

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญ

ประเทศไทยมีแนวโน้มของการขยายตัวด้านการท่องเที่ยวมีอัตราสูงถึงร้อยละ 5.7 ต่อปี ซึ่งสูงกว่าอัตราการขยายตัวของการท่องเที่ยวโลกที่มีการขยายตัวที่ร้อยละ 4.2 จากการจัดลำดับประเทศที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติมากที่สุด 40 อันดับแรกของโลก พบว่าประเทศไทยมีจำนวนนักท่องเที่ยวมากเป็นอันดับที่ 21 ของโลก การพยากรณ์คาดว่าจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เข้ามาประเทศไทยจะเพิ่มขึ้นจาก 8.59 ล้านคนในปี พ.ศ. 2542 เป็น 9.43 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2543 ในขณะที่ปี พ.ศ. 2544 มีจำนวน นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้ามาเที่ยว 10.6 ล้านคน และมีจำนวนเพิ่มขึ้นเป็น 20.3 และ 23.1 ล้านคนในปี พ.ศ. 2555 และในปี พ.ศ. 2556 ตามลำดับ (ชายชาญ ปฐมกาญจนา และ นรินทร์ สังข์รักษา, 2558 : หน้า 119) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้มีการกำหนด แผนยุทธศาสตร์การพัฒนากการท่องเที่ยว เพื่อพัฒนากการท่องเที่ยว ควบคู่ไปกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและขนบธรรมเนียม วิถีชีวิตไทย สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและ สังคมแห่งชาติ ได้ตระหนักถึงความสำคัญของการท่องเที่ยว ที่จะสามารถเพิ่มสมรรถนะและขีดของการแข่งขันของประเทศไทย ต่อประเทศคู่แข่งได้ ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560-2564 ได้กล่าวถึงการท่องเที่ยวไว้ในหัวข้อยุทธศาสตร์การสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจบริการและการ ท่องเที่ยวที่มีศักยภาพให้เติบโตและสนับสนุนภาคการผลิต เน้นการปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิด ความสมดุลและยั่งยืนในการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ที่คำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับของระบบนิเวศและศักยภาพของพื้นที่ รวมทั้งการสร้างมูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมกีฬาให้ครอบคลุมทุกมิติและครบวงจร ทั้งการผลิตและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง การท่องเที่ยวได้ถูกกล่าวถึงในฐานะของธุรกิจการค้า การบริการที่มีศักยภาพที่สามารถช่วยขยาย การจ้างงาน การกระจายรายได้ และการหารายได้จากเงินตราต่างประเทศ และได้ถูกบรรจุให้เป็น “แนวทางเร่งด่วนในการฟื้นฟู เศรษฐกิจและสังคม” ในประเทศไทยได้มีการจัดลำดับศักยภาพ ด้านการท่องเที่ยวระดับจังหวัด

