

การสื่อสารเพื่อการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนตะโหมด จังหวัดพัทลุง Communications for Community Based Tourism Management in Tamot, Phatthalung Province

สมพร เกื้อไข*

วิทยากร ทอแก้ว

ธิติพัฒน์ เอี่ยมนิรันดร์

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

*e-mail: skuakhai@yahoo.com

Somporn Kuakhai

Wittayatorn Tokaew

Titipat Iamnirun

Faculty of Communication Arts, Sukhothai Thammathirat Open University

Received: March 17, 2021, Revised: September 4, 2021, Accepted: September 16, 2021

บทคัดย่อ

ปัจจุบันความนิยมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ วิถีชุมชนและวัฒนธรรม กลับมาเป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยว ช่วยให้การท่องเที่ยวในประเทศเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ต้องทำการสื่อสารการตลาด แหล่งท่องเที่ยว การบริการเพื่อสร้างการรับรู้แหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่ในพื้นที่ให้มากขึ้น และภาครัฐต้อง ส่งเสริมให้คนไทยเที่ยวในประเทศ งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) บริบทชุมชนเพื่อการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนตะโหมด จังหวัดพัทลุง 2) รูปแบบการสื่อสาร เพื่อการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนตะโหมด จังหวัดพัทลุง และ 3) แนวทางการพัฒนาการสื่อสารเพื่อการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนตะโหมด จังหวัดพัทลุง เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลหลักแบบเจาะจง จากผู้ที่เกี่ยวข้องในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนตะโหมด จำนวน 12 คน เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง วิเคราะห์ข้อมูลโดยการสร้างข้อสรุป อภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ และนำเสนอโดยการบรรยายเชิงพรรณนา

ผลการวิจัย พบว่า 1) บริบทชุมชน ชุมชนตะโหมดเป็นชุมชนบนที่ราบเชิงเขา รายล้อมด้วยแนวเทือกเขาบรรทัด พื้นที่เป็นที่ราบสลับกับเขาเตี้ย ๆ พื้นท้องชาวไทยพุทธและมุสลิมอาศัยอยู่ร่วมกันมานานจนถูกขนานนามว่า “ชุมชนสองศาสนา” มีทรัพยากรทางธรรมชาติในพื้นที่ที่สามารถนำมาเป็นจุดขายด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ น้ำตกลานหม่อมจ้วยอ่างเก็บน้ำเขาหัวช้าง จุดชมวิวกวนตาคม น้ำตกลาดเตย มีแหล่งเรียนรู้ที่สามารถนำมาเป็นจุดขายด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ วัดตะโหมด วัดเก่าแก่มียุกว่า 100 ปี และศูนย์รวมใจสองศาสนา ซึ่งเป็นศูนย์กลางของชุมชนตะโหมด 2) รูปแบบการสื่อสารระหว่างชุมชนตะโหมดกับนักท่องเที่ยว ใช้สื่อสารแบบดั้งเดิม ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อสิ่งพิมพ์ การสื่อสารแบบป้าย สื่อกิจกรรม และสื่อสารผ่านการใช้สื่อใหม่ ได้แก่ สื่อเว็บไซต์ และ สื่อสังคมออนไลน์ประเภทเฟซบุ๊ก และยูทูบ มีการสื่อสารเพื่อให้ข้อมูล ทั้งแหล่งท่องเที่ยว โปรแกรมการท่องเที่ยว การเดินทาง อาหาร ที่พัก และ 3) แนวทางการพัฒนาการสื่อสาร ต้องพัฒนาการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น มีการพัฒนาสื่อบุคคล สื่อกิจกรรม สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุกระจายเสียง เพื่อเสนอเนื้อหาด้านการท่องเที่ยว และการบริการด้านต่าง ๆ ที่หลากหลายสอดคล้องกับอัตลักษณ์ของชุมชน โดยชุมชนต้องให้ความสำคัญกับ 3.1) การสร้างเครือข่ายการสื่อสาร 3.2) การทำแผนผังและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สำคัญของชุมชน 3.3) การพัฒนาระบบการจัดการสื่อสาร และการประชาสัมพันธ์กิจกรรม เพื่อสร้างการรับรู้อย่างต่อเนื่อง และ 3.4) การสร้างการมีส่วนร่วมกับกลุ่มเป้าหมาย ทั้งด้านแนวคิดและการดำเนินงาน ให้สอดคล้องกับความต้องการของชุมชน

คำสำคัญ: การสื่อสาร การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนตะโหมด จังหวัดพัทลุง

Abstract

Nowadays, the popularity of historical tourism, community lifestyles and culture have regained attentions from tourists. This helps tourism within the country continue to grow. Tourism business entrepreneurs must develop marketing communication, tourist attractions, and services to increase awareness of existing tourist attractions in the area. The government must provide support to encourage local tourism for Thai people to travel in their own country. The purpose of this study was to investigate the communication for tourism management of Tamod community in Phatthalung in three aspects: community context, communication channels, and community suggestions for development of communication channels. This qualitative study obtained data from twelve individuals in charge of Tamod tourism management. They were purposively sampled. Semi – structured interview questions were employed in data collection. The data were then analyzed using descriptive analysis and reported according to the research's objectives. Results showed that 1) the geographical context of community which is called, "Tamod", situated on the mountain plains surrounded by Bantad mountain range, alternating with plains and hills. It is known as "a community of two religions" as both Buddhists and Muslims live together for a long time. There are many famous local tourist attractions including waterfalls (Lan Momchui, Hua Chang Reservoir, Khuanthakhom Viewpoint, Ladtoey Waterfall). Moreover, there are two learning centers such as a 100 year-old - Tamod temple and Tamod religious community center. The traditional communication channels used between the villagers and tourists included human interactions, televisions and radio programs, printing materials, signboards and activities. The new communication channels includes websites, and social media (facebook, youtube). The tourism information provides online includes tourist attractions, tour programs, transportation, food and accommodations. It was suggested that for human communication, media for activity-based development, printing media and radio programs must be developed for effective communication. This can help to present information on tourism and services that matches community's identity. It is important to stress on the importance of the following aspects 1) creating a communication network, 2) making the activity plan to promote local tourist attractions, 3) developing communication system and promoting the community's activities to raise the people awareness and 4) collaborating with the target groups to get ideas on executing tourism activities that meet the community's need.

Keywords: Communication, Community-Based Tourism Management, Phatthalung Province

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ซึ่งก่อให้เกิดผลดีทางด้านเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศให้สูงขึ้น การว่าจ้างแรงงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น อย่างรวดเร็ว และเติบโตขึ้นหลายเท่าตัวจากในอดีต จำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศ มีปริมาณเพิ่มมากขึ้นเป็นลำดับ ทำให้เกิดผลกระทบต่อการขยายการท่องเที่ยวของประเทศโดยเฉพาะทรัพยากรทางธรรมชาติและยังมีผลกระทบด้านต่าง ๆ ตามมา เช่น สังคม วัฒนธรรม และความเสื่อมโทรมของสิ่งแวดล้อม ปัญหาอาชญากรรม

ปัญหาอาชญากรรมที่เกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น ดังนั้นการจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่เน้นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและคำนึงถึงผลประโยชน์ของชุมชนในภาพรวม จำเป็นต้องเน้นปริมาณนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ หรือปรับเปลี่ยนการใช้ทรัพยากรอย่างสิ้นเปลืองมาเป็นการใช้ทรัพยากรอย่างประหยัด สร้างความเข้มแข็งของชุมชนในการจัดการทรัพยากรท่องเที่ยวสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน ในการกำหนดทิศทางการพัฒนาและการบริหารจัดการชุมชน จนทำให้การท่องเที่ยวชุมชนคงอยู่อย่างยั่งยืน (Tourism Authority of Thailand, 2008)

ปัจจุบันความนิยมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ วิถีชุมชนและวัฒนธรรม กลับมาเป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว ต้องใช้การสื่อสารการตลาด สื่อสารแหล่งท่องเที่ยว สื่อสารการบริการ เพื่อสร้างการรับรู้ แหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่ในพื้นที่ให้เข้มข้นขึ้น ขณะเดียวกันต้องมีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ ซึ่งทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ควรให้ความสำคัญในเรื่อง การสื่อสาร เพื่อสร้างการรับรู้ ในกลุ่มนักท่องเที่ยว และให้การสนับสนุนในการกระตุ้นตลาด ส่งเสริมให้คนไทยเที่ยวในประเทศมากยิ่งขึ้น

ปัจจุบันนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังคงเดินทางไปท่องเที่ยวยังเมืองท่องเที่ยวหลัก เนื่องจากมีสถานที่ท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย อีกทั้ง ยังมีการพัฒนา แหล่งท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ ยังมีการพัฒนา โครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคมและสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อรองรับการเข้ามาของนักท่องเที่ยว ทำให้เกิดการกระจายตัวของนักท่องเที่ยว ไปยังเมืองท่องเที่ยวรองเพิ่มขึ้นในระยะยาว แต่เมืองท่องเที่ยวหลายแห่งยังต้องการการพัฒนาโครงสร้าง พื้นฐานด้านคมนาคม และระบบการขนส่งสาธารณะ เพื่อให้เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่ายขึ้น รวมทั้งการสื่อสารแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง ก็เป็นสิ่งสำคัญที่ต้องดำเนินการ โดยอาศัยช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ

ชุมชนตะโหมด อำเภอตะโหมด จังหวัดพัทลุง เป็นชุมชนริมเชิงเขาบรรทัด (เทือกเขาานครศรีธรรมราช) ความแตกต่างของคนในชุมชนแห่งนี้ คือ การนับถือศาสนาของชาวบ้าน ซึ่งนับถือศาสนาพุทธและศาสนาอิสลาม ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน ชาวบ้านในตะโหมดดำรงชีวิต โดยอาศัยความสมบูรณ์ของทรัพยากรในพื้นที่ ได้อย่างลงตัว ภายใต้ความแตกต่างของคนในการนับถือศาสนา และชาวบ้านสามารถสร้างอัตลักษณ์บางอย่างเพื่อสร้างพื้นที่ของตัวเองออกสู่สาธารณะ เช่น การจัดงานพื้นบ้าน จัดงานประเพณี 2 ศาสนา การสร้างป่าชุมชนเขาหัวช้าง รวมทั้งการจัดตั้งองค์กรชุมชนที่มีความเข้มแข็ง (สภานานาชาติตะโหมด) ขึ้น ที่สำคัญ คือ คนในตะโหมดสามารถดำรงชีวิตอยู่ร่วมกันได้อย่างมีความสุข บนความแตกต่างทางพหุวัฒนธรรม น่าจะเป็นต้นแบบหรือตัวอย่างแก่คนในพื้นที่อื่น ๆ ที่มีลักษณะทางกายภาพของชุมชนร่วมกัน (Khunweechuay, & Sukphan, 2011)

การท่องเที่ยวโดยชุมชน มุ่งเน้นที่บทบาทสำคัญของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยว และจำเป็นต้องมีหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนทุกส่วนสนับสนุนและส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชนด้วย โดยเฉพาะองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และหน่วยงานการท่องเที่ยว สนับสนุนให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างจริงจัง

การส่งเสริมการท่องเที่ยวและการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยว ในความหมายที่ครอบคลุมทรัพยากรการท่องเที่ยว ซึ่งหมายความถึง พื้นที่ สิ่งของ กิจกรรม และหรือมิติอื่นใดที่สามารถให้คุณค่าเชิงการท่องเที่ยว เช่น ความสวยงามตามธรรมชาติ คุณค่าเชิงประวัติศาสตร์ศิลปวัฒนธรรม และการเรียนรู้ประสบการณ์ใหม่ ทั้งนี้ ทรัพยากรการท่องเที่ยวสามารถปรากฏได้ ทั้งในลักษณะของรูปธรรม สัมผัสได้ด้วยการจับต้อง เช่น สิ่งก่อสร้าง ของที่ระลึก ถ้า และน้ำตก เป็นต้น และ ในลักษณะของนามธรรมที่ไม่สามารถสัมผัสได้โดยตรง เช่น ภูมิปัญญาท้องถิ่น ภาษา ความเป็นชนเผ่า และการเล่น การแสดงพื้นบ้าน เป็นต้น รวมทั้งสถานที่ ที่เกิดขึ้นเอง ตามธรรมชาติและสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น เพื่อใช้เป็นสถานที่ท่องเที่ยว ทำกิจกรรม ชนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรมที่สะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่น ให้มีจุดเด่นและสามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้ (Tancharoen, 2018)

การสื่อสารเป็นเครื่องมือสำคัญในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นกระบวนการสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชน ในการกำหนดทิศทางของการพัฒนา การบริหารจัดการ และ สร้างความหมายใหม่ให้กับการท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นการเปิดโลกทัศน์ใหม่ของการท่องเที่ยว มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การสร้างเสริมประสบการณ์ใหม่ที่มีคุณค่า และเป็นการสื่อสารให้เห็นถึงวิถีสืบสาน ภูมิปัญญาท้องถิ่น และวัฒนธรรมประเพณี เป็นตัวจักรสำคัญในการถ่ายทอดภูมิปัญญา วิถีชีวิต ของผู้คนในชุมชน ทำให้ชุมชนเกิดความรู้สึกหวงแหน ตระหนักในความสำคัญของภูมิปัญญา และให้ความสำคัญในการอนุรักษ์และสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชน ให้คงอยู่ตลอดไป

การสื่อสารเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ช่วยในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนบรรลุผลสำเร็จ เพราะคนในชุมชนจะต้องติดต่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ความรู้ ทัศนคติ และประสบการณ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยวในชุมชนผ่านการสื่อสาร โดยเฉพาะการใช้สื่อใหม่ คือ สื่อที่มีการเชื่อมต่อ ทางอินเทอร์เน็ต เป็นช่องทางที่เอื้อประโยชน์ต่อผู้รับและ ผู้ส่งสาร สามารถสื่อสารได้สองทางในเวลาเดียวกัน รวมไปถึงสามารถส่งสารได้หลายรูปแบบ เช่น ภาพ เสียง หรือข้อความ ได้ในเวลาเดียวกัน ทำให้การดำเนินชีวิต ของคนในสังคมปัจจุบันเปลี่ยนไปมาก โดยเฉพาะชีวิตการทำงาน ทำให้คนทำงานจำเป็นต้องใช้สื่อใหม่ ในการทำงานและแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ได้อย่างสะดวกและรวดเร็วรอบด้าน (Sitthanon, 2016)

การท่องเที่ยวโดยชุมชนตะโหนด เป็นการบริหารจัดการระหว่างผู้นำชุมชน และกลุ่มผู้ประกอบการ ด้านการท่องเที่ยวในชุมชน มีวัตถุประสงค์ในการจัดการพื้นที่ชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีความยั่งยืน และสื่อสารกับนักท่องเที่ยว ถึงความสมบูรณ์ของระบบนิเวศ ความเรียบง่าย สงบ อาหารพื้นบ้านที่มี ความโดดเด่น มีวิถีชีวิตที่เรียบง่ายเป็นชุมชนสองศาสนา สองวัฒนธรรม กล่าวคือ ชาวไทยพุทธและมุสลิมอยู่ด้วยกันอย่างกลมกลืน ผสมผสานและดำรงอยู่ด้วยกันได้อย่างลงตัวเป็นหนึ่งเดียวบนความต่างในอัตลักษณ์ของตนเอง

เครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนตะโหนด และเครือข่ายที่เกี่ยวข้องกับการจัดการแหล่งท่องเที่ยว มีลักษณะเป็นเครือข่ายที่บุคคล ตัวแทนชุมชน เข้ามาร่วมกันจัดการเป็นองค์กรที่มีบทบาทชัดเจนโดยมีการจัดตั้งแบบเป็นทางการ และมีวัตถุประสงค์ เชิงปฏิบัติการชัดเจนในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว โดยชุมชนตะโหนดมีเครือข่ายและหน่วยงานต่าง ๆ เข้ามารวมกลุ่มกันหลายฝ่าย ภาครัฐ ได้แก่ เทศบาลตำบลควนเสาธง สำนักงานวัฒนธรรม จังหวัดพัทลุง โรงเรียนตะโหนด ชมรมกำนันผู้ใหญ่บ้าน ในตำบลตะโหนด ส่วนภาคประชาชน ได้แก่ ผู้ประกอบการโฮมสเตย์ ผู้นำชุมชน กลุ่มอาชีพต่าง ๆ ทำหน้าที่เป็นตัวกลางสื่อสารระหว่างองค์กร เครือข่ายต่าง ๆ เพื่อร่วมกันขับเคลื่อน ชุมชนตะโหนดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญต่อไป

รูปแบบการสื่อสารเพื่อการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนตะโหนด จังหวัดพัทลุง เป็นการสื่อสาร เพื่อนำเสนอการท่องเที่ยวชุมชนตะโหนด จุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวรับรู้และสนใจเยือนแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน โดยการให้ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ หรือการพูด แบบปากต่อปาก เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวสนใจ และต้องการท่องเที่ยว การนำเสนอที่น่าสนใจและสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวใน 5 ด้าน คือ 1) การสื่อสารเรื่องการดูแลรักษาทรัพยากรสิ่งแวดล้อมบริเวณชุมชน การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมตลอดจน การปรับปรุงภูมิทัศน์ของชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ 2) การสื่อสารกิจกรรม การท่องเที่ยว และแหล่งท่องเที่ยว 3) การสื่อสารการสร้างตลาดการท่องเที่ยวในกลุ่มนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ การทำกิจกรรมและมีส่วนร่วม กับชุมชนท้องถิ่น เพื่อให้เกิดเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวสัมผัสวิถีชีวิตชุมชน 4) การสื่อสารการบริการนักท่องเที่ยว โดยการแนะนำการเดินทาง สถานที่ท่องเที่ยวในชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการจัดการ แหล่งท่องเที่ยวชุมชนตะโหนด และ 5) การสื่อสารเพื่อนำไปพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้ดีกว่าที่เป็นอยู่

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาบริบทชุมชนเพื่อการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนตะโหนด จังหวัดพัทลุง
2. เพื่อศึกษารูปแบบการสื่อสารเพื่อการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนตะโหนด จังหวัดพัทลุง
3. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาการสื่อสารเพื่อการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนตะโหนด จังหวัดพัทลุง

ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นการศึกษาในรูปแบบ และบทบาทของการสื่อสารการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยพิจารณา ตามคุณลักษณะและบทบาทของสื่อต่าง ๆ เพื่อนำมาปรับใช้ ในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร องค์ความรู้ ข้อมูลด้าน การท่องเที่ยวโดยชุมชนในด้านต่าง ๆ เพื่อให้การสื่อสารชุมชน เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ สามารถนำเสนอสารได้อย่างชัดเจน ตรงประเด็น มีประสิทธิภาพ นำไปสู่ความสำเร็จของการสื่อสาร

คุณลักษณะที่สำคัญของสื่อสำหรับการท่องเที่ยวโดยชุมชน ประกอบด้วย 1) เป็นสื่อที่ผู้คนในชุมชนสามารถเข้าถึงได้ตลอดเวลา 2) ชุมชนเป็นเจ้าของ และสามารถควบคุมเนื้อหาสาระ และประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับชุมชนได้ในวงกว้าง 3) เนื้อหาเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชุมชนและผลิตโดยชุมชน และ 4) กระบวนการผลิตสื่อด้วยวิธีการ ที่ไม่ยุ่งยาก โดยสมาชิกในชุมชน และอยู่ในบริบทของชุมชน

แนวคิดเรื่องการสื่อสารเพื่อการพัฒนา เป็นลูกผสมระหว่างแนวคิด “การสื่อสาร” กับ “การพัฒนา” เป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนา ซึ่งมีเป้าหมายในการเปลี่ยนแปลงความทัศนคติและพฤติกรรมของประชาชน อันจะนำไปสู่การมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น การพัฒนาประเทศในยุคแรก เน้นการสร้างควมทันสมัย เทคโนโลยี การสื่อสารจึงเข้ามามีบทบาทสำคัญ ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร แนวคิด และนวัตกรรมใหม่ ๆ โดยมีลักษณะเป็น “การสื่อสารทางเดียว (One-way Communication)” “แบบบนลงล่าง (Top-down Approach)” กล่าวคือ เป็นการพัฒนามาตามนโยบายรัฐมาสู่ประชาชน เป็นการวางแผนจากส่วนกลางแล้วถ่ายทอดไปยังประชาชนผู้รับสารมีลักษณะเป็น “การสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ (Persuasive Communication)” เพื่อให้ประชาชนเกิดการเปลี่ยนแปลงในด้านความรู้ (Knowledge) ทัศนคติ (Attitude) และพฤติกรรม (Behavior) ตามที่รัฐต้องการ

อย่างไรก็ตาม หลักการและวิธีพัฒนาดังกล่าว ยังคงถูกวิพากษ์วิจารณ์ว่า เป็นการยึดเอากรอบข้อเท็จจริง จากคนกลุ่มหนึ่งในสังคมเป็นศูนย์กลาง (Ethnocentric) และยังมุ่งเน้นให้ความสนใจในมิติเศรษฐกิจ โดยเฉพาะ ในเชิงปริมาณเพียงด้านเดียว และละเลยในมิติด้านอื่น ๆ ของสังคม ต่อมาจึงเกิด “กระบวนทัศน์ทางเลือก (Alternative/Multiplicity Paradigm)” ซึ่งได้นำเสนอแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาที่แตกต่างไปจากกระบวนทัศน์การพึ่งพาโดยสิ้นเชิง มีการปรับเปลี่ยนลักษณะของ “การสื่อสารสองทาง (Two-way Communication)” เพิ่มมากขึ้น เพื่อรับฟังความคิดเห็นและความต้องการ ของชุมชนที่แท้จริง สร้าง “การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (Participatory Communication)” ให้ชุมชนได้มีโอกาสแสดงความคิดเห็น ต่อปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชนของตน และมีการแสดงปฏิกิริยาตอบกลับ (Feedback) นำไปสู่การกำหนดนโยบายสำหรับใช้ในการพัฒนาที่แก้ปัญหา ของชุมชนอย่างตรงจุด และมีประสิทธิภาพ

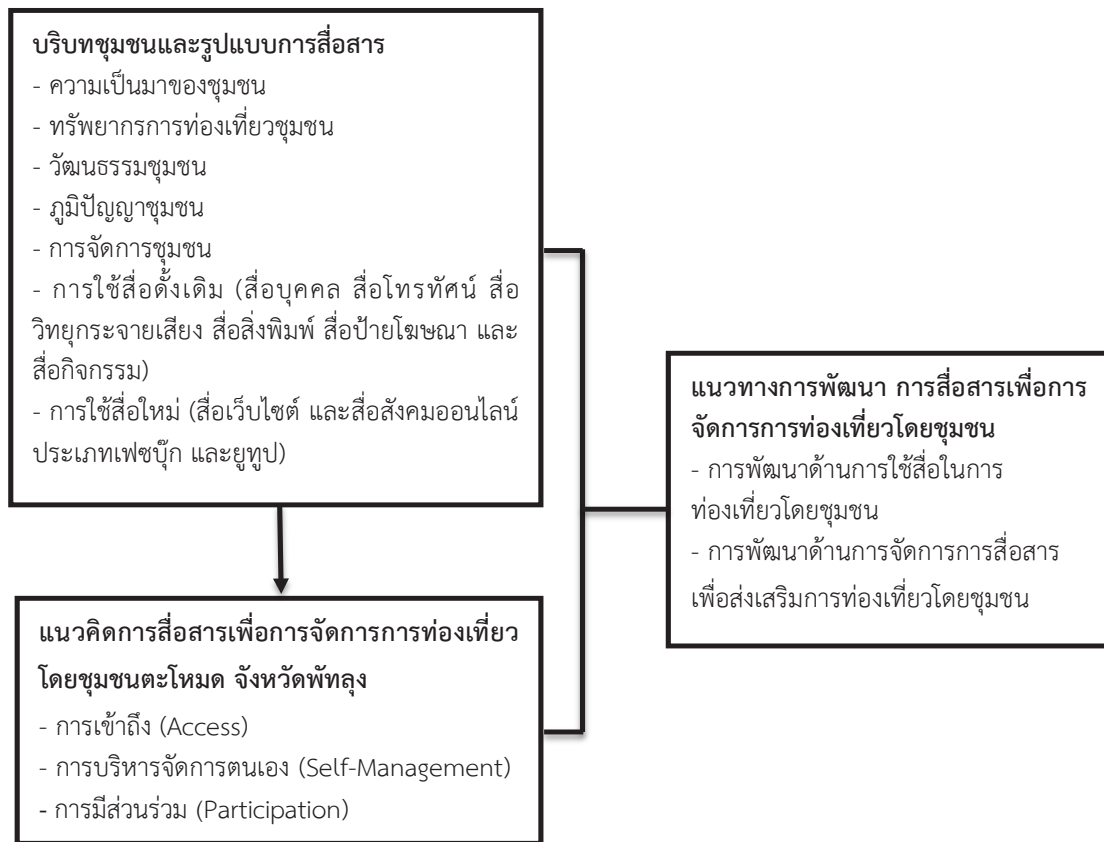
การสื่อสารเข้าไปมีบทบาทสำคัญ ในทุกศาสตร์และทุกภาคส่วนของสังคม และในขณะเดียวกัน ก็ยังมีบทบาทที่สำคัญในฐานะ เป็นเครื่องมือในการเปลี่ยนแปลงสังคม กระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม เริ่มเข้ามามีบทบาทสำคัญ ตั้งแต่ ยุคกระบวนทัศน์ทางเลือก ซึ่งกระบวนทัศน์ใหม่นี้ เพิ่มสัดส่วนของความเป็นท้องถิ่นมากขึ้น มีวิธีการพัฒนา ที่เริ่มให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม ในกระบวนการพัฒนาชุมชนของตนเอง และด้วยตนเองมากขึ้นตลอดทั้งกระบวนการ ลักษณะของการสื่อสาร ในกระบวนทัศน์ใหม่นี้ มีลักษณะเป็นการสื่อสารสองทาง มากขึ้น และสร้างการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม เพื่อให้สมาชิกในชุมชนได้มีโอกาสแสดงความคิดเห็นต่อปัญหาของชุมชนตนเอง Servaes, Jacobson, & White (1996) ได้สรุปสาระสำคัญของการสื่อสาร แบบมีส่วนร่วมของประชาชน ในกระบวนการพัฒนาจากองค์การยูเนสโก ไว้ 3 ประการ ดังนี้ 1) การเข้าถึง (Access) หมายถึง ประชาชนมีสิทธิในการเข้าถึงการให้บริการต่าง ๆ แก่ชุมชน สิทธิในการเข้าถึงสื่อประเภทต่าง ๆ และสิทธิ ในการเลือกรับข่าวสารที่เป็นประโยชน์แก่ตนเอง รวมถึงการมีช่องทางให้ประชาชนได้แสดงความคิดเห็นต่อสาธารณะ 2) การบริหารจัดการตนเอง (Self-Management) หมายถึง ประชาชนสามารถ เข้าไปมีส่วนร่วมในระบบ การสื่อสารในทุกระดับ ตั้งแต่การร่วมคิดร่วมวางแผน การสื่อสารภายใน

ชุมชน ร่วมบริหารจัดการจนถึง ร่วมในกระบวนการ ผลิตสื่อภายในชุมชน และ 3) การมีส่วนร่วม (Participation) หมายถึง กระบวนการตัดสินใจ ของประชาชนในชุมชน ที่มีสิทธิในการตัดสินใจด้วยตนเอง ในระดับต่าง ๆ ตั้งแต่ การคิด การกำหนดนโยบาย การวางแผน และการจัดสรรงบประมาณ รวมถึงการร่วมรับผลประโยชน์รูปแบบต่าง ๆ

แนวคิดเหล่านี้จึงใช้เป็นทฤษฎีหลักในงานวิจัยนี้ ซึ่งเป็นแนวความคิดที่มุ่งเน้นให้ชุมชนพัฒนารูปแบบของการสื่อสารเพื่อการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน มีขอบเขตของการจัดการที่ครอบคลุมองค์ประกอบทุกส่วนของ การท่องเที่ยว ดังยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย ปี 2558-2560 ที่กล่าวว่า ในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์สู่ความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน ด้านการตลาด ด้านการพัฒนาสินค้าและบริการ ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยว เมืองค์ประกอบหลักแบ่งออกเป็น 1) อุปสงค์ต่อการท่องเที่ยว (Tourism Demand) ที่อยู่ในรูปของจำนวนหรือปริมาณหรือพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว 2) อุปทานของการท่องเที่ยว (Tourism Supply) และ 3) การจัดการ (Management) ซึ่งมีความสอดคล้องกับหลักการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เป็นกระบวนการการจัดการที่เกี่ยวข้องกับความร่วมมือทางธุรกิจตั้งแต่แหล่งของวัตถุดิบต้นน้ำ (Upstream Source) จนถึงการส่งมอบสินค้าและบริการปลายน้ำ โดยมีวัตถุประสงค์สำคัญในการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวที่สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับทรัพยากรทางธรรมชาติที่มีอยู่ภายในชุมชน โดยยังคงความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน เกิดการอนุรักษ์โดยใช้ทรัพยากร อย่างพอดี การรักษาและส่งเสริมความหลากหลายของธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรม โดยการใช้ภูมิปัญญาพื้นบ้านประยุกต์กับเทคโนโลยีการสื่อสารรูปแบบต่าง ๆ

ดังนั้น ผู้วิจัยได้ตระหนักถึงความจำเป็นที่จะศึกษา การสื่อสารเพื่อการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งเป็นการจัดการรูปแบบหนึ่งที่น่าจะเหมาะสมกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชนตะโหนด จังหวัดพัทลุง เพื่อวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน มุ่งเน้นการพัฒนาโดยให้องค์กรต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน ในท้องถิ่น มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

กรอบแนวคิดการวิจัย



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การสื่อสารเพื่อการจัดการ การท่องเที่ยวโดยชุมชนตะโหมด จังหวัดพัทลุง เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่ม จากผู้ที่เกี่ยวข้องในชุมชนตะโหมด ได้แก่ กลุ่มเครือข่ายการท่องเที่ยวชุมชน จำนวน 7 คน กลุ่มผู้นำชุมชน จำนวน 2 คน กลุ่มประชาชนในพื้นที่ จำนวน 3 คน รวมจำนวน 12 คน

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

ใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) ในลักษณะของข้อคำถามปลายเปิด (Open-end) ที่มีประเด็นครอบคลุมปัญหาและความต้องการ รูปแบบและแนวทางการพัฒนาการสื่อสารของกลุ่มเป้าหมายเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ใช้การสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ในชุมชนตะโหมด ทั้ง 3 กลุ่ม โดยการนัดหมายล่วงหน้า จำนวน 12 คน ในช่วงเดือนพฤษภาคมถึงเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2562

การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) ที่ได้จากการสัมภาษณ์ โดยกำหนดรหัสผู้ให้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์

ผลการวิจัย

1. บริบทชุมชนเพื่อการจัดการการท่องเที่ยว โดยชุมชนตะโหมด จังหวัดพัทลุง

ผลการวิจัย พบว่า เป็นชุมชนบนที่ราบเชิงเขา รายล้อมด้วยแนวเทือกเขาบรรทัด พื้นที่เป็นที่ราบสลับกับเขาเตี้ย ๆ ปกคลุมด้วยต้นไม้หน้อยใหญ่แซมด้วยสายน้ำ ลำธาร ที่นี้พี่น้องชาวไทยพุทธและมุสลิมอาศัยอยู่ร่วมกันด้วยความปรองดองมาเนิ่นนานจนถูกขนานนามว่า “ชุมชนสองศาสนา” นักท่องเที่ยวสามารถค้นหาประสบการณ์ใหม่ เรียนรู้วิถีที่แตกต่าง ออกผจญภัยทางเรือล่องไปในสายน้ำ ลิ้มรสอาหารปักษ์ใต้เมนูแปลกตา ประเพณีครัวร้อยสาย อาหารจากปิ่นโตละลานตา เรียนรู้ภูมิปัญญาที่ผ่านการสั่งสมมาอย่างยาวนาน

ทรัพยากรการท่องเที่ยวในชุมชนตะโหนดที่สำคัญ มีดังต่อไปนี้

1. ทรัพยากรธรรมชาติ ชุมชนตะโหนดมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่อยู่ในพื้นที่ที่สามารถนำมาเป็นจุดขายด้านการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 1) น้ำตกลานหม่อมจ้อย เป็นน้ำตกที่อยู่ท่ามกลางป่าที่ร่มรื่น ลักษณะของน้ำตก จะแบ่งเป็นชั้น ๆ แต่ละชั้นมีชื่อต่างกัน มีแอ่งน้ำที่สามารถเล่นน้ำได้ 2) อ่างเก็บน้ำเขาหัวช้าง มีทัศนียภาพที่สวยงามเหมาะสำหรับการท่องเที่ยว 3) จุดชมวิวกวนตาคม เป็นลานเปิดโล่ง มีลมพัดตลอดเวลา มีความหนาวเย็นกำลังดี สามารถขึ้นมาชมวิวกวบ 360 องศาได้ ทั้งยามเช้าและ ยามเย็น และ 4) น้ำตกลาดเตย ที่อยู่ท่ามกลางผืนป่าเขียวขจีมีน้ำใสไหลเย็นตลอดทั้งปี สามารถศึกษาพรรณไม้ของป่าดิบชื้น ในภาคใต้ที่แปลกตา

การมีจุดขายที่เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยว ที่โดดเด่นและดึงดูดใจให้ผู้คนเข้ามาท่องเที่ยวในชุมชนได้นั้น ต้องมีการบริหารจัดการที่เหมาะสม ทุกภาคส่วนต้องให้ความสำคัญ ต้องสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ การแลกเปลี่ยนความรู้และวัฒนธรรมชุมชนในกระบวนการท่องเที่ยว รวมทั้งการมีส่วนร่วมในการวางแผนพัฒนา และให้การสนับสนุนสถาบันการศึกษา ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ให้มีส่วนร่วม ในการเป็นศูนย์กลางการส่งเสริม สนับสนุน และ ดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการทรัพยากร การท่องเที่ยว ร่วมสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน ในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว และทรัพยากร เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน จากการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 12 ท่าน สรุปได้ว่า

“ชุมชนตะโหนดเป็นสถานที่ท่องเที่ยว ที่มีการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในพื้นที่เข้าด้วยกัน เช่น ชมพระอาทิตย์ขึ้นจุดชมวิวกวนตาคม การชมพระอาทิตย์ตกที่อ่างเก็บน้ำเขาหัวช้าง น้ำตกหม่อมจ้อย ลักการะสังคังดีสิทธิ์พ่อท่านช่วย วัดตะโหนด น้ำตกลาดเตย การเดินป่าเขาเจ็ดยอด”

2. ทรัพยากรประเภทสิ่งปลูกสร้างในชุมชน ที่สามารถนำมาเป็นจุดขายด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ 1) วัดตะโหนด เป็นวัดเก่าแก่ มีอายุกว่า 100 ปี เป็นศูนย์กลางของชุมชน บ้านตะโหนดมาตั้งแต่สมัยประวัติศาสตร์ มีกำเนิดและพัฒนาร่วมกับ การเจริญเติบโตของชุมชน สภาพแวดล้อม มีธรรมชาติ ป่าเขา ธารน้ำตก ที่ร่มเย็นและได้รับการดูแลให้เป็นระเบียบสวยงามอยู่เสมอ เป็นศูนย์รวมใจ และเป็นศูนย์กลางการพัฒนาของชุมชน ทั้งด้านสังคม การศึกษา ประเพณีวัฒนธรรม ตลอดถึงด้านเศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม มีศิลปวัฒนธรรม ทางด้านประวัติศาสตร์ โบราณคดี วัฒนธรรม ศิลปกรรม สถาปัตยกรรม รวมทั้งเชื่อมโยง ความเป็นมาทางวัฒนธรรมกับชุมชน และการ

ตั้งถิ่นฐานของชุมชน ทำให้เหมาะสำหรับนักท่องเที่ยว เพื่อการหาความรู้ และการพักผ่อนหย่อนใจ และ 2) ศูนย์รวมใจ สองศาสนา ซึ่งเป็นศูนย์กลางหลักของคนในชุมชน เป็นจุดเชื่อมแห่งความรัก ความสัมพันธ์ เป็นศูนย์รวมน้ำใจ เป็นแหล่งบ่มเพาะปัญญาให้คนในชุมชน โดยมีความเชื่อกันว่า เป็นสถานที่อันศักดิ์สิทธิ์มาก เป็นผู้ปกป้องรักษาและคุ้มครองชาวตะโหนดให้อยู่เย็นเป็นสุข จากการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 12 ท่าน สรุปได้ว่า

“วัฒนธรรมสองศาสนา ที่เป็นลักษณะเด่นของชุมชนตะโหนด คือ “ประเพณีงานบุญสองศาสนา” ณ ศูนย์รวมใจไทยพุทธ-มุสลิม ซึ่งเป็นที่ตั้งของหลุมฝังศพ “ทวดโต๊ะละหมาด” เป็นสถานที่อันศักดิ์สิทธิ์ เป็นผู้ปกป้องรักษา และคุ้มครองชาวตะโหนดให้อยู่เย็นเป็นสุข โดยจะจัดงานในวันที่ 15 เมษายนของทุกปี เพื่อให้ลูกหลาน อยู่ร่วมงานพร้อมหน้าพร้อมตากัน”

3. แหล่งเรียนรู้ท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการดูงานด้านการเลี้ยงผึ้ง ได้แก่ 1) สวนตานัง เป็นสวนเศรษฐกิจพอเพียง ที่เปิดให้การเรียนรู้แก่ผู้ที่สนใจ มีกิจกรรม หลายอย่างให้ทำ ทั้งชมสวน กินผักสด ๆ จุดเด่นของที่นี่ คือ การชิมชาชมสวน และ 2) กลุ่มเครือข่ายรักษผึ้งเขาบรรทัด มีจุดเรียนรู้ต่าง ๆ เช่น ฐานเรียนรู้การเลี้ยงผึ้งพันธุ์ ผึ้งโพรง ผึ้งชันโรงแบบธรรมชาติ และการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากผึ้งและผึ้งชันโรงแบบธรรมชาติ จากการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 12 ท่าน สรุปได้ว่า

“การดำเนินการตามแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อส่งเสริมให้มีการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า และ ยั่งยืน ส่งเสริมให้เกิดครัวเรือนเศรษฐกิจพอเพียงขึ้น ในพื้นที่ชุมชน มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับเครือข่ายที่อยู่นอกพื้นที่ และการพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืน”

2. รูปแบบการสื่อสารเพื่อการจัดการ การท่องเที่ยวชุมชนตะโหนด จังหวัดพัทลุง

ผลการวิจัย พบว่า การสื่อสารเพื่อการจัดการการท่องเที่ยว โดยชุมชนตะโหนด จังหวัดพัทลุง ต้องอาศัยรูปแบบการสื่อสารในหลากหลายช่องทาง เพราะให้ผลทางการสื่อสารที่แตกต่างกัน การเลือกใช้รูปแบบการสื่อสารที่สามารถส่งถึงผู้รับได้อย่างมีประสิทธิภาพ หรือส่งสารได้ในปริมาณมากพอ กับความต้องการของผู้รับสาร ก็นับว่าเป็นรูปแบบที่เหมาะสม

การสื่อสารเพื่อการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนตะโหนด ได้มีการใช้การสื่อสาร ใน 2 รูปแบบ ได้แก่ 1) การสื่อสารโดยใช้สื่อดั้งเดิม ประกอบด้วย สื่อบุคคล สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อสิ่งพิมพ์ การสื่อสารแบบป้าย สื่อกิจกรรม และ 2) การสื่อสารในการใช้สื่อใหม่ ประกอบด้วย สื่อเว็บไซต์ และสื่อสังคมออนไลน์

การสื่อสารเพื่อการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนตะโหนด ใช้แบบดั้งเดิม เพื่อประชาสัมพันธ์ชุมชน สร้างกระแส

ความสนใจ สร้างการรับรู้ข้อมูลในการมาท่องเที่ยวในชุมชน เพราะเป็นสื่อที่เข้าถึงผู้บริโภคมายาวนานหลายทศวรรษ และยังคงเป็นช่องทางที่พบมากที่สุดในชีวิตประจำวัน เพื่อสร้างความรับรู้ให้กับบุคคลภายนอกชุมชนว่า ชุมชนตะโหนดมีทรัพยากรที่สำคัญทางด้านการท่องเที่ยว มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและมีความสวยงาม ความบริสุทธิ์ วัฒนธรรมประเพณี ที่สำคัญ อาหารการกิน อธิปไตยของชุมชน ที่ล้วนแต่เป็นสิ่งที่ดึงดูดให้เกิดการเดินทางไปเยี่ยมเยือน โดยการบอกเล่าเรื่องราวของคนในชุมชนเอง

ส่วนการสื่อสารแบบสื่อใหม่ ในการสื่อสารเพื่อการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนตะโหนด มีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของชุมชน ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตจำนวนมาก ผ่านเอกสารและสื่อประสมต่าง ๆ เช่น ภาพ เสียง ข้อความ ผ่านหน่วยงาน หรือองค์กรต่าง ๆ ที่เข้ามาดำเนินงาน จัดกิจกรรมศึกษาดูงาน หรือเข้ามาท่องเที่ยวในชุมชนสามารถตรวจสอบรายการท่องเที่ยวหรือกิจกรรมที่น่าสนใจ เป็นต้น

ส่วนการสื่อสารแบบสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ได้นำมาใช้ในการสนับสนุนกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวชุมชน โดยปรับรูปแบบให้เหมาะสมกับงานด้านการท่องเที่ยวในทุกมิติ ทั้งรูปแบบ เทคนิค วิธีการ รวมทั้งกลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อเสริมภาพลักษณ์ที่ดี และมีประสิทธิภาพ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้เป็นสื่อในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์และศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นกลไกสำคัญที่นำไปสู่การยกระดับนักท่องเที่ยวและผู้ให้บริการให้เป็นผู้มีส่วนร่วมในการสื่อสาร

3. แนวทางการพัฒนาการสื่อสาร เพื่อการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนตะโหนด จังหวัดพัทลุง

ผลการวิจัย พบว่า การสื่อสารเพื่อการจัดการ การท่องเที่ยวโดยชุมชนตะโหนด จังหวัดพัทลุง ควรมี 2 แนวทาง ดังนี้

1. แนวทางการพัฒนาการใช้สื่อในการท่องเที่ยวโดยชุมชน

1.1 การสื่อสารโดยใช้สื่อดั้งเดิม ชุมชนต้องมีการพัฒนาศักยภาพในด้านการใช้สื่อ ได้แก่ 1) สื่อบุคคล มีการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรม การท่องเที่ยว โดยเฉพาะคนรุ่นใหม่ 2) สื่อกิจกรรม ควรมีหลากหลายรูปแบบให้สอดคล้องกับอัตลักษณ์ของชุมชน 3) สื่อสิ่งพิมพ์ต้องดำเนินการในหลายรูปแบบ เพื่อให้ข้อมูลการท่องเที่ยวเผยแพร่ ลงในสื่อสิ่งพิมพ์ วารสาร ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน และ 4) สื่อวิทยุกระจายเสียง ต้องนำเสนอเนื้อหาด้านการท่องเที่ยวและบริการด้านต่าง ๆ

1.2 การสื่อสารโดยใช้สื่อใหม่ ชุมชนต้องมีการพัฒนาศักยภาพในด้านการใช้สื่อ ได้แก่ 1) สื่อเว็บไซต์

ชุมชนต้องพัฒนาเว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลการท่องเที่ยว ให้ทันสมัย สร้างการรับรู้กิจกรรม มีการปรับปรุง อย่างต่อเนื่อง และ 2) สื่อสังคมออนไลน์ ต้องมีการนำเสนอกิจกรรมและสถานที่ท่องเที่ยวในชุมชน ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ทั้งเฟซบุ๊ก กลุ่มไลน์ วิตโอออนไลน์ (ยูทูบ) เพราะเป็นช่องทางที่เข้าถึงง่าย ตรงกลุ่มเป้าหมาย และค่าใช้จ่ายน้อย

2. แนวทางการพัฒนาด้านการจัดการการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ชุมชนต้องให้ความสำคัญกับ 1) การสร้างเครือข่ายการสื่อสาร 2) การจัดทำแผนผัง และกิจกรรม การท่องเที่ยวที่สำคัญของชุมชน 3) การพัฒนาระบบ การจัดการสื่อสาร และการประชาสัมพันธ์กิจกรรม เพื่อสร้างการรับรู้ อย่างต่อเนื่อง และ 4) การสร้างการมีส่วนร่วมกับกลุ่มเป้าหมาย ทั้งด้านแนวคิด การดำเนินงาน ให้สอดคล้องกับความต้องการของชุมชน

อภิปรายผลการวิจัย

1. บริบทชุมชนเพื่อการสื่อสารการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนตะโหนด จังหวัดพัทลุง

จากผลการวิจัย พบว่า ชุมชนตะโหนดมีศักยภาพ มีความพร้อมในการรองรับการท่องเที่ยว มีสิ่งอำนวยความสะดวกรองรับนักท่องเที่ยว และการจัดการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงชุมชนตะโหนดด้วยการเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว และ รถโดยสารประจำทาง สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ตลอดปี มีปัจจัยอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวและ มีความปลอดภัยในชุมชน

ทรัพยากรการท่องเที่ยวชุมชน สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเยี่ยมชม โดยเฉพาะทรัพยากรประเภท ประเพณีศิลปวัฒนธรรมและกิจกรรมประเภท ภูมิปัญญาพื้นบ้าน วิถีชีวิตและการประกอบอาชีพ โบราณสถานและโบราณวัตถุ นอกเหนือไปจากทรัพยากรธรรมชาติ คือ ภูเขาและน้ำตก

วัฒนธรรมชุมชน มีเอกลักษณ์เฉพาะ กล่าวคือ ประชากรในชุมชนนับถือศาสนาพุทธและศาสนาอิสลาม แต่สามารถอยู่ร่วมกันได้โดยสันติสุข มีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ต่อกันอย่างดียิ่ง สามารถเป็นแบบอย่างให้ชุมชนต่าง ๆ เข้ามาศึกษาได้

ภูมิปัญญาชุมชน ชุมชนบ้านตะโหนดมีทุนบุคคลที่เป็นพระสงฆ์ ปราชญ์ชาวบ้าน ครู ผู้นำชุมชน ที่สามารถให้ความรู้ และถ่ายทอดประสบการณ์ที่มีอยู่ ให้เป็นประโยชน์แก่นักท่องเที่ยว การจัดการชุมชน คนในชุมชน มีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมต่าง ๆ และกำหนดทิศทางในการท่องเที่ยวชุมชน มีกฎกติกาในการอยู่ร่วมกัน เปิดโอกาสให้คนในชุมชน

มีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมและมีการกระจายรายได้ให้แก่คนในชุมชนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kasemsuk (2018) พบว่า สิ่งสำคัญในการกระตุ้นและสร้างแรงจูงใจให้ประชาชนในสังคมหรือชุมชนได้รับความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการพัฒนาที่เหมาะสมนั้น จำเป็นต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของประชาชน (Public Participation) เข้ามาเกี่ยวข้องด้วย เพราะถือว่าเป็นส่วนที่จะช่วยให้กระบวนการสื่อสารหรือการแลกเปลี่ยนข่าวสารกันระหว่างสมาชิกในชุมชนเป็นไปได้อย่างสะดวกขึ้น

2. รูปแบบการสื่อสารเพื่อการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนตะโหนด จังหวัดพัทลุง

จากผลการวิจัย พบว่า การสื่อสารโดยการใช้สื่อดั้งเดิมเป็นการนำเสนอแหล่งท่องเที่ยว และประชาสัมพันธ์จุดท่องเที่ยวผ่านสื่อสารมวลชน ทั้งทางวิทยุและโทรทัศน์ และยังเป็นการสื่อสารทางเดียว ส่วนการสื่อสารโดยการใช้สื่อใหม่ เป็นการใช้สื่อประเภทออนไลน์ ทำให้สามารถสื่อสารถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็วและเป็นการสื่อสารสองทางที่ผู้รับสารสามารถสื่อสารกลับได้ทันที สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kuldilok (2017) พบว่า สื่อใหม่เป็นกลไกสำคัญในการเชื่อมต่อผู้คนธรรมดาให้กลายเป็นสังคมทางความคิดที่มีพลังอันแข็งแกร่ง จนกระทั่งสามารถเคลื่อนไหวและเกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคมได้โดยมีการร่วมมือกันอย่างกว้างขวางและรวดเร็วกว่าที่เคยเป็นมา

การดำเนินการสื่อสารเพื่อการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนตะโหนด จังหวัดพัทลุง นอกจากการเผยแพร่ข้อมูลผ่านรูปแบบการสื่อสาร แบบดั้งเดิมแล้ว ยังมีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของชุมชนผ่านการใช้สื่อใหม่ในสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อเป็นช่องทางประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวชุมชน และใช้การบอกต่อของนักท่องเที่ยว ที่ได้มาท่องเที่ยวในชุมชนบอกต่อไปในสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งทำให้ผู้ใช้บริการมีส่วนร่วมในการสื่อสาร ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงการสื่อสารเพื่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว สอดคล้องกับงานวิจัยของ Eiamrit (2016) พบว่า เครือข่ายสังคมออนไลน์ เป็นเสมือนพื้นที่สาธารณะที่คนทั่วโลกสามารถติดต่อสื่อสารกันได้ และแบ่งปันข้อมูลให้กับผู้อื่น ที่อยู่ในเครือข่ายผ่านทางอินเทอร์เน็ต และสื่อสังคมออนไลน์ หลายประเภท เช่น เว็บบล็อก เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ เว็บไซต์แบ่งปันวิดีโอ ไมโครบล็อก และสารานุกรมเสรี เป็นต้น ซึ่งเป็นช่องทางการสื่อสารในกลุ่มคนจำนวนมากในเวลาอันรวดเร็ว เมื่อเทียบกับสื่อหลัก และกระแสความนิยมในการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ ที่สามารถเชื่อมโยงและชักชวนสมาชิกใหม่ ๆ เข้ามาในสังคมออนไลน์ได้โดยง่าย

3. แนวทางการพัฒนาการสื่อสารเพื่อการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนตะโหนด จังหวัดพัทลุง

จากผลการวิจัย พบว่า แนวทางในการพัฒนาการสื่อสารเพื่อการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนตะโหนด จังหวัดพัทลุง ให้เป็นชุมชนเพื่อการท่องเที่ยว ที่มีศักยภาพ มี 2 แนวทาง ได้แก่

3.1 การสื่อสารภายในชุมชน ต้องมีกลุ่มคนที่ทำงานด้านการสื่อสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน มีการฝึกฝนอบรมให้มีความรู้และทักษะในด้านการสื่อสาร ทั้งการส่งสารและการรับสาร การใช้เทคโนโลยีการสื่อสาร เช่น อินเทอร์เน็ต การใช้คอมพิวเตอร์ต่าง ๆ โดยเน้นความรู้และความเข้าใจในหลักการและวิธีการสื่อสารแบบสองทาง การสื่อสารแบบให้คนในท้องถิ่นมีส่วนร่วม และให้ความสำคัญของข้อมูลและแหล่งข้อมูลชุมชน ปรับกลยุทธ์การใช้สื่อและช่องทางที่หลากหลาย เพื่อผสมผสานการสื่อสาร ใช้การประสานแนวคิดระหว่างของเก่าและของใหม่ในการสื่อสาร และการสื่อสารที่พลิกแพลงและยืดหยุ่นตามบริบทชุมชน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Piemkaroon (2019) ที่ได้ศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านสื่อและการสื่อสาร เริ่มจากการเปลี่ยนผ่าน ของเทคโนโลยีสื่อสารที่รวดเร็ว เข้าสู่ยุคที่เรียกว่า Internet of Things ยุคแห่งการเชื่อมต่อ หลอมรวม บูรณาการ ตลอดจน การข้ามสื่อ อีกทั้งยังส่งผลต่ออุตสาหกรรมสื่อและระบบการโฆษณาที่ต้องพัฒนาและปรับตัวตามการเปลี่ยนแปลง ผู้ผลิตสื่อท่องเที่ยวในฐานะ ผู้ส่งสารก็ต้องมีการปรับกลยุทธ์ ปรับการนำเสนอเนื้อหา ประยุกต์การใช้สื่อท่องเที่ยวต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับความเป็นไปของภูมิทัศน์สื่อ ตลอดจนผู้รับสาร ในฐานะ ผู้เสพสื่อที่ไม่อาจจะเสพสื่อประเภทใดก็ตาม มักมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอยู่ตลอดเวลาอย่างมีนัยสำคัญ

3.2 การสื่อสารกับผู้เกี่ยวข้องภายนอกชุมชน ชุมชนตะโหนดต้องพัฒนาศักยภาพ ด้านการสื่อสาร การท่องเที่ยวกับองค์กรหรือบุคคลภายนอก เช่น หน่วยงานภาครัฐ ซึ่งมีบทบาทในการสนับสนุนให้ความช่วยเหลือ การจัดสรรงบประมาณ เพื่อการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ให้สอดคล้องกับความต้องการของชุมชน มีการสนับสนุนเงินทุนและงบประมาณผ่านหน่วยงานที่มีหน้าที่ดูแลหรือเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ในการส่งเสริมให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยว เพื่อให้ชุมชนสามารถพัฒนาศักยภาพทางการท่องเที่ยว สอดคล้องกับงานวิจัยของ Chimplee (2016) พบว่า แนวทางการพัฒนาหมู่บ้านท่องเที่ยวต้องมีการพัฒนาศักยภาพและการวางรูปแบบการบริหารจัดการหมู่บ้าน แกะไขจุดอ่อนของหมู่บ้าน โดยหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องรวมถึงผู้ที่มี

ประสบการณ์ หรือเชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว มาร่วมเป็นแรงสำคัญ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว ของหมู่บ้านให้มีความรู้ ร่วมคิด ร่วมสร้าง ร่วมวางแผน โดยต้องยึดว่า ทุกกระบวนการของการพัฒนาต้องให้ชาวบ้านเป็นผู้ร่วม ลงมือปฏิบัติเองทุกขั้นตอน

สรุป

ปัจจุบันมีการใช้เทคโนโลยีสื่อสาร ในชีวิตประจำวันมากขึ้น โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มีการแข่งขันทางการตลาดสูง ผู้เกี่ยวข้องในภาคกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการท่องเที่ยวชุมชน จึงต้องเร่งสร้างความแตกต่าง สร้างเอกลักษณ์ จุดเด่น หรือจุดขายของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเพณี ศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาพื้นบ้าน และวิถีชีวิตชุมชน การพัฒนาศักยภาพด้านการสื่อสารของชุมชน ตะโหนด ด้วยกิจกรรมการสร้างเสริมความสามารถ ด้านการสื่อสาร จึงเป็นอีกแนวทางหนึ่งที่ผู้ประกอบการ การท่องเที่ยวชุมชน สามารถนำมาปรับใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็น การจัดทำ นำเสนอข้อมูลการท่องเที่ยวผ่านเว็บไซต์ เว็บบล็อก เครือข่ายสังคม แอปพลิเคชันต่าง ๆ สำหรับการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนตะโหนด จังหวัดพัทลุง เกิดขึ้นจากความต้องการของคนในชุมชน ที่ต้องการที่จะพัฒนาชุมชน ให้เป็นชุมชนท่องเที่ยว โดยนำทรัพยากรการท่องเที่ยว ที่มีอยู่ในชุมชน ไม่ว่าจะเป็นทรัพยากรทางธรรมชาติ ทุนภูมิปัญญาท้องถิ่น ทุนทางด้านวัฒนธรรมประเพณี และทุนที่เป็นทรัพยากรบุคคล ปราชญ์ชาวบ้าน รวมถึงเครือข่ายความสัมพันธ์ที่ดีในชุมชน มาจัดการประยุกต์ใช้เพื่อพัฒนาต่อยอด จัดระบบ และกระบวนการที่เหมาะสม เพื่อสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว องค์ประกอบสำคัญในกระบวนการจัดการการสื่อสาร เพื่อการจัดการการท่องเที่ยว เริ่มต้นจากการวิเคราะห์บริบทชุมชนและประเมินศักยภาพของชุมชน ออกแบบกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม เพื่อตอบสนองต่อความต้องการใช้สื่อของชุมชนอย่างแท้จริง โดยให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการออกแบบเนื้อหากิจกรรม และได้รับการสนับสนุน การพัฒนาศักยภาพในการเป็นนักสื่อสารชุมชน ที่มีความรู้และทักษะ ในด้านการสื่อสาร ทั้งการส่งสาร และการรับสารต่าง ๆ ด้านแนวทางการพัฒนารูปแบบ การสื่อสาร ต้องอาศัยความร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และคนในชุมชน สื่อมวลชน ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว สถาบันการศึกษาโดยยึดหลักการ 3 ข้อ ขององค์การยูเนสโก ได้แก่ 1) การเข้าถึง (Access) หมายถึง ประชาชนมีสิทธิในการเข้าถึงการให้บริการต่าง ๆ แก่ชุมชน สิทธิในการเข้าถึงสื่อประเภทต่าง ๆ และ สิทธิในการเลือกรับข่าวสารที่เป็นประโยชน์แก่ตนเอง รวมถึงการมีช่องทาง

ให้ประชาชนได้แสดงความคิดเห็นต่อสาธารณะ 2) การบริหารจัดการตนเอง (Self-Management) หมายถึง ประชาชนสามารถ เข้าไปมีส่วนร่วมในระบบการสื่อสารในทุกระดับ ตั้งแต่ การร่วมคิดร่วมวางแผนการสื่อสารภายในชุมชน ร่วมบริหารจัดการจนถึงร่วมในกระบวนการผลิตสื่อภายในชุมชน และ 3) การมีส่วนร่วม (Participation) หมายถึง กระบวนการตัดสินใจของประชาชนในชุมชน ที่มีสิทธิในการตัดสินใจ ด้วยตนเองในระดับต่าง ๆ ตั้งแต่ การคิด การกำหนดนโยบาย การวางแผน และการจัดสรรงบประมาณ รวมถึงการร่วมรับผลประโยชน์รูปแบบต่าง ๆ เพื่อให้ชุมชนสามารถวางแผนการใช้รูปแบบการสื่อสารทั้งการใช้สื่อดั้งเดิมและการใช้สื่อใหม่ และหาแนวทางการพัฒนา การสื่อสารได้อย่างเหมาะสม และประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

ข้อเสนอแนะ

แนวทางการพัฒนาการสื่อสารในการจัดการท่องเที่ยว โดยชุมชนตะโหนดมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

องค์กรภาครัฐและภาคเอกชน ต้องให้ความสำคัญกับนโยบายการประชาสัมพันธ์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว และควรมีการจัดทำแผนงานประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวในระยะยาว เน้นการนำเสนอเอกลักษณ์ วัฒนธรรม ควบคู่ไปกับ การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและธรรมชาติ เพื่อให้การท่องเที่ยวชุมชนเติบโตอย่างยั่งยืน

2. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

ต้องส่งเสริมการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน ให้มีการสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว การบรรจุแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ชุมชนใกล้เคียงในโปรแกรมการท่องเที่ยวเพื่อสร้างแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวชมมากขึ้น และมีการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวกับผู้ประกอบการที่อยู่ในพื้นที่ใกล้เคียง เพื่อการแลกเปลี่ยนและพัฒนาร่วมกัน

3. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

3.1 ควรมีการศึกษาด้านการสื่อสารของชุมชนท่องเที่ยวที่อยู่ใกล้เคียงโดยรอบ เพื่อพัฒนาส่งเสริม และขยายเครือข่ายชุมชนด้านการท่องเที่ยว

3.2 ควรมีการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อสำรวจความคิดเห็นของผู้รับสาร พฤติกรรมการท่องเที่ยว การรับรู้เพื่อทำความเข้าใจพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น และสามารถนำมาใช้ ในการออกแบบสารและเลือกช่องทางการสื่อสาร ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

References

- Chimlee, K. (2016). The development of village cultural tourism in Ban Takhu Pak Thong Chai District Nakhon Ratchasima Province. *Research Community Journal Nakhon Ratchasima Rajabhat University*, 10(1), 7-19. [in Thai]
- Eiamrit, W. (2016). Online social networks behavior and ethic of students in Burapha University. *Journal of Humanities and Social Sciences. Burapha University*, 24(46), 101-117. [in Thai]
- Kasemsuk, C. (2018). Public participation approach for sustainable community development. *Journal of Humanities and Social Sciences Burapha University*, 26(50), 169-186. [in Thai]
- Khunweechuay, M., & Sukphan, N. (2011). Cultural compatibility between Thai – Buddhist and Thai – Muslim in Province of Pattalung. *Academic Journal Nakhon Si Thammarat Rajabhat University*, 30(1), 223-224. [in Thai]
- Kuldilok, P. (2017). Social movement via new media in the age of globalization. *Journal of Humanities and Social Sciences Burapha University*, 25(49), 59-77. [in Thai]
- Piemkaroon, P. (2019). Media Landscape under the tourism communication context. *Journal of Social Communication Innovation Srinakharinwirot University*, 7(1), 113-119. [in Thai]
- Servaes, J., Jacobson, T. A., & White, S. A. (1996). *Participatory Communication for Social Change*. California: Sage.
- Sitthanon, K. (2016). Thai Tourists Lifestyle, media and purchasing intention for tourism products and services. *Journal of Communication and Management NIDA*, 2(1), 1-17. [in Thai]
- Tancharoen, S. (2018). Community based tourism management and sustainable tourism development of Bangkantaek community Samut Songkhram Province. *Academic Journal Phetchaburi Rajabhat University*, 8(2), 32-41. [in Thai]