

ปัจจัยการสื่อสารเพื่อพยากรณ์ความพร้อมในการเข้าสู่ ประชาคมอาเซียนของประชาชนในจังหวัดชายแดนภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้

พัชนี เขยจรรยา

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ปัจจัยการสื่อสารและความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนของประชาชนในเขตชายแดน (2) ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านปัจจัยการสื่อสาร (ได้แก่ คุณลักษณะผู้ส่งสาร การได้รับข่าวสารจากสื่อในชุมชน การสนับสนุนของสื่อ/กิจกรรมในชุมชน และสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการสื่อสาร) กับความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนของประชาชนในเขตชายแดนและ (3) ปัจจัยการสื่อสารที่สามารถพยากรณ์ความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนของประชาชนในเขตชายแดน โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคั้งนี้คือ ประชาชนที่อาศัยหรือประกอบอาชีพในบริเวณจังหวัดชายแดนที่ติดกับประเทศเพื่อนบ้าน ได้แก่ จังหวัดเชียงราย จังหวัดตาก จังหวัดนครพนมจังหวัดหนองคาย จังหวัดสงขลา และจังหวัดนราธิวาส จำนวน 1,200 คน ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยการสื่อสารที่สามารถพยากรณ์ความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนของภาคประชาชนได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และ .01 มีทั้งหมด 5 ตัวแปรตามลำดับความสำคัญ คือ คุณลักษณะของผู้ส่งสาร ($\beta = .416$) สภาพแวดล้อมทางกายภาพที่เอื้อต่อการสื่อสาร ($\beta = .330$) การสนับสนุนของสื่อ/กิจกรรมภายในชุมชน ($\beta = .134$) การได้รับข่าวสารจากสื่อบุคคล ($\beta = .104$) และการได้รับข่าวสารจากสื่อใหม่ ($\beta = .053$) โดยตัวแปรคุณลักษณะของผู้ส่งสารเป็นตัวแปรที่สามารถพยากรณ์ได้มากที่สุด

คำสำคัญ: ปัจจัยการสื่อสาร, สื่อในชุมชน, สื่อบุคคล, คุณลักษณะของผู้ส่งสาร, ประชาคมอาเซียน

พัชนี เขยจรรยา (นศ. ม. นิเทศศาสตร์พัฒนาการ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย; อีเมล:patchaneec@hotmail.com) ปัจจุบันดำรงตำแหน่งรองศาสตราจารย์ ประจำคณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัยเรื่อง “การสื่อสารเพื่อเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน: กรณีศึกษาจังหวัดชายแดนภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้” ซึ่งได้รับงบประมาณสนับสนุนจาก งบประมาณเงินอุดหนุนสภาวิจัยแห่งชาติ

Abstract

This research was aimed to study (1) communication factors and the readiness to join ASEAN Community of the public sector in border areas, (2) correlation between communication factors (i.e. Sender characteristics, Information acquirement from media in community, Supporting form activity and media in community, and Physical environment supported communicative atmosphere) and the readiness to join ASEAN Community of the public sector in border areas, and (3) the effective communication factors which could forecast the readiness to join ASEAN Community of the public sector in border areas. The research was implemented by quantitative method; the representative samples were the public sector who resided or earned a living in the provinces border with neighboring countries, which are: Chiang Rai, Tak, Nakhon Phanom, Nongkhai, Songkhla, and Narathiwat Provinces, totaling 1,200 respondents. The results revealed that the communication factors which could forecast the readiness to join ASEAN Community of the public sector of public sector in border areas at .001 and .01 level of significance, concluded with 5 variables respectively: (1) Sender characteristics ($\beta = .416$), (2) physical environment supported communicative atmosphere ($\beta = .330$), (3) Supporting form activity and media in community ($\beta = .134$), (4) Information acquirement from personal media ($\beta = .104$), and (5) Information acquirement from new media ($\beta = .053$); however, Sender characteristics were the most effective variable which could forecast the readiness to join ASEAN Community of the public sector in border areas.

Keywords: Communication factors, Media in community, Personal media, Sender characteristics, ASEAN Community

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

สมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (Association of Southeast Asian Nation: ASEAN) หรือ อาเซียน ก่อตั้งขึ้นโดยปฏิญญากรุงเทพเมื่อวันที่ 8 สิงหาคม พ.ศ. 2510 โดยในปัจจุบันมีจำนวนประเทศสมาชิกทั้งหมด 10 ประเทศ ได้แก่ อินโดนีเซีย มาเลเซีย สิงคโปร์ ฟิลิปปินส์ บรูไน เวียดนาม ลาว กัมพูชา เมียนมาร์ และไทย ต่อมา ในปี พ.ศ. 2558 ประเทศสมาชิกได้กำหนดและวางแผน เพื่อพัฒนา รวมทั้งยกระดับความร่วมมือเพื่อนำไปสู่ ความก้าวหน้าอีกระดับหนึ่งด้วยการจัดตั้ง “ประชาคม อาเซียน” (ASEAN Community: AC) ซึ่งประกอบไปด้วย 3 เสาหลัก คือ

(1) เสาหลักด้านการเมืองและความมั่นคง โดยมี วัตถุประสงค์เพื่อให้ประเทศสมาชิกรู้ เข้าใจ และ เคารพระบอบการเมืองการปกครองที่แตกต่างกัน รวมทั้ง ร่วมกันสอดส่องแก้ไขปัญหายุทธศาสตร์ต่อความมั่นคง ในภูมิภาค อาทิ การก่อการร้าย การลักลอบขนยาเสพติด การค้ามนุษย์ และอาชญากรรมข้ามชาติ เป็นต้น

(2) เสาหลักด้านเศรษฐกิจ มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ เกิด การไหลเวียนของสินค้าอย่างเสรี ส่งเสริมความร่วมมือ ทางด้านกฎหมาย การเกษตร พลังงาน การท่องเที่ยว การลงทุน การพัฒนาฝีมือแรงงาน และการพัฒนา ทรัพยากรมนุษย์ เป็นต้น รวมถึงให้ความช่วยเหลือ แก่ประเทศสมาชิกใหม่

(3) เสาหลักด้านประชาสังคมและวัฒนธรรมอาเซียน มีวัตถุประสงค์เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน ส่งเสริมการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน ส่งเสริม ความร่วมมือทางการศึกษา สาธารณสุข และบทบาท ของสตรี รวมถึงส่งเสริมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ศิลป วัฒนธรรมภาษาและเสริมสร้างอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม ของอาเซียน (กุลทิพย์ ศาสตร์ระจุก, 2558; ไตรรัตน์ ยืนยง, 2558; Mohd Azizuddin Mohd Sani, 2015)

อนึ่งในการเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคม อาเซียนของภาคประชาชนนั้น “การสื่อสาร” นับว่ามี บทบาทสำคัญอย่างยิ่งในกระบวนการแลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสาร อาทิ การส่งเสริมการท่องเที่ยว การเกษตร

การลงทุน การเดินทางไปทำงาน การค้าขายระหว่างประเทศ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทางวัฒนธรรม ภาษา รวมทั้งระบอบการเมืองการปกครองที่แตกต่างกันอีกด้วย และสิ่งที่จะต้องร่วมมือกันแก้ไขจากการเข้าเป็นสมาชิกของประชาคมอาเซียน อาทิ การค้าแรงงานข้ามชาติ การลักลอบเข้ามาของแรงงานต่างด้าวอย่างผิดกฎหมาย การลักลอบขนยาเสพติด และปัญหาความไม่สงบตามแนวชายแดน เป็นต้น ระหว่างผู้ส่งสารไม่ว่าจะเป็นองค์กร หน่วยงาน หรือบุคคล โดยส่งผ่านช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายทั้งสื่อดั้งเดิม สื่อบุคคล และสื่อใหม่ ไปยังผู้รับสาร ทั้งนี้เพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกัน และเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน (ขวัญชนก ฌียวัฒน์, 2555)

อย่างไรก็ดี แม้ว่าประชาชนในส่วนภูมิภาคจะมีการเข้าถึง และเปิดรับข่าวสารไม่มากนัก แต่เมื่อพิจารณาถึงจังหวัดที่อยู่ติดชายแดนประเทศเพื่อนบ้านกลับพบว่าประชาชนได้มีการไปมาหาสู่ การค้าขาย การลงทุน การเดินทางท่องเที่ยว การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทางด้านศิลปวัฒนธรรมระหว่างประเทศกันมาช้านาน รวมทั้งบางพื้นที่ยังเสี่ยงต่อการพบเจอกับปัญหาด้านการเมืองและความมั่นคง เช่น การก่อการร้าย ดังนั้น คณะผู้วิจัยจึงได้เลือกพื้นที่ในการศึกษา 3 พื้นที่ เนื่องจากพื้นที่เหล่านี้จะเป็นแหล่งเชื่อมต่อที่สำคัญทั้งทางด้านการลงทุน การเคลื่อนย้ายแรงงาน การขนส่งสินค้า และการท่องเที่ยวต่อไปในอนาคต ซึ่งประกอบไปด้วย

(1) พื้นที่ชายแดนประเทศไทยที่ติดกับสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์ ได้แก่ จังหวัดเชียงราย เนื่องจากจังหวัดเชียงรายอยู่ตรงข้ามกับจังหวัดท่าขี้เหล็ก สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์ โดยมีสะพานซึ่งเปิดให้ประชาชนทั้งสองฝั่งไปมาหาสู่กันได้ นอกจากนี้ยังมีโครงการเส้นทาง RB3 ที่เชื่อมต่อจังหวัดเชียงราย-สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์-สาธารณรัฐประชาชนจีน ซึ่งจะเอื้อประโยชน์ต่อการค้าขาย และการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศเป็นอย่างมาก (ขวัญชนก ฌียวัฒน์, 2555) และจังหวัดตาก ซึ่งมีอำเภอแม่สอดเป็นศูนย์กลางการค้าสำคัญของจังหวัดติดกับชายแดน

(2) พื้นที่ชายแดนประเทศไทยที่ติดกับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ได้แก่ จังหวัดนครพนม เนื่องจากการเกิดสะพานมิตรภาพแห่งที่ 3 (นครพนม-คำม่วน) ก่อให้เกิดเส้นทางการค้า การลงทุนใหม่ในการขนส่งสินค้าจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทยไปสู่ภาคใต้ของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และภาคเหนือของเวียดนาม รวมทั้งเชื่อมต่อไปยังมณฑลกว่างซี และนครหนานหนิงของสาธารณรัฐประชาชนจีน นอกจากนี้เส้นทางการค้าลาวยังส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยว และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทางวัฒนธรรมร่วมกันอีกด้วย (Kachentawa, Kittinaraporn, Banjong, Rawikul, Pangchuti, & Kongdee, 2014) และจังหวัดหนองคาย ซึ่งมีแหล่งค้าขายตลาดอินโดจีนติดชายแดน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวเป็นแหล่งค้าขาย และเป็นเส้นทางการค้าสำคัญเช่นกัน (วิรัตน์ ลิ้มสุวรรณ, 2554) ยิ่งไปกว่านั้นยังพบว่า ประชาชนชาวลาว และชาวพม่า มีค่านิยมในการบริโภคสินค้าและบริการที่คล้ายคลึงกับคนไทย นอกจากนี้ยังมีความต้องการสินค้าฟุ่มเฟือยและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในชีวิต เช่น โทรศัพท์มือถือ เครื่องใช้ไฟฟ้า และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ เพอร์นิเจอร์ และเครื่องใช้ภายในบ้าน อาหารสำเร็จรูป รวมทั้งผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับความสวยความงามและการดูแลสุขภาพ ซึ่งผู้ประกอบการชาวไทย พบว่า สินค้าเหล่านี้มีแนวโน้มเติบโตได้ดีตามพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป และกำลังซื้อของชาวพม่า และชาวลาวที่สูงขึ้น (สุนัยวิชัย เศรษฐกิจและธุรกิจ ธนาคารไทยพาณิชย์, 2555) และ

(3) พื้นที่ชายแดนประเทศไทยที่ติดกับสหพันธรัฐมาเลเซีย ได้แก่ จังหวัดสงขลาเนื่องจากปัจจุบันพื้นที่ด่านสะเดา อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ได้กลายเป็นพื้นที่เศรษฐกิจที่มีความน่าสนใจมากที่สุดแห่งหนึ่งของภาคใต้ รวมทั้งยังเป็นที่ตั้งของสถานประกอบการธุรกิจหลากหลายประเภท โดยเฉพาะสถานบันเทิงต่างๆ ทำให้ในแต่ละวันมีชาวมาเลเซียเดินทางเข้า-ออกด่านแห่งนี้จำนวนมาก ซึ่งปัจจุบันรัฐบาลไทยกำลังเตรียมพัฒนาด่านศุลกากรสะเดาแห่งใหม่ และปรับปรุงด่านสะเดา

เพิ่มเติม เพื่อพัฒนาให้เป็นด่านต้นแบบในการให้บริการ ด้านเศรษฐกิจการค้าชายแดนอย่างเต็มรูปแบบ อย่างไรก็ตามนอกจากประโยชน์ที่พื้นที่ดังกล่าวจะได้รับจากการแลกเปลี่ยนทางด้านการเศรษฐกิจ และสังคมวัฒนธรรมแล้ว ประเด็นทางด้านการเมืองและความมั่นคง เช่น การลักลอบขนยาเสพติด ความไม่สงบตามแนวชายแดน ก็นับว่าเป็นประเด็นปัญหาทางด้านการเมืองและความมั่นคงที่คนในพื้นที่ต้องให้ความสนใจเช่นกัน (ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ ธนาคารไทยพาณิชย์, 2555) ร่วมกับพื้นที่ในจังหวัดนครราชสีมา ซึ่งเป็นหนึ่งในพื้นที่พิเศษของ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้อยู่ในฐานะที่เป็นประตูสู่อาเซียน (Gateway to ASEAN) ที่สำคัญของประเทศไทยเช่นกัน

จากที่มาข้างต้น ผู้วิจัยจึงสังเกตเห็นว่า “ปัจจัยการสื่อสาร” ทั้งในส่วนของผู้ส่งสาร ช่องทางการสื่อสาร ข้อมูลข่าวสาร และประชาชนผู้รับสาร จะเป็นองค์ประกอบที่สำคัญอย่างมากที่ช่วยผลักดันให้พื้นที่ดังกล่าวมีความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ดังนั้นผู้วิจัยจึงต้องการสำรวจว่าในปัจจุบัน “ปัจจัยการสื่อสาร” ใดบ้างที่เป็นองค์ประกอบสำคัญในการกระตุ้นให้ภาคประชาชนในพื้นที่ดังกล่าวมีความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนทั้งทางด้านการเมือง เศรษฐกิจ และสังคมวัฒนธรรม เพื่อที่จะได้เป็นข้อเสนอแนะไปสู่หน่วยงานภาครัฐ และเอกชนที่เกี่ยวข้องในการให้การสนับสนุนการนำเสนอเนื้อหา ช่องทางการสื่อสาร รวมทั้งตัวบุคคลที่จะทำการสื่อสาร ทั้งนี้เพื่อให้ “กระบวนการสื่อสาร” ความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนมีความสอดคล้องกับวิถีชีวิต รวมทั้งบริบททางสังคม วัฒนธรรมของภาคประชาชนและสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนทั้งทางด้านการเมือง เศรษฐกิจ และสังคมวัฒนธรรมมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยการสื่อสารและความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนของประชาชนในเขตชายแดน
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านปัจจัย

การสื่อสาร (ได้แก่ คุณลักษณะผู้ส่งสาร การได้รับข่าวสาร จากสื่อต่างๆ ในชุมชน การสนับสนุนของสื่อ/กิจกรรมในชุมชน และสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการสื่อสาร) กับความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนของประชาชนในเขตชายแดน

3. เพื่อศึกษาปัจจัยการสื่อสารที่สามารถพยากรณ์ความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนของประชาชนในเขตชายแดน

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับประเภทสื่อในชุมชนและการเปิดรับข่าวสารจากสื่อในชุมชน

ในการสื่อสารเพื่อชุมชนนั้นจะต้องเปิดกว้างในเรื่องประเภทของสื่อให้มีลักษณะ “หลากหลาย” โดยความหลากหลายของประเภทสื่อในชุมชนนั้นพบว่ามีดังต่อไปนี้

(1) สื่อชุมชน อาทิ สื่อพื้นบ้าน สื่อมวลชนท้องถิ่น หอกระจายข่าว วิทยุชุมชน และป้ายประกาศ เป็นต้น

(2) กลุ่มสื่อเฉพาะ อาทิ แผ่นพับ โปสเตอร์ วิทยุ สื่อ และสติกเกอร์ เป็นต้น

(3) สื่อบุคคลแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ สื่อบุคคลที่เป็นทางการ อาทิ เจ้าหน้าที่สาธารณสุข เจ้าหน้าที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) ไม่ว่าจะป็นเจ้าหน้าที่เทศบาลกำนันเจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) หรือผู้ใหญ่บ้าน ที่ได้รับการแต่งตั้งจากหน่วยงานภาครัฐ และสื่อบุคคลที่ไม่เป็นทางการ อาทิ ผู้นำชุมชน ครู และแกนนำภาคประชาชน ซึ่งเป็นบุคคลที่คนในท้องถิ่นให้ความเชื่อถือ และไว้วางใจ เนื่องจากมีการเปิดรับข่าวสารมากกว่าบุคคลอื่นๆ และมีความใกล้ชิดกับคนในชุมชนมากกว่าสื่อบุคคลที่เป็นทางการ

(4) สื่อกิจกรรม ได้แก่ โครงการ/กิจกรรมที่เกี่ยวกับความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน และ

(5) สื่อใหม่ อาทิ อินเทอร์เน็ต เฟซบุ๊ก ไลน์ และยูทูป ซึ่งมีบทบาทอย่างมากในการทำงานสื่อสารชุมชนในปัจจุบัน (กาญจนา แก้วเทพ, 2552; รังสิมานิ โสภณ, 2547; อมรรัตน์ ทิพย์เลิศและคณะ, 2549; อรวรรณ ปิรันธน์โอภา,

2554; Arroyave, 2012; Heldman, Schindelar, & Weaver, 2013; Manyozo, 2012; Suggs & Ratzan, 2012) โดยสื่อในชุมชนต้องเป็นสื่อที่คนในชุมชนสามารถเข้าถึงได้ตลอดเวลา เพื่อนำไปใช้แสวงหาข่าวสาร ความรู้ หรือความบันเทิง อีกทั้งยังต้องมีความสอดคล้องกับความต้องการของคนในชุมชน เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชุมชน อาทิ ชุมชนจะได้รับผลดี ผลเสียอย่างไรต่อการนำนโยบายใดนโยบายหนึ่งมาปรับใช้มากกว่านั้น สื่อในชุมชนยังต้องเปิดโอกาสให้คนในชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมทั้งในระดับของผู้วางแผน ผู้ผลิต และผู้รับข่าวสารที่กระตือรือร้นด้วยเช่นกัน (กาญจนา แก้วเทพ, 2552; Berrigan, 1979) ในขณะที่การเปิดรับข่าวสารจากสื่อในชุมชนเกี่ยวกับประชาคมอาเซียน และประเด็นที่สอดคล้องกับสถานการณ์ของชุมชน พบว่า การที่ภาคประชาชนเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับความร่วมมือในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนผ่าน

(1) สื่อมวลชนประเภทวิทยุ หนังสือพิมพ์ และโทรทัศน์

(2) สื่อใหม่ประเภทอินเทอร์เน็ตประเภทเว็บไซต์ เช่น เว็บไซต์ของหอการค้าจังหวัด และค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับการเตรียมตัวของผู้ประกอบการในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน

(3) สื่อชุมชนประเภทวิทยุชุมชนและเสียงตามสาย

(4) สื่อเฉพาะกิจ เช่น แผ่นพับ โบรชัวร์ ไลน์และธงอาเซียน

(5) สื่อกิจกรรม เช่น การจัดนิทรรศการ การประชุม และอบรมกับเจ้าหน้าที่รัฐและเอกชน

(6) สื่อบุคคลที่เป็นคนท้องถิ่น อาทิ ผู้นำชุมชน เพื่อน ญาติพี่น้อง และคนในครอบครัว ล้วนส่งผลต่อความร่วมมือในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนของภาคประชาชนในเขตชายแดนภาคเหนือ (ขวัญชนก ฉิยวัฒน์, 2555)

2. แนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ส่งสาร

ผู้ส่งสารนับว่าเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่สำคัญของกระบวนการสื่อสารที่จะสามารถทำให้กระบวนการสื่อสารเกิดสัมฤทธิ์ผล นั่นคือการโน้มน้าวใจให้ผู้รับสารเกิดความพึงพอใจ การยอมรับ และมีพฤติกรรม

ที่สอดคล้องกับสิ่งที่ผู้ส่งสารคาดหวัง (อรวรรณ ปิณฑน์โอวาท, 2554, Ajzen & Fishbein, 1980) โดยผู้ส่งสารที่จะสามารถโน้มน้าวใจผู้รับสารได้ต้องมีคุณสมบัติในการสื่อสารทั้ง 4 ด้าน ได้แก่

(1) ทักษะการสื่อสาร (Communication skill) คือ ความสามารถในการเข้ารหัสสารทั้งการใช้ทักษะด้านการฟัง พูด อ่าน เขียน อาทิ การใช้ภาษาพูดที่ถูกต้องชัดเจน ทำให้ผู้รับสารสามารถเข้าใจได้ง่าย ประกอบกับการแสดงสีหน้า หรือท่วงท่าของลีลาในการพูดเป็นจังหวะน่าฟัง หรือมีทักษะการเขียน โดยเขียนด้วยถ้อยคำสำนวนที่ถูกต้อง สละสลวย น่าอ่าน เป็นต้น

(2) ความรู้ (Knowledge) คือ ความรู้เกี่ยวกับประเด็นที่ต้องการจะสื่อสาร ความเข้าใจในเนื้อหาสาระของเรื่องที่จะสื่อสาร หากผู้ส่งสารมีความรู้เรื่องที่จะสื่อสารดี โอกาสที่จะโน้มน้าวใจได้สำเร็จก็จะมีมาก

(3) ทศนคติ (Attitude) คือ ทศนคติที่มีต่อผู้รับสาร และต่อประเด็นที่ต้องการสื่อสาร ซึ่งผู้ส่งสารย่อมอยากทำการสื่อสารกับผู้รับสารที่ตนมีความรู้สึกดีและพึงพอใจ นอกจากนี้หากผู้ส่งสารมีความพอใจ เชื่อถือ และเลื่อมใสในเรื่องที่จะสื่อสาร ผู้ส่งสารจะมีความมั่นใจ และทำการสื่อสารได้ดี

(4) ระบบสังคม และวัฒนธรรม (Social system & Culture) คือ การคำนึงถึงค่านิยม ความเชื่อ ศาสนา และวัฒนธรรมของบริบทสังคมที่เราสื่อสาร (กาญจนา แก้วเทพ, 2552; Berlo, 1960) อีกทั้งยังเป็นไปตามข้อค้นพบของ Schramm (1973) ที่ได้ตั้งข้อสังเกตว่า ในการที่จะทำให้กระบวนการติดต่อสื่อสารเกิดขึ้นอย่างสมบูรณ์ ต้องคำนึงถึงค่านิยม ความเชื่อ บริบทแวดล้อมทั้งทางสังคม และวัฒนธรรม(Frame of Reference) และพื้นฐานประสบการณ์ (Field of Experience) ทั้งของผู้ส่งสารและผู้รับสาร หากทั้ง 2 กลุ่มมีปัจจัยดังกล่าวคล้ายคลึงกัน โอกาสที่การสื่อสารในประเด็นใดประเด็นหนึ่งจะสร้างความเข้าใจที่ตรงกัน และบรรลุเป้าหมายก็จะมากขึ้นตามไปด้วย

3. แนวคิดเกี่ยวกับสื่อบุคคลในการสื่อสารเพื่อชุมชน “สื่อบุคคล” นับว่าเป็นสื่อที่มีคุณสมบัติประโยชน์ในงาน

เครือข่ายรวมทั้งงานพัฒนาทุกประเภท เนื่องด้วยคุณสมบัติที่เป็น “มนุษย์” สื่อบุคคลสามารถโน้มน้าวใจให้ผู้รับสารเกิดความพึงพอใจ และมีความตั้งใจในการปฏิบัติตามสิ่งที่ผู้ส่งสารคาดหวังในท้ายที่สุด (กาญจนา แก้วเทพ, 2552; อรรถพร ปิณฑน์โอวาท, 2554; Ajzen & Fishbein, 1980) โดยบทบาทหน้าที่ด้านการสื่อสารเพื่อการพัฒนาหรือการสื่อสารเพื่อชุมชนของสื่อบุคคลมักจะแสดงออกดังต่อไปนี้

(1) บทบาทการส่งเสริมการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเพื่อนำมาปฏิบัติ หรือปรับปรุง

(2) บทบาทแบบให้ความรู้ ความเข้าใจ

(3) บทบาทการสร้างความรู้สึกร่วมกันของคนในชุมชน

(4) บทบาทที่เปิดโอกาสให้ผู้คนได้แลกเปลี่ยนข้อมูล และความรู้ เพื่อยกระดับความเข้าใจ และความรู้ในเรื่อง การสื่อสาร และมีทักษะในการถ่ายทอดไปยังบุคคลอื่นที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการพัฒนาชุมชน

(5) บทบาทในการให้คำแนะนำและแลกเปลี่ยนความคิดเห็น

(6) บทบาทในฐานะตัวแทนชุมชนที่จะติดต่อกับโลกภายนอก

(7) บทบาทในการประสานงานระหว่างชุมชนกับหน่วยงานราชการ

(8) บทบาทในการเจรจาประนีประนอม อย่างไรก็ดีผู้ที่จะสามารถเป็น “สื่อบุคคล” ได้ไม่ได้ถูกจำกัดอยู่แค่ผู้ที่มีอำนาจ หรือมีตำแหน่งในระดับสูงเท่านั้น โดยสื่อบุคคลสามารถเป็นได้ทั้งผู้นำท้องถิ่น เจ้าหน้าที่ราชการ ส่วนภูมิภาค เจ้าหน้าที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน รวมทั้งผู้นำชุมชนโดยธรรมชาติอีกด้วย (กาญจนา แก้วเทพ, 2552; อมรรัตน์ ทิพย์เลิศ และคณะ, 2549) นอกจากนี้ในการศึกษาสื่อบุคคลในท้องถิ่นยังสามารถใช้ขอบเขตของชุมชนเป็นเกณฑ์ในการแบ่งโดยสามารถแบ่งได้ออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

(1) สื่อบุคคลที่เป็นบุคคลภายนอก อาทิ เจ้าหน้าที่ในหน่วยงานรัฐ และ

(2) สื่อบุคคลที่เป็นคนในชุมชนเอง อาทิ ผู้นำ

ชุมชน พระสงฆ์ ครู รวมทั้งเพื่อนบ้าน และคนในครอบครัว โดยสื่อบุคคลในท้องถิ่นนับว่าเป็นผู้ที่มีสายสัมพันธ์เชื่อมร้อยอยู่กับชุมชน ส่งผลให้เกิดความศรัทธาและไว้วางใจจากคนในชุมชน ทำให้รับรู้ถึงปัญหาและความต้องการของคนในชุมชนเป็นอย่างดี ซึ่งง่ายต่อการถ่ายทอดข่าวสาร สร้างความรู้ ความเข้าใจ และนำไปสู่การสร้างการมีส่วนร่วมภายในชุมชน (กาญจนา แก้วเทพ, กำจร หลุยยะพงศ์, รุจิรา สุภาษา, และ วีรพงษ์ พลนิกรกิจ, 2543) ทั้งนี้บทบาทหน้าที่จะเป็นตัวบ่งบอกศักยภาพของสื่อบุคคล บุคคลที่มีบทบาทมาก และมีบทบาทหลากหลายย่อมแสดงถึงการมีศักยภาพ หรือมีความสามารถในการสื่อสารมาก ดังนั้นการศึกษายบทบาทหน้าที่ด้านการสื่อสารจะเป็นตัวบ่งบอกถึงลักษณะและวิธีการสื่อสารที่ใช้ ซึ่งบ่งบอกถึงความสามารถด้านการสื่อสารของสื่อบุคคลที่จำเป็นต้องใช้ทั้งความสามารถในการสื่อสารขาเข้า (Receptive communication) เช่น การฟัง และการอ่าน และการสื่อสารขาออก (Expressive communication) เช่น การพูด และการเขียน เป็นต้น (กาญจนา แก้วเทพ, 2552; จันทร์ทิพย์ ปาละนันท์, 2545) ยิ่งไปกว่านั้น ยังยืนยันข้อค้นพบของ ขวัญชนก ณีวัฒน์ (2555) ที่พบว่า “สื่อบุคคลที่เป็นบุคคลภายนอก” อาทิ บุคลากรในหน่วยงานราชการ ครู รวมถึงผู้นำชุมชนยังมีบทบาทอย่างมากในการเป็น “ผู้นำทางความคิด” (Opinion leader) ในการถ่ายทอดด้านความรู้ ข้อดี และผลประโยชน์ที่ภาคประชาชนจะได้รับจากการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน มากไปกว่านั้นยังพบว่า บทบาทด้านการสื่อสารของสื่อบุคคลยังสามารถบูรณาการร่วมกับสื่ออื่นๆ (Media integration) เพื่อกระตุ้นให้ภาคประชาชนมีความรู้ และมีทัศนคติที่ดีต่อการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนมากยิ่งขึ้น อาทิ การนำเสนอข่าวสารของสื่อบุคคลผ่านสื่อชุมชนประเภทวิทยุชุมชน เป็นต้น

4. ทฤษฎีการคิดขยายรายละเอียดกับการวิเคราะห์ผู้รับสาร

แบบจำลองการคิดขยายรายละเอียด (Elaboration Likelihood Model: ELM) เป็นแบบจำลองที่นิยมนำมาใช้วิเคราะห์ผู้รับสาร โดยมีแนวคิดที่ว่า ผู้รับสารจะคิดขยาย

รายละเอียดในระดับต่างๆ กันเมื่อได้รับสารที่โน้มน้าวใจ โดยการคิดขยายรายละเอียด หมายถึง การผูกพันความคิดของตนเองเข้ากับเนื้อหาสารชิ้นหนึ่ง ซึ่งระดับการผูกพันมากหรือน้อยนั้นขึ้นอยู่กับสภาพการณ์ต่างๆ ทั้งจากตัวข้อความสารเอง และบุคคลรอบข้างที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร ทั้งนี้มี 2 ปัจจัยด้วยกันที่มีผลต่อการโน้มน้าวใจผู้รับสาร ได้แก่

(1) ปัจจัยที่มีผลต่อการโน้มน้าวใจผู้รับสารสูง (High elaboration) หรือที่เรียกว่า เส้นทางหลักสู่การโน้มน้าวใจ (Central routes) คือ การที่ผู้รับสารคล้อยตามผู้ส่งสารโดยพิจารณาถึงเนื้อหาในสารเป็นหลัก โดยเนื้อหาสารที่สนับสนุนทัศนคติของผู้รับสารจะช่วยกระตุ้นให้ผู้รับสารมีความคิดคล้ายคลึงกับผู้ส่งสาร ยิ่งถ้าเนื้อหาสารมีความสอดคล้องกับความต้องการของผู้รับสาร และมีหลักฐานข้อมูลสนับสนุนที่ตรงใจผู้รับสารมากเท่าใด ก็จะยิ่งโน้มน้าวใจผู้รับสารได้มากขึ้นเท่านั้น ในขณะที่

(2) ปัจจัยที่มีผลต่อการโน้มน้าวใจผู้รับสารต่ำ (Low elaboration) หรือที่เรียกว่า เส้นทางริมสู่การโน้มน้าวใจ (Peripheral routes) คือ การที่ผู้รับสารพิจารณาถึงบริบทรอบๆ ตัวเนื้อหาสารนั้นมากกว่าตัวเนื้อหาสารได้แก่

1) ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร (Credibility HEURISTIC)

2) ความชอบของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสาร (Liking heuristic) และ

3) บุคคลรอบข้างของผู้รับสารมีความเห็นด้วยต่อเนื้อหาสารที่ผู้ส่งสารถ่ายทอดมา (Consensus heuristic) (อรวรรณ ปิรันธน์โอวาท, 2554; Petty & Cacioppo, 1986) นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้รับสารมักจะเลือกเปิดรับและจดจำข่าวสารที่มีความสอดคล้อง และสนับสนุนความรู้ ทัศนคติ ความเชื่อ ค่านิยม และประสบการณ์เดิมของตน (Burgoon, 1974; Schramm, 1973)

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้วิจัยนำเสนอรายละเอียดการเก็บข้อมูลออกเป็น 3 ประเด็นดังต่อไปนี้

1. การสุ่มตัวอย่างและเกณฑ์ในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) พื้นที่ที่ศึกษาได้แก่ จังหวัดชายแดนทั้ง 3 ภาคของไทยได้แก่ ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้ที่มีชายแดนติดกับประเทศเพื่อนบ้านคือสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และสหพันธรัฐมาเลเซีย ได้แก่ จังหวัดเชียงราย จังหวัดตาก จังหวัดนครพนม จังหวัดหนองคาย จังหวัดสงขลา และจังหวัดนราธิวาส โดยเหตุผลที่ว่าเป็นพื้นที่ที่โดดเด่นทางการค้าชายตามแนวชายแดน การลงทุนจากประเทศเพื่อนบ้านมาช้านาน อีกทั้งยังเป็นจุดเชื่อมต่อที่สำคัญด้านการค้า การลงทุน การท่องเที่ยว และการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมต่อไปในอนาคต อย่างไรก็ตามพื้นที่บางจุดก็พบว่ามีความเสี่ยงต่อปัญหาความมั่นคงและการเมือง เช่น การลักลอบขนยาเสพติด การค้าแรงงานข้ามชาติ และการก่อการร้าย เช่นกัน (อัมพิกา ศรีโพธา, 2557; ขวัญชนก ฉิยวัฒน์, 2555; ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจธนาคารไทยพาณิชย์, 2555; วิรัตน์ ลิ้มสุวัฒน์, 2554; Kachentawa et al., 2014)

ลำดับต่อมา ผู้วิจัยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบกำหนดจำนวน (Quota sampling) ภาคละ 400 คน โดยแบ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างจากภาคเหนือ คือจังหวัดเชียงราย และจังหวัดตากจำนวน 400 คน กลุ่มตัวอย่างจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คือจังหวัดนครพนม และจังหวัดหนองคายจำนวน 400 คน และกลุ่มตัวอย่างจากภาคใต้คือ จังหวัดสงขลา และจังหวัดนราธิวาส จำนวน 400 คน และใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) กับประชาชนทั่วไป กลุ่มอาชีพต่างๆ ที่อาศัยและทำงานในพื้นที่ของอำเภอที่มีแนวพรมแดนติดต่อกับชายแดนประเทศเพื่อนบ้านจนครบ 1,200 คน

2. รูปแบบการวิจัยและการออกแบบเครื่องมือ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative method) โดยใช้วิธีวิจัยเชิงสำรวจ และแบบสอบถาม

ปลายปิด (Close-ended questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ระหว่างเดือน กุมภาพันธ์ – พฤษภาคม 2559

โครงสร้างของคำถามในแบบสอบถามพัฒนา มาจากแนวคิดเกี่ยวกับ

- (1) คุณลักษณะของผู้ส่งสาร
- (2) บทบาทหน้าที่ในการสื่อสารชุมชนของสื่อ บุคคล
- (3) ประเภทสื่อในชุมชนและการเปิดรับข่าวสาร จากสื่อในชุมชน รวมทั้ง
- (4) ดำรงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับประชาคมอาเซียน ของภาคประชาชน โดยแบ่งออกเป็น 6 ส่วน ซึ่งมี รายละเอียดดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อความพร้อม ในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนของประชาชนในเขตชายแดน ทั้งความพร้อมทางการเมืองและความมั่นคง เศรษฐกิจ การค้า การลงทุน การเรียนรู้สังคม และภาษาของประเทศ เพื่อนบ้าน และการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม โดยใช้การ วัดในระดับอันตรภาค (Interval measurement) และใช้ มาตรวัดแบบ Likert scale แบบ 5 ระดับ มีเกณฑ์การให้ คะแนน 1-5 คะแนน เรียงลำดับจาก “เห็นด้วยน้อยที่สุด” – “เห็นด้วยมากที่สุด”

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความถี่ของผู้รับสาร ที่เป็นประชาชนในเขตชายแดนในการเปิดรับสื่อในชุมชน ได้แก่ สื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อชุมชน สื่อกิจกรรม สื่อ เฉพาะกิจ และสื่อใหม่ เกี่ยวกับประชาคมอาเซียนโดยใช้ การวัดในระดับอันตรภาค (Interval measurement) และ ใช้มาตรวัดแบบ Likert scale แบบ 5 ระดับ มีเกณฑ์ การให้คะแนน 1-5 คะแนน เรียงลำดับจาก “เปิดรับ น้อยที่สุด” – “เปิดรับมากที่สุด”

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้รับสาร ที่เป็นประชาชนในเขตชายแดนต่อคุณลักษณะของ ผู้ส่งสาร ทั้งในด้านทักษะและความรู้ในการถ่ายทอด ข่าวสาร ทักษะติดต่อเนื้อหาสารและต่อผู้รับสาร รวมทั้ง

การคำนึงถึงบริบททางสังคมและวัฒนธรรมที่ตนเอง สื่อสารของผู้ส่งสารโดยใช้การวัดในระดับอันตรภาค (Interval measurement) และใช้มาตรวัดแบบ Likert scale แบบ 5 ระดับ มีเกณฑ์การให้คะแนน 1-5 คะแนน เรียงลำดับจาก “เห็นด้วยน้อยที่สุด” – “เห็นด้วยมากที่สุด”

ส่วนที่ 5 คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของ ประชาชนผู้รับสารในเขตชายแดนต่อการสนับสนุนของ สื่อ/กิจกรรมภายในชุมชน เช่น การสนับสนุนของสื่อ บุคคลที่เป็นเจ้าหน้าที่ราชการ และนายจ้าง สื่อกิจกรรม ประเภทนิทรรศการ การอบรม และสื่อในชุมชนประเภท เสียงตามสาย/ หอกระจายข่าว วิทยุชุมชน และป้าย ประกาศ ที่ทำให้ประชาชนมีความรู้ ความเข้าใจต่อการ เข้าเป็นสมาชิกประชาคมอาเซียน โดยใช้การวัดในระดับ อันตรภาค (Interval measurement) และใช้มาตรวัดแบบ Likert scale แบบ 5 ระดับ มีเกณฑ์การให้คะแนน 1-5 คะแนน เรียงลำดับจาก “เห็นด้วยน้อยที่สุด” – “เห็นด้วย มากที่สุด”

ส่วนที่ 6 คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของ ประชาชนผู้รับสารในเขตชายแดนต่อสภาพแวดล้อมทาง กายภาพที่เอื้อต่อการสื่อสาร เช่น การมีเส้นทางคมนาคม ที่สะดวกสบาย การมีรถโดยสารประจำทางคอยรับส่ง การมีร้านค้าตามแนวชายแดน และการอำนวยความสะดวกของเจ้าหน้าที่ด่านตรวจคนเข้าเมือง โดยใช้การวัด ในระดับอันตรภาค (Interval measurement) และใช้ มาตรวัดแบบ Likert scale แบบ 5 ระดับ มีเกณฑ์การให้ คะแนน 1-5 คะแนน เรียงลำดับจาก “เห็นด้วยน้อยที่สุด” – “เห็นด้วยมากที่สุด”

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ด้วยวิธีการคำนวณค่า Cronbach's Alpha Coefficient พบว่า แต่ละส่วนของคำถามมีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา อยู่ระหว่าง 0.79 – 0.88 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่เชื่อถือได้

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำผลการวิจัยมาแจกแจงเป็นค่าเฉลี่ยของ แต่ละตัวแปรในส่วนของการวิเคราะห์เชิงพรรณนาขณะที่ การวิเคราะห์เชิงอนุมานใช้การทดสอบค่าสัมประสิทธิ์

สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's product moment correlation coefficient) และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple regression) ระหว่างตัวแปรย่อยๆ ของปัจจัยการสื่อสาร และตัวแปรกับตัวแปรความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนของภาคประชาชน

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยแบ่งการนำเสนอผลการศึกษาดังกล่าวออกเป็น 2 ส่วน โดยยึดตามวัตถุประสงค์การวิจัย คือ

ส่วนที่ 1 การสำรวจปัจจัยการสื่อสารสำหรับความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนของประชาชนในเขตชายแดนและ

ส่วนที่ 2 ศึกษาความสัมพันธ์ และปัจจัยการสื่อสารที่สามารถพยากรณ์ความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนของประชาชนในเขตชายแดนซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 การสำรวจปัจจัยการสื่อสารสำหรับความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนของประชาชนในเขตชายแดน

1. ลักษณะทางประชากร

กลุ่มตัวอย่างมีจำนวนทั้งสิ้น 1,200 คน มากกว่าครึ่งเป็นเพศหญิง โดยเกือบครึ่งหนึ่งมีอายุระหว่าง 20-30 ปี และมากกว่า 2 ใน 3 มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี และพบว่า กว่า 1 ใน 3 เป็นนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนมากมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ระหว่าง 10,001 - 20,000 บาท

2. ปัจจัยการสื่อสารด้านความถี่ในการได้รับข่าวสารผ่านสื่อในชุมชน

โดยภาพรวม กลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารในมากผ่านสื่อในชุมชนเกี่ยวกับประชาคมอาเซียนของภาคประชาชนโดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 3.45 เมื่อพิจารณาในแต่ละประเด็น พบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารมากผ่านสื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์ สื่อใหม่ ได้แก่ เว็บไซต์ Google Yahoo ไลน์ เฟซบุ๊ก ยูทูบ และสื่อชุมชนประเภท เคเบิลทีวี โทรทัศน์ดาวเทียม โทรทัศน์ท้องถิ่น

3. ปัจจัยการสื่อสารด้านคุณลักษณะของผู้ส่งสาร

โดยภาพรวม กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างมากต่อปัจจัยการสื่อสารด้านคุณลักษณะของผู้ส่งสารโดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 3.46 เมื่อพิจารณาในแต่ละประเด็น พบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างมากต่อประเด็นเกี่ยวกับเจ้าหน้าที่ราชการในชุมชนเห็นถึงความสำคัญในการเป็นสมาชิกอาเซียน และผู้ว่าราชการจังหวัด นายอำเภอ เจ้าหน้าที่ราชการ รวมทั้งสื่อในชุมชนทำให้สามารถบอกถึงประโยชน์ที่ชุมชนจะได้รับจากการเป็นสมาชิกอาเซียน และเห็นด้วยปานกลางที่เจ้าหน้าที่ราชการในชุมชนมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับอาเซียน

4. ปัจจัยการสื่อสารด้านการสนับสนุนของสื่อ/กิจกรรมภายในชุมชน

โดยภาพรวม กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยปานกลางต่อปัจจัยการสื่อสารด้านการสนับสนุนของสื่อ/กิจกรรมภายในชุมชนโดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 3.34 เมื่อพิจารณาในแต่ละประเด็น พบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างมากต่อประเด็นเกี่ยวกับการได้รับความร่วมมือ และสนับสนุนจากสื่อบุคคลที่เป็นเจ้าหน้าที่ราชการในพื้นที่ สื่อกิจกรรมในชุมชน เช่น การอบรม/ นิทรรศการ และสื่อในชุมชน เช่น หอกระจายข่าว/ วิทยุชุมชน/ ป้ายประกาศ และสื่อบุคคลที่เป็นเจ้าหน้าที่องค์กรในท้องถิ่น เช่น กำนัน/ผู้ใหญ่บ้าน/ อบต./ อบจ.

5. ปัจจัยการสื่อสารด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่เอื้อต่อการสื่อสาร

โดยภาพรวม กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างมากต่อปัจจัยการสื่อสารด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่เอื้อต่อการสื่อสารโดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 3.46 เมื่อพิจารณาในแต่ละประเด็น พบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างมากต่อประเด็นเกี่ยวกับการที่ประชาชนสามารถเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัวไปยังประเทศเพื่อนบ้านซึ่งเป็นสมาชิกประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนได้ง่าย การสามารถเดินทางโดยรถโดยสารประจำทางไปยังประเทศเพื่อนบ้านซึ่งเป็นสมาชิกประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนได้ง่าย และชายแดนของทั้งสองฝั่งมีร้านขายของที่ให้บริการคนของสมาชิกประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

6. ความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนของประชาชนในเขตชายแดน

โดยภาพรวม กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างมากต่อความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนของประชาชนในเขตชายแดนโดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 3.44 เมื่อพิจารณาในแต่ละประเด็น พบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างมากต่อประเด็นการให้ความสำคัญกับการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศเช่นภาษาอังกฤษพม่ามลายูเวียดนามเป็นต้น การยอมรับ และเข้าใจความแตกต่างของระบอบการเมือง/การปกครอง เช่น ระบอบสังคมนิยม และระบอบ

ประชาธิปไตยของประเทศเพื่อนบ้าน ประชาชนให้ความสำคัญกับการแก้ปัญหาการก่อการร้าย การลักลอบนำเข้าสินค้าผิดกฎหมาย ยาเสพติด และการอพยพของแรงงานต่างด้าวตามเขตชายแดนและประชาชนในชุมชนสามารถมีช่องทางในการทำธุรกิจค้าขาย/ การส่งออกไปกับประเทศเพื่อนบ้านได้มากยิ่งขึ้น

ส่วนที่ 2 แสดงปัจจัยการสื่อสารที่มีความสัมพันธ์ และสามารถพยากรณ์ความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนของประชาชนในเขตชายแดน

ตารางที่ 1 แสดงผลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการสื่อสาร และความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนของประชาชนในเขตชายแดน

ปัจจัยการสื่อสาร	ค่าสหสัมพันธ์	ความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน	
		ระดับต้น	
		ระดับนัยสำคัญ	ระดับความสัมพันธ์
คุณลักษณะของผู้ส่งสาร	.694**	.000	สูง
สภาพแวดล้อมทางกายภาพที่เอื้อต่อการสื่อสาร	.638**	.000	สูง
การสนับสนุนของสื่อ/กิจกรรมภายในชุมชน	.591**	.000	สูง
การได้รับข่าวสารจากสื่อกิจกรรม	.541**	.000	สูง
การได้รับข่าวสารจากสื่อบุคคล	.532**	.000	สูง
การได้รับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจ	.412**	.000	ปานกลาง
การได้รับข่าวสารจากสื่อชุมชน	.369**	.000	ต่ำ
การได้รับข่าวสารจากสื่อมวลชน	.349**	.000	ต่ำ
การได้รับข่าวสารจากสื่อใหม่	.301**	.000	ต่ำ

หมายเหตุ ** นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 1 พบว่าตัวแปรย่อยของปัจจัยการสื่อสาร ทั้ง 9 ตัวแปร มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนของประชาชนในเขตชายแดนโดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า ตัวแปรคุณลักษณะของผู้ส่งสาร สภาพแวดล้อมทางกายภาพที่เอื้อต่อการสื่อสาร

การสนับสนุนของสื่อ/กิจกรรมภายในชุมชน การได้รับข่าวสารจากสื่อกิจกรรม และการได้รับข่าวสารจากสื่อบุคคล ล้วนมีความสำคัญเชิงบวกในระดับสูงกับความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนของภาคประชาชนตามลำดับ ในส่วนของตัวแปร การได้รับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจ มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับปานกลาง

ในขณะที่ตัวแปรการได้รับข่าวสารจากสื่อชุมชน สื่อมวลชน และสื่อใหม่ มีความสำคัญเชิงบวกในระดับต่ำกับความ

พร้อมในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนของภาคประชาชน ตามลำดับ

ตารางที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณของปัจจัยการสื่อสารเพื่อส่งเสริมความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนของประชาชนในเขตชายแดน

ตัวแปรพยากรณ์	R ²	R ²	สัมประสิทธิ์ถดถอย	t	Sig	
		Change	B	β		
คุณลักษณะของผู้ส่งสาร	.481	.481	1.181	.416	19.558***	.000
สภาพแวดล้อมทางกายภาพที่เอื้อต่อการสื่อสาร	.616	.135	.625	.330	15.879***	.000
การสนับสนุนของสื่อ/กิจกรรมภายในชุมชน	.640	.025	.200	.134	5.557***	.000
การได้รับข่าวสารจากสื่อบุคคล	.647	.007	.200	.104	4.587***	.000
การได้รับข่าวสารจากสื่อใหม่	.650	.002	.323	.053	2.900**	.004

หมายเหตุ ** นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01, *** นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

จากตารางที่ 2 พบว่า ปัจจัยการสื่อสารที่สามารถพยากรณ์ความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนของประชาชนในเขตชายแดนได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และ .01 มีทั้งหมด 5 ตัวแปรตามลำดับความสำคัญ คือ คุณลักษณะของผู้ส่งสาร สภาพแวดล้อมทางกายภาพที่เอื้อต่อการสื่อสาร การสนับสนุนของสื่อ/กิจกรรมภายในชุมชน การได้รับข่าวสารจากสื่อบุคคลและการได้รับข่าวสารจากสื่อใหม่ โดยผลการวิเคราะห์ พบว่า ปัจจัยการสื่อสารทั้ง 5 ตัวแปรสามารถร่วมกันพยากรณ์ความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนของประชาชนได้ร้อยละ 65.0 โดยตัวแปรคุณลักษณะของผู้ส่งสารเป็นตัวแปรที่สามารถพยากรณ์ได้มากที่สุด คือ ร้อยละ 48.1 และมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน(β) เท่ากับ 0.416

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยพบประเด็นสำคัญที่นำมาอภิปรายได้ ดังต่อไปนี้

ปัจจัยการสื่อสารที่สามารถพยากรณ์ความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนของประชาชนในเขตชายแดนได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ มีทั้งหมด 5 ตัวแปรตามลำดับ

ความสำคัญ คือ

- (1) คุณลักษณะของผู้ส่งสาร
- (2) สภาพแวดล้อมทางกายภาพที่เอื้อต่อการสื่อสาร
- (3) การสนับสนุนของสื่อ/กิจกรรมภายในชุมชน
- (4) การได้รับข่าวสารจากสื่อบุคคล และ
- (5) การได้รับข่าวสารจากสื่อใหม่

ทั้งนี้ผู้วิจัยจะได้อภิปรายแต่ละปัจจัยการสื่อสารเรียงตามลำดับความสำคัญ

ปัจจัยแรกคือ (1) คุณลักษณะของผู้ส่งสาร ประกอบไปด้วย ทักษะในการถ่ายทอดข่าวสาร ความรู้ในเรื่องที่จะสื่อสาร ทศนคติที่ดีต่อผู้รับสารและเนื้อหาที่ตนเองสื่อสารและการคำนึงถึงสภาพแวดล้อมทางสังคมและวัฒนธรรมของชุมชนที่ตนเองสื่อสาร ผลการวิจัยครั้งนี้พบว่าคุณลักษณะของผู้ส่งสาร คือ เจ้าหน้าที่ราชการ ผู้ปฏิบัติงานในชุมชน มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับอาเซียน ให้มีความสำคัญในการเป็นสมาชิกอาเซียน และแสดงให้เห็นชุมชนได้เห็นประโยชน์จากการเป็นสมาชิกอาเซียน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของสุรพงษ์ โสภนะเสถียร (2533) Berlo (1960) Burgoon (1974)

และ Schramm (1973) ที่พบว่า ผู้ส่งสารนับว่าเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่สำคัญของกระบวนการสื่อสารที่จะสามารถทำให้กระบวนการสื่อสารเกิดสัมฤทธิ์ผล นั่นคือการโน้มน้าวใจให้ผู้รับสารเกิดความพึงพอใจ ถ้าคุณสมบัติของผู้ส่งสาร ช่องทางการสื่อสาร เนื้อหาของข่าวสารมีความสอดคล้องกับประสบการณ์เดิม รสนิยม และความต้องการของผู้รับสาร ทั้งยังส่งผลต่อเนื้อใจให้ผู้รับสารมีความพึงพอใจ และมีพฤติกรรมตามที่ผู้ส่งสารได้คาดหวังได้โดยผู้ส่งสารที่จะสามารถโน้มน้าวใจผู้รับสารได้ต้องมีคุณสมบัติในการสื่อสาร ดังนี้

(1) มีความรู้เกี่ยวกับประเด็นที่ต้องการจะสื่อสาร ความเข้าใจในเนื้อหาของสาระของเรื่องที่จะสื่อสาร หากผู้ส่งสารมีความรู้เรื่องที่จะสื่อสารดี โอกาสที่จะโน้มน้าวใจผู้รับสารได้สำเร็จก็มีมาก

(2) ทักษะที่ดีต่อผู้รับสาร และต่อประเด็นที่ต้องการสื่อสารก็เป็นสิ่งที่ทำให้การสื่อสารสัมฤทธิ์ผลเช่นกัน เนื่องจากผู้ส่งสารย่อมอยากทำการสื่อสารกับผู้รับสารที่ตนมีความรู้สึกดี และพึงพอใจ นอกจากนี้หากผู้ส่งสารมีความพอใจ เชื่อถือ และเลื่อมใสในเนื้อหาที่จะสื่อสาร ผู้ส่งสารจะมีความมั่นใจ และให้ความสำคัญกับเนื้อหาที่ตนเองจะทำการสื่อสารอีกทั้งยังเป็นไปตามข้อค้นพบของ Burgoon (1974) และ Schramm (1973) ที่ได้ตั้งข้อสังเกตว่า ในการที่จะทำให้กระบวนการสื่อสารเกิดขึ้นอย่างสมบูรณ์ ต้องคำนึงถึงค่านิยม ความเชื่อ บริบทแวดล้อมทั้งทางสังคม วัฒนธรรม(Frame of Reference) และพื้นฐานประสบการณ์ (Field of Experience) ทั้งของผู้ส่งสาร และผู้รับสาร หากทั้ง 2 กลุ่มมีปัจจัยดังกล่าวที่คล้ายคลึงกัน โอกาสที่การสื่อสารในประเด็นใดประเด็นหนึ่งจะสร้างความเข้าใจที่ตรงกัน และบรรลุเป้าหมายก็จะมีมากขึ้นตามไปด้วย มากไปกว่านั้นยังสอดคล้องกับข้อค้นพบของ อรรถธรรม ปีลันธนโอาวาท (2554) กับ Petty และ Cacioppo (1986) ที่พบว่า คุณลักษณะของผู้ส่งสาร จะมีความสำคัญต่อการโน้มน้าวใจให้ผู้รับสารเกิดการยอมรับ และแสดงออกถึงพฤติกรรมที่ผู้ส่งสารมุ่งหวัง ในกรณีที่ผู้รับสารพิจารณาถึงความสำคัญของบริบท

รอบๆ ตัวเนื้อหาสารนั้นมากกว่าตัวเนื้อหาสาร ได้แก่

1) ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร (Credibility heuristic)

2) ความชอบของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสาร (Liking heuristic) และ

3) บุคคลรอบข้างของผู้รับสารมีความเห็นด้วยต่อเนื้อหาสารที่ผู้ส่งสารถ่ายทอดมา (Consensus heuristic)

ปัจจัยที่ (2) สภาพแวดล้อมทางกายภาพที่เอื้อต่อการสื่อสาร ได้แก่ การสามารถเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว และรถบริการสาธารณะไปยังประเทศเพื่อนบ้าน ได้อย่างสะดวกสบาย รวมทั้งความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคจากร้านขายสินค้าตามแนวชายแดน โดยเป็นไปในทิศทางเดียวกับงานวิจัยของ ขวัญชนก ฉิมวัฒน์ (2555) ที่พบว่า การที่รัฐบาลมีโครงการเส้นทาง RB3 ที่เชื่อมต่อจังหวัดเชียงราย-สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์ และยาวต่อเนื่องถึงสาธารณรัฐประชาชนจีน จะเป็นการเอื้อประโยชน์อย่างมากต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของอำเภอแม่สายเมื่อเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ทั้งในแง่ของการค้าขายและการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศ เช่นเดียวกับ Kachentawa และคณะ (2014) ที่พบว่าสะพานมิตรภาพแห่งที่ 3 (นครพนม-คำม่วน) ได้ก่อให้เกิดเส้นทางการค้า การลงทุนใหม่ในการขนส่งสินค้าจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทยไปสู่ภาคภาคใต้ของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และภาคเหนือของเวียดนาม รวมทั้งเชื่อมต่อไปยังมณฑลกว่างซี และนครหนานหนิงของสาธารณรัฐประชาชนจีน นอกจากนี้เส้นทางดังกล่าวยังส่งเสริมให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวด้วยรถยนต์ส่วนตัว หรือใช้รถบริการสาธารณะ เช่น รถทัวร์ ซึ่งจะนำไปสู่การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทางวัฒนธรรมร่วมกันอีกด้วย ทั้งนี้ความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคจากร้านค้าตามแนวชายแดนก็เป็นประเด็นสำคัญสำหรับความพร้อมเพื่อเข้าสู่ประชาคมอาเซียนเช่นกัน เนื่องจากประชาชนชาวลาว และชาวพม่า มีค่านิยมในการบริโภคสินค้าและบริการที่คล้ายคลึงกับคนไทย นอกจากนี้ยังมีความต้องการ

สินค้าฟุ่มเฟือยและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในชีวิต เช่น โทรศัพท์มือถือ เครื่องใช้ไฟฟ้าและอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ เพอร์เนเจอร์และเครื่องใช้ภายในบ้าน อาหารสำเร็จรูป รวมทั้งผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับความสวย ความงาม และการดูแลสุขภาพ ซึ่งสินค้าเหล่านี้มีแนวโน้มเติบโตได้ดีตามพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปและกำลังซื้อของชาวพม่า และชาวลาวที่สูงขึ้น ส่งผลให้ผู้ประกอบการชาวไทยมีสถานะทางเศรษฐกิจที่ดีขึ้นเมื่อเข้าสู่ประชาคมอาเซียน (ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ ธนาคารไทยพาณิชย์, 2555)

ปัจจัยที่ (3) การสนับสนุนของสื่อ/กิจกรรมภายในชุมชน เช่น

1) สื่อบุคคล เช่น เจ้าหน้าที่ราชการ ผู้นำชุมชน ผู้นำท้องถิ่น เพื่อน ครู และญาติพี่น้อง

2) สื่อชุมชน เช่น สื่อมวลชนท้องถิ่น ป้ายประกาศ เสียงตามสาย และวิทยุชุมชน

3) สื่อเฉพาะกิจ เช่น ธงประเทศสมาชิกอาเซียน ใบปลิว แผ่นพับ สื่อ สติกเกอร์ และรถประชาสัมพันธ์

4) สื่อกิจกรรม เช่น โครงการอบรมภาษาพม่า อังกฤษ และมลายู การจัดนิทรรศการประชาสัมพันธ์ของจังหวัด อำเภอ และตำบล โดยเป็นไปตามแนวคิดของ กาญจนา แก้วเทพ (2552) รังสิมา นิโบล (2547) อมรรัตน์ ทิพย์เลิศ และคณะ (2549) อรวรรณ ปีลันธนโสภา (2554) และ Arroyave (2012) ที่ได้ให้ความเห็นว่า ในการสื่อสารประเด็นใดประเด็นหนึ่งสู่ชุมชนนั้นจะต้องเปิดกว้างให้มี “ความหลากหลายของประเภทสื่อ” ยิ่งถ้าสื่อมีความหลากหลาย สอดคล้องกับรสนิยม และความต้องการของคนในชุมชนมากเท่าใด ก็จะสามารถโน้มน้าวให้คนในชุมชนเกิดการยอมรับและปฏิบัติตามสิ่งที่ผู้ส่งสารมุ่งหวังได้มากเท่านั้น โดยความหลากหลายของประเภทสื่อในชุมชนนั้น พบว่า สื่อชุมชน อาทิ สื่อพื้นบ้าน สื่อมวลชนท้องถิ่น หอกระจายข่าว วิทยุชุมชน และป้ายประกาศ เป็นต้น กลุ่มสื่อเฉพาะ อาทิ แผ่นพับ วนิลโปสเตอร์ และสื่อ เป็นต้นสื่อบุคคล ได้แก่ เจ้าหน้าที่สาธารณสุข เจ้าหน้าที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ผู้นำชุมชน เจ้าหน้าที่องค์กร

พัฒนาเอกชน (NGOs) เพื่อน บุคคลในครอบครัว และแกนนำภาคประชาชน เป็นต้น สื่อกิจกรรม ได้แก่ โครงการ/กิจกรรมที่ให้ประชาชนที่เกี่ยวข้องทุกภาคส่วนได้เข้ามามีส่วนร่วม ทั้งนี้ยังเป็นไปตามข้อค้นพบของ Berrigan (1979) ที่พบว่า สื่อในชุมชนต้องเป็นสื่อที่คนในชุมชนสามารถเข้าถึงได้ตลอดเวลา เพื่อนำไปใช้แสวงหาข่าวสาร ความรู้ หรือความบันเทิง อีกทั้งยังต้องมีความสอดคล้องกับความต้องการของคนในชุมชน เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชุมชน อาทิ ชุมชนจะได้รับผลดี ผลเสียอย่างไรต่อการนำนโยบายใดนโยบายหนึ่งมาปรับใช้ เป็นต้น นอกจากนี้ยังยืนยันข้อค้นพบของ ขวัญชนก ฉิยวัฒน์ (2555) ที่พบว่า การที่ภาคประชาชนเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนของภาคประชาชนผ่าน

(1) สื่อชุมชนประเภทวิทยุชุมชนและเสียงตามสาย

(2) สื่อเฉพาะกิจ เช่น แผ่นพับ โบรชัวร์ วนิลโปสเตอร์ และธงอาเซียน

(3) สื่อกิจกรรม เช่น การจัดนิทรรศการ การประชุม และอบรมกับเจ้าหน้าที่รัฐและเอกชน และ

(4) สื่อบุคคลที่เป็นคนท้องถิ่น ล้วนส่งผลต่อความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนของภาคประชาชนในเขตชายแดน

ปัจจัยที่ (4) การได้รับข่าวสารจากสื่อบุคคล ได้แก่ เจ้าหน้าที่ราชการส่วนภูมิภาค และส่วนท้องถิ่น ครู บุคคลในครอบครัว ญาติพี่น้อง เพื่อน และผู้นำชุมชน เช่น กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ซึ่งยืนยันแนวคิดของ กาญจนา แก้วเทพ (2552) จันท์ทิพย์ปาละนันท์ (2545) อมรรัตน์ ทิพย์เลิศ และคณะ (2549) และ Windahl, Signitzer และ Olson (1992) ที่ต่างได้สรุปไว้ว่า “สื่อบุคคล” นับว่าเป็นสื่อที่มีคุณประโยชน์มากที่สุดในงานเครือข่าย รวมทั้งงานพัฒนาทุกประเภท โดยบทบาทหน้าที่ด้านการสื่อสารเพื่อการพัฒนา และการสื่อสารเพื่อชุมชนของสื่อบุคคลมักจะแสดงออกดังต่อไปนี้

(1) บทบาทเพื่อส่งเสริมการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น เพื่อนำมาปฏิบัติ หรือปรับปรุง

(2) บทบาทเพื่อให้ความรู้ ความเข้าใจแบบครูผู้สอน

(3) บทบาทในการสร้างความรู้สึกเป็นหนึ่งเดียวกันของคนในชุมชน

(4) บทบาทที่เปิดโอกาสให้ผู้คนได้แลกเปลี่ยนข้อมูลและความรู้ เพื่อยกระดับความเข้าใจ และความรู้ในเรื่องการสื่อสาร และมีทักษะในการถ่ายทอดไปยังบุคคลอื่นที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการพัฒนาชุมชน

(5) บทบาทในการให้คำแนะนำและแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และ

(6) บทบาทในฐานะตัวแทนชุมชนที่จะติดต่อกับโลกภายนอก นอกจากนี้ยังยืนยันข้อค้นพบของ กาญจนา แก้วเทพ, กำจร หลุยยะพงศ์, รุจิรา สุภษา, และวีรพงษ์ พลนิกรกิจ (2543) ที่พบว่า ในการศึกษาสื่อบุคคลในห้องเรียนสามารถใช้ขอบเขตของชุมชนเป็นเกณฑ์ในการแบ่ง โดยสามารถแบ่งได้ออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

(1) สื่อบุคคลที่เป็นบุคคลภายนอก อาทิ เจ้าหน้าที่ในหน่วยงานรัฐ และ

(2) สื่อบุคคลที่เป็นคนในชุมชนเอง อาทิ ผู้นำชุมชน พระสงฆ์ ครู รวมทั้งเพื่อนบ้าน และคนในครอบครัว โดยสื่อบุคคลในห้องเรียนนับว่าเป็นผู้ที่มีสายสัมพันธ์เชื่อมร้อยอยู่กับชุมชน ส่งผลให้เกิดความศรัทธา และไว้วางใจจากคนในชุมชน ทำให้รับรู้ถึงปัญหา และความต้องการของคนในชุมชนเป็นอย่างดี ซึ่งง่ายต่อการถ่ายทอดข่าวสารสร้างความรู้ ความเข้าใจ และนำไปสู่การสร้างการมีส่วนร่วมภายในชุมชน

ยิ่งไปกว่านั้น ผลการวิจัยยืนยันข้อค้นพบของ ขวัญชนก ฉิมวัฒน์ (2555) ที่พบว่า การที่ภาคประชาชนเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนของภาคประชาชน ทั้งในด้านภาษา การค้าขาย การเกษตร และการแลกเปลี่ยนศิลปวัฒนธรรม โดยการเปิดรับข่าวสารผ่าน “สื่อบุคคลที่เป็นคนท้องถิ่น” อาทิ ผู้นำชุมชน เพื่อน ญาติพี่น้อง และคนในครอบครัว ล้วนส่งผลต่อความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนของภาคประชาชน นอกจากนี้ “สื่อบุคคลที่เป็นบุคคลภายนอก” อาทิ บุคลากรในหน่วยงานราชการ ครู รวมถึงผู้นำชุมชน ยังมีบทบาทอย่างมากในการเป็น “ผู้นำทางความคิด” (Opinion leader) ในการถ่ายทอดด้านความรู้

ข้อดี และผลประโยชน์ที่ภาคประชาชนจะได้รับจากการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนของภาคประชาชน มากไปกว่านั้นยังพบว่า บทบาทด้านการสื่อสารของสื่อบุคคลยังสามารถบูรณาการร่วมกับสื่ออื่นๆ (Media integration) เพื่อกระตุ้นให้ภาคประชาชนมีความรู้ และมีทัศนคติที่ดีต่อการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนของภาคประชาชนมากยิ่งขึ้น อาทิ การนำเสนอข่าวสารผ่านสื่อชุมชนประเภทวิทยุชุมชน เป็นต้น

ปัจจัยที่ (5) การได้รับข่าวสารจากสื่อใหม่ ได้แก่ เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก ไลน์ และยูทูป ซึ่งตรงกับข้อค้นพบของ ขวัญชนก ฉิมวัฒน์ (2555) ที่พบว่า ประชาชนที่รับราชการ และประกอบอาชีพธุรกิจ/ค้าขาย ในเขตชายแดนภาคเหนือ ใช้สื่อใหม่ประเภทเว็บไซต์ในการเปิดรับ และแสวงหาข้อมูลเพื่อเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน โดยส่วนมากจะค้นหาข้อมูลในเว็บไซต์หอการค้าจังหวัด และค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับการเตรียมตัวของผู้ประกอบการในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนมากไปกว่านั้นยังสามารถอภิปรายเทียบเคียงได้กับแนวคิดของ Heldman, Schindelar และ Weaver (2013) Manyozo (2012) และ Suggs และ Ratzan (2012) ที่พบว่า การทำงานการสื่อสารเพื่อชุมชนในปัจจุบัน สื่อใหม่ (New media) ทั้งอีเมล เว็บไซต์ เครื่องมือในการสืบค้นข้อมูล (Search engine) เช่น เว็บไซต์ Google Yahoo และแอปพลิเคชันไลน์ เฟซบุ๊ก และยูทูป นับว่าเป็นสื่อที่มีความสำคัญ เนื่องจากสามารถตอบข้อสงสัยของประชาชนได้อย่างทันท่วงที (Real-time) ทั้งยังสามารถบูรณาการกับสื่ออื่นๆ เช่น สื่อบุคคล และเสริมสร้างการสื่อสารสองทาง ทั้งนี้พบว่าสื่อใหม่นั้นมีบทบาทอย่างมากในการสร้างเครือข่ายและสร้างการมีส่วนร่วมในการสื่อสารเพื่อชุมชนที่สำคัญของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง

สรุป

ปัจจัยการสื่อสารที่สามารถพยากรณ์ความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนของประชาชนในเขตชายแดนได้มีทั้งหมด 5 ปัจจัยตามลำดับความสำคัญ คือ

(1) คุณลักษณะของผู้ส่งสาร ประกอบไปด้วย ทักษะในการถ่ายทอดข่าวสาร ความรู้ในเรื่องที่จะสื่อสาร ทักษะคนที่ติดต่อผู้รับสาร และเนื้อหาที่ตนเองสื่อสาร และการคำนึงถึงสภาพแวดล้อมทางสังคมและวัฒนธรรมของชุมชนที่ตนเองสื่อสาร

(2) สภาพแวดล้อมทางกายภาพที่เอื้อต่อการสื่อสาร ได้แก่ การคมนาคมด้วยรถยนต์ส่วนตัว รวมทั้งรถบริการสาธารณะที่สะดวกสบาย และความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค

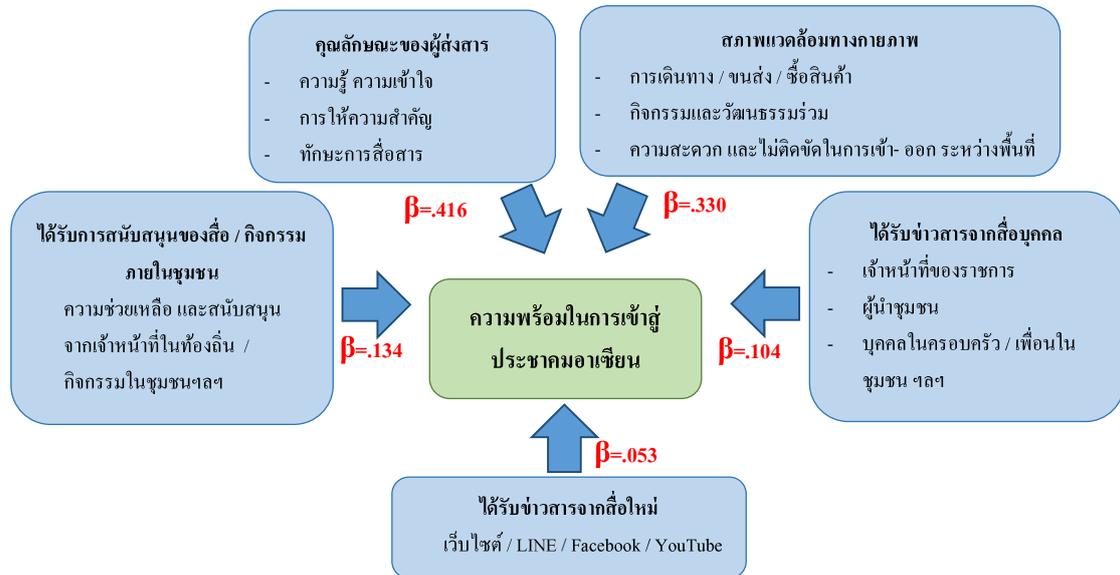
(3) การสนับสนุนของสื่อ/กิจกรรมภายในชุมชน ได้แก่ สื่อบุคคล เช่น เจ้าหน้าที่ราชการ ผู้นำชุมชน ผู้นำท้องถิ่น เพื่อน ครู และญาติพี่น้องสื่อชุมชนเช่น สื่อมวลชน ท้องถิ่น ป้ายประกาศ เสียงตามสาย และวิทยุชุมชน

สื่อเฉพาะกิจ เช่น ชงประเทศสมาชิกอาเซียน ไบพลิว แผ่นพับ สื่อ สติกเกอร์ และรถประชาสัมพันธ์ สื่อกิจกรรม เช่น โครงการอบรมภาษาพม่า อังกฤษ และมาลายู การจัดนิทรรศการประชาสัมพันธ์ของจังหวัด อำเภอ และตำบล

(4) การได้รับข่าวสารจากสื่อบุคคล ได้แก่ เจ้าหน้าที่ราชการส่วนภูมิภาค และส่วนท้องถิ่น ครู บุคคลในครอบครัวญาติพี่น้องเพื่อน และผู้นำชุมชน เช่น กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน และ

(5) การได้รับข่าวสารจากสื่อใหม่ ได้แก่ เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก ไลน์ และยูทูป ทั้งนี้ผู้วิจัยสามารถสรุปปัจจัยการสื่อสารเพื่อพยากรณ์ความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนของประชาชนดังภาพที่ 1

ภาพที่ 1 แสดงปัจจัยการสื่อสารที่สามารถพยากรณ์ความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน



ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

1.1) หน่วยงานราชการ และเอกชนที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ชายแดนทั้ง 6 จังหวัด ควรรักษามาตรฐาน และพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่เอื้อต่อการเดินทางข้ามพรมแดนไปยังประเทศเพื่อนบ้าน ทั้งด้านเส้นทาง

การคมนาคมที่สามารถเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัวได้อย่างสะดวกสบาย การมีรถสาธารณะคอยให้บริการ และการมีร้านค้าขายสินค้าอุปโภคบริโภคตามแนวชายแดน นอกจากนี้หน่วยงานราชการ และเอกชนในพื้นที่ยังควรให้การสนับสนุนด้านสื่อ และกิจกรรม โดยเฉพาะสื่อบุคคลที่เป็นเจ้าหน้าที่ราชการ เจ้าหน้าที่

องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และผู้นำชุมชน สื่อชุมชน ประเภทหอกระจายข่าว วิทยุชุมชน และป้ายประกาศ ประกอบการจัดอบรม และการจัดนิทรรศการ ทั้งนี้ ปัจจัยดังกล่าวจะช่วยสนับสนุนความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนของประชาชนในเขตชายแดนมากยิ่งขึ้น

1.2) ควรพัฒนาศักยภาพทางการสื่อสารของ “สื่อบุคคล” ที่เป็นทางการ อาทิ ผู้ว่าราชการจังหวัด นายอำเภอ และเจ้าหน้าที่ราชการอื่นๆ ทั้งทางด้านทักษะ และความรู้เกี่ยวกับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนของภาคประชาชน ทักษะที่ติดต่อประเด็นดังกล่าวและ ผู้รับสารในชุมชน รวมถึงการนำเสนอข่าวสารที่สอดคล้องกับสเนียมและบริบททางสังคมและวัฒนธรรมของชุมชน นอกจากนี้ยังควรนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับผลดี และผลเสียทั้งด้านการเมือง เศรษฐกิจ การค้า การลงทุน และการแลกเปลี่ยนทางสังคมวัฒนธรรม จากการเป็นสมาชิกประชาคมอาเซียนผ่านสื่อใหม่ อาทิ เว็บไซต์ Google Yahoo ไลน์ เฟซบุ๊ก ยูทูป ให้มากขึ้น เนื่องจากประชาชนในเขตชายแดนเปิดรับ และแสวงหาข้อมูล จากสื่อทั้งสองประเภทสำหรับความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนสูงกว่าสื่ออื่นๆ

1.3) ควรบูรณาการ “สื่อบุคคล” (จากข้อ 1.2) ร่วมกับสื่ออื่นๆ ในการสื่อสาร อาทิ การใช้สื่อบุคคลเป็นวิทยากรในการทำกิจกรรม/อบรม การอธิบายข้อความในโบรชัวร์/นิทรรศการ หรือการอธิบายเสริมจากการนำเสนอคลิปวิดีโอจากสื่อใหม่ เป็นต้น

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

2.1) ควรเพิ่มตัวแปรแทรกกลาง (Mediating variable) ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารในกรอบการวิจัย คือความพึงพอใจจากการได้รับข่าวสารผ่านสื่อต่างๆ ในชุมชน เพื่อทดสอบว่าตัวแปรปัจจัยการสื่อสาร ซึ่งเป็นตัวแปรเชิงสาเหตุ (Causal variable) จะสามารถส่งอิทธิพลทางตรงต่อความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนของภาคประชาชนได้ทันทีหรือไม่ หรือส่งอิทธิพลทางอ้อมผ่านความพึงพอใจจากการได้รับข่าวสารผ่านสื่อต่างๆ ในชุมชนถึงจะทำให้ประชาชนมีความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนของภาคประชาชน เนื่องจากผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า ปัจจัยการสื่อสาร ทั้งในส่วนของช่องทางการสื่อสาร เนื้อหาสาร และคุณสมบัติของผู้ส่งสาร จะส่งผลทำให้ผู้รับสารมีพฤติกรรมตาม ที่ผู้ส่งสารคาดหวังได้ (เทียบเคียงกับงานวิจัยนี้ คือมีความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน) จะต้องทำให้ผู้รับสารเกิดทัศนคติที่ดี หรือมีความพึงพอใจต่อช่องทางการสื่อสาร เนื้อหาสาร และคุณสมบัติของผู้ส่งสารก่อน

2.2) ควรนำผลการวิจัยเชิงปริมาณที่ได้รับไปทดสอบโดยการสนทนากลุ่ม (Focus group interview) กับแกนนำภาคประชาชนในเขตชายแดน ทั้ง 4 ภูมิภาคว่า ตัวแปรด้านการสื่อสารทั้ง 5 ตัวแปรสามารถส่งผลให้ประชาชนแต่ละภูมิภาคมีความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนของภาคประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพหรือไม่

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- กาญจนา แก้วเทพ, กำจร หลุยยะพงศ์, รุจิรา สุภายา, และวีรพงษ์ พลนิกรกิจ. (2543). สื่อเพื่อชุมชน: *การประมวลองค์ความรู้*. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2552). *สื่อเล็กๆที่นำไปใช้ในงานพัฒนา*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ภาพพิมพ์.
- กุลทิพย์ ศาสตรระรุจิ. (2558). เทคโนโลยีสารสนเทศกับการขับเคลื่อนประชาคมอาเซียน. *วารสารนิเทศศาสตร์และนวัตกรรม นิต้า*, 2(2), 25-42.
- ขวัญชนก ฉิมวัฒน์. (2555). *การสื่อสารภาคประชาชนเพื่อเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่เขตเศรษฐกิจประชาคมอาเซียนในพื้นที่อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์, สาขานิเทศศาสตร์.
- จันทร์ทิพย์ ปาละนันท์. (2545). *ความสามารถทางการสื่อสารของผู้นำชุมชน*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์, สาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ.
- ไทรรัตน์ ยืนยง. (2558). *รอบรู้เรื่องประชาคมอาเซียน*. กรุงเทพมหานคร: รวมสาส์น.
- รังสิมา นิโบล. (2547). *กระบวนการทัศน์ใหม่ของการสื่อสารเพื่อสร้างเสริมสุขภาพของประชาสังคม*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์.
- วิรัตน์ ลิ้มสุวรรณ. (2554). จังหวัดหนองคายกับการก้าวสู่ประชาคมอาเซียน 2015. *วารสารดำรงราชานุภาพ*, 11(41), 75-88.
- ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ ธนาคารไทยพาณิชย์. (16 ตุลาคม 2555). *ค้าชายแดน...โอกาสใกล้ตัวที่ไม่ควรมองข้าม*. (2555). สืบค้น 31 ตุลาคม 2559, จาก <https://www.scbeic.com/th/detail/product/576>
- สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. (2533). *การสื่อสารกับสังคม*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อมรรัตน์ ทิพย์เลิศ และคณะ (2549). สมรรถนะด้านการสื่อสารของสื่อบุคคลกับการระดมพลังการพัฒนา. ใน *กาญจนา แก้วเทพ และคณะ. (บรรณาธิการ), ใต้ฟ้ากฟ้างแห่งการศึกษาสื่อบุคคลและเครือข่ายการสื่อสารจากภาพรวมการวิจัย* (น. 135-150). กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- อรวรรณ ปิลาธนโอวาท. (2554). *การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ* (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อัมพิกา ศรีโพธา. (8 กรกฎาคม 2557). *ค้าชายแดนช่องทางอนาคตเศรษฐกิจไทยในอาเซียน*. AEC *ศูนย์ข้อมูลความรู้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน*. สืบค้น 15 สิงหาคม 2559, จาก www.thai-aec.com/967

ภาษาอังกฤษ

- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Arroyave, J. (2012). Health, news, and media information. In R. Obregon & S. Waisbord (Eds.), *The Handbook of Global Health Communication* (1st ed., pp. 195-200). Chichester, West Sussex, UK: Wiley-Blackwell.
- Berlo, D. K. (1960). *The Process of Communication: An Introduction to Theory and Practice*. New York: Holt Rinehart and Winston.
- Berrigan, F. J. (1979). *Community communications: The role of community media in development*. Paris: UNESCO.

- Burgoon, M. (1974). *Approaching speech/communication*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Heldman, A. B., Schindelar, J., & Weaver, J. B. (2013). Social media engagement and Public health communication: Implications for public health organizations being truly “social”. *Public Health Reviews*, 35(1), 1-18.
- Kachentawa, K., Kittinaraporn, J., Banjong, P., Rawikul, P., Pangchuti, S., & Kongdee, C. (2015). *The development of a structural equation model of communication factors in promoting the participatioin accepting the potential for tourism in the area of the Thai-Laos Mekong river*. In W. Lattipongpun. (Ed.), *The 1st International Conference on Innovative Communication and Sustainable Development in ASEAN* (pp. 141-158). Bangkok: National Institute of Development Administration.
- Manyozo, L. (2012). Community, media, Health communication, and engagement: A theoretical matrix. In R. Obregon & S. Waisbord (Eds.), *The Handbook of Global Health Communication* (1st ed., pp. 233-248). Chichester, West Sussex, UK: Wiley-Blackwell.
- Mohd Azizuddin Mohd Sani. (2015). The challenges of social media in ASEAN community. *Journal of Communication and Innovation NIDA*, 2(2), 1-23.
- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986). *Communication and Persuasion: Central and Peripheral Routes toAttitude Change*. New York: Springer-Verlag.
- Schramm. (1973). Channels and audiences. In Ithiel de Sola. Pool, W. Schramm, F. S. Frederick, M. Maccoby & E. B. Parker (Eds.), *Handbook of Communication* (pp. 126-135). Chicago: Rand McNally.
- Suggs, L. S. & Ratzan, S. C. (2012). Global e-health communication. In R. Obregon & S. Waisbord (Eds.), *The Handbook of Global Health Communication* (1st ed., pp. 250-260). Chichester, West Sussex, UK: Wiley-Blackwell.
- Windahl, S., Signitzer, B., & Olson, J. T. (1992). *Using Communication Theory*. London: Sage.