

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันเป็นที่ยอมรับกันทั่วไปว่า การประชาสัมพันธ์เข้ามามีบทบาทที่สำคัญในทุกหน่วยงาน และนับวันการประชาสัมพันธ์จะมีความสำคัญและมีบทบาทเพิ่มมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานในภาครัฐ ภาคธุรกิจอุตสาหกรรม และสถาบันต่าง ๆ ต่างให้ความสำคัญกับงานประชาสัมพันธ์ เพราะหน่วยงานเหล่านี้จำเป็นต้องทำการติดต่อสื่อสารกับประชาชน การประชาสัมพันธ์จึงเป็นเครื่องมือที่สำคัญอย่างหนึ่งของการบริหารงาน เพื่อให้เกิดความเข้าใจอันดีระหว่างหน่วยงานกับประชาชนผู้รับบริการ ซึ่งจะนำไปสู่ความร่วมมือและสนับสนุนภารกิจของหน่วยงานกับประชาชน ทำให้หน่วยงานดำเนินงานไปด้วยความราบรื่นและบรรลุวัตถุประสงค์ตามเป้าหมายขององค์กรที่ได้วางไว้ การประชาสัมพันธ์เป็นกลไกสำคัญอย่างยิ่งในการอำนวยความสะดวกต่อการบริหารงานขององค์กรต่าง ๆ เพราะการบริหารมิได้อาศัยแต่เพียงทรัพยากรทางการบริหาร เช่น คน เงิน วัสดุ อุปกรณ์และการบริหารการจัดการเท่านั้น ยังต้องอาศัยการประชาสัมพันธ์ช่วยในการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างองค์กร สถาบัน กับกลุ่มประชาชนเป้าหมายทั้งภายในและภายนอกองค์กร ในการสร้างภาพลักษณ์ ความเข้าใจที่ดีและได้รับการสนับสนุนอย่างดีจากทุกภาคส่วน ประกอบกับการประชาสัมพันธ์เป็นการดำเนินงานในระบบการสื่อสารสองทาง (Two – Way Communication) เพื่อสื่อสารติดต่อไปมาซึ่งกันและกัน ซึ่งเป็นกลไกในการสะท้อนความคิดเห็นย้อนกลับ (Feedback) เพื่อให้การบริหารงานขององค์กรเกิดการพัฒนานำไปสู่ความสำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

จากที่ได้กล่าวข้างต้นจะเห็นได้ว่าการประชาสัมพันธ์ ได้เข้ามามีส่วนช่วยผลักดันให้งานและกิจการต่าง ๆ ขององค์กรประสบความสำเร็จ ด้านการท่องเที่ยวก็ต้องอาศัยการประชาสัมพันธ์เข้ามาสนับสนุนเช่นกัน

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวถือเป็นธุรกิจที่มีความสำคัญเป็นที่ยอมรับของนานาชาติอารยะประเทศทั่วโลก และยังเป็นอุตสาหกรรมที่มีการเติบโตเร็วที่สุด สามารถสร้างรายได้หลักให้กับประเทศอย่างมหาศาล ก่อให้เกิดรายได้หมุนเวียน และยังกระตุ้นให้เกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจนำไปสู่การจ้างงาน สร้างอาชีพ การกระจายรายได้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยองค์การการท่องเที่ยวโลก (World tourism organization: UNWTO) คาดการณ์ถึงจำนวน

นักท่องเที่ยวไว้ว่า ในปี พ.ศ. 2553 จำนวนนักท่องเที่ยวในโลกจะเพิ่มสูงถึง 1 พันล้านคน และเพิ่มเป็น 1.56 พันล้านคน ในปี พ.ศ. 2563 (World tourism organization: UNWTO, 2554 : ออนไลน์) เป็นที่ตระหนักดีว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทย เป็นพลังขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจที่แสดงบทบาทเด่นชัดในช่วงที่ผ่านมา ความสำเร็จมาจากพลังขับเคลื่อนทั้งระดับล่าง และระดับบนที่ช่วยผลักดันให้อุตสาหกรรมนี้เคลื่อนไปข้างหน้าอย่างไม่หยุดยั้ง ผู้เชี่ยวชาญของ World travel and tourism council ได้เสนอผลการวิจัยไว้ว่าในปี ค.ศ. 2010 จำนวนแรงงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยจะเพิ่มขึ้นจากปี ค.ศ. 1999 ซึ่งมีอยู่ประมาณ 4 ล้านคน เป็น 5 ล้านคน หรือประมาณร้อยละ 15.3 ของประชากรแรงงานที่ประเทศไทยมีอยู่ทั้งหมด และ Travel and tourism economy GDP ยังได้พยากรณ์ไว้อีกว่า รายได้ที่มาจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จะสูงถึง 3.2 พันล้านบาท หรือประมาณร้อยละ 17.1 ของ GDP ของประเทศ รัฐบาลจะใช้งบประมาณเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวสูงขึ้นเป็นลำดับ จนถึง 41.7 พันล้านบาท หรือประมาณร้อยละ 2.8 ของการใช้จ่ายงบประมาณทั้งหมด ส่วนภาครัฐกิจเอกชนพยากรณ์ว่า ในปี ค.ศ. 2010 จะมีการใช้จ่ายในการลงทุนเพิ่มขึ้นอีก 5 เท่าตัว (World tourism organization: UNWTO, 2549: ออนไลน์) นอกจากการท่องเที่ยวจะส่งผลต่อการพัฒนาประเทศ การจ้างงาน สร้างอาชีพ การกระจายรายได้ และการลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวข้องแล้วนั้น การท่องเที่ยวด้วยวิถีทางของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประเพณีหรือการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ถือเป็นแนวทางที่สำคัญยิ่ง ในการนำไปสู่การพัฒนาที่ต่อเนื่อง มั่นคงและยั่งยืนของทรัพยากรท่องเที่ยว เนื่องจากการท่องเที่ยวในยุคโลกไร้พรมแดน นอกจากคำนึงถึงความคุ้มค่าในเชิงเศรษฐกิจและสังคมแล้ว ยังคำนึงถึงการรักษาสีงแวดล้อม โดยใช้หลักการของแผนแม่บทของโลก (Agenda: 21) เป็นกรอบการจัดการ จึงจัดเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (Sustainable tourism development) โดยแผนแม่บทโลกมีหลักการ 4 ประการ คือ ประการที่หนึ่งการดำเนินการการท่องเที่ยวในขอบเขตความสามารถรองรับของธรรมชาติ ชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนต่อกิจกรรมการท่องเที่ยว ประการที่สอง การตระหนักในกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีผลกระทบต่อชุมชน ขนบธรรมเนียมวัฒนธรรมประเพณี และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน (เอกลักษณ์และอัตลักษณ์) ประการที่สามการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยว ที่มีผลกระทบต่อระบบนิเวศ ชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณีวัฒนธรรม และวิถีชีวิตที่มีต่อการท่องเที่ยว และประการสุดท้าย การประสานความต้องการและกำหนดแผนงานทางเศรษฐกิจ การดำรงอยู่ของสังคม และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างยั่งยืน (สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว, 2554 : ออนไลน์)

แนวคิดต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโดยรวมจะมีการปรับสภาพการจัดการ เพื่อเข้าสู่ยุคใหม่ของกระแสโลกที่เปลี่ยนไป (Paradigm shift) จากสังคมบริโภคนิยมเข้าสู่ยุคสังคมที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมเป็นสำคัญ ดังนั้นขอบเขตของการพัฒนาการท่องเที่ยว จึงครอบคลุมองค์ประกอบทุกส่วนของการท่องเที่ยวหรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือการพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งหมดต้องมุ่งสู่ความยั่งยืน (All tourism should be sustainable tourism) (Dowling, 1995: ออนไลน์) กล่าวโดยสรุปรูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวสามารถดำรงอยู่ได้ จะต้องมียุทธศาสตร์ที่เชื่อมโยงอย่างสม่ำเสมอ ทรัพยากรการท่องเที่ยวยังคงรักษาความดึงดูดใจไว้ได้ไม่เสื่อมคลาย ธุรกิจบริการที่มีผลกำไร แม้ต้องมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงการให้บริการอยู่เสมอก็ตาม ผลกระทบที่มีต่อสิ่งแวดล้อมทั้งทางธรรมชาติ สังคมและวัฒนธรรมท้องถิ่นจะต้องไม่เกิดขึ้น หรือหากมีต้องเป็นผลกระทบน้อยที่สุด

การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมและประเพณีเป็นกิจกรรมที่เอื้อให้เกิดประสบการณ์เรียนรู้แก่นักท่องเที่ยว และไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมและประเพณีจะช่วยสร้างรายได้ และยังเป็นการสร้างงานให้กับประชาชนในท้องถิ่นเพื่อเพิ่มรายได้ เมื่อประชาชนในท้องถิ่นมีรายได้เพิ่มขึ้นจากกิจกรรมการท่องเที่ยวก็จะช่วยลดความจำเป็นในการพึ่งพาทรัพยากรธรรมชาติเพื่อดำรงชีพ ด้วยเหตุผลดังกล่าวการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมและประเพณีจึงเป็นวิธีการหนึ่งที่จะทำให้การพัฒนาเศรษฐกิจการท่องเที่ยว หรืออาจกล่าวได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมและประเพณีเป็นรูปแบบหนึ่งของการพัฒนาอย่างยั่งยืน

เขตลาดกระบัง อยู่ในกรุงเทพมหานคร แต่มีวิถีชีวิตแตกต่างกับกรุงเทพมหานครชั้นในมาก เนื่องจากเขตลาดกระบังยังคงมีบรรยากาศชนบท มีการดำเนินชีวิตตามแบบวิถีไทยรามัญ มีขนบธรรมเนียม ประเพณี และวัฒนธรรมที่เก่าแก่ โดยชุมชนชาวมอญเขตลาดกระบังนั้นถือได้ว่าเจริญรุ่งเรืองขึ้นมาได้ด้วยเจ้าจอมมารดากลิ่นโดยแท้จริง สำหรับชุมชนมอญที่ลาดกระบังนั้นเป็นกลุ่มชาวมอญที่ขยายตัวมาจากพระประแดง และสมุทรสาคร เนื่องจากนโยบายขุดคลองสายต่างๆ ในสมัยรัชกาลที่ ๕ เพิ่มพื้นที่นาสำหรับผลิตข้าวเพื่อการค้าและส่งออกโดยการชักชวนให้ชาวบ้านมาบุกเบิกที่ทำมาหากินด้วยการงดเว้นการเก็บภาษีในระยะแรก และเก็บในอัตราลดหย่อนพิเศษกว่าพื้นที่ทำนาเก่าๆ ในระยะต่อมา ประกอบกับพื้นที่นาของชาวมอญพระประแดงก็เริ่มแออัด จากจำนวนประชากรที่เพิ่มมากขึ้น แม้ในระยะเริ่มแรกชาวมอญเหล่านั้นจะเดินทางไปทำนาเฉพาะช่วงฤดูทำนาเท่านั้น ปลูกกระท่อมเล็กๆ ไว้แค่เพียงพอกันแดดกันฝน พอหมดหน้านาก็กลับไปอยู่ที่พระประแดง แต่ต่อมาเมื่อถนนหนทางเจริญสะดวกสบายมากขึ้น ยิ่งเกิดวัดขึ้นในชุมชน จนสามารถใช้เป็นที่ทำบุญทำกุศลในเทศกาลต่างๆ ได้อย่างดีพร้อมแล้วด้วย ทำให้ชาวมอญเหล่านั้นพากันลงหลักปักฐานยังสถานที่ทำนา คือย่านลาดกระบังดังกล่าว ปัจจุบัน

คนมอญในย่านนี้ยังรักษาอัตลักษณ์ความเป็นมอญไว้ เช่น อาหารการกินแบบมอญ ความเชื่อเรื่อง การนับถือผี การแต่งกาย ภาษาพูดซึ่งยังมีใช้สื่อสารในกลุ่มผู้ใหญ่ นอกจากนี้ยังคงสืบทอดประเพณี อย่างมอญอยู่ เช่น ประเพณีตักบาตรพระร้อยทางเรือ การแข่งเรือพื้นบ้านในคลองลำปลาทิว เป็นต้น แต่เดิมท้องถื่นแถบนี้เป็นที่อยู่อาศัยของคนไทย ภายหลังมีชาวมอญอพยพเข้ามาอยู่อาศัยอย่างต่อเนื่อง แต่ทั้งสองชาติก็อยู่ร่วมกันอย่างมีความสุขภายใต้ร่มเงาของพุทธศาสนา นอกจากนี้เขต ตลาดกระบ้ง กรุงเทพมหานครประกอบด้วยชุมชนที่มีวัฒนธรรมและความเป็นเอกลักษณ์มานาน ขณะเดียวกันก็มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอันหมายรวมถึงวิถีชีวิต ชุมชน และโบราณสถานที่สำคัญ ปัจจุบัน หน่วยงานภาครัฐได้พยายามฟื้นฟูประเพณีวัฒนธรรมดั้งเดิมของชาวไทยรามัญให้กลับมาอีกครั้ง เพื่อรื้อโลงไว้ซึ่งแบบอย่างอันดีงามของท้องถิ่น ในอนาคตอันใกล้ เขตตลาดกระบ้งจะเป็นเขตที่มี รูปแบบทางวัฒนธรรมพื้นบ้านโดยวิถีชีวิตของผู้คนจะดำเนินควบคู่ไปกับการพัฒนาด้านโครงสร้าง พื้นฐาน

ด้วยสภาพปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยตั้งใจที่ศึกษาค้นคว้าวิจัยเพื่อให้ได้รูปแบบงาน ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรม ประเพณีชุมชนชาวมอญ เขตตลาดกระบ้ง กรุงเทพมหานคร รูปแบบดังกล่าวจะเป็นกลไกแห่งการนำความประทับใจ และภาพลักษณ์ที่ดีพอก กล่าวชี้แจงให้ประชาชนได้รับทราบข่าวสารและข้อมูลต่าง ๆ รูปแบบการประชาสัมพันธ์จะเป็น เครื่องมือที่จะสร้างความเข้าใจอันดี ระหว่างหน่วยงานกับประชาชน ให้เกิดความสนใจเกิดการ ยอมรับให้ความร่วมมือและสนับสนุน การจะพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรม ประเพณี ชุมชนชาวมอญ เขตตลาดกระบ้ง ดังกล่าวจะเกิดขึ้นได้อย่างสมบูรณ์จึงต้องอาศัยการประชาสัมพันธ์ เป็นเครื่องมือสนับสนุน โดยเฉพาะการใช้รูปแบบที่เหมาะสม ยังจะช่วยให้งิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น บรรลุผลและมีประสิทธิภาพ การจะมีรูปแบบการประชาสัมพันธ์ดังกล่าวได้ จำเป็นจะต้องอาศัยการ วิจัยและพัฒนาารูปแบบประชาสัมพันธ์ที่มีความสอดคล้องเหมาะสมกับท้องถิ่น เป็นไปตามหลัก วิชาการความยั่งยืนก็จะตามมา

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัญหาการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมและประเพณี ของชุมชนชาวมอญ เขตตลาดกระบ้ง กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อสร้างรูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมและประเพณี ชุมชนชาวมอญ เขตตลาดกระบ้ง กรุงเทพมหานคร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ประโยชน์เชิงวิชาการได้ความรู้เกี่ยวกับรูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมและประเพณีชุมชนชาวมอญ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร เพื่อนำไปสร้างรูปแบบการประชาสัมพันธ์
2. ประโยชน์เชิงนโยบายได้ข้อมูลนำไปวางแผนพัฒนาการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมและประเพณีชุมชนชาวมอญ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เพื่อศึกษาการพัฒนาารูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมและประเพณีของชุมชนชาวมอญ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยกำหนดขอบเขตการวิจัย เป็น 2 ช่วง คือ

ช่วงที่ 1 เป็นขั้นตอนของเนื้อหา ศึกษาปัญหาด้านการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรม ประเพณีชุมชนชาวมอญ เขตลาดกระบัง โดยสำรวจปัญหาการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และการดำเนินการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรม ประเพณีชุมชนชาวมอญ เขตลาดกระบัง

ช่วงที่ 2 เป็นขั้นตอนการสร้างรูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรม ประเพณีชุมชนชาวมอญ เขตลาดกระบัง

1. ขอบเขตทางด้านประชากร

ประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยและพัฒนาครั้งนี้มี 2 ช่วง

ช่วงที่ 1 ขึ้นสำรวจปัญหาการรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวประชากรกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชากรในชุมชนเลียบคลองมอญ ชุมชนลำปลาทิว ชุมชนมิตรสัมพันธ์ ชุมชนทิวไผ่พัฒนา ชุมชนวัดทิพพาวาส ชุมชนคลองสองต้นนุ่น จำนวน 361 คน

ช่วงที่ 2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่

1. ผู้นำการปกครองท้องถิ่น ได้แก่ ผู้อำนวยการเขต 1 คน ผู้ช่วยผู้อำนวยการเขต 2 คน และหัวหน้าฝ่ายต่าง ๆ จำนวน 10 คน
2. ผู้นำชุมชนท้องถิ่น ได้แก่ ผู้นำชุมชน 50 ชุมชน จำนวน 50 คน และ กรรมการชุมชน 50 ชุมชน จำนวน 518 คน ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 226 คน

