
การสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านโคกเมือง ตำบลจรเข้มาก
อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์
Communication for Promoting Cultural Tourism of Khok Muang
Community, Jorakhay Mak Sub-district, Prakhonchai District, Buriram Province

ปัทมาวดี วงษ์เกิด¹, ภัคณิษา อภิศุกรกุล², สายใจ ทันทการ³, จงกล ศิริประภา⁴, วิทวัส สหวงศ์⁵
Patamawadee Wongkird¹, Phaknisa Apisupakronkun², Saijai Tangarn³,
Jongkon Siriprapa⁴, Wittawat Sahawong⁵

¹²⁴⁵อาจารย์สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

¹²⁴⁵Lecturer of Mass Communication Course Faculty of Management Science
Buriram Rajabhat University

³รศ.ดร.สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

³Assoc.Prof. Dr. of Mass Communication Course

Faculty of Management Science Buriram Rajabhat University

E-mail: patamawadee.wk@bru.ac.th

ได้รับบทความ : 3 กุมภาพันธ์ 2564 ;แก้ไขบทความ : 5 เมษายน 2564 ; ตอรับตีพิมพ์: 5 เมษายน 2564

Received: February 3, 2021; Revised: April 5, 2021; Accepted: April 5, 2021

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านโคกเมือง ตำบลจรเข้มาก อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ และเพื่อศึกษารูปแบบการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านโคกเมือง ตำบลจรเข้มาก อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ วิธีการศึกษาเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวทั้งเพศชายและเพศหญิง อายุ 18 ปีขึ้นไป จำนวน 400 คน ที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนบ้านโคกเมือง ตำบลจรเข้มาก อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์

ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านโคกเมือง ตำบลจรเข้มาก อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ ได้แก่ ปัจจัยภายในชุมชนในด้านทรัพยากรทางวัฒนธรรมซึ่งมีศักยภาพดึงดูดนักท่องเที่ยวมากที่สุด ได้แก่ ด้านเอกลักษณ์ ด้านวิถีชีวิต ภูมิปัญญา และองค์ความรู้ ความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณี และการสืบสานวัฒนธรรมประเพณี โดยการสืบสานวัฒนธรรมประเพณีที่นักท่องเที่ยวที่สร้างแรงจูงใจให้เดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุดคือ ประวัติศาสตร์ของปราสาทเมืองต่ำ และปัจจัยภายนอกคือจากสื่อมวลชนในด้านการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนบ้านโคกเมืองมากที่สุด 2) รูปแบบการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านโคกเมือง ตำบลจรเข้มาก อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ นั้น พบว่า สื่อบุคคลมีผลต่อการตัดสินใจมาเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนบ้านโคกเมืองมากที่สุด และสื่อบุคคลก็เป็นสื่อที่นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลในเรื่องการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมากที่สุด จะเห็นว่ารูปแบบการสื่อสารที่พบเป็นรูปแบบการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ และ ความต้องการเพิ่มเติมของนักท่องเที่ยวด้านการสื่อสาร พบว่านักท่องเที่ยวต้องการให้มีการอัพเดทเว็บไซต์/เฟสบุ๊ค ให้เป็นปัจจุบัน มากที่สุด เพราะสื่อใหม่ยังเป็นประเภทสื่อประชาสัมพันธ์ที่นักท่องเที่ยวนิยมเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวมากที่สุด และศักยภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ในการสร้างการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเรื่องท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านโคกเมือง พบว่า ศักยภาพของสื่อใหม่ ยังมีศักยภาพมากที่สุดเช่นเดียวกัน

คำสำคัญ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม วัฒนธรรม การสื่อสาร

ABSTRACT

The purpose of this research were to study the factors that Promoting Cultural Tourism of Khok Muang Community, Jorakhay Mak Sub-district, Prakhonchai District, Buriram Province; and to study communication for promoting cultural tourism of Khok Muang Community, Jorakhay Mak Sub-district, Prakhonchai District, Buriram Provinc. with respect to methodology, this qualitative research made use of the questionnaire was used to collect data from a sample of both male and female tourists. age 18 years and over, number of 400 people cultural Tourism of Khok Muang Community, Jorakhay Mak Sub-district, Prakhonchai District, Buriram Province.

Results of the study revealed that were: 1) Factors that Promoting Cultural Tourism of Khok Muang Community, Jorakhay Mak Sub-district, Prakhonchai District, Buriram Province includes factors within the community in terms of cultural resources that have the greatest potential to attract tourists, namely, identity. Lifestyle, wisdom and knowledge History, culture, traditions and the inheritance of culture and traditions. By continuing the culture and traditions that the tourists who motivate to travel the most is The history of Prasat Muang Tam, and factors were also promoted by the media in terms of public relations and cultural tourism in Ban Khok Muang community the most. 2) communication for promoting cultural tourism of Khok Muang Community, Jorakhay Mak Sub-district, Prakhonchai District, Buriram Provinc, it was found that human media had the greatest effect on the decision to visit cultural tourism in Ban Khok Muang community. And personal media is the medium that tourists receive the most information on cultural tourism as well. It can be seen that the communication style found is informal communication and the additional needs of communication tourists. Found that tourists want the website / Facebook to be updated. To be the most current because new media is still the type of public relations media that tourists are most popular to receive tourism news. and the potential of public relations media to create perception of information about cultural tourism at Ban Khok Muang, found that the potential of new media Also has the most potential as well.

Keywords cultural tourism, culture, communication

บทนำ

การท่องเที่ยวนับเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่ได้นำเอาวัฒนธรรมมาเป็นจุดขายเพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันและยุโรป ที่ต่างสนใจที่จะเรียนรู้วัฒนธรรมมรดกทางประวัติศาสตร์ เยี่ยมชมงามสถาปัตยกรรมสัมผัสวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของคนประเทศนั้น รวมถึงซื้อของที่ระลึกที่เป็นงานหัตถกรรมและงานฝีมือที่เกิดจากภูมิปัญญาของคนในประเทศนั้น การท่องเที่ยวในลักษณะดังกล่าวเราเรียกว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นการศึกษาหาความรู้ในพื้นที่หรือบริเวณที่มีคุณลักษณะที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม มีการบอกเล่าเรื่องราวในการพัฒนาทางสังคมและมนุษย์ผ่านทางประวัติศาสตร์อันเป็นผลเกี่ยวเนื่องกับวัฒนธรรม องค์ความรู้ และการให้คุณค่าของสังคม โดยสถาปัตยกรรมที่มีคุณค่าหรือสภาพแวดล้อมอย่างธรรมชาติ ที่สามารถแสดงออกให้เห็นถึงความสวยงามและประโยชน์ที่ได้รับจากธรรมชาติ สามารถสะท้อนให้เห็นถึงสภาพชีวิต ความเป็นอยู่ของคนในแต่ละยุคสมัยได้เป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นสภาพเศรษฐกิจ สังคม หรือขนบธรรมเนียมประเพณี (ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว) ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจึงมีบทบาทในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเที่ยวในชุมชนแบ่งเป็น 2 ประเภท 1) แหล่งความเป็นอยู่และวิถีชีวิต 2) แหล่งวัฒนธรรมประเพณีและหัตถกรรมพื้นบ้าน ซึ่งงานวิจัยเล่มนี้ศึกษาชุมชนบ้านโคกเมือง อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ เนื่องจากชุมชนมีวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์และน่าสนใจ เป็นชุมชนหนึ่งที่มีความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ (อจรา ศรีลาชัย, 2559) และการสื่อสารนำมาสู่การพัฒนาการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชน เพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวในชุมชนมากขึ้นและมีกลุ่มนักท่องเที่ยวหลากหลาย การสื่อสารถือเป็นปัจจัยสำคัญที่จะเอื้อให้การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวประสบผลสำเร็จ ซึ่งงานวิจัยเล่มนี้เล็งเห็นความสำคัญของการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนบ้านโคกเมือง จึงต้องการศึกษาปัจจัยที่ส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านโคกเมือง และศึกษาว่ามีรูปแบบการสื่อสารแบบใดบ้างโดยศึกษาว่ามีการใช้สื่อปัจจุบันในรูปแบบใดที่เพิ่มช่องทางการรับ

รู้กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนบ้านโคกเมือง

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านโคกเมือง ตำบลจรเข้มาก อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์
2. เพื่อศึกษารูปแบบการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านโคกเมือง ตำบลจรเข้มาก อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์

ขอบเขตการวิจัย

ศึกษาเรื่อง การสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านโคกเมือง ตำบลจรเข้มาก อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยทำการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยอาศัยแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแนวคิดเรื่องรูปแบบการสื่อสาร แนวคิดเรื่องสื่อประชาสัมพันธ์ แนวคิดเรื่องการรับรู้

วิธีดำเนินการวิจัย

ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านโคกเมือง ตำบลจรเข้มาก อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อศึกษารูปแบบการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านโคกเมือง ตำบลจรเข้มาก อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ โดยนำเสนอแบบพรรณนาวิเคราะห์ (Analytical Description)

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นโดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ข้อมูลลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย ข้อมูลด้าน เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นคำถามปลายเปิด (Close-Ended question) มีคำตอบแบบหลายตัวเลือก (Multiple choices) แต่ให้เลือกตอบเพียงข้อเดียว ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านโคกเมือง ตำบลจรเข้มาก อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ ถามเป็นแบบมีคำตอบแบบหลาย

ตัวเลือก (Multiple choices) แต่ให้เลือกตอบเพียงข้อเดียว ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการสื่อสารที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านโคกเมือง ตำบลจรเข้มาก อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ ถามเป็นแบบมีคำตอบแบบหลายตัวเลือก (Multiple choices) แต่ให้เลือกตอบเพียงข้อเดียว

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์

งานวิจัยนี้เก็บรวบรวมข้อมูลจากเนื้อหาที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนบ้านโคกเมือง ตำบลจรเข้มาก อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ กลุ่มตัวอย่างที่มีความเกี่ยวข้องทางด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนบ้านโคกเมือง ระหว่างวันที่ 21 ตุลาคม 2563-30 เมษายน 2564

เมื่อเก็บข้อมูลครบถ้วนแล้ว ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามทั้งหมดมาตรวจสอบความเรียบร้อย จากนั้นจึงประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS เพื่อคำนวณค่าสถิติที่ใช้วิเคราะห์ นำเสนอและสรุปผลการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ สถิติวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive statistics) เพื่อใช้แจกแจงความถี่ (Frequency distribution) การคิดอัตราร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) ในการอธิบายข้อมูลทางประชากร ปัจจัยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านโคกเมือง และการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านโคกเมือง

การนำเสนอข้อมูล

ผลการวิจัยครั้งนี้ได้มีการเรียงข้อมูลทั้งหมดและนำเสนอในลักษณะของการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Research) โดยศึกษาปัจจัยและการเปิดรับสื่อที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านโคกเมือง ตำบลจรเข้มาก อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งผลการวิเคราะห์จะนำมาจากผลการวิเคราะห์จากเอกสารและผลจากการแจกแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ปัจจัยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านโคกเมือง ตำบลจรเข้มาก อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์

จำนวนครั้งของการเดินทางมาท่องเที่ยวบ้าน

โคกเมือง ของกลุ่มตัวอย่างที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ้านโคกเมือง ตำบลจรเข้มาก อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 2 ครั้ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 27.2 รองลงมา ได้แก่ 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 18.2 และ 4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 17.8

ประเภทของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวบ้านโคกเมือง ตำบลจรเข้มาก อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ เป็นนักท่องเที่ยวประเภทเชิงการศึกษา มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 27.8 รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 22.0 และประเภทท่องเที่ยวเพื่อความสำเร็จ คิดเป็นร้อยละ 20.5

สาเหตุที่นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนบ้านโคกเมือง ตำบลจรเข้มาก อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ นั้น กลุ่มตัวอย่างตัดสินใจมาเที่ยวจากการเห็นการประชาสัมพันธ์และข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 16.5 รองลงมาคือสถานที่ท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง คิดเป็นร้อยละ 13.8 และกิจกรรมในชุมชนมีความน่าสนใจ คิดเป็นร้อยละ 11.8

ศักยภาพของชุมชนที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านโคกเมือง ตำบลจรเข้มาก อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ คือมีความเป็นเอกลักษณ์ด้านวิถีชีวิต ภูมิปัญญา และองค์ความรู้ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 23.5 รองลงมาคือความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณี คิดเป็นร้อยละ 16.5 และความต่อเนื่องของการสืบสานวัฒนธรรมประเพณี คิดเป็นร้อยละ 15.8

แรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านโคกเมือง ตำบลจรเข้มาก อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ คือมีประวัติศาสตร์ของปราสาทเมืองต่ำมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 19.0 รองลงมา คือ การแสดง แสง สี เสียง ละครเวที เรื่อง “ท้าวปาจิตกับนางอรพิม” บอกเล่าเรื่องราวตำนานพื้นบ้าน ซึ่งเป็นการแสดงแบบละครเวที มีฉากหลักเป็นปราสาทเมืองต่ำ คิดเป็นร้อยละ 12.5 และมีโบราณคดีและพิพิธภัณฑ์สถานต่าง ๆ เช่น ศูนย์ข้อมูลปราสาทเมืองต่ำ คิดเป็นร้อยละ 11.8

ประเภทการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสนใจเลือกมาเที่ยวบ้านโคกเมือง ตำบลจรเข้มาก อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ คือประเภทการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์เป็นประเภทที่นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือก

มาเที่ยวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29.8 รองลงมาคือการท่องเที่ยวงานวัฒนธรรมและประเพณี คิดเป็นร้อยละ 24.0 และการท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตชุมชนบ้านโคกเมือง คิดเป็นร้อยละ 22.2

รูปแบบการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านโคกเมือง ตำบลจรเข้มาก อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์

แหล่งข้อมูลที่นักท่องเที่ยวได้รับเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนบ้านโคกเมือง ตำบลจรเข้มาก อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ เป็นสื่อบุคคล (เจ้าหน้าที่ศูนย์ข้อมูลฯ คนในชุมชน ญาติ เพื่อน คนรู้จัก) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมาเป็น สื่อใหม่ (เว็บไซต์ เว็บบล็อก สังคมออนไลน์ เช่น Facebook Twitter Instagram) คิดเป็นร้อยละ 37.8 รองลงมา และสื่อเฉพาะกิจ (กิจกรรมภายในชุมชน แผ่นพับ โปสเตอร์ จุลสาร วารสาร) คิดเป็นร้อยละ 13.2

สื่อประชาสัมพันธ์ที่ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านโคกเมือง ตำบลจรเข้มาก อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ เป็นสื่อบุคคล (เจ้าหน้าที่ศูนย์ข้อมูลฯ คนในชุมชน ญาติ เพื่อน คนรู้จัก) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.2 รองลงมาเป็น สื่อใหม่ (เว็บไซต์ เว็บบล็อก สังคมออนไลน์ เช่น Facebook Twitter Instagram) คิดเป็นร้อยละ 29.2 และสื่อมวลชน (หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ นิตยสาร) คิดเป็นร้อยละ 19.2

ความต้องการเพิ่มเติมของนักท่องเที่ยวด้านการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านโคกเมือง ตำบลจรเข้มาก อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ นักท่องเที่ยวต้องการให้มีการอัปเดตเว็บไซต์/เฟสบุ๊ก ให้เป็นปัจจุบัน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 25.2 รองลงมา คือต้องการให้มีการโฆษณาทางโทรทัศน์และวิทยุ คิดเป็นร้อยละ 18.5 และต้องการให้มีไกด์/เจ้าหน้าที่คอยนำเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 15.8

ประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์ที่นักท่องเที่ยวนิยมเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านโคกเมือง ตำบลจรเข้มาก อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า ประเภทของสื่อใหม่ (เว็บไซต์ เว็บบล็อก สังคมออนไลน์ เช่น Facebook Twitter Instagram) นิยมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.5 รองลงมาเป็น สื่อบุคคล (เจ้าหน้าที่ศูนย์ข้อมูลฯ คนในชุมชน ญาติ เพื่อน คนรู้จัก) คิดเป็นร้อยละ 28.8 และสื่อมวลชน

(หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ นิตยสาร) คิดเป็นร้อยละ 21.5

ข้อมูลที่นักท่องเที่ยวได้รับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านโคกเมือง ตำบลจรเข้มาก อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า ข้อมูลเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ของปราสาทเมืองต่ำ ได้รับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 17.0 รองลงมาได้แก่ ประเพณีท่องเที่ยวปราสาทเมืองต่ำ ตามอารยธรรมขอม คิดเป็นร้อยละ 12.8 และ ข้อมูล ขบวนการทอผ้าไหมลายผกูดทอเสื้อ (ฐานการเรียนรู้ของชุมชน) คิดเป็นร้อยละ 11.8 ศักยภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ในการสร้างการรับรู้ ข้อมูลข่าวสารเรื่องท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านโคกเมือง ตำบลจรเข้มาก อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า ศักยภาพของสื่อใหม่ (เว็บไซต์ เว็บบล็อก สังคมออนไลน์ เช่น Facebook Twitter Instagram) มีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.5 รองลงมาคือ สื่อบุคคล (เจ้าหน้าที่ศูนย์ข้อมูลฯ คนในชุมชน ญาติ เพื่อน คนรู้จัก) คิดเป็นร้อยละ 30.2 และสื่อมวลชน (หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ นิตยสาร) คิดเป็นร้อยละ 20.2

อภิปรายผล

จากการสำรวจการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านโคกเมือง ตำบลจรเข้มาก อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ สามารถนำมาอภิปรายโดยแบ่งเป็น 2 ประเด็นหลัก ได้แก่ (1) ปัจจัยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านโคกเมือง ตำบลจรเข้มาก อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ (2) รูปแบบการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านโคกเมือง ตำบลจรเข้มาก อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ โดยมีรายละเอียดตามลำดับ ดังนี้

ปัจจัยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านโคกเมือง ตำบลจรเข้มาก อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์จากผลการวิจัย ผู้วิจัยพบว่าปัจจัยที่ส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านโคกเมือง ตำบลจรเข้มาก อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ ได้แก่ ปัจจัยภายในชุมชนในด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนบ้านโคกเมือง โดย หุตทัย พันธุ์จุล (เว็บไซต์) กล่าวว่า สิ่งดึงดูดใจที่ทำให้ผู้คนเดินทางมาเยือนท้องถิ่นนั้นๆ จะมีทั้งสิ่งที่เกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติ และสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น โดยปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยคือประเภทประวัติศาสตร์ ได้แก่ วัด โบราณสถาน

อุทยานประวัติศาสตร์ ชุมชนโบราณพิพิธภัณฑ์ ศาสนสถาน กำแพงเมือง คูเมือง อนุสาวรีย์ และประเพณีศิลปวัฒนธรรม ได้แก่ งานประเพณี ความเป็นอยู่ วิถีชีวิต เช่น หมู่บ้านชาวนา สภาพชีวิตในชนบท โดยศักยภาพของชุมชนที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุดในการเดินทางมาท่องเที่ยวคือ ความเป็นเอกลักษณ์ด้านวิถีชีวิต ภูมิปัญญา และองค์ความรู้ ความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณี และการสืบสานวัฒนธรรมประเพณี ทำให้เกิดการเดินทางมาท่องเที่ยวซ้ำ ทำให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสวัฒนธรรมของชุมชนบ้านโคกเมืองมากขึ้น และปัจจัยภายในชุมชนเป็นหนึ่งใจในแรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านโคกเมือง ตำบลจรเข้มาก อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ โดยนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวด้านประวัติศาสตร์ของปราสาทเมืองต่ำมากที่สุด รองลงมาคือ การแสดง แสง สี เสียง ละครเวที เรื่อง “ท้าวปาดิตกับนางอรพิม” บอกเล่าเรื่องราวตำนานพื้นบ้าน ซึ่งเป็นการแสดงแบบละครเวที มีฉากหลักเป็นปราสาทเมืองต่ำ และมีโบราณคดีและพิพิธภัณฑ์สถานต่าง ๆ เช่น ศูนย์ข้อมูลปราสาทเมืองต่ำ สอดคล้องกับงานวิจัยของ มลชลีณา กิตติขจร และคณะ (2552) ทำการศึกษาเรื่อง “กลยุทธ์การสร้างแบรนด์กำแพงเพชรเพื่อพัฒนาศักยภาพ การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม” พบว่า จุดแข็งของจังหวัดกำแพงเพชรคือสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่ได้รับการรับรองเป็นมรดกโลกจากยูเนสโก และยังมีผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่ดี มีศักยภาพหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็นประวัติศาสตร์ ธรรมชาติ ของกินของที่ระลึก ควรเปิดโอกาสให้มีกิจกรรมทางวัฒนธรรมและธรรมชาติด้วย และกิจกรรมดังกล่าว ควรสอดคล้องกับลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวและความสนใจของกลุ่มนักท่องเที่ยวเป็นหลัก

นอกจากปัจจัยภายในชุมชนยังได้รับการส่งเสริมจากสื่อมวลชน ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนบ้านโคกเมือง ตำบลจรเข้มาก อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ โดยนักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนบ้านโคกเมืองจากการเห็นการประชาสัมพันธ์และข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ มากที่สุด และประเภทของนักท่องเที่ยวยังเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เห็นว่านักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านโคกเมืองทำให้นักท่องเที่ยวประเภทการศึกษามากที่สุด

เนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นการท่องเที่ยวที่ให้ความรู้ทั้งทางด้านประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต ดังที่ หลัทยพันธ์จุล ได้กล่าวไว้ว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้คงไว้ซึ่งวิถีชีวิตของท้องถิ่นในแง่สังคมและวัฒนธรรม โดยยึดหลักที่ว่าการให้เป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ต้องการศึกษาความแตกต่างทางด้านสังคมและวัฒนธรรมอันหลากหลาย ทั้งนี้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวชุมชนบ้านโคกเมือง (สืบค้น 17 ตุลาคม 2563 จาก <https://sites.google.com/site/>) ยังเน้นการมาเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์มากที่สุด รองลงมาคือการท่องเที่ยวชมงานวัฒนธรรมและประเพณี และการท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตชนบทชุมชนบ้านโคกเมือง ดังที่ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) กล่าวถึงหลักของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมว่าเป็นการท่องเที่ยวที่มีการศึกษารวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความสำคัญ คุณค่า ประวัติศาสตร์ ความเป็นมาของทรัพยากรวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยวขึ้น เพื่อเป็นข้อมูลให้แก่นักท่องเที่ยวในการเพิ่มคุณค่าของประสบการณ์ในการเข้าชม ในขณะที่เดียวกันก็จะก่อให้เกิดความภาคภูมิใจในมรดกทางวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่น เป็นการท่องเที่ยวที่มีการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความเข้าใจในวัฒนธรรมและได้รับความเพลิดเพลิน พร้อมทั้งสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมเป็นต้น

จากแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมคือการท่องเที่ยวชมโบราณสถาน ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีของท้องถิ่นต่าง ๆ เพื่อได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลินอีกทั้งศึกษาความเชื่อ พิธีกรรมต่าง ๆ เพิ่มขึ้น ในขณะเดียวกันก็มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรม โดยให้ชุมชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวด้วย โดยแบ่งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นประเภทได้ 5 ประเภท คือ

1. การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดี และประวัติศาสตร์ เพื่อชื่นชมและเพลิดเพลินในสถานที่ท่องเที่ยว โดยได้รับความรู้และความเข้าใจต่อประวัติศาสตร์ และโบราณคดีในท้องถิ่นบนพื้นฐานของความรับผิดชอบและมีจำสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรม และคุณค่าของสภาพแวดล้อมโดยที่ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวซึ่งในการท่องเที่ยว

เชิงประวัติศาสตร์ในชุมชนบ้านโคกเมือง ได้แก่ ชุมชน มีประวัติศาสตร์ของปราสาทเมืองต่ำ มีโบราณคดีและ พิพิธภัณฑสถานต่าง ๆ เช่น ศูนย์ข้อมูลปราสาทเมืองต่ำ โดยจากผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวนิยมมาเที่ยวเชิง ประวัติศาสตร์ในชุมชนบ้านโคกเมืองมากที่สุด

2. การท่องเที่ยวงานวัฒนธรรมและประเพณี หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชมงานศิลปวัฒนธรรม ประเพณีต่าง ๆ ที่ชาวบ้านในท้องถิ่นนั้น ๆ จัดขึ้น เพื่อให้ได้รับความเพลิดเพลินตื่นตาตื่นใจในสุนทรียศิลป์และ ศึกษาความเชื่อ การยอมรับนับถือ การเคารพพิธีกรรม ต่าง ๆ อีกทั้งได้รับความรู้ความเข้าใจต่อสภาพสังคมและ วัฒนธรรม มีประสบการณ์ใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น บนพื้นฐาน ของความรับผิดชอบต่อและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดก ทางวัฒนธรรมและคุณค่าของสภาพแวดล้อม โดยชุมชน ท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว ซึ่งการ ท่องเที่ยวงานวัฒนธรรมและประเพณีในชุมชนบ้านโคก เมือง ได้แก่ การละเล่นพื้นบ้านของอีสาน การรำอ้อสร าว รำบายศรีสู่ขวัญ มีประเพณี “ฮีดลีสอง คลองลีสี่” และประเพณีท่องเที่ยวปราสาทเมืองต่ำ ตามอารยธรรม ขอม มีการแสดง แสง สี เสียง ละครเวที เรื่อง “ท้าวปา จิตกับนางอรพิม” บอกเล่าเรื่องราวตำนานพื้นบ้าน ซึ่ง เป็นการแสดงแบบละครเวที มีฉากหลักเป็นปราสาทเมือง ต่ำ โดยในผลการวิจัย พบว่า แรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านโคกเมือง ตำบลจรเข้ม าก อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ คือการท่องเที่ยว ที่เน้นประวัติศาสตร์ของปราสาทเมืองต่ำมากที่สุด รองลง มา ได้แก่ การแสดง แสง สี เสียง ละครเวที เรื่อง “ท้าว ปาจิตกับนางอรพิม” บอกเล่าเรื่องราวตำนานพื้นบ้าน ซึ่ง เป็นการแสดงแบบละครเวที มีฉากหลักเป็นปราสาทเมือง ต่ำ และมี โบราณคดีและพิพิธภัณฑสถานต่าง ๆ เช่น ศูนย์ ข้อมูลปราสาทเมืองต่ำ

3. การท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตชุมชนบพ หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวในหมู่บ้านชนบทที่มีลักษณะวิถีชีวิต และผลงานสร้างสรรค์ที่มีเอกลักษณ์พิเศษโดดเด่น เพื่อให้ได้รับความเพลิดเพลิน ได้ความรู้ ดูผลงานสร้างสรรค์ และภูมิปัญญาพื้นบ้าน อีกทั้งมีความเข้าใจในวัฒนธรรม ท้องถิ่น บนพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อและมีจิตสำนึก ต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าของสภาพ แวดล้อม โดยชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการการ ท่องเที่ยว ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตชุมชนบพในชุมชนบ้าน โคกเมือง ได้แก่ เที่ยวชมหมู่บ้านเก่าแก่ที่อายุประมาณ

100 กว่าปี (บ้าน 2 ชั้น ไต๋นโล่ง) มีการแต่งกายด้วยผ้า โหม และมียุควัฒนธรรมการกินและอาหารพื้นบ้าน เช่น ปู เสือหนังกินข้าว (เสือกก็ท่อนเอง) กินอาหารอีสาน เช่น ผัด กุ้งจ่อมทรงเครื่อง มีการใช้ภาษาที่ผสมผสาน 3 ภาษา คือภาษาอีสาน ภาษาเขมร และภาษาส่วย ในชุมชนยังมี ฐานการเรียนรู้ เช่น ชมการทอผ้าไหมลายผกูกูด ทอเสื่อ เป็นต้น

4. การท่องเที่ยวเชิงกีฬา หมายถึง การเดินทาง ท่องเที่ยวไปยังสถานที่ออกกำลังกายหรือเล่นกีฬาหรือ แข่งขันการกีฬา โดยมีกิจกรรมการท่องเที่ยวในรูปแบบ ของการจัดรายการกีฬา โดยมีกิจกรรมการท่องเที่ยวใน รูปแบบของการจัดรายการกีฬาตามเส้นทางที่มีแหล่ง ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ เพื่อให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมกีฬากีฬา ได้สนุกสนานเพลิดเพลินกับการออกกำลังกายหรือเล่น กีฬาหรือการแข่งขันกีฬา ในขณะเดียวกันได้ไปยังแหล่ง ท่องเที่ยวตามเส้นทางรายการกีฬา ทำให้ได้รับ ความรู้ความเข้าใจและประสบการณ์ใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น บน พื้นฐานของความรับผิดชอบต่อและมีจิตสำนึกต่อการรักษา มรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่า ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ที่เน้นความรับผิดชอบต่อและสร้างจิตสำนึกต่อการรักษา มรดกทางวัฒนธรรมของชุมชนบ้านโคกเมืองก็คือ การ ปั่นจักรยาน และการวิ่งมาราธอน โดยปัจจุบันมีนักท่องเที่ยวที่มาปั่นจักรยานเพื่อสุขภาพเน้นการชมวิถีชีวิต วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ ในชุมชนบ้านโคกเมือง และ ยังมีการจัดการวิ่งมาราธอน ทำให้ดึงดูดนักท่องเที่ยวได้

5. การท่องเที่ยวสุขภาพทางวัฒนธรรม หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยว ทางวัฒนธรรม โดยมีกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพหรือฟื้นฟู สุขภาพทางวัฒนธรรม เช่น การนวดตัว นวดฝ่าเท้า การ อบสมุนไพร การประคบสมุนไพร การฝึกกายบริหาร การ ฝึกสมาธิ เป็นต้น เพื่อเสริมสร้างสุขภาพและคุณภาพชีวิต ของนักท่องเที่ยวบนพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อและมี จิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่า ของสภาพแวดล้อม โดยชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการ จัดการการท่องเที่ยว ซึ่งการท่องเที่ยวสุขภาพวัฒนธรรม ในชุมชนบ้านโคกเมืองคือการเน้นการฝึกสมาธิในการเข้าร่วม กิจกรรมทางศาสนาและพิธีกรรมต่าง ๆ ทางศาสนา

รูปแบบการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมบ้านโคกเมือง ตำบลจรเข้มมาก อำเภอ ประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยพบว่า รูปแบบการสื่อสาร

มีส่วนช่วยให้เกิดการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านโคกเมือง ตำบลจรเข้มาก อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ โดยนักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลในเรื่องการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนบ้านโคกเมือง จากสื่อบุคคลมากที่สุด และสื่อประชาสัมพันธ์ที่ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านโคกเมือง ตำบลจรเข้มาก อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ เป็นสื่อบุคคล มากที่สุดเช่นเดียวกัน โดยสื่อบุคคลมีอิทธิพลในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวมากที่สุด สอดคล้องกับ โรเจอร์ และเมย์แนน (1969) อังในวงศกร สิงหวรรณ (2561) ให้ความหมายของสื่อบุคคล เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ โดยสื่อบุคคลมีลักษณะเอื้อต่อการชักจูงและโน้มน้าวใจ ดังนี้ 1) สื่อบุคคลทำให้การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลนั้น ดำเนินไปอย่างง่าย ๆ ไม่มีกฎเกณฑ์บังคับ คู่สื่อสารมีความใกล้ชิด ซึ่งกระบวนการสามารถมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมได้ 2) การสื่อสารแบบเห็นหน้าค่าตาหรือแบบเผชิญหน้าเป็นการสื่อสารที่เปิดโอกาสให้ซักถามได้ทันที ทั้งยังสามารถยืดหยุ่นการนำเสนอเนื้อหาได้ 3) ผู้รับสารบางคนมีแนวโน้มที่จะเชื่อถือและยอมรับความคิด หรือทรรศนะของสื่อบุคคลที่คุ้นเคยมากกว่าบุคคลที่ไม่เคยรู้จัก และจากรูปแบบการสื่อสารในงานวิจัยที่พบ จะเป็นรูปแบบการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ (Informal Communication) จากงานวิจัยของโปรดปราน รังสิมันตุชาติ (2557) กล่าวถึงรูปแบบการสื่อสารว่า การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการเป็นการสื่อสารกับบุคคลอื่น โดยไม่พิจารณาถึงตำแหน่งหน้าที่ และมีได้ดำเนินไปตามระเบียบแบบแผนที่กำหนดไว้ แต่เป็นการสื่อสารที่เกิดขึ้น จากความสนิทสนมคุ้นเคย และจากความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในทางส่วนตัวมากกว่า การติดต่อสื่อสารในลักษณะนี้ส่วนใหญ่จะเป็นการสื่อสารโดยใช้คำพูด ได้แก่ การพบปะพูดคุยสนทนากัน จะเห็นได้ว่าการได้รับข้อมูลและสื่อที่ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจมาเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านโคกเมืองจะเป็น สื่อบุคคล แต่ความต้องการเพิ่มเติมของนักท่องเที่ยวด้านการสื่อสาร พบว่านักท่องเที่ยวต้องการให้มีการอัพเดทเว็บไซต์/เฟสบุ๊คให้เป็นปัจจุบัน มากที่สุด เพราะสื่อใหม่ยังเป็นประเภทสื่อประชาสัมพันธ์ที่นักท่องเที่ยวนิยมเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวมากที่สุด และในส่วนของศักยภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ในการสร้างการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเรื่องท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านโคกเมือง ตำบลจรเข้มาก

อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า ศักยภาพของสื่อใหม่ ยังมีศักยภาพมากที่สุดเช่นเดียวกัน สื่อใหม่ เช่น เว็บไซต์ เว็บบล็อก สังคมออนไลน์ (Facebook Twitter Instagram) สอดคล้องกับงานวิจัยของ โปรดปราน รังสิมันตุชาติ (2557) “การสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย จังหวัดลำปาง” พบว่าการเลือกใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นตัวผลักดันไปสู่การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยอย่างยั่งยืนต่อไป สอดคล้องกับ อรทัย กุลจิตติภักดี (2555) อังในวงศกร สิงหวรรณ (2561) เพราะสื่อใหม่ เป็นสื่อที่อาศัยเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยสามารถรวมสื่อดั้งเดิม เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หรือหนังสือพิมพ์ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับสารได้มากขึ้น สามารถตอบสนองความต้องการทางด้านข้อมูลได้มากขึ้น และ ธิดาพร ชนะชัย (2550) ได้กล่าวว่าสื่อใหม่ แยกเป็น 3 ประเด็น ดังนี้ 1) Digital Media เป็นการสื่อสารไร้สายที่รวดเร็วด้วยระบบไฟเบอร์ออฟติก เชื่อมต่อข้อมูลผ่านดาวเทียม 2) สื่อซึ่งเป็นสื่อใหม่ที่นอกเหนือจากสื่อพื้นฐานเดิมที่มีอยู่ 3) สื่อสร้างสรรค์ขึ้นใหม่เพื่อ Support งานบางอย่าง โดยเน้น Creativity Innovation

ส่วนข้อมูลที่นักท่องเที่ยวได้รับจากสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านโคกเมือง ตำบลจรเข้มาก อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ นั้นเป็นข้อมูลเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ของปราสาทเมืองต่ำมากที่สุด เนื่องจากชุมชนมีสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นโบราณสถาน และมีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ สอดคล้องกับ ชาญวิทย์ เกษตรศิริ (2540) ที่กล่าวว่า การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เป็นการเดินทางของผู้คนหรือกลุ่มคนออกจากสถานที่ซึ่งเป็นที่อยู่อาศัยประจำไปยังท้องถิ่นอื่นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการท่องเที่ยว การแสวงหาประสบการณ์ใหม่ๆ ประกอบการเรียนรู้ การสัมผัสการชื่นชมกับเอกลักษณ์ความงดงามทางวัฒนธรรม คุณค่าทางประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของกลุ่มชนอื่น ความแตกต่างทางวัฒนธรรมของชนต่างสังคมไม่ว่าจะเป็นในด้านของศิลปะสถาปัตยกรรม โบราณสถาน โบราณวัตถุ เรื่องราว และคุณค่าทางประวัติศาสตร์ รูปแบบวิถีชีวิต ภาษา การแต่งกาย การบริโภค ความเชื่อ ศาสนา จารีต ประเพณี ล้วนแล้วแต่เป็นสิ่งที่ดึงดูดใจที่สำคัญ กระตุ้นให้เกิดเป็นการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมขึ้น

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. เนื่องจากสถานการณ์แพร่ระบาดของเชื้อไวรัส โควิด-19 จึงทำให้การเก็บข้อมูลกับนักท่องเที่ยวจำนวน 400 คนใช้ระยะเวลาที่นาน (สามารถเก็บได้ช่วงที่เปิดแหล่งท่องเที่ยวเท่านั้น) และนักท่องเที่ยวเป็นบุคคลที่มาจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นส่วนใหญ่ ทำให้กลุ่มตัวอย่างไม่กระจายตัวหลากหลายพื้นที่

2. ผลของการวิจัย ชุมชนสามารถนำไปต่อยอดการเลือกใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว เพื่อผลักดันสู่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

3. การอัปเดตข้อมูลให้เป็นปัจจุบันผ่านสื่อประชาสัมพันธ์เป็นสิ่งที่ยกท่องเที่ยวต้องการและคาดหวังจากชุมชน

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมของชุมชนบ้านโคกเมือง ตำบลจรเข้มาก อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์

2. ศึกษาการสื่อสารอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านโคกเมืองผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อรองรับการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน

บรรณานุกรม

ไกรฤกษ์ ปินแก้ว.(2556). แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม.

ภาควิชาการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ.

สืบค้น 15 ตุลาคม 2563, จาก <http://tourism-dan1.blogspot.com>

อัจฉรา ศรีลาชัย. (2559). แนวทางการจัดการรูปแบบการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนกรณีศึกษาชุมชนบ้านโคกเมือง ตำบลจรเข้มาก อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์. หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ

หฤทัย พันธุ์จุล. (ม.ป.ป.). โครงการพัฒนาเว็บไซต์

Google Site วิชาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

สืบค้น 17 ตุลาคม 2563 จาก <https://sites.google.com/site/>

มลขลิมา กิตติขจร และคณะ. (2552). กลยุทธ์การสร้างแบรนด์กำแพงเพชรเพื่อพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สาขา

บริหารเชิงกลยุทธ์.มหาวิทยาลัยนเรศวร.

Tourism local life. (2561). บ้านโคกเมือง. สืบค้น 15 ตุลาคม 2563 จาก <https://www.tourismlocallife.com/218217>

วงศ์กร สิงหวรรณ. (2561). กระบวนการสื่อสาร และปัจจัยการสื่อสารที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเข้าร่วมกลุ่มนรณรงค์การใช้จักรยานของกลุ่มบัณฑิต.ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (นิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. นิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

โปรดปราน รังสิมันตุชาติ. (2557). การสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย จังหวัดลำปาง.นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

ชาณุวิทย์ เกษตรศิริ. (2540). การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม.กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

