

# การออกแบบเรขศิลป์สำหรับแอปพลิเคชัน ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนบางกอกน้อย

## Graphic design for tourism application for Bangkok Noi community

อภิญา อังคะวิภาต<sup>1</sup>, ศุภกรณ์ ดิษฐพันธ์<sup>2</sup>, นัทภรณ์ พูลภักดี<sup>3</sup>, วิชชุลดา ต้นประเสริฐ<sup>4</sup> และ สรีย ตั้งตรงสิทธ์<sup>5</sup>  
Apichaya Aungkavipart, Suppakorn Disatapundhu, Nattaporn Poonpakdee, Wichalada Tunprasert  
and Saran Tangtrongsit

### บทคัดย่อ

ชุมชนบางกอกน้อย กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นชุมชนเก่าแก่ที่ถูกหิวยกนำไปสร้างเป็นบทบาทยนตร์ บทละครโทรทัศน์ที่มีเค้าโครงมาจากเรื่องจริงทางประวัติศาสตร์ครั้งสมัยสงครามโลก

บทความนี้มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาและหาอัตลักษณ์ของชุมชนจากร่องรอยประวัติศาสตร์ท้องถิ่นที่ถูกพัฒนาเป็นวรรณกรรมในชุมชนบางกอกน้อยและสถานที่สำคัญที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ซึ่งทางผู้วิจัยมีความคิดที่จะพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชนเก่าแก่ย่านบางกอกน้อยนี้ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจสำหรับคนยุคใหม่ที่นิยมใช้เทคโนโลยีร่วมกับการท่องเที่ยว

ผลของการวิจัยเมื่อนำมาวิเคราะห์รวมกับกระบวนการออกแบบเรขศิลป์และพัฒนาทำไปใช้ในแอปพลิเคชันเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในปัจจุบันทำให้ ชุมชนมีการท่องเที่ยวที่น่าสนใจจากการใช้สมาร์ทโฟน ได้รับประสบการณ์และความรู้เรื่องราวของชุมชนด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมจากแอปพลิเคชันและสถานที่จริงเข้าด้วยกันอีกทั้งยังเป็นตัวช่วยในการท่องเที่ยว สามารถเพิ่มกลุ่มเป้าหมายเป็นกลุ่มใหม่ที่มีรูปแบบการท่องเที่ยวที่ใช้เทคโนโลยีมากเป็น อีกทั้งผลวิจัยสามารถหารูปแบบของเรขศิลป์ที่ใช้ในการออกแบบ

อัตลักษณ์ต่างๆทั้งในชุมชนและบนแอปพลิเคชันสามารถสื่อสารกับผู้ท่องเที่ยวในยุคปัจจุบันได้ดีเข้าใจง่ายยังสื่อถึงร่องรอยวรรณกรรมและอัตลักษณ์ของชุมชนได้

**คำสำคัญ :** ชุมชนบางกอกน้อย / การออกแบบแอปพลิเคชัน / การออกแบบกราฟิก / การท่องเที่ยว / แอปพลิเคชันท่องเที่ยว

### Abstract

The Bangkok-Noi community in Bangkok is a historical district that is often used as backdrop in numerous movies and dramas depicting the world-war era.

The objective of this research is to investigate the identity of this historical community, the reasoning behind its popularity in movie industry and the important attractions within this area. Our goal is to use this research to promote Bangkok-Noi to the contemporary pro-digital tourists.

The findings are to be analyzed and integrated with geometric design methodology for producing an Application. The combination of the new technology, design and the historical findings are predicted to help promoting the higher number of tourists in the Bangkok-Noi district.

<sup>1</sup> อาจารย์ประจำสาขาคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียและธุรกิจไซเบอร์ วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

<sup>2</sup> รองศาสตราจารย์ ภาควิชาคณิตศิลป์ ศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

<sup>3</sup> อาจารย์ประจำสาขาวิชาศิลปะการแสดง คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

<sup>4</sup> อาจารย์ประจำหลักสูตรสาขาวิชาศิลปะการแสดง คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

<sup>5</sup> ผู้ร่วมวิจัย

**Keyword :** Bangkok Noi Community / Application Design / Graphic Design / Tourism / tourism application

## บทนำ

ชุมชนบางกอกน้อยหรือเขตบางกอกน้อยในอดีตถูกเรียกว่า อำเภอมรินทร์ ซึ่งต่อมาในรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 6 ได้ทรงเปลี่ยนชื่อจากอำเภอมรินทร์เป็นอำเภอบางกอกน้อย และเมื่อมีการยกเลิกหน่วยปกครองเดิมในนี้คือ จังหวัด เทศบาล สุขาภิบาล จังหวัดพระนคร และจังหวัดธนบุรี และรวมเป็นจังหวัดเดียวคือ กรุงเทพมหานคร ทำให้อำเภอบางกอกน้อยถูกเปลี่ยนเป็น เขตบางกอกน้อยจนถึงปัจจุบัน บางกอกน้อยประกอบไปด้วย 5 แขวง ได้แก่ แขวงศิริราช แขวงบ้านช่างหล่อ แขวงบางขุนนนท์ แขวงบางขุนศรี และแขวงอรุณอมรินทร์ พื้นที่ทางทิศเหนือติดเขตบางพลัด ทิศตะวันออกติดเขตพระนคร ทิศตะวันตกติดเขตตลิ่งชัน และทิศใต้ติดเขตบางกอกใหญ่

บางกอกน้อยเป็นพื้นที่ราบลุ่มเต็มไปด้วยคูและคลองมากมาย โดยอยู่ในคิ่งแม่น้ำเจ้าพระยาสายเก่า แต่เดิมแล้วในสมัยกรุงศรีอยุธยา แม่น้ำเจ้าพระยาสายเก่านี้ไหลเป็นรูปทรงเกือกม้า โดยเมื่อแม่น้ำไหลจากทิศเหนือผ่านทางเขตจังหวัดนนทบุรีจนมาถึงสถานีรถไฟบางกอกน้อย ไหลวกไปทางทิศตะวันตก เรียกว่าคลองบางกอกน้อย เมื่อไหลต่อไปถึงบางระมาดและไหลลงใต้ เรียกว่าคลองบางระมาด จนไหลมาถึงวัดนวลนรดิศ และไหลมาทางทิศตะวันออกเรียกว่า คลองบางกอกใหญ่ จนไหลมาถึงวัดอรุณราชวรารามและไหลเรื่อยลงไปทิศใต้จนออกทะเล ซึ่งเป็นอุปสรรคในการเดินทาง ทำให้ในปี พ.ศ. 2077 สมเด็จพระไชยราชาธิราชได้มีคำสั่งให้ขุดคลองลัดบริเวณหน้าด่านหน้าแพหรือบริเวณท่าราชวรดิษฐ์ ตั้งแต่บริเวณคลองบางกอกน้อยจนถึงหน้าวัดอรุณราชวราราม เรียกว่า คลองลัดบางกอก ต่อมาเมื่อแม่น้ำเกิดเปลี่ยนทิศ ทำให้แม่น้ำเจ้าพระยาสายเก่านี้ต้นเขินลงกลายเป็นคลองบางกอกน้อยในปัจจุบัน

บางกอกน้อยเป็นชื่อที่คนทั่วไปมักรู้จักหรือได้ยินในฐานะของสถานที่สำคัญในวรรณกรรมเรื่อง คู่กรรม ซึ่งเป็นบทประพันธ์ของ ทมยันตี หรือคุณหญิงวิมล ศิริไพบูลย์ นักประพันธ์ชื่อดัง เป็นเรื่องราวของความรักต่างเชื้อชาติในสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 ในประเทศไทย ระหว่างอังศุมาลิน ซาลาสิญ์ และโกโบริ ทหารชาวญี่ปุ่น ซึ่งถูกนำไปดัดแปลงเป็นภาพยนตร์ ละครโทรทัศน์ และละครเวทีหลายครั้ง สถานที่เกิดเหตุสำคัญในนี้เป็นภาพจำของคนทั่วไปจากวรรณกรรมเรื่องนี้คือสถานีรถไฟบางกอกน้อยเดิม อัน

เป็นสถานที่ที่โกโบริพระเอกของเรื่องเสียชีวิต ซึ่งปัจจุบันไม่เหลือเค้าเดิมของโครงสร้างสถานีเดิม เพราะถูกทหารฝ่ายสัมพันธมิตรทิ้งระเบิดจนพังเสียหายจากการที่บริเวณดังกล่าวเป็นยุทธศาสตร์สำคัญของทหารฝ่ายอักษะที่ใช้ลำเลียงยุทโธปกรณ์ ปัจจุบันสถานีรถไฟบางกอกน้อยเดิมถูกเปลี่ยนเป็นพิพิธภัณฑ์ศิริราชพิมุขสถาน ซึ่งบอกเรื่องราวของชุมชนละแวกนั้นตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ทั้งยังจัดแสดงความรู้ในด้านการแพทย์ของไทยตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันอีกด้วย ซึ่งในบริเวณใกล้เคียงยังเป็นที่ตั้งของโรงรถจักรธนบุรีสร้างขึ้นในสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 เพื่อขยายกิจการรถไฟจากกรุงเทพไปจังหวัดเพชรบุรี ในสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 ปี พ.ศ. 2487-2488 ได้รับความเสียหายไปบางส่วนจากเหตุการณ์ทิ้งระเบิดของฝ่ายสัมพันธมิตร ปัจจุบันใช้เป็นพื้นที่ซ่อมบำรุงหัวรถจักรเก่าและใหม่ ทั้งยังเปิดให้เข้าชมทุกวัน

นอกจากนี้บางกอกน้อยยังเต็มไปด้วยแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญมากมาย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ให้ความหมายของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไว้ว่า แหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทางศิลปะและขนบธรรมเนียมประเพณีที่บรรพบุรุษได้สร้างสมและถ่ายทอดเป็นมรดกสืบทอดกันมา แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญของชุมชนบางกอกน้อย อาทิ

หลวงพ่อบุสธน้อย วัดอมรินทราราม เป็นพระพุทธรูปศักดิ์สิทธิ์สมัยสุโขทัย ปางมารวิชัย ปัจจุบันประดิษฐานในพระอุโบสถน้อย วัดอมรินทรารามวรวิหาร เมื่อสมัยพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 5 โปรดเกล้าฯ ให้ตัดเส้นทางรถไฟสายใต้เริ่มจากปากคลองบางกอกน้อยไปทางนครปฐมมีผลให้พื้นที่ด้านหน้าวัดอมรินทรารามตรงปากคลองบางกอกน้อยถูกตัดตอนเป็นทางรถไฟ วางรางรถไฟเฉียดผ่านพระอุโบสถของวัดจนถึงกับต้องรื้อด้านหน้าของพระอุโบสถออกไปเสียห้องหนึ่ง เหลือเพียง 3 ห้อง เท่านั้น ทำให้พระอุโบสถมีขนาดเล็กลง ช่างบ้านจึงเรียกว่า “หลวงพ่อบุสธน้อย” อีกทั้งยังที่พึ่งทางจิตใจและเป็นปูชนียวัตถุสำคัญที่ชาวบ้านในชุมชนบางกอกน้อย

ชุมชนบ้านบุที่มีชื่อเสียงในการทำχνลงหินที่สืบต่อกันมาตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยา สมัยกรุงธนบุรี และเรื่อยมาจนถึงกรุงรัตนโกสินทร์ ซึ่งปัจจุบันเหลือเพียงบ้านเดียวที่ดำเนินกิจการการทำχνลงหินอยู่คือของ โรงงานχνลงหินเจียมแสงสว่าง

ตลาดไร่คาน (ตลาดสุวรรณาราม) เป็นตลาดมาแต่โบราณสมัยรัชกาลที่ 6 ตั้งอยู่ริมคลองบางกอกน้อย

ตัวสถาปัตยกรรมยังคงรูปแบบดั้งเดิมไว้ เมื่อวิถีชีวิตผู้คนเปลี่ยนไปประกอบกับเส้นทางคมนาคมทางน้ำได้รับความนิยมน้อยลง ทำให้ตลาดเริ่มซบเซาลง แต่ในปัจจุบันได้รับการฟื้นฟูขึ้นมาใหม่จากหน่วยงานรัฐบาล หน่วยงานเอกชน และความร่วมมือของคนในชุมชน ซึ่งเปิดทุกวันเสาร์-อาทิตย์ ที่ 1 และ 3 ของทุกเดือน

วัดสุพรรณารามราชวรวิหาร มีชื่อเดิมว่าวัดทอง สร้างขึ้นในสมัยปลายกรุงศรีอยุธยา ในสมัยกรุงธนบุรี สมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราชได้ใช้บริเวณวัดเป็นที่ประหารเชลยพม่า ในโบสถ์ของวัดประดิษฐานรูปหล่อหลวงพ่อดาศดา ในโบสถ์ยังมีจิตรกรรมฝาผนังที่นับได้ว่าสมบูรณ์ที่สุดในยุคต้นรัตนโกสินทร์ ซึ่งเขียนขึ้นในรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 3 โดยหลวงวิจิตรเจษฎา หรือครูทองอยู่ และหลวงเสนีย์บริรักษ์ หรือครูคงเป๊ะ ภายในวัดยังมีพระวิหารที่สร้างขึ้นในรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 4

แม้ว่าบางกอกน้อยจะมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญมากมายดังที่กล่าวมา แต่ก็ยังไม่ได้รับการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวที่เข้าถึงและทันสมัย อ้างอิงจากงานวิจัยเรื่อง ทักษะคติที่มีต่อกระแสการท่องเที่ยววิถีไทยของนักท่องเที่ยวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร ของพิมพ์ชนก ยิ่งสกุล ที่สำรวจจากกลุ่มประชากรตัวอย่างในเขตพื้นที่บางกอกน้อย จังหวัดกรุงเทพมหานคร ได้กล่าวไว้ว่า หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการสนับสนุนแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมและประเพณีให้มีเพิ่มขึ้น มีการประชุมร่วมกันกับชุมชน เพื่อหาจุดเด่นของกิจกรรมของชุมชน อีกทั้งควรเพิ่มการโฆษณาประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับกิจกรรมต่างๆ ของชุมชนเพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดความน่าสนใจ (พิมพ์ชนก ยิ่งสกุล, 2559: 57) จากการสัมภาษณ์ด้านปัญหาของพื้นที่ชุมชนบางกอกน้อย คุณพิชิต บุญจินต์ คณะกรรมการประธานกลุ่มแม่ค้าพื้นฟูตลาด ได้กล่าวไว้ว่า ชุมชนบางกอกน้อยยังขาดการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวที่เข้าถึงนักท่องเที่ยว อีกทั้งการคมนาคมทางเรือที่ถูกยกเลิกเส้นทาง ทำให้ชุมชนขาดนักท่องเที่ยวเข้าแวะเวียน ส่งผลให้ชุมชนขาดรายได้จากท่องเที่ยว

ประเทศไทยคาดการณ์ว่าในปี 2026 จะมีนักท่องเที่ยวมากเป็นอันดับ 2 ของโลก สูงกว่าประเทศจีนและสเปน แนวโน้มพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในปี 2030 โดยบริษัท อมาเดอุส และฟรอสต์แอนด์ซัลลิแวน ได้จัดทำรายงานผลการศึกษา "Future Traveller Tribes 2030: Building a More Rewarding Journey" เพื่อนำเสนอลักษณะของ

นักท่องเที่ยวในปี 2030 ซึ่งแบ่งออกเป็น 6 กลุ่ม ดังนี้ 1) Obligation Meters กลุ่มเดินทางเพื่อดำเนินกิจกรรมที่จำเป็น เช่น นักท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ 2) Simplicity Searchers กลุ่มที่ต้องการความสะดวกจากแหล่งข้อมูล 3) Ethical Travelers กลุ่มที่นำปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม และจริยธรรมวางแผนในการท่องเที่ยว 4) Reward Hunters กลุ่มที่ให้รางวัลตัวเองจากการทำงาน 5) Cultural Purists กลุ่มที่มุ่งค้นหาวัฒนธรรมใหม่ๆ อันแตกต่างจากสิ่งที่คุ้นเคย 6) Social Capital Seekers เป็นกลุ่มที่นิยมแชร์ประสบการณ์ท่องเที่ยวผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อต้องการเป็นที่ยอมรับ โดยทั้ง 6 กลุ่มนี้ จะได้รับอิทธิพลจากปัจจัยทางจิตวิทยาและเทคโนโลยีเป็นสำคัญ (ประชาชาติออนไลน์, 2560 : ออนไลน์)

ข้อมูลจากแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 - 2564) ได้วิเคราะห์สถานการณ์และแนวโน้มการท่องเที่ยวของประเทศไทยว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยจะขยายตัวอย่างต่อเนื่อง จากจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เพิ่มสูงขึ้นติดอันดับ 11 ของโลก ซึ่งสะท้อนให้เห็นแนวโน้มของจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ที่ขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง ทำให้ปัจจุบันการท่องเที่ยวไทยเป็นกลไกสำคัญที่นำเม็ดเงินจำนวนมากเข้ามาในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 ยังได้วิเคราะห์ให้เห็นอีกว่า ในระยะ 10 ปีข้างหน้า นักท่องเที่ยวที่ยังเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวหลักของโลก ได้แก่ นักท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด นักท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและนิทรรศการ และนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักท่องเที่ยวทางทะเลชายหาด และนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อีกทั้งยังมีแนวโน้มเดินทางมาท่องเที่ยวในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มากขึ้น สาเหตุประการหนึ่งมาจากการแพร่หลายของข้อมูลการท่องเที่ยวที่แปลกใหม่ผ่านโซเชียลมีเดีย

ในปัจจุบันจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีโดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านของการสื่อสาร เครือข่ายสังคมออนไลน์หรือที่รู้จักกันดีในชื่อโซเชียลมีเดีย (Social Media) นับได้ว่าเป็นช่องทางหลักในการสื่อสารกันของผู้คนทั่วโลกรวมทั้งการแบ่งปันประสบการณ์ด้านต่างๆ เช่นในด้านการท่องเที่ยว โซเชียลมีเดีย หมายถึง สังคมออนไลน์ที่มีผู้ใช้เป็นผู้สื่อสาร หรือเขียนเล่าเนื้อหา เรื่องราว ประสบการณ์ บทความ รูปภาพ และวิดีโอ ที่ผู้ใช้เขียนขึ้นเอง ทำขึ้นเองหรือพบเจอจากสื่ออื่นๆ แล้วนำมาแบ่งปันให้กับผู้อื่นที่อยู่ในเครือข่ายของตนผ่านทางเว็บไซต์ Social Network ที่

ให้บริการบนโลกออนไลน์ (ณัฐธิดา รัตนวุฒิ, 2560 : ออนไลน์) ในขณะที่คณะกรรมการจัดทำพจนานุกรมศัพท์คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ ราชบัณฑิตยสถาน ได้บัญญัติคำว่า โซเชียลมีเดียในคำว่า สื่อสังคม ซึ่งหมายถึง โปรแกรมกลุ่มหนึ่งที่ทำงาานโดยใช้พื้นฐานและเทคโนโลยีของเว็บตั้งแต่รุ่น 2.0 เช่น บีโอบ มายสเปซ เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ วิกิพีเดีย ไฮไฟฟ์ และบล็อกต่างๆ (อารี พลดี, 2556 : ออนไลน์)

เราสามารถแบ่งประเภทหรือหมวดหมู่ของโซเชียลมีเดียหรือสื่อสังคมได้ 5 หมวดหมู่ อ้างอิงตามบทความเรื่อง Social Media มันคืออะไร? ของณัฐธิดา รัตนวุฒิ ได้แก่ 1) หมวดการสื่อสาร (Communication) อาทิ Twitter, Facebook 2) หมวดความร่วมมือ และแบ่งปัน (Collaboration) อาทิ Wikipedia 3) หมวดมัลติมีเดีย (Multimedia) อาทิ YouTube 4) หมวดรีวิว และแสดงความคิดเห็น (Reviews and Opinions) อาทิ Yelp.com 5) หมวดบันเทิง (Entertainment) อาทิ The Sims Online

โดยในปี 2017 บริษัท We Are Social ผู้วิจัยด้านโซเชียลมีเดียพบว่าผู้ใช้งานโซเชียลมีเดียมากกว่า 2.7 พันล้านคน ซึ่งนับเป็น 37% ของจำนวนประชากรทั่วโลก โดย 91% นั้นใช้โซเชียลมีเดียผ่านทางโทรศัพท์มือถือ ในด้านสถิติการใช้ Facebook ซึ่งเป็นโซเชียลมีเดียที่เป็นที่นิยมในปัจจุบันพบว่าประเทศที่ใช้งาน Facebook มากที่สุดคือประเทศอเมริกา โดยมีผู้ใช้งานถึง 214 ล้านคน ในขณะที่กรุงเทพมหานครเป็นเมืองที่คนใช้ Facebook มากที่สุด โดยมีผู้ใช้งานถึง 24 ล้านคน

ปัจจุบันเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทกับการใช้ชีวิตของผู้คนมากขึ้น จึงมีหน่วยงานองค์กรสร้างแอปพลิเคชันที่ช่วยในการส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (Tourism Authority of Thailand) แอปพลิเคชัน Tourism Thailand โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ให้บริการข้อมูลด้านการท่องเที่ยวต่างๆ ทั่วประเทศไทย อาทิ สถานที่ท่องเที่ยว ที่พัก ร้านอาหาร แหล่งช้อปปิ้ง กิจกรรมและงานประเพณี โปรแกรมชั้นท่องเที่ยว ข้อมูลน่ารู้เกี่ยวกับประเทศไทย เมนู อาหารไทย ฯลฯ

ในแอปพลิเคชันจะเป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลของสถานที่ท่องเที่ยวไว้ทั้งหมด ในรูปแบบของวิดีโอ และข้อมูลออฟไลน์ (content offline) อีกทั้งยังสามารถเชื่อมต่อกับระบบสังคมออนไลน์ (Social Network) อาทิ Facebook Twitter Instagram YouTube ทำให้การสื่อสารระหว่างคนกับ

สถานที่ท่องเที่ยวมีความสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นว่าการพัฒนาแอปพลิเคชันมาใช้ในการท่องเที่ยวชุมชนบางกอกน้อยจะสามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวและสร้างรายได้ให้กับชุมชน

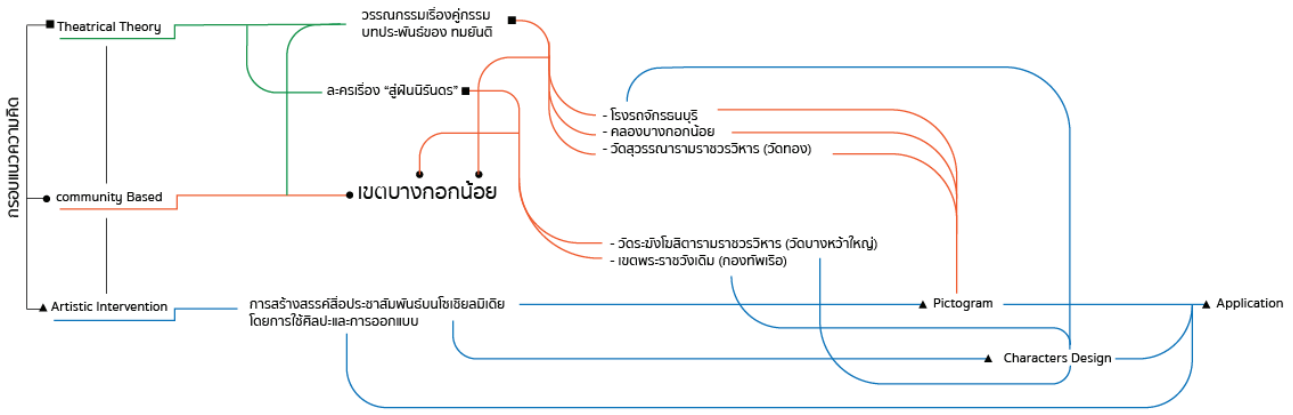
ในปัจจุบันการออกแบบเรขศิลป์หรือผู้จักกันดีในชื่อ กราฟิกดีไซน์ ถือเป็นองค์ประกอบสำคัญของการประชาสัมพันธ์ทุกชนิดรวมทั้งการประชาสัมพันธ์บนโซเชียลมีเดีย เพื่อสร้างสรรค์ให้สื่อมีความน่าสนใจ เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ชัดเจนขึ้น และสร้างเอกลักษณ์ที่เป็นที่จดจำ การออกแบบเรขศิลป์ (Graphic Design) ตามคำนิยามของสันติ ลอรัชวี ได้กล่าวไว้ว่า งานออกแบบกราฟิกสามารถพบได้ในสื่อต่างๆ มีหน้าที่อธิบาย แสดงอัตลักษณ์พิเศษ และสื่อความหมายของชิ้นงานประเภทต่างๆ (สันติ ลอรัชวี, 2558: 18) ซึ่งนักออกแบบเรขศิลป์มักจะใช้ศาสตร์อื่นๆ ทางศิลปกรรมเข้ามามีส่วนร่วมในการออกแบบเพื่อสร้างมุมมองใหม่ๆ อาทิ การออกแบบท่าทาง (Choreography) ซึ่งหมายถึงการออกแบบท่าทางการเคลื่อนไหวร่างกายในรูปแบบนาฏศิลป์ร่วมสมัย ซึ่งเกิดจากการสร้างสรรค์โดยภูมิปัญญามนุษย์ที่มีกระบวนการการออกแบบที่ไม่มีกฎเกณฑ์ตายตัว นักออกแบบท่าทางมีอิสระในการแสดงออกทางความคิด ทศนคติ อารมณ์ ความรู้สึกผ่านท่าทางการเคลื่อนไหวร่างกายที่มีลักษณะเฉพาะแต่ละบุคคล

จากเหตุผลข้างต้นที่กล่าวมาข้างต้น คณะผู้วิจัยจึงมีจุดมุ่งหมายในการศึกษาการสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์ทางโซเชียลมีเดียที่เป็นการผสมผสานระหว่างการออกแบบเรขศิลป์ (Graphic Design) และศาสตร์ทางด้านศิลปกรรม ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่าสามารถสร้างเอกลักษณ์ที่เป็นที่จดจำ สร้างความเป็นเอกภาพ รวมทั้งสามารถสร้างการดึงดูดความน่าสนใจตามหลักจิตวิทยา ซึ่งสามารถกระตุ้นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนบางกอกน้อยได้

## วัตถุประสงค์ในงานวิจัย (Objective)

1. เพื่อศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนบางกอกน้อย กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาเส้นทางการท่องเที่ยวและสถานที่สำคัญในชุมชนบางกอกน้อย
3. เพื่อศึกษาการใช้รูปแบบการใช้องค์ประกอบศิลป์ที่เหมาะสมกับแอปพลิเคชันสำหรับการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่สามารถกระตุ้นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนบางกอกน้อย

# วิธีดำเนินการวิจัย



แผนผังวิธีการดำเนินงาน

## 1. ศึกษาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

คณะผู้วิจัยได้ทำการศึกษาวรรณกรรมของทมยันตี หรือคุณหญิงวิมล ศิริไพบูลย์ นักเขียน นวนิยายชื่อดัง เรื่อง “คู่กรรม” ที่บรรยายถึงความรักระหว่างชาวต่างชาติ กับหญิงสาวชาวไทย เกิดขึ้นเมื่อสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 และวรรณกรรมของรัตนสยาม (นามปากกา) เรื่อง “สุพรรณิรันดร”

นิรันดร” เป็นเรื่องราวในอดีตที่ทายาทของหลวงพินิจราชเสนา ได้ตามหาหญิงสาวในยุคปัจจุบันอันเป็นต้นตระกูลของตระกูลราชเสนา เพื่อส่งกลับไปสู่อดีตตามคำสั่งของบรรพบุรุษ เป็นเรื่องราวที่เกิดขึ้นในย่านคลองบางกอกน้อยเขตธนบุรี คณะผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับชุมชนบางกอกน้อย ตามตาราง ดังนี้

ตารางที่ 1 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่เขตบางกอกน้อย

| วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง | พื้นที่เขตบางกอกน้อย  |
|-----------------------|---|
| เรื่อง “คู่กรรม”      | - โรงรถจักรธนบุรี<br>- คลองบางกอกน้อย<br>- วัดสุวรรณารามราชวรวิหาร (วัดทอง)       |
| เรื่อง “สุพรรณิรันดร” | - วัดระฆังโฆสิตารามราชวรวิหาร (วัดบางหว้าใหญ่)<br>- เขตพระราชวังเดิม (กองทัพเรือ) |

ขั้นตอนต่อไปคณะผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าเอกสารและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์บนโซเชียลมีเดีย อย่างเช่น แอปพลิเคชัน (App) เฟสบุ๊ก (Facebook) เพื่อสร้างเครือข่ายในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้สามารถเข้าถึงแหล่งพื้นที่ในเขตบางกอกน้อยได้ง่ายขึ้น เนื่องจากในปัจจุบันนักท่องเที่ยวสามารถค้นหาข้อมูลได้ด้วยโซเชียลมีเดีย ซึ่งคาดการณ์ว่าเป็นการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวได้อีกทางหนึ่ง การศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเป็นสิ่งจำเป็นที่ควรคำนึงถึง เพื่อนำไปสู่การสร้างสรรคงานศิลปะ โดยการใช้ศาสตร์ทางด้านศิลปกรรมและการออกแบบเรขศิลป์เข้ามาในโซเชียลมีเดียเพื่อ

ประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เขตบางกอกน้อย

## 2. การลงพื้นที่เก็บข้อมูล

คณะผู้วิจัยได้ทำการสำรวจพื้นที่เบื้องต้นเพื่อวางแผนการเก็บข้อมูล โดยใช้กรอบแนวความคิดตามวรรณกรรมเรื่อง “คู่กรรม” เป็นข้อมูลหลักเพื่อหาสถานที่ที่เกี่ยวข้อง อย่างเช่น โรงรถจักรธนบุรี คลองบางกอกน้อย วัดสุวรรณารามราชวรวิหาร (วัดทอง) และวรรณกรรมเรื่อง “สุพรรณิรันดร” ที่มีพื้นที่เกี่ยวข้องกับเขตพระราชวังเดิม และวัดบางหว้าใหญ่ หรือ วัดระฆังโฆสิตารามราชวรวิหาร ทั้งนี้จากที่คณะผู้วิจัยลงพื้นที่จริงได้ทำการสำรวจพบว่าแหล่งท่องเที่ยวในเขตบางกอกน้อยสามารถแยกออกเป็น 3 เส้นทาง ดังนี้

เส้นทางที่ 1 เส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้แก่ เริ่มต้นที่ท่าเรือวังหลัง เป็นจุดศูนย์กลางคมนาคมทางเรือที่สำคัญ เป็นย่านการค้าและแหล่งช้อปปิ้งที่มีการจับจ่ายใช้สอยเกิดเป็นวงจรวงษ์ไช้เศรษฐกิจของชุมชน พิพิธภัณฑ์ศิริราชพิมุขสถาน เป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความเป็นมาและวิถีชีวิตของชุมชนบางกอกน้อย วัดอมรินทราราม (หลวงพ่อบุสธนี้อย) ที่มีการวางเส้นทางรถไฟทับพื้นที่ของตัวโบสถ์ในช่วงที่มีการขยายการคมนาคมทางรางลงสู่จังหวัดเพชรบุรี โรงรถจักรธนบุรี ที่เป็นฉากสำคัญในเรื่องราวความรักระหว่างทหารญี่ปุ่นกับหญิงสาวชาวไทยที่เกิดขึ้นในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 ของวรรณกรรมเรื่อง “คู่กรรม” และในพื้นที่ใกล้เคียงนี้มีชุมชนบ้านบุ แหล่งศิลปหัตถกรรมโบราณตั้งแต่ครั้งกรุงศรีอยุธยา ที่ยังคงผลิตชิ้นลงหินแหล่งสุดท้ายที่เหลืออยู่ ตลาดไร่คาน (ตลาดสุวรรณาราม) ที่มีโครงสร้างสถาปัตยกรรมแบบในสมัยรัชกาลที่ 6 จิตรกรรมฝาผนังเก่าแก่ในโบสถ์วัดสุวรรณารามราชวรวิหาร (วัดทอง) ที่สันนิษฐานว่าเป็นภาพจิตรกรรมที่เขียนในสมัยกรุงศรีอยุธยา

เส้นทางที่ 2 เริ่มต้นจากท่าเรือวังหลัง เชื่อมต่อกับเส้นทางวัดระฆังโฆสิตารามราชวรวิหาร (วัดบางหัวใหญ่) ที่

เป็นวัดที่สร้างในสมัยกรุงศรีอยุธยา เป็นวัดจำพรรษาของสมเด็จพระพุฒาจารย์ (โต พรหมรังสี) พระอริยสงฆ์ผู้สร้างพระคาถาชินบัญชรอันศักดิ์สิทธิ์ เส้นทางนี้สามารถเชื่อมต่อไปยังตรอกมะตูม เป็นแหล่งผลิตสินค้าที่ทำมาจากมะตูม อย่างมะตูมเชื่อม มะตูมอบแห้ง ที่บ่งบอกถึงความอุดมสมบูรณ์ของพื้นที่สวนผลไม้ในอดีต

เส้นทางที่ 3 ยังคงเริ่มต้นจากท่าเรือวังหลัง โดยใช้เส้นทางคมนาคมทางเรือไปสู่มัสยิดหลวงอันซอร์ริชซุนนะห์ เป็นมัสยิดของชาวมุสลิมนิกายซุนนะห์ (สุนนี) เป็นมัสยิดหลวงแห่งเดียวในราชอาณาจักรไทย ตั้งอยู่บริเวณปากคลองบางกอกน้อยตรงข้ามโรงพยาบาลศิริราช ซึ่งมีสถาปัตยกรรมที่วิจิตรงดงาม ในฝั่งคลองเดียวกันนี้เป็นที่ตั้งของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ เรือพระราชพิธี ที่จัดแสดงเรือหลวง รวมถึงศิลปะโบราณวัตถุและเครื่องใช้ที่ประกอบในพระราชพิธีชลมารค (นฤเบศร์ รูปแก้ว, 2557)

จากเส้นทางทั้ง 3 ถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมที่สำคัญของเขตบางกอกน้อย ที่นำมาเผยแพร่ประชาสัมพันธ์บนโซเซียลมีเดียให้คนรุ่นใหม่ได้รู้จักแหล่งท่องเที่ยว ฝั่งธนบุรีที่น่าสนใจ ดังภาพประกอบที่ 1



ที่มา : คณะผู้วิจัย, 2560

### 3. สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ

จากการลงพื้นที่เขตบางกอกน้อย คณะผู้วิจัยได้ สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง โดยใช้คำถามเกี่ยวกับปัญหาของพื้นที่ และความต้องการของชุมชนในเรื่องการฟื้นฟูพื้นที่ ชุมชนโบราณให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถสร้างรายได้ ให้กับชุมชน แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่

- 1) กลุ่มผู้รู้ จำนวน 5 คน
- 2) กลุ่มผู้ประกอบการ จำนวน 20 ร้าน
- 3) กลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไป จำนวน 30 คน

### 4. ดำเนินการออกแบบ



ภาพที่ 2 ตราสัญลักษณ์บางกอกน้อย  
ที่มา : คณะผู้วิจัย, 2560

#### ด้านชุมชนบางกอกน้อย

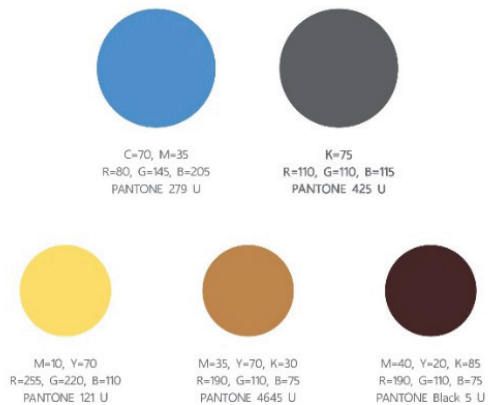
ด้านการออกแบบตราสัญลักษณ์และอัตลักษณ์ จากการวิเคราะห์ข้อมูลคณะผู้วิจัยพบว่าสิ่งที่เป็สัญลักษณ์ที่สะท้อนความเป็นชุมชนบางกอกน้อยคือการทำชั้นลงหิน อันเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่สืบทอดกันมาตั้งแต่สมัยอยุธยา ซึ่งปัจจุบันเหลือเพียงโรงงานชั้นลงหินเจียม แสงสว่าง เท่านั้นที่ยังคงทำชั้นลงหินอยู่ด้านสี่ที่สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนนั้น จากการวิเคราะห์ข้อมูล คณะผู้วิจัยพบว่าสีที่จะนำมาใช้เป็นสีหลักนั้นได้แก่สีฟ้า เพราะเป็นสีที่สื่อถึงสายน้ำ ในที่นี้คือคลองบางกอกน้อย เพราะชาวชุมชนบางกอกน้อยมีความผูกพันอย่างแน่นแฟ้นกับคลองบางกอกน้อยแห่งนี้ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน สีรองลงมาที่นำมาใช้นั้น ได้แก่ 1) สีเทาที่แทนเรื่องราวในอดีต หรือประวัติศาสตร์ จากการที่พื้นที่เขตบางกอกน้อยน้อยนั้นมีสถานที่ทางประวัติศาสตร์ที่สำคัญมากมาย อาทิ ศิริราชพิมุขสถาน โรงรถจักรธนบุรี วัดสุวรรณารามวรวิหาร 2) สีเหลือง สื่อถึงทอง ซึ่งแสดงถึงความรุ่งเรืองด้านศิลปวัฒนธรรมที่ตกทอดมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน เช่น การทำชั้นลงหิน 3) สีน้ำตาล จากสีของไม้ของตลาดไร่คาน ที่โดดเด่นทางด้านสถาปัตยกรรม

#### ด้านการออกแบบแอปพลิเคชัน

ด้านการออกแบบแอปพลิเคชันนี้มุ่งเน้นให้มี

รูปแบบและข้อมูลบนแอปพลิเคชันที่สื่อถึงวรรณกรรมในบางกอกน้อยและสามารถนำไปพัฒนาต่อยอดเป็นแอปพลิเคชันที่ใช้ได้จริงในอนาคต โดยคณะผู้วิจัยได้ทำการจำลองรูปแบบและภาพลักษณ์ของตัวแอปพลิเคชันให้นักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มเป้าหมายได้ใช้ได้ง่าย โดยแสดงข้อมูลที่เฉพาะเจาะจงในชุมชนบางกอกน้อยที่สำคัญ และจำลองการออกแบบแอปพลิเคชันให้มีปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้และชุมชนเข้าด้วยกัน โดยผู้ใช้ต้องไปใช้กับสถานที่จริงจึงนับว่าใช้ประสิทธิภาพของแอปพลิเคชันนี้ได้อย่างเหมาะสมและเต็มประสิทธิภาพการแบ่งเนื้อหาบนแอปพลิเคชันได้แบ่งออกตามเส้นทางตามวรรณกรรมข้างต้นที่ได้กำหนดไว้

โดยทางคณะผู้จัดทำได้คิดวิธีประยุกต์นำเทคนิคที่เรียกว่า อิงกับสถานที่จริง Reai time ที่อิงกับสถานที่จริงในชุมชนบางกอกน้อยเพื่อตามหาตัวละครในวรรณกรรม ทั้งนี้วิธีการนี้ได้เกิดขึ้นจริงจากแอปพลิเคชันเกม "Pokemon Go" เกิดเป็นกระแส ทั้งแชร์กันคุยกันทั่วโลกโซเชียล ซึ่งสามารถทำให้ผู้ใช้ได้มีส่วนร่วมกับสถานที่จริงบนโลกได้จริง สามารถดึงดูดคนเข้ามาใช้แอปพลิเคชันและคนเข้าไปในชุมชนผ่านแอปพลิเคชันนี้ได้

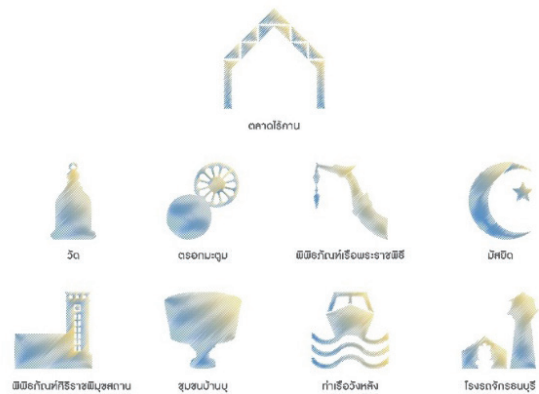


ภาพที่ 3 สีอัตลักษณ์

ที่มา : คณะผู้วิจัย, 2560

พอนต์ที่ใช้คณะผู้วิจัยเลือกใช้ DB Adman X เนื่องจากมีรูปทรงที่เป็นทรงกลมซึ่งมีความเข้ากันกับตราสัญลักษณ์ โดยใช้น้ำหนัก Bold เป็นส่วนของหัวข้อในสื่อต่างๆ และน้ำหนัก Regular เป็นส่วนของข้อมูลต่างๆ สีหลักที่ใช้ในสื่อต่างๆ คณะผู้วิจัยใช้สีฟ้า สื่อถึงสายน้ำเพราะจากการศึกษาจากวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องและจากการลงพื้นที่พบว่าชาวบางกอกน้อยมีความผูกพันกับสายน้ำ ในที่นี้คือคลองบางกอกน้อย สีรองลงมาคือ 1) สีเทาแสดงถึงค่าน้ำหนัก

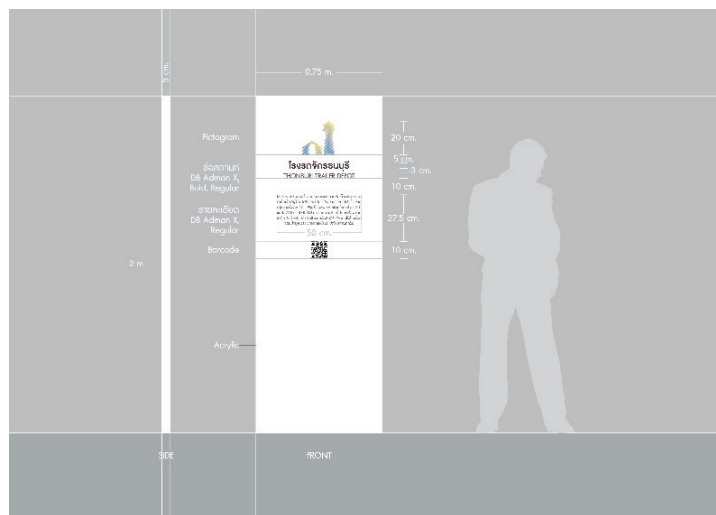
ชาวเท่าตำแหน่งอดีต เพราะจากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า บางกอกน้อยเต็มไปด้วยสถานที่สำคัญในอดีตที่สำคัญทางด้านประวัติศาสตร์ 2) สีเหลืองจากความรุ่งเรืองในด้านศิลปวัฒนธรรม 3) สีน้ำตาลจากสีไม้ของตลาดไร่คานซึ่งมีความโดดเด่นทางด้านสถาปัตยกรรม คณะผู้วิจัยได้รวบรวมงานออกแบบทางด้านอัตลักษณ์ (Corporate Identity) อยู่ในรูปแบบของคู่มือการใช้งานอัตลักษณ์ (Corporate Identity) เพื่อความเป็นเอกภาพของงานออกแบบทั้งหมด



ภาพที่ 4 พิกโตแกรม (Pictogram)

ที่มา : คณะผู้วิจัย, 2560

คณะผู้วิจัยได้ออกแบบพิกโตแกรม (Pictogram) หรือสัญลักษณ์ประจำสถานที่ต่างๆ เพื่อใช้ในการสื่อสารที่เป็นสากล โดยใช้ลักษณะของการแกะลายบนชั้นลงหินเพื่อความคมชัดความเป็นเอกภาพเดียวกันกับตราสัญลักษณ์



ภาพที่ 5 บ้ายให้ข้อมูล

ที่มา : คณะผู้วิจัย, 2560

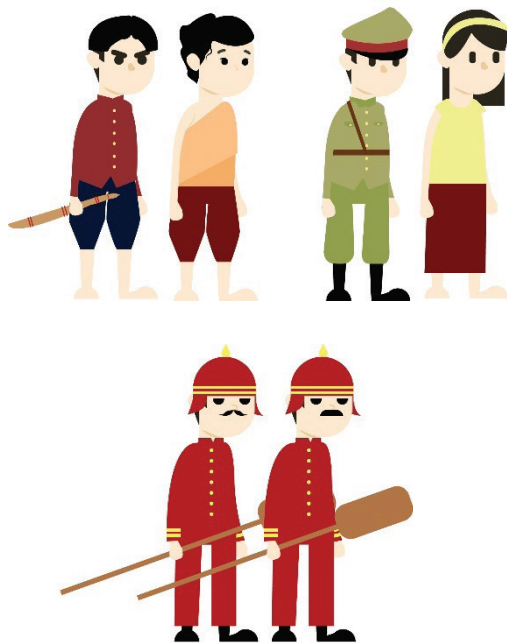


ภาพที่ 6 ตัวอย่างการติดตั้ง

ที่มา : คณะผู้วิจัย, 2560

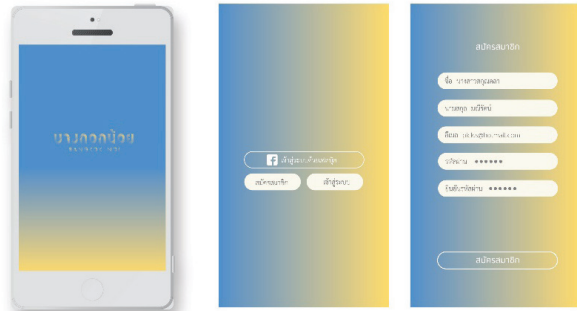


จากการสำรวจ คณะผู้วิจัยพบว่าสถานที่สำคัญต่างๆ ยังขาดสื่อให้ข้อมูลของสถานที่ เพื่อความเป็นเอกภาพ จึงได้จัดทำป้ายบอกข้อมูลโดยใช้กรอบของงานออกแบบอัตลักษณ์ที่กำหนดเพื่อความเป็นเอกภาพของงานเช่นเดียวกับการออกแบบแอปพลิเคชันและการออกแบบหน้าเพจเฟซบุ๊ก

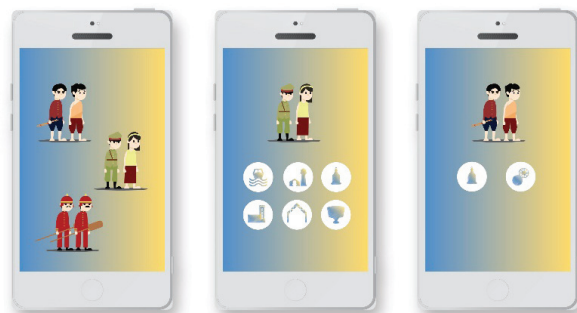


ภาพที่ 7 ตัวละคร (Characters)  
ที่มา : คณะผู้วิจัย, 2560

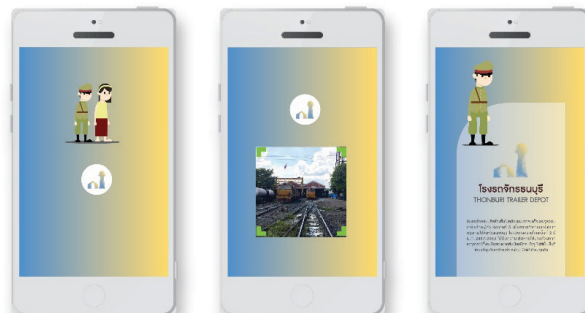
จากการวิเคราะห์ข้อมูลจากการศึกษาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง คณะผู้วิจัยพบว่าบางกอกน้อยถูกกล่าวถึงในวรรณกรรมชื่อดังได้แก่ 1) คู่กรรม 2) สุพรรณิรันดร จึงได้นำตัวละครเด่นจากวรรณกรรมทั้งสองมาเป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบตัวละคร (Characters) เพื่อใช้ในแอปพลิเคชันในรูปแบบของแพลตฟอร์ม (Flat Design) ซึ่งสามารถเข้าถึงได้กับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) อีกทั้งยังยึดหยุ่นต่อการใช้งานในแพลตฟอร์มที่หลากหลาย



ภาพที่ 8 ตัวอย่างงานออกแบบแอปพลิเคชัน 1  
ที่มา : คณะผู้วิจัย, 2560



ภาพที่ 9 ตัวอย่างงานออกแบบแอปพลิเคชัน 2  
ที่มา : คณะผู้วิจัย, 2560



ภาพที่ 10 ตัวอย่างงานออกแบบแอปพลิเคชัน 3  
ที่มา : คณะผู้วิจัย, 2560

## สรุปผลและอภิปรายผล

ชุมชนบางกอกน้อยแหล่งท่องเที่ยวที่มีร่องรอยของประวัติศาสตร์ การนำข้อมูลประวัติศาสตร์ที่ได้วิจัยและสอบถามผู้เชี่ยวชาญในชุมชนรวมไปถึงนักท่องเที่ยวเพื่อนำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์และสังเคราะห์เป็นงานออกแบบกราฟิก(Graphic)บนแอปพลิเคชันบนสมาร์ทโฟน การออกแบบเรขศิลป์สำหรับแอปพลิเคชันนี้มีส่วนช่วย กระตุ้นการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนบางกอกน้อย ภายใต้แนวความคิดตามรอยวรรณกรรมของชุมชนบางกอกน้อยจากการสัมภาษณ์ผู้คนในชุมชนและนักท่องเที่ยวสามารถสรุปได้ว่า

การนำเรขศิลป์และแอปพลิเคชันเข้ามาส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในชุมชนนั้นเป็นที่ต้องการของผู้คนในชุมชนและยังสามารถทำให้ภาพลักษณ์ชุมชนมีความทันสมัยมากขึ้นแต่ยังคงร่องรอยชุมชนเก่าไว้ได้ การออกแบบผู้วิจัยได้ออกแบบจากอัตลักษณ์ความเป็นชุมชนบางกอกน้อยการออกแบบ เช่นการออกแบบสัญลักษณ์จากลวดลายชั้นลงหินและสีหลักของแอปพลิเคชันพัฒนาทางการออกแบบในการไล่ระดับสีที่เป็นที่นิยมในปัจจุบัน และการออกแบบคาเรเตอร์ใช้การออกแบบในรูปแบบฟลัดดีไซน์ (Flat Design) เพื่อให้มีความร่วมสมัยมากขึ้นแต่ยังทิ้งรายละเอียดของบุคคลในช่วงเวลาของเมื่อในอดีตได้

โดยผู้วิจัยได้นำตัวอย่างได้รับความพึงพอใจระดับหนึ่งจากนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย การออกแบบตราสัญลักษณ์

และอัตลักษณ์เป็นการออกแบบอย่างร่วมสมัยสามารถเพิ่มความสนใจให้กับนักท่องเที่ยว แอปพลิเคชันสามารถให้ข้อมูลและทำให้นักท่องเที่ยวมีความสนใจกับชุมชนมากขึ้น สามารถทราบเส้นทางการเดินทางได้ง่ายขึ้นซึ่งสามารถทำให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงกับชุมชนได้ง่าย แอปพลิเคชันมีความน่าสนใจกระตุ้นการเดินทางของนักท่องเที่ยว ข้อมูลในแอปพลิเคชันเข้าใจง่ายและมีใจความสำคัญจากสถานที่ในชุมชน ตัวละครสามารถเป็นตัวแทนเล่าเรื่องราวของชุมชนได้ระดับหนึ่งตอบสนองกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ใช้เทคโนโลยีเพื่อการท่องเที่ยวได้

## ข้อเสนอแนะ

1. การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในชุมชนบางกอกน้อยควรได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐอย่างจริงจัง เพื่อให้เกิดความต่อเนื่อง
2. ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเพิ่มจำนวนรอบของเส้นทางการคมนาคมทางเรือเพื่อเป็นอีกหนึ่งเส้นทางหลักในการท่องเที่ยว
3. งานศิลปะและงานออกแบบควรได้รับความร่วมมือในการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับผลงานเพื่อให้คนในชุมชนได้รู้สึกถึงการเข้าไปมีส่วนร่วมในกระบวนการสร้างงาน
4. งานวิจัยฉบับนี้สามารถนำไปเป็นต้นแบบสำหรับการออกแบบแอปพลิเคชันสำหรับชุมชนอื่นๆในกรุงเทพมหานคร

## เอกสารอ้างอิง

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2554). **ทรัพยากรการท่องเที่ยวไทย ชุมภาคกลางและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ**. กรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ : บริษัท วิเสจ. (ม.ป.ป.). ประเภทการท่องเที่ยว. สืบค้นเมื่อ 17 กันยายน 2560, จาก [http://osthailand.nic.go.th/masterplan\\_area/userfiles/files/Tourism.pdf](http://osthailand.nic.go.th/masterplan_area/userfiles/files/Tourism.pdf)
- กรุงเทพมหานคร และจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (ม.ป.ป.). **แผนที่แหล่งวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีชีวิต เขตบางกอกน้อย**. สืบค้นเมื่อ 17 กันยายน 2560, จาก [http://livingculturalsites.com/index\\_20\\_04.html](http://livingculturalsites.com/index_20_04.html)
- กรมศิลปากร. (ม.ป.ป.). **พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ เรือพระราชพิธี**. สืบค้นเมื่อ 17 กันยายน 2560, จาก <http://www.finearts.go.th/museumroyal-barges/index.php>
- คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ. (2560). **แผนพัฒนาการท่องเที่ยว ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564)**. กรุงเทพฯ : สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- ทมนันตี. (2546). **คูกรม**. กรุงเทพฯ : ณ บ้านวรรณกรรม กวีป.
- ท่องเที่ยวเขตบางกอกน้อย. (2554). **Bangkoknoi Tour**. สืบค้นเมื่อ 17 กันยายน 2560, จาก [http://bangkoknoitour.blogspot.com/2011/09/blog-post\\_11.html](http://bangkoknoitour.blogspot.com/2011/09/blog-post_11.html)
- นฤเบศร์ รูปแก้ว. (2554). **มัสดิหลวงอันซอริชชุนนะห์**. สืบค้นเมื่อ 17 กันยายน 2560, จาก <https://proivi.wordpress.com/>
- ประชาชาติออนไลน์. (2560). **จับเทรนด์ “ท่องเที่ยว 2026” “ทัวร์ิสต์” แห่งเยือนไทยพุ่งขึ้น No. 2 ของโลก**. สืบค้นเมื่อ 16 กันยายน 2560, จาก [https://www.prachachat.net/news\\_detail.php?newsid=1470891590](https://www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1470891590)
- พิมพ์ชนก ยิ่งสกุล. (2559). **ทัศนคติที่มีต่อกระแสการท่องเที่ยววิถีไทยของนักท่องเที่ยวไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร**. สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการจัดการการเงินและธนาคาร ภาควิชาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยสยาม.
- ศูนย์การศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัยเขตบางกอกน้อย. (ม.ป.ป.). **ข้อมูลชุมชนในเขตบางกอกน้อย**. สืบค้นเมื่อ 17 กันยายน 2560, จาก <http://www.bangkoknoi.go.th>
- สันติ ลอร์ชวี. (2558). **สันติวิธีที่ 1**. กรุงเทพฯ : คัดสรรดีมาก.
- อารี พลดี. (2556). **สื่อสังคม**. สืบค้นเมื่อ 15 กันยายน 2560, จาก <http://www.royin.go.th>
- เอ็มจีอาร์ออนไลน์. (2559). **“ตลาดไร้คน” ภูมิปัญญาช่างโบราณสุดคลาสสิก...ฟื้นชีวิต วิถีชุมชน กินเที่ยวที่เดียวจบที่ย่าน “บ้านบุ”** สืบค้นเมื่อ 17 กันยายน 2560, จาก <http://www.manager.co.th/Food/ViewNews.aspx?NewsID>