2. ขอบเขตของเนื้อหา

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยต้องการศึกษาการพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรม ประเพณีชุมชนชาวมอญ เขตลาดกระบัง คือ

ช่วงที่ 1 ปัญหาการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรม ประเพณีชุมชนชาวมอญ เขตลาดกระบัง

ช่วงที่ 2 รูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรม ประเพณีชุมชนชาวมอญ เขตลาดกระบัง

3. ขอบเขตพื้นที่ในการวิจัย

ผู้วิจัยกำหนดชุมชนมอญลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร เป็นพื้นที่ดำเนินการการศึกษา ซึ่งชุมชนมอญลาดกระบังนี้ ได้แก่ ชุมชนเลียบคลองมอญ ชุมชนลำปลาทิว ชุมชนมิตรสัมพันธ์ ชุมชนทิวไผ่พัฒนา ชุมชนวัดทิพพาวาส ชุมชนคลองสองคันนูน เหตุผลในการเลือกพื้นที่ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ชุมชนมอญลาดกระบัง ซึ่งมีประวัติความเป็นมายาวนานตั้งแต่ยุคราชอาณาจักรอยุธยา มีศิลปวัฒนธรรมที่โดดเด่น จนทำให้ลาดกระบังเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สำคัญของลาดกระบัง มานานนับ 10 ปี

4. ขอบเขตทางด้านระยะเวลา

การศึกษาเรื่องการพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรม ประเพณีชุมชนชาวมอญ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยศึกษาตั้งแต่เดือนกันยายน 2553 ถึงเดือนกันยายน 2554

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

1. ผู้ให้ข้อมูล ได้แก่

- | | |
|---------------------------------|---|
| 1.1 คุณวิรัช สมบูรณ์ | รองผู้อำนวยการ โรงเรียนวัดพลมานิย์ |
| 1.2 ว่าที่ ร.ต.รามัญ สาระพันธุ์ | วิทยากรบรรยาย การท่องเที่ยวของชุมชนชาวมอญ
เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร
ประธานชุมชนเลียบคลองมอญและวิทยากร
บรรยายประเพณีต่าง ๆ ของชาวมอญ |
| 1.3 คุณวิมล มั่งนาค | คณะกรรมการวัดสุทธาโภชน์ |
| 1.4 คุณพูนศรี ฮวดจิ่ง | ประธานชุมชนสุทธาวาส และ
วิทยากรการเล่นของมอญลาดกระบัง |

1.5	คุณละออ สุทธิ	แม่ครัวอาหารคาวของชาวมอญ
1.6	คุณมนตรี พันธุ์หิรัญ	แม่ครัวอาหารหวานของชาวมอญ
1.7	คุณกมล พรหมถนอม	ไวยาวัจกรด้านศาสนา
1.8	คุณสมจิตร ระย้า	ผู้นำการละเล่นมอญท้องถิ่น
1.9	คุณวีรยุทธ ลูกอินทร์	สื่อมวลชน นักจัดรายการวิทยุ
		คลื่นเอฟเอ็ม 105.25 เมกะเฮิร์ต ตลาดกระบี่เรดิโอ
1.10	คุณทิพย์วารี แดงอ่อน	ประชาสัมพันธ์และพิธีกรของสภาวัฒนธรรม
		เขตตลาดกระบี่

2. ตัวแปรที่ศึกษา ได้แก่ การพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ วัฒนธรรมประเพณีชุมชนชาวมอญ เขตตลาดกระบี่ กรุงเทพมหานคร

นิยามศัพท์เฉพาะ

รูปแบบ หมายถึง แผนภาพ แบบแผนที่มีกระบวนการ และวิธีการตามยุทธศาสตร์ที่จะดำเนินการให้บรรลุผลต่าง ๆ ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

การประชาสัมพันธ์ หมายถึง ภารกิจหนึ่งของสถาบันที่จำเป็นต้องกระทำอย่างมีแบบแผน และต่อเนื่อง เพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างสถาบันกับกลุ่มประชาชนทั้งภายในและประชาชนภายนอกสถาบันให้มีความรู้ความเข้าใจ และให้การสนับสนุนร่วมมือซึ่งกันและกัน ทำให้การดำเนินงานของสถาบันบรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดไว้โดยประชาคมดี เป็นแนวบรรทัดฐาน

