



การสื่อสารภาพลักษณ์และการมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของ
ชุมชนริมน้ำจันทบูร จังหวัดจันทบุรี



วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม
หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
วิทยาลัยนิเทศศาสตร์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรังสิต
ปีการศึกษา 2563



**IMAGE COMMUNICATION AND PUBLIC PARTICIPATION IN
THE PROMOTION OF SUSTAINABLE TOURISM OF
CHANTHABOON WATERFRONT COMMUNITY,
CHANTHABURI**

**BY
APICHAYA SOOKPRASERT**



**A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT
OF THE REQUIREMENTS FOR
THE DEGREE OF MASTER OF COMMUNICATION ARTS
COLLEGE OF COMMUNICATION ARTS**

**GRADUATE SCHOOL, RANGSIT UNIVERSITY
ACADEMIC YEAR 2020**

วิทยานิพนธ์เรื่อง

การสื่อสารภาพลักษณ์และการมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของ
ชุมชนริมน้ำจันทบูร จังหวัดจันทบุรี

โดย

อภิขญา สุขประเสริฐ

ได้รับการพิจารณาให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาโท สาขา ศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต

มหาวิทยาลัยรังสิต

ปีการศึกษา 2563

รศ.ดร.ลักขณา คล้ายแก้ว
ประธานกรรมการสอบ

รศ.ดร.ณัฐชูดา วิจิตรจามรี
กรรมการและผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

รศ.ดร.กฤษณ์ ทองเลิศ
กรรมการ

ผศ.ดร.สรพงษ์ วงศ์ธีระชนธ์
กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษา

บัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว

(ผศ.ร.ต.หญิง ดร.วรรณิ์ สุขสาตร)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

24 กรกฎาคม 2563

Thesis entitled

**IMAGE COMMUNICATION AND PUBLIC PARTICIPATION IN
THE PROMOTION OF SUSTAINABLE TOURISM OF
CHANTHABOON WATERFRONT COMMUNITY,
CHANTHABURI**

by

APICHAYA SOOKPRASERT

was submitted in partial fulfillment of the requirements
for the degree of Master of Communication Arts

Rangsit University
Academic Year 2020

Assoc.Prof.Lucksana Klaikao, Ph.D.
Examination Committee Chairperson

Assoc.Prof.Natchuda Wijiitjammaree, Ph.D.
Member

Assoc.Prof.Grit Thonglert, Ph.D.
Member

Asst.Prof.Sorapong Wongtheerathorn, Ph.D.
Member and Advisor

Approved by Graduate School

(Asst.Prof.Plт.Off. Vanee Sooksatra, D.Eng.)

Dean of Graduate School

July 24, 2020

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความดูแล ความกรุณา และการเอาใจใส่ของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สรพงษ์ วงศ์ธีระธรณ์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ซึ่งได้สละเวลาอันมีค่าให้คำปรึกษา และข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่ง ตลอดจนช่วยแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งและขอกราบขอบพระคุณท่านอาจารย์เป็นอย่างยิ่ง ขอขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ลักษณะ คล้ายแก้ว ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ ดร.กฤษณ์ ทองเลิศ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐชูดา วิจิตรจามรี กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่สละเวลาอันมีค่าในการให้คำแนะนำ และข้อเสนอแนะเป็นอย่างดีจนทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สมบูรณ์

ขอขอบพระคุณดร.พลอยชมพู เขาวนปรีชา ผู้ที่คอยให้คำชี้แนะ ช่วยเหลือผู้วิจัยตลอดการศึกษาปริญญาโทบัณฑิต ผู้วิจัยซาบซึ้งในความปรารถนาดีเสมอมา

ขอขอบคุณเพื่อน ๆ นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิตและหลาย ๆ คนที่มีได้เอ่ยนามได้หมด ณ ที่นี้

ท้ายสุดนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณพ่อ คุณแม่ ผู้มีพระคุณสูงสุดในการให้ความรัก ความเมตตา เลี้ยงดูอบรมสั่งสอนและคอยให้กำลังใจที่ดีเสมอมา คอยสนับสนุนจนทำให้ผู้วิจัยทำงานวิจัยสำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี

อภิขญา สุขประเสริฐ

ผู้วิจัย

5807979 : อภิขญา สุขประเสริฐ
 ชื่อวิทยานิพนธ์ : การสื่อสารภาพลักษณ์และการมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่าง
 ยั่งยืนของชุมชนริมน้ำจันทบูร จังหวัดจันทบุรี
 หลักสูตร : นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
 อาจารย์ที่ปรึกษา : ผศ.ดร.สรพงษ์ วงศ์ธีระธรณ์

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา การสื่อสารภาพลักษณ์และการมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนริมน้ำจันทบูร จังหวัดจันทบุรี และศึกษาแนวทางการสื่อสารภาพลักษณ์และกระบวนการสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนริมน้ำจันทบูรกับหน่วยงานต่าง ๆ ที่จะสามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนให้เกิดความยั่งยืน การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญซึ่งเป็นกลุ่มบุคคลที่มีความสัมพันธ์และเกี่ยวข้องกับ การสื่อสารภาพลักษณ์ และผู้ที่มีส่วนร่วมต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนริมน้ำจันทบูร จังหวัดจันทบุรี รวมทั้งสิ้น 9 คน และการวิเคราะห์เอกสารประกอบการนำเสนอผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า การสื่อสารภาพลักษณ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนริมน้ำจันทบูร จังหวัดจันทบุรี คือ การนำเสนออัตลักษณ์ที่โดดเด่นของชุมชนริมน้ำจันทบูร 5 ด้าน คือ 1) ภาพลักษณ์ด้านสถาปัตยกรรม 2) ภาพลักษณ์ด้านศิลปกรรม 3) ภาพลักษณ์ด้านศาสนา 4) ภาพลักษณ์ด้านวัฒนธรรมและประเพณี 5) ภาพลักษณ์วิถีชีวิตชุมชน ผ่านการสื่อสารแบบปากต่อปาก (Word-of-Mouth) ของผู้ที่อาศัยอยู่ในชุมชนและสื่อมวลชนผ่านช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายรูปแบบ ส่วนปัจจัยส่งเสริมการมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนริมน้ำจันทบูรนั้นแบ่งออกเป็น 1) การมีส่วนร่วมและการสร้างเป้าหมายของชุมชน 2) การกำหนดนโยบายร่วมกันของกลุ่มผู้นำและคนในชุมชน 3) ระบบการจัดการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

(วิทยานิพนธ์มีจำนวนทั้งสิ้น 146 หน้า)

คำสำคัญ: การสื่อสารภาพลักษณ์, ปัจจัยส่งเสริมการมีส่วนร่วม, การส่งเสริมการท่องเที่ยว

ลายมือชื่อนักศึกษา ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา

5807979 : Apichaya Sookprasert
 Thesis Title : Image Communication and Public Participation in the Promotion of Sustainable Tourism of Chanthaboon Waterfront Community, Chanthaburi
 Program : Master of Communication Arts
 Thesis Advisor : Asst.Prof.Sorapong Wongtheerathorn, Ph.D.

Abstract

This research aimed to investigate the image communication and public participation of Chanthaboon Waterfront Community, Chanthaburi, in the promotion of 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 9 key informants whose work was related to image communication and the development of the tourism in the community.

The result revealed that the image communication for tourism promotion was the presentation of five identities 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 community's goals, the determination of policy by community leaders together with community members, and systematic tourism management.

(Total 146 pages)

Keywords: Image Communication, Public Participation, Tourism Promotion

Student's Signature Thesis Advisor's Signature

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญรูป	ฉ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 ปัญหานำวิจัย	9
1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	9
1.4 ขอบเขตการวิจัย	10
1.5 นิยามศัพท์	10
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	11
บทที่ 2 แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	13
2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับชุมชนริมน้ำจันทบูร จังหวัดจันทบุรี	13
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์	22
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชน	29
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	39
2.5 แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว	43
2.6 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืน	50
2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	61
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	64
3.1 แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา	64
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	65
3.3 การรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย	66

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.4 การตรวจสอบข้อมูล	68
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล	68
บทที่ 4 ผลการวิจัย	70
4.1 การสื่อสารภาพลักษณ์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนริมน้ำ จันทบูร จังหวัดจันทบุรี	71
4.2 ปัจจัยส่งเสริมการมีส่วนร่วม เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่าง ยั่งยืนของชุมชนริมน้ำจันทบูร จังหวัดจันทบุรี	99
4.3 ระบบการจัดการชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว	105
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	111
5.1 สรุปผลการศึกษาวิจัย	111
5.2 อภิปรายผลการวิจัย	120
5.3 ข้อเสนอแนะทั่วไป	128
5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัย	129
บรรณานุกรม	130
ภาคผนวก	137
ภาคผนวก ก จดหมายขอความอนุเคราะห์สัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ	138
ภาคผนวก ข แนวทางคำถามสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ	144
ประวัติผู้วิจัย	146

สารบัญรูป

รูปที่		หน้า
1.1	ชุมชนริมน้ำจันทบูร	7
2.1	ภาพชุมชนริมน้ำจันทบูรที่ถ่ายจากอีกฝั่งแม่น้ำ	17
4.1	ภาพลวดลายการฉลุไม้ของโรงเจเทียนเซ่งตั้ง	73
4.2	ภาพสถาปัตยกรรมแบบจีน ไทย ฝรั่งเศส ของชุมชนริมน้ำจันทบูร	74
4.3	ภาพวัดโบสถ์	75
4.4	อาสนวิหารพระนางมารีอาปฏิสนธินิรมล	76
4.5	ภาพพิธีบูชาดาวนพเคราะห์	77
4.6	ภาพแสดงข้อมูลที่จัดแสดงไว้ในบ้านการเรียนรู้เลขที่ 69 ชั้นล่าง	82
4.7	ภาพแสดงภาพถ่ายเกี่ยวกับชุมชนริมน้ำจันทบูร ที่จัดแสดงที่ชั้น 2	83
4.8	ภาพแผ่นพับแสดงประวัติความเป็นมาของชุมชนริมน้ำจันทบูร	84
4.9	ภาพอีกด้านของแผ่นพับแผนที่ชุมชนริมน้ำจันทบูร	84
4.10	หนังสือชุมชนริมน้ำจันทบูร	85
4.11	ภาพข่าวประชาสัมพันธ์งาน เทียนอกกรอบท่องเที่ยวเมืองจันทน์ วันธรรมดา ชวนกันขึ้นเข้ากสิณกฎ 2562 โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	87
4.12	ภาพตัวอย่างรายการท่องเที่ยว หลงเสน่ห์เมืองจันทน์ “ชุมชนริมน้ำ จันทบูร”	88
4.13	ภาพตัวอย่างภาพยนตร์โฆษณาท่องเที่ยวในประเทศไทย แคมเปญ Amazing ไทยเท่	89
4.14	ภาพโปสเตอร์สแกนรับข้อมูลการท่องเที่ยว	90
4.15	หน้าปกนิตยสาร About Chan ฉบับที่ 50	91
4.16	ภาพรายการสารคดี “เป็นเมือง” ตอน จันทบุรี ออกอากาศช่องไทยพีบีเอส	92
4.17	ภาพตัวอย่างรายการ iASEAN ทางช่อง VOICE TV	93
4.18	ภาพตัวอย่างรายการ หนีที่เวียนกัน ทางช่อง Workpoint	93
4.19	ภาพหน้าเว็บไซต์ บ้านพักประวัติศาสตร์หลวงราชไมตรี	95
4.20	ภาพหน้าเพจชุมชนริมน้ำจันทบูร Chanthaboon Waterfront	95

สารบัญรูป (ต่อ)

รูปที่		หน้า
4.21	ภาพตัวอย่างเนื้อหาบริการข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวชุมชนริมน้ำจันทบูร จากเว็บไซต์สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดจันทบุรี	96
4.22	ภาพขณะการประชุมชมชนริมน้ำจันทบูร ได้รางวัลการท่องเที่ยวยั่งยืน อาเซียน ปี 2562	97
4.23	โปสเตอร์กิจกรรมเปิดบ้านริมน้ำเขื่อนริมน้ำ มองอดีตผ่านปัจจุบัน ณ ชุมชนริมน้ำ	101
4.24	ภาพแผนที่ของชุมชนริมน้ำจันทบูร	106
4.25	ภาพข่าวนายกรัฐมนตรี เยี่ยมชมวิถีชีวิตริมน้ำจันทบูร	108
4.26	รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาเยี่ยมชมวิถีชีวิตชุมชน 3 เชื้อชาติ 3 วัฒนธรรม ริมน้ำจันทบูร	109
5.1	แนวทางการมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของ ชุมชนริมน้ำจันทบูร จังหวัดจันทบุรี	119

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

หากกล่าวถึงแหล่งที่มาของการพัฒนาด้านเศรษฐกิจของประเทศ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว นับว่าเป็นส่วนที่มีความสำคัญเป็นอย่างมากในการพัฒนากระตุ้นเศรษฐกิจภายในประเทศ และในประเทศไทยเองนั้นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสามารถทำรายได้ต่อปีได้อย่างมหาศาล เมื่อเทียบกับอุตสาหกรรมประเภทอื่น และรายได้ที่ได้จากการท่องเที่ยวนี้ยังทำให้ผลผลิตส่วนรวมของประเทศมีค่ามากขึ้นเป็นเท่าตัว ก่อให้เกิดการกระจายรายได้และการหมุนเวียนไปสู่ภูมิภาค เช่น เมื่อเกิดการท่องเที่ยวในชุมชน หรือชนบท การพัฒนาความเจริญก็จะไปถึงภูมิภาค ซึ่งก่อให้เกิดการพัฒนา การสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ในท้องถิ่น เกิดการลงทุนในหลายรูปแบบ ก่อให้เกิดการสร้างงาน สร้างอาชีพตามมาอย่างมากมาย การท่องเที่ยวจึงมีบทบาทในการกระตุ้นให้เกิดการผลิต การนำเอาทรัพยากรในท้องถิ่นมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในรูปแบบของการผลิตสินค้าพื้นเมือง สินค้าที่ระลึก ตลอดจนบริการในท้องถิ่นต่าง ๆ ซึ่งปัจจัยที่ทำให้การท่องเที่ยวพัฒนาได้อย่างรวดเร็ว เนื่องจากในประเทศไทยของเรานั้นมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นของภูมิภาค หรือแม้แต่ชุมชน ที่มีเอกลักษณ์ในด้านของศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตความเป็นอยู่ ซึ่งเป็นที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังเป็นส่วนส่งเสริมการมีส่วนร่วมของคนในทุกบทบาทหน้าที่ ไม่ว่าจะเป็นเจ้าหน้าที่ของรัฐ ภาคเอกชน ประชาชน ที่มีส่วนช่วยในการขับเคลื่อนให้เกิดการท่องเที่ยวของสถานที่ต่าง ๆ อีกด้วย

จากความสำคัญของการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่กล่าวมาข้างต้นนั้น ส่งผลให้ทางหน่วยงานของรัฐบาลเล็งเห็นความสำคัญของการพัฒนาแหล่งการท่องเที่ยว อีกทั้งยังเห็นความสำคัญในการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว ธุรกิจนำเที่ยว มัคคุเทศก์และผู้นำเที่ยว รวมถึงการส่งเสริม การถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศ ในประเทศไทย เพื่อให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และ สิ่งแวดล้อม โดยมุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว และบริการด้านการท่องเที่ยวผ่านการดำเนินงานบนพื้นฐานของมาตรฐาน การท่องเที่ยวไทย ตลอดจนส่งเสริมและ

พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการด้าน การท่องเที่ยว ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ให้มีความสามารถทางการแข่งขัน แต่ปัจจุบันยังคงประสบปัญหาและอุปสรรค ในการดำเนินงานหลายประการ ประกอบ กับสภาพแวดล้อมและบริบทต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลง ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวตลอดเวลา ด้วยเหตุนี้จึงทำให้หน่วยงานภาครัฐกำหนดแผนพัฒนายุทธศาสตร์การท่องเที่ยวขึ้น ซึ่งเริ่มดำเนินการมาตั้งแต่ พ.ศ. 2555 จนถึงปัจจุบัน และแนวโน้มอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว นั้น ยังคงเติบโตขึ้นเรื่อย ๆ และมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจไทย จากการสืบค้นข้อมูลแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวปี พ.ศ. 2561-2565 พบว่า ประเทศไทยยังคงมีศักยภาพและโอกาสทางการท่องเที่ยว มากมาย เช่น ความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละพื้นที่ โดยในปี พ.ศ. 2560 World Economic Forum: WEF ได้จัดอันดับขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยอยู่อันดับที่ 32 จาก 137 ประเทศ และแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ความหลากหลายของกลุ่มนักท่องเที่ยว การเติบโตของกลุ่มนักท่องเที่ยวใน ในยุคของ Generation Y และ Generation Z ที่ชอบการสื่อสาร และใช้เทคโนโลยีอยู่ในชีวิตประจำวัน เป็นโอกาสให้ นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลด้านการท่องเที่ยวโดยตรงได้มากขึ้น ย่อมส่งผลต่อการพัฒนาสินค้าและบริการการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการ และสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งอาจก่อให้เกิดการท่องเที่ยวซ้ำ (กรมการท่องเที่ยว, 2561)

โดยจากการวิเคราะห์ข้อมูลจากแผนการพัฒนากการท่องเที่ยวพบว่า ประเทศไทย มีการให้ความสำคัญในการส่งเสริมและพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว ได้แก่ 1) การพัฒนาการจัดการและขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว 2) การพัฒนาอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยวให้มีความชัดเจน เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว 3) การพัฒนาฐานข้อมูลด้านการท่องเที่ยว เพื่อช่วยในการวางแผนการเดินทาง และการตัดสินใจที่ถูกต้องของนักท่องเที่ยว 4) พัฒนาเทคโนโลยีและช่องทางดิจิทัลในการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว 5) พัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว รวมถึงการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเพื่อสะดวกแก่การเข้าถึงเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ 6) พัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงในประเทศเพื่อกระจายนักท่องเที่ยวจากแหล่งท่องเที่ยวเมืองหลัก ไปยังแหล่งท่องเที่ยวเมืองรอง ตลอดจนพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ 7) พัฒนาเทคโนโลยีและช่องทางดิจิทัลเพื่อรองรับรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยว 8) ยกกระตือรือร้นการอำนวยความสะดวกและการรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว 9) พัฒนาการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ ๆ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจากตลาดใหม่ที่มีศักยภาพ

จากที่ได้กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่า ทางหน่วยงานรัฐบาลและหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ต้องการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้เติบโต ซึ่งนอกจากจะรองรับการเข้ามาของนักท่องเที่ยวต่างชาติแล้ว การพัฒนาเพื่อให้นักท่องเที่ยวเมืองไทยก็ยังเป็นอีกจุดหนึ่งที่ถูกวิจัยถึงถึงความสำคัญ ในฐานะผู้ที่ชื่นชอบการท่องเที่ยว และมองว่าการพัฒนาตามแผนจะสำเร็จลุล่วงไปได้ นั้น คนในประเทศต้องตระหนักถึงคุณค่าของสิ่งที่มีอยู่ในถิ่นอาศัยหรือบ้านเกิดของตน ซึ่งหากมองแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยมักพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ก็ยังคงนิยม ไปท่องเที่ยวในสถานที่ที่มีชื่อเสียง เป็นที่รู้จัก ของแต่ละจังหวัดในสถานที่เดิม ๆ ในแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นเมืองหลัก และจากการท่องเที่ยวที่มีการกระจุกตัวของนักท่องเที่ยวในพื้นที่มากเกินไปก็อาจเกิดผลเสียตามมาได้ เช่น การถูกทำลายของทรัพยากรในท้องถิ่น การลบล้างความเป็นวัฒนธรรม ถูกกลืนวัฒนธรรมที่เป็นของท้องถิ่นเดิมไป เป็นต้น

และจากแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวที่เกิดขึ้น รัฐบาลเริ่มมีทิศทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยการให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว “เมืองรอง” มาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ. 2560 ทำให้ในช่วงปี 3 ปีที่ผ่านมา ส่งผลให้การขยายตัวของภาคธุรกิจท่องเที่ยวลงสู่เมืองรองค่อย ๆ เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ จากข้อมูลของกระทรวงการท่องเที่ยวพบว่า สถานการณ์การท่องเที่ยวในเมืองท่องเที่ยวรอง ระหว่างเดือนมกราคม-กันยายน พ.ศ. 2561 ที่ผ่านมามีจำนวนผู้มาเยือนชาวไทยในเมืองท่องเที่ยวรองที่ 60.10 ล้านคนครั้ง ขยายตัวเพิ่มขึ้น 4.72% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนและก่อให้เกิดรายได้ในเมืองท่องเที่ยวรองรวม 1.65 แสนล้านบาท ขยายตัวเพิ่มขึ้นถึง 8.88%เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน (ประชาชาติธุรกิจ, 2561) และปัจจัยที่เข้ามามีส่วนให้เกิดการเติบโตนั้น เริ่มมีการเข้ามาของสายการบินโลว์คอสต์แอร์ไลน์ที่เข้ามาในพื้นที่เมืองรอง และช่วงไฮซีซั่นที่ช่วยในการกระตุ้นการท่องเที่ยวช่วงปลายปี นอกจากนี้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ยังได้เข้ามามีบทบาทในการกระตุ้นการท่องเที่ยวเมืองรอง มีเป้าหมายคือการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง 55 จังหวัด และทำการตลาดให้กับจังหวัดที่มีความพร้อมทั้งในเชิงความเข้าใจของชุมชน ความสะดวก ปลอดภัยของนักท่องเที่ยวก่อนที่จะขยายไปยังจังหวัดอื่น ๆ ซึ่ง 55 เมืองรองนั้น ประกอบด้วย

- 1) ภาคเหนือ 16 จังหวัด ได้แก่ เชียงราย พิชณุโลก ตาก เพชรบูรณ์ นครสวรรค์ สุโขทัย ลำพูน อุตรดิตถ์ ลำปาง แม่ฮ่องสอน พิจิตร แพร่ น่าน กำแพงเพชร อุทัยธานี พะเยา
- 2) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 18 จังหวัด ได้แก่ อุดรธานี อุบลราชธานี หนองคาย เลย มุกดาหาร บุรีรัมย์ ชัยภูมิ ศรีสะเกษ สุรินทร์ สกลนคร นครพนม ร้อยเอ็ด มหาสารคาม บึงกาฬ กาฬสินธุ์ ยโสธร หนองบัวลำภู อำนาจเจริญ

3) ภาคกลาง ภาคตะวันออก ภาคตะวันตก 12 จังหวัด ได้แก่ ลพบุรี สุพรรณบุรี นครนายก สระแก้ว ตราด จันทบุรี ราชบุรี สมุทรสงคราม ปราจีนบุรี ชัยนาท อ่างทอง สิงห์บุรี

4) ภาคใต้ 9 จังหวัด ได้แก่ นครศรีธรรมราช พัทลุง ตรัง สตูล ชุมพร ระนอง นราธิวาส ยะลา ปัตตานี โดยการกระตุ้นการท่องเที่ยวเมืองรองนั้นทางรัฐบาลหวังให้เม็ดเงินจากการท่องเที่ยวได้กระจายไปอย่างทั่วถึงและลงลึกถึงระดับชุมชน ยกตัวอย่างได้ของฐานรากให้เข้มแข็งขึ้น เพื่อผลักดันให้ชุมชนมีส่วนร่วมและเป็นผู้มีอำนาจในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนี้กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาที่เตรียมความพร้อม เพื่อรองรับความร่วมมือกับทุกกระทรวง และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อผลักดันมาตรการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวไปเที่ยวเมืองรองมากขึ้น เช่น มาตรการภาษีและการจัดอบรมสัมมนาในจังหวัดท่องเที่ยวเมืองรอง 55 จังหวัด ที่จะสามารถนำไปลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ตามค่าใช้จ่ายจริง โดยกำหนดวงเงินสูงสุดไม่เกิน 15,000 บาท เป็นต้น

จากนโยบายของรัฐบาล ผู้วิจัยมองว่า การท่องเที่ยวจะเปลี่ยนไปในรูปแบบใหม่ คือการท่องเที่ยวต้องเป็นการรับใช้ชุมชน ให้ชุมชนเกิดการกระจายรายได้ผ่านการสร้างงาน สร้างอาชีพ สร้างรายได้เสริมให้แก่คนในชุมชน โดยที่คนในชุมชนสามารถนำตรงนี้ไปเป็นรายได้เสริมโดยไม่ต้องหัก และสนับสนุนให้คนในชุมชนเกิดการเรียนรู้ใหม่ ๆ ช่วยลดความเหลื่อมล้ำในสังคมได้อีกด้วย

ด้วยเหตุนี้ทางรัฐบาลและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) จึงจัดทำแผนส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2561)

โดยได้กำหนดเป้าหมายรายได้จากการท่องเที่ยวของคนในประเทศไทยทั้งประเทศขึ้นเพิ่ม และมีการกำหนดทิศทางการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวภายในประเทศ สร้างความเข้มแข็งจากภายใน (Strengthen from Within) ให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือที่จะทำให้คนไทยรักและภาคภูมิใจในประเทศ สร้างความต้องการการมีส่วนร่วมในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม และรักษาเอกลักษณ์ความเป็นไทย โดย ททท. มีแนวคิดที่จะเปลี่ยนมุมมองให้เห็นว่า การเที่ยวเมืองไทยนั้นแตกต่างที่เคยด้วยการท่องเที่ยวแบบลึกลับซึ่งและเข้าถึง ผ่านการมีส่วนร่วมกับคนท้องถิ่นหรือ Local Hero ผู้อนุรักษ์วิถีชีวิต วัฒนธรรม สามารถสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นและถ่ายทอดเรื่องราวสร้างแรงบันดาลใจ เพื่อให้คนไทยได้รับมุมมองใหม่ ๆ จากการเดินทางท่องเที่ยว ผ่านแคมเปญ “Amazing ไทยเท่” ซึ่ง

เรื่องราวประสบการณ์การท่องเที่ยวในแต่ละภูมิภาค ที่จะนำเสนอเรื่องราวเพื่อสร้างมูลค่าให้กับสินค้า โดยททท. ได้แบ่งการเล่าเรื่องราวประกอบไปด้วย

- 1) เรื่องราววัฒนธรรมที่บอกเล่าวิถีชาวเหนือ (More Authentic)
- 2) เรื่องราวอาหารที่ถ่ายทอดวิถีคนอีสาน (More Gastronomy)
- 3) เรื่องราวมรดกแห่งสยามในภาคกลาง ทั้งศิลปกรรมชั้นสูง การหลอมรวมวัฒนธรรมนานาชาติและวิถีชาวน้ำ (More Legacy)
- 4) เรื่องราวกิจกรรมแสนสนุกที่จะเติมสีสันชีวิตในภาคตะวันออก (More Fun)
- 5) เรื่องราววัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์ที่มีรากฐานมาจากวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นในภาคใต้ (More Inspired)

เพื่อให้การส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวในภาพรวมประสบผลสำเร็จตามเป้าหมาย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) จึงสานต่อการทำงานร่วมกับคู่ค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) นั่นก็คือตั้งแต่ชุมชนท้องถิ่น ไปจนถึงภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง รวมถึงธุรกิจเกี่ยวเนื่อง เพื่อสนับสนุนการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว เข้าไปสนับสนุนและพัฒนาความรู้ด้านการตลาด รวมถึงสร้างสรรค์แนวคิดการท่องเที่ยวที่ให้คุณค่าและคำนึงถึงระบบนิเวศโดยรอบร่วมกับคนในพื้นที่ เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวประเทศไทยให้ยั่งยืนต่อไปในอนาคต

จากแนวคิดของการพัฒนาการท่องเที่ยวของภาครัฐนี้เอง จึงเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้วิจัยได้มาศึกษาเพิ่มเติมถึงแหล่งท่องเที่ยวที่ถูกยกระดับในเป็น “เมืองรอง” หรือแหล่งท่องเที่ยวที่ใหม่ ๆ ที่น่าสนใจ จึงพบว่า ในบริเวณใกล้เคียงกับจังหวัดที่ผู้วิจัยอยู่นั้น มีหลายจังหวัดที่เป็นเมืองรองที่น่าสนใจ แต่จากการศึกษาพบว่า จังหวัดที่มีการท่องเที่ยวขยายตัวอย่างต่อเนื่องนั้นคือจังหวัดจันทบุรี โดยนิตยสาร Brand buffet ยังได้กล่าวถึงการท่องเที่ยวของจังหวัดจันทบุรีด้วยว่า สำหรับในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออก มองว่าจันทบุรี เป็นเมืองครบเครื่อง มีศักยภาพรองรับการท่องเที่ยว มีความสะดวกในการเดินทางคมนาคมต่าง ๆ มีชุมชนริมน้ำจันทบูรเป็นชุมชนต้นแบบของจังหวัด ชุมชนมีเสน่ห์อยู่เป็นต้นทุน มีความพร้อมที่จะเติบโตจากภายในสู่ภายนอกนำไปสู่การสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนสอดคล้องกับการขยายผลนโยบายท่องเที่ยวเมืองรองที่มุ่งเน้นให้เกิดความร่วมมือตั้งแต่ระดับจังหวัด อำเภอ ตำบล และชุมชน นอกจากนี้ จันทบุรี ยังมีการเติบโตอย่างชัดเจนทั้งจำนวนและรายได้ที่ใกล้เคียงกับเมืองหลัก โดยในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2555-2559) มีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง จาก 1.55 ล้านคน เพิ่มเป็น 1.94 ล้านคน สร้างรายได้การท่องเที่ยวจาก 4.21 พันล้านบาท

เพิ่มเป็น 5.77 พันล้านบาท และในปี พ.ศ. 2560 พบว่าระหว่างเดือน ม.ค.-ธ.ค. มีจำนวนนักท่องเที่ยวแล้วกว่า 2.01 ล้านคนมีรายได้รวม 6.18 พันล้านบาท (Brand Buffet, 2018) ทำให้การท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรีสามารถสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนที่เกิดจากการบริโภคสินค้าและการใช้บริการของนักท่องเที่ยวเช่นเดียวกับรายได้จากการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศและการจ้างงานสำหรับประเทศที่กำลังพัฒนา การเดินทางท่องเที่ยวเป็นการพักผ่อนและเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนจะไม่มุ่งเน้นเพียงการควบคุมและจัดการผลกระทบทางด้านลบของอุตสาหกรรมเท่านั้น แต่การท่องเที่ยวเป็นธุรกิจที่คนในพื้นที่มองว่าเป็นสิ่งที่พิเศษมากของชุมชนท้องถิ่น การท่องเที่ยวได้สร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจ สังคม การสร้างตระหนักถึงความเป็นบ้านเกิด และการสนับสนุนในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ซึ่งการดำเนินการต้องมีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างประโยชน์แก่ชุมชนท้องถิ่น มีการพัฒนาความรู้ด้านการท่องเที่ยว เพื่อที่จะทำให้ประชาชนสามารถเพิ่มศักยภาพในการป้องกันมรดกทางวัฒนธรรม

จากที่ได้กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยได้ให้ความสนใจกับการท่องเที่ยวเมืองรองของจังหวัดจันทบุรี โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นย่านชุมชน เนื่องจาก เล็งเห็นถึงแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่เป็นเชิงอนุรักษ์ เป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพราะผู้วิจัยมองว่าประเทศไทยเรามีทรัพยากรประเภทศิลปวัฒนธรรมที่หลากหลาย ทั้งที่มีการผสมผสานกับวิถีชีวิตตามยุคสมัย ศิลปวัฒนธรรมบางอย่างที่สูญหาย และวัฒนธรรม วิถีชีวิตบางอย่างที่ยังคงอยู่ จึงคิดว่าการเห็นคุณค่าของวิถีชีวิต และวัฒนธรรมชุมชน จะเป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยให้ชุมชนสามารถพัฒนาตนเองให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความยั่งยืนได้ โดยไม่ทิ้งคุณค่าของชุมชนไว้ตามกาลเวลา ซึ่งจากการค้นหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวชุมชนของจังหวัดจันทบุรี ที่มีครบทั้งศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิตที่โดดเด่น น่าสนใจ ผู้วิจัยมองว่าชุมชนนั้น คือชุมชนริมน้ำจันทบูร



รูปที่ 1.1 ชุมชนริมน้ำจันทบูร

ที่มา: สุขทุกวันที่จันทบุรี (Happiness in Chanthaburi), 2559

จากการศึกษาข้อมูลประเภทเอกสารเกี่ยวกับ ชุมชนริมน้ำจันทบูร จันทบุรี พบว่า ชุมชนริมน้ำจันทบูรเป็นชุมชนเก่าแก่ที่มีอายุยาวนานกว่า 300 ปี นับตั้งแต่สมัยพระนารายณ์มหาราชทรงย้ายเมืองจันทบูรมาจากบ้านหัววัง มาตั้งที่ฝั่งบ้านลุ่ม ตัวเมืองจันทบูรสมัยนั้นสร้างอยู่บนเนินสูงเป็นเมืองรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า มีกำแพงเมืองศิลาแลงตั้งอยู่ บริเวณค่ายตากสิน ชุมสายโทรศัพท์หลังเก่าศาลากลางจังหวัดเก่า และโบสถ์ปัจจุบัน ลักษณะพื้นที่ลาดลงมาจากตัวเมืองถึงริมฝั่งแม่น้ำจันทบุรีก็คือย่านท่าสิงห์และย่านท่าหลวง ซึ่งมีริมฝั่งแม่น้ำเป็นชายหาดกว้าง ซึ่งเหมาะแก่การใช้ประโยชน์ด้านการคมนาคมและเป็นแหล่งอุปโภคบริโภคในสมัยนั้น หากย้อนกลับไปเมื่อสมัยอดีตราว ๆ 100 ปีขึ้นไปนั้น ย่านท่าหลวงเก่าเป็นย่านที่มีความเจริญรุ่งเรืองมาก ถือเป็นแหล่งศูนย์กลางการค้าของเมืองจันทบูร และยังมีท่าเทียบจอดเรือค้าขายหลายแห่ง ถนนสายแรกที่สร้างขึ้นคือ ถนนเลียบบนที่หรือถนนสุขาภิบาล จึงถือว่าชุมชนริมน้ำจันทบูรเริ่มต้นจากหัวถนนสุขาภิบาล คือ ย่านท่าหลวง ในสมัยรัชการที่ 5 ได้จัดตั้งเมืองจันทบูรเป็นมณฑลจันทบุรีย่านท่าหลวงเป็นที่ตั้งของอำเภอท่าหลวง ซึ่งได้เปลี่ยนแปลงมาจากด่านเก็บเงินภาษีในสมัย ร.4 และบริเวณนี้เป็นศูนย์กลางการเดินทางและการพาณิชย์ที่กำหนดให้หลักฐานในบันทึกการเดินทางของ Henry Mouhot นักสำรวจชาวฝรั่งเศส ที่เดินทางออกจากสยามไปยังเมืองกัมพูชา เมื่อปี พ.ศ. 2402 และได้หยุดพักค้างที่เมืองจันทอยู่หลายวัน ณ สุลกสถาน (Custom Home) เพื่อจัดเตรียมสัมภาระและคนนำทางพื้นเมือง แล้วจึงเดินทางสู่กัมพูชาทางทะเล ซึ่งนอกจากย่านท่าหลวงจะเป็นย่านการพาณิชย์ที่สำคัญแล้ว ยังมีความสำคัญทาง

ประวัติศาสตร์ เมื่อครั้งที่จัดงานฉลองเมืองจันทน์ 3 วัน 3 คืน เมื่อวันที่ 15 – 17 มกราคม พ.ศ. 2447 หลังจากที่ฝรั่งเศสออกจากเมืองจันทน์ไปตราดแล้ว ได้มีการปลูกสร้างปราจีนหน้าโรงทหารญวน มีการประดับธงชาติ และประติมากรรมไฟอย่างงดงามตลอดย่านท่าหลวง และนอกจากนี้ พื้นที่ตรงนี้ยังคงเคยเป็นพื้นที่รับเสด็จ ร.5 มีการสร้างศาลาทำน้ำที่ท่าหลวงเป็นที่รับเสด็จ และในถนนตลาดจันทบุรีมีการตั้งซุ้ม ปักธง แขนงโคมไฟตามรายทางอย่างวิจิตรงดงาม

ปัจจุบันชุมชนริมน้ำจันทบุรี ได้ถูกนำเสนอให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สำคัญแห่งหนึ่งของจังหวัดจันทบุรี เนื่องจากเป็นชุมชนแหล่งท่องเที่ยวที่ยังคงอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมที่หลากหลายแห่งหนึ่งของประเทศไทย ซึ่งมีแนวคิดที่ว่า “วัฒนธรรมนำการค้า” ซึ่งเน้นการพัฒนาชุมชนอย่างเป็นระบบและเข้มแข็ง มีการสร้างจิตสำนึก ความสามัคคีกันในชุมชน และให้คนในชุมชนช่วยกันอนุรักษ์ฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรม อนุรักษ์ประวัติศาสตร์วิถีชีวิตความเป็นอยู่ โดยทางชุมชนต้องการเพื่อที่จะถ่ายทอดแนวทางเหล่านี้ไปสู่คนรุ่นหลัง และพัฒนาให้ชุมชนริมน้ำจันทบุรี เป็นแหล่งการเรียนรู้และการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่สำคัญของจังหวัดจันทบุรี จากข้อมูลข่าวสารของชุมชนริมน้ำจันทบุรีพบว่าชุมชนริมน้ำจันทบุรีได้เป็นต้นแบบในการพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในประเทศไทย ซึ่งนับได้ว่าเป็นสิ่งที่แสดงถึงความเข้มแข็งและความสำเร็จของคนในชุมชน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2559)

ในงานวิจัยเล่มนี้ นอกจากผู้วิจัยมีความสนใจในกระบวนการในการอนุรักษ์และสืบทอดวัฒนธรรมประเพณีให้คงอยู่แล้วนั้น ผู้วิจัยยังมุ่งศึกษาในด้านการสื่อสารภาพลักษณ์ และกระบวนการสร้างการมีส่วนร่วมที่มีอยู่ในชุมชน จนทำให้ชุมชนแห่งนี้กลายเป็นชุมชนที่มีชื่อเสียงและมีเอกลักษณ์ที่น่าสนใจและกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวหนึ่งที่สำคัญของจังหวัด อีกทั้งผู้วิจัยมองว่าปัจจัยสำคัญที่มีส่วนช่วยในการส่งเสริมการท่องเที่ยวคือ “การสื่อสาร” และ “การมีส่วนร่วม” ซึ่งผู้วิจัยมองว่าทั้งสองสิ่งนี้เป็นกระบวนการหนึ่งในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้แก่นักท่องเที่ยวไปยังบุคคลที่เกี่ยวข้อง ทั้งภายในและภายนอกองค์กร เป็นตัวกลางที่ขับเคลื่อนกิจกรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวให้ดำเนินไปจนสำเร็จลุล่วง อีกทั้งยังทำให้สถานที่ท่องเที่ยวเป็นที่รู้จัก และดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว ให้เดินทางมาท่องเที่ยวยังสถานที่นั้น ๆ เพิ่มขึ้นอีกด้วย นอกจากนี้สื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจยังมีบทบาทต่อทัศนคติของผู้รับสาร ซึ่งการกระตุ้นและปลูกฝังทัศนคติเกี่ยวกับการอนุรักษ์วัฒนธรรมวิถีชีวิตของชุมชนถือเป็นวัตถุประสงค์หนึ่งของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ดังนั้นการสื่อสารและการมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจึงมีความสำคัญ ในการกระตุ้นให้คนหันมา

เกี่ยวข้องกับประเทศ และช่วยอนุรักษ์วัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่นสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต่อไป อีกด้วย

ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาว่ามีแนวทางอะไรบ้างที่เป็นส่วนสำคัญในการสื่อสารเรื่องของภาพลักษณ์ และปัจจัยใดบ้างที่มีส่วนในการสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนริมน้ำจันทบูรเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้เกิดความยั่งยืน และเป็นที่ยั่งยืน อีกทั้งยังสามารถนำแนวคิดนี้ไปพัฒนากระบวนการสร้างความยั่งยืนให้กับชุมชนอื่น ๆ หรือแม้แต่การนำแนวทางการสื่อสารภาพลักษณ์นี้ไปต่อยอดในการทำธุรกิจชุมชนหรือพัฒนาชุมชนถิ่นที่อยู่เดิม เช่น ที่พัก ร้านอาหาร ของที่ระลึกของชุมชน แหล่งการเรียนรู้ของชุมชน ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น และเกิดประโยชน์แก่คนในชุมชน

1.2 ปัญหาวิจัย

1.2.1 แนวทางการสื่อสารภาพลักษณ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ของชุมชนริมน้ำจันทบูรเป็นอย่างไร

1.2.2 ปัจจัยในการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนริมน้ำจันทบูรเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวมีปัจจัยอะไรบ้าง

1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.3.1 เพื่อศึกษาการสื่อสารภาพลักษณ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนริมน้ำจันทบูร จังหวัดจันทบุรี

1.3.2 เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนริมน้ำจันทบูร จังหวัดจันทบุรี

1.4 ขอบเขตการวิจัย

1.4.1 ขอบเขตด้านพื้นที่

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาการสื่อสารภาพลักษณ์และการมีส่วนร่วมของประชาชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนริมน้ำจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี โดยใช้การรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง ในช่องทางสื่อต่าง ๆ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2560 - พ.ศ. 2563

1.4.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการสื่อสารภาพลักษณ์และการมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ของชุมชนริมน้ำจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี

1.4.3 ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาที่ผู้วิจัยใช้ในการวิจัย ตั้งแต่เดือน สิงหาคม 2562 - มีนาคม 2563 เป็นเวลา 7 เดือน

1.5 นิยามศัพท์

ภาพลักษณ์ หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจของบุคคลตามความรู้สึกนึกคิด ที่มีต่อชุมชนริมน้ำจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี ในด้านต่าง ๆ ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจหรือการรับรู้นี้ อาจเป็นผลเกิดจากการได้รับประสบการณ์โดยตรงหรือประสบการณ์ทางอ้อมของบุคคลนั้น

การมีส่วนร่วม หมายถึง การเข้าร่วมอย่างแข็งขันของกลุ่มบุคคลในขั้นตอนต่าง ๆ ของการดำเนินกิจกรรมอย่างหนึ่ง การมีส่วนร่วมในการสนับสนุนที่เป็น ไปในรูปของผู้เข้าร่วมมีส่วนร่วมทำให้เกิดผลของกิจกรรมที่เข้าร่วมมิใช่เป็นผู้ร่วมคิดตัดสินใจหรือผู้ได้รับประโยชน์เท่านั้น และการมีส่วนร่วมของประชาชนในกิจกรรมพัฒนา ไม่ใช่กระทำถึงประชาชนเข้ามาทำกิจกรรมตามที่ได้จัดทำขึ้น และหมู่บ้านหรือชุมชนมีกิจกรรมและวิธีดำเนินงานของตนเองอยู่แล้ว ประชาชนมีศักยภาพที่จะพัฒนาชุมชนของตนเองได้ การที่ประชาชนหรือชุมชนสามารถเข้าไปมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ

สำหรับการกำหนดนโยบายการพัฒนาที่เป็นกระบวนการขั้นต้นของการวางแผนการพัฒนาชุมชนในส่วนที่เป็นที่อยู่อาศัยในการดำรงชีวิตของตนเอง

การสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยว หมายถึง การถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารของชุมชนริมน้ำจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี ผ่านสื่อต่าง ๆ ทั้งสื่อมวลชน สื่อบุคคลและสื่ออื่น ๆ จากชุมชนริมน้ำจันทบุรี ไปยังนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ

เมืองรอง หมายถึง จังหวัดที่ไม่ได้เป็นจังหวัดกลุ่มเป้าหมายหลักของนักท่องเที่ยว เป็นจังหวัดที่ยังมีนักท่องเที่ยวเข้าไปเที่ยวไม่มากนัก ซึ่งมีผลต่อการกระจายรายได้ และความเหลื่อมล้ำของประชาชนในประเทศ ซึ่งในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้กำหนดให้ เมืองรอง หมายถึง จังหวัดจันทบุรี

ชุมชน หมายถึง เขตพื้นที่ระดับของความคุ้นเคย และการติดต่อระหว่างบุคคล ตลอดจนพื้นฐานความยึดเหนี่ยวเฉพาะบางอย่างที่ทำให้ชุมชนต่างไปจากกลุ่มเพื่อนบ้าน ชุมชนมีลักษณะเศรษฐกิจแบบเลี้ยงตัวเองที่จำกัดมากกว่าสังคม แต่ภายในวงจำกัดนั้นย่อมมีการสังสรรค์ใกล้ชิดซึ้งกว่า และมีความเห็นอกเห็นใจที่ลึกซึ้งกว่า อาจมีสิ่งเฉพาะบางอย่างที่ทำให้เกิดความผูกพัน เช่น เชื้อชาติ ต้นกำเนิดเดิมหรือศาสนา

การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน หมายถึง การท่องเที่ยวการจัดการ บริการอื่น ๆ ทั้งในปัจจุบันและอนาคต โดยต้องดำเนินการภายใต้ขีดความสามารถของธรรมชาติ ชุมชน ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรม วิถีชีวิตที่มีต่อขบวนการการท่องเที่ยวต้องตระหนักต่อการมีส่วนร่วมของประชากรในชุมชน ขนบธรรมเนียม วัฒนธรรม ประเพณี

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.6.1 เพื่อเป็นประโยชน์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยว และการพัฒนาการจัดการภายในชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ในการสื่อสารภาพลักษณ์ที่เหมาะสม และการสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนริมน้ำจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี

1.6.2 สามารถนำผลการวิจัย ไปพัฒนารูปแบบหรือแนวทางในการสื่อสารภาพลักษณ์ของชุมชน และแนวทางในการสร้างการมีส่วนร่วมกันของชุมชน ให้เกิดประสิทธิภาพ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชน

1.6.3 ผลจากการวิจัยจะทำให้ทราบแนวคิด วิธีปฏิบัติ และศักยภาพด้านการสื่อสารและการมีส่วนร่วม เพื่อการพัฒนาวิธีการสื่อสาร หรือสร้างกลยุทธ์ให้เกิดการสื่อสารกันภายในชุมชนที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ และก่อให้เกิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนได้

1.6.4 ผู้วิจัยสามารถนำงานวิจัยนี้ไปใช้เป็นต้นแบบในการพัฒนาชุมชนอื่นได้



บทที่ 2

แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่อง “การสื่อสารภาพลักษณ์และการมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนริมน้ำจันทบูร จังหวัดจันทบุรี” มีแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเป็นกรอบแนวคิดและแนวทางในการวิจัยดังต่อไปนี้

- 2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับชุมชนริมน้ำจันทบูร จังหวัดจันทบุรี
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์
- 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชน
- 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
- 2.5 แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว
- 2.6 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืน
- 2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับชุมชนริมน้ำจันทบูร จังหวัดจันทบุรี

2.1.1 ประวัติชุมชนริมน้ำจันทบูร

ชุมชนริมน้ำจันทบูรเป็นชุมชนเก่าแก่ที่มีอายุยาวนานกว่า 300 ปี นับตั้งแต่สมัยพระนารายณ์มหาราชทรงย้ายเมืองจันทบูรมาจากบ้านหัววัง มาตั้งที่ฝั่งบ้านลุ่ม ตัวเมืองจันทบูรสมัยนั้นสร้างอยู่บนเนินสูงเป็นเมืองรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า มีกำแพงเมืองศิลาแลงตั้งอยู่ บริเวณค่ายตากสิน ชุมสายโทรศัพท์หลังเก่าศาล ศาลากลางจังหวัดเก่า และโบสถ์ปัจจุบัน ลักษณะพื้นที่ลาดลงมาจากตัวเมืองถึงริมฝั่งแม่น้ำจันทบุรีก็คือย่านท่าสิงห์และย่านท่าหลวง ซึ่งมีริมฝั่งแม่น้ำเป็นชายหาดกว้าง ซึ่งเหมาะแก่การใช้ประโยชน์ด้านการคมนาคมและเป็นแหล่งอุปโภคบริโภคในสมัยนั้น หากย้อนกลับไปเมื่อสมัยอดีตราว ๆ 100 ปีขึ้นไปนั้น ย่านท่าหลวงเก่าเป็นย่านที่มีความเจริญรุ่งเรืองมาก ถือว่าเป็นแหล่งศูนย์กลางการค้าของเมืองจันทบูร และยังมีท่าเทียบจอดเรือค้าขายหลายแห่ง ถนนสายแรกที่สร้างขึ้นคือ ถนนเลียบบนที่ หรือถนนสุขาภิบาล จึงถือว่าชุมชนริมน้ำจันทบูรเริ่มต้นจากหัวถนน

สุขาภิบาล คือ ย่านท่าหลวง ในสมัยรัชการที่ 5 ได้จัดตั้งเมืองจันทบูรเป็นมณฑลจันทบุรีย่านท่าหลวง เป็นที่ตั้งของอำเภอท่าหลวง ซึ่งได้เปลี่ยนแปลงมาจากด่านเก็บเงินภาษีในสมัย ร.4 และบริเวณนี้เป็น ศูนย์กลางการเดินทางและการพาณิชย์ที่กำหนดให้หลักฐาน ในบันทึกการเดินทางของ Henry Mouhot นักสำรวจชาวฝรั่งเศส ที่เดินทางออกจากสยามไปยังเมืองกัมพูชา เมื่อปี พ.ศ. 2402 และได้ หยุดพักค้างที่เมืองจันทบูรหลายวัน ณ สุลกสถาน (Custom Home) เพื่อจัดเตรียมสัมภาระและคนนำ ทางพื้นเมือง แล้วจึงเดินทางสู่กัมพูชาทางทะเล ซึ่งนอกจากย่านท่าหลวงจะเป็นย่านการพาณิชย์ที่ สำคัญแล้ว ยังมีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ เมื่อครั้งที่จัดงานฉลองเมืองจันท 3 วัน 3 คืน เมื่อวันที่ 15-17 มกราคม พ.ศ. 2447 หลังจากที่ฝรั่งเศสออกจากเมืองจันทไปตราดแล้ว ได้มีการปลูกสร้างปรา ซินหน้าโรงทหารฉนวน มีการประดับธงชาติ และประชิปโคมไฟอย่างงดงามตลอดย่านท่าหลวง และ นอกจากนี้ พื้นที่ตรงนี้ยังคงเคยเป็นพื้นที่รับเสด็จ ร.5 มีการสร้างศาลาทำน้ำที่ท่าหลวงเป็นที่รับเสด็จ และในถนนตลาดจันทบูรมีการตั้งซุ้ม ปักธง แววนโคมไฟตามรายทางอย่างวิจิตรงดงาม

ริมน้ำจันทบูรจึงเป็นที่ตั้งถิ่นฐานชุมชนที่มีความเจริญรุ่งเรืองเรื่อยมาตั้งแต่อดีตจนถึง ปัจจุบัน และเมื่อถนนเข้ามาแทนที่การคมนาคมทางน้ำ ชุมชนริมน้ำจันทบูรก็ค่อย ๆ ลดเลือน บทบาท ด้านการค้าและการคมนาคม ประกอบกับการขยายเมือง และเหตุการณ์ไฟไหม้ครั้งยิ่งใหญ่ที่ เกิดขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2533 และการเกิดน้ำท่วมครั้งใหญ่เมื่อปี พ.ศ. 2542 การค้าพลอยซบเซาลง ทำให้ ลูกหลานและคนในพื้นที่ก็ย้ายขยาย ย้ายออกไปยังที่อื่น ส่งผลให้ชุมชนริมน้ำจันทบูรค่อนข้างเงียบ เหงา จนกระทั่งต้นปี พ.ศ. 2552 สำนักงานพาณิชย์จังหวัดจันทบุรี ได้เข้ามาช่วยเหลือ โดยมีนโยบาย ที่จะพัฒนาย่านเก่านี้ ให้กลับมาเป็นย่านการค้าสำคัญอีกครั้ง จึงได้ให้ทำประชาคมเพื่อกำหนดทิศ ทางการอนุรักษ์และพัฒนา ทำให้เกิดกลุ่มอาสาสมัครทำงานเพื่อฟื้นฟูและพัฒนาสังคม ในนามของ “กรรมการพัฒนาชุมชนริมน้ำจันทบูร” ร่วมกันดำเนินกิจกรรมฟื้นฟูชุมชน อนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม สถาปัตยกรรมและความเป็นย่านการค้า สืบสานเรื่องราวของชุมชนเพื่อถ่ายทอดสู่คนรุ่นหลัง เพื่อ นำไปสู่การพัฒนาชุมชน ภายใต้แนวคิด “วัฒนธรรมนำการค้า” โดยมีวิสัยทัศน์และข้อตกลงร่วมกัน ว่า “จะร่วมกันสร้างจิตสำนึก และความสามัคคีของคนในชุมชน ในการดำรงไว้ซึ่งวิถีชีวิตที่มี คุณภาพ ฟื้นฟูอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม และความเป็นย่านการค้า สืบสานเรื่องราวประวัติศาสตร์ของ ชุมชน เพื่อถ่ายทอดสู่คนรุ่นหลัง เพื่อนำไปสู่การพัฒนาชุมชนริมน้ำจันทบูร ให้เป็นแหล่งเรียนรู้และ ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่สำคัญของจังหวัดจันทบุรี” (มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2561)

2.1.2 จุดเริ่มต้นของโครงการฟื้นฟูชุมชนเก่า

8 ธันวาคม พ.ศ. 2553 ทางสถาบันอาศรมศิลป์ได้เข้ามาพูดคุยกับคณะทำงานของชุมชนเพื่อหารือถึงแนวทางถึงโครงการการปรับปรุงอาคารสถานที่ในชุมชน โดยก่อนหน้านั้นนักศึกษาของสถาบันอาศรมศิลป์ได้ลงพื้นที่เข้ามาสำรวจด้านสถาปัตยกรรมเพื่อทำข้อมูลไปทำงานวิจัยแล้ว โครงการนี้ได้รับการจากมูลนิธิร็อคกี้เฟลเลอร์เพื่อปรับปรุงพัฒนาอาคารบ้านเรือนเพื่อเป็นแบบอย่างให้แก่บ้านหลังอื่น ๆ

22 ธันวาคม พ.ศ. 2553 ได้มีการนัดพบกับเจ้าของอาคารในชุมชนที่สนใจจะเข้าร่วมโครงการ โดยมีเงื่อนไขคือ บ้านที่เป็นโครงการนำร่อง เป็นจุดเริ่มต้นของการตั้งกองทุนขึ้นในเรื่องของการอนุรักษ์อาคารเก่าที่จะหาทุนจากหลาย ๆ แหล่งเพื่อเข้ามาสนับสนุนโครงการ โดยเกณฑ์การเลือกอาคารเก่า ได้แก่

- 1) เป็นอาคารที่มีคุณค่าด้านประวัติศาสตร์และความโดดเด่นทางสถาปัตยกรรม สามารถเป็นแหล่งเรียนรู้ได้
- 2) เจ้าของอาคารมีการยินยอมให้มีการเปิดพื้นที่เรียนรู้แก่สาธารณะได้
- 3) ในระหว่างการปรับปรุงอาคาร มีการเปิดพื้นที่เพื่อเรียนรู้ให้กับผู้ที่สนใจได้
- 4) เป็นอาคารที่อยู่ในเกณฑ์ที่ควรปรับปรุงอาคาร

ซึ่งหลังจากการประชุมกันภายในชุมชนพบว่า อาคารในชุมชน 2 หลังที่สามารถปรับปรุงได้ คือ บ้านการเรียนรู้เลขที่ 69 บ้านขุนอนุสรณ์สมบัติ และบ้านขุนบูรพาภิบาล บ้านเลขที่ 90 (บ้านขนมไข่ป่าไต้)

2.1.3 วิถีชีวิตและวัฒนธรรมภายในชุมชน

ชุมชนริมน้ำจันทบูร มีถนนสายสำคัญ คือ ถนนสุขาภิบาล ซึ่งเป็นถนนเก่าแก่ที่มีความกว้างไม่มาก เป็นเส้นทางคมนาคมหลักระยะทางประมาณ 1 กิโลเมตร จากย่านท่าหลวงไปสิ้นสุดที่ท่าน้ำปลายถนน (สมัยก่อนเรียกท่าตาโท) ปัจจุบันมีอาคารบ้านเรือนตั้งอยู่ทั้งสองฝั่งถนน แต่ฝั่งที่ติดริมแม่น้ำจะมีบ้านพักอาศัยอยู่มากกว่า ในสมัยก่อนบ้านที่ติดริมแม่น้ำมักมีทำสวนตัวเองและมีบางบ้านที่มีที่ดินเพียงพอที่จะสร้างทำน้ำเพื่อใช้เป็นท่าเทียบเรือขนส่งสินค้าที่ตนเองติดต่อมาขาย เช่น มะพร้าว

กก สมุนไพร ข้าว เป็นต้น และในอดีตประมาณ 80 ปีที่แล้ว มีท่าเรือสำคัญ ๆ ที่ใช้เป็นท่าน้ำสาธารณะประมาณ 7 ท่า เรียงตามลำดับจากหัวถนนสุขาภิบาลไปจนสุดถนน ได้แก่

- 1) ท่าหลวง เป็นท่าจอดเทียบเรือ จอดแพ และท่าข้ามฟาก มีพื้นที่กว้าง เป็นศูนย์กลางการคมนาคมขนส่ง
- 2) ท่าหมอตอด เป็นท่าสำหรับชุมชนบริเวณใกล้เคียงใช้ในการอาบน้ำ ซักล้าง (หน้าศาลเจ้าตัวเล่าเอี้ย)
- 3) ท่าประชานิยม เป็นท่าเทียบเรือยนต์ขนถ่ายสินค้า (ตรงข้ามถนนประชานิยม)
- 4) ท่าแม่ฟ่องศรี เป็นท่าเรือแจวข้ามฟากไปโรงสีนายมงคล
- 5) ท่าศาลเจ้าที่ (ท่าแม่ฟุ้ง) เป็นท่าเรือแจวข้ามฟากไปโรงสีนายหวาน
- 6) ท่าวัดโรมันคาทอลิก มีศาลาที่พัก เป็นท่าเรือแจวข้ามฟากสำหรับบุคคลทั่วไป เสียเงินเที่ยวละ 1 สลึง สำหรับนักเรียนและชาวคริสต์ที่ข้ามไปโรงเรียนและวัดคาทอลิกที่อยู่บนฝั่งจันทนิมิตไม่ต้องเสียเงิน
- 7) ท่าตาโทะ มีการสร้างศาลาพักทำน้ำเมื่อปี พ.ศ. 2474 สมัยรัชกาลที่ 7 เป็นท่าเรือแจวรับจ้างข้ามฟากสำหรับบุคคลทั่วไปที่จะข้ามไปวัดไผ่ล้อมและบริเวณใกล้เคียง ปัจจุบันท่าเรือดังกล่าวไม่มีแล้ว แต่ยังคงหลงเหลือหลักฐานให้เห็นบ้างเป็นบันไดทำน้ำ ได้แก่ ท่าหลวง ท่าหมอตอด ท่าประชานิยม และท่าตาโทะ

2.1.4 ด้านทรัพยากรในการท่องเที่ยวและสภาพแวดล้อม

- 1) บรรยากาศภายในชุมชนริมน้ำจันทบูร
 ชาวชุมชนริมน้ำจันทบูรได้ร่วมกันอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม และวิถีชีวิตดั้งเดิมทั้งด้านศาสนา วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีไว้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะด้านสถาปัตยกรรม ได้มีการจัดเก็บข้อมูลทางด้านสถาปัตยกรรม โดยความร่วมมือของสถาบันอาศรมศิลป์ และวิทยาลัยเทคนิคจันทบุรี เพื่อเป็นการเรียนรู้และเป็นการอนุรักษ์ต้นแบบของศิลปกรรมและสถาปัตยกรรมท้องถิ่นชุมชนเอาไว้ โดยผู้คนที่ผ่านไปมาบนถนนสุขาภิบาลก็จะสามารถพบเห็นสถาปัตยกรรม สิ่งก่อสร้างได้ตลอดเส้นทาง ทั้งลวดลายแกะสลักแบบจีนแบบฝรั่งเศสแบบไทย และแบบผสมผสาน เช่น ระบายชายคาไม้ฉลุแบบขนมปังขิง ช่องลมไม้ฉลุลายเถาดอกไม้ ราวระเบียงเหล็กหล่อลวดลายสวยงามซึ่งมีความสวยงามและเอกลักษณ์เฉพาะตัว บางส่วนในชุมชนมีการเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัยบ้างแต่ชาวชุมชนริมน้ำจันทบูรส่วนใหญ่ต่างช่วยกันอนุรักษ์สถาปัตยกรรมเหล่านี้ไว้ให้เป็นมรดกทางวัฒนธรรมแก่ลูกหลานสืบทอดกันไป ทั้งนี้นอกจากจะมี

สถาปัตยกรรมที่เป็นเอกลักษณ์แล้ว ผู้คนที่อาศัยอยู่ในชุมชนริมน้ำจันทบูรยังมีความเป็นมิตรไมตรี มีวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่เรียบง่าย สงบสุข อีกทั้งสองฝั่งถนนสายนี้ก็ยังมีร้านจำหน่ายสินค้าพื้นเมืองของฝาก ของที่ระลึก รวมไปถึงอาหารคาว หวาน สตรี โบราณให้ได้ชมและชิมอีกด้วย (อาศิราพนาราม, 2562)



รูปที่ 2.1 ภาพชุมชนริมน้ำจันทบูรที่ถ่ายจากอีกฝั่งแม่น้ำ

ที่มา: FamilyTH, 2019

2) ร้านค้า ร้านอาหารภายในชุมชน

ภายในชุมชนริมน้ำจันทบูรตลอดสองฝั่งถนนนั้น ถือเป็นสมบัติอันล้ำค่าของชุมชน ไม่ว่าจะเป็นแหล่งการเรียนรู้ ร้านสินค้าพื้นเมือง ของฝากของที่ระลึก ร้านอาหารต่าง ๆ ที่หลายร้านเป็นเจ้าของของจังหวัดจันทบุรีซึ่งเป็นที่น่าสนใจและมีประวัติมายาวนาน ซึ่งผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลมาได้ดังนี้ (คณะกรรมการพัฒนาชุมชนริมน้ำจันทบูร, 2556, น. 6 - 23)

สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ของชุมชนริมน้ำจันทบูร

บ้านขุนอนุสรสมบัติ (บ้านเลขที่ 69)

บ้านขุนอนุสรสมบัติ เป็นบ้านครึ่งตึกครึ่งไม้ เป็นสถาปัตยกรรมแบบผสมผสานที่มีอายุเก่าแก่กว่า 100 ปี ซึ่งเปิดให้เป็นแหล่งเรียนรู้ของชุมชนตั้งแต่วันที่ 17 กันยายน พ.ศ. 2553 ซึ่ง

ภายในบ้านเป็นการจัดแสดงเรื่องราวประวัติความเป็นมาของชุมชนริมน้ำจันทบูร นิทรรศการภาพถ่าย ไข้เผยแพร่ความรู้ของชุมชนให้แก่ผู้ที่มาเที่ยวชม บ้านเลขที่ 69 นี้ตั้งอยู่เยื้องกับศาลเจ้าที่ตลาดล่าง เปิดให้เข้าชมทุกวันเสาร์ - อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ โดยมีอาสาสมัครในชุมชนหมุ่นเวียนสลับเปลี่ยนกันมาดูแลและต้อนรับนักท่องเที่ยว

ร้าน ไอศกรีมตราจรวด (เลขที่ 255 - 257)

ร้าน ไอศกรีมจรวดเป็นอาคารปูนผสมไม้สองชั้น มีอายุกว่า 100 ปี ด้านหน้าเป็นตึกแบบยุโรป บ้านนี้เปิดเป็นโรงงานทำไอศกรีมด้วยเครื่องจักรแห่งแรกของเมืองจันทร์ ซึ่งสิ่งที่เป็นเอกลักษณ์ของร้าน ไอศกรีมแห่งนี้คือ ลวดลายฉลุที่มีความสวยงาม อุปกรณ์ทำไอศกรีม และกระดิกกลมบรรจุไอศกรีมแห่งโบราณ ซึ่งปัจจุบันร้านนี้ยังคงการผลิตไอศกรีมชนิดดั้งเดิมไว้ด้วยเอกลักษณ์และรสชาติที่ทำขายมายาวนานกว่า 50 ปี

บ้านหมอชาญ (เลขที่ 253)

เป็นบ้านครึ่งปูนครึ่งไม้ ด้านหน้าเป็นแบบยุโรป มีอายุเก่าแก่กว่า 100 ปี เดิมเป็นบ้านของคุณตาวิภาค วิชัยชนะ อดีตผู้พิพากษาเมืองจันทบุรี ในสมัยรัชกาลที่ 5 ซึ่งเป็นพ่อตาของหมอชาญ โยหมอชาญเปิดบ้านหลังนี้ขึ้นมาเป็นร้านหมอรักษาโรคด้วยยาตำราหลวง มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับมาก แต่ปัจจุบันบ้านหลังนี้ใช้เป็นที่อยู่อาศัยและยังคงเก็บรักษา สิ่งของเครื่องใช้โบราณอย่างลวดลายราวบันได เติง ตู้ นาฬิกาโบราณ

บ้านหลวงราชไมตรี (เลขที่ 252)

บ้านหลวงราชไมตรีมี 2 หลัง คือ เรือนไม้สักทองริมแม่น้ำจันทร์เป็นการออกแบบสถาปัตยกรรมแบบไทย และเรือนตึกที่เป็นอาคารอยู่ฝั่งตรงข้ามเป็นการออกแบบสถาปัตยกรรมแบบฝรั่ง โดยมีถนนสุขาภิบาลกั้นตรงกลาง บ้านพักหลวงราชไมตรีถือว่าเป็นบ้านพักประวัติศาสตร์ สไตล์ Boutique Hotel เป็นบ้านที่เก็บเรื่องราวประวัติศาสตร์ของหลวงราชไมตรี โดยห้องพักแต่ละห้องถูกออกแบบให้มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ตามเรื่องราวแต่ละช่วงชีวิตของหลวงราชไมตรี บ้านหลวงราชไมตรีแห่งนี้เป็นการร่วมมือร่วมแรงกันของชาวชุมชนริมน้ำจันทบูร ทายาทหลวงราชไมตรี และสถาบันอารมศิลป์ ก่อตั้งบริษัทจันทบูรรักคีดี จำกัด ในรูปแบบธุรกิจเพื่อสังคม โดยมีผู้ถือหุ้นคือสมาชิกคนในชุมชน ปัจจุบันบ้านหลวงราชไมตรีเป็นแหล่งที่ให้ความเคลื่อนไหวด้านข้อมูลข่าวสาร เป็นตัวกลางในการสื่อสารภาพลักษณ์ให้ออกไปสู่คนภายนอกชุมชนโดยการก่อตั้งเว็บไซต์ เพจ อีกด้วย

ร้านขายยาจังกวนอัน (เลขที่ 172)

ร้านขายยาจีนที่มีอายุเก่าแก่กว่า 100 ปี ที่เปิดโดยนายหยัง แซ่จ้ง ชาวจีนแคะที่เดินทางมาจากเมืองจิน มีอาชีพค้าขายยาจีนซึ่งขนส่งมาทางเรือจากเมืองจินสืบทอดกันมาจนถึงปัจจุบัน ซึ่งสิ่งที่เป็นความภาคภูมิใจของร้านขายยานี้คือยังคงอนุรักษ์เครื่องใช้ต่าง ๆ ในการทำยาสมุนไพรและการขายยาจีน เช่น ตู้ยาโบราณ เครื่องชั่งยา มีดหั่นยา ครกตำยาทองเหลือง ให้นักท่องเที่ยวหรือคนที่ไปซื้อยาได้ชมอีกด้วย

ร้านปลาภิรมน้ำ (เลขที่ 137)

อดีตบ้านหลังนี้เคยทำโรงกลึงมาก่อน ต่อมาเมื่อ พ.ศ. 2510 ได้เปลี่ยนอาชีพเป็นซื้อ - ขายปลาสวยงามโดยนำปลาพื้นเมืองจากจันทบุรีไปส่งกรุงเทพฯ และนำปลาสวยงามจากกรุงเทพฯ มาจำหน่ายที่ร้าน ร้านนี้ถือว่าเป็นร้านปลาสวยงามแห่งแรกของจันทบุรี ซึ่งปัจจุบันยังคงเปิดกิจการอยู่ถึงทุกวันนี้ และมีการอนุรักษ์พันธุ์ปลาพื้นเมืองที่เคยมีในแม่น้ำจันทบุรีเพื่อให้ความรู้แก่ผู้สนใจ

โรงเจเทียงเซ็งตั้ง (เลขที่ 129)

เป็นโรงเจที่มีอายุเก่าแก่กว่า 100 ปี ในอดีตเดิมถูกเรียกว่า เป็กเซตั้ง เป็นสถานที่หยุดพักของชาวจีนที่เดินทางมาจากทะเลก่อนจะเดินทางต่อไปยังที่อื่น และเป็นศาสนสถานที่ชาวจีนเข้ามาสักการะบูชาเจ้าแม่กวนอิม ลักษณะเป็นอาคาร 2 หลัง ต่อเนื่องกันด้วยโถงกลางด้านหน้าเป็นอาคารไม้ตกแต่งลายฉลุไม้สวยงาม ด้านหลังเป็นอาคารปูน ภายในยังมีพระพุทธรูปโบราณและแท่นบูชาแบบจีน ซึ่งปัจจุบันที่ตรงนี้เปิดขายอาหารในเทศกาลกินเจทุกปี

บ้านหลวงประกอบนิติสาร (เลขที่ 148)

บ้านหลังนี้เป็นมรดกตกทอดของหลวงประกอบนิติสาร ซึ่งรับราชการเป็นผู้พิพากษาศาลมณฑลนครศรีธรรมราช เป็นตึกที่มีสถาปัตยกรรมแบบผสมผสานทั้งจีน ไทยใหญ่ ฝรั่งเศส แบ่งออกเป็น 2 ตอน ตอนหน้าเป็นแบบจีน ตอนหลังเป็นเรือนไทยดิคริมแม่น้ำ ภายในออกแบบเป็นลูกทรงเหล็กหล่อ ชายสังกะสี และช่องลมไม้สลักลาย เป็นสถานที่ที่มักได้รับเลือกให้เป็นสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์และโฆษณาหลาย ๆ เรื่อง ปัจจุบันบ้านหลังนี้ให้คนเช่าอาศัย

บ้านโกกบาล (เลขที่ 89)

บ้านโกกบาลในอดีตประกอบกิจการค้าขายผ้าหนึ่งในสินค้าควบคุมโดยกงสุลฝรั่งเศส เมื่อสมัยที่ฝรั่งเศสยึดเมืองจันทบุรี จุดเด่นของบ้านโกกบาล คือบ้านเป็นไม้ตะเคียนทั้งหลัง

เป็นสถาปัตยกรรมที่ผสมผสาน ปัจจุบันเป็นที่อยู่อาศัย และเปิดจำหน่ายโปสเตอร์ของที่ระลึกของชุมชน

จันทบุรีเบเกอรี่ (เลขที่ 75)

ลักษณะเป็นบ้านแบบชาวญวน เป็นบ้านชั้นเดียว ผนังก่อปูน จุดเด่นคือซุ้มประตูลายฉลุไม้ซึ่งมีความงดงาม ปัจจุบันบ้านหลังนี้เป็นของลุงวิเชียร พงศ์นภากาศ ซึ่งบิดาเป็นคนจีนที่อพยพมาประกอบอาชีพที่ถนนริมน้ำ ลุงวิเชียรเกิดและโตที่นี่ ประกอบกิจการทำขนมปังมานานกว่า 30 ปี โดยใช้ชื่อว่า จันทบุรีเบเกอรี่

บ้านขุนบูรพาภิผล (เลขที่ 90)

บ้านขุนบูรพาภิผล เป็นที่รู้จักดีในชื่อ ร้านขนมป่าไผ่ เป็นบ้านตึกทรงยุโรปที่มีอายุเก่าแก่กว่า 100 ปี ซ่องลมฉลุวดลายดอกไม้ พื้นปูด้วยกระเบื้องดินเผาสีน้ำตาลสวยงาม แต่เดิมบ้านหลังนี้เคยเป็นโรงพิมพ์ที่มีชื่อว่า พาณิชเจริญศรี หลังจากที่บ้านขุนบูรพาภิผลเกษียณอายุราชการแล้วได้ซื้อบ้านหลังนี้เป็นที่อยู่อาศัยเรื่อยมาจนถึงปัจจุบันรุ่นลูกรุ่นหลานได้สืบทอดต่อและประกอบอาชีพขายขนมไข่ที่มีชื่อเสียงและเป็น 1 ในร้านเก่าแก่ของจังหวัดจันทบุรี

ข้าวตังโบราณเจ็ิม

เป็นร้านข้าวตังสูตรโบราณ ของคุณป้าจินดา ที่ทำมาจากภูมิปัญญาชาวบ้าน ที่นำข้าวสวยสุกก้นหม้อมาทำเป็นขนมทานเล่น เป็นสูตรที่ทำกันมานานในครอบครัว ซึ่งเอกลักษณ์ของร้านนี้คือ น้ำปรุงข้าวตังยังคงสูตรเดิมไว้ทุกประการ คือมีน้ำตาล น้ำปลา กระเทียมตำเคี้ยวรวมกันแล้วใส่ใบผักชี เป็นอีกเมนูโบราณที่หารับประทานได้ยากในปัจจุบัน

ร้านก๋วยจั๊บน้ำหนม

ร้านก๋วยจั๊บน้ำหนมที่อยู่ในชุมชนริมน้ำจันทบูรมาหลายสิบปี เป็นอาหารจานด่วนเจ้าเก่าย่านริมน้ำ ร้านตั้งเป็นอาคารไม้คู่หาเล็ก ๆ เป็นร้านเก่าแก่และร้านยอดนิยมของคนในพื้นที่และคนมาเที่ยวชม เพราะยังคงอนุรักษ์ความเก่าแก่ รูปแบบของร้าน หน้าตาอาหาร รสชาติกลมกล่อมแบบโบราณ

ขนมเทียนแก้วลุงจุ่น

ขนมเทียนแก้ว มีลักษณะเป็นขนมแป้งกวนที่มีแป้งใสเหมือนแก้ว ทำให้มองเห็นไส้ของขนมได้ชัดเจน เดิมทีลุงจุ่นถีบจักรยานตระเวนขายขนมเทียนแก้วไปทั่วเมืองจันทน์ ปัจจุบันภรรยาลุงจุ่นและลูกหลานได้รับช่วงต่อเปิดร้านขายขนมเทียนแก้วคู่กันสองร้าน

ขนมแม่กิมเซี่ย

ร้านขนมโบราณที่มีทั้งขนมโก๋ ขนมเปี๊ยะ ขนมกลีบลำดวน ขนมฝิง สูตรโบราณ เมนูจุดเด่นที่ใคร ๆ ต่างต้องพูดถึงคือ ขนมลิ่มกลั่น และขนมหยกมณี ขนมไทยรสชาติหวานมัน ที่ทำขายไม่ประจำ เป็นเมนูหาทานได้ยาก เป็นร้านที่ทำขนมวันต่อวัน ลักษณะเป็นครัวที่คนภายนอกสามารถเข้าไปชมวิธีการทำได้ นอกจากนี้ร้านนี้ยังเป็นร้านเก่าแก่ที่ตกทอดมาหลายรุ่น ภายในร้านยังคงมีอุปกรณ์การทำขนมต่าง ๆ แบบโบราณพอหลงเหลือให้เราได้เห็นอยู่บ้าง

ขนมไข่ป่าไผ่

เป็นร้านขนมที่เรียกได้ว่าเป็นสัญลักษณ์ของชุมชนริมน้ำจันทบูรก็ว่าได้ ขนมไข่ป่าไผ่เป็นขนมไข่สูตรโบราณ กรอบนอกนุ่มใน ที่ทำขายมานานกว่า 50 ปี ถือเป็นของฝากสำคัญของชุมชนริมน้ำจันทบูรเลยทีเดียว

ร้านก๋วยเตี๋ยวเจ๊อืด

ก๋วยเตี๋ยวทะเล และก๋วยเตี๋ยวต้มยำสูตรโบราณรสชาติจัดจ้านแบบชาวญวน พิเศษด้วยของทะเลสด ๆ ทั้ง ปู กุ้ง กุ้ง ปลาหมึก ในราคาย่อมเยา นอกจากนี้ยังมีเมนู ข้าวหน้าพริกเกลือของทะเลสดลวกจิ้ม ทานคู่กับน้ำจิ้มรสเด็ดประจำร้าน เป็นอีกร้านเก่าแก่ร้านหนึ่งของชุมชนริมน้ำจันทบูร

จากที่ผู้วิจัยได้กล่าวมาในข้างต้นนั้น จะเห็นได้ว่า ชุมชนริมน้ำจันทบูรยังคงไว้ซึ่งเรื่องราวความสำคัญทางประวัติศาสตร์ สถาปัตยกรรม ศิลปวัฒนธรรมต่าง ๆ ซึ่งเรื่องราวทางประวัติศาสตร์เหล่านี้ถูกถ่ายทอดออกมาในรูปแบบของวิถีชีวิต ร้านค้า ร้านอาหาร วัฒนธรรม ซึ่งปัจจุบันผู้คนที่ย้ายอยู่ในชุมชนก็ยังคงใช้ชีวิตแบบนี้อยู่ นักท่องเที่ยวหรือผู้คนที่เข้าไปท่องเที่ยวในชุมชนนั้นก็ยังคงจะได้สัมผัสกับความงดงาม ความอร่อยแบบดั้งเดิม ไปจนถึงเรื่องราวที่น่าสนใจของชุมชนริมน้ำจันทบูรได้อยู่

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์

2.2.1 ความหมายของภาพลักษณ์

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 คำว่า ภาพลักษณ์ (อ่านว่า ภาพ- ลัก) ตรงกับคำภาษาอังกฤษว่า Image แปลตามศัพท์ว่า ลักษณะของภาพที่เห็น ส่วนใหญ่ใช้ใน ความหมายว่า ภาพของบุคคล องค์กร สถาบัน ตามที่สาธารณชนมองเห็น เป็นภาพที่เกิดขึ้นในใจ ของคนที่เห็น มักเกิดจากลักษณะการกระทำ หรือพฤติกรรมของบุคคล องค์กร หรือสถาบันนั้น ๆ ซึ่งเดิมภาษาไทยใช้คำว่า “จินตภาพ” (ราชบัณฑิตยสถาน, 2556)

ในปัจจุบันนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของคำว่าภาพลักษณ์ไว้มากมาย เช่น

Boulding (1975 อ้างถึงใน ปรัชญาคม ล้วนรัตน์, 2554) ได้อธิบายว่า “ภาพลักษณ์” เป็นความรู้ความรู้สึก ของคนเราที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ โดยเฉพาะความรู้นั้นเป็นความรู้ที่เราสร้างขึ้นมาจากเฉพาะตน เป็นความรู้ เชิงอัตวิสัย (Subjective Knowledge) ซึ่งประกอบด้วย “ข้อเท็จจริง” คุณค่าที่เราเป็นผู้กำหนด โดยแต่ละบุคคล จะเก็บสะสมความรู้เชิงอัตวิสัยเกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ รอบตัวที่ได้ประสบ และมีความเชื่อว่าจริง เนื่องจาก คนเราไม่สามารถที่จะรับรู้และทำความเข้าใจกับทุกสิ่งได้ครบถ้วนเสมอไป เรามักจะได้ เฉพาะภาพ บางส่วนหรือลักษณะกว้าง ๆ ของสิ่งเหล่านั้น ซึ่งอาจไม่ชัดเจนแน่นอนเพียงพอ แล้วมักจะตีความหมาย (Interpret) หรือให้ความหมายแก่สิ่งนั้น ๆ ด้วยตัวเราเอง ความรู้เชิงอัตวิสัยนี้จะประกอบกันเป็นภาพลักษณ์ของสิ่งต่าง ๆ ที่อยู่ในโลกตามทัศนะของเรา และพฤติกรรมที่เราแสดงออกก็จะขึ้นอยู่กับ ภาพลักษณ์ของสิ่งนั้น ๆ ที่เรามีอยู่ในสมองด้วย

Kotler (2000, p. 553) อธิบายถึง ภาพลักษณ์ (Image) ว่าเป็นองค์รวมของความเชื่อ ความคิด และความประทับใจ ที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งทัศนคติและการกระทำใด ๆ ที่คนเรามีต่อสิ่งนั้น จะมีความเกี่ยวพันอย่างสูง

เสรี วงษ์มณฑา (2541, น. 18) ใช้คำว่า “ภาพพจน์” ในความหมายของคำว่า “ภาพลักษณ์” (Image) เนื่องจากได้ให้เหตุผลว่าเป็นคำที่ใช้ในความหมายของภาพลักษณ์จนคนทั่วไปปรับทราบและเข้าใจร่วมกันเป็นอย่างดี ซึ่งภาพลักษณ์นี้ หมายถึงข้อเท็จจริงบวกกับการประเมินส่วนตัว เป็นภาพที่ฝังใจของบุคคลอยู่นานแสนนาน ซึ่งอาจจะแตกต่างไปจากสภาพความจริงก็ได้

วิจิตร อวระกุล (2542, น. 42) กล่าวว่า “ภาพลักษณ์” เป็นภาพของสถาบัน หน่วยงาน บริษัท ห้างร้านหรือบุคคล ที่เกิดความรู้สึกขึ้นในใจของคนเรา ว่าดีไม่ดี ชอบไม่ชอบ เชื่อถือ ไม่เชื่อถือ เห็นด้วย ไม่เห็นด้วย ฯลฯ ถ้าความเห็นของคนส่วนมากเป็นเช่นไร ภาพลักษณ์ของหน่วยงานก็จะเป็นเช่นนั้น ภาพลักษณ์ที่ดีจะสร้างความน่าเชื่อถือได้ และภาพลักษณ์ที่ไม่ดีจะทำให้การดำเนินงานของสถาบันล้มเหลว

จากการได้ศึกษาความหมายของภาพลักษณ์ สรุปได้ว่า ภาพลักษณ์ นับได้ว่าเป็นกระบวนการ ทางความคิด ความคิดเห็น ความรู้สึก ความเชื่อและความประทับใจที่เกิดจากรวบรวมความรู้และ ประสบการณ์เข้าด้วยกัน ของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ทำให้เกิดการรับรู้และมีสิ่งที่ปรากฏขึ้นในใจ สิ่งนั้นจะเชื่อมโยงอยู่ภายในใจ สร้างการจดจำและความรู้สึกนึกคิดของแต่ละบุคคล ซึ่งลบลบกันไปได้ยาก และภาพลักษณ์นั้นอาจจะมีทั้งด้านที่ดี และด้านที่ไม่ดีปะปนอยู่กันไปในความรู้สึกนึกคิดของบุคคลนั้น ๆ

2.2.2 องค์ประกอบของภาพลักษณ์และการเกิดภาพลักษณ์

Boulding (1975 อ้างถึงใน ปรัชญาคม ล้วนรัตน์, 2554) ได้อธิบายความหมายของภาพลักษณ์ไว้ว่า “ภาพลักษณ์” เป็นความรู้ ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ โดยเฉพาะความรู้นั้นเป็นความรู้ที่สร้างขึ้นมาจากเฉพาะบุคคลนั้น เป็นความรู้เชิงอัตวิสัย (Subjective Knowledge) ซึ่งประกอบด้วย “ข้อเท็จจริง” คุณค่าที่เราเป็นผู้กำหนด โดยแต่ละบุคคล จะเก็บสะสมความรู้เชิงอัตวิสัยเกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ รอบตัวที่ได้ประสบและมีความเชื่อว่าเป็นจริง เนื่องจากบุคคลนั้นไม่สามารถที่จะรับรู้และทำความเข้าใจกับทุกสิ่งได้ครบถ้วนเสมอไป โดยมักจะได้เฉพาะภาพบางส่วน หรือลักษณะกว้าง ๆ ของสิ่งเหล่านั้น ซึ่งอาจไม่ชัดเจนแน่นอนเพียงพอ แล้วมักตีความหมายหรือให้ความหมายแก่สิ่งนั้นด้วยตัวเอง ความรู้เชิงอัตวิสัยนี้ประกอบกันเป็นภาพลักษณ์ของสิ่งต่าง ๆ ที่อยู่ในโลกตามทัศนะของบุคคลใดบุคคลหนึ่งและพฤติกรรมที่แสดงออกก็จะขึ้นอยู่กับภาพลักษณ์ของสิ่งนั้น ๆ และเพื่อให้ง่ายแก่การทำความเข้าใจเรื่องภาพลักษณ์ เราสามารถแยกองค์ประกอบของภาพลักษณ์ได้ออกเป็น 4 ส่วน แต่ในความเป็นจริงองค์ประกอบ ทั้ง 4 ส่วนนี้มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กันอย่างไม่อาจแบ่งแยกได้คือ

1) องค์ประกอบเชิงการรับรู้ (Perceptual Component) เป็นสิ่งที่บุคคลได้จากการสังเกต โดยตรง แล้วนำสิ่งนั้น ไปสู่การรับรู้สิ่งที่ถูกรับรู้นี้ อาจจะเป็นบุคคล สถานที่ เหตุการณ์

ความคิด หรือสิ่งของต่าง ๆ เราจะได้ภาพของสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ เหล่านี้ โดยผ่านการรับรู้ เป็นเบื้องต้น

2) องค์ประกอบเชิงความรู้ (Cognitive Component) ได้แก่ ส่วนที่เป็นความรู้เกี่ยวกับลักษณะ ประเภท ความแตกต่างของสิ่งต่าง ๆ ที่ได้จากการสังเกตและรับรู้

3) องค์ประกอบเชิงความรู้สึก (Affective Component) ได้แก่ ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ อาจเป็นความรู้สึกผูกพัน ยอมรับหรือไม่ยอมรับ ชอบหรือไม่ชอบ

4) องค์ประกอบเชิงการกระทำ (Conative Component) เป็นความมุ่งหมายหรือเจตนาที่เป็น แนวทางในการปฏิบัติตอบโต้สิ่งเร้า นั้น โดยเป็นผลของปฏิสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบเชิงความรู้และเชิงความรู้สึก

ดังนั้นองค์ประกอบของภาพลักษณ์ผู้บริโภคสามารถสรุปได้ว่า เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นโดยไม่สามารถแบ่งแยกองค์ประกอบเหล่านี้ออกจากกันได้ ไม่ว่าจะเป็น การรับรู้ ความรู้ ความรู้สึก และการกระทำ ซึ่ง 4 องค์ประกอบนี้เป็นส่วนหนึ่งในการสร้าง หรือนิยาม คำว่าภาพลักษณ์ของแต่ละบุคคล

2.2.3 ประเภทของภาพลักษณ์

พจน์ ใจชาญสุขกิจ (2549 อ้างถึงใน จิรายุทธ์ สนดา, 2557) ได้กล่าวถึงประเภทของภาพลักษณ์ที่สามารถจำแนกออกเป็น 6 ประเภทสำคัญ ดังนี้

1) ภาพลักษณ์ซ้อน (Multiple Image) เป็นภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นจากภาพใหญ่ ของสังคม เป็นความหลากหลายของ สภาพแวดล้อม เศรษฐกิจ ความรู้ ความเชื่อ การศึกษา พื้นฐาน ที่มาที่แตกต่างกัน เช่นเดียวกับการที่มีความรู้และมีประสบการณ์แตกต่างกันไปด้วย รวมทั้งอาจมอง ในเรื่องเดียวกันในมุมมองและทัศนคติที่แตกต่างกันได้

2) ภาพลักษณ์ปัจจุบัน (Current Image) เป็นภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นจริง ณ ปัจจุบัน ทั้งที่เกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติ โดยการปรุงแต่ง โดยการเจตนาสร้างให้เกิดขึ้น หน้าที่ ที่ต้อง กระทำคือ การรู้จักค้นหาภาพลักษณ์ในปัจจุบัน เพื่อที่จะปรับปรุงแก้ไขภาพลักษณ์ที่มีแต่เดิมหรือ ภาพลักษณ์ที่ไม่ถูกต้องเหมาะสม และสำรวจตรวจสอบ ทบทวนเปรียบเทียบภาพลักษณ์ที่มีอยู่เดิม กับภาพลักษณ์ปัจจุบันให้สอดคล้องกับความเป็นจริงในปัจจุบัน และคงภาพลักษณ์เดิมที่คืออยู่แล้วให้คง อยู่ต่อไป ด้วยการสร้างภาพลักษณ์ที่ต้องการ ให้เกิดขึ้นมา

3) ภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนา (Wish Image) เป็นภาพลักษณ์ที่ตอบสนองความต้องการของบุคคล โดยนำภาพลักษณ์ที่ได้ทำการวิเคราะห์ เปรียบเทียบ และปรับปรุงแก้ไขให้

เป็นไป ตามแนวทางที่พึงประสงค์ มีความปรารถนาที่ต้องการให้มีหลักการทำงานที่อยู่บนพื้นฐานของคุณภาพ ซึ่งเปรียบเสมือนการกำหนด เป้าหมายให้กับตนเอง องค์กร

4) ภาพลักษณ์สินค้าและบริการ (Product/Service Image) ในตัวสินค้า และ บริการ ส่วนแล้วแต่มีภาพลักษณ์ในตัวเองไม่ต่างกับบุคคลหรือองค์กร เพียงแต่มีลักษณะภาพลักษณ์ที่สัมผัสได้ จับต้องได้ และเป็นรูปธรรมมากกว่า จนเป็นเอกลักษณ์ขององค์กรนั้นว่าเป็นผลิตภัณฑ์และบริการใดที่นำเสนอต่อสาธารณชน

5) ภาพลักษณ์ตราสินค้า (Brand Image) เป็นส่วนหนึ่งที่น่าเสนอควบคู่ไปกับภาพลักษณ์ของ สินค้าและบริการ โดยเฉพาะ การสร้างเป็นเอกลักษณ์ให้จดจำได้ว่าสินค้านี้คืออะไร การสื่อสารด้วยถ้อยคำหรือวลีแบบนี้เป็นของ สินค้าและบริการประเภทใด การออกแบบสัญลักษณ์ที่แตกต่างกันแม้ว่าจะเป็นสินค้าชนิดเดียวกันก็ตาม เป็นต้น

6) ภาพลักษณ์องค์กร (Corporate Image) เป็นภาพลักษณ์ขององค์กรหนึ่ง ๆ ที่ ดูภาพรวมหรือภาพกว้างขององค์กร และได้รวมเอาภาพลักษณ์ต่าง ๆ ข้างต้นเข้ามาไว้ในภาพลักษณ์องค์กร ไม่ว่าจะเป็นสินค้าบริการ ตรา สินค้า ความแตกต่างหลากหลาย การบริหารจัดการ เป้าหมายขององค์กร เป็นต้น เพื่อให้เห็นถึง ภาพลักษณ์เฉพาะองค์กรหนึ่ง ๆ ออกมา

ประเภทของภาพลักษณ์ทั้ง 6 ข้อที่กล่าวมานี้ เป็นการมองจากมุมมองของสังคม ซึ่งนับตั้งแต่ระดับ บุคคล และ องค์กรที่รวมทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อให้เกิดความเข้าใจว่า ภาพลักษณ์ไม่ได้ เกิดขึ้นแต่เพียงระดับการทำงานขององค์กรเท่านั้น แต่บุคคล สินค้าและบริการก็สามารถสร้างและทำให้เกิดภาพลักษณ์ได้เช่นกัน

2.2.4 การประเมินภาพลักษณ์

รุ่งรัตน์ ชัยสำเริง (2541) ได้อธิบายถึง การตรวจสอบและการประเมินภาพลักษณ์ที่เป็นที่ถกเถียงกันทั้งในวงวิชาการและในทางปฏิบัติอยู่เสมอว่าจะทำการ ประเมินภาพลักษณ์อย่างไรให้เกิดความแม่นยำเที่ยงตรง และ เชื่อถือได้สูงสุด รวมไปถึงการ ประเมินว่าภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นในสายตาของกลุ่มเป้าหมายนั้นสอดคล้องกับภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ที่กำหนดไว้แต่เดิมหรือไม่ สิ่งเหล่านี้จำเป็นต้องอาศัยแนวคิดและวิธีการประเมินที่ชัดเจน และเหมาะสม ดังนั้น การกำหนดกลุ่มเป้าหมายดัชนีชี้วัดและเกณฑ์วัดระดับของการประเมินให้ชัดเจน จึงเป็นส่วนประกอบสำคัญอย่างยิ่งซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

กลุ่มเป้าหมายของการประเมิน นับว่าเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งของการประเมินในแต่ละครั้ง โดยสามารถแบ่งกลุ่มเป้าหมายออกเป็น 2 กลุ่มหลัก คือ

- 1) กลุ่มประชาชนในท้องถิ่นกลุ่มประชาชนที่มีที่อยู่อาศัยในท้องถิ่นเดียวกับหน่วยงาน หรือ องค์กรที่ตั้งอยู่
- 2) กลุ่มประชาชนทั่วไป กลุ่มประชาชนที่นอกเหนือจากข้อข้างต้นแต่มีความสัมพันธ์กับ หน่วยงาน หรือองค์กรในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของสังคม

2.2.4 ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว

Echtner and Brent Ritchie (2003) ได้อธิบายว่า ภาพลักษณ์สถานที่ คือ องค์กรรวมความประทับใจที่มีต่อสถานที่หนึ่ง ๆ หรือการรับรู้เกี่ยวกับสถานที่หนึ่ง ๆ เช่น ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว ร้านอาหาร สภาพแวดล้อม ที่พัก ฯลฯ ซึ่งเป็นภาพลักษณ์ที่เกิดจากการที่นักท่องเที่ยวประเมินต่อสถานที่หรือประเมินต่อ สภาพแวดล้อมของสถานที่นั้น ๆ โดยภาพลักษณ์สถานที่จะมีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มที่จะเลือกเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ที่มีภาพลักษณ์ที่ดีเช่น สถานที่ที่มีชื่อเสียง ที่มีความสวยงาม มีความสะอาด และมีความปลอดภัย ในทางตรงกันข้ามนักท่องเที่ยวจะหลีกเลี่ยงที่จะเดินทางไปยังสถานที่ที่มีภาพลักษณ์ที่ไม่ดี กล่าวคือ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะไม่เลือกเดินทางไปยังสถานที่ที่สกปรก สถานที่ที่ไม่ปลอดภัย สถานที่ที่มีความไม่มั่นคงทางการเมืองหรือเกิดการประท้วง การจลาจล เป็นต้น ดังนั้น สถานที่จำเป็นต้องบริหารจัดการภาพลักษณ์อย่างละเอียดอ่อนเพราะคือด้านที่สำคัญในการตัดสินใจเลือกเดินทางไปยังจุดหมายนั้น ๆ

Leisen (2001) ได้อธิบายไว้ว่า ภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวโดยเฉพาะการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะมีการรับรู้ถึงภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวจากการได้รับข่าวสารเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวนั้นจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ทั้งที่เป็นแหล่งข้อมูลอิสระ แหล่งข้อมูลจากหน่วยการตลาดของแหล่งท่องเที่ยว และประสบการณ์ตรงของนักท่องเที่ยว

Baloglu and McCleary (1999) ได้อธิบายว่า ภาพลักษณ์ของสถานที่ประกอบด้วยภาพลักษณ์ที่เกิดจาก การรับรู้ (Cognitive Image) ภาพลักษณ์ที่เกิดจากความรู้สึกหรือทัศนคติ (Affective Image) และภาพลักษณ์ที่มีต่อสถานที่โดยรวม (Overall/Global Image) ภาพลักษณ์ที่เกิดจากการรับรู้

(Perceptual/Cognitive Image) เป็นการรับรู้ที่เกิดจากการเห็นหรือการได้ยินจากสื่อต่าง ๆ รวมถึง การรับรู้ที่ตนเองได้เห็นหรือมีประสบการณ์การท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ซึ่งภาพลักษณ์ที่เกิดจากการรับรู้เป็นภาพลักษณ์ที่ก่อให้เกิดความเชื่อ (Beliefs) หรือความรู้ (Knowledge) เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ได้แก่ ความโดดเด่นของแหล่งท่องเที่ยว ประเพณีและวัฒนธรรมในแต่ละพื้นที่ เป็นต้น ซึ่งความเชื่อหรือความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับมาจากแหล่งข้อมูลตามสื่อต่าง ๆ จะเป็นปัจจัยหนึ่งในการจูงใจหรือการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดความอยากรู้อยากเห็นและเกิดความสนใจที่จะมาสัมผัสกับแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ นั้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักท่องเที่ยวใหม่ที่ยังไม่เคยมีประสบการณ์กับแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ มาก่อน

ภาพลักษณ์ที่เกิดจากความรู้สึกหรือทัศนคติ (Affective Image) เป็นภาพลักษณ์ที่เกิดจากความรู้สึกที่ถูกประเมินหลังจากนักท่องเที่ยวได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ หรือ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวของประเทศต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการเห็นหรือการได้ยินทำให้นักท่องเที่ยวมี ทัศนคติหรือมีความรู้สึกที่ดีหรือไม่ดีต่อสถานที่ต่าง ๆ นั้น

ภาพลักษณ์ที่มีต่อสถานที่โดยรวม (Overall/Global Image) เป็นภาพลักษณ์ที่เกิดจากการรับรู้เกี่ยวกับสถานที่ต่าง ๆ (Cognitive Image) และภาพลักษณ์ที่เกี่ยวกับการประเมินความรู้สึกต่อคุณลักษณะต่าง ๆ ของสถานที่นั้น (Affective Image) เกิดเป็นองค์รวมหรือภาพรวมสะท้อนถึงความรู้สึกนึกคิดของนักท่องเที่ยวที่มีต่อภาพลักษณ์ใหญ่ของสถานที่นั้น ๆ กล่าวคือ ภาพลักษณ์ตามคุณลักษณะต่าง ๆ ของสถานที่ เช่น ทิวทัศน์ภูมิประเทศอากาศ สถาปัตยกรรม วัฒนธรรม และสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว เป็นต้น และความรู้สึกที่ดีหรือไม่ดีต่อคุณลักษณะต่าง ๆ นั้น เป็นปัจจัยที่มีผลต่อภาพลักษณ์โดยรวมของจังหวัดหรือภาพลักษณ์ของประเทศหนึ่ง ๆ

2.2.5 ความสำคัญของภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว

ตติยาพร จารุมณีรัตน์ (2548 อ้างถึงใน จิรายุทธ์ สนดา, 2557) อธิบายว่า ภาพลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวหรือประชาชนในท้องถิ่นมีต่อแหล่งท่องเที่ยวนั้นเป็นองค์ประกอบสำคัญของการสร้างความคาดหวังของนักท่องเที่ยว ดังนั้น นักท่องเที่ยวจะพึงพอใจ หรือไม่ต่อการเดินทางมาพักผ่อนหย่อนใจขึ้นอยู่กับความคาดหวังและภาพลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวมีต่อสถานที่นั้น ๆ เพราะนักท่องเที่ยวจะเปรียบเทียบความคาดหวังและภาพลักษณ์ของสถานที่นั้นกับประสบการณ์จริง เพราะฉะนั้น หากนักท่องเที่ยวพบว่าประสบการณ์จริงเหมือนหรือเกินความ คาดหวัง ภาพลักษณ์

ของสถานที่นั้นจะเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่ดีขึ้น แต่ในทางตรงกันข้ามหากนักท่องเที่ยวพบว่า ประสบการณ์จริงไม่ตรงกับความคาดหวัง ภาพลักษณ์ของสถานที่นั้น ๆ ก็จะเปลี่ยนแปลงไปในทางที่แย่ลง และนักท่องเที่ยวก็จะให้ข้อมูลดังกล่าวแก่ผู้อื่น เป็นผลทำให้เกิดภาพลักษณ์ในเชิงลบต่อสถานที่นั้น ๆ

2.2.6 ปัจจัยที่ทำให้เกิดภาพลักษณ์การท่องเที่ยว

ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวสามารถจำแนกออกเป็น 8 ด้านดังนี้ (วุฒิชชาติสุนทรสมัย, 2551)

- 1) ด้านประสบการณ์ หมายถึง การศึกษาถึงความเป็นมาตรฐาน การมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีคุณภาพ การมีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน การมีแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวกลางคืนที่สวยงาม และโรงแรมที่พักเหมาะสม
- 2) ด้านสิ่งดึงดูดใจ หมายถึง การศึกษาถึงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม เทศกาล ศิลปะ การช่าง สิ่งปลูกสร้าง และ ธรรมชาติที่เป็นเอกลักษณ์และน่าสนใจ
- 3) ด้านราคาและสภาพแวดล้อม หมายถึง การศึกษาถึงราคาสินค้าที่มีความเหมาะสมเป็นมาตรฐาน อากาศและสภาพแวดล้อมดี ไม่มีสิ่งปฏิกูล และสามารถเดินเที่ยวชมธรรมชาติได้
- 4) ด้านการพักผ่อนและผ่อนคลาย หมายถึง การศึกษาถึงสถานที่ที่ไม่แออัด ว่างวายเป็นสถานที่ที่สามารถหลีกเลี่ยงความวุ่นวายให้กับชีวิต และสามารถใช้เป็นสถานที่พักผ่อน หย่อนใจได้ดี
- 5) ด้านความน่าตื่นเต้นและการผจญภัย หมายถึง การศึกษาถึงสถานที่ที่สามารถค้นพบ และทำสิ่งตื่นเต้นแบบการท่องเที่ยวเชิงผจญภัยได้ เช่น การเดินป่า แคมป์ปิ้ง โต้เขา เป็นต้น
- 6) ด้านการเรียนรู้ หมายถึง การศึกษาถึงสถานที่ที่สามารถเรียนรู้และค้นพบวัฒนธรรมและวิถีชีวิตใหม่ ๆ หรือเกิดความนิยมชมชอบต่อวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ และการได้รับประสบการณ์ใหม่ ๆ จากการเดินทางมาท่องเที่ยว
- 7) ด้านสังคม หมายถึง การศึกษาถึงประชากรในแหล่งท่องเที่ยวว่ามีความสนใจและวิถีชีวิตที่คล้ายกัน การมีน้ำใจ อภัยภัยไมตรีที่ดีและ การมีปฏิสัมพันธ์ความสามัคคีกัน
- 8) ด้านชื่อเสียง หมายถึง การศึกษาถึงการเล่าประสบการณ์การท่องเที่ยวในสถานที่นั้น ๆ ให้เพื่อนหรือบุคคลอื่นรับฟัง

จากการได้ศึกษาภาพลักษณ์การท่องเที่ยว สรุปได้ว่า ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวมีส่วนสำคัญในการสร้างแรงจูงใจให้เกิดความต้องการอยากมาเที่ยวแก่นักท่องเที่ยว โดยสามารถเกิดขึ้นได้จากภาพลักษณ์ที่เกิดจากการรับรู้ ภาพลักษณ์ที่มีต่อทัศนคติ และภาพลักษณ์ที่เกิดจากการรับรู้เกี่ยวกับสถานที่ต่าง ๆ ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นองค์ประกอบสำคัญของการสร้างความคาดหวังของนักท่องเที่ยว ดังนั้น นักท่องเที่ยวจะพึงพอใจหรือไม่ ขึ้นอยู่กับความคาดหวังและภาพลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวมีต่อสถานที่นั้น ๆ เพราะนักท่องเที่ยวจะเปรียบเทียบความคาดหวังและภาพลักษณ์ของสถานที่นั้นกับประสบการณ์จริง เพราะฉะนั้น หากนักท่องเที่ยวพบว่าประสบการณ์จริงเหมือนหรือเกินความคาดหวัง ภาพลักษณ์ของสถานที่นั้นจะเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่ดีขึ้น แต่ในทางตรงกันข้ามหากนักท่องเที่ยวพบว่าประสบการณ์จริงไม่ตรงกับความคาดหวัง ภาพลักษณ์ของสถานที่นั้น ๆ ก็จะเปลี่ยนแปลงไปในทางที่แย่ลง ดังนั้นในงานวิจัยชิ้นนี้ผู้วิจัยได้นำแนวคิดดังกล่าว มาใช้ในการวิเคราะห์ การสื่อสารภาพลักษณ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนริมน้ำจันทบูร ต่อไป

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชน

ทฤษฎีที่เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมมี 5 ทฤษฎี ซึ่ง อคิน รพีพัฒน์ (2547) ได้สรุปไว้ดังนี้

1) ทฤษฎีการเกลี้ยกล่อมมวลชน (Mass Persuasion)

Maslow (1954 อ้างถึงใน อคิน รพีพัฒน์, 2527, น. 7-8) กล่าวว่า การเกลี้ยกล่อมหมายถึง การใช้คำพูดหรือการเขียน เพื่อมุ่งให้เกิดความเชื่อถือและการกระทำ ซึ่งการเกลี้ยกล่อมมีประโยชน์ ในการแก้ไขปัญหาความขัดแย้งในการปฏิบัติงานและถ้าจะทำให้เกิดผลดีผู้เกลี้ยกล่อมจะต้องมีศิลปะใน การสร้างความสนใจในเรื่องที่จะเกลี้ยกล่อม โดยเฉพาะในเรื่อง ความต้องการของคนตามหลักทฤษฎี ของ Maslow ที่เรียกว่าลำดับขั้น ความต้องการ (Hierarchy of Needs) คือ ความต้องการของคนจะ เป็นไปตามลำดับจาก น้อยไปมาก มีทั้งหมด 5 ระดับ ดังนี้

1.1) ความต้องการทางด้านสรีระวิทยา (Physiological Needs) เป็นความต้องการ ขั้นพื้นฐานของมนุษย์ (Survival Need) ได้แก่ ความต้องการทางด้านอาหาร ยา เครื่องนุ่งห่มที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค และความต้องการทางเพศ

1.2) ความต้องการความมั่นคงปลอดภัยของชีวิต (Safety and Security Needs) ได้แก่ ความต้องการที่อยู่อาศัยอย่างมีความปลอดภัยจากการถูกทำร้ายร่างกาย หรือถูก ขโมยทรัพย์สิน หรือ ความมั่นคงในการทำงานและการมีชีวิตอยู่อย่างมั่นคงในสังคม

1.3) ความต้องการทางด้านสังคม (Social Needs) ได้แก่ ความต้องการความรัก ความต้องการที่จะให้สังคมยอมรับว่าตนเป็นส่วนหนึ่งของสังคม

1.4) ความต้องการที่จะมีเกียรติยศชื่อเสียง (Self-Esteem Needs) ได้แก่ ความภาคภูมิใจ ความต้องการดีเด่นในเรื่องหนึ่งที่จะให้ได้รับการยกย่องจากบุคคลอื่น ความต้องการ ด้านนี้ เป็นความต้องการระดับสูงที่เกี่ยวกับความมั่นใจในตัวเองในเรื่องความสามารถ และความสำคัญของบุคคล

1.5) ความต้องการความสำเร็จแห่งตน (Self-Actualization Needs) เป็นความต้องการในระบบสูงสุด ที่อยากจะทำให้เกิดความสำเร็จในทุกสิ่งทุกอย่างตามความนึกคิด ของตนเอง เพื่อ จะพัฒนาตนเองให้ดีที่สุดเท่าที่จะทำได้ความต้องการนี้จึงเป็นความต้องการ พิเศษของบุคคลที่จะ พยายามผลักดันชีวิตของตนเองให้เป็นแนวทางที่ดีที่สุด

2) ทฤษฎีการระดมสร้างขวัญของคนในชาติ (National Morale)

คนเรามีความต้องการทางกายและใจถ้าคนมีขวัญดีพอ ผลของการทำงานจะสูงตามไปด้วย แต่ถ้าขวัญไม่ดีผลงานก็ต่ำไปด้วย ทั้งนี้เนื่องจากว่าขวัญเป็นสถานการณ์ทาง จิตใจที่แสดงออก ในรูปพฤติกรรมต่าง ๆ นั่นเอง การจะสร้างขวัญให้ดีต้องพยายามสร้าง ทศนคติที่ดีต่อผู้ร่วมงาน เช่น การไม่เอารัดเอาเปรียบ การให้ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับงาน การเปิด โอกาสให้แสดงความคิดเห็น เป็นต้น และเมื่อใดก็ตามถ้าคนทำงานมีขวัญดีจะ เกิดสำนึกในความรับผิดชอบ อันจะเกิดผลดีแก่หน่วยงาน ทั้งในส่วนที่เป็นขวัญส่วนบุคคล และขวัญของกลุ่ม ดังนั้น จะเป็นไปได้ว่าขวัญของคนเราโดยเฉพาะ คนมีขวัญที่ดีย่อมเป็นปัจจัยหนึ่งที่จะนำไปสู่การมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ได้เช่นกัน (ณัฐนันท์ วงษ์ประเสริฐ, 2556, น. 14-15)

3) ทฤษฎีสร้างความรู้รักชาตินิยม (Nationalism)

ปัจจัยประการหนึ่งที่น่าสู่การมีส่วนร่วมคือ การสร้างความรู้รักชาตินิยมให้เกิดขึ้น หมายถึง ความรู้สึกเป็นตัวของตัวเองที่จะอุทิศหรือ เน้นค่านิยมเรื่องผลประโยชน์ส่วนรวมของชาติ มีความพอใจในชาติของตัวเอง พอใจเกียรติภูมิจงรักภักดีผูกพันต่อ ท้องถิ่น (ณัฐนันท์ วงษ์ประเสริฐ, 2556, น. 14-15)

4) ทฤษฎีการสร้างผู้นำ (Leadership)

การสร้างผู้นำจะช่วยจูงใจให้ประชาชนทำงานควยความเต็มใจเพื่อบรรลุ เป้าหมาย หรือวัตถุประสงค์ร่วมกัน ทั้งนี้เพราะผู้นำเป็นปัจจัยสำคัญของการร่วมกลุ่มคน จูงใจไปยัง

เป้าประสงค์ โดยทั่วไปแล้วผู้นำอาจจะมีทั้งผู้นำที่ดีเรียกว่า ผู้นำปฏิฐาน (Positive Leader) ผู้นำพลวัต คือ เคลื่อนไหวทำงานอยู่เสมอ (Dynamic Leader) และผู้นำไม่มีกิจ ไม่มีผลงานสร้างสรรค์ที่เรียกว่า ผู้นำนินเษ (Negative Leader) ผลของการให้ทฤษฎีการสร้างผู้นำ จึงทำให้เกิดการระดมความร่วมมือ ปฏิบัติงานอย่างมีขวัญกำลังใจ งานมีคุณภาพ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และร่วมรับผิดชอบ ดังนั้น การสร้างผู้นำที่ดี ขอมจะนำไปสู่ การมีส่วนร่วมใน กิจกรรมต่าง ๆ ด้วยดีนั่นเอง (ณัฐนันท์ วงษ์ ประเสริฐ, 2556, น. 14-15)

5) ทฤษฎีการใช้วิธีและระบบทางการบริหาร (Administration and Method)

การใช้ระบบบริหารในการระดมความร่วมมือเป็นวิธีหนึ่งที่ยากเพราะใช้กฎหมาย ระเบียบ แบบแผน เป็นเครื่องมือในการดำเนินการ แต่อย่างไรก็ตามผลของ ความร่วมมือยังไม่มีระบบ ใดดีที่ชุดในเรื่องการใช้บริหาร เพราะธรรมชาติของคน ถ้าทำงานตามความสมัครใจอย่าง ตั้งใจไม่มีใคร บังคับก็จะทำงานด้วยความรัก แต่ถ้าไม่ ควบคุมเลยก็ไม่เป็นไปตามนโยบายและความ จำเป็นของรัฐ เพราะการใช้ระบบบริหาร เป็นการให้ปฏิบัติตามนโยบายเพื่อให้บรรลุเป้าหมายเพิ่ม ความคาดหวัง ผลประโยชน์ (ณัฐนันท์ วงษ์ประเสริฐ, 2556, น. 14-15)

2.3.1 ขั้นตอนการมีส่วนร่วม

การมีส่วนร่วมที่แท้จริงของประชาชนในการพัฒนาควรมี 4 ขั้นตอน คือ

1) การมีส่วนร่วมในการค้นหาปัญหาและสาเหตุของปัญหาของแต่ละท้องถิ่น กล่าวคือ ถ้าหากชาวชนบทยังไม่สามารถทราบถึงปัญหาและเข้าใจถึงสาเหตุของปัญหา ในท้องถิ่น ของตนเป็น อย่างดีแล้ว การดำเนินงานต่าง ๆ เพื่อแก้ปัญหาของท้องถิ่นย่อม ไร้ประโยชน์เพราะชาว ชนบทจะไม่ เข้าใจและมองไม่เห็นถึงความสำคัญของการ ดำเนินงานเหล่านั้น

2) การมีส่วนร่วมในการวางแผนดำเนินกิจกรรม เพราะการวางแผนดำเนินงาน เป็น ขั้นตอนที่จะช่วยให้ชาวชนบทรู้จักวิธีการคิด การตัดสินใจอย่างมีเหตุผล รู้จักการ นำเอาปัจจัย ข่าวสาร ข้อมูลต่าง ๆ มาใช้ในการวางแผน

3) การมีส่วนร่วมในการลงทุนและการปฏิบัติงาน แม้ชาวชนบทส่วนใหญ่จะมีฐานะ ยากจน แต่ก็มีแรงงานของตนเองที่สามารถใช้เข้าร่วมได้การลงทุนและปฏิบัติงาน จะทำให้ชาว ชนบทสามารถคิดต้นทุนดำเนินงานได้ด้วยตนเองทำให้ได้เรียนรู้การดำเนินกิจกรรมอย่างใกล้ชิด

4) การมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผลงาน ถ้าหากการติดตามงานและ ประเมินผลงานขาดการมีส่วนร่วมแล้วชาวชนบทย่อมจะไม่ทราบด้วยตนเองว่างานที่ทำไปนั้นได้รับ

ผลดีได้รับประโยชน์หรือไม่อย่างใด การดำเนินกิจกรรมอย่างเดียวกันใน โอกาสต่อไป จึงอาจจะ ประสบความยากลำบาก

การมีส่วนร่วมในขั้นตอนของการพัฒนา 5 ขั้น ดังนี้

1) ขั้นมีส่วนร่วมในการค้นหาปัญหาและสาเหตุของปัญหาในชุมชนตลอดจน กำหนด ความต้องการของชุมชน และมีส่วนร่วมในการจัดลำดับความสำคัญของความ ต้องการ

2) ขั้นมีส่วนร่วมในการวางแผนพัฒนา โดยประชาชนมีส่วนร่วมในการกำหนด นโยบาย และวัตถุประสงค์ของโครงการ กำหนดวิธีการและแนวทางการดำเนินงาน ตลอดจน กำหนดทรัพยากร และแหล่งทรัพยากรที่ใช้

3) ขั้นมีส่วนร่วมในการดำเนินงานพัฒนา เป็นขั้นตอนที่ประชาชนมีส่วนร่วม ในการ สร้างประโยชน์โดยการสนับสนุนทรัพยากรวัสดุอุปกรณ์และแรงงาน หรือเข้าร่วม บริหารงาน ประสานงานและดำเนินการขอความช่วยเหลือจากภายนอก

4) ขั้นการมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์จากการพัฒนา เป็นขั้นตอนที่ ประชาชน มี ส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ที่พึงได้รับจากการพัฒนาหรือยอมรับ ผลประโยชน์อันเกิดจาก การ พัฒนาทั้งด้านวัตถุและจิตใจ

5) ขั้นการมีส่วนร่วมในการประเมินผลการพัฒนา เป็นขั้นที่ประชาชนเข้าร่วม ประเมิน ว่าการพัฒนาที่ได้กระทำไปนั้นสำเร็จตามวัตถุประสงค์เพียงใด

ระดับของการมีส่วนร่วมหลักการทั่วไปแบ่งเป็น 5 ระดับ คือ

1) การมีส่วนร่วมเป็นผู้ให้ข้อมูล ของตน/ครอบครัว/ชุมชนของตน
2) การมีส่วนร่วมรับข้อมูลข่าวสาร
3) การมีส่วนร่วมตัดสินใจ โดยเฉพาะใน โครงการที่ตนมีส่วนได้เสีย โดย แบ่งเป็น กรณีแล้วแต่กิจกรรมในตนอยู่ในขั้นตอนใดต่อไปนี้

3.1) ตนมีน้ำหนักการตัดสินใจน้อยกว่าเจ้าของโครงการ

3.2) ตนมีน้ำหนักการตัดสินใจเท่ากับเจ้าของโครงการ

3.3) ตนมีน้ำหนักการตัดสินใจมากกว่าเจ้าของโครงการ

4) การมีส่วนร่วมทำ คือ ร่วมในขั้นตอนการดำเนินงานทั้งหมด

5) การมีส่วนร่วมสนับสนุน คือ อาจไม่มีโอกาสร่วมทำ แต่มีส่วนร่วมช่วยเหลือใน

ด้านอื่น ๆ

นอกจากนี้ยังได้มีการแบ่งระดับของการมีส่วนร่วมเป็นระดับของการมีส่วนร่วมตามแนวทางพัฒนาชุมชน เป็นการมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชน โดยได้แบ่งไว้ดังนี้

- 1) ร่วมค้นหาปัญหาของตนให้เห็นว่าสิ่งใดที่เป็นปัญหารากเหง้าของปัญหา
- 2) ร่วมค้นหาสิ่งที่จำเป็นของตนในปัจจุบันคืออะไร
 - 2.1) ร่วมคิดช่วยตนเองในการจัดลำดับปัญหา เพื่อจะแก้ไขสิ่งใดก่อนหลัง
 - 2.2) วางแผนแก้ไขปัญหาเป็นเรื่อง ๆ
 - 2.3) ร่วมระดมความคิด ถึงทางเลือกต่าง ๆ และเลือกทางเลือกที่เหมาะสมเพื่อแก้ไข ปัญหาที่วางแผนนั้น
 - 2.4) ร่วมพัฒนาเทคโนโลยีที่จะนำมาใช้
 - 2.5) ร่วมดำเนินการแก้ไขปัญหานั้น ๆ
 - 2.6) ร่วมติดตามการดำเนินงานและประเมินผลการดำเนินงาน
 - 2.7) ร่วมรับผลประโยชน์/หรือร่วมเสียผลประโยชน์จากการดำเนินงาน

กรรมวิธีการมีส่วนร่วมของประชาชน สามารถทำได้หลายวิธีที่สำคัญมีดังต่อไปนี้

- 1) การเข้าร่วมประชุมอภิปราย เป็นการเข้าร่วมอภิปรายหรือเนื้อหาสาระของแผนงานหรือโครงการพัฒนา เพื่อสอบถามความคิดเห็นของประชาชน
- 2) การถกเถียง เป็นการแสดงความคิดเห็นโต้แย้งตามวิถีทางประชาธิปไตยให้ทราบ ถึงผลดีผลเสียในกรณีต่าง ๆ โดยเฉพาะประชาชนในท้องถิ่นที่มีผลกระทบ ทั้งทางบวกและทางลบต่อ ความเป็นอยู่ของเขา
- 3) การให้คำปรึกษาแนะนำ ประชาชนต้องร่วมเป็นกรรมการในคณะกรรมการบริหาร โครงการเพื่อให้ความมั่นใจว่ามีเสียงของประชาชนที่ถูกผลกระทบ เข้ามีส่วนร่วม รับรู้และร่วมในการ ตัดสินใจและการวางแผนด้วย
- 4) การสำรวจ เป็นวิธีการให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นในเรื่องต่าง ๆ อย่างทั่วถึง
- 5) การประสานงานร่วม เป็นกรรมวิธีที่ประชาชนเข้าร่วมตั้งแต่การคัดเลือก ตัวแทนของกลุ่มเข้าไปเป็นแกนนำในการจัดการหรือบริหาร
- 6) การจัดทัศนศึกษา เป็นการให้ประชาชนได้เข้าร่วมตรวจสอบข้อเท็จจริง ณ จุดดำเนินการ ก่อนให้มีการตัดสินใจอย่างใดอย่างหนึ่ง
- 7) การสัมภาษณ์หรือพูดคุยอย่างไม่เป็นทางการกับผู้นำ รวมทั้งประชาชนที่ได้รับผลกระทบเพื่อหาข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นและความต้องการที่แท้จริงของท้องถิ่น

8) การได้สวนสาธารณะ เป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนทุกกลุ่มเข้าร่วมแสดงความคิดเห็นต่อนโยบาย กฎ ระเบียบในประเด็นต่าง ๆ ที่จะมีผลกระทบต่อประชาชน โดยรวม

9) การสาริต เป็นการใช้เทคนิคการสื่อสารทุกรูปแบบเพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ให้ประชาชนรับทราบอย่างทั่วถึงและชัดเจนอันจะเป็นแรงจูงใจให้เข้ามามีส่วนร่วม

10) การรายงานผล เป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนทบทวนและสะท้อนผลการตัดสินใจ ต่อโครงการอีกครั้งหนึ่ง หากมีการเปลี่ยนแปลงจะได้แก้ไขได้ทันที่

2.3.2 ทฤษฎีการมีส่วนร่วม

Rose (1970 อ้างถึงใน สานิตย์ บุญชู, 2527) ได้กล่าวถึงการมีส่วนร่วมของประชาชนไว้ กล่าวคือ ชุมชนใดที่ได้เปิดโอกาสให้ ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมมากเท่าใดก็จะทำให้การพัฒนาชุมชนนั้นสามารถเป็นไปได้โดยสะดวก และสามารถดำเนิน ไปสู่เป้าหมายที่วางไว้ได้ทั้งนี้โดยมีความเชื่อพื้นฐานที่ว่าคนมีศักยภาพในการเปลี่ยนแปลง คุณค่าของความคิดและสมรรถภาพของคนเรานั้นจะไม่มี ความหมาย ถ้าหากขาด การมี ส่วนร่วมกับบุคคลอื่น

2.3.3 กระบวนการมีส่วนร่วม

Szentendre (1970 อ้างถึงใน ถวิลวดี บุรีกุล, 2545) กล่าวถึงการแบ่ง กระบวนการการมีส่วนร่วมออกเป็น 4 ขั้นตอน คือ

- 1) การมีส่วนร่วมในการวางแผน
- 2) การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติ
- 3) การมีส่วนร่วมในการจัดสรรผลประโยชน์
- 4) การมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผล

2.3.4 แนวคิดการมีส่วนร่วมของประชาชน (People's Participation)

ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการพัฒนาชนบท ทั้งนี้ตั้งแต่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 5 ที่มุ่งเน้นคนเป็นสำคัญมากกว่าการเติบโตทางเศรษฐกิจ ได้พยายามเปลี่ยนแปลงแนวทางการพัฒนาจากระดับบนลงล่าง (Top-down) มาเป็นจากระดับล่างขึ้นบน (Bottom-up) แนวทางดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของ Oakley (1984, p. 17 as cited in Oakley & Marsden, 1984)

ได้กล่าวว่า แนวทางจาก ระดับล่างขึ้นบนนี้เกี่ยวข้องอย่างยิ่งกับแนวคิดการมีส่วนร่วมของประชาชน ซึ่งเป็นสิ่งที่ขาดหาย (Missing Ingredient) ในกระบวนการพัฒนา การมีส่วนร่วมของชุมชนนั้น มีนักวิชาการได้อธิบายและ ให้ความหมาย บ้างจ้ย ขั้นตอนการมีส่วนร่วมของชุมชน รูปแบบของชุมชนต่อการมีส่วนร่วมในการจัด การศึกษาไว้มากมาย ซึ่งผู้วิจัยได้นำมากล่าวไว้เท่าที่จำเป็นและสอดคล้องกับแนวทางการศึกษา ดังนี้

2.3.5 ความหมายของการมีส่วนร่วมของชุมชน

การมีส่วนร่วมของชุมชนนั้นมีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายไว้ดังนี้

Cohen and Uphoff (1977 อ้างถึงใน ฌ็องน์ที่ วงษ์ประเสริฐ, 2556) ได้ให้ความหมาย การมีส่วนร่วม ของชุมชนว่า สมาชิกของชุมชนต้องเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องใน 4 มิติ ได้แก่

- 1) การมีส่วนร่วมการตัดสินใจว่าควรทำอะไรและทำอย่างไร
- 2) การมีส่วนร่วมเสียสละในการพัฒนา รวมทั้งลงมือปฏิบัติตามที่ได้ตัดสินใจ
- 3) การมีส่วนร่วมในการแบ่งปันผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงาน
- 4) การมีส่วนร่วมในการประเมินผลโครงการ

โดยสร้างโอกาสให้สมาชิกทุกคนของชุมชน ได้เข้ามามีส่วนร่วมช่วยเหลือและเข้ามามีอิทธิพลต่อกระบวนการดำเนินกิจกรรมในการพัฒนา รวมถึงได้รับผลประโยชน์จากการพัฒนานั้นอย่างเสมอภาค United Nation (1981, p. 5 อ้างถึงใน ฌ็องน์ที่ วงษ์ประเสริฐ, 2556) และ Reeder (1974, p. 39 อ้างถึงใน ฌ็องน์ที่ วงษ์ประเสริฐ, 2556) ได้ให้ความหมายเจาะจงถึงการมีส่วนร่วมว่า การมีส่วนร่วมเป็นการปะทะสังสรรค์ทางสังคม ทั้งในลักษณะการมีส่วนร่วมของปัจเจกบุคคล และการมีส่วนร่วมของกลุ่ม

นอกจากนี้ สุชาติ จักรพิสุทธิ์ (2547) ศึกษาเรื่องชุมชนกับการ มีส่วนร่วมจัดการศึกษา สรุปได้ว่า การมีส่วนร่วมของชุมชน แบ่งได้ออกเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่

- 1) ลักษณะการมีส่วนร่วมจากความเกี่ยวข้องทางด้านเหตุผล โดยการเปิดโอกาสให้สังคม องค์กรต่าง ๆ ในชุมชน ประชาชนมีบทบาทหลักตามสิทธิหน้าที่ในการเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงาน ตั้งแต่การคิดริเริ่ม การพิจารณาตัดสินใจ วางแผน การร่วมปฏิบัติและการรับผิดชอบในผลกระทบที่เกิดขึ้น รวมทั้งส่งเสริม ชักนำ สนับสนุนให้การดำเนินงานเกิดผลประโยชน์ต่อชุมชนตาม จุดมุ่งหมายที่กำหนดด้วยความสมัครใจ

2) ลักษณะการมีส่วนร่วมจากความเกี่ยวข้องทางด้านจิตใจ เป็นการมีส่วนร่วมของชุมชน ที่การเกี่ยวข้องทางด้านจิตใจ อารมณ์รวมทั้ง ค่านิยมของประชาชนเป็นเครื่องชี้นำตนเองให้เข้ามามีส่วนร่วม แสดงความคิดริเริ่มสร้างสรรค์การกระทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ทำให้ผู้ที่เข้ามามีส่วนร่วม เกิดความผูกพัน มีความรู้สึกรับผิดชอบต่อกิจกรรมที่ดำเนินงานด้วยความสมัครใจ

จากแนวคิดและทศนะที่ได้กล่าวมาข้างต้นทั้งหมด สามารถแยกประเด็นสรุปได้ว่าการมีส่วนร่วมของประชาชนเกิดขึ้นจาก เป้าหมายที่ต้องการ ค่านิยม ความเชื่อ วัฒนธรรมประเพณีความผูกพัน การเสริมแรง โอกาส ความสามารถ การสนับสนุน ความคาดหวังในสิ่งที่ต้องการ โดยมีพื้นฐานของการมีส่วนร่วม ดังนี้

- 1) การมีส่วนร่วมบนพื้นฐานของเหตุผล
- 2) การมีส่วนร่วมบนพื้นฐานของค่านิยม
- 3) การมีส่วนร่วมบนพื้นฐานของประเพณี
- 4) การมีส่วนร่วมบนพื้นฐานของความผูกพัน ความเสน่หา

โดยสรุปการมีส่วนร่วมของชุมชนนั้นเกิดจากจิตใจที่ต้องการเข้าร่วมในกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่ง เพื่อให้บรรลุถึงวัตถุประสงค์ของกลุ่มคนที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตทางสังคม ซึ่งการโน้มน้าวให้ คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมนั้น ผู้ดำเนินงานจะต้องมีความเข้าใจในวิธีการดำเนินชีวิต ค่านิยม ประเพณีและทัศนคติของบุคคล เพื่อให้เกิดความสมัครใจเข้าร่วมกิจกรรม มิใช่เกิดจากการบังคับ

2.3.6 ปัจจัยที่ทำให้เกิดการมีส่วนร่วม

การที่ชุมชนจะเข้ามามีส่วนร่วมนั้น มีปัจจัยที่ส่งผลให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม ซึ่งมีนักวิชาการได้เสนอแนวคิด ดังนี้

Koufman (1949, p. 7) ศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาชุมชนในชนบท พบว่า อายุ เพศ การศึกษา ขนาดของครอบครัว อาชีพ รายได้และระยะเวลาการอยู่อาศัยในท้องถิ่น มีความสัมพันธ์กับระดับการมีส่วนร่วมของประชาชน

นอกจากนี้ ประยูร ศรีประสาธน์ (2542, น. 5) ได้นำเสนอปัจจัยของการมีส่วนร่วมว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วม มีด้วยกัน 3 ปัจจัย คือ

- 1) ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ เพศ
- 2) ปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจ ได้แก่ การศึกษา อาชีพ รายได้ และการเป็นสมาชิกของกลุ่ม
- 3) ปัจจัยด้านการสื่อสาร ได้แก่ การรับข่าวสารจากสื่อมวลชนและสื่อบุคคล

จากแนวคิดที่กล่าวมาข้างต้น สามารถสรุปปัจจัยต่อการมีส่วนร่วมทำกิจกรรมได้ดังนี้

- 1) ลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ต่าง ๆ
- 2) ลักษณะทางเศรษฐกิจ ได้แก่ อาชีพ รายได้
- 3) การได้รับข้อมูลข่าวสาร ได้แก่ ความถี่ในการรับรู้ข่าวสาร และแหล่งที่มาของข่าวสาร

ขั้นตอนการมีส่วนร่วมของชุมชน

การเข้ามามีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชนเพื่อกระทำการใดกิจกรรมหนึ่งให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชนนั้น มีนักวิชาการได้เสนอแนวคิดถึงขั้นตอนการมีส่วนร่วมของชุมชน ดังนี้

Fornaroff (1980, p. 104) เสนอว่ากระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน มีขั้นตอนการมีส่วนร่วม ดังนี้

- 1) การวางแผน รวมถึงการตัดสินใจในการกำหนดเป้าหมาย กลวิธี ทรัพยากรที่ต้องใช้ ตลอดจนการติดตามประเมินผล
- 2) การดำเนินงาน
- 3) การให้บริการจากโครงการ
- 4) การมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์

นอกจากนี้ อภิญา กังสนารักษ์ (2544, น. 14-15) ได้นำเสนอขั้นตอนการมีส่วนร่วม ของชุมชนว่า ชุมชนต้องมีส่วนร่วมใน 4 ขั้นตอน คือ

- 1) การมีส่วนร่วมในการริเริ่มโครงการ ร่วมค้นหาปัญหาและสาเหตุของปัญหา ภายใน ชุมชน ร่วมตัดสินใจกำหนดความต้องการและร่วมลำดับความสำคัญของความต้องการ

2) การมีส่วนร่วมในขั้นการวางแผน กำหนดวัตถุประสงค์ วิธีการ แนวทาง การดำเนินงาน รวมถึงทรัพยากรและแหล่งวิทยาการที่จะใช้ในโครงการ

3) การมีส่วนร่วมในขั้นตอนการดำเนินโครงการ ทำประโยชน์ให้แก่โครงการ โดยร่วมช่วยเหลือด้านทุนทรัพย์วัสดุอุปกรณ์และแรงงาน

4) การมีส่วนร่วมในการประเมินผลโครงการ เพื่อให้รู้ว่าผลจากการดำเนินงานบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้หรือไม่ โดยสามารถกำหนดการประเมินผลเป็นระยะต่อเนื่องหรือประเมินผล รวมทั้งโครงการในคราวเดียวกันได้

อกิน รพีพัฒน์ (2547, น. 49) ได้แบ่งขั้นตอนการมีส่วนร่วมออกเป็น 4 ขั้นตอน คือ

- 1) การกำหนดปัญหา สาเหตุของปัญหา ตลอดจนแนวทางแก้ไข
- 2) การตัดสินใจเลือกแนวทาง และวางแผนพัฒนา แก้ไขปัญหา
- 3) การปฏิบัติงานในกิจกรรมการพัฒนาตามแผน
- 4) การประเมินผลงานกิจกรรมการพัฒนา

ขั้นตอนการเข้ามามีส่วนร่วมของชุมชน (วิรัช วิรัชนิภาวรรณ, 2547) ได้สรุปและนำเสนอขั้นตอนการมีส่วนร่วมใน 2 ลักษณะ ได้แก่

ลักษณะที่ 1 มีขั้นตอน ดังนี้

- 1) การคิด
- 2) การตัดสินใจ
- 3) การวางแผน
- 4) การลงมือปฏิบัติ

ลักษณะที่ 2 มีขั้นตอน ดังนี้

- 1) การกำหนดปัญหา
- 2) การวางแผน
- 3) การดำเนินงาน
- 4) การประเมินผล
- 5) การบำรุงรักษา และพัฒนาให้คงไว้

จากแนวคิดเกี่ยวกับขั้นตอนการมีส่วนร่วมของชุมชนทั้งหมดสรุปได้ว่าขั้นตอนของการ เข้ามามีส่วนร่วมของชุมชนนั้นมี 6 ขั้นตอน ได้แก่

- 1) การค้นหาปัญหา สาเหตุของปัญหา และแนวทางแก้ไข
- 2) ตัดสินใจกำหนดความต้องการ
- 3) ลำดับความสำคัญ
- 4) วางแผน กำหนดวัตถุประสงค์วิธีการ แนวทางการดำเนินงาน ทรัพยากร
- 5) ดำเนินงานตามโครงการ และ/หรือ สนับสนุนการดำเนินงาน
- 6) ประเมินผล

การมีส่วนร่วมของชุมชนเกิดจากจิตใต้สำนึกที่ต้องการเข้าร่วมในกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่ง เพื่อให้เกิดผล ต่อความต้องการของกลุ่มคนที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตทางสังคม ทั้งนี้ในการที่จะให้ชุมชน เข้ามามีส่วนร่วมอย่างแท้จริงนั้น การจัดกิจกรรมการมีส่วนร่วมต้องคำนึงถึง วิธีการดำเนินชีวิต ค่านิยม ประเพณีทัศนคติของบุคคล เพื่อให้เกิดความสมัครใจเข้าร่วมกิจกรรม เพราะกลุ่มคนใน ชุมชน มีความแตกต่างกันใน ลักษณะส่วนบุคคล ลักษณะทางเศรษฐกิจ และการได้รับข้อมูลข่าวสาร

ผลสรุปด้านจากแนวคิดด้านบนกล่าวได้ว่า การสื่อสารภาพลักษณ์และการมีส่วนร่วมเพื่อ การส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนริมน้ำจันทบูร จังหวัดจันทบุรีนั้นมีการร่วมมือ กันของชุมชน และหน่วยงานต่าง ๆ จึงทำให้ชุมชนกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญของจังหวัด และยังคงอนุรักษ์ทรัพยากร คุณค่าของชุมชนไว้ได้จนถึงปัจจุบัน

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

มีผู้ได้ให้ความหมายของคำว่า “การท่องเที่ยว” ไว้มากมายเช่นในปี พ.ศ. 2506 (ค.ศ. 1963) องค์การสหประชาชาติได้จัดประชุมว่าด้วยการเดินทางและท่องเที่ยวระหว่างประเทศขึ้นที่กรุงโรม ประเทศอิตาลีและได้ให้คำจำกัดความของคำว่า “การท่องเที่ยว” ไว้ว่า “การเดินทางเพื่อความบันเทิง รื่นโรจน์ใจเยี่ยมญาติหรือการไปร่วมประชุมแต่มิใช่เพื่อการประกอบอาชีพเป็นหลักฐานหรือไปพำนัก อยู่เป็นการถาวร”

ปรีชา แดงโรจน์ (2544) ได้อ้างอิงนิยามของการท่องเที่ยวขององค์การสหประชาชาติในการ ประชุมว่าด้วยการเดินทางและท่องเที่ยว ณ กรุงโรมเมื่อปี พ.ศ. 2506 ไว้ว่าการท่องเที่ยวหมายถึง

กิจกรรมที่มีเงื่อนไขเกี่ยวข้องอยู่ 3 ประการ ได้แก่ การเดินทางจุดหมายปลายทางและวัตถุประสงค์ของการเดินทาง

นิคม จารุมณี (2535) ได้ให้ความหมายว่าการท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง การเดินทางใด ๆ ที่เป็นการเดินทางที่อยู่ในเงื่อนไข 3 ประการ คือ การเดินทางจากสถานที่อยู่อาศัยประจำไปยังสถานที่อื่น ๆ เป็นการชั่วคราวการท่องเที่ยวเป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจมิได้ถูกบังคับและเป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตามแต่มิใช่เดินทางเพื่อไปประกอบอาชีพหรือหารายได้

จากคำนิยามและความหมายของการท่องเที่ยว (Tourism) ที่ผู้เขียนหลายท่านได้ให้ความหมายไว้ข้างต้นสรุปได้ดังนี้ “การท่องเที่ยว” (Tourism) หมายถึง การเดินทางของมนุษย์จากสถานที่แห่งใดไปยังอีกสถานที่หนึ่ง การเดินทางจากถิ่นที่อาศัยประจำไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราวไม่ว่าจะเป็นด้วยความสมัครใจ หรือเป็นการเดินทางด้วยเหตุผลของการท่องเที่ยวมิใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้ การเดินทางเพื่อการศึกษาการเดินทางเพื่อประชุมสัมมนาการเดินทางเพื่อเยี่ยมเยือนญาติพี่น้องหรือเพื่อนการเดินทางเพื่อแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม ดังนั้นการท่องเที่ยว เป็นต้น

นิคม จารุมณี (2535 อ้างถึงใน ไพศาล กาญจนวงศ์, 2554) ได้กล่าวถึงอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Tourism Industry) ประกอบด้วยธุรกิจหลายประเภททั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรงและธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางอ้อมหรือสนับสนุนต่าง ๆ การซื้อบริการของนักท่องเที่ยวประเภทนี้ถือได้ว่าเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มองไม่เห็นด้วยสายตา (Invisible Export) เพราะเป็นการซื้อด้วยเงินตราต่างประเทศการผลิตสินค้าคือบริการต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวซื้อก็ต้องมีการลงทุนซึ่งเป็นผลประโยชน์จะตกอยู่ในประเทศและจะช่วยให้เกิดงานอาชีพอีกหลายแขนงเกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจนอกจากนี้ด้านสังคมการท่องเที่ยวเป็นการพักผ่อนคลายความตึงเครียดพร้อม ๆ กับการได้รับความรู้ความเข้าใจในวัฒนธรรมที่ผิดแผกแตกต่างออกไปอีกทั้งอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นแหล่งที่มาของรายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศซึ่งจะมีส่วนช่วยสร้างเสถียรภาพให้กับดุลชำระเงินของต่างประเทศรายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีส่วนช่วยผ่อนคลายความเสียหายเปรียบในเรื่องดุลการชำระเงินได้เป็นอย่างมากนอกจากนี้การท่องเที่ยวยังมีบทบาทช่วยกระตุ้นให้มีการนำเอาทรัพยากรของประเทศมาใช้ประโยชน์อย่างกว้างขวางเช่นเปลือกหอยหินสวย ๆ ตามชายหาดไม้ไผ่ ฯลฯ ที่ผู้อยู่ในท้องถิ่น ได้เก็บมาประดิษฐ์เป็นหัตถกรรมพื้นบ้านขายเป็นของที่ระลึกสำหรับ

นักท่องเที่ยวเป็นการนำเอาวัสดุที่เคยเห็นว่าปราศจากคุณค่ามาทำให้เกิดประโยชน์และเพิ่มรายได้ซึ่งแม้จะเป็นรายได้เล็ก ๆ น้อย ๆ แต่เมื่อรวมกันเข้าก็เป็นรายได้สำคัญอย่างหนึ่งเช่นกัน

การท่องเที่ยวในปัจจุบันสามารถแบ่งออกเป็น 4 ประเภท คือ

1) การท่องเที่ยวธรรมชาติ (Natural Tourism) เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจความสนุกสนานความชื่นชมในแหล่งธรรมชาติเป็นหลัก

2) การท่องเที่ยววัฒนธรรม (Cultural Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นเสนอลักษณะวัฒนธรรมประวัติศาสตร์โบราณคดีและสถานที่ต่าง ๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้นและเกี่ยวเนื่องกับความป็นอยู่ของสังคมเป็นการท่องเที่ยวในเชิงการใช้ความรู้และความภาคภูมิใจ

3) การท่องเที่ยวแบบบันเทิงและการกีฬา (Sport and Entertainment Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่สนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและความพึงพอใจในการพักผ่อนสนุกสนานรื่นเริงบันเทิงใจที่มุ่งเน้นการได้รับบริการที่เหมาะสม

4) การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมสัมมนา (Business and Convention Tourism) เป็นการเดินทางที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการประชุมสัมมนาการติดต่อทางธุรกิจซึ่งอาจมีหรือไม่มีการศึกษาดูงานและการทัศนศึกษาควบคู่กันก็ได้ถูกจัดให้เป็นการท่องเที่ยวประเภทหนึ่ง

การท่องเที่ยวทั้ง 4 ประเภท อาจแบ่งระดับการท่องเที่ยวได้ 4 แบบ ที่ต้องการการจัดการที่ต่างกัน คือ

1) การท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการอนุรักษ์รักษาทรัพยากรให้คงไว้ยาวนานที่สุดครอบคลุมทรัพยากรทุกประเภทเช่นธรรมชาติประวัติศาสตร์โบราณคดีวัฒนธรรมรวมทั้งวิถีชีวิตของมนุษย์ การท่องเที่ยวเหล่านี้ควรจัดเป็นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Conservation Tourism) ซึ่งครอบคลุม Natural, Cultural Tourism และ Historical Tourism ทั้งหมด

2) การท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการศึกษาในแหล่งธรรมชาติเพื่อการรักษาระบบนิเวศโดยคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของท้องถิ่นมากเป็นพิเศษทั้งนี้เป็นส่วนหนึ่งหรือบางส่วนของ การท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ที่มีความสำคัญต่อระบบนิเวศของพื้นที่นั้น ๆ จัดเป็นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco Tourism)

3) การจัดการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการนันทนาการการพักผ่อนหย่อนใจการทัศนศึกษาการประชุมสัมมนาการติดต่อธุรกิจที่ให้ความสำคัญในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเป็นหลักยังคงเป็นการท่องเที่ยวแบบประเพณี (Conventional Tourism)

4) การท่องเที่ยวที่ขัดต่อศีลธรรมจริยธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณีซึ่งยังคงมี แอบแฝงอยู่ในทุกส่วนหรือมีการพัฒนาอย่างถูกกฎหมายในบางพื้นที่เช่น Sex Tour, Casino และ เกมสล็อตฟ้าบางประเภทเป็นการท่องเที่ยวที่ขัดต่อศีลธรรม (Immorality Tourism)

องค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยว 3 ด้าน ได้แก่

1) ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว (Tourism Resource)

แหล่งท่องเที่ยวเป็นทรัพยากรที่สำคัญจัดเป็นอุปทานการท่องเที่ยว (Tourism Supply) ซึ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยแบ่งแหล่งท่องเที่ยวออกเป็น 3 ประเภท คือ แหล่งท่องเที่ยว ธรรมชาติแหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์โบราณคดีและแหล่งท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมส่วนแหล่งท่องเที่ยวที่ให้ความบันเทิงนั้นจัดเป็นส่วนหนึ่งในสถานบริการนักท่องเที่ยว

2) บริการท่องเที่ยว (Tourism Service)

บริการที่รองรับการท่องเที่ยวเป็นอุปทานประเภทหนึ่งซึ่งมักไม่ได้เป็นจุดหมายปลายทางหลักของนักท่องเที่ยวแต่เป็นบริการที่รองรับให้เกิดความสะดวกสบายและความบันเทิงแก่นักท่องเที่ยวซึ่งในบางโอกาสอาจเป็นตัวดึงดูดใจได้เช่นกันบริการท่องเที่ยวที่สำคัญได้แก่ที่พัก อาหารแหล่งจำหน่ายสินค้าแหล่งบันเทิงแหล่งกิจกรรมและบริการอื่น ๆ ทั้งนี้รวมถึงโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นอื่น ๆ ด้วย

3) ตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Market or Tourist)

เป็นการแสดงออกของอุปสงค์ (Tourism Demand) ซึ่งมีความปรารถนาในการท่องเที่ยว จากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งเพื่อเข้าร่วมในกิจกรรมการพักผ่อนหย่อนใจและเพื่อกิจกรรมอื่น ๆ (ปกติ ตลาดการท่องเที่ยวมักจะเน้นที่นักท่องเที่ยว) ซึ่งในกระบวนการจัดการได้หมายรวมถึงการส่งเสริม การพัฒนาการขายและการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวด้วย

จากแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวผู้วิจัยได้นำมาใช้ในการทำความเข้าใจและ ประกอบการวิเคราะห์การสื่อสารภาพลักษณ์และการมีส่วนร่วมเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวใน ชุมชนริมน้ำจันทบูรต่อไป

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

2.5.1 แนวคิดและยุทธศาสตร์การพัฒนาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization หรือ WTO) ให้ความหมายของ “การท่องเที่ยว” ว่าหมายถึงการเดินทางใด ๆ ก็ตามเป็นการเดินทางตามเงื่อนไขสากล 3 ประการ คือ ประการที่ 1) การเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว แต่ไม่ใช่ไปตั้งหลักแหล่งเป็นการถาวร ประการที่ 2) การเดินทางนั้นเป็นไปด้วยความสมัครใจ หรือความพึงพอใจของผู้เดินทางเอง ไม่ใช่เป็นการถูกบังคับ ไม่ใช่เพื่อทำสงคราม และประการที่ 3) เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตามที่ไม่ใช่ประกอบอาชีพหรือหารายได้ ในขณะที่ Lawson & Baud-Bovy ได้กล่าวถึง การท่องเที่ยวว่าเป็นการนันทนาการ (Recreation) รูปแบบหนึ่งที่เกิดขึ้นระหว่างเวลาว่าง (Leisure Time) ที่มีการเดินทาง (Travel) เข้ามาเกี่ยวข้อง โดยเป็นการเดินทางจากที่หนึ่งที่มีจุดหมายถึงที่อยู่อาศัย ไปยังอีกที่หนึ่งที่อยู่เป็นแหล่งท่องเที่ยว เพื่อเปลี่ยนบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม (ไพศาล กาญจนวงศ์, 2554)

นิคม จารุมณี (2536, น. 1 อ้างถึงใน ไพศาล กาญจนวงศ์, 2554) ได้ให้ความหมายของ การท่องเที่ยวว่าประกอบด้วยองค์ประกอบ 3 ประการ คือ

- 1) การเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
- 2) เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ และ
- 3) การเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตามที่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้

นิตา ชัชกุล (2550, น. 2 อ้างถึงใน ไพศาล กาญจนวงศ์, 2554) ได้ให้ความหมายของ การท่องเที่ยวว่า เป็นกิจกรรมการเดินทางจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง ซึ่งนับตั้งแต่จุดเริ่มต้นถึงปลายทางจะต้องประกอบด้วยปัจจัย 3 ประการเป็นอย่างน้อยคือ การเดินทาง การพักค้างแรม และการกินอาหารนอกบ้าน

Weaver (2000, p. 2 อ้างถึงใน ไพศาล กาญจนวงศ์, 2554) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ดังนี้ “Tourism is the sum of phenomena and relationships arising from the interaction among tourists, the tourism industry, host governments, host communities, origin government,

universities, community colleges and non-governmental organizations, in the process of attracting, transporting, hosting and managing these tourists and other visitors.” จากความหมายของการท่องเที่ยวดังกล่าวข้างต้น พอสรุปได้ว่า “การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางไปยังอีกสถานที่หนึ่ง ของบุคคลที่มีวัตถุประสงค์เฉพาะด้วยความสมัครใจเป็นการชั่วคราว การท่องเที่ยวเกิดจากกระบวนการจัดการต่าง ๆ ที่มีความสัมพันธ์กันอย่างเป็นระบบทำให้ การท่องเที่ยวประสบผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ของบุคคล และคณะบุคคล” (ไพศาล กาญจนวงศ์, 2554)

2.5.2 การจัดทำสื่อโฆษณา และการประชาสัมพันธ์เพื่อการส่งเสริมการขาย

การส่งเสริมการท่องเที่ยว (Tourism Promotions) หมายถึงกระบวนการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งกระบวนการขายโดยบุคคล (Personal Promotion) และไม่ใช่บุคคล (Non-personal Selling) เข้าไปติดต่อลูกค้าเพื่อให้เกิดการซื้อขายสินค้าและบริการขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์ที่ทำให้ สินค้าและบริการเคลื่อนย้ายจากผู้ผลิต หรือจำหน่ายไปยังผู้บริโภคให้มากที่สุด รวดเร็วที่สุด และมีผลกำไร ตามที่ธุรกิจนั้นต้องการ

2.5.3 วัตถุประสงค์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยว

- 1) เพื่อแจ้งข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยว และให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว
- 2) เพื่อเพิ่มปริมาณนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในประเทศ โดยเฉพาะในช่วงฤดูการท่องเที่ยว
- 3) เพื่อรักษาหรือเพิ่มส่วนครองตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Market Share)
- 4) เพื่อเพิ่มพูนการระลึกถึง จดจำ การยอมรับ และความเชื่อถือด้านการท่องเที่ยว
- 5) เพื่อเพิ่มพูนปริมาณนักท่องเที่ยวให้มากขึ้นในอนาคต
- 6) เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการท่องเที่ยวให้เหนือคู่แข่ง

จากวัตถุประสงค์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวข้างต้น กิจกรรมในการส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายได้นั้น จึงต้องใช้ส่วนประสมทางการส่งเสริม การตลาด (Promotion Mix) มาช่วยในการจัดทำสื่อโฆษณาและการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริม การขายทางการท่องเที่ยวให้สัมฤทธิ์ผล

ดังนั้นส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด (Promotion Mix) มาช่วยในการจัดทำสื่อ โฆษณา และการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการขายทางการท่องเที่ยวให้สัมฤทธิ์ผล

ดังนั้น ส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด (Promotion Mix) จึงหมายถึง เครื่องมือที่ใช้ ในการส่งเสริมการขาย เพื่อติดต่อสื่อสารทางการตลาด ระหว่างผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายและลูกค้า ตลาดเป้าหมาย เพื่อแจ้งข่าวสารหรือจูงใจให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ ประกอบด้วย

- 1) การโฆษณา (Advertising)
- 2) การประชาสัมพันธ์ (Public Relation)
- 3) การขายโดยบุคคล (Personal Selling)
- 4) การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion)

2.5.4 การโฆษณาการท่องเที่ยว

การโฆษณาการท่องเที่ยวถือเป็นส่วนผสมตัวหนึ่งในจำนวนสี่ตัวของส่วนผสม การส่งเสริม การท่องเที่ยวที่จะสื่อข่าวสารไปยังนักท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักผลิตภัณฑ์ว่ามีอะไร วางขายที่ไหน ราคาเท่าไร และมีคุณสมบัติพิเศษอะไร ถ้าปราศจากการโฆษณา แม้ผลิตภัณฑ์จะดี เลิศเพียงใด หากไม่มีใครรู้จักย่อมไม่มีทางขายได้จึงจำเป็นต้องมีการโฆษณา

ลักษณะสำคัญ 5 ประการ

- 1) เป็นการเสนอข่าวหรือแจ้งเรื่องราวความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ไปยังนักท่องเที่ยว
- 2) เป็นการจูงใจให้นักท่องเที่ยวที่ได้ยินได้ฟังคล้อยตาม
- 3) เป็นการอาศัยเหตุผลในการจูงใจ โดยใช้เหตุผลจริงและเหตุผลสมมติ
- 4) เป็นการใช้สื่อโฆษณา เช่น โทรทัศน์วิทยุ นิตยสาร หนังสือพิมพ์เป็นต้น ในการส่ง ข่าวสารไปยังนักท่องเที่ยว
- 5) เป็นการระบุผู้อุปถัมภ์หรือผู้โฆษณา อันเป็นการทำสัญญาประชาคมกับ นักท่องเที่ยว

2.5.5 การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว คือ การเผยแพร่ข่าวสารการท่องเที่ยวไปยังนักท่องเที่ยว เป้าหมาย เพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับธุรกิจและผลิตภัณฑ์โดยใช้กิจกรรมและสื่อต่าง ๆ ที่ไม่ใช่ทางการค้า เป็นการสื่อความหมายทางการท่องเที่ยวจากธุรกิจไปสู่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย เชิญชวนให้นักท่องเที่ยวสนับสนุนวัตถุประสงค์การดำเนินงานของธุรกิจ และปรับแนวคิดระหว่างธุรกิจกับชุมชนให้สอดคล้องกัน จึงเป็นการสร้างความเข้าใจอันดีและความศรัทธาให้เกิดขึ้นในหมู่ประชาชนและนักท่องเที่ยว อันจะนำไปสู่การตัดสินใจซื้อในที่สุด

ในบางครั้งสามารถนำเอาการโฆษณามาใช้ในการประชาสัมพันธ์ได้หรือที่เรียกกันว่า “การโฆษณาเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว” ซึ่งใช้การโฆษณาเป็นเครื่องมือสำคัญเพื่อการประชาสัมพันธ์ที่ได้มุ่งขายผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว แต่เป็นการโฆษณาธุรกิจท่องเที่ยวโดยมุ่งหวัง สร้างชื่อเสียง ภาพพจน์และสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้ประกอบการกับประชาชนที่เกี่ยวข้อง จึง มีลักษณะสำคัญดังนี้

- 1) เป็นการโฆษณาที่ให้ความรู้
- 2) เป็นการโฆษณาเพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดีให้แก่ธุรกิจท่องเที่ยว
- 3) เป็นการโฆษณาที่ช่วยสร้างความเจริญก้าวหน้าให้แก่สังคมส่วนรวม
- 4) เป็นการโฆษณาที่มุ่งเน้นให้รู้จักรักษาศิลปวัฒนธรรม ประเพณี
- 5) เป็นการโฆษณาในลักษณะข่าวธุรกิจ

2.5.6 การส่งเสริมการขายการท่องเที่ยว

การส่งเสริมการขายการท่องเที่ยว เป็นส่วนผสมของการส่งเสริมการท่องเที่ยวอีกหนึ่งตัว ที่จะกระตุ้นให้เกิดการซื้อผลิตภัณฑ์อย่างรวดเร็วในระยะเวลาอันสั้น ซึ่งหมายถึงกิจกรรมทางการตลาดท่องเที่ยวทั้งหลายที่นอกเหนือจากการโฆษณาและประชาสัมพันธ์เพื่อจูงใจนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายให้เกิดซื้อผลิตภัณฑ์และเพิ่มประสิทธิภาพให้แก่ตัวแทนจำหน่ายและพนักงานขาย สาเหตุที่ต้องใช้การส่งเสริมการขายกันมากในปัจจุบันมีหลายสาเหตุคือ

- 1) ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเริ่มไม่ค่อยจะมีความแตกต่างกันเพราะวิทยาการตามทันนัก

- 2) โฆษณาการท่องเที่ยวไม่รู้จะสร้างสรรค์อะไรที่ทำให้ผลิตภัณฑ์ต่างกับของกลุ่มแข่งขัน
- 3) เมื่อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวดูเหมือน ๆ กัน การตัดสินใจซื้อจึงต้องอาศัยองค์ประกอบอื่นเข้าช่วย คือ การลด แลก แจก แถม
- 4) ราคาโฆษณากำลังถีบตัวสูงขึ้นเรื่อย ๆ จนต้องอาศัยการส่งเสริมการขายเพื่อลดค่าโฆษณา
- 5) คนดูโฆษณาลงเพราะดูโทรทัศน์น้อยลง เนื่องจากวิดีโอเข้ามามีบทบาทมากขึ้น จึงไม่ต้องจำใจดูรายการที่ไม่ดีของโทรทัศน์ทุกช่อง

2.5.7 การเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

- 1) พฤติกรรมผู้บริโภคปรับเปลี่ยนไปตามสภาพเศรษฐกิจ ผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ ส่งผลให้นักท่องเที่ยวใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวอย่างระมัดระวัง โดยคำนึงถึงความคุ้มค่าเงินมากขึ้น ประกอบกับการที่คู่แข่งหันมาใช้กลยุทธ์ด้านราคาเพื่อดึงความสนใจของตลาดนักท่องเที่ยวที่หดตัวลง ทำให้นักท่องเที่ยวมีทางเลือกในการเลือกจุดหมายปลายทางมากขึ้น ซึ่งมีผลให้เกิดพฤติกรรม Last Minute คือ ใช้เวลาสั้นก่อนการเดินทางเพื่อตัดสินใจในการจอง/ซื้อสินค้าและบริการท่องเที่ยว เพื่อแสวงหาความคุ้มค่า
- 2) นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางท่องเที่ยวระยะใกล้โดยอาจเลือกเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศหรือภายในภูมิภาคเดียวกันมากขึ้น ทั้งนี้การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจของประเทศต่าง ๆ และกรอบความร่วมมือด้านการท่องเที่ยว เช่น UNWTO APEC ASEAN ACD GMS ACMECS IMTGT และ BIMSTEC เป็นต้น ช่วยลดอุปสรรคและข้อจำกัดในการท่องเที่ยว
- 3) นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มสนใจการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism) เช่น การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย (Adventure Tourism) การท่องเที่ยวเชิงศาสนา (Spiritual Tourism) การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและนิทรรศการ (MICE) และการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) เป็นต้น รูปแบบการท่องเที่ยว ดังกล่าวมีแนวโน้มขยายตัวเนื่องจากนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มต้องการที่จะเรียนรู้และได้รับประสบการณ์ที่แตกต่างในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ต้องการสัมผัสธรรมชาติที่บริสุทธิ์กิจกรรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เลือกพักผ่อนในโรงแรมที่มีเอกลักษณ์ซึ่งประเทศไทยมีความพร้อมของทรัพยากรพื้นฐาน สำหรับการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ

4) กระแสของความสนใจและใส่ใจในสุขภาพ และการออกกำลังกาย ทำให้การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) และการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) มีแนวโน้มได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว สำหรับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ประเทศต่าง ๆ ได้แข่งขันกันแย่งสิทธิ์ในการจัด กิจกรรม หรือ Event ด้านการกีฬา ซึ่งไทยเป็นประเทศหนึ่งที่มีความพร้อม ในด้านบุคลากร สนามแข่งขัน มีประสบการณ์ในการจัดการแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติรวมถึงกีฬาที่มีเอกลักษณ์เช่น มวยไทย และตะกร้อ สำหรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ไทยมีชื่อเสียงในเรื่องของสปา การนวดแผน ไทย ความพร้อมในด้านของบุคลากร มีสถานประกอบการที่มีคุณภาพ ซึ่งพร้อมต่อการรองรับ นักท่องเที่ยวในอนาคต

5) กระแสความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม การอนุรักษ์ประเพณีวัฒนธรรมดั้งเดิม กำลังได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว และมีแนวโน้มมากขึ้น แนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน ได้ถูกเปลี่ยนถ่ายเข้าสู่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยรวมอย่างเป็นลำดับ และกำลังปรับเปลี่ยนสภาพไปสู่ การจัดการที่คำนึงถึงขีดความสามารถรองรับของธรรมชาติชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน และมุ่งเน้นสิ่งแวดล้อมและฐานทรัพยากรของพื้นที่ ท่องเที่ยวเป็นสำคัญ ดังนั้น จึงเป็น โอกาสในการสร้างเอกลักษณ์และตราสัญลักษณ์สินค้าทางการ ท่องเที่ยว วัฒนธรรมและธรรมชาติของประเทศไทยให้เป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับ ในระดับสากล

จากสาเหตุข้างต้น กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาในฐานะเลขานุการคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติพ.ศ. 2560-2564 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อฟื้นฟูและกระตุ้นภาคการท่องเที่ยวให้ขยายตัวและเกิดความ ยั่งยืน และเพื่อเร่งรัดและสร้างศักยภาพในการหารายได้จากการท่องเที่ยว เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว ของประเทศไทยให้มีความพร้อมทั้งด้านคุณภาพการแข่งขัน และให้เกิดการสร้างรายได้และกระจาย รายได้ควบคู่ไปกับการพัฒนาที่ยั่งยืน

ดังนั้น แผนฉบับนี้จึงได้มุ่งเน้น การป้องกันแก้ไขผลกระทบด้านการท่องเที่ยวให้ สอดคล้องกับสถานการณ์ทั้งในและต่างประเทศ ตามแนวทางแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560- 2564) และวิสัยทัศน์ประเทศไทยสู่ปี พ.ศ. 2570 โดยนำแนวคิด “เศรษฐกิจพอเพียง” และ “คนเป็น ศูนย์กลางของการพัฒนา” มาใช้ในการจัดทำแผนเพื่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบองค์รวมที่สร้างทั้ง รายได้และกระจายรายได้อย่างเป็นธรรมและยั่งยืน

เนื้อหาหลักของแผนพัฒนาฯ ประกอบด้วย การวิเคราะห์สถานการณ์และแนวโน้มด้าน การท่องเที่ยวทั้งของโลกและประเทศไทย การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยและประเด็นสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวไทย การกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวไทย เพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์เป้าประสงค์เป้าหมายและพันธกิจที่วางไว้รวมทั้งการกำหนด กลไกการขับเคลื่อนประเด็นยุทธศาสตร์ในแผนไปสู่การปฏิบัติทั้งนี้แผนพัฒนาฯ ได้กำหนด ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวที่สำคัญไว้ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาสินค้า บริการและปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างความเชื่อมั่นและส่งเสริมการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 5 การส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ภาคประชาชน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว

เช่นเดียวกัน กรอบยุทธศาสตร์การพัฒนาขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตจังหวัดสมุทรปราการ ที่มีแนวการพัฒนาในหลาย ๆ ด้าน รวมทั้งด้านการท่องเที่ยวที่เป็นยุทธศาสตร์ที่ 5 โดย เน้นการส่งเสริมการลงทุนพาณิชย์กรรมและการท่องเที่ยว มีแนวทางในการพัฒนา ดังนี้

1) ส่งเสริม สนับสนุนการขับเคลื่อนแผนชุมชนสู่การพัฒนาท้องถิ่นและจังหวัดแบบบูรณาการ

2) ส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาด้านการเกษตรและอุตสาหกรรม

3) ส่งเสริม สนับสนุนการบริหารจัดการการตลาดและการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างรายได้สู่จังหวัดจันทบุรี

4) พัฒนาและสนับสนุนแหล่งท่องเที่ยว โดยสอดคล้องกับวัฒนธรรม ประเพณีท้องถิ่น และวิถีชีวิตของชุมชน

ซึ่งสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยว ซึ่งมีมาตรการที่สำคัญคือ ส่งเสริมการท่องเที่ยว ในพื้นที่จังหวัดเมืองรองที่มีศักยภาพ เป็นเอกลักษณ์เฉพาะพื้นที่ 12 เมือง ประกอบด้วย จังหวัดลำปาง น่าน เพชรบูรณ์เลย บุรีรัมย์สมุทรสงคราม ราชบุรีจันทบุรีตราด ชุมพร นครศรีธรรมราช และตรัง โดยมีแนวทาง การพัฒนา ได้แก่ พัฒนา ฟื้นฟูและเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว ทั้งที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ทางวัฒนธรรมและที่มนุษย์สร้างขึ้น ยกกระชับ

ความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการเพื่อเพิ่มมูลค่า สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว คงเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิตชุมชนของแต่ละพื้นที่ รวมถึง ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงการท่องเที่ยวในพื้นที่เขตพัฒนาการท่องเที่ยว (Cluster) และพื้นที่จังหวัดเมืองรอง ส่งเสริมการสร้างสรรคสินค้าและบริการชุมชน OTOP ให้โดดเด่นและมีคุณค่า

2.6 แนวคิด การท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืน

การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน แปลมาจากภาษาอังกฤษว่า Sustainable Tourism เป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development) ซึ่งนักวิชาการด้านการท่องเที่ยวได้ให้ความสนใจเรื่องการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนกันมากขึ้น เนื่องจากความตื่นตัวด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการท่องเที่ยวที่หันมานิยมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2540, น. 18 อ้างถึงใน ปองทิพย์ นาकिनทร์, 2556, น. 36)

2.6.1 ความหมายการท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืน

มีผู้กล่าวถึงความหมายของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนไว้หลายนิยาม ดังนี้

จากการประชุม Globe'90 ให้คำจำกัดความว่า การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน หมายถึง การท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและผู้เป็น เจ้าของท้องถิ่นในปัจจุบัน โดยมีการปกป้องและสงวนรักษาทรัพยากรของชนรุ่นหลังด้วย (พัชรวิรัตน์ หาร ไชย, 2552, น. 19)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2540, น. 4 อ้างถึงใน รัฐกรณ์ แสงโชติ, 2554, น. 20) โดยราชบัณฑิตยสถานได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า หมายถึง การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความเป็นทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสุนทรียภาพ โดยใช้ทรัพยากรอันทรงคุณค่าอย่างชาญฉลาด สามารถรักษาเอกลักษณ์ของธรรมชาติและวัฒนธรรมไว้ได้นานที่สุด เกิดผลกระทบน้อยที่สุดและใช้เป็นประโยชน์ได้ยาวนานที่สุด

การท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืนเป็นการท่องเที่ยวที่เคารพทั้งผู้คนในท้องถิ่น นอกจากนั้นก็คือ มรดกทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม โดยพยายามที่จะให้นักท่องเที่ยวได้สนุกกับกิจกรรมต่าง ๆ

และ ได้รับการศึกษาที่จะเป็นผลประโยชน์ต่อประชาชนของประเทศนั้น ๆ นอกจากนี้การท่องเที่ยว เพื่อ ความยั่งยืนมีอย่างน้อย 4 มิติ คือ

- 1) มิติความยั่งยืนทางเศรษฐกิจของการท่องเที่ยว
- 2) มิติทางนิเวศวิทยาที่เน้นความสำคัญของระบบนิเวศวิทยา
- 3) มิติของการแข่งขันแต่ละสถานที่ท่องเที่ยวในระยะยาว
- 4) มิติที่ยอมรับการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์ของการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน

การท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืนควรรักษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและสร้าง ความมั่นใจว่า ประสิทธิภาพที่ให้กับนักท่องเที่ยว นั้น มีความหมาย มีประโยชน์ การสร้างความ ตระหนักของ นักท่องเที่ยวที่มีต่อการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนและการส่งเสริมการปฏิบัติด้านการ ท่องเที่ยวเพื่อความ ยั่งยืนในกลุ่มนักท่องเที่ยว (ดรรรชนี เอมพันธุ์, 2542 อ้างถึงใน ธนพล จันทร์เรืองฤทธิ์, 2561)

Swarbrooke (1998, p. 13 อ้างถึงใน กฤษณ์ โคตรสมบัติ, 2553, น. 21) ได้ให้ ความหมาย การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนว่า เป็นการท่องเที่ยวซึ่งทำให้เศรษฐกิจเจริญงอกงาม แต่จะต้องไม่ทำลาย ทรัพยากรซึ่งเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว นอกจากนี้ต้องไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมทาง ภายภาพและโครงสร้างทางสังคมของชุมชนในท้องถิ่นในการพัฒนาอย่างยั่งยืน และการท่องเที่ยว อย่างยั่งยืนตามข้อตกลงระหว่างประเทศประกอบด้วยหลักการดังต่อไปนี้

- 1) สิ่งแวดล้อมเป็นทรัพย์สินสมบัติที่สำคัญและมีคุณค่ายิ่งต่อการท่องเที่ยว ต้องรักษาไว้ ให้มี สภาพเหมือนเดิม สำหรับลูกหลานในอนาคตมิใช่ถูกทำลายในระยะสั้น
- 2) การท่องเที่ยวเป็นการจัดกิจกรรมที่อำนวยความสะดวกให้กับชุมชนและแหล่ง ท่องเที่ยว ให้มีความเสมอภาคเท่ากับนักท่องเที่ยว หมายถึง มิใช่ให้นักท่องเที่ยวแสวงหาผลประโยชน์จาก ชุมชน และแหล่งท่องเที่ยวอย่างเดียว ชุมชนควร ได้รับประโยชน์เท่าเทียมกันจากการท่องเที่ยวด้วย
- 3) การจัดการเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการท่องเที่ยวกับสิ่งแวดล้อม ต้องส่งผลต่อ การพัฒนาอย่างยั่งยืนต้องไม่ทำลายทรัพยากร หรือก่อให้เกิดผลเสียหายในอนาคตและส่งผลกระทบต่อ การทำลายสิ่งแวดล้อม
- 4) กิจกรรมและการพัฒนาการท่องเที่ยวควรยอมรับสภาพธรรมชาติและลักษณะ ของสถานที่ ซึ่งเป็นที่ตั้งของกิจกรรมหรือการพัฒนาดังกล่าวแล้ว กล่าวคือ ถ้าแหล่งท่องเที่ยวใด เปราะบางทางธรรมชาติมากเกินไปก็ควรพัฒนาสถานที่นั้นภายในขอบเขตและให้กระทบต่อ ธรรมชาติ น้อยที่สุด เช่น จำกัดจำนวนนักท่องเที่ยว จำกัดกิจกรรมและเวลาของการท่องเที่ยว
- 5) ความกลมกลืนที่เกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวต้องเกิดจากความต้องการของ ท่องเที่ยว ประชาชนในท้องถิ่น และสถานที่ท่องเที่ยว

6) การเปลี่ยนแปลงเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ แต่การปรับปรุงเปลี่ยนแปลงต้องไม่ทำลายหลักการของการพัฒนาอย่างยั่งยืน

7) องค์กรทางด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยว องค์กรในท้องถิ่น และองค์กรสิ่งแวดล้อมต้อง ขอมรับในหลักการดังกล่าวแล้ว และจะต้องปฏิบัติงานร่วมกันเพื่อให้เกิดผลในทางปฏิบัติที่แท้จริง

การพัฒนาเพื่อความยั่งยืนเป็นการพัฒนาให้มีทรัพยากรที่เพียงพอเพื่อคุณภาพคุณภาพชีวิต มีการวางแผนในช่วงเวลาที่ยาวนานและทุกคนมีส่วนร่วมในการพัฒนา การพัฒนาเพื่อความยั่งยืนประกอบด้วย 3 มิติ คือ

1) มิติทางด้านเศรษฐกิจ หมายถึง การสร้างความเจริญรุ่งเรืองในระดับที่แตกต่างกันของสังคมและลดค่าใช้จ่ายของกิจกรรมทางเศรษฐกิจทั้งหมด กิจกรรมและความสามารถของพวกเขา ที่จะได้รับการไว้ในระยะยาว ความยั่งยืนทางเศรษฐกิจจะเกิดขึ้น ได้ก็ต่อเมื่อการเติบโตทางเศรษฐกิจ อย่างเพียงพอที่จะตอบสนองความต้องการพื้นฐานของประชากรได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งจะต้องสามารถ จัดความยากจนและเน้นการกระจายโอกาสในการใช้ทรัพยากร เพื่อลดความไม่เท่าเทียมกันในสังคม ผู้ร่ำรวยจะต้องมีส่วนช่วยเหลือผู้ยากจน ประเทศอุตสาหกรรมที่มีฐานะมั่งคั่งผู้ร่ำรวยควรมีส่วนช่วยในการปรับปรุงสภาพแวดล้อมให้กับประเทศที่ยากจน

ผลทางเศรษฐกิจที่เกิดจากการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

1.1) ขจัดปัญหาความยากจน ชุมชนมีรายได้เพิ่ม เนื่องจากชุมชนมีส่วนได้ประโยชน์จากการท่องเที่ยวในชุมชนทั้งทางตรงและทางอ้อม ทำให้มีการกระจายรายได้สู่ชุมชน มีรายได้เพิ่มขึ้น ฐานะทางเศรษฐกิจก็จะดีขึ้น

1.2) เกิดกองทุนในการพัฒนาหมู่บ้านหรือชุมชน เพราะเมื่อมีการท่องเที่ยว โดย ชุมชน มีการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบทำให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ ย่อม ทำให้ชุมชนสามารถมีรายได้จากการเก็บภาษีท้องถิ่น หรือจัดทำแผนงบประมาณจากรัฐบาล เพื่อนำมาเป็นกองทุนเพื่อพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวให้ยั่งยืนต่อไป

1.3) รัฐบาลมีรายได้จากนักท่องเที่ยว ทำให้เศรษฐกิจของประเทศเติบโต สามารถนำรายได้ไปพัฒนาประเทศต่อไป

2) มิติทางด้านสังคม หมายถึง การเคารพสิทธิมนุษยชนและความเท่าเทียมกันของคน ในสังคม ต้องมีการกระจายความเท่าเทียมกันของผลประโยชน์ โดยมุ่งเน้นการบรรเทาความ

ยากจน และให้ความสำคัญกับชุมชนท้องถิ่นคือ การรักษาและการเสริมสร้างระบบสนับสนุนชีวิตของชาวบ้าน รับรู้และเคารพในวัฒนธรรมที่แตกต่าง หลีกเลียงรูปแบบของการแสวงหาผลประโยชน์ใด ๆ (บุญเลิศ ตั้งจิตวัฒนา, 2542)

ผลทางสังคมที่เกิดจากการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

- 2.1) ได้ร่วมคิด ร่วมแลกเปลี่ยน เกิดการทำงานร่วมกันอย่างเป็นระบบ
- 2.2) ไม่โคดเดี้ยว เพราะภาครัฐหรือเอกชน เมื่อไปทำงานร่วมกับชุมชนยอมทำให้ชุมชนเกิดความร่วมมือในการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ รวมทั้งลดช่องว่างระหว่างรัฐกับชุมชน
- 2.3) มีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นให้กับชุมชน
- 2.4) มีคุณค่าชีวิตที่ดีขึ้น เพราะสามารถเข้าถึงการศึกษา การสาธารณสุข
- 2.5) การท่องเที่ยวชุมชนได้เพื่อ ได้พันธมิตรเพิ่มขึ้น
- 2.6) เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ มีความเคารพซึ่งกันและกัน และยอมรับกัน
- 2.7) เกิดความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมประเพณี รู้จักการอยู่ร่วมกันในสังคม
- 2.8) เกิดการฟื้นฟูและสืบทอดทางวัฒนธรรม จากรุ่นอาวุโสสู่คนรุ่นใหม่

3) มิติทางด้านสิ่งแวดล้อม หมายถึง การอนุรักษ์และการจัดการทรัพยากรที่มี จึงทำให้เกิดการดำเนินการเพื่อลดมลพิษทางอากาศ ทางบกและทางน้ำ การอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพและมรดกทางวัฒนธรรม การพัฒนาที่ยั่งยืนจะต้องมีการพิทักษ์และสงวนรักษาความหลากหลายของพันธุ์พืช พันธุ์สัตว์ ในสภาพธรรมชาติไว้ให้ได้ เพราะสิ่งมีชีวิตในระบบนิเวศรวมทั้งมนุษย์ ต่างก็มีวิวัฒนาการร่วมกัน

ผลทางสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

- 3.1) มีจิตสำนึกในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และมีการจัดการการใช้ประโยชน์โดยคำนึงถึงความยั่งยืน
- 3.2) มีการวางแผนในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เช่น การจัดการเส้นทาง การหยุดการพังทลายของดิน การไม่รบกวนสัตว์ป่า การจำกัดให้มีนักท่องเที่ยวที่เหมาะสม การกำจัดขยะมูลฝอย
- 3.3) เกิดแนวร่วมในการดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และป้องกันไม่ให้เกิดการลักลอบทำลายสิ่งแวดล้อมของนายทุนซึ่งเจ้าหน้าที่รัฐไม่สามารถสอดส่องดูแลได้ ทัวถึง ในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวสำหรับผู้มาเยือน ควรสอดแทรกการปลูกจิตสำนึกให้นักท่องเที่ยวมีส่วนช่วยในการสอดส่องดูแลทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมด้วย

ทั้ง 3 หลักนี้เป็นวิธีการของการพึ่งพาซึ่งกันและกันที่สามารถเป็นไปได้ทั้งการร่วมมือกันหรือการแข่งขันของสิ่งแวดล้อม สังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจและการเมือง รวมทั้งการบริหารจัดการของภาครัฐและเอกชนที่มุ่งเน้นให้มีความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม สังคมและวัฒนธรรม การพัฒนาจะต้องมีความสมดุลที่เหมาะสมกันทั้ง 3 หลัก ที่จะทำให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนในระยะยาว

2.6.2 การพัฒนาความยั่งยืน

การพัฒนาแบบยั่งยืน (Sustainable Development) มุ่งเน้นที่การพัฒนาศักยภาพของคน ซึ่งประกอบด้วย การส่งเสริมให้ประเทศมีโครงสร้างของประชากรที่เหมาะสม และมีการกระจายตัวของประชากรที่สอดคล้องกับศักยภาพและโอกาสการพัฒนาในแต่ละพื้นที่ของประเทศ การปรับปรุงกระบวนการเรียนรู้ด้านการพัฒนาจิตใจให้เกิดผลในทางปฏิบัติ การพัฒนาสติปัญญาและทักษะฝีมือแรงงานให้คนไทยทุกคนมีคุณภาพและประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นในกระบวนการผลิตและสามารถปรับตัวได้กับการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคม รวมทั้งการพัฒนาสุขภาพและพละนาถ์ที่มุ่งเสริมสร้างโอกาสให้คนไทยทุกคนมีสุขภาพดีถ้วนหน้า ส่งผลไปถึงการพัฒนาสภาพแวดล้อมของสังคมให้เอื้อต่อการพัฒนาคน ประกอบด้วยแนวทางการส่งเสริมกรรมสิทธิและมีอำนาจบริหารจัดการเพื่อแสวงหากำไรให้สมาชิก

Eber (1993 อ้างถึงใน ไร่ไพพรรณ แก้วสุริยะ, 2547) กล่าวว่า การพัฒนาที่ยั่งยืนมี หลักการที่สำคัญคือ การมีส่วนร่วมของชุมชนและผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมดที่มาทำความเข้าใจและวิเคราะห์ปัญหาทั้งภายในและภายนอกท้องถิ่นที่มีอยู่มาใช้ในการแก้ไขปัญหาของท้องถิ่น โดยอาศัยการเจรจาต่อรองและการสร้างมติจากภายในชุมชน ด้วยการอาศัยประเด็นทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องภายในชุมชน

การพัฒนาที่มีหลักการที่สำคัญ 7 ประการ มีดังนี้

1) การมีส่วนร่วม ประกอบด้วยการสนทนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่าง ๆ ให้ความร่วมมือและการสื่อสารที่ชัดเจน การมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่ชุมชนได้จัดขึ้นเพื่อการอนุรักษ์ความเป็นอยู่ของวัฒนธรรม ช่วยให้มีการแลกเปลี่ยนที่ครอบคลุมความคิดเห็นของทุกกลุ่ม เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด จึงต้องมีการรวบรวมความคิดเห็นของคนภายในชุมชน เพื่อเป็นการสร้างสัมพันธระหว่างบุคคล มีการแบ่งปันข้อมูลการสื่อสารเพื่อเป็นทำาให้คนภายนอกชุมชนได้รู้จักชุมชนของตนเอง อีกทั้งยังถือได้ว่าเป็นการประชาสัมพันธ์ชุมชน ดังนั้นจึงทำให้เกิดการเคารพซึ่งกันและกัน มี

ความรับผิดชอบร่วมกันระหว่างคนในชุมชนเดียวกันด้วยความมุ่งมั่น มีการทำงานร่วมกันและได้ผลประโยชน์ร่วมกัน ผลลัพธ์คือทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มขึ้น ทำให้คนภายในชุมชนมีน้ำหนึ่งใจเดียวกัน และมีการแบ่งปันความรู้ทั้งภายในชุมชนและภายนอกชุมชนอีกด้วย

2) การตัดสินใจ ถือได้ว่าเป็นสิ่งสำคัญอย่างมาก เนื่องจากก่อนที่จะเกิดการตัดสินใจของชุมชน ก็ล้วนแต่ต้องผ่านการลงประชามติที่เห็นชอบไปในทิศทางเดียวกัน การพิจารณาและการทบทวนด้วยการสร้างความตระหนักรู้ที่ตรงต่อใจแล้ว ย่อมส่งผลดีต่อชุมชน การตัดสินใจเกิดจากการรับฟังความคิดเห็นของคนภายในชุมชน ซึ่งจะมีทั้งข้อสนับสนุนและข้อขัดแย้ง เพื่อให้ได้ความคิดเห็นที่ตรงกันมากที่สุด การมีส่วนร่วมจากคนภายในชุมชนก็เพื่อพูดคุยและอภิปรายด้วยการทบทวนและพิจารณา จึงทำให้เกิดการตัดสินใจที่มีผลต่อชุมชนของพวกเขา

3) การเป็นหุ้นส่วน การเป็นพันธมิตรที่แข็งแกร่งจะต้องมีการพึ่งพาซึ่งกันและกัน จึงทำให้เกิดการจัดกลุ่มและเครือข่ายสังคมภายในชุมชน เพื่อเอาไปปรึกษาหารือปัญหาต่าง ๆ ก่อนที่จะถูกแพร่กระจายสู่คนภายในชุมชน กฎเกณฑ์สำคัญของการจัดตั้งหุ้นส่วนเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพมากที่สุด คือสมาชิกของคนภายในชุมชนมีความสามารถที่แตกต่างกัน ทักษะความรู้ที่จำเป็นในการดำเนินงานออกมาให้ดีที่สุด จะต้องพึ่งความสามารถจากคนภายในชุมชน สมาชิกภายในชุมชนจะต้องมีการรับมือกับจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ที่มีผลกระทบการท้อแท้เพื่อความยั่งยืนใน ชุมชนของตนเอง การจัดตั้งเครือข่ายก็เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือไว้วางใจให้กับคนภายในชุมชน

4) การกำกับดูแล การปกครองท้องถิ่นที่ดีจะต้องมีความโปร่งใส มีประสิทธิภาพ และมีความรับผิดชอบ การกำกับดูแลกิจการที่ดีเป็นบรรทัดฐานทางสังคมที่ช่วยส่งเสริมให้ชุมชนมีการควบคุมมากขึ้น โดยการควบคุมนี้จะไม่กระทบต่อสิทธิของคนภายในชุมชน และเป็นที่ยอมรับแก่คนภายในชุมชน การกำกับดูแลกิจการที่ดีไม่ควรเกิดความคลาดเคลื่อน หรือเกิดขึ้นเพียงเล็กน้อย เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับคนภายในชุมชน โดยกระบวนการดังกล่าวสามารถตรวจสอบได้ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถของผู้กำกับดูแลในการตัดสินใจเพื่อที่จะปรับปรุงการบริหารชุมชน อีกทั้งยังเกี่ยวกับความรับผิดชอบในการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ภายในชุมชนให้เกิดผลลัพธ์ที่ดีต่อชุมชนมากที่สุด และยังสามารถนำพาซึ่งการท้อแท้ที่ยั่งยืนของชุมชน การเสริมสร้างศักยภาพด้านการท่องเที่ยวล้วนแต่มีความเชื่อมโยงกับองค์ประกอบต่าง ๆ ภายในชุมชน โดยเฉพาะคนภายในชุมชน เพราะการตอบสนองของคนในภายในชุมชนจะต้องผ่านการลงประชามติ จึงจะทำให้ผู้ที่กำกับดูแลดำเนินการต่อไปได้

5) ความรู้และข้อมูล การจัดการกับข้อมูลภายในชุมชนจะต้องมีความเหมาะสม ตรงเวลา และสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ทันตามเวลาที่กำหนด หรือสามารถเข้าถึงข้อมูลโดยสะดวกสำหรับ

นักท่องเที่ยวน หรือแม้กระทั่งผู้ที่สนใจในชุมชนนั้น ๆ เพื่อทำการศึกษา เพื่อการท่องเที่ยว หรือแม้กระทั่งการนำมาสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนของชุมชน ข้อมูลที่มีความสำคัญอีกอย่างหนึ่งคือ สภาพแวดล้อมของชุมชน วัฒนธรรม ประเพณี การดำรงชีวิต การประกอบอาชีพ การเกษตร เพราะข้อมูลเหล่านี้มีผลที่จะทำให้ดึงดูดนักท่องเที่ยวไม่มากนักน้อย ที่มีความสนใจที่จะศึกษาเรียนรู้สิ่งต่าง ๆ ที่อยู่ภายในชุมชน

6) การปรับปรุง การปรับปรุงของชุมชนในที่นี้ หมายถึงการตรวจสอบ ประเมิน ความ ต้องการของนักท่องเที่ยว และนำผลของการตรวจสอบมาพัฒนาชุมชนให้ดีขึ้น ส่วนประกอบที่สำคัญของการดำเนินงานเพื่อการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องคือ การตรวจสอบและประเมินผลความ คืบหน้าหรือ ประสิทธิภาพของการปรับปรุง ว่าเป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้หรือไม่ อีกทั้งยังเปิดรับ ความคิดเห็นของคนภายในชุมชน เพื่อที่จะนำมาเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผล เนื่องจากคน ภายในชุมชนจะได้พบปะกับนักท่องเที่ยว จึงทำให้คนภายในชุมชนทราบถึงความต้องการของ นักท่องเที่ยวมากที่สุด

7) วิถีชีวิตที่ดี การพัฒนาที่ยั่งยืนเป็นสิ่งที่เกี่ยวกับการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยว แหล่ง ชุมชน ให้มีความยั่งยืน โดยการสร้างพฤติกรรมจากคนภายในชุมชน ค่านิยมและจริยธรรมที่ดีในการ ดำเนินชีวิต การสร้างวิถีชีวิตที่ยั่งยืนก็ขึ้นอยู่กับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว จริยธรรม และระบบค่านิยมที่นำไปใช้โดยคนภายในชุมชนในแต่ละชุมชน ท้ายที่สุดแล้วความสำเร็จในการ สร้างวิถีชีวิตที่ดี นั่นก็คือการสร้างคุณค่าให้กับทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมที่มีความสัมพันธ์กับชีวิตของ คนภายใน ชุมชนของพวกเขาามาตั้งแต่เกิด

ดร.ชนิ เอมพันธุ์ (2542) กำหนดให้การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบหลัก คือแหล่งท่องเที่ยวและทรัพยากรการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก สะดวกและ บริการ ตลาดการท่องเที่ยวและการบริหารจัดการ โดยให้ความสำคัญกับองค์ประกอบ การจัดการ เป็นการจัดการสิ่งแวดล้อมไม่ให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมท้องถิ่น ซึ่งเน้นการจัดการที่ ยั่งยืน ครอบคลุมถึงการอนุรักษ์ทรัพยากร การป้องกันและกำจัดมลพิษ และควบคุมการ พัฒนาการ ท่องเที่ยวอย่างมีขอบเขต

นอกจากนี้ เทิดชาย ช่วยบำรุง (2552) ให้หลักการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนดังนี้

- 1) การมีส่วนร่วมของชุมชน
- 2) ความร่วมมือของกลุ่มต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง
- 3) การสร้างโอกาสการจ้างงานที่มีคุณภาพ

- 4) การวางแผนระยะยาว
- 5) การกระจายผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว
- 6) การใช้ทรัพยากรอย่างมีคุณค่าเกิดประโยชน์สูงสุด
- 7) ความสมดุลระหว่างวัตถุประสงค์ด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม
- 8) ความสอดคล้องกันระหว่างแผนการท่องเที่ยวและแผนพัฒนาในด้านต่าง ๆ
- 9) ความร่วมมือระหว่างผู้กำหนด นโยบายกับผู้ปฏิบัติ
- 10) การประสานความร่วมมือระหว่างแหล่งท่องเที่ยวและผู้ประกอบการ
- 11) การประเมินผลกระทบจากการท่องเที่ยว
- 12) การสร้างหลักเกณฑ์การประเมินผลกระทบ
- 13) การเน้นผลประโยชน์ชุมชน คุณค่าสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติและวัฒนธรรม
- 14) การพัฒนาคน การศึกษาและหลักสูตรต่าง ๆ
- 15) การเสริมสร้างลักษณะเด่น อัตลักษณ์ของชุมชนและพื้นที่
- 16) การคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับของทรัพยากร
- 17) การดำรงรักษาทรัพยากรมรดกทางธรรมชาติและวัฒนธรรม
- 18) การทำการตลาดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การจัดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน จำเป็นต้องให้ความสำคัญต่อการพัฒนาคนในทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเป็นอันดับแรก โดยชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการวางแผนและจัดการในการพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งระยะสั้นและระยะยาว จัดการบริหารทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมให้มีความสมดุลสามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน ทั้งนี้ผลกระทบที่มีต่อสิ่งแวดล้อมทั้งทางธรรมชาติ สังคมและวัฒนธรรมจะต้องไม่มีหรือมีน้อยที่สุด คงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและระบบนิเวศของท้องถิ่นนั้นไว้ได้ รวมถึงภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่นและสนับสนุนการจัดการท่องเที่ยวอย่างจริงจังและต่อเนื่อง

2.6.3 การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การวางแผนการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์การพัฒนาที่ยั่งยืน การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อหน่วยงานภาครัฐ บริษัทเอกชน กลุ่มประชาชนและบุคคลให้ได้รับผลประโยชน์มากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ตามหลักการทางจริยธรรมด้วยความเคารพทางวัฒนธรรมและสภาพแวดล้อมของพื้นที่ท้องถิ่น เศรษฐกิจและวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมของชุมชน การท่องเที่ยวควร

จะมีการวางแผนและ การบริหารจัดการในลักษณะที่ยั่งยืน ข้อมูลจากการศึกษาวิจัยถึงผลกระทบต่อ มนุษย์ ต่อสภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรมสามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้ทั้งก่อนและระหว่างการพัฒนา โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับคนในท้องถิ่น ควรจะได้รับการสนับสนุนให้มีบทบาทความเป็นผู้นำใน การวางแผนและการพัฒนา ด้วยความช่วยเหลือของผู้ประกอบการที่จะสนับสนุนให้คนในท้องถิ่นมี ส่วนร่วมและมีอิทธิพลต่อทิศทางของการพัฒนา โดยคำนึงการคุ้มครองและการใช้ประโยชน์ทาง เศรษฐกิจที่เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติและสังคมท้องถิ่น นอกจากนี้ยังมีการบูรณา การวางแผนด้านสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจและสังคม การวิเคราะห์ก่อนที่จะเริ่มโครงการที่สำคัญ มีการ พิจารณาอย่างรอบคอบถึงความแตกต่างของการพัฒนาการท่องเที่ยวและวิธีการที่พวกเขาจะ เชื่อมโยงกับการใช้งานที่มีอยู่ในวิถีชีวิตและด้านสิ่งแวดล้อม ในทุกขั้นตอนของการพัฒนาการ ท่องเที่ยว การดำเนินงานประเมินควรมีความระมัดระวังในการตรวจสอบและมีหลักในการใกล้เคียง ควรที่จะดำเนินการเพื่อให้ประชาชนท้องถิ่นได้ใช้ประโยชน์จากโอกาสหรือเพื่อตอบสนองต่อการ เปลี่ยนแปลงที่ควรจะมีการส่งเสริมและการพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับท้องถิ่นและระดับภูมิภาค ภายในประเทศอย่างจริงจัง ก่อนสู่การพัฒนาท่องเที่ยวระหว่างประเทศเพื่อเป็นหลักประกันถึง ความสัมพันธ์ที่เหมาะสมระหว่างจำนวนนักท่องเที่ยวกับระบบสาธารณสุขป โภคที่มีอยู่ อีกทั้งยัง ส่งเสริมให้ประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในโครงการต่าง ๆ ที่จะมผลกระทบต่อ วิถีชีวิตของคนส่วนใหญ่ในพื้นที่ รวมทั้งการพิจารณาอย่างรอบคอบถึงขอบเขตที่เหมาะสมของการ พัฒนาโดยใช้ความสำคัญกับขีดความสามารถในการรองรับการพัฒนาการท่องเที่ยว ทั้งนี้ควร พยายามผลักดันให้การท่องเที่ยวได้รวมเข้าเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาเศรษฐกิจของพื้นที่นั้น ตลอดจนการสนับสนุนให้มีการใช้วัสดุที่หาได้ในท้องถิ่นเพื่อการก่อสร้างและการใช้ประโยชน์จาก ผลผลิตต่าง ๆ ของท้องถิ่นเพื่อจะช่วยลดดุลการค้ากับต่างประเทศ ได้ทางหนึ่งและเป็นการเพิ่ม รายได้กับคนในท้องถิ่นด้วยซึ่งจะทำให้การพัฒนาการท่องเที่ยวสามารถนำรายได้เข้าสู่ท้องถิ่นให้ มากที่สุดเพื่อประโยชน์ระยะยาวของชุมชนและมุ่งเสริมรูปแบบของงานที่มีความน่าสนใจและได้รับ ผลตอบแทนสูงให้กับคนในท้องถิ่น

การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืนจะมีประโยชน์อย่างมาก เมื่อเริ่มตั้งแต่ วัตถุประสงค์ของการดำเนินงานให้มีความสอดคล้องกับแผนการพัฒนาเศรษฐกิจ ขั้นตอนในการ วางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีการศึกษาถึงอุปสงค์และอุปทานของนักท่องเที่ยว กำหนด วัตถุประสงค์ของการพัฒนาการท่องเที่ยว วางแผนด้านการใช้ประโยชน์จากพื้นที่ สำรวจความ พร้อมของโครงสร้างพื้นฐาน วางแผนในการใช้งบประมาณในการพัฒนา วางแผนการใช้ประโยชน์

ทรัพยากร บุคคลที่มีอยู่จัดโครงสร้างการบริหาร การทำตลาดและ โฆษณาประชาสัมพันธ์ ติดตาม ตรวจสอบ ความก้าวหน้าและกำหนดช่วงเวลาในการพัฒนา (Bhatia, 1983)

ดังนั้นการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวจึงเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดการพัฒนการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยการวางแผนนั้นต้องมองภาพรวมถึงแผนพัฒนาเศรษฐกิจ และแนวโน้มความต้องการของนักท่องเที่ยว ไปจนถึงผลประโยชน์ของพื้นที่ที่ต้องการพัฒนการท่องเที่ยว นั้น ๆ ซึ่งการวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความยั่งยืน จึงมีความจะเป็นต่อการใช้ในการพัฒนาชุมชน รมน้ำจันทบูร จังหวัดจันทบุรีอีกด้วย

2.6.4 การสร้างเครือข่ายเพื่อการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว

เครือข่ายเป็นเครื่องมือที่สำคัญประการหนึ่งในการทำให้งานหรือโครงการต่าง ๆ สำเร็จ ลุล่วงไปได้ด้วยมีประสิทธิภาพ เนื่องจากสภาพแวดล้อมทางการท่องเที่ยวมีความซับซ้อน หลากหลายมากขึ้น และมีความเกี่ยวข้องกับภาคส่วนต่าง ๆ มากขึ้น ดังนั้นการรวมกลุ่มกันขึ้นเป็น เครือข่ายจะทำให้สามารถประสานประโยชน์กับผู้ร่วมเครือข่ายได้ดียิ่งขึ้นอีกด้วย

เครือข่ายในการจัดการการท่องเที่ยว หมายถึง การ ประสานความร่วมมือระหว่างบุคคล กลุ่มและองค์กรที่มีกิจกรรมการท่องเที่ยวและเชื่อมโยงขยายผล การทำงานหรือแนวคิดไปสู่กลุ่ม องค์กรอื่น ๆ เพื่อส่งเสริมพลังในการแก้ปัญหาและการเปลี่ยนแปลงสิ่งต่าง ๆ โดยผ่านกระบวนการ แลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกัน การมีส่วนร่วมและกระบวนการกลุ่มที่จะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงตาม วัตถุประสงค์และเป้าหมายร่วมกันของทุกฝ่าย

การสร้างเครือข่ายเพื่อการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวเป็นการอาศัยความร่วมมือในการ พัฒนาจากภาคส่วนต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ชุมชน และนักท่องเที่ยว เพื่อให้มีการร่วมมือกัน พัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพ เครือข่ายในการพัฒนาทรัพยากรมีหลายรูปแบบ โดยอาจเป็นไปในลักษณะของการสร้างเครือข่ายความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาทรัพยากร เครือข่ายการ กระจายข้อมูลเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ เครือข่ายการให้ความร่วมทุนระหว่าง หน่วยงานของภาครัฐและเอกชนเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว

การสร้างเครือข่ายระหว่างองค์กรในภาคส่วนต่าง ๆ เพื่อพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญต่อการท่องเที่ยว เนื่องจากทำให้แน่ใจได้ว่าประโยชน์ที่เกิดขึ้นจะนำไปสู่การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวอันเป็นประโยชน์ต่อการบริหารงานของรัฐ แหล่งท่องเที่ยว บริษัทนำเที่ยว ตัวแทนการท่องเที่ยว พนักงานในองค์กรการท่องเที่ยว นักพัฒนาการท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวอีกด้วย

การสื่อสารระหว่างเครือข่ายทางการท่องเที่ยวเป็นการทำให้ทุก ๆ ภาคส่วน เช่นชุมชนท้องถิ่น บริษัทนำเที่ยว หน่วยงานภาครัฐบาลต่าง ๆ นอกจากนี้การสร้างเครือข่ายทางการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวยังเป็นส่วนสำคัญในการเชื่อมโยงและพัฒนาในด้านต่าง ๆ ของการท่องเที่ยว โดยมีองค์ประกอบ ดังต่อไปนี้

1) สังคมและวัฒนธรรม การพัฒนาคุณภาพของคนในภาคส่วนต่าง ๆ รวมถึงภาครัฐ ภาคเอกชน ทั้งชุมชนและหน่วยงาน อีกทั้งยังช่วยพัฒนาชีวิตความเป็นอยู่ให้กับคนภายในชุมชน และ ยังให้ความสำคัญถึงการส่งเสริมพัฒนาชุมชนอย่างมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รวมถึงนักท่องเที่ยวด้วย การจะทำให้ชุมชนท้องถิ่นสามารถรักษาคุณค่าทางสังคมในด้าน ประเพณี วัฒนธรรมอันดีงามไว้ต่อไปอย่างระมัดระวังและโดยเฉพาะอย่างยิ่งการท่องเที่ยวจะเป็นอีกปัจจัยที่จะทำให้คนสนใจคุณค่าดังกล่าวมากยิ่งขึ้น

2) ด้านเศรษฐกิจ การเพิ่มรายได้ของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจะเพิ่มโอกาสในอาชีพของคนภายในชุมชนสำหรับอาชีพที่สร้างรายได้ใหม่ ๆ การนำเอาหลักเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้เพื่อให้เกิดความยั่งยืน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาทรัพยากรทางการท่องเที่ยว

3) ด้านสิ่งแวดล้อม การจัดการทรัพยากรธรรมชาติร่วมกันของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในสิ่งแวดล้อมนั้น ๆ จะสามารถทำให้ชุมชนและธรรมชาติสามารถดำรงชีวิตอยู่ร่วมกันได้โดยลดปัญหาเกี่ยวกับการทำลาย หรือใช้ทรัพยากรธรรมชาติไปในทางที่ไม่เหมาะสม รวมถึงการสร้างเครือข่ายในการพัฒนา ทรัพยากรธรรมชาติอาจนำไปสู่การออกกฎระเบียบหรือข้อกำหนดที่จำเป็นในการพัฒนาทรัพยากรที่มี ประสิทธิภาพมากขึ้น (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2549)

จากแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืนผู้วิจัยได้นำมาใช้ในการทำความเข้าใจและประกอบการวิเคราะห์การสื่อสารภาพลักษณ์และการมีส่วนร่วมเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนริมน้ำจันทบูร ในด้านการสร้างกระบวนการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืนของชุมชน ต่อไป

2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นิรมล ขมหวาน (2557) ศึกษาอัตลักษณ์ของชุมชนตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ผลการวิจัยสรุปได้ว่า อัตลักษณ์ของชุมชน ตลาดโบราณบางพลี คือตัวตนของชุมชน อันเกิดจากการให้ความหมายหรือคำนิยามของชาวชุมชน โดยไม่ได้มีลักษณะเป็นเอกภาพหรือหนึ่งเดียวแต่มีหลายอัตลักษณ์ที่ประกอบสร้างขึ้นโดยชาวชุมชน บนพื้นฐานของความเหมือนกันในด้านประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต ประเพณี วัฒนธรรม ผ่านประสบการณ์ ความทรงจำเรื่องราวและเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่ชาวชุมชนมีส่วนร่วม จนทำให้ชาวชุมชนได้ตระหนักถึงลักษณะร่วมของชุมชนหรือเกิดสำนึกร่วมของชุมชนและเข้าใจว่าชุมชนของเรามีลักษณะแตกต่างไป จากชุมชนอื่นอย่างไร จนนำไปสู่การยอมรับซึ่งกันและกัน และก่อเกิดเป็นกฎเกณฑ์ ระเบียบวิธีปฏิบัติ ธรรมเนียมประเพณีของชุมชนที่มีการปฏิบัติสืบต่อกันมาจนเกิดเป็นวัฒนธรรมการดำรงชีวิตที่มี ลักษณะเฉพาะของชุมชนและมีความแตกต่างจากชุมชนอื่น ซึ่งอัตลักษณ์ของชุมชนนั้นมีลักษณะเป็นพลวัตที่สามารถเปลี่ยนแปลงไปตามบริบทของสังคม จึงทำให้อัตลักษณ์ของชุมชนมีสถานะที่แตกต่าง กันออกไป ทั้งอัตลักษณ์ที่มีสถานะคงอยู่ อัตลักษณ์ที่สูญหายไปไม่มีการรื้อฟื้นกลับมา และอัตลักษณ์ที่สูญหายไปมีการรื้อฟื้นกลับมา โดยอัตลักษณ์ของชุมชนตลาดโบราณบางพลีนั้นประกอบไปด้วย 1) การมีวิถีชีวิตแบบแม่ค้าชุมชนตลาดริมน้ำซึ่งเป็นวิถีชีวิตจริงที่ยังหลงเหลืออยู่ในสังคม 2) มีแบบแผนอาคารสถาปัตยกรรมแบบโบราณ 3) มีประเพณีรับบัว ซึ่งเป็นประเพณีเก่าแก่และมีเพียงหนึ่งเดียวในประเทศไทย 4) มีหลวงพ่อดำ อันเป็นที่เลื่อมใสและศรัทธาของประชาชนจากทั่วประเทศประดิษฐานอยู่ ณ วัดบางพลีใหญ่ใน 5) มีขนมพื้นบ้านและอาหารพื้นเมือง ได้แก่ ขนมสายบัว ขนมกะลา และปลาสดเค็มเคียว และ 6) มีการเล่นพื้นบ้าน ได้แก่ การเล่นกังหันมณีคีมะม่วง การแข่งเรือมดและการเล่นมวยทะเล

ณัฐนันท์ วงษ์ประเสริฐ (2556) ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวงานประเพณีรับบัวของอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ผลการศึกษาพบว่า กลยุทธ์การสื่อสารที่ช่วย ส่งเสริมการท่องเที่ยวงานประเพณีรับบัวของอำเภอบางพลีจังหวัดสมุทรปราการให้ประสบ ความสำเร็จ คือ การกำหนดนโยบายและกลยุทธ์ในการจัดงานที่ชัดเจน ในด้านการวางแผนงาน การดำเนินการ และรูปแบบวิธีการ ส่วนปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมให้การจัดงานประเพณีรับบัวประสบความสำเร็จยิ่งขึ้น คือ ปัจจัยภายนอก จากนโยบายและงบประมาณของจังหวัดสมุทรปราการความร่วมมือจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และการสนับสนุนจากสื่อมวลชน ปัจจัยภายใน คือ บทบาทของผู้นำ การร่วมมือกันของสมาชิกในอำเภอบางพลี

กฤษณ์ท แสนทวี (2562) ผลการศึกษา แนวทางการสร้างภาพลักษณ์ประเทศไทยสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร ในกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียน พบว่า ภาพลักษณ์ของอาหารไทยในมุมมองของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เด่นชัดมากที่สุดคืออาหารไทยมีรสชาติอร่อย (ค่าเฉลี่ย=4.57, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน=0.70) จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารของประเทศไทยจากมุมมองของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยร่วมกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติอันดับ 1 คือ ด้านการเรียนรู้ (Cognitive) อันดับ 2 คือ ด้านการรับรู้ (Perception) อันดับ 3 คือ ด้านความรู้สึก (Affective) และอันดับ 4 คือ ด้านการกระทำ (Action) โดย แนวทางการสร้างภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารเชิงนโยบายได้แก่ 1) กำหนดนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่ชัดเจนและแนวปฏิบัติที่สามารถดำเนินการได้ 2) การบูรณาการการทำงานร่วมกันขององค์กรที่เกี่ยวข้องเชิงอาหาร 3) การกำหนดกลยุทธ์ด้านการจัดการและด้านการตลาดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร 4) การสร้างองค์ความรู้และการพัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร 5) ใช้การมีส่วนร่วมของชุมชน และเอกชนให้ร่วมมือส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ส่วนแนวทางการสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงปฏิบัติ ได้แก่ 1) การควบคุมด้านความสะอาดของอาหาร 2) การกำหนดมาตรฐานของอาหารไทย 3) การสื่อสาร และการเล่าเรื่องราวที่แสดงถึงวิถีชีวิตและวัฒนธรรมการกินของคนไทย 4) การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบ Street Food 5) การถ่ายทอดสดเทรกรเรื่องราวอาหารในสื่อต่าง ๆ 6) การใช้สื่อสังคมออนไลน์ เพื่อให้เกิดการสื่อสารแบบปากต่อปาก

รุ่งวิทย์ ตรีคุณ, กมล เสวตสมบุรณ์, และธนาชาติ เราประเสริฐ (2556) ได้ศึกษาการมีส่วนร่วมของชุมชนบึงพลานุชัยในการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ผลการศึกษาพบว่า ประชาชนในชุมชนบึงพลานุชัย จังหวัดร้อยเอ็ด มีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวโดยรวม และรายได้ทุกด้านอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการมีส่วนร่วมในด้านการตัดสินใจ อาทิ มีการเสนอความคิดเห็นร่วมกับชุมชนหรือเทศบาล เพื่อหาวิธีการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การมีส่วนร่วมเสนอความคิดเห็นในการพัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยวร่วมกับสถาบันการศึกษาในด้านการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และได้ร่วมลงมติหรือลงความคิดเห็นที่จะช่วยกันจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนด้านการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติการ อาทิ ได้มีการเข้าร่วมกิจกรรมรณรงค์รักษาความสะอาดหรือตกแต่งชุมชนให้มีความสวยงาม และมีความเป็นระเบียบเรียบร้อยของชุมชนอยู่เสมอ มีการรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ จดหมาย แผ่นพับ ใบปลิว ป้ายติดประกาศ/ ป้ายโฆษณา ด้านการมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ โดยชุมชนมีความมั่นใจว่าชุมชนได้รับประโยชน์จากการมีส่วนร่วมในการรักษาแหล่งท่องเที่ยวบึงพลานุชัยเพื่อให้เกิดความยั่งยืนในแหล่งท่องเที่ยวบึง

พลาญชัยเพื่อให้เกิดความยั่งยืนในแหล่งท่องเที่ยวและมั่นใจว่ามีการลงทุนประกอบกิจการร้านค้าและบริการต่าง ๆ ภายในบริเวณบึงพลาญชัยตามงานเทศกาลประเพณีต่าง ๆ ประชาชนเห็นด้วยเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโดยรวมและรายได้อยู่ในระดับมากได้แก่ด้านการท่องเที่ยวที่มีความต่อเนื่องเนื่องจากในชุมชนได้มีจัดกิจกรรมประเพณี กินเพ็ง เสิ่งประทีป

ศิริกัญญา อารัญ (2551) ได้ศึกษาเรื่องภาพลักษณ์ในมุมมองของนักท่องเที่ยวจังหวัดกรุงเทพมหานครที่มีต่อจังหวัดเชียงใหม่ โดยวิธีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของกลุ่มนักท่องเที่ยวจังหวัดกรุงเทพมหานครที่มีต่อจังหวัดเชียงใหม่ และศึกษาพฤติกรรมการเดินทางของกลุ่มนักท่องเที่ยว โดยเปรียบเทียบความคิดเห็นปัจจัยด้านภาพลักษณ์ ซึ่งผลการศึกษาภาพลักษณ์ของกลุ่มนักท่องเที่ยวจังหวัดกรุงเทพมหานครที่มีต่อจังหวัดเชียงใหม่โดยภาพรวมอยู่ในระดับที่ดีมากเรียงลำดับคือ ด้านสิ่งดึงดูดใจด้านการเรียนรู้ ด้านราคาและสภาพแวดล้อม ด้านประสบการณ์ ด้านสังคม ด้านความน่าตื่นเต้นและการผจญภัย ด้านชื่อเสียง ด้านราคาและสภาพแวดล้อม สำหรับปัจจัยย่อยในแต่ละด้านพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นดังนี้ ด้านประสบการณ์เห็นด้วยมากที่สุดลำดับแรกได้แก่ มีแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติที่สวยงาม ด้านสิ่งดึงดูดใจเห็นด้วยมากที่สุดลำดับแรกได้แก่ มีธรรมชาติที่สวยงาม มีเอกลักษณ์ ด้านราคาเห็นด้วยมากที่สุดลำดับแรกได้แก่ ราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ ด้านสิ่งแวดล้อมเห็นด้วยมากที่สุดได้แก่ อากาศดี ด้านการพักผ่อน พ่อนคลายเห็นด้วยมากที่สุดอันดับแรกได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่เป็นสถานที่ที่สามารถพักผ่อนได้ทางกายและทางใจ ด้านความน่าตื่นเต้นและการผจญภัย เห็นด้วยมากที่สุดลำดับแรกได้แก่ น้ำตกที่จังหวัดเชียงใหม่มีความสะอาดสวยงาม ด้านการเรียนรู้เห็นด้วยมากที่สุดลำดับแรกได้แก่ ได้รับประสบการณ์ใหม่ ๆ เมื่อมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านสังคมเห็นด้วยมากที่สุดลำดับแรกได้แก่ ประชากรจังหวัดเชียงใหม่มีน้ำใจและอัธยาศัยดี ด้านชื่อเสียงได้แก่ ท่านอยากจะทำประสบการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ให้เพื่อนของท่านฟัง

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การสื่อสารภาพลักษณ์และการมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนริมน้ำจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี” การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และการวิเคราะห์เอกสารประกอบการนำเสนอผลการวิจัย ซึ่งมีระเบียบวิธีการวิจัยที่ใช้ในการดำเนินการศึกษา ดังต่อไปนี้

3.1 แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

สำหรับการกำหนดระเบียบวิธีการวิจัยหรือกระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดผู้ให้สัมภาษณ์ที่มีความสัมพันธ์และเกี่ยวข้องกับการสื่อสารภาพลักษณ์ ผู้ที่มีส่วนร่วมต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนริมน้ำจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี ดังนี้

กลุ่มที่ 1 ได้แก่ ผู้ดูแลชุมชนริมน้ำจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี
คุณกนกกรัตน์ โภคบาล กรรมการชุมชนริมน้ำจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี

กลุ่มที่ 2 ได้แก่ ผู้ที่อาศัยอยู่ในชุมชนริมน้ำจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี
คุณดวงพร เรืองภักดี ผู้ประกอบการในชุมชนจันทบุรี (ร้านขนมแม่กิมเซี่ย)
คุณสุริยา อุทัยรัมย์ ผู้ประกอบการในชุมชนจันทบุรี (ร้านกาแฟบางเวลา)
คุณยุพา กอวัฒนา ผู้อาศัยอยู่ที่บ้าน โภคบาล (บ้านค้าขายผ้าเก่าแก่ของจังหวัดจันทบุรี)

กลุ่มที่ 3 ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของชุมชนริมน้ำจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี

คุณเสาวนีย์ คนกล้า ผู้อำนวยการสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)
สำนักงานจังหวัดจันทบุรี

คุณดวงเดือน สดแสงจันทร์ ผู้อำนวยการสำนักการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดจันทบุรี
 ผศ.ชิป ศรีสกุล ไชยรักษ์ อาจารย์หลักสูตรสถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา
 สถาปัตยกรรมเพื่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม สถาบันอาศรมศิลป์ (ผู้มีส่วนร่วมริเริ่มโครงการอนุรักษ์
 และฟื้นฟูชุมชนริมน้ำจันทบูร)

กลุ่มที่ 4 ได้แก่ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการจัดทำสื่อ เพื่อให้ความรู้และ ประชาสัมพันธ์
 การท่องเที่ยว ชุมชนริมน้ำจันทบูร จังหวัดจันทบุรี

คุณปัทมา ปรารักษ์กันธ์ ผู้จัดการบ้านหลวงราชไมตรี Historical Inn

คุณนพรัตน์ โชติชัย บรรณาธิการนิตยสาร About Chan

ดังนั้น กลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ในการวิจัยครั้งนี้ มีทั้งหมดรวม 9 คน เพื่อให้ทราบถึงความคิด
 เกี่ยวกับแนวทางการสื่อสารภาพลักษณ์และการมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของ
 ชุมชนริมน้ำจันทบูร จังหวัดจันทบุรี

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อการได้รับข้อมูลที่ได้จาก
 การสัมภาษณ์มีความครบถ้วนสมบูรณ์ เครื่องมือสำคัญในการเก็บและรวบรวมข้อมูล คือ ผู้วิจัย จึงมี
 ความจำเป็นต้องมีเครื่องมือที่ช่วยในการวิจัยดังนี้

3.2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการสัมภาษณ์

อุปกรณ์สำหรับบันทึกข้อมูล เช่น เทปบันทึกเสียง กล้องถ่ายรูป เครื่องเขียน กระดาษ
 สำหรับจดบันทึก และแฟ้มสำหรับเก็บรวบรวมข้อมูล

3.2.2 แนวทางในการสัมภาษณ์

เอกสารแนวทางการสัมภาษณ์ เป็นเอกสารที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นจากการค้นคว้า จากตำราและ
 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ใช้เพื่อเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งผู้วิจัยได้ตั้งคำถามไว้ล่วงหน้า

และใช้คำถามปลายเปิด (Open-ended Question) เพื่อให้ผู้ให้ข้อมูลสามารถเล่าเรื่องได้อย่างเต็มที่ตามประเด็นที่ตั้งไว้เพิ่มเติมและยืดหยุ่นได้ โดยมีแนวคำถามดังนี้

1) แนวทางการสื่อสารภาพลักษณ์

- 1.1) นโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง ส่งผลต่อการสื่อสารภาพลักษณ์การท่องเที่ยวชุมชนริมน้ำจันทบูรอย่างไรบ้าง
- 1.2) ชุมชนริมน้ำจันทบูรมีการสื่อสารภาพลักษณ์อย่างไร
- 1.3) บุคคลที่มีความเกี่ยวข้องมีการรับรู้ถึงวิธีการสื่อสารภาพลักษณ์อย่างไร
- 1.4) การเลือกใช้เครื่องมือในการสื่อสารภาพลักษณ์และการให้ข้อมูลของชุมชนริมน้ำจันทบูรเป็นอย่างไร

2) การมีส่วนร่วม

- 2.1) ประชาชนที่อาศัยอยู่ในชุมชนริมน้ำจันทบูรได้มีส่วนร่วมในการนำแนวนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองมาปรับใช้อย่างไร
- 2.2) ประชาชนในชุมชนริมน้ำจันทบูร มีระบบการจัดการในการสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนอย่างไร
- 2.3) จุดแข็งจุดอ่อนของการมีส่วนร่วมของประชาชนที่อาศัยอยู่ในชุมชนริมน้ำจันทบูร เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว เป็นอย่างไร
- 2.4) บุคคลที่มีความเกี่ยวข้องชุมชนริมน้ำจันทบูรได้มีส่วนร่วมในการสื่อสารภาพลักษณ์และส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนอย่างไรบ้าง

เอกสารแนวทางการสัมภาษณ์นี้เป็นเพียงเครื่องมือในการเก็บข้อมูลพื้นฐาน โดยข้อมูลที่มีความสำคัญและรายละเอียดต่าง ๆ จะได้จากการพูดคุยซักถาม และการสังเกตของผู้วิจัย ซึ่งถือเป็นเครื่องมือที่สำคัญที่สุดในการศึกษาครั้งนี้

3.3 การรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย

ผู้ศึกษาดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอนดังนี้

3.3.1 ชั้นเตรียมการ

1) การเตรียมตัวผู้วิจัย เป็นการเตรียมความรู้ และทักษะที่จำเป็นในการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก การสร้างแนวคำถามให้ครอบคลุม การสังเกต และการจดบันทึกภาคสนาม ตลอดจนการวิเคราะห์ข้อมูล

2) การเตรียมอุปกรณ์ที่จำเป็น เช่น อุปกรณ์สำหรับจดบันทึกข้อมูล อุปกรณ์บันทึกเสียง แฟ้มสำหรับเก็บเอกสาร และกล้องถ่ายภาพ

3.3.2 ชั้นดำเนินการ

1) การทำความเข้าใจขอความอนุเคราะห์ในการเข้าไปสัมภาษณ์ เก็บรวบรวมข้อมูล จากนั้นผู้วิจัยได้ติดต่อไปยังผู้ให้ข้อมูลต่าง ๆ ซึ่งในที่นี้คือ บุคคลที่มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับชุมชนริมน้ำจันทบูร ตั้งแต่ผู้นำชุมชน คนที่อาศัยอยู่ในชุมชนและร้านค้า กลุ่มหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ตลอดจน บุคคลที่จัดทำสื่อเพื่อให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับชุมชนริมน้ำจันทบูร ผู้วิจัยแนะนำตนเอง และชี้แจงวัตถุประสงค์ของการวิจัย และกระบวนการวิจัยโดยละเอียด เพื่อให้เกิดความไว้วางใจในระหว่างผู้ให้ข้อมูลกับผู้ทำการวิจัย และได้รับความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งต่อ ๆ ไป

2) เมื่อผู้ทำการวิจัยและกลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์มีสัมพันธภาพที่ดีต่อกันแล้ว และมีความยินดีจะให้ข้อมูล จึงทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ด้วยการพูดคุยอย่างไม่เป็นทางการ (Informal Interview) และใช้การสังเกต

3) การบันทึกภาคสนาม (Field Note) ผู้ศึกษาจะทำการบันทึกเสียง ในขณะที่ให้การสัมภาษณ์ และจดบันทึกในประเด็นสำคัญ โดยอาศัยจากการสังเกตร่วมด้วย

4) แปลผลข้อมูล หลังจากการเก็บรวบรวมข้อมูล นำข้อมูลที่ได้มาทำการบันทึกให้เป็นระเบียบ โดยเริ่มจากการถอดเทปสัมภาษณ์ที่ได้ทำการบันทึกเสียงไว้ ซึ่งจะบันทึกเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นไว้ทั้งหมด หลังจากนั้นจึงนำมาอ่านเพื่อตรวจสอบความครบถ้วนของข้อมูล เพื่อที่จะนำไปสัมภาษณ์เพิ่มเติมในการสัมภาษณ์ครั้งถัดไป

5) ทำการตรวจสอบความตรงของข้อมูลอีกครั้งก่อนทำการสัมภาษณ์ครั้งต่อไป โดยนำข้อมูลที่ได้จากการแปลผลรายวันไปสอบถามย้อนกลับ เพื่อให้ผู้ให้ข้อมูลได้ยืนยันความถูกต้องของข้อมูล

6) สิ้นสุดการเก็บรวบรวมข้อมูลจะพิจารณาจากข้อมูลที่ได้ เมื่อข้อมูลมีความอึดตัวได้คำตอบครบถ้วนแล้ว จึงยุติการสัมภาษณ์

3.4 การตรวจสอบข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวม มาตรวจสอบว่าข้อมูลที่ได้ นั้นมีความถูกต้องและตรงกับสภาพความเป็นจริง โดยตรวจสอบใน 3 ลักษณะ ดังนี้

3.4.1 การตรวจสอบข้อมูลภายหลังการเก็บรวบรวมข้อมูลในแต่ละครั้ง

เป็นการตรวจสอบข้อมูลในระหว่างการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยพิจารณาความสอดคล้องของข้อมูล ความตรงของข้อมูล และความครบถ้วนของข้อมูลที่ได้มาหลังจากการเก็บรวบรวมข้อมูล ในแต่ละครั้ง แล้วนำมาแปลผลเบื้องต้น และให้ผู้ให้ข้อมูลตรวจสอบความถูกต้องอีกครั้ง

3.4.2 การตรวจสอบข้อมูลเมื่อสิ้นสุดการเก็บรวบรวมข้อมูล

เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลครบถ้วนสมบูรณ์ นำข้อมูลที่ได้มาจัดหมวดหมู่ และทบทวนให้ผู้ให้ข้อมูลฟัง เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลเป็นครั้งสุดท้าย ก่อนจะนำข้อมูลมาทำการวิเคราะห์

3.4.3 ตรวจสอบข้อมูลกับอาจารย์ที่ปรึกษา

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยมีลำดับขั้นตอนในการวิเคราะห์ ดังนี้

1) ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ โดยนำคำสัมภาษณ์จากผู้ถูกสัมภาษณ์มา เปรียบเทียบความเหมือนและความต่างของแต่ละบุคคล และจัดลำดับความสำคัญและคุณลักษณะของข้อมูล

2) นำข้อมูลจากการสัมภาษณ์ที่จัดลำดับความสำคัญแล้ว นำมาเปรียบเทียบกับข้อมูลทางเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นบทความ สื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ แนวคิดทางทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อที่จะทราบถึงลักษณะที่คล้ายคลึงกันและแตกต่างกันของข้อมูล

3) นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์และจากการศึกษาเอกสารต่าง ๆ มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลร่วมกันอย่างเป็นระบบและนำไปสู่การเชื่อมโยงข้อมูลเข้าด้วยกัน เพื่อสะดวกในการวิเคราะห์และเขียนรายงาน ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาจะไม่ใช่ข้อมูลตัวเลข แต่จะเป็นข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive) และมีการอ้างอิงโดยตรงเกี่ยวกับที่มาของข้อมูล ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลที่ได้จากการค้นคว้าหรือข้อมูลทางเอกสาร

ดังนั้นงานวิจัยชิ้นนี้ เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากการตอบประเด็นสัมภาษณ์ (Interview Research) และการรวบรวมข้อมูลจากเอกสารต่าง ๆ (Document Research) ซึ่งจะถูกนำมาวิเคราะห์และประมวลผลโดยเชื่อมโยงความสัมพันธ์ในแง่ต่าง ๆ ตามข้อเท็จจริง และในเชิงเหตุและผล ซึ่งการวิเคราะห์จะออกมาในลักษณะของการพรรณานำไปสู่คำตอบและข้อสรุปในแต่ละประเด็นตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย



บทที่ 4

ผลการวิจัย

จากการวิจัยเรื่องการสื่อสารภาพลักษณ์และการมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนริมน้ำจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการสื่อสารภาพลักษณ์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนริมน้ำจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี และเพื่อศึกษาปัจจัยในการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชนริมน้ำจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี ซึ่งผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และการวิเคราะห์เอกสารประกอบการนำเสนอผลการวิจัย สำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้วิจัยได้กำหนดผู้ให้สัมภาษณ์ที่มีความสัมพันธ์และเกี่ยวข้องกับการสื่อสารภาพลักษณ์ ผู้ที่มีส่วนร่วมต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนริมน้ำจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี ของชุมชนริมน้ำจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี จำนวน 9 คน ดังนี้

- 1) คุณกนกรัตน์ โภคบาล กรรมการชุมชนริมน้ำจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี
- 2) คุณดวงพร เรืองภักดี ผู้ประกอบการในชุมชนจันทบุรี (ร้านขนมแม่กิมเฮีย)
- 3) คุณศุริยา อุทัยศรี ผู้ประกอบการในชุมชนจันทบุรี (ร้านกาแฟบางเวลา)
- 4) คุณยุพา กอวัฒนา ผู้อาศัยอยู่ที่บ้าน โภคบาล (บ้านค้าขายผ้าเก่าแก่ของจังหวัดจันทบุรี)
- 5) คุณเสาวนีย์ คนกล้า ผู้อำนวยการสำนักงาน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานจันทบุรี
- 6) คุณดวงเดือน สดแสงจัน ผู้อำนวยการสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดจันทบุรี
- 7) ผศ.ธิป ศรีสกุลไชยรัก อาจารย์หลักสูตรสถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสถาปัตยกรรมเพื่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม สถาบันอาศรมศิลป์ (ผู้มีส่วนร่วมริเริ่มโครงการอนุรักษ์และฟื้นฟูชุมชนริมน้ำจันทบุรี)
- 8) คุณปัทมา ปรารักษ์กันต์ ผู้จัดการบ้านหลวงราชไมตรี Historical Inn
- 9) คุณนพรัตน์ โชติชัย บรรณาธิการนิตยสาร About Chan

จากนั้นผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลจากประเด็นคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ ซึ่งผู้วิจัยได้สรุปประเด็นตามคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 การสื่อสารภาพลักษณ์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนริมน้ำจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่งเสริมการมีส่วนร่วม เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนริมน้ำจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี

4.1 การสื่อสารภาพลักษณ์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนริมน้ำจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี

ผลที่ได้จากการศึกษา ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิจัยการสื่อสารภาพลักษณ์ จำนวน 2 ประเด็น ดังนี้

4.1.1 การนำเสนอภาพลักษณ์ที่โดดเด่นของชุมชนริมน้ำจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี

ภาพลักษณ์ (Image) ถือได้ว่าเป็นกระบวนการทางความคิด ความคิดเห็น ความรู้สึก ความเชื่อและความประทับใจที่เกิดจากการรวมความรู้และประสบการณ์เข้าด้วยกันของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ทำให้เกิดการรับรู้และมีสิ่งที่ปรากฏขึ้นในใจ ซึ่งสิ่งนั้นจะเชื่อมโยงอยู่ในใจ สร้างการจดจำ และความรู้สึกนึกคิดของแต่ละบุคคลซึ่งลบเลือนไปได้ยากซึ่งหากพูดถึงแนวทางการสื่อสารภาพลักษณ์เพื่อส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวนั้นผู้วิจัยค้นพบว่า การดึงเอาความเป็นภาพลักษณ์ที่ปรากฏอยู่ในชุมชนออกมาใช้ในการประชาสัมพันธ์เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยว ซึ่งภาพลักษณ์ที่โดดเด่นของชุมชนริมน้ำจันทบุรี ผู้วิจัยแบ่งออก 5 ด้าน คือ

4.1.1.1 ภาพลักษณ์ด้านสถาปัตยกรรม

ภาพลักษณ์ด้านสถาปัตยกรรมนับได้ว่าเป็นภาพลักษณ์ที่มีความโดดเด่นชัดเจน มีการจัดเก็บข้อมูลทางด้านสถาปัตยกรรมโดยความร่วมมือของสถาบันอาศรมศิลป์และวิทยาลัยเทคนิคจันทบุรี เพื่อเป็นการเรียนรู้และเป็นการอนุรักษ์ต้นแบบของศิลปกรรมและสถาปัตยกรรมท้องถิ่นชุมชนเอาไว้ ซึ่งชุมชนริมน้ำจันทบุรีมีสถาปัตยกรรมที่น่าสนใจอยู่หลายแห่ง ส่วนใหญ่จะเป็นบ้านเก่าแก่ที่มีอายุกว่า 100 ปีขึ้นไป เช่น บ้านแบบจีนที่มีสถาปัตยกรรมโดดเด่น อย่างบ้านหลวงประกอบ

นิตินสาร บ้านตึกทรงยุโรป บ้านขุนบูรพาภิผล อาคารแบบตึกฝรั่ง เช่น บ้านหลวงราชไมตรี บ้านไม้หลังคาทรงปั้นหยา เรือนแถวไม้ชั้นเดียวและสองชั้น เป็นต้น และนอกจากนี้ยังมีอาสนวิหารพระนางมารีอาปฏิสนธิณิมลซึ่งอยู่ฝั่งตรงข้ามกับตลาดล่าง เป็นวัดคาทอลิกที่มีรูปแบบสถาปัตยกรรมแบบโกธิค โดยมีลักษณะเด่นของสถาปัตยกรรมคือการใช้โค้งแหลม เพดานสัน และค้ำยันแบบปีก ภายในประดับด้วยกระจกสีเป็นรูปนักบุญสวยงาม และรูปปั้นแม่พระประดับพลอย รวมทั้งยังมีศิลปะที่น่าสนใจอีกหลายอย่างในพระอาสนวิหาร เป็นต้น โดยอาคารบ้านเรือนหรือสถาปัตยกรรมเหล่านี้ ยังคงถูกผู้คนที่อาศัยอยู่ในชุมชนร่วมกันอนุรักษ์ไว้จนถึงปัจจุบันจึงทำให้ผู้ที่ได้เข้ามาแวะเยี่ยมชมในชุมชนริมน้ำจันทบูรแห่งนี้ ยังคงสามารถเห็นอาคารบ้านเรือนที่เก่าแก่เหล่านี้อยู่ ซึ่งสอดคล้องกับที่คุณดวงเดือน สดแสงจันทร์ ได้กล่าวถึงสถาปัตยกรรมที่ส่งเสริมให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีของชุมชนที่ว่า

“ชุมชนริมน้ำจันทบูรเป็นชุมชนที่มีภาพลักษณ์ และมีเอกลักษณ์เรื่องของสถาปัตยกรรม อาคารบ้านเรือนที่เก่าแก่ และมีเรื่องราวอยู่แล้ว การที่มีการส่งเสริมการท่องเที่ยว ทำให้ภาพลักษณ์ของเขามันได้ถูกเผยแพร่ออกไปให้คนเห็นมากขึ้น ทำให้คนอยากมาท่องเที่ยว และเขาก็อยู่ของเขาแบบนี้ได้โดยที่ไม่ได้เปลี่ยนวิถีชีวิตหรือตัวตนของเขาเลย” (ดวงเดือน สดแสงจันทร์, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 มีนาคม 2563)

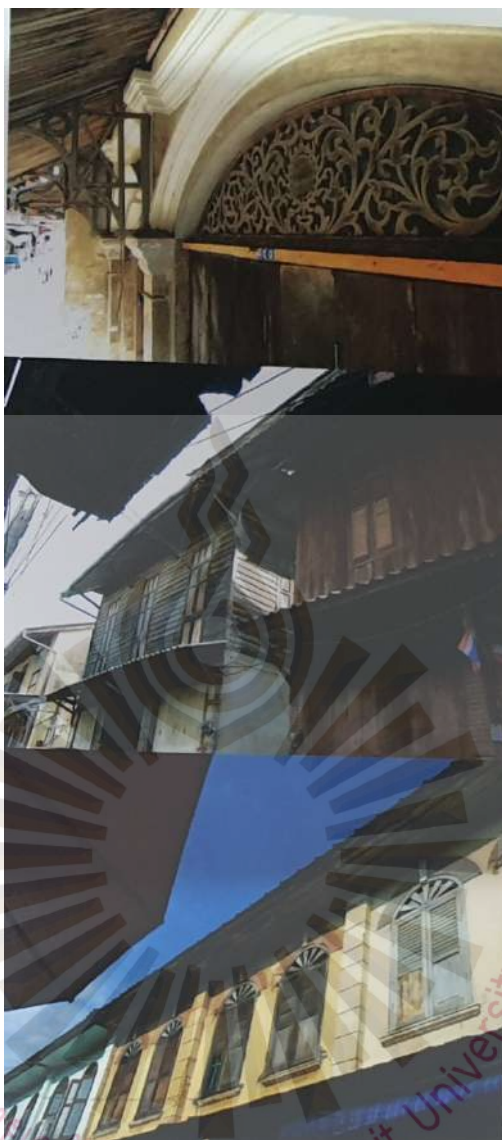
4.1.1.2 ภาพลักษณ์ด้านศิลปกรรม

ผู้คนที่เดินผ่านไปมาบนถนนสุขาภิบาลก็จะสามารถพบเห็นลวดลายของศิลปกรรมที่แฝงอยู่ในสิ่งก่อสร้างได้ตลอดเส้นทาง ทั้งลวดลายแกะสลักแบบจีนแบบฝรั่งเศสแบบไทย และแบบผสมผสาน เช่น ระบายชายคาไม้ฉลุแบบขนมปังจิง ช่องลมไม้ฉลุลายเถาดอกไม้วาระเบียงเหล็กหล่อลวดลายสวยงามซึ่งมีความสวยงามและอัตลักษณ์เฉพาะตัว บางส่วนในชุมชนมีการเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัยบ้างแต่ชาวชุมชนริมน้ำจันทบูรส่วนใหญ่ต่างช่วยกันอนุรักษ์ศิลปกรรมเหล่านี้ไว้ให้เป็นมรดกทางวัฒนธรรมแก่ลูกหลานสืบทอดกันไป และยังนำอัตลักษณ์นี้สื่อสารออกไปให้แก่นักท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จัก สอดคล้องกับที่คุณกนกรัตน์ โภคบาล กล่าวว่

“ชุมชนริมน้ำจันทบูรของเรามีสถาปัตยกรรมที่อยากจะบอกต่อให้ชาวต่างชาติ นักท่องเที่ยว ทำไมถึงชาวเราอยากจะบอกต่อ เพราะชุมชนที่นี่มีลวดลายของบ้านเรือน อาคารเก่าแก่ ที่สวยและแตกต่างจากชุมชนอื่น ๆ เช่น ตึกปูนปั้นแบบโคโลเนียลของ ข้าราชการหัวการค้า บ้านไม้ฉลุลายสวยงามของคหบดีหรือคนธรรมดาที่มั่งมีจากการค้า เป็นแหล่งรวบรวมประวัติศาสตร์ของชุมชนไว้มากมาย เรามีสิ่งดี ๆ ที่เราอยากจะให้ทุก ๆ ท่านเข้ามาสัมผัส” (กนกรัตน์ โภคบาล, การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 ธันวาคม 2562)



รูปที่ 4.1 ภาพลวดลายการฉลุไม้ของโรงเจเทียนเซ็งตั้ง
ที่มา: ชุมชนริมน้ำจันทบูร, 2557



รูปที่ 4.2 ภาพสถาปัตยกรรมแบบจีน ไทย ฝรั่งเศส ของชุมชนริมน้ำจันทบูร
 ที่มา: ชุมชนริมน้ำจันทบูร, 2557

จากรูปที่ 4.1 และรูปที่ 4.2 เป็นภาพแสดงให้เห็นถึงสถาปัตยกรรม และศิลปกรรม สิ่งก่อสร้าง และลวดลายการแกะสลักแบบฝรั่งเศส แบบไทย แบบจีน และแบบผสมผสาน เช่น ระบาย ชายคาไม้ฉลุแบบขนมปังจิง ช่องลมไม้ฉลุลายเถาดอกไม้ อย่างเช่นในภาพ ซึ่งมีความสวยงามและเป็นภาพลักษณ์ที่ดูแปลกออกไปยังสื่อต่าง ๆ สอดคล้องกับการให้สัมภาษณ์ของผู้ดูแลชุมชนริมน้ำจันทบูรที่กล่าวถึงการที่ชุมชนมีการร่วมกันอนุรักษ์สถาปัตยกรรม ศิลปกรรม เก้าแก่เหล่านี้เอาไว้เพื่อให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจดึงดูดให้นักท่องเที่ยวอยากมาเห็น และมีคุณค่าทางประวัติศาสตร์

4.1.1.3 ภาพลักษณ์ด้านศาสนา

ชาวชุมชนริมน้ำจันทบูร ได้อนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ในด้านต่าง ๆ อาทิ ด้านศาสนา ศาสนาของชาวชุมชนริมน้ำจันทบูร มีทั้งศาสนาพุทธและศาสนาคริสต์ ชาวชุมชนตลาดบนและตลาดกลางส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ และชุมชนตลาดล่างส่วนหนึ่ง รวมถึงกลุ่มบ้านญวนนับถือศาสนาคริสต์ โดยมีศาสนสถานตั้งอยู่ทั้งสองฝั่งแม่น้ำ ซึ่งได้แก่ วัดโบสถ์ วัดเขตรับานบุญญาราม ศาลเจ้าตัวเต่าเอี้ย ศาลเจ้าแม่กวนอิมและศาลเจ้าที่ตลาดล่าง ตั้งอยู่ริมฝั่งตะวันตก ส่วนอาสนวิหารพระนางมารีอาปฏิสนธินิรมล วัดจันทรรามและศาลเจ้าสระบาปตั้งอยู่ริมฝั่งตะวันออก ดังรูปที่ 4.3 และรูปที่ 4.4



รูปที่ 4.3 ภาพวัดโบสถ์

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2563



รูปที่ 4.4 อาสนวิหารพระนางมารีอานปฏิสนธินิรมล
ที่มา: ผู้วิจัย

4.1.1.4. ภาพลักษณ์ด้านวัฒนธรรมและประเพณี

ชุมชนริมน้ำจันทบูรมีการผสมผสานกัน 3 วัฒนธรรม คือ ไทย จีน และญวน ซึ่งในอดีตจะเห็นได้ชัดเจนในเรื่องของการแต่งกาย ภาษาพูดและอาหาร และสามารถอยู่ด้วยกันได้อย่างกลมเกลียวผสมผสาน เช่น การแต่งงานข้ามเชื้อชาติ การแสดงจ๊วเป็นภาษาไทย ส่วนวัฒนธรรมในเรื่องการแต่งกายปัจจุบันไม่พบในวิถีชีวิตแล้ว นอกจากนี้ด้านประเพณี ที่ทำเป็นประจำอย่างทุกปีของชุมชนริมน้ำจันทบูร ได้แก่ การหล่อเทียนพรรษาวัดโบสถ์ การลอยกระทงและแข่งเรือที่วัดจันทนาราม การถือศีลกินเจและการประกอบพิธีบูชาดาวเสริมดวงที่วัดเขตร์นาบุญญาราม การแห่เจ้าและการทิ้งกระจาดของ 4 ศาลเจ้า และประเพณีตักบาตรข้าวห่อ ซึ่งวัฒนธรรม และประเพณีเหล่านี้ปัจจุบันก็ยังคงมีการสืบทอดกันอยู่ โดยหลายหน่วยงานของจังหวัดได้พยายามเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวด้วยการนำเอา วัฒนธรรมประเพณีของชุมชนตั้งขึ้นเป็นจุดศูนย์กลางในการท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตและชุมชน เพื่อให้คนภายนอกได้เห็นถึงคุณค่ามรดกทางวัฒนธรรมของชุมชน สอดคล้องกับที่คุณ คุณเสาวนีย์ คนกล้า กล่าวว่

“เราพยายามมีส่วนช่วยร่วมกับหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อให้ประชาชนภายนอกมองเห็นความสำคัญของชุมชน จึงดึงเอาชุมชนเป็นจุดศูนย์กลาง และหอนงค์ประกอบอื่น ๆ รอบ ๆ ชุมชนมาเป็นส่วนช่วยในการส่งเสริมการท่องเที่ยว อย่างล่าสุดเพิ่งจัดงาน พิธีบูชาดาวนพเคราะห์ ที่วัดเขตรัณยานุญญาราม ซึ่งเป็นพิธีศักดิ์สิทธิ์ของชุมชนย่านริมน้ำจันทบุรี ชุมชนริมน้ำจันทบุรี ชุมชนเก่าแก่ของชาวจีนและชาวญวน สืบทอดกันมากกว่า 186 ปี เราใช้การสื่อสารผ่านกระบวนการทางประเพณีและวัฒนธรรมและชุมชนที่มีความยั่งยืน เป็นการสร้างความเข้มแข็งของชุมชน” (เสาวนีย์ คนกล้า, การสื่อสารส่วนบุคคล, 9 มีนาคม 2563)



รูปที่ 4.5 ภาพพิธีบูชาดาวนพเคราะห์
ที่มา: About Chan Magazine, 2019

4.1.1.5 ภาพลักษณ์วิถีชีวิตชุมชน

ชุมชนริมน้ำจันทบุรีมีวิถีชีวิตที่เรียบง่าย ภายในชุมชนส่วนมากจะเป็นคนเฒ่าคนแก่อาศัยอยู่สืบทอดกันมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน เป็นชุมชนเล็ก ๆ บนถนนสุขาภิบาล มีระยะทางประมาณ 1 กิโลเมตร ชุมชนค่อนข้างเงียบในช่วงเวลาจันทร์-ศุกร์ แต่จะมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมในวันเสาร์-อาทิตย์ ภายในชุมชนส่วนใหญ่จะเป็นที่พักอาศัย บางบ้านมีการค้าขาย มีทั้งขายของมาแต่ดั้งเดิมและผู้ที่ไม่เข้าไปทำธุรกิจภายในชุมชน ภายในชุมชนมีร้านอาหารหลายอย่างที่ขึ้นชื่อ อาทิ ขนมหั้วป่าได้ ไอสกริมจรวด ก๋วยจั๊บป่าไผ่ ร้านขนมแม่กิมเฮีย นอกจากนี้ยังมีบ้านโบราณที่สำคัญ

ของชุมชนหลายแหล่ง ชุมชนริมน้ำจันทบูรนับได้ว่าเป็นชุมชนที่มีวิถีชีวิตเรียบง่าย มีความสงบสุข มีความเป็นกันเองกับนักท่องเที่ยว วิธีการพูดคุยก็จะสั้น ๆ ห้วน ๆ ชอบซักถามพูดคุยกับนักท่องเที่ยว และเล่าเรื่องราวของชุมชนริมน้ำจันทบูรให้นักท่องเที่ยวที่สนใจได้ฟัง

จากผลการวิจัยที่ผู้วิจัยกล่าวข้างต้นนั้น เห็นว่า ภาพลักษณ์ของชุมชนริมน้ำจันทบูรคือการนำองค์ประกอบของความโดดเด่นในแต่ละเรื่องราวไม่ว่าจะเป็น สถาปัตยกรรม ศิลปกรรม วัฒนธรรมประเพณี วิถีชีวิตความเป็นอยู่เข้ามาอยู่ร่วมกันซึ่งก่อให้เกิดความสวยงามของภาพลักษณ์ที่สะท้อนให้เห็นถึงความกลมกลืน และความสวยงามของชุมชนอนุรักษ์ ซึ่งมีความแตกต่างกว่าตอนสมัย 10 ปีที่แล้วก่อนมีการพัฒนาฟื้นฟูชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว และปัจจุบันภาพลักษณ์ของชุมชนยังมีความชัดเจนมากยิ่งขึ้นจากการเข้ามามีส่วนร่วมกันระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ ในการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ให้จันทบูร เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจแห่งหนึ่งของจังหวัดจันทบุรี ดังนั้นแนวทางในการสื่อสารภาพลักษณ์ที่จะช่วยสนับสนุนให้ชุมชนริมน้ำจันทบูร เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความยั่งยืน คือ ทุกคนที่อาศัยอยู่ในชุมชนริมน้ำจันทบูร ต้องเคารพกฎเกณฑ์ของการอยู่ร่วมกันไปพร้อม ๆ กับการอนุรักษ์สิ่งปลูกสร้าง สถาปัตยกรรม วิถีชีวิตความเป็นอยู่ โดยภายในชุมชนต้องการแสดงออกถึงภาพลักษณ์ที่เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน เช่น การคงไว้ซึ่งตัวอาคารบ้านเรือน ที่มีการแกะสลักของบานประตู หน้าต่าง ลวดลายฉลุต่าง ๆ การมีกิจกรรม มีประเพณีที่สืบทอดกันมาอย่างยาวนาน ไปจนถึงการใช้วิถีชีวิตค้าขายแบบรุ่นสู่รุ่น ซึ่งการดำรงไว้ซึ่งภาพลักษณ์นี้จะช่วยทำให้เกิดการท่องเที่ยวภายในชุมชน ช่วยดึงดูดให้นักท่องเที่ยวอยากเข้ามาเยี่ยมชมในความสวยงามของอาคารเก่าแก่ วิถีชีวิตของชุมชน ไม่ว่าจะเวลาจะผ่านไปนานแค่ไหน นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยี่ยมชมยังสามารถมองเห็นคุณค่าของชุมชนนี้

4.1.2 การใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนริมน้ำจันทบูร จังหวัดจันทบุรี

การสื่อสารนับว่ามีประโยชน์อย่างยิ่งทั้งต่อบุคคลและสังคม บุคคลสามารถรับรู้ความ รู้สึกนึกคิดและความต้องการของผู้อื่น ก่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน สังคมทุกระดับจะเกิดขึ้นได้ก็ด้วยการสื่อสารทั้งสิ้น การสื่อสารก่อให้เกิดสังคมตั้งแต่ระดับกลุ่มคน ครอบครัวยุค ไปจนถึงตำบล อำเภอ จังหวัด ประเทศ และสังคมโลก หากขาดการสื่อสารมนุษย์จะรวมกลุ่มกันเป็นสังคมไม่ได้ การสื่อสารเป็นกระบวนการที่ทำให้สังคมเจริญก้าวหน้าอย่างไม่หยุดยั้ง ทำให้มนุษย์สามารถสืบทอดและพัฒนาวัฒนธรรมของตนเอง รวมทั้งเรียนรู้และรับรู้วัฒนธรรมของสังคมอื่นเพื่อนำมาปรับปรุง

วัฒนธรรมของตน ตลอดจนสามารถถ่ายทอดวัฒนธรรมไปสู่คนรุ่นใหม่ได้อย่างไม่จบสิ้น โดยวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร นั้น มีด้วยกัน 6 ประการ ดังนี้

1) เพื่อแจ้งให้ทราบ (Inform) ในการทำการสื่อสาร ผู้ทำการสื่อสารควรมีความต้องการที่จะบอกกล่าวหรือชี้แจงข่าวสาร เรื่องราว เหตุการณ์ หรือสิ่งอื่นใดให้ผู้รับสารได้รับทราบ

2) เพื่อสอน หรือให้การศึกษา (Teach or Education) ผู้ทำการสื่อสารอาจมีวัตถุประสงค์เพื่อจะ ถ่ายทอดวิชาความรู้ หรือเรื่องราวเชิงวิชาการ เพื่อให้ผู้รับสาร ได้มีโอกาสพัฒนาความรู้ให้เพิ่มพูนยิ่งขึ้น

3) เพื่อสร้างความพอใจหรือให้ความบันเทิง (Pleasure of Entertain) ผู้ทำการสื่อสาร อาจ ใช้วัตถุประสงค์ในการสื่อสารเพื่อสร้างความพอใจ หรือให้ความบันเทิงแก่ผู้รับสาร โดยอาศัยสารที่ตนเองส่งออกไป ไม่ว่าจะอยู่ในรูปของการพูด การเขียน หรือการแสดงกิริยาต่าง ๆ

4) เพื่อเสนอหรือชักจูงใจ (Propose or Persuade) ผู้ทำการสื่อสารอาจใช้วัตถุประสงค์ ในการสื่อสารเพื่อให้ข้อเสนอแนะ หรือชักจูงใจในสิ่งใดสิ่งหนึ่งต่อผู้รับสาร และอาจชักจูงใจให้ผู้รับสารมีความคิดคล้อยตาม หรือยอมปฏิบัติตามการเสนอแนะของตน

5) เพื่อเรียนรู้ (Learn) วัตถุประสงค์นี้มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับผู้รับสาร การแสวงหาความรู้ของผู้รับสาร โดยอาศัยลักษณะของสาร ในกรณีนี้มักจะเป็นสารที่มีเนื้อหาสาระเกี่ยวกับวิชาความรู้ เป็นการหาความรู้เพิ่มเติมและเป็นการทำความเข้าใจกับเนื้อหาของสารที่ผู้ทำการสื่อสารถ่ายทอดมาถึงตน

6) เพื่อกระทำหรือตัดสินใจ (Dispose or Decide) ในการดำเนินชีวิตของคนเรามี สิ่งหนึ่งที่ต้องกระทำ อยู่เสมอก็คือ การตัดสินใจกระทำอย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งการตัดสินใจ นั้นอาจได้รับการเสนอแนะ หรือชักจูงใจให้กระทำอย่างนั้นอย่างนี้จากบุคคลอื่นอยู่เสมอ ทางเลือกในการตัดสินใจของเราจึงขึ้นอยู่กับข้อเสนอแนะนั้น

สำหรับชุมชนริมน้ำจันทบูรนั้นมีการสื่อสารภาพลักษณ์ของชุมชนหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็น การเล่าเรื่องราวผ่านสถาปัตยกรรม ศิลปกรรมที่สวยงามภายในชุมชน ประวัติศาสตร์ที่มีอายุกว่า 100 ปี การสื่อสารผ่านผู้ที่อาศัยอยู่ในชุมชนริมน้ำจันทบูรที่แสดงให้เห็นถึงความเป็นมิตรไมตรี มีวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่เรียบง่าย สงบสุข การเล่าเรื่องราวผ่านสินค้าพื้นเมือง ของฝาก ของที่ระลึก รวมไปถึงอาหารคาว หวาน สูตรโบราณ ซึ่งการดำรงไว้ซึ่งเอกลักษณ์นี้ทางผู้ดูแลชุมชนมองว่าเป็นที่ยั่งยืน ไม่ว่าจะเวลาจะผ่านไปนานแค่ไหน นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยี่ยมชมยังสามารถมองเห็นคุณค่าของชุมชนนี้อยู่ สอดคล้องกับที่ คุณกนกกรัตน์ โภคบาล กล่าวว่

“ตรงนี้ที่ชุมชนของเราเข้มแข็งคือคนในชุมชนมองว่าไม่ว่าคุณมาตอนไหน ก็ปี ก็มีสภาพความเป็นอยู่แบบนี้ ไม่เปลี่ยนแปลง เพราะเรามีจุดมุ่งมั่นในการสื่อสารออกไปแบบนั้น สิ่งที่มีคุณค่าภายในชุมชนคือภาพลักษณ์ที่เราต้องการสื่อสารออกไป” (กนกรัตน์ โภคบาล, การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 ธันวาคม 2562)

ในการสื่อสารของชุมชนริมน้ำจันทบูรเป็นการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม คือการสื่อสารกับคนในชุมชนเอง การสื่อสารกับหน่วยงานภายนอก ผ่านการสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการพูดคุย การส่งข้อมูลข่าวสารผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ การประชุม การทำจดหมายเวียน อีกทั้งยังมีการสื่อสารผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ โดยกระบวนการเหล่านี้ เป็นส่วนสร้างให้เกิดความร่วมมือกันระหว่างหน่วยงานข้างนอกและคนในชุมชน การที่ชุมชนมีความเข้มแข็งในการสื่อสารภาพลักษณ์ที่ดีของชุมชน ประกอบกับการเข้ามามีส่วนร่วมของหน่วยงานต่าง ๆ ในการช่วยเหลือด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว อาทิ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด กรมพัฒนาชุมชนจังหวัด About Chan Magazine ฯลฯ ทำให้เกิดการสื่อสารภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของชุมชนริมน้ำจันทบูร ตามช่องทางต่าง ๆ ที่แตกต่างกันไป ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า วิธีการสื่อสารภาพลักษณ์เพื่อส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวของชุมชนริมน้ำจันทบูร ยังคงไว้ซึ่งความเป็นชุมชนเข้มแข็งพร้อมวิสัยทัศน์ “วัฒนธรรมนำการค้า” คือทุกคนในชุมชนต้องการนำเสนอความเป็นคุณค่าแท้ของชุมชนออกมา นั่นหมายถึงประวัติศาสตร์ชุมชนสถาปัตยกรรมที่เก่าแก่ วัฒนธรรมประเพณีที่สืบทอดมานาน ไปจนถึงวิถีชีวิตคนในชุมชน

จากการศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลผู้วิจัยพบว่าชุมชนริมน้ำจันทบูรมีสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ผู้วิจัยสามารถแบ่งออกเป็น 4 สื่อด้วยกัน ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ สื่อมวลชน และสื่ออินเทอร์เน็ต

4.1.2.1 สื่อบุคคล

จากการสัมภาษณ์และวิเคราะห์สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทบุคคล ผู้วิจัยพบว่า การใช้สื่อประเภทบุคคลในการให้ข้อมูล การประชาสัมพันธ์ของชุมชนริมน้ำจันทบูร ได้แก่

- 1) คนที่อาศัยในชุมชน
- 2) ญาติพี่น้องของผู้ที่อาศัยในชุมชน
- 3) ผู้ที่เคยมาท่องเที่ยวภายในชุมชน

จะเป็นสื่อบุคคลหลักในการให้ข้อมูลข่าวสาร ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวให้คนภายนอกได้รับรู้ นับว่าเป็นการสื่อสารเพื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนที่ง่ายที่สุด และสามารถสร้างแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวด้วยการพูดแบบเป็นกันเอง ใช้การสื่อสารแบบปากต่อปาก (Word-of-Mouth) จากผู้ที่อาศัยอยู่ในชุมชนที่คอยบอกเล่าเรื่องราวที่น่าสนใจเหล่านี้ให้กับคนที่มาท่องเที่ยว ชุมชนริมน้ำจันทบูร สามารถชักถามข้อสงสัยได้ ทำให้สามารถรู้ถึงความรู้สึกนึกคิดของคนภายนอกชุมชนได้

4.1.2.2 สื่อเฉพาะกิจ

สำหรับชุมชนริมน้ำจันทบูรมีการใช้สื่อเฉพาะกิจเพื่อส่งเสริมการสร้างภาพลักษณ์ผ่านการสื่อสาร ด้วยการสร้างแหล่งการเรียนรู้ของชุมชน คือ บ้านเรียนรู้ชุมชน บ้านเลขที่ 69 และ บ้านหลวงราชไมตรี ที่เกิดขึ้นจากการ โครงการเพื่อการวิจัยอย่างมีส่วนร่วมและเป็นวิทยานิพนธ์ของนักศึกษาหลักสูตรสถาปัตยกรรมและสิ่งแวดล้อม โดยมีสถาปนิกเข้าไปกระตุ้นการสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมและการเรียนรู้ร่วมกัน ทำให้ชุมชนสามารถมีบทบาทเป็นผู้กำหนดเป้าหมายของตนเอง โดยเริ่มจากการเรียนรู้คุณค่าของศิลปประวัติศาสตร์ของชุมชนร่วมกัน ซึ่งจัดทำโดย รัตนิณ สุพถพิพานิชย์ และแพรวพร สุขชัยเชียร เมื่อปี พ.ศ. 2554 อีกทั้งความต้องการของกระทรวงพาณิชย์ ที่สั่งให้สำนักงานพาณิชย์จังหวัดในแต่ละที่ ทำการลงพื้นที่เพื่อดูความเป็นไปได้ในการดึงอัตลักษณ์ทางการค้าออกมา โดยจังหวัดจันทบุรีได้เลือกชุมชนริมน้ำจันทบูร ขึ้นมาเพื่อพัฒนาย่านเก่าแก่นี้ให้เป็น พื้นที่ที่แสดงถึงสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมแห่งใหม่ แต่ไม่รู้จักค่าความเป็นวิถีชีวิตของชุมชน จึงได้ช่วยกันสร้าง และสนับสนุนให้มีแหล่งการเรียนรู้เหล่านี้ขึ้นมา ซึ่งสอดคล้องกับคำกล่าวของคุณ กนกรัตน์ โภคบาล ที่ว่า

“ถึงจะเป็นย่านการค้ามาก่อน แต่เรามองว่า ย่านการค้าตรงนี้ทำอย่างไรก็พื้นไม่ขึ้น แต่มรดกวัฒนธรรมที่เหลืออยู่นี้แหละมันทำขึ้นกว่าเราก็เลยกำหนดให้เราเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ แต่เป็นพิพิธภัณฑที่มีชีวิต” (กนกรัตน์ โภคบาล, การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 ธันวาคม 2562)

และของ ผศ.ธิป ศรีสกุลไชยรัก ที่กล่าวว่า

“เมืองนี้เป็นเมืองเงียบ ๆ ส่วนมากผู้ที่อาศัยอยู่ก็จะเป็นคนเฒ่า คนแก่ ตอนที่มีการร่วมมือกัน ทั้งสำนักงานพาณิชย์จังหวัดจันทบุรี สถาบันอาศรมศิลป์ และหน่วยงานอื่น ๆ เพื่อดำเนินการอนุรักษ์และฟื้นฟูย่านริมน้ำจันทบูร ตอนนั้นเกิดเป็นวิสัยทัศน์ “วัฒนธรรมนำการค้า” ที่มุ่งเน้นการอนุรักษ์สถาปัตยกรรมและฟื้นฟูชุมชนเป็นไปได้อย่างยั่งยืน แต่พอมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวมากขึ้น สำหรับชุมชนริมน้ำจันทบูรยังไม่เห็นความแตกต่างที่ผิดปกติไปจากของเดิม ซึ่งต่างจากชุมชนอื่น ๆ ที่เราเคยไปศึกษาดูงาน ที่มีการปรับเปลี่ยนไปในแนวธุรกิจกิจ อย่างตลาด และถนนคนเดิน ” (ผศ.ธิป ศรีสกุลไชยรัก, การสื่อสารส่วนบุคคล, 21 กุมภาพันธ์ 2563)

อีกทั้งยังมีการจัดทำหนังสือท่องเที่ยวชุมชนริมน้ำ ซึ่งบอกเล่าเรื่องราวชุมชนริมน้ำ การจัดทำป้ายบอกเล่าเรื่องราวประวัติของบ้านแต่ละหลัง และการจัดทำแผ่นพับขึ้นมาเพื่อใช้เป็นอีกหนึ่งช่องทางการสื่อสารเรื่องราวของชุมชนออกสู่ประชาชนภายนอก และนอกจากนี้ยังได้ความร่วมมือจากสื่อต่าง ๆ นอกพื้นที่ แม้กระทั่งคนที่มาเที่ยวชมก็นับว่าเป็นอีกกระบอกเสียงที่ถ่ายทอดเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ และอัตลักษณ์ของชุมชนได้เป็นอย่างดี



รูปที่ 4.6 ภาพแสดงข้อมูลที่จัดแสดงไว้ในบ้านการเรียนรู้เลขที่ 69 ชั้นล่าง
ที่มา: ผู้วิจัย



รูปที่ 4.7 ภาพแสดงภาพถ่ายเกี่ยวกับชุมชนริมน้ำจันทบูร ที่จัดแสดงที่ชั้น 2
ที่มา: ผู้วิจัย

จากรูปที่ 4.6 และรูปที่ 4.7 เป็นภาพแสดงข้อมูลที่จัดแสดงไว้ภายในบ้านการเรียนรู้ เลขที่ 69 ภายในมีป้ายบอกเล่าเรื่องราวทางประวัติศาสตร์เกี่ยวกับชุมชนริมน้ำจันทบูร โดยภายในมีการแบ่งส่วนต่าง ๆ ไว้ดังนี้ การจัดแสดงภายในบ้าน มีนิทรรศการภาพถ่ายที่คัดมาบางส่วนมาจากงานประกวดภาพถ่ายหัวข้อเรื่อง “วันนี้ของวันวาน...ที่ริมน้ำจันทบูร” จัดโดย สำนักงานพาณิชย์ จังหวัดจันทบุรี ร่วมกับ ชุมชนริมน้ำจันทบูร ชั้นบน บริเวณระเบียงจัดแสดงภาพถ่ายเก่าในอดีตของบ้านเรือนและวิถีชีวิตคนในชุมชนริมน้ำจันทบูร แสดงให้เห็นบรรยากาศของชุมชนในอดีต ร้านค้าคนจีน วิถีชีวิต รวมถึงภาพถ่ายเก่าหายากอีกส่วนหนึ่งซึ่งเป็นภาพตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 5 ในสมัยที่ฝรั่งเศสยึดเมืองจันทบุรี มีภาพผู้ตรวจราชการมาพร้อมกับทหารฝรั่งเศส และภาพวิถีชีวิตผู้คนสมัยนั้นที่น่าสนใจ และยังมีห้องแสดงขั้นตอนกระบวนการ ส่วนห้องจัดแสดงชั้นบน มีภาพถ่ายลายเส้นของบ้านเรือนตั้งจัดแสดงไว้อย่างสวยงาม แต่ละภาพระบุชื่อและเลขที่บ้าน แสดงผลงานด้านสถาปัตยกรรมของนักศึกษา ซึ่งได้รับการสนับสนุนจากสถาบันการศึกษา 2 แห่ง ได้แก่ สถาบันอาศรมศิลป์ และวิทยาลัยเทคนิคจันทบุรี

จากรูปที่ 4.8 และรูปที่ 4.9 เป็นภาพแผ่นพับที่คนในชุมชนจัดทำขึ้นมา โดยข้อมูลในแผ่นพับจะประกอบด้วย ประวัติของชุมชนริมน้ำจันทบุรี ที่เล่าเรื่องราวตั้งแต่เมืองจันทบุรี โบราณเมื่อ 270 ปีที่แล้ว สมัยตั้งอยู่ที่บ้านหัววัง ในสมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราช ไปจนถึงสมัยรัชกาลที่ 5 ที่ได้เสด็จพระราชดำเนินโดยทางลาดพระบาทตลาดเมืองจันท (ถนนริมน้ำ) จากหัวถนนถึงท้ายถนน และพระราชทานพระแสงศาสตราประจำเมืองจันทให้แก่พระยาวิเศษาธิบดี เจ้าเมืองจันทในขณะนั้น ซึ่งเป็นเรื่องราวที่เป็นความภูมิใจของชาวเมืองจันทบุรี ส่วนหน้าที่ 2 เป็นการแสดงแผนที่ชุมชนริมน้ำจันทบุรี ซึ่งมีรูปภาพที่ชัดเจน มีหมายเลขบอกตำแหน่งสถานที่ครบถ้วน ตั้งแต่บริเวณใกล้เคียงกับชุมชนริมน้ำจันทบุรี เช่น ตลาดน้ำพุ ตลาดพลอย โบสถ์ และร้านค้า อาคารบ้านเรือนที่อยู่ในชุมชนแห่งนี้ ซึ่งแผ่นพับนี้ ได้ถูกจัดทำขึ้นครั้งแรกตั้งแต่ปี 2553 โดย ชมรมพัฒนาชุมชนริมน้ำจันทบุรี ภายในมีการใส่ที่อยู่คือ www.chanthaboonriver.com ซึ่งปัจจุบันเว็บไซต์นี้ถูกยกเลิกไปแล้ว



รูปที่ 4.10 หนังสือชุมชนริมน้ำจันทบุรี
ที่มา: ชุมชนริมน้ำจันทบุรี, 2557

รูปที่ 4.10 เป็นภาพหนังสือชุมชนริมน้ำจันทบุรีที่จัดทำขึ้นโดย จังหวัดจันทบุรี สำนักงานพาณิชย์จังหวัด และคณะกรรมการพัฒนาชุมชนริมน้ำจันทบุรี จัดทำขึ้นเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชน โดยหนังสือเล่มนี้จะถูกจัดวางไว้ที่บ้านการเรียนรู้ 69 บ้านหลวงราชไมตรี และบ้านประวัติศาสตร์แต่ละหลังของชุมชนริมน้ำจันทบุรี จัดทำขึ้นเพื่อหางบประมาณมาพัฒนาดูแลบ้านการเรียนรู้ของชุมชน ภายในหนังสือเป็นการเล่าเรื่องราวประวัติความเป็นมาของ

ชุมชนตั้งแต่สมัยอดีต จนถึงขั้นตอนการฟื้นฟูและอนุรักษ์ชุมชน มีการเล่าถึงเอกลักษณ์ที่โดดเด่นของชุมชนในด้านต่าง ๆ เช่น ด้านสถาปัตยกรรม ศิลปกรรม วัฒนธรรม ร้านค้าร้านอาหาร เป็นต้น ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถหาข้อมูลได้จากหนังสือเล่มนี้ แต่ปัจจุบันหนังสือเล่มนี้ยกเลิกการผลิตไปแล้ว จึงมีเพียงแต่ตัวอย่างหนังสือหลงเหลืออยู่เฉพาะผู้นำชุมชนและกรรมการในชุมชนเท่านั้น

4.1.2.3 สื่อมวลชน

ชุมชนริมน้ำจันทบูรนับว่าเป็นสถานที่ท่องเที่ยวแห่งหนึ่งที่มีสื่อมวลชนให้ความสนใจ และเป็นสื่อที่มีการประชาสัมพันธ์ออกไปมากที่สุดไม่ว่าจะเป็น สื่อทางโทรทัศน์ สื่อทางหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร บล็อกเกอร์ ที่เข้ามาช่วยประชาสัมพันธ์ข้อมูลต่าง ๆ โดยสื่อประเภทนี้ ทางชุมชนไม่ได้เป็นผู้ผลิตเอง สื่อภายนอก หรือหน่วยงานต่าง ๆ เป็นคนติดต่อเข้ามาผ่านทางผู้นำชุมชน และ ผู้จัดการบ้านหลวงราชไมตรีเข้ามา เพื่อขอนำข้อมูลของชุมชนไปเผยแพร่ โดยมีคนในชุมชนเป็นผู้ให้ข้อมูลด้านต่าง ๆ ซึ่งสอดคล้องกับคำกล่าวของ คุณกนกรัตน์ โภคบาล ที่ว่า

“จริง ๆ สื่อเราเน้นการพูดคุยกันเพื่อให้นักท่องเที่ยวนำไปพูดต่อบอกต่อกันเอง เหมือนอย่างที่นั่งมาสัมภาษณ์เป็น แหล่งความรู้เรื่องอัตลักษณ์ชุมชน จะจัดว่าสื่อหรือเปล่า ก็จะเป็นในส่วนของบ้านการเรือนรู้ 69 และบ้านหลวงราชไมตรี มีแผ่นพับที่ทำขึ้นเองภายในชุมชน และก็มีสมัยแรกๆที่สำนักงานพาณิชย์จังหวัดเข้ามาทำป้ายบอกประวัติบ้าน และก็มีแผ่นพับที่พี่โรเนียวกันเอง แต่จริง ๆ ส่วนมากที่มาโปรโมทคือสื่อจากข้างนอก นักท่องเที่ยว รายการต่าง ๆ ที่เขามาถ่ายวิดีโอ ถ่ายรูป พูดคุยกับชาวบ้านแล้วก็เอาไปโปรโมท ไปเขียน ทำให้มีคนเข้ามาท่องเที่ยว” (กนกรัตน์ โภคบาล, การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 ธันวาคม 2562)



รูปที่ 4.12 ภาพข่าวประชาสัมพันธ์งาน เที่ยวนอกกรอบท่องเมืองจันทน์ วันธรรมดาชวนกันขึ้น เขาคิชฌกูฏ 2562 โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
ที่มา: ไทยโพสต์, 2562

จากรูปที่ 4.12 เป็นภาพข่าวการประชาสัมพันธ์งาน “เที่ยวนอกกรอบท่องเมืองจันทน์ วันธรรมดาชวนกันขึ้นเขาคิชฌกูฏ 2562” ซึ่งเป็นกิจกรรมของแคมเปญ Amazing ไทยเท่ จัดขึ้น โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จันทบุรี โดยสนับสนุนให้คนท่องเที่ยวได้ทุกวัน ไม่เว้นวันธรรมดา โดยข่าวนี้เป็นการประชาสัมพันธ์กิจกรรมงานประเพณีเดินขึ้นเขาคิชฌกูฏ ซึ่งถือเป็นเทศกาลที่พุทธศาสนิกชนเดินทางมาแสวงบุญกันเป็นจำนวนมาก โดยผู้อำนวยการ ททท. สำนักงานจันทบุรี กล่าวว่า นอกจากมาร่วมกิจกรรมแล้ว เมืองจันทบุรีก็มีแหล่งท่องเที่ยวมากมาย ให้มาเยือนได้ทุกวันและตลอดทั้งปี โดยมีไฮไลต์ที่น่าสนใจนี้ เริ่มที่ “ศาลหลักเมือง” และ “ศาลสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช” สถานที่ศักดิ์สิทธิ์ที่คนจันทบุรีเคารพบูชาเป็นอย่างมาก ส่วนใหญ่นิยมเข้ามาไหว้ขอพรจากนั้นต่อด้วยการชมความงามของวัดคาทอลิกจันทบุรี “อาสนวิหารพระนางมารีอาปฏิสนธินิรมล” เป็นอาสนวิหารประจำมิสซังโรมันคาทอลิกจันทบุรี และไม่ห่างกันคือ “ชุมชนริมน้ำจันทบูร” เป็นชุมชนเก่าแก่ของชาวจีนและญวนอพยพตั้งแต่สมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น สุดท้ายเปลี่ยนบรรยากาศไปท่องเที่ยวธรรมชาติที่ “อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว” เป็นน้ำตกที่มีชื่อเสียงที่สุดในจังหวัดจันทบุรี ซึ่งจากบทความดังกล่าว สอดคล้องกับบทสัมภาษณ์ของผู้ประกอบการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

จังหวัดจันทบุรี ในเรื่องของการทำ FAM Trip โดยให้สื่อจากที่ต่าง ๆ มาร่วมเดินทางตามสถานที่ที่น่าสนใจ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ทั้งตัวกิจกรรมหลักเองและสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ของจันทบุรี ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองที่ทางรัฐจัดขึ้น และจากการศึกษาสื่อต่าง ๆ พบว่า ชุมชนริมน้ำจันทบูร เป็นจุดท่องเที่ยวจุดแรกและเป็นไฮไลท์สำคัญของจุดเริ่มต้นการเดินทางตามเส้นทางท่องเที่ยวที่ ททท. ประชาสัมพันธ์



รูปที่ 4.13 ภาพตัวอย่างรายการท่องเที่ยว หลงเสน่ห์เมืองจันท “ชุมชนริมน้ำจันทบูร”

ที่มา: Amazing Thailand, 2018

จากรูปที่ 4.13 เป็นภาพจากตัวอย่างรายการท่องเที่ยวเชิงสารคดีที่ทางการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้จัดทำขึ้น โดยคลิปนี้ได้นำบล็อกเกอร์รีวิวท่องเที่ยวชื่อดังอย่างคุณ มิน I Roam Alone มาเป็นผู้ดำเนินรายการ ในรายการเป็นการเล่าสถานที่ที่สำคัญต่าง ๆ ของชุมชนริมน้ำจันทบูร ไม่ว่าจะเป็น บ้านการเรือน 69 ร้านอาหารเก่าแก่ของชุมชนอย่างก๊วยจ๊ับป้าไหม ร้านไอศกรีมจรวด โบสถ์คริสต์ เมืองจันท ซึ่งตลอดการเดินทางนั้นก็ได้นำถึงความสำคัญของสถานที่ต่าง ๆ ให้ผู้ชมได้รู้ถึงประวัติอีกด้วย รายการนี้เป็นคลิปที่ทำออกมาเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชนริมน้ำจันทบูร เมื่อวันที่ 30 มีนาคม 2561 ซึ่งเป็นช่วงเริ่มต้นของการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรองของจังหวัดจันทบุรี



รูปที่ 4.14 ภาพตัวอย่างภาพยนตร์โฆษณาท่องเที่ยวในประเทศไทย แคมเปญ Amazing ไทยแท้
ที่มา: Amazing Thailand, 2019

จากรูปที่ 4.14 เป็นภาพตัวอย่างภาพยนตร์โฆษณาท่องเที่ยวในประเทศไทย แคมเปญ Amazing ไทยแท้ โดยมีพิธีเซ็นเตอร์อย่างคุณญาณ์ อรุณษา มาร่วมแสดงผ่านบทเพลง “มอง” ซึ่งเนื้อหาของภาพยนตร์โฆษณาดังกล่าวเป็นการเชิญชวนคนไทยทุกคน โดยเฉพาะผู้หญิง ให้ออกไปเที่ยวเมืองไทย เที่ยวเมืองรอง ผ่านมุมมองใหม่จากเจ้าถิ่น ที่จะช่วยสร้างแรงบันดาลใจในการเดินทางท่องเที่ยวให้เห็นภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามชัดเจนยิ่งขึ้น อีกทั้งยังเป็นส่วนช่วยสะท้อนแนวคิด “เมืองไทย สวยทุกที่ เเททุกเวลา” ตามที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้นิยามไว้อีกด้วย ซึ่งหนึ่งในสี่ของสถานที่ในวิดีโอ มีจังหวัดจันทบุรี โดยถ่ายทอดออกมาเป็นฉากที่เห็นผนังลายกราฟฟิกต่าง ๆ ของชุมชนริมน้ำจันทบูร ทรงบ้านแบบโบราณ ร้านค้าร้านอาหาร และปิดท้ายด้วยการกินไอศกรีมโบราณที่มีเด็กมาขายในฉาก นั่นก็คือร้านไอศกรีมจรวด ร้านเก่าแก่ของจังหวัดจันทบุรี



รูปที่ 4.15 ภาพโปสเตอร์สแกนรับข้อมูลการท่องเที่ยว
ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจันทบุรี, ม.ป.ป.

นอกเหนือจากการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานภาครัฐที่กล่าวมาข้างต้นแล้วนั้น ผู้ประกอบการทางด้านสื่อเอกชนยังมีมุมมองความคิดเห็นถึงการเปลี่ยนแปลงของการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนริมน้ำจันทบุรี ว่ามีการเกิดขึ้นของสื่อใหม่มากมาย ที่สื่อไปกับการสื่อสารของภาครัฐ ความเปลี่ยนแปลงทางกายภาพที่เกิดขึ้นบางอย่างในชุมชน และบริเวณพื้นที่ใกล้เคียง ซึ่งคุณนพรัตน์ โชติชัย ได้อธิบายเพิ่มเติมไว้ว่า

“ในฐานะที่ทำสื่อสารท่องเที่ยว 2-3 ปีหลัง บummak หน่วยงานภาครัฐมีงบประมาณในการประชาสัมพันธ์ให้สูง ภาพรวมเกิดการเปลี่ยนแปลงสูง มีที่พัก ผู้ประกอบการมากขึ้น เรื่องที่พิกดีมาก ๆ เต็มทุกเทศกาล ส่วนเรื่องของสื่อมีการพูดคุยใหม่ ๆ ขึ้นมาก่อนข้างเยอะ ส่วนการนำนโยบายรัฐมาปรับใช้ในการสื่อสารนั้นยังเป็น Content ที่ต่างคนต่างทำอยู่ อย่างชุมชนริมน้ำจันทบูรเองก็สามารถเล่น Content เล่าเรื่องราววิถีชีวิต อาหารการกิน เชื้อชาติ ศาสนาได้เรื่อย ๆ คนก็ยังสนใจอยู่ และการได้มีโอกาสทำสื่อร่วมกับชุมชนริมน้ำหลายครั้ง ไปสัมภาษณ์ร้านค้า ร้านดัง ๆ ในชุมชน เขาก็ให้สัมภาษณ์ดี เป็นข้อเท็จจริง ซึ่งเรามองว่าชุมชนริมน้ำจันทบูรมีเรื่องเล่าที่สามารถทำเป็น Content ที่น่าสนใจได้ ไม่ว่าจะเป็บบริบทคนในชุมชนเอง สถานที่ที่มีความขลัง และอาหารขนมที่หลากหลายจากฝีมือคนเฒ่าคนแก่” (นพรัตน์ โชติชัย, การสื่อสารส่วนบุคคล, 16 ธันวาคม 2562)



รูปที่ 4.16 ภาพหน้าปกนิตยสาร About Chan ฉบับที่ 50

ที่มา: About Chan Magazine, 2020

จากรูปที่ 4.16 เป็นภาพปกนิตยสาร About Chan ฉบับที่ 50 โดยภาพที่ใช้เป็นร้านขายยาโบราณที่อาศัยอยู่ในชุมชนริมน้ำจันทบูร โดยนิตยสารเล่มนี้นำเสนอเรื่องราวของกิจกรรมต่าง ๆ ตลอดระยะเวลา 50 ปีของชาวจังหวัดจันทบุรีที่คุ้นตาไม่ว่าจะเป็นสถานที่ ร้านค้า ร้านอาหาร ที่มีอายุเก่าแก่ของจังหวัด พร้อมบอกเล่าประวัติและแนะนำสถานที่ นอกจากนี้ยังมีส่วนของการนำเสนอ “50 คำจันท” ซึ่งเป็นการรวบรวมคำจันท 50 คำ ที่คุ้นหูจากคนท้องถิ่น และส่วนสุดท้ายคือ “50 จุดเช็กอิน” ซึ่งเป็นการรวบรวมจุดท่องเที่ยวที่สำคัญของจันทบุรีไว้ ซึ่งบางก็เป็นที่ยุ้งกันดี บางก็เป็นที่ยุ้งกันดี เพ็งเป็นที่รู้จัก ซึ่งร้านค้า ร้านอาหาร สถานที่เก่าแก่ของชุมชนริมน้ำจันทบูรได้มีบทบาทในเนื้อหาของนิตยสารเล่มนี้ด้วย



รูปที่ 4.17 ภาพรายการสารคดี “เป็นเมือง” ตอน จันทบุรี ออกอากาศช่องไทยพีบีเอส

ที่มา: ThaiPBS, 2019

จากรูปที่ 4.17 ข้างต้น เป็นภาพตัวอย่างจากรายการสารคดี “เป็นเมือง” ตอน จันทบุรี ออกอากาศเมื่อวันที่ 26 ตุลาคม 2562 โดยเนื้อหาของรายการกล่าวถึง “จันทบูร โมเดล” ซึ่งในส่วนนี้เองเป็นส่วนที่ให้ความรู้และเรื่องราวของประวัติศาสตร์ชุมชน การใช้โมเดล Social Enterprise มาพัฒนาย่านเก่าให้กลับมามีชีวิตอีกครั้งซึ่งรายการนี้สามารถสื่อสารถึงภาพลักษณ์แลประวัติศาสตร์ของชุมชน ได้ครบถ้วนสมบูรณ์ แก่ไขภาพเอาให้ชัด



รูปที่ 4.18 ภาพตัวอย่างรายการ iASEAN ทางช่อง VOICE TV

ที่มา: VOICE TV, 2017

จากรูปที่ 4.18 ข้างต้นเป็นภาพจากรายการ iASEAN ทางช่อง VOICE TV ซึ่งตอนนี้มีชื่อว่า “สัมผัสวิถีชุมชนที่ชุมชนริมน้ำจันทบูร” โดยเทปนี้เป็นเนื้อหาเกี่ยวกับการนำเสนอวัฒนธรรมของชาวนวนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ชุมชนริมน้ำจันทบูร โดยมีการกล่าวถึงประวัติชุมชนริมน้ำจากการสัมภาษณ์ของอ.ประภาพรรณ ผู้ก่อตั้งชมรมพัฒนาชุมชนริมน้ำจันทบูร มีภาพที่แสดงให้เห็นถึงวิถีชีวิตชุมชนดั้งเดิม พาชมร้านอาหารเวียดนามที่ชุมชนริมน้ำ และพาไปเรียนรู้ประวัติศาสตร์วัดญาณมรคกทางวัฒนธรรมของเวียดนามในจันทบุรี



รูปที่ 4.19 ภาพตัวอย่างรายการ หนีเที่ยวกัน ทางช่อง Workpoint

ที่มา: Workpoint, 2019

จากรูปที่ 4.19 ข้างต้น เป็นตัวอย่างภาพจากรายการ หนึ่งเดียวกัน ที่ออกอากาศทางช่อง Workpoint เป็นรายการวาไรตี้ที่ให้ความรู้ พาкин พาเที่ยวชมสถานที่ต่าง ๆ ที่น่าสนใจ อย่างในตอนนี้เป็นการนำเสนอจุดที่น่าสนใจของชุมชนริมน้ำจันทบูร โดยพิธีกรจะพาเดินเที่ยวชมตั้งแต่บริเวณรอบ ๆ ชุมชน ไปจนถึงในชุมชน จากนั้นก็เล่าเรื่องราวประวัติของชุมชนริมน้ำจันทบูร พร้อมพาชิมอาหารต่าง ๆ ในชุมชน เดินเข้าไปชมบ้านแต่ละหลัง พูดคุยกับผู้ที่อาศัยอยู่ในชุมชน

จากตัวอย่างรายการที่ถูกอ้าง จะเห็นได้ว่า แต่ละรายการจะเล่าเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ของชุมชน อีกทั้งยังมีเรื่องราวของวิถีชีวิต เชื้อชาติศาสนา และจุดยืนของชุมชนริมน้ำจันทบูรเอง ตามวิสัยทัศน์ “วัฒนธรรม นำการก้าว” ซึ่งนอกจากการเล่าเรื่องราวที่ไปในทิศทางเดียวกันแล้วนั้น ภาพต่าง ๆ ที่ถูกนำเสนอออกไปก็สามารถเห็นภาพรวมของชุมชนได้อย่างชัดเจน มีจุดขายของภาพที่สำคัญคือ ภาพโบสถ์ วัดฉนวน และการถ่ายภาพจากอีกฝั่งริมแม่น้ำจนเห็น โบสถ์วัดและป้ายของชุมชนริมน้ำจันทบูรที่ชัดเจน ซึ่งภาพนี้เรียกได้ว่าเป็นภาพที่สื่อทุกสื่อต้องมี การเข้าไปมีส่วนร่วมในบ้านแต่ละหลัง ไม่ว่าจะเป็น บ้านหลวงราชไมตรี บ้านการเรียนรู้ 69 ร้านขนมไข่ป่าไต้ ร้านกล้วยไข่ป่าไต้ใหม่ ร้านเจ๊อีด ริมน้ำ ซึ่งร้านที่ว่ามานั้นล้วนเป็นร้านค้าเก่าแก่ที่ขายของกันมาอย่างยาวนาน และมีประวัติบ้านแต่ละหลังที่น่าสนใจ

4.1.2.4 สื่ออินเทอร์เน็ต

ชุมชนริมน้ำจันทบูรมีการพัฒนาสื่อ เพื่อให้ข้อมูลด้านประวัติศาสตร์ของชุมชน แหล่งท่องเที่ยว แก่ผู้ที่มาท่องเที่ยว ได้ดังนี้ ชุมชนริมน้ำจันทบูร มีแหล่งที่ให้ข้อมูลด้านประวัติศาสตร์ของชุมชนคือ บ้านการเรียนรู้ บ้านเลขที่ 69 และบ้านหลวงราชไมตรี ซึ่งบ้านหลวงราชไมตรีจะเป็นการสื่อสารการกับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักที่นี่ เป็นการพูดคุยบอกเล่าเรื่องราวของที่ชุมชนนี้ เป็นตัวสื่อกลางในการสื่อสารออกไป มีการจัดทำ Facebook Website โดยทางบ้านหลวงราชไมตรีเป็นผู้จัดทำ และนอกจากนี้ยังมีสื่อทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชนอื่น ๆ เข้ามาช่วยประชาสัมพันธ์ มีการจ้างบล็อกเกอร์ สื่อต่าง ๆ มาศึกษาประวัติของชุมชน เยี่ยมชมอาคารบ้านเรือน วิวสถานที่พัก ร้านค้า ร้านอาหารในชุมชน โดยให้คนเหล่านี้ได้สัมผัสวิถีชีวิตของชุมชนจริง ๆ และได้รู้จักคุณค่าของชุมชนที่แท้จริง



รูปที่ 4.20 ภาพหน้าเว็บไซต์ บ้านพักประวัติศาสตร์หลวงราชไมตรี
ที่มา: บ้านพักประวัติศาสตร์หลวงราชไมตรี, 2563



รูปที่ 4.21 ภาพหน้าเพจชุมชนริมน้ำจันทบูร Chanthaboon Waterfront
ที่มา: เพจชุมชนริมน้ำจันทบูร Chanthaboon Waterfront, 2563

จากรูปดังกล่าวรูปที่ 4.20 และรูปที่ 4.21 ข้างต้นเป็นภาพสื่อที่จัดทำขึ้นโดยบ้านพักประวัติศาสตร์หลวงราชไมตรี ซึ่งภาพแรกเป็นหน้าเพจที่ให้ข้อมูลทางประวัติศาสตร์ของบ้านหลวงราชไมตรี มีแกลลอรี่ให้ได้ชม และมีช่องทางของการจองที่พัก ส่วนอีกภาพเป็นเพจชุมชนริมน้ำจันทบูร ซึ่งเป็นสื่อที่ต่อยอดจากเพจหลัก ใช้การสื่อสารด้วยการเล่าเรื่องราวความเคลื่อนไหวของชุมชน มีรูปภาพกิจกรรมต่าง ๆ และแชร์ข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับชุมชนริมน้ำจันทบูรให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ ซึ่งสื่อนี้เป็นสื่อที่คนในชุมชนเป็นคนช่วยกันประชาสัมพันธ์



รูปที่ 4.22 ภาพตัวอย่างเนื้อหาบริการข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวชุมชนริมน้ำจันทบูรจาก
เว็บไซต์สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดจันทบุรี
ที่มา: สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดจันทบุรี, 2563

จากรูปที่ 4.22 จะเห็นได้ว่าทางหน่วยงานรัฐได้มีส่วนร่วมในการสื่อสารการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชนริมน้ำจันทบูรมาโดยตลอด โดยเฉพาะช่วง 3 ปีที่ผ่านมา ที่มีการสนับสนุนให้มีการเที่ยวเมืองรองและเที่ยววัฒนธรรมคา โฆษณา บทความ สื่อต่าง ๆ ก็มีออกมาให้เห็นมากมาย โดยภาพลักษณ์ของชุมชนจากสื่อที่สะท้อนออกมาคือความเป็นชุมชนเก่าแก่ที่ยังคงไว้ซึ่งวัฒนธรรมที่หลากหลาย อาคารบ้านเรือนที่มีอัตลักษณ์ รวมไปถึงร้านค้า ร้านอาหารเก่าแก่ที่มีประวัติมากมาย และบริเวณพื้นที่ใกล้เคียงกับชุมชนริมน้ำจันทบูรที่มีความน่าสนใจ จึงทำให้ภาพเหล่านี้ถูกถ่ายทอดในรูปแบบซ้ำ ๆ กันในสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์

จากการมีส่วนร่วมกันของคนในชุมชน และหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง การเคารพและยึดมั่นในวิสัยทัศน์ของชุมชน และการสื่อสารที่มีคุณค่า ส่งผลให้ ชุมชนริมน้ำจันทบูร ผ่านการตรวจประเมินและรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวอาเซียน ประจำปี 2562 ซึ่งเป็นโครงการจากการส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น ได้จัดกิจกรรมเพื่อให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ที่ตรงตามหลักเกณฑ์ และมีความต้องการเข้ารับการตรวจประเมินและรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวอาเซียน โดยมี 2 มาตรฐาน ได้แก่ เมืองท่องเที่ยวสะอาดอาเซียน และรางวัลมาตรฐานการท่องเที่ยวอาเซียน ซึ่งชุมชนริมน้ำจันทบูรเพิ่งได้รับรางวัลมาตรฐานการท่องเที่ยวอาเซียน สาขา “รางวัลการท่องเที่ยว

อย่างยั่งยืนอาเซียน” (ASEAN Sustainable Tourism Award: ASTA Award) ในประเภทเขตเมือง หรือ Urban Product ภายใต้แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและประเพณี (Culture and Heritage Tourism) ดังนั้นสื่อหรือช่องทางการสื่อสารที่มีอยู่ทั้ง การมีบ้านการเรียนรู้ 69 บ้านหลวงราชไมตรี การเล่าเรื่องราวจากบุคคลพื้นถิ่นในชุมชน การทำสื่อของคนภายนอกตอนนี้มันเพียงพอแล้ว สำคัญกว่าช่องทางการสื่อสาร คือการแสดงออกให้รู้ว่า เราเป็นใคร เรามีอะไรในชุมชน และเราต้องการที่จะอนุรักษ์สิ่งเหล่านี้ไว้



รูปที่ 4.23 ภาพขณะการประกวดชุมชนริมน้ำจันทบูร คว้ารางวัลการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอาเซียน ปี 2562
ที่มา: BLT Bangkok, 2019

จากรูปที่ 4.23 ข้างต้นเป็นภาพประชาสัมพันธ์รางวัลการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอาเซียนปี 2562 โดยแหล่งข่าวจาก BLT Bangkok ซึ่งรางวัลนี้ชุมชนริมน้ำจันทบูรผ่านการพิจารณาตรวจประเมินและรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวอาเซียน ประจำปี 2562 โดยคณะกรรมการตรวจประเมินมาตรฐานเมืองท่องเที่ยวสะอาดอาเซียนส่งผลให้ ชุมชนเมืองเก่าริมน้ำจันทบูร จังหวัดจันทบุรี ได้รับรางวัลมาตรฐานการท่องเที่ยวอาเซียน สาขา “รางวัลการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอาเซียน” (ASEAN

Sustainable Tourism Award: ASTA Award) ในประเภทเขตเมือง หรือ Urban Product ภายใต้แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและประเพณี (Culture and Heritage Tourism)

ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลเรื่อง การสื่อสารภาพลักษณ์ของชุมชนริมน้ำจันทบูร ผู้วิจัยพบว่า

1) ภาพลักษณ์ของชุมชนริมน้ำจันทบูรคือการอนุรักษ์สถาปัตยกรรมอันเก่าแก่ควบคู่ไปกับการอนุรักษ์วิถีชีวิตของคนในชุมชน ให้สามารถคงอยู่มาได้จนถึงทุกวันนี้

2) การส่งเสริมการท่องเที่ยวของภาครัฐมีผลกับภาพลักษณ์ในระดับหนึ่ง เพราะในบางครั้ง มีการประชาสัมพันธ์บางสิ่งออกไปที่ไม่ได้ตรงตามความเป็นจริง ทำให้ภาพลักษณ์ที่แท้จริงของชุมชนริมน้ำจันทบูรเปลี่ยนไปได้

3) การสื่อสารภาพลักษณ์ที่ชุมชนริมน้ำจันทบูรทำกันมาตั้งแต่แรกจนถึงปัจจุบัน คือการนำเสนอวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่หลากหลาย ทางศาสนา การแสดงให้เห็นถึงการอนุรักษ์ศิลปกรรมสถาปัตยกรรม ให้คงอยู่ไว้ให้มากที่สุด (ถ้าไม่นับรวมกับเหตุการณ์ไฟไหม้ครั้งใหญ่) ดังนั้นทุกสิ่งที่ได้มีการเผยแพร่ออกไปไม่ว่าจะเป็นการประชาสัมพันธ์จากคนภายนอกที่มาท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์ของคนภายในเองด้วยการสื่อสารแบบปากต่อปาก ต้องเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจริง มีอยู่จริง

4) การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนริมน้ำจันทบูร มีผลต่อการสร้างภาพลักษณ์เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชน ได้ดังนี้

4.1) การเกิดความร่วมมือร่วมกันในกลุ่มชุมชนมีความสำคัญมากในการออกแบบทิศทางของการสื่อสารให้ไปในทิศทางเดียวกันซึ่งชุมชนริมน้ำจันทบูรมีเรื่องราวที่ควรค่าแก่การประชาสัมพันธ์ เพราะภาพลักษณ์ที่มี สอดคล้องกับวิถีชีวิตของคนในชุมชน เป็นแหล่งที่สามารถรวบรวมและเชื่อมต่อเรื่องราวในประวัติศาสตร์และปัจจุบัน ได้อย่างชัดเจน และทำให้ชุมชนแห่งนี้ เป็นชุมชนท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่น่าสนใจ ส่งผลให้เกิดภาพลักษณ์ที่ไม่บิดเบือนไปจากความเป็นจริง

4.2) มีการสื่อสารที่เข้าใจตรงกัน ระหว่างชุมชนริมน้ำจันทบูรและนักท่องเที่ยวกลุ่มที่ชื่นชอบการท่องเที่ยวชุมชน และคุณนพรัตน์ โชติชัย ยังกล่าวเพิ่มเติมอีกว่า

“หลาย ๆ คนคงได้ศึกษาเกี่ยวกับเรื่องราวของชุมชนริมน้ำจันทบูร คงรับรู้อยู่แล้วว่า ที่นี่มีความโดดเด่นของอัตลักษณ์ ทั้งสถาปัตยกรรมและวิถีชีวิตของคนเป็นที่สุด การประชาสัมพันธ์ออกไปจึงทำให้เป็นที่น่าสนใจ และมีการเล่าเรื่องราวที่หลากหลายกว่าชุมชนอื่น ๆ” (นพรัตน์ โชติชัย, การสื่อสารส่วนบุคคล, 16 ธันวาคม 2562)

4.2 ปัจจัยส่งเสริมการมีส่วนร่วม เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนริมน้ำ จันทบุรี จังหวัดจันทบุรี

ผลที่ได้จากการศึกษา ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิจัยปัจจัยส่งเสริมการมีส่วนร่วม จำนวน 3 ประเด็น ดังนี้

- 4.2.1 การมีส่วนร่วมของชุมชนและการสร้างเป้าหมาย
- 4.2.2 การกำหนดนโยบายร่วมกันของกลุ่มผู้นำและคนในชุมชน
- 4.2.3 ระบบการจัดการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

4.2.1 การมีส่วนร่วมของชุมชนและการสร้างเป้าหมาย

การมีส่วนร่วมเป็นการเปิดโอกาสให้คนในชุมชนได้มีส่วนร่วมในการคิด ริเริ่ม การพิจารณา ตัดสินใจ การ ร่วมปฏิบัติและร่วมรับผิดชอบเพื่อดำเนินการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่ ต้องการ

รูปแบบของการมีส่วนร่วมที่ดำเนินอยู่โดยทั่วไป สามารถสรุปได้เป็น 4 รูปแบบ คือ

1) การรับรู้ข่าวสาร (Public Information) ประชาชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะต้อง ได้รับการ แจ้งให้ทราบถึงรายละเอียดของโครงการที่ จะดำเนินการรวมทั้งผลกระทบที่คาดว่าจะ เกิดขึ้น ทั้งนี้การ ได้รับแจ้งข่าวสารดังกล่าวจะต้องเป็นการแจ้งก่อนที่จะมีการตัดสินใจดำเนิน โครงการ

2) การปรึกษาหารือ (Public Consultation) เป็นรูปแบบการมีส่วนร่วมที่มีการจัดการ หารือ ระหว่างผู้ดำเนิน โครงการกับประชาชนที่เกี่ยวข้องและได้รับผลกระทบ เพื่อรับฟังความ คิดเห็นและ ตรวจสอบข้อมูลเพิ่มเติม เพื่อให้เกิดความเข้าใจในโครงการและกิจกรรมมากขึ้น

3) การประชุมรับฟังความคิดเห็น (Public Meeting) มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ประชาชน และฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับโครงการหรือกิจกรรม และผู้มีอำนาจตัดสินใจในการทำโครงการหรือ กิจกรรมนั้นได้ใช้เวที สาธารณะในการทำความเข้าใจ และค้นหาเหตุผลในการดำเนิน โครงการ หรือกิจกรรมในพื้นที่

4) การร่วมในการตัดสินใจ (Decision Making) เป็นเป้าหมายสูงสุดของการมีส่วนร่วม ของ ประชาชน ซึ่งประชาชนจะมีบทบาทในการตัดสินใจได้เพียงใดนั้นขึ้นอยู่กับองค์ประกอบ ของคณะกรรมการที่ เป็นผู้แทนประชาชนในพื้นที่

และการสร้างเป้าหมายนั้น ก็เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ประชาชนในชุมชนเกิดความรู้สึกที่จะนำพาชุมชนของตนเองไปยังเป้าหมายที่วางไว้ นั่นก็คือ “การช่วยกันอนุรักษ์และฟื้นฟูเมืองเก่า”

ซึ่งในการพัฒนาชุมชนริมน้ำจันทบูรยึดหลักการมีส่วนร่วมของชุมชนเป็นสำคัญ โดยหลังจากที่มีกลุ่มอาสาสมัครในพื้นที่เข้ามาร่วมทำงาน ทำให้เกิดการทำงานร่วมกันระหว่างชุมชน ภาครัฐ และภาคเอกชนต่าง ๆ จนในปัจจุบันกลุ่มอาสาสมัคร ได้รวมตัวกันจัดตั้งกลุ่มขึ้นภายใต้ชื่อ “ชมรมพัฒนาชุมชนริมน้ำจันทบูร” ซึ่งได้มีการทำงานอนุรักษ์และฟื้นฟูชุมชนอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอด ในปี 2553 จึงได้ดำเนินการในการจัดกิจกรรมที่สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของชุมชนที่ว่า “ย้อนวิถีจันทน์ สร้างสรรค์วิถีไทย” ให้เป็นการดำเนินงานที่เป็นรูปธรรมมากขึ้น อย่างการเปิดบ้านการเรียนรู้เลขที่ 69 การเผยแพร่ประวัติศาสตร์ชุมชน การปรับปรุงภูมิทัศน์อาคารสถานที่ เป็นต้น ซึ่งสิ่งต่าง ๆ ที่คนในชุมชนร่วมกันสร้างนั้น นับว่าเป็นจุดเริ่มต้นเล็ก ๆ ของกระบวนการอนุรักษ์และฟื้นฟูเมืองเก่า ที่จะต้องอาศัยความร่วมมือร่วมใจกันในชุมชน คนในท้องถิ่น ภาครัฐและหน่วยงานต่าง ๆ รวมถึงคนภายนอกที่สนใจเข้ามาในชุมชน ที่จะร่วมกันหาทิศทางของการดำเนินชีวิตร่วมกันและพร้อมที่จะเจอความเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้นต่อไปในอนาคตด้วย ภายในชุมชนริมน้ำจันทบูรยึดหลักการมีส่วนร่วมของคนภายในชุมชนเป็นสำคัญ โดยเริ่มจากการหาเป้าหมายในการพัฒนาร่วมกันจนได้ข้อตกลงร่วมกันว่าจะร่วมกันสร้างจิตสำนึกและความสามัคคีของชุมชนในการดำรงไว้ซึ่งวิถีชีวิตที่มีคุณภาพร่วมกับการอนุรักษ์ฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรม และความเป็นย่านการค้า โดยกิจกรรมของชุมชนมีการจัดขึ้นครั้งแรก เดือนกันยายน 2553 คือ “เปิดบ้านริมน้ำ เยือนริมน้ำ มองอดีตผ่านปัจจุบัน ณ ชุมชนริมน้ำ” โดยจัดต่อเนื่องกัน 3 ปี การเปิดบ้านการเรียนรู้ให้ความรู้ทาง โดยคนในชุมชนหวังไว้ว่าการสืบสานเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ของชุมชนผ่านกิจกรรมต่าง ๆ นั้น จะสามารถถ่ายทอดสู่คนยุคหลังเพื่อนำไปสู่การพัฒนาย่านริมน้ำจันทบูรให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่สำคัญและยั่งยืนของจังหวัดจันทบุรีได้ ซึ่งสอดคล้องกับความคิดเห็นของ ผศ.ชิป ศรีสกุล ไชยรัก ที่ให้ความคิดเห็นเรื่องการมีส่วนร่วมและการสื่อสารเพื่อให้เกิดความยั่งยืนที่ว่า

“สำหรับผมคิดว่า ความยั่งยืน คือต้องสื่อสารคุณค่าแท้ออกมาให้ได้ และต้องสื่อสารในลักษณะที่ทำความเข้าใจกับนักท่องเที่ยว ถึงคุณค่าแท้ของแต่ละที่” (ชิป ศรีสกุล ไชยรัก, การสื่อสารส่วนบุคคล, 21 กุมภาพันธ์ 2563)



รูปที่ 4.24 โปสเตอร์กิจกรรมเปิดบ้านร่มน้ำเยือนร่มน้ำ มองอดีตผ่านปัจจุบัน ณ ชุมชนร่มน้ำ
ที่มา: ผู้วิจัย

แต่การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนร่มน้ำจันทบูรเองยังไม่ปรากฏให้เห็นเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันในบางเรื่องอย่างเช่น ผลประโยชน์ทางธุรกิจ หรือการสนับสนุนให้เกิดธุรกิจการค้าขึ้น ซึ่งส่วนใหญ่เกิดจากการเข้ามามีบทบาทของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง อาจทำให้มีความเห็นต่างกันบ้างในเรื่องนี้ แต่สิ่งที่เห็นได้ชัดถึงการมีส่วนร่วมและเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของชุมชน คือการที่คนในชุมชนสามารถสื่อสารและถ่ายทอดถึงภาพลักษณ์ของชุมชนและพร้อมที่จะฟื้นฟูและอนุรักษ์ไว้ซึ่งศิลปวัฒนธรรมและวิถีชีวิต ซึ่งสอดคล้องกับความคิดเห็นของคุณปัทมา ปรารักษ์กัณฑ์ ที่ว่า

“จริง ๆ การสื่อสารของภาครัฐก็เข้ามาช่วยกระตุ้นการท่องเที่ยวนะ แต่ว่าเขาลืมไป หรือปล่าวว่า จริง ๆ แล้ว เค้าไม่เคยถามเราว่าเราอยากเป็นแหล่งท่องเที่ยวไหม สิ่งที่เราทำมาทั้งหมดเราแค่ต้องการอยากเป็น “แหล่งเรียนรู้เชื่อมต่อดังประวัติศาสตร์ ย้อนรอยวิถีจังหวัดสร้างสรรค์วิถีไทย เราอยู่ได้ทุกวันนี้เพื่อสร้างสรรค์ชุมชนเราด้วยกัน เราจะไม่ทำตามสิ่งที่เค้ากำหนดถ้ามันไม่เป็นไปตามเป้าหมายของเรา และมันก็จะกลายเป็นความขัดแย้งในชุมชน เพราะว่าบางคนที่เขาอยากทำตามนโยบายภาครัฐอย่างให้คนนอกเข้ามาขายของ ทำเป็นตลาดนัด ถนนคนเดิน เพราะเขามองว่าเขาได้ผลประโยชน์จากตรงนั้น แต่คนบางกลุ่มไม่ชอบทำแบบนั้นเพราะเขารู้ว่าถ้าทำแบบนั้นมีคนเข้ามาในชุมมากขึ้นคนข้างในจะอยู่ไม่ได้” (ปัทมา ปรารักษ์กัณฑ์, การสื่อสารส่วนบุคคล, 16 ธันวาคม 2562)

จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่า การมีส่วนร่วมและการสร้างเป้าหมายของคนในชุมชนนั้น เกิดจากวิธีการสื่อสารในการสร้างการมีส่วนร่วม คือ การมีผู้นำเป็นเสาหลักของชุมชน เพื่อนำพาในคนในชุมชนมีแนวคิดและแนวทางปฏิบัติไปในทิศทางเดียวกัน โดยเริ่มต้นชุมชนมีการจัดตั้งคณะกรรมการ ตัวแทนผู้นำชุมชนขึ้นมา มีการร่วมกันสร้างวิสัยทัศน์ชุมชน โดยฟังความคิดเห็นจากผู้ที่อาศัยอยู่ในชุมชน และมีการจัดการประชุมทุกครั้งที่ต้องการปรึกษาหารือกับผู้ที่อาศัยอยู่ในชุมชน เช่น การจัดกิจกรรมจากหน่วยงานต่าง ๆ การปรับเปลี่ยนรูปแบบโครงสร้างชุมชน การนำนโยบายของหน่วยงานภาครัฐมาปรับใช้ในชุมชน

“ทุกคนในชุมชนมีความคิดเห็นที่ตรงกัน ในการฟื้นฟูย่านการค้าเก่าแห่งนี้และต้องการอนุรักษ์ไว้ซึ่งศิลปวัฒนธรรมและวิถีชีวิต การมีเป้าหมายร่วมกันทำให้เกิดการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน แต่สิ่งเหล่านี้จะไม่เกิดถ้าเราไม่มีแกนนำที่จะนำพาเราไปยังเป้าหมายที่สำเร็จ การสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมของชุมชนมันต้องควบคู่กันไประหว่างเป้าหมาย ความต้องการของคนในชุมชน การถ่ายทอดเนื้อหาของ การสื่อสาร และการเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารที่ถูกวิธี” (ปัทมา ปรารักษ์กันต์, การสื่อสารส่วนบุคคล, 16 ธันวาคม 2562)

4.2.2 การกำหนดนโยบายร่วมกันของกลุ่มผู้นำและคนในชุมชน

การกำหนดนโยบายเป็นหนึ่งในแนวทางการสร้างการมีส่วนร่วมกันของประชาชนในชุมชน ซึ่งนโยบายนั้นเป็นแค่แนวทางในการปฏิบัติงานร่วมกัน ที่มีทั้งหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชนผู้ที่อาศัยอยู่ในชุมชน การกำหนดนโยบายขึ้นมาเพื่อให้ทุกคนมีแนวทางในการปฏิบัติไปในทิศทางเดียวกัน และสอดคล้องกับความต้องการของชุมชน ปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบของนโยบาย สามารถจำแนกได้ 2 ประเภท คือ

1) ปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบพื้นฐาน (Fundamental Factor) หมายถึง สิ่งต่าง ๆ ที่ผู้กำหนดนโยบายต้องคำนึงถึงอยู่ตลอดเวลา หากไม่คำนึงถึงอาจทำให้นโยบายขาดความสมบูรณ์และไม่สามารถปฏิบัติได้ เช่น ปัจจัยที่เกี่ยวกับผลประโยชน์ ปัจจัยที่เกี่ยวกับผู้กำหนดนโยบาย วิธีการหรือกระบวนการในการดำเนินนโยบาย ปัจจัยที่เกี่ยวกับข้อมูลและเอกสารต่าง ๆ

2) ปัจจัยที่เป็นสิ่งแวดล้อม (Environmental Factors) หมายถึง สิ่งแวดล้อมในสังคมที่ผู้กำหนดนโยบายต้องคำนึงถึง อาจเป็นเพราะสิ่งแวดล้อมในสังคมมีผลกระทบต่อ การกำหนดนโยบาย เช่น ปัจจัยทางการเมืองและวัฒนธรรมการเมือง ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยทางสังคม ปัจจัยทางภูมิศาสตร์และประวัติศาสตร์ จากการศึกษาองค์ประกอบของนโยบายอาจกล่าวได้ว่า

นโยบายและกลยุทธ์ต่างเป็นประเภทของแผนงาน (Types of Plan) อันเป็นผลที่ได้จากกระบวนการวางแผน (Planning)

สำหรับชุมชนริมน้ำจันทบูรก่อนชุมชนจะเกิดการฟื้นฟูและพัฒนาได้มีการเข้ามาของพาณิชย์จังหวัดจันทบุรี ภายใต้โครงการหนึ่งของกระทรวงพาณิชย์ ได้เล็งเห็นความสำคัญของการดึง “อัตลักษณ์ทางการค้า” ของแต่ละจังหวัดออกมาเป็นแรงขับเคลื่อน โดยมอบหมายให้สำนักงานพาณิชย์จังหวัดแต่ละแห่ง ทำการลงพื้นที่ดูความเป็นไปได้ใน 2 แนวทาง คือ

- 1) ฟื้นฟูธุรกิจที่เป็นร้านค้ารายย่อย (Retail) แบบรากหญ้าให้กลับมาคึกคัก
- 2) พัฒนาพื้นที่เชิงวัฒนธรรมให้ผสานไปกับการค้าและการท่องเที่ยว

สำหรับจังหวัดจันทบุรี ชุมชนที่ได้รับเลือกก็คือชุมชนริมน้ำจันทบูรแห่งนี้ ที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นทั้งทางภูมิศาสตร์ วิถีชีวิต และสถาปัตยกรรมที่งดงาม จึงเป็นพื้นที่ที่ถูกคัดเลือกโดยสำนักงานพาณิชย์จังหวัดจันทบุรีให้นำไปพัฒนาเป็น “พื้นที่สัญลักษณ์ทางด้านวัฒนธรรม” แห่งใหม่ และจึงได้ดำเนินการร่วมกับประชาชนในชุมชน

4.2.3 การกำหนดนโยบายภายในชุมชน

ภายในชุมชนริมน้ำจันทบูรมีการทำประชาคม และวางแผนร่วมกันกับคนในชุมชนใน “แนวทางการพัฒนาฟื้นฟูเป็นย่านการค้า” และได้เริ่มวางแผนการทำงานโดยระยะแรก เป็นการปลูกระดมความคิดเห็น ชุมชน กระตุ้นให้เกิดความร่วมมือและการทำงานร่วมกัน เกิดเป็น “คณะกรรมการพัฒนาชุมชนริมน้ำจันทบูร” สร้างวิสัยทัศน์ “วัฒนธรรมนำการค้า” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างจิตสำนึกและความสามัคคีของชุมชนในการดำรงไว้ซึ่งวิถีชีวิตที่มีคุณภาพ สืบสานและเผยแพร่ประวัติศาสตร์ชุมชน อนุรักษ์ศิลปสถาปัตยกรรมชุมชนเพื่อนำไปสู่การเป็นแหล่งเรียนรู้และแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สำคัญของจังหวัด

ซึ่งนอกจากนโยบายของกระทรวงพาณิชย์ที่มีบทบาทในการขับเคลื่อนชุมชนแล้วนั้น นโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยว ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ก็เข้ามามีบทบาทร่วมกับชุมชนเมื่อหลังโครงการฟื้นฟูและอนุรักษ์ชุมชนริมน้ำจันทบูรเมื่อไม่นานมานี้

4.2.4 การกำหนดนโยบายของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)

รัฐบาลได้สนับสนุนและเล็งเห็นถึงความสำคัญของการฟื้นตัวในการขยายการท่องเที่ยวโดยมีแผนปฏิบัติการส่งเสริมการท่องเที่ยวประจำปี 2562 จากของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ในเรื่องของการส่งเสริมการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวสู่พื้นที่รองตามศักยภาพของพื้นที่ผ่านโครงการ “เมืองรอง ต้องลอง” โดยเจาะกลุ่มเป้าหมายตรงกับ Destination Branding เพื่อคัดกรองเฉพาะนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นอย่างแท้จริงโดยททท.จะเปลี่ยนมุมมองให้เห็นว่าการเที่ยวเมืองไทยนั้นดีกว่าที่เคยโดยการเที่ยวแบบลึกซึ้งและเข้าถึงผ่านการใช้ชีวิตร่วมกับคนท้องถิ่น Local Hero ผู้อนุรักษ์วิถีชีวิตวัฒนธรรมสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่น ถ่ายทอดเรื่องราวสร้างแรงบันดาลใจ และทำให้คนไทยได้รับมุมมองใหม่จากการท่องเที่ยวผ่านแคมเปญสื่อสารการตลาด “Amazing ไทยเท่” ซึ่งจังหวัดจันทบุรีเองเป็นเรื่องราวกิจกรรมแสนสนุกที่จะเติมสีสันให้ชีวิตในภาคตะวันออก (More Fun) และเรื่องราววัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์ที่มีรากฐานมาจากวัฒนธรรมท้องถิ่น ชุมชนจันทบุรีเองก็ได้ถูกนำเสนอให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญจุดหนึ่งของจังหวัด

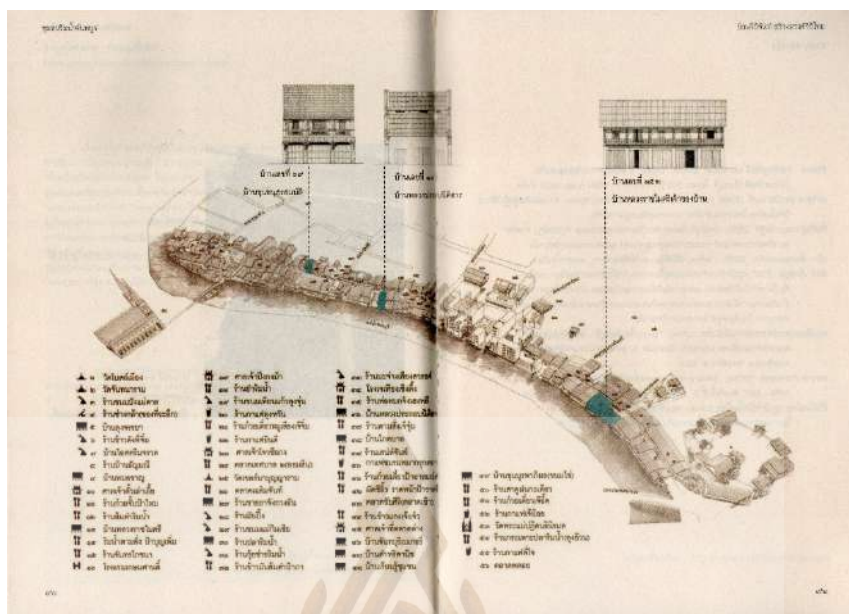
ซึ่งหากเรามองภาพรวมทั้งหมดจากที่กล่าวไปข้างต้นนั้น จะเห็นได้ว่ากลุ่มผู้นำที่ผู้วิจัยกล่าวถึงมิได้มีเพียงแค่ผู้นำในชุมชนแต่ยังมีหน่วยงานอื่น ๆ ที่มีบทบาทในการกำหนดนโยบายเพื่อเป็นแบบแผนในการดำเนินการให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันออกไปในแต่ละหน่วยงาน ซึ่งทุกหน่วยงานที่ผู้วิจัยได้ผู้ถึง มีส่วนร่วมกันในการช่วยพัฒนาให้ชุมชนสามารถสื่อสารคุณค่าที่แท้จริงของชุมชนออกมาได้ แต่หัวใจสำคัญของการเกิดความร่วมมือของชุมชนนั้น ผู้นำชุมชนและคนที่อาศัยอยู่ในชุมชนต้องมีแนวคิดในการนำพาชุมชนให้พัฒนาขึ้นเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ถึงจะช่วยให้ชุมชนมีการพัฒนาที่ยั่งยืน สอดคล้องกับคำอธิบายที่ว่า

“การบริหารจัดการฝ่ายท้องถิ่น จะไม่ค่อยทำงานพัฒนา จะทำงานการเมืองอย่างเดียว จึงทำให้ไม่สามารถพัฒนาพื้นที่ได้อย่างเต็มที่ ส่วนจุดแข็งของที่นี่ที่เห็นได้ชัดเจนคือ ผู้นำชุมชนที่เข้มแข็ง อย่างไรก็ตาม ชุมชนริมน้ำจันทบุรีมีผู้นำเป็นแกนนำ ถ้าเกิดมีผู้นำที่แข็งแกร่งแล้วนำพาชุมชนให้มีการพัฒนาขึ้น ก็จะทำให้ชุมชนเกิดอัตลักษณ์ สามารถดึงคุณค่าแท้ที่อยู่ภายในชุมชนออกมาเผยแพร่ได้ แต่ถ้าผู้ตามไม่พร้อม ไม่เปิดโอกาสทำความเข้าใจ ก็จะทำให้เกิดภาวะผู้นำเดี่ยว” (ชิป ศรีสกุล ไซร็ก, การสื่อสารส่วนบุคคล, 21 กุมภาพันธ์ 2563)

4.3 ระบบการจัดการชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

การบริหารเป็นเรื่องที่สำคัญต่อการดำเนินงานของหน่วยงาน องค์กร ชุมชน เพราะเป็นเครื่องมือ สำคัญที่เป็นตัวบ่งชี้ให้เห็นถึงความสำเร็จหรือความล้มเหลว ความมีประสิทธิภาพหรือความไร้ประสิทธิภาพของ หน่วยงาน องค์กร ชุมชน และประสิทธิภาพเป็นเครื่องบ่งชี้ให้ทราบถึงความเจริญก้าวหน้าของสังคม ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะเกิดขึ้นได้ เกิดจากการทำงานร่วมกันของกลุ่มบุคคลในองค์กร หน่วยงาน หรือแม้แต่การร่วมมือกันของคนในชุมชน ดังนั้น การบริหารจัดการองค์กรชุมชน จึงเป็นองค์กรที่ เกิดจากการรวมกลุ่มของชาวบ้านในชุมชนที่มา ร่วมกันเพื่อนำไปสู่การแก้ปัญหาเพื่อพึ่งตนเอง ภายในชุมชนมีการแบ่งปันแลกเปลี่ยนรวบรวม ความคิด การทำกิจกรรมต่าง ๆ การเรียนรู้แลกเปลี่ยนและตัดสินใจระดับรากหญ้า มีระบบ โครงสร้างและมีกิจกรรมร่วมกันอย่างต่อเนื่อง เพื่อแก้ไขปัญหาและพัฒนาของชุมชน

ชุมชนริมน้ำจันทบูรมีการแบ่งเขตการปกครองขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่น ทำให้ชุมชนริมน้ำจันทบูรตั้งอยู่ในเขตเทศบาลเมืองจันทบุรี ประกอบด้วย 2 ชุมชนย่อย คือชุมชนย่อยที่ 3 และชุมชนย่อยที่ 4 มีสามแยกตัดเข้าสู่ถนนประจักษ์นิยมเป็นจุดแบ่งเขต โดยขอบเขตชุมชนย่อยที่ 3 จะเริ่มตั้งแต่หัวสะพานวัดจันทนารามเป็นต้นมา ไปจนถึงสามแยกท่าเรือแม่ฮ่องศรีที่ตัดกับถนนประจักษ์นิยม ส่วนขอบเขตชุมชนย่อยที่ 4 เริ่มตั้งแต่สามแยกตัดเข้าสู่ถนนประจักษ์นิยมบริเวณท่าเรือแม่ฮ่องศรีไปจนถึงถนนบริเวณท่าเรือจ้าง คนจันทบุรีเรียกชุมชนย่านนี้ว่า “ชุมชนริมน้ำ” ควบคู่ไปกับ “ชุมชนริมน้ำจันทบูร” ซึ่งเป็นชื่อใหม่ถูกเรียกขึ้นครั้งแรกเมื่อปี พ.ศ.2552 หลังจากที่ชุมชนย่อยที่ 3 และชุมชนย่อยที่ 4 ได้ร่วมกันวางทิศทางการพัฒนาชุมชนที่ให้ความสำคัญกับคุณค่าทางประวัติศาสตร์ของชุมชนและวิถีชีวิตคนในชุมชน และจัดให้มีการประกวดชื่อเรียกชื่อย่านริมน้ำ (แต่เดิมชุมชนย่อย 3 และชุมชนย่อยที่ 4 เคยเป็นชุมชนเดียวกันก่อนที่จะมีการแบ่งเขตการปกครองของหน่วยงานรัฐ) เพื่อเป็นการกำหนดพื้นที่สำหรับการทำงานพัฒนาชุมชนร่วมกันของทั้งชุมชนย่อยที่ 3 และชุมชนย่อยที่ 4 และใช้ชื่อชุมชนริมน้ำจันทบูรที่ได้รับการคัดเลือกนี้เรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน



รูปที่ 4.25 ภาพแผนที่ของชุมชนริมน้ำจันทบูร
ที่มา: ชุมชนริมน้ำจันทบูร, 2557

จากรูปที่ 4.25 เป็นภาพที่แสดงถึงตำแหน่งที่ตั้งของอาคารบ้านเรือนที่อาศัยอยู่ในชุมชนริมน้ำจันทบูร ตลอดแนวสองฝั่งของถนนสุขาภิบาลซึ่งเป็นเส้นทางคมนาคมหลักมีความยาวประมาณ 1 กิโลเมตรจากย่านท่าหลวงไปสิ้นสุดที่ท่าน้ำปลายถนน โดยการแบ่งเขตการของชุมชนริมน้ำจันทบูรย่อยที่ 3 จะเริ่มต้นตั้งแต่สะพานวัดจันทนาราม เป็นต้นมา ไปจนถึงสามแยกท่าเรือแม่ฮ่องศรีที่ตัดกับถนนประชานิยม ซึ่งหากมองจากแผนที่ในรูปข้างต้น จะอยู่ที่หมายเลข 27 คือร้านขายยาจังกวางอัน ไปจนถึง หมายเลข 56 ตลาดพลอย ส่วนชุมชนย่อยที่ 4 จะเริ่มตั้งแต่ สามแยกตัดเข้าสู่ถนนประชานิยมบริเวณท่าเรือแม่ฮ่องศรี ไปจนถึงถนนบริเวณท่าเรือจ้าง จากแผนที่การแบ่งเขตจะอยู่ที่ตั้งแต่หมายเลข 25 คือ ตั้งแต่วัดเขตรัณยานุญญารามไปจนถึงหมายเลข 1 วัดโบสถ์เมือง นั่นเอง

ภายในชุมชนมีระบบจัดการทั่วไป คือมีผู้นำชุมชน แต่ผู้นำชุมชนนั้น มีทั้งจากการแต่งตั้งของเทศบาลและการแต่งตั้งจากผู้ที่อาศัยอยู่ในชุมชน จากการวิเคราะห์การสัมภาษณ์ในเรื่องของภาวะผู้นำชุมชน พบว่า ชุมชนริมน้ำจันทบูร ปัจจุบันคุณ ประภาพรรณ ฉัตรมาลัย ได้ถูกรับเลือกให้เป็นผู้นำชุมชน โดยสามารถวิเคราะห์บทบาทของผู้นำชุมชนริมน้ำจันทบูร ได้ดังนี้

- 1) มีเป้าประสงค์ที่ชัดเจนในการที่อยากจะอนุรักษ์คุณค่าของชุมชนไว้

2) สามารถนำพาคนในชุมชนให้เกิดความอยากมีส่วนร่วมในการที่อยากพัฒนาชุมชน ถิ่นอาศัยบ้านเกิดให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่ยังทรงคุณค่าทั้งศิลปวัฒนธรรม สถาปัตยกรรมและวิถีชีวิต

3) มีการรับฟังความคิดเห็นของผู้คนในชุมชนเพื่อนำมาพัฒนาชุมชนให้ดีขึ้น

แต่ปัจจุบันชุมชนริมน้ำจันทบูรยังมีการจัดการที่ไม่ดีนักเนื่องจากการถกเถียงเรื่องความเห็นชอบของทั้งสองฝ่าย จึงทำให้การจัดการภายในชุมชนในเรื่องของการพัฒนาชุมชนมาจากแค่ผู้นำส่วนใดส่วนหนึ่ง ดังนั้นในเรื่องวิสัยทัศน์ หรือความต้องการบางอย่างที่จะทำให้ชุมชนเกิดเป็นแหล่งท่องเที่ยวอาจยังมีการจัดการยังไม่ดีนัก ซึ่งสอดคล้องกับความคิดเห็นของคุณเสาวนีย์ คนกล้าที่ว่า

“การให้ความร่วมมือในการพัฒนาชุมชนนั้น ต้องเริ่มมาจากผู้นำชุมชนที่เข้มแข็ง ตอนนี้ผู้นำชุมชนเขาทำได้แค่ ความขัดแย้งภายในมันยังไม่ถูกแก้ไข เวลาทางหน่วยงานภาครัฐ หรือแม้แต่ตัวชุมชนเองจะทำอะไรเพื่อชุมชน มันก็เป็นไปได้ยากเพราะมันมีทั้งคนเห็นด้วยและไม่เห็นด้วยที่แบ่งชุมชนกันชัดเจน” (เสาวนีย์ คนกล้า, การสื่อสารส่วนบุคคล, 9 มีนาคม 2563)

โดยชุมชนมีจุดแข็งของการมีส่วนร่วมชุมชนคือความเป็นอัตลักษณ์ของทรัพยากรภายในชุมชน การค้าขายที่มีจุดยืนของผู้นำชุมชนที่จะไม่เปลี่ยนแปลงวัฒนธรรม มีความเข้าใจและส่งเสริมให้ผู้คนที่อยู่อาศัยอยู่ในชุมชนมีความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลข่าวสาร ส่วนจุดอ่อนของชุมชนคือกลุ่มคนบางกลุ่มที่ไม่ให้ความร่วมมือกับชุมชน โดยมองเรื่องผลประโยชน์ของการค้าขายมากกว่าความเป็นอยู่ เปิดร้านอาหาร สถานบันเทิงที่ไม่สอดคล้องกับวิถีชีวิตในชุมชน เช่น ร้านอาหารที่เปิดในช่วงเวลากลางคืน ก่อให้เกิดปัญหาเรื่องของการส่งเสียงดัง การสัญจรของผู้คน และการทะเลาะวิวาท ทำให้คนในชุมชนรู้สึกถึงความไม่ปลอดภัย และความไม่เหมาะสม นอกจากชุมชนริมน้ำจันทบูรจะมีระบบการจัดการภายในที่ค่อนข้างเข้มแข็งในเรื่องของการรักษาอัตลักษณ์ของชุมชนและการดำรงไว้ซึ่งวิถีชีวิตชาวชุมชนแล้ว ยังมีปัจจัยอื่น ๆ ที่ส่งเสริมให้เกิดระบบการจัดการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว คือ การที่หน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้เข้ามามีส่วนร่วมต่าง ๆ ในชุมชนริมน้ำจันทบูร ในอดีตจะเป็นพาณิชย์จังหวัดและสถาบันอาศรมศิลป์ ที่เข้ามามีบทบาทกับชุมชนในการช่วยกันฟื้นฟูและพัฒนาชุมชนให้เป็นย่านวัฒนธรรมนำการค้า เกิดเป็นที่รู้จักของคนภายนอก ต่อมาก็ยังมีการดูแลจาก การสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด ที่มีแผนใน

การพัฒนาเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยว เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ มีความโดดเด่น ไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถานและเรื่องราวที่น่าสนใจที่ทรงคุณค่ากับภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ได้รับสืบทอดมาช้านาน (แผนพัฒนาจังหวัดจันทบุรี ฉบับบทวน พ.ศ. 2561-2565, 2563) และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานจังหวัดจันทบุรี ที่ได้ นำเอานโยบายของทางรัฐบาลที่สนับสนุนการท่องเที่ยวเมืองรอง มาจัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อดึงผู้คนในมาท่องเที่ยวชุมชน เป็นสื่อที่สนับสนุนให้เกิดการสื่อสารภาพลักษณ์และส่งเสริมให้ชุมชนจันทบุรีและจันทบุรีเป็นที่ท่องเที่ยวเมืองรอง แต่ทั้งนี้ต้องขึ้นอยู่กับความร่วมมือของคนในชุมชนด้วย เพื่อทำให้ระบบการจัดการการเป็นไปในทิศทางเดียวกัน และสอดคล้องกับความต้องการของผู้ที่อาศัยอยู่ในชุมชนเป็นหลัก



รูปที่ 4.26 ภาพว่านายรัฐมนตรี เยี่ยมชมวิถีชีวิตริมน้ำจันทบุรี

ที่มา: PPTV Online, 2018



รูปที่ 4.27 รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาเยี่ยมชมวิถีชีวิตชุมชน
3 เชื้อชาติ 3 วัฒนธรรม ริมน้ำจันทบูร
ที่มา: Mthai, 2018

จากรูปที่ 4.26 และรูปที่ 4.27 ข้างต้น ทั้งสองภาพเป็นภาพข่าวที่เกิดขึ้นในช่วงการประชาสัมพันธ์นโยบายการท่องเที่ยวเมืองรอง โดยภาพแรกนั้น เป็นภาพนายกรัฐมนตรีและคณะเข้าเยี่ยมชม ทักทายคนในชุมชนริมน้ำจันทบูร ก่อนเข้าประชุม ครม.สัญจร ในวันถัดไป ส่วนอีกภาพในเวลาใกล้เคียงกัน เป็นภาพรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาเยี่ยมชมวิถีชีวิตชุมชน 3 เชื้อชาติ 3 วัฒนธรรม ที่ชุมชนริมน้ำจันทบูร โดยได้กล่าวเชิญชวน ชาวไทย และนักท่องเที่ยวเข้ามาสัมผัสความสงบของวิถีชีวิตชุมชนริมน้ำจันทบูรที่มีประวัติศาสตร์มายาวนาน และความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติของจังหวัดจันทบุรีที่มีความสมบูรณ์ ก่อนจะเป็นประธานเปิดงานท่องเที่ยววิถีไทย สุขใจที่เมืองจันทบุรี เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดจันทบุรี กระตุ้นเศรษฐกิจ ที่จัดงานในรูปแบบงานวัดย้อนยุคและร่วมร่วางกับคณะนางรำท่ามกลางบรรยากาศสนุกสนาน

หากกล่าวถึงบทสรุปของการสื่อสารภาพลักษณ์และปัจจัยส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนริมน้ำจันทบูร เกิดจากการจัดตั้งผู้นำและอาสาสมัครในการเข้ามามีส่วนร่วมของการฟื้นฟูและอนุรักษ์

ย่านเมืองเก่า ที่ได้ความร่วมมือจากนักศึกษาที่เข้ามาทำงานวิจัยเกี่ยวกับสถาปัตยกรรมเก่าของสถาบัน
 อารศรมศิลป์ จากนั้นหน่วยงานต่าง ๆ อย่างพาณิชย์จังหวัดเห็นแนวทางการพัฒนาของชุมชนก็เข้ามา
 สนับสนุนช่วยเหลือในการทำสื่อป้ายการเรียนรู้ต่าง ๆ และผู้คนที่อาศัยอยู่ในชุมชนเองเริ่มมองเห็น
 คุณค่าชุมชน มีความสนใจที่อยากจะมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนและอนุรักษ์ความเป็นอัตลักษณ์
 ของชุมชนไว้และพร้อมที่จะเผยแพร่วิถีชีวิต วัฒนธรรมความเป็นชุมชนริมน้ำออกสู่คนภายนอก และ
 การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนริมน้ำจันทบูร มีผลต่อการสร้างภาพลักษณ์เพื่อประชาสัมพันธ์การ
 ท่องเที่ยวชุมชน ได้ดังนี้ ชุมชนได้มีแนวทางการออกแบบการปรับปรุงพื้นที่ต่าง ๆ ซึ่งเกิดจากการ
 ขอมริบร่วมกันว่ามีจุดประสงค์เพื่อพัฒนาเพราะเห็นถึงความจำเป็นในการอนุรักษ์และฟื้นฟูมากขึ้น
 กระบวนการมีส่วนร่วมต่าง ๆ ได้สร้างระดับการมีส่วนร่วมที่จำเป็นต่อการท่องเที่ยว โดยชุมชน
 ได้มีการสื่อสารให้ที่มุ่งสร้างความเข้าใจให้กับคนในชุมชนเอง เพื่อที่จะได้เป็นหนึ่งเดียวกันในการ
 สื่อสารความเป็นชุมชนออกไปสู่ภายนอก หากคนในชุมชนยังคงความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน และ
 สามารถเล่าถึงคุณค่า หรือของดีที่ออกมาจากตัวของผู้ที่อยู่อาศัยได้จริง ๆ การประชาสัมพันธ์หรือการ
 สื่อสารก็จะเกิดขึ้นเองโดยที่ชุมชนเป็นคนเริ่ม ซึ่งทั้งหมดนี้เกิดจากการถูกบ่มเพาะให้มีความรู้สึกรัก
 แห่นและเห็นคุณค่าของชุมชนที่อยู่อาศัย และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สามารถเข้ามามีส่วนร่วมในการ
 ส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนริมน้ำจันทบูรได้ การสื่อสารภาพลักษณ์อย่างมีส่วนร่วมถือเป็น
 ความสำเร็จที่ทุกฝ่ายได้เข้ามามีส่วนในการแสดงออกถึงคุณค่าที่มีของชุมชน โดยทุกฝ่ายต้องยอมรับ
 เงื่อนไขของชุมชนและร่วมกันสื่อสารไปในทิศทางเดียวกัน โดยไม่เอาผลประโยชน์ส่วนตนมาเป็น
 ที่ตั้ง และสุดท้ายผู้นำชุมชนต้องทำให้คนในชุมชนเกิดความเชื่อถือและมองเห็นสิ่งที่มีคุณค่าที่อยู่
 ภายในชุมชน มองเห็นการพัฒนาที่ทำให้ชุมชนดีขึ้น และเปิดโอกาสให้คนในพื้นที่ชุมชนได้มีส่วนใน
 การพัฒนาชุมชน มีส่วนในการเป็นกระบอกเสียงในการให้ข้อมูลของชุมชน การสร้างกิจกรรมเพื่อให้
 คนในชุมชนเกิดการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น และแสดงออกถึงความรักภักดีในที่อยู่อาศัย

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การสื่อสารภาพลักษณ์และปัจจัยส่งเสริมการมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนริมน้ำจันทบูร จังหวัดจันทบุรี” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางในการสื่อสารภาพลักษณ์และปัจจัยที่มีส่วนส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วมของชุมชนริมน้ำจันทบูร ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยประกอบด้วย การวิเคราะห์ข้อมูลประเภทเอกสาร และการสัมภาษณ์ โดยใช้วิธีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) และเก็บรวบรวมข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interviewing) และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ เชื่อมโยงกับแนวคิด ทฤษฎีต่าง ๆ และนำมาใช้กับแหล่งข้อมูลได้ดังต่อไปนี้

- 5.1 สรุปผลการศึกษาวิจัย
- 5.2 อภิปรายผลการวิจัย
- 5.3 ข้อเสนอแนะทั่วไป
- 5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัย

5.1 สรุปผลการศึกษาวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การสื่อสารภาพลักษณ์และปัจจัยส่งเสริมการมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนริมน้ำจันทบูร จังหวัดจันทบุรี” เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้

- 1) เพื่อศึกษาแนวทางในการสื่อสารภาพลักษณ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนริมน้ำจันทบูร จังหวัดจันทบุรี
- 2) เพื่อศึกษาปัจจัยส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชนริมน้ำจันทบูร จังหวัดจันทบุรี เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนริมน้ำจันทบูร จังหวัดจันทบุรี

ซึ่งข้อค้นพบที่ได้จากการศึกษาวิจัยเพื่อศึกษาแนวทางในการสื่อสารภาพลักษณ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและปัจจัยส่งเสริมการมีส่วนร่วม เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนริมน้ำจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี สามารถนำเสนอการวิจัยได้ดังนี้

5.1.1 การสื่อสารภาพลักษณ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนริมน้ำจันทบุรี

ผลการวิจัยโดยการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการสื่อสารภาพลักษณ์และการมีส่วนร่วมของชุมชนริมน้ำจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี จำนวน 9 ท่าน ผู้วิจัยได้ค้นพบ 2 ประเด็นดังนี้

5.1.1.1 การนำเสนอภาพลักษณ์ที่โดดเด่นของชุมชนริมน้ำจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี

การนำเสนอภาพลักษณ์ที่โดดเด่นของชุมชนริมน้ำจันทบุรี มีการนำเสนอภาพลักษณ์ชุมชนริมน้ำจันทบุรีที่คงความเป็นเอกลักษณ์ในเรื่องของวิถีชีวิต วัฒนธรรม และสถาปัตยกรรมริมน้ำจันทบุรีจึงเป็นที่ตั้งถิ่นฐานชุมชนที่มีความเจริญรุ่งเรืองเรื่อยมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน โดยชาวชุมชนริมน้ำจันทบุรีได้มีการจัดเก็บข้อมูลทางด้านสถาปัตยกรรมโดยความร่วมมือของสถาบันอาศรมศิลป์ และวิทยาลัยเทคนิคจันทบุรี เพื่อเป็นการเรียนรู้และเป็นการอนุรักษ์ต้นแบบของศิลปกรรมและสถาปัตยกรรมท้องถิ่นชุมชนเอาไว้เป็นอย่างดี ซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็น 5 ด้านหลัก ๆ คือ

(1) ภาพลักษณ์ด้านสถาปัตยกรรม

ชุมชนริมน้ำจันทบุรีมีสถาปัตยกรรมที่น่าสนใจอยู่หลายแห่ง ส่วนใหญ่จะเป็นบ้านเก่าแก่ที่มีอายุกว่า 100 ปีขึ้นไป เช่น บ้านแบบจีนที่มีสถาปัตยกรรมโดดเด่น อย่างบ้านหลวงประกอบนิติสาร บ้านตึกทรงยุโรป บ้านจันทบุรีพาสเทล อาคารแบบตึกฝรั่ง เช่นบ้านหลวงราชไมตรี บ้านไม้หลังคาทรงปั้นหยา เรือนแถวไม้ชั้นเดียวและสองชั้น เป็นต้น และนอกจากนี้ยังมีอาสนวิหารพระนางมารีอาปฏิสนธิณิรมลซึ่งอยู่ฝั่งตรงข้ามกับตลาดล่าง เป็นวัดคาทอลิกที่มีรูปแบบสถาปัตยกรรมแบบโกธิค โดยมีลักษณะเด่นของสถาปัตยกรรมคือการใช้โค้งแหลม เพดานสัน และ ค้ำยันแบบปีก ภายในประดับด้วยกระจกสีเป็นรูปนักบุญสวยงาม และรูปปั้นแม่พระประดับพลอย รวมทั้งยังมีศิลปะที่น่าสนใจอีกหลายอย่างในพระอาสนวิหาร

(2) ภาพลักษณ์ด้านศิลปกรรม

ผู้คนที่ผ่านไปมาบนถนนสุขาภิบาลก็จะสามารถพบเห็นสถาปัตยกรรมสิ่งก่อสร้างได้ตลอดเส้นทาง ทั้งลวดลายแกะสลักแบบจีนแบบฝรั่งเศสแบบไทย และแบบผสมผสาน เช่น ระบายชายคาไม้ฉลุแบบขนมปังจิง ช่องลมไม้ฉลุลายเถาดอกไม้ รวาระเบียงเหล็กหล่อลวดลายสวยงามซึ่งมีความสวยงามและอัตลักษณ์เฉพาะตัว บางส่วนในชุมชนมีการเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัยบ้างแต่ชาวชุมชนริมน้ำจันทบูรส่วนใหญ่ต่างช่วยกันอนุรักษ์สถาปัตยกรรมเหล่านี้ไว้ให้เป็นมรดกทางวัฒนธรรมแก่ลูกหลานสืบทอดกันไปและยังนำอัตลักษณ์นี้สื่อสารออกไปให้แก่นักท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จัก

(3) ภาพลักษณ์ด้านศาสนา

ชาวชุมชนริมน้ำจันทบูร ได้อนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันในด้านต่าง ๆ อาทิ ด้านศาสนา ศาสนาของชาวชุมชนริมน้ำจันทบูร มีทั้งศาสนาพุทธและศาสนาคริสต์ ชาวชุมชนตลาดบนและตลาดกลางส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ และชุมชนตลาดล่างส่วนหนึ่งรวมถึงกลุ่มบ้านฉวนนับถือศาสนาคริสต์ โดยมีศาสนสถานตั้งอยู่ทั้งสองฝั่งแม่น้ำ ซึ่งได้แก่ วัดโบสถ์ วัดเขตรับบุญญาราม ศาลเจ้าตัวเต่าเอี้ย ศาลเจ้าแม่กวนอิมและศาลเจ้าที่ตลาดล่าง ตั้งอยู่ริมฝั่งตะวันตก ส่วนอาสนวิหารพระนางมารีอาปฏิสนธิ์นรมล วัดจันทารามและศาลเจ้าสระบาปตั้งอยู่ริมฝั่งตะวันออก

(4) ภาพลักษณ์ด้านวัฒนธรรมและประเพณี

ชุมชนริมน้ำจันทบูรมีการผสมผสานกัน 3 วัฒนธรรม คือ ไทย จีน และฉวน ซึ่งในอดีตจะเห็นได้ชัดเจนในเรื่องของการแต่งกาย ภาษาพูดและอาหาร และสามารถอยู่ด้วยกันได้อย่างกลมเกลียวผสมผสาน เช่น การแต่งงานข้ามเชื้อชาติ การแสดงงิ้วเป็นภาษาไทย ส่วนวัฒนธรรมในเรื่องการแต่งกายปัจจุบันไม่พบในวิถีชีวิตแล้ว นอกจากนี้ด้านประเพณี ที่ทำเป็นประจำอย่างทุกปีของชุมชนริมน้ำจันทบูรได้แก่ การหล่อเทียนพรรษาวัดโบสถ์ การลอยกระทงและแข่งเรือที่วัดจันทาราม การถือศีลกินเจและการประกอบพิธีบูชาดาวเสริมดวงที่วัดเขตรับบุญญาราม การแห่เจ้าและการทิ้งกระจาดของ 4 ศาลเจ้า และประเพณีตักบาตรข้าวหอ

(5) ภาพลักษณ์วิถีชีวิตชุมชน

ชุมชนริมน้ำจันทบูรมีวิถีชีวิตที่เรียบง่าย ภายในชุมชนส่วนมากจะเป็นคนเฒ่าคนแก่อาศัยอยู่สืบทอดกันมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน เป็นชุมชนเล็ก ๆ บนถนนสุขาภิบาล มี

ระยะทางประมาณ 1 กิโลเมตร ชุมชนค่อนข้างเงียบในช่วงเวลาจันทร์-ศุกร์ แต่จะมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมในวันเสาร์-อาทิตย์ ภายในชุมชนส่วนใหญ่จะเป็นที่พักอาศัย บางบ้านมีการค้าขาย มีทั้งขายของมาแต่ดั้งเดิมและผู้ที่จะเข้าไปทำธุรกิจภายในชุมชน ภายในชุมชนมีร้านค้าร้านอาหารหลายอย่างที่ยื่นชื่อ อาทิ ขนมไข่ป่าไม้ ไอศกรีมจรวด ก๋วยจั๊บป่าใหม่ ร้านขนมแม่กิมเฮีย นอกจากนี้ยังมีบ้านโบราณที่สำคัญของชุมชนหลายแห่ง ชุมชนริมน้ำจันทบูรนับได้ว่าเป็นชุมชนที่มีวิถีชีวิตเรียบง่าย มีความสงบสุข มีความเป็นกันเองกับนักท่องเที่ยว วิธีการพูดคุยก็จะสั้น ๆ ห้วน ๆ ชอบซักถามพูดคุยกับนักท่องเที่ยวและเล่าเรื่องราวของชุมชนริมน้ำจันทบูรให้นักท่องเที่ยวที่สนใจได้ฟัง

5.1.1.2 การใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนริมน้ำจันทบูร จังหวัดจันทบุรี

การที่ชุมชนมีความเข้มแข็งในการสื่อสารภาพลักษณ์ที่ดีของชุมชน ประกอบกับการเข้ามามีส่วนร่วมของหน่วยงานต่าง ๆ ในการช่วยเหลือด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว อาทิ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด กรมพัฒนาชุมชนจังหวัด About Chan Magazine ฯลฯ ทำให้เกิดการสื่อสารภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของชุมชนริมน้ำจันทบูร ตามช่องทางต่าง ๆ ที่แตกต่างกันไป ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า วิธีการสื่อสารภาพลักษณ์เพื่อส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวของชุมชนริมน้ำจันทบูร ยังคงไว้ซึ่งความเป็นชุมชนเข้มแข็งพร้อมวิสัยทัศน์ “วัฒนธรรมนำการค้า” คือทุกคนในชุมชนต้องการนำเสนอความเป็นคุณค่าแท้ของชุมชน ออกมานั้นหมายถึงประวัติศาสตร์ชุมชนสถาปัตยกรรมที่เก่าแก่ วัฒนธรรมประเพณีที่สืบทอดมานาน ไปจนถึงวิถีชีวิตคนในชุมชน ซึ่งสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวนั้น ผู้วิจัยสามารถแบ่งออกเป็น 4 สื่อด้วยกัน ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ สื่อมวลชน และสื่ออินเทอร์เน็ต

สื่อบุคคล การใช้สื่อประเภทบุคคลในการให้ข้อมูล การประชาสัมพันธ์ของชุมชนริมน้ำจันทบูร ได้แก่ คนที่อาศัยในชุมชน ญาติพี่น้องของผู้ที่อาศัยในชุมชน ผู้ที่เคยมาท่องเที่ยวภายในชุมชน จะเป็นสื่อบุคคลหลักในการให้ข้อมูลข่าวสาร ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวให้คนภายนอกได้รับรู้ นับว่าเป็นการสื่อสารเพื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนที่ง่ายที่สุด และสามารถสร้างแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวด้วยการพูดแบบเป็นกันเอง ใช้การสื่อสารแบบปากต่อปาก (Word-of-Mouth) จากผู้ที่อาศัยอยู่ในชุมชนที่คอยบอกเล่าเรื่องราวที่น่าสนใจเหล่านี้ให้กับคนที่มาท่องเที่ยว

ชุมชนริมน้ำจันทบูร สามารถซักถามข้อสงสัยได้ ทำให้สามารถรู้ถึงความรู้สึกนึกคิดของคนภายนอกชุมชนได้

สื่อเฉพาะกิจ ภายในชุมชนมีการใช้สื่อเฉพาะกิจด้วยกันหลายรูปแบบ มีทั้งที่ภายในชุมชนผลิตขึ้นมาเอง และหน่วยงานภายนอกมาผลิตให้ ได้แก่ แผ่นพับ ป้ายเผยแพร่ข้อมูลต่าง ๆ เอกสารข้อมูลการท่องเที่ยวชุมชน ของที่ระลึกต่าง ๆ ซึ่งสื่อเฉพาะกิจเหล่านี้มีเนื้อหาที่แตกต่างกัน เป็นสื่อที่เหมาะสมสำหรับที่จะสื่อสารกับคนภายนอกชุมชนและนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม

สื่อมวลชน ชุมชนริมน้ำจันทบูรค่อนข้างมีสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทนี้ครอบคลุม ไม่ว่าจะเป็น สื่อทางโทรทัศน์ สื่อทางหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร บล็อกเกอร์ ที่เข้ามาช่วยประชาสัมพันธ์ข้อมูลต่าง ๆ โดยสื่อประเภทนี้ ทางชุมชนไม่ได้เป็นผู้ผลิตเอง สื่อภายนอก หรือหน่วยงานต่าง ๆ เป็นคนติดต่อเข้ามาผ่านทางผู้นำชุมชน และ ผู้จัดการบ้านหลวงราชไมตรีเข้ามาเพื่อขอข้อมูลของชุมชน ไปเผยแพร่ โดยมีคนในชุมชนเป็นผู้ให้ข้อมูลด้านต่าง ๆ

สื่ออินเทอร์เน็ต มีการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของชุมชน ไม่ว่าจะเป็นทางเพจ Facebook ของชมรมพัฒนาชุมชนริมน้ำจันทบูร หรือเว็บไซต์ และ Facebook เพจ บ้านหลวงราชไมตรี ที่นับว่าเป็นสื่อหลักของชุมชนริมน้ำจันทบูร เป็นสื่อที่ทางชุมชนพยายามปรับเปลี่ยนในทันยุคสมัยกับปัจจุบัน ซึ่งสามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็วและง่ายดาย

สำหรับชุมชนริมน้ำจันทบูรนั้นมีการสื่อสารและการเล่าเรื่องราวของวิถีของคนในชุมชนหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นการเล่าเรื่องราวผ่านสถาปัตยกรรม ศิลปกรรมที่สวยงามภายในชุมชน ประวัติศาสตร์ที่มีอายุกว่า 100 ปี การสื่อสารผ่านผู้ที่อาศัยอยู่ในชุมชนริมน้ำจันทบูรที่แสดงให้เห็นถึงความเป็นมิตรไมตรี มีวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่เรียบง่าย สงบสุข การเล่าเรื่องราวผ่านสินค้าพื้นเมือง ของฝาก ของที่ระลึก รวมไปถึงอาหารคาว หวาน สูตรโบราณ ซึ่งการดำรงไว้ซึ่งเอกลักษณ์นี้ทางผู้ดูแลชุมชนมองว่าเป็นสิ่งที่ยั่งยืน ไม่ว่าจะเวลาจะผ่านไปนานแค่ไหน นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยี่ยมชมยังสามารถมองเห็นคุณค่าของชุมชนนี้อยู่ นอกเหนือจากการนำเสนอคุณค่าของสิ่งที่มีอยู่ในชุมชนนั้น ชุมชนริมน้ำจันทบูรยังมีการสื่อสารเล่าเรื่องราววิถีชีวิตและวัฒนธรรมผ่านการจัดทำข้อมูลทางด้านประวัติศาสตร์ของชุมชน แหล่งท่องเที่ยว แก่ผู้ที่มาท่องเที่ยว เพื่อส่งเสริมการสร้างภาพลักษณ์ผ่านการสื่อสาร ด้วยการสร้างแหล่งการเรียนรู้ของชุมชน คือ บ้านเรียนรู้ชุมชน บ้านเลขที่

69 และ บ้านหลวงราชไมตรี อีกทั้งยังมีการจัดทำหนังสือท่องเที่ยวชุมชนริมน้ำ ซึ่งตีบอกเล่าเรื่องราวชุมชนริมน้ำ การจัดทำป้ายบอกเล่าเรื่องราวประวัติของบ้านแต่ละหลัง และการจัดทำแผ่นพับขึ้นมาเพื่อใช้เป็นอีกหนึ่งช่องทางการสื่อสารเรื่องราวของชุมชนออกสู่ประชาชนภายนอก และนอกจากนี้ ยังได้ความร่วมมือจากสื่อต่าง ๆ นอกพื้นที่ แม้กระทั่งคนที่มาเที่ยวชมก็นับว่าเป็นอีกกระบอกเสียงที่ถ่ายทอดเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ และอัตลักษณ์ของชุมชนได้เป็นอย่างดี

ดังนั้น การสื่อสารภาพลักษณ์ที่ชุมชนริมน้ำจันทบูรทำกันมาตั้งแต่แรกจนถึงปัจจุบันคือการนำเสนอวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่หลากหลาย ทางศาสนา การแสดงให้เห็นถึงการอนุรักษ์ศิลปกรรม สถาปัตยกรรม ให้คงอยู่ไว้ให้มากที่สุด (ถ้าไม่นับรวมกับเหตุการณ์ไฟไหม้ครั้งใหญ่) ดังนั้นทุกสิ่งที่ได้มีการเผยแพร่ออกไปไม่ว่าจะเป็นการประชาสัมพันธ์จากคนภายนอกที่มาท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์ของคนภายในเองด้วยการสื่อสารแบบปากต่อปาก ต้องเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจริง มีอยู่จริง และมีภาพลักษณ์ที่โดดเด่นของชุมชนริมน้ำจันทบูรปรากฏอยู่ในสื่อ นั้น

5.1.2 ปัจจัยส่งเสริมการมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนริมน้ำจันทบูร

ผลที่ได้จากการศึกษา ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิจัยปัจจัยส่งเสริมการมีส่วนร่วม จำนวน 3 ประเด็น ดังนี้

5.1.2.1 การมีส่วนร่วมของชุมชนและการสร้างเป้าหมาย

ภายในชุมชนริมน้ำจันทบูรยึดหลักการมีส่วนร่วมของคนภายในชุมชนเป็นสำคัญ โดยเริ่มจากการหาเป้าหมายในการพัฒนาร่วมกันจนได้ข้อตกลงร่วมกันว่าจะร่วมกันสร้างจิตสำนึกและความสามัคคีของชุมชน ในการดำรงไว้ซึ่งวิถีชีวิตที่มีคุณภาพร่วมกับการอนุรักษ์ฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรม และความเป็นย่านการค้า โดยกิจกรรมของชุมชนมีการจัดขึ้นครั้งแรก เดือนกันยายน 2553 คือ “เปิดบ้านริมน้ำ เชื้อนริมน้ำ มองอดีตผ่านปัจจุบัน ณ ชุมชนริมน้ำ ” โดยจัดต่อเนื่องกัน 3 ปี การเปิดบ้านการเรียนรู้ ให้ความรู้ทาง โดยคนในชุมชนหวังไว้ว่าการสืบสานเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ของชุมชนผ่านกิจกรรมต่าง ๆ นั้น จะสามารถถ่ายทอดสู่คนยุคหลังเพื่อนำไปสู่การพัฒนาบ้านริมน้ำจันทบูรให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่สำคัญและยั่งยืนของจังหวัดจันทบุรีได้ แต่การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนริมน้ำจันทบูรเองยังไม่ปรากฏให้เห็นเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันใน

บางเรื่องอย่างเช่น ผลประโยชน์ทางธุรกิจ หรือการสนับสนุนให้เกิดธุรกิจการค้าขึ้น ซึ่งส่วนใหญ่เกิดจากการเข้ามาบีบคั้นของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง อาจทำให้มีความเห็นต่างกันอย่างในเรื่องนี้ แต่สิ่งที่เห็น ได้ชัดถึงการมีส่วนร่วมและเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของชุมชน คือการที่คนในชุมชนสามารถสื่อสารและถ่ายทอดถึงภาพลักษณ์ของชุมชนและพร้อมที่จะฟื้นฟูและอนุรักษ์ไว้ซึ่งศิลปวัฒนธรรมและวิถีชีวิต

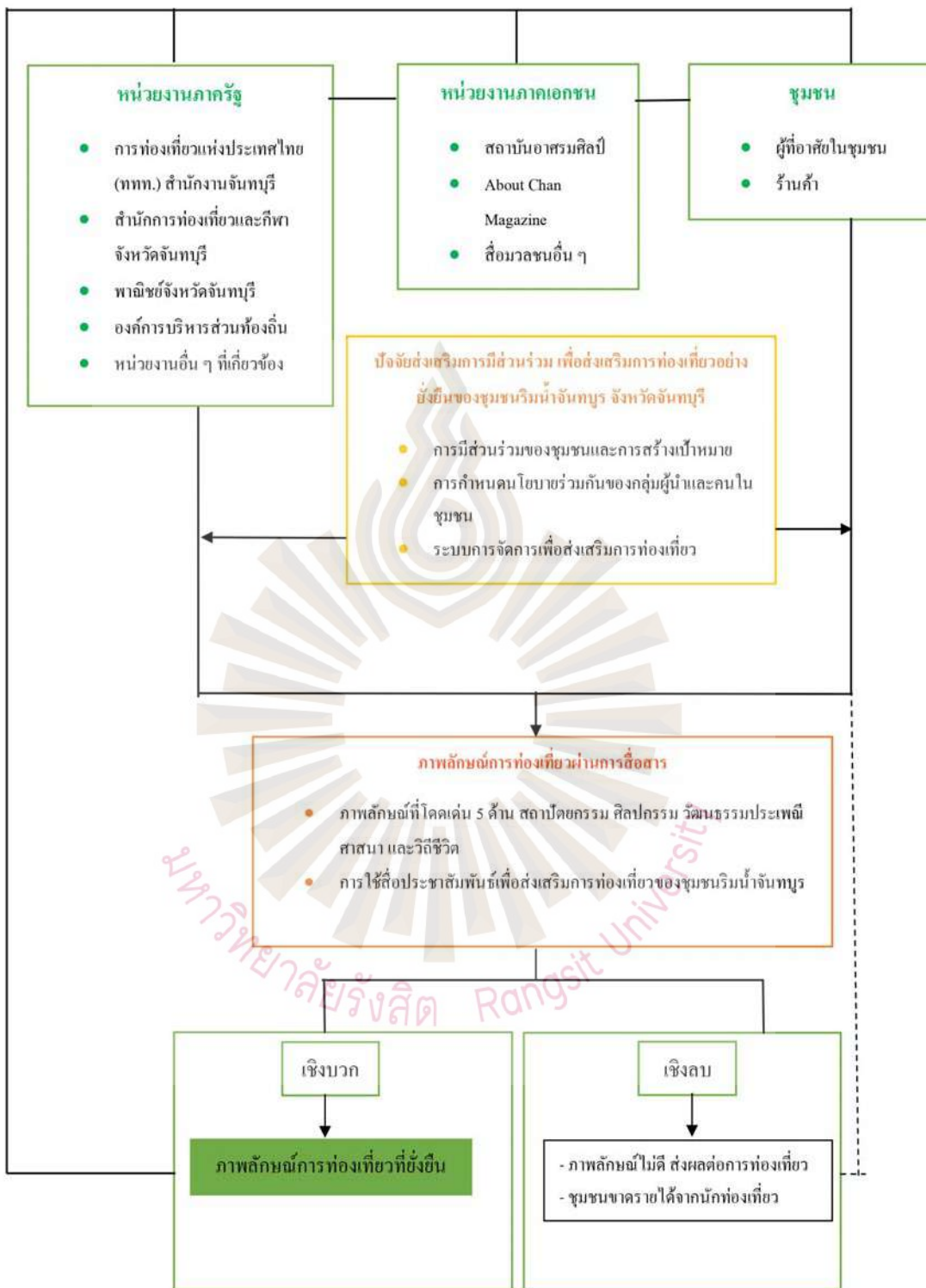
5.1.2.2 การกำหนดนโยบายร่วมกันของกลุ่มผู้นำและคนในชุมชน

ก่อนชุมชนจะเกิดการฟื้นฟูและพัฒนาได้มีการเข้ามาของพาณิชย์จังหวัดจันทบุรี ภายใต้โครงการหนึ่งของกระทรวงพาณิชย์ ได้เล็งเห็นความสำคัญของการดึง “อัตลักษณ์ทางการค้า” ของแต่ละจังหวัดออกมาเป็นแรงขับเคลื่อน สำหรับจังหวัดจันทบุรี ชุมชนที่ได้รับเลือกก็คือชุมชนริมน้ำจันทบูรแห่งนี้ ที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นทั้งทางภูมิศาสตร์ วิถีชีวิต และสถาปัตยกรรมที่งดงาม จึงเป็นพื้นที่ที่ถูกคัดเลือกโดยสำนักงานพาณิชย์จังหวัดจันทบุรีให้นำไปพัฒนาเป็น “พื้นที่สัญลักษณ์ทางด้านวัฒนธรรม” แห่งใหม่ จากนั้นก็เริ่มมีการเข้ามามีส่วนร่วมภายในชุมชนริมน้ำจันทบูรมีการทำประชาคม และวางแผนร่วมกันกับคนในชุมชนใน “แนวทางการพัฒนาฟื้นฟูเป็นย่านการค้า” และได้เริ่มวางแผนการทำงานโดยระยะแรก เป็นการปลุกระดมความคิดเห็นชุมชน กระตุ้นให้เกิดความร่วมมือและการทำงานร่วมกัน เกิดเป็น “คณะกรรมการพัฒนาชุมชนริมน้ำจันทบูร” สร้างวิสัยทัศน์ “วัฒนธรรมนำการค้า” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างจิตสำนึกและความสามัคคีของชุมชนในการดำรงไว้ซึ่งวิถีชีวิตที่มีคุณภาพ สืบสานและเผยแพร่ประวัติศาสตร์ชุมชน อนุรักษ์ศิลปะสถาปัตยกรรมชุมชนเพื่อนำไปสู่การเป็นแหล่งเรียนรู้และแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สำคัญของจังหวัด ซึ่งนอกจากนโยบายของกระทรวงพาณิชย์ที่มีบทบาทในการขับเคลื่อนชุมชนแล้วนั้น นโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยว ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ก็เข้ามาบีบคั้นร่วมกับชุมชนเมื่อหลังโครงการฟื้นฟูและอนุรักษ์ชุมชนริมน้ำจันทบูรเมื่อไม่นานมานี้ ซึ่งหากเรามองภาพรวมทั้งหมดจากที่กล่าวไปข้างต้นนั้น จะเห็นได้ว่ากลุ่มผู้นำที่ผู้วิจัยกล่าวถึงมิได้มีเพียงแค่ผู้นำในชุมชนแต่ยังมีหน่วยงานอื่น ๆ ที่มีบทบาทในการกำหนดนโยบายเพื่อเป็นแบบแผนในการดำเนินการให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันออกไปในแต่ละหน่วยงาน ซึ่งทุกหน่วยงานที่ผู้วิจัยได้ผู้ถึง มีส่วนร่วมในการช่วยพัฒนาให้ชุมชนสามารถสื่อสารคุณค่าที่แท้จริงของชุมชนออกมาได้

5.1.2.3 ระบบการจัดการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

ภายในชุมชนมีระบบจัดการทั่วไป คือมีผู้นำชุมชน แต่ผู้นำชุมชนนั้น มีทั้งจากการแต่งตั้งของเทศบาลและการแต่งตั้งจากผู้ที่อาศัยอยู่ในชุมชน จากการวิเคราะห์การสัมภาษณ์ในเรื่องของภาวะผู้นำชุมชน พบว่า ชุมชนริมน้ำจันทบูร ปัจจุบันคุณ ประภาพรรณ ฉัตรมาลัย ได้ถูกรับเลือกให้เป็นผู้นำชุมชน โดยสามารถวิเคราะห์บทบาทของผู้นำชุมชนริมน้ำจันทบูรได้ดังนี้ (1) มีเป้าประสงค์ที่ชัดเจนในการที่อยากจะอนุรักษ์คุณค่าของชุมชนไว้ (2) สามารถนำพาคณะในชุมชนให้เกิดความอยากมีส่วนร่วมในการที่อยากพัฒนาชุมชน ถิ่นอาศัยบ้านเกิดให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่ยังทรงคุณค่าทั้งศิลปวัฒนธรรม สถาปัตยกรรมและวิถีชีวิต (3) มีการรับฟังความคิดเห็นของผู้คนในชุมชนเพื่อนำมาพัฒนาชุมชนให้ดีขึ้น โดยชุมชนมีจุดแข็งของการมีส่วนร่วมชุมชนคือความเป็นอัตลักษณ์ของทรัพยากรภายในชุมชน การค้าขายที่มีจุดยืนของผู้นำชุมชนที่จะไม่เปลี่ยนแปลงวัฒนธรรม มีความเข้าใจและส่งเสริมให้ผู้คนที่อาศัยอยู่ในชุมชนมีความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลข่าวสาร ส่วนจุดอ่อนของชุมชนคือ กลุ่มคนบางกลุ่มที่ไม่ให้ความร่วมมือกับชุมชน โดยมองเรื่องผลประโยชน์ของการค้าขายมากกว่าความเป็นอยู่ เปิดร้านอาหาร สถานบันเทิงที่ไม่สอดคล้องกับวิถีชีวิตในชุมชน เช่น ร้านอาหารที่เปิดในช่วงเวลากลางคืน ก่อให้เกิดปัญหาเรื่องของการส่งเสียงดัง การสัญจรของผู้คน และการทะเลาะวิวาท ทำให้คนในชุมชนรู้สึกถึงความไม่ปลอดภัย และความไม่เหมาะสม นอกจากชุมชนริมน้ำจันทบูรจะมีระบบการจัดการภายในที่ค่อนข้างเข้มแข็งในเรื่องของการรักษาอัตลักษณ์ของชุมชนและการดำรงไว้ซึ่งวิถีชีวิตชาวชุมชนแล้ว ยังมีปัจจัยอื่น ๆ ที่ส่งเสริมให้เกิดระบบการจัดการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว คือ การที่หน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้เข้ามามีส่วนร่วมต่าง ๆ ในชุมชนริมน้ำจันทบูร

ผู้วิจัยสามารถสรุปแนวทางการมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนสามารถสรุปได้ดังแผนภูมิต่อไปนี้



รูปที่ 5.1 แนวทางการมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนริมน้ำจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

จากการวิจัยและวิเคราะห์เรื่องการสื่อสารภาพลักษณ์และปัจจัยส่งเสริมการมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนริมน้ำจันทบูร จังหวัดจันทบุรี ผู้วิจัยได้อภิปรายผลการวิจัยตามปัญหาการวิจัย ตามประเด็นดังต่อไปนี้

5.2.1 การสื่อสารภาพลักษณ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนริมน้ำจันทบูร

จากการศึกษาครั้งนี้ มีข้อค้นพบประเด็นในเรื่องของการสื่อสารภาพลักษณ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 2 ประเด็นดังนี้

5.2.1.1 การนำเสนอภาพลักษณ์ที่โดดเด่นของชุมชนริมน้ำจันทบูร จังหวัดจันทบุรี

ชุมชนริมน้ำจันทบูรยังคงไว้ซึ่งความมีอัตลักษณ์ที่โดดเด่น ซึ่งอัตลักษณ์นี้เป็นสิ่งที่สืบทอดกันมาอย่างยาวนานตั้งแต่สมัยอดีตจนถึงปัจจุบัน ซึ่งผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ผู้คนที่อาศัยอยู่ในชุมชนริมน้ำจันทบูร และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องได้ร่วมกันอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม และวิถีชีวิตดั้งเดิม ทั้งด้านศาสนา วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี ไว้อย่างดี และการนำเสนอภาพลักษณ์โดยการดึงเอาความโดดเด่นของชุมชนริมน้ำจันทบูร สามารถผู้วิจัยได้แบ่งข้อมูลได้ 5 ด้าน ดังนี้

(1) ภาพลักษณ์ด้านสถาปัตยกรรม ชุมชนริมน้ำจันทบูรมีสถาปัตยกรรมที่น่าสนใจ ที่แตกต่างจากชุมชนอื่น ซึ่งผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า อาคารบ้านเรือนในชุมชนส่วนใหญ่จะเป็นบ้านเก่าแก่ที่มีอายุกว่า 100 ปีขึ้นไป เช่น บ้านแบบจีน อย่างบ้านหลวงประกอบนิติสาร บ้านตึกทรงยุโรป บ้านขุนบูรพาภิล อาคารแบบตึกฝรั่ง เช่นบ้านหลวงราชไมตรี บ้านไม้หลังคาทรงปั้นหยา เรือนแถวไม้ชั้นเดียวและสองชั้น เป็นต้น และนอกจากนี้ยังมีอาสนวิหารพระนางมารีอาปฏิสนธินิรมลซึ่งอยู่ฝั่งตรงข้ามกับตลาดล่าง เป็นวัดคาทอลิกที่มีรูปแบบสถาปัตยกรรมแบบโกธิค โดยมีลักษณะเด่นของสถาปัตยกรรมคือการใช้โค้งแหลม เพดานสัน และ ค้ำยันแบบปีก ภายในประดับด้วยกระจกสีเป็นรูปนักบุญสวยงาม และรูปปั้นแม่พระประดับพลอย รวมทั้งยังมีศิลปะที่น่าสนใจอีกหลายอย่างในพระอาสนวิหาร ซึ่งสิ่งเหล่านี้นักท่องเที่ยวสามารถเที่ยวชมได้โดยสถาปัตยกรรมเหล่านี้จะกระจายตัวอยู่ทุกแห่งในชุมชน

(2) ภาพลักษณ์ด้านศิลปกรรม ได้มีการจัดเก็บข้อมูลทางด้านสถาปัตยกรรม โดยความร่วมมือของสถาบันอาศรมศิลป์ และวิทยาลัยเทคนิคจันทบุรี เพื่อเป็นการเรียนรู้และเป็น

การอนุรักษ์ต้นแบบของศิลปกรรมและสถาปัตยกรรมท้องถิ่นชุมชนเอาไว้ โดยผู้คนที่เดินผ่านไปมา บนถนนสุขาภิบาลก็จะสามารถพบเห็นสถาปัตยกรรม สิ่งก่อสร้างได้ตลอดเส้นทาง ทั้งลวดลาย แกะสลักแบบจีนแบบฝรั่งเศสแบบไทย และแบบผสมผสาน เช่น ระบายชายคาไม้ฉลุแบบขนมปังจิง ช่องลมไม้ฉลุลายเถาดอกไม้ ราวระเบียงเหล็กหล่อลวดลายสวยงามซึ่งมีความสวยงามและอัตลักษณ์ เฉพาะตัว ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ลวดลายแกะสลักต่าง ๆ ที่สามารถพบเห็นได้ตามตัวอาคาร บ้านเรือนที่อยู่ในชุมชนนั้น บางส่วนในชุมชนมีการเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัยบ้างแต่ชาวชุมชน ริมน้ำจันทบูรส่วนใหญ่ต่างช่วยกันอนุรักษ์สิ่งเหล่านี้ไว้ให้เป็นมรดกทางวัฒนธรรมแก่ลูกหลานสืบ ทอดกันไป และยังสามารถนำอัตลักษณ์นี้สื่อสารออกไปให้นักท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักซึ่งนอกจาก นักท่องเที่ยวที่สนใจแล้ว ศิลปกรรม สถาปัตยกรรมเหล่านี้ยังมีกลุ่มที่สนใจเฉพาะเข้ามาศึกษาอีกด้วย

(3) ภาพลักษณ์ด้านศาสนา ชาวชุมชนริมน้ำจันทบูร ได้อนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม มาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ในด้านต่าง ๆ อาทิ ด้านศาสนา ศาสนาของชาวชุมชนริมน้ำจันทบูร มีทั้ง ศาสนาพุทธและศาสนาคริสต์ ชาวชุมชนตลาดบนและตลาดกลางส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ และ ชุมชนตลาดล่างส่วนหนึ่งรวมถึงกลุ่มบ้านญวนนับถือศาสนาคริสต์ โดยมีศาสน-สถานตั้งอยู่ทั้งสองฝั่งแม่น้ำ ซึ่งได้แก่ วัด โบสถ์ วัดเขตรันานูญญาราม ศาลเจ้าตัวเล่าเอี้ย ศาลเจ้าแม่กวนอิมและศาลเจ้าที่ ตลาดล่าง ตั้งอยู่ริมฝั่งตะวันตก ส่วนอาสนวิหารพระนางมารีอาปฏิสนธินิรมล วัดจันทารามและ ศาลเจ้าสระบาปตั้งอยู่ริมฝั่งตะวันออก

(4) ภาพลักษณ์ด้านวัฒนธรรมและประเพณี ชุมชนริมน้ำจันทบูรมีการ ผสมผสานกัน 3 วัฒนธรรม คือ ไทย จีน และญวน ซึ่งในอดีตจะเห็นได้ชัดเจนในเรื่องของการแต่ง กาย ภาษาพูดและอาหาร และสามารถอยู่ด้วยกันได้อย่างกลมเกลียวผสมผสาน เช่น การแต่งงานข้าม เชื้อชาติ การแสดงงิ้วเป็นภาษาไทย ส่วนวัฒนธรรมในเรื่องการแต่งกายปัจจุบันไม่พบในวิถีชีวิตแล้ว นอกจากนี้ด้านประเพณี ที่ทำเป็นประจำอย่างทุกปีของชุมชนริมน้ำจันทบูร ได้แก่ การหล่อเทียน พรธาวัดโบสถ์ การลอยกระทงและแข่งเรือที่วัดจันทาราม การถือศีลกินเจและการประกอบพิธี บูชาดาวเสริมดวงที่วัดเขตรันานูญญาราม การแห่เจ้าและการทิ้งกระจาดของ 4 ศาลเจ้า และประเพณี ตักบาตรข้าวห่อ ซึ่งจากที่ผู้วิจัยกล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า วัฒนธรรมและประเพณีใน หลายๆ ส่วนยังมีการคงอนุรักษ์ไว้จนถึงปัจจุบัน และถือได้ว่าเป็นประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ ของพื้นที่ชุมชนแห่งนี้ เช่น พิธีบูชาดาวนพเคราะห์ ที่วัดเขตรันานูญญาราม เป็นพิธีศักดิ์สิทธิ์ที่สืบ ทอดกันมาเป็นร้อยปี

(5) ภาพลักษณ์วิถีชีวิตชุมชน

ชุมชนริมน้ำจันทบูรมีการสื่อสารและการเล่าเรื่องราวของวิถีของคนในชุมชน หลายรูปแบบไม่ว่าจะเป็นการเล่าเรื่องราวผ่านสถาปัตยกรรม ศิลปกรรมที่สวยงามภายในชุมชน

ประวัติศาสตร์ที่มีอายุกว่า 100 ปี การสื่อสารผ่านผู้คนที่อาศัยอยู่ในชุมชนริมน้ำจันทบูรที่แสดงให้เห็นถึงความ เป็นมิตรไมตรี มีวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่เรียบง่าย สงบสุข ผ่านสินค้าพื้นเมือง ของฝากของที่ระลึก รวมไปถึงอาหารคาว หวาน สูตรโบราณ และการให้ข้อมูลผ่านแหล่งเรียนรู้ชุมชน ผู้วิจัยมีความเห็นว่า ชุมชนริมน้ำจันทบูรต้องการนำเสนอคุณค่าของสิ่งที่มีอยู่ในชุมชนให้คนภายนอกได้รับรู้และเข้าใจความเป็นวิถีชีวิตชุมชนที่แท้จริงมากกว่าการเป็นเหมือนแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ เหมือนตลาดคนเดิน

ดังนั้นแนวทางการสื่อสารภาพลักษณ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนนอกจากนำเสนอภาพลักษณ์ที่โดดเด่นของแต่ละด้านแล้ว ยังมีการสื่อสารออกไปในด้านของ ศาสนา วัฒนธรรม และประเพณี ซึ่งปัจจุบันก็ยังคงมีการสืบทอดกันอยู่ โดยหลายหน่วยงานของจังหวัดได้พยายามเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวด้วยการนำเอา ตัวตนของชุมชนตั้งขึ้นเป็นจุดศูนย์กลางในการท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตและชุมชน เพื่อให้คนภายนอกได้เห็นถึงคุณค่ามรดกทางวัฒนธรรมของชุมชน และการเกิดความมีส่วนร่วมกัน ในชุมชนมีความสำคัญมากในการออกแบบทิศทางของการสื่อสารให้ไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ดศิยาพร จารุมณีรัตน์ (2548 อ้างถึงใน จิรายุทธ์ สนดา, 2557) อธิบายว่า ภาพลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวหรือประชาชนในท้องถิ่นมีต่อแหล่งท่องเที่ยว นั้นเป็นองค์ประกอบสำคัญของการสร้างความคาดหวังของนักท่องเที่ยว ดังนั้น นักท่องเที่ยวจะพึงพอใจ หรือไม่ต่อการเดินทางมาพักผ่อนหย่อนใจขึ้นอยู่กับความคาดหวังและภาพลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวมีต่อสถานที่นั้น ๆ เพราะนักท่องเที่ยวจะเปรียบเทียบความคาดหวังและภาพลักษณ์ของสถานที่นั้นกับประสบการณ์จริง อีกทั้งชุมชนริมน้ำจันทบูรมีเรื่องราวที่ควรค่าแก่การประชาสัมพันธ์ เพราะภาพลักษณ์ที่มี สอดคล้องกับวิถีชีวิตของคนในชุมชน เป็นแหล่งที่สามารถรวบรวมและเชื่อมต่อเรื่องราวในประวัติศาสตร์และปัจจุบัน ได้อย่างชัดเจน และผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ชุมชนแห่งนี้เป็นชุมชนท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่น่าสนใจ ส่งผลให้เกิดภาพลักษณ์ที่ไม่บิดเบือนไปจากความเป็นจริง มีการสื่อสารที่เข้าใจตรงกันระหว่างชุมชนริมน้ำจันทบูรและนักท่องเที่ยวกลุ่มที่ขึ้นชอบการท่องเที่ยวชุมชน และภาพลักษณ์ของชุมชนถือว่าเป็นสิ่งที่ยังสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้โดยใช้ภาพลักษณ์เฉพาะของชุมชน ทั้งด้านวัฒนธรรม และวิถีชีวิต เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่กำลังนิยมการท่องเที่ยวแบบเปิดประสบการณ์ คือ ท่องเที่ยวเพื่อแสวงหาความสนุกสนาน และเรียนรู้ วัฒนธรรมต่าง ๆ ซึ่ง สอดคล้องกับสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทัชชะพงศ์ อัสวพรหมธาดา (2550) ได้ ทำการศึกษาความ คาดหวังและการรับรู้ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการ จัดการการท่องเที่ยว ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ด้านพฤติกรรม การท่องเที่ยว มีสิ่งจูงใจทางด้านเหตุผลคือ เป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ สิ่งจูงใจ ทางด้านอารมณ์คือ ต้องการมาเห็นวิถีชีวิตความ

เป็นอยู่ของชุมชน ซึ่งภาพลักษณ์เหล่านี้มีส่วนในการตัดสินใจในการมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว และยังสามารถสร้างการมีส่วนร่วมระหว่างนักท่องเที่ยวกับผู้ที่อาศัยอยู่ในชุมชนเพื่อส่งเสริมให้ชุมชนริมน้ำจันทบูรแห่งนี้เป็แหล่งการท่องเที่ยวที่มีความยั่งยืนสอดคล้องกับผลการศึกษาเรื่อง ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของ โกมล คุ่มลักษ์, กฤษณา ปลั่งเจริญศรี, วิเชียร ศรีพระจันทร์, และ บัณฑิต ผังนิรันดร์ (2558) ที่กล่าวว่า ภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวจะส่งผลทำให้การรับรู้คุณค่าของ นักท่องเที่ยวเกิดขึ้น เพราะภาพลักษณ์จะเป็นตัวกำหนดการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวได้ เป็นอย่างดี เพราะการตัดสินใจ ท่องเที่ยวปัจจุบันจะขึ้นอยู่กับ การได้รับข้อมูลข่าวสาร และ ประสบการณ์ที่ได้พบเจอ หากพบว่า ภาพลักษณ์ของปลายทางการท่องเที่ยวตรงกับความต้องการ ตรงกับที่ได้รับรู้มา ก็ย่อมที่จะส่งผลสำคัญทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความ รู้สึกว่า คุ่มค่า ที่อยากมา ท่องเที่ยวเก็บเกี่ยวประสบการณ์และสอดคล้องกับผลการศึกษาของธนพล จันทร์เรืองฤทธิ์ (2561) ที่ กล่าวว่าแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนริมน้ำ จันทบูรนักท่องเที่ยวมุ่งเน้นและให้ความสำคัญต่อการสร้างความยั่งยืนให้แก่ทรัพยากรธรรมชาติ สังคม วัฒนธรรม เอกลักษณ์หรืออัตลักษณ์ของพื้นที่นั้น ๆ ทั้งนี้ต้องการเรียนรู้ในสิ่งที่ตนเองสนใจ จากความเป็นธรรมชาติของพื้นที่ ไม่ปรุง แต่ง เพิ่มเติม หรือสร้างเพื่อการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยว ต้องการสร้างสรรค์คุณค่าจากสิ่งที่มีเพื่อ ช่วยเหลือ และพัฒนาผู้อื่นให้สามารถดำรงชีวิตได้ อย่างมีคุณภาพมากขึ้น

5.2.1.2 การใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนริมน้ำจันทบูร จังหวัดจันทบุรี

การที่ชุมชนมีความเข้มแข็งในการสื่อสารภาพลักษณ์ที่ดีของชุมชน ประกอบกับการ เข้ามามีส่วนร่วมของหน่วยงานต่าง ๆ ในการช่วยเหลือด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการ ท่องเที่ยว อาทิ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด กรมพัฒนา ชุมชนจังหวัด About Chan Magazine ฯลฯ ทำให้เกิดการสื่อสารภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของชุมชน ริมน้ำจันทบูร ตามช่องทางต่าง ๆ ที่แตกต่างกันไป ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า วิธีการสื่อสารภาพลักษณ์ เพื่อส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวของชุมชนริมน้ำจันทบูร ยังคงไว้ซึ่งความเป็นชุมชนเข้มแข็งพร้อม วิสัยทัศน์ “วัฒนธรรมนำการค้า” คือทุกคนในชุมชนต้องการนำเสนอความเป็นคุณค่าแห่งชุมชน ออกมา นั่นหมายถึงประวัติศาสตร์ชุมชน สถาปัตยกรรมที่เก่าแก่ วัฒนธรรมประเพณีที่สืบทอดมา นาน ไปจนถึงวิถีชีวิตคนในชุมชน ซึ่งสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว นั้น

ผู้วิจัยสามารถแบ่งออกเป็น 4 สื่อด้วยกัน ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ สื่อมวลชน และสื่ออินเทอร์เน็ต

(1) สื่อบุคคล จากการวิเคราะห์สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทบุคคล ผู้วิจัยพบว่าการใช้สื่อประเภทบุคคลในการให้ข้อมูล การประชาสัมพันธ์ของชุมชนริมน้ำจันทบูร ได้แก่ คนที่อาศัยในชุมชน ญาติพี่น้องของผู้ที่อาศัยในชุมชน รวมถึงผู้ที่เคยมาท่องเที่ยวภายในชุมชน จะเป็นสื่อบุคคลหลักในการให้ข้อมูลข่าวสาร ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวให้คนภายนอกได้รับรู้ นับว่าเป็นการสื่อสารเพื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนที่ง่ายที่สุด และสามารถสร้างแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวด้วยการพูดแบบเป็นกันเอง ใช้การสื่อสารแบบปากต่อปาก (Word-of-Mouth) จากผู้ที่อาศัยอยู่ในชุมชนที่คอยบอกเล่าเรื่องราวที่น่าสนใจเหล่านี้ให้กับคนที่มาท่องเที่ยวชุมชนริมน้ำจันทบูร สามารถซักถามข้อสงสัยได้ ทำให้สามารถรู้ถึงความรู้สึกนึกคิดของคนภายนอกชุมชนได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Rogers (1995) ที่กล่าวว่าถึงสื่อบุคคลกับการแพร่กระจายนวัตกรรมว่า สื่อมวลชนจะมีประสิทธิภาพเรื่องการสร้างความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรม ขณะที่สื่อบุคคลจะมีประสิทธิภาพในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ที่จะส่งผลให้เกิดการยอมรับหรือปฏิเสธแนวคิดใหม่ ๆ คนส่วนใหญ่ไม่ได้ประเมินนวัตกรรมจากพื้นฐานด้านข้อมูล แต่มักประเมินจาก คนใกล้ชิดที่ยอมรับนวัตกรรม บุคคลจึงมีอิทธิพลในฐานะคนต้นแบบ

(2) สื่อเฉพาะกิจ จากการวิเคราะห์สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อเฉพาะกิจ ผู้วิจัยพบว่า ภายในชุมชนมีการใช้สื่อเฉพาะกิจด้วยกันหลายรูปแบบ มีทั้งที่ภายในชุมชนผลิตขึ้นมาเอง และหน่วยงานภายนอกมาผลิตให้ ได้แก่ แผ่นพับ ป้ายเผยแพร่ข้อมูลต่าง ๆ เอกสารข้อมูลการท่องเที่ยวชุมชน ของที่ระลึกต่าง ๆ ซึ่งสื่อเฉพาะกิจเหล่านี้มีเนื้อหาที่แตกต่างกัน เป็นสื่อที่เหมาะสมสำหรับที่จะสื่อสารกับคนภายนอกชุมชนและนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของปรเม สตะเวทิน (2531, น. 99) ที่ได้กล่าวไว้ว่า สื่อเฉพาะกิจหมายถึง สื่อที่ถูกผลิตขึ้นมาโดยมีเนื้อหาเฉพาะและจุดมุ่งหมายหลักอยู่ที่ผู้รับสารเฉพาะกลุ่ม

(3) สื่อมวลชน จากการวิเคราะห์การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อมวลชน ชุมชนริมน้ำจันทบูรค่อนข้างมีสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทนี้ครอบคลุม ไม่ว่าจะเป็น สื่อทางโทรทัศน์ สื่อทางหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร บล็อกเกอร์ ที่เข้ามาช่วยประชาสัมพันธ์ข้อมูลต่าง ๆ โดยสื่อประเภทนี้ ทางชุมชน ไม่ได้เป็นผู้ผลิตเอง สื่อภายนอก หรือหน่วยงานต่าง ๆ เป็นคนติดต่อเข้ามาผ่านทางผู้นำชุมชน และ ผู้จัดการบ้านหลวงราชไมตรีเข้ามา เพื่อขอนำข้อมูลของชุมชนไปเผยแพร่ โดยมีคนในชุมชนเป็นผู้ให้ข้อมูลด้านต่าง ๆ

(4) สื่ออินเทอร์เน็ต จากการวิเคราะห์สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทอินเทอร์เน็ตของชุมชนริมน้ำจันทบูร มีการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร

ของชุมชน ไม่ว่าจะเป็นทางเพจ Facebook ของชมรมพัฒนาชุมชนริมน้ำจันทบูร หรือ เว็บไซต์ และ Facebook เพจ บ้านหลวงราชไมตรี ที่นับว่าเป็นสื่อหลักของชุมชนริมน้ำจันทบูร เป็นสื่อที่ทางชุมชนพยายามปรับเปลี่ยนในทันยุคสมัยกับปัจจุบัน ซึ่งสามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็วและง่ายดาย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ กาญจนา แก้วเทพ (2543, น. 20-21) กล่าวถึง คุณลักษณะในการสื่อสารแบบใหม่ในรูปแบบอินเทอร์เน็ตไว้ว่า เป็นการลดข้อจำกัดของเวลาและระยะทางการสื่อสารออกไป เพราะไม่ว่าผู้สื่อสารจะอยู่บริเวณใดก็สามารถสื่อสารกันได้

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าการสื่อสารหลาย ๆ ทาง เกิดจากการมีส่วนร่วมกันของหน่วยงานต่าง ๆ กับชุมชน ซึ่งการสื่อสารในหลายช่องทางนี้ ส่งผลให้เกิดการรับรู้ เกิดแรงจูงใจในการอยากมาเรียนรู้ ท่องเที่ยวแบบวิถีชุมชน และการที่จะทำให้การส่งเสริมการท่องเที่ยวประสบผลสำเร็จได้นั้น ต้องมีการสื่อสารที่หลากหลายรูปแบบ เพื่อตอบสนองต่อการเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวที่หลากหลาย โดย สุจิตรา แก้วสินวล (ม.ป.ป.) ได้อธิบายถึงการสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ไว้ว่า การสื่อสารที่สอดคล้องกับชุมชน สังคม และวัฒนธรรม เป็นการสร้าง คุณค่าให้แก่ Brand ได้อย่างยั่งยืน เราจะเห็นได้จากบริษัทข้ามชาติเป็นจำนวนมาก ที่ต้องปรับภาพลักษณ์ของตนให้เข้ากับวัฒนธรรมและสภาพสังคมของแต่ละแห่ง โดยยังคงยึดหลักของ Brand ที่ต้องการนำเสนอเป็นแกนกลางและปรับให้สอดคล้องกลมกลืนเข้ากับสภาพวัฒนธรรม

5.2.2 ปัจจัยส่งเสริมการมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนริมน้ำจันทบูร

ผลที่ได้จากการศึกษา ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิจัยปัจจัยส่งเสริมการมีส่วนร่วม จำนวน 3 ประเด็น ดังนี้

5.2.2.1 การมีส่วนร่วมของชุมชนและการสร้างเป้าหมาย

ภายในชุมชนริมน้ำจันทบูรยึดหลักการมีส่วนร่วมของคนภายในชุมชนเป็นสำคัญ โดยเริ่มจากการหาเป้าหมายในการพัฒนาร่วมกันจนได้ข้อตกลงร่วมกันว่าจะร่วมกันสร้างจิตสำนึกและความสามัคคีของชุมชนในการดำรงไว้ซึ่งวิถีชีวิตที่มีคุณภาพร่วมกับการอนุรักษ์ฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรม และความเป็นย่านการค้า โดยกิจกรรมของชุมชนมีการจัดขึ้นครั้งแรก เดือนกันยายน 2553 คือ “เปิดบ้านริมน้ำ เยือนริมน้ำ มองอดีตผ่านปัจจุบัน ณ ชุมชนริมน้ำ” โดยจัดต่อเนื่องกัน 3 ปี

การเปิดบ้านการเรียนรู้ ให้ความรู้โดยคนในชุมชนหวังไว้ว่าการสืบสานเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ของชุมชนผ่านกิจกรรมต่าง ๆ นั้น จะสามารถถ่ายทอดสู่คนยุคหลังเพื่อนำไปสู่การพัฒนาย่านริมน้ำจันทบุรีให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่สำคัญและยั่งยืนของจังหวัดจันทบุรีได้ แต่การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนริมน้ำจันทบุรีเองยังไม่ปรากฏให้เป็นเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันในบางเรื่องอย่างเช่นผลประโยชน์ทางธุรกิจ หรือการสนับสนุนให้เกิดธุรกิจการค้าขึ้น ซึ่งส่วนใหญ่เกิดจากการเข้ามาบีบบทบาทของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง อาจทำให้มีความเห็นต่างกันบ้างในเรื่องนี้ ซึ่งผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ถึงแม้การมีส่วนร่วมกันในการทำงานของคนในชุมชนเอง หรือกับหน่วยงานภายนอกชุมชนยังมีจุดที่ขัดแย้งกันอยู่บ้าง แต่ภาพรวมของชุมชนในฐานะของคนที่มีมองเข้าไปจะเห็นได้ชัดถึงการมีส่วนร่วมและเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของชุมชน คือการที่คนในชุมชนสามารถสื่อสารและถ่ายทอดถึงภาพลักษณ์ของชุมชนและพร้อมที่จะฟื้นฟูและอนุรักษ์ไว้ซึ่งศิลปวัฒนธรรมและวิถีชีวิตผ่านการเล่าเรื่องราวของคนในชุมชน กิจกรรมที่เกิดขึ้นภายในชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุชาดา จักรพิสุทธิ์ (2547) ที่กล่าวว่า “การมีส่วนร่วมของชุมชนนั้น เกิดจากจิตใจที่ต้องการเข้าร่วมของชุมชนนั้น เกิดจากจิตใจที่ต้องการเข้าร่วมในกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่ง เพื่อให้บรรลุถึงวัตถุประสงค์ของกลุ่มคนที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตทางสังคม ซึ่งการเร้าให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมนั้น ผู้ดำเนินงานหรือผู้นำจะต้องมีความเข้าใจในวิถีการดำเนินชีวิต ค่านิยม ประเพณี ทัศนคติของบุคคล เพื่อให้เกิดความสมัครใจเข้าร่วมกิจกรรม”

(1) การกำหนดนโยบายร่วมกันของกลุ่มผู้นำและคนในชุมชน

การกำหนดนโยบายร่วมกันของชุมชนเกิดการฟื้นฟูและพัฒนาได้มีการเข้ามาของพาณิชย์จังหวัดจันทบุรี ภายใต้โครงการหนึ่งของกระทรวงพาณิชย์ ได้เล็งเห็นความสำคัญของการดึง “อัตลักษณ์ทางการค้า” ของแต่ละจังหวัดออกมาเป็นแรงขับเคลื่อน สำหรับจังหวัดจันทบุรี ชุมชนที่ได้รับเลือกก็คือชุมชนริมน้ำจันทบุรีแห่งนี้ ที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นทั้งทางภูมิศาสตร์วิถีชีวิต และสถาปัตยกรรมที่งดงาม จึงเป็นพื้นที่ที่ถูกคัดเลือกโดยสำนักงานพาณิชย์จังหวัดจันทบุรีให้นำไปพัฒนาเป็น “พื้นที่สัญลักษณ์ทางด้านวัฒนธรรม” แห่งใหม่ จากนั้นก็เริ่มมีการเข้ามามีส่วนร่วมภายในชุมชนริมน้ำจันทบุรีมีการทำประชาคม และวางแผนร่วมกันกับคนในชุมชนใน “แนวทางการพัฒนาฟื้นฟูเป็นย่านการค้า” และได้เริ่มวางแผนการทำงานโดยระยะแรก เป็นการปลุกกระดมความคิดเห็นชุมชน กระตุ้นให้เกิดความร่วมมือและการทำงานร่วมกัน เกิดเป็น “คณะกรรมการพัฒนาชุมชนริมน้ำจันทบุรี” สร้างวิสัยทัศน์ “วัฒนธรรมนำการค้า” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างจิตสำนึกและความสามัคคีของชุมชนในการดำรงไว้ซึ่งวิถีชีวิตที่มีคุณภาพ สืบสานและเผยแพร่ประวัติศาสตร์ชุมชน อนุรักษ์ศิลปสถาปัตยกรรมชุมชนเพื่อนำไปสู่การเป็นแหล่งเรียนรู้และแหล่ง

ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สำคัญของจังหวัด ซึ่งนอกจากนโยบายของกระทรวงพาณิชย์ที่มีบทบาทในการขับเคลื่อนชุมชนแล้วนั้น นโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยว ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ก็เข้ามามีบทบาทร่วมกับชุมชนเมื่อหลังโครงการฟื้นฟูและอนุรักษ์ชุมชนริมน้ำจันทบูร เมื่อไม่นานมานี้ ซึ่งผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าหากเรามองภาพรวมทั้งหมดจากที่กล่าวไปข้างต้นนั้น จะเห็นได้ว่ากลุ่มผู้นำที่ผู้วิจัยกล่าวถึงมิได้มีเพียงแค่ผู้นำในชุมชนแต่ยังมีหน่วยงานอื่น ๆ ที่มีบทบาทในการกำหนดนโยบายเพื่อเป็นแบบแผนในการดำเนินการให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันออกไปในแต่ละหน่วยงาน ซึ่งทุกหน่วยงานที่ผู้วิจัยได้ผู้ถึง มีส่วนร่วมกันในการช่วยพัฒนาให้ชุมชนสามารถสื่อสารคุณค่าที่แท้จริงของชุมชนออกมาได้ แต่หัวใจสำคัญของการเกิดความร่วมมือของชุมชนนั้น ผู้นำชุมชนและคนที่อาศัยอยู่ในชุมชนต้องมีแนวคิดในการนำพาชุมชนให้พัฒนาขึ้นเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ถึงจะช่วยให้ชุมชนมีการพัฒนาที่ยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ศรีบุญญา เกษร (2551) ที่พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของคนในชุมชนทางด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม คือ ปัจจัยด้านการศึกษา ประชาสังคม และนโยบายภาครัฐ กล่าวคือ คนที่มี การศึกษาสูงเห็นว่า การท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อวิถีชีวิตด้านเศรษฐกิจและสังคม ส่วนคนที่มีการศึกษา น้อยจะมองเห็นอิทธิพลการท่องเที่ยวต่อวิถีชีวิตด้านวัฒนธรรมมากกว่า อีกทั้งเมื่อคนในชุมชน มีการรวมกลุ่มกันมากขึ้น และรัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวมากขึ้นยิ่งทำให้คนในชุมชนเห็นถึงอิทธิพลของการท่องเที่ยวที่มีต่อวิถีชีวิตด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม มากขึ้นด้วย

(2) ระบบการจัดการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

ภายในชุมชนมีระบบจัดการทั่วไป คือมีผู้นำชุมชน แต่ผู้นำชุมชนนั้น มีทั้งจากการแต่งตั้งของเทศบาลและการแต่งตั้งจากผู้ที่อาศัยอยู่ในชุมชน ผู้วิจัยค้นพบว่าจากการวิเคราะห์การสัมภาษณ์ในเรื่องของภาวะผู้นำชุมชน พบว่า ชุมชนริมน้ำจันทบูร ปัจจุบันคุณ ประภาพรธมน ฉัตรมาลัย ได้ถูกรับเลือกให้เป็นผู้นำชุมชน โดยสามารถวิเคราะห์บทบาทของผู้นำชุมชนริมน้ำจันทบูรได้ดังนี้ (2.1) มีเป้าประสงค์ที่ชัดเจนในการที่อยากจะอนุรักษ์คุณค่าของชุมชนไว้ (2.2) สามารถนำพาคนในชุมชนให้เกิดความอยากมีส่วนร่วมในการที่อยากพัฒนาชุมชน ถิ่นอาศัยบ้านเกิดให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่ยังทรงคุณค่าทั้งศิลปวัฒนธรรม สถาปัตยกรรมและวิถีชีวิต (2.3) มีการรับฟังความคิดเห็นของผู้คนในชุมชนเพื่อนำมาพัฒนาชุมชนให้ดีขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับสำนักงานพัฒนาชุมชน (2558) ที่กล่าวว่า ผู้นำท้องถิ่น คือบุคคลที่ช่วยให้ผู้อื่นหรือชุมชน ได้มีการตกลงกัน และพยายามหาทางได้ประสบผลสำเร็จตามจุดมุ่งหมายที่วางไว้ อันจะก่อให้เกิดความร่วมมือในการทำงาน โดยมุ่งความสำเร็จของชุมชนเป็นสำคัญ หรืออาจกล่าวได้ง่าย ๆ โดยสรุปว่า ผู้นำท้องถิ่นคือ ผู้มีอำนาจหรืออิทธิพลสามารถชักจูงคนในชุมชนได้ และผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า

ชุมชนมีจุดแข็งของการมีส่วนร่วมชุมชนคือความเป็นอัตลักษณ์ของทรัพยากรภายในชุมชน การค้าขายที่มีจุดยืนของผู้นำชุมชนที่จะไม่เปลี่ยนแปลงวัฒนธรรม มีความเข้าใจและส่งเสริมให้ผู้อื่นที่อาศัยอยู่ในชุมชนมีความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลข่าวสาร ส่วนจุดอ่อนของชุมชนคือ กลุ่มคนบางกลุ่มที่ไม่ให้ความร่วมมือกับชุมชน โดยมองเรื่องผลประโยชน์ของการค้าขายมากกว่าความเป็นอยู่ เปิดร้านอาหาร สถานบันเทิงที่ไม่สอดคล้องกับวิถีชีวิตในชุมชน เช่น ร้านอาหารที่เปิดในช่วงเวลากลางวัน ก่อให้เกิดปัญหาเรื่องของการส่งเสียงดัง การสัญจรของผู้คน และการทะเลาะวิวาท ทำให้คนในชุมชนรู้สึกถึงความไม่ปลอดภัย และความไม่เหมาะสม อีกทั้งยังความขัดแย้งกันบ้างในเรื่องของความคิดเห็นกับการทำงานร่วมกันกับภาครัฐ แต่โดยรวมแล้วระบบการจัดการภายในของชุมชนริมน้ำจันทบูรค่อนข้างเข้มแข็งทำให้มีความโดดเด่นในเรื่องของภาพลักษณ์ที่จะก่อให้เกิดการส่งเสริมการท่องเที่ยว ซึ่งผลการวิจัยนี้ไม่สอดคล้องกับผลการวิจัยของ วรรณพร วัฒนานุกร (2541, น. 5) ที่กล่าวว่า การจัดการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ให้ประสบความสำเร็จได้นั้น สิ่งสำคัญที่สุดคือความสามัคคีร่วมมือกันของคนในชุมชนท้องถิ่น ที่สามารถร่วมมือกันกำหนดทิศทางในการพัฒนาท้องถิ่นของตนเอง เกิดมีความภาคภูมิใจและรักถิ่นกำเนิดของตน จนสามารถพัฒนาให้เกิดเป็นแหล่งท่องเที่ยวขึ้นมาในชุมชนได้

ดังนั้นการที่จะพัฒนาด้านระบบการจัดการเพื่อส่งเสริมให้ชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยวขึ้น ชุมชนเองต้องมีความร่วมมือร่วมใจกัน เปิดโอกาสให้ทุกคนในชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในระบบการจัดการที่ก่อให้เกิดประโยชน์กับทุก ๆ ฝ่าย อีกทั้งควรเปิดโอกาสให้หน่วยงานอื่น ๆ เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน การที่จะเปิดใจรับฟังความคิดเห็น เพื่อที่จะสร้างระบบการจัดการในชุมชนให้ดีขึ้น

5.3 ข้อเสนอแนะทั่วไป

จากข้อค้นพบที่ได้จากการศึกษาเรื่อง การสื่อสารภาพลักษณ์และปัจจัยส่งเสริมการมีส่วนร่วม เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนริมน้ำจันทบูร จังหวัดจันทบุรี ผู้วิจัยเห็นว่า ควรมีข้อเสนอแนะที่เป็นนัยสำคัญ ดังนี้

5.3.1 ชุมชนริมน้ำจันทบูรมีภาพลักษณ์ด้านต่าง ๆ ที่น่าสนใจ ไม่ว่าจะเป็นสถาปัตยกรรม ศิลปกรรม วัฒนธรรมวิถีชีวิต ศาสนาประเพณี ซึ่งการสื่อสารในสิ่งเหล่านี้ออกไปยังภายนอกชุมชนยังไม่หลากหลาย ควรมีหน่วยงานภายนอกมาช่วยส่งเสริมและสนับสนุน ในการอนุรักษ์ความเป็น

ชุมชนจันทบุรีนี้ไว้ด้วยการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ให้เหมาะสม แต่ต้องไม่ไปรุกรานความเป็นวิถีชีวิตชาวบ้าน

5.3.2 จากการศึกษาวิจัยผู้วิจัยพบว่าความต้องการของคนในชุมชน กับ ความต้องการของหน่วยงานภาครัฐในเรื่องของการเข้ามาพัฒนาด้านการท่องเที่ยวยังไม่ไปในทิศทางเดียวกัน ทำให้เกิดเป็นปัญหาภายในชุมชน ซึ่งควรมีการแก้ไขความขัดแย้งเรื่องของผลประโยชน์ทางธุรกิจที่ขัดต่อวิถีชีวิตของชุมชนริมน้ำจันทบุรีเหล่านี้ เพื่อที่จะสามารถพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งการเรียนรู้และการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนได้

5.3.3 กระบวนการสื่อสารภายในชุมชนควรยกเลิกการใช้จดหมายเวียน การใช้ตัวแทนชุมชนเป็นคนกระจายข่าวสาร ควรพัฒนารูปแบบการสื่อสารภายในชุมชนให้มีความง่ายและรวดเร็ว และสามารถเข้าถึงกับทุกหลังคาเรือนในชุมชน

5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัย

5.4.1 การศึกษาวิจัยในครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาผลของการสื่อสารภาพลักษณ์ในมุมมองของนักท่องเที่ยวที่ได้รับข้อมูลจากช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ เพื่อใช้เป็นทางเลือกในการพัฒนารูปแบบ ช่องทางการสื่อสารที่กว้างขวางขึ้น

5.4.2 การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยศึกษาเฉพาะแนวทางการสื่อสารภาพลักษณ์และปัจจัยการมีส่วนร่วมของชุมชนริมน้ำจันทบุรีเท่านั้น ในงานวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาถึงกระบวนการการสื่อสารภาพลักษณ์และปัจจัยการส่งเสริมการมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชนอื่น ๆ ที่เป็นชุมชนที่ใกล้เคียงกัน เพื่อเปรียบเทียบและสามารถหาจุดเชื่อมโยงในแนวทางการสื่อสารและการมีส่วนร่วมให้มีความสัมพันธ์กัน ทำให้เกิดประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- กรมการท่องเที่ยว. (2561). *แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว พ.ศ. 2561-2564 ของกรมการท่องเที่ยว*. สืบค้นจาก <https://www.dot.go.th/storage/กลุ่มแผน/5V7jtvCF7hvNiPXPu7MOdT7giHiF1ZbRokN8nBVx.pdf>
- กรวรรณ เวชชานุเคราะห์. (2556). *การสื่อสารเพื่อการพัฒนาการมีส่วนร่วมของชุมชน กรณีศึกษา การจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์พื้นที่ชุมชนคลองโคกน จังหวัดสมุทรสงคราม* (Unpublished Master's thesis). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2549). *การสร้างเครือข่ายทางการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว*. สืบค้นจาก <https://www.mots.go.th/ebook/B0089/index.html#p=1>
- กฤษณ์ แสนทวี. (2562). *แนวทางการสร้างภาพลักษณ์ประเทศไทยสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารในกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียน*. *วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม*, 7(2), 67-68.
- กฤษณ์ โคตรสมบัติ. (2553). *การประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ : กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวในเขตแก่งสามพัน โบก อำเภอน้ำหนาว จังหวัดอุบลราชธานี* (Unpublished Master's thesis). มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี, อุบลราชธานี.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2543). *ศาสตร์แห่งสื่อ และวัฒนธรรมศึกษา*. กรุงเทพฯ: เอ็ดดิสันเพรส โปรดักส์.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2545). *สื่อสารมวลชน: ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา*. กรุงเทพฯ: ศาสดาแดง.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2559). *ชุมชนริมน้ำจันทบูร*. สืบค้นจาก <https://thai.tourismthailand.org/>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2561). *สรุปแผนปฏิบัติการส่งเสริมการท่องเที่ยวปี 2561*. สืบค้นจาก <http://www.oic.go.th/FILEWEB/CABINFOCENTER2/DRAWER073/GENERAL/DATA0000/00000064.PDF>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2563). *ภาพวัดโบสถ์*. สืบค้นจาก <https://thai.tourismthailand.org/>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจันทบุรี. (ม.ป.ป.). *โปสเตอร์สแกนรับข้อมูลการท่องเที่ยวจันทบุรี: ผู้แต่ง*.
- โกมล คมลลักษณ์, กฤษณา ปลั่งเจริญศรี, วิเชียร ศรีพระจันทร์, และบัณฑิต ผังนิรันดร์. (2558). *บุพปัจจัยที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต*. *Journal of the Association of Researchers*, 20(2), 81-93.
- คณะกรรมการพัฒนาชุมชนริมน้ำจันทบูร. (2556). *ชุมชนริมน้ำจันทบูร*. จันทบุรี: ผู้แต่ง.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- จิรายุทธ์ สนดา. (2557). *ภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยว และการรับรู้การประชาสัมพันธ์ทางการตลาด ที่ส่งผลต่อการกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดจันทบุรี* (Unpublished Master's thesis). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.
- ชุมชนริมน้ำจันทบูร. (2557). *หนังสือชุมชนริมน้ำจันทบูร*. จันทบุรี: สำนักงานจังหวัดจันทบุรี, สำนักงานพาณิชย์จังหวัด, และคณะกรรมการพัฒนาชุมชนริมน้ำจันทบูร.
- ณัฐนันท์ วงษ์ประเสริฐ. (2556). *กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวงานประเพณีรับบัวของอำเภอพลี จังหวัดสมุทรปราการ* (Unpublished Master's thesis). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- ดรรรชนี เอมพันธ์. (2542). *เอกสารการสอนวิชาหลักนันทนาการและการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ*. กรุงเทพฯ: คณะวนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ถวิลวดี บุรีกุล. (2545). *โครงการศึกษาเพื่อพัฒนาดัชนีวัดผลการพัฒนาระบบบริหารจัดการที่ดี*. นนทบุรี: สถาบันพระปกเกล้า.
- ทัชชะพงศ์ อัครพรหมธาดา. (2550). *ความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยว ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม* (Unpublished Master's thesis). มหาวิทยาลัยสยาม, กรุงเทพฯ.
- เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2552). *บทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนบนฐานแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง*. นนทบุรี: สถาบันพระปกเกล้า.
- ไทยโพสต์. (2562, 6 มกราคม). *เที่ยวนอกกรอบ ท่องเมืองจันทน์ วันธรรมดา ชวนกันขึ้น “เขากิษณภูฏานปี 2562”*. ไทยโพสต์, 23, 12-13.
- ธนพล จันทร์เรืองฤทธิ์. (2561). *แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา ชุมชนริมน้ำจันทบูร อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี* (Unpublished Master's thesis). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.
- นิรมล ชมหวาน. (2557). *อัตลักษณ์ของชุมชนโบราณตลาดบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ*. วารสารวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์, 4(2), 1-13.
- บ้านพักประวัติศาสตร์หลวงราชไมตรี. (2563). *ภาพหน้าเว็บไซต์ บ้านพักประวัติศาสตร์หลวงราชไมตรี*. สืบค้นจาก <http://www.baanluangrajamaitri.com/th/>
- บ้านโกลบอล. (ม.ป.ป.). *ประวัติความเป็นมาของชุมชนริมน้ำจันทบูร* [แผ่นพับ]. จันทบุรี: ผู้แต่ง.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2542). *การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน*. เชียงใหม่: คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ประมะ สตะเวทิน. (2531). *รายงานการวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านสังคมและเศรษฐกิจ การดูโทรทัศน์ และทัศนคติของวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร*. กรุงเทพฯ : ภาควิชาการ ประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ประมะ สตะเวทิน. (2539). *การสื่อสารมวลชน: กระบวนการและทฤษฎี*. กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ประชาชาติธุรกิจ. (2561, 12 ธันวาคม). ททท.ติดสปีด “เมืองรอง” ดัน “รายได้” โดกระจายทั่ว ประเทศ. *ประชาชาติธุรกิจ*. สืบค้นจาก <https://www.prachachat.net/tourism/news-263966>
- ประยูร ศรีประสาธน์. (2542). *รายงานการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วม ในการ. ดาเนินงานของคณะกรรมการการศึกษาประจำโรงเรียนประถมศึกษา*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ปรีชา แดงโรจน์. (2544). *อุตสาหกรรมท่องเที่ยวผู้ศตวรรษที่ 21*. กรุงเทพฯ: ดวงกลม.
- ปรัชญาคม ถ้วนรัตน์. (2554). *ศึกษาภาพลักษณ์ของบริษัท ทีโอทีจำกัด (มหาชน) ที่มีผลต่อความไว้วางใจและพฤติกรรมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร* (Unpublished Master's thesis). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- ปองทิพย์ นาคินทร์. (2556). *การมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา ตลาดแก้วอ่างศิลา เทศบาลเมืองอ่างศิลา จังหวัดชลบุรี* (Unpublished Master's thesis). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, นนทบุรี.
- พจน์ ใจชาญสุขกิจ. (2559). *ความรู้เรื่องภาพลักษณ์: องค์ประกอบของภาพลักษณ์*. สืบค้นจาก <https://www.gotoknow.org/posts/71706>
- พัชรรัตน์ หาร ไชย. (2552). *การประเมินศักยภาพด้านการท่องเที่ยวจังหวัดศรีสะเกษเพื่อกำหนดแนวนโยบายการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนระดับจังหวัด* (Unpublished Master's thesis). สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง, กรุงเทพฯ.
- เพจชุมชนริมน้ำจันทบูร Chanthaboon Waterfront. (2563, 10 มีนาคม). *ภาพหน้าเพจชุมชนริมน้ำจันทบูร Chanthaboon Waterfront*. สืบค้นจาก <https://www.facebook.com/chanthaboonwaterfront/>

บรรณานุกรม (ต่อ)

- ไพศาล กาญจนวงศ์. (2554). *ปัจจัยที่มีผลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนตามการรับรู้ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะพัฒนาการท่องเที่ยวมหาวิทยาลัยแม่โจ้ ที่แต่มีระดับคะแนนเฉลี่ยสะสมต่ำ และสูง*. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- ไพศาล เกษมพิพัฒน์กุล. (2556). *ปัจจัยด้านคุณภาพการสื่อสารทางการตลาด ปัจจัยด้านกลยุทธ์ราคา ปัจจัยด้านกลยุทธ์ราคา และปัจจัยด้านคุณภาพสินค้าที่มีความสัมพันธ์และอิทธิพลต่อการตั้งใจซื้อซ้ำเวชภัณฑ์ยาที่ผลิตภายในประเทศไทย* (Unpublished Master's thesis). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.
- มหาวิทยาลัยรามคำแหง. (2561). *ชุมชนริมน้ำจันทบูร*. สืบค้นจาก <https://www.lib.ru.ac.th/journal2/?p=10285,%202561>
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2556). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554*. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.
- รัฐกรณ์ แสงโชติ. (2554). *การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในเทศบาลตำบลปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน* (Unpublished Master's thesis). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- รุ่งรัตน์ ชัยสำเรือง. (2541). *การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- รุ่งวิทย์ ตรีกุล, กมล เสวตสมบุญ, และชนชาติ เราประเสริฐ. (2556). *การมีส่วนร่วมของชุมชนบึงปลาชัยในการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน* (Unpublished Master's thesis). มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, มหาสารคาม.
- รำไพพรรณ แก้วสุริยะ. (2547). *คู่มือนำเที่ยววัดโพธิ์*. กรุงเทพฯ: วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม ราชวรมหาวิหาร.
- วรรณพร วณิชานุกร (2541). *แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย* (Unpublished Master's thesis). สถาบันราชภัฏสวนดุสิต, กรุงเทพฯ.
- วิจิตร อวาทกุล. (2542). *เทคนิคมนุษยสัมพันธ์ (พิมพ์ครั้งที่ 8)*. กรุงเทพฯ: โอ.เอส.พรีนติ้ง เฮ้าส์.
- วิรัช วิรัชนิการวรรณ. (2547). *การบริหารและจัดการเทศบาลในยุคปฏิรูปการเมือง*. กรุงเทพฯ: นิตินิพนธ์.
- วุฒิชชาติ สุนทรสมัย. (2551). *บทบาทของผู้บริหารกับเครือข่ายความร่วมมือการวิจัยด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ของมหาวิทยาลัยไทย*. *วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา*, 16(25-26)(ม.ค.-ธ.ค.2551), 203-215.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- ศรัญญา เกษร. (2551). *ผลกระทบจากการท่องเที่ยว ที่มีต่อวิถีชีวิตชุมชนมอญเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี* (Unpublished Master's thesis). มหาวิทยาลัยรามคำแหง, กรุงเทพฯ.
- ศิริกันยา อารัญ. (2551). *ภาพลักษณ์ในมุมมองของนักท่องเที่ยวจังหวัดกรุงเทพมหานครที่มีต่อจังหวัดเชียงใหม่* (Unpublished Master's thesis). มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี.
- सानิตย์ บุญชู. (2527). *การพัฒนาชุมชน: การมีส่วนร่วมของประชาชน*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุขทุกวันที่จันทบุรี (Happiness in Chanthaburi). (2559, 3 ธันวาคม). ชุมชนริมน้ำจันทบูร [Web log message]. สืบค้นจาก <https://www.facebook.com/pg/happiness.chanthaburi.thailand>
- สุจิตรา แก้วสีนวน. (ม.ป.ป.). *การสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์*. เชียงใหม่: แม่โจ้.
- สุชาดา จักรพิสุทธ์. (2547). การศึกษาทางเลือกของชุมชน. *วารสารมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์*, 27(4), 18-23.
- เสวี วงษ์มณฑา. (2541). *108 การประชาสัมพันธ์ = Hundreds of PR tools*. กรุงเทพฯ: ไดมอนด์ อินบิซิเนส เวิลด์.
- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดจันทบุรี. (2563). *ภาพถ่ายตัวอย่างเนื้อหาบริการข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวชุมชนริมน้ำจันทบูร*. สืบค้นจาก <https://chanthaburi.mots.go.th/>
- อकिन รพีพัฒน์. (2547). *การมีส่วนร่วมของประชาชนในงานพัฒนา*. กรุงเทพฯ: ศูนย์การศึกษา นโยบายสาธารณสุข.
- อภิญา กังสนารักษ์. (2544). *รูปแบบการบริหารแบบมีส่วนร่วมในองค์กรที่มีประสิทธิผลระดับคณะของสถาบันอุดมศึกษา*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อาศิรา พนาราม. (2562). *ชุมชนริมน้ำจันทบูร*. สืบค้นจาก [https://web.tcdc.or.th/en/Articles/DetailAbout Chan Magazine](https://web.tcdc.or.th/en/Articles/DetailAboutChanMagazine). (2019, February 4). ภาพพิธีบูชาดวงพลเคราะห์ [Web log message]. Retrieved from <https://www.facebook.com/aboutChanmagazine>
- About Chan Magazine. (2020, May 17). ปกนิตยสาร About Chan [Web log message]. Retrieved from <https://www.facebook.com/aboutChanmagazine/photos/a.416088578480650/2928754160547400/?type=3&theater>
- Amazing Thailand. (2018, May 29). หลงเสน่ห์เมืองจันทน์ ชุมชนริมน้ำจันทบูร [Video file]. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=XjHdTsbXBjc&list=PLBXwrPkkDUVSC9skqrYc-lymf8VZkr-db&index=19>

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Amazing Thailand. (2019, March 6). หลงเสน่ห์เมืองจันทน์ ชุมชนริมน้ำจันทบูร [Video file]. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=pZYxdsiGfOo>
- Baloglu, S., & McCleary, K.W. (1999). A model of destination image formation. *Annals of Tourism Research*, 35(4), 11-15.
- Bhatia, M.R. (1983). Plate Tectonics and Geochemical Composition of Sandstone. *The Journal of Geology*, 91, 611-627.
- BLT Bangkok. (2019). ภาพขณะการประกวดชุมชนริมน้ำจันทบูรได้รางวัลการท่องเที่ยวยั่งยืนอาเซียน ปี 2562. Retrieved from <https://www.bltbangkok.com/news-update/>
- Brand Buffet. (2018, 18 September). กระทรวงการท่องเที่ยวฯ กระตุ้นเที่ยวไทยกระจายรายได้สู่ 55 เมืองรอง ชู “จันทบุรี” ต้นแบบเมืองรอง. Retrieved from <https://www.brandbuffet.in.th/2018/09/tourism-thailand>
- Echtner, C. M., & Brent Ritchie, J. R. (2003). The meaning and measurement of destination image. *Journal of Tourism Studies*, 14(1), 37-48.
- Ekinci, Y. (2003). From destination image to destination branding: An emerging area of research. *e-Review of Tourism Research (eRTR)*, 1(2), 21-24.
- FamilyTH. (2019). เที่ยวชุมชนริมน้ำจันทบูร สัมผัสเสน่ห์ย่านเก่าเมืองจันทบุรี. Retrieved from <https://familyth.com/369/>
- Fornaroff, A. (1980). *Community Involvement in Health System for Primary Health Care*. Geneva: World Health Organization.
- Kotler, P. (2000). *Marketing Management* (11th ed.). Indiana: Prentice Hall.
- Koufman, H. F. (1949). *Participation in Organized Activities in Selected Kentucky Localities*. Kentucky: Agricultural Experiment Station, Oregon State University.
- Leisen, B. (2001). Image Segmentation: The Case of a Tourism Destination. *Journal of Services Marketing*, 15(1), 49-66.
- Mthai. (2018, February 4). รมว.ท่องเที่ยวฯ เชื่อมชมวิถีชีวิตชุมชนริมน้ำจันทบูร. *Mthai*. Retrieved from <https://news.mthai.com/general-news/615968.html>
- Oakley, P. (1984). *Approaches To Participation In Rural, Development*. Geneva: International Office.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Oakley, P., & Marsden, D. (1984). *Approaches to participation in rural development*. Geneva: International Labour Organization.
- PPTV Online. (2018, February 5). “บักตู่” เข็มชมนวิถีชุมชนริมน้ำจันทบูร เปรย “อย่ารักผมคนเดียว ให้รักกรมด้วย”. *PPTV Online*. Retrieved from <https://www.pptvhd36.com/news/ประเด็นร้อน/75230>
- Rogers, E. M. (1995). *Diffusion of Innovations* (4th ed.). New York: Free Press.
- ThaiPBS. (2019, October 26). จันทบุรี : เป็นเมือง [Video file]. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=GMsfayaaIA4>
- VOICE TV. (2017, January 6). สัมผัสวิถีชุมชนที่ชุมชนริมน้ำจันทบูร [Video file]. Retrieved from https://www.youtube.com/watch?v=sa_Fz7b2G_0&list=PLvZq8jaJUgA0w-Fao2rJGzGRVd-Hu3KF1&index=2&t=0s
- Workpoint. (2019, August 16). หนีเที่ยวกัน | FISHERMEN VILLAGE , CHANTHABURI [Video file]. Retrieved from https://www.youtube.com/watch?v=mVuNF_3q-FM







ภาคผนวก ก

จดหมายขอความอนุเคราะห์สัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University



ที่ นท.พิเศษ / 2562

หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต

11 ธันวาคม 2562

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์สัมภาษณ์เพื่อการวิจัย

เรียน ผู้อำนวยการสำนักงาน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานจันทบุรี

สิ่งที่แนบมาด้วย รายละเอียดเกี่ยวกับการวิจัย

เนื่องด้วย นางสาวอภิชา สุขประเสริฐ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรังสิต ได้ทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อ “การสื่อสารภาพลักษณ์และการมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ของชุมชนริมน้ำจันทบูร จังหวัดจันทบุรี” ซึ่งเป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) ทั้งนี้ เพื่อให้นักศึกษาสามารถนำข้อมูลไปผลิตผลงานวิจัยที่มีคุณภาพ เป็นประโยชน์ต่อนักศึกษาและผู้ที่เกี่ยวข้อง

ในฐานะที่ท่านเป็นผู้บริหารหน่วยงาน และมีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาชุมชนริมน้ำจันทบูร จันทบุรี เป็นเวลานาน จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ให้นักศึกษาดังกล่าวสัมภาษณ์ท่านในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย ในวันและเวลาดังที่ท่านจะกำหนด

ทางหลักสูตรฯ หวังเป็นอย่างยิ่งที่จะได้รับความอนุเคราะห์จากท่าน พร้อมทั้งขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ


(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สรพงษ์ วงศ์ธีระธรรม)

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรังสิต
โทรศัพท์ / โทรสาร 0-2997-2222 ต่อ 4729
ประสานงาน : นางสาวอภิชา สุขประเสริฐ โทรศัพท์ : 091-7270873



ที่ นท.พิเศษ / 2562

หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต

11 ธันวาคม 2562

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์สัมภาษณ์เพื่อการวิจัย

เรียน นายกสมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยว จังหวัดจันทบุรี

สิ่งที่แนบมาด้วย รายละเอียดเกี่ยวกับการวิจัย

เนื่องด้วย นางสาวอภิชา สุขประเสริฐ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรังสิต ได้ทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อ “การสื่อสารภาพลักษณ์และการมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ของชุมชนริมน้ำจันทบูร จังหวัดจันทบุรี” ซึ่งเป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) ทั้งนี้ เพื่อให้ นักศึกษาสามารถนำข้อมูลไปผลิตผลงานวิจัยที่มีคุณภาพ เป็นประโยชน์ต่อนักศึกษาและผู้ที่เกี่ยวข้อง

ในฐานะที่ท่านเป็นผู้บริหารหน่วยงาน และมีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาชุมชนริมน้ำจันทบูร จันทบุรี เป็นเวลานาน จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ให้นักศึกษาดังกล่าวสัมภาษณ์ท่านในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย ในวันและเวลาตามแต่ท่านจะกำหนด

ทางหลักสูตรฯ หวังเป็นอย่างยิ่งที่จะได้รับความอนุเคราะห์จากท่าน พร้อมทั้งขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สรพงษ์ วงศ์ธีระธรรม)

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรังสิต
โทรศัพท์ / โทรสาร 0-2997-2222 ต่อ 4729
ประสานงาน : นางสาวอภิชา สุขประเสริฐ โทรศัพท์ : 091-7270873



ที่ นท.พิเศษ / 2563

หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต

17 กุมภาพันธ์ 2563

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์สัมภาษณ์เพื่อการวิจัย

เรียน รองศาสตราจารย์ประภาภัทร นิยม อธิการบดีสถาบันอาศรมศิลป์

เนื่องด้วย นางสาวอภิชญา สุขประเสริฐ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรังสิต ได้ทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อ “การสื่อสารภาพลักษณ์และการมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ของชุมชนริมน้ำจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี” ซึ่งเป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) ทั้งนี้ เพื่อให้ นักศึกษาสามารถนำข้อมูลไปผลิตผลงานวิจัยที่มีคุณภาพ เป็นประโยชน์ต่อนักศึกษาและผู้สนใจ

ในฐานะที่ท่านเป็นผู้บริหารหน่วยงาน จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ให้นักศึกษาดังกล่าวสัมภาษณ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อิป ศรีสกุลไชยรัก อาจารย์ประจำสาขาวิชาสถาปัตยกรรมเพื่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม สถาบันอาศรมศิลป์ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาชุมชนริมน้ำจันทบุรี จันทบุรี เป็นเวลานาน ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย ในวันและเวลาตามแต่ท่านจะกำหนด โดยมีหัวข้อสัมภาษณ์ตามเอกสารแนบ

ทางหลักสูตรฯ หวังเป็นอย่างยิ่งที่จะได้รับความอนุเคราะห์จากท่าน พร้อมทั้งขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สรพงษ์ วงศ์ธีระธรรม)
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรังสิต
โทรศัพท์ / โทรสาร 0-2997-2222 ต่อ 4729
ประสานงาน : นางสาวอภิชญา สุขประเสริฐ โทรศัพท์ : 091-7270873



ที่ นท.พิเศษ / 2562

หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต

11 ธันวาคม 2562

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์สัมภาษณ์เพื่อการวิจัย

เรียน คุณประภาพรรณ ฉัตรมาลัย ประธานกลุ่มชมรมพัฒนาชุมชนริมน้ำจันทบูร

สิ่งที่แนบมาด้วย รายละเอียดเกี่ยวกับการวิจัย

เนื่องด้วย นางสาวอภิชญา สุขประเสริฐ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรังสิต ได้ทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อ "การสื่อสารภาพลักษณ์และการมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ของชุมชนริมน้ำจันทบูร จังหวัดจันทบุรี" ซึ่งเป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) ทั้งนี้ เพื่อให้นักศึกษาสามารถนำข้อมูลไปผลิตผลงานวิจัยที่มีคุณภาพ เป็นประโยชน์ต่อนักศึกษาและผู้ที่เกี่ยวข้อง

ในฐานะที่ท่านเป็นผู้บริหารหน่วยงาน และมีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาชุมชนริมน้ำจันทบูร จันทบุรี เป็นเวลานาน จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ให้นักศึกษาดังกล่าวสัมภาษณ์ท่านในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย ในวันและเวลาตามแต่ท่านจะกำหนด

ทางหลักสูตรฯ หวังเป็นอย่างยิ่งที่จะได้รับความอนุเคราะห์จากท่าน พร้อมทั้งขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สรพงษ์ วงศ์ธีระธรรม)

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรังสิต
โทรศัพท์ / โทรสาร 0-2997-2222 ต่อ 4729
ประสานงาน : นางสาวอภิชญา สุขประเสริฐ โทรศัพท์ : 091-7270873



ที่ นท.พิเศษ / 2562

หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต

11 ธันวาคม 2562

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์สัมภาษณ์เพื่อการวิจัย

เรียน ผู้จัดการ บ้านหลวงราชไมตรี Historic Inn

สิ่งที่แนบมาด้วย รายละเอียดเกี่ยวกับการวิจัย

เนื่องด้วย นางสาวอภิษฎา สุขประเสริฐ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรังสิต ได้ทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อ “การสื่อสารภาพลักษณ์และการมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ของชุมชนริมน้ำจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี” ซึ่งเป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) ทั้งนี้ เพื่อให้นักศึกษาสามารถนำข้อมูลไปผลิตผลงานวิจัยที่มีคุณภาพ เป็นประโยชน์ต่อนักศึกษาและผู้สนใจ

ในฐานะที่หน่วยงานของท่าน มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาชุมชนริมน้ำจันทบุรี จันทบุรี เป็นเวลานาน จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ให้นักศึกษาดังกล่าวสัมภาษณ์ท่านในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย ในวันและเวลาดังกล่าวตามแต่ท่านจะกำหนด

ทางหลักสูตรฯ หวังเป็นอย่างยิ่งที่จะได้รับความอนุเคราะห์จากท่าน พร้อมทั้งขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สรพงษ์ วงศ์ธีระธรมณ์)
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรังสิต
โทรศัพท์ / โทรสาร 0-2997-2222 ต่อ 4729
ประสานงาน : นางสาวอภิษฎา สุขประเสริฐ โทรศัพท์ : 091-7270873



คำถามสัมภาษณ์

หัวข้องานวิจัย การสื่อสารภาพลักษณ์และการมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริม การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ของชุมชนริมน้ำจันทบุรี จันทบุรี

ด้านการสื่อสารภาพลักษณ์

- 1) ท่านคิดว่า ในช่วง 2 ปี (2561-2562) ที่มีนโยบายของรัฐบาลในการสนับสนุนการท่องเที่ยวเมืองรอง ส่งผลต่อการท่องเที่ยวของชุมชนริมน้ำจันทบุรี อย่างไรบ้าง
- 2) ท่านคิดว่าชุมชนริมน้ำจันทบุรี นำนโยบายของรัฐบาลในเรื่องการสนับสนุนการท่องเที่ยวเมืองรองในปี 2561 มาใช้อย่างไรบ้าง
- 3) ท่านคิดว่าภาพลักษณ์ของชุมชนริมน้ำจันทบุรี ก่อน และหลังการส่งเสริมการท่องเที่ยว เป็นอย่างไร
- 4) ท่านคิดว่า ชุมชนริมน้ำจันทบุรีมีการพัฒนาสื่อ เพื่อให้ข้อมูลด้านประวัติศาสตร์ของชุมชน แหล่งท่องเที่ยว แก่ผู้ที่มาท่องเที่ยว อย่างไรบ้าง
- 5) ท่านคิดว่าแนวทางในการสื่อสารภาพลักษณ์ที่จะช่วยสนับสนุนให้ชุมชนริมน้ำจันทบุรี เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความยั่งยืน เป็นอย่างไร
- 6) ท่านคิดว่าปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวของชุมชนริมน้ำจันทบุรี คือเรื่องใดบ้าง
- 7) ท่านคิดว่าควรสื่อสารภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของชุมชนริมน้ำจันทบุรี ด้วยวิธีใดและช่องทางใดบ้าง

ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน

- 8) ท่านคิดว่าภายในชุมชนริมน้ำจันทบุรีมีการจัดการอย่างไร ในการพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดจันทบุรี
- 9) ท่านคิดว่าจุดแข็งจุดอ่อน ของการมีส่วนร่วมในชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว เป็นอย่างไร
- 10) ท่านคิดว่าการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนริมน้ำจันทบุรี มีผลต่อการสร้างภาพลักษณ์เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวให้ชุมชน หรือไม่อย่างไร
- 11) ท่านคิดว่า นักท่องเที่ยว คนในชุมชน หรือแม้แต่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถเข้ามามีส่วนร่วมในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนริมน้ำจันทบุรี อย่างไรบ้าง
- 12) ท่านคิดว่า การสื่อสารภาพลักษณ์และการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนมีความสำคัญมากน้อยแค่ไหนในการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวให้มีความยั่งยืน
- 13) ท่านมีวิธีการสื่อสารในการสร้างการมีส่วนร่วมอย่างไรบ้าง

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ	อภิขญา สุขประเสริฐ
วัน เดือน ปีเกิด	20 ธันวาคม 2534
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย
ประวัติการศึกษา	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ปริญญาเทคโนโลยีบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการโทรทัศนและวิทยุกระจายเสียง, 2557 มหาวิทยาลัยรังสิต ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, 2563
ที่อยู่ปัจจุบัน	171/30 หมู่ที่ 2 ถนนพหลโยธิน แขวงคลองถนน เขตสายไหม กรุงเทพมหานคร 10220
สถานที่ทำงาน	บริษัท มติชน จำกัด มหาชน
ตำแหน่งปัจจุบัน	เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ศูนย์อาชีพและธุรกิจมติชน

