

การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมผ่าน “ฮุกัมปากัด”: กรณีศึกษาการจัดการท่องเที่ยวชุมชนบ้านบันนังลัว จังหวัดยะลา

Participatory Communication through “Hukum Pakat”: A Case Study of Ban Bannangluwa Community-Based Tourism Management in Yala Province

สาภิเราะ แยน่า เบ็ญฮารูน¹, ฮัมเดีย มุดอ^{2*}

Sakiroh Yaena Benharoon¹, Hamdia Mudor^{2*}

สาขาวิชานิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการสื่อสาร มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์^{1, 2*}

Department of Communication Arts, Faculty of Communication Sciences, Prince of Songkla University^{1, 2*}

sakiroh.y@psu.ac.th¹, hamdia.c@psu.ac.th^{2*}

ผู้ประพันธ์บรรณกิจ (Corresponding Author)^{2*}

บทคัดย่อ

การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมมีความสำคัญต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชน เพราะการสื่อสารเป็นกลไกขับเคลื่อนการพัฒนาชุมชนผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของสมาชิกในชุมชน งานวิจัยนี้มุ่งวิเคราะห์บทบาทของการสื่อสารและกลยุทธ์การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวชุมชน กรณีศึกษาการจัดการท่องเที่ยวชุมชนบ้านบันนังลัว จังหวัดยะลา โดยมีเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ (1) การวิจัยเชิงเอกสาร (2) การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมของนักวิจัย และ (3) การสัมภาษณ์เชิงลึกบุคคล 2 กลุ่ม คือ กลุ่มเจ้าหน้าที่ประจำสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดยะลา จำนวน 4 คน และกลุ่มบุคคลในชุมชนท่องเที่ยวบ้านบันนังลัว ประกอบด้วย (1) ตัวแทนคณะกรรมการวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านบันนังลัว จำนวน 5 คน (2) เยาวชนที่ทำงานให้กับการท่องเที่ยวชุมชนบ้านบันนังลัว จำนวน 2 คน และ (3) ชาวบ้านที่มาขายอาหารและเครื่องดื่มในพื้นที่ท่องเที่ยวชุมชนบ้านบันนังลัว จำนวน 2 คน รวมผู้ให้ข้อมูล 13 คน ผลการวิจัยพบว่า การสื่อสารด้วยสื่อบุคคลผ่านผู้นำทางความคิดที่ได้รับความไว้วางใจจากคนในชุมชน ใช้รูปแบบการสื่อสารระหว่างบุคคลและการสื่อสารแบบเผชิญหน้าในการสร้างการมีส่วนร่วม และใช้กลยุทธ์การสื่อสารที่ชุมชนร่วมกันกำหนด คือ “ฮุกัมปากัด” เพื่อสร้างงานและกระจายรายได้สู่ชุมชนอย่างยั่งยืน โดยชุมชนสามารถพึ่งตนเองควบคู่กับการดูแลรักษาสถาปัตยกรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้คงอยู่สืบไป

คำสำคัญ: การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม, ฮุกัมปากัด, การจัดการท่องเที่ยวชุมชน, บ้านบันนังลัว

Abstract

Participatory communication is essential to community-based tourism management. This is because communication is the mechanism that drives community development through participation process of community members. The research aims to analyze the role of communication in community tourism management and the strategy of participatory communication in the case of Ban Bannangluwa, Yala province. The data collection tools include (1) documentary research, (2) non-participant observation of researchers, and (3) in-depth interviews with two groups of people using semi-structured interviews, namely a group of four government officials at the Yala Provincial Tourism and Sports Office, and a group of people in the Bannangluwa community-based tourism. They are (1) five representatives of the Bannangluwa community tourism enterprise committees, (2) two youths working for the Bannangluwa community-based tourism, and (3) two villagers who sell food and drinks in the tourism area, a total of 13 informants. The research findings indicate that personal media through an opinion leader, who wins people's trust, employs interpersonal communication and face-to-face conversations to create community participation, using "Hukum Pakat" as communication strategy. The Hukum Pakat collectively determined by the community to create sustainable income-generating activities and distribute profits within the community. Through Hukum Pakat, the community can be self-reliant while taking care of nature and environment to be in existence.

Keywords: Participatory Communication, Hukum Pakat, Community-Based Tourism Management, Ban Bannangluwa

บทนำ

การท่องเที่ยว (Tourism) ถือเป็นอุตสาหกรรมประเภทของการให้บริการ และมีความเกี่ยวเนื่องทำให้เกิดธุรกิจบริการประเภทต่าง ๆ อาทิ โรงแรมและที่พัก การค้าปลีก ภัตตาคาร/ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก การขนส่งทางบก หรือการขนส่งทางอากาศ รวมถึงธุรกิจให้เช่ายานยนต์ รถยนต์ และรถจักรยานยนต์ ก่อให้เกิดการจ้างงานในระดับต่าง ๆ ทั้งระดับชุมชน ระดับจังหวัด และระดับประเทศ นับตั้งแต่ปี พ.ศ.2556 เป็นต้นมา อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยสามารถสร้างรายได้เพิ่มขึ้นให้แก่ประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง โดยสร้างรายได้มากกว่า 1 ล้านล้านบาทต่อปี ธุรกิจท่องเที่ยวนับเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ และเป็นเครื่องมือลดความเหลื่อมล้ำของการกระจายรายได้ไปสู่ท้องถิ่น (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562)

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Tourism industry) เป็นยุทธศาสตร์หนึ่งในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยการท่องเที่ยวเริ่มเข้ามามีบทบาทสำคัญในการพัฒนาประเทศอย่างจริงจังเป็นครั้งแรก เมื่อรัฐบาลได้มีการบรรจุแผนพัฒนาการท่องเที่ยวไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 4 (พ.ศ.2520 – 2524) เรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน ทั้งนี้วัตถุประสงค์ของการพัฒนาการท่องเที่ยว มีลักษณะที่สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับต่าง ๆ คือ มุ่งเน้นความเจริญเติบโตด้านเศรษฐกิจเป็นเป้าหมายหลัก เพื่อให้เกิดการจ้างงาน การสร้างรายได้ และถ่ายทอดความเจริญไปสู่ภูมิภาค (นรินทร์ สังข์รักษา และคณะ, 2553) รัฐบาลได้กำหนดเป็นนโยบายและให้ความสำคัญกับการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ครอบคลุมไปถึงการท่องเที่ยวชุมชน (Community-based tourism – CBT) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีลักษณะเฉพาะตัว และแตกต่างอย่างสิ้นเชิงจากการท่องเที่ยวโดยทั่วไป การท่องเที่ยวชุมชนเป็นกิจกรรมหนึ่ง

ในการส่งเสริมให้ชุมชนได้ใช้สิทธิ์ในการเข้าถึงทรัพยากรและรักษาคุ่มครองทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่น รวมทั้งนำฐานทรัพยากรดังกล่าวมาจัดการให้เป็นทรัพยากรท่องเที่ยวชุมชน โดยพยายามหลีกเลี่ยงมิให้เกิดผลกระทบต่อชุมชน และสิ่งแวดล้อม มีการคำนึงถึงความสามารถในการรองรับของธรรมชาติเป็นสำคัญ (เพชร บุดสีทา, 2552) อาจกล่าวได้ว่า การท่องเที่ยวชุมชนเปรียบเสมือนเครื่องมือสร้างความเข้มแข็งขององค์กรชาวบ้านในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รวมถึงสังคมวัฒนธรรมและวิถีชุมชน ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของสมาชิกในชุมชน เพื่อกำหนดทิศทางการพัฒนาและได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวอย่างแท้จริง

ในปี พ.ศ. 2563 สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทยได้รับผลกระทบอย่างรุนแรงจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 หรือ Covid-19 (Coronavirus disease 2019) ถือเป็นช่วงวิกฤตของการท่องเที่ยวในประเทศไทย เนื่องจากในเดือนมีนาคม – เดือนเมษายน 2563 ประเทศไทยต้องรับมือกับการแพร่ระบาดของ Covid-19 ส่งผลให้เศรษฐกิจทุกภาคส่วนหยุดลงแบบฉับพลัน (เมษธาวิณ พลโยธี, สุธาธิณี หนูเนียม และสุวิดา สกลวานิชเจริญ, 2565) ประชาชนคนไทยจำกัดการเดินทางและกิจกรรมทุกประเภท เพื่อป้องกันตนเอง รักษาระยะห่างทางสังคม (Social distancing) และไม่สามารถที่จะท่องเที่ยวเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดจากหน้าที่การงานเช่นที่ผ่านมา การท่องเที่ยวเป็นเสมือนกิจกรรมหนึ่งที่แยกออกจากการใช้ชีวิตของมนุษย์ได้ยาก เพราะนอกจากจะให้ความเพลิดเพลินและสร้างความผ่อนคลายแล้ว การท่องเที่ยวยังทำให้มนุษย์มีความสุข อารมณ์ดี และช่วยให้สามารถหลีกเลี่ยงจากความเครียดในชีวิตได้ด้วย (Gilbert & Abdullah, 2002) ภายหลังสถานการณ์การระบาดของ Covid-19 เบาบางลง การท่องเที่ยวในวิถีชุมชนได้รับความสนใจมากขึ้น โดยองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) หรือ อพท. มีบทบาทสำคัญในการนำองค์ความรู้ไปถ่ายทอดและยกระดับมาตรฐานการท่องเที่ยวชุมชน มุ่งหวังเพื่อสร้างเศรษฐกิจในระดับชุมชนให้เกิดความยั่งยืน และสามารถบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนผู้เป็นเจ้าของพื้นที่ ที่สำคัญยิ่งคือ การพัฒนาของ อพท. ต้องไม่ละเลยที่จะนำวิถีชีวิต ขนบธรรมเนียมประเพณีที่เป็นอัตลักษณ์เฉพาะมาเป็นจุดขายผ่านการนำเสนออย่างสร้างสรรค์และมีความทันสมัย (บุญช่วย คำยาดี, 2564)

“ชุมชนท่องเที่ยวบ้านบันนังลัว” หมู่ที่ 2 ตำบลหน้าถ้ำ อำเภอเมืองยะลา จังหวัดยะลา เป็นชุมชนท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นใหม่ หลังจากรัฐบาลได้ประกาศมาตรการผ่อนคลายปลดล็อกพื้นที่และกิจกรรมต่าง ๆ เมื่อเดือนพฤษภาคม 2563 รวมทั้งออกมาตรการกระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยว เพื่อกระตุ้นการหมุนเวียนของเศรษฐกิจภายในประเทศ ส่งผลให้ประชาชนทยอยออกเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น การท่องเที่ยวชุมชนบ้านบันนังลัว ดำเนินการโดยวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านบันนังลัว จังหวัดยะลา เปิดให้บริการครั้งแรกเมื่อวันที่ 21 พฤศจิกายน 2564 ชุมชนท่องเที่ยวแห่งนี้ได้รับความสนใจและการตอบรับจากคนในพื้นที่จังหวัดยะลาและจังหวัดชายแดนภาคใต้เป็นอย่างดี สามารถตอบโจทย์การท่องเที่ยวในการกระจายรายได้ให้กับคนในชุมชนและละแวกใกล้เคียง เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจในชุมชน สร้างรายได้จากการท่องเที่ยว และยกระดับเศรษฐกิจฐานรากที่ชุมชนสามารถพึ่งตนเอง ภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

จุดแรกเริ่มของการรวมกลุ่มของสมาชิกในชุมชนบ้านบันนังลัว จนพัฒนาเป็นชุมชนท่องเที่ยวในเวลาต่อมา นั้นเกิดขึ้นในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของ Covid-19 ระลอก 2 (เดือนธันวาคม 2563 – เดือนมีนาคม 2564) จังหวัดชายแดนภาคใต้เป็นพื้นที่ที่อยู่ในการควบคุมสถานการณ์ ส่งผลให้หลายหมู่บ้านถูกปิดเป็นการชั่วคราว การเดินทางเข้าออกในและนอกชุมชนเป็นไปอย่างจำกัด ในขณะเดียวกัน ประชาชนที่ทำงานในองค์กรภาครัฐจำเป็นต้องปฏิบัติงานที่บ้าน (Work from home) และนักเรียน/นักศึกษาต้องเรียนออนไลน์อยู่ที่บ้าน ซึ่งเป็นการบังคับทางอ้อมให้คนในชุมชน เด็กและเยาวชนต้องอยู่ในพื้นที่ไปโดยปริยาย ด้วยเหตุนี้ คนในชุมชนบางกลุ่มเห็นเป็นโอกาสอันดีที่จะได้รวมตัวกัน โดยเฉพาะเด็กนักเรียนจะได้ไม่หมกมุ่นกับการเล่นโทรศัพท์ทั้งวัน และเยาวชนกลุ่มเสี่ยงที่มีโอกาสสูงในการเข้าไปเกี่ยวข้องกับยาเสพติด ได้ใช้เวลาทำกิจกรรมร่วมกันให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชน ประธานวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านบันนังลัว ถือ

เป็นแกนนำคนสำคัญที่ริเริ่มให้มีการรวมกลุ่มของคนในชุมชน ด้วยการขอความร่วมมือเพื่อปรับภูมิทัศน์ชุมชนที่เต็มไปด้วยต้นไม้รกครึ้ม ตัดแต่งต้นไม้ ถางหญ้า และเอาวัชพืชที่ขึ้นรอกอยู่บริเวณโดยรอบของพื้นที่ท่องเที่ยวชุมชนในปัจจุบัน จนกระทั่งเปลี่ยนพื้นที่รกให้เป็นระเบียบและสวยงาม ประจวบเหมาะที่มีโครงการปรับปรุงถนนและภูมิทัศน์ ด้วยการทำถนนเชื่อมต่อตั้งแต่บริเวณด้านข้างวัดหน้าถ้ำจนถึงบ้านบันนังลัว จุดเด่นของการท่องเที่ยวชุมชนบ้านบันนังลัวเป็นวิถีเชิงเขาหน้าถ้ำหรือเชิงเขาบันนังลัว มีสระน้ำที่อยู่ติดภูเขาหน้าถ้ำทอดยาวเป็นกิโลเมตร มีถนนเลียบริมชายคลองเชิงเขาหน้าถ้ำให้คนเดินเล่นกินลมชมวิว และถ้ำรูปรูปร่างทิวทัศน์ที่สวยงาม มีบริการรถไฟเหาะสำหรับคนที่ชอบตื่นเต้น รถไฟจะพาผู้โดยสารนั่งไปจนสุดปลายทาง เพื่อชมวิวตามจุดท่องเที่ยวต่าง ๆ ของผาหน้าถ้ำ นอกจากนี้ยังมีเรือปั่น เรือพาย และเรือยนต์ให้บริการ มีรถสกูเตอร์ไฟฟ้า รวมถึงจักรยานสามล้อให้บริการผู้มาท่องเที่ยว ตลอดข้างทางมีร้านขายอาหารและขนมให้เลือกซื้อมากมาย (รายงานสถานการณ์ชายแดนใต้, 2564) การท่องเที่ยวชุมชนแห่งนี้ช่วยสร้างงานและสร้างอาชีพให้กับประชาชนที่อยู่ในพื้นที่โดยรอบหมู่บ้านเป็นอย่างมาก

การท่องเที่ยวชุมชนบ้านบันนังลัวเติบโตคู่ขนานไปกับการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในชุมชน โดยเน้นที่ชุมชนเป็นศูนย์กลางและให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของชุมชน มีการบริหารจัดการที่ชัดเจนในรูปแบบวิสาหกิจชุมชน การท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านบันนังลัว จังหวัดยะลา อนึ่ง การจัดการท่องเที่ยวต้องขับเคลื่อนด้วยการสื่อสารในการประสานงาน เพื่อประสิทธิภาพในการดำเนินงาน เนื่องจากการสื่อสารเป็นกระบวนการของการแลกเปลี่ยนข้อมูลของผู้นำกับสมาชิกในองค์กร ยิ่งไปกว่านั้น การสื่อสารเป็นกระบวนการเชื่อมโยงการจัดการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานให้มากขึ้น และเกิดผลลัพธ์ที่ดีกว่าเดิม ในการดำเนินงานให้คนในชุมชนบ้านบันนังลัวเข้าใจและยอมรับ จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือและความเข้าใจเกี่ยวกับการพัฒนา (Development) เป็นการนำความคิดใหม่เข้าสู่ระบบสังคม เพื่อปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงการดำรงชีวิตให้ดีขึ้น การมีส่วนร่วมของประชาชน (Public participation) มีส่วนช่วยให้เกิดกระบวนการสื่อสารหรือการแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างสมาชิกในชุมชนให้เป็นไปอย่างสะดวกและง่ายขึ้น ความเป็นชุมชนเข้มแข็ง (Strong community) จะเกิดขึ้นได้ หากสมาชิกของชุมชนมีส่วนร่วมในการติดต่อสื่อสาร และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกัน เพราะการมีส่วนร่วมของสมาชิกในชุมชนเป็นพลังชุมชนที่ผลักดันให้เกิดการสนับสนุนการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อการพัฒนาของชุมชนในแต่ละขั้นตอนให้บรรลุเป้าหมาย (จินตวิทย์ เกษมสุข, 2561)

ในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนบ้านบันนังลัว การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (Participatory communication) ถือเป็นกลไกที่ขับเคลื่อนการพัฒนาการมีส่วนร่วมจากชุมชน และเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้าถึงกระบวนการสื่อสาร ทั้งในฐานะผู้ส่งสาร ผู้ผลิตเนื้อหาสาร และผู้รับสาร อย่างไรก็ตาม การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมต้องมีการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้มีศักยภาพ เพื่อเสริมพลังให้สามารถขับเคลื่อนชุมชนให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยชุมชน เพื่อชุมชน

จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยมีความมุ่งหมายที่จะศึกษากระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน กรณีศึกษาการจัดการท่องเที่ยวชุมชนบ้านบันนังลัว จังหวัดยะลา เพราะในทุกขั้นตอนของการมีส่วนร่วม การสื่อสารเป็นเครื่องมือสำคัญในการประสานและสร้างความร่วมมือของประชาชนให้เข้ามาเกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมในการวางแผนต่าง ๆ ของการจัดการท่องเที่ยวชุมชน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์บทบาทของการสื่อสารเพื่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนบ้านบันนังลัว จังหวัดยะลา
2. เพื่อวิเคราะห์กลยุทธ์การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนบ้านบันนังลัว จังหวัดยะลา

การทบทวนวรรณกรรม

การสื่อสารและการจัดการท่องเที่ยวชุมชน

การสื่อสารมีบทบาทสำคัญในการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การสื่อสารเพื่อเปิดพื้นที่การท่องเที่ยวใหม่ ๆ ให้กับกลุ่มผู้สนใจ หากพิจารณาแบบจำลองการสื่อสาร SMCR ของเบอร์โล (Berlo's SMCR Model) ที่เสนอไว้เมื่อปี ค.ศ.1960 มีองค์ประกอบพื้นฐานสำคัญ 4 ประการ คือ (1) S (Sender) ผู้ส่งสาร (2) M (Message) สาร (3) C (Channel) ช่องทางการสื่อสาร และ (4) R (Receiver) ผู้รับสาร (Muyanga & Phiri, 2021) ทุกองค์ประกอบมีส่วนร่วมทำให้การสื่อสารเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ งานวิจัยของกฤษฎา สุริยวงศ์, สุวันชัย หวนนากลาง และฐิตินัน บุญภาพ คอมมอน (2564) ศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยชุมชนมีส่วนร่วมของจังหวัดเพชรบุรี ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว คือ องค์ประกอบของการสื่อสาร ได้แก่ (1) ผู้ส่งสาร ในที่นี้คือ ผู้นำชุมชนที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ ภาครัฐ และเอกชน ทำให้การส่งสารมาจากต้นกำเนิดของข้อมูลข่าวสารอย่างแท้จริง (2) สารเกี่ยวกับบรรทัดฐานปัญหาของชุมชน อาทิ วรรณกรรมพื้นบ้านและภาษา ศิลปะการแสดง แนวปฏิบัติทางสังคม พิธีกรรม ประเพณี และงานเทศกาล (3) ช่องทางการสื่อสารที่ใช้สื่อหลากหลายรูปแบบ เช่น สื่อบุคคล สื่อพื้นบ้าน ประเพณี วัฒนธรรม สื่อกิจกรรม สื่อเก่าและสื่อใหม่ (4) ผู้รับสาร คือ กลุ่มคนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยว ในปัจจุบันการสื่อสารมีหลากหลายช่องทาง โดยช่องทางที่นิยมมักอยู่ในแพลตฟอร์มออนไลน์ เนื่องด้วยพฤติกรรมของคนเปลี่ยนแปลงตามยุคสมัย และการสืบค้นข้อมูลออนไลน์มีความสะดวกรวดเร็ว สามารถสืบค้นได้ทุกที่ทุกเวลาตามความต้องการ การศึกษาของอนุชา สุขแสง และวรรณชิตา บุญญานเมธพร (2566) เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวผ่านแพลตฟอร์มยูทูบ (YouTube) ผลจากการสอบถามกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ราย พบว่ารายการนำเที่ยวในแพลตฟอร์มยูทูบมีองค์ประกอบหลายส่วนที่ส่งเสริมให้ผู้ชมตัดสินใจท่องเที่ยว อาทิ ข้อมูลในการผลิตรายการ ผู้ดำเนินรายการ และเวลาในการนำเสนอรายการ โดยเฉพาะการนำเสนอเนื้อหาผ่านผู้ดำเนินรายการ ไม่ว่าจะเป็นการให้ข้อมูลผ่านประสบการณ์จริงในสถานที่ท่องเที่ยว ข้อมูลที่น่าสนใจในเชิงประวัติศาสตร์ รวมทั้งกิจกรรมท่องเที่ยวต่าง ๆ นอกจากนี้การใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ในการสื่อสารช่วยให้ผู้ชมมีความหลากหลายในการรับชมเนื้อหาในมุมมองใหม่ ๆ และมีความต่อเนื่องในการรับชมเมื่อมีการกดติดตาม (Subscribe) จะเห็นได้ว่าการสื่อสารมีอิทธิพลอย่างมากต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม การสื่อสารเพียงอย่างเดียวช่วยกระตุ้นในเรื่องรายได้ของชุมชนได้ในระดับหนึ่ง แต่หากมีการเสริมกระบวนการของการจัดการท่องเที่ยวชุมชน จะทำให้ผลในเชิงเศรษฐกิจมากขึ้น ดังนั้น การสื่อสารเพื่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนจึงมีบทบาทสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการท่องเที่ยวชุมชน อาจกล่าวได้ว่า การสื่อสารต้องผนวกกับการจัดการเพื่อที่จะดึงเอาทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชนมาใช้ให้เกิดประโยชน์มากที่สุด ปัจจุบันนักท่องเที่ยวมีความนิยมที่จะท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ วิถีชุมชน และวัฒนธรรม จากการศึกษาของสมพร เกื้อไข, วิทยธร ท่อแก้ว และธิดิพันธ์ เอี่ยมนิรันดร์ (2565) พบว่าการสื่อสารเพื่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชน มีสิ่งที่ต้องพิจารณาใน 3 ประเด็น คือ (1) บริบทของชุมชนว่ามีทรัพยากรอะไรที่เป็นจุดเด่นที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยือน เช่น บริบทของชุมชนตะโหนดเป็นชุมชนที่ราบเชิงเขา มีพี่น้องชาวไทยพุทธและมุสลิมอาศัยอยู่ร่วมกัน มีทรัพยากรธรรมชาติที่เป็นจุดขายด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ น้ำตกลานหม่อมจ้วย อ่างเก็บน้ำ เขาหัวช้าง จุดชมวิวกวนตาคม น้ำตกลาดเตย มีแหล่งเรียนรู้ในชุมชน คือ วัดตะโหนดที่มีอายุกว่า 100 ปี (2) รูปแบบการสื่อสารที่ใช้ในการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวชุมชน โดยในชุมชนตะโหนดมีการสื่อสารข้อมูลข่าวสารไปยังนักท่องเที่ยวใน 2 รูปแบบ ได้แก่ การสื่อสารแบบดั้งเดิม ประกอบด้วย สื่อบุคคล สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อสิ่งพิมพ์ การสื่อสารแบบป้าย สื่อกิจกรรม และการสื่อสารผ่านสื่อใหม่ ประกอบด้วย เว็บไซต์และสื่อสังคมออนไลน์ประเภทเฟซบุ๊กและยูทูบ โดยเนื้อหาที่ใช้ในการสื่อสารจะเกี่ยวกับข้อมูลต่าง ๆ ที่มีอยู่ในชุมชน อาทิ แหล่งท่องเที่ยว โปรแกรมการท่องเที่ยว การเดินทาง อาหาร และที่พัก (3) แนวทางในการพัฒนาการสื่อสารให้

มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ผ่านการสร้างเครือข่ายในการสื่อสาร จัดทำแผนผังกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สำคัญของชุมชน การพัฒนาระบบการจัดการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์กิจกรรม เพื่อสร้างการรับรู้ให้กับนักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง และสร้างการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนให้สอดคล้องกับความต้องการของชุมชนอย่างแท้จริง

นอกจากชุมชนท่องเที่ยวจะมีการสื่อสารที่ดีที่ช่วยในเรื่องของการท่องเที่ยวชุมชนแล้ว ควรต้องใช้กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อยกระดับการท่องเที่ยวชุมชนด้วย ปรีดา นักรเร, ลดาวัลย์ แก้วสินวล และเพ็ญพิศ ศรีประเสริฐ (2566) ได้เสนอแนวทางของกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนไว้ 4 กลยุทธ์ คือ (1) การใช้ศักยภาพสื่อบุคคลในการเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสาร (2) การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อขยายช่องทางการสื่อสาร (3) การสื่อสารอัตลักษณ์ความเข้มแข็งของชุมชนเพื่อสร้างความน่าสนใจกับการท่องเที่ยว และ (4) การสื่อสารแบบย้อนกลับเพื่อยกระดับการสื่อสารสำหรับการท่องเที่ยวชุมชน อย่างไรก็ตาม สิ่งสำคัญที่ชุมชนท่องเที่ยวควรให้ความสำคัญมากที่สุด คือ การรู้จักใช้ทรัพยากรหรือทุนเกี่ยวกับการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพ มองเห็นคุณค่าของทรัพยากรเหล่านั้น โดยสามารถเชื่อมโยงกับวิถีชีวิตของตนเอง และรู้จักที่จะสื่อสารอัตลักษณ์ของชุมชนสู่สาธารณะ เพื่อสร้างการรับรู้ให้กับประชาชนและกลุ่มคนที่สนใจท่องเที่ยวสไตล์โลคอล (Local) สัมผัสวิถีชีวิตชุมชน

การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

การสื่อสารเป็นปัจจัยหนึ่งในการเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชน จากแนวคิดของการสื่อสารเพื่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชน มีนักวิชาการหลายท่านได้แสดงทัศนะเกี่ยวกับการสื่อสารที่ถูกนำมาประยุกต์ใช้ในการท่องเที่ยวชุมชนในมิติที่แตกต่างกัน สมพร เกื้อไข, วิทยากร ท่อแก้ว และจิตติพันธ์ เอี่ยมนิรันดร์ (2565) ได้อธิบายแนวคิดการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวชุมชน ประกอบด้วย 3 ลักษณะ ได้แก่ การเข้าถึง (Access) การบริหารจัดการตนเอง (Self-management) และการมีส่วนร่วม (Participation) โดยเน้นเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมจากคนภายในชุมชน ซึ่งจุดเด่นของการมีส่วนร่วมในพื้นที่ชุมชนตะโหนด จังหวัดพัทลุง คือ การสร้างการมีส่วนร่วมของผู้ที่ใช้บริการหรือนักท่องเที่ยวผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ นักท่องเที่ยวสามารถสะท้อนความคิดเห็นเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ในทำนองเดียวกัน การศึกษาของปรีดา นักรเร, ลดาวัลย์ แก้วสินวล และเพ็ญพิศ ศรีประเสริฐ (2566) พบว่ามีการสร้างการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวผ่านเฟซบุ๊ก (Facebook) ที่มีชื่อว่า “การท่องเที่ยวชุมชนนาแ่ง” ซึ่งเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวชุมชนของตำบลนาแ่ง อำเภอนบพิตำ จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยสมาชิกในชุมชนได้ทดลองใช้ช่องทางดังกล่าวในการสื่อสารกิจกรรมชุมชน การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์มีความสะดวกรวดเร็ว คนในชุมชนมีความรู้สึกภูมิใจในการเป็นเจ้าของชุมชน และสามารถดึงดูดการมีส่วนร่วม (Engagement) จากกลุ่มคนในและคนนอกชุมชนได้เป็นอย่างดี

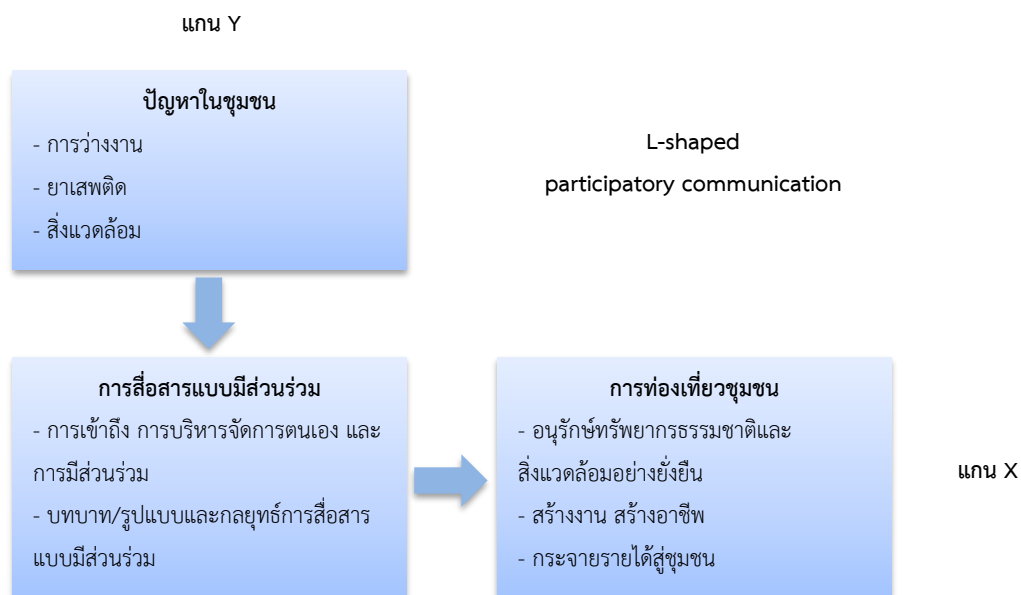
นอกจากการมีส่วนร่วมกับกลุ่มเป้าหมายที่มาใช้บริการการท่องเที่ยวชุมชนแล้ว การมีส่วนร่วมของชุมชนท่องเที่ยว อาจต้องคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในกลุ่มอื่น ๆ ที่ช่วยหนุนเสริมการท่องเที่ยวชุมชนให้ประสบผลสำเร็จ เช่น การสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งเป็นองค์กรภาครัฐที่มีหน้าที่ดูแลเกี่ยวกับการวางแผนและพัฒนาชุมชนท่องเที่ยว (สมพร เกื้อไข, วิทยากร ท่อแก้ว และจิตติพันธ์ เอี่ยมนิรันดร์, 2565) โดยชุมชนควรมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการวางแผนและการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนตนเอง มีโอกาสในการเสนอความคิดเห็นและคัดค้านในประเด็นที่ไม่เห็นด้วย รวมถึงการรับรู้ถึงการเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้นจากการวางนโยบายรัฐที่จะมีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวชุมชนด้วย

กล่าวโดยสรุป การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อการท่องเที่ยวชุมชน มี 2 ลักษณะ คือ (1) การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมภายนอกชุมชน การสื่อสารลักษณะนี้มีวัตถุประสงค์หลักในการประชาสัมพันธ์ให้คนภายนอกรู้จัก รับรู้ถึงชุมชน สร้างจุดเด่นและอัตลักษณ์ของชุมชนให้คนจดจำ และ (2) การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมภายในชุมชน มีจุดประสงค์เพื่อสร้างความเข้าใจให้กับคนในชุมชนเกี่ยวกับการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ การสะท้อนปัญหา รวมถึงอุปสรรคที่เผชิญ เน้นการสร้าง

ผลกระทบในเชิงสังคมมากกว่าเชิงเศรษฐกิจ จะเห็นได้ว่าการสื่อสารทั้งสองลักษณะมีความสำคัญในการเสริมสร้างความยั่งยืนให้กับการท่องเที่ยวชุมชนได้อย่างแท้จริง

นอกจากลักษณะของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมที่แตกต่างกันแล้ว การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเป็นอีกหนึ่งองค์ประกอบสำคัญที่ทำให้การสื่อสารบรรลุวัตถุประสงค์ จากการศึกษาของกฤษฎา สุริยวงศ์, สุวันชัย หวนนากลาง และฐิตินัน บุญภาพ คอมมอน (2564) พบว่าการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมมีความสำคัญต่อการจัดการและส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนให้ประสบผลสำเร็จ โดยบทบาทการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีหลายรูปแบบ ได้แก่ ในฐานะเป็นผู้วางแผน ผู้กำหนดเป้าหมาย ผู้ส่งสาร และ/หรือผู้ผลิตสาร สอดคล้องกับข้อค้นพบของสมพร เกื้อไข, วิทยธร ท่อแก้ว และธิตินันท์ เอี่ยมนิรันดร์ (2565) ที่ระบุว่า การสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งเป็นองค์กรภาครัฐที่มีหน้าที่ดูแลเกี่ยวกับการวางแผนและพัฒนาชุมชนท่องเที่ยว โดยชุมชนควรมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการวางแผนและการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนตนเอง มีโอกาสในการเสนอความคิดเห็นและคัดค้านในประเด็นที่ไม่เห็นด้วย รวมถึงการรับรู้ถึงการเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้นจากการวางแผนนโยบายของรัฐที่จะมีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวชุมชนด้วย จะเห็นได้ว่าลักษณะการมีส่วนร่วมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น มีฐานะเป็นผู้วางแผนและกำหนดเป้าหมาย ส่วนชุมชนมีฐานะการมีส่วนร่วมแบบผู้ส่งสารและผู้ผลิตสินค้า/ผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยว ดังนั้น การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมมีการสื่อสารในรูปแบบที่มีการส่งต่อเป็นทอด ๆ ส่งต่อประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชน นำมาสื่อสารโดยให้ทุกคนมีส่วนร่วม และแก้ปัญหาด้วยกิจกรรมในการผลิตสินค้า หรือบริการต่าง ๆ ที่ก่อให้เกิดรายได้ในชุมชน ซึ่งเรียกโมเดลการมีส่วนร่วมของชุมชนแบบนี้ว่า “การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมแบบตัวแอล” (L-shaped participatory communication) โดยส่วนที่เป็นแกน Y คือ ปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชน ตรงจุดเชื่อมระหว่างแกน Y และแกน X คือ การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม และแกน X คือ แนวทางในการแก้ไขปัญหา ในที่นี้คือ การท่องเที่ยวชุมชนนั่นเอง

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมแบบตัวแอล (L-shaped participatory communication)

นิยามศัพท์ปฏิบัติการ

การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม หมายถึง การฝึกสมาชิกในชุมชนเกี่ยวกับกระบวนการร่วมกันคิด ร่วมกันฟัง และเคารพในความคิดของผู้อื่น อีกทั้งร่วมวางแผน ปฏิบัติ และร่วมแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ตลอดจนร่วมค้นหาแนวทางและตัดสินใจร่วมกันบนพื้นฐานของข้อมูลที่สมบูรณ์ หรือสนับสนุนและดำเนินการไปพร้อมกับความคิดริเริ่มใหม่ ๆ

การจัดการ หมายถึง การให้สมาชิกในชุมชนเข้ามาทำงานร่วมกัน เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ร่วมของชุมชน ประกอบด้วย การวางแผน การจัดการชุมชน การสรรหาบุคลากร การนำหรือการสั่งการ และการควบคุมชุมชน หรือความพยายามที่จะบรรลุวัตถุประสงค์ร่วมกัน

การท่องเที่ยวชุมชน หมายถึง การท่องเที่ยวที่ริเริ่มโดยคนในชุมชน และคำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม ขนบธรรมเนียมประเพณี และวัฒนธรรม บนพื้นฐานของการร่วมกันคิด ร่วมกันทำ ร่วมกันกำหนดทิศทางและเป้าหมายเพื่อชุมชน การบริหารจัดการโดยคนในชุมชน เพื่อกระจายรายได้สู่สาธารณประโยชน์ของชุมชน

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) เป็นวิธีการที่ผสมผสานทั้งศาสตร์และศิลป์ของผู้วิจัย และต้องมีความยืดหยุ่นสูง เพราะผู้วิจัยต้องทำความเข้าใจกรณีศึกษาให้ถ่องแท้ โดยมีเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ (1) การวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary research) เกี่ยวกับการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชน (2) การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-participant observation) ของนักวิจัย จากการลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลชุมชน และ (3) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interviews) บุคคล 2 กลุ่ม คือ กลุ่มแรกเป็นเจ้าหน้าที่ประจำสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดยะลา ซึ่งมีหน้าที่รับผิดชอบในการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดยะลา จำนวน 4 คน ใช้วิธีการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักแบบเจาะจง (Purposive sampling) และบุคคลกลุ่มที่ 2 คือ (1) ตัวแทนคณะกรรมการวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านบันนังลือา จังหวัดยะลา จำนวน 5 คน (2) เยาวชนที่ทำงานให้กับการท่องเที่ยวชุมชนบ้านบันนังลือา จำนวน 2 คน และ (3) ชาวบ้านที่มาขายอาหารและเครื่องดื่มในพื้นที่ท่องเที่ยวชุมชนบ้านบันนังลือา จำนวน 2 คน ใช้วิธีคัดเลือกแบบบอกต่อ (Snowball sampling) รวมผู้ให้ข้อมูลทั้งสิ้น 13 คน บุคคลทั้งสองกลุ่มให้ข้อมูลตรงตามประเด็นการวิจัยที่กำหนดและน่าเชื่อถือ เพื่อทำให้เกิดความน่าเชื่อถือด้านแหล่งข้อมูลและบุคคล (สุภางค์ จันทวนิช, 2553) อีกทั้งขนาดผู้ให้ข้อมูลหลักข้างต้นถือเป็นหลักการที่เพียงพอสำหรับการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (ประไพพิมพ์ สุธีสินนธ์ และประสพชัย พสุนนท์, 2559) การสัมภาษณ์ใช้เวลา 45-90 นาทีต่อผู้ให้ข้อมูล 1 ราย โดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structured interview) แนวคำถามปลายเปิดที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังสัมภาษณ์เพิ่มเติมทางโทรศัพท์ (Enumeration by telephone) ในประเด็นที่ต้องการเก็บข้อมูลเพิ่มเติม หรือมีข้อสงสัยในคำตอบที่ผู้ให้สัมภาษณ์เคยให้ก่อนหน้านี้ จนกระทั่งข้อมูลมีความอิ่มตัว โดยผู้ให้ข้อมูลไม่มีการเพิ่มเติมข้อมูลจากเดิม เก็บข้อมูลช่วงเดือนมกราคม – เดือนมิถุนายน 2565 ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกมาถอดบทสัมภาษณ์จากคลิปเสียงทุกถ้อยคำ อ่านและทำความเข้าใจเนื้อหาอย่างละเอียด ใช้วิธีการตรวจสอบสามเส้า (Triangulation) ด้วยการเปรียบเทียบข้อมูล (Data triangulation) และความน่าเชื่อถือ โดยตรวจสอบว่าผู้วิจัย 2 คน ได้ข้อมูลต่างกันอย่างไร และมีผู้สังเกตการณ์ที่เป็นผู้ช่วยวิจัย 2 คน ซึ่งสร้างความเชื่อถือได้ดีกว่าผู้วิจัยเพียงฝ่ายเดียว เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) และยืนยันความถูกต้องของข้อมูล แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์ตามกรอบแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง โดยสรุปผลข้อมูลด้วยการพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive analysis)

ผลการวิจัย

บทบาทของการสื่อสารเพื่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนบ้านบันนังลัว จังหวัดยะลา

การสื่อสารเพื่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนบ้านบันนังลัว เริ่มต้นจากผู้ส่งสารที่เป็นผู้นำชุมชนการท่องเที่ยว คือ ประธานวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านบันนังลัว ที่เข้าใจสภาพปัญหาของชุมชนและเข้าใจวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของสมาชิกในชุมชนเป็นอย่างดี เปรียบเสมือนผู้นำทางความคิด (Opinion leader) ของคนในชุมชน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เด็กและเยาวชนกลุ่มเสี่ยง ประธานวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวฯ เป็นผู้ที่มีทักษะการสื่อสารที่ดี เรียนรู้ที่จะปรับตัวและเข้าใจคนกลุ่มเสี่ยงว่าต้องการอะไร เพื่อไม่ให้พวกเขาหลงผิด ถือเป็นการสื่อสารด้วยสื่อบุคคล (Personal media) ผ่านผู้นำทางความคิด โดยใช้วิธีการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal communication) เป็นรูปแบบของการสื่อสารแบบสองทาง (Two-way communication) ซึ่งเป็นกระบวนการสื่อสารเพื่อแลกเปลี่ยนระหว่างบุคคลสองฝ่าย (Reciprocal interaction) หรือมากกว่า มักเป็นการสื่อสารแบบเผชิญหน้า (Face-to-face communication) ผ่านการพูดคุยและประชุมกลุ่มเป็นหลัก เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดการแลกเปลี่ยนและร่วมแสดงความคิดเห็นจากคนในชุมชนที่เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การสื่อสารระหว่างบุคคลที่ใช้ในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนบ้านบันนังลัว มีองค์ประกอบของการสื่อสารที่ครบถ้วน คือ (1) มีผู้ส่งสาร (Senders – ประธานวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวฯ และ/หรือคณะกรรมการวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวฯ) (2) สาร (Messages – การแก้ปัญหาชุมชน การพัฒนาชุมชนท่องเที่ยวและการสร้างอาชีพ เป็นต้น) (3) สื่อ (Channels – สื่อบุคคลผ่านการพูดคุยและประชุมกลุ่ม) เพื่อให้สารนั้นกลับไปยังคู่สื่อสาร คือ (4) ผู้รับสาร (Receivers – สมาชิกในชุมชน) โดยมีผลของการสื่อสาร (Effect) และปฏิกิริยาตอบกลับ (Feedback) ส่งผลให้การสื่อสารเพื่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนบ้านบันนังลัวเป็นรูปธรรม เพราะสมาชิกในชุมชนมีการสื่อสาร พูดคุย และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกัน ตลอดจนร่วมมือกันทำกิจกรรมพัฒนาชุมชนต่าง ๆ ให้บรรลุเป้าหมาย นอกเหนือจากนี้ การสื่อสารจากผู้นำมีความสำคัญยิ่ง ประธานวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวฯ สามารถสร้างแรงบันดาลใจให้คนในชุมชนมีสำนึกรักบ้านเกิด โดยสื่อสารด้วยคำพูด กิริยาท่าทาง และแสดงออกด้วยการเป็นหัวเรี่ยวหัวแรงหลักในการพัฒนาชุมชนจนกลายมาเป็นสถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยมที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวจากจังหวัดยะลาและจังหวัดใกล้เคียงให้มาสัมผัสวิถีทัศน์ที่สวยงาม แปลกตา และไม่เหมือนที่อื่น ที่สำคัญคือ การสร้างงานและอาชีพให้กับเยาวชนกลุ่มเสี่ยง โดยการ “ฆ่าเวลา” ที่เยาวชนจะไปมั่วสุม หรือทำสิ่งผิดมีรายได้ไม่เกิดประโยชน์ใด ๆ ด้วยการให้เขาเห็น “คุณค่า” ในตัวเอง และบำบัดสู่สังคมแห่งการทำงาน การหาเงิน และการเลี้ยงชีพ

“เราบำบัดทุกคนด้วยการสร้างอาชีพ เอาเวลามา “ฆ่า” ถ้าเขามาทำงาน เขาก็ไม่มีเวลาไปเล่น... เราต้องทำให้เวลาของเขาน้อยลง ๆ นั่นคือ การฆ่าเวลา” (ประธานวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวฯ, สัมภาษณ์, 6 มีนาคม 2565)

บทบาทของสื่อบุคคลผ่านผู้นำทางความคิดที่คนในชุมชนให้การยอมรับและไว้วางใจ เพราะเป็นคนพูดจริงและทำจริงให้เห็นเป็นที่ประจักษ์ ใช้วิธีการสื่อสารระหว่างบุคคลและเผชิญหน้ากัน จนสามารถโน้มน้าวใจคู่สื่อสารที่เป็นสมาชิกในชุมชนให้เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนไปสู่เป้าหมายที่วางไว้ร่วมกัน คือ เป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่สร้างอาชีพและรายได้ให้กับคนในชุมชน ส่งผลให้การมีส่วนร่วมจากชุมชนเป็นไปด้วยความเต็มใจ เพราะพวกเขาถูกกระตุ้นให้เรียนรู้ที่จะเห็นชุมชนของตนเองมีการพัฒนาไปในทิศทางที่ดีขึ้น และกระจายรายได้สู่ชุมชนอย่างยั่งยืน โดยชุมชนสามารถพึ่งตนเองควบคู่กับการดูแลรักษาธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้อยู่ในสภาพที่สมบูรณ์และคงอยู่สืบไป

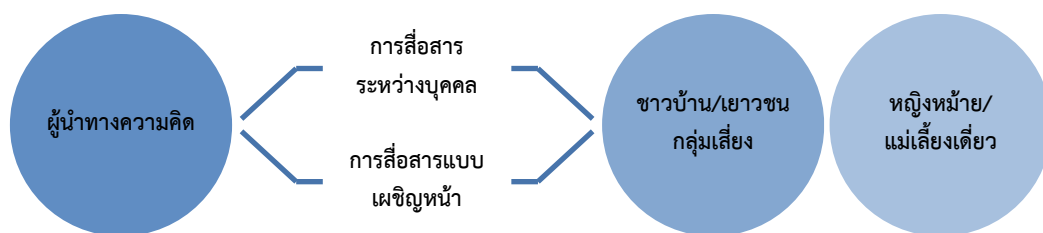
ประธานวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวฯ สามารถแบ่งปันความคิดเชิงบวกในการพัฒนาชุมชนและมีอิทธิพลเหนือพฤติกรรมของเด็กและเยาวชน เพราะเขาใช้เวลาเรียนรู้ที่จะปรับเข้าหาคนทุกกลุ่ม ไม่เพียงแค่วัยรุ่นกลุ่มเสี่ยงเท่านั้น แต่รวมถึงคนในชุมชนทุกคน ทั้งเด็กและผู้ใหญ่ให้เข้ามามีส่วนร่วมในทุกกระบวนการของการวางแผน การที่จะดึงคนในชุมชนให้เข้ามามีส่วนร่วมนั้น ไม่ใช่เรื่องง่าย หากไม่พยายามเข้าใจพฤติกรรมของกลุ่มคนที่จะสื่อสารด้วย ในช่วงแรกก่อนที่จะเปิด

เป็นชุมชนท่องเที่ยวขึ้น ธรรมชาติของเยาวชนกลุ่มเสี่ยง คือ ไม่นอนในช่วงกลางคืน แต่จะนอนในเวลากลางวันแทน ฉะนั้น กิจกรรมต่าง ๆ จึงต้องปรับเปลี่ยนให้เข้ากับพฤติกรรมของคนกลุ่มนี้ อาทิ ให้พวกเขาถางหญ้า กำจัดวัชพืช เก็บขยะในตอน กลางคืน และ/หรืออยู่เวรยามรักษาความปลอดภัยของชุมชน โดยไม่มีการจ้าง ทุกคนทำด้วยความสมัครใจ เมื่อเปิดเป็น แหล่งท่องเที่ยวชุมชนอย่างเป็นทางการ การท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้ให้เกิดขึ้นในชุมชน คนทำงานย่อมมีรายได้เช่นกัน การนับชั่วโมงทำงานต้องให้ครบ 8 ชั่วโมง จึงจะได้ค่าแรง วิธีการนี้ทำให้เยาวชนกลุ่มเสี่ยงกระตือรือร้นที่จะเปลี่ยนแปลง ตัวเองให้ดีขึ้น เพราะต้องมาบริการนักท่องเที่ยวตลอดวัน ส่งผลให้พวกเขาต้องบังคับตนเองตื่นเช้าเพื่อมาทำงานให้ทัน เพราะพวกเขาเห็นคุณค่าของตนเองว่า สามารถใช้หยาดเหงื่อและแรงกายทำงานเพื่อแลกกับเงิน นอกจากเยาวชนกลุ่มเสี่ยง แล้ว แม่เลี้ยงเดี่ยวและหญิงหม้ายเป็นอีกกลุ่มที่การท่องเที่ยวชุมชนบ้านบันนังลัวสามารถสร้างงานและสร้างอาชีพ เพราะ คนกลุ่มนี้ต้องหาเงินมาเลี้ยงชีพบุตรหลานและสมาชิกในครอบครัวให้มีกินมีใช้เช่นกัน

“แบ (ที่ในที่นี่หมายถึง ประธานวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยว – ผู้วิจัย) เขาเป็นผู้ประสานทุกประเภทที่อยู่ใน ชุมชนให้มีรายได้หมด แม่เลี้ยงเดี่ยว แม่หม้าย คนติดยา เขาก็จะดึงมาทั้งหมด ทั้ง ๆ ที่คนเหล่านี้ สังคมไม่ค่อยยอมรับ แต่ เขาสามารถนำทุกคนให้มาอยู่ตรงนี้ได้” (คณะกรรมการวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยว 1, สัมภาษณ์, 6 มีนาคม 2565)

ในส่วนของรายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยวขึ้น มีการบริหารจัดการที่ชัดเจนตามโครงสร้างวิสาหกิจชุมชนการ ท่องเที่ยว มีประธาน รองประธาน คณะกรรมการ เลขานุการ และเหรัญญิกจะทำหน้าที่สรุปรายรับ/รายจ่าย และ แบ่งปันส่วนให้สมาชิกเป็นรายเดือน โดยมีการสื่อสารผ่านการประชุมกลุ่มให้คนในชุมชนทราบถึงรายได้แต่ละเดือนและ วิธีการจัดสรรงบประมาณอย่างเป็นรูปธรรม รายได้ 100% ถูกแบ่งเป็น 2 ส่วน ๆ ละ 50% เท่ากัน ส่วนที่ 1 จัดสรรให้กับผู้ ลงทุนเครื่องมือและอุปกรณ์ต่าง ๆ รวมถึงยานพาหนะและยานยนต์ที่ให้บริการนักท่องเที่ยว นักลงทุนเป็นคนในชุมชนที่ ร่วมกันระดมทุนคนละเล็กคนละน้อย และส่วนที่ 2 แบ่งเป็น 4 ส่วนด้วยกัน คือ (1) 30% ของรายได้เป็นงบประมาณในการ บริหารจัดการ ค่าจ้างคนทำงาน และอื่น ๆ (2) 10% ของรายได้มอบให้กับมัสยิดในชุมชนเพื่อใช้ในการปรับปรุงอาคาร มัสยิด และ/หรือจัดกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับศาสนาอิสลาม (3) 5% ของรายได้จัดสรรให้กับโรงเรียนตาดีกา/ศูนย์ การศึกษาอิสลามประจำชุมชน และ (4) 5% ของรายได้กองสุดท้ายมอบให้กับสภาสันติสุขประจำตำบล เพื่อนำไปใช้ในการ เสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน/ตำบลหน้าถ้ำ อำเภอเมืองยะลา จังหวัดยะลา

บทบาทของสื่อบุคคลที่ใช้การสื่อสารระหว่างบุคคลและการสื่อสารแบบเผชิญหน้าผ่านผู้นำทางความคิดที่มี อิทธิพลและบทบาทเหนือผู้อื่น และเป็นคนที่ได้รับการยอมรับนับถือจากคนในชุมชนให้ปฏิบัติภารกิจต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ การจัดการท่องเที่ยวชุมชนบ้านบันนังลัว สามารถอธิบายดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 บทบาทของสื่อบุคคลและรูปแบบการสื่อสารเพื่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนบ้านบันนังลัว จังหวัดยะลา

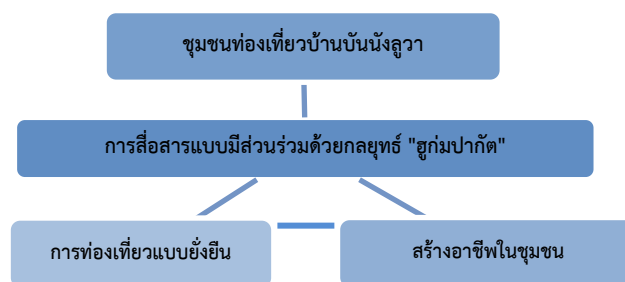
ผู้นำทางความคิดในชุมชนท่องเที่ยวบ้านบันนังลัว เป็นผู้นำที่มีภาวะผู้นำ คือ คนที่ริเริ่มส่งเสริมและพัฒนาชุมชน ไปสู่การเปลี่ยนแปลงที่ดีกว่า และเป็นผู้นำที่สนับสนุนส่งเสริมให้คนในชุมชนมีความสามัคคีในการทำงานร่วมกัน ทำให้การ ทำงานเป็นทีมมีประสิทธิภาพ อีกทั้งความสัมพันธ์ของสมาชิกในชุมชนดำเนินไปด้วยดี คนในชุมชนทั้งผู้ใหญ่ เด็กและ เยาวชนกลุ่มเสี่ยง รวมถึงหญิงหม้ายและแม่เลี้ยงเดี่ยวได้เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวชุมชนบ้านบันนังลัว

โดยผู้นำสามารถสร้างแรงจูงใจและกระตุ้นคนในชุมชนให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้ และมีความสามารถเหนือผู้อื่น เพื่อให้มุ่งสู่การบรรลุเป้าหมายร่วมกัน

กลยุทธ์การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนบ้านบันนังลัว จังหวัดยะลา

การสื่อสารเพื่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนแบบมีส่วนร่วม ต้องมีการวางแผนและกำหนดรายละเอียดแผนปฏิบัติการที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเพื่อกำหนดวิธีการที่จะบรรลุเป้าหมายร่วมกัน การสื่อสารเพื่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนบ้านบันนังลัว ใช้กลยุทธ์ “ฮูก่มปากัด” ซึ่งเป็นคำในภาษามลายูและมาจากชุมชนกำหนดร่วมกัน คำว่า “ฮูก่ม” แปลว่า กฎเกณฑ์ มีนัยยะถึงสิทธิและอำนาจ หรืออำนาจบังคับ ส่วนคำว่า “ปากัด” แปลว่า สามัคคีหรือร่วมมือกัน ดังนั้น “ฮูก่มปากัด” หมายถึง กฎเกณฑ์หรือข้อตกลงร่วมกันของชุมชนที่จะต้องยึดถือปฏิบัติและมีอำนาจบังคับ และได้รับความเห็นชอบจากเสาหลักชุมชน 4 ฝ่าย คือ ผู้นำศาสนา ผู้นำท้องถิ่น ผู้นำท้องที่ และผู้นำทางธรรมชาติ หรือที่เรียกว่า ผู้นำ 4 เสาหลัก อนึ่ง กฎเกณฑ์นี้เป็นวิธีการที่เป็นฐานรากในการขับเคลื่อนสังคมจังหวัดชายแดนภาคใต้ไปสู่สังคมสันติสุขที่ยั่งยืน โดยกฎเกณฑ์ในการจัดการท่องเที่ยวที่ชุมชนบ้านบันนังลัวกำหนดร่วมกับผู้นำ 4 ฝ่ายผ่านกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมด้วยการพูดคุยและประชุมกลุ่ม คือ สมาชิกทุกคนเป็นเจ้าของทรัพยากรและเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ฉะนั้น ทุกคนต้องมีส่วนร่วมในการจัดการทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีอยู่ในชุมชน ในที่นี้คือ ทรัพยากรธรรมชาติและวิถีชีวิตความเป็นอยู่ ซึ่งเป็นต้นทุนสำคัญในการท่องเที่ยวชุมชนบ้านบันนังลัว และร่วมกันอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการสร้างงานและสร้างคุณค่าในการการกระจายรายได้สู่ชุมชนอย่างทั่วถึง รวมถึงแก้ไขปัญหาเสียดินแดนให้หมดสิ้นไปจากชุมชนบ้านบันนังลัว ซึ่งเป็นพลังสำคัญในการผลักดันและนำพาชุมชนไปสู่สังคมสันติสุข

กลยุทธ์การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมผ่าน “ฮูก่มปากัด” เป็นกลยุทธ์การสื่อสารที่เหมาะสมสำหรับประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการท่องเที่ยวชุมชนบ้านบันนังลัว ถือเป็นการรักษาอัตลักษณ์เฉพาะของชุมชนชายแดนใต้ เนื่องจากการท่องเที่ยวชุมชนเป็นการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม สังคมและวัฒนธรรมของชุมชน โดยทิศทางการท่องเที่ยวชุมชนนั้น จะกำหนดและจัดการโดยให้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมเพื่อชุมชนอย่างแท้จริง ชุมชนมีบทบาทเป็นเจ้าของ มีสิทธิ์ในการดูแลและจัดการร่วมกัน



ภาพที่ 3 รูปแบบการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนบ้านบันนังลัว จังหวัดยะลา

จากแผนภาพข้างต้น จะเห็นได้ว่าการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมผ่านฮูก่มปากัดที่ทุกฝ่ายร่วมกันกำหนด ทำให้คนในชุมชนมีจิตสำนึกรักบ้านเกิด ร่วมด้วยช่วยกันรับผิดชอบในการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมภายในชุมชนให้สะอาดและบริสุทธิ์ ปกป้องรักษาและป้องกันภัยอันตรายต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นในชุมชน รวมทั้งมีส่วนร่วมในการวางแผนและกำหนดแผนงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน ซึ่งการท่องเที่ยวชุมชนบ้านบันนังลัวสามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ โดยสร้างอาชีพและกระจายรายได้ให้กับคนในชุมชนอย่างต่อเนื่องควบคู่ไปกับการใช้ทรัพยากรท้องถิ่นอย่างรู้คุณค่าและมีประสิทธิภาพ ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น นอกจากนี้ กระบวนการสร้างการมี

ส่วนร่วมด้วยการพูดคุยและประชุมกลุ่มที่ให้ความสำคัญกับคนทุกกลุ่ม ทั้งผู้ใหญ่ เด็กและเยาวชนกลุ่มเสี่ยง สามารถแก้ไข ปัญหายาเสพติดและการลักขโมยให้หมดสิ้นไปจากชุมชนอย่างถาวร เพราะเยาวชนกลุ่มเสี่ยงต่างเห็นคุณค่าของตนเองด้วยการร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนบ้านบันนังลัว พวกเขารู้สึก “ฆ่า” ด้วยเวลาของการทำงานเพื่อชุมชน โดยไม่รู้ตัว และมีรายได้มาเลี้ยงตนเอง จนไม่มีเวลาที่จะไปมั่วสุมหรือทำสิ่งที่ไม่เกิดประโยชน์อีกต่อไป

โดยสรุป การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมด้วยกลยุทธ์อุ้มปากัด เป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนและพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยว ชุมชนบ้านบันนังลัวอย่างยั่งยืน รวมถึงการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากของชุมชนที่สร้างอาชีพและรายได้ เมื่อคนในชุมชนมีงาน ทำ ความพึงพอใจในชีวิต (Life satisfaction) ย่อมเกิดขึ้น และมีความสุขที่ได้ทำงานในชุมชนบ้านเกิด สิ่งเหล่านี้ล้วนส่งผลต่อ ชีวิตความเป็นอยู่ (Well-being) และนำพาชุมชนบ้านบันนังลัวสู่สังคมสันติสุขในจังหวัดชายแดนภาคใต้

อภิปรายผล

การสื่อสารมีบทบาทสำคัญต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนบ้านบันนังลัว โดยการสื่อสารเริ่มต้นจากผู้นำทาง ความคิด ซึ่งเป็นสื่อบุคคลที่ได้รับการยอมรับและนับถือให้เป็นตัวหลักในการพัฒนาชุมชนท่องเที่ยว เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจให้ คนในชุมชนมีรายได้จากทรัพยากรชุมชน และยกระดับเศรษฐกิจฐานรากที่ชุมชนสามารถพึ่งตนเองได้ ที่สำคัญคือ สร้าง ชุมชนปลอดจากยาเสพติดที่เป็นปัญหาเรื้อรังในสังคมจังหวัดชายแดนภาคใต้มาอย่างยาวนาน ยาเสพติดเป็นปัญหาที่สร้างความเดือดร้อนให้กับชุมชนและสังคมอย่างกว้างขวาง ประชาชนในพื้นที่ต้องการให้ปัญหานี้ได้รับการแก้ไขอย่างเร่งด่วน ผู้นำทางความคิดที่คนในชุมชนให้ความเคารพและไว้วางใจ และเป็นผู้ที่มีทักษะในการสื่อสารเพื่อสร้างสัมพันธภาพกับ คนทุกกลุ่ม ด้วยวิธีการสื่อสารระหว่างบุคคลและการสื่อสารแบบเผชิญหน้าที่เปิดโอกาสให้เด็กและเยาวชนกลุ่มเสี่ยงเข้ามา มีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนบ้านบันนังลัว จนไม่มีเวลาที่จะไปมั่วสุมหรือเกี่ยวข้องกับยาเสพติด ซึ่งเป็นวิธีการ บำบัดสู่สังคมที่มีงานทำ ส่งผลให้ปัญหาการแพร่ระบาดของยาเสพติดหมดสิ้นไปจากชุมชน ผู้นำทางความคิดในชุมชน ท่องเที่ยวบ้านบันนังลัว เป็นคนที่มีความน่าเชื่อถือ (Trustworthy opinion leader) และมีอิทธิพลต่อคนในชุมชนจาก การมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น (สฤตรัตน์ แสงแก้ว, ปิยวรรณ สิริประเสริฐศิลป์ และปรีดา ศรีนฤวรรณ, 2561) โดยทั่วไปแล้ว ผู้นำทางความคิดมีความสามารถในการควบคุมการแสดงออกของตนเองให้เป็นที่ปรารถนาของคนอื่นได้ และไวต่อ สถานการณ์จากการสังเกตสภาพแวดล้อมเพื่อเป็นแนวทางในการแสดงพฤติกรรมที่เหมาะสม (Goldsmith & Clark, 2008) นอกจากนี้ยังเป็นคนเปิดกว้าง (Openness) และเปิดรับสิ่งใหม่ ๆ เพื่อนำมาพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่าง ยั่งยืน ด้วยคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้นำทางความคิดที่เป็นศูนย์กลางแบบเข้าหา (In-degree centrality) (Yan, 2014) ที่เข้าถึงคนในชุมชนทุกกลุ่ม จึงทำให้การมีส่วนร่วมของชุมชนเป็นไปด้วยความเต็มใจ เพราะทุกคนเห็นประโยชน์ที่เกิด ขึ้นกับชุมชนร่วมกันอย่างสมานฉันท์

การมีส่วนร่วมของสมาชิกในชุมชนด้วยกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมที่ใช้กลยุทธ์อุ้มปากัดเป็นปัจจัยสำคัญ ที่ทำให้ชุมชนท่องเที่ยวบ้านบันนังลัวเกิดการพัฒนายั่งยืน (Sustainable development) เพราะเกิดจากความต้องการ ของคนในชุมชน ริเริ่มโดยชุมชน เพื่อชุมชน โดยชุมชนอย่างแท้จริง และเป็นกระบวนการจัดการเพื่อรักษาอัตลักษณ์ทาง วัฒนธรรม (Cultural identity) ของชุมชนในจังหวัดชายแดนภาคใต้ มีการจัดการที่รักษาวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของคนใน ชุมชนให้คงอยู่ร่วมกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคมในปัจจุบัน มีการสร้างข้อตกลงร่วมกันโดยให้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม ในการดำเนินงาน ใช้ประโยชน์จากพื้นที่ท่องเที่ยวชุมชนร่วมกัน และให้ชุมชนร่วมกันรับผิดชอบ เพราะเป็นพื้นที่ทำกินของ สมาชิกทุกคนในชุมชนบ้านบันนังลัว ตามคำอธิบายของอภิญญา เฟื่องฟูสกุล (2546) ที่กล่าวถึงอัตลักษณ์ (Identity) ว่า เป็นสิ่งที่มีคุณสมบัติเฉพาะของคนหรือสิ่งหนึ่ง และมีนัยขยายต่อไปว่าเป็นคุณสมบัติเฉพาะของสิ่งนั้นที่ทำให้โดดเด่นขึ้นมา หรือแตกต่างจากสิ่งอื่น อีกทั้งอัตลักษณ์สามารถเลื่อนไหลไปตามบริบทและเวลาที่เปลี่ยนไป นอกจากนี้ ผลของการสื่อสาร แบบมีส่วนร่วมด้วยกลยุทธ์อุ้มปากัดเพื่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนบ้านบันนังลัว ซึ่งเป็นบริบทเฉพาะของพื้นที่จังหวัด

ชายแดนภาคใต้ที่ค้นพบจากการวิจัยนี้ สอดคล้องกับการศึกษาของทิพย์สุตา ปานเกษม (2559) ที่อธิบายบทบาทของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อการจัดการท่องเที่ยวในจังหวัดน่าน โดยการใช้การสื่อสารแบบสองทาง เนื่องจากการสื่อสารในจังหวัดน่านจะนิยมใช้สื่อบุคคลเป็นหลัก เพื่อมุ่งเน้นให้มีการตอบสนองและปฏิกิริยาตอบกลับจากคนในชุมชน ด้วยการสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านการจัดประชุมและโครงการอบรม มีการรวบรวมผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องจากทุกภาคส่วนให้เข้ามาร่วมแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และนำเสนอข้อมูลควบคู่ไปกับการใช้สื่อที่หลากหลายอย่างมีประสิทธิภาพ

หัวใจสำคัญของการท่องเที่ยวชุมชนบ้านบันนังลือตา คือ คนในชุมชนมีสำนึกของการเป็นเจ้าของร่วมกัน (Shared core values) ทุกคนมีส่วนร่วมในการกำหนดเป้าหมายและทิศทางการดำเนินงานที่สะท้อนถึงความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนท้องถิ่นชายแดนใต้ ส่งผลต่อการยกระดับคุณภาพชีวิต สิ่งแวดล้อม ปกปักษ์รักษาไว้ซึ่งอัตลักษณ์และวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยมีผลลัพธ์ที่เป็นประโยชน์โดยตรงแก่ชุมชนในการสร้างรายได้อย่างเป็นธรรม (สุดถนอม ดันเจริญ, 2561) ซึ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวชุมชน สามารถนำผลการวิจัยนี้ไปใช้เป็นแนวทางในการบริหารจัดการท่องเที่ยวชุมชนผ่านกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม โดยชุมชน เพื่อชุมชน

สรุปผล

การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนบ้านบันนังลือตา จังหวัดยะลา เป็นการสื่อสารของสมาชิกในชุมชนที่ร่วมกันแก้ไขปัญหาชุมชน คือ ปัญหาเสียดินและการว่างงาน โดยใช้การท่องเที่ยวชุมชนที่ก่อให้เกิดรายได้และให้ทุกคนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาเพื่อยกระดับการท่องเที่ยวชุมชนบ้านบันนังลือตา นำไปสู่การสร้างมูลค่าสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์และสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวชุมชน กระบวนการดังกล่าวให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของคนทุกกลุ่มด้วยการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมผ่านสื่อบุคคล ใช้วิธีการสื่อสารระหว่างบุคคลและการสื่อสารแบบเผชิญหน้าที่มีปฏิกิริยาตอบกลับระหว่างคู่สื่อสาร โดยมีการซักถามและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกัน ใช้กลยุทธ์การสื่อสารสู่กลุ่มเป้าหมายที่กำหนดร่วมกับเสาหลักชุมชน 4 เสา คือ ผู้นำศาสนา ผู้นำท้องถิ่น ผู้นำท้องที่ และผู้นำทางธรรมชาติ ซึ่งเป็นกลยุทธ์การสื่อสารที่เหมาะสมสำหรับการบริหารจัดการท่องเที่ยวชุมชนบ้านบันนังลือตาสู่เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน และเป็นกระบวนการจัดการเพื่อรักษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชนในจังหวัดชายแดนภาคใต้ เนื่องจากการท่องเที่ยวชุมชนคำนึงถึงความยั่งยืนของธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รักษาวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของคนในชุมชนให้คงอยู่ร่วมกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคมในปัจจุบัน ดังนั้น การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมจึงเป็นองค์ประกอบสำคัญในการพัฒนาศักยภาพของสมาชิกในชุมชนท่องเที่ยวบ้านบันนังลือตา เพื่อร่วมกันคิดและลงมือปฏิบัติ รวมถึงส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวชุมชนให้เกิดการสร้างงานและอาชีพในชุมชนอย่างทั่วถึง ผลที่ตามมาคือ ชุมชนสามารถพึ่งตนเองควบคู่กับการดูแลรักษาธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในชุมชนให้อยู่ในสภาพที่สมบูรณ์และคงอยู่เป็นมรดกทางธรรมชาติสืบไป

ข้อเสนอแนะ

การวิเคราะห์บทบาทของการสื่อสารและกลยุทธ์การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนในงานวิจัยนี้ มีประโยชน์ในเชิงวิชาการด้านการสื่อสารและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม เป็นการเพิ่มพูนองค์ความรู้ด้านการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในบริบทของวัฒนธรรมท้องถิ่นจังหวัดชายแดนภาคใต้ โดยเฉพาะการนำกฎของชุมชน และ/หรือสังคมมาประยุกต์ใช้กับการจัดการท่องเที่ยวชุมชน เพื่อส่งเสริมสังคมที่สงบสุขและทุกคนเข้าถึงการมีส่วนร่วมควบคู่ไปกับการพัฒนาสังคมชายแดนได้อย่างยั่งยืน นอกจากนี้ หน่วยงานภาครัฐและเอกชน รวมถึงองค์กรชุมชนสามารถนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการบริหารจัดการท่องเที่ยวชุมชนผ่านกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม โดยชุมชน เพื่อชุมชน กระนั้นก็ตาม หน่วยงานภาครัฐต้องเปิดโอกาสการมีส่วนร่วมของภาคประชาสังคมและขยายไปสู่การ

ปฏิบัติให้มากขึ้น เช่น การให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการกำหนดแผนการดำเนินงานในการพัฒนาชุมชนของตนเอง เพื่อให้สามารถแก้ไขปัญหาในชุมชนให้ตรงจุดตรงประเด็น

กิตติกรรมประกาศ

ผลงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัย การสื่อสารเพื่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดชายแดนภาคใต้ (Communication for community-based tourism management in the southern border provinces) ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (กองทุนส่งเสริม ววน.) และมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ประจำปีงบประมาณ 2564 สัญญาเลขที่ CMS6405044S

เอกสารอ้างอิง

- กฤษฎา สุริยวงศ์, สุวันชัย หวนนากลาง และฐิตินันท์ บุญภาพ คอมมอน. (2564). การสื่อสารเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยชุมชนมีส่วนร่วมของจังหวัดเพชรบุรี. *วารสารมนุษยสังคมปริทัศน์*. 23(1): 43-57.
- กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2562). สรุปขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของไทย ปี พ.ศ.2562. สืบค้นเมื่อ 8 กันยายน 2566, จาก https://www.mots.go.th/download/article/article_20190925130927.pdf
- จินตวีร์ เกษมสุข. (2561). แนวคิดการมีส่วนร่วมของประชาชนเพื่อการพัฒนาชุมชนที่ยั่งยืน. *วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*. 26(50): 169-186.
- ทิพย์สุดา ปานเกษม. (2559). การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน. *ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์*.
- นรินทร์ สังข์รักษา และคณะ. (2553). *ถอดบทเรียนกระบวนการเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงแบบก้าวหน้าของวิสาหกิจชุมชนเพื่อการอยู่เย็นเป็นสุขในจังหวัดราชบุรี*. นครปฐม: คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- บุญช่วย คำยาคี. (18 มิถุนายน 2564). การท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน. *ไทยโพสต์ออนไลน์*. สืบค้นเมื่อ 8 กันยายน 2566, จาก <https://www.thaipost.net/main/detail/106734>
- ประไพพิมพ์ สุธีสินนันท และประสพชัย พสุนนท์. (2559). กลยุทธ์การเลือกตัวอย่างสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ. *วารสารปริชาต มหาวิทยาลัยทักษิณ*. 29(2): 31-48.
- ปรีดา นักร, ลดาวัลย์ แก้วสินวล และเพ็ญพิศ ศรีประเสริฐ. (2566). กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวโดยชุมชน: กรณีศึกษาบ้านนาแยะ ตำบลนาแหร อำเภอนบพิตำ จังหวัดนครศรีธรรมราช. *วารสารนาคบุตรปริทรรศน์*. 5(1): 2-12.
- เพชร บุดสีทา. (2552). *การจัดการด้านการตลาดการท่องเที่ยวชุมชนนครชุม จังหวัดกำแพงเพชร*. กำแพงเพชร: มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร.
- เมธธาวิณ พลโยธี, สุธาธิณี หนูเนียม และสุวิชาดา สกลวานิชเจริญ. (2565). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา ชุมชนไต่ดำ บ้านนาป่าหนาด อำเภอเขียงคาน จังหวัดเลย. *วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ*. 18(1): 1-25.
- รายงานสถานการณ์ชายแดนใต้. (2564). *เที่ยววันหยุดชมวิวยังเขาหน้าถ้ำ ชุมชนท่องเที่ยวบ้านบันนังลือวา สร้างงาน สร้างอาชีพ ให้ชุมชน*. สืบค้นเมื่อ 3 ธันวาคม 2566, จาก <https://www.southernreports.org/2021/12/26/fgtrf1425/>
- สมพร เกื้อไข, วิทยาธร ท่อแก้ว และจิตติพันธ์ เอี่ยมนิรันดร์. (2565). การสื่อสารเพื่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนตะโหมด จังหวัดพัทลุง. *วารสารเทคโนโลยีภาคใต้*. 15(2): 1-11.

- สุดถนอม ต้นเจริญ. (2561). การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนบางชั้น
แตก จังหวัดสมุทรสงคราม. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี*. 8(2): 32-41.
- สุดารัตน์ แสงแก้ว, ปิยวรรณ สิริประเสริฐศิลป์ และปรีดา ศรีนฤวรรณ. (2561). คุณลักษณะและความชัดเจนของผู้มี
อิทธิพลทางการตลาด : กลุ่มผู้นำทางความคิด. *จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์*. 40(157): 1-24.
- สุภาวศ์ จันทวานิช. (2553). *วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ*. พิมพ์ครั้งที่ 17. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อนุชา สุขแสง และวรรณชิตา บุญญาณเมธาพร. (2566). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวผ่านแพลตฟอร์มยูทูป.
วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ. 19(1): 74-100.
- อภิญา เพื่องฟูสกุล. (2546). *อัตลักษณ์*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.
- Gilbert, D., & Abdullah, J. (2002). A study of the impact of the expectation of a holiday on an individual's
sense of well-being. *Journal of Vacation Marketing*. 8(4): 352-361.
- Goldsmith, R. E., & Clark, R. A. (2008). An analysis of factors affecting fashion opinion leadership and fashion
opinion seeking. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*. 12(3):
308-322.
- Muyanga, C., & Phiri, J. (2021). Assessment of effective communication in international schools in developing
countries based on the Berlo's SMCR model. *Open Journal of Business and Management*. 9(1): 448-459.
- Yan, L. (2014). Social capital characteristics of open source software opinion leaders. *Journal of Computer
Information Systems*. 54(4): 1-10.

Translated Thai References

- Budseeta, P. (2012). *Community-based marketing management on tourism of Ban Nakornchum
Kamphaengphet province*. Kamphaengphet: Kamphaengphet Rajabhat University. (in Thai)
- Chantavanich, S. (2010). *Qualitative research methods*. 17thed. Bangkok: Chulalongkorn University Press.
(in Thai)
- Economics Tourism and Sports Division, Office of the Permanent Secretary. (2019). *Summary of
Thailand's tourism competitiveness in 2019*. Retrieved 8 September 2023, from https://www.mots.go.th/download/article/article_20190925130927.pdf (in Thai)
- Feungfusakul, A. (2003). *Identity*. Bangkok: National Research Council of Thailand. (in Thai)
- Kasemsuk, C. (2018). Public participation approach for sustainable community development. *Academic
Journal of Humanities and Social Sciences*. 26(50): 169-186. (in Thai)
- Kayadee, B. (18 June 2021). Sustainable community-based tourism. *Thai Post*. Retrieved 8 September 2023,
from <https://www.thaipost.net/main/detail/106734> (in Thai)
- Kuakhai, S., Tokaew, W., & Iamrur, T. (2022). Communication for community-based tourism management
in Tamot, Phatthalung province. *Journal of Southern Technology*. 15(2): 1-11. (in Thai)
- Nakary, P., Kaewseenual, L., & Sriprasert, P. (2023). Communication strategies for community-based
tourism: A case study of Nangae, Nareng, Nopphitam in Nakhon Si Thammarat. *Narkbhutparitat
Journal*. 5(1): 2-12. (in Thai)

- Parnkasem, T. (2016). *Participatory communication for the promotion of creative tourism in Nan province*. (Master of Arts Thesis, National Institute of Development Administration). (in Thai)
- Polnyotee, M., Nuniam, S., & Sakulwanichcharoen, S. (2022). Sustainable community-based tourism development guideline: A case study of Tai Dam community at Ban Na Pa Nard, Chiang Khan district, Loei province. *Journal of International and Thai Tourism*. 18(1): 1-25. (in Thai)
- Saengkeaw, S., Siriprasertsil, P., & Srinaruewan, P. (2018). The attributes and clarity of influencers in marketing: Case of opinion leaders. *Chulalongkorn Business Review*. 40(157): 1-24. (in Thai)
- Southernreports.org. (2021). *Holiday travel to see mountainside cave view, Ban Bannangluwa community-based tourism, job creation for the community*. Retrieved 3 December 2023, from <https://www.southernreports.org/2021/12/26/fgrtf1425/> (in Thai)
- Suksang, A., & Boonyanmethaporn, W. (2023). Factors affecting travel decisions through the YouTube platform. *Journal of International and Thai Tourism*. 19(1): 74-100. (in Thai)
- Sungrugsa, N. et al. (2013). *A lesson learnt from progressive sufficiency economic activities on integrated learning processes of community enterprises for green and happiness society in Ratchaburi province*. Nakhon Pathom: Faculty of Education, Silpakorn University. (in Thai)
- Suriyawon, K., Hounnaklang, S., & Boonpap Common, T. (2021). Communication for creative tourism development through community participation in Phetchaburi province. *Journal of Humanities and Social Sciences Review*. 23(1): 43-57. (in Thai)
- Sutheewasinnon, P., & Pasunon, P. (1996). Sampling strategies for qualitative research. *Parichart Journal*. 29(2): 31-48. (in Thai)
- Tancharoen, S. (2018). Community-based tourism management and sustainable tourism development of Bangkantaek community in Samutsongkhram province. *Academic Journal of Phetchaburi Rajabhat University*. 8(2): 32-41. (in Thai)