บทความวิจัย

รูปแบบการสื่อสารเครือข่ายการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร พัฒนาจากต้นแบบเครือข่ายการท่องเที่ยวเมืองซูริคประเทศสวิตเซอร์แลนด์*

BANGKOK TOURISM NETWORK COMMUNICATION FRAMEWORK DEVELOPED FROM THE PROTOTYPE OF THE ZURICH TOURISM NETWORK SWITZERLAND

กิจอุดม เสือเจริญ*, กานต์ บุญศิริ, วิทยาธร ท่อแก้ว, สมาน งามสนิท
Kidudom Suacharoen*, Karn Boonsiri, Wittayatorn Torkaew, Sman Ngamsanit
คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช นนทบุรี ประเทศไทย
Faculty of Communication Arts, Sukhothai Thammathirat Open University, Nonthaburi, Thailand
*Corresponding author E-mail: autumnohm@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) รูปแบบการจัดการการสื่อสารเครือข่ายการท่องเที่ยวเมืองซูริคประเทศสวิตเซอร์แลนด์ 2) สภาพปัญหาและความต้องการการจัดการการสื่อสารเครือข่ายการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร 3) จัดทำข้อเสนอรูปแบบการจัดการการสื่อสารเครือข่ายการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครโดยพัฒนาจากต้นแบบการจัดการการสื่อสารเครือข่ายการท่องเที่ยวเมืองซูริคประเทศสวิตเซอร์แลนด์ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกแก่ผู้ให้ข้อมูลหลัก 2 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มผู้นำและนักวิชาการเครือข่ายการท่องเที่ยวเมืองซูริคประเทศสวิตเซอร์แลนด์ 2) กลุ่มผู้นำและนักวิชาการเครือข่ายการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัย พบว่า 1) รูปแบบการจัดการการสื่อสารเครือข่ายการท่องเที่ยวเมืองซูริคประเทศสวิตเซอร์แลนด์ สามารถสร้างและรักษาความสัมพันธ์เครือข่ายด้วยโครงสร้างเครือข่ายเชื่อมโยงทุกภาคส่วนเท่าเทียม ผ่านนโยบาย พันธกิจ แผนและการปฏิบัติการสื่อสารที่เหมาะสมถูกต้อง การติดตามประเมินผลการสื่อสารสม่ำเสมอ เครือข่ายยึดหลักความซื่อสัตย์โปร่งใสคำนึงถึงประโยชน์สูงสุดที่ได้รับร่วมกัน 2) สภาพปัญหาและความต้องการการจัดการการสื่อสารเครือข่ายการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร ไม่มีนโยบาย พันธกิจ แผน การปฏิบัติการสื่อสารที่ชัดเจน ไม่เหมาะสม ขาดความสอดคล้องกันระหว่างหน่วยงาน การติดตามประเมินผลการสื่อสารมีความผิดพลาด ไม่อาจสร้างและรักษาความสัมพันธ์ให้เกิดโครงสร้างเครือข่ายเป็นรูปธรรมได้ 3) จัดทำข้อเสนอฯ ทุกภาคส่วนควรมีเวทีร่วมกันกำหนดนโยบาย พันธกิจ แผนและการปฏิบัติการสื่อสารในทิศทางเดียวกันตามบริบทการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร เพื่อสามารถสร้างและรักษาความสัมพันธ์เกิดโครงสร้างเครือข่ายร่วมมือกันอย่างเป็นรูปธรรมยั่งยืนได้ และพบผลลัพธ์หลักการจัดการการสื่อสารเครือข่ายการท่องเที่ยว การสื่อสารแบบมีหุ้นส่วน 7 ประการ เพื่อประสิทธิภาพสูงสุดในการรวมเครือข่ายการท่องเที่ยว สามารถเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวและสามารถประยุกต์ใช้ในหน่วยงานอื่นต่อไป

คำสำคัญ: รูปแบบการสื่อสาร, เครือข่ายการท่องเที่ยว, การสร้างเครือข่าย, การพัฒนาต้นแบบเครือข่าย, การท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร

Abstract

This research aims to investigate: 1) The communication management patterns of the Zurich Tourism Network, Switzerland 2) The problems and communication management needs

* Received 17 January 2024; Revised 28 January 2024; Accepted 30 January 2024

of the Bangkok tourism network 3) Develop a proposal for a communication management model for the Bangkok tourism network based on the model used in the Zurich Tourism Network, Switzerland. The research is qualitative in nature and involves in-depth interviews with two main groups of key informants: 1) leaders and experts in the Zurich tourism network, Switzerland; and 2) leaders and experts in the Bangkok tourism network. Data analysis is conducted by generating conclusions. The research findings: 1) The communication management pattern in Zurich Tourism network, Switzerland, can effectively establish and maintain network relationships. This is achieved through a network structure that links all components equally, guided by policies, missions, plans, and appropriate communication practices. Regular communication assessments ensure consistency. The network emphasizes principles of integrity and transparency, considering mutual benefits. 2) The problems and communication management needs of The Bangkok tourism network are characterized by a lack of clear policies, missions, plans, and communication practices. This results in an unsuitable communication environment, with a lack of alignment between organizational units. Communication assessments are error-prone, hindering the creation and maintenance of effective network relationships. 3) The proposal suggests that all sectors should collaboratively establish unified policies, missions, plans, and communication practices aligned with the context of tourism in Bangkok. This collaborative effort aims to create and maintain sustainable network relationships. The emphasis is on creating a network structure that promotes collaboration, ensuring long-term mutual cooperation among sectors. The main outcome is the PARTNER Communication model for tourism network management, consisting of seven components, aiming for maximum efficiency in networking for tourism, enhancing competitiveness, and adaptability for future use in other organizations.

Keywords: Communication Framework, Network Communication, Building Networks, Development of Network Models, Bangkok Tourism Network

บทนำ

การสื่อสารเป็นเครื่องมือสำคัญในกระบวนการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ส่งผลลัพธ์ตามเป้าประสงค์ในทิศทางความสำเร็จของเครือข่ายที่มีพันธกิจร่วมกัน โดยก่อนสถานการณ์โควิด 19 เศรษฐกิจการท่องเที่ยวของไทยมีรายได้มากถึงร้อยละ 17 ของ GDP (ณิชาภัทร สุรวัฒนานนท์, 2562) โดยอาศัยการสื่อสารประชาสัมพันธ์จนสามารถขับเคลื่อนเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง ทว่าช่วงการระบาดโรคโควิด 19 ที่ผ่านมา กรุงเทพมหานครเมืองน่าเที่ยวอันดับ 1 ของเอเชียแปซิฟิก (Business Traveler Asia Pacific, 2022) สูญเสียรายได้สูงกว่า 2 พันล้านบาทในช่วงระยะเวลาเพียง 1 ปี (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563) แต่ประเทศสวิตเซอร์แลนด์ กลับสามารถเพิ่มขีดความสามารถทางเศรษฐกิจขึ้นเป็นอันดับ 1 ของโลก และรักษาขีดความสามารถทางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว อันดับ 4 ของโลก ซึ่งไทยรั้งอยู่ที่อันดับที่ 31 ของโลก (World Economic Forum, 2021)

งานวิจัยช่วงก่อนหน้าสถานการณ์โควิด APAC Snow Brand Study สะท้อนให้เห็นกิจกรรมการจำหน่าย Swiss Travel Pass ของหน่วยงานเครือข่ายสภาการท่องเที่ยวสวิตเซอร์แลนด์ (Switzerland Tourism) เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวตลาดเอเชีย มียอดจำหน่ายสูงถึง 400 เปอร์เซ็นต์ เป็นปัจจัยส่วนสำคัญที่สามารถกระตุ้นเศรษฐกิจ

เพิ่มศักยภาพด้านการท่องเที่ยวสวิตเซอร์แลนด์และเมืองซูริคซึ่งเป็นเมืองเอกของสวิตเซอร์แลนด์ได้เป็นอย่างมาก (APAC Snow Brand Study, 2019) หลังสถานการณ์การระบาดของโรคโควิด 19 ภาพรวมเศรษฐกิจสวิตเซอร์แลนด์ฟื้นตัวเติบโตอย่างต่อเนื่อง จากเดือนมิถุนายน 2564 เติบโตอยู่ที่ร้อยละ 3.2 จากที่คาดการณ์ไว้ว่าจะเติบโตร้อยละ 3.6 นับว่ายังสูงกว่าอัตราการเติบโตเฉลี่ยโดยปกติของเศรษฐกิจสวิตเซอร์แลนด์ (Tanakorn, 2021) เนื่องจากถูกขับเคลื่อนภายใต้ความร่วมมือการบริหารนโยบายขับเคลื่อนพันธกิจด้านการท่องเที่ยวของสภาการท่องเที่ยวสวิตเซอร์แลนด์ ซึ่งในระดับท้องถิ่น การท่องเที่ยวซูริค (Zurich Tourism) มีเครือข่ายร่วมขับเคลื่อนกว่า 36 พันธมิตร (Zurich Tourism, 2023) เกิดกิจกรรมจากการรวมตัวเครือข่ายสามารถรักษาและพัฒนาขีดความสามารถเพิ่มประสิทธิภาพการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว ส่งผลดีต่อเศรษฐกิจการท่องเที่ยว (Srisawa, T., 2021)

ประเทศไทยภายใต้การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ด้านการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยววางหมุดหมายโดยตั้งทัศนะให้เกิดกระบวนการร่วมมือกันอย่างเท่าเทียมไว้ชัดเจน (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2562) โดยคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติปรับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ (พ.ศ. 2564 - 2565) ให้สอดคล้องในสถานการณ์การระบาดโควิด19 มุ่งเน้นการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน นำไปสู่การทบทวนนโยบายและแผนยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว การสื่อสารสร้างการรับฟังจากทุกภาคส่วนในระบบเครือข่าย (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562) การสร้างความร่วมมือกัน ผ่านการสื่อสารประสานความร่วมมือระหว่างทุกองค์กรหน่วยงานในห่วงโซ่อุปทานให้สามารถทำงานประสานร่วมมืออำนวยความสะดวกเสริมสร้างสนับสนุนให้แก่กันและกันสามารถส่งผลดีต่อภาคการท่องเที่ยวทั้งระบบของประเทศไทยในช่วงวิกฤต (ศุภลักษณ์ ศรีวิไลย และรุ่งเรือง ทองศรี, 2564) (แนวทางความสำเร็จจากการสื่อสารเครือข่ายการท่องเที่ยวเมืองซูริค ประเทศสวิตเซอร์แลนด์นั้นสามารถเป็นต้นแบบความสำเร็จของเมืองในระดับโลกที่นำมาปรับใช้กับบริบทพื้นที่กรุงเทพมหานคร ที่ยังไม่มีรูปแบบการจัดการการสื่อสารเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยตรง เพื่อนำมาเป็นต้นแบบสำหรับการจัดการการสื่อสารเครือข่ายการท่องเที่ยว การศึกษาให้ได้ข้อค้นพบที่เป็นคุณค่าในการสื่อสารเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจระหว่างหน่วยงานองค์กรการท่องเที่ยวด้านการท่องเที่ยว สามารถจัดระบบกระบวนการผสานเครือข่ายเพื่อกำหนดกิจกรรมขับเคลื่อนผลักดันห่วงโซ่คุณภาพการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวจากทั้งภายในประเทศและส่งเสริมการท่องเที่ยวจากต่างประเทศ เสริมสร้างและเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร และประเทศให้เป็นไปตามแผนแม่บทการพัฒนาประเทศ การปฏิรูปประเทศ และยุทธศาสตร์ชาติ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษารูปแบบการจัดการการสื่อสารเครือข่ายการท่องเที่ยวเมืองซูริคประเทศสวิตเซอร์แลนด์
2. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการการจัดการการสื่อสารเครือข่ายการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อจัดทำข้อเสนอรูปแบบการจัดการการสื่อสารเครือข่ายการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครโดยพัฒนาจากต้นแบบการจัดการการสื่อสารเครือข่ายการท่องเที่ยวเมืองซูริคประเทศสวิตเซอร์แลนด์

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “รูปแบบการสื่อสารเครือข่ายการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครพัฒนาจากต้นแบบเครือข่ายการท่องเที่ยวเมืองซูริคประเทศสวิตเซอร์แลนด์” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept Interview)

ผู้ให้ข้อมูลหลัก แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม โดยเป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับเครือข่ายการท่องเที่ยวเมืองซูริคประเทศสวิตเซอร์แลนด์และเกี่ยวข้องกับเครือข่ายการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร โดยเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 17 คน ได้แก่ 1) ผู้นำและนักวิชาการเครือข่ายการท่องเที่ยวเมืองซูริคประเทศสวิตเซอร์แลนด์ จำนวน 10 คน ประกอบด้วย ตัวแทนการท่องเที่ยวเมืองซูริค ตัวแทนกลุ่มผู้ให้บริการ ตัวแทนพันธมิตรระดับ

ภูมิภาค ตัวแทนสมาคมและชมรมการท่องเที่ยวซูริค ตัวแทนพันธมิตรหลัก ตัวแทนการท่องเที่ยวสวิตเซอร์แลนด์ นักวิชาการการสื่อสารและการท่องเที่ยวสวิตเซอร์แลนด์ นักสื่อสารท่องเที่ยวประเทศสวิตเซอร์แลนด์ 2) ผู้นำและนักวิชาการเครือข่ายการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร จำนวน 7 คน ประกอบด้วย อดีตรัฐมนตรีกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กรรมาธิการการท่องเที่ยววุฒิสภา ตัวแทนภาคเอกชนด้านเครือข่ายการท่องเที่ยว นักวิชาการการสื่อสารและการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร นักสื่อสารการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร

เครื่องมือการวิจัย ครั้งนี้ ใช้แบบการสัมภาษณ์บุคคลเป็นแบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้าง (In-depth Interview) จากบุคคลที่เกี่ยวข้องกับเครือข่ายการท่องเที่ยวเมืองซูริคประเทศสวิตเซอร์แลนด์และเครือข่ายการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร ผ่านเครื่องมือวิจัยที่ผู้วิจัยตั้งคำถามที่มุ่งให้ได้คำตอบตรงกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยให้มากที่สุด และตรวจสอบความเรียบร้อยของแบบสัมภาษณ์ ซึ่งใช้แบบสัมภาษณ์ภาษาอังกฤษสำหรับผู้ให้ข้อมูลหลักในต่างประเทศ และแบบสัมภาษณ์ภาษาไทยสำหรับผู้ให้ข้อมูลหลักในประเทศไทย เป็นวิธีการสนทนาเพื่อค้นหาหรือขอคำตอบจากผู้ให้ข้อมูลหลักเป็นรายบุคคล แบบสัมภาษณ์ภาษาอังกฤษสำหรับผู้ให้ข้อมูลชาวต่างชาติและภาษาไทยสำหรับผู้ให้ข้อมูลชาวไทย ที่ออกแบบให้ครอบคลุมหัวข้อเรื่องของการวิจัย โดยมุ่งให้ได้คำตอบที่ตรงกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยมากที่สุด กระบวนการตั้งคำถามผ่านการสัมภาษณ์นี้จะมุ่งค้นหาข้อเท็จจริงจนกว่าข้อมูลพอเพียงครบถ้วนต่อการนำไปวิเคราะห์อธิบายผลการศึกษา และการสังเคราะห์สิ่งใหม่ของการสื่อสารที่สอดคล้องกับสภาพความเป็นจริง

สำหรับตัวแบบสอบถามจะเป็นแบบสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้าง (Semi-structured Interview Form) ประกอบด้วยชุดคำถามปลายเปิด รวม 2 ชุด แบ่งตามกลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ เพื่อค้นหาคำตอบและความคิดเห็นอันเป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่องานวิจัย ซึ่งรวมถึงข้อเสนอแนะแนวทางหรือวิธีการใหม่ๆในกระบวนการจัดการการสื่อสารของเครือข่ายที่นำไปสู่การบรรลุวัตถุประสงค์ กระบวนการขั้นตอนการสัมภาษณ์แบ่งการเก็บรวบรวมข้อมูลออกเป็น