การพัฒนาสื่อดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่พัฒนาพิเศษเฉพาะกิจ จังหวัดชายแดนภาคใต้ (อำเภอเทพา จะนะ นาทวี สะบ้าย้อย)

Digital Media Development to Promote Tourism Management in Special Development Areas Southern Border Provinces (Thepha, Chana, Na Thawi, Saba Yoi Districts)

ปวรรณรัตน์ ประเทืองไทย
Pawannarat Prathuengthai

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศชุมชน
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
A Thesis submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of Master of Science in Ecotourism Community Management
Prince of Songkla University
2566

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

การพัฒนาสื่อดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่พัฒนาพิเศษเฉพาะกิจ จังหวัดชายแดนภาคใต้ (อำเภอเทพา จะนะ นาทวี สะบ้าย้อย)

Digital Media Development to Promote Tourism Management in Special Development Areas Southern Border Provinces (Thepha, Chana, Na Thawi, Saba Yoi Districts)

ปวรรณรัตน์ ประเทืองไทย
Pawannarat Prathuengthai

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศชุมชน
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
A Thesis submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the
Degree of Master of Science in Ecotourism Community Management
Prince of Songkla University
2566

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ชื่อวิทยานิพนธ์ การพัฒนาสื่อดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่พัฒนาพิเศษเฉพาะกิจจังหวัดชายแดนภาคใต้ (อำเภอเทพา จะนะ นาทวี สะบ้าย้อย)

ผู้เขียน นางสาวปวรรณรัตน์ ประเทืองไทย

สาขาวิชา การจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศชุมชน

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.ภูดิศ สุวรรณโณ)

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรญา สุวรรณโณ)

คณะกรรมการสอบ

.....ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.อุมาพร มุณีแนม)

.....กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.รุ่งรวี จิตภักดี)

.....กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.ภูดิศ สุวรรณโณ)

.....กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรญา สุวรรณโณ)

.....กรรมการ
(ดร.ปรัชญากรณ์ ไชยคช)

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ อนุมัติให้นับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา ตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศชุมชน

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เถกิง วงศ์ศิริโชติ)
รักษาการแทนคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ขอรับรองว่า ผลงานวิจัยนี้มาจากการศึกษาวิจัยของนักศึกษาเอง และได้แสดงความขอบคุณบุคคลที่มีส่วนช่วยเหลือแล้ว

ลงชื่อ.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.ภูดิศ สุวรรณโณ)
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ลงชื่อ.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรญา สุวรรณโณ)
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

ลงชื่อ.....
(นางสาวปวรรณรัตน์ ประเทืองไทย)
นักศึกษา

ข้าพเจ้าขอรับรองว่า ผลงานวิจัยนี้ไม่เคยเป็นส่วนหนึ่งในการอนุมัติปริญญาในระดับใดมาก่อน และไม่ได้ถูกใช้ในการยื่นขออนุมัติปริญญาในขณะนี้

ลงชื่อ.....
(นางสาวปวรรณรัตน์ ประเทืองไทย)
นักศึกษา

ชื่อวิทยานิพนธ์ การพัฒนาสื่อดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่พัฒนาพิเศษเฉพาะกิจจังหวัดชายแดนภาคใต้ (อำเภอเทพา จะนะ นาทวี สะบ้าย้อย)
ผู้เขียน นางสาวปวรรณรัตน์ ประเทืองไทย
สาขาวิชา การจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศชุมชน
ปีการศึกษา 2565

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาสื่อดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่พัฒนาพิเศษเฉพาะกิจจังหวัดชายแดนภาคใต้ ประกอบด้วยอำเภอเทพา จะนะ นาทวี และสะบ้าย้อย การศึกษาครั้งนี้เป็นวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสำรวจ การสัมภาษณ์เชิงลึก การสัมภาษณ์แบบกลุ่ม และการประชุมกลุ่มย่อย และนำเนื้อหาที่ได้มาวิเคราะห์ตามหัวข้อที่เกี่ยวข้อง วัตถุประสงค์ของงานวิจัยมี 3 ข้อดังนี้คือ 1) วิเคราะห์ศักยภาพของพื้นที่ 2) พัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวระหว่างแหล่งท่องเที่ยวชุมชน และ 3) พัฒนาสื่อดิจิทัลอินโฟกราฟิกส์ และสื่อออนไลน์ ผลของการวิจัยพบว่าจากการวิเคราะห์ศักยภาพของพื้นที่ 4 ด้านคือ 1.1) ด้านทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม พื้นที่มีจุดแข็ง คือ มีความอุดมสมบูรณ์สมบูรณ์ มีวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ จุดอ่อน คือ ขาดองค์ความรู้ในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติที่ทำให้เกิดความยั่งยืน 1.2) ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน จุดแข็ง คือ การอยู่ร่วมกันแบบพหุวัฒนธรรม มีความเข้าใจกัน และมีทักษะในเรื่องต่างๆ ที่แตกต่างกันไปในแต่ละพื้นที่ จุดอ่อน คือ ชุมชนในพื้นที่ยังขาดกฎระเบียบที่ชัดเจน ขาดผลิตภัณฑ์ในการจำหน่ายที่แสดงถึงอัตลักษณ์ 1.3) ด้านการจัดการ จุดแข็ง คือ มีการจัดการการท่องเที่ยวโดยกลุ่มการท่องเที่ยว มีการกระจายผลประโยชน์ จุดอ่อน คือ ขาดการประชาสัมพันธ์ที่ต่อเนื่องในเส้นทางท่องเที่ยว ไม่มีสื่อดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว กลุ่มผู้เกี่ยวข้องในพื้นที่ขาดความรู้และการความเข้าใจการพัฒนาชุมชนและไม่มีกองทุน 1.4) ด้านการเรียนรู้ จุดแข็ง คือ มีการจัดการท่องเที่ยวรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวสร้างทักษะการรับรู้ และความเข้าใจในวิถีชุมชน จุดอ่อน คือ ขาดสื่อในการจัดกิจกรรมเรียนรู้ระหว่างชาวบ้านกับผู้มาเยือน ขาดการสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติให้ยั่งยืน ผลจากการวิเคราะห์ศักยภาพพื้นที่นำไปสู่การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวได้ 4 เส้นทาง คือ เส้นทางอำเภอเทพา “แลเลหาดสะกอม ปล่อยปูหัวเขื่อนปากน้ำเทพา รอดซุ้มอุโมงค์โกงกาง เก็บผักปลอดสารที่สวนพ่อ” เส้นทางอำเภอจะนะ “ชมข้าวพื้นถิ่น เดินป่าตามล่าหาบัวผุด ล่องเรือชมวิถีคลองแม่น้ำ” เส้นทางอำเภอนาทวี “ไหว้หลวงปู่ทวด ด่านประกอบ เดินป่าอุทยานแห่งชาติเขาน้ำค้าง ชมอุโมงค์ประวัติศาสตร์เขาน้ำค้าง แช่น้ำร้อนบ่อบ้านโครง” และเส้นทางอำเภอสะบ้าย้อย “จิบแฟแลโรงคั่วและไปชมต้นแฟแต่แรกสะบ้าย้อย (บ้านโหนด) ซึมซับธรรมชาติน้ำตกเวหุวัน ไหว้พระวัดถ้ำ

ตลอด เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น” สำหรับสื่อต้นแบบที่ผลิต คือ แผ่นพับแผนที่อินโฟกราฟิก คิวอาร์โค้ด เพจเฟสบุ๊ค บล็อกการท่องเที่ยว และวีดีโอผ่านช่องทางยูทูป เพื่อประชาสัมพันธ์เส้นทางท่องเที่ยวที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ จากการประเมินความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์พบว่าอยู่ในระดับดีมาก

คำสำคัญ: การส่งเสริมการท่องเที่ยว สื่อดิจิทัล การท่องเที่ยวชุมชน เขตพัฒนาพิเศษเฉพาะกิจ จังหวัดชายแดนภาคใต้

Thesis Title Development of Digital Media for Promoting Tourism Management in Special Development Areas: A Case Study of Southern Border Provinces (Thepha, Chana, Na Thawi, and Saba Yoi Districts)

Author Ms. Pawannarat Prathuengthai

Major Community Ecotourism Management

Academic Year 2022

ABSTRACT

The aim of this study is to investigate the development of digital media for promoting tourism management in the Special Development Areas of Southern Border Provinces, including Thepha, Chana, Na Thawi, and Saba Yoi Districts. This study is qualitative research that collects data from surveys, in-depth interviews, focus group interviews, and sub-group meetings. The content was analyzed according to relevant issues. The objectives of this research are as follows: 1) to analyze the potential of the area, 2) to develop tourism routes between community tourist destinations, and 3) to develop digital infographics and online media. The findings of the research indicate that, based on the analysis of the potential of the area, there are four aspects identified 1.1) Natural Resources and Culture, the area is rich in diverse and plentiful natural resources and distinctive cultural traditions. A weakness was that the community in the area lacked clear regulations and lacked distinctive products for sale that showcase their identity. 1.2) Community participation, strength lied in the coexistence of diverse cultures, mutual understanding, and the presence of various skills unique to each region. Weaknesses included a lack of clear regulations within the community and a shortage of distinctive products for sale that reflect its identity. 1.3) Management, Strength lieed in the management of tourism by tourism groups, ensuring the distribution of benefits. Weaknesses included a lack of consistent promotion along the tourism routes and a lack of digital media to promote tourism. The stakeholders in the area lacked knowledge and understanding of community development and there was a lack of funding. 1.4) Learning, strength lied in the management of tourism in the form of activity-based tourism that fostered skills and understanding of the local

community's way of life. A weakness was the lack of media for facilitating learning activities between the local community and visitors, as well as a lack of awareness-building on sustainable natural resource conservation. The analysis of the area's potential has resulted in the identification of four tourism development routes across four districts. Thepha routh: "Lae Le Hat Sakom," releasing crabs at the head of Pak Nam Thepha Dam, surviving the mangrove tunnel, and picking organic vegetables at Father's Garden. Chana routh: watching local rice, trekking in search of Bua Phut, and taking a boat trip to see the river canal. Na Thawi routh: paying respects to Luang Pu Thuat and Dan Prakob, trekking in the forest at Khao Nam Khang National Park, visiting the Piyamit Tunnel, and soaking in the hot springs of Ban Krang Well. Finally, Saba Yoi routh: sipping coffee and roasting plants, seeing the early coffee trees of Saba Yoi (Ban Nod), absorbing the nature of Weruwan Waterfall, paying homage to the cave temple, and shopping for local products. The produced media prototype includes informational brochures with maps, QR codes, Facebook pages, travel blogs, and YouTube videos to promote the tourism routes and enhance tourism in the area. Based on the satisfaction assessment with the promotional media, it was found to be at a very high level.

Keywords: Tourism promotion, Digital media, Community tourism, Special development zone, Southern border provinces.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความอนุเคราะห์และการสนับสนุนอย่างดียิ่งจาก รองศาสตราจารย์ ดร.ภูดิศ สุวรรณโณ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรญา สุวรรณโณ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่กรุณาให้คำแนะนำปรึกษาตลอดจนปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ และให้ความรู้แก่ผู้วิจัยตลอดมา ผู้วิจัยจึงขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง และขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.อุมาพร มุณีแนม ประธานกรรมการ รองศาสตราจารย์ ดร.รุ่งรวี จิตภักดี คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และดร.ปรัชญากรณ์ ไชยคช คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่กรุณาให้คำแนะนำและความคิดเห็นอันเป็นประโยชน์ ในการปรับปรุงวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ให้ถูกต้อง ขอกราบขอบพระคุณ ทุนคณะการจัดการสิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ปีงบประมาณ 2563 ที่สนับสนุนค่าธรรมการศึกษา จำนวน 3 เทอมผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณโครงการทุนบัณฑิตวิทยาลัย บว. ประจำปีงบประมาณ 2564 ขอบพระคุณพี่น้อย ขอบคุณบุคลากรของคณะการจัดการสิ่งแวดล้อม ทุกท่านที่ให้การสนับสนุนทุนวิจัยทำให้สามารถสำเร็จลุล่วงได้อย่าง

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ นางสาวพรเพ็ญ ประกอบกิจ ผู้อำนวยการวิทยาลัยชุมชนสงขลา ผู้สนับสนุนให้คำปรึกษาในทุกกระบวนการ ขอบคุณครอบครัวประเทืองไทย ครอบครัวรักกมล ที่ให้กำลังแรงใจและแรงกาย เพื่อนปริญญาโทร่วมชั้นทุกท่านและขอขอบพระคุณทุกท่านที่ไม่ได้กล่าวมา ณ ที่นี้ ที่มีส่วนในการช่วยเหลือในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าวิทยานิพนธ์ฉบับนี้จะมีประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจศึกษาค้นคว้าหาความรู้ในด้านการพัฒนาสื่อดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่พัฒนาพิเศษเฉพาะกิจจังหวัดชายแดนภาคใต้ (อำเภอเทพา จะนะ นาทวี สะบ้าย้อย)

ปวรรณรัตน์ ประเทืองไทย

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อ ..... (5)
ABSTRACT ..... (7)
กิตติกรรมประกาศ ..... (9)
สารบัญ ..... (10)
รายการตาราง ..... (12)
รายการภาพประกอบ ..... (13)
บทที่ 1 บทนำ 1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ 1
1.2 วัตถุประสงค์การศึกษา 4
1.3 ประโยชน์ที่ได้รับ 4
1.4 ขอบเขตของวิจัย 5
1.5 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย 7
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ 9
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 11
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวชุมชน 11
2.2 การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยว 13
2.3 การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว 14
2.4 สื่อดิจิทัล 24
2.5 แนวคิดการพัฒนาสื่อดิจิทัล 30
2.6 เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ 32
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย 37
3.1 ขอบเขตของวิจัย 37
3.2 พื้นที่ที่ใช้ในการวิจัย 37
3.3 การสำรวจทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว 38
3.4 กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่างของผู้ให้ข้อมูลหลัก 38
3.5 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย 40
3.6 วิธีดำเนินการวิจัย 42

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

3.7 การวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจ 43
บทที่ 4 ผลการศึกษา 46
4.1 ผลการวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ที่ 1 47
4.2 ผลการวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ที่ 2 54
4.3 ผลการวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ที่ 3 95
4.4 ผลการวิเคราะห์ระยะที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการประเมินข้อมูลสื่อต้นแบบ 106
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ 110
5.1 สรุปและอภิปรายผลการศึกษา 111
5.2 ข้อเสนอแนะ 116
บรรณานุกรม 118
ภาคผนวก 125
ภาคผนวก ก แบบบันทึกการสังเกตการณ์ภาคสนาม 126
ภาคผนวก ข แบบสัมภาษณ์หน่วยงานภาครัฐ 128
ภาคผนวก ค แบบสนทนากลุ่มและสัมภาษณ์การท่องเที่ยวชุนชน 132
ภาคผนวก ง แบบประเมินศักยภาพและความพึงพอใจสื่อดิจิทัลต้นแบบ 135
ภาคผนวก จ ผลการประเมินความพึงพอใจสื่อของกลุ่มตัวอย่าง 139
ภาคผนวก ฉ ประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ 2 ผู้ให้สัมภาษณ์ 142
ภาคผนวก ช การเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ 146
ประวัติผู้เขียน 148

รายการตาราง

ตารางที่		หน้า
ตารางที่ 1	จุดเด่นของ Owned Media	17
ตารางที่ 2	จุดเด่นของ Paid Media	18
ตารางที่ 3	จุดเด่นของ Earned Media	19
ตารางที่ 4	ตารางแสดงผลการการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อนของแต่ละอำเภอ	49
ตารางที่ 5	ผลการสรุปการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ อำเภอเทพา	55
ตารางที่ 6	พิกัด GPS แหล่งท่องเที่ยวในอำเภอเทพา	58
ตารางที่ 7	ผลการสรุปการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ อำเภอจะนะ	66
ตารางที่ 8	พิกัด GPS แหล่งท่องเที่ยวในอำเภอจะนะ	69
ตารางที่ 9	ผลการสรุปการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ อำเภอนาทวี	74
ตารางที่ 10	พิกัด GPS แหล่งท่องเที่ยวในอำเภอนาทวี	77
ตารางที่ 11	ผลการสรุปการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ อำเภอสะบ้าย้อย	82
ตารางที่ 12	พิกัด GPS แหล่งท่องเที่ยวในอำเภอสะบ้าย้อย	86
ตารางที่ 13	แสดงข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (n=48)	107
ตารางที่ 14	ความพึงพอใจสื่อของกลุ่มตัวอย่าง ที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ ด้านความพึงพอใจสื่อต้นแบบ (n=48)	140

รายการภาพประกอบ

ภาพที่		หน้า
ภาพที่ 1	ช่องทางในการสื่อสารประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยว	19
ภาพที่ 2	สถิติการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวโดยการใช้ดิจิทัลเทคโนโลยี	22
ภาพที่ 3	ข้อความที่ได้จากการพิมพ์	25
ภาพที่ 4	พฤติกรรมของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อและขั้นตอนการวางแผนเที่ยว	32
ภาพที่ 5	แผนที่จังหวัดสงขลา แยกตามรายอำเภอ	33
ภาพที่ 6	หาดสะกอม	60
ภาพที่ 7	ควนเจดีย์	60
ภาพที่ 8	ศูนย์เรียนรู้โลกบ้านฉัน @ควนหมาก	61
ภาพที่ 9	ธนาคารปูม้า	62
ภาพที่ 10	ศูนย์เรียนรู้สมุนไพรชุมชน	62
ภาพที่ 11	บ้านสวนพ่อ Baan-Suan-Por	63
ภาพที่ 12	อุโมงค์โกงกาง	64
ภาพที่ 13	วาดแผนที่ท่องเที่ยวในอำเภอเทพา ร่วมกับตัวแทนคนในชุมชนผู้ให้ข้อมูลหลัก	65
ภาพที่ 14	แผนที่เส้นทางท่องเที่ยวในอำเภอเทพา	65
ภาพที่ 15	นาข้าวกลุ่มข้าวลูกปลา	70
ภาพที่ 16	ศูนย์เรียนรู้พิพิธภัณฑ์ข้าวท้องถิ่น	71
ภาพที่ 17	คลองแม่น้ำ	71
ภาพที่ 18	เขตห้ามล่าสัตว์ป่าเขาเหรง สำนักบริหารพื้นที่อนุรักษ์ที่ 6	72
ภาพที่ 19	วาดแผนที่ท่องเที่ยวในอำเภอจะนะ ร่วมกับตัวแทนคนในชุมชนผู้ให้ข้อมูลหลัก	73
ภาพที่ 20	แผนที่เส้นทางท่องเที่ยวในอำเภอจะนะ	73
ภาพที่ 21	เจดีย์หลวงปู่ทวดด้านประกอบ	78
ภาพที่ 22	อุทยานแห่งชาติเขาน้ำค้าง	79
ภาพที่ 23	บ่อน้ำร้อนบ้านโครง	79
ภาพที่ 24	อุโมงค์ประวัติศาสตร์เขาน้ำค้าง	80
ภาพที่ 25	วาดแผนที่ท่องเที่ยวในอำเภอนาทวี ร่วมกับตัวแทนคนในชุมชนผู้ให้ข้อมูลหลัก	81
ภาพที่ 26	แผนที่เส้นทางท่องเที่ยวในอำเภอนาทวี	81
ภาพที่ 27	โรงน้ำชาจ่าหวิน	88
ภาพที่ 28	โรงคั่วกาแฟกลุ่มวิสาหกิจโรบัสต้าสะบ้าย้อย	88

รายการภาพประกอบ (ต่อ)

ภาพที่		หน้า
ภาพที่ 29	วัดถ้ำตลอด	89
ภาพที่ 30	กลุ่มเครื่องแกง	90
ภาพที่ 31	ถ้ำคอก	90
ภาพที่ 32	น้ำตกพระไม้ไผ่ (น้ำตกเวฬุวัน)	91
ภาพที่ 33	ถ้ำผีกองทราย	91
ภาพที่ 34	เรินย่ายาย 100 ปี บ้านเลขที่ 2 @นายทองแก้ว	92
ภาพที่ 35	บ่อน้ำร้อนเขาแดง	92
ภาพที่ 36	แก้มลิงชลประทาน	93
ภาพที่ 37	วาดแผนที่ท่องเที่ยวในอำเภอสะบ้าย้อย ร่วมกับตัวแทนคนในชุมชนผู้ให้ข้อมูลหลัก	94
ภาพที่ 38	แผนที่เส้นทางท่องเที่ยวในอำเภอสะบ้าย้อย	94
ภาพที่ 39	รูปแบบฟอนต์ cloud condensed semibo	97
ภาพที่ 40	ที่ไอคอนใช้โปรแกรม canva	97
ภาพที่ 41	ไอคอนปักหมุดและภาพประกอบในแผ่นพับกราฟิก	98
ภาพที่ 42	การใช้โปรแกรม Adobe Illustrator	98
ภาพที่ 43	การใช้เครื่องมือเครื่องหาพิกัดด้วยสัญญาณดาวเทียม GPS	99
ภาพที่ 44	ภาพแผนที่อินโฟกราฟิกเส้นทางบอกพิกัด GPS	100
ภาพที่ 45	ด้านหน้า-ด้านหลัง สื่อแผ่นพับต้นแบบ (อำเภอเทพา)	101
ภาพที่ 46	ด้านหน้า-ด้านหลัง สื่อแผ่นพับต้นแบบ (อำเภอจะนะ)	101
ภาพที่ 47	ด้านหน้า-ด้านหลัง สื่อแผ่นพับต้นแบบ (อำเภอนาทวี)	102
ภาพที่ 48	ด้านหน้า-ด้านหลัง สื่อแผ่นพับต้นแบบ (อำเภอสะบ้าย้อย)	102
ภาพที่ 49	สร้าง qr code โดยใช้โปรแกรม monkey	103
ภาพที่ 50	QR-CODE สื่อแผ่นพับอินโฟกราฟิกอำเภอเทพา	103
ภาพที่ 51	QR-CODE สื่อแผ่นพับอินโฟกราฟิกอำเภอจะนะ	103
ภาพที่ 52	QR-CODE สื่อแผ่นพับอินโฟกราฟิกอำเภอนาทวี	104
ภาพที่ 53	QR-CODE สื่อแผ่นพับอินโฟกราฟิกอำเภอสะบ้าย้อย	104
ภาพที่ 54	สื่อเพจเฟสบุ๊คการท่องเที่ยวโดยชุมชน	105
ภาพที่ 55	สื่อวิดีโอผ่านช่องทางยูทูป	106
ภาพที่ 56	ผลการประเมินความพึงพอใจสื่อของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อสื่อต้นแบบ	109

บทที่ 1
บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยถือว่ามีการขยายตัวสูงและมีความสำคัญมากต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทย เป็นแหล่งรายได้สร้างเงินตราเข้าประเทศเป็นอย่างมาก ที่สำคัญเกิดการสร้างงาน สร้างอาชีพ และการกระจายรายได้ให้แก่ประชาชน ชุมชน พร้อมทั้งนำความเจริญไปสู่จังหวัดนั้นนอกจากนี้ยังมีส่วนสำคัญในการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานของการคมนาคมขนส่ง การค้าและการลงทุนตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 มีการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องเพื่อส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่ม สร้างคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์สินค้าและการบริการในด้านการท่องเที่ยว เริ่มจากการนำเสนอตัวตนที่มีอัตลักษณ์และเอกลักษณ์ความเป็นไทยสะท้อน ให้เห็นถึงวัฒนธรรมท้องถิ่นและวิถีชีวิตชุมชน สามารถกระจายรายได้ไปสู่คนในชุมชนทั่วประเทศอย่างทั่วถึงและเป็นธรรม พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่ชุมชนคนในท้องถิ่นสร้างขึ้น เพื่อรองรับให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวพร้อมต้อนรับนักท่องเที่ยวดึงดูดนักท่องเที่ยว นำเสนอรูปแบบการท่องเที่ยวชุมชนตามศักยภาพของพื้นที่ เช่น การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและนิทรรศการการท่องเที่ยวชุมชน การท่องเที่ยวในเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวในเชิงเกษตรกรรม การท่องเที่ยวในวิถีทะเล การท่องเที่ยวรูปแบบกีฬา การท่องเที่ยวรูปแบบสีเขียว การท่องเที่ยวรูปแบบศิลปะและวัฒนธรรม ให้เกิดการฟื้นฟูความเชื่อมั่นและสร้างภาพลักษณ์เอกลักษณ์ที่ดีของการท่องเที่ยวไทย ด้วยการดำเนินการตามกลยุทธ์ทางการตลาด ที่มุ่งเน้นให้เกิดคุณภาพเพื่อให้สอดคล้องกับกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่เน้นความคุ้มค่าต่อประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว พร้อมหนุนให้คนไทยเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของตนเองมากขึ้น ในภาคบริการและการท่องเที่ยว จัดให้มีการฝึกอบรมนักสื่อความหมายท้องถิ่น และพัฒนาระบบการคมนาคมขนส่ง ให้เกิดความเชื่อมโยงเดินทางได้สะดวกทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ ให้มีความทันสมัย จัดทำและบังคับใช้มาตรฐานด้านการท่องเที่ยว เพื่อให้เป็นกลไกในการบริหารจัดการและกำหนดทิศทางเพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ชัดเจน ด้วยการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ในการยกระดับการจัดการท่องเที่ยวของประเทศให้เติบโตอย่างยั่งยืน ตลอดจนเกิดการกระจายรายได้ เกิดผลประโยชน์อย่างเป็นธรรมและเท่าเทียม (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563)

จังหวัดสงขลา เป็นจังหวัดที่มีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวทั้งความสะดวกในการคมนาคม รวมไปถึงทรัพยากรทางธรรมชาติที่ยังอุดมสมบูรณ์ไม่ว่าจะเป็น เขา ป่า นา ทะเล มีครบให้นักท่องเที่ยวได้เลือกตามชอบ ซึ่งมีโดดเด่นน่าดึงดูดและสะท้อนถึงวิถีวัฒนธรรมของชุมชน การท่องเที่ยวถือว่าเป็นแหล่งสร้างรายได้หลักของประเทศไทย ด้วยมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศเป็นมูลค่าเศรษฐกิจ

ทั้งหมดที่เกิดขึ้นในประเทศประมาณ 1 ล้านล้านบาท ดังนั้นเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มเติมที่ต้องกระจายแหล่งท่องเที่ยวสู่เมืองต่างๆ จะต้องพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานการคมนาคม ระบบดิจิทัลช่องทางในการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการ ซึ่งดำเนินการด้วยคนในชุมชนคนในท้องถิ่นตนเองโดยเน้นการสร้างตลาดให้มีคุณภาพให้มีมาตรฐาน ความสะดวก สะอาด ปลอดภัย สามารถชูอัตลักษณ์ท้องถิ่น เอกลักษณ์พื้นถิ่นของตน โดยการนำเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมมาดำเนินการบริหารจัดการระบบและดูแลในด้านระบบนิเวศ รวมถึงการพัฒนาสู่แบบแผนการท่องเที่ยวที่ให้เกิดการยั่งยืนด้วยการจัดระบบจัดการตามมาตรฐานการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน การจัดทำแนวปฏิบัติระดับชาติด้านขีดความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว มีจัดทำระบบบัญชีต้นทุนทางทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม ในเขตพื้นที่ที่มีการพัฒนาในด้านแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ รวมถึงศึกษาการปรับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว และการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่เสื่อมโทรมทางธรรมชาติเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ให้มีการเตรียมความพร้อมเพื่อลดผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงในทุกด้าน เช่น สภาพเศรษฐกิจสังคม สภาพโรคระบาด และสภาพภูมิอากาศ (Climate Change) ที่มีผลต่อการดำเนินการธุรกิจในการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน ชุมชนต้องมีรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวให้หลากหลายรูปแบบ การที่จะให้สถานที่ท่องเที่ยวเป็นที่รู้จักและเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวได้รวดเร็ว ต้องอาศัยช่องทางการประชาสัมพันธ์ โดยการใช้สื่อที่หลากหลายและสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจน รวดเร็วต้องอาศัยการใช้สื่อออนไลน์ โซเชียลมีเดีย เพื่อทำการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวให้ ทันสมัยทันต่อยุคของนักท่องเที่ยวในยุคใหม่มากขึ้น และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว พัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวรวมถึงการบริหารจัดการการท่องเที่ยวที่บูรณาการความร่วมมือจากทุกภาคส่วนเพื่อให้นักท่องเที่ยวมั่นใจในความปลอดภัยและเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐาน (กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัดสงขลา, 2563)

เนื่องจากสถานการณ์การระบาดของเชื้อโรคไวรัส โคโรน่า (Covid-19) ที่เกิดขึ้นจนทำให้การท่องเที่ยวเกิดผลกระทบมากไม่ว่าจะเป็นในระดับโลก จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวระหว่างประเทศมีจำนวนติดลบคิดเป็นร้อยละ 22.7 จากสถิติในช่วงเวลาเดียวกันของปี 2562 ทำให้สถานการณ์การท่องเที่ยวหยุดนิ่งจนมาถึงเดือนเมษายน 2563 ถือเป็นช่วงที่มีผลกระทบมากเมื่อเปรียบเทียบในด้านสถิติจำนวนนักท่องเที่ยว (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563) การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้คนในการใช้ชีวิตประจำวัน และการขับเคลื่อนทางเทคโนโลยีโดยเฉพาะออนไลน์ การปรับตัวให้เข้าสถานการณ์ปัจจุบันการท่องเที่ยวโดยชุมชนเขตพัฒนาพิเศษเฉพาะกิจจังหวัดชายแดนภาคใต้จังหวัดสงขลาต้องปรับตัวให้สอดคล้องตามแผนในการพัฒนาจังหวัดสงขลา ในปี พ.ศ. 2561 ถึงปี พ.ศ. 2565 จากประเด็นในการพัฒนาภาคการเกษตร ภาคการค้า ภาคอุตสาหกรรม ภาคการลงทุนการท่องเที่ยวและบริการโครงสร้างพื้นฐานพร้อมทั้งระบบโลจิสติกส์ โดยมีวัตถุประสงค์ในการเพิ่มการเติบโตในทางเศรษฐกิจจากเศรษฐกิจหลักภาคการเกษตร อุตสาหกรรม การค้า การบริการและการท่องเที่ยว ตัวชี้วัดเป้าหมายรวม 5 ปี เป้าหมายร้อยละที่เพิ่มขึ้นต่อปีของรายได้จากการท่องเที่ยวแนว

ทางการพัฒนาสอดคล้องกับการส่งเสริมและพัฒนา การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เชิงธุรกิจ และธรรมชาติ ส่งเสริมและพัฒนาการค้า การลงทุน การขับเคลื่อนสู่เมืองไมซ์ หมายความถึง เมืองที่มีความพร้อมที่จะรองรับนักท่องเที่ยว และมีศักยภาพในการเป็นจุดหมายเริ่มต้น จุดปลายทาง ที่มีมาตรฐานพร้อมเพื่อรองรับการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวและพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ เพื่อให้เกิดการพัฒนาการในการยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์สินค้าของชุมชน และการท่องเที่ยวชุมชนให้เกิดการเพิ่มรายได้จากการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเป็นการท่องเที่ยวที่เหมาะสมเพราะคำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคมและวัฒนธรรมของชุมชน มีการวางกรอบในการกำหนด ทิศทางโดยชุมชน มีการดำเนินการจัดการโดยชุมชนเพื่อชุมชน โดยที่ชุมชนมีบทบาทในการจัดการ การเป็นเจ้าของในการจัดการดูแลเพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน

ดังนั้นในช่วงสภาวะสถานการณ์การระบาดของเชื้อโรคไวรัส โคโรน่า (Covid-19) นำไปสู่การดำรง ชีวิตวิถีใหม่ (New Normal) การท่องเที่ยวในชุมชนต้องมีมาตรฐานในด้านสุขอนามัย ความปลอดภัยในการหยุดการแพร่ระบาดของเชื้อ รวมไปถึงการป้องกันด้วยการจัดเตรียมอุปกรณ์ทำความสะอาดเพื่อป้องกันการแพร่กระจายเชื้อโรค และการป้องกันสำหรับเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน (แผนพัฒนาจังหวัดสงขลา 5 ปี พ.ศ. 2565-2570) จากการลงพื้นที่เบื้องต้น พบว่าปัจจัยที่ทำให้การท่องเที่ยวในพื้นที่พัฒนาพิเศษเฉพาะกิจชายแดนใต้ (เทพา จะนะ นาทวี สะบ้าย้อย) ยังไม่เป็นที่รู้จัก เกิดจากสาเหตุ ดังต่อไปนี้ 1) การขาดแคลนสื่อดิจิทัล ประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ และ 2) ทำเลที่ตั้งและความปลอดภัย ซึ่งเป็นอุปสรรคสำคัญที่ทำให้พื้นที่พัฒนาพิเศษเฉพาะกิจชายแดนใต้เป็นที่รู้จักได้น้อยในด้านการเป็นแหล่งที่ท่องเที่ยวที่โดดเด่น หรือดึงผู้มาท่องเที่ยวในพื้นที่พัฒนาพิเศษเฉพาะกิจชายแดนใต้ อีกทั้งเป็นเมืองที่มีข้อจำกัดในด้านความปลอดภัย พื้นที่สีแดงทำให้ขาดความเชื่อมั่น และหวั่นเรื่องความปลอดภัยของผู้มาเยือน แต่ทรัพยากรในพื้นที่พัฒนาพิเศษเฉพาะกิจชายแดนใต้มีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจจำนวนมากแต่ขาดรูปแบบการทำสื่อดิจิทัล เนื่องจากรูปแบบของการประชาสัมพันธ์ยังเป็นไปในรูปแบบเดิม อาทิ แผ่นพับ วารสาร และเว็บไซต์การประชาสัมพันธ์ที่ขาดการพัฒนาอย่างต่อเนื่องมีการเคลื่อนไหวน้อยลง ซึ่งไม่ได้มีชุดข้อมูลการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวที่ครอบคลุม ทำให้ไม่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้เท่าที่ควร ในส่วนของคนภายในและภายนอกพื้นที่ยังไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลการท่องเที่ยวในสื่อดิจิทัล การประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว จึงถือได้ว่ามีความสำคัญอย่างมากในการตัดสินใจที่จะไปท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว และจากผลกระทบของการระบาดของไวรัส โคโรน่า (Covid-19) ส่งผลทำให้นักท่องเที่ยวหันมาท่องเที่ยวในประเทศมากขึ้น เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวและให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่พัฒนาพิเศษเฉพาะกิจชายแดนใต้ โดยการท่องเที่ยวชุมชนได้มากขึ้น ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความมุ่งมั่นที่จะทำการศึกษาในการพัฒนาสื่อดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการจัด การท่องเที่ยวในพื้นที่พัฒนาพิเศษเฉพาะกิจจังหวัดชายแดนภาคใต้ (อำเภอเทพา จะนะ นาทวี สะบ้าย้อย) เพื่อให้เกิดการพัฒนาในด้าน 1) ศึกษาจุด

แข็ง จุดอ่อนของพื้นที่ 2) พัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวระหว่างแหล่งท่องเที่ยวชุมชน และแหล่งท่องเที่ยวหลัก และ 3) การพัฒนาสื่อดิจิทัลอินโฟกราฟิกส์ (Infographics) สื่อออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์เส้นท่องเที่ยวที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่พัฒนาพิเศษเฉพาะกิจ จังหวัดชายแดนภาคใต้ (อำเภอเทพา จะนะ นาทวี สะบ้าย้อย) ซึ่งเป็นอุปสรรคสำคัญที่ทำให้พื้นที่พัฒนาพิเศษเฉพาะกิจชายแดนใต้เป็นที่รู้จักได้น้อยในด้านการเป็นแหล่งที่ท่องเที่ยวที่โดดเด่น หรือดึงผู้มาท่องเที่ยวในพื้นที่พัฒนาพิเศษเฉพาะกิจชายแดนใต้โดยการพัฒนาสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ให้มีความน่าสนใจ โดยการรวบรวมข้อมูลให้นักท่องเที่ยวได้ข้อมูลที่ครอบคลุม และเข้าถึงด้วยสื่อยุคสมัยใหม่ ด้วยการการพัฒนาสื่อดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่พัฒนาพิเศษเฉพาะกิจ จังหวัดชายแดนภาคใต้ (อำเภอเทพา จะนะ นาทวี สะบ้าย้อย) โดยนำสื่อดิจิทัลเพื่อประชาสัมพันธ์ต้นแบบที่ได้ส่งต่อหน่วยงานภาครัฐในท้องถิ่นและผู้รับผิดชอบงานท่องเที่ยวจังหวัดเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์การศึกษา

1.2.1 เพื่อศึกษาจุดแข็ง จุดอ่อนของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวและทรัพยากรทางการท่องเที่ยวในพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษเฉพาะกิจจังหวัดชายแดนภาคใต้ทั้ง 4 อำเภอ (อำเภอเทพา จะนะ นาทวี สะบ้าย้อย)

1.2.1 เพื่อพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวระหว่างแหล่งท่องเที่ยวชุมชน และแหล่งท่องเที่ยวหลักในพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษเฉพาะกิจจังหวัดชายแดนภาคใต้ทั้ง 4 อำเภอ (อำเภอเทพา จะนะ นาทวี สะบ้าย้อย)

1.2.3 เพื่อพัฒนาสื่อดิจิทัลอินโฟกราฟิกส์ (Infographics) สื่อออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์เส้นท่องเที่ยวที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่พัฒนาพิเศษเฉพาะกิจ จังหวัดชายแดนภาคใต้ทั้ง 4 อำเภอ (อำเภอเทพา จะนะ นาทวี สะบ้าย้อย)

1.3 ประโยชน์ที่ได้รับ

1.3.1 ทราบถึงจุดแข็ง จุดอ่อนของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวและทรัพยากรทางการท่องเที่ยวในพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษเฉพาะกิจจังหวัดชายแดนภาคใต้ ทั้ง 4 อำเภอ (อำเภอเทพา จะนะ นาทวี สะบ้าย้อย)

1.3.2 ได้เส้นทางท่องเที่ยวระหว่างแหล่งท่องเที่ยวชุมชน และแหล่งท่องเที่ยวหลักในพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษเฉพาะกิจจังหวัดชายแดนภาคใต้ทั้ง 4 อำเภอ (อำเภอเทพา จะนะ นาทวี สะบ้าย้อย)

1.3.3 ได้สื่อดิจิทัลอินโฟกราฟิกส์ (Infographics) สื่อออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์เส้นท่องเที่ยวที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่พัฒนาพิเศษเฉพาะกิจ จังหวัดชายแดนภาคใต้ทั้ง 4 อำเภอ (อำเภอเทพา จะนะ นาทวี สะบ้าย้อย)

1.4 ขอบเขตของวิจัย

การวิจัย เรื่อง การพัฒนาสื่อดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่พัฒนาพิเศษเฉพาะกิจ จังหวัดชายแดนภาคใต้ (อำเภอเทพา จะนะ นาทวี สะบ้าย้อย) เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ Qualitative Research ประกอบด้วย

1.4.1 การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ใช้วิธีการสำรวจ การสังเกต สนทนาแบบกลุ่ม และการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อศึกษาและรวบรวมแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษเฉพาะกิจจังหวัดชายแดนภาคใต้จังหวัดสงขลาตามมาตรฐานการจัดการท่องเที่ยวชุมชน

1.4.2 การวิจัยเชิงปฏิบัติแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) เป็นการวิจัยโดยให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมทุกกระบวนการ ด้วยการศึกษาศักยภาพของชุมชน การวิเคราะห์ปัญหา การวางแผน การลงมือปฏิบัติ และติดตามประเมินผล

1.4.3 การวิจัยเชิงพัฒนา (Developmental Research) เป็นการวิจัยที่ใช้กระบวนการสำรวจสภาพปัญหา ความต้องการ รวมทั้งทำการศึกษาเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อหาแนวคิดในการสร้างคำถาม หาคำตอบเกี่ยวกับสภาพปัญหานำองค์ความรู้ และผลการวิจัย ที่ได้จากขั้นแรกมาวิเคราะห์ตลอดจนพัฒนาสื่อ ดำเนินการพัฒนาสื่อให้มีลักษณะหรือรูปแบบตามที่ชุมชนมีส่วนร่วมและตรงตามความต้องการเมื่อสร้างสื่อต้นแบบเพื่อการประชาสัมพันธ์เสร็จแล้วจะต้องนำไปตรวจสอบความถูกต้อง ความเหมาะสม และประสิทธิภาพ ความพึงพอใจของสื่อต้นแบบ โดยใช้การประเมินข้อมูลสื่อต้นแบบการจัดการท่องเที่ยวชุมชน ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์เชื่อมรอยต่อเส้นทางท่องเที่ยวชุมชน หากไม่เป็นที่พอใจ จะต้องดำเนินการปรับปรุงแก้ไข จนกระทั่งได้สื่อที่มีความเหมาะสม และเผยแพร่สื่อต่อสาธารณะเผยแพร่ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ในท้องถิ่น หน่วยงานรัฐ เพื่อเป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์

1.4.4 ขอบเขตด้านพื้นที่

ขอบเขตด้านพื้นที่ ผู้วิจัยเจาะจงไปที่พื้นที่เขตพัฒนาพิเศษเฉพาะกิจจังหวัดชายแดนภาคใต้จังหวัดสงขลาโดยใช้ 4 อำเภอของจังหวัดสงขลา ได้แก่ (อำเภอเทพา จะนะ นาทวี สะบ้าย้อย) โดยการศึกษาจุดแข็ง จุดอ่อน และศักยภาพของพื้นที่ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว เส้นทางการท่องเที่ยว ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก สนทนาแบบกลุ่ม สำรวจและสังเกตภาคสนาม โดยกลุ่มประชากร คือ

1.4.4.1 กลุ่มเจ้าหน้าที่ภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ทั้ง 4 อำเภอ อำเภอละ 2 คน (รวมจำนวน 8 คน)

1.4.4.2 กลุ่มตัวแทนจากชุมชนผู้ที่ให้ข้อมูลหลักประจำแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั้ง 4 อำเภอ ประกอบด้วย

1) ตัวแทนคณะกรรมการการจัดการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ อำเภอละ 5 คน (รวมจำนวน 20 คน)

2) ตัวแทนผู้นำในพื้นที่ (ผู้ใหญ่บ้าน หรือผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน) อำเภอละ 1 คน (รวมจำนวน 4 คน)

3) ตัวแทนชาวบ้านในชุมชน (ที่อยู่ในพื้นที่มากกว่า 10 ปีขึ้นไป) อำเภอละ 2 คน (รวมจำนวน 8 คน)

1.4.5 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล เพื่อการพัฒนาสื่อดิจิทัล โดยรวบรวมจากการใช้ข้อมูลจากกลุ่มประชากรตัวอย่าง ประกอบด้วย

1.4.5.1 กลุ่มเจ้าหน้าที่ภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ทั้ง 4 อำเภอ อำเภอละ 2 คน (รวมจำนวน 8 คน)

1.4.5.2 กลุ่มตัวแทนชุมชนผู้ให้ข้อมูลหลักประจำแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั้ง 4 อำเภอ ประกอบด้วย

1) ตัวแทนคณะกรรมการการจัดการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ อำเภอละ 5 คน (รวมจำนวน 20 คน)

2) ตัวแทนผู้นำในพื้นที่ (ผู้ใหญ่บ้าน หรือผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน) อำเภอละ 1 คน (รวมจำนวน 4 คน)

3) ตัวแทนชาวบ้านในชุมชน (ที่อยู่ในพื้นที่มากกว่า 10 ปีขึ้นไป) อำเภอละ 2 คน (รวมจำนวน 8 คน)

1.4.5.3 กลุ่มตัวแทนจากผู้ใช้สื่อที่อยู่ในพื้นที่ในการจัดการท่องเที่ยวจาก 4 อำเภอ (รวมจำนวน 48 คน) โดยเลือกวิธีการวิธีสุ่มแบบบังเอิญ หรือการเลือกตัวอย่างแบบสะดวก

1.4.6 ขอบเขตด้านเนื้อหา

ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัย เรื่องการพัฒนาสื่อดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่พัฒนาพิเศษเฉพาะกิจ จังหวัดชายแดนภาคใต้ (อำเภอเทพา จะนะ นาทวี สะบ้าย้อย) เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ประกอบด้วย ใช้วิธีการสังเกต การสำรวจและการสัมภาษณ์เชิงลึก การมีส่วนร่วมของชุมชนในการวิเคราะห์ ออกแบบเพื่อจัดทำสื่อ อินโฟกราฟิกส์ แผนที่เส้นทางการท่องเที่ยวโดยใช้คิวอาร์โค้ด สื่อดิจิทัลผ่านช่องทางเพจ และสื่อวิดีโอผ่านยูทูป เนื้อหาที่ได้ ประกอบด้วย

1.4.6.1 เนื้อหาด้านข้อมูลทั่วไปในพื้นที่พัฒนาพิเศษเฉพาะกิจ จังหวัดชายแดนภาคใต้ (อำเภอเทพา จะนะ นาทวี สะบ้าย้อย) ทั้ง 4 อำเภอ อำเภอละ 1 ชุด

1.4.6.2 เนื้อหาด้านข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว พิกัด ในพื้นที่พัฒนาพิเศษเฉพาะกิจ จังหวัดชายแดนภาคใต้ (อำเภอเทพา จะนะ นาทวี สะบ้าย้อย) ทั้ง 4 อำเภอ อำเภอละ 1 ชุด

1.4.6.3 เนื้อหาด้านผู้ประสาน พร้อมเบอร์ติดต่อ ในพื้นที่พัฒนาพิเศษเฉพาะกิจ จังหวัดชายแดนภาคใต้ (อำเภอเทพา จะนะ นาทวี สะบ้าย้อย) ทั้ง 4 อำเภอ อำเภอละ 1 ชุด

1.4.6.4 เนื้อหาด้านกิจกรรมและผลิตภัณฑ์ ในพื้นที่พัฒนาพิเศษเฉพาะกิจ จังหวัดชายแดนภาคใต้ (อำเภอเทพา จะนะ นาทวี สะบ้าย้อย) ทั้ง 4 อำเภอ อำเภอละ 1 ชุด

1.5 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เครื่องมือที่ผู้วิจัยใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบไปด้วย 6 เครื่องมือ ดังต่อไปนี้

1.5..1 แบบสำรวจและสังเกตการณ์ภาคสนามในพื้นที่ 4 อำเภอ

1.5.2 แบบสัมภาษณ์เชิงลึกโดยกำหนดกลุ่มเป้าหมายกลุ่มเจ้าหน้าที่ภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ทั้ง 4 อำเภอ อำเภอละ 2 คน (รวมจำนวน 8 คน)

1.5.3 แบบสัมภาษณ์โดยกำหนดกลุ่มเป้าหมายกลุ่มตัวแทนชุมชนผู้ให้ข้อมูลหลักประจำแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั้ง 4 อำเภอ ประกอบด้วย

1.5..3.1 ตัวแทนคณะกรรมการการจัดการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่อำเภอละ 5 คน (รวมจำนวน 20 คน)

1.5..3.2 ตัวแทนผู้นำในพื้นที่ อำเภอละ 1 คน (รวมจำนวน 4 คน)

1.5.3.3 ตัวแทนชาวบ้านในชุมชน อำเภอละ 2 คน (รวมจำนวน 8 คน)

1.5.3.4 การร่างและกำหนดจุดแผนที่ท่องเที่ยวชุมชนด้วยการระดมความคิดโดยกลุ่มตัวแทนชุมชนผู้ให้ข้อมูลหลักประจำแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั้ง 4 อำเภอ

1.5.4 โปรแกรมในการสร้างสื่อดิจิทัล

1.5.4.1 โปรแกรม canva เป็นแพลตฟอร์มซอฟต์แวร์ในการออกแบบกราฟิก ใช้ในการสร้างกราฟิกในโซเชียลมีเดีย การนำเสนอผลงาน ออกแบบการนำเสนอ โปสเตอร์ งานโฆษณา เอกสาร และเนื้อหาภาพแพลตฟอร์มนี้ใช้งานได้ฟรี ผลิตโดยMelanie Perkins

1.5.4.2 โปรแกรม Photoshop เป็นโปรแกรมซอฟต์แวร์ประยุกต์ที่มีใช้ในการจัด การแก้ไขรูปภาพ ตัวอักษร ผลิตโดยบริษัท อะโดบีซิสเต็มส์

1.5.4.3 โปรแกรม Movie Maker เป็นโปรแกรมซอฟต์แวร์ที่ใช้สำหรับตัดต่อวิดีโอ ใช้ในการสร้างภาพยนตร์ สร้างงานนำเสนอในรูปแบบวิดีโอ และสามารถสร้างวิดีโอเพื่อส่งเสริมการขายการโฆษณาสำหรับการตลาดธุรกิจต่างๆ สามารถใช้เพื่อรวมคลิปวิดีโอ รูปภาพ รวมทั้งสามารถแทรกแท็รคเสียงที่อัดไว้นำมาแทรกลงในวิดีโอเพื่อเป็นสื่อวิดีโอได้ และยังมีลูกเล่นในรวมฟีเจอร์ต่าง ๆ เช่น การเปลี่ยนภาพจากภาพหนึ่งไปยังอีกภาพหนึ่งใส่ฟีเจอร์ในการเคลื่อนไหว การใส่ข้อความเพื่อซ้อนทับข้อความ และการใส่เอฟเฟกต์พื้นฐาน ผลิตโดยบริษัทไมโครซอฟท์

1.5.4.4 โปรแกรม Facebook เป็นเทมเพลตที่มีบริการบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต สามารถติดต่อสื่อสาร พูดคุยผ่านระบบ สามารถโพสต์รูปภาพ โพสต์คลิปวิดีโอ เขียนบทความ พูดคุยในรูปแบบแชทออนไลน์ สร้างห้องสนทนา เล่นเกมแบบเป็นกลุ่ม ผ่านแอพพลิเคชันเสริม (Applications) ที่มีอยู่มากมาย ผลิตโดยบริษัทเมตา แพลตฟอร์ม

1.5.4.5 โปรแกรม QR Code ใช้โปรแกรมแปลงคิวอาร์โค้ดผ่าน QR Code Monkey ที่มีความโดดเด่นมีลูกเล่นในการตกแต่ง เป็นสัญลักษณ์สี่เหลี่ยมที่ใช้เป็นสัญลักษณ์แทนข้อมูลต่างๆ เป็นการเชื่อมการโฆษณาให้สอดคล้องกับเทคโนโลยีในปัจจุบัน ด้วยการนำกล้องของโทรศัพท์มือถือไปถ่ายก็จะเข้าสู่หน้าข้อมูลที่ต้องการได้ทันที ผลิตโดยบริษัท Denso Wave

1.5.4.6 โปรแกรม You tube เป็นเว็บไซต์แลกเปลี่ยนที่มีการลงภาพเคลื่อนไหวรูปแบบวิดีโอ สมาชิกหรือไม่ใช่สมาชิก สามารถ อัพโหลดภาพวิดีโอ เข้าไปค้นหาและเปิดดูภาพวิดีโอที่มีอยู่ พร้อมทั้งสามารถแบ่งปันภาพวิดีโอโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายใดๆ จะมีข้อมูลข่าวสาร รายการรวมไปถึงเนื้อหา ภาพยนตร์ และคลิปที่มาจากรายการโทรทัศน์ที่ออกอากาศแล้ว ข่าวสาร รายการบันเทิงสามารถชมย้อนหลัง ผลิตโดยบริษัท กูเกิล

1.5.5 การประเมินศักยภาพและประเมินข้อมูลสื่อต้นแบบการจัดการท่องเที่ยวชุมชนส่งเสริมการประชาสัมพันธ์เชื่อมรอยต่อเส้นทางท่องเที่ยวชุมชน ตัวแทนกลุ่มผู้นักท่องเที่ยว กลุ่มตัวแทนหน่วยงานภาครัฐ ผู้นำการท่องเที่ยวและประชาชนแต่ละอำเภอในพื้นที่จำนวน 48 คน โดยวิธีสุ่มแบบบังเอิญ หรือการเลือกตัวอย่างแบบสะดวก

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.6.1 การท่องเที่ยวในพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษเฉพาะกิจ หมายถึง การเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษเฉพาะกิจ เกิดจากการเดินทางจากแหล่งพำนักเข้ามาเพื่อพักผ่อนในรูปแบบชั่วคราว รวมทั้งมีการร่วมกิจกรรมในพื้นที่ โดยการพักผ่อนตามศักยภาพทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่ ที่นักท่องเที่ยวเลือกเองตามแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในวิถี เขา ป่า นา เล ซึ่งในที่นี้หมายความถึงการเดินทางเพื่อเข้ามาของนักท่องเที่ยวเพื่อเข้ามายังพื้นที่พัฒนาพิเศษเฉพาะกิจ จังหวัดชายแดนภาคใต้ (อำเภอเทพา จะนะ นาทวี สะบ้าย้อย)

1.6.2 สื่อประชาสัมพันธ์ หมายถึง สื่อต้นแบบชุดสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชนประกอบด้วยสื่อแผ่นพับแผนที่อินโฟกราฟิก และสื่อวีดีโอประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยมีองค์ประกอบ ได้แก่ ภาพไอคอน ตัวหนังสือ โลโก้ ภาพกราฟิก ภาพถ่าย แผนที่อินโฟกราฟิก วีดีโอ เสียง และคิวอาร์โค้ด

1.6.3 เขตพัฒนาพิเศษเฉพาะกิจ จังหวัดชายแดนใต้ คือ พื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้เป็นพื้นที่ยุทธศาสตร์สำคัญทั้งด้านการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคมและความมั่นคงของประเทศ มีวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นภาคใต้ มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวของแต่ละพื้นที่ มีแตกต่างจากจังหวัดอื่น และมีความเชื่อมโยงกันในการติดต่อทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคมกับประเทศเพื่อนบ้านที่ใกล้เคียง คณะรัฐมนตรีจึงได้มีมติเห็นชอบในการกำหนดให้จังหวัดชายแดนภาคใต้เป็นเขตพัฒนาพิเศษเฉพาะกิจตามประกาศ นโยบายเสริมสร้างสันติสุขในจังหวัดชายแดนภาคใต้ตามคำสั่งจากสำนักนายกรัฐมนตรี คำสั่งที่ 206/2549 ลงวันที่ 30 ตุลาคม พ.ศ. 2549 มีนโยบายเสริมสร้างสันติสุขในจังหวัดชายแดนภาคใต้ ในงานวิจัยนี้ขอเจาะจงลงในพื้นที่ 4 อำเภอ ของจังหวัดสงขลา คือ

อำเภอเทพา มีอาณาเขตติดต่อกับเขตการปกครองข้างเคียงดังต่อไปนี้ ทิศเหนือ อาณาเขตติดกับอ่าวไทย ทิศตะวันออก อาณาเขตติดกับอำเภอหนองจิกและอำเภอโคกโพธิ์ ทิศใต้ อาณาเขตติดกับอำเภอสะบ้าย้อย ทิศตะวันตก อาณาเขตติดกับอำเภอนาทวีและอำเภอจะนะ

อำเภอจะนะ มีอาณาเขตติดต่อกับเขตการปกครองข้างเคียงดังต่อไปนี้ ทิศเหนือ อาณาเขตติดกับอำเภอเมืองสงขลาและอ่าวไทย ทิศตะวันออก อาณาเขตติดกับอ่าวไทยและอำเภอเทพา ทิศใต้ อาณาเขตติดกับอำเภอนาทวีและอำเภอสะเดา ทิศตะวันตก อาณาเขตติดกับอำเภอหาดใหญ่

อำเภอนาทวี มีอาณาเขตติดต่อกับเขตการปกครองข้างเคียง ดังต่อไปนี้ ทิศเหนือ อาณาเขตติดกับอำเภอหาดใหญ่และอำเภอจะนะ ทิศตะวันออก อาณาเขตติดกับอำเภอเทพาและอำเภอสะบ้าย้อย ทิศใต้ อาณาเขตติดกับรัฐเกอดะฮ์ ทิศตะวันตก อาณาเขตติดกับอำเภอสะเดา

อำเภอสะบ้าย้อย มีอาณาเขตติดต่อกับเขตการปกครองข้างเคียง ดังต่อไปนี้ ทิศเหนือ อาณาเขตติดกับอำเภอเทพา ทิศตะวันออก อาณาเขตติดกับจังหวัดปัตตานีและอำเภอเมืองยะลา ทิศใต้ อาณาเขตติดกับอำเภอกาบัง และรัฐเกอดะฮ์ ตะวันตก อาณาเขตติดกับอำเภอนาทวี

1.6.4 การรับรู้ข้อมูล หมายถึง การที่ผู้รับสารเกิดการแสดงออกถึงความรู้ ความรู้จัก ความสนใจ การรับรู้ข้อมูลต่างๆ ของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยวในพื้นที่พื้นที่พัฒนาพิเศษเฉพาะกิจ จังหวัดชายแดนภาคใต้ (อำเภอเทพา จะนะ นาทวี สะบ้าย้อย) จากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ได้แก่ สื่อประชาสัมพันธ์ สื่อต้นแบบชุดสื่อดิจิทัลประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

1.6.5 เส้นทางท่องเที่ยว หมายถึง เส้นทางการท่องเที่ยว หมายถึง เส้นทางที่ผู้วิจัยกำหนดขึ้น โดยการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญมีศักยภาพพร้อมรองรับนักท่องเที่ยว และเกิดจากความพอใจของนักท่องเที่ยวที่สนใจในเส้นทางนั้น เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยว และเห็นคุณค่าของทรัพยากรการท่องเที่ยวภายในพื้นที่พัฒนาพิเศษเฉพาะกิจ จังหวัดชายแดนภาคใต้ (อำเภอเทพา จะนะ นาทวี สะบ้าย้อย) เส้นทางท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนทั้ง 4 อำเภอ จำแนกได้ 4 เส้นทาง คือ อำเภอเทพา “แลเลหาดสะกอม ปล่อยปูหัวเขื่อนปากน้ำเทพา รอดซุ้มอุโมงค์โกงกาง เก็บผักปลอดสารที่สวนพ่อ” อำเภอจะนะ“ชมข้าวพื้นถิ่น เดินป่าตามล่าหาบัวผุด ล่องเรือชมวิถีคลองแม่น้ำ” อำเภอนาทวี “ไหว้หลวงปู่ทวด ด่านประกอบ เดินป่าอุทยานแห่งชาติเขาน้ำค้าง ชมอุโมงค์ประวัติศาสตร์เขาน้ำค้าง แช่น้ำร้อนบ่อบ้านโครง” และอำเภอสะบ้าย้อย “จิบแฟแลโรงคั่วและไปชมต้นแฟแต่แรกสะบ้าย้อย (บ้านโหนด) ซึมซับธรรมชาติน้ำตกเวฬุวัน ไหว้พระวัดถ้ำตลอด เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น” เพื่อเสนอแนะเป็นเส้นทางการท่องเที่ยวเส้นทางหนึ่งของจังหวัดสงขลา

บทที่ 2
แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษา เรื่อง การพัฒนาสื่อดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่พัฒนาพิเศษเฉพาะกิจ (อำเภอเทพา จะนะ นาทวี สะบ้าย้อย) ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าเอกสารเกี่ยวกับแนวคิด ทฤษฎี ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งออกเป็นประเด็นที่สำคัญ ดังต่อไปนี้

2.1 การท่องเที่ยวชุมชน

2.2 การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยว

2.3 การประชาสัมพันธ์

2.4 สื่อดิจิทัล

2.5 แนวคิดการพัฒนาสื่อดิจิทัล

2.6 เขตพัฒนาพิเศษเฉพาะกิจจังหวัดชายแดนใต้

2.1 การท่องเที่ยวชุมชน

การท่องเที่ยวชุมชนเป็นกระบวนการดำเนินการจัดการท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนได้เข้ามาในชุมชนของตน และเกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวขึ้นเป็นการขับเคลื่อนการจัดการท่องเที่ยวให้เกิดรายได้ อาชีพ ในชุมชนของตน โดยที่ชุมชนจัดการบริหารด้วยกลุ่มของตนเอง

สายรุ้ง ดินโคกสูง (2549) ให้ความหมาย การจัดการท่องเที่ยวในชุมชน เป็นการเปิดหมู่บ้านหรือชุมชนของตนเองให้แก่ผู้สนใจอยากเข้ามาเรียนรู้เข้ามาท่องเที่ยว เข้ามาในชุมชนเพื่อหาประสบการณ์ เข้ามาเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เข้ามาเพื่อท่องเที่ยวสัมผัสกับธรรมชาติของชุมชน โดยมีการใช้จ่ายภายในหมู่บ้าน ทั้งนี้ประชาชนในหมู่บ้านเป็นผู้ดำเนินการจัดรูปแบบการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวตามแนวทางที่เหมาะสมกับทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชนได้อย่างยั่งยืนและมีประสิทธิภาพ

พิมพ์ระวี โรจน์รุ่งสัตย์ (2553) ให้ความหมาย คำว่าชุมชนท่องเที่ยวซึ่งเกี่ยวข้องกับมุมมอง 3 ด้าน คือ 1) ชุมชนที่เกิดขึ้นจากความต้องการให้เกิดการรวมตัวของกลุ่มบุคคล 2) ชุมชนต้องมีระบบเศรษฐกิจที่มีผลต่อวิถีการดำรงชีวิตของประชาชนในชุมชน 3) ชุมชนควรมีพื้นฐานเกี่ยวกับการบริการทั้งในระบบสาธารณูปโภคที่มีประสิทธิภาพสามารถเอื้อต่อการดำรงชีวิตของชุมชน และสามารถเอื้อต่อนักท่องเที่ยวได้

สรุปการท่องเที่ยวชุมชน ผู้วิจัยได้นำข้อสรุปการท่องเที่ยวชุมชนมาจัดเป็นการท่องเที่ยวในรูปแบบการบริหารและจัดการระบบเน้นให้เกิดรายได้ ให้เกิดประโยชน์ต่อประชาชนที่อาศัยอยู่ในชุมชนนั้นๆโดยแท้จริง มีรูปแบบในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชน โดยที่ประชาชน กลุ่มในชุมชน

นั้นร่วมกันในทุกกระบวนการไม่ว่าจะเป็น การวางแผน การเตรียมความพร้อม การให้บริการ ตลอดจนการติดตามประเมินผล ได้รับผลประโยชน์ร่วมกันกับกลุ่มในชุมชนด้วยความยุติธรรม เสมอภาค โปร่งใส และสามารถตรวจสอบได้

2.1.1 แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในชุมชน

การมีส่วนร่วมในชุมชนเป็นกระบวนการในการบริหารและจัดการท่องเที่ยวในชุมชน มีความสำคัญในการดำเนินการจัดการท่องเที่ยวในชุมชนเพื่อให้เกิดการกระจายอำนาจ หน้าที่รับผิดชอบให้ชัดเจน การมีส่วนร่วมของคนในกลุ่ม ประชาชนในชุมชนมีกระบวนการรวมกลุ่มโดยมีหลักการเป้าหมายร่วมกัน และมีการดำเนินการตามเป้าหมายที่วางไว้เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ สามารถสร้างงาน สร้างรายได้ เกิดรายรับเข้าสู่กลุ่มและใช้กระบวนการมีส่วนร่วมในทุกกระบวนการ ทุกขั้นตอนในการปฏิบัติร่วมกัน

สากล สถิตวิทยานันท์ (2542) ให้ความหมาย การมีส่วนร่วมของประชาชน การมีส่วนร่วมคือกระบวนการของกลุ่มประชาชนในพื้นที่ที่มีการอยู่ร่วมกัน จัดตั้ง ดำเนินการ มุมมองในทิศทางการทำงานเดียวกันโดยมุ่งเน้นที่กิจกรรมที่ทำร่วมกัน เมื่อพบปัญหาจะร่วมกันแก้ไขปัญหาที่เกิดร่วมกัน ตัดสินใจในการแก้ปัญหาร่วมกันรักษาหวงแหนในพื้นที่ของตน

นำชัย ทุนผล (2542) ให้ความหมาย การมีส่วนร่วมของประชาชน ถือว่าเป็นกระบวนการของการรวมกลุ่มของสมาชิกภายในชุมชนโดยมีการกระทำร่วมกันโดยใช้ความรู้สึกทางด้านอารมณ์ จิตใจเป็นหลักเพื่อมุ่งเน้นในการกระทำกิจกรรมให้บรรลุวัตถุประสงค์ร่วมกันโดยมีจุดมุ่งหมายเดียวกัน โดยใช้กระบวนการมีส่วนร่วมของกลุ่มไม่พึ่งพาภาครัฐเพื่อประโยชน์ของชุมชน

นิรันดร์ จงวุฒิเวศน์ (2527) ให้ความหมาย การมีส่วนร่วมของประชาชน การมีส่วนร่วมในชุมชนเป็นกระบวนการสร้างความรู้ความเข้าใจอันดีให้เกิดภายในกลุ่มด้วยกระบวน การมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนโดยพิจารณาถึงปัญหาที่เกิดขึ้นร่วมกันแก้ไขด้วยหลักการสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นในชุมชน สร้างความเข้าใจร่วมกันวางแผน ดำเนิน ติดตามและประเมินผลงานในการบริหารและจัดการการท่องเที่ยวชุมชนเพื่อพัฒนาให้ได้มาตรฐานภายใต้ความเสมอภาคและเกิดความร่วมมือของคนในกลุ่มและชุมชน

ถวิลวดี บุรีกุล (2552) ให้ความหมาย การมีส่วนร่วมของประชาชน การมีส่วนร่วมในชุมชนว่าเป็นการบริหารจัดการการท่องเที่ยวชุมชนมุ่งเน้นให้ทุกฝ่ายมีส่วนร่วม ตั้งแต่กระบวนการมีส่วนร่วมในการวางแผนดำเนินงาน ดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชนมีส่วนร่วมช่วยกันวางแผนของทุกภาคส่วน มีส่วนร่วมในการต้อนรับผู้มาเยือนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในพื้นที่ ส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวตลอดจนรวมไปถึงการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชนของตนด้วยการอบรม การสร้างเครื่องมือส่งเสริมการท่องเที่ยวแผ่นพับ สื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ

สรุปความหมายจากแนวคิด ผู้วิจัยสรุปได้ว่า การมีส่วนร่วมของกลุ่มคนประชาชนในพื้นที่ ต้องเกิดจากการสมัครใจในการรวมกลุ่มเกิดจากความพร้อมที่จะเข้าร่วมปฏิบัติตามบทบาทที่กลุ่มตกลงร่วมกันเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของกลุ่มให้บรรลุตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่วางไว้ด้วยกัน ทั้งทางตรงและทางอ้อม และปัจจัยภายในที่จะทำให้การท่องเที่ยวโดยชุมชนประสบความสำเร็จ ปัจจัยสำคัญชาวบ้านจะต้องมีจุดประสงค์ร่วมกัน ความรักและหวงแหนทรัพยากรภายในชุมชนของตน การมีผู้นำที่มาจากการเลือกและแต่งตั้ง มีการจัดการบริหารทุกกระบวนการที่ยุติธรรม โปร่งใส เป็นกลาง ตรวจสอบได้ การรักษาผลประโยชน์ร่วมกันและการสร้างจิตสำนึกที่ดีต่อชุมชนทำให้ชุมชนมีความผูกพันอยู่กับธรรมชาติ ผูกพันกับทรัพยากรของตนเอง ให้รู้สึกเห็นคุณค่าเกิดความรัก ความหวงแหน ดำรงรักษาไว้จึงจะทำให้ชุมชนเข้มแข็งและสามารถพึ่งตนเองได้

2.2 การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยว

การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเป็นแนวทางในการวางแผนในการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเพื่อเป็นกระบวนการในการพัฒนาและส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่เดิม ให้เหมาะสมตรงกับสถานการณ์ความต้องการของนักท่องเที่ยว เป็นช่องทางเลือกในการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดการพัฒนาไปในแนวทางที่ถูกต้อง เกิดความพึงพอใจต่อประชาชนในพื้นที่ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2549, น. 248-256) ได้สรุปให้แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเดิมที่มีอยู่แล้ว 7 ขั้นตอน ดังนี้

2.2.1 สำรวจแหล่งท่องเที่ยว เป็นกระบวนการในการสำรวจแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่ในพื้นที่ของตน โดยการจัดองค์ประกอบ แยกประเภทของการจัดการท่องเที่ยว ในรูปแบบการจัดเป็นบัญชีรายชื่อการท่องเที่ยวแยกตามประเภทของแหล่งท่องเที่ยว และกิจกรรม

2.2.2 แบ่งเขตพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว โดยยึดตามความสำคัญ กิจกรรม ความเหมาะสมของศักยภาพทรัพยากรสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ 8 เขต คือ 1) แบ่งขอบเขตตามการบริการในข้อมูลข่าวสารสื่อประชาสัมพันธ์ แผ่นพับ 2) แบ่งเขตตามการบริการทางธุรกิจร้านอาหารของฝาก 3) แบ่งเขตตามกิจกรรมนันทนาการ 4) แบ่งเขตตามศักยภาพทรัพยากรในพื้นที่ที่พร้อมรองรับนักท่องเที่ยว 5) แบ่งเขตตามข้อมูลทางประวัติศาสตร์ 6) แบ่งเขตตามพื้นที่หวงห้าม 7) แบ่งเขตตามกิจกรรมพิเศษ 8) แบ่งเขตตามสิ่งอำนวยความสะดวก

2.2.3 การสำรวจสิ่งอำนวยความสะดวก ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเพื่ออำนวยความสะดวกและสำรวจความพร้อมของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเช่น ร้านอาหาร ร้านขายของฝาก ที่ติดต่อของนักท่องเที่ยว

2.2.4 การดำเนินการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในรูปแบบการเห็นคุณค่าของธรรมชาติเพื่อให้เกิดการยั่งยืน เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวในทางธรรมชาติ วัฒนธรรมประจำถิ่นแต่การท่องเที่ยวต้องไม่มีส่วนไปส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และวิถีของชุมชน

2.2.5 การประเมินขีดสามารถในการรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยว เพื่อไม่ให้เกิดการทำลายพื้นที่ ลดการแออัดและจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวตามขีดความสามารถที่พร้อมรองรับ

2.2.6 ต้องให้องค์ความรู้และทำการศึกษาผลกระทบต่อแหล่งท่องเที่ยวให้แก่ ทุกภาคส่วนที่มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการระบบการท่องเที่ยวชุมชน

2.2.7 การจัดทำข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว ทุกจุดเพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้นให้แก่นักท่องเที่ยว เพื่อแจกจ่ายเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลการท่องเที่ยวชุมชน

จากการศึกษาและทบทวนงานวิจัยดังกล่าว ผู้วิจัยได้นำมาพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวระหว่างแหล่งท่องเที่ยวชุมชน และแหล่งท่องเที่ยวหลักในพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษเฉพาะกิจจังหวัดชายแดนภาคใต้ทั้ง 4 อำเภอ (อำเภอเทพา จะนะ นาทวี สะบ้าย้อย) นำแนวคิดมาปรับใช้ 5 ขั้นตอน คือ 1) การวิเคราะห์ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวใหม่ในพื้นที่ ที่มีความดึงดูดสามารถรองรับนักท่องเที่ยวและในพื้นที่พร้อมรองรับนักท่องเที่ยวได้ 2) มีการอำนวยความสะดวกต่อการเดินทางมาท่องเที่ยว จัดทำแผ่นพับการท่องเที่ยวชุมชนเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้แก่ชุมชน 3) มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านช่องทางการประชาสัมพันธ์ต่างๆ 4) มีกลุ่มสมาชิกที่รับผิดชอบในการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนเพื่อรับผิดชอบการท่องเที่ยวชุมชนของตน 5) มีการปลูกฝังสร้างความรู้ อบรม ปลูกฝังการรักษาและอนุรักษ์ทรัพยากรของตน จากแนวคิดการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยว จะเห็นได้ว่าการที่จะพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวต้องมีความพร้อม มีการศึกษา สำรวจข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว รวบรวมเก็บข้อมูลพร้อมทั้งต้องมีการตรวจสอบข้อมูลความถูกต้อง เพื่อให้เกิดการวางแผนในการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวชุมชนโดยชุมชนได้ประโยชน์อย่างแท้จริง

2.3 การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

การประชาสัมพันธ์ เป็นกระบวนการหนึ่งในการสร้างความเข้าใจอันดี ส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารที่อยู่ในรูปแบบหน่วยงาน ชุมชน องค์กรต่างๆ ไปยังผู้รับสาร ในรูปแบบของผู้คนประชาชน นักท่องเที่ยว เพื่อดำเนินงานประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร เพื่อแก้ไขปัญหารวมทั้งที่ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ขององค์กร การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ต้องมีการออกแบบและวางแผนล่วงหน้าเพื่อเป็นการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ ที่สามารถดึงดูดความสนใจ กับกลุ่มเป้าหมายเป็นการจัดการประชาสัมพันธ์เชิงรุก ถือว่าเป็นการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายภายในระยะเวลาอันสั้นและรวดเร็ว เป็นการสื่อสารในยุคสมัยใหม่ซึ่งปัจจุบันนับว่าเป็นยุคการติดต่อสื่อสารด้วยความเจริญทางด้านเทคโนโลยีสื่อสาร การประชาสัมพันธ์จึงถือว่ามีส่วนสำคัญต่อการแพร่กระจายข้อมูลข่าวสารไปยังทั่วโลกได้อย่างไร้พรมแดน

2.3.1 ความหมายของการประชาสัมพันธ์

Albritton (1985) ให้ความหมายการประชาสัมพันธ์ว่า เป็นหน้าที่ของฝ่ายบริหารในการประเมินทัศนคติของประชาชน แล้วนำมาพิจารณาเป็นนโยบาย วางแผนการดำเนินงานขององค์กร โดยต้องคำนึงถึงผลประโยชน์ของประชาชนเป็นที่ตั้ง และต้องดำเนินการตามแผนงานเพื่อสร้างความเข้าใจและสร้างการยอมรับจากประชาชน

Cutlip (2000) ให้ความหมายการประชาสัมพันธ์ว่า เป็นการวางแผนในการสร้างอิทธิพลทางด้านความคิด นำมาซึ่งการแสดงออก การดำเนินการที่ดี ส่งผลต่อการรับผิดชอบเป็นการสื่อสารทั้งสองทางที่นำมาซึ่งความพึงพอใจร่วมกัน การประชาสัมพันธ์ถือว่าเป็นหน้าที่ของฝ่ายบริหารสร้างสรรค์ดำรงไว้รักษาสายงานด้วยการติดต่อสื่อสารร่วมกันให้เกิดความเข้าใจอันดี เกิดการยอมรับเกิดความร่วมมือของส่วนที่เกี่ยวข้อง การประชาสัมพันธ์จึงถือว่าเป็นงานที่เกี่ยวข้องกับปัญหาต่างๆ ในทางบริหารช่วยให้คำนึงถึงประชามติ และการบอกเล่าข่าวสารให้แก่ประชาชนได้เกิดการรับทราบเกิดการตอบสนอง รวมทั้งช่วยให้อีกฝ่ายสามารถนำข้อมูลมาวิจัยใช้เทคนิคติดต่อสื่อสารเป็นเครื่องมือหลักในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ขององค์การวารสาร

Harlow (2002) ให้ความหมาย การประชาสัมพันธ์เป็นการสื่อสารกิจกรรมที่สร้างความสัมพันธ์ให้เกิดขึ้นระหว่างผู้ส่งสารที่เป็นบุคคลหรือองค์กร ไปยังผู้รับสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์และภาพลักษณ์อันดีให้เกิดขึ้นในจิตใจของผู้รับสารประชาชนทั่วไป

วันเพ็ญ ไชโย (2553) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์นั้นต้องมีกระบวนการในการวางแผน ต้องมีการกระทำโดยต่อเนื่องและมีผลในระยะยาวด้วยมุ่งที่ผลของการมีอิทธิพลต่อความคิดทัศนคติของประชาชน และเพื่อดำรงไว้ซึ่งความสัมพันธ์อันดี

เอกนฤน บางท่าไม้ (2555) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ในรูปแบบขององค์กรหน่วยงาน ต้องวางนโยบายเป้าหมายในกระบวนการสื่อสารที่แตกต่างกัน ประชาชนถือได้ว่าเป็นส่วนสำคัญที่สุดในกระบวนการประชาสัมพันธ์ขององค์กรหน่วยงาน การสร้างความร่วมมือจากกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิดความรู้ เกิดความเข้าใจที่ตรงกับสารที่ต้องการจะสื่อเพื่อให้เกิดการป้องกันในความเข้าใจผิดซึ่งจะทำให้เกิดความขัดแย้งตามมาได้ และยังต้องมีการดำเนินการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้เกิดกับองค์กรเพื่อดำเนิน การสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สกุณี โกมลิทธิพงศ์ (2555) การประชาสัมพันธ์ เป็นวิธีการหนึ่งที่องค์กรหน่วยงานมีการวางแผน ยึดถือปฏิบัติเพื่อการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้รับสารไม่ว่าจะเป็นผู้รับสารภายในหรือภายนอกองค์กรเป็นการเสริมสร้างการตระหนักรู้เพื่อให้เกิดทัศนคติที่ดีนำผลการตอบรับกลับมาด้วยการยอมรับจนเกิดความร่วมมือเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร ในกระบวนการวางแผนงานองค์กรต้องมีการวางเป้าหมายจุดมุ่งหมายที่แน่ชัด เพื่อให้เกิดความเหมาะสมกับกลุ่มประชาชนเป้าหมาย ด้วยสถานการณ์ปัจจุบัน ในการสื่อสารขององค์กรไปยังผู้รับสารสามารถแบ่งวัตถุประสงค์ในการประชาสัมพันธ์

เป็น 4 วัตถุประสงค์ 1) เพื่อสร้างความนิยมศรัทธา 2) เพื่อป้องกันและรักษาชื่อเสียง 3) เพื่อสร้างความเข้าใจอันดี และ 4) เพื่อสนับสนุนกิจกรรมทางการตลาด

อรุณรัตน์ ชินวรณ์ (2553) การประชาสัมพันธ์เป็นกระบวนการในการติดต่อสื่อสารระหว่างองค์กร หน่วยงานและกลุ่มประชาชนเป้าหมายโดยมีการจัดทำแผนในการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความเข้าใจอันถูกต้อง ระหว่างหน่วยงานขององค์กรผู้ส่งสาร ไปสู่ผู้รับสารประชาชนจนนำไปสู่ความน่าเชื่อถือ ศรัทธา และเกิดความร่วมมือ รวมถึงเกิดความสัมพันธ์อันดี อันจะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กร หรือหน่วยงานนั้นเพื่อให้สามารถดำเนินงานได้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้ อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลสูงสุด

จากความหมายผู้วิจัยสรุปได้ว่า การประชาสัมพันธ์ คือ กระบวนการหนึ่งที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารระหว่างองค์กร หน่วยงาน สาธารณชน เรียกว่าผู้ส่งสาร ดำเนินการส่งสารไปยังผู้รับสาร ผ่านช่องทางต่างๆ ที่วางไว้ และมีกระบวนการดำเนินการอย่างเป็นระบบส่งสารไปยังกลุ่มประชาชนเป้าหมายเพื่อให้เกิดการสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร ทั้งภายในและภายนอกองค์กรหน่วยงาน เพื่อสร้างความเข้าใจอันดี ที่ถูกต้องจนนำไปสู่ความน่าเชื่อถือ ความศรัทธา เกิดทัศนคติที่ดี ตลอดจนเกิดความร่วมมือและการสร้างความสัมพันธ์ที่ดี โดยถือว่าเป็นการปฏิบัติกิจกรรมที่มีต้องมีความต่อเนื่องและเกิดผลลัพธ์ที่ดีในระยะยาว จะก่อให้เกิดประโยชน์ที่ดีต่อองค์กรหรือหน่วยงานนั้นให้สามารถดำเนินการได้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลสูงสุด

2.3.2 ช่องทางในการสื่อสารประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยว

ในการสื่อสารการประชาสัมพันธ์ นักประชาสัมพันธ์ต้องมีการวางแผนในการเลือกวิธีการและช่องทางในการติต่อสื่อสาร โดยเลือกให้เหมาะสมกับพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งการรับสารของผู้รับสารในปัจจุบันผู้รับสารเปิดช่องทางการรับสื่อโดยการเลือกรับสื่อผ่านช่องทางโซเชียลมีเดียเป็นช่องทางหลัก เพราะมีการเข้าถึงได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว และผู้รับสารจะให้ความเชื่อมั่นต่อข้อมูลจากผู้ทรงอิทธิพลที่มีตัวตนในสื่อมากที่สุดเพราะมองว่าเป็นเรื่องใกล้ตัว เข้าถึงง่าย น่าเชื่อถือมากกว่าการโฆษณาชวนเชื่อ ผู้ส่งสารต้องการวางแผนกลยุทธ์เพื่อเปิดช่องทาง การรับรู้ที่มีที่มาว่าเกิดอะไรขึ้น รวมไปถึงการวางแผนในการเลือกใช้สื่อ ช่องทางการสื่อสาร ช่องทาง การส่งสารเพื่อให้ถึงผู้รับสารกลุ่มเป้าหมายได้เหมาะสมที่สุด ดังนั้น สื่อที่เกิดจากการส่งสารไปยังผู้รับสารสามารถแบ่งออกเป็น 3 ช่องทางดังนี้ (Garden, 2018)

2.3.2.1 ช่องทางแบรนด์สร้างขึ้นเอง (Owned Media) เป็นช่องทางการสื่อสารที่สามารถควบคุมช่องทางในการติดต่อสื่อสารกับผู้รับสารได้โดยตรง จากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร โดยมีข้อมูลบนเว็บไซต์องค์กร หน่วยงาน สื่อโซเชียลมีเดียขององค์กร สื่อสิ่งพิมพ์ในรูปแบบดิจิทัล การใช้ช่องทาง

สื่อ Owned Media เป็นช่องทางการสื่อสารที่องค์กรสามารถควบคุมได้ทั้งหมด ทั้งข้อความ ทั้งรูปลักษณ์และสีสันที่ต้องการนำเสนอตลอดไปจนถึงรูปแบบเนื้อหาของสื่อ การสื่อสารควบคุมความถี่ในการอัพเดทวิธีการเผยแพร่สื่อ และวิธีการประชาสัมพันธ์ สื่อรูปแบบนี้เป็นสื่อที่แบรนด์เป็นสร้างขึ้นเพื่อใช้เผยแพร่เนื้อหาผ่านช่องทางของตัวเองโดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเผยแพร่เนื้อหามีบทบาทสำคัญในการสื่อสารกับผู้รับสารสมาชิก ลูกค้าประจำ พนักงาน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจให้เกิดการรับรู้ถึงข้อมูลข่าวสารของแบรนด์อย่างต่อเนื่องผ่านทางคู่มือการใช้งาน การอัพเดตสถานะคุณสมบัติใหม่ๆ และที่สำคัญ คือช่วยให้กลุ่มเป้าหมายรับความรู้ถึงความเชี่ยวชาญและความสามารถของสินค้าและบริการ ดึงดูดผู้ชมผู้สนใจนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงให้กลุ่มเป้าหมายกลายมาเป็นลูกค้าในอนาคต ผู้วิจัยสรุปจุดเด่นของ Owned Media ดังตารางที่ 1 ต่อไปนี้

ตารางที่ 1 จุดเด่นของ Owned Media

สื่อ	รายละเอียดจุดเด่น	ตัวอย่าง
Owned Media	ช่องทางแบรนด์สร้างขึ้นเองเป็นช่องทางการสื่อสาร หรือแพลตฟอร์มที่เป็นของเราเองของแบรนด์ที่เราได้สร้างขึ้นมาและสามารถควบคุมได้ Website, YouTube, Facebook, Twitter และ Instagram	ข้อมูลเว็บไซต์ 10 เว็บไซต์ที่มีผู้เข้าเยี่ยมชมมากที่สุด 10 อันดับ อันดับ 1 booking.com อันดับ 2 tripadvisor.com อันดับ 3 expedia.com อันดับ 4 hotels.com อันดับ 5 kayak.com อันดับ 6 agoda.com อันดับ 7 priceline.com อันดับ 8 timeout.com อันดับ 9 easyjet.com และอันดับ 10 vrbo.com

ที่มา: ดัดแปลงมาจากภาพ https://www.professionalacademy.com/blogs/marketing-theories-peso-tool/ สืบค้นเมื่อ 26 มีนาคม 2564 จาก https://www.forbes.com/sites/forbescommunicationscouncil/2021/07/06/paid-earned-shared-and-owned-media-making-peso-work-for-you/?sh=735420cbc38e

2.3.2.2 ช่องทางในการลงโฆษณาในสื่อต่างๆ (Paid Media) เป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในวงกว้าง จำนวนมากโดยใช้รูปแบบการสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็ว ช่องทางนี้จะอยู่ในรูปแบบออนไลน์ และออฟไลน์ แต่มี

ข้อจำกัดในส่วนของตัวอักษร รูปภาพประกอบ ขนาด ผู้วิจัยสรุปจุดเด่น จุดด้อย ของ Paid Media ดังตารางที่ 2 ต่อไปนี้

ตารางที่ 2 จุดเด่นของ Paid Media

สื่อ	รายละเอียดจุดเด่น	ยกตัวอย่าง
Paid Media	ช่องการลงโฆษณาในสื่อต่างๆสื่อที่เราจ่ายเงินเพื่อโปรโมทเข้าถึงผู้คนกลุ่มเป้าหมายเพื่อนำคนเหล่านี้มายังช่องทางแบรนด์เป็นช่องทางการสื่อสารและเพื่อทำให้ผู้คนพูดถึงสินค้าคุณ บริการคุณ และ แบรนด์คุณ ต่อไป	Print Ads โฆษณาสิ่งพิมพ์, TV Ads โฆษณาผ่านทีวี, Paid Search โฆษณาในสื่อต่างๆ, Promoted Posts โพสต์สำหรับโปรโมท และ on Facebook เฟสบุ๊ค

ที่มา: ดัดแปลงมาจากภาพ https://www.professionalacademy.com/blogs/marketing-theories- peso-tool/ สืบค้นเมื่อ 26 มีนาคม 2564 จาก https://www.forbes.com/sites/forbescommunicationscouncil/2021/07/06/paid-earned-shared-and-ownemedia-making-peso-work-for-you/?sh=735420cbc38e

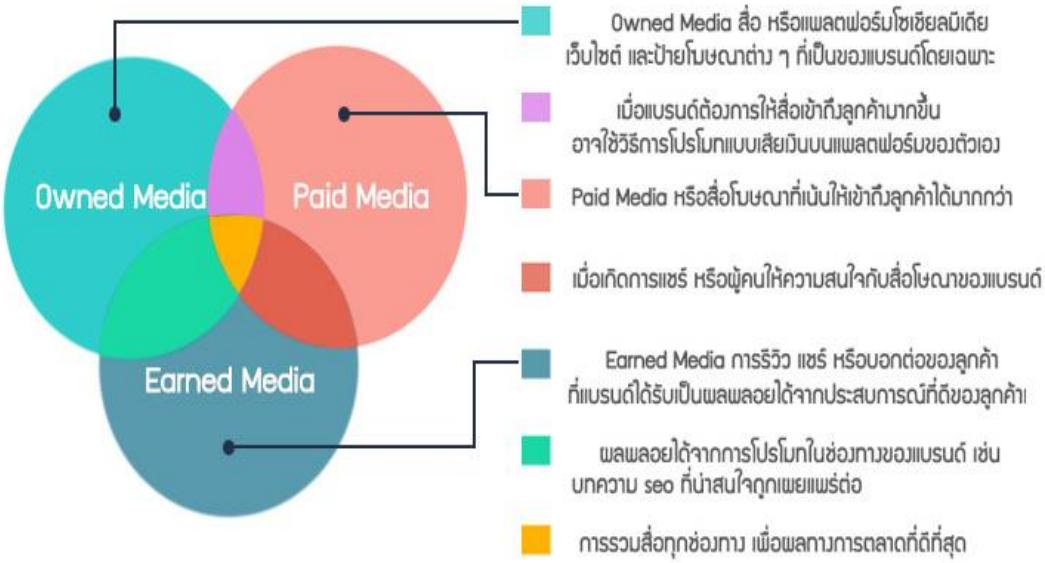
2.3.2.3 ช่องทางการประชาสัมพันธ์โดยสื่อที่คนอื่นสร้างให้ (Earned Media) เป็นการพูดถึง หรือการแชร์จากประสบการณ์ที่พบเจอ รวมทั้งนำการนำข้อมูลที่ผ่านประสบการณ์นั้นมาถ่ายทอดในมุมมองของตนแบบช่องทางการสื่อสารในรูปแบบปากต่อปาก สามารถแสดงทัศนคติของผู้ส่งสารที่มีต่อข้อมูลที่ต้องการสื่อสารได้ตามความรู้สึกนึกคิดของตน เป็นช่องทางในการแสดงทัศนคติ รวมถึงมีการปฏิสัมพันธ์ต่อเนื่อง เป็นการวางแผนในการกระตุ้นดึงดูดกลุ่มเป้าหมายผ่านช่องทางการสื่อสารแบบออนไลน์ในรูปแบบโซเชียลเน็ตเวิร์กอย่าง เพจเฟสบุ๊ค หรือช่องยูทูป ผู้วิจัยสรุปจุดเด่น จุดด้อยของ Earned Media ดังตารางที่ 3 ต่อไปนี้

ตารางที่ 3 จุดเด่นของ Earned Media

สื่อ	รายละเอียดจุดเด่น	ยกตัวอย่าง
Earned Media	ช่องทางสื่อที่คนอื่นสร้างให้ คือสื่อที่เราได้มาจากการพูดถึงของคนอื่น ที่พวกเค้าพูดเกี่ยวกับเรา รีวิวถึงเราเอง ซึ่งอาจจะเป็นการ Mention ถึงผ่านเราตามช่องคอมเมนต์ สื่อที่ได้มาฟรีจากคนพูดถึงแบรนด์	เว็บบอร์ดพันทิป คลิปสั้นบน TikTok Reels และการบอกต่อแบบ Face-to-face การทำ Content รีวิวต่างๆ เช่น ลูกค้าพูดถึงข่าวประชาสัมพันธ์ Influencer

ที่มา: ดัดแปลงมาจากภาพ https://www.professionalacademy.com/blogs/marketing-theories-peso-tool/ สืบค้นเมื่อ 26 มีนาคม 2564 จาก https://www.forbes.com/sites/forbescommunicationscouncil/2021/07/06/paid-earned-shared-and-owned-media-making-peso-work-for-you/?sh=735420cbc38e

ช่องทางในกรสื่อสารประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยวให้เกิดการรับรู้ร่วมกันในการสื่อสารและส่งสารเหมาะสมที่สุด 3 ช่องทาง ดังภาพที่ 1 ดังนี้



ภาพที่ 1 ช่องทางในการสื่อสารประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยว
ที่มา: https://www.professionalacademy.com/blogs/marketing-theories-peso-tool/ สืบค้นเมื่อ 26 มีนาคม 2564 จาก https://www.forbes.com/sites/forbes communicationscounci2021/07/06/paid-earned-shared-and-owned-media-making-peso-work-for- you/?sh=735420cbc38e

2.3.3 วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยว

การให้ข่าวสารทางการท่องเที่ยวด้วยการเผยแพร่อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถช่วยกระตุ้นและดึงดูดให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆของไทยที่กระจายตัวอยู่ทุกภูมิภาคของไทย

Ruengkit Luangsakultong (1999) ได้ให้ความหมายของวัตถุประสงค์ทั่วไปของการประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยวไว้ 3 ประการ ดังนี้

2.3.3.1 การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความนิยมของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้เกิดขึ้นในกลุ่มนักท่องเที่ยว เพราะความนิยมจากนักท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยส่งเสริมสนับสนุนให้การท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์ประสบความสำเร็จได้

2.3.3.2 การประชาสัมพันธ์เพื่อป้องกันและรักษาชื่อเสียงของชุมชนท้องถิ่น เพราะหากมีความเสียหาย เกิดขึ้นในชุมชนท้องถิ่น แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะถูกทำลายด้วยเช่นกัน

2.3.3.3 การประชาสัมพันธ์เพื่อความเข้าใจอันดีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นเรื่องใหม่สำหรับสังคมไทย นักท่องเที่ยวมักตีความการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ตามประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวของตนเอง

ดังนั้น การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความเข้าใจไปในทิศทางเดียวกันจึงถือว่าเป็นสิ่งสำคัญยิ่งในปัจจุบันการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวด้วยช่องทางการใช้สื่อที่เผยแพร่ไปยังกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้น จะสามารถช่วยกระตุ้น ดึงดูด และเร่งเร้าให้กลุ่มเป้าหมายซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวสามารถตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนของเราจำนวนมากขึ้น จึงเป็นหน้าที่ของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและภาคเอกชนในการช่วยกันให้ข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่พร้อมชักจูงให้กลุ่มนักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ของไทยที่กระจายตัวอยู่ทุกภูมิภาคของไทย

2.3.4 กระบวนการและขั้นตอนการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์

ขั้นตอนในการทำสื่อประชาสัมพันธ์ เริ่มต้นจากการวางแผนการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ คือ การจัดลำดับกระบวนการขั้นตอนในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ให้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ นโยบายและเป้าหมายที่กำหนดไว้ ขั้นตอนแรก ผู้ผลิตต้องกำหนดรูปแบบ เนื้อหา ระยะเวลา อุปกรณ์วัสดุในการผลิต งบประมาณที่ใช้ เพื่อการผลิตสื่อการประชาสัมพันธ์ วางกำหนดการกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจนเพื่อให้สื่อนั้นมีประสิทธิภาพ และได้รับผลผลิตคุ้มค่าต่อการผลิต สามารถนำมาเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ให้สามารถส่งผลให้การผลิตประสบผลสำเร็จ ต้องมีการวางแผนการผลิตที่ดีและต้องสามารถปรับเปลี่ยนได้ตามสถานการณ์และสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนไป

การวางแผนการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์มีสิ่งที่ต้องกำหนด 5 ประการด้วยกัน คือ กำหนดวัตถุประสงค์ (Objective) ในการผลิตกำหนดกลุ่มชนเป้าหมาย (Target Audience) ในการผลิตกำหนดหัวข้อเรื่อง (Title) ในการผลิตกำหนดระยะเวลา (Timing) ในการผลิตและกำหนดงบประมาณ (Budgeting) ในการผลิต

2.3.4.1 วัตถุประสงค์ การกำหนดวัตถุประสงค์ในการผลิตสื่อจะใช้ช่องทางไหนเพื่อการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ การกำหนดหรือระบุความมุ่งหมายที่เด่นชัดไว้ล่วงหน้า

2.3.4.2 กลุ่มเป้าหมาย การกำหนดเป้าหมายในการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ คือ การระบุไว้กลุ่มเป้าหมายอย่างชัดเจนว่าจะนำสื่อนั้นไปเผยแพร่กับใคร กลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่มมีรายละเอียดอะไรบ้าง ลักษณะของกลุ่มเป้าหมายที่ควรนำมาพิจารณาในการวางแผนผลิตสื่อเพื่อการประสัมพันธ์

2.3.4.3 หัวข้อเรื่อง การกำหนดหัวข้อเรื่องในการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ การตั้งชื่อเรื่องพร้อมด้วยการกำหนดแนวของเรื่องไว้ การตั้งชื่อเรื่องอะไรและมีแนวทางของเรื่องอย่างไร งานผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ด้านไหนต้องลงรายละเอียดให้ชัดเจนตามกลุ่มเป้าหมาย

2.3.4.4 ระยะเวลา การกำหนดระยะเวลาในการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ การจัดสรรเวลาที่เหมาะสมเพื่อทำการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์

2.3.4.5 งบประมาณ การกำหนดงบประมาณการผลิตสื่อ เพื่อการประชาสัมพันธ์เป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นที่จะต้องตั้งไว้ในขั้นตอนวางแผนการผลิตสื่อ สิ่งสำคัญที่ผู้บริหารผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ Cutlip, Scott M. Allen H. Center and Glen M. Broom (1985)

2.3.5 พฤติกรรมนักท่องเที่ยวต่อสื่อในยุคดิจิทัล

นักท่องเที่ยวในยุคดิจิทัลปรับเปลี่ยนพฤติกรรมจากเดิมที่เคยพึ่งพาอาศัยบริษัทที่ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว เปลี่ยนเป็นติดต่อเรื่องต่าง ๆ ด้านการท่องเที่ยวด้วยตนเองมากขึ้น นักท่องเที่ยวไทยและชาวต่างชาติจำนวนมากเลือกโรงแรมที่พักจากข้อมูลที่มีการเผยแพร่กันทางอินเทอร์เน็ต พัฒนเดช อาสาสรรพกิจ (2559) นักท่องเที่ยวในกลุ่มวัยรุ่นส่วนใหญ่เลือกสถานที่ท่องเที่ยวจากการแนะนำของเพื่อนผ่านทางโซเชียลมีเดีย นักท่องเที่ยวได้รับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวจากช่องทางโดยโซเชียลมีเดีย กลุ่มคนรุ่นใหม่มีแนวโน้มท่องเที่ยวมากขึ้นและนิยมแสวงหาประสบการณ์ใหม่ผ่านสถานที่ท่องเที่ยวที่แปลกตา กลุ่มคนรุ่นใหม่จะเผยแพร่เรื่องราวประสบการณ์ในการท่องเที่ยวผ่านโซเชียลมีเดีย เจาะลึกพฤติกรรมส่วนใหญ่ของนักท่องเที่ยวยุค 4.0 นักท่องเที่ยวในยุคดิจิทัลต้องการความเรียบง่าย ไม่ยุ่งยาก เน้นความสะดวกสบาย รวมถึงความน่าเชื่อถือ ในการจองโปรแกรมท่องเที่ยวต่าง ๆ ผ่านช่องทางออนไลน์และโทรศัพท์มือถือ และต้องการความปลอดภัยในการทำธุรกรรมทางระบบออนไลน์ (วุฒิเวช เวชขบุษกร, 2559) สถิติการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวโดยการใช้ดิจิทัลเทคโนโลยี โดยกลุ่มนักท่องเที่ยว

จะพิจารณาและวางแผนในการท่องเที่ยวโดยใช้อินเตอร์เน็ต ดำเนินการใช้จ่ายจัดซื้อผ่านออนไลน์ และท่องเที่ยวอัพเดทรูปผ่านช่องทางออออนไลน์พร้อมทั้งรีวิวการท่องเที่ยว ดังภาพที่ 2

ภาพที่ 2 สถิติการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวโดยการใช้ดิจิทัลเทคโนโลยี
ที่มา: (สำนักงานรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์องค์การมหาชน, 2560)

จากสถิติการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวโดยการใช้ดิจิทัลเทคโนโลยี สำนักงานรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) ได้รวบรวมพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในยุคดิจิทัลออกมาว่า ร้อยละ 87 ของนักท่องเที่ยวใช้อินเทอร์เน็ตเป็นหลักในการหาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ร้อยละ 43 ของนักท่องเที่ยวอ่านบทวิจารณ์ด้านการท่องเที่ยวออนไลน์ก่อนการตัดสินใจ ร้อยละ 70 ของนักท่องเที่ยวเผยแพร่รูปภาพและเขียนบรรยายผ่านเฟสบุ๊กระหว่างเดินทาง ร้อยละ 16 ของนักท่องเที่ยวเขียนบทวิจารณ์ประสบการณ์ท่องเที่ยวในระบบออนไลน์ จะเห็นได้ว่าพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในยุคดิจิทัล นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มสูงขึ้นในการเลือกโรงแรมที่พักด้วยตนเองจากเดิมจะใช้บริการผ่านตัวแทนพร้อมทั้งต้องการความเรียบง่าย ความสะดวกสบาย ไม่ยุ่งยากซับซ้อนในการจองโปรแกรมท่องเที่ยว และให้ความสำคัญด้านความปลอดภัยในการทำธุรกรรมหรือจ่ายเงินผ่านทางระบบออนไลน์ในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว หรือได้รับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวจากการแนะนำของเพื่อนผ่านทางโซเชียลมีเดียและเมื่อนักท่องเที่ยวได้เดินทางท่องเที่ยวและจะเผยแพร่ประสบการณ์ ภาพถ่ายสถานที่ท่องเที่ยว เรื่องราวการท่องเที่ยวของตัวเองผ่านทางโซเชียลมีเดีย (สำนักงานรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ องค์การมหาชน, 2560)

2.3.6 การออกแบบสื่อมัลติมีเดีย (Multimedia) เพื่อการประชาสัมพันธ์

การออกแบบสื่อกมัลติมีเดียเพื่อในการการประชาสัมพันธ์เป็นการใช้เทคโนโลยีผ่านคอมพิวเตอร์ที่ใช้ร่วมกับการสร้างขอความเพื่อสื่อความหมาย โดยการใช้โปรแกรมสื่อต่างๆ ที่ประกอบด้วย ภาพ ภาพเคลื่อนไหวก ข้อความ กราฟิก และวีดีทัศน์นำเสนอ มีรูปแบบในการผสมผสานสื่อหลายชนิดเข้าด้วยกันเพื่อให้เกิดสื่อมัลติมีเดียเพื่อการประชาสัมพันธ์ ในการประชาสัมพันธ์ต้องคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายในการติดต่อสื่อสาร เพื่อให้เกิดการบรรลุวัตถุประสงค์ที่วางไว้

2.3.6.1 กราฟิก (Graphic) กราฟิกหรือภาพกราฟิกเป็นส่วนประกอบสำคัญในการทำสื่อมัลติมีเดียเป็นส่วนที่นำไปประกอบเพื่อให้เกิดงานนำเสนอ ข้อมูลต่างๆ รูปแบบกราฟ การสร้างเว็บไซต์ขององค์กร การสร้างแอนิเมชั่น การสร้างการ์ตูน ตลอดจนรวมไปถึง งานในการออกแบบสื่อต่างๆ ทำให้สื่อที่ออกแบบมามีความสวยงาม น่าสนใจ ข้าใจง่าย และดึงดูดผู้รับสาร (สุชาติ ธาตุบุรมย์, 2560)

กราฟิกเปรียบเสมือนภาพลายเส้น ที่แสดงลายเส้นด้วยการเขียน วาดแสดงในรูปแบบต่างกันผู้สื่อสามารถแสดงออกตามวัตถุประสงค์ในการสื่อสารออกมาในรูปแบบ แผนภาพ วาดรูประบายสี สร้างงานศิลปะที่มีมิติ งานออกแบบโครงสร้างลายเส้นของสถาปัตยกรรม สถาปนิก เพื่อเป็นแปลนต้นแบบ (อนันท์ วาโซะ, 2558)

2.3.6.2 อินโฟกราฟิก (Infographic) อินโฟกราฟิกคือการนำกลุ่มข้อมูลมาสรุปเพื่อสื่อความหมาย สามารถนำเสนอในรูปแบบการรวมเนื้อหา ตัวอักษร ภาพถ่าย ภาพกราฟิก ลายเส้น องค์ประกอบต่างๆ เพื่อสื่อสารให้ได้เนื้อหาที่เข้าใจง่าย ชัดเจน มีข้อมูลสามารถรับสื่อได้แบบไม่ซับซ้อนเพื่อให้เกิด การรับรู้และเข้าใจข้อมูลในระยะเวลาสั้น (คู่มือการอบรม Infographics, 2559)

2.3.6.3 การออกแบบแผนที่ (Map design)

ธวัช บุรีรักษ์ (2551) กล่าวว่า การออกแบบแผนที่ต้องมีกระบวนการในการวางแผนขั้นตอนในการผลิต เพื่อให้ได้ผลลัพธ์แผนที่ที่ถูกต้อง มีความสวยงาม เป็นข้อมูลที่ดูง่าย ต้องมีกระบวนการและขั้นตอนในการออกแบบบด้วยการกำหนดสื่อที่จะจัดทำนำเสนอนำมาวางมาตราส่วนให้เหมาะสมเลือกเส้นโครงสร้างแผนที่ให้ถูกต้องเหมาะสม พร้อมทั้งวิเคราะห์เนื้อหาจะจะจัดทำแผนที่ควบคู่ไปกับการวางสัญลักษณ์การวางแบบ จัดองค์ประกอบแผนที่ให้ถูกต้องตามหลักในการออกแบบ โดยมีแบบแผนในการออกแบบ 7 ขั้นตอน ดังนี้ 1) การวางเนื้อหาของแผนที่ถือเป็นหัวใจหลักเป็นข้อมูลที่ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก เนื้อหาข้อมูลสำคัญจะวางไว้บนจุดศูนย์กลางเชิงทัศน์ตรงขอบระวางแผนที่จะเป็นเนื้อหาที่โดดเด่นครอบคลุมพื้นที่ในแผนที่ 2) จุดของขอบระวางแผนที่เป็นเส้นบางมีข้อมูลค่าตัวเลขบอกพิกัด 3) ชื่อของแผนที่การตั้งชื่อในแผนที่ต้องตั้งชื่อให้มีความกระชับ สั้น ได้ใจความสื่อความหมายได้ชัดเจน 4) คำอธิบายสัญลักษณ์ที่มีในแผนที่เป็นคำอธิบายสัญลักษณ์ที่ประกอบด้วยรูปสัญลักษณ์ ความหมายของสัญลักษณ์ 5) ข้อมูลแหล่งที่มาเป็นการอ้างอิงข้อมูล 6) มาตราส่วนของ

แผนที่ จะเป็นการระบุเป็นตัวเลข ในกราฟิกของมาตราส่วนเส้นบรรทัด 7) สัญลักษณ์เครื่องหมายบอกทิศทาง เป็นการบอกทิศทางในการเชื่อมต่อในแผนที่

2.4 สื่อดิจิทัล

เพื่อให้เข้าใจถึงความหมายสื่อดิจิทัลที่ใช้เพื่อกระจายข้อมูลสู่การท่องเที่ยว และการใช้สื่อดิจิทัลของประชาชนที่มีความสนใจในการท่องเที่ยวโดยชุมชนในเขตพื้นที่พัฒนาพิเศษเฉพาะกิจชายแดนใต้ (เทพา สะบ้าย้อย จะนะ นาทวี) ผู้วิจัยจึงได้รวบรวม ความหมาย องค์ประกอบ ประเภท และสื่อดิจิทัลต่อการท่องเที่ยวไว้ ดังนี้

2.4.1 ความหมายของสื่อดิจิทัล

ไพฑูรย์ มะญู (2559) ได้ให้ความหมาย สื่อดิจิทัลถือว่าเป็นนวัตกรรมใหม่ที่สร้างขึ้นมาเพื่อทดแทนสื่อที่มีอยู่เดิม โดยสื่อดิจิทัล จะประกอบไปด้วย สื่อเสียง สื่อวิดีโอ สื่อเนื้อหาสร้างขึ้นเพื่อกระจายผ่านทางเครื่องประมวลผล

อดิศักดิ์ จำปาทอง (2556) ให้ความหมายไว้ว่า สื่อดิจิทัล เป็นระบบการติดต่อสื่อสารที่สามารถเชื่อมโยงผู้คนผ่านระบบเครือข่ายในการสื่อสาร เครือข่ายอินเทอร์เน็ต สื่อใหม่ถือเป็นสื่อที่สามารถตอบสนองความต้องการสารสนเทศให้ผู้รับสารเข้าถึงสะดวก ง่าย รวดเร็ว ส่งผลให้เกิดการสื่อสารที่ประสบผลสำเร็จในงานเผยแพร่

อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว (2558) ให้ความหมายไว้ว่า สื่อดิจิทัล “อัตตาสาธารณะ” (Egocentric Public) โซเชียลมีเดีย อาทิ เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม และทวิตเตอร์ เข้ามามีบทบาทอย่างสูงในการเป็นปัจจัยหลักในการประชาสัมพันธ์ในยุคปัจจุบัน

วรวุฒิ อ่อนน่วม (2558) ให้ความหมายไว้ว่า สื่อดิจิทัลเป็นสื่อที่นำเอา ภาพ ภาพกราฟิก ข้อความ ภาพเคลื่อนไหวผสมผสานเรียบเรียงเข้าด้วยกัน จนเกิดเป็นสื่อผสมต่างๆ ที่มีความหลากหลายสามารถเข้าถึงผู้รับสารได้ตรงตามเป้าหมาย เช่น สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ภาพยนตร์โฆษณา

จากความหมายของสื่อดิจิทัลตามที่นักวิชาการได้ให้ความหมายไว้ ผู้วิจัยสรุปได้ว่าสื่อดิจิทัล (Digital Media) คือ สื่อนวัตกรรมที่เกิดขึ้นและสามารถกระจายสารไปยังผู้รับสารจำนวนมากในเวลาอันรวดเร็ว ผ่าน ภาพ เสียง อักษร และสามารถตอบโต้และสื่อสารกันได้ในระยะเวลาอันรวดเร็ว สามารถกำหนดกลุ่มเป้าหมายได้ชัดเจนโดยผ่านสื่อ โซเชียลมีเดีย เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม ทวิตเตอร์

2.4.2 องค์ประกอบของสื่อดิจิทัล

องค์ประกอบของสื่อดิจิทัล เพื่อให้เกิดความถูกต้อง ชัดเจนและสามารถสื่อสารไปยังผู้รับสารได้ตรงตามกลุ่มเป้าหมายและวัตถุประสงค์ ผู้ส่งสารต้องให้ความสำคัญกับองค์ประกอบของสื่อดิจิทัล ซึ่งเป็นการรวมขององค์ประกอบหลักอยู่ 5 องค์ประกอบ ดังนี้

2.4.2.1 ด้านข้อมูลข้อความ ข้อความจะมีเนื้อหาแสดงรายละเอียดของข้อมูลเพื่อนำเสนอผ่านจอภาพ ในส่วนของเนื้อหาจะมีรูปแบบของตัวอักษร ขนาดของตัวอักษร สีของตัวอักษรที่สามารถเลือกใช้ได้ตามความต้องการของผู้ที่ต้องการจะสื่อสารเพื่อให้เกิดการสื่อสารที่เด่นชัด ดึงดูดเข้าใจง่ายมีรูปแบบในการออกแบบตามความต้องการ ดังภาพที่ 3 ข้อความที่ได้จากการพิมพ์ (สุมนา บุษบก และคณะ, 2563)

ภาพที่ 3 ข้อความที่ได้จากการพิมพ์

ที่มา: ดัดแปลงมาจาก สุมนา บุษบก (2563) การพัฒนาเว็บไซต์และสื่อมัลติมีเดียเพื่อเผยแพร่ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนอำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา หน้า15-16

2.4.2.2 ด้านเสียง เสียงที่ใช้ในระบบสื่อ ดิจิทัลนั้นจะเก็บอยู่ในรูปแบบของสัญญาณคลื่นเสียงที่สามารถนำกลับมาเล่นซ้ำได้ หลักการในการใช้เสียงในสื่อดิจิทัลจะคำนึงถึงความสอดคล้องกันระหว่างภาพ และเสียงเพื่อให้การนำเสนอนั้นสมบูรณ์ ช่วยให้เกิดการสร้างความน่าสนใจน่าติดตาม

2.4.2.3 ด้านภาพนิ่ง ภาพนิ่งเป็นการถ่ายทอดสื่อด้วยภาพถ่าย ภาพวาด ลายเส้นต่างๆ เป็นการผสมผสานอยู่ในสื่อดิจิทัลเพื่อสร้างงานให้เกิดความน่าสนใจ ภาพที่นำเสนอต้องเป็นภาพที่จะส่งผลให้เกิดการรับรู้ด้วยการมองเห็น ตีความจากภาพเพราะภาพแต่ภาพนั้นสามารถสื่อความหมายได้

2.4.2.4 ด้านภาพเคลื่อนไหว ภาพที่สามารถเคลื่อนไหวได้ด้วยการเคลื่อนที่ผู้รับสารเข้าใจจากการรับรู้ผ่านภาพ และตีความตามที่ผู้ส่งสารต้องการจะสื่อ สื่อภาพเคลื่อนไหวจะสามารถดึงดูดใจผู้รับสารได้มากเพราะเป็นภาพเคลื่อนไหวได้

2.4.2.5 ด้านวิดีโอ เป็นองค์ประกอบที่สำคัญต่อสื่อดิจิทัล เพราะสามารถผสมสื่อทุกสื่อ สื่อข้อความ สื่อตัวอักษร สื่อเสียง สื่อภาพนิ่ง สื่อภาพเคลื่อนไหว เข้าด้วยกันสามารถสร้างการรับรู้ที่เกิดประสิทธิภาพและตรงตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

จากข้อสรุปองค์ประกอบของสื่อดิจิทัล ผู้วิจัยได้นำมาปรับใช้กับงานในการออกแบบสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์ด้วยการให้ความสำคัญกับองค์ประกอบทุกองค์ประกอบเพื่อจัดทำสื่อนำเสนอ เผยแพร่ต่อกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความเข้าใจอันดีโดยขอบเขตด้านเนื้อหาข้อความที่ชัดเจนถูกต้อง ด้านเสียงใช้การสื่อสารสั้นกระชับ ด้านภาพนิ่ง นำเสนอภาพที่สวยงามสื่อถึงแหล่งท่องเที่ยวให้น่าสนใจ ภาพเคลื่อนไหวที่ดึงดูด สร้างความน่าสนใจ และตัดต่อเป็นสื่อวิดีโอในรูปแบบการท่องเที่ยวในพื้นที่ เพื่อเผยแพร่ต่อนักท่องเที่ยวและกลุ่มเป้าหมายให้เข้ามาเที่ยวในพื้นที่การท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่พัฒนาพิเศษเฉพาะกิจ จังหวัดชายแดนภาคใต้ (อำเภอเทพา จะนะ นาทวี สะบ้าย้อย)

2.4.3 ประเภทสื่อดิจิทัลด้านการท่องเที่ยว

นับตั้งแต่มีคำว่าดิจิทัลเข้ามามีบทบาทในการดำรงชีวิตของประชาชนเริ่มเข้ามาเมื่อปี ค.ศ. 2000 คำว่าสื่อดิจิทัลหรือ “สื่อใหม่ (New media)” เป็นการนำสื่อดิจิทัลเข้ามาใช้อย่างแพร่หลายเป็นสื่อที่เปลี่ยนบทบาทของประชาชนผู้บริโภคให้มีการสื่อสารแบบตอบกลับสองทิศทางเป็นการสื่อสารระหว่างผู้ส่งสาร และผู้รับสารสามารถตอบโต้กันได้เป็นสื่อที่เข้าถึงได้ง่าย รวดเร็ว น่าสนใจ และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในจำนวนมากๆ ในระยะเวลาอันสั้น เวอร์ไทม์,เคนท์และเฟนวิค เอียน (2551) สรุปสื่อในปัจจุบัน สามารถแบ่งประเภทของสื่อดิจิทัลได้ ดังต่อไปนี้

2.4.3.1 อินเทอร์เน็ต การทำงานของอินเตอร์เน็ตด้วยเบราว์เซอร์ (Browser) เป็นชุดคำสั่งในคอมพิวเตอร์ที่ใช้เข้าสู่โลกอินเทอร์เน็ต ใช้เปิดดู เว็บไซต์ต่างๆ ติดตั้งอยู่ในคอมพิวเตอร์ใช้งานง่ายเพียงแค่ชี้และคลิกเข้าไปก็ จะปรากฏหน้าต่างเว็บไซต์ขึ้นมา ซึ่งเป็นโปรแกรมที่ไม่มีค่าใช้จ่ายใครก็ตามที่มีคอมพิวเตอร์ก็สามารถ เข้าสู่โลกข้อมูลข่าวสารได้ (Vivian, 2013) เช่น ไมโครซอฟต์อินเทอร์เน็ตเอกซ์พลอเรอร์ (Microsoft Internet Explorer), มอลซิลลา ไฟร์ฟอกซ์ (Mozilla Firefox), ซาฟารี (Safari), กูเกิ้ลโครม (Google Chrome)

2.4.3.2 โปรแกรมค้นหา ถือว่าเป็นเครื่องมือที่สำคัญ ในการที่ผู้รับสารสามารถที่จะค้นหาเข้าถึงเว็บไซต์ที่มีอยู่มากมายในอินเทอร์เน็ตที่ผู้รับสารสนใจโดยใช้คำในการค้นหาระบบจะประมวลผลให้ได้อย่างรวดเร็ว ผู้รับสารสามารถเลือกเข้าไปค้นหาตามความต้องการของตนได้ง่าย สะดวก ได้ข้อมูลรวดเร็ว น่าเชื่อถือ (Vivian, 2013)

2.4.3.3 Vivian (2013) กล่าวว่า โปรแกรมข้อความ (Messaging) อีเมล (E-mail) เป็นหนึ่งในการใช้งานอินเทอร์เน็ตอันดับต้นๆ เป็นการติดต่อสื่อสารไปยังผู้คนที่อาศัยอยู่อีกมุมโลกได้หากผู้รับมีอุปกรณ์เชื่อมต่อเหมือนกัน อีเมลจึงกลายเป็น สื่อดิจิทัลขั้นพื้นฐานเข้ามามีบทบาทมากขึ้นแทนการส่งไปรษณีย์แบบดั้งเดิม ข้อดีของอีเมล คือ ความสามารถในการส่งข้อความที่รวดเร็ว ส่งตรงไปยังตู้จดหมาย (Inbox) ของผู้รับได้ทันทีไม่ต้องรอข้ามวัน โดยผู้รับไม่จำเป็นจะต้องอยู่รอรับและสามารถทิ้งไว้เปิดอ่านในภายหลังได้โปรแกรมสนทนา (Texting) เป็นการเปลี่ยนแปลงรูปแบบมาจากอีเมลส่วนใหญ่ใช้งานผ่านโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟนจุดเด่นคือการรับส่งข้อความแบบย่อระหว่างอุปกรณ์ดิจิทัลของผู้ส่งและผู้รับโดยมีสื่อกลางอินเทอร์เน็ตข้อความที่ถูกส่งไปจะไปปรากฏอยู่บนหน้าจอของอุปกรณ์อีกเครื่องหนึ่งผู้รับสามารถอ่านได้ทันทีหรือเก็บไว้อ่านในภายหลังได้นอกจากนี้จากการใช้งานโทรศัพท์มือถือ สมาร์ทโฟนที่เพิ่มมากขึ้นอย่างรวดเร็ว ย่อมส่งผลให้มีการใช้งานโปรแกรมสนทนาเพิ่มสูงมากขึ้นด้วยเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคล

2.4.3.4 Minazzi (2015) กล่าวว่า เว็บไซต์ที่ผู้ใช้งานมีส่วนร่วมในการสร้างเนื้อหา (User-Generated Sites) เว็บไซต์ที่ผู้ใช้งานสามารถเข้าไปสร้างสรรค์เนื้อหา แบ่งปันข้อมูล ข่าวสาร ความรู้ และ ประสบการณ์ในเว็บไซต์เหล่านี้ได้ และยังเปิดโอกาสให้เกิดปฏิสัมพันธ์ในรูปแบบการตอบรับ ตอบกลับ แสดงฟีดแบ็คที่หลากหลายระหว่าง ผู้ใช้งานด้วยกัน เช่น เว็บพันทิป

2.4.4 สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) กับการท่องเที่ยว

Minazzi (2015) กล่าวว่า ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวออกเป็น 5 ประเภท

2.4.4.1 เว็บไซต์ที่มีการร่วมมือกัน (Collaborative Project) เว็บไซต์ที่ผู้ใช้งานสามารถสร้างจำกัด หรือปรับปรุงเนื้อหา (content) โดยไม่จำเป็นต้องทำการสมัครสมาชิกเปรียบเสมือนเป็นสารานุกรมแบบออนไลน์ที่เปิดให้ใช้บริการฟรี ซึ่งเนื้อหาด้านในจะได้มาจากผู้ใช้งานหลากหลายคน ในลักษณะอาสาสมัครซึ่งเรียกว่า วิกิพีเดีย โดยในส่วนของการร่วมกันสร้างสรรค์ข้อมูลท่องเที่ยวนั้น เว็บไซต์ วิกิพีเดีย ได้ตั้งหน้าเว็บ “Wikitravel” ขึ้นมาโดยมีเป้าหมายที่จะให้บริการข้อมูลท่องเที่ยวที่ไม่มีค่าใช้จ่าย ข้อมูลเป็นปัจจุบัน และน่าเชื่อถือ อาศัยความร่วมมือกันสร้างสรรค์เนื้อหาจากผู้ใช้งานที่เป็นนักเดินทางท่องเที่ยวทั่วโลก ซึ่งจะเรียกว่า Wiki-travelers โดยมีการใช้งานที่เหมือนกัน คือ ผู้ใช้งานสามารถเพิ่มเติม ลบ และเปลี่ยนแปลงข้อมูลที่อยู่ในเว็บไซต์ได้ เช่น เว็บไซต์วิกิพีเดีย

(wikipedia.com) ข้อเสียของเว็บไซต์แบบนี้คือมีปัญหาเรื่องความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือของข้อมูลที่อาจจะมี ต่ำกว่าเว็บไซต์อื่นๆ ที่ให้ข้อมูลท่องเที่ยวโดยตรง และเปิดโอกาสให้มีการแอบแฝงโฆษณาใส่ข้อมูลของสินค้าหรือบริการของบริษัทหรือตราสินค้าได้ด้วยเหตุผลนี้ ข้อมูลที่ได้จากวิกิพีเดียจึงยังไม่เป็นที่ยอมรับในการใช้อ้างอิงสำหรับการศึกษาและวิจัย

2.4.4.2 ชุมชนเสมือนจริง (Virtual Community) เป็นการรวมตัวของกลุ่มคนทางโลกออนไลน์ที่มีจุดประสงค์ร่วมกันเป็นสถานที่เสมือนจริงที่เกิดความสัมพันธ์ขึ้นในกลุ่มคนอันก่อให้เกิดความหมายเชิงอารมณ์ของการเป็นส่วนหนึ่งในชุมชนซึ่งชุมชนเสมือนจริงมีความแตกต่างจากสื่อสังคมออนไลน์ประเภทอื่นๆ ตรงที่ความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นนี้อาจจะไม่ได้มีพื้นฐานมาจากความสนใจในเรื่องเดียวกันก็ได้ดังนั้นชุมชนเสมือนจริงจึงหมายรวมถึงบล็อก (Blog) เว็บไซต์รีวิวเชิงพาณิชย์ (Commercial review site) และกระดานสนทนา (Webboard) มีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

บล็อก (Blog) มาจากคำว่า Web Log ซึ่งหมายถึง สมุดบันทึกประจำวันหรือไดอารี่ ออนไลน์ เป็นเว็บไซต์ที่ควบคุมโดยบุคคลซึ่งนิยม เรียกกันว่า บล็อกเกอร์ (Blogger) ทำหน้าที่นำเสนอข้อมูลข่าวสารต่างๆ โดยรายการบทความจะเรียงตามลำดับเหตุการณ์เรื่องราวในบล็อกจะเป็นข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งส่วนใหญ่จะเกี่ยวกับประสบการณ์ส่วนบุคคล และมีปฏิสัมพันธ์กันกับบล็อกเกอร์คนอื่นๆ โดยการคอมเม้นท์ (Comment) เช่น บล็อกเกอร์ท่องเที่ยว 2021 อาสาพาไปหลง, Go Went Go : เที่ยว เว้น เที่ยว เถื่อนChannel, I Roam Alone ไปกันนะ : Pai Gun Na จะเที่ยว ไปไหน และลาพักเที่ยว

เว็บไซต์รีวิวเชิงพาณิชย์ (Commercial review site) เป็นรูปแบบเว็บไซต์ที่คนสามารถแบ่งปันข้อมูลและแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง และสามารถเขียนรีวิวการใช้งานได้ มีการใช้งานระหว่างผู้บริโภคกับผู้บริโภคเป็นหลัก และมุ่งเน้นไปที่การให้คะแนน (Rating) ของสถานที่ท่องเที่ยว หรือผู้ให้บริการต่างๆ เช่น เว็บไซต์ Trip Advisor เริ่มจากผู้ใช้คนแรกมาแสดงความคิดเห็น แบ่งปันประสบการณ์และให้ คะแนนเกี่ยวกับการบริการหนึ่งๆ หลังจากนั้นผู้ใช้งานคนอื่นๆ ที่เคยมีประสบการณ์เกี่ยวกับผู้ ให้บริการนี้หรือกำลังสนใจหาข้อมูล ก็จะเข้ามามีปฏิสัมพันธ์โดยการร่วมแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติม หรือสอบถามขอคำแนะนำ

กระดานสนทนา (Webboard) ลักษณะของเว็บไซต์ที่ใช้สำหรับแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร การพูดคุยสนทนา อภิปราย สอบถามความคิดเห็น โดยแต่ละหัวข้อของบทสนทนาจะเรียกว่า “กระทู้ บางเว็บไซต์ที่มีลักษณะเป็นชุมชนออนไลน์ขนาดใหญ่จะแบ่งเป็นห้องสนทนาย่อยๆ อีกที โดยแบ่งตามประเภทเนื้อหาที่ผู้คนในเว็บบอร์ดนั้นมีความสนใจ เช่น เว็บไซต์พันทิปดอทคอม (Pantip.com) จะมีห้องสนทนาย่อยชื่อว่า บลูแพลเน็ต สำหรับแลกเปลี่ยนเรื่องราวด้านการท่องเที่ยวโดยเฉพาะ

2.4.4.3 ชุมชนเชิงเนื้อหา (Content community) เป็นเว็บไซต์ที่ให้ผู้ใช้งานได้แบ่งปันข้อมูลข่าวสารกับเครือข่ายสมาชิกของเราด้วยเนื้อหาในหลากหลายรูปแบบยกตัวอย่าง เช่น รูปภาพ วีดิโอ โดยเนื้อหาเหล่านี้สามารถตั้งค่าเป็นส่วนตัวที่ผู้ที่อยู่ในเครือข่ายเราเท่านั้นจะสามารถมองเห็นเนื้อหานี้ได้หรือตั้งค่าเป็นสาธารณะที่เปิดให้ผู้คนทั่วไปมองเห็นเนื้อหานี้ได้ส่วนในประเทศไทยชุมชนเชิงเนื้อหาที่โดดเด่นและมีผู้ใช้งานจำนวนมาก คือ เว็บไซต์ ยูทูป และแอพพลิเคชั่นเฟสบุ๊ค โดยเว็บไซต์ ยูทูป ในปัจจุบันนี้เปิดโอกาสให้องค์กรหรือ ตราสินค้า รวมไปถึงบุคคล สามารถเปิดช่องของตนเองเพื่อเผยแพร่คลิปวีดิโอที่ตนเองสร้างขึ้นมาได้ ผู้ใช้งานที่สนใจในเนื้อหาของผู้สร้างท่านใด ก็สามารถกดสมัครเป็นสมาชิก เพื่อติดตามข้อมูลข่าวสารได้ ส่วนแอพพลิเคชั่นเฟสบุ๊คเป็นชุมชนที่ผู้ใช้งาน แบ่งปันรูปภาพและภาพถ่ายในชีวิตประจำวันโดยเน้นการใช้งานผ่านอุปกรณ์พกพาอย่างโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ตเพื่อแจ้งข้อมูลข่าวสารเป็นการสร้างช่องทางการติดต่อสื่อสารและสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า หรือเป็นอีกหนึ่งช่องทางในการซื้อขายสินค้าได้เช่นกัน

2.4.4.4 เว็บไซต์เครือข่ายสังคม (Social Networking Sites) เป็นเว็บไซต์ที่ให้สมาชิกในเครือข่ายติดต่อและมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นๆโดยการแบ่งปันข้อมูลข่าวสารและเนื้อหาที่เป็นทั้งข้อความ ภาพ วีดิโอ ผู้ใช้งานสามารถสื่อสารกันด้วยวิธีการโพส (Post) การคอมเม้นท์ (Comment) และการส่งข้อความ (Chat) ที่จะสื่อสารเฉพาะเพื่อนคนใดคนหนึ่งโดยตรง ตัวอย่างที่ชัดเจนของสื่อสังคมออนไลน์ประเภทเว็บไซต์เครือข่ายสังคม คือ เฟซบุ๊ก (Facebook) และทวิตเตอร์ (Twitter)

2.4.4.5 โลกของสังคมเสมือนจริง (Virtual Social Worlds) คือ โลกเสมือนจริงในรูปแบบสามมิติบนโลกออนไลน์ที่เป็นตัวแทนของชีวิตจริง ซึ่งผู้คนมีปฏิสัมพันธ์กับคนอื่นๆ ด้วย “ตัวตนจำลอง หรืออวตาร (Avatar)” แบ่งออกเป็น 2 รูปแบบสังคมเสมือนจริง (Virtual social world) ตัวอย่างที่โด่งดังของโลกเสมือนจริงประเภทนี้ คือ Second Life โปรแกรมที่สร้างสภาพแวดล้อมจำลองสามมิติที่มีลักษณะคล้ายชีวิตจริง เช่น การซื้อขายสินค้า บริหารธุรกิจ ทำงานภายในร้าน ได้รับเงินเดือน รวมไปถึงการมีธนาคารและใช้สกุล เงินเฉพาะภายในเกม ผู้ใช้งานสามารถสร้างอวตารตามแบบที่ตนเองชอบได้ คิดและตัดสินใจได้อย่าง เป็นอิสระโลกเสมือนจริง (Virtual world) ไม่ว่าจะเป็นเกมหรือสังคมเสมือนจริง องค์กรหรือตราสินค้า สามารถใช้เป็นช่องทางโฆษณาหรือส่งเสริมการขายได้ ยกตัวอย่าง เช่น การโฆษณาสินค้าหรือสถานที่ แฝงลงไปโลกเสมือนจริง (Product/Location Placement) เพื่อให้ผู้บริโภคได้เห็นโฆษณาสินค้าหรือตัวสินค้านั้นๆ หรืออาจจะเป็นการสร้างฉากขึ้นมาใหม่ให้เป็นสถานที่ที่ตราสินค้าต้องการจะโฆษณา เช่น สร้างโรงแรมแห่งใหม่ใน Second Life เป็นต้น (Minazzi, 2015)

2.5 แนวคิดการพัฒนาสื่อดิจิทัล

พฤติกรรมการใช้สื่อดิจิทัลเพื่อการจัดการการท่องเที่ยว ในการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้สื่อดิจิทัลเพื่อการจัดการการท่องเที่ยวนั้นจะต้องทำความเข้าใจถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวเสียก่อนว่าในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งนั้นมีขั้นตอนอย่างไรบ้าจากนั้นจะพิจารณาเรื่องการใช้สื่อดิจิทัลที่มีอยู่ในแต่ละขั้นตอนของพฤติกรรมการท่องเที่ยวทั้งในบริบท ก่อน ระหว่าง และหลังการเดินทางท่องเที่ยว

2.5.1 พฤติกรรมการท่องเที่ยวกับการใช้สื่อดิจิทัลเพื่อการจัดการการท่องเที่ยว

Minazzi (2015) ได้อธิบายถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวของบุคคล โดยทำการเปรียบเทียบ ขั้นตอนของพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ (Decision-making process) เข้ากับขั้นตอนการวางแผนท่องเที่ยว (Travel planning process) เพื่อนำมาอธิบายถึงพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการท่องเที่ยว และผลกระทบของสื่อสังคมออนไลน์ที่มีต่อนักท่องเที่ยว โดยพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ (Decision-making process) ของนักท่องเที่ยวประกอบไป ด้วย 5 ขั้นตอน คือ 1) การตระหนักถึงความต้องการ 2) การแสวงหาข้อมูล 3) การประเมินทางเลือก 4) การตัดสินใจซื้อ และ 5) พฤติกรรมหลังการซื้อ ส่วนกระบวนการขั้นตอนในการวางแผนท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวจะมีกระบวนวางแผนช่วงก่อนการเดินทางท่องเที่ยว ช่วงระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว และช่วงหลังการเดินทางท่องเที่ยว

ภิเษก ชัยนิรันดร์ (2557) ได้กล่าวว่าพฤติกรรมการท่องเที่ยวของบุคคลและธุรกิจท่องเที่ยวสื่อสังคมออนไลน์เข้าไปมีบทบาทอย่างมากต่อแหล่งท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยว โรงแรม บริษัทนำเที่ยว สายการบิน หรือร้านอาหาร นอกจากนี้นรเศรษฐ์ คำสี (2560) ได้แบ่งพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักท่องเที่ยวสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวไว้เป็น 3 ระยะ ดังต่อไปนี้ ทั้งนี้สามารถอธิบายขั้นตอนของการพฤติกรรมการท่องเที่ยวได้ดังต่อไปนี้ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2555)

1) การตระหนักถึงความต้องการ (Need Recognition) โดยเกิดจากสิ่งที่มากระตุ้น (Stimuli) ทำให้เกิดความต้องการท่องเที่ยวโดยสามารถแบ่งสิ่งกระตุ้นได้ 2 ลักษณะ ได้แก่ สิ่งกระตุ้นจากภายใน อันได้แก่ ประสบการณ์การท่องเที่ยวเดิมของผู้บริโภคและสิ่งกระตุ้นจากภายนอก เช่น คำแนะนำหรือเชิญชวนจากบุคคล บริษัททท่องเที่ยว หรือสิ่งกระตุ้นทางการตลาดอื่นๆ เป็นต้น ล้วนทำให้อยากไปท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของตน

2) การแสวงหาข้อมูล (Information search) เกี่ยวกับสินค้าและการบริการด้านการท่องเที่ยวที่จะช่วยตอบสนองต่อความต้องการนั้น โดยมีแหล่งข้อมูลต่างๆ มากมาย แบ่งออกเป็น 2 แหล่ง ได้แก่ แหล่งข้อมูลบุคคล (Personal information) ที่มาจากการบอกต่อ (Word-of-mouth) ของครอบครัว เพื่อน เพื่อนบ้าน ผู้ร่วมงาน ฯลฯ และแหล่งข้อมูลที่ไม่ใช่บุคคล (Non-personal information) ซึ่งแบ่งเป็น แหล่งข้อมูลเชิงพาณิชย์ทั้งออนไลน์และออฟไลน์ (Commercial sources)

เช่น เว็บไซต์ของบริษัททท่องเที่ยว การโฆษณาและแหล่งข้อมูลสาธารณะหรือบุคคลที่สาม (Public/ Third parties sources) เช่น เว็บไซต์กลางที่จัดอันดับให้คะแนน ให้รางวัลแก่ผู้ประกอบการหรือสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ รีวิวของนักท่องเที่ยว เว็บไซต์ทางการของภาครัฐ

3) การประเมินทางเลือก (Evaluation of alternatives) ผู้บริโภคก็จะมีการนำข้อมูลที่ได้ จากแหล่งต่างๆ มาพิจารณาเลือกที่เหมาะสมและยอมรับได้ แต่ละตัวเลือกก็จะมีคุณสมบัติที่แตกต่างกัน การประเมินก็จะขึ้นอยู่กับการให้ความสำคัญของแต่ละคุณสมบัตินั้นๆ ที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของเขาได้

4) การตัดสินใจซื้อ (Purchase decision) เป็นขั้นตอนที่จะตัดสินใจซื้อหรือไม่ซื้อ สินค้าและการบริการต่างๆ โดยความตั้งใจซื้อผลมาจากหลากหลายปัจจัย ซึ่งจะส่งผลต่อทัศนคติในการซื้อ บางทีอาจจะมีปัจจัยจากสถานการณ์ที่ไม่คาดคิดส่งอิทธิพลต่อการตัดสินใจครั้งสุดท้ายที่จะซื้อ ซึ่งเป็นเรื่องที่บริษัททท่องเที่ยวต่างๆ ยากจะควบคุมการตัดสินใจของผู้บริโภคได้ด้วยคุณลักษณะของสินค้าและการบริการด้านท่องเที่ยว การตัดสินใจซื้อจึงหมายถึงการจอง การมัดจำ หรือการซื้อสินค้าและการบริการล่วงหน้า เช่น การจองตั๋วเครื่องบิน จองที่พัก ร้านอาหาร โดยมีการระบุวันเวลาเดินทางที่แน่นอนไว้แล้ว ทำให้ในขั้นตอนของการตัดสินใจซื้อจึงยังคงมีการรับรู้ความเสี่ยงอยู่ (Perception of risk) และส่งผลให้พฤติกรรมหลังการซื้อ (Post-purchase behavior) สามารถแบ่งออกเป็น 2 ช่วง คือ พฤติกรรมหลังการตัดสินใจซื้อ (Post-decision behavior) ซึ่งอยู่ในช่วงก่อนการเดินทางท่องเที่ยว และพฤติกรรมหลังการบริโภค (Post consumption behavior) ซึ่งจะเกิดขึ้นหลังจากการเดินทางท่องเที่ยวแล้ว

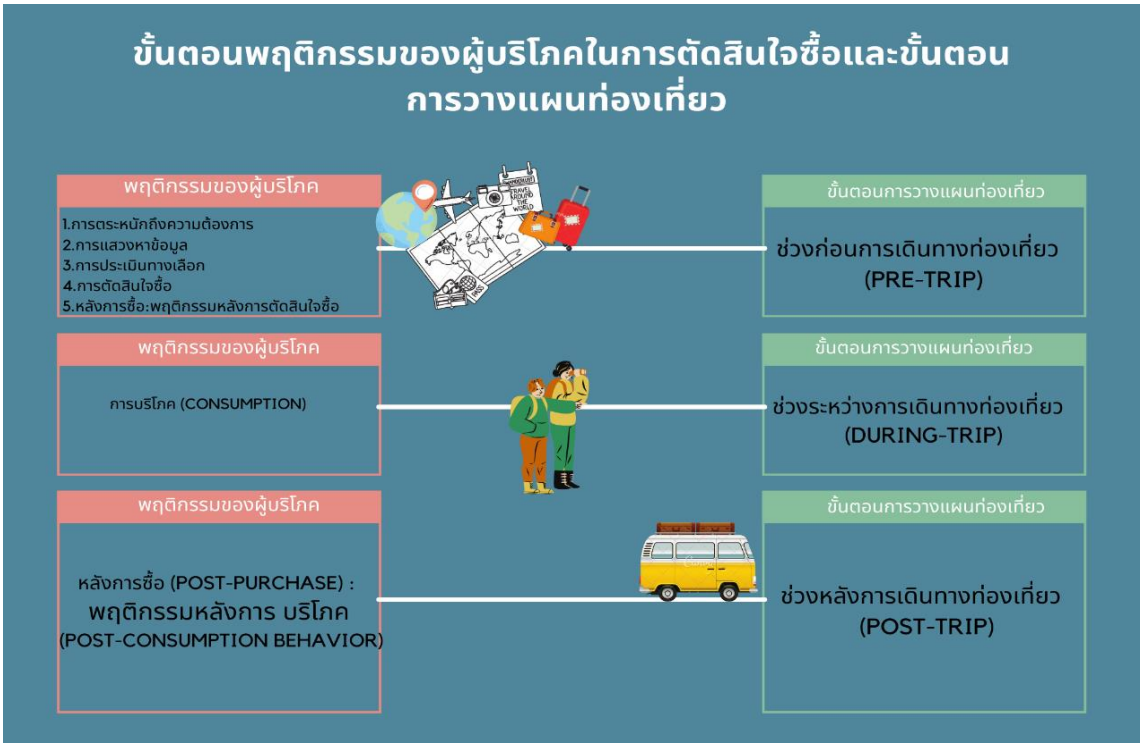
5) พฤติกรรมหลังการตัดสินใจซื้อ (Post-decision behavior) ขั้นตอนนี้มีบทบาทสำคัญ เพราะผู้บริโภคจะต้องพยายามหาข้อมูลอื่นๆ มาเสริมความมั่นใจว่าได้ตัดสินใจถูกต้องแล้ว ในช่วงนี้อาจจะมีอิทธิพลของแหล่งข้อมูลอื่นๆ หรือปัจจัยทางสถานการณ์ที่ควบคุมไม่ได้ เข้ามารบกวนและส่งผลต่อการจองหรือซื้อเอาไว้แล้ว อาจทำให้อยากเปลี่ยนแปลงการตัดสินใจ ยกเลิกการจองล่วงหน้าหรือไม่ไปใช้สินค้าหรือบริการในวันที่ได้ระบุไว้

6) การบริโภค (Consumption) เป็นช่วงระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว ผู้บริโภคก็จะมีปฏิสัมพันธ์ และติดต่อสื่อสารกับผู้คนอื่นๆ เช่น ผู้ที่ให้บริการ บริษัททท่องเที่ยว พนักงานของบริษัท และบุคคลอื่นๆ ซึ่งปฏิสัมพันธ์เหล่านี้จะส่งผลต่อการรับรู้และการประเมินคุณภาพการบริการโดยรวม ได้

7) พฤติกรรมหลังการบริโภค (Post-consumption behavior) เป็นขั้นตอนของการประเมินผลการใช้สินค้าและการบริการด้านท่องเที่ยว ซึ่งผู้บริโภคจะทำการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวัง (Expectation) ก่อนการใช้บริการ และการรับรู้ (Perception) ตลอดกระบวนการที่ได้ใช้ งานจริงตั้งแต่การจองในขั้นตอนแรกไปจนถึงการใช้งานวันสุดท้าย แล้วนำมาประเมินความพึงพอใจ

(Satisfaction) โดยพิจารณาจากคุณภาพของการบริการที่ได้รับ ราคาที่ได้เสียไป ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยทางสถานการณ์

จากพฤติกรรมการท่องเที่ยวของบุคคล จากแนวคิดของ 2 ท่าน ผู้วิจัยได้สรุปพฤติกรรมการท่องเที่ยวของบุคคล ได้ดังภาพที่ 4 แสดงถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อและขั้นตอนการวางแผนเที่ยวพฤติกรรมก่อนและหลังการท่องเที่ยว



ภาพที่ 4 ดัดแปลงมาจาก บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2555) พฤติกรรมของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อและขั้นตอนการวางแผนเที่ยว หน้า 57

2.6 เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ (Special Economic Development Zone)

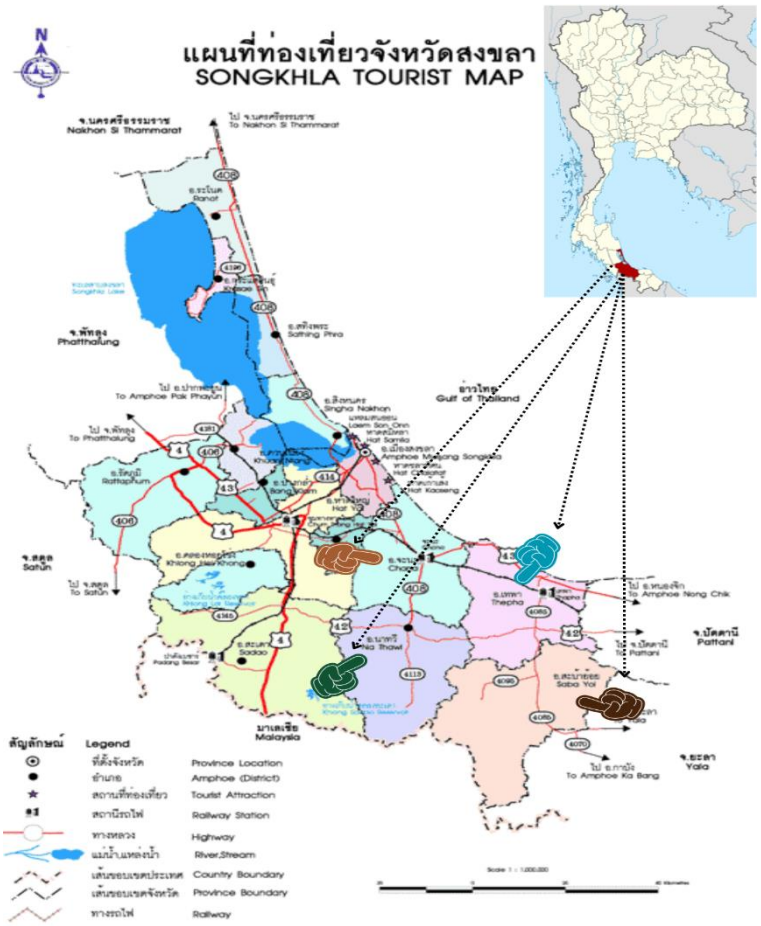
2.6.1 เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ (Special Economic Development Zone)

เขตพัฒนาพิเศษเฉพาะกิจ จังหวัดชายแดนใต้ คือ พื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้เป็นพื้นที่ยุทธศาสตร์สำคัญทั้งด้านการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคมและความมั่นคงของประเทศ มีวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นภาคใต้ มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวของแต่ละพื้นที่ มีแตกต่างจากจังหวัดอื่น และมีความเชื่อมโยงกันในการติดต่อทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคมกับประเทศเพื่อนบ้านที่ใกล้เคียง คณะรัฐมนตรีจึงได้มีมติเห็นชอบในการกำหนดให้จังหวัดชายแดนภาคใต้เป็นเขตพัฒนาพิเศษเฉพาะกิจตามประกาศ นโยบาย

เสริมสร้างสันติสุขในจังหวัดชายแดนภาคใต้ตามคำสั่งจากสำนักนายกรัฐมนตรี คำสั่งที่ 206/2549 ลงวันที่ 30 ตุลาคม พ.ศ. 2549 มีนโยบายเสริมสร้างสันติสุขในจังหวัดชายแดนภาคใต้ โดยมีจังหวัดสงขลาเป็นศูนย์กลางทางธุรกิจ บริการ คมนาคมขนส่ง และมีสถาบันการศึกษาที่เป็นศูนย์กลางการศึกษาของภาคใต้ กลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดน จัดตั้งแผนพัฒนาเศรษฐกิจจังหวัดภาคใต้ชายแดน พ.ศ.2561–2564 เป็น “ประตูการค้าชายแดน การท่องเที่ยวสู่อาเซียน” (ศูนย์พัฒนาเขตพัฒนาพิเศษเฉพาะกิจจังหวัดชายแดน, 2559)

2.6.2 จังหวัดสงขลา

จังหวัดสงขลา แบ่งการปกครองออกเป็น 16 อำเภอ 127 ตำบล 987 หมู่บ้าน การปกครองแบ่งออกเป็น 16 อำเภอ 127 ตำบล 987 หมู่บ้าน ดังภาพที่ 5 แผนที่จังหวัดสงขลารายอำเภอ และแสดงอาณาเขตที่ติดกัน



ภาพที่ 5 แผนที่จังหวัดสงขลา แยกตามรายอำเภอ
ที่มา: ดัดแปลงจากจังหวัดสงขลา (2564)

2.6.3 บริบทของพื้นที่วิจัย เขตพื้นที่พัฒนาพิเศษเฉพาะกิจชายแดนใต้ (4 อำเภอ)

2.6.3.1 อำเภอเทพา เป็นอำเภอที่มีการแบ่งเขตของพื้นที่ออกเป็น 3 เขตหลัก คือ เขตพื้นที่ราบสูง มีเนินลักษณะเป็นเนินเขาพื้นที่ในบริเวณนี้จะเป็นพื้นที่ป่าไม้มีการเพาะปลูก โดยส่วนใหญ่ปลูกยางพาราและสวนผลไม้ประจำฤดูกาล เขตพื้นที่ราบ โดยส่วนใหญ่จะมีการปลูกผักพื้นถิ่น ไม้ผลต่างๆ พืชยืนต้น และเขตที่ราบชายฝั่ง โดยส่วนใหญ่จะมีการปลูกมะพร้าว การทำการประมงพื้นบ้าน อำเภอเทพามีแม่น้ำ คือ คลองเทพา โดยมีต้นกำเนิดต้นน้ำมาจากเขาตีโต๊ก ในเทือกเขาสันกาลาคีรี

อาณาเขตอำเภอเทพา มีอาณาเขตติดต่อกับเขตการปกครองข้างเคียงดังต่อไปนี้ ทิศเหนือ อาณาเขตติดกับอ่าวไทย ทิศตะวันออก อาณาเขตติดกับอำเภอหนองจิกและอำเภอโคกโพธิ์ ทิศใต้ อาณาเขตติดกับอำเภอสะบ้าย้อย ทิศตะวันตก อาณาเขตติดกับอำเภอนาทวีและอำเภอจะนะ

สภาพภูมิอากาศ ในพื้นที่อำเภอเทพาภูมิอากาศจะร้อนชื้น มีฝนตกชุกเป็นฤดู แต่อากาศไม่ร้อนจัดเนื่องจากอิทธิพลของลมทะเลอำเภอเทพามี 2 ฤดูกาล คือ ฤดูฝน (ในช่วงเดือนกันยายน – มกราคม) และฤดูร้อน (กุมภาพันธ์ – สิงหาคม)

การคมนาคม เดินทางได้ทางรถยนต์ส่วนตัว/รถประจำทาง/รถไฟ

แหล่งท่องเที่ยวหาดสะกอม (เกาะขาม, เขาล้อน) หาดสร้อยสวรรค์ หาดสร้อยสวรรค์ โคโค่วันบีช

2.6.3.2 อำเภอสะบ้าย้อย เป็นอำเภอที่มีสภาพลักษณะเป็นเนินเขาเตี้ยเป็นที่ราบระหว่างหุบเขาบริเวณแคบๆ สลับกับแม่น้ำที่เป็นต้นกำเดของแม่น้ำเทพา ชาวบ้านประกอบอาชีพเกษตรกร ปลูกสวนกาแฟ ปลูกสวนยาง ปลูกสวนผลไม้ตามฤดูกาล

อาณาเขตอำเภอสะบ้าย้อย มีอาณาเขตติดต่อกับเขตการปกครองข้างเคียงดังต่อไปนี้ ทิศเหนือ อาณาเขตติดกับอำเภอเทพา ทิศตะวันออก อาณาเขตติดกับจังหวัดปัตตานีและอำเภอเมืองยะลา ทิศใต้ อาณาเขตติดกับอำเภอกาบัง และรัฐเกอดะฮ์ ตะวันตก อาณาเขตติดกับอำเภอนาทวี

สภาพภูมิอากาศ ลักษณะภูมิอากาศ ระหว่างปลายเดือนตุลาคม-กุมภาพันธ์ จะได้รับอิทธิพลจากลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือทำให้ในเขตอำเภอสะบ้าย้อยฝนตกชุก และถือว่าเป็นฤดูฝน ระหว่างเดือนมีนาคมถึงเดือนพฤษภาคม จัดว่าเป็นฤดูร้อนเหมือนภาคอื่นของประเทศ

การคมนาคม เดินทางได้ทางรถยนต์ส่วนตัว/รถประจำทาง

แหล่งท่องเที่ยว น้ำตกเวฬุวัน(พระไม้ไผ่) วัดถ้ำตลอด ถ้ำรูนกสัก ถ้ำน้ำใส บ่อน้ำร้อน อุทยานติสันกาลาคีรี

2.6.3.3 อำเภอจะนะ เป็นอำเภอหนึ่งของจังหวัดสงขลา เป็นอำเภอที่มีความอุดมสมบูรณ์จากระบบนิเวศทั้งทางทะเล และทางบก มีการดำรงชีวิตตามวิถีพหุวัฒนธรรมการอยู่ร่วมกัน

อาณาเขตอำเภอจะนะ มีอาณาเขตติดต่อกับเขตการปกครองข้างเคียงดังต่อไปนี้ ทิศเหนือ อาณาเขตติดกับอำเภอเมืองสงขลาและอ่าวไทย ทิศตะวันออก อาณาเขตติดกับอ่าวไทยและอำเภอเทพา ทิศใต้ อาณาเขตติดกับอำเภอนาทวีและอำเภอสะเดา ทิศตะวันตก อาณาเขตติดกับอำเภอหาดใหญ่

การคมนาคม เดินทางได้ทางรถยนต์ส่วนตัว/รถประจำทาง/รถไฟ

แหล่งท่องเที่ยว การจัดแข่งขันนกเขาชวาเสียง หาดตลิ่งชัน บ้านวังงู-หาดรั้วสน เส้นทางศึกษาธรรมชาติ จุดชมวิว เขตห้ามล่าสัตว์ป่าเขาเหรง

2.6.3.4 อำเภอนาทวี มีพื้นที่เป็นด่านทางเศรษฐกิจเพราะเป็นเส้นทางเชื่อมระหว่างมาเลเซีย ประชาชนในพื้นที่อำเภอนาทวีมีลักษณะอาชีพการค้าขาย อาชีพปลูกสวนยาง ปลูกสวนผลไม้ การพาณิชย์ และการรับจ้างทั่วไป

อาณาเขตอำเภอนาทวี มีอาณาเขตติดต่อกับเขตการปกครองข้างเคียงดังต่อไปนี้ ทิศเหนือ อาณาเขตติดกับอำเภอหาดใหญ่และอำเภอจะนะ ทิศตะวันออก อาณาเขตติดกับอำเภอเทพาและอำเภอสะบ้าย้อย ทิศใต้ อาณาเขตติดกับรัฐเกอดะฮ์ ทิศตะวันตก อาณาเขตติดกับอำเภอสะเดา

การคมนาคม เดินทางได้ทางรถยนต์ส่วนตัว/รถประจำทาง

แหล่งท่องเที่ยว อุทยานแห่งชาติเขาน้ำค้าง ควนหรน ต.สะท้อน อ.นาทวี จ.สงขลา

2.6.2 สภาพปัญหาด้านการใช้ข้อมูลบริการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่พัฒนาพิเศษเฉพาะกิจชายแดนใต้ (เทพา สะบ้าย้อย จะนะ นาทวี)

2.6.2.1 สภาพปัญหาการใช้ข้อมูลด้านการบริการการท่องเที่ยว จากการศึกษาสภาพปัญหาการใช้ข้อมูลด้านการบริการการท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติ พบว่า การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2563) ทำการสำรวจสถิติการท่องเที่ยวในประเทศไทยในปี พ.ศ. 2564 เกี่ยวกับสถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทย เดือนตุลาคม 2564 นักท่องเที่ยวที่เดินทางเพื่อมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีจำนวนลดลงร้อยละ 66.64 มีรายได้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวอยู่ที่ 1.04 หมื่นล้านบาท เมื่อเปรียบเทียบในด่านสถิติมีการลดลงร้อยละ 78.03 เทียบกับรายได้ของปีที่ผ่านมา จังหวัดที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาเยือนมากที่สุด ได้แก่ กรุงเทพมหานคร ในสภาวการณ์ในการจัดการท่องเที่ยวเกิดผลกระทบจากโรคระบาดโรค COVID-19 ต่อเนื่องมาตั้งแต่เดือนเมษายน 2564 จากสถานการณ์การระบาดของโรค COVID-19 ดังกล่าวทำให้มีการปรับตัวดีขึ้น ตั้งแต่เดือนตุลาคม 2564 ภาครัฐได้มีนโยบายในการดำเนินการผ่อนคลายมาตรการ ควบคุมการเดินทาง โดยลดเวลาการห้ามออกนอก เคหสถานสำหรับพื้นที่ควบคุมสูงสุดและเข้มงวด ระหว่างเวลา 22.00 น. ถึง 04.00 น.

ของวันรุ่งขึ้น และมีการอนุญาตให้ดำเนินการตามกิจกรรมทางเศรษฐกิจ ในประเภทร้านอาหาสามารถเปิดบริการแบบจำกัดจำนวนผู้เข้า รวมไปถึงศูนย์การค้า ห้างสรรพสินค้า ร้านเสริมสวย ร้านนวด ที่กลับมาฟื้นตัวกลับมาส่งผลให้การท่องเที่ยว ภายในประเทศกลับมาฟื้นตัวอย่างต่อเนื่อง จากข้อมูลสถานการณ์การท่องเที่ยวที่กำลังฟื้นตัวอย่างช้า ๆ และมีการปรับเปลี่ยนที่ดีขึ้น การดำเนินการต่างๆ จะต้องวางแผนการบริหารจัดการให้กลับมาได้ โดยการใช้สื่อเข้ามาช่วยในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว เพื่อให้รับรู้ข้อมูลข่าวสารได้มากขึ้นและมาตรการในการป้องกันของสถานที่ท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่เพื่อเรียกความมั่นใจในการท่องเที่ยว (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2564)

2.6.2.2 สภาพปัญหาการใช้ข้อมูลด้านการบริการการท่องเที่ยวในระดับภูมิภาค จากการศึกษาข้อมูลจากสภาพปัญหาการใช้และการให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวและบริการ จากสถิติด้านการท่องเที่ยวของภาคใต้ ในปี พ.ศ. 2564 พบว่า จังหวัดสงขลา มีจำนวนนักท่องเที่ยวลดลงมาก สงขลา รายได้เหลืออยู่ที่ 22,871 ล้านบาท ลดลงถึง 65.54 ของรายได้ของปีที่ผ่านมา (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2564)

จะเห็นได้ว่า จังหวัดสงขลามีจำนวนนักท่องเที่ยวน้อยลง เนื่องจากจังหวัดสงขลามีสถานการณ์โควิดอยู่ระดับต้นๆ ของประเทศ ทำให้นักท่องเที่ยวขาดความเชื่อมั่นในมาตรการการรักษาความปลอดภัย โดยจังหวัดสงขลาได้รับการกำหนดให้เป็นพื้นที่นำร่องการท่องเที่ยว ระยะที่ 2 ตามมาตรการของรัฐบาลคาดการณ์กำหนดเปิดพื้นที่การ ด้านความคืบหน้าในการเปิดพื้นที่การท่องเที่ยวจังหวัด คาดการณ์ว่านักท่องเที่ยวจะเริ่มคึกคักละเริ่มเที่ยวโดยการใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นหลักและนักท่องเที่ยวจะเดินทางเที่ยวในพื้นที่รองเพื่อลดความเสี่ยงในการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ดังนั้นพื้นที่รองในการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาต้องเตรียมความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้โดยเตรียมความพร้อมระบบบริการต่าง ๆ และระบบการกำกับติดตาม การสื่อสารความเสี่ยง เพื่อสร้างความเข้าใจสำหรับประชาชน ไม่ว่าจะเป็นการข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ข้อมูลกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชนรวมไปถึงการสร้างการรับรู้ การประชาสัมพันธ์การเปิดการท่องเที่ยว สื่อประชาสัมพันธ์ในการจัดการท่องเที่ยวในชุมชนของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว

บทที่ 3
วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 ขอบเขตของวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เรื่อง การพัฒนาสื่อดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนในพื้นที่พัฒนาพิเศษเฉพาะกิจ จังหวัดชายแดนภาคใต้ (อำเภอเทพา จะนะ นาทวี สะบ้าย้อย) เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ใช้การสังเกตการณ์ภาคสนาม การสำรวจ สนทนาแบบกลุ่ม และการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อศึกษาและรวบรวมแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษเฉพาะกิจจังหวัดชายแดนภาคใต้จังหวัดสงขลา ตามมาตรฐานการจัดการท่องเที่ยวชุมชนจาก กลุ่มเจ้าหน้าที่ภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ทั้ง 4 อำเภอ อำเภอละ 2 คน (รวมจำนวน 8 คน) กลุ่มตัวแทนชุมชนผู้ให้ข้อมูลหลักประจำแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั้ง 4 อำเภอ ประกอบด้วย ตัวแทนคณะกรรมการการจัดการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ อำเภอละ 5 คน (รวมจำนวน 20 คน) ตัวแทนผู้นำในพื้นที่(ผู้ใหญ่บ้านหรือผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน) อำเภอละ 1 คน (รวมจำนวน 4 คน) ตัวแทนชาวบ้านในชุมชน (ที่อยู่ในพื้นที่มากกว่า 10 ปีขึ้นไป) อำเภอละ 2 คน (รวมจำนวน 8 คน) และการประเมินข้อมูลสื่อต้นแบบการจัดการท่องเที่ยวชุมชน ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์เชื่อมรอยต่อเส้นทางท่องเที่ยวชุมชน จำนวน 48 คน โดยวิธีสุ่มแบบบังเอิญ หรือการเลือกตัวอย่างแบบสะดวก รวมประชากรและกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 88 คน ดังขั้นตอนต่อไปนี้

3.2 พื้นที่ที่ใช้ในการวิจัย

พื้นที่ที่ทำการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกโดยพิจารณาหลักเกณฑ์ ผู้วิจัยเลือกพื้นที่ในเขตพัฒนาพิเศษเฉพาะกิจจังหวัดชายแดนภาคใต้จังหวัดสงขลา 4 อำเภอ (อำเภอเทพา จะนะ นาทวี สะบ้าย้อย) โดยใช้มาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community–Based-Tourism) มีองค์ประกอบ 5 ด้าน โดยการศึกษาเปรียบเทียบกับเกณฑ์สำหรับแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนและนำมาใช้กระบวนการวิจัยในการทดสอบซ้ำกับชุมชน ผู้ประกอบการ และนักท่องเที่ยว โดยองค์ประกอบ 5 ด้าน คู่มือเกณฑ์มาตรฐานการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน สำนักท่องเที่ยวโดยชุมชน (2564) ได้แก่

1. การบริหารจัดการอย่างยั่งยืน
2. พัฒนาคุณภาพชีวิตและเศรษฐกิจท้องถิ่น
3. ส่งเสริมวัฒนธรรม
4. ดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม

5. บริการและความปลอดภัย

3.3 การสำรวจทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว

ผู้วิจัยศึกษาสภาพพื้นที่โดยใช้กระบวนการ สังเกต สัมภาษณ์ สนทนาแบบกลุ่มและใช้การตรวจสอบตามองค์ประกอบการท่องเที่ยวชุมชน ของพจนา สวนศรี และสมภพ ยี่จอหอ (2556) องค์ประกอบในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนมี 4 ด้าน ได้แก่ ด้านทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน ด้านการจัดการ และด้านการเรียนรู้ และข้อมูลจากเจ้าหน้าที่ภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ 4 อำเภอ และตัวแทนชุมชนผู้ให้ข้อมูลหลักประจำแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั้ง 4 อำเภอ เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาใช้ประกอบการสร้างแบบสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน ในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ พร้อมทั้งทำการร่างแผนที่ท่องเที่ยวชุมชนที่พร้อมรองรับนักท่องเที่ยวทำการจับพิกัดของแหล่งท่องเที่ยวโดยใช้เครื่องมือหาพิกัดสัญญาณดาวเทียมในการจับพิกัดแหล่งท่องเที่ยว แล้วนำมากำหนดเส้นทางเป็นแผนที่ท่องเที่ยวโดยชุมชนทั้ง 4 อำเภอ

3.4 กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่างของผู้ให้ข้อมูลหลัก

ผู้วิจัยได้กำหนดประชากรที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากเจ้าหน้าที่ภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ 4 อำเภอ และตัวแทนชุมชนผู้ให้ข้อมูลหลักประจำแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั้ง 4 อำเภอ เพื่อศึกษาและรวบรวมแหล่งและเส้นทางการท่องเที่ยวในพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษเฉพาะกิจจังหวัดชายแดนภาคใต้จังหวัดสงขลาตามมาตรฐานการจัดการท่องเที่ยวชุมชน เพื่อศึกษาความต้องการในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนทั้ง 4 พื้นที่และประเมินความพึงพอใจสื่อดิจิทัลที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษเฉพาะกิจจังหวัดชายแดนภาคใต้จังหวัดสงขลา 4 อำเภอ (อำเภอเทพา จะนะ นาทวี สะบ้าย้อย) โดยดำเนินการคัดเลือกกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีบทบาทหน้าที่ที่เหมาะสมในการให้ข้อมูล และเป็นส่วนหนึ่งในกระบวนการจัดการท่องเที่ยวชุมชน พร้อมทั้งมีส่วนร่วมในการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์โดยแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ดังต่อไปนี้

กลุ่มที่ 1 กลุ่มเจ้าหน้าที่ภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ ทั้ง 4 อำเภอ อำเภอละ 2 คน (รวมจำนวน 8 คน)

โดยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกโดยวิธีการแบบเจาะจง กับกลุ่มจากเจ้าหน้าที่ภาครัฐที่ให้การส่งเสริมการท่องเที่ยว ข้อคำถามจะอยู่ใน รูปแบบคำถามปลายเปิด (Open Ended Question) ภายใต้ประเด็นในการประเมินศักยภาพภายในพื้นที่วิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน ของพื้นที่ และการจัด

การท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ ในด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวชุมชนทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน ด้านการจัดการ ด้านการเรียนรู้ (ดังภาคผนวก ข แบบสัมภาษณ์หน่วยงานภาครัฐ)

กลุ่มที่ 2 กลุ่มตัวแทนชุมชนผู้ให้ข้อมูลหลักประจำแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั้ง 4 อำเภอ ใช้วิธีการสนทนากลุ่ม (Focus Group) และการสัมภาษณ์ ร่วมกับตัวแทนคณะกรรมการการจัดการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ ตัวแทนผู้นำในพื้นที่ (ผู้ใหญ่บ้าน หรือผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน) และตัวแทนชาวบ้านในชุมชน (ที่อยู่ในพื้นที่มากกว่า 10 ปีขึ้นไป) รวมถึงร่วมกันระดมความคิดแบบมีส่วนร่วมในการวาดแผนที่เส้นทางท่องเที่ยวชุมชนเพื่อสร้างแผนที่ ชุมชนขึ้นมา 1 ชุด เพื่อนำมาพัฒนาเป็นสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว และได้สัมภาษณ์ความต้องการสื่อที่จะพัฒนา ทั้งนี้ เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่เกิดจากชุมชนอย่างแท้จริง ประกอบด้วย

1. ตัวแทนคณะกรรมการการจัดการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ อำเภอละ 5 คน (รวมจำนวน 20 คน)
2. ตัวแทนผู้นำในพื้นที่ (ผู้ใหญ่บ้าน หรือผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน) อำเภอละ 1 คน (รวมจำนวน 4 คน)
3. ตัวแทนชาวบ้านในชุมชน(ที่อยู่ในพื้นที่มากกว่า 10 ปีขึ้นไป) อำเภอละ 2 คน (รวมจำนวน 8 คน)

โดยวิธีการแบบเจาะจง กับกลุ่มตัวแทนชุมชนในพื้นที่ ข้อคำถามจะอยู่ใน รูปแบบคำถามปลายเปิด (Open Ended Question) ภายใต้ 11 ประเด็นหลัก ประกอบด้วย 1) ประวัติความเป็นมา 2) ความเชื่อ ศาสนา 3) การจัดการท่องเที่ยวชุมชน 4) สถานที่ท่องเที่ยวของอำเภอสถานที่ใด ที่มีความโดดเด่นด้าน บรรยากาศ ที่เหมาะแก่การมาพักผ่อนของนักท่องเที่ยว 5) ความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวใน 3 ด้าน คือ ด้านวิถีการท่องเที่ยวมีอะไรที่โดดเด่น ที่ชุมชนอยากนำเสนอ ด้านวิถีเกษตรมีอะไรที่โดดเด่น ที่ชุมชนอยากนำเสนอ ด้านวิถีชีวิตชุมชน ประเพณีและวัฒนธรรมที่สำคัญของอำเภอ มีอะไรที่โดดเด่น ที่ชุมชนอยากนำเสนอ 6) การพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนในอำเภอ มีอะไรเป็นจุดแข็ง 7) การพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนในอำเภอ มีอะไรเป็นจุดอ่อน 8) การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของอำเภอ มีข้อเสนอแนะอย่างไรบ้าง 9) การนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้ในการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว เกิดผลดีและมีประโยชน์มากน้อยเพียงใด 10) สื่อลักษณะใดที่มีประสิทธิภาพในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว 11) ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม (ดังภาคผนวก ค แบบสนทนาแบบกลุ่มการท่องเที่ยวชุมชน)

กลุ่มที่ 3 กลุ่มผู้นักท่องเที่ยว กลุ่มตัวแทนหน่วยงานภาครัฐ ผู้นำการท่องเที่ยวและประชาชนแต่ละอำเภอในพื้นที่จำนวน 48 คน โดยวิธีสุ่มแบบบังเอิญ หรือการเลือกตัวอย่างแบบสะดวกในพื้นที่การประเมินศักยภาพและประเมินข้อมูลสื่อต้นแบบการจัดการท่องเที่ยวชุมชน ส่งเสริมการประชา

สัมพันธ์เชื่อมรอยต่อเส้นทางท่องเที่ยวชุมชน ข้อคำถามจะอยู่ในรูปแบบคำถามปลายเปิด (Open Ended Question) ภายใต้ 7 ประเด็นหลัก ประกอบด้วย 1) ข้อมูลพื้นฐานทั่วไป 2) ศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวชุมชนในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ 4 อำเภอ จังหวัดสงขลา 3) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว 4) แสดงความสมบูรณ์และความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว 5) แสดงการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม 6) แสดงด้านเศรษฐกิจ สังคม ศิลปวัฒนธรรมและการบริหารจัดการ 7) ความพึงพอใจสื่อต้นแบบ (ดังภาคผนวก ง แบบประเมินความพึงพอใจสื่อดิจิทัลต้นแบบ)

3.5 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบไปด้วย 6 เครื่องมือ ดังต่อไปนี้

1. แบบสำรวจและสังเกตการณ์ภาคสนาม

2. แบบสัมภาษณ์เชิงลึกโดยกำหนดกลุ่มเป้าหมายกลุ่มเจ้าหน้าที่ภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ ทั้ง 4 อำเภอ อำเภอละ 2 คน (รวมจำนวน 8 คน)

3. แบบสัมภาษณ์และแบบสนทนาแบบกลุ่มโดยกำหนดกลุ่มเป้าหมายกลุ่มตัวแทนชุมชนผู้ให้ข้อมูลหลักประจำแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั้ง 4 อำเภอ ประกอบด้วย

3.1 ตัวแทนคณะกรรมการการจัดการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ อำเภอละ 5 คน (รวมจำนวน 20 คน)

3.2 ตัวแทนผู้นำในพื้นที่ (ผู้ใหญ่บ้าน หรือผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน) อำเภอละ 1 คน (รวมจำนวน 4 คน)

3.3 ตัวแทนชาวบ้านในชุมชน(ที่อยู่ในพื้นที่มากกว่า10ปีขึ้นไป) อำเภอละ 2 คน (รวมจำนวน 8 คน)

4. การร่างและกำหนดจุดแผนที่ท่องเที่ยวชุมชนด้วยการระดมความคิดโดยกลุ่มตัวแทนชุมชนผู้ให้ข้อมูลหลักประจำแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั้ง 4 อำเภอ

5. โปรแกรมในการสร้างสื่อดิจิทัล

5.1 โปรแกรม Canva แพลตฟอร์มซอฟต์แวร์ในการออกแบบกราฟิก ใช้ในการสร้างกราฟิกเนื้อหาและใส่องค์ประกอบของภาพในการใส่รายละเอียดของแผ่นพับ ใส่ไอคอนภาพประกอบต่างๆ พิกัดในแผ่นพับ

5.2 โปรแกรม Photoshop เป็นโปรแกรมซอฟต์แวร์ประยุกต์ที่มีความสามารถในการจัดการแก้ไขและตกแต่งรูปภาพ ใช้โปรแกรมในการตัดแต่งภาพแผนที่อินโฟกราฟิกเส้นทางการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่พัฒนาพิเศษเฉพาะกิจ จังหวัดชายแดนภาคใต้

5.3 โปรแกรม Movie Maker ในการตัดต่อวิดีโอ สร้างภาพยนตร์ สร้างงานนำเสนอวิดีโอ การรวมภาพ และแทร็คเสียง การซ้อนทับข้อความตัวอักษร

5.4 โปรแกรม Facebook เทมเพลตที่มีบริการบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ใช้ติดต่อสื่อสาร พูดคุยผ่านระบบ โพสต์รูปภาพ โพสต์คลิปวิดีโอ เขียนบทความพูดคุยในรูปแบบแชทออนไลน์ สร้างห้องสนทนา โดยใช้ชื่อเพจ “ท่องเที่ยวชุมชนจังหวัดสงขลา” จัดทำในสื่อในรูปแบบภาพ รูปแบบสื่อวิดีโอพาเที่ยวตามเส้นทางท่องเที่ยวทั้ง 4 อำเภอ แบ่งออกเป็น 4 ตอน 4 เส้นทาง คือ 1) อำเภอเทพา “แลเลหาดสะกอม ปล่อยปูหัวเขื่อนปากน้ำเทพา รอดซุ้มอุโมงค์โกงกาง เก็บผักปลอดสารที่ สวนพ่อ” 2) อำเภอจะนะ “ชมข้าวพื้นถิ่น เดินป่าตามล่าหาบัวผุด ล่องเรือชมวิถีคลองแม่น้ำ” 3) อำเภอนาทวี “ไหว้หลวงปู่ทวด ด่านประกอบ เดินป่าอุทยานแห่งชาติเขาน้ำค้าง ชมอุโมงค์ประวัติศาสตร์เขาน้ำค้าง แช่น้ำร้อนบ่อบ้านโครง” และ 4) อำเภอสะบ้าย้อย“จิบแฟโรงน้ำชาจ่าหวิน แลโรงคั่วและไปชมต้นแฟแต่แรกสะบ้าย้อย (บ้านโหนด) ซึมซับธรรมชาติน้ำตกเวฬุวัน ไหว้พระวัดถ้ำตลอด เที่ยวถ้ำคอก ถ้ำผีกองทรายunseen เลือกซื้อผลิตภัณฑ์กลุ่มเครื่องแกงท้องถิ่น ชมวิวแก้มลิงชลประทาน แช่บ่อน้ำร้อนเขาแดง” มีการนำนำลิ้งค์สื่อประชาสัมพันธ์ทั้งหมด มาแปลงในรูปแบบ QR Code นำไปใส่ในสื่อ เพื่อง่ายและสะดวกต่อการเข้าถึงสื่อสื่อดิจิทัลที่ส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่พัฒนาพิเศษเฉพาะกิจจังหวัดชายแดนภาคใต้ (อำเภอเทพา จะนะ นาทวี สะบ้าย้อย)

5.5 โปรแกรม QR Code ใช้โปรแกรมแปลงคิวอาร์โค้ดผ่าน QR Code Monkey ที่มีความโดดเด่นมีลูกเล่นในการตกแต่ง เป็นสัญลักษณ์สี่เหลี่ยมที่ใช้เป็นสัญลักษณ์แทนข้อมูลต่างๆ เป็นการเชื่อมไปยังเพจหลักที่ประกอบด้วยสื่อดิจิทัล แผ่นพับอินโฟกราฟฟิกแผนที่เส้นทางการท่องเที่ยวชุมชน วิดีโอ เพจเฟสบุ๊ค และยูทูป เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของอำเภอ

5.6 โปรแกรม You tube มีการลงภาพเคลื่อนไหวรูปแบบวิดีโอ ในช่อง You tube “ท่องเที่ยวชุมชนจังหวัดสงขลา” จัดทำในรูปแบบสื่อวิดีโอพาเที่ยวตามเส้นทางท่องเที่ยวทั้ง 4 อำเภอ แบ่งออกเป็น 4 ตอน 4 เส้นทาง คือ 1) อำเภอเทพา “แลเลหาดสะกอม ปล่อยปูหัวเขื่อนปากน้ำเทพา รอดซุ้มอุโมงค์โกงกาง เก็บผักปลอดสารที่สวนพ่อ” 2) อำเภอจะนะ “ชมข้าวพื้นถิ่น เดินป่าตามล่าหาบัวผุด ล่องเรือชมวิถีคลองแม่น้ำ” 3) อำเภอนาทวี “ไหว้หลวงปู่ทวด ด่านประกอบ เดินป่าอุทยานแห่งชาติเขาน้ำค้าง ชมอุโมงค์ประวัติศาสตร์เขาน้ำค้าง แช่น้ำร้อนบ่อบ้านโครง” และ 4) อำเภอสะบ้าย้อย “จิบแฟโรงน้ำชาจ่าหวิน แลโรงคั่วและไปชมต้นแฟแต่แรกสะบ้าย้อย (บ้านโหนด) ซึมซับธรรมชาติน้ำตกเวฬุวัน ไหว้พระวัดถ้ำตลอด เที่ยวถ้ำคอก ถ้ำผีกองทราย unseen เลือกซื้อผลิตภัณฑ์กลุ่มเครื่องแกงท้องถิ่น ชมวิวแก้มลิงชลประทาน แช่บ่อน้ำร้อนเขาแดง เพื่อใช้เป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์การจัด การท่องเที่ยวในพื้นที่พัฒนาพิเศษเฉพาะกิจ จังหวัดชายแดนภาคใต้ (อำเภอเทพา จะนะ นาทวี สะบ้าย้อย)

6. แบบประเมินข้อมูลสื่อต้นแบบการจัดการท่องเที่ยวชุมชน ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์เชื่อมรอยต่อเส้นทางท่องเที่ยวชุมชน ตัวแทนกลุ่มผู้นักท่องเที่ยว กลุ่มตัวแทนหน่วยงานภาครัฐ ผู้นำการท่องเที่ยวและประชาชนแต่ละอำเภอในพื้นที่จำนวน 48 คน โดยวิธีสุ่มแบบบังเอิญ หรือการเลือกตัวอย่างแบบสะดวก

3.6 วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดระยะในการดำเนินการวิจัยไว้ 4 ระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1 การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บข้อมูล (Collecting Data) ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลจากการศึกษาปัญหา และวิเคราะห์ Stakeholders โดยใช้ 4 เครื่องมือ ดังนี้ 1) การสังเกตการณ์ภาคสนาม (Field observations) 2) การสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (In-depth interviews) จำนวน 3 กลุ่ม 3) ผู้วิจัยใช้วิธีการสนทนากลุ่ม (Focus Group) และการสัมภาษณ์กับกลุ่มผู้นำการจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่ในการจัดการท่องเที่ยว และร่วมกันวาดแผนที่ของชุมชน รวมถึงสัมภาษณ์ความต้องการสื่อ และ 4) แบบสอบถามกลุ่มผู้ใช้สื่อในพื้นที่ในการจัดการท่องเที่ยวจาก 4 อำเภอ จำนวน 48 คน โดยวิธีสุ่มแบบบังเอิญ หรือการเลือกตัวอย่างแบบสะดวก

ระยะที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูล (Data Analysis) เป็นกระบวนการขั้นตอนในการนำเอาข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูลภาคสนามที่ลงเก็บข้อมูลในพื้นที่ในระยะที่ 2 มาผนวกกับการทบทวนเอกสารที่เกี่ยวข้องในระยะที่ 1นำมาทำการวิเคราะห์ร่วมกัน แล้วนำเทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูล (Content Analysis) การจำแนกแยกชนิดข้อมูลกลุ่มคำที่สำคัญ (Typological Analysis) เพื่อดูความสัมพันธ์กันของชุดข้อมูลระหว่างแหล่งข้อมูลที่ต่างกัน แล้วนำมาสรุปผล จัดผังความคิด เพื่อใช้สำหรับการออกแบบสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย 1) สื่อแผ่นพับแผนที่อินโฟกราฟิก 2) สื่อวีดีโอประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว และ 3) เพจ FACEBOOK

ระยะที่ 3 การออกแบบสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชนการออกแบบ (Design) ในการพัฒนาการออกแบบสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชนในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ จังหวัดชายแดนใต้ ที่นำมาพัฒนาให้เชื่อมโยงต่อกันโดยใช้เทคโนโลยี QR CODE สแกนผ่านสื่อแผ่นพับแผนที่อินโฟกราฟิก ทั้งนี้สื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์ ประกอบไปด้วย สื่อแผ่นพับแผนที่อินโฟกราฟิก ผู้วิจัยแบ่งด้านการพัฒนาออกเป็น 2 ด้าน คือ

1 ด้านเนื้อหา ได้แก่ ประวัติความเป็นมา ข้อมูลทั่วไป ผู้ประสานแห่งท่องเที่ยว จุดพิกัด ภาพกราฟิก รวมถึงข้อมูลภาพแหล่งท่องเที่ยว

2. แผนที่กราฟิก ได้แก่ กราฟิกแผนที่ กราฟิกต่างๆ ไอคอนจุดต่างๆ รวมถึงตัวอักษร และสื่อวีดีโอประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวต้นแบบ

2.1 สื่อมัลติมีเดีย ได้แก่ วิดีโอ เพจ และอินโฟกราฟิก

2.2 การออกแบบสื่อ ได้แก่ ข้อมูล มุมกล้อง และเสียง

2.3 เชื่อมแผนที่ผ่าน (QR CODE) ส่งผ่านมายังสื่อดิจิทัลเพจ FACEBOOK และแผ่นพับอินโฟกราฟิก

ระยะที่ 4 การสร้างและการนำเสนอสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชน

ผู้วิจัยดำเนินการตามข้อสรุปของระยะที่ 3 การพัฒนาออกแบบสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชน นำเสนอแผ่นพับแผนที่อินโฟกราฟิกที่เชื่อมกับ (QR CODE) และเชื่อมกับสื่อดิจิทัล สื่อมัลติมีเดีย เส้นทางการท่องเที่ยวโดยชุมชนในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ จังหวัดชายแดนใต้ ให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ คนโดยการมีส่วนร่วมในการประเมินข้อมูลสื่อต้นแบบการจัดการท่องเที่ยวชุมชน ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์เชื่อมรอยต่อเส้นทางท่องเที่ยวชุมชน เพื่อให้ได้ข้อมูลเพื่อปรับปรุงให้สมบูรณ์ต่อไป

3.7 การวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจ

ผู้วิจัยนำผลของการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา ที่ได้จากการเก็บข้อมูลในรูปแบบกับกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่มตัวอย่าง ในการเก็บข้อมูลแบบโครงสร้างของแบบประเมินจะเป็นข้อคำถามแบบปลายปิด (Close Ended Question) ทำเป็นแบบสอบถามคำถามออนไลน์ ประกอบไปด้วย ข้อมูลพื้นฐานทั่วไป ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ แบบประเมินข้อมูลสื่อต้นแบบด้านความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ มาสรุปอภิปรายและนำเสนอผลการศึกษาโดยการพรรณนาวิเคราะห์ และแบบสอบถามผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พร้อมทั้งแปลความหมายค่าเฉลี่ยลักษณะของสื่อและการเข้าถึงสื่อที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้การ โดยใช้เกณฑ์การพิจารณากำหนดแบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.7.1 การแจกแจงความถี่ (Frequency) เป็นการแสดงค่าความถี่ของข้อมูล โดยจะ แสดงเป็นจำนวน และร้อยละ (%)

ร้อยละ (%) = X

สูตร $X = \frac{\sum X}{N}$

เมื่อ X แทน จำนวนข้อมูล (ความถี่)ที่ต้องการนำมาหาค่าร้อยละ
N แทน จำนวนของข้อมูลทั้งหมด

3.6.2 ค่าเฉลี่ย (Mean) คือ ค่ากลางที่ได้จากการรวมข้อมูลนำมาหาค่าเฉลี่ยเพื่อให้ได้จำนวนเท่าๆ กันจากผลรวมของข้อมูลทั้งหมด (บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์, 2543: 351)

สูตร $\bar{X} = \frac{\sum X}{N}$

เมื่อ $\bar{X}$ แทน คะแนนเฉลี่ย
$\sum X$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
N แทน จำนวนข้อมูล

3.6.3 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation, S.D.) เป็นการวัดการกระจายของกลุ่มข้อมูลใช้ในการเปรียบเทียบค่าต่างๆ ว่าชุดข้อมูลมีการกระจายตัวมากน้อยเพียงใด (บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์, 2543: 351)

สูตร $S.D. = \sqrt{\frac{N(\Sigma X) - (\Sigma X^2)}{N(N-1)}}$

เมื่อ S.D. แทน ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน
$\sum X$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
$\sum X^2$ แทน ผลรวมของกำลังสองของคะแนนทั้งหมด
N แทน จำนวนข้อมูล

3.6.4 เกณฑ์ในการแปลความหมายของค่าเฉลี่ย เป็นวิธีการตั้งข้อคำถามเพื่อประเมินผลสอบถาม รายละเอียดเพื่อได้ข้อรับฟังข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะโดยจะยึดตามหลักค่าเฉลี่ยที่อยู่

ในเกณฑ์ 3.51 - 5.00 แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไข ตามเกณฑ์การแปลความหมายของแต่ละข้อ ซึ่งผู้วิจัยดัดแปลงมาจากแนวคิดของ (บุญชม ศรีสะอาด, 2535) มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ระดับ 4.51-5.00 หมายถึง มากที่สุด

ระดับ 3.51-4.50 หมายถึง มาก

ระดับ 2.51-3.50 หมายถึง ปานกลาง

ระดับ 1.51-2.50 หมายถึง พอใช้

ระดับ 1.00-1.50 หมายถึง ควรปรับปรุง

บทที่ 4
ผลการศึกษา

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการพัฒนาสื่อดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่พัฒนาพิเศษเฉพาะกิจ จังหวัดชายแดนภาคใต้ (อำเภอเทพา จะนะ นาทวี สะบ้าย้อย) การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ใช้การสังเกตการณ์ภาคสนาม การสำรวจ สนทนาแบบกลุ่มและการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อศึกษาและรวบรวมแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษเฉพาะกิจจังหวัดชายแดนภาคใต้จังหวัดสงขลาตามมาตรฐานการจัดการท่องเที่ยวชุมชนจาก กลุ่มเจ้าหน้าที่ภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ทั้ง 4 อำเภอ อำเภอละ 2 คน (รวมจำนวน 8 คน) กลุ่มตัวแทนชุมชนผู้ให้ข้อมูลหลักประจำแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั้ง 4 อำเภอ ประกอบด้วย ตัวแทนคณะกรรมการการจัดการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ อำเภอละ 5 คน (รวมจำนวน 20 คน) ตัวแทนผู้นำในพื้นที่(ผู้ใหญ่บ้าน หรือผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน) อำเภอละ 1 คน (รวมจำนวน 4 คน) ตัวแทนชาวบ้านในชุมชน(ที่อยู่ในพื้นที่มากกว่า 10 ปีขึ้นไป) อำเภอละ 2 คน (รวมจำนวน 8 คน) และการประเมินศักยภาพและประเมินข้อมูลสื่อต้นแบบการจัดการท่องเที่ยวชุมชน ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์เชื่อมรอยต่อเส้นทางท่องเที่ยวชุมชน จำนวน 48 คน โดยวิธีสุ่มแบบบังเอิญ หรือการเลือกตัวอย่างแบบสะดวก รวมประชากรและกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 88 คน ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยโดยแบ่งผลการศึกษา ดังต่อไปนี้

4.1 ผลการศึกษาจุดแข็ง จุดอ่อนของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวและทรัพยากรทางการท่องเที่ยวในพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษเฉพาะกิจจังหวัดชายแดนภาคใต้ทั้ง 4 อำเภอ (อำเภอเทพา จะนะ นาทวี สะบ้าย้อย)

4.2 ผลการศึกษาการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวระหว่างแหล่งท่องเที่ยวชุมชน และแหล่งท่องเที่ยวหลักในพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษเฉพาะกิจจังหวัดชายแดนภาคใต้ทั้ง 4 อำเภอ (อำเภอเทพา จะนะ นาทวี สะบ้าย้อย)

4.3 ผลการศึกษาการพัฒนาสื่อดิจิทัลอินโฟกราฟิกส์ (Infographics) สื่อออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์เส้นท่องเที่ยวที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่พัฒนาพิเศษเฉพาะกิจ จังหวัดชายแดนภาคใต้ทั้ง 4 อำเภอ (อำเภอเทพา จะนะ นาทวี สะบ้าย้อย)

4.1 ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ ข้อที่ 1 ผลการศึกษาจุดแข็ง จุดอ่อนของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวและทรัพยากรทางการท่องเที่ยว ในพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษเฉพาะกิจจังหวัดชายแดนภาคใต้ทั้ง 4 อำเภอ (อำเภอเทพา จะนะ นาทวี สะบ้าย้อย)

ผลการศึกษานี้เป็นการศึกษาของผู้วิจัยในระยะที่ 1 การเก็บรวบรวมข้อมูล เก็บข้อมูล (Collecting Data) ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลจากการการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (In-depth interviews) จากการสัมภาษณ์เชิงลึกโดยกลุ่มเจ้าหน้าที่ภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ ทั้ง 4 อำเภอ อำเภอละ 2 คน (รวมจำนวน 8 คน) โดยใช้แบบสอบถามปลายเปิด ผลจากการวิเคราะห์จะนำไปรวบรวม พร้อมทั้งแยกองค์ประกอบ ในด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวชุมชนทั้ง 4 ด้าน 1) ด้านทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม 2) ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน 3) ด้านการจัดการ และ 4) ด้านการเรียนรู้ เพื่อรวบรวมข้อมูล จุดแข็ง จุดอ่อนของพื้นที่ศักยภาพของพื้นที่และทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่โดยนำมาวิเคราะห์ศักยภาพของพื้นที่และรวบรวมข้อมูลเพื่อเป็นแนวทางในการจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวชุมชน เส้นท่องเที่ยวที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่พัฒนาพิเศษเฉพาะกิจ จังหวัดชายแดนภาคใต้ทั้ง 4 อำเภอ (อำเภอเทพา จะนะ นาทวี สะบ้าย้อย)

ข้อสรุปจากการสัมภาษณ์ ผู้ให้สัมภาษณ์ได้ให้ข้อมูลว่า การสัมภาษณ์กลุ่มเจ้าหน้าที่ภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ ทั้ง 4 อำเภอ อำเภอละ 2 คน (รวมจำนวน 8 คน) ผลจากการวิเคราะห์นำไปรวบรวมจุดและแยกองค์ประกอบ ในด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวชุมชนทั้ง 4 ด้าน ด้านทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน ด้านการจัดการ ด้านการเรียนรู้ เพื่อศึกษาและรวบรวมข้อมูลจุดแข็ง จุดอ่อนของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวและทรัพยากรทางการท่องเที่ยวในพื้นที่ โดยสรุปจุดแข็ง จุดอ่อนของแต่ละอำเภอ ได้แก่

> *“พื้นที่ในอำเภอเทพา เป็นมรกตแหล่งคุณค่าเป็นพื้นที่แห่งการรักษาไว้ด้วยพื้นที่เป็นพื้นที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์มาก ไม่ว่าจะมีทะเล ภูเขา ป่า ความอุดมสมบูรณ์แห่งคุณค่าทางด้านวิถีชีวิตวัฒนธรรมแห่งพหุวัฒนธรรมเสน่ห์ของการอยู่ร่วมกันของไทยพุทธ ไทยมุสลิม ความสมบูรณ์ด้านอาหาร เทพาเรามีอาหารทะเล เทพาเราสงบ น่าอยู่แต่ชาวบ้านยังขาดหน่วยงานที่เอาจริงเอาจังช่วยขับเคลื่อนให้คนได้รู้จัก และนักท่องเที่ยวได้รู้จัก เทพามีดี มาแลตะและที่สำคัญคือเรายังขาดองค์ความรู้ในด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติให้เกิดความยั่งยืน กับความปลอดภัยที่เป็นที่กังวลของนักท่องเที่ยว ควรมีหน่วยงานเสริมด้านการประชาสัมพันธ์เส้นทางท่องเที่ยวชุมชนที่ยังไม่มีผู้พัฒนาส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รับรู้”*

(ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2. 14 พฤษภาคม 2565: สัมภาษณ์)

“พื้นที่ในอำเภอจะนะ เป็นเมืองที่ทุกคนคิดว่าเป็นเมืองทางผ่านที่ใช้เดินทางลงพื้นที่ในจังหวัดชายแดนใต้ เป็นพื้นที่เล็กๆ ที่ใครผ่านไปมาจะเห็นแค่กรงนก แต่ภายในชุมชนแต่ละพื้นที่มีวิถีแห่งชีวิตซ่อนไว้อยู่เพราะจะนะเรา ไม่ได้มีดีแค่กรงนก เรามีวิถีเลที่อนุรักษ์สัตว์น้ำที่ทุ่มเทเพื่ออนุรักษ์และรักษาความอุดมสมบูรณ์ไว้ให้ลูกหลาน เรามีชาวนาที่อนุรักษ์พันธุ์ข้าวลูกปลาบ้านป่าชิงที่ยังคงมีเหลือไม่มากอนุรักษ์ไว้เพื่อลูกหลาน เรามีความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรมากมายที่ทุกคนต้องมาดูด้วยตัวเอง แต่เรายังขาดการประกาศ การประชาสัมพันธ์ให้ทุกคนได้รู้เท่านั้นเอง”

(ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3. 14 พฤษภาคม 2565: สัมภาษณ์)

“พื้นที่ในอำเภอนาทวี เมืองแห่งเขา นาทวีเป็นเมืองมีเสน่ห์มีภูเขาล้อมรอบละเป็นเมืองที่มีดินแดนติดมาเลเซีย ใครหลงเข้ามาต้องมนต์นาทวีทุกราย นาทวีเป็นเมืองที่มีความสมบูรณ์ทั้งเขาทะเลหมอก ชมวิว น้ำตก ป่าอุทยานแห่งชาติ และแฝงด้วยประวัติศาสตร์อุโมงค์เขาน้ำค้างที่พร้อมรองรับนักท่องเที่ยว แต่ติดที่การสัญจรไม่สะดวกต่อนักท่องเที่ยว การสัญจรเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว รถตู้ประจำทางเท่านั้น ควรมีระบบช่องทางสื่อสารกับนักท่องเที่ยวการส่งเสริมประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจากหน่วยงานภาครัฐ ผู้นำชุมชนพัฒนาต่อยอดสินค้าภายในชุมชนเพื่อต่อยอด”

(ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 6. 16 พฤษภาคม 2565: สัมภาษณ์)

“พื้นที่ในอำเภอสะบ้าย้อย เมืองในหุบพูดถึงยะบ้าย้อยทำให้ตาสว่าง เพราะเรามีกาแฟเป็นตัวชูโรง โรบัสต้าสะบ้าย้อยกาแฟพื้นถิ่น กาแฟต้นแรกของโลก สะบ้าย้อยมีความหลากหลายของพื้นที่เป็นเมืองเล็กๆที่อยู่ในหุบความสมบูรณ์ทรัพยากรเต็มเปี่ยม วิถีของชาวบ้านก็เป็นการอยู่รวมกันแบบพึ่งพา ส่วนมากชาวบ้านทำการเกษตรเป็นหลัก และมาสะบ้าย้อยห้ามพลาดพืชเศรษฐกิจ ผลไม้ประจำฤดูกาล มีความเชื่อและวัฒนธรรมที่เด่นชัด การท่องเที่ยวเริ่มเข้ามาในพื้นที่มากขึ้นพร้อมรองรับนักท่องเที่ยวแต่ยังต้องมีกระบวนการระบบจัดการเพื่อให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ระหว่างชาวบ้านกับผู้มาเยือนและเมื่อมีนักท่องเที่ยว มีผู้เข้ามาเยือนแล้วเราต้องตีระหนักถึงการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมเพื่อให้คงอยู่สืบต่อไปสู่รุ่นลูกรุ่นหลาน”

(ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 8. 16 พฤษภาคม 2565: สัมภาษณ์)

จากการวิเคราะห์ข้อมูลจากการผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกโดยกลุ่มเจ้าหน้าที่ภาครัฐ ประกอบด้วย กลุ่มเจ้าหน้าที่ภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ ทั้ง 4 อำเภอ (จำนวน 8 คน) ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลองค์ประกอบการท่องเที่ยวชุมชนทั้ง 4 ด้าน แสดงผลการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อนของแต่ละอำเภอ ดังตารางนี้

ตารางที่ 4 ตารางแสดงผลการการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อนของแต่ละอำเภอ

จุดแข็ง	จุดอ่อน
อำเภอเทพา **ด้านทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม** เป็นชุมชนดั้งเดิมที่มีลักษณะทางภูมิศาสตร์ติดทะเล เช่น บ้านปากบาง บ้านพระพุทธ บ้านปากน้ำเทพา บ้านคลองประดู่ บ้านคลองควาย และบ้านเกาะแลหนัง และมีบางส่วนของตำบลลำไพลติดภูเขา เช่น บ้านควนเจดีย์ อำเภอเทพา จะมีอัตลักษณ์และวัฒนธรรมเป็นพหุวัฒนธรรม ซึ่งมีการอยู่ร่วมกันของคนในชุมชนทั้งชาวไทยพุทธ นับถือศาสนาพุทธ และชาวไทยมุสลิม นับถือศาสนาอิสลาม แต่มีความเป็นอยู่ร่วมกันอย่างสมัครสมานสามัคคีชุมชนมีฐานทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ และชุมชนมีวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะพื้นที่ - แหล่งท่องเที่ยว หาดสะกอม (เกาะขาม, เขาล้อน) หาดสร้อยสวรรค์, ธนาคารปู หัวเขื่อนปากน้ำเทพา, อุโมงค์ป่าโกงกางบ้านคลองควาย,พระสามองค์,น้ำตกเขาสูง,ควนเจดีย์,อุโมงค์โกงกาง, ศูนย์เรียนรู้โลกบ้านฉัน@ควนหมาก,สวนสมุนไพรลุงฟื้น,บ้านสวนพ่อ **ด้านการมีส่วนร่วมในชุมชน** ชุมชนในอำเภอเทพามีระบบภายในสังคมที่เข้าใจกัน มีผู้มีความรู้ และมีทักษะในเรื่องต่างๆ ที่หลากหลายแตกต่างกันไปตามแต่ละพื้นที่ เช่น ชาวไทยมุสลิมจะมีความรู้ในการใช้วิถีประมง ชุมชนรู้สึกเป็นเจ้าของ	**ด้านทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม** ฐานทรัพยากรธรรมชาติมีความอุดมสมบูรณ์แต่ยังขาดองค์ความรู้ในด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติให้เกิดความยั่งยืน ชุมชนมีวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นแต่ยังขาดช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่ ต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดการรับรู้ **ด้านการมีส่วนร่วมในชุมชน** ชุมชนในพื้นที่อำเภอเทพายังขาดกฎระเบียบร่วมกันที่ชัดเจน **ด้านการจัดการ** เป็นพื้นที่สีชมพู ทำให้นักท่องเที่ยวไม่มั่นใจในด้านความปลอดภัยขาดช่องทางการประชาสัมพันธ์เส้นทางท่องเที่ยวยังไม่มีผู้พัฒนาและไม่มีการพัฒนาสื่อดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รับรู้ ชุมชนขาดองค์ความรู้และการสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการพัฒนาชุมชนโดยรวมและการกระจายผลประโยชน์ยังเกิดได้ในภาพของกลุ่มยังไม่มีการกระจายรายได้ให้ครอบคลุม

ตารางที่ 4 ตารางแสดงผลการการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อนของแต่ละอำเภอ (ต่อ)

จุดแข็ง	จุดอ่อน
และเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนาพร้อมทั้งมีกลุ่มผู้แทนในด้านการบริหารจัดการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ของตน **ด้านการจัดการ** ในพื้นที่มีองค์กรในการขับเคลื่อนการทำงานเพื่อจัดการการท่องเที่ยว และสามารถสร้างกลุ่มเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวมีการกระจายผลประโยชน์ในกลุ่มของผู้ดำเนินการ **ด้านการเรียนรู้** มีการจัดการท่องเที่ยวในรูปแบบของการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวเกิดกิจกรรมการเรียนรู้ตามวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของคนในชุมชน	**ด้านการเรียนรู้** ขาดกระบวนการระบบจัดการเพื่อให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ระหว่างชาวบ้านกับผู้มาเยือนและกระบวนการสร้างองค์ความรู้ในเรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมทั้งชาวบ้านเองและผู้มาเยือน
อำเภอจะนะ **ด้านทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม** เป็นชุมชนที่มีลักษณะทางภูมิศาสตร์ติดภูเขา และทะเล จะมีอัตลักษณ์และวัฒนธรรมเป็นพหุวัฒนธรรม แต่มีความเป็นอยู่ร่วมกันอย่างสมัครสมานสามัคคี ชุมชนมีวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะพื้นที่ - แหล่งท่องเที่ยว ลิวงค์ สวิสเซอร์แลนด์จะนะ,หาดสะกอม จะนะ,วัดขวด,พิพิธภัณฑ์ข้าวพื้นถิ่นภาคใต้, เขตห้ามล่าเขาเหรง, น้ำตกบ่อเต่า, ล่องแพ คลองนาทับ **ด้านการมีส่วนร่วมในชุมชน** ชุมชนในอำเภอจะนะ มีระบบภายในสังคมที่เข้าใจกัน มีผู้มีความรู้ และมีทักษะในเรื่องต่างๆที่ หลากหลายแตกต่างกันไปตามแต่ละพื้นที่ เช่น มีองค์ความรู้ในวิถีเล ชาวประมง มีปราชญ์ชาวบ้านกรงนก	**ด้านทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม** ฐานทรัพยากรธรรมชาติมีความอุดมสมบูรณ์แต่ยังขาดองค์ความรู้ในด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติให้เกิดความยั่งยืน ชุมชนมีวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นแต่ยังขาดช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่ต่อเนื่องเพื่อให้เกิดการรับรู้ **ด้านการมีส่วนร่วมในชุมชน** ชุมชนในพื้นที่อำเภอจะนะยังขาดกฎระเบียบในการจัดการระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม **ด้านการจัดการ** - เป็นพื้นที่สีชมพู ทำให้นักท่องเที่ยวไม่มั่นใจในด้านความปลอดภัยขาดช่องทางในการประชาสัมพันธ์ประชาสัมพันธ์เส้นทางท่องเที่ยวยังไม่มีผู้พัฒนาและขาดสื่อดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รับรู้

ตารางที่ 4 ตารางแสดงผลการการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อนของแต่ละอำเภอ (ต่อ)

จุดแข็ง	จุดอ่อน
งานหัตถศิลป์ หัตถกรรมและเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนาพร้อมทั้งมีกลุ่มผู้แทนในด้านการบริหารจัดการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ **ด้านการจัดการ** ในพื้นที่มีกลุ่มขับเคลื่อนในการทำงานเพื่อบริหารจัดการการท่องเที่ยวในชุมชน และสามารถสร้างกลุ่มเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวมีการกระจายผลประโยชน์ในกลุ่มของผู้ดำเนินการ **ด้านการเรียนรู้** มีการจัดการท่องเที่ยวในรูปแบบของการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวเกิดกิจกรรมการเรียนรู้ตามวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของคนในชุมชน อาหารพื้นถิ่น ข้าวพื้นถิ่นและวัฒนธรรมที่แตกต่าง	ขาดองค์ความรู้และการสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการพัฒนาชุมชนโดยรวมและการกระจายผลประโยชน์ยังเกิดได้ในภาพของกลุ่มยังไม่มีการกระจายรายได้ให้ครอบคลุม **ด้านการเรียนรู้** ขาดกระบวนการระบบจัดการเพื่อให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ระหว่างชาวบ้านกับผู้มาเยือน
อำเภอนาทวี **ด้านทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม** เป็นชุมชนที่มีลักษณะทางภูมิศาสตร์ติดภูเขา และมีด่านประกอบที่เป็นเขตติดมาเลเซียโดยพื้นที่มีอัตลักษณ์และวัฒนธรรมเป็นพหุวัฒนธรรม ซึ่งมีการอยู่ร่วมกันของ ชาวไทยพุทธ นับถือศาสนาพุทธ และชาวไทยมุสลิม นับถือศาสนาอิสลาม แต่มีความเป็นอยู่ร่วมกันอย่างสมัครสมานสามัคคี ชุมชนมีวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะพื้นที่ - ด้านแหล่งท่องเที่ยว ควนหรนฮิลล์,อุโมงค์ประวัติศาสตร์เขาน้ำค้าง,หลวงปู่ทวดด่านประกอบอุทยานแห่งชาติเขาน้ำค้าง,บ่อน้ำร้อนบ้านโครง	**ด้านทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม** ฐานทรัพยากรธรรมชาติมีความอุดมสมบูรณ์แต่ยังขาดองค์ความรู้ในด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติให้เกิดความยั่งยืนชุมชนมีวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นแต่ยังขาดช่องทางในการประชาสัมพันธ์เพื่อให้เกิดการรับรู้ **ด้านการมีส่วนร่วมในชุมชน** ชุมชนในพื้นที่อำเภอนาทวียังขาดกฎระเบียบในการจัดการสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม และการท่องเที่ยว

ตารางที่ 4 ตารางแสดงผลการการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อนของแต่ละอำเภอ (ต่อ)

จุดแข็ง	จุดอ่อน
ด้านการมีส่วนร่วมในชุมชน ชุมชนในอำเภอนาทวี มีระบบภายในสังคมที่เข้าใจกัน มีผู้มีความรู้ และมีทักษะในเรื่องต่างๆ ที่ หลากหลายแตกต่างกันไปตามแต่ละพื้นที่ เช่น มีองค์ความรู้ในด้านป่า สมุนไพร พืชเศรษฐกิจ งานหัตถศิลป์ หัตถกรรม มีพื้นที่อุทยานเขาน้ำค้างที่เรียนรู้ด้านป่า ช่วยเหลือชุมชนในด้านอาชีพ สร้างรายได้ เป็นที่พักผ่อน และเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนา พร้อมทั้งมีกลุ่มผู้แทนในด้านการบริหารจัดการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ **ด้านการจัดการ** ในพื้นที่มีองค์กรในการขับเคลื่อนการทำงานเพื่อจัดการการท่องเที่ยว **ด้านการเรียนรู้** มีการจัดการท่องเที่ยวในลักษณะของกิจกรรมการท่องเที่ยวสามารถสร้างการรับรู้	**ด้านการจัดการ** เป็นพื้นที่สีชมพู ทำให้นักท่องเที่ยวไม่มั่นใจในด้านความปลอดภัยขาดช่องทางในการประชาสัมพันธ์แส้นทางท่องเที่ยวยังไม่มีผู้พัฒนาและขาดการพัฒนาสื่อดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รับรู้ ขาดองค์ความรู้และการสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการพัฒนาชุมชนโดยรวมการกระจายผลประโยชน์ยังเกิดได้ในภาพของกลุ่มยังไม่มีการกระจายรายได้ให้ครอบคลุมและขาดกองทุนที่ในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชุมชน **ด้านการเรียนรู้** ขาดกระบวนการระบบจัดการเพื่อให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ระหว่างชาวบ้านกับผู้มาเยือน ขาดกระบวนการในการสร้างองค์ความรู้ในเรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม ทั้งชาวบ้านเองและผู้มาเยือน
อำเภอสะบ้าย้อย **ด้านทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม** เป็นชุมชนที่มีลักษณะทางภูมิศาสตร์ติดภูเขา และป่ามีชุมชนบ้านบาโหยจะอยู่ติดอุทยานแห่งชาติสันกาลาคีรี ซึ่งเป็นต้นน้ำเทพา จะมีอัตลักษณ์และวัฒนธรรมเป็นพหุวัฒนธรรม ซึ่งมีการอยู่ร่วมกันของ ชาวไทยพุทธ นับถือศาสนาพุทธ และชาวไทยมุสลิม นับถือศาสนาอิสลาม แต่มีความเป็นอยู่ร่วมกันอย่างสมัครสมานสามัคคีชุมชนมีฐานทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ และชุมชนมีวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะพื้นที่	**ด้านทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม** ชุมชนมีวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นแต่ขาดช่องทางในการประชาสัมพันธ์เพื่อให้เกิดการรับรู้ **ด้านการมีส่วนร่วมในชุมชน** ชุมชนในพื้นที่อำเภอสะบ้าย้อยยังขาดกฎระเบียบในการจัดการสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรมและการท่องเที่ยวขาดกลุ่มผู้แทนในด้านการบริหารจัดการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่

ตารางที่ 4 ตารางแสดงผลการการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อนของแต่ละอำเภอ (ต่อ)

จุดแข็ง	จุดอ่อน
- แหล่งท่องเที่ยว โรงคั่วกาแฟบ้านโหนด, โรงคั่วกาแฟบ้านโหนดน้ำตกเวฬุวัน(พระไม้ไผ่), วัดถ้ำตลอดเวฬุวัน (พระไม้ไผ่), วัดถ้ำตลอด, บ่อน้ำร้อนเขาแดง อุทยานแห่งชาติสันกาลาคีรี, ชุมชนท่องเที่ยวต้นน้ำเทพาบ้านบาโหย **ด้านการมีส่วนร่วมในชุมชน** ชุมชนในอำเภอสะบ้าย้อยมีระบบภายในสังคมที่เข้าใจกัน มีผู้มีความรู้ และมีทักษะในเรื่องต่างๆที่หลากหลายแตกต่างกันไปตามแต่ละพื้นที่ เช่น มีองค์ความรู้ในการปลูกกาแฟ ตั้งแต่ต้นน้ำสู่ปลายน้ำ ชุมชนรู้สึกเป็นเจ้าของ และเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนาพร้อมทั้งมีกลุ่มผู้แทนในด้านการบริหารจัดการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ **ด้านการจัดการ** ในพื้นที่มีเริ่มการขับเคลื่อนการทำงานเพื่อจัดการการท่องเที่ยว และสามารถสร้างกลุ่มเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวมีการกระจายผลประโยชน์ในกลุ่มของผู้ดำเนินการ **ด้านการเรียนรู้** มีการจัดการท่องเที่ยวในรูปแบบของการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวเกิดกิจกรรมการเรียนรู้ตามวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของคนในชุมชน อาหารพื้นบ้าน กาแฟพื้นถิ่นและวัฒนธรรมที่แตกต่าง	**ด้านการจัดการ** เป็นพื้นที่สีชมพู ทำให้นักท่องเที่ยวไม่มั่นใจในด้านความปลอดภัยขาดช่องทางในการประชาสัมพันธ์แส้นทางท่องเที่ยวยังไม่มีผู้พัฒนาและขาดสื่อดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รับรู้ ขาดองค์ความรู้และการสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการพัฒนาชุมชนโดยรวม การกระจายผลประโยชน์ยังเกิดได้ในภาพของกลุ่มยังไม่มีการกระจายรายได้ให้ครอบคลุมและขาดกองทุนที่ในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชุมชน **ด้านการเรียนรู้** ขาดกระบวนการระบบจัดการเพื่อให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ระหว่างชาวบ้านกับผู้มาเยือน

4.2 ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ ข้อที่ 2 ผลการศึกษาการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวระหว่างแหล่งท่องเที่ยวชุมชน และแหล่งท่องเที่ยวหลักในพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษเฉพาะกิจจังหวัดชายแดนภาคใต้ทั้ง 4 อำเภอ (อำเภอเทพา จะนะ นาทวี สะบ้าย้อย)

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analysis) เป็นขั้นตอนในการศึกษารวบรวมเก็บข้อมูลในการการสำรวจภาคสนามในการเก็บข้อมูลในระยะที่ 2 มาวิเคราะห์ร่วมกับเอกสารที่เกี่ยวข้องของการเก็บข้อมูลในระยะที่ 1 นำมาสังเคราะห์ข้อมูลร่วมกัน โดยผู้วิจัยได้นำเทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูลและการจำแนกชนิดจัดองค์ประกอบของข้อมูลตามประเภทขององค์ประกอบกลุ่มคำสำคัญเพื่อดูความสัมพันธ์ของชุดข้อมูล แล้วนำมาสรุปผล จัดผังความคิด เพื่อใช้สำหรับการออกแบบสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย 1) สื่อแผ่นพับแผนที่อินโฟกราฟิก 2) เพจ FACEBOOK 3) สื่อวีดีโอประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว และ 4) QR CODE ในการเชื่อมต่อแผนที่เพื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์

สรุปผลข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มตัวแทนชุมชนผู้ให้ข้อมูลหลักประจำแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั้ง 4 อำเภอ ใช้วิธีการสนทนากลุ่ม (Focus Group) และการสัมภาษณ์ ร่วมกับตัวแทนคนในชุมชนผู้ให้ข้อมูลหลักประจำแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ร่วมวาดแผนที่ท่องเที่ยวชุมชนวาดแผนที่เส้นทางท่องเที่ยวและได้สัมภาษณ์ความต้องการสื่อที่ต้องการจะพัฒนา ทั้งนี้เพื่อให้ได้ที่มาของข้อมูลที่เกิดมาจากคนในพื้นที่คนในชุมชนอย่างแท้จริง โดยแบ่งออกเป็นอำเภอละ 10 คน ประกอบด้วย 1) หน่วยงานภาครัฐ จำนวน 8 คน 2) ตัวแทนคณะกรรมการการจัดการท่องเที่ยว จำนวน 20 คน และ 3) ตัวแทนผู้นำในพื้นที่ (ผู้ใหญ่บ้าน หรือผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน) จำนวน 4 คน 4) ตัวแทนชาวบ้านในชุมชน (ที่อยู่ในพื้นที่ไม่น้อยกว่า 10 ปี) จำนวน 8 คน รวมจำนวน 40 คน โดยวิธีการแบบเจาะจง กับกลุ่มตัวแทนชุมชนในพื้นที่ข้อคำถามจะอยู่ในรูปแบบคำถามปลายเปิด (Open Ended Question) ภายใต้ 11 ประเด็นหลัก ประกอบด้วย 1) ด้านประวัติความเป็นมาของชุมชน 2) ด้านความเชื่อ ศาสนา 3) ด้านการจัดการท่องเที่ยวในชุมชน 4) สถานที่ท่องเที่ยวของในชุมชน สถานที่ใดมีความพร้อมรองรับนักท่องเที่ยว 5) ด้านความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวใน 3 ด้าน คือ ด้านวิถีการท่องเที่ยว ด้านวิถีเกษตร ด้านวิถีชีวิตชุมชนประเพณีและวัฒนธรรมที่ 6) จุดแข็งด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนในชุมชน 7) จุดอ่อนด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนในชุมชน 8.) ด้านการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในชุมชน 9) ด้านประโยชน์ที่ได้รับจากการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว 10) ด้านสื่อมีประสิทธิภาพในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในชุมชน 11) ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ซึ่งผลสรุปตาม 11 ประเด็นหลัก ดังรายละเอียด ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 5 ผลการสรุปการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ อำเภอเทพา

กลุ่มผู้ให้ข้อมูล	หัวข้อคำถาม	ผลสรุปข้อมูลการสัมภาษณ์
ตัวแทนชุมชนผู้ให้ข้อมูลหลักประจำแหล่งท่องเที่ยวอำเภอเทพา จำนวน 10 คน	1. ประวัติความเป็นมา	- เป็นอำเภอที่มีการแบ่งเขตของพื้นที่ออกเป็น 3 เขตหลัก คือ เขตพื้นที่ราบสูง มีเนินลักษณะเป็นเนินเขาพื้นที่ในบริเวณนี้จะเป็นพื้นที่ป่าไม้มีการเพาะปลูก โดยส่วนใหญ่ปลูกยางพาราและสวนผลไม้ประจำฤดูกาล เขตพื้นที่ราบ โดยส่วนใหญ่จะมีการปลูกผักพื้นถิ่น ไม้ผลต่างๆ พืชยืนต้น และเขตที่ราบชายฝั่ง โดยส่วนใหญ่จะมีการปลูกมะพร้าว การทำการประมงพื้นบ้าน อำเภอเทพามีแม่น้ำ คือ คลองเทพา โดยมีต้นกำเนิดต้นน้ำมาจากเขาตีโต๊ก ในเทือกเขาสันกาลาคีรี
	2. ความเชื่อ ศาสนา	- ประชากรส่วนใหญ่เป็นชาวมุสลิม นับถือศาสนาอิสลาม และมีบางส่วนเป็นชาวไทยพุทธ นับถือศาสนาพุทธ มีความเชื้อโบราณตามบริบทพื้นที่ตนเอง เช่น ชาวประมงจะมีวิถีและความเชื้อเกี่ยวกับทะเล ชาวบ้านที่อยู่ในพื้นที่ราบ เขตป่าจะมีความเชื้อเรื่องทวดหยัง ป่าเขา วิถีเขา
	3. การจัดการท่องเที่ยวชุมชนภายในอำเภอ	- มีการจัดตั้งกลุ่มที่มีการรวมตัวของประชาชนในพื้นที่
	4. สถานที่ท่องเที่ยวของอำเภอเทพา ที่มีพร้อมรองรับนักท่องเที่ยว	- เจดีย์เขาล้อน - เกาะขาม - พระสามองค์ - ธนาคารปู หัวเขื่อน - ป่าโกงกางคลองควาย - สวนสมุนไพรลุงชื้นบ้านโคกกอ - บ้านสวนพ่อบ้านโคกกอ - ควนเจดีย์ - กลุ่มโลกบ้านฉัน@ควนหมาก

ตารางที่ 5 ผลการสรุปการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ อำเภอเทพา (ต่อ)

กลุ่มผู้ให้ข้อมูล	หัวข้อคำถาม	ผลสรุปข้อมูลการสัมภาษณ์
	5. ความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวใน 3 ด้าน 5.1 ด้านวิถีการท่องเที่ยว 5.2 ด้านวิถีเกษตร 5.3 ด้านวิถีชีวิตชุมชน ประเพณีและวัฒนธรรม	- ด้านการท่องเที่ยว มีความพร้อมรองรับนักท่องเที่ยวโดยแหล่งท่องเที่ยวจะเป็นทะเลภูเขา - ด้านเกษตรจะเป็นเกษตรที่ยึดหลักเศรษฐกิจพอเพียง -การเรียนรู้วิถีประมง วิถีเลและการเรียนรู้การอยู่ร่วมกันในสังคมพหุวัฒนธรรม
	6. จุดแข็งการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน	- มีหน่วยงานภาครัฐให้การสนับสนุนเตรียมความพร้อมในทุกๆด้าน
	7. จุดอ่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน	- การทำเกี่ยวกับการท่องเที่ยวชุมชนกลุ่มยังขาดความรู้พื้นที่ที่นักท่องเที่ยวมองว่าอันตรายไม่มีความรู้การประชาสัมพันธ์และการใช้เครื่องมือเทคโนโลยี
	8. การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว	- ขาดช่องทางในการประชาสัมพันธ์และมีการประชาสัมพันธ์ไม่ต่อเนื่อง
	9. การนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์การ ท่องเที่ยวมีประโยชน์มากน้อยเพียงใด	- มีประโยชน์มากเพราะจะทำให้นักท่องเที่ยวสามารถรับรู้ผ่านช่องทางต่างๆ ได้

ตารางที่ 5 ผลการสรุปการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ อำเภอเทพา (ต่อ)

กลุ่มผู้ให้ข้อมูล	หัวข้อคำถาม	ผลสรุปข้อมูลการสัมภาษณ์
	10. สื่อลักษณะใดที่มีประสิทธิภาพในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว	- เฟสบุ๊ค - แผ่นพับการท่องเที่ยว - แผนที่การท่องเที่ยว - ยูทูป - วิทยุ - โทรทัศน์ - หนังสือ
	11. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม	- อยากให้หน่วยงานภาครัฐลงมาทำการท่องเที่ยวแบบจริงจังและให้ความรู้กับกลุ่มเพื่อนำไปพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวชุมชนอำเภอเทพา

จากการสัมภาษณ์ ผู้ให้สัมภาษณ์จากกลุ่มตัวแทนชุมชนผู้ให้ข้อมูลหลักประจำแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน อำเภอเทพาได้ให้ข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มตัวแทนชุมชนผู้ให้ข้อมูลหลักประจำแหล่งท่องเที่ยว จำนวน 10 คน เพื่อดูความเกี่ยวข้อง ความสัมพันธ์กันของชุดข้อมูลระหว่างแหล่งข้อมูลแล้วนำมาสรุปผล จัดผังความคิด เพื่อใช้สำหรับการออกแบบสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์ ดังบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

> *“ตัวแทนชุมชนผู้ให้ข้อมูลหลักประจำแหล่งท่องเที่ยวอำเภอเทพา กล่าวว่า แหล่งท่องเที่ยวของชุมชนมีเยอะมากเพราะบ้านเรามีทั้ง เขาและทะเลบริบทพื้นที่ก็ดีมากด้วยติดถนนไปไหนสะดวกแต่คนไม่กล้ามาเที่ยวเพราะเราติดพื้นที่สีแดงทั้งๆ ที่ไม่มีเหตุการณ์แต่ทำให้คนขาดความเชื่อมั่นรวมไปถึงหน่วยงานต่างๆไม่มีการประชาสัมพันธ์ บอกกล่าวใคนภายนอกได้รู้บ้างว่าบ้านเรามีดี อยากให้ทุกคนได้มาเที่ยว แลทะเลหาดสะกอม ปล่อยปูหัวเขื่อนปากน้ำเทพา รอดซุ้มอุโมงค์โกงกาง เก็บผักปลอดสารที่สวนพ่อ แล้วจะหลงรักบ้านเรา”*
>
> (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2. 27 มีนาคม 2565: สัมภาษณ์)

ข้อมูลทั่วไปของชุมชนอำเภอเทพา

อำเภอเทพา เป็นอำเภอที่มีการแบ่งเขตของพื้นที่ออกเป็น 3 เขตหลัก คือ เขตพื้นที่ราบสูง มีเนินลักษณะเป็นเนินเขาพื้นที่ในบริเวณนี้จะเป็นพื้นที่ป่าไม้มีการเพาะปลูก โดยส่วนใหญ่ปลูก

ยางพาราและสวนผลไม้ประจำฤดูกาล เขตพื้นที่ราบ โดยส่วนใหญ่จะมีการปลูกผักพื้นถิ่น ไม้ผลต่างๆ พืชยืนต้น และเขตที่ราบชายฝั่ง โดยส่วนใหญ่จะมีการปลูกมะพร้าว การทำการประมงพื้นบ้าน อำเภอเทพามีแม่น้ำ คือ คลองเทพา โดยมีต้นกำเนิดต้นน้ำมาจากเขาตีโต๊ก ในเทือกเขาสันกาลาคีรี

อาณาเขตอำเภอเทพา มีอาณาเขตติดต่อกับเขตการปกครองข้างเคียงดังต่อไปนี้ ทิศเหนือ อาณาเขตติดกับอ่าวไทย ทิศตะวันออก อาณาเขตติดกับอำเภอหนองจิกและอำเภอโคกโพธิ์ ทิศใต้ อาณาเขตติดกับอำเภอสะบ้าย้อย ทิศตะวันตก อาณาเขตติดกับอำเภอนาทวีและอำเภอจะนะ

สภาพภูมิอากาศ ในพื้นที่อำเภอเทพาภูมิอากาศโดยรวมจะมีภูมิอากาศแบบร้อนชื้น จะมีฝนตกหนักและบ่อยเป็นตามฤดูกาล แต่สภาพอากาศโดยรวมจะไม่ร้อนจัดเพราะมีอิทธิพลของลมทะเล อำเภอเทพาจะมีฤดูกาลอยู่ 2 ฤดูกาล คือ 1.) ช่วงฤดูฝน จะอยู่ในช่วงเดือนกันยายน ถึง เดือนมกราคม และ 2.) ฤดูร้อน จะอยู่ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ ถึงเดือน สิงหาคม

การคมนาคม เดินทางได้ทางรถยนต์ส่วนตัว/รถประจำทาง/รถไฟ

แหล่งท่องเที่ยว หาดสะกอม ธนาคารปูหัวเขื่อนปากน้ำเทพา อุโมงค์ป่าโกงกางบ้านคลองควาย ศูนย์เรียนรู้สมุนไพรชุมชนลุงฟื้น บ้านสวนพ่อ(บ้านท่าม่วง) ควนเจดีย์ ศูนย์เรียนรู้โลกบ้านฉัน @ควนหมาก

ตารางที่ 6 พิกัด GPS แหล่งท่องเที่ยวในอำเภอเทพา

แหล่งท่องเที่ยวในอำเภอเทพา	พิกัด GPS
หาดสะกอม	
ธนาคารปูหัวเขื่อนปากน้ำเทพา	
อุโมงค์โกงกางบ้านคลองควาย	

ตารางที่ 6 พิกัด GPS แหล่งท่องเที่ยวในอำเภอเทพา (ต่อ)

แหล่งท่องเที่ยวในอำเภอเทพา	พิกัด GPS
ศูนย์เรียนรู้สมุนไพรชุมชนลุงฟื้น	
บ้านสวนพ่อ Baan-Suan-Por	
ควนเจดีย์	
ศูนย์เรียนรู้โลกบ้านฉัน @ควนหมาก	

ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนอำเภอเทพา

“แลเลหาดสะกอม ปล่อยปูหัวเขื่อนปากน้ำเทพา รอดซุ้มอุโมงค์โกงกาง เก็บผักปลอดสารที่สวนพ่อ”

ภาพที่ 6 หาดสะกอม
ที่มา: โดยนักวิจัย ถ่ายภาพเมื่อ 14 มีนาคม 2565

หาดสะกอม ตั้งอยู่ที่หมู่ที่ 1 บ้านปากบางสะกอมโดยมีชายหาดทอดยาวไปถึงหมู่ที่ 8 บ้านเขาน้อย โดยจะเรียกตามภาษาท้องถิ่นของชาวท้องถิ่นว่า เป็นอ่าวโหละม่วง แต่ภายหลังได้เรียกชื่อชายหาดที่ทอดยาวนี้ว่า หาดปากบางสะกอม หรืออีกชื่อที่ชาวบ้านเรียกกัน คือ หาดสะกอม จะมีเอกลักษณ์ของชายหาดเป็นชายหาดที่มีทรายขาวและน้ำทะเลจะสีฟ้าครามตัดกับทรายที่ขาวละเอียดมีทิวทัศน์ด้านหลังเป็นภูเขา ด้านหน้าจะมีเกาะขามเป็นเกาะเล็กๆ กลางทะเลออกเดินทางได้ด้วยเรือประมงชาวบ้านใช้เวลาเดินทาง 15 นาที ที่เกาะขามจะมีกิจกรรมดำน้ำตื้น กิจกรรมหลักที่หาดสะกอม จะมีเรือคายัก ร้านอาหารทะเล และชมบรรยากาศเจดีย์เขาล้อน

ภาพที่ 7 ควนเจดีย์
ที่มา: โดยนักวิจัย ถ่ายภาพเมื่อ 14 มีนาคม 2565

ควนเจดีย์ ตั้งอยู่ที่บ้านควนเจดีย์ หมู่ที่ 6 ตำบลลำไพล บ้านควนเจดีย์ มีคำขวัญประจำท้องถิ่นว่า“นอนหนำกินกาแฟ แลเลหมอกควนเจดีย์" ที่บ้านควนเจดีย์จะเป็นการอยู่ร่วมกันแบบพหุวัฒนธรรมเป็นการอยู่ร่วมกันระหว่างชาวไทยพุทธ กับชาวไทยอิสลาม ที่มาของควนเจดีย์เป็นความเชื่อที่ชุมชนเล่ามาเป็นว่าทวดควนเจดีย์เป็นทวดงู มีการเข้าทรงส่วนในด้านการอธิษฐานเป็นที่เชื่อกันว่าสามารถมาขอลาภ ด้วยการบนปากเปล่าเพื่อขอพรในเรื่องเกี่ยวกับหน้าที่การงาน ควนเจดีย์จะมีลักษณะเป็นเจดีย์สีทอง ปัจจุบันมีสกายวอล์คไว้ เพื่อชมบรรยากาศ 360 องศา ถ้ามาในช่วงฤดูฝนอากาศชื้นจะเห็นทะเลหมอกปกคลุมพื้นที่รอบๆ และบนควนจะมีร้านกาแฟของคนในชุมชน ไว้รองรับนักท่องเที่ยวผู้มาเยือน เมื่อลงมาถึงด้านล่างจะมีตลาดนัดสีเขียวของชาวบ้านมีไว้เพื่อจัดจำหน่ายสินค้าชุมชน

ภาพที่ 8 ศูนย์เรียนรู้โลกบ้านฉัน @ควนหมาก
ที่มา: โดยนักวิจัย ถ่ายภาพเมื่อ 14 มีนาคม 2565

โลกบ้านฉัน@ควนหมากกาบหมาก ณ หน้าในหุบ ศูนย์เรียนรู้ที่เริ่มต้นจาก “คน+คน คน + ธรรมชาติ, คน + เหนือธรรมชาติ "จากวัสดุไร้ค่าฟื้นคืนค่านำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ มาที่นี่รักโลกแน่นอนที่ศูนย์มีการจัดกระบวนการเรียนรู้ด้วยศาสตร์ภูมิปัญญาวิชาท้องถิ่นมาที่นี้จะได้เรียนรู้ "รายวิชาลูกควน" "รายวิชาปลูกหน้า "รับประกันความสนุกที่นี่มีหลักสูตรเฉพาะกลุ่มจาก หลักเกณฑ์สามเหลี่ยมแห่งคุณค่า พื้นที่แห่งรักโลกบ้านฉัน ควนหมาก

ภาพที่ 9 ธนาคารปูม้า
ที่มา: โดยนักวิจัย ถ่ายภาพเมื่อ 14 มีนาคม 2565

ธนาคารปูม้า เป็นสถานที่ ที่ชาวประมงพื้นบ้านที่อยู่ในพื้นที่บ้านหัวเขื่อน ปากน้ำเทพา ตำบลปากบาง อำเภอเทพา จังหวัดสงขลา รวมตัวเพื่อจัดตั้งกลุ่ม ธนาคารปูม้าร่วมกับวิทยาลัยชุมชนสงขลาและเครือข่ายหน่วยงานภาครัฐ โดยมีวัตถุประสงค์ที่วางไว้ร่วมกันเพื่อเป็นสถานที่ในการรวบรวมแม่พันธุ์ปูม้าที่ไข่นอกกระดองที่ชาวประมงจับได้มาอนุบาลเพื่อนำลูกปูไปปล่อยอีกครั้งเพื่อเพิ่มความอุดมสมบูรณ์ให้กับท้องทะเลเทพาเพื่อเพิ่มจำนวนปูม้า และขยายพันธุ์ปูม้า

ภาพที่ 10 ศูนย์เรียนรู้สมุนไพรชุมชนลุงฟื้น
ที่มา: โดยนักวิจัย ถ่ายภาพเมื่อ 14 มีนาคม 2565

ศูนย์เรียนรู้สมุนไพรชุมชนสวนแห่งคุณค่าโดยผู้เริ่มต้นในการดำเนินการ คือ นายฟื้น แก้วสมศรี และเป็นผู้ดูแลสวน ศูนย์เรียนรู้สมุนไพรชุมชนบ้านโคกกอ ศูนย์ปราชญ์ชาวบ้าน ตั้งอยู่หมู่ที่ 11 ตำบลท่าม่วงนอกจากเป็นแหล่งเรียนรู้เรื่องสมุนไพรแล้วยังเป็นกลุ่มส่งเสริมอาชีพผลิตปุ๋ยอินทรีย์ ชีวภาพ บ้านนิคมเทพาในสวนแหล่งเรียนรู้จะเป็นการปลูกไม้เพื่อเป็นร่มเงาและมีพืชที่ปลูกร่วมเพื่อใช้เป็นตัวยาสมุนไพร และยังเป็นตลาดสีเขียวของชุมชนเป็นแหล่งกิจกรรมสันทนาการของชุมชนบ้านโคกกอ และบ้านนา

ภาพที่ 11 บ้านสวนพ่อ Baan-Suan-Por
ที่มา: โดยนักวิจัย ถ่ายภาพเมื่อ 14 มีนาคม 2565

บ้านสวนพ่อ Baan-Suan-Por จิบกาแฟ แลผัก พักเต็นท์ ร้านกาแฟเล็กๆ กับพิซซ่าเตาถ่านในแบบฉบับไม่เหมือนใคร ที่สร้างวิถีชีวิตท่ามกลางสวนผักและผลไม้ ภายใต้บริบทคนกล้าคืนถิ่น เชิญให้มานั่งสบายๆ จิบกาแฟ แลผักพืชพรรณ สนทนาในวิถีการพึ่งคน แล้วพักผ่อนกางเต็นท์ ทำอาหารรับประทานด้วยตัวเอง

ภาพที่ 12 อุโมงค์โกงกาง
ที่มา: โดยนักวิจัย ถ่ายภาพเมื่อ 14 มีนาคม 2565

อุโมงค์โกงกาง ตั้งอยู่ในพื้นที่ของบ้านคลองควาย ตำบลปากบาง อำเภอเทพา จังหวัดสงขลา เป็นกลุ่มชาวบ้านที่ร่วมกับกลุ่มอนุรักษ์ลุ่มแม่น้ำและป่าชายเลนร่วมกันดูแลและดำเนินกิจกรรมอุโมงค์ป่าโกงกางบ้านคลองควาย มีกิจกรรมของชุมชน คือ การให้ความรู้เรื่องระบบนิเวศทางทะเลและชายฝั่ง การดูแลสิ่งมีชีวิตทั้งพืช สัตว์ มีกิจกรรมชมแพลงก์ตอนเรืองแสงที่อาศัยอยู่ในทะเล มีกิจกรรมในการชมสันหลังมังกร ชมปะการังเทียม ชมแนวลดแรงคลื่น อุโมงค์ป่าโกงกางมีความยาวประมาณ 500 เมตร มีความสมบูรณ์ทางธรรมชาติ มีเส้นทางเชื่อมระหว่างคลองควายกับคอลงตูหยง เป็นแหล่งเรียนรู้ทรัพยากรและระบบนิเวศทางทะเล

จากการสรุปผลการวิเคราะห์การการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มตัวแทนชุมชนผู้ให้ข้อมูลหลักประจำแหล่งท่องเที่ยวชุมชนอำเภอเทพา ใช้วิธีการสนทนากลุ่ม (Focus Group) การสัมภาษณ์ และวาดแผนที่ท่องเที่ยว ร่วมกับตัวแทนคนในชุมชนผู้ให้ข้อมูลหลักประจำแหล่งท่องเที่ยวชุมชน จำนวน 10 คน ประกอบด้วย 1) หน่วยงานภาครัฐ จำนวน 2 คน 2) ตัวแทนคณะกรรมการการจัดการท่องเที่ยว จำนวน 5 คน และ 3) ตัวแทนผู้นำในพื้นที่ (ผู้ใหญ่บ้าน หรือผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน) จำนวน 1 คน 4) ตัวแทนชาวบ้านในชุมชน (ที่อยู่ในพื้นที่ไม่น้อยกว่า 10 ปี) จำนวน 2 คน รวมจำนวน 10 คน โดยวิธีการแบบเจาะจง ได้นำข้อมูลที่ได้มาจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวชุมชน พบว่า อำเภอเทพามีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว เที่ยวได้ครบ 7 สถานที่ใน ชุมชนมีความพร้อมรองรับนักท่องเที่ยว พร้อมทั้งมีกิจกรรมต้อนรับนักท่องเที่ยว คือ 1) หาดสะกอม 2) ธนาคารปูหัวเขื่อนปากน้ำเทพา 3) อุโมงค์โกงกางบ้านคลองควาย 4) ศูนย์เรียนรู้สมุนไพรชุมชนลุงฟื้น 5) บ้านสวนพ่อ Baan-Suan-Por 6) ควนเจดีย์ 7) ศูนย์เรียนรู้โลกบ้านฉัน @ควนหมาก แต่ชุมชนยังขาดสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวยังไม่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย ผู้วิจัยได้ทำแผนที่เส้นทางท่องเที่ยวในอำเภอเทพา ดังนี้

ภาพที่ 13 วาดแผนที่ท่องเที่ยวในอำเภอเทพา ร่วมกับตัวแทนคนในชุมชนผู้ให้ข้อมูลหลัก
ที่มา: โดยนักวิจัย ถ่ายภาพเมื่อ 14 มีนาคม 2565

ภาพที่ 14 แผนที่เส้นทางท่องเที่ยวในอำเภอเทพา

ตารางที่ 7 ผลการสรุปการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ อำเภอจะนะ

กลุ่มผู้ให้ข้อมูล	หัวข้อคำถาม	ผลสรุปข้อมูลการสัมภาษณ์
ตัวแทนชุมชนผู้ให้ข้อมูลหลักประจำแหล่งท่องเที่ยวอำเภอจะนะ จำนวน 10 คน	1. ประวัติความเป็นมา	เป็นอำเภอหนึ่งของจังหวัดสงขลา เป็นอำเภอที่มีความอุดมสมบูรณ์จากระบบนิเวศทั้งทางทะเล และทางบก มีการดำรงชีวิตตามวิถีพหุวัฒนธรรมการอยู่ร่วมกัน อาณาเขตอำเภอจะนะ มีอาณาเขตติดต่อกับเขตการปกครองข้างเคียงดังต่อไปนี้ ทิศเหนือ อาณาเขตติดกับอำเภอเมืองสงขลาและอ่าวไทย ทิศตะวันออก อาณาเขตติดกับอ่าวไทยและอำเภอเทพา ทิศใต้ อาณาเขตติดกับอำเภอนาทวีและอำเภอสะเดา ทิศตะวันตก อาณาเขตติดกับอำเภอหาดใหญ่
	2. ความเชื่อ ศาสนา	- ประชากรส่วนใหญ่เป็นชาวมุสลิมนับถือศาสนาอิสลาม และมีบางส่วนเป็นชาวไทยพุทธ นับถือศาสนาพุทธ มีความเชื่อโบราณตามบริบทพื้นที่ตนเอง เช่น ชาวประมงจะมีวิถีและความเชื่อเกี่ยวกับทะเล
	3. การจัดการท่องเที่ยวชุมชนภายในอำเภอ	- กำลังเริ่มในการจัดการท่องเที่ยวชุมชน
	4. สถานที่ท่องเที่ยวของอำเภอจะนะ ที่มีพร้อมรองรับนักท่องเที่ยว	- การจัดแข่งขันนกเขาชวาเสียง - หาดตลิ่งชัน - ทะเลนาทับ - หาดรั้วสน - เส้นทางศึกษาธรรมชาติ จุดชมวิว เขตห้ามล่าสัตว์ป่าเขาเหรง - พิพิธภัณฑ์ข้าวพื้นถิ่นภาคใต้

ตารางที่ 7 ผลการสรุปการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ อำเภอจะนะ (ต่อ)

กลุ่มผู้ให้ข้อมูล	หัวข้อคำถาม	ผลสรุปข้อมูลการสัมภาษณ์
	5. ความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว ใน 3 ด้าน 5.1 ด้านวิถีการท่องเที่ยว 5.2 ด้านวิถีเกษตร 5.3 ด้านวิถีชีวิตชุมชน ประเพณีและวัฒนธรรม	- ด้านการท่องเที่ยว มีความพร้อมรองรับนักท่องเที่ยวโดยแหล่งท่องเที่ยวจะเป็นทะเล ภูเขา น้ำตก กิจกรรมเดินป่าดูบัวผุดเขาเหรง - ด้านเกษตรจะเป็นเกษตรที่ยึดหลักเศรษฐกิจพอเพียงและการปลูกข้าวลูกปลาพันธ์พื้นถิ่นที่ยังอนุรักษ์ไว้ - การเรียนรู้วิถีประมง วิถีเลและการเรียนรู้การอยู่ร่วมกันในสังคมพหุวัฒนธรรม
	6. จุดแข็งการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน	- มีหน่วยงานภาครัฐ ภาคชุมชน ภาคประชาชนที่เข้มแข็งให้การสนับสนุนเตรียมความพร้อมในทุกๆ ด้าน
	7. จุดอ่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน	- การทำเกี่ยวกับการท่องเที่ยวชุมชนกลุ่มยังขาดความรู้ /พื้นที่ที่นักท่องเที่ยวมองว่าอันตรา/ไม่มีความรู้การประชาสัมพันธ์และการใช้เครื่องมือเทคโนโลยี
	8. การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว	- มีเฟสบุ๊คของกลุ่ม
	9. การนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวมีประโยชน์มากน้อยเพียงใด	- มีประโยชน์มากเพราะจะทำให้นักท่องเที่ยวสามารถรับรู้ผ่านช่องทางต่างๆ ได้

ตารางที่ 7 ผลการสรุปการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ อำเภอจะนะ (ต่อ)

กลุ่มผู้ให้ข้อมูล	หัวข้อคำถาม	ผลสรุปข้อมูลการสัมภาษณ์
	10. สื่อลักษณะใดที่มีประสิทธิภาพในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว	- แผ่นพับการท่องเที่ยว - แผนที่การท่องเที่ยว - เฟซบุ๊ค - ยูทูป - วิทยุ - โทรทัศน์
	11. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม	- อยากให้หน่วยงานภาครัฐให้คำปรึกษาและพัฒนาผู้ชำนาญการท่องเที่ยวให้สามารถจัดการท่องเที่ยวชุมชนได้

จากการสัมภาษณ์ ผู้ให้สัมภาษณ์จากกลุ่มตัวแทนชุมชนผู้ให้ข้อมูลหลักประจำแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน อำเภอเทพาได้ให้ข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มตัวแทนชุมชนผู้ให้ข้อมูลหลักประจำแหล่งท่องเที่ยว จำนวน 10 คน เพื่อดูความเกี่ยวข้อง ความสัมพันธ์กันของชุดข้อมูลระหว่างแหล่งข้อมูล แล้วนำมาสรุปผล จัดผังความคิด เพื่อใช้สำหรับการออกแบบสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์ ดังบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

> *“ตัวแทนชุมชนผู้ให้ข้อมูลหลักประจำแหล่งท่องเที่ยวอำเภอจะนะ กล่าวว่า พื้นที่อำเภอจะนะ เป็นพื้นที่เดินทางสะดวกมีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลายมาก มีวิถีวัฒนธรรมที่มีการอยู่ร่วมกันทั้งไทยพุทธ ไทยอิสลาม เด่นชัด บ้านเรามีเล มีป่า มีเขา มีนา พร้อมมากที่จะรองรับนักท่องเที่ยวการเดินทางสะดวกมาก มีทั้งรถประจำทาง รถไฟ จากหาดใหญ่ แต่ไม่มีที่อำนวยการความสะดวกให้นักท่องเที่ยว ไม่มีป้าย ไม่มีแผ่นพับเลยที่จะบอกพื้นที่ท่องเที่ยวทั้งที่พื้นที่เราพร้อมเปิดบ้านให้นักท่องเที่ยวมาสัมผัส”*
>
> (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 27. 27 มีนาคม 2565: สัมภาษณ์)

ข้อมูลทั่วไปของชุมชนอำเภอจะนะ

อำเภอจะนะ เป็นอำเภอหนึ่งของจังหวัดสงขลา เป็นอำเภอที่มีความอุดมสมบูรณ์จากระบบนิเวศทั้งทางทะเล และทางบก มีการดำรงชีวิตตามวิถีพหุวัฒนธรรมการอยู่ร่วมกัน

อาณาเขตอำเภอจะนะ มีอาณาเขตติดต่อกับเขตการปกครองข้างเคียง ดังต่อไปนี้ ทิศเหนือ อาณาเขตติดกับอำเภอเมืองสงขลาและอ่าวไทย ทิศตะวันออก อาณาเขตติดกับอ่าวไทยและอำเภอเทพา ทิศใต้ อาณาเขตติดกับอำเภอนาทวีและอำเภอสะเดา ทิศตะวันตก อาณาเขตติดกับอำเภอหาดใหญ่

การคมนาคม เดินทางได้ทางรถยนต์ส่วนตัว/รถประจำทาง/รถไฟ

แหล่งท่องเที่ยวในอำเภอจะนะ

ชมนาข้าวกลุ่มข้าวลูกปลา (มรดกข้าวชาวป่าชิง) และศูนย์แปลงข้าวสาธิตข้าวลูกปลา ศูนย์เรียนรู้พิพิธภัณฑ์ข้าวท้องถิ่นภูมิปัญญาข้าวพื้นเมืองภาคใต้ (จะณะแบ่งสุข) ล่องแม่น้ำชมธรรมชาติคลองแม่น้ำ เส้นทางศึกษาธรรมชาติจุดชมวิวเขตห้ามล่าสัตว์ป่าเขาเหรง

ตารางที่ 8 พิกัด GPS แหล่งท่องเที่ยวในอำเภอจะนะ

แหล่งท่องเที่ยวในอำเภอจะนะ	พิกัด GPS
นาข้าวกลุ่มข้าวลูกปลา (มรดกข้าวชาวป่าชิง)	
ศูนย์เรียนรู้พิพิธภัณฑ์ข้าวท้องถิ่น ภูมิปัญญาข้าวพื้นเมืองภาคใต้	
คลองแม่น้ำ	
เขตห้ามล่าสัตว์ป่าเขาเหรง	

ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนอำเภอจะนะ

“ชมนาข้าวพื้นถิ่น เรียนรู้พันธุ์ข้าวภาคใต้ ล่องเรือชมวิถีคลองแม่น้ำ เดินป่าตามล่าหาบัวผุด”

ภาพที่ 15 นาข้าวกลุ่มข้าวลูกปลา (มรดกข้าวชาวป่าชิง)และศูนย์แปลงข้าวสาธิตข้าวลูกปลา
ที่มา: โดยนักวิจัย ถ่ายภาพเมื่อ 17 มีนาคม 2565

กลุ่มข้าวลูกปลา (มรดกข้าวชาวป่าชิง) “ข้าวลูกปลา” เป็นข้าวพื้นบ้านปลูกเฉพาะที่ ต.ป่าชิง อ.จะนะ จ.สงขลา สืบทอดมาตั้งแต่บรรพบุรุษ มีเรื่องเล่าในอดีตขุนพัฒน์ ทหารเอกของพระเจ้าตาก ได้มาทำศึกสงครามและตั้งฐาน ที่บ้านค่าย ปัจจุบัน คือ รอยต่อระหว่าง ตำบลป่าชิง กับตำบลนาหว้า อำเภอจะนะ จังหวัดสงขลา และได้นำเมล็ดพันธุ์ต่างๆ มาเพาะปลูกเพื่อเป็นเสบียงอาหารสำหรับกองทัพ ในครั้งนั้นได้นำเมล็ดพันธุ์ข้าวมาปลูกที่บ้านป่าชิงด้วย แต่ในสมัยนั้นยังไม่ทราบว่าเป็นข้าวพันธุ์ชนิดใด แต่คนที่ปลูกข้าวได้สังเกตเห็นว่า ข้างกอข้าวมักจะมีลูกปลาตัวเล็กๆ มาอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก จึงเรียกพันธุ์ข้าวชนิดนี้ว่า “ข้าวลูกปลา” สืบทอดกันมาจนถึงปัจจุบัน การอนุรักษ์ข้าวพื้นบ้าน คือ ข้าวลูกปลา และปกป้องพื้นที่ ทำนาเพื่อความมั่นคงทางด้านอาหาร และเป็นแหล่งผลิตอาหารที่ปลอดภัยของชุมชน และคนทั่วไป การอนุรักษ์ ประเพณี วัฒนธรรม วิถีการทำนา

ภาพที่ 16 ศูนย์เรียนรู้พิพิธภัณฑ์ข้าวท้องถิ่น ภูมิปัญญาข้าวพื้นเมืองภาคใต้ (จะณะแบ่งสุข)
ที่มา: โดยนักวิจัย ถ่ายภาพเมื่อ 17 มีนาคม 2565

ศูนย์เรียนรู้พิพิธภัณฑ์ข้าวท้องถิ่น ภูมิปัญญาข้าวพื้นเมืองภาคใต้ (จะณะแบ่งสุข) จากการต่อยอดของ “กลุ่มข้าวลูกปลา” เพื่ออนุรักษ์ พันธุ์ข้าวภาคใต้ และเพื่อเป็นศูนย์ศึกษาพันธุ์ข้าวภาคใต้ให้ยังคงอยู่ และให้ความรู้ต่อผู้ที่สนใจ

ภาพที่ 17 คลองแม่น้ำ
ที่มา: โดยนักวิจัย ถ่ายภาพเมื่อ 17 มีนาคม 2565

คลองแม่น้ำจากกลุ่มคนที่ร่วมกันอนุรักษ์ผืนแผ่นดินของชาวป่าชิง อ.จะนะ อยากให้ธรรมชาติ และแหล่งอาหารแห่งนี้ไว้ให้ลูกหลานได้เห็นคุณค่าของสิ่งที่ใกล้ตัวในวันที่เรายังคงรักษาไว้ได้กับการดำรงวิถีชีวิตฉบับชาวป่าชิง ที่ยัง คงมีสายน้ำธรรมชาติที่ยังคงอุดม สมบูรณ์อยู่ และยังคงเป็นแหล่งอาหารของชาวบ้านป่าชิงต่อไป

ภาพที่ 18 เขตห้ามล่าสัตว์ป่าเขาเหรง สำนักบริหารพื้นที่อนุรักษ์ที่ 6
ที่มา: โดยนักวิจัย ถ่ายภาพเมื่อ 17 มีนาคม 2565

เขตห้ามล่าสัตว์ป่าเขาเหรง สำนักบริหารพื้นที่อนุรักษ์ที่ 6 เส้นทางศึกษาธรรมชาติจุดชมวิว เขาเหรง ขึ้นทาง ม.11 ต.นาหว้า อยู่ในพื้นที่ความรับผิดชอบของเขตห้ามล่าสัตว์ป่าเขาเหรง ระหว่างทางจะพบ ดอกบัวผุด ซึ่งเป็นเถาวัลย์ ขนาดใหญ่ มีดอกผุด ออกมาจากได้ดิน เชื่อกันว่าเป็นดอกบัว รองพระบาทพระพุทธเจ้าเมื่อแรกประสูต ซึ่งมีเพียงไม่กี่แห่งในประเทศไทย

จากการสรุปผลการวิเคราะห์การการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มตัวแทนชุมชนผู้ให้ข้อมูลหลักประจำแหล่งท่องเที่ยวชุมชนอำเภอจะนะ ใช้วิธีการสนทนากลุ่ม (Focus Group) การสัมภาษณ์ และวาดแผนที่ท่องเที่ยว ร่วมกับตัวแทนคนในชุมชนผู้ให้ข้อมูลหลักประจำแหล่งท่องเที่ยวชุมชน จำนวน 10 คน ประกอบด้วย 1) หน่วยงานภาครัฐ จำนวน 2 คน 2) ตัวแทนคณะกรรมการการจัดการท่องเที่ยว จำนวน 5 คน และ 3) ตัวแทนผู้นำในพื้นที่ (ผู้ใหญ่บ้าน หรือผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน) จำนวน 1 คน 4) ตัวแทนชาวบ้านในชุมชน(ที่อยู่ในพื้นที่ไม่น้อยกว่า 10 ปี) จำนวน 2 คน รวมจำนวน 10 คน โดยวิธีการแบบเจาะจง ได้นำข้อมูลที่ได้มาจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวชุมชน พบว่าอำเภอจะนะ มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว เที่ยวได้ครบ 4 สถานที่ในชุมชนมีความพร้อมรองรับนักท่องเที่ยว พร้อมทั้งมีกิจกรรมต้อนรับนักท่องเที่ยว คือ 1) นาข้าวกลุ่มข้าวลูกปลา (มรดกข้าวชาวป่าชิง) 2) ศูนย์เรียนรู้พิพิธภัณฑ์ข้าวท้องถิ่น ภูมิปัญญาข้าวพื้นเมืองภาคใต้ 3) คลองแม่น้ำ 4) เขตห้ามล่าสัตว์ป่าเขาเหรง แต่ชุมชนยังขาดสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวยังไม่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย ผู้วิจัยได้ทำแผนที่เส้นทางท่องเที่ยวในอำเภอจะนะ ดังนี้

ภาพที่ 19 วาดแผนที่ท่องเที่ยวในอำเภอจะนะ ร่วมกับตัวแทนคนในชุมชนผู้ให้ข้อมูลหลัก
ที่มา: โดยนักวิจัย ถ่ายภาพเมื่อ 17 มีนาคม 2565

ภาพที่ 20 แผนที่เส้นทางท่องเที่ยวในอำเภอจะนะ

ตารางที่ 9 ผลการสรุปการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ อำเภอนาทวี

กลุ่มผู้ให้ข้อมูล	หัวข้อคำถาม	ผลสรุปข้อมูลการสัมภาษณ์
ตัวแทนชุมชนผู้ให้ข้อมูลหลักประจำแหล่งท่องเที่ยวอำเภอนาทวี จำนวน 10 คน	1. ประวัติความเป็นมา	อำเภอนาทวี จังหวัดสงขลา มีเนื้อที่รวมทั้งสิ้น 8.52 ตารางกิโลเมตร เป็นอำเภอหนึ่งของจังหวัดสงขลา เป็นอำเภอที่มีความอุดมสมบูรณ์จากระบบนิเวศทั้งทางทะเล และทางบก มีการดำรงชีวิตตามวิถีพหุวัฒนธรรมการอยู่ร่วมกันอาณาเขตอำเภอจะนะ มีอาณาเขตติดต่อกับเขตการปกครองข้างเคียงดังต่อไปนี้ ทิศเหนือ อาณาเขตติดกับอำเภอเมืองสงขลาและอ่าวไทย ทิศตะวันออก อาณาเขตติดกับอ่าวไทยและอำเภอเทพา ทิศใต้ อาณาเขตติดกับอำเภอนาทวีและอำเภอสะเดา ทิศตะวันตก อาณาเขตติดกับอำเภอหาดใหญ่ การคมนาคม เดินทางได้ทางรถยนต์ส่วนตัว/รถประจำทาง แหล่งท่องเที่ยว - อุทยานแห่งชาติเขาน้ำค้าง - ควนหรน - น้ำพุร้อน - ด่านประกอบหลวงปู่ทวด - อุโมงค์ประวัติศาสตร์เขาน้ำค้าง
	2.ความเชื่อ ศาสนา	- ประชากรส่วนใหญ่เป็นชาวไทยพุทธ นับถือศาสนาพุทธ บางส่วนเป็นชาวมุสลิม นับถือศาสนาอิสลาม

ตารางที่ 9 ผลการสรุปการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ อำเภอนาทวี (ต่อ)

กลุ่มผู้ให้ข้อมูล	หัวข้อคำถาม	ผลสรุปข้อมูลการสัมภาษณ์
	3. การจัดการท่องเที่ยวชุมชนภายในอำเภอ	- กำลังเริ่มการจัดการท่องเที่ยวชุมชน
	4. สถานที่ท่องเที่ยวของอำเภอนาทวี ที่มีพร้อมรองรับนักท่องเที่ยว	- อุทยานแห่งชาติเขาน้ำค้าง - ควนหรน ต.สะท้อน อ.นาทวี - น้ำพุร้อน - ด่านประกอบไหว้หลวงปู่ทวด - อุโมงค์ประวัติศาสตร์เขาน้ำค้าง
	5. ความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว ใน 3 ด้าน 5.1 ด้านวิถีการท่องเที่ยว 5.2 ด้านวิถีเกษตร 5.3 ด้านวิถีชีวิตชุมชนประเพณีและวัฒนธรรม	- ด้านการท่องเที่ยว มีความพร้อมรองรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยจีนมาเลเซีย - ด้านเกษตรจะเป็นเกษตรที่ยึดหลักเศรษฐกิจพอเพียง และปลูกพืชร่วมยาง - มีภาษาที่สำเนียงประจำถิ่น อยู่รวมกันในวิถีเล วิถีนา วิถีเกษตรชุมชน มีการแข่งขันนกชวา มีภูมิปัญญาทางทะเล ด้านหัตถศิลป์การทำกรงนก
	6.จุดแข็งการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน	- เป็นพื้นที่ติดกับด่านมาเลเซียมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวผ่านทางด่านประกอบ
	7. จุดอ่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน	- การท่องเที่ยวชุมชนกลุ่มยังขาดความรู้ ไม่มีความรู้การในการทำสื่อประชาสัมพันธ์และการใช้เครื่องมือเทคโนโลยี
	8. การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว	- ขาดช่องทางการประชาสัมพันธ์และการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง

ตารางที่ 9 ผลการสรุปการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ อำเภอนาทวี (ต่อ)

กลุ่มผู้ให้ข้อมูล	หัวข้อคำถาม	ผลสรุปข้อมูลการสัมภาษณ์
	9. การนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์การ ท่องเที่ยวมีประโยชน์มากน้อยเพียงใด	- มีประโยชน์มากเพราะจะทำให้นักท่องเที่ยวสามารถรับรู้ผ่านช่องทางต่างๆได้
	10. สื่อลักษณะใดที่มีประสิทธิภาพ ในการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยว	- แผ่นพับการท่องเที่ยว - แผนที่การท่องเที่ยว - เฟสบุ๊ค - ยูทูป
	11. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม	- อยากให้หน่วยงานภาครัฐให้คำปรึกษาและพัฒนาผู้นำการท่องเที่ยวให้สามารถจัดการท่องเที่ยวชุมชนได้

จากการสัมภาษณ์ ผู้ให้สัมภาษณ์จากกลุ่มตัวแทนชุมชนผู้ให้ข้อมูลหลักประจำแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน อำเภอเทพาได้ให้ข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มตัวแทนชุมชนผู้ให้ข้อมูลหลักประจำแหล่งท่องเที่ยว จำนวน 10 คน เพื่อดูความเกี่ยวข้อง ความสัมพันธ์กันของชุดข้อมูลระหว่างแหล่งข้อมูลแล้วนำมาสรุปผล จัดผังความคิด เพื่อใช้สำหรับการออกแบบสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์ ดังบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

> *“ตัวแทนชุมชนผู้ให้ข้อมูลหลักประจำแหล่งท่องเที่ยวอำเภอนาทวี กล่าวว่า แหล่งท่องเที่ยวบ้านเรามีเขา ป่า มีทะเลหมอก แต่ไม่ติดทะเล การเดินทางค่อนข้างลำบากเพราะไม่มีรถไฟแต่สามารถเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว แต่หน่วยงานยังไม่ได้เข้ามาช่วยในด้านประชาสัมพันธ์และชุมชนท่องเที่ยว ยังขาดความรู้ ไม่มีความรู้การในการทำสื่อประชาสัมพันธ์และการใช้เครื่องมือเทคโนโลยี”*
>
> (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 15. 27 มีนาคม 2565: สัมภาษณ์)

ข้อมูลทั่วไปของชุมชนอำเภอนาทวี

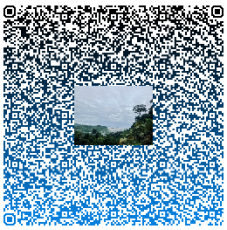
อำเภอนาทวี มีพื้นที่เป็นด่านทางเศรษฐกิจเพราะเป็นเส้นทางเชื่อมระหว่างมาเลเซีย ประชาชนในพื้นที่อำเภอนาทวีมีลักษณะอาชีพการค้าขาย อาชีพปลูกสวนยาง ปลูกสวนผลไม้ การพาณิชย์และการรับจ้างทั่วไป

อาณาเขตอำเภอนาทวี มีอาณาเขตติดต่อกับเขตการปกครองข้างเคียงดังต่อไปนี้ ทิศเหนือ อาณาเขตติดกับอำเภอหาดใหญ่และอำเภอจะนะ ทิศตะวันออก อาณาเขตติดกับอำเภอเทพาและอำเภอสะบ้าย้อย ทิศใต้ อาณาเขตติดกับรัฐเกอดะฮ์ ทิศตะวันตก อาณาเขตติดกับอำเภอสะเดา

การคมนาคม เดินทางได้ทางรถยนต์ส่วนตัว/รถประจำทาง

แหล่งท่องเที่ยว หลวงปู่ทวดด่านประกอบ บ่อน้ำร้อนบ้านโครง อุทยานแห่งชาติเขาน้ำค้าง อุโมงค์ประวัติศาสตร์เขาน้ำค้าง

ตารางที่ 10 พิกัด GPS แหล่งท่องเที่ยวในอำเภอนาทวี

แหล่งท่องเที่ยวในอำเภอนาทวี	พิกัด GPS
หลวงปู่ทวดด่านประกอบ	
บ่อน้ำร้อนบ้านโครง	
อุทยานแห่งชาติเขาน้ำค้าง	

ตารางที่ 10 พิกัด GPS แหล่งท่องเที่ยวในอำเภอนาทวี (ต่อ)

แหล่งท่องเที่ยวในอำเภอนาทวี	พิกัด GPS
อุโมงค์ประวัติศาสตร์เขาน้ำค้าง	

ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนอำเภอนาทวี

“ไหว้หลวงปู่ทวด ด่านประกอบ เดินป่าอุทยานแห่งชาติเขาน้ำค้าง ชมอุโมงค์ประวัติศาสตร์เขาน้ำค้าง แช่น้ำร้อนบ่อบ้านโครง”

ภาพที่ 21 เจดีย์หลวงปู่ทวดด้านประกอบ
ที่มา: โดยนักวิจัย ถ่ายภาพเมื่อ 22 มีนาคม 2565

เจดีย์หลวงปู่ทวดด่านประกอบ เจดีย์หลวงปู่ทวดตั้งอยู่ในด่านพรหมแดนระหว่างมาเลเซียกับตำบลประกอบ อำเภอนาทวี มีการนำสร้างโดย หลวงพ่อภัตร อริโย เจ้าคณะตำบลนาทวี/เจ้าอาวาสวัดนาทวี หน่วยงานต่างๆ นำโดยจังหวัดสงขลา ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสงขลา สำนักงานพระพุทธศาสนาจังหวัดสงขลา ด่านศุลกากรบ้านประกอบ หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน รวมทั้งนักธุรกิจ ประชาชนผู้มีจิตศรัทธาร่วมสร้างขึ้นไว้เพื่อเป็นที่เคารพศรัทธาในบารมีแห่งหลวงปู่ทวดและถือว่าเป็นเส้นทางจาริกเผยแผ่พระพุทธศาสนาของหลวงปู่ทวด เชื่อมโยงดินแดนสองแผ่นดินไว้ด้วยกัน

ภาพที่ 22 อุทยานแห่งชาติเขาน้ำค้าง
ที่มา: โดยนักวิจัย ถ่ายภาพเมื่อ 22 มีนาคม 2565

อุทยานแห่งชาติเขาน้ำค้าง ตั้งอยู่บนเนื้อที่ของอำเภอนาทวี และอำเภอสะเดา ของจังหวัดสงขลา มีบริบทพื้นที่ปกคลุมด้วยผืนป่าที่ยังความสมบูรณ์ของทรัพยากรทางธรรมชาติ ในพื้นที่อุทยาน จะประกอบไปด้วย อาคารสำนักงาน จุดพักแรม น้ำตก และยังเป็นเส้นทางในการเดินป่าศึกษาธรรมชาติ พันธุ์ไม้ป่า และสัตว์ป่ารวมไปถึงเป็นเส้นทางในการศึกษานกเงือกกรามช้างปากเรียบ และศึกษาประวัติศาสตร์จีนคอมมิวนิสต์ที่ยังคงมีหลักฐานทางประวัติศาสตร์ให้ศึกษาตามเส้นทาง

ภาพที่ 23 บ่อน้ำร้อนบ้านโครง
ที่มา: โดยนักวิจัย ถ่ายภาพเมื่อ 22 มีนาคม 2565

บ่อน้ำร้อนบ้านโครง เป็นบ่อน้ำร้อนน้ำผุดที่เกิดขึ้นจากธรรมชาติเป็นแหล่งน้ำเส้นทางน้ำเหมือนลำธารไหลปกติแต่เมื่อลงไปเล่นหรือแช่ตัวจะรู้สึกอุ่น ไม่ร้อนจัด อุณหภูมิเหมาะแก่การแช่ตัว ตั้งอยู่หมู่ที่ 2 บ้านโครง ตำบลประกอบ อำเภอนาทวี จังหวัดสงขลา

ภาพที่ 24 อุโมงค์ประวัติศาสตร์เขาน้ำค้าง
ที่มา: โดยนักวิจัย ถ่ายภาพเมื่อ 22 มีนาคม 2565

อุโมงค์ประวัติศาสตร์เขาน้ำค้างอุทยานแห่งชาติเขาน้ำค้าง อำเภอนาทวี จังหวัดสงขลา อุโมงค์ประวัติศาสตร์เขาน้ำค้าง หรืออุโมงค์ประวัติศาสตร์เขาน้ำค้างอยู่ในเขตอุทยานแห่งชาติเขาน้ำค้าง หมู่ที่ 1 ตำบลคลองกวาง อุโมงค์ประวัติศาสตร์เขาน้ำค้างสามารถขึ้นได้ 2 ฝั่ง คือฝั่งอำเภอนาทวี และฝั่งอำเภอสะเดา จะอยู่ในพื้นที่ของอุทยานแห่งชาติเขาน้ำค้าง อุโมงค์ประวัติศาสตร์เขาน้ำค้างมีลักษณะเป็นอุโมงค์ที่ทำด้วยดินเหนียวที่มีขนาดใหญ่และมีความยาวมากที่สุดของประเทศไทยมีความยาวโดยประมาณ 1 กิโลเมตร อุโมงค์ถูกสร้างด้วยกำลังคนโดยกลุ่มคอมมิวนิสต์ สร้างขึ้นตั้งแต่ปี 2515 วัตถุประสงค์ของการสร้างเพื่อเป็นฐานที่ตั้งในการปฏิบัติการของจีนคอมมิวนิสต์ที่ทำไว้เพื่อต่อสู้กับรัฐบาลของไทย ปัจจุบันอุโมงค์ประวัติศาสตร์เขาน้ำค้างเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของอำเภอนาทวี

จากการสรุปผลการวิเคราะห์การการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มตัวแทนชุมชนผู้ให้ข้อมูลหลักประจำแหล่งท่องเที่ยวชุมชนอำเภอนาทวี ใช้วิธีการสนทนากลุ่ม (Focus Group) การสัมภาษณ์ และวาดแผนที่ท่องเที่ยว ร่วมกับตัวแทนคนในชุมชนผู้ให้ข้อมูลหลักประจำแหล่งท่องเที่ยวชุมชน จำนวน 10 คน ประกอบด้วย 1) หน่วยงานภาครัฐ จำนวน 2 คน 2) ตัวแทนคณะกรรมการการจัดการท่องเที่ยว จำนวน 5 คน และ 3) ตัวแทนผู้นำในพื้นที่ (ผู้ใหญ่บ้าน หรือผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน) จำนวน 1 คน 4) ตัวแทนชาวบ้านในชุมชน (ที่อยู่ในพื้นที่ไม่น้อยกว่า 10 ปี) จำนวน 2 คน รวมจำนวน 10 คน โดยวิธีการแบบเจาะจง ได้นำข้อมูลที่ได้มาจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวชุมชน พบว่าอำเภอนาทวีมีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว เที่ยวได้ครบ 4 สถานที่ในชุมชนมีความพร้อมรองรับนักท่องเที่ยว พร้อมทั้งมีกิจกรรมต้อนรับนักท่องเที่ยว

คือ 1) หลวงปู่ทวดด่านประกอบ 2) บ่อน้ำร้อนบ้านโครง 3) อุทยานแห่งชาติเขาน้ำค้าง 4) อุโมงค์ประวัติศาสตร์เขาน้ำค้าง แต่ชุมชนยังขาดสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวยังไม่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย ผู้วิจัยได้ทำแผนที่เส้นทางท่องเที่ยวในอำเภอนาทวี ดังนี้

ภาพที่ 25 วาดแผนที่ท่องเที่ยวในอำเภอนาทวี ร่วมกับตัวแทนคนในชุมชนผู้ให้ข้อมูลหลัก
ที่มา: โดยนักวิจัย ถ่ายภาพเมื่อ 22 มีนาคม 2565

ภาพที่ 26 แผนที่เส้นทางท่องเที่ยวในอำเภอนาทวี

ตารางที่ 11 ผลการสรุปการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ อำเภอสะบ้าย้อย

กลุ่มผู้ให้ข้อมูล	หัวข้อคำถาม	ผลสรุปข้อมูลการสัมภาษณ์
ตัวแทนชุมชนผู้ให้ข้อมูลหลักประจำแหล่งท่องเที่ยวอำเภอสะบ้าย้อย จำนวน 10 คน	1. ประวัติความเป็นมา	อำเภอสะบ้าย้อยตั้งอยู่ทางตอนใต้สุดของจังหวัดสงขลา เป็นอำเภอที่มีสภาพลักษณะเป็นเนินเขาเตี้ยเป็นที่ราบระหว่างหุบเขาบริเวณแคบๆ สลับกับแม่น้ำที่เป็นต้นกำเดของแม่น้ำเทพา ชาวบ้านประกอบอาชีพเกษตรกรปลูกสวนกาแฟ ปลูกสวนยาง ปลูกสวนผลไม้ตามฤดูกาล อาณาเขตอำเภอสะบ้าย้อยมีอาณาเขตติดต่อกับเขตการปกครองข้างเคียงดังต่อไปนี้ ทิศเหนือ อาณาเขตติดกับอำเภอเทพา ทิศตะวันออก อาณาเขตติดกับจังหวัดปัตตานีและอำเภอเมืองยะลา ทิศใต้ อาณาเขตติดกับอำเภอกาบัง และรัฐเกอดะฮ์ ตะวันตกอาณาเขตติดกับอำเภอนาทวี การคมนาคม เดินทางได้ทางรถยนต์ส่วนตัว/รถประจำทาง แหล่งท่องเที่ยว - โรงคั่วกาแฟบ้านโหนด - น้ำตกเวฬุวัน(พระไม้ไผ่) - วัดถ้ำตลอด เส้นทางท่องเที่ยวของชุมชน (จิบแฟแลโรงคั่วและไปชมต้นแฟแต่แรกสะบ้าย้อย(บ้านโหนด) ซึมซับธรรมชาติน้ำตกเวฬุวัน ไหว้พระวัดถ้ำตลอด เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น) - ทานกาแฟชมโรงคั่วและเยี่ยมชมต้นกาแฟต้นแต่แรกบ้านโหนด - เดินป่าดูธรรมชาติน้ำตกเวฬุวัน (น้ำตกพระไม้ไผ่) - ไหว้พระถ้ำตลอด

ตารางที่ 11 ผลการสรุปการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ อำเภอสะบ้าย้อย (ต่อ)

กลุ่มผู้ให้ข้อมูล	หัวข้อคำถาม	ผลสรุปข้อมูลการสัมภาษณ์
		- เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชน
	2. ความเชื่อ ศาสนา	- ประชากรส่วนใหญ่เป็นชาวไทยพุทธ นับถือศาสนาพุทธ บางส่วน เป็นชาวมุสลิม นับถือศาสนาอิสลาม
	3. การจัดการท่องเที่ยวชุมชนภายในอำเภอ	- กำลังเริ่มการจัดการท่องเที่ยวชุมชน
	4. สถานที่ท่องเที่ยวของอำเภอสะบ้าย้อยที่มีพร้อมรองรับนักท่องเที่ยว	- โรงคั่วกาแฟบ้านโหนด - น้ำตกเวฬุวัน(พระไม้ไผ่) - วัดถ้ำตลอด เส้นทางท่องเที่ยวของชุมชน (จิบแฟแลโรงคั่วและไปชมต้นแฟแต่แรกสะบ้าย้อย(บ้านโหนด) ซึมซับธรรมชาติน้ำตกเวฬุวัน ไหว้พระวัดถ้ำตลอด เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น - ทานกาแฟชมโรงคั่วและเยี่ยมชมต้นกาแฟต้นแต่แรกบ้านโหนด - เดินป่าดูธรรมชาติน้ำตกเวฬุวัน (น้ำตกพระไม้ไผ่) - ไหว้พระถ้ำตลอด - เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชน
	5. ความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวใน 3 ด้าน 5.1 ด้านวิถีการท่องเที่ยว 5.2 ด้านวิถีเกษตร	- ด้านการท่องเที่ยว มีความพร้อมรองรับนักท่องเที่ยว - ด้านเกษตรจะเป็นเกษตรที่ยึดหลักเศรษฐกิจพอเพียง และบริหารจัดการครบทั้งวงจร ปลูก ขาย แปรรูป - ขนบธรรมเนียมประเพณี เป็นการผสมผสานแบบพหุวัฒนธรรมมีประเพณีทั้งของชาวพุทธและชาวมุสลิม

ตารางที่ 11 ผลการสรุปการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ อำเภอสะบ้าย้อย (ต่อ)

กลุ่มผู้ให้ข้อมูล	หัวข้อคำถาม	ผลสรุปข้อมูลการสัมภาษณ์
	5.3 ด้านวิถีชีวิตชุมชน ประเพณีและวัฒนธรรม	
	6. จุดแข็งการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน	- เป็นพื้นที่ติดกับด่านมาเลเซียมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวผ่านทางด่านประกอบ
	7. จุดอ่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน	- การท่องเที่ยวชุมชนกลุ่มยังขาดความรู้ ไม่มีความรู้การในการทำสื่อประชาสัมพันธ์และการใช้เครื่องมือเทคโนโลยีและพื้นที่การคมนาคมไม่สะดวกต้องเดินทางโดยรถยนต์
	8. การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว	- ไม่มีความเคลื่อนไหวที่ต่อเนื่อง
	9. การนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวมีประโยชน์มากน้อยเพียงใด	- มีประโยชน์มากเพราะจะทำให้นักท่องเที่ยวสามารถรับรู้ผ่านช่องทางต่างๆ ได้
	10. สื่อลักษณะใดที่มีประสิทธิภาพในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว	- แผ่นพับการท่องเที่ยว - แผนที่การท่องเที่ยว - เฟสบุ๊ค
	11. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม	- อยากให้หน่วยงานภาครัฐให้คำปรึกษาและพัฒนาผู้นำการท่องเที่ยวให้สามารถจัดการท่องเที่ยวชุมชนได้

จากการสัมภาษณ์ ผู้ให้สัมภาษณ์จากกลุ่มตัวแทนชุมชนผู้ให้ข้อมูลหลักประจำแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน อำเภอเทพาได้ให้ข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มตัวแทนชุมชนผู้ให้ข้อมูลหลักประจำแหล่งท่องเที่ยว จำนวน 10 คน เพื่อดูความเกี่ยวข้อง ความสัมพันธ์กันของชุดข้อมูลระหว่างแหล่งข้อมูล แล้วนำมาสรุปผล จัดผังความคิด เพื่อใช้สำหรับการออกแบบสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์ ดังบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

> *“ตัวแทนชุมชนผู้ให้ข้อมูลหลักประจำแหล่งท่องเที่ยวอำเภอสะบ้าย้อย กล่าวว่า ด้านการท่องเที่ยว มีความพร้อมรองรับนักท่องเที่ยว ด้านทรัพยากรของเราใครได้มาเยือนต้องชอบมากเหมาะกับครอบครัวมาพักผ่อน แต่พื้นที่การคมนาคมไม่สะดวกต้องเดินทางโดยรถยนต์และในด้านการท่องเที่ยวเรามีการประชาสัมพันธ์บ้างแต่ยังไม่ทั่วถึง”*
>
> (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 31. 27 มีนาคม 2565: สัมภาษณ์)

ข้อมูลทั่วไปของชุมชนอำเภอสะบ้าย้อย

อำเภอสะบ้าย้อย เป็นอำเภอที่มีสภาพลักษณะเป็นเนินเขาเตี้ยเป็นที่ราบระหว่างหุบเขาบริเวณแคบๆ สลับกับแม่น้ำที่เป็นต้นกำเดของแม่น้ำเทพา ชาวบ้านประกอบอาชีพเกษตรกร ปลูกสวนกาแฟ ปลูกสวนยาง ปลูกสวนผลไม้ตามฤดูกาล

อาณาเขตอำเภอสะบ้าย้อย มีอาณาเขตติดต่อกับเขตการปกครองข้างเคียงดังต่อไปนี้ ทิศเหนือ อาณาเขตติดกับอำเภอเทพา ทิศตะวันออก อาณาเขตติดกับจังหวัดปัตตานีและอำเภอเมืองยะลา ทิศใต้ อาณาเขตติดกับอำเภอกาบัง และรัฐเกอดะฮ์ ตะวันตก อาณาเขตติดกับอำเภอนาทวี

สภาพภูมิอากาศ ลักษณะภูมิอากาศ ระหว่างปลายเดือนตุลาคม-กุมภาพันธ์ จะได้รับอิทธิพลจากลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือทำให้สภาพอากาศในพื้นที่ของอำเภอสะบ้าย้อยมีฝนมาก มีฝนตกชุก และถือว่าเป็นฤดูฝน จะอยู่ในระหว่างเดือนมีนาคม ถึงเดือนพฤษภาคม ส่วนเดือน มิถุนายน ถึงเดือน กุมภาพันธ์จัดว่าเป็นฤดูร้อนเหมือนภาคอื่นของประเทศ

การคมนาคม เดินทางได้ทางรถยนต์ส่วนตัว/รถประจำทาง

แหล่งท่องเที่ยวในอำเภอสะบ้าย้อย

โรงน้ำชาจ่าหวิน โรงคั่วกาแฟบ้านโหนด น้ำตกเวฬุวัน(พระไม้ไผ่) วัดถ้ำตลอด กลุ่มเครื่องแกง ถ้ำคอก ถ้ำผีกองทราย เรินย่ายาย 100 ปี บ้านเลขที่ 2 @นายทองแก้ว บ่อน้ำร้อนเขาแดง แก้มลิงชลประทาน

ตารางที่ 12 พิกัด GPS แหล่งท่องเที่ยวในอำเภอสะบ้าย้อย

แหล่งท่องเที่ยวในอำเภอสะบ้าย้อย	พิกัด GPS
โรงน้ำชาจ่าหวิน	
โรงคั่วกาแฟ	
กลุ่มเครื่องแกงบ้านโหนด	
เรินย่ายาย 100 ปี	
น้ำตกพระไม้ไผ่ (เวฬุวัน)	
วัดถ้ำตลอด	

ตารางที่ 12 พิกัด GPS แหล่งท่องเที่ยวในอำเภอสะบ้าย้อย (ต่อ)

แหล่งท่องเที่ยวในอำเภอสะบ้าย้อย	พิกัด GPS
ถ้ำคอก	
ถ้ำผีกองทราย	
บ่อน้ำร้อนเขาแดง	
แก้มลิงชลประทาน	

ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนอำเภอสะบ้าย้อย

“จิบแฟโรงน้ำชาจ่าหวิน แลโรงคั่วและไปชมต้นแฟแต่แรกสะบ้าย้อย (บ้านโหนด) ซึมซับธรรมชาติน้ำตกเวฬุวัน ไหว้พระวัดถ้ำตลอด เที่ยวถ้ำคอก ถ้ำผีกองทราย unseen เลือกซื้อผลิตภัณฑ์กลุ่มเครื่องแกงท้องถิ่น ชมวิวแก้มลิงชลประทาน แช่บ่อน้ำร้อนเขาแดง”

ภาพที่ 27 โรงน้ำชาจ่าหวิน
ที่มา: โดยนักวิจัย ถ่ายภาพเมื่อ 27 มีนาคม 2565

โรงน้ำชาจ่าหวินที่มาของชื่อ ดาบตำรวจถวิล สว่างจันทร์ (จำหวิน) เป็นตำรวจ สายสืบของ สภ.สะบ้าย้อย เป็นจุดศูนย์รวมของชุมชนทั้งไทยพุทธไทยอิสลาม (สมัยแต่แรก) ในอดีตจ่าหวินจะนัดพบปะลายข่าวและเพื่อนๆ ที่ร้านน้ำชาเป็นประจำจึงเป็นจุดเริ่มต้นที่มาของโรงน้ำชาจ่าหวิน โดยสานต่อจุดเริ่มต้นของโรงน้ำชาจ่าหวินเพื่อระลึกถึงจ่าหวิน บริหารจัดการ ร้านโดยลูกสาวคนเดียว คุณเสาวณิต สว่างจันทร์ (ศรีนุ่น) มาทีนี่คุณจะได้ ลิ้มรสอาหารเช้า และขึ้นชื่อคือการแฟโรบัสต้าสะบ้าย้อย

ภาพที่ 28 โรงคั่วกาแฟกลุ่มวิสาหกิจโรบัสต้าสะบ้าย้อย
ที่มา: โดยนักวิจัย ถ่ายภาพเมื่อ 27 มีนาคม 2565

โรงคั่วกาแฟกลุ่มวิสาหกิจโรบัสต้าสะบ้าย้อย ในการจัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจโรบัสต้านี้เกิดจากการประสบปัญหาในช่วงสถานการณ์ยางพารามีราคาตกต่ำ ทางกลุ่มจึงรวมตัวเพื่อพลิกฟื้นและส่งเสริมการปลูกกาแฟโรบัสต้าที่มีอยู่ในพื้นที่ พร้อมทั้งมีหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนต่างๆ เข้ามาให้การสนับสนุน

จึงเกิดเป็นการจัดตั้งกลุ่มเกษตรแปลงใหญ่วิสาหกิจชุมชนแปรรูปกาแฟโรบัสต้าสะบ้าย้อยกิจกรรมที่นี้สำหรับนักท่องเที่ยวและผู้มาเยือนจะได้สัมผัสตั้งแต่กระบวนการแรกกระบวนการต้นน้ำ กลางน้ำ ตลอดจนถึงกระบวนการปลายน้ำ มาสัมผัสวิถีเกษตรแปลงใหญ่ ลิ้มรสกาแฟโรบัสต้าสะบ้าย้อยต้นกำเนิดอย่างแท้จริง

ภาพที่ 29 วัดถ้ำตลอด
ที่มา: โดยนักวิจัย ถ่ายภาพเมื่อ 27 มีนาคม 2565

วัดตลอด หรือวัดถ้ำตลอด เป็นพุทธสถานที่มีเรื่องเล่าขานว่า วัดตลอดได้สร้างขึ้นในสมัยกรุงศรีอยุธยาเป็นศิลปะที่ผสมผสานศิลปกรรมของอยุธยาร่วมกับศิลปะพื้นถิ่นของภาคใต้ ภายในถ้ำตลอดจะมีลักษณะเป็นอุโมงค์ถ้ำขนาดใหญ่สามารถเดินทะลุข้ามไปอีกฝั่งของภูเขาได้ มีความสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ ปกคลุมด้วยป่า พันธ์ไม้และเถาวัลย์ ภายในถ้ำประกอบไปด้วย 3 ถ้ำใหญ่ คือ ถ้ำทวดหยัง ถ้ำมหาอุต และถ้ำระฆัง(คนถรรพ์)หรือถ้ำค้างคาว ภายในถ้ำประกอบไปด้วยพระพุทธรูปเก่าแก่ที่สร้างขึ้นด้วยไม้แล้วใช้ปูนซีเมนต์โบกทับอีกชั้น ภายในมีหินปูน หินงอกหินย้อยระยิบระยับและภายในบริเวณถ้ำจะมีอากาศร่มรื่นเย็นสบาย ลมพัดผ่านตลอดทั้งวัน

ภาพที่ 30 กลุ่มเครื่องแกง
ที่มา: โดยนักวิจัย ถ่ายภาพเมื่อ 27 มีนาคม 2565

กลุ่มเครื่องแกงจากการรวมตัวของกลุ่มแม่บ้าน เพื่อทำเครื่องแกงด้วยสูตรเฉพาะตัว เครื่องแกงที่นี่ เครื่องแกงบ้านโหนดมีเครื่องแกง 3 รสชาติ คือ แกงส้ม แกงกะทิ และแกงเผ็ด เครื่องแกงของบ้านโหนดจะมีความโดดเด่นในเรื่องของรสชาติที่เมื่อนำไปปรุงอาหารจะมีรสชาติที่เด่นด้วยรสชาติเฉพาะตัว และที่สำคัญเครื่องแกงบ้านโหนดไม่ใส่สารกันบูด มาที่นี่ท่านจะได้พบกิจกรรมในการลองทำเครื่องแกง และทำอาหารพื้นถิ่นเฉพาะตัว

ภาพที่ 31 ถ้ำคอก
ที่มา: โดยนักวิจัย ถ่ายภาพเมื่อ 27 มีนาคม 2565

“ถ้ำคอก” ตั้งอยู่ในพื้นที่บ้านถ้ำตลอด ตำบลเขาแดง อำเภอสะบ้าย้อย จังหวัดสงขลา จากประวัติ เป็นถ้ำที่มีการเล่าขานจากรุ่นสู่รุ่นว่า เป็นถ้ำที่หลวงปู่ทวดวัดช้างไห้ ใช้เป็นที่นั่งวิปัสสนา ระหว่างการเดินทางธุดงค์ระหว่างประเทศไทยกับเมืองไทรบุรี ถึงประเทศมาเลเซีย ถ้ำตลอดจะอยู่ในป่าที่มีต้นไม้ใหญ่ปกคลุม การเดินทางไปถึงถ้ำต้องเดินเท้าเข้าไปประมาณ 1 กิโลเมตร ในบริเวณข้างล่างของถ้ำจะมีต้นกาแฟโรบัสต้าให้เห็น การขึ้นไปยังถ้ำใช้การปีนขึ้นทางบันไดสูงชัน ในถ้ำจะเป็นที่โล่งสลับชั้นเป็นห้อง

ภาพที่ 32 น้ำตกพระไม้ไผ่ (น้ำตกเวฬุวัน)
ที่มา: โดยนักวิจัย ถ่ายภาพเมื่อ 27 มีนาคม 2565

น้ำตกพระไม้ไผ่ (น้ำตกเวฬุวัน)เป็นสถานที่ท่องเที่ยวภายในอำเภอสะบ้าย้อย ตั้งอยู่ในหมู่บ้านห้วยบอน ตำบลบ้านโหนด อำเภอสะบ้าย้อย จังหวัดสงขลา การเดินทางเข้าไปจะได้เห็นวิถีของชุมชนตลอดข้างทาง น้ำตกแห่งนี้สวยงามแบ่งเป็นชั้นสามารถเข้าถึงน้ำตกได้โดยเดินขึ้นไปประมาณ 100 เมตร และน้ำเย็นใสสะอาด

ภาพที่ 33 ถ้ำผีกองทราย
ที่มา: โดยนักวิจัย ถ่ายภาพเมื่อ 27 มีนาคม 2565

ถ้ำผีกองทรายเป็นถ้ำที่มีความน่าสนใจตามคำบอกเล่าของชาวบ้านว่าเมื่อก่อนชาวบ้านเข้าไปในถ้ำและทำลายกองทรายที่อยู่ในทำที่มีลักษณะคล้ายเจดีย์ วันรุ่งขึ้นชาวบ้านคนดังกล่าวเข้าไปใหม่ปรากฏว่ากองทรายที่ทำลายไปยังคงก่อตัวเป็นเจดีย์ทรายเหมือนเดิมและพิสูจน์เรื่องนี้ซ้ำๆ ก็ยังได้ผลเช่นเดิม ทำให้เป็นที่มาของชื่อ ถ้ำผีกองทราย ภายในถ้ำจะเห็นกองทรายเจดีย์ทรายที่ยังคงอยู่จนปัจจุบัน

ภาพที่ 34 เรินย่ายาย 100 ปี บ้านเลขที่ 2 @นายทองแก้ว
ที่มา: โดยนักวิจัย ถ่ายภาพเมื่อ 27 มีนาคม 2565

เรินย่ายาย 100 ปี บ้านเลขที่ 2 @นายทองแก้ว เป็นบ้านของนายทองแก้ว บางห้องขุนด่า มาทีนี่ท่านจะรู้สึกย้อนวันวาน กลับไปสู่ยุคสมัยเดิม ทั้งตัว บ้าน บรรยากาศ และภูมิปัญญาชาวบ้าน เช่น การรักษาต้นไม้ ** โดยใช้วิธีเนียงน้ำ

ภาพที่ 35 บ่อน้ำร้อนเขาแดง
ที่มา: โดยนักวิจัย ถ่ายภาพเมื่อ 27 มีนาคม 2565

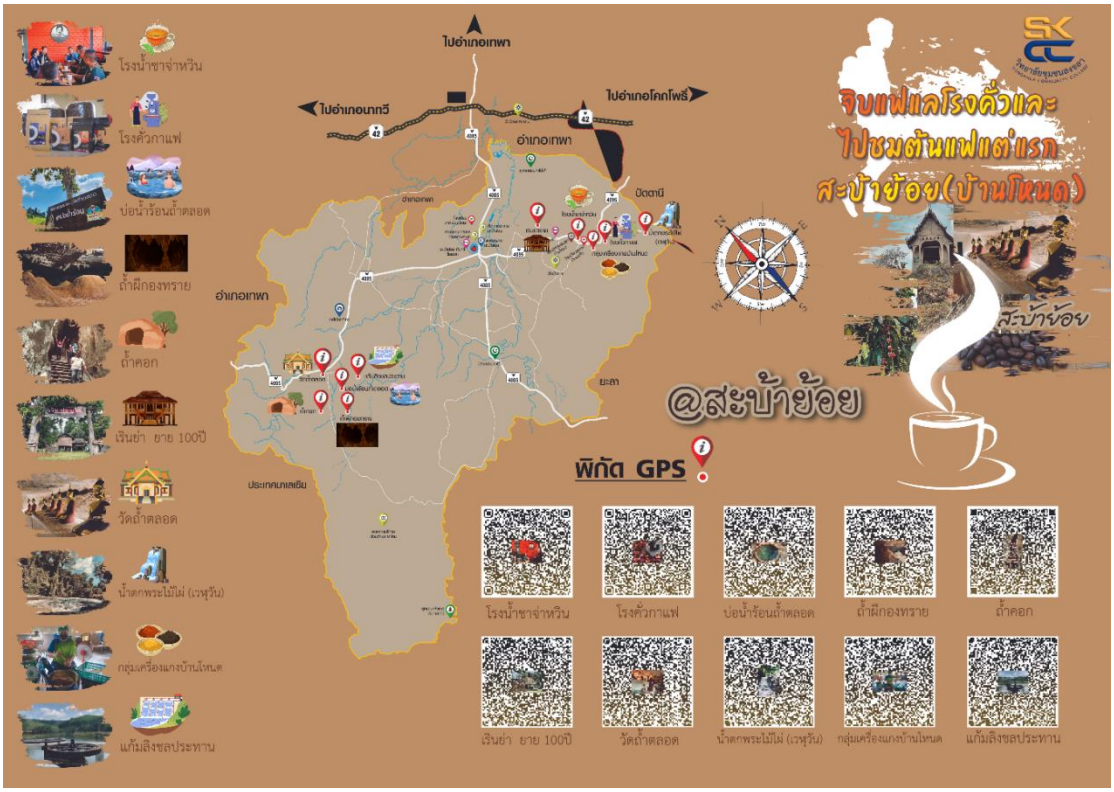
บ่อน้ำร้อนเขาแดง เป็นสถานที่ท่องเที่ยว ของชาวสะบ้าย้อย และนักท่อง เที่ยวต่างๆ บ่อน้ำร้อนสะบ้าย้อย ตั้งอยู่พื้นที่ หมู่ที่ 7 บ้านถ้ำตลอด ตำบลเขาแดง อำเภอสะบ้าย้อย จังหวัดสงขลา ทางเดินสู่บ่อน้าร้อนเป็นทางลาด ไม่ชันมาก ผู้สูงอายุ หรือผู้ที่เดินทางมาแช่น้ำร้อนสามารถเดินทางมาแช่น้ำร้อนได้อย่างสะดวก

ภาพที่ 36 แก้มลิงชลประทาน
ที่มา: โดยนักวิจัย ถ่ายภาพเมื่อ 27 มีนาคม 2565

แก้มลิงชลประทาน ชมวิวบรรยากาศยามเย็นและที่แก้มลิงได้มีแนวทางในการก่อตั้งเป็นตลาดนัดพบสินค้าพื้นบ้านมาแลกเปลี่ยน และจัดจำหน่ายสินค้าของชุมชน

จากการสรุปผลการวิเคราะห์การการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มตัวแทนชุมชนผู้ให้ข้อมูลหลักประจำแหล่งท่องเที่ยวชุมชน อำเภอสะบ้าย้อย ใช้วิธีการสนทนากลุ่ม (Focus Group) และการสัมภาษณ์ร่วมกับตัวแทนคนในชุมชนผู้ให้ข้อมูลหลักประจำแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ได้นำข้อมูลที่ได้มาจัดรูปแบบเป็นตารางข้อมูลของชุมชน รวมถึงร่วมกันวาดแผนที่เส้นทางท่องเที่ยวชุมชน อำเภอสะบ้าย้อย จำนวน 10 คน พบว่า อำเภอสะบ้าย้อย มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวใน 10 สถานที่ ชุมชนมีความพร้อมรองรับนักท่องเที่ยว พร้อมทั้งมีกิจกรรมต้อนรับนักท่องเที่ยว คือ 1) โรงน้ำชาจ่าหวิน 2) โรงคั่วกาแฟ 3) กลุ่มเครื่องแกงบ้านโหนด 4) เรินย่ายาย 100 ปี 5) น้ำตกพระไม้ไผ่ (เวฬุวัน) 6) วัดถ้ำตลอด 7) ถ้ำคอก 8) ถ้ำผีกองทราย 9) บ่อน้ำร้อนเขาแดง 10) แก้มลิงชลประทาน แต่ชุมชนยังขาดสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวยังไม่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย ผู้วิจัยได้ทำแผนที่เส้นทางท่องเที่ยวในอำเภอยะบ้าย้อย ดังนี้

ภาพที่ 37 วาดแผนที่ท่องเที่ยวในอำเภอสะบ้าย้อย ร่วมกับตัวแทนคนในชุมชนผู้ให้ข้อมูลหลัก
ที่มา: โดยนักวิจัย ถ่ายภาพเมื่อ 27 มีนาคม 2565



ภาพที่ 38 แผนที่เส้นทางท่องเที่ยวในอำเภอสะบ้าย้อย

จากการสรุปผลการศึกษาการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวระหว่างแหล่งท่องเที่ยวชุมชนและแหล่งท่องเที่ยวหลักในพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษเฉพาะกิจจังหวัดชายแดนภาคใต้ทั้ง 4 อำเภอ (อำเภอเทพา จะนะ นาทวี สะบ้าย้อย) จากการวิเคราะห์การสนทนากลุ่ม สัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มตัวแทนทั้ง 4 อำเภอ พบว่า ทั้ง 4 อำเภอ มีความพร้อมรองรับนักท่องเที่ยวโดยเป็นการท่องเที่ยว ในแต่ละเส้นทางการท่องเที่ยวของพื้นที่ เนื่องจากยังขาดที่พักที่ได้มาตรฐานในการรองรับนักท่องเที่ยว เส้นทางท่องเที่ยวจากการประเมินศักยภาพด้วยการสัมภาษณ์ การจัดประชุมกลุ่มย่อย และระดมความคิดเห็นร่วมกันนำไปสู่เส้นทางท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนทั้ง 4 อำเภอ จำแนกได้ 4 เส้นทาง คือ 1) อำเภอเทพา “แลเลหาดสะกอม ปล่อยปูหัวเขื่อนปากน้ำเทพา รอดซุ้มอุโมงค์โกงกาง เก็บผักปลอดสารที่สวนพ่อ” 2) อำเภอจะนะ“ชมข้าวพื้นถิ่น เดินป่าตามล่าหาบัวผุด ล่องเรือชมวิถีคลองแม่น้ำ” 3) อำเภอนาทวี “ไหว้หลวงปู่ทวด ด่านประกอบ เดินป่าอุทยานแห่งชาติเขาน้ำค้าง ชมอุโมงค์ประวัติศาสตร์เขาน้ำค้าง แช่น้ำร้อนบ่อบ้านโครง” และ 4) อำเภอสะบ้าย้อย “จิบแฟโรงน้ำชาจ่าหวิน แลโรงคั่วและไปชมต้นแฟแต่แรกสะบ้าย้อย (บ้านโหนด) ซึมซับธรรมชาติน้ำตกเวฬุวัน ไหว้พระวัดถ้ำตลอดเที่ยวถ้ำคอก ถ้ำผีกองทรายunseen เลือกซื้อผลิตภัณฑ์กลุ่มเครื่องแกงท้องถิ่น ชมวิวแก้มลิงชลประทานแช่บ่อน้ำร้อนเขาแดง” และชุมชนขาดสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวทำให้ไม่ได้รับการเผยแพร่ให้เป็นที่รู้จักชุมชนท่องเที่ยวทั้ง 4 อำเภอเห็นว่าการพัฒนาสื่อดิจิทัลอินโฟกราฟิกส์ สื่อออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์เส้นทางท่องเที่ยวที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ สื่อต้นแบบที่เห็นว่ามีความสำคัญและเข้าถึงได้ง่าย ได้แก่ แผ่นพับแผนที่อินโฟกราฟิก คิวอาร์โค้ด เพจเฟสบุ๊คบล็อกการท่องเที่ยว และวีดีโอผ่านช่องทางยูทูป

4.3 ผลการศึกษาการพัฒนาสื่อดิจิทัลอินโฟกราฟิกส์ (Infographics) สื่อออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์เส้นท่องเที่ยวที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่พัฒนาพิเศษเฉพาะกิจ จังหวัดชายแดนภาคใต้ทั้ง 4 อำเภอ (อำเภอเทพา จะนะ นาทวี สะบ้าย้อย)

ผลการศึกษาระยะที่ 3 การออกแบบสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชน การออกแบบในการพัฒนาการออกแบบสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวโดยชุมชนในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ จังหวัดชายแดนใต้ ที่นำมาพัฒนาให้เชื่อมโยงต่อกันโดยใช้เทคโนโลยี QR-CODE สแกนผ่านสื่อแผ่นพับแผนที่อินโฟกราฟิก ทั้งนี้สื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์ ประกอบไปด้วย สื่อประชาสัมพันธ์แผ่นพับแผนที่ท่องเที่ยวในชุมชนรูปแบบเป็นอินโฟกราฟิก ผู้วิจัยแบ่งด้านการพัฒนาออกเป็น 10 ประเด็นหลักในการวางแผนจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ ดังนี้ 1) ที่ตั้งอาณาเขต 2) การคมนาคม 3) แหล่งท่องเที่ยว 4) เส้นทางท่องเที่ยวของชุมชน 5) ผลิตภัณฑ์เด่นในชุมชน 6) กิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชน 7) ประเพณีและวัฒนธรรม 8) ช่องทางการประชาสัมพันธ์ 9) ที่พัก 10) แผน

ที่ท่องเที่ยวชุมชน และสื่อวีดีโอประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวต้นแบบ ประกอบด้วย สื่อมัลติมีเดีย ได้แก่ วิดีโอ เพจ และอินโฟกราฟิกเชื่อมแผนที่ผ่าน(QR-CODE) ส่งผ่านมายังสื่อดิจิทัลเพจ Facebook

จากข้อสรุปสรุปข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มตัวแทนชุมชนผู้ให้ข้อมูลหลักประจำแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั้ง 4 อำเภอใช้วิธีการสนทนากลุ่ม (Focus Group) ในระยะที่2 และการสัมภาษณ์ร่วมกับตัวแทนคนในชุมชนผู้ให้ข้อมูลหลักประจำแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ได้นำข้อมูลที่ได้มาจัดรูปแบบรวมถึงร่วมกันระดมความคิด วาดแผนที่ท่องเที่ยวชุมชน และร่างแผนที่ท่องเที่ยวชุมชนจนไปถึงพัฒนาจัดทำแผนการออกแบบ (Design) ในการพัฒนาการออกแบบสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวโดยชุมชนในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ จังหวัดชายแดนใต้ ที่นำมาพัฒนาให้เชื่อมโยงต่อกันโดยใช้เทคโนโลยี QR-CODE สแกนผ่านสื่อแผ่นพับแผนที่อินโฟกราฟิก ทั้งนี้สื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์ ประกอบไปด้วย สื่อแผ่นพับแผนที่อินโฟกราฟิก สื่อวีดีโอประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวต้นแบบ เพจและเชื่อมแผนที่ผ่าน (QR-CODE) ส่งผ่านมายังสื่อดิจิทัลเพจ Facebook ผู้วิจัยได้ทำการสร้างเป็นชุดแนวคิดสำหรับการออกแบบสื่อต้นแบบการท่องเที่ยว ขั้นตอนการพัฒนาสื่อต้นแบบ ผู้วิจัยได้จำแนกสื่อต้นแบบออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

4.3.1 การพัฒนาสื่อแผ่นพับแผนที่อินโฟกราฟิกต้นแบบ มีขั้นตอน 2 ขั้นตอน ได้แก่

ขั้นที่ 1 การออกแบบชิ้นงาน

จากที่ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวแทนชุมชนผู้ให้ข้อมูลหลักประจำแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ทั้ง 4 อำเภอ การออกแบบจึงเกิดจากความต้องการของชุมชนอย่างแท้จริง ผลที่ได้จากการสังเคราะห์ข้อมูลนำมาทำการออกแบบ สื่อแผ่นพับอินโฟกราฟิก ที่มีแผนที่ของชุมชนพร้อมกิจกรรม โดยใช้สีของแผ่นพับแทนสีประจำอำเภอทั้ง 4 อำเภอ 1) อำเภอเทพาใช้โทนสีเขียวน้ำทะเล (แทนสีน้ำทะเล) 2) อำเภอจะนะโทนสีเหลืองน้ำตาลทอง (แทนสีของข้าวลูกปลา) 3) อำเภอนาทวีโทนสีเขียวเข้ม (แทนสีของป่าทึบ) 4) อำเภอสะบ้าย้อยโทนสีน้ำตาลเข้ม (แทนสีของกาแฟ) มีส่วนประกอบของตัวหนังสือที่อ่านง่าย ใส่ข้อมูลแผนที่ชุมชนรูปแบบกราฟิกมีไอคอนบอกพิกัด คำขวัญ ประวัติชุมชน กิจกรรมที่ทำในชุมชน รวมถึงแทรก QR code ของสื่อวีดีโอ แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวการจัดการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่พัฒนาพิเศษเฉพาะกิจ จังหวัดชายแดนภาคใต้ (อำเภอเทพา จะนะ นาทวี สะบ้าย้อย) ทั้งบอกพิกัด GPS หมายเลขโทรศัพท์ พร้อมทั้งเส้นทางการเดินทาง ผ่านแผ่นพับอินโฟกราฟิก

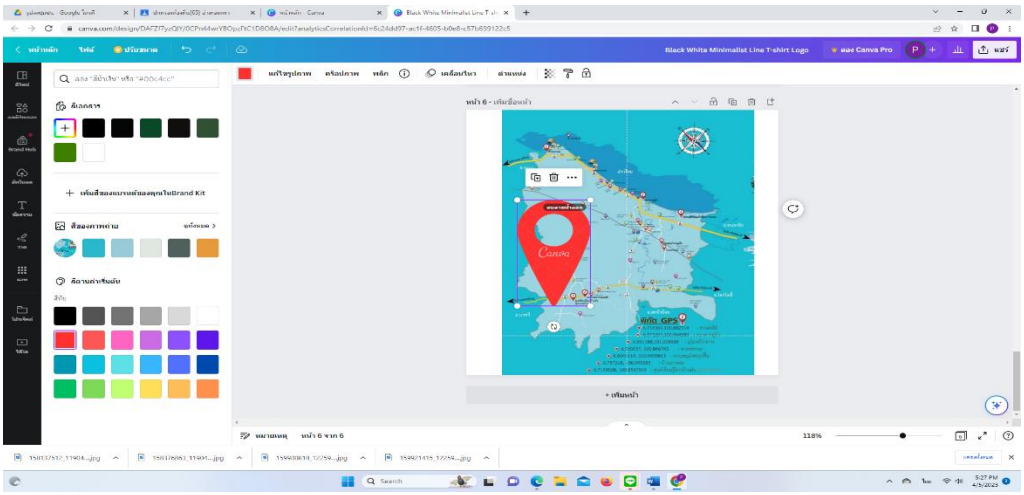
ขั้นที่ 2 การพัฒนาสื่อแผ่นพับแผนที่อินโฟกราฟิกต้นแบบ

เป็นขั้นตอนในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์แผ่นพับแผนที่อินโฟกราฟิกต้นแบบ ที่อยู่ในรูปแบบแผ่นพับแผนที่ท่องเที่ยวชุมชนทั้ง 4 อำเภอ โดยผู้วิจัยได้ใช้โปรแกรม Adobe photoshop, Adobe Illustrator ในการออกแบบแผ่นพับ ประกอบด้วย ตัวอักษร ภาพกราฟิก ภาพถ่าย ไอคอน

แผนที่อินโฟกราฟิก และใช้โปรแกรม canva ในการตัดแต่งรูปภาพเพื่อนำมาประกอบในแผ่นพับ และสร้าง QR Code เพื่อแทรกโดยใช้โปรแกรมแปลงคิวอาร์โค้ดผ่าน QR Code Monkey ในขั้นตอน การพัฒนาสื่อมีการพัฒนาสื่อตามองค์ประกอบ ดังนี้

ภาพที่ 39 รูปแบบฟอนต์ cloud condensed semibo

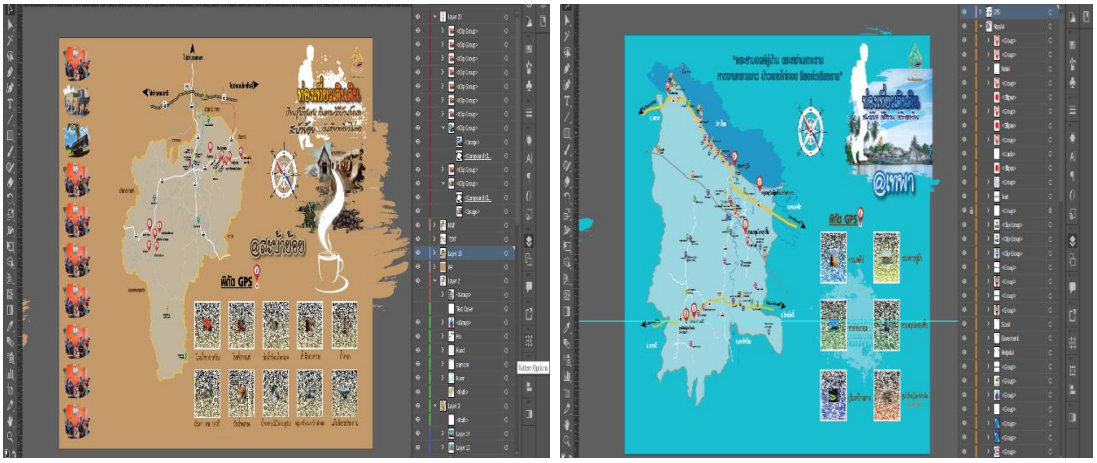
รูปแบบฟอนต์ cloud condensed semibo ที่มีตัวหนาเพื่อให้เห็นเด่นชัดในหัวเรื่องและหัวข้อย่อยใช้ตัวอักษร dm weekend เน้นคำเพื่อเป็นหัวข้อย่อย

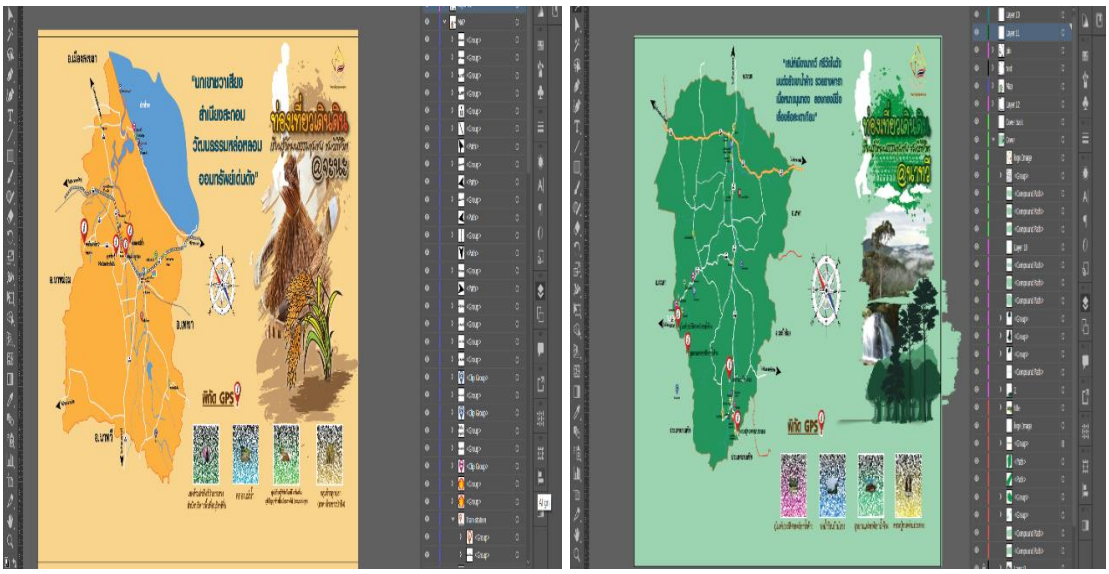


ภาพที่ 40 ไอคอนใช้โปรแกรม canva ใช้โปรแกรม canva ในการใส่ไอคอนภาพประกอบต่างๆ

พิกัดในแผ่นพับ

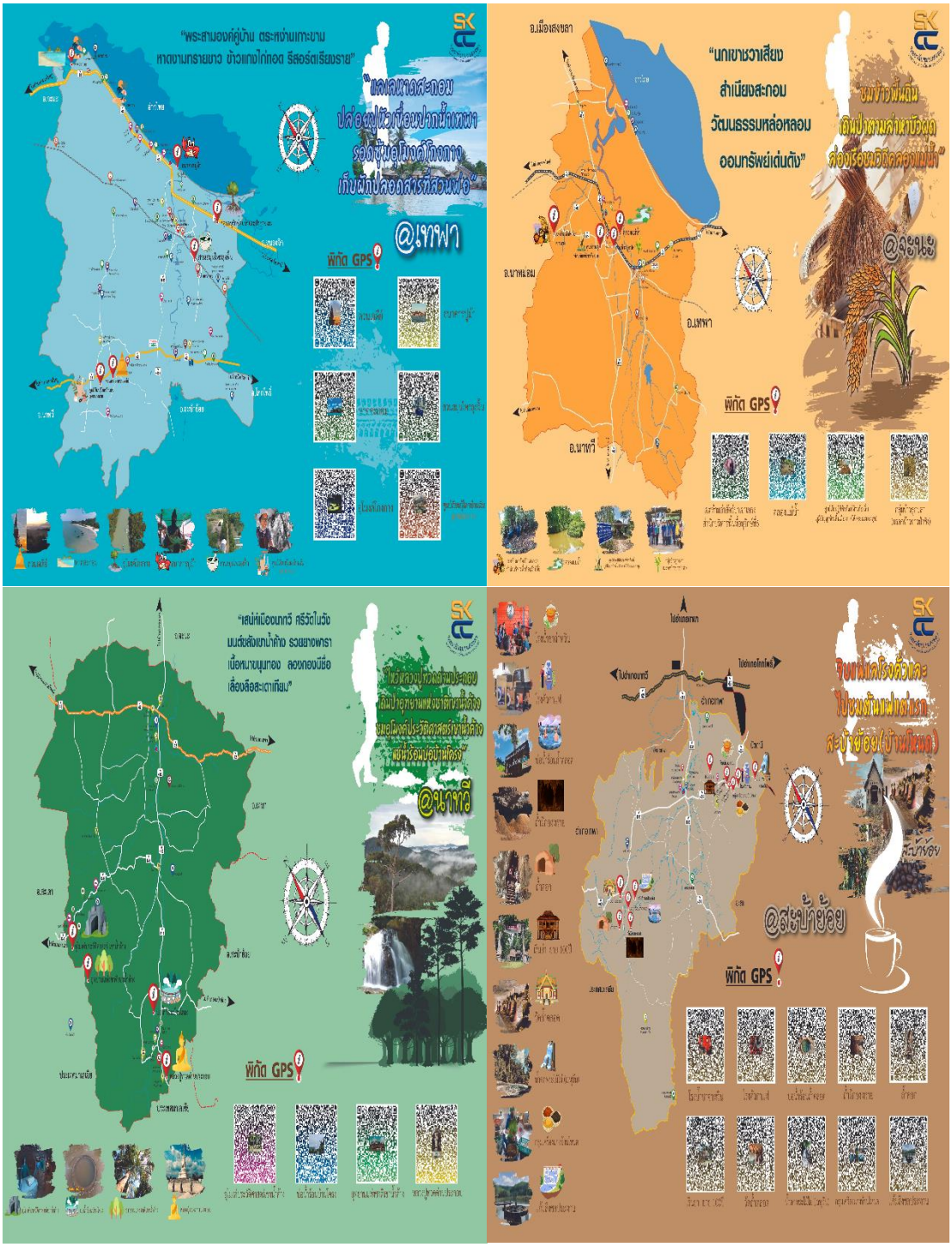
ภาพที่ 41 ไอคอนปักหมุดและภาพประกอบในแผ่นพับกราฟิก





ภาพที่ 42 การใช้โปรแกรม Adobe Illustrator ในการตัดแต่งภาพแผนที่อินโฟกราฟิก เส้นทางการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่พัฒนาพิเศษเฉพาะกิจ จังหวัดชายแดนภาคใต้

ภาพที่ 43 การใช้เครื่องมือเครื่องหาพิกัดด้วยสัญญาณดาวเทียม GPS เพื่อจับพิกัดเส้นทางการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่พัฒนาพิเศษเฉพาะกิจ จังหวัดชายแดนภาคใต้



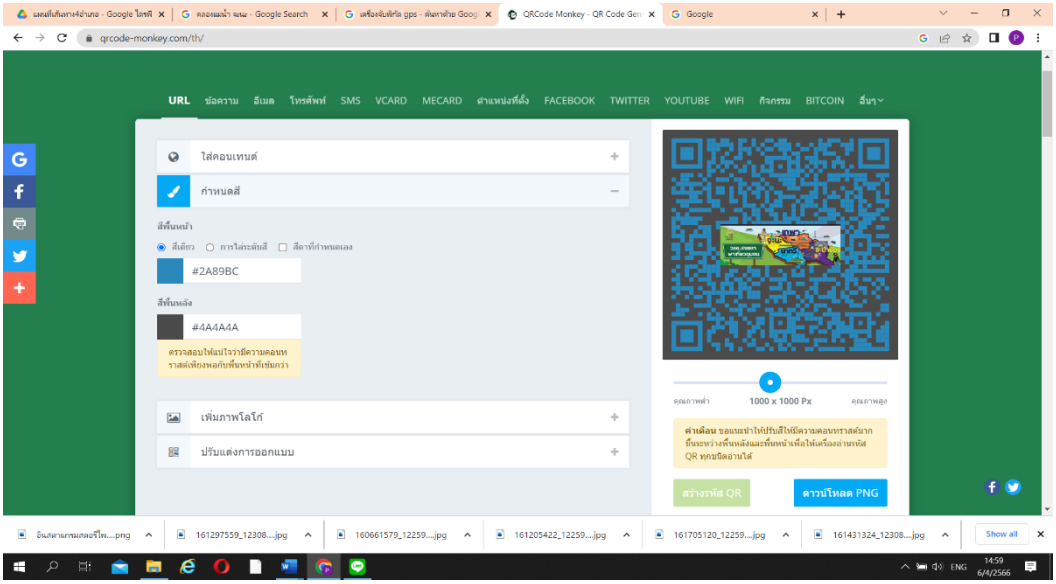
ภาพที่ 44 ภาพแผนที่อินโฟกราฟิกเส้นทางบอกพิกัด GPS การท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่พัฒนาพิเศษเฉพาะกิจ จังหวัดชายแดนภาคใต้ (อำเภอเทพา จะนะ นาทวี สะบ้าย้อย)

ภาพที่ 45 ด้านหน้า-ด้านหลัง สื่อแผ่นพับต้นแบบอินโฟกราฟิกเส้นทางการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่พัฒนาพิเศษเฉพาะกิจ จังหวัดชายแดนภาคใต้ (อำเภอเทพา)

ภาพที่ 46 ด้านหน้า-ด้านหลัง สื่อแผ่นพับต้นแบบอินโฟกราฟิกเส้นทางการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่พัฒนาพิเศษเฉพาะกิจ จังหวัดชายแดนภาคใต้ (อำเภอจะนะ)

ภาพที่ 47 ด้านหน้า-ด้านหลัง สื่อแผ่นพับต้นแบบอินโฟกราฟิกเส้นทางการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่พัฒนาพิเศษเฉพาะกิจ จังหวัดชายแดนภาคใต้ (อำเภอนาทวี)

ภาพที่ 48 ด้านหน้า-ด้านหลัง สื่อแผ่นพับต้นแบบอินโฟกราฟิกเส้นทางการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่พัฒนาพิเศษเฉพาะกิจ จังหวัดชายแดนภาคใต้ (อำเภอสะบ้าย้อย)



ภาพที่ 49 สร้าง QR code โดยใช้โปรแกรม monkey

ที่มา: https://www.qrcode-monkey.com/th/เพื่อเชื่อมแผนที่แผ่นพับอินโฟกราฟิก

ภาพที่ 50 QR-CODE สื่อแผ่นพับอินโฟกราฟิกแผนที่เส้นทางการท่องเที่ยวโดยชุมชนอำเภอเทพา

ภาพที่ 51 QR-CODE สื่อแผ่นพับอินโฟกราฟิกแผนที่เส้นทางการท่องเที่ยวโดยชุมชนอำเภอจะนะ

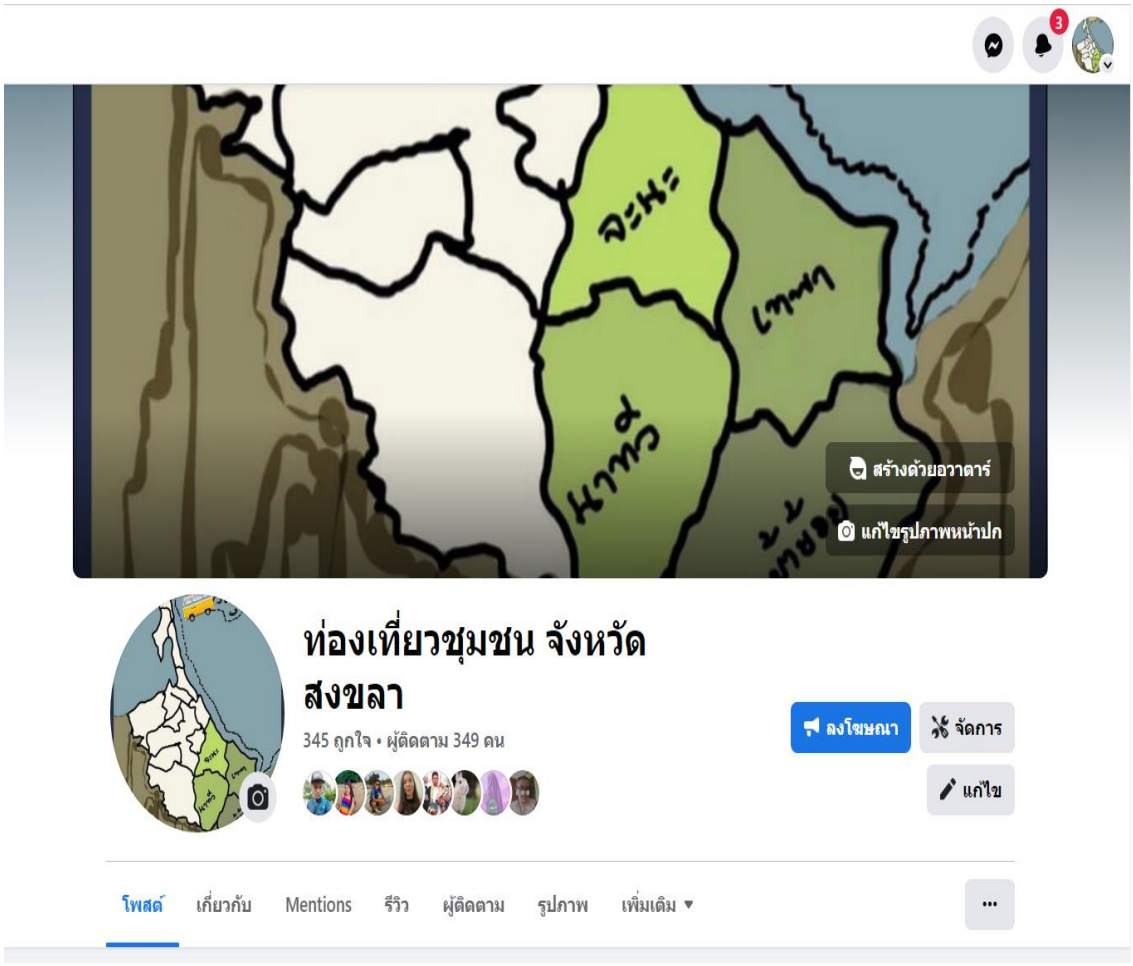
ภาพที่ 52 QR-CODE สื่อแผ่นพับอินโฟกราฟิกแผนที่เส้นทางการท่องเที่ยวโดยชุมชนอำเภอนาทวี

ภาพที่ 53 QR-CODE สื่อแผ่นพับอินโฟกราฟิกแผนที่เส้นทางการท่องเที่ยวชุมชนอำเภอสะบ้าย้อย

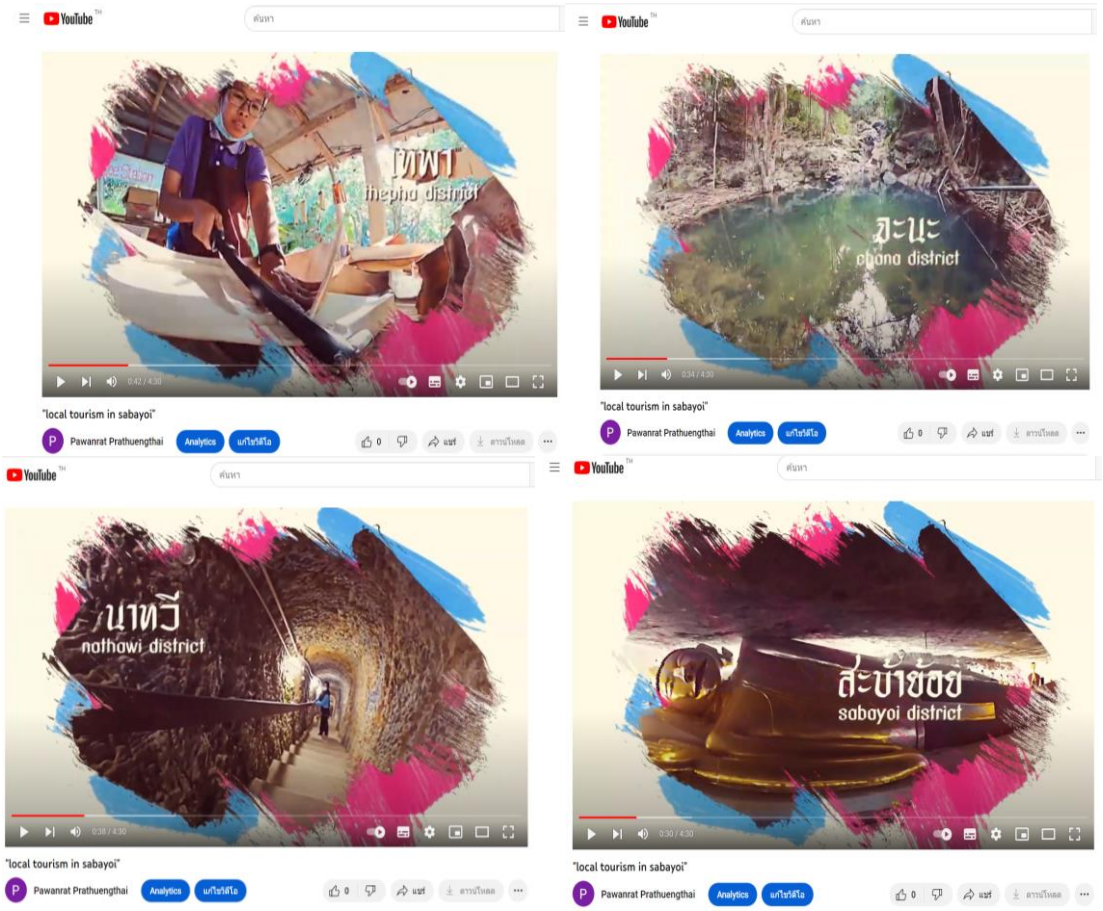
ขั้นที่ 3 ขั้นตอนในการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์

เป็นขั้นตอนในการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ ที่อยู่ในรูปแบบช่องทางการประชาสัมพันธ์ออนไลน์การจัดการท่องเที่ยวชุมชนทั้ง 4 อำเภอ โดยผู้วิจัยได้ใช้โปรแกรม Facebook blockspot และ youtube โดยเว็บไซต์ที่ให้บริการเครือค่ายสังคมออนไลน์ผ่าน Internet เป็น Social Network พื้นที่ส่วนตัวสำหรับแนะนำช่องทางประชาสัมพันธ์เส้นทางท่องเที่ยว 4 อำเภอ และยังสามารถติดต่อสื่อสารกับเพื่อนทั้งแบบข้อความ ภาพ เสียง และวีดีโอ มีรูปแบบที่หลากหลายขั้นตอนการพัฒนาสื่อมีการพัฒนาสื่อตามองค์ประกอบนี้มีชื่อ เพจว่า “ท่องเที่ยวชุมชนจังหวัดสงขลา” blockspot “ท่องเที่ยวชุมชนจังหวัดสงขลา” youtube “ท่องเที่ยวชุมชนจังหวัดสงขลา” จัดทำในรูปแบบสื่อวิดีโอพาเที่ยวตามเส้นทางท่องเที่ยวทั้ง 4 อำเภอ แบ่งออกเป็น 4 ตอน 4 เส้นทาง คือ 1) อำเภอเทพา“แลเลหาดสะกอม ปล่อยปูหัวเขื่อนปากน้ำเทพา รอดซุ้มอุโมงค์โกงกาง เก็บผักปลอดสารที่สวนพ่อ” 2) อำเภอจะนะ “ชมข้าวพื้นถิ่น เดินป่าตามล่าหาบัวผุด ล่องเรือชมวิถีคลองแม่น้ำ” 3) อำเภอนาทวี “ไหว้หลวงปู่ทวด ด่านประกอบ เดินป่าอุทยานแห่งชาติเขาน้ำค้าง ชมอุโมงค์ประวัติศาสตร์เขาน้ำค้าง แช่น้ำร้อนบ่อบ้านโครง” และ 4) อำเภอสะบ้าย้อย“จิบแฟโรงน้ำชาจ่าหวิน แลโรงคั่วและไปชมต้นแฟแต่แรกสะบ้าย้อย (บ้านโหนด) ซึมซับธรรมชาติน้ำตกเวฬุวัน ไหว้พระวัดถ้ำตลอด เที่ยวถ้ำคอก ถ้ำผีกองทราย

unseen เลือกซื้อผลิตภัณฑ์กลุ่มเครื่องแกงท้องถิ่น ชมวิวแก้มลิงชลประทาน แช่บ่อน้ำร้อนเขาแดง” นำลิ้งค์สื่อประชาสัมพันธ์ทั้งหมด มาแปลงในรูปแบบ Qr code นำไปใส่ในสื่อแผ่นพับอินโฟกราฟิกต้นแบบ เพื่อง่ายและสะดวกต่อการเข้าถึงสื่อสื่อดิจิทัลที่ส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่พัฒนาพิเศษเฉพาะกิจ จังหวัดชายแดนภาคใต้ (อำเภอเทพา จะนะ นาทวี สะบ้าย้อย)



ภาพที่ 54 สื่อเพจเฟสบุ๊คการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อเป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์เพจ “ท่องเที่ยวชุมชนจังหวัดสงขลา”



ภาพที่ 55 สื่อวิดีโอผ่านช่องทางยูทูปการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อเป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์

4.4 ผลการวิเคราะห์ระยะที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการประเมินข้อมูลสื่อต้นแบบ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล การประเมินข้อมูลสื่อต้นแบบการจัดการท่องเที่ยวชุมชน ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์เชื่อมรอยต่อเส้นทางท่องเที่ยวชุมชน จากกลุ่มนักท่องเที่ยว ตัวแทนหน่วยงานภาครัฐ ผู้นำการท่องเที่ยวและประชาชนแต่ละอำเภอในพื้นที่ จำนวน 48 คน โดยวิธีสุ่มแบบบังเอิญ หรือการเลือกตัวอย่างแบบสะดวก ของกลุ่มตัวอย่างในการพัฒนาสื่อดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่พัฒนาพิเศษเฉพาะกิจ จังหวัดชายแดนภาคใต้ (อำเภอเทพา จะนะ นาทวี สะบ้าย้อย) การศึกษาความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง เรื่อง การพัฒนาสื่อดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่พัฒนาพิเศษเฉพาะกิจ จังหวัดชายแดนภาคใต้ (อำเภอเทพา จะนะ นาทวี สะบ้าย้อย) มีการสอบถามความพึงพอใจจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 48 คน โดยใช้แบบสอบถามมี 2 ตอน ตอนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ตอนที่ 2 แบบประเมินความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ มีรายละเอียดดังตารางที่ 13 และภาพที่ 9

ตอนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์

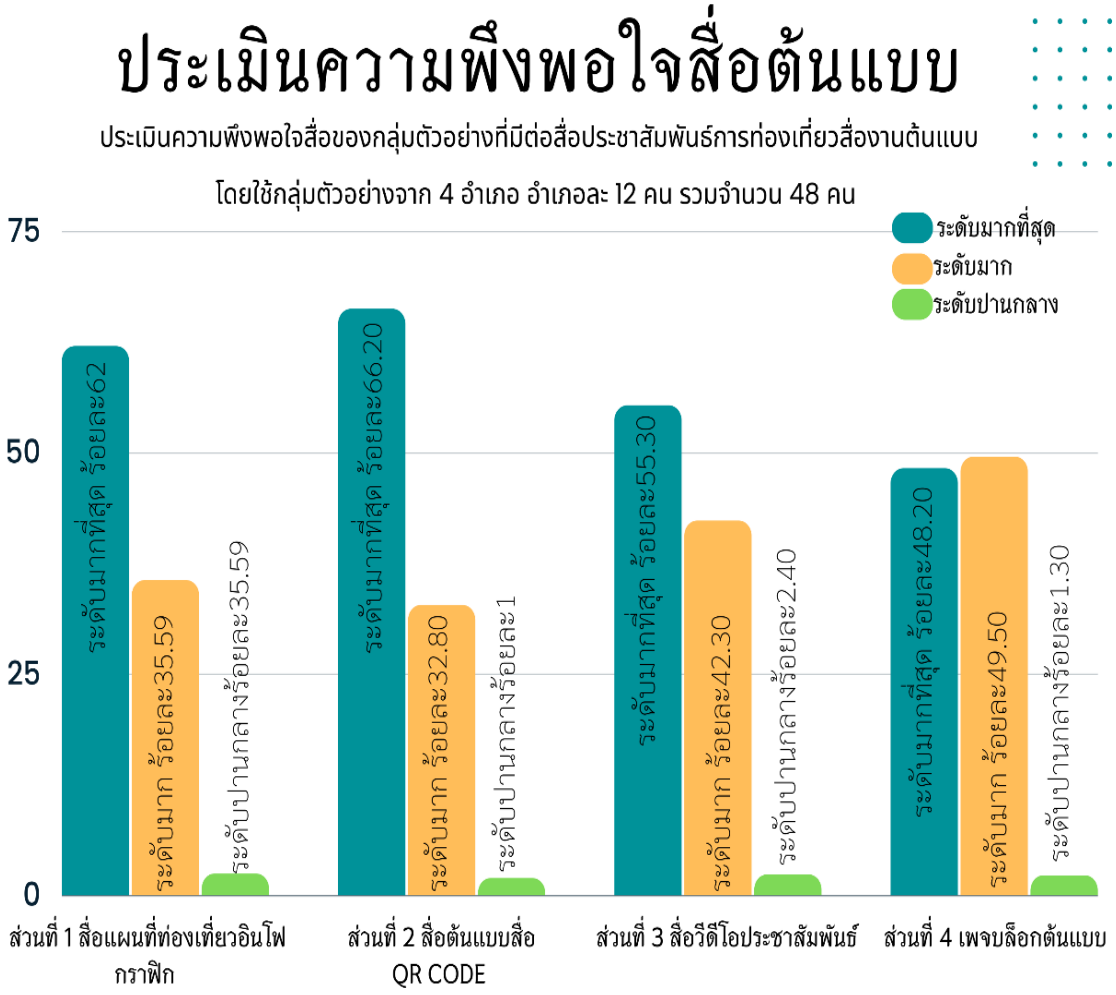
ตารางที่ 13 แสดงข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (n=48)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	24	50.00
หญิง	21	43.75
ไม่ระบุ	3	6.25
อายุ		
18-24 ปี	7	14.58
25-34 ปี	9	18.75
35-44 ปี	10	20.83
45-57ปี	13	27.08
55 ปีขึ้นไป	9	18.75
เป็นบุคคลที่อยู่ในพื้นที่โดยกำเนิด		
ใช่	38	79.20
ไม่ใช่	10	20.80
วัตถุประสงค์ของการเดินทางเพื่อท่องเที่ยว		
ใช่	39	81.25
ไม่ใช่	9	18.75
รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่การท่องเที่ยวที่ท่านชอบ		
การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro tourism)	9	18.75
การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism)	1	2.08
การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล (Marine ecotourism)	11	22.92
การท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท (Rural tourism/village tourism)	11	22.92
การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical tourism)	3	6.25
การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health tourism)	2	4.17
การท่องเที่ยวแบบผจญภัย (Adventure travel)	11	22.92
รวม	**48**	**100**

จากตารางที่ 13 พบว่าข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 เพศหญิง จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 43.75 และไม่ระบุ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 6.25 อายุส่วนใหญ่ อยู่ระหว่าง 45 -57 ปี จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 27.08 รองลงมาอายุระหว่าง 35-44 ปี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 20.83 อายุระหว่าง 25-34 ปี และอายุ 55 ปีขึ้นไป จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 18.75 อายุระหว่าง 18-24 ปี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 14.58 สถานการเป็นบุคคลที่อยู่ในพื้นที่โดยกำเนิด จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 79.20 และไม่ใช่อายุระหว่าง 35-44 ปี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 20.80 ที่มีวัตถุประสงค์ของการเดินทางเพื่อท่องเที่ยว จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 81.25 ที่ไม่ใช่มีวัตถุประสงค์ของการเดินทางเพื่อท่องเที่ยว จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 18.75 รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่การท่องเที่ยวที่กลุ่มตัวอย่างชอบส่วนใหญ่การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล (Marine ecotourism) การท่องเที่ยวแบบผจญภัย (Adventure travel) และการท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท (Rural tourism/village tourism) จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 22.92 รอลงมา การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro tourism) จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 18.75 การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical tourism) จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 6.25 การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health tourism) จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 4.17 และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2.08

ตอนที่ 2 ประเมินความพึงพอใจสื่อของกลุ่มตัวอย่าง

ประเมินความพึงพอใจสื่อของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวสื่องานต้นแบบ โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจาก 4 อำเภอ อำเภอละ 12 คน รวมจำนวน 48 คน ผลการประเมินความพึงพอใจสื่อของกลุ่มตัวอย่าง ด้านความพึงพอใจ สื่องานต้นแบบ **ส่วนที่ 1 การประเมินความพึงพอใจต่อสื่อต้นแบบสื่อแผนที่ท่องเที่ยวอินโฟกราฟิก** โดยภาพรวมความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 62.00 รองลงมา ระดับมากร้อยละ 35.59 และระดับปานกลางร้อยละ 2.41 **ส่วนที่ 2 การประเมินความพึงพอใจต่อสื่อต้นแบบสื่อ QR CODE แผนที่ท่องเที่ยวอินโฟกราฟิก** โดยภาพรวมความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 66.20 รองลงมา ระดับมากร้อยละ 32.80 และระดับปานกลางร้อยละ 1 **ส่วนที่ 3 การประเมินความพึงพอใจต่อสื่อต้นแบบสื่อวีดีโอประชา สัมพันธ์การท่องเที่ยว** โดยภาพรวมความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 55.30 รองลงมา ระดับมาก ร้อยละ 42.30 และระดับปานกลาง ร้อยละ 2.40 ส่วนที่ 4 **การประเมินความพึงพอใจต่อสื่อต้นแบบ เพจบล็อกต้นแบบ** โดยภาพรวมความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 48.20 รองลงมา ระดับมาก ร้อยละ 49.50 และระดับปานกลาง ร้อยละ 1.30 มีผลการประเมิน ดังภาพที่ 56



ภาพที่ 56 ผลการประเมินความพึงพอใจสื่อของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อสื่อต้นแบบ

บทที่ 5
สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การพัฒนาสื่อดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่พัฒนาพิเศษเฉพาะกิจจังหวัดชายแดนภาคใต้ (อำเภอเทพา จะนะ นาทวี สะบ้าย้อย) งานวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบมีส่วนร่วม มีวิธีการศึกษาการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ประกอบด้วย วัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาจุดแข็ง จุดอ่อนของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวและทรัพยากรทางการท่องเที่ยวในพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษเฉพาะกิจจังหวัดชายแดนภาคใต้ทั้ง 4 อำเภอ (อำเภอเทพา จะนะ นาทวี สะบ้าย้อย) 2) เพื่อพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวระหว่างแหล่งท่องเที่ยวชุมชน และแหล่งท่องเที่ยวหลักในพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษเฉพาะกิจจังหวัดชายแดนภาคใต้ทั้ง 4 อำเภอ (อำเภอเทพา จะนะ นาทวี สะบ้าย้อย) 3) เพื่อพัฒนาสื่อดิจิทัลอินโฟกราฟิกส์ (Infographics) สื่อออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์เส้นท่องเที่ยวที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่พัฒนาพิเศษเฉพาะกิจ จังหวัดชายแดนภาคใต้ทั้ง 4 อำเภอ (อำเภอเทพา จะนะ นาทวี สะบ้าย้อย) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย การสังเกต การสำรวจ สนทนาแบบกลุ่มและการสัมภาษณ์เชิงลึก แบบระดมความคิดร่วมกัน แบบสอบถามประเมินศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ พร้อมทั้งข้อเสนอแนะในการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์เชื่อมรอยต่อเส้นทางท่องเที่ยว 1) กลุ่มเจ้าหน้าที่ภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ ทั้ง 4 อำเภอ โดยใช้เกณฑ์การกำหนดกลุ่มประชากรกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง อำเภอละ 2 คน (รวมจำนวน 8 คน) วิเคราะห์ข้อมูลโดยการจัดกลุ่มคำสำคัญและเขียนบรรยายเชิงพรรณนา 2) กลุ่มตัวแทนชุมชนผู้ให้ข้อมูลหลักประจำแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั้ง 4 อำเภอ โดยใช้เกณฑ์การกำหนดกลุ่มประชากรกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง ประกอบด้วย ตัวแทนคณะกรรมการการจัดการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ อำเภอละ 5 คน (รวมจำนวน 20 คน) ตัวแทนผู้นำในพื้นที่ (ผู้ใหญ่บ้าน หรือผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน) อำเภอละ 1 คน (รวมจำนวน 4 คน) ตัวแทนชาวบ้านในชุมชน(ที่อยู่ในพื้นที่มากกว่า 10 ปีขึ้นไป) อำเภอละ 2 คน (รวมจำนวน 8 คน) วิเคราะห์ข้อมูลโดยการจัดกลุ่มคำสำคัญและเขียนบรรยายเชิงพรรณนา และ 3) กลุ่มตัวแทนนักท่องเที่ยวผู้ใช้สื่อในพื้นที่ในการจัดการท่องเที่ยวจาก 4 อำเภอ จำนวน 48 คน โดยใช้แบบสอบถามประเมินศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ พร้อมทั้งข้อเสนอแนะในการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์เชื่อมรอยต่อเส้นทางท่องเที่ยว ใช้เกณฑ์การกำหนดกลุ่มประชากรกลุ่มตัวอย่างวิธีสุ่มแบบบังเอิญ หรือการเลือกตัวอย่างแบบสะดวก วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าสถิติความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ผู้วิจัยได้สรุปผลการศึกษาการอภิปรายผลและข้อเสนอแนะได้ ดังต่อไปนี้

5.1 สรุปและอภิปรายผลการศึกษา

5.1.1 การศึกษาจุดแข็ง จุดอ่อนของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวและทรัพยากรทางการท่องเที่ยวในพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษเฉพาะกิจจังหวัดชายแดนภาคใต้ทั้ง 4 อำเภอ (อำเภอเทพา จะนะ นาทวี สะบ้าย้อย) พบว่า ในพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษเฉพาะกิจจังหวัดชายแดนภาคใต้ทั้ง 4 อำเภอ (อำเภอเทพา จะนะ นาทวี สะบ้าย้อย จุดแข็งของพื้นที่ ด้านทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม สรุปผลว่ามีความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรเป็นอย่างมาก สถานที่ท่องเที่ยวชุมชนยังไม่เป็นที่รู้จักทำให้ทรัพยากรยังคงสมบูรณ์ไม่ถูกทำลาย สิ่งแวดล้อมมีความสมบูรณ์ ความมั่นคงทางด้านอาหารที่หลากหลาย มีวัฒนธรรมวิถีชีวิตการอยู่ร่วมกันในสังคมพหุวัฒนธรรมที่มีความน่าสนใจ มีอัตลักษณ์และวัฒนธรรมเป็นพหุวัฒนธรรมซึ่งมีการอยู่ร่วมกันของ ชาวไทยพุทธ นับถือศาสนาพุทธ และชาวไทยมุสลิม นับถือศาสนาอิสลาม แต่มีความเป็นอยู่ร่วมกันอย่างสมัครสมานสามัคคีชุมชนมีฐานทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ และชุมชนมีวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะพื้นที่ ด้านองค์กรชุมชน สรุปผลว่าชุมชนมีระบบภายในสังคมที่เข้าใจกัน มีผู้มีความรู้ และมีทักษะในเรื่องต่างๆ ที่หลากหลายแตกต่างกันไปตามแต่ละพื้นที่ ชุมชนรู้สึกเป็นเจ้าของ และเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนาพร้อมทั้งมีกลุ่มผู้แทนใน ด้านการบริหารจัดการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ของตน สรุปผลว่าด้านการมีส่วนร่วมในชุมชนในพื้นที่มีองค์กรในการขับเคลื่อนการทำงานเพื่อจัดการการท่องเที่ยว และสามารถสร้างกลุ่มเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวมีการกระจายผลประโยชน์ในกลุ่มของผู้ดำเนินการ การจัดตั้งและรวมกลุ่มในการบริหารจัดการท่องเที่ยวชุมชนเริ่มชัดเจน ด้านการเรียนรู้ สรุปผลมีการจัดการท่องเที่ยวในรูปแบบของการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวเกิดกิจกรรมการเรียนรู้ตามวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของคนในชุมชน อาหารพื้นบ้าน กาแฟพื้นถิ่นและวัฒนธรรมที่แตกต่าง จุดอ่อนของพื้นที่ ด้านทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม สรุปผลว่าฐานทรัพยากรธรรมชาติมีความอุดมสมบูรณ์แต่ยังขาดองค์ความรู้ในด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติให้เกิดความยั่งยืน ชุมชนมีวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นแต่ยังขาดช่องทางในการประชาสัมพันธ์เพื่อให้เกิดการรับรู้ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน สรุปผลว่าชุมชนในพื้นที่อำเภอเทพายังขาดกฎระเบียบในการจัดการสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม และการท่องเที่ยว ด้านการจัดการ สรุปผลว่าเป็นพื้นที่สีชมพู ทำให้นักท่องเที่ยวไม่มั่นใจในด้านความปลอดภัย ยังขาดช่องทางในการประชาสัมพันธ์เส้นทางท่องเที่ยวยังไม่มีผู้พัฒนาและขาดสื่อดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รับรู้ขาดองค์ความรู้และการสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการพัฒนาชุมชนโดยรวม ด้านการเรียนรู้ สรุปผลว่ายังขาดการะบวนการระบบจัดการเพื่อให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ระหว่างชาวบ้านกับผู้มาเยือน และการส่งเสริมประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจากหน่วยงานภาครัฐ ผู้นำชุมชนพัฒนาต่อยอดสินค้าภายในชุมชนเพื่อต่อยอดในการพัฒนา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของธง คำเกิดและคณะ (2563) ศึกษาการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนบนฐานรากวิถีชีวิตชุมชนอย่างยั่งยืนของตำบลต้นตาล อำเภอสองพี่น้อง จังหวัด

สุพรรณบุรี ชุมชนตำบลต้นตาล มีประชากรส่วนใหญ่มีอาชีพในการทำเกษตรกรรม โดยชุมชนตำบลต้นตาลมีเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ที่โดดเด่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยชุมชนได้นำวิถีการดำเนินชีวิตในชุมชน การนำศิลปวัฒนธรรม การนำประเพณี การนำโบราณสถาน การนำภูมิปัญญาท้องถิ่น และการนำศิลปะในศาสตร์ต่างๆ ที่แสดงถึงองค์ความรู้ที่สะสมมาอย่างยาวนาน ที่ยังคงอนุรักษ์และสืบสานวัฒนธรรมท้องถิ่น และการจัด การเส้นทางท่องเที่ยวในชุมชนเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้มาเยือน ชุมชนมีการใช้เครื่องมือการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชนในด้านเศรษฐกิจ ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านสังคมเพื่อใช้ชุมชนเป็นแกนเป็นศูนย์กลางในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนก่อให้เกิดรายได้ และสร้างความมั่นคงให้ กับชุมชนด้วยศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของตำบลต้นตาลที่มีเอกลักษณ์ เฉพาะอันโดดเด่นโดยเฉพาะอย่างยิ่ง ด้านวิถีการดำเนินชีวิตศิลปวัฒนธรรม ด้านประเพณี ด้านโบราณสถาน ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น และด้านศิลปะในศาสตร์ต่างๆ จากการศึกษาสอดคล้องกับการจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษเฉพาะกิจจังหวัดชายแดนภาคใต้ทั้ง 4 อำเภอ (อำเภอเทพา จะนะ นาทวี สะบ้าย้อย) ที่มีจุดเด่นในด้านศักยภาพด้านพื้นที่และด้วยศักยภาพด้านการท่องเที่ยวในวิถีการดำเนินชีวิตศิลปวัฒนธรรม ประเพณี สอดคล้องกับงานวิจัยของวัชรี คำสุข (2553) เป็นการศึกษาการพัฒนากลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษาอุทยานแห่งชาติไทรทอง อำเภอหนองบัวระเหว จังหวัดชัยภูมิ ศึกษาพฤติกรรมในการใช้บริการและกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์การตลาดท่องเที่ยวเชิงนิเวศอุทยานแห่งชาติไทรทองอำเภอหนองบัว การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม SWOT พฤติกรรมการใช้บริการการท่องเที่ยวต่ออุทยานแห่งชาติไทรทองจากการเก็บข้อมูลและการศึกษาแผนพัฒนาจังหวัดชัยภูมิ มีปัจจัยจุดอ่อนที่เหมือนพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวและทรัพยากรทางการท่องเที่ยวในพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษเฉพาะกิจจังหวัดชายแดนภาคใต้ทั้ง 4 อำเภอ (อำเภอเทพา จะนะ นาทวี สะบ้าย้อย) ที่ขาดกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด ขาดเครื่องมือในการโฆษณา การส่งเสริมการขาย และขาดช่องทางในการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย เช่น การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารโดยสื่อสิ่งพิมพ์ การเผยแพร่รูปภาพ การจัดทำแถลงข่าวเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและแหล่งใหม่ที่ต้องการให้รู้จักเพิ่มมากขึ้น และสอดคล้องกับแนวคิดการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2560) การท่องเที่ยวจัดเป็น 4 องค์ประกอบ คือ องค์ประกอบด้านพื้นที่ เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่นรวมถึงแหล่งวัฒนธรรมและมีการจัดการท่องเที่ยวที่มีพื้นฐานเป็นธรรมชาติ องค์ประกอบด้านการจัดการ เป็นการท่องเที่ยวที่ความรับผิดชอบต่อผลกระทบของสิ่งแวดล้อมและทางด้านสังคม ต้องมีการบริหารจัดการให้ครอบคลุมรวมไปถึงบริหารจัดการให้เกิดการอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเพื่อให้เกิดการยั่งยืน จะเห็นได้จากการท่องเที่ยวในพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษเฉพาะกิจจังหวัดชายแดนภาคใต้ทั้ง 4 อำเภอ (อำเภอเทพา จะนะ นาทวี สะบ้าย้อย) เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ยังไม่เป็นที่รู้จักมากนักทำให้สามารถจำกัดเรื่องนักท่องเที่ยวได้และมีกลุ่มผู้มีส่วนได้

ส่วนเสียจัดตั้งกลุ่มในการจัดการท่องเที่ยวเพื่อดูแลและจัดการระบบโดยไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมองค์ประกอบด้านกิจกรรมและกระบวนการ เป็นการท่องเที่ยวที่มีกระบวนการเรียนรู้โดยมีการให้การศึกษาเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมภายในชุมชน เพื่อให้เกิดความตระหนักร่วมกันเป็นการสร้างจิตสำนึกที่ดี ที่ถูกต้องต่อประชาชนในพื้นที่ และนักท่องเที่ยวผู้มาเยือนในการท่องเที่ยวในพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษเฉพาะกิจจังหวัดชายแดนภาคใต้ทั้ง 4 อำเภอ (อำเภอเทพา จะนะ นาทวี สะบ้าย้อย) เพื่อให้เกิดความรักหวงแหนในพื้นที่ องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน เป็นการบริหารจัดการท่องเที่ยวโดยมีความคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนมีส่วนร่วมในการคิด วางแผน ร่วมกัน ปฏิบัติตามแผนได้รับประโยชน์ ติดตามและสามารถตรวจสอบได้ มีการร่วมดูแลรักษาทรัพยากรสิ่งแวดล้อมของตนมองที่ผลประโยชน์ต่อชุมชน และมีการกระจายรายได้ให้ชุมชนอย่างเสมอภาคเท่าเทียม

5.1.2 การศึกษาเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมระหว่างแหล่งท่องเที่ยวชุมชน และแหล่งท่องเที่ยวหลักในพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษเฉพาะกิจจังหวัดชายแดนภาคใต้ทั้ง 4 อำเภอ (อำเภอเทพา จะนะ นาทวี สะบ้าย้อย) ผู้วิจัยได้ร่วมออกแบบเส้นทางการท่องเที่ยวชุมชนโดยเน้นอัตลักษณ์ วิถีชุมชนแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และการมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชน หน่วยงานภาครัฐ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการท่องเที่ยวชุมชน จนได้เส้นทางท่องเที่ยวชุมชนทั้ง 4 เส้นทาง คือ เส้นทางที่ 1 อำเภอเทพา “แลเลหาดสะกอม ปล่อยปูหัวเขื่อนปากน้ำเทพา รอดซุ้มอุโมงค์โกงกาง เก็บผักปลอดสารที่สวนพ่อ” เส้นทางที่ 2 อำเภอจะนะ“ชมข้าวพื้นถิ่น เดินป่าตามล่าหาบัวผุด ล่องเรือชมวิถีคลองแม่น้ำ” เส้นทางที่ 3 อำเภอนาทวี“ไหว้หลวงปู่ทวด ด่านประกอบ เดินป่าอุทยานแห่งชาติเขาน้ำค้าง ชมอุโมงค์ประวัติศาสตร์เขาน้ำค้าง แช่น้ำร้อน” เส้นทางที่ 4 อำเภอสะบ้าย้อย “จิบแฟแลโรงคั่วและไปชมต้นแฟแต่แรกสะบ้าย้อย (บ้านโหนด) ซึมซับธรรมชาติน้ำตกเวฬุวัน ไหว้พระวัดถ้ำตลอด เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น” และนำเสนอเป็น 1 รูปแบบ คือ แบบวันเดียวโดยให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และลงมือทำกิจกรรมร่วมกับชุมชน เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดประสบการณ์ใหม่จากการท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศิริประภา ประภากรเกียรติ (2562) งานวิทยานิพนธ์ในการศึกษาเรื่องการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว โดยใช้แนวคิดชุมชนเป็นฐาน ทำการเก็บข้อมูลก่อนทำการผลิตสื่อต้นแบบ โดยข้อมูลประกอบด้วย 1) ประวัติความเป็นมา 2) ความเชื่อ ศาสนา 3) การจัดการท่องเที่ยวชุมชน 4) สถานที่ท่องเที่ยวของอำเภอ สถานที่ใด ที่มีความโดดเด่นด้าน บรรยากาศ ที่เหมาะแก่การมาพักผ่อนของนักท่องเที่ยว 5) ความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว ใน 3 ด้าน คือ ด้านวิถีการท่องเที่ยวมีอะไรที่โดดเด่น ที่ชุมชนอยากนำเสนอ ด้านวิถีเกษตรมีอะไรที่โดดเด่น ที่ชุมชนอยากนำเสนอ ด้านวิถีชีวิตชุมชนประเพณีและวัฒนธรรมที่สำคัญ ของอำเภอ มีอะไรที่โดดเด่น ที่ชุมชนอยากนำเสนอ 6) การพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนในอำเภอ มีอะไรเป็นจุดแข็ง 7) การพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนในอำเภอมีอะไรเป็นจุดอ่อน และ 8) การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของอำเภอ โดยเน้นการมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชน หน่วยงานภาครัฐ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการท่องเที่ยวชุมชน จนได้เส้นทางการท่องเที่ยว

ชุมชนของบ้านดอนโมง จังหวัดมหาสารคาม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยธง คำเกิด และคณะ (2563) โดยชุมชนวังยางเป็นการนำเอาวิถีชีวิต วัฒนธรรมของชุมชน ภูมิปัญญาและทรัพยากรของชุมชน ในอำเภอศรีประจันต์ โดยการใช้การสืบทอดวิถีชีวิตของคนรุ่นเดิมในการทำการปลูกแห้ว หรือนาแห้วที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชนนำมาพัฒนาเป็นเส้นทางท่องเที่ยวเชิงเกษตรเรียนรู้วิถีชุมชนแบบดั้งเดิม จะมีความสอดคล้องกับอัตลักษณ์ในพื้นที่เส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมระหว่างแหล่งท่องเที่ยวชุมชน และแหล่งท่องเที่ยวหลักในพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษเฉพาะกิจจังหวัดชายแดนภาคใต้ทั้ง 4 อำเภอ (อำเภอเทพา จะนะ นาทวี สะบ้าย้อย) ที่มีเอกลักษณ์ อัตลักษณ์เฉพาะอันโดดเด่นโดยเฉพาะอย่างยิ่งการท่องเที่ยวชุมชน อันได้แก่ วิถีชีวิตการดำเนินชีวิตศิลปวัฒนธรรม ประเพณี แหล่งท่องเที่ยวที่คงความอุดมสมบูรณ์ทางธรรมชาติ มีศักยภาพด้านพื้นที่ โดยเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมระหว่างแหล่งท่องเที่ยวชุมชน และแหล่งท่องเที่ยวหลักในพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษเฉพาะกิจจังหวัดชายแดนภาคใต้ทั้ง 4 อำเภอ (อำเภอ เทพา จะนะ นาทวี สะบ้าย้อย) มีแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นจุดดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับงานวิจัยสุดถนอม ตันเจริญ (2561) ที่มีการศึกษาการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนโดยการนำกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เล็งเห็นประโยชน์ที่จะเกิดต่อชุมชน การสร้างรายได้ของคนในชุมชน การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การดำเนินการกิจกรรมท่องเที่ยวที่ไม่ว่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมต่อวิถีของคนในชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษเฉพาะกิจจังหวัดชายแดนภาคใต้ทั้ง 4 อำเภอ (อำเภอเทพา จะนะ นาทวี สะบ้าย้อย) มีการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวมีผลต่อรายได้ของชุมชน สังคม และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนเช่นกัน สอดคล้องกับงานวิจัยอิสรีย์ ติยะพิพัฒน์ (2559) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในเชิงสร้างสรรค์ให้กับนักท่องเที่ยวต่างชาติในการท่องเที่ยวริมฝั่งแม่น้ำปิง จะพบว่าการศึกษานี้เป็นการจัดการท่องเที่ยวโดยเน้นกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์เพื่อให้นักท่องเที่ยวผู้มาเยือนเกิดทักษะและประสบการณ์ร่วมกับคนในชุมชนและสอดคล้องกับแนวคิดของ Richards & Raymond (2000) ที่กล่าวไว้ว่า ลักษณะของการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์คือ การเพิ่มทักษะให้กับนักท่องเที่ยว เพิ่มประสบการณ์โดยจะเน้นทรัพยากรทางธรรมชาติการเห็นวิถีชีวิตการดำรงชีวิตประจำวันโดยให้นักท่องเที่ยวร่วมกิจกรรมที่จะเน้นอัตลักษณ์เฉพาะถิ่นพื้นที่ของตน ซึ่งพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษเฉพาะกิจจังหวัดชายแดนภาคใต้ทั้ง 4 อำเภอ (อำเภอเทพา จะนะ นาทวี สะบ้าย้อย) จัดการท่องเที่ยวโดยเน้นการท่องเที่ยวโดยเพิ่มทักษะให้กับนักท่องเที่ยว สินค้าหลัก คือ ทักษะและประสบการณ์ เน้นวัฒนธรรมประจำวันนักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยว และเน้นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น

5.1.3 การศึกษาพัฒนาสื่อดิจิทัลอินโฟกราฟิกส์ (Infographics) สื่อออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์เส้นท่องเที่ยวที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่พัฒนาพิเศษเฉพาะกิจ จังหวัดชายแดนภาคใต้ทั้ง 4 อำเภอ (อำเภอเทพา จะนะ นาทวี สะบ้าย้อย) ผู้วิจัยทำการสรุปประเด็นของเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมระหว่างแหล่งท่องเที่ยวชุมชน และแหล่งท่องเที่ยวหลักในพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษเฉพาะกิจจังหวัดชายแดนภาคใต้ทั้ง 4 อำเภอ (อำเภอเทพา จะนะ นาทวี สะบ้าย้อย) ประเด็นที่ทั้ง 4 พื้นที่ต้องการ

พัฒนา คือ สื่อในการประชาสัมพันธ์เส้นทางท่องเที่ยวผ่านแผนที่ท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่ได้เส้นทางท่องเที่ยวชุมชนทั้ง 4 เส้นทาง คือ 1) อำเภอเทพา “แลเลหาดสะกอม ปล่อยปูหัวเขื่อนปากน้ำเทพา รอดซุ้มอุโมงค์โกงกาง เก็บผักปลอดสารที่สวนพ่อ” 2) อำเภอจะนะ“ชมข้าวพื้นถิ่น เดินป่าตามล่าหาบัวผุด ล่องเรือชมวิถีคลองแม่น้ำ” 3) อำเภอนาทวี “ไหว้หลวงปู่ทวด ด่านประกอบ เดินป่าอุทยานแห่งชาติเขาน้ำค้าง ชมอุโมงค์ประวัติศาสตร์เขาน้ำค้าง แช่น้ำร้อนบ่อบ้านโครง” และ 4) อำเภอสะบ้าย้อย“จิบแฟโรงน้ำชาจ่าหวิน แลโรงคั่วและไปชมต้นแฟแต่แรกสะบ้าย้อย (บ้านโหนด) ซึมซับธรรมชาติน้ำตกเวฬุวัน ไหว้พระวัดถ้ำตลอด เที่ยวถ้ำคอก ถ้ำผีกองทราย unseen เลือกซื้อผลิตภัณฑ์กลุ่มเครื่องแกงท้องถิ่น ชมวิวแก้มลิงชลประทาน แช่บ่อน้ำร้อนเขาแดง” แต่จากการศึกษา พบว่า กลุ่มการท่องเที่ยวทั้ง 4 พื้นที่ยังขาดช่องทางการกระจายข่าวสาร ขาดสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ ขาดแผนที่สื่อดิจิทัลอินโฟกราฟิกส์ (Infographics) ในการท่องเที่ยวชุมชนซึ่งเป็นสื่อที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเข้ามายังแหล่งท่องเที่ยวเนื่องจากการรับรู้ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ หรือการรับชมรีวิว สามารถกระตุ้นดึงดูด และให้เกิดความต้องการในการอยากเดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่ พร้อมทั้งเกิดแรงจูงใจและตัดสินใจในการท่องเที่ยวให้เพิ่มมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศิริประภา ประภากรเกียรติ (2562) ศึกษาเรื่องการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว โดยใช้แนวคิดชุมชนเป็นฐาน ทำการเก็บข้อมูลก่อนทำการผลิตสื่อต้นแบบ โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลทำการรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวแทนในชุมชนในประเด็นสื่อจนได้ข้อสรุปที่ชุมชนต้องการเป็นสื่อแผ่นพับที่สามารถสื่อสาร ด้วยภาพ ตัวอักษร โทนสี ข้อมูลต่างๆ เพื่อจัดในรูปแบบอินโฟกราฟิกแนะนำประวัติ อาหาร ผลิตภัณฑ์ จุดเช็คอิน แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ใช้ชุมชนเป็นฐานสอดคล้องกับงานวิจัยของ Luangsakultong (1999) ที่ได้จำแนกวัตถุประสงค์ทั่วไปของการประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยวไว้ว่า เป็นการสร้างความนิยมให้เกิดกับนักท่องเที่ยว ผู้มาเยือนให้เกิดการสนับสนุนมาท่องเที่ยวในชุมชน เป็นการรักษาและป้องกันชื่อเสียง รวมถึงการสร้างความสัมพันธ์อันดี ในการท่องเที่ยวในชุมชน นอกจากนี้ยังพบว่าและสอดคล้องกับงานวัยของ Jittangwattana (2005) ในการให้ข้อมูลข่าวสารเพื่อการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ต้องได้รับความร่วมมือที่ดีทั้งในภาครัฐและหน่วยงานต่างๆ เพื่อกระตุ้นดึงดูดให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชน และเป็นการกระจายรายได้สู่ชุมชน ผู้วิจัยจึงนำเสนอเส้นท่องเที่ยวที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่พัฒนาพิเศษเฉพาะกิจ จังหวัดชายแดนภาคใต้ ทั้ง 4 อำเภอ (อำเภอเทพา จะนะ นาทวี สะบ้าย้อย)ผ่านสื่อออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ 5 รูปแบบ คือ สื่อแผ่นพับอินโฟกราฟิกแผนที่เส้นทางการท่องเที่ยวโดยชุมชน QR-CODE ที่นำไปแขวนในเพจและแผ่นพับเพื่อแสดงแผนที่เส้นทางการท่องเที่ยวชุมชน เพจเฟสบุ๊คการท่องเที่ยวชุมชน blogspot การท่องเที่ยวชุมชน และสื่อวิดีโอผ่านช่องทางยูทูปการท่องเที่ยวชุมชน

จากการอภิปรายข้างต้น สรุปได้ว่าการพัฒนาสื่อดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่พัฒนาพิเศษเฉพาะกิจ จังหวัดชายแดนภาคใต้ (อำเภอเทพา จะนะ นาทวี สะบ้าย้อย) เป็น

การเชื่อมโยงการท่องเที่ยวในชุมชนให้เกิดความยั่งยืนในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวได้ด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน ภาคประชาชน และภาคีเครือข่ายในการสนับสนุน หน่วยงานภาครัฐ และร่วมกันวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนของพื้นที่พัฒนาพิเศษเฉพาะกิจ จังหวัดชายแดนภาคใต้ (อำเภอเทพา จะนะ นาทวี สะบ้าย้อย) ในการมีส่วนร่วมในการวางแผนร่วมกันเกิดจากชุมชนเป็นเจ้าของ ระดมความคิด กำหนดวัตถุประสงค์วางกระบวนการแผนงานในการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชนของตน สอดคล้องกับงานวิจัยของนัขนลิน อินทนุพัฒน (2563) ในการจัดการท่องเที่ยวอ่างเก็บน้ำลำพอก การจัดการท่องเที่ยวชุมชนเป็นการมีส่วนร่วมของชุมชน หน่วยงานรัฐ เครือข่าย ในการจัดการท่องเที่ยวและดูแลทรัพยากรธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรมของชุมชนร่วมกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของศิริประภา ประภากรเกียรติ (2562) จากงานวิจัยที่พบว่าหลักการทำงานการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นการกำหนดแนวทางแผนงานจากการระดมความคิดในด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม กิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนถือได้ว่าเป็นการพัฒนาชุมชนในองค์รวมเป็นกระบวนการในการทำงานร่วมกันของกลุ่มคนในชุมชน หน่วยงานทุกภาคส่วน เครือข่ายโดยการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชนด้วยการมีส่วนร่วมประชาชนในพื้นที่ดีรับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวร่วมกัน โดยการท่องเที่ยวชุมชนต้องมาจากชุมชน การมีส่วนร่วมของคนในชุมชน เกิดจากความต้องการของคนในชุมชน ร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมวางกระบวนการ ร่วมกิจกรรม ร่วมกันติดตามประเมินผล คำนึงถึงความเท่าเทียมเสมอภาคกัน ในส่วนขององค์กรเครือข่ายต่างๆ จะมีการรวมตัวของกลุ่มองค์กร สมาชิกกลุ่มการท่องเที่ยวในชุมชนดำเนินการจัดการบริหารการท่องเที่ยวชุมชน ด้วยการวางกฎกติกาเกิดจากความเห็นชอบร่วมกันจนสามารถสร้างรายได้ เกิดผลประโยชน์สนับสนุนการท่องเที่ยวในชุมชน

5.2 ข้อเสนอแนะ

5.2.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

5.2.1.1 การท่องเที่ยวในชุมชนของพื้นที่พัฒนาพิเศษเฉพาะกิจ จังหวัดชายแดนภาคใต้ (อำเภอเทพา จะนะ นาทวี สะบ้าย้อย) ควรมีการกำกับติดตามเพื่อนำมาพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวในชุมชนให้เกิดประสิทธิภาพ ประสิทธิผลในทุกด้าน

5.2.1.2 หน่วยงานภาครัฐควรเข้ามาสนับสนุน พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริม ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพโดยเน้นการพัฒนาบุคลากรประชาชนในพื้นที่ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในภาคบริการและการท่องเที่ยว เพื่อเชื่อมโยงเพื่อกำหนดทิศทางท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดสงขลา

5.2.1.3 การส่งเสริมด้านสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวชุมชน เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีข้อจำกัดในหลายมิติ ควรให้ความเชื่อมั่นและจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ที่สามารถ

กระจายข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวได้ทั่วถึงต่อกลุ่มนักท่องเที่ยวจากงานวิจัยครั้งนี้ สื่อต้นแบบ ควรพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์โดยใช้เทคโนโลยีที่มีความทันสมัยการประชาสัมพันธ์โดยใช้เทคโนโลยี AI และในสื่อต้นแบบควรเพิ่มภาษาอื่นเข้ามาอีก เช่น ภาษาอังกฤษ ภาษามลายู และภาษาจีน เพื่อให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวจากต่างชาติ นักท่องเที่ยวมาเลเซีย นักท่องเที่ยวจีน เพื่อเกิดความเข้าใจมากขึ้น

บรรณานุกรม

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). *แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2 (พ.ศ.2560-2564).* กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกิจการโรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก.

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). สถิตินักท่องเที่ยวภายในประเทศ ปี 2563. สืบค้นเมื่อ 19 ตุลาคม 2565, จาก https://mots.go.th/more_news_new.php?cid=592.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2564). *แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 – 2564).* สืบค้นเมื่อ 25 ตุลาคม 2565, จาก https://www.ubu.ac.th/ web/ files_up/03f2017052216244626.pdf

กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัดสงขลา. (2563). *แผนพัฒนาจังหวัดสงขลา 5 ปี พ.ศ. 2565-2570.* สืบค้นเมื่อ 5 กรกฎาคม 2564, จาก https://www.songkhla.go.th/news_develop_plan.

เกศราภรณ์ คำดี. (2556). *การออกแบบสารสนเทศระบบขนส่งมวลชนโดยผู้ใช้เป็นศูนย์กลางสำหรับใช้งานบนอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่กรณีศึกษาระบบขนส่งมวลชนมหาวิทยาลัยเชียงใหม่.* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.

คู่มือการอบรม Infographics ปีการศึกษา (2559). *ฝ่ายพัฒนาหลักสูตรและฝึกอบรม บริษัท 168 เอ็ดดูเคชั่น จำกัด.* สืบค้นเมื่อ 12 มกราคม 2566, จาก http://www.168training.com/ training.

จังหวัดสงขลา. (2564). *ข้อมูลจังหวัดสงขลา.* สืบค้นเมื่อ 5 มีนาคม 2564, จาก https://www.songkhla.go.th

จิราภรณ์ แก้วมณี. (2558). *การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ชุมชนบ้านหัวเขาจีน อำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรี.* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร, กรุงเทพมหานคร.

โชติรส สุวรรณรัตน์ และวรรัตน์ ปทุมเจริญวัฒนา. (2562). แนวทางการจัดการศึกษาเพื่อส่งเสริมทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิตผ่านการท่องเที่ยวโดยชุมชน. *วารสารศิลปากรศึกษาศาสตร์วิจัย*, 11(2), 472-487.

ณัฏฐพัชร มณีโรจน์. (2560). การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน. *วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ*, 13(2), 25-46

ถวิลวดี บุรีกุล. (2552). *การมีส่วนร่วม แนวคิด ทฤษฎีและกระบวนการ*. กรุงเทพมหานคร: สถาบันพระปกเกล้า.

ธง คำเกิดและคณะ. (2563). *การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนบนฐานรากวิถีชีวิตชุมชนอย่างยั่งยืนของตำบลต้นตาล อำเภอสองพี่น้อง จังหวัดสุพรรณบุรี.* สุพรรณบุรี: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิศูนย์สุพรรณบุรี.

ธวัช บุรีรักษ์. (2551). *การแปลความหมายในแผนที่และภาพถ่ายทางอากาศ.* (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพมหานคร: อักษรวัฒนา.

นรเศรษฐ์ คำสี. (2560). *อิทธิพลของการรับรู้เรื่องความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่มีต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ในประเทศไทย.* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพมหานคร.

นรินทร์ชัย พัฒนพงศา. (2546). *การมีส่วนร่วม หลักการพื้นฐาน เทคนิคและกรณี ตัวอย่าง.* กรุงเทพมหานคร: 598 Print.

นิรันดร์ จงวุฒิเวศย์. (2527). *การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนา*. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยมหิดล.

นำชัย ทุนผล. (2542). *การดาเนินการเพื่อกำหนดนโยบายการทองเที่ยวเชิงนิเวศ.* กรุงเทพมหานคร: ม.ป.ท.

นัขนลิน อินทนุพัฒน์. (2563, มีนาคม-เมษายน). ศักยภาพชุมชนเพื่อการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน กรณีศึกษาชุมชนอ่างเก็บน้ำลำพอก จังหวัดสุรินทร์. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 39(2), 61-73.

บุญชม ศรีสะอาด. (2535). *การวิจัยเบื้องต้น.* กรุงเทพมหานคร: สุวีริยาสาสน์.

บุญเลิศ ตั้งจิตวัฒนา. (2548). *การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน.* กรุงเทพมหานคร: เพรส แอนด์ ดีไซน์.

บุญเลิศ ตั้งจิตวัฒนา. (2555). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว.* กรุงเทพมหานคร: เฟิร์นข้าหลวง พริ้นติ้ง แอนด์ พับ บลิชชิ่ง.

ปิยธิดา ปาลรังษี. (2557). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนในการท่องเที่ยวโดยชุมชนอำเภอขนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช.* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.

ปทุมพร แก้วคำและคณะ. (2561). การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านฮ่องแฮ. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี,* 12(3), 133-149.

ประกิจ ลอยเลิศฤทธิ์, และระชานนท์ ทวีผล. (2560). การประเมินศักยภาพขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมสาหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุใน จังหวัดเพชรบุรี กรณีศึกษา: พระราชนิเวศน์มฤคทายวัน. *การประชุมวิชาการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ครั้งที่ 9 "ราชมงคล สร้างสรรค์นวัตกรรมที่ยั่งยืนสู่ประเทศไทย 4.0"*, 9.

พจนา สวนศรี. (2559). *ศึกษาศักยภาพและแนวทางการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวโดยชุมชนในประเทศไทยและกลุ่มประเทศอาเซียน.* สถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน, เชียงใหม่.

พจนา สวนศรี. (2546). *คู่มือการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน.* กรุงเทพมหานคร: โครงการท่องเที่ยวเพื่อชีวิตและธรรมชาติ.

พัฒนเดช อาสาสรรพกิจ. (2559). *ท่องเที่ยวยุคดิจิตอล.* สืบค้นเมื่อ 8 สิงหาคม 2564, จาก http://www.komchadluek.net/news/economic/224484

พิฑูรย์ ทองฉิม. (2558). *การจัดการความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนเกาะลันตา จังหวัดกระบี่.* สืบค้นเมื่อ 25 มีนาคม 2565, จาก https://oatd.org/oatd/record?record=oai%5C%3Akb.psu.ac.th%5C%3A2010%5C%2F 10157.

พิฑูรย์ ทองฉิม และศศิวิมล สุขบท. (2558*). การจัดการความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนเกาะลันตา จังหวัดกระบี่*. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, สงขลา.

พิมพ์ระวี โรจน์รุ่งสัตย์. (2553). *การท่องเที่ยวชุมชน.* กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์.

ไพฑูรย์ มะญู. (2559). *สื่อดิจิทัล (Digital Media).* สืบค้นเมื่อ 28 ตุลาคม 2564, จาก https:// sites.google.com/a/esdc.go.th/paitoon/sux-dicithal

ภิเษก ชัยนิรันดร์ . (2557). *การตลาดแนวใหม่ผ่าน social media*. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น.

รชพร จันทร์สว่าง. (2546). *ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการท่องเที่ยว*. นนทบุรี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช,.

วรวุฒิ อ่อนน่วม. (2558). ปรากฏการณ์ทางการสื่อสารยุคดิจิทัล The Communication Phenomenon in Digital Age. *วารสารวิชาการสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย (สสอท.),* 18(1), 212-220.

วันเพ็ญ ไชโย. (2553). *การศึกษาแนวทางการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของคณะศึกษาศาสตร์และพัฒนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์วิทยาเขตกำแพงแสน.* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร.

วัชรี คำสุข. (2553). *การพัฒนากลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษาอุทยานแห่งชาติไทรทอง อำเภอหนองบัวระเหว จังหวัดชัยภูมิ.* (การศึกษาอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสาขาการจัดการการท่องเที่ยว). มหาวิทยาลัยขอนแก่น, ขอนแก่น

วุฒิเวช เวชชบุษกร. (2559). *เทรนด์การท่องเที่ยวในยุคดิจิตอล.* สืบค้นเมื่อ 5 กุมภาพันธ์ 2565, จาก https://th.linkedin.com/pulse/เทรนด์การท่องเที่ยวในยุคดิจิตอล-wuthivet-vetchabutsakorn

เวอร์ไทม์, เคนท์ และเฟนวิค เอียน. (2551). *DigiMarketing เปิดโลกนิวมีเดียและการตลาดดิจิทัล.* กรุงเทพมหานคร: เนชั่นบุ๊คส์.

ศศิชา หมดมลทิล. (2562). *การท่องเที่ยวโดยชุมชน.* สืบค้นเมื่อ 10 ธันวาคม 2564 จาก https://www.gsbresearch.or.th/wpcontent/uploads/2019/10/GR_report_travel_detail.

ศิริประภา ประภากรเกียรติ. (2562). *การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว โดยใช้แนวคิดชุมชนเป็นฐาน กรณีศึกษา บ้านดอนโมง อำเภอกุดรัง จังหวัดมหาสารคาม.* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, จังหวัดมหาสารคาม.

ศิริพร หมื่นหัสถ์ และคณะ. (2562). รูปแบบการจัดการอย่างยั่งยืนเพื่อสร้างเสริมคุณภาพและเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์จากต้นจากตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง. *วารสารมหาจุฬานาครทรรศน์,* 6(4). 1622-1635

ศูนย์พัฒนาวิชาการด้านตลาดการท่องเที่ยวการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2564). *แนวคิดเศรษฐกิจสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน.* สืบค้นเมื่อ 15 ตุลาคม 2564, จากhttps://www.sdgmove.com/2021/04/14/bcg-economy-model-trend-th-national-agenda-2021

ศูนย์พัฒนาเขตพัฒนาพิเศษเฉพาะกิจจังหวัดชายแดน, (2559). สำนักยุทธศาสตร์และการวางแผนพัฒนาพื้นที่.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (รายงานปี พ.ศ.2563). เอกสารเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเพื่อเผยแพร่แนวคิดและการขับเคลื่อนการพัฒนาเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษชายแดนของประเทศไทยตามนโยบายของรัฐบาล. หน้า 16

สายรุ้ง ดินโคกสูง. (2549). *การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน: กรณีศึกษาหาดชบา ตำบลชบา อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยขอนแก่น, จังหวัดขอนแก่น.

สากล สถิตวิทยานนท. (2542). *ภูมิศาสตร์ชนบท*. กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์.

สกุณี โกมลิทธิพงศ์. (2555). *การใช้เว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ.* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.

สุชาติ ธาตุบุรมย์. (2560). การสร้างกราฟิกด้วยคอมพิวเตอร์ Photoshop สืบค้นเมื่อ 18 ธันวาคม 2564, จาก http://krusuchat.com/index.html

สุดาพร สุธาโภชน์. (2557). *การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษาตำบลท่าอุแท อำเภอกาญจนดิษฐ์ จังหวัดสุราษฎร์ธานี.* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์, กรุงเทพมหานคร.

สุภาภรณ์ ประสงค์ทัน. (2556). *ทุนทางสังคมกับแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์: กรณีศึกษาชาวไทยพวน อ.ปากพลี จ.นครนายก.* (รายงานวิจัย). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.

สุมนา บุษบก และคณะ. (2563). การพัฒนาแอปพลิเคชัน Chatbot สำหรับงานบริการนักศึกษา กรณีศึกษากองพัฒนานักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ. *วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ*, 19(2), 85-94.

สุดถนอม ตันเจริญ. (2560). *การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน.* สืบค้นเมื่อ 12 เมษายน 2565, จาก http://www.bsru.ac.th/identity/archives/3735.

สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). *การท่องเที่ยวไทยในปี 2563.* สืบค้นเมื่อ 12 ตุลาคม 2564, จาก https://secretary.mots.go.th/index.php.

สำนักงานรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์. (2559). *แผนพัฒนารัฐบาลดิจิทัลของประเทศไทย ระยะ 3 ปี (พ.ศ.2559-2561).* สืบค้นเมื่อ 10 ตุลาคม 2564, จาก https://www.dga.or.th/policy-standard/policy-regulation/dga-019/

เสาวนีย์ เล็กบางพง, อภิญญา รัตนไชย, ภาณุพันธุ์ ประภาติกุล. (2563). การใช้ประโยชน์ข่าวสารทางการเกษตรของเกษตรกร ตำบลบางเหรียง อำเภอควนเนียง จังหวัดสงขลา. *วารสารแก่นเกษตร*, 48(1), 811-818.

อนันท์ วาโซะ. (2558). *Graphic Design for Printing & Publishing (Vol. 1)*. นนทบุรี: บริษัท ไอดีซี พรีเมียร์ จำกัด.

อดิศักดิ์ จำปาทอง. (2556). *Digital Sphrere โลกยุคใหม่ของสื่อดิจิทัล.* กรุงเทพมหานคร: หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ,

อรุณรัตน์ ชินวรณ์. (2553). *สื่อประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพมหานคร: สeนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว. (2558). *นวัตกรรมสื่อสังคมกับประชาคมอคติ. วารสารนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมนิด้า.* สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2(2), 19-32.

อารี สุทธิพันธุ์. (2541). *การออกแบบ.* กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช.

อุทิศ ทาหอม และคณะ. (2558). *ทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนบ้านตามาเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของชุมชน.* (รายงานการวิจัย). มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์, กรุงเทพมหานคร.

เอกนฤน บางท่าไม้. (2555). *หลักการประชาสัมพันธ์.* กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยศิลปากร.

เอกชัย พุมดวง และยุสนีย์ โสมทัศน์. (2560). *การจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการเรียนรู้ในชุมชนตำบลโคกโคเฒ่า อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี.* (รายงานการวิจัย). มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต, กรุงเทพมหานคร.

อิสรีย์ ติยะพิพัฒน์. (2559). *แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติริมสองฝั่งแม่น้ำปิง.* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยพะเยา, จังหวัดพะเยา

อำเภอเทพา จังหวัดสงขลา. (2564). *ข้อมูลอำเภอเทพา จังหวัดสงขลา.* สืบค้นเมื่อ 6 มีนาคม 2564, จาก http://www.thepha-sk.go.th/

อำเภอจะนะ จังหวัดสงขลา. (2564). *ข้อมูลอำเภอจะนะ จังหวัดสงขลา.* สืบค้นเมื่อ 7 มีนาคม 2564, จาก http://www.chana-sk.go.th/

อำเภอนาทวี จังหวัดสงขลา. (2564). *ข้อมูลอำเภอนาทวี จังหวัดสงขลา.* สืบค้นเมื่อ 8 มีนาคม 2564, จาก http://www.nathawi-sk.go.th/

อำเภอสะบ้าย้อย จังหวัดสงขลา. (2564). *ข้อมูลอำเภอสะบ้าย้อย จังหวัดสงขลา.* สืบค้นเมื่อ 8 มีนาคม 2564, จาก http://www.sabayoi-sk.go.th/

Albritton, R. B., & Manheim, J. B. (1985). Public Relations Efforts for the Third World: Images in the News. *Journal of Communication*, 35(1), 43-59.

Brinkkemper. (1996). Method engineering: engineering of information systems development methods and tools. *Information and Software Technology,* 257- 280.

Cutlip, S.M., Center, A.H. and Broom, G.M. (1985). *Effective Public Relations.* Englewood Cliffs, New Jersey : Prentice-Hall, 223-225.

Cutlip, S.M., Center, A.H. and Broom, G.M. (2000). *Effective Public Relations.* New Jersey: Prentice Hall, 317-334.

Dickman, C.R. (1996). *Overview of the Impacts of Feral Cats on Australian Native Fauna.* Australian Nature Conservation Agency, Canberra.

Harlow, L.L., Burkholder, G., & Morrow, J. (2002). Evaluating attitudes, skill and performance in a learning enhanced quantitative methods course: A structural modeling approach. *Structural Equation Modeling Journal*, 9, 413-430.

Jittangwattana, B. (2005). *Sustainable Tourism Development.* Press and Design. Co. Ltd, Bangkok**.**

Luangsakultong, R. (1999). *Introduction to Public Relations, Nakhon Ratchasima*. Nakhon Ratchasima Rajabhat University, Nakhon Ratchasima.

Richards, G. and Raymond, C. (2000). Creative tourism. ATLAS News. 23, 16-20.

Minazzi, R. (2015). *Social media marketing in tourism and hospitality.* Italy: Springer.https://www.professionalacademy.com/blogs/marketing-theories-peso-tool/ Research 26 March 2021, จากhttps://www.forbes.com/sites/forbescommunicationscouncil/2021/07/06/paid-earned-shared-and-owned-media-making-peso-work-for-you/?sh=735420cbc38e.

Vivian, J. (2013). *The media of mass communication (PNIE).* Pearson New International Edit i.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
แบบบันทึกการสังเกตการณ์ภาคสนาม

แบบบันทึกการสังเกตการณ์ภาคสนาม

ชื่อโครงการวิจัย : การพัฒนาสื่อดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่พัฒนาพิเศษเฉพาะกิจ จังหวัดชายแดนภาคใต้ (อำเภอเทพา จะนะ นาทวี สะบ้าย้อย)

เวลา.....สถานที่.....

ชื่อ.....

เวลา	สถานที่	กิจกรรม	องค์ความคิด

ภาคผนวก ข
แบบสัมภาษณ์หน่วยงานภาครัฐ

แบบสัมภาษณ์หน่วยงานภาครัฐ

ชื่อโครงการวิจัย : การพัฒนาสื่อดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่พัฒนาพิเศษเฉพาะกิจ จังหวัดชายแดนภาคใต้ (อำเภอเทพา จะนะ นาทวี สะบ้าย้อย)

คำชี้แจง

1. เอกสารชุดนี้เป็นแบบสัมภาษณ์ประกอบการศึกษางานวิจัยของ นางสาวปวรรณรัตน์ ประเทืองไทย ตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศชุมชน คณะการจัดการสิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่ ใช้เพื่อเป็นแนวทางในการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล

2. ใช้สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล โดยบันทึกลงในเทปบันทึกเสียงและการจดบันทึกองค์ประกอบในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนมี 4 ด้าน ได้แก่

2.1 ท่านคิดว่าด้านทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมของอำเภอ.....มีการจัดการอย่างไร

2.2 ท่านคิดว่าด้านการมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวชุมชนของอำเภอ.....มีการจัดการอย่างไร

2.3 ท่านคิดว่าด้านการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนของอำเภอ.....มีการจัดการอย่างไร

2.4 ท่านคิดว่าด้านการเรียนรู้การท่องเที่ยวชุมชนของอำเภอ.....มีการจัดการอย่างไร

ขอบพระคุณที่ให้ความร่วมมือ

แบบสัมภาษณ์หน่วยงานภาครัฐ

ชื่อโครงการวิจัย : การพัฒนาสื่อดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่พัฒนาพิเศษเฉพาะกิจ จังหวัดชายแดนภาคใต้ (อำเภอเทพา จะนะ นาทวี สะบ้าย้อย)

คำชี้แจง

1. เอกสารชุดนี้เป็นแบบสัมภาษณ์ประกอบการศึกษางานวิจัยของ นางสาวปวรรณรัตน์ ประเทืองไทย ตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศชุมชน คณะการจัดการสิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่ ใช้เพื่อเป็นแนวทางในการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล
2. ใช้สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล โดยบันทึกลงในเทปบันทึกเสียงและการจดบันทึก
   1. อำเภอ..... มีประวัติความเป็นมาอย่างไร

.....

   2. อำเภอ..... มีมุมมองความเชื่อ ศาสนาอย่างไร

.....

   3. อำเภอ..... มีการจัดการท่องเที่ยวชุมชนภายในอำเภออย่างไร

.....

   4. สถานที่ท่องเที่ยวของอำเภอ..... ที่มีพร้อมรองรับนักท่องเที่ยว คือ ที่ไหนบ้าง

.....

   5. ท่านคิดว่า ชุมชนอำเภอ..... มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว ใน 3 ด้าน อย่างไร
      5.1 ด้านวิถีการท่องเที่ยว
      5.2 ด้านวิถีทางการเกษตร
      5.3 ด้านวิถีชีวิตชุมชน ประเพณีและวัฒนธรรม
   6. จุดแข็งการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนเป็นอย่างไร

.....

7. จุดอ่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนเป็นอย่างไร

   .....

8. ประเพณีและวัฒนธรรมที่สำคัญ หรือโดดเด่นในชุมชนอำเภอ..... ที่อยากนำเสนอมีอะไรบ้าง

   .....

9. ท่านคิดว่าการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของอำเภอ.....ในปัจจุบัน มีปัญหาที่ควรได้รับการแก้ไขหรือไม่ เพราะเหตุใด

   .....

10. ท่านคิดว่าการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว มีประโยชน์มากน้อยเพียงใด

    .....

11. หากมีการนำแนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน เข้ามาพัฒนาการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวให้กับอำเภอ..... ท่านคิดว่าเหมาะสมหรือไม่ เพราะเหตุใด

    .....

12. ท่านคิดว่าสื่อลักษณะใดที่มีประสิทธิภาพในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

    .....

13. ท่านมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมหรือไม่

    .....

14. ขอความร่วมมือทุกท่านในการร่วมกันแสดงความคิดเห็น เพื่อสร้างแผนที่ชุมชนขึ้นมา 1 ชุด เพื่อนำมาพัฒนาเป็นสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ได้หรือไม่อย่างไร

    .....

ขอบพระคุณที่ให้ความร่วมมือ

ภาคผนวก ค
แบบสนทนากลุ่มและสัมภาษณ์การท่องเที่ยวชุนชน

แบบสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักประจำแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั้ง 4 อำเภอ
ชื่อโครงการวิจัย : การพัฒนาสื่อดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่พัฒนาพิเศษเฉพาะกิจ จังหวัดชายแดนภาคใต้ (อำเภอเทพา จะนะ นาทวี สะบ้าย้อย)

คำชี้แจง

1. เอกสารชุดนี้เป็นแบบสัมภาษณ์ประกอบการศึกษางานวิจัยของ นางสาวปวรรณรัตน์ ประเทืองไทย ตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศชุมชน คณะการจัดการสิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่ ใช้เพื่อเป็นแนวทางในการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล
2. ใช้สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล โดยบันทึกลงในเทปบันทึกเสียงและการจดบันทึก
    1. อำเภอ..... มีประวัติความเป็นมาอย่างไร

        ....
    2. อำเภอ..... มีมุมมองความเชื่อ ศาสนาอย่างไร

        .....
    3. อำเภอ..... มีการจัดการท่องเที่ยวชุมชนภายในอำเภออย่างไร
    4. สถานที่ท่องเที่ยวของอำเภอ..... ที่มีพร้อมรองรับนักท่องเที่ยว คือ ที่ไหนบ้าง

        ....
    5. ท่านคิดว่า ชุมชนอำเภอ..... มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว ใน 3 ด้าน อย่างไร
        5.1 ด้านวิถีการท่องเที่ยว
        5.2 ด้านวิถีทางการเกษตร
        5.3 ด้านวิถีชีวิตชุมชน ประเพณีและวัฒนธรรม
    6. จุดแข็งการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนเป็นอย่างไร

        ....
    7. จุดอ่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนเป็นอย่างไร

        ....

8. การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชนมีหรือไม่อย่างไร

   .....

9. ท่านคิดว่าการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวมีประโยชน์มากน้อยเพียงใด

   .....

10. ท่านคิดว่าสื่อลักษณะใดที่มีประสิทธิภาพในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ของอำเภอ

    .....

11. ท่านมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมหรือไม่

    .....

ขอบพระคุณที่ให้ความร่วมมือ

ภาคผนวก ง
แบบประเมินศักยภาพและความพึงพอใจสื่อดิจิทัลต้นแบบ

แบบประเมินความพึงพอใจสื่อดิจิทัล

ชื่อโครงการวิจัย : การพัฒนาสื่อดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่พัฒนาพิเศษเฉพาะกิจ จังหวัดชายแดนภาคใต้ (อำเภอเทพา จะนะ นาทวี สะบ้าย้อย)

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 แบบประเมินความพึงพอใจสื่อของกลุ่มตัวอย่าง ด้านความพึงพอใจ สื่องานต้นแบบเพื่อประชาสัมพันธ์ท่องเที่ยวชุมชน

โปรดทำเครื่องหมายถูก ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความเห็นของท่านตามความเป็นจริง

ตอนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ ○ 1. ชาย ○ 2. หญิง
2. อายุ .....
3. ท่านเป็นคนในพื้นที่โดยกำเนิด ใช่หรือไม่

   ○ 1. ใช่ ○ 2. ไม่ใช่
4. ท่านเดินทางมาเพื่อท่องเที่ยวหรือไม่

   ○ 1. ใช่ ○ 2. ไม่ใช่
5. การจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่การท่องเที่ยวรูปแบบไหนที่ท่านชอบ (ตอบได้มากกว่า1ข้อ)

   ○ 1. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism)

   ○ 2. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล (Marine ecotourism)

   ○ 3. การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro tourism)

   ○ 4. การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical tourism)

   ○ 5. การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical tourism)

   ○ 6. การท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท (Rural tourism / village tourism)

   ○ 7. การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health tourism)

   ○ 8. การท่องเที่ยวแบบผจญภัย (Adventure travel)

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้เป็นแบบประเมินความพึงพอใจสื่อ “การพัฒนาสื่อดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่พัฒนาพิเศษเฉพาะกิจ จังหวัดชายแดนภาคใต้ (อำเภอเทพา จะนะ นาทวี สะบ้าย้อย)” **ระดับของคุณภาพจะถูก แทนค่าด้วยหมายเลข (1 คือ คุณภาพต่ำมาก, 2 คือ คุณภาพต่ำ, 3 คือ พอใช้, 4 คือ ดี, 5 คือ ดีมาก) ให้ท่านทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ต้องกับความรู้สึกของท่าน**

แบบประเมินเพื่อทดสอบคุณภาพสื่อต้นแบบประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว มี 3 ส่วน ดังต่อไปนี้

รายการ	ระดับการประเมิน				
	5	4	3	2	1
สื่อแผนที่ท่องเที่ยวอินโฟกราฟิก					
ส่วนที่ 1 การประเมินความพึงพอใจต่อสื่อต้นแบบ					
1. ความสวยงาม					
2. ข้อมูลเหมาะสม					
3. QR Code สามารถสแกนเข้าถึงได้รวดเร็ว					
4. แผนที่การท่องเที่ยวชุมชน มีความสวยงาม					
5. ภาพกราฟิกสวยงาม					
6. สีสันสวยงามเด่นชัด					
7. ตัวอักษรอ่านง่าย					
8. ความพึงพอใจต่อแผนที่การท่องเที่ยวชุมชนสื่อต้นแบบ					
สื่อต้นแบบสื่อQR CODE แผนที่ท่องเที่ยวอินโฟกราฟิก					
ส่วนที่ 2 การประเมินความพึงพอใจต่อสื่อต้นแบบ					
1. ความสวยงาม					
2. ข้อมูลเหมาะสม					
3. QR Code สามารถสแกนเข้าถึงได้รวดเร็ว					
4. แผนที่การท่องเที่ยวชุมชน มีความสวยงาม					
5. ภาพกราฟิกสวยงาม					
6. สีสันสวยงามเด่นชัด					
7. ตัวอักษรอ่านง่าย					
8. ความพึงพอใจต่อแผนที่การท่องเที่ยวชุมชนสื่อต้นแบบ					

สื่อวีดีโอประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว					
ส่วนที่ 2 การประเมินความพึงพอใจต่อสื่อต้นแบบ					
1. ดำเนินเรื่อง ได้ชัดเจน					
2. สื่อต้นแบบเข้าใจง่าย					
3. ระยะเวลาเหมาะสม					
4. ภาพเหมาะสม					
5. เสียงเหมาะสม					
6. เสียงดนตรีประกอบสื่อความหมาย					
7. ความพึงพอใจต่อสื่อวีดีโอประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวสื่อต้นแบบ					
เพจเฟสบุ๊คต้นแบบ					
ส่วนที่ 3 การประเมินความพึงพอใจต่อสื่อต้นแบบ					
1. ความสวยงาม					
2. ข้อมูลเหมาะสม					
3. QR Code สามารถสแกนเข้าถึงได้รวดเร็ว					
4. แผนที่การท่องเที่ยวชุมชน มีความสวยงาม					
5. ภาพกราฟิกสวยงาม					
6. สีสรรค์สวยงามเด่นชัด					
7. ตัวอักษรอ่านง่าย					
8. เนื้อหาในการโพสต์น่าสนใจ					
9. ความพึงพอใจต่อเพจเฟสบุ๊คการท่องเที่ยวชุมชนสื่อต้นแบบ					

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

ลงชื่อ ผู้ประเมิน

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

ขอบพระคุณที่ให้ความร่วมมือ

ภาคผนวก จ
ผลการประเมินความพึงพอใจสื่อของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการประเมินความพึงพอใจสื่อของกลุ่มตัวอย่าง

ที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์การ ด้านความพึงพอใจ สื่องานต้นแบบ โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง จาก 4 อำเภอ อำเภอละ 12 คน มีผลการประเมินดังตารางที่ 14

ตารางที่ 14 ความพึงพอใจสื่อของกลุ่มตัวอย่าง ที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ ด้านความพึงพอใจสื่อต้นแบบ (n=48)

รายการประเมิน	จำนวนค่าระดับ (ร้อยละ)		
	5	4	3
ส่วนที่ 1 การประเมินความพึงพอใจต่อสื่อต้นแบบ สื่อแผนที่ท่องเที่ยวอินโฟกราฟิก			
ความสวยงาม	30(62.50)	18(37.50)	3(6.30)
ข้อมูลเหมาะสม	25(52.10)	23(47.90)	1(2.10)
QR Code สามารถสแกนได้เข้าถึงรวดเร็ว	29(60.40)	19(39.60)	4(8.30)
แผนที่การท่องเที่ยวชุมชน มีความสวยงาม	31(64.60)	17(35.40)	
ภาพกราฟิกสวยงาม	31(64.60)	14(37.50)	
สีสันสวยงามเด่นชัด	31(64.60)	16(33.30)	
ตัวอักษรอ่านง่าย	29(60.40)	15(31.30)	
ความพึงพอใจต่อแผนที่การท่องเที่ยวชุมชนสื่อต้นแบบ	32(66.70)	16(33.30)	
รวม	**238(62.00)**	**138(35.90)**	**8(2.10)**
ส่วนที่ 2 การประเมินความพึงพอใจต่อสื่อต้นแบบ สื่อQR CODE แผนที่ท่องเที่ยวอินโฟกราฟิก			
QR Code สามารถสแกนเข้าถึงได้รวดเร็ว	33(68.80)	15(31.30)	
QR Code น่าสนใจ	31(64.60)	17(35.40)	
QR Code ตกแต่งสวยงาม	32(66.70)	15(31.30)	1(2.10)
QR Code สามารถเชื่อมไปยังแผนที่ได้สะดวก	32(66.70)	16(33.30)	
รวม	**128(66.70)**	**63(32.80)**	**1(0.50)**

ตารางที่ 14 ความพึงพอใจสื่อของกลุ่มตัวอย่าง ที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์การ ด้านความพึงพอใจสื่อต้นแบบ (n=48) (ต่อ)

รายการประเมิน	จำนวนค่าระดับ (ร้อยละ)		
	5	4	3
ส่วนที่ 3 การประเมินความพึงพอใจต่อสื่อต้นแบบสื่อวีดีโอประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว			
ดำเนินเรื่อง ได้ชัดเจน	28(58.30)	20(41.70)	3(6.30)
สื่อต้นแบบเข้าใจง่าย	27(56.30)	19(39.60)	2(2.10)
ระยะเวลาเหมาะสม	26(54.20)	21(43.80)	3(6.30)
ภาพเหมาะสม	24(50080)	22(45.80)	3(6.30)
เสียงเหมาะสม	27(56.30)	16(33.30)	2(4.20)
เสียงดนตรีประกอบสื่อความหมาย	27(56.30)	19(39.60)	
ความพึงพอใจต่อสื่อวีดีโอประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวสื่อต้นแบบ	28(58.30)	20(41.70)	
รวม	**187(57.40)**	**137(42.00)**	**12(3.70)**
ส่วนที่ 4 การประเมินความพึงพอใจต่อสื่อต้นแบบเพจบล๊อคต้นแบบ			
ความสวยงาม	24(50.00)	24(50.00	
ข้อมูลเหมาะสม	24(50.00)	22(45.80)	
QR Code สามารถสแกนเข้าถึงได้รวดเร็ว	22(45.80)	26(54.20)	3(6.30)
ภาพกราฟิกสวยงาม	23(47.90)	22(45.80)	1(2.10)
สีสันสวยงามเด่นชัด	24(50.00)	23(47.90)	
ตัวอักษรอ่านง่าย	23(47.90)	25(52.10)	1(2.10)
เนื้อหาในการโพสต์น่าสนใจ	23(47.90)	24(50.00)	
ความพึงพอใจต่อเพจเฟสบุ๊คการท่องเที่ยวชุมชนสื่อต้นแบบ	25(52.10)	23(47.90)	
รวม	**188(49.20)**	**189(49.50)**	**5(1.30)**

ภาคผนวก ฉ
ประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ 2 ผู้ให้สัมภาษณ์

ผู้ให้ข้อมูลในการจัดการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ทั้ง 4 อำเภอ (เทพา จะนะ นาทวี สะบ้าย้อย)

รหัสผู้ให้สัมภาษณ์	ตำแหน่ง	วันที่สัมภาษณ์
กลุ่มเจ้าหน้าที่ภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ทั้ง 4 อำเภอ อำเภอละ 2 คน (รวมจำนวน 8 คน)		
ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1	เจ้าหน้าที่ภาครัฐอำเภอเทพา	14 พฤษภาคม 2565
ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2	เจ้าหน้าที่ภาครัฐอำเภอเทพา	14 พฤษภาคม 2565
ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3	เจ้าหน้าที่ภาครัฐอำเภอจะนะ	14 พฤษภาคม 2565
ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4	เจ้าหน้าที่ภาครัฐอำเภอจะนะ	14 พฤษภาคม 2565
ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5	เจ้าหน้าที่ภาครัฐอำเภอนาทวี	16 พฤษภาคม 2565
ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 6	เจ้าหน้าที่ภาครัฐอำเภอนาทวี	16 พฤษภาคม 2565
ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 7	เจ้าหน้าที่ภาครัฐอำเภอสะบ้าย้อย	16 พฤษภาคม 2565
ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 8	เจ้าหน้าที่ภาครัฐอำเภอสะบ้าย้อย	16 พฤษภาคม 2565
ตัวแทนคณะกรรมการการจัดการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ อำเภอละ 5 คน, ตัวแทนผู้นำในพื้นที่ (ผู้ใหญ่บ้าน หรือผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน) อำเภอละ 1 คน, ตัวแทนชาวบ้านในชุมชน (ที่อยู่ในพื้นที่มากกว่า 10 ปีขึ้นไป) อำเภอละ 2 คน (รวมจำนวน 32 คน)		
ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1	ตัวแทนคณะกรรมการการจัดการท่องเที่ยว อำเภอเทพา	27 มีนาคม 2565
ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2	ตัวแทนคณะกรรมการการจัดการท่องเที่ยว อำเภอเทพา	27 มีนาคม 2565
ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3	ตัวแทนคณะกรรมการการจัดการท่องเที่ยว อำเภอเทพา	27 มีนาคม 2565
ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4	ตัวแทนคณะกรรมการการจัดการท่องเที่ยว อำเภอเทพา	27 มีนาคม 2565
ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5	ตัวแทนคณะกรรมการการจัดการท่องเที่ยว อำเภอเทพา	27 มีนาคม 2565
ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 6	ตัวแทนคณะกรรมการการจัดการท่องเที่ยว อำเภอจะนะ	27 มีนาคม 2565
ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 7	ตัวแทนคณะกรรมการการจัดการท่องเที่ยว อำเภอจะนะ	27 มีนาคม 2565

ผู้ให้ข้อมูลในการจัดการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ทั้ง 4 อำเภอ (เทพา จะนะ นาทวี สะบ้าย้อย) ต่อ

รหัสผู้ให้สัมภาษณ์	ตำแหน่ง	วันที่สัมภาษณ์
ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 8	ตัวแทนคณะกรรมการการจัดการท่องเที่ยว อำเภอจะนะ	27 มีนาคม 2565
ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 9	ตัวแทนคณะกรรมการการจัดการท่องเที่ยว อำเภอจะนะ	27 มีนาคม 2565
ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 10	ตัวแทนคณะกรรมการการจัดการท่องเที่ยว อำเภอจะนะ	27 มีนาคม 2565
ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 11	ตัวแทนคณะกรรมการการจัดการท่องเที่ยว อำเภอนาทวี	27 มีนาคม 2565
ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 12	ตัวแทนคณะกรรมการการจัดการท่องเที่ยว อำเภอนาทวี	27 มีนาคม 2565
ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 13	ตัวแทนคณะกรรมการการจัดการท่องเที่ยว อำเภอนาทวี	27 มีนาคม 2565
ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 14	ตัวแทนคณะกรรมการการจัดการท่องเที่ยว อำเภอนาทวี	27 มีนาคม 2565
ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 15	ตัวแทนคณะกรรมการการจัดการท่องเที่ยว อำเภอนาทวี	27 มีนาคม 2565
ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 16	ตัวแทนคณะกรรมการการจัดการท่องเที่ยว อำเภอสะบ้าย้อย	27 มีนาคม 2565
ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 17	ตัวแทนคณะกรรมการการจัดการท่องเที่ยว อำเภอสะบ้าย้อย	27 มีนาคม 2565
ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 18	ตัวแทนคณะกรรมการการจัดการท่องเที่ยว อำเภอสะบ้าย้อย	27 มีนาคม 2565
ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 19	ตัวแทนคณะกรรมการการจัดการท่องเที่ยว อำเภอสะบ้าย้อย	27 มีนาคม 2565

ผู้ให้ข้อมูลในการจัดการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ทั้ง 4 อำเภอ (เทพา จะนะ นาทวี สะบ้าย้อย) ต่อ

รหัสผู้ให้สัมภาษณ์	ตำแหน่ง	วันที่สัมภาษณ์
ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 20	ตัวแทนคณะกรรมการการจัดการท่องเที่ยว อำเภอสะบ้าย้อย	27 มีนาคม 2565
ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 21	ตัวแทนผู้นำในพื้นที่ อำเภอเทพา	27 มีนาคม 2565
ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 22	ตัวแทนผู้นำในพื้นที่ อำเภอจะนะ	27 มีนาคม 2565
ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 23	ตัวแทนผู้นำในพื้นที่ อำเภอนาทวี	27 มีนาคม 2565
ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 24	ตัวแทนผู้นำในพื้นที่ อำเภอสะบ้าย้อย	27 มีนาคม 2565
ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 25	ตัวแทนชาวบ้านในชุมชน อำเภอเทพา	27 มีนาคม 2565
ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 26	ตัวแทนชาวบ้านในชุมชน อำเภอเทพา	27 มีนาคม 2565
ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 27	ตัวแทนชาวบ้านในชุมชน อำเภอจะนะ	27 มีนาคม 2565
ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 28	ตัวแทนชาวบ้านในชุมชน อำเภอจะนะ	27 มีนาคม 2565
ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 29	ตัวแทนชาวบ้านในชุมชน อำเภอนาทวี	27 มีนาคม 2565
ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 30	ตัวแทนชาวบ้านในชุมชน อำเภอนาทวี	27 มีนาคม 2565
ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 31	ตัวแทนชาวบ้านในชุมชน อำเภอสะบ้าย้อย	27 มีนาคม 2565
ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 32	ตัวแทนชาวบ้านในชุมชน อำเภอสะบ้าย้อย	27 มีนาคม 2565

ภาคผนวก ช
การเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ

มหาวิทยาลัยหาดใหญ่
HATYAI UNIVERSITY

ขอมอบเกียรติบัตรฉบับนี้ไว้เพื่อแสดงว่า

ปวรรณรัตน์ ประเทืองไทย, พรเพ็ญ ประกอบกิจ และ ปริยาภัทร เพ็ชรจรูญ

ได้เข้าร่วมนำเสนอผลงานวิจัย ภาคบรรยาย

แนวทางการจัดการท่องเที่ยววิถี เขา ป่า นา เล ในพื้นที่ 4 อำเภอของจังหวัดสงขลา

ในการประชุมหาดใหญ่วิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 14
มอบไว้ ณ วันที่ 19 พฤษภาคม 2566

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิทวัส ติษยะศริน สัตยารักษ์)
อธิการบดีมหาวิทยาลัยหาดใหญ่

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ สกุล นางสาวปวรรณรัตน์ ประเทืองไทย

รหัสประจำตัวนักศึกษา 6310920006

วุฒิการศึกษา

วุฒิ	ชื่อสถาบัน	ปีที่สำเร็จการศึกษา
นิเทศศาสตรบัณฑิต	มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	2553

ตำแหน่งสถานที่ทำงาน

นักวิชาการศึกษา วิทยาลัยชุมชนสงขลา

ทุนการศึกษา (ที่ได้รับในระหว่างการศึกษา)

1. ทุนคณะการจัดการสิ่งแวดล้อม ปีงบประมาณ 2563
2. ทุนบัณฑิตวิทยาลัย บว. ประจำปีงบประมาณ 2564

การตีพิมพ์เผยแพร่ผลงาน

ปวรรณรัตน์ ประเทืองไทย, พรเพ็ญ ประกอบกิจ และปริยาภัทร เพ็ชรจรูญ. (2565). แนวทางการจัดการท่องเที่ยววิถี เขา ป่า นา เล ในพื้นที่ 4 อำเภอของจังหวัดสงขลา. การประชุมหาดใหญ่วิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 14, 19 พฤษภาคม 2566 ณ ห้อง Blue Ocean Hall อาคารคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา.