

การจัดการกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน
ของบ้านโป่งมะนาว อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี

The Communicative Strategies Management for Promoting Community Based
Tourism in Ban Pong Manao, Phatthana Nikhom District, Lopburi Province

ผู้ช่วยศาสตราจารย์พรณนิภา เดชพล¹* (Asst.Prof. Punnipa Dechphol)

(Received: March 23, 2020; Revised: May 20, 2020; Accepted: June 1, 2020)

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่อง การจัดการกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน ของบ้าน โป่งมะนาว อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ โดยใช้การวิจัยแบบมีส่วนร่วม มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาศักยภาพการจัดการกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน 2) พัฒนากลยุทธ์การสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน 3) ผลิตรายการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมและฟื้นฟูการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ โดยรวบรวมข้อมูลจากผู้นำชุมชน ประชาชน เจ้าหน้าที่ นักวิชาการ นักวิชาชีพ และนักท่องเที่ยว ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนบ้านโป่งมะนาว เป็นตัวแทนในการศึกษา ผลการศึกษาพบว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนของบ้านโป่งมะนาว อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี มีศักยภาพในการสื่อสารค่อนข้างน้อย การจัดการการสื่อสารยังขาดระบบที่มีประสิทธิภาพ ความพร้อมของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวค่อนข้างต่ำ จึงควรได้รับการพัฒนาองค์ประกอบของการสื่อสาร โดยการสื่อสารระดับบุคคลมีความจำเป็นมากที่สุดในการพัฒนาศักยภาพการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน สำหรับกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน ของบ้านโป่งมะนาว ประกอบไปด้วยปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของการท่องเที่ยว ได้แก่ องค์การบริหารส่วนตำบลห้วยขุนราม วัด โรงเรียน ชุมชนบ้านโป่งมะนาวหมู่ 7 แหล่งโบราณคดีบ้านโป่งมะนาว สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ และนักท่องเที่ยว สำหรับการพัฒนากลยุทธ์ด้านการสื่อสารได้แก่สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อเฉพาะกิจ สื่อออนไลน์ ผลการวิจัยพบว่า การท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืนบ้านโป่งมะนาวจะประสบความสำเร็จ ควรต้องพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมและฟื้นฟูการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน ได้แก่ สื่อบุคคล (เจ้าหน้าที่นำชมและกลุ่มยุวจิตอาสา) สื่อสิ่งพิมพ์(แผ่นพับ) สื่อเฉพาะกิจ (โลโก้ เสื้อ หมวก) สื่อออนไลน์ (เพจเฟซบุค คลิปวิดีโอ) ให้เหมาะสม สวยงามและสร้างสรรค์ เพื่อส่งเสริมและฟื้นฟูการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน ของบ้านโป่งมะนาว อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี

คำสำคัญ : การจัดการ/ กลยุทธ์การสื่อสาร/ การท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน

¹ อาจารย์ประจำสาขาวิชานิติศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

(Lecturer at Communication Arts Program, Faculty of Management Science, Thepsatri Rajabhat University)

*Corresponding Author. E-mail: Pannipa_d@yahoo.co.th

Abstract

The Research of communicative strategies management for promoting sustainable community based tourism in Ban Pong Manao, Phatthana Nikhom District, Lopburi Province by aiming 1) to study the potential of communicative strategies management to promote the sustainable community-based tourism 2) to develop the communicative strategies management to promote the sustainable community-based tourism and 3) to establish the public relations media to promote and rehabilitate the sustainable community-based tourism. The research instruments were community leaders, local wisdoms, local people, local officers, academicians, professionals, and tourists. The research found that Ban Pong Manao has relatively little communication potential and lack of the effective communication management system. In addition, the readiness of the community tourism management was relatively low. All elements of communication must be developed, especially the personal communication, is the most necessary to develop communication potential for supporting community-based tourism. Furthermore, the communicative strategies to promote the sustainable community-base tourism of Ban Pong Manao consisted of tourism success factors as follows : factors for tourism are Hauy Khun Ram Subdistrict Administrative Organization, temples, schools and, moo 7 community, Ban Pong Manao Archaeological site, media for tourism promotion, and tourists. For developing communicative strategies were personal media, print media, specialized media, and online media. However, the development in public relations media, promote and rehabilitate of the sustainable community-based tourism such as personal media (local guides and volunteer young tour guides), print media (pamphlets), specialized media (logo, t-shirts, caps), online media (Facebook page or video clips) with appropriate design and creativity for supporting the sustainable community-based tourism in Ban Pong Manao, Phatthana Nikhom District, Lopburi Province

Keywords: Management/ Communication Strategy/ Community-based tourism

บทนำ

การท่องเที่ยวชุมชน เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เน้นผลประโยชน์เพื่อชุมชน การท่องเที่ยวลักษณะนี้จึงเป็นความหวังของชุมชนในด้านการนำรายได้มาสู่ชุมชน องค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO) ระบุว่า การท่องเที่ยวเปรียบเสมือนสูตรสำเร็จ สำหรับทุกประเทศโดยเฉพาะประเทศที่กำลังพัฒนาหรือยากจน ประเทศเหล่านี้เน้นการท่องเที่ยวให้อยู่ในแผนพัฒนาประเทศ เหตุผลที่สำคัญคือมีตลาดที่น่าสนใจที่พร้อมที่จะเดินทางท่องเที่ยว สิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยวและแหล่งที่เที่ยวที่ประเทศมีอยู่แล้วโดยไม่ต้องลงทุน หลาย ๆ ประเทศมีลักษณะอากาศที่ดึงดูด มีทิวทัศน์ที่สวยงาม แปลกตา และมีสมบัติทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวจึงถือเป็นรายได้ที่น่าสนใจ

ด้านการนำเงินตราต่างประเทศเข้ามาและยังเปิดโอกาสใหม่ในการจ้างงาน รวมทั้งความต้องการผลิตภัณฑ์ของท้องถิ่น (Son, Pigram and Rugendyke, 1999, p 211 อ้างถึงใน พิมพ์ระวี โรจน์รุ่งสัจย์, 2553 หน้า 1-2)

จากการศึกษาของพรรณนิภา เดชพล เรื่องการจัดการการสื่อสารเพื่อพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวในชุมชนจังหวัดลพบุรีและสิงห์บุรี (พรรณนิภา เดชพล, 2558 หน้า 99) พบว่า จังหวัดลพบุรีและจังหวัดสิงห์บุรี มีการจัดการการสื่อสารและเครือข่ายการท่องเที่ยวของชุมชนอย่างไม่เป็นระบบ โดยมีการบริหารจัดการทั้งการสื่อสารและเครือข่ายที่ดำเนินการโดยภาครัฐ คือองค์การบริหารส่วนตำบลที่ร่วมขับเคลื่อนดูแลควบคู่ไปกับภาคประชาชน ซึ่งเป็นปราชญ์ชาวบ้านและผู้นำทางความคิด แต่ยังมีขาดระบบและการบริหารจัดการที่ดี จึงไม่สามารถสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวในชุมชนได้อย่างแท้จริง โดยชุมชนมีแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นต้นทุนที่มีคุณค่า มีอัตลักษณ์และศักยภาพสูง แต่หลายแห่งขาดการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ ขาดการขับเคลื่อน ขาดการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร และไม่ได้ใช้สื่อเพื่อการสื่อสารประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสม จึงทำให้การท่องเที่ยวของชุมชนนั้นล้มเหลว ไม่เป็นที่รู้จัก และไม่มียกท่องเที่ยวสนใจมาท่องเที่ยวในชุมชน ซึ่งส่งผลให้ประชาชนและชุมชนขาดรายได้ทั้งจากการท่องเที่ยวและการขายสินค้าและให้บริการ ซึ่งชุมชนดังกล่าวที่เป็นปัญหามากที่สุดคือ ชุมชนบ้านโป่งมะนาว หมู่ที่ 7 ตำบลห้วยขุนราม อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี

ในอดีตชุมชนบ้านโป่งมะนาว มีการท่องเที่ยวในชุมชนที่โดดเด่นและได้รับรางวัลดีเด่นหลายด้าน ซึ่งแสดงให้เห็นเชิงประจักษ์ว่ามีการบริหารจัดการการท่องเที่ยวที่ดีมาโดยตลอด เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ มีกิจกรรมและการท่องเที่ยวของชุมชน ประกอบด้วยแหล่งโบราณคดี แหล่งเรียนรู้ตามอัธยาศัยศึกษาแหล่งโบราณคดีบ้านโป่งมะนาว เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ชุมชนบ้านโป่งมะนาว มีอาคารพิพิธภัณฑ์สถานชุมชนที่สวยงามสามารถเป็นแหล่งเรียนรู้ตามอัธยาศัยและแหล่งเรียนรู้ได้ตลอดชีวิต มีมีคฤหบดีน้อยนำชมให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ ซึ่งแสดงถึงการมีการบริหารจัดการและกลยุทธ์การสื่อสารที่ดี แต่ปัจจุบันชุมชนบ้านโป่งมะนาวอยู่ในภาวะตกต่ำ เนื่องจากขาดความต่อเนื่องในการบริหารจัดการ โดยเฉพาะประชาชนกลุ่มใหม่ที่มารับผิดชอบการท่องเที่ยวชุมชนยังขาดองค์ความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการการสื่อสารที่ดี จึงไม่สามารถต่อยอดการท่องเที่ยวชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของเชิงชาย สماعيل ผู้ช่วยนักพัฒนาชุมชนองค์การบริหารส่วนตำบลห้วยขุนราม และนายสมบุรณ์ มาลาพิทักษ์ สมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบลห้วยขุนราม ให้ข้อมูลที่สอดคล้องกันว่า “ชุมชนบ้านโป่งมะนาวนั้นในอดีตเมื่อประมาณ 5 ปีที่แล้วนั้น มีความพร้อมสูงมาก แต่ต่อมาในระยะหลังคือเมื่อต้นปี พ.ศ. 2558 เป็นต้นมากลับไม่มีความพร้อมในการท่องเที่ยวของชุมชน และตกต่ำที่สุดคือเมื่อ เดือนพฤศจิกายน 2558 เป็นต้นมา เนื่องจากมีการเปลี่ยนแปลงคณะผู้รับผิดชอบการบริหารจัดการและการดำเนินการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของชุมชนใหม่ ซึ่งเป็นสาเหตุสำคัญที่ชุมชนขาดความพร้อมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวชุมชน แม้ต้องเริ่มต้นใหม่แต่ชุมชนก็ยังคิดว่าการท่องเที่ยวในชุมชนจะกลับมาได้เหมือนอดีตและจะต้องดีกว่าเดิมถ้าผู้นำและประชาชนช่วยกันภายใต้การสนับสนุนขององค์การบริหารส่วนตำบล และภาครัฐในระดับที่สูงขึ้นไป แม้วันนี้จะนับหนึ่งใหม่ จะต้องเริ่มการท่องเที่ยวในชุมชนใหม่ แม้ว่าความพร้อมจะน้อยแต่ก็ยังไม่ถอดใจ”(เชิงชาย สماعيل, การสัมภาษณ์ส่วนบุคคล, 19 มกราคม 2559)

จากการศึกษาและข้อเท็จจริงดังกล่าว จึงควรนำการบริหารจัดการการสื่อสารเข้ามามีส่วนสำคัญ โดยเฉพาะการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ เพื่อช่วยในการขับเคลื่อน ส่งเสริม พัฒนา และพัฒนา ให้การท่องเที่ยวชุมชนบ้านโป่งมะนาวกลับมามีศักยภาพและเป็นแหล่ง

ท่องเที่ยวที่มีวิถีชีวิตและเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ที่ทรงคุณค่า เป็นแหล่งเรียนรู้ตามอัธยาศัยและแหล่งเรียนรู้ได้ตลอดชีวิตสืบต่อไป

ดังนั้น ในการวิจัยเรื่องการจัดการกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน ของบ้านโป่งมะนาว อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรีในครั้งนี้ จะช่วยขับเคลื่อน ส่งเสริม และฟื้นฟูการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านโป่งมะนาว ให้เป็นที่รู้จักและให้มีนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยว ซึ่งเป็นการสร้างอาชีพ สร้างรายได้ให้กับประชาชนและชุมชนอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาศักยภาพการจัดการกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนของบ้านโป่งมะนาว อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี
2. เพื่อพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน ของบ้านโป่งมะนาว อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี
3. เพื่อผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมและฟื้นฟูการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน ของบ้านโป่งมะนาว อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านพื้นที่ คือ แหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านโป่งมะนาว ตำบลห้วยขุนราม อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี ภายในชุมชนและภายในวัดโป่งมะนาว ซึ่งประกอบไปด้วย แหล่งโบราณคดีบ้านโป่งมะนาว มีทั้งพิพิธภัณฑสถานชุมชนบ้านโป่งมะนาว และการจัดแสดงหลุมขุดค้นทางโบราณคดี และสถานที่ท่องเที่ยวในท้องถิ่น และในพื้นที่ใกล้เคียง เส้นทางท่องเที่ยวทางธรรมชาติและศิลปวัฒนธรรม เช่น น้ำตกสวนมะเดื่อและวัดถ้ำตะเพียนทอง และร้านค้าชุมชนในพื้นที่

2. ขอบเขตด้านประชากรในการศึกษาได้แก่ 1) ผู้นำชุมชน ประชาชนชาวบ้านและตัวแทนหรือกลุ่มประชาชนผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านโป่งมะนาว 2) บุคลากร พนักงาน เจ้าหน้าที่ทั้งภาครัฐและเอกชนของหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านโป่งมะนาว 3) นักวิชาการ นักวิชาชีพ นักประชาสัมพันธ์ นักสื่อสารมวลชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านโป่งมะนาวทั้งทางตรงและทางอ้อม 4) ประชาชนในชุมชนบ้านโป่งมะนาว ตำบลห้วยขุนราม 5) กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านโป่งมะนาว ตำบลห้วยขุนราม อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี

3. ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษารายละเอียดที่ครอบคลุมการจัดการการสื่อสาร ดังนี้

3.1 การจัดการการสื่อสาร ได้แก่ สภาพจริงในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนของแหล่งท่องเที่ยวบ้านโป่งมะนาว ตำบลห้วยขุนราม อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี โดยวิเคราะห์ถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคในการส่งเสริมการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านโป่งมะนาว

3.2 กลยุทธ์การสื่อสาร ได้แก่ การวางแผนเพื่อนำเนื้อหาข่าวสาร ผ่านวิธีการสื่อสาร ประเภทและรูปแบบของสื่อ เครื่องมือ และวิธีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อและเครื่องมือต่าง ๆ เพื่อสื่อสารและส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวโดยอย่างยิ่งของชุมชนบ้านโป่งมะนาว อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี ให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง

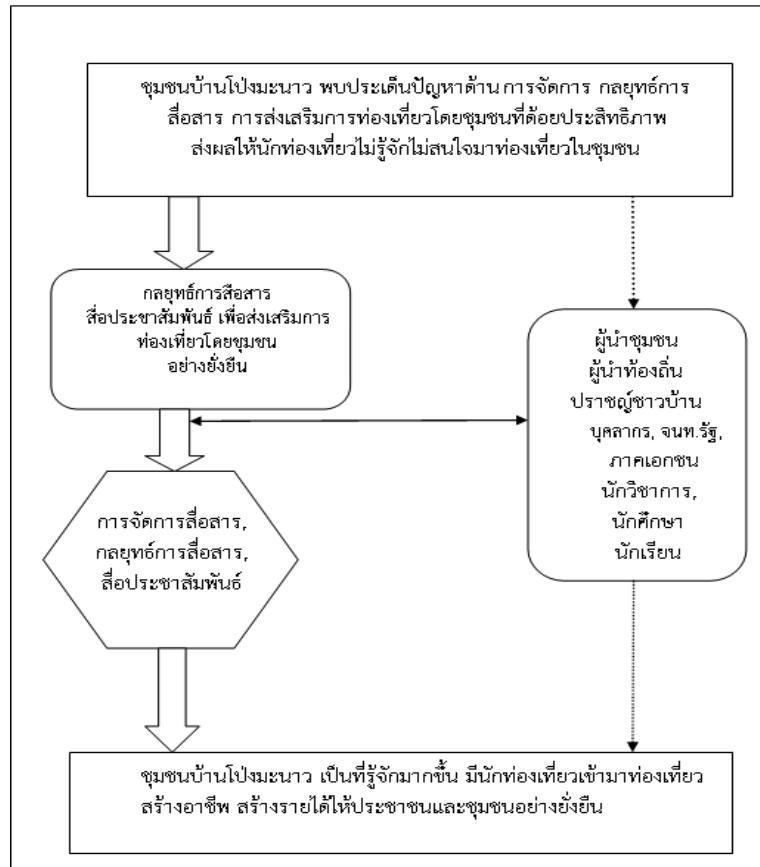
3.3 ความต้องการและความคิดเห็นของประชาชนในชุมชนและนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับ กลยุทธ์การสื่อสารของแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านโป่งมะนาว อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี

3.4 ผลิตสื่อและเครื่องมือในการสื่อสารประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนของบ้านโป่งมะนาว โดยวิเคราะห์จากสภาพการจัดการการสื่อสาร กลยุทธ์การสื่อสาร ความต้องการและความคิดเห็นของประชาชนในชุมชนและนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในชุมชนบ้านโป่งมะนาว อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. การจัดการ (Management) หมายถึง หน้าที่ของการจัดการเพื่อกลยุทธ์การสื่อสาร รูปแบบการสื่อสาร สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนของบ้านโป่งมะนาว อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี
2. กลยุทธ์การสื่อสาร (Communication Strategy) หมายถึง วิธีการสื่อสารและประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนของบ้านโป่งมะนาว อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี
3. การท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism Community) หมายถึง รูปแบบของการท่องเที่ยวที่เน้นผลประโยชน์เพื่อชุมชนของจังหวัดลพบุรีและจังหวัดสิงห์บุรี ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวที่เป็นความหวังของชุมชนในด้านการนำรายได้มาสู่ชุมชนและเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน ซึ่งจะนำไปสู่การท่องเที่ยว โดยชุมชน เพื่อชุมชนอย่างยั่งยืน

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพ 1 กรอบแนวคิดของโครงการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรที่ใช้ในการศึกษา แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม คือ (1) ผู้นำชุมชน ประชาชนชาวบ้าน และตัวแทนหรือกลุ่มประชาชนผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนบ้านโป่งมะนาว (2) บุคลากร พนักงานเจ้าหน้าที่ ทั้งภาครัฐและเอกชนของหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านโป่งมะนาว (3) นักวิชาการ นักวิชาชีพ นักประชาสัมพันธ์ นักสื่อสารมวลชน (4) ประชาชนในชุมชนบ้านโป่งมะนาว ตำบลห้วยขุนราม อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี และ (5) กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในชุมชนแหล่งโบราณคดีชุมชนบ้านโป่งมะนาว ตำบลห้วยขุนราม อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี

2. กลุ่มตัวอย่างและวิธีการสุ่มตัวอย่าง

ในการดำเนินการเลือกกลุ่มตัวอย่างนั้น ได้ใช้การได้ทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เลือกบุคคลที่เป็นตัวอย่าง ดังนี้

2.1 กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้นำชุมชน ประชาชนชาวบ้าน และตัวแทนหรือกลุ่มประชาชนผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนบ้านโป่งมะนาว จำนวน 10 คน

2.2 บุคลากร พนักงาน เจ้าหน้าที่ ทั้งภาครัฐและเอกชนของหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านโป่งบุคคลที่เป็นตัวอย่างสำหรับการสนทนากลุ่ม สัมภาษณ์เจาะลึกจำนวน 15 คน

2.3 นักวิชาการ นักวิชาชีพ นักประชาสัมพันธ์ นักสื่อสารมวลชน จำนวน 8 คน

2.4 ประชาชนในชุมชนบ้านโป่งมะนาว ตำบลห้วยขุนรามจำนวน 10 ครัวเรือน (ครัวเรือนละ 2 คน)
รวม 20 คน

สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านโป่งมะนาว ตำบลห้วยขุนราม อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี ซึ่งไม่สามารถทราบจำนวนที่แน่นอน (Non-Finite Population) จึงกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรของยามานะ ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 400 คน และใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

วิธีการดำเนินการวิจัยและการเก็บข้อมูล

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ซึ่งเน้นการวิจัยแบบมีส่วนร่วม (Participatory Research) ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ทั้งข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิ โดยมีขั้นตอนการดำเนินการวิจัยดังนี้ คือ ศึกษาข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง และเก็บข้อมูลปฐมภูมิโดยการสนทนากับผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาวางแผนสร้างแนวคำถาม จากนั้นสร้างแบบสัมภาษณ์ สร้างแบบสอบถาม และนำแบบสัมภาษณ์ไปสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับกลุ่มผู้นำชุมชน, แกนนำการท่องเที่ยวในชุมชน, ผู้บริหาร และบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวชุมชนชุมชนบ้านโป่งมะนาว เพื่อให้ได้ทราบศักยภาพที่แท้จริง เช่น จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและ อุปสรรคในการจัดการการสื่อสาร ต่อมานำแบบสอบถามไปสอบถามนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในชุมชน เพื่อทราบความต้องการและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับองค์ประกอบของการสื่อสาร เพื่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชนโป่งมะนาว ตำบลห้วยขุนราม อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี โดยเมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพแล้ว จึงผลิตสื่อและเครื่องมือในการสื่อสารเพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านโป่งมะนาว และท้ายสุดจัดประชุมนำเสนอผลการวิจัยให้แก่ชุมชนท่องเที่ยวชุมชนบ้านโป่งมะนาว และองค์กรภาคี เครือข่ายที่เกี่ยวข้อง

เครื่องมือในการวิจัย คือแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง และแบบสอบถาม ซึ่งแบบสอบถามได้ผ่านขั้นตอน คือ การหาความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) โดยนำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้วเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน หลังจากผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือแล้ว ได้นำมาหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับเนื้อหา (item objective index : IOC) ผลทดสอบพบว่ามีความสอดคล้อง ได้ 1.00 และนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญ ไปหาความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยไปทดลองใช้ (Try Out) กับนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวชุมชนน้ำตกสวนมะเดื่อ ตำบลห้วยขุนราม อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี แล้วนำมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) สำหรับหาค่าสัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่นของครอนบาค (Cronbach) ได้ค่าระดับความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.806

เมื่อได้ข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิ ได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์ สังเคราะห์โดยการบรรยายเชิงพรรณนา ส่วนข้อมูลสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามวิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่และหาร้อยละ ข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนโป่งมะนาว วิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ย (mean: \bar{x}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) และแปลผลตามเกณฑ์ที่กำหนด ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	4.51 – 5.00	หมายถึง	มีความพึงพอใจระดับมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	3.51 – 4.50	หมายถึง	มีความพึงพอใจระดับมาก
คะแนนเฉลี่ย	2.51 – 3.50	หมายถึง	มีความพึงพอใจระดับปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	1.51 – 2.50	หมายถึง	มีความพึงพอใจระดับน้อย
คะแนนเฉลี่ย	1.00 – 1.50	หมายถึง	มีความพึงพอใจระดับน้อยที่สุด

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาศักยภาพการจัดการกลยุทธ์การสื่อสาร เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนของบ้านโป่งมะนาว อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี ชุมชนโป่งมะนาว มีความพร้อมในการจัดการการท่องเที่ยวในชุมชนค่อนข้างน้อย การมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวอยู่ในระดับ ปานกลาง ส่วนองค์ประกอบของการสื่อสารในชุมชนบ้านโป่งมะนาว พบว่าทั้ง 4 องค์ประกอบของการสื่อสารเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชนให้ยั่งยืน ได้แก่ ผู้ส่งสาร สาร สื่อ และผู้รับสาร มีความสำคัญต่อการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวในชุมชนบ้านโป่งมะนาว โดยรูปแบบการสื่อสารอย่างไม่เป็นทางการและการสื่อสารกึ่งทางการ เป็นรูปแบบการสื่อสารที่สำคัญที่จะช่วยขับเคลื่อนชุมชนโป่งมะนาวให้มีความร่วมมือในการท่องเที่ยวชุมชน การสื่อสารที่เหมาะสมที่สุดของการสื่อสารเพื่อสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวในชุมชนบ้านโป่งมะนาว จังหวัดลพบุรี คือ วิธีของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ซึ่งต้องเป็นวิธีการสื่อสารแบบสองทางผสมผสานกับวิธีการสื่อสารในระนาบเดียวกัน อีกทั้ง ระดับของการสื่อสารที่ควรจะใช้ในการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวและการจัดการการท่องเที่ยวในชุมชนบ้านโป่งมะนาวอย่างยั่งยืน คือ การสื่อสารระดับบุคคล และการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

จากการวิจัยยังพบว่ากลยุทธ์ทางการสื่อสารของชุมชนบ้านโป่งมะนาว ที่มีประสิทธิภาพในปัจจุบันและเป็นปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืนของบ้านโป่งมะนาวมีดังต่อไปนี้ สื่อบุคคลประเภทที่ 1 ได้แก่เจ้าหน้าที่และพนักงาน จากองค์การบริหารส่วนตำบลห้วยขุนราม ประกอบด้วย นายเชิงชาย สมาคม ผู้ช่วยนักพัฒนาชุมชน ผู้ประสานงาน วางแผนกำกับติดตาม นางสาวพวงเพ็ชร ทองสินธ์ พนักงานประสานงาน บริการธุรการพิพิธภัณฑสถานโป่งมะนาว และนางสาวสมใจ สิงหนาท พนักงานประสานงาน บริการ มัคคุเทศก์ ฝ่ายข้อมูล ผลิตสื่อออนไลน์ รับผิดชอบกลุ่ม ยุวจิตอาสา สื่อบุคคลประเภทที่ 2 ได้แก่กลุ่มยุวจิตอาสาพัฒนาแหล่งโบราณคดีบ้านโป่งมะนาว ประเภทสื่อออนไลน์ ได้แก่ Facebook กลุ่มยุวจิตอาสาพิพิธภัณฑสถานบ้านโป่งมะนาว ประเภทสื่อกิจกรรม ได้แก่กิจกรรมนำชมโดยกลุ่มเยาวชนจิตอาสาพิพิธภัณฑสถานบ้านโป่งมะนาว (เฉพาะวันเสาร์-วันอาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์)

ผลวิจัยพบว่า ชุมชนโป่งมะนาวมีศักยภาพในการสื่อสารค่อนข้างน้อย ควรได้รับการพัฒนา ดังนี้ (1) จัดประชุมร่วมทุกภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและรับผิดชอบแหล่งโบราณคดีบ้านโป่งมะนาว เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาศักยภาพการสื่อสารและเพิ่มศักยภาพในการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้มีประสิทธิภาพต่อไป (2) เพิ่มศักยภาพให้กับกลุ่มยุวจิตอาสาพัฒนาแหล่งโบราณคดีบ้านโป่งมะนาว โดยจัดอบรมมััคคุเทศก์เพื่อเพิ่มพูนความรู้ความเข้าใจให้กับผู้รับผิดชอบและกลุ่มเยาวชน (3) ผลิตสื่อเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ได้แก่ ออกแบบโลโก้ แผ่นพับจัดทำ Page Facebook จัดทำ Clip VDO จัดทำสื่อและหมวกให้กับกลุ่มยุวจิตอาสา และจัดอบรมให้ความรู้กับกลุ่มยุวจิตอาสาแหล่งโบราณคดีบ้านโป่งมะนาว

2. ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเพื่อนำมาพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวชุมชนบ้านโป่งมะนาว อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี พบว่า

1) ปัจจัยด้านสถานที่ท่องเที่ยว พบว่า ในภาพรวมมีเกณฑ์อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.62$) เมื่อพิจารณาแต่ละรายการ พบว่า เรื่องความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.61$) มีเกณฑ์อยู่ในระดับมาก เรื่องความพร้อมของหลุมขุดค้นพบต่าง ๆ ($\bar{X} = 3.00$) และความพร้อมของพิพิธภัณฑ์ ($\bar{X} = 2.63$) มีเกณฑ์อยู่ในระดับปานกลาง เรื่องการรองรับนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 2.33$) การจัดการด้านการท่องเที่ยว ($\bar{X} = 2.30$) ความพร้อมของสถานที่ท่องเที่ยว ($\bar{X} = 2.30$) และความพร้อมของกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ($\bar{X} = 2.20$) มีเกณฑ์อยู่ในระดับน้อยตามลำดับ

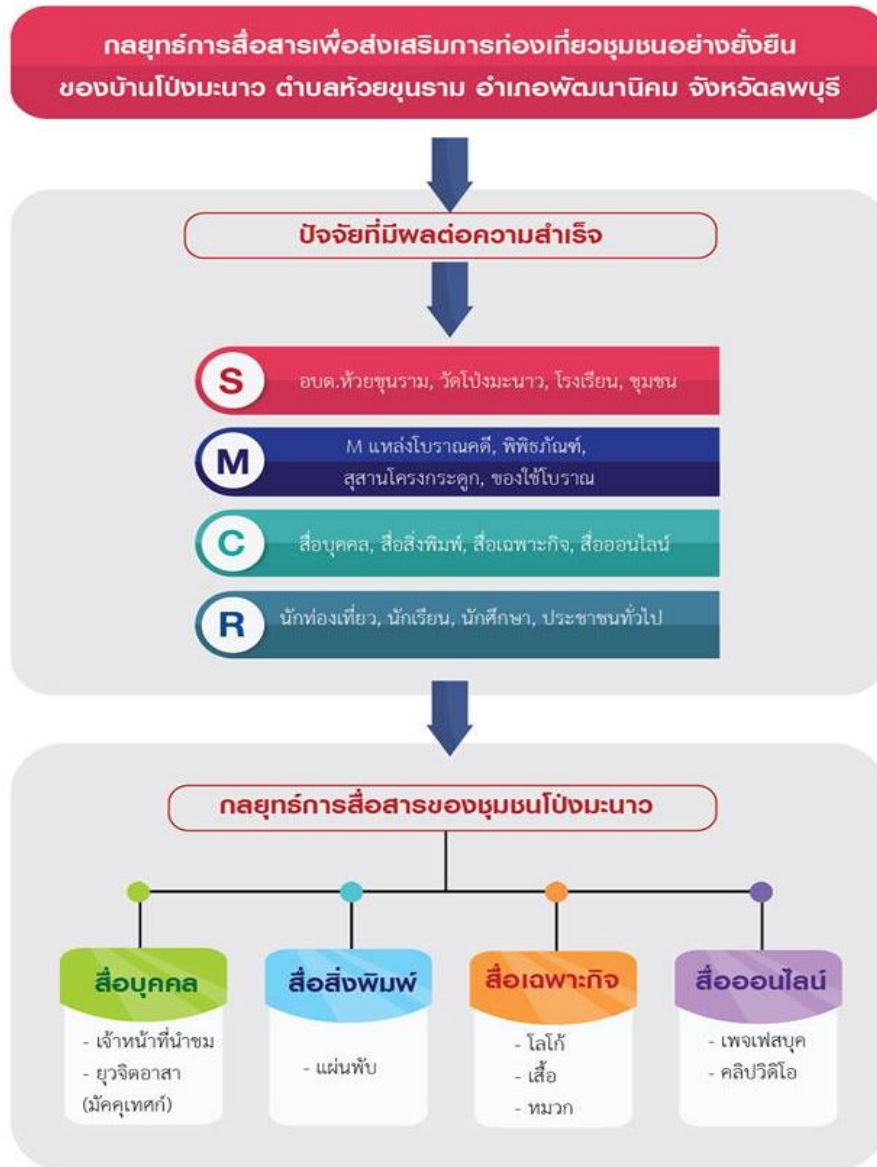
2) ปัจจัยด้านสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า ในภาพรวมมีเกณฑ์อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.27$) เมื่อพิจารณาแต่ละรายการพบว่าเรื่องที่จอดรถมีเกณฑ์อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.83$) เรื่องการเก็บขยะและระบบการกำจัดขยะ มีเกณฑ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.73$) เรื่องห้องน้ำสาธารณะ ($\bar{X} = 2.79$) และป้ายบอกทางต่าง ๆ ไปสถานที่ท่องเที่ยว ($\bar{X} = 2.60$) มีเกณฑ์อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนเรื่องการให้ข้อมูลทางการท่องเที่ยว ($\bar{X} = 2.20$) มีเกณฑ์อยู่ในระดับน้อยตามลำดับ

3) ปัจจัยด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว พบว่าในภาพรวมมีเกณฑ์อยู่ในระดับน้อยที่สุด ($\bar{X} = 1.10$) เมื่อพิจารณาแต่ละรายการก็พบว่า มีเกณฑ์อยู่ในระดับน้อยที่สุดทุกรายการ คือ การจัดลำดับและเส้นทางท่องเที่ยว ($\bar{X} = 1.18$) กิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ($\bar{X} = 1.15$) ร้านค้าชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ($\bar{X} = 1.05$) และสินค้าและของที่ระลึก ($\bar{X} = 1.03$) ตามลำดับ

4) ปัจจัยด้านการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวในภาพรวมมีเกณฑ์อยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 1.84$) เมื่อพิจารณาแต่ละรายการพบว่า เรื่องการนำเที่ยวและให้ข้อมูลโดยมัคคุเทศก์น้อย ($\bar{X} = 2.87$) และการให้คำแนะนำและการตอบข้อซักถามของเจ้าหน้าที่ ($\bar{X} = 2.60$) มีเกณฑ์อยู่ในระดับปานกลาง สื่อ หมาย (ของยูวมัคคุเทศก์) ($\bar{X} = 2.43$) ป้ายประชาสัมพันธ์ข้อมูลการท่องเที่ยว ($\bar{X} = 2.07$) ป้ายประชาสัมพันธ์ใหญ่ (แผนที่การท่องเที่ยว) ($\bar{X} = 2.04$) และป้ายประชาสัมพันธ์บอกเส้นทางท่องเที่ยว ($\bar{X} = 1.84$) มีเกณฑ์อยู่ในระดับน้อย ส่วนเรื่องการประชาสัมพันธ์ทางโซเชียลมีเดียต่าง ๆ ($\bar{X} = 1.23$) การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชนต่าง ๆ ($\bar{X} = 1.17$) แผ่นพับ ($\bar{X} = 1.09$) และคู่มือการท่องเที่ยว ($\bar{X} = 1.04$) มีเกณฑ์อยู่ในระดับน้อยที่สุดตามลำดับ

5) สรุปภาพรวม พบว่า แหล่งสถานที่ท่องเที่ยวบ้านโป่งมะนาวมีปัจจัยกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยรวมระดับน้อย ($\bar{X} = 2.21$) เมื่อพิจารณาปัจจัยแต่ละรายด้านพบว่า ปัจจัยด้านสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวก ($\bar{X} = 3.27$) และปัจจัยด้านสถานที่ท่องเที่ยว ($\bar{X} = 2.62$) มีเกณฑ์อยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยด้านการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยว ($\bar{X} = 1.84$) มีเกณฑ์อยู่ในระดับน้อย และปัจจัยด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ($\bar{X} = 1.10$) มีเกณฑ์อยู่ในระดับน้อยที่สุดตามลำดับ

3. การพัฒนากลยุทธ์การสื่อสาร เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน ของบ้านโป่งมะนาว อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี จากการนำข้อมูลต่าง ๆ มาวิเคราะห์ได้ตั้งแผนภาพนี้



ภาพที่ 2 กลยุทธ์การท่องเที่ยวชุมชนกลยุทธ์การสื่อสาร เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน
ของบ้านโป่งมะนาว อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี

ตัวอย่างกลยุทธ์การสื่อสาร: สื่อประชาสัมพันธ์ที่ผลิตให้กับชุมชนโป่งมะนาว

1. โลโก้กลุ่มยูวจิตอาสา แหล่งโบราณคดีบ้านโป่งมะนาว ที่ผ่านการมีส่วนร่วมจากผู้เกี่ยวข้องในการเลือก
แบบ ข้อความ และสี โดยเป็นจุดเริ่มต้นที่ต้องนำไปใช้กับทุกสื่อที่ผลิตขึ้นมาใหม่



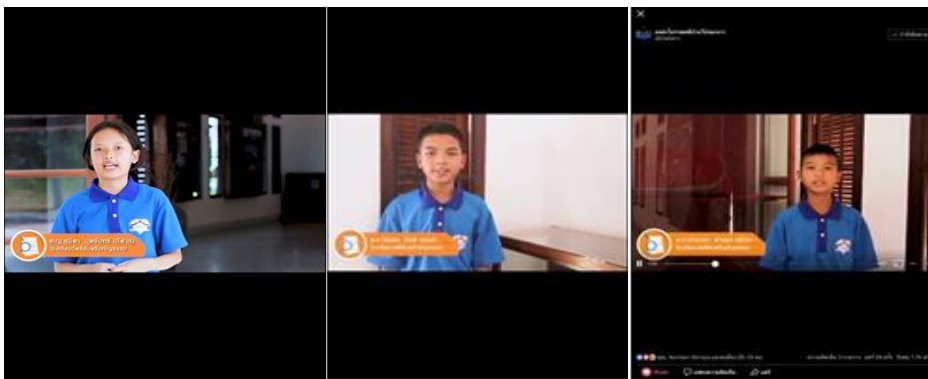
ภาพที่ 3 โลโก้ยูวจิตอาสา บ้านโป่งมะนาว

2. สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทเสื้อและหมวก สำหรับกลุ่มยูวจิตอาสาแหล่งโบราณคดีบ้านโป่งมะนาว ที่ผลิตขึ้นใหม่โดยผ่านการมีส่วนร่วมจากผู้เกี่ยวข้องและกลุ่มยูวจิตอาสา



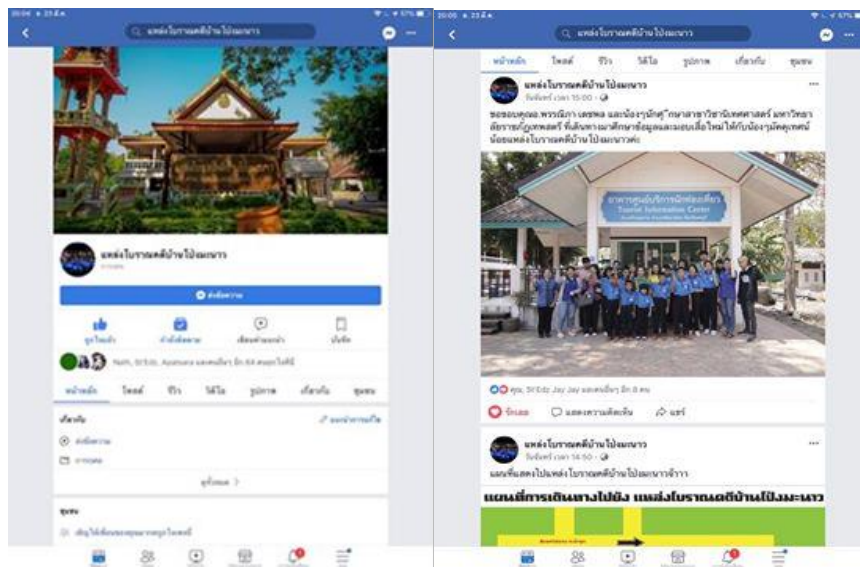
ภาพที่ 4 เสื้อและหมวก สำหรับกลุ่มยูวจิตอาสา

3. สื่อประชาสัมพันธ์ Clip VDO ที่จัดทำขึ้นสำหรับเผยแพร่



ภาพที่ 5 คลิปวิดีโอของกลุ่มยูวจิตอาสาแหล่งโบราณคดีบ้านโป่งมะนาว

4. สื่อประชาสัมพันธ์ เพจเฟซบุค ผลิตขึ้นใหม่โดยผ่านการมีส่วนร่วมจากผู้เกี่ยวข้อง



ภาพที่ 6 Page Facebook แหล่งโบราณคดีบ้านโป่งมะนาว

5. สื่อแผ่นพับ ผลิตภัณฑ์ใหม่โดยผ่านการมีส่วนร่วมจากผู้เกี่ยวข้อง



ภาพที่ 7 แผ่นพับประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแหล่งโบราณคดีบ้านโป่งมะนาว

6. การอบรมพัฒนาศักยภาพจิตอาสา ณ แหล่งโบราณคดีบ้านโป่งมะนาว



ภาพที่ 8 การอบรมพัฒนาศักยภาพจิตอาสา ด้านการนำชม

อภิปรายผล

จากการศึกษา การจัดการกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน ของบ้านโป่งมะนาว อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรีพบว่า การจัดการการสื่อสารมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการท่องเที่ยวในชุมชน โดยมีข้อค้นพบจากการวิจัยว่า ประเภทของการสื่อสารที่ใช้ในการท่องเที่ยวชุมชน คือ การสื่อสารสองทาง การสื่อสารแนวระนาบ และการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง รูปแบบการสื่อสารแบบการมีส่วนร่วมของชาวบ้านเพื่อการจัดการป่าชุมชนอย่างยั่งยืน : กรณีป่าชุมชนตำบลท่าอิบุญ ตำบลหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ ของบุษบา หินเธาว์ (2550, บทคัดย่อ) พบว่า รูปแบบการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมของชาวบ้านเพื่อการจัดการป่าชุมชนอย่างยั่งยืน เป็นรูปแบบการสื่อสารสองทางแบ่งเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่ 1) การสื่อสารจากล่างขึ้นบน เป็นการสื่อสารผ่านกระบวนการทบทวนปัญหาตนเองของชาวบ้านที่มีต่อป่าชุมชนของตำบลท่าอิบุญ 2) การสื่อสารแนวระนาบ เป็นการสื่อสารผ่านกิจกรรมเพื่อสังคม ผลการเสริมสร้างศักยภาพการสื่อสารชุมชนด้วยกลยุทธ์การสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมของชาวบ้าน ทำให้ชาวบ้านมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการป่าชุมชนเพิ่มขึ้น เห็นความสำคัญของป่าไม้และให้ความร่วมมือในการอนุรักษ์ป่าชุมชนเพิ่มขึ้น

ผลการวิจัยการจัดการกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน ของบ้านโป่งมะนาว อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี มีปัจจัยกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยรวมระดับน้อย เมื่อพิจารณาปัจจัยแต่ละรายด้าน พบว่า ปัจจัยด้านสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกและปัจจัยด้านสถานที่ท่องเที่ยวมีเกณฑ์อยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยด้านการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยว มีเกณฑ์อยู่ในระดับน้อย และปัจจัยด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวมีเกณฑ์อยู่ในระดับน้อยที่สุดตามลำดับ โดยสอดคล้องกับการศึกษาของไรรพรณ ปรางอุตมทรัพย์ (2554, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ศักยภาพของชุมชนท้องถิ่นในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ : กรณีศึกษาชุมชนบ้านทุ่งสูง จังหวัดกระบี่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของชุมชนบ้านทุ่งสูง จังหวัดกระบี่ ผลการศึกษาพบว่า มีปัจจัยที่บ่งชี้ถึงศักยภาพของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อยู่ 4 กลุ่ม ได้แก่ ปัจจัยด้านลักษณะพื้นที่ ปัจจัยด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมเพื่อท่องเที่ยว ปัจจัยด้านกิจกรรมและการจัดการท่องเที่ยว และปัจจัยด้านองค์กรชุมชน และมีระดับศักยภาพปาน

กลางในปัจจัยด้านลักษณะพื้นที่และปัจจัยด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยว โดยระดับศักยภาพต่ำสุด
ในปัจจัยด้านกิจกรรมและการจัดการท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะทั่วไป

จากการศึกษาพบว่า หากต้องการให้ชุมชนบ้านโป่งมะนาวเกิดการท่องเที่ยวในชุมชนอย่างยั่งยืน
ควรบริหารจัดการการสื่อสารเป็นอันดับแรกโดยต้องทำให้เกิดเป็นรูปธรรมโดยชุมชนและภาครัฐภาคเอกชน
จะต้องร่วมมือร่วมใจและจริงจังในการทำงานร่วมกัน โดยร่วมกันคิดร่วมกันทำและจัดตั้งเป็นคณะทำงานร่วมกัน
ขับเคลื่อน รวมถึงพัฒนาต่อยอดต้นทุนเดิมที่เป็นกลยุทธ์ทางการสื่อสารที่มีอยู่คือกลุ่มยูทิวทิวอาสาแหล่งโบราณคดี
บ้านโป่งมะนาวให้เข้มแข็งและมีศักยภาพเพิ่มขึ้น อีกทั้งให้ความสำคัญกับกลยุทธ์การสื่อสารทางด้านการ
ประชาสัมพันธ์ โดยวางแผน กำหนดรูปแบบการท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวหรือประชาชนให้ความสนใจและ
อยากมาเที่ยว โดยเผยแพร่ด้วยสื่อออนไลน์อีกช่องทางหนึ่งด้วย

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะสำหรับผู้สนใจที่จะทำวิจัยในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์การสื่อสารที่
สอดคล้องกับการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน ดังนี้

- 2.1 ควรศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน
- 2.2 ควรศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารและภาพลักษณ์การท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน
- 2.3 ควรศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพการสื่อสารให้กับผู้นำชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

- กุลจิรา เสาวลักษณ์จินดา. (2555). การมีส่วนร่วมของชุมชนต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวกรณีศึกษาอำเภอ
อินทร์บุรี จังหวัดสิงห์บุรี. ปริญญาโทพนธ์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี: ปทุมธานี.
- กุลชลี พวงเพ็ชร์, และคณะ. (2554). การจัดการและการมีส่วนร่วมเพื่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิง
วัฒนธรรม: กรณีศึกษากลุ่มชาติพันธุ์ไทยพวน อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี. กรุงเทพฯ: เครือข่ายวิจัย
เครือข่าย อุดมศึกษาภาคกลางตอนบน (สกอ.).
- ชลัษย์รัตน์ จิรชัยเขาวนนท์. (2554). การจัดการเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนพื้นที่สูงจังหวัดเพชรบูรณ์การจัดการ
การตลาดเพื่อการประชาสัมพันธ์เครือข่ายการท่องเที่ยว. เพชรบูรณ์: มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์.
- เชิงชาย สมาคม. (19 มกราคม 2559). ผู้ช่วยนักพัฒนาชุมชน : องค์การบริหารส่วนตำบลห้วยขุนราม. สัมภาษณ์.
- ณัฏฐา หน่อทอง, และคณะ. (2553). การบริหารจัดการการสื่อสารระหว่างองค์กรและการประสานงานเพื่อ
การพัฒนาการจัดการห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวจังหวัดลพบุรี. กรุงเทพฯ: เครือข่ายวิจัยเครือข่าย
อุดมศึกษาภาคกลางตอนบน (สกอ.).

- บุษบา หินเภาว. (2550). รูปแบบการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมของชาวบ้านเพื่อการจัดการป่าชุมชนอย่างยั่งยืน: กรณีป่าชุมชน ตำบลท่าอิบุญ อำเภอลำลูกเกด จังหวัดเพชรบูรณ์. พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม.
- พรรณนิภา เดชพล.(2558).การจัดการการสื่อสารเพื่อพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวในชุมชนของจังหวัดลพบุรี และสิงห์บุรี.ลพบุรี : มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี.
- พิมพ์ระวี โรจน์รุ่งสัจย์. (2553). การท่องเที่ยวชุมชน. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- เพ็ญจันทร์ สังข์แก้ว,และคณะ. (2553). การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนบนพื้นที่สูง ตำบลทุ่งสมอ อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์. เพชรบูรณ์: มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์.
- วิไลลักษณ์ รัตนเจริญมมะ, และคนอื่น ๆ. (2550). การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนศึกษากรณี: ชุมชนท่าคา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกริก.
- สยามล เทพทา. (2554). ท่องเที่ยวตามสายน้ำลำแม่ลาภิวัตน์ชีวิตคนเมืองสิงห์. กรุงเทพฯ: เครือข่ายวิจัยเครือข่ายอุดมศึกษาภาคกลางตอนบน (สกอ.).
- อุไรพรรณ ปรางอุดมทรัพย์. (2544). ศักยภาพของชุมชนท้องถิ่นในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์: กรณีศึกษาชุมชนบ้านทุ่งสูง จังหวัดกระบี่. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- อุษาวดี พลพิพัฒน์. (2545). การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน:กรณีศึกษาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนในประเทศไทย.จุลสารการท่องเที่ยว 21,4 (ตุลาคม- ธันวาคม): หน้า 38-48