

การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนด้วยการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของชุมชน ริมคลองประเวศฝั่งเหนือ แขวงประเวศ เขตประเวศ กรุงเทพมหานคร

Developing Public Relations Media for Community-Based Tourism via Participatory Communication of Rim Klong Prawet Fang Nuea Community, Prawet Sub-district, Prawet District, Bangkok

Received: March 3, 2024 / Received in revised form: November 22, 2024 / Accepted: December 4, 2024

วรวิฑูรย์ ภักดีบุรุษ Worawudh Phakdiburut
มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม Chandrakasem Rajabhat University

บทคัดย่อ

ก ารวิจัยผลสมมติวิธีนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาบริบทชุมชน การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน และความต้องการสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนของชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือ แขวงประเวศ เขตประเวศ กรุงเทพมหานคร 2) วิเคราะห์ศักยภาพด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนของชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือ แขวงประเวศ เขตประเวศ กรุงเทพมหานคร 3) พัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนของชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือ แขวงประเวศ เขตประเวศ กรุงเทพมหานคร และ 4) ประเมินผลของสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนของชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือ แขวงประเวศ เขตประเวศ กรุงเทพมหานคร ที่มีต่อนักท่องเที่ยวผู้เข้าร่วมการวิจัยเชิงคุณภาพ มีจำนวน 25 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการเชิงคุณภาพเพื่อหาข้อสรุปแบบอุปนัย และกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเชิงปริมาณ คือ นักท่องเที่ยว จำนวน 400 คน ซึ่งได้จากการเลือกแบบเจาะจง วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ผลการวิจัยพบว่า 1) ชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือเป็น “ชุมชนพหุวัฒนธรรม” ที่ผสมผสานกันระหว่างวัฒนธรรมอิสลามและวัฒนธรรมพุทธ มีสภาพแวดล้อมส่วนใหญ่เป็นพื้นที่สีเขียว มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สำคัญได้แก่ (1.1) มัสยิดยามีอุลลอฮิฮัดดะห์ (1.2) สะพานไม้เก่าอายุกว่า 100 ปี (1.3) คลองประเวศบุรีรมย์ (1.4) ชมรมบ้านเจียรไนพลอย (1.5) บ้านผ้าปักสุนิสา และ (1.6) ฟาร์มเลี้ยงแพะ “แบมมะฟาร์ม” การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนของชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือ สอดคล้องตามองค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยวโดยชุมชน 4 ประการ ได้แก่ ทรัพยากรการท่องเที่ยว องค์กรชุมชน การจัดการ และการเรียนรู้ ชุมชนมีความต้องการสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ทันสมัย มีข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน ช่วยสร้างการรับรู้ และตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว 2) ศักยภาพด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนของชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือ ประกอบด้วย (2.1) ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว (2.2) ด้านการเข้าถึงชุมชน (2.3) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (2.4) ด้านการรองรับนักท่องเที่ยว และ (2.5) ด้านการจัดการท่องเที่ยว 3) การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนของชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือ ด้วยการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของชุมชนในฐานะผู้ถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารและผู้ร่วมผลิตสื่อ ประกอบด้วยสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชน 6 สื่อ ได้แก่ (3.1) วิกิทัศน์สารคดีท่องเที่ยว (3.2) คู่มือท่องเที่ยว (3.3) แผ่นพับ (3.4) โปสเตอร์ (3.5) เฟซบุ๊ก (3.6) อินโฟกราฟิก

วรวิฑูรย์ ภักดีบุรุษ (ปร.ด.นิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการสื่อสาร, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2561, Email: worawudh59@gmail.com) ปัจจุบันดำรงตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำสาขาวิชานิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม

บทความนี้จัดทำขึ้นจากโครงการวิจัยเรื่อง “การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนด้วยการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือ แขวงประเวศ เขตประเวศ กรุงเทพมหานคร” ซึ่งได้รับทุนอุดหนุนจากงบประมาณอุดหนุนการวิจัยจากสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม

ทั้งนี้ผลการประเมินคุณภาพสื่อจากผู้เชี่ยวชาญและคนในชุมชนทั้งหมดจำนวน 15 ท่าน พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และ 4) ผลของสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนของชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือมีต่อนักท่องเที่ยวด้านการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในระดับมาก การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในระดับมาก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

คำสำคัญ: การพัฒนาสื่อ, สื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว, การท่องเที่ยวโดยชุมชน, การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม, ชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือ

Abstract

The objectives of this mixed methods research are to 1) study the community context, Community-Based Tourism management, and the need for public relations media in organizing Community-Based Tourism for Rim Klong Prawet Fang Nuea community, Prawet Sub-district, Prawet District, Bangkok 2) study the potential of Community-Based Tourism of Rim Klong Prawet Fang Nuea community, Prawet Sub-district, Prawet District, Bangkok 3) develop Public Relations media for Community-Based Tourism via participatory communication of Rim Klong Prawet Fang Nuea community, Prawet Sub-district, Prawet District, Bangkok 4) evaluate the effects of Public Relations media for Community-Based Tourism of Rim Klong Prawet Fang Nuea Community, Prawet Sub-district, Prawet District, Bangkok toward tourists. The qualitative research participants were 25 people and the quantitative research sample consisted of 400 tourists, which were obtained through purposive sampling. Qualitative data were analyzed using qualitative methods to draw inductive conclusions as well as quantitative data were analyzed using descriptive statistics and the Pearson correlation coefficient. The research findings were as follows: 1) Rim Klong Prawet Fang Nuea Community is

“multi-cultural community” that combines of Islamic and Buddhist cultures with the mostly green environment. There are important tourism resources, including (1.1) Yamiul Ibadah Mosque (1.2) an old wooden bridge over 100 years old (1.3) Prawet Burirom Canal (1.4) Ban Jiaranai Ploy Club (1.5) Ban Pha Pak Su Nisa, and (1.6) goats farm “Baema Farm”. Community-based tourism management of Rim Klong Prawet Fang Nuea community consists of four main components: tourism resources, community organizations, management, and learning. The community needs modern Public Relations media that provide current information, create awareness and meet the needs of tourists to promote community-based tourism, 2) the community tourism potential of Rim Klong Prawet Fang Nuea Community consists of (2.1) tourism resources, (2.2) community access, (2.3) facilities, (2.4) tourist support services, and (2.5) management 3) developing Public Relations media for Community-Based Tourism of Rim Klong Prawet Fang Nuea community via participatory communication as sender and media co-producer consisting of 6 Public Relations media: (3.1) travel documentary video, (3.2) travel guide manual, (3.3) brochure, (3.4) poster, (3.5) Facebook, and (3.6) info-graphic with the overall of high level result of media quality evaluation from a total of 15 experts and people in the community, 4) the effect of Public Relations media for Community-Based Tourism of Rim Klong Prawet Fang Nuea community on tourists in terms of utilization and satisfaction at a high level. Tourists' Public Relations media exposure was positively correlated to their utilization and satisfaction at a high level, with statistical significance at the .01 level.

Keywords: Media Development, Tourism Public Relations Media, Community-Based Tourism, Participatory Communication, Rim Klong Prawet Fang Nuea Community.

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การประชาสัมพันธ์ในฐานะการสื่อสารเชิงกลยุทธ์มีความสัมพันธ์และความสำคัญต่อการจัดการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว เพราะเป็นกระบวนการสร้างการรับรู้ถึงจุดหมายปลายทาง กระตุ้นความสนใจ และปรับเปลี่ยนทัศนคติที่ดี (Petrovici, 2014) รวมทั้งส่งเสริมให้เกิดการเดินทางไปยังสถานที่หรือแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ โดยการสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องด้านข้อมูลข่าวสาร ส่งเสริมชื่อเสียง และภาพลักษณ์ที่ดีแก่แหล่งท่องเที่ยว โดยผ่านสื่อ กิจกรรม และการสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ (Torossian, 2023) การวิจัยนี้ศึกษาเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในด้านของการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนซึ่งมีความสำคัญต่อการสร้างการรับรู้และชักจูงใจนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนหนึ่ง ๆ ทั้งนี้เนื่องจากในปัจจุบันการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นการท่องเที่ยวทางเลือกที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของไทย ช่วยส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน และยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนให้ดำรงอยู่ได้พร้อมกับการพัฒนาทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม ควบคู่ไปกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมซึ่งจะทำให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (sustainable tourism) (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน), 2561)

ด้วยความสำคัญของการท่องเที่ยวดังกล่าวที่มีต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของไทย การศึกษาวิจัยนี้มุ่งศึกษาพื้นที่หนึ่งในเขตกรุงเทพมหานครที่มีการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน กำหนดเป็นพื้นที่เป้าหมาย คือ “ชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือ” ซึ่งตั้งอยู่ ณ แขวงประเวศ เขตประเวศ กรุงเทพมหานคร อันเป็นชุมชนริมน้ำขนาดเล็ก อยู่บริเวณริมคลองประเวศบุรีรมย์ฝั่งทิศเหนือ มีแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ เช่น ศูนย์การเรียนรู้การเจียรไนพลอย บ้านผ้าปักของชาวมุสลิม ฟาร์มเลี้ยงแพะ สวนผักแบบเกษตรชุมชน เป็นต้น (สมาน โตหัวป่า, สัมภาษณ์, 2566) อย่างไรก็ตาม การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนของชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือ แม้จะมีการดำเนินงานมาระยะหนึ่งแล้ว แต่จากการลงภาคสนามเพื่อสืบค้นข้อเท็จจริง (fact finding) ในเบื้องต้นพบว่า ยังขาดสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแก่สาธารณชนให้ชุมชนแห่งนี้เป็นที่รู้จักแก่นักท่องเที่ยวอย่างกว้างขวาง (สมาน โตหัวป่า, สัมภาษณ์, 2566 และ สุรเดช หวังเจริญ, สัมภาษณ์, 2566)

นอกจากนั้นแล้ว จากผลการวิจัยส่วนหนึ่งในรายงานการวิจัยของกฤษณ์ จุฑามณี (2564) เรื่อง “การจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือ กรุงเทพมหานคร” ยังระบุว่า การจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือยังมีปัญหาประการสำคัญอย่างหนึ่ง คือ ขาดสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชน ดังนั้น หากชุมชนมีการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ให้พร้อมแล้ว ชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือน่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชนซึ่งเป็นที่รู้จักและมีนักท่องเที่ยวสนใจเข้ามาท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น ดังนั้นจึงสมควรดำเนินงานวิจัยด้วยการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมซึ่งเป็นกลไกในการขับเคลื่อนกระบวนการพัฒนาท้องถิ่นให้มีประสิทธิภาพ (สมาน โตหัวป่า, สัมภาษณ์, 2566)

จากการค้นพบปัญหาดังกล่าวนั้น จึงเกิดเป็นช่องว่างทางการวิจัยที่สามารถนำมาเป็นปัญหาของการวิจัยซึ่งจะดำเนินงานวิจัยเพื่อการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยใช้การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (participatory communication) มาเป็นกลไกในการขับเคลื่อนการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ดังกล่าว เนื่องจากกลไกการสื่อสารดังกล่าวจะทำให้คนในชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดทำสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เกิดการสื่อสารสองทาง และทำให้เกิดทิศทางของการสื่อสารแบบล่างขึ้นบน (bottom-up approach) และทุกคนมีสิทธิในการสื่อสารหรือการแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ ซึ่งนำไปสู่การมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง อันเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดความสำเร็จในการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ดังกล่าว ทั้งนี้เพราะในการสื่อสารเพื่อการพัฒนาชุมชนนั้น ต้องอาศัยการเข้ามามีส่วนร่วมของทุกฝ่าย มีการใช้กลยุทธ์ที่เน้นการสื่อสารระหว่างบุคคลในชุมชน และการใช้สื่อชุมชนที่หลากหลาย ตลอดจนส่งเสริมการมีส่วนร่วมของคนในระดับฐานรากของชุมชนให้เข้ามามีส่วนร่วมอย่างกว้างขวาง (อุษา บิ๊กกินส์, 2566) ดังนั้น ในการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนของชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือซึ่งใช้การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม นั้น จะทำให้ได้รับสื่อประชาสัมพันธ์ซึ่งชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการผลิตขึ้นเพื่อประโยชน์ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนของชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือได้อย่างแท้จริงต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาบริบทชุมชน การจัดการท่องเที่ยว โดยชุมชน และความต้องการสื่อประชาสัมพันธ์ ในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนของชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือ แขวงประเวศ เขตประเวศ กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนของชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือ แขวงประเวศ เขตประเวศ กรุงเทพมหานคร
3. เพื่อพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนของชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือ แขวงประเวศ เขตประเวศ กรุงเทพมหานคร
4. เพื่อประเมินผลของสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนของชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือ แขวงประเวศ เขตประเวศ กรุงเทพมหานคร ที่มีต่อนักท่องเที่ยว

สมมติฐานของการวิจัย

ในส่วนของการศึกษาเพื่อศึกษาผลของสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนของชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือ แขวงประเวศ เขตประเวศ กรุงเทพมหานคร ที่มีต่อนักท่องเที่ยว มีการกำหนดสมมติฐานของการวิจัยไว้ ดังนี้

1. การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการใช้ประโยชน์สื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว โดยชุมชนของชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือ แขวงประเวศ เขตประเวศ กรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยว
2. การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนของชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือ แขวงประเวศ เขตประเวศ กรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยว

นิยามศัพท์เฉพาะ

การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ หมายถึง กระบวนการออกแบบและสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนของชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือเพื่อเป็นตัวกลางหรือช่องทางที่ใช้ในดำเนินงานประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนของชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือ แขวงประเวศ เขตประเวศ กรุงเทพมหานคร กับนักท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วยขั้นก่อนการผลิต ขั้นการผลิต และขั้นหลังการผลิต

สื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว หมายถึง ตัวกลางหรือช่องทางที่ใช้ในกระบวนการดำเนินงานทางการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนของชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือ แขวงประเวศ เขตประเวศ กรุงเทพมหานคร กับนักท่องเที่ยว โดยการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อสร้าง รักษา และดำรงไว้ซึ่งความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดีต่อกันระหว่างชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือกับนักท่องเที่ยว

การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม หมายถึง กระบวนการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารในการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของประชาชนในชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือ แขวงประเวศ เขตประเวศ กรุงเทพมหานคร เพื่อการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งระดับของการมีส่วนร่วมในการสื่อสารของชุมชน คือ การมีส่วนร่วมในฐานะผู้ถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารและผู้ร่วมผลิตสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนของชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือ แขวงประเวศ เขตประเวศ กรุงเทพมหานคร

การท่องเที่ยวโดยชุมชน หมายถึง การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนของชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือ แขวงประเวศ เขตประเวศ กรุงเทพมหานคร โดยมีการมีส่วนร่วมของชุมชนในการกำหนดทิศทางโดยชุมชน ดำเนินการโดยชุมชน เพื่อชุมชน ชุมชนมีบทบาทเป็นเจ้าของและมีสิทธิในการจัดการดูแล เพื่อสร้างประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวแก่ผู้มาเยือนหรือผู้มาท่องเที่ยว โดยคำนึงถึงความยั่งยืนของสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม

ชุมชน หมายถึง พื้นที่ของชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือ แขวงประเวศ เขตประเวศ กรุงเทพมหานคร ซึ่งมีการจัดการท่องเที่ยว โดยกำหนดเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวซึ่งสามารถสร้างประโยชน์แก่ชุมชนในมิติต่าง ๆ ด้วยทรัพยากรของชุมชนที่จัดสรรและก่อรูปขึ้นเพื่อประโยชน์เชิงการท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัส สัมผัส และเรียนรู้ และมีประสบการณ์จากการท่องเที่ยว

ศักยภาพด้านการท่องเที่ยว หมายถึง ความสามารถของชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือ ในการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้วยการวิเคราะห์ถึงทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว การเข้าถึงชุมชน ความสามารถของชุมชนในการรองรับนักท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมของคนใน

ชุมชน และการจัดการท่องเที่ยวตามความสอดคล้องกับวิถีชีวิตของคนในชุมชน

การประเมินผลสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว หมายถึง การวิเคราะห์เพื่ออธิบายผลของการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนของชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือ แขวงประเวศ เขตประเวศ กรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว คือ กระบวนการดำเนินงานการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นหน้าที่ด้านการจัดการทางการสื่อสารที่มีการวางแผนและการปฏิบัติอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง เกี่ยวข้องกันระหว่างองค์การกับนักท่องเที่ยวเพื่อสร้าง รักษา และดำรงไว้ซึ่งความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดีต่อกัน โดยอาศัยวิธีการสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมให้การเดินทางด้านการท่องเที่ยวเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งส่งเสริมให้เกิดการเดินทางไปยังสถานที่หรือแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ โดยการสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องด้านข้อมูลข่าวสาร ส่งเสริมชื่อเสียง และภาพลักษณ์ที่ดีแก่แหล่งท่องเที่ยว โดยผ่านสื่อ กิจกรรม และการสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ (Torossian, 2023) การประชาสัมพันธ์เป็นองค์ประกอบหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวในฐานะองค์ประกอบสนับสนุนการท่องเที่ยว ใช้ในการเพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ทำให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวและช่วยขับเคลื่อนการท่องเที่ยวให้ขยายตัว (ชัชพล ทรงสุนทรวงศ์, 2565)

2. สื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

สื่อหรือช่องทางการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์เป็นองค์ประกอบสำคัญประการหนึ่งที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว สามารถแบ่งได้หลายประเภท เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อภาพและเสียง สื่อออนไลน์ เป็นต้น ในทางการประชาสัมพันธ์ สื่อประชาสัมพันธ์อาจแบ่งได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่ สื่อที่ควบคุมได้ (controlled media) และสื่อที่ควบคุมไม่ได้ (uncontrolled media) (Newsom, Tuck & Kruckeberg, 2010) ทั้งนี้กระบวนการผลิตสื่อต้องพิจารณาจากปัจจัยต่าง ๆ เช่น การมีส่วนร่วมของผู้รับสาร การรับสารและความต้องการด้านต่าง ๆ รวมถึงเวลา งบประมาณ และ

ทักษะ โดยใช้การวิเคราะห์ การไตร่ตรอง และการประเมินอย่างต่อเนื่อง ซึ่งต้องอาศัยการคิดเชิงสร้างสรรค์ โดยมีกระบวนการผลิตซึ่งหมายถึง ขั้นตอนที่สำคัญในการทำให้ได้รับสื่อที่สมบูรณ์ ตั้งแต่แนวคิดจนถึงการผลิตสื่อต้นแบบขั้นสุดท้าย กระบวนการนี้สามารถนำไปใช้กับการผลิตสื่อต่าง ๆ เช่น วิดีทัศน์ อินโฟกราฟิก โปสเตอร์ แผ่นพับ เป็นต้น (Media College, 2023; Dominick, 2013)

3. การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

การสื่อสารแบบการมีส่วนร่วม (participatory communication) เป็นแนวทางศึกษาที่ประกอบด้วย “การสื่อสาร” (communication) และ “การมีส่วนร่วม” (participation) (Littlejohn, Foss & Oetzel, 2017) ดังนั้น ในการทำความเข้าใจการสื่อสารแบบการมีส่วนร่วมได้นั้น จำเป็นต้องทำความเข้าใจทั้งสองแนวคิด โดยที่การสื่อสารเป็นกระบวนการถ่ายทอดสารจากบุคคลฝ่ายหนึ่ง ซึ่งทำหน้าที่ส่งสารผ่านสื่อ หรือช่องทางต่าง ๆ ไปยังผู้รับสาร เพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง ส่วนการมีส่วนร่วม คือ กระบวนการที่สมาชิกของสังคมหรือชุมชนหนึ่ง ๆ เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมหรือการกระทำทางสังคมที่ร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ ร่วมวางแผน ร่วมปฏิบัติด้วยความสมัครใจ มีความพึงพอใจ และได้รับผลประโยชน์ร่วมกัน (Littlejohn, Foss & Oetzel, 2017) การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเริ่มต้นจากการประเมินการสื่อสาร การออกแบบกลยุทธ์การสื่อสาร การดำเนินกิจกรรมการสื่อสาร และการติดตามและประเมินผล (Tuft & Mefalopoulos, 2023) การมีส่วนร่วมในการสื่อสารก็จะมีระดับต่าง ๆ ได้แก่ 1) การมีส่วนร่วมในฐานะผู้รับสารหรือผู้ใช้สาร 2) การมีส่วนร่วมในฐานะผู้ส่งสาร ผู้ผลิต ผู้ร่วมผลิต และผู้ร่วมแสดง และ 3) การมีส่วนร่วมในฐานะผู้วางแผนและกำหนดนโยบาย

4. การท่องเที่ยวโดยชุมชน

การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-Based Tourism : CBT) เป็นการท่องเที่ยวทางเลือกที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม มีการบริหารจัดการโดยชุมชนอย่างสร้างสรรค์ และมีมาตรฐาน กำหนดทิศทางโดยชุมชน จัดการโดยชุมชน เพื่อชุมชน และชุมชนมีบทบาทเป็นเจ้าของ องค์ประกอบของการท่องเที่ยวโดยชุมชน ได้แก่ ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม องค์กรชุมชน การ

จัดการชุมชน ด้านการจัดการ และด้านการเรียนรู้ องค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีอยู่ 4 ประการ ได้แก่ ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม องค์การชุมชน การจัดการ และการเรียนรู้ การท่องเที่ยวโดยชุมชนยังสามารถเป็นเครื่องมือในการพัฒนา โดยใช้การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นเงื่อนไขและสร้างโอกาสให้แก่องค์กรชุมชนเข้ามามีบทบาทสำคัญในการวางแผนกำหนดทิศทางการพัฒนาชุมชนของตน ให้มีการสร้างให้เกิดกระบวนการเรียนรู้เกี่ยวกับการวางแผน การบริหารจัดการทรัพยากร และการกระจายอำนาจการตัดสินใจ โดยเน้นความสำคัญของการจัดการธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชนไปพร้อมกัน (รุ่งรวี จิตภักดี, 2566; สถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน, 2566)

5. ศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของชุมชน

ศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของชุมชนเป็นความสามารถของชุมชนที่สามารถนำมาจัดการท่องเที่ยว โดยอาศัยปัจจัยที่มีอยู่ภายในชุมชนเป็นสำคัญ เช่น ทรัพยากร อัตลักษณ์ชุมชน วิถีชีวิตของคนในชุมชน ผลผลิตชุมชน เป็นต้น ซึ่งก่อให้เกิดการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ ทั้งนี้แนวคิดเกี่ยวกับศักยภาพของชุมชนมีผู้เสนอไว้หลายประการ กล่าวคือ ศักยภาพของชุมชนเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้ชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวชุมชนจะต้องมีศักยภาพในด้านทรัพยากรท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นสิ่งปลูกสร้าง ประวัติศาสตร์ โบราณสถาน แหล่งธรรมชาติ ประเพณี ภูมิปัญญา วิถีชีวิต การประกอบอาชีพ เป็นต้น นอกจากนี้ชุมชนจะต้องสามารถเข้าถึงได้ง่าย สะดวก และมีเส้นทางเชื่อมต่อกับทรัพยากรบริเวณใกล้เคียงด้วย ซึ่งเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกในชุมชนที่จะต้องมีความพร้อมให้บริการแก่นักท่องเที่ยว (กนกกานต์ แก้วนุช, 2564)

6. การมีส่วนร่วมของชุมชนต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ในการจัดการท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน มีการดำเนินงานในกระบวนการต่าง ๆ กล่าวคือ ชุมชนต้องวางแผนและตัดสินใจร่วมกัน คนในชุมชนจะต้องมีการพูดคุยและวางแผน เพื่อค้นหาทรัพยากรและอัตลักษณ์ของชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน เมื่อค้นหาทรัพยากรและอัตลักษณ์ของชุมชนได้แล้ว ต้องร่วมกัน

ตัดสินใจเลือกรูปแบบการท่องเที่ยวในชุมชนที่ชัดเจน อีกทั้งชุมชนต้องเตรียมความพร้อมด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการต่าง ๆ สำหรับรองรับนักท่องเที่ยว จากนั้นชุมชนต้องร่วมกันดำเนินการตามแผน เมื่อชุมชนมีแผนและตัดสินใจร่วมกันในการจัดการการท่องเที่ยวแล้ว สมาชิกที่เกี่ยวข้องต้องร่วมกันดำเนินการตามแผนที่วางไว้ เพื่อให้แผนบรรลุเป้าหมายของชุมชน ตามหน้าที่และความสามารถที่ได้รับมอบหมาย ชุมชนต้องได้รับประโยชน์ร่วมกัน รวมถึงสิ่งที่เป็นคุณค่าทางจิตใจ และสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ เมื่อการท่องเที่ยวได้มีการดำเนินการมาแล้ว ชุมชนจะต้องติดตามและประเมินผลเพื่อปรับปรุงและแก้ไขในสิ่งที่บกพร่องร่วมกัน เพื่อให้ชุมชนเกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน (รุ่งรวี จิตภักดี, 2566)

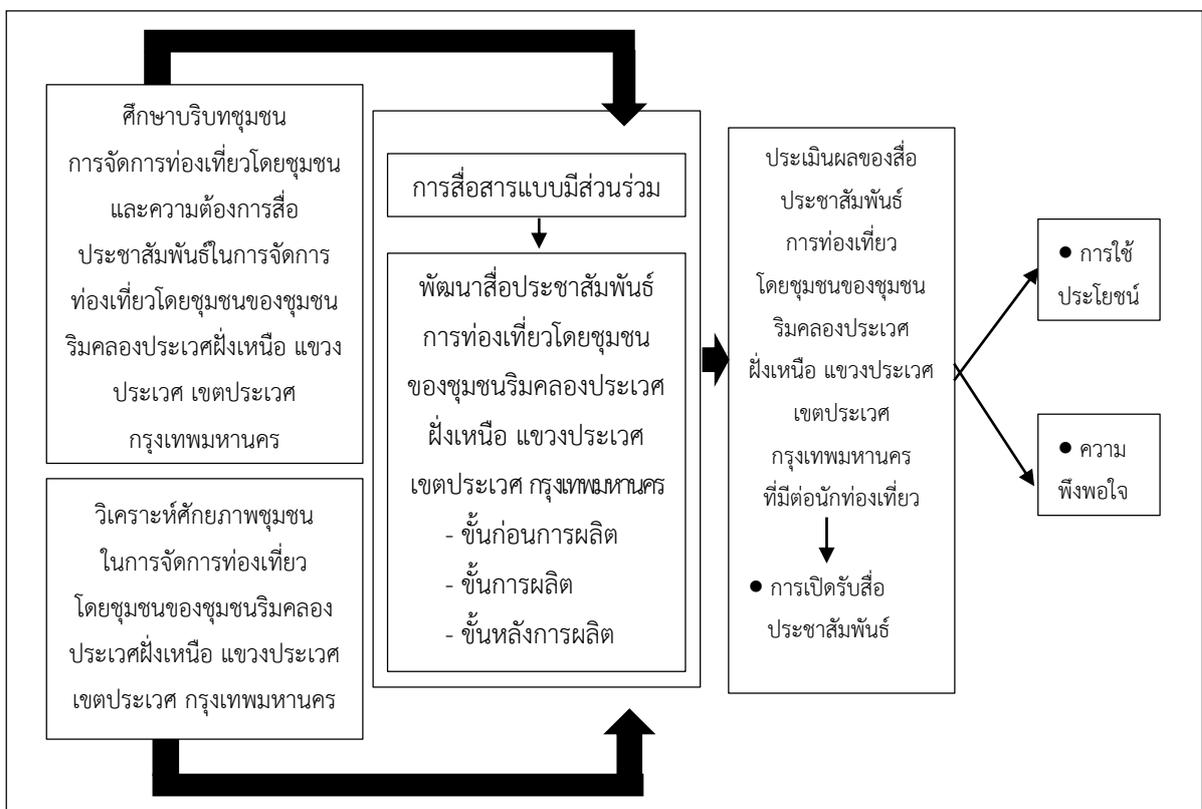
7. ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and gratifications theory: UGT) ในการสื่อสารอธิบายว่า ผู้คนใช้สื่อเพื่อตอบสนองความต้องการของตนอย่างไร การสนองความต้องการเป็นบทบาทที่สำคัญที่สุดของสื่อสำหรับมนุษย์ ผู้คนได้รับความรู้ ปฏิสัมพันธ์ การผ่อนคลาย การตระหนักรู้ การหลบหนี และความบันเทิงผ่านสื่อที่ใช้ในการสื่อสารระหว่างบุคคลเช่นกัน (Bajracharya, 2022) ทฤษฎีนี้ได้รับการเสนอโดย Jay Blumler และ Elihu Katz เป็นแนวทางในการทำความเข้าใจวิธีการที่ผู้คนแสวงหาสื่อเฉพาะเพื่อตอบสนองความต้องการ ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจเป็นแนวทางที่เน้นผู้รับสารเป็นศูนย์กลาง ซึ่งเสนอว่า สื่อใด ๆ ที่มีผลกับผู้รับสารนั้นขึ้นอยู่กับตัวผู้รับสารเอง แม้ว่าสื่อบางรูปแบบจะนำเสนอข้อความที่สร้างขึ้นอย่างละเอียดและซับซ้อนเพื่อกระตุ้นหรือเร้าผู้รับสารให้เกิดการตอบสนอง แต่ผู้รับสารก็สามารถตีความข้อความหรือสารในลักษณะต่าง ๆ ได้ (Communication Studies, 2022)

ส่วนการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เช่น ศิริประภา ประภากรเกียรติ (2563) ศึกษาเรื่อง “การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว โดยใช้แนวคิดชุมชนเป็นฐาน” ผลการวิจัยพบว่าองค์ประกอบของข้อมูลการท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น 3 ส่วนประกอบด้วยวิถีสันติวิถี การท่องเที่ยว และวิถีชีวิตและวัฒนธรรม มีลักษณะชุมชนเข้มแข็งและอนุรักษ์ วัฒนธรรมชุมชน ทำให้มีการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ขึ้น ได้แก่ แผนที่แผนที่อินโฟกราฟิก แผนที่การท่องเที่ยว และวิถีทัศน์

ประชาสัมพันธ์ นอกจากนั้นแล้ว สลิตดา สาริบุตร และณัฐพงษ์ สีนุญเรือง (2563) ยังศึกษาเรื่อง “การพัฒนารูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืน: ศึกษากรณี ชุมชนชาวมอญ จังหวัดปทุมธานี” ผลการวิจัยพบว่า ทรัพยากรท่องเที่ยวของจังหวัดปทุมธานี ในส่วนของชุมชนมอญมีศักยภาพสูง มีความโดดเด่นด้านประเพณี วิถีชีวิต ประวัติศาสตร์ โบราณสถานและโบราณวัตถุ ตลอดจนเส้นทางการท่องเที่ยวที่มีความน่าสนใจ แต่ประเด็นปัญหาที่พบ คือ ประชาชนทั่วไปยังรับรู้ข้อมูลในส่วนของชาวไทยเชื้อ

สายมอญค่อนข้างน้อย ดังนั้น แนวทางการพัฒนารูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน จึงมีการจัดทำสื่อขึ้น ได้แก่ สื่อวีดิทัศน์เผยแพร่ทางสื่อสังคมออนไลน์ และสื่อสิ่งพิมพ์ในลักษณะแผ่นพับเพื่อประชาสัมพันธ์เส้นทางการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ เป็นต้น การทบทวนงานวิจัยต่าง ๆ ดังกล่าวนั้น ผู้วิจัยได้นำมาเป็นกรอบแนวคิดทางการวิจัยต่อไป ดังนั้น จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทำให้สามารถกำหนดกรอบแนวคิดทางการวิจัยได้ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดทางการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยผสมวิธี (mixed method research) ประกอบด้วย การวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งใช้ชุมชนเป็นฐานของการวิจัย เน้นกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนและประยุกต์ใช้การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเป็นกลไกในการดำเนินงานวิจัยซึ่งส่งเสริมบทบาทของคนในชุมชนต่อการมีส่วนร่วมในกระบวนการวิจัย ตั้งแต่ผู้นำชุมชน คณะกรรมการชุมชน ประชาชนในชุมชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่ชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือ

ซึ่งเป็นการเลือกพื้นที่เป้าหมายของการวิจัยแบบเจาะจง ดังมีระยะของการวิจัยที่ดำเนินตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังต่อไปนี้

ระยะที่ 1 ศึกษาบริบทชุมชน การจัดการเที่ยวโดยชุมชน และความต้องการสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือ แขวงประเวศ เขตประเวศ กรุงเทพมหานคร

การวิจัยในระยะแรก เริ่มจากการศึกษาบริบทชุมชน การจัดการเที่ยวโดยชุมชน และความต้องการสื่อ

ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือ แขวงประเวศ เขตประเวศ กรุงเทพมหานคร โดยผู้ให้ข้อมูลเพื่อการวิจัยเชิงคุณภาพ มีจำนวน 10 คน ประกอบด้วย แกนนำชุมชน จำนวน 1 คน กรรมการชุมชน จำนวน 4 คน และประชาชนในชุมชน จำนวน 5 คน โดยมีเกณฑ์การคัดเลือกผู้เข้าร่วมการวิจัยเข้าร่วมโครงการ คือ เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือโดยตรง มีความสมัครใจในการเข้าร่วมให้ข้อมูลทางการวิจัย โดยมีการเก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลที่เข้าร่วมโครงการ จนกระทั่งทำให้ข้อมูลเกิดการอิ่มตัว

ผู้วิจัยได้เข้าสู่สนามวิจัย เพื่อศึกษาบริบทชุมชน การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน และ ความต้องการสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อสำรวจและสร้างความคุ้นเคยกับชุมชน และคนในชุมชนเพื่อการศึกษาข้อมูลเชิงลึกต่อไป การเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยและเครื่องมือที่ใช้ ในระยะที่ 1 ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลตามแนวทางการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ การสังเกตบริบทชุมชนด้วยตนเอง และการศึกษาเอกสาร โดยมีการตรวจสอบข้อมูลสามเส้าด้านข้อมูล ด้านผู้วิจัย และด้านวิธีการวิจัย

ระยะที่ 2 วิเคราะห์ศักยภาพของชุมชนที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนของชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือ แขวงประเวศ เขตประเวศ กรุงเทพมหานคร

การวิจัยระยะนี้ ผู้วิจัยศึกษาศักยภาพของชุมชนที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนของชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือ แขวงประเวศ เขตประเวศ กรุงเทพมหานคร เพื่อค้นหาข้อมูลศักยภาพหรือจุดเด่นที่สามารถนำมาเป็นประเด็นหลักในการนำเสนอสารเพื่อการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ ดังมีขั้นตอนต่อไปนี้

ผู้ให้ข้อมูลเพื่อการวิจัยเชิงคุณภาพ จำนวน 15 คน ประกอบด้วยแกนนำชุมชนจำนวน 1 คน กรรมการชุมชน

จำนวน 4 คน กรรมการชุมชน จำนวน 5 คน และประชาชนในชุมชนจำนวน 5 คน โดยมีเกณฑ์การคัดเลือกผู้เข้าร่วมการวิจัยเข้าร่วมโครงการ คือ เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือโดยตรง มีความสมัครใจในการเข้าร่วมให้ข้อมูลทางการวิจัย โดยมีการเก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลที่เข้าร่วมโครงการวิจัย มีขั้นตอนการดำเนินงานโดยการสัมภาษณ์ผู้นำชุมชนและคนในชุมชน การอภิปรายกลุ่มเพื่อศึกษาศักยภาพชุมชนที่ใช้ในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนกับคณะกรรมการชุมชนและตัวแทนชาวบ้านในชุมชน และการสังเกตศักยภาพชุมชน โดยใช้แบบบันทึกข้อมูลจากการสังเกตในรูปแบบของแบบสำรวจรายการสังเกต เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพของชุมชน

เมื่อผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากจากการเก็บข้อมูล หลังจากที่ได้ตรวจสอบข้อมูลแล้วว่า สามารถตอบปัญหาของการวิจัยและเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยแล้ว ผู้วิจัยดำเนินการสรุปผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลและจัดกลุ่มข้อมูล โดยการแยกแยะข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาหาข้อสรุปจากข้อมูลที่ได้ผ่านการตีความและหาความหมายแล้ว และจัดจำแนกข้อมูลให้เป็นระบบตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ระยะที่ 3 พัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนของชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือ แขวงประเวศ เขตประเวศ กรุงเทพมหานคร

เมื่อได้ข้อมูลมาจากการเก็บรวบรวมข้อมูลในระยะที่ 1 และ 2 แล้ว จึงนำข้อมูลมาใช้ในการออกแบบสารและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนดังกล่าว ซึ่งประกอบด้วย 3 ขั้นตอน ได้แก่ 1) ขั้นตอนการออกแบบและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชน 2) ขั้นตอนการออกแบบและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชน และ 3) ขั้นตอนหลังการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยในแต่ละขั้นตอนมีวิธีการปฏิบัติดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 วิธีการปฏิบัติในแต่ละขั้นตอนในการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชน

ขั้นตอน	วิธีการปฏิบัติ
ขั้นที่ 1 ขั้นก่อนการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์	<p>ขั้นก่อนการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ เป็นขั้นของการวางแผนเพื่อเตรียมข้อมูล โดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. การรวบรวมข้อมูล ที่ได้รับจากการเก็บรวบรวมข้อมูลในขั้นที่ 1 และ 2 โดยนำข้อมูลนั้นมาพิจารณาไตร่ตรอง วิเคราะห์ และจัดหมวดหมู่ เพื่อทำความเข้าใจสำหรับเตรียมการใช้ในการผลิตสื่อต่อไป 2. การกำหนดวัตถุประสงค์ มีการกำหนดวัตถุประสงค์ของการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ให้ชัดเจนว่า ต้องการผลิตเพื่อใช้ในวัตถุประสงค์ใด 3. การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย วิเคราะห์ให้ชัดเจนว่าใคร คือ ผู้รับสารที่ตั้งใจจะส่งสารไปถึง และผู้รับสารนั้นมีความสนใจหรือความต้องการอย่างไร โดยพิจารณาจากภูมิหลังต่าง ๆ เพื่อให้สามารถส่งสารให้ตอบสนองตามความต้องการของกลุ่มผู้รับสารเป้าหมายมากที่สุด 4. การวิเคราะห์เนื้อหา ศึกษาเนื้อหานั้นให้เข้าใจ พิจารณาแยกแยะ ส่วนประกอบที่จะนำเสนอให้สอดคล้องเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย 5. การออกแบบสาร ผู้วิจัยและผู้มีส่วนร่วมได้ร่วมกันถ่ายทอดความคิดให้ออกมาเป็นเนื้อหาสารอย่างชัดเจน โดยอาศัยกระบวนการมีส่วนร่วมเพื่อการออกแบบเนื้อหาสารให้เป็นรูปธรรม และสอดคล้องกับคุณลักษณะของสื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภท
ขั้นที่ 2 ขั้นการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์	<ol style="list-style-type: none"> 2. ด้านการประกอบสร้างเนื้อหา โดยผู้วิจัยและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและทีมงาน ผู้ช่วยวิจัยได้ร่วมกันประกอบสร้างเนื้อหาสื่อประชาสัมพันธ์ <p>การท่องเที่ยวโดยชุมชนของชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือ แขวงประเวศ เขตประเวศ กรุงเทพมหานคร โดยคำนึงถึงแนวคิดด้านการใช้ชุมชนฐานเพื่อให้สอดคล้องกับบริบทของชุมชน</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. ด้านการผลิต โดยผู้วิจัยและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและทีมงาน ผู้ช่วยวิจัยได้ร่วมกันผลิตสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนของชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือ แขวงประเวศ เขตประเวศ กรุงเทพมหานคร โดยมีการจัดเตรียมสถานที่ และวัสดุอุปกรณ์ทั้งจากของทีมงานวิจัยและของชุมชน
ขั้นที่ 3 ขั้นหลังการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์	<p>ขั้นหลังการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ มีขั้นตอน ดังต่อไปนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาและความเหมาะสมกลมกลืนของเนื้อหา กับรูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์แต่ละชนิด 2. ประเมินผล ผู้วิจัยมีการประเมินสื่อประชาสัมพันธ์ โดยผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง โดยใช้แบบประเมินผลที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ซึ่งประเมินในประเด็นสำคัญ ดังต่อไปนี้ <ul style="list-style-type: none"> - ด้านเนื้อหาสาระ - ด้านรูปแบบการนำเสนอ - ด้านการนำไปใช้ประโยชน์

หลังจากการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว โดยชุมชนของชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือแล้ว จะมีการประเมินผลโดยใช้เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (questionnaire) โดยมีการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ โดยได้หาค่าความเที่ยงตรง (validity) มีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) เท่ากับ .67-1.00 รวมทั้งหาค่าความเชื่อมั่น (reliability) ซึ่งมีค่ามากกว่า .7 ขึ้นไป เพื่อประเมินผลสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวตามความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ 6 คน ประกอบด้วยผู้ทรงคุณวุฒิด้านสื่อและการประชาสัมพันธ์ จำนวน 3 คน และด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน จำนวน 3 คน รวมทั้งคนในชุมชนอีก จำนวน 9 คน รวมทั้งหมด จำนวน 15 คน โดยการแสดงความคิดเห็นต่อคุณภาพของสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนของชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือ แขวงประเวศ เขตประเวศ กรุงเทพมหานคร

ระยะที่ 4 ประเมินผลของสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว โดยชุมชนของชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือ แขวงประเวศ เขตประเวศ กรุงเทพมหานครที่มีนักท่องเที่ยว

เมื่อมีการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว โดยชุมชนของชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือ แขวงประเวศ เขตประเวศ กรุงเทพมหานคร ไปยังสาธารณชนหรือนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจแล้ว จึงมีการประเมินผลสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวที่มีนักท่องเที่ยว

ประชากรที่ศึกษา คือ นักท่องเที่ยวซึ่งเป็นผู้เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือ โดยทั้งหมดที่ชัดเจน ดังนั้น ในการคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้มาจากการคำนวณด้วยสูตรของ W.G. Cochran โดยผู้วิจัยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 ซึ่งมีค่าความคลาดเคลื่อนได้ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 5 หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จากสูตรต่อไปนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2561)

$$\text{สูตร } n = \frac{P(1 - P)Z^2}{E^2}$$

เมื่อ n แทน ขนาดตัวอย่าง

P แทน สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยกำลังสุ่ม .50

Z แทน ระดับความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ Z มีค่าเท่ากับ 1.96 ที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 (ระดับ .05)

E แทน ค่าความผิดพลาดสูงสุดที่เกิดขึ้น = .05

$$\text{แทนค่า } n = \frac{(0.5)(1 - .5)(1.96)^2}{(.05)^2}$$

$$d = 384.16$$

ใช้ขนาดตัวอย่างอย่างน้อย 384 คน จึงจะสามารถประมาณค่าความเชื่อมั่น โดยมีความผิดพลาดไม่เกิน ร้อยละ 5 ที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 เพื่อความสะดวกในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง ซึ่งถือได้ว่าผ่านเกณฑ์ตามที่เงื่อนไขกำหนด คือ ไม่น้อยกว่า 384.16 ตัวอย่าง การเลือกกลุ่มตัวอย่างได้มา โดยใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง (purposive sampling) จากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือ แขวง

ประเวศ เขตประเวศ กรุงเทพมหานคร เท่านั้น โดยได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวทั้งหมด 400 คน

ส่วนเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (questionnaire) จำนวน 400 ชุด ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นเองโดยพัฒนาจากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง แบ่งเป็น 4 ตอน โดยมีการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือด้วยการหาค่าความเที่ยงตรง (validity) ซึ่งมีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) เท่ากับ .67-1.00 รวมทั้งหาค่าความเชื่อมั่น (reliability) ซึ่งมีค่ามากกว่า .7 ขึ้นไป

หลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลครบถ้วนแล้ว ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการทางสถิติ เพื่อวัดการเปิดรับสื่อ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจ และใช้สถิติเชิงอ้างอิง (inferential statistics) ในการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (correlation coefficient) ระหว่างการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient) เพื่อทดสอบสมมติฐานของการวิจัยข้อที่ 1 และ 2

ผลการวิจัย

1. บริบทชุมชน การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนและความต้องการสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนของชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือ แขวงประเวศ เขตประเวศ กรุงเทพมหานคร

ชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือตั้งอยู่ริมคลองประเวศบุรีรมย์ เป็น “ชุมชนพหุวัฒนธรรม” ที่ผสมผสานกันระหว่างวัฒนธรรมอิสลามและวัฒนธรรมพุทธ มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ 1) มัสยิดยามีอุลอิบาดะห์ เป็นมัสยิดที่อยู่คู่ชุมชนมายาวนานกว่า 125 ปี ตั้งอยู่ริมคลองประเวศบุรีรมย์ 2) สะพานไม้เก่าอายุกว่า 100 ปี ซึ่งเป็นสะพานไม้ที่เป็นเอกลักษณ์การออกแบบดั้งเดิม 3) คลองประเวศบุรีรมย์ 4) ชมรมบ้านเจียรไนพลอย 5) บ้านผ้าปักสุนิสา และ 6) แคมป์ฟาร์ม ฟาร์มเลี้ยงแพะแบบโรงเรือน การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนของชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือสอดคล้องตามองค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งมีอยู่ 4 ประการ ได้แก่ ทรัพยากรการท่องเที่ยว คือ ทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทวิถีชีวิต องค์กรชุมชน การจัดการดำเนินงานการท่องเที่ยวโดยชุมชนและการกระจายผลประโยชน์ที่เป็นธรรม และการเรียนรู้ คือ มีการจัดการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างคนในชุมชนและนักท่องเที่ยว ส่วนความต้องการสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนของชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือ ชุมชนมีความต้องการสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชน โดย

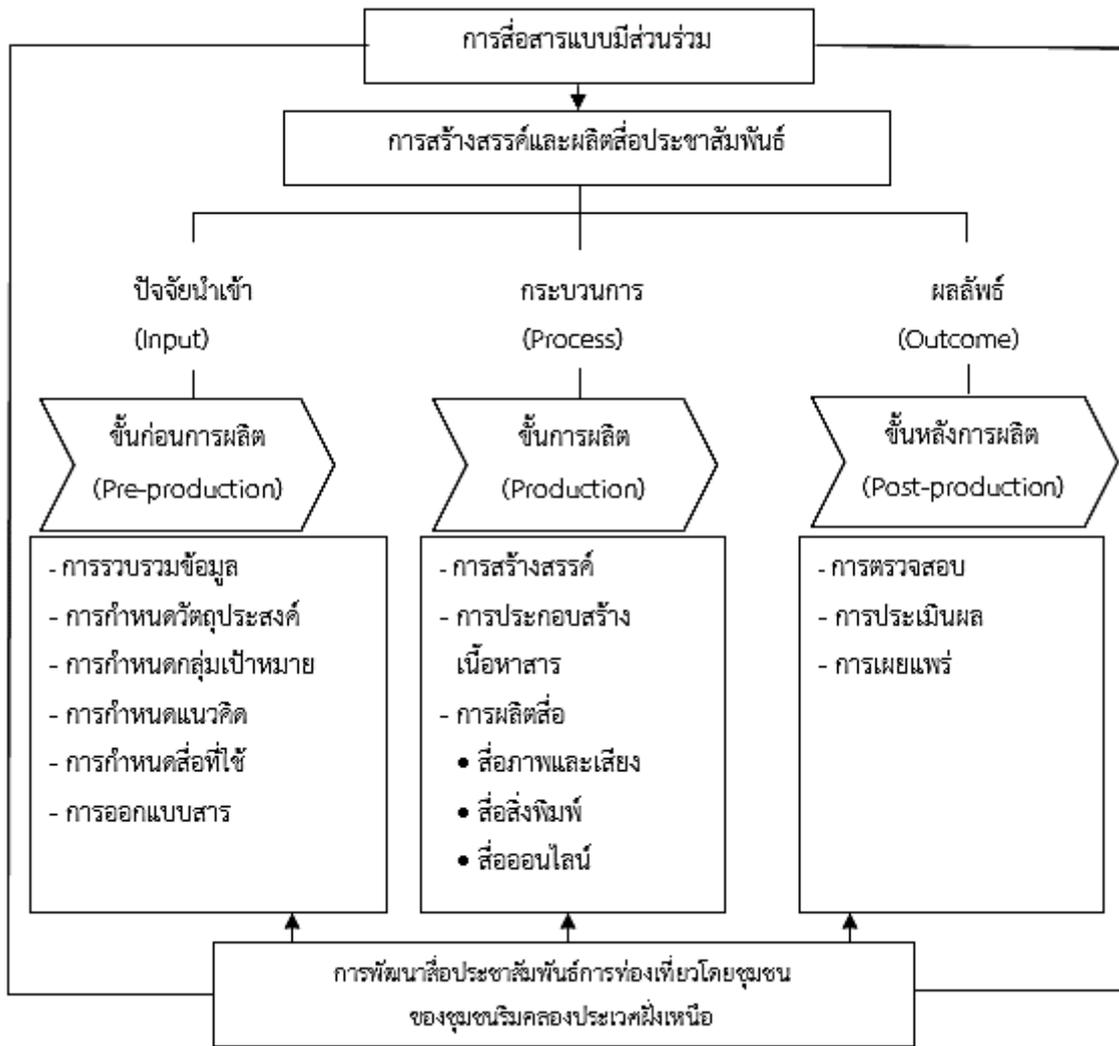
ต้องการสื่อประชาสัมพันธ์ที่ทันสมัย มีข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน ช่วยสร้างการรับรู้ และตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว เนื่องจากหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวลดลง

2. ศักยภาพด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนของชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือ แขวงประเวศ เขตประเวศ กรุงเทพมหานคร

ศักยภาพด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนของชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือ แขวงประเวศ เขตประเวศ กรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย 5 ศักยภาพ ได้แก่ 1) ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว 2) ด้านการเข้าถึงชุมชน 3) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก 4) ด้านการรองรับนักท่องเที่ยว และ 5) ด้านการจัดการท่องเที่ยว กล่าวคือ 1) ศักยภาพด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวมีทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทวิถีชีวิตและการประกอบอาชีพในชุมชน 2) ศักยภาพด้านการเข้าถึงชุมชน คือ การเดินทางอย่างสะดวกโดยใช้ได้ทั้งรถยนต์ส่วนบุคคล รถโดยสารสาธารณะ และการเดินทางทางน้ำ สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี และมีเส้นทางเชื่อมโยงระหว่างแหล่งท่องเที่ยวหนึ่งกับอีกแหล่งท่องเที่ยวหนึ่ง 3) ศักยภาพด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีน้ำเพื่อการอุปโภคบริโภค มีไฟฟ้า และระบบการกำจัดขยะ 4) ศักยภาพด้านการรองรับนักท่องเที่ยว มีความพร้อมของสถานที่ท่องเที่ยว และสถานที่จอดรถ และ 5) ศักยภาพด้านการจัดการท่องเที่ยว มีการส่งเสริมมีส่วนร่วมของคนในชุมชน การพัฒนาตนเองของชุมชน และมีกิจกรรมการท่องเที่ยวและการเรียนรู้ด้านวิถีชีวิตและการประกอบอาชีพ

3. การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนของชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือ แขวงประเวศ เขตประเวศ กรุงเทพมหานคร

การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนของชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือ มีกระบวนการโดยเริ่มตั้งแต่ขั้นก่อนการผลิต โดยผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากการวิจัย ระยะที่ 1 และ 2 มาใช้ในการออกแบบและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ ซึ่งจะทำการดำเนินการตามขั้นตอนต่าง ๆ คือ ขั้นก่อนการผลิต ขั้นการผลิต และขั้นหลังการผลิต ดังแสดงเป็นแผนภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 2 กระบวนการสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์ผ่านการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

ในการดำเนินงานพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนของชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือ แขวงประเวศ เขตประเวศ กรุงเทพมหานคร ใช้การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมซึ่งมุ่งเน้นกระบวนการสื่อสารสองทาง การสื่อสารจากล่างขึ้นบน และการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนในการขับเคลื่อนการดำเนินงานพัฒนาสื่อดังกล่าว ทั้งนี้จากการมีส่วนร่วมของชุมชนในการสร้างสรรค์และผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ ทำให้ได้สื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนของชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือ 6 สื่อ ได้แก่ 1) วีดิทัศน์ สารคดี เรื่อง “ท่องเที่ยวชุมชน เรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่น ชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือ

2) คู่มือ “ท่องเที่ยวชุมชน ชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือ” 3) แผ่นพับ “ท่องเที่ยววิถีชุมชนล่องเรือ One Day Trip” 4) โปสเตอร์ หัวข้อ “ท่องเที่ยวชุมชน เรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่น” ชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือ 5) เฟซบุ๊ก “ท่องเที่ยวชุมชน เรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่น” และ 6) อินโฟกราฟิก เรื่อง “5 สถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ ชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือ” ดังตารางแสดงตัวอย่างสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนของชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 สื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนของชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือ แขวงประเวศ เขตประเวศ กรุงเทพมหานคร

สื่อประชาสัมพันธ์	ภาพถ่ายตัวอย่างสื่อ
1. วิดีทัศน์สารคดี เรื่อง “ท่องเที่ยวชุมชน เรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่น ชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือ”	
2. คู่มือ “ท่องเที่ยวชุมชน ชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือ”	
3. แผนที่ “ท่องเที่ยววิถีชุมชน ล่องเรือ One Day Trip”	
4. โปสเตอร์ หัวข้อ “ท่องเที่ยวชุมชน เรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่น” ชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือ	
5. เฟซบุ๊ก “ท่องเที่ยวชุมชนเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่น”	
6. อินโฟกราฟิก เรื่อง “5 สถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ ชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือ”	

4. ผลของสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนของชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือ แขวงประเวศ เขตประเวศ กรุงเทพมหานคร ที่มีต่อนักท่องเที่ยว

ผลของสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนของชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือ แขวงประเวศ เขตประเวศ กรุงเทพมหานคร ที่มีต่อนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวมีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ตามประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนของชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือ แขวงประเวศ เขตประเวศ กรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.79$, $SD = 0.93$) และการเปิดรับเนื้อหาสารของสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนของชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือ แขวงประเวศ เขตประเวศ กรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.84$, $SD = 0.94$) ส่วนการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนของชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือ แขวงประเวศ เขตประเวศ กรุงเทพมหานคร ของนักท่องเที่ยว พบว่า มีการใช้ประโยชน์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.86$, $SD = 0.93$) และมีความพึงพอใจ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.91$, $SD = 0.88$) เช่นเดียวกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน โดยการแสดงผลเป็นค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation coefficient) ระหว่างการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนของชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือ แขวงประเวศ เขตประเวศ กรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยว พบว่า 1) การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการใช้ประโยชน์สื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนของชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือ แขวงประเวศ เขตประเวศ กรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยว ในระดับมาก ($r = 0.75$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($p = .000$) จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1 และ 2) การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนของชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือ แขวงประเวศ เขตประเวศ กรุงเทพมหานคร ในระดับมาก ($r = 0.72$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($p = .000$) จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2

อภิปรายผลการวิจัย

การอภิปรายผลของการวิจัย ผู้วิจัยอภิปรายผลที่ได้รับตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อ 1. เพื่อศึกษาบริบทชุมชนการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน และความต้องการ สื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนของชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือ แขวงประเวศ เขตประเวศ กรุงเทพมหานคร

จากผลการวิจัยที่พบว่า ชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือเป็นชุมชนมุสลิมที่มีอายุมากกว่า 150 ปี ตั้งอยู่ริมคลองประเวศบุรีรัมย์ อาชีพดั้งเดิมของชุมชน คือ เกษตรกรรม มีมัสยิดยามีอุลlobาดะห์ เป็นศูนย์กลางในการประกอบศาสนกิจของชาวชุมชน ลักษณะเป็น “ชุมชนพหุวัฒนธรรม” ที่ผสมผสานกันระหว่างวัฒนธรรมอิสลามและวัฒนธรรมพุทธ มีคลองประเวศบุรีรัมย์เป็นเส้นทางเดินทางทางน้ำ มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ 1) มัสยิดยามีอุลlobาดะห์ 2) สะพานไม้เก่าอายุกว่า 100 ปี 3) คลองประเวศบุรีรัมย์ 4) ชมรมบ้านเจียระไน 5) บ้านผ้าปักสุนิสา และ 6) แบมมะฟาร์ม ผลการวิจัยนี้ชี้ให้เห็นว่า ชุมชนแห่งนี้เป็น “ชุมชนพหุวัฒนธรรม” อีกแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานครที่มีอัตลักษณ์ของชุมชนเด่นชัด โดยอัตลักษณ์ของชุมชนและทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สำคัญของชุมชน จะเป็นจุดเด่นที่สามารถนำมาใช้เป็นข้อมูลสำหรับการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ได้เป็นอย่างดี ดังนั้น จึงสะท้อนให้เห็นว่าชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือเป็นชุมชนแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานครที่มี “อัตลักษณ์” ซึ่งเป็นตัวกำหนดลักษณะเฉพาะและทิศทางของพลวัตภายในชุมชน มีความโดดเด่นด้านทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทวิถีชีวิตและการประกอบอาชีพในชุมชน โดยเฉพาะการเจียระไนพลอย และมีลักษณะพลวัตจากชุมชนเกษตรกรรมแบบดั้งเดิมมาเป็นชุมชนที่มีการประกอบอาชีพเชิงวิสาหกิจชุมชน ทำให้ชุมชนมีความแตกต่างจากชุมชนอื่น ดังที่ Zhang et al. (2017) อธิบายถึงแนวคิดของอัตลักษณ์ชุมชนว่า มีมิติสำคัญสองประการที่แสดงให้เห็นถึงอัตลักษณ์ของชุมชน ได้แก่ ความโดดเด่น (distinctive) ทางคุณลักษณะของชุมชน และลักษณะพลวัต (dynamic) ของชุมชนที่มีพัฒนาการไปตามกาลเวลา

การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนของชุมชนริมคลอง
 ประเวศฝั่งเหนือ แขวงประเวศ เขตประเวศ กรุงเทพมหานคร
 สอดคล้องตามองค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยวโดยชุมชน
 ซึ่งมีอยู่ 4 ประการ ได้แก่ ทรัพยากรการท่องเที่ยว ได้แก่
 ทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทวิถีชีวิต และการประกอบอาชีพ
 ในชุมชน องค์กรชุมชน คือ มีการจัดตั้งคณะกรรมการจัดการ
 ท่องเที่ยวโดยชุมชนของชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือ การ
 จัดการ คือ การจัดการดำเนินงานการท่องเที่ยวโดยชุมชนและ
 การกระจายผลประโยชน์ที่เป็นธรรม และการเรียนรู้ คือ มี
 การจัดการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมการเรียนรู้ทั้งการเรียนรู้ร่วมกัน
 ระหว่างคนในชุมชนและนักท่องเที่ยว ซึ่งการดำเนินการนี้
 เป็นไปตามการดำเนินงานของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน
 ดังที่ ชัชพล ทรงสุนทรวงศ์ (2565) อธิบายว่าการท่องเที่ยว
 โดยชุมชนเป็นการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสังคม
 วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม กำหนดทิศทางโดยชุมชน จัดการ
 โดยชุมชน เพื่อชุมชน และชุมชนมีบทบาทในการเป็นเจ้าของ
 มีสิทธิในการจัดการดูแลเพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน ตาม
 ลักษณะของการท่องเที่ยวโดยชุมชนซึ่งมีองค์ประกอบหลักอยู่
 4 ประการ ได้แก่ ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม องค์กร
 ชุมชน การจัดการ และการเรียนรู้ อีกทั้งยังสอดคล้องกับ
 งานวิจัยของ กฤษณา สุริยวงศ์, วันชัย หวนนากลาง และฐิตินัน
 บุญภาพ คอมมอน (2564) เรื่อง การสื่อสารเพื่อการพัฒนาการ
 ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยชุมชนมีส่วนร่วมของจังหวัด
 เพชรบุรี โดยศึกษาศักยภาพของชุมชนที่สามารถพัฒนาไปสู่
 การสร้างมูลค่าเพิ่มและส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนเชิง
 สร้างสรรค์ในจังหวัดเพชรบุรี พบว่า มีองค์ประกอบหลักของ
 การท่องเที่ยวโดยชุมชน 4 ประการ ได้แก่ ด้านทรัพยากร
 ธรรมชาติและวัฒนธรรม ด้านองค์กรชุมชน ด้านการจัดการ
 และด้านการเรียนรู้

ในด้านความต้องการสื่อประชาสัมพันธ์ในการจัดการ
 ท่องเที่ยวโดยชุมชนของชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือ ชุมชน
 มีความต้องการสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชน
 โดยเฉพาะหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 มี
 นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวลดลง และเมื่อเข้าสู่
 สถานการณ์ปกติ จึงจำเป็นต้องมีการประชาสัมพันธ์การ
 ท่องเที่ยวโดยชุมชนให้แพร่หลายมากยิ่งขึ้น ดังนั้น จะเห็นได้ว่า
 สื่อประชาสัมพันธ์มีความสำคัญต่อการจัดการท่องเที่ยวโดย
 ชุมชน ดังที่ Torossian (2023) อธิบายว่า การประชาสัมพันธ์มี

ความสำคัญต่อการจัดการท่องเที่ยว เพราะเป็นการสร้างการ
 รับรู้ถึงจุดหมายปลายทาง เพื่อกระตุ้นความสนใจของ
 นักท่องเที่ยว และส่งเสริมให้เกิดการเดินทางไปยังสถานที่หรือ
 แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ช่วยสนับสนุนและสร้างความเข้าใจที่
 ถูกต้องในด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร ส่งเสริมชื่อเสียง และ
 ภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่แหล่งท่องเที่ยวโดยผ่านสื่อ กิจกรรม และ
 การสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ

วัตถุประสงค์ข้อ 2. เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพด้านการ
 ท่องเที่ยวโดยชุมชนของชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือ แขวง
 ประเวศ เขตประเวศ กรุงเทพมหานคร

จากผลการวิจัย ซึ่งพบว่า ศักยภาพด้านการ
 ท่องเที่ยวโดยชุมชนของชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือ แขวง
 ประเวศ เขตประเวศ กรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย 1) ด้าน
 ทรัพยากรการท่องเที่ยว 2) ด้านการเข้าถึงชุมชน 3) ด้านสิ่ง
 อำนวยความสะดวก 4) ด้านการรองรับนักท่องเที่ยว และ
 5) ด้านการจัดการท่องเที่ยว ศักยภาพด้านต่าง ๆ เป็นปัจจัยที่
 ส่งผลให้ชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือ สามารถนำมาใช้เป็น
 สิ่งที่จะช่วยสนับสนุนการขับเคลื่อนการจัด การท่องเที่ยวโดยชุม
 ชนให้ ประสบผลสำเร็จได้ ผลการวิจัยนี้ เป็นไปตาม
 แนวความคิดเกี่ยวกับศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของชุมชนที่
 รุ่งรวี จิตภักดี (2566) อธิบายไว้ว่า ศักยภาพด้านการท่องเที่ยว
 ของชุมชนเป็นความสามารถของชุมชนที่สามารถนำมาจัดการ
 ท่องเที่ยว โดยอาศัยปัจจัยที่มีอยู่ภายในชุมชนเป็นสำคัญ เช่น
 ทรัพยากร อัตลักษณ์ชุมชน ผลิตภัณฑ์ของชุมชน และอื่น ๆ
 ซึ่งจะก่อให้เกิด การสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจและส่งเสริมการ
 ท่องเที่ยวโดยชุมชน และยังสอดคล้องกับการวิจัยของ ชูติ
 กาญจน์ กันทะอุ (2560) ศึกษา เรื่อง “การท่องเที่ยวโดย
 ชุมชนเป็นฐาน : กรณีศึกษาบ้านร่องพอง ตำบลร่องพอง
 อำเภอเมืองแพร่ จังหวัดแพร่” ซึ่งพบว่ามีศักยภาพในการ
 จัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นฐานหลายประการ ได้แก่ 1)
 ด้านทรัพยากรท่องเที่ยว มีทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทภูมิ
 ปัญญาพื้นบ้าน วิถีชีวิตและการประกอบอาชีพ 2) ด้านการ
 เข้าถึงทรัพยากรท่องเที่ยว มีเส้นทางคมนาคมที่เข้าถึงสะดวก
 และปลอดภัย เดินทางเข้าถึงชุมชนได้ทั้งรถยนต์ส่วนบุคคล
 และรถโดยสารสาธารณะ ตลอดจนมีเส้นทางเชื่อมโยงพื้นที่
 ใกล้เคียงแหล่งท่องเที่ยวชุมชนอื่น ๆ 3) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก
 มีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน มาตรฐานครบถ้วน
 และเพียงพอ 4) ด้านความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว

สามารถรองรับนักท่องเที่ยวทั้งไปและกลับ และ 5) การจัดการการท่องเที่ยว มีการวางแผนและดำเนินการโดยผู้นำท้องถิ่น แต่อย่างไรก็ตาม ชุมชนบ้านร่องพองต้องเพิ่มศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยวด้านอื่น ๆ โดยเฉพาะการประชาสัมพันธ์และการสร้างเครือข่ายระหว่างชุมชน ซึ่งเป็นปัญหาที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือที่ยังขาดการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งต้องมีการพัฒนาด้านสื่อประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 พัฒนาศื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนของชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือ แขวงประเวศ เขตประเวศ กรุงเทพมหานคร

จากการศึกษาพบว่า จากปัญหาด้านการประชาสัมพันธ์ของชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือ จึงต้องมีการวิจัยเพื่อการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนของชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือ แขวงประเวศ เขตประเวศ กรุงเทพมหานคร ทั้งนี้มีกระบวนการสร้างสรรค์และผลิตสื่อโดยเริ่มตั้งแต่ขั้นก่อนการผลิต โดยผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลมาจากการวิจัย ระยะที่ 1 และระยะที่ 2 ได้แก่ การศึกษาบริบทชุมชน การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน และความต้องการสื่อประชาสัมพันธ์ในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนของชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือ แขวงประเวศ เขตประเวศ กรุงเทพมหานคร โดยชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือมีความต้องการสื่อประชาสัมพันธ์ที่ทันสมัย มีข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน ช่วยสร้างการรับรู้ และตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว รวมทั้งผลจากการวิเคราะห์ศักยภาพด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนของชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือและนำมาใช้ในการออกแบบและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ โดยใช้การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (participatory communication) ดำเนินการตามขั้นตอนต่าง ๆ ได้แก่ ขั้นก่อนการผลิต ขั้นการผลิต และขั้นหลังการผลิต ผลการวิจัยนี้แสดงให้เห็นถึงกลไกการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมซึ่งเน้นการสื่อสารโดยชุมชนแบบล่างขึ้นบน เป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนการสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์ โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนเป็นสำคัญซึ่งอาศัยการสื่อสารเป็นปัจจัยสำคัญที่เอื้อให้เกิดกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และการแสดงความคิดเห็นร่วมกันระหว่างทีมวิจัยและกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในชุมชน เนื่องจากการที่ชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการถ่ายทอดสารและการผลิตสื่อ

ประชาสัมพันธ์ ทำให้สามารถผลิตสื่อได้ตรงกับความต้องการของชุมชน ดังที่ กาญจนา แก้วเทพ และกำจร หลุยยะพงศ์ (2560) อธิบายถึงการใช้การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนว่า ก่อให้เกิดการพัฒนาบนความต้องการของชุมชนอย่างแท้จริง เพราะสามารถเข้าใจถึงสารที่ต้องการถ่ายทอดไปยังผู้รับสารได้อย่างตรงประเด็น และมีความถูกต้องชัดเจนของข้อมูล เนื่องจากเป็นข้อมูลที่เกิดจากการแสดงความคิดเห็น โดยการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนเอง ที่ยอมรับถึงสภาพความเป็นจริงของข้อมูลต่าง ๆ และสามารถร่วมกันสร้างสรรค์และผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ให้ออกมาได้ อย่างเป็นรูปธรรมสอดคล้องกับบริบทและอัตลักษณ์ของชุมชน ดังที่ อุษา บิ๊กกินส์ (2566) ได้อธิบายไว้ว่า การมีส่วนร่วมเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดความสำเร็จในการพัฒนาวิถีชีวิตของชุมชน การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมจะเกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชน เป็นกลยุทธ์ที่เน้นการสื่อสารระหว่างบุคคล และสื่อชุมชนที่หลากหลาย การมีส่วนร่วมของคนในระดับฐานรากของชุมชน จะทำให้เห็นทิศทางของการสื่อสารแบบล่างขึ้นบน และทุกคนมีสิทธิในการสื่อสาร ดังนั้น จะเห็นได้ว่า การใช้กลไกการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมมาเป็นเครื่องมือในการดำเนินงานสร้างสรรค์และผลิตสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนของชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือนี้ว่ามีความสำคัญอย่างมากเพราะทำให้คนในชุมชนเข้ามามีบทบาทในการดำเนินงานด้านการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้วยอีกทางหนึ่ง และได้รับสื่อประชาสัมพันธ์ที่มาจากคนในชุมชนและเป็นที่ต้องการของชุมชน ผลการวิจัยนี้สะท้อนให้เห็นว่า ในทางการปฏิบัติของการสร้างสรรค์และผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ของชุมชนหนึ่ง ๆ การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมจะเป็นปัจจัยสำคัญในการกระตุ้นให้เกิดความร่วมมือกันของคนในชุมชน ช่วยเปิดพื้นที่ให้คนในชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมสร้างสรรค์และผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ของชุมชนด้วยคนในชุมชนเอง ตามความต้องการและตามศักยภาพของชุมชนนั้น ๆ ซึ่งอาจเป็นแนวทางการดำเนินงานให้แก่ชุมชนอื่น ๆ ที่มีลักษณะและบริบทชุมชนที่คล้ายคลึงกันได้ต่อไป

ทั้งนี้การมีส่วนร่วมของชุมชนในการสร้างสรรค์และผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ ทำให้ได้รับสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนของชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือ 6 สื่อดังได้กล่าวแล้วข้างต้น ผลการวิจัยนี้ชี้ให้เห็นว่า การจัดทำสื่อ

เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชน ควรมีความหลากหลายประเภทสื่อ เพื่อให้ผู้รับสารหรือนักท่องเที่ยวสามารถเปิดรับและมีโอกาสเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้หลากหลายช่องทาง สอดคล้องกับแนวคิดด้านสื่อประชาสัมพันธ์ของ Wilcox et al. (2023) ที่กล่าวว่า สื่อประชาสัมพันธ์ คือ ช่องทางการสื่อสารที่มีความสำคัญสำหรับงานประชาสัมพันธ์ การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารหรือสารสนเทศผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายจะช่วยให้สาธารณชนเกิดการรับรู้และเข้าใจสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ได้สะดวกและรวดเร็วขึ้น นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการวิจัยของ ศิริประภา ปรากฏการเกียรติ (2563) เรื่อง “การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยใช้แนวคิดชุมชนเป็นฐาน” ซึ่งพบว่า จากองค์ประกอบของข้อมูลการท่องเที่ยว ได้แก่ ด้านวิถีการประกอบอาชีพทางเกษตร ด้านความพร้อมทางการจัดการท่องเที่ยว และด้านวิถีชีวิตทางสังคมและวัฒนธรรม ทำให้สามารถนำไปพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ได้ จำนวน 3 สื่อ ได้แก่ แผ่นพับแผนที่อินโฟกราฟิก แผนที่การท่องเที่ยว และวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์ 2 ตอน ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์ข้อ 4 ประเมินผลของสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนของชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือ แขวงประเวศ เขตประเวศ กรุงเทพมหานคร ที่มีต่อนักท่องเที่ยว

จากผลการวิจัยพบว่า ผลของสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนของชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือ แขวงประเวศ เขตประเวศ กรุงเทพมหานคร ที่มีต่อนักท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวมีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ตามประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนของชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือ แขวงประเวศ เขตประเวศ กรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก และการเปิดรับเนื้อหาสาระของสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนของชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือ แขวงประเวศ เขตประเวศ กรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก

กล่าวได้ว่า ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and gratifications theory: UGT) ที่อธิบายถึงผู้รับสารที่ใช้สื่อเพื่อตอบสนองความต้องการหรือความต้องการเฉพาะของตนเอง (Communication Studies, 2022) โดยในที่นี้ ผู้รับสาร คือ นักท่องเที่ยวจะมีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนของชุมชนริมคลองประเวศ

ฝั่งเหนือ เพื่อสนองความต้องการในการค้นหาข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวของชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือ ซึ่งจะมีการใช้ประโยชน์และเกิดความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนของชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือ แขวงประเวศ เขตประเวศ กรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยว ซึ่งพบว่ามีการใช้ประโยชน์โดยรวมอยู่ในระดับมาก และมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก เช่นเดียวกัน ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับผลการวิจัยของ อภิสราร ฤทธิธรรม (2564) เรื่อง “การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวตามศาสตร์พระราชาชองศูนย์เรียนรู้ศาสตร์พระราชาชอง อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย” ซึ่งศึกษากลุ่มเป้าหมายที่ใช้สื่อประชาสัมพันธ์ดิจิทัลในการส่งเสริมการท่องเที่ยวตามศาสตร์พระราชาชองศูนย์เรียนรู้ศาสตร์พระราชาชอง พบว่า นักท่องเที่ยวมีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจสื่อประชาสัมพันธ์ดิจิทัล โดยภาพรวมทั้งด้านการออกแบบและเนื้อหาสาระอยู่ในระดับมาก

ผลการทดสอบสมมติฐาน โดยการแสดงผลเป็นค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation coefficient) ระหว่างการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนของชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือ แขวงประเวศ เขตประเวศ กรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยว ซึ่งพบว่า 1) การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการใช้ประโยชน์สื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนของชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือ แขวงประเวศ เขตประเวศ กรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยว ในระดับมาก ($r = 0.75$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($p = .000$) จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1 และ 2) การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนของชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือ แขวงประเวศ เขตประเวศ กรุงเทพมหานคร ในระดับมาก ($r = 0.72$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($p = .000$) จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2 นั้น จะเห็นได้ว่า การเปิดรับสื่อมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ ดังที่ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and gratifications theory: UGT) ได้ อธิบายถึงตัวแปรสำคัญ 3 ตัวแปร ที่มีความสัมพันธ์กัน กล่าวคือ เมื่อผู้รับสารซึ่งมีลักษณะเป็นผู้รับสารที่กระตือรือร้น มีการเปิดรับสื่อเพื่อตอบสนองต่อความต้องการโดยเฉพาะด้านในด้านหนึ่ง

ของตนเองแล้ว จะนำไปสู่การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้รับสาร (Vinney, 2022) ดังนั้น ผลการวิจัยนี้จึงช่วยยืนยันทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ ที่อธิบายถึงการใช้สื่อของบุคคลว่าจะเป็นไปตามเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่มีอยู่ โดยบุคคลจะมีแรงจูงใจในการบริโภคสื่อและใช้สื่อตอบสนองความต้องการในการใช้ประโยชน์ด้านต่าง ๆ และจะนำไปสู่ความพึงพอใจในที่สุด หากได้รับข้อมูลข่าวสารตามที่ตนเองต้องการนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างแท้จริง

ข้อเสนอแนะของการวิจัย

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการปฏิบัติ

1.1 การนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้เชิงการปฏิบัติ

1.1.1 จากการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวโดยชุมชนของชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือ แขวงประเวศ เขตประเวศ กรุงเทพมหานคร ซึ่งมีหลากหลายสื่อชุมชนควรรนำสื่อต่าง ๆ ไปใช้ประโยชน์ในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้เกิดประสิทธิภาพ และเผยแพร่ให้กว้างขวางยิ่งขึ้น เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนของชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือ ให้สามารถขับเคลื่อนการดำเนินงานต่อไปได้ในระยะยาว

1.1.2 จากผลการศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือ แขวงประเวศ เขตประเวศ กรุงเทพมหานคร ซึ่งมีอยู่หลายศักยภาพควรมีการนำศักยภาพต่าง ๆ มาขยายผลให้สาธารณชนหรือนักท่องเที่ยวได้รับทราบ โดยการประชาสัมพันธ์ให้แพร่หลายมากยิ่งขึ้น

1.1.3 จากผลการวิจัยที่พบว่า การใช้การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์และผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ให้สามารถผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ออกมาได้อย่างมีประสิทธิภาพ ควรรนำเอากลยุทธ์ด้านการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมนี้ไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินงานด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนของชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือ ให้เกิดการขับเคลื่อนการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพ เช่น งานการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวชุมชน งานพัฒนาสิ่งแวดล้อมของชุมชน งานพัฒนาการประกอบวิสาหกิจชุมชน งานระดมทุนหรือการขอรับทุนสนับสนุนการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนจากแหล่งทุนต่าง ๆ เป็นต้น

1.1.4 จากผลการวิจัยที่พบว่า สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อออนไลน์ประเภท “เฟซบุ๊ก” มีนักท่องเที่ยวสนใจเปิดรับมากที่สุด จึงควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ หรือสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์ชุมชนให้มากขึ้นและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

1.1.5 จากผลการวิจัยที่พบว่า นักท่องเที่ยวมีการติดตามข้อมูลข่าวสารความเคลื่อนไหวผ่านสื่อเฟซบุ๊กมากที่สุด ดังนั้น ชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือควรมีการเผยแพร่ข่าวสารความเคลื่อนไหวด้านการจัดกิจกรรมหรืองานด้านการท่องเที่ยวของชุมชนให้มีความใหม่ ทันสมัย หรือ “อัพเดท” ข้อมูลข่าวสารให้ทันต่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริงอย่างสม่ำเสมอ

1.2 การนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้กับชุมชนอื่น

1.2.1 จากการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวโดยชุมชนของชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือ แขวงประเวศ เขตประเวศ กรุงเทพมหานคร ชุมชนอื่น ๆ ที่มีการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน เช่นเดียวกัน อาจนำแนวทางการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ หรือตัวอย่างสื่อประชาสัมพันธ์ของชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือไปเป็นแนวทางในการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของชุมชนอื่น ๆ ต่อไป

1.2.2 ชุมชนอื่น ๆ อาจประยุกต์ใช้กลยุทธ์การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในการพัฒนาการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนหรือนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนของชุมชนตนเองให้เกิดประสิทธิภาพยิ่งขึ้นต่อไป

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการวิจัยเพื่อพัฒนาสื่อดิจิทัลหรือสื่อออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวให้มีความหลากหลายมากขึ้น หรือมีคุณภาพที่ดียิ่งขึ้น หลังจากที่ชุมชนเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวอย่างแพร่หลายมากขึ้นแล้ว เช่น จัดทำ “ไลน์ ออฟฟิศเชียล” (Line official) สื่อ TikTok หรือ “แอปพลิเคชัน” (Application) ในการดำเนินการทางมาท่องเที่ยวในชุมชนของชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือ เป็นต้น ทั้งการพัฒนารูปแบบและเนื้อหาที่น่าสนใจยิ่งขึ้น

2.2 ควรมีการวิจัยที่เกี่ยวกับการวางแผนสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนของชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือ เนื่องจากสื่อประชาสัมพันธ์ที่ผลิตขึ้นนี้มีการ

เผยแพร่โดยทั่วไป แต่ยังคงขาดการวางแผนการใช้สื่อ ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของชุมชนที่เป็นรูปธรรม โดยส่งเสริมให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในชุมชนมาร่วมกันวางแผนสื่อ ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนต่อไป

2.3 การวิจัยนี้มุ่งเน้นการวิจัยเชิงคุณภาพเป็นหลัก การวิจัยครั้งต่อไปอาจดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณเพื่อศึกษา

ประเด็นอื่น ๆ เช่น ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาสื่อ ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนของชุมชนริมคลอง ประเวศฝั่งเหนือ หรือศึกษาวิจัยการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวโดยชุมชนของชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือที่ ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชน เป็นต้น

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- กนกกานต์ แก้วนุช. (2564). *การจัดการการท่องเที่ยวและการพัฒนาชุมชนการท่องเที่ยวภายใต้พลวัตโลก*. กรุงเทพฯ: ปริมาภัยพับลิชชิง.
- กฤษณ จุฑามณี. (2564). *การจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือ*. กรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- กาญจนา แก้วเทพ และกัจจร หลุยยะพงศ์. (2560). *การใช้ประโยชน์จากงานวิจัยด้วยเครื่องมือการสื่อสาร: แนวคิดและบทสังเคราะห์*. กรุงเทพฯ : หอเรียนทางการพิมพ์.
- กฤษฎา สุริยวงศ์, วันชัย หวนนากลาง และจิตินัน บุญภาพ คอมมอน. (มกราคม – มิถุนายน 2564). การสื่อสารเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยชุมชนมีส่วนร่วมของจังหวัดเพชรบุรี. *วารสารมนุษยศาสตร์ปริทัศน์*, 23(1), 43-57.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2561). *การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย SPSS for Windows*. พิมพ์ครั้งที่ 13 กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ซัชพล ทรงสุนทรวงศ์. (2565). *การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวและโรงแรมอย่างยั่งยืน*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชุดิกาญจน์ กันทะอู. (2560). *การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นฐาน: กรณีศึกษา บ้านร่องพอง ตำบลร่องพอง อำเภอเมืองแพร่ จังหวัดแพร่*. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาพัฒนามนุษย์และสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- รุ่งรวี จิตภักดี. (2566). *นวัตกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชน*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริประภา ประภากรเกียรติ. (2563). *การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยใช้แนวคิดชุมชนเป็นฐาน*. มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- สถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน. (2566). *รู้จักการท่องเที่ยวโดยชุมชน (CBT)*. วันที่เข้าถึงข้อมูล 1 กุมภาพันธ์ 2566 แหล่งที่มา <https://cbtyouth.wordpress.com/cbt-youth/cbt>.
- สมาน โตหัวป่า. (สัมภาษณ์), 7 เมษายน 2566.
- สลิตตา สาริบุตร และณัฐพงษ์ สิบบุญเรือง. (2563) “การพัฒนารูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ อย่างยั่งยืน: ศึกษากรณี ชุมชนชาวมอญจังหวัดปทุมธานี”. *วารสารวิชาการการตลาดและการจัดการ โครงการปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ*, 7(2), 15-25.
- สำนักงานเขตประเวศ. (2565). *ข้อมูลประชากรเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร*. กรุงเทพฯ : สำนักงานเขตประเวศ.
- สุรเดช หวังเจริญ. (สัมภาษณ์), 3 เมษายน 2566.
- องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน). (2561). *แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566 - 2570)*. กรุงเทพฯ: องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน.
- อภิสร่า กฤตวาณิชย์. (2564). การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวตามศาสตร์พระราชาศาสตร์พระราชาของศูนย์เรียนรู้ศาสตร์พระราชาศาสตร์พระราชา อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย. *วารสารนิเทศศาสตร์ปริทัศน์*, 25(2), 140-152.

อุษา บิ๊กกินส์. (2566). *รณรงค์การตลาดเพื่อสังคมระดับชุมชน*. กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

ภาษาอังกฤษ

Bajracharya, S. (2022). *Uses and Gratifications Theory*. Retrieved March 7, 2022 from <https://www.business-topia.net/mass-communication/uses-gratifications-theory>.

Communication Studies. (2022). *Uses and Gratifications Theory*. Retrieved March 1, 2022 from <http://www.communicationstudies.com/communication-theories/uses-and-gratifications-theory>

Dominick, J. R. (2013). *The dynamics of mass communication: Media in transition*. (12th ed.). New York: McGraw-Hill.

Littlejohn, S. W., Foss, K. A., & Oetzel, J. G (2017). *Theories of Human Communication*. (11th ed.). Long Grove IL: Waveland.

Lattimore, D., Baskin, O., Heiman, S., & Toth, E. (2012). *Public relations: The profession and the practice*. (4th ed.). New York: McGraw-Hill.

Media College. (2023). *Media production process*. Retrieved May 6, 2023 from <https://www.mediacollege.com/glossary/p/production-process.html>

Petrovici, A. (2014). "Public Relations in Tourism. A Research on The Perception of The Romanian Public Upon Responsible Tourism" in *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 163, 67–72.

Lattimore et al. (2013). *Public Relations: The Profession and the Practice*. (4th ed.). Boston: McGraw-Hill Higher Education.

Newsom, D., Turk, J., & Kruckeberg, D. (2010). *This is PR: The realities of public relations*. (10th ed.). Boston, MA: Wadsworth Cengage Learning

Torossian, R. (2023). *The role of PR in Tourism and Travel*. Retrieved May 6, 2023 from <https://ronntorossian.update.com/the-role-of-pr-in-tourism-and-travel>.

Tufte, T., & Mefalopulos, P. (2023). *Participatory Communication: A Practical Guide*. Retrieved May 6, 2023 from <https://documents.worldbank.org/pt/publication/documents-reports/documentdetail/682081468166154717/participatory-communication-a-practical-guide>.

Vinney, C. (2022). *What Is Uses and Gratifications Theory? Definition and Examples*. Retrieved May 1, 2022 from <https://www.thoughtco.com/uses-and-gratifications-theory-4628333>.

Wilcox, D. L., Cameron, G. T., & Reber, B. H. (2023). *Public Relations: Strategies and Tactics*. (12th ed.). Boston: Pearson Education.

Zhang, J., Hamilton, W, L. Danescu-Niculescu-Mizil, C. Jurafsky, D., & Leskovec, J. (2017). *Community Identity and User Engagement in a Multi-Community Landscape*. Retrieved May 1, 2023 from <https://arxiv.org/abs/1705.09665>.