

การพัฒนารูปแบบการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ชุมชนคนทำเทียน
จังหวัดอุบลราชธานี

Development Pattern Promotional and Promote Ecotourism of Candle
Community in Ubon Ratchathani Province

อัยรดา พรเจริญ*

Irada PornJaroen

เกรียงศักดิ์ รักภักดี*

Kriangsak Rukpukdee

ไมตรี ริมทอง*

Maitree Rimthong

ปราโมทย์ นามวงศ์*

Pramote Namwong

หทัยรัตน์ ควรรู้ดี*

Hathairat KWANRUDEE

ปิยกนิษฐ์ โชติวนิช*

Piyakanit Chotiwanid

Received : August 3, 2018

Revised : December 4, 2019

Accepted : December 23, 2019

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาสถานที่ท่องเที่ยวชุมชนคนทำเทียนจำนวน 10 แห่งภายในจังหวัดอุบลราชธานี และเพื่อพัฒนารูปแบบการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชุมชนคนทำเทียนจังหวัดอุบลราชธานี โดยเก็บรวบรวมข้อมูลที่สำคัญต่างๆ เช่น ข้อมูลชุมชนรูปภาพประเภทเทียนต่างๆ ประวัติความเป็นมาของช่างทำเทียน ผ่านการประชาสัมพันธ์ด้วยระบบเว็บไซต์ที่นักท่องเที่ยวหรือบุคคลทั่วไปสามารถเข้าถึงได้ง่าย การประเมินผลการประชาสัมพันธ์จากความพึงพอใจในการเข้าใช้ระบบเว็บไซต์ด้วยวิธีการ Blackbox Technique จากผู้เข้าใช้งานระบบเว็บไซต์จำนวน 100 คนด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ผลการประเมินความพึงพอใจพบว่าผลการประเมินที่มีระดับความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับ ได้แก่ 1. ความถูกต้องในการแสดงข้อมูลระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก 2. ความสะดวกและง่ายต่อการใช้งานค่าความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก และ 3. ความถูกต้องในการค้นหาข้อมูลค่าความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยภาพรวมของการประเมินความพอใจของการใช้งานระบบเว็บไซต์อยู่ในระดับมาก

คำสำคัญ : ประชาสัมพันธ์ / เทียนพรรษา / เว็บไซต์

*อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

Lecturer at the Faculty of Business Administration and Management Ubon Ratchathani Rajabhat University

ABSTRACT

This research aims to study the tourist community of 10 candles in Ubon Ratchathani and to develop a model for promoting eco-tourism community candle. By collecting important information, such as community data, pictures, type of candle, biography and candle maker. Through website that visitors or guests can easily access. The evaluation of public satisfaction in access to the Web site by using the Blackbox Technique from 100 by sampling (Purposive Sampling). The results showed that the satisfaction assessment with the satisfaction level 3 including 1) accuracy in the information at a high level 2) convenient and easy to use is high level and 3) accuracy for information searching is high level and overview equal high level.

Keywords : Public Relations / Large Candle / Website

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ประเพณีแห่เทียนพรรษาของจังหวัดอุบลราชธานี มีความเป็นมาที่ยาวนานราวหนึ่งศตวรรษมาแล้ว ซึ่งเรียกได้ว่าเทียนพรรษาและงานแห่เทียนพรรษาเป็นสัญลักษณ์ที่ผูกพันกับชีวิต ของชาวจังหวัดอุบลราชธานี บนพื้นฐานความเชื่อที่มาจากหลักแนวคิดของพระพุทธศาสนา โดยวัฒนธรรมทำหน้าที่เป็นเครื่องหมาย หรือสัญลักษณ์ ที่แสดงให้เห็นถึงวิถีชีวิตของคนอีสาน และสัญลักษณ์ที่ส่งผลต่อคุณค่าทางจิตใจ เพราะเทียนไม่เพียงแต่ให้แสงสว่าง แต่ยังเป็นสัญลักษณ์ของความสว่างไสว ความเจริญรุ่งเรือง โดยกิจกรรมหลักในงาน คือ การประกวดขบวนแห่ การประกวดนางฟ้าประจำต้นเทียน และการประกวดต้นเทียน มีการกำหนดเกณฑ์และวิธีการให้คะแนนในการประกวดที่รัดกุมและเหมาะสม กำหนดระยะเวลาในการจัดงาน 3 วัน ในวันแรกเป็นวันขึ้น 14-15 ค่ำ และแรม 1 ค่ำ เดือน 8 เป็ดงาน วันที่สองรวมต้นเทียน ประกวดต้นเทียน และประกวดนางฟ้าประจำต้นเทียน ในช่วงเวลากลางคืน และวันที่ 3 เป็นพิธีแห่เทียนพรรษาและประกวดขบวนแห่ ในการจัดงานที่ผ่านมาแต่ละครั้ง จังหวัดอุบลราชธานีได้พิจารณารูปแบบการจัดงานให้มีความสอดคล้องกับงานพิธีสำคัญของจังหวัด และของชาติ เพื่อให้เหมาะสมและเป็นการแสดงออกซึ่งความจงรักภักดีต่อสถาบันพระมหากษัตริย์

ในปัจจุบันช่วงเทศกาลงานประเพณีแห่เทียนพรรษา นักท่องเที่ยวโดยมากจะเดินทางมาเที่ยวชมงานประเพณีแห่เทียนพรรษาจังหวัดอุบลราชธานี ตรงกับวันหยุดราชการ คือวันอาสาฬหบูชาและวันเข้าพรรษา ซึ่งจะได้เห็นถึงความยิ่งใหญ่ตระการตาของต้นเทียนพรรษาฝีมือช่างเทียนชาวอุบล ที่สืบทอดกันมายาวนานกว่าร้อยปี แต่กว่าที่จะได้เทียนพรรษาที่งดงามอย่างที่เห็นในขบวนแห่เทียนพรรษานั้น ช่างเทียนแต่ละคุ้มวัด จะต้องใช้เวลาการเตรียมงานและลงมือทำกว่า 1 เดือน เป็นอย่างน้อย อีกทั้งยังต้องใช้ช่างพื้นบ้าน แรงศรัทธา และความสามัคคีเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของคนในชุมชนเป็นอย่างมาก ประการสำคัญ กรรมวิธีและเคล็ดลับการประดิษฐ์ต้นเทียนพรรษาของแต่ละสกุลช่างในการเตรียมการแต่ละขั้นตอน รวมไปถึงบรรยากาศของวิถีชุมชนที่ร่วมแรงร่วมใจกันทำงานยังนับเป็น “ภูมิปัญญาท้องถิ่น” ที่น่าศึกษาชื่นชมเป็นอย่างยิ่ง การเดินทางมาท่องเที่ยวชมงานประเพณีแห่เทียนพรรษา เพื่อจะได้เสพงานศิลป์สกุลช่างเทียนเมืองอุบลฯ ได้อย่างคุ้มค่า โดยการไป เยือนชุมชนคนทำเทียน ตามคุ้มวัดต่างๆ ซึ่งแต่ละวัด ก็มีการจัดทำต้นเทียนแตกต่างกันไป สามารถแยกออกได้เป็น 3 ประเภท คือ ต้นเทียนพรรษาประเภทแกะสลัก ต้นเทียนพรรษาประเภทติดพิมพ์ และต้นเทียนพรรษาแบบโบราณ ซึ่งแบบหลังนี้ มีการใช้วัสดุจากธรรมชาติ เช่น ใบตอง ดอกไม้ เปลือกผลไม้ ฯลฯ ซึ่งมีอายุการใช้งานไม่

นาน จึงมีการทำเตรียมล่วงหน้าประมาณ 2-3 วันเท่านั้น แต่ต้นเทียนประเภทแกะสลักและติดพิมพ์นั้น ต้องใช้เวลาเป็นแรมเดือนอย่างที่กล่าวไว้แล้วข้างต้น

