

กลยุทธ์การสื่อสารทางการท่องเที่ยวของหมู่บ้านคีรีวงกต อำเภอनाยุง จังหวัดอุดรธานี เพื่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

Tourism Communication Strategy of Khiri Wong Kot Village at Na Yung, Udon Thani Province for Community Based Tourism Management

จิตรติมา ศรีพลชุม¹

กมลพร ลาตมี²

เมษธาวิณ พลโยธี³

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการสื่อสารทางการท่องเที่ยวและนำเสนอกลยุทธ์การสื่อสารและวิธีการที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนของหมู่บ้านคีรีวงกต อำเภอ นายุง จังหวัดอุดรธานี ซึ่งการดำเนินการวิจัยครั้งนี้ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกจากตัวแทนสมาชิกกลุ่มท่องเที่ยวคีรีวงกต จำนวน 5 คน

ผลการศึกษาพบว่า รูปแบบการสื่อสารเพื่อจัดการการท่องเที่ยวของหมู่บ้านคีรีวงกต อำเภอ นายุง จังหวัดอุดรธานี ได้แก่ การสื่อสารเพื่อจัดการการท่องเที่ยว, การสื่อสารเพื่อสร้างความร่วมมือ, การสื่อสารเพื่อแก้ไขข้อขัดแย้ง และการสื่อสารเพื่อการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว อีกทั้งกลยุทธ์การสื่อสารและวิธีการที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน ประกอบด้วย กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อจัดการการท่องเที่ยว, กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างความร่วมมือ, กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อแก้ไขข้อขัดแย้ง และกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

คำสำคัญ: กลยุทธ์การสื่อสาร, การสื่อสารเพื่อจัดการการท่องเที่ยว, การท่องเที่ยวโดยชุมชน, รูปแบบการสื่อสาร, หมู่บ้านคีรีวงกต

¹ นักศึกษาปริญญาตรี, สาขาการจัดการอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยว คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น

² นักศึกษาปริญญาตรี, สาขาการจัดการอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยว คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น

³ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., สาขาการจัดการอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยว คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น



Abstract

The purpose of this study is to investigate the tourism communication pattern and propose the communication strategies and techniques, in order to manage community-based tourism in a sustainable way of Kiri Wong kot Village, Na Yung District, Udon Thani Province. The data for this study was gathered through in-depth interviews with five representatives of the Kiri Wong kot tourism Group, which was performed utilizing qualitative research.

The results showed that the tourism communication strategy in a sustainable way of Kiri Wong kot Village, Na Yung District, Udon Thani Province includes communication for tourism management, communication to develop collaboration, communication to resolve disputes and communication for disseminating information and promoting tourism. In addition, Kiri Wong kot tourism Group uses communication strategies and methods to promote the community-based tourism development which contains the communication strategies for collaboration, communication strategies to settle disputes and communication strategies for dissemination and tourism public relations. It is anticipated such a holistic approach will prove the most effective strategy.

Keywords: Tourism Communication Strategy, Communication for Tourism Management, Community Based Tourism, Communication Pattern, Kiri Wong kot Village

ความสำคัญและที่มาของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมแห่งความหวังที่สร้างรายได้ให้กับประเทศไทยมากเป็นอันดับต้น ๆ และมีความสำคัญอย่างมากต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ ทำให้ให้เกิดการพัฒนาความเป็นอยู่ของประชาชนในประเทศให้ดีขึ้น ท่ามกลางสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ในปี 2563 มีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามายังประเทศไทยมากถึง 6,702,396 คน (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา, 2564) อย่างไรก็ตามแม้ว่าการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะก่อให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจ ส่งผลให้การจ้างงานเพิ่มขึ้น มีการลงทุนและสร้างรายได้เข้าประเทศ แต่ทั้งนี้ยังส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อม วิถีชีวิตของแหล่งท่องเที่ยววนั้น ๆ หากไม่มีการจัดการที่ดีพอ ดังนั้นเพื่อให้เกิดความสมดุลระหว่างการอนุรักษ์และการพัฒนาจึงได้เกิดแนวความคิดในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เกิดเป็นการท่องเที่ยวทางเลือกที่หลากหลาย หนึ่งในนั้นคือ “การท่องเที่ยวโดยชุมชน” ที่เป็นเครื่องมือในการพัฒนาคุณภาพชีวิต ความอยู่ดีมีสุข ตลอดจนรักษาอัตลักษณ์วิถีวัฒนธรรมธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของชุมชน



ท้องถิ่น โดยดำเนินการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวทางเลือกที่จะนำไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ผ่านเครื่องมือการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งจะเป็นตัวช่วยสำคัญในการไปสู่เป้าหมายของการท่องเที่ยวโดยชุมชน (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2561)

การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism) เป็นการท่องเที่ยวทางเลือกที่บริหารจัดการโดยชุมชนเพื่อให้ประโยชน์จากการท่องเที่ยวตกอยู่กับคนในชุมชน โดยหลักการของการท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้นมีด้วยกัน 10 ข้อ คือ 1) ชุมชนเป็นเจ้าของ 2) ชาวบ้านเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางและตัดสินใจ 3) ส่งเสริมความภาคภูมิใจในตนเอง 4) ยกระดับคุณภาพชีวิต 5) มีความยั่งยืนทางด้านสิ่งแวดล้อม 6) ชุมชนยังคงเอกลักษณ์และวัฒนธรรมท้องถิ่น 7) ก่อให้เกิดการเรียนรู้ระหว่างคนต่างวัฒนธรรม 8) เข้าใจและเคารพในวัฒนธรรมที่แตกต่างและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ 9) เกิดผลตอบแทนที่เป็นธรรมแก่คนท้องถิ่น 10) มีการกระจายรายได้สู่สาธารณประโยชน์ของชุมชน การท่องเที่ยวโดยชุมชนจึงถือเป็นรูปธรรมที่ชัดเจนในการบริหารจัดการทรัพยากรของชุมชน โดยชุมชน และเพื่อชุมชนโดยแท้ ทั้งยังเป็นสะพานเชื่อมระหว่างชุมชนกับนักท่องเที่ยวในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้วิถีชีวิตเข้าใจความต่างทางวัฒนธรรม สร้างความภาคภูมิใจของคนในท้องถิ่น ก่อให้เกิดความสุขอย่างยั่งยืนในที่สุด (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2561)

หมู่บ้านศรีวังกตถือเป็นอีกหนึ่งหมู่บ้านที่มีชื่อเสียงด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน เนื่องจากเมื่อเปรียบเทียบกับหลักการท่องเที่ยวโดยชุมชนพบว่า หมู่บ้านศรีวังกตเกิดจากความร่วมมือร่วมใจจากชุมชนร่วมทั้งภาครัฐ มีการหยิบยกอัตลักษณ์และวิถีท้องถิ่นนำเสนอผ่านการท่องเที่ยว ทั้งนี้การท่องเที่ยวโดยชุมชนยังช่วยสร้างรายได้และสร้างอาชีพให้แก่ชาวบ้าน ส่งผลให้เกิดความสำนึกรักบ้านเกิดและอนุรักษ์ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังส่งผลให้เกิดการเรียนรู้วัฒนธรรมจากผู้มาเยือนและเข้าใจถึงความแตกต่าง

การสื่อสารนับว่ามีความสำคัญอย่างมาก เพราะการสื่อสารเป็นเสมือนเครื่องมือที่ทำให้เกิดการรวมตัวกันของสมาชิกในชุมชน เพื่อให้การจัดตั้งกลุ่มท่องเที่ยวในชุมชนได้อย่างสำเร็จ นอกจากนี้การสื่อสารยังช่วยประสานความร่วมมือและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีให้กับชุมชน ตลอดจนช่วยให้การประสานงานกับภาครัฐ เอกชนและองค์กรภายนอกในการขอความร่วมมือด้านต่าง ๆ เป็นไปด้วยดียิ่งขึ้น เนื่องจากการสื่อสารเป็นเครื่องมือสำคัญในการดำเนินกิจการต่าง ๆ ในชุมชน พลังของการสื่อสารสามารถสร้างชื่อเสียงให้กับหมู่บ้านเล็ก ๆ ได้ ดังกรณีการท่องเที่ยวของหมู่บ้านศรีวังกตที่เกิดจากพลังของการสื่อสารทั้งของคนในชุมชนเองและการสื่อสารไปยังภายนอกควบคู่กับอิทธิพลของบริบทแวดล้อมต่าง ๆ ส่งผลให้หมู่บ้านศรีวังกตเป็นที่นิยมในหมู่นักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและต้องการสัมผัสวิถีชุมชนอย่างรวดเร็ว อาจกล่าวได้ว่าพลังของการสื่อสารจะช่วยให้สมาชิกในชุมชนศรีวังกตสามารถร่วมมือร่วมใจในการจัดการการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้วิถีชีวิตท้องถิ่นสามารถอยู่ควบคู่ไปกับการพัฒนาท่องเที่ยว และนำไปสู่การมีคุณภาพชีวิตที่ดีและพึงพอใจกับวิถีชีวิตของตนของชาวบ้านท้องถิ่น ขณะที่นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวก็ได้รับความประทับใจจากวิถีชีวิตท้องถิ่น และธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์



ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารทางการท่องเที่ยวของหมู่บ้านคีรีวงกต อำเภอ นાયุง จังหวัดอุดรธานี เพื่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน โดยศึกษาว่าหมู่บ้านคีรีวงกตใช้รูปแบบ การสื่อสารใดในการสื่อสารกันทั้งภายในและภายนอกชุมชน จนกลายเป็นอีกหนึ่งชุมชนท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงใน ประเทศ ซึ่งผู้วิจัยมองว่าในจุดนี้มีความสำคัญ ที่จะนำมาเป็นวัตถุประสงค์ของการวิจัยและเป็นประโยชน์ที่จะ ทำการศึกษาเพื่อเป็นต้นแบบ หรือกรณีศึกษาของท้องถิ่นหรือชุมชนอื่น ๆต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษารูปแบบการสื่อสารทางการท่องเที่ยวของหมู่บ้านคีรีวงกต อำเภอ นાયุง จังหวัดอุดรธานี เพื่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน
2. เพื่อนำเสนอกลยุทธ์การสื่อสารและวิธีการที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดย ชุมชนของหมู่บ้านคีรีวงกต อำเภอ นાયุง จังหวัดอุดรธานี

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านพื้นที่ โดยในการศึกษาครั้งนี้ศึกษาในพื้นที่หมู่ 4 บ้านคีรีวงกต ตำบลนาแค อำเภอ นાયุง จังหวัดอุดรธานี
2. ขอบเขตด้านเนื้อหาเป็นการศึกษาเรื่องรูปแบบการสื่อสารทางการท่องเที่ยวของหมู่บ้านคีรีวงกต อำเภอ นાયุง จังหวัดอุดรธานี เพื่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน
3. ขอบเขตด้านประชากร โดยประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ กลุ่มตัวอย่างสมาชิกกลุ่มท่องเที่ยว คีรีวงกต จำนวน 5 คน

การทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการจัดการท่องเที่ยว

จากการศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการในการสื่อสาร คือ ทิศทางการส่งข้อมูลข่าวสาร การส่งงาน และ ความรู้สึกนึกคิดจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร ทั้งนี้ทั้งสองฝ่ายจะต้องมีบางคุณสมบัติที่คล้ายกัน อาทิ การใช้ ภาษาในระดับเดียวกัน หรือมีจุดมุ่งหมายในการทำงานร่วมกัน และเมื่อการสื่อสารสิ้นสุดลง ทั้งสองฝ่ายจะต้อง ได้รับสารเหมือนกัน ทั้งนี้การสื่อสารที่ประสบความสำเร็จจะต้องอาศัยระดับความรู้ ทักษะ ทักษะ ทักษะ ระเบียบ สังคมและวัฒนธรรม ประสบการณ์ของผู้ส่งสารและผู้รับสารประกอบกับการตีความสารด้วย โดยองค์ประกอบ ของการสื่อสาร (อารมณ ฌนวนจิตร, 2556) ประกอบด้วย 4 ส่วน ได้แก่ 1) ผู้ส่ง คือ ผู้ทำหน้าที่กระจายข้อมูล และเริ่มต้นในการสื่อสาร 2) สาร คือ ข้อมูล ข้อความ เนื้อหาสาระ ข้อเท็จจริง ที่จะถูกส่งไปยังผู้รับ 3) สื่อ คือ



ตัวกลางที่จะช่วยนำสารไปยังผู้รับ สื่ออาจสรุปได้ว่าเป็นช่องทางในการนำข้อมูลจากผู้ส่งไปยังผู้รับ 4) ผู้รับ คือ ผู้ที่รับข้อมูลจากผู้ส่งโดยผ่านรายการที่เรียกว่าสื่อชนิดต่าง ๆ

ประเภทของกระบวนการในการสื่อสารที่ผู้วิจัยให้ความสนใจในงานวิจัยฉบับนี้ คือ การสื่อสารผ่านทิศทางในการสื่อสาร (พัชนีัย ธรรมเสนา, 2558) 4 ลักษณะ ดังนี้ 1) การสื่อสารจากบนลงล่าง (Downward Communication) คือ การสื่อสารซึ่งส่งผ่านจากลำดับชั้นสูงสุดลงไประดับต่ำกว่าภายในองค์กร โดยทั่วไปมักบันทึกข้อความที่เป็นทางการ 2) การสื่อสารจากล่างขึ้นบน (Upward Communication) คือ การสื่อสารซึ่งส่งผ่านจากผู้ปฏิบัติหน้าที่ในระดับที่ต่ำกว่าขึ้นสู่ระดับที่สูงกว่า การสื่อสารในลักษณะนี้จะรวมถึงการรับความคิดเห็น การประชุมกลุ่ม และกระบวนการในการร้องเรียน การสื่อสารจากล่างขึ้นบนนั้น มักจะมีความจำเป็นต่อการตัดสินใจที่ดี 3) การสื่อสารในแนวนอน (Horizontal Communication) คือ การสื่อสารซึ่งส่งข้ามหน่วยงานภายในองค์กรซึ่งมีความจำเป็นยิ่งต่อการประสานงาน และการหลอมรวมหน้าที่สายงานภายในองค์กรที่ต่างกันเข้าด้วยกัน เช่น การติดต่อข้ามสายงานระหว่างฝ่ายตลาดกับฝ่ายบัญชี ฝ่ายผลิต และฝ่ายขาย เป็นต้น 4) การสื่อสารแบบต่างหน่วยงานและต่างระดับภายในองค์กร (Diagonal Communication) คือ การสื่อสารระหว่างหน่วยงานหรือข้ามแผนก ซึ่งผู้สื่อสารอาจจะมีตำแหน่งเท่ากันหรือต่างกัน แม้ว่าจะเป็นการสื่อสารที่อาจจะมีการใช้น้อยที่สุดในการสื่อสารทั้ง 4 แบบนี้ แต่ก็มีมีความจำเป็นในสถานการณ์ที่สมาชิกในองค์กรไม่สามารถสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพผ่านช่องทางอื่น ๆ ได้ เป็นลักษณะการสื่อสารที่ส่งตัดข้ามไปยังหน่วยงานที่ต่างกัน และในระดับที่ต่างกัน

และช่องทางที่ใช้ในการสื่อสารภายในองค์กร (พัชนีัย ธรรมเสนา, 2558) ซึ่งข่าวสารที่ส่งออกไปต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ขององค์กร เพื่อสร้างความเข้าใจที่ดี และถูกต้องแก่ผู้รับข่าวสาร ทั้งนี้ การติดต่อสื่อสารในองค์กรสามารถจำแนกช่องทางออกเป็น 2 ช่องทางคือ 1) ช่องทางการติดต่อสื่อสารแบบเป็นทางการ (formal communication channels) เป็นการติดต่อสื่อสารที่มีระเบียบแบบแผน มีขั้นตอนโดยผ่านระเบียบข้อบังคับโครงสร้างการบริหารขององค์กร โดยอาจจะเป็นการสื่อสารจากบนลงล่าง หรือล่างขึ้นบน หรือในระดับเดียวกันก็ได้ การติดต่อสื่อสารแบบเป็นทางการนี้จะมีเงื่อนไขที่สอดคล้องกับอำนาจหน้าที่ของผู้ส่ง และผู้รับข่าวสาร การติดต่อสื่อสารแบบเป็นทางการจะประสบความสำเร็จ และมีประสิทธิภาพได้ต่อเมื่อผู้บริหารมีความรอบรู้ และชำนาญในการติดต่อสื่อสาร 2) ช่องทางการติดต่อสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ (informal communication channels) เป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลในองค์กรตามกลุ่มสังคม หรือความชอบพอโดยตรง อาศัยความสนิทสนม คั่นเคย การแนะนำจากเพื่อนฝูง การรู้จักเป็นการส่วนตัว โดยไม่เกี่ยวข้องกับโครงสร้างของการบริหารองค์กร เป็นลักษณะของการพบปะพูดคุยสนทนากัน การระบายความทุกข์ หรือการขอคำปรึกษากันในงานเลี้ยง ซึ่งจะเป็นลักษณะแบบปากต่อปาก ประสิทธิภาพของการติดต่อสื่อสารจะมีมาก หรือน้อยขึ้นกับการยอมรับความเข้าใจ และความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในกลุ่มที่ไม่เป็นทางการด้วยกัน



รวมถึงโครงสร้างของการติดต่อสื่อสารในองค์กร (พัชนีธ์ ธารเสนา, 2558) สามารถเรียกอีกอย่างว่า “สายใยของการติดต่อสื่อสาร” หรือ “ตาข่ายของการติดต่อสื่อสาร” มีหลายแบบด้วยกัน คือ 1) เครือข่ายการสื่อสารแบบลูกโซ่ (Chain Network) เป็นรูปแบบที่มีการติดต่อสื่อสารไปหรือมา ขึ้นหรือลงไปทางเดียวแล้วจึงย้อนกลับสวนทางกัน 2) เครือข่ายแบบวงล้อ (Wheel Network) เป็นการสื่อสารที่มีผู้นำอยู่ตรงกลาง ดังนั้นสมาชิกทุกคนจึงสามารถติดต่อสื่อสารกับผู้นำได้โดยตรง 3) เครือข่ายรูปแบบตัววาย (Y Network) เป็นเครือข่ายที่มีบุคคลหนึ่งทำหน้าที่ติดต่อสื่อสารไปยังสมาชิกในระดับถัดไป โดยที่สมาชิกลำดับถัดไปมีโอกาสติดต่อสื่อสารกันเองได้บางส่วน 4) เครือข่ายการสื่อสารแบบวงกลม (Circle Network) เป็นการสื่อสารที่สมาชิกแต่ละคนสามารถติดต่อสื่อสารกับสมาชิกข้างเคียงกับตนโดยตรงได้ แต่ละคนในกลุ่มจะมีฐานะเท่าเทียมกัน 5) เครือข่ายการสื่อสารรูปดาว (Star Network) เป็นการเปิดโอกาสให้สมาชิกทุกคนได้ติดต่อสื่อสารกันได้ทั่วถึงและเป็นอิสระ ไม่เข้มงวด ไม่มีศูนย์กลางที่เป็นทางการ เครือข่ายประเภทนี้จะรวดเร็วและเกิดประสิทธิภาพของงานสูง

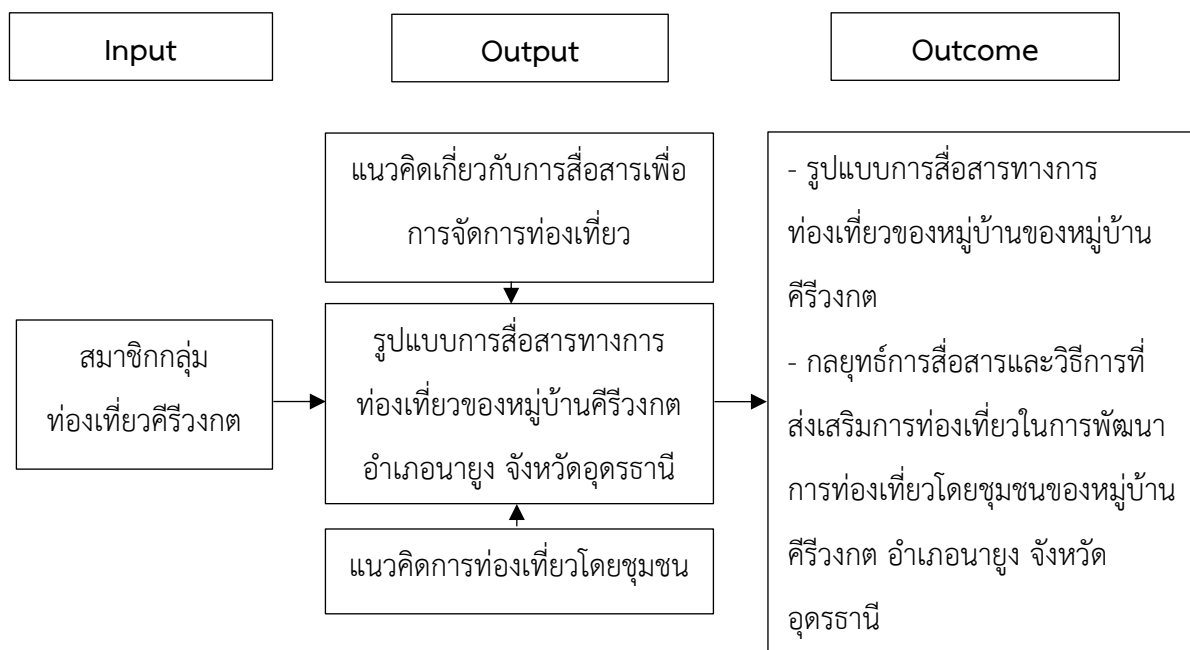
2. แนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม กำหนดทิศทางการท่องเที่ยวโดยสมาชิกในชุมชน จัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อชุมชน และชุมชนเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวมีบทบาทเป็นเจ้าของมีสิทธิ์ในการจัดการดูแลเพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนต้องเริ่มต้นที่สมาชิกในชุมชนให้ความร่วมมือในการจัดการท่องเที่ยว หากไม่ได้รับความร่วมมือแล้วก็ไม่สามารถเกิดการท่องเที่ยวในชุมชนได้ หรือหากเกิดขึ้นจะเป็นการท่องเที่ยวที่ไม่ยั่งยืน เพราะไม่ได้รับความร่วมมือจากสมาชิกในชุมชน ดังนั้นเพื่อให้สมาชิกทุกคนในชุมชนร่วมมือด้วยดีต้องเห็นความสำคัญ และประโยชน์ของการท่องเที่ยวในชุมชน ดังนี้ 1) เกิดการอนุรักษ์ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม ประเพณีและภูมิปัญญาท้องถิ่น 2) การท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นการพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนเน้นคนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนา 3) คุณภาพชีวิตของคนในชุมชนเพิ่มขึ้นซึ่งเป็นผลทางอ้อมของการท่องเที่ยว 4) การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นเครื่องมือของการเผยแพร่วัฒนธรรม ภูมิปัญญาขนบธรรมเนียม ประเพณี ภูมิปัญญาของท้องถิ่น และวิถีชีวิตของผู้คนในชุมชนต่อสาธารณะ 5) สร้างการตระหนักรู้ในชาติพันธุ์ของตนเองให้กับเยาวชน และสืบทอดไปรุ่นต่อรุ่น 6) การท่องเที่ยวโดยชุมชนนำไปสู่การรวมตัวกันของสมาชิกในชุมชน หรือ กลุ่มต่าง ๆ ในชุมชน เพื่อนำความรู้ ความเชี่ยวชาญที่มีอยู่ในตนเองออกมาถ่ายทอดให้ลูกหลานที่มีความสนใจ และนักท่องเที่ยวที่มาเยือน (สถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน, 2560)



กรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษาเรื่องรูปแบบการสื่อสารทางการท่องเที่ยวของหมู่บ้านคีรีวงกต อำเภอनाยง จังหวัดอุดรธานี เพื่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืนในครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้กำหนดกรอบแนวคิดดังต่อไปนี้



ภาพที่ 1: กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากร คือ สมาชิกกลุ่มท่องเที่ยวคีรีวงกต บ้านคีรีวงกต อำเภอनाยง จังหวัดอุดรธานี จำนวน 5 คน ซึ่งเป็นผู้ใช้การสื่อสารในการติดต่อกันในชุมชนและนักท่องเที่ยว คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่

1. นายนรินทร์ อนันทวรรณ ประธานกลุ่มท่องเที่ยวคีรีวงกต ซึ่งมีบทบาทหลักในการจัดการกลุ่มท่องเที่ยวคีรีวงกต, บทบาทในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว และเป็นผู้ต้อนรับสื่อมวลชนและนักท่องเที่ยว

2. นายพเชษฐ์ ศรีสุริยจันทร์ เลขาและเหรัญญิกของกลุ่มท่องเที่ยวคีรีวงกต ซึ่งมีบทบาทหลักในการจัดการการเงินและบัญชีของกลุ่มท่องเที่ยวคีรีวงกต และเป็นผู้ช่วยประสานงานไปยังฝ่ายต่าง ๆ



3. นายเรือง พรหมแสวง หัวหน้าฝ่ายวัฒนธรรม ซึ่งมีบทบาทหลักในการจัดการฝ่ายวัฒนธรรม และดูแลสมาชิกภายในฝ่าย โดยทำหน้าที่ประสานงานและสั่งงานให้แก่สมาชิกฝ่ายวัฒนธรรม

4. นายพนม คำเขียว หัวหน้าฝ่ายรถอีแต๊ก ซึ่งมีบทบาทหลักในการจัดการฝ่ายรถอีแต๊ก และดูแลสมาชิกภายในฝ่าย โดยทำหน้าที่ประสานงานและสั่งงานให้แก่สมาชิกฝ่ายรถอีแต๊ก

5. นายไสว อรรถเสริญ สมาชิกฝ่ายรถอีแต๊ก ซึ่งมีบทบาทในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว และเป็นผู้ดูแลนักท่องเที่ยว

2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามกึ่งมีโครงสร้าง โดยมีการกำหนดแนวคำถามไว้ล่วงหน้า โดยใช้แนวคำถามแบบปลายเปิด (Open-ended question) เพื่อเปิดโอกาสให้กลุ่มเป้าหมายได้ตอบคำถาม เล่าเรื่อง และแสดงความคิดเห็นในประเด็นต่าง ๆ ได้อย่างอิสระ ในขณะที่ทำการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ผู้วิจัยจะปรับเปลี่ยนคำถามไปตามสถานการณ์และความเหมาะสม โดยผู้วิจัยจะทำการเก็บข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ด้วยวิธีการ บันทึกเสียง การถ่ายภาพ และการจดบันทึกพร้อมด้วย

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview) ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกในบรรยากาศที่เป็นทางการ (Forms Interview) และในบรรยากาศที่ไม่เป็นทางการ (Informal Interview) โดยคำนึงถึงความเหมาะสมกับสภาพของผู้ถูกสัมภาษณ์ โดยการสัมภาษณ์จากโครงคำถามแบบเปิดกว้างไม่จำกัดคำตอบ

4. วิธีการวิเคราะห์ หลังจากการสัมภาษณ์มีการเปรียบเทียบข้อมูลจากการสังเกตร่วมกับการสัมภาษณ์, เปรียบเทียบมุมมองของผู้ที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนของหมู่บ้านคีรีวงกต และเปรียบเทียบข้อมูลเรื่องเดียวกันที่ได้มาจากผู้ให้ข้อมูลหลาย ๆ คน จากนั้นจึงวิเคราะห์ข้อมูลในแต่ละประเด็นที่ศึกษา โดยการจัดทำแฟ้มข้อมูล เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้มีการเก็บข้อมูลในหลายรูปแบบ ได้แก่ ข้อมูลเอกสาร และข้อมูลจากการสัมภาษณ์ นำมาสรุปในแต่ละประเด็นที่ศึกษา โดยนำข้อมูลสาระสำคัญของแต่ละประเด็นที่ศึกษามาพิจารณาและตีความหมายเพื่อนำไปสู่การสร้างข้อสรุปแบบอุปนัย (Inductive Method) โดยการวิเคราะห์เป็นข้อสรุปในแต่ละประเด็นเพื่อตอบคำถามตามวัตถุประสงค์และปัญหาของวิจัย

ผลการวิจัย

ในการนำเสนอผลการวิจัย ผู้วิจัยได้แบ่งการนำเสนอตามจุดประสงค์ของการวิจัย 2 ข้อ ดังนี้

ข้อที่ 1 รูปแบบการสื่อสารทางการท่องเที่ยวของหมู่บ้านของหมู่บ้านคีรีวงกต อำเภอनाยุง จังหวัดอุดรธานี

ข้อที่ 2 กลยุทธ์การสื่อสารและวิธีการที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนของหมู่บ้านคีรีวงกต อำเภอनाยุง จังหวัดอุดรธานี



1. การสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของหมู่บ้านคีรีวงกต อำเภอनाยุง จังหวัดอุดรธานี

ผลจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างสมาชิกกลุ่มท่องเที่ยวคีรีวงกต ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 1 เพื่อเก็บข้อมูลรูปแบบการสื่อสารทางการท่องเที่ยวของหมู่บ้านคีรีวงกต อำเภอनाยุง จังหวัดอุดรธานี สามารถสรุปผลได้ดังนี้

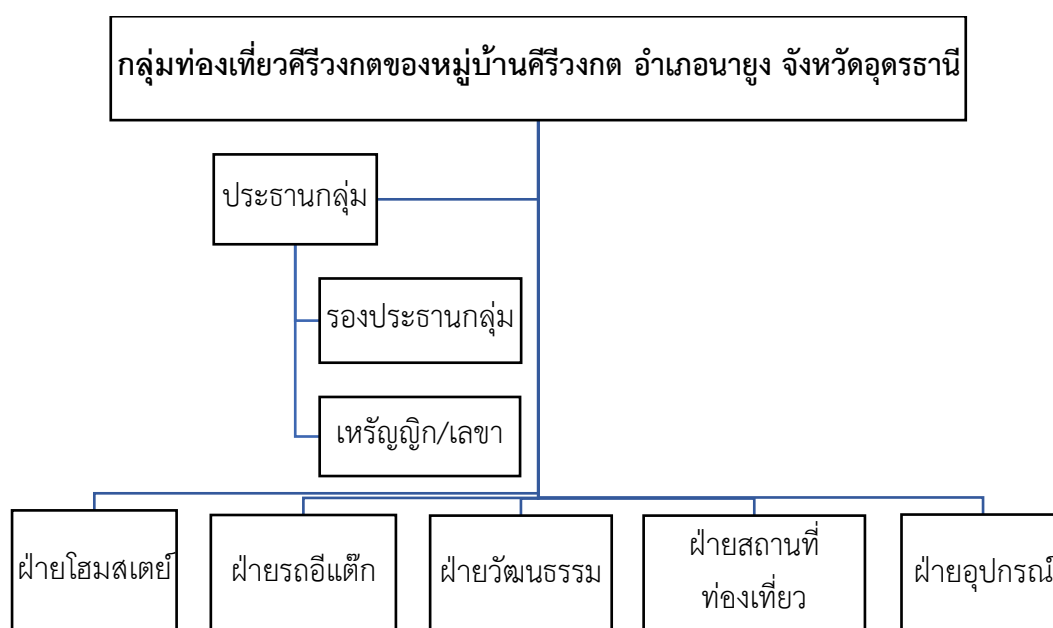
ตารางที่ 1: การสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างสมาชิกกลุ่มท่องเที่ยวคีรีวงกต (n = 5)

| จำนวน | ตำแหน่ง |
|---------|---|
| คนที่ 1 | ประธานกลุ่มท่องเที่ยวคีรีวงกต |
| คนที่ 2 | เลขาและเหรัญญิกของกลุ่มท่องเที่ยวคีรีวงกต |
| คนที่ 3 | หัวหน้าฝ่ายวัฒนธรรม |
| คนที่ 4 | หัวหน้าฝ่ายรถอีแต๊ก |
| คนที่ 5 | สมาชิกฝ่ายรถอีแต๊ก |

1.1 การสื่อสารเพื่อจัดการการท่องเที่ยว

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มท่องเที่ยวคีรีวงกตสามารถแบ่งฝ่ายออกเป็น 5 ฝ่ายได้แก่ ฝ่ายโฮมสเตย์ ฝ่ายรถอีแต๊ก ฝ่ายวัฒนธรรม ฝ่ายสถานที่ท่องเที่ยว และฝ่ายอุปกรณ์

“ในแต่ละกลุ่มจะแบ่งหน้าที่ตามบทบาทของตนเองเป็นลำดับขั้น ซึ่งในแต่ละกลุ่มย่อยจะประกอบไปด้วยหัวหน้ากลุ่มและสมาชิกภายในกลุ่ม (ประธานกลุ่มท่องเที่ยวคีรีวงกต, สัมภาษณ์, 2564)” สามารถสรุปเป็นภาพได้ดังนี้



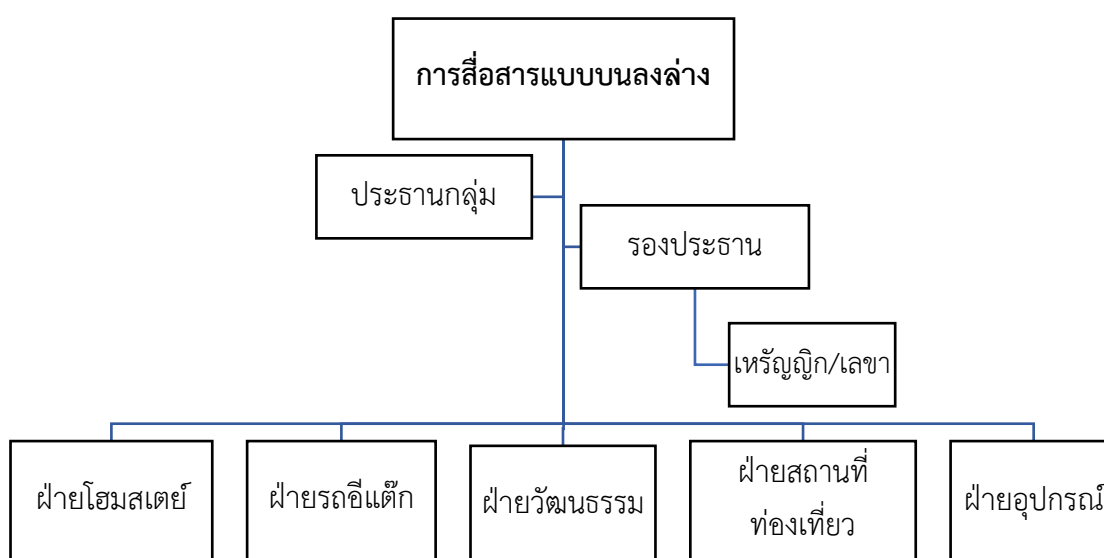
ภาพที่ 2: ลักษณะการทำงานของกลุ่มท่องเที่ยวคีรีวงกต



“ทั้งนี้การคัดเลือกสมาชิกเข้าร่วมในกลุ่มท่องเที่ยวควีรีวงกต ประธานกลุ่มจะเป็นผู้ชักชวนด้วยตนเอง ด้วยการใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายและเข้าถึงผู้ฟัง (ประธานกลุ่มท่องเที่ยวควีรีวงกต, สัมภาษณ์, 2564)”

เกณฑ์การเลือกจะเลือกจากการทำงาน มีความขยัน และมีทักษะในด้านการสื่อสาร เป็นทั้งพูดและผู้ฟังที่ดี จากนั้นจึงแจ้งไปยังหัวหน้าฝ่ายเพื่อสอนงาน โดยการคัดเลือกเช่นนี้จะแสดงให้เห็นถึงความใส่ใจของการทำงาน และสร้างความประทับใจให้กับสมาชิกตั้งแต่แรกเริ่ม และกุญแจสำคัญที่จะนำไปสู่ความเข้าใจของระบบการติดต่อสื่อสารแบบไม่เป็นทางการของกลุ่มท่องเที่ยวควีรีวงกต คือ การสั่งการแบบตามลำดับชั้น โดยประธานจะเป็นผู้สั่งงานไปยังหัวหน้าฝ่ายและสมาชิก อีกทั้งยังให้ความสำคัญกับกลุ่มโดยจะต้องทำงานอย่างเป็นระบบ เป็นขั้นตอน รวมถึงปฏิบัติต่อสมาชิกในกลุ่มอย่างดีและเท่าเทียมกัน เอาใจใส่กับกลุ่ม โดยนัดประชุมและพูดคุยกันอย่างสม่ำเสมอ อีกทั้งต้องให้ความสนใจกลุ่ม ไม่ปล่อยปะละเลยหรือเข้มงวดจนเกินไป ซึ่งสามารถสรุปรูปแบบการสื่อสารของกลุ่มท่องเที่ยวควีรีวงกต ได้ว่า

“การสื่อสารภายในกลุ่มท่องเที่ยวควีรีวงกตเป็นการสื่อสารแบบบนลงล่าง ในภาษาที่ไม่เป็นทางการ เป็นการสื่อสารจากตำแหน่งที่สูงกว่าลงมาตำแหน่งที่ต่ำกว่า เพื่อแจ้งให้สมาชิกในกลุ่มทราบถึงการทำงาน (ประธานกลุ่มท่องเที่ยวควีรีวงกต, สัมภาษณ์, 2564)” สามารถสรุปเป็นภาพได้ดังนี้



ภาพที่ 3: รูปแบบการสื่อสารของกลุ่มท่องเที่ยวควีรีวงกต อำเภอนาโยง จังหวัดอุตรธานี

นอกจากนี้ยังพบว่า “มีการสื่อสารในแนวนอน ซึ่งเป็นการสื่อสารระหว่างสมาชิกในฝ่ายเดียวกันและสมาชิกต่างฝ่าย เพื่อประสานการทำงาน ให้ข้อมูลการทำงานและเชื่อมความสัมพันธ์อันดี ทั้งนี้การสื่อสารในแนวนอนของกลุ่มท่องเที่ยวควีรีวงกตมักใช้ภาษาที่ไม่เป็นทางการ (ประธานกลุ่มท่องเที่ยวควีรีวงกต, สัมภาษณ์, 2564)” สามารถสรุปเป็นภาพได้ดังนี้





ภาพที่ 4: รูปแบบการสื่อสารของฝ่ายต่าง ๆ ในกลุ่มท่องเที่ยวศรีวังเกต อำเภอนายูง จังหวัดอุดรธานี

การสื่อสารภายในของกลุ่มท่องเที่ยวศรีวังเกตพบว่า เมื่อมีการทำงานหรือแจ้งข่าวสารภายในกลุ่มท่องเที่ยวศรีวังเกต พบว่า

“ประธานกลุ่มท่องเที่ยวศรีวังเกตจะเป็นผู้สื่อสารกับสมาชิกในกลุ่มทุกคนโดยตรง ซึ่งผ่านการนัดพบปะต่อหน้าและการพูดคุยกันทางโทรศัพท์ (ประธานกลุ่มท่องเที่ยวศรีวังเกต, สัมภาษณ์, 2564)”

นอกจากนี้ยังมีการนัดพูดคุย ทำความเข้าใจ และรับทราบภาระงานกับสมาชิกทุกคนภายในกลุ่มท่องเที่ยวศรีวังเกตทั้งก่อนและหลังการทำงาน ซึ่งการสื่อสารแนวนอนภายในฝ่ายต่าง ๆ มักใช้ภาษาที่ไม่เป็นทางการ และในบรรยากาศที่ไม่เป็นทางการ อีกทั้งยังสามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ

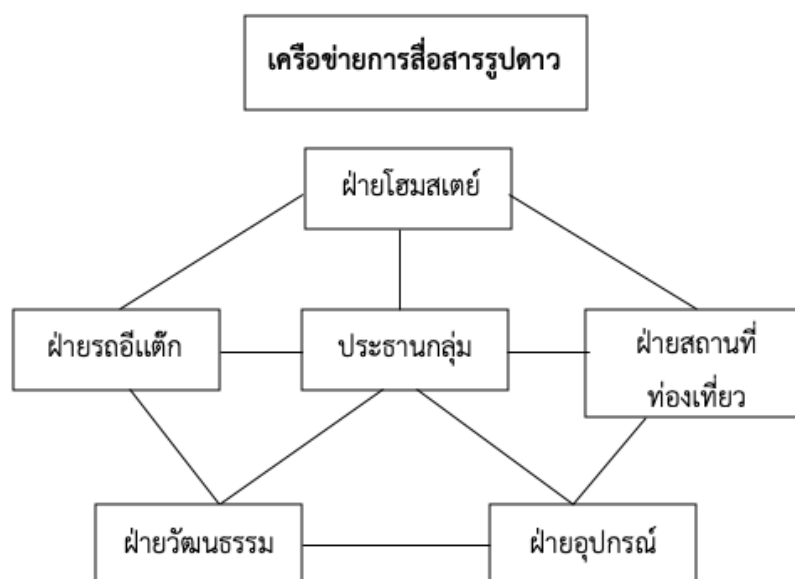
“มีการประชุมสะท้อนผลการทำงานทุกวันหลังเลิกงาน และมีการใช้ภาษาที่เป็นกันเอง ไม่ได้เป็นการประชมนัดหมายที่เป็นทางการ (หัวหน้าฝ่ายรถอีแต๊ก, สัมภาษณ์, 2564)”

อีกทั้งโครงสร้างของการติดต่อสื่อสารภายในของกลุ่มท่องเที่ยวศรีวังเกตพบว่า เป็นเครือข่ายการสื่อสารรูปดาว โดยมีจุดศูนย์กลาง คือ ประธานกลุ่มท่องเที่ยวศรีวังเกต เป็นจุดผ่านการติดต่อกันระหว่างทุกฝ่ายในเครือข่าย จึงมีหน้าที่เป็นศูนย์กลางควบคุมเส้นทางการสื่อสารทั้งหมดทั้งภายใน และภายนอก

“เปิดโอกาสให้สมาชิกทุกคนในกลุ่มท่องเที่ยวศรีวังเกต ได้ติดต่อสื่อสารกันได้ทั่วถึงและเป็นอิสระ ไม่เข้มงวด โดยเป็นศูนย์กลางที่เป็นทางการ จึงทำให้การทำงานมีความรวดเร็วและเกิดประสิทธิภาพของงานสูง (เลขาและเหรัญญิกของกลุ่มท่องเที่ยวศรีวังเกต, สัมภาษณ์, 2564)”

โดยสามารถสรุปโครงสร้างของการติดต่อสื่อสารภายในของกลุ่มท่องเที่ยวศรีวังเกต เป็นเครือข่ายการสื่อสารรูปดาว สามารถสรุปเป็นภาพได้ดังนี้





ภาพที่ 5: เครือข่ายการสื่อสารรูปดาวภายในกลุ่มท่องเที่ยวศรีวังเกต อำเภอनाยุง จังหวัดอุดรธานี

จากที่กล่าวมาทั้งหมด สรุปได้ว่า การสื่อสารเพื่อจัดการการท่องเที่ยวของหมู่บ้านศรีวังเกต อำเภอ นายุง จังหวัดอุดรธานี มีกุญแจสำคัญที่จะนำไปสู่ความเข้าใจของระบบการติดต่อสื่อสาร คือ การใช้การสื่อสาร ในแนวนอนภายในฝ่ายต่าง ๆ และการใช้การสื่อสารแบบบนลงล่างภายในกลุ่มท่องเที่ยวศรีวังเกตร่วมด้วย อีกทั้งยังใช้เครือข่ายการสื่อสารรูปดาว ที่การเปิดโอกาสให้สมาชิกในกลุ่มท่องเที่ยวศรีวังเกต ได้ติดต่อสื่อสารกัน ได้ทั่วถึงและเป็นอิสระ

1.2 การสื่อสารเพื่อสร้างความร่วมมือ

จากการศึกษาบทบาทของผู้ที่สร้างการมีส่วนร่วมของสมาชิกภายในชุมชนพบว่า ประธานกลุ่ม ท่องเที่ยวศรีวังเกต เป็นผู้ริเริ่มชักชวนชาวบ้านเข้ามาร่วมกลุ่ม เพื่อพัฒนาศักยภาพของชุมชน พื้นที่ เศรษฐกิจ ชุมชน สังคม ประชาชนในชุมชนให้มีชีวิตอยู่ดีกินดี และสิ่งแวดล้อมได้รับการอนุรักษ์ รวมถึงการดำรงไว้ซึ่ง วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตอันดีงามของชุมชนสืบทอดรุ่นต่อรุ่น และเกิดความยั่งยืนในชุมชน

“มีการชักชวนให้ชาวบ้านเข้ามาร่วมทำกลุ่มท่องเที่ยว และแบ่งฝ่ายออกเป็น 5 ฝ่ายได้แก่ ฝ่าย โฮมสเตย์ ฝ่ายรถอีแต๋น ฝ่ายวัฒนธรรม ฝ่ายสถานที่ท่องเที่ยว และฝ่ายอุปกรณ์ (เลขาและเหรัญญิกของกลุ่ม ท่องเที่ยวศรีวังเกต, สัมภาษณ์, 2564)”

จากที่กล่าวมาข้างต้น ส่งผลให้การสื่อสารเพื่อสร้างความร่วมมือภายในกลุ่มท่องเที่ยวศรีวังเกต ประกอบด้วย การมีส่วนร่วมทั้งแนวราบและแนวตั้งนั้น ในบางครั้งจะต้องทำงานร่วมกันผู้บังคับบัญชาและ เพื่อนร่วมงานในแผนกอื่น จึงต้องแสดงบทบาทตามสถานภาพของแนวราบและแนวตั้ง ดังนี้ ในแนวราบ ทุกฝ่ายจะมีความเสมอภาคกันในด้าน โดยสมาชิกทุกคนในแต่ละฝ่ายสามารถพูดคุยกันได้อย่างไม่เป็นทางการ ไม่มีพิธีรีตองมากนัก



“การมีส่วนร่วมในแนวราบเป็นไปอย่างหลวม ๆ ไม่จริงจัง อาจเป็นเพราะมีสถานะหรือตำแหน่งเท่ากัน มีความสนิทและรู้จักกันดีในระดับหนึ่ง ส่งผลให้สมาชิกภายในกลุ่มสามารถพูดคุยกันได้ทั้งหมด (สมาชิกฝ่ายรถอีแต๊ก, สัมภาษณ์, 2564)”

และในแนวตั้ง เป็นการมีส่วนร่วมตามสายการบังคับบัญชาของประธานกลุ่ม จากตำแหน่งที่สูงกว่าไปยังตำแหน่งที่ต่ำกว่า เป็นลำดับชั้นลงมา แม้ว่าจะเป็นการมีส่วนร่วมตามลำดับชั้น แต่กลุ่มท่องเที่ยวศรีวังเกตยังคงใช้ภาษาที่ไม่เป็นทางการ และไม่ได้เป็นลายลักษณ์อักษร

“ประธานจะสั่งงานรองประธานและเลขาให้รับทราบ จากนั้นจึงแจ้งให้หัวหน้าแต่ละฝ่ายและหัวหน้าแต่ละฝ่ายสั่งการสมาชิกในกลุ่มต่อไป (หัวหน้าฝ่ายวัฒนธรรม, สัมภาษณ์, 2564)”

อย่างไรก็ตามจากการสอบถามกลุ่มท่องเที่ยวศรีวังเกตถึงลักษณะการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนพบว่า มีรูปแบบของการมีส่วนร่วม 4 รูปแบบ (ประธานกลุ่มท่องเที่ยวศรีวังเกต, สัมภาษณ์, 2564) ได้แก่

1. การรับรู้ข่าวสาร สมาชิกในกลุ่มท่องเที่ยวศรีวังเกต และผู้ที่เกี่ยวข้องได้รับการแจ้งให้ทราบถึงรายละเอียดต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวภายในชุมชน รวมทั้งผลกระทบที่คาดว่าจะเกิดขึ้นเสมอ
2. การปรึกษาหารือ สมาชิกในกลุ่มท่องเที่ยวศรีวังเกต และผู้ที่เกี่ยวข้องมีการจัดหารือ เพื่อรับฟังความคิดเห็นและตรวจสอบข้อมูลเพิ่มเติม เพื่อให้เกิดความเข้าใจในการดำเนินการท่องเที่ยวและกิจกรรมมากขึ้น
3. การประชุมรับฟังความคิดเห็น สมาชิกในกลุ่มท่องเที่ยวศรีวังเกต และผู้ที่เกี่ยวข้องมีการพูดคุย รับฟังความคิดเห็นถึงลักษณะการทำงานและสรุปผลการทำงานในแต่ละวัน ตลอดจนผลกระทบที่คาดว่าจะเกิดขึ้นและตอบข้อซักถาม
4. การร่วมในการตัดสินใจ สมาชิกในกลุ่มท่องเที่ยวศรีวังเกต และผู้ที่เกี่ยวข้องมีการร่วมในการตัดสินใจต่าง ๆ ในการดำเนินการจัดนำเที่ยวโดยกลุ่มท่องเที่ยวศรีวังเกต

จากที่กล่าวมาทั้งหมด สรุปได้ว่า การสื่อสารเพื่อสร้างความร่วมมือ เกิดขึ้นโดยประธานกลุ่มท่องเที่ยวศรีวังเกต ที่เป็นผู้ริเริ่มชักชวนชาวบ้านเข้ามาร่วมกลุ่ม แบ่งฝ่ายออกเป็น 5 ฝ่ายได้แก่ ฝ่ายโฮมสเตย์ ฝ่ายรถอีแต๊ก ฝ่ายวัฒนธรรม ฝ่ายสถานที่ท่องเที่ยว และฝ่ายอุปกรณ์ ทั้งนี้การสื่อสารเพื่อสร้างความร่วมมือภายในกลุ่มท่องเที่ยวศรีวังเกต ประกอบด้วย การมีส่วนร่วมทั้งแนวราบและแนวตั้งนั้น ในบางครั้งจะต้องทำงานร่วมกันผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงานในแผนกอื่น จึงต้องแสดงบทบาทตามสถานภาพของแนวราบและแนวตั้ง อีกทั้งยังมีรูปแบบของการมีส่วนร่วม 4 รูปแบบ ได้แก่ การรับรู้ข่าวสาร การปรึกษาหารือ การประชุมรับฟังความคิดเห็นและการร่วมในการตัดสินใจ

1.3 การสื่อสารเพื่อแก้ไขข้อขัดแย้ง

จากการสัมภาษณ์ประธานกลุ่มท่องเที่ยวศรีวังเกตพบว่า มีการแยกกลุ่มออกไป เป็นผลมาจากการสื่อสารที่ไม่เข้าใจกัน ความตั้งใจในการทำงานที่ไม่เท่ากัน รูปแบบของสมาชิกในกลุ่มที่แตกต่าง และความชอบ



ที่แตกต่างกันออกไป รวมถึงการมีผู้นำหลายคนที่มีความคิดมีขัดแย้งกัน ภายหลังจากพบว่า การเปลี่ยนโครงสร้างของกลุ่มท่องเที่ยวศรีวังทจาก 1 กลุ่มเป็น 3 กลุ่มนั้นช่วยลดปัญหาความขัดแย้งลงได้ เนื่องจากการเปลี่ยนโครงสร้างองค์กรที่เป็นกลุ่มใหญ่และมีผู้นำหลายคนซึ่งทำให้เกิดความขัดแย้งได้ง่ายให้มีรูปแบบการทำงานใหม่

“การจัดตั้งกลุ่มใหม่ขึ้นตามลักษณะการทำงานและสมาชิกที่ตนเองชื่นชอบ (ประธานกลุ่มท่องเที่ยวศรีวังท, สัมภาษณ์, 2564)”

จากที่กล่าวมาทั้งหมด สรุปได้ว่า การสื่อสารเพื่อแก้ไขข้อขัดแย้งกลุ่มท่องเที่ยวศรีวังท นอกจากการเปลี่ยนโครงสร้างของกลุ่มท่องเที่ยวศรีวังทจาก 1 กลุ่มเป็น 3 กลุ่มข้างต้นแล้ว สิ่งสำคัญที่ทำให้การจัดการความขัดแย้ง คือประธานกลุ่มต้องเป็นผู้นำทางในการจัดการความขัดแย้งโดย ต้องมีความเข้าใจถึงธรรมชาติของความขัดแย้ง เปิดใจยอมรับฟังความคิดเห็นของทุกฝ่าย นอกจากนี้ ประธานกลุ่มควรสนับสนุนให้บุคลากรทุกฝ่ายมีส่วนร่วม ในการแก้ปัญหาขององค์กรเพื่อให้เกิดความร่วมมือ มีการสื่อสารภายในองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อลดปัญหาความขัดแย้งที่เกิดขึ้น

1.4 การสื่อสารเพื่อการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างสมาชิกกลุ่มท่องเที่ยวศรีวังท ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 1 เพื่อเก็บข้อมูลกลยุทธ์การสื่อสารและวิธีการที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนของหมู่บ้านศรีวังท อำเภอนาโยง จังหวัดอุดรธานี สามารถสรุปผลได้ดังนี้

ระยะแรกได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานราชการระดับจังหวัด เช่น สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดอุดรธานี, สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดอุดรธานี, การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย(ททท.) สำนักงานอุดรธานี และหน่วยงานระดับอำเภอ เช่น องค์การบริหารส่วนตำบลนาโยง เป็นต้น

ระยะที่ 2 เริ่มมีช่องทางโทรทัศน์ต่าง ๆ เดินทางมาประชาสัมพันธ์หมู่บ้านศรีวังท อำเภอนาโยง จังหวัดอุดรธานี ในหลาย ๆ ช่องโทรทัศน์ นอกจากนี้ยังมีสื่ออินเทอร์เน็ตต่าง ๆ ที่เดินทางมายังหมู่บ้านศรีวังท เช่น นักรีวิวการท่องเที่ยว, ยูทูบเบอร์ เป็นต้น

ระยะที่ 3 การแพร่หลายของสื่อโซเชียลมีเดียในช่วงหลายปีที่ผ่านมา มีผลอย่างมากต่อการจัดการการท่องเที่ยวของหมู่บ้านศรีวังท โดยในอดีตหากนักท่องเที่ยวต้องการจองหรือสอบถามข้อมูลจะต้องติดต่อเพียงช่องทางเดียว คือ โทรศัพท์มือถือ ภายหลังจากมีการใช้โซเชียลมีเดีย คือ เฟซบุ๊กของกลุ่มท่องเที่ยวศรีวังท โดยใช้เฟซบุ๊กแฟนเพจที่มีชื่อว่า “ออนซอนศรี” ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้ามาดูข้อมูลได้ และกลุ่มท่องเที่ยวศรีวังทสามารถอัพเดทข้อมูลทางการท่องเที่ยว กิจกรรมต่าง ๆ ภายในหมู่บ้านศรีวังท รวมถึงเวลาปิด - เปิด และการเดินทางมาหมู่บ้าน เช่น ขณะนี้มีการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 จึงแจ้งให้นักท่องเที่ยวทราบผ่านเฟซบุ๊กของกลุ่มท่องเที่ยวศรีวังท

จากที่กล่าวมาทั้งหมด การเผยแพร่เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของหมู่บ้านศรีวังท อำเภอนาโยง จังหวัดอุดรธานีนั้นพบว่า ในระยะแรกเป็นการสื่อสารเพื่อการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของหมู่บ้านศรีวังทจะเป็นการสื่อสารโดยที่หน่วยงานรัฐเป็นผู้ทำการประชาสัมพันธ์ให้ จากนั้น



ระยะที่ 2 จึงเริ่มมีการสื่อสารโดยที่หน่วยงานเอกชนเป็นผู้ทำการประชาสัมพันธ์ให้ เช่น สื่อโทรทัศน์, สื่อออนไลน์ ควบคู่กับการประชาสัมพันธ์จากหน่วยงานรัฐ และระยะที่ 3 เริ่มมีการสื่อสารโดยใช้สื่อโซเชียลมีเดีย

ข้อที่ 2 กลยุทธ์การสื่อสารและวิธีการที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนของหมู่บ้านศิรีวงกต อำเภอนาโยง จังหวัดอุดรธานี

2.1 กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการจัดการการท่องเที่ยว

กุญแจสำคัญที่จะนำไปสู่การสื่อสารเพื่อการจัดการการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ คือ การใช้การสื่อสารในแนวนอนภายในฝ่ายต่าง ๆ ซึ่งการสื่อสารลักษณะนี้จะช่วยให้สมาชิกในกลุ่มสื่อสารกันได้อย่างอิสระ เพื่อประสานงาน แลกเปลี่ยนข้อมูล แก้ปัญหา และเพื่อพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล มักเป็นการประชุมและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน รวมถึงการคุยกันทางโทรศัพท์ เนื่องจากการสื่อสารที่ไม่เป็นทางการ จำเป็นต้องมีความระมัดระวังในการสื่อสาร เนื่องจากมีข่าวสารจากหลายทาง อาจส่งผลให้การสื่อสารไม่บรรลุวัตถุประสงค์ อีกทั้งการติดต่อระดับเดียวกันมากเกินไปอาจทำให้ละเลยการนำเสนอรายงานไปยังผู้บังคับบัญชา รวมถึงการใช้การสื่อสารแบบบนลงล่างที่ส่งผ่านจากประธานกลุ่มท่องเที่ยวไปยังหัวหน้ากลุ่มย่อยและสมาชิกในกลุ่มท่องเที่ยวศิรีวงกตทุกคน ซึ่งมีประโยชน์ในการแจ้งนโยบายในการบริหารจัดการ การสั่งงาน ข้อดี คือ ช่วยเพิ่มวินัยของกลุ่มท่องเที่ยวศิรีวงกต และเพื่อประสิทธิภาพของการสื่อสารให้ตรงกับวัตถุประสงค์ของงาน และช่วยให้การมอบหมายงานทำได้ง่ายมากขึ้น อย่างไรก็ตามการสื่อสารแบบบนลงล่างอาจทำให้การสื่อสารมีความล่าช้า เกิดการบิดเบือนของข้อมูล ปัญหาในด้านการตีความ และการเสื่อมสภาพของความสัมพันธ์ นอกจากนี้ทั้งยังใช้เครือข่ายการสื่อสารรูปดาว ที่การเปิดโอกาสให้สมาชิกในกลุ่มท่องเที่ยวศิรีวงกต ได้ติดต่อสื่อสารกันได้ทั่วถึง เป็นอิสระ และไม่เข้มงวด เครือข่ายประเภทนี้จะส่งผลให้การสื่อสารมีความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ

2.2 กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างความร่วมมือ

การสื่อสารเพื่อสร้างความร่วมมือภายในกลุ่มท่องเที่ยวศิรีวงกต ประกอบด้วย การมีส่วนร่วมทั้งแนวราบกับสมาชิกฝ่ายต่าง ๆ โดยการร่วมมือเป็นไปอย่างหลวม ๆ เนื่องจากสถานะและตำแหน่งเท่ากัน และแนวดิ่งมักมีการทำงานร่วมกับประธานกลุ่มและสมาชิกฝ่ายต่าง ๆ จึงต้องแสดงบทบาทตามสถานภาพของแนวราบและแนวดิ่ง อย่างไรก็ตามรูปแบบของการมีส่วนร่วมมี 4 รูปแบบ ได้แก่ การรับรู้ข่าวสารเพื่อการดำเนินการท่องเที่ยวและสามารถให้ข้อมูลกับนักท่องเที่ยวได้ การปรึกษาหารือเพื่อแก้ปัญหาและให้คำแนะนำ การประชุมรับฟังความคิดเห็น และการร่วมในการตัดสินใจ โดยกลยุทธ์ดังกล่าวจะช่วยสร้างความสัมพันธ์ภายในกลุ่มท่องเที่ยวศิรีวงกต ความสัมพันธ์ระหว่างประธานกลุ่มกับสมาชิกภายในกลุ่ม สมาชิกกับสมาชิก และเป็นตัวสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันและทำให้กลุ่มท่องเที่ยวศิรีวงกตดำรงอยู่ และพัฒนาไปได้ในทุกสถานการณ์



2.3 กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อแก้ไขข้อขัดแย้ง

การเปลี่ยนโครงสร้างของกลุ่มท่องเที่ยวศรีวังกตจาก 1 กลุ่มเป็น 3 กลุ่ม เป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อแก้ไขข้อขัดแย้ง สิ่งสำคัญที่ทำให้การจัดการความขัดแย้ง คือ ประธานกลุ่ม ต้องรับบทบาทเป็นผู้นำทางในการจัดการความขัดแย้งโดย ต้องมีความเข้าใจความแตกต่าง เปิดใจยอมรับฟังความคิดเห็นของทุกฝ่าย และเจรจาเพื่อหาสาเหตุของความขัดแย้งให้เจอ นอกจากนี้ประธานกลุ่มควรสนับสนุนให้บุคลากรทุกฝ่ายมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาขององค์กรเพื่อให้เกิดความร่วมมือ มีการสื่อสารภายในองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อลดปัญหาความขัดแย้งที่เกิดขึ้น ซึ่งกลยุทธ์ดังกล่าวนอกจากจะช่วยให้ลดความขัดแย้งแล้ว ยังส่งผลดีต่อการท่องเที่ยวของหมู่บ้านศรีวังกตอีกด้วย

2.4 กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

การเผยแพร่เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของหมู่บ้านศรีวังกต ในช่วงแรกจำเป็นต้องพึ่งพาหน่วยงานรัฐ เนื่องจากงบประมาณที่จะนำมาประชาสัมพันธ์นั้นมักไม่เพียงพอสำหรับกลุ่มท่องเที่ยวที่จัดตั้งด้วยชุมชนเอง อีกทั้งการประชาสัมพันธ์ผ่านหน่วยงานของรัฐจะไม่เสียค่าใช้จ่าย นอกจากนี้การพึ่งพาหน่วยงานรัฐ จะช่วยให้ข้อมูลข่าวสารมีการเผยแพร่ได้เร็วมากขึ้น จากนั้นเมื่อเริ่มมีชื่อเสียงแล้วควรมีการสื่อสารโดยที่หน่วยงานเอกชนเป็นผู้ทำการประชาสัมพันธ์ให้ เช่น สื่อโทรทัศน์ สื่อออนไลน์ต่าง ๆ ควบคู่กับการประชาสัมพันธ์จากหน่วยงานรัฐ เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้รวดเร็วมากยิ่งขึ้น และรู้จักมากขึ้นในวงกว้าง ทั้งนี้ควรมีการสื่อสารโดยใช้สื่อโซเชียลมีเดียร่วมด้วย เพื่อเกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างนักท่องเที่ยวและชุมชน

อภิปรายและสรุปผล

จากการศึกษาเรื่องกลยุทธ์การสื่อสารทางการท่องเที่ยวของหมู่บ้านศรีวังกต อำเภอนาโยง จังหวัดอุดรธานี เพื่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน สามารถอภิปรายผลในประเด็นต่าง ๆ ได้ ดังต่อไปนี้

กลยุทธ์การสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของหมู่บ้านศรีวังกต อำเภอนาโยง จังหวัดอุดรธานี จากการสัมภาษณ์สมาชิกกลุ่มท่องเที่ยวศรีวังกตพบว่า การสื่อสารภายในกลุ่มท่องเที่ยวศรีวังกตเป็นการสื่อสารแบบบนลงล่าง ในภาษาที่ไม่เป็นทางการ ซึ่งเป็นการสื่อสารจากตำแหน่งที่สูงกว่าลงมาตำแหน่งที่ต่ำกว่า วัตถุประสงค์เพื่อแจ้งให้สมาชิกในกลุ่มทราบถึงการปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว ทั้งนี้ฝ่ายต่าง ๆ จะใช้การสื่อสารในแนวนอน ซึ่งเป็นการสื่อสารระหว่างสมาชิกในฝ่ายเดียวกันและสมาชิกต่างฝ่าย สมาชิกทุกคนสามารถพูดคุยกันได้ เพื่อประสานการทำงาน ให้ข้อมูลการทำงานและเชื่อมความสัมพันธ์อันดี และสอดคล้องกับงานวิจัยของบุษบา หินเธาว์ (2555) ศึกษาเรื่อง รูปแบบการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมของชาวบ้านเพื่อการจัดการป่าชุมชนอย่างยั่งยืน กรณีป่าชุมชน ตำบลท่าอิบุญ อำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ผลการศึกษาพบว่า รูปแบบการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมของชาวบ้านเป็นการสื่อสารแบบสองทาง ได้แก่ (1) จากล่างขึ้นบน เป็นการสื่อสารผ่านกระบวนการทบทวนปัญหาตนเองของชาวบ้านที่มีต่อชุมชน เพื่อนำเสนอต่อแกนนำและ



คณะกรรมการรักษาพื้นที่ป่าชุมชน และองค์การบริหารส่วนตำบล ท่าอิบุญ (2) การสื่อสารแนวระนาบ เป็นการสื่อสารผ่านทางกิจกรรมเพื่อสังคม และพบว่า ชาวบ้านมีความพึงพอใจในระดับมากต่อการเสริมศักยภาพการสื่อสารชุมชนด้วยกลยุทธ์การสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมทั้ง 4 รูปแบบ คือ การมอบสื่อ การอบรมเชิงปฏิบัติการการจัดรายการกระจายข่าว การสร้างสื่อเฉพาะกิจ และการจัดค่ายเยาวชนเพื่อป่าชุมชน

โครงสร้างของการติดต่อสื่อสารภายในของกลุ่มท่องเที่ยวศรีวังกตพบว่า เป็นเครือข่ายการสื่อสารรูปดาว โดยมีจุดศูนย์กลาง คือ ประธานกลุ่มท่องเที่ยวศรีวังกต เป็นจุดผ่านการติดต่อกันระหว่างทุกฝ่ายในเครือข่าย จึงมีหน้าที่เป็นศูนย์กลางควบคุมเส้นทางการสื่อสารทั้งหมดทั้งภายใน และภายนอกที่การเปิดโอกาสให้สมาชิกทุกคนในกลุ่มท่องเที่ยวศรีวังกต ได้ติดต่อสื่อสารกันได้ทั่วถึงและเป็นอิสระ ไม่เข้มงวด โดยเป็นศูนย์กลางที่เป็นทางการ จึงทำให้การทำงานมีความรวดเร็วและเกิดประสิทธิภาพของงานสูง สอดคล้องกับงานวิจัยของ อติพล เอื้อจรัสพันธ์ุ และณัฐนิชา กรกิ่งมาลา (2561) ได้ศึกษาเรื่องกลยุทธ์และเครือข่ายการสื่อสารเพื่อสร้างชุมชนเข้มแข็ง กรณีศึกษาชุมชนหัวตะเข้ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร โดยพบว่า ลักษณะเครือข่ายของสมาชิกกลุ่มแกนนำชุมชนหัวตะเข้ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร เป็นเครือข่ายการสื่อสาร ในการกระจายข้อมูลแบบวงล้อ กับเครือข่ายการสื่อสารแบบรูปดาวที่มี ศูนย์กลางในการกระจายข้อมูล คือ กลุ่มแกนนำชุมชน ส่งสารไปยังสมาชิก ในชุมชนและเครือข่ายที่เป็นพันธมิตร ส่วนรูปแบบการสื่อสารที่ใช้คือการสื่อสารที่ไม่เป็นทางการภายในเครือข่ายโดยเน้นใช้สื่อบุคคลเป็นผู้ส่งสาร

กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างความร่วมมือภายในชุมชนพบว่า ประธานกลุ่มท่องเที่ยวศรีวังกต เป็นผู้ริเริ่มชักชวนชาวบ้านเข้ามาร่วมกลุ่ม เพื่อพัฒนาศักยภาพของชุมชน พื้นที่ เศรษฐกิจชุมชน สังคม ประชาชนในชุมชนให้มีชีวิตอยู่ดีกินดี และสิ่งแวดล้อมได้รับการอนุรักษ์ รวมถึงการดำรงไว้ซึ่งวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตอันดีงามของชุมชนสืบทอดรุ่นต่อรุ่น และเกิดความยั่งยืนในชุมชน โดยมีการชักชวนให้ชาวบ้านเข้ามาร่วมทำกลุ่มท่องเที่ยว และแบ่งฝ่ายออกเป็น 5 ฝ่ายได้แก่ ฝ่ายโฮมสเตย์ ฝ่ายรถอีแต๊ก ฝ่ายวัฒนธรรม ฝ่ายสถานที่ท่องเที่ยว และฝ่ายอุปกรณ์ ซึ่งมีส่วนร่วมในการรับรู้ข่าวสาร การปรึกษาหารือ การประชุมรับฟังความคิดเห็น และการร่วมในการตัดสินใจ สอดคล้องกับกับการศึกษาของ ทิพย์สุดา ปานเกษม (2559) ที่ศึกษาการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน โดยพบว่า กระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดน่าน ซึ่งแบ่งหัวข้อออกเป็น 5 ประเด็น ดังนี้ ประเด็นแรกคือการมีส่วนร่วมในการวางแผนและกำหนดรูปแบบนโยบายเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ประเด็นที่สองคือการมีส่วนร่วมในการจัดสรรทรัพยากรธรรมชาติในจังหวัดน่านเพื่อพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ประเด็นต่อมาคือการมีส่วนร่วมในการเผยแพร่วัฒนธรรมและประเพณีของจังหวัดน่านและการรณรงค์ให้นักท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรม ประเด็นที่สี่คือวิธีการดำเนินการให้ผู้ประกอบการและชุมชนเกิดการมีส่วนร่วม ประเด็นที่ห้าคือบทบาทของหน่วยงานภาครัฐในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และกระบวนการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับหน่วยงานภาครัฐ และประเด็นสุดท้ายคือสื่อที่ใช้สื่อสารกับคนในชุมชน



กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อแก้ไขข้อขัดแย้ง จากการแยกกลุ่มท่องเที่ยวควีร์วงกต ในช่วงแรกที่มีการแยกกลุ่มพบว่า มีปัญหาด้านการสื่อสารที่ไม่เข้าใจกัน ความตั้งใจในการทำงานที่แตกต่างกัน รูปแบบของสมาชิกในกลุ่มที่แตกต่างกันออกไป และความชอบที่แตกต่างกันออกไป รวมถึงการก้าวขึ้นมาเป็นผู้นำ ซึ่งบางครั้งการมีผู้นำหลายคนความคิดมีขัดแย้งกัน ภายหลังจึงพบว่า การเปลี่ยนโครงสร้างของกลุ่มท่องเที่ยวควีร์วงกตจาก 1 กลุ่ม เป็น 3 กลุ่มนั้น ช่วยลดปัญหาความขัดแย้งลงได้ เนื่องจากการเปลี่ยนโครงสร้างองค์กรที่เป็นกลุ่มใหญ่และมีผู้นำหลายคนซึ่งทำให้เกิดความขัดแย้งได้ง่ายให้มีรูปแบบการทำงานใหม่ โดยเป็นการจัดตั้งกลุ่มใหม่ขึ้นตามลักษณะการทำงานและสมาชิกที่ตนเองชื่นชอบ ทั้งนี้สิ่งสำคัญที่ทำให้การจัดการความขัดแย้ง คือ ประธานกลุ่มต้องมีความเข้าใจถึงธรรมชาติของความขัดแย้ง เปิดใจยอมรับฟังความคิดเห็นของทุกฝ่าย นอกจากนี้ ประธานกลุ่มควรสนับสนุนให้บุคลากรทุกฝ่ายมีส่วนร่วม ในการแก้ปัญหาขององค์กรเพื่อให้เกิดความร่วมมือ มีการสื่อสารภายในองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อลดปัญหาความขัดแย้งที่เกิดขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ บุขุบา สุธีธร (2560) ได้ศึกษาความขัดแย้งและการคลี่คลายความขัดแย้งระหว่างบุคคลพบว่า การจัดการความขัดแย้งระหว่างบุคคลที่มีประสิทธิภาพ จะก่อให้เกิดผลลัพธ์การเปลี่ยนแปลงด้านความสัมพันธ์ระหว่างกันและกันเชิงบวก เพราะช่วยให้คู่ขัดแย้งเรียนรู้ซึ่งกันและกัน และใช้โอกาสจากความขัดแย้งนั้นเพื่อทบทวน สร้างความสัมพันธ์ที่ดีขึ้นอีกครั้ง การจัดการกับความขัดแย้งระหว่างบุคคลเพื่อให้เกิดผลลัพธ์เชิงบวก ต้องใช้ความเข้าใจ การประนีประนอม และการถ้อยทีถ้อยอาศัยกันเพื่อรักษาสัมพันธภาพให้คงไว้

กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว โดยการเผยแพร่เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของหมู่บ้านควีร์วงกต อำเภอนาโยง จังหวัดอุดรธาณีนั้นพบว่า มีการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต เช่น สื่อโซเชียลมีเดีย คือ เฟซบุ๊กแฟนเพจชื่อ “ออนซอนควีร์” ซึ่งเป็นสื่อที่ใช้เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของกลุ่มท่องเที่ยวควีร์วงกต อีกทั้งยังได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานราชการระดับจังหวัด เช่น สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดอุดรธานี, สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดอุดรธานี, การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานอุดรธานี และหน่วยงานระดับอำเภอ เช่น องค์การบริหารส่วนตำบลนาโยง เป็นต้น รวมถึงช่องทางโทรทัศน์ต่าง ๆ ที่มาประชาสัมพันธ์หมู่บ้านควีร์วงกต อำเภอนาโยง จังหวัดอุดรธานี ในหลาย ๆ ช่องโทรทัศน์ นอกจากนี้ยังมีสื่ออินเทอร์เน็ตต่าง ๆ ที่เดินทางมายังหมู่บ้านควีร์วงกต เช่น นักรีวิวการท่องเที่ยว, ยูทูบเบอร์ เป็นต้น สอดคล้องกับการศึกษาของ วชิรญาณ เจริญทรัพย์ (2555) ศึกษาเรื่องการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ผลการวิจัยพบว่า การใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย มีการใช้สื่อบุคคลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ทั้งผู้นำชุมชนและชาวบ้านที่บุคคลดำเนินการท่องเที่ยว เพื่อนและญาติพี่น้องของนักท่องเที่ยว รวมถึงสื่ออินเทอร์เน็ตที่เป็นเว็บไซต์ที่ผู้ประกอบการจัดทำขึ้นและบริการข้อมูลบนกระดานข่าวสารที่มีการโพสต์ในกระดานของเว็บไซต์ รวมทั้งสื่อมวลชน ได้แก่ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร/วารสาร และสื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ แผ่นพับ เอกสารทางวิชาการ และสินค้าที่ระลึก



ข้อเสนอแนะการวิจัย

1. งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพที่ดำเนินการสัมภาษณ์กฤษฎีการสื่อสารเฉพาะตัวแทนจากกลุ่มท่องเที่ยวศรีวังเกตเพียงกลุ่มเดียว อาจส่งผลให้ขาดมุมมองที่สำคัญจากสมาชิกคนอื่น ๆ ดังนั้น ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรมีการทำวิจัยกลุ่มท่องเที่ยวศรีวังเกตกลุ่มอื่น ๆ เพิ่มเติม เพื่อนำมาเปรียบเทียบและสรุปผลรูปแบบการสื่อสารภาพรวมของหมู่บ้านศรีวังเกต อำเภอยาง จังหวัดอุดรธานี

2. ผลการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษากฤษฎีการสื่อสารทางการท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มท่องเที่ยวศรีวังเกต และยังขาดมุมมองเรื่องกฤษฎีการสื่อสารของนักท่องเที่ยว ดังนั้น ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรมีการทำวิจัยในส่วนของนักท่องเที่ยว เช่น กฤษฎีการสื่อสารที่จูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมายังหมู่บ้านศรีวังเกต การรับรู้ข่าวสาร และพฤติกรรมนักท่องเที่ยว เป็นต้น

3. จากผลการศึกษาในครั้งนี้อาจเป็นประโยชน์ต่อผู้นำชุมชนหรือผู้บริหารที่ต้องการศึกษาการใช้รูปแบบการสื่อสารทางการท่องเที่ยวและกฤษฎีการสื่อสารเพื่อจัดการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ของตนเอง เพื่อเป็นประโยชน์ในการพัฒนารูปแบบการสื่อสารทางการท่องเที่ยวในชุมชนต่อไป

บรรณานุกรม

- กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา. (2564). สถิตินักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทย ปี 2563. สืบค้นเมื่อ 1 ตุลาคม 2564. จาก https://mots.go.th/more_news_new.php?cid=599.
- ทิพย์สุตา ปานเกษม. (2559). การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน, การประชุมสัมมนาวิชาการระดับชาติ ประจำปี 2559 คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. (หน้า 155-176).
- นรินทร์ อนันทวรรณ. ประธานกลุ่มท่องเที่ยว กลุ่มท่องเที่ยวศรีวังเกต. (21 กันยายน 2564). สัมภาษณ์.
- บุษบา หินเธาว์. (2556). การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น. พิษณุโลก : มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม.
- บุษบา สุธีธร. (2560). ความขัดแย้งและการคลี่คลายความขัดแย้งระหว่างบุคคล. วารสารนักบริหาร, 37(1), 54-67.
- พนม คำเขียว. หัวหน้าฝ่ายรถอีแต๊ก กลุ่มท่องเที่ยวศรีวังเกต. (21 กันยายน 2564). สัมภาษณ์.
- พเชษฐ ศรีสุริยจันทร์. เลขาและเหรัญญิก กลุ่มท่องเที่ยวศรีวังเกต. (21 กันยายน 2564). สัมภาษณ์.
- พัชนีัย ธารเสนา. (2558). พฤติกรรมองค์กรและการจัดการทรัพยากรมนุษย์. สืบค้นเมื่อ 1 ตุลาคม 2564. จาก <http://home.dsd.go.th/kamphaengphet/km/Communication.html>.
- เรื่อง พรหมแสวง. หัวหน้าฝ่ายวัฒนธรรม กลุ่มท่องเที่ยวศรีวังเกต. (21 กันยายน 2564). สัมภาษณ์.



- วชิรญาณุญญ์ เจริญทรัพย์. (2555). การสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย. วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์, 5(1), 639-648.
- สถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน. (2560). การท่องเที่ยวโดยชุมชน. สืบค้นเมื่อ 1 ตุลาคม 2564. จาก <https://thaicomcommunitybasedtourismnetwork.wordpress.com/cbt/>.
- ไสว อรรถเสริญ. สมาชิกฝ่ายรถอีแต๊ก กลุ่มท่องเที่ยวศรีวังสด. (21 กันยายน 2564). สัมภาษณ์.
- องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. (2561). การท่องเที่ยวโดยชุมชน. สืบค้นเมื่อ 1 ตุลาคม 2564. จาก <https://www.tatreviewmagazine.com/article/community-based-tourism/>.
- อารมณัฒน์ ฉนวนจิตร. (2556). องค์ประกอบของกระบวนการติดต่อสื่อสาร. สืบค้นเมื่อ 1 ตุลาคม 2564. จาก http://dataofelementarybybam.blogspot.com/2017/07/blog-post_59.html.
- อดิพล เอื้อจรัสพันธุ์ และณัฐนิชา กรกิจมาลา. (2561). กลยุทธ์และเครือข่ายการสื่อสารเพื่อสร้างชุมชนเข้มแข็ง กรณีศึกษาชุมชนหัวตะเข้ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร. วารสารนิเทศศาสตร์ธุรกิจบัณฑิต, 12(2), 221-247.

