

การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน
กรณีศึกษาหมู่บ้านเสม็ดงาม จังหวัดจันทบุรี

Participatory Communication for the Development of Community-Based Tourism
at Samed Ngam Village Chanthaburi Province

สมพงษ์ เสงี่ยมณี¹ วิษเณศวร ทะกอง² เสาวนีย์ วรรณประภา³

ภารดี พึ่งสำราญ⁴ กาญจนา สมพันธ์⁵

Sompong Sengmanee, Wikhanesuan Tagong, Saowanee Wannaprapa,

Paradee Phuengsamran and Kanchana Somphuen

Article History

Received: December 4, 2020

Revised: December 30, 2020

Accepted: January 18, 2021

บทคัดย่อ

งานวิจัยชิ้นนี้เป็นงานวิจัยคุณภาพที่มุ่งเน้นการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนของหมู่บ้านเสม็ดงาม จังหวัดจันทบุรี โดยเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 15 คน ได้แก่ ผู้นำชุมชน หน่วยงานภายนอกที่เกี่ยวข้อง และนักท่องเที่ยว และนำมาวิเคราะห์เนื้อหา โดยผลวิจัยพบว่า การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนของหมู่บ้านเสม็ดงาม เป็นรูปแบบทิศทางการสื่อสารแบบการสื่อสารสองทาง ทั้งการสื่อสารแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถสลับหน้าที่กันได้ โดยต้องมีทักษะการสื่อสารที่ดี แลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน รับฟังความคิดเห็นของกันและกัน ควรมีความหลากหลายของสมาชิกหรือผู้เข้าร่วม เพื่อจะได้สะท้อนความคิดเห็นต่าง เนื้อหาของสารประกอบไปด้วยเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาความรู้ด้านต่าง ๆ ในชุมชน ช่องทางการสื่อสารเป็นลักษณะเป็นทางการและไม่เป็นทางการ โดยช่องทางที่ผ่านทางบุคคลมีความสำคัญที่สุด การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนต้องทำความเข้าใจเกี่ยวกับบริบทของชุมชนท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดการสื่อสารที่เข้าใจมากยิ่งขึ้น

คำสำคัญ: การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม การท่องเที่ยวชุมชน

¹⁻⁵ สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

Mass Communication Program, Faculty of Communication Arts, Rambhai Barni Rajabhat University

*Corresponding author Email: Sompong.s@rbru.ac.th

Abstract

This qualitative research examines the role of participatory communication in the development of community-based tourism at Samed Ngam Village Chanthaburi Province. Primary data were collected from 15 community leaders, external organizations, and tourists. The researchers Qualitatively analyzed the data. Study results showed that participatory communication for the development of community-based tourism at Samed Ngam Village used two-way communication where participants switched between roles as senders and receivers. This required participants to have string communication skills, exchange ideas, listen to each other's opinions, and learn from each other. To reflect different opinions, membership should be diverse. The content of participants' communication included travel-related content and content related to the development of knowledge in various domains that were relevant of the community. Communication had formal and informal aspects. Furthermore, the channel through which people communicated was most important. Participatory communication for community- based tourism development requires for people to understand the local context in order achieve greater understanding.

Keyword: participatory communication, community- based tourism

บทนำ

ปัจจุบันนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการแสวงหาประสบการณ์ที่มากกว่าการท่องเที่ยวรูปแบบเดิม ๆ โดยต้องการสัมผัสวิถีชีวิตผู้คนและประเพณีท้องถิ่นอย่างแท้จริง มากกว่าการเยี่ยมชม สถานที่ท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว ซึ่งเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่กำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างสูง ในปัจจุบัน แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวรูปแบบใหม่และการจัดสรร แพคเกจการท่องเที่ยวที่สามารถให้ประสบการณ์นักท่องเที่ยวสอดคล้องกับความต้องการด้วย การร่วมมือกับชุมชนท้องถิ่น (คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, 2562) การท่องเที่ยวในชุมชน (Community Tourism) เป็นการท่องเที่ยวทางเลือกใหม่ที่ให้ ความสำคัญเรื่องการพัฒนาที่ควบคู่ ไปกับการอนุรักษ์ทรัพยากร ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นบทบาท ของคนในชุมชนท้องถิ่นต่อการจัดการท่องเที่ยว ในพื้นที่ที่เป็น แหล่งท่องเที่ยว ซึ่งเรียกการท่องเที่ยวที่มีชุมชนเป็นจุดสำคัญว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Base Tourism) ที่ตั้งอยู่บนความคิดว่า ชุมชนหรือคนในท้องถิ่นเป็นเจ้าของทรัพยากร การท่องเที่ยว ดังนั้นชุมชน ควรเข้ามามีส่วนร่วมมีบทบาทในการกำหนดทิศทางการอนุรักษ์ การจัดการทรัพยากร

รวมถึงได้รับประโยชน์ จากการท่องเที่ยวนี้ด้วย (พจนา สวนศรี, 2554)

ดังนั้น การท่องเที่ยวชุมชน จึงเป็นเครื่องมือสร้างความเข้มแข็งขององค์กรชาวบ้านในการจัดการทรัพยากร ธรรมชาติและวัฒนธรรม โดยกระบวนการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ให้ชุมชนได้มีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางการพัฒนาและได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยว การที่จะให้ชุมชน ดำเนินการท่องเที่ยวตามหลักการดังกล่าวข้างต้น มีความจำเป็นที่จะต้องเตรียมความพร้อมและสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนในการ จัดการการท่องเที่ยว ในขณะที่เดียวกันก็ต้องรณรงค์กับคนในสังคมให้เห็นความแตกต่างของการท่องเที่ยว โดยชุมชนกับการท่องเที่ยวทั่วไป กระตุ้นให้คนในสังคมเห็นความสำคัญและเป็นนักท่องเที่ยวที่สนใจการแลกเปลี่ยน เรียนรู้ระหว่างเจ้าของบ้านกับผู้มาเยือน นอกจากนี้ยังเป็นการเพิ่มการรับรู้และความเข้าใจในบทบาทของชุมชนท้องถิ่นต่อ การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและเป็นการปลุกใจหรือสนับสนุนให้เกิดความต่อเนื่องในการทำงานอนุรักษ์ทั้งด้านธรรมชาติและวัฒนธรรม ชุมชนเสม็ดงาม ตำบลหนองบัว อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี เป็นอีกที่หนึ่งที่มีความน่าสนใจ เนื่องจากได้รับการรับการส่งเสริมให้เป็นหมู่บ้าน D-HOPE เพื่อพัฒนาความสามารถของชุมชนในการรองรับ

นักท่องเที่ยวที่ดี ของกรมพัฒนาชุมชน เนื่องจากเป็นชุมชนที่มีศักยภาพที่พร้อมและสถานที่ท่องเที่ยวที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นทางประวัติศาสตร์ : ศาลสมเด็จพระเจ้าตากสิน, ทางธรรมชาติ : สวนพฤกษศาสตร์นานาชาติเฉลิมพระเกียรติ ร.๙, หรือผลิตภัณฑ์ของชุมชนที่มีชื่อเสียง : เสื้อหมี่ดงาม, มะม่วงหมี่ดงาม เป็นต้น และมีนักท่องเที่ยวเข้ามาอย่างต่อเนื่อง

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นจะเห็นได้ว่าการสื่อสารเข้ามามีบทบาทในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างชัดเจน ผู้วิจัยจึงมีความสนใจการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนของหมู่บ้านหมี่ดงามจังหวัดจันทบุรี รวมถึงการสื่อสารต่อนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวที่ชุมชนหมี่ดงาม และยังสอดคล้องกับยุทธศาสตร์แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2560 ถึง 2564 ในยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาแหล่งสินค้า บริการ ความสะดวก และการสร้างความสัมพันธ์ ให้กับการท่องเที่ยวไทย การกระตุ้นการเดินทางของนักท่องเที่ยว กลุ่มกระแสหลัก การสร้าง มูลค่าเพิ่มสินค้าการท่องเที่ยวและเพิ่มขีดความสามารถทาง การแข่งขันทางการตลาด (กรมการท่องเที่ยว, 2560) นอกจากนี้การศึกษาในครั้งนี้สามารถเป็นประโยชน์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนบ้านหมี่ดงามและเป็นแบบอย่างในการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนอื่น ๆ ได้อีกด้วย

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมภายในชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนหมี่ดงาม
2. เพื่อศึกษาการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมภายนอกชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนหมี่ดงาม
3. เพื่อศึกษาการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมต่อนักท่องเที่ยวชุมชนหมี่ดงาม

นิยามศัพท์

1. กระบวนการสื่อสารของหมู่บ้านเพื่อการท่องเที่ยว
หมายถึง ขั้นตอนของการสื่อสาร ที่ประกอบ ไปด้วยส่วนสำคัญ 4 ส่วนเป็นอย่างน้อย ได้แก่ ผู้ส่งสาร สาร ช่องทางการสื่อสาร และผู้รับสาร

ผู้ส่งสาร หมายถึง บุคคลที่มีความต้องการส่งข่าวสารเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนหมี่ดงาม ไปยังบุคคลอื่น แบ่งตามประเภท

ได้แก่ ผู้ส่งสารที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ

สาร หมายถึง สิ่งที่ผู้ส่งสารส่งไปยังผู้รับสารเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนหมี่ดงาม

ช่องทางการสื่อสาร หมายถึง ช่องทางการสื่อสารที่ผู้ส่งสารเลือกใช้เพื่อส่งไปยังผู้รับสาร แบ่งตามประเภทของสื่อ ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ และการเลือกใช้ สื่อในการจัดสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนหมี่ดงาม

ผู้รับสาร หมายถึง บุคคลที่เป็นปลายทางของผู้ส่งสาร แบ่งตามประเภทของผู้รับสาร ตามเกณฑ์ทางสังคมและเกณฑ์ของสื่อ ปฏิกริยาตอบกลับของผู้รับสาร ได้แก่ ปฏิกริยาตอบกลับแบบทันทีทันใด ปฏิกริยาตอบกลับช้า

2. รูปแบบการสื่อสาร หมายถึง ทิศทางการไหลของข่าวสาร ได้แก่ การสื่อสารจากบน ลงล่าง การสื่อสารจากล่างขึ้นบนและการสื่อสารแนวระนาบ ทิศทางการสื่อสาร ได้แก่ การสื่อสารทาง เดียว และการสื่อสารสองทาง ลักษณะการสื่อสาร ได้แก่ การสื่อสารแบบเป็นทางการ การสื่อสารแบบ ไม่เป็นทางการ

3. การมีส่วนร่วม หมายถึง การที่ชุมชนหมี่ดงามและองค์กรภายนอกมีส่วนร่วม ตามกระบวนการมีส่วนร่วม สามารถแบ่งได้ 5 ด้าน ได้แก่

การมีส่วนร่วมในการวางแผน คือ มีบทบาทการวางแผน ตั้งแต่การวิเคราะห์ กำหนด ความสำคัญของปัญหา เป้าหมาย แนวทางการดำเนินงาน

การมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรม คือ การสนับสนุนด้านทรัพยากรต่าง ๆ และ การประสานความร่วมมือในการจัดกิจกรรมต่าง ๆ

การมีส่วนร่วมในการใช้ประโยชน์ คือ การจัดกิจกรรมที่ก่อให้เกิดประโยชน์ โดยเฉพาะด้านเพิ่มระดับการพึ่งตนเองและการควบคุมสังคม

การมีส่วนร่วมในการได้รับประโยชน์ คือ การแบ่งผลประโยชน์ต่าง ๆ ในการจัด กิจกรรมท่องเที่ยวอย่างยุติธรรม

การมีส่วนร่วมในการประเมินผล คือ การให้ทุกคนได้ทราบถึงปัญหาและอุปสรรค ต่าง ๆ เพื่อร่วมกันแก้ไขปัญหาในลำดับต่อไป

4. องค์กรภายนอก หมายถึง หน่วยงานภายนอกที่มีส่วนร่วมในการสนับสนุน การจัดการท่องเที่ยวชุมชนหมี่ดงาม ทั้งจากหน่วยงานรัฐ คือ พัฒนาชุมชนจังหวัดจันทบุรี, องค์กรบริหารส่วนตำบลหนองบัว

5. นักท่องเที่ยว หมายถึง ผู้ที่เดินทางมาท่องเที่ยวชุมชน
เสมอตาม

6. การท่องเที่ยวชุมชน หมายถึง การเรียนรู้ร่วมกันของ
คนในชุมชนท้องถิ่นและผู้มาเยือน ในการที่จะดูแลรักษาทรัพยากร
ด้านต่าง ๆ ของชุมชนที่มีอยู่แล้ว โดยมีชุมชนเป็นผู้บริหารจัดการ

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านพื้นที่ ขอบเขตพื้นที่การศึกษา หมู่บ้าน
เสม็ดงาม ตำบลหนองบัว อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัย มุ่ง
ศึกษาการท่องเที่ยวชุมชนแบบมีส่วนร่วม ภายใต้บริบทของการ
สื่อสาร โดยเน้นการศึกษาวิธีการสื่อสารภายใน ชุมชน และ
การสื่อสารขององค์กรภายนอกชุมชนที่มีส่วนร่วมในการจัดการ
การท่องเที่ยวชุมชน รวมถึงการสื่อสารต่อนักท่องเที่ยว ภายใต้
องค์ประกอบของการสื่อสาร ทั้ง ผู้ส่งสาร สาร ช่องทางการสื่อสาร
หรือสื่อ และผู้รับสาร

3. ขอบเขตด้านเวลา การศึกษาในครั้งนี้ผู้วิจัย เก็บข้อมูล
ช่วงเดือน มิถุนายน พ.ศ. 2563 - พฤศจิกายน พ.ศ. 2563

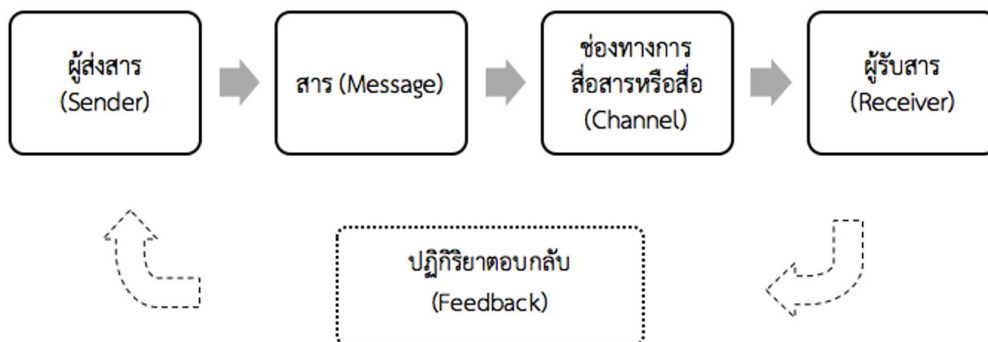
แนวคิดและทฤษฎี

แนวคิดทฤษฎีกระบวนการสื่อสาร กระบวนการ
สื่อสารนั้นจะต้องประกอบไปด้วยส่วนสำคัญ 4 ส่วนเป็นอย่างน้อย
ได้แก่ ผู้ส่งสาร (Sender) สาร (Message) ช่องทางการสื่อสาร
(Channel) และผู้รับสาร (Receiver) โดยแต่ละส่วนมีรายละเอียด
ดังภาพ

โดยใช้แนวคิดทฤษฎีกระบวนการสื่อสาร เป็นองค์
ประกอบหลักในการวิเคราะห์กระบวนการสื่อสารของการวิจัย
ในครั้งนี้

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวชุมชน เป็นเรื่องของ
การเรียนรู้ร่วมกันของคนในชุมชนท้องถิ่นและผู้มาเยือน ในการ
ที่จะดูแลรักษาทรัพยากรด้านต่าง ๆ ของชุมชนที่มีอยู่แล้ว ตลอด
จนเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชนให้เกิดความยั่งยืน อันเกิด
จากการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในชุมชน เพื่อประโยชน์แก่
ชุมชน กระบวนการเรียนรู้ของ CBT : มืองค์ประกอบที่สำคัญคือ
(องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่าง
ยั่งยืน, 2553) ศักยภาพของคน ศักยภาพของพื้นที่ การจัดการ
การมีส่วนร่วม

แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม การ
สื่อสารแบบมีส่วนร่วม เป็นกระบวนการ สื่อสารแบบสองทางใน
ลักษณะของการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร โดยทุกฝ่าย สามารถ
สลับบทบาท เป็น “ผู้ส่งสาร” และ “ผู้รับสาร” หรืออาจเรียกได้
ว่าเป็น “คู่สื่อสาร” ผ่านเวทีการสื่อสารใน หลากหลายรูปแบบ
โดยตั้งอยู่บนพื้นฐานของการเคารพความคิดเห็นของกันและกัน
ความเท่าเทียม กันและการทำงานร่วมกัน เพื่อนำข้อสรุปจาก
การสนทนาไปสู่การตัดสินใจดำเนินการ ต่าง ๆ ในชุมชนเพื่อ
การพัฒนาการท่องเที่ยว หลักการสำคัญของการสื่อสารแบบมี
ส่วนร่วม ประกอบด้วย 7 ประการ ดังต่อไปนี้ (ปาริชาติ สถาปิตา
นนท์, 2549) ความหลากหลายของผู้เข้าร่วม การเข้าถึงสื่อ ความ
เชื่อมั่นในศักยภาพของมนุษย์ ความโดดเด่นของสาร การปรึกษา
หารือ การสนับสนุน กระบวนการเชิงประชาธิปไตย



ภาพที่ 1 กระบวนการสื่อสาร

โดย กิติมา สุรสนธิ, ศุภกิจ แดงขาว และอนงค์ลักษณ์ สมแพง, 2557, กรุงเทพฯ:

คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับหมู่บ้าน บ้านเสม็ดงาม อำเภอมือ จังหวัดจันทบุรี สภาพภูมิประเทศ เป็นเกาะมีแม่น้ำล้อมรอบ สภาพภูมิประเทศโดยทั่วไปแบ่งออกเป็น เนินสูง น้ำกร่อย เหมาะกับการทำอาชีพเกษตรกรรม ชุมชนมีต้นทุนทางทรัพยากรธรรมชาติด้านสถานที่ท่องเที่ยว อุไรต่อเรือสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช ป่าชายเลนนานาชาติ ชมนกเหยี่ยวตามธรรมชาติ ซึ่งสามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ มีต้นทุนด้านสินค้าและผลิตภัณฑ์ในชุมชน โดยเฉพาะเสื้อเสม็ดงาม ที่มีลายเฉพาะเป็นเอกลักษณ์เป็นของหมู่บ้านเอง อีกทั้งกระบวนการผลิตตั้งแต่ต้นจนถึงแปรรูปเป็นสิ่งของเครื่องใช้ต่างๆ สามารถหาชมได้ในหมู่บ้านนี้ รวมไปถึงมีต้นทุนในการเป็นแหล่งเรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชน การทอเสื้อเสม็ดงาม การอนุรักษ์ป่าชายเลน รวมถึงภูมิปัญญาท้องถิ่นในหมู่บ้าน สามารถรองรับเป็นแหล่งศึกษาเรียนรู้ที่ดีของผู้มาเยือน (สำนักพัฒนาชุมชน อำเภอมือ, 2561)

วิธีการศึกษา

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยเลือกทำการวิจัยโดยใช้วิธีการสังเกตการณ์ (Observation) และการสัมภาษณ์ (In-Depth Interview) จากประชากรกลุ่มผู้ให้ข้อมูล 3 กลุ่ม กลุ่มละ 5 คน ได้แก่ กลุ่มผู้นำชุมชน กลุ่มหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และกลุ่มนักท่องเที่ยว เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสัมภาษณ์แบบปลายเปิด (Opened-Ends Interview) และการสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วม แนวคำถามจะอยู่ในรอบของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนของหมู่บ้านเสม็ดงาม จังหวัดจันทบุรี

ผลการวิจัย

การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมภายในชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนเสม็ดงาม จากการศึกษาการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมภายในชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนเสม็ดงาม พบว่าเป็นการสื่อสารในระดับกลุ่มที่ไม่มีบุคคลเยอะมากนัก สามารถควบคุมการสื่อสารได้ ซึ่งรูปแบบการสื่อสารจะเป็นแบบไม่เป็นทางการ สามารถสอบถาม ตอบกลับได้ มีการไหลเวียนของสารทั้งแบบบนลงล่าง จากผู้ใหญ่บ้าน ที่เป็นคนนำข่าวสารมาแจ้ง และล่างขึ้นบน ผู้คนในชุมชนสามารถถามหรือให้ข้อเสนอแนะได้ โดย

วิเคราะห์ตามกระบวนการสื่อสารได้ดังต่อไปนี้

ผู้ส่งสาร จากการศึกษาพบว่า การสื่อสารเพื่อที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนภายในชุมชน ต้องมีทักษะในการสื่อสารที่ดี และมีทัศนคติที่ดีต่อผู้รับสาร และรู้ถึงบริบทของชุมชน เสม็ดงาม สามารถแสดงออกทาง อวัจนภาษาได้ดี เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้จะมีข้อมูลที่ครบถ้วนแล้วการพูดให้ผู้ฟังนั้นเกิดความคิดคล้อยตาม ให้เกียรติกับผู้ฟัง ก็จะสามารถช่วยในการพัฒนาการท่องเที่ยวได้รวดเร็วยิ่งขึ้น

สาร ชุมชนเสม็ดงามได้แบ่งการท่องเที่ยวภายในชุมชน 3 ประเภทหลัก ได้แก่ 1 ประเภทเสื้อ ผลิตภัณฑ์ทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับเสื้อ ตั้งแต่ขั้นตอนปลูก เก็บเกี่ยว ไปจนถึงทำเป็นผลิตภัณฑ์ 2 ประเภทอาหารพื้นถิ่น และ 3 ท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ เนื่องจากการเป็นการท่องเที่ยวชุมชน มีความคิดที่หลากหลายในการนำเสนอสาร ที่ทางผู้นำชุมชนจึงต้องสร้างความเข้าใจและเรียงลำดับของสารให้น่าสนใจ เป็นระเบียบ

ช่องทางการสื่อสาร การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนเสม็ดงาม ใช้สื่อบุคคลเป็นหลักในการติดต่อสื่อสารในชุมชน และมีกลุ่มไลน์ ใช้ในการนัดประชุมในแต่ละครั้ง ซึ่งสามารถแบ่งช่องทางการสื่อสารออกเป็น ช่องทางการสื่อสารแบบเป็นทางการและช่องทางการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ โดยใช้ช่องทางการสื่อสารเป็นทางการในการประชุมระดมความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยว กิจกรรมของชุมชนต่างๆ เพื่อต้องการผลสรุปที่ชัดเจน และแผนงานที่สามารถดำเนินการร่วมกันได้ และช่องทางการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ จะใช้เมื่อหลังประชุมเสร็จ เป็นการถามข้อมูลเพิ่มเติม เพื่อให้เข้าใจมากยิ่งขึ้น โดยที่ไม่ได้คำนึงถึงตำแหน่งทางสังคม

ผู้รับสาร การสื่อสารภายในชุมชนเป็นแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ โดยสมาชิกนั้นมีบทบาททั้งเป็นผู้ส่งสารและผู้รับสารสลับกันแล้วแต่ภาวะ ซึ่งผู้รับสารส่วนใหญ่จะมีความสนใจและให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวชุมชน ปฏิกริยาตอบกลับของผู้รับสารจึงเป็นในลักษณะแง่บวก มีการโต้ตอบ แสดงความคิดเห็น ร่วมกันวางแผน แก้ไขปัญหา รวมถึงให้ความร่วมมือในการทำกิจกรรมท่องเที่ยวต่าง ๆ

การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมภายนอกชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนเสม็ดงาม พบว่า การท่องเที่ยวชุมชนเสม็ดงาม มีจุดเริ่มต้นมาจากหน่วยงานภายนอกที่เห็นศักยภาพ

สนับสนุนให้เป็นชุมชนท่องเที่ยว โดยก่อนหน้านี้ทางชุมชนยังไม่มีกิจกรรมท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ ทางหน่วยงานภายนอกไม่ว่าจะเป็นภาครัฐหรือเอกชน ได้เข้ามาช่วยในด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนในด้านต่าง ๆ จนทำให้ ชุมชนเริ่มเป็นที่รู้จัก ได้รับความนิยม การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมกับหน่วยงานภายนอกนั้นมีการสื่อสารแบบสองทาง รูปแบบทางการสื่อสารมีรูปแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ และระดับเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคล จากนั้นขยายเป็น การสื่อสารระดับกลุ่ม ซึ่งผู้วิจัยได้วิเคราะห์ผลตามกระบวนการสื่อสารดังนี้

ผู้ส่งสาร พบว่า การติดต่อกับหน่วยงานภายนอก ภาพลักษณ์ การนำเสนอตัวตน ของตัวแทนชุมชนสามารถสร้างความน่าเชื่อถือในการสื่อสาร และมีทักษะการสื่อสารเพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกัน มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีในการติดต่อพูดคุย ทั้งความสัมพันธ์ส่วนตัวและความสัมพันธ์ในหน้าที่การงาน ซึ่งจะทำให้การสื่อสารนั้นดำเนินสะดวกมากขึ้น ผู้ส่งสารจึงต้องมีทักษะการสื่อสารที่ดีเพื่อให้หน่วยงานภายนอกทราบหรือเข้าใจตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ มีความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในชุมชนเป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นเรื่องแผนการดำเนินงาน ปัญหา เพื่อที่จะได้อธิบายข้อดี ข้อเสีย ให้กับหน่วยงานภายนอกได้ และตอบคำถามได้อย่างครบถ้วน

สาร พบว่า การสื่อสารระหว่างชุมชนและหน่วยงาน เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน นั้นให้ความสำคัญกับการพัฒนาท่องเที่ยวชุมชน มีงบประมาณจัดสรรให้กับชุมชนเสมอ โดยเข้ามาหาข้อมูลสำรวจ และศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน ค้นหาจุดเด่น อัตลักษณ์ต่าง ๆ ของชุมชน เพื่อสร้างความแตกต่าง ดึงดูดนักท่องเที่ยว และให้ความรู้เกี่ยวกับการบริการ การสื่อสารกับนักท่องเที่ยว การสื่อสารทางการตลาด ให้ความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เนื่องจากว่าการให้ความรู้จะสามารถพัฒนาการท่องเที่ยวที่ดีได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน นอกจากนี้ หน่วยงานภายนอก เห็นความสำคัญของข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ในชุมชนเสมอ ที่ต้องมีการเรียบเรียงข้อมูลให้ถูกต้อง และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน เนื่องจากบางสถานที่ท่องเที่ยวมีข้อมูลมาก การจัดลำดับไม่

เป็นระเบียบ ทางหน่วยงานภายนอกจึงเป็นส่วนสำคัญในการจัดทำข้อมูลท่องเที่ยว

ช่องทางการสื่อสาร พบว่า การสื่อสารกับหน่วยงานภายนอกจะแบ่งออกเป็นทางการสื่อสารแบบเป็นทางการ และไม่เป็นการสื่อสารแบบเป็นทางการ จะเป็นการสื่อสารที่มีแบบแผน มีขั้นตอนชัดเจน มีเอกสารทางราชการเข้ามาเกี่ยวข้อง เช่น หนังสือเชิญประชุม หนังสืองบประมาณ ประกาศต่าง ๆ ซึ่งทางผู้นำชุมชน ผู้ใหญ่บ้าน จะเป็นผู้ดำเนินการดูแล ประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ หนังสือทางราชการจะเป็นเพียงต้นเรื่องในการดำเนินงาน แจ้งเพื่อทราบ แต่การที่ได้มาถึงข้อมูล แผนกิจกรรมต่าง ๆ การอบรมให้ความรู้ เกิดจากช่องทางการประชุมระดมความคิดเห็น เนื่องจากสามารถให้ทุกคนเข้ามามีส่วนร่วมในการนำเสนอแนวคิด เปิดโอกาสให้กับทุกคน มีสิทธิมีเสียงเท่าเทียมกันในการสื่อสาร นอกจากช่องทางการสื่อสารที่เป็นทางการ ยังพบว่า การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการก็มีบทบาทสำคัญในการสื่อสารเพื่อพัฒนาท่องเที่ยวชุมชน โดยการใช้สื่อบุคคล อาศัยความคุ้นเคย สนับสนุน พูดคุยปรึกษาหารือโดยที่ไม่มีการนัดล่วงหน้าหรือนอกเหนือจากการประชุม เช่นการกำหนดแผนคร่าว ๆ ในการดำเนินงานกิจกรรมให้ความรู้เกี่ยวกับการบริการนักท่องเที่ยว ก่อนที่จะลงพื้นที่ปฏิบัติจริง เพื่อจะได้ตรงกับบริบทของชุมชนมากที่สุด

ผู้รับสาร พบว่า ผู้รับสารมีปฏิกิริยาในแง่บวก ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี มีการโต้ตอบ แสดงความคิดเห็น เพื่อวางแผน วิเคราะห์ แก้ไขปัญหาร่วมกัน รวมถึงการร่วมกันจัดกิจกรรมต่าง ๆ เนื่องจากว่า กิจกรรมต่าง ๆ ที่เข้ามาให้ความรู้ เข้ามาพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานภาครัฐหรือเอกชน เพราะความผูกพันกับชุมชน ความต้องการให้ชุมชนเป็นที่รู้จัก รวมไปถึงรายได้ที่จะเกิดขึ้นหลังจากมีการพัฒนาการท่องเที่ยว ทางหน่วยงานจะต้องศึกษาถึงบริบทของชุมชนเสมอ เพื่อที่จะได้สื่อสารได้ง่ายมากยิ่งขึ้น

เพื่อศึกษาการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมต่อนักท่องเที่ยวชุมชน เป็นการสื่อสารในลักษณะทางเดียวและการสื่อสารสองทาง เป็นการสื่อสารเน้นรูปแบบไม่เป็นทางการ และการไหลของสารเป็นในแนวราบเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับนักท่องเที่ยว อีกทั้งยังใช้กิจกรรมต่าง ๆ เพื่อสร้างความ

ประทับใจในการท่องเที่ยวชุมชนเสม็ดงามอีกด้วย โดยผู้วิจัยวิเคราะห์ตามกระบวนการสื่อสารดังนี้

ผู้ส่งสาร พบว่า ผู้ที่ส่งสารให้กับนักท่องเที่ยวจะเป็นเจ้าของกิจกรรม หรือสมาชิกในชุมชน ผู้ที่มีความรู้ในสถานที่ท่องเที่ยว นั้น ๆ ซึ่งนอกจากจะต้องมีความรู้ ความเข้าใจในชุมชน ความคุ้นเคยของสถานที่ท่องเที่ยว นั้น ๆ แล้ว ผู้ส่งสารต้องมีอัธยาศัยดี ไม่ถือตัวกับนักท่องเที่ยว แสดงออกถึงความจริงใจ ให้การต้อนรับที่อบอุ่น สร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว มีการพูดคุยที่สนุก เป็นกันเอง ไม่น่าเบื่อ มีส่วนช่วยในการดึงดูดนักท่องเที่ยวมากกว่าคนที่มีความรู้เยอะ แต่พูดในเชิงวิชาการมากเกินไป การบริการนักท่องเที่ยวที่ดี ความเสียสละ เต็มใจในการตอบคำถามต่าง ๆ ช่วยเหลือนักท่องเที่ยวเมื่อเกิดปัญหา จะช่วยสร้างภาพลักษณ์ความประทับใจให้กับชุมชนท่องเที่ยวเสม็ดงามมากยิ่งขึ้น

สาร ในส่วนของสารในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว พบว่า ทางชุมชนท่องเที่ยวเสม็ดงามจะเน้นการสื่อสารการท่องเที่ยว 3 ประเภท ได้แก่ 1) ศูนย์หอเสื้อ พบว่า มีการสื่อสารถึงความเป็นมาของการทำเสื้อของชุมชนตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน พร้อมทั้งรายละเอียดขั้นตอนของการได้มาของเสื้อ ประวัติการทำเสื้อของหมู่บ้าน รวมไปถึงลายเสื้อที่เป็นลิขสิทธิ์เฉพาะของชุมชนท่องเที่ยวเสม็ดงาม 2) อาหารพื้นถิ่น พบว่า มีการสื่อสารบอกประวัติความเป็นมาของนักท่องเที่ยว เล่าถึงชีวิตความเป็นอยู่ในชุมชน จนกลายเป็นอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนท่องเที่ยวเสม็ดงาม เช่น ยำข้าวอ่อน ซาโอบลู่ เป็นต้น และ 3) ท่องเที่ยวธรรมชาติ พบว่า ทางชุมชนท่องเที่ยวเสม็ดงาม ได้นำเรื่องของประวัติความเป็นมา เรื่องเล่าของ สมเด็จพระเจ้าตากสินมาเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยว และได้เรื่องราวเกี่ยวกับความเป็นมาของป้าชายเลนเฉลิมพระเกียรติ ร๙ มาช่วยเสริมเพื่อเพิ่มความน่าสนใจให้กับนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

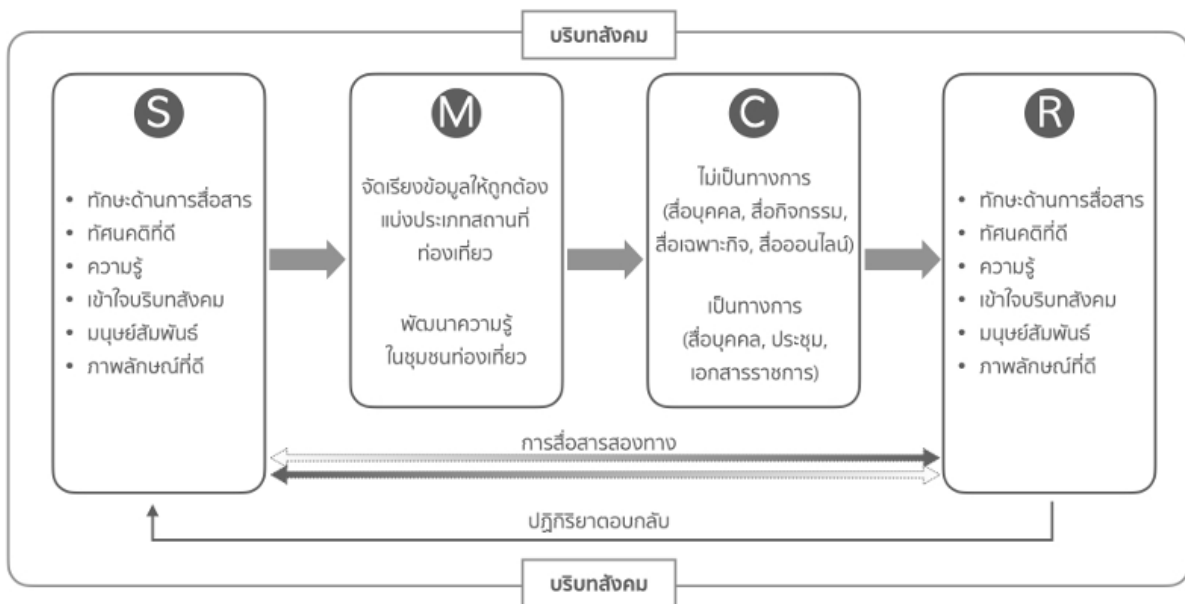
ช่องทางการสื่อสาร พบว่า ช่องทางการสื่อสารที่ใช้เป็นลักษณะที่ไม่เป็นทางการ 1) สื่อบุคคล ถือว่า เป็นช่องทางที่สำคัญที่สุด ชุมชนท่องเที่ยวเสม็ดงามใช้สื่อสารกับนักท่องเที่ยว เช่น นักเล่าเรื่อง ไกด์ชุมชน หรือเจ้าของสถานที่นั้น ๆ ผ่านการบรรยาย เล่าเรื่อง อธิบายถึงความเป็นมา อีกทั้งยังสามารถปรับเปลี่ยน ยืดหยุ่นการสื่อสารได้ดีกับนักท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยว

เกิดความเข้าใจมากขึ้น 2) สื่อกิจกรรม จากการศึกษาพบว่า สื่อกิจกรรมสามารถสร้างการจดจำที่ดีให้กับนักท่องเที่ยวได้ ชุมชนท่องเที่ยวเสม็ดงามเน้นในเรื่องของกิจกรรมการท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวได้ลงมือทำจริง ในทุกขั้นตอนที่นักท่องเที่ยวสามารถทำได้ เช่น การย้อมเสื้อ การคว่ำใบขลุ่ย ทำให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงวิถีชีวิตของชุมชนเสม็ดงามมากยิ่งขึ้น และเป็นที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยวที่ได้ลงมือทำจริง 3) สื่อเฉพาะกิจ จากการศึกษาพบว่า มีการใช้สื่อเฉพาะกิจ การจัดกิจกรรมประเพณีสักการะพระเจ้าตาก เป็นประจำทุกปี ซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักชุมชนท่องเที่ยวเสม็ดงามมากยิ่งขึ้น สถานที่ในการจัดงานบริเวณ ศาลสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช และยังมีพิพิธภัณฑ์เรือเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เห็นประวัติความเป็นมาของเรือต่อเรือพระเจ้าตากอีกด้วย 4) สื่อออนไลน์ พบว่า ทางชุมชนท่องเที่ยวเสม็ดงามได้มี Facebook Fanpage. ไว้สำหรับแจ้งข่าวท่องเที่ยวต่าง ๆ และตอบคำถามกับนักท่องเที่ยวที่สนใจ ผู้วิจัยยังพบอีกว่า สื่อออนไลน์ที่ใช้ในการสื่อสารยังมีการใช้งานได้ไม่เต็มที่ เนื่องจากชุมชนยังไม่มีความชำนาญในการใช้สื่อออนไลน์

ผู้รับสาร พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความร่วมมือในการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่ทางชุมชนได้จัดทำขึ้น ไม่ว่าจะเป็นด้านการฟังบรรยาย การปฏิบัติกิจกรรม หรือการสอบถามข้อมูลต่าง ๆ รวมถึงแลกเปลี่ยนข้อมูล เพื่อนำกลับไปใช้และพัฒนา หรือเล่าสถานที่ที่เคยได้ท่องเที่ยวมาในชุมชนอื่น ๆ ถือว่า นักท่องเที่ยวมีปฏิภานในแง่บวก นอกจากนี้ผู้วิจัยยังพบว่า นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวยังมีการซื้อสินค้า ผลิตภัณฑ์ของชุมชนกลับไปด้วย เช่น ผลิตภัณฑ์จากเสื้อเสม็ดงาม ซาโอบลู่ เป็นต้น ซึ่งนักท่องเที่ยวมีความสนใจเนื่องจากได้รับรู้ข้อมูลในการผลิต กระบวนการต่าง ๆ ทำให้เกิดคุณค่าทางจิตใจ และยังส่งผลให้ชุมชนท่องเที่ยวเสม็ดงามมีรายได้เข้าสู่ชุมชนอีกด้วย

อภิปรายผล

การศึกษาเรื่อง “การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนของหมู่บ้านเสม็ดงามจังหวัดจันทบุรี” ผู้วิจัยได้ผลสรุปและนำเสนอรูปแบบการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนของหมู่บ้านเสม็ดงาม จังหวัดจันทบุรี ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 2 แสดงการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนของหมู่บ้านเสม็ดงาม จังหวัดจันทบุรี
โดย ผู้วิจัย

รูปแบบการสื่อสาร รูปแบบการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนของหมู่บ้านเสม็ดงาม เป็นรูปแบบทิศทางการสื่อสารแบบการสื่อสารสองทาง (Two-Way Communication) ซึ่งมีการสื่อสารที่มีปฏิกิริยาตอบกลับ สมาชิกสามารถที่จะออกความเห็น เสนอข้อมูลต่าง ๆ ได้ โดยผู้นำชุมชนหรือผู้เข้าร่วมประชุมต่างกันทำหน้าที่ผู้รับสารและผู้ส่งสารไปพร้อม ๆ กัน ซึ่งไปในทิศทางเดียวกับ ประมะ สตะ เวทิน (2546) ที่กล่าวว่า การสื่อสารสองทางเป็นรูปแบบหนึ่งที่สามารถสื่อสารแลกเปลี่ยนความคิดเห็นได้ เป็นการสร้างความเข้าใจได้อย่างชัดเจน ผู้รับมีโอกาสซักถามหรือแสดงความรู้สึกนึกคิดที่มีต่อสาร นอกจากนี้การสื่อสารแบบสองทางของการท่องเที่ยวชุมชนเสม็ดงามยังสามารถแบ่งออกเป็น 1) การสื่อสารแบบเป็นทางการ เป็นการกำหนดโครงสร้าง วัน เวลา มีแบบแผนไว้อย่างแน่นอนชัดเจน ส่วนใหญ่ปรากฏอยู่ในการประชุม เช่นการวางแผนในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ระหว่างหน่วยงานภายนอก ผู้นำชุมชน และสมาชิกในกลุ่ม โดยมีการร่วมกันวางแผน แลกเปลี่ยนความคิดเห็น แบ่งงานตามความถนัด เป็นต้น 2) การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ เป็นการสื่อสารที่ไม่มีรูปแบบเกิดขึ้นจากการสื่อสารระหว่างบุคคล มีความเป็น

ส่วนตัว พบปะ พบคุยกัน โดยเกิดจากความสนิทสนม ความคุ้นเคยโดยไม่มีการนัดหมายมาก่อน ซึ่งเป็นรูปแบบการสื่อสารที่ใช้เป็นส่วนใหญ่ในการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนเสม็ดงาม

ผู้ส่งสารและผู้รับสาร จากการศึกษาพบว่า การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนเสม็ดงาม ผู้ส่งสารและผู้รับสารทำหน้าที่สลับกันไปมาเพื่อให้การสื่อสารนั้นเกิดความเข้าใจสูงสุด กติมา สุรสนธิ, ศุภกิจแดงขาว และอนงค์ลักษณ์ สมแพง (2557) ได้ให้ทักษะการสื่อสารที่ดีของผู้ส่งสารและผู้รับสาร ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการวิจัย ดังนี้คือ 1) ทักษะในการสื่อสาร ความสามารถ ความชำนาญในการสื่อสาร สื่อสารได้เข้าใจง่ายตรงประเด็น มีความคิดในการใช้เหตุผล ทำให้การสื่อสารมีความน่าเชื่อถือ และสื่อสารได้ง่ายมากยิ่งขึ้น 2) ทักษะ มีความมั่นใจและประเมินตนเองอยู่เสมอ รวมถึงมีทัศนคติที่ดีต่อเรื่องที่จะสื่อสาร เป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ทั้งมีทัศนคติที่ดีต่อผู้รับสาร สามารถสร้างความน่าเชื่อถือ พอใจ รวมถึงผลสำเร็จของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวได้อีกด้วย 3) ความรู้ มีความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหาที่จะสื่อสาร เข้าใจในงานที่ได้รับมอบหมาย มีความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว เพื่อสามารถตอบคำถาม สร้างความเข้าใจให้แก่ นัก

ท่องเที่ยวได้ 4) บริบทวัฒนธรรม การสื่อสารจะประสบความสำเร็จ ความสำเร็จ ความเป็นอยู่ ค่านิยม ความเชื่อ ที่มีความแตกต่างกัน ก็จะทำให้การสื่อสารแตกต่างกันออกไปด้วย เช่น ชุมชนเสม็ดงาม มีการทำนากก ตากกก ในช่วงเช้าเป็นส่วนใหญ่ ทำให้บางครั้งไม่สามารถมาประชุมรับฟังความคิดเห็นได้

นอกจากนี้ผู้วิจัยพบทักษะการสื่อสารที่ดีในการศึกษาครั้งนี้คือ 5) มนุษย์สัมพันธ์ ถึงแม้ว่า สูงสุด กิตติมา สุรสนธิ, ศุภกิจแดงขาว และอนงค์ลักษณ์ สมแพง (2557) ไม่ได้กล่าวถึงด้านมนุษย์สัมพันธ์ที่ชัดเจน แต่ผลวิจัยพบว่า การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว การมีมนุษย์สัมพันธ์ที่ดีในการสื่อสาร มีผลทำให้เกิดความประทับใจในการสื่อสารแต่ละครั้ง เช่น การให้ความรู้จากหน่วยงานภายนอกที่มีความเป็นกันเอง หรือ การให้บริการนักท่องเที่ยวด้วยความเต็มใจ ยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นต้น และ 6) ภาพลักษณ์ จะเห็นได้ว่าการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว บางครั้งยังไม่มีบทสนทนา แต่ผู้สื่อสารหรือผู้รับสารมักจะถูกตีความหมายจากการพบเห็น ดังนั้นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีเหมาะสม ก็จะสร้างความน่าเชื่อถือได้ เช่น การแต่งกายให้เหมาะสมในเวลาติดต่อกับหน่วยงานราชการ รวมไปถึงการแต่งกายให้เหมาะสมในเวลาารับนักท่องเที่ยว

สาร ผลการวิจัยค้นพบว่า การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนเสม็ดงามมีอยู่ 2 ลักษณะที่สำคัญคือ 1) เนื้อหาของสารที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวชุมชนเสม็ดงาม เนื่องจากชุมชนเสม็ดงามมีข้อมูลท่องเที่ยวที่มากและบางข้อมูลเป็นการเล่าต่อกันมา ดังนั้นการที่ต้องเลือกคัดเนื้อหาให้เหมาะสมและเรียบเรียงเพื่อให้เกิดความเข้าใจ เป็นสิ่งที่สำคัญในลำดับต้น ๆ ของการท่องเที่ยวชุมชน เพราะนักท่องเที่ยวจะเป็นผู้รับสารและตีความ ควรมีการเตรียมความพร้อมของสารที่จะสื่อออกไปให้ถูกต้องเหมาะสมมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับ กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน (2553) ที่กล่าวว่าสารนั้นมีความสลับไหล เปิดกว้างในการตีความ ไม่ว่าผู้ส่งสารจะตั้งใจหรือไม่ ผู้รับสารก็จะเป็นผู้สร้างความหมายขึ้นมา ซึ่งจะให้นักท่องเที่ยวมีความเข้าใจเป็นหนึ่งเดียว ไม่สับสนกับข้อมูล 2) เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาความรู้ในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น การตลาด พฤติกรรม การท่องเที่ยว พัฒนาผลิตภัณฑ์ ล้วนแล้วต้องมีการคัดเลือกสารที่ดี เนื้อหาที่ชุมชนนั้นต้องการ และควรมีการเรียงลำดับความยากง่าย ไม่มีความวิชาการมากเกินไป ภาษาต่างประเทศใช้เท่า

ที่จำเป็น มีตัวอย่างในการนำเสนอเพื่อให้เห็นภาพชัดเจนมากยิ่งขึ้น รวมถึงการปรับสารให้เข้ากับบุคลิกภาพ ก็จะทำให้สารนั้นมีความน่าเชื่อถือ เกิดประสิทธิภาพการสื่อสารมากยิ่งขึ้น

ช่องทางการสื่อสาร จากการศึกษาการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมต่อนักท่องเที่ยวชุมชนเสม็ดงาม พบว่า ช่องทางการสื่อสารที่ใช้เป็นลักษณะที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ โดยใช้สื่อบุคคล สื่อกิจกรรม สื่อเฉพาะกิจ สื่อออนไลน์ ทั้งนี้มาความสอดคล้องกับ กิตติมา สุรสนธิ, ศุภกิจแดงขาว และอนงค์ลักษณ์ สมแพง (2557) ที่แบ่งช่องทางการสื่อสารออกเป็น สื่อบุคคล กับสื่อที่ไม่ใช่บุคคล

1. สื่อเป็นทางการ 1) ผ่านสื่อบุคคล ถือว่า เป็นช่องทางที่สำคัญที่สุด ชุมชนท่องเที่ยวเสม็ดงามใช้สื่อสารกับบุคคลต่าง ๆ ทั้งภายในชุมชน หน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน ซึ่งเป็นในรูปแบบช่องทางการสื่อสารแบบเป็นทางการ เช่น การประชุมเตรียมงาน ติดต่อประสานงานกับหน่วยงานภายนอก เปิดโอกาสให้มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น เห็นปฏิกิริยาของผู้รับสาร ซึ่งจะทำให้การสื่อสารนั้นสามารถยืดหยุ่นและสร้างความเข้าใจได้ง่ายขึ้น 2) ผ่านสื่อที่ไม่ใช่บุคคล เป็นช่องทางเพื่อเสริมสร้างการสื่อสารให้เกิดความเข้าใจมากยิ่งขึ้น ซึ่งทางชุมชนจะเน้นในเรื่องของเอกสารราชการที่ต้องมีความถูกต้องตามแต่ละหน่วยงานที่ทำการประสานงานด้วย เช่น หนังสือเชิญประชุม หนังสือเชิญบรรยายให้ความรู้ในเรื่องต่าง ๆ ซึ่งเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือให้กับชุมชนได้เป็นอย่างดี

2. สื่อไม่เป็นทางการ 1) ผ่านสื่อบุคคล เป็นการพูดคุยสื่อสารแบบไม่มีวาระ ไม่มีการนัดล่วงหน้า หรือคุยหลังจากประชุมเสร็จ ถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารให้เข้าใจได้ง่าย โดยเฉพาะกับนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในชุมชน การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการโดยใช้บุคคล สามารถสร้างความสัมพันธ์ได้ดี และสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวได้อีกด้วย เช่น การบรรยายสถานที่ท่องเที่ยว นักเล่าเรื่อง ไกด์ชุมชน 2) ผ่านสื่อที่ไม่ใช่บุคคล สามารถช่วยให้การสื่อสารนั้นส่งสารได้ไกลมากยิ่งขึ้น จากการศึกษาพบว่าการสื่อสารสามารถสร้างการจดจำที่ดีให้กับนักท่องเที่ยวได้ ชุมชนท่องเที่ยวเสม็ดงามเน้นในเรื่องของกิจกรรมการท่องเที่ยว ให้นักท่องเที่ยวได้ลงมือทำจริง ในทุกขั้นตอนที่นักท่องเที่ยวสามารถทำได้ เช่น การย้อมเสื้อ การคว่ำใบชูลู ทำให้นักท่องเที่ยวเข้าถึง

วิถีชีวิตของชุมชนสมัยใหม่มากยิ่งขึ้น และเป็นที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยวที่ได้ลงมือทำจริง **สื่อเฉพาะกิจ** จากการศึกษาพบว่า มีการใช้สื่อเฉพาะกิจ การจัดกิจกรรมประเพณีสักการะพระเจ้าตาก เป็นประจำทุกปี ซึ่งจะให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักชุมชนท่องเที่ยวสมัยใหม่มากยิ่งขึ้น สถานที่ในการจัดงาน บริเวณ ศาลสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช และยังมีพิพิธภัณฑ์อยู่ต่อเรือเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เห็นประวัติความเป็นมาของอยู่ต่อเรือพระเจ้าตากอีกด้วย **สื่อออนไลน์** พบว่า ทางชุมชนท่องเที่ยวสมัยใหม่นี้ได้มี Facebook Fanpage. ไว้สำหรับแจ้งข่าวท่องเที่ยวต่าง ๆ และตอบคำถามกับนักท่องเที่ยวที่สนใจ ผู้วิจัย ยังพบอีกว่า สื่อออนไลน์ที่ใช้ในการสื่อสารยังมีการใช้งานได้ไม่เต็มที่ เนื่องจากชุมชนยังไม่มี ความชำนาญในการใช้สื่อออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับ กิตติมา สุรสนธิม ศุภกิจ แดงขาว และอนงค์ลักษณ์ สมแพง (2557) ที่กล่าวว่า สื่อที่ไม่ใช่บุคคลสามารถช่วยให้ผู้รับสารสามารถทราบข้อมูลโดยที่ไม่ได้อยู่ใกล้ชิดกัน

บริบทสังคม เป็นสิ่งสำคัญของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน เนื่องจากการพัฒนาที่ดีถ้าไม่รู้ถึงข้อมูลของชุมชนที่แท้จริง อาจทำให้เกิดผลเสียมากกว่าผลดีก็เป็นได้ ถึงแม้รูปแบบการสื่อสารโดยทั่วไปจะไม่ได้กล่าวถึง บริบททางสังคมมากนัก แต่จากการวิจัยพบว่า บริบทของสังคมเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญ ในการพัฒนาชุมชนท่องเที่ยว สอดคล้องกับ องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (2553) ที่กล่าวว่า คนในชุมชนต้องรู้จักรากเหง้าของตนเองว่าเป็นอย่างไร มีศักยภาพของพื้นที่ ที่เป็นทั้งทรัพยากรธรรมชาติ ประเพณี วัฒนธรรม เป็นอย่างไร ต้องมีความรู้ความเข้าใจ จึงจะเกิดประโยชน์สูงสุดจากการพัฒนา นอกจากนี้ผู้สื่อสารเพื่อที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน ควรต้องทำความเข้าใจกับบริบทของชุมชน เพื่อให้การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนมีความราบรื่นและเข้าใจมากยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นไปตามที่ กิตติมา สุรสนธิม, ศุภกิจ แดงขาว และอนงค์ลักษณ์ สมแพง (2557) ได้กล่าวไว้

การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน จากการศึกษาพบว่า การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเป็นสิ่งหนึ่งที่สำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน การเริ่มคิด แลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน รับฟังความคิดเห็นของกันและกัน ควรมีความหลากหลายของสมาชิกหรือผู้เข้าร่วม เพื่อจะได้สะท้อนความคิด

เห็นต่าง ๆ และมาด้วยความสมัครใจ การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมจึงมีส่วนสำคัญในการพัฒนาชุมชนการท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับ ปาริชาติ สถาปิตานนท์ (2549) ที่กล่าวถึงความหลากหลายของผู้เข้าร่วม ซึ่งเป็นหลักการที่สำคัญของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม นอกจากนี้ในชุมชนยังมีการร่วมการวางแผน ร่วมกันทำกิจกรรม และได้รับประโยชน์ร่วมกัน สอดคล้องกับ กุลธิดา ศรีสุวรรณ และ รรินทร์ วสุนันต์ (2558) ที่ศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วม จังหวัดพังงา และ ทัพย์สุตา ปานเกษม และพรพรรณ ประจักษ์เนตร (2559) ศึกษาการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อการพัฒนา จังหวัดน่าน พบว่าทางชุมชนต้องมีการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมทั้งภายในและภายนอก มีกันร่วมกันวางแผน ทำให้การสื่อสารเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวมีความเข้าใจกันง่ายมากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ Kavaratzis (2015) ศึกษาเกี่ยวกับการสร้างแบรนด์สำหรับการท่องเที่ยว และ Panagiotopoulou, Somarakis and Stratigea (2018) โดยได้มีข้อสรุปที่น่าสนใจ คือ การท่องเที่ยวจะต้องมีส่วนร่วมกันสร้างระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชน ซึ่งจะทำให้เกิดการท่องเที่ยวที่มีคุณค่า เกิดการพัฒนาแบบมีส่วนร่วม ส่งผลให้เกิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและถาวร

ข้อเสนอแนะ

1. จากการศึกษาการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน เยาวชนเข้ามามีส่วนร่วมในการสื่อสารค่อนข้างน้อย ทางชุมชนควรมีการส่งเสริมให้เด็กและเยาวชนเข้ามามีบทบาทในการจัดการท่องเที่ยวชุมชน เพื่อให้ซึมซับความเป็นเจ้าของชุมชน และรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว เพื่อให้มีการสืบทอดต่อไป และยังเป็นแนวทางไปสู่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน
2. นอกจากการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมแล้ว การสื่อสารด้านการตลาด ความรู้ทางด้านการตลาด การประชาสัมพันธ์โฆษณา ยังเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างการท่องเที่ยวชุมชน ดังนั้นการศึกษาวิจัยในครั้งต่อไป ผู้วิจัยขอเสนอให้ศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวชุมชน เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนต่อไป
3. จากการวิจัยพบว่า การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมกับหน่วยงานภายนอก จะมีประโยชน์เป็นอย่างยิ่งถ้าหน่วยงานภายนอกได้รับรู้ถึงความต้องการของชุมชนอย่างแท้จริง

บรรณานุกรม

- กรมการท่องเที่ยว. (2560). *แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของประเทศ 2560 - 2564*. กรุงเทพฯ: บริษัท พิตับบลิว ปรีนติ้ง จำกัด
- กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน. (2553). *สายธารแห่งนักคิดทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองกับสื่อสารศึกษา*. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์. กิติมา สุรสุนธิ, ศุภกิจ แดงขาว และอนงค์ลักษณ์ สมแพง. (2557). *ความรู้ทางการสื่อสาร (Introduction to Communication) ฉบับปรับปรุงใหม่*. กรุงเทพฯ: คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กุลธิดา ศรีสุวรรณ และรรินทร์ วสุนันต์. (2558). การสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ชุมชนกะปง จังหวัดพังงา. *วารสารบัณฑิตวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต*, 11(3), 25-32.
- คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ. (2562). *แผนพัฒนาการท่องเที่ยวฉบับที่ 2 (2560 - 2564)*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกิจการ โรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก.
- ประมะ สดะเวทิน. (2546). *หลักนิเทศศาสตร์*. กรุงเทพฯ: พิมพ์ลักษณ์.
- ปาริชาติ สถาปิตานนท์. (2549). *การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมและการพัฒนาชุมชน: จากแนวคิดสู่ปฏิบัติการวิจัยในสังคมไทย*. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย
- พจนา สวนศรี. (2554). “บทบาทของประชาชนในท้องถิ่นต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ” *เอกสารการสอน ชุดวิชาการจัดการ นันทนาการและการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ*, พิมพ์ครั้งที่ 5. นนทบุรี: สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ทิพย์สุดา ปานเกษม และพรพรรณ ประจักษ์เนตร. (2559). การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ของจังหวัดน่าน. *ประชุมสัมมนาวิชาการระดับชาติ คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิต พัฒนบริหารศาสตร์*, 1 กรกฎาคม 2559, 155-176
- สำนักพัฒนาชุมชน อำเภอเมือง. (2561). *เอกสารแบบสำรวจข้อมูลหมู่บ้าน OTOP เพื่อการท่องเที่ยว*. จันทบุรี.
- องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. (2553). *การท่องเที่ยวโดยชุมชน*. สืบค้นเมื่อวันที่ 1 พฤศจิกายน 2563 จาก: <http://www.dasta.or.th/th/component/k2/item/>
- Kavaratzis M, Kalandides A. (2015). Rethinking the place brand: the interactive formation of place brands and the role of participatory place branding. *Environ Plan A*. 47(6), 1368–1382.
- Panagiotopoulou, M., Somarakis, G., and Stratigea, A. (2018). Smartening up Participatory Cultural Tourism Planning in Historical City Centers. *Journal of Urban Technology*. 29 Oct 2018, 1-25