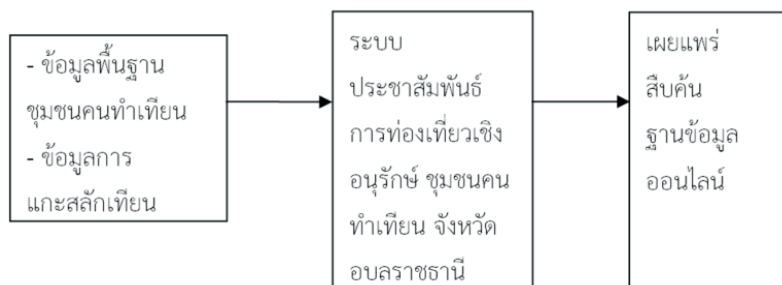
อย่างไรก็ตามการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชนคนทำเทียน จังหวัดอุบลราชธานี ยังอยู่ในรูปแบบที่ล้าสมัย คณะผู้วิจัยจึงได้เล็งเห็นความสำคัญของการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชนคนทำเทียน เพื่อให้เป็นที่รู้จักแก่บุคคลทั่วไป นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ อีกทั้งเป็นการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชน โดยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยเข้ามาเป็นเครื่องมือในการช่วยส่งเสริมและประชาสัมพันธ์

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสถานที่ท่องเที่ยวชุมชนคนทำเทียนในจังหวัดอุบลราชธานี
2. เพื่อพัฒนารูปแบบการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ชุมชนคนทำเทียน จังหวัดอุบลราชธานี

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีกรอบแนวคิดในภาพรวมการวิจัยดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการพัฒนารูปแบบการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ชุมชนคนทำเทียน จังหวัดอุบลราชธานี โดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. การศึกษาชุมชนคนทำเทียน

การศึกษาชุมชนคนทำเทียน เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลทั่วไปของชุมชนคนทำเทียนและข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการทำเทียนพรรษาในแต่ละชุมชน พื้นที่ในการสำรวจและรวบรวมข้อมูลครั้งนี้มีจำนวน 10 แห่ง ได้แก่

- 1) ชุมชนวัดพระธาตุหนองบัว
- 2) ชุมชนวัดไชยมงคล
- 3) ชุมชนวัดมหาวนารม (วัดป่าใหญ่)
- 4) ชุมชนวัดศรีประดู่
- 5) ชุมชนวัดบูรพา
- 6) ชุมชนวัดทุ่งศรีเมือง

- 7) ชุมชนวัดกลาง
- 8) ชุมชนวัดปทุมมาลัย
- 9) ชุมชนวัดแจ้ง
- 10) ชุมชนวัดเลียบ

2. การวิเคราะห์ระบบงาน

1) วิเคราะห์ระบบงาน เพื่อศึกษาข้อมูลขั้นพื้นฐานที่ผู้ใช้งานต้องการ พิจารณาขอบเขตของข้อมูลที่ที่ต้องการ

2) ออกแบบเว็บไซต์ที่ได้จากการวิเคราะห์ โดยการ เขตพื้นที่อำเภอเมือง และอำเภอใกล้เคียง จังหวัดอุบลราชธานีที่ได้จัดเตรียมไว้ จากงานวิจัยที่ผ่านมา มาทำการปรับปรุงใหม่ และออกแบบระบบฐานข้อมูลเพิ่มเติมให้มีความเหมาะสมกับระบบงาน เพื่อไปใช้ในการพัฒนาเว็บไซต์ต่อไป

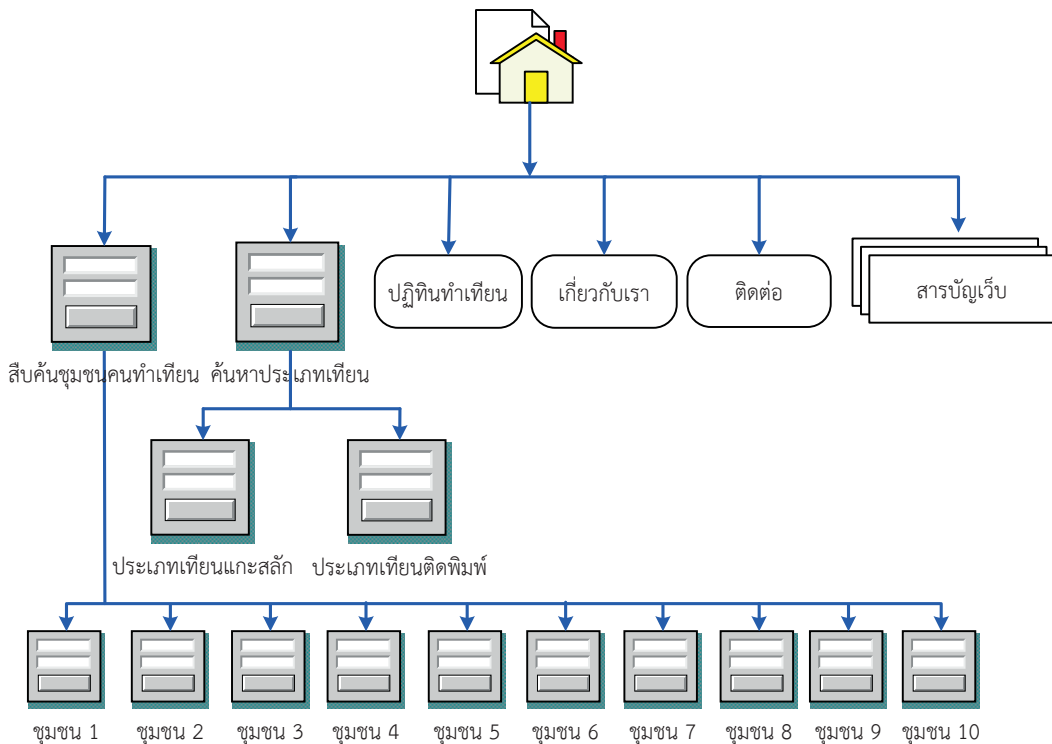
3) ออกแบบโครงสร้างเว็บไซต์ เพื่อลำดับเนื้อหาการจัดวางตำแหน่งเว็บไซต์ทั้งหมด และออกแบบส่วนการแสดงผลของเว็บไซต์ให้มีความเหมาะสม

3. การออกแบบระบบงานโดยใช้ เว็บไซต์ ประชาสัมพันธ์ ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต งานวิจัยนี้ได้นำเสนอประชาสัมพันธ์ในรูปแบบเว็บไซต์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตโดยแบ่งการทำงานออกเป็น 2 ส่วนหลักๆ ได้แก่

1) Back End คือ ส่วนการจัดการข้อมูลเนื้อหา รวมถึงโครงสร้างของเว็บไซต์ หรือของผู้ดูแลระบบ (Administrator)

2) Front End คือ ส่วนที่แสดงผลการเข้าเว็บไซต์ หรืออีกชื่อหนึ่งก็คือ ส่วนที่นำเสนอเนื้อหาผ่านทางหน้าเว็บไซต์

การออกแบบโครงสร้างเว็บไซต์ (Site Structure) เป็นแผนผังของการลำดับเนื้อหาหรือการจัดวางตำแหน่งเว็บเพจทั้งหมดเพื่อให้ทราบว่าทั้งเว็บไซต์ประกอบไปด้วยเนื้อหาอะไรบ้าง มีเว็บเพจหน้าไหนที่เกี่ยวข้องเชื่อมโยงถึงกันบ้าง การออกแบบโครงสร้างเว็บไซต์ในงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกใช้การออกแบบโครงสร้างเว็บไซต์แบบลำดับชั้น (Hierarchical Structure) ซึ่งเป็นการออกแบบโครงสร้างที่แบ่งเนื้อหาออกเป็นส่วนต่างๆ และมีรายละเอียดในแต่ละส่วนลดหลั่นกัน ทำให้ง่ายต่อการทำความเข้าใจกับโครงสร้างของเนื้อหา การออกแบบโครงสร้างเว็บไซต์ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 โครงสร้างของเว็บไซต์แบบลำดับชั้น

จากภาพที่ 2 เป็นการออกแบบโครงสร้างแบบลำดับชั้นของเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ชุมชนคนทำเทียน จังหวัดอุบลราชธานี

4. การออกแบบส่วนติดต่อกับผู้ใช้งาน

ส่วนการแสดงผลหน้าหลักเว็บไซต์ (Homepage) เป็นการออกแบบส่วนแสดงผลข้อมูลหน้าหลักเว็บไซต์ (Homepage) สำหรับบุคคลทั่วไปที่เข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์ สามารถใช้งานได้

5. การประเมินความพึงพอใจ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร (Population) คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวภายในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 1,471,607 คน (สถิติ สรุปสถานการณ์ท่องเที่ยวภายในประเทศ จังหวัดอุบลราชธานี สำนักงานสถิติแห่งชาติ (สสช))

2. กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ในการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างนั้น เนื่องจากคณะผู้วิจัยทราบถึงจำนวนประชากรที่แน่นอน (Finite Population) คือ 1,471,607 จึงได้มีการใช้สูตรของทาโร ยามานะ (Taro Yamane, 1973) ในการคำนวณจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ระดับค่าความเชื่อมั่นที่ 90 เปอร์เซนต์ และค่าความคลาดเคลื่อนที่ 10 เปอร์เซนต์ ซึ่งจะได้กลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมที่ 100 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการประเมินความพึงพอใจของระบบ เป็นแบบสอบถามประเมินความพึงพอใจในการใช้งานระบบเว็บไซต์ ด้วยวิธีการ Blackbox Technique ซึ่งแบ่งการประเมินออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ (Thummavinaisatid, 2005) 1. ด้านการทำงานได้ตรงตามความต้องการ (Function Requirement Test)

2. ด้านการทำงานของระบบ (Function Test) 3. ด้านการใช้งานของระบบ (Usability Test) และ 4. ด้านความปลอดภัยของระบบ (Security Test)

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาสถานที่ท่องเที่ยวชุมชนคนทำเทียน ภายในจังหวัดอุบลราชธานี มีการเก็บรวบรวมข้อมูลทั่วไปจากชุมชนคนทำเทียนภายในจังหวัดอุบลราชธานีจำนวน 10 แห่ง พร้อมทั้งรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการทำเทียนพรรษาที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละชุมชน และจากการสังเกตพบว่าชุมชนแต่ละชุมชนมีความสามัคคี โดยชาวบ้านที่สนใจในการทำเทียนที่อาศัยอยู่ในชุมชนได้มีส่วนร่วมในการทำเทียนพรรษา นอกจากชาวบ้านแล้วยังมีนักเรียน นักศึกษา จากสถานศึกษาต่าง ๆ ในจังหวัดอุบลราชธานี ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการแกะสลักเทียนพรรษา อีกทั้งชาวบ้านในชุมชนจะมีการสอนวิธีการแกะเทียนพรรษาให้นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยว ซึ่งสร้างความสุขและประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยว ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 ภาพการลงพื้นที่การศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลภายในชุมชนคนทำเทียน

2. ผลการพัฒนารูปแบบการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ชุมชนคนทำเทียน หลังจากการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งหมด ผู้วิจัยได้นำข้อมูลทั้งหมดมาพัฒนาเป็นเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ชุมชนคนทำเทียน จังหวัดอุบลราชธานี ตามที่ได้ออกแบบไว้ และสามารถเข้าถึงได้ผ่านทางเว็บไซต์ <http://bba.ubru.ac.th/theiyn/> ดังภาพที่ 4



ชุมชนคนทำเทียน

#	ชื่อ	ลิงค์
1	วัดกลาง	
2	วัดแจ้ง	
3	วัดท่าวังหิน	
4	วัดบูรพา	
5	วัดปทุมมาลัย	

วัดกลาง



จำนวนรูปภาพ : 10

เริ่มทำเทียนช่วง : สิ้นเดือนเมษา – เดือนกรกฎาคม(เข้าพรรษา)
 ลายที่ทางวัดได้จัดทำ : ลายกนก ลายบัวขำ ลายผีเสื้อ
 ประเภท : แกะสลัก
 ประเภทการแข่งขัน : ประเภทต้นเทียนขนาดกลางและขนาดเล็ก
 ใช้งบประมาณต่อต้น : ต้นกลาง 300,000 เล็ก 200,000
 นายช่างใหญ่ : นายวิจิต บุญจิต
 ที่อยู่ : ร้านดาราศิลป์ ตรงข้ามกับวัดกลาง
 เบอร์ติดต่อ : 0867189044
 ช่างเทียน : 5-6 คน ลูกหลานพี่น้องร้านดาราศิลป์ ทำเทียนมากกว่า 10
 ปีเดินสายประกวด 3 ประเทศ ญี่ปุ่น เชียงไฮ้ ฮองกง
 รายละเอียดต้นเทียนทำเกี่ยวกับเรื่อง : พุทธประวัติ วรรณคดี

ภาพที่ 4 ตัวอย่างภาพเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชุมชนคนทำเทียน จังหวัดอุบลราชธานี

3. ผลการประเมินความพึงพอใจ การประเมินความพึงพอใจในการใช้งานระบบเว็บไซต์ที่ได้พัฒนาขึ้น จากผู้ใช้งานระบบเว็บไซต์จำนวน 100 คน โดยใช้แบบประเมินแบบ Blackbox Technique ซึ่งผลการประเมินสรุปได้ดังนี้ ผลการประเมินโดยผู้ใช้งานระบบเว็บไซต์พบว่า ประสิทธิภาพของระบบที่ได้พัฒนาภาพรวมอยู่ในระดับดี ($\bar{x} = 4.35$) เมื่อพิจารณาแต่ละด้านพบว่า ผลประเมินด้านหน้าที่การทำงานของระบบ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{x} = 4.5$) และด้านความปลอดภัยของระบบ มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\bar{x} = 4.08$) ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการประเมินประสิทธิภาพของระบบสารสนเทศ

รายการประเมิน	ผลประเมินประสิทธิภาพ	
	$\bar{x}$	ความหมาย
1. ด้านความสามารถทำงานตรงตามความต้องการ	4.43	ดี
2. ด้านหน้าที่การทำงานของระบบ	4.45	ดี
3. ด้านการใช้งานของระบบ	4.44	ดี
4. ด้านความปลอดภัยของระบบ	4.08	ดี
ภาพรวม	4.35	ดี

การพัฒนาแบบการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ชุมชนคนทำเทียนจังหวัดอุบลราชธานี คณะวิจัยได้ดำเนินการออกแบบระบบงานโดยใช้ เว็บไซต์ ประชาสัมพันธ์ ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ผลการศึกษาประเมินประสิทธิภาพของระบบพบว่า ผู้ใช้งานระบบเว็บไซต์ที่พัฒนาขึ้นอยู่ในระดับดี ทุกๆ รายการประเมิน โดยรายการประเมินที่มีระดับความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับได้แก่ ด้านหน้าที่การทำงานของระบบ ($\bar{x} = 4.45$) ด้านการใช้งานของระบบ ($\bar{x} = 4.44$) และด้านความสามารถทำงานตรงตามความต้องการ ($\bar{x} = 4.43$) ตามลำดับ

อภิปรายผลการวิจัย

การพัฒนาแบบการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ชุมชนคนทำเทียน จังหวัดอุบลราชธานี ประเด็นการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว หากพิจารณาจากงานวิจัยการรับรู้ข่าวสารและประสิทธิภาพ ของสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวตลาดน้ำ (Watthanathammanon, 2008) พบว่าการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดคือสื่อโทรทัศน์ โดยมีความสอดคล้องกับงานวิจัยการศึกษาพฤติกรรมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของไทยของจังหวัดเชียงใหม่ การเปิดรับข่าวสาร การรับรู้ การมีส่วนร่วมสนับสนุนการท่องเที่ยวของไทยของประชาชนในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ (Sornsri, 1998) ซึ่งใช้การประชาสัมพันธ์ด้วยสื่อมวลชนเป็นหลัก แต่จะแตกต่างจากงานวิจัยการวิเคราะห์การพัฒนา และการประเมินผลการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยว จังหวัด นครศรีธรรมราช (khamenngan, et al, 2014) ที่งานวิจัยได้ออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช และงานวิจัยบทบาทในการอนุรักษ์และส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านการทำเทียนโบราณ : ของเทศบาลเมือง เดชอุดม อำเภอเดชอุดม จังหวัดอุบลราชธานี (Chaiyadet, 2015) ผลของงานวิจัยนี้ได้ตั้งศูนย์ภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้การทำเทียนโบราณ ของชุมชน และเป็นการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ โดยเป็นแหล่งเรียนรู้วิธีการทำเทียนโบราณให้ผู้สนใจได้ศึกษาและเรียนรู้ ด้วยการอาศัยสื่อมวลชนในทุกรูปแบบเพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์งานวิจัยดังกล่าวแล้วล้วนแล้วแต่ใช้ สื่อมวลชน สื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ หรือการจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้ ในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว ซึ่งจะแตกต่างจากงานวิจัยนี้ได้ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวผ่านทางเว็บไซต์

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

การวิจัยครั้งนี้ เป็นเพียงการประชาสัมพันธ์ชุมชนคนทำเทียนของจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 10 แห่งเท่านั้น ซึ่งยังขาดการนำเสนอข้อมูลด้านอื่นๆ เช่น ข้อมูลกรรมวิธีการทำเทียน ความหมายของเทียนในแต่ละปี เป็นต้น

ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยครั้งต่อไป คณะผู้วิจัยจะมีการพัฒนาระบบสารสนเทศผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งจะช่วยให้สะดวกในการใช้งานสำหรับนักท่องเที่ยวมากขึ้น พร้อมทั้งการเก็บข้อมูลชุมชนคนทำเทียน จะมีการประสานกับหัวหน้าชุมชนตั้งแต่เริ่มต้นเพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลายและครบถ้วนมากยิ่งขึ้น

References

- Chaiyadet, W. (2015). Role of the Local Administration Organization on Preserve and Promote Local Wisdom in Terms of Making Ancient Candle of Det Udom City Municipality, Det Udom District, Ubon Ratchathani Province. In **The 7th academic research presentation conference 29 march 2015** (pp.171-178). Ubon Ratchathani : Graduate School Ubon Ratchathani Rajabhat University.
- Khamenngan, K., Ponanan, M. & Wirunanon, P. (2014). **Analysis, development and evaluation of the design of print media used in promoting the tourism of Nakhon Si Thammarat province**. Bangkok : Bangkok University.
- Silpcharu, T. (2560). **Research and statistical analysis, with SPSS and AMOS**. Bangkok : Se-Education Public Company Limited.
- Sornsri, S. (1998). **A study of public relations strategies years travel of Chiang Mai province. Exposure, perceived to have. The support of Thai people in the District, Chiang Mai**. Bangkok : Chulalongkorn university.
- Thummavinaisatid, S. (2005). **A decision support system for tourism in Phetchaburi province**. Thesis master degree in King mongkut's university of technology north bangkok.
- Watthanathammanon, J. (2008). **Information exposure and effectiveness of public relations media for floating market tourism**. Bangkok : Chulalongkorn university.