

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษา เรื่อง “การส่งเสริมอัตลักษณ์เพื่อการท่องเที่ยวของหมู่บ้านเสม็ดงาม จังหวัดจันทบุรี” เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยผู้วิจัยได้ใช้การวิจัยแบบมีส่วนร่วมกับชุมชนเป็นแนวทาง (Participatory Research) ศึกษาเรื่องราวจากเอกสาร การวิจัยภาคสนาม การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และการสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม ในการประชุมระดมความคิด จากผลการวิจัยทำให้ได้ข้อสรุปในประเด็นต่าง ๆ ตามที่ได้กำหนดไว้ในวัตถุประสงค์ โดยผู้วิจัยจะขอเสนอข้อสรุปผลการวิจัยและอภิปรายผล ตามวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อวิเคราะห์กระบวนการสื่อสารหมู่บ้านเสม็ดงามในการส่งเสริมการท่องเที่ยว
2. เพื่อวิเคราะห์อัตลักษณ์ของหมู่บ้านเสม็ดงามที่ใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยว
3. เพื่อสังเคราะห์แนวทางการสื่อสารในการส่งเสริมอัตลักษณ์ของหมู่บ้านเสม็ดงามเพื่อการท่องเที่ยว

5.1 เพื่อวิเคราะห์กระบวนการสื่อสารหมู่บ้านเสม็ดงามในการส่งเสริมการท่องเที่ยว

จากการศึกษากระบวนการสื่อสารของหมู่บ้านเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของหมู่บ้านเสม็ดงาม จังหวัดจันทบุรี ผู้วิจัยพบว่า การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเป็นปัจจัยสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยว ผู้ส่งสารและผู้รับสารต่างมีความคุ้นเคย ทำให้สื่อบุคคลเข้ามามีบทบาทอย่างชัดเจน ประกอบกับใช้สื่อเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการอธิบายข้อมูลต่าง ๆ ซึ่งข้อมูลในการนำเสนอมีความสอดคล้องกับผู้รับสาร เนื่องจากรู้ว่าผู้รับสารเป็นกลุ่มใดจึงสามารถจัดสารให้เหมาะสม ส่งผลให้ผู้รับสารจึงมีความเข้าใจมากยิ่งขึ้น

อีกทั้งรูปแบบการจัดกิจกรรมเวทีประชุมระดมความคิด เกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของหมู่บ้าน เป็นการสร้างช่องทางให้ผู้เข้าร่วมประชุมได้พูดคุยมีส่วนร่วมในการสร้างอัตลักษณ์และส่งเสริมการท่องเที่ยว และได้รับความรู้เกี่ยวกับชุมชนที่ตรงกัน จะเห็นได้ว่ากระบวนการสื่อสารในการส่งเสริมอัตลักษณ์นั้นจะต้องประกอบไปด้วยส่วนสำคัญ 4 ส่วนเป็นอย่างน้อย ได้แก่ ผู้ส่งสาร

(Sender) สาร (Message) ช่องทางการสื่อสาร (Channel) และผู้รับสาร (Receiver) โดยผู้วิจัยยังพบรูปแบบการสื่อสารที่เกิดขึ้นในการศึกษาในครั้งนี้อีกด้วย

การสื่อสารแบบสองทาง และสลับบทบาทหน้าที่ในการสื่อสาร ปรากฏในเวทีระดมความคิด สร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ อัตลักษณ์การท่องเที่ยวและการส่งเสริมการท่องเที่ยว ระดมความคิด แสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนกันระหว่างผู้ส่งสาร คือ ผู้นำชุมชน พัฒนาชุมชน กับ ผู้รับสาร คือ ชาวบ้านที่เข้าร่วมกิจกรรม

การสื่อสารแบบแนวระนาบ ปรากฏในการระดมความคิด วางแผน ร่วมมือในการค้นหาอัตลักษณ์ภายในหมู่บ้าน และการหาแนวทางสื่อสารเพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ของหมู่บ้าน ของกลุ่มชาวบ้านที่เข้าร่วมกิจกรรม

การไหลของข่าวสารสองจังหวะ จะเห็นได้จากผู้นำชุมชนนำเอานโยบายจากพัฒนาชุมชน มาแจ้งข่าวสารให้ทราบ ให้กับผู้เข้าร่วมกิจกรรม

นอกจาก กระบวนการสื่อสารในการส่งเสริมอัตลักษณ์นั้นจะต้องประกอบไปด้วยส่วนสำคัญ 4 ส่วนเป็นอย่างน้อย ได้แก่ ผู้ส่งสาร (Sender) สาร (Message) ช่องทางการสื่อสาร (Channel) และผู้รับสาร (Receiver) ผู้วิจัยพบว่ายังมีสิ่งรบกวน (Noise) ในการสื่อสาร ทั้ง 2 หมู่บ้าน คือ ระยะเวลาในการประชุมระดมความคิด ที่ผู้ประชุมส่วนใหญ่ติดภาระกิจ ทำงานประจำ จึงทำให้ชาวบ้านที่มาประชุมระดมความคิดในช่วงบ่ายจะต้องเร่งรีบ ผู้มีบทบาทมากที่สุดคือ ผู้ใหญ่บ้าน มีอิทธิพลสูงในการช่วยการตัดสินใจ ในการประชุมระดมความคิดเห็น และหมู่บ้านเสม็ดงามยังมีความกังวลในเรื่องของการประชุมพัฒนาการท่องเที่ยวในครั้งนี้ อาจเกิดผลกระทบ ทำให้หมู่บ้านเสียความเป็นตัวตนจากการช่วยเหลือจากส่วนกลาง

5.2 เพื่อวิเคราะห์อัตลักษณ์ของหมู่บ้านเสม็ดงามที่ใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยว

การวิเคราะห์อัตลักษณ์ของหมู่บ้านเสม็ดงาม ที่ใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดจันทบุรี เริ่มจากการประชุมระดมความคิดหาภาพลักษณ์ในแต่ละด้าน และวิเคราะห์ข้อมูลร่วมกันในการหาอัตลักษณ์ ชม ชิม ซ้อป ผลวิจัยพบว่า

5.2.1 ในการแบ่งภาพลักษณ์ ตามแนวคิดของ สายใจ ทันการ (2550) ได้แบ่งประเภทของภาพลักษณ์การท่องเที่ยวสามารถแบ่งออกได้เป็น 5 ประเภทคือ

1) ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับกายภาพ เป็นภาพลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับลักษณะภูมิประเทศ เช่น มีทะเลสาบ มีภูเขาห้อมล้อม มีทุ่งหญ้าที่กว้างใหญ่ มีแม่น้ำลำคลอง ชายหาดที่สวยงาม อากาศบริสุทธิ์ตลอดทั้งปี

ภาพลักษณ์ทางกายภาพของหมู่บ้านเสม็ดงาม ได้แก่ ป่าชายเลนเสม็ดงาม

2) ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ เป็นภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับความเป็นมาและความเป็นไปของประชาชนในท้องถิ่นนั้น นับว่าเป็นสิ่งที่น่าสนใจเป็นสิ่งที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวต้องการไปชม

ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ของหมู่บ้านเสม็ดงาม ได้แก่ อุต่อเรือของสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช

3) ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจ เป็นภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับฐานะ รวมทั้งลักษณะของการประกอบอาชีพของคนในแต่ละท้องถิ่นนั้นจึงมีลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์ ให้ผู้คนรู้จักและเป็นภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว

ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจของหมู่บ้านเสม็ดงาม ได้แก่ เสื้อเสม็ดงาม

4) ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับสิ่งก่อสร้าง เป็นภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับสิ่งก่อสร้างที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ ศาสนาหรือสิ่งก่อสร้างที่มีความเป็นที่สุด หายากและควรค่าแก่การท่องเที่ยวเพื่อศึกษาหาความรู้

ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับสิ่งก่อสร้างของหมู่บ้านเสม็ดงาม ได้แก่ ศาลสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราชและพิพิธภัณฑ์อุต่อเรือสมเด็จพระเจ้าตากสิน

5) ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับพืชพันธุ์และสัตว์ เป็นภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับพืชพันธุ์และสัตว์ เป็นภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่เทียบเคียงกับพืชพันธุ์และสัตว์ที่แปลกเด่นจนเป็นที่รู้จักแก่คนทั่วไปและกลายเป็นเอกลักษณ์ที่สร้างภาพลักษณ์ให้แก่ท้องถิ่น เช่น กำแพงเพชร ภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวคือ กล้วยไข่ เพชรบูรณ์ ภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวคือ มะขามหวาน

ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับพืชพันธุ์และสัตว์ของหมู่บ้านเสม็ดงาม ได้แก่ สวนมะม่วง สวนมะพร้าว

5.2.2 อัตลักษณ์ของหมู่บ้าน ซึ่งแบ่งออกเป็น ชม ชิม ซ้อป เพื่อให้ง่ายต่อการจดจำของนักท่องเที่ยว และเลือกมาจากภาพลักษณ์ ทั้ง 5 ด้าน ได้แก่

ชม ได้แก่ ศูนย์ทอเสื้อเสมีดงาม

ชิม ได้แก่ มะม่วงเสมีดงาม

ซ้อป ได้แก่ เป็นผลิตภัณฑ์จากเสื้อเสมีดงาม

5.3 เพื่อสังเคราะห์แนวทางการสื่อสารในการส่งเสริมอัตลักษณ์ของหมู่บ้านเสมีดงามเพื่อการท่องเที่ยว


ผู้วิจัยได้สังเคราะห์แนวทางการสื่อสารในการส่งเสริมอัตลักษณ์ของหมู่บ้านเสมีดงามเพื่อการท่องเที่ยว วางแผนจะต้องมองหาแนวทางที่เหมาะสมเพื่อใช้เป็นวิธีการไปสู่เป้าหมายและบรรลุวัตถุประสงค์ที่ต้องการได้ แนวทางที่เหมาะสมคือ กลยุทธ์ในการสื่อสาร ผ่านการออกแบบ Logo ของหมู่บ้าน ดังนี้


5.1 ภาพ Logo หมู่บ้านเสมีดงาม




ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

ลวดลายที่ 1 เป็นลักษณะของเรือใบ ที่เปรียบเสมือน เรือที่ต่อที่อยู่อต่อเรือสมเด็จพระเจ้าตากสิน ซึ่งเป็นสถานที่ที่เป็นจุดเด่นของหมู่บ้านและเป็นที่เคารพรับถือของชาวบ้านในหมู่บ้านเสมีดงาม และยังแทนตำแหน่งของ ไม้ไผ่คู่ อีกด้วย

 ลวดลายที่ 2 เป็นลายเส้นโค้งเบา เบา ซ้อนกัน 2 ชั้น เพื่อแสดงให้ความรู้สึกเหมือนกับว่าเรือมีการเคลื่อนไหว อีกทั้งหมู่บ้านเสม็ดงามเป็นหมู่บ้านที่มีแม่น้ำล้อมรอบ

 ลวดลายที่ 3 เป็นช่องสีดำ แดง สลับกัน แสดงถึงเส้นกก ที่ขัดกันไปมาจน ออกมาเป็นเส้นเสม็ดงาม และเพิ่มมิติให้โค้งเว้า เพื่อให้ดูทันสมัยและสอดคล้องกับชื่อ เสม็ดงาม

 ลวดลายที่ 4 ลวดลายมะม่วง เพื่อบ่งบอกถึงผลไม้ที่เป็นพืชเศรษฐกิจสำคัญของหมู่บ้านเสม็ดงาม มะม่วงที่เป็นจุดเด่น หอม หวาน ไม่เหมือนที่อื่น

**บ้าน
เสม็ดงาม** รูปแบบตัวอักษร ผู้วิจัยใช้ รูปแบบอักษร can jaew เนื่องจากเป็นรูปแบบอักษรที่ดูแล้วให้ความรู้สึกเป็นกันเอง ไม่เป็นทางการ ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวหรือผู้รับสารเข้าถึงได้ง่าย และยังมีลักษณะคล้ายกับรากของต้นไม้ในป่าชายเลนของหมู่บ้านเสม็ดงามอีกด้วย

โทนสี ผู้วิจัยได้เลือกสีแดง ดำ เนื่องจากเป็นสีที่ใช้ในการทำสื่อในสมัยโบราณ และยังเป็นสีที่ดึงดูดสายต่านักท่องเที่ยวได้ง่าย

5.4 อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง “การส่งเสริมอัตลักษณ์เพื่อการท่องเที่ยวของหมู่บ้านเสม็ดงาม จังหวัดจันทบุรี” ได้ค้นพบสิ่งที่น่าสนใจดังนี้

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

5.4.1 บทบาทขององค์กรภายนอก

ด้านงบประมาณ ผู้วิจัยพบว่า กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา มีการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนโดยแท้จริง ซึ่งผ่านทาง พัฒนาชุมชน ของแต่ละพื้นที่ โดยผ่านการอบรมและมีงบประมาณสนับสนุนเบื้องต้นในการจัดการท่องเที่ยวชุมชน จนบางครั้งชาวบ้านเองก็มักจะรองบประมาณมีเพียงบางส่วนที่เข้าใจและพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อให้ชุมชนอยู่ได้ อีกทั้ง การสื่อสารด้าน

การจัดงบประมาณลงชุมชน มักมีปัญหาเรื่องงบประมาณไม่ทั่วถึง เนื่องจากมีชาวบ้านบางส่วนไม่ได้รับผลประโยชน์ ต้องให้หน่วยงานภายนอกเป็นผู้อธิบายเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ มากกว่าให้ผู้นำชุมชนอธิบาย

ด้านการเป็นตัวกลางในการประสานความร่วมมือในชุมชน สร้างภาคีเครือข่ายภายในชุมชน เพื่อร่วมกันระดมความคิดเห็นเกี่ยวกับ การท่องเที่ยวในชุมชน สร้างความตระหนักรู้ และความสำคัญของการท่องเที่ยว จะเห็นได้ว่ามีแนวคิดต่าง ๆ ที่นำเสนอแลกเปลี่ยนความคิดเห็นของชาวบ้านในชุมชน องค์กรจากภายนอก จึงเป็นเหมือนตัวเชื่อมให้กับชาวบ้านในชุมชนให้เข้าหากัน อีกทั้งถ้ามีความขัดแย้ง องค์กรภายนอกก็จะเป็นตัวกลางในการอธิบายให้เข้าใจมากยิ่งขึ้น เช่น กรณี ที่ชาวบ้านบางส่วนกลัวในเรื่องของ การเสียดำเนินของชุมชน เมื่อมีงบประมาณ หน่วยงานภายนอกเข้ามาอธิบายเพื่อให้ชาวบ้านนั้นเข้าใจมากยิ่งขึ้น

5.4.2 ความเข้าใจของอัตลักษณ์กับรายได้ของชาวบ้าน

ในการวิจัยครั้งนี้ ในช่วงแรกผู้เข้าร่วมเวทีแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ไม่เข้าใจในเรื่องของอัตลักษณ์ของชุมชนมากนัก ชาวบ้านแต่ละคนจะพยายามนำอาชีพหรือสิ่งของต่าง ๆ ที่ขายในชุมชนมานำเสนอ กลัวว่าจะไม่ได้ผลประโยชน์ ถ้าผลิตภัณฑ์ใดหรือสิ่งของใดได้รับเลือกก็มักเกิดปัญหากับผู้ที่ไม่ได้ถูกเลือก ในกรณีนี้ต้องทำความเข้าใจและให้ความรู้กับชาวบ้านให้ชัดเจน อีกทั้งผู้นำชุมชนและพัฒนาชุมชน ต้องอธิบายเพิ่มเติม เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับชาวบ้านอีกด้านหนึ่งด้วย

5.4.3 กระบวนการทำ Logo

ชาวบ้านยังไม่รู้ความหมาย ลักษณะ ประโยชน์ ของ Logo เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวที่แท้จริง ยังติดภาพของ สัญลักษณ์ ที่ชาวบ้านคุ้นเคย เช่น Logo องค์กรบริหารส่วนตำบล ส่วนจังหวัด ผู้วิจัยต้องหาตัวอย่างเพื่อสร้างความเข้าใจตรงกัน และได้นำอัตลักษณ์ที่คัดเลือกมาทำเป็น Logo เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์เพื่อการท่องเที่ยว โดยวิเคราะห์ข้อมูลและความต้องการของชุมชน เมื่อนำ Logo มาแนะนำ จึงต้องอธิบายรายละเอียดเพื่อสร้างความเข้าใจ ชาวบ้านส่วนใหญ่เห็นด้วย อาจเป็นเพราะไม่คุ้นกับ Logo ในลักษณะนี้ มีปรับเปลี่ยนรายละเอียดของ Logo เล็กน้อย เพื่อให้ตรงกับความต้องการของชุมชนให้มากที่สุด

5.5 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

5.5.1 การทำวิจัยครั้งนี้ ได้ความร่วมมือกับชาวบ้านในชุมชนและหน่วยงานภายนอก แต่ไม่มีนักท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมเกี่ยวข้อง ถ้าเพิ่มนักท่องเที่ยวมาอาจได้มุมมองที่น่าสนใจและตรงกับกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น

5.5.2 ปัจจุบันการท่องเที่ยวชุมชนเป็นที่นิยมเป็นอย่างสูง ผู้วิจัยอาจจะทำวิจัยหลังจากที่นักท่องเที่ยวได้มาเที่ยวหมู่บ้านเสม็ดงาม ว่ามีความเห็นอย่างไร เพื่อที่จะนำไปเป็นแนวปฏิบัติในอนาคต

5.6 ข้อเสนอแนะต่อหมู่บ้านท่องเที่ยว

5.6.1 หมู่บ้านท่องเที่ยวควรมีเยาวชนเข้ามาเกี่ยวข้องในกิจกรรมต่าง ๆ ด้านการท่องเที่ยว เพื่อจะได้มีผู้สืบทอดในเรื่องการท่องเที่ยวในชุมชน เพราะถ้าไม่มีเยาวชนมาสืบทอด ตำนาน ความรู้ ปรากฏต่าง ๆ อาจหายไป และต้องพยายามค้นกิจกรรมอย่างต่อเนื่องด้วยตนเอง เพื่อที่จะได้เป็นการท่องเที่ยวโดยชุมชน ชุมชนสามารถอยู่ได้ด้วยตนเอง โดยไม่พึ่งงบประมาณจากส่วนกลาง

5.6.2 หมู่บ้านท่องเที่ยวควรเตรียมข้อมูลให้เป็นไปในทางเดียวกัน เนื่องจากข้อมูลต่าง ๆ ต่างมีที่มา ความเชื่อ ที่แตกต่างกัน เพราะฉะนั้นควรทำข้อมูล ทำความเข้าใจ เพื่อที่จะได้สื่อสารกับนักท่องเที่ยวให้เป็นไปในทางเดียวกัน