ทิศทาง การส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในปี 2560 มี ปัจจัยที่ท้าทายหลายประการ ทั้งปัจจัยทางเศรษฐกิจโลกและปัจจัยทางธรรมชาติ ซึ่งล้วนแต่มี ผลกระทบกับการท่องเที่ยวทั้งสิ้น รวมถึงนโยบาย ไทยแลนด์ 4.0 (Thailand 4.0) ที่รัฐบาลผลักดันให้ สร้างความเข้มแข็งจากภายใน ซึ่งการท่องเที่ยวถือเป็นเครื่องมือสำคัญที่สามารถทำให้บรรลุ เป้าประสงค์ของรัฐบาลได้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจึงได้กำหนดเป้าหมายในปี 2560 คือ ตลาด ในประเทศ ปรับแผนตลาดกระตุ้นคนไทยให้เดินทางมากยิ่งขึ้น เพื่อสร้างรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 10 คิด ประมาณการเป็น 950,000 ล้านบาท ส่วนตลาดต่างประเทศ เน้นการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายต่อการ เดินทางแต่ละครั้ง มุ่งสู่กลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพ โดยตั้งเป้าสร้างรายได้เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 10 เช่นกัน คิดประมาณการรายได้เป็น 1.89 ล้านล้านบาท ส่งผลให้รายได้ภาพรวมของการท่องเที่ยวในปี 2560 เพิ่มขึ้นร้อยละ 10 หรือประมาณ 2.84 ล้านล้านบาท ในภาพรวมของปี 2560 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยยังคงนำเสนอจุดแข็งของประเทศคือ “วิถีไทย” อันเป็นจุดเด่นที่แตกต่างจากประเทศอื่น ๆ อีกทั้ง ยังเป็นที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยวที่ต้องการสัมผัสความเป็นไทยแท้ ดังเดิม โดยต่อยอด นำเสนอสินค้าการท่องเที่ยวที่ผูกโยงกับวิถีไทยแต่ลงลึกมากขึ้น เพื่อนำรายได้และความเข้มแข็งสู่ เศรษฐกิจฐานราก ทำให้คนท้องถิ่นเกิดความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยว นำไปสู่ความยั่งยืน ของเศรษฐกิจ สังคมและการท่องเที่ยวในอนาคต ทั้งนี้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้มีแนวทางใน การนำเสนอ “วิถีไทย” ผ่านการสร้างประสบการณ์ที่ประทับใจจากท้องถิ่นไทย (Local experience) ซึ่งมีหลายระดับขึ้นอยู่กับความชื่นชอบ ที่แตกต่างของนักท่องเที่ยว โดยกำหนดกรอบประสบการณ์ที่ ไม่จำกัดเพียงการท่องเที่ยวชุมชน (CBT : Community Based Tourism) เท่านั้น แต่หมายรวมถึง ทุกพื้นที่ ทุกจังหวัด ทุกองค์ประกอบที่สร้างประสบการณ์ให้กับการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นรูปธรรมการท่องเที่ยวประเภทหนึ่งซึ่งเน้นความสำคัญกับ แหล่งท่องเที่ยว ที่เกี่ยวข้องกับ มรดกประเพณีที่สืบทอดต่อ ๆ กันมา และ วัฒนธรรมที่ดึงดูดความ สนใจ โดยสิ่งที่ดึงดูดความสนใจนัก ท่องเที่ยวนั้นมีหลายอย่างประกอบด้วย วิถีชีวิต พิพิธภัณฑ การ แสดง แหล่งโบราณคดี ศิลปะ ละคร การแสดงดนตรีสากล และการ แสดงดนตรีพื้นบ้าน ประเพณี พิธีกรรมทางศาสนา หัตถกรรมงาน ฝีมือ และการกระทำอื่น ๆ ซึ่งเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม ดังนั้น วัฒนธรรมที่นำมาใช้ประโยชน์ใน การท่องเที่ยวจึงมีความหมายรวมถึง สถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้นมา ได้แก่ สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ โบราณ วัตถุ โบราณสถาน ศิลปวัตถุ

พิพิธภัณฑ์สถาน ลักษณะการประกอบ อาชีพที่มีความโดดเด่น สถานที่แสดงทางด้านขนบธรรมเนียม ประเพณี การละเล่นพื้นเมืองต่าง ๆ งานหัตถกรรม และสินค้าในท้องถิ่นต่าง ๆ ตลอดจนวิถีชีวิตความเป็นอยู่ เป็นต้น

