัสการพระพุทธรูปภายในวัดสะพานทั้งหลวงพ่อโตหลวงพ่อกลางและหลวงพ่อดำ ที่ประดิษฐานอยู่ในพระวิหาร บริเวณตลาดน้ำวัดสะพานเต็มไปด้วยอาหารคาวหวานน่ารับประทานทั้งนั้น ไม่ว่าจะเป็น ขนมหวาน ผักและผลไม้จากสวนขมเงิน เจ้าดังจากรายการตลาดสดสนามเป่า ข้าวหลาม ขนมหั่วแปบ ขนมนิ่วไส้ และข้าวเกรียบวาวที่ทำกันสดๆใหม่ๆบรรยากาศสบายๆกับการเดินเล่นภายในตลาดน้ำที่มีให้เลือกหลากหลายรูปแบบในพื้นที่เขตตลิ่งชัน จะสามารถทำให้วันหยุดของคุณเป็นวันพักผ่อนที่แสนสุขได้เลยทีเดียว

ผลการพัฒนาสื่อออนไลน์ส่งเสริมการตลาดและการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมในพื้นที่เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร

จากข้อมูลที่ได้จากการสนทนากลุ่ม หัวข้อ : การพัฒนาสื่อวีดิทัศน์และสื่อออนไลน์ส่งเสริมเส้นทางการท่องเที่ยวในพื้นที่เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร ประกอบการลงพื้นที่สำรวจแหล่งท่องเที่ยว ทำการเขียนบทวีดิทัศน์ ลงพื้นที่ถ่ายทำ ตัดต่อลำดับและแก้ไขตามข้อเสนอแนะจนได้รับ สื่อวีดิทัศน์ 2 ชุด ดังนี้

หลังจากการรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการจัดกลุ่มสนทนาและการลงพื้นที่สำรวจสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆผู้วิจัยได้นำข้อมูลทั้งหมดมาประมวลผลจัดกลุ่มและออกแบบนำเสนอข้อมูลในรูปแบบเว็บไซต์ 2 ภาษา ใช้ชื่อโดเมนว่าwww.talingschantour.com ประกอบด้วยเมนูในการบริการด้านข้อมูล ดังนี้

1. วีดิทัศน์แนะนำการท่องเที่ยว

1.1 สื่อชุด 9 วัด นำเสนอเส้นทางการเดินทางทางน้ำไหว้พระ 9 วัด ตามคลองบางระมาด เขตตลิ่งชัน ประกอบภาพเคลื่อนไหว กราฟิกพร้อมเสียงบรรยาย ความยาว 11.22 นาที ตามลิงค์ต่อไปนี้ <https://www.youtube.com/watch?v=Y-yFSgzpB0M>

1.2 สื่อวีดิทัศน์ชุด ตลาดน้ำ นำเสนอเส้นทางการเดินท่องเที่ยวทางน้ำ 4 ตลาดน้ำ ตามคลองบางระมาด เขตตลิ่งชัน ประกอบภาพเคลื่อนไหว กราฟิกพร้อมเสียงบรรยาย ความยาว 9.39 นาที ตามลิงค์ต่อไปนี้ <https://www.youtube.com/watch?v=5zXE-fS4Z2o>

2. ตลิ่งชัน(บทนำ)

3. เส้นทางไหว้พระ 9 วัดประกอบด้วย ข้อมูลประวัติความเป็นมา สิ่งน่าสนใจ แผนที่จาก google map และภาพนิ่งของทั้ง 9 วัด ได้แก่ วัดโพธิ์วัดมะกอก วัดจำปาวัดกระจิงวัดทองวัดสมรโกฏิ วัดมณฑป วัดช่างเหล็กและวัดตลิ่งชัน

4. แผนที่ท่องเที่ยวไหว้พระ 9 วัด

5. ท่องเที่ยว 4 ตลาดน้ำ ประกอบด้วย ข้อมูลสถานที่ตั้ง สินค้าที่น่าสนใจ แผนที่จาก google map และภาพนิ่งของ ตลาดน้ำคลองลัดมะยม ตลาดน้ำตลิ่งชัน ตลาดน้ำวัดตลิ่งชันและตลาดน้ำวัดสะพาน



