

การพัฒนาแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยววิถีถิ่นริมคลอง
เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

DEVELOPMENT OF A PUBLIC RELATIONS MEDIA MODEL
FOR TOURISM ALONG THE CANAL, LAT KRABANG DISTRICT, BANGKOK

ปัทมา สารสุข

PATTAMA SARASUK

สาวิตรี คุ่มทะยาย

SAWITREE KHUMTHAYAI

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

PHRANAKHON RAJABHAT UNIVERSITY

กรุงเทพมหานคร

BANGKOK

รับบทความ : 21 สิงหาคม 2564 /ปรับแก้ไข : 22 กันยายน 2564 /ตอบรับบทความ : 29 กันยายน 2564

Received: 21 August 2021 /Revised: 22 September 2021 /Accepted : 22 September 2021

บทคัดย่อ

ความสำคัญของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวอันควรศึกษาเรียนรู้และพัฒนาก่อให้เกิดรายได้โดยนำการประชาสัมพันธ์มาใช้เป็นเครื่องมือสร้างอัตลักษณ์ดึงดูดความสนใจ ดังนั้นในงานวิจัยแบบผสมผสานครั้งนี้ จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบและพัฒนาแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยววิถีถิ่นริมคลอง เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร กำหนดกลุ่มตัวอย่างการวิจัยเชิงปริมาณ จำนวน 400 คน ด้วยการสุ่มแบบบังเอิญโดยใช้แบบสอบถามความต้องการที่มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.85 เก็บรวบรวมข้อมูลในพื้นที่และรับกลับคืนครบตามจำนวน นำข้อมูลมาวิเคราะห์ด้วยสถิติพื้นฐานเพื่อหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพเลือกแบบเจาะจง 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง 20 คน และกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ 5 คน ใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างจำนวน 2 ฉบับ ที่มีความสอดคล้องและเหมาะสม เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม และเสวนา และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหาจำแนกตามประเด็นสำคัญเป็นรายด้านและรายประเด็น ผลการวิจัยพบว่า เหตุผลสำคัญคือ ได้สัมผัสและมีโอกาสได้เรียนรู้วิถีถิ่นริมคลองที่ยังคงอัตลักษณ์แบบดั้งเดิมจากทำเลที่ตั้งตามช่องทางเฟสบุ๊ค โดยต้องการมาเที่ยวกับเพื่อนด้วยการพายเรือดูธรรมชาติ วัฒนธรรม และการเกษตร เลือกพักโฮมสเตย์ที่เน้นเรื่องราวและภาพจากสื่อโซเชียลมีเดียและนิยมท่องเที่ยวในฤดูร้อน และมีความต้องการด้านข้อมูลการประชาสัมพันธ์กิจกรรมการท่องเที่ยวมากที่สุด โดยมีแนวทางการพัฒนาแบบคือ 1) การทำให้เป็นที่รู้จักทั่วไป 2) เอกลักษณ์และจุดเด่นของกิจกรรม 3) การใช้ทรัพยากรที่มีอยู่จัดกิจกรรมท่องเที่ยววิถีถิ่นริมคลอง 4) การรักษาสภาพแวดล้อมให้สะอาด ปลอดภัย 5) การใช้สื่อโซเชียลออนไลน์ทุกรูปแบบเพื่อประชาสัมพันธ์ 6) การรวมกลุ่มสร้างงานเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว และ 7) การเสริมคุณค่าของอัตลักษณ์ทางประวัติศาสตร์ นำเสนอแหล่งท่องเที่ยว นำมาสู่การพัฒนาแบบสื่อประชาสัมพันธ์ 4 ด้าน คือ 1) การดำเนินงานประชาสัมพันธ์

2) กลุ่มเป้าหมายการประชาสัมพันธ์ 3) เนื้อหาการประชาสัมพันธ์ และ 4) เครื่องมือการประชาสัมพันธ์ ซึ่งจะนำไปสู่การต่อยอดเส้นทางกิจกรรมการสร้างจุดขายของวิถีถิ่นริมคลองที่เข้มแข็งอย่างยั่งยืน
คำสำคัญ : รูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์, ท่องเที่ยววิถีถิ่นริมคลอง, เขตลาดกระบัง

ABSTRACT

The studied and developed of tourist attractions in order to income by increasing publicity as a tool to attract interest. Therefore, this mixed methods research project had the objectives to study a model and develop a public relations model for tourism along the canal in Lat Krabang District, Bangkok. A convenience sample of 400 people was identified. A questionnaire with a reliability value of 0.85 was administered. Data collection occurred locally and analyzed with basic statistics. For informants in the qualitative research component, the researcher chose purposive of including 20 stakeholders and five experts. Two structured interview forms were used to collect data with in-depth interviews and focus group discussion, so that to a content analysis. The results showed that the canal residents and others had the opportunity to learn of life along the canal that a traditional identity from following Facebook. They want to travel with friends by boating to see nature, culture, and agriculture. They focus on stories; images and this phenomenon is popular in the summer and would benefit from more public relations information for tourism activities. The guidelines for a public relations media model consists issues: generalization, the uniqueness and highlights, organizing tourism, keeping the environment, social media for public relations, connecting tourist attractions, and enhancing the value of historical identity. In order to increase tourism, the development of four public relations media is needed: Operations, Target group, Content, and Tool. These elements will lead to a selling point that is vigorous and enduring.

Keywords : Public relations model, Tourism along the canal, Lat krabang district

บทนำ

ปัจจุบันการท่องเที่ยวถือได้ว่าเป็นมีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ โดยการท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้ในรูปของเงินตราต่างประเทศ นอกจากนี้การส่งเสริมการท่องเที่ยวในระดับท้องถิ่นยังก่อให้เกิดการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวไปยังพื้นที่ต่าง ๆ ซึ่งนำมาสู่การจ้างงานและสร้างอาชีพทั้งในภาคการท่องเที่ยวโดยตรงและการจ้างงานในภาคอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องมากขึ้น (Buabangphlu, 2016, p. 1) การท่องเที่ยวที่ประเทศไทยมีภาพลักษณ์ที่โดดเด่น คือ ธรรมชาติทำให้เกิดการท่องเที่ยว ด้านการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (Natural tourism) แหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยวให้มาเยือนไปยังสถานที่นั้น ๆ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยววิถีชีวิตชาวบ้าน แหล่งท่องเที่ยวประเพณีชุมชนท้องถิ่น (Hongsup, 2014, p. 18) ดังนั้นการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยค้นหาพื้นที่ที่มีศักยภาพและให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการดำเนินการเป็นแนวทางหนึ่งที่จะช่วยกระจายนักท่องเที่ยวไปยังภูมิภาค ส่งเสริมสินค้าของชุมชน กระจายรายได้ไปสู่ท้องถิ่นเป็นแนวทางในการพัฒนาภูมิภาค ซึ่งกล่าวได้ว่าการประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือสำคัญในการเผยแพร่ข้อมูลของกิจกรรมการท่องเที่ยวของวิถีถิ่นริมคลองไปสู่นักท่องเที่ยว ปัจจุบันมีความพยายามในการแก้ปัญหาโดยการทำสื่อประชาสัมพันธ์ในหลาย ๆ รูปแบบ

และหลายภาษาตามสถานที่สำคัญต่าง ๆ อาทิเช่น ป้ายสัญลักษณ์ ป้ายคำเตือนและกฎข้อบังคับป้ายอธิบายข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งสามารถพบเห็นได้ตามสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ ๆ ภายในประเทศ หรือการประชาสัมพันธ์ผ่านอินเทอร์เน็ต แต่เนื่องจากในปัจจุบันข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ มีมากมายทำให้บางครั้งนักท่องเที่ยวอาจจะไม่ได้รับข่าวที่ต้องการหรือข่าวสารที่ถูกต้องและอาจใช้เวลาในการค้นหาข้อมูล และอีกทั้งอาจจะพบเจอแต่ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ เป็นต้น สำหรับประเทศไทยยังคงมีแหล่งท่องเที่ยวอีกมากมายที่ยังขาดการประชาสัมพันธ์ที่ดี (Choothong & Tongwassanasong, 2018, p. 9)

เขตลาดกระบังซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีคุณค่าทางด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมหลายแห่ง ตลอดจนมีพื้นที่ที่มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่นำศึกษาเรียนรู้หลายแห่งที่มีความสำคัญทางด้านประวัติศาสตร์ และทรัพยากรทางด้านการท่องเที่ยวที่หลากหลายหลาย ดังนั้นในปัจจุบันแนวความคิดเรื่องการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจึงได้รับการยอมรับ และให้ความสำคัญกับการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดความยั่งยืน (Klinkhajorn, 2018, p. 4) ดังเช่นการกลับมาบันทึกเรื่องราวของหัตถะเข้ โดยรายการทุ่งแสงตะวัน นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ภาพทรงจำครั้งนั้นมีเสน่ห์และอบอวลไปด้วยวิถีชีวิตริมน้ำกับศิลปะที่แทรกซึมเข้าสู่ชุมชน เด็ก ๆ หลายคนเรียนรู้เรื่องราวเก่าก่อนของชุมชนผ่านศิลปะที่น่าประทับใจคือความดั้งเดิมและเสน่ห์เหล่านั้นไม่เคยหายไป มีแต่เพิ่มขึ้น ๆ ทั้งศิลปะที่โมเดิร์นตามสมัย คาเฟ่ร้านกาแฟที่ตอบโจทย์คนเมืองให้เดินทางมาพักผ่อน เป็นจุดขาย อีกทั้งยังมีกิจกรรมด้านงานศิลปะลดกรรมให้นักท่องเที่ยวได้ลงมือทำจนเกิดความสนุก ประทับใจ และผ่อนคลายไปกับบรรยากาศอย่างแท้จริง (Khaosod Online, 2021, online) จึงกล่าวได้ว่าแหล่งท่องเที่ยวในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร มีภูมิหลังประวัติศาสตร์อันน่าสนใจน่าศึกษา โดยเฉพาะการท่องเที่ยวตามลุ่มแม่น้ำเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ชุมชนเลียบบคลองมอญ แขวงทับยาว เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร เป็นชุมชนหนึ่งที่ประชาชนมีอาชีพเกษตรกรรมทำสวนผลไม้ซึ่งมีผลผลิตในระดับสูงของประเทศ จึงทำให้ผู้นำชุมชนกลุ่มหนึ่งเกิดความคิดที่จะนำทรัพยากร สิ่งแวดล้อม และวิถีการดำรงชีพในท้องถิ่น มาเป็นจุดสนใจในการจัดการท่องเที่ยวภายในชุมชน ทำให้เกิดการจัดการท่องเที่ยว “เที่ยวล่องคลองมองวิถี ถิ่นลาดกระบัง” ขึ้น อย่างไรก็ตามการจัดการกิจกรรมการท่องเที่ยว “เที่ยวล่องคลอง มองวิถี ถิ่นลาดกระบัง” ยังไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควรเนื่องจากยังขาดการประชาสัมพันธ์ที่ดี และองค์รภาคีทางการท่องเที่ยวต่าง ๆ ยังไม่ให้การสนับสนุนเท่าที่ควร เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวสนใจเข้ามาชมต่อเนื่องจากการท่องเที่ยวล่องคลอง มองวิถี ถิ่นลาดกระบัง

ดังนั้นเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวของวิถีถิ่นริมคลอง เขตลาดกระบัง ให้มีการจัดการที่เหมาะสมและกระตุ้นให้องค์รภาคีทางการท่องเที่ยวให้การสนับสนุนต่อชุมชนอย่างเป็นรูปธรรม อาทิ การนั่งเรือชมวิถีชีวิตของชุมชนไปตามคลองประเวศฯ จะพบตลาดน้ำตามหัวคลองต่าง ๆ หลายแห่ง จะได้สัมผัสกับบรรยากาศตลาดริมคลองที่ยังคงความสวยงามของสถาปัตยกรรมเรือนแถวไม้ริมน้ำไว้อย่างน่าชื่นชม เพื่อความยั่งยืนของชุมชนเขตลาดกระบัง จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้อง มีการพัฒนารูปแบบการจัดการท่องเที่ยววิถีถิ่นริมคลอง เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ด้วยเหตุนี้ ทำให้คณะผู้วิจัยสนใจที่จะพัฒนารูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยววิถีถิ่นริมคลองเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร โดยเน้นการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวของคนในชุมชน เพื่อเพิ่มศักยภาพในการท่องเที่ยว ดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศซึ่งอยู่ในจังหวัดข้างเคียงให้หลงใหลเข้ามามากขึ้น และสืบสานมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของท้องถิ่นของชาติจะไม่สูญสลายไปอย่างไม่มียวนกลับ เพื่อนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ในพัฒนาการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยววิถีถิ่นริมคลองเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานครให้ได้มาตรฐานพัฒนา

และเพิ่มศักยภาพ การประกอบธุรกิจการท่องเที่ยววิถีถิ่นริมคลองของชุมชนและท้องถิ่น เพื่อเสริมสร้างมาตรฐาน ในด้านการประชาสัมพันธ์และสามารถผ่านการประเมินมาตรฐานท่องเที่ยววิถีถิ่นริมคลองอันจะส่งผลให้การท่องเที่ยว วิถีถิ่นริมคลองเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร มีโอกาสขยายตัวและสร้างรายได้ให้ชุมชนท้องถิ่นและประเทศเพิ่มขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

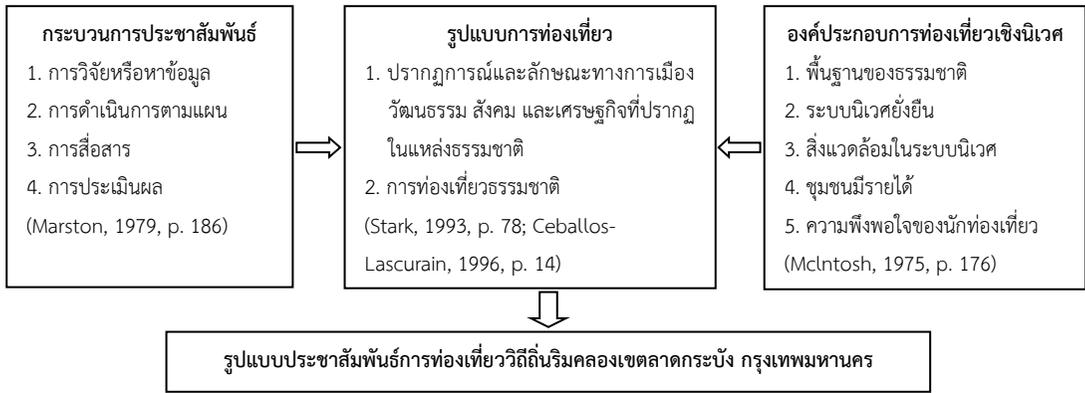
1. เพื่อศึกษารูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยววิถีถิ่นริมคลองเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อพัฒนารูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยววิถีถิ่นริมคลอง เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

ประโยชน์การวิจัย

1. สามารถนำผลการวิจัยถ่ายทอดสู่ผู้ประกอบการริมคลอง เพื่อพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยว วิถีถิ่นริมคลอง เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร
2. สามารถนำผลการวิจัยไปพัฒนาและเพิ่มศักยภาพการประกอบธุรกิจการท่องเที่ยววิถีถิ่นริมคลองของชุมชน ท้องถิ่นต่าง ๆ ซึ่งจะส่งผลให้มีนักท่องเที่ยวเพิ่มจำนวนมากขึ้นอันจะเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับชาวบ้านและชุมชน
3. ผลการวิจัยจะเป็นข้อมูลที่ช่วยให้การประกอบกิจการท่องเที่ยววิถีถิ่นริมคลอง เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ขยายตัวมากขึ้นอันจะส่งผลให้ธุรกิจการท่องเที่ยวระดับมหภาคขยายตัวตามไปและก่อให้เกิดรายได้ ให้กับประเทศเพิ่มขึ้น

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในงานวิจัยครั้งนี้ โดยคณะผู้วิจัยได้นำประเด็นแนวคิดกระบวนการ ประชาสัมพันธ์ของ Marston (1979, p. 186) ซึ่งมีลักษณะการประชาสัมพันธ์ 3 ส่วน คือ งานวิจัยและประเมินผล งานวางแผนประชาสัมพันธ์ และงานด้านสื่อและกิจกรรม ที่ประกอบด้วยขั้นตอนหลัก 4 ประการ ได้แก่ การวิจัย หรือหาข้อมูล (Research-R) การดำเนินการตามแผน (Action-A) การสื่อสาร (Communication-C) และการประเมินผล (Evaluation-E) ประเด็นรูปแบบการท่องเที่ยวตามหนังสือชื่อ Tourism, Ecotourism and protected Area (Ceballos-Lascurain, 1996, p. 14) ที่ระบุว่าการท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในปรากฏการณ์ทางการเมือง วัฒนธรรม สังคม และเศรษฐกิจที่สำคัญของศตวรรษที่ 20 ประเทศทั้งหลายไม่ควรจะทำให้มันแตกต่างกัน โดยเสริมว่าประชาคมโลก มองแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติของแต่ละประเทศโดยรวมเหมือนเป็นสมบัติของโลก นักท่องเที่ยวทุกคนมีสิทธิ์มาดู มาชื่นชม และซึมซับความงดงาม ความน่าทึ่ง ดูแล้วเกิดความคิด เกิดความสนใจ เกิดความพอใจ ทุกประเทศ จึงควรร่วมมือกันอนุรักษ์ ส่วนใดเสียหายก็ควรปรับปรุงแก้ไขให้ธรรมชาติกลับคืนมาอย่างเดิมเพื่อประโยชน์ของคนรุ่นหลัง สอดคล้องกับ Elizabeth Stark (Stark, 1993, p. 78) ที่ระบุว่าการท่องเที่ยวธรรมชาติเป็นรูปแบบของการท่องเที่ยว ที่พัฒนาขึ้นก่อให้เกิดความยั่งยืนของสถานที่ท่องเที่ยว โดยไม่ทำลายสภาพแวดล้อม ปราศจากสิ่งฟุ่มเฟือยต่าง ๆ มีเพียงสิ่งจำเป็นในการท่องเที่ยวเท่านั้น และประเด็นแนวคิดองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของ McIntosh (1975, p. 176) มีหลักพื้นฐาน 5 ประการ คือ ต้องอยู่บนพื้นฐานของธรรมชาติ (Nature-based tourism) ต้องทำให้ระบบนิเวศยั่งยืน (Ecological sustainable tourism) ต้องศึกษาสิ่งแวดล้อมในระบบนิเวศ (Environmentally educative tourism) ต้องให้ชุมชนมีรายได้ (Locally beneficial tourism) และต้องให้นักท่องเที่ยวมีความพอใจ (Tourist satisfaction) โดยนำมาประยุกต์สร้างเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยแสดงดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ดำเนินการวิจัยโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed methods research) กำหนดขอบเขตพื้นที่ในการวิจัยในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ดังต่อไปนี้

การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research)

ประชากรในการวิจัยคือนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ซึ่ง Roscoe (1975, pp. 156-157) ได้กล่าวว่าขนาดตัวอย่าง 500 หน่วย จากประชากรที่ไม่แน่นอน ค่าความคลาดเคลื่อนเนื่องจากการสุ่มตัวอย่างจะไม่เกิน $\sigma/10$ ดังนั้น หากจะใช้ประชากรตั้งแต่ 30 ถึง 500 ใช้ $e_M = \sigma/10$ โดยที่ไม่ว่าขนาดของประชากรมีมากเพียงใด หากกำหนดให้ความคลาดเคลื่อนมากที่สุดที่ยอมรับได้เท่ากับ $1/10$ ของส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($e_M = \sigma/10$) และระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แล้วเมื่อแทนค่าในสูตรจะต้องใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 384 หน่วย เสมอไป ดังนั้น ในงานวิจัยนี้ จึงใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน และใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental sampling) ซึ่งการสุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่ความน่าจะเป็น (Non-probability sampling) สำหรับกลุ่มตัวอย่างมีลักษณะเบื้องต้นบางประการที่สอดคล้องกับลักษณะของกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ซึ่งหาได้ง่ายที่สุด (Bailey, 1987, p. 93)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือแบบสอบถามแบบเลือกตอบ (Check list) ด้านความต้องการท่องเที่ยววิถีถิ่นริมคลองจำนวน 10 ข้อ และแบบประเมินค่า 5 ระดับ (Rating scale) ด้านความต้องการสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยววิถีถิ่นริมคลองจำนวน 4 ด้าน รวม 16 ข้อ ได้แก่ ด้านเนื้อหา 3 ข้อ ด้านสื่อร่วมกับกิจกรรมประชาสัมพันธ์ 5 ข้อ ด้านข้อมูลประชาสัมพันธ์กิจกรรมการท่องเที่ยววิถีถิ่นริมคลอง 4 ข้อ และด้านข้อมูลเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร 4 ข้อ กำหนดเกณฑ์การให้คะแนนระดับความสำคัญ คือ 5 (มากที่สุด) 4 (มาก) 3 (ปานกลาง) 2 (น้อย) และ 1 (น้อยที่สุด) ซึ่งได้ทำการนำเสนอผู้เชี่ยวชาญทางด้านการตลาดและการท่องเที่ยว 2 คน และผู้ทรงคุณวุฒิ 1 คน พิจารณาด้านเนื้อหาและโครงสร้างของข้อคำถาม แล้วนำไปทดลองใช้ (Try out) กับประชาชนที่มีลักษณะคล้ายกับกลุ่มตัวอย่างซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร จำนวน 30 คน ผลคะแนนมาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ทั้งฉบับได้เท่ากับ 0.85 นำไปเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการแจกให้กับนักท่องเที่ยวและประชาชนทั่วไปในแหล่งท่องเที่ยววิถีถิ่นริมคลองเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ในเดือนมีนาคม 2563 และนำข้อมูลที่ได้อามาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ได้แก่ ข้อมูลพฤติกรรม โดยการแจกแจงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลความคิดเห็น โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean : \bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบน

มาตรฐาน (Standard deviation : S.D.) แปลความหมายค่าเฉลี่ยจากการแบ่งอันตรภาคชั้น (Class interval) ชั้นละ 0.80 ได้แก่ 4.21-5.00 (มากที่สุด) 3.41-4.20 (มาก) 2.61-3.40 (ปานกลาง) 1.81-2.60 (น้อย) และ 1.00-1.80 (น้อยที่สุด) ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการลงพื้นที่ภาคสนามแจกแบบสอบถามพร้อมเก็บคืนจนครบตามจำนวน กลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพื้นฐานเพื่อหาค่าร้อยละ (%) ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)

การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research)

กลุ่มผู้ให้ข้อมูล ใช้วิธีเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) จำแนกเป็น 2 กลุ่ม ประกอบด้วย กลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนารูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ จำนวน 20 คน ประกอบด้วย กลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง จำนวน 6 คน ได้แก่ 1) เจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2 คน 2) นักวิชาการ 2 คน 3) มัคคุเทศก์จากการบริการ เรือท่องเที่ยวของชุมชน 2 คน และกลุ่มชุมชนเลียบคลองมอญ แขวงทับยาว เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร จำนวน 14 คน ได้แก่ 1) ผู้นำชุมชน 4 คน 2) ผู้นำประชาคมตลาดคลองมอญ 2 คน 3) ผู้ทำอาชีพเรือบริการ ท่องเที่ยว 4 คน 4) เจ้าของกิจการร้านค้าชุมชน 2 คน และ 5) ผู้ประกอบอาชีพทำสวน 2 คน และกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน ได้แก่ อาจารย์สาขาวิทยาศาสตร์ในสถาบันอุดมศึกษา 3 คน และนักประชาสัมพันธ์ 2 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured interview) จำนวน 2 ฉบับ ประกอบด้วย แบบสนทนากลุ่ม จำนวน 7 ข้อ แบบสัมภาษณ์สื่อประชาสัมพันธ์ 3 ด้าน รวม 6 ข้อ ได้แก่ ด้านเนื้อหา และภาษา 2 ข้อ ด้านกราฟิกและการออกแบบ 2 ข้อ และด้านรูปลักษณ์และเทคนิคการนำเสนอ 2 ข้อ และแบบสัมภาษณ์ (ผู้นำชุมชนและผู้ประกอบการที่มีส่วนร่วม) จำนวน 8 ข้อ ได้นำเสนอผู้ทรงคุณวุฒิเชี่ยวชาญด้านประชาสัมพันธ์ และผู้นำกลุ่มกิจการร้านค้า ตรวจสอบและพิจารณาความสอดคล้องตามเนื้อหา จำนวน 2 ท่าน พบว่า มีความสอดคล้อง และเหมาะสม ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่มและเสวนา ณ ห้องประชุม โยมสเคย์บ้านสวนอัมพร แขวงชุมทอง เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ร่วมกับการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิเคราะห์เนื้อหาจำแนกประเด็นสำคัญของเนื้อหาที่ได้ สรุปผลการวิจัยเป็นรายประเด็น และรายด้าน

ผลการวิจัย

การศึกษารูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยววิถีถิ่นริมคลองเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

1. ผลการศึกษาความต้องการท่องเที่ยวมากที่สุดในแต่ละข้อ พบว่า เหตุผลสำคัญที่สุดที่คนเลือกมาท่องเที่ยว วิถีถิ่นริมคลอง คือ ได้สัมผัสวิถีชีวิตชุมชน/ธรรมชาติ ร้อยละ 33.00 อะไรที่ทำให้นักท่องเที่ยวเลือกมาท่องเที่ยว วิถีถิ่นริมคลอง คือ มีโอกาสได้เรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน ร้อยละ 46.00 นักท่องเที่ยวสนใจท่องเที่ยววิถีถิ่นริมคลอง คือ วิถีถิ่นริมคลองที่สภาพแวดล้อมยังคงอัตลักษณ์ของชุมชนท้องถิ่นแบบดั้งเดิม ร้อยละ 54.00 ข้อมูลที่ต้องการทราบ และสนใจเป็นอันดับแรก คือ ท่าเลที่เที่ยวยังวิถีถิ่นริมคลอง ร้อยละ 51.00 ช่องทาง การหาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว วิถีถิ่นริมคลอง คือ เฟซบุ๊ก ร้อยละ 33.00 ต้องการมาเที่ยววิถีถิ่นทางเรือกับเพื่อน ร้อยละ 69.00 กิจกรรมทางเรือ ที่เขตลาดกระบังจัดให้กับนักท่องเที่ยวที่น่าสนใจที่สุดคือ พายเรือ ดูธรรมชาติ ร้อยละ 46.00 รายการโทรทัศน์ ที่น่าสนใจควรเน้นเรื่องราวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและเชิงเกษตร 124 คน ร้อยละ 31 การตัดสินใจเลือกพักโฮมสเตย์ ในเขตลาดกระบังที่ได้พบเรื่องราวและภาพจากสื่อโซเชียลมีเดีย ร้อยละ 69.00 และช่วงเดือนที่นิยมท่องเที่ยว คือ เดือนกุมภาพันธ์ ถึงเดือนพฤษภาคม (ฤดูร้อน) ร้อยละ 69.00

2. ผลการศึกษาความต้องการสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยววิถีถิ่นริมคลองเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร แสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ความคิดเห็นต่อความต้องการสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยววิถีถิ่นริมคลองเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

ความต้องการ	ระดับความต้องการ		แปลผล
	\bar{X}	S.D.	
1. ด้านเนื้อหา	3.99	0.58	มาก
2. ด้านสื่อร่วมกับกิจกรรมประชาสัมพันธ์	4.15	0.70	มาก
3. ด้านข้อมูลการประชาสัมพันธ์กิจกรรมการท่องเที่ยว	4.27	0.57	มากที่สุด
4. ด้านข้อมูลเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยว	4.07	0.58	มาก
รวมเฉลี่ย	4.12	0.61	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า โดยภาพรวมมีความต้องการสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยววิถีถิ่นริมคลองเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.12$) โดยมีด้านข้อมูลการประชาสัมพันธ์กิจกรรมการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.27$) และด้านสื่อร่วมกับกิจกรรมประชาสัมพันธ์ ($\bar{X}=4.15$) ด้านข้อมูลเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยว ($\bar{X}=4.07$) และด้านเนื้อหา ($\bar{X}=3.99$) อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

การพัฒนารูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยววิถีถิ่นริมคลอง เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร



ภาพที่ 2 แผนที่เดินทางท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

ที่มา : ภาพถ่ายเมื่อวันที่ 28 กันยายน 2563 ณ โฮมสเตย์บ้านสวนอัมพร แขวงชุมทอง เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

1. ผลการศึกษาแนวทางการพัฒนาแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยววิถีถิ่นริมคลองเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ได้จำนวน 7 ประเด็น ดังนี้

1.1 การท่องเที่ยววิถีถิ่นริมคลอง เขตลาดกระบัง มีความน่าสนใจ หลากหลาย เป็นเอกลักษณ์ของตัวเอง ซึ่งมีความสำคัญ ไม่ว่าจะเป็นประเพณี (ตักบาตรพระร้อย) ตลาดหัวตะเข้ ตลาดหลวงแพ่ง ฯลฯ แต่ยังไม่เป็นที่รู้จักทั่วไป

1.2 เอกลักษณ์หรือจุดเด่นของกิจกรรมท่องเที่ยววิถีถิ่นริมคลอง เขตลาดกระบัง เป็นจุดขาย ทำให้คนสนใจ ไม่ได้ใช้การท่องเที่ยวแบบสร้างใหม่ แต่เป็นการนำสิ่งที่มีอยู่มานำเสนอในรูปแบบที่น่าสนใจ ใช้ภูมิปัญญา เช่น ตักบาตรพระร้อย วิถีชุมชน เช่น ตลาดเก่าหัวตะเข้

1.3 การจัดกิจกรรมท่องเที่ยววิถีถิ่นริมคลอง เขตลาดกระบังที่เน้นวิถีชุมชน ใช้ทรัพยากรสิ่งที่มีอยู่ในเขตลาดกระบังมานำเสนอในรูปแบบใหม่ การจัดทำแพคเกจจิ้งให้ดูดี มีคุณค่า สร้างมูลค่าของสิ่งที่มีอยู่ (เช่น สร้างเรื่องราวของสิ่งของ อาทิ ประวัติการทำขนมใบไม้ ขนมสายบัวแดง) ให้คนเข้ามาค้นหา และการใช้รูปถ่าย ดึงดูดวัยรุ่น รูปสวย ๆ การจัดภูมิทัศน์สถานที่ การจัดกิจกรรมหลากหลายให้คนเข้ามาเที่ยวซ้ำอีก

1.4 เขตลาดกระบังมีวิธีการกำจัดขยะ การแยกขยะ ที่สำคัญคือการรักษาสภาพแวดล้อมในคลอง ขยะสิ่งปฏิกูลในคลอง ผักตบชวาที่กีดขวางทางเดินน้ำ การพัฒนาปรับปรุงทำนน้ำริมคลองให้สวยงาม สะอาด เหมาะสมกับสถานที่ ไม่จำเป็นต้องเป็นท่าที่ใหญ่โต แต่ขนาดเหมาะสม

1.5 สื่อประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะปัจจุบันเป็นสื่อออนไลน์ทั้งอินสตาแกรมและเฟซบุ๊ก ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีถิ่นริมคลองให้คนมาเที่ยวตามกระแส ทั้งตามรูปถ่าย ข้อมูลที่ถ่ายทอดไปและแหล่งท่องเที่ยว ต้องรักษาคุณภาพของสถานที่ประกอบไปด้วย

1.6 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการดำเนินงานการท่องเที่ยววิถีถิ่นริมคลอง เขตลาดกระบัง ปัจจุบันการดำเนินงานเป็นการรวมกลุ่มสร้างงานที่น่าสนใจอยู่แล้ว ซึ่งควรต้องสนับสนุนกลุ่ม/ผู้แทนบุคลากรที่เข้ามาช่วยกันดำเนินงานมากขึ้น และเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง

1.7 ปัจจัยสำคัญที่มีส่วนช่วยในการส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีถิ่นริมคลอง เขตลาดกระบัง คือ ความมีคุณค่า ประวัติ อัตลักษณ์ของท้องถิ่น เป็นส่วนสำคัญหลักในการที่จะสร้างกิจกรรม ทำให้คนสนใจมีเครือข่ายหรือคนในชุมชน บุคลากรก็เป็นสิ่งสำคัญที่จะร่วมกันผลักดันกิจกรรมให้เกิดและคงอยู่ต่อไปอย่างยั่งยืน และการมีสื่อประชาสัมพันธ์ในการนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้รู้จัก

2. ผลการพัฒนาแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยววิถีถิ่นริมคลองเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร เมืองประกอบ 4 ด้าน ดังต่อไปนี้

2.1 การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ โดยการกำหนดผู้รับผิดชอบการประชาสัมพันธ์วิถีถิ่นริมคลอง ศึกษาทำความเข้าใจนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเพื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อและช่องทางให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อและช่องทางที่กลุ่มเป้าหมายเข้าถึงง่าย สร้างและนำเสนอจุดเด่นหรืออัตลักษณ์ของวิถีถิ่นริมคลอง เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการประชาสัมพันธ์สู่กลุ่มเป้าหมาย สร้างเครือข่ายประชาสัมพันธ์ ระหว่างวิถีถิ่นริมคลองด้วยกันเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้และเรียนรู้ร่วมกัน และการส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจด้านการประชาสัมพันธ์ และการใช้สื่อและช่องทางให้แก่ผู้ประกอบการวิถีถิ่นริมคลอง หน่วยงานภาครัฐและนักวิชาการ

2.2 กลุ่มเป้าหมายการประชาสัมพันธ์ ต้องมุ่งเน้นนักท่องเที่ยวต่างชาติแบบเฉพาะกลุ่ม และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เห็นคุณค่าการท่องเที่ยวแบบวิถีชีวิตชาวบ้าน หรือชื่นชอบ เรียนรู้วัฒนธรรมความเป็นอยู่ของชุมชนท้องถิ่น นักท่องเที่ยวที่ชอบการผจญภัย กลุ่มองค์กรและนิสิต นักศึกษา ที่ต้องการศึกษาดูงานหรือทำกิจกรรม

2.3 เนื้อหาการประชาสัมพันธ์ โดยการระบุเนื้อหาที่เน้นเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของท้องถิ่นหรืออัตลักษณ์ที่เป็นจุดขายของวิถีถิ่นริมคลองที่แตกต่างจากการท่องเที่ยวแบบอื่น เรื่องราวที่สะท้อน ประวัติศาสตร์วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของชุมชน ข้อมูลกิจกรรมการท่องเที่ยว สันทนาการและกิจกรรมการเรียนรู้วัฒนธรรมวิถีชุมชน ข้อมูลเกี่ยวกับการให้บริการของโฮมสเตย์ และควรสร้างสรรค์เนื้อหาหรือข้อความเพื่อสร้างแรงจูงใจและสร้างการจดจำของนักท่องเที่ยว

2.4 เครื่องมือการประชาสัมพันธ์ โดยการใช้เครื่องมือที่หลากหลายแบบผสมผสานเพื่อให้มีช่องทางให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงได้สะดวก เครื่องมือที่มีค่าใช้จ่ายไม่มาก สื่อสังคมออนไลน์ สื่อหรือช่องทางที่ทำให้เกิดการรีวิวหรือการบอกต่อโดยนักท่องเที่ยว สื่อบุคคลที่มีอิทธิพลทาง ความคิดต่อกลุ่มเป้าหมาย การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางของหน่วยงานด้านการท่องเที่ยว

สำหรับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยววิถีถิ่น
ริมคลองเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร แสดงดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แนวทางการพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยววิถีถิ่นริมคลอง

ด้าน	รายการ	แนวทางที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์
1. เนื้อหาและภาษา	1) เนื้อหา	- มีความถูกต้องและเป็นทางการ - ครอบคลุมข้อมูลด้านประวัติ ภูมิปัญญา ประเพณี และบุคคลสำคัญในท้องถิ่น
	2) ภาษา	- ภาษาที่ถูกต้อง สุภาพ กระชับ ไม่เยิ่นเย้อ - เขียนถูกต้องตามหลักภาษา - ใช้ภาษาสากลเชิญชวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศ (อังกฤษ จีน เป็นต้น)
2. กราฟิกและการออกแบบ	1) เนื้อหา	- คำบอกเล่าต้องกระชับ ดึงดูดความสนใจ บ่งบอกความเป็นอัตลักษณ์ของพื้นที่ - สามารถบอกเล่าเรื่องราวได้ในระยะสั้น ๆ คราวเดียวกัน - สามารถตอบใจหทัยการอ่านข้อมูลกิจกรรมไม่นานสำหรับคนปัจจุบัน
	2) การออกแบบ	- สื่อให้เห็นความเป็นวิถีถิ่น ดูทันสมัย - ผสมผสานแนวคิดใหม่ในความเป็นตัวตนของชุมชน - สร้างรูปแบบใหม่ที่ดูดี น่าสนใจ เกาะกระแสสังคมปัจจุบัน - สร้างจุดเด่นการท่องเที่ยวด้วยประเด็นกระแสสังคมปัจจุบัน
3. รูปลักษณ์และเทคนิคนำเสนอ	1) รูปลักษณ์	- ใช้ภาพความสวยงามจากสถานที่จริงด้วยมิติแสง สี ที่ชัดเจน สวยงาม และไม่เกินความเป็นจริง
	2) เทคนิคการนำเสนอ	- การร้อยเรียงเรื่องราวจากอดีตถึงปัจจุบันแล้วเชื่อมโยงภาพอนาคตที่เป็นจริงโดยเน้นความน่าสนใจและการติดตาม - การทำ Oneday trip ลาดกระบังในเว็บไซต์พันทิป ให้นักท่องเที่ยวได้ติดตามเส้นทาง - สร้างคลิปวิดีโอหรือหนังสือเกี่ยวกับเส้นทางท่องเที่ยวและอัตลักษณ์ที่ปักโฮมสเตย์จากสถานที่จริงตามช่วงเวลาแบบ Time line - การไลฟ์สดนำเสนอ ณ จุดแหล่งท่องเที่ยววิถีถิ่นพร้อมโฆษณาที่ปักและโปรโมชันประจำฤดูอย่างต่อเนื่อง

อภิปรายผล

รูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยววิถีถิ่นริมคลอง เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร นั้น กลุ่มวิสาหกิจได้ใช้วิธีการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ผ่านทางสื่อและช่องทางของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเป็นหลัก การประชาสัมพันธ์ทางการตลาดโดยการออกร้านแสดงสินค้าชุมชน การสาธิตต่าง ๆ เพื่อให้โฮมสเตย์เป็นที่รู้จัก เนื้อหาของการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ไปยังกลุ่มเป้าหมายนั้นเป็นเนื้อหาเกี่ยวกับการบริการของโฮมสเตย์ เรื่องราวของวิถีถิ่นริมคลอง เขตลาดกระบัง และชุมชน วัฒนธรรม กิจกรรมการเรียนรู้และกิจกรรมสันทนาการ นอกจากนี้

เป็นเนื้อหาเกี่ยวกับคำชมเชยและความประทับใจของนักท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยหลายเรื่อง ดังเช่น งานวิจัยศึกษาการพัฒนาารูปแบบการจัดการท่องเที่ยววิถีถิ่น วิถีไทยเพื่อสร้างอัตลักษณ์ใหม่ของเส้นทางท่องเที่ยว เมืองร้อยเกาะของสุโขทัย กลิ่นขจร (Klinkhajom, 2018, p. Ngor) พบว่า ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยว ด้านการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นในการส่งเสริมและพัฒนาารูปแบบการจัดการท่องเที่ยว มีพฤติกรรมการให้ความร่วมมือในการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ของแหล่งท่องเที่ยว ณรงค์ โพธิ์พฤษพานันท์ (Phophrueksanan, 2018, p. Kor) ที่พบว่า การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนในการจัดการด้านการท่องเที่ยว นั้น คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวในระดับมาก โดยเฉพาะในด้านของการจัดการด้านสถานที่ที่จะเข้ามามีส่วนร่วมทั้งในด้านวางแผน การประชุมนโยบายหรือแสดงความคิดเห็นต่าง ๆ ดังนั้นการที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนวิถีถิ่นริมคลอง เขตลาดกระบัง เผยแพร่ข้อมูลดังกล่าวจึงเป็นการตอบสนองความต้องการข้อมูลข่าวสารในการท่องเที่ยววิถีถิ่นริมคลองของนักท่องเที่ยว และณัฐชา ชาวกงจักร์ (Chaokongjak, 2019, pp. 136-137) พบว่า รูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ ประกอบด้วย การวิเคราะห์ศึกษากิจกรรมที่ส่งเสริมภาพลักษณ์ การวางแผนกลยุทธ์อย่างมีระบบที่สร้างแรงจูงใจ การสื่อสารสังคมออนไลน์สร้างสรรค์

การพัฒนาารูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยววิถีถิ่นริมคลอง เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ได้แก่ การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนโดยเฉพาะคนรุ่นใหม่เพื่อการสืบทอดการประกอบการท่องเที่ยววิถีถิ่นริมคลองให้เกิดความเข้มแข็งอย่างยั่งยืน การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานระดับจังหวัดและท้องถิ่น และนักวิชาการในการให้ความรู้และคำแนะนำเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์และการพัฒนาวิถีถิ่นริมคลอง การพัฒนาต่อยอดกิจกรรมและการสร้างจุดขายของวิถีถิ่นริมคลอง นับว่ามีความสอดคล้องกับงานวิจัยหลายเรื่อง ได้แก่ งานวิจัยศึกษาโอกาสและความท้าทายของการพัฒนาหมู่บ้าน OTOP เพื่อการท่องเที่ยว (OTOP village) อำเภอท่าลี่ จังหวัดเลย ของมนตรี คำวัน (Khamwan, 2019, p. Abstract) พบว่างบประมาณสนับสนุนจากภาครัฐยังไม่เพียงพอ ขาดการประชาสัมพันธ์หมู่บ้านท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ การส่งเสริมของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องยังไม่ต่อเนื่อง ขาดตลาดในการจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ของชุมชน ขาดความร่วมมือของประชาชนในชุมชนและประชาชนในชุมชนขาดความรู้และจัดการท่องเที่ยว และรินทร์ภัส เกตุวิระพงศ์ (Ketverapong, 2021, p. 114) ได้เสนอว่า การสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ด้วยการผลิตสื่อร่วมกันไว้ ประกอบด้วย สื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ แผ่นพับและโปสเตอร์ สื่อวิดีโอ และเฟซบุ๊ก ชุมชนมีส่วนร่วมในการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์โดยการกำหนดประเด็นเนื้อหา สื่อ การมีส่วนร่วมในกระบวนการผลิตสื่อ และการมีส่วนร่วมในการประเมินผลสื่อด้านระดับการมีส่วนร่วม พบว่าสมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วม 3 ระดับ คือ ระดับผู้ใช้สาร ระดับผู้ผลิต และระดับผู้กำหนดนโยบาย

นอกจากนี้ผลการวิจัยแสดงให้เห็นถึงองค์ประกอบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาารูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยววิถีถิ่นริมคลอง เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของวิรัช ลภีรัตนกุล (Lapiratanakul, 2010, pp. 216-217) ที่กล่าวว่า สื่อจะช่วยในการถ่ายทอดข่าวสารประชาสัมพันธ์งานของหน่วยงานแล้ว จุดประสงค์อีกอย่างหนึ่งของการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน คือ การสร้างความนิยมหรือสร้างภาพพจน์ที่ดีแก่หน่วยงาน ดังนั้น จำเป็นต้องแจ้งให้ทราบโดยให้มีความรู้และความเข้าใจที่ถูกต้องด้วย การที่จะทำการประชาสัมพันธ์ประสบความสำเร็จ ต้องอาศัยสื่อประชาสัมพันธ์อีกระดับหนึ่งที่จะให้ข่าวสาร ความรู้ในรายละเอียดพัฒนาความรู้ความเข้าใจ ให้ความทรงจำและความสนใจ โดยสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีบทบาทในเรื่องนี้คือ สื่อมวลชน สื่อบุคคล การแสดงนิทรรศการ เพราะงานวิจัยพัฒนาารูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยววิถีถิ่นริมคลอง เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร เมื่อสำรวจฐานทรัพยากร การท่องเที่ยวบนฐานอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชนวิถีถิ่นริมคลอง เขตลาดกระบังแล้วก็จะสามารถยกระดับศักยภาพของพื้นที่สู่การพัฒนาการท่องเที่ยวทางน้ำ สามารถแบ่งออกได้เป็น 12 ลักษณะ ดังนี้ แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและประเพณี แหล่งท่องเที่ยวชุมชนริมน้ำ แหล่งท่องเที่ยวศิลปะวิทยาการ แหล่งท่องเที่ยวภูมิทัศน์วัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวโบราณสถาน แหล่งท่องเที่ยวโบราณวัตถุ แหล่งท่องเที่ยวปูชนียวัตถุ แหล่งท่องเที่ยวประเภทสิ่งก่อสร้างร่วมสมัย และแหล่งท่องเที่ยวประเภทสิ่งก่อสร้างสมัยใหม่

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะด้านนโยบาย

1. งานวิจัยชี้ให้เห็นว่าหน่วยงานภาครัฐสามารถที่จะนำรูปแบบการพัฒนา รูปแบบการประชาสัมพันธ์ กิจกรรมท่องเที่ยววิถีถิ่นริมคลอง เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร นี้มาประยุกต์ใช้ในการกำหนดแผนยุทธศาสตร์ เพื่อพัฒนาฐานรากของชุมชนในท้องถิ่น ด้วยการเชื่อมโยงความร่วมมือในการทำงานร่วมกันของทุกภาคส่วน สามารถทำให้เกิดการพัฒนาและการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง ซึ่งการนำไปประยุกต์ใช้นั้นไม่จำเป็นต้องเป็นการพัฒนา ในด้านการท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว เพราะรูปแบบนี้มีความสามารถนำไปประยุกต์ใช้หรือปรับให้เข้ากับการพัฒนา ด้านอื่น ๆ โดยหลักการที่ว่าจะต้องเกิดการมีส่วนร่วมด้วยการทำงานร่วมกัน โดยการเป็นหุ้นส่วนที่มีความเสมอภาค การสร้างแกนเพื่อนำสู่การทำงานร่วมกัน กระบวนการมีส่วนร่วมนี้ต้องเริ่มต้นพร้อมกันจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย โดยเกิดความเท่าเทียม เพื่อพลิกโฉมการท่องเที่ยวของประเทศไทยสู่เศรษฐกิจสร้างคุณค่าสังคมเดินหน้าอย่างยั่งยืน

2. ประสบการณ์จากงานวิจัยชี้ถึงในเรื่องความสามัคคีที่เกิดขึ้นจากการมีส่วนร่วมขององค์กรของ รัฐ องค์กรเอกชน กลุ่มสมาชิกชุมชนที่ต้องการรวมเอาพลังสร้างผลให้เกิดประโยชน์ในสถานะที่ให้ผลสูงสุดแก่องค์กร การเป็นหุ้นส่วนที่ว่านี้จะเปิดโอกาสให้ชุมชนได้มีบทบาทได้ประสบการณ์การเรียนรู้จากการแลกเปลี่ยน ทำให้เกิดทักษะ และค้นพบทรัพยากรในการแก้ไขปัญหาและเพิ่มพูนศักยภาพให้กับตนเอง ภาครัฐควรพิจารณาความต้องการที่แท้จริง ของภาคประชาชนมากกว่าการนำนโยบายที่ภาครัฐเห็นว่าน่าจะเป็นและภาคประชาชนควรจะเป็นมาปฏิบัติ ประการที่ห้า การสร้างบทบาทให้แก่องค์กรปกครองท้องถิ่นในฐานะภาคีเครือข่ายหนึ่งของชุมชนเป็นสิ่งสำคัญ ต่อวิสาหกิจต่าง ๆ ของชุมชนรวมทั้งวิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอีกด้วย

3. การวิจัยในระดับท้องถิ่นครั้งนี้มีความสอดคล้องกับการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์สู่การปฏิบัติในระยะ แผนพัฒนาสังคมและเศรษฐกิจแห่งฉบับที่ 12 (2560-2564) ตามยุทธศาสตร์การพัฒนา ในเรื่องการพัฒนาสังคมไทย สู่อสังคมนั่งสมาธิปัญญาและการเรียนรู้ การสร้างความเข้มแข็งของชุมชนและสังคมให้เป็นรากที่มั่นคงของประเทศ การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจให้สมดุลและยั่งยืนการพัฒนาบนฐานความหลากหลายทางชีวภาพและสร้างความมั่นคง ของฐานทรัพยากรและคุณภาพสิ่งแวดล้อม และการเสริมสร้างธรรมาภิบาลในการบริหารประเทศสู่ความยั่งยืน โดยที่การวิจัยนี้เป็นรูปแบบประการหนึ่งสามารถนำไปใช้ให้สอดคล้องได้กับแผนระดับชาติในด้านการพัฒนา อันเป็นการวิจัยที่สามารถเชื่อมโยงประสานกับยุทธศาสตร์ระดับชาติได้

ข้อเสนอแนะด้านปฏิบัติ

1. ผู้ประกอบการวิถีถิ่นริมคลองควรดำเนินการปรับปรุงและพัฒนาโฮมสเตย์ ในด้านลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการให้บริการอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง เพื่อรักษาคุณภาพ ความเป็นวิถีถิ่นริมคลองที่ได้รับการรับรองมาตรฐานเพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่นักท่องเที่ยวโดยเฉพาะด้านการประชาสัมพันธ์จำเป็นต้องแสวงหา แนวทางความร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐและนักวิชาการในการสนับสนุนส่งเสริมความรู้ในการพัฒนาสื่อ และช่องทางการประชาสัมพันธ์เพื่อให้วิถีถิ่นริมคลองสามารถเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อและช่องทางที่เหมาะสม กับกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ

2. ผู้ประกอบกิจการวิถึถิ่นคลองควรมีการพัฒนาการประชาสัมพันธ์โดยการปรับและพัฒนาตนเองในการเรียนรู้เกี่ยวกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ แสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับ กลุ่มเป้าหมายของวิถึถิ่นคลอง แสวงหาวิธีการหรือกิจกรรมที่จะใช้เพื่อประชาสัมพันธ์ไปยัง กลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งมีการทบทวนและปรับปรุงแก้ไข การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อและช่องทางที่มีประสิทธิภาพอย่างสม่ำเสมอ

3. หน่วยงานภาครัฐด้านการท่องเที่ยวควรกำหนดนโยบายหรือแนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยววิถึถิ่นคลองอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากการท่องเที่ยวแบบวิถึถิ่นคลองเป็นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนเพื่อชุมชนที่สามารถสร้างรายได้แก่ประชาชนชาวบ้านในชุมชน ที่นำไปสู่การอนุรักษ์ วัฒนธรรม ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม ซึ่งส่งผลเชิงบวกต่อการท่องเที่ยวของประเทศ

4. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานครสามารถนำผลการวิจัยครั้งนี้ไปพัฒนาและปรับปรุงสื่อประชาสัมพันธ์โครงการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ให้เกิดประโยชน์สูงสุดได้ เช่น สื่อประชาสัมพันธ์ทางเว็บไซต์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีความสะดวก ในการค้นหาข้อมูล ข้อมูลมีความครบถ้วน ข้อมูลมีความทันสมัย และข้อมูลมีความน่าสนใจจึงเหมาะสมเป็นอย่างยิ่งที่จะพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทนี้ ให้เป็นที่น่าสนใจแก่นักท่องเที่ยวต่อไป สื่อประชาสัมพันธ์ประเภท แผ่นพับ โบรชัวร์ต่าง ๆ เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจน้อยที่สุด จึงควรปรับปรุงให้เหมาะสม และน่าสนใจมากยิ่งขึ้น ดังเช่น ควรทำเป็นแอปพลิเคชันลงในโทรศัพท์เคลื่อนที่ เพื่อให้เกิดความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยครั้งนี้ ได้รับทุนอุดหนุนจากมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร (กองทุนวิจัย) ประจำปีงบประมาณ 2562

เอกสารอ้างอิง

- Bailey, K. D. (1987). *Methods of Social Research* (3rd ed.). New York : The Free Press.
- Buabangphlu, P. (2016). *Guidelines for Management of Sustainable Eco-tourism: A Case Study of Khaokhitchakut National Park, Chantaburi Province*. Research Report. Faculty of Education, Rambhai Barni Rajabhat University, Chantaburi. (In Thai)
- Ceballos-Lascurain, H. (1996). *Tourism, ecotourism, and protected areas: The state of nature-based tourism around the world and guidelines for its development*. Cambridge : Lucn.
- Chaokongjak, N. (2019). *Public Relations Model On Social Media For Improving The Image Of Faculty Of Nursing Mahidol University*. Thesis, Master of Education in Educational Technology Program, Graduate School, Silpakorn University, Nakhon Prathom. (In Thai)
- Choothong, R., & Tongwassanasong, N. (2018). *The Public Relations and Tourism Promotion system using Beacon*. Research Report. Rajamangala University of Technology Rattanakosin, Nakhon Pathom. (In Thai)
- Hongsup, A. (2014). *The Guidelines for Developing Hot Spring Resource in Health Tourism Destination Management in Northern Thailand*. Thesis, Master of Science Program in Sports Science Faculty of Sports Science, Chulalongkorn University, Bangkok. (In Thai)
- Ketverapong, R. (2021). *Public Relations Media Creation for Thai Lue Luang Tai Woven Favric, Doi Sa Ket Sub District, Chian Mai Province by Community Participatory Process*. *College of Social Communication Innovation*, 9(1), 114-123. (In Thai)

- Khamwan, M. (2019). *Opportunities and Challenges of OTOP Village Development for Tourism (OTOP Village), Thai District, Loei Province*. Research Report. Faculty of Humanities and Social Sciences, Loei Rajabhat University, Loei. (In Thai)
- Khaosod Online. (2021). *Sod-Chak-Yaowachon-Chumchon-Roipi-Withi-Hua-Takhe*. Retrieved June 29, 2021, from https://www.khaosod.co.th/newspaper/newspaper-inside-pages/news_6369875 (In Thai)
- Klinkhajorn, S. (2018). *The Model Development of Tourism Management Local to Create a New Identity of the Tourism of Mueang Roikoh*. Thesis, Doctor of Philosophy Program in Development Education, Department of Basic Education, Graduate School, Silpakorn University, Nakhon Pathom. (In Thai)
- Lapiratanakul, W. (2010). *Public relations : Complete version (10th ed.)*. Bangkok : Chulalongkorn University. (In Thai)
- Marston, J. E. (1979). *Modern public relations*. New York : McGraw-Hill.
- McIntosh, R. P. (1975). HA Gleason-" Individualistic ecologist" 1882-1975: His contributions to ecological theory. *Bulletin of the Torrey Botanical Club*, 102(5), 253-273.
- Phophrueksanan, N. (2018). *The Participation of Communities Lam Phaya Floating Market Nakhon Pathom Province in Sustainable Tourism Management*. Research Report. Faculty of Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Phra Nakhon, Bangkok. (In Thai)
- Roscoe, J. T. (1975). *Fundamental Research Statistics for the Behavioral Sciences*. New York : Holt Rinehart and Winston.
- Stark, S. E. (1993). *The Effects of Employing Environmental Management" Best Practices" on Single Family Development*. Dissertation, Doctoral of Philosophy Program in George Washington University, United States of America.

ผู้เขียนบทความ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ปัทมา สารสุข

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชานิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

ที่อยู่ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร ถนนแจ้งวัฒนะ

เขตบางเขน กรุงเทพมหานคร 10220

E-mail: pattama_tip@hotmail.com

นางสาว สาวิตรี คุ่มทะยาย

อาจารย์ประจำหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

ที่อยู่ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร ถนนแจ้งวัฒนะ

เขตบางเขน กรุงเทพมหานคร 10220

E-mail: k_amaly@yahoo.com