ปัจจุบันจำนวนนักท่องเที่ยวของจังหวัดจันทบุรีและประเทศไทยมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น ตลอดจนนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวจากภาครัฐ ซึ่งในปี 2560 ยังคงเน้นการท่องเที่ยวภายในประเทศด้วยการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติควบคู่กับประเพณีและวิถีชีวิตชุมชนท้องถิ่นของประเทศภายใต้การณรงค์ “ท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋สไตล์ท้องถิ่น” การเพิ่มขึ้นของรายได้จากการท่องเที่ยวส่งผลให้เกิดการขยายตัวของธุรกิจและการบริการต่าง ๆ ภายในแหล่งท่องเที่ยวและพื้นที่ใกล้เคียงเพื่อรองรับการท่องเที่ยว ได้แก่ ธุรกิจที่พัก ร้านอาหาร และกิจกรรมนันทนาการรูปแบบต่าง ๆ เพื่อตอบโจทยให้กับผู้บริโภคในสังคมยุคดิจิทัล การพัฒนาเสริมสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวนับตั้งแต่การจัดโครงการ Amazing Thailand เป็นต้นมา จังหวัดจันทบุรี เป็นเมืองท่องเที่ยวแห่งภาคตะวันออกที่มีสถานที่ท่องเที่ยวมากมาย ทั้งน้ำตก ทะเล สวนผลไม้และยังมีประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจ ดังคำขวัญของจังหวัดซึ่งกล่าวว่า “น้ำตกสี่เหลี่ยม เมืองผลไม้ พริกไทยพันธุ์ดี อัญมณีมากเหลือ เสื่อจันทบูร” นอกจากนี้ยังเป็นเมืองที่พร้อมด้วยสิ่งอำนวยความสะดวก มีเส้นทางการคมนาคมที่สามารถเดินทางไปตามแหล่งท่องเที่ยวที่กระจายอยู่ทั่วทั้งจังหวัดได้อย่างง่ายดาย เป็นจังหวัดที่มีความเจริญทางเศรษฐกิจ สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้เป็นจำนวนมาก และมีศักยภาพในการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ (สำนักงานจังหวัดจันทบุรี, 2558 : หน้า 5) สอดคล้องกับการกำหนดทิศทางเพื่อยกระดับคุณค่าของจังหวัดจันทบุรีจาก สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมไปสู่ “จันทบุรี 4.0” ซึ่งมีความโดดเด่นหลายด้านที่นับเป็นจุดเริ่มและปัจจัยพื้นฐานของความพร้อมที่จะผลักดันไปสู่การเป็นจังหวัด 4.0 โดยแนวทางการพัฒนาที่ควรจะไปด้วยกัน ได้แก่ เมืองเกษตร/เมืองแห่งผลไม้ และเมืองอัญมณี แม้ว่าปัจจุบันทรัพยากรและวัตถุดิบจะเสื่อมโทรมลงไป แต่สิ่งที่ยังคงอยู่คือ ความรู้ความสามารถของชาวจันทบุรีที่ผ่านร้อนผ่านหนาว และมีประสบการณ์ยาวนานนับตั้งก่อร่างสร้างตัวจนใครก็สู้ไม่ได้ จึงต้องรักษามาตรฐานให้คงไว้ด้วยความซื่อสัตย์ต่อวิชาชีพและการดำเนินการที่ดี จันทบุรีมีจุดแข็งแตกต่างจากจังหวัดที่สามารถพัฒนาโดยแนวทางธรรมชาติดั้งเดิมที่เรามีความเข้มแข็งอยู่มากในทุกภาคส่วน เกษตรกรมีความรู้ความสามารถและแสวงหาความรู้ตลอดเวลา โดยมีภาควิชาการช่วยเหลือสนับสนุน

ต่อ ยอดจากภูมิปัญญาเดิมให้เกิดเป็นแบบอย่างที่ดีต่อคนรุ่นใหม่ที่จะสามารถนำไปใช้ได้ทันที หรือพัฒนาอาชีพของตัวเองให้ดียิ่งขึ้น”

ชุมชนบ้านตะปอน อำเภอลำลูกเกด เป็นชุมชนที่มีแหล่งทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ ประชาชนมีการประกอบอาชีพที่หลากหลาย ทั้งทำสวน ทำนา ปลูกผัก และเลี้ยงสัตว์ เกษตรกรผู้ผลิต มีความรู้ความสามารถและประสบการณ์ที่สูง ทำให้ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพดี สามารถเป็นแหล่งศึกษา ดูงานให้กับชุมชนทั้งในและนอกตำบลได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ด้านเกษตรกรรมที่เป็นจุดเด่นแล้ว ชุมชนบ้านตะปอนยังมีแหล่งศิลปวัฒนธรรมทางประวัติศาสตร์ที่ทรงคุณค่าได้รับการจารึกไว้มากมาย ที่สำคัญคือ หอไตรวัดตะปอนน้อย ที่ได้รับการขึ้นทะเบียนโบราณสถานซึ่งมีขอบเขตที่ดินประมาณ 3 ไร่ การมีโบสถ์เก่าแก่อายุนับร้อยปี ประเพณีชักเย่อเกี่ยวพระบาท ซึ่งสามารถใช้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทาง วัฒนธรรม นันทนาการและการทัศนศึกษาได้เป็นอย่างดี จากเป้าหมายการพัฒนาอำเภอลำลูกเกดตาม ยุทธศาสตร์เสริมสร้างศักยภาพด้านการท่องเที่ยว มีการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการ ท่องเที่ยว ทางวัฒนธรรมอำเภอลำลูกเกดและองค์การบริหารส่วนตำบลตะปอน ได้เปิดตลาดโบราณย้อน ยุค 270 ปี ของดีบ้านตะปอนใหญ่ ที่บริเวณวัดตะปอนใหญ่ ตำบลตะปอน อำเภอลำลูกเกด จังหวัดจันทบุรี กิจกรรมที่จัดขึ้นเป็นตลาด 4 บวร คือ บ้าน โรงเรียน วัด ผู้นำท้องถิ่น ชาวบ้าน มีจุดประสงค์เพื่อให้ ชุมชนมีรายได้ นำขนมพื้นบ้าน ผักสวนครัว ผลผลิตในชุมชนมาขาย โดยพ่อค้าแม่ค้าที่ขายของจะแต่ง กายย้อนยุค เพื่อสร้างแรงดึงดูดนักท่องเที่ยว โดยสิ่งของที่ชาวชุมชนตะปอนนำมาขายเน้นเป็นของ กินที่เป็นยุคโบราณหากินยาก ผักสวนครัวที่ชาวบ้านปลูกเองนำของชุมชน ของตนเองมาขาย ได้สร้าง ไอเดียตลาดโดยการมุ่งเน้นการแต่งกายย้อนยุค ราคาต้องเป็นธรรม งดของสมัยใหม่ ผักพื้นบ้านปลูก เองปลอดสารพิษ เพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ของตลาดเก่า 270 ปี จะเปิดจำหน่ายสินค้าในทุกวัน เสาร์ช่วงสายจนถึงพลบค่ำ การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นอกจากจะเป็นการเผยแพร่ สินค้าเกษตรคุณภาพดี ประเพณีวัฒนธรรมแล้ว ยังเป็นการสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชนจากการ ต้อนรับนักท่องเที่ยวที่มาศึกษาดูงานด้วย การจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดและการท่องเที่ยวจังหวัด จันทบุรี ได้ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งเป็นการ ท่องเที่ยวที่กำลังเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ เพื่อเป็นการสร้างโอกาสในการ แข่งขัน เพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยว เมื่อนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาตินิยมท่องเที่ยวเชิง เกษตรและเชิงวัฒนธรรมมากขึ้น และอำเภอลำลูกเกดได้คัดเลือกตำบลตะปอนเป็นตำบลนำร่องเนื่องจากมี

