

การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ความเข้าใจ ความคิดเห็นและความต้องการของประชาชน
ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนเขาคราม
ตำบลบ้านนา อำเภอศรีนครินทร์ จังหวัดพัทลุง*

NEWS EXPOSURE, KNOWLEDGE, UNDERSTANDING, OPINIONS AND NEEDS OF THE
PEOPLE PROMOTING TOURISM OF KHAO KHRAM, BAN NA SUB - DISTRICT,
SRINAGARIN DISTRICT PHATTHALUNG

จุฬารัตน์ จุลภักดี

Jularat Junlapuk

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา สงขลา ประเทศไทย

Faculty of Management Science, Songkhla Rajabhat University, Songkhla, Thailand

*Corresponding author E-mail: Jularat.no@skru.ac.th

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวชุมชนฯ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวชุมชนฯ ความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวชุมชนฯ ความต้องการต่อการส่งเสริมและการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนฯ และเปรียบเทียบความรู้ความเข้าใจ ความคิดเห็นและความต้องการในการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนกับลักษณะด้านประชากรศาสตร์และการเปิดรับหรือรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวชุมชนของประชาชนชุมชนบ้านเขาคราม ตำบลบ้านนา อำเภอศรีนครินทร์ จังหวัดพัทลุงเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากร ได้แก่ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในชุมชนเขาคราม หมู่ 4 หมู่ 10 จำนวน 379 ครัวเรือน กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชาชนชุมชนบ้านเขาคราม ตำบลบ้านนา อำเภอศรีนครินทร์ จังหวัดพัทลุง รวมทั้งสิ้นจำนวน 126 คน เลือกด้วยวิธีการสุ่มแบบง่าย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามที่สร้างขึ้น โดยใช้ KR - 20 ของ คูเดอร์ - ริชาร์ดสัน ได้ค่าความเที่ยงหรือความเชื่อมั่น 0.83 สถิติที่ใช้ในการวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวชุมชน ส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจอยู่ในระดับดี มีความคิดเห็นต่อความสำคัญ ประโยชน์หรือผลกระทบของการท่องเที่ยวชุมชนอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านเศรษฐกิจ สังคมวัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม และการมีส่วนร่วม นอกจากนี้มีความต้องการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน ทั้งในด้านพัฒนาศักยภาพบุคคล ทรัพยากรการท่องเที่ยว และการมีส่วนร่วมในการจัดการ ในส่วนของความสัมพันธ์แม้กลุ่มตัวอย่างจะมีความแตกต่างทางประชากรศาสตร์ แต่มีความรู้ ความคิดเห็น และความต้องการต่อการท่องเที่ยวชุมชนไม่แตกต่างกัน



คำสำคัญ: การเปิดรับข่าวสาร, ความรู้ความเข้าใจ, ความคิดเห็น, ความต้องการ, การส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนบ้านเขาคราม จังหวัดพัทลุง

Abstract

This research aims to study the exposure to community tourism news, knowledge and understanding of community tourism, opinions on community tourism, needs for community tourism promotion and management, and compare the knowledge, understanding, opinions and needs for community tourism promotion with demographic characteristics and the exposure or awareness of community tourism news of the people of Ban Khao Kram, Ban Na Subdistrict, Srinakarin District, Phatthalung Province. This research is quantitative research. The population is people living in Ban Khao Kram Community, Village No. 4, Village No. 10, totaling 379 households. The sample group is people from Ban Khao Kram Community, Ban Na Subdistrict, Srinakarin District, Phatthalung Province, totaling 126 people, selected by simple random sampling. The research instrument is a questionnaire. Data collection is done using a questionnaire created using Kuder - Richardson's KR - 20, with a reliability of 0.83. The statistics used in the research and data analysis are frequency, percentage, mean and standard deviation. Analytical data analysis. The research results found that most people who are exposed to community tourism news had a good level of knowledge and understanding. They had opinions on the importance, benefits or impacts of community tourism at a very good level in all 4 aspects: economy, society, culture, environment and participation. In addition, there is a need to promote community tourism in terms of developing human potential, tourism resources, and participation in management. In terms of relationships, although the sample groups have different demographics, their knowledge, opinions, and needs for community tourism are not different. However, exposure to news from the mass media has significantly different knowledge and understanding from the group that has never been exposed to news.

Keywords: News Exposure, Knowledge, Understanding, Need, Promotion of Community Tourism in Ban Khao Kram Phatthalung Province

บทนำ

การส่งเสริมการท่องเที่ยวตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 - 2564) ได้ให้ความสำคัญกับยุทธศาสตร์ที่ 3 ซึ่งมุ่งเน้นการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงบูรณาการ โดยมีเป้าหมายในการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว เสริมสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว โดยใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์และเอกลักษณ์แห่งความเป็นไทย สะท้อนถึงวัฒนธรรมท้องถิ่นและวิถีชีวิตชุมชนเพื่อกระจายรายได้สู่

ประชาชนในพื้นที่อย่างทั่วถึง อีกทั้งยังมุ่งกระจายนักท่องเที่ยวให้เข้าถึงชุมชนที่ยังไม่เป็นที่รู้จักมากนัก (สภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560) ในขณะที่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566 - 2570) ได้กำหนดแนวทางให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพและความยั่งยืน ซึ่งนำไปสู่การพัฒนาองค์กรและยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน โดยเล็งเห็นว่าการท่องเที่ยวเป็นภาคส่วนสำคัญที่สามารถสร้างรายได้และคุณค่าแก่ชุมชน (สภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2566) ทั้งยังเป็นเครื่องมือสำคัญในการส่งเสริมความเข้าใจและเชื่อมโยงวัฒนธรรมระหว่างภูมิภาคและระหว่างเมืองหลักกับเมืองรอง ซึ่งในอดีตการท่องเที่ยวมีเป้าหมายเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจเป็นหลัก แต่ปัจจุบันนักท่องเที่ยวมีความต้องการที่หลากหลายมากขึ้น ส่วนหนึ่งอาจเป็นเพราะอิทธิพลจากเทคโนโลยีที่เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวัน โดยมีการนำเสนอมุมมองใหม่ ๆ ในการท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์และฟาร์มสเตย์ รวมถึงการท่องเที่ยวเชิงกีฬาและการท่องเที่ยวชุมชน

การท่องเที่ยวชุมชน ก่อให้เกิดการกระจายรายได้ให้แก่ชุมชน ซึ่งทำให้ชุมชนได้รับผลประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจ ส่งผลให้คนในท้องถิ่นมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ในขณะเดียวกันยังกระตุ้นให้เกิดการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ สืบทอดวิถีชีวิตสังคม และวัฒนธรรมท้องถิ่นให้ยั่งยืน (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2558) อย่างไรก็ตาม การพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนให้เกิดความยั่งยืนจำเป็นต้องได้รับความร่วมมือจากประชาชนในพื้นที่อย่างเป็นระบบ ชุมชนท่องเที่ยวบ้านเขาคราม เป็นชุมชนหนึ่งตั้งอยู่ในที่ราบลุ่มเทือกเขาบรรทัด ตำบลบ้านนา อำเภอศรีนครินทร์ จังหวัดพัทลุง เป็นชุมชนที่มีความเจริญทางวัฒนธรรมและมีทรัพยากรธรรมชาติที่งดงาม สอดคล้องกับคำขวัญของอำเภอศรีนครินทร์ที่ว่า “ศรีนครินทร์ถิ่นยางพารา งามตาน้ำตก มรดกถ้ำสวย หลากด้วยไม้ผล น่ายลเขาหลัก คนรักวัฒนธรรม” (คณะกรรมการบริหารงานอำเภอแบบบูรณาการ, 2566) ปัจจัยเหล่านี้ทำให้หน่วยงานภาครัฐและเอกชนให้ความสนใจในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชนบ้านเขาคราม เนื่องจากเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีมาแต่ดั้งเดิม อาทิ น้ำตกเขาคราม สะพานประวัติศาสตร์ร้อยปีหรือสะพานข้ามเขาเทวดา สถานีเพาะเลี้ยงสัตว์ป่าพัทลุง วัดถ้ำสุเมโน วิปัสสนา เป็นต้น นอกจากนี้ การท่องเที่ยวชุมชนบ้านเขาครามยังได้รับความนิยมจากการจัดกิจกรรมที่หลากหลาย เช่น การท่องเที่ยวเชิงกีฬาและการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย ซึ่งได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวทั้งในและนอกพื้นที่ โดยเฉพาะกิจกรรม “เขาครามเทรล” ในปี 2018 และ 2019 ซึ่งมีผู้เข้าร่วมกว่าพันคนในแต่ละปี กิจกรรมดังกล่าวได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากผู้เข้าร่วม เนื่องจากการท่องเที่ยวที่ผสมผสานการออกกำลังกาย การดูแลสุขภาพ และการสัมผัสวิถีชีวิตของชุมชน อีกทั้งยังมีกิจกรรมขับรถ ATV เพื่อท่องเที่ยวสำรวจสถานที่สำคัญของชุมชน ซึ่งช่วยให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมสามารถบันทึกภาพความประทับใจและเผยแพร่ผ่านช่องทางสื่อสารต่าง ๆ โดยเฉพาะโซเชียลมีเดีย ที่มีจุดเด่นสามารถเข้าถึงได้ทุกที่ทุกเวลา สะดวก รวดเร็ว มีทั้งรูปภาพ วิดีโอ การพูดคุยแบบเห็นหน้า ทันต่อเหตุการณ์ ข่าวสารประชาสัมพันธ์ ทันกระแสสังคม แสดงความคิดเห็นเปลี่ยนความรู้เพื่อช่วยในการตัดสินใจ (ฤษฎ์ เต็มสูงเนิน, 2563) ส่งผลให้ชุมชนบ้านเขาครามเป็นที่รู้จักในวงกว้างมากยิ่งขึ้น

เมื่อการท่องเที่ยวในชุมชนเริ่มขยายตัว สิ่งที่เกิดขึ้นควบคู่กันไปคือการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการสัมผัสธรรมชาติและวิถีชีวิตชุมชนอย่างแท้จริง การพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่จึงเป็น



ประเด็นที่ควรได้รับความสนใจและศึกษาอย่างลึกซึ้ง เพื่อให้สามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน จากสภาพปัญหาและความสำคัญดังกล่าว จึงสนใจในการทำวิจัย เรื่อง การเปิดรับข่าวสารความคิดเห็น และความต้องการของประชาชนต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนเขาคราม ตำบลบ้านนา อำเภอสรีนครินทร์ จังหวัดพัทลุง เพื่อนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและเป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับประชาชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ความเข้าใจ ทักษะ และความต้องการของประชาชนเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่เขาคราม ดังนั้น การมีส่วนร่วมของประชาชนในกระบวนการพัฒนาเป็นสิ่งที่จำเป็น เพื่อให้การพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นไปอย่างยั่งยืนและสอดคล้องกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชุมชนอย่างแท้จริง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวชุมชนของประชาชนชุมชนบ้านเขาคราม ตำบลบ้านนา อำเภอสรีนครินทร์ จังหวัดพัทลุง
2. เพื่อศึกษาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวชุมชนของประชาชนชุมชนบ้านเขาคราม ตำบลบ้านนา อำเภอสรีนครินทร์ จังหวัดพัทลุง
3. เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวชุมชนของประชาชนชุมชนบ้านเขาคราม ตำบลบ้านนา อำเภอสรีนครินทร์ จังหวัดพัทลุง
4. เพื่อศึกษาความต้องการต่อการส่งเสริมและการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนของประชาชนชุมชนบ้านเขาคราม ตำบลบ้านนา อำเภอสรีนครินทร์ จังหวัดพัทลุง
5. เพื่อเปรียบเทียบความรู้ความเข้าใจ ความคิดเห็นและความต้องการในการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนกับลักษณะด้านประชากรศาสตร์และการเปิดรับหรือรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวชุมชนของประชาชนชุมชนบ้านเขาคราม ตำบลบ้านนา อำเภอสรีนครินทร์ จังหวัดพัทลุง

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ มีวิธีดำเนินการวิจัย ตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

รูปแบบการวิจัย เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีรายละเอียด ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากร ได้แก่ หัวหน้าครัวเรือนหรือสมาชิกของครัวเรือนในชุมชนบ้านเขาคราม ตำบลบ้านนา อำเภอสรีนครินทร์ จังหวัดพัทลุง ซึ่งเป็นพื้นที่ศึกษา ซึ่งประกอบด้วย หมู่ที่ 4 และหมู่ที่ 10 ซึ่งมีจำนวนครัวเรือนทั้งหมด 379 ครัวเรือน กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ หัวหน้าครัวเรือน หรือสมาชิกของครัวเรือนในชุมชนบ้านเขาคราม ตำบลบ้านนา อำเภอสรีนครินทร์ จังหวัดพัทลุง ได้สำรวจนำร่อง (Pilot survey) ด้วยการสุ่มตัวอย่างหัวหน้าครัวเรือนหรือตัวแทนสมาชิกของครัวเรือนในพื้นที่ศึกษา 27 คน เพื่อนำไปหาค่าความแปรปรวนของคะแนนความรู้ความเข้าใจ ความคิดเห็น และความต้องการของประชาชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนเขาคราม ทั้งนี้เพื่อนำไปใช้ในการคำนวณ ขนาดของกลุ่มตัวอย่างและพบว่าคะแนนความต้องการ มีความแปรปรวนมากที่สุด ดังนั้นจึงมีความเหมาะสมที่สุดในการนำมาใช้คำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างการวิจัยครั้งนี้ (สรชัย พิศาลบุตร, 2546) โดยใช้สูตร ดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2554)

$$n = \frac{NZ^2 \alpha^2}{NE^2 + Z^2 \alpha^2}$$

โดย N คือ ขนาดของประชากร = 379

n คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

Z คือ ค่าปกติมาตรฐานที่ระดับความเชื่อมั่น ซึ่งการวิจัยครั้งนี้กำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ 95% ดังนั้นค่า $Z = 1.96$

E คือ ค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าเฉลี่ย ซึ่งในงานวิจัยครั้งนี้กำหนดค่า $E = 2$

α^2 คือ ค่าความแปรปรวนซึ่งได้จากการสำรวจนำร่องโดยค่า $\alpha^2 = 103.43$

$$n = \frac{(379)(1.96)^2(103.43)}{(379)(2)^2 + (1.96)^2 (103.43)} = 78.7$$

ขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ อย่างน้อย 79 คน และเพื่อให้ผลการวิจัยมีความแม่นยำมากขึ้น ผู้วิจัยจึงเพิ่มขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้เป็น 123 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่ายโดยใช้ตารางเลขสุ่มจากประชากรในพื้นที่ศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม ที่ได้สร้างขึ้นเอง โดยก่อนสร้างเครื่องมือผู้วิจัยได้ค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องที่จะวิจัย โดยค้นคว้าจากแหล่งต่าง ๆ อาทิ หนังสือ วารสาร รายงานการวิจัย สื่อออนไลน์ และเอกสารต่าง ๆ รวมทั้งการลงชุมชนพื้นที่วิจัยในเบื้องต้น แล้วนำข้อมูลต่าง ๆ มาประมวลสร้างเป็นแบบสอบถาม ดังมีรายละเอียดเกี่ยวกับเครื่องมือวิจัย ดังนี้ 1) ลักษณะของเครื่องมือวิจัย ประกอบด้วย 6 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนที่ 2 การเปิดรับข่าวสาร เป็นคำถามปลายปิด แบบเลือกตอบ (Check List) ส่วนที่ 3 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว เป็นคำถามปลายปิดให้เลือกตอบ 2 คำตอบ (ใช่และไม่ใช่) ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นต่อการส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวชุมชน เป็นคำถามปลายปิดแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยให้แสดงความคิดเห็นใน 5 ระดับ คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยเป็นความคิดเห็นต่อความสำคัญ/ประโยชน์หรือผลกระทบของการท่องเที่ยวชุมชนใน 4 ด้าน คือ ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคมและวัฒนธรรม ด้านสิ่งแวดล้อม และด้านการจัดการ/การมีส่วนร่วม ส่วนที่ 5 ความต้องการในการจัดการและส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน เป็นคำถามปลายปิดแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยให้แสดงความต้องการใน 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด โดยเป็นความต้องการใน 3 ด้าน ได้แก่ ความต้องการพัฒนาศักยภาพและความพร้อมของบุคลากรในการจัดการท่องเที่ยวชุมชน ความต้องการพัฒนาศักยภาพและความพร้อมด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวก และความต้องการด้านการมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวชุมชน ส่วนที่ 6 เป็นข้อเสนอแนะ และเป็นคำถามปลายเปิด 2) การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัย ได้นำแบบสอบถามฉบับร่างที่สร้างขึ้นไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน ตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) แล้วนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพจากผู้เชี่ยวชาญมาวิเคราะห์โดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC.) แล้วคัดเลือกเฉพาะข้อคำถามที่มีค่า IOC. ตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป (สุวิมล ติรภานัน, 2551) แล้วนำไปทดลองใช้ (Try Out) กับประชาชนจำนวน 30 คน ในชุมชนบ้านลำโน ตำบลบ้านนา อำเภอศรี



นครินทร์ ซึ่งอยู่ใกล้เคียงกับชุมชนบ้านเขาครามอันเป็นพื้นที่ศึกษาในครั้งนี้ แล้วนำมาดำเนินการ ดังนี้ แบบสอบถามส่วนที่ 1 และส่วนที่ 2 ซึ่งเป็นข้อมูลพื้นฐานและคำถามเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารของกลุ่มตัวอย่าง ได้ปรับปรุงคำถามให้เหมาะสมกับพื้นที่มากยิ่งขึ้น แบบสอบถามส่วนที่ 3 ซึ่งเป็นคำถามเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับเรื่องการท่องเที่ยวและการจัดการท่องเที่ยวชุมชน หากข้อใดตอบถูก จะให้ 1 คะแนน และหากตอบผิดให้ 0 คะแนน ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความเที่ยงหรือความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้ KR - 20 ของ คูเดอร์ - ริชาร์ดสัน (พรณี สิกิวัฒน์, 2549) ได้ค่าความเที่ยงหรือความเชื่อมั่น 0.83 ซึ่งถือว่าเครื่องมือวิจัยส่วนที่ 3 นี้มีคุณภาพ เพราะมีค่าเกิน 0.80 (ปาริชาติ สถาปิตานนท์, 2545) แบบสอบถามส่วนที่ 4 และส่วนที่ 5 ซึ่งเป็นคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นและความต้องการในการจัดการและส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน โดยเป็นคำถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จึงค้นหาความเที่ยงหรือความน่าเชื่อถือ (Reliability) โดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่นของคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อการส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเท่ากับ 0.76 และค่าความเชื่อมั่นในส่วนของคำถามเกี่ยวกับความต้องการในการจัดการและการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน มีค่าเท่ากับ 0.95 ตามลำดับ

การเก็บรวบรวมข้อมูล ได้ลงพื้นที่และเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามด้วยตนเอง โดยประสานงานกับผู้นำชุมชนบ้านเขาคราม ตำบลบ้านนา อำเภอศรีนครินทร์ จังหวัดพัทลุง

การวิเคราะห์ข้อมูล ได้วิเคราะห์ข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistics Package for the Social Science) โดยมีขั้นตอนในการวิเคราะห์และการใช้สถิติวิเคราะห์ ดังนี้ 1) ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่และหาค่าร้อยละ 2) การเปิดรับข่าวสารและการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่และหาค่าร้อยละ 3) ความรู้ความเข้าใจของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ได้กำหนดไว้ดังนี้คือ ตอบถูกให้ 1 คะแนน ตอบผิดให้ 0 คะแนน โดยวิเคราะห์ใน 2 ลักษณะ คือ วิเคราะห์เป็นรายข้อ โดยใช้การแจกแจงความถี่และค่าร้อยละ และวิเคราะห์ในภาพรวม โดยรวมคะแนนของกลุ่มตัวอย่างแต่ละคนแล้วแบ่งระดับความรู้ตามช่วงคะแนนที่กำหนดเป็น 4 ระดับแปลความหมายถึงการมีความรู้ในระดับดีมาก ดี พอใช้ และน้อยมาก 4) ความคิดเห็นต่อการส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวชุมชน ได้ดำเนินการในการวิเคราะห์ข้อมูล กำหนดคะแนนคำตอบแต่ละข้อ 5 กลุ่ม ผู้วิจัยได้ดำเนินการในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้การเห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ซึ่งการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นต่อการส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวชุมชน วิเคราะห์ความคิดเห็นเป็นรายข้อ โดยใช้ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) แล้วเทียบกับเกณฑ์ ซึ่งได้ใช้เกณฑ์ในลักษณะคล้ายกับแบบวัดทัศนคติของลิเคท ดังนี้ (ไชยยศ เรืองสุวรรณ, 2533)การวิเคราะห์ความคิดเห็นในภาพรวม โดยใช้ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) โดยใช้เกณฑ์ระดับความคิดเห็นเช่นเดียวกับการวิเคราะห์รายข้อ 5) ความต้องการในการจัดการและการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน ได้ดำเนินการวิเคราะห์ให้คะแนนแต่ละข้อของคำถามของความ ต้องการ 5 กลุ่ม แปลความหมายถึงความต้องการมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ซึ่งวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการในการจัดการและการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนวิเคราะห์ความต้องการเป็นรายข้อ และวิเคราะห์ความต้องการในภาพรวม โดยใช้ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) แล้วเทียบระดับความต้องการกับเกณฑ์เช่นเดียวกับการวิเคราะห์ความคิดเห็น 6) เปรียบเทียบความรู้ความเข้าใจ ความคิดเห็นและความต้องการของกลุ่มตัวอย่างในการส่งเสริมการท่องเที่ยว

ชุมชน โดยใช้ t - test ในการเปรียบเทียบตามตัวแปรเพศ และสถานภาพทางสังคมในชุมชน และใช้การวิเคราะห์ความผันแปรทางเดียว (one - way ANOVA) ในการเปรียบเทียบตามตัวแปร อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ หากพบว่าผลที่ได้มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติก็จะเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยวิธีผลต่างอย่างมีนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Difference หรือ LSD) และ 7) ข้อเสนอแนะวิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ วิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

ผลการวิจัย

ผลการวิจัย พบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวชุมชนของประชาชนชุมชนบ้านเขาคราม ตำบลบ้านนา อำเภอศรีนครินทร์ จังหวัดพัทลุง แบ่งเป็น 2 ส่วน ได้แก่

1. ข้อมูลทั่วไป ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 67.48 มีอายุอยู่ในช่วง 41 - 50 ปีมากที่สุด มีระดับการศึกษาอยู่ในชั้นประถมศึกษา ประกอบอาชีพทำนา ทำสวน และมีรายได้เฉลี่ย/เดือนอยู่ระหว่าง 5,001 - 10,000 บาทมากที่สุด มีสถานภาพทางสังคมเป็นสมาชิกในชุมชน และมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวอยู่แล้วในชุมชน เขาคราม แสดงได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพทางสังคม การส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชน

คุณลักษณะ	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	38	30.89
หญิง	83	67.48
ไม่ตอบ	2	1.63
รวม	123	100.00
อายุ		
ไม่เกิน 30 ปี	29	23.57
31 - 40 ปี	29	23.57
41 - 50 ปี	35	28.47
51 - 60 ปี	20	16.26
มากกว่า 60 ปี	9	7.32
ไม่ตอบ	1	0.81
รวม	123	100.00
การศึกษา		
ประถมศึกษา	40	32.52
มัธยมศึกษาตอนต้น	26	21.14
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	26	21.14
อนุปริญญา/ปวส.	7	5.70
ปริญญาตรีหรือสูงกว่าปริญญาตรี	24	19.50
รวม	123	100.00



ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพทางสังคม การส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชน (ต่อ)

คุณลักษณะ	จำนวน	ร้อยละ
อาชีพ		
ทำสวน/ทำนา	64	52.03
ค้าขาย	14	11.38
รับจ้าง	14	11.38
บ้าน/นักเรียน/นักศึกษา	10	8.13
ธุรกิจส่วนตัว/บริษัทเอกชน	11	8.94
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/ลูกจ้างของรัฐ	6	4.88
อื่น ๆ	2	1.63
ไม่ตอบ	2	1.63
รวม	123	100.00
รายได้		
ไม่เกิน 5,000 บาท	16	13.01
5,001 - 10,000 บาท	57	46.34
10,001 - 15,000 บาท	21	17.07
15,001 - 20,000 บาท	12	9.80
20,001 - 25,000 บาท	5	4.10
มากกว่า 25,000 บาท	7	5.70
ไม่ตอบ	5	4.10
รวม	123	100.00
สถานภาพทางสังคม		
เป็นผู้นำในชุมชน	31	25.20
เป็นสมาชิกในชุมชน	87	70.7
ไม่ตอบ	5	4.10
รวม	123	100.00
การส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชนของท่าน		
มี	75	61.00
ไม่มี	26	21.00
ไม่ตอบ	22	17.90
รวม	123	100.00

2. การเปิดรับข่าวสารโดยทั่วไปในชีวิตประจำวันและเปิดรับหรือรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว สื่อที่ใช้ในการเปิดรับข่าวสารโดยทั่วไปในชีวิตประจำวันมากที่สุด คือ วิทยุโทรทัศน์ ส่วนสื่อที่ได้เปิดรับหรือรับรู้ข้อมูลทางข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว มีทั้งสื่อมวลชน สื่อสังคม สื่อบุคคล และสื่อชุมชน โดยสื่อมวลชนที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมากที่สุดคือ วิทยุโทรทัศน์ สื่อสังคมที่ได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมาก

ที่สุดคือ อินเทอร์เน็ต สื่อบุคคลที่ได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมากที่สุดคือ สื่อบุคคลในชุมชน และสื่อชุมชนที่ได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมากที่สุดคือ หอกระจายข่าวและเสียงตามสาย แสดงได้ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร

การเปิดรับข่าวสาร	จำนวน	ร้อยละ
การเปิดรับข่าวสารจากสื่อในชีวิตประจำวัน		
ข่าวสารจากวิทยุกระจายเสียง	103	16.04
ข่าวสารจากวิทยุโทรทัศน์	117	18.23
ข่าวสารจากหนังสือพิมพ์/นิตยสาร/วารสาร	103	16.04
อินเทอร์เน็ต	113	17.60
ไลน์ (Line)	107	16.67
ทวิตเตอร์หรือสื่อสังคมอื่น ๆ	99	15.42
รวม	642	100.00
การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว		
สื่อมวลชน	264	23.72
วิทยุกระจายเสียง	77	6.92
วิทยุโทรทัศน์	116	10.42
หนังสือพิมพ์/นิตยสาร/วารสาร	71	6.38
สื่อสังคม	335	30.11
อินเทอร์เน็ต	97	8.72
เฟซบุ๊ก	94	8.45
ไลน์ (Line)	81	7.28
ทวิตเตอร์หรือสื่อสังคมอื่น ๆ	63	5.66
สื่อบุคคล	250	22.46
สื่อบุคคลในชุมชน	99	8.89
เจ้าหน้าที่เทศบาล / อบต.	82	7.37
เอกชนหรือบุคคลภายนอก	69	6.20
สื่อชุมชน	264	23.72
แผ่นพับ แผ่นปลิว ป้ายประกาศ	75	6.74
หอกระจายข่าว เสียงตามสาย	106	9.52
เข้าร่วมประชุม	83	7.46
รวม	1,113	100.00

* ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวชุมชนของประชาชนชุมชนบ้านเขาคราม ตำบลบ้านนา อำเภอศรีนครินทร์ จังหวัดพัทลุง เกี่ยวกับการท่องเที่ยวชุมชน ส่วนใหญ่ มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวชุมชนอยู่ในระดับดีถึงร้อยละ 47.20 แต่เมื่อวิเคราะห์ความรู้ ความเข้าใจ โดยพิจารณาจากสื่อทุกประเภทที่เปิดรับหรือรับรู้



ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว สื่อที่เปิดรับแล้วทำให้มีค่าเฉลี่ยของคะแนนความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวสูงสุดคือ การเข้าร่วมการประชุม โดยมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) = 7.88 จากคะแนนเต็ม 13 คะแนน แสดงได้ดังตารางที่ 3 - 5

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเป็นรายข้อ

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ การท่องเที่ยว	ตอบถูก		ตอบผิด		ไม่ตอบ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. การท่องเที่ยวเพื่อชมวิถีการดำเนินชีวิต การทำมาหากิน ของชาวบ้านเป็นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	22	17.88	99	80.49	2	1.63
2. การท่องเที่ยวชมธรรมชาติตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ เช่น น้ำตก การดำน้ำ ดูปะการัง เป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	32	26.02	88	71.54	3	2.44
3. การท่องเที่ยวชุมชน คือ การที่นักท่องเที่ยวเดินทางไป เรียนรู้หรือสัมผัสกับธรรมชาติ ภูมิปัญญาในรูปแบบต่าง ๆ ที่ มีในชุมชน	116	94.31	3	2.44	4	3.25
4. วัฒนธรรม ประเพณี ศิลปะต่าง ๆ ของชุมชน ไม่จัดว่า เป็นทรัพยากรทางการท่องเที่ยวของชุมชน	52	42.28	67	54.47	4	3.25
5. น้ำตก ป่าไม้ พืชพรรณธรรมชาติ จัดเป็นทรัพยากรการ ท่องเที่ยว	114	92.68	3	2.44	6	4.88
6. การสร้างกระบวนการเรียนรู้หรือการรับรู้เรื่องราวต่าง ๆ ของชุมชนแก่นักท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญในการจัดการการ ท่องเที่ยวชุมชน	111	90.24	6	4.88	6	4.88
7. การท่องเที่ยวชุมชนจะต้องคำนึงถึงความสะดวกสบายที่ นักท่องเที่ยวจะได้รับให้มากที่สุด	18	14.64	101	82.11	4	3.25
8. การจัดการท่องเที่ยวชุมชนเป็นการจัดการท่องเที่ยวโดย ภาครัฐหรือเอกชน โดยชุมชนไม่ต้องมีบทบาทหน้าที่ใด ๆ	72	58.54	49	39.83	2	1.63
9. การจัดการท่องเที่ยวชุมชนไม่จำเป็นต้องสอดคล้องกับ ทรัพยากรธรรมชาติหรือวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตของ ชุมชน	65	52.85	53	43.09	5	4.06
10. การจัดการท่องเที่ยวชุมชนจะต้องหนุนเสริมหรือสอดคล้อง กับการพัฒนาด้านอื่น ๆ ของชุมชน	107	86.99	13	10.57	3	2.44
11. การมีส่วนร่วมเป็นปัจจัยสำคัญในความสำเร็จของการจัดการ ท่องเที่ยวชุมชน	111	90.24	6	4.88	6	4.88
12. กิจกรรมต่าง ๆ ในการจัดการท่องเที่ยวชุมชน ไม่มีความ จำเป็นจะต้องเชื่อมโยงกับวัฒนธรรม ประเพณี หรือวิถีชีวิตของ ชาวบ้านที่เป็นอยู่แล้วในชุมชน	70	56.91	51	41.46	2	1.63
13. ในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนนั้น การกำหนดวัตถุประสงค์ เป้าหมายของการท่องเที่ยวชุมชนเป็นบทบาทหน้าที่ของ เทศบาลหน่วยงานรัฐ	45	36.58	76	61.79	2	1.63

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามคะแนนรวมของความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

* ระดับความรู้ความเข้าใจด้านการท่องเที่ยว	ช่วงคะแนน	จำนวน	ร้อยละ
ดีมาก	9.76 - 13.00	19	15.4
ดี	6.51 - 9.75	58	47.2
พอใช้	3.26 - 3.25	28	22.8
น้อยมาก	0.00 - 3.25	0	0.00
	ไม่ตอบ	18	14.6
รวม		123	100.00

ตารางที่ 5 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) คะแนนความรู้ความเข้าใจของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับการท่องเที่ยว จำแนกตามสื่อที่เคยเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยว (คะแนนเต็ม 13 คะแนน)

ประเภทของสื่อ	n	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความรู้ความเข้าใจ
วิทยุกระจายเสียง	77	7.30	2.27	ดี
วิทยุโทรทัศน์	116	7.73	2.25	ดี
หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร	71	7.31	2.35	ดี
อินเทอร์เน็ต	97	7.77	2.33	ดี
เฟสบุ๊ก	94	7.81	2.60	ดี
ไลน์	81	7.80	2.29	ดี
ทวิตเตอร์	63	7.60	2.39	ดี
แผ่นพับ แผ่นปลิว ป้ายประกาศ	75	7.71	2.10	ดี
หอกระจายข่าว เสียงตามสาย	106	7.71	2.19	ดี
เข้าร่วมประชุม	83	7.88	2.22	ดี
สื่อบุคคลในชุมชน	99	7.81	2.15	ดี
เจ้าหน้าที่เทศบาล/อบต.	82	7.62	2.06	ดี
เอกชนหรือบุคคลภายนอกชุมชน	69	7.64	2.20	ดี

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวชุมชนของประชาชนชุมชนบ้านเขาคราม ตำบลบ้านนา อำเภอสรรคบุรี จังหวัดพิจิตร มี 4 ด้าน ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม วัฒนธรรม ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านการจัดการ และการมีส่วนร่วม เมื่อพิจารณาภาพรวมของความคิดเห็นทุกด้านต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนบ้านเขาคราม อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.27 จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน แสดงได้ดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) คิดเห็นต่อความสำคัญ/ประโยชน์หรือผลกระทบของการท่องเที่ยวชุมชน

ความคิดเห็น	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านเศรษฐกิจ	4.48	0.52	เห็นด้วยมาก
2. ด้านสังคม วัฒนธรรม	4.44	0.50	เห็นด้วยมาก
3. ด้านสิ่งแวดล้อม	4.12	0.64	เห็นด้วยมาก



ตารางที่ 6 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) คิดเห็นต่อความสำคัญ/ประโยชน์หรือผลกระทบของการท่องเที่ยวชุมชน (ต่อ)

ความคิดเห็น	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
4. ด้านการจัดการและการมีส่วนร่วม	4.05	0.22	เห็นด้วยมาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.27	0.21	เห็นด้วยมาก

ความต้องการต่อการส่งเสริมและการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนของประชาชนชุมชนบ้านเขาคราม ตำบลบ้านนา อำเภอสรีนครินทร์ จังหวัดพัทลุง โดยภาพรวมความต้องการในทุกด้านที่มีต่อการส่งเสริมและการจัดการท่องเที่ยวชุมชนบ้านเขาคราม ทั้งด้านพัฒนาศักยภาพและความพร้อมของบุคคลความต้องการพัฒนาศักยภาพและความพร้อมด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวก และความต้องการด้านการมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวของชุมชน โดยภาพรวมแล้ว มีความต้องการอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.25 แสดงได้ดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ความต้องการของกลุ่มตัวอย่างต่อการส่งเสริมและการจัดการท่องเที่ยว

ความต้องการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความต้องการ
1. ความต้องการพัฒนาศักยภาพและความพร้อมด้านบุคคลในการจัดการท่องเที่ยวชุมชน	4.14	0.82	มาก
2. ความต้องการพัฒนาศักยภาพและความพร้อมด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวก	4.42	0.48	มาก
3. ความต้องการด้านการมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวชุมชน	4.18	0.73	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.25	0.50	มาก

อภิปรายผล

ผลจากการวิจัย สามารถอภิปรายได้ดังนี้

การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวชุมชนของประชาชนชุมชนบ้านเขาคราม ตำบลบ้านนา อำเภอสรีนครินทร์ จังหวัดพัทลุง แบ่งเป็น 2 ส่วน ได้แก่ 1) ข้อมูลทั่วไปส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ในช่วง 41 - 50 ปี มากที่สุด มีระดับการศึกษาอยู่ในชั้นประถมศึกษา ประกอบอาชีพทำนา ทำสวน และมีรายได้เฉลี่ย/เดือนอยู่ระหว่าง 5,001 - 10,000 บาทมากที่สุด มีสถานภาพทางสังคมเป็นสมาชิกในชุมชน และมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวอยู่แล้วในชุมชนเขาคราม 2) การเปิดรับข่าวสารโดยทั่วไปในชีวิตประจำวันและเปิดรับหรือรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว สื่อมวลชนโดยเฉพาะวิทยุโทรทัศน์ยังเป็นสื่อที่กลุ่มตัวอย่างใช้เป็นช่องทางในการติดตามข้อมูลข่าวสารในชีวิตประจำวันและการท่องเที่ยวมากกว่าสื่ออื่น ๆ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าสื่อมวลชนโดยเฉพาะสื่อวิทยุโทรทัศน์ยังคงมีบทบาทสำคัญในการให้ข้อมูลข่าวสาร และยังเป็นสื่อที่มีความนิยมในการเปิดรับข่าวสารต่าง ๆ สอดคล้องกับแนวคิดของโจเซฟ ที แคลปเปอร์ ได้กล่าวว่า โทรทัศน์เป็นการสื่อสารที่สำคัญมากกว่าสื่อใด ๆ ที่ผ่าน มา ทั้งนี้เนื่องจากโทรทัศน์สามารถเพิ่มพูนผลกระทบต่อสังคมและวัฒนธรรมได้มากกว่าเมื่อเทียบกับสื่อมวลชน

แขนงอื่น ทั้งนี้เพราะโทรทัศน์มีภาพ เสียง สี และความเคลื่อนไหวพร้อมกันไป สามารถโน้มน้าวใจได้ชัดเจนมากกว่า (Klapper, J. T., 1960) และสอดคล้องกับผลการศึกษาของซูลิพร ธานีรัตน์ กล่าวว่า สื่อมวลชนนั้นมีคุณสมบัติสามารถกระจายข้อมูลข่าวสารได้กว้างและครอบคลุมแทบทุกพื้นที่ อีกทั้งสื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์นั้นเป็นสื่อที่มีรูปแบบการนำเสนอข้อมูลข่าวสารทั้งภาพและเสียง ช่วยให้ดึงดูดความสนใจและกระตุ้นให้เกิดความรู้สึกร่วมได้ดีกว่าสื่ออื่น ๆ ยิ่งไปกว่านั้นการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อโทรทัศน์ ผู้รับสารไม่จำเป็นต้องจดจ่อกับการเปิดรับสารเพียงอย่างเดียว แต่ยังสามารถทำกิจกรรมอื่นร่วมกันอีกด้วยจึงเป็นข้อดีของสื่อมวลชนที่ทำให้สื่อประเภทนี้มีประสิทธิภาพและเป็นที่ยอมรับสูงอยู่เสมอ (ซูลิพร ธานีรัตน์ และพชนี เสงี่ยมรักษา, 2557)

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวชุมชนของประชาชนบ้านชุมชนเขาคราม ตำบลบ้านนา อำเภอศรีนครินทร์ จังหวัดพัทลุง โดยภาพรวมมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวชุมชนอยู่ในระดับดี แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ข้อที่ตอบผิดมากที่สุด คือ การท่องเที่ยวชุมชนจะต้องคำนึงถึงความสะดวกสบายที่นักท่องเที่ยวจะได้รับมากที่สุด รองลงมา คือ การท่องเที่ยวเพื่อชมวิถีการดำรงชีวิตการทำมาหากินของชาวบ้านเป็นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และการท่องเที่ยวชมธรรมชาติตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ เช่น น้ำตก การดำน้ำดูปะการังเป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ตามลำดับ อภิปรายได้ว่า เมื่อต้องการให้ความรู้ความเข้าใจกับประชาชนชุมชนบ้านเขาครามที่ถูกต้อง ควรเน้นถึงการให้ความหมายและประเภทของการท่องเที่ยวแต่ละรูปแบบเพื่อจะได้มีความเข้าใจที่ถูกต้องมากยิ่งขึ้น ผ่านช่องทางการสื่อสารที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารมากที่สุด คือ สื่อวิทยุโทรทัศน์ และที่สำคัญหอกระจายข่าวและเสียงตามสาย เป็นอีกสื่อที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารด้านความรู้ความเข้าใจใกล้เคียงกับสื่อวิทยุโทรทัศน์ สอดคล้องกับผลการศึกษาของสมพร เกื้อไข ได้อธิบายว่า การสื่อสารภายในชุมชนต้องมีกลุ่มคนที่ทำงานด้านการสื่อสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน มีการฝึกฝนอบรมให้มีความรู้และทักษะในด้านการสื่อสาร ทั้งการส่งสารและการรับสาร การใช้เทคโนโลยีการสื่อสาร เช่น อินเทอร์เน็ต การใช้คอมพิวเตอร์ต่าง ๆ โดยเน้นความรู้และความเข้าใจ ในหลักการและวิธีการสื่อสารแบบสองทาง การสื่อสารแบบให้คนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมและให้ความสำคัญของข้อมูลและแหล่งข้อมูลชุมชน (สมพร เกื้อไข และคณะ, 2565)

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวชุมชนของประชาชนบ้านชุมชนเขาคราม ตำบลบ้านนา อำเภอศรีนครินทร์ จังหวัดพัทลุง มีความคิดเห็นและให้ความสำคัญ ประโยชน์ หรือผลกระทบของการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน ทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม วัฒนธรรม ด้านสิ่งแวดล้อม และด้านการจัดการและการมีส่วนร่วม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างเห็นความสำคัญ ประโยชน์จากการท่องเที่ยวชุมชนที่สามารถสร้างอาชีพ กระจายรายได้ อนุรักษ์วัฒนธรรม ประเพณี ของดีของชุมชนสืบทอดให้ลูกหลานมากกว่าผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากการจัดการการท่องเที่ยว อีกทั้งชุมชนมีความมั่นใจในการทำหน้าที่เป็นเจ้าบ้านที่ดีให้การต้อนรับนักท่องเที่ยว ในทางตรงกันข้ามจากผลการศึกษาของธนวัฒน์ มีจันทร์ กล่าวว่า ชุมชนมีความคิดเห็นต่อผลด้านสังคม และวัฒนธรรม จากการจัดการท่องเที่ยวตำบลห้วยเขย่ง อำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี ด้านพื้นฐานการดำรงชีวิต ด้านความสัมพันธ์ในชุมชน ด้านการมีส่วนร่วม ของสถาบันในชุมชน ด้านการเรียนรู้ ด้านกลุ่มองค์กรและเครือข่ายชุมชน ด้านการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม ด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน อยู่ในระดับปานกลาง (ธนวัฒน์ มีจันทร์, 2558)



ความต้องการต่อการส่งเสริมและการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนของประชาชนชุมชนบ้านเขาคราม ตำบลบ้านนา อำเภอสครินครินทร์ จังหวัดพัทลุง โดยภาพรวมมีความต้องการอยู่ในระดับมาก ทั้งด้านพัฒนาศักยภาพและความพร้อมของบุคคล ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านความต้องการด้านการมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวของชุมชน มีความพร้อมในการศึกษาความรู้ ประสบการณ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวชุมชน ผ่านการอบรม จากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน และต้องการพัฒนาพื้นที่การท่องเที่ยวในชุมชนให้มีศักยภาพเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว โดยสมาชิกในชุมชนทุกคนมีส่วนร่วมในการพัฒนา สอดคล้องกับผลการศึกษาของพัชรินทร์ จึงประวัติ อธิบายว่า คนในชุมชนคลองสวนมีความต้องการพัฒนาศักยภาพชุมชนต่อการจัดการการท่องเที่ยว ได้แก่ มีการจัดระบบจราจร โดยมีป้ายบอกทางที่ชัดเจน และติดตั้งป้ายบอกทางเพิ่มเติม มีที่นั่งพักผ่อนให้กับนักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ มีมาตรการรักษาความปลอดภัยที่มีประสิทธิภาพ และมีการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ส่วนการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่คนในชุมชนคลองสวนต้องการพัฒนา ได้แก่ คนในชุมชนมีการเข้ารับการอบรมเกี่ยวกับความรู้ด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว มีการจัดกิจกรรมที่สร้างการรับรู้และความเข้าใจในวิถีชีวิตวัฒนธรรมท้องถิ่น ในเรื่องของการมีส่วนร่วมของชุมชน พบว่าในด้านการวางแผน คือ ได้เข้าร่วมประชุมที่เกี่ยวข้องกับการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ด้านการดำเนินการ คือ ได้ดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นการส่งเสริมและอนุรักษ์วิถีชีวิตดั้งเดิม และประเพณีของคนในท้องถิ่น ด้านการใช้ประโยชน์ คือ มีรายได้จากการท่องเที่ยว ทั้งนี้ คนในชุมชนต้องการพัฒนาแบบค่อยเป็นค่อยไปปรับเปลี่ยนไปตามการเปลี่ยนแปลงของสังคม แต่ยังคงไว้ซึ่งวิถีชีวิตดั้งเดิมและยังต้องการพัฒนาศักยภาพของตนเองโดยการอบรมหลักสูตร ด้านอาชีพ ด้านอาสาสมัครแม่คุเทศก์ และด้านภาษา เพื่อพัฒนาตลาดคลองสวน ร้อยปีให้เกิดความยั่งยืน (พัชรินทร์ จึงประวัติ, 2560)

ผลการเปรียบเทียบความรู้ความเข้าใจ ความคิดเห็นและความต้องการในการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนกับลักษณะด้านประชากรศาสตร์และการเปิดรับหรือรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวชุมชนของประชาชนชุมชนบ้านเขาคราม ตำบลบ้านนา อำเภอสครินครินทร์ จังหวัดพัทลุง กลุ่มตัวอย่างที่มีความแตกต่างกันตามลักษณะด้านประชากรศาสตร์ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ย/เดือน และสถานภาพทางสังคมในชุมชน มีความรู้ความเข้าใจ มีความคิดเห็น มีความต้องการต่อการส่งเสริมและการจัดการท่องเที่ยวชุมชนบ้านเขาครามไม่แตกต่างกัน กลุ่มที่เคยเปิดรับหรือรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจากสื่อมวลชน ช่องทางวิทยุกระจายเสียง หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวชุมชน แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญยิ่งกับกลุ่มที่ไม่ได้เคยเปิดรับหรือไม่เคยรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจากสื่อดังกล่าว โดยมีระดับนัยสำคัญยิ่งที่ 0.005 ส่วนสื่อสังคม สื่อบุคคล สื่อชุมชน ไม่พบความแตกต่างของความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในชุมชนระหว่างกลุ่มที่เคยเปิดรับหรือรับรู้กับกลุ่มที่ไม่ได้เคยเปิดรับหรือไม่เคยรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจากสื่อดังกล่าว ความคิดเห็นต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนบ้านเขาคราม แตกต่างจากกลุ่มที่ไม่ได้เคยเปิดรับหรือไม่เคยรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจากสื่อมวลชน สื่อสังคม สื่อบุคคลและสื่อชุมชน สรุปได้ ดังนี้ 1) สื่อมวลชน มีเพียงสื่อประเภทเดียวที่พบความแตกต่างของความคิดเห็นระหว่างกลุ่มที่เปิดรับหรือรับรู้กับกลุ่มที่ไม่เคยเปิดรับหรือไม่เคยรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญยิ่งทางสถิติที่ระดับ .000 2) สื่อสังคมที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวมีความแตกต่างต่างกันระหว่างกลุ่มที่เปิดรับหรือรับรู้กับกลุ่มที่ไม่เคยเปิดรับหรือไม่เคยรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจากสื่อสังคม คือ อินเทอร์เน็ต เฟสบุ๊ก ไลน์ ทวิตเตอร์

โดยความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .000 ทั้ง 3 กลุ่ม 3) สื่อบุคคล ที่เปิดรับหรือรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว จากสื่อบุคคลทั้ง 3 กลุ่ม คือ สื่อบุคคลในชุมชน เจ้าหน้าที่เทศบาล/อบต. และเอกชนหรือบุคคลภายนอกชุมชนมีความแตกต่างจากกลุ่มที่ไม่เคยเปิดรับหรือไม่เคยรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 สำหรับสื่อบุคคลในชุมชน แตกต่างที่ระดับ .001 สำหรับสื่อบุคคลประเภทเจ้าหน้าที่เทศบาล/อบต. และแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญยิ่งที่ระดับ .000 4) สื่อชุมชน ที่เคยเปิดรับหรือรับรู้กับกลุ่มที่ไม่เคยเปิดรับหรือไม่เคยรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจากสื่อชุมชนทั้ง 3 กลุ่ม มีความคิดเห็นต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญยิ่งทางสถิติที่ระดับ 0.000 สำหรับกลุ่มสื่อแผ่นพับ แผ่นปลิว ป้ายประกาศ แตกต่างที่ระดับ 0.004 สำหรับกลุ่มหอกระจายข่าวและเสียงตามสาย แตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .001 ความต้องการต่อการส่งเสริมและการจัดการท่องเที่ยวชุมชนบ้านเขาครามแตกต่างจากกลุ่มที่ไม่เคยเปิดรับหรือไม่เคยรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจากสื่อมวลชน สื่อสังคม สื่อบุคคล และสื่อชุมชน สรุปได้ ดังนี้ 1) สื่อมวลชนที่พบความแตกต่างของความต้องการ เพื่อการส่งเสริมและการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มที่เคยเปิดรับหรือรับรู้กับกลุ่มที่ไม่เคยเปิดรับหรือไม่เคยรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ได้แก่ สื่อมวลชน มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญยิ่งทางสถิติที่ระดับ .000 2) สื่อสังคม ที่เปิดรับหรือรับรู้กับกลุ่มที่ไม่เคยเปิดรับหรือไม่เคยรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจากสื่ออินเทอร์เน็ต และสื่อสังคมประเภททวิตเตอร์และสื่อสังคมอื่น ๆ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญยิ่งทางสถิติ ที่ระดับ 0.007 และระดับ 0.002 ตามลำดับ ส่วนสื่อสังคมประเภทเฟซบุ๊ก และไลน์ ไม่พบความแตกต่างระหว่างกลุ่มที่เปิดรับหรือรับรู้กับกลุ่มที่ไม่เคยเปิดรับหรือไม่เคยรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจากสื่อดังกล่าว 3) สื่อบุคคล มีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มที่เคยเปิดรับหรือรับรู้กับกลุ่มที่ไม่เคยเปิดรับหรือไม่เคยรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจากสื่อทั้ง 3 ประเภท อย่างมีนัยสำคัญยิ่งทางสถิติที่ระดับ 0.001 สอดคล้องกับผลการศึกษาของสุกัญญา บุญน้อม และคณะ อธิบายไว้ว่า การเปิดรับสื่อกับการรับรู้ของประชาชนที่มีต่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดสุพรรณบุรี ส่วนใหญ่รับรู้จากสื่อบุคคลที่เป็นเพื่อนบ้าน สื่อสิ่งพิมพ์ ที่เป็นแผ่นพับ โปสเตอร์ โบรชัวร์ของแหล่งท่องเที่ยว สื่ออินเทอร์เน็ตที่เป็น Facebook และสื่อกลางแจ้งที่เป็น ป้ายบิลบอร์ดตามทางแยกทั่วไป (สุกัญญา บุญน้อม และคณะ, 2565)

สรุปและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องนี้ สรุปได้ว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวชุมชนของประชาชนชุมชนบ้านเขาคราม ตำบลบ้านนา อำเภอศรีนครินทร์ จังหวัดพิจิตร แบ่งเป็น 2 ส่วน ได้แก่ 1) ข้อมูลทั่วไปส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ในช่วง 41 - 50 ปี มีการศึกษาอยู่ในชั้นประถมศึกษา ประกอบอาชีพทำนา ทำสวน และมีรายได้เฉลี่ย/เดือนอยู่ระหว่าง 5,001-10,000 บาท เป็นสมาชิกในชุมชน และมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวอยู่แล้วในชุมชนเขาคราม 2) การเปิดรับข่าวสารโดยทั่วไปในชีวิตประจำวันและเปิดรับหรือรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว โดยเฉพาะวิทยุโทรทัศน์ยังเป็นสื่อในการติดตามข้อมูลข่าวสารในชีวิตประจำวันและการท่องเที่ยวมากกว่าสื่ออื่น ๆ และยังเป็นสื่อที่มีความนิยมในการเปิดรับข่าวสารต่าง ๆ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวชุมชนฯ โดยภาพรวมมีความรู้ความเข้าใจอยู่ในระดับดี การท่องเที่ยวชุมชนจะต้องคำนึงถึงความสะดวกสบายที่นักท่องเที่ยวจะได้รับมากที่สุด ส่วนการท่องเที่ยวเพื่อชมวิถีการดำรงชีวิตการทำมาหากินของชาวบ้านเป็นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ



และการท่องเที่ยวชมธรรมชาติตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ เช่น น้ำตก การดำน้ำดูปะการังเป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีความรู้ความเข้าใจรองลงมาตามลำดับ ความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวชุมชนฯ มี 4 ด้าน ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคมและวัฒนธรรม ด้านสิ่งแวดล้อม และด้านการจัดการและการมีส่วนร่วม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะเห็นความสำคัญ ประโยชน์จากการท่องเที่ยวชุมชนที่สามารถสร้างอาชีพกระจายรายได้ อนุรักษ์วัฒนธรรม ประเพณี ของดีของชุมชนสืบทอดให้ลูกหลานมากกว่าผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากการจัดการการท่องเที่ยว ความต้องการต่อการส่งเสริมและการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนฯ โดยภาพรวมมีความต้องการอยู่ในระดับมาก ทั้งด้านพัฒนาศักยภาพและความพร้อมของบุคคล ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านความต้องการด้านการมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวของชุมชน มีความพร้อมในการศึกษาความรู้ ประสบการณ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวชุมชน ผ่านการอบรมจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน และต้องการพัฒนาพื้นที่การท่องเที่ยวในชุมชนให้มีศักยภาพเพื่อรองรับ ผลการเปรียบเทียบความรู้ความเข้าใจ ความคิดเห็นและความต้องการในการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนกับลักษณะด้านประชากรศาสตร์และการเปิดรับหรือรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวชุมชนฯ มีความแตกต่างกันตามลักษณะด้านประชากรศาสตร์ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ย/เดือน และสถานภาพทางสังคมในชุมชน มีความรู้ความเข้าใจ มีความคิดเห็น มีความต้องการต่อการส่งเสริมและการจัดการท่องเที่ยวชุมชนบ้านเขาครามไม่แตกต่างกัน จึงมีข้อเสนอแนะ ดังนี้ 1) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการจะใช้เป็นสื่อหรือเป็นช่องทางในการเสริมให้ความรู้แก่ประชาชน ผสมผสานกับสื่ออื่น ๆ ทั้งสื่อมวลชน สื่อสังคม สื่อชุมชนในเรื่องการท่องเที่ยวชุมชนอาจจะช่วยสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องได้มากยิ่งขึ้น อาจจะจัดในรูปแบบของการอบรมระยะสั้น การสัมมนา การศึกษาดูงาน เพราะประชาชนในชุมชนมีความพร้อมและมีความต้องการที่จะพัฒนาศักยภาพ และจุดเด่นของชุมชน คือ การให้ความสำคัญ ประโยชน์ ผลกระทบของการท่องเที่ยว การจัดการและการมีส่วนร่วม อาจมีการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ ที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และวัฒนธรรม ด้านสิ่งแวดล้อม และการจัดการและการมีส่วนร่วม 2) ควรศึกษาเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ความเข้าใจ ความคิดเห็น ความต้องการ ความคาดหวังของการท่องเที่ยวชุมชนในมุมมองของนักท่องเที่ยว

เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2554). การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย SPSS for Windows. (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพมหานคร: บริษัท ธรรมสาร จำกัด.
- คณะกรรมการบริหารงานอำเภอแบบบูรณาการ. (2566). แผนพัฒนาอำเภอ 5 ปี (พ.ศ.2566-2570) ฉบับทบทวนปี พ.ศ. 2566. เรียกใช้เมื่อ 11 ตุลาคม 2566 จาก https://www.phatthalung.go.th/2022/files/com_news_developamphur/2023-07_ebd73e91a7c2441.pdf
- ชูลีพร ธาณิรัตน์ และพัชนี เขยจรรยา. (2557). รูปแบบการดำเนินชีวิต การเปิดรับข่าวสาร และพฤติกรรมกรการท่องเที่ยวตลาดย้อนยุคของนักท่องเที่ยวชาวไทย. วารสารนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการสื่อสาร, 1(1), 131-146.
- ไชยยศ เรืองสุวรรณ. (2533). เทคโนโลยีการออกแบบและพัฒนา. กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์.

- ธนวัฒน์ มีจันทร์. (2558). ความคิดเห็นของชุมชนต่อผลด้านสังคม และวัฒนธรรม จากการจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่ตำบลห้วยเขย่ง อำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี. *Veridian E-Journal, Slipakorn University*, 8(3), 622-635.
- ปาริชาติ สถาปิตานนท์. (2545). ระเบียบวิธีวิจัยการสื่อสาร. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พรรณี ลีกิจวัฒน์. (2549). วิธีการวิจัยทางการศึกษา. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพมหานคร: สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร.
- พัชรินทร์ จีงประวดี. (2560). คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของนักศึกษาฝึกงานในทัศนะของผู้บริหารสถานประกอบการด้านการท่องเที่ยว. *วารสารวิชาการและวิจัย มทร.พระนครสาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 2(1), 11-21.
- สภาพพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564). เรียกใช้เมื่อ 30 เมษายน 2564 จาก https://www.nesdc.go.th/ewt_news.php?nid=6420&filename=develop_issue
- _____. (2566). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566-2570). เรียกใช้เมื่อ 11 ตุลาคม 2566 จาก https://www.nesdc.go.th/article_attach/article_file_20230307173518.pdf
- สมพร เกื้อไข และคณะ. (2565). การสื่อสารเพื่อการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนตะโหนด จังหวัดพัทลุง. *Journal of Southern Technology*, 15(2), 1-11.
- สรชัย พิศาลบุตร. (2546). วิธีวิจัยเชิงปฏิบัติ. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: วิทย์พัฒน์.
- สุกัญญา บุญน้อม และคณะ. (2565). ผลของการเปิดรับสื่อกับการรับรู้ของประชาชนที่มีต่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว จังหวัดสุพรรณบุรี. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยแห่งชาติ*, 14(1), 145-161.
- สุวิมล ติรกานัน. (2551). ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์: แนวทางสู่การปฏิบัติ. (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- หฤษฎ์ เต็มสูงเนิน. (2563). การใช้สื่อออนไลน์เพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์. ใน *วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช*.
- องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. (2558). *COMMUNITY-BASED TOURISM* ท่องเที่ยวโดยชุมชน. เรียกใช้เมื่อ 11 ตุลาคม 2566 จาก https://www.dasta.or.th/uploads/file/202312/1703229056_94d6ffe78512fe4a58d0.pdf
- Klapper, J. T. (1960). *Effects of mass communication*. New York: Free Press.