

กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวงานประเพณีรับบัว
ของอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ
Communications strategy to promote tourism of Rub Bua
Festival at Bang Phli, Samutprakan province

ณัฐนันท์ วงษ์ประเสริฐ¹

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1. กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวงานประเพณีรับบัวของอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ว่ามีวิธีการและรูปแบบอย่างไร 2. ปัจจัยที่มีผลต่อกลยุทธ์การสื่อสารว่ามีปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อการกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวประเพณีรับบัว ที่ส่งผลให้การจัดงานประสบความสำเร็จ การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยสัมภาษณ์กลุ่มผู้นำในการจัดงาน หน่วยงานภายนอกที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดงานประเพณีรับบัว และสมาชิกในชุมชนของอำเภอบางพลี และบุคคลนอกพื้นที่ที่เคยมาเที่ยวงาน รวมทั้งสิ้น 11 คน จากการศึกษาพบว่า กลยุทธ์การสื่อสารที่ช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวงานประเพณีรับบัวของอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการให้ประสบความสำเร็จ คือ 1.1 การกำหนดนโยบายและกลยุทธ์ในการจัดงานที่ชัดเจน ในด้านการวางแผนงาน การดำเนินการ และรูปแบบวิธีการ ส่วนปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมให้การจัดงานประเพณีรับบัวประสบความสำเร็จยิ่งขึ้น คือ 2.1 ปัจจัยภายนอก 2.1.1 จากนโยบายและงบประมาณของจังหวัดสมุทรปราการ 2.1.2 ความร่วมมือจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และการสนับสนุนจากสื่อมวลชน 2.2 ปัจจัยภายใน คือ 2.2.1 บทบาทของผู้นำ 2.2.2 การร่วมมือกันของสมาชิกในอำเภอบางพลี

คำสำคัญ: กลยุทธ์การสื่อสาร ปัจจัยที่มีผลต่อกลยุทธ์การสื่อสาร กระบวนการสื่อสาร

¹ นักศึกษา หลักสูตรวารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารมวลชน บัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

Abstract

This research objective is to study the communication strategy to promote tourist Rub Bua Festival in Bang phli sub-district, Samutprakarn province. This study will source out the essential factors that influence of strategic plan of tourist informative communication channel especially the Rub Bua Festival. That caused the event to be successful. This research is qualitative research. Data collection with in-depth interviews with group leaders in the event. External agencies are involved in organizing of Rub Bua Festival. And community members of the District. And individuals outside the area had come to a total of 11 people. The study found that communication strategies that help promote tourism of Rub Bua Festival in Bang Phli, Samutpakan to be successful is to set policy and strategy in the event clearly. In the planning, operation and model methods. The factors that help promote the event even more successful of Rub Bua Festival is external policies and budgets of Samutpakan Province. The cooperation of the Tourism Authority of Thailand. And support from the media factor is the role of leadership. Cooperation of members of the District.

Keywords: Communications strategy, Factors affecting communication strategy, Communication process

บทนำ

การท่องเที่ยว นับเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญอย่างมากต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ และสังคมของประเทศไทย เนื่องจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้ให้กับประเทศชาติเป็นจำนวนมากมหาศาล ปัจจัยสำคัญที่ทำให้การท่องเที่ยวพัฒนาได้อย่างรวดเร็ว เนื่องจากประเทศไทยมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลาย มีเอกลักษณ์ทางศิลปวัฒนธรรม ประเพณี ความเป็นอยู่ การดำเนินชีวิต

แบบไทยที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ถึงแม้ว่าการเมืองภายในประเทศจะส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวจนทำให้เกิดปัญหา และส่งผลกระทบต่อภาวะเศรษฐกิจซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุด ประเทศไทยก็ยังให้ความสำคัญต่อภาคการท่องเที่ยว และเห็นความสำคัญมาโดยตลอด จากที่ได้กล่าวมาข้างต้น ดังนั้น การท่องเที่ยวในเชิงวัฒนธรรมประเพณีจึงได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น และเป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวในประเทศไทย และในปัจจุบันหลายหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนต่างให้ความสนใจและหันมาเอาใจใส่เรื่องประเพณีและวัฒนธรรมกันค่อนข้างมาก เพราะเข้าใจดีว่าเป็นสิ่งที่ได้รับความสนใจและดึงดูดใจชาวต่างชาติให้เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยได้เป็นอย่างดี

ในงานวิจัยฉบับนี้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาในส่วนของรูปแบบการสื่อสารการกำหนดกลยุทธ์ที่ใช้สนับสนุนจนทำให้เกิดประสิทธิภาพในการจัดงานประเพณีท้องถิ่น และความเกี่ยวข้องที่มีผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยการบูรณาการองค์ประกอบต่าง ๆ ที่ใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวงานประเพณีรับบัวของอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ และปัจจัยต่าง ๆ จากภายในและภายนอกชุมชนที่ทำให้เกิดผลสำเร็จ โดยประเพณีที่ผู้วิจัยเลือกมาศึกษาในงานวิจัยฉบับนี้ก็คืองานประเพณีรับบัว ของอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งเป็นประเพณี **“หนึ่งเดียวในโลก แห่งเดียวในประเทศไทย”**

ประเพณีรับบัวเป็นประเพณีประจำท้องถิ่นของชาวอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งเป็นประเพณีเก่าแก่ที่สืบทอดมาแต่โบราณ โดยมีได้ปรากฏหลักฐานว่ามีมาแต่ยุคไคสมัยโต มีเพียงข้อสันนิษฐานความเป็นมาจากผู้เฒ่าผู้แก่ของอำเภอบางพลีว่า เกิดขึ้นประมาณ 80 ปีมาแล้ว เพื่อเป็นการนมัสการหลวงพ่อดโต เมื่อถึงวันขึ้น 14 ค่ำ เดือน 11 ชาวบางพลีช่วยกันเก็บดอกบัวรวบรวมไว้ที่วัดหลวงพ่อดโต (วัดบางพลีใหญ่ใน) เพื่อมอบให้กับชาวรามัญนำไปเป็นดอกไม้เป็นพุทธบูชาในวันออกพรรษา เมื่อใดที่ชาวรามัญมารับดอกบัว โดยใช้เรือเป็นพาหนะ พร้อมใจกันส่งเสียงร้องรำทำเพลงมาตามลำน้ำ เพิ่มความคึกคักสนุกสนานตลอดการเดินทางเป็นงานบุญงานหนึ่งที่ชาวไทยและชาวมอญได้ยึดมั่นทำเป็นประจำทุกปี สืบทอดกันมาจนเป็นประเพณีสำคัญที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวประจำจังหวัดสมุทรปราการและ

ประเทศมาจนถึงทุกวันนี้ ประเพณีรับบัวถือเป็นประเพณีที่มีประวัติยาวนาน และยังเป็นถือเป็นประเพณีที่ชาวอำเภอบางพลี และชาวจังหวัดสมุทรปราการภาคภูมิใจ ว่าเป็นประเพณีที่มีแห่งเดียวในโลก ซึ่งจังหวัดสมุทรปราการเองก็เป็นจังหวัดที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศในลำดับต้น ๆ ในฐานะเมืองอุตสาหกรรมสำคัญ ขณะเดียวกันก็ได้มีการวางแผนพัฒนาจังหวัดให้ครอบคลุมทุกด้าน เพื่อให้มีความก้าวหน้า ไม่ว่าจะเป็นด้านเศรษฐกิจ ด้านการท่องเที่ยว และด้านสังคม เพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่ตลาดสากลในเศรษฐกิจประชาคมอาเซียนที่จะเกิดขึ้น สำหรับงานประเพณีรับบัวของอำเภอบางพลีนี้ ถือได้ว่าเป็นสินค้าสำคัญทางด้านวัฒนธรรมที่ประเทศไทยสามารถสร้างเป็นจุดขายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประเพณีที่มีความโดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์ได้เป็นอย่างดี



ภาพที่ 1 บรรยากาศการจัดงานประเพณีรับบัวของอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

ดังนั้น ความน่าสนใจที่จะทำการศึกษา ก็คือ กระบวนการร่วมมือกันของจังหวัดที่ค่อนข้างมีความพร้อมในหลายๆ ด้าน ความหลากหลายของโครงสร้างทางสังคมที่มีทั้งเกษตรกรรมและอุตสาหกรรม การร่วมมือกันของหลายภาคส่วนในการ

จัดงานประเพณีรับบัว การสื่อสารกันทั้งภายในและภายนอกชุมชน การวางแผนกลยุทธ์ต่าง ๆ ที่จะส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวงานประเพณีรับบัวตามลำดับ จนเกิดผลสัมฤทธิ์ที่เป็นรูปธรรมที่ชัดเจนในทุก ๆ ปี ซึ่งผู้วิจัยมองว่าในปัจจุบันนี้มีความสำคัญที่จะนำมาเป็นปัญหานำวิจัยและเป็นประโยชน์ที่จะทำการศึกษาเพื่อเป็นต้นแบบหรือกรณีศึกษาของท้องถิ่นหรือชุมชนอื่น ๆ ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษากลยุทธ์การสื่อสารว่ามีรูปแบบและวิธีการอย่างไรที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวในการจัดงานประเพณีรับบัว ของอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อกลยุทธ์การสื่อสารที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวในงานประเพณีรับบัว ของอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

เครื่องมือและวิธีการ

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผู้วิจัยต้องการมุ่งเน้นในเรื่องกระบวนการสื่อสาร บทบาทหน้าที่ของกลุ่มผู้นำ ที่กำหนดกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวงานประเพณีรับบัว และปัจจัยในการบริหารจัดการในการจัดงานประเพณีรับบัวให้ประสบความสำเร็จ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความครบถ้วนสมบูรณ์ ผู้วิจัยเลือกใช้เครื่องมือและวิธีการ ดังนี้

เครื่องมือในการสัมภาษณ์

ผู้วิจัย (ผู้รวบรวมข้อมูล) กล้องถ่ายรูป ที่อัดเสียง แบบสัมภาษณ์ ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดคำถามไว้ล่วงหน้าและใช้คำถามปลายเปิด (Open-ended Questions) เพื่อให้ผู้ให้ข้อมูลสามารถเล่าเรื่องได้อย่างเต็มที่ตามประเด็นที่ตั้งไว้ซึ่งสามารถเพิ่มเติมและหยัดยุ่นได้

กลุ่มเป้าหมาย

จากการศึกษาผู้วิจัยได้แบ่งกลุ่มบุคคลที่มีความสำคัญและมีบทบาทหน้าที่ที่สำคัญต่อการจัดงานประเพณีรับบัว และเป็นส่วนที่ขับเคลื่อนทั้งนโยบาย แผนงาน กลยุทธ์และการดำเนินการจัดงานประเพณีรับบัว ออกเป็น 3 กลุ่ม ได้ดังนี้

1. กลุ่มผู้นำในการจัดงานประเพณีรับบัว ได้แก่ คณะกรรมการที่ปรึกษา คณะกรรมการดำเนินงาน ประกอบไปด้วย คณะกรรมการอำนวยการ คณะทำงานฝ่ายต่าง ๆ ซึ่งในทุกปีที่มีการจัดงานประเพณีรับบัว จะมีประกาศแต่งตั้งจากจังหวัดสมุทรปราการอย่างเป็นทางการ เรื่องคณะกรรมการที่ปรึกษาและคณะกรรมการดำเนินงาน เพื่อกำหนดบทบาทหน้าที่ในการจัดงานประเพณีรับบัว ให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อยโดยการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน สอดคล้องกับเจตนารมณ์ทางราชการของจังหวัดสมุทรปราการและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรปราการและประเทศไทย ซึ่งทั้งสองภาคส่วนร่วมมือกันเพื่อสนับสนุนการจัดงานประเพณีรับบัว และสืบสานประเพณีท้องถิ่นให้คงอยู่สืบไป

2. หน่วยงานภายนอก ได้แก่ องค์การบริหารส่วนตำบลทั้ง 6 แห่ง ซึ่งอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงอำเภอบางพลี สถานที่จัดงานประเพณีรับบัว ซึ่งได้แก่ ตำบลบางพลีใหญ่ ตำบลราชาเทวะ ตำบลบางแก้ว ตำบลบางปลา ตำบลบางโฉลง ตำบลหนองปรือ หน่วยงานในส่วนนี้จะทำหน้าที่ให้ความร่วมมือสนับสนุน ประสานงานและสนองนโยบายของกลุ่มผู้นำในการจัดงาน เพื่อนำมาปฏิบัติและดำเนินการแบ่งงานให้ตามบทบาทหน้าที่ให้ในกลุ่มและสังกัดของตน เพื่อให้การจัดงานประเพณีรับบัวราบรื่น สอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกันในภาพรวมของการจัดงาน

3. กลุ่มสมาชิกในชุมชน ได้แก่ ผู้นำในชุมชน วัด โรงเรียน ห้างร้าน โรงงาน บริษัท ที่อยู่ ในเขตพื้นที่จัดงานประเพณีรับบัว อำเภอบางพลี และสมาชิกในชุมชนภายนอกทั้ง 6 อบต. ตำบลบางพลีใหญ่ ตำบลราชาเทวะ ตำบลบางแก้ว ตำบลบางปลา ตำบลบางโฉลง ตำบลหนองปรือ และพื้นที่ใกล้เคียง ในกลุ่มนี้จะให้ความร่วมมือผ่านการสื่อสารในการสั่งงานจากผู้นำในชุมชนของตน

วิธีการ

1. ศึกษาจากข้อมูลเอกสารจากอำเภอบางพลี ซึ่งอยู่ในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2552-2556 เนื่องจากการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นทราบว่าประเพณีรับบัวเริ่มใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายมากขึ้นทั้งภายในและภายนอกในช่วงเวลานี้ โดยเฉพาะสื่อใหม่ต่างๆ ที่นำมาประยุกต์ใช้ในการประชาสัมพันธ์การจัดงาน

2. สัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) กลุ่มผู้นำในการจัดงาน ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดงานประเพณีรับบัว และสมาชิกของอำเภอบางพลี หน่วยงานทั้งภายในและภายนอก ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดงานในทุกมิติ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

เบื้องต้น ศึกษาข้อมูลความเป็นมาของงานประเพณีรับบัว อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ จากเอกสารต่างๆ เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth-Interview) โดยมีแนวทางของคำถาม ที่ครอบคลุมเกี่ยวกับงานประเพณีรับบัวในทุกส่วน โดยให้เจ้าหน้าที่ที่ขั้นตอนการดำเนินการจัดงาน และกลยุทธ์การสื่อสารเป็นสำคัญ

ผลและอภิปรายผลการวิจัย

กลยุทธ์การสื่อสาร รูปแบบและวิธีการ ที่ใช้ส่งเสริมการท่องเที่ยวในการจัดงานประเพณีรับบัว ของอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ของกลุ่มที่ 1 : กลุ่มผู้นำในการจัดงาน คือ

กลุ่มที่ 1 : กลุ่มผู้นำในการจัดงาน ได้แก่ คณะกรรมการที่ปรึกษา คณะกรรมการดำเนินงาน ประกอบไปด้วย คณะกรรมการอำนวยการ คณะทำงานฝ่ายต่างๆ ซึ่งกลยุทธ์ของการสื่อสารที่ใช้ในการจัดงานประเพณีรับบัว ถ้ามองในส่วนขององค์ประกอบของการสื่อสาร ผู้ส่งสาร (Sender) คือ ผู้นำการจัดงานและกลุ่มสมาชิกในอำเภอ ที่มีความรู้ความเข้าใจในการจัดงานประเพณีรับบัวเป็นอย่างดี อีกทั้งต่างก็อยู่ในวัฒนธรรม และสภาพแวดล้อมเดียวกัน ทำให้การสื่อสารเป็นไปได้โดยง่าย โดยใช้วิธีการประชุมหารือกัน ทุกคนต่างช่วยกันระดมความคิดเห็นเพื่อให้การจัดงานประเพณีรับบัวออกมาดีที่สุดในที่สุด โดยจากความคิดของกลุ่มผู้นำหรือ คณะกรรมการจัดงาน ที่ตกผลึกก็จะกลายเป็นแนวคิดหลัก (Theme) ที่ส่งต่อให้กลับบริษัทจัดงาน (Event Organizer) เพื่อนำไปวางแผน และกำหนดรูปแบบ และภาพรวมของการจัดงานออกมาตามแนวคิดหลักดังกล่าว ให้ชัดเจนและเหมาะสม โดยบริษัทจัดงาน (Event Organizer) จะต้องนำเสนอจนกว่าจะผ่านความเห็นชอบจากคณะกรรมการจัดงานในที่ประชุม ถึงจะเริ่มดำเนินการขั้นต่อไปในการจัดงานได้ ตัวสาร (Message) เนื่องจาก

สารหลักที่จะสื่อออกไปในการจัดงานประเพณีรับบัวจะมาจากบริษัทจัดงาน (Event Organizer) ที่ทั้งคิดรูปแบบและจัดทำ จุดมุ่งหมายคือให้มีผู้มาเที่ยวชมงานเพิ่มมากขึ้น และกระจายข้อมูลการจัดงานประเพณีรับบัวออกไปในวงกว้างให้ได้มากที่สุด ใช้คำโฆษณาเชิญชวนให้ผู้สนใจมาเที่ยวงาน เช่น “หนึ่งเดียวในโลก” “นมัสการหลวงพ่อดโต” “ชมขบวนเรือแห่ที่ตกแต่งสวยงามที่สุด” เป็นต้น ช่องทางการสื่อสาร (Channel) โดยผ่านทางสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ สิ่งพิมพ์ แผ่นพับ ป้ายคัทเอ๊าท์ ป้ายผ้าต่างๆ และการจัดกิจกรรม (Activity Communication) เช่น งานแถลงข่าวการจัดงานประเพณีรับบัวในแต่ละปี ซึ่งรูปแบบการจัดงานแถลงข่าวก็จะอิงกับแนวคิดหลัก (Theme) ในปีนั้นๆ รวมทั้งการบอกต่อแบบปากต่อปาก (Words of mouth) ก็สัมฤทธิ์ผลในส่วนของข้อมูลเบื้องต้นที่ผู้ส่งสารต้องการสื่อ เช่น งานจัดเมื่อไหร่ วันไหน จัดที่ไหน กี่วัน เป็นต้น ผู้รับสาร (Receiver) ในการจัดงานประเพณีรับบัว ผู้รับสาร หรือกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ สมาชิกในชุมชนทุกเพศทุกวัย สมาชิกในชุมชนใกล้เคียง สมาชิกระดับประเทศเพราะประเพณีรับบัวได้กลายเป็นประเพณีสำคัญระดับชาติไปแล้ว สื่อมวลชนทุกแขนง ก็เต็มใจที่จะช่วยโฆษณาประชาสัมพันธ์งานประเพณีรับบัว ออกไปในวงกว้าง ดังจะเห็นได้จากสื่อโฆษณาต่างๆ ที่มีทั้งระดับชุมชนและระดับประเทศ



สิ่งพิมพ์ (Print Media)



สื่อกิจกรรม (Activity Communication) การแถลงข่าวงานประเพณีรับบัว



ภาพที่ 2 สื่อประเภทต่างๆ ที่ใช้ประชาสัมพันธ์ในการจัดงานประเพณีรับบัว
สื่อโฆษณากลางแจ้ง (Outdoor Advertising)

ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อกลยุทธ์การสื่อสาร เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในการจัดงานประเพณีรับบัว ของอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ของกลุ่มที่ 1 : กลุ่มผู้นำในการจัดงาน คือ

- นโยบายและงบประมาณของทางจังหวัด จังหวัดสมุทรปราการมีกรอบยุทธศาสตร์การพัฒนาด้านการท่องเที่ยวเป็นยุทธศาสตร์ที่ 5 โดยเน้นการส่งเสริมการลงทุนพาณิชย์ยกรรมและการท่องเที่ยว เป็นนโยบายสำคัญอยู่แล้ว (กรอบยุทธศาสตร์การพัฒนาขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตจังหวัดสมุทรปราการ พ.ศ. 2554-2557, 2553) ดังนั้น ประเพณีรับบัวที่เป็นประเพณีสำคัญของอำเภอบางพลีและจังหวัดสมุทรปราการ จึงได้รับงบประมาณในการประชาสัมพันธ์และสนับสนุนการจัดงานมากมายจากทางจังหวัดและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ในอำเภอบางพลีและจังหวัดสมุทรปราการทั้งภาครัฐและเอกชน รวมทั้งการให้ความร่วมมือของทุกภาคส่วนในจังหวัดสมุทรปราการในการจัดงานประเพณีรับบัว

- ความร่วมมือและการสนับสนุนจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ที่ทำหน้าที่ในการส่งเสริมโฆษณาและประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างทั้งในประเทศและต่างประเทศ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้เข้ามามีบทบาทในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ งานประเพณีรับบัวตั้งแต่ปี 2552 และช่วยเพิ่มช่องทางการสื่อสารให้ขยายไปในวงกว้างมากขึ้น อย่างที่ทราบกันดีว่าการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมีช่องทางการสื่อสารของตัวเองที่หลากหลาย ซึ่งเป็นข้อดีในการเพิ่มโอกาสในการรับรู้ และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น ครอบคลุมทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติโดยจะเห็นได้จากแนวทางเรื่องการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวที่เป็นนโยบายสำคัญในปี 2557 ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่ได้กำหนดไว้โดยแนวทางที่ชัดเจนและเกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวงานประเพณีรับบัวของอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ มีดังนี้

“เสริมสร้างภาพลักษณ์ประเทศไทย โดยการสร้างแบรนด์ประเทศไทยให้แข็งแกร่งและแตกต่างจากคู่แข่งอย่างชัดเจน เน้นนำเสนอภาพลักษณ์เชิงคุณค่าของไทย สู่จิตใจของนักท่องเที่ยวด้วย เอกลักษณ์ ความเป็นไทย และการสร้างความประทับใจผ่านประสบการณ์ที่น่าจดจำ เพื่อการเป็นจุดหมายปลายทางที่ใฝ่ฝันของนักท่องเที่ยว

ส่งเสริมและสนับสนุนการสร้างสรรคัลสินค้าการท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์ของไทยให้เกิดมูลค่า (Value Oriented) ในสินค้าและบริการที่สามารถเข้าถึงจิตใจและสร้างประสบการณ์ร่วมแก่นักท่องเที่ยวได้อย่างแท้จริง” (แผนการพัฒนการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559, 2554)

- การสนับสนุนจากสื่อมวลชน ปัจจัยที่สำคัญอีกประการหนึ่ง คือ สื่อมวลชน ที่ช่วยเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับงานประเพณีรับบัวให้เป็นที่รู้จักและช่วยดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศให้มาเที่ยวงาน โดยเฉพาะสื่อประเภท สถานีโทรทัศน์ ที่มีบทบาทเป็นอย่างมากในการเข้ามาทำการบินที่ภาพงานประเพณีรับบัวเพื่อนำไปออกอากาศ ไม่ว่าจะเป็นสถานีโทรทัศน์ภายในประเทศ รายการข่าว รายการบันเทิง หรือเคเบิลทีวี สถานีท้องถิ่น ที่ได้เข้ามาถ่ายทำรายการโทรทัศน์อย่างต่อเนื่องเป็นประจำทุกปี รวมทั้งสื่อวิทยุและหนังสือพิมพ์ที่ให้ความสนใจในการจัดงานประเพณีรับบัวอยู่เสมอในทุกปี สื่อมวลชนเหล่านี้ จะนำเสนอข้อมูลรายละเอียดของการจัดงานประเพณีรับบัว ทั้งก่อนจัดงาน ช่วงที่จัดงาน และหลังจากจัดงาน ซึ่งช่วยกระจายข้อมูลและชักจูงใจให้นักท่องเที่ยวสนใจมาเที่ยวงานได้เป็นอย่างดี ซึ่งปัจจัยส่วนนี้เกิดจากความสัมพันธ์อันดีของกลุ่มผู้นำในการจัดงานกับสื่อในหลายช่องทาง เช่น จากการประสานงานของ ททท. จากการติดต่อประสานงานของฝ่ายประชาสัมพันธ์ ฯลฯ และจากตัวประเพณีเองมีความน่าสนใจที่สื่อจะนำเสนอ

กลยุทธ์การสื่อสาร รูปแบบและวิธีการ ที่ใช้ส่งเสริมการท่องเที่ยวในการจัดงานประเพณีรับบัว ของอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ของกลุ่มที่ 2 : หน่วยงานภายนอก คือ

กลุ่มที่ 2 : หน่วยงานภายนอก ได้แก่ องค์การบริหารส่วนตำบลทั้ง 6 แห่ง ซึ่งอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงอำเภอบางพลี สถานที่จัดงานประเพณีรับบัว หน่วยงานภายนอก จะมีหน้าที่สนับสนุนและให้ความร่วมมือกับกลุ่มผู้นำในการจัดงานประเพณีรับบัว ในหน้าที่ต่างๆ แล้วแต่จะได้รับมอบหมายและจัดสรรมา กลยุทธ์การสื่อสารภายในกลุ่มนี้ มีความคล้ายคลึงกันกับกลุ่มผู้นำในการจัดงาน โดยตัวแทนของ อบต.ทั้ง 6 แห่ง จะเป็นส่วนหนึ่งในที่ประชุมของคณะทำงาน เข้าร่วมประชุมและได้รับมอบหมายงาน

และข้อมูลข่าวสารที่ได้มาจากการประชุมร่วมกับกลุ่มผู้นำในการจัดงานแล้วนำมาดำเนินการต่อโดยการกระจายงานสู่กลุ่มของตน ตามบทบาทหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย กลยุทธ์ในการสื่อสารที่ใช้ในการจัดงานประเพณีรับบัวของหน่วยงานภายนอก คือ การกระจายสารไปสู่กลุ่มคนทำงานที่เหมาะสม เข้าถึงช่องทางและเหมาะสมตามบทบาทหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย มีลักษณะการสื่อสารแบบปากต่อปาก (Words of mouth) เป็นส่วนมาก แต่ก็ไม่ใช่ว่าจะไม่มีการสื่อสารในลักษณะทางการ (Formal Communication) เพราะยังมีการประชุมย่อย ๆ เฉพาะในกลุ่มคนที่ทำงานในแต่ละฝ่าย เช่น ฝ่ายพิธีการ (วัด) ฝ่ายสถานที่ เป็นต้น

ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อกลยุทธ์การสื่อสาร เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในการจัดงานประเพณีรับบัว ของอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ของกลุ่มที่ 2 : หน่วยงานภายนอก คือ

- บทบาทของผู้นำ มีความสำคัญเป็นอย่างมากในการจัดงานประเพณีรับบัว ทั้งในเรื่องการจัดสรรงานในแต่ละส่วน ให้แต่ละฝ่ายได้อย่างเหมาะสม มีความรู้เกี่ยวกับประเพณีรับบัวเป็นอย่างดี เป็นผู้ที่มีส่วนร่วมในการจัดงานมาโดยตลอด เป็นผู้ที่มีส่วนร่วมด้วยกันให้การยอมรับ นำเชื่อถือ มีความรู้ความสามารถ ซึ่งเหล่านี้ล้วนมีความสำคัญอย่างมากและส่งผลต่อทุกกระบวนการของกลยุทธ์การสื่อสาร เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวงานประเพณีรับบัว จังหวัดสมุทรปราการให้ประสบความสำเร็จที่สำคัญ คือ เป็นผู้นำที่มีความรู้ความเข้าใจในการจัดเตรียมงานเป็นอย่างดีและควรเป็นคนในพื้นที่ เข้าใจลักษณะของคนในพื้นที่สามารถแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในการทำงานได้และเป็นผู้ที่ทุกฝ่ายให้ความร่วมมือ มีทัศนคติที่ดีต่อการจัดงานประเพณีรับบัว สามารถแบ่งงานกระจายงานไปในส่วนต่างๆ ได้อย่างเหมาะสม ซึ่งจากที่กล่าวมาข้างต้นล้วนส่งผลให้การจัดงานประเพณีรับบัวราบรื่นและประสบความสำเร็จ

กลยุทธ์การสื่อสาร รูปแบบและวิธีการ ที่ใช้ส่งเสริมการท่องเที่ยวในการจัดงานประเพณีรับบัว ของอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ของกลุ่มที่ 3 : กลุ่มสมาชิกในชุมชน คือ

กลุ่มที่ 3 : กลุ่มสมาชิกในชุมชน ได้แก่ ผู้นำในชุมชน เจ้าอาวาส (วัด) โรงเรียน ห้างร้าน โรงงาน บริษัท ที่อยู่ในเขตพื้นที่จัดงานประเพณีรับบัว อำเภอบางพลี และ

สมาชิกในชุมชนภายนอกทั้ง 6 อบต. ที่อยู่ในพื้นที่ใกล้เคียง กลยุทธ์การสื่อสารภายในกลุ่มนี้ คือ ความสัมพันธ์ใกล้ชิดสนิทสนมกันของสมาชิกในชุมชนคุ้นเคยรู้จักกันเป็นอย่างดี อาจเพราะทำงานอยู่ในหน่วยงานเดียวกันอาศัยอยู่ในชุมชนเดียวกัน การสื่อสารมีลักษณะเป็นแบบปากต่อปาก (Words of mouth) เสียเป็นส่วนมาก และการสื่อสารที่เข้าถึงในแต่ละกลุ่มอย่างเป็นกันเอง ทำให้การจัดงานประเพณีรับบัวเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวัน ลักษณะการสื่อสารแบบนี้ เป็นกลยุทธ์การสื่อสารที่เหมาะสมในการทำงานร่วมกันเป็นกลุ่มที่มีความหลากหลายในอาชีพต้องอาศัยความเข้าใจ การช่วยเหลือซึ่งกันและกันไม่แบ่งแยก โดยเฉพาะกับสมาชิกในชุมชนที่มีความแตกต่าง เช่น ชาวบ้านริมคลอง แม่คำ ซึ่งความเป็นกันเอง จะทำให้รู้สึกผ่อนคลาย มีความสุขในการมีส่วนร่วมในการทำงานและทำให้เกิดความรู้สึกภาคภูมิใจที่ได้เป็นส่วนหนึ่งในการจัดงานประเพณีรับบัว พร้อมต้อนรับนักท่องเที่ยวหรือผู้ที่มาเที่ยวงานประเพณีรับบัวด้วยความยินดีและเต็มใจ ส่งผลให้การจัดงานประเพณีรับบัวประสบความสำเร็จและในกลุ่มนี้สามารถกระจายสาร (Message) ออกไปได้ค่อนข้างดีในลักษณะปากต่อปากที่เป็นธรรมชาติ เข้าใจง่าย ชัดเจน สามารถสอบถามและแลกเปลี่ยนข้อมูลกันได้ทันที และที่สำคัญ คือ ไม่ได้ยุ่งยากซับซ้อน เป็นเรื่องปกติในชีวิตประจำวันแค่เปลี่ยนหัวข้อสนทนาปกติเป็นเรื่องงานประเพณีรับบัว ไม่ว่าจะเป็นการบอกกล่าวแก่ญาติพี่น้องเพื่อนที่ทำงาน คนรู้จัก หรือแม้แต่การโพสต์ข้อความ รูปภาพ หรือเนื้อหา ที่เกี่ยวข้องกับการจัดงานประเพณีรับบัวผ่านโซเชียลเน็ตเวิร์คในโลกออนไลน์ของสมาชิกในชุมชนก็สามารถเป็นการประชาสัมพันธ์อีกช่องทางหนึ่งได้โดยไม่รู้ตัว

ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อกลยุทธ์การสื่อสาร เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในการจัดงานประเพณีรับบัว ของอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ของกลุ่มที่ 3 : กลุ่มสมาชิกในชุมชน คือ

- การร่วมมือกันของสมาชิกในชุมชน ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญไม่น้อยไปกว่าปัจจัยอื่นและเป็นปัจจัยที่เกิดจากระยะเวลา ความผูกพัน การปลุกฝัง และสืบทอดต่อกันมา ให้อุบลรักษาประเพณีนี้ไว้ไม่ให้สูญหายจากรุ่นสู่รุ่น ของสมาชิกในชุมชน “หนึ่งเดียวในโลก แห่งเดียวในประเทศไทย” ยิ่งทำให้สมาชิกในชุมชนเกิดความภาคภูมิใจและเต็มใจที่จะเป็นส่วนหนึ่งในการให้ความร่วมมือในการจัดงาน

เป็นอย่างดี เพื่อให้การจัดงานประเพณีรับบัวออกมาดีที่สุดในช่วงระหว่างการจัดงาน จะเห็นได้ว่าทุกฝ่ายในชุมชน ไม่ว่าจะเป็นโรงเรียน โรงพยาบาล วัด ห้างร้าน ต่าง ๆ นั้น ทำหน้าที่เจ้าบ้านที่ดี ในส่วนนี้ทำให้ผู้มาเที่ยวงานเกิดความประทับใจในการต้อนรับ และกลับมาเที่ยวงานอีกครั้งในปีต่อ ๆ ไป ซึ่งสมาชิกในชุมชนเองก็มีรายได้เพิ่มขึ้น ในช่วงเวลาที่มีการจัดงานประเพณีรับบัว ทุกฝ่ายล้วนได้รับประโยชน์จากการจัดงาน ประเพณีรับบัว

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาและวิเคราะห์เรื่อง “กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวงานประเพณีรับบัวของอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ” เมื่อพิจารณาผลการศึกษาพบว่า กลยุทธ์การสื่อสารที่มีผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว คือ การกำหนดนโยบายร่วมกันของกลุ่มผู้นำในการจัดงานประเพณีรับบัว รวมทั้งความสามารถในการสื่อสารและการจัดการในการแบ่งงานที่เหมาะสมของหน่วยงานภายนอกที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดงานประเพณีรับบัวและสมาชิกในชุมชนที่เป็นกลุ่มย่อย เช่น แม่ค้า ชาวบ้านทั่วไป ล้วนมีส่วนร่วมในการจัดงานประเพณีรับบัวอย่างเต็มใจ ข้อเด่นของชุมชนอำเภอบางพลี คือ เป็นชุมชนที่เข้มแข็ง ทุกคนรักและให้ความสำคัญกับประเพณีรับบัว รู้สึกภาคภูมิใจ เห็นคุณค่าในตัวประเพณี อยากรักษาและบอกต่อหรือประชาสัมพันธ์ให้คนภายนอกได้รับรู้ ซึ่งส่งผลให้สมาชิกภายในชุมชนพร้อมใจและเต็มใจที่จะเป็นส่วนหนึ่งของประเพณีไม่ว่าจะอยู่ในส่วนของกิจกรรมใดก็ตาม โดยใช้การบอกต่อ (Words of mouth) การแนะนำและเชิญชวนให้มาเที่ยวงานประเพณีรับบัวที่กล่าวมาทั้งหมดส่งผลให้การจัดงานประสบความสำเร็จ

ปัจจัยที่มีผลต่อกลยุทธ์การสื่อสารที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวประเพณีรับบัวของอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการนั้น แบ่งได้เป็น 2 ปัจจัยที่สำคัญ คือ ปัจจัยภายนอก ผู้วิจัยพบว่า ประเพณีรับบัวเป็นประเพณีที่มีความพร้อมในทุก ๆ ด้าน ที่จะได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชนให้เป็นประเพณีสำคัญและส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศ ดังนั้นการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจึงเล็งเห็นถึงความเป็นไปได้ที่จะช่วยสนับสนุนและส่งเสริมภาพลักษณ์ของงานประเพณีรับบัวให้ชัดเจนยิ่งขึ้น

โดยประชาสัมพันธงานประเพณีรับบัวให้เป็นประเพณีที่ยิ่งใหญ่มีหนึ่งเดียวในโลกแห่งเดียวในประเทศ ทำให้ประเพณีเป็นที่รู้จักในวงกว้าง ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเรื่องแนวทางการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวที่เป็นนโยบายสำคัญในปี 2557 ซึ่งค่อนข้างให้ความสำคัญเรื่องการเสริมสร้างภาพลักษณ์ประเทศไทยเน้นภาพลักษณ์เชิงคุณค่าของไทยสู่จิตใจของนักท่องเที่ยวด้วย เอกลักษณ์ความเป็นไทยและการสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยว พร้อมทั้งส่งเสริมและสนับสนุนการสร้างสรรค์สินค้าการท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์ของไทยให้เกิดมูลค่า (Value Oriented) โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดงานในส่วนของการโฆษณาประชาสัมพันธ์และร่วมสนับสนุนกิจกรรมต่าง ๆ ในงานประเพณีรับบัว เช่น การมอบรางวัล ในนามของ ททท. ฯลฯ ปัจจัยภายนอกอีกด้านหนึ่งคือ เรื่องการสนับสนุนจากสื่อมวลชน ก็มีผลสำคัญเช่นเดียวกัน ต่อกลยุทธ์การสื่อสารที่ช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวงานประเพณีรับบัว ให้ประสบความสำเร็จมาจนทุกวันนี้ โดยให้สื่อมวลชน เป็นกลุ่มเป้าหมายในการสื่อสารเพื่อให้สื่อมวลชนเหล่านี้ นำข้อมูลในการจัดงานประเพณีรับบัวที่ได้รับไปประชาสัมพันธ์ต่อในช่องทางสื่อสารของตนเอง ซึ่งช่วยให้การประชาสัมพันธ์ขยายวงกว้างขึ้นและสร้างโอกาสในการรับรู้และเข้าถึงข้อมูลในการจัดงานประเพณีรับบัวที่เพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน

วิธีการจัดงานแถลงข่าว และการส่งข่าวประชาสัมพันธ์ ปัจจัยภายใน ด้านบทบาทของผู้นำ ผู้วิจัยพบว่า ผู้นำในทุกกลุ่มที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดงาน ทั้งผู้นำที่เป็นทางการ ผู้นำในกลุ่มคณะกรรมการจัดงาน ผู้นำในกลุ่มย่อย และผู้นำอย่างไม่เป็นทางการ เช่น ผู้รู้ในชุมชน ผู้อาวุโส พระ ฯลฯ ผู้วิจัยวิเคราะห์ว่า ทั้งผู้นำที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการล้วนแล้วแต่มีความรู้ความเข้าใจในประเพณีเป็นอย่างดี ผู้นำเหล่านี้ส่วนใหญ่ล้วนเป็นคนในพื้นที่ ทำให้สมาชิกในชุมชนยอมรับนับถือ มีความศรัทธาและเชื่อใจ ดังนั้น จึงไม่ได้เกิดความรู้สึกแตกต่างมากมายระหว่างผู้นำที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ ทำให้เกิดการร่วมมือกันอย่างเต็มใจ ส่งผลให้การทำงานร่วมกันราบรื่น มีความคุ้นเคยสนิทสนมและพบปัญหาค่อนข้างน้อย ถ้าเกิดความเห็นไม่ตรงกันในที่ประชุมจะสรุปโดยความเห็นส่วนใหญ่ซึ่งก็คือ คนในพื้นที่ที่มีความรู้และเข้าใจในลักษณะนิสัย ลังคม ความชอบ ขนบธรรมเนียม ฯลฯ ของคนในอำเภอบางพลี

เป็นอย่างดี ซึ่งการจัดงานรับบัวในแต่ละครั้งก็จะไม่เกิดปัญหาในการขัดต่อวิถีชีวิตหรือความเป็นอยู่ของคนในอำเภอบางพลี หรือขัดต่อวัฒนธรรมประเพณีดั้งเดิมที่สืบทอดกันมา เช่น ในส่วนของพิธีการต่างๆ เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุชาติา จักรพิสุทธิ์ (2547) กล่าวว่า “การมีส่วนร่วมของชุมชนนั้น เกิดจากจิตใจที่ต้องการเข้าร่วมในกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่ง เพื่อให้บรรลุถึงวัตถุประสงค์ของกลุ่มคนที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตทางสังคม ซึ่งการเราให้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมนั้น ผู้ดำเนินงานหรือผู้นำจะต้องมีความเข้าใจในวิถีการดำเนินชีวิต ค่านิยม ประเพณี ทัศนคติของบุคคล เพื่อให้เกิดความสมัครใจเข้าร่วมกิจกรรม”

นอกจากด้านบทบาทผู้นำแล้ว ปัจจัยภายในอีกด้านหนึ่งที่มีความสำคัญ คือ การมีส่วนร่วมของสมาชิกในชุมชน ซึ่งเป็นปัจจัยภายในที่มีผลต่อกลยุทธ์การสื่อสาร เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวงานประเพณีรับบัวของอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ เป็นอย่างมาก ผู้วิจัยวิเคราะห์ว่า การมีส่วนร่วมของสมาชิกในชุมชนของอำเภอบางพลี มีความสำคัญมาก ทุกคนรักและภาคภูมิใจในประเพณีรับบัว พร้อมและเต็มใจที่จะเป็นช่องทางในการสื่อสาร (Channel) ในการประชาสัมพันธ์ บอกกล่าว และชักจูงให้คนมาเที่ยวงาน ปัจจัยนี้เกิดจากการปลูกฝังกันมารุ่นสู่รุ่น สมาชิกในชุมชนของอำเภอบางพลี ทุกคนรู้คุณค่าและความสำคัญของประเพณีรับบัวเป็นอย่างดี ส่วนใหญ่ผ่านการมีส่วนร่วมในประเพณีสำคัญนี้ ไม่ทางใดก็ทางหนึ่ง ยิ่งประเพณีประสบความสำเร็จ กลายเป็นประเพณีสำคัญของประเทศและสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนมากมาย ทุกคนก็ยิ่งรู้สึกภาคภูมิใจและพร้อมที่จะสืบทอดดูแลรักษาต่อไปไม่ให้อายุหายและยังเปิดโอกาสให้สมาชิกในชุมชนรุ่นใหม่ ๆ ได้มีส่วนร่วมในการจัดงานประเพณี พร้อมทั้งสร้างโอกาสพัฒนาตนเอง และช่วยเสริมศักยภาพที่มีอยู่ให้ชัดเจนยิ่งขึ้น ซึ่งในอนาคตสมาชิกเหล่านี้จะขึ้นมาเป็นกลุ่มผู้นำและสืบทอดงานประเพณีรับบัวต่อไป โดยสอดคล้องกับทฤษฎีการมีส่วนร่วมของ Rose, 1970 อ้างอิงถึงโดย สานิตย์ บุญชู (2527) ได้กล่าวถึงการมีส่วนร่วมของประชาชนไว้ว่า “ชุมชนใดที่ได้เปิดโอกาสให้ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมมากเท่าใด ก็จะทำให้การพัฒนาชุมชนนั้นสามารถเป็นไปได้โดยสะดวกและสามารถดำเนิน ไปสู่เป้าหมายที่วางไว้ได้ ทั้งนี้โดยมีความเชื่อมั่นพื้นฐานที่ว่า คนมีศักยภาพในการเปลี่ยนแปลง คุณค่าของความคิดและสมรรถภาพของคนเรานั้นจะไม่มี ความหมาย ถ้าหากขาดการมีส่วนร่วมกับบุคคลอื่น”

ทั้ง 2 ปัจจัยที่กล่าวมา ผู้วิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อกลยุทธ์การสื่อสารและช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวงานประเพณีรับบัว คือ การสื่อสารภายในชุมชนที่มีความสำคัญเป็นอย่างมาก และเป็นแรงขับเคลื่อนในการสนับสนุนการทำงานของกลุ่มผู้นำและคณะกรรมการจัดงาน ช่วยให้แผนหรือกลยุทธ์ต่าง ๆ ที่นำมาใช้ในการจัดงานประเพณีรับบัวของอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ มีประสิทธิภาพและประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้

ในการศึกษาครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยว และพัฒนาการจัดงานประเพณีรับบัวของอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ และงานประเพณีอื่น ๆ ในการเลือกใช้การสื่อสารที่เหมาะสมและผลที่ได้จะก่อให้เกิดประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและสามารถเป็นแนวทางในการนำไปประยุกต์ใช้ในการส่งเสริม สร้างความรู้ความเข้าใจ เพื่อพัฒนาความเข้มแข็งของสมาชิกในชุมชนและองค์กรต่าง ๆ ให้มีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะการจัดงานประเพณี โดยการวิจัยจะทำให้ทราบแนวคิด วิธีปฏิบัติ และศักยภาพด้านการสื่อสารเพื่อการพัฒนากลยุทธ์ที่ใช้ในงานประเพณีที่ทำให้ผู้มีส่วนร่วมในการจัดงานได้รับความร่วมมือในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวงานประเพณีต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการสัมภาษณ์เพื่อการทำวิจัยในครั้งนี้ ตลอดจนบุคคลที่ให้การสนับสนุนในการทำวิทยานิพนธ์ของผู้วิจัยที่ไม่สามารถกล่าวนามได้ทั้งหมด ขอขอบพระคุณคณะกรรมการศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่านอาจารย์ที่ปรึกษา และเจ้าหน้าที่ทุกท่านที่คอยช่วยเหลือเป็นอย่างดี ขอขอบคุณครอบครัวที่ให้การกำลังใจเสมอ และสุดท้ายด้วยความศรัทธาต่อองค์หลวงพ่อดโต ที่ทำให้งานวิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

เอกสารอ้างอิง

- กาญจนา แก้วเทพ. (2545). **สื่อสารมวลชน : ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา**. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ศาลาแดง.
- ยุบล เป็ญจรงค์กิจ. (2554). **การวางแผนและการประเมินผลการสื่อสารเชิงกลยุทธ์**. กรุงเทพฯ : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สานิตย์ บุญชู. (2525). **ความรู้ทั่วไปในการพัฒนาชุมชน**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุชาดา จักรพิสูทธิ์. (2547). **การศึกษาทางเลือกของชุมชน**. *มนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์*. 27(4), 18-23.
- จิตติมา สุขผลิน. (2538). **แนวทางกำหนดแผนการประชาสัมพันธ์งานการท่องเที่ยวเกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านวัฒนธรรม**. วิทยานิพนธ์. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กรอบยุทธศาสตร์การพัฒนาขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตจังหวัดสมุทรปราการ พ.ศ. 2554-2557**. (2553). สมุทรปราการ.
- แผนการพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559**. (2554). กรุงเทพฯ : ประกาศคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ.