



ขอบคุณภาพจาก <https://goo.gl/98khre>

การสื่อสารเพื่อการพัฒนาสินค้า เชิงวัฒนธรรมม้งอย่างยั่งยืนในพื้นที่ตำบลเข็กน้อย จังหวัดเพชรบูรณ์

Communication for Development of The Hmong Cultural Products
and Sustainable Concept in Kheknoi Sub - District Phetchabun Province

ณัฐพัชร ไชยทิพย์¹

Nathapat Chaitip

E-mail: nathapat33arm@gmail.com

พูนสุข ภาระมรทัต²

Poonsuk Pramorat

อัจฉรา ศรีพันธ์³

Atchara Sriphan

¹ นิสิตปริญญาโท สาขาวิชาการสื่อสาร คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อาจารย์ประจำภาควิชาวิทยาศาสตร์ คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร

³ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อาจารย์ประจำภาควิชาพัฒนศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง การสื่อสารเพื่อการพัฒนาสินค้าเชิงวัฒนธรรมม้งอย่างยั่งยืนในพื้นที่ตำบลเข็กน้อย จังหวัดเพชรบูรณ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันการสื่อสารเพื่อการพัฒนาสินค้าเชิงวัฒนธรรมม้งอย่างยั่งยืนในพื้นที่ตำบลเข็กน้อย จังหวัดเพชรบูรณ์ และเพื่อสร้างรูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนาสินค้าเชิงวัฒนธรรมม้งอย่างยั่งยืนในพื้นที่ตำบลเข็กน้อย จังหวัดเพชรบูรณ์

งานวิจัยนี้เป็นวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกและการจัดการสนทนากลุ่ม จากผู้ให้ข้อมูลหลักทั้งหมด 15 คน ได้แก่ ตัวแทนวัฒนธรรมอำเภอเขาค้อ นายกองค์การบริหารส่วนตำบลเข็กน้อย นักพัฒนาชุมชนในตำบลเข็กน้อย ผู้ใหญ่บ้านในชุมชนปราชญ์ชาวบ้านในตำบลเข็กน้อยและผู้ผลิตสินค้าวัฒนธรรมม้ง

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 การศึกษาสภาพปัจจุบันการสื่อสารเพื่อการพัฒนาสินค้าเชิงวัฒนธรรมม้งอย่างยั่งยืนในพื้นที่ตำบลเข็กน้อย จังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่า 1. ผู้ส่งสารมีสภาพการสื่อสาร คือ 1) รูปแบบการสื่อสารแบบเป็นทางการ ไม่เป็นทางการ ทิศทางการสื่อสารแบบแนวดิ่ง แนวตั้ง แนวนอน แนวไขว้ และมีวิธีการสื่อสารแบบทางเดียว และสองทาง 2. สาร คือ 1) ข่าวสารการจัดโครงการในชุมชน 2) ข่าวสารการปักผ้าม้ง 3) ข่าวทั่วไปในชุมชน 3. สื่อที่มีในชุมชน คือ 1) สื่อบุคคล 2) สื่อพื้นบ้าน 3) สื่อใหม่ 4) สื่อเฉพาะกิจ 5. อุปสรรคหรือปัญหาทางด้านการสื่อสารและการพัฒนาสินค้าเชิงวัฒนธรรมม้งของคนในชุมชนม้ง คือ 1) ปัญหาทางด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ 2) ปัญหาด้านสารของการจัดอบรมพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่จัดอบรมอยู่ยังไม่เป็นที่สนใจของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าเชิงวัฒนธรรมในชุมชน 3) ปัญหาด้านการสื่อสารหรือการประชาสัมพันธ์กิจกรรมหรือโครงการอบรมพัฒนาผลิตภัณฑ์ยังไม่ตรงกับประชาชนกลุ่มเป้าหมาย

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อสร้างรูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนาสินค้าเชิงวัฒนธรรมม้งอย่างยั่งยืนในพื้นที่ตำบลเข็กน้อย จังหวัดเพชรบูรณ์ ผู้วิจัยได้สร้างรูปแบบหรือโมเดลการสื่อสาร ที่มีชื่อว่า 6Ps Communication Model จากแนวคิดการสื่อสารเพื่อการพัฒนาและแนวคิดการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบประกอบไปด้วย 6 ขั้นตอนดังนี้ 1) P1 Problem คือ ปัญหาทางด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ ปัญหาด้านสารของการจัดอบรมพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่จัดอบรมอยู่ยังไม่เป็นที่สนใจของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าเชิงวัฒนธรรมในชุมชน ปัญหาด้านการสื่อสารหรือการประชาสัมพันธ์กิจกรรมหรือโครงการอบรมพัฒนาผลิตภัณฑ์ยังไม่ตรงกับประชาชนกลุ่มเป้าหมาย 2) P2 Participant คือ ผู้มีส่วนร่วมทุกภาคส่วน ทั้ง 4 กลุ่มหรือผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ กลุ่มผู้ส่งเสริมสนับสนุน กลุ่มนักพัฒนา กลุ่มปราชญ์ชาวบ้านและกลุ่มผู้ผลิตสินค้าเชิงวัฒนธรรมม้ง ซึ่งทั้ง 4 กลุ่ม

จะต้องมีส่วนร่วมอย่างเท่าเทียมกันทุกฝ่าย 3) P3 Public areas creation คือ การสร้างพื้นที่สาธารณะ ในรูปแบบของการการประชุมหรือเสวนา จะต้องมีการประชุมก่อนจัดโครงการอบรมเพื่อการวางแผนและหลังจัดโครงการอบรมเพื่อเป็นการติดตามและประเมินผล 4) P4 Problem Analysis คือ การวิเคราะห์ถึงปัญหาและหาแนวทางการแก้ไขปัญหาอย่างเหมาะสม 5) P5 Planning คือ การวางแผนหาวิธีการแก้ไขปัญหาเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือสินค้าเชิงวัฒนธรรมมั่งไปในทิศทางที่เหมาะสมและยั่งยืน 6) P6 Project หมายถึง โครงการอบรมพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนชาวม้งตำบลเข็กน้อย เป็นโครงการเพื่อใช้ในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนชาวม้งไปในทิศทางที่ยั่งยืน

คำสำคัญ: รูปแบบการสื่อสาร, การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

Abstract

The research on communications for development of The Hmong cultural products and sustainable concept in Khek Noi sub-district, Phetchabun province, is aimed to study the current communications for development of The Hmong cultural products and sustainable concept in Khek Noi sub-district, Phetchabun province, and to create a communications model for development of The Hmong cultural products and sustainable concept in Khek Noi sub-district, Phetchabun province.

This piece of work is a qualitative research using in-depth interviews and group discussions with 15 primary informants i.e. representatives from culture sector of Khao Kho district, the chief executive of Khek Noi sub-district, the community developer of Khek Noi sub-district, the headman of Khek Noi sub-district, the scholar of Khek Noi sub-district and the producers of Hmong's cultural products.

Result of 1st objective, the current communications state for development of The Hmong cultural products and sustainable concept in Khek Noi sub-district, Phetchabun province, reveals the Communication as follows : 1. Sender – 1) Formal Communication, Informal Communication, Downward Communication, Upward Communication, Horizontal Communication, Diagonal Communication Two-way Communication and

One-way Communication. 2. Message – Project for Community News 2) The Hmong Cultural Products New 3) Information New. 3. Media – Human Media 2) Folk Media 3) New Media 4) Specialized Media. 4. Receiver - 1) Formal Communication, Informal Communication, Downward Communication, Upward Communication, Horizontal Communication, Diagonal Communication Two-way Communication One-way Communication. 5. Feedback - reveals the obstacles and problem as follows : 1) problems of product design 2) problems of the substance of the product development training being of no interest to the group of cultural products producers in the community 3) problems of communications or public relations or the projects of the products training not yet meeting the target group needs.

Result of 2nd objective, a communications model for development of The Hmong cultural products and sustainable concept in Khek Noi sub-district, Phetchabun province. The researchers have come up with a communication model so called "6Ps Communication Model" which is based on the concept of communications for development and the concept of participatory communication. The model consists of the following : 1) P1 Problem - problems of product design, problems of the substance of product development training which are not yet in the interest of the producers of the cultural products in the community, problems of communications or public relations activities or projects of the products training not yet in line with the target group needs. 2) P2 Participants - participants from all 4 groups or the major informants i.e. promoter group, developer group, scholar group and group of producers of Hmong's cultural products and all 4 group have participation equality. 3) P3 Public area creation - creation of public spaces open for free communications in the form of meetings or seminars so as to brainstorm ideas in identifying problems, before the First form of meetings for planning

and after the final form of meetings for monitoring and Evaluation
4) P4 Problem analysis - meaning analysis of causes, factors and problems of Hmong's products or of cultural products in addition to finding of appropriate solutions. 5) P5 Planning - meaning setting up of development solution plans for Hmong's products or cultural products in a suitable and sustainable direction. 6) P6 Project - meaning training projects of product development for Hmong in Khek Noi sub-district in order to solve problems of and to develop Hmong's products in Khek Noi sub-district community in the sustainable direction.

Keywords: communication model, participatory communication

บทนำ

อำเภอเขาค้อมีสภาพภูมิประเทศที่มีพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นป่า และภูเขาใหญ่น้อย สลับซับซ้อนคล้ายกับทะเลภูเขา บางแห่งสูงชันมาก มีทัศนียภาพที่สวยงาม มีชื่อเสียงมากอีก อำเภอหนึ่งของจังหวัดเพชรบูรณ์ ซึ่งเป็นแหล่งศูนย์รวมเรื่องราวสำคัญทางประวัติศาสตร์ และมีประเพณี วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่น่าสนใจและมีชื่อเสียงคือ เทศกาลปีใหม่ม้ง ซึ่งมีการจัดประเพณีนี้ขึ้นในทุกๆปีของชาวม้ง ที่อาศัยอยู่ในหมู่บ้านวัฒนธรรมของชาวเขาเผ่าม้งที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย

ชาวม้งตำบลเข็กน้อย อำเภอเขาค้อ มีการตั้งถิ่นฐานอยู่บนภูเขาสูงหรือที่ราบสูง และอาศัยรวมกันอยู่เป็นจำนวนมาก จึงเรียกได้ว่าเป็น หมู่บ้านวัฒนธรรมของชาวเขาเผ่าม้งที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย หมู่บ้านวัฒนธรรมของชาวม้งนี้เป็นศูนย์รวมประเพณีวัฒนธรรม กิจกรรม สินค้าบริการและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชนเผ่าที่น่าสนใจ คือ งานฉลองเทศกาลปีใหม่ม้ง สามารถชมการจำลองวิถีชีวิตชาวม้ง ชมการแสดงทางวัฒนธรรม อาทิ วิถีชีวิต 12 เดือนของม้ง รำแคน ระบายกระดัง ระบายสลุ่ย เดินแบบชุดม้ง การเล่นเกมช่วงการตีลูกข่าง การร้องเพลงม้ง และเอกลักษณ์ที่เป็นจุดเด่นอีกอย่างหนึ่ง คือ ผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึกของชาวม้งที่มีการผลิตมาจากผ้าปักลายพื้นเมืองของชาวม้ง โดยในอดีตเริ่มจากผู้หญิงในชุมชน จะใช้เวลาว่างหลังจากการทำกรเกษตรมาปักผ้าเพื่อใช้สวมใส่ในงานฉลอง เทศกาลปีใหม่ม้ง ต่อมามีการปักเพื่อประยุกต์ใช้ในการผลิตเป็นสินค้าของชุมชน ซึ่งเป็นงานปักด้วยมือหรืองานสิ่งทอหัตถกรรมจากภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ได้รับการถ่ายทอดจากบรรพบุรุษสู่รุ่นลูกรุ่นหลาน โดยสินค้าของฝากจากผ้าพื้นเมืองของชาวม้งนี้จะมีลักษณะเป็นเอกลักษณ์

ประจำท้องถิ่น มีลวดลายการปักที่ประณีตละเอียดและสวยงาม แต่ละลวดลายส่วนใหญ่ นั้นจะได้รับอิทธิพลมาจากธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมใกล้ตัว เช่น คน พืช สัตว์ ความเชื่อ และการดำรงชีวิตของคนในชุมชน ซึ่งสินค้าของผากประจำชุมชนชาวม้งที่มีจัดจำหน่าย ได้แก่ เสื้อผ้า สตรี กุญแจ กระเป๋าสะพาย กระเป๋าเป้ กระเป๋าใส่สตางค์ ถุงโทรศัพท์มือถือ พวงกุญแจ เป็นต้น เป็นสินค้าที่มีชื่อเสียงที่ชาวม้งทำเป็นอาชีพเสริมเพิ่มรายได้ให้กับคนในชุมชนชาวม้ง หลังจากทำการเกษตร

ปัจจุบันผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากผ้าปักลายพื้นเมืองของชาวม้งนั้น พบปัญหาด้านการออกแบบของผลิตภัณฑ์ชุมชน คือ การผลิตสินค้าเชิงวัฒนธรรมม้งนั้น ผู้ผลิตสินค้าเชิงวัฒนธรรมม้ง ยังมีการผลิตสินค้าที่ยังเป็นรูปเดิมๆ ไม่แปลกใหม่ ไม่ดึงดูดใจผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยว ปัญหาด้านเนื้อหาสาระของการจัดโครงการอบรม คือการจัดโครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนจากกลุ่มผู้ส่งเสริมสนับสนุนหรือกลุ่มนักพัฒนาจากองค์การบริหารส่วนตำบล เข็กน้อยนั้น ยังไม่ตอบโจทย์และไม่เป็นที่สนใจของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าเชิงวัฒนธรรมม้งในชุมชน และปัญหาด้านการสื่อสารยังไม่ตรงต่อกลุ่มเป้าหมายหลัก คือการจัดโครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนจากกลุ่มผู้ส่งเสริมสนับสนุนหรือกลุ่มนักพัฒนา คือองค์การบริหารส่วนตำบลเข็กน้อยนั้น ทำการสื่อสารหรือประชาสัมพันธ์โครงการอบรมต่างๆไปยังผู้รับสารที่เป็นชาวบ้านทั่วไป แต่ยังไม่ถึงผู้รับสารที่เป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก คือกลุ่มผู้ผลิตสินค้าเชิงวัฒนธรรมม้งในชุมชนชาวม้งตำบลเข็กน้อย ซึ่งเป็นผู้ที่เกี่ยวข้องหรือทำการผลิตและจัดจำหน่ายสินค้าโดยตรง

การสื่อสารเป็นวิธีการแก้ไขปัญหาดังกล่าวที่มีความสำคัญต่อการแก้ไขเปลี่ยนแปลง และพัฒนาสินค้าเชิงวัฒนธรรมม้ง หรือการพัฒนาสิ่งต่างๆภายในชุมชน การสื่อสารจะเป็นเครื่องมือของการพัฒนาและสร้างการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนเพื่อให้เกิดการพัฒนาชุมชนไปทิศทางที่ยั่งยืน แต่การพัฒนาให้เกิดความยั่งยืนนั้น ไม่ใช่แค่ให้คนในชุมชนมีความร่วมมือกันเพียงอย่างเดียว แต่คนในชุมชนจะต้องเข้ามามีส่วนร่วมในการเรียนรู้ตั้งแต่เริ่มต้น ทราบถึงอุปสรรค ปัญหา และหาวิธีการแก้ไขปัญหาดังกล่าว ผ่านการคิด การแลกเปลี่ยน และระดมความคิด ผ่านพื้นที่สาธารณะหรือเวทีการประชุมเสวนา เพื่อให้เกิดการนำไปสู่การวิเคราะห์ หวังแผน และการปฏิบัติกิจกรรมทางการสื่อสาร จากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่าย ทั้งภายในชุมชนและภายนอกชุมชนให้เกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของหรือมีความรู้สึกร่วมในกระบวนการ การมีส่วนร่วมในกิจกรรมของชุมชน เพื่อกระตุ้นให้การพัฒนาสิ่งๆ ต่างๆ ภายในชุมชน ให้มีทิศทางการพัฒนาที่เหมาะสมกับชุมชนและนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนอย่างแท้จริง

จากความสำคัญดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยสนใจจึงศึกษาเรื่อง การสื่อสารเพื่อการพัฒนา

สินค้าเชิงวัฒนธรรมมั่งอย่างยั่งยืนในเขตพื้นที่ตำบลเข็กน้อย จังหวัดเพชรบูรณ์ เพื่อสร้างรูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนาสินค้าเชิงวัฒนธรรมมั่งอย่างยั่งยืนในพื้นที่ตำบลเข็กน้อย จังหวัดเพชรบูรณ์ เป็นประโยชน์ต่อทุกภาคส่วนในการนำรูปแบบการสื่อสารพัฒนาสินค้าเชิงวัฒนธรรมของมั่งในตำบลเข็กน้อย อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ไปใช้ในการพัฒนาต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันการสื่อสารเพื่อการพัฒนาสินค้าเชิงวัฒนธรรมมั่งอย่างยั่งยืนในพื้นที่ตำบลเข็กน้อย จังหวัดเพชรบูรณ์
2. เพื่อสร้างรูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนาสินค้าเชิงวัฒนธรรมมั่งอย่างยั่งยืนในพื้นที่ตำบลเข็กน้อย จังหวัดเพชรบูรณ์

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดการสื่อสารเพื่อการพัฒนา (Communication for Development) เป็นการผสมผสานระหว่างแนวคิด ทฤษฎีการสื่อสารและแนวคิด ทฤษฎีการพัฒนา โดยเป็นการเปิดพื้นที่ให้การสื่อสารเข้าไปมีบทบาทในการขับเคลื่อนกระบวนการพัฒนาประเทศ เพื่อก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงจากสภาพเดิมหรือความด้อยพัฒนาไปสู่การเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้น ดังนั้นการสื่อสารจึงเป็นสิ่งที่สำคัญเพื่อการพัฒนาประเทศที่ทําหน้าที่การให้ข่าวสาร การพัฒนาด้านการศึกษา สาธารณสุข การเกษตร การเมือง สังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ และอุตสาหกรรม เป็นต้น โดย Lerner and Schramm (1967) ให้ความเห็นเรื่องเงื่อนไขที่กำหนดประสิทธิภาพของการสื่อสารเพื่อพัฒนานั้น ประกอบไปด้วย

- 1) การวางแผนอย่างเหมาะสม
- 2) การเข้ากันได้กับวัฒนธรรมของประชาชน
- 3) การสื่อสารให้เข้าถึงประชาชนเป้าหมาย
- 4) การสื่อสารแบบสองทาง
- 5) การสื่อสารต่อเนื่องสม่ำเสมอและให้ผู้ส่งสารที่มีความน่าเชื่อถือและอยู่ในความสนใจของผู้รับสาร
- 6) สอดคล้องใช้ตัวอย่าง
- 7) การปฏิบัติ

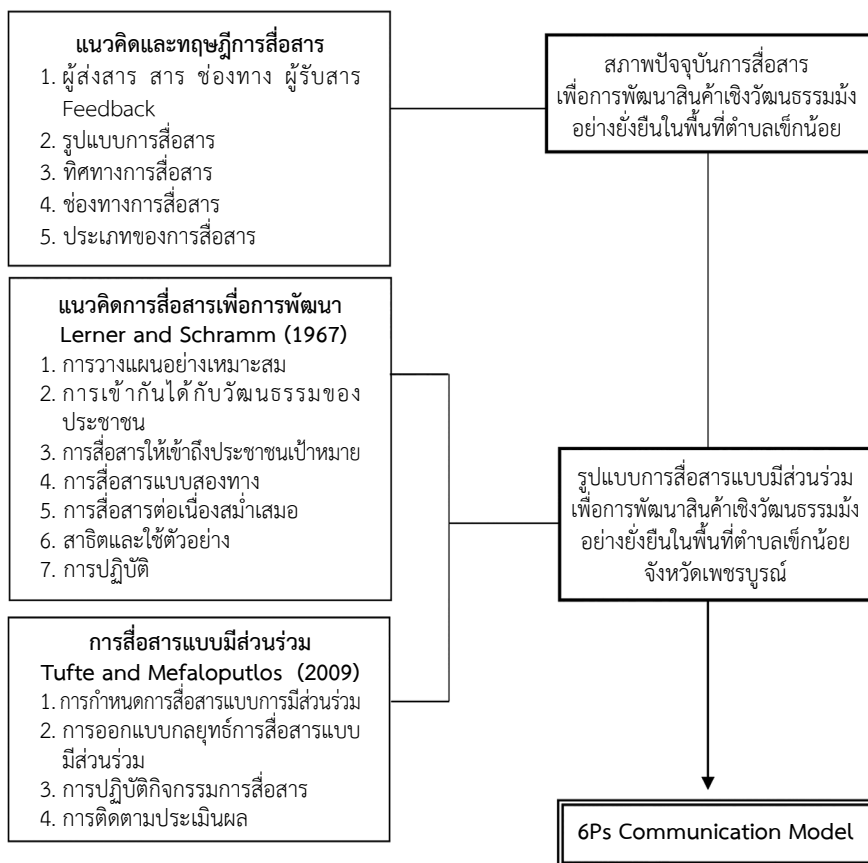
เงื่อนไขที่กำหนดประสิทธิภาพของการสื่อสารเพื่อพัฒนานี้เมื่อนำแนวคิดนี้ใช้ในการพัฒนาสินค้าเชิงวัฒนธรรมมั่งนั้นจะต้องศึกษาถึงสภาพปัจจุบัน บริบท และปัจจัยของปัญหาในพื้นที่ชุมชนชาวมั่ง และเลือกใช้การวางแผนที่เหมาะสม การสื่อสารให้เข้าถึงประชาชน

กลุ่มเป้าหมาย การสาธิต ใช้ตัวอย่างและการปฏิบัติที่เหมาะสมของวิธีการแก้ไขปัญหาการสื่อสารและการพัฒนาสินค้าเชิงวัฒนธรรมม้ง

แนวคิดการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (Participatory Communication) เป็นแนวคิดที่ผสมผสานระหว่างแนวคิดการมีส่วนร่วมและแนวคิดการสื่อสาร ดังนั้นในการที่จะทำความเข้าใจการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมได้นั้น จำเป็นต้องทำความเข้าใจทั้งแนวคิดการมีส่วนร่วมและแนวคิดการสื่อสาร ในที่นี้จะยึดความหมายของคำว่า การมีส่วนร่วมตามคำนิยามของสหประชาชาติ (1983) ที่กล่าวว่า การมีส่วนร่วม (participation) คือกิจกรรมที่ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในทุกขั้นตอนของการดำเนินโครงการ โดยเริ่มตั้งแต่ขั้นตอนการวางแผน ซึ่งประชาชนจะต้องระบุปัญหาและความต้องการขั้นปฏิบัติการ ขั้นประเมินผล ตลอดจนขั้นตอนการบำรุงรักษา ในส่วนของคำว่า การสื่อสาร (Communication) นั้นมีผู้ให้ความหมายไว้อย่างหลากหลาย ในที่นี้จะขอสรุปว่า การสื่อสาร คือกระบวนการแลกเปลี่ยนข่าวสาร เกิดขึ้นจากการถ่ายทอดสารจากบุคคลฝ่ายหนึ่ง ซึ่งทำหน้าที่ส่งสารผ่านสื่อหรือช่องทางต่างๆ ไปยังผู้รับสาร เพื่อวัตถุประสงค์อย่างหนึ่งอย่างใดโดย Tufte & Mefaloputlos (2009) ได้เสนอแนวคิดการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมไว้ 4 ขั้นตอน คือ 1) การกำหนดการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม 2) การออกแบบกลยุทธ์การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม 3) การปฏิบัติกิจกรรมการสื่อสาร 4) การติดตามและประเมินผล

โดยสิ่งสำคัญของการมีส่วนร่วมนั้นคือ กิจกรรมต่างๆที่ประชาชนทุกคนซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายของการพัฒนา เข้ามามีส่วนร่วมในทุกขั้นตอนของกระบวนการการมีส่วนร่วม ตั้งแต่การวางแผน รับรู้ถึงปัญหาและความต้องการ การปฏิบัติกิจกรรมการสื่อสาร และการประเมินผล ซึ่งการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมนี้จะสามารถนำไปสู่ทิศทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การสื่อสารเพื่อการพัฒนาสินค้าเชิงวัฒนธรรมมั่งอย่างยั่งยืนในพื้นที่ตำบลเข็กน้อย จังหวัดเพชรบูรณ์” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันการสื่อสารเพื่อการพัฒนาสินค้าเชิงวัฒนธรรมมั่งอย่างยั่งยืนในพื้นที่ตำบลเข็กน้อย จังหวัดเพชรบูรณ์ และเพื่อสร้างรูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนาสินค้าเชิงวัฒนธรรมมั่งอย่างยั่งยืนในพื้นที่ตำบลเข็กน้อย จังหวัดเพชรบูรณ์ ในครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative method) โดยมีวิธีดำเนินการวิจัยตามวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

1. **วัตถุประสงค์ที่ 1** เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันการสื่อสารเพื่อการพัฒนาสินค้าเชิงวัฒนธรรมมั่งอย่างยั่งยืนในพื้นที่ตำบลเข็กน้อย จังหวัดเพชรบูรณ์ มีขั้นตอนดังต่อไปนี้

1.1 ผู้ให้ข้อมูลหลัก ประกอบด้วย

1) กลุ่มส่งเสริมและสนับสนุน ได้แก่ ตัวแทนวัฒนธรรมอำเภอเขาค้อ นายกองค์การบริหารส่วนตำบลเข็กน้อย นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการอำเภอเขาค้อ และผู้ใหญ่บ้านในชุมชน

2) กลุ่มนักพัฒนาชุมชน ได้แก่ นักพัฒนาชุมชนองค์การบริหารส่วนตำบลเข็กน้อย

3) กลุ่มปราชญ์ชาวบ้าน ได้แก่ สมาชิก อบต.และกลุ่มแม่บ้านการปักชุดชุมชนชาวม้ง และคุณครูในพื้นที่

4) กลุ่มผู้ผลิตสินค้าวัฒนธรรมมั่งในตำบลเข็กน้อย ได้แก่ ผู้ประกอบการผลิตและจัดจำหน่ายสินค้าเชิงวัฒนธรรมมั่งต่างๆ ในชุมชน

1.2 การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลัก

ผู้วิจัยได้คัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักที่สามารถพร้อมที่จะให้ข้อมูลได้อย่างสมบูรณ์ คือ ผู้ที่มีความรู้ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ผู้ที่มีบทบาทหน้าที่ในการส่งเสริม สนับสนุน และผู้ผลิตสินค้าเชิงวัฒนธรรมของคนในชุมชนชาวเขาเผ่าม้ง ตำบลเข็กน้อย อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ดังนี้

1) กลุ่มส่งเสริมและสนับสนุน ได้แก่ นักวิชาการชำนาญวัฒนธรรมอำเภอเขาค้อ นายกองค์การบริหารส่วนตำบลเข็กน้อย ผู้ใหญ่บ้านในชุมชนชาวม้ง นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการอำเภอเขาค้อ โดยคัดเลือกจากบทบาทหน้าที่และความรู้และเกี่ยวข้องในการดำเนินงานตามโครงการต่างๆของชุมชน โดยมีหน้าที่ในการส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินงานต่างๆภายในชุมชน ให้ดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน ส่งเสริมและสนับสนุนองค์ความรู้และกระบวนการเรียนรู้ในแหล่งเรียนรู้ทางวัฒนธรรม ประเพณี และการสร้างอาชีพ โครงสร้างพื้นฐานของชุมชน และมีข้อมูลต่างๆทางด้านแหล่งท่องเที่ยวและสินค้าประจำชุมชน จำนวน 4 คน

2) กลุ่มนักพัฒนาชุมชน ได้แก่ นักพัฒนาชุมชนองค์การบริหารส่วนตำบลเข็กน้อย โดยคัดเลือกจากบทบาทหน้าที่ในการพัฒนาโครงการต่างๆในชุมชนตำบลเข็กน้อย โครงการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวทางศาสนา ศิลปะ วัฒนธรรม ของศูนย์วัฒนธรรมไทยสายใยชุมชน และมีข้อมูลต่างๆ ทางด้านแหล่งท่องเที่ยวและสินค้าประจำชุมชน การจัดกิจกรรมการแสดง ด้านการประเพณี วัฒนธรรม การท่องเที่ยวของชุมชนชาวเขาเผ่าม้ง เช่น เทศกาลปีใหม่ม้งที่มีการจัดขึ้นทุกๆ ปี เป็นต้น จำนวน 2 คน

3) กลุ่มผู้มีความรู้ในด้านสินค้าวัฒนธรรมมั่ง ได้แก่ สมาชิก อบต.และกลุ่มแม่บ้านการปักชุดชุมชนชาวมั่ง ผู้ประกอบการร้านพิพิธภัณฑผ้าปักมั่งและคุณครูประจำโรงเรียนในพื้นที่ตำบลเข็กน้อย โดยคัดเลือกจากการเป็นปราชญ์ชาวบ้าน เป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถในเรื่องของการผลิตสินค้าวัฒนธรรมมั่ง และสามารถถ่ายทอดความรู้ประวัติความเป็นมาของการผลิตสินค้าเชิงวัฒนธรรมมั่ง กระบวนการผลิต วิธีการผลิต และเป็นวิทยากรประจำชุมชนในการถ่ายทอดความรู้สู่คนในชุมชนและมีประสบการณ์ในการผลิตสินค้าเชิงวัฒนธรรมมั่งมากกว่า 1 ปีเป็นต้นไป จำนวน 2 คน

4) กลุ่มผู้ผลิตสินค้าวัฒนธรรมมั่ง ในตำบลเข็กน้อย ได้แก่ กลุ่มอาชีพสตรีบ้านเข็กน้อย ผู้ประกอบการร้านวลีลายปักชาวเขา ผู้ประกอบการร้านผ้าปักชาวเขาเผ่ามั่ง ผู้ประกอบการร้านสุภาวดี ผู้ประกอบการร้านขายเสื้อผ้ามั่ง ผู้ประกอบการร้านควผู้ประกอบการร้านเสื้อผ้ามั่งและของที่ระลึก โดยคัดเลือกจากเป็นกลุ่มผู้ผลิตและจัดจำหน่ายสินค้าวัฒนธรรมมั่งในชุมชนชาวมั่งในพื้นที่ตำบลเข็กน้อย อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ จำนวน 7 คน

1.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนในการดำเนินการวิจัยตามระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ และศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แนวคำถามในการสัมภาษณ์ (Interviewing) และมีวิธีการสัมภาษณ์คือ การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (In-Depth Interview) ได้แก่ กลุ่มส่งเสริมและสนับสนุน กลุ่มนักพัฒนาชุมชน กลุ่มผู้มีความรู้ในด้านสินค้าวัฒนธรรมมั่ง กลุ่มผู้ผลิตสินค้าวัฒนธรรมมั่ง ในตำบลเข็กน้อย จำนวน 15 คน

1.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเป็นผู้เก็บข้อมูลด้วยตนเอง โดยการสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง และผู้ที่มีบทบาทหน้าที่ ส่งเสริม สนับสนุน ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยเรื่องการสื่อสารเพื่อการพัฒนาสินค้าเชิงวัฒนธรรมมั่งอย่างยั่งยืนในพื้นที่ตำบลเข็กน้อย จังหวัดเพชรบูรณ์ โดยใช้การสัมภาษณ์แบบเปิดกว้างเป็นการสัมภาษณ์ไม่จำกัดคำตอบเพื่อให้ผู้ให้ข้อมูลหลักตอบคำถามและแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลดังนี้

การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) จะใช้สัมภาษณ์กับผู้ให้ข้อมูลหลักได้แก่ กลุ่มส่งเสริมและสนับสนุน กลุ่มนักพัฒนาชุมชน กลุ่มผู้มีความรู้ในด้านสินค้าวัฒนธรรมมั่ง กลุ่มผู้ผลิตสินค้าวัฒนธรรมมั่ง ในตำบลเข็กน้อย โดยผู้วิจัยได้ทำการลงพื้นที่ในชุมชนมั่งตำบลเข็กน้อยเพื่อไปพบกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีพร้อมอธิบายถึงความเป็นมา ความสำคัญ วัตถุประสงค์และประโยชน์ของงานวิจัย อีกทั้งผู้วิจัย

ได้พูดคุยแบบเป็นกันเองและใช้ภาษาในการสื่อสารที่เข้าใจง่ายเพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน
นำไปสู่การสร้างความร่วมมือที่ดีในการให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินการวิจัย
จากนั้นผู้วิจัยได้จัดทำตารางการนัดหมายผู้ให้ข้อมูลหลักเพื่อจะทำการสัมภาษณ์ข้อมูลกับกลุ่ม
ผู้ให้ข้อมูลหลักในครั้งต่อไป

2. วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อสร้างรูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนาสินค้าเชิง
วัฒนธรรมมั่งอย่างยั่งยืนในพื้นที่ตำบลเข็กน้อย จังหวัดเพชรบูรณ์ มีขั้นตอนดังต่อไปนี้

การสร้างรูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนาสินค้าเชิงวัฒนธรรมมั่งอย่างยั่งยืน
ในพื้นที่ตำบลเข็กน้อย จังหวัดเพชรบูรณ์ ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลจากผลของการดำเนินการวิจัย
จากวัตถุประสงค์ที่ 1 คือข้อมูลของสภาพปัจจุบันทางการสื่อสารที่ได้จากการสัมภาษณ์แบบ
เจาะลึก (In-Depth Interview) ของผู้ให้ข้อมูลหลักมาวิเคราะห์ตามแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
และจัดทำเป็นร่างรูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนาสินค้าเชิงวัฒนธรรมมั่งอย่างยั่งยืนในพื้นที่
ตำบลเข็กน้อย จังหวัดเพชรบูรณ์ แล้วนำมาเสนอต่อการจัดสนทนากลุ่ม (Focus Group
Discussion) เพื่อวิเคราะห์ร่างรูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนาสินค้าเชิงวัฒนธรรมมั่งอย่าง
ยั่งยืนในพื้นที่ตำบลเข็กน้อย จังหวัดเพชรบูรณ์

2.1 ผู้ให้ข้อมูลหลัก ในการสนทนากลุ่มได้แก่

1) กลุ่มส่งเสริมและสนับสนุน ได้แก่ ตัวแทนวัฒนธรรมอำเภอเขาค้อ
นายกองค์การบริหารส่วนตำบลเข็กน้อย ผู้ใหญ่บ้านในชุมชน นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญ
การอำเภอเขาค้อ

2) กลุ่มนักพัฒนาชุมชน ได้แก่ นักพัฒนาชุมชนองค์การบริหารส่วนตำบล
เข็กน้อย

3) กลุ่มปราชญ์ชาวบ้าน ได้แก่ สมาชิก อบต.และกลุ่มแม่บ้านการปักชุด
ชุมชนชาวม้ง คุณครูและผู้ประกอบการร้านพิพิธภัณฑผ้าปักม้ง

4) กลุ่มผู้ผลิตสินค้าวัฒนธรรมมั่ง ในตำบลเข็กน้อย ได้แก่ ผู้ประกอบการ
ผลิตและจัดจำหน่ายสินค้าเชิงวัฒนธรรมมั่งต่างๆ ในชุมชน

โดยกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักเหล่านี้ ผู้วิจัยได้คัดเลือกจากผู้ให้ข้อมูลหลักที่ได้
ทำการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก เนื่องจากเป็นผู้บุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับเรื่องการพัฒนาสินค้า
เชิงวัฒนธรรมมั่ง มีบทบาทและหน้าที่ในการจัดโครงการกิจกรรมอบรม การสนับสนุน
ทางด้านงบประมาณ การบรรยายให้ความรู้และเป็นกลุ่มผู้ผลิตสินค้าเชิงวัฒนธรรมมั่ง ซึ่งเป็น
ประชาชนกลุ่มเป้าหมายของการดำเนินกิจกรรมการพัฒนาสินค้าเชิงวัฒนธรรมในชุมชน

2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนในการดำเนินการวิจัยตามระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ

และศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ าร่างรูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนาสินค้าเชิงวัฒนธรรมมั่งอย่างยั่งยืนในพื้นที่ตำบลเข็กน้อย จังหวัดเพชรบูรณ์

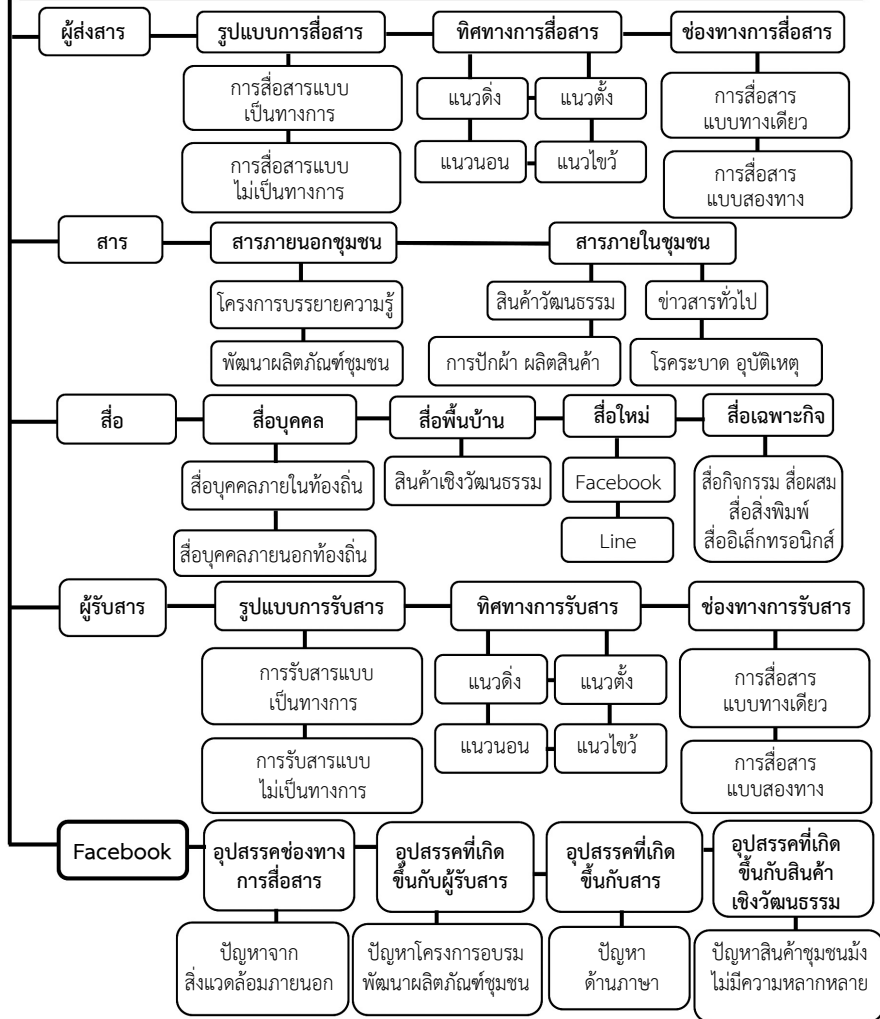
2.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยใช้วิธีการจัดสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) กับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ กลุ่มส่งเสริมและสนับสนุน กลุ่มนักพัฒนาชุมชน กลุ่มผู้มีความรู้ในด้านสินค้าวัฒนธรรมมั่ง กลุ่มผู้ผลิตสินค้าวัฒนธรรมมั่ง ในตำบลเข็กน้อย ร่วมกันจำนวน 1 ครั้ง โดยผู้วิจัยทำการนำเอกสารขอใช้สถานที่ในการจัดสนทนากลุ่มเพื่อยื่นขอความอนุเคราะห์ใช้สถานที่ในการจัดกิจกรรมต่อนายกองคการบริหารส่วนตำบลเข็กน้อย และทำการนัดหมายวันและเวลาด้วยวิธีการโทรศัพท์ไปแจ้งกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักก่อนการจัดสนทนากลุ่ม และติดต่อกับเจ้าหน้าที่ในองค์การบริหารส่วนตำบลเข็กน้อยเพื่อขอจัดเตรียมความพร้อมในการจัดสนทนากลุ่ม โดยครั้งนี้การสนทนากลุ่มจัดขึ้น ณ ห้องประชุมองค์การบริหารส่วนตำบลเข็กน้อย ชั้นที่ 2 ในตำบลเข็กน้อย อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์

ผลของการวิจัย

1. สรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 1 สภาพปัจจุบันการสื่อสารเพื่อการพัฒนาสินค้าเชิงวัฒนธรรมมั่งอย่างยั่งยืนในพื้นที่ตำบลเข็กน้อย จังหวัดเพชรบูรณ์ สามารถสรุปผลการวิจัยออกมาเป็นแบบจำลององค์ประกอบการสื่อสารทั้ง 5 องค์ประกอบได้ดังนี้

องค์ประกอบการสื่อสารของสภาพปัจจุบันทางการสื่อสารเพื่อการพัฒนาสินค้าเชิงวัฒนธรรมมั่ง
อย่างยั่งยืนในพื้นที่ตำบลเข็กน้อย จังหวัดเพชรบูรณ์



ภาพที่ 2 แบบจำลององค์ประกอบการสื่อสารของสภาพปัจจุบันทางการสื่อสารเพื่อพัฒนาสินค้าเชิงวัฒนธรรมมั่งอย่างยั่งยืนในพื้นที่ตำบลเข็กน้อย จังหวัดเพชรบูรณ์

1. ผู้ส่งสาร

1) ผู้ส่งสารหลัก ได้แก่ นายกองคการบริหารส่วนตำบลเข็กน้อย และผู้ใหญ่บ้าน มีรูปแบบการสื่อสารแบบเป็นทางการ โดย มีทิศทางการสื่อสารแบ่งออกเป็น 2 แบบคือ

ทิศทางการสื่อสารแบบแนวดิ่ง และใช้การสื่อสารแบบทางเดียว ทิศทางการสื่อสารแบบแนวดิ่ง และใช้การสื่อสารแบบสองทาง

2) **ผู้ส่งสารรอง** ได้แก่ ชาวบ้านในชุมชน ประกอบไปด้วย กลุ่มผู้ผลิตสินค้าเชิงวัฒนธรรม ประชาชน ชาวบ้านในชุมชน มีรูปแบบการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ โดยมีทิศทางการสื่อสารแบบแนวนอน และใช้การสื่อสารแบบสองทาง

3) **ผู้ส่งสารจากภายนอก** ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กรมการพัฒนาฝีมือแรงงาน พัฒนาชุมชนอำเภอเขาค้อ วัฒนธรรมอำเภอเขาค้อ มีรูปแบบทางการสื่อสารแบบเป็นทางการ โดยมีทิศทางการสื่อสารแบบแนวไขว้และใช้การสื่อสารแบบสองทาง

2. สาร

โดยสารฯ ต่างๆ ที่ถูกส่งจากผู้ส่งสารทั้งภายในและภายนอกชุมชน ผ่านสื่อ ไปยังผู้รับสารภายในชุมชน สารนั้นจะมีความแตกต่างกันออกไปแล้วแต่ว่าผู้ส่งสารนั้นจะอยู่ในสถานะใด ตำแหน่งใด มีหน้าที่ความรับผิดชอบอะไรในชุมชน เช่น

1) **ข่าวสารทั่วไป** หมายถึง ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโรคระบาด ไข้เลือดออก อุบัติเหตุ หรือคนเสียชีวิต

2) **ข่าวสารเกี่ยวกับโครงการ** หมายถึง ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภายในชุมชน

3) **ข่าวสารกิจกรรม** หมายถึง ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมต่างๆ เช่น งานประเพณีปีใหม่ม้ง

ซึ่งข่าวสารทั้ง 3 ประเด็นนี้ทางองค์การบริหารส่วนตำบลเขื่อน้อย มีหน้าที่ในการบริหารจัดการหรือมีอำนาจหน้าที่ในการบริหารงานต่างๆ ให้เกิดประโยชน์สุขของประชาชน โดยใช้วิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี และให้คำนึงถึงการมีส่วนร่วมของประชาชน จึงมีการจัดทำแผนพัฒนา โครงการต่างๆ กิจกรรมและการจัดทำสนับสนุนงบประมาณ การจัดซื้อจัดจ้าง การประเมินผลการปฏิบัติงาน และการเปิดเผยข้อมูลข่าวสารเป็นผู้ส่งสารในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่างๆ ที่เป็นประโยชน์และอนุรักษ์สืบทอดมรดกทางวัฒนธรรมให้คงอยู่สืบต่อไป

4) **สารเกี่ยวกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชาวม้ง** ซึ่งข่าวสารประเภทนี้จะเป็นข่าวสารของคนในชุมชนชาวม้งสื่อสารกัน ส่วนมากจะเป็นเรื่องวิถีชีวิตที่เรียบง่าย มีอาชีพหลัก คือการทำเกษตรกรรม และเวลาว่างหลังจากทำเกษตรกรรมแล้วผู้หญิง เช่น ภรรยา ลูกสาว จะทำการนึ่งปักผ้า เพราะการปักผ้าของคนม้งเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เป็นสิ่งสำคัญของวิถีชีวิตของความเป็นม้ง การปักผ้าม้งเป็นสิ่งที่แสดงออกถึงเอกลักษณ์ที่โดดเด่นสวยงามของภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีคุณค่าทางด้านจิตใจ มีความประณีต มีความอดทน ใช้ระยะ

เวลาที่นาน ซึ่งการปักผ้ามั่งนี้ชาวมั่งในตำบลเข็กน้อยทุกคนที่เป็นผู้หญิง ลูกสาว หลานสาว จะถูกอบรม สั่งสอน ถ่ายทอดวิธีการปักมาจากบรรพบุรุษรุ่นสู่รุ่น และเป็นสิ่งที่ชาวมั่งจะต้อง ทำกันทุกคน ทุกบ้านเพื่อนำมาดัดเป็นเสื้อผ้าใช้สวมใส่ในงานปีใหม่มั่ง อีกทั้งยังเป็นสินค้า ประจำชุมชน ที่สร้างรายได้ให้กับผู้ผลิตสินค้าเชิงวัฒนธรรมมั่งในชุมชนชาวมั่งตำบลเข็กน้อย ในปัจจุบัน สาร ส่วนใหญ่มักจะเป็นสารที่เกี่ยวข้องกับชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชนนั้น ก็คือ การปักผ้ามั่ง

5) สารการนำบุคลากรเข้ามาบรรยายในชุมชน สารนี้จะเป็นสารจาก ภายนอกชุมชนในลักษณะการนำวิทยากรหรือผู้เชี่ยวชาญเข้ามาบรรยายให้ความรู้กับคน ในชุมชน โดยมีการประสานงานจากองค์การบริหารส่วนตำบลเข็กน้อย เพื่อจัดสรรวิทยากร จากภายนอกชุมชนเข้ามาจัดอบรมพัฒนาผลิตภัณฑ์ในชุมชนให้กับชาวบ้านในชุมชน โดยรับ ได้รับความร่วมมือจากเจ้าหน้าที่กรมการพัฒนาชุมชนภายในจังหวัด

3. สื่อ

สื่อที่ใช้ในการสื่อสารภายในชุมชนชาวมั่งตำบลเข็กน้อยเป็นสิ่งสำคัญมากสำหรับ คนในชุมชน เพราะการสื่อสารเป็นส่วนหนึ่งของชาวมั่งที่ใช้ติดต่อ แลกเปลี่ยน เรียนรู้ แสดงความคิดเห็น ผ่านกระบวนการสื่อสารภายในสังคมและสื่อก็เป็นช่องทางที่สำคัญของ ชาวมั่งที่ต้องอาศัยสื่อต่างๆ ในการติดต่อสื่อสารกันภายในชุมชน โดยมีสื่อหรือช่องทางในการ สื่อสารกันภายในชุมชนชาวมั่งตำบลเข็กน้อยดังต่อไปนี้

1) สื่อบุคคล

(1) สื่อบุคคลภายในชุมชน เป็นสื่อที่เป็นแกนนำหรือผู้นำในชุมชน ได้แก่ นายองค์การบริหารส่วนตำบลเข็กน้อย ผู้ใหญ่บ้าน สมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบล

(2) สื่อบุคคลภายนอกชุมชน เจ้าหน้าที่จากภาครัฐ เช่น นักวิชาการ วัฒนธรรมชำนาญการ นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ เจ้าหน้าที่จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยหรือพัฒนาฝีมือแรงงาน และกลุ่มอาจารย์มหาวิทยาลัย เป็นต้น

2) สื่อเฉพาะกิจ

(1) สื่อกิจกรรม แบ่งออกเป็น 3 แบบ คือ

- การพบปะและการประชุม เป็นการเปิดโอกาสให้บุคคลหลายฝ่าย ในตำบลเข็กน้อยพบปะแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน

- การจัดประเพณีปีใหม่มั่ง โดยชุมชนชาวมั่งในตำบลเข็กน้อย จะมีประเพณีที่สำคัญของชนเผ่าก็คือ ประเพณีปีใหม่มั่ง ซึ่งส่วนมากจะจัดใกล้ๆ ปลายปี ของทุกปี หลังจากที่บ้านในชุมชนได้ทำการเก็บเกี่ยวผลผลิตทางการเกษตรจนเสร็จแล้ว ก็จะมาร่วมตัวกันในงานปีใหม่นี้พร้อมกับการแต่งกายชุดมั่งประจำชนเผ่าที่มีความสวยงาม

โดยระยะเวลาในการจัด 9 คืน 9 วัน ซึ่งในงานจะมีการแสดงทางวัฒนธรรม การละเล่น และการประกวดสาวงามประจำชุมชน

- **การจัดอบรมพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน** เป็นการประสานงานจากหน่วยงานภายนอกให้นำวิทยากรผู้เชี่ยวชาญในการ ดีไซน์หรือออกแบบผลิตภัณฑ์ เข้ามาสอนให้กับคนในชุมชนชาวมังด่าบลเช็กน้อย

(2) **สื่อกระจายเสียง** คือ สื่อที่มีช่องทางการสื่อสารหลายๆ ช่องทางมาใช้ร่วมกันในการส่งข่าวสารไปยังผู้รับสาร โดยคำนึงถึงธรรมชาติของสื่อแต่ละชนิด ความเหมาะสมที่จะจัดการให้การสื่อสารผ่านสื่อต่างๆ นั้นเป็นไปอย่างสอดคล้องและเสริมซึ่งกันและกัน สื่อที่สามารถนำมาใช้ร่วมกันในรูปแบบสื่อผสม ซึ่งภายในชุมชนมังด่าบลเช็กน้อยมีการสื่อสารโดยใช้สื่อผสมดังต่อไปนี้

- **หอกระจายข่าว** เป็นสื่อชุมชนชนิดหนึ่งที่สำคัญเป็นสื่อหลักที่กลุ่มผู้นำชุมชน ได้แก่ นายกองค์การบริหารส่วนตำบลเช็กน้อย และผู้ใหญ่บ้านในชุมชนใช้ในการประกาศข่าวสารต่างๆ ไปยังผู้รับสารหรือชาวบ้านในชุมชนมังด่าบลเช็กน้อยให้รับทราบ โดยทั่วกันเป็นประจำ โดยการประกาศจะมีการประกาศเป็น 2 ภาษา คือ ภาษามัง และภาษาไทย เนื่องจากในชุมชนชาวมังด่าบลเช็กน้อยนั้นยังมีความคนไทยเข้าไปอาศัยอยู่ในชุมชน จึงต้องมีการประกาศเป็น 2 ภาษา

- **วิทยุชุมชน** วิทยุชุมชนในตำบลเช็กน้อยจะมีอยู่ 2 สถานี โดยสื่อวิทยุจะเป็นสื่อสื่อชุมชนที่กลุ่มผู้นำชุมชนได้ใช้เป็นช่องทางอีกช่องทางหนึ่งในการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร ได้แก่ นายกองค์การบริหารส่วนตำบลเช็กน้อย ติดต่อประสานงานกับเจ้าหน้าที่วิทยุชุมชนเพื่อให้ประกาศข่าวสารต่างๆ ไปยังผู้รับสารหรือชาวบ้านในชุมชนมังด่าบลเช็กน้อยให้รับทราบ

(3) **สื่อสิ่งพิมพ์** เป็นสื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจที่สามารถนำไปใช้เป็นสื่อเพื่อการพัฒนาได้เป็นอย่างดี คือ การตอบสนองวัตถุประสงค์ของการพัฒนาอย่างชัดเจน โดยมีเนื้อหาหรือสารจะมีความชัดเจน รูปแบบมีความน่าสนใจ มีการใช้สี การจัดหน้า ขนาดตัวอักษร และมีภาพสื่อความหมายชัดเจน เช่น ป้ายประกาศประชาสัมพันธ์งานปีใหม่ที่องค์การบริหารส่วนตำบลเช็กน้อยตามติดประกาศตามสถานที่ต่างๆ ภายในหมู่บ้าน

(4) **สื่ออิเล็กทรอนิกส์** คือ สื่อเฉพาะกิจที่ผลิตออกมาในรูปแบบแสงและเสียง เช่น วีดิทัศน์ ภาพยนตร์ สไลด์ เทปบันทึกเสียง สปอตวิทยุ เป็นต้น สื่อประเภทนี้จะมีลักษณะ การนำเสนอเนื้อหาที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ โดยการจัดรูปแบบนำเสนอที่น่าสนใจ เช่น การจัดอบรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้กับคนในชุมชนเช็กน้อย นอกจากจะมีวิทยากรในการบรรยายแล้ว ยังใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ คือ สไลด์ประกอบในการบรรยายเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์

3) **สื่อพื้นบ้าน** สื่อพื้นบ้านของชุมชนชาวม้งที่มีชื่อเสียงโดดเด่นมากที่สุดก็คือ การปักผ้าม้งที่เป็นเอกลักษณ์ มีประวัติความเป็นมาและมีลวดลายในการปักที่สวยงาม ซึ่งการปักผ้าม้งนี้ชาวม้งในตำบลเข็กน้อยทุกคนที่เป็นผู้หญิง ลูกสาว หลานสาว จะถูกอบรม สั่งสอน ถ่ายทอดวิธีการปักมาจากบรรพบุรุษรุ่นสู่รุ่น และเป็นสิ่งที่ชาวม้งจะต้องทำกันทุกคน ทุกบ้าน เพื่อนำมาตัดเป็นเสื้อผ้าใช้สวมใส่ในงานปีใหม่ม้ง หรือพิธีสำคัญต่างๆ

4) **สื่อใหม่** หรือ สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศในการสื่อสาร คือ สื่อใหม่ที่ชุมชนม้ง ตำบลเข็กน้อยใช้ได้แก่ Facebook และ Line

4. ผู้รับสาร

1) **ผู้รับสารหลัก** ได้แก่ กลุ่มผู้ผลิตสินค้าเชิงวัฒนธรรมม้ง มีรูปแบบทางการรับสารแบบเป็นทางการ โดยมีทิศทางการสื่อสารแบ่งออกเป็น 2 แบบคือ ทิศทางการรับสารแบบแนวดิ่ง และใช้ช่องทางการรับสารแบบทางเดียว ทิศทางการรับสารแบบแนวนอน และใช้ช่องทางการรับสารแบบสองทาง

2) **ผู้รับสารรอง** ได้แก่ ชาวบ้านในชุมชน มีรูปแบบการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ โดยมีทิศทางการสื่อสารแบบแนวนอน และใช้ช่องทางการสื่อสารแบบสองทาง

3) **ผู้รับสารจากภายนอก** ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พัฒนาฝีมือแรงงานพัฒนาชุมชนอำเภอเขาค้อ วัฒนธรรมอำเภอเขาค้อ มีรูปแบบทางการรับสารแบบเป็นทางการ โดยมีทิศทางการรับสารแบบแนวนอนและใช้ช่องทางการรับสารแบบสองทาง

5. Feedback

จากการศึกษาสภาพปัจจุบันทางการสื่อสารของชุมชนม้งตำบลเข็กน้อย พบว่า กระบวนการสื่อสารของคนชุมชนเข็กน้อยนั้น พบอุปสรรคทางการสื่อสารของคนในชุมชน อันเห็นได้จาก Feedback หรือผลสะท้อนกลับของคนในชุมชนที่มีต่อสารหรือข้อมูลข่าวสารจากผู้ส่งสารภายในชุมชน สามารถสรุปได้ออกมาได้ออกมาดังนี้

1) อุปสรรคที่เกิดขึ้นจากสื่อหรือช่องทางการสื่อสาร ประกอบไปด้วย

(1) **ปัญหาจากสิ่งแวดล้อมภายนอกหรือ สิ่งรบกวนจากภายนอก** สื่อหรือช่องทางการสื่อสารผ่านหอกระจายข่าวหรือเสียงตามสายของชุมชน คือ Noise สิ่งรบกวนจากภายนอก เช่น เมื่อมีองค์การบริหารส่วนตำบลเข็กน้อยประกาศผ่านเสียงตามสาย ผู้รับสารหรือชาวบ้านจะไม่ค่อยได้ยินเสียงประกาศได้ชัดเจน เนื่องจากจะได้ยินเสียงสะท้อนของลำโพง ทำให้ชาวบ้านฟังและได้ยินไม่เข้าใจ หรือมีคนเข้าไปทำรังในลำโพงจึงทำให้ได้ยินเสียงไม่ชัดเจน และเกิดจากสภาพดินฟ้าอากาศ เกิดเหตุการณ์ฟ้าผ่าลำโพงทำให้ลำโพงเสียงหาย

2) **อุปสรรคที่เกิดขึ้นจากผู้รับสาร** ตัวผู้รับสารเองนั้น ถ้าตัวผู้รับสารขาดความเข้าใจในตัวสาร หรือปิดกั้นไม่ให้ความใส่ใจการรับสาร สารที่ผู้ส่งสารสื่อสารไปนั้น

ก็จะเกิดล้มเหลว และอุปสรรคที่เกิดขึ้นกับผู้รับสารที่ทำให้การสื่อสารเกิดความล้มเหลวได้นั้น ประกอบไปด้วย ผู้รับสารขาดความรู้ในสารที่จะรับ ผู้รับสารขาดความพร้อมที่จะรับสาร ผู้รับสารมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อผู้ส่งสาร ผู้รับสารมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อสาร ผู้รับสารมีความคาดหวังในการสื่อสารสูงเกินไป และอุปสรรคที่เกิดขึ้นจากผู้รับสารภายในชุมชนม้งตำบลเข็กน้อยนั้น มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

(1) ปัญหาโครงการอบรมพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยโครงการอบรมนี้เป็นโครงการที่ทาง องค์การบริหารส่วนตำบลเข็กน้อยได้ทำการประสานงานกับหน่วยงานภายนอกชุมชน โดยจะวิทยากรหรือผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ในด้านการออกแบบ ดีไซน์ โดยใช้วัตถุดิบที่มีในชุมชนก็คือ ผ้าปักลายม้ง ที่คนในชุมชนชาวม้งปักเพื่อใช้สวมใส่หรือค้าขายยึดเป็นอาชีพในชุมชนมาทำเป็น กระเป๋า หรือหมอน เป็นต้น โดยโครงการนี้สามารถแบ่งผู้รับสารออกเป็น 2 กลุ่มคือ ผู้รับสารหลัก คือ ผู้ผลิตสินค้าเชิงวัฒนธรรมม้ง และผู้รับสารรองคือ ชาวบ้านในชุมชน สามารถอธิบายได้ดังต่อไปนี้

- ผู้ผลิตสินค้าเชิงวัฒนธรรมม้ง หรือผู้รับสารหลัก มีทัศนคติที่ไม่ดีต่อสาร กล่าวคือ ผู้ผลิตสินค้าเชิงวัฒนธรรมไม่ได้ให้ความสนใจ ในโครงการอบรมพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนนี้ เพราะเห็นว่า การอบรมทำกระเป๋า หรือหมอน เป็นสิ่งที่ผู้ผลิตสินค้าเชิงวัฒนธรรมนั้นทำเป็นกันอยู่แล้ว จึงไม่จำเป็นต้องไปเข้าร่วมโครงการ

- ชาวบ้านหรือผู้ส่งสารรอง โครงการอบรมพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ชาวบ้านให้ความสนใจในโครงการนี้ โดยนักพัฒนาชุมชนกับปราชญ์ชาวบ้านและสมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบลเข็กน้อยได้กล่าวว่า มีชาวบ้านให้ความสนใจในโครงการนี้ จึงมีชาวบ้านมาสมัครเป็นจำนวนมากเกินกำหนดที่ อบต. ได้ทำการสำรองคนเข้าอบรมไว้

3) อุปสรรคที่เกิดขึ้นจากตัวสาร

(1) ปัญหาทางด้านภาษา คือ อุปสรรคที่เกิดขึ้นจากการใช้ภาษา การใช้คำคลุมเครือไม่ชัดเจน ภาษายาก สำนวนฟังอ่านไม่เข้าใจ ทำให้เกิดการตีความหมายผิด เช่น ทางองค์การบริหารส่วนตำบลเข็กน้อยทำการประกาศข้อมูลข่าวสารผ่านหอกระจายข่าว แต่เกิดปัญหาการไม่เข้าใจทางด้านภาษา เนื่องจากเวลาทำการประกาศจะใช้ภาษาม้งเป็นภาษาหลักในการสื่อสาร เพราะคนในพื้นที่ส่วนมากจะเป็นชาวม้ง แต่ในปัจจุบันในชุมชนชาวม้งตำบลเข็กน้อยไม่ได้มีแค่คนม้งอาศัยอยู่กลุ่มเดียว ยังมีคนไทยที่เข้าไปทำงานในชุมชนนั้น ทำให้เกิดการไม่เข้าใจในข้อมูลสารจากผู้ส่งสาร

4) อุปสรรคที่เกิดขึ้นกับสินค้าเชิงวัฒนธรรม

(1) ปัญหาสินค้าชุมชนชาวม้งไม่มีความหลากหลาย คือ สินค้าภายในชุมชนชาวม้งตำบลเข็กน้อยนั้นยังไม่มีมีความหลากหลาย ถึงแม้ว่าสินค้าจะมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น

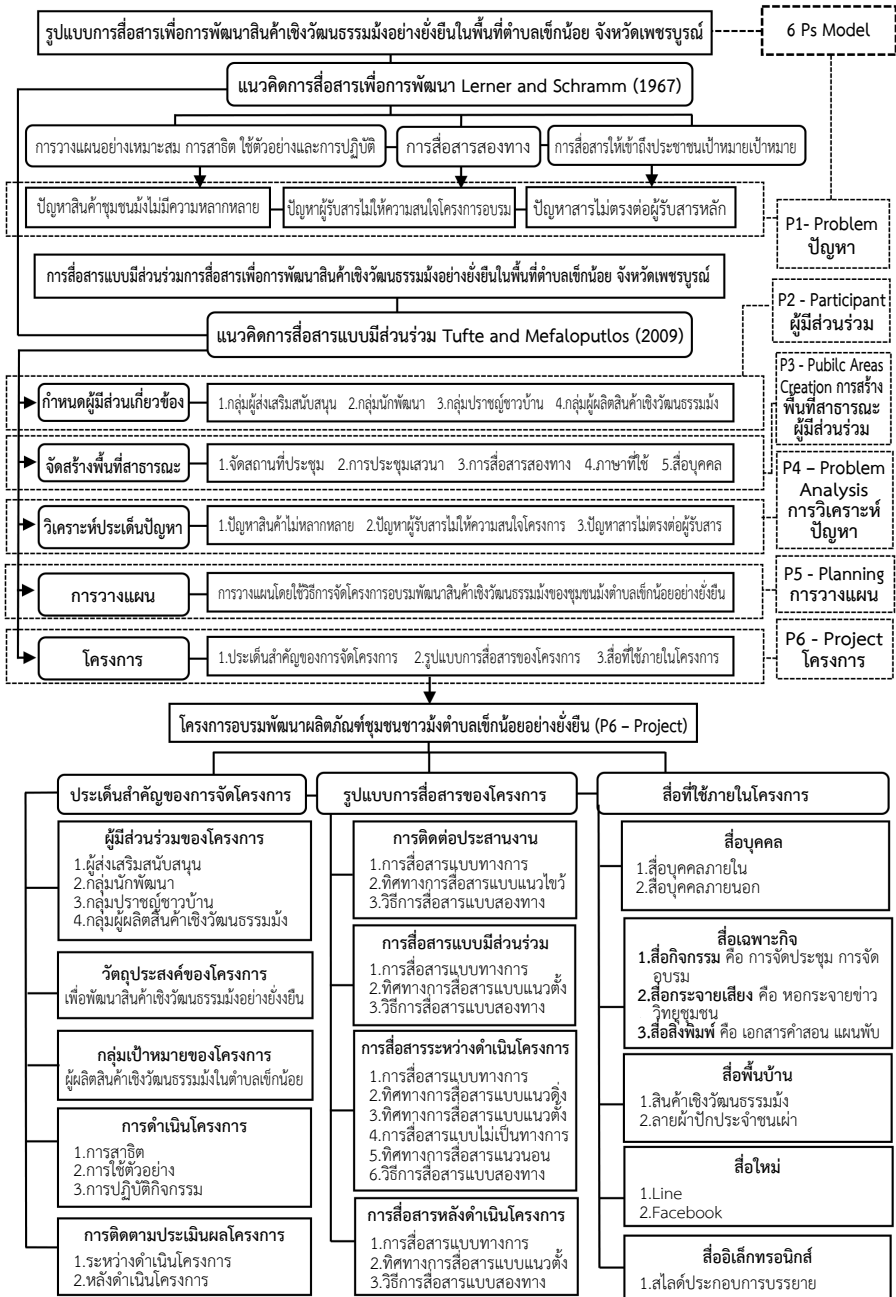
ที่ผลิตมาจากลายผ้าปักประจำชนเผ่าชาวม้ง แต่สินค้าที่พบเห็นกันอยู่ปัจจุบันตามร้านค้าทั่วไป ยังคงผลิตสินค้าที่ความคล้ายคลึงกัน จึงทำให้ไม่เป็นที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยวที่จะมาเลือกซื้อสินค้าเป็นของที่ระลึกกลับไป

โดยผลการวิจัยในวัตถุประสงค์ที่ 1 นี้ สามารถสรุปออกมาเป็นแบบจำลององค์ประกอบการสื่อสารของสภาพปัจจุบันทางการสื่อสารเพื่อการพัฒนาสินค้าเชิงวัฒนธรรมม้งอย่างยั่งยืนในพื้นที่ตำบลเข็กน้อย จังหวัดเพชรบูรณ์ ซึ่งมีองค์ประกอบขั้นพื้นฐานทางการสื่อสารในชุมชน คือ ผู้ส่งสารและผู้รับสาร จะมีรูปแบบการส่งสารและการรับสารที่สอดคล้องกันทั้งรูปแบบการสื่อสาร ทิศทางการสื่อสารและช่องทางการสื่อสาร สารจะเป็นสารที่เกิดขึ้นจากผู้ส่งสารทั้งภายในและภายนอกชุมชน สื่อหรือช่องทางการสื่อสาร พบว่าในชุมชนมีสื่อที่หลากหลาย คือ สื่อบุคคล สื่อพื้นบ้าน สื่อใหม่ สื่อเฉพาะ Feedback หรือผลสะท้อนกลับ พบว่าอุปสรรคที่เกิดขึ้นในชุมชนนั้น คือ อุปสรรคทางการสื่อสาร ได้แก่ ปัญหาทางด้านผลิตภัณฑ์หรือสินค้าเชิงวัฒนธรรมม้ง และอุปสรรคที่เกิดขึ้นกับผู้รับสาร ได้แก่ ปัญหาที่คนในชุมชนไม่เข้าใจในภาษาที่ใช้สื่อสารกันภายในชุมชน และปัญหาที่รับกวนจากสิ่งแวดล้อมต่างๆ ภายในชุมชนที่ส่งผลกระทบต่อสื่อหรือช่องทางการสื่อสารภายในชุมชน นอกจากการวิจัยในเรื่องนี้ เป็นการวิจัยทางการสื่อสารเพื่อการพัฒนาสินค้าเชิงวัฒนธรรมชุมชน และพบว่าในชุมชนชาวม้ง มีปัญหาทางการสื่อสารและการพัฒนาสินค้าเชิงวัฒนธรรมม้ง ผู้วิจัยจึงสร้างรูปแบบการสื่อสารที่ใช้ในการแก้ไขและพัฒนาปัญหาทางการสื่อสารและการพัฒนาสินค้าเชิงวัฒนธรรมม้งให้เหมาะสมและยั่งยืน โดยนำแนวคิดการสื่อสารเพื่อการพัฒนา องค์ประกอบการสื่อสารภายในชุมชน มาประยุกต์ใช้ในการออกแบบและแนวทางในการพัฒนา ร่วมกับใช้แนวคิดการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือสินค้าเชิงวัฒนธรรมม้งให้มีทิศทางการพัฒนาไปในทิศทางที่ยั่งยืนต่อไป

2. สรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 2 ของการวิจัย คือ เพื่อสร้างรูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนาสินค้าเชิงวัฒนธรรมม้งอย่างยั่งยืนในพื้นที่ตำบลเข็กน้อย จังหวัดเพชรบูรณ์” โดยหัวข้อการวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาถึงการสื่อสารเพื่อการพัฒนาสินค้าเชิงวัฒนธรรมม้งอย่างยั่งยืน ดังนั้นการพัฒนาสินค้าเชิงวัฒนธรรมม้งจึงเป็นสิ่งสำคัญต่อการดำเนินงานวิจัยที่ผู้วิจัยได้เล็งเห็นว่า การสื่อสารเป็นสิ่งสำคัญต่อการพัฒนาสินค้าเชิงวัฒนธรรมม้ง หรือการพัฒนาสิ่งต่างๆภายในชุมชน การสื่อสารจะเป็นเครื่องมือของการพัฒนาและสร้างการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนเพื่อให้เกิดการพัฒนาชุมชนไปทิศทางที่ยั่งยืน แต่การพัฒนาให้เกิดความยั่งยืนนั้น ไม่ใช่แค่ให้คนในชุมชนมีความร่วมมือกันเพียงอย่างเดียว แต่คนในชุมชนจะต้องเข้ามามีส่วนร่วมในการเรียนรู้ตั้งแต่เริ่มต้น ทราบถึงอุปสรรค ปัญหาและหาวิธีการแก้ไขปัญหา ผ่านการคิด การแลกเปลี่ยน และระดมความคิด ผ่านพื้นที่สาธารณะ

หรือเวทีการประชุมเสวนา เพื่อให้เกิดการนำไปสู่การวิเคราะห์ วางแผน และการปฏิบัติ กิจกรรมทางการสื่อสาร จากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่าย ทั้งภายในชุมชนและภายนอกชุมชน ให้เกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของหรือมีส่วนร่วมในกระบวนการ การมีส่วนร่วมในกิจกรรม ของชุมชน เพื่อกระตุ้นให้การพัฒนาสิ่งๆ ต่างๆ ภายในชุมชน ให้มีทิศทางการพัฒนา ที่เหมาะสมกับชุมชนและนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนอย่างแท้จริง

จากการดำเนินการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 2 สามารถสรุปผลของการดำเนินการ วิจัยออกมาได้ คือ รูปแบบการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อการพัฒนาสินค้าเชิงวัฒนธรรมมั่ง อย่างยั่งยืนในพื้นที่ตำบลเข็กน้อย จังหวัดเพชรบูรณ์ หรือรูปแบบการสื่อสารที่มีชื่อว่า “6Ps COMMUNICATION MODEL” ซึ่งมีกระบวนการดังต่อไปนี้



ภาพที่ 3 แบบจำลองกระบวนการของรูปแบบการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อการพัฒนาสินค้าเชิงวัฒนธรรมมั่งอย่างยั่งยืนในพื้นที่ตำบลเข็กน้อย จังหวัดเพชรบูรณ์

โดยผลการวิจัยในเรื่องนี้ผู้วิจัยนำเสนอในรูปแบบของโมเดลการสื่อสาร ที่มีชื่อว่า 6Ps Communication Model สามารถอธิบายความหมายได้ดังต่อไปนี้

1) P1 Problem หมายถึง ปัญหาที่เกิดขึ้นจากสินค้าเชิงวัฒนธรรมมั่งในชุมชนชาวม้งตำบลเข็กน้อย

2) P2 Participant หมายถึง ผู้มีส่วนร่วมทุกภาคส่วน ทั้ง 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้ส่งเสริมสนับสนุน กลุ่มนักพัฒนา กลุ่มปราชญ์ชาวบ้านและกลุ่มผู้ผลิตสินค้าเชิงวัฒนธรรมมั่ง

3) P3 Public areas creation หมายถึง การสร้างพื้นที่สาธารณะ เพื่อเปิดโอกาสให้มีพื้นที่เสรีทางการสื่อสารในรูปแบบของการประชุมหรือเสวนา เพื่อระดมความคิดเห็นจากผู้ที่มีส่วนร่วม ในการวิเคราะห์ถึงประเด็นปัญหา และหาแนวทางทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือสินค้าเชิงวัฒนธรรมมั่งไปในทิศทางที่เหมาะสมและยั่งยืน

4) P4 Problem Analysis หมายถึง การวิเคราะห์ถึงสาเหตุ ปัจจัย ปัญหาของผลิตภัณฑ์หรือสินค้าเชิงวัฒนธรรมมั่ง และหาแนวทางการแก้ไขปัญหาอย่างเหมาะสม

5) P5 Planning หมายถึง การวางแผนจากการระดมความคิดเห็นจากผู้ที่มีส่วนร่วมทุกภาคส่วน ที่ได้ทำการวิเคราะห์ถึงสาเหตุและปัจจัยของปัญหา นำไปสู่หนทางในการเลือกใช้วิธีการจัดกิจกรรมหรือโครงการเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือสินค้าเชิงวัฒนธรรมมั่งไปในทิศทางที่เหมาะสมและยั่งยืน

6) P6 Project หมายถึง โครงการอบรมพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนมั่งตำบลเข็กน้อย เป็นโครงการเพื่อใช้ในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นจากสินค้าเชิงวัฒนธรรมมั่ง ซึ่งประกอบไปด้วย การกำหนดประเด็นสำคัญของการจัดโครงการ ผู้ที่มีส่วนร่วมในโครงการ วัตถุประสงค์ กลุ่มเป้าหมาย การดำเนินโครงการ การติดตามประเมินผล และเลือกใช้รูปแบบการสื่อสาร ทิศทางการสื่อสาร ช่องทางการสื่อสาร สื่อที่มีความหลากหลายมาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสม ในการดำเนินโครงการอบรมเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนมั่งตำบลเข็กน้อยบนพื้นฐานของการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง นำไปสู่ทิศทางการพัฒนาที่ยั่งยืนของชุมชนต่อไป

อภิปรายผล

จากการวิจัยเรื่อง การสื่อสารเพื่อการพัฒนาสินค้าเชิงวัฒนธรรมมั่งอย่างยั่งยืน ในพื้นที่ตำบลเข็กน้อย จังหวัดเพชรบูรณ์ ได้ค้นพบข้อมูลและประเด็นสำคัญที่น่าสนใจ เป็นข้อสังเกตที่สามารถนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาการสื่อสารเพื่อการพัฒนาสินค้าเชิงวัฒนธรรมมั่งของชุมชนชาวม้งในตำบลเข็กน้อย ดังต่อไปนี้

1. **วัตถุประสงค์ที่ 1** เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันทางการสื่อสารเพื่อการพัฒนาสินค้าเชิงวัฒนธรรมมั่งอย่างยั่งยืนในพื้นที่ตำบลเข็กน้อย จังหวัดเพชรบูรณ์

การศึกษาสภาพปัจจุบันการสื่อสารเพื่อการพัฒนาสินค้าเชิงวัฒนธรรมมั่งอย่างยั่งยืนในพื้นที่ตำบลเข็กน้อย จังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่ามีอุปสรรคหรือปัญหาทางด้านการสื่อสารและการพัฒนาสินค้าเชิงวัฒนธรรมมั่งของคนในชุมชนชาวมั่ง ได้แก่ 1. ผู้ส่งสารและผู้รับสารภายในชุมชน มีวิธีการสื่อสารแบบสองทางและทิศทางการสื่อสารแบบแนวนอนเป็นรูปแบบที่สามารถสร้างการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับกับงานวิจัยของบุษบา หินเธาว์ (2555) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมเพื่อให้เกิดการประยุกต์ใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง : กรณีศึกษาการทำเกษตรอินทรีย์ ตำบลหนองโสน อำเภอสางาม จังหวัดพิจิตร ในส่วนของการพัฒนารูปแบบการสื่อสารแบบการมีส่วนร่วมเพื่อให้เกิดการประยุกต์ใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง พบว่ารูปแบบการสื่อสารที่ชาวบ้านใช้เป็นวิธีการสองทางแบบแนวนอนหรือแนวนอน 2. สื่อ ที่ใช้ภายในชุมชนมั่งตำบลเข็กน้อย พบว่า 1) สื่อบุคคล เป็นสื่อที่มีบทบาทสำคัญมากภายในชุมชน เช่น นายก อบต. นักพัฒนาชุมชนและวิทยากรจากภายนอกชุมชน อีกทั้งยังมีสื่อเฉพาะกิจที่ใช้ภายในชุมชน คือ การจัดอบรมพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนและการจัดประชุม ซึ่งสอดคล้องกับกับงานวิจัยของบุษบา หินเธาว์ (2555) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมเพื่อให้เกิดการประยุกต์ใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง : กรณีศึกษาการทำเกษตรอินทรีย์ ตำบลหนองโสน อำเภอสางาม จังหวัดพิจิตร ในส่วนของการพัฒนารูปแบบการสื่อสารแบบการมีส่วนร่วมเพื่อให้เกิดการประยุกต์ใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง พบว่า สื่อบุคคลภายในชุมชน คือนักพัฒนาชุมชนมีบทบาทมากในชุมชนและมีรูปแบบการจัดฝึกอบรมและการจัดประชุมสมนาเพื่อกระบวนกรทบทวนตนเอง 3. อุปสรรคทางการสื่อสาร คือ 1) ปัญหาทางด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ 2) ปัญหาด้านสารของการจัดอบรมพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่จัดอบรมอยู่ยังไม่เป็นที่สนใจของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าเชิงวัฒนธรรมในชุมชน 3) ปัญหาด้านการสื่อสารหรือการประชาสัมพันธ์กิจกรรมหรือโครงการอบรมพัฒนาผลิตภัณฑ์ยังไม่ตรงกับประชาชนกลุ่มเป้าหมาย โดยปัญหาด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์นั้น สินค้าส่วนมากจะมีรูปแบบที่คล้ายคลึงกัน ยังไม่มีรูปแบบสินค้าที่แปลกใหม่น่าดึงดูดใจนักท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ทองเจือ เขียดทอง (2558) ศึกษาเรื่อง ผลิตภัณฑ์ผ้าปักมั่ง: การออกแบบเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ กล่าวว่ สภาพปัญหาของงานปักผ้ามั่ง ผู้ผลิตส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ ชาดผู้สืบทอดและชาดการพัฒนาลายใหม่ๆ แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าปักมั่ง ควรเน้นที่คุณค่าและการสร้างมูลค่าเพิ่ม และควรมีการรวบรวมลายผ้าปักมั่งเพื่อเป็นต้นแบบ ในการพัฒนาลายต่อไปได้ง่ายขึ้น และควรมีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

ยุคเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้ ส่วนปัญหาด้านสารของการจัดอบรมพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่จัดอบรมอยู่ยังไม่เป็นที่สนใจของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าเชิงวัฒนธรรมในชุมชนกล่าวคือ เนื้อหาการจัดการเรียนสอนในการจัดโครงการอบรมพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนนั้น เป็นสิ่งที่ชาววังทุกคนมีความรู้ในเรื่องที่จะสอนอยู่แล้วทำให้ชาววังไม่ให้ความสนใจที่จะเข้าร่วมโครงการ โดยดิเรก ยศขจรรัตน์ (2558) ศึกษาเรื่องกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการพัฒนาการจัดการขยะแบบมีส่วนร่วมของประชาชนในเขตเทศบาลตำบลคลองพิไกร จังหวัดกำแพงเพชร กล่าวว่า หากเทศบาลตำบลคลองพิไกรจะดำเนินการจัดกิจกรรมหรือโครงการที่มีผลต่อประชาชนนั้น ให้งานหน่วยงานทำการสำรวจความคิดเห็นและให้ความรู้สร้างความเข้าใจแก่ประชาชนในเบื้องต้นก่อนดำเนินการจัดกิจกรรม เพื่อให้ประชาชนร่วมแสดงความคิดเห็น ทำให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมายรู้สึกถึงการเข้ามามีส่วนร่วมและให้ความสำคัญในกิจกรรมที่หน่วยงานนั้นจัดขึ้น และปัญหาด้านการสื่อสารหรือการประชาสัมพันธ์กิจกรรมหรือโครงการอบรมพัฒนาผลิตภัณฑ์ยังไม่ตรงกับประชาชนกลุ่มเป้าหมายนั้นเกิดจากทางองค์การบริหารส่วนตำบลเข็กน้อยทำการสื่อสารหรือประชาสัมพันธ์โครงการอบรมพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนไปยังชาววังแต่ยังไม่ทั่วถึงและไม่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายหลักของโครงการ คือกลุ่มผู้ผลิตสินค้าเชิงวัฒนธรรมซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ดิเรก ยศขจรรัตน์ (2558) ศึกษาเรื่องกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการพัฒนาการจัดการขยะแบบมีส่วนร่วมของประชาชนในเขตเทศบาลตำบลคลองพิไกร จังหวัดกำแพงเพชร ในส่วนของจุดอ่อนทางการสื่อสารของการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลคลองพิไกร ยังมีพื้นที่หลายจุดที่ประชาชนในพื้นที่บางส่วนไม่ได้มีโอกาสรับรู้ข้อมูลข่าวสารทำให้การสื่อสารหรือการประชาสัมพันธ์ไม่ถึงกลุ่มเป้าหมาย

2. วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อสร้างรูปแบบการสื่อสารเพื่อพัฒนาสินค้าเชิงวัฒนธรรมม้งอย่างยั่งยืนในพื้นที่ตำบลเข็กน้อย จังหวัดเพชรบูรณ์

รูปแบบการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อการพัฒนาสินค้าเชิงวัฒนธรรมม้งอย่างยั่งยืนในพื้นที่ตำบลเข็กน้อย จังหวัดเพชรบูรณ์ ผู้วิจัยใช้แนวคิดการสื่อสารเพื่อพัฒนาและการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาด้านสินค้าภายในชุมชนทั้งหมด 6 องค์ประกอบ คือ

1) Problem คือ ปัญหาด้านสินค้าเชิงวัฒนธรรมม้ง
2) Participant คือ ผู้มีส่วนร่วมทุกภาคส่วน ได้แก่ กลุ่มผู้ส่งเสริมสนับสนุนทั้งภายในและภายนอกชุมชน กลุ่มนักพัฒนา กลุ่มปราชญ์ชาวบ้าน และกลุ่มผู้ผลิตสินค้าเชิงวัฒนธรรม จะต้องส่วนร่วมอย่างเท่าเทียมกัน

3) Public areas creation คือ การสร้างพื้นที่สาธารณะ เปิดโอกาสทางการสื่อสารอย่างเสรีในการแสดงความคิดเห็นผ่านเวทีการประชุมเสวนา และควรมีการ

จัดประชุมก่อนดำเนินโครงการเพื่อการวางแผนและหลังดำเนินการจัดโครงการเพื่อการติดตามและประเมินผล

4) Problem Analysis คือ การร่วมกันวิเคราะห์ถึง สาเหตุและปัญหา

5) Planning คือ การวางแผน หาทางออกหรือแนวทางการพัฒนา

6) Project คือ การสร้างโครงการหรือสื่อกิจกรรมทางการสื่อสารในการแก้ไขปัญหาย่างเหมาะสมและยั่งยืน

โดยมีการกำหนดประเด็นสำคัญของโครงการ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง วัตถุประสงค์ กลุ่มเป้าหมาย วิธีการดำเนินโครงการ การติดตามและประเมินผล รวมถึงการเลือกใช้รูปแบบทางการสื่อสาร ทิศทาง ช่องทาง และสื่อที่ใช้ในโครงการอบรมอย่างเหมาะสมตามแนวคิดของ Tufte และ Mefaloputlos (2009) ได้เสนอแนวคิดการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมไว้ 4 ขั้นตอน คือ 1) การกำหนดการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม 2) การออกแบบกลยุทธ์การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม 3) การปฏิบัติกิจกรรมการสื่อสาร 4) การติดตามและประเมินผล ด้วยทั้ง 6 ประกอบดังกล่าวนี้เป็นองค์ประกอบสำคัญของตามหลักการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม โดยเน้นให้มีประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในทุกขั้นตอนของการดำเนินโครงการ โดยเริ่มจากประชาชนต้องระบุถึงปัญหาและความต้องการ การกำหนดนโยบาย การวางแผน การเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินโครงการ และการติดตามประเมินผลของโครงการ เพื่อให้การพัฒนานั้นตอบสนองความต้องการของประชาชนได้อย่างแท้จริง อันนำไปสู่หนทางพัฒนาชุมชนได้อย่างยั่งยืนตามแนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ณัฐวุฒิ สมยาโรน (2556) ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการถ่ายทอดภูมิปัญญาของเล่นพื้นบ้านของกลุ่มคนเฒ่าคนแก่ตำบลป่าแดด อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ในผลการวิจัยเรื่องนี้ว่า กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการถ่ายทอดภูมิปัญญาของเล่นพื้นบ้านของกลุ่มคนเฒ่าคนแก่ตำบลป่าแดด อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย โดยมีรูปแบบทางการสื่อสาร คือ Play Model ประกอบไปด้วย 1) Participatory Communication คือ การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม 2) Learning คือ การเรียนรู้วิธีการถ่ายทอดภูมิปัญญา 3) Activity คือ กิจกรรมที่ใช้ในการถ่ายทอดภูมิปัญญา 4) Youngers คือ กลุ่มผู้รับสารภายในชุมชน อีกทั้งยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของ พิภู อกิษฐ์ (2557) ศึกษาเรื่อง การสื่อสารเพื่อการพัฒนาการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนของตลาดย้อนยุคนครชุม จังหวัดกำแพงเพชร โดยผลการวิจัยกล่าวถึงการมีส่วนร่วมว่า การสื่อสารเพื่อการพัฒนาการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนของตลาดย้อนยุคนครชุม จังหวัดกำแพงเพชรนั้น การมีส่วนร่วมจะต้องมีหน่วยงานที่เข้ามามีส่วนร่วมในการก่อตั้งเป็นภาคีตลาดย้อนยุคนครชุม จังหวัดเพชรบูรณ์นั้น การจัดประชุมประจำเดือนเป็นการเปิดโอกาสให้ตัวแทนพ่อค้าแม่ค้า ตัวแทน

จากภาครัฐฯ รวมไปถึงตัวแทนจากกลุ่มวิจัยชุมชนได้เข้ามามีบทบาทในการร่วมแสดงความคิดเห็น ในการประชุมทุกๆ เดือนจะเป็นการช่วยกันแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้น โดยจะรับฟังความคิดเห็น ข้อเสนอแนะจากกลุ่มตัวแทนต่างๆ ที่เข้ามาประชุม และยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ดิเรก ยศรัตน์ (2558) ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการพัฒนาการจัดการขยะแบบมีส่วนร่วมของประชาชนในเขตเทศบาลตำบลคลองพิไกร จังหวัดกำแพงเพชร ในส่วนของผลการวิจัย โดยการใช้กลยุทธ์การสื่อสารที่ใช้ในการสร้างการมีส่วนร่วมในการคัดแยกขยะหรือการจัดการขยะของเทศบาลตำบลคลองพิไกรภายใต้กรอบแนวคิดด้านการมีส่วนร่วม คือ กลยุทธ์การใช้นักเรียน ครู บุคลากร ในโรงเรียนมามีส่วนร่วมในการคัดแยกขยะ และขยายวงกว้างไปสู่ชุมชน โดยเริ่มจากนักเรียนไปสู่พ่อแม่ ผู้ปกครอง นอกจากนี้ยังใช้กลยุทธ์ในการแก้ไขหลายด้าน ได้แก่ การใช้สื่อเสียงตามสายในการประชาสัมพันธ์โครงการ การใช้กิจกรรมทางการสื่อสาร คือ การจัดโครงการเกี่ยวกับการคัดแยกขยะ การจัดฝึกอบรม การประชุมเสวนา การรับฟังความคิดเห็นประชาชนจากการใช้แบบสอบถามสำรวจความคิดเห็น การใช้สื่อบุคคล จากหน่วยงานภาครัฐเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ในการพัฒนาการจัดการขยะในตำบลคลองพิไกร และสอดคล้องกับ งานวิจัยของ บุษบา หินเธาว์ (2555) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมเพื่อให้เกิดการประยุกต์ใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง : กรณีศึกษาการทำเกษตรอินทรีย์ ตำบลหนองโสน อำเภอสามงาม จังหวัดพิจิตร ในส่วนของการพัฒนารูปแบบการสื่อสารแบบการมีส่วนร่วมเพื่อให้เกิดการประยุกต์ใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง พบว่ารูปแบบการสื่อสารสองทางแบบแนวระนาบหรือแนวนอน โดยรูปแบบกิจกรรมที่ใช้การสื่อสารได้แก่ การจัดประชุมเสวนา การระดมความคิดเห็น การฝึกอบรม การศึกษาดูงาน ผลการทดลองรูปแบบการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมพบว่า รูปแบบการสื่อสารผ่านกิจกรรมฝึกอบรมเป็นรูปแบบการสื่อสารสองทางแบบแนวระนาบที่ดีที่สุด

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. การวิจัยครั้งนี้พบว่ากลุ่มผู้ผลิตสินค้าเชิงวัฒนธรรมมักไม่ค่อยให้ความสนใจกับการจัดโครงการอบรมพัฒนาสินค้าเชิงวัฒนธรรมจากกลุ่มผู้ส่งเสริมสนับสนุนมากนัก ส่วนมากผู้ที่เข้าร่วมโครงการจะเป็นชาวบ้านที่ไม่ได้ประกอบกิจการการผลิตสินค้าโดยตรง จึงทำให้การจัดกิจกรรมอบรมพัฒนาสินค้าไม่ตรงต่อกลุ่มเป้าหมายหลักของการพัฒนาสินค้าเชิงวัฒนธรรม กลุ่มผู้ส่งเสริมสนับสนุนหรือหน่วยงานภาครัฐฯ ในท้องถิ่น ควรทำการสื่อสารให้หลากหลายช่องทางให้มากขึ้นเพื่อสร้างความสนใจ อีกทั้งทำการสื่อสารให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายในเข้าร่วมโครงการอบรมพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนที่หน่วยงานภาครัฐฯ จัดขึ้น

2. นอกจากหน่วยงานภาครัฐฯในท้องถิ่นจะมีการจัดโครงการอบรมพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนแล้ว ควรใช้รูปแบบกิจกรรมทางการสื่อสารอื่นๆที่มีความหลากหลายและดึงดูดใจ เช่น การนำผู้ผลิตสินค้าเชิงวัฒนธรรมมั่งไปศึกษาดูงาน การจัดนิทรรศการ เพื่อเป็นการเปิดโลกทัศน์และมุมมองใหม่ๆ ในการนำความรู้ที่ได้จากการไปศึกษาดูงานของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าเชิงวัฒนธรรมมาปรับและประยุกต์ใช้ในการผลิตสินค้าของตน

3. จากการวิจัยเรื่อง การสื่อสารเพื่อการพัฒนาสินค้าเชิงวัฒนธรรมมั่งอย่างยั่งยืนในพื้นที่ตำบลเข็กน้อย จังหวัดเพชรบูรณ์ หากมีผู้สนใจทำวิจัยที่เกี่ยวข้องกับประชาชนในพื้นที่นี้ ควรศึกษาบริบท วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของคนในพื้นที่หรือติดต่อขอคำแนะนำจากผู้นำชุมชน นักพัฒนา หรือเจ้าหน้าที่จากหน่วยงานภาครัฐฯในท้องถิ่นเพื่อความสะดวกราบรื่นต่อการเก็บรวบรวมข้อมูลในพื้นที่

4. จากการวิจัยเรื่อง การสื่อสารเพื่อการพัฒนาสินค้าเชิงวัฒนธรรมมั่งอย่างยั่งยืนในพื้นที่ตำบลเข็กน้อย จังหวัดเพชรบูรณ์ หากมีผู้สนใจทำวิจัยในประเด็นที่เกี่ยวข้องอาจจะไปศึกษาในพื้นที่อื่นๆ ที่มีการผลิตสินค้าเชิงวัฒนธรรม ประกอบไปด้วย ทรัพยากร วัฒนธรรม มีรูปแบบวิถีชีวิตที่คล้ายคลึงกัน และนำผลมาเปรียบเทียบความเหมือนและความแตกต่างกัน รวมไปถึงข้อดีและข้อเสีย เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานที่เป็นประโยชน์ในการนำไปใช้ในชุมชนอื่นต่อไป

บรรณานุกรม

- กาญจนา แก้วเทพ. (2543). **สื่อเพื่อชุมชน: การประมวลองค์ความรู้**. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- เกศินี จุฑาวิจิตร. (2543). **การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น**. นครปฐม: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- ติเรก ยศขรัตน์ (2558). **กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการพัฒนาการจัดการขยะแบบมีส่วนร่วมของประชาชนในเขตเทศบาลตำบลของพิไกร จังหวัดกำแพงเพชร**. พิษณุโลก: ปริญญานีเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ณัฐภูมิ สมยาโรน. (2556). **กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อถ่ายทอดภูมิปัญญาของเล่นพื้นบ้านของกลุ่มคนเฒ่าคนแก่ตำบลป่าแดดอำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย**. พิษณุโลก: วิทยานิพนธ์ปริญญานีเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ทองเจือ เขียดทอง (2558). **ผลิตภัณฑ์ผ้าปักม้ง: การออกแบบเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์**. คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.

- บุษบา หินเธาว์ (2555). การพัฒนาการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมเพื่อให้เกิดการประยุกต์ใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง: กรณีศึกษาการทำเกษตรอินทรีย์ ตำบลหนองโสน อำเภอสามงาม จังหวัดพิจิตร. วิทยานิพนธ์, มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม, พิษณุโลก: คณะวิทยาการจัดการ เครือข่ายมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือ.
- บุษบา หินเธาว์ (2555). รูปแบบการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมของชาวบ้านเพื่อการจัดการป่าชุมชนอย่างยั่งยืน. วิทยานิพนธ์, มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม, จังหวัดพิษณุโลก.
- พิภู อภิชัย. (2557). การสื่อสารเพื่อพัฒนาการมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนของตลาด ย้อนยุคนครชุมจังหวัดกำแพงเพชร. พิษณุโลก: ปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- สุรัตน์ ตรีสกุล. (2548). **หลักนิเทศศาสตร์**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสุนันทา.
- เสนาะ ดิยาว์. (2535). **การสื่อสารในองค์กร** (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อัจฉรา ศรีพันธ์. (2554-2555). กลยุทธ์การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย. **วารสารวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์**. 7(1) : 6-19.
- อัจฉรา ศรีพันธ์. (2555). **เอกสารประกอบการสอนการสื่อสารเพื่อการพัฒนา**. ภาควิชา นิเทศศาสตร์คณะวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- Lerner, Daniel & Schramm, Wilbur. (1967). **Communication and change in the Developing Countries**. Honolulu: East-west Center.
- Servaes, J. (1996). **Participatory Communication for Social change**. Sage Publication.
- Tufte, T. and Mefaloputlos, P. (2009). **Participatory Communication: A practical guide**. Washington D.C.: The World Bank.
- United Nation. (1983). **Popular participation as a strategy for promoting community level action and nation development**. New York: United Nations.