ศักยภาพเพียงพอ ซึ่งจะเป็นโอกาสในการพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรี แต่หลังจากการเปิดตลาดโบราณย้อนยุค 270 ปีได้ประมาณ 2 ปี พบว่าปัญหาการบริหารงาน บางส่วนต้องการพัฒนาเป็นอย่างมากโดยเฉพาะด้านการพัฒนาบุคลากร การแก้ปัญหาเบื้องต้นจึงจัด โครงการฝึกอบรมและศึกษาดูงานของคณะกรรมการตลาดและผู้นำชุมชนเพื่อเสริมศักยภาพและสร้าง ประสบการณ์ให้แก่บุคลากรเพื่อนำความรู้ที่ได้มาปรับใช้ในการพัฒนาตลาดชุมชนและชุมชนตะปอน การขาดเครื่องมือในการปฏิบัติงานให้เพียงพอและพร้อมใช้งานอยู่เสมอ การขาดการปรับปรุงขั้นตอน การปฏิบัติงานพร้อมนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการบริการประชาชน ตลอดจนการส่งเสริมและ สนับสนุนให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างจริงจัง

จากความสำคัญของการท่องเที่ยวและปัญหาภายในตลาดชุมชนบ้านตะปอน ผู้วิจัย จึงมี ความสนใจที่จะศึกษากลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แบบมีส่วนร่วม ของตลาดชุมชนบ้านตะปอน อำเภอขลุง จังหวัดจันทบุรี เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากผลการวิจัยเสนอต่อผู้ที่ เกี่ยวข้องนำไปเป็นแนวทางในการบริหารจัดการและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของตลาด ตะปอน อำเภอขลุง จังหวัดจันทบุรีให้เข้มแข็งและยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษากลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แบบมีส่วนร่วมของตลาดชุมชนบ้านตะปอน อำเภอขลุง จังหวัดจันทบุรี
2. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แบบมีส่วนร่วมของตลาดชุมชนบ้านตะปอน อำเภอขลุง จังหวัดจันทบุรี

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

ประโยชน์ของการวิจัย

1. ทราบข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมของชุมชน กรณีศึกษา: ตลาดชุมชนบ้านตะปอน อำเภอขลุง จังหวัดจันทบุรีที่ได้จะเป็นสิ่งที่กระตุ้นให้ชุมชนและผู้นำท่านอื่น ๆ สนใจต่อการพัฒนา รวมทั้งได้รับแนวความคิดหรือแรงบันดาลใจ โดยนำองค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัยไปเป็นแบบอย่างในการสื่อสารเพื่อส่งเสริมหรือนำไปเป็นแนวทางการจัดการการท่องเที่ยว ในชุมชนหรือจังหวัดอื่น ๆ ต่อไป
2. ทราบข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารในการเผยแพร่ข้อมูลสู่สมาชิกในชุมชน ซึ่งกลุ่มผู้นำหรือท้องถิ่นอื่น ๆ สามารถนำไปเป็นแนวทางในการเผยแพร่ความรู้ต่าง ๆ สู่ชุมชนต่อไป
3. ผลจากการศึกษาจะเป็นการกระตุ้นให้ผู้ที่เกี่ยวข้องและรับผิดชอบในงานด้านการพัฒนาชุมชนได้ตระหนักและหันมาให้ความสนใจร่วมมือกันวางแผนพัฒนาและแก้ไขปัญหาของการสื่อสารในการพัฒนาชุมชนให้ดียิ่งขึ้น
4. ผลจากการศึกษาสามารถนำมาบูรณาการกับการเรียนการสอนในรายวิชาการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยว ของหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

ขอบเขตของการวิจัย

เพื่อให้การวิจัยครั้งนี้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการวิจัยดังต่อไปนี้

1. ศึกษากลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามกรอบทฤษฎีการสื่อสารและทฤษฎีระบบของลาสเวลล์ (Lasswell, 1964 : pp. 37-38) จากอิทธิพลของกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด
2. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ และการลงพื้นที่ ภาคสนาม และการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม (Observation Participation) การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) การสัมภาษณ์แบบกลุ่ม (Focus Group) การจัดเวทีระดมความคิดเห็น ซึ่งข้อมูลนี้จะได้จากประชากรที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการก่อตั้งตลาดชุมชนบ้านตะปอนซึ่งสามารถจำแนกได้เป็น 2 กลุ่ม คือ

2.1 กลุ่มผู้นำในการจัดตั้งตลาดชุมชนตะปอน วัฒนธรรมจังหวัดจันทบุรี และสมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี

2.2 กลุ่มคณะกรรมการตลาดชุมชนตะปอน กลุ่มสมาชิกในชุมชนตำบลตะปอน และสมาชิกชุมชนภายนอกตำบลตะปอน

การสุ่มตัวอย่างจะใช้การสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อให้การเก็บข้อมูลเข้าถึงข้อเท็จจริงได้มากที่สุด โดยเฉพาะการสัมภาษณ์ผู้วิจัยกำหนดประเด็นการศึกษาตามวัตถุประสงค์กล่าวคือ เพื่อศึกษากลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมของตลาดชุมชนบ้านตะปอน อำเภอขลุง จังหวัดจันทบุรี และปัญหา อุปสรรคในการสื่อสารเพื่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมของตลาดชุมชนบ้านตะปอน อำเภอขลุง จังหวัดจันทบุรี

3. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Sources) ทำการศึกษาจากข้อมูลเอกสารจากแหล่งข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ อำเภอขลุง วัฒนธรรมอำเภอขลุง และองค์การบริหารส่วนตำบลตะปอน และข้อมูลการท่องเที่ยวจากการท่องเที่ยวและกีฬา สมาคมการท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี เป็นต้น ซึ่งอยู่ในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2560-2562 เนื่องจากการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นทราบว่าตลาดชุมชนตะปอน เปิดตลาด วันที่ 19 สิงหาคม 2560 และศึกษาค้นคว้าเอกสารต่าง ๆ ที่เป็นข้อมูลเชิงวิชาการ งานวิจัย บทความวิชาการ วิทยานิพนธ์ และสารนิพนธ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสาร การสร้างการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นต้น

4. การสังเกต (Observation) ใช้การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participant Observation) โดยศึกษารูปแบบของการสื่อสารของกลุ่มเป้าหมายขณะทำการสัมภาษณ์ รูปแบบการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ของคนในชุมชนที่ทำให้เกิดการมีส่วนร่วม รวมถึงศึกษาสภาพแวดล้อมและเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ที่ก่อให้เกิดการท่องเที่ยวในตลาดชุมชนตะปอน จังหวัดจันทบุรี

5. ระยะเวลาในการดำเนินงานวิจัยอยู่ในช่วงระหว่างเดือนมกราคม 2561 – กันยายน 2562

นิยามศัพท์

งานวิจัยครั้งนี้มีนิยามศัพท์เฉพาะที่เกี่ยวกับกระบวนการเก็บข้อมูลและบริบทของพื้นที่ตั้งนี้
กลยุทธ์การสื่อสาร หมายถึง กลยุทธ์ที่กำหนดแนวทางการสื่อสารว่าควรใช้รูปแบบการสื่อสารอย่างไร โดยมีเป้าหมายเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากที่สุด

การจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง กระบวนการดำเนินงานอย่างเป็นระบบตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ สำหรับการท่องเที่ยวที่เน้นวัฒนธรรมและวิถีชีวิตที่เรียบง่ายที่สะท้อนความเป็นไทยที่แท้จริงเพื่อให้ผู้มาเยือนได้เข้าถึงการท่องเที่ยวประเภทนี้

การมีส่วนร่วม หมายถึง การเข้าไปมีบทบาทของสมาชิกในกระบวนการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น ร่วมเสนอแนวทางต่าง ๆ ร่วมตัดสินใจในการจัดการตลาด ร่วมลงทุนลงแรง ร่วมในการรับผลประโยชน์ และร่วมติดตามและประเมินผลการดำเนินงานของตลาดชุมชนตะปอน อำเภอลำปาง จังหวัดลำปาง

ตลาดชุมชนบ้านตะปอน หมายถึง ตลาดโบราณ 270 ปี บ้านตะปอนใหญ่ หมู่ที่ 2 ตำบลตะปอน อำเภอลำปาง จังหวัดลำปาง

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย