

การพัฒนา รูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ชุมชนสนามจันทร์ อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม

The Development of Public Relations Media for Creative Tourism in Sanamchan Community, Muang District, Nakhon Pathom Province

อารีรัตน์ พักเย็น¹ อัจฉรา หาดิ² เพ็ญภา คำจ๊ะ²
อภาภรณ์ ชัยริยไพศาล² และอารยา ร้อยอำแพง²

¹อาจารย์ที่ปรึกษาวิจัย สาขาการการท่องเที่ยวและการโรงแรม คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

²นักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาการการท่องเที่ยวและการโรงแรม คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
areerat_mail@yahoo.com

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาบริบทและศักยภาพพื้นที่ชุมชนสนามจันทร์ เพื่อศึกษาแนวทางการทำสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวของพื้นที่ชุมชนสนามจันทร์ และเพื่อสร้างสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ภายในชุมชน ตำบลสนามจันทร์ อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม โดยเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 30 คน ได้แก่ กลุ่มภาครัฐและเจ้าหน้าที่รัฐ เจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบล กลุ่มอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน นักเรียน กลุ่มภาคเอกชน ผู้ประกอบการร้านค้า กลุ่มชาวบ้านหรือประชากรในพื้นที่ ได้แก่ ผู้นำชุมชนหมู่ที่ 5 กลุ่มชาวบ้านและกลุ่มนักท่องเที่ยว ผู้วิจัยนำแบบสัมภาษณ์ที่ได้มาวิเคราะห์เชิงพรรณนาโดยมีการวิเคราะห์ข้อมูลและบันทึกข้อมูลอย่างละเอียดจากการสัมภาษณ์และการสังเกต นำมาจัดเป็นหมวดหมู่ แยกประเภท วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาข้อสรุป

คำสำคัญ: บริบทพื้นที่สนามจันทร์ รูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

Abstract

This present study was qualitative research. There were three main objectives involved to study the potential and context of Sanamchan community, involved to study of guidelines to develop the public relations media for creative tourism in Sanamchan community and involved to develop the public relations media for creative tourism in Sanamchan Community, Muang District, Nakhon Pathom Province. The samples were 30 stakeholders including government officers such as, the officers of Sub-district Administrative Organization, public health volunteers and students. Non-government samples including small entrepreneurs and local people such as community leaders, local people and tourists. The data was collected by using in-depth interview and observation. Then, the data was classified into categories and analyzed to find out the result.

Keywords: Sanamchan community, public relations media, creative tourism

1. บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่มีการขยายตัวสูง ผลจากความก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว ทางด้านเทคโนโลยี ด้านคมนาคมและโทรคมนาคม ซึ่งรวมถึงการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ความสะดวกและรวดเร็วในการเดินทาง ส่งผลให้การท่องเที่ยวขยายตัวขึ้น กรมการท่องเที่ยวได้สรุปสถานการณ์ท่องเที่ยวไทยปี 2559 โดยประเมินจากข้อมูลเบื้องต้น ณ วันที่ 1 มกราคม 2560 พบว่าในปีที่ผ่านมา มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมาเที่ยวไทยมากถึง 29.88 ล้านคน ขยายตัว 20.44% สร้างรายได้ 1.44 ล้านล้านบาท ขยายตัว 23.53% ถือว่ามีมียอดเติบโตสูงที่สุดเป็นประวัติการณ์ โดยเพิ่มขึ้นจากปี 2558 มากถึง 2.7 แสนล้านบาท ส่วนการเดินทางเที่ยวภายในประเทศจากข้อมูลเบื้องต้นประเมินว่าคนไทยเดินทางเที่ยวในประเทศ 138.8 ล้านคน สร้างรายได้ 7.9 แสนล้านบาทส่งผลให้ในปี 2558 ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวอยู่ที่ 2.23 ล้านล้านบาทสูงกว่าเป้าหมายที่วางไว้ ทั้งนี้รายได้ส่วนใหญ่ของประเทศมาจากการท่องเที่ยว(เว็บไซต์ทันเศรษฐกิจ <http://www.thansettakij.com>, สืบค้นเมื่อ 17 มกราคม พ.ศ. 2561) โดยปัจจัยดังกล่าวได้ส่งผลให้ประเทศต่างๆให้ความสำคัญกับการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน เพื่อให้ได้มาซึ่งรายได้ที่จะช่วยเป็นกลไกในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก่อให้เกิดธุรกิจเกี่ยวเนื่องต่างๆ เช่น โรงแรมที่พัก ภัตตาคาร ร้านอาหารของที่ระลึก ธุรกิจนำเที่ยว เป็นต้น ซึ่งก่อให้เกิดการจ้างงาน การกระจายรายได้และกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาค(ภัทรพดินทร์ สุทธภักดิ์, 2559)

นอกจากนั้น อีกรูปแบบการท่องเที่ยวที่หลายหน่วยงานของไทยกำลังให้ความสำคัญอย่างมากในปัจจุบัน ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ซึ่งเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่พัฒนาต่อยอดจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นการรักษาความเป็นเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมถิ่นนั้นๆ รวมถึงการรักษาระบบนิเวศและสิ่งแวดล้อมเพื่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีความยั่งยืนนำมาสู่รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งมุ่งเน้นการเรียนรู้ ศิลปะ วัฒนธรรมท้องถิ่น โดยให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมจากชุมชนท้องถิ่น ซึ่งเป็นการสร้างมูลค่าให้กับท้องถิ่นและเพิ่มพูนประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยวตลอดจนเกิดการผลิตสินค้าท้องถิ่นซึ่งเป็นการกระจายรายได้ให้ชุมชน(Wurzburger, 2010 อ้างถึงใน Richards, G. and Raymond, C. 2000)

อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ยังถือว่าเป็นเรื่องใหม่สำหรับประเทศไทย ทั้งผู้ประกอบการธุรกิจด้านการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังขาดความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ แต่เมื่อวิเคราะห์ศักยภาพของประเทศไทยด้านองค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยวตามกรอบแนวคิดของการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พบว่า ประเทศไทยมีปัจจัยสนับสนุนหลายประการในการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวไปสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งการศึกษาเพื่อสร้างองค์ความรู้จะช่วยให้การจัดการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่มีแบบแผนที่ชัดเจน และเป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวาง สร้างรายได้ให้กับประเทศ และนำไปสู่การพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ซึ่งจากที่ได้กล่าวมานั้น หากสามารถนำการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มาปรับใช้กับพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยว จะสามารถพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยวนั้นให้เกิดความยั่งยืนอย่างแท้จริง (ภักย์มณี แก้วสง่า, 2555)

ชุมชนสนามจันทร์เป็นตำบลเล็กๆ ซึ่งอยู่ไม่ไกลจากศาลากลางจังหวัดนครปฐมประมาณ 2 กิโลเมตร เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นใหม่และเป็นแหล่งเรียนรู้ ให้กับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยี่ยมชมตำบลสนามจันทร์มีสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นแหล่งเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง กลุ่มอาชีพ ภูมิปัญญาท้องถิ่น ภายในท้องถิ่นนั้นมีกิจกรรมที่น่าสนใจ เหมาะสมสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการมาพักผ่อนหรือมาหาความรู้จากแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้ ซึ่งปัญหาที่พบยังมีปัญหาในหลายๆด้าน ทั้งการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ในแหล่งท่องเที่ยวการบริการ ปัญหาเหล่านี้ยังไม่ได้รับการจัดการให้ลุล่วง ที่ทุกภาคส่วนทั้งราชการ เอกชน และท้องถิ่นต้องมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว (กุลรัตน์ ไทยอ่อน, 2559)

จากเหตุผลดังกล่าวผู้วิจัยจึงได้มีความสนใจที่จะศึกษาเรื่องเกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของตำบลสนามจันทร์ อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในท้องถิ่นให้เป็น

รู้จักกันอย่างแพร่หลาย ทั้งนี้ยังช่วยเป็นการประชาสัมพันธ์กิจกรรมและสถานที่ท่องเที่ยวและดึงดูดความสนใจจากนักท่องเที่ยว อีกทั้งยังยังได้รับความรู้จากมัคคุเทศก์น้อยที่คอยให้ความรู้ตามจุดต่างๆภายในชุมชน และเผยแพร่ทางสื่อออนไลน์และส่งเสริมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืนสืบต่อไป

2. วัตถุประสงค์ของการทำวิจัย

1. เพื่อศึกษาบริบทและศักยภาพพื้นที่ชุมชนสนามจันทร์ เพื่อศึกษาทรัพยากรภายใน ตำบลสนามจันทร์ อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม
2. เพื่อศึกษาแนวทางการทำสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวของพื้นที่ชุมชนสนามจันทร์ ตำบลสนามจันทร์ อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม
3. เพื่อสร้างสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ภายในชุมชน ตำบลสนามจันทร์ อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม

3. วิธีวิจัย

การดำเนินวิจัยเป็นวิจัยเชิงคุณภาพ กลุ่มเป้าหมายที่ศึกษาแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่ 1 ภาครัฐบาลและเจ้าหน้าที่รัฐ ได้แก่ เจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบล 2 คน กลุ่มอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน 5 คน นักเรียน 3 คน รวมเป็นจำนวน 10 คน

กลุ่มที่ 2 ภาคเอกชน ได้แก่ผู้ประกอบการร้านค้า จำนวน 8 คน

กลุ่มที่ 3 ชาวบ้านหรือประชากรในพื้นที่ ได้แก่ ผู้นำชุมชน หมู่ที่ 5 จำนวน 1 คน ประชากรในชุมชน จำนวน 5 คน

กลุ่มที่ 4 นักท่องเที่ยว จำนวน 6 คน

การศึกษครั้งนี้มุ่งเน้นการศึกษาโดยใช้หลักของการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับบริบทและศักยภาพพื้นที่ชุมชนสนามจันทร์ แนวทางการทำสื่อประชาสัมพันธ์และการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยกลุ่มเป้าหมายในการศึกษาคือ กลุ่มภาครัฐบาลและเจ้าหน้าที่รัฐ กลุ่มภาคเอกชน กลุ่มชาวบ้านหรือประชากรในพื้นที่ และกลุ่มนักท่องเที่ยว จำนวน 30 คน โดยใช้การสัมภาษณ์แบบสัมภาษณ์เชิงลึก(in-depth interview) และผู้วิจัยใช้วิธีการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant observation) ในการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การศึกษาข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับชุมชนสนามจันทร์ โดยศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้องรวมทั้งเอกสารวิจัยที่มีความเกี่ยวข้อง นอกจากนี้ยังมีการเก็บข้อมูลจากแหล่งต่างๆเช่น สื่อ อินเทอร์เน็ตและสำรวจสถานที่จริง จากบุคคลที่เกี่ยวข้อง ภาครัฐและเจ้าหน้าที่รัฐ ภาคเอกชน กลุ่มชาวบ้านหรือประชาชนในพื้นที่และนักท่องเที่ยว

2. การสัมภาษณ์ (Interview) ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) โดยผู้วิจัยสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลในพื้นที่ศึกษา เพื่อนำข้อมูลต่างๆที่ได้ นำมาวิเคราะห์และประเมินผล

3. การสังเกต (Observation) ใช้การสังเกต 2 วิธีคือ การสังเกตแบบมีส่วนร่วม โดยผู้วิจัยเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ที่ผู้ถูกสังเกตกระทำอยู่ และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม โดยการสังเกตขณะที่ผู้สังเกตไม่รู้ตัว เช่น สภาพแวดล้อมโดยทั่วไป วิถีชีวิตประจำวันของคนในชุมชน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็น 3 ประเภทดังนี้

1. ประเภทบุคคล ได้แก่ ตัวผู้วิจัย
2. ประเภทเครื่องมือสำหรับเก็บรวบรวมข้อมูล แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ
 - 2.1 การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล
 - 2.2 การสังเกต ผู้วิจัยใช้การสังเกตแบบมีส่วนร่วม และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม
3. ประเภทอุปกรณ์ช่วยเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ สมุดบันทึก แฟ้มเก็บข้อมูล เทปบันทึกเสียง และกล้องถ่ายรูป

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น ข้อมูลที่ได้จากการสังเกต การสัมภาษณ์ จะทำการวิเคราะห์ไปพร้อมๆกับการเก็บข้อมูล โดยในแต่ละวันที่จะเข้าไปเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัยจะนำข้อมูลที่ได้จากการจดบันทึก การถอดเทปบันทึกเสียง มาจัดแยกเป็นหมวดหมู่ตามประเด็นต่างๆ พิจารณาข้อมูลที่ได้แต่ละครั้งว่ามีความสมบูรณ์เพียงพอที่จะตอบคำถามได้หรือไม่จริง และหาข้อมูลเพิ่มเติมต่อไป เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์ที่สุด

วิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยอาศัยวิธีการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Description Analysis) โดยจะมีการวิเคราะห์ข้อมูลและบันทึกข้อมูลอย่างละเอียดจากการสัมภาษณ์และการสังเกต แล้วนำไปจัดเป็นหมวดหมู่ แยกประเภท และวิเคราะห์ข้อมูลตามแนวคิดเพื่อหาข้อสรุป

นำข้อสรุปไปปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญ เพื่อความถูกต้องอีกครั้งแล้วจึงจัดทำเป็นรายงานฉบับสมบูรณ์ต่อไป

การตรวจสอบข้อมูล

ผู้ทำวิจัยการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Data Triangulation) โดยตรวจสอบว่าข้อมูลที่เก็บรวบรวมนั้นถูกต้องหรือไม่ คือการตรวจสอบแหล่งข้อมูลในเรื่อง เวลา สถานที่ และบุคคลกรณีข้อมูลที่ได้รับการสัมภาษณ์มีความขัดแย้งไม่ตรงกันกับข้อมูลที่ได้จากผู้สัมภาษณ์คนใดคนหนึ่ง ผู้วิจัยนำคำถามเดิมสอบถามผู้ให้ข้อมูลอีกครั้งโดยเปลี่ยนเวลา สถานที่ ต่างกัน เพื่อให้ผู้ให้สัมภาษณ์ตอบคำถามอีกครั้ง เป็นการยืนยันและหาข้อสรุปข้อมูลนั้นให้เกิดความชัดเจนส่วนข้อมูลที่เป็นที่สงสัยและไม่สามารถพิสูจน์ทราบได้หรือขาดความน่าเชื่อถือ ผู้วิจัยจะไม่นำข้อมูลนั้นมาใช้ และถ้าได้ข้อมูลไม่เพียงพอที่จะศึกษาก็จะทำการเก็บข้อมูลเพิ่มเติมให้สมบูรณ์

4. ผลการวิจัย

จากการศึกษาพบว่า ชุมชนสนามจันทร์เป็นตำบลเล็กๆ ห่างจากอำเภอเมืองนครปฐม ภายในชุมชนสนามจันทร์นั้นได้มีวิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณีและเอกลักษณ์ ซึ่งวิถีชีวิตของคนในชุมชนส่วนใหญ่ คือ การทำเกษตร ทำไร่ทำนา ปลูกผัก ปลูกผลไม้ เลี้ยงสัตว์น้ำ และการใช้ชีวิตอย่างพอเพียง พื้นที่ในชุมชนสนามจันทร์มีรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร และการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มีแหล่งท่องเที่ยวที่โดดเด่นและสำคัญอยู่ในชุมชนสนามจันทร์ ทางชุมชนสนามจันทร์ได้ร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐบาล เอกชน และชุมชนในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมกับชุมชน และยังช่วยเป็นการเสริมสร้างอาชีพก่อให้เกิดรายได้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลบริบทพื้นที่ชุมชนสนามจันทร์และทรัพยากรภายในชุมชนสนามจันทร์ ประกอบด้วย บริบทพื้นที่วิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณีและเอกลักษณ์ รูปแบบการท่องเที่ยว จุดเด่นชุมชนสนามจันทร์และสถานการณ์ท่องเที่ยวในปัจจุบัน

จากการศึกษา คณะผู้วิจัยจึงสรุปได้ว่า เดิมก่อนที่จะเรียกว่า สนามจันทร์ รัชกาลที่ 3 ทรงปฏิสังขรณ์องค์พระปฐมเจดีย์ นำดินขึ้นมาปั้นอิฐเป็นสระน้ำใหญ่โต ชาวบ้านจึงเรียก และต่อมา ก็เรียกเปลี่ยนเป็น "สระน้ำจันทร์" "สนามจันทร์"

ตั้งแต่นั้นเป็นต้นมาจึงได้ใช้ชื่อนี้มาจนถึงปัจจุบัน ชุมชนสนามจันทร์มีวิถีชีวิตอยู่อย่างพอเพียง มีการจัดกิจกรรมเพื่อให้คนในชุมชนได้มีส่วนร่วมร่วมกัน ได้มีการจัดอบรมสำหรับผู้ว่างงานและคนชราภายในชุมชน เพื่อเป็นการสืบสานวัฒนธรรมให้กับคนในชุมชนได้สืบต่อไป ชุมชนสนามจันทร์แบ่งลักษณะการท่องเที่ยวออกเป็น 3 รูปแบบ ประกอบด้วย 1) รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ 2) รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร และ 3) รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรลักษณะโดดเด่นมากกว่า เพราะชุมชนจะมีวิถีชีวิตทำไร่ทำนาเป็นชีวิตประจำเป็นหลัก จุดเด่นของชุมชนสนามจันทร์ ประกอบด้วย รูปปั้นจำลองกรมหลวงชุมพร อาหารแปรรูปไพรทิว ตุ๊กตามวยไทย จักสานกระเป่า และสวนผลไม้ จุดเด่นเหล่านี้เป็นจุดเด่นที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวในชุมชนสนามจันทร์ โดยสถานการณ์การท่องเที่ยวในปัจจุบันถือว่ามีความเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่ดีขึ้นแต่เดิม มีนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวและศึกษาภายในชุมชนมากขึ้น จากเดิมที่ไม่ค่อยมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวชมภายในชุมชนแห่งนี้ เป็นเพราะสถานการณ์การท่องเที่ยวในปัจจุบันที่ส่งผลดีขึ้นจึงทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมายังสถานที่แห่งนี้มากขึ้น

ส่วนที่ 2 แนวทางการทำสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ตำบลสนามจันทร์ อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม

จากการศึกษา สรุปได้ว่า แนวทางการพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์ของชุมชนสนามจันทร์จะต้องพัฒนาทางด้านข้อมูล โดยมีการอัปเดตข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวอยู่เสมอ เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสาร กิจกรรมต่างๆในชุมชน ร้านอาหาร การเดินทางเข้าถึง และพัฒนาในด้านการจัดรูปแบบองค์ประกอบของแผ่นพับและวารสาร ให้ดูทันสมัย ทำให้น่าอ่านและน่าสนใจแก่ผู้อ่านมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้สื่อสิ่งพิมพ์ที่ควรเพิ่มในชุมชนเพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวอีกช่องทางคือ การจัดทำป้ายโปสเตอร์ เพื่อติดตามจุดต่างๆทั้งในและนอกชุมชนเพื่อให้ผู้ที่พบเห็นรู้จักแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนสนามจันทร์มากยิ่งขึ้น

จากการสัมภาษณ์ในเรื่องของสื่อ ทางคณะผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า สื่อออนไลน์เป็นสื่อที่มีผู้ให้ความสนใจตรงกันว่าต้องการให้เป็นสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ภายในชุมชนสนามจันทร์มากที่สุด เพราะในปัจจุบันสื่อออนไลน์เป็นสื่อที่มีผู้ใช้มากที่สุด และเหมาะกับการใช้ในการประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยวของชุมชนสนามจันทร์และมีต้นทุนค่าใช้จ่ายประหยัด ซึ่งสื่อออนไลน์ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ชุมชนสนามจันทร์ คือ เว็บเพจ เนื่องจากปัจจุบันคนส่วนใหญ่ให้ความสนใจกับโซเชียล เช่น เฟซบุ๊กและเพจ เป็นแหล่งประชาสัมพันธ์ที่สะดวกและรวดเร็ว ประโยชน์ของสื่อออนไลน์ คือ เป็นสื่อที่เข้าถึงและใช้งานได้ง่าย เป็นสื่อที่สามารถเผยแพร่ข้อมูลได้อย่างรวดเร็วและครอบคลุม อีกทั้งยังเป็นสื่อที่บุคลากรส่วนใหญ่ให้ความสำคัญและใช้ประโยชน์จากสื่อออนไลน์

ส่วนที่ 3 สื่อประชาสัมพันธ์สำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ตำบลสนามจันทร์ อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม

จากการศึกษา พบว่า สื่อที่เหมาะสมกับการประชาสัมพันธ์ของชุมชนสนามจันทร์คือ ประเภทสื่อออนไลน์ ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการพัฒนาสื่อออนไลน์ โดยการจัดทำเพจเฟซบุ๊กเพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่นและน่าสนใจ โดยการอัปเดตข้อมูลของชุมชน อัปเดตรูปภาพกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่หลากหลาย เช่น กิจกรรมจักสานกระเป่า หัตถกรรมแม่ไม้มวยไทยจากเศษไม้ เป็นต้น และสีสรร ข้อความ การตกแต่ง เพื่อก่อให้เกิดความสวยงามและเป็นที่น่าสนใจให้กับนักท่องเที่ยวและชุมชนสนามจันทร์ ซึ่งประกอบไปด้วย 3 ลักษณะ ได้แก่

1. รูปแบบของเพจ จะต้องมีการจัดระเบียบของข้อมูลให้มีความชัดเจน มีรูปแบบที่ทันสมัย มีการแยกย่อยเนื้อหาข้อมูลออกเป็นส่วน ๆ เพื่อสามารถค้นหาข้อมูลได้ง่ายและรวดเร็ว โดยเพจที่สร้างขึ้นมีการออกแบบ โดยนำเสนอเป็นรูปภาพของแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมภายในชุมชนสนามจันทร์ในส่วน of หน้าปกเพจไว้อย่างชัดเจน เพื่อให้นักท่องเที่ยวหรือผู้สนใจเมื่อเข้ามาชมเพจได้ทราบถึงแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนสนามจันทร์ และมีการออกแบบโปรไฟล์

ของชุมชนสนามจันทร์ ซึ่งนำรูปแบบกิจกรรมหลวงชุมพรมาเป็นสัญลักษณ์ เนื่องจากเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่ได้รับความนิยม

2. องค์ประกอบ โดยองค์ประกอบของเพจชุมชนสนามจันทร์ มีการแบ่งลักษณะข้อมูลออกเป็นดังนี้ คือ 1) ข้อมูลการติดต่อ บอกรายละเอียดที่อยู่ เบอร์โทร อีเมลล์ แผนที่ และเว็บไซต์ของชุมชนไว้อย่างชัดเจน เพื่อง่ายและสะดวกต่อการติดต่อข้อมูลและการเข้าถึงยังแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนสนามจันทร์ 2) การประชาสัมพันธ์ มีการโปรโมทแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วย รูปภาพและรายละเอียดกิจกรรมและแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ

3. การตกแต่งและการออกแบบ ข้อความ สี สัน รูปภาพ คือ ข้อความต้องกระชับและเข้าใจง่าย สี สันเด่นชัด ไม่ฉูดฉาดจนเกินไป ตัวหนา ทำให้อ่านง่ายและมีความชัดเจน รูปภาพต้องมีความคมชัด ขนาดของรูปภาพต้องมีขนาดที่พอดี จัดวางเหมาะสมและครอบคลุมกับเนื้อหา

5. การอภิปรายผลการวิจัย

คณะผู้วิจัยได้อภิปรายผลการศึกษาเรื่อง การพัฒนารูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ชุมชนสนามจันทร์ อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม การวิจัยครั้งนี้ เริ่มแรกด้วยการศึกษาข้อมูลทั่วไปของชุมชนสนามจันทร์ โดยศึกษาจากเอกสาร บทความ งานวิจัยและได้สร้างเครื่องมือในการสัมภาษณ์คือ การสัมภาษณ์โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) โดยสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายได้แก่ กลุ่มภาครัฐบาลและเจ้าหน้าที่รัฐ กลุ่มภาคเอกชน กลุ่มชาวบ้านหรือประชากรในพื้นที่ และกลุ่มนักท่องเที่ยว จำนวน 30 คน

5.1 วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาบริบทและศักยภาพพื้นที่ชุมชนสนามจันทร์เพื่อศึกษาทรัพยากรภายในตำบลสนามจันทร์ อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม

คณะผู้วิจัยได้อภิปรายผลการศึกษาเรื่อง การพัฒนารูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ชุมชนสนามจันทร์ อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม การวิจัยครั้งนี้ เริ่มแรกด้วยการศึกษาข้อมูลทั่วไปของชุมชนสนามจันทร์ โดยศึกษาจากเอกสาร บทความ งานวิจัยและได้สร้างเครื่องมือในการสัมภาษณ์คือ การสัมภาษณ์โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) โดยสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายได้แก่ กลุ่มภาครัฐบาลและเจ้าหน้าที่รัฐ กลุ่มภาคเอกชน กลุ่มชาวบ้านหรือประชากรในพื้นที่ และกลุ่มนักท่องเที่ยว จำนวน 30 คน จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า โดยประวัติของชุมชนสนามจันทร์ เริ่มจากสมัยของรัชกาลที่ 3 (พระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว) ได้ทรงปฏิสังขรณ์องค์พระปฐมเจดีย์ โดยการ นำดินมาทำเป็นอิฐ และก่อให้เกิดเป็นสระน้ำขนาดใหญ่ เรียกว่า “สระน้ำจันทร์” ต่อมา รัชกาลที่ 6 ได้สร้างถนนและเห็นสระน้ำจันทร์เหมาะแก่การสร้างที่อยู่อาศัย จึงได้สร้าง พระราชวังขึ้น และเรียกว่า พระราชวังสนามจันทร์ ซึ่งสอดคล้องกับกุลรัตน ไทยอ่อน (2559) โดยชุมชนสนามจันทร์ได้แบ่งประเภททรัพยากรการท่องเที่ยวไว้ 2 ประเภทซึ่งสอดคล้องกับ ราณี อธิชัยกุล (2546) คือ 1) ทรัพยากรประเภทธรรมชาติ เป็นทรัพยากรที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติที่มีประโยชน์และสามารถตอบสนองความต้องการทางด้านการท่องเที่ยวของมนุษย์ได้ 2) ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น ภายในชุมชนมีทรัพยากรที่มนุษย์สร้างขึ้น ได้แก่ สวนผลไม้ แปลงผักไฮโดรโปนิกส์ ซึ่งมีการเพาะปลูกผลไม้ ชำกิ่งไม้ เพื่อเป็นการสาธิตให้กับนักท่องเที่ยวและแปลงผัก สาธิตการปลูกผักไฮโดรโปนิกส์และเรียนรู้การทำสลัดผัก เพื่อเป็นการเสริมสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน และภายในชุมชนมีศักยภาพการท่องเที่ยวที่ดี มีองค์ประกอบหลัก 5 ประการ หรือ 5As คือ คือ 1) การเข้าถึง 2) กิจกรรม 3) สิ่งอำนวยความสะดวก 4) สิ่งดึงดูดใจ และ 5) ที่พัก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเทิดชาย ช่วยบำรุง (2551) เป็นการช่วยให้แหล่งท่องเที่ยวที่มีความสมบูรณ์มากที่สุด และเป็นจุดสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวภายในชุมชนสนามจันทร์อีกด้วย

5.2 วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาแนวทางการทำสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวของพื้นที่ชุมชนสนามจันทร์ อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ภายในชุมชนสนามจันทร์ได้มีการประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์ เพื่อดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวภายในชุมชน โดยการใช้การประชาสัมพันธ์ในรูปแบบของสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อบุคคล สื่อโสตทัศน์ และสื่อออนไลน์ โดยติกาหลัง สุขกุล และฉวีพร โทวนิช (2558) ได้ให้แนวทางในการทำสื่อประชาสัมพันธ์ไว้ว่า ในการทำสื่อประชาสัมพันธ์ควรที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางด้านพฤติกรรม จะต้องดำเนินการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผ่านสื่อต่างๆ ซึ่งในปัจจุบันสื่อที่ได้รับความนิยมมากคือการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อช่วยในการประชาสัมพันธ์จึงเป็นอีกหนึ่งในทางเลือกของการสื่อสารผ่านเทคโนโลยีซึ่งมีรูปแบบที่หลากหลาย ซึ่งเหมาะสำหรับการใช้ประชาสัมพันธ์ในการเลือกใช้เป็นช่องทางการสื่อสาร โดยวิภาคณัฐ์ นิมิตพันธ์ และศิริจันทรา พลกนิษฐ (2559) ได้ให้แนวทางในการทำสื่อออนไลน์ว่าการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ให้คำนึงว่าประชาชนทุกกลุ่มอายุ อาชีพ และทุกระดับการศึกษา ล้วนแล้วแต่เป็นผู้ที่มีโอกาสอ่านข้อความบนสื่อสังคมออนไลน์ทั้งสิ้น ดังนั้นการดำเนินการประชาสัมพันธ์จะต้องพยายามให้ทราบถึงกลุ่มเป้าหมายที่แท้จริงขององค์กร ควรช่วยให้ผู้บริโภคสามารถค้นหา วางแผน และแบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า หรือองค์กรเพื่อเป็นประโยชน์ในการตัดสินใจซื้อ ดังนั้นควรให้ความสำคัญกับข้อมูลในการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสินค้าหรือองค์กรที่ผู้บริโภคต้องการ

5.3 วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อสร้างสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ภายในชุมชน ตำบลสนามจันทร์ อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ภายในชุมชนสนามจันทร์มีความพร้อมในด้านทรัพยากรแหล่งทางการท่องเที่ยว หากแต่ชุมชนสนามจันทร์ยังขาดในด้านการประชาสัมพันธ์ที่ไม่โดดเด่นเพียงพอที่จะดึงดูดใจนักท่องเที่ยวในเรื่องของสื่อการประชาสัมพันธ์ ทางคณะผู้วิจัยจึงได้ศึกษาแนวทางในการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายและได้มีการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ภายในชุมชนสนามจันทร์ โดยใช้สื่อออนไลน์ในการประชาสัมพันธ์ เพราะสื่อออนไลน์เป็นสื่อที่เข้าถึงง่ายและมีการใส่ข้อมูลที่ทันสมัยและรวดเร็ว เหมาะกับยุคปัจจุบันที่มีการเสพสื่อออนไลน์มากขึ้น ทางคณะผู้วิจัยเล็งเห็นถึงประโยชน์จากสื่อออนไลน์จึงได้มีการจัดทำเพจเฟซบุ๊กในการประชาสัมพันธ์ขึ้นมา ซึ่งเป็นการประชาสัมพันธ์ที่ไม่ต้องมีค่าใช้จ่ายและง่ายต่อการประชาสัมพันธ์เพื่อดึงดูดใจนักท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับวิภาคณัฐ์ นิมิตพันธ์ และ ศิริจันทรา พลกนิษฐ (2559) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ผ่าน Facebook เป็นการประชาสัมพันธ์รูปแบบที่มีค่าใช้จ่ายหน้า Page หรือ Fan Page ซึ่งเปรียบเสมือนหน้าตาของบริษัท บน Facebook มีการแสดงรูปภาพ สัญลักษณ์ หรือข้อความที่บ่งบอกความเป็นตัวตนของบริษัทได้อย่างชัดเจน อีกทั้งภายในตัว Facebook ยังสามารถที่จะบอกเล่าเรื่องราวดี ๆ กิจกรรม รวมถึงโปรโมชั่นของสินค้าและบริการขององค์กรการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ขององค์กร การประชาสัมพันธ์เพื่อแก้ไขความเข้าใจผิด ทั้งยังมีฟังก์ชันการโต้ตอบระหว่างกลุ่มลูกค้าและองค์กร การแชร์หรือการส่งต่อไปให้เพื่อน ส่งผลให้ข้อความประชาสัมพันธ์ถูกส่งต่อไปอย่างรวดเร็วและกว้างขวางจนเป็นเหตุให้ Facebook ได้รับความนิยมจนกลายเป็นเครื่องมือการประชาสัมพันธ์ที่น่าสนใจอีกช่องทางหนึ่ง โดยสอดคล้องกับติกาหลัง สุขกุล และ ฉวีพร โทวนิช (2559) ได้กล่าวเกี่ยวกับการสร้างสื่อออนไลน์ว่า สื่อออนไลน์เป็นสื่อที่เข้าถึงได้ง่ายและมีการใส่ข้อมูลทันสมัยรวดเร็ว สร้างกระแสให้คนสนใจในการแชร์ภาพ หรือแชร์ข้อมูลต่างๆ ให้กับคนอื่นๆ ได้ เช่น เพจขู๊ต โลก เว็บไซต์ เป็นต้น ซึ่งโลกออนไลน์ก็คือการแชร์ส่งต่อกันเพื่อให้เกิดสื่อที่เข้าถึงได้ง่ายและมีการใส่ข้อมูลทันสมัยรวดเร็วสร้างกระแสให้คนสนใจแชร์ภาพต่อ ๆ กัน

6. ข้อเสนอแนะ

6.1 ข้อเสนอแนะจากผลวิจัย

- 1) จากผลวิจัยพบว่า ประชากรในชุมชนสนามจันทร์ยังขาดความรู้ ดังนั้นหน่วยงานจึงต้องให้ความสำคัญกับประชากร เพื่อเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพต่อประชากรในชุมชน
- 2) จากผลวิจัยพบว่า ควรพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวให้เป็นที่น่าดึงดูดและน่าสนใจมากยิ่งขึ้น
- 3) จากผลวิจัยพบว่า ภายในชุมชนสนามจันทร์ยังขาดการประชาสัมพันธ์ที่ดีในเรื่องของสื่อ ควรมีการสร้างสื่อเพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ภายในชุมชน

6.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

- 1) ในชุมชนสนามจันทร์ยังขาดมีคฤหบดีที่น้อยท้องถิ่น เพื่อเป็นการส่งเสริมในเด็ก ๆ ภายในชุมชนได้ให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว และเป็นการหารายได้เสริมให้กับชุมชนและครอบครัว ทำให้ชุมชนสนามจันทร์เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น จึงมีประโยชน์มากสำหรับผู้ที่ต้องการศึกษาเรื่องมีคฤหบดีในแหล่งท่องเที่ยว และเป็นการเพิ่มประสบการณ์ให้กับเด็ก ๆ ในการพัฒนาและฝึกฝนความรู้
- 2) ควรมีการการศึกษาเพิ่มเติมในด้านการประชาสัมพันธ์และพัฒนาทางด้านสื่ออื่น ๆ เนื่องจากชุมชนสนามจันทร์ยังขาดการประชาสัมพันธ์ที่ทันสมัยทำให้ยังไม่เป็นที่รู้จักแก่นักท่องเที่ยว หากได้รับการพัฒนาที่ดีในเรื่องของสื่ออื่น ๆ นอกเหนือจากสื่อออนไลน์ ก็จะทำให้ชุมชนสนามจันทร์มีชื่อเสียง เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น และควรมีการพัฒนาสื่อที่มีอยู่ให้มีประสิทธิภาพและทันสมัยอยู่ตลอดเวลา
- 3) ควรมีการศึกษาแนวทางในด้านการมีส่วนร่วมและการบริหารจัดการของผู้นำชุมชนในการพัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยว การพัฒนาการประชาสัมพันธ์ในชุมชนสนามจันทร์ อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการจัดการอย่างเป็นระบบและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนสนามจันทร์ ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สมบูรณ์แบบ

7. เอกสารอ้างอิง

- กุลรัตน์ ไทยอ่อน. (2559). นำกิน นำเที่ยว เช็คอินตำบลสนามจันทร์
- ติกาหลัง สุขกุล และฉวีพร โทวนิช. (2558). “การพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยวของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติบ้านเก่า จังหวัดกาญจนบุรี”. หลักสูตรนิเทศศาสตร์บัณฑิต : มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี
- เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2551). วาระแห่งชาติเพื่อการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวสู่การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืน ปี 2551. การพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน
- ภัทรบดีนทร์ สุทธิศักดิ์. (2559). “แนวทางการพัฒนานวัตกรรมเพื่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยวของ ชุมชนริมกว๊านพะเยา”. คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ภักมณี แก้วสง่า. (2555). การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ : ทางเลือกใหม่ของการท่องเที่ยวไทย. *Suranaree J. Soc. Sci.* Vol. 6 No. 1; June 2012 (93-111).
- ราณี อธิชัยกุล. (2546). ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเอกสารการสอนชุดฝึกอบรมทางไกล. หลักสูตรการจัดการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- วิวัฒน์ภูมิจู นิมิตรพันธ์ และศิริจันทร์ พลกนิษฐ. (2559). กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ภายใต้สื่อสังคมออนไลน์. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย* ปีที่ 6 ฉบับที่ 1 ประจำเดือน มกราคม-เมษายน 2559 ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์

เว็บไซต์ทันเศรษฐกิจ. สืบค้นเมื่อ 17 มกราคม 2561, จากเว็บไซต์ทันเศรษฐกิจ <http://www.thansettakij.com>

Richards, G. and Raymond, C. (2000). Creative Tourism. *ATLAS News*, no. 23, 16-20