ภาพที่ 1 แผนที่เส้นทางการท่องเที่ยวทางน้ำ “ล่องเรือ เทียว 4 ตลาด



ภาพที่ 2 แผนที่เส้นทางการท่องเที่ยวทางน้ำ “ล่องเรือ ไหว้พระ 9 วัด”

5. ภาพประทับใจรวมภาพนิ่งน่าประทับใจที่ผู้วิจัยพบระหว่างการเดินทางสำรวจพื้นที่
6. www.facebook.com/talingchantour
7. ลิงค์การเชื่อมต่อหน้าเว็บไซต์ไปยังเว็บไซต์ของสำนักงานเขตตลิ่งชันและแหล่งข้อมูลอื่นๆ

ผลการทดสอบประสิทธิภาพสื่อวีดิทัศน์ตามเกณฑ์ 80/80 ชุด 9 วัดและชุด 4 ตลาดตามเกณฑ์มาตรฐาน 80/80 ตามแนวคิดการหาประสิทธิภาพสื่อวีดิทัศน์ E₁/E₂ (เสาวณีย์ สิกขาบัณฑิต, 2528, น.294-295) ประสิทธิภาพของกระบวนการ(E₁) หมายถึง ประเมินพฤติกรรมย่อยๆจากการทำกิจกรรมของผู้ทดสอบใน

บทเรียนทุกกิจกรรมประสิทธิภาพของผลลัพธ์(E_2) หมายถึง การประเมินผลลัพธ์ (Product) โดยพิจารณาจากผลการทดสอบหลังเรียน(Post-test)ในการเขียนประสิทธิภาพของนวัตกรรมนั้นมักเขียนในลักษณะของ E_1/E_2 เช่น 70/70, 80/80, 90/90 เป็นต้น ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยต้องการทดสอบประสิทธิภาพสื่อ 80/80

การกำหนดเกณฑ์ E_1/E_2 ให้มีค่าเท่าใดควรกำหนดไว้ก่อนว่าในครั้งนี้น่าจะให้มาตรฐานหรือเกณฑ์มาตรฐานเท่าใด โดยยึดเกณฑ์ในการพิจารณากำหนดเกณฑ์มาตรฐาน = 86.7

สรุปว่าสื่อวีดิทัศน์มีประสิทธิภาพ 83/86.7 เมื่อเปรียบเทียบกับเกณฑ์มาตรฐานที่ตั้งไว้ในวัตถุประสงค์ คือ 80/80 จึงทำให้สามารถยอมรับสื่อวีดิทัศน์ สื่อวีดิทัศน์ชุดตลาดน้ำ และชุด 9 วัด ได้

อภิปรายผลการวิจัย

จากการพัฒนาสื่อวีดิทัศน์ชุด ตลาดน้ำทำให้พบว่า ตลาดน้ำยังคงเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มักใช้เวลาในวันหยุดเดินทางไปเดินเที่ยวตลาดน้ำซึ่งในพื้นที่เขตตลิ่งชันมีอยู่ 4 ด้วยกันคือ ตลาดน้ำคลองลัดมะยม ตลาดน้ำตลิ่งชัน ตลาดน้ำวัดตลิ่งชัน ตลาดน้ำวัดสะพาน ซึ่งปัจจุบันปริมาณนักท่องเที่ยวมีจำนวนลดลงจากปกติเนื่องจากภาวะเศรษฐกิจที่ซบเซาแต่อาจเพิ่มสูงขึ้นในช่วงวันหยุดยาวหรือวันหยุดเทศกาลส่วนตลาดน้ำวัดจำปาซึ่งปัจจุบันปิดบริการไปแล้ว โดยที่อาจเป็นผลมาจากการวางแผนให้การสนับสนุนของหน่วยงานที่คอยช่วยเหลือกำกับดูแลที่อาจต้องสร้างจุดเด่นของแต่ละตลาดขึ้นมาเป็นจุดขายให้ได้ และหากได้รับความนิยมนแล้วก็ต้องรักษามาตรฐานด้าน ราคา ความสะอาดของสินค้าและสถานที่ตลอดจนการให้บริการแบบกันเองซึ่งเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการการได้รับสื่อวีดิทัศน์ที่สามารถสื่อสภาพลักษณะที่ดีผ่านช่องทางของเว็บไซต์ 2 ภาษาจะช่วยให้นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติสามารถเข้าถึงข้อมูลด้านการท่องเที่ยวได้โดยง่ายทุกสถานที่และเวลาเป็นประโยชน์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวและส่งเสริมการตลาดแก่ผู้ประกอบการกลุ่มต่างๆที่อยู่ในพื้นที่เขตตลิ่งชัน

จากการพัฒนาสื่อวีดิทัศน์ชุด 9 วัดทำให้พบว่าในพื้นที่เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร ยังมีเส้นทางท่องเที่ยวทางน้ำที่น่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยวเพิ่มเติมอีกและถือเป็นเส้นทางใหม่ คือ เส้นทางไหว้พระ 9 วัดตามเส้นทางคลองบางระมาด ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเช่าเรือได้จากตลาดน้ำคลองลัดมะยมเดินทางไหว้พระทำบุญ 9 วัดในวันหนึ่งวันตามความเชื่อของพุทธศาสนิกชนว่าจะได้ผลบุญมากเป็นการขจัดปัดเป่าสิ่งไม่ดีออกจากตัวซึ่งเส้นทางนี้จะประกอบไปด้วย วัดโพธิ์ วัดมะกอก วัดจำปา วัดกระจิง วัดทอง วัดสมรโกฏิ วัดมณฑป วัดตลิ่งชัน และวัดสะพานแต่ละวัดมีจุดเด่น ความสวยงามของศิลปะการก่อสร้าง ประวัติความเป็นมาที่แตกต่างกันทั้งนี้ผู้

ในขณะที่การพัฒนาสื่อวีดิทัศน์ส่งเสริมการตลาดและการท่องเที่ยวชุด 4 ตลาดน้ำช่วยให้นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นตลาดน้ำ 4 แห่งในเขตพื้นที่ตลิ่งชัน กรุงเทพมหานครในรูปของสื่อวีดิทัศน์ที่ผู้ชมสามารถเข้าใจเนื้อหาได้ง่ายจากภาพเคลื่อนไหวและเสียงบรรยายประกอบด้วยความยาว 9.39 นาที ให้ข้อมูลในด้านที่ตั้ง แผนที่เส้นทางทางน้ำ ลักษณะเด่น สินค้าและบริการที่มีพร้อมให้บริการแก่นักท่องเที่ยว

วีดิทัศน์ทั้ง 2 ชุดมีลักษณะตรงกับข้อสรุปผลงานวิจัยของ สมศักดิ์ คล้ายสังข์ (2553) เรื่อง การพัฒนาสื่อวีดิทัศน์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงคราม ที่ว่า “สื่อวีดิทัศน์ควรมีความยาว 10 นาที ภาพที่ใช้ควรเป็นการผสมผสานกันของภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว กราฟิก และข้อความ ซึ่งรูปแบบรายการที่เหมาะสมสำหรับการแนะนำการท่องเที่ยว คือ สารคดีและแนะนำการท่องเที่ยว (Documentary Program) โดยมีเสียงบรรยายเป็นเสียงผู้หญิง ดนตรีบรรเลง และเพลงประกอบเป็นแบบไทยสากล ” สุดท้ายรายละเอียดที่ควรแสดงไว้ในรายการแนะนำการท่องเที่ยว คือ จุดเด่นและความน่าสนใจ และชื่อสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความจำเป็นต่อนักท่องเที่ยวในการค้นหาข้อมูลก่อนหรือระหว่างเดินทางไปท่องเที่ยว ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการผลิตสื่อวีดิทัศน์ให้มี

ลักษณะตามนี้นักท่องเที่ยวสนใจตามองค์ประกอบดังกล่าวเพื่อให้ได้รับสื่อวีดิทัศน์ที่มีประสิทธิภาพในการประชาสัมพันธ์และสื่อสารข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว

นอกจากนี้จากการที่ผู้วิจัยได้ออกแบบและผลิตสื่อออนไลน์ประเภทเว็บไซต์ส่งเสริมการตลาดและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นช่องทางในการนำเสนอข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเส้นทางน้ำในพื้นที่เขตลุ่มน้ำ กรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย สื่อวีดิทัศน์ เส้นทางไหว้พระ 9 วัด เส้นทางท่องเที่ยว 4 ตลาดน้ำแผนที่ท่องเที่ยวไหว้พระ 9 วัด และ 4 ตลาดน้ำ ภาพนิ่งแสดงสินค้าประเภทต่างๆ และบรรยากาศที่น่าสนใจ การสร้างเครือข่ายในสื่อสังคมออนไลน์ผ่าน www.facebook.com/talingschantour และการเชื่อมโยงไปยังแหล่งข้อมูลเพิ่มเติม อื่นๆ ทั้งนี้ เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายในทุกสถานที่และทุกเวลา เป็นการส่งเสริมการตลาดและส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชน และตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องด้านท่องเที่ยวในพื้นที่เขตลุ่มน้ำ กรุงเทพมหานคร ตามผลการสรุปจากการสนทนากลุ่มที่ต้องการให้ผู้วิจัยผลิตสื่อที่ควรมีสื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวที่ให้ข้อมูลแนะนำเรื่องสินค้าและบริการที่มีอยู่ในสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นตลาดหรือประวัติความเป็นมาของวัด พร้อมแนะนำเส้นทางในการเดินทางด้วย เพื่อให้นักท่องเที่ยวในยุคดิจิทัลเกิดความสะดวกในการรับข้อมูลที่มากเพียงพอก่อนหรือระหว่างเดินทางท่องเที่ยวซึ่งจะช่วยเพิ่มรายได้ให้แก่ผู้ประกอบการได้อีกทางหนึ่ง

ข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยขอเสนอแนะข้อมูลต่างๆที่ได้จากการเดินทางไปสำรวจข้อมูลในพื้นที่ เพื่อเป็นประโยชน์สำหรับผู้ที่สนใจและต้องการค้นคว้าและอาจทำการศึกษาวิจัยต่อเนื่อง ดังนี้

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งระดับท้องถิ่นและระดับจังหวัด ควรให้การสนับสนุนส่งเสริมในด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลของสถานที่ท่องเที่ยวในพื้นที่เพิ่มมากขึ้นในสื่อประเภทออนไลน์แบบแอพลิเคชัน
2. หน่วยงานท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องควรให้การสนับสนุนส่งเสริมการจัดกิจกรรมในด้านการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น เพราะการท่องเที่ยวจะสามารถเพิ่มรายได้ให้กับประชาชนในพื้นที่เพิ่มมากขึ้นและจะสามารถช่วยสร้างแรงจูงใจให้กับนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี
3. ควรมีการสำรวจ พัฒนาและส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวใหม่ให้เกิดขึ้น เพื่อเพิ่มคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่นการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นให้ทั่วถึง

เอกสารอ้างอิง

- จินตวีร์เกษมสุข. (2554). *การสื่อสารกับการเปลี่ยนแปลงของสังคม*. กรุงเทพฯ: พิมพ์ที่สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- วีระพันธุ์บุญญะ. (2557). *การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยกำหนดให้ปี 2558 เป็นปีการท่องเที่ยววิถีไทย*. สืบค้น 15 มิ.ย. 2559 จาก <https://thainews.psd.go.th>
- ณิชานันท์ เอี่ยมเพชร. (2555). *การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในอาเซียนและทิศทางหลังการเปิด ACE*. สืบค้น 6 ก.ค. 2559. จาก <https://thai-ace.co.th>
- ทวิศักดิ์ หว่างจันทร์. (2559). *บทสัมภาษณ์*
- เสาวนีย์ สิกขาบัณฑิต. (2528). *เทคโนโลยีทางการศึกษา*. กรุงเทพฯ :โรงพิมพ์สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
- สมศักดิ์ คล้ายสังข์. (2553). *การพัฒนาสื่อวีดิทัศน์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงคราม*. รายงานการวิจัย. กรุงเทพฯ :สถาบันวิจัยและพัฒนา. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา