

บทความวิจัย

สื่อประชาสัมพันธ์ดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของหมู่บ้านปิยะมิตร 1 จังหวัดยะลา
Digital Media for Promoting Tourism in Piyamitr 1 Village, Yala Province

ศิริวรรณ เจียรชัชวาลวงศ์¹

วันที่ได้รับต้นฉบับบทความ : 1 พ.ค. 2566

วันที่แก้ไขปรับปรุงบทความ : 6 พ.ค. 2566

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ : 15 พ.ค. 2566

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา สื่อประชาสัมพันธ์ดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหมู่บ้านปิยะมิตร 1 จังหวัดยะลา มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพแวดล้อมของหมู่บ้านปิยะมิตร 1 จังหวัดยะลา 2) พัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของหมู่บ้านปิยะมิตร 1 จังหวัดยะลา รูปแบบการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ หลักการ แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ได้แก่ การใช้เทคโนโลยีเป็นตัวกำหนดสื่อดิจิทัล การประชาสัมพันธ์ การโน้มน้าวใจเป็นกรอบในการวิจัย ผู้ให้ข้อมูลหลักคือ ผู้ประกอบการ ผู้นำด้านการท่องเที่ยว เจ้าของโฮมสเตย์ และนักท่องเที่ยวจำนวน 20 คน ใช้การเลือกแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้าง และการสนทนากลุ่ม การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการพรรณนา ผลวิจัยพบว่า หมู่บ้านปิยะมิตร 1 มีสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญคือ อุโมงค์ปิยะมิตรเป็นอุโมงค์ประวัติศาสตร์ที่สร้างขึ้นเพื่อเป็นที่พักของผู้ร่วมอุดมการณ์ทางการเมืองที่มีแนวคิดด้านการปกครองที่แตกต่างกันในสมัยรัฐบาลพลเอกเปรม ติณสูลานนท์ สภาพแวดล้อมทางพื้นที่มีความอุดมสมบูรณ์ด้านสวนยาง พืชผักสมุนไพร และเลี้ยงเป็ดไก่ ภายในหมู่บ้านมีอัตลักษณ์เด่นด้านวิถีชีวิต ขนบประเพณีและวัฒนธรรม สื่อประชาสัมพันธ์ดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของหมู่บ้านปิยะมิตร 1 จังหวัดยะลาคือ การใช้เฟสเพจและเว็บบเพจ ประโยชน์และข้อค้นพบของงานวิจัยพบว่า การไลฟ์สดผ่านเฟสเพจด้วยการรีวิวสถานที่ท่องเที่ยวให้เป็นปัจจุบัน จะสร้างความน่าสนใจในระหว่างที่นักท่องเที่ยวหาข้อมูลก่อนการเดินทาง

คำสำคัญ สื่อประชาสัมพันธ์ดิจิทัล การท่องเที่ยว หมู่บ้านปิยะมิตร 1 จังหวัดยะลา

Abstract

This research aims to study digital media for promoting tourism in Piyamitr 1 village, Yala province. The objectives are to 1) investigate the environment of Piyamitr 1 village in Yala province and 2) develop digital public relations to promote tourism in Piyamitr 1 village, Yala province. The research methodology is qualitative research. The principles, concepts, and theories used include technological determinism, digital media, public relations, and persuasion as a research framework. The key informants are entrepreneurs, tourism leaders, homestay owners, and tourists, totaling 20 people, selected through purposive sampling. Research tools

¹ ดร. สาขาวิชานิติศาสตร์ธุรกิจและนวัตกรรมการสื่อสาร มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

include semi-structured interviews and group discussions. Data analysis is done through content analysis. The research findings indicate that Piyamitr 1 village has significant tourist attractions, including the Piyamitr tunnel, built as a historical tunnel to accommodate politically diverse ideologies during General Prem Tinsulanonda's government. The environment is rich in rubber plantations, vegetables, herbs, and poultry farming. The village has a distinct identity in terms of lifestyle, customs, and culture. Digital media for promoting tourism in Piyamitr 1 village, Yala province, mainly utilizes Facebook pages and websites. The benefits and findings of the research show that live streaming via Facebook pages, featuring reviews of tourist attractions in real-time, creates interest among tourists by providing information before travel.

Keywords digital media, tourism, Piyamitr 1 village, Yala province

บทนำ

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีความสมบูรณ์ไปด้วยทรัพยากรธรรมชาติที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยว แต่ละภูมิภาคของประเทศมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่หลากหลาย ได้แก่ ป่า ภูเขา และทะเล ดังนั้นการใช้กลยุทธ์ในการดึงดูดนักท่องเที่ยว โดยปรับเปลี่ยนจากการท่องเที่ยวแบบที่เน้นการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวเป็นการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ เช่น การท่องเที่ยวสีเขียว (Green Tourism) ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวแบบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างคุ้มค่า เกิดการอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติและเกิดความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม (กรมพัฒนาชุมชน, 2559) รัฐบาลจึงได้กำหนดแผนและนโยบายเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยกำหนดเป็นยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ตั้งแต่ พ.ศ. 2560-2579 มีวิสัยทัศน์เพื่อนำประเทศไทยสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน ตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง โดยมีกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้กำหนดกรอบแนวคิดและปัจจัยแห่งความสำเร็จของการพัฒนาการท่องเที่ยวระยะ 20 ปี ให้สอดคล้องกับเจตนารมณ์ตามหลักการและวิสัยทัศน์ภายใต้กรอบยุทธศาสตร์เพื่อนำพาประเทศไทยให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพของโลก ที่เติบโตอยู่บนพื้นฐานของความเป็นไทย เป็นการตอบโจทย์เพื่อวางรากฐานและแก้ไขปัญหอุปสรรคที่มีต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวให้เจริญเติบโตในอนาคต ตามยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวคือ การให้ความสำคัญกับการพัฒนาคุณภาพแหล่งการปลูกฝังจิตสำนึกในการเป็นเจ้าบ้านที่ดีให้กับประชาชน การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนและชุมชน ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างความสมดุลให้กับการท่องเที่ยวผ่านการตลาดเฉพาะกลุ่ม การส่งเสริมวิถีไทย การสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว มุ่งการส่งเสริมภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว และการบูรณาการการบริหารจัดการการท่องเที่ยว โดยการจัดการชุมชนท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต้องเริ่มจากปัจจัยการสื่อสารด้านการท่องเที่ยว (ฉัตรฉวี คงดี และคณะ, 2563) เพื่อขับเคลื่อนสู่การปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม นอกจากนี้กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬายังได้ร่วมสนับสนุนให้ชุมชนประกอบการพักในรูปแบบที่พักโฮมสเตย์เพื่อส่งเสริมให้ชุมชนมีรายได้เสริมจากการท่องเที่ยว เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนในการบริหารจัดการ รักษาไว้ซึ่งวิถีชีวิตแบบดั้งเดิม ตลอดจนทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมของชุมชนอย่างยั่งยืนการเพื่อแสดงศักยภาพด้านการท่องเที่ยว (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563) การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ถือเป็นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เกิดจากการนำแนวคิดระหว่างแนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development) และแนวคิดการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ (Natural Resources Conservation) รวมกันเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เน้นความเป็นธรรมชาติสร้างความพอใจแก่นักท่องเที่ยวในด้านความรับผิดชอบต่อสังคม การเรียนรู้ การสาธิต และการมีส่วนร่วมของชุมชน สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพมากกว่าปริมาณ เน้นการเห็นคุณค่าเชิงวัฒนธรรม วิถีชุมชน ความมีเสน่ห์เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวและระบบ

นิเวศในชุมชน ด้วยความเรียบง่ายของการใช้ชีวิตประจำวันกับการประกอบอาชีพดั้งเดิมที่ผูกพันกับธรรมชาติรอบตัว จนผู้คนจากต่างถิ่นแดนต่างวัฒนธรรมอยากเข้ามา สัมผัสวิถีชีวิตรวมถึงความเป็นอยู่และร่วมทำกิจกรรมการท่องเที่ยว โฮมสเตย์หรือที่พักวัฒนธรรมชุมชน เกิดจากความแตกต่างกันของแต่ละชุมชนเพราะไม่ใช่แค่ที่พักแต่ต้องมีปัจจัยอื่นร่วม คือ ทรัพยากรบุคคล อัตลักษณ์ของชุมชน วิถีชีวิต วัฒนธรรมและประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่น รัฐบาลให้ความสนใจกับการท่องเที่ยวในชนบทเพื่อกระจายอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและเพื่อเพิ่มรายได้ของชุมชนท้องถิ่น (คัมภีร์พรรณ จักรบุตร และนริศรา คำสิงห์, 2561)

จากวิสัยทัศน์การท่องเที่ยวไทย กล่าวมาข้างต้นนั้น ยังไม่มีความชัดเจนในการนำนวัตกรรมมาใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เหมาะสมในระดับชุมชน รวมถึงสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 มีผลต่อการดำเนินการท่องเที่ยวนับตั้งแต่ปลายปี พ.ศ. 2562 ส่งผลถึงการขยายตัวทางด้านเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวลดลง ประกอบกับสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติได้เสนอแนวคิดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่หรือการนำนวัตกรรมมาพัฒนาและปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวเดิมเป็น 3 รูปแบบดังนี้ 1) นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์และบริการ นำมาใช้เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ทั้งที่เป็นสินค้าและบริการ ทำให้ผู้ซื้อหรือผู้รับบริการมีความพึงพอใจมากขึ้น 2) นวัตกรรมด้านกระบวนการและบริหารองค์กรอย่างสร้างสรรค์ การปรับปรุงพัฒนาการบริหารจัดการในองค์กรให้มีประสิทธิภาพลดต้นทุนเพิ่มผลผลิต เพื่อให้เกิดสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพ 3) นวัตกรรมด้านการสื่อสารและการตลาด นำมาใช้เพื่อการสื่อสารและการตลาดระหว่างผู้ให้กับผู้รับบริการ เช่น การใช้ Social media ในการเข้าถึงและการบอกต่อการพัฒนาและการใช้การประชาสัมพันธ์ผ่านเครือข่ายออนไลน์ (ฐะณพงศ์ ศรีภาพสินธุ์ และฉัตรเมือง เป่ามานะเจริญ, 2564) นวัตกรรมการประชาสัมพันธ์นับตั้งแต่ปี 1990 เป็นช่วงการเปลี่ยนแปลงวิธีคิด แนวปฏิบัติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของสื่อประจักษ์ที่ทำให้เกิดวิวัฒนาการการประชาสัมพันธ์คือ ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสาร เช่น คอมพิวเตอร์ และเว็บไซต์ เครือข่ายสังคมออนไลน์และสื่อสังคมออนไลน์ การใช้สื่ออินเทอร์เน็ตได้รับความนิยมเพิ่มในยุคศตวรรษที่ 21 อันเป็นยุคแห่งโลกไร้พรมแดนขึ้นมาทัดเทียมกับสื่อมวลชน องค์กรขนาดใหญ่ทั้งของรัฐและเอกชนเริ่มให้ความสนใจทำประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางสื่อสารสมัยใหม่ในรูปแบบของเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมากยิ่งขึ้น โดยใช้เป็นสื่อเสริมเพื่อการประชาสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายระดับสากล ตลอดจนเพื่อการสร้างภาพลักษณ์และการประชาสัมพันธ์ (พรชัย ฉันทวิเศษลักษณ์, 2561 ; สุชาติดา แสงดวงดี และคณะ, 2562)

จากเหตุผลดังกล่าวผู้วิจัยจึงสนใจที่จะค้นคว้าเพื่อนำข้อมูลที่ใช้ในงานประชาสัมพันธ์บนสื่อดิจิทัล โดยการทดลองนำระบบการจัดการเนื้อหามาใช้เป็นเครื่องมือช่วยจัดการควบคุมเนื้อหา โดยคาดว่าจะได้สื่อประชาสัมพันธ์ดิจิทัลจะสามารถตอบสนองความต้องการ รวมถึงความจำเป็นพื้นฐานของการเป็นต้นแบบที่มีประโยชน์แก่นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ ผู้ใช้สารสนเทศทั้งในด้านการรับข้อมูลของการประชาสัมพันธ์ และประโยชน์ในการติดต่อประสานงาน รวมถึงการเกิดความพึงพอใจและทัศนคติที่ดีของผู้ใช้ต่อหน่วยงานและองค์กรที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ยังสามารถใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการเตรียมพร้อมรองรับการท่องเที่ยวสีเขียว (Green Tourism) การพัฒนามาตรฐานแหล่งท่องเที่ยว การจัดรูปแบบและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวที่สร้างทัศนคติที่ดีในการเดินทางท่องเที่ยวในชุมชนอย่างต่อเนื่องตลอดจนพัฒนาบุคลากร และชุมชนได้เข้ามาจัดการด้านการท่องเที่ยวและเข้ามามีส่วนร่วมอย่างเต็มรูปแบบในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องในทุกด้านทุกระดับให้มีศักยภาพ มีความสมดุลและยั่งยืน ซึ่งจะนำไปสู่การส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชนที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์ของชุมชน ทำให้เกิดความพอใจของทุกภาคส่วนได้รับผลประโยชน์สร้างรายได้แก่ชุมชนและสร้างความพึงพอใจต่อนักท่องเที่ยว และมีบทบาทในการสร้างสรรค์สู่การเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของหมู่บ้านปิยะมิตร 1 จังหวัดยะลา

วัตถุประสงค์

1. ศึกษาสภาพแวดล้อมของชุมชนท่องเที่ยวหมู่บ้านปิยะมิตร 1 จังหวัดยะลา
2. เพื่อพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของหมู่บ้านปิยะมิตร 1 จังหวัดยะลา

การทบทวนวรรณกรรม(แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง)

ทฤษฎีเทคโนโลยีการสื่อสารเป็นตัวกำหนด (Communication Technology Theory)

McLuhan, M. (2010) กล่าวถึงทฤษฎีเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนดว่าเป็นทฤษฎีที่มองว่าเทคโนโลยีทางการสื่อสารเป็นตัวแปรต้นที่เข้าไปกำหนดการสื่อสารและประสบการณ์ของมนุษย์ เมื่อเทคโนโลยีทางการสื่อสารได้เปลี่ยนแปลงไป จะสร้างผลกระทบอะไรให้เกิดขึ้นในระดับสังคม สถาบัน และปัจเจกบุคคล (พรชัย ฉันทวิเศษลักษณ์, 2561) ผสานกับแนวคิดของ McQuail, D. (2010) โดยการนำเสนอแนวคิดเทคโนโลยีการสื่อสารเป็นตัวกำหนด ว่าการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีทางการสื่อสารที่มีผลกระทบต่อสังคมและปัจเจกบุคคล ในแง่ของเวลา (time) พื้นที่ (Space) และการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำเนินชีวิตของมนุษย์

แนวคิดสื่อดิจิทัล

แนวคิดเกี่ยวกับสื่อดิจิทัล ปัจจุบันสื่อดิจิทัลได้เข้ามามีบทบาทต่อโลกมากขึ้นเป็นอย่างมาก ทั้งการใช้ชีวิตประจำวัน การศึกษา การติดต่อสื่อสาร สังคมปัจจุบันสื่อดิจิทัลได้เข้ามามีบทบาทในมิติต่าง ๆ ของชีวิตประจำวันและความสัมพันธ์ระหว่างคนในสังคมโดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อดิจิทัลได้เข้ามามีอิทธิพลต่อการทำธุรกิจเป็นอย่างมาก (ธัญธัช วิภัติภูมิประเทศ, 2562) ซึ่งสามารถจำแนกองค์ประกอบของสื่อดิจิทัลพื้นฐาน 5 ชนิด ได้แก่ 1) ข้อความ 2) เสียง 3) ภาพนิ่ง 4) วิดิทัศน์ และ 5) ภาพวิดีโอ อินเทอร์เน็ตให้เกิดการเข้าถึงข้อมูลได้อย่างสะดวกรวดเร็วอีกทั้งยังเป็นการสื่อสารตรงสู่ผู้บริโภคที่มีความสนใจในสินค้านั้น

ทฤษฎีการประชาสัมพันธ์

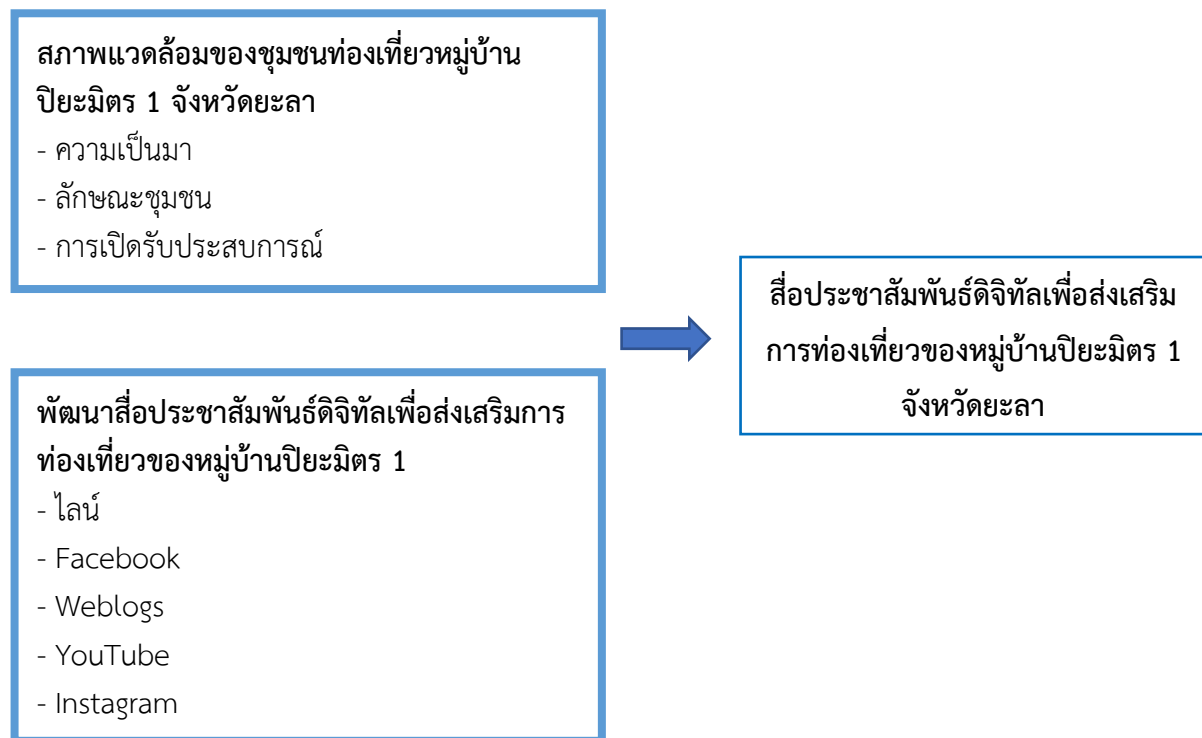
การประชาสัมพันธ์ คือ กระบวนการในการสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดีต่อกันของหน่วยงานองค์กร กับกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้อง (ฐะณูพงศ์ ศรีภาพสินธุ์ และฉัตรเมือง เผ่ามานะเจริญ, 2564) ให้เกิดการยอมรับ ร่วมมือ และสนับสนุนที่ดี เพื่อมุ่งไปสู่ความพยายามที่จะบรรลุเป้าหมายที่หน่วยงานนั้นได้วางไว้ด้วยความราบรื่น (จิตราภรณ์ เจริญมิน, 2562) การศึกษาถึงอิทธิพลของผู้ส่งสารในการโน้มน้าวใจ เป็นเรื่องของความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร ผู้รับสารจะใช้วิธีพิจารณาความเชื่อถือได้ของผู้ส่งสารจาก 3 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ความปลอดภัยหรือความน่าไว้วางใจของผู้ส่งสาร 2) คุณวุฒิ ได้ฝึกอบรม มีประสบการณ์ มีคุณสมบัติเฉพาะ มีทักษะ มีความสามารถและมีเขาวนปัญญาไหวพริบ 3) ความคล่องตัว (Dynamism) คือ ความหนักแน่น เปิดเผย มีความกล้า และมีความรวดเร็ว

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พลอยชมพู ฐิตติยาภรณ์ (2553) ได้ศึกษา การสื่อสารชุมชนท่องเที่ยวที่ยั่งยืนกรณีศึกษา ชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยม โดยศึกษารูปแบบบทบาทและประสิทธิผลของการสื่อสารของชุมชน และการสื่อสารขององค์กรภายนอกชุมชน ผลการศึกษาพบว่า การสื่อสารของชุมชนและการสื่อสารขององค์กรภายนอกชุมชนมีส่วนสำคัญที่ทำให้ชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยมสามารถพัฒนาชุมชนตนเองจนประสบความสำเร็จกลายเป็นชุมชนท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ส่วนการสื่อสารระหว่างชุมชนกับนักท่องเที่ยว มี 5 รูปแบบเช่นกัน ได้แก่ สื่อบุคคล ใบปลิว เสียงตามสาย สื่อสถานที่ และสื่อกิจกรรม พบว่าการสื่อสารของชุมชนมีบทบาทสำคัญในการสร้างจิตสำนึกอนุรักษ์ธรรมชาติ รวมถึงการตอกย้ำจุดเด่นให้กับสินค้าการท่องเที่ยว สำหรับปัญหาอุปสรรคในการสื่อสาร ได้แก่ ขาดบุคลากรที่จะเป็นสื่อบุคคลเพื่อสืบทอดแนวคิดและการดำเนินงานของแกนนำชุมชน นอกจากนี้วิทยา ชินบุตร (2561) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การวิจัยและพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยใช้วัดเป็นฐานการเรียนรู้

และท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของ จังหวัดนครปฐม ผลการศึกษาพบว่า แนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ได้แก่ การจัดทำแผนกลยุทธ์การท่องเที่ยว การสร้างความเข้าใจร่วมกัน การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวและการเรียนรู้ ที่วัดอย่างหลากหลาย การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง การจัดทำป้าย แหล่งท่องเที่ยว และการสนับสนุนงบประมาณจากภาครัฐ และพยอม ธรรมบุตรและคณะ (2563) ได้ศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวและแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดลพบุรี ประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวของจังหวัดลพบุรีประเทศไทย 2) เพื่อสร้างแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนของจังหวัดลพบุรีประเทศไทย โดยผู้ให้ข้อมูล 32 คน จากภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน และนักท่องเที่ยวชาวไทย ผลการวิจัยพบว่า ศักยภาพการท่องเที่ยว จังหวัดลพบุรีที่โดดเด่น คือ 1) มีทรัพยากรทางธรรมชาติที่โดดเด่น เป็นเมืองแห่งอารยธรรม มีทำเลที่ตั้งเหมาะสม มีระบบการขนส่งเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวในประเทศและ 3) แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนของจังหวัดลพบุรีผลจากการสังเคราะห์ SWOT Matrix ประกอบด้วยกลยุทธ์เชิงรุก กลยุทธ์เชิงพลิกฟื้น กลยุทธ์รักษาเสถียรภาพ และกลยุทธ์การเตรียมพร้อม

กรอบการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบการวิจัย

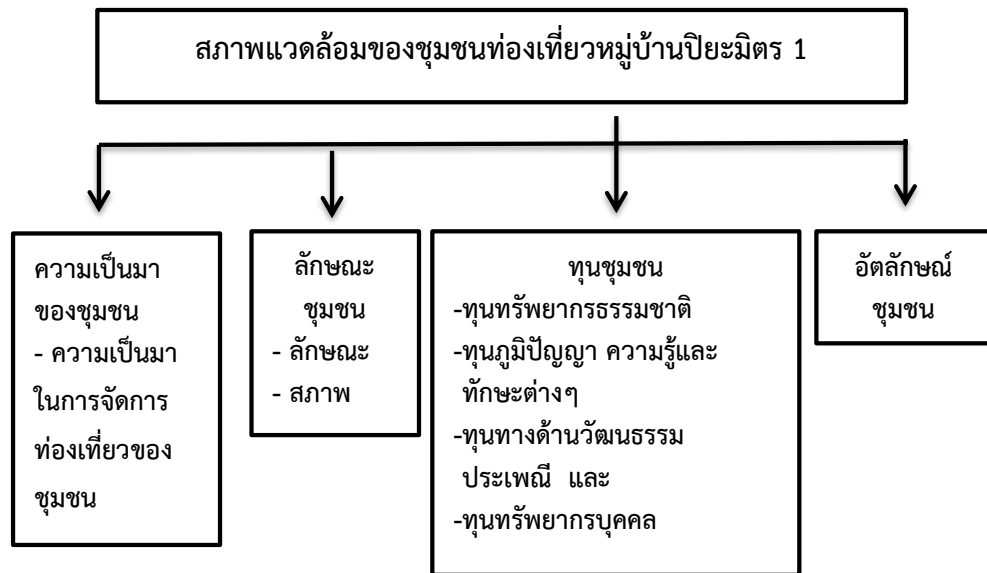
วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง สื่อประชาสัมพันธ์ดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของหมู่บ้านปิยะมิตร 1 จังหวัดยะลา เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีวิธีการเก็บข้อมูลการวิจัยดังนี้ การทบทวนเอกสารและบทความ ผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ ผู้นำกลุ่มท่องเที่ยว ผู้เกี่ยวข้องที่มีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวของชุมชน ตั้งแต่เริ่มต้นทำการท่องเที่ยว จนถึงปัจจุบันและนักท่องเที่ยวจำนวน 20 คน โดยใช้การเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยตาม วัตถุประสงค์ ประกอบด้วย แบบสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้าง และการสนทนากลุ่ม การเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลตามกระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยตนเอง โดย การสัมภาษณ์

เชิงลึกระหว่างการสัมภาษณ์จะมีการขออนุญาตจดบันทึก บันทึกเสียง และถ่ายภาพ ประกอบการจัดสนทนากลุ่มจากผู้ให้ข้อมูลหลักหรือผู้เกี่ยวข้อง และใช้การวิเคราะห์เชิงอุปนัย และการวิเคราะห์เนื้อหา เพื่อหาข้อสรุปทั้งในเรื่องบริบท รูปแบบการสื่อสาร ปัญหาและอุปสรรค เพื่อหาสื่อประชาสัมพันธ์ดิจิทัลที่เหมาะสม

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยข้อที่ 1 สภาพแวดล้อมของชุมชนท่องเที่ยวหมู่บ้านปิยะมิตร 1



ภาพที่ 2 สภาพแวดล้อมของชุมชนท่องเที่ยวหมู่บ้านปิยะมิตร 1

ความเป็นมาของชุมชน

“ชุมชนปิยะมิตร 1 เป็นหมู่บ้านของผู้ร่วมพัฒนาชาติไทยเดิมเคยเป็นฐานที่มั่นของพรรคคอมมิวนิสต์มลายา สร้างขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2519 มีอุโมงค์ปิยะมิตรเป็นฐานที่ตั้งหลัก ภายในอุโมงค์ สามารถจุกคนได้เกือบ 200 คน มีทางเข้าออกทั้งหมด 9 ทาง แต่ในปัจจุบันเหลือ 6 ทาง ภายในอุโมงค์มีสถานีวิทยุของโจรคอมมิวนิสต์ ห้องนอน ห้องเก็บเสบียง มีชอกมีมุมให้เลี้ยวลัดเลาะ ด้านบนเป็นป่ามีต้นไม้ใหญ่มากมายปกคลุม ยกแก่การค้นหา ในปัจจุบัน โจรคอมมิวนิสต์มลายา (จคม.) ได้กลับมาร่วมพัฒนาชาติไทย อุโมงค์ปิยะมิตรจึงได้เปิดเป็นแหล่งท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวที่สนใจเข้ามาเรียนรู้ประวัติศาสตร์ในอดีต”

(สิทธิวิชกฤต แซ่หลิง, การสัมภาษณ์, 28 กรกฎาคม 2564)

ลักษณะของชุมชนปิยะมิตร 1

ลักษณะของชุมชนปิยะมิตร 1 บ้านเรือนของสมาชิกในชุมชนอยู่แนวสองฝั่งถนน และบริเวณดินเขาสมาชิกสวนใหญ่เป็นเกษตรกร มีอาชีพทำไร่นาสวนรวมถึงการทำเกษตรแบบพอเพียง พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นสวนยางพารา สวนผลไม้ได้แก่ทุเรียน ส้ม เงาะ มังคุด และมะละกอ

“...หมู่บ้านปิยะมิตร มีความเป็นกันเอง อยู่กันแบบพี่น้อง มีระบบเครือญาติที่เข้มแข็ง ให้ความร่วมมือช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ส่วนใหญ่เราจะทำสวนยางและสวนผลไม้กัน เราเชื่อถือและให้ความเคารพกับผู้เฒ่าผู้แก่ สมาชิกเป็นคนไทยเชื้อสายจีน ใช้ภาษาจีนกลางในการสื่อสาร...”

(มะลิวรรณ แซ่ฉิน, การสัมภาษณ์, 25 กรกฎาคม 2564)

ทุนทางสังคม วัฒนธรรมทุนทางทรัพยากรธรรมชาติ

ที่ตั้งของหมู่บ้านปิยะมิตร 1 มีต้นทุนทางภูมิศาสตร์และเป็นแหล่งประวัติศาสตร์ที่สำคัญของอำเภอเบตง จังหวัดยะลา แต่ในปัจจุบันได้เปิดเป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมรายได้แก่ชุมชน

“..ทางกลุ่มได้พบว่าหลังจากช่วงกรีดยางและทำสวนผลไม้แล้ว มีกลุ่มชาวบ้านมีช่วงเวลาว่าง น่าจะทำกิจกรรมอื่นเพื่อเป็นการหารายได้เสริมจากอาชีพหลัก และมีกลุ่มเยาวชนที่เรียนจบไม่ยอมออกไปทำงานนอกพื้นที่ จึงอยากสร้างชุมชนให้เกิดมูลค่าเพิ่มทางด้านการท่องเที่ยว..”

(อังศุมาลิน แซ่ฉิน, การสัมภาษณ์, 25 กรกฎาคม 2564)

อัตลักษณ์ชุมชน

หมู่บ้านปิยะมิตร1 มีเอกลักษณ์หรือลักษณะเฉพาะที่โดดเด่นทั้งในเรื่องของขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม ที่ส่วนใหญ่ยังคงเป็นรักษาความเป็นชนชาติจีน ความโดดเด่นในเรื่องภูมิปัญญาการนำสมุนไพรที่มีในท้องถิ่นมาทำเป็นยาและสมุนไพรเพื่อบำบัด ที่ได้รับการสืบทอดมาตั้งแต่อดีต นอกจากนี้หมู่บ้านปิยะมิตร 1 ยังมีความโดดเด่นในเรื่องของอาหารได้แก่ หมี่เบตง ไก่หนึ่งเบตง ขนมบะจ่าง ขนมเต่า ขนมชั้น ผักหมักถั่วฝัก น้ำปลาพวงชมพู มีเฉพาะท้องถิ่น

“...สมาชิกในหมู่บ้านส่วนใหญ่เป็นคนไทยเชื้อสายจีน การปรุงอาหารได้รับการสืบทอดมาจากบรรพบุรุษ หลายคนเป็นลูกเป็นหลานก็สืบทอด ถ่ายทอด บ้างก็มาประยุกต์ให้เข้ากับยุคสมัย...”

(ลีเอื้อ แซ่หวู่, การสัมภาษณ์, 25 กรกฎาคม 2564)

ผลการวิจัยข้อที่ 2 พัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวยะลา



ภาพที่ 3 ลักษณะและรูปแบบของการสื่อสาร

1) ไลน์

“...ทางกลุ่มเองจะใช้สื่อออนไลน์หลายแบบ แต่ที่ใช้ทุกวันและบ่อยก็คือส่งข้อมูลทางไลน์...”

(ยุ้ยเหยียน แซ่หม่า, การสัมภาษณ์, 28 กรกฎาคม 2564)

2) Facebook

“...ถ้าพูดสื่อออนไลน์คิดว่าหนีไม่พ้นเฟสบุ๊ก ดูทุกวันนะ และคิดว่าเป็นช่องทางที่ง่ายและสะดวกสุด เพราะสามารถถ่ายทอดเรื่องราวทั้งภาพ สีและเสียงได้ดี สมัยนี้น่าจะเป็นสิ่งที่ทันสมัยที่สุด...”

(มณีทิพย์ แซ่หวง, การสัมภาษณ์, 28 กรกฎาคม 2564)

“...เฟสบุ๊กเพจน่าจะเป็นสิ่งที่ตอบโจทย์การท่องเที่ยวได้ดีที่สุด เพราะเราอยากจะทำข้อมูลใดเราก็หาคำตอบได้จากที่นั่นได้ทั้งหมด และเป็นการหาข้อมูลและการตอบรับจากคนที่เคยใช้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว ด้านอาหารและด้านการเดินทางได้ดีที่สุด...”

(สิทธิวิชกฤต แซ่หลิง, การสัมภาษณ์, 28 กรกฎาคม 2564)

3) Weblogs

“...จริง ๆ ก็มีสองอย่างระหว่าง web และเฟสเพจ แต่ชอบเพจมากกว่าเพราะข้อมูลจะครบถ้วนมากกว่าเฟสเพจ แต่ติดตรงที่ว่าคำตอบข้อมูลค่อนข้างช้า และต้องคอยมาเช็คสถานที่อยู่เรื่อยซ้ำกว่าจะได้คำตอบแต่ละเรื่อง ...”

(ปณิชา สุนทรนิธิธรรม, การสัมภาษณ์, 28 กรกฎาคม 2564)

4) Youtube

“...มันก็แล้วแต่บางคนนะ แต่สำหรับผม ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวผมมักจะดูผ่านช่องทางยูทูป ชอบการดูการรีวิวมากกว่าข้อมูลตัวอักษร อีกอย่างในเฟซมีนักท่องเที่ยวต่างชาติมากมาย...”

(กนกวรรณ แซ่หลิน, การสัมภาษณ์, 28 กรกฎาคม 2564)

5) Instagram

“...ชอบดูข้อมูลผ่าน IG จากคนที่เคยรู้จักและคนที่มีความสนใจเหมือนกันมาให้คำตอบสื่อแต่ละแบบก็มีข้อดีข้อเสียที่แตกต่างกัน แล้วแต่ว่ากระแสตอนนั้นคนชอบรูปแบบไหนมากกว่ากัน แต่ไอจีน่าจะเป็นทางที่เราสนใจมากที่สุด...”

