

การจัดการการสื่อสารงานประเพณีชักพระของอำเภอปากพะยูน
จังหวัดพัทลุง
Communication Management for Chak Phra Festival of Pak
Phayun District Phatthalung Province

สมพงศ์ ก่งเซ่ง^{1*}, และธิติพัฒน์ เอี่ยมนิรันดร์²
Sompong Kongseng^{1*}, and Titipat Iamnirun²

Received : June 17, 2024; Revised : August 20, 2024; Accepted : August 21, 2024

บทคัดย่อ (Abstract)

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการจัดการการสื่อสารงานประเพณีชักพระของอำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง เกี่ยวกับ 1) นโยบายและแผนการจัดการการสื่อสาร 2) การดำเนินการจัดการการสื่อสาร 3) ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ โดยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลจากวิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลซึ่งเป็นบุคลากรจากองค์กรต่าง ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องและมีความรู้ประสบการณ์ ในการสื่อสารเพื่อการอนุรักษ์ประเพณีชักพระ 16 คน เครื่องมือที่ใช้คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง วิเคราะห์ข้อมูลโดยการสร้างข้อสรุป

ผลการวิจัยพบว่า 1) นโยบายการรณรงค์ทางสื่อสารเพื่อการอนุรักษ์งานประเพณีชักพระของอำเภอปากพะยูน วัฒนธรรมจังหวัดเป็นผู้กำหนด มอบหมายให้ทางวัฒนธรรมอำเภอรับผิดชอบ โดยทางเทศบาลตำบลปากพะยูนเป็นผู้ดำเนินการเป็นหลัก เน้นมอบนโยบายผ่านผู้นำชุมชนทุกชุมชนในอำเภอปากพะยูน แต่ไม่มีการจัดทำแผนการรณรงค์ทางสื่อสาร เพราะถือเป็นงานประเพณีประจำปี 2) การดำเนินการจัดการการสื่อสาร มีการเลือกใช้สื่อที่มีการเข้าถึงได้ง่าย ใช้วิธีการสื่อสารแบบโน้มน้าวใจโดยการพูดเชิญชวน ลงพื้นที่ไปพูดคุย มีการทำกิจกรรมการรณรงค์

¹นักศึกษา หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต แขนงวิชานวัตกรรมการสื่อสารทางการเมืองและการปกครองท้องถิ่น สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช; M.ComArts, School of Communication Arts, Sukhothai Thammathirat Open University, Thailand

*Corresponding Author; e-mail : sompong.stou@hotmail.com

²สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช; School of Communication Arts, Sukhothai Thammathirat Open University, Thailand

*Corresponding Author; e-mail : titipat.iam@stou.ac.th

Citation : Kongseng, S. & Iamnirun, T. (2024). Communication Management for Chak Phra Festival of Pak

Phayun District Phatthalung Province. *Journal of Local Governance and Innovation*. 8(3) : 221-234;

DOI : <https://doi.org/10.14456/jlgisrru.2024.61>



ทางสื่อสาร โดยส่วนใหญ่จะใช้การประชาสัมพันธ์ทางหอกระจายข่าว มีการทำงานร่วมกับหน่วยงานอื่น มีสื่อมวลชนที่เข้ามามีส่วนช่วยเหลือ คือนักข่าวท้องถิ่นและวิทยุท้องถิ่น มีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายหลักในการรณรงค์ทางสื่อสาร โดยมีการติดตามประเมินผลด้วยวิธีการประชุมสรุปผลมากที่สุด 3) ปัญหาที่พบคือ การไม่ยอมรับสื่อช่องทางใหม่ ๆ ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐค่อนข้างน้อย เวลาในการดำเนินกิจกรรมค่อนข้างน้อย ไม่ได้ให้ความสำคัญเรื่อง การจัดการการสื่อสาร มีอุปสรรค คือ การขาดความรู้เรื่องสื่อสารและไม่มีแผนดำเนินการ โดยข้อเสนอแนะสำหรับหน่วยงานอื่น ๆ คือ จัดให้มีการประเมินผลการจัดงานทุกปี สร้างเครือข่ายในการอนุรักษ์ และการสร้างความรู้สึกมีส่วนร่วม

คำสำคัญ (Keywords) : การจัดการการสื่อสาร, ประเพณีชักพระ, อำเภอปากพะยูน

Abstract

This study aimed to study the communication management model for the conservation of the Chak Phra Festival in Pak Phayun District. Phatthalung Province about 1) Communication Management Policy and Plan 2) Communication Management Action 3) Problems, Obstacles, and Suggestions. This was a qualitative research using in-depth interviews for data collection. The key informant group is responsible for communicating for the conservation of the Chak Phra tradition of 16 people. The research tool was a semi-structured interview form. Data were analyzed by drawing conclusions.

The results showed that 1) Communication campaign policy for the conservation of the Chak Phra Festival in Pak Phayun District provincial culture is determined, assigned to the cultural district responsible for supervision, the Pak Phayun Municipality is the main operator, emphasis is placed on delivering policies through community leaders from every audience in Pak Phayun District, but there is no communication campaign plan because it is an annual tradition. 2) Implementation of communication management, there is a selection of media that is easily accessible, Use a persuasive communication method by speaking solicitously. go to the area to talk Invited to speak through the news broadcasting tower in the community, the most effective communication is to talk to the area, There are communication campaign activities. Most of the publicity is used in the news broadcast tower, all sectors have worked with other agencies, and there was the media that came to help. are local journalists and local radio, the main target

Citation : สมพงศ์ ก่งเซ่ง และธิดาพัฒน์ เอี่ยมนรินทร์. (2567). การจัดการการสื่อสารงานประเพณีชักพระของอำเภอปากพะยูน

จังหวัดพัทลุง. วารสารการบริหารการปกครองและนวัตกรรมท้องถิ่น. 8(3) : 221-234;

DOI : <https://doi.org/10.14456/jlgisrru.2024.24>



groups have been established in the communication campaign, and the results were monitored and evaluated by the method of meeting to summarize the results the most. 3) The problem encountered is Refusing to accept new media channels, receiving relatively little government support Relatively less time for activities, relatively less time for activities, does not attach importance to communication management. There are obstacles: lack of communication knowledge and no action plan. Other agencies' recommendations are to evaluate the event every year, build a conservation network, and create a sense of participation

Keywords : communication management, Chak Phra tradition, Pak Phayun District

บทนำ (Introduction)

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจรวมของประเทศ ทั้งในมิติการสร้างเงินตราต่างประเทศ มีความสำคัญต่อดุลการค้าและบริการ รวมทั้งการสร้างผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) นอกจากนี้ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวยังมีบทบาทต่อสังคม ไม่ว่าจะเป็นการสร้างงาน การกระจายรายได้ การเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งหากพิจารณาถึงผลที่เกิดขึ้นทั้งในด้านเศรษฐกิจและสังคมในแต่ละส่วนจะสามารถช่วยในการตัดสินใจต่อการกำหนดแนวทางในการใช้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนาประเทศโดยเฉพาะการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นในปัจจุบันได้เป็นอย่างดี (TAT, 1998)

Tourism and Sports Economic Division, Ministry of Tourism and Sports (2566) แสดงข้อมูลสถิติรายได้ที่เกิดจากผู้มาเยี่ยมเยือนภูมิภาคต่างๆของประเทศไทยในปี 2566 มีรายได้รวมทั้งสิ้น 2,173,887.59 ล้านบาท โดยเรียงตามลำดับคือ 1) กรุงเทพมหานคร 750,150.60 ล้านบาท

2) ภาคใต้ 642,277.36 ล้านบาท 3) ภาคตะวันออก 304,314.51 ล้านบาท 4) ภาคเหนือ 199,249.76 ล้านบาท 5) ภาคกลาง 189,596.38 ล้านบาท 6) ภาคอีสาน 88,298.98 ล้านบาท

สถิติดังกล่าว ชี้ให้เห็นว่าภาคใต้เป็นภูมิภาคที่มีรายได้จากการท่องเที่ยวมากเป็นอันดับที่ 2 รองจากกรุงเทพมหานครและมากกว่าภาคอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้ ยังมีข้อมูลรายจังหวัดของ Tourism and Sports Economic Division, Ministry of Tourism and Sports ระบุว่า จังหวัดพัทลุงมีรายได้จากการท่องเที่ยว ปี 2566 มากถึง 2,375.37 ล้านบาท

จังหวัดพัทลุง เป็นจังหวัดหนึ่งในภาคใต้ของประเทศไทย ที่มีประวัติความเป็นมาอันยาวนาน ตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์ ดังปรากฏหลักฐานจากการค้นพบขวานหินขัดในท้องที่ทั่วไปหลายอำเภอใน สมัยศรีวิชัย (พุทธศตวรรษที่ 13 – 14) บริเวณเมืองพัทลุงเป็นแหล่งชุมชนที่ได้รับวัฒนธรรมอินเดีย ในด้านพระพุทธศาสนา ลัทธิมหายาน มีหลักฐานค้นพบ เช่น พระพิมพ์ดินดิบ

Citation : Kongseng, S. & Iamnirun, T. (2024). Communication Management for Chak Phra Festival of Pak



Phayun District Phatthalung Province. *Journal of Local Governance and Innovation*. 8(3) : 221-234;

DOI : <https://doi.org/10.14456/jlgisrru.2024.61>

จำนวนมาก เป็นรูปพระโพธิสัตว์ รูปเทวดา โดยค้นพบบริเวณถ้ำหาสุวรรณค์ และถ้ำเขาอกทะลุ ต่อมาในพุทธศตวรรษที่ 19 เมืองพัทลุงได้ตั้งขึ้นอย่างมั่นคงภายใต้การปกครองของกรุงศรีอยุธยา (Phatthalung Provincial Office of Buddhism, 2021) เป็นจังหวัดที่มีการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ดึงดูดผู้คนให้มาเยือนอยู่หลายอย่าง ได้แก่ 1) งานประเพณีแข่งโพนลากพระ (ชักพระ) 2) การละเล่นซัดตัม 3) ประเพณีชิงเปรต 4) งานวันอนุรักษ์มรดกไทยและงานมหกรรมชิงแชมป์หนังตะลุง และ 5) โนรา นาฏศิลป์เมืองใต้ (Rungnapa rukwanna, 2014)

ประเพณีแข่งโพนลากพระ หรือ ชักพระ จัดขึ้นในวันขึ้น 14-15 ค่ำ และวันแรม 1 ค่ำ เดือน 11 ตรงกับเทศกาลออกพรรษา จะมีงานประเพณีลากพระหรือชักพระ ทั้งทางบกและทางน้ำ สำหรับจังหวัดพัทลุงเป็นการลากพระทางบก จะมีการตีโพน (กลอง) เพื่อควบคุมจังหวะในการลากพระ ขบวนพระลากของแต่ละวัดก็จะมีผู้ตีโพนอยู่บนขบวน เมื่อผ่านวัดต่างๆ ก็จะมีการตีโพนทำท่ายกกัน ทำให้มีการแข่งขันตีโพนขึ้นซึ่งมีการแข่งขันตีโพนเป็นประจำทุกปี บริเวณจัดงานอยู่ที่สนามกีฬา จังหวัดพัทลุง และหาดแสนสุขลำปำ อำเภอเมือง จังหวัดพัทลุง

กิจกรรมในงานมีการแข่งโพนจากวัดต่าง ๆ ในจังหวัดพัทลุง และจังหวัดใกล้เคียง การประกวดขบวนแห่โพน การประกวดลีลาตีโพน แสดงนาฏศิลป์ การซัดตัม การประกวดแห่เรือพระ พิธีทางศาสนา กีฬาทางน้ำที่ทะเลสาบลำปำ นิทรรศการและศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านในจังหวัดพัทลุง และจังหวัดใกล้เคียง เช่น การทำเสื่อกระจูดและผลิตภัณฑ์กะลา

ประเพณีชักพระ นอกจากจะมีกิจกรรมการลากพระบกและการลากพระเรือหรือลากพระทางน้ำแล้ว ในจังหวัดพัทลุงจะมีการแข่งโพน แข่งขันซัดตัมและการแข่งเรือด้วย โดยเฉพาะการจัดงานประเพณีแข่งโพน ลากพระจังหวัดพัทลุง ซึ่งจัดกันมาเป็นประจำทุกๆปี จะมีการประกวดขบวนแห่โพน การประกวดลีลาตีโพน การประกวดแห่เรือพระ พิธีทางศาสนา การประกวดตีโพน การแสดงศิลปวัฒนธรรมภาคใต้ และการซัดตัม รวมทั้งเที่ยวชมและเลือกซื้อศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านในจังหวัดพัทลุงและจังหวัดใกล้เคียง อันเป็นการแสดงออกถึงความพร้อมเพรียง ความสามัคคีพร้อมใจในการทำบุญ ซึ่งมีความสำคัญหลายประการ โดยเป็นการสืบสานประเพณีอันดีงามซึ่งได้รับการถ่ายทอดมาจากบรรพบุรุษ และถือเป็นเป็นการต่ออายุพระศาสนาให้อยู่คู่คนไทย เพราะการลากพระเป็นการแสดงออกถึงการระลึกถึงพระพุทธรูป เป็นประเพณีที่ให้ความสำคัญกับสังคมเกษตรกรรม ด้วยความเชื่อที่ว่าอันสงส์ของการลากพระจะทำให้ฝนตกต้องตามฤดูกาล การทำบุญเพื่อให้ฝนตกจึงเป็นที่ปรารถนาอย่างยิ่ง การลากพระแสดงออกให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างประเพณีกับวิถีชีวิตของคนในสังคมเกษตรกรรม เป็นการปฏิบัติตามความเชื่อที่ว่าการทำบุญจะส่งผลให้ผู้ที่ทำได้รับบุญกุศลประสบความสำเร็จในชีวิต เกิดความสนุกสนาน เพราะในการลากพระชาวบ้านจะแต่งบทร้อยกรองสำหรับใช้ในการขับร้องในขณะที่ช่วยลากพระ ช่วยเสริมสร้างให้เกิดความรักสามัคคีกันของคนในชุมชน และเป็นศูนย์รวมน้ำใจไมตรี ทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ

ประเพณีงานประเพณีชักพระ อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุงเป็นงานประเพณีสำคัญที่จัดขึ้นทุกปี หน่วยงานราชการหลายหน่วยงานมีส่วนร่วมดำเนินการ จึงต้องมีการสื่อสารทั้งด้วยวิธีและรูปแบบต่าง ๆ เพื่อการบริหาร การสั่งการ การประสานงาน การประชาสัมพันธ์ ให้งานสำเร็จลุล่วง จึงจำเป็นต้องมีการจัดการที่มีประสิทธิภาพ โดยที่ “การจัดการทางการสื่อสาร” เป็นแนวความคิดที่นำหลักการสื่อสาร และการจัดการผสมผสานกัน เกิดประสิทธิภาพทางการสื่อสาร

ทั้งนี้ การจัดการทางการสื่อสาร มีพื้นฐานของการจัดการ ได้แก่ การวางแผน การดำเนินงาน การติดตามผล และการปรับปรุงการสื่อสารให้เป็นระบบระเบียบ โดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาเป็นเครื่องมือ ทำให้องค์กรสามารถสื่อสารเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ต่างๆ เกิดประสิทธิภาพในการดำเนินงานที่ประสบความสำเร็จ โดยที่การสื่อสารภายในองค์กรนั้นบุคลากรทุกระดับจะสื่อสารไปในทิศทางเดียวกัน เข้าใจตรงกัน ทำงานลุล่วงร่วมกัน ด้วยกระบวนการแปรเปลี่ยนทางการสื่อสาร สภาพแวดล้อม ปัจจัยเข้าทางการสื่อสาร ทิศทางการสื่อสาร และช่องทางการสื่อสาร (Surapong Sothanasathien & Athaporn Konvilai, 2007)

นอกจากนี้ การจัดการทางการสื่อสาร ยังประกอบด้วย การวางแผนการสื่อสารเชิงยุทธศาสตร์เป็นขั้นตอนที่ดำเนินการภายหลังการกำหนดประเด็นปัญหาอย่างชัดเจนแล้ว โดยการวางแผนการสื่อสารเชิงยุทธศาสตร์ให้ความสำคัญกับกระบวนการในการวางแผน มากกว่าการพัฒนาในการบังคับให้คนทำงาน ซึ่งหมายความว่ากระบวนการวางแผนการสื่อสารให้ความสำคัญกับการดำเนินการต่าง ๆ ที่ทำให้สมาชิกในองค์กรได้รับทราบเกี่ยวกับสภาวะแวดล้อมต่าง ๆ ร่วมกัน (Parichart Sthapitanonda, 2004)

ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษา การจัดการการสื่อสารเพื่ออนุรักษ์งานประเพณีชักพระ อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง เป็นอย่างไร จึงส่งผลให้งานงานกิจกรรมประเพณีนี้ประสบความสำเร็จสร้างประโยชน์ต่าง ๆ ทั้งในระดับชุมชน ระดับจังหวัด ระดับภูมิภาค และประเทศชาติ ได้ดีเสมอมา

วัตถุประสงค์การวิจัย (Research Objectives)

1. เพื่อศึกษานโยบายและแผนการจัดการการสื่อสารเพื่อการอนุรักษ์งานประเพณีชักพระของอำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง
2. เพื่อศึกษาการดำเนินการจัดการการสื่อสารเพื่อการอนุรักษ์งานประเพณีชักพระของอำเภอปากพะยูนจังหวัดพัทลุง
3. เพื่อศึกษา ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ การจัดการการสื่อสารเพื่อการอนุรักษ์งานประเพณีชักพระของอำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักแบบเจาะจงจากผู้ที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการจัดการการสื่อสารเพื่อการอนุรักษ์งานประเพณีชักพระของอำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง จำนวน 16 คน จากตำแหน่งในหน่วยงานต่าง ๆ (1) นายอำเภอปากพะยูน (2) นายก เทศมนตรีตำบลปากพะยูน (3) วัฒนธรรมอำเภอ (4) เจ้าอาวาสวัดที่เคยได้รับรางวัล (5) ช่างทำเรือพระ (6) ฝ่ายประชาสัมพันธ์ของเทศบาลปากพะยูน (7) ผู้นำชุมชน

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้ศึกษาทำการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Source) เป็นข้อมูลที่เก็บรวบรวมขึ้นใหม่จากแหล่งข้อมูล โดยใช้แบบสัมภาษณ์เจาะลึก (In-Depth Interview) ที่ใช้คำถามแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structure Interview) เป็นเครื่องมือวิจัย ทำรายการประเด็นที่จะสัมภาษณ์เป็นคำถามแบบปลายเปิดไว้ทั้งหมด

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการสร้างข้อสรุป โดยการนำรายละเอียดจากการสัมภาษณ์ที่ได้ มาเปรียบเทียบกับผลการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง โดยวิเคราะห์นโยบายทางการสื่อสาร การดำเนินการจัดการการสื่อสารเพื่อการอนุรักษ์ การนำเสนอข้อมูลใช้การวิเคราะห์บรรยายเชิงพรรณนา (Descriptive) เรียงตามวัตถุประสงค์การศึกษาวิจัยที่กำหนดไว้เป็น 3 ส่วนดังที่ตั้งไว้

ผลการวิจัย (Research Results)

1. การศึกษานโยบายและแผนการจัดการการสื่อสารเพื่อการอนุรักษ์งานประเพณีชักพระของอำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง นโยบายการณรงค์ทางสื่อสารเพื่อการอนุรักษ์งานประเพณีชักพระของอำเภอปากพะยูน เป็นนโยบายของทางวัฒนธรรมจังหวัดเป็นผู้กำหนด โดยมีการเน้นในเรื่องการให้ความรู้เกี่ยวกับงานประเพณีชักพระของอำเภอปากพะยูนและการประชาสัมพันธ์เชิญชวนให้มีการเข้าร่วมงานประเพณีชักพระ ซึ่งมอบหมายให้ทางวัฒนธรรมอำเภอรับผิดชอบดูแลและให้คำปรึกษาทางอำเภอและเทศบาลปากพะยูน โดยทางอำเภอจะมอบหมายให้ทางเทศบาลปากพะยูนเป็นผู้ดำเนินการเป็นหลัก โดยทางเทศบาลอำเภอปากพะยูนจะเน้นมอบนโยบายผ่านผู้นำชุมชนทุกชุมชนในอำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง เพื่อประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนทราบกันอย่างทั่วถึง เน้นนโยบายที่ให้วัดในพื้นที่อำเภอปากพะยูนเข้าร่วมงานประเพณีชักพระ การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น หอกระจายข่าว การประชาสัมพันธ์ทางกิจกรรมทางศาสนา ผู้นำชุมชน เพื่อให้ประชาชนทั้งในและนอกพื้นที่อำเภอปากพะยูนได้เข้าร่วมงานประเพณีชักพระของอำเภอปากพะยูน

โดยมีการชี้แจงนโยบาย การณรงค์ทางสื่อสารเพื่อการอนุรักษ์งานประเพณีชักพระของอำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง ด้วยวิธีการลงพื้นที่พูดคุย มากที่สุด รองลงมาคือ การ ประชุมผู้นำชุมชน ถัดมาเป็นการใช้หอกระจายข่าวในชุมชน *Social media* (เฟซบุ๊ก, ไลน์, ยูทูบ) วิทยุชุมชน

Citation : สมพงศ์ ก่งเซ่ง และฉัตรพัฒน์ เอี่ยมนิรันดร์. (2567). การจัดการการสื่อสารงานประเพณีชักพระของอำเภอปากพะยูน

จังหวัดพัทลุง. วารสารการบริหารการปกครองและนวัตกรรมท้องถิ่น. 8(3) : 221-234;

DOI : <https://doi.org/10.14456/jlgisrru.2024.24>



และเว็บไซต์ ตามลำดับ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าเน้นการชี้แจงผ่านสื่อที่เป็นตัวบุคคลมากกว่าสื่ออื่น ๆ ทั้งนี้ได้มีการนำนโยบายการรณรงค์ทางสื่อสารเพื่อการอนุรักษ์งานประเพณีชักพระของอำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง ไปใช้กับทุกชุมชนพร้อมกันทั้งอำเภอ โดยมีวิธีการดังนี้ มีการจัดแถลงข่าวต่อหน้าประชาชนและการประชุมผ่านหัวหน้าส่วนราชการในอำเภอ ทำหนังสือประชาสัมพันธ์และผ่านทางผู้นำส่วนท้องถิ่น ประชาสัมพันธ์ผ่านทางหอกระจายข่าว วิทยุ และผู้นำในท้องถิ่นของแต่ละหมู่บ้าน และการประชาสัมพันธ์ในวันสำคัญทางศาสนา โดยมีเกณฑ์ที่ใช้ในการการเลือกชุมชนต้นแบบนำนโยบาย การรณรงค์ทางสื่อสารเพื่อการอนุรักษ์งานประเพณีชักพระของอำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง ที่มีการใช้มากที่สุดคือ 1. เป็นชุมชนที่ประชาชนในชุมชนมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม รองลงมาคือ 2. เป็นชุมชนที่มีผู้นำในการทำกิจกรรม 3. เป็นชุมชนที่มีการยอมรับความคิดเห็นของผู้อื่น และ 4. เป็นชุมชนที่ผู้นำชุมชนมีความเข้มแข็ง โดยแสดงให้เห็นว่า ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของประชาชนมากที่สุด เพราะเป็นกำลังสำคัญในการอนุรักษ์งานประเพณีชักพระของอำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง

ซึ่งการนำนโยบายการรณรงค์ทางการสื่อสารเพื่อการอนุรักษ์งานประเพณีชักพระของอำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง ไปใช้แล้วเกิดผลตอบรับในระดับปานกลางมากที่สุด และมีการนำไปต่อยอดในด้านการเพิ่มช่องทางการสื่อสาร ซึ่งไม่มีการจัดทำแผนการรณรงค์ทางการสื่อสารเพื่อการอนุรักษ์งานประเพณีชักพระของอำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง แต่จะทางเทศบาลตำบลปากพะยูน ได้จัดทำเป็นแผนเกี่ยวกับการดำเนินการจัดงานประเพณีชักพระเป็นประจำทุกปี เป็นแผนงบประมาณ ตั้งเป็นข้อเทศบัญญัติขึ้นมา เพื่อสนับสนุนการจัดงานประเพณีชักพระ และมีแผนการประชาสัมพันธ์ เนื่องจากเป็นงานประเพณีประจำถิ่น และส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญไปในการดำเนินการจัดงานและการทำเรือพระ และพบว่าการอนุรักษ์งานประเพณีชักพระของอำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง ตอนเริ่มแรกกับปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลง คือ ปัจจุบันเป็นเชิงธุรกิจ แบบธุรกิจบันเทิง เรื่องวัฒนธรรมกลายเป็นปลั๊กย่อย ไม่ใช่เป็นแกนหลัก แต่ปัจจุบันเน้นเรื่องของความบันเทิง ไม่ได้เน้นเรื่องของทางศาสนา มีช่องทางการประชาสัมพันธ์มากขึ้น มีการสนับสนุนเงินงบประมาณมากขึ้น มีการจัดงาน ที่ยิ่งใหญ่มากขึ้น มีกิจกรรมที่หลากหลาย มีการแบ่งปันความรู้ และอุปกรณ์ โครงสร้างให้กับวัดอื่น ๆ เพื่อสร้างเครือข่ายในการอนุรักษ์ และเด็กรุ่นใหม่ที่ยื่นชอบประเพณีชักพระมีความสนใจเข้ามาสมัครเข้าร่วมกิจกรรมมากขึ้น

2. การดำเนินการจัดการการสื่อสารเพื่อการอนุรักษ์งานประเพณีชักพระของอำเภอปากพะยูนจังหวัดพัทลุง มีการดำเนินการ คือ มีการเลือกใช้สื่อในการรณรงค์ทางสื่อสารเพื่อการอนุรักษ์งานประเพณีชักพระของอำเภอปากพะยูนจังหวัดพัทลุง ที่มากที่สุดคือ การเลือกใช้สื่อที่มีการเข้าถึงได้ง่าย รองลงมาคือเป็นสื่อที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ถัดมาเป็นสื่อที่สื่อสารได้ครบถ้วนและสื่อสารได้รวดเร็ว โดยส่วนใหญ่จะใช้วิธีการสื่อสารแบบโน้มน้าวใจโดยการพูดเชิญชวน ลงพื้นที่ไปพูดคุย ลงพื้นที่เข้าไปให้ความรู้ในฐานะวิทยากรให้กับเยาวชน พูดเชิญชวนผ่านทางหอกระจายข่าว

ในชุมชน ให้เห็นความสำคัญของการสืบทอดประเพณีชักพระของอำเภอปากพะยูนและเข้าร่วมกิจกรรม รองลงมาเป็นการใช้วิธีการสื่อสารแบบโน้มน้าวใจโดยการสื่อสารประชาสัมพันธ์ที่โฆษณาเชิญชวนงานกิจกรรมประเพณีชักพระ และมีบางส่วนที่ไม่ได้ใช้วิธีการสื่อสารแบบโน้มน้าวใจเลย โดยให้เหตุผลว่า ชาวบ้านมีความรักความศรัทธาในประเพณี ทุกคนเข้าร่วมกิจกรรมด้วยความสมัครใจ และมีการแบ่งหน้าที่กัน เพราะเป็นประเพณีดั้งเดิมของท้องถิ่นที่มีการสืบทอดกันมาอย่างยาวนาน

วิธีการสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจโดยใช้วิธีการที่มากที่สุด คือ การจัดการประชุม รองลงมาคือ การลงพื้นที่พูดคุย หอกระจายข่าว ซึ่งแจ้งในวันจัดกิจกรรมทางศาสนา และวิธีการสื่อสารที่ใช้น้อยที่สุด การสื่อสารผ่าน *Social media* (เฟซบุ๊ก, ไลน์) โดยในส่วนของวัฒนธรรมอำเภอปากพะยูน ช่างทำเรือพระและผู้นำชุมชนทั้ง 4 พื้นที่ กล่าวว่า การสื่อสารที่ใช้แล้วได้ผลมากที่สุด คือ ลงพื้นที่พูดคุย เพราะ เป็นการสร้างความรู้สึกมีส่วนร่วมได้เป็นอย่างดี ในส่วนของเจ้าอาวาสวัดทั้ง 4 วัด บอกว่า การสื่อสารที่ใช้แล้วได้ผลมากที่สุด คือ ซึ่งแจ้งในวันจัดกิจกรรมทางศาสนา เพราะ ทำให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่าย รักษาการนายอำเภอปากพะยูนและนายกเทศมนตรีตำบลปากพะยูน บอกว่า การจัดการประชุม เป็นการสื่อสารที่ใช้แล้วได้ผลมากที่สุด เพราะผู้นำชุมชนแจ้งข่าวได้ทุกชุมชน และฝ่ายประชาสัมพันธ์เทศบาลปากพะยูน บอกว่า การสื่อสารที่ใช้แล้วได้ผลมากที่สุด คือ ผ่านช่องทาง *Social media* เนื่องจากสามารถเข้าถึงประชาชนได้อย่างกว้างขวางและรวดเร็ว ในภาคส่วนของเจ้าอาวาสวัด ช่างทำเรือพระ และผู้นำชุมชน ให้ความคิดเห็นว่าการใช้สื่อในการรณรงค์มีความจำเป็นน้อย เพราะว่า เป็นกิจกรรมประเพณีดั้งเดิมที่ชาวบ้านมีการปฏิบัติสืบทอดกันมาอย่างช้านานอยู่แล้ว เป็นวัฒนธรรมของชุมชน ชาวบ้านให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีอยู่แล้ว

โดยการทำกิจกรรมการรณรงค์ทางสื่อสารเพื่อการจัดการอนุรักษ์งานประเพณีชักพระของอำเภอปากพะยูนจังหวัดพัทลุง มีดังนี้ ประชาสัมพันธ์ทางหอกระจายข่าว ประชาสัมพันธ์ทางวิทยุท้องถิ่น อบรมให้ความรู้ในโรงเรียน พูดเชิญชวนในเวทีวัดวันพระ โดยส่วนใหญ่จะทำการประชาสัมพันธ์ทางหอกระจายข่าว ซึ่งเครือข่ายในการรณรงค์ทางสื่อสารเพื่อการอนุรักษ์งานประเพณีชักพระของอำเภอปากพะยูนจังหวัดพัทลุง มีดังนี้ วัดในอำเภอปากพะยูน วัดที่อยู่ใกล้เคียงกับอำเภอปากพะยูน เทศบาล/อบต. ในอำเภอปากพะยูน และโรงเรียนในอำเภอปากพะยูน โดยที่มีเครือข่ายเหมือนกันทุกที่ คือ วัดในอำเภอปากพะยูน และที่น้อยที่สุด คือ โรงเรียนในอำเภอปากพะยูน โดยหน่วยงานหรือเจ้าหน้าที่เข้ามาช่วยในการรณรงค์ทางสื่อสารเพื่อการอนุรักษ์งานประเพณีชักพระของอำเภอปากพะยูน ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย วัฒนธรรมจังหวัด เทศบาล/อบต. ในอำเภอปากพะยูน และผู้นำในชุมชน ซึ่งทุกภาคส่วนได้มีการทำงานร่วมกับหน่วยงานอื่น เพราะว่าจะได้แลกเปลี่ยนข้อมูลในการทำงาน สนับสนุนและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ทำให้การดำเนินงานเป็นได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยมีสื่อมวลชนที่เข้ามามีส่วนช่วยเหลือการรณรงค์ทางสื่อสารเพื่อการอนุรักษ์งานประเพณีชักพระของอำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง คือ นักข่าวท้องถิ่นและวิทยุท้องถิ่น

Citation : สมพงศ์ ก่งเซ่ง และธิดิพัฒน์ เอี่ยมนิรันดร์. (2567). การจัดการการสื่อสารงานประเพณีชักพระของอำเภอปากพะยูน

จังหวัดพัทลุง. วารสารการบริหารการปกครองและนวัตกรรมท้องถิ่น. 8(3) : 221-234;

DOI : <https://doi.org/10.14456/jlgisrru.2024.24>



การสร้างการมีส่วนร่วมในการรณรงค์ทางสื่อสารเพื่อการอนุรักษ์งานประเพณีชักพระของอำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง ที่ใช้มากที่สุด คือ การเชิญชวนเยาวชนในพื้นที่มาเรียนรู้งาน เพราะเป็นกำลังสำคัญในอนาคตที่จะช่วยกันสืบทอดงานประเพณีชักพระให้คงอยู่สืบไป โดยมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายหลักในการรณรงค์ทางสื่อสารเพื่อการอนุรักษ์งานประเพณีชักพระของอำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง เป็นส่วนใหญ่ เพื่อใช้เป็นแกนหลักในการขับเคลื่อนงานการรณรงค์ทางสื่อสารเพื่อการอนุรักษ์งานประเพณีชักพระ ซึ่งคุณลักษณะและคุณสมบัติของกลุ่มที่มีการเลือกใช้ เป็นเกณฑ์ที่มากที่สุด คือ ความสามัคคีของหมู่คณะ รองลงมาเป็นความสนใจ และบทบาทในชุมชน ทั้งนี้มีวิธีการสร้างการมีส่วนร่วมและวิธีสร้างความเข้าใจ โน้มน้าวใจ ดังนี้ จัดประชุม ลงพื้นที่พูดคุย และชี้แจงในวันจัดกิจกรรมทางศาสนา โดยวิธีการที่ใช้มากที่สุด คือ ลงพื้นที่พูดคุย และการติดตามประเมินผล การรณรงค์ทางสื่อสารเพื่อการจัดการอนุรักษ์งานประเพณีชักพระของอำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง ด้วยวิธีการประชุมสรุปผลมากที่สุด และรองลงมาคือ การจัดทำแบบสอบถาม โดยกลยุทธ์ที่ใช้ประเมินผลอย่างต่อเนื่อง มีด้วยกัน 2 รูปแบบคือ การสรุปแบบสอบถามและการสรุปผลการประชุม โดยความถี่ในการนำเสนอคือ ปีละ 1 ครั้ง ซึ่งมีวิธีการในการนำเสนอโดยการสนทนากลุ่มและการจัดทำเล่มรายงานผล และมีการใช้ช่องทางในการแพร่กระจายข่าวสารการรณรงค์ที่มากที่สุด คือ การลงพื้นที่พูดคุย รองลงมาเป็นประชุมผู้นำชุมชน หอกระจายข่าว กิจกรรมวันสำคัญทางพระพุทธศาสนา ตามลำดับ และมีการใช้ช่องทาง *Social media* (เฟซบุ๊ก, ไลน์) น้อยที่สุด จึงทำให้เห็นว่าจะมีการเน้นการสื่อสารที่ยึดบุคคลเป็นสื่อตัวกลางที่สำคัญ

3. ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ ปัญหาที่เจอในการจัดการการสื่อสารเพื่อรณรงค์การอนุรักษ์งานประเพณีชักพระของอำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง มีดังนี้ 1.การไม่ยอมรับสื่อช่องทางใหม่ ๆ เพราะชาวบ้านรับทราบที่อยู่แล้วว่าเป็นงานประเพณีประจำถิ่น โดยปัจจุบันนี้ชาวบ้านได้มีการรับข้อมูลผ่านสื่ออื่น ๆ เพิ่มขึ้นบ้างแล้ว 2. ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐค่อนข้างน้อยมาก ปัจจุบันปัญหาดังกล่าวได้มีการแก้ไขและมีค่อนข้างน้อย เพราะมีการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและทางเทศบาลได้ให้ความสำคัญกับการจัดงานประเพณีชักพระ 3. เวลาในการดำเนินกิจกรรมค่อนข้างน้อย และขาดแรงกระตุ้นในการริเริ่มทำ ซึ่งยังไม่ได้มีการแก้ไขปัญหาในส่วนนี้ เนื่องจากทางเทศบาลที่รับผิดชอบไม่ได้มีการจัดทำแผนในการดำเนินการ 4. การไม่ได้ให้ความสำคัญเรื่องของการจัดการการสื่อสารเพื่อรณรงค์การอนุรักษ์งานประเพณีชักพระ เนื่องจากเป็นงานประจำถิ่นที่ได้จัดขึ้นเป็นประจำทุกปี โดยปัจจุบันปัญหาดังกล่าวยังคงมีอยู่

ซึ่งอุปสรรคในการทำการจัดการการสื่อสารเพื่อการอนุรักษ์งานประเพณีชักพระของอำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง ที่มีมากที่สุดคือ การขาดขาดความรู้เรื่องสื่อสารเพื่อการอนุรักษ์ รองลงมาคือ ไม่มีแผนดำเนินการ ซึ่งถือว่าเป็นสิ่งสำคัญในการที่จะจัดทำจัดการการสื่อสารเพื่อการอนุรักษ์งานประเพณีชักพระ

โดยข้อเสนอแนะสำหรับหน่วยงานอื่น ๆ ที่ต้องการนำไปใช้เป็นแนวทาง ดังนี้ จัดให้มีการประเมินผลการจัดงานทุกปี แลกเปลี่ยนความรู้/ประสบการณ์กับหน่วยงานนอกพื้นที่เพื่อสร้างเครือข่ายในการอนุรักษ์ประเพณีชักพระ และการสร้างความรู้สึกร่วมกันเพื่อให้เกิดการสืบทอดประเพณีวัฒนธรรมการชักพระไปสู่คนรุ่นหลัง ให้มีคงอยู่คู่กับชุมชนอย่างยั่งยืนยาวนาน

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

นโยบายและแผนการรณรงค์ทางสื่อสารเพื่อการอนุรักษ์งานประเพณีชักพระของอำเภอปากพะยูนพบว่า เป็นนโยบายของทางวัฒนธรรมจังหวัดเป็นผู้กำหนด มอบหมายให้ทางวัฒนธรรมอำเภอรับผิดชอบดูแลและให้คำปรึกษาทางอำเภอและเทศบาลปากพะยูน โดยทางอำเภอจะมอบหมายให้ทางเทศบาลปากพะยูนเป็นผู้ดำเนินการเป็นหลัก โดยทางเทศบาลอำเภอปากพะยูนจะเน้นมอบนโยบายผ่านผู้นำชุมชนทุกชุมชนในอำเภอปากพะยูน แต่ไม่มีการจัดทำแผนการรณรงค์ทางสื่อสารเพื่อการอนุรักษ์งานประเพณีชักพระของอำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง ทางเทศบาลตำบลปากพะยูนได้จัดทำเป็นแผนเกี่ยวกับการดำเนินการจัดงานประเพณีชักพระเป็นประจำทุกปี เป็นแผนงบประมาณ โดยตั้งเป็นข้อเท็จจริง ดังนี้

ทั้งนี้ เนื่องจากงานนี้เป็นงานประเพณีประจำปี และส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญไปในด้านการจัดงานและการทำเรือพระ ซึ่งตามหลักแนวคิดเกี่ยวกับการวางแผนการจัดการสื่อสารของ Jitraporn Suthivorapongse (2009) กล่าวว่า การวางแผน คือ การกำหนดการตัดสินใจและการดำเนินงานอย่างมีระบบ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายและเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่หน่วยงานตั้งไว้ ทั้งนี้ เพื่อจะได้ใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงานให้สืบเนื่องกัน และเพื่อที่จะได้รับทราบความก้าวหน้าของงานที่ทำไป การวางแผนมิใช่จะเป็นแต่เพียงการกำหนดการปฏิบัติงานเพียงอย่างเดียว แต่รวมถึงการแสวงหาเหตุผลของอุปสรรคและปัญหา ตลอดจนเป็นการเตรียมการ ป้องกันและแก้ไขปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นได้ในอนาคต

ข้อสรุปที่พบคือ มีแผนในการดำเนินการจัดงานกิจกรรมชักพระ แต่ไม่ได้มีการวางแผนในเรื่องของการจัดการสื่อสาร เพราะเป็นงานประเพณีประจำปี ซึ่งผลการวิจัยนี้ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ Nattanan Wongprasert (2014) เรื่องกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวงานประเพณีรับบัว ของอำเภอบางพลี จังหวัด ที่กล่าวว่ากลยุทธ์การสื่อสารที่ช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวงานประเพณีรับบัวของอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการให้ประสบความสำเร็จ คือการกำหนดนโยบายและกลยุทธ์การจัดงานที่ชัดเจนโดยมีการวางแผนงานการดำเนินการ อันได้แก่ การจัดทำแผนการจัดการสื่อสาร ซึ่งกำหนดแผนการดำเนินการ แผนงบประมาณ แผนการจัดการสื่อสาร แผนการใช้สื่อ กำหนดหน่วยงานและหน้าที่ที่ต้องรับผิดชอบไว้ล่วงหน้า ซึ่งการวางแผนการสื่อสาร ตามที่ Nattanan Wongprasert (2014) กล่าวถึงนั้น มีองค์ประกอบของการวางแผนการสื่อสาร 7 ประการ ได้แก่

1. การวิเคราะห์นโยบาย นโยบาย เป็นแนวทางในการกระทำใดๆ ขององค์กร วัตถุประสงค์ของนโยบายเพื่อที่จะ ให้การจัดการการสื่อสารสามารถดำเนินไปได้อย่างเหมาะสม ทำให้รู้แนวทางและภารกิจในการปฏิบัติ ช่วยให้เห็นเป้าหมายการดำเนินงานชัดเจน นโยบายจะสามารถบรรลุเป็น

Citation : สมพงศ์ ก่งเซ่ง และธิดาพัฒน์ เอี่ยมนิรันดร์. (2567). การจัดการการสื่อสารงานประเพณีชักพระของอำเภอปากพะยูน

จังหวัดพัทลุง. วารสารการบริหารการปกครองและนวัตกรรมท้องถิ่น. 8(3) : 221-234;

DOI : <https://doi.org/10.14456/jlgisrru.2024.24>



ผลสำเร็จเพียงใดต้องคำนึงถึง 1) ปัจจัยภายนอก ได้แก่ ดินฟ้าอากาศ การเมือง เศรษฐกิจ สังคม แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม 2) ปัจจัยภายใน ได้แก่ คน เงิน วัสดุอุปกรณ์ การกำหนดนโยบาย

2. การระบุปัญหาทางการสื่อสาร ต้องตระหนักในปัญหาและความต้องการของประชาชน เมื่อทราบปัญหาแล้วต้องตีปัญหาออกมาเป็นปัญหาเชิงการสื่อสาร แล้วคิดวิธีปรับปรุงการสื่อสาร เพื่อแก้ไขปัญหา โดยศึกษาองค์ประกอบการสื่อสารทุกๆตัว นับตั้งแต่ผู้ส่งสาร ข่าวนสาร ช่องทางการสื่อสาร และผู้รับสาร ว่าปัญหาเกิดจากองค์ประกอบ

3. การกำหนดเป้าหมายและวัตถุประสงค์ วิธีการแก้ไขปัญหามีมากมายหลายวิธี การวางแผนที่ดีจะช่วยให้ค้นพบวิธีที่ดีที่สุดหรือหลายๆ วิธีในการแก้ปัญหามีประสิทธิภาพการยึดปัญหาในการสื่อสารเป็นหลัก ผู้วางแผนจะมีจุดมุ่งหมายชัดเจนเกี่ยวกับผู้ส่งสาร สาร สื่อในเครือข่าย การสื่อสารและผู้รับสาร ซึ่งจะช่วยให้ผู้วางแผนให้มุ่งพยายามเปลี่ยนแปลง อันเป็นเป้าหมายที่สามารถตรวจสอบหรือประเมินความก้าวหน้าของการดำเนินการได้

4. กลุ่มเป้าหมาย เนื่องจากการสื่อสารเป็นพฤติกรรมของบุคคลและกลุ่มบุคคล ผู้วางแผนจึงจำเป็นต้องกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่มุ่งเข้าไปถึงด้วย การกำหนดกลุ่มเป้าหมายนี้ได้มีผลถึงขั้นตอนของการดำเนินการต่างๆและการกำหนดกิจกรรมและใช้สื่อให้เหมาะสมกับกลุ่มแต่ละประเภทด้วย

5. การกำหนดกลยุทธ์และยุทธวิธีการสื่อสาร ในการวางแผนเมื่อเราระบุปัญหาการสื่อสารตั้งวัตถุประสงค์ ตั้งเป้าหมาย และตั้งกลุ่มเป้าหมายที่เราต้องการไว้แล้วนั้น ต้องเลือกกลยุทธ์การสื่อสารที่จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง โดยต้องกำหนดกลยุทธ์ด้านการใช้สาร สื่อ และวิธีการเข้าถึง

6. การวางแผนการปฏิบัติการหรือการจัดทำโครงการ คือการอธิบายรายละเอียดเกี่ยวกับการจัดการหรือการดำเนินงานให้เป็นไปตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่วางไว้ โดยการจัดการเรื่องทรัพยากรต่างๆ ทาง การสื่อสารและกำหนดการปฏิบัติงาน ได้แก่ บุคลากรในโครงการ เทคนิค เครื่องมือ สิ่งอำนวยความสะดวก งบประมาณ และระยะเวลา

7. การประเมินผลการสื่อสาร เป็นขั้นตอนสุดท้ายของการวางแผนหลังจากได้นำกลยุทธ์การสื่อสารไปดำเนินการปฏิบัติแล้ว การประเมินผลเป็นจุดเริ่มต้นของการวางแผนและการทำงานใหม่ ๆ ต่อไปในอนาคต การประเมินผลเป็นความต้องการของผู้วางแผนและผู้ปฏิบัติงานเพื่อทราบผลลัพธ์ที่ได้และการบรรลุเป้าหมายตามที่ได้กำหนดไว้

การดำเนินการจัดการการสื่อสารเพื่อการอนุรักษ์งานประเพณีชักพระของอำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง พบว่า มีการเลือกใช้สื่อในการรณรงค์ทางสื่อสารเพื่อการอนุรักษ์งานประเพณีชักพระของ มากที่สุดคือ สื่อที่มีการเข้าถึงได้ง่าย รวดเร็ว ใช้วิธีการสื่อสารแบบโน้มน้าวใจโดยการพูดเชิญชวน ลงพื้นที่ไปพูดคุย และมีบางส่วนที่ไม่ได้ใช้วิธีการสื่อสารแบบโน้มน้าวใจเลย โดยมองว่าการใช้สื่อในการรณรงค์มีความจำเป็นน้อย โดยให้เหตุผลว่า ชาวบ้านมีความรักความศรัทธาในประเพณี ทุกคนเข้าร่วมกิจกรรมด้วยความสมัครใจ เพราะเป็นประเพณีดั้งเดิมของท้องถิ่นที่มีการสืบทอดกันมาอย่างนาน ซึ่งโดยรวมเน้นการสื่อสารบุคคลเป็นสำคัญมากกว่าใช้สื่อช่องทางอื่น ๆ

ข้อสรุปที่พบคือ การดำเนินการจัดการการสื่อสารเพื่อการอนุรักษ์งานประเพณีชักพระของอำเภอปากพะยูนจังหวัดพัทลุง เป็นงานที่รับผิดชอบหลักโดยทางเทศบาลตำบลปากพะยูน และมีหน่วยงานที่ให้ความร่วมมือคือวัฒนธรรมอำเภอและหน่วยงานทางอำเภอปากพะยูน โดยทาง

เทศบาลตำบลปากพะยูนเป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบหลักในทุกกิจกรรมของประเพณีชักพระอำเภอปากพะยูน มีเทศบาลและองค์การบริหารส่วนตำบลในเขตพื้นที่อำเภอปากพะยูนเป็นผู้ดำเนินการรับข้อมูลข่าวสารและวิธีการดำเนินงานไปชี้แจงให้กับประชาชนในพื้นที่ของตนเองได้รับทราบ ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ Thanchanok Changruea (2017) ศึกษาเรื่อง การสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติของชุมชนสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน : ชุมชนท่าพรอ่าวท่าเลน จังหวัดกระบี่ พบว่า 1. การบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนแบ่งออกเป็น 2 ช่วงคือ 1) ช่วงแก้ไขวิกฤติทรัพยากรธรรมชาติชุมชน ใช้กลยุทธ์ 4 ขั้นตอนคือ (1) ให้ความรู้กับประชาชนในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับปัญหาทรัพยากรธรรมชาติของชุมชน (2) จัดตั้งกลุ่มเพื่อการจัดการ ทรัพยากรธรรมชาติจากความต้องการของประชาชน (3) ออกกฎหมายควบคุม โดยผ่านข้อบัญญัติ ท้องถิ่นขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (4) มีการจัดตั้งหน่วยงานขึ้นรับผิดชอบ 2) ช่วงทรัพยากรธรรมชาติอุดมสมบูรณ์ ชุมชนใช้แนวทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติของชุมชนควบคู่กับการสร้างรายได้ให้กับประชาชนในชุมชน 2. กระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนพบว่า ชุมชนให้ความสำคัญในทุกองค์ประกอบในการสื่อสารได้แก่ (1) ผู้ส่งสาร คือ ผู้นำชุมชน และกลุ่มแกนนำชุมชนเป็นผู้ส่งสารหลัก (2) เนื้อหาสาร เกี่ยวข้องกับสถานการณ์ปัญหาทรัพยากรธรรมชาติของชุมชน (3) สื่อ/ช่องทาง เน้นการ ประชุมทั้งแบบเป็นทางการ (การประชุมประชาคมระดับหมู่บ้าน/ตำบล) การประชุมแบบไม่เป็นทางการ (สภากาแฟ) โดยใช้สื่อบุคคลร่วมด้วยเพื่อโน้มน้าวให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม (4) ผู้รับสาร ได้แก่ ประชาชนในชุมชน โดยคำนึงถึงทักษะ ทศนคติและระดับความรู้ของประชาชน ทั้งนี้การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของชุมชนมี 3 ระดับคือ (1) การมีส่วนร่วมในฐานะผู้รับสาร ได้แก่ การให้ข้อมูลข่าวสารของผู้นำชุมชน (Inform) (2) การมีส่วนร่วมในฐานะผู้ส่งสาร ได้แก่ การรับฟังความคิดเห็นของผู้นำชุมชน (Consult) และการเกี่ยวข้อง (Involve) ในการแสดงความคิดเห็นของประชาชน (3) การมีส่วนร่วมในฐานะผู้วางแผน ได้แก่ การให้ความร่วมมือ (Collaboration) และ การเสริมอำนาจแก่ประชาชน (Empower) 3. ผลของการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนแบ่งออกเป็น 2 มุมมอง (1) มุมมองจากประชาชนภายในชุมชน คือ ประชาชนในชุมชนเกิดการมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาทรัพยากรธรรมชาติ และการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชน (2) มุมมองจากประชาชนภายนอกชุมชน คือ ชุมชนประสบ ความสำเร็จในการสื่อสารการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเกิดการรับรู้สารของชุมชน และเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างต่อเนื่องจนประสบความสำเร็จด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนครอบคลุม 3 มิติ คือ 1) เกิดจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว 2) เกิดการมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ของชุมชน และ 3) เกิดความพึงพอใจของกลุ่มนักท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

จากการวิจัย พบว่า งานประเพณีชักพระอำเภอปากพะยูนเป็นงานประจำปีที่มีการจัดขึ้น ทุกปีจึงทำให้ทุกคนให้ความร่วมมือในการจัดการและเข้าร่วมกิจกรรมงานชักพระด้วยความ

สมัครใจ ซึ่งดำเนินการไปโดยแบบอัตโนมัติ ทำให้ไม่ได้มีการวางแผนการจัดการดำเนินงานจัดการ
สื่อสารเพื่อ การอนุรักษ์งานประเพณีชักพระอำเภอปากพะยูน

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

งานประเพณีชักพระเป็นงานประจำปี ควรจัดทำแผนปฏิบัติงาน แผนยุทธศาสตร์ ที่เป็น
แผนปี กำหนดเป้าหมายและวัตถุประสงค์ในการสื่อสารสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ และเป้าหมาย ของ
องค์กร ภารกิจ ขององค์กร เป้าหมายในการสื่อสารวัตถุประสงค์ในการสื่อสารขององค์กรไว้ด้วย
การกำหนดแผนงาน แผนการจัดการสื่อสาร กำหนดงบประมาณ และกำหนดผู้รับผิดชอบ

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

1. ความสำเร็จของการจัดการสื่อสารเพื่อการอนุรักษ์งานประเพณีชักพระของอำเภอ
ปากพะยูน ต้องเริ่มจากการที่ผู้นำเปลี่ยนมุมมอง โดยควรให้ความสำคัญกับการจัดการสื่อสารเพื่อ
การอนุรักษ์ให้มากขึ้นและทำอย่างมีแบบแผนจริงจัง ควรใช้สื่อที่สามารถสื่อสารกับคนนอกพื้นที่ให้
มาเข้าร่วมงานให้มากขึ้นกว่าที่เป็นอยู่

2. ต้องมีการดำเนินการรวบรวมข้อมูลของผู้รู้และช่างทำเรือพระของแต่ละพื้นที่ เพราะว่า
ปัจจุบันเริ่มมีผู้รู้ในการทำเรือพระจำนวนน้อยลง

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาการจัดการสื่อสารเพื่อการอนุรักษ์งานประเพณีชักพระของอำเภออื่น ๆ ใน
จังหวัดพัทลุงและจังหวัดใกล้เคียง ว่ามีรูปแบบการจัดการสื่อสารเพื่อการอนุรักษ์งานประเพณีชัก
พระหรือไม่ และมีนโยบายและแผนในการดำเนินการจัดการอย่างไร เพื่อเปรียบเทียบ และนำมา
เป็นแนวทางในส่วนที่ใช้ได้ผลดี

2. ดำเนินการศึกษากลยุทธ์ทางการสื่อสารเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ทั้งใน
และนอกประเทศ เพื่อนำมาใช้ในการเรียนรู้ เป็นข้อมูล ในการปรับปรุงรูปแบบการจัดการสื่อสาร
เพื่อการอนุรักษ์งานประเพณีชักพระของอำเภอปากพะยูนต่อไป

เอกสารอ้างอิง (References)

- Tourism and Sports Economic Division, Ministry of Tourism and Sports. (2023).
Tourist Statistics. Retrieved from https://www.mots.go.th/more_news_new.php?cid=411. Accessed June 1, 2024
- Jitraporn Suthivorapongse. (2009). Public Relations Tactics. Bangkok: Chulalongkorn
University Press.

- Nattanan Wongprasert. (2014). Communications Strategy to Promote Tourism of Rub Bua Festival at Bang Phli, Samutpakan Province. Mass Communication Faculty of Journalism and Mass Communication. Thammasat University.
- Tourism Authority of Thailand (TAT). (1998). the Role of the Tourism Industry in the Overall Economy of the Country. TAT Library.
- Thanchanok Changruea.(2 0 1 7).Communication for Community Engagement in Natural Resource Management Towards Sustainable Tourism: The Case of Tha Pru-Ao Thalane Community, Krabi Province. Master of Arts in Communication and Innovation. National Institute of Development Administration (NIDA).
- Parichart Sthapitanonda. (2004). Research Methodology in Communication. (3rd Ed.). Bangkok: Chulalongkorn University Press.
- Surapong Sothanasathien & Athaporn Konvilai. (2007). the Status of Communication Management Knowledge in Thailand. Bangkok: Prasitpan & Printing Press
- Phatthalung Provincial Office of Buddhism. (2 0 2 1). Operational Plan of the Phatthalung Provincial Office of Buddhism for the Fiscal Year 2021 (p. 1). Retrieved from <https://plg.onab.go.th/th/file/get/file/>. Accessed June 12 , 2024.
- Rungnapa Rukwanna. (2014). Phatthalung Provincial Cultural Office. Retrieved from <https://rungnaparukwanna.wordpress.com/>

Citation : สมพงศ์ ก่งเซ่ง และธิตติพัฒน์ เอี่ยมนิรันดร์. (2567). การจัดการการสื่อสารงานประเพณีชักพระของอำเภอปากพะยูน

จังหวัดพัทลุง. วารสารการบริหารการปกครองและนวัตกรรมท้องถิ่น. 8(3) : 221-234;

DOI : <https://doi.org/10.14456/jlgisrru.2024.24>

