

การสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไวย์ ตำบลขนอนคณาน  
อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล

นายประพันธ์ ขาวดี

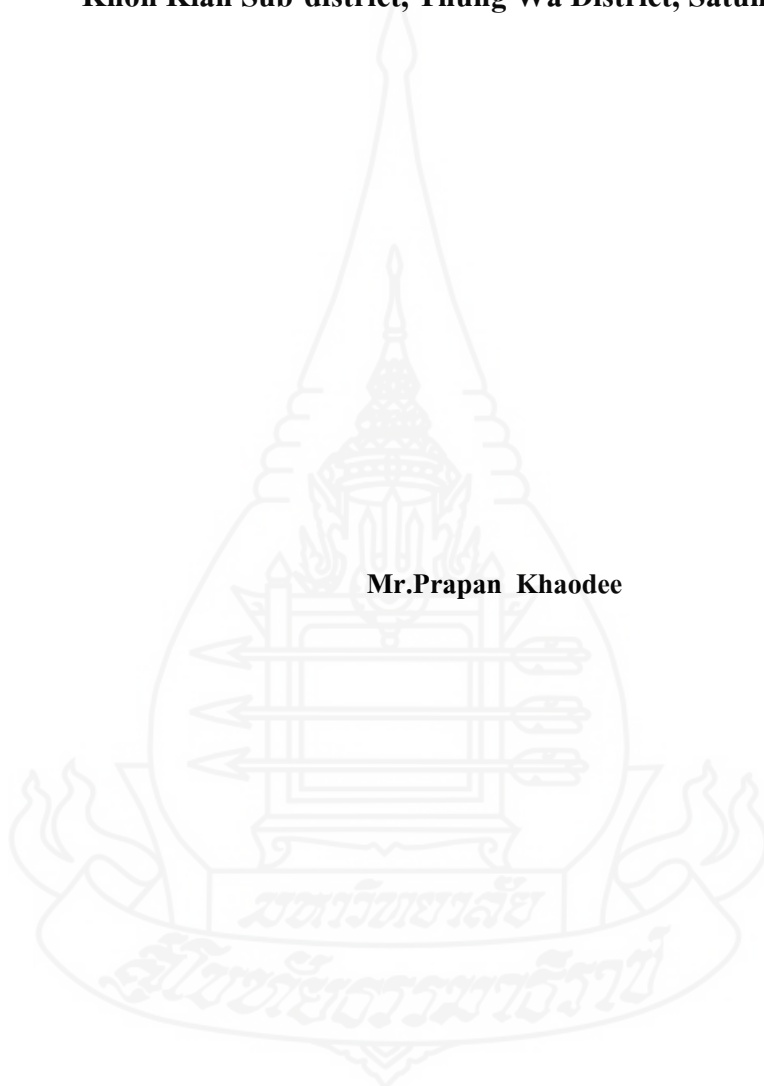


วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต  
แผนกนิเทศกรรมการสื่อสารทางภูมิสารสนเทศการท่องเที่ยวถิ่นสาขานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมชิราษ

พ.ศ. 2564

**Communication for the Promotion of Tourism at Rawai Beach,  
Khon Klan Sub-district, Thung Wa District, Satun Province**

**Mr.Prapan Khaodee**



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for  
the Degree of Master of Communication Arts in Communication Innovation for Political and Local Administration

School of Communication Arts

Sukhothai Thammathirat Open University

2021

หัวข้อวิทยานิพนธ์      การสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไวย์ ตำบลขอนแก่น  
อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล

ชื่อและนามสกุล      นายประพันธ์ ขาวดี

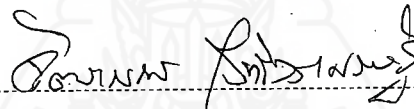
แขนงวิชา      นวัตกรรมสื่อสารทางการเมืองและการปกครองท้องถิ่น


สาขาวิชา      นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

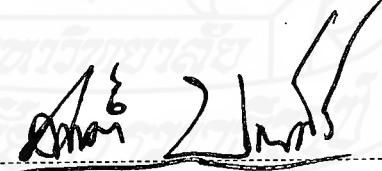
อาจารย์ที่ปรึกษา      1. รองศาสตราจารย์ ดร.วิทย์ธร ท่อแก้ว  
2. อาจารย์ ดร.กานต์ บุญศิริ

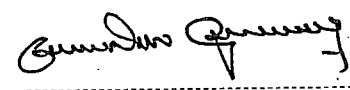
วิทยานิพนธ์นี้ ได้รับความเห็นชอบให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรระดับปริญญาโท เมื่อวันที่ 21 สิงหาคม 2564

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

  
..... ประธานกรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ ดร.จิตรภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์)

  
..... กรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ ดร.วิทย์ธร ท่อแก้ว)

  
..... กรรมการ  
(อาจารย์ ดร.กานต์ บุญศิริ)

  
..... ประธานกรรมการบัณฑิตศึกษา  
(รองศาสตราจารย์ ดร.เทพศักดิ์ บุญรัตพันธุ์)

**ชื่อวิทยานิพนธ์** การสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไว ตำบลขอนแก่น อำเภอทุ่งหว้า  
จังหวัดสตูล

**ผู้วิจัย** นายประพันธ์ ขาวดี **รหัสนักศึกษา** 2611500964 **ปริญญา** นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต  
(นวัตกรรมการสื่อสารทางการเมืองและการปกครองท้องถิ่น)

**อาจารย์ที่ปรึกษา** (1) รองศาสตราจารย์ ดร.วิทย์ธร ท่อแก้ว (2) อาจารย์ ดร.กานต์ บุญศิริ  
**ปีการศึกษา** 2564

### บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง การสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไว ตำบลขอนแก่น อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเกี่ยวกับ 1) กระบวนการสื่อสาร และ 2) การจัดการการสื่อสาร การวิจัยนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก เลือกผู้ให้ข้อมูลหลักแบบเจาะจง โดยผู้ให้ข้อมูลหลักเป็นผู้ที่ทำหน้าที่สนับสนุนและขับเคลื่อนการสื่อสารการท่องเที่ยวหาดราไว รวมจำนวน 15 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึกกึ่งมีโครงสร้าง และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการสร้างข้อสรุป

ผลการวิจัยพบว่า 1) กระบวนการสื่อสาร ประกอบด้วย (1) ผู้ส่งสาร คือ กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ผู้นำศาสนา กลุ่มชาวประมง กลุ่มคนจับเรือหน้าเที่ยว ผู้ประกอบการการท่องเที่ยวด้านที่พักและโฮมสเตย์ ผู้ประกอบการร้านค้าชุมชน กลุ่มพ่อค้าแม่ค้า กลุ่มแม่บ้าน มัคคุเทศก์ มัคคุเทศก์น้อย และนักท่องเที่ยว (2) เนื้อหาการสื่อสาร คือ ข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยว วิถีวัฒนธรรมชุมชน ภูมิปัญญาท้องถิ่น การเดินทาง ที่พัก อาหารการกิน และกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ให้บริการ รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ (3) ช่องทางการสื่อสาร คือ สื่อสารมวลชน สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อสังคมออนไลน์ (4) ผู้รับสาร คือ ผู้ที่มีความสนใจการท่องเที่ยวธรรมชาติและวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดสตูลเป็นหลัก 2) การจัดการการสื่อสาร ประกอบด้วย (1) การรวมตัวของแกนนำในการพัฒนาการท่องเที่ยวของตำบล โดยการนำของกำนันนักพัฒนาร่วมกับเครือข่ายแกนนำการท่องเที่ยวในตำบล (2) การกำหนดภารกิจและหน้าที่ของกลุ่มเครือข่ายตามความเหมาะสมและความถนัดของแต่ละกลุ่ม (3) การวางแผนการสื่อสารผ่านช่องทางการสื่อสารต่างๆ (4) การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวสู่ประชาชนในจังหวัดสตูล (5) การจัดปัจจัยสนับสนุนการสื่อสารจากผู้นำท้องถิ่น ผู้นำชุมชน ภาคีเครือข่ายต่างๆ ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนที่มีศักยภาพทั้งภาควิชาการและภาควิชาชีพในการให้ถ่ายทอดความรู้ ทักษะที่จำเป็นให้กับประชาชนระดับแกนนำและประชาชนทั่วไปในฐานะเจ้าบ้านอย่างต่อเนื่อง

**คำสำคัญ** การสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว กระบวนการสื่อสาร การจัดการการสื่อสาร



**Thesis title:** Communication for the Promotion of Tourism at Rawai Beach, Khon Klan Sub-district, Thung Wa District, Satun Province

**Researcher:** Mr. Praphan Khaodee; **ID:** 2611500964;

**Degree:** Master of Communication Arts (Communication Innovation for Political and Local Administration); **Thesis advisors:** (1) Dr. Wittayatorn Torkaew, Associate Professor; (2) Dr. Karn Boonsiri; **Academic year:** 2021

### Abstract

The objective of this research was to study communication for the promotion of tourism at Rawai Beach, Khon Klan Sub-district, Thung Wa District, Satun Province in terms of 1) the communication process and 2) communication management.

This was a qualitative research using the method of in-depth interviews. The fifteen key informants were chosen by criterion based selection from among people who were in charge of supporting and driving communications for promoting tourism at Rawai Beach. The research tool was a semi-structured in-depth interview form. Data were analyzed deductively.

The results showed that 1) the communication process consisted of (1) message senders who were subdistrict headman, village headmen, religious leaders, fishermen, boatmen, accommodations owners, community shop-owners, vendors, housekeepers, guides, youth guides and tourists; (2) message included information about tourist destinations, community culture, local wisdom, travel, accommodations, food, tourism activities and other facilities; (3) communication channels were mass media, personal media, print media and social media; (4) message receivers were mainly people interested in eco-tourism and cultural tourism in Satun. 2) Communication management consisted of (1) joining together of core leaders to develop tourism in the sub-district under the leadership of Subdistrict Headman that is developer, and the network of local core tourism leaders; (2) setting the duties and responsibilities of people in the network as appropriate depending on each group's aptitudes; (3) planning communications for different channels; (4) disseminating information about tourism news to the residents of Satun; (5) distributing supporting factors from local leaders, community leaders, and public and private sector allies with good potential, including academics and professionals who can continuously transmit knowledge and necessary skills to local leaders and ordinary citizens who are tourism hosts.

**Keywords:** Communication to promote tourism, Communication process, Communication management

## กิตติกรรมประกาศ

การทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความกรุณาเป็นอย่างยิ่งจาก รองศาสตราจารย์ ดร.วิทย์ธร ท่อแก้ว และดร.กานต์ บุญศิริ อาจารย์ประจำสาขาวิชานิติศาสตร์ ที่ได้ให้ความกรุณาให้คำแนะนำและติดตามการทำวิทยานิพนธ์ครั้งนี้อย่างใกล้ชิดตลอดมา นับตั้งแต่เริ่มต้นจนกระทั่งสำเร็จเรียบร้อยสมบูรณ์ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาของท่านเป็นอย่างยิ่ง ขอขอบพระคุณคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ รองศาสตราจารย์ ดร.สมาน งามสนิท ที่สละเวลาเป็นประธานสอบปกป้องวิทยานิพนธ์และกรุณาให้ข้อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนา วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาของท่านเป็นอย่างยิ่ง

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ นายวีระพรหม สุชะวัลดินายอำเภอทุ่งหว้า และนายสิน เสียมไหม อดีตผู้ใหญ่บ้าน สมาน โสสนุ้ย อีหม่ามัสยิดราไวเหนือมบรูณ์ อานนท์ รองนายกเทศมนตรีเทศบาล ตำบลเขานิพันธ์ ที่ได้กรุณาให้ข้อมูลการศึกษาวิจัย รูปแบบการสื่อสารผลการดำเนินงานตาม นโยบายท้องถิ่นพัฒนาของเทศบาลตำบลเขานิพันธ์ด้วยสื่อเฟซบุ๊ก ขอขอบพระคุณ นายเอกชัย สวัสดิ์เจ้าหน้าทำงานประชาสัมพันธ์เทศบาลตำบลเขานิพันธ์ และนางสาวจริชชา พ่วงทอง ผู้ช่วยประชาสัมพันธ์เทศบาลตำบลเขานิพันธ์ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการให้ข้อมูล ขอขอบพระคุณตัวแทน แกนนำประชาชนในชุมชนของเทศบาลตำบลเขานิพันธ์ 10 คน ที่เสียสละเวลาและให้ความร่วมมือ ในการให้ข้อมูลในครั้งนี้

ขอขอบพระคุณ นางสาวนุชนางค์ ชัน วิจิตร นักวิชาการคอมพิวเตอร์ปฏิบัติการ เทศบาลนครตรัง นายภาสกร อุษุข พนักงานจ้างปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์เทศบาลตำบลโคกหล่อ ที่ร่วมให้ข้อเสนอแนะทางการพัฒนาด้านการสื่อสารด้วยสื่อ เฟซบุ๊ก นางสาวปริศนา เรืองฤทธิ์ พนักงานจ้างปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์โครงการชลประทานตรัง ที่ให้ข้อคิดเห็นเพิ่มเติมการใช้สื่อ เฟซบุ๊กเพื่อการสื่อสารผลดำเนินงานขององค์กร ขอขอบคุณ ครอบครัวของข้าพเจ้าทุกคน พี่ๆ น้องๆ รวมถึงเพื่อนๆ ที่เป็นแรงทั้งผลักดันหนุนเสริมและให้กำลังใจให้ผู้วิจัยได้มีแรงในการทำ วิทยานิพนธ์ในครั้งนี้

ประพันธ์ ขาวดี

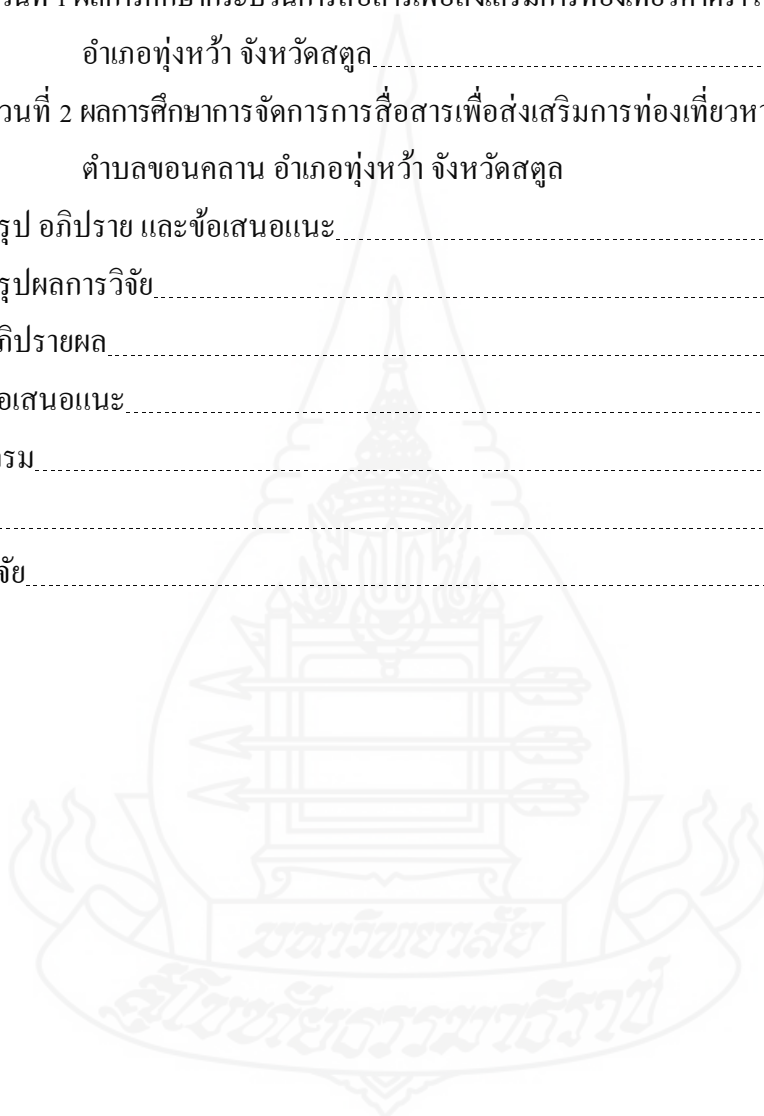
กุมภาพันธ์ 2563

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย .....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....	จ
กิตติกรรมประกาศ .....	ฉ
สารบัญตาราง .....	ฅ
สารบัญภาพ .....	ญ
บทที่ 1 บทนำ .....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา .....	1
คำถามการวิจัย .....	4
วัตถุประสงค์การวิจัย .....	4
กรอบแนวคิดการวิจัย .....	5
ขอบเขตการวิจัย .....	5
นิยามศัพท์ .....	6
ประโยชน์ที่ได้รับ .....	8
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย .....	9
แนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน .....	9
แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารและสื่อประชาสัมพันธ์ .....	12
ทฤษฎีสารที่ว่าด้วยเรื่องความรู้ ทักษะคิด และการปฏิบัติ .....	25
แนวคิดการจัดการการสื่อสาร .....	28
แนวคิดเกี่ยวกับเครือข่ายการสื่อสาร .....	32
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	35
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย .....	43
แบบการวิจัย .....	43
ผู้ให้ข้อมูลหลัก .....	43
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย .....	45
การเก็บรวบรวมข้อมูล .....	45
การวิเคราะห์ข้อมูล .....	46

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	47
ส่วนที่ 1 ผลการศึกษากระบวนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไวย์ ตำบลขนอนคลาน อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล.....	47
ส่วนที่ 2 ผลการศึกษาการจัดการการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไวย์ ตำบลขนอนคลาน อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล	
บทที่ 5 สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ.....	71
สรุปผลการวิจัย.....	71
อภิปรายผล.....	100
ข้อเสนอแนะ.....	108
บรรณานุกรม.....	110
ภาคผนวก.....	114
ประวัติผู้วิจัย.....	117



สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์ศักยภาพเพื่อประเมินสถานภาพการพัฒนาในปัจจุบันและ  
โอกาสการพัฒนาในอนาคตของท้องถิ่นด้วยเทคนิค (SWOT ANALYSIS)..... 83



สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	5
ภาพที่ 4.1 กระบวนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไวย์ ตำบลอำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล.....	47
ภาพที่ 4.2 กระบวนการสื่อสารภายในตัวบุคคลของผู้นำชุมชน/ท้องถิ่น เพื่อส่งเสริม การท่องเที่ยวหาดราไวย์ ตำบลขนอนคลาน อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล.....	51
ภาพที่ 4.3 กระบวนการสื่อสารทำความเข้าใจระหว่างผู้นำศาสนากับผู้นำชุมชนใน สภากาแฟ.....	52
ภาพที่ 4.4 กระบวนการสื่อสารการสื่อสารระหว่างผู้นำชุมชน/ท้องถิ่น เพื่อส่งเสริม การท่องเที่ยวหาดราไวย์ ตำบลขนอนคลาน อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล.....	53
ภาพที่ 4.5 กระบวนการสื่อสารผ่านการประชุมของชุมชนเพื่อสร้างความประมูมเข้าในการ จัดการท่องเที่ยวหาดราไวย์ ตำบลขนอนคลาน อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล.....	54
ภาพที่ 4.6 กระบวนการสื่อสารผ่านการประชุมของชุมชนเพื่อสร้างความประมูมเข้าในการ จัดการท่องเที่ยวหาดราไวย์ ตำบลขนอนคลาน อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล.....	54
ภาพที่ 4.7 การสื่อสารผ่านการพูดคุยกลุ่มย่อยระหว่างผู้นำชุมชน ผู้นำท้องถิ่นและเครือข่าย การท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไวย์ ตำบลขนอนคลาน อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล.....	54
ภาพที่ 4.8 การสื่อสารผ่านการพูดคุยกลุ่มย่อยระหว่างผู้นำชุมชน ผู้นำท้องถิ่นและเครือข่าย การท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไวย์ ตำบลขนอนคลาน อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล.....	54
ภาพที่ 4.9 กระบวนการสื่อสารผ่านการประชุมของชุมชนเพื่อสร้างความประมูมเข้าใน การจัดการท่องเที่ยวหาดราไวย์ ตำบลขนอนคลาน อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล.....	58
ภาพที่ 4.10 กระบวนการสื่อสารผ่านการประชุมของชุมชนเพื่อสร้างความประมูมเข้าใน การจัดการท่องเที่ยวหาดราไวย์ ตำบลขนอนคลาน อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล.....	58

## สารบัญญภาพ (ต่อ)

	หน้า
ภาพที่ 4.11 กระบวนการสื่อสารในรูปแบบการประชุมแบบไม่เป็นทางการหรือแนวทางการ ขับเคลื่อนส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไวย์ ตำบลขอนแก่น อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล.....	60
ภาพที่ 4.12 กระบวนการสื่อสารในรูปแบบป้ายประชาสัมพันธ์ถึงความเป็นมาของชื่อหมู่บ้าน ชุมชนหาดราไวย์ ตำบลขอนแก่น อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล.....	61
ภาพที่ 4.13 กระบวนการสื่อสารในรูปแบบการพูดคุย.....	62
ภาพที่ 4.14 กระบวนการสื่อสารผ่านสื่อมวลชนที่สื่อจากหน่วยงานภายนอกเข้ามาจัดทำสื่อ ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในชุมชนหาดราไวย์ ประเด็นทรัพยากรธรรมชาติ ที่สวยงาม.....	62
ภาพที่ 4.15 กระบวนการสื่อสารผ่านสื่อมวลชนที่สื่อจากหน่วยงานภายนอกเข้ามาจัดทำสื่อ ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในชุมชน ประเด็นวิถีชีวิตประเพณีวัฒนธรรม ของชุมชน.....	63
ภาพที่ 4.16 กระบวนการสื่อสารสื่อใหม่ ผ่าน เฟซบุ๊ก ชื่อกิน เที่ยว ณ หาดราไวย์.....	63
ภาพที่ 4.17 กระบวนการสื่อสารสื่อใหม่ ผ่าน เฟซบุ๊ก ชื่อ หาดราไวย์.....	64
ภาพที่ 4.18 กระบวนการสื่อสารในรูปแบบการทำกิจกรรมในชุมชนอย่างมีส่วนร่วมทั้งผู้รับสาร และส่งสาร.....	66
ภาพที่ 4.19 กระบวนการสื่อระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารในลักษณะกลุ่มเล็ก.....	67
ภาพที่ 4.20 กระบวนการสื่อสารของผู้ส่งสารกับผู้รับสารในลักษณะกลุ่มใหญ่การจัดกิจกรรม ในชุมชน.....	68
ภาพที่ 4.21 การจัดการการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไวย์ ตำบลขอนแก่น อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล.....	71
ภาพที่ 4.22 กระบวนการสื่อสารเพื่อพัฒนาศักยภาพการสื่อสารของผู้นำในกิจกรรมส่งเสริม การท่องเที่ยวหาดราไวย์ ตำบลขอนแก่น อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล.....	76
ภาพที่ 4.23 กระบวนการสื่อสารเพื่อพัฒนาศักยภาพการสื่อสารของผู้นำในกิจกรรมส่งเสริม การท่องเที่ยวหาดราไวย์ ตำบลขอนแก่น อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล.....	76

สารบัญภาพ (ต่อ)

	หน้า
ภาพที่ 4.24 กระบวนการสื่อสาร ในลักษณะสื่อสิ่งพิมพ์ที่ใช้ในการสื่อสารเพื่อส่งเสริม การท่องเที่ยวหาดราไวย์ ตำบลขอนแก่น อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล.....	77
ภาพที่ 4.25 กระบวนการสื่อสาร ในลักษณะสื่อสิ่งพิมพ์ที่ใช้ในการสื่อสารเพื่อส่งเสริม การท่องเที่ยวหาดราไวย์ ตำบลขอนแก่น อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล.....	77
ภาพที่ 4.26 กระบวนการสื่อสารลักษณะสื่อสิ่งพิมพ์ที่เกี่ยวกับข้อมูลของหาดราไวย์ในการสื่อสาร เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไวย์ ตำบลขอนแก่น อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล.....	78
ภาพที่ 4.27 กระบวนการสื่อสารลักษณะสื่อสิ่งพิมพ์ที่เกี่ยวกับทรัพยากรธรรมชาติ ในการสื่อสาร เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไวย์ ตำบลขอนแก่น อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล .....	79
ภาพที่ 4.28 กระบวนการสื่อสารลักษณะสื่อสิ่งพิมพ์ที่เกี่ยวกับความสวยงามด้านทรัพยากร ธรรมชาติ ในการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไวย์ ตำบลขอนแก่น อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล.....	85
ภาพที่ 4.29 กระบวนการสื่อสารลักษณะสื่อสิ่งพิมพ์ที่เกี่ยวกับความสวยงามด้านทรัพยากร ธรรมชาติ ในการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไวย์ ตำบลขอนแก่น อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล.....	85
ภาพที่ 4.30 แผ่นพับ สื่อสิ่งพิมพ์ที่ใช้ในการ โปรโมท โปรแกรมการท่องเที่ยวหาดราไวย์ ตำบลขอนแก่น อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล.....	88
ภาพที่ 4.31 เส้นทางการเดินทางเข้าสู่หาดราไวย์ ตำบลขอนแก่น อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล.....	88
ภาพที่ 4.32 แผนที่แสดงแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญใน ตำบลขอนแก่น อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล.....	89
ภาพที่ 4.33 แผนที่แสดงแหล่งอำนวยความสะดวกที่สำคัญใน หาดราไวย์ ตำบลขอนแก่น อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูลให้แก่นักท่องเที่ยว.....	89
ภาพที่ 4.34 ภาพถ่าย ที่ใช้ในการสื่อสารในการ โปรโมท ตำบลขอนแก่นอำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล.....	90
ภาพที่ 4.35 ภาพถ่าย ที่ใช้ในการสื่อสารในการ โปรโมท ตำบลขอนแก่นอำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล.....	90



## สารบัญญภาพ (ต่อ)

	หน้า
ภาพที่ 4.36 ภาพถ่าย ที่ใช้ในการสื่อสารในการประชาสัมพันธ์ ตำบลขอนแก่น อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล.....	90
ภาพที่ 4.37 ภาพถ่าย ที่ใช้ในการสื่อสารในการประชาสัมพันธ์ ตำบลขอนแก่น อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล.....	91
ภาพที่ 4.38 ตัวอย่างการสื่อสารวิถีอาชีพการทำประมงของชาวบ้าน ตำบลขอนแก่น อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล ในช่องทางการสื่อสารในรูปแบบต่างๆ.....	92
ภาพที่ 4.39 ตัวอย่างการสื่อสารวิถีอาชีพการทำประมงของชาวบ้าน ตำบลขอนแก่น อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล ในช่องทางการสื่อสารในรูปแบบต่างๆ.....	92
ภาพที่ 4.40 ตัวอย่างการสื่อสารกิจกรรมที่เกิดขึ้นภายใต้การส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราวี ตำบลขอนแก่น อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล ในช่องทางการสื่อสารใน รูปแบบต่างๆ.....	93
ภาพที่ 4.41 ตัวอย่างการสื่อสารกิจกรรมที่เกิดขึ้นภายใต้การส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราวี ตำบลขอนแก่น อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล ในช่องทางการสื่อสารใน รูปแบบต่างๆ.....	93
ภาพที่ 4.42 วางแผนการสื่อสารการจัดการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราวี อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล.....	94

# บทที่ 1

## บทนำ

บทที่ 1 เป็นบทที่ว่าด้วยบทนำของงานวิจัย เรื่อง การสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไวย์ ตำบลขนอนคลาน อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษา 1) กระบวนการสื่อสาร และ 2) การจัดการการสื่อสารโดยบทนำประกอบด้วย ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา คำถามการวิจัย วัตถุประสงค์การวิจัย กรอบแนวคิดการวิจัย ขอบเขตการวิจัย นิยามศัพท์เฉพาะ และประโยชน์ที่ได้รับ มีรายละเอียดดังนี้

### 1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การสื่อสารที่ทันสมัยเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยส่งเสริมการตลาดติดต่อสื่อสารให้เกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็ว เพราะการสื่อสารถือเป็นหัวใจสำคัญของการทำความเข้าใจระหว่างกันของคนในสังคม โดยการสื่อสารจะต้องมีการพัฒนาให้เกิดเป็นนวัตกรรมการสื่อสาร เพื่อความเท่าทันเทคโนโลยีของโลกที่มีการพัฒนาอย่างไม่หยุดยั้ง การสื่อสารจะได้เกิดผลสัมฤทธิ์ มีประสิทธิภาพ รวดเร็ว ทันเหตุการณ์ ซึ่งในยุคปัจจุบันนวัตกรรมการสื่อสารก็ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการขับเคลื่อนงานด้านต่างๆ ของสังคม รวมทั้งงานด้านการท่องเที่ยวชุมชนด้วย

รติกา อังกูร (2562) ตามที่ได้มีการศึกษากระบวนการสื่อสารการตลาดท่องเที่ยวของชุมชนไว้ ได้มีการอธิบายถึงองค์ประกอบของการสื่อสารที่สำคัญประกอบไปด้วย ผู้ส่งสารคือ (ผู้นำชุมชน/ปราชญ์ชาวบ้าน) เป็นผู้ทำหน้าที่ในกระบวนการสื่อสาร โดยผ่านสื่อและช่องทางการสื่อสารในรูปแบบต่างๆ ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อกิจกรรม สื่อวัตถุ ผ่านวิธีการผสมผสานระหว่างการบอกเล่า โดยมีสมาชิกในชุมชน นักท่องเที่ยว กลุ่มเด็กและเยาวชน และกลุ่มลูกค้าเป็นผู้รับสาร และเป็นกลุ่มที่จะร่วมถ่ายทอดภูมิปัญญา โดยมีกระบวนการสื่อสารซึ่งประกอบไปด้วย ผู้ส่งสาร สารช่องทางการสื่อสาร ผู้รับสาร และผลการสื่อสารที่เป็นตัวชี้วัดความสำเร็จและคุณภาพชีวิตที่ของคนในชุมชนรวมทั้งสะท้อนให้ทราบถึงศักยภาพด้านทรัพยากรท้องถิ่นและทรัพยากรบุคคลที่สำคัญเกิดพลังสร้างรายได้และมูลค่าสินค้าในชุมชนอย่างเห็นได้ชัด

เนื่องจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวช่วยกระตุ้นและสนับสนุนให้ชาวบ้านเข้าใจเรื่องคุณค่าและทรัพยากรในท้องถิ่นมากยิ่งขึ้นและต้องให้ประชาชนมีความตระหนักในคุณค่าอย่าง

แท้จริง สร้างการเรียนรู้ มีส่วนร่วมในการดูแลรักษา และสร้างจิตสำนึกกรักรชุมชนท้องถิ่นของตนเอง ที่สำคัญการทำให้การท่องเที่ยวชุมชนเกิดความยั่งยืนได้นั้น จะต้องเสริมสร้างคุณภาพและมาตรฐานของการท่องเที่ยว โดยต้องให้ประชาชนในชุมชนและท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการรับผิดชอบร่วมกันพัฒนาโครงสร้างทรัพยากรพื้นที่ของชุมชน เป็นการดึงศักยภาพการท่องเที่ยวด้านต่างๆ ในชุมชนมาพัฒนาสร้างรายได้ให้กับชุมชน ควบคู่ไปกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น ตรีวิจิต เขาแก้ว (2546)

นอกจากนี้แล้วยังสร้างความเข้มแข็งของชุมชนในการจัดการทรัพยากรการธรรมชาติ โดยอาศัยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนคอยกำหนดทิศทางการพัฒนาและการบริหารจัดการ การสื่อสาร ที่ชุมชน สามารถสื่อสารและสร้างความหมายในมิติการท่องเที่ยวได้อย่างภาคภูมิ และเป็นการเปิดมิติใหม่ของการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การสร้างเสริมประสบการณ์ที่มีคุณค่า เพราะการสื่อสารเป็นเครื่องมือพัฒนาการแลกเปลี่ยนและการถ่ายทอดกิจกรรมทุกรูปแบบของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ดั่งที่ปาริชาติ สถาปิตานนท์ (2549) กล่าวไว้ว่า การสื่อสารของชาวบ้านในการจัดการท่องเที่ยว นั้น สะท้อนให้เห็นถึงการสื่อสารภายใต้กระบวนการทัศน์ทางเลือกด้านการสื่อสารเพื่อการพัฒนา (The Alternative Paradigm of Development Communication) ที่เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชน เป็นองค์ประกอบที่สำคัญนอกจากนี้พลังของการสื่อสารยังเป็นตัวขับเคลื่อนสำคัญในการถ่ายทอดสิ่งที่เป็นภูมิปัญญา วิถีชีวิต ให้สามารถคงอยู่ และเกิดความตระหนักถึงภูมิปัญญาของชุมชนท่องเที่ยว โดยเป็นการปลูกกระแสที่ต้องการสื่อสารทั้งในเรื่องการอนุรักษ์ทรัพยากร ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น และกระแสการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ การแลกเปลี่ยน ประสบการณ์ และการสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่น อันเป็นที่มาของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทยที่ยังคงรักษาค่านิยมของชุมชนได้อย่างน่าภาคภูมิใจ

การท่องเที่ยวหาดราไวย์ เป็นการท่องเที่ยวในตำบลขอนคลาน อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล ที่มีการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและภูมิปัญญาวิถีชีวิตของชุมชน เป็นแหล่งศูนย์การเรียนรู้ของเยาวชนด้านเศรษฐกิจพอเพียง และเป็นชุมชนที่เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ในพื้นที่ใกล้เคียงได้อย่างเป็นรูปธรรม แต่ชุมชนยังขาดการพัฒนานวัตกรรมสื่อสารที่ดีและเหมาะสมจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกด้าน ซึ่งการมีการจัดการการสื่อสารที่ดีและเหมาะสม สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว จะมีส่วนช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน และจะช่วยสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวที่มาศึกษาดูงานและท่องเที่ยวที่ชุมชนตำบลขอนคลาน

ทั้งจะช่วยดึงคุณักท่องเที่ยว รวมทั้งจะเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไวดำบลขอนแก่น ให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวในวงกว้าง และจะส่งผลให้ประชาชนและชุมชนการท่องเที่ยวหาดราไวดำบลขอนแก่น อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล เกิดรายได้จากการท่องเที่ยว โดยชุมชนอย่างยั่งยืน ด้วยกระบวนการสื่อสาร เนื่องจากก่อนที่จะเกิดวิสาหกิจท่องเที่ยวหาดราไวดำบลขอนแก่นให้เป็นที่รู้จักหาดราไวดำบลขอนแก่นนั้นยังน้อยมาก ทั้งนี้ยังทำให้นักท่องเที่ยวและบุคคลภายนอกสับสนถึงแหล่งที่ตั้งและมักเข้าใจว่าเป็น หาดราไวย์ จังหวัดภูเก็ตที่มีความโด่งดังและมีการสื่อสารอย่างแพร่หลายนั่นเอง และเมื่อมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา มีการดำเนินการสื่อสารเพิ่มมากขึ้น ทำให้ทราบได้อย่างแน่ชัดว่า การจัดการการสื่อสารที่ส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไวดำบลขอนแก่น อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล และมีส่วนช่วยให้เกิดการพัฒนาท้องถิ่น ชาวบ้านสามารถสื่อสารการท่องเที่ยวผ่านโซเชียลมีเดียได้ดีมากยิ่งขึ้นและเกิดการสื่อสารที่หลากหลายสะท้อนความสวยงาม อัตลักษณ์ชุมชนสู่สายตาบุคคลภายนอกตามวัตถุประสงค์ที่ชุมชนต้องการมากยิ่งขึ้น

โดยการพัฒนาอย่างต่อเนื่องให้ทันยุคสมัยและความต้องการในช่วงต่างๆ ทั้ง ผู้ส่งสาร ช่องทางการสื่อสาร ผู้รับสาร และผลการสื่อสาร เกิดเป็นการจัดการการสื่อสารโดยการรวมตัวของเครือข่าย ซึ่งได้กำหนดภารกิจและหน้าที่รับผิดชอบ ในการวางแผนการสื่อสารร่วมกัน เพื่อปฏิบัติการสื่อสารส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไวดำบลขอนแก่น อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล ซึ่งได้ดำเนินการพัฒนาทั้งทรัพยากรธรรมชาติและทรัพยากรบุคคล โดยการจัดปัจจัยสนับสนุนการสื่อสารจากผู้นำท้องถิ่น เกิดแนวคิดร่วมกันของคนในชุมชนและผู้นำท้องถิ่น ในการที่จะพัฒนาฟื้นฟูอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติที่มีคุณค่าของชุมชน สร้างเป็นจุดขายในกิจกรรมการท่องเที่ยว ความรู้ในท้องถิ่น ภูมิปัญญา ศิลปวัฒนธรรม มาเชื่อมโยงกับการประยุกต์เชิงเศรษฐกิจ เพื่อเป็นแหล่งรวบรวมองค์ความรู้ศึกษาค้นคว้าและพัฒนาของชุมชนต่อไป

ทั้งนี้การพัฒนาการสื่อสารที่สำคัญคือการพัฒนาศักยภาพทักษะการสื่อสารทั้งในรูปแบบสื่อดั้งเดิมและสื่อใหม่ เช่น การสื่อสารแบบเผชิญหน้าและการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ให้มีคุณภาพทั้ง การพูด คิด อ่าน เขียน ได้เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวหาดราไวดำบลขอนแก่น อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล

ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาการสื่อสารและการจัดการการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไวดำบลขอนแก่น อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล เพื่อให้ได้แนวทางในการพัฒนาการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวของชุมชนหาดราไวดำบลขอนแก่น ภายใต้การมีส่วนร่วมของชุมชน ให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว และสามารถเป็นแนวทางแก่ชุมชนอื่นๆ ที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยว

ลักษณะเดียวกัน ได้นำแนวทางการพัฒนาดังกล่าวไปประยุกต์ใช้กับพื้นที่ของตนเองและนำไปใช้ในการพัฒนาการสื่อสารการเมืองและการปกครองท้องถิ่นต่อไป

## 2. คำถามการวิจัย

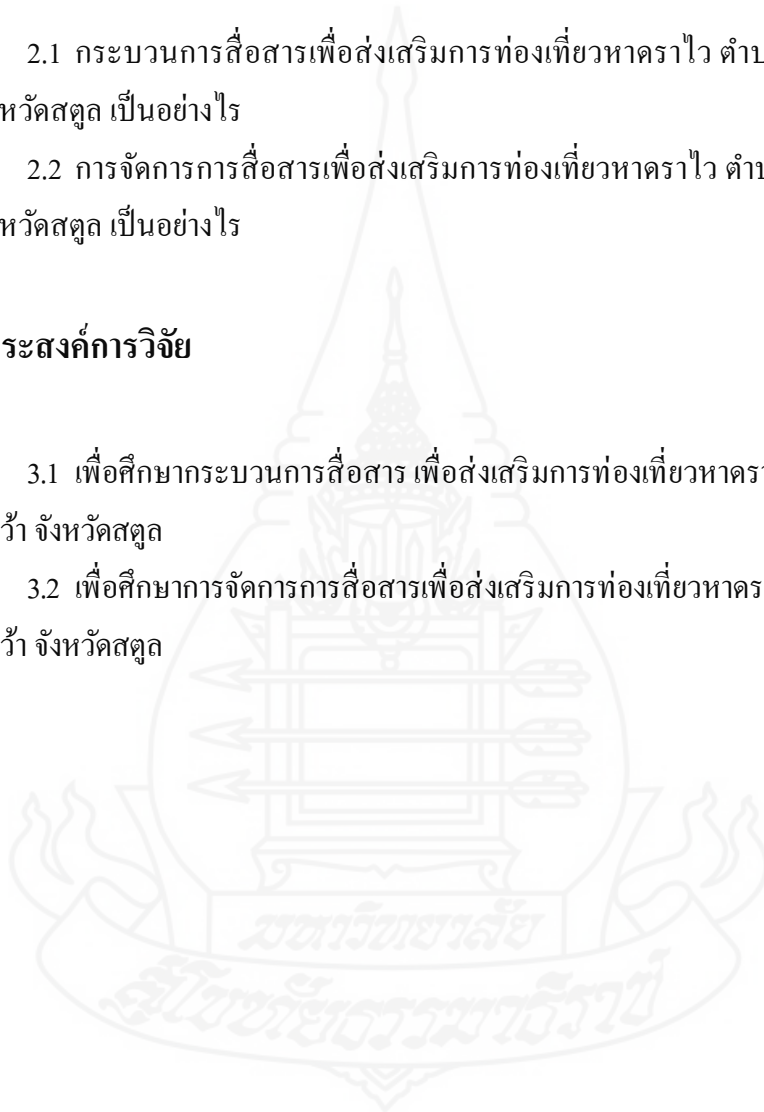
2.1 กระบวนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไวย์ ตำบลขอนแก่น อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล เป็นอย่างไร

2.2 การจัดการการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไวย์ ตำบลขอนแก่น อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล เป็นอย่างไร

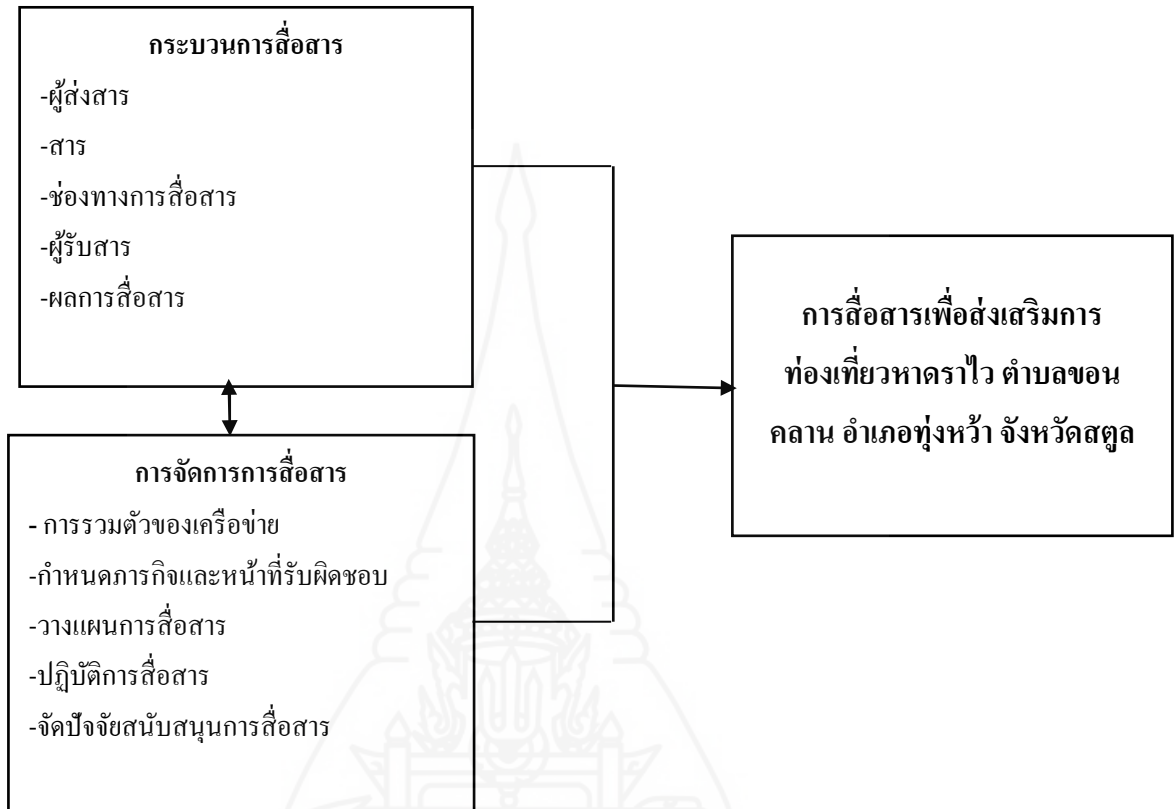
## 3. วัตถุประสงค์การวิจัย

3.1 เพื่อศึกษากระบวนการสื่อสาร เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไวย์ ตำบลขอนแก่น อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล

3.2 เพื่อศึกษาการจัดการการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไวย์ ตำบลขอนแก่น อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล



#### 4. กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

#### 5. ขอบเขตการวิจัย

##### 5.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

งานวิจัยนี้มุ่งศึกษางานวิจัยนี้มุ่งศึกษาการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไวย์ ตำบลขนอนคลาน อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล เกี่ยวกับ 1) กระบวนการสื่อสาร และ 2) การจัดการการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไวย์ ตำบลขนอนคลาน อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล

##### 5.2 ผู้ให้ข้อมูลหลัก

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงกับการท่องเที่ยวหาดราไวย์ ตำบลขนอนคลาน อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล รวมจำนวน 15 คน ประกอบด้วย 1) ผู้นำชุมชน/ท้องถิ่น จำนวน 7 คน 2) เครือข่ายการท่องเที่ยวชุมชนการท่องเที่ยวตำบลขนอนคลาน จำนวน 8 คน

### 5.3 ขอบเขตด้านเวลา

การศึกษาในพื้นที่เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูลหลัก ตั้งแต่เดือน เมษายน 2563 – มิถุนายน 2563 รวมระยะเวลาทั้งสิ้น 3 เดือน

### 5.4 ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่การท่องเที่ยวหาดราไวย์ ตำบลขอนแก่น อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล

## 6. นิยามศัพท์

6.1 กระบวนการสื่อสาร หมายถึง วิธีการสื่อสารของกลุ่มการท่องเที่ยวชุมชนหาดราไวย์ ตำบลขอนแก่น อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล ที่ใช้ในการแลกเปลี่ยนสื่อสารข้อเท็จจริง ทศนคติ ความคิดเห็น และประสบการณ์ต่างๆ จากบุคคลกลุ่มผู้นำท้องถิ่น ไปยังผู้รับสารทั้งชาวบ้านและนักท่องเที่ยว ทำให้สามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน เกิดความสัมพันธ์ที่ดีในชุมชน ชาวบ้านสามารถมีรายได้เพิ่มขึ้นและสื่อสารความสวยงามของหาดราไวย์ ตำบลขอนแก่น อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล ไปยังบุคคลภายนอกอย่างแพร่หลายให้เข้ามาสัมผัสความสวยงามได้มากยิ่งขึ้น

6.1.1 ผู้รับสาร หมายถึง บุคคลของกลุ่มการท่องเที่ยวชุมชนหาดราไวย์ ตำบลขอนแก่น อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล ที่ใช้ในการแลกเปลี่ยนสื่อสาร ดังต่อไปนี้คือ กลุ่มผู้นำท้องถิ่น/ชุมชน 2) กลุ่มผู้ชาวประมงและจับเรือนำเที่ยว 3) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนและวิสาหกิจท่องเที่ยว 4) กลุ่มผู้ประกอบการที่พักและโฮมสเตย์ 5) กลุ่มผู้ประกอบการร้านค้าชุมชนและแม่ค้า 6) กลุ่มแม่บ้านและ อสม. ชุมชนต่างๆ 7) กลุ่มไกด์และมัคคุเทศก์น้อย 8) กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวหาดราไวย์ตำบลขอนแก่น อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล

6.1.2 สาร หมายถึง เนื้อหาสาระและข่าวสารที่ประกอบไปด้วยประเด็น ดังต่อไปนี้  
1) ความเป็นมาของชุมชน ตำบลขอนแก่น 2) ทรัพยากรการท่องเที่ยวชุมชนหาดราไวย์ 3) วิถีวัฒนธรรมชุมชน 4) ภูมิปัญญาชุมชน การประกอบกลุ่มอาชีพ 5) การท่องเที่ยวหาดราไวย์

6.1.3 ช่องทางการสื่อสาร หมายถึง กระบวนการสื่อสารผ่านช่องทางสื่อสื่อดั้งเดิมที่ประกอบไปด้วย 1) สื่อชุมชน 2) การประชุม จะแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ ทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ 3) บอร์ดประชาสัมพันธ์ในชุมชน 4) สื่อสิ่งพิมพ์ 5) สื่อบุคคล 6) สื่อสารมวลชน สื่อใหม่ประกอบไปด้วย 1) สื่อสังคมออนไลน์ 2) ยูทูป

6.1.4 ผู้ส่งสาร หมายถึง ภาชีเครือข่ายของกลุ่มการท่องเที่ยวชุมชนหาดราไวย์ ตำบลขอนแก่น อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูลที่ใช้ในการแลกเปลี่ยนสื่อสาร ประกอบไปด้วย ผู้ใหญ่บ้าน กำนันตำบลขอนแก่น ผู้ประกอบการ เจ้าของเรือ ร้านค้าขาย บุคคลที่ร่วมทำกิจกรรม



กลุ่มประจำ ผู้ประกอบการท่องเที่ยวชุมชนบ้านราไวย์ ชุมชนการท่องเที่ยวในตำบลขนอนคลาน อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล ที่มีการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและภูมิปัญญาวิถีชีวิตของชุมชน เป็นแหล่งศูนย์การเรียนรู้ของเยาวชนด้านเศรษฐกิจพอเพียง และเป็นชุมชนที่เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ในพื้นที่ใกล้เคียงได้อย่างเป็นรูปธรรม

**6.1.5 ผลการสื่อสาร** หมายถึง การดำเนินการสื่อสารสื่อสาร จนเกิดเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไวย์ กระบวนการบริหารจัดการการท่องเที่ยว และระบบการติดต่อสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านราไวย์

**6.2 การจัดการเครือข่ายการสื่อสาร** หมายถึง ขั้นตอนการดำเนินกิจกรรมการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว พื้นที่ชุมชนการท่องเที่ยวหาดราไวย์ ตำบลขนอนคลาน อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล ประกอบไปด้วยการรวมตัวของเครือข่าย กำหนดภารกิจและหน้าที่รับผิดชอบ วางแผนการสื่อสาร ปฏิบัติการสื่อสารและจัดปัจจัยสนับสนุนการสื่อสาร

**6.2.1 การรวมตัวของเครือข่าย** หมายถึง การที่ผู้นำโดยกำนันตำบลขนอนคลาน พร้อมด้วยผู้ประกอบการ เจ้าของเรือ ร้านค้าขาย ชาวบ้าน มาร่วมทำกิจกรรมกลุ่มผู้ประกอบการท่องเที่ยวชุมชนบ้านราไวย์ชุมชนการท่องเที่ยวในตำบลขนอนคลาน อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล

**6.2.2 กำหนดภารกิจและหน้าที่รับผิดชอบ** หมายถึง การกำหนดทิศทางหน้าที่ในการสื่อสารของกำนันตำบลขนอนคลาน พร้อมด้วยผู้ประกอบการ เจ้าของเรือ ร้านค้าขาย ชาวบ้าน ในการสื่อสารการท่องเที่ยวในตำบลขนอนคลาน อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล

**6.2.3 วางแผนการสื่อสาร** หมายถึง การดำเนินกำหนดแนวทางวิธีการการกระบวนการจัดการ โดยการกำหนด บริบทชุมชน ทรัพยากรธรรมชาติ วิถีวัฒนธรรม อาหาร การแสดง และกิจกรรมการท่องเที่ยวในตำบลขนอนคลาน อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล

**6.2.4 ปฏิบัติการสื่อสาร** หมายถึง การดำเนินการสื่อสารในรูปแบบและวิธีการต่างๆ พร้อมช่องทางการสื่อสารที่เครือข่ายสามารถสื่อสารได้

**6.2.5 การจัดปัจจัยสนับสนุนการสื่อสาร** หมายถึง การหนุนเสริมองค์ความรู้ด้านการสื่อสารให้เครือข่าย ในการสื่อสารท่องเที่ยวชุมชนและเชื่อมโยงภาคีที่สามารถสร้างความมั่นคงและยั่งยืนในพื้นที่ได้

**6.3 ชุมชนบ้านหาดราไวย์** หมายถึง ชุมชนการท่องเที่ยวในตำบลขนอนคลาน อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล ที่มีการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและภูมิปัญญาวิถีชีวิตของชุมชนเป็นแหล่งศูนย์การเรียนรู้ของเยาวชนด้านเศรษฐกิจพอเพียง และเป็นชุมชนที่เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ในพื้นที่ใกล้เคียงได้อย่างเป็นรูปธรรม



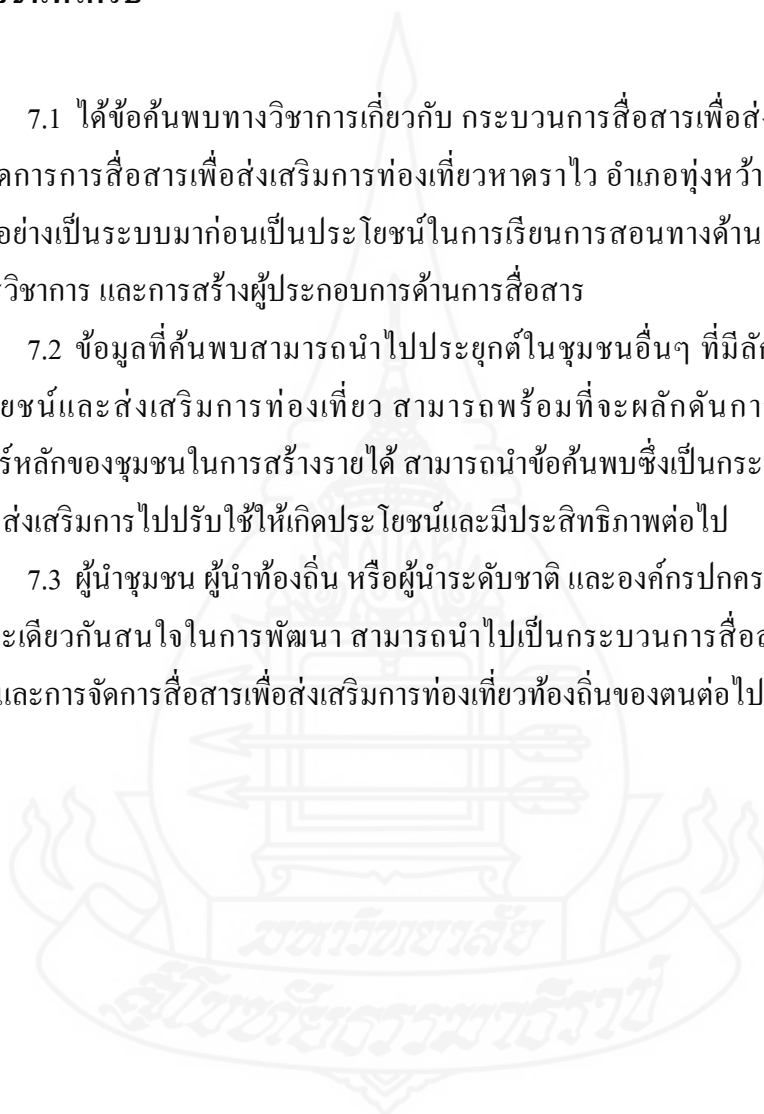
6.4 การท่องเที่ยวโดยชุมชน หมายถึง การท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม กำหนดทิศทางโดยชุมชน จัดการโดยชุมชน เพื่อชุมชน และชุมชนมีบทบาทเป็นเจ้าของ มีสิทธิในการจัดการดูแล เพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน

## 7. ประโยชน์ที่ได้รับ

7.1 ได้ข้อค้นพบทางวิชาการเกี่ยวกับ กระบวนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว และการจัดการการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไวย์ อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล ที่ไม่มี การศึกษาอย่างเป็นระบบมาก่อนเป็นประโยชน์ในการเรียนการสอนทางด้านการสื่อสาร การวิจัย การบริการวิชาการ และการสร้างผู้ประกอบการด้านการสื่อสาร

7.2 ข้อมูลที่ค้นพบสามารถนำไปประยุกต์ในชุมชนอื่นๆ ที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน เอื้อประโยชน์และส่งเสริมการท่องเที่ยว สามารถพร้อมที่จะผลักดันการเป็นนโยบายและ ยุทธศาสตร์หลักของชุมชนในการสร้างรายได้ สามารถนำข้อค้นพบซึ่งเป็นกระบวนการและการ จัดการเพื่อส่งเสริมการไปปรับใช้ให้เกิดประโยชน์และมีประสิทธิภาพต่อไป

7.3 ผู้นำชุมชน ผู้นำท้องถิ่น หรือผู้นำระดับชาติ และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอื่นๆ ที่มีลักษณะเดียวกันสนใจในการพัฒนา สามารถนำไปเป็นกระบวนการสื่อสารเพื่อส่งเสริม การท่องเที่ยว และการจัดการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวท้องถิ่นของตนต่อไป



## บทที่ 2

### การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย

บทที่ 2 เป็นบทที่ว่าด้วยการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย เรื่อง การสื่อสาร เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไวย์ ตำบลชอนคลาน อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) กระบวนการสื่อสาร และ 2) การจัดการการสื่อสาร โดยแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย แนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารและสื่อประชาสัมพันธ์ ทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้ทัศนคติและการปฏิบัติ แนวคิดการจัดการการสื่อสาร แนวคิดการสร้างเครือข่าย และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1. แนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

##### 1.1 ความหมายของการท่องเที่ยวโดยชุมชน

หลักการของการพัฒนาท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community - Based Tourism) คือ การท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรมของชุมชน กำหนดทิศทางโดยชุมชน จัดการโดยชุมชน เพื่อชุมชน และชุมชนมีบทบาทเป็นเจ้าของในการจัดการ ดูแล เพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน

1.2 องค์ประกอบของการท่องเที่ยว โดยชุมชน มี 8 องค์ประกอบ มีองค์กร/กลไก ในการบริหารจัดการท่องเที่ยว

1.2.1 มีองค์กร/กลไก ที่เกิดจากการรวมตัวของคนในชุมชน เพื่อเป็นแกนนำในการบริหารจัดการท่องเที่ยว

1.2.2 การมีส่วนร่วมของสมาชิกและชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว มีระบบการบริหารจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

1) มีระบบบริหารจัดการท่องเที่ยวของชุมชน และกฎกติกาที่ใช้ในการบริหารการท่องเที่ยวและสามารถเชื่อมโยงกับการพัฒนาด้านอื่นๆ ของชุมชน

2) การเสริมศักยภาพของคนในกลุ่มท่องเที่ยวและชุมชน

3) การปฏิบัติตามกฎระเบียบและรูปแบบที่ใช้สำหรับบริหารจัดการท่องเที่ยวของชุมชน

4) การตลาดและประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างรายได้ทางการท่องเที่ยวให้เกิดขึ้นกับชุมชนอย่างยั่งยืน

#### 1.2.3 สนับสนุนการพัฒนาคุณภาพชีวิตและเศรษฐกิจของชุมชน

- 1) สนับสนุนการพัฒนาชุมชน
- 2) กระจายรายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยวชุมชนอย่างเป็นธรรมและสร้างโอกาส

ในการมีรายได้เสริม

#### 1.2.4 ส่งเสริมวัฒนธรรมของชุมชน

- 1) กลุ่มท่องเที่ยวมีข้อมูลและความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมในท้องถิ่น
- 2) มีการถ่ายทอดวัฒนธรรมจากภายในสู่คนภายนอก
- 3) มีกฎ กติกา และแนวทางเพื่อเคารพและปกป้องวัฒนธรรมชุมชน
- 4) กลุ่มท่องเที่ยวมีการส่งเสริม อนุรักษ์ ฟื้นฟู และสืบต่อวัฒนธรรม

#### 1.2.5 มีส่วนในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมร่วมกับชุมชน

- 1) กลุ่มท่องเที่ยวมีข้อมูลด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
- 2) มีการออกแบบกิจกรรมท่องเที่ยวที่คำนึงถึงการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน

และสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน

- 3) จัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนและอนุรักษ์ความ

หลากหลายทางชีวภาพ

- 4) มีการป้องกัน จัดการ และแก้ไขปัญหามลภาวะ

#### 1.2.6 สร้างการเรียนรู้

1) กิจกรรมการท่องเที่ยวสามารถสร้างการเรียนรู้ความเข้าใจในวิถีชีวิต และวัฒนธรรมของชุมชนให้แก่ผู้มาเยือน

2) สร้างจิตสำนึกและองค์ความรู้ในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม ทั้งคนในชุมชนและผู้มาเยือน

1.2.7 มีการบริการที่ดีและปลอดภัย ทั้งด้านที่พัก ยานพาหนะ นักสื่อความหมายท้องถิ่น เจ้าของบ้าน และการประสานงานที่ดีระหว่างกลุ่มในชุมชนเพื่อให้บริการ

#### 1.2.8 ประโยชน์ที่ชุมชนได้รับจากการท่องเที่ยวโดยชุมชน

1) การท่องเที่ยวโดยชุมชนมีส่วนร่วมสนับสนุนการจัดการทรัพยากรธรรมชาติโดยชุมชน ความอยู่รอดของชุมชนขึ้นอยู่กับฐานทรัพยากรธรรมชาติวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชุมชน คนในชุมชนมีความเชื่อมโยงผูกพันกับทรัพยากร ดิน น้ำ ป่า การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืน สร้างความภาคภูมิใจให้กับชุมชนในการ

เผยแพร่ภูมิปัญญาในการจัดการทรัพยากร สร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวให้ผู้มาเยือนมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สร้างร่วมมือของหน่วยงานในการท างานเป็นพันธมิตรร่วมกับชุมชนในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

#### 2) การท่องเที่ยวโดยชุมชนมีส่วนสนับสนุนการฟื้นฟูวัฒนธรรมท้องถิ่น

วิถีชีวิตและวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่บอกถึงอัตลักษณ์ความเป็นชุมชน ความเข้มแข็งของชุมชนให้ชุมชนสามารถปรับตัวให้อยู่ในสังคมโดยที่ยังคงอนุรักษ์วัฒนธรรมและประเพณีให้สอดคล้องกับยุคสมัย มีการสืบทอดสู่คนรุ่นหลังได้อย่างต่อเนื่อง การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นเครื่องมือในการสร้างความภาคภูมิใจให้กับคนในชุมชนในการสื่อสาร “ของดี” ชุมชนให้คนภายนอกได้รับรู้ ให้เกิดการสืบค้น ถิ่นทอด และฟื้นฟูวัฒนธรรมจากรุ่นสู่รุ่น ชุมชนมีการบริหารจัดการและร่วมกัน วางแผนว่าวิถีชีวิตและวัฒนธรรมอะไรบ้างที่ชุมชนพร้อมในการสื่อสารและสร้างการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน ตลอดจนมีแนวทางปฏิบัติตัวสำหรับนักท่องเที่ยว การที่นักท่องเที่ยวสนใจแลกเปลี่ยนเรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมคน ท้องถิ่น เป็นตัวกระตุ้นอีกทางหนึ่งที่ทำให้ชุมชนเกิดความภาคภูมิใจ และมีชีวิตชีวาในการนำเสนอข้อมูล สามารถสร้างการมีส่วนร่วมให้กับนักท่องเที่ยวในกิจกรรมทางวัฒนธรรมของตน ทำให้เยาวชนคนรุ่นหลังเห็นคุณค่าของชุมชนตนเอง

#### 3) การท่องเที่ยวโดยชุมชนมีส่วนสนับสนุนการพัฒนาคนความภาคภูมิใจ

ในความเป็นท้องถิ่น หรือชาติพันธุ์ความร่วมมือและความสามัคคีของคนในชุมชน การมีพื้นที่ทางสังคม ได้รับการยอมรับจากคนภายนอก เป็นหัวใจสำคัญของการดำรงไว้ซึ่งความเป็นชุมชน การท่องเที่ยวโดยชุมชนช่วยให้คนในชุมชนได้มีส่วนร่วมและกำหนดบทบาทของชุมชนต่อการท่องเที่ยว มีกระบวนการในการจัดการความรู้ภายในชุมชน สร้างระบบในการบริหารจัดการและแก้ไขปัญหาการท่องเที่ยวภายในชุมชนโดยชุมชนเอง มีการพัฒนาทักษะและเพิ่มเติมความรู้ใหม่ให้กับสมาชิกในชุมชนในการบริหารจัดการท่องเที่ยว ให้คนในชุมชนมีความเชื่อมั่นในการนำเสนอปัญหาและความต้องการกับหน่วยงานภายนอก นำเสนอประสบการณ์และความสำเร็จในการพัฒนากับคนและหน่วยงานที่มาศึกษา-ดูงานนอกจากเป็นการพัฒนา “คนใน” แล้วยังให้การศึกษากับ “คนนอก” ด้วย

#### 4) การท่องเที่ยวโดยชุมชนมีส่วนสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชนและคุณภาพชีวิตคนท้องถิ่น

การท่องเที่ยวเป็นการดึงคนจากภายนอกมาเรียนรู้ชุมชน แรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวเข้ามาในชุมชนคือ วิถีชีวิตที่แตกต่าง วัฒนธรรมดั้งเดิม และแหล่งท่องเที่ยวที่มีความอุดมสมบูรณ์ จุดดึงดูด คือ วิถีชีวิตที่เรียบง่ายและมีการดำรงชีวิตที่ผูกพันกับธรรมชาติการท่องเที่ยวโดยชุมชนจึงเป็นรายได้เสริมที่สามารถนารายได้นั้นไปดำรงชีพ โดยที่คนในชุมชนยังคงดำเนินวิถีดั้งเดิม

หรือเป็นการสร้างทางเลือกเรื่องรายได้ให้กับบางครอบครัว ในการสร้างอาชีพเสริมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว สร้างงานให้กับคนในชุมชนการท่องเที่ยวโดยชุมชน จัดสรรรายได้จากการท่องเที่ยว สนับสนุนกิจกรรมการพัฒนาชุมชนและสาธารณประโยชน์

สรุปการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีเป้าหมายแรกในการสร้างรายได้ให้เกิดขึ้นในชุมชน โดยการมุ่งเน้นการสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนอย่างแท้จริง ลดการเข้าทำประโยชน์จากนายทุนที่ได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวจากผู้ประกอบการภาคเอกชนที่ไม่ใช่คนในชุมชน โดยเข้าไปใช้ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมของชุมชน ซึ่งชุมชนไม่ได้รับประโยชน์ แต่กลับกันชุมชนได้รับผลกระทบที่เกิดจากการท่องเที่ยว เช่น ทำลายทรัพยากรธรรมชาติ ทรัพยากรการท่องเที่ยว ทั้งขยะ การบุกรุกพื้นที่ เป็นต้น ผลกระทบดังกล่าวส่งผลให้เกิดกระแสการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนทั้งในระดับโลก จนเกิดแนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชนตั้งแต่ต้นทางถึงปลายทาง มีผลพวงในการวางแผนทรัพยากรให้แก่คนในท้องถิ่น การฟื้นฟูธรรมชาติอย่างยั่งยืนและการท่องเที่ยวที่รับผิดชอบต่อมากขึ้น

## 2. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารและสื่อประชาสัมพันธ์

การสื่อสารเป็นกระบวนการที่สำคัญต่อมนุษย์ในด้านการดำเนินชีวิต สังคม เศรษฐกิจ การเมือง และการศึกษา เป็นกลไกหนึ่งของเครื่องจักรกลแห่งสังคมที่ทำให้สังคมดำเนินไปได้ อย่างต่อเนื่องอย่างมีประสิทธิภาพเสริมสร้างประสิทธิผล เนื่องจากการสื่อสารเป็นทั้งเครื่องมือ และวิธีการที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างใดอย่างหนึ่งทั้งต่อปัจเจกบุคคล ต่อองค์กร และสังคม เราจึงไม่อาจปฏิเสธได้ว่าการสื่อสารเป็นสถาบันหนึ่งของสังคมที่มีความจำเป็นอย่างยิ่ง (กิติมา สุรสนธิ, 2541: 1)

### 2.1 วัตถุประสงค์ของการสื่อสาร

ปัจเจกบุคคลทำการสื่อสารนั้น มีจำเป็นต้องมีวัตถุประสงค์อย่างหนึ่งอย่างใด ในการสื่อสารระหว่างกัน ซึ่งอาจจะเหมือนหรือแตกต่างกันก็ได้ ซึ่งสามารถสรุปวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสารและผู้รับสารในการสื่อสารได้ดังต่อไปนี้ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2529: 15-17)

**2.1.1 วัตถุประสงค์ของผู้ส่งสาร** ซึ่งเป็นวัตถุประสงค์หลักๆ ของผู้ส่งสารในการทำการสื่อสารได้แก่ 1) เพื่อแจ้งให้ทราบ (to inform) 2) เพื่อสอนหรือให้การศึกษา (to teach or educate) 3) เพื่อสร้างความพอใจหรือให้ความบันเทิง (to please or entertain) 4) เพื่อเสนอหรือชักจูงใจ (to propose persuade)

**1.2.2 วัตถุประสงค์ของผู้รับ** ในส่วนของผู้รับสาร ผู้รับสารได้เข้าร่วมในกิจกรรมทางการสื่อสารกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งผู้รับสารก็มีวัตถุประสงค์หรือความต้องการอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างจากการสื่อสารได้แก่ 1) เพื่อทราบ (to know or understand) 2) เพื่อเรียนรู้ (to learn) 3) เพื่อหาความพอใจ (to enjoy) 4) เพื่อการทำหรือตัดสินใจ (to dispose or decide)

## 2.2 กระบวนการของการสื่อสาร

เนื่องจากการสื่อสารเป็นกระบวนการที่มีองค์ประกอบย่อยๆ ที่สัมพันธ์กันอย่างเป็นระบบ สามารถที่จะพิจารณาองค์ประกอบเหล่านั้น ได้ดังต่อไปนี้ (กิตติมา สุรสนธิ, 2540: 6-17; บุญเลิศ สุภคิลก, 2523: 16-18)

**2.2.1 ผู้ส่งสาร (Sender)** หมายถึง ทั้งบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่มีความคิด มีความต้องการมีความตั้งใจที่จะส่งข่าวสาร อารมณ์ ความรู้สึกนึกคิด ความคิดเห็น ทศนคติ ความเชื่อ และอื่นๆ ไปยังผู้รับสาร ซึ่งเป็นองค์ประกอบแรกของการ

**2.2.2 สาร (Message Codes)** คือ ภาษา (Language) หรือสัญลักษณ์ (Symbol) หรือสัญญาณ (Signal) ที่มนุษย์คิดขึ้น เพื่อแสดงออกแทนความคิด ความรู้สึก ความเชื่อ ค่านิยม วัตถุประสงค์ต่างๆ ของผู้ส่งสาร ซึ่งรหัสสารอาจถูกแสดงออกมาเป็นสารที่เป็นภาษาพูด ภาษาเขียน (Verbal Message Code) และรหัสของสารที่ไม่ใช่ภาษาพูดหรือภาษาเขียน (Non-verbal Message Codes)

1) รหัสสาร (Message Codes) คือ ภาษา (Language) หรือสัญลักษณ์ (Symbol) หรือสัญญาณ (Signal) ที่มนุษย์คิดขึ้น เพื่อแสดงออกแทนความคิด ความรู้สึก ความเชื่อ ค่านิยม วัตถุประสงค์ต่างๆ ของผู้ส่งสาร ซึ่งรหัสสารอาจแสดงออกมาเป็นสารที่เป็นภาษาพูด ภาษาเขียน (Verbal Message Code) และรหัสของสารที่ไม่ใช่ภาษาพูดหรือภาษาเขียน (Non-verbal Message Code)

2) เนื้อหาของสาร (Message Content) หมายถึง เรื่องราวต่างๆ ที่ผู้ส่งสารต้องการจะถ่ายทอดไปยังผู้รับสาร ซึ่งเนื้อหาของสารนั้นอาจแบ่งออกได้เป็นหลายประเภทหลายลักษณะตามเนื้อหาของสารในรูปแบบต่างๆ เช่น เนื้อหาโดยทั่วไป และเนื้อหาเฉพาะเนื้อหาเชิงวิชาการต่างๆ และเนื้อหาที่ไม่ใช่วิชาการ

**2.2.3 ช่องทางการสื่อสารหรือสื่อ (Channel or Media)** หมายถึง ที่นำหรือพาข่าวสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร หรือประสาทสัมผัสทั้ง 5 ของมนุษย์ที่รับรู้ความหมายจากสิ่งต่างๆ อันได้แก่ การมองเห็น การได้ยิน การดมกลิ่นการสัมผัสและการลิ้มรส สื่อแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ 1) สื่อที่เป็นมนุษย์ หรือสื่อบุคคล (Personal Media) 2) สื่อที่ไม่ใช่มนุษย์ ซึ่งอาจหมายถึงสื่อธรรมชาติ หรือประดิษฐ์ขึ้น อันได้แก่ สื่อมวลชน (Mass Media) และสื่อระยะไกล (Telecommunication)



**2.2.4 ผู้รับสาร (Receiver)** หมายถึง ผู้รับข่าวสารจากแหล่งสาร เป็นจุดหมายปลายทางที่สารส่งไปถึงอาจเป็นบุคคลธรรมดาที่กำลังรับฟัง ดู หรืออ่านข่าวสาร หรือเป็น สมาชิกของกลุ่มหรือไม่ก็เป็นมวลชน

**2.2.5 ผล (Effect)** ผลของการสื่อสาร หมายถึง การเปลี่ยนแปลง หรือ ข้อแตกต่าง (Change or discrepancy) ซึ่งเกิดขึ้นกับบุคคลหรือกลุ่มบุคคล อันเนื่องมาจากข่าวสารที่ได้รับ ซึ่งสามารถแยกเป็นระดับบุคคลหรือระดับส่วนรวม หรือกระทั่งระดับระหว่างบุคคลก็ได้ ในระดับบุคคล ซึ่งเป็นระดับจุลภาพ (Micro-individual lever) ผลของการสื่อสารมักจะปรากฏในรูปของการเปลี่ยนแปลงระดับความรู้ (Knowledge) ทัศนคติ (Attitude) และพฤติกรรม

**2.2.6 ปฏิกริยาโต้ตอบ (Feedback)** หมายถึง วิธีการหรือกิริยาท่าทางที่ฝ่ายผู้รับสารใช้หรือแสดงออกมาให้ผู้ส่งสารได้รับทราบ เป็นกลไกสำคัญที่ทำให้ผู้ส่งสารสามารถรู้ข่าวสารที่ส่งออกไป และมีลักษณะที่เป็นทั้งผลดีและผลเสียได้เช่นเดียวกัน ปฏิกริยาโต้ตอบนั้นมีหน้าที่สำคัญอีกอย่างหนึ่ง

### 2.3 รูปแบบการสื่อสาร

ทั้งนี้โดยอาศัยรูปแบบของการสื่อสารลักษณะต่างๆ ซึ่งได้มีการจำแนกรูปแบบการสื่อสารในหลายลักษณะตามหลักเกณฑ์ ที่ใช้ในการพิจารณาที่แตกต่างกันไป ในที่นี้จะกล่าวถึงรูปแบบของการสื่อสาร 3 ลักษณะ คือ (นพรัตน์ มณีรัตน์, 2541: 30-34)

#### 2.3.1 จำแนกตามทิศทางการสื่อสาร แบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ คือ

1) การสื่อสารแบบทางเดียว (One-way Communication) หมายถึง การสื่อสารที่ผู้ส่งสารถ่ายทอดสารไปยังผู้รับสารแต่เพียงฝ่ายเดียว ผู้รับสารไม่สามารถซักถามข้อสงสัยและแสดงความคิดเห็น

2) การสื่อสารแบบสองทาง (Two-way Communication) หมายถึง การสื่อสารที่ผู้ส่งสารข้อมูลข่าวสารไปยังผู้รับสารทางหนึ่งในขณะเดียวกันเมื่อผู้รับสารได้รับข้อมูลแล้วส่งข้อมูลข่าวสารตอบกลับมายังผู้ส่งสาร การสื่อสารที่ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารต่างก็สามารถรับและส่งข่าวสารซึ่งกันและกัน มีการเปิดโอกาสให้ผู้รับสารได้ซักถามข้อข้องใจหรือข้อสงสัยสามารถที่จะตอบสนองต่อกันเพื่อสร้างความเข้าใจได้อย่างชัดเจน การสื่อสารแบบนี้ผู้ส่งสารจะให้ความสำคัญกับปฏิกริยาโต้ตอบ (Feedback) ของผู้รับสาร

#### 2.3.2 จำแนกตามลักษณะการใช้ สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 รูปแบบ คือ

1) การสื่อสารแบบเป็นทางการ (Formal Communication) เป็นการสื่อสารที่เป็นลายลักษณ์มีระเบียบแบบแผน

2) การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ (Informal Communication) เป็นการสื่อสารที่เกิดขึ้นจากความสนิทสนมคุ้นเคย และจากความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในทางส่วนตัวมากกว่าตามธรรมชาติ

**2.3.3 จำแนกตามทิศทางการไหลของข่าวสาร** การสื่อสารในลักษณะนี้แบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ

1) การสื่อสารตามแนวตั้ง (Vertical Communication) โดยแบ่งออกเป็น

(1) การสื่อสารจากบนลงล่าง (Top-down หรือ Downward Communication) หมายถึง การส่งข่าวสารจากบุคคลที่มีตำแหน่งสูงกว่าลงมายังตำแหน่งที่ต่ำกว่าโดยออกมาในรูปแบบของนโยบาย แผนงาน ประกาศ รูปแบบนี้จะทำให้ผู้รับสารที่อยู่ในตำแหน่งต่ำกว่าไม่เกิดการพัฒนาศักยภาพของตนเอง ขาดความริเริ่ม คอยรับฟังคำสั่งอยู่เสมอ หลีกเลี่ยงการตัดสินใจ และไม่ก่อให้เกิดการมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน

(2) การสื่อสารจากล่างขึ้นบน (Bottom-up หรือ Upward Communication) หมายถึง การส่งข่าวสารจากผู้ส่งสารซึ่งอยู่ในระดับหรือตำแหน่งที่ต่ำกว่า เป็นการเปิดโอกาสให้สมาชิกในสังคมได้ติดต่อสื่อสารกัน โดยมีทั้งส่งสารและรับสารอย่างเท่าเทียมกันในลักษณะของการประชุม ปรึกษาหารือ การสัมมนา การพัฒนาศักยภาพของบุคลากร เสริมสร้างให้มีความคิดสร้างสรรค์ และทำให้สมาชิกทุกส่วนของสังคมนั้นมีโอกาสเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินการอย่างเต็มที่

2) การสื่อสารตามแนวนอนหรือแนวราบ (Horizontal Communication) หมายถึง การติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ที่มีระดับหรือตำแหน่งที่เสมอกัน ใกล้เคียงกัน เพื่อนฝูงญาติ พี่น้อง การก่อให้เกิดความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิด และเป็นการสื่อสารอีกรูปแบบหนึ่งที่ช่วยส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วมของสมาชิกในสังคม

## 2.4 วิธีการของการติดต่อสื่อสาร

**2.4.1 การสื่อสารแบบใช้ถ้อยคำหรือแบบวจนะ (Verbal Communication)** หมายถึง การสื่อสารที่อาศัยคำพูด หรือตัวเลขเป็นสัญลักษณ์ของข่าวสาร เพื่อใช้ในการสื่อความหมายให้ผู้รับสารเข้าใจความหมายได้อย่างชัดเจนและตรงตามกับผู้ส่งสารที่ต้องการ ได้แก่ การสนทนาการสัมภาษณ์ การเขียนบันทึก การเขียนรายงาน การประกาศข่าวสาร การประชุม เป็นต้น

**2.4.2 การสื่อสารแบบไม่ใช้ถ้อยคำหรือแบบอวจนะ (Non-Verbal Communication)** หมายถึง การสื่อสารโดยปราศจากคำพูด แต่แสดงออกทางท่าทางสีหน้า การเคลื่อนไหวส่วนใดส่วนหนึ่งของร่างกายตามธรรมชาติของคน เช่น การสั่นศีรษะแสดงถึงการปฏิเสธการพยักหน้าแสดงถึงการเข้าใจ หรือเห็นด้วย เป็นต้น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประสบการณ์



การสื่อสารในการพัฒนากลยุทธ์ด้านต่างๆ นั้นนอกจากจะต้องศึกษากระบวนการการสื่อสารแล้ว “กลยุทธ์การสื่อสาร” เป็นอีกวิธีการหนึ่งที่จะทำให้การสื่อสารประสบความสำเร็จได้ง่ายขึ้น ที่ทำให้เกิดเป็นกลยุทธ์การสร้างสาร กลยุทธ์การใช้สื่อ และกลยุทธ์เกี่ยวกับผู้รับสารเพื่อเป็นพื้นฐานในการสร้างกลยุทธ์การสื่อสารในรูปแบบต่างๆ (นันทญา หงส์รัตน์, 2550: 40)

1) กลยุทธ์เกี่ยวกับผู้ส่งสาร อิทธิพลของผู้ส่งสารเป็นสิ่งจำเป็นในการวิเคราะห์ผู้ส่งสารเพราะเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ต่างๆ ซึ่งอิทธิพลที่สำคัญของผู้ส่งสารนั้นคือ

(1) ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร

(2) ความดึงดูดใจของผู้ส่งสาร

ซึ่งแนวทางในการสร้างสารจากกลยุทธ์ผู้ส่งสารนั้น มีอยู่ 4 ประการ ได้แก่ การให้บริการข่าวสาร (Informing) การให้การศึกษาและความรู้ (Educating) การชักจูงโน้มน้าวใจ (Persuading) การให้บริการด้านความบันเทิง (Entertaining)

2) กลยุทธ์การสร้างสาร เป็นส่วนสำคัญที่สุดในกระบวนการสื่อสาร เพราะความสำคัญหรือประสิทธิภาพของการสื่อสารจะขึ้นอยู่กับ “สาร” เป็นสำคัญ ผู้ส่งสารจึงต้องให้ความสำคัญกับสารเป็นอันดับแรกในการสื่อสาร โดยองค์ประกอบของกลยุทธ์การสร้างสารนั้น ได้แก่ (1) วัตถุประสงค์ของการสื่อสาร (2) การกำหนดผู้รับสารเป้าหมาย (3) เนื้อหาหลักของสาร (4) หลักฐานสนับสนุน (5) ลีลาอารมณ์ของสาร

3) กลยุทธ์เกี่ยวกับผู้รับสาร แนวทางการสร้างกลยุทธ์ด้านผู้รับสาร ได้แก่ การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย (Target Audience) ซึ่งการวิเคราะห์กลุ่มผู้รับสารช่วยให้เกิดความเข้าใจรวมถึงคาดคะเนพฤติกรรมของผู้รับสารล่วงหน้าได้โดยลักษณะการวิเคราะห์ผู้รับสารเป้าหมาย (วิทยากร ท่อแก้ว, 2549: 32) ได้แก่ (1) ลักษณะทางประชากรศาสตร์ (2) ลักษณะทางจิตวิทยา (3) ลักษณะทางภูมิประเทศและที่ตั้งชุมชน (4) ลักษณะด้านความรู้ที่เกี่ยวข้อง (5) ลักษณะเกี่ยวกับสื่อที่มีอยู่ในพื้นที่

## 2.5 ความหมายของการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์มาจากคำว่า “ประชา” กับ “สัมพันธ์” ซึ่งตรงกับภาษาอังกฤษว่า “Public Relations” หรือย่อว่า “PR” จึงให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ว่า ความพยายามที่มีการวางแผนและเกิดเป็นการกระทำที่ต่อเนื่องส่งอิทธิพลเหนือความคิดและจิตใจของประชาชนกลุ่มเป้าหมายที่ได้วางไว้ ทั้งนี้การกระทำเกิดสิ่งที่ดีมีคุณค่าให้กับบุคคลและสังคม สร้างทัศนคติที่ดีต่อหน่วยงาน กิจกรรมและบริการ หรือสินค้าของบุคคลและหน่วยงาน เพื่อที่จะได้รับการสนับสนุน ความร่วมมือที่ดีจากประชาชนกลุ่มเป้าหมายอย่างต่อเนื่อง (พรทิพย์ พิมลสินธุ์, 2551: 4)

นอกจากนี้ปัจจุบันเป็นสังคมแห่งยุคเทคโนโลยีเป็นสมัยแห่งความหลากหลายทางสังคมสารสนเทศหรือยุคดิจิทัลเป็นสังคมองค์ความรู้ที่สามารถเข้าถึงง่ายอย่างหลากหลาย รวดเร็ว ตลอดจนความเจริญทางด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร ทำให้การประชาสัมพันธ์สมัยใหม่ ก่อให้เกิดการหลั่งไหลของข้อมูลข่าวสาร ความบันเทิง และวัฒนธรรมต่างชาติในสภาพไร้พรมแดนเกิดขึ้นได้ทุกกลุ่มช่วงวัยและทั่วโลกอย่างเห็นได้ชัด การประชาสัมพันธ์หากจะเปรียบก็เหมือนศาสนา

ของแต่ละองค์กร หน่วยงานแต่ละหน่วยงานจะต้องประพฤติปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด หากไม่เกิดการทำตาม ปฏิบัติอย่างจริงจังเคร่งครัดหรือประพฤตินอกจากหลักการ แนวทางแห่งคุณธรรม จรรยาบรรณของการประชาสัมพันธ์เกิดความเสื่อมเกิดความพิบัติภัย มีแต่ความยุ่งยากเกิดขึ้นกับองค์กรหรือหน่วยงานและสังคม อย่างไม่คาดคิดและไม่มีวันสิ้นสุดอย่างแน่นอน (วิจิตร อวาทกุล, 2541)

รุ่งรัตน์ ชัยสำเริง (2550: 2) นักวิชาการประชาสัมพันธ์ กล่าวว่า “การประชาสัมพันธ์คือ รูปแบบของการติดต่อสื่อสารเพื่อถ่ายทอดเรื่องราวข่าวสารทั้งที่เป็นข้อเท็จจริงและข้อคิดเห็นจากบุคคลในนามสถาบันหรือหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่งไปสู่กลุ่มเป้าหมายซึ่งหมายถึงประชาชนในพื้นที่โดยมีการวางแผน และกำหนดวัตถุประสงค์เพื่อดำเนินการเพื่อส่งสารไปให้ทราบ ในการชี้แจงให้เข้าใจถูกต้อง อันเป็นการสร้างและรักษา (To Build and Sustain) ความสัมพันธ์ที่ดี ตลอดจนเพื่อสร้างชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดีอย่างต่อเนื่องและยาวนาน

## 2.6 วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์เป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันระหว่างกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมีหลายกลุ่มด้วยกัน ซึ่งต้องสร้างเข้าใจกับกลุ่มคนให้ดีที่สุด องค์กรต้องมีจุดมุ่งหมายที่แน่ชัดและเหมาะสมกับกลุ่มประชาชนในสภาพการณ์ปัจจุบัน ดังนั้น เราสามารถแบ่งวัตถุประสงค์ทั่วไปของการประชาสัมพันธ์เป็น 2 ประเภท คือ

2.6.1 การสร้างความนิยมศรัทธา องค์กรใดหากต้องการได้รับความนิยมจากกลุ่มเป้าหมายที่วางไว้อย่างคืบคลาน จะต้องเป็นองค์กรที่มีความรับผิดชอบและทำประโยชน์ต่อสังคมอย่างเห็นเป็นรูปธรรมเกิดขึ้นในสังคมมาก และต้องให้ความรู้ความเข้าใจที่ดีเกิดขึ้นกับกลุ่มประชาชนด้วย เพราะหากร่างไม่กระทำสังคมก็จะไม่ทราบว่าองค์กรได้ทำกิจกรรมใดอะไรไปบ้างที่เกิดการเปลี่ยนแปลงในชุมชนสังคมนั้น

2.6.2 การป้องกันและรักษาภาพลักษณ์หรือชื่อเสียง เนื่องจากเป็นสิ่งสำคัญมากลำดับต้นๆ เพราะหากเกิดความเสื่อมเสียแล้วประชาชนก็จะขาดความนิยมและศรัทธา องค์กรก็จะดำเนินงานอย่างใดอย่างหนึ่งก็จะไม่ได้รับการยอมรับและเกิดความร่วมมือกันของประชาชนในที่สุดก็ไม่สามารถทำการใดๆ ให้บรรลุวัตถุประสงค์ได้ ดังนั้นองค์กรจะต้องรักษาภาพลักษณ์

และชื่อเสียงไว้ด้วยผลงานที่ดี เพื่อจะได้สร้างความนิยมและศรัทธาที่สามารถทำให้ได้รับความไว้วางใจจากประชาชนเป็นการรักษาชื่อเสียงขององค์กร

ในการที่มนุษย์ทำการสื่อสารกันนั้น จำเป็นต้องมีวัตถุประสงค์อย่างหนึ่งอย่างใดในการสื่อสารระหว่างกัน ซึ่งอาจจะเหมือนหรือแตกต่างกันก็ได้ ซึ่งสามารถสรุปวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสารและผู้รับสารในการสื่อสารได้ดังต่อไปนี้ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2529: 15-17)

1) วัตถุประสงค์ของผู้ส่งสาร ซึ่งเป็นวัตถุประสงค์หลักๆ ของผู้ส่งสารในการทำการสื่อสาร ได้แก่

1.1) เพื่อแจ้งให้ทราบ (to inform) โดยผู้ส่งสารมีความต้องการที่จะบอกแจ้งหรือชี้แจงข่าวสารเรื่องราว เหตุการณ์ ข้อมูล หรือสิ่งอื่นใดให้ผู้รับสารได้รับทราบหรือเกิดความเข้าใจ

1.2) เพื่อสอนหรือให้การศึกษา (to teach or educate) ผู้ส่งสารมีความต้องการที่จะสอนวิชาความรู้หรือเรื่องราวที่มีลักษณะเป็นวิชาการเพื่อให้ผู้รับสารได้รับความรู้เพิ่มขึ้นจากเดิม

1.3) เพื่อสร้างความพอใจหรือให้ความบันเทิง (to please or entertain) ผู้ส่งสารมีความต้องการที่จะทำให้ผู้รับสารเกิดความรื่นเริงบันเทิงใจจากสารที่ตนส่งออกไป ไม่ว่าจะในรูปแบบของการพูด การเขียนหรือการแสดงกิริยาท่าทาง

1.4) เพื่อเสนอหรือชักจูงใจ (to propose persuade) ผู้ส่งสารได้เสนอแนะสิ่งใดสิ่งหนึ่งต่อผู้รับสารและมีความต้องการชักจูงให้ผู้รับสารมีความคิดคล้อยตามหรือยอมรับปฏิบัติตามการเสนอแนะของตน

2) วัตถุประสงค์ของผู้รับ ในส่วนของผู้รับสาร เมื่อผู้รับสารได้เข้าร่วมในกิจกรรมทางการสื่อสารกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งผู้รับสารก็มีวัตถุประสงค์หรือความต้องการอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างจากการสื่อสารนั้นๆ กล่าวโดยสรุปวัตถุประสงค์หลักๆ ของผู้รับสารในการทำการสื่อสาร ได้แก่

2.1) เพื่อทราบ (to know or understand) ในการเข้าร่วมกิจกรรมทางการสื่อสารนั้นผู้รับสารมีความต้องการที่จะทราบเรื่องราวข่าวสาร เหตุการณ์ ข้อมูล หรือสิ่งอื่นใดที่มีผู้แจ้งหรือรายงานหรือชี้แจงหากข่าวสารที่ได้รับทราบนั้นเป็นของใหม่ ก็ทำให้ผู้รับสารได้ข่าวสารเพิ่มเติมหากข่าวสารที่ได้รับทราบนั้นเป็นสิ่งที่ตนได้เคยทราบมาก่อน ก็เป็นการยืนยันความถูกต้องของข่าวสารที่ตนมีอยู่ให้เกิดความมั่นใจยิ่งขึ้น ในทางตรงกันข้าม หากข่าวสารที่ได้มาใหม่ขัดแย้งกับข่าวสารที่ตนมีอยู่เดิม ผู้รับสารก็จะได้ใคร่ครวญว่าข่าวสารใดมีความน่าเชื่อถือหรือมีความถูกต้องมากกว่ากัน

2.2) เพื่อเรียนรู้ (to learn) การแสวงหาความรู้ของผู้รับสารจากการสื่อสารลักษณะของสารในกรณีนี้ มักจะเป็นสารที่มีเนื้อหาสาระเกี่ยวกับวิชาความรู้และวิชาการเป็นการหาความรู้เพิ่มเติม และเป็นการทำความเข้าใจกับเนื้อหาสาระในการสอนของผู้ส่งสาร

2.3) เพื่อหาความพอใจ (to enjoy) โดยปกติคนเรานั้นนอกจากต้องการจะทราบข่าวคราวเหตุการณ์ และศึกษาหาความรู้แล้ว ยังต้องการความบันเทิงต้องการการพักผ่อนหย่อนใจด้วย

2.4) เพื่อการทำหรือตัดสินใจ (to dispose or decide) ในการดำเนินชีวิตประจำวันนั้น สิ่งหนึ่งที่เราต้องกระทำอยู่เสมอก็คือ การตัดสินใจการทำการอย่างใดอย่างหนึ่งในการตัดสินใจของเรานั้น มักจะได้รับการเสนอแนะหรือชักจูงใจให้กระทำอย่างนั้นอย่างนี้จากบุคคลอื่นอยู่เสมอ ทางเลือกในการตัดสินใจของเราขึ้นอยู่กับว่าข้อเสนอแนะนั้นๆ มีความน่าเชื่อถือและเป็นไปได้เพียงใด รวมทั้งอาศัยจากข่าวสาร ข้อมูลความรู้ และความเชื่อที่เราสั่งสมมาเป็นเครื่องมือในการตัดสินใจของเรา

## 2.7 กระบวนการการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์เป็นวิธีการหนึ่งที่ได้รับการยอมรับจากองค์กร เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการทำงานเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนาให้กับองค์กร สินค้า และการบริการการประชาสัมพันธ์เป็นกระบวนการ (Process) มีการกระทำที่มีความต่อเนื่อง ไม่หยุดนิ่ง ประกอบไปด้วย การวางแผนงานประชาสัมพันธ์ (Planning) เป็นขั้นตอนของการนำเข้าสู่ข้อมูลมาใช้ในการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ที่มีความสอดคล้องกับสถานการณ์ตามขั้นตอนต่างๆ ดังนี้ 1) การกำหนดเป้าหมายและวัตถุประสงค์ (Goals and Objectives Set) 2) การวิเคราะห์เป้าหมาย (Analysis of Target publics) เพื่อนำไปใช้ในการกำหนดทางเลือกในการปฏิบัติ 3) ทางเลือกในการปฏิบัติ (Action Alternative) เป็นการเลือกรูปแบบ วิธีการเนื้อหาและทำให้แผนนั้นบรรลุผลตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่วางไว้ 4) แผนเชิงกลยุทธ์ (Strategic Plans) ขั้นตอนการดำเนินการประชาสัมพันธ์ (Action) เป็นแผนที่วางไว้ไปปฏิบัติโดยมุ่งเน้นที่การใช้สื่อและเครื่องมือทางการประชาสัมพันธ์อย่างเหมาะสมและสุดท้ายขั้นตอน การประเมินผลการประชาสัมพันธ์ (Evaluation)

จากการสื่อสารเป็นกระบวนการ และภายในกระบวนการสื่อสารนั้นก็มียุทธศาสตร์ประกอบย่อยๆ ที่สัมพันธ์กันอย่างเป็นระบบ สามารถที่จะพิจารณาองค์ประกอบเหล่านั้นได้ดังต่อไปนี้

(กิติมา สุรสนธิ, 2540: 6-17; บุญเลิศ ศุภคิดถ, 2523:1 6-18)

1) ผู้ส่งสาร (Sender) เป็นองค์ประกอบในกระบวนการสื่อสารเป็นจุดเริ่มต้นของกระบวนการ ผู้ส่งสาร หมายถึง ทั้งบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่มีความคิด มีความต้องการมีความตั้งใจที่จะส่งข่าวสาร อารมณ์ ความรู้สึกนึกคิด ความคิดเห็น ทศนคติ ความเชื่อ และอื่นๆ ไปยังผู้รับสาร

ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่า ผู้ส่งสารเป็นองค์ประกอบที่มีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบอื่นๆ ทั้งการเลือกข้อมูลข่าวสาร สารที่จะส่งถ่ายทอดไป การเลือกวิธีการ และช่องทางที่จะทำให้อาสาไปถึงผู้รับ รวมทั้งการเลือกและกำหนดผู้รับสารที่จะเป็นผู้รับข้อมูลข่าวสาร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในระดับใดระดับหนึ่ง หรือในด้านใดด้านหนึ่งกับบุคคลที่ตนสื่อสารด้วย เช่น การเปลี่ยนแปลงการรับรู้ การเปลี่ยนแปลงความเชื่อ ทักษะคติ และพฤติกรรมของบุคคล กลุ่ม หรือสังคม เป็นต้น

2) สาร (Message Codes) คือ ภาษา สัญลักษณ์ สัญญาณ ที่มนุษย์คิดขึ้น เพื่อแสดงออกแทนความคิด ความรู้สึก ความเชื่อ ค่านิยมวัตถุประสงค์ต่างๆ ของผู้ส่งสาร ซึ่งรหัสสารอาจถูกแสดงออกมาเป็นสารที่เป็นภาษาพูด ภาษาเขียน (Verbal Message Code) และรหัสของสารที่ไม่ใช่ภาษาพูด หรือภาษาเขียน (Non – verbal Message Codes)

2.1) รหัสสาร (Message Codes) คือ ภาษา (Language) หรือสัญลักษณ์ (Symbol) หรือสัญญาณ (Signal) ที่มนุษย์คิดขึ้น เพื่อแสดงออกแทนความคิด ความรู้สึก ความเชื่อ ค่านิยม วัตถุประสงค์ต่างๆ ของผู้ส่งสาร ซึ่งรหัสสารอาจแสดงออกมาเป็นสารที่เป็นภาษาพูด ภาษาเขียน (Verbal Message Code) และรหัสของสารที่ไม่ใช่ภาษาพูดหรือภาษาเขียน (Non-verbal Message Code)

2.2) เนื้อหาของสาร (Message Content) หมายถึง เรื่องราวต่างๆ ที่ผู้ส่งสารต้องการจะถ่ายทอดไปยังผู้รับสาร ซึ่งเนื้อหาของสารนั้นอาจแบ่งออกได้เป็นหลายประเภทหลายลักษณะตามเนื้อหาของสารในรูปแบบต่างๆ เช่น เนื้อหาโดยทั่วไป และเนื้อหาเฉพาะเนื้อหาเชิงวิชาการต่างๆ และเนื้อหาที่ไม่ใช่วิชาการ หรืออาจเป็นเนื้อหาประเภทบอกเล่ากับเนื้อหาประเภทนาร์รหัสสารมาเรียบเรียง เพื่อให้ได้ใจความตามเนื้อหาที่ต้องการ ซึ่งมักจะขึ้นกับลักษณะ โครงสร้างของภาษา (Structure) และบุคลิกลักษณะของแต่ละบุคคลซึ่งส่วนใหญ่จะจัดเรียงลำดับสารจะออกมาในรูปแบบลีลา (Styles) ส่วนตัวที่ขึ้นอยู่กับบุคลิกลักษณะของผู้ส่งแต่ละคนว่ามีบุคลิกลักษณะแตกต่างกันไปอย่างไร เช่น คนที่อารมณ์เย็น มักพูดจาด้วยวิธีการที่สุภาพ สุขุมเยือกเย็น ในขณะที่คนอารมณ์ร้อน มักพูดรวบรัดสรุป เพื่อให้จบเร็วๆ เป็นต้น

3) ช่องทางการสื่อสารหรือสื่อ (Channel or Media) หมายถึง พาหนะที่นำหรือพาข่าวสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร ดังนั้น ช่องทางการสื่อสาร จึงอาจหมายถึง ประสาทสัมผัสทั้ง 5 ของมนุษย์ที่รับรู้ความหมายจากสิ่งต่างๆ อันได้แก่ การมองเห็น การได้ยิน การดมกลิ่นการสัมผัส และการลิ้มรส เป็นต้น นอกจากนี้ ช่องสารหรือสื่อยังอาจหมายถึง คลื่นแสง คลื่นเสียงและอากาศที่อยู่รอบๆ ตัวเราด้วย สื่อแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ



1) สื่อที่เป็นมนุษย์ หรือสื่อบุคคล (Personal Media) อันได้แก่ บุคคลที่เป็นผู้นำสารไปยังผู้รับสาร หรือในอีกแง่หนึ่งก็คือ ผู้ส่งสารนั่นเองที่ทำการเข้ารหัสสาร (Encode) ให้ผู้รับสารได้รับรู้และเข้าใจในสิ่งที่ตนต้องการ

2) สื่อที่ไม่ใช่มนุษย์ ซึ่งอาจหมายถึง สื่อธรรมชาติ หรือประดิษฐ์ขึ้น อันได้แก่ สื่อมวลชน (Mass Media) และสื่อระยะไกล (Telecommunication) สำหรับสื่อที่เป็นสื่อมวลชนนี้แบ่งได้ออกเป็น 2 ประเภท คือ สื่อสิ่งพิมพ์ (Printed Media) อันได้แก่หนังสือพิมพ์ นิตยสาร หนังสือ แผ่นพับ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Media) อันได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ และภาพยนตร์

(กิติมา สุรสนธิ, 2540, น. 6-17)

3) ผู้รับสาร (Receiver) หมายถึง ผู้รับข่าวสารจากแหล่งสาร เป็นจุดหมายปลายทางที่สารส่งไปถึงอาจเป็นบุคคลธรรมดาที่กำลังรับฟัง ดู หรืออ่านข่าวสาร หรือเป็น สมาชิกของกลุ่มหรือไม่ก็เป็นมวลชน

4) ผล (Effect) ผลของการสื่อสาร หมายถึง การเปลี่ยนแปลง หรือ ข้อแตกต่าง (Change or discrepancy) ซึ่งเกิดขึ้นกับบุคคลหรือกลุ่มบุคคล อันเนื่องมาจากข่าวสารที่ได้รับ ซึ่งสามารถแยกเป็นระดับบุคคลหรือระดับส่วนรวม หรือกระทั่งระดับระหว่างบุคคลก็ได้ ในระดับบุคคล ซึ่งเป็นระดับจุลภาพ (Micro-individual lever) ผลของการสื่อสารมักจะปรากฏในรูปของการเปลี่ยนแปลงระดับความรู้ (Knowledge) ทศนคติ (Attitude) และพฤติกรรม

5) ปฏิกริยาโต้ตอบ (Feedback) หมายถึง วิธีการหรือกิริยาท่าทางที่ฝ่ายผู้รับสารใช้หรือแสดงออกมาให้ผู้ส่งสารได้รับทราบ ทั้งนี้สืบเนื่องจากผล (Consequence) ของข่าวสารปฏิกริยาโต้ตอบนับว่าเป็นกลไกสำคัญที่ทำให้ผู้ส่งสารสามารถหยั่งทราบข่าวสารที่ส่งออกไปนั้นได้รับผลตามเป้าหมายหรือไม่เพียงไร ลักษณะของปฏิกริยาโต้ตอบอาจเป็นไปด้วยตั้งใจและโดยสำคัญก็ได้ และมีลักษณะที่เป็นทั้งผลดีและผลเสียได้เช่นเดียวกัน ปฏิกริยาโต้ตอบนั้นมีหน้าที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งคือ เป็นกลไกควบคุม (Control or Cybernetic Mechanism) ของกระบวนการสื่อสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งปฏิกริยาโต้ตอบที่เป็นผลเสียหรือเชิงลบ มีบทบาทสำคัญมากเพราะจะคอยแจ้งให้ผู้ส่งสารทราบว่าการส่งสารผิดพลาด ล้มเหลว หรือบกพร่องแค่ไหนเพียงไร เพื่อจะได้หาทางปรับปรุงและแก้ไขให้ดีขึ้น

## 2.8 ประสิทธิภาพของสื่อบุคคล

เสถียร เชยประทับ (2528) ได้อธิบายความหมายของประสิทธิภาพของสื่อบุคคลไว้ดังนี้

1) สามารถทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข่าวสารแบบบุคคลวิधि ถ้าผู้รับสารไม่เข้าใจก็สามารถที่จะไต่ถามหรือขอข่าวสารเพิ่มเติมจากผู้ส่งสารได้ในเวลาอันรวดเร็ว ส่วนผู้ส่งสาร

ก็สามารถปรับปรุงแก้ไขสารที่ออกไปให้เข้ากับความต้องการ และความเข้าใจของผู้รับสารได้ในเวลาอันรวดเร็วเช่นกัน

2) สามารถจูงใจบุคคลให้เปลี่ยนทัศนคติที่ฝังรากลึกได้ ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข่าวสารแบบขลุ่ยวิดี การพูดคุยเป็นกันเอง โดยส่วนตัวทำให้ผู้พูดและผู้ฟังเกิดความเป็นกันเอง และทำให้ผู้ฟังยอมรับความคิดเห็นของผู้พูดง่ายขึ้น การสื่อสารแบบเผชิญหน้ากัน ทำให้ผู้พูดสามารถตัดแปลงเรื่องราวต่างๆ ให้ตรงกับความต้องการของผู้ฟังได้ การสื่อสารแบบนี้ทำให้ผู้ฟังรู้สึกว่าคุณเองได้รับรางวัลในเรื่องที่ว่า สามารถแสดงความคิดเห็นกับผู้พูดได้

Roger and Shoemaker (1971) กล่าวว่า “ในกรณีที่ต้องการให้บุคคลใดๆ เกิดการยอมรับข่าวสารที่เสนอไป หรือจะทำการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพที่สุด เพื่อให้มีการตัดสินใจยอมรับข่าวสารนั้น ควรใช้การสื่อสารระหว่างบุคคลโดยใช้สื่อบุคคลเป็นผู้เผยแพร่ข่าวสาร สื่อบุคคลนี้จะมีประโยชน์มากในกรณีที่ผู้ส่งสารหวังผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมในการรับข่าวสารนั้น นอกจากนี้ยังเป็นวิธีที่ช่วยให้ผู้รับข่าวสารมีความเข้าใจกระจ่างชัดต่อสารและตัดสินใจรับข่าวสารได้อย่างมั่นใจยิ่งขึ้นด้วย”

เสถียร เขยประทับ, 2528 ได้กล่าวว่า “ในกรณีสื่อสารระหว่างบุคคลนี้จะเป็นต้องใช้สื่อบุคคล (Personal media) ซึ่งหมายถึง ตัวบุคคลที่นำพาข่าวสารจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่งโดยอาศัยสื่อสารระหว่างตัวต่อตัวระหว่างบุคคล 2 คน หรือมากกว่า 2 คนขึ้นไป”

สำหรับประสิทธิภาพของสื่อมวลชนและสื่อบุคคลนั้น นักวิชาการทางการสื่อสารส่วนใหญ่ต่างเห็นพ้องต้องกันว่า สื่อมวลชนจะมีประสิทธิภาพมากกว่าสื่อบุคคลในการให้ข่าวสารแก่คนจำนวนมาก เพื่อก่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งอย่างถูกต้อง ส่วนสื่อบุคคลจะมีประสิทธิภาพมากกว่าในการชักจูงใจให้บุคคลมีทัศนคติต่อเรื่องนั้นๆ ตามแนวทางที่มุ่งหวังดังเช่น

## 2.9 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อประชาสัมพันธ์

(ลดาวัลย์ ยมจินดา, 2535 : 156-161) แบ่งกลุ่มปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อประชาสัมพันธ์ ได้คือ 1) กลุ่มประชาชนเป้าหมาย 2) เรื่องหรือข่าวสารที่จะเผยแพร่ลักษณะของเรื่องหรือข่าวสารที่จะเผยแพร่เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยในการเลือกสื่อ 3) วัตถุประสงค์ของการเลือกสื่อ ในการเลือกสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์แต่ละครั้ง 4) ระยะเวลา เรื่องเวลาที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสื่อนี้คือ ระยะเวลาที่ใช้ในการจัดทำสื่อต่างๆ 5) งบประมาณ การตัดสินใจเลือกใช้สื่อใดก็ต้องพิจารณาด้วยว่า ค่าใช้จ่ายในการจัดทำและใช้สื่อ 6) ลักษณะของสื่อแต่ละชนิด ผู้ที่รับผิดชอบตัดสินใจเลือกสื่อต้องตระหนักถึงลักษณะเฉพาะของสื่อแต่ละอย่างอยู่ตลอดเวลา

## 2.10 ประสิทธิภาพของการใช้สื่อประชาสัมพันธ์

การสื่อสารประชาสัมพันธ์ที่ดีนั้น มีการคำนึงถึงประสิทธิภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ สื่อประชาสัมพันธ์ต้องมีการวางแผน ต้องปฏิบัติงานให้เป็นไปตามแผน สื่อประชาสัมพันธ์ต้องเข้ากับวัฒนธรรมได้ สื่อประชาสัมพันธ์ต้องเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย สื่อประชาสัมพันธ์ต้องเป็นการสื่อสารแบบ 2 ทาง ต้องรับฟังความคิดเห็นของประชาชนกลุ่มเป้าหมายเพื่อที่จะทราบผลสะท้อนกลับที่มีต่อองค์กร สื่อประชาสัมพันธ์ต้องมีความต่อเนื่องและน่าเชื่อถือ ต้องใช้สื่อหลากหลายและประจำสม่ำเสมอ เพื่อให้ผู้รับสารจดจำได้ ตัวสื่อเองต้องมีความน่าเชื่อถือด้วย เพราะยิ่งสื่อมีความน่าเชื่อถือมากเพียงใด ข่าวสารขององค์กรก็จะน่าเชื่อถือมากเช่นกัน องค์กรนักประชาสัมพันธ์ต้องมีความรู้ความเข้าใจในคุณสมบัติหรือธรรมชาติของสื่อแต่ละประเภท เลือกใช้สื่อประชาสัมพันธ์ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย ก็จะทำให้ สื่อประชาสัมพันธ์นั้นเกิดประสิทธิผลมาก

นภทรณ์ อัจฉริยะกุล (2527 : 84) นั่นก็คือความเร็ว สื่อแต่ละชนิดมีความเร็วเร็วต่างกัน สื่อที่มีความเร็วมากคือ วิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ ส่วนหนังสือพิมพ์ นิตยสาร รวมไปถึงสิ่งพิมพ์อื่นๆ จะมีกระบวนการผลิตที่อยู่ยากกว่าจึงช้ากว่าความคงทนถาวร สื่อที่มีความคงทนถาวรคือสื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และสิ่งพิมพ์ต่างๆ เหมาะสม เนื้อหาของข่าวสารที่มีรายละเอียดมาก แต่สื่อที่มีความคงทนน้อย เช่น สื่อวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ เหมาะสมนำเสนอข่าวที่ชั้กใจ โน้มน้าวใจการเปิดโอกาสให้ผู้รับมีส่วนร่วม สื่อบางชนิดเปิดโอกาสให้ผู้รับสารมีส่วนร่วมด้วยจะให้ผลดีในการประชาสัมพันธ์มากกว่า

## 2.11 วิธีการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์

การใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ให้ประสบผลสำเร็จต้องพิจารณาถึงหลักเกณฑ์ (นภทรณ์ อัจฉริยะกุล, 2527 : 83) ดังต่อไปนี้ 1) การกระทำซ้ำ (Repeating) คือ การใช้สื่อเพื่อการตอกย้ำให้บ่อยขึ้น ติดต่อกันไปจะช่วยให้เกิดความสนใจยิ่งขึ้น 2) การเข้าไปมีส่วนร่วม (Participation) ประชาชน ควรมีส่วนร่วมในกิจกรรม

## 2.12 การวัดประสิทธิภาพของสื่อประชาสัมพันธ์

ปาริชาติ สถาปิตานนท์ (2551: 75) ได้จำแนกประเภทของการสื่อสารไว้แตกต่างกันหลายลักษณะ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับว่าจะใช้อะไรเป็นเกณฑ์ในการจำแนก ในที่นี้จะแสดงการจำแนกประเภทของการสื่อสาร โดยอาศัยเกณฑ์ในการจำแนกที่สำคัญ 3 ประการ คือ

1) จำแนกตามกระบวนการหรือการไหลของข่าวสาร แบ่งเป็น 2 ประเภทคือ

1.1) การสื่อสารทางเดียว (one-way communication) คือการสื่อสารที่ข่าวสารจะถูกส่งจากผู้ส่งไปยังผู้รับในทิศทางเดียว โดยไม่มีการตอบโต้กลับจากฝ่ายผู้รับ เช่น การสื่อสารผ่านสื่อ วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ การออกคำสั่งหรือมอบหมายงาน โดย ฝ่ายผู้รับไม่มีโอกาส



แสดงความคิดเห็น ซึ่งผู้รับอาจไม่เข้าใจข่าวสาร หรือเข้าใจไม่ถูกต้องตามเจตนาของผู้ส่งและทางฝ่ายผู้ส่งเมื่อไม่ทราบปฏิกิริยาของผู้รับจึงไม่อาจปรับการสื่อสารให้เหมาะสมได้ การสื่อสารแบบนี้สามารถทำได้รวดเร็วจึงเหมาะสำหรับการสื่อสารในเรื่องที่เข้าใจง่ายในสถานการณ์ของการสื่อสารบางอย่าง มีความจำเป็นต้องใช้การสื่อสารทางเดียว แม้ว่าเรื่องราวที่สื่อสารจะมีความ ซับซ้อนก็ตาม เช่น กรณีผู้รับและผู้ส่งไม่อาจพบปะ หรือติดต่อสื่อสารกันได้โดยตรง การสื่อสาร แบบกลุ่มใหญ่ และการสื่อสารมวลชนซึ่งไม่อาจทราบผู้รับที่แน่นอน

1.2) การสื่อสารสองทาง (two-way communication) คือการสื่อสารที่มีการส่งข่าวสารตอบกลับไปมาระหว่างผู้สื่อสาร ดังนั้นผู้สื่อสารแต่ละฝ่ายจึงเป็นทั้งผู้ส่งและผู้รับในขณะเดียวกัน ผู้สื่อสารมีโอกาสทราบปฏิกิริยาตอบสนองระหว่างกัน ทำให้ทราบผลของการสื่อสารว่าบรรลุจุดประสงค์หรือไม่ และช่วยให้สามารถปรับพฤติกรรมในการสื่อสารให้ เหมาะสมกับสถานการณ์ ตัวอย่างการสื่อสารแบบสองทาง เช่น การพบปะพูดคุยกัน การพูด โทรศัพท์ การออกคำสั่งหรือมอบหมายงาน โดยฝ่ายรับมีโอกาสแสดงความคิดเห็น การสื่อสาร แบบนี้จึงมีโอกาสประสบความสำเร็จได้มากกว่า แต่ถ้าเรื่องราวที่จะสื่อสารเป็นเรื่องง่าย อาจทำให้ เสียเวลาโดยไม่จำเป็นในสถานการณ์ของการสื่อสารบางอย่าง เช่น ในการสื่อสารมวลชน ซึ่งโดย ปกติมีลักษณะเป็นการสื่อสารทางเดียว นักสื่อสาร มวลชนก็มีความพยายามที่จะทำให้มีการสื่อสาร 2 ทางเกิดขึ้น โดยการให้ประชาชนส่งจดหมาย โทรศัพท์ ตอบแบบสอบถาม กลับไป ยังองค์กรสื่อมวลชน เพื่อนำผลไปปรับปรุงการสื่อสารให้บรรลุผลสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

## 2) จำแนกตามภาษาสัญลักษณ์ที่แสดงออก

2.1) การสื่อสารวัจนะ (verbal communication) หมายถึงการสื่อสารด้วยการใช้ภาษาพูด หรือเขียนเป็นคำพูด ในการสื่อสาร

2.2) การสื่อสารอวัจนะ (non-verbal communication) หมายถึงการสื่อสารโดยใช้รหัสสัญญาณอย่างอื่น เช่น ภาษาท่าทาง การแสดงออกทางใบหน้า สายตา ตลอดจนน้ำเสียง ระดับเสียง ความเร็วในการพูด เป็นต้น

3) จำแนกตามจำนวนผู้สื่อสารกิจกรรมต่างๆ ของบุคคลและสังคม ถือว่าเป็นผลมาจาก การสื่อสารทั้งสิ้น

ดังนั้นการสื่อสารจึงมีขอบข่ายครอบคลุมลักษณะการสื่อสารของมนุษย์ 3 ลักษณะคือ

3.1) การสื่อสารส่วนบุคคล (intrapersonal communication)

3.2) การสื่อสารระหว่างบุคคล (interpersonal communication)

3.3) การสื่อสารมวลชน (mass communication)

สรุปการประชาสัมพันธ์ คือ การที่องค์กรให้ข้อมูลสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้สร้างความเข้าใจ ความร่วมมือและสนับสนุนจากประชาชน รวมทั้งมีส่วนช่วยภาพลักษณ์ที่ดี องค์กร หน่วยงาน การประชาสัมพันธ์ จะประสบผลสำเร็จได้ต้องอาศัย การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ ต้องมีการวางแผน กำหนดวัตถุประสงค์ และการดำเนินการจริงตามแผนที่ได้วางไว้ อย่างเหมาะสม ในการนำข่าวสารที่ต้องการประชาสัมพันธ์ จากองค์กรไปสู่กลุ่มเป้าหมายการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ เป็นการวัดประสิทธิภาพของเพื่อให้ได้ทราบผลชัดเจนและนำมาปรับปรุงให้ดีขึ้นในครั้งต่อไป อันจะส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพในการดำเนินงานและให้ผลทางบวกในการสื่อสารครั้งต่อไป

### 3. ทฤษฎีสารที่วัดด้วยเรื่องความรู้ ทศนคติ และการปฏิบัติ

KAP theory ย่อมาจาก ความรู้ (knowledge) ทศนคติ (attitude) และการปฏิบัติ (practice) เป็นเพียงเครื่องมือเพื่อใช้ในการสำรวจ (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร:2559) การสื่อสารทางสังคมจึงสามารถสะท้อนถึงผลกระทบในด้านดังกล่าวได้ ยิ่งระบบสังคมเน้นในเรื่องเสถียรภาพ และระบบสื่อสารเน้นในการรวมศูนย์ของข่าวสาร จึงอาจสะท้อนถึง ผลกระทบที่มีต่อสังคมได้ เพราะสังคมที่มีการรวมศูนย์ก็จะเกิดผลกระทบต่อผู้รับสารแบบหนึ่ง ซึ่งแตกต่างจากผลกระทบที่เกิดจากสังคมที่มีการรวมศูนย์สูง เช่นเดียวกันผลกระทบที่เกิดกับบุคคล ผู้รับสารก็ก็สามารถสะท้อนถึงระบบสื่อสารได้ในเชิงกลับกัน ผลกระทบจึงกลายเป็นกลไกของสังคมที่สะท้อนเป็นส่วนหนึ่งของการย้อนกลับสาร (feedback) ได้ผลกระทบที่เกิดขึ้นกับผู้รับสารแบ่งได้ 3 ลักษณะคือ

- 1) ความรู้ (knowledge or cognition)
- 2) ทศนคติ (attitude or affection)
- 3) พฤติกรรม (practice or behavior)

#### 3.1 ความหมายของ ทฤษฎีสารที่วัดด้วยเรื่องความรู้ ทศนคติ และการปฏิบัติ (KAP theory)

ความรู้ KAP หมายถึง ข้อเท็จจริงที่สังเกตเห็นได้จากผลการรับรู้ข่าวสาร ที่ผู้ส่งสารต้องการส่งไปยัง ผู้ที่รับรู้ข้อเท็จจริงจะเป็นผู้ที่ได้รับความรู้ในเรื่องนั้นๆ ทศนคติ KAP หมายถึง ความรู้สึกทั่วไปของบุคคลที่เกี่ยวกับประเด็นปัญหาที่เชื่อมโยงกับสิ่งได้รู้มา พฤติกรรม KAP หมายถึง การกระทำใดๆ อันเนื่องมาจากการมีทศนคติที่มาจากกรรับรู้ในเรื่องนั้นซึ่งวัดด้วยความถี่/ความบ่อย

#### 3.2 ประโยชน์ KAP

KAP มีประโยชน์ต่อการวางแผนการสื่อสารมีจำเป็นต้องมีข้อมูลในรายละเอียด ที่จำเป็นต้องใช้สนับสนุนกิจกรรม ก็จำเป็นต้องดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยเฉพาะ การวิจัย

กลุ่มเจาะลึก (focus groups) หรือการสัมภาษณ์เจาะลึก (in-depth interview) ควบคู่ไปกับการสังเกตการณ์ ด้วยเหตุนี้การสำรวจ KAP จำเป็นต้องมีเครื่องมือที่นำไปปฏิบัติจริงได้และเป็นแนวทางให้กับโครงการ เพื่อหา KAP ในการดำเนินโครงการ ซึ่งมี 6 ขั้นตอน ดังนี้ 1) ขั้นตอนการระบุวัตถุประสงค์ของโครงการ 2) ขั้นตอนการพัฒนาระเบียบวิธีการสำรวจ 3) ขั้นตอนการออกแบบสอบถามเพื่อการสำรวจ 4) ขั้นตอนการเข้าสู่สนามเพื่อการวิจัยเชิงสำรวจ 5) ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล 6) ขั้นตอนการนำข้อสรุปไปใช้

การวิเคราะห์ผลที่ได้จะทำให้ผู้จัดการโครงการใช้เป็นหลักฐานในการทราบถึงความต้องการของคนในท้องถิ่นเพื่อใส่ตัวการของโครงการที่เหมาะสมเพื่อประโยชน์ต่อการชี้แจง แสดงเหตุผลและการพัฒนานโยบาย ซึ่งมักพบว่า ค่าเฉลี่ยความรู้จะมีค่าเฉลี่ยมากกว่าทัศนคติและค่าเฉลี่ยทัศนคติจะมากกว่าค่าเฉลี่ยการปฏิบัติ หากค่าทั้งสามมีความใกล้เคียงกันย่อมแสดงถึงผลสัมฤทธิ์สูงจากโครงการที่ทุกคนยอมมีส่วนร่วมในการลงมือปฏิบัติ หากกิจกรรมที่ค้นพบจากคำตอบที่ได้จากการวิจัยก็จะแสดงถึงว่ากิจกรรมมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลนำไปสู่ความสำเร็จในพื้นที่

จุมพล รอดคำดี (2533 : 40) ได้อธิบายว่า การทดสอบประสิทธิผลของสื่อก็คือการวัดปฏิกิริยาและพฤติกรรมของกลุ่มบุคคล หลังจากได้มีการใช้สื่อไปแล้วว่า สื่อนั้นสามารถทำให้เกิดความรู้และเข้าใจเพิ่มขึ้นหรือไม่ สามารถกระตุ้นให้เกิดความอยากรู้อยากเห็นเพียงใด สามารถโน้มน้าวใจให้เปลี่ยนทัศนคติได้หรือไม่ และสามารถทำให้เกิดการเปลี่ยนพฤติกรรมได้เพียงใดในเรื่องการสื่อสารที่มีประสิทธิผลว่า จะต้องก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในตัวผู้รับสาร 3 ประเด็นตามทฤษฎี KAP คือ การเปลี่ยนแปลงในระดับความรู้ (Knowledge Change) การเปลี่ยนแปลงในระดับทัศนคติ (Attitude Change) การเปลี่ยนแปลงในระดับพฤติกรรม (Practice Change) การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ในการดำเนินโครงการขององค์กรนั้น เมื่อองค์กรได้มีการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายด้วยการเปิดรับสื่อแล้ว องค์กรสามารถวัดประสิทธิผลของ สื่อประชาสัมพันธ์ได้ว่าเป็นอย่างไร ผู้รับสารต้องได้รับการเปลี่ยนแปลงใน 3 ประเด็นข้างต้น

### 3.3 แนวความคิดด้านความรู้

Bryan A. Garner.(2016) ได้อธิบายคำจำกัดความของความรู้ที่มีลักษณะแตกต่างกันแบ่งออกเป็น 3 ลักษณะ ดังนี้ที่สำคัญคือความรู้ เป็นลักษณะของข้อเท็จจริง (Fact) ความจริง (Truths) หรือหลักการทั่วไป (principles) ความรู้คือรู้ (Known) หรืออาจจะรู้ (May be known) ความรู้คือจิตสำนึก ความสนใจ (Awareness) และ เกษม วัฒนชัย (2544: 39-40) ได้อธิบายความหมายของความรู้ว่า การรวบรวมความคิดของมนุษย์จัดให้เป็นหมวดหมู่และประมวลสาระที่สอดคล้องตรงการ โดยนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในทัศนะของ ฮอสเปอร์ (อังกิน มาโนช เวชพันธ์, 2532: 15-16) คำว่า

ความรู้ (Knowledge) นั้น นับเป็นขั้นแรกของพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับความสามารถในการจดจำ ซึ่งอาจจะนำความนึกได้ มองเห็น ได้ยิน หรือ ได้ฟัง ความรู้นี้เป็นหนึ่งในขั้นตอนของการเรียนรู้ โดยประกอบไปด้วยความหมายของ ข้อเท็จจริง ทฤษฎีกฎ โครงสร้าง วิธีการแก้ไขปัญหาและมาตรฐาน ทั้งนี้จากกล่าวได้ว่า ความรู้นั้นเป็นเรื่องของการจดจำอะไรได้ หรือระลึกได้ โดยไม่จำเป็นต้องใช้ความคิดที่ซับซ้อนของสมองมากนัก ด้วยเหตุนี้ การจดจำได้ถือว่าเป็นกระบวนการที่สำคัญในทางจิตวิทยา และเป็นขั้นตอนที่นำไปสู่พฤติกรรมที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง

อักษร สวัสดิ์, 2542: 26-28) ได้เสนอแนะสำหรับแนวคิดการรับรู้ไว้ว่า (cognitive domain) ของคนนั้น ประกอบด้วยความรู้ตามระดับต่างๆ มี 6 ระดับที่สามารถจำแนกให้เห็นได้ดังนี้ จากระดับความรู้ในระดับต่ำสุดไปสู่ระดับของความรู้ในระดับที่สูงขึ้นไป และได้แจกแจงรายละเอียดของแต่ละระดับไว้ ดังนี้

1) ความรู้ (Knowledge) หมายถึง การเรียนรู้ที่เน้นถึงการจดจำ การระลึกได้ ถึงความคิด วัตถุประสงค์ และปรากฏการณ์ต่างๆ ซึ่งเป็นขั้นพื้นฐานของการจดจำและนำไปสู่ในสิ่งที่ยุ่งยาก ซับซ้อนขึ้นไป

2) ความเข้าใจหรือความคิดรวบยอด (Comprehension) เป็นความสามารถทางสติปัญญา ในการขยายความรู้ เกิดการจดจำให้กว้างออกไปจากเดิมอย่างมีเหตุผลในการแสดงพฤติกรรมเมื่อเผชิญหน้ากับการสื่อความหมาย และความสามารถในการแปลความหมาย หรือการสรุปความให้เกิดข้อคิดเห็นได้

3) การนำไปปรับใช้ (Application) เป็นความสามารถในการนำความรู้ (knowledge) ความเข้าใจหรือความคิดรวบยอด (comprehension) ในเรื่องใดๆ ที่มีเป็นพื้นฐานทุนเดิมไปใช้ในการแก้ปัญหาหรือการจำที่มีความแปลกออกไปจากใหม่จากเรื่องนั้นๆ โดยการนำความรู้ต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งวิธีการกับความคิดรวบยอดมาผสมผสานกับความสามารถในการแปลความหมาย การสรุปหรือการขยายความสิ่งนั้นๆ

4) การวิเคราะห์ (Analysis) เป็นความสามารถและทักษะที่สูงกว่าความเข้าใจ และการนำไปใช้ โดยมีลักษณะเป็นการแยกแยะสิ่งที่จะพิจารณาออกเป็นส่วนย่อย ที่มีความสัมพันธ์

5) การสังเคราะห์ (Synthesis) เป็นความสามารถในการรวบรวมส่วนประกอบย่อยๆ หรือส่วนใหญ่ๆ เข้าด้วยกันเพื่อให้เป็นเรื่องราวอันหนึ่งอันเดียวกัน การสังเคราะห์จะมีลักษณะของกระบวนการรวบรวมเนื้อหาสาระของเรื่องต่างๆ เข้าไว้ด้วยกันรูปแบบ โครงสร้างที่ยังไม่ชัดเจน ขึ้นมาก่อน อันเป็นกระบวนการที่ต้องอาศัยความคิดสร้างสรรค์ ภายใต้ขอบเขตของสิ่งที่กำหนด

6) การประเมินผล (Evaluation) เป็นความสามารถในการตัดสินใจเกี่ยวกับความคิด กับค่านิยม และผลของคำตอบ วิธีการและเนื้อหาสาระเพื่อวัตถุประสงค์บางอย่าง ที่ได้มีการกำหนด

เกณฑ์ (criteria) ในการพิจารณาตัดสิน การประเมินผล จัดได้ว่าเป็นขั้นตอนที่สูงสุดลักษณะ (characteristics of cognitive domain) ที่ต้องใช้ความรู้ความเข้าใจ นำไปใช้ในการวิเคราะห์และการสังเคราะห์เข้ามาพิจารณาประกอบการประเมินผล

### 3.4 แนวความคิดด้านทัศนคติ (Attitude)

ทัศนคติ เป็นลักษณะทางจิตวิทยาสังคมอย่างหนึ่ง และใช้เพื่อการปรับแนวความคิดสื่อสาร สุรพงษ์ โสธนะเสถียร (2533: 122 ได้กล่าวถึง ทัศนคติ ที่เป็นตัวชี้วัดบุคคลถึงคิดและรู้สึกอย่างไรต่อคนรอบข้างรวมถึง วัตถุหรือสิ่งแวดล้อมตลอดจนสถานการณ์ต่างๆ โดย ทัศนคตินั้น มีรากฐานมาจากความเชื่อที่จะส่งถึงพฤติกรรมในอนาคตได้ ทัศนคติจึงองค์ประกอบของทัศนคติ

กุลภรณ์ เทพพัตรา (2548) ได้แบ่งแยกองค์ประกอบของทัศนคติเป็น 1) ความรู้ความนึกคิด (cognitive component) เป็นความเชื่อของบุคคลต่อสิ่งที่ชอบและไม่ชอบ 2) ความรู้สึก (affective component) เป็นลักษณะอารมณ์ ซึ่งมีผลแตกต่างออกไปตามบุคลิกภาพของบุคคลนั้นๆ 3) องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (behavior component) จากการแสดงออกของบุคคล ต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด ผลมาจากองค์ประกอบด้านความรู้ความคิด และความรู้สึก ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเฉพาะบุคคล ได้แก่ 3.1 ทัศนคติเชิงบวก 3.2 ทัศนคติเชิงลบ 3.3 ทัศนคติที่บุคคลไม่แสดงความคิดเห็น

สรุป KAP เป็นกระบวนการสื่อสารที่มีวิธีการสำรวจ จากการให้ความรู้เพื่อปรับเปลี่ยนทัศนคติและส่งผลต่อพฤติกรรม ซึ่งโดยทั่วไปเน้นการมีส่วนร่วม ในการปฏิบัติจะมีคนเข้าร่วมถึงขั้นตอนสุดท้ายน้อยการรับรู้ในขั้นตอนแรก และใช้ในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ การสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วม ทฤษฎีนี้ให้ความสำคัญที่มีตัวแปรทั้ง 3 ตัว ประกอบไปด้วย ความรู้ (Knowledge) ทัศนคติ (Attitude) และการยอมรับปฏิบัติ (Practice) ของผู้รับสารที่จะส่งผลต่อพฤติกรรมจากการรับสารนั้นๆ การเปลี่ยนแปลงทั้งสามประเภทนี้จะเกิดขึ้นในลักษณะต่อเนื่อง กล่าวคือ เมื่อผู้รับสารได้รับสารส่งผลทำให้เกิดความรู้ เมื่อเกิดความรู้แล้วก็ส่งผลไปจนเกิดผลทำให้เกิดทัศนคติ และขั้นสุดท้าย คือ การก่อให้เกิดการทำตามที่มีลักษณะสัมพันธ์กันเป็นห่วงโซ่ ที่ส่งผลต่อทัศนคติที่ดีผลของการกระทำที่ดีที่ได้รับการยอมรับ

## 4. แนวคิดการจัดการสื่อสาร

การจัดการสื่อสาร เป็นแนวคิดที่เกิดขึ้นจากการผสมผสานระหว่างหลักการสื่อสาร และหลักการจัดการเข้าด้วยกัน การจัดการสื่อสารที่ถูกต้องและเหมาะสมล้วนเกิดจากการวางแผนการดำเนินงาน การติดตามผล ตลอดจนการปรับปรุงการสื่อสารทุกรูปแบบให้เป็นระบบ อย่างมีระเบียบ โดยมุ่งเน้นไปที่การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมาเป็นเครื่องมือในการสื่อสาร ทำให้องค์กรสามารถ



สื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ ในส่วนของการสื่อสารภายในองค์กร ผู้นำ สมาชิกในทุกระดับ จะสามารถเข้าถึงในสิ่งที่ต้องการสื่อสารไปในทิศทางเดียวกัน และมีความเข้าใจที่ตรงกันในการปฏิบัติงาน สามารถทำงานร่วมกันได้จนสำเร็จลุล่วง การจัดการสื่อสารจึงเป็นการจัดระเบียบองค์กรในอีกแนวทางหนึ่ง โดยเฉพาะการจัดการช่องทางการสื่อสารต่างๆ เพื่อให้เกิดความสำเร็จในการบริหารระหว่างองค์กรภายในและภายนอก สำหรับแนวทางปฏิบัติ ตัวผู้นำและสมาชิกในองค์กรทุกคนจะต้องได้รับรางวัลใจที่เหมือนกัน เพื่อให้เกิดเป้าหมายเดียวกันในการทำงานร่วมกัน และนำไปสู่การรับรู้ข้อมูล ข่าวสาร ที่ถูกต้องตรงกัน

กิจกรรมด้านการจัดการสื่อสาร ประกอบไปด้วย การวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารขององค์กร การออกแบบกิจกรรมการสื่อสารทั้งภายในและภายนอกองค์กร การติดตาม การควบคุม ทิศทางการไหลของข่าวสาร รวมถึงการใช้เทคโนโลยีในการสื่อสารทุกรูปแบบ ซึ่งในปัจจุบันเทคโนโลยีต่างๆ ก็ได้พัฒนาไปอย่างก้าวกระโดดและรวดเร็ว ผู้นำ หรือ ผู้บริหารสื่อเองก็ต้องหมั่นพัฒนาตนเอง แสวงหาความรู้อยู่เสมอ ทั้งนี้มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้คำจำกัดความของการจัดการสื่อสารไว้หลากหลายมุมมองดังนี้

#### 4.1 ความหมายของการจัดการการสื่อสาร

การจัดการการสื่อสาร (Communication Management) หมายถึง การวางแผน การดำเนินงาน ตลอดจนการปรับปรุงการสื่อสารทุกรูปแบบอย่างเป็นระบบ มีขั้นตอน ซึ่งการสื่อสารที่เกิดขึ้นดังกล่าว จะเป็นการสื่อสารที่เกิดขึ้นภายในและภายนอกองค์กร การจัดการการสื่อสารเป็นการจัดโครงสร้างและเผยแพร่กิจกรรมการสื่อสารใหม่ๆ ที่เกี่ยวข้องเชื่อมโยงกับองค์กร เครือข่าย หรือ นวัตกรรมการสื่อสาร (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร และอรรถพร กงวิไล, 2550)

(สุรพงษ์ โสธนะเสถียร และ อรรถพร กงวิไล, 2550, น. 4) ได้กล่าวเพิ่มเติมว่า วิธีการดำเนินงานในการจัดการการสื่อสารที่ง่ายที่สุดนั้น คือ การใช้วิธีการสื่อสารง่ายๆ ไม่มีความซับซ้อน แต่ต้องเป็นการสื่อสารที่จัดลำดับชั้น เป็นการสื่อสารแบบสองทิศทาง รวมไปถึงการให้รางวัลในรูปแบบที่ต่างๆ เพื่อเป็นการจูงใจ

(สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2554) ได้นิยามความหมายของการจัดการการสื่อสารออกเป็น 2 ลักษณะ คือ

- 1) การจัดการทางการสื่อสารในความหมายแคบ หมายถึง เป็นลักษณะการจัดการการสื่อสารที่เน้นกระบวนการบริหารจัดการที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดทางด้านการสื่อสาร
- 2) การจัดการการสื่อสารในความหมายกว้าง หมายถึง การจัดการการสื่อสารในความหมายแคบที่รวมการจัดระเบียบทางการสื่อสารเข้าไว้ด้วยกัน



ปีติมา เม่นแมน (2548:19) ได้ให้คำจำกัดความการจัดการการสื่อสารไว้ว่า การดำเนินการโดยผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานที่นำลักษณะการสื่อสารรูปแบบต่างๆ มาใช้ในการบริหารจัดการให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายสูงสุดขององค์กรนั้นๆ การนำลักษณะการสื่อสารในรูปแบบต่างๆ มาเป็นเครื่องมือในการบริหารจัดการองค์กรให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายสูงสุดขององค์กร โดยการจัดการการสื่อสารที่แตกต่างจากรูปแบบอื่นๆ ของการสื่อสาร และถูกออกแบบมาให้ได้ผลเฉพาะเจาะจง เพื่อนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายสูงสุดของธุรกิจนั้น

การจัดการการสื่อสาร หมายถึง การจัดการในส่วนของการนำเสนอ เช่น การบอกกล่าว (Inform) การชักชวน (Persuade) การจูงใจ (Motivate) เพื่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกันที่ตรงกัน (Mutual understanding) (ชนชัย ยมจินดา, 2549) ประกอบด้วยกระบวนการจัดการดังนี้

### 1) ภาษาที่ใช้ในการสื่อสาร

ภาษาที่ใช้ในการสื่อสารหมายถึง การใช้ถ้อยคำในการสื่อสาร ทั้งแบบวจนภาษา และอวจนภาษา เมื่อการติดต่อสื่อสารกันแบบเป็นทางการ ต้องการเก็บไว้เป็นลายลักษณ์อักษร และสามารถทำความเข้าใจได้โดยตรง ชัดเจน จะเรียกการสื่อสารลักษณะนี้ว่า วจนภาษา ถ้าหากเป็นลักษณะการใช้คำที่ไม่เป็นทางการ แต่สามารถสื่อสารความหมายให้เข้าใจได้ในระดับหนึ่ง เรียกว่า อวจนภาษา

### 2) วิธีการติดต่อสื่อสาร

วิธีการติดต่อสื่อสาร หมายถึง การจัดระเบียบวิธีการของการติดต่อสื่อสารของคนในองค์กร เพื่อให้บุคลากรมีความรู้ ความเข้าใจในข้อมูลข่าวสารที่มีการรับส่งเกิดขึ้นภายในองค์กร ซึ่งสามารถทำได้หลายวิธี โดยการติดต่อสื่อสารที่เป็นพื้นฐานมีทั้งหมด 3 วิธี ได้แก่ วิธีที่หนึ่ง การสื่อสารแบบซึ่งหน้า เป็นวิธีการสื่อสารที่ใช้วาจาในการพูดคุย สามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถเห็นหน้า (Face to Face) กันได้โดยตรง เช่น การสนทนาแบบต่อหน้า การจัดประชุม ทำให้ผู้รับสารสามารถเข้าใจได้อย่างรวดเร็ว แต่การสื่อสารในลักษณะนี้จะไม่สามารถเก็บเป็นหลักฐานได้ วิธีที่สอง การสื่อสารแบบลายลักษณ์อักษร เป็นวิธีการสื่อสารโดยใช้การเขียนด้วยลายมือ หรือ ผ่านการพิมพ์ เพื่อสร้างความเข้าใจให้กับผู้รับสาร เช่น หนังสือเวียน จดหมายเชิญชวน บันทึกการประชุม ตลอดจนบันทึกข้อความต่างๆ ซึ่งข้อดีของการสื่อสารแบบลายลักษณ์อักษร คือ การที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถเก็บเป็นหลักฐานได้ แต่ก็จะมีความเป็นทางการมาก วิธีที่สามการสื่อสารโดยอาศัยเครื่องมือทางการสื่อสารเข้ามาช่วย เป็นวิธีการสื่อสารที่ช่วยให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล เมื่อเงื่อนไขของผู้รับสารและผู้ส่งสารมีความแตกต่างกันออกไปตามกาลเทศะ เช่น การใช้เครื่องขยายเสียงเป็นอุปกรณ์ในการสื่อสาร เมื่อมีผู้รับสารจำนวนมาก หรือ การประชุมทางไกลด้วยคอมพิวเตอร์ (Video Conference) เมื่อผู้ส่งสารและผู้รับสารนั้น

อยู่ในระยะทางที่ไกลกัน จากทั้ง 3 วิธี สามารถกล่าวโดยสรุปได้ว่า การสื่อสารแบบซึ่งหน้าและการสื่อสารลายลักษณ์อักษรนั้นจะส่งเสริม สนับสนุนข้อเท็จจริงกัน ได้เป็นอย่างดี บุคลากรภายในองค์กรจึงมักสื่อสารกันแบบซึ่งหน้าและสื่อสารแบบลายลักษณ์อักษรควบคู่กันไป เพื่อให้เกิดประสิทธิผลและประสิทธิภาพในการทำงาน ส่วนวิธีการสื่อสาร โดยอาศัยเครื่องมือทางการสื่อสาร เข้ามาช่วยจำเป็นต้องมีการวางแผนลงทุนและจัดเตรียมการ

3) ขอบเขตการสื่อสาร หมายถึง การแบ่งระบบการสื่อสารขององค์กรออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ การสื่อสารภายในองค์กร และการสื่อสารภายนอกองค์กร ซึ่งส่วนที่เกี่ยวกับการสื่อสารภายในองค์กรนั้น จะเป็นเรื่องเกี่ยวกับการสื่อสารทุกส่วนที่อยู่ในองค์กร ส่วนใหญ่มักเป็นเรื่องเกี่ยวกับพฤติกรรมในองค์กรและการปฏิบัติงาน ส่วนการสื่อสารภายนอกองค์กรเป็นการสื่อสารที่เกิดขึ้นภายนอกองค์กร จะเป็นเรื่องเกี่ยวกับการรักษาภาพลักษณ์ขององค์กรและการให้บริการลูกค้า เมื่อเปรียบเทียบการสื่อสารทั้ง 2 ส่วนนี้แล้ว พบว่า การสื่อสารขององค์กรนั้นจะเกี่ยวข้องกับการสื่อสารภายในมากกว่าการสื่อสารภายนอก เพราะการสื่อสารภายในองค์กรที่มีคุณภาพ จะทำให้เกิดผลการปฏิบัติงานและการบริการที่ดี อีกทั้งยังสามารถส่งเสริมการสื่อสารภายนอกองค์กรให้ดีขึ้น ไปโดยปริยาย

4) ยุทธศาสตร์การสื่อสาร หมายถึง กรอบความเข้าใจในเรื่องขอบเขตการสื่อสารและแนวทางการพัฒนา ปรับปรุงการจัดการ ที่เป็นส่วนสำคัญในการกำหนดยุทธศาสตร์การสื่อสารขององค์กร โดยต้องใช้ทักษะการสื่อสารในองค์กร มาวางแผนยุทธศาสตร์ให้เข้าไปในทิศทางหรือ เป้าหมายที่กำหนด ซึ่งก็คือศาสตร์ในการควบคุมการไหลของข่าวสารให้เข้าไปในทิศทางที่ต้องการ เพื่อประสิทธิผลในการสื่อสารนั่นเอง โดยยุทธศาสตร์ในการสื่อสารที่สำคัญแบ่งออกเป็น 3 แนวทาง ได้แก่ 1) ปริมาณและคุณภาพในการไหลเวียนของข้อมูลข่าวสาร 2) แนวทางการเลือกอุปกรณ์ทางการสื่อสารที่จำเป็นต้องใช้ในองค์กร 3) การกำหนดเงื่อนไขในการจัดการการสื่อสารทั้งในแง่ของ ทิศทาง องค์กร และวิธีการสื่อสารกับลูกค้า

สรุปการจัดการการสื่อสารคือการวางแผนอย่างเป็นระบบการนำไปใช้ เพื่อการติดตาม และการแก้ไขสื่อผ่านช่องทางการสื่อสารทั้งหมด มีการนำแนวทางการสื่อสารใหม่ที่เชื่อมต่อเครือข่ายหรือเทคโนโลยีการสื่อสาร ด้านการจัดการการสื่อสารรวมถึงการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารขององค์กร เพื่อสร้างการจัดการการไหลของข้อมูลรวมถึงทางออนไลน์การสื่อสารกันอย่างใกล้ชิด เพราะการสื่อสารเป็นกระบวนการของการแลกเปลี่ยนข้อมูลของคนสองคนและเชิงกลุ่ม รวมถึงการที่ให้ข้อมูลกับคนของพวกเขาโดยทั่วไป ยิ่งไปกว่านั้น การสื่อสารและการจัดการต้องไปด้วยกันอย่างแท้จริง เป็นวิธีการขยายการควบคุม องค์กรประกอบพื้นฐานของการจัดการ โครงการ

## 5. แนวคิดเกี่ยวกับเครือข่ายการสื่อสาร

การแนวคิดที่เกี่ยวกับเครือข่ายของการสื่อสาร Communication Network ชวนวรรธ ตั้งสินทรัพย์ศิริ (2550: 204) ได้ชี้แนะทางว่าเครือข่ายการสื่อสารที่ดีจะช่วยให้การดำเนินงานการสื่อสารสามารถทำได้ตามบรรลุตฤตประสงค์ที่ตั้งไว้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงแบ่งกลุ่มเครือข่ายการสื่อสารได้ 3 กลุ่ม ดังนี้

1) กลุ่มปฏิภักิรียา (Interacting Groups) เป็นการสื่อสารแบบเผชิญหน้า (Face to Face Communication) ซึ่งเป็นการทำงานร่วมกันของสมาชิกภายในกลุ่ม โดยมีการประสานกิจกรรมอย่างใกล้ชิด โดยการพูดคุยซึ่งหน้ามีการแลกเปลี่ยนข้อมูลไปยังสมาชิกทุกคนในกลุ่มอย่างต่อเนื่องเข้าถึง ซึ่งมีรูปแบบเครือข่ายการสื่อสารในลักษณะการกระจายอำนาจ (Decentralized communication networks) เป็นการเชื่อมโยงสมาชิกทุกคนโดยตรงกับอีกฝ่ายหนึ่ง ทำการสื่อสารโดยตรงในงานที่มีลักษณะสลับซับซ้อนหรืองานไม่ประจำเป็นงานที่เข้ามาในช่วงจังหวะเวลานั้น (Nonroutine Tasks) โดยต้องทำแนวโน้มนี่จะสร้างความพึงพอใจให้กับสมาชิกในระดับสูงขึ้น

2) กลุ่มปฏิบัติกรร่วมกัน (Co-acting Groups) โดยสมาชิกในองค์กรหรือกลุ่มมีลักษณะการทำงานที่เป็นอิสระทำให้เกิดการร่วมอำนาจในการสื่อสาร (Centralized Communication) เป็นการสื่อสารของกลุ่มซึ่งสมาชิกภายในกลุ่มจะติดต่อไปยังบุคคลเพียงคนเดียวที่เป็นศูนย์กลางของการสื่อสาร เป็นผู้ตัดสินใจในการสื่อสารรวมถึงประเด็นปัญหาที่เกิดจากการสื่อสารนั้นด้วยเครือข่ายการสื่อสารในลักษณะแบบรวมอำนาจจะมีประสิทธิภาพสูงในการแก้ปัญหาที่ง่าย ๆ เมื่องานนั้นเป็นงานประจำหรือเป็นงานที่อาศัยข้อมูลเพียงด้านเดียวเท่านั้น

3) กลุ่มเผชิญหน้า (Counteracting Groups) เป็นความไม่ลงรอยกันหรือเป็นปัญหาซึ่งเกิดขึ้นระหว่างกลุ่มในองค์กร ความขัดแย้งเหล่านี้เกิดขึ้นเนื่องจากทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด ความต้องการในการรับรู้ ทักษะคติ และขาดความเข้าใจกัน หรือเป็นความขัดแย้งทางด้านเหตุผลและอารมณ์ซึ่งเกิดขึ้นระหว่างกลุ่มต่างๆ ภายในองค์กร ซึ่งอาจเป็นกลุ่มงานในหน้าที่หรือกลุ่มงานข้ามหน้าที่ได้ ซึ่งอาจส่งผลให้เกิดความยากลำบากในการร่วมมือกันและการประสานกิจกรรมในการปฏิบัติงาน ทั้งนี้ในกลุ่มเผชิญหน้าจะมีเครือข่ายการสื่อสารแบบจำกัด (Restricted Communication network) โดยที่กลุ่มหรือสมาชิกในองค์กรได้วางตำแหน่งที่ช่วยในการสื่อสารจะใช้การสื่อสารที่มีความไม่เป็นกลาง เพื่อรักษาผลประโยชน์ของกลุ่มตนเอง ซึ่งการสื่อสารเพื่อรักษาความขัดแย้งที่เหมาะสมการลดความทับซ้อนลดการซ้ำในการสื่อสาร เป็นการกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ ที่ให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ทั้งนี้ต้องอยู่ในความเหมาะสม

## 5.1 ความหมายของเครือข่าย

กาญจนา แก้วเทพ (2538, น.35) อธิบายว่า เครือข่าย คือ รูปแบบของการประสานงานระหว่างบุคคล กลุ่ม หรือองค์กรหลายๆ องค์กรในรูปแบบหนึ่ง โดยแต่ละบุคคลและกลุ่มองค์กรต่างมีทรัพยากรในรูปแบบของตนเอง ซึ่งอาจมีเป้าหมายวิธีการทำงาน ต่างกันออกไป บุคคลหรือกลุ่มเหล่านี้ได้มาประสานงานกันอย่างต่อเนื่องยาวนาน เมื่อฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งมีความต้องการที่จะขอความช่วยเหลือหรือขอความร่วมมือจากกลุ่มอื่นๆ เพื่อแก้ปัญหา ก็สามารถติดต่อไปได้ในการเข้าร่วมเป็นองค์กรเครือข่าย เครือข่ายสมาชิกสื่อสาคิดข้อสรุปในกลุ่ม (Cluster) การสื่อสารแบบนี้ แต่ไม่ได้แสดงต่อหน้าเรา แต่สารนั้นย้อนกลับถึงเราเช่นกัน แสดงความสัมพันธ์ที่เชื่อมโยงกันที่เชื่อมโยงกระจายข่าวอยู่ตลอดเวลาในห่วงของการสื่อสาร ได้ขึ้นอยู่กับทางเลือกนำไปใช้ ในรูปแบบที่กลุ่มองค์กร หน่วยงานนั้นชำนาญการ

พิรชร บุญรัตพันธุ์ และคณะ (2552: 37-63) ได้สรุปความหมายของเครือข่าย กระบวนการพัฒนาเครือข่ายอย่างยั่งยืนไว้ และองค์ประกอบของเครือข่าย ดังนี้

เครือข่าย (Network) เป็นรูปแบบความสัมพันธ์ทางสังคม ที่ไม่สามารถมีขอบเขตกั้นของการเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างกัน ของสมาชิกกลุ่มเครือข่าย หรือองค์กรอย่างเป็นรูปธรรมของเครือข่าย ทำให้สามารถมองออกได้เป็น 4 แบบ คือ 1) แบบการแลกเปลี่ยน 2) แบบการติดต่อสื่อสาร 3) แบบความสัมพันธ์ในการอยู่ร่วมกัน และ 4) แบบการเป็นเจ้าของร่วมในการเผชิญปัญหา ซึ่งอาจไม่มีโครงสร้างที่แน่นอนตายตัว เพราะแนวคิดอาสาสมัครเหล่านี้ยังมีการเรียนรู้แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างกัน แลกเปลี่ยนความรู้ประสบการณ์ระหว่างกันหรือทำกิจกรรมร่วมกัน เครือข่ายเป็นองค์กรทางสังคมที่คอยทำหน้าที่สนับสนุนด้านการเชื่อมโยงองค์กรสังคมต่างๆ เพื่อให้ทุกองค์กรตระหนักร่วมกัน ในกิจกรรมที่เกิดขึ้นหรือถูกจัดขึ้นในสังคมอย่างรับผิดชอบ โดยต้องอาศัยการยึดหลักมีส่วนร่วมที่จะก่อให้เกิดการถ่ายทอดศักยภาพพร้อมทั้งเกิดการเรียนรู้ร่วมกัน ช่วยเหลือเกื้อกูลซึ่งกันและกัน เครือข่ายมีกลไกในการดำเนินงาน การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และกระจายความรู้ สภาพปัญหาและความต้องการ มีการปรับใช้นวัตกรรมในการแก้ปัญหาและพัฒนา มีการกระตุ้นความคิด หาความรู้และมีส่วนร่วมในการพัฒนา เพื่อเพิ่มความสามารถของบุคคล ในการแก้ปัญหา มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร มีการระดมและการประสานทรัพยากรบุคคล วัสดุ อุปกรณ์ อาคารสถานที่สำหรับพื้นที่ในการไหลเวียนข่าวสารของสมาชิกในกลุ่ม และมีการจัดงบประมาณ เพื่อให้สามารถใช้ทรัพยากรร่วมกัน เพื่อการพัฒนาและแก้ปัญหาให้มากที่สุด

## 5.2 บทบาทของสมาชิกในเครือข่าย

วัชรมา บุรีศรี (2551: น.49) ได้จัดแบ่งบทบาทหน้าที่ของสมาชิกในกลุ่มเครือข่าย การสื่อสาร อธิบายเกี่ยวกับการสร้างความสัมพันธ์ที่ต่อกันเชื่อมโยงสมาชิกในกลุ่มเข้าด้วยกันเป็น

อันหนึ่งอันเดียวกัน จนสามารถประกอบการวางแผนให้สามารถนำมาสู่ขั้นตอนการดำเนินงานและขั้นตอนการประเมินผลร่วมกัน แนวความคิดและความหมายของเครือข่าย มีลักษณะสำคัญ 2 ลักษณะ คือ

1) ลักษณะโดยทั่วไปของเครือข่าย ประกอบไปด้วย (1.1) เป็นการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกเครือข่ายเข้าด้วยกัน (1.2) สมาชิกของเครือข่ายนั้นมีลักษณะบางประการร่วมกัน (1.3) สมาชิกของเครือข่ายนั้นมีลักษณะบางประการแตกต่างกัน (1.4) มีลักษณะหลายมิติ เครือข่ายมีระบบความสัมพันธ์สมาชิกมีหลายลักษณะ (1.5) มีลักษณะเป็นการรวมพลังหรือศักยภาพของสมาชิกเข้าด้วยกัน ไม่ใช่พึ่งพิงสมาชิกอื่นๆ เพียงฝ่ายเดียว (1.6) สมาชิกมารวมตัวกันด้วยความสมัครใจ ไม่ใช่เพราะถูกบีบบังคับ

2) องค์ประกอบที่สำคัญของเครือข่ายประกอบด้วย (2.1) สมาชิกเครือข่าย (2.2) คณะกรรมการเครือข่าย (2.3) วัตถุประสงค์ (2.4) ระเบียบ ข้อตกลง ร่วมกัน (2.5) กิจกรรมเครือข่ายที่มีกิจกรรมปฏิบัติร่วมกัน (2.6) การสื่อสาร องค์ประกอบที่สำคัญของเครือข่ายประกอบด้วย คน กิจกรรม กติกาหรือระเบียบ การติดต่อสื่อสารระหว่างกันอย่างสม่ำเสมอ ที่จะนำไปสู่การปฏิบัติตามบทบาทภารกิจของเครือข่าย

### 5.3 ประเภทของเครือข่ายและรูปแบบของเครือข่ายทางสังคม

(วินิจ เกตุขำ และคมเพชร ฉัตรสุกกุล, 2522: น.112) ได้กล่าวถึงเครือข่ายการสื่อสารเกิดจากความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลหรือกลุ่มบุคคล ที่มีรูปแบบการไหลของข่าวสารเพื่อเป้าหมาย การประชาสัมพันธ์ การทำหน้าที่การสื่อสารระดับกลุ่มเครือข่ายมีการแบ่งระดับภายในองค์กร โดยมีระดับหัวหน้าทำหน้าที่รับข้อมูลข่าวสารและความคิดเห็นของสมาชิกคนอื่นๆ จากนั้นทำหน้าที่กระจายข่าวสาร โดยการวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสารอย่างถูกต้องแล้ว ก่อนสื่อสารให้แก่สมาชิกของกลุ่ม ซึ่งอาจเป็นได้ทั้งรูปแบบที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ

(นฤมล นิราทร, 2524: 36-41) ได้จำแนกกระบวนการสร้างเครือข่ายออกเป็นขั้นตอนดังต่อไปนี้

1) การตระหนักถึงความจำเป็นในการสร้างเครือข่าย (Realization) เพื่อให้สามารถทำงานให้สำเร็จตามเป้าหมายและอนุญาต พร้อมพิจารณากลุ่มองค์กร หน่วยงานต่างๆ เข้าร่วมกลุ่มเครือข่ายได้

2) การติดต่อสมาชิก กับหน่วยงาน องค์กร หรือภาคีเครือข่าย (Courtship) ตามความต้องการ เพื่อสร้างความเข้าใจในการดำเนินกิจกรรมพร้อมชี้แจงวิธีการดำเนินกิจกรรมร่วมกัน



3) การสร้างพันธกิจร่วมกัน (Commitment) เป็นการสร้างข้อตกลงร่วมในการดำเนินงาน อาจมีการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ของแต่ละกลุ่มอาชีพหรือความถนัด หรือแม้กระทั่งการไปศึกษาดูงาน อบรม สัมมนาเพื่อพัฒนาศักยภาพในสมาชิกกลุ่มมากขึ้น

4) การพัฒนาความสัมพันธ์ (Building) เป็นการดำเนินกิจกรรมร่วมกันเพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายของกลุ่ม

สรุปได้ว่าเครือข่ายคือการสร้างความร่วมมือเป็นกระบวนการของการร่วมมือกัน ในการพัฒนาหรือจัดกิจกรรมการสื่อสารของกลุ่มบุคคล หรือองค์กรสนใจร่วมกันทั้งนี้ เครือข่ายความร่วมมือจะนำไปสู่พลังขับเคลื่อนในการจัดการปัญหาทั้งในระดับท้องถิ่นและสังคม โดยพลังการมีส่วนร่วมมีการเคลื่อนไหวและพัฒนากว้างขวางออกไปตามเป้าหมายที่กลุ่มเครือข่ายตั้งไว้และไปยังบุคคลภายนอก

## 6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### 6.1 งานวิจัยด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน

สาทิศ สุขผ่องศรี (2543) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนคีรีวง ตำบลกำโลน อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า ชมรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านคีรีวงเป็นผู้ปฏิบัติในการบริหารและจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชน ภายใต้การกำกับดูแลขององค์การบริหาร ส่วนตำบลกำโลน การท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนในปัจจุบันมีรูปแบบ ได้แก่ ศึกษาวิถีชีวิตชุมชน ศึกษาธรรมชาติบนยอดเขาหลวง แนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอนาคตจะดีขึ้น ความสัมพันธ์ระหว่างชุมชนคีรีวงกับการท่องเที่ยวเชิง อนุรักษ์ โดยองค์การบริหาร ส่วนตำบลกำโลนร่วมกับพหุภาคที่เกี่ยวข้อง จึงจะเหมาะสม โดยจัดการ 4 ด้าน ตามหลักการพื้นฐานที่สำคัญของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้แก่ การจัดการพื้นที่ท่องเที่ยว การจัดการกิจกรรมและกระบวนการ การจัดการ การมีส่วนร่วม ของชุมชนและการจัดการที่ยั่งยืนในทุกๆ ด้าน

ทิพย์สุดา ปานเกษม (2559) ได้ศึกษาเรื่อง การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน พบว่า กระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดน่าน ประกอบด้วย 1.1 การได้มาของแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 1.2 กระบวนการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งแบ่งหัวข้อออกเป็น 5 ประเด็น ดังนี้ ประเด็นแรกคือการมีส่วนร่วมในการวางแผนและกำหนดรูปแบบนโยบายเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และการจัดสรรทรัพยากรธรรมชาติในจังหวัดน่านเพื่อพัฒนาเป็นแหล่ง



ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พร้อมทั้งคือการใช้ร่วมกันในการเผยแพร่วัฒนธรรมและประเพณีของจังหวัดน่านและการณรงค์ให้นักท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรม

ณริศา ชัยศุภมวงคตลาภ (2552) ได้ศึกษาเรื่อง “รูปแบบการสื่อสารเพื่อจัดการการท่องเที่ยว ของตลาดน้ำยามเย็น อัมพวา” ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบการสื่อสารที่ใช้ในการจัดการท่องเที่ยวมีพัฒนาการดังนี้ ด้านที่หนึ่งการร่วมค้นหาเรื่องราวความเป็นมาของชุมชน ด้านที่สอง การปรึกษาหารือเพื่อสร้างสถานที่ท่องเที่ยวแห่งใหม่ โดยการสื่อสารที่เน้นการจัดประชุม และทำเวทีประชาคม ด้านที่ สาม การบริหารกิจกรรมการสื่อสารผ่านวิถีชีวิตจริง โดยใช้การพูดคุย การประชุมร่วมกับชาวบ้านในชุมชน และการสื่อสารผ่านสื่อมวลชน ด้านที่สี่การบริหารกิจกรรมการสื่อสารผ่านการขายกิจกรรม ด้านที่ห้า การสร้างระบบการสื่อสารแบบครบวงจร ด้านที่หก การสื่อสารประเด็นเพื่อแก้ไขปัญหา เน้นรูปแบบการสื่อสารผ่านการประชุม การรวมกลุ่ม

## 6.2 งานวิจัยด้านการสื่อสารและประชาสัมพันธ์

ชื่นกมล ทิพยกุล (2542) ศึกษาเรื่อง “รูปแบบการสื่อสารในสภาวภาพของประชาชนในจังหวัดตรัง” จากการศึกษาค้นคว้าพบว่า รูปแบบการสื่อสารในสภาวภาพ ประกอบด้วยบทบาทการเสวนา วิธีการเสวนาการโต้ตอบในวงเสวนา โดยผู้ร่วมวงเสวนาในสภาวภาพจะมีหลายบทบาท ทั้งบทบาทการเปิดประเด็น บทบาทการสนับสนุน บทบาทการโต้ตอบ และบทบาทของผู้รับฟัง โดยบทบาทที่แตกต่างกัน ซึ่งเหล่านี้ทำให้มีวิธีการเสวนาที่แตกต่างกัน ทั้งวิธีการตั้งคำถาม วิธีการพูดเปรยๆ วิธีการอธิบายและหาเหตุผล ประกอบโดยผู้ร่วมเสวนาแต่ละคนจะมีบทบาทของตนเอง ไม่ว่าจะเป็นประเด็นการวิพากษ์วิจารณ์เนื้อหาสาระทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมพร้อมทั้งประเด็นการสื่อสารที่มีชั้นเชิงที่น่าสนใจสามารถทำให้เห็นทักษะการสื่อสารของบุคคลที่มีรูปแบบที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว

ณัฐณิชา ชินะกาญจน์ (2549) ศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการจัดทำแผนการประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ขององค์กรรัฐวิสาหกิจในประเทศไทย พบว่า องค์กรรัฐวิสาหกิจไทยใน ได้มีการวางแผนกลยุทธ์องค์กรทั้งสิ้น ประกอบด้วยมีฝ่ายวางแผนเป็นหน่วยงาน หลักในการทำหน้าที่รับผิดชอบการวางแผนกลยุทธ์องค์กร และเปิดโอกาสให้ทุกฝ่ายในองค์กรเข้ามามีส่วนร่วมในการวางแผนปฏิบัติการ แต่ละองค์กรมีความแตกต่างกันออกไป แต่องค์กรส่วนใหญ่ไม่เกิดปฏิบัติการ ประสิทธิภาพการทำงาน แผนการประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ขององค์กร เป็นแผนประชาสัมพันธ์ที่แยกออกมาเป็นอิสระนำไปสู่การดำเนินงานขององค์กรมีความพยายามจัดทำแผนการประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับแผนกลยุทธ์

ณัฐจริย์ อัจฉริยะกุลพร (2549) ได้ศึกษา “กลยุทธ์การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์” ผลการวิจัยพบว่า การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

มีกระบวนการประชาสัมพันธ์ 4 ขั้นตอน ประกอบด้วย ขั้นตอนที่ 1 การวิจัย-การรับฟัง ขั้นตอนที่ 2 การวางแผน-การตัดสินใจ ขั้นตอนที่ 3 การสื่อสาร ขั้นตอนที่ 4 การประเมินผลสื่อและกิจกรรมที่ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ใช้ในการประชาสัมพันธ์ โดยแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ 1) สื่อที่นักประชาสัมพันธ์ควบคุมได้คือ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์สื่อโซเชียลมีเดีย สื่อกิจกรรม 2) สื่อประชาสัมพันธ์ที่ไม่สามารถควบคุมได้ คือ สื่อมวลชน และสื่อบุคคล ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์มี 2 ปัญหาหลักคือ ปัญหาที่หนึ่งด้านงบประมาณ โครงสร้างการบริหารงาน ปัญหาที่สอง ด้านบุคลากรและด้านวัสดุอุปกรณ์

### 6.3 ทฤษฎีสารที่ว่าด้วยเรื่องความรู้ ทักษะ และ การปฏิบัติ KAP

ณัฐนันท์ วงษ์ประเสริฐ (2557) ได้ศึกษาเรื่อง “กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวงานประเพณีรับบัวของอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ” จากการศึกษาพบว่า กลยุทธ์การสื่อสารที่มีผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว คือการสื่อสารและกำหนดนโยบายร่วมกันของกลุ่มผู้นำในการจัดงานประเพณีรับบัว รวมทั้งความสามารถในการสื่อสารและการจัดการในการแบ่งงานที่เหมาะสมของหน่วยงานภายนอกที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดงานประเพณีรับบัวและสมาชิกในชุมชนที่เป็นกลุ่มย่อย ปัจจัย ภายนอก ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชนให้เป็นประเพณีสำคัญและส่งเสริมการท่องเที่ยว ปัจจัยภายใน ผู้นำท้องถิ่นเห็นความสำคัญในการผลักดันรับนโยบาย

พีระ จิระ โสภณ (2538) การเปิดรับสื่อเป็นการมุ่งศึกษาถึงผู้รับสารการที่ผู้รับสารจะใช้สื่ออะไรในการเปิดรับข่าวสาร ผู้รับสารจะมีการเลือกสรร และการแสวงหาข่าวสารให้เป็นไปตามความต้องการ หรือความคาดหวังที่แตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล โดยทั่วไปแล้วผู้รับสารมีกระบวนการเลือกสรรข่าวสารซึ่งประกอบด้วย 3 ขั้นตอนดังนี้ ขั้นตอนที่ 1 การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ เลือกสนใจหรือเปิดรับข่าวสารจากแหล่งสารใดแหล่งสารหนึ่งที่มีอยู่ด้วยกันหลายแห่ง โดยทั่วไปแล้วผู้รับสารมักจะเลือกเปิดรับข่าวสาร ที่มีเนื้อหาสอดคล้องกับความเชื่อ ทักษะและความสนใจของตน ขั้นตอนที่ 2 การเลือกรับรู้หรือตีความ ผู้รับข่าวสารจะเลือกรับรู้ หรือตีความหมาย ความเข้าใจของตนเอง หรือทักษะ ประสพการณ์ตามความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง ตามแรงจูงใจตามสภาวะร่างกายหรือสภาวะอารมณ์ เป็นต้น ขั้นตอนที่ 3 กระบวนการเลือกการเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะสารที่มีเนื้อหาสาระที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการและทักษะของตนเอง

ปิยดา สุนทรปิยะพันธ์ และคณะ (2561) ได้ศึกษาเรื่อง การสื่อสารในการเผยแพร่ความรู้ทางการเมืองผ่านหนังสือของนายหนั่งประเคียง ระฆังทอง พบว่า การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสาระสำคัญของหนังสือระฆังทอง ระฆังทองในประเด็น 1) คุณลักษณะทางการสื่อสาร 2) เนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอ 3) ปัญหาการสื่อสาร 4) ความต้องการประเด็นเนื้อหาและ

รูปแบบการนำเสนอของผู้ชมในการเผยแพร่ความรู้ทางการเมือง และ 5) แนวทางการพัฒนาการสื่อสารในการเผยแพร่ความรู้ทางการเมืองผ่านหนังสือ เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ ผลการวิจัย พบว่า

- 1) คุณลักษณะทางการสื่อสาร มีเจตคติที่มีความเลื่อมใสในพุทธศาสนา มีการวิเคราะห์ผู้ชมหนังสือเพื่อให้เลือกสรรประเด็นเนื้อหาได้สอดคล้องกับผู้ชมและพื้นที่ที่ไปแสดง รูปแบบการนำเสนอใช้บทเจรจาในการนำเสนอเรื่องราวในลักษณะการโต้ตอบของตัวละครหรือใช้เทคนิคการโต้วาที่เป็นสำคัญ มีเนื้อหาทางการเมืองผสมผสานกับความสนุกสนาน มีความใฝ่รู้ทางการเมืองด้วยตนเอง โดยเรียนรู้จากการติดตามข่าวสารบ้านเมืองและการแลกเปลี่ยนความรู้กับประชาชนในท้องถิ่น
- 2) ประเด็นเนื้อหาทางการเมืองมีความสอดคล้องกับปรากฏการณ์ทางการเมืองในแต่ละช่วงเวลา เน้นนโยบายการบริหารประเทศของรัฐบาลที่ส่งผลกระทบต่อความเป็นอยู่ของประชาชน พฤติกรรมการบริหารประเทศของชนชั้นปกครอง พฤติกรรมการทำหน้าที่ของเจ้าหน้าที่รัฐในท้องถิ่น การรักษาและคุ้มครองในสิทธิของประชาชน ความยุติธรรมในสังคม
- 3) ปัญหาการสื่อสารที่สำคัญคือ ผู้ชมบางส่วนยังขาดความรู้ทางการเมือง ขาดการมีส่วนร่วมร่วมทางการเมืองในช่วงเวลาเดียวกันกับนายหนัง ประเด็น 4) ความต้องการประเด็นเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอของผู้ชมในส่วนของเนื้อหา เนื้อหาต้องมีความใกล้ตัวกับประชาชน โดยที่สามารถอธิบายรายละเอียดของเนื้อหาทางการเมืองในเรื่องที่ผู้ชมสนใจได้ และ 5) แนวทางการพัฒนาการสื่อสาร ในประเด็นนี้นายหนังตกลงในฐานะผู้ส่งสารต้องมีอุดมการณ์และมีแบบแผนทางการเมือง ต้องมีการวิเคราะห์ผู้ชมด้านระดับความรู้ ความคิด หรือความเชื่อ ค่านิยมทางการเมือง และวัฒนธรรมทางการเมืองของผู้ชมในแต่ละท้องถิ่น เรียนรู้ในการพัฒนาความสามารถเลือกสรรประเด็นเนื้อหาทางการเมืองในแต่ละช่วงเวลา มีการพัฒนารูปแบบการนำเสนอให้สอดคล้องกับรสนิยมของผู้ชมรุ่นใหม่

#### 6.4 แนวคิดการจัดการการสื่อสาร

ณชพงศ์ จันจุฬา. (2548) ได้ศึกษาศึกษาภาพของชุมชนเกาะศรีบอยาในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศบริเวณพื้นที่ชุ่มน้ำนานาชาติปากแม่น้ำกระบี่ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่แสดงถึงศักยภาพในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนเกาะศรีบอยาประกอบด้วย ด้านที่ 1 ปัจจัยด้านการให้บริการการท่องเที่ยว ด้านที่ 2 ปัจจัยด้านการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านที่ 3 ปัจจัยด้านความโดดเด่น ด้านที่ 4 ปัจจัยด้านพื้นที่ ด้านที่ 5 ปัจจัยด้านผู้นำและด้านที่ 6 ปัจจัยด้านการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยว การจะใช้การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นเครื่องมือในการอนุรักษ์ทรัพยากรที่มีค่าของชุมชนนั้น ต้องเริ่มต้นที่ชุมชนก่อนแล้วจึงใช้ข้อได้เปรียบสร้างความมั่นใจให้กับหน่วยงานภายนอกเพื่อขอรับการสนับสนุนด้านต่างๆ เพื่อให้การจัดการทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมของชุมชนเป็นไปอย่างชาญฉลาดและยั่งยืน

กรวรรณ เวชชานูเคราะห์ (2556) ศึกษา “การสื่อสารเพื่อการพัฒนาการมีส่วนร่วมของชุมชนกรณีศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์พื้นที่ชุมชนคลองโคกน จังหวัดสมุทรสาคร” ผลการวิจัยพบว่า กระบวนการสื่อสารเกิดจากผู้ส่งสารคือผู้นำทางความคิดทำการเผยแพร่กระจายนวัตกรรม ผ่านสื่อบุคคล สื่อกิจกรรม เสียงตามสายในชุมชน ผู้ชาวบ้านในชุมชนคลองโคกน จนเกิดการยอมรับนวัตกรรมและนำไปสู่การปฏิบัติ ส่วนรูปแบบการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นอยู่ภายใต้บริบทของการร่วมรับรู้ปัญหาพร้อมคิด และร่วมปฏิบัติของชุมชนในท้องถิ่น และการกระจายรายได้

พลอยชมพู จิตติยาภรณ์ (2553) ศึกษา “การสื่อสารชุมชนท่องเที่ยวยั่งยืนกรณีศึกษาชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยม” ผลการศึกษาพบว่า การสื่อสารนั้นมีส่วนสำคัญที่ทำให้ตลาดน้ำคลองลัดมะยมสามารถพัฒนาชุมชนตนเอง ให้ประสบความสำเร็จกลายเป็นชุมชนท่องเที่ยวยั่งยืน โดยการสื่อสารของชุมชนอย่างเป็นรูปธรรม แบ่งได้เป็น การสื่อสารระหว่างคนในชุมชน การสื่อสารระหว่างชุมชนกับนักท่องเที่ยว การสื่อสารระหว่างคนในชุมชนประกอบด้วย 1) สื่อบุคคล 2) สื่อการประชุม 3) ใบปลิว 4) เสียงตามสาย และ 5) สื่อกิจกรรม ทั้งนี้การสื่อสารระหว่างชุมชนกับนักท่องเที่ยว มี 5 รูปแบบเช่นกัน ได้แก่ สื่อบุคคล ใบปลิว เสียงตามสายสื่อสถานที่ และสื่อกิจกรรม การสื่อสารของชุมชนมีบทบาทสำคัญในการสร้างจิตสำนึกอนุรักษ์ธรรมชาติและวิถีชุมชนชาวคลองและบทบาทในการสร้างอัตลักษณ์ชุมชน รวมถึงการต่อยอดจุดเด่น ให้กับสินค้าการท่องเที่ยว

ชิตาพร กันหลง (2543) ได้ศึกษา เรื่องกระบวนการสื่อสารในการผลักดันรัฐธรรมนูญฉบับ พ.ศ.2540 ผลการวิจัยพบ 1) การจุดประเด็น โดยผู้มีชื่อเสียงในการสร้างกระแสและการสื่อสาร 2) การประสานความร่วมมือระหว่างองค์กรในการขับเคลื่อนการสื่อสารอย่างน่าสนใจ 3) การหาแนวร่วมเพื่อนำเสนอเนื้อหาสารในการผลักดัน 4) การใช้เครือข่ายในการสนับสนุนปัจจัย 5) การแทรกตัวเข้าไปเป็นคณะทำงานเพื่อส่งเสริมการดำเนินงาน 6) การลอบบี้ 7) การใช้สื่อบุคคล 8) การใช้สื่อและกิจกรรมประชาสัมพันธ์ 9) การทำตัวให้เป็นข่าว 10) การแชร์เนื้อหาข่าว 11) การใช้สัญลักษณ์ 12) การสร้างภาพศัตรูที่ชัดเจน 13) การเผยแพร่ข้อมูลตรงสู่ประชาชน 14) เป็นมิตรกับสื่อ 15) การสร้างการมีส่วนร่วมให้กับประชาชน

จิตร์รัตน์ นุ่มน้อย (2555) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “การสื่อสารเพื่อจัดการการเปลี่ยนแปลงในองค์กรกรณีศึกษา ธนาคารแลนด์แอนด์เ้าส์เพื่อรายย่อย จากัด (มหาชน)” ผลการศึกษาพบว่า ธนาคารแลนด์แอนด์เ้าส์เพื่อรายย่อยจากัด (มหาชน) ไม่มีการกำหนดนโยบายและการประเมินผล การดำเนินการด้านการสื่อสารของธนาคารเพื่อเตรียมความพร้อมของธนาคารมีรูปแบบการสื่อสารแบบเป็นทางการและการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ โดยการสื่อสารแบบเป็นทางการเป็นลายลักษณ์อักษร ซึ่งเป็นการสื่อสารแบบล่างขึ้นบน มีการสื่อสารในระดับเดียวกันธนาคารยังมีการสื่อสารจากบนลง

ล่างตามโครงสร้างของธนาคารผ่านการประชุมภายใน หน่วยงานตนเอง ซึ่งมักนิยมใช้การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการและในด้านความสัมพันธ์พบว่า พนักงานรู้สึกมีความเป็นกันเองระหว่างผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงาน

ณพนันท์ ขอบจิตต์เมตต์ (2557) ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการจัดการการสื่อสารเพื่อการจัดระเบียบชุมชนและสถานบันเชิงชุมชนคลองหก จังหวัดปทุมธานี เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ผลการศึกษาเชิงคุณภาพจากการวิจัยพบว่า การใช้การสื่อสารผ่านทางช่องทางสื่อสารต่างๆ นั้นเกิดขึ้นได้เป็นอย่างดี ดี มีปรับและพัฒนาการดึงดูดยุทธ์ จุดเด่น จุดด้อยของสื่อ นำมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการสื่อสาร แสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่าเป็นการใช้กลยุทธ์การสื่อสารที่สำคัญในการผลักดันของการพัฒนาในทุกด้าน เห็นถึงศักยภาพของผู้นำชุมชนที่ทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสารในชุมชนที่เป็นแรงขับเคลื่อนหลักในการผลักดันเพื่อพัฒนาชุมชนให้ดีขึ้น ทั้งนี้มีการเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารผ่านสื่อต่างๆ เพื่อแก้ไขปัญหาที่สะสมมานานภายในชุมชนได้เป็นอย่างดี และได้รับการตอบรับอย่างดีจากประชาชนในชุมชน เกิดความเข้าใจที่ตรงกันที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงด้านในทางที่ดีไม่ว่าจะเป็นทัศนคติ พฤติกรรม และความรู้

ผลการศึกษาเชิงปริมาณพบว่า ประชาชนส่วนใหญ่มีการรับรู้เกี่ยวกับการจัดระเบียบสถานบันเชิง ภายในชุมชนในระดับปานกลาง และระดับการรับรู้ที่มีค่าสูงที่สุด สถานการณ์ปัญหาสถานบันเชิงภายในชุมชน และในส่วนของทัศนคติ พบว่า ประชาชนมีทัศนคติที่เห็นด้วยมากว่าผู้นำชุมชนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดระเบียบสถานบันเชิงภายในชุมชน ด้านทัศนคติต่อเนื้อหาสาร

ณริสา ชัยสุภมมงคลลาภ (2552) ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับรูปแบบการสื่อสารเพื่อการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดน้ำยามเย็น อัมพวา ผลการวิจัยพบว่า 1. รูปแบบการสื่อสารที่ใช้ในการจัดการท่องเที่ยวมีการพัฒนาขึ้นตามระยะเวลาในการเปิดดำเนินการของตลาดน้ำยามเย็นอัมพวา ประกอบไปด้วย 1) การล้อมวงหรือ ค้นหาเรื่องราวของชุมชนใช้วิธีลงพื้นที่พูดคุยสร้างความคุ้นเคยกับสมาชิกในชุมชน รวมถึงจัดการประชุมร่วมกับคนในชุมชน 2) การปรึกษาหารือเพื่อสร้างสถานที่ท่องเที่ยวแห่งใหม่ ใช้วิธีการสื่อสารที่เน้นการจัดประชุมและการทำเวทีประชาคม 3) บริหารกิจกรรมการสื่อสารผ่าน ‘วิถีชีวิตจริง’ โดยใช้การพูด การประชุมร่วมกับชาวบ้านในชุมชนและการสื่อสารผ่านสื่อมวลชน 4) บริหารกิจกรรมการสื่อสารผ่าน ‘ขายวาระหึ่งห้อย’ เน้นรูปแบบการสื่อสารผ่านสื่อมวลชน ในการประชาสัมพันธ์กิจกรรมการชมหึ่งห้อย 5) มุ่งสร้างระบบการสื่อสารครบวงจรได้แก่ การสื่อสารผ่านสื่อต่างๆ ที่มีความหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารแบบปากต่อปากไปจนถึงการสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต 6) มุ่งสื่อสารประเด็นเพื่อแก้ไขปัญหา เน้นรูปแบบการสื่อสารผ่านการประชุม การรวมกลุ่ม และการจัดทำสื่อชุมชน นิตยสารมนต์รักแม่กลอง 7) เสริมสร้าง



ระบบการสื่อสาร เน้นการสื่อสารผ่านกิจกรรมด้านการอนุรักษ์ต่างๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวตระหนักถึงความสำคัญของการรักษาสถานที่ท่องเที่ยว และ 8) มุ่งยกระดับการสื่อสารสู่สากล มีการสื่อสารผ่านตราสินค้า ‘อัมพวาแบรนด์’ เพื่อสร้างมาตรฐานของสินค้าอัมพวา ให้เป็นที่รู้จักโดยทั่วไป และ 2. บทบาททางการสื่อสารของผู้นำชุมชนพบว่า มีบทบาทในการเชิญชวนชาวบ้านให้เข้าร่วมเปิดตลาดน้ำยามเย็นอัมพวาร่วมกัน เป็นที่ปรึกษาของชาวบ้าน รับผิดชอบต่อนักท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำยามเย็นอัมพวา ให้การต้อนรับแขกผู้มาเยือน พร้อมสื่อสารแนวคิดใหม่ๆ ให้กับชาวบ้าน และคอยประสานความร่วมมือจากหน่วยงานภายนอก

### 6.5 แนวคิดเกี่ยวกับเครือข่ายการสื่อสาร

ศรัณย์ จันทร์หาญ (2560) ศึกษาเรื่อง เครือข่ายการสื่อสารออนไลน์ และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้จักรยานในชีวิตประจำวันเพื่อการเดินทางในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมียัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาการสื่อสารเกี่ยวกับการรณรงค์ใช้จักรยานในชีวิตประจำวันผ่านเครือข่ายออนไลน์ รวมถึงการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิต การเปิดรับข่าวสาร ทักษะคิด แลพฤติกรรมการใช้จักรยานในชีวิตประจำวันของผู้ใช้เครือข่ายการสื่อสารออนไลน์เกี่ยวกับการใช้จักรยานและเพื่อศึกษาตัวแปรพยากรณ์พฤติกรรมการใช้จักรยานในชีวิตประจำวัน พบว่า 1) เครือข่ายการสื่อสารออนไลน์ที่มีการรณรงค์ให้เกิดการใช้จักรยานในชีวิตประจำวัน โดยตรง ได้มีการเผยแพร่เนื้อหาและการมีส่วนร่วมของสมาชิกด้วยข่าวสาร เรื่องราว และประสบการณ์เชิงบวก 2) ระดับพฤติกรรมสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมของสมาชิกบนเครือข่ายออนไลน์เกี่ยวกับการใช้จักรยานในชีวิตประจำวัน อยู่ระดับต่ำและ คือเว็บไซต์แบบเว็บบอร์ดมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นกับเฟซบุ๊กแฟนเพจเป็นส่วนมาก 3) ลักษณะการเชื่อมโยงและรูปแบบการสื่อสารบนเครือข่ายออนไลน์ทำการเชื่อมโยงเครือข่ายแบบบุคคลต่อบุคคล มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติ ทัศนคติมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการใช้จักรยาน และรูปแบบการดำเนินชีวิตมีความสัมพันธ์เชิงบวกปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้จักรยานในชีวิตประจำวัน มีองค์ประกอบ ได้แก่ 1) ทัศนคติ 2) รูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มหัวก้าวหน้า และ 3) รูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มตามเทรนด์ตามกระแส

หริสุตา ปั้นทวนันท์ (2544) ได้ทำการศึกษาในเรื่อง การสื่อสารและเครือข่ายการรณรงค์เมาไม่ขับ พบว่า วิธีการสื่อสารภายในเครือข่ายเมาไม่ขับ และวิธีการสื่อสารกับสาธารณชนของโครงการเมาไม่ขับ โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก ผลการวิจัยพบว่า 1) พัฒนาการของโครงการ แบ่งออกเป็นสองระยะคือ 1. ระยะก่อตั้ง และ 2. ระยะขยายเครือข่ายและดำเนินการ 2) การสื่อสารภายในเครือข่าย ประกอบด้วยประเด็นต่างๆ ดังนี้ 1. การขอการสนับสนุนด้านนโยบาย 2. การขอการสนับสนุนด้านการใช้กฎหมายควบคู่ไปกับการรณรงค์ 3. การขอการสนับสนุนด้านงบประมาณ 4. การขอการสนับสนุนด้านกิจกรรม



การรณรงค์ 5. การประชาสัมพันธ์ 6. การประเมินโครงการ 7. การสร้างกระแสสังคม โดยวิธีการสื่อสารที่ใช้เป็นแบบการสื่อสารสองทาง ทั้งแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ 3) การสื่อสารกับสาธารณชนของโครงการ โดยมีวิธีการสื่อสารไปยังสาธารณชนโดย 1. สร้างกระแสถึงคนมาแล้วบ้าง 2. สร้างฟรีเซนต์เตอร์จากเหยื่อมาแล้วบ้าง 3. ใช้โบว์ฟ้าเป็นสัญลักษณ์ในการรณรงค์ 4. จัดงานแถลงข่าว 5. ใช้สื่อทุกช่องทาง 6. จัดนิทรรศการให้ความรู้แก่ประชาชน 7. จัดกิจกรรมในย่านสถานบันเทิงและหอซิด 8. จัดกิจกรรมช่วงเทศกาล 9. จัดกิจกรรมตามโรงเรียนต่างๆ



## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการวิจัย

บทที่ 3 เป็นบทที่ว่าด้วยวิธีดำเนินการวิจัยงานวิจัย เรื่อง การสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไวย์ ตำบลขนอนคลาน อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) กระบวนการสื่อสาร และ 2) การจัดการการสื่อสาร โดยวิธีดำเนินการวิจัยประกอบด้วย ผู้ให้ข้อมูลหลัก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล โดยมีรายละเอียดดังนี้

#### 1. แบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก

#### 2. ผู้ให้ข้อมูลหลัก

ผู้ให้ข้อมูลหลัก เลือกแบบเจาะจง โดยมีหลักเกณฑ์ในการเลือกต้องเป็นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดการการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไวย์ ตำบลขนอนคลาน อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล ผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์ของผู้ให้ข้อมูลหลักเป็นบุคคลที่ร่วมดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชนหาดราไวย์ ทั้งเป็นผู้สนับสนุนด้านองค์ความรู้หรือนักปฏิบัติที่มีส่วนร่วมให้เกิดการท่องเที่ยวตลอดระยะเวลาไม่น้อยกว่า 3 ปี พร้อมวิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีการสร้างข้อสรุป คือ เลือกผู้ให้ข้อมูลหลักแบบเจาะจงกับผู้ที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งสิ้น 15 คน โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้ 1) ผู้ผู้นำชุมชน/ท้องถิ่น จำนวน 7 คน 2) สมาชิกเครือข่ายการท่องเที่ยวชุมชนการท่องเที่ยวตำบลขนอนคลาน จำนวน 8 คน มีรายชื่อดังต่อไปนี้

##### กลุ่มที่ 1 ผู้นำชุมชน/ท้องถิ่น จำนวน 7 คน ได้แก่

- |                |                                     |
|----------------|-------------------------------------|
| 1. ชื่อ – สกุล | นายสมนึก ขุนแสง                     |
| ตำแหน่ง        | ผู้ใหญ่บ้าน หมู่ที่ 1               |
| 2. ชื่อ – สกุล | นางสุรางค์ สารบรรณ                  |
| ตำแหน่ง        | สมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบลขนอนคลาน |

3. ชื่อ-สกุล นายสมาน โสสนุ้ย  
ตำแหน่ง อีหม่ามัสยิด หมู่ที่ 4
4. ชื่อ-สกุล นายสินธุ์ เสี่ยมใหม่  
ตำแหน่ง อดีตผู้ใหญ่บ้าน หมู่ที่ 4
5. ชื่อ-สกุล นายประกอบ สารบรรณ  
ตำแหน่ง อดีต ศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้ หมู่ที่ 4
6. ชื่อ-สกุล นายวิชาญ โสสนุ้ย  
ตำแหน่ง สราวัตรกำนันตำบลขอนคลาน
7. ชื่อ-สกุล นายดวง จิเหลียง  
ตำแหน่ง สราวัตรกำนันตำบลขอนคลาน

**กลุ่มที่ 2 เครือข่ายการท่องเที่ยวชุมชนการท่องเที่ยวตำบลขอนคลาน จำนวน 8 คน**

1. ชื่อ-สกุล นายทวิ ขุนแสง  
ตำแหน่ง ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเรือประมงพื้นบ้าน
2. ชื่อ-สกุล นายพิเชษฐ นวลคำ  
ตำแหน่ง ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเรือประมงพื้นบ้าน
3. ชื่อ-สกุล นาง นัจวา เทศนอก  
ตำแหน่ง ตัวแทนกลุ่มอาชีพแม่บ้านทะเลดำ
4. ชื่อ-สกุล นางสุณีย์ จุลณศักดิ์ศรี  
ตำแหน่ง บ้านสวนบุญยืนโฮมสเตย์
5. ชื่อ-สกุล นายสมชัย โสสนุ้ย  
ตำแหน่ง ปราชญ์ หมู่บ้านตำบลขอนคลาน
6. ชื่อ-สกุล นางราตรี โสสนุ้ย  
ตำแหน่ง ตัวแทนวิสาหกิจฝ่ายเหรียญก
7. ชื่อ-สกุล นายสุธรรม สารบัญญัติ  
ตำแหน่ง รองประธานเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไว
8. ชื่อ-สกุล นายพิชญ แซ่ตัน  
ตำแหน่ง ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเรือประมงพื้นบ้าน

### 3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือแบบสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-depth interview) แบบกึ่งโครงสร้าง โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังต่อไปนี้

**ส่วนที่ 1** ศึกษากระบวนการการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไวย์ ตำบลขนคลาน อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล ประกอบด้วยประเด็นคำถามดังต่อไปนี้ 1) กระบวนการสื่อสารของผู้ส่งสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไวย์อำเภอทุ่งหว้าจังหวัดสตูลมีอะไรบ้าง 2) กระบวนการสื่อสารในเนื้อหาสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไวย์อำเภอทุ่งหว้าจังหวัดสตูลประกอบด้วยอะไรบ้าง 3) กระบวนการสื่อสารผ่านช่องทางการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไวย์อำเภอทุ่งหว้าจังหวัดสตูลมีอะไรบ้าง 4) กระบวนการสื่อสารของผู้รับสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไวย์อำเภอทุ่งหว้าจังหวัดสตูลเป็นอย่างไร 5) กระบวนการสื่อสารในการประเมินผล การสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไวย์อำเภอทุ่งหว้าจังหวัดสตูลเป็นอย่างไร

**ส่วนที่ 2** ศึกษาการจัดการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไวย์ อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล ประกอบด้วยประเด็นคำถามดังต่อไปนี้ 1) การจัดการสื่อสารในการรวมตัวของเครือข่ายเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไวย์ อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูลเป็นอย่างไร 2) การจัดการสื่อสารมีกำหนดภารกิจและหน้าที่รับผิดชอบเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไวย์ อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูลอย่างไร 3) การจัดการสื่อสารในวางแผนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไวย์ อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูลมีอะไรบ้าง 4) การจัดการสื่อสารด้านปฏิบัติการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไวย์ อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูลประกอบไปด้วย 5) การจัดการสื่อสารโดยจัดปัจจัยสนับสนุนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไวย์ อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูลมีอะไรบ้าง

### 4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

**วิธีการรวบรวมข้อมูล** เป็นการรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสังเกตและสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-depth Interview) และการเก็บรวบรวมศึกษาข้อมูลจากเอกสาร โดยศึกษาสภาพการสื่อสารจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงกับการท่องเที่ยวชุมชนหาดราไวย์ตำบลขนคลาน ประกอบด้วย ผู้นำชุมชน/ท้องถิ่น จำนวน เครือข่ายการท่องเที่ยวชุมชนการท่องเที่ยวตำบลขนคลาน โดยมีขั้นตอนดังนี้

**ขั้นตอนที่ 1** การรวบรวมข้อมูลด้วยการสังเกต โดยการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่มเครือข่ายท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยวที่จัดขึ้นในชุมชนตลอดกระบวนการขับเคลื่อน

**ขั้นตอนที่ 2 ติดต่อประสานงาน** ประสานในการสัมภาษณ์และการให้ข้อมูลสนับสนุน

**ขั้นตอนที่ 3 ขั้นการสัมภาษณ์** โดยผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการแต่มีแนวคำถามเป็นกรอบการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดตัวคำถามไว้ล่วงหน้าและใช้คำถามปลายเปิดเพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ให้ข้อมูลหลักสามารถให้ข้อมูลอย่างเต็มที่ตามประเด็นผู้วิจัยได้วางไว้และยืดหยุ่นประเด็นคำถามตามสถานการณ์ในการสัมภาษณ์

**ขั้นตอนที่ 4 เครื่องบันทึกเสียง** โดยผู้วิจัยใช้เครื่องบันทึกเสียงผู้ให้ข้อมูลหลักระหว่างการสัมภาษณ์เพื่อเก็บข้อมูลต่างๆ ได้อย่างครบถ้วน และขออนุญาตผู้ให้ข้อมูลก่อนการสัมภาษณ์ทุกครั้ง

## 5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีการสร้างข้อสรุป ได้ดำเนินการจำแนกเนื้อหาของบทสัมภาษณ์ออกเป็นประเด็นต่างๆ ตามวัตถุประสงค์ โดยนำข้อมูลที่ได้อาวิเคราะห์ร่วมกับแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในบทที่ 2 ตลอดจนนำข้อมูล ด้านเอกสารมาสนับสนุนเพื่อให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยในส่วนการสัมภาษณ์แบบเชิงลึกใช้การตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation) โดยการตรวจสอบด้วยวิธี ต่าง ๆ ดังนี้

**5.1 การตรวจสอบโดยใช้กลุ่มตัวอย่างที่ต่างกัน** ได้แก่ ผู้ให้ข้อมูลหลัก ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ (In-depth Interview) ด้วยวิธีการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก เพื่อรวบรวมข้อมูล โดยไม่ใช่แบบสอบถาม แต่มีแนวคำถามเป็นกรอบในการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก ซึ่งเป็น ผู้นำท้องถิ่นและผู้นำชุมชน

**5.2 การตรวจสอบโดยใช้ผู้เชี่ยวชาญในการให้ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับเครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูล** การวิจัยครั้งนี้จากการ ได้ศึกษา แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแล้วนำมาสร้างแบบสัมภาษณ์ ซึ่งเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยนำแบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้นให้อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัยและผู้เชี่ยวชาญนักวิชาการด้านการสื่อสาร เพื่อปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องและนำแบบสัมภาษณ์ไปเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลักที่ใช้ในการวิจัย เพื่อให้เกิดความแม่นยำและถูกต้องในการใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูล

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

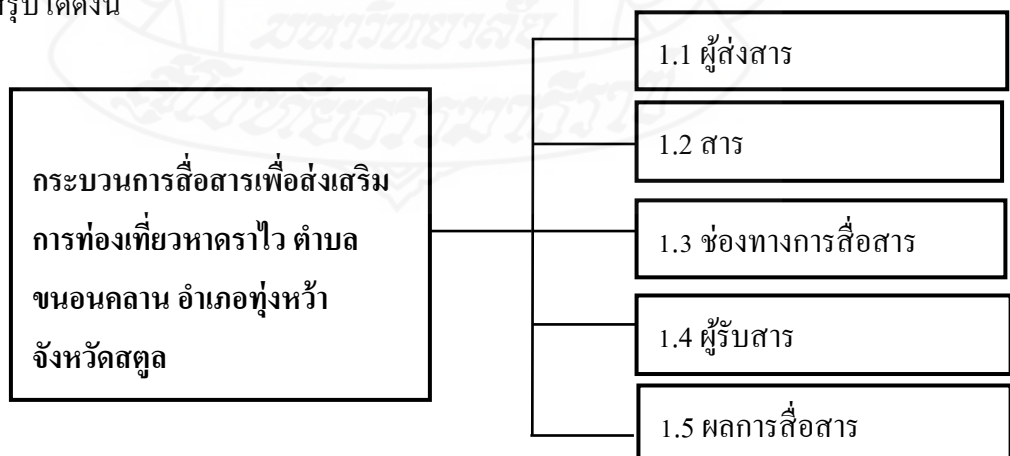
บทที่ 4 เป็นบทที่ว่าด้วยผลการวิเคราะห์ข้อมูลของงานวิจัย เรื่อง การสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไวย์ ตำบลขนอนคลาน อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ศึกษากระบวนการสื่อสาร และ 2) การจัดการการสื่อสารโดยผลการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 กระบวนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไวย์ ตำบลขนอนคลาน อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล

ส่วนที่ 2 การจัดการการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไวย์ ตำบลขนอนคลาน อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล

ส่วนที่ 1 ผลการศึกษากระบวนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไวย์ ตำบลขนอนคลาน อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล

ในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับ กระบวนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไวย์ ตำบลขนอนคลาน อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล มีผลการศึกษาข้อมูลสภาพปัญหาการสื่อสาร ประกอบด้วย 1) ผู้ส่งสาร 2) สาร 3) ช่องทางการสื่อสาร 4) ผู้รับสาร และ 5) ผลการสื่อสาร สามารถสรุปได้ดังนี้



ภาพที่ 4.1 กระบวนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไวย์ ตำบลอำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล



ผลการศึกษาวิจัยกระบวนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไวย์ ตำบลขอนคลาน อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล ได้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ข้อมูลเชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูลหลักส่วนใหญ่ให้ข้อมูลตรงกันว่า กระบวนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวมีรายละเอียด ดังนี้ คือ

**1.1 ผู้สื่อสาร** ในกระบวนการสื่อสารออกเป็นกระบวนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไวย์ แบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ

**1.1.1 ผู้สื่อสารในการสื่อสารภายในตัวบุคคล** เกิดจากการที่ผู้นำท้องถิ่น ตำบลขอนคลาน อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล ประกอบด้วยผู้ใหญ่บ้านและกำนันเกิดแนวคิดการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนขึ้น เกิดการสื่อสารภายในตนเองได้แบ่งออกเป็น (1) การสื่อสารทบทวนวัตถุประสงค์เป้าหมายในการดำเนินงานที่ผ่านมาและต่อไปเนื่องจากตระหนักถึง ความสำคัญในทักษะการสื่อสารของผู้นำ (2) การวางแผนการสื่อสารในการริเริ่มในการสร้างสิ่งใหม่ผ่านประสบการณ์และเป้าหมาย และ(3) ดำเนินการสื่อสารแสดงเจตนารมณ์ อุดมการณ์หรือแนวคิดออกไปยังผู้รับสารให้เกิดการพัฒนาชุมชนตำบลขอนคลานต่อไป

**1.1.2 ผู้สื่อสารในการสื่อสารระหว่างบุคคล (interpersonal communication)** ทำการสื่อสารไปยังผู้นำชุมชนคนอื่นๆ ในแต่ละระดับ ประกอบไปด้วย (1) ผู้ใหญ่บ้านทุกหมู่บ้าน (2) ผู้นำศาสนา (3) สารวัตรกำนันตำบลขอนคลาน (4) กลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน และ (5) ชาวบ้านในชุมชนตำบลขอนคลาน สื่อสารสร้างความเข้าใจและวิธีการร่วมในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างเข้าใจและเท่าทันมากขึ้น เป็นการสื่อสารที่เกิดผู้ส่งสารเพิ่มมากขึ้น ประกอบไปด้วย (1) กลุ่มผู้นำท้องถิ่น/ชุมชน (2) กลุ่มชาวประมงและจับเรือหน้าเที่ยว (3) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนและวิสาหกิจท่องเที่ยว (4) กลุ่มผู้ประกอบการที่พักและโฮมสเตย์ (5) กลุ่มผู้ประกอบการร้านค้าชุมชนและแม่ค้า (6) กลุ่มแม่บ้านและอสม.ชุมชนต่างๆ (7) กลุ่มไกด์และมัคคุเทศก์น้อย และ (8) กลุ่มนักท่องเที่ยว และ

**1.1.3 ผู้สื่อสารในการสื่อสารกลุ่มใหญ่ (large group communication)** ผู้นำท้องถิ่น/ชุมชนได้ดำเนินการสื่อสารประสานหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนเกิดเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนหาดราไวย์และภาคีหน่วยงานต่างๆ ในการจับมาส่งเสริมสนับสนุนมากขึ้น

**1.2 สารในกระบวนการสื่อสาร** เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไวย์ การกำหนดเนื้อหาสารและข่าวสารเป็นระยะประกอบด้วย 1) ความเป็นมาของชุมชน ตำบลขอนคลาน 2) ทรัพยากรการท่องเที่ยวชุมชนหาดราไวย์ 3) วิถีวัฒนธรรมชุมชน 4) ภูมิปัญญาชุมชน การประกอบกลุ่มอาชีพ เช่น กลุ่มมันปู, กลุ่มพวงชมพู (ตัดเย็บเสื้อผ้า), กลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารทะเล, กลุ่มสตรี (กลุ่มเครื่องแกง, กลุ่มทำขนม), กลุ่มประกายดาว (ผลิตภัณฑ์กระเป๋าทำจากผ้า) และ 5) การท่องเที่ยวหาดราไวย์

**1.3 ช่องทางการสื่อสารสื่อสาร** การสื่อสารผ่านช่องทาง 2 รูปแบบ ประกอบด้วย การสื่อสารผ่านสื่อดั้งเดิมและสื่อใหม่ ประกอบด้วย 1.3.1) สื่อชุมชน ได้แก่ มีการสื่อสารผ่าน หอกระจายข่าว หรือเสียงตามสายของชุมชน 1.3.2) การประชุม จะแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ ทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการการประชุมแบบเป็น 1.3.3) บอร์ดประชาสัมพันธ์ในชุมชน 1.3.4) สื่อสิ่งพิมพ์ 1.3.5) สื่อบุคคล 1.3.6) สื่อสารมวลชน และ 1.3.7) สื่อใหม่ สื่อสังคมออนไลน์

**1.4 ผู้รับสารในกระบวนการสื่อสาร** แบ่งประเภทผู้รับสารออกเป็น 1.4.1) ประเภทของผู้รับสารในกระบวนการสื่อสารออกเป็น 1) ผู้รับสารในการสื่อสารระหว่างบุคคล 2) ผู้รับสารในการสื่อสารกลุ่มเล็ก ประกอบไปด้วยกลุ่มดังนี้ (1) กลุ่มผู้นำท้องถิ่น/ชุมชน (2) กลุ่มชาวประมงและจับเรือหน้าเที่ยว (3) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนและวิสาหกิจท่องเที่ยว (4) กลุ่มผู้ประกอบการที่พักและโฮมสเตย์ (5) กลุ่มผู้ประกอบการร้านค้าชุมชนและแม่ค้า (6) กลุ่มแม่บ้านและอสม.ชุมชนต่างๆ (7) กลุ่มไค้และมัคคุเทศก์น้อย และ (8) กลุ่มนักท่องเที่ยว และ 3) ผู้รับสารในการสื่อสารกลุ่มสามารถแบ่งกลุ่มการสื่อสารออกเป็น (3.1) ผู้รับสารในการสื่อสารสาธารณะ และ (3.2) ผู้รับสารในการสื่อสารมวลชน

**1.5 ผลการสื่อสารในกระบวนการสื่อสาร** ในกระบวนการสื่อสารเพื่อสื่อสารส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไวย์ ตำบลขนอนคลาน อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล มีพัฒนาการที่จากจุดเริ่มต้นการก่อตั้งกลุ่มการท่องเที่ยวหาดราไวย์จนเป็น วิสาหกิจท่องเที่ยวหาดราไวย์ ผนึกกำลังคนในชุมชนมาช่วยกันกิจกรรมอาสาพัฒนาในชุมชนมากขึ้น ผลักดันหน่วยงานจากภายนอกเข้ามาส่งเสริมสนับสนุนกิจกรรมของคนในชุมชนมากขึ้น

### **1.5.1 ผู้ส่งสารในกระบวนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไวย์ ตำบลขนอนคลาน อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล**

ผลการวิจัยกระบวนการของผู้ส่งสารเพื่อสื่อสารส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไวย์ ตำบลขนอนคลาน อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูลผลโดยรวมจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลพบว่าผู้ส่งสารเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวให้เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรมตั้งแต่กระบวนการก่อสร้างสร้างตัว ให้เกิดกลุ่มท่องเที่ยวชุมชนหาดราไวย์ ด้วยการสื่อสารแนวคิดและอุดมการณ์จากผู้นำท้องถิ่นในตำบลขนอนคลาน อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล นำโดยผู้ใหญ่บ้านและกำนันตำบลขนอนคลาน อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล ได้มีการชวนคิดชวนคุยในกลุ่มกำนันผู้ใหญ่บ้านและผู้นำศาสนาในท้องถิ่นในการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งได้ให้ความรู้แก่ผู้นำ ในเรื่องทรัพยากรในท้องถิ่นที่สวยงามรวมถึงทรัพยากรบุคคลที่สามารถนำไปสู่การส่งเสริมรายได้ให้แก่ชุมชนบ้านขนอนคลาน จากนั้นเกิดสื่อสารต่อกันจนเกิดเป็นกลุ่มวิสาหกิจท่องเที่ยวชุมชน ผ่านการสื่อสารสามารถแบ่งประเภทผู้ส่งสารออกได้ดังนี้

### 1) ประเภทของผู้ส่งสารในกระบวนการสื่อสารออกเป็น

(1) ผู้ส่งสารในการสื่อสารภายในตัวบุคคล (intrapersonal communication) เกิดจากจุดเริ่มต้นของผู้นำท้องถิ่น ผู้ใหญ่บ้านและ กำนันตำบลขอนแก่น อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล มีจุดเริ่มต้นในการวิเคราะห์ตัวเองในฐานะเป็นผู้นำท้องถิ่น ที่ได้รับโอกาสเข้าร่วมศึกษาดูงาน และเวทีถอดบทเรียนการท่องเที่ยวในระดับจังหวัดจนได้รับข้อมูลข่าวสารมากมายจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในการส่งเสริมอาชีพและรายได้ให้กับประชาชน ทั้งภาคการเกษตร การฝึกอาชีพ การแปรรูปของดีในชุมชน ทั้งนี้การศึกษาดูงานทรัพยากรธรรมชาติที่สวยงามที่สร้างรายได้มหาศาลให้แก่ภาครัฐกิจในระดับจังหวัดและระดับประเทศ จึงมีการวางแผนทบทวนตนเองจากองค์ความรู้ ประสบการณ์ ฐานทรัพยากรที่มีอยู่หลากหลาย จึงบอกตนเองโดยการคิดริเริ่มการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน ในนามการท่องเที่ยวหาดราวี ตำบลขอนแก่น อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล เป็นการสื่อสารกับตัวเองที่เป็นจุดเริ่มต้นในการรวบรวมพลังกำลังของทีมงานและดึงศักยภาพของผู้นำชุมชนและคนในชุมชน ถือเป็นขั้นตอนการสื่อสารที่สำคัญ เป็นต้นกำเนิดของการสื่อสารอื่นๆ ต่อไป ทั้งนี้การทบทวนตนเองตลอดการทำงานเป็นการประเมินผลการทำงาน ประเมินผลการสื่อสารของผู้นำในการพัฒนาทักษะการสื่อสารที่ต้องเรียนรู้ จึงเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นก่อนการสื่อสารประเภทอื่นๆเสมอ สามารถแบ่งการสื่อสารภายในตนเองออกเป็น 1) การสื่อสารทบทวนวัตถุประสงค์เป้าหมายในการดำเนินงานที่ผ่านมาและต่อไปเนื่องจากตระหนักถึง ความสำคัญในทักษะการสื่อสารของผู้นำ 2) การวางแผนการสื่อสารในการริเริ่มในการสร้างสิ่งใหม่ผ่านประสบการณ์และเป้าหมาย และ 3) ดำเนินการสื่อสารแสดงเจตนารมณ์ อุดมการณ์หรือแนวคิดออกไปยังผู้รับสารให้เกิดการพัฒนาชุมชนตำบลขอนแก่นต่อไป



ภาพที่ 4.2 กระบวนการการสื่อสารภายในตัวบุคคลของผู้นำชุมชน/ท้องถิ่น เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไว ตำบลขอนแก่น อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล

(2) ผู้ส่งสารในการสื่อสารระหว่างบุคคล (interpersonal communication) เป็นกระบวนการสื่อสารของผู้ส่งสารลำดับต่อจากการสื่อสารภายในตัวบุคคล เมื่อผู้ใหญ่บ้านและกำนันตำบลขอนแก่น อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล ตกลงใจกันได้ทำการทบทวนแนวคิดการท่องเที่ยวหาดราไว ตำบลขอนแก่น อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล จึงได้ทำการสื่อสารระหว่างบุคคลนำไปสื่อสารถ่ายทอดสู่ผู้นำชุมชนคนอื่นๆ ในแต่ละระดับ ประกอบไปด้วย 1) ผู้ใหญ่บ้านทุกหมู่บ้าน 2) ผู้นำศาสนา 3) สารวัตรกำนันตำบลขอนแก่น 4) กลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนและ 5) ชาวบ้านในชุมชนตำบลขอนแก่น เนื่องจากการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวอาจส่งกระทบทั้งเชิงบวกและเชิงลบให้กับชุมชนได้ ด้วยชุมชนบ้านขอนแก่นเป็นชุมชนพี่น้องที่นับถือศาสนาอิสลามเกือบร้อยเปอร์เซ็นต์ ผู้ส่งสารจึงมีความจำเป็นในการกระบวนการสื่อสารเพื่อหาแนวทางกับผู้นำศาสนา ผู้นำชุมชนและท้องถิ่น รวมถึงชาวบ้านผู้เป็นเจ้าของพื้นที่ร่วมกันในการรักษาและคงอัตลักษณ์ทางวิถีและวัฒนธรรมของคนในชุมชนไว้ โดยเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลพูดคุยแนวคิดหาแนวร่วมและประเมินทิศทางความเป็นไปได้ในการผลักดันการสื่อสารการท่องเที่ยวหาดราไวต่อไป

อีกทั้งกระบวนการสื่อสารระหว่างบุคคลเกิดขึ้นตลอดการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไวย์ ตำบลขอนคลาน อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล โดยเฉพาะการสื่อสารเรื่องราวข่าวสารทั้งผลกระทบเชิงบวกในการท่องเที่ยวเพื่อกระตุ้นความภาคภูมิใจ แรงผลักดันในการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้มีความยั่งยืน สื่อสารอัตลักษณ์ของคนในพื้นที่ ตำบลขอนคลาน อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล และเรื่องราวการท่องเที่ยว เช่น มีกิจกรรมท่องเที่ยววัน จัดขึ้นที่ใด ตารางการท่องเที่ยวของกลุ่ม การทำกิจกรรมกลุ่ม ทรัพยากรธรรมชาติเป็นอย่างไร อีกทั้งการสื่อสารผลกระทบเชิงลบ เพื่อให้คนในชุมชนตระหนักร่วมในการวางแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม วิถีวัฒนธรรมหรือวิถีชีวิตที่ต้องช่วยกันสื่อสารสร้างความเข้าใจและวิธีการร่วมในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างเข้าใจและเท่าทันมากขึ้น เป็นการสื่อสารที่เกิดผู้ส่งสารเพิ่มมากขึ้น ประกอบไปด้วย 1) กลุ่มผู้นำท้องถิ่น/ชุมชน 2) กลุ่มชาวประมงและจับเรือหน้าเที่ยว 3) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนและวิสาหกิจท่องเที่ยว 4) กลุ่มผู้ประกอบการที่พักและโฮมสเตย์ 5) กลุ่มผู้ประกอบการร้านค้าชุมชนและแม่ค้า 6) กลุ่มแม่บ้านและอสม.ชุมชนต่างๆ 7) กลุ่มไกด์และมัคคุเทศก์น้อย และ 8) กลุ่มนักท่องเที่ยวเนื่องจากการได้รับรู้ข้อมูลข่าวสาร และสัมผัสวิถีชีวิต จึงทำให้กลุ่มต่างๆ มีการสื่อสารระหว่างบุคคลภายในกลุ่มเพื่อเอื้อในการทำกิจกรรมประเภทเดียวกันและมีการสื่อสารระหว่างบุคคลข้ามกลุ่มในการส่งต่อกิจกรรมและดูแลผู้มาเยือนในท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี

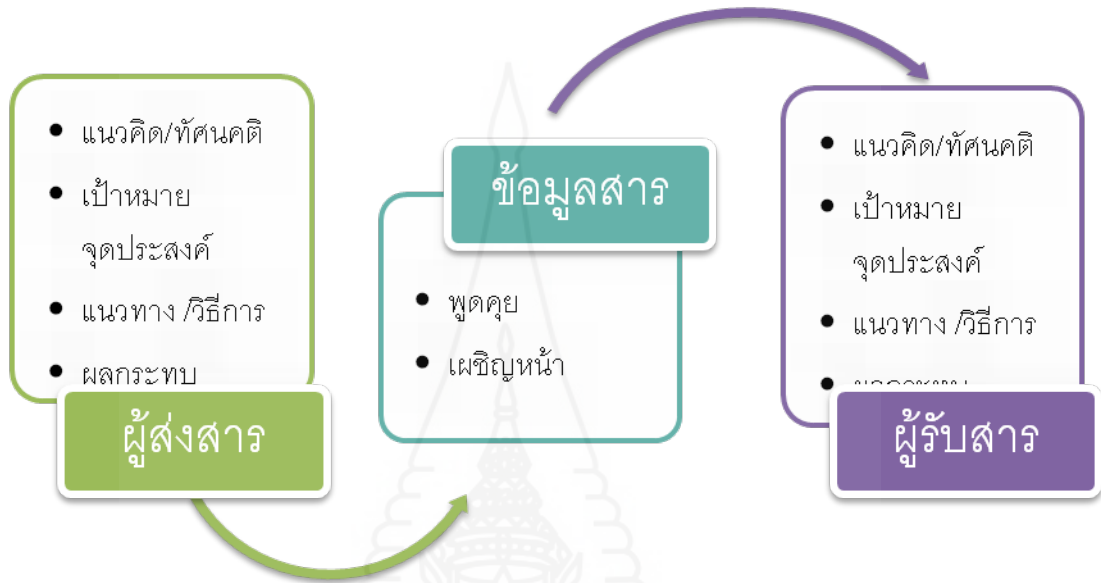


ภาพที่ 4.3 กระบวนการการสื่อสารทำความเข้าใจระหว่างผู้นำศาสนากับผู้นำชุมชนในสภากาแฟ

ทั้งนี้นักท่องเที่ยวก็เป็นส่วนสำคัญในการเป็นผู้สื่อสารทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสารที่มีอิทธิพลในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นอย่างดี มีการสื่อสารปากต่อปากในกิจกรรม ความสวยงาม ทรัพยากรธรรมชาติรสอาหาร วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ รอยยิ้มและอัธยาศัยที่ดีของคนในชุมชน



เนื่องจากมีนักท่องเที่ยงที่มาร่วมในชุมชน หลายคนและหลายกลุ่มรู้จักการท่องเที่ยวหาดราไวจากการแนะนำของนักท่องเที่ยวที่เคยมาสัมผัส จึงทำให้เห็นว่า ผู้จากผู้รับสารกลับทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสารผ่านข้อมูลสารที่ดีด้วยการสัมผัส รูปทรงกลิ่นเสียง สะท้อนให้ผู้รับสารกลุ่มต่อไปเข้าถึงเจตนาธรรมณ์และเป้าหมายของการท่องเที่ยวหาดราไวกได้เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ



ภาพที่ 4.4 กระบวนการสื่อสารการสื่อสารระหว่างผู้นำชุมชน/ท้องถิ่น เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไวก ตำบลขอนแก่น อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล

### (3) ผู้ส่งสารในการสื่อสารกลุ่มใหญ่ (large group communication)

เป็นกระบวนการสื่อสารของผู้ส่งสารเป็นการต่อยอดและขยายผลการดำเนินกิจกรรมการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไวก ตำบลขอนแก่น อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล เนื่องจากผู้นำท้องถิ่น/ชุมชน ได้นำแนวคิดจากการวางแผนการสื่อสารและการดำเนินการสื่อสารระหว่างบุคคลขับเคลื่อนกิจกรรมในพื้นที่ จนเกิดเป็นการสื่อสารกลุ่มใหญ่มากขึ้นตามลำดับ มีการผู้คุยในระดับครัวเรือน ระดับกลุ่มอาชีพต่างๆ พร้อมทั้งมีการประชุมหมู่บ้าน และการประชุมประชาคมในการให้ความเห็นการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวหาดราไวก ตำบลขอนแก่น อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล เมื่อขั้นตอนการสื่อสารภายในชุมชนได้ผลตอบรับและดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวเกิดขึ้นในชุมชนแล้ว ผู้นำท้องถิ่น/ชุมชน ได้ดำเนินการสื่อสารประสานหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนเกิดเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนหาดราไวกและภาคีหน่วยงานต่างๆ ในการเข้ามาส่งเสริมสนับสนุนมากขึ้น



กระบวนการของผู้ส่งสารเพื่อสื่อสารส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไวดำบลขอนแก่น อำเภอทุ่งหัว จังหวัดสตูล เหล่านี้ผู้ส่งสารได้สื่อสารทั้งแบบ 1) การสื่อสารแบบเผชิญหน้า (face to face communication) โดยการผู้คุยบุคคลและการสื่อสารในการประชุม การออกบูธ แสดงงานเพื่อนำเรื่องราวการท่องเที่ยวไปร่วมจัดแสดงงานในมหกรรมที่จัดขึ้นในหน่วยงานของรัฐ และ 2) การสื่อสารแบบไม่เผชิญหน้า (interposed communication) เอกสาร สื่อสารออนไลน์ โซเชียลมีเดีย และอื่นๆ



ภาพที่ 4.5 และภาพที่ 4.6 กระบวนการการสื่อสารผ่านการประชุมของชุมชนเพื่อสร้างความเข้าใจในการจัดการท่องเที่ยวหาดราไวดำบลขอนแก่น อำเภอทุ่งหัว จังหวัดสตูล



ภาพที่ 4.7 และภาพที่ 4.8 การสื่อสารผ่านการพูดคุยกลุ่มย่อยระหว่างผู้นำชุมชน ผู้นำท้องถิ่นและเครือข่ายการท่องเที่ยว เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไวดำบลขอนแก่น อำเภอทุ่งหัว จังหวัดสตูล

เนื่องจากการท่องเที่ยวหาคธาไว้นั้นเป็นการการเริ่มต้นการท่องเที่ยวชุมชน โดยแท้จริง จึงมีผู้ส่งสารในรูปแบบการสื่อสารทุกระดับมาใช้ในการขับเคลื่อนให้เกิดการท่องเที่ยว ทั้งประสบความสำเร็จและไม่ประสบความสำเร็จในการสื่อสารในตอนเริ่มกิจกรรมการสื่อสารเพื่อ ส่งเสริมการท่องเที่ยว จึงให้ความสำคัญกับผู้ส่งสารทุกระดับเพราะมีความเชื่อมั่นว่า ผู้ส่งสารจาก หนึ่งจะขยายต่อเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ในการส่งสารเรื่องราวความสวยงามของทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม วิถีชีวิต ผู้คน เรื่องราวที่มาพร้อมกับเรื่องเล่าในชุมชนให้คนต่างถิ่น ได้สัมผัสด้วยความประทับใจ และจากผู้รับสารก็จะกลับกลายเป็นผู้ส่งสารที่ดีในอนาคต ก่อให้เกิดความเข้มแข็งในชุมชน ความ รักใคร่ และการเห็นคุณค่าของทรัพยากรในท้องถิ่น ดังนั้นผู้ส่งสารในกระบวนการการสื่อสารเพื่อ ส่งเสริมการท่องเที่ยวหาคธาไว ตำบลขอนแก่น อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล มีคุณสมบัติดังต่อไปนี้

## 2) คุณสมบัติของผู้ส่งสาร

(1) ผู้ส่งสารมีทักษะในการสื่อสาร (communication skills) ที่ต้องมีความสามารถ และชำนาญในการสื่อสาร คือ ทักษะในการเขียน การพูด การอ่าน การฟัง ความคิดและการใช้เหตุผล ทั้งนี้การถ่ายทอดการสื่อสารด้วยอารมณ์ความรู้สึกที่จริงใจ ต่อผู้รับสาร

(2) ผู้ส่งสารมีทัศนคติ (attitudes) ความมุ่งมั่นตั้งใจในแนวคิด ส่งเสริมการท่องเที่ยวหาคธาไว เพื่อชุมชนและคนในชุมชน ผู้มาเยือนสัมผัสรับรู้ ประทับใจ ทุกบริการ และรอยยิ้ม ประกอบด้วย (1) การที่ผู้นำทัศนคติต่อตนเอง มีการประเมินตนเอง รวมถึงความมั่นใจ ในตัวเอง ซึ่งจะทำให้ผู้ส่งสารประสบความสำเร็จในการสื่อสารได้ขยายไปยังกลุ่มต่างๆ (2) ทัศนคติ ต่อเรื่องที่จะสื่อสาร ด้วยความมุ่งมั่นและเพื่อส่วนรวม อย่างมีส่วนร่วมในการสื่อสารผู้ส่งสารจะต้อง มีความเชื่อถือ พอใจ ต่อเรื่องที่จะทำการสื่อสาร เพื่อให้การสื่อสารประสบความสำเร็จ (3) ทัศนคติต่อ ผู้รับสาร ทัศนคติที่ผู้ส่งสารมีต่อผู้รับสาร จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการสื่อสาร และจะส่งผลถึง ผลสำเร็จของการสื่อสารด้วย

(3) ผู้ส่งสารมีทักษะความรู้ (knowledge) เนื่องจากผู้ส่งสารมีความเข้าใจ เรื่องราวของชุมชน ท้องถิ่น ทรัพยากร วิถีวัฒนธรรมและความคุ้มค่าในการส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยชุมชน จึงนำเรื่องที่จะสื่อสาร และความรู้ในเรื่องกระบวนการสื่อสาร ไปยังผู้รับสารเป็นอย่างดี

(4) ผู้ส่งสารมีทักษะในระบบสังคม (social system) ด้วยลักษณะคนใน ชุมชนบ้านขอนแก่นเป็นผู้มีอิทธิพลที่ดี น่ารัก ยิ้มแย้ม น่ารัก อีกทั้งสถานภาพทางสังคมของผู้ส่ง สารเป็นที่ยอมรับ ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการสื่อสาร เป็นเบื้องต้นอยู่แล้ว ด้วยตำแหน่งผู้นำ ท้องถิ่น จึงส่งผลดีต่อการสื่อสาร หรือแม้กระทั่ง

(5) ผู้ส่งสารเข้าใจวัฒนธรรม (culture) ความเชื่อ ค่านิยมต่างๆ ในชุมชน บ้านขอนแก่นส่งผลต่อ

3) อุปสรรคที่เกิดจากผู้ส่งสาร กล่าวคือ กระบวนการของผู้ส่งสารเพื่อสื่อสาร ส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไวย์ ตำบลขนคลาน อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล ข้อมมีอุปสรรคในการสื่อสารเนื่องจาก

(1) ผู้ส่งสารขาดทักษะในการใช้สื่อใหม่ เช่น สื่อออนไลน์ โซเชียลมีเดีย อย่างถูกต้องและไม่สามารถสื่อสารให้เกิดความน่าสนใจได้จนเกิดการส่งต่ออย่างแพร่หลาย

(2) ผู้ส่งสารขาดทักษะในการนำเสนอเนื้อหาและการใช้คำพูดที่เหมาะสม เนื่องจากผู้ส่งสารแต่ละคนในกลุ่มการท่องเที่ยวหรือชาวบ้าน ในชุมชนยังขาดความรู้ความสามารถ และทักษะในการสื่อสารจึงส่งผลกระทบต่อสื่อสารที่ไม่เหมาะสมหรือการใช้คำและข้อความที่ไม่เหมาะสมได้ ผ่านสื่อช่องทางต่างๆ

(3) ผู้ส่งสารที่เป็นผู้ประกอบการนำเที่ยว (ไกด์นำเที่ยว) ในพื้นที่ยังขาด บัณฑิตประกอบวิชาชีพการนำเที่ยวจึงต้องใช้ ผู้ประกอบการนำเที่ยว (ไกด์นำเที่ยว) จากนอกพื้นที่เข้ามาทำกิจกรรมนำเที่ยว จึงทำให้การนำเสนอเนื้อหาบางอย่างไม่ตรงจุด เช่น การถ่ายทอดอารมณ์ ความรู้สึกคำนำถักบ้านเกิดและกิจกรรมการอนุรักษ์ การเล่าถึงวิถีชีวิตและอัตลักษณ์ของคนในชุมชน ให้นักท่องเที่ยวได้เข้าใจ

(4) ผู้ส่งสารขาดกระบวนการวางแผนการสื่อสาร จึงทำให้การสื่อสารเกิดความบกพร่องในการวิเคราะห์ผู้รับสารและการเท่าทันสื่อเพื่อการนำไปพัฒนาการสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกันมากยิ่งขึ้น

“...เริ่มต้นแนวคิดเมื่อ 3 ปีที่แล้ว กำนันประพันธ์ ชาวดีได้ไปศึกษาดูงานจากหลายๆ ที่ พร้อมทั้งพบปะเครือข่ายมากมาย มองเห็นโอกาสเนื่องจากสตูลมีลักษณะพิเศษด้วยฐานทรัพยากรธรรมชาติที่สวยงามจึงทำให้มีนักท่องเที่ยวเข้ามาในจังหวัดสตูลเพื่อท่องเที่ยวทางทะเล สร้างรายได้มากมาย แต่บ้านเรามีทะเลหลายส่วนที่สวยงาม โดยเฉพาะหาดราไวย์ที่สงบ ธรรมชาติยังคงสมบูรณ์มาก มาปรึกษาและพูดคุยกับผู้นำชุมชนในพื้นที่ว่าทำไมเราไม่ยกสิ่งที่มีคุณค่าของบ้านเราจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้าง...”

(สำนึก ขุนแสง, สัมภาษณ์, 2 พฤศจิกายน 2563)

“...ทบทวนด้วยตัวเองอย่างหนัก ศึกษาข้อมูลและคิดหาแนวทางด้วยตนเอง จนได้ตัดสินใจหาแนวร่วมในการเริ่มพูดด้วยผู้นำในชุมชนคนอื่นๆ ...”

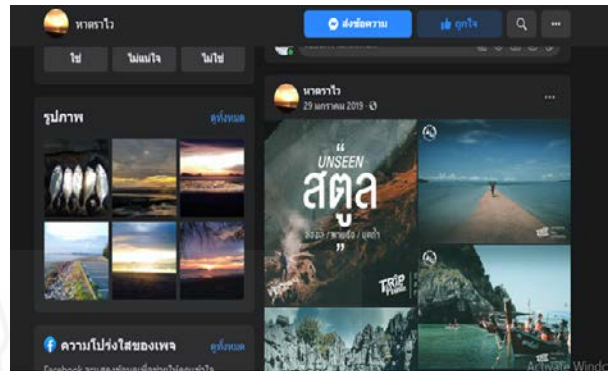
(สุรางค์ สารบรรณ, สัมภาษณ์, 2 พฤศจิกายน 2563)

จากการวิเคราะห์ผลจากการสื่อสารสรุปได้ว่า ผู้ส่งสารเพื่อสื่อสารส่งเสริม การท่องเที่ยวหาดราไวย์ ตำบลขอนคลาน อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล นั้นแบ่งออกเป็น 1) ผู้ส่งสาร ภายใน ประกอบด้วย (1.1) ผู้นำท้องถิ่น/ชุมชน (1.2) กลุ่มภาคีเครือข่าย อาทิ กลุ่มแม่ค้า ผู้ประกอบการที่พัก, เรือนำเที่ยว, ประมง, การท่องเที่ยว (1.3) ชาวบ้านในชุมชน (1.4) ผู้นำศาสนา ในการสื่อสารตั้งแต่ เริ่มต้นแนวคิดจนเกิดการท่องเที่ยวหาดราไวย์ที่มากกว่าการทำธุรกิจ แต่เป็นรวมพลังของคนใน ชุมชนในการทำกิจกรรมมากมายด้วยการสื่อสารเชิงรุกด้วยการสร้างความเข้าใจทุกกลุ่มระดับ 2) ผู้ส่งสารภายนอก ประกอบด้วย (2.1) หน่วยงานภาครัฐ อาทิ สถาบันทางการศึกษา, กรมพัฒนา ชุมชน, กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, กรมฝีมือแรงงาน เป็นต้น (2.2) สื่อมวลชน ประกอบด้วยสื่อทีวี และสื่อออนไลน์ (2.3) นักท่องเที่ยว และ (2.4) นักวิชาการ ในการเป็นผู้ส่งสารส่งต่อเรื่องราว เรื่องเล่าในชุมชน ความสวยงาม การท่องเที่ยวที่ประทับใจไปยังช่องทางต่างๆ จึงทำให้การขยายการ ท่องเที่ยวเริ่มเป็นที่รู้จักมากขึ้น

### 1.5.2 สารในกระบวนการการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไวย์

ผลการศึกษาวิจัยได้ข้อมูลตรงกันว่า สารในกระบวนการการสื่อสารเพื่อ ส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไวย์ ตำบลขอนคลาน อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล ได้การกำหนดเนื้อหา สารและข่าวสารเป็นระยะตามปฏิทินการท่องเที่ยวตามแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของจังหวัด ประกอบด้วย 1) ความเป็นมาของชุมชน ตำบลขอนคลาน 2) ทรัพยากรการท่องเที่ยวชุมชน หาดราไวย์ 3) วิถีวัฒนธรรมชุมชน 4) ภูมิปัญญาชุมชน การประกอบกลุ่มอาชีพ เช่น กลุ่มมันปู, กลุ่ม พวงชมพู (ตัดเย็บเสื้อผ้า), กลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารทะเล, กลุ่มสตรี (กลุ่มเครื่องแกง, กลุ่ม ทำขนม), กลุ่มประกายดาว (ผลิตภัณฑ์กระเป๋าทำจากผ้า) 5) การท่องเที่ยวหาดราไวย์เป็นทะเลฝั่ง อันดามัน มีความยาวประมาณ 3,500 เมตร จัดเป็นหาดที่ยาวที่สุดของจังหวัดสตูล ตั้งอยู่ในเขต อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะเภตรา ด้านตะวันตกจะมองเห็นเกาะสุกรของอำเภอปะเหลียน จังหวัดตรัง หาดทรายริมหาดราไวย์เป็นทรายปนโคลน แต่เหมาะกับการทำประมงมากกว่า น้ำทะเลไม่ค่อยใส แต่ถ้าจะลงเล่นน้ำหรือเดินเล่นก็ได้เพราะคลื่นไม่แรง พื้นที่บริเวณริมหาดร่มเย็น เพราะเป็นแนว สนตลอดหาดราไวย์ บริเวณริมหาดราไวย์มีแนวกันน้ำทะเลที่ทางองค์การบริหารส่วนตำบลขอนคลาน ได้ทำขึ้น เพื่อไม่ให้ น้ำทะเลหนุนขึ้นมาบริเวณถนนและหมู่บ้าน บริเวณรอบๆ หาด ประกอบไปด้วย การสื่อสารรูปแบบการท่องเที่ยว ที่มีความหลากหลายตามวิถีและอัตลักษณ์ของคนชุมชนตำบล ขอนคลาน อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล





ภาพที่ 4.9 ภาพที่ 4.10 กระบวนการการสื่อสารผ่านการประชุมของชุมชนเพื่อสร้างความประชุม  
 เข้าในการจัดการท่องเที่ยวหาดราไวย์ ตำบลขนอนคลาน อำเภอนงนุช จังหวัดสตูล

“... สสารที่ถูกส่งไปหากเป็นการขับเคลื่อนกลุ่ม กำนันจะใช้นโยบายการพัฒนาท้องถิ่นสร้างความเข้าใจร่วมกัน อีกทั้งสร้างความเข้าใจกับชาวบ้านในพื้นที่ ใช้ความถี่ ความสม่ำเสมอในการสร้างความเข้าใจร่วมกัน...”

(สมนึกขุนแสง, สัมภาษณ์, 2 พฤศจิกายน 2563)

“...กำนันมาปรึกษาเรื่อง วัตถุประสงค์ในการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวหาดราไวย์ ผมเองเห็นด้วยและอยากให้เกิดขึ้น ช่วงแรกก็ยากเหมือนกัน ด้วยการริเริ่มร่วมกันขาดประสบการณ์ และทักษะทางการสื่อสารลองผิดลองถูกกัน...”

(สมนึก ขุนแสง สัมภาษณ์, 2 พฤศจิกายน 2563)

“...ตอนที่ผู้นำชุมชนเข้ามาปรึกษาแนวทางการสร้างรายได้ผ่านการทำการท่องเที่ยวหาดราไวย์ ก็มีความเป็นกังวลอยู่ไม่น้อยในการที่อาจทำให้วิถีวัฒนธรรมคนบ้านเรา เปลี่ยนไป แต่ด้วยการร่วมมือจากหลายภาคส่วนสร้างความเข้าใจ สร้างความเชื่อมั่นคิดว่าสร้างพื้นที่สื่อสารร่วมกันมากกว่าการท่องเที่ยว ...”

(สมาน โสสนุ้ย, สัมภาษณ์, 2 พฤศจิกายน 2563)

“...เราใช้พื้นที่กิจกรรมท่องเที่ยวสื่อสารท่องเที่ยวเรื่องที่เป็นเรื่องราวในชุมชนให้เกิดการพัฒนาไปในทิศทางที่ดีสำหรับพี่น้องชาวบ้าน บ้านขนอนคลานและคนในจังหวัดสตูล...”

(สินธุ์ เสียมใหม่, สัมภาษณ์, 12 พฤศจิกายน 2563)

“...เนื้อหาจากภาครัฐ ภาคเอกชนที่ส่งผลดีต่อการท่องเที่ยวและพี่น้องชาวบ้านเราก็นำมาส่งต่อสื่อสารกัน ข่าวสารการท่องเที่ยวในจังหวัดก็นำมาพูดคุยและสื่อสารต่อในสังคมออนไลน์...”

(ประกอบ สารบรรณ, สัมภาษณ์, 12 พฤศจิกายน 2563)

จากการศึกษาสรุปได้ว่า สารและเนื้อหาข่าวสาร เพื่อสื่อสารการท่องเที่ยวผ่านกระบวนการวางแผนและรูปแบบสาร ประกอบกับการนำเนื้อหาสารจากเครือข่ายท่องเที่ยวต่างๆ ในจังหวัดสกลนำมาสื่อสารร่วมกันเพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวในจังหวัดแบบภาคีร่วม มีการจัดการประเด็นสารเพื่อทำการสื่อสารมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการกระบวนการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและสามารถให้กระบวนการสื่อสารเป็นไปตามวัตถุประสงค์ได้เป็นอย่างดี ประกอบไปด้วย ประเด็นที่มาจากเชิงนโยบายและยุทธศาสตร์ในการขับเคลื่อนส่งเสริมการท่องเที่ยวในเชิงรุก ประเด็นการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย และประเด็นพลังในการดำเนินกิจกรรมการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมอย่างแท้จริงโดยชุมชนของการท่องเที่ยวหาดราไวย์ ตำบลขอนแก่น อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล

**1.5.3 ช่องทางการสื่อสาร** จากการศึกษาพบว่า การจัดการการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวหาดราไวย์ ตำบลขอนแก่น อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล มีการใช้ช่องทางการสื่อสารผ่าน 2 รูปแบบ ประกอบด้วย การสื่อสารผ่านสื่อดั้งเดิมและการสื่อสารผ่านสื่อใหม่

เนื่องจากการสื่อสารเพื่อการส่งเสริมการจัดการการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวหาดราไวย์ ตำบลขอนแก่น อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล เริ่มต้นจากผู้นำในชุมชน ท้องถิ่นและพลังของคนในชุมชน ดังนั้นการสื่อสารในช่วงเริ่มต้นจึงเป็นกระบวนการการสื่อสารผ่านสื่อดั้งเดิม โดยใช้ความสัมพันธ์ที่ดีในชุมชนสื่อสาร ใช้การอธิบายที่พร้อมด้วยการแสดงออกถึงความจริงใจ ตั้งใจเพื่อให้ผู้รับสารได้ทราบถึงความรู้ของเนื้อหาที่ทำการสื่อสาร เกิดการ โน้มน้าวใจด้วยความตั้งใจจนเกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของคนในชุมชนได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้ด้วยความตั้งใจในการพัฒนาท้องถิ่นเสมอมา เมื่อเกิดการสื่อสารด้วยการพูดคุย ก็ทำให้เกิดความเข้าใจอย่างต่อเนื่อง ด้วยการเปิดใจคุยกันระหว่างบุคคลจนเกิดการท่องเที่ยวขึ้นเป็นครั้งแรกในชุมชน เกิดการส่งต่อข่าวสารผ่านช่องทางสื่อมากมาย ดังนี้

1) สื่อชุมชน ได้แก่ การสื่อสารผ่านหอกระจายข่าว หรือเสียงตามสายของชุมชน หรือแม้กระทั่งหอกระจายข่าวของมัสยิดของแต่ละหมู่บ้าน ในการเผยแพร่ข่าวสารในชุมชน ด้วยวิธีการสื่อสารผ่านเสียงตามสายจะเป็นในลักษณะแจ้งข่าวสารให้ชาวบ้านเข้าร่วมประชุมหรือกิจกรรมที่จัดขึ้น แจ้งข่าวสารเมื่อมีการต้อนรับผู้มาเยือนหรือนักท่องเที่ยว นักวิชาการ สื่อมวลชน



เพื่อให้ชาวบ้าน ได้เตรียมความพร้อมและต้อนรับผู้มาเยือนอย่างมีมิตรไมตรีที่ดีต่อกันมากยิ่งขึ้น รวมถึงข่าวสารราชการเพื่อให้ประชาชนรับรู้สิทธิ หรือร่วมกิจกรรม การประชาสัมพันธ์การเข้าร่วม จัดทำแผนชุมชนและเวทีประชาคม การประชุมชม การประชุม การแจ้งเรื่องด่วนในชุมชน และการเผยแพร่ข่าวสารทั่วไป โดยผู้ที่ทำหน้าที่ในการส่งสาร คือ ผู้นำท้องถิ่น/ชุมชน

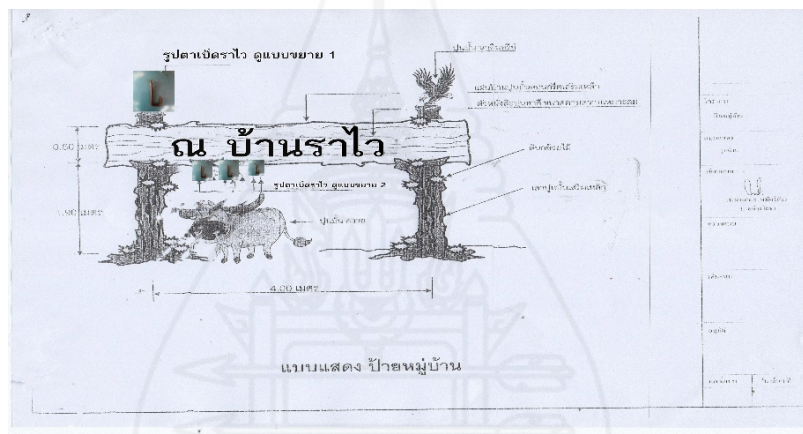
2) การประชุม จะแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ ทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ การประชุมแบบไม่เป็นทางการเป็นการพูดคุยในรูปแบบการทหารหรือแนวทางการพัฒนาชุมชน ท้องถิ่นร่วมกับชาวบ้านในพื้นที่หรือร่วมกับภาคีหน่วยงานจากภายนอก ในวาระและโอกาสที่เหมาะสมมักเป็นวงประชุมพูดคุยวงเล็กๆตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปแต่ไม่เกิน 15 คน ในลักษณะวงประชุมแบบธรรมชาติ เช่น สภากาแฟทุกเช้าหรือทุกตอนเย็น การพบปะพูดคุยกันบังเอิญแต่ใช้ช่วงเวลา และโอกาสในการสื่อสารการจัดการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวหาดราไว ตำบลขอนแก่น อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล ทั้งนี้การสื่อสารประชุมแบบเป็นทางการเป็นการกำหนดระยะเวลาในการประชุมชัดเจน รวมถึงวาระการประชุมเพื่อกำหนดแผนและแนวทางในการประชุม เช่น การประชุมประชาคม การประชุมกลุ่มวิสาหกิจท่องเที่ยวหาดราไวประจำเดือนหรือวาระพิเศษ การประชุมระดับจังหวัดหรือระดับภาค เป็นต้น



ภาพที่ 4.11 กระบวนการสื่อสารในรูปแบบการประชุมแบบไม่เป็นทางการหรือแนวทางการขับเคลื่อนส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไว ตำบลขอนแก่น อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล

3) บอร์ดประชาสัมพันธ์ มีทั้งในรูปแบบการติดสารระข่าวสารทางราชการ และข่าวสารสุขภาพในศาลาประชาคมประจำหมู่บ้านในแต่ละชุมชน เช่น การติดโปสเตอร์ ประกาศ การเผยแพร่ข่าวสารทั่วไป การรณรงค์ เชิญชวน รวมถึงการติดป้ายประชาสัมพันธ์ในหมู่บ้าน ริมนน ที่ชาวบ้านสามารถเห็น ได้อย่างชัดเจน เช่น ป้ายจัดกิจกรรมการปลูกป่า กิจกรรมการท่องเที่ยว และอื่นๆ เป็นต้น

4) สื่อสิ่งพิมพ์ เป็นสื่อที่หน่วยงานราชการระดับจังหวัดจัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์เชิญชวน ได้แก่ แผ่นพับ ใบปลิว จดหมาย การออกจดหมายเวียน เพื่อแจ้งให้ คณะกรรมการชุมชนได้รับทราบการแจ้งข่าวสารหรือเข้าร่วมประชุม ทั้งนี้ยังมีแผ่นพับ โปรแกรม การท่องเที่ยวที่ทางกลุ่มวิสาหกิจท่องเที่ยวได้จัดทำขึ้นเพื่อประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยว



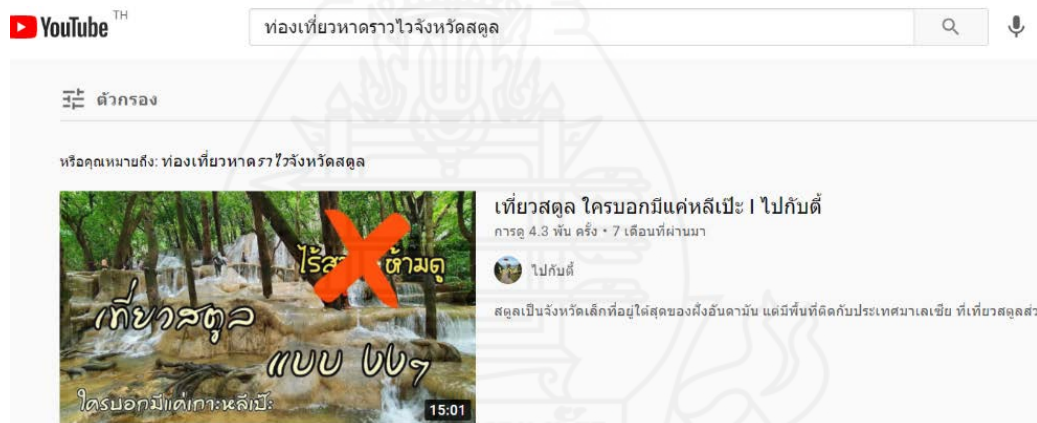
ภาพที่ 4.12 กระบวนการสื่อสารในรูปแบบป้ายประชาสัมพันธ์ถึงความเป็นมาของชื่อหมู่บ้านชุมชนหาดราไวย์ ตำบลขนอนกลาง อำเภอร่องบัว จังหวัดสตูล

5) สื่อบุคคล เป็นการสื่อสารขั้นพื้นฐานที่สมาชิกในชุมชนหาดราไวย์ใช้ในการสื่อสาร โดยวิธีการสื่อสารแบบปากต่อปากจากการพบปะพูดคุย มีเนื้อหาในการสนทนา การชักชวนเชิญชวน บอกกล่าวให้สมาชิกในชุมชนมาร่วมกิจกรรมต่างๆ ที่จัดขึ้นทั้งในและนอกชุมชน

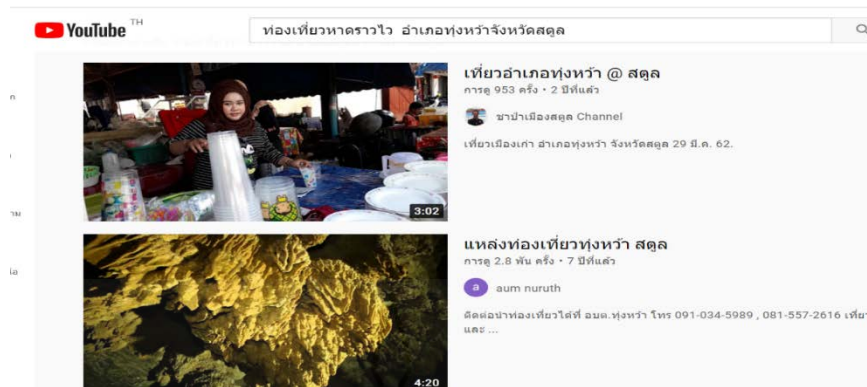


ภาพที่ 4.13 กระบวนการสื่อสารในรูปแบบการพูดคุย

6) สื่อสารมวลชน การสื่อสารผ่านสื่อและช่องทางได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ เคเบิลทีวีและวิทยุชุมชน ซึ่งเป็นได้รับความสนใจจากสื่อมวลชนขอเข้ามาถ่ายทำ และสื่อสารการท่องเที่ยวในพื้นที่ แต่ยังไม่แพร่หลายมากนัก

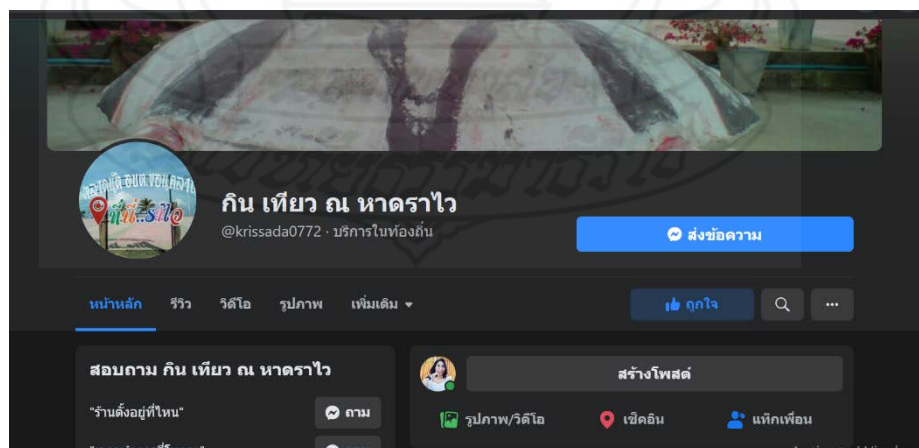


ภาพที่ 4.14 กระบวนการสื่อสารผ่านสื่อมวลชนที่สื่อจากหน่วยงานภายนอกเข้ามาจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในชุมชนหาดราไว ประเด็นทรัพยากรธรรมชาติที่สวยงาม



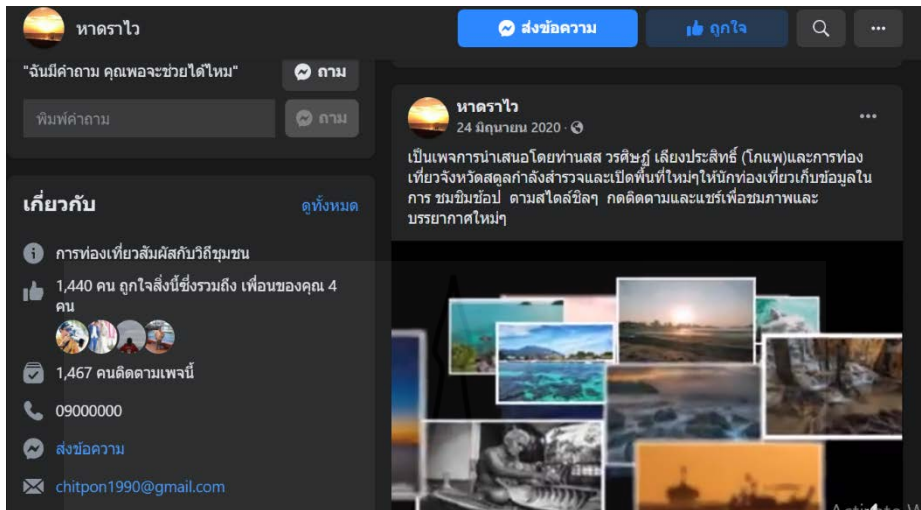
ภาพที่ 4.15 กระบวนการสื่อสารผ่านสื่อมวลชนที่สื่อจากหน่วยงานภายนอกเข้ามาจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในชุมชน ประเด็นวิถีชีวิตประเพณีวัฒนธรรมของชุมชน

7) สื่อใหม่ สื่อสังคมออนไลน์สามารถดูผ่านช่องทางส่วนใหญ่คือ คอมพิวเตอร์ สมาร์ทโฟนแท็บเล็ต (Tablet) โซเชียลเน็ตเวิร์ก (Social networking) ส่วนใหญ่ใช้ในการติดต่อสื่อสารกันระหว่างครอบครัว เครือญาติ เพื่อนฝูงและการสร้างรายได้จากการขายสินค้าเว็บไซต์ (Website) สื่อส่วนบุคคลบนอินเทอร์เน็ตที่ใช้เผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร ความรู้ ในการสื่อสารการท่องเที่ยวของชุมชน กลุ่มวิสาหกิจการท่องเที่ยวหาดราไวได้ดำเนินการสื่อสารผ่านเพจเฟซบุ๊ก ภายใต้ชื่อ กิ่งเที่ยว ณ หาดราไวและชื่อ หาดราไว ในการสื่อสารเรื่องราวต่างๆ ที่เกิดขึ้นในท้องถิ่น การท่องเที่ยวธรรมชาติความสวยงามเป็นต้น



ภาพที่ 4.16 กระบวนการสื่อสารสื่อใหม่ ผ่าน เพจเฟซบุ๊ก ชื่อกิ่งเที่ยว ณ หาดราไว





ภาพที่ 4.17 กระบวนการสื่อสารสื่อใหม่ ผ่าน เฟซบุ๊ก ชื่อ หาดราไวย์

“...เรามีการสื่อสารที่หลากหลายทั้งสื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ การประชุม การออกบูช การจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว การจัดกิจกรรมอนุรักษ์ ปลูกป่า ทำบ้านปลา ธนาคารปู สื่อสารทั้งออนไลน์ช่องทางต่างๆ ก็ช่วยแชร์กัน ทำการสื่อสารกัน ...”

(สมนึก ชุนแสง, สัมภาษณ์, 2 พฤศจิกายน 2563)

“...ชองยูทูป มีเยอะเหมือนกันที่เข้ามาถ่ายทำการท่องเที่ยวหาดราไวย์บ้านเรา แต่เราไม่มีช่องเป็นของตนเองนะ ส่วนใหญ่จากคนข้างนอกเข้ามาทำให้ ...”

(ดวง จิเหลียง, สัมภาษณ์, 12 พฤศจิกายน 2563)

“...มีนักท่องเที่ยวบ้าง มีการสื่อสารในเฟซบุ๊กบ้าง เยอะพอสมควรที่ช่วยการสื่อสารกิจกรรมในชุมชน การท่องเที่ยวตำบลขอนแก่น บ้านเรา...”

(ทวี ชุนแสง, สัมภาษณ์, 12 พฤศจิกายน 2563)

“...มีข่าวสารอะไรก็น่าจะมีแจ้งให้ชาวบ้านทราบ ตามความคิดเห็น สร้างการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในการทำกิจกรรมและขอความร่วมมือในการสื่อสารสนับสนุนการท่องเที่ยวบ้านเราด้วย ...”

(พิเชษฐ นวลคำ, สัมภาษณ์, 15 พฤศจิกายน 2563)

“...เรื่องราวข่าวสารที่สำคัญกิจกรรมอาสา มีการประกาศจากมัชยิด  
ชาวบ้านจะได้รับทราบข้อมูลข่าวสารทั่วถึงกัน ...”

(นัจวา เทศนอก, สัมภาษณ์, 15 พฤศจิกายน 2563)

จากการศึกษาพบว่า ช่องทางการสื่อสารยังคงใช้การสื่อสารที่หลากหลาย เพื่ออำนวยความสะดวกในการสื่อสาร เนื่องจากการทำงานการสื่อสารเพื่อสื่อสารส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไว ตำบลขอนแก่น อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล เป็นการสื่อสารหลายระดับ ตั้งแต่ระดับเริ่มต้นเพื่อการขับเคลื่อนตามวัตถุประสงค์ของกลุ่ม สร้างการมีส่วนร่วม สร้างความมั่นคงและยั่งยืน รวมถึงที่สำคัญความประทับใจของผู้ที่มาเยือน ในการกระจายข่าว สื่อสารประชาสัมพันธ์ระหว่างประชาชนในชุมชน และหน่วยงานภายนอก รวมถึงนักท่องเที่ยว ทั้งสื่อดั้งเดิมและสื่อใหม่ตามยุคสมัยที่เปลี่ยนไป ให้เกิดความเข้าใจและการพัฒนาไปในทิศทางที่ดีขึ้น ทั้งนี้กลุ่มวิสาหกิจท่องเที่ยวหาดราไว มีช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายแต่ความถี่ในการนำเสนอ รวมถึงเนื้อหาสาระในการนำเสนอไม่ได้มีการตรวจเนื้อหาและคัดกรองในการนำเสนอแต่ละครั้งจึงทำให้การสื่อสารเป็นการสื่อสารในแนวราบ ผลลัพธ์ในการสื่อสารอาจยังไม่สามารถถึงกลุ่มผู้รับสาร (ผู้บริโภค) ได้ตามเป้าหมายที่วางไว้ เนื่องจากทักษะความสามารถและ ความชำนาญในการสื่อสารนั้น ต้องได้รับการพัฒนาอย่างจริงจังให้แก่สมาชิกกลุ่มและชาวบ้านในชุมชนเกิดเป็นอุปสรรคสำคัญในการสื่อสารในอนาคต จึงมีความคาดหวังว่าจะได้รับการสนับสนุนจากเครือข่ายในเรื่องนี้ต่อไป

#### 1.5.4 ผู้รับสารในกระบวนการสื่อสาร

ผลการวิจัยกระบวนการของผู้รับสารในการจัดการการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวหาดราไว ตำบลขอนแก่น อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล ผลจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักเสียงส่วนใหญ่พบว่าผู้รับสารเป็นส่วนสำคัญของการท่องเที่ยวให้เกิดกลุ่มท่องเที่ยวชุมชนหาดราไว ผ่านข่าวสาร (Message) ที่ได้ถูกถ่ายทอดมายังผู้รับข่าวสาร (Receivers) ผ่านสื่อกลาง (Media) ในช่องทางการสื่อสาร (Communication Channels) ประเภทต่างๆ ทั้งนี้มีปฏิริยาตอบสนองกลับไปยังผู้ส่งข่าวสารซึ่งอยู่ในการแสดงทัศนะ และแนวคิดหนุนเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างมีส่วนร่วมมากขึ้น สามารถแบ่งประเภทของผู้รับสารในกระบวนการสื่อสารเพื่อสื่อสารส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไว ตำบลขอนแก่น อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูลได้ดังนี้

1) ประเภทของผู้รับสารในกระบวนการสื่อสาร ออกเป็น

(1) ผู้รับสารในการสื่อสารระหว่างบุคคล เป็นกระบวนการสื่อสารของผู้รับสารซึ่งประสิทธิภาพในการสื่อสารยังขึ้นอยู่กับ การเข้ารหัส (encoding) ของผู้ส่งสารและการถอดรหัส (decoding) ของผู้รับสารด้วย ทั้งนี้ อยู่กับลักษณะของการสื่อสารว่าจะเป็นการบอกกล่าว



หรือให้ความรู้ การซักถามหรือสัมภาษณ์ การแลกเปลี่ยน ความรู้ และทัศนคติ ผู้รับสารได้รับสารด้วยแนวคิดและกระบวนการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวโดยชุมชนในพื้นที่ชุมชนของตนเองที่ต้องแลกเปลี่ยนแนวคิด ทัศนคติร่วมกันเพื่อจัดการการท่องเที่ยวให้เกิดขึ้นที่ส่งผลดีต่อ 1) คุณภาพชีวิตของชาวบ้าน 2) ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่ดีขึ้น 3) การรักษาให้คงอัตลักษณ์วิถีวัฒนธรรมของคนในชุมชน 4) การสร้างรายได้ให้แก่คนในชุมชน 5) การสร้างการท่องเที่ยวแห่งสำนึกรักบ้านเกิด โดยมีผู้รับสารสื่อสารกันระหว่างบุคคลในการสื่อสารเรื่องราวเหล่านี้ ผู้รับสารจึงสามารถเป็นผู้ส่งสารที่มีคุณภาพได้ โดยเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลพูดคุยแนวคิดหาแนวร่วมและประเมินทิศทางความเป็นไปได้ในการผลักดันการสื่อสารการท่องเที่ยวหาตราไว ในการสื่อสารเรื่องราวข่าวสารทั้งผลกระทบเชิงบวกในการท่องเที่ยวเพื่อกระตุ้นความ เนื่องจากการได้รับรู้ข้อมูลข่าวสาร และสัมผัสวิถีชีวิต จึงทำให้กลุ่มต่างๆ มีการสื่อสารระหว่างบุคคลภายในกลุ่มเพื่อเอื้อในการทำกิจกรรมประเภทเดียวกันและมีการสื่อสารระหว่างบุคคลข้ามกลุ่มในการส่งต่อกิจกรรมและดูแลผู้มาเยือนในท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี



ภาพที่ 4.18 กระบวนการสื่อสารในรูปแบบการทำกิจกรรมในชุมชนอย่างมีส่วนร่วมทั้งผู้รับสารและส่งสาร

2) ผู้รับสารในการสื่อสารกลุ่มเล็ก เป็นการรับสารภายใต้กลุ่มเล็กๆ ประเภทเดียวกัน ผู้รับสารของการสื่อสารลักษณะที่เหมือนกัน (homogeneous) ให้ความรู้หรือการสื่อสารที่มี

ลักษณะแลกเปลี่ยนความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับการท่องเที่ยวชุมชนหาราไว ประกอบไปด้วยกลุ่ม ดังนี้ 1) กลุ่มผู้นำท้องถิ่น/ชุมชน 2) กลุ่มผู้ชาวประมงและจับเรือหน้าเที่ยว 3) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนและวิสาหกิจท่องเที่ยว 4) กลุ่มผู้ประกอบการที่พักและโฮมสเตย์ 5) กลุ่มผู้ประกอบการร้านค้าชุมชนและแม่ค้า 6) กลุ่มแม่บ้านและ อสม.ชุมชนต่างๆ 7) กลุ่มไกด์และมัคคุเทศก์น้อย 8) กลุ่มนักท่องเที่ยว



ภาพที่ 4.19 กระบวนการสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารในลักษณะกลุ่มเล็ก

3) ผู้รับสารในการสื่อสารกลุ่มใหญ่ เป็นกระบวนการสื่อสารของผู้รับสาร เป็นการขยายผลการดำเนินกิจกรรมการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไว อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล สามารถแบ่งกลุ่มการสื่อสารออกเป็น (3.1) ผู้รับสารในการสื่อสารสาธารณะเป็นผู้รับสารในงานจัดนิทรรศการระดับจังหวัดจัดขึ้นเพื่อให้กลุ่มวิสาหกิจท่องเที่ยวหาดราไวร่วมจัดแสดง หรือการร่วมกิจกรรมในงานต่างๆ ที่เครือข่ายจัดขึ้น และ (3.2) ผู้รับสารในการสื่อสารมวลชนเป็นผู้รับสารที่รับจากสื่อทีวี สื่อออนไลน์ โซเชียลมีเดีย เป็นต้น



ภาพที่ 4.20 กระบวนการสื่อสารของผู้ส่งสารกับผู้รับสารในลักษณะกลุ่มใหญ่การจัดกิจกรรม  
ในชุมชน

4) อุปสรรคที่เกิดจากผู้รับสาร เพื่อสื่อสารส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไวย์ ตำบลขนอนคลาน อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูลย่อมมีอุปสรรคในการสื่อสารเนื่องจาก

(1) ขาดความพร้อมที่จะรับสารที่ด้วยข้อมูลสารที่ถูกส่งไปยังคงมีน้อย และไม่หลากหลายต่อกลุ่มผู้รับหลายในทุกกลุ่ม หาดราไวย์ในจังหวัดสตูล โดยนักท่องเที่ยวทั่วไปมักเข้าใจว่า เป็นหาดราไวย์ในจังหวัดภูเก็ต

(2) ผู้ส่งสารใช้วิธีการถ่ายทอดและการนำเสนอที่ไม่เหมาะสมเนื่องจากผู้ส่งสารแต่ละคนในกลุ่มการท่องเที่ยวหรือชาวบ้านในชุมชนยังขาดความรู้ความสามารถและทักษะในการสื่อสารจึงส่งผลต่อการสื่อสารที่ไม่เหมาะสมหรือการใช้คำและข้อความที่ไม่เหมาะสมได้

(3) ผู้รับสารมีความคาดหวังในการสื่อสารสูงเกินไป ซึ่งอาจยังเป็นข้อจำกัดในการส่งสารของผู้ส่งสาร

3) ประเภทผู้รับสารจำแนกตามผลกระทบของการสื่อสารแบ่งออกเป็น

(1) ผู้รับสารตามกลุ่มเป้าหมาย ในกระบวนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไวย์กำหนดกลุ่มเป้าหมายผู้รับสารตามประเภทดังนี้คือ

(1.1) กลุ่มผู้รับสารภายในประกอบไปด้วย 1) ผู้ใหญ่บ้านทุกหมู่บ้าน 2) ผู้นำศาสนา 3) สารวัตรกำนันตำบลขนอนคลาน 4) กลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน และ 5) ชาวบ้านในชุมชนตำบลขนอนคลาน

(1.2) กลุ่มผู้รับสารภายนอก ประกอบไปด้วย 1) ภาคีเครือข่ายทั้งภาครัฐและภาคเอกชน 2) กลุ่มนักท่องเที่ยว และ 3) กลุ่มนักวิชาการ

(2) ผู้รับสารทั่วไป ในกระบวนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว หาดราไวย์เป็นบุคคลทั่วไปที่ได้รับทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวแล้ว สร้างความสุขความสนุก ความบันเทิง มีความรู้สึกทัศนคติที่ดีต่อ บุคคล ทรัพยากรธรรมชาติ วิถีวัฒนธรรมของชาวบ้าน ตำบลขนอนคลาน อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูลได้

“...ผู้ส่งสารเริ่มจาก 1 คน กลายเป็น 2 และเป็นร้อยก็จากผู้รับสารและเห็น ความสำคัญที่แท้จริงจึงมีการส่งต่อข่าวสาร เป็นกระบอกเสียงให้ชุมชน ...”

(วิชาญ โสสนีย์, สัมภาษณ์, 2 พฤศจิกายน 2563)

“...ผมจากผู้รับสารก็กลายเป็นผู้ส่งสารแต่อย่างไรก็ยังเป็นผู้รับสารในทุกวัน ทั้งนี้ชาวบ้านในชุมชนคือผู้รับสารที่ดีและเป็นกลุ่มเป้าหมายแรกในการสื่อสารการท่องเที่ยว โดย ชุมชน และกลุ่มต่อมาคือนักท่องเที่ยว...”

(สมนึก ขุนแสง สัมภาษณ์, 2 พฤศจิกายน 2563)

“...ผู้รับสารเราเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ จึงทำให้เรามีการพัฒนาข่าวสารและช่องทางการสื่อสารให้เหมาะสมกับผู้รับสารด้วย ...”

(สุเมย์ จุลณศักดิ์ศรี, สัมภาษณ์, 15 พฤศจิกายน 2563)

### 1.5.5 ผลการสื่อสารในกระบวนการสื่อสาร

ผลการวิจัยผลการสื่อสารในกระบวนการสื่อสารเพื่อสื่อสารส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไวย์ ตำบลขนอนคลาน อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล ผลโดยรวมจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ ข้อมูลหลักเสียงส่วนใหญ่พบว่าการดำเนินการสื่อสารตามวัตถุประสงค์จากปีที่ 1 ถึง ปีที่ 3 มีพัฒนาการที่จากจุดเริ่มต้นการก่อตั้งกลุ่มการท่องเที่ยวหาดราไวย์ จนเป็นวิสาหกิจท่องเที่ยวหาดราไวย์ ผนึกกำลังคนในชุมชนให้เกิดความห่วงแหนภายใต้กิจกรรมอาสาพัฒนาในชุมชนมากขึ้น ผลักดันหน่วยงานจากภายนอกเข้ามาส่งเสริมสนับสนุนกิจกรรมของคนในชุมชนมากขึ้น การท่องเที่ยวทำให้คนภายนอกรู้จักมากขึ้น จากการสื่อสารประชาสัมพันธ์ สร้างความภาคภูมิใจ ให้แก่คนในชุมชน ท้องถิ่น รวมถึงสร้างรายได้ให้แก่คนในชุมชนมากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มแม่บ้าน ผู้สูงอายุ และผู้มีรายได้น้อย แต่เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัส โควิด -19 ทำให้ผล ประสิทธิภาพการท่องเที่ยวน้อยลง แต่การสื่อสารยังไม่หยุดนิ่งทั้งภายในและภายนอกทั้งการสื่อสารตั้ง



เดิมและสื่อใหม่ในการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ไม่ให้ห่างหายและไม่ทำให้ชาวบ้านหมดพลังในการดำเนินกิจกรรมต่อไป

“...ผลจากการสื่อสารนอกจากการท่องเที่ยวเกิด คำติชมในการพัฒนาคือเสียงสะท้อนให้การสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไวดึงดูดไปต่อและพัฒนาทุกรูปแบบ และการสื่อสารที่ดีให้แก่คนในชุมชน...”

(วิชาญ โสสนุ้ย, สัมภาษณ์, 2 พฤศจิกายน 2563)

“...จากการดำเนินกิจกรรมจากคนที่จับกลุ่มคุยเรื่องการท่องเที่ยวไม่กี่คนเกิดการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นจริง อาจไม่ใหญ่โตแต่ถือว่าเป็นจุดเริ่มต้นที่ดี และต้องพัฒนาการสื่อสารสมัยใหม่เข้ามาด้วยได้เท่าทันและทันการท่องเที่ยวที่อื่น ...”

(สมชัย โสสนุ้ย, สัมภาษณ์, 16 พฤศจิกายน 2563)

“...เราเห็นการร่วมกลุ่มของชาวบ้านในกิจกรรมอาสาของชุมชนมากขึ้นเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ เห็นชาวบ้านมีความกระตือรือร้น ในการติดตามข่าวสาร และต้อนรับนักท่องเที่ยวเท่านี้คือผลที่ถือว่าดีมากแล้ว ...”

(ราตรี โสสนุ้ย, สัมภาษณ์, 16 พฤศจิกายน 2563)

“...ชาวบ้านมีความภาคภูมิใจ และประทับใจไม่แพ้นักท่องเที่ยวเมื่อได้รับคำชมทั้งเรื่องอาหารที่อร่อย อิงฉัตรพยากรณ์ที่สมบูรณ์ของบ้านเรา วัฒนธรรมที่อบอุ่น ไมตรีที่ดี...”

(สุธรรม สารบัญญัติ, สัมภาษณ์, 16 พฤศจิกายน 2563)

“...การสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไว สร้างความหวังในการสร้างรายได้ให้ชาวบ้านเพิ่มขึ้น กระตุ้นเศรษฐกิจในชุมชนได้ คาดว่า สถานการณ์โควิดดีขึ้น การท่องเที่ยวกลับมาเปิดให้เที่ยวได้ปกติ การท่องเที่ยวหาดราไวจะดำเนินการได้ดีขึ้นแน่นอน...”

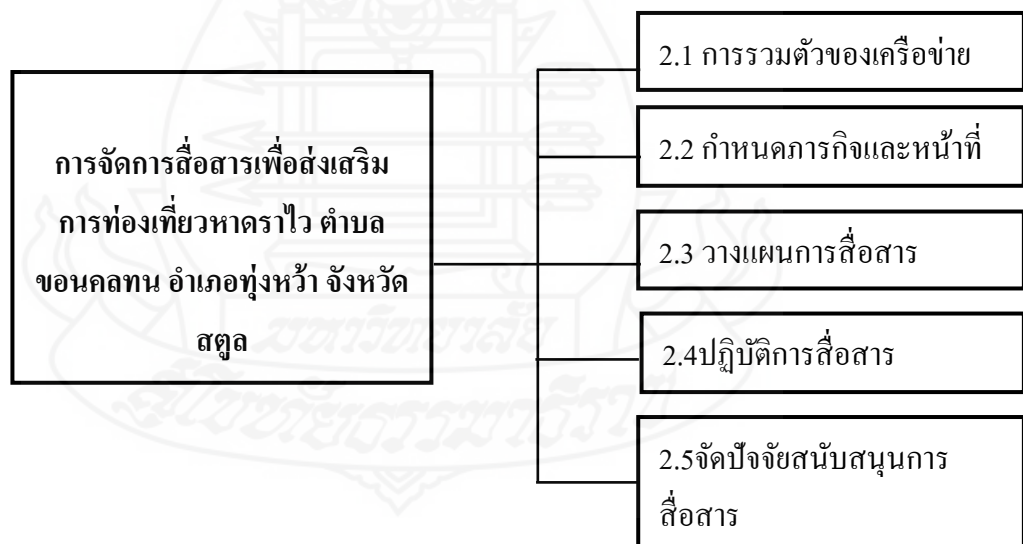
(พิชญ์ แซ่ตัน, สัมภาษณ์, 16 พฤศจิกายน 2563)

จากการศึกษาสรุปได้ว่าเกี่ยวกับ กระบวนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไว อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล เป็นกระบวนการสื่อสารที่มีความสำคัญในการเริ่มต้นกลุ่มวิสาหกิจท่องเที่ยวหาดราไว และใช้การสื่อสารเข้ามามีบทบาทสำคัญในการสื่อสารในทุกกระบวนการ

ถึงแม้คนในชุมชนยังขาดทักษะความรู้ความสามารถในการสื่อสารแต่ยังมีการเรียนรู้ร่วมกัน พัฒนา ร่วมกันจึงทำให้กระบวนการสื่อสารพัฒนาขึ้นจนทำให้การท่องเที่ยวโดยชุมชนเกิดขึ้น เป็นการ ส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไวย์ได้ในปัจจุบันและผู้นำยังไม่หยุดพัฒนาและส่งเสริมจัดหาปัจจัยใจ ให้คนในชุมชนคิดอาวูรด้านการสื่อสารในอนาคตเพราะเห็นความสำคัญและเป็นโอกาสให้ชุมชน ก้าวทันโลก ก้าวทันเศรษฐกิจมิติใหม่

## ส่วนที่ 2 ผลการศึกษาการจัดการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไวย์ ตำบลขอนแก่น อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล

ในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการจัดการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไวย์ ตำบลขอนแก่น อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล มีผลการศึกษาข้อมูลความต้องการการสื่อสาร ประกอบด้วย 1) การรวมตัวของเครือข่าย 2) กำหนดภารกิจและหน้าที่ 3) วางแผนการสื่อสาร 4) ปฏิบัติการสื่อสาร และ 5) จัดปัจจัยสนับสนุนการสื่อสาร ความต้องการด้านประเด็นเนื้อหาการสื่อสาร สรุปได้ดังนี้



ภาพที่ 4.21 การจัดการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไวย์ ตำบลขอนแก่น อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล



ผลการวิจัยได้ข้อมูลการจัดการการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราวี ตำบลขอนแก่นอำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล มีรายละเอียดดังต่อไปนี้ **2.1 การจัดการการสื่อสารในการรวมตัวของเครือข่ายแนวคิดของผู้นำด้วยการสื่อสารแนวคิดและอุดมการณ์จากผู้นำท้องถิ่นในตำบลขอนแก่น ผู้ใหญ่บ้าน และกำนันตำบลขอนแก่น รวมกลุ่มผู้นำ ได้แก่** 1) ผู้ใหญ่บ้านทุกหมู่บ้าน 2) ผู้นำศาสนา 3) สารวัตรกำนันตำบลขอนแก่น 4) กลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน และ 5) ชาวบ้านในชุมชนตำบลขอนแก่น จากกลุ่มเล็กเป็นการสื่อสารที่เกิดผู้ส่งสารเพิ่มมากขึ้น ประกอบไปด้วย 1) กลุ่มผู้นำท้องถิ่น/ชุมชน 2) กลุ่มผู้ประกอบการประมงและจับเรือนำเที่ยว 3) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนและวิสาหกิจท่องเที่ยว 4) กลุ่มผู้ประกอบการที่พักและโฮมสเตย์ 5) กลุ่มผู้ประกอบการร้านค้าชุมชนและแม่ค้า 6) กลุ่มแม่บ้านและ อสม.ชุมชนต่างๆ 7) กลุ่มไกด์และมัคคุเทศก์น้อย และ 8) กลุ่มนักท่องเที่ยว **2.2 กำหนดภารกิจและหน้าที่** จากกลุ่มเครือข่ายได้แบ่งหน้าที่ ออกตามกลุ่มและความถนัด ในการสื่อสาร ประกอบด้วย 1) กลุ่มผู้นำท้องถิ่น/ชุมชน เป็นผู้ทำหน้าที่สื่อสารนโยบายทั้งในและภายนอกในการส่งเสริม 2) กลุ่มผู้ประกอบการประมงและจับเรือนำเที่ยวทำหน้าที่รับนักท่องเที่ยว สื่อสารกิจกรรมการอนุรักษ์ กิจกรรมทางทะเล 3) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนและวิสาหกิจท่องเที่ยวประสานนักท่องเที่ยว สื่อสารประชาสัมพันธ์ช่องทางการติดต่อสื่อสารกลุ่ม 4) กลุ่มผู้ประกอบการที่พักและ สื่อสารประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว 5) กลุ่มผู้ประกอบการร้านค้าชุมชนและแม่ค้ามี ประชาสัมพันธ์ และให้ความรู้นักท่องเที่ยวในภูมิปัญญาเรื่องอาหารแก่ผู้มาเยือน 6) กลุ่มแม่บ้านและ อสม.ชุมชนต่าง ประชาสัมพันธ์รณรงค์การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม 7) กลุ่มไกด์และมัคคุเทศก์น้อย ทำการสื่อสารเกี่ยวกับประวัติเรื่องราวชุมชนขอนแก่น ทรัพยากรธรรมชาติ วิถีวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ของพื้นที่นอที่นับถือศาสนาอิสลาม และ 8) กลุ่มนักท่องเที่ยว **2.3 วางแผนการสื่อสาร** ประกอบด้วย 2.3.1) การกำหนดแผนและวิธีการสื่อสาร (1) กระบวนการสร้างการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนเพื่อการสื่อสารในชุมชน (2) กระบวนการพัฒนาการสื่อสารและภาวะผู้นำให้แก่ผู้รับสารในการพัฒนาเป็นผู้ส่งสาร 2.3.2) การกำหนดประเด็นเนื้อหาสาระเกี่ยวกับแบ่งออกเป็น (1) เนื้อหาสาระประเด็นบริบทของพื้นที่ว่าในชุมชนวัฒนธรรมชุมชน ประกอบไปด้วย ด้านถือศาสนาตำบลขอนแก่น ประเพณีและงานประจำปีภูมิปัญญาชุมชน การจัดการชุมชน (2) เนื้อหาสาระประเด็นนโยบายและยุทธศาสตร์ที่ใช้ในการสื่อสารภายในเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมและทิศทางการทำงานร่วมกับหลายหน่วยงานตามแผนพัฒนาท้องถิ่น (พ.ศ.2561-2565) องค์การบริหารส่วนตำบลขอนแก่น (3) เนื้อหาสาระประเด็น การท่องเที่ยวหาดราวี 2.3.3) การกำหนดข่าวสาร 2.3.4) การกำหนดรูปแบบการนำเสนอ 2.3.5) การกำหนดช่องทางการนำเสนอ ข้อมูล และภาพบรรยากาศผ่านสื่อออนไลน์ **2.4 ปฏิบัติการสื่อสาร** ทำการสื่อสารการท่องเที่ยวชุมชนให้เป็นที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารในการดำเนินการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวอย่าง

แท้จริง โดยผ่านการสื่อสารทุกรูปแบบ และพัฒนาการสื่อสารของบุคคลในการสื่อสาร ทั้งในและนอกชุมชน โดยอาศัยสื่อที่มีทั้งสื่อบุคคล สื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจ โดยรูปแบบการสื่อสารที่ปรากฏ

**2.5 จัดปัจจัยสนับสนุนการสื่อสารประสานภาคีเครือข่าย ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ให้ความรู้เกี่ยวกับท้องถิ่นของตนเองเป็นอย่างดี เข้าใจอัตลักษณ์ของพื้นที่อยู่อาศัยของตน**

### 2.1 การจัดการการสื่อสารในการรวมตัวของเครือข่าย

จากการศึกษาพบว่า เกิดจากแนวคิดของผู้นำด้วยการสื่อสารแนวคิดและอุดมการณ์จากผู้นำท้องถิ่นในตำบลขอนแก่น นำโดย ผู้ใหญ่บ้านและกำนันตำบลขอนแก่น อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล ในการส่งเสริมรายได้ให้แก่ชุมชนบ้านขอนแก่นและสื่อสารส่งต่อกันจนเกิดเป็นกลุ่มวิสาหกิจท่องเที่ยวชุมชน ได้รับโอกาสเข้าร่วมรับข้อมูลข่าวสารมากมายจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในการส่งเสริมอาชีพและรายได้ให้กับประชาชน จึงได้ทำการสื่อสารระหว่างบุคคล นำไปยังผู้นำชุมชนคนอื่นๆ ในแต่ละระดับ ประกอบไปด้วย 1) ผู้ใหญ่บ้านทุกหมู่บ้าน 2) ผู้นำศาสนา 3) สารวัตรกำนันตำบลขอนแก่น 4) กลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน และ 5) ชาวบ้านในชุมชนตำบลขอนแก่น จากกลุ่มเล็กเป็นการสื่อสารที่เกิดผู้ส่งสารเพิ่มมากขึ้น ประกอบไปด้วย 1) กลุ่มผู้นำท้องถิ่น/ชุมชน 2) กลุ่มผู้ประกอบการประมงและจับเรือนำเที่ยว 3) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนและวิสาหกิจท่องเที่ยว 4) กลุ่มผู้ประกอบการที่พักและโฮมสเตย์ 5) กลุ่มผู้ประกอบการร้านค้าชุมชนและแม่ค้า 6) กลุ่มแม่บ้านและ อสม.ชุมชนต่างๆ 7) กลุ่มไกด์และมัคคุเทศก์น้อย 8) กลุ่มนักท่องเที่ยว เนื่องจากการได้รับรู้ข้อมูลข่าวสาร และสัมผัสวิถีชีวิต จึงทำให้กลุ่มต่างๆ มีการสื่อสารระหว่างบุคคลภายในกลุ่มเพื่อเอื้อในการทำกิจกรรมประเภทเดียวกันและมีการสื่อสารระหว่างบุคคลข้ามกลุ่มในการส่งต่อกิจกรรมและดูแลผู้มาเยือนในท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี ได้นำแนวคิดจากการวางแผนการสื่อสารและการเดินทางสื่อสารระหว่างบุคคล ขับเคลื่อนกิจกรรมในพื้นที่ จนเกิดเป็นการสื่อสารกลุ่มใหญ่มากขึ้นตามลำดับมีการผู้คุยในระดับครัวเรือน ระดับกลุ่มอาชีพต่างๆ พร้อมทั้งมีการประชุมหมู่บ้าน และการประชุมประชาคมในการให้ความเห็นการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวหาดราไวย์ เมื่อขั้นตอนการสื่อสารภายในชุมชนได้ผลตอบรับและดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวเล็กขึ้นในชุมชนแล้ว ผู้นำท้องถิ่น/ชุมชนได้ดำเนินการสื่อสารประสานหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนเกิดเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนหาดราไวย์และภาคีหน่วยงานต่างๆ ในการเข้ามาส่งเสริมสนับสนุนมากขึ้น จนเกิดเป็นการรวมตัวของเครือข่ายวิสาหกิจท่องเที่ยวหาดราไวย์ในการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ตำบลขอนแก่น อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล

“...เครือข่ายมีความสำคัญอย่างยิ่งในการขับเคลื่อนงานท่องเที่ยวหาดตราไว หากไม่มีเครือข่ายการดำเนินงานกิจกรรมการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแน่นอนว่าเกิดขึ้นได้ยาก...”

(วิชาญ โสสนีย์, สัมภาษณ์, 2 พฤศจิกายน 2563)

“...เรารวมกลุ่มจากการพูดคุย การสื่อสารที่มีความต่อเนื่อง พยายามหาแนวทางและเครือข่ายอื่นๆ มาช่วยขับเคลื่อนและผลักดันให้เกิดการท่องเที่ยวให้มากที่สุด...”

(สมนึก ขุนแสง สัมภาษณ์, 2 พฤศจิกายน 2563)

“...การรวมกลุ่มจากกลุ่มเล็กๆ ด้วยวัตถุประสงค์ร่วมกันของผู้นำและทีมงานที่ต้องการศึกษาศักยภาพทรัพยากรในท้องถิ่น และทรัพยากรบุคคลในชุมชนมาส่งเสริมให้เกิดคุณภาพชีวิตที่ดีให้เกิดขึ้นกับคนในชุมชน...”

(ประกอบ สารบรรณ, สัมภาษณ์, 12 พฤศจิกายน 2563)

“...กลุ่มเราขยายขึ้นและได้รับการยอมรับจากภายในชุมชนและภายนอก เห็นได้จากการจัดกิจกรรมการส่งเสริมกิจกรรมในท้องถิ่น มีการเข้าร่วมและดำเนินกิจกรรมที่มากขึ้น สร้างรอยยิ้มให้คนในชุมชนอย่างที่ผ่านมา...”

(สมนึก ขุนแสง สัมภาษณ์, 2 พฤศจิกายน 2563)

**2.2 กำหนดภารกิจและหน้าที่ ผลการวิจัย พบว่า จากกลุ่มเครือข่ายได้แบ่งหน้าที่** ออกตามกลุ่มและความถนัด ในการสื่อสาร ประกอบด้วย 1) กลุ่มผู้นำท้องถิ่น/ชุมชน เป็นผู้ที่ทำหน้าที่สื่อสารนโยบายทั้งในและภายนอกในการส่งเสริม จัดหาปัจจัยสนับสนุนกลุ่มตลอดและทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์รณรงค์การท่องเที่ยวทุกรูปแบบ 2) กลุ่มผู้ประกอบการประมงและจับเรือนำเที่ยวทำหน้าที่รับนักท่องเที่ยว ดูแลและสื่อสารกิจกรรมการอนุรักษ์ กิจกรรมทางทะเลและวิถีชีวิตของชาวประมงด้วยประสบการณ์และความชำนาญ 3) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนและวิสาหกิจท่องเที่ยว จัดกิจกรรม จัดหาและประสานนักท่องเที่ยว สื่อสารประชาสัมพันธ์ช่องทางการติดต่อสื่อสารกลุ่มเพื่อเข้ามาท่องเที่ยว และประสานนักวิชาการ นักวิชาชีพเข้ามาให้ความรู้สมาชิกกลุ่มและชาวบ้านอย่างต่อเนื่อง 4) กลุ่มผู้ประกอบการที่พักและโฮมสเตย์ มีหน้าที่ดูแลความปลอดภัยและที่พักแก่นักท่องเที่ยว ผู้มาเยือน สื่อสารประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวหาลูกค้าและประสานกลุ่มวิสาหกิจในการส่งต่อลูกค้า 5) กลุ่มผู้ประกอบการร้านค้าชุมชนและแม่ค้ามีหน้าที่ดูแลเรื่องอาหาร จัดอาหารให้นักท่องเที่ยว ประชาสัมพันธ์ และให้ความรู้นักท่องเที่ยวในภูมิปัญญาเรื่องอาหารแก่ผู้มาเยือน

6) กลุ่มแม่บ้านและ อสม.ชุมชนต่าง ๆ ความรู้และความเชี่ยวชาญประชาชนสัมพันธ์องค์กรอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม แกนนำหลักในการเก็บขยะ ทำบ้านปลา ธนาคารปู 7) กลุ่มไกด์และมัคคุเทศก์น้อย ทำหน้าที่ดูแลนักท่องเที่ยว สื่อสารประวัติเรื่องราวชุมชนขอนแก่น ทรัพยากรธรรมชาติ วิถีวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ของพื้นที่นอที่นับถือศาสนาอิสลาม 8) กลุ่มนักท่องเที่ยว เป็นทั้งผู้รับสารและผู้ส่งสารที่ดีในการขยายกลุ่มนักท่องเที่ยวให้เกิดขึ้น

“...เราเห็นศักยภาพ ด้วยความเป็นผู้เชี่ยวชาญ ชำนาญในอาชีพ จึงดึงศักยภาพในการสื่อสารของบุคคลออกมาให้ทำหน้าที่สื่อสารในหน้าที่ตามประเด็นที่รับผิดชอบ เพราะคิดว่าคนทำอะไรจะพูดและสื่อสาร ได้ดีด้วยความรู้ความสามารถที่มี เพียงฝึกพูด และเรียบเรียงมากขึ้นก็จะทำให้เป็นนักสื่อสารที่ดีได้...”

(สมนึก ขุนแสง, สัมภาษณ์, 2 พฤศจิกายน 2563)

“...กลุ่มวิสาหกิจถือว่าเป็นสื่อกลางระหว่างนักท่องเที่ยวและกลุ่มต่าง ในการประสานนักท่องเที่ยวและชาวบ้าน การสื่อสารถือเป็นความท้าทายหนึ่งที่ ทุก กลุ่ม ได้ลงมือทำ และเรียนรู้พร้อมกัน...”

(สุธรรม สารบัญญัติ, สัมภาษณ์, 16 พฤศจิกายน 2563)

“...ผมมีหน้าที่ขับเรื่อนำนักท่องเที่ยวไปเที่ยวตาม โปรแกรมท่องเที่ยวต่างๆ ที่ทางกลุ่มได้วางไว้ นักท่องเที่ยวสนใจ บางอย่างไม่เคยเห็นดินแดนมากเวลาพาออกทะเล ไปหาปลา มีข้อซักถามมากมายเลย ผมก็ภูมิใจ ได้เล่าได้อธิบายความเป็นชาวประมงและภูมิใจในอาชีพประมง...”

(พิชญ์ แซ่ตัน, สัมภาษณ์, 16 พฤศจิกายน 2563)

### 2.3 วางแผนการสื่อสาร

การจัดการการสื่อสารการวางแผนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนที่สามารถช่วยผลักดัน ให้การสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนท่องเที่ยวมีความเข้มแข็งและยั่งยืนในชุมชนตำบลขอนแก่น อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล ประกอบด้วย

2.3.1 การกำหนดแผนและวิธีการสื่อสาร โดยการกำหนดระยะเวลาการติดต่อผ่านการพูดคุยแบบ ไม่เป็นทางการประชุมในการวางแผนทำงานในพื้นที่ระหว่างบุคคลและการประชุมกลุ่มย่อย รวมถึงการพูดคุยแบบที่เป็นการสื่อสารของกลุ่ม “วิสาหกิจท่องเที่ยวหาดราไวย์” ด้วยใช้เทคนิคทั้งสื่อดั้งเดิมด้วยการสื่อสารระหว่างบุคคล การพูดคุย การเผชิญหน้า ประชุม อบรม

สัมมนาเสริมสร้างทักษะความรู้ และสื่อใหม่ โดยผู้รับสารที่เป็นกลุ่มเครือข่ายที่สื่อสารภายในชุมชน ด้วยการสื่อสารข้อมูลข่าวสารผ่านโปรแกรมประยุกต์สื่อสังคมออนไลน์ “Line” นำเทคโนโลยีมีเป็นสื่อกลางในการรวมตัวสื่อสารระหว่างกลุ่มในการ “ส่งสารและรับสาร” ระหว่างสมาชิกกลุ่มและผู้นำท้องถิ่น/ชุมชน เป็นช่องทางในการสื่อสารการท้วงท้วงที่ยังสมาชิกกลุ่มส่งต่อยังกลุ่มสังคมโซเชียลมีเดียอื่นๆ ที่สมาชิกกลุ่มเป็นสมาชิกทำการสื่อสารส่งต่อเป็นห่วงโซ่ ซึ่งเป็นข่าวสารที่แท้จริงจากชุมชน ก่อให้เกิดการสื่อสารดังนี้

1) กระบวนการสร้างการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนเพื่อการสื่อสารในชุมชน โดยมีทั้งผู้นำท้องถิ่น/ชุมชน กลุ่มอาสา ราษฎรชาวบ้าน ผู้นำชุมชน สมาชิกในชุมชน เด็กและเยาวชน รวมถึงนักท่องเที่ยว โดยการสร้างพื้นที่สาธารณะให้เกิดขึ้นในชุมชน เป็นเวทีในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในเรื่องราวต่างๆของชุมชน และการสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้และการมีส่วนร่วมในการสื่อสารเพื่อการจัดการชุมชนท่องเที่ยวหาดราไว

2) กระบวนการพัฒนาการสื่อสารและภาวะผู้นำให้แก่ผู้รับสารในการพัฒนาเป็นผู้ส่งสาร ให้สมาชิกที่มีอยู่ในชุมชน เพื่อให้เป็นตัวแทนของชุมชน ในการเชื่อมต่อกับกลุ่มเครือข่ายด้านการท่องเที่ยวต่างๆ และพัฒนาทักษะในด้านการสื่อสารให้แก่สมาชิกชุมชน รวมถึงพัฒนาทักษะในการสร้างสรรค์กิจกรรมเพื่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชน และสร้างความแตกต่างและความโดดเด่นของกิจกรรมสร้างสรรค์จากสิ่งที่มีอยู่ในชุมชนเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวของชุมชน



ภาพที่ 4.22 และภาพที่ 4.23 กระบวนการสื่อสารเพื่อพัฒนาศักยภาพการสื่อสารของผู้นำในกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไว ตำบลขนอนคลาน อำเภอบึงสามพัน จังหวัดสุพรรณบุรี

### 2.3.2 การกำหนดประเด็นเนื้อหาสาระเป็นการกำหนดประเด็นและเนื้อหาสาระ

1) เนื้อหาสาระประเด็นบริบทของพื้นที่ว่าในชุมชนมีความเป็นมาเป็นอย่างไรรวมทั้งการจัดการ การสื่อสารในชุมชนเป็นอย่างไร ต้องการให้มีการสื่อสารในเรื่องราวใดของชุมชนมีข้อมูล



ในด้านใบบ้างที่ชุมชนต้องการให้สื่อสาร และศึกษารูปแบบและวิธีการที่จะเป็นแนวทางในการพัฒนาการสื่อสารในพื้นที่ชุมชนให้มีความสอดคล้องกับความต้องการ ของประชาชน และนักท่องเที่ยว

1.1 ความเป็นมาของชุมชน ตำบลขอนแก่นเดิมอยู่ร่วมกับตำบลทุ่งนุ หลัง ต่อมาในปี พ.ศ. 2527 ตำบลทุ่งนุหลัง แยกตัวไปตั้งใหม่ จึงเป็นตำบลขอนแก่นในปัจจุบันชื่อ บ้านขอนแก่นมีนิทานเล่ากันว่าครั้งหนึ่งมีชายเรือพายกันมาขึ้นฝั่งและพักบริเวณชายหาดขอนแก่น และขณะนั่งพักชาวเรือคนหนึ่งใช้มีดลับบนขอนไม้ ปรากฏว่าขอนไม้ขยับตัวและเคลื่อนไปข้างหน้า ทุกคนจึงอุทานว่า "ขอนแก่น ขอนขอนแก่น" เมื่อฟังพิศดูปรากฏว่าเป็นงูใหญ่ ต่อมาชาวบ้านเรียกชื่อตำบลว่า "ตำบลขอนแก่น" สภาตำบลขอนแก่นจัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติสภาตำบล และองค์การบริหารส่วนตำบล พ.ศ. 2537 ซึ่งได้ยกระดับจากสภาตำบลเป็นองค์การบริหารส่วนตำบล ตามประกาศกระทรวงมหาดไทย เรื่อง จัดตั้งองค์การบริหารส่วนตำบล ประกาศ ณ วันที่ 11 สิงหาคม พ.ศ. 2542 ลำดับที่ 289 และคณะกรรมการพนักงานส่วนตำบลจังหวัดสตูล (ก.อบต.จังหวัดสตูล) ได้ดำเนินการประเมินการขอปรับขนาดองค์การบริหารส่วนตำบลขอนแก่น เมื่อวันที่ 23 เดือน สิงหาคม พ.ศ. 2554 และได้มีมติเห็นชอบผลการประเมินดังกล่าวฯ ในการประชุมครั้งที่ 8/2554 เมื่อวันที่ 29 เดือน สิงหาคม พ.ศ. 2554 ปรับขนาดองค์การบริหารส่วนตำบลขอนแก่น จากองค์การบริหารส่วนตำบลขนาดเล็กเป็นขนาดกลาง โดยองค์การบริหารส่วนตำบลขอนแก่น ได้ประกาศ การปรับขนาดให้มีผลตั้งแต่วันที่ 7 เดือน กันยายน พ.ศ. 2554



ภาพที่ 4.24 และ ภาพที่ 4.25 กระบวนการสื่อสาร ในลักษณะสื่อสิ่งพิมพ์ที่ใช้ในการสื่อสาร เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราวี ตำบลขอนแก่น อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล

1.2 ทรัพยากรการท่องเที่ยวชุมชน หาดราวี (Rawai Beach) แหล่งเป็นพื้นที่ชายฝั่งทะเล มีการตกสะสมตัวของตะกอนทรายจากตอนเหนือบริเวณปากคลองวังวนที่บ้านราวี

เหนือและยาวต่อเนื่องลงไปทางตอนใต้จนถึงปากคลองขานเชื่อมด้านตรงข้ามกับบ้านต้นหยงละน้ำรวมเป็นหาดทรายที่มีความยาวประมาณ 3.5 กิโลเมตร ตั้งอยู่ในเขตอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะเกตรา เป็นหาดทรายที่เกิดจากกระแสน้ำเลียบชายฝั่งพัดพาเอาตะกอนทรายมาสะสมตัวออกขนานไปกับแนวชายฝั่ง โดยมีแนวป่าชายเลนอยู่ระหว่างสันดอนทรายกับชายฝั่งทะเลที่เป็นพื้นที่เชิงเขา ผืนทรายมีลักษณะสีเทาคล้ำด้วยเศษซากอินทรีย์ บางบริเวณพบการสลับกันระหว่างชั้นเศษซากอินทรีย์กับชั้นทรายบางๆ เรียงซ้อนขนานไปกับแนวชายฝั่ง บนผืนทรายมักมีเศษไม้และและวัสดุเหลือใช้ของมนุษย์แลดูระเกะระกะ ทั้งนี้องค์การบริหารส่วนตำบลขอนคลานได้ก่อสร้างกำแพงป้องกันคลื่นขนานไปกับแนวชายหาดและสนามเด็กเล่น ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอุดมสมบูรณ์ พื้นที่ตำบลขอนคลานมีไม้ป่าชายเลนและมีป่าสนตามแนวชายหาด สภาพพื้นที่ขององค์การบริหารส่วนตำบลขอนคลาน มีสภาพเป็นที่ราบและชายฝั่งทะเล บางพื้นที่เป็นป่าชายเลนตลอดแนวถนนและชายฝั่งคลองในเขตพื้นที่ตำบลขอนคลาน มีลักษณะภูมิอากาศร้อนชื้น เหมาะแก่การทำการเกษตร ประชากรในพื้นที่ตำบลขอนคลาน ประกอบอาชีพทำนา ทำการประมงชายฝั่ง ทำสวนมะพร้าว ปลูกแตงโม พักทอง ปลูกพืชหมุนเวียน และเลี้ยงสัตว์ เช่น โค กระบือ แพะ ไก่ เป็ด กุ้งกุลาดำ เป็นต้น พื้นที่ 8,812.50 ไร่ ดังนี้ พื้นที่ปลูกยางพารา พื้นที่ปลูกปาล์มน้ำมัน พื้นที่เกษตรอื่นๆ พื้นที่ป่า



ภาพที่ 4.26 กระบวนการสื่อสารลักษณะสื่อสิ่งพิมพ์ที่เกี่ยวกับข้อมูลของหาดราไวย์ ในการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไวย์ ตำบลขอนคลาน อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล

### 1.3 วัฒนธรรมชุมชน ประกอบไปด้วย

(1.3.1) ด้านถือศาสนาตำบลขอนแก่น มีประชาชนส่วนใหญ่นับถือศาสนาอิสลาม และมีศาสนาพุทธร้อยละ 2 จึงทำให้มี ศูนย์อบรมศาสนาและจริยธรรมประจำมัสยิด มัสยิดนุรุดดิน หมู่ที่ 2 มัสยิดบ้านท่าคลอง หมู่ที่ 3 และมัสยิดอรระหะหมาร หมู่ที่ 4

#### (1.3.2) ประเพณีและงานประจำปี

- จัดงานประเพณีของดีตำบลขอนแก่น
- รอแจ้ง



ภาพที่ 4.27 กระบวนการสื่อสารลักษณะสื่อสิ่งพิมพ์ที่เกี่ยวกับทรัพยากรธรรมชาติ ในการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไว ตำบลขอนแก่น อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล

1.4 ภูมิปัญญาชุมชน ประกอบด้วย การนวดแผน โบราณการต่อเรือ ใช้ภาษาพื้นบ้าน และหมอกระดุก สันคำพื้นเมืองและของที่ระลึก เช่น กะปิ ปลาเค็ม มันปู ข้าวเกรียบ อาหารทะเลสดแปรรูป

1.5 การจัดการชุมชน พัฒนาการการท่องเที่ยวหาดราไว การท่องเที่ยวพื้นที่ในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลขอนแก่น มีสถานที่ท่องเที่ยวบริเวณชายหาดราไว หมู่ที่ 4 และสถานีทรัพยากรป่าชายเลนที่ 37 เป็นแหล่งศึกษาทางธรรมชาติของป่าชายเลน ตั้งอยู่พื้นที่ หมู่ที่ 1 ตำบลขอนแก่น อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล

(1.5.1) จัดการที่พักร่วมกับผู้ประกอบการที่พักคั้งนี้ บ้านเช่า/ห้องเช่า/โฮมสเตย์ จำนวน 5 แห่ง คือ

- นายวันพจน์ ขาวดี หมู่ที่ 4
- บังกะ โลป่าเนิง หมู่ที่ 4
- แม่บ้านทะเลคำ หมู่ที่ 4
- บ้านสวนครุณีย์ หมู่ที่ 3
- บ้านสวนบันสุข หมู่ที่ 2

(1.5.2) การพาณิชย์และกลุ่มอาชีพ

ร้านค้า จำนวน 44 แห่ง

กลุ่มอาชีพ จำนวน 6 กลุ่ม

- กลุ่มมันปู
- กลุ่มพวงชมพู (ตัดเย็บเสื้อผ้า)
- กลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารทะเล
- กลุ่มสตรี (กลุ่มเครื่องแกง, กลุ่มทำขนม)
- กลุ่มประกายดาว (ผลิตภัณฑ์กระเป๋าทำจากผ้า)

2) เนื้อหาสารประเด็นนโยบายและยุทธศาสตร์ที่ใช้ในการสื่อสารภายใน เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมและทิศทางการทำงานร่วมกับหลายหน่วยงานตามแผนพัฒนาท้องถิ่น (พ.ศ.2561-2565) องค์การบริหารส่วนตำบลขอนแก่น ประกอบด้วยสารด้านดังนี้

กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน มีฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลาย และมีศักยภาพสูง โดยเฉพาะทรัพยากรทางการท่องเที่ยวทั้งทางทะเลและทางบกที่มีความโดดเด่น และมีชื่อเสียงระดับโลก จึงได้กำหนดทิศทางการพัฒนาศักยภาพให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวทางทะเล และทางบกที่มีคุณภาพระดับโลก เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับระบบเศรษฐกิจของประเทศและกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน เพื่อก้าวเข้าสู่การเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวระดับโลก โดยเน้นการพัฒนาศักยภาพบุคลากรและเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนในการให้บริการด้านการท่องเที่ยวทั้งในระดับสากล และระดับชุมชนให้มีมาตรฐานเพียงพอและพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการท่องเที่ยวให้มีขีดความสามารถในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวตามหลักธรรมาภิบาลและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้อุดมสมบูรณ์อย่างยั่งยืน โดยกระบวนการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในพื้นที่ และกลยุทธการบริหารจัดการ ด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์เพื่อรักษามาตรฐานและคุณภาพของนักท่องเที่ยวและพัฒนาระบบและสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าภาคการเกษตร ประมงและปศุสัตว์ที่มีศักยภาพในพื้นที่ โดยนางงานวิจัยและนวัตกรรมมาต่อยอดสู่การพัฒนาการแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่า



สินค้า พร้อมทั้งมุ่งเน้นการพัฒนาและเพิ่มคุณภาพบริการพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกให้เพียงพอและได้มาตรฐานด้านความปลอดภัย

วิสัยทัศน์ “การท่องเที่ยวที่มีคุณภาพระดับโลก บนฐานความเข้มแข็งของภาคเกษตรและชุมชนอย่างยั่งยืน”

ยุทธศาสตร์การพัฒนา

ยุทธศาสตร์ที่ 1 พัฒนาคุณภาพด้านการท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานอย่างยั่งยืน

1. ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพพื้นที่ให้สามารถรองรับการขยายตัวด้านการท่องเที่ยวให้เพียงพอและเหมาะสม

2. พัฒนาและยกระดับมาตรฐานความปลอดภัยและสุขอนามัยสิ่งแวดล้อมให้ได้มาตรฐานเพื่อสร้าง ความเชื่อมั่นแก่นักท่องเที่ยว

3. บริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้อุดมสมบูรณ์อย่างยั่งยืน โดยกระบวนการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในพื้นที่

4. บริหารจัดการข้อมูล การตลาดและประชาสัมพันธ์

5. พัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (การท่องเที่ยวสีเขียว)

ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาระบบและสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าภาคเกษตรประมงและปศุสัตว์ที่มีศักยภาพในพื้นที่ เพื่อให้ชุมชนเกิดความเข้มแข็งอย่างยั่งยืน

1. พัฒนาประสิทธิภาพทางการเกษตร (พืช ประมงและปศุสัตว์) เพื่อเพิ่มผลผลิตและลดต้นทุนการผลิตและสร้างรายได้ให้กับเกษตรกร

2. พัฒนาอุตสาหกรรมแปรรูปไปสู่ผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าสูง

3. ส่งเสริมศักยภาพด้านการตลาด

4. ส่งเสริมศักยภาพ การรวมกลุ่มและเครือข่ายสนับสนุนเกษตรกรอินทรีย์เกษตรปลอดสารพิษของเกษตรกร และผู้ประกอบการเพื่อสร้างความเข้มแข็ง

ยุทธศาสตร์ที่ 3 เสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพด้านทุนมนุษย์เพื่อนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน

1. พัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ ความสามารถ มีศักยภาพ รองรับต่อการเปลี่ยนแปลง

2. พัฒนาคุณภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐาน

3. พัฒนาและยกระดับมาตรฐานชุมชน

4. พัฒนาระบบสื่อสาร และการประชาสัมพันธ์เพื่อการจัดการสิ่งแวดล้อมอย่าง

ยั่งยืน



## ยุทธศาสตร์การพัฒนาขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดสตูล

### วิสัยทัศน์

“เมืองท่องเที่ยวเชิงนิเวศระดับโลก เกษตรยั่งยืน สังคมน่าอยู่”

### พันธกิจ

1. พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและอุทยานธรณีโลกให้มีคุณภาพยั่งยืน
2. ส่งเสริม พัฒนาศักยภาพการเกษตรตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง สร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าภาคการเกษตร ประมง และพัฒนาตลาดสินค้าเกษตร
3. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การคมนาคมให้รองรับการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเพื่อชมชนนการจราจรขนสงให้ได้มาตรฐานความปลอดภัย
4. ส่งเสริมสนับสนุนให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการรักษาความสะอาด จัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการส่งเสริมและรักษาสิ่งแวดล้อมที่ดีตลอดจนการพัฒนา แหล่งน้ำเพื่อการอุปโภค บริโภคของประชาชน
5. พัฒนา อนุรักษ์ศิลปะ วัฒนธรรม วิถีชีวิตและภูมิปัญญาดั้งเดิมของจังหวัดสตูล โดยการมีส่วนร่วมของประชาชน
6. พัฒนาคุณภาพชีวิต ประชาชนให้เกิดความสุข พัฒนาและส่งเสริมการศึกษาทั้งในระบบ นอกระบบ และการศึกษาตามอัธยาศัยให้ได้มาตรฐาน
7. ส่งเสริมการใช้หลักธรรมาภิบาลในการบริหารจัดการท้องถิ่น

### ยุทธศาสตร์

#### ยุทธศาสตร์ที่ 1 พัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน

##### แนวทางการพัฒนา

- 1.1 พัฒนา ปรับปรุงสถานที่ท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกให้มีมาตรฐาน
- 1.2 พัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ท่องเที่ยวชุมชนภายใต้การมีส่วนร่วมของชุมชนและท้องถิ่นเพื่อรองรับการเป็นอุทยานธรณีโลก
- 1.3 พัฒนาศูนย์บริการด้านการท่องเที่ยวให้มีความรู้และทักษะในการให้บริการ การป้องกันและบรรเทาอุบัติภัย รองรับการเป็นอุทยานธรณีโลก
- 1.4 ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางทั้งในและต่างประเทศ ด้วยการ ใช้สื่อที่ทันสมัยและสร้างสรรค์
- 1.5 สนับสนุน ส่งเสริมให้มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายตลอดทั้งปี รวมถึงการเพิ่มมูลค่าให้กับบริการการท่องเที่ยว

**ผลการวิเคราะห์ศักยภาพเพื่อประเมินสถานภาพการพัฒนาในปัจจุบันและโอกาส  
การพัฒนาในอนาคตของท้องถิ่นด้วยเทคนิค (SWOT ANALYSIS)**

ตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์ศักยภาพเพื่อประเมินสถานภาพการพัฒนาในปัจจุบันและโอกาสการ  
พัฒนาในอนาคตของท้องถิ่นด้วยเทคนิค (SWOT ANALYSIS)

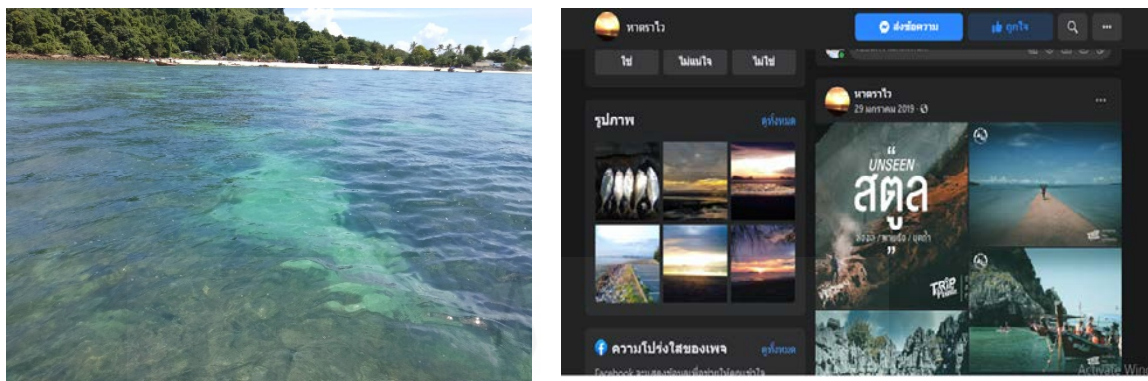
จุดแข็ง (STRENGTHS)	จุดอ่อน (WEAKNESS)
1. มีทรัพยากรธรรมชาติทั้งทางบกและทางทะเล ทำให้มีศักยภาพในการพัฒนาการประกอบอาชีพทางการเกษตรและทางประมงสูง	1. ราคาผลผลิตทางการเกษตรไม่แน่นอน
2. มีพื้นที่ขนาดเล็กทำให้มีการพัฒนาได้อย่างทั่วถึงและครอบคลุมทุกด้าน	2. ขาดแคลนน้ำดื่มและน้ำใช้
3. มีทรัพยากรป่าชายเลนที่อุดมสมบูรณ์	3. ประชาชนขาดเอกสารสิทธิ์ในที่ดินทำกิน
4. มีความมั่นคงและปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินเนื่องจากไม่มีปัญหาการก่อการร้ายและการก่อความไม่สงบภายใน	4. เยาวชนและประชาชนไม่ตระหนักถึงการดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติ
5. มีสถานที่ท่องเที่ยวคือชายหาดราไว และมีสถานที่พักผ่อนหย่อนใจคือสวนสาธารณะหาดราไว	5. ขาดการรวมกลุ่มของกลุ่มอาชีพที่เข้มแข็ง
6. ประชาชนร่วมใจกันรักษาประเพณีวัฒนธรรมทางศาสนาและท้องถิ่น	6. พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นเขตทุ่งสงวน ป่าชายเลนทำให้เป็นการยากต่อการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ปัจจัยภายนอก (External Factor)	
โอกาส (OPPORTUNITY)	อุปสรรค (THREAT)
1. มีชายหาดทรายที่สวยงาม สามารถพัฒนาแหล่งการท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายได้ 2. มีป่าชายเลนที่อุดมสมบูรณ์ สามารถพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ได้ 3. มีทรัพยากรทางด้านการศึกษาและประมงที่อุดมสมบูรณ์ ซึ่งสามารถสร้างอาชีพที่ดีและสามารถแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรเพื่อจำหน่ายในราคาที่สูงได้ต่อไป 4. ประชาชนมีความสมัครสมานสามัคคีไม่มีความขัดแย้ง ส่งผลให้เป็นชุมชนที่เข้มแข็งได้	1. ขาดบุคลากรและงบประมาณที่จำกัด 2. ระเบียบกฎหมายไม่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนา 3. พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นเขตทุ่งสงวนป่าชายเลน ที่สาธารณประโยชน์

(ข้อมูลจาก แผนพัฒนาท้องถิ่น (พ.ศ.2561-2565) องค์การบริหารส่วนตำบลขนอนคลาน)

3) เนื้อหาสาระประเด็น การท่องเที่ยวหาดทราย เป็นทะเลฝั่งอันดามัน มีความยาวประมาณ 3,500 เมตร จัดเป็นหาดที่ยาวที่สุดของจังหวัดสตูล ตั้งอยู่ในเขตอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะเภตรา ด้านตะวันตกจะมองเห็นเกาะสุกรของอำเภอปะเหลียน จังหวัดตรัง หาดทรายริมหาดทรายเป็นทรายเป็นโคลน แต่เหมาะกับการทำประมงมากกว่า น้ำทะเลไม่ค่อยใส แต่ถ้าจะลงเล่นน้ำหรือเดินเล่นก็ได้เพราะคลื่นไม่แรง พื้นที่บริเวณริมหาดร่มเย็น เพราะเป็นแนวสนตลอดหาดทราย บริเวณริมหาดทรายมีแนวกันน้ำทะเลที่ทางองค์การบริหารส่วนตำบลขนอนคลานได้ทำขึ้น เพื่อไม่ให้น้ำทะเลหนุนขึ้นมาบริเวณถนนและหมู่บ้าน บริเวณรอบๆ หาด ประกอบไปด้วย การสื่อสารรูปแบบการท่องเที่ยว ที่มีความหลากหลายตามวิถีและอัตลักษณ์ของชุมชนตำบลขนอนคลาน



ภาพที่ 4.28 และภาพที่ 4.29 กระบวนการสื่อสารลักษณะสื่อสิ่งพิมพ์ที่เกี่ยวกับความสวยงาม  
ด้านทรัพยากรธรรมชาติ ในการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไวย์  
ตำบลขนคลาน อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล

### (3.1) ทริป การท่องเที่ยวประกอบด้วย

(3.1.1) โปรแกรมที่ (ทริปการท่องเที่ยว ราไวย์ เกาะกล้วย One day trip  
ราไวย์ เกาะกล้วย “วันเดย์ก็ไปได้”

#### โปรแกรมเดินทาง

09:00 น. พร้อมทำเทียบเรือราไวย์พร้อมเดินทางเกาะกล้วย  
10:00 น. ลงเรือคือน หาดทรายขาวพราวเสน่ห์ เล่นน้ำที่หาดทราย  
12:30 น. รับประทานอาหาร (ข้าวกล่อง) พักผ่อนเดินเล่น  
รอบเกาะกับธรรมชาติ

14:00 น. ตอนนั่งเรือกลับ คุวิธชาวประมงชายฝั่งพื้นบ้าน

15:30 น. ทำเทียบเรือราไวย์

\*\*โปรแกรมดังกล่าวอาจปรับเปลี่ยนเพื่อความเหมาะสม  
(ทะเล)\*\*

ชูชีพ สนิ๊กเกอร์ พร้อม

399 บาท เรือ บรรทุกได้ 10/12 คน

นายท้าย/เด็กเรือ

(3.1.2) ทริป การท่องเที่ยวราไวย์ เกาะสุกร one day trip ราไวย์ เกาะสุกร ตรีง

#### โปรแกรมการเดินทาง

09:00 น. พร้อมทำเทียบเรือราไวย์พร้อมเดินทางเกาะสุกร

รอบเกาะ

10:00 น. ลงเช็คอินหัวสะพานแหลมเกาะสุกร นั่งรถซาเล้ง

12:30 น. รับประทานอาหาร แม่บ้านชาวเกาะ

14:00 น. นั่งรถไปเล่นน้ำหน้าหาด

15:00 น. ขึ้นเรือ ไปดูวิถีชาวประมงพื้นบ้าน

16:00 น. ทำเทียบราไว

ทริป ท่องเที่ยว 550 บาท

\*\*โปรแกรมดังกล่าวอาจปรับเปลี่ยนเพื่อความเหมาะสม

(ทะเล)\*\*ราไว เกาะสุกร ตรัง\*\*

(3.1.2) ราไว เกาะสุกร 2 วัน 1 คืน

โปรแกรมการเดินทาง วันแรก

09:00 น. พร้อมทำเทียบเรือราไวเดินทาง

10:00 น. ทำเทียบเรือเกาะสุกร แหลมเกาะสุกรเช็คอิน

10:30 น. นั่งรถไปที่พัก

12:30 น. อาหารเที่ยงพื้นบ้านชาวเกาะ

14:00 น. นั่งรถซาเล้งเที่ยวรอบเกาะสุกร

18:00 น. เข้าที่พักตามอิสระ

โปรแกรมการเดินทาง วันที่ 2

07:00 น. อาหารเช้า

08:00 น. พร้อมออกเดินทางเล่นน้ำเกาะกัลด้วยวิถีชาวประมง

เช้ากล่องพร้อม

15:00 น. เดินทางกลับ ราไว

\*\*โปรแกรมดังกล่าวอาจปรับเปลี่ยนเพื่อความเหมาะสม

ระยะเดินทาง

(ทะเล)\*\*

ต่อหัว ต่อ 1 คน 999 บาท

ค่าบริการรวม 1 เรือไปกลับ

2 อาหาร 2 มื้อ เช้า 1 เที่ยง 1 มื้อ

3 ที่พัก 1 คืน

4 อุปกรณ์ ดำน้ำ



## 5 ประกันภัย

ทริป เที่ยวราไว แคมป์ปิ้ง 2 วัน 1 คืน

(3.1.3) เที่ยวหาดราไว แคมป์ปิ้ง 2 วัน 1 คืน

17:00 น. ถึงที่พัก

18:00 น. รับประทานอาหารเย็น

19:00 น. กิจกรรม สัมผัสวิถีเหวียงแห ไร่คนรุน กุ้ง ทำกะปิ

วิถีภูมิปัญญาชาวบ้าน

20:00 น. กิจกรรม ปิ้งย่าง อาหารทะเลจากชาวประมงพื้นบ้าน

22:45 น. ผักผ่อนตามอัธยาศัย

07:00 น. รับประทานอาหารเช้า

08:00 น. พร้อมทำเทียบเรือราไวพร้อมเดินทาง

08:10 น. ลงเรืออิน เกาะแก่งตามที่กำหนดไว้ และตามวิถี

ตามกิจกรรมประมงพื้นบ้าน

12:30 น. รับประทานอาหาร (ข้าวกล่อง) ผักผ่อนเดินเล่น

รอบเกาะกับธรรมชาติ

14:00 น. ตอนนั่งเรือกลับ คู่วิถีชาวประมงชายฝั่งพื้นบ้าน

15:30 น. ทำเทียบเรือราไว

\*\*โปรแกรมดังกล่าวอาจปรับเปลี่ยนเพื่อความเหมาะสม

(ทะเล)\*\*



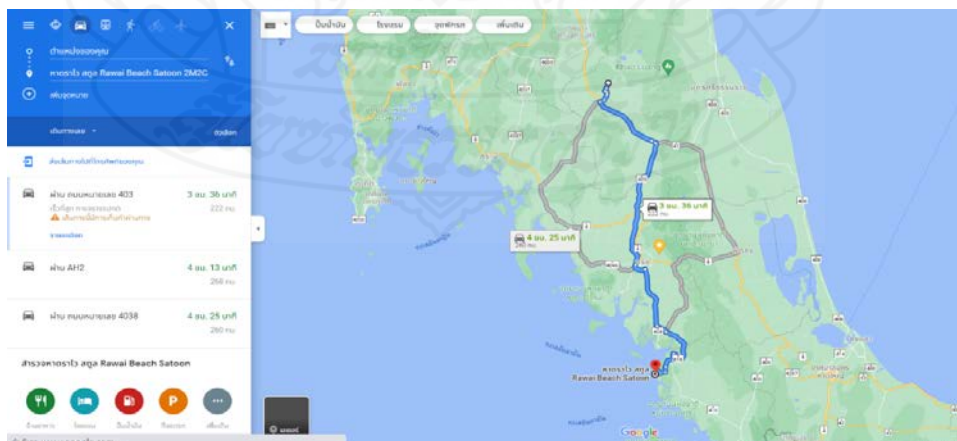


ภาพที่ 4.30 แผ่นพับ สื่อสิ่งพิมพ์ที่ใช้ในการโปร โมทโปรแกรมการท่องเที่ยวหาดราไ  
ตำบลขนคลาน อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล

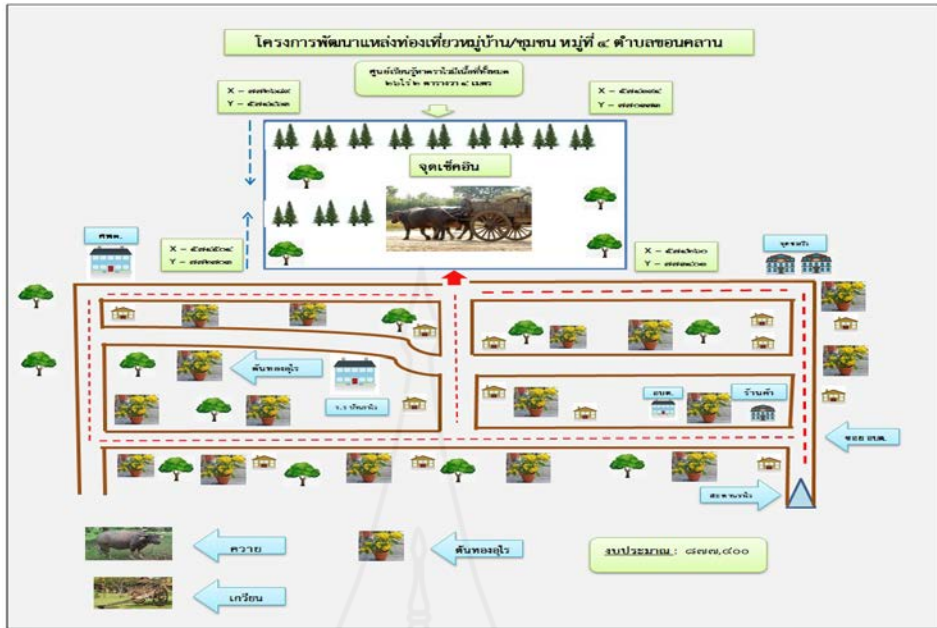
(3.2) เส้นทางและการเดินทาง

การเดินทาง

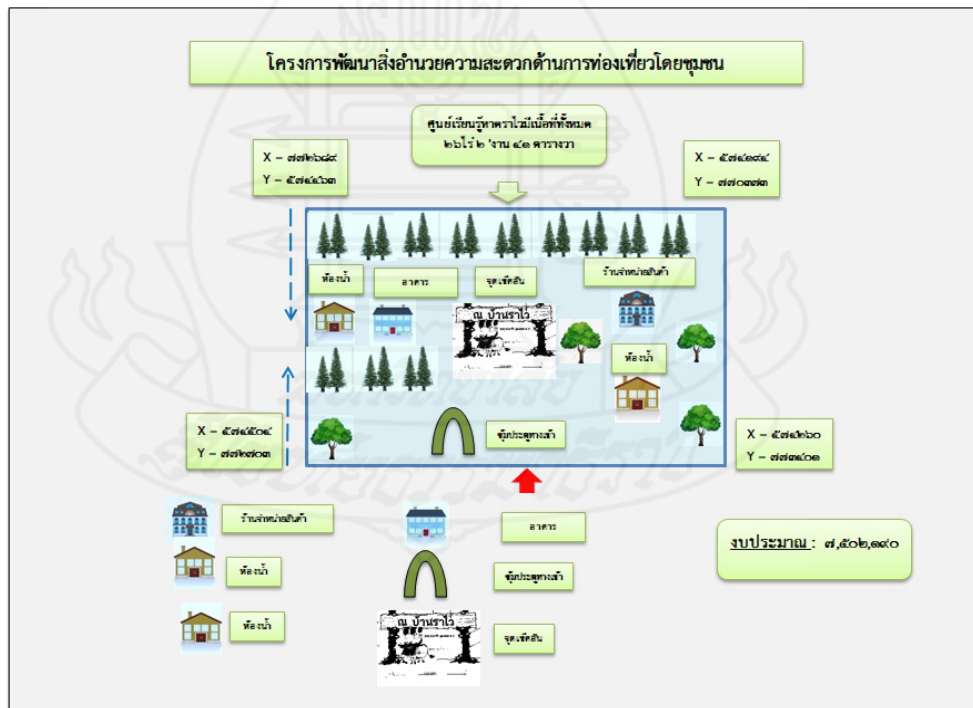
จากจังหวัดสตูล มุ่งหน้าไปทาง จังหวัดตรัง (ฉลุง - ปะเหลียน) ตาม  
เส้นทางหมายเลข 416 เมื่อมาถึงประมาณหลักกิโลเมตรที่ 13 ให้เลี้ยวซ้ายไปตามเส้นทางหลวง  
ชนบทหมายเลข สด.3018 ไปประมาณ 13 กิโลเมตร ก็จะพบหาดราไ (มีป้ายบอกเส้นทางตลอด)  
เส้นทางการเดินทางเป็นทางราดยางตลอด



ภาพที่ 4.31 เส้นทางการเดินทางเข้าสู่หาดราไ ตำบลขนคลาน อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล



ภาพที่ 4.32 แผนที่แสดงแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญใน ตำบลชนชลาน อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล



ภาพที่ 4.33 แผนที่แสดงแหล่งอำนวยความสะดวกที่สำคัญใน หาดราวี ตำบลชนชลาน อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูลให้แก่นักท่องเที่ยว

(3.3) ความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยวในหาดราไวย์ ตำบลขนอนคลาน  
อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล



ภาพที่ 4.34 และ ภาพที่ 4.35 ภาพถ่าย ที่ใช้ในการสื่อสารในการโปรโมท ตำบลขนอนคลาน  
อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล



ภาพที่ 4.36 ภาพถ่าย ที่ใช้ในการสื่อสารในการประชาสัมพันธ์ ตำบลขนอนคลาน  
อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล



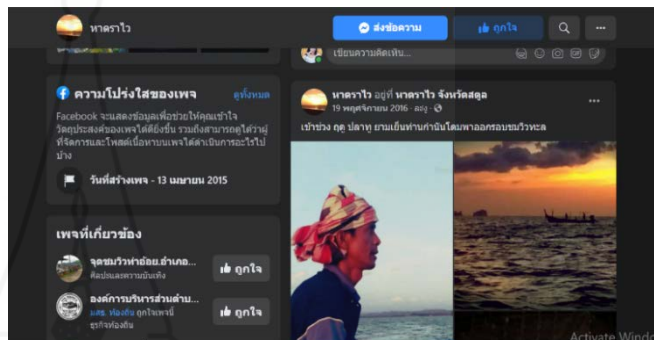
ภาพที่ 4.37 ภาพถ่าย ที่ใช้ในการสื่อสารในการประชาสัมพันธ์ ตำบลขนคลาน  
อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล

(3.4) สินค้าของขวัญของฝากและของดี หาดราวี ตำบลขนคลาน  
อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูลและชุมชนอื่นๆ ในจังหวัดสตูล

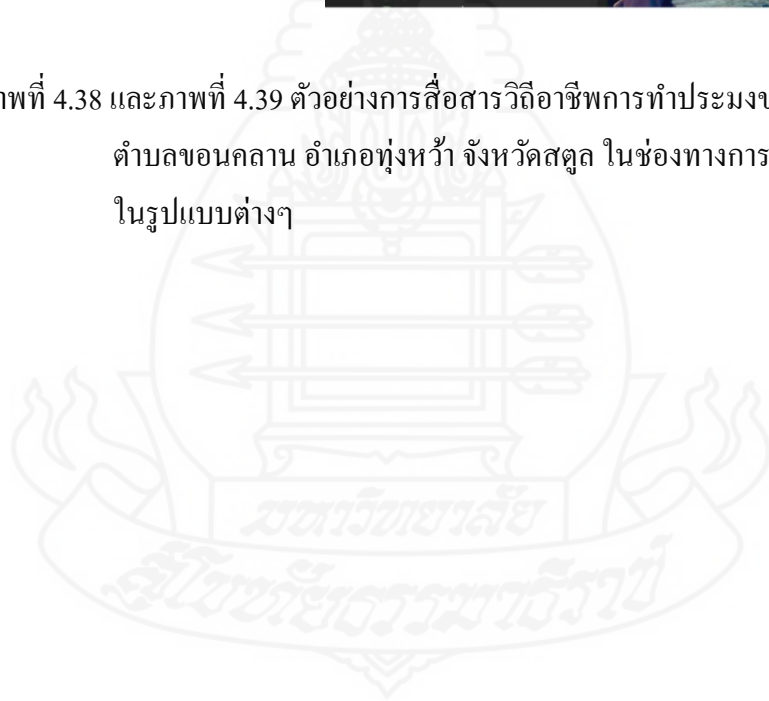
(3.5) วิถีวัฒนธรรม การประกอบอาชีพประมงในชีวิตประจำวัน ทรัพยากร  
การประกอบพิธีศาสนา วันสำคัญทางศาสนา เป็นต้น



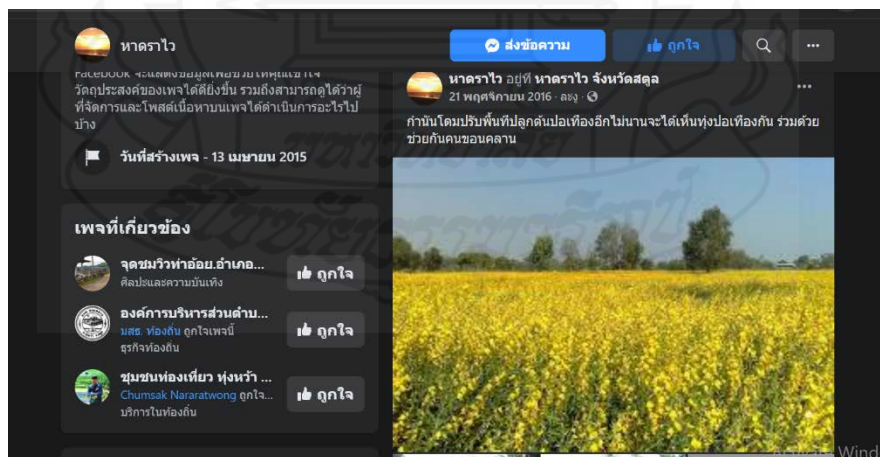




ภาพที่ 4.38 และภาพที่ 4.39 ตัวอย่างการสื่อสารวิถีอาชีพการทำประมงของชาวบ้าน ตำบลขนคลาน อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล ในช่องทางการสื่อสารในรูปแบบต่างๆ



(3.6) กิจกรรมของชาวบ้านภายใต้กลุ่มต่าง ๆ ของผู้ส่งสาร เช่น วิสาหกิจ  
ท่องเที่ยวหาดราไว, ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเรือประมงพื้นบ้าน, อาชีพแม่บ้านทะเลคำ เป็นต้น

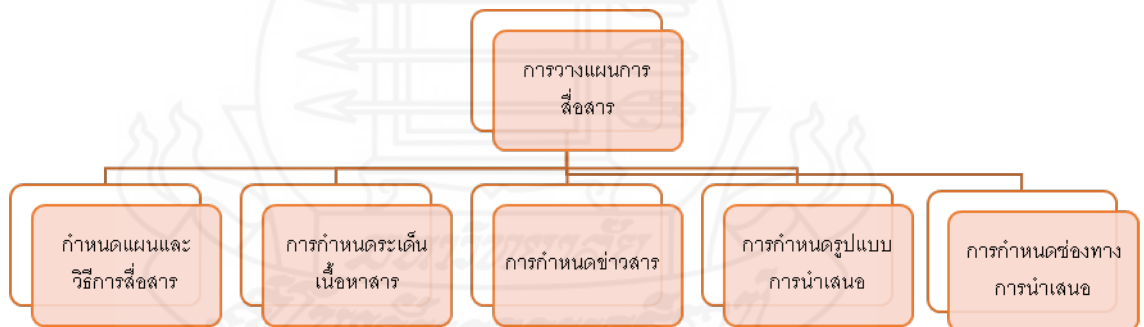


ภาพที่ 4.40 และภาพที่ 4.41 ตัวอย่างการสื่อสารกิจกรรมที่เกิดขึ้นภายใต้การส่งเสริมการท่องเที่ยว  
หาดราไวตำบลขนอนคลาน อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล ในช่องทางการสื่อสาร  
ในรูปแบบต่างๆ

**2.3.3 การกำหนดข่าวสาร** พบว่า มีความสำคัญในการกำหนดข่าวสารสำคัญในการดำเนินการสื่อสารเพื่อ การวางแผนการนำเสนอข่าวสาร ประกอบด้วย เรื่องราวกิจกรรมในจังหวัดสตูล สถานการณ์ภัยพิบัติ การจัดกิจกรรมการอนุรักษ์ เป็นต้น

**2.3.5 การกำหนดรูปแบบการนำเสนอ** จากการวางแผนร่วมกันของกลุ่มสมาชิก ได้กำหนดรูปแบบการนำเสนอพร้อมช่องทางการสื่อสารเพื่อมีแนวทางผ่านกระบวนการรวบรวมข้อมูลในการจัดทำ “สาร”ที่น่าสนใจสอดคล้องกับความต้องการและความสนใจของคนในชุมชนนั้น เป็นสื่อในการเล่าเรื่อง เช่น การจัดทำหนังสือประวัติ ตำนาน ชุมชนขึ้น เพื่อคนในชุมชนสามารถเล่าให้นักท่องเที่ยวผู้มาเยือนได้อย่างถูกต้องและเหมือนกันพร้อมมีหลักฐานเป็นหนังสือส่งต่อรุ่นต่อรุ่นผ่านหนังสือ หรือสื่อสารเรื่องราวในฐานะเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ มีการนำเสนอผ่านสื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุ สื่อวิดีโอ สื่อมวลชนและสื่อใหม่

**2.3.6 การกำหนดช่องทางการนำเสนอ** เป็นการวางแผนและกำหนดทิศทางทางการตลาดแบบบอกเล่าปากต่อปาก (Word of Mouth Marketing) ซึ่งเป็น การสื่อสารรูปแบบเดิมที่คนในชุมชนใช้กันอยู่แล้ว เพียงแต่มีการปรับเปลี่ยนช่องทางเป็นรูปแบบ ผ่านระบบออนไลน์ เพื่อเพิ่มศักยภาพในการกระจายข่าวสารของชุมชนให้เป็นที่รับรู้ในวงกว้างขึ้น เช่น การที่มีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวชมกิจกรรมต่างๆที่เกิดขึ้น ในชุมชน แล้วเกิดความประทับใจ มีการแบ่งปันข้อมูล และภาพบรรยากาศผ่านสื่อออนไลน์



ภาพที่ 4.42 วางแผนการสื่อสารการจัดการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล

“...การวางแผนการสื่อสารถือเป็นหัวใจสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวมาก การสื่อสารแต่ละครั้งกลุ่มสื่อสารทั้งหมดเพียงวางประเด็นสารคร่าวๆ ก่อนการทำการสื่อสารพร้อมเนื้อหาสาร การจัดทำเนื้อหาสารที่ชัดเจนในทุกกิจกรรม...”

(สมนึก ขุนแสง, สัมภาษณ์, 2 พฤศจิกายน 2563)



“...ในส่วนของ การสื่อสารประวัติความเป็นมาของชุมชน ภูมิปัญญาเป็น เนื้อหาที่กำหนดวางแผนใช้ในการสื่อสารให้นักท่องเที่ยวทราบ เพื่อแสดงความเป็นตัวตนและ เอกสารในการดำเนินงานการท่องเที่ยว...”

(สมชัย โสสนุ้ย, สัมภาษณ์, 16 พฤศจิกายน 2563)

“...รูปแบบการนำเสนอ เป็นอีกประเด็นที่คนในชุมชนอยากจะออกแบบแต่ ด้วย คนในชุมชนมีศักยภาพในการสื่อสารแบบดั้งเดิม แต่การสื่อสารในสื่อใหม่ยังมีความรู้ค่อนข้าง...”

(ราตรี โสสนุ้ย, สัมภาษณ์, 16 พฤศจิกายน 2563)

## 2.4 ปฏิบัติการสื่อสาร

ผลการวิจัย พบว่า การดำเนินการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนหาดราไวย์ ตำบลขอนแก่น อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล ในระยะแรกของการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวโดยชุมชน ทางผู้นำชุมชน และกลุ่มผู้ให้บริการ โฮมสเตย์ ทำการสื่อสารการท่องเที่ยวชุมชนให้เป็นที่รู้จัก และผู้รับสารในการดำเนินการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวอย่างจริงจัง ทั้งผ่านการสื่อสารทุกรูปแบบ และ พัฒนาการสื่อสารของบุคคลในการสื่อสาร ทั้งในและนอกชุมชน โดยอาศัยสื่อที่มีทั้งสื่อบุคคล สื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจ โดยรูปแบบการสื่อสารที่ปรากฏ ส่วนใหญ่จะเป็น ไปในลักษณะ ลักษณะการประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลการท่องเที่ยว ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยว จากทั้ง ภาครัฐและภาคประชาชน ผ่านสื่อเว็บไซต์ แผ่นพับ โปสเตอร์ และป้าย เป็นต้น เพื่อให้นักท่องเที่ยว ได้รับทราบ โดยรูปแบบในการสื่อสารนั้น อาจเป็นการสื่อสารทางเดียว ด้วยสื่อมวลชนไปยัง นักท่องเที่ยวทั้งในและนอกชุมชน และบุคคลทั่วไปที่สนใจกิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นในชุมชน โดย การเผยแพร่ให้กลุ่มเป้าหมายรับทราบและร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ชุมชนได้จัดขึ้น โดยเป็นการ ออกอากาศผ่านสถานีวิทยุท้องถิ่น โดยการเผยแพร่การกิจกรรมให้เป็นที่รับทราบนั้น เป็นการ ดำเนินการทั้งก่อนการจัดกิจกรรมเพื่อให้ผู้ที่สนใจมาร่วมกิจกรรม และการรายงานผลการจัด กิจกรรมเพื่อรายงานการจัดกิจกรรมให้ผู้สนใจได้รับทราบบทสรุปของการจัดกิจกรรมดังกล่าว

สำหรับรูปแบบการสื่อสารสองทางที่เกิดขึ้นในการสื่อสารการท่องเที่ยวชุมชน หาดราไวย์ เป็นการสื่อสารระหว่างเครือข่ายเพื่อขับเคลื่อนการท่องเที่ยวโดยชุมชนกับนักท่องเที่ยว โดยการสื่อสารที่เกิดขึ้นปรากฏในรูปแบบของการพูดคุยกับนักท่องเที่ยวที่เข้าไปในชุมชน ทั้งใน เรื่อง ของประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว สินค้าบริการ สินค้าที่ระลึก อาหารพื้นบ้าน การอนุรักษ์ ธรรมชาติ รวมถึงการประชาสัมพันธ์ข้อมูลต่างๆ เช่น นักท่องเที่ยวต้องการสอบถามข้อมูลแหล่ง ท่องเที่ยวในชุมชน

สำหรับรูปแบบการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม เป็นการสื่อสารระหว่างเครือข่ายการ  
ท่องเที่ยวชุมชน กับนักท่องเที่ยว โดยการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมระหว่างนักท่องเที่ยวกับเครือข่าย  
ส่วนใหญ่จะปรากฏ ในรูปแบบกิจกรรม โดยเป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าร่วมได้ เช่น  
กิจกรรมนั่งเรือชมวิถีชาวประมงยาวเข้า กิจกรรมนั่งเรือชมธรรมชาติป่าชายเลน พายเรือคายัคป่าชาย  
เลน การทำอาหารพื้นบ้าน โดยที่การดำเนินกิจกรรมดังกล่าวเป็นความร่วมมือ เกิดจากความสมัคร  
ใจ ระหว่างผู้ให้บริการท่องเที่ยวกับนักท่องเที่ยว

“...ผู้นำแต่ละคนแทบทำการสื่อสารในทุกวันทำความเข้าใจและความรู้  
ความสามารถของตัวเองในประเด็นต่าง ทั้งการประชาสัมพันธ์ การประสานเครือข่าย หรือการ  
สื่อสารในสังคมออนไลน์ ตามที่มีศักยภาพ...”

(สมนึก ขุนแสง, สัมภาษณ์, 2 พฤศจิกายน 2563)

“...การดำเนินการสื่อสารเราเน้นการสื่อสารที่สร้างการมีส่วนร่วม ถึงแม้ว่า  
การดำเนินการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ผ่านมามีปัญหาอุปสรรคบางแต่การพูดคุย การประชุม  
หารือแนวทางได้รับการแก้ไขและพัฒนาจากการมีส่วนร่วมและพลังการสื่อสาร...”

(สมนึก ขุนแสง สัมภาษณ์, 2 พฤศจิกายน 2563)

“...ทุกคนในชุมชนเดี๋ยวนี้เหมือนนักท่องเที่ยว เพราะด้วยโทรศัพท์มือถือ ใครเจอ  
อะไรก็จะถ่ายรูปส่งต่อในไลน์กลุ่ม ในเฟซบุ๊ก ทำให้อะไรเกิดขึ้นตรงไหนจะรู้กันทั่วถึง ...”

(สมาน โสสนีย์, สัมภาษณ์, 2 พฤศจิกายน 2563)

## 2.5 จัดปัจจัยสนับสนุนการสื่อสาร

จากการศึกษาข้อมูลพบว่า เป็นกระบวนการที่ผู้นำท้องถิ่น/ชุมชน ประสานภาคี  
เครือข่ายทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ในความสามารถทั้งภาคภาควิชาชีพและภาควิชาการในการให้  
ความรู้ชาวบ้านในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน พัฒนาขับเคลื่อนการดำเนินงาน และผลักดัน  
ให้ชาวบ้านเป็นผู้ทำการสื่อสารสร้างการมีส่วนร่วมและความเป็นเจ้าของการท่องเที่ยวอย่างเป็น  
รูปธรรม รวมถึงการประเมินการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน การหาปัจจัยสนับสนุนที่  
สำคัญที่ส่งผลต่อการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไว ให้มีความรู้เกี่ยวกับท้องถิ่นของ  
ตนเองเป็นอย่างดี เข้าใจอัตลักษณ์ของพื้นที่อยู่อาศัยของตน สิ่งที่ต้องจัดสนับสนุนเพิ่มเติมคือ  
ในการสื่อสาร เช่น ทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร ทักษะในการใช้เครื่องมือสื่อสาร



สมัยใหม่ ความสามารถในการเข้าถึงระบบสารสนเทศและระบบอินเทอร์เน็ต รูปแบบการสื่อสารที่ใช้ส่วนใหญ่จึงเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) โดยใช้รูปแบบสื่อสารแบบปากต่อปาก (Word of mouth) นอกจากการบอกกล่าวกันแบบปากต่อปากแล้ว ยังมีการใช้สื่อมวลชน (Mass Media) เช่น สื่อวิทยุ สื่อแผ่นพับ เพื่อเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชน งานเทศกาลประจำปีที่จัดขึ้นตามวาระ แต่ยังคงการใช้ช่องทางการสื่อสารที่มีความต่อเนื่อง เช่น การใช้เว็บไซต์ การสื่อสารผ่าน Social network ด้วยชุมชนเอง

“...ผู้นำชุมชนไม่ยิ่งยวดในการประสานเครือข่ายในการส่งเสริมการท่องเที่ยว มีทีมงานเครือข่ายที่ไหนก็จะประสานเข้ามา และหลังสถานการณ์ โควิดคลี่คลาย จะจัดให้มีการอบรมการสื่อสารให้ชาวบ้าน ทั้งการถ่ายภาพ การถ่ายวิดีโอ การตัดต่อ การทำเพจเฟซบุ๊กเป็นต้น ...”

(สุรงค์ สารบรรณ, สัมภาษณ์, 2 พฤศจิกายน 2563)

“...ผู้นำที่ดี มีทักษะการสื่อสารที่ย่อมทำให้ทุกกิจกรรมที่เกิดขึ้นในชุมชนมีการพัฒนาไปในทิศทางที่ดีขึ้นเสมอ ไม่ใช่เพียงพูดได้ แต่ต้องพูดเป็นทำได้ด้วย...”

(สมนึก ขุนแสง สัมภาษณ์, 2 พฤศจิกายน 2563)

“...เห็นกิจกรรมในชุมชนเกิดขึ้นมากมาย กิจกรรมการอนุรักษ์มืออย่างต่อเนื่อง เพราะบ้านเราทำประมงมาก การทำบ้านปลา ธนาคารปูถือเป็นผลสำเร็จในการส่งเสริมอาชีพอีกทาง ให้ชาวบ้านตระหนักในการใช้ทรัพยากรด้วย ...”

(สมาน โสสนีย์, สัมภาษณ์, 2 พฤศจิกายน 2563)

จากการศึกษาพบว่า การจัดการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวหาดราไวย์ ตำบลขอนคลาน อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล เกิดจากการจัดการสื่อสารภายในตนเองของผู้นำเป็นสำคัญและการสื่อสารที่มีความชัดเจนในวัตถุประสงค์และเป้าหมายของกิจกรรมที่นำเสนอ ในการสื่อสารแต่ละครั้ง และจัดให้มีการสื่อสารผ่านเครือข่าย 1) การรวมตัวของเครือข่าย 2) กำหนดภารกิจและหน้าที่ 3) วางแผนการสื่อสาร 4) ปฏิบัติการสื่อสาร และ 5) จัดปัจจัยสนับสนุนการสื่อสาร ทั้งนี้ผู้นำต้องมีทักษะในการสื่อสารตามคุณสมบัติของนักสื่อสารที่ดีในการประสานรวมกลุ่มเครือข่ายหลายกลุ่มเข้าด้วยกัน เพื่อเป้าหมายเดียว ภายใต้กระบวนการสื่อสารที่มีความเข้มข้นและต่อเนื่อง ประกอบด้วย 1) ผู้ส่งสาร 2) สาร 3) ช่องทางการสื่อสารสื่อสาร 4) ผู้รับสาร และ 5) ผลการสื่อสารนำไปสู่การสื่อสารประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยวที่มีความน่าสนใจและแพร่หลายยิ่งขึ้น

## บทที่ 5

### สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ

บทที่ 5 เป็นบทที่ว่าด้วยสรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ ของการวิจัย เรื่อง การสื่อสาร เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไวย์ ตำบลขนอนคลาน อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล ซึ่งมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษา 1) กระบวนการสื่อสาร และ 2) การจัดการการสื่อสาร โดยการสรุป อภิปราย และ ข้อเสนอแนะประกอบด้วย สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ รายละเอียดดังนี้

#### 1. สรุปผลการวิจัย

1.1 กระบวนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไวย์ ตำบลขนอนคลาน อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล ผลการศึกษาวิจัยได้ข้อมูลตรงกันว่ากระบวนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไวย์ ตำบลขนอนคลาน อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล พบว่าผู้สื่อสารในกระบวนการสื่อสารออกเป็น กระบวนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไวย์ แบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ 1) ผู้สื่อสารในการสื่อสารภายในตัวบุคคล 2) ผู้สื่อสารในการสื่อสารระหว่างบุคคล 3) ผู้สื่อสารในการสื่อสารกลุ่มใหญ่ได้นำแนวคิดจากการวางแผนการสื่อสารและการเดินทางสื่อสารระหว่างบุคคล ขับเคลื่อนกิจกรรมในพื้นที่ จนเกิดเป็นการสื่อสารกลุ่มใหญ่มากขึ้นตามลำดับมีการผู้คุยในระดับครัวเรือน ระดับกลุ่มอาชีพต่างๆ พร้อมทั้งมีการประชุมหมู่บ้าน และการประชุมประชาคมในการให้ความเห็นการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวหาดราไวย์ เมื่อขั้นตอนการสื่อสารภายในชุมชนได้ผลตอบรับและดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวเกิดขึ้นในชุมชนแล้ว ผู้นำท้องถิ่น/ชุมชนได้ดำเนินการสื่อสารประสานหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนเกิดเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนหาดราไวย์และภาคีหน่วยงานต่างๆ เพื่อขับเคลื่อนส่งเสริมสนับสนุนการท่องเที่ยวหาดราไวย์ต่อไป ทั้งนี้ผลพบว่าผู้สื่อสารควรส่งเสริมพัฒนาศักยภาพและคุณสมบัติในการสื่อสารทั้ง ความรู้ความเข้าใจและทักษะในการสื่อสารที่ดี จะไม่ส่งผลให้เกิดอุปสรรคในการสื่อสารเหมือนที่ผ่านมาได้ สารในกระบวนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไวย์ มีการกำหนดเนื้อหาสาระ และข่าวสารเป็นระยะประกอบด้วย 1) ความเป็นมาของชุมชน ตำบลขนอนคลาน 2) ทรัพยากรการท่องเที่ยวชุมชนหาดราไวย์ 3) วิถีวัฒนธรรมชุมชน 4) ภูมิปัญญาชุมชนการประกอบกลุ่มอาชีพ 5) การท่องเที่ยวหาดราไวย์ ช่องทางการสื่อสารสื่อสาร ในช่วงแรกเป็นกระบวนการสื่อสารผ่านสื่อดั้งเดิม

ที่ใช้ความสัมพันธ์ ความตั้งใจในการพัฒนาท้องถิ่นมาพูดคุยกันอย่างเข้าใจ เปิดใจคุยกันระหว่างบุคคล จนเกิดการท่องเที่ยวส่งต่อข่าวสารผ่านช่องทางสื่อมากมาย ดังนี้ 1) สื่อชุมชน 2) การประชุมจะแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ ทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ 3) บอร์ดประชาสัมพันธ์ในชุมชน 4) สื่อสิ่งพิมพ์ 5) สื่อบุคคล 6) สื่อสารมวลชน 7) สื่อใหม่ สื่อสังคมออนไลน์ ผู้รับสารในกระบวนการสื่อสาร แบ่งออกเป็น 1) ผู้รับสารในการสื่อสารระหว่างบุคคล 2) ผู้รับสารในการสื่อสารกลุ่มเล็ก 3) ผู้รับสารในการสื่อสารกลุ่มใหญ่ ผลการสื่อสารในกระบวนการสื่อสารจากจุดเริ่มต้นเกิดจากการก่อตั้งกลุ่มการท่องเที่ยวหาคาไรวอนเป็นวิสาหกิจท่องเที่ยวหาคาไรวอน ฝึกกำลังคนในชุมชนมาห้วงแหวนกิจกรรมอาสาพัฒนาในชุมชนมากขึ้น ผลักดันหน่วยงานจากภายนอกเข้ามาส่งเสริมสนับสนุนกิจกรรมของคนในชุมชนมากขึ้น การท่องเที่ยวทำให้คนภายนอกรู้จักมากขึ้น จากการสื่อสารประชาสัมพันธ์ สร้างความภาคภูมิใจให้แก่คนในชุมชน ท้องถิ่น รวมถึงสร้างรายได้ให้แก่คนในชุมชนมากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มแม่บ้าน ผู้สูงอายุ และผู้มีรายได้น้อย แต่เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัส โควิด -19 ทำให้ผลประกอบการท่องเที่ยวนี้ลดลง แต่การสื่อสารยังไม่หยุดนิ่งทั้งภายในและภายนอกทั้งการสื่อสารดั้งเดิมและสื่อใหม่ในการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ไม่ให้ห่างหายและชาวบ้านหมดพลังในการดำเนินกิจกรรม

**1.2 การจัดการการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหาคาไรวอน ตำบลขอนคลาน อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล** ผลการศึกษาวิจัยพบว่า การจัดการการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหาคาไรวอน อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล การจัดการการสื่อสารในการรวมตัวของเครือข่าย จากผู้นำท้องถิ่นในตำบลขอนคลาน ผู้ใหญ่บ้านและกำนันตำบลขอนคลาน ริเริ่มการส่งเสริมรายได้ให้แก่ชุมชนบ้านขอนคลานและสื่อสารส่งต่อกันจนเกิดเป็นกลุ่มวิสาหกิจท่องเที่ยวชุมชนเกิดการเครือข่ายการท่องเที่ยวจากกลุ่มต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกคือ 1) กลุ่มผู้นำท้องถิ่น/ชุมชน 2) กลุ่มผู้ประกอบการประมงและจับเรือนำเที่ยว 3) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนและวิสาหกิจท่องเที่ยว 4) กลุ่มผู้ประกอบการที่พักและโฮมสเตย์ 5) กลุ่มผู้ประกอบการร้านค้าชุมชนและแม่ค้า 6) กลุ่มแม่บ้านและ อสม.ชุมชนต่างๆ 7) กลุ่มไกด์และมัคคุเทศก์น้อย 8) กลุ่มนักท่องเที่ยว กำหนดภารกิจและหน้าที่ แบ่งหน้าที่ออกตามกลุ่มและความถนัด ในการสื่อสาร ประกอบด้วย 1) กลุ่มผู้นำท้องถิ่น/ชุมชน 2) กลุ่มผู้ประกอบการประมงและจับเรือนำเที่ยว 3) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนและวิสาหกิจท่องเที่ยว 4) กลุ่มผู้ประกอบการที่พักและโฮมสเตย์ 5) กลุ่มผู้ประกอบการร้านค้าชุมชนและแม่ค้า 6) กลุ่มแม่บ้านและอสม.ชุมชนต่างๆ 7) กลุ่มไกด์และมัคคุเทศก์น้อย 8) กลุ่มนักท่องเที่ยว วางแผนการสื่อสาร 1) การกำหนดแผนและวิธีการสื่อสาร โดยการกระบวนการสร้างการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนเพื่อการสื่อสารในชุมชน โดยมีทั้งผู้นำท้องถิ่น/ชุมชน กลุ่มอาสา ปราชญ์ชาวบ้าน ผู้นำชุมชนสมาชิกในชุมชน เด็กและเยาวชน รวมถึงนักท่องเที่ยว โดยการสร้างพื้นที่สาธารณะให้เกิดขึ้นใน

ชุมชน กระบวนการพัฒนาการสื่อสารและภาวะผู้นำให้แก่ผู้รับสารในการพัฒนาเป็นผู้ส่งสารให้สมาชิกที่มีอยู่ในชุมชน การกำหนดประเด็นเนื้อหาสาระเป็นการกำหนดประเด็นและเนื้อหาสาระประกอบด้วย เนื้อหาสาระประเด็นบริบทของพื้นที่ความเป็นมาของชุมชน ตำบลขอนแก่น วัฒนธรรมชุมชนภูมิปัญญาชุมชน การจัดการชุมชนพัฒนาการการท่องเที่ยวหาดตราไว และ เนื้อหาสาระประเด็นนโยบายและยุทธศาสตร์ที่ใช้ในการสื่อสารภายในเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมและทิศทางการทำงานร่วมกับหลายหน่วยงานตามแผนพัฒนาท้องถิ่น (พ.ศ.2561-2565) องค์การบริหารส่วนตำบลขอนแก่น เส้นทางและการเดินทาง กิจกรรมของชาวบ้านภายใต้กลุ่มต่างๆ การกำหนดข่าวสาร เรื่องราวกิจกรรมในจังหวัดสตูล สถานการณ์ภัยพิบัติ การจัดการกิจกรรมการอนุรักษ์ เป็นต้น การกำหนดรูปแบบการนำเสนอ จากการวางแผนร่วมกันของกลุ่มสมาชิก รวบรวมข้อมูลในการจัดทำ “สาร” ที่ผ่านหนังสือ หรือสื่อสารเรื่องราวในฐานะเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ มีการนำเสนอผ่านสื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุ สื่อวิดีโอ สื่อมวลชนและสื่อใหม่ การกำหนดช่องทางการนำเสนอ เป็นการวางแผนและกำหนดทิศทาง ปฏิบัติการสื่อสาร ในระยะแรกของการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวโดยชุมชน ทางผู้นำชุมชน และกลุ่ม ผู้ให้บริการ โฮมสเตย์ ทำการสื่อสารการท่องเที่ยวชุมชนให้เป็นที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารในการดำเนินการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวอย่างจริงทั้งผ่านการสื่อสารทุกรูปแบบ และพัฒนาการสื่อสารของบุคคลในการสื่อสาร ทั้งในและนอกชุมชน โดยอาศัยสื่อที่มีทั้งสื่อบุคคล สื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจโดยรูปแบบการสื่อสารที่ปรากฏ จัดปัจจัยสนับสนุนการสื่อสารกระบวนการที่ผู้นำท้องถิ่น/ชุมชน ประสานภาคีเครือข่าย ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ในความสามารถทั้งภาคภาควิชาชีพและภาควิชาการในการให้ความรู้ชาวบ้านในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน

## 2. อภิปรายผล

### 2.1 กระบวนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดตราไว ตำบลขอนแก่น อำเภอทุ่งหว้าจังหวัดสตูล

2.1.1 กระบวนการสื่อสารผู้ส่งสารในกระบวนการสื่อสารออกเป็นกระบวนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดตราไว แบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ 1) ผู้ส่งสารในการสื่อสารภายในตัวบุคคล 2) ผู้ส่งสารในการสื่อสารระหว่างบุคคล 3) ผู้ส่งสารในการสื่อสารกลุ่มใหญ่ ได้นำแนวคิดจากการวางแผนการสื่อสารและการดำเนินการสื่อสารระหว่างบุคคล ขับเคลื่อนกิจกรรมในพื้นที่ จนเกิดเป็นการสื่อสารกลุ่มใหญ่มากขึ้นตามลำดับมีการผู้คุยในระดับครัวเรือน ระดับกลุ่มอาชีพต่างๆ พร้อมทั้งมีการประชุมหมู่บ้าน และการประชุมประชาคมในการให้ความเห็น

การดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวดำน้ำใต้น้ำ เมื่อขั้นตอนการสื่อสารภายในชุมชนได้ผลตอบรับและดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวดำน้ำใต้น้ำในชุมชน ผู้นำท้องถิ่น/ชุมชนได้ดำเนินการสื่อสารประสานหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนเกิดเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนดำน้ำและภาคีหน่วยงานต่างๆ ในการเข้ามาส่งเสริมสนับสนุนมาก ซึ่งมีความสอดคล้องกับการศึกษา **ณัฐจริย์ อัจฉริยะกุลพร (2549)** ได้ศึกษา “กลยุทธ์การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์” ผลการวิจัยพบว่า การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มีกระบวนการประชาสัมพันธ์ 4 ขั้นตอน ประกอบด้วย ขั้นตอนที่ 1 การวิจัย-การรับฟัง ขั้นตอนที่ 2 การวางแผน-การตัดสินใจ ขั้นตอนที่ 3 การสื่อสาร ขั้นตอนที่ 4 การประเมินผลสื่อและกิจกรรมที่ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ใช้ในการประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้กิติมา สุรสนธิ (2542) เรื่องความรู้ทางการสื่อสาร ได้อธิบายเกี่ยวกับแนวคิดโดยทั่วไปเกี่ยวกับการสื่อสารนี้ว่า บุคคลจะได้รับข่าวสารทุกอย่างผ่านมาสู่คนทั้งหมด แต่จะเลือกรับรู้เพียงส่วนที่คิดว่ามีประโยชน์ต่อตนเองเท่านั้น การเปิดรับสื่อจึงเปรียบเสมือนการเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่างๆ เพื่อนำมาสู่การเรียนรู้สิ่งใหม่ ซึ่งผู้รับสารจะมีกระบวนการเลือกและแสวงหาเพื่อให้ตอบสนองความต้องการของตนเองต่างกัน ซึ่งตรงกับการศึกษาวิจัยที่ว่า การที่ผู้ส่งสารสามารถกลายเป็นผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถเป็นผู้ส่งสารได้นั้น แสดงให้เห็นว่าการเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่างๆ ที่มีประโยชน์ต่อตนเองและส่งผลกระทบต่อชุมชนผลักดันให้เกิดการท่องเที่ยวยั่งยืนนั้นก็เปรียบเสมือนกระบวนการเลือกและแสวงหาความรู้เพื่อประโยชน์ตามความต้องการจนเป็นปกติและการศึกษาของกระบวนการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพอีกรูปแบบคือการสื่อสารธรรมชาติในสภากาแฟ ดังการศึกษาของ **ชินกมล ทิพย์กุล (2542)** ศึกษาเรื่อง “รูปแบบการสื่อสารในสภากาแฟของประชาชนในจังหวัดตรัง” จากการศึกษาวิจัยพบว่า รูปแบบการสื่อสารในสภากาแฟ ประกอบด้วยบทบาทการเสวนา วิธีการเสวนาการโต้ตอบในวงเสวนา โดยผู้ร่วมวงเสวนากาแฟจะมีหลายบทบาท ทั้งบทบาทการเปิดประเด็น บทบาทการสนับสนุน บทบาทการโต้ตอบ และบทบาทของผู้รับฟัง โดยบทบาทที่แตกต่างกัน ซึ่งเหล่านี้ทำให้มีวิธีการเสวนาที่แตกต่างกันทั้งวิธีการตั้งคำถาม วิธีการพูดเปรยๆ วิธีการอธิบายและหาเหตุผล ประกอบโดยผู้ร่วมเสวนาแต่ละคนจะมีบทสรุปกันเอง ไม่ว่าจะเปิดประเด็นการวิพากษ์วิจารณ์เนื้อหาสาระทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมพร้อมทั้งประเด็นการสื่อสารที่มีชั้นเชิงที่น่าสนใจสามารถทำให้เห็นทักษะการสื่อสารของบุคคลที่มีรูปแบบที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว

2.1.2 สารในกระบวนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวดำน้ำ มีการกำหนดเนื้อหาสาระและข่าวสารอย่างต่อเนื่องให้ทันสมัย ทันต่อสถานการณ์และความจำเป็นในช่วงต่างๆ ประกอบด้วย 1) ความเป็นมาของชุมชน ตำบลขอนคลาน 2) ทรัพยากรการท่องเที่ยวชุมชนดำน้ำ 3) วิถีวัฒนธรรมชุมชน 4) ภูมิปัญญาชุมชน การประกอบกลุ่มอาชีพ 5) การท่องเที่ยวดำน้ำ อีกมุมมอง



จากการศึกษาของ สอดคล้องกับ **สาทิศ สุขผ่องศรี (2543)** ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการจัดการการ  
ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ของชุมชนคีรีวง ตำบลกำโลน อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า  
ชมรมการท่องเที่ยวอนุรักษ์บ้านคีรีวงเป็นผู้ปฏิบัติในการบริหารและจัดการการท่องเที่ยวเชิง  
นิเวศของชุมชน ศึกษาวิถีชีวิตชุมชน ศึกษาธรรมชาติบนยอดเขาหลวง แนวโน้มการท่องเที่ยวเชิง  
นิเวศในอนาคตจะดีขึ้น การจัดการพื้นที่ท่องเที่ยว การจัดการกิจกรรมและกระบวนการ การจัดการ  
การมีส่วนร่วม ของชุมชนและการจัดการที่ยั่งยืนในทุกๆ ด้าน และนำมาทำการสื่อสาร

2.1.3 ช่องทางการสื่อสารสื่อสาร ในช่วงแรกเป็นกระบวนการสื่อสารผ่านสื่อดั้งเดิม  
ที่ใช้ความสัมพันธ์ ความตั้งใจในการพัฒนาท้องถิ่นมาพูดคุยกันอย่างเข้าใจ เปิดใจคุยกันระหว่าง  
บุคคลจนเกิดการท่องเที่ยวส่งต่อข่าวสารผ่านช่องทางสื่อมากมาย ดังนี้ 1) สื่อชุมชน 2) การประชุม  
จะแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ ทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ 3) บอร์ดประชาสัมพันธ์ใน  
ชุมชน 4) สื่อสิ่งพิมพ์ 5) สื่อบุคคล 6) สื่อสารมวลชน 7) สื่อใหม่ สื่อสังคมออนไลน์ สอดคล้องเรื่อง  
ช่องทางการสื่อสารของ **พลอยชมพู ฐิติยาภรณ์ (2553)** ศึกษา “การสื่อสารชุมชนท่องเที่ยวที่ยั่งยืน  
กรณีศึกษาชุมชน ตลาดน้ำคลองลัดมะยม.” ผลการศึกษาพบว่า การสื่อสารนั้นมีส่วนสำคัญที่ทำให้  
ตลาดน้ำคลองลัดมะยมสามารถพัฒนาชุมชนตนเอง ให้ประสบความสำเร็จกลายเป็นชุมชน  
ท่องเที่ยวที่ยั่งยืน โดยการสื่อสารของชุมชนอย่างเป็นทางการ แบ่งได้เป็น การสื่อสารระหว่างคนใน  
ชุมชน การสื่อสารระหว่างชุมชนกับนักท่องเที่ยว การสื่อสารระหว่างคนในชุมชนประกอบด้วย  
1) สื่อบุคคล 2) สื่อการประชุม 3) ใบปลิว 4) เสียงตามสาย และ 5) สื่อกิจกรรม ทั้งนี้การสื่อสาร  
ระหว่างชุมชนกับนักท่องเที่ยวมี 5 รูปแบบเช่นกัน ได้แก่ สื่อบุคคล ใบปลิว เสียงตามสายสื่อสถานที่  
และสื่อกิจกรรม การสื่อสารของชุมชนมีบทบาทสำคัญในการสร้างจิตสำนึกอนุรักษ์ธรรมชาติและ  
วิถีชุมชนชาวคลอง และบทบาทในการสร้างอัตลักษณ์ชุมชน รวมถึงการต่อยอดจุดเด่น ให้กับสินค้า  
การท่องเที่ยวและยังเป็นแนวทางเดียวกับการศึกษาวิจัยของ **ณริศาชัยศุภมณฑล (2552)**  
ได้ศึกษาเรื่อง “รูปแบบการสื่อสารเพื่อการจัดการการท่องเที่ยว ของตลาดน้ำยามเย็น อัมพวา”  
ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบการสื่อสารที่ใช้ในการจัดการการท่องเที่ยวมีพัฒนาการดังนี้ ด้านที่หนึ่ง  
การร่วมค้นหาเรื่องราวความเป็นมาของชุมชน ด้านที่สองการปรึกษาหารือเพื่อสร้างสถานที่  
ท่องเที่ยวแห่งใหม่ โดยการสื่อสารที่เน้นการจัดประชุม และทำเวทีประชาคม ด้านที่สาม การบริหาร  
กิจกรรมการสื่อสารผ่านวิถีชีวิตจริง โดยใช้การพูดคุย การประชุมร่วมกับชาวบ้านในชุมชน และการ  
สื่อสารผ่านสื่อมวลชน และการสื่อสารในรูปแบบที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการนั้นตรงกับ  
การศึกษาของ **ฐิติรัตน์ นุ่มน้อย (2555)** ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “การสื่อสารเพื่อจัดการ การเปลี่ยนแปลง  
ใน องค์การกรณีศึกษา ธนาคารแลนด์แอนด์เฮาส์เพื่อรายย่อยจำกัด (มหาชน)” ผลการศึกษาพบว่า  
ธนาคารแลนด์แอนด์เฮาส์เพื่อรายย่อยจำกัด (มหาชน) ไม่มีการกำหนดนโยบายและการประเมินผลการ

ดำเนินการด้านการสื่อสารของธนาคารเพื่อเตรียมความพร้อมของธนาคารใน มีรูปแบบการสื่อสารแบบเป็นทางการและการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ โดยการสื่อสารแบบเป็นทางการเป็นลายลักษณ์อักษรซึ่งเป็นการสื่อสารแบบล่างขึ้นบน มีการสื่อสารในระดับเดียวกันธนาคารยังมีการสื่อสารจากบนลงล่างตาม โครงสร้างของธนาคารผ่านการประชุมภายใน หน่วยงานตนเอง ซึ่งมักนิยมใช้การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการและในด้านความสัมพันธ์พบว่า พนักงานรู้สึกมีความเป็นกันเองระหว่างผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงาน

2.1.4 ผู้รับสารในกระบวนการสื่อสาร แบ่งออกเป็น 1) ผู้รับสารในการสื่อสารระหว่างบุคคล 2) ผู้รับสารในการสื่อสารกลุ่มเล็ก 3) ผู้รับสารในการสื่อสารกลุ่มใหญ่ จากการศึกษาของ **ณพนันท์ ขอบจิตต์เมตต์ (2557)** ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการจัดการการสื่อสารเพื่อการจัดระเบียบชุมชนและสถาบันเชิงชุมชนคลองหก จังหวัดปทุมธานี เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ผลการศึกษาเชิงคุณภาพจากการวิจัยพบว่า การใช้การสื่อสารผ่านทางช่องทางสื่อต่าง ๆ นั้นเกิดขึ้นได้เป็นอย่างดี เห็นถึงศักยภาพของผู้นำชุมชนที่ทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสารในชุมชนที่เป็นแรงขับเคลื่อนหลักในการผลักดันเพื่อพัฒนาชุมชนให้ดีขึ้น และได้รับการตอบรับอย่างดีจากประชาชนในชุมชนเกิดความเข้าใจที่ตรงกันที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงด้านในทางที่ดี ไม่ว่าจะเป็นทัศนคติ พฤติกรรม และความรู้ เป็นการสะท้อนในการสื่อสารของผู้รับสารในรูปแบบต่างๆ ประชาชนส่วนใหญ่มีการรับรู้เกี่ยวกับการจัดระเบียบสถาบันเชิง ภายในชุมชนในระดับปานกลาง และระดับการรับรู้ที่มีค่าสูงที่สุด

2.1.5 ผลการสื่อสารในกระบวนการสื่อสารจากจุดเริ่มต้นการก่อตั้งกลุ่มการท่องเที่ยวหาดราไวจนเป็น วิสาหกิจท่องเที่ยวหาดราไว ผนึกกำลังคนในชุมชนมาวางแผนกิจกรรมอาสาพัฒนาในชุมชนมากขึ้น ผลักดันหน่วยงานจากภายนอกเข้ามาส่งเสริมสนับสนุนกิจกรรมของคนในชุมชนมากขึ้น การท่องเที่ยวทำให้คนภายนอกรู้จักมากขึ้น จากการสื่อสารประชาสัมพันธ์ สร้างความภาคภูมิใจให้แก่คนในชุมชน ท้องถิ่น รวมถึงสร้างรายได้ให้แก่คนในชุมชนมากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มแม่บ้าน ผู้สูงอายุ และผู้มีรายได้น้อย แต่เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดไวรัส โควิด -19 ทำให้ผลประกอบการท่องเที่ยวน้อยลง แต่การสื่อสารยังไม่หยุดนิ่งทั้งภายในและภายนอกทั้งการสื่อสารดั้งเดิมและสื่อใหม่ในการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ไม่ให้ห่างหายและชาวบ้านหมดพลังในการดำเนินกิจกรรม สอดคล้องกับการศึกษาของ **ทิพย์สุดา ปานเกษม (2559)** ได้ศึกษาเรื่องการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน พบว่ากระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดน่าน ประกอบด้วย 1.1 การได้มาของแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 1.2 กระบวนการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งแบ่งหัวข้อออกเป็น 5 ประเด็น ดังนี้ ประเด็นแรกคือการมีส่วนร่วมใน

การวางแผนและกำหนดรูปแบบนโยบายเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และการจัดสรรทรัพยากรธรรมชาติในจังหวัดน่านเพื่อพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พร้อมทั้งถือการมีส่วนร่วมในการเผยแพร่วัฒนธรรมและประเพณีของจังหวัดน่านและการรณรงค์ให้นักท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรม

## 2.2 การจัดการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไว ตำบลขอนแก่น อำเภอทุ่งหัวช้างจังหวัดสตูล

2.2.1 การจัดการสื่อสารในการรวมตัวของเครือข่าย จากผู้นำท้องถิ่นในตำบลขอนแก่นโดยผู้ใหญ่บ้านและ กำนันตำบลขอนแก่น ในการส่งเสริมรายได้ให้แก่ชุมชนบ้านขอนแก่นและสื่อสารส่งต่อกันจนเกิดเป็นกลุ่มวิสาหกิจท่องเที่ยวชุมชนเกิดการเครือข่ายการท่องเที่ยวจากกลุ่มต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกคือ 1) กลุ่มผู้นำท้องถิ่น/ชุมชน 2) กลุ่มผู้ประกอบการประมงและจับเรือนำเที่ยว 3) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนและวิสาหกิจท่องเที่ยว 4) กลุ่มผู้ประกอบการที่พักและโฮมสเตย์ 5) กลุ่มผู้ประกอบการร้านค้าชุมชนและแม่ค้า 6) กลุ่มแม่บ้านและ อสม.ชุมชนต่างๆ 7) กลุ่มไกด์และมัคคุเทศก์น้อย 8) กลุ่มนักท่องเที่ยว เพื่อวัตถุประสงค์หลักของกลุ่ม ข้อที่ 1 เพื่อเกิดแนวคิดผลักดันการสร้างรายได้เสริมให้แก่ชาวบ้านในชุมชน ข้อที่ 2 เพื่อรักษาทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมในชุมชน ข้อที่ 3 เพื่อส่งเสริมยกระดับการผลิตและแปรรูปสินค้าชุมชน ข้อที่ 4 เพื่อส่งเสริมส่วนร่วมและเป็นเจ้า เพื่อรักษา วิถีชีวิต วัฒนธรรม วัฒนธรรมในท้องถิ่นและ ข้อที่ 5 ความหวังเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนมีการวิจัยของ **ศรัณย์ จันทร์หาญ (2560)** ศึกษาเรื่อง เครือข่ายการสื่อสารออนไลน์และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้จักรยานในชีวิตประจำวันเพื่อการเดินทางในเขตกรุงเทพมหานครโดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาการสื่อสารเกี่ยวกับการรณรงค์ใช้จักรยานในชีวิตประจำวันผ่านเครือข่ายออนไลน์ รวมถึงการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิต พบว่า 1) เครือข่ายการสื่อสารออนไลน์ที่มีการรณรงค์ให้เกิดการใช้จักรยานในชีวิตประจำวัน โดยตรง ได้มีการเผยแพร่เนื้อหาและการมีส่วนร่วมของสมาชิกด้วยข่าวสาร เรื่องราว และประสบการณ์เชิงบวก 2) ระดับพฤติกรรมการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมของสมาชิกบนเครือข่ายออนไลน์เกี่ยวกับการใช้จักรยานในชีวิตประจำวันอยู่ระดับต่ำและ คือเว็บไซต์แบบเว็บบอร์ดมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น กับเฟซบุ๊กแฟนเพจเป็นส่วนมาก 3) ลักษณะการเชื่อมโยงและรูปแบบการสื่อสารบนเครือข่ายออนไลน์ทำการเชื่อมโยงเครือข่ายแบบบุคคลต่อบุคคล มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติ ทัศนคติมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการใช้จักรยานพลังของกลุ่มเครือข่ายไม่ใช่เพียงกลุ่มผู้ใช้จักรยานเพียงกลุ่มเดียวแต่เมื่อใช้สื่อออนไลน์ในการสื่อสารยังมีกลุ่มผู้สนใจและภาคีอื่นๆ เข้ามาให้การสนับสนุน หน่วยงานภาครัฐและภาคีอื่นๆ ออกมาให้ความคิดเห็นในการพัฒนา ทั้งนี้ **ณชพงศ์ จันอุพา. (2548)** ได้ศึกษาศักยภาพของชุมชนเกาะศรีบอยาในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศบริเวณพื้นที่ชุ่มน้ำนานาชาติ

ปากแม่น้ำกระบี่ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่แสดงถึง ศักยภาพในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนเกาะศรีบอยาประกอบด้วย ด้านที่ 1 ปัจจัยด้านการให้บริการการท่องเที่ยว ด้านที่ 2 ปัจจัยด้านการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านที่ 3 ปัจจัยด้านความโดดเด่น ด้านที่ 4 ปัจจัยด้านพื้นที่ ด้านที่ 5 ปัจจัยด้านผู้นำและด้านที่ 6 ปัจจัยด้านการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยว การจะใช้การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นเครื่องมือ ในการอนุรักษ์ทรัพยากรที่มีค่าของชุมชนนั้น ต้องเริ่มต้นที่ชุมชนก่อนแล้วจึงใช้ข้อได้เปรียบสร้างความมั่นใจให้กับหน่วยงานภายนอกเพื่อขอรับการสนับสนุนด้านต่างๆ เพื่อให้การจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของชุมชนเป็นไปอย่างชาญฉลาดและยั่งยืน

2.2.2 กำหนดภารกิจและหน้าที่ แบ่งหน้าที่ ออกตามกลุ่มและความถนัด ในการสื่อสาร ประกอบด้วย 1) กลุ่มผู้นำท้องถิ่น/ชุมชน 2) กลุ่มผู้ประกอบการประมงและจับเรือนำเที่ยว 3) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนและวิสาหกิจท่องเที่ยว 4) กลุ่มผู้ประกอบการที่พักและโฮมส 5) กลุ่มผู้ประกอบการร้านค้าชุมชนและแม่ค้า 6) กลุ่มแม่บ้านและอสม.ชุมชนต่างๆ 7) กลุ่มไกด์และมัคคุเทศก์น้อย 8) กลุ่มนักท่องเที่ยว ทำหน้าที่ดูแลและสื่อสารผ่านช่องทางต่างๆตามกิจกรรมที่ได้รับมอบหมาย ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ **ณริตา ชัยศุภมงคลลาภ (2552)** ได้ศึกษาเรื่อง “รูปแบบการสื่อสารเพื่อการจัดการการท่องเที่ยวของตลาดน้ำยามเย็น อัมพวา” ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบการสื่อสารที่ใช้ในการจัดการการท่องเที่ยวมีพัฒนาการดังนี้ ด้านที่หนึ่งการร่วมค้นหาเรื่องราวความเป็นมาของชุมชน ด้านที่สองการปรึกษาหารือเพื่อสร้างสถานที่ท่องเที่ยวแห่งใหม่ โดยการสื่อสารที่เน้นการจัดประชุม และทำเวทีประชาคม ด้านที่ สาม การบริหารกิจกรรมการสื่อสารผ่านวิถีชีวิตจริง โดยใช้ในการพูดคุย การประชุมร่วมกับชาวบ้านในชุมชน และการสื่อสารผ่านสื่อมวลชน ด้านที่สี่การบริหารกิจกรรมการสื่อสารผ่านการขายกิจกรรม ด้านที่ห้า การสร้างระบบการสื่อสารแบบครบวงจร ด้านที่หก การสื่อสารประเด็นเพื่อแก้ไขปัญหา เน้นรูปแบบการสื่อสารผ่านการประชุม การรวมกลุ่ม แต่การศึกษาของ **พีระ จิระโสภณ (2538)** การเปิดรับสื่อเป็นการมุ่งศึกษาถึงผู้รับสารการที่ผู้รับสารจะใช้สื่ออะไรในการเปิดรับข่าวสาร ผู้รับสารจะมีการเลือกสรร และการแสวงหาข่าวสารให้เป็นไปตามความต้องการ หรือความคาดหวังที่แตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล โดยทั่วไปแล้วผู้รับสารมีกระบวนการเลือกสรรข่าวสารซึ่งประกอบด้วย 3 ขั้นตอนดังนี้ ขั้นตอนที่ 1 การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ เลือกสนใจหรือเปิดรับข่าวสารจากแหล่งสารใดแหล่งสารหนึ่งที่มีอยู่ด้วยกันหลายแห่ง โดยทั่วไปแล้วผู้รับสารมักจะเลือกเปิดรับข่าวสาร ที่มีเนื้อหาสอดคล้องกับความเชื่อทัศนคติและความสนใจของตน ขั้นตอนที่ 2 การเลือกรับรู้หรือตีความ ผู้รับข่าวสารจะเลือกรับรู้ หรือตีความหมาย ความเข้าใจของตนเอง หรือทัศนคติ ประสพการณ์ตามความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง ตามแรงจูงใจ ตามสภาวะร่างกายหรือสภาวะอารมณ์ เป็นต้น ขั้นตอนที่ 3 กระบวนการ

เลือกการเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะสารที่มีเนื้อหาสาระที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการและทัศนคติของตนเองสามารถช่วยให้ผู้รับสารมีเนื้อหาสาระที่มีประโยชน์สำหรับกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น

2.2.3 วางแผนการสื่อสาร 1) การกำหนดแผนและวิธีการสื่อสาร โดยการกระบวนการสร้างการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนเพื่อการสื่อสารในชุมชน การกำหนดประเด็นเนื้อหาสาระเป็นการกำหนดประเด็นและเนื้อหาสาระ ประกอบด้วย เนื้อหาสาระประเด็นบริบทของพื้นที่ความเป็นมาของชุมชน ตำบลขอนแก่น วัฒนธรรมชุมชน ภูมิปัญญาชุมชน การจัดการชุมชนพัฒนาการการท่องเที่ยวหาดราไวย์ และ เนื้อหาสาระประเด็นนโยบายและยุทธศาสตร์ที่ใช้ในการสื่อสารภายในเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมและทิศทางการทำงานร่วมกับหลายหน่วยงานตามแผนพัฒนาท้องถิ่น กิจกรรมของชาวบ้านภายใต้กลุ่มต่างๆ 2) การกำหนดข่าวสาร เรื่องราวกิจกรรมในจังหวัดสตูล สถานการณ์ภัยพิบัติ การจัดกิจกรรมการอนุรักษ์ 3) การกำหนดรูปแบบการนำเสนอ จากการวางแผนร่วมกันของกลุ่มสมาชิก 4) การกำหนดช่องทางการนำเสนอ เป็นการวางแผนและกำหนดทิศทาง สอดคล้องกับการสื่อสารของ ธรรมนูญที่ วงษ์ประเสริฐ (2557) ได้ศึกษาเรื่อง “กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวงานประเพณีรับบัวของอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ” จากการศึกษาพบว่า กลยุทธ์การสื่อสารที่มีผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว คือการสื่อสารและกำหนดนโยบายร่วมกันของกลุ่มผู้นำในการจัดงานประเพณีรับบัว รวมทั้งความสามารถในการสื่อสารและการจัดการในการแบ่งงานที่เหมาะสมของหน่วยงานภายนอกที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดงานประเพณีรับบัวและสมาชิกในชุมชนที่เป็นกลุ่มย่อย ปัจจัยภายนอก ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชนให้เป็นประเพณีสำคัญและส่งเสริมการท่องเที่ยว ปัจจัยภายใน ผู้นำท้องถิ่นเห็นความสำคัญในการผลักดันรับนโยบาย และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิยดา สุนทรปิยะพันธ์และคณะ (2561) ได้ศึกษาเรื่องการสื่อสารในการเผยแพร่ความรู้ทางการเมืองผ่านหนังสือของนายหนังประเคียง ระฆังทอง พบว่า การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสาระสำคัญของหนังสือประเคียง ระฆังทองในประเด็น 1) คุณลักษณะทางการสื่อสาร 2) เนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอ 3) ปัญหาการสื่อสาร 4) ความต้องการประเด็นเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอของผู้ชมในการเผยแพร่ความรู้ทางการเมือง และ 5) แนวทางการพัฒนาการสื่อสารในการเผยแพร่ความรู้ทางการเมืองผ่านหนังสือ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ แต่หากการวางแผนมีการวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารที่น่าสนใจจะทำให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นดังเช่นการศึกษาของ ธรรมนูญ ชินะกาญจน์ (2549) ศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการจัดทำแผนการประชาสัมพันธ์ เชิงกลยุทธ์ขององค์กรรัฐวิสาหกิจในประเทศไทย พบว่า องค์กรรัฐวิสาหกิจไทยใน ได้มีการวางแผนกลยุทธ์องค์กรทั้งสิ้น ประกอบด้วยมีฝ่ายวางแผนเป็นหน่วยงาน หลักในการทำหน้าที่รับผิดชอบการวางแผนกลยุทธ์องค์กร และเปิดโอกาสให้ทุกฝ่ายในองค์กรเข้ามามีส่วนร่วมในการวางแผน ปฏิบัติ แต่ละองค์กรมีความแตกต่างกันออกไป แต่องค์กรส่วนใหญ่ไม่เกิดปฏิบัติการ ประสิทธิภาพการทำงาน แผนการ



ประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ขององค์กร เป็นแผนประชาสัมพันธ์ที่แยกออกมาเป็นอิสระนำไปสู่การดำเนินงานขององค์กรมีความพยายามจัดทำแผนการประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับแผนกลยุทธ์

2.2.4 ปฏิบัติการสื่อสาร ในระยะแรกของการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวโดยชุมชนทางผู้นำชุมชน และกลุ่ม ผู้ให้บริการ โฮมสเตย์ ทำการสื่อสารการท่องเที่ยวชุมชนให้เป็นที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารในการดำเนินการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวอย่างจริงจังทั้งผ่านการสื่อสารทุกรูปแบบและพัฒนาการสื่อสารของบุคคลในการสื่อสาร ทั้งในและนอกชุมชน โดยอาศัยสื่อที่มีทั้งสื่อบุคคล สื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจ โดยรูปแบบการสื่อสารที่ปรากฏ สนับสนุนแนวคิดสอดคล้องกับการศึกษาของ **ทิพย์สุดา ปานเกษม (2559)** ได้ศึกษาเรื่อง การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน พบว่า กระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดน่าน ประกอบด้วย 1.1 การได้มาของแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 1.2 กระบวนการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งแบ่งหัวข้อออกเป็น 5 ประเด็น ดังนี้ ประเด็นแรกคือการมีส่วนร่วมในการวางแผนและกำหนดรูปแบบนโยบายเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และการจัดสรรทรัพยากรธรรมชาติในจังหวัดน่านเพื่อพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พร้อมทั้งคือการมีส่วนร่วมในการเผยแพร่วัฒนธรรมและประเพณีของจังหวัดน่านและการรณรงค์ให้นักท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรม

2.2.5 จัดปัจจัยสนับสนุนการสื่อสารกระบวนการที่ผู้นำท้องถิ่น/ชุมชน ประสานภาคีเครือข่ายทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ในความสามารถทั้งภาคภาควิชาชีพและภาควิชาการในการให้ความรู้ชาวบ้านในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน การศึกษาของ **ชิตาพร กันหลง (2543)** ได้ศึกษา เรื่องกระบวนการสื่อสารในการผลักดันรัฐธรรมนูญฉบับ พ.ศ.2540 ผลการวิจัยพบ 1) การจุดประเด็นโดยผู้มีชื่อเสียงในการสร้างกระแสและการสื่อสาร 2) การประสานความร่วมมือระหว่างองค์กรในการขับเคลื่อนการสื่อสารอย่างน่าสนใจ 3) การหาแนวร่วมเพื่อนำเสนอเนื้อหาสาระในการผลักดัน 4) การใช้เครือข่ายในการสนับสนุนปัจจัย 5) การแทรกตัวเข้าไปเป็นคณะทำงานเพื่อส่งเสริมการดำเนินงาน 6) การลือขบปี 7) การใช้สื่อบุคคล 8) การใช้สื่อและกิจกรรมประชาสัมพันธ์ 9) การทำตัวให้เป็นข่าว 10) การแชร์เนื้อที่ข่าว 11) การใช้สัญลักษณ์ 12) การสร้างภาพศัตรูที่ชัดเจน 13) การเผยแพร่ข้อมูลตรงสู่ประชาชน 14) เป็นมิตรกับสื่อ 15) การสร้างการมีส่วนร่วมให้กับประชาชน เป็นอีแนวทางในการสนับสนุนปัจจัยในการสื่อสารเพื่อการส่งเสริมกลุ่มการสื่อสาร และ **หริสุดา ปันทวนันท์ (2544)** ได้ทำการศึกษาในเรื่อง การสื่อสารและเครือข่ายการรณรงค์เมาไม่ขับพบว่า วิธีการสื่อสารภายในเครือข่ายเมาไม่ขับ และวิธีการสื่อสารกับสาธารณชนของโครงการเมาไม่ขับ โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก ผลการวิจัยพบว่า 1) พัฒนาการของโครงการ แบ่งออกเป็นสองระยะคือ 1. ระยะก่อตั้ง และ 2. ระยะขยาย

เครือข่ายและดำเนินการ 2) การสื่อสารภายในเครือข่าย ทำให้เห็นแนวทางการสนับสนุนกระบวนการสื่อสารให้แก่เครือข่ายเพื่อศักยภาพในการสื่อสาร

### 3. ข้อเสนอแนะ

จากงานวิจัยพบว่า การสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไวย์ ตำบลขนคลาน อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล เป็นแนวทางการกระบวนการจัดการการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไวย์ ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติสามารถนำไปพัฒนาท้องถิ่นต่อไปดังนี้

#### 3.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ชุมชนหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องควรจัดทำระบบฐานข้อมูลการท่องเที่ยวในพื้นที่และจัดทำฐานข้อมูลให้เป็นปัจจุบัน เช่น ผู้ประกอบการท่องเที่ยวโดยชุมชน รายชื่อแหล่งท่องเที่ยว ข้อมูลสิ่งอำนวยความสะดวก ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวประเภทภูมิปัญญาท้องถิ่น การประชาสัมพันธ์ชุมชนในช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย ให้เป็นที่รู้จักแก่นักท่องเที่ยว องค์กรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว มีการจัดสรรงบประมาณเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชนพร้อมข้อมูลการติดต่อที่สะดวกยิ่งขึ้น

#### 3.2 ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

3.2.1 ต้องมีการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนในการสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว มีการบรรจุแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ชุมชนใกล้เคียง และมีการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวกับผู้ประกอบการที่อยู่ในพื้นที่ใกล้เคียง เพื่อการแลกเปลี่ยนนักท่องเที่ยวเพื่อที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวไปพร้อมๆ กัน

3.2.2 การส่งเสริมหลักสูตรการอบรมเรื่องการสื่อสาร การผลิตสื่อเพื่อการตลาด การเขียน รวมถึงการบริหารสื่อออนไลน์ในยุคดิจิทัล

#### 3.3 ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

3.3.1 ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องทางด้านอื่นๆ ที่มีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว และเป็นปัจจัยที่มีการสื่อสารการท่องเที่ยว เพื่อให้ทราบถึง ความต้องการของนักท่องเที่ยว และนำผลที่ได้มาปรับปรุงการท่องเที่ยวให้ดียิ่งขึ้น

3.3.2 ในการทำวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาเกี่ยวกับแนวทางในการพัฒนาสื่อใหม่ และการประเมินการใช้สื่อใหม่เพื่อการพัฒนาการใช้สื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงในการส่งเสริมการท่องเที่ยว

3.3.3 ในการทำวิจัยครั้งต่อไป ควรทำการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยว เพื่อนำข้อมูลไปใช้ใน ปรับปรุงด้านการท่องเที่ยวหาดราไวให้มีคุณภาพ เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความ ประทับใจ และกลับมาเที่ยวซ้ำ ซึ่งจะนำไปสู่การเป็นชุมชนท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต่อไป



บรรณานุกรม



## บรรณานุกรม

- กนกพร ทรงเจียรพานิช. (2552). นโยบายและการวางแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ตามโครงการ เทียวไทยศรีครี้น เศรษฐกิจไทยคึกคัก“. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชนมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ . กรุงเทพฯ.
- กวรรณ เวชชานุเคราะห์ และนิธิตา แสงสิงแก้ว. (2556). การสื่อสารเพื่อการพัฒนาการมีส่วนร่วมของชุมชน กรณีศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์พื้นที่ชุมชนคลองโคกนาค จังหวัดสมุทรสาคร (ปริญญาการศึกษาค้นคว้าอิสระมหาบัณฑิต) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ กรุงเทพฯ.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2543). สื่อเพื่อชุมชนการประมวล :องค์ความรู้ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย. กรุงเทพฯ.
- กิดานันท์ มลิทอง (2548) .เทคโนโลยีและการสื่อสารเพื่อการศึกษา. (พิมพ์ครั้งที่ 1) โรงพิมพ์อรุณการพิมพ์ กรุงเทพฯ.
- กัณตภณ แก้วสง่า. (2556). การจัดการความรู้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม อำเภอพิมาย จังหวัด นครราชสีมาวิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยการ . สารสนเทศมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.จังหวัดนครราชสีมา.
- กุดมา ภูเสถวี. (2553). การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม). คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ .2554). แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ .ศ.2555 –2559.จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กอบกาญจน์ วัฒนวรางกูร. (2558). “กอบกาญจน์ ”เผยยอดนักท่องเที่ยวไทยเพิ่ม รายได้พุ่ง รมรงค์สุกร์แต่งชุด ไทย : ASTV ผู้จัดการออนไลน์ .สืบคำจาก <http://www.manager.co.th/Politics/ViewNews.aspx?NewsID=9580000052685> สืบค้นเมื่อวันที่ 3 ธันวาคม 2563
- เจนจิรา อักษรพิมพ์. (2560). กลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนแบบยั่งยืนในจังหวัด นครราชสีมา .วารสารวิจัยและพัฒนา วไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์.12 (3).
- ฉลาดชาย รมิดานนท์. (2558). อัตลักษณ์ วัฒนธรรม และการเปลี่ยนแปลง .ศูนย์สตรีศึกษา .คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. เชียงใหม่



- ชิตาพร กันหลง. (2543). *กระบวนการสื่อสารในการผลักดันรัฐธรรมนูญฉบับ พ.ศ.2540*.  
 วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิตคณะนิเทศศาสตร์ .จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.กรุงเทพฯ
- ชรินทร์พรธณ อะลีดิรัตน์. (2553). *การจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์กับวิถีชีวิตชุมชน กรณีศึกษา  
 ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงครามศิลปศาสตรมหาบัณฑิต .  
 มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ.*
- ชลลดา กิจรินภิรมย์สุข. (2548). *การศึกษาสถานะขององค์ความรู้ ด้านการสื่อสารและการมีส่วนร่วม  
 ร่วมในวิทยานิพนธ์ สาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการของไทย.วิทยานิพนธ์ปริญญา .  
 นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต .จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. กรุงเทพฯ.*
- ณชพงศ์ จันจุฬา. (2548-2549). *ได้ศึกษาศักยภาพของชุมชนเกาะศรีบอยาในการจัดการการ  
 ท่องเที่ยวเชิงนิเวศบริเวณพื้นที่ชุ่มน้ำนานาชาติปากแม่น้ำกระบี่  
 วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (วิทยาศาสตร์สิ่งแวดล้อม) กรุงเทพฯ*
- ณัฐนันท์ วงษ์ประเสริฐ. (2556). *ได้ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวงาน“  
 ประเพณีรับบัวของอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ .สาขาวิชาสื่อสารมวลชน.  
 .วารสารศาสตรมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน.  
 มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ*
- ณัฐพงศ์ รักงาม (มปป) *.แนวคิดอัตตลักษณ์ท้องถิ่นภายใต้บริบทการเปลี่ยนแปลงในยุคโลกาภิวัตน์.  
 สืบค้นจาก [http://202.28.109.66/journalfiles/mcu59\\_2\\_06.pdf](http://202.28.109.66/journalfiles/mcu59_2_06.pdf). สืบค้นเมื่อวันที่ 12  
 มิถุนายน 2563*
- ณริศา ชัยสุขภมกมลลาภ. (2552). *รูปแบบการสื่อสารเพื่อจัดการท่องเที่ยว ของชุมชนตลาดน้ำ  
 ยามเย็นอัมพวา .จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย กรุงเทพฯ.*
- ตรีวิชิต เขาแก้ว. (2546). *ศึกษาการจัดการท่องเที่ยวตำบลคลองโคน อำเภอเมือง จังหวัด  
 สมุทรสงคราม วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตร คณะมหาวิทยาลัยมหิดล.กรุงเทพมหานคร.*
- ณัฐนันท์ วงษ์ประเสริฐ . (2560). *หลักสูตรวารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารมวลชน.  
 บัณฑิตศึกษา .มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ กรุงเทพฯ.*
- ดารา ทีปะปาล. (2546). *การสื่อสารการตลาด. กรุงเทพฯ . อมรการพิมพ์ :*
- ปาริชาติ สถาปิตานนท์. (2549). *การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมและพัฒนาชุมชนจากแนวคิดสู่ :  
 ปฏิบัติการวิจัยใน สังคมไทย สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย. กรุงเทพฯ.*
- ปิณดา พุ่มเยี่ยม. (2544). *การศึกษาสภาพและปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในโรงเรียนสาธิต  
 สังกัดทบวงมหาวิทยาลัย. (วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต .สาขาบริหาร  
 การศึกษา .บัณฑิตวิทยาลัย .จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. กรุงเทพฯ.*

- ทิพย์สุดา ปานเกษม.(2559). *การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ใน  
จังหวัดน่าน .หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต . สาขานิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการ  
นิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ .สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.*
- พลอยชมพู ฐิติยาภรณ์. (2553). *ศึกษา การสื่อสารชุมชนท่องเที่ยวยั่งยืนกรณีศึกษาชุมชนตลาดน้ำ“  
คลองลัดมะยมธรรมศาสตร์:กรุงเทพฯ.*
- พรทิพย์ เย็นจะบก. (2552). *เรื่องเต็มการประชุมทางวิชาการของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ครั้งที่  
:47 สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ .กรุงเทพฯ .หน้า 99- .106*
- พจนาน สนวนศรี. (2560). *การท่องเที่ยวโดยชุมชน.สืบค้นจาก<http://issuu.com/somphopibmaysa/>  
สืบค้นเมื่อวันที่20 มิถุนายน 2563*
- พรทิพย์ ชนะคำ. (2547). *กลยุทธ์การสื่อสารภูมิปัญญาท้องถิ่นของปราชญ์ชาวบ้าน จังหวัดบุรีรัมย์ .  
. (วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. กรุงเทพฯ.*
- พลอยชมพู ฐิติยาภรณ์. (2553). *การสื่อสารชุมชนท่องเที่ยวยั่งยืนกรณีศึกษาชุมชนตลาดน้ำคลองลัด  
มะยม (วิทยานิพนธ์ปริญญาวารสารศาสตรมหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์  
. กรุงเทพฯ*
- รติกา อังกูร. (2562). *การสื่อสารภูมิปัญญาด้วยการท่องเที่ยวโดยชุมชน สาขาวิชานิเทศศาสตร์ .  
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.นนทบุรี.*
- สมควร กวียะ. (2546). *ทฤษฎีการสื่อสารประยุกต์ . (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ : อักษรภาพิพัฒน์*
- สุรัตน์ ตรีสุกล. (2547). *หลักนิเทศศาสตร์.ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา : กรุงเทพฯ*
- เอกวิทย์ ณ ถลาง. (2540). *ภูมิปัญญาสี่ภาควิถีชีวิตและกระบวนการเรียนรู้ของชาวบ้านไทย .  
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. นนทบุรี.*
- สุรพงษ์ โสชนะเสถียร. (2559). *ทฤษฎีการสื่อสาร.ระเบียบทอง :กรุงเทพฯ.*
- อรุณีประภา หอมเศรษฐี. (2530). *การสื่อสารมวลชนเบื้องต้น (พิมพ์ครั้งที่ 10) สำนักพิมพ์  
มหาวิทยาลัยรามคำแหง กรุงเทพฯ.*



ภาคผนวก

มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

สภามหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

## เครื่องมือวิจัย แบบสัมภาษณ์เชิงลึก

1. กระบวนการสื่อสาร เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไวอำเภอทุ่งหว้าจังหวัดสตูล ประกอบด้วยประเด็นคำถามดังต่อไปนี้

1. ผู้ส่งสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไวอำเภอทุ่งหว้าจังหวัดสตูลมีอะไรบ้าง

- ผู้ส่งสารประกอบด้วยกี่กลุ่มและใครบ้าง
- ผู้ส่งสารทำหน้าที่อะไรบ้าง
- ผู้ส่งสารควรมีคุณสมบัติอย่างไรบ้าง
- ปัญหาอุปสรรคที่เจอต่อผู้ส่งสารประกอบด้วยอะไรบ้าง

2. เนื้อหา สารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไวอำเภอทุ่งหว้าจังหวัดสตูลประกอบด้วยอะไรบ้าง

- มีประเด็นสารที่สำคัญประกอบด้วยอะไรบ้าง
- เนื้อหาสารมีความสำคัญอย่างไรต่อการสื่อสารเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว

3. ช่องทางการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไวอำเภอทุ่งหว้าจังหวัดสตูลมีอะไรบ้าง

4. ผู้รับสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไวอำเภอทุ่งหว้าจังหวัดสตูลเป็นอย่างไร

- ผู้รับสารประกอบด้วยกี่กลุ่มและใครบ้าง
- ผู้รับสารทำหน้าที่อะไรบ้าง
- ผู้รับสารควรมีคุณสมบัติอย่างไรบ้าง
- ปัญหาอุปสรรคที่เจอต่อผู้รับสารประกอบด้วยอะไรบ้าง

5. ผลการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไวอำเภอทุ่งหว้าจังหวัดสตูลเป็นอย่างไร

2. การจัดการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไว อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล ประกอบด้วยประเด็นคำถามดังต่อไปนี้

1. การรวมตัวของเครือข่ายเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไว อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูลเป็นอย่างไร

2. การกำหนดภารกิจและหน้าที่รับผิดชอบเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไว อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูลอย่างไร

3. การวางแผนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไว อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูลมีอะไรบ้าง

4. การปฏิบัติการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไวย์ อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล  
ประกอบไปด้วย

5. การจัดปัจจัยสนับสนุนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดราไวย์ อำเภอทุ่งหว้า  
จังหวัดสตูลมีอะไรบ้าง





## ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ	นายประพันธ์ ขาวดี
วัน เดือน ปีเกิด	8 พฤษภาคม 2514
สถานที่เกิด	อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล
ประวัติการศึกษา	รัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช (รปศ)
ตำแหน่ง	กำนันตำบลขนอนคลาน
สถานที่ทำงาน	ที่ทำการกำนันตำบลขนอนคลาน 118 หมู่ที่4 ตำบลขนอนคลาน อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล
ประวัติการทำงาน	
ด้านอาชีพ	พ.ศ.2540 เริ่มทำงานประมงพื้นบ้านและเลี้ยงกุ้งกุลาดำตำบลขนอนคลานต่อจากนั้นมา ได้รับแต่งตั้งมาเป็นผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน เมื่อปี 1 พฤษภาคม 2545 ถึงปี 14 มกราคม 2546 ได้รับตำแหน่งมาเป็นผู้ใหญ่บ้าน ต่อมารับตำแหน่งเมื่อที่ 5/2546 ปี 13 มกราคม 2551 กำนันตำบลขนอนคลานระยะ 5 ปีแต่งตั้งวันที่ 12 กุมภาพันธ์ 2552 จัดเลือกใหม่ วาระ 60 ปี ได้รับการแต่งตั้งปี 2556 ในวาระ 60ปี เกษียณ ปี 2572 จนถึงปัจจุบัน
ด้านสังคม	พ.ศ.2559 ตำแหน่งประธานยุติธรรมระดับอำเภอทุ่งหว้า 2563 ประธานสหกรณ์ชมรมกำนันผู้ใหญ่บ้านอำเภอทุ่งหว้าจำกัด 2561 เลขามชมรมกำนันผู้ใหญ่บ้านอำเภอทุ่งหว้า 2560 คณะกรรมการที่ปรึกษาประมงพื้นบ้านตำบลขนอนคลาน 2559 ที่ปรึกษากองทุนหมู่บ้านบ้านราไวย์เหนือ หมู่ที่ 4 ตำบลขนอนคลาน 2561 อนุคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิบทบาทสตรีอำเภอทุ่งหว้า
เกียรติบัตรวุฒิปับตร/	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ปี 2545 หลักสูตรการรักษาความสงบเรียบร้อยในหมู่บ้าน</li> <li>- ปี 2546 กระโดดหอสูง</li> <li>- ปี 2546 หลักสูตรการฝึกอบรม</li> <li>- ปี 2546 ผู้ประสานพลังแผ่นดิน</li> <li>- ปี 2547 หลักสูตรส่งเสริมการอนุรักษ์และฟื้นฟูป่าชายเลน</li> <li>- ปี 2547 ความรู้ทางกฎหมายและสิทธิเสรีภาพแก่ประชาชน</li> <li>- ปี 2548 เสริมสร้างศักยภาพชุมชนด้านการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย</li> </ul>

- ปี 2549 รวมพลังประชาชนไทยป้องกันอาชญากรรม
- ปี 2549 การฝึกอบรมอาสาสมัครป้องกันฝ่ายพลเรือน
- ปี 2549 กระโดดหอสูง
- ปี 2550 การสร้างเครือข่ายประชาชนด้านการข่าวจังหวัดสตูล
- ปี 2550 การสัมมนาการมีส่วนร่วมขององค์กรชุมชนในการป้องกันการทุจริต
- ปี 2550 การจัดตั้งเครือข่ายดูแลรักษาและป้องกันการบุกรุกทำลายทรัพยากรป่าไม้
- ปี 2551 หน่วยเคลื่อนที่เร็ว
- ปี 2551 วิทยากรผู้ช่วยในโครงการชุมชนพร้อมรับภัยพิบัติ รุ่นที่ 1
- ปี 2552 การฝึกทบทวนแหล่งข่าวภาคประชาชน รุ่นที่ 9/2552
- ปี 2557 การเพาะเลี้ยงปลาน้ำกร่อยในบ่อกึ่งร้าง รุ่นที่ 3
- ปี 2557 เครื่องราชย์อิสริยาภรณ์มงกุฎไทย ชั้น 5 ชื่อ เบญจมาภรณ์
- ปี 2559 ประธานกรรมการหมู่บ้านดีเด่น

