

**การสื่อสารภาพลักษณ์และการมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
ของชุมชนริมน้ำจันทบูร จังหวัดจันทบุรี**
**Image Communication and Public Participation in the Promotion of
Sustainable Tourism of Chanthaboon Waterfront Community, Chanthaburi**

อภิษฐา สุขประเสริฐ^{1*} และ สรพงษ์ วงศ์ธีระธรณ์²
Apichaya Sookprasert and Sorapong Wongtheerathorn

¹วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต

Communication Arts College Rangsit University

* Corresponding author e-mail: malook.apich@gmail.com

Received: 13/05/2020, Revised: 28/05/2020, Accepted: 05/06/2020

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการสื่อสารภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของชุมชนริมน้ำจันทบูร จังหวัดจันทบุรี และเพื่อศึกษาแนวทางการสื่อสารสร้างการมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนริมน้ำจันทบูร จังหวัดจันทบุรี ให้เกิดความยั่งยืน การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ใช้การเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับผู้ให้ข้อมูลซึ่งเป็นบุคคลที่มีความสัมพันธ์ และมีบทบาทสำคัญกับการสื่อสารภาพลักษณ์ รวมถึงผู้ที่มีส่วนร่วมต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนริมน้ำจันทบูร จังหวัดจันทบุรี รวมจำนวน 9 คน และการวิเคราะห์เอกสารประกอบการนำเสนอผลการวิจัย โดยผลการวิจัยพบว่า การสื่อสารภาพลักษณ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนริมน้ำจันทบูร จังหวัดจันทบุรีนั้นมี 5 ประเด็น คือ 1) ภาพลักษณ์ด้านสถาปัตยกรรม 2) ภาพลักษณ์ด้านศิลปกรรม 3) ภาพลักษณ์ด้านศาสนา 4) ภาพลักษณ์ด้านวัฒนธรรมและประเพณี และ 5) ภาพลักษณ์วิถีชีวิตชุมชน สำหรับปัจจัยส่งเสริมการมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนริมน้ำจันทบูรนั้นแบ่งออกเป็น 3 ประเด็น คือ 1) การมีส่วนร่วมและการสร้างเป้าหมายของชุมชน 2) การกำหนดนโยบายร่วมกันของกลุ่มผู้นำและคนในชุมชน และ 3) ระบบการจัดการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

คำสำคัญ: การสื่อสารภาพลักษณ์ การมีส่วนร่วม การส่งเสริมการท่องเที่ยว

Abstract

This research aimed to investigate the image communication and public participation of Chanthaboon Waterfront Community in Chanthaburi province, for sustainable tourism and to explore the approaches for communicating image and public participation process of the community in collaboration with other organizations. Data were obtained through document analysis and in-depth interviews with nine key informants whose work were related to image communication and the development of tourism in the community. The result revealed that the image communication for tourism promotion was the presentation of five image of the community including architecture, art, religion, culture and tradition, and local living through word of mouth spread by people in the community and a variety of communication channels. Factors of tourism promotion included public participation and the establishment of the community's goals, the determination of policy by community leaders together with community members, and systematic tourism management.

Keywords: Image Communication, Public Participation, Tourism Promotion

1. บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันชุมชนริมน้ำจันทบูร ได้ถูกนำเสนอให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สำคัญแห่งหนึ่งของจังหวัดจันทบุรี เนื่องจากเป็นชุมชนแหล่งท่องเที่ยวที่ยังคงอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมที่หลากหลายแห่งหนึ่งของประเทศไทย ซึ่งมีแนวคิดที่ว่า “วัฒนธรรมนำการค้า” เน้นการพัฒนาชุมชนอย่างเป็นระบบและเข้มแข็ง มีการสร้างจิตสำนึก ความสามัคคีกันในชุมชน และให้คนในชุมชนช่วยกันอนุรักษ์ฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรม อนุรักษ์ประวัติศาสตร์ วิถีชีวิตความเป็นอยู่ โดยทางชุมชนต้องการเพื่อที่จะถ่ายทอดแนวทางเหล่านี้ไปสู่คนรุ่นหลัง และพัฒนาให้ชุมชนริมน้ำจันทบูร เป็นแหล่งการเรียนรู้ และการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่สำคัญของจังหวัดจันทบุรี จากข้อมูลข่าวสารของชุมชนริมน้ำจันทบูรพบว่า ชุมชนริมน้ำจันทบูรได้เป็นต้นแบบในการพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในประเทศไทย นับได้ว่าเป็นสิ่งที่แสดงถึงความเข้มแข็ง และความสำเร็จของคนในชุมชน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2559) หากมองในเรื่องของการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวจะพบว่า ปัจจุบันประเทศไทยมีการให้ความสำคัญในการส่งเสริม และพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว ได้แก่ 1) การพัฒนา การจัดการ และขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว 2) การพัฒนาอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยวให้มีความชัดเจน เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว 3) การพัฒนาฐานข้อมูลด้านการท่องเที่ยว เพื่อช่วยในการวางแผนการเดินทาง และการตัดสินใจที่ถูกต้องของนักท่องเที่ยว 4) พัฒนาเทคโนโลยีและช่องทางดิจิทัลในการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว 5) พัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว รวมถึงการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเพื่อสะดวกแก่การเข้าถึงเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ 6) พัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงในประเทศ เพื่อกระจายนักท่องเที่ยวจากแหล่งท่องเที่ยวเมืองหลักไปยังแหล่งท่องเที่ยวเมืองรอง ตลอดจนพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ 7) พัฒนาเทคโนโลยีและช่องทางดิจิทัลเพื่อรองรับรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยว 8) ยกระดับการอำนวยความสะดวก และการรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว และ 9) พัฒนาการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ๆ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจากตลาดใหม่ที่มีศักยภาพ จะเห็นได้ว่า การท่องเที่ยวสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจให้กับชุมชนได้ การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน รวมถึงการสื่อสารภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว และการสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนจึงมีความสำคัญ โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวที่ยังเป็นเมืองรอง ที่เป็นทางผ่านไปสู่แหล่งท่องเที่ยวหลักต่อไป

ในงานวิจัยนี้ นอกจากผู้วิจัยมีความสนใจมุ่งศึกษาในด้านการสื่อสารภาพลักษณ์ และสร้างการมีส่วนร่วมที่มีอยู่ในชุมชน จนทำให้ชุมชนแห่งนี้กลายเป็นชุมชนที่มีชื่อเสียง และมีเอกลักษณ์ที่น่าสนใจ รวมถึงกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวหนึ่งที่สำคัญของจังหวัดจันทบุรี อีกทั้งผู้วิจัยมองว่าปัจจัยสำคัญที่มีส่วนช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวคือ “การสื่อสาร” และ “การมีส่วนร่วม” ทั้งสองสิ่งนี้เป็นปัจจัยหนึ่งในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้นักท่องเที่ยว เป็นตัวกลางที่ขับเคลื่อนกิจกรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวให้ดำเนินไปจนสำเร็จลุล่วง อีกทั้งยังทำให้สถานที่ท่องเที่ยวเป็นที่รู้จัก และดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว ให้เดินทางมาท่องเที่ยวยังสถานที่นั้นๆ เพิ่มขึ้นอีกด้วย นอกจากนี้สื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจยังมีบทบาทต่อทัศนคติของผู้รับสาร ซึ่งการกระตุ้นและปลูกฝังทัศนคติเกี่ยวกับการอนุรักษ์วัฒนธรรมวิถีชีวิตของชุมชน ถือเป็นวัตถุประสงค์หนึ่งของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ดังนั้นการสื่อสารและการมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจึงมีความสำคัญ กระตุ้นให้คนหันมาเที่ยวภายในประเทศ และช่วยอนุรักษ์วัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่นสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาการสื่อสารภาพลักษณ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนริมน้ำจันทบูร
- 2) เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนริมน้ำจันทบูร จังหวัดจันทบุรี

2. ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง การสื่อสารภาพลักษณ์และการมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนริมน้ำจันทบูร จังหวัดจันทบุรี เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และการวิเคราะห์เอกสารประกอบการนำเสนอผลการวิจัย ซึ่งมีระเบียบวิธีการวิจัยที่ใช้ในการดำเนินการศึกษา ดังนี้

2.1 แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย

1) ข้อมูลบุคคล โดยการสัมภาษณ์ผู้ที่มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับการสื่อสารภาพลักษณ์ และมีส่วนร่วมต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนริมน้ำจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี จำนวน 9 คน ได้แก่

กลุ่มที่ 1 ผู้ดูแลชุมชนริมน้ำจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี ได้แก่ คุณกนกกรัตน์ โภคบาล กรรมการชุมชนริมน้ำจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี

กลุ่มที่ 2 ผู้ที่อาศัยอยู่ในชุมชนริมน้ำจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี ได้แก่

- คุณดวงพร เรืองภักดี ผู้ประกอบการในชุมชนจันทบุรี (ร้านขนมแม่กิมเซีย)
- คุณสุริยา อุทัยระศรี ผู้ประกอบการในชุมชนจันทบุรี (ร้านกาแฟบางเวลา)
- คุณยุพา กอวัฒนา ผู้อาศัยอยู่ที่บ้านโศกบาล (บ้านค้าขายผ้าเก่าแก่ของจังหวัดจันทบุรี)

กลุ่มที่ 3 ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องการท่องเที่ยวของชุมชนริมน้ำจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี

- คุณเสาวนีย์ คนกล้า ผู้อำนวยการสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท) สำนักงานจังหวัดจันทบุรี

- คุณดวงเดือน สดแสงจันทร์ ผู้อำนวยการสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดจันทบุรี

- ผศ.ธิป ศรีสกุลไชยรัก อาจารย์หลักสูตรสถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสถาปัตยกรรมเพื่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม สถาบันอาศรมศิลป์ (ผู้มีส่วนร่วมริเริ่มโครงการอนุรักษ์ และฟื้นฟูชุมชนริมน้ำจันทบุรี)

กลุ่มที่ 4 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการจัดทำสื่อ เพื่อให้ความรู้ และประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชนริมน้ำจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี ได้แก่

- คุณปัทมา ปรารักษ์กันต์ ผู้จัดการบ้านหลวงราชไมตรี Historical Inn

- คุณนพรัตน์ โชติชัย บรรณาธิการนิตยสาร About Chan

ข้อมูลประเภทเอกสารบทความงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารภาพลักษณ์ของชุมชนริมน้ำจันทบุรี ได้แก่ ข้อมูลจากแหล่งการเรียนรู้ชุมชนบ้านเลขที่ 69 และบ้านหลวงราชไมตรี สื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ ที่จัดทำโดยชุมชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในช่วงระยะเวลา 1 ปี เช่น แผ่นพับ นิตยสารวารสาร คลิปวิดีโอจากอินเทอร์เน็ต และภาพถ่าย เป็นต้น

2.2 วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยทำจดหมายขอความอนุเคราะห์ในการเข้าไปสัมภาษณ์ และติดต่อไปยังหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง จากนั้นมีการนัดหมายสถานที่และเวลาในการสัมภาษณ์ โดยผู้วิจัยเริ่มต้นจากการแนะนำตัว และวัตถุประสงค์ในการสัมภาษณ์ ตามด้วยการพูดคุยแบบไม่เป็นทางการเพื่อถามข้อมูลของบุคคลที่ให้สัมภาษณ์ จากนั้นจึงตามด้วยประเด็นคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ โดยแนวทางการสัมภาษณ์ เป็นเอกสารที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นจากการค้นคว้า จากตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ใช้เพื่อเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งผู้วิจัยได้ตั้งคำถามไว้ล่วงหน้า และใช้คำถามปลายเปิด (Open-ended Question) เพื่อให้ผู้ให้ข้อมูลสามารถเล่าเรื่องได้อย่างเต็มที่ตามประเด็นที่ตั้งไว้ เพิ่มเติม และยืดหยุ่นได้ โดยมีแนวคำถามดังนี้

1) แนวทางการสื่อสารภาพลักษณ์

- นโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง ส่งผลต่อการสื่อสารภาพลักษณ์การท่องเที่ยวชุมชนริมน้ำจันทบุรีอย่างไรบ้าง

- ชุมชนริมน้ำจันทบุรีมีการสื่อสารภาพลักษณ์อย่างไร

- บุคคลที่มีความเกี่ยวข้องมีการรับรู้ถึงวิธีการสื่อสารภาพลักษณ์อย่างไร

- การเลือกใช้เครื่องมือในการสื่อสารภาพลักษณ์ และการให้ข้อมูลของชุมชนริมน้ำจันทบุรีเป็นอย่างไร

2) การมีส่วนร่วม

- ประชาชนที่อาศัยอยู่ในชุมชนริมน้ำจันทบุรีได้มีส่วนร่วมในการนำแนวนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองมาปรับใช้อย่างไร

- ประชาชนในชุมชนริมน้ำจันทบุรี มีระบบการจัดการในการสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนอย่างไร

- จุดแข็งจุดอ่อนของการมีส่วนร่วมของประชาชนที่อาศัยอยู่ในชุมชนริมน้ำจันทบุรี เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นอย่างไร

- บุคคลที่มีความเกี่ยวข้องกับชุมชนริมน้ำจันทบุรีได้มีส่วนร่วมในสื่อสารภาพลักษณ์ และส่งเสริมกระบวนการการมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนอย่างไรบ้าง

โดยผู้วิจัยได้ใช้การจดบันทึกข้อมูล การบันทึกเสียง การสังเกตการประกอบการสัมภาษณ์ การลงพื้นที่ไปหาข้อมูล และถ่ายภาพ

ข้อมูลประเภทเอกสาร รวบรวมข้อมูลเอกสารที่เกี่ยวข้องกับชุมชนริมน้ำจันทบุรีเพื่อให้ทราบถึงประวัติความเป็นมา และเรื่องราวต่างๆ ที่เกิดขึ้นภายในชุมชน เพื่อนำไปวิเคราะห์ประกอบกับข้อมูลจากการสัมภาษณ์ในลำดับต่อไป

2.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

งานวิจัยชิ้นนี้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการตอบประเด็นสัมภาษณ์ (Interview Research) และการรวบรวมข้อมูลจากเอกสารต่างๆ (Document Research) และทำการวิเคราะห์และประมวลผลโดยเชื่อมโยงความสัมพันธ์ในแง่ต่างๆ ตามข้อเท็จจริง และในเชิงเหตุและผล ซึ่งการวิเคราะห์จะออกมาในลักษณะของการพรรณนา นำไปสู่คำตอบ และข้อสรุปในแต่ละประเด็นตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย

3. ผลการวิจัย

การสื่อสารภาพลักษณ์และการมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนริมน้ำจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี โดยแบ่งการนำเสนอผลการศึกษาออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

3.1 การสื่อสารภาพลักษณ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนริมน้ำจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี

มีแนวทางในการสื่อสารภาพลักษณ์ของชุมชนริมน้ำจันทบุรี จากการศึกษาพบว่า

1) มีการนำเสนอภาพลักษณ์ที่หลากหลาย และมีความโดดเด่นของชุมชน ซึ่งประกอบด้วยภาพลักษณ์ 5 ด้าน ได้แก่ ภาพลักษณ์ด้านสถาปัตยกรรม ภาพลักษณ์ด้านศิลปกรรม ภาพลักษณ์ด้านศาสนา ภาพลักษณ์ด้านวัฒนธรรมและประเพณี และภาพลักษณ์วิถีชีวิตชุมชน มีรายละเอียด ดังนี้

ภาพลักษณ์ด้านสถาปัตยกรรม ได้มีการจัดเก็บข้อมูลทางด้านสถาปัตยกรรมโดยความร่วมมือของสถาบันอาศรมศิลป์ และวิทยาลัยเทคนิคจันทบุรี เพื่อเป็นการเรียนรู้และเป็นการอนุรักษ์ต้นแบบของศิลปกรรมและสถาปัตยกรรมท้องถิ่นชุมชนเอาไว้ ซึ่งชุมชนริมน้ำจันทบุรีมีสถาปัตยกรรมที่น่าสนใจอยู่หลายแห่ง ส่วนใหญ่จะเป็นบ้านเก่าแก่ที่มีอายุกว่า 100 ปีขึ้นไป เช่น บ้านแบบจีนที่มีสถาปัตยกรรมโดดเด่นอย่างเช่นบ้านหลวงประกอบนิติสาร บ้านตึกทรงยุโรปอย่างเช่นบ้านขุนบุรีพาภิบาล อาคารแบบตึกฝรั่งอย่างเช่นบ้านหลวงราชไมตรี บ้านไม้หลังคาทรงปั้นหยา และเรือนแถวไม้ชั้นเดียวและสองชั้น เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีอาสนวิหารพระนางมารีอาปฏิสนธิณมล ซึ่งอยู่ฝั่งตรงข้ามกับตลาดล่าง เป็นวัดคาทอลิกที่มีรูปแบบสถาปัตยกรรมแบบโกธิค โดยมีลักษณะเด่นของสถาปัตยกรรมคือ การใช้โค้งแหลม เพดานสั่น และค้ำยันแบบปีก ภายในประดับด้วยกระจกสีเป็นรูปนักบุญสวยงาม และรูปปั้นแม่พระประดับพลอย รวมทั้งยังมีศิลปะที่น่าสนใจอีกหลายอย่างในพระอาสนวิหาร

ภาพลักษณ์ด้านศิลปกรรม ผู้คนที่เดินผ่านไปมาบนถนนสุขาภิบาลก็สามารถพบเห็นลวดลายของศิลปกรรมที่แฝงอยู่ในสิ่งก่อสร้างได้ตลอดเส้นทาง ทั้งลวดลายแกะสลักแบบจีนแบบฝรั่งเศสแบบไทย และแบบผสมผสาน เช่น ระบายชายคาไม้ฉลุแบบขนมปังขิง ช่องลมไม้ฉลุลายเถาดอกไม้ ราวระเบียงเหล็กหล่อลวดลายสวยงาม ซึ่งมีความสวยงามและเอกลักษณ์เฉพาะตัว บางส่วนในชุมชนมีการเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัยบ้าง แต่ชาวชุมชนริมน้ำจันทบุรีส่วนใหญ่ต่างช่วยกันอนุรักษ์ศิลปกรรมเหล่านี้ไว้ให้เป็นมรดกทางวัฒนธรรมแก่ลูกหลานสืบทอดกันไป

ภาพลักษณ์ด้านศาสนา ชาวชุมชนริมน้ำจันทบุรี ได้อนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันในด้านต่างๆ อาทิ ด้านศาสนา ศาสนาของชาวชุมชนริมน้ำจันทบุรี มีทั้งศาสนาพุทธและศาสนาคริสต์ ชาวชุมชนตลาดบนและตลาดกลางส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ และชุมชนตลาดล่างส่วนหนึ่งรวมถึงกลุ่มบ้านญวนนับถือศาสนาคริสต์ โดยมีศาสนสถานตั้งอยู่ทั้งสองฝั่งแม่น้ำ ได้แก่ วัดโบสถ์ วัดเขตร้านบุญญาราม ศาล

เจ้าตัวเล่าเอ๊ย ศาลเจ้าแม่กวนอิม และศาลเจ้าที่ตลาดล่าง ตั้งอยู่ริมฝั่งตะวันตก ส่วนอาสนวิหารพระนางมารีอา ปฎิสันธิริมล วัดจันทาราม และศาลเจ้าสระบาปตั้งอยู่ริมฝั่งตะวันออก

ภาพลักษณ์ด้านวัฒนธรรมและประเพณี ชุมชนริมน้ำจันทบูรมีการผสมผสานกัน 3 วัฒนธรรม คือ ไทย จีน และญวน ซึ่งในอดีตจะเห็นได้ชัดเจนในเรื่องของการแต่งกาย ภาษาพูด และอาหาร สามารถอยู่ด้วยกันได้อย่างกลมเกลียวผสมผสาน เช่น การแต่งงานข้ามเชื้อชาติ การแสดงงิ้วเป็นภาษาไทย ส่วนวัฒนธรรมในเรื่อง การแต่งกายปัจจุบันไม่พบในวิถีชีวิตแล้ว นอกจากนั้นด้านประเพณี ที่ทำเป็นประจำอย่างทุกปีของชุมชนริมน้ำจันทบูร ได้แก่ การหล่อเทียนพรรษาวัดโบสถ์ การลอยกระทงและแข่งเรือที่วัดจันทาราม การถือศีลกินเจและการ ประกอบพิธีบูชาดาวเสริมดวงที่วัดเขตรันบุญญาราม การแห่เจ้าและการทิ้งกระจาดของ 4 ศาลเจ้า และ ประเพณีตักบาตรข้าวห่อ

ภาพลักษณ์วิถีชีวิตชุมชน ชุมชนริมน้ำจันทบูรมีวิถีชีวิตที่เรียบง่าย ภายในชุมชนส่วนมากจะเป็นคน เฒ่าคนแก่อาศัยอยู่สืบทอดกันมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน เป็นชุมชนเล็กๆ บนถนนสุขาภิบาล มีระยะทาง ประมาณ 1 กิโลเมตร ชุมชนค่อนข้างเงียบในช่วงเวลาวันจันทร์ถึงวันศุกร์ แต่จะมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมในวัน เสาร์-อาทิตย์ ภายในชุมชนส่วนใหญ่จะเป็นที่พักอาศัย บางบ้านมีการค้าขาย มีทั้งขายของมาแต่ดั้งเดิม และผู้ที่ เข้าไปทำธุรกิจภายในชุมชน ภายในชุมชนมีร้านค้าร้านอาหารหลายอย่างที่ขึ้นชื่อ เช่น ขนมไข่ป่าไม้ ไอศกรีม จรวด ก๋วยจั๊บป่าใหม่ และร้านขนมแม่กิมเฮย เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีบ้านโบราณที่สำคัญของชุมชนหลายแห่ง ชุมชนริมน้ำจันทบูรนับได้ว่าเป็นชุมชนที่มีวิถีชีวิตเรียบง่าย มีความสงบสุข มีความเป็นกันเองกับนักท่องเที่ยว วิธีการพูดคุยก็จะสั้นๆ ห้วนๆ ชอบซักถามพูดคุยกับนักท่องเที่ยว และเล่าเรื่องราวของชุมชนริมน้ำจันทบูรให้ นักท่องเที่ยวที่สนใจได้ฟัง

2) การใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนริมน้ำจันทบูร จังหวัดจันทบุรี จาก การศึกษาพบว่า การที่ชุมชนมีความเข้มแข็งในการสื่อสารภาพลักษณ์ที่ดีของชุมชน ประกอบกับการเข้ามามีส่วน ร่วมของหน่วยงานต่างๆ ในการช่วยเหลือด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว อาทิ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท) การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด กรมพัฒนาชุมชนจังหวัด About Chan Magazine ฯลฯ ทำให้ เกิดการสื่อสารภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของชุมชนริมน้ำจันทบูรตามช่องทางต่างๆ ที่แตกต่างกันไป ผู้วิจัยมีความ คิดเห็นว่า วิธีการสื่อสารภาพลักษณ์เพื่อส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวของชุมชนริมน้ำจันทบูร ยังคงไว้ซึ่งความเป็น ชุมชนเข้มแข็งพร้อมวิสัยทัศน์ “วัฒนธรรมนำการค้า” คือ ทุกคนในชุมชนต้องการนำเสนอความเป็นคุณค่าแท้ของ ชุมชนออกมา นั้นหมายถึงประวัติศาสตร์ชุมชน สถาปัตยกรรมที่เก่าแก่ วัฒนธรรมประเพณีที่สืบทอดมานาน ไป จนถึงวิถีชีวิตคนในชุมชน ซึ่งสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว นั้น ผู้วิจัยสามารถแบ่ง ออกเป็น 4 สื่อด้วยกัน ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ สื่อมวลชน และสื่ออินเทอร์เน็ต มีรายละเอียด ดังนี้

สื่อบุคคล การใช้สื่อประเภทบุคคลในการให้ข้อมูล การประชาสัมพันธ์ของชุมชนริมน้ำจันทบูร ได้แก่ คนที่อาศัยในชุมชน ญาติพี่น้องของผู้ที่อาศัยในชุมชน ผู้ที่เคยมาท่องเที่ยวภายในชุมชน จะเป็นสื่อบุคคลหลักใน การให้ข้อมูลข่าวสาร ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวให้คนภายนอกได้รับรู้ นับว่าเป็นการสื่อสารเพื่อประชาสัมพันธ์ ชุมชนที่ง่ายที่สุด และสามารถสร้างแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวด้วยการพูดแบบเป็นกันเอง ใช้การสื่อสารแบบปากต่อ ปาก (Word-of-Mouth) จากผู้ที่อาศัยอยู่ในชุมชนที่คอยบอกเล่าเรื่องราวที่น่าสนใจเหล่านี้ให้กับคนที่มาท่องเที่ยว ชุมชนริมน้ำจันทบูร สามารถซักถามข้อสงสัยได้ ทำให้สามารถรู้ถึงความรู้สึกนึกคิดของคนภายนอกชุมชนได้

สื่อเฉพาะกิจ ภายในชุมชนมีการใช้สื่อเฉพาะกิจด้วยกันหลายรูปแบบ มีทั้งที่ภายในชุมชนผลิตขึ้นมา เอง และหน่วยงานภายนอกมาผลิตให้ ได้แก่ แผ่นพับ ป้ายเผยแพร่ข้อมูลต่างๆ เอกสารข้อมูลการท่องเที่ยว ชุมชน ของที่ระลึกต่างๆ ซึ่งสื่อเฉพาะกิจเหล่านี้มีเนื้อหาที่แตกต่างกัน เป็นสื่อที่เหมาะสมสำหรับที่จะสื่อสารกับคน ภายนอกชุมชนและนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม

สื่อมวลชน ชุมชนริมน้ำจันทบูรค่อนข้างมีสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทนี้ครอบคลุม ไม่ว่าจะเป็น สื่อ ทางโทรทัศน์ สื่อทางหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร บล็อกเกอร์ ที่เข้ามาช่วยประชาสัมพันธ์ข้อมูลต่างๆ โดย สื่อประเภทนี้ ทางชุมชนไม่ได้เป็นผู้ผลิตเอง สื่อภายนอก หรือหน่วยงานต่างๆ เป็นคนติดต่อเข้ามาผ่านทางผู้นำ ชุมชน และ ผู้จัดการบ้านหลวงราชไมตรีเข้ามา เพื่อขอข้อมูลของชุมชนไปเผยแพร่ โดยมีคนในชุมชนเป็นผู้ให้ ข้อมูลด้านต่างๆ

สื่ออินเทอร์เน็ต มีการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของชุมชน ไม่ว่าจะเป็นทางเพจ Facebook ของชมรมพัฒนาชุมชนริมน้ำจันทบุรี หรือเว็บไซต์ และ Facebook เพจบ้านหลวงราชไมตรี ที่นับว่าเป็นสื่อหลักของชุมชนริมน้ำจันทบุรี เป็นสื่อที่ทางชุมชนพยายามปรับเปลี่ยนในทันยุคสมัยกับปัจจุบัน ซึ่งสามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็วและง่ายดาย

ดังนั้นการสื่อสารภาพลักษณ์ที่ชุมชนริมน้ำจันทบุรีทำกันมาตั้งแต่แรกจนถึงปัจจุบัน คือ การนำเสนอวิถีชีวิตความเป็นอยู่ ความหลากหลายทางศาสนา การแสดงให้เห็นถึงการอนุรักษ์ศิลปกรรม สถาปัตยกรรม ให้คงอยู่ไว้ให้มากที่สุด (ถ้าไม่นับรวมกับเหตุการณ์ไฟไหม้ครั้งใหญ่) ดังนั้นทุกสิ่งที่ได้มีการเผยแพร่ออกไปไม่ว่าจะเป็นการประชาสัมพันธ์จากคนภายนอกที่มาท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์ของคนภายในเองด้วยการสื่อสารแบบปากต่อปาก ต้องเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจริง มีอยู่จริง และมีภาพลักษณ์ที่โดดเด่นของชุมชนริมน้ำจันทบุรีปรากฏอยู่ในสื่อ

3.2 ปัจจัยส่งเสริมการมีส่วนร่วม เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนริมน้ำจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี ผลที่ได้จากการศึกษา ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิจัยปัจจัยส่งเสริมการมีส่วนร่วม จำนวน 3 ประเด็น ดังนี้

