

การพัฒนารูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ อย่างยั่งยืน: ศึกษากรณี ชุมชนชาวมอญจังหวัดปทุมธานี

THE DEVELOPMENT OF A PUBLIC RELATIONS MEDIA FOR SUSTAINABLE ECOTOURISM PROMOTING: A CASE STUDY OF MON COMMUNITY IN PATHUM THANI PROVINCE

สลิตตา สาริบุตร¹
ณัฐพงษ์ สีนุญเรือง²

Received 21 July 2020

Revised 14 December 2020

Accepted 22 December 2020

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาความพร้อมและศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยว 2) เพื่อศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการใช้สื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์อย่างยั่งยืน และ 3) เพื่อพัฒนารูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืนในชุมชนชาวมอญ จังหวัดปทุมธานี

วิธีการดำเนินการวิจัยแบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ 1) การวิจัยเชิงปริมาณ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม กับประชาชนชาวจังหวัดปทุมธานี จำนวน 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 2) การวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยทำการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ผู้นำชุมชนชาวมอญ หน่วยงานภาครัฐในชุมชนชาวมอญ ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว และประชาชนเชื้อสายมอญในชุมชน จำนวน 15 คน แล้วทำการวิเคราะห์ตีความแบบอุปนัย

ผลการวิจัยพบว่า ทรัพยากรท่องเที่ยวของจังหวัดปทุมธานี ในส่วนของชุมชนมอญมีศักยภาพสูง มีความโดดเด่นด้านวัฒนธรรมประเพณี ด้านวิถีชีวิต ด้านประวัติศาสตร์ ด้านโบราณสถานและโบราณวัตถุ ตลอดจนเส้นทางการท่องเที่ยวที่มีความน่าสนใจ แต่ประเด็นปัญหาที่พบคือประชาชนทั่วไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งในจังหวัดปทุมธานีเอง ประชาชนยังรับรู้ข้อมูลในส่วนของชาวไทยเชื้อสายมอญค่อนข้างน้อย มีผู้ตอบแบบสอบถามกว่าร้อยละ 31.5 ที่ไม่ทราบว่าในจังหวัดปทุมธานีมีชุมชนมอญอาศัยอยู่ ดังนั้นแนวทางการพัฒนารูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในระยะแรกจึงควรเริ่มที่การสร้างการดึงดูดใจ (Attention) และความสนใจ (Interest) โดยสื่อที่ทาง

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อาจารย์ประจำสาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
e-mail: salitta_s@rmutt.ac.th

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อาจารย์ประจำสาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
e-mail: nattapong_s@rmutt.ac.th

ผู้วิจัยได้จัดทำขึ้น คือ สื่อวีดิทัศน์เผยแพร่เรื่องราววิถีชีวิตของชุมชนมอญ เพื่อเผยแพร่ในสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) และสื่อสิ่งพิมพ์ (Print Media) ในลักษณะแผ่นพับ เพื่อประชาสัมพันธ์เส้นทางการท่องเที่ยวที่น่าสนใจของชุมชนมอญ โดยผลการประเมินผลจากผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อ และกลุ่มเป้าหมายในการรับสื่อ จำนวน 200 คน พบว่าประสิทธิภาพของสื่อวีดิทัศน์ในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.10 อยู่ในระดับมาก และประสิทธิภาพของสื่อสิ่งพิมพ์ในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.81 อยู่ในระดับมาก

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืน สื่อการประชาสัมพันธ์ ชุมชนชาวมอญ จังหวัดปทุมธานี

Abstract

This research aimed 1) to study on the readiness and potential of tourism resources; 2) to study on the condition of problems and needs to use the a public relations media for the sustainable ecotourism; and, 3) to develop the public relations media for sustainable ecotourism in Mon community, Pathum Thani Province.

Research methodology had been divided into two forms as follows: 1) Quantitative research that collected data via the questionnaires from 400 residences in Pathum Thani Province. Data analysis was conducted through using the statistical software packages. The statistics applied in data analysis were percentage, average, and standard deviation; and 2) Qualitative research that collected data via in-depth interview with the community leaders, the government units in Mon community, tourism business entrepreneurs, and 15 people with Mon race in the community. The Inductive approach was used for data analysis and interpretation.

It was found from the research results that tourism resources in Pathum Thani Province in the part of Mon community were considered to have highly potential with the outstanding on its customs and cultures, ways of living, history, archaeological sites and antiquities in addition, the very interesting travel routes. However, it was found that there was the issue when people in general, especially those who lived in Pathum Thani Province themselves still perceived less about Thai Mon ethnicity. More than 31.5 percent of the questionnaire respondents said they had no idea that there was a Mon community in Pathum Thani. Therefore, the guideline for public relations media development for sustainable ecotourism promoting at the initial phrase shall begin with attention and interest raising. The media prepared by the researcher was the Video media disseminating the lifestyle of the Mon community to publicize in social media and printed media in form of brochures thus, to promote for the interesting tourism routes in Mon community. The results evaluation form media specialists and 200 of target audiences found that the overall efficiency of Video media

had the average of 4.10 or in high level and the overall efficiency of the printed media had the average of 3.81 which was also in high level.

Keyword: sustainable ecotourism, public relations media, Mon community, Pathum Thani province

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ถือเป็นอุตสาหกรรมที่มีอัตราการเติบโตที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว และต่อเนื่องโดยเฉพาะในกลุ่มประเทศเกิดใหม่ (emerging country) ซึ่งประเทศไทยจัดอยู่ในกลุ่มประเทศดังกล่าวนี้เช่นกัน โดยองค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization: UNWTO) ได้คาดการณ์การเติบโตของธุรกิจท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศเกิดใหม่นี้ว่า จะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและจะมีส่วนครองตลาดสูงถึงร้อยละ 57 ในปี 2030 (WTTC, 2015)

แม้ว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยจะมีการเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่เมื่อพิจารณาด้านศักยภาพการแข่งขัน พบว่าประเทศไทยมีคู่แข่งทางการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นเช่นกัน ส่งผลให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนากิจการท่องเที่ยวเพื่อสร้างศักยภาพทางการแข่งขัน และหนึ่งในแนวทางการส่งเสริมยุทธศาสตร์ทางการท่องเที่ยว ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เนื่องจากเป็นแนวทางที่สำคัญยิ่งในการนำไปสู่การพัฒนาที่ต่อเนื่อง มั่นคง และยั่งยืนของทรัพยากรการท่องเที่ยว (สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว, 2559)

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ โดยมีการให้ความรู้แก่ผู้เกี่ยวข้องและชุมชนท้องถิ่น สร้างจิตสำนึกให้ทุกฝ่ายร่วมกันรับผิดชอบต่อระบบนิเวศอย่างยั่งยืน (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2542) การพัฒนาอย่างยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศขึ้นอยู่กับระบบนิเวศวิทยา เศรษฐกิจ และวัฒนธรรมทางสังคม การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นภาพใหญ่ที่ประกอบด้วย การอนุรักษ์ระบบนิเวศที่หลากหลาย ในการปกป้องพื้นที่ ร่วมกับการศึกษาทางด้านสิ่งแวดล้อม และการลดผลกระทบจากการท่องเที่ยวในพื้นที่ทางธรรมชาติ ผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีเป้าหมายเพื่อการอนุรักษ์ธรรมชาติและเพื่อสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนท้องถิ่น โดยการจ้างงาน การซื้อสินค้าและบริการ และค่าธรรมเนียมต่าง ๆ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนมีจุดเน้นที่การบรรเทาความยากจนและการอนุรักษ์วิถีชีวิต ดำรงไว้ซึ่งเศรษฐกิจ และทรัพยากรของชุมชน (Zeppel, 2006) ด้วยเหตุนี้ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศจึงเป็นที่ยอมรับและเข้าใจกันโดยทั่วไปในนามของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืน

จังหวัดปทุมธานีเป็นแหล่งโบราณคดีที่สำคัญของประเทศไทย จากหลักฐานที่ค้นพบไม่ว่าจะเป็น วัด เตาโอ่งอ่าง ต่อมสามโคก หม้อข้าวแช่ อิฐมอญ และเครื่องปั้นดินเผา รวมทั้งยังมีกิจกรรมของวิถีชีวิต ขนบธรรมเนียมประเพณีของชาวมอญ ชาวมอญได้อพยพจากประเทศพม่าเข้ามาพึ่งบารมีของกษัตริย์ไทยและได้ดำเนินชีวิตจากอดีตจนถึงปัจจุบัน โดยได้รับอนุญาตให้ตั้งถิ่นฐานในจังหวัดปทุมธานี จึงทำให้จังหวัดปทุมธานีมีกิจกรรมที่ดำเนินเกี่ยวกับมอญ เช่น การทำข้าวแช่ การทอผ้าไหมทอพิเศษ นอกจากนี้ สถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดปทุมธานียังมีศาสนสถานและวัดวาอาราม แสดงร่องรอยของมรดกวัฒนธรรมท้องถิ่นสะท้อนถึงประวัติศาสตร์และวิถีชีวิตของชนมอญ (วีรวัฒน์ วงศ์สุปไทย, 2555) ขณะนี้หน่วยงานภาครัฐได้พยายามฟื้นฟูประเพณีวัฒนธรรมดั้งเดิมของชาวไทยมอญให้กลับมาอีกครั้งเพื่อรักษาไว้ซึ่งแบบอย่างอันดีงามของท้องถิ่น แต่ชื่อเสียงและความนิยมของแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน

ชาวมอญ ยังไม่เป็นที่แพร่หลายในวงกว้างนัก สาเหตุที่สำคัญคือขาดการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ ยังไม่มีนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยตรงและเป็นรูปธรรม รวมทั้งขาดข้อมูลด้านการปฏิบัติตัวต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอันจะช่วยสร้างจิตสำนึกที่ดีต่อการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อเท่าที่ควร

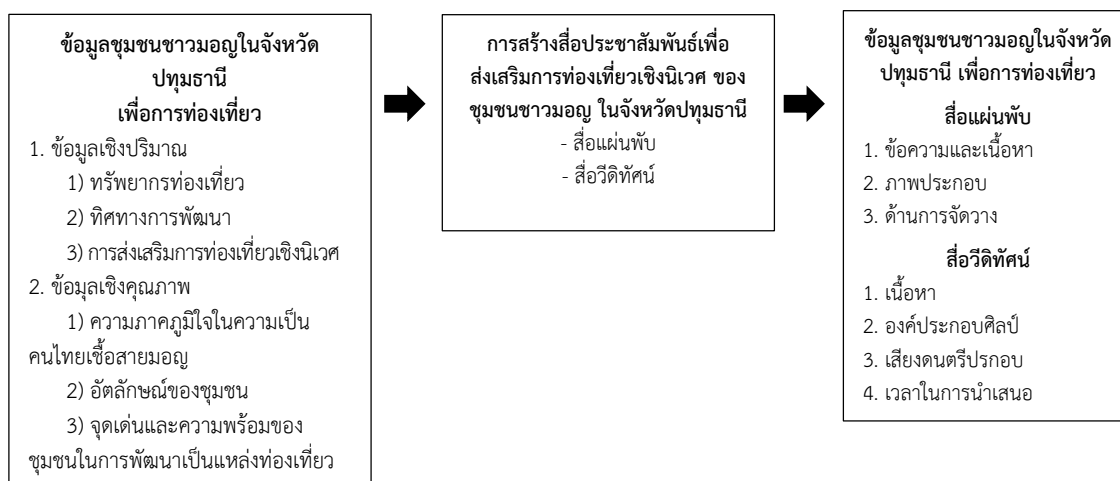
ดังนั้น โครงการวิจัยเพื่อพัฒนารูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืน ในพื้นที่ชุมชนมอญ จังหวัดปทุมธานี ซึ่งจะเป็นการนำหลักการการประชาสัมพันธ์เข้ามาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืน เพื่อสร้างช่องทางในการสื่อสารเพื่อจูงใจนักท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ กระตุ้นให้เกิดความต้องการเดินทางมาเที่ยว และช่วยกระตุ้นให้กิจกรรมการท่องเที่ยวดำเนินไปอย่างมีชีวิตชีวา ชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่อย่างยั่งยืน และเป็นการส่งเสริมให้ชุมชนมีอาชีพ ซึ่งเท่ากับเป็นการยกระดับคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความพร้อมและศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืนในชุมชนชาวมอญ จังหวัดปทุมธานี
2. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนารูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืนในชุมชนชาวมอญ จังหวัดปทุมธานี

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยเรื่อง “การพัฒนารูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืน: ศึกษากรณีชุมชนชาวมอญ จังหวัดปทุมธานี” ด้วยการสำรวจเชิงปริมาณ และการศึกษาเชิงคุณภาพ ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

การทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืน

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism)

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ในภาษาไทยได้มีการเสนอให้ใช้หลายคำ เช่น การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ นิเวศสัญจร และนิเวศการท่องเที่ยว เป็นต้น ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะเป็นคำศัพท์ที่ใช้กันอย่างกว้างขวางและเหมาะสมมากที่สุด เพื่อเน้นความชัดเจนและเพื่อสื่อสารง่าย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2544)

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2542) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่าเป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ โดยมีการให้ความรู้แก่ผู้เกี่ยวข้อง และให้ชุมชนท้องถิ่น และสร้างจิตสำนึกให้ทุกฝ่ายร่วมกันรับผิดชอบต่อระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2544) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบหลักที่สำคัญของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มี 4 ประการ ดังนี้

1) องค์ประกอบด้านพื้นที่ 2) องค์ประกอบด้านการจัดการ 3) องค์ประกอบด้านกิจกรรม และกระบวนการ 4) องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วม

การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism)

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2542) ได้ให้ความหมายการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนว่า หมายถึงการท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่หรือกลุ่มเล็กที่มีการจัดการอย่างดีเยี่ยม เพราะสามารถดำรงไว้ซึ่งทรัพยากรท่องเที่ยวให้มีความดึงดูดใจอย่างไม่เสื่อมคลาย และธุรกิจท่องเที่ยวมีการปรับปรุงคุณภาพให้ได้ผลกำไรอย่างเป็นธรรม โดยมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมเยือนสม่ำเสมออย่างเพียงพอ แต่มีผลกระทบทางลบต่อสิ่งแวดล้อมที่สุดอย่างยั่งยืนยาว

การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ควรมีลักษณะดังต่อไปนี้ (อุษาวดี พูลพิพัฒน์ผล, 2545) 1) เป็นการท่องเที่ยวที่มีความต่อเนื่อง (Continuity) 2) เป็นการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ (Quality) 3) เป็นการท่องเที่ยวที่มีความสมดุล (Balance)

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืน (Sustainable ecotourism)

ยศ สันตสมบัติ (2544) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ยั่งยืนได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ยั่งยืน เป็นการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ให้คงรายได้ทางการเงินและการสร้างงานสูงสุดไว้ รวมทั้งมีการผดุงไว้ซึ่งองค์ประกอบทางสังคมและวัฒนธรรมของประชากรที่เกี่ยวข้อง ทั้งโดยตรงและโดยอ้อมกับธุรกิจท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศนั้น นับเป็นรูปแบบของการสร้างโอกาสให้กับชุมชนในการมีส่วนร่วมต่อกระบวนการพัฒนาที่ยั่งยืนของชุมชน ธรรมชาติสิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม โดยใช้ตัวชี้วัดเพื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างการท่องเที่ยวเชิงนิเวศกับการพัฒนาที่ยั่งยืน 4 ตัวชี้วัด (ยศ สันตสมบัติ, 2544) คือ 1) ความสมบูรณ์ของธรรมชาติแวดล้อม 2) การกระจายรายได้การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 3) เกิดโครงการพัฒนาชุมชน 4) เกิดกระบวนการเรียนรู้

เศกสรรค์ ยงวนิชย์ (2555) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะประสบความสำเร็จได้ต้องอาศัยการสนับสนุน ความร่วมมือซึ่งกันและกันของ 3 องค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ 1) สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ 2) ชุมชนในท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ 3) ระบบการจัดการท่องเที่ยวที่ผู้ประกอบการทุกภาคส่วนที่มีส่วนเกี่ยวข้อง

โดยสรุป การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวที่มีปรัชญาพื้นฐานที่มุ่งสู่หรือเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ดังนั้น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ยั่งยืนจึงเป็นการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้คงรายได้ทางการเงินและการจ้างงานสูงสุดไว้ รวมทั้งมีการผดุงไว้ซึ่งองค์ประกอบทางสังคม และวัฒนธรรมของประชากรที่เกี่ยวข้อง ทั้งโดยตรงหรือโดยอ้อมกับธุรกิจท่องเที่ยว

2. แนวคิดเกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

สื่อประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ เป็นกระบวนการสื่อสารเชิงปฏิสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง ที่เน้นการนำเสนอข้อเท็จจริงการโน้มน้าวบนพื้นฐานของคุณธรรมและความถูกต้อง และการสร้างให้เกิดความเข้าใจอันดี และการสร้างความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนระหว่างองค์กรและประชาชนที่เกี่ยวข้อง (พงษ์ วิเศษสังข์, 2551)

สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ หมายถึง เครื่องมือหรือตัวกลางที่ใช้ในการนำข่าวสารเรื่องราว จากองค์กรหรือหน่วยงานไปสู่ประชาชน (ณัฏพร วรคุณพิเศษ, 2556)

ปัจจุบันสื่อในการประชาสัมพันธ์มีมากมายและหลากหลาย อันเป็นผลมาจากการพัฒนาเทคโนโลยีของโลก อย่างไรก็ตามสามารถแบ่งสื่อประชาสัมพันธ์หลัก ๆ โดยพิจารณาตามลักษณะของสื่อได้เป็น 6 ประเภท ([http: www.shorturl.at/suvLY](http://www.shorturl.at/suvLY)) คือ 1) สื่อบุคคล 2) สื่อมวลชน 3) สื่อสิ่งพิมพ์ 4) สื่อโทรทัศน์ 6) สื่อสมัยใหม่ (Modern media)

สื่อประชาสัมพันธ์กับการท่องเที่ยว

พัฒนาการของสื่อส่งผลต่อสถานการณ์การท่องเที่ยวไทยในปัจจุบัน เพราะการท่องเที่ยวมีความจำเป็นต้องใช้ประโยชน์จากสื่อที่หลากหลาย เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้ตรงกลุ่มลูกค้า (คมสิทธิ เกียนวัฒนา, 2552) โดยการสร้างการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์จะเป็นรูปแบบของการสื่อสาร เพื่อโน้มน้าวจิตใจให้กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย เกิดการตอบสนองตามที่ผู้โฆษณาต้องการ ซึ่งเป็นการนำเสนอข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อต่าง ๆ เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างองค์กร นักท่องเที่ยว และประชาชนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง จากงานวิจัยของ ชนกพล ชัยรัตนศักดิ์ (2556) เรื่อง ประสิทธิภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวในประเทศไทย พบว่า นักท่องเที่ยวรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวจากสื่อต่าง ๆ โดยรับรู้ผ่านสื่อโทรทัศน์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 98.50 รองลงมาพบผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 94.75 และพบเห็นการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวสื่อคู่มือการท่องเที่ยว สื่อแผ่นพับ สื่อนิตยสาร สื่อโปสเตอร์ สื่อหนังสือพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 86.00, 84.00, 83.50, 81.50 และ 80.00 ตามลำดับ จากงานวิจัย ดิภาหลัง สุขกุล (2558) เรื่อง การพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยวของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติบ้านเก่า จังหวัดกาญจนบุรี พบว่าส่วนใหญ่เปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ คือ แผ่นพับและสื่อบุคคล ตามลำดับ และจากงานวิจัยของ ประจักษ์ กีก้อง (2560) เรื่อง การผลิตสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ธุรกิจที่พักแรมในจังหวัดกำแพงเพชร พบว่า มีการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ ได้แก่ แผ่นพับ นามบัตร การจัดบอร์ด ป้ายประกาศ และสื่อมวลชนท้องถิ่น และพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก

3. ทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสาร

แนวความคิดเกี่ยวกับกระบวนการตอบสนองต่อการสื่อสาร (AIDA Model)

สตีวาร์ต พงศกรรังศิลป์ (2548) กล่าวว่า เพื่อให้มีการตอบสนองจากผู้ฟังอย่างมีประสิทธิภาพ ผู้สื่อสารต้องสร้างข่าวสารที่มีประสิทธิภาพ “ข่าวสารในอุดมคติ” เป็นข่าวสารที่ทำให้เกิดความตั้งใจ (Attention) ความสนใจ (Interest) กระตุ้นความปรารถนา (Desire) และก่อให้เกิดการกระทำ (Action) ซึ่งก็คือการตัดสินใจซื้อ (กรอบแนวคิดนี้รู้จักกันในชื่อโมเดล AIDA) กล่าวถึงคุณภาพที่ปรารถนาของข่าวสารที่ดี ในการนำข่าวสารมาใช้ ผู้สื่อสารทางด้านการตลาดจะต้องพิจารณาว่าสิ่งใดที่จะพูด (เนื้อหาของสาร) และวิธีใดที่จะใช้ในการพูด (โครงสร้างและรูปแบบของสาร)

ความตั้งใจ (Attention) ผู้ส่งข่าวสารต้องทำให้ผู้รับข่าวสารเกิดความตั้งใจที่จะฟังข่าวสารก่อน

ความสนใจ (Interest) หลังจากเกิดความตั้งใจฟังในขั้นที่หนึ่งผู้ส่งข่าวสารควรสร้างให้เกิดความสนใจติดตามผลิตภัณฑ์หรือข่าวสารต่อไป

ความต้องการ (Desire) ผู้ส่งข่าวสารต้องจูงใจให้ผู้รับสารเกิดความต้องการในผลิตภัณฑ์ การตัดสินใจซื้อ (Action) คือขั้นที่ผู้รับข่าวสารตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์

แนวคิดเรื่องการเลือกสรรและการเปิดรับสื่อ

พีระ จิโรโสภณ (2529) กล่าวว่า ในการรับข่าวสารต่าง ๆ ผู้รับสารย่อมมีกระบวนการเลือกสรร (Selective Process) ซึ่งแตกต่างกันไปตามสถานการณ์ความต้องการ ความเชื่อ ทักษะ ความรู้สึกนึกคิด ที่ไม่เหมือนกันของแต่ละบุคคล กระบวนการดังกล่าวประกอบด้วย

1. เลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ (Selective Exposure or Selective Attention) หมายถึง การที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจหรือเปิดรับสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งโดยบุคคลมักจะแสวงหาข่าวสารเพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่ และหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ขัดแย้งกับความรู้สึกนึกคิดเดิมของตนเองทั้งนี้เพราะการได้รับข่าวสารที่ไม่ลงรอยกับความเข้าใจหรือทัศนคติเดิมของตนเองก่อให้เกิดความไม่สมดุลทางจิตใจหรือความไม่สบายใจที่เรียกว่า Cognitive Dissonance

2. การเลือกรับรู้หรือตีความ (Selective Perceptive of Selective Interpretation) คือ เมื่อบุคคลรับข่าวสารที่น่าสนใจแล้วก็ตีความหมาย ความเข้าใจ ทัศนคติ ประสพการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ ตามสภาวะร่างกายทางอารมณ์และจิตใจ

3. การเลือกจดจำ (Selective Retention) คือ บุคคลจะเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะที่ตรงกับ ความสนใจ ความต้องการและทัศนคติของตนเอง

4. บริบท ชุมชนมอญ จังหวัดปทุมธานี

ประวัติชุมชนชาวมอญ จังหวัดปทุมธานี

มอญ (Mon) ในประเทศไทยเป็นมอญที่อพยพมากจากการสู้รบของมอญกับพม่าช่วงสงคราม พ.ศ. 2300 ชาวมอญที่อพยพจากพม่าได้รับการโปรดเกล้าพระราชทานที่ดินสร้างบ้านเรือนและที่ทำกินใกล้กับเขตพระนคร กระจายกันอยู่หลายแห่งโดยเฉพาะในบริเวณที่ราบลุ่มแม่น้ำ บางส่วนกระจายไปอยู่ตามภาคต่าง ๆ ของประเทศไทย สำหรับชาวมอญในจังหวัดปทุมธานี ส่วนใหญ่ตั้งบ้านเรือนอยู่หนาแน่นในเขตอำเภอสามโคก (วรรณพร บุญญาสถิตย์, 2561)

แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของชุมชนชาวมอญ อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี (วรรณพร บุญญาสถิตย์, 2561)

วัดสิงห์ วัดเก่าแก่ที่มีพระพุทธรูปหลวงพ่อดำ สร้างขึ้นสมัยกรุงศรีอยุธยาประมาณ 300 ปีเศษ เป็นแหล่งศึกษาประวัติศาสตร์โบราณคดีขึ้นชื่ออีกแห่งหนึ่ง

วัดท้ายเกาะใหญ่ เป็นวัดรามัญ มีชื่อเดิมว่า วัดเวียงจาม ซึ่งเป็นภาษารามัญ แปลว่า วังจระเข้ เป็นวัดที่ชาวมอญได้อพยพหลบภัยมาพึ่งพระโพธิสมภารในแผ่นดินสมเด็จพระนารายณ์มหาราช

วัดเมตตาารงค์ ภายในมีเจดีย์แบบชเวดากองเป็นรูปแปดเหลี่ยม ยอดเจดีย์มีฉัตรทำด้วยทองเหลืองเป็นลายเทพพนม อายุ 150 ปี

วัดพลับสุรวาส สร้างขึ้นในสมัยที่ชาวมอญที่อพยพมาตั้งถิ่นฐาน เมื่อประมาณ 200 ปีเศษ วัดนี้ตั้งอยู่บนฝั่งซ้ายของแม่น้ำเจ้าพระยา

วัดจันทน์กะพ้อ สร้างโดยชาวมอญ ในสมัยรัชกาลที่ 2 ชื่อว่า "วัดโกวี่" ซึ่งแปลว่า "จันทน์กะพ้อ" ชาวมอญถือว่าเป็นไม้มงคลเหมือนต้นราชพฤกษ์ ภายในวัดมีหอวัฒนธรรม

วัดเจดีย์ทอง ตั้งอยู่บนฝั่งตะวันตกของแม่น้ำเจ้าพระยา ตำบลคลองควาย ในวัดนี้มีเจดีย์ทรงรามัญ สร้างในสมัยต้นกรุงรัตนโกสินทร์ เป็นสถาปัตยกรรมมอญที่เลียนแบบมาจากเจดีย์จิตตะกองของพม่า และมีพระพุทธรูปปางมารวิชัย สร้างขึ้นด้วยหยกขาว

วัดไผ่ล้อม ตั้งอยู่ที่ตำบลบ้านจั่ว บนฝั่งตะวันออกของแม่น้ำเจ้าพระยา ด้านเหนือของจังหวัดปทุมธานี เป็นแหล่งดูนกปากห่างที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวเป็นอันมาก

วัดศาลาแดงเหนือ ตั้งอยู่ริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาฝั่งตะวันออก มีสิ่งที่น่าสนใจ คือ ธรรมมาสน์ลายจำหลักไม้ ศาลาการเปรียญ หมู่กุฏิหอไตร และเครื่องกรองน้ำสมัยโบราณที่หาชมได้ยาก



ภาพที่ 2 ภาพวัดต่าง ๆ ในอำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี

ที่มา: สถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทย (<https://www.lovethailand.org/travel/th/25-25-ปทุมธานี/>)

เอกลักษณ์ของชุมชนชาวมอญ จังหวัดปทุมธานี



ภาพที่ 3 เอกลักษณ์ของท้องถิ่น เจดีย์ทรงมอญ เครื่องปั้นดินเผาของชาวมอญ
ที่มา: วีรวัฒน์ วงศ์ศุภไทย (2555)

เจดีย์ทรงมอญ เป็นเจดีย์ที่มีลักษณะเป็นรูปแบบเฉพาะตัว แตกต่างไปจากเจดีย์ทรงลังกา หรือทรงเจดีย์แบบย่อไม้สิบสอง ที่เห็นโดยทั่วไปในประเทศไทย ในจังหวัดปทุมธานีจะพบเจดีย์มอญอยู่เป็นจำนวนมาก โดยจะพบ 3 แบบใหญ่ ได้แก่ 1) แบบเจดีย์ขเวดากอง 2) แบบเจดีย์ขเวมอดอหรือพระธาตุมูเตา ที่เมืองหงสาวดี และ 3) แบบเจดีย์ อานันทเจดีย์ ที่เมืองพุกาม

เครื่องปั้นดินเผา ได้แก่

ตุ่มสามโคก ภาษามอญเรียก“อีเล้ง” เป็นภาชนะสำหรับใส่น้ำดื่ม ผลิตเป็นสินค้ามาตั้งแต่สมัยอยุธยา พ่อค้าชาวมอญบรรทุกเรือไปขายยังเมืองบางกอก ตามคลองต่าง ๆ จนส่งผลให้กลายเป็นชื่อสถานที่ เช่น คลองโองอ่าง และตลาดนางเลิ้ง

อิฐมอญ เป็นอิฐดินเผา มีแหล่งผลิตอยู่ที่สามโคก เนื้ออิฐมีสีแดงเข้ม ตัวอิฐเป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า มีเนื้อแกร่งทนทาน ราคาไม่แพง ช่วงก่อสร้างจึงนิยมใช้อิฐมอญกันมากจนถึงปัจจุบัน

หม้อข้าวแช่ ชาวมอญเรียกหม้อเซิงกราน ใช้ใส่ข้าวแช่ เพื่อนำไปถวายพระ หรือมอบให้ญาติผู้ใหญ่ในวันสงกรานต์

เตาหวง เป็นเตาดินเผาไม่เคลือบ มีรูปทรงเป็นวงกลม เป็นเตาไฟใช้หุงต้มในครัวเรือน ตั้งแต่สมัยโบราณ เตาหวงนี้ต้องตั้งบนเตาแม่ไฟอีกทีหนึ่ง เพื่อป้องกันไฟไหม้พื้นที่ว่าง

ขนบธรรมเนียม และประเพณีของชาวมอญ อำเภอสสามโคก จังหวัดปทุมธานี (วรรณพร บุญญาสิทธิ, 2561) เป็งสงกรานต์ เทศกาลสงกรานต์ ซึ่งในภาษามอญเรียกว่า “เป็งซังกรานต์” จะมีประชาชนเชื้อสายมอญพาครอบครัวลูกหลาน ตระเวนส่งข้าวแช่ตามวัดริมแม่น้ำเจ้าพระยา พร้อมทำบุญกรวดน้ำ เพื่อส่งบุญให้กับบรรพบุรุษที่ล่วงลับไปแล้ว



ภาพที่ 4 ประเพณีเป็งสงกรานต์ การรำพาข้าวสาร การตักบาตรพระร้อย ตักบาตรน้ำผึ้ง
การจตุลภูหนุ การถวายธงตะขาบ

ที่มา: ปทุมธานี 1 (<https://sites.google.com/site/pthumthani1/home/silpa-wathnthrrm-laea-phumipayya-thxng-thin>)

การรำพาข้าวสาร หมายถึง การเชิญชวนให้ร่วมทำบุญ ด้วยการร้องรำพาด้วยถ้อยคำ
สำเนียงเสียงภาษาที่ไพเราะ นิยมจัดขึ้นในช่วงหน้าฝน ประมาณช่วงออกพรรษา

การตักบาตรพระร้อย เป็นประเพณีตักบาตรทางเรือของวัดที่อยู่ตามริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา
ทั้งสองฝั่งแม่น้ำ

ประเพณีตักบาตรน้ำผึ้ง ในวันพระขึ้น 15 ค่ำ เดือน 10 ของทุกปี ชาวมอญจะนำน้ำผึ้งหรือ
น้ำตาลทรายมาใส่บาตร เพื่อเป็นการทำบุญอุทิศส่วนบุญกุศลให้เพื่อบรรพบุรุษและญาติพี่น้องที่ล่วงลับ

ประเพณีการจตุลภูหนุ และประเพณีแข่งลูกหนุ เป็นประเพณีในงานฉาบฉวยของ
พระสงฆ์ชาวมอญ ต่อมาภายหลังกลายเป็นประเพณีการแข่งขันให้ลูกหนุวิ่งไปชนตัวปราสาทโคง
ศพจำลอง จัดขึ้นในช่วงเดือน 4 เดือน 5

การถวายธงตะขาบ เป็นประเพณีสำคัญของชาวมอญในช่วงเทศกาลสงกรานต์ คือ การแห่
ธงไปถวายเป็นพุทธบูชาที่เสาหงส์ จัดขึ้นปีละครั้ง ถือเป็นเอกลักษณ์ของชาวมอญ พิธีแขวนธงมักจะ
กำหนดให้ตรงกับวันสุดท้ายของเทศกาลสงกรานต์

วิธีดำเนินการวิจัย

วิธีการศึกษา

การวิจัยนี้ เป็นวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method Research) ประกอบด้วยการศึกษา
เชิงคุณภาพ และการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ หรือผู้ให้ข้อมูลหลัก
(Key Informant) จำนวน 15 คน ได้แก่ ผู้นำชุมชน ปราชญ์ชุมชน ผู้อาวุโสชุมชน ผู้ประกอบการ
ท่องเที่ยวภาครัฐ และเอกชน ในชุมชนมอญ ตำบลคูข่าง อำเภอตลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี และ
กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ จำนวน 400 คน โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก
จากประชาชนทั่วไปและนักท่องเที่ยว ในจังหวัดปทุมธานี

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview)
โดยมีข้อคำถามเกี่ยวกับกระบวนการจัดการการท่องเที่ยวในชุมชน รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวที่
เหมาะสม และปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยว และเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เชิงปริมาณ คือ แบบสอบถาม โดยมีข้อคำถามเกี่ยวกับทัศนคติของประชาชนในจังหวัดปทุมธานีที่มีต่อวิถีชีวิตแบบมอญ การรับรู้และรู้จักชุมชนมอญและชาวมอญในจังหวัดปทุมธานี

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากแบบสัมภาษณ์ ใช้การวิเคราะห์เนื้อหาและนำเสนอในรูปความเรียง ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม วิเคราะห์หาค่าทางสถิติโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป ด้วยสถิติพรรณนา โดยการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน นำเสนอในรูปแบบตารางเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนมอญในจังหวัดปทุมธานีต่อไป

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม

1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถาม หญิงและชาย จำนวนใกล้เคียงกัน หญิง (ร้อยละ 51) และชาย (ร้อยละ 49) ส่วนใหญ่มีอายุไม่เกิน 20 ปี (ร้อยละ 23.3) การศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 36.5) อาชีพ นักเรียน/นักศึกษา (ร้อยละ 31.75) และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 5,000 บาท (ร้อยละ 25.2) พักอาศัยอยู่ในจังหวัดปทุมธานีมาเป็นระยะเวลา 10-20 ปี (ร้อยละ 20.75) โดยส่วนใหญ่ รู้จักคำขวัญประจำจังหวัดปทุมธานี ที่ว่า “ถิ่นบัวหลวง เมืองรวงข้าว เชื้อชาวมอญ นครธรรมะ พระตำหนักรวมใจ สดใสเจ้าพระยา ก้าวหน้าอุตสาหกรรม” ส่วนใหญ่ทราบว่าจังหวัดปทุมธานีมีชุมชนชาวมอญอาศัยอยู่ในจังหวัด (ร้อยละ 68.5) และส่วนใหญ่เคยไปท่องเที่ยวที่แหล่งท่องเที่ยวของชุมชนมอญในรอบ 24 เดือนที่ผ่านมา

1.2 ข้อมูลความคิดเห็นต่อความพร้อมและศักยภาพทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืน

1.2.1 ข้อมูลความคิดเห็นต่อทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ด้านกิจกรรมท่องเที่ยวของชาวมอญในจังหวัดปทุมธานี ในภาพรวมอยู่ที่ระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.22) ด้านวัฒนธรรม เทศกาล ประเพณี และวิถีชีวิตชุมชนในภาพรวมอยู่ที่ระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.22) ด้านประวัติศาสตร์ แหล่งโบราณคดี และโบราณวัตถุ ในภาพรวมอยู่ที่ระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.23)

1.2.2 ข้อมูลความคิดเห็นต่อทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ด้านคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม ในภาพรวมอยู่ที่ระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.30) ด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว ในภาพรวมอยู่ที่ระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.18) ด้านการจัดการด้านกิจกรรมท่องเที่ยว ภาพรวมอยู่ที่ระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.17)

1.2.3 ข้อมูลความคิดเห็นต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ด้านการคมนาคมและสาธารณูปโภค ในภาพรวมอยู่ที่ระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.25) และด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ที่ระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.21)

1.3 ข้อมูลความคิดเห็นต่อแรงจูงใจและแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

1.3.1 แรงจูงใจ 5 อันดับแรก ได้แก่ 1) เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ประทับใจ (ร้อยละ 12.0) 2) เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง (ร้อยละ 9.7) 3) ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว (ร้อยละ 9.0) 4) เทศกาล/งานประเพณีท้องถิ่น (ร้อยละ 8.8) และ 5) มีสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการดี (ร้อยละ 7.5)

1.3.2 แหล่งข้อมูล 5 อันดับแรก ได้แก่ 1) เพื่อนฝูง หรือญาติพี่น้อง (ร้อยละ 15.3)
2) Website, Fan Page เกี่ยวกับการท่องเที่ยว (ร้อยละ 14.4) 3) รายการท่องเที่ยวทางโทรทัศน์ (ร้อยละ 12.1) 4) โฆษณาทางโทรทัศน์ วิทยู สื่อสิ่งพิมพ์ บทความท่องเที่ยวในสื่อสิ่งพิมพ์ (ร้อยละ 9.8) และ 5) บริษัททัวร์ (ร้อยละ 9.0)

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์

2.1 ความภาคภูมิใจในความเป็นคนไทยเชื้อสายมอญ

ผู้ให้ข้อมูลหลัก มีภาคภูมิใจในความเป็นคนไทยเชื้อสายมอญ ภูมิใจที่สืบเชื้อสายชาวไทยรามัญที่เกิดบนผืนแผ่นดินไทย และพร้อมที่จะอนุรักษ์และถ่ายทอดความเป็นมอญไปยังรุ่นลูกหลานต่อไป

2.2 อัตลักษณ์ของชุมชนชาวมอญ

อัตลักษณ์ของชุมชนชาวมอญ ในจังหวัดปทุมธานี คือ วัฒนธรรม ประเพณีที่เข้มแข็งที่สืบทอดมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน และมีการสืบสานต่อไปในอนาคตอย่างยั่งยืน อาทิเช่น การแต่งกายแบบมอญ อาหารแบบมอญ ประเพณีแบบมอญ ซึ่งประเด็นเหล่านี้ควรถูกร้อยเรียงเข้าไปอยู่ในสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อให้ผู้คนทั่วไปได้รู้จัก และเกิดความสนใจ จนอยากมาท่องเที่ยวเพื่อศึกษาและเรียนรู้

2.3 ความพร้อมในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ชุมชนมีความพร้อมในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศค่อนข้างมาก ทั้งความพร้อมของภาคประชาชน คือคนในชุมชนเอง ความพร้อมของหน่วยงานภาครัฐ ที่พร้อมให้การสนับสนุน ตลอดจนความพร้อมของทรัพยากรการท่องเที่ยว คือมีแหล่งท่องเที่ยวทั้งในด้านสถานที่ท่องเที่ยวและด้านวัฒนธรรม ประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่น อีกทั้งยังมีผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีความเป็นเอกลักษณ์จำหน่ายอีกด้วย



ภาพที่ 5 ทีมวิจัยขณะกำลังทำการสัมภาษณ์ ผู้ใหญ่บ้าน ผู้นำอาวุโส คนในชุมชนคูขวางที่มีเชื้อสายมอญ

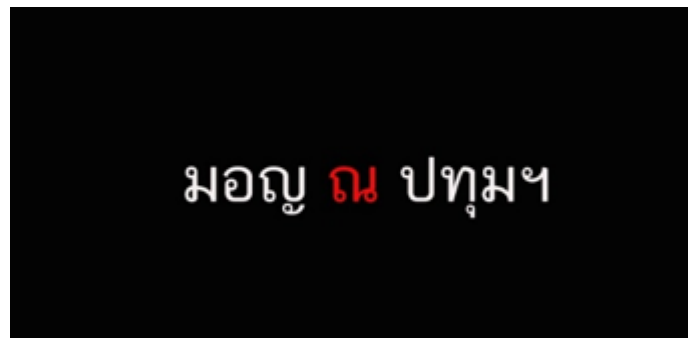
3. แนวทางในการจัดทำแผนและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

ชุมชนมอญในจังหวัดปทุมธานี มีจุดแข็งที่สามารถดึงมาใช้ในการประชาสัมพันธ์ได้หลายประเด็น ไม่ว่าจะเป็นการที่ชุมชนมีทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่ดี และเข้มแข็ง คนในชุมชนมีความรักความสามัคคี อยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข มีศูนย์การเรียนรู้ เพื่อต่อยอดภูมิปัญญาของชาวมอญ คนในชุมชนมีความภาคภูมิใจในความเป็นคนไทยเชื้อสายมอญ มีความตั้งใจอย่างแรงกล้าที่จะสืบทอดความเป็นชนชาติมอญไปยังลูกหลาน ซึ่งประเด็นเหล่านี้จะถูกนำเสนอไว้ในสื่อประชาสัมพันธ์

ในขณะที่จุดอ่อน คือ ชุมชนขาดการประชาสัมพันธ์ที่ดี ส่งผลให้การรู้จัก หรือรับรู้เรื่องราวต่าง ๆ ของคนไทยเชื้อสายมอญ ในจังหวัดปทุมธานีค่อนข้างน้อย เราสามารถแก้ไขได้ ด้วยการเลือกใช้ช่องทางการประชาสัมพันธ์ให้เหมาะสม

ตราสัญลักษณ์ (logo) ของสื่อประชาสัมพันธ์

ในลำดับแรกของการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ ทางผู้วิจัยได้ดำเนินการคิดตราสัญลักษณ์ เพื่อใช้ในสื่อประชาสัมพันธ์ทุกสื่อ เพื่อให้ทุก ๆ สื่อที่จัดทำมีความสอดคล้องเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน และง่ายต่อการจดจำ ในส่วนของความหมายของตราสัญลักษณ์ “มอญ ณ ปทุมฯ” คือ เพื่อแสดงถึงความเป็นชาวไทยเชื้อสายมอญ ในจังหวัดปทุมธานี (ทุก ๆ พื้นที่ ไม่ใช่เฉพาะแค่ชุมชนคูขวาง) ทางผู้วิจัยเลือกใช้คำสั้น ๆ ง่าย ๆ เพื่อสร้างการจดจำ ใช้สีและตัวอักษรแบบเรียบ ๆ สบายตา



ภาพที่ 6 ตราสัญลักษณ์ (logo) ของสื่อประชาสัมพันธ์

ที่มา: ผู้วิจัย

หลังจากนั้นจึงได้วางแนวทางการจัดทำแผนประชาสัมพันธ์ เป็น 3 ระยะ (ตามทฤษฎี AIDA) คือ

ระยะที่ 1 สร้างการรับรู้ และการรู้จัก	ระยะที่ 2 สร้างความน่าสนใจ	ระยะที่ 3 กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจ
จากการรับฟังความคิดเห็น ควรเริ่มจากสื่อประเภท วีดิทัศน์ และประเภทแผ่นพับ	ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ให้มี ลักษณะเจาะจง และเพิ่มเนื้อหา ให้มีความน่าสนใจมากขึ้น	มีการวางแผนจัดกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การท่องเที่ยวทางน้ำเพื่อ ศึกษาวิถีชีวิตของชาวมอญ

4. การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ และการประเมินผลสื่อประชาสัมพันธ์

4.1 การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์

สื่อแผ่นพับ

สื่อแผ่นพับออกแบบเป็นลักษณะ 6 ทบพับครึ่ง ด้านหน้าเป็น สัญลักษณ์ มอญ ณ ปทุมฯ พร้อมภาพวิถีชุมชนมอญ ออกแบบให้มีลักษณะเรียบ สะอาด สบายตา ด้านในเป็นแผนที่

เส้นทางท่องเที่ยว ทั้งทางบกและทางเรือ พร้อมทั้งมีรูปและประวัติสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ ๆ ของชาวมอญ เช่น วัดท้ายเกาะใหญ่ วัดบ่อทอง วัดโพธิ์แดงใต้ วัดโบสถ์



สื่อแผ่นพับประชาสัมพันธ์ด้านใน



สื่อแผ่นพับประชาสัมพันธ์ด้านนอก

ภาพที่ 7 สื่อแผ่นพับประชาสัมพันธ์ด้านใน และด้านนอก (ก่อนพับ)

ที่มา: ผู้วิจัย

สื่อวีดิทัศน์

สื่อวีดิทัศน์ มีความยาว 5 นาที 30 วินาที แบ่งเรื่องราวการนำเสนอออกเป็น 3 ช่วง ดังนี้

ช่วงที่ 1: มอญ ณ ปทุมฯ...แหล่งวัฒนธรรมอันงดงาม

นำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับความภาคภูมิใจ ในความเป็นคนไทยเชื้อสายมอญ ความพยายามในการอนุรักษ์สืบสาน วัฒนธรรม ประเพณี จากรุ่นสู่รุ่น เพื่อให้ความเป็นคนไทยเชื้อสายมอญ ยังคงอยู่คู่ชุมชนคูขาว และจังหวัดปทุมธานีสืบไปอย่างยั่งยืน

ช่วงที่ 2: มอญ ณ ปทุมฯ...แหล่งสืบสานศิลปหัตถกรรม

นำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับ ความพยายามในการสืบสานงานศิลปหัตถกรรม เช่น ธงตะขาบ ธงมโหตร ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของชาวมอญ การผสมผสานความร่วมมือกันทั้งหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชน เพื่อให้ศิลปวัฒนธรรมเหล่านี้ยังคงอยู่ได้อย่างยั่งยืน

ช่วงที่ 3: มอญ ณ ปทุมฯ...แหล่งเรียนรู้

นำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับ การจัดตั้งแหล่งเรียนรู้ขึ้นในชุมชน เพื่อถ่ายทอดเรื่องราว และเปิดเป็นแหล่งเรียนรู้ให้แก่ผู้ที่สนใจได้เข้าชมและเรียนรู้ ทั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ชาวไทยและชาวไทยเชื้อสายมอญได้เรียนรู้ร่วมกัน ผสานความเข้าใจ และเป็นการอนุรักษ์วิถีชีวิต และวัฒนธรรมมอญ ให้คงอยู่ ไม่ว่าจะเป็นการทำอาหารมอญ การแต่งกายแบบมอญ และศิลปหัตถกรรมของชาวมอญ



ช่วงที่ 1:
มอญ ณ ปทุมฯ...แหล่งวัฒนธรรมอันงดงาม

ช่วงที่ 2:
มอญ ณ ปทุมฯ...แหล่งสืบสานศิลปหัตถกรรม

ช่วงที่ 3:
มอญ ณ ปทุมฯ...แหล่งเรียนรู้

ภาพที่ 8 ตัวอย่างภาพในสื่อวีดิทัศน์ช่วงที่ 1 ช่วงที่ 2 และช่วงที่ 3
ที่มา: ผู้วิจัย

4.2 การประเมินผลสื่อประชาสัมพันธ์

ผู้ประเมินจำนวน 200 คน ได้แก่ 1) ผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน (อาจารย์ผู้สอนวิชาการโฆษณา 2 ท่าน ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อสังคมออนไลน์ 1 ท่าน) 2) ชาวไทยเชื้อสายมอญ ในชุมชนคูขวาง อ.ลาดหลุมแก้ว จ.ปทุมธานี จำนวน 35 คน และ บุคคลทั่วไป จำนวน 162 คน

ตารางที่ 1 ผลการประเมินสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทแผ่นพับ

รายการประเมิน	☐	SD	ระดับความพึงพอใจ
ด้านข้อความและเนื้อหา			
เนื้อหาครอบคลุมรายละเอียด	4.12	0.76	มาก
ข้อความชัดเจน อ่านง่ายไม่สับสน	3.40	0.74	ปานกลาง
เนื้อหาที่น่าสนใจ ชื่นชอบให้อ่าน	3.36	0.78	ปานกลาง
เนื้อหาให้รายละเอียดเส้นทางการท่องเที่ยวได้ชัดเจน	3.31	0.79	ปานกลาง
ด้านภาพประกอบ			
ความคมชัดของภาพ	4.19	0.75	มาก
สีสดใสสวยงาม ดึงดูดใจ	4.20	0.85	มาก
ด้านการจัดวาง			
การแบ่งสัดส่วนในการจัดวาง	4.11	0.79	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.81	0.78	มาก

จากตารางที่ 1 ผลการประเมินสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทแผ่นพับ มีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.81) ผลการประเมินด้านเนื้อหา อยู่ในระดับปานกลาง ถึงระดับมาก (ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.31-4.12) ผลการประเมินด้านภาพประกอบ อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.19-4.20) และผลการประเมินด้านการแบ่งสัดส่วนในการจัดวาง อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.11)

ตารางที่ 2 ผลการประเมินสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทวีดิทัศน์

รายการประเมิน	□	SD	ระดับความพึงพอใจ
ด้านเนื้อหา			
เนื้อหาครอบคลุมรายละเอียด และสร้างการรับรู้ และรู้จักชุมชนมอญในจังหวัดปทุมธานีได้มากขึ้น	4.16	0.68	มาก
เนื้อหาช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนมอญในจังหวัดปทุมธานี	4.29	0.77	มากที่สุด
ด้านองค์ประกอบศิลป์			
เทคนิคพิเศษ การจัดองค์ประกอบศิลป์ รายละเอียดภาพ	4.36	0.73	มากที่สุด
ตัวอักษร (แบบ ขนาด สี) มีความชัดเจน	4.16	0.75	มาก
รายละเอียดภาพ มีความคมชัด สีสดใสสวยงาม	4.42	0.67	มากที่สุด
การลำดับภาพ มีความเหมาะสม	4.11	0.71	มาก
ด้านคุณภาพเสียง			
เสียงดนตรีประกอบมีความเหมาะสม	3.48	0.69	มาก
ด้านเวลาในการนำเสนอ			
เวลาในการนำเสนอมีความเหมาะสม	4.02	0.75	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.10	0.72	มาก

จากตารางที่ 2 ผลการประเมินสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทแผ่นวีดิทัศน์ มีความพึงพอใจในภาพรวม อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.10) ด้านเนื้อหา อยู่ในระดับมาก ถึงระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.16-4.29) ด้านองค์ประกอบศิลป์ อยู่ในระดับมาก ถึงระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.11-4.42) ด้านเสียงดนตรีประกอบ อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.48) และด้านเวลาในการนำเสนอ อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.02)

สรุปผลการศึกษา

- ข้อมูลความคิดเห็นต่อทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
ด้านกิจกรรมท่องเที่ยวของชาวมอญในจังหวัดปทุมธานี ในภาพรวมอยู่ที่ระดับ “มากที่สุด” ด้านวัฒนธรรม เทศกาล ประเพณี และวิถีชีวิตชุมชนในภาพรวมอยู่ที่ระดับ “มากที่สุด” และด้านประวัติศาสตร์ แหล่งโบราณคดี และโบราณวัตถุ ในภาพรวมอยู่ที่ระดับ “มากที่สุด”
- ข้อมูลความคิดเห็นต่อทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
ด้านคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรมในภาพรวมอยู่ที่ระดับ “มากที่สุด” ด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ที่ระดับ “มาก” และ ด้านการจัดการด้านกิจกรรมท่องเที่ยว ภาพรวมอยู่ที่ระดับ “มาก”
- ข้อมูลความคิดเห็นต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
ด้านการคมนาคมและสาธารณูปโภค ในภาพรวมอยู่ที่ระดับ “มากที่สุด” และด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ที่ระดับ “มากที่สุด”

4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์

ผู้ให้ข้อมูลหลัก มีภาคภูมิใจในความเป็นคนไทยเชื้อสายมอญ ภูมิใจที่สืบเชื้อสายชาวไทยรามัญที่เกิดบนผืนแผ่นดินไทย และพร้อมที่จะอนุรักษ์และถ่ายทอดความเป็นมอญไปยังรุ่นลูกหลานต่อไป

อัตลักษณ์ของชุมชนชาวมอญ ในจังหวัดปทุมธานี คือ วัฒนธรรม ประเพณีที่เข้มแข็งที่สืบทอดมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน และมีการสืบสานต่อไปในอนาคตอย่างยั่งยืน อาทิเช่น การแต่งกายแบบมอญ อาหารแบบมอญ ประเพณีแบบมอญ

ชุมชนมีความพร้อมในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศค่อนข้างมาก ทั้งความพร้อมของภาคประชาชน ความพร้อมของหน่วยงานภาครัฐ ที่พร้อมให้การสนับสนุน ตลอดจนความพร้อมของทรัพยากรการท่องเที่ยว

5. ผลการประเมินสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยผู้ประเมินจำนวน 200 คน ประเมินโดยใช้แบบสอบถาม พบว่า ผลการประเมินสื่อแผนพับ ในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ “มาก” และ ผลการประเมินสื่อวีดิทัศน์ ในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ “มาก”

อภิปรายผลการวิจัย

1. อภิปรายผลการวิเคราะห์ ทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

1.1 ทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

การพัฒนาคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรมของชุมชนชาวมอญ

จากผลการศึกษาที่พบว่า ทิศทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวด้านคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม ในภาพรวมอยู่ที่ระดับ มากที่สุด โดยให้ความเห็นว่า ควรพัฒนาสืบสานวัฒนธรรม ประเพณีให้คงอยู่อย่างต่อเนื่อง มากที่สุดเป็นลำดับที่ 1 รองลงไป ได้แก่ ควรพัฒนาเอกลักษณ์ทางด้านวิถีชีวิต และควรพัฒนาการถ่ายทอดภูมิปัญญา และองค์ความรู้ที่มีมาตั้งแต่อดีต จนถึงปัจจุบัน อย่างต่อเนื่อง ตามลำดับสอดคล้องกับ

ศรชัย ไทรชมพู (2548) ศึกษาเรื่อง การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนวิถีชีวิต วัฒนธรรมไทยและมอญ อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ พบว่า ศักยภาพของทรัพยากรท่องเที่ยววัฒนธรรมไทยและมอญในพื้นที่ศึกษามีศักยภาพทั้งทางด้านศิลปะ วัฒนธรรม และประวัติศาสตร์

การพัฒนาการบริหารจัดการด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวของชุมชนชาวมอญ

จากผลการศึกษาที่พบว่า ทิศทางในการพัฒนาด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ที่ระดับมาก โดยให้ความเห็นว่า ควรพัฒนาการจัดการด้านการรักษาสภาพและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว มากที่สุดเป็นลำดับที่ 1 รองลงมาได้แก่ ควรมีการจัดการด้านการติดตามและการประเมินการเปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจากการท่องเที่ยว และ ควรกำหนดช่วงเวลาในการเข้าพื้นที่ ที่เหมาะสมตามช่วงเวลาของวัน และหรือฤดูกาล ตามลำดับ สอดคล้องกับ ศูนย์วิจัยป่าไม้ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (2542) ที่ศึกษาแผนการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แบบชุมชนมีส่วนร่วม บริเวณเขานอจู้จี้ จังหวัดกระบี่ พบว่า การจัดการที่มีคุณภาพก่อให้เกิดความสมดุลระหว่างปริมาณความต้องการ และความสามารถในการรองรับของพื้นที่เป็นหลักเพื่อให้เกิดความสมดุลระหว่างปริมาณนักท่องเที่ยว กับ การรองรับของพื้นที่ ก่อให้เกิดการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม

การพัฒนาจัดการด้านกิจกรรมท่องเที่ยวของชุมชนชาวมอญ

จากผลการศึกษาที่พบว่า ทิศทางในการพัฒนาด้านการจัดการด้านกิจกรรมท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ที่ระดับมาก โดยให้ความเห็นว่า ควรมีการให้ความรู้ และการสื่อความหมายแก่นักท่องเที่ยว เพื่อปลูกจิตสำนึกให้นักท่องเที่ยวตระหนักถึงคุณค่า และความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืนมากที่สุดเป็นลำดับที่ 1 รองลงไป ได้แก่ ควรมีการจัดการให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืน และควรประสานให้ผู้ที่มีส่วนร่วมในทรัพยากรเชิงวัฒนธรรมร่วมมือกัน ในการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงนิเวศตามลำดับสอดคล้องกับพจนทรัพย์ สวนเมืองตุลาพันธ์ (2544) ได้ศึกษารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในพื้นที่จังหวัดสุรินทร์และร้อยเอ็ด พบว่า คาดหวังการท่องเที่ยวที่จัดโดยชุมชน จะช่วยอนุรักษ์และฟื้นฟูวัฒนธรรมดั้งเดิมเอาไว้ ถ้าชุมชนจะจัดการท่องเที่ยวด้วยตัวเอง วัตถุประสงค์อันดับแรกที่ชุมชนต้องการคือ การสร้างรายได้และพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชน อันดับที่สอง คือ การอนุรักษ์และฟื้นฟูวัฒนธรรมประเพณีของท้องถิ่น ส่วนการเผยแพร่ของดีของชุมชนและการศึกษาร่วมกันของชุมชนเป้าหมายกับนักท่องเที่ยวเป็นวัตถุประสงค์อันดับรองลงมา

1.2 การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ด้านการคมนาคมและสาธารณูปโภค และด้านการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก

ผลการวิจัยที่พบว่า การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ด้านการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ที่ระดับมากที่สุด โดยให้ความเห็นว่า ควรมีการผลิตสินค้า และของที่ระลึกแก่นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นลำดับแรก รองลงไป ได้แก่ ควรมีการให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว ณ ศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยวของจังหวัดและเอกชน สอดคล้องกับ วิวัฒน์ชัย บุญยภักดี (2529) ที่ได้เสนอว่า คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวเป็นองค์ประกอบหลักในการพิจารณาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวนั้น นอกจากนี้กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ สภาพของเส้นทางลักษณะการเดินทางใช้วิธีใด ระยะทางจากตัวเมืองไปยังแหล่งท่องเที่ยว ที่พักแรม ร้านอาหาร เครื่องดื่ม สถานบริการต่าง ๆ ระบบไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ สถานรักษาพยาบาล การรักษาความปลอดภัย ยังเป็นปัจจัยหนึ่งในการพิจารณาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว และสอดคล้องกับ บุบผา วงษ์พันธุ์ทา (2544) ที่พบว่า ความสะดวกในการเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีความดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ อีกทั้งปัจจัยหลักของการท่องเที่ยว จะพิจารณาจากลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายในการทำกิจกรรมเพื่อการท่องเที่ยวการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยว

จากผลการวิจัยที่พบว่า การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ที่ระดับมากที่สุด โดยให้ความเห็นว่า ควรมีการให้ความรู้ และการสื่อความหมายแก่นักท่องเที่ยว เพื่อปลูกจิตสำนึกให้นักท่องเที่ยวตระหนักถึงคุณค่า และความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืนเป็นลำดับที่ 1 รองลงไป ได้แก่ ควรมีการจัดการให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศและยั่งยืน ควรประสานให้ผู้ที่มีส่วนร่วมในทรัพยากรเชิงวัฒนธรรมร่วมมือกันในการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงนิเวศตามลำดับ สอดคล้องกับ ยุติ นีรันตร์ตระกูล (2538) ที่กล่าวถึงแนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเพื่อสร้างจิตสำนึก และความเข้าใจของนักท่องเที่ยวในการทำคุณประโยชน์แก่สิ่งแวดล้อมและเศรษฐกิจ เพื่อเพิ่มพูนประสบการณ์ที่มีคุณภาพหรือคุณค่าสูงแก่นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนแหล่งท่องเที่ยว เพื่อปรับปรุงคุณภาพชีวิตของชุมชนที่แหล่งท่องเที่ยวตั้งอยู่ และเพื่อดูแลรักษาและคงไว้ซึ่งคุณภาพสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว

ด้านบทบาทของภาครัฐในการพัฒนาการท่องเที่ยว

จากผลการศึกษาที่พบว่า การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศด้านบทบาทของภาครัฐในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ที่ระดับมากที่สุด โดยให้ความเห็นว่า ภาครัฐ ควรมีบทบาทในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุดเป็นอันดับแรก รองลงไป ได้แก่ ภาครัฐ ควรมีบทบาท ในการลงทุนด้านพัฒนาสาธารณูปโภค และภาครัฐควรมีบทบาทในการพัฒนาตลาดด้านการท่องเที่ยวตามลำดับ สอดคล้องกับ สมใจ ไช้แก้ว (2548) สำหรับแนวทางเพิ่มศักยภาพของชุมชนในส่วนของภาครัฐเอง ควรพัฒนาระบบและควรร่วมมือในงานแต่ละฝ่ายให้ไปในทิศทางเดียวกัน และมีความต่อเนื่องกัน ควรประสานงานและมีแผนยุทธศาสตร์ร่วมกัน เพื่อความมีแบบแผนในการพัฒนาการท่องเที่ยวให้ยั่งยืนและค่อยเป็นค่อยไป ในส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าเจ้าหน้าที่หรือหน่วยงานของรัฐควรเข้ามาสนับสนุนในด้านต่าง ๆ ให้มากยิ่งขึ้น โดยการให้ความรู้เกี่ยวกับระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยว ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การอบรมในด้านการจัดการทรัพยากรท่องเที่ยว การตลาด การบริการด้านต่าง ๆ เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินงานให้สอดคล้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืนต่อไป

ด้านบทบาทของภาคเอกชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว

จากผลการศึกษาที่พบว่า การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศด้านบทบาทของภาคเอกชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ที่ระดับ “มาก” โดยให้ความเห็นว่า ภาคเอกชนควรมีบทบาทร่วมทำตลาดและสร้างมาตรฐานผลิตภัณฑ์บริการท่องเที่ยวมากที่สุดเป็นลำดับแรก รองลงไป ได้แก่ ภาคเอกชนควรมีบทบาท การลงทุนด้านสาธารณูปโภค สอดคล้องกับ พรหมเมธ นาถมทอง (2540) ศึกษาเรื่อง กระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาชุมชนท้องถิ่น: กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครนายก พบว่า การรวมกลุ่มของธุรกิจการท่องเที่ยวภาคเอกชนในส่วนภูมิภาค เช่น สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดนครนายก จะมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาปัจจัยสิ่งแวดล้อมความสะดวกทางการท่องเที่ยว และช่วยแก้ปัญหาอุปสรรคในการพัฒนาการท่องเที่ยวในส่วนภูมิภาคบทบาทของภาคประชาชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว สอดคล้องกับ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2542, น. 14-15) กล่าวว่า การให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วม ชุมชนท้องถิ่นที่ตั้งอยู่รอบ ๆ แหล่งท่องเที่ยวควรได้รับการพิจารณาเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เพื่อให้ชุมชนในท้องถิ่นได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อม อันจะก่อให้เกิดการกระจายรายได้ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญยิ่งต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชุมชนท้องถิ่น อีกทั้งจะทำให้ชุมชนท้องถิ่นตระหนักถึงคุณค่าและความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว

2. อภิปรายผลการประเมินสื่อประชาสัมพันธ์**สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทแผ่นพับ**

ผลการประเมินสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยผู้ประเมินจำนวน 200 คน ประเมินโดยใช้แบบสอบถาม พบว่า ผลการประเมินสื่อแผ่นพับ ในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ “มาก” สอดคล้องกับ เปรมศักดิ์ อาษากิจ (2558) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการท่องเที่ยวบ้านสันตันเปา อำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผลวิเคราะห์ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์ ประเภทแผ่นพับ มีความพึงพอใจโดยภาพรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.32) และสอดคล้องกับ พัทธราภา ขาวบริสุทธิ์ (2561) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลเมืองอ่างทอง พบว่า ประชาชนมีความพึงพอใจต่อการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของเทศบาลเมืองอ่างทองใน

ด้านสื่อสิ่งพิมพ์ (แผ่นพับ) อยู่ในระดับมาก โดยมีระดับความพึงพอใจในเรื่องการจัดลำดับเนื้อหาเป็นขั้นตอน อ่านแล้วเข้าใจง่าย เป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือรูปแบบตัวอักษรอ่านง่าย สบายตา ส่วนอันดับสุดท้าย คือ มีความครบถ้วนถูกต้องในการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร

เมื่อพิจารณาผลการประเมินเป็นรายด้านการศึกษาครั้งนี้ พบว่า จากผลการประเมินสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทแผ่นพับ ด้านเนื้อหา อยู่ในระดับปานกลาง ถึงระดับมาก (มีค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.19-4.20) โดยด้านเนื้อหาที่อยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ข้อความชัดเจนอ่านง่ายไม่สับสน เนื้อหาที่มีความน่าสนใจเชิญชวนให้อ่าน และเนื้อหาให้รายละเอียดเส้นทางการท่องเที่ยวได้ชัดเจน ดังนั้นหากต้องการพัฒนาให้สูงขึ้นจากระดับปานกลาง สามารถพัฒนาได้โดยอ้างอิงข้อเสนอแนะจากผู้ประเมิน ที่ให้ข้อเสนอแนะว่า ควรเพิ่มเติมข้อมูลด้านเนื้อหา โดยผู้ประเมินอยากให้ใส่รายละเอียดของสถานที่ท่องเที่ยวให้ชัดเจน พร้อมทั้งต้องการให้มีหมายเลขโทรศัพท์ติดต่อสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ ไว้ด้วย นอกจากนี้ยังอยากให้ใส่รายละเอียด “สินค้าขึ้นชื่อ” และ “สินค้าน่าซื้อ” ในท้องถิ่นนั้น ๆ ลงไปในเอกสารแผ่นพับด้วย

สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทวีดิทัศน์

ผลการประเมินสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยผู้ประเมินจำนวน 200 คน ประเมินโดยใช้แบบสอบถาม พบว่า ผลการประเมินสื่อวีดิทัศน์ ในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ “มาก” สอดคล้องกับ สักยา ไชยมาตย์ (2558) ศึกษาเรื่อง การผลิตสื่อวีดิทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดมหาสารคาม พบว่า ผู้ชมมีความพึงพอใจต่อสื่อมีเดียเดียวเพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดมหาสารคามอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.45) สอดคล้องกับ รวีพร จรุงพันธ์เกษม (2560) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์โครงการ Elephant Haven Thailand พบว่า ผู้ใช้มีความพึงพอใจต่อสื่อวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์ที่พัฒนาขึ้นในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.16) จึงแสดงให้เห็นว่า สื่อวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์โครงการ Elephant Haven Thailand ผ่านเกณฑ์ในการประเมินผลและสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี และสอดคล้องกับ กัลยาณี ตันตรานนท์ (2562) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาสื่อวีดิทัศน์การให้บริการอนามัยโรงเรียน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประเมินความพึงพอใจต่อสื่อวีดิทัศน์ในระดับมากที่สุด (มีค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.36 ถึง 4.86) ผลการวิจัยบ่งชี้ว่า วีดิทัศน์ที่ถูกพัฒนาขึ้นมีประโยชน์ต่อนักศึกษาพยาบาลในการศึกษาหลักการให้บริการอนามัยโรงเรียน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งนี้

1. การวางแผนประชาสัมพันธ์ และการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืน ควรได้มีการวางแผนยุทธศาสตร์ระยะยาว เพื่อให้เกิดความต่อเนื่องในการกำหนดยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ โดยให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ

2. ในการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์

2.1 พัฒนาสื่อโดยใช้เทคโนโลยีที่มีความทันสมัยรูปแบบอื่น เช่น ประชาสัมพันธ์โดยใช้เทคโนโลยี 360° Virtual Touring และ Virtual Reality Tourism (VR) เป็นต้น

2.2 ในสื่อ แผ่นพับ และสื่อวีดิทัศน์ ต้นแบบ ควรเพิ่มภาษาอื่นเข้ามาอีก เช่น ภาษาอังกฤษ และภาษาจีน เพื่อให้นักท่องเที่ยวต่างชาติเกิดความเข้าใจมากขึ้น

2.3 ควรมีการจัดอบรมให้คนในชุมชนได้มีส่วนร่วมในการพัฒนาและผลิตสื่อ โดยอาจมีการจัดอบรม เพื่อให้คนในชุมชนสามารถบริหารจัดการข้อมูลได้เอง ซึ่งจะส่งผลให้สื่อประชาสัมพันธ์ที่ได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น และข้อมูลที่น่าสนใจมีความทันสมัยตลอดเวลา เช่น การจัดทำ แพนเพจ เป็นต้น

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยต่อไป

1. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบวัฒนธรรมมอญของจังหวัดปทุมธานี และวัฒนธรรมมอญของจังหวัดอื่นเพื่อทราบถึงปัญหาต่าง ๆ และเป็นแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมมอญต่อไป

2. ควรมีการศึกษาการทรัพยากรท่องเที่ยวของจังหวัดปทุมธานี ในพื้นที่อื่นๆ เพิ่มเติม และนำมาบูรณาการร่วมกัน เพื่อเป็นแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภาพรวมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เอกสารอ้างอิง

กัลยาณี ตันตรานนท์. (2562). การพัฒนาสื่อวีดิทัศน์การให้บริการอนามัยโรงเรียน. **วารสารพยาบาลทหารบก**, 20(1), 293-299.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2544). การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. สืบค้นจาก <http://www.tat.or.th>.

คมสิทธิ์ เกียนวัฒนา. (2552). การศึกษาแรงจูงใจของเยาวชนไทยต่อการท่องเที่ยวพืชรักกันในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย).

ชนกพล ชัยรัตน์ศักดิ์. (2556). ประสิทธิภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวในประเทศไทย. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีปทุม).

ณัฏพร วรคุณพิเศษ. (2556). การพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ภาควิชาเทคโนโลยีทางการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. **วารสารวิจัยทางการศึกษาคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ**, 8(2), 48-58.

ติกาหลัง สุขกุล. (2558). การพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยวของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ บ้านเก่า จังหวัดกาญจนบุรี. **วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์**, 6(2), 98-120.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2542). ภารกิจหนังสือท่องเที่ยวเชิงนิเวศกันเถอะ. **จุลสารการท่องเที่ยว**, 18(1), 9.

บุปผา วงษ์พันธุ์ทา. (2544). การประเมินศักยภาพการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).

ประจักษ์ กีก้อง. (2560). การจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นการปลูกกล้วยไม้อย่างมีคุณภาพของเกษตรกรในจังหวัดกำแพงเพชร. กำแพงเพชร: มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร.

เปรมศักดิ์ อาษากิจ. (2558). การพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการท่องเที่ยวบ้านสันต้นเปา อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่. **วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์**, 23(42), 211-227.

พรหมเมธ นาดมทอง. (2540). กระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาชุมชนท้องถิ่น: กรณีศึกษา แหล่งท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครนายก. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย).

- พีระ จิโรโสณ. (2529) . **ทฤษฎีการสื่อสารมวลชนเกี่ยวกับผู้รับสาร**. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- พงษ์ วิเศษสังข์. (2551). **ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการสื่อสาร** (พิมพ์ครั้งที่ 8). ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พัชรภา ขาวบริสุทธิ์. (2561). การพัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลเมืองอ่างทอง. **วารสารรังสิตบัณฑิตศึกษาในกลุ่มธุรกิจและสังคมศาสตร์**, 4(2), 315-325.
- พูนทรัพย์ สวนเมือง ตูลาพันธ์. (2544). **รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนในพื้นที่จังหวัดสุรินทร์และร้อยเอ็ด**. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- ยศ สันตสมบัติ. (2544). **การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: ความหลากหลายทางวัฒนธรรมและการจัดการทรัพยากร**. กรุงเทพฯ: โครงการ BRT.
- ยุวดี นิรัตน์ตระกูล. (2538). ECOTOURISM การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์. **จุลสารการท่องเที่ยว** 10(3), 8.
- รวีพร จุญพันธ์เกษม. (2560). การพัฒนาสื่อวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์โครงการ Elephant Haven Thailand. ใน **การประชุมวิชาการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ครั้งที่ 9 “ราชมงคลสร้างสรรค์กับนวัตกรรมที่ยั่งยืนสู่ประเทศไทย 4.0”** (น.198-203). นนทบุรี: ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุมอิมแพ็ค เมืองทองธานี.
- วรรณพร บุญญาสถิตย์. (2561). **กลยุทธ์ที่มีความสัมพันธ์กับความเข้มแข็งของชุมชนมอญในจังหวัดปทุมธานี**. **วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร**, 9(2), 14-31.
- วิวัฒน์ชัย บุญยภักดิ์. (2529). ผลกระทบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวต่อมรดกศิลปวัฒนธรรม. **จุลสารการท่องเที่ยว**, (42).
- วีรวัฒน์ วงศ์สุปไทย. (2555). **ปทุมรามัญญธานีเทิดไท้องค์ราชันย์ ไทยรามัญย้อนรำลึกชนชาติมอญ**. ปทุมธานี: องค์การบริหารส่วนจังหวัดปทุมธานี.
- ศูนย์วิจัยป่าไม้ คณะวนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. (2542). **โครงการศึกษาการท่องเที่ยวเพื่อรักษาระบบนิเวศ: กรณีภาคใต้**. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- ศรชัย ไทรชมพู. (2548). **การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน วิถีชีวิตวัฒนธรรมไทยและมอญ อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
- ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์. (2548). **การโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด**. กรุงเทพฯ : ท้อป
- เศกสรรค์ ยงวิชัย. (2555). **การท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ยั่งยืน: แนวคิดหลักการและการจัดการ**.
ขอนแก่น : คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สมใจ ไข่แก้ว. (2548). **การประเมินศักยภาพและความต้องการในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนตำบลบางปรูจังหวัดสุราษฎร์ธานี**. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์).
- สัทยา ไชยมาตย์. (2558). **การผลิตสื่อวีดิทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดมหาสารคาม**. ใน **การประชุมวิชาการระดับชาติการจัดการเทคโนโลยีและนวัตกรรม ครั้งที่ 1** (น. 97-100). มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
- สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว. (2549). **การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน**. สืบค้นจาก <http://www.tourism.go.th>.

- อุซาวดี พลพิพัฒน์. 2545. การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน: กรณีศึกษาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนในประเทศไทย. **จุลสารการท่องเที่ยว**, 21(4), 38-48.
- WTTC. (2015). **Global benchmarking travel & tourism**. Retrieved from <http://www.wttc.org/media/files/reports/benchmark%20reports/regional%20results%202015/global%20benchmarking%20report%202015.pdf>.
- Zeppel, H. D. (2006). **Indigenous Ecotourism: Sustainable Development and Management (Tourism Studies)**. United Kingdom: Cromwell Press, Trowbridge.