

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

การวิจัย เรื่อง การพัฒนาสื่อวีดิทัศน์และสื่อออนไลน์เพื่อส่งเสริมการตลาดและการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมในพื้นที่เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงพัฒนาเพื่อสำรวจข้อมูลการใช้บริการของนักท่องเที่ยวต่อสถานที่ท่องเที่ยวในพื้นที่เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาสื่อวีดิทัศน์ส่งเสริมการตลาดและการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมในพื้นที่เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานครที่มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์มาตรฐาน 80/80 และเพื่อพัฒนาสื่อออนไลน์ส่งเสริมการตลาดและการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมในพื้นที่เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร

การวิจัยครั้งนี้ ดำเนินการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นด้วยการศึกษาเอกสารข้อมูลที่เกี่ยวข้อง การสนทนากลุ่ม(Focus group) จากการมีส่วนร่วมของชุมชนและลงพื้นที่เก็บข้อมูลเชิงประจักษ์ (Empirical Data) จากสถานที่จริง เก็บรวบรวมข้อมูล และแล้วจึงนำมาวิเคราะห์เพื่อออกแบบ เขียนบทวีดิทัศน์ ดำเนินการถ่ายทำ อัปเดตเสียงและตัดต่อเป็นสื่อวีดิทัศน์ ทำการทดสอบหาประสิทธิภาพของสื่อตามเกณฑ์ 80/80 ทำการปรับปรุงตามข้อวิพากษ์ของชุมชนจนได้สื่อวีดิทัศน์และพัฒนาข้อมูลภาพ วีดิทัศน์ที่ได้เป็นเว็บไซต์ส่งเสริมการท่องเที่ยวและสื่อสารการตลาดแล้วทำการปรับปรุงแก้ไขตามข้อวิพากษ์ของชุมชนเพื่อให้ได้สื่อที่เหมาะสมกับการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการท่องเที่ยวต่อไป

#### 5.1 การสรุปผล

##### 5.1.1. การพัฒนาและการทดสอบประสิทธิภาพสื่อวีดิทัศน์ส่งเสริมการตลาดและการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมในพื้นที่เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร ตามเกณฑ์มาตรฐาน 80/80

จากข้อมูลที่ได้จากการสนทนากลุ่ม(Focus group) จากการมีส่วนร่วมของชุมชนและลงพื้นที่เก็บข้อมูลเชิงประจักษ์ (Empirical Data) จากสถานที่จริงพบว่าแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจตามเส้นทางน้ำริมคลองบางระมาด ในพื้นที่เขตตลิ่งชันซึ่งผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลและพัฒนาเป็นวีดิทัศน์ส่งเสริมการท่องเที่ยวและส่งเสริมการตลาด แบ่งออกเป็น 2 เส้นทาง ดังนี้

5.1.1.1. สื่อวีดิทัศน์ชุด ตลาดน้ำ ความยาว 9.39 นาที นำเสนอด้วยภาพเคลื่อนไหว ประกอบการบรรยายและมีภาพกราฟิกแผนที่การเดินทางทางน้ำโดยมีลำดับในการนำเสนอภาพและข้อมูลของตลาดน้ำทั้ง 4 แห่ง ได้แก่ ตลาดน้ำคลองลัดมะยม ตลาดน้ำตลิ่งชัน ตลาดน้ำวัดตลิ่งชัน และตลาดน้ำวัดสะพาน ประกอบด้วยเนื้อหาในการให้ข้อมูล ด้านสินค้าที่วางจำหน่ายในตลาดน้ำได้แก่ ผักผลไม้ อาหาร เครื่องใช้ ของตกแต่ง ต้นไม้ บริการเรือนำเที่ยว บริการจุดจอดรถและการเดินทางรวมทั้งการเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวด้วย



ภาพที่ 5.2 แผนที่เส้นทางการท่องเที่ยวตลาดน้ำ เขตคลองสั้น

5.1.1.2. สื่อวีดิทัศน์ชุด 9 วัด ความยาว 11.22 นาที นำเสนอด้วยภาพเคลื่อนไหว ประกอบการบรรยายและมีภาพกราฟิกแผนที่การเดินทางทางน้ำซึ่งเป็นเส้นทางการท่องเที่ยวทางน้ำ เส้นทางใหม่ เรียกว่า เส้นทาง 9 วัด โดยมีลำดับในการนำเสนอภาพและข้อมูลของวัดทั้ง 9 แห่ง ได้แก่ วัดโพธิ์ วัดมะกอก วัดจำปา วัดกระดังง์ วัดทอง วัดสมรโกฏิ วัดมณฑป วัดช่างเหล็กและวัดตลิ่งชัน ประกอบด้วยเนื้อหาในการให้ข้อมูลด้านที่ตั้ง ประวัติความเป็นมา สถาปัตยกรรม ลักษณะเด่นของวัด และพระพุทธรูปที่เป็นที่เคารพสักการะของนักท่องเที่ยว รวมทั้งเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวและนมัสการพระในวัดต่างๆพร้อมชื่นชมบรรยากาศริมคลองบางระมาด



ภาพที่ 5.1 แผนที่เส้นทางการท่องเที่ยวทางน้ำ 9 วัด เขตคลองสั้น (เส้นทางใหม่)

5.1.1.3. ผลการทดสอบประสิทธิภาพสื่อวีดิทัศน์ตามเกณฑ์ 80/80 ชุด 9 วัดและชุด 4 ตลาด

ในการพัฒนาสื่อวีดิทัศน์ทั้ง 2 ชุด ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบประสิทธิภาพสื่อวีดิทัศน์ตามเกณฑ์ 80/80 เพื่อให้สื่อวีดิทัศน์ทั้ง 2 ชุดมีประสิทธิภาพในการสื่อสารความหมาย เนื้อหา และสร้างความรู้ความเข้าใจให้แก่ผู้ชม ซึ่งได้รับผลการทดสอบดังนี้

สื่อวีดิทัศน์ชุดตลาดน้ำ และชุด 9 วัด มีประสิทธิภาพ 83/86.7 สูงกว่าเกณฑ์มาตรฐานที่ตั้งไว้ในวัตถุประสงค์ คือ 80/80 จึงทำให้สามารถยอมรับสื่อวีดิทัศน์ทั้งสองชุดนี้และสามารถนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในด้านการส่งเสริมการตลาดและการท่องเที่ยวได้

### 5.1.2. การพัฒนาสื่อออนไลน์ส่งเสริมการตลาดและการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมในพื้นที่เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร

จากการรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการจัดกลุ่มสนทนาและการลงพื้นที่สำรวจสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ผู้วิจัยได้นำข้อมูลทั้งหมดมาประมวลผลจัดกลุ่มและออกแบบนำเสนอข้อมูลในรูปแบบเว็บไซต์ 2 ภาษาโดยใช้ชื่อโดเมน(Domain name)ว่า [www.talingchantour.com](http://www.talingchantour.com) ซึ่งประกอบด้วยเมนูในการบริการด้านข้อมูล ดังนี้

#### 1. วีดิทัศน์แนะนำการท่องเที่ยว

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

1.2 สื่อวีดิทัศน์ชุด ตลาดน้ำ นำเสนอเส้นทางการเดินท่องเที่ยวทางน้ำ 4 ตลาดน้ำ ตามคลองบางระมาด เขตตลิ่งชัน ประกอบภาพเคลื่อนไหว กราฟิกพร้อมเสียงบรรยาย ความยาว 9.39 นาที ตามลิงค์ <https://www.youtube.com/watch?v=5zXE-fs4Z2o>

#### 2. ตลิ่งชัน (บทนำ) อธิบายลักษณะโดยรวมของเขตตลิ่งชัน

3. เส้นทางไหว้พระ 9 วัด ประกอบด้วย ข้อมูลประวัติความเป็นมา สิ่งน่าสนใจ แผนที่จาก google map และภาพนิ่งของทั้ง 9 วัด ได้แก่ วัดโพธิ์ วัดมะกอก วัดจำปา วัดกระจิง วัดทอง วัดสมรโกฏิ วัดมณฑป วัดช่างเหล็กและวัดตลิ่งชัน

#### 4. แผนที่ท่องเที่ยวไหว้พระ 9 วัด และ 4 ตลาดน้ำ

5. ท่องเที่ยว 4 ตลาดน้ำ ประกอบด้วย ข้อมูลสถานที่ตั้ง สินค้าที่น่าสนใจ แผนที่จาก google map ภาพนิ่งแสดงสินค้าประเภทต่างๆ และบรรยายภาพที่น่าสนใจของ ตลาดน้ำคลองลัดมะยม ตลาดน้ำตลิ่งชัน ตลาดน้ำวัดตลิ่งชันรวมทั้งตลาดน้ำวัดสะพาน

#### 5. ภาพประทับใจ รวมภาพนิ่งนำประทับใจที่ผู้วิจัยพบระหว่างการเดินทางสำรวจพื้นที่

#### 6. [www.facebook.com/talingchantour](http://www.facebook.com/talingchantour)

#### 7. ลิ้งค์ การเชื่อมต่อหน้าเว็บไซต์ไปยังเว็บไซต์ของสำนักงานเขตตลิ่งชันและแหล่งข้อมูลอื่นๆ

## 5.2 อภิปรายผล

จากการพัฒนาสื่อวีดิทัศน์ชุด ตลาดน้ำทำให้พบว่า ตลาดน้ำยังคงเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มักใช้เวลาในวันหยุดเดินทางไปเดินเที่ยวตลาดน้ำซึ่งในพื้นที่เขตตลิ่งชันมีอยู่ 4 ด้วยกันคือ ตลาดน้ำคลองลัดมะยม ตลาดน้ำตลิ่งชัน ตลาดน้ำวัดตลิ่งชัน ตลาดน้ำวัดสะพาน ซึ่งปัจจุบันปริมาณนักท่องเที่ยวมีจำนวนลดลงจากปกติเนื่องจากภาวะเศรษฐกิจที่ซบเซาแต่อาจเพิ่มสูงขึ้นในช่วงวันหยุดยาวหรือวันหยุดเทศกาลส่วนตลาดน้ำวัดจำปาซึ่งปัจจุบันปิดบริการไปแล้ว โดยที่อาจเป็นผลมาจากการวางแผนให้การสนับสนุนของหน่วยงานที่คอยช่วยเหลือกำกับดูแลที่อาจต้องสร้างจุดเด่นของแต่ละตลาดขึ้นมาเป็นจุดขายให้ได้และหากได้รับความนิยามแล้วก็ต้องรักษามาตรฐานด้าน ราคา ความสะอาดของสินค้าและสถานที่ตลอดจนการให้บริการแบบกันเองซึ่งเป็สิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการการได้รับสื่อวีดิทัศน์ที่สามารถสื่อสารภาพลักษณ์ที่ดีผ่านช่องทางของเว็บไซต์ 2 ภาษาจะช่วยให้นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติสามารถเข้าถึงข้อมูลด้านการท่องเที่ยวได้โดยง่ายทุกสถานที่และเวลาเป็นประโยชน์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวและส่งเสริมการตลาดแก่ผู้ประกอบการกลุ่มต่างๆที่อยู่ในพื้นที่เขตตลิ่งชัน

จากการพัฒนาสื่อวีดิทัศน์ชุด 9 วัดทำให้พบว่าในพื้นที่เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร ยังมีเส้นทางท่องเที่ยวทางน้ำที่น่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยวเพิ่มเติมอีกและถือเป็นเส้นทางใหม่ คือเส้นทางไหว้พระ 9 วัดตามเส้นทางคลองบางระมาด ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเช่าเรือได้จากตลาดน้ำคลองลัดมะยมเดินทางไหว้พระทำบุญ 9 วัดในหนึ่งวันตามความเชื่อของพุทธศาสนิกชนว่าจะได้ผลบุญมากเป็นการขจัดปัดเป่าสิ่งไม่ดีออกจากตัว ซึ่งเส้นทางนี้จะประกอบไปด้วย วัดโพธิ์ วัดมะกอก วัดจำปา วัดกระจิง วัดทอง วัดสมรโกฏิ วัดมณฑป วัดตลิ่งชันและวัดสะพาน แต่ละวัดมีจุดเด่น ความสวยงามของศิลปะการก่อสร้าง ประวัติความเป็นมาที่แตกต่างกันทั้งนี้ผู้

ในขณะที่การพัฒนาสื่อวีดิทัศน์ส่งเสริมการตลาดและการท่องเที่ยวชุด 4 ตลาดน้ำช่วยให้นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นตลาดน้ำ 4 แห่งในเขตพื้นที่ตลิ่งชัน กรุงเทพมหานครในรูปของสื่อวีดิทัศน์ที่ผู้ชมสามารถเข้าใจเนื้อหาได้ง่ายจากภาพเคลื่อนไหวและเสียงบรรยายประกอบ ด้วยความยาว 9.39 นาที ให้ข้อมูลในด้านที่ตั้ง แผนที่เดินทางทางน้ำ ลักษณะเด่นสินค้าและบริการที่มีพร้อมให้บริการแก่นักท่องเที่ยว

วีดิทัศน์ทั้ง 2 ชุดมีลักษณะตรงกับข้อสรุปผลงานวิจัยของ สมศักดิ์ คล้ายสังข์ (2553) เรื่องการพัฒนาสื่อวีดิทัศน์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงคราม ที่ว่า “สื่อวีดิทัศน์ควรมีความยาว 10 นาที ภาพที่ใช้ควรเป็นการผสมผสานกันของภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว กราฟิก และข้อความซึ่งรูปแบบรายการที่เหมาะสมสำหรับการแนะนำการท่องเที่ยว คือ สารคดีแนะนำการท่องเที่ยว (Documentary Program) โดยมีเสียงบรรยายเป็นเสียงผู้หญิง ดนตรีบรรเลง และเพลงประกอบเป็นแบบไทยสากล” สุดท้ายรายละเอียดที่ควรแสดงไว้ในรายการแนะนำการท่องเที่ยว คือ จุดเด่นและความน่าสนใจ และชื่อสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความจำป่อนักท่องเที่ยวในการค้นหาข้อมูลก่อนหรือระหว่างเดินทางไปท่องเที่ยว ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการผลิตสื่อวีดิทัศน์ให้มีลักษณะตามที่นักท่องเที่ยวสนใจตามองค์ประกอบดังกล่าวเพื่อให้ได้รับสื่อวีดิทัศน์ที่มีประสิทธิภาพในการประชาสัมพันธ์และสื่อสารข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว

นอกจากนี้จากการที่ผู้วิจัยได้ออกแบบและผลิตสื่อออนไลน์ประเภทเว็บไซต์ส่งเสริมการตลาดและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นช่องทางในการนำเสนอข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเส้นทางน้ำในพื้นที่เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย สื่อวีดิทัศน์ เส้นทางไหว้พระ 9 วัด เส้นทางท่องเที่ยว 4 ตลาดน้ำ แผนที่ท่องเที่ยวไหว้พระ 9 วัด และ 4 ตลาดน้ำ ภาพนิ่งแสดงสินค้าประเภทต่างๆ และบรรยากาศที่น่าสนใจ การสร้างเครือข่ายในสื่อสังคมออนไลน์ผ่าน [www.facebook.com/talingchantour](http://www.facebook.com/talingchantour) และการเชื่อมโยงไปยังแหล่งข้อมูลเพิ่มเติม อื่นๆ ทั้งนี้ เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายในทุกสถานที่และทุกเวลา เป็นการส่งเสริมการตลาดและส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชน และตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องด้านท่องเที่ยวในพื้นที่เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร ตามผลการสรุปจากการสนทนากลุ่มที่ต้องการให้ผู้วิจัยผลิตสื่อที่ควรมีสื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวที่ให้ข้อมูลแนะนำเรื่องสินค้าและบริการที่มีอยู่ในสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นตลาดหรือประวัติความเป็นมาของวัด พร้อมแนะนำเส้นทางในการเดินทางด้วย เพื่อให้นักท่องเที่ยวในยุคดิจิทัลเกิดความสะดวกในการรับข้อมูลที่มากเพียงพอก่อนหรือระหว่างเดินทางท่องเที่ยวซึ่งจะช่วยเพิ่มรายได้ให้แก่ผู้ประกอบการได้อีกทางหนึ่ง

### 5.3 ข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยขอเสนอแนะข้อมูลต่างๆที่ได้จากการเดินทางไปสำรวจข้อมูลในพื้นที่ เพื่อเป็นประโยชน์สำหรับผู้ที่สนใจและต้องการค้นคว้าและอาจทำการศึกษาวิจัยต่อเนื่องจากผลสรุปของการวิจัยที่ได้นำเสนอไว้แล้ว ดังนี้

#### 5.3.1 ข้อเสนอแนะทั่วไป

5.3.1.1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งระดับท้องถิ่นและระดับจังหวัด ควรให้การสนับสนุนส่งเสริมในด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลของสถานที่ท่องเที่ยวในพื้นที่เพิ่มมากขึ้นในสื่อประเภทออนไลน์แบบแอปพลิเคชัน

5.3.1.2. หน่วยงานท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องควรให้การสนับสนุนส่งเสริมการจัดกิจกรรมในด้านการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น เพราะการท่องเที่ยวจะสามารถเพิ่มรายได้ให้กับประชาชนในพื้นที่เพิ่มมากขึ้นและจะสามารถช่วยสร้างแรงจูงใจให้กับนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

5.3.1.3. ควรมีการสำรวจ พัฒนาและส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวใหม่ให้เกิดขึ้น เพื่อเพิ่มคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่นการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นให้ทั่วถึง

#### 5.3.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

5.3.2.1. ควรส่งเสริมให้มีการจัดทำผลงานวิจัยด้านการผลิตสื่อส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวในพื้นที่อื่นๆเพิ่มเติมอย่างต่อเนื่องเพื่อเป็นการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยว

5.3.2.2. ควรส่งเสริมให้มีการจัดทำผลงานวิจัยเชิงลึกของสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆในแต่ละพื้นที่เพิ่มขึ้นเพื่อเป็นแหล่งข้อมูลอ้างอิงต่อไปในอนาคต