1) การมีส่วนร่วมและการสร้างเป้าหมายของชุมชน จากการศึกษาพบว่า การมีส่วนร่วมและการสร้างเป้าหมายของคนในชุมชนนั้น เกิดจากวิธีการสื่อสารในการสร้างการมีส่วนร่วม คือ การมีผู้นำเป็นเสาหลักของชุมชน เพื่อนำพาให้คนในชุมชนมีแนวคิด และแนวทางปฏิบัติไปในทิศทางเดียวกัน โดยเริ่มต้นที่ชุมชนมีการจัดตั้งคณะกรรมการ และตัวแทนผู้นำชุมชนขึ้นมา มีการร่วมกันสร้างวิสัยทัศน์ชุมชน โดยฟังความคิดเห็นจากผู้ที่มีอาศัยอยู่ในชุมชน และมีการจัดการประชุมทุกครั้งที่ต้องการปรึกษารื้อกับผู้ที่อาศัยอยู่ในชุมชน เช่น การจัดกิจกรรมจากหน่วยงานต่างๆ การปรับเปลี่ยนรูปแบบโครงสร้างชุมชน และการนำนโยบายของหน่วยงานภาครัฐมาปรับใช้ในชุมชน

2) การกำหนดนโยบายร่วมกันของกลุ่มผู้นำและคนในชุมชน จากการศึกษาพบว่า การกำหนดนโยบายภายในชุมชน ภายในชุมชนริมน้ำจันทบุรีมีการทำประชาคม และวางแผนร่วมกันกับคนในชุมชนใน “แนวทางการพัฒนาพื้นที่เป็นย่านการค้า” และได้เริ่มวางแผนการทำงานโดยระยะแรก เป็นการปลุกกระตือรือร้นความคิดเห็นชุมชน กระตุ้นให้เกิดความร่วมมือ และการทำงานร่วมกัน เกิดเป็น “คณะกรรมการพัฒนาชุมชนริมน้ำจันทบุรี” สร้างวิสัยทัศน์ “วัฒนธรรมน่านการค้า” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างจิตสำนึก และความสามารถของชุมชนในการดำรงไว้ซึ่งวิถีชีวิตที่มีคุณภาพ สืบสานและเผยแพร่ประวัติศาสตร์ชุมชน อนุรักษ์ศิลปสถาปัตยกรรมชุมชน เพื่อนำไปสู่การเป็นแหล่งเรียนรู้และแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สำคัญของจังหวัด

การกำหนดนโยบายของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท) รัฐบาลได้สนับสนุน และเล็งเห็นถึงความสำคัญของการฟื้นฟูในการขยายการท่องเที่ยว โดยมีแผนปฏิบัติการส่งเสริมการท่องเที่ยวประจำปี 2562 จากของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท) ในเรื่องของการส่งเสริมการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวสู่พื้นที่รองตามศักยภาพของพื้นที่ผ่านโครงการ “เมืองรอง ต้องลอง” โดยเจาะกลุ่มเป้าหมายตรงกับ Destination Branding เพื่อคัดกรองเฉพาะนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นอย่างแท้จริง โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจะเปลี่ยนมุมมองให้เห็นว่า การเที่ยวเมืองไทยนั้นดีกว่าที่เคย โดยการเที่ยวแบบลึกซึ้ง และเข้าถึงผ่านการมีส่วนร่วมกับคนท้องถิ่น Local Hero ผู้อนุรักษ์วิถีชีวิตวัฒนธรรมสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่น ถ่ายทอดเรื่องราวสร้างแรงบันดาลใจ และทำให้คนไทยได้รับมุมมองใหม่จากการท่องเที่ยวผ่านแคมเปญสื่อสารการตลาด “Amazing ไทยเท่” ซึ่งจังหวัดจันทบุรีเองนำเสนอเรื่องราวกิจกรรมแสนสนุกที่จะเติมสีสันให้ชีวิตในภาคตะวันออก (More Fun) และเรื่องราวนวัตกรรม รวมถึงความสร้างสรรค์ที่มีรากฐานมาจากวัฒนธรรมท้องถิ่น ชุมชนจันทบุรีเองก็ได้ถูกนำเสนอให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญจุดหนึ่งของจังหวัด

ซึ่งหากเรามองภาพรวมทั้งหมดจากที่กล่าวไปข้างต้นนั้น จะเห็นได้ว่า กลุ่มผู้นำที่ผู้วิจัยกล่าวถึงมิได้มีเพียงแค่ผู้นำในชุมชนแต่ยังมีหน่วยงานอื่นๆ ที่มีบทบาทในการกำหนดนโยบายเพื่อเป็นแบบแผนในการดำเนินการให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันออกไปในแต่ละหน่วยงาน ซึ่งทุกหน่วยงานที่ผู้วิจัยได้กล่าวถึง มีส่วนร่วมในการช่วยพัฒนาให้ชุมชนสามารถสื่อสารคุณค่าที่แท้จริงของชุมชนออกมาได้ แต่หัวใจสำคัญของการเกิดการมีส่วนร่วมของชุมชนนั้น ผู้นำชุมชน และคนที่อาศัยอยู่ในชุมชนต้องมีแนวคิดในการนำพาชุมชนให้พัฒนาขึ้นเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน

3) ระบบการจัดการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

3.1) ภายในชุมชนมีระบบจัดการทั่วไป คือ มีผู้นำชุมชน แต่ผู้นำชุมชนของชุมชนริมน้ำจันทบูรนั้น มีทั้งจากการแต่งตั้งของเทศบาลและการแต่งตั้งจากผู้ที่อาศัยอยู่ในชุมชน จากการวิเคราะห์การสัมภาษณ์ในเรื่องของภาวะผู้นำชุมชน พบว่า ชุมชนริมน้ำจันทบูร ปัจจุบันคุณ ประภาพรรณ ฉัตรมาลัย ได้ถูกคัดเลือกให้เป็นผู้นำชุมชน โดยสามารถวิเคราะห์บทบาทของผู้นำชุมชนริมน้ำจันทบูรได้ดังนี้

- มีเป้าประสงค์ที่ชัดเจนในการที่อยากจะอนุรักษ์คุณค่าของชุมชนไว้
- สามารถนำพาคนในชุมชนให้เกิดความอยากมีส่วนร่วมในการที่อยากพัฒนาชุมชนถิ่นอาศัยบ้านเกิดให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่ยังทรงคุณค่าทั้งศิลปวัฒนธรรม สถาปัตยกรรม และวิถีชีวิต
- มีการรับฟังความคิดเห็นของผู้นั้นในชุมชนเพื่อนำมาพัฒนาชุมชนให้ดีขึ้น แต่ปัจจุบันชุมชนริมน้ำจันทบูรยังมีการจัดการที่ไม่ดีนัก เนื่องจากการถกเถียงเรื่องความเห็นชอบของทั้งสองฝ่าย จึงทำให้การจัดการภายในชุมชนในเรื่องของการพัฒนาชุมชนมาจากแค่ผู้นำส่วนใดส่วนหนึ่ง

3.2) การจัดการของชุมชนโดยการนำจุดแข็งจุดอ่อนมาพัฒนาชุมชน โดยชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้มีส่วนร่วมกันในการช่วยกันแก้ไขปัญหาของชุมชน ใช้การประชุมหารือถึงปัญหาที่เกิดขึ้นภายในชุมชนแล้วจัดระบบ ระเบียบให้การอยู่อาศัยของคนในชุมชน และนักท่องเที่ยวสามารถอยู่ร่วมกันได้

4. สรุปผลและอภิปรายผล

4.1 การสื่อสารภาพลักษณ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนริมน้ำจันทบูร จังหวัดจันทบุรี พบว่า

1) ภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นของชุมชนริมน้ำจันทบูร เกิดจากเอกลักษณ์ที่โดดเด่นของชุมชนริมน้ำจันทบูร ซึ่งเกิดขึ้นจากสิ่งที่มีความแตกต่างจากชุมชนอื่นๆ โดยที่ชุมชนริมน้ำจันทบูรนั้น สามารถบอกได้ว่า “เราคือใคร คุณค่าของชุมชนคืออะไร” ซึ่งชุมชนริมน้ำจันทบูร ครอบครองด้วยภาพลักษณ์หลากหลายด้าน อาทิ ภาพลักษณ์ด้านสถาปัตยกรรม ภาพลักษณ์ด้านศิลปกรรม ภาพลักษณ์ด้านศาสนา ภาพลักษณ์ด้านวัฒนธรรมประเพณี และภาพลักษณ์วิถีชีวิตชุมชน โดยการศึกษาภาพลักษณ์ร่วมของชุมชนริมน้ำจันทบูรนี้ สรุปได้ว่า ภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นเกิดจากการรวมกันของผู้นั้นที่หลากหลายเชื้อชาติ วัฒนธรรม และเกิดการสืบทอดภาพลักษณ์จากรุ่นสู่รุ่น โดยที่บางส่วนยังคงอยู่ และบางส่วนก็หายไปตามกาลเวลา เช่น ความวิจิตรสวยงามของบ้านเก่าแก่ที่มีอายุกว่า 100 ปี บ้านแบบจีนอย่างเช่นบ้านหลวงประกอบนิติสาร บ้านตึกทรงยุโรปอย่างเช่นบ้านขุนบูรพาภิผล อาคารแบบตึกฝรั่งอย่างเช่นบ้านหลวงราชไมตรี บ้านไม้หลังคาทรงปั้นหยา เรือนแถวไม้ชั้นเดียวและสองชั้น วัดคาทอลิกที่มีรูปแบบสถาปัตยกรรมแบบโกธิค ลวดลายแกะสลักแบบจีนแบบฝรั่งเศสแบบไทย และแบบผสมผสาน เช่น ระบายชายคาไม้ฉลุแบบขนมปังจิ้งจอก ช่องลมไม้ฉลุลายเถาดอกไม้ ราวระเบียงเหล็กหล่อลวดลายสวยงาม ซึ่งมีความสวยงามและเอกลักษณ์เฉพาะตัว การอยู่ร่วมกันของศาสนาพุทธและศาสนาคริสต์ โดยมีศาสนสถานตั้งอยู่ทั้งสองฝั่งแม่น้ำ การสืบทอดไว้ซึ่งประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของพื้นที่ชุมชน เช่น พิธีบูชาดาวนพเคราะห์ ที่วัดเขตรันบุญญารามพิธีศักดิ์สิทธิ์ที่สืบทอดกันมาเป็นร้อยปี และวิถีชีวิตชาวชุมชนที่มีทั้งร้านค้า ที่อยู่อาศัยที่มีความเก่าแก่ ผู้คนที่มีความผูกพันกันมาตั้งแต่บรรพบุรุษ ซึ่งภาพลักษณ์เหล่านี้มีส่วนในการตัดสินใจในการมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว และยังยังสามารถสร้างการมีส่วนร่วมระหว่างนักท่องเที่ยวกับผู้นั้นที่อาศัยอยู่ในชุมชนเพื่อส่งเสริมให้ชุมชนริมน้ำจันทบูรแห่งนี้เป็แหล่งการท่องเที่ยวที่มีความยั่งยืนสอดคล้องกับผลการศึกษาเรื่องภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของโกมล ดุมลักษณ์ (2558) ที่กล่าวว่า ภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวจะส่งผลทำให้การรับรู้คุณค่าของนักท่องเที่ยวเกิดขึ้น เพราะภาพลักษณ์จะเป็นตัวกำหนดการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี เพราะการตัดสินใจท่องเที่ยวปัจจุบันจะขึ้นอยู่กับที่ได้รับข้อมูลข่าวสาร และประสบการณ์ที่ได้พบเจอ หากพบว่า ภาพลักษณ์ของปลายทางการท่องเที่ยวตรงกับความต้องการตรงกับที่รับรู้มา ก็ย่อมที่จะส่งผลสำคัญทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความ รู้สึกว่าคุ้มค่าที่อยากมาท่องเที่ยวเก็บเกี่ยวประสบการณ์ และสอดคล้องกับผลการศึกษาของธนพล จันทรเรืองฤทธิ์ (2561) ที่กล่าวว่า แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนริมน้ำจันทบูร นักท่องเที่ยวมุ่งเน้น และให้ความสำคัญต่อการสร้างความยั่งยืนให้แก่ทรัพยากรธรรมชาติ สังคม วัฒนธรรม เอกลักษณ์หรืออัตลักษณ์ของ

พื้นที่นั้นๆ ทั้งนี้ต้องการเรียนรู้ในสิ่งที่ตนเองสนใจ จากความเป็นธรรมชาติของพื้นที่ที่ไม่ปรุงแต่งเพิ่มเติม หรือสร้างเพื่อการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวต้องการสร้างสรรค์คุณค่าจากสิ่งที่มีเพื่อช่วยเหลือ และพัฒนาผู้อื่นให้สามารถดำรงชีวิตได้อย่างมีคุณภาพมากขึ้น

2) วิธีการใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ที่ดีของชุมชน ประกอบกับการเข้ามามีส่วนร่วมของหน่วยงานต่างๆ ในการช่วยเหลือด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว อาทิ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท) การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด กรมพัฒนาชุมชนจังหวัด About Chan Magazine ฯลฯ ทำให้เกิดการสื่อสารภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของชุมชนริมน้ำจันทบุรี ตามรูปแบบที่แตกต่างกันไป ไม่ว่าจะเป็นสื่อบุคคลที่ใช้การสื่อสารแบบปากต่อปาก (Word-of-Mouth) จากผู้ที่อาศัยอยู่ในชุมชนที่คอยบอกเล่าเรื่องราวที่น่าสนใจเหล่านี้ให้กับคนที่มาท่องเที่ยวชุมชนริมน้ำจันทบุรี ทำให้สามารถรู้ถึงความรู้สึกนึกคิดของคนภายนอกชุมชนได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Rogers (1995) ที่กล่าวว่าถึงสื่อบุคคลกับการแพร่กระจายนวัตกรรมว่า สื่อมวลชนจะมีประสิทธิภาพเรื่องการสร้างความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรม ขณะที่สื่อบุคคลจะมีประสิทธิภาพในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ที่จะส่งผลให้เกิดการยอมรับหรือปฏิเสธแนวคิดใหม่ๆ คนส่วนใหญ่ไม่ได้ประเมินนวัตกรรมจากพื้นฐานด้านข้อมูล แต่มักประเมินจากคนใกล้ชิดที่ยอมรับนวัตกรรม บุคคลจึงมีอิทธิพลในฐานะคนต้นแบบ สื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ แผ่นพับ ป้ายเผยแพร่ข้อมูลต่างๆ เอกสารข้อมูลการท่องเที่ยวชุมชน ของที่ระลึกต่างๆ ซึ่งสื่อเฉพาะกิจเหล่านี้มีเนื้อหาที่แตกต่างกัน สื่อมวลชน ไม่ว่าจะเป็น สื่อทางโทรทัศน์ สื่อทางหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร บล็อกเกอร์ และสื่ออินเทอร์เน็ต ที่ปัจจุบันเป็นสื่อที่มีอิทธิพลในการเข้าถึงข้อมูล ดังนั้นจะเห็นได้ว่า การสื่อสารภาพลักษณ์โดยการชูความโดดเด่นของเอกลักษณ์ ผ่านช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายรูปแบบนั้น เกิดจากการมีส่วนร่วมกันของหน่วยงานต่างๆ กับชุมชน ซึ่งการสื่อสารในหลายช่องทางนี้ ส่งผลให้เกิดการรับรู้ เกิดแรงจูงใจในการอยากมาเรียนรู้ ท่องเที่ยวแบบวิถีชุมชน และการที่จะทำให้เกิดการส่งเสริมการท่องเที่ยวประสบผลสำเร็จได้นั้น ต้องมีการสื่อสารที่หลากหลายรูปแบบ เพื่อตอบสนองต่อการเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวที่หลากหลาย โดย สุจิตรา แก้วสินวล (ม.ป.ป) ได้อธิบายถึงการสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ไว้ว่า การสื่อสารที่สอดคล้องกับชุมชน สังคม และวัฒนธรรม เป็นการสร้างคุณค่าให้แก่ตราสินค้าได้อย่างยั่งยืน เราจะได้เห็นได้จากบริษัทข้ามชาติเป็นจำนวนมาก ที่ต้องปรับภาพลักษณ์ของตนให้เข้ากับวัฒนธรรม และสภาพสังคมของแต่ละแห่ง โดยยังคงยึดหลักของตราสินค้าที่ต้องการนำเสนอเป็นแกนกลาง และปรับให้สอดคล้องกลมกลืนเข้ากับสภาพวัฒนธรรม

4.2 ปัจจัยส่งเสริมการมีส่วนร่วม เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนริมน้ำจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี พบว่า

1) ภายในชุมชนริมน้ำจันทบุรียึดหลักการมีส่วนร่วมของคนภายในชุมชนเป็นสำคัญ โดยเริ่มจากการหาเป้าหมายในการพัฒนาร่วมกัน จนได้ข้อตกลงร่วมกันว่า จะร่วมกันสร้างจิตสำนึก และความสามัคคีของชุมชนในการดำรงไว้ซึ่งวิถีชีวิตที่มีคุณภาพร่วมกับการอนุรักษ์ฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรม และความเป็นย่านการค้า จากการเข้ามามีบทบาทของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง อาจทำให้มีความเห็นต่างกันในเรื่องนี้ ซึ่งผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ถึงแม้การมีส่วนร่วมในการทำงานของคนในชุมชนเอง หรือกับหน่วยงานภายนอกชุมชนยังมีจุดที่ขัดแย้งกันอยู่บ้าง แต่ภาพรวมของชุมชนในฐานะของคนที่ยอมรับเข้าไปจะเห็นได้ชัดถึงการมีส่วนร่วมและเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของชุมชน คือการที่คนในชุมชนสามารถสื่อสาร และถ่ายทอดถึงภาพลักษณ์ของชุมชน และพร้อมที่จะฟื้นฟูและอนุรักษ์ไว้ซึ่งศิลปวัฒนธรรมและวิถีชีวิต ผ่านการเล่าเรื่องราวของคนในชุมชน กิจกรรมที่เกิดขึ้นภายในชุมชน

2) การกำหนดนโยบายร่วมกันของกลุ่มผู้นำและคนในชุมชน ซึ่งนอกจากนโยบายของกระทรวงพาณิชย์ที่มีบทบาทในการขับเคลื่อนชุมชนแล้วนั้น นโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท) ก็เข้ามามีบทบาทร่วมกับชุมชนเมื่อหลังโครงการฟื้นฟูและอนุรักษ์ชุมชนริมน้ำจันทบุรีเมื่อไม่นานมานี้ การกำหนดนโยบายของกลุ่มผู้นำนั้น สำหรับชุมชนริมน้ำจันทบุรียังมีทั้งคนเห็นด้วยและไม่เห็นด้วย โดยแบ่งจากผลประโยชน์ของตน ซึ่งบางครั้งทำให้การประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเกิดความล่าช้า ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ศรัณญา เกษร (2551) ที่พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของคนในชุมชนทางด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม คือ ปัจจัยด้านการศึกษา ประชาสังคม และนโยบายภาครัฐ กล่าวคือ คนที่

มีการศึกษาสูงเห็นว่า การท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อวิถีชีวิตด้านเศรษฐกิจและสังคม ส่วนคนที่มีการศึกษาน้อยจะมองเห็นอิทธิพลการท่องเที่ยวต่อวิถีชีวิตด้านวัฒนธรรมมากกว่า อีกทั้งเมื่อคนในชุมชนมีการรวมกลุ่มกันมากขึ้น และรัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวมากขึ้นยิ่งทำให้คนในชุมชนเห็นถึงอิทธิพลของการท่องเที่ยวที่มีต่อวิถีชีวิตด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม มากขึ้นด้วย

3) การสร้างระบบการจัดการภายในชุมชน ซึ่งชุมชนริมน้ำจันทบูรแห่งนี้มีระบบจัดการทั่วไป คือ มีผู้นำชุมชนที่คอยรับฟังปัญหาที่เกิดขึ้นภายในชุมชน และนำพาคนในชุมชนให้เกิดความตระหนักในการมีส่วนร่วมช่วยกันพัฒนาฟื้นฟูชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับกรมพัฒนาชุมชน (2560) ที่กล่าวว่า ผู้นำท้องถิ่น คือ บุคคลที่ช่วยให้ผู้อื่นหรือชุมชนได้มีการตกลงกัน และพยายามหาทางได้ประสพผลสำเร็จตามจุดมุ่งหมายที่วางไว้ อันจะก่อให้เกิดความร่วมมือในการทำงาน โดยมุ่งความสำเร็จของชุมชนเป็นสำคัญ และการจัดการของชุมชนโดยการนำจุดแข็งจุดอ่อนมาพัฒนาชุมชน นั้นก็จะสามารถจัดระบบระเบียบให้การอยู่อาศัยของคนในชุมชน และนักท่องเที่ยวสามารถอยู่ร่วมกันได้ เกิดความเข้าใจในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มากขึ้น

ดังนั้นการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนริมน้ำจันทบูร มีผลต่อการสร้างภาพลักษณ์เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชน ได้ดังนี้ ชุมชนได้มีแนวทางการออกแบบการปรับปรุงพื้นที่ต่างๆ ซึ่งเกิดจากการยอมรับร่วมกันว่า มีจุดประสงค์เพื่อพัฒนา เพราะเห็นถึงความจำเป็นในการอนุรักษ์และฟื้นฟูมากขึ้น กระบวนการมีส่วนร่วมต่างๆ ได้สร้างระดับการมีส่วนร่วมที่จำเป็นต่อการท่องเที่ยว โดยชุมชนได้มีการสื่อสารให้ที่มุ่งสร้างความเข้าใจให้กับคนในชุมชนเอง เพื่อที่จะได้เป็นหนึ่งเดียวกันในการสื่อสารความเป็นชุมชนออกไปสู่ภายนอก หากคนในชุมชนยังคงความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน และสามารถเล่าถึงคุณค่า หรือของดีที่ออกมาจากตัวของผู้ที่อยู่อาศัยได้จริงๆ การประชาสัมพันธ์หรือการสื่อสารก็จะเกิดขึ้นเองโดยที่ชุมชนเป็นคนเริ่ม ซึ่งทั้งหมดนี้เกิดจากการถูกบ่มเพาะให้มีความรู้สึกหวงแหน และเห็นคุณค่าของชุมชนที่อยู่อาศัย และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สามารถเข้ามามีส่วนร่วมในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนริมน้ำจันทบูรได้ การสื่อสารภาพลักษณ์อย่างมีส่วนร่วม ถือเป็นความสำเร็จที่ทุกฝ่ายได้เข้ามามีส่วนในการแสดงออกถึงคุณค่าที่มีของชุมชน โดยทุกฝ่ายต้องยอมรับเงื่อนไขของชุมชน และร่วมกันสื่อสารไปในทิศทางเดียวกัน โดยไม่เอาผลประโยชน์ส่วนตนมาเป็นที่ตั้ง และสุดท้ายผู้นำชุมชนต้องทำให้คนในชุมชนเกิดความเชื่อถือ และมองเห็นสิ่งที่มีคุณค่าที่อยู่ภายในชุมชน มองเห็นการพัฒนาที่ทำให้ชุมชนดีขึ้น และเปิดโอกาสให้คนในพื้นที่ชุมชนได้มีส่วนในการพัฒนาชุมชน มีส่วนในการเป็นกระบอกเสียงในการให้ข้อมูลของชุมชน การสร้างกิจกรรมเพื่อให้คนในชุมชนเกิดการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น และแสดงออกถึงความรักในที่อยู่อาศัย ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของณัฐนันท์ วงษ์ประเสริฐ (2557) ที่พบว่า กลยุทธ์การสื่อสารที่ช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวงานประเพณีรับบัวของอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการให้ประสบความสำเร็จ คือ การกำหนดนโยบายและกลยุทธ์ในการจัดงานที่ชัดเจน ในด้านการวางแผนงาน การดำเนินการ และรูปแบบวิธีการ ส่วนปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมให้การจัดงานประเพณีรับบัวประสบความสำเร็จยิ่งขึ้น คือ ปัจจัยภายนอก จากนโยบายและงบประมาณของจังหวัดสมุทรปราการ ความร่วมมือจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และการสนับสนุนจากสื่อมวลชน ปัจจัยภายใน คือ บทบาทของผู้นำ การร่วมมือกันของสมาชิกในอำเภอบางพลี และสอดคล้องกับผลการศึกษาของกฤษณ์ แสนทวี (2562) ที่กล่าวว่า แนวทางการสร้างภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เชิงนโยบาย ได้แก่ 1) กำหนดนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่ชัดเจน และแนวปฏิบัติที่สามารถดำเนินการได้ 2) การบูรณาการการทำงานร่วมกันขององค์กรที่เกี่ยวข้องเชิงอาหาร 3) การกำหนดกลยุทธ์ด้านการจัดการและด้านการตลาดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร 4) การสร้างองค์ความรู้และการพัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร และ 5) ใช้การมีส่วนร่วมของชุมชน และเอกชนให้ร่วมมือส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ส่วนแนวทางการสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงปฏิบัติ ได้แก่ 1) การควบคุมด้านความสะอาดของอาหาร 2) การกำหนดมาตรฐานของอาหารไทย 3) การสื่อสารและการเล่าเรื่องราวที่แสดงถึงวิถีชีวิต และวัฒนธรรมการกินของคนไทย 4) การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบ Street Food 5) การถ่ายทอดสดหรือเรื่องราวอาหารในสื่อต่างๆ และ 6) การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อให้เกิดการสื่อสารแบบปากต่อปาก

5. กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความกรุณา และการดูแลเอาใจใส่ของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สรพงษ์ วงศ์ธีระธรรณ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ซึ่งได้สละเวลาอันมีค่าให้คำปรึกษา และข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่ง ตลอดจนช่วยแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ และขอขอบคุณประธานคณบดี กรรมการคณบดีทุกท่าน ที่ได้ร่วมกันให้คำแนะนำเพื่อปรับปรุงวิทยานิพนธ์เล่มนี้จนสมบูรณ์ ขอขอบคุณ ผู้ให้สัมภาษณ์ที่ให้ความร่วมมือในวิทยานิพนธ์เล่มนี้ ท้ายสุดผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ ผู้มีพระคุณ สูงสุดในการให้ความรัก ความเมตตา ผู้ให้กำลังใจ และให้การสนับสนุนเลี้ยงดู จนทำให้ผู้วิจัยทำงานวิจัยสำเร็จ ลุล่วงไปได้ด้วยดี

6. เอกสารอ้างอิง

- กรมพัฒนาชุมชน. (2560). แผนยุทธศาสตร์กรมการพัฒนาชุมชน พ.ศ. 2560-2564. สืบค้นจาก URL: <http://plan.cdd.go.th/wp-content/uploads/sites/97/2017/05/yut60-64.pdf>
- กฤษฎิก แสงทวี. (2561). แนวทางการสร้างภาพลักษณ์ประเทศไทยสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร ในกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียน. วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม. 7(2), 67-68.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2559). ตลาดริมน้ำ 100 ปี จันทบุรี. กรุงเทพมหานคร: สีสันตะวันออก.
- โกมล ดมลักษณ์. (2558). บุปปัจจัยที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต. *Journal of the Association of Researchers*. 20(2), 81-93.
- ณัฐนันท์ วงษ์ประเสริฐ. (2557). กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวงานประเพณีรับบัวของอำเภอสหัสขันธ์ จังหวัดสมุทรปราการ. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ธนพล จันทร์เรืองฤทธิ์. (2561). แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา ชุมชนริมน้ำจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมและการบริการการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ศรัญญา เกษร. (2551). ผลกระทบจากการท่องเที่ยวที่มีต่อวิถีชีวิตชุมชนมอญ เกราะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาไทยศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สุจิตรา แก้วสินวล. (ม.ป.ป). การสื่อสารเพื่อการภาพลักษณ์. สืบค้นจาก URL: <http://utcc2.utcc.ac.th/localuser/brandthaicenter/Article%20etc/.pdf>
- Everett M. Rogers. (1995). *Diffusion of Innovations*. 4th ed. New York: Free Press.

ผู้เขียน



อภิชนา สุขประเสริฐ

นักศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต

การศึกษา:

ปริญญาตรี ทล.บ.เทคโนโลยีการโทรทัศน์และวิทยุกระจายเสียง

ปริญญาโท นศ.ม.นิเทศศาสตร์



ผศ.ดร.สรพงษ์ วงศ์ธีระธรรณ

อาจารย์ประจำวิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต