

การพัฒนาคลิปสั้นบนแอปพลิเคชันติ๊กต็อกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีชุมชน
หมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์

Development of Short Clip on TikTok Application to Promote Community-Based
Tourism at Elephant Villages in Surin Province

วรรณพร ไทยอาจ^{1*} พีรวัส อินทวิ¹ ฟาดล สมบรรณ² นวัฏกร โปธิสาร³ วรรณนา ศาลางาม⁴ และ กิตินันท์ มาดี⁴
Wanapon Thairat^{1*}, Peerawas Intawee¹, Fahdol Somban², Nawuttagorn Potisarn³, Wanna Salangam⁴,
and Kitinan Madee⁴

สำนักศิลปะและวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์^{1*}

สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดสุรินทร์²

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์³

บ้านหนองบัว ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์⁴

Office of Arts and Culture, Surindra Rajabhat University^{1*}

Surin Cultural Office²

Rajamangala University of Technology Isan, Surin Campus³

Nongbua Village, Krapo Sub-District, Tha Tum District, Surin Province⁴

*Corresponding author, e-mail: maprang00019@gmail.com

วันที่รับบทความ: 3 ธันวาคม 2566; วันแก้ไขบทความ: 13 ธันวาคม 2566; วันตอบรับบทความ: 13 ธันวาคม 2566

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้จึงได้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อพัฒนาคลิปสั้นบนแอปพลิเคชันติ๊กต็อกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีชุมชนหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ และ 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของชุมชนที่มีต่อคลิปสั้นที่พัฒนาขึ้น กลุ่มเป้าหมายสำหรับการสัมภาษณ์ จำนวน 1 คน คือ เจ้าอาวาสวัดป่าอ้อเจียง กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนในพื้นที่หมู่บ้านช้าง ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์ จำนวน 30 คน เลือกกลุ่มตัวอย่างโดยการสุ่มแบบสะดวก เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยนี้ คือ คลิปสั้นบนแอปพลิเคชันติ๊กต็อก และแบบสอบถามออนไลน์ วิเคราะห์ข้อมูลทั้งเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์ และเก็บข้อมูลความต้องการของคลิปสั้น และเชิงปริมาณด้วยสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัย พบว่า ผลการพัฒนาคลิปสั้นบนแอปพลิเคชันติ๊กต็อกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีชุมชนหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ พบว่า คลิปสั้นบนแอปพลิเคชันติ๊กต็อกที่มีความยาว 49 วินาที มีเนื้อหาสาระ จำนวน 6 เรื่อง ดังนี้ 1. แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดยาวกับวิถีชีวิตคนเลี้ยงช้าง 2. แนะนำการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติ 3. แนะนำศูนย์คชอาณาจักร 4. แนะนำการศึกษาและจุดเช็คอินที่สำคัญ 5. แนะนำวัดป่าอ้อเจียง 6. แนะนำโฮมสเตย์ที่พักรับรองบ้านหนองบัว และผลการศึกษาความพึงพอใจของชุมชนที่มีต่อคลิปสั้นโดยรวมอยู่ในระดับมาก

คำสำคัญ: คลิปสั้น แอปพลิเคชันติ๊กต็อก การท่องเที่ยววิถีชุมชน หมู่บ้านช้าง จังหวัดสุรินทร์

Abstract

This research aimed 1) to develop a short clip on the TikTok application to promote community-based tourism at Elephant villages in Surin province and 2) to study the community's satisfaction of the short clip developed. The target group for the interview was one person who was Pa Ar Jiang temple' abbot. The sample group consisted of 30 people living in the area of Elephant villages, Krapho sub-district, Tha Tum district, Surin province. The sample group was selected by convenience random sampling. The tools used in this research were a short clip on the TikTok application and online questionnaires. The research analyzed both qualitative data from interviews and collected the needs of short clip. And analyzed the quantitatively with basic statistics such as frequency, percentage, mean, and standard deviation. The research results found that the development of short clip on the TikTok application to promote community-based tourism at Elephant villages in Surin province has 49 seconds of clip length. There are 6 storylines including 1. recommend places to visit during the long holiday with the way of life of elephant keepers, 2. recommend nature conservation tourism, 3. introduce the Elephant Kingdom Surin, 4. introduce the Elephant World Surin and important check-in, 5. recommend Pa Ar Jiang temple, and 6. recommended homestays at Nong Bua village. The results of studying the overall community's satisfaction of the short clip developed was at a high level.

Keywords: Short Clip, TikTok Application, Community-Based Tourism, Elephant Village, Surin Province

บทนำ

จากการที่รัฐบาลได้ประกาศแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566 - 2570) เมื่อวันที่ 24 ตุลาคม 2565 ให้ใช้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 ฉบับนี้ ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2565 - 30 กันยายน 2570 ซึ่งสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2566 : 41) ได้อธิบายเพิ่มเติมที่เกี่ยวข้องกับการทำให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายของการท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพและความยั่งยืน โดยการดำเนินงานจะต้องอยู่บนหลักการของความยั่งยืน ซึ่งหมายถึง การคำนึงถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับธรรมชาติและระบบนิเวศ การมีส่วนร่วมของชุมชน การกระจายผลประโยชน์ที่เป็นธรรมให้กับท้องถิ่น การคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมดั้งเดิมของท้องถิ่น และการมอบประสบการณ์ที่มีคุณค่าให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งจะเห็นว่ารัฐบาลได้ให้ความสำคัญต่อการจัดการการท่องเที่ยววิถีชุมชนมากขึ้น

หมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ ตั้งอยู่ในเขตพื้นที่ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์ เป็นหมู่บ้านที่มีชื่อเสียงอย่างยิ่งในระดับชาติและนานาชาติว่า มีช้างที่อยู่รวมกันมากเป็นอันดับต้น ๆ ของประเทศ หมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ ครอบคลุมหมู่บ้านในเขตพื้นที่ตำบลกระโพ ได้แก่ บ้านกระโพ บ้านจินดา บ้านตากกลาง บ้านศาลา บ้านหนองบัว บ้านตาทิตย์ บ้านภูดิน เป็นต้น ซึ่งในงานวิจัยนี้จะศึกษาช่วงระยะเวลาหนึ่ง คือ ช่วงประเพณีเข้าพรรษา โดยหมู่บ้านดังกล่าวข้างต้นในช่วงประเพณีนี้จะจะมีไม่กี่ยุคหมู่บ้านที่จะมีประเพณีบวชนาคช้าง เช่น วัดแจ้งสว่าง ซึ่งอยู่ในเขตบ้านตากกลาง วัดโพธิ์ทอง ซึ่งอยู่ในเขตบ้านกระโพ และวัดป่าอ้อเจียง ซึ่งอยู่ในเขตบ้านหนองบัว จะเห็นว่าประเพณีที่เกี่ยวข้องกับวิถีของช้างยังคงสืบทอดมาจนถึงปัจจุบันนี้ (อนุชิต สีโสมรส, 2552 : 77 -78; พระอธิการสายแพร กตปุญโญ,

2563 : 578 - 582) และในปัจจุบันจังหวัดสุรินทร์เป็นจังหวัดหนึ่งที่ได้รับการส่งเสริมให้เป็นจังหวัดแหล่งท่องเที่ยวเมืองรอง เนื่องจากมีงานแสดงช้างที่จัดขึ้นเป็นประจำทุกปี ปัจจุบันเป็นปีที่ 61 ซึ่งทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศในนาม “สุรินทร์เมืองช้าง” มี “หมู่บ้านช้าง” และ “งานแสดงช้าง” เป็นเสมือนสัญลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวของจังหวัด (สำนักงานสถิติจังหวัดสุรินทร์, 2565 : XII - XV) อย่างไรก็ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติได้กำหนดให้นักท่องเที่ยวเห็นเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมดั้งเดิมของท้องถิ่นมากขึ้น จึงจำเป็นต้องส่งเสริมให้เกิดการรับรู้วิถีชุมชนคนเลี้ยงช้างแก่นักท่องเที่ยว โดยจำเป็นต้องหาวิธีการที่เหมาะสมกับคนในยุคปัจจุบันที่มีการใช้ชีวิตวิถีใหม่ (New Normal) ในรูปแบบออนไลน์มากขึ้น

จากการศึกษาแนวทางการประชาสัมพันธ์ข่าวสารการท่องเที่ยวด้วยแพลตฟอร์มที่กำลังเป็นที่นิยม เช่น ยูทูบ (YouTube) อินสตาแกรม (Instagram) ทวิตเตอร์ (Twitter) หรือติ๊กต็อก (TikTok) เป็นต้น ล้วนมีความสำคัญต่อการสื่อสารแบบออนไลน์ ซึ่งการจะเลือกใช้แพลตฟอร์มใดที่เหมาะสมก็จะขึ้นอยู่กับพฤติกรรมและความนิยมของกลุ่มเป้าหมาย (พรพิมล วัฒน และ มนต์ ขอเจริญ, 2564 : 28) โดย TikTok เป็นแพลตฟอร์มวิดีโอสั้นที่มีความยาวไม่เกิน 15 วินาที หรือ 60 วินาที และปัจจุบันมีการเพิ่มความยาวเป็น 10 นาที จากสถิติที่ประเทศจีน ปี พ.ศ. 2565 พบว่า มีจำนวนผู้ใช้คลิปล้านในจีนถึง 962 ล้านคน คิดเป็น 91.5% ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตทั้งหมด โดยคลิปล้านนั้นได้กลายเป็นช่องทางสื่อใหม่ที่สำคัญสำหรับชาวจีนในการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร (Li et al., 2023 : 1) อย่างไรก็ตามหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์มีความจำเป็นที่จะต้องส่งเสริมการท่องเที่ยวและประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งเน้นวิถีชุมชนคนเลี้ยงช้างให้มากขึ้น เพื่อสร้างอัตลักษณ์ที่โดดเด่น ดึงดูดนักท่องเที่ยวได้หลากหลาย ดังเช่นการประชาสัมพันธ์ทุนทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ที่เกี่ยวข้องกับประเพณี ความเชื่อ และวิถีการดำเนินชีวิต เป็นต้น

ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงได้ศึกษาวิถีชุมชนหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์และพัฒนาคลิปล้านบนแอปพลิเคชันติ๊กต็อกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีชุมชนหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ ทั้งนี้เพื่อให้เกิดช่องทางในการสื่อสารไปยังผู้บริโภคที่มีพฤติกรรมชอบใช้งาน TikTok อีกทั้งแอปพลิเคชันยังมีเทคนิคในการพัฒนาที่ทันสมัยด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) ทำให้สามารถเพิ่มโอกาสให้มีผู้เข้าชม TikTok มากขึ้น จนกลายมาเป็นนักท่องเที่ยววิถีชุมชนหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์และเพิ่มรายได้ให้กับชุมชนต่อไปได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อพัฒนาคลิปล้านบนแอปพลิเคชันติ๊กต็อกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีชุมชนหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของชุมชนที่มีต่อคลิปล้านบนแอปพลิเคชันติ๊กต็อกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีชุมชนหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์

การทบทวนวรรณกรรม

งานวิจัยนี้เป็นการพัฒนาคลิปล้านบนแอปพลิเคชันติ๊กต็อกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีชุมชนหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ ซึ่งมีแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาดังนี้

ทิพย์วิมล ประเสริฐศรี และคณะ (2564 : 104) ได้กล่าวถึง แนวคิดทุนทางวัฒนธรรมกับการท่องเที่ยว ซึ่งทุนทางวัฒนธรรมสามารถพัฒนาเป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนได้ โดยการนำทุนทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิตมาเชื่อมโยงเข้าหากันโดยเฉพาะวิถีชีวิตของชุมชนที่ผูกพันกับช้าง ดังนั้นการดำเนินชีวิตของชุมชนที่มีรากฐานและทุนทางวัฒนธรรมที่เข้มแข็ง จะนำไปสู่การสืบสานและการดำรงอยู่ของรากฐานและทุนทางวัฒนธรรมที่เข้มแข็งได้เช่นกัน อย่างไรก็ตาม ดารณี พลอยจั่น (2559 : 15) ได้เสนอกลยุทธ์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ

ชุมชนชาวเผ่าม้ง โดยใช้การประชาสัมพันธ์ข่าวสารเผยแพร่กิจกรรมการท่องเที่ยว หรือทำสื่อเพื่อแสดงให้เห็นคุณค่าทางวัฒนธรรมและกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเข้ามาสัมผัสกับชุมชนมากขึ้น Anom et al. (2020 : 130) กล่าวว่า ควรมีการส่งเสริมให้มีการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์เพื่อนำเสนอแง่มุมต่าง ๆ ที่สามารถส่งเสริมศักยภาพของทุนทางวัฒนธรรมได้ โดยสามารถใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อสร้างความรู้สึกร่วมกัน

Li et al. (2023 : 1, 10) ได้กล่าวถึง แนวคิดสื่อสังคมออนไลน์และพฤติกรรมผู้ใช้งานแพลตฟอร์ม TikTok โดยพบว่า จากสถิติที่ประเทศจีน ปี พ.ศ. 2565 พบว่า มีจำนวนผู้ใช้คลิปสั้นในจีนถึง 962 ล้านคน คิดเป็น 91.5% ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตทั้งหมด โดยคลิปสั้นนั้นได้กลายเป็นช่องทางสื่อใหม่ที่สำคัญสำหรับชาวจีนในการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร อย่างไรก็ตามในงานวิจัยได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการโต้ตอบเชิงลบของผู้ใช้ที่มีต่อคลิปสั้น บน TikTok โดยพบว่า การมีปฏิสัมพันธ์เชิงลบของผู้ใช้กับ TikTok ไม่ขึ้นอยู่กับคุณค่าและคุณภาพของคลิปสั้น เนื่องจากว่าผู้ใช้งานมีความกังวลในนโยบายความเป็นส่วนตัวมากขึ้น ดังนั้นแม้ผู้ใช้งานจะนิยมใช้ TikTok เป็นจำนวนมาก แต่ความปลอดภัยและการรู้ดิจิทัลก็มีมากขึ้นด้วย

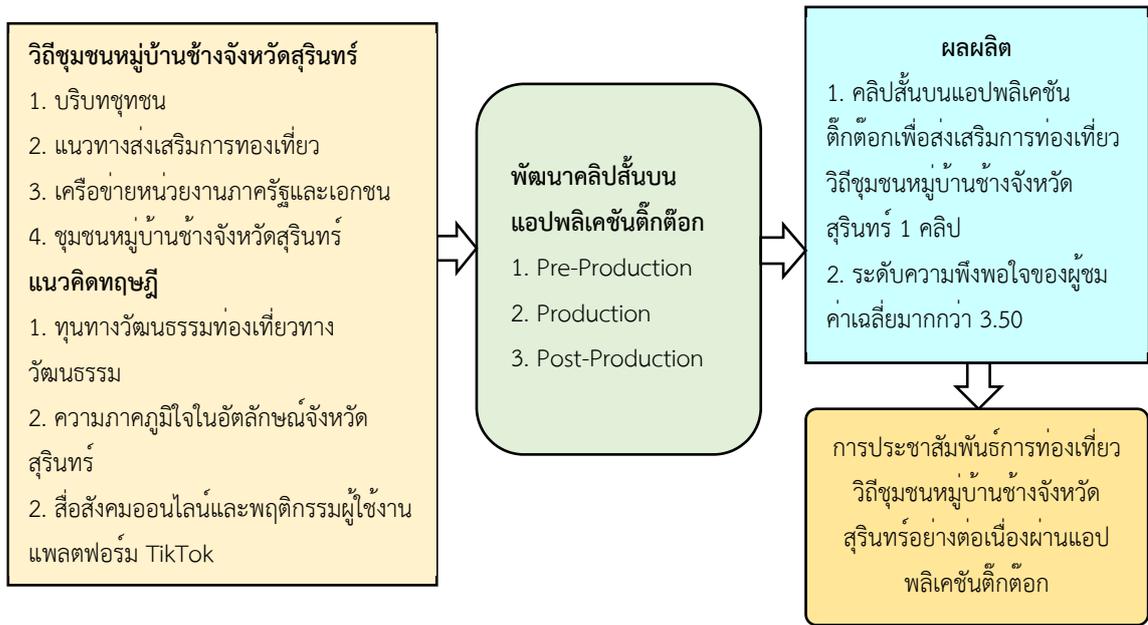
สำหรับผู้ใช้งาน TikTok ที่มีผู้ติดตาม หรือกดถูกใจที่มีข้องเกี่ยวกับวิถีชีวิตของชุมชนคนเลี้ยงช้างจังหวัดสุรินทร์ในหลักล้าน ดังนี้ @sansab555 พลายเอกสิทธิ์กับคราญแสน ที่มียอดคนถูกใจ 1.6M หรือ @jubjangfamily มีผู้ติดตาม 1.5 ล้านคน มียอดถูกใจ 25.2 ล้านคน ล้วนเป็นอินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) ที่มีบทบาทสำคัญของการสืบทอดข้อมูลทางวัฒนธรรม ซึ่งอินฟลูเอนเซอร์ คือ บุคคลที่มีผู้ติดตามเป็นจำนวนมากบนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียที่มีอิทธิพลต่อความคิดเห็นพฤติกรรม และการตัดสินใจซื้อของผู้ติดตาม (แมนดาลา เอไอ, 2565)

ความภูมิใจในความเป็นอัตลักษณ์จังหวัดสุรินทร์ (พระอธิการสายแพร กตปุญโญ, 2563 : 579 - 580) กล่าวว่า ความเชื่อเกี่ยวกับผีปะกำ หรือ ผีบรรพบุรุษของชาวกูยที่สถิตอยู่ศาลปะกำ ที่ชาวกูยเชื่อว่าผีปะกำจะบันดาลโชคดีและโชคร้ายในการคล้องช้างในสมัยโบราณปัจจุบันไม่ว่าชาวกูยจะจัดงานประเพณีบวชนาค หรือทำกิจกรรมพิธีใด ๆ จะมีพิธีการเช่นผีปะกำเสมอ ปัจจุบันพระพุทธรูปก็นำเอาพิธีกรรมเช่นผีปะกำผสมผสานกับพระพุทธรูป ซึ่งการบวชถือเป็นการทดแทนพระคุณบิดามารดา ซึ่งปัจจุบันหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ได้ผสมผสานพิธีกรรมที่เกิดขึ้นจากความหลากหลายความเชื่อ อย่างไรก็ตามหมู่บ้านช้าง จังหวัดสุรินทร์ยังคงปรารถนาที่จะพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

กล่าวโดยสรุป ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้วยทุนทางวัฒนธรรมผ่าน TikTok นั้น เป็นโอกาสที่ดีในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวเข้ามาสัมผัสวิถีชีวิตของชุมชนคนเลี้ยงช้าง อย่างไรก็ตามการพัฒนาคลิปสั้นนั้นจะต้องให้ความสำคัญกับความปลอดภัยและนโยบายความเป็นส่วนตัวของผู้ชมมากขึ้น เพื่อให้เกิดส่วนร่วมในการสื่อสาร เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ได้เต็มประสิทธิภาพ

กรอบแนวคิดในการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการพัฒนาคลิปสั้นบนแอปพลิเคชันติ๊กต็อกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีชุมชนหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ มีกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

จากภาพที่ 1 ในกระบวนการพัฒนาคลิปสั้นบนแอปพลิเคชันติ๊กต็อก งานวิจัยนี้ได้มีการศึกษาวิถีชุมชนหมู่บ้านข้างจังหวัดสุรินทร์ ได้แก่ บริบทชุมชน แนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยว เครือข่ายหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ชุมชนบ้านกระโพ บ้านตากกลาง บ้านจินดา บ้านภูดิน บ้านศาลา บ้านหนองบัว และบ้านตาতিตย์ และแนวคิดทฤษฎีประกอบด้วย แนวคิดทุนทางวัฒนธรรมทั้งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ ซึ่งทุนทางวัฒนธรรมในเขตหมู่บ้านข้างจังหวัดสุรินทร์ เช่น ศาลปู่ต้าวังทะเล ศาลปะกำ ศาลาเอราวัณ หอชมวิว วัดแจ้งสว่าง คชอนาจักร ศูนย์คชอนาจักร เรือนพื้นถิ่นชาวภูย พิระมิต วงเวียนพระครูปะกำช้าง งานเทศกาลประเพณีบวชนาคช้าง พิธีบวงสรวงดอนบพพิธีแต่งงานบนหลังช้าง พิธีแห่นบพ พิธีแห่นโพนตา เป็นต้น และจะส่งเสริมให้เกิดผลกระทบต่อการท่องเที่ยวที่สนใจเดินทางมาท่องเที่ยวชมทุนทางวัฒนธรรมข้างต้น แนวคิดผลิตภัณฑ์และบริการทางวัฒนธรรม แนวคิดสื่อสังคมออนไลน์ แนวคิดพฤติกรรมผู้ใช้งานแพลตฟอร์ม และแนวคิดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ซึ่งแนวคิดดังกล่าวข้างต้นจะนำไปสู่ผลที่เกิดขึ้นต่อชุมชน เช่น การรับรู้แหล่งทุนทางวัฒนธรรม โดยเฉพาะเอนฟลูเอนเซอร์ที่จะเข้ามาเที่ยวชมพื้นที่ สร้างเนื้อหา (Content) สู่ผู้ชมในโลกออนไลน์ให้เกิดการรับรู้อัตลักษณ์จังหวัดสุรินทร์ เกิดความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์จังหวัดสุรินทร์ และเกิดการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยววิถีชุมชนหมู่บ้านข้างจังหวัดสุรินทร์อย่างต่อเนื่องผ่านแอปพลิเคชันติ๊กต็อก

วิธีการดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาวิจัยเพื่อพัฒนาคลิปสั้นบนแอปพลิเคชันติ๊กต็อกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีชุมชนหมู่บ้านข้างจังหวัดสุรินทร์ โดยมีวิธีดำเนินงานวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มเป้าหมายสำหรับการสัมภาษณ์ คือ พระครูสมุห์หาญ ปัญญาโร เจ้าอาวาสวัดป่าอาเจียง บ้านหนองบัว ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ชุมชนในพื้นที่หมู่บ้านข้าง ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์ จำนวน 30 คน เลือกกลุ่มตัวอย่างโดยการเลือกแบบสะดวก (Convenience Sampling)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและการหาคุณภาพของเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยนี้ คือ คลิปสั้นบนแอปพลิเคชันติ๊กต็อก และแบบสอบถามออนไลน์ โดยคลิปสั้นบนแอปพลิเคชันติ๊กต็อก มีขั้นตอนในการพัฒนา ดังนี้

1. ขั้น Pre-Production ดำเนินการศึกษาวีดิโอชุมชนหมู่บ้านข้างจังหวัดสุรินทร์ ทูทางวัฒนธรรมผลิตภัณฑ์และบริการทางวัฒนธรรมของแต่ละชุมชน พิธีกรรมและประเพณีที่เกี่ยวข้องกับข้าง และออกแบบการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมโดยยึดงานประเพณีบุญไหลมเจียงเป็นหลัก ซึ่งจัดขึ้นในวันที่ วันที่ 23 กรกฎาคม 2566 เป็นงานประเพณีที่เกี่ยวข้องการวันเขาพรรยา การออกบวชแห่นาคบนหลังข้าง ออกแบบเส้นเรื่อง ออกแบบสคริปต์ เก็บข้อมูลภาพนิ่ง และภาพเคลื่อนไหว

2. ขั้น Production ดำเนินการสร้างคลิปสั้นด้วยแอปพลิเคชันติ๊กต็อก และโปรแกรมตกแต่งภาพด้วยโทรศัพท์มือถือ ทำการประเมินคุณภาพของคลิปสั้นด้วยผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับสื่อสังคมออนไลน์และการสื่อสาร จำนวน 3 ท่าน ได้ค่าเฉลี่ย 4.67 ได้ปรับปรุงคลิปสั้นให้สมบูรณ์ก่อนอัปโหลดและเผยแพร่ต่อไป

3. ขั้น Post-Production ดำเนินการใช้งานเครื่องมือผู้สร้างบนแอปพลิเคชันติ๊กต็อก ได้แก่ เมนูการวิเคราะห์เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับประสิทธิภาพของวิดีโอ ตรวจสอบยอดเข้าชมวิดีโอ ยอดการดูโปรไฟล์ และจำนวนผู้ติดตาม ข้อมูลความคิดเห็น และข้อมูลการแชร์ และเมนูโปรโมทเพื่อสร้างโฆษณาให้มีผู้ค้นพบวิดีโอมากขึ้น และเพิ่มโอกาสในการเพิ่มจำนวนผู้ติดตาม

สำหรับการหาคุณภาพของแบบสอบถาม ด้วยวิธีหาค่า IOC จากผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับทูทางวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม จำนวน 3 ท่าน ได้ค่าระหว่าง 0.67 – 1.00 จึงจะสามารถใช้ข้อคำถามได้ และได้หาค่าเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ได้ค่า 0.924

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยนี้ได้ขอเก็บรวบรวมข้อมูลชุมชน เป็นระยะเวลา 1 เดือน คือ เดือน กรกฎาคม 2566 ข้อมูลที่เก็บรวบรวมข้อมูล เป็นข้อมูลภาพถ่าย ภาพเคลื่อนไหว และการสัมภาษณ์จากเจ้าอาวาสวัดป่าอานเจียง ผลที่ได้จากการรวบรวมข้อมูล ได้นำไปออกแบบจัดทำเป็นคลิปสั้นและเก็บข้อมูลเชิงปริมาณจากกลุ่มตัวอย่าง

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

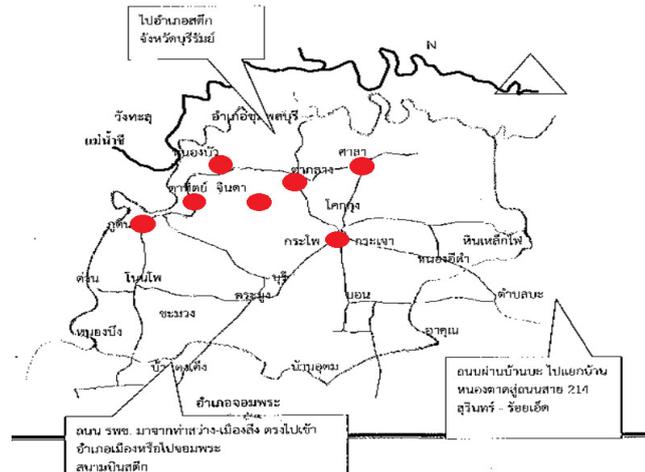
งานวิจัยนี้วิเคราะห์ข้อมูลทั้งเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์พระครูสมุห์หาญ ปัญญาโร เจ้าอาวาสวัดป่าอานเจียง บ้านหนองบัว ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์ เก็บข้อมูลความต้องการของคลิปสั้น เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพิธีที่เกี่ยวข้องกับข้างกันปัจจุบัน และข้อมูลจากประเพณีบุญไหลมเจียงที่เกิดขึ้นจากนั้นสังเคราะห์ข้อมูลให้เกิดองค์ข้อมูลการท่องเที่ยววิถีชุมชนหมู่บ้านข้างจังหวัดสุรินทร์ และเชิงปริมาณด้วยสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย

1. ผลการพัฒนาคลิปสั้นบนแอปพลิเคชันติ๊กต็อกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีชุมชนหมู่บ้านข้างจังหวัดสุรินทร์

1.1 ผลการศึกษาวีดิโอชุมชนหมู่บ้านข้างจังหวัดสุรินทร์

หมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ ตั้งอยู่ในเขตพื้นที่ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์ โดยชุมชนหมู่บ้านช้าง คือ ชุมชนที่มีการเลี้ยงช้างอยู่ในบ้านเรือนของตน ได้แก่ บ้านกระโพ บ้านตากกลาง บ้านจินดา บ้านภูดิน บ้านศาลา บ้านหนองบัว และบ้านตาทิตย์ เมื่อสำรวจแผนที่พบว่าชุมชนจะอยู่ในบริเวณโซนตอนบนของเขตตำบลกระโพ แผนที่ดังภาพที่ 1 ลักษณะโรงเรียนเลี้ยงช้าง ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 แผนที่ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์

ที่มา: องค์การบริหารส่วนตำบลกระโพ (2562 : 4)

จากภาพที่ 2 ชุมชนที่มีการเลี้ยงช้างจะอยู่รวมกลุ่มเป็นพื้นที่ในวงกว้าง ซึ่งจะเห็นว่าบริเวณที่อยู่อาศัยจะอยู่ใกล้แหล่งน้ำ จากแผนที่แม่น้ำที่ไหลผ่านคือ แม่น้ำมูลกับแม่น้ำชี ที่ไหลมาบรรจบกันที่วังทะลุ



ภาพที่ 3 โรงเรียนเลี้ยงช้างพลายมงคล ณ บ้านพ่อลีชุมชนบ้านตาทิตย์

ที่มา: วรณพร ไทยอาจ (2566)

จากภาพที่ 3 แสดงถึงโรงเรือนเลี้ยงช้างจะอยู่ในบริเวณบ้าน ลักษณะของโรงเรือนจะสูงโปร่ง หลังคาจะถูกยกสูงเพื่อให้มีอากาศถ่ายเท เมื่อเดินทางไปเยือนที่ชุมชน ก็จะพบช้างถูกล่ามโซ่ไว้ที่โรงเรือน อย่างไรก็ตาม ในบางชุมชนอาจจะไม่พบช้าง ทั้งนี้เนื่องจากช้างจะมีกิจกรรมที่ศูนย์คชศึกษา และศูนย์คชอาณาจักรที่จะให้การต้อนรับ นักเดินทางที่เดินทางมาท่องเที่ยวหมู่บ้านช้าง

ศูนย์คชศึกษา เป็นหน่วยงานภายใต้การดูแลขององค์การบริหารส่วนจังหวัดสุรินทร์ ตั้งอยู่ในเขตพื้นที่บ้านตากกลาง ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์ โดยศูนย์คชศึกษาตั้งอยู่ใกล้เคียงกับโครงการโลกของช้าง (Elephant World) ที่มีสถาปัตยกรรมอันยิ่งใหญ่งดงามตั้งอยู่ เช่น หอชมวิว พีร์มิด พิพิธภัณฑ์โรงช้างสำคัญ สนามแสดงช้างศูนย์คชศึกษา เป็นต้น ในขณะที่ศูนย์คชอาณาจักร เป็นหน่วยงานภายใต้การดูแลขององค์การสวนสัตว์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ ตั้งอยู่บ้านภูดิน ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์ มีพื้นที่ในป่าสงวนแห่งชาติดงภูดิน ประมาณ 3,000 ไร่ ซึ่งได้รับอนุญาตจากกรมป่าไม้ให้เป็นพื้นที่เลี้ยงดูช้าง มีการแบ่งพื้นที่ทำกิน และที่อยู่อาศัย โดยมุ่งหมายให้ชุมชนได้อยู่เป็นหลักแหล่ง

ประเพณีสำคัญ จากการสัมภาษณ์ พระครูสมุห์หาญ ปัญญาโร (สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 10 กรกฎาคม 2566) เจ้าอาวาสวัดป่าอาเจียง บ้านหนองบัว ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์ พบว่า ประเพณีสำคัญจะสอดคล้องกับฮีต 12 คอง 14 ซึ่งเป็นประเพณีที่จัดขึ้นเป็นประจำทุกปีและมีความสัมพันธ์ผูกพันกับช้างมาตั้งแต่สมัยอดีตจนถึงปัจจุบัน ดังนี้ ประเพณีเดือนอ้าย เป็นงานบุญเข้ากรรม (ปริวาสกรรม) เป็นการปฏิบัติธรรมให้ถูกต้องตามพระธรรมวินัย ประเพณีเดือนยี่ เป็นงานบุญคุณลาน เป็นการสู้ขวัญข้าว ประเพณีเดือนสาม เป็นงานบุญข้าวจี่ เป็นการทำข้าวจี่ ส่วนใหญ่พุทธศาสนิกชนจะนิมนต์พระไปสวดทำบุญที่ชุมชนของตน ประเพณีเดือนสี่ ถ้าเป็นจังหวัดอื่น ๆ ในภาคอีสาน จะเรียกว่า ประเพณีบุญผะเหวด หรือ บุญพระเวส แต่ในชุมชนหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ จะให้ความสำคัญกับช้าง โดยจัดเป็นประเพณีไหว้ครูประกาช้าง ในช่วงของวันช้างไทย (ทุกวันที่ 13 มีนาคม ของทุกปี) ประเพณีเดือนห้าจะเป็นงานบุญวันสงกรานต์สงกรานต์ ประเพณีเดือนหก เป็นงานบวชนาคช้าง ประเพณีเดือนแปด เป็นงานบุญเข้าพรรษา ประเพณีเดือนสิบ เป็นงานบุญข้าวสาก (สารทน้อย) ประเพณีเดือนสิบเอ็ด เป็นงานบุญออกพรรษา และประเพณีเดือนสิบสอง เป็นงานบุญกฐิน

1.2 ผลการออกแบบเส้นเรื่องของคลิปสั้นบนแอปพลิเคชันติ๊กต็อก

ผลงานวิจัย ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการออกแบบเส้นเรื่องของคลิปสั้นบนแอปพลิเคชันติ๊กต็อก

Story Line	
Step 1	 <p>เส้นเรื่อง ในช่วงวันหยุดยาวที่กำลังเกิดขึ้นนี้ ผู้จัดทำมีความตั้งใจแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวให้กับบุคคลทั่วไปได้เข้ามาท่องเที่ยวสัมผัสวิถีชีวิตของคนเลี้ยงช้าง</p> <p>คำบรรยาย หยุดยาวที่จะถึงนี้ ชวนทุกคน ฮีตใจด้วยการเข้ามาสัมผัสกับวิถีชีวิตคนเลี้ยงช้าง</p> <p>ระยะเวลา 0.00 - 0.07 วินาที</p>

ตารางที่ 1 (ต่อ)

		Story Line
Step 2		<p>เส้นเรื่อง หมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ เป็นหมู่บ้านช้างที่ใหญ่ที่สุดในโลก มีการสืบทอดวิถีชีวิตระหว่างคนกับช้างผูกพันกันมายาวนาน ช้างไม่ได้เป็นเพียงสัตว์เลี้ยง แต่เป็นส่วนหนึ่งในครอบครัว จึงมีความต้องการนำเสนอการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์เพื่อสนับสนุนวิถีชีวิตคนเลี้ยงช้างในสืบทอดต่อไป</p> <p>คำบรรยาย ในหมู่บ้านช้างที่ใหญ่ที่สุดในโลก</p> <p>ระยะเวลา 0.07-0.09 วินาที</p>
Step 3		<p>เส้นเรื่อง ศูนย์คชอาณาจักร อยู่ภายใต้โครงการสวนสัตว์ จะเป็นแผนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติ เรียนรู้วิถีชีวิตคนกับช้าง โดยจะให้นักท่องเที่ยวได้เข้าถึงกับบรรยากาศ และความน่ารักของช้าง</p> <p>คำบรรยาย เริ่มจากเข้ามาเยี่ยมชมความน่ารักของช้างที่ศูนย์คชอาณาจักร</p> <p>ระยะเวลา 0.09-0.14 วินาที</p>
Step 4		<p>เส้นเรื่อง ผลงานการออกแบบสถาปัตยกรรมก่ออิฐถือปูนเป็นจุดเช็คอินสำคัญที่ต้องเข้ามาเยี่ยมชมให้ได้ เป็นอาคารอีกแห่งที่มีชื่อเรียกว่า โลกของช้าง จ.สุรินทร์ ประกอบด้วยอาคารที่สร้างจากอิฐเผาสีดินแดงหลายหลังให้ความรู้สึกเหมือนพีระมิด ทั้งยังมีอาคารลานแสดงช้าง อาคารพิพิธภัณฑ์ และหอชมทิวทัศน์</p> <p>คำบรรยาย ต่อด้วย แวะมาเช็คอินถ่ายรูปสวยๆ ที่จุดชมวิว สุดเก๋ และพีระมิดขนาดยักษ์</p> <p>ระยะเวลา 0.14-0.21 วินาที</p>
Step 5		<p>เส้นเรื่อง วัดป่าอ่าเจียง เดิมวัดป่าอ่าเจียงเป็นป่าช้าที่ใช้ฝังศพคนและศพช้าง อ่าเจียง แปลว่า ช้าง กล่าวคือ สถานที่สร้างวัดแห่งนี้ช้างเป็นผู้ให้ ผู้คนรู้จักเพราะบุญบารมีของช้างอีกด้วย ในวัดยังเป็นที่ตั้งของสุสานช้างซึ่งปัจจุบันมีโครงกระดูกช้างมาเก็บเข้าหลุมแล้ว 153 เชือก หากนับรวมกับศพที่ฝังไว้บริเวณสุสานจะมีศพช้างมากกว่า 160 เชือก นอกจากนี้ยังมีศาลาเอราวัณอันเป็นศูนย์รวมจิตใจของชาวบ้านที่มีเอกลักษณ์ไม่เหมือนที่อื่น</p> <p>คำบรรยาย หรือถ้าใครสายมูต้องห้ามพลาด ปักหมุดไปที่วัดป่าอ่าเจียง เยี่ยมชมสุสานช้าง ลานทอผ้า และสักการะบูชาพระประธานที่ศาลาเอราวัณ แอบกระซิบนะค่ะ ว่าศักดิ์สิทธิ์มากๆ</p> <p>ระยะเวลา 0.21-0.36 วินาที</p>

ตารางที่ 1 (ต่อ)

Story Line	
Step 6	 <p>เส้นเรื่อง โหมสเตยเป็นที่พักที่ทำให้เข้าถึงวิถีชีวิตชุมชน อาหารที่บริการถูกจัดขึ้นในท้องถิ่น มีความสดใหม่ เป็นอาหารตามฤดูกาล และมีรสชาติดี นอกจากนี้ยังเป็นอาหารที่หาทานได้แค่ในท้องถิ่นเท่านั้น</p> <p>คำบรรยาย ปิดท้ายทริป ด้วยเมนูอาหารพื้นบ้านจานเด็ดของชาวภูยกุยของลุงประชิด บอกเลยว่าหยุดยาวนี้เพื่อนๆ ไม่ผิดหวังแน่นอนค่ะ</p> <p>ระยะเวลา 0.36-0.52 วินาที</p>

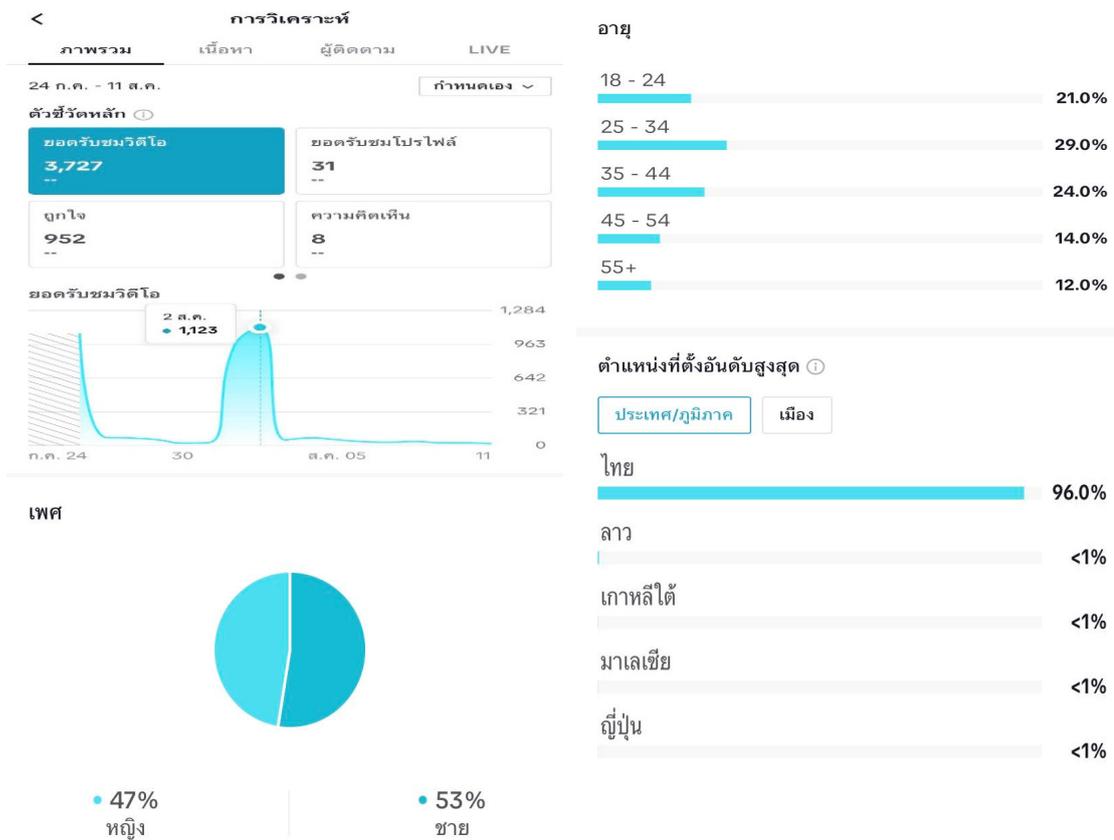
จากตารางที่ 1 พบว่า ได้ออกแบบเส้นเรื่องสำหรับเนื้อหาสาระ จำนวน 6 เส้นเรื่อง ดังนี้ 1. แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดยาวกับวิถีชีวิตคนเลี้ยงช้าง 2. แนะนำการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติ 3. แนะนำศูนย์คชอาณาจักร 4. แนะนำคชอาณาจักรและจุดเช็คอินที่สำคัญ 5. แนะนำวัดป่าอาเจียง 6. แนะนำโหมสเตยที่พักบ้านหนองบัว

1.3 ผลการพัฒนาคลิปสั้นบนแอปพลิเคชันติ๊กต็อกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีชุมชนหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์

ผลการวิจัยการพัฒนาคลิปสั้นสามารถเข้าถึงผ่าน QR Code ดังภาพที่ 4 หรือเข้าผ่านลิงค์ <https://vt.tiktok.com/ZSNQJAJRW> และผลการวิเคราะห์ข้อมูลผู้เข้าชมคลิปสั้นบนแอปพลิเคชันติ๊กต็อกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีชุมชนหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์ ดังภาพที่ 5



ภาพที่ 4 คลิปสั้น TikTok ส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีชุมชนหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์



ภาพที่ 5 ข้อมูลสถิติผู้เข้าชมคลิปสั้นบนแอปพลิเคชันติ๊กต็อก

จากภาพที่ 4 จะเป็นคลิปสั้นที่มีความยาว 49 วินาที และภาพที่ 5 เป็นผลการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติพบว่าในช่วงระยะเวลา 24 กรกฎาคม - 11 สิงหาคม 2566 มียอดรับชมวิดีโอทั้งสิ้น 3,727 ครั้ง โดยผู้เข้าชมโปรไฟล์ 31 คน กดถูกใจ 952 คน และมีแสดงความคิดเห็น 8 คน เมื่อพิจารณาเพศ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 53 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 25 - 34 ปี คิดเป็นร้อยละ 29% และส่วนใหญ่เป็นผู้ชมที่มาจากประเทศไทย คิดเป็นร้อยละ 96%

2. ผลการศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อคลิปสั้นบนแอปพลิเคชันติ๊กต็อกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีชุมชนหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่าง 30 คน ซึ่งส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 80.00 ส่วนใหญ่มีอายุ 22 - 26 ปี จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00 และอยู่ในเขตจังหวัดสุรินทร์ จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00 ที่เข้าชมคลิปสั้นบนแอปพลิเคชันติ๊กต็อก ได้ผลการวิจัยและแปลผลค่าเฉลี่ยตามเกณฑ์ลิเกิร์ต (Likert) ดังนี้ 4.51 - 5.00 คือ ระดับมากที่สุด 3.51 - 4.50 คือ ระดับมาก 2.51 - 3.50 คือ ระดับปานกลาง 1.51 - 2.50 คือ ระดับน้อย และ 1.00 - 1.50 คือ ระดับน้อยที่สุด (บุญชม ศรีสะอาด, 2554 : 103) ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อคลิปสั้นบนแอปพลิเคชันติ๊กต็อก

รายการ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
1. หัวข้อเรื่องคลิปสั้นมีความชัดเจน	4.50	0.68	มาก
2. เนื้อหาสาระมีความถูกต้องตามวิถีชุมชนหมู่บ้านข้างจังหวัดสุรินทร์	4.40	0.67	มาก
3. เนื้อหาสาระมีความครบถ้วนส่งเสริมการท่องเที่ยว	4.40	0.77	มาก
4. ภาพปกของคลิปสั้นน่าดึงดูดให้เข้าชม	4.30	0.75	มาก
5. ยอดรับชมคลิปสั้นมีผลต่อการตัดสินใจให้เข้าชม	4.40	0.77	มาก
6. ภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหวประกอบสอดคล้องกับหัวข้อเรื่อง	4.40	0.67	มาก
7. เทคนิคการตัดต่อคลิปสั้นมีความน่าสนใจและกระตุ้นให้ชมจนจบคลิป	4.33	0.76	มาก
8. คลิปสั้นดึงดูดให้ต้องการไปท่องเที่ยววิถีชุมชนหมู่บ้านข้างจังหวัดสุรินทร์	4.50	0.68	มาก
9. เสียงและจังหวะการบรรยายมีความเหมาะสมกับเนื้อหาที่นำเสนอ	4.47	0.68	มาก
10. เสียงบรรยายสอดคล้องกับภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหวประกอบ	4.37	0.81	มาก
11. ความยาวคลิปมีความเหมาะสม	4.57	0.68	มากที่สุด
12. คลิปดึงดูดให้กดติดตาม กดหัวใจ หรือการตอบข้อความ	4.53	0.78	มากที่สุด
13. สื่อสามารถสื่อสารวิถีชุมชนหมู่บ้านข้างจังหวัดสุรินทร์ชุมชนสู่สากล	4.37	0.76	มาก
14. เกิดความภาคภูมิใจในความเป็นอัตลักษณ์จังหวัดสุรินทร์	4.33	0.76	มาก
15. สื่อสามารถส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีชุมชนหมู่บ้านข้างจังหวัดสุรินทร์	4.47	0.68	มาก
16. ความจำเป็นของการใช้แอปพลิเคชันติ๊กต็อกสื่อสารวิถีชุมชน	4.53	0.68	มากที่สุด
โดยรวม	4.43	0.72	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจที่มีต่อคลิปสั้นบนแอปพลิเคชันติ๊กต็อก โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.43, S.D. = 0.72) เมื่อพิจารณารายข้อ เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าข้ออื่น คือ ความยาวคลิปมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.57, S.D. = 0.68, แปลผลระดับมากที่สุด) คลิปดึงดูดให้กดติดตาม กดหัวใจ หรือการตอบข้อความ (ค่าเฉลี่ย 4.53, S.D. = 0.78, แปลผลระดับมากที่สุด) และความจำเป็นของการใช้แอปพลิเคชัน ติ๊กต็อกสื่อสารวิถีชุมชน (ค่าเฉลี่ย 4.53, S.D. = 0.68, แปลผลระดับมากที่สุด) ตามลำดับ และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าข้ออื่น คือ ภาพปกของคลิปสั้นน่าดึงดูดให้เข้าชม (ค่าเฉลี่ย 4.30, S.D. = 0.75, แปลผลระดับมาก)

สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผล

1. สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษาวิถีชุมชนหมู่บ้านข้างจังหวัดสุรินทร์ ประกอบด้วย บ้านที่มีข้างจะมีโรงเรียนเลี้ยงช้างอยู่ในบริเวณบ้าน ซึ่งจะถูกกล่าวขวัญที่โรงเรียน โดยข้างแต่ละตัวจะได้รับการขึ้นทะเบียนเพื่อเข้าโครงการของศูนย์ศึกษาและคชอาณาจักร นอกจากนี้ยังวิถีชุมชนหมู่บ้านข้างในเชิงการท่องเที่ยว ซึ่งข้างบางเชื่อจะต้องเข้าร่วมกิจกรรมการแสดงช้าง หรือกิจกรรมการท่องเที่ยวด้วย และการส่งเสริมการท่องเที่ยวจากหน่วยงานภาครัฐยังคงมีต่อเนื่อง เช่น การทำมาตรฐานโฮมสเตย์ โดยสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสุรินทร์ การทำหมู่บ้านการท่องเที่ยวโดยกระทรวงวัฒนธรรม

ให้เป็น 1 ใน 10 ชุมชนต้นแบบ “เที่ยวชุมชน ยลวิถี” ประจำปี 2565 เป็นต้น อย่างไรก็ตามวิถีชุมชนยังสอดคล้องกับ ประเพณีฮีต 12 คอง 14 ซึ่งเป็นการยึดเหนี่ยวจิตใจของชุมชนกับศาสนา ความเชื่อ และช้าง เมื่อศึกษาวิถีชุมชน หมู่บ้านข้างจังหวัดสุรินทร์ จึงได้ออกแบบเส้นเรื่องคลิปสั้น จำนวน 6 เส้นเรื่อง ที่สะท้อนแนะนำการท่องเที่ยวชุมชน วัฒนธรรมผ่านในช่วงวันหยุด ได้แก่ ประเพณีบวชนาคช้าง ศูนย์ศึกษา วัดป่าอภัยjewing คริวเรือนช้าง และเป็นต้น และพัฒนาเป็นคลิปสั้นที่มีความยาว 49 วินาที ส่งผลให้ผู้ชมที่เป็นเยาวชนคนรุ่นใหม่ได้ชมคลิปสั้นผ่านแอปพลิเคชันติ๊กต็อก โดยสามารถวิเคราะห์ข้อมูลสถิติที่เกี่ยวข้องกับยอดรับชมวิดีโอ ยอดผู้เข้าชมโปรไฟล์ ยอดกดถูกใจ และยอดแสดงความ คิดเห็น สามารถวิเคราะห์คุณลักษณะของผู้ชม ประกอบด้วย เพศ อายุ และที่อยู่ของผู้ชม และผลการศึกษาคความพึง พอใจพบว่าค่าเฉลี่ย โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.43)

2. อภิปรายผล

จากผลการพัฒนาคลิปสั้นบนแอปพลิเคชันติ๊กต็อกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีชุมชนหมู่บ้านข้าง จังหวัดสุรินทร์และการศึกษาคความพึงพอใจที่มีต่อคลิปสั้นที่พัฒนาขึ้น ซึ่งค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก เนื่องจาก เนื้อหาที่มีความยาวคลิปเหมาะสม โดยคลิปมีความน่าสนใจดึงดูดให้กดติดตาม กดหัวใจ หรือการตอบข้อความ อย่างไรก็ตามไม่สอดคล้องคล่องกับงานวิจัยของ Li et al. (2023 : 10) ที่ถึงแม้คลิปมีความน่าสนใจดึงดูดก็ตาม แต่กดติดตาม กดหัวใจ หรือการตอบข้อความจะไม่ปรากฏให้เห็นมากขึ้นด้วยความกังวลในข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้งานเอง นอกจากนี้ ปัจจุบันพบว่ามีแนวโน้มที่จะต้องใช้แอปพลิเคชันติ๊กต็อกในการสื่อสารวิถีชุมชน ด้วยเป็นเพราะเยาวชนคนรุ่นใหม่ นิยมใช้ TikTok ในการสื่อสารระหว่างกันมากขึ้น เพราะ TikTok เป็นแพลตฟอร์มวิดีโอสั้นที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย เป็น คลิปสั้นระยะเวลา 15 วินาที 60 วินาที แม้ปัจจุบันจะเพิ่มความยาวสูงสุดเป็น 10 นาที และเชื่อมโยงเครือข่ายทั่วโลก ทำให้เยาวชนคนรุ่นใหม่นิยมใช้ TikTok เพื่อนำเสนอเนื้อหาของตนเอง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Barcelona et al. (2022 : 2317) กล่าวว่า ผู้ใช้งานกลุ่มเจนเอเรชั่นแซด (Generation Z) คือ ฐานที่มั่นใน TikTok เนื่องจากผู้ใช้งานกลุ่ม นี้ได้เปิดรับเทคโนโลยีดิจิทัลในช่วงที่ TikTok ได้เปิดตัวในช่วงแรก สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปรัชญา เปี่ยมการุณ (2566 : 107) กล่าวว่า ในกลุ่มเจนเอเรชั่นแซด (Generation Z) มีการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ถึงร้อยละ 95.71 ซึ่ง พบว่ามีการใช้งาน TikTok มากถึงร้อยละ 23.57 และกิจกรรมส่วนใหญ่เป็นการสร้างเนื้อหาตามรูปแบบตนเอง เช่นเดียวกับงานวิจัยของ กฤษณะพงษ์ พงษ์สัตยา และคณะ (2566 : 243) กล่าวว่า สื่อที่นักเรียนชอบใช้มากที่สุด คือ TikTok โดยมีวัตถุประสงค์การใช้งานเพื่อความบันเทิงมากที่สุด รองลงมา คือ การสนทนาและการสืบค้นข้อมูล จะเห็น ได้ว่าผู้ใช้งานกลุ่มเจนเอเรชั่นแซดมีโอกาสมากที่จะได้รับการส่งเสริมใหม่ทักษะในการพัฒนาคลิปสั้นบนแอปพลิเคชันติ๊ก ต็อกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีชุมชนหมู่บ้านข้างจังหวัดสุรินทร์ได้

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการใช้ประโยชน์

1.1 ควรเผยแพร่และคลิปสั้นบนแอปพลิเคชันติ๊กต็อกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีชุมชนหมู่บ้านข้าง จังหวัดสุรินทร์ให้เป็นที่รู้จักสู่สากล โดยใช้ประโยชน์ของสื่อสังคมออนไลน์สร้างอิทธิพลทางวัฒนธรรมและสร้างคุณค่า ทางสังคม เป็น Soft Power ทั้งนี้จะได้กระตุ้นให้คนสนใจอยากใช้วันหยุดกับวิถีชุมชนหมู่บ้านข้างจังหวัดสุรินทร์ และ ยังเพิ่มโอกาสในการเดินทางมาท่องเที่ยวสร้างรายได้ต่อชุมชนได้

1.2 ควรส่งเสริมให้เกิดอินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) รุ่นใหม่ด้านการท่องเที่ยววิถีชุมชนหมู่บ้านข้าง มากขึ้น ซึ่งอินฟลูเอนเซอร์บางคนสามารถมียอดผู้ติดตามถึงหลักล้านคน ทำให้เกิด Soft Power ดังเช่น @jubjangfamily มีผู้ติดตาม 1.5 ล้านคน มียอดถูกใจ 25.2 ล้านคน นอกจากนี้ยังเพิ่มช่องทางไปยังสื่อสังคมอื่นอีก

ได้แก่ เฟสบุ๊ก (Facebook) และยูทูป (YouTube) เป็นต้น โดยสิ่งที่ส่งเสริมให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้สร้างสรรค์ (Content Creator) กับผู้ใช้งาน คือ การมีข้างเป็นหัวใจสำคัญของการสร้างสรรค์เนื้อหาโดยแสดงถึงวิถีการดำเนินชีวิตของคนในชุมชนที่ผูกพันกับข้าง และให้ข้างอยู่กับคนเหมือนเป็นครอบครัวเดียวกัน ซึ่งวิถีชุมชนนี้มีมาตั้งแต่สมัยโบราณของกลุ่มชาติพันธุ์ไทย ที่มีการจับข้างและนำมาเลี้ยงในชุมชนตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน วิถีชีวิตยังคงอยู่แต่ด้วยสื่อสังคมออนไลน์ที่ทันสมัยทำให้ผู้ชมเกิดการรับรู้วิถีชีวิตนี้มากขึ้น อีกทั้งยังเกิดการเห็นคุณค่าของทุนวัฒนธรรมของคนในชุมชนด้วยรายได้ที่เกิดขึ้นจากการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์

1.3 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวควรรักษาแอปพลิเคชันที่ติดตอกไปเป็นเครื่องมือทางการตลาด (Marketing Tool) ในการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์เพื่อให้เข้าถึงผู้ชมที่เป็นกลุ่มเจเนอเรชั่นแซด (Generation Z) ที่มีการใช้งานสื่อสังคมอย่างแพร่หลาย

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ในงานวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาเกี่ยวกับการนำปัญญาประดิษฐ์ (AI) มาช่วยสร้างเนื้อหาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีชุมชนหมู่บ้านข้างจังหวัดสุรินทร์ ซึ่ง AI จะสามารถสร้างข้อมูลภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว หรือเสียงได้ อย่างไรก็ตามด้วย AI เป็นเทคนิคทางคอมพิวเตอร์ที่เกิดจากการเรียนรู้ของปัญญาประดิษฐ์ (Machine Learning) ทำให้ต้องระวังเนื้อหาที่เผยแพร่ไม่เกิดการละเมิดเงื่อนไขการใช้บริการของ TikTok

เอกสารอ้างอิง

- กฤษณะพงษ์ พงษ์สัตยา, สตรีไทย พุ่มไม้, สตรีไทย พุ่มไม้, นพวรรณ เสมอวิมล. (2566). พฤติกรรมการรับสื่อด้านสิ่งแวดล้อมของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาโรงเรียนสิงห์บุรี อำเภอเมืองสิงห์บุรี จังหวัดสิงห์บุรี. *Journal of Roi Kaensarn Academi*, 8(11), 235 - 250.
- ดารณี พลอยจั่น. (2559). ทุนทางวัฒนธรรมของชาวเขาเผ่าม้งกับกลยุทธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์. *วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม*, 4(1), 6 - 17.
- ทิพย์วิมล ประเสริฐศรี, นพพร แพทย์รัตน์, ทวีปสิริ เสนิงวงศ์ ณ อยุธยา, สรัฐ ฤทธิธรรณศักดิ์. (2564). การถอดบทเรียนการพัฒนาชุมชนท่องเที่ยวต้นแบบ: กรณีศึกษา ชุมชนบ้านปู่เต๋อ ตำบลแม่ภู อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก. *วารสารมานุษยวิทยาเชิงพุทธ*, 6(6), 94 - 108.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2554). *การวิจัยเบื้องต้น*. (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- ปรัชญา เขียมการุณ. (2566). การเรียนรู้ด้านสื่อและการสื่อสารของอินฟลูเอนเซอร์ในกลุ่มเจเนอเรชั่นแซด. *นวัตกรรมสื่อสารสังคม*, 11(1), 107 - 118.
- พรพิมล วัฒนโน และ มนต์ ขอเจริญ. (2564). แนวทางการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการและการพัฒนาแบรนด์ให้เป็นที่รู้จักของสถาบันการบัน มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ภายใต้สถานการณ์โควิด-19. *วารสารนิเทศศาสตร์ธุรกิจบัณฑิต*, 15(2), 12 - 32.
- พระอธิการสายแพ กตปุญโญ. (2563). รูปแบบประเพณีการบวชนาคข้างของชุมชนชาวทวายในจังหวัดสุรินทร์. *วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร*, 8(2), 573 - 584.
- แมนดالا เอไอ. (2565). อินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) คือ ? โพรโมทอย่างไรให้ขายดี [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 26 มิถุนายน 2566, จาก <https://www.mandalasystem.com/blog/th/233/Tips-for-choose-influencer-to-promote-products>
- วรรณพร ไทยอาจ. (2566). *โรงเรียนข้างของชุมชน* [ภาพถ่าย]. วันที่ 10 เมษายน 2566.

- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2566). เอกสารประกอบแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566-2570) [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 24 มิถุนายน 2566, จาก https://www.nesdc.go.th/article_attach/article_file_20230307173847.pdf.
- องค์การบริหารส่วนตำบลกระโพ. (2562). แผนพัฒนาท้องถิ่น (พ.ศ. 2561 - 2565) ขององค์การบริหารส่วนตำบลกระโพ [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 13 สิงหาคม 2565, จาก <https://krapho.go.th/plans/33e777b0b690f1aaaa6737ebc088e7ae.pdf>.
- อนุชิต สีมอร์ส. (2552). ประเพณีบวชนาคช้าง : กรณีศึกษาบ้านตากกลาง ตำบลกระโพ อำเภอน้ำขุ่น จังหวัดสุรินทร์. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์, 1(1), 84 - 93.
- Anom, I. P. T., Mahagangga, I. G. O., Koesbardiaty, T., Suryawan, I. B. (2020). Case Study of Balinese Tourism: Myth as Cultural Capital. *Utopia y Praxis Latinoamericana*, 25, 122 - 133. <https://doi.org/10.5281/zenodo.3987586>.
- Barcelona, A. B., Angeles, R. J. G., Clemente, C. A., Dela Cruz, S. R. B., Malimban, R. L. O., Santos, J. E. G., Tan, J. C. D. (2022). #Budolfinds: The Role of TikTok's Shopee Finds' Videos in the Impulsive Buying Behavior of Generation Z Consumers. *International Journal of Multidisciplinary: Applied Business & Education Research*, 3(11), 2316 - 2328. <https://doi.org/10.11594/ijmaber.03.11.18>.
- Li, Y., Qian, J., Guo, L. (2023). Factors Impacting Users' Negative Interaction Behaviors When They Enjoy Short Videos on TikTok. *Discrete Dynamics in Nature & Society*, 1-16. <https://doi.org/10.1155/2023/3238404>.

บุคลากรกรม

พระครูสมุทรญาณ ปัญญารโ, เจ้าอาวาสวัดป่าอ้อเจียง (ผู้ให้สัมภาษณ์). วรรณพร ไทยอาจ. (ผู้สัมภาษณ์). ที่ วัดป่าอ้อเจียง บ้านหนองบัว ตำบลกระโพ อำเภอน้ำขุ่น จังหวัดสุรินทร์ 32120. วันที่ 10 กรกฎาคม 2566.