(อรรถพล จันทร์มี, การสัมภาษณ์, 28 กรกฎาคม 2564)

อภิปรายผล

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 สภาพแวดล้อมของชุมชนท่องเที่ยวหมู่บ้านปิยะมิตร 1 จังหวัดยะลา

หมู่บ้านปิยะมิตร 1 เป็นหมู่บ้านอยู่กลางหุบเขา มีสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญของชุมชนคือ อุโมงค์ปิยะมิตร เป็นอุโมงค์ประวัติศาสตร์ช่วงการต่อสู้กับรัฐบาลมาเลเซีย สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติมีความอุดมสมบูรณ์ไปด้วยป่าเขา แม่น้ำลำธารและน้ำตก มีพืชพรรณสมุนไพรที่สร้างมูลค่าให้กับคนในชุมชน ได้แก่ เห็ดหลินจือ ผักหมกฉ่อย ผักน้ำ นอกจากนี้ยังมีที่พักที่มีความพร้อมที่จะตั้งเป็นโฮมสเตย์ ชุมชนปิยะมิตรก่อนพบสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 มีนักท่องเที่ยวเข้ามาศึกษาวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ วัฒนธรรมประเพณีและภาษา รวมถึงด้านท่องเที่ยวและเรียนรู้ชุมชนอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปีและสามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชนได้อย่างมาก สมาชิกในชุมชนปิยะมิตรได้นำอัตลักษณ์ของชุมชนมาสร้างสรรค์ให้เกิดประโยชน์ได้อย่างเป็นรูปธรรม และสามารถสร้างความยั่งยืนโดยการใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่มี มาใช้ทำเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยว เพื่อความอยู่รอดและยั่งยืนสอดคล้องกับงานวิจัยของ Streimikiene et al. (2021) ที่ศึกษาและพบว่า การท่องเที่ยวในชนบทให้ความสำคัญกับความยั่งยืนของสังคมและเศรษฐกิจ และความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม จากการใช้อุโมงค์ปิยะมิตร 1 เป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ในการแสดงถึงความรู้ ภูมิปัญญาของอดีตบรรพบุรุษมายึดถือเป็นภูมิปัญญาของชุมชนที่สะท้อนให้เห็นถึงความโดดเด่นและความแตกต่างจากสถานที่ท่องเที่ยวอื่น โดยเฉพาะเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ด้านการเมืองและอุดมการณ์ที่แตกต่างจากกลุ่มชนและความแตกต่างจากคนหลากหลายเชื้อชาติศาสนา ชาวบ้านปิยะมิตร 1 ในอดีตและปัจจุบันมีอาชีพทำการเกษตรคือการทำสวนยางและสวนผลไม้ ส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธและคริสต์ มีประเพณีวัฒนธรรมอันเป็นเอกลักษณ์ของตนเอง โดยเฉพาะเรื่องของเชื้อชาติศาสนาและภาษาที่แตกต่างกันแม้จะอยู่ในชุมชนเดียวกัน แต่สมาชิกทุกคนสามารถมีวิถีชีวิตที่อยู่ร่วมกันในสังคมอย่างสันติสุขในความหลากหลายของพหุวัฒนธรรมสอดคล้องกับงานวิจัย

ของ รลิกา อังกูรและคณะ (2561) ได้ทำการวิจัย พบว่าจากบริบทของชุมชนการท่องเที่ยวสะท้อนให้เห็นว่าพื้นที่แห่งการท่องเที่ยวมีบทบาทและหน้าที่ที่สำคัญในตนเองในฐานะที่เป็นทุนของชุมชนและสังคมด้านการทำหน้าที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว ด้านการแลกเปลี่ยนภูมิปัญญาและวัฒนธรรม และด้านประกอบสร้างตัวตนและอัตลักษณ์ของชุมชน รวมถึงพบความสอดคล้องกับงานวิจัย กัญญาพัชร พัฒนาโกคินสกุล (2558) ว่านักท่องเที่ยวเลือกที่จะกลับมาท่องเที่ยวที่เคยไปมาแล้วหรือกลับมาเที่ยวซ้ำเนื่องจากชื่นชอบรสชาติอาหารที่ไม่เหมือนท้องถิ่นอื่น บรรยากาศและวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์ และมีความคุ้มค่าที่จะมาเยี่ยม ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อชุมชน ผู้ผลิตสินค้าท้องถิ่น และเป็นแนวทางในการพัฒนาชุมชนในชุมชนปิยะมิตร 1 ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ในอนาคตหลังจากสถานการณ์โควิด-19 ดีขึ้น จะมีผู้มาเยี่ยมเยือนหรือนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นจะต้องเตรียมความพร้อมในด้านการบริการสมาชิกด้านการท่องเที่ยวเพิ่มจำนวนมากขึ้นด้วยการต่อยอดทางความคิดให้กับเยาวชนรุ่นใหม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ รัชฎาพร บุญเรือง (2564) และงานวิจัย ของ วรณดี สุทธิธรากร และคณะ (2558) ที่ให้ความเห็นว่าหลังสถานการณ์โควิด-19 การพัฒนาการท่องเที่ยวจะดีขึ้น และหาแนวทางการพัฒนาเพื่อสร้างองค์ความรู้ให้กับสมาชิกคนอื่น ๆ โดยการอาศัยความร่วมมือระหว่างสมาชิกด้วยกัน นอกจากนี้การมีส่วนร่วมในการอบรมฝึกบุคคลากรให้มีความสามารถในด้านการท่องเที่ยวจะทำให้ศักยภาพของสมาชิกพัฒนาไปในทิศทางที่ดีขึ้น รวมถึงการมีเครือข่ายทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชนมาให้ความช่วยเหลือด้านการประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวและการเข้าถึงระหว่างเข้าพัก จะสามารถเพิ่มจำนวนผู้มาเยี่ยมเยือนได้มากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษา ของ Devu Sunil et al (2020) ที่พบว่า การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่ส่งผลต่อระดับเศรษฐกิจ นักท่องเที่ยวเดินทางเพื่อสำรวจและเพลิดเพลินกับความงามของสถานที่ โดยอาศัยปัจจัย 5 ประการคือ 1) สถานที่ท่องเที่ยว 2) การเข้าถึง 3) ที่พัก 4) กิจกรรม และ 5) สิ่งอำนวยความสะดวกก่อนทำการเดินทาง ทำให้ผู้คนสามารถเดินทางได้อย่างง่ายดายและปลอดภัยโดยไม่ต้องเสียเวลาไปทุกที่ในโลกสะดวก สบายยิ่งขึ้น และแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนปิยะมิตร 1 ในการทำโฮมสเตย์ให้ได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับนั้นจะต้อง มีความพร้อมในด้านการพัฒนาที่สำคัญคือ ด้านอาหารพื้นบ้าน การมีเอกลักษณ์ในด้านอาหารพื้นถิ่นและผักท้องถิ่นเบตงที่มีความโดดเด่นเฉพาะ ด้านการมีกิจกรรมวัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณีที่เรียบง่าย ที่มีเสน่ห์ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยว ด้านความสามารถของมัคคุเทศก์ การมีไกด์ท้องถิ่นแนะนำการท่องเที่ยว ด้านบรรยากาศที่พัก มีความเป็นธรรมชาติในการดำรงวิถีชีวิต เหมาะแก่การพักผ่อนอย่างแท้จริง ด้านความปลอดภัย มีปลอดภัยสบายใจเมื่อได้อยู่และมีโอกาสจะกลับมาพักอีกครั้งในอนาคต

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 พัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของหมู่บ้านปิยะมิตร

1 จังหวัดยะลา

จากผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อการออกแบบเว็บไซต์และเว็บไซต์ของโฮมสเตย์ชุมชนปิยะมิตร ด้านประเด็นการออกแบบ ด้านเนื้อหาและด้านข้อมูลการใช้กราฟิกภาษาที่เขียนสื่อสารมีความน่าสนใจ เป็นภาษาที่ใช้ในชีวิตประจำวันมีความเรียบง่ายและเข้าใจง่าย ส่วนเนื้อหาสาระด้านข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับโฮมสเตย์มีความถูกต้องครบถ้วนและครอบคลุม ข้อมูลที่นำเสนอเป็นที่ยอมรับกันอย่างกว้างขวางแต่นักท่องเที่ยวบางคนแสดงความคิดเห็นว่าข้อมูลบางอย่างยังไม่ทันสมัย เพราะช่วงโรคระบาดโรคโควิด-19 มีความรุนแรงทำให้สถานที่ท่องเที่ยวทุกแห่งในชุมชนปิยะมิตรและพื้นที่ใกล้เคียงต้องปิดอย่างไม่มีกำหนด ซึ่งมีส่วนทำให้การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมลดน้อยลง และใช้การสื่อสารแบบออนไลน์มากขึ้น สำหรับข่าวสารและแจ้งประกาศสามารถอธิบายข้อมูลได้ชัดเจน ในการจัดวางภาพมีความเหมาะสมและต้องการให้นำข้อมูลภาพจากนักรีวิว ซึ่งสอดคล้องกับงานของ พรชัย ฉันทวีเศษลักษณ์ (2561) ที่พบว่า ควรมีนักข่าวพลเมืองหรือนักท่องเที่ยวมาช่วยเหลือในการส่งเสริมการท่องเที่ยว ด้านตัวอักษรที่ปรากฏในเว็บไซต์และเว็บไซต์ ผู้ใช้

สามารถมองเห็นตัวอักษรได้อย่างชัดเจน ขนาดตัวอักษรได้มาตรฐาน โดยนักท่องเที่ยวยังให้ข้อคิดเห็นเพิ่มเติมว่าการทำข้อมูลให้ทันสมัยและการใช้การเล่าเรื่องจากนักกริวิเวเป็นแนวทางที่จะทำให้สื่อมีความน่าสนใจและเป็นที่ยอมรับทั้งกลุ่มในประเทศและต่างประเทศ และมีความเห็นสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธัญธัช วิภาติภูมิประเทศ (2562) ว่าการปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยอยู่เสมอที่สามารถสังเกตเห็นได้ง่ายภายในเว็บไซต์ ซึ่งตามองค์ประกอบสำหรับการออกแบบเว็บไซต์ มีหัวใจสำคัญ 4 องค์ประกอบ คือ 1) ด้านเนื้อหา (Content) ต้องสื่อให้เห็นถึงวัตถุประสงค์ของเว็บไซต์ที่มีแบบฟอร์มต่าง ๆ และรายละเอียดต่าง ๆ ซึ่งสิ่งเหล่านี้สามารถจัดเรียงข้อความให้เป็นระเบียบต้องทำให้มีจุดเด่นเห็นได้ชัด การเข้าถึงการใช้งานต้องง่ายไม่ซับซ้อน 2) การนำเสนอข้อมูลควรการใช้เทคนิคเลย์เอาต์ (Layout) และสามารถนำกราฟิกตัวการ์ตูนมาช่วยในการจัดองค์ประกอบต่าง ๆ ในเว็บไซต์ให้มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น และ 4) ด้านภาพถ่าย นักออกแบบต้องพยายามดึง กลุ่มเป้าหมาย (Target Group) ให้มากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ของ นิตศักดิ์ เจริญรูป (2560) ได้พบว่า การใช้ข้อความบรรยายที่เข้าใจง่ายจะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจมากที่สุด และงานวิจัย ของวาราลักษณ์ มาประสม และคณะ (2564) ที่พบว่า สื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ควรมีการนำเสนอที่ดี น่าสนใจ ทั้งข้อความภาพถ่าย และภาพเคลื่อนไหว โดยให้นักท่องเที่ยวผู้มาเยือนเป็นผู้วิิวสถานที่ท่องเที่ยว ด้วยภาพถ่ายที่ดึงดูดใจการใช้ภาษาที่เรียบง่าย

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อค้นพบจากงานวิจัยครั้งนี้ทำให้ทราบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวต้องการเนื้อหาข้อมูลการท่องเที่ยวที่เข้าใจง่ายและสะดวกต่อการเข้าถึง การใช้สื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบการนำเสนอแบบรูปภาพและภาพเสมือนจริง เป็นสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการ ดังนั้นผู้ดูแลและเว็บไซต์และผู้ดูแลเว็บเพจควรนำข้อคิดเห็นดังกล่าว มาใช้ในการนำเสนอข้อมูลเพื่อสร้างความน่าสนใจและดึงดูดใจกลุ่มนักท่องเที่ยว
2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้แก่ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น สำนักงานการท่องเที่ยว ควบรวมกับชุมชนในการจัดทำแผนเพื่อเผยแพร่กิจกรรมการท่องเที่ยว ภูมิปัญญา และผลิตภัณฑ์ชุมชน ประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศได้ทราบผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ดิจิทัลในรูปแบบภาษาอังกฤษเพื่อนำเสนอข้อมูลของชุมชนสู่สังคมภายนอกได้อย่างเป็นสากล
3. สร้างองค์ความรู้ใหม่และนำไปประยุกต์ใช้ในการจัดการด้านการท่องเที่ยวที่เป็นรูปแบบของการท่องเที่ยว ทางเลือกหรือที่เรียกว่าการท่องเที่ยววิถีชีวิตไปอันจะนำไปสู่การพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้เกิดความยั่งยืนในพื้นที่อำเภอเบตง จังหวัดยะลา ผู้วิจัยจึงเสนอแนะดังนี้ แนวทางการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ควรวางแผนส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยว รายการจัดนำเที่ยว (One Day Trip) สำหรับนักท่องเที่ยวที่มาเป็นครอบครัวที่มีเด็ก ผู้สูงอายุ และสำหรับนักท่องเที่ยวที่เป็นชาวมุสลิม โดยสามารถนำไปทดลองใช้รูปแบบการท่องเที่ยวและสามารถพัฒนาต่อยอดและปรับปรุงให้เกิดเป็นรายการจัดนำเที่ยวที่สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น โดยเน้นรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และศึกษาการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

บรรณานุกรม

- กรมพัฒนาชุมชน. (2559). *แผนยุทธศาสตร์กรมการพัฒนาชุมชน พ.ศ. 2560-2564*.
<http://plan.cdd.go.th/wp-content/uploads/sites/97/2017/05/yut60-64.pdf>
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). *วารสารกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา สิงหาคม 2563*.
<https://www.mots.go.th/ebook/B0166/index.html#p=2>
- กัญญาพัชร พัฒนาโกคินสกุล. (2558). ปัจจัยแรงดึงดูดและแรงผลักดันที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวต่างชาติในการเดินทางมาตลาดชุมชน กรณีศึกษาในจังหวัดภูเก็ต. *วารสารวิชาการการท่องเที่ยวนานาชาติ* 11(2), 43-63.
- คัมภีร์พรรณ จักรบุตร และนริศรา คำสิงห์. (2561). *ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ของกลุ่มโฮมสเตย์บ้านกำพี้ ตำบลกำพี้ อำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม*.
<http://research.rmu.ac.th/rdi-mis//upload/fullreport/1614767293.pdf>
- จิตราภรณ์ เจริญมิน. (2562). เครื่องมือการประชาสัมพันธ์ผ่านเฟซบุ๊กที่มีผลต่อการรับรู้ข้อมูลมหาวิทยาลัยเกษม บัณฑิตของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยพะเยา*, 7(2), 264-281.
- ฉัตรณี คงดี, พัทนี เขยจรรยา, และธাত্রี ใต้ฟ้าพล. (2563). โมเดลสมการโครงสร้างของการสื่อสารทางการท่องเที่ยวการจัดการชุมชนและการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. *วารสารเศรษฐศาสตร์และกลยุทธ์การจัดการ*, 7(1), 109-128.
- ธัญพงศ์ ศรีภาพสินธุ์ และฉัตรเมือง เป่ามานะเจริญ. (2564). การพัฒนาสื่อดิจิทัลในการประชาสัมพันธ์การตลาด ของธุรกิจชุมชนกรณีชุมชนหินตั้ง-บ้านดงอำเภอมืองจังหวัดนครนายก. *วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม*, 9(1), 10-21.
- ธัญธัช วิภัติภูมิประเทศ. (2562). สังคมวิทยาดิจิทัล แนวคิดและการนำไปใช้. *วารสารราชภัฏสุราษฎร์ธานี*, 6(1), 43-55.
- นิติศักดิ์ เจริญรูป. (2560). การประยุกต์ใช้ความเป็นจริงเสริมเพื่อนำเสนอข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวกรณีศึกษาวัดพระแก้วจังหวัดเชียงราย. *วารสารวิทยาการจัดการสมัยใหม่คณะวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง*, 10(1), 13-30.
- พยอม ธรรมบุตร, สหพันธ์ ตั้งเบญจสิริกุล, และสันติธร ภูริภักดี. (2563). ศักยภาพการท่องเที่ยวและแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดลพบุรีประเทศไทย. *วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์*, 22(2), 109-120.
- พรชัย ฉันทวีเศษลักษณ์. (2561). นวัตกรรมสื่อใหม่ในยุคสื่อสังคมออนไลน์เพื่อผูกกับการปรับตัวของสื่อโทรทัศน์. *วารสารศาสตร์*, 11(1), 223-223.
- พลอยชมพู ฐิติยาภรณ์. (2553). *การสื่อสารชุมชนท่องเที่ยวยั่งยืน กรณีศึกษาชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยม [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต]*. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- รสิกา อังกูร, วิทยาธร ท่อแก้ว, และสุภาภรณ์ ศรีดี. (2562). การสื่อสารภูมิปัญญาด้วยการท่องเที่ยวโดยชุมชน. *วารสารอิเล็กทรอนิกส์การเรียนรู้ทางไกลเชิงนวัตกรรม*, 9(1), 129-154.
- รัชฎาพร บุญเรือง. (2564). การท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนบ้านวังไทรมาบข้างตำบลบ้านนาอำเภอบ้านนา จังหวัดนครนายก. *วารสารสังคมศาสตร์และมานุษยวิทยาเชิงพุทธ*, 6(3), 404-419.

- วรรณดี สุทธินรากร, ภัทรวรรณ จีระพัฒนธรร, จินตนา กาญจนวิสุทธิ, ทรงธรรม ปานสกุล, อรุโณทัย สาลิกาขำ, รมีตา สุทธินรากร, พรหมปพร นวลแสง, บุษบา ต้นทอง, จันทิรา ผาสุก, ชนิษฐา อ่ำพนพรรณ, พัชรนันท์ ทรราชภิรมย์โชค, ณัฐวัฒน์ คลังทรัพย์ และชไมพร เอกทัศนาวรรณ. (2561). การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวโดยชุมชนในพื้นที่จังหวัดตราดเชื่อมสู่การท่องเที่ยวกับพущาและเวียดนามบนพื้นฐานอัตลักษณ์ของท้องถิ่น. *วารสารมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 5(ฉบับพิเศษ), 86-96.
- วารลักษณ์ มาประสม และคณะ (2564). ผลการใช้สื่อดิจิทัลเทคโนโลยีความจริงเสริมสร้างแผนที่เส้นทางท่องเที่ยวแหล่งอารยธรรม ขอมในจังหวัดอีสานใต้ นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ และ ศรีสะเกษ. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา*, 16(2), 161-170.
- วิทยา ชินบุตร. (2561). การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดปทุมธานีเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจากประชาคมอาเซียน. *วารสารการวิจัยการบริหารการพัฒนา*, 8(1), 75-89.
- สุชาติ แสงดวงดี, วิเชษฐ์ แสงดวงดี, จันทนา วัฒนกาญจนะ, กนกพัชร กอประเสริฐ, ฉัตรรัตน์ โหดระไวศยะ, ขวัญญา ศรีสว่าง, ทิวพร ทราบเมืองปัก และวินัย บุญคง. (2562). อัตลักษณ์และกลยุทธ์การสื่อสารตราสัญลักษณ์และสโลแกนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตามแนวโอบอ้อมปณัติวิถี: กรณีศึกษาบ้านแก่งสะเดา ตำบลทุ่งมหาเจริญ อำเภอน้ำเย็น จังหวัดสระแก้ว. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม*, 6(1), 121-137.
- Devu Sunil, Akshay M. P., Ekanath S, & Arun K.. (2020). Relevance of 5A's in tourism: A case study at 3 destinations in Karnataka International. *Journal of Psychosocial Rehabilitation*. 24(7).
- McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory*. Sage publications.
- Streimikiene, D., Svagzdiene, B., Jasinskas, E., & Simanavicius, A. (2021). Sustainable tourism development and competitiveness: The systematic literature review. *Sustainable Development*, 29(1), 259-271.