การอนุรักษ์ หมายถึง การรักษาวัฒนธรรมดั้งเดิมที่หาได้ยากหรือกำลังจะสูญหายไปและไม่สามารถคลี่คลายพัฒนาต่อไปได้อีก เพื่อให้เป็นประโยชน์ต่อคนรุ่นหลังในการที่จะติดตามศึกษาค้นคว้าหาร่องรอยความเจริญทางวัฒนธรรมในอดีต ควรได้รับการอนุรักษ์ เพราะนับวันจะสูญหายไป

การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ หมายถึง การท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางไปยังแหล่งธรรมชาติ และแหล่งวัฒนธรรมอย่างมีความรับผิดชอบ โดยไม่ก่อให้เกิด การรบกวนหรือ ทำความเสียหายแก่ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม แต่มีวัตถุประสงค์อย่างมุ่งมั่นเพื่อชื่นชม ศึกษา เรียนรู้ และเพลิดเพลินไปกับทัศนียภาพ พืชพรรณ และสัตว์ป่า ตลอดจนลักษณะทาง วัฒนธรรมที่ปรากฏในแหล่งธรรมชาตินั้น อีกทั้งช่วยสร้างโอกาส ทางเศรษฐกิจที่ส่งผลให้การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมเกิดประโยชน์ต่อชุมชนท้องถิ่นด้วย

การพัฒนา หมายถึง การดำเนินงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมและประเพณีของชุมชนชาวมอญ เขตลาคกระบัง ให้ดีกว่าเดิม

การพัฒนารูปแบบ หมายถึง การแก้ไขหรือปรับปรุงองค์ประกอบของรูปแบบที่มีอยู่แต่เดิมให้มีความเหมาะสมและมีความเป็นไปได้

การพัฒนารูปแบบงานประชาสัมพันธ์ หมายถึง การกำหนดรูปแบบการพัฒนาการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมและประเพณีของชุมชนชาวมอญ เขตลาคกระบัง กรุงเทพมหานคร โดยผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ

ชุมชนชาวมอญ หมายถึง กลุ่มชาวมอญที่ขยายตัวมาจากพระประแดง และสมุทรสาคร เนื่องจากในสมัยรัชกาลที่ 5 มีการขุดคลองเพิ่มขึ้นอีกหลายสาย เพิ่มพื้นที่ทำนาผลิตข้าว ทางราชการชวนให้ชาวบ้านมาบุกเบิกที่ทำกินด้วยการงดเว้นการเก็บภาษีในระยะแรก และเก็บในอัตราลดหย่อนพิเศษกว่าพื้นที่ทำนาเก่า ๆ อีกทั้งพื้นที่ทำนาของชาวมอญที่พระประแดงก็เริ่มแออัด ชาวมอญบางส่วนจึงย้ายมาทำนาปลูกข้าวและมาลงหลักปักฐานที่ย่านลาคกระบังกัน ต่อมาถึงปัจจุบัน

นักท่องเที่ยว หมายถึง ผู้เดินทางเข้าไปเยี่ยมชมวัฒนธรรมและประเพณีของชุมชนชาวมอญ ทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ

นักท่องเที่ยว ที่ได้เดินทางเข้ามาเที่ยวชมชุมชนชาวมอญ เขตลาคกระบัง โดยผู้วิจัยได้แบ่งขนาดของการศึกษาวิจัยนักท่องเที่ยวออกเป็น 3 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มวัยทำงาน
2. กลุ่มครอบครัว
3. กลุ่มนักเรียนนิสิตนักศึกษา

โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มต่าง ๆ เหล่านี้ จะต้องร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ของชุมชนชาวมอญ เขตลาคกระบัง และอยู่ในระหว่างช่วงเวลาที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ว่าจะทำการเก็บข้อมูล

วัฒนธรรม หมายถึง สิ่งที่ทำความเจริญงอกงามให้แก่หมู่คณะ เช่น วัฒนธรรมไทยในการแต่งกาย วิถีชีวิตของหมู่คณะ เช่น วัฒนธรรมพื้นบ้าน วัฒนธรรมชาวเขา อาหาร ภาษา ศิลปะ

ประเพณี หมายถึง สิ่งที่นิยมถือประพฤติปฏิบัติสืบต่อกันมาจนเป็นแบบแผน ขนบธรรมเนียมหรือจารีตประเพณี เช่น ประเพณีสงกรานต์ ประเพณีแต่งงาน ประเพณีลอยกระทง ประเพณีตักบาตรเทโว ประเพณีตักบาตรพระร้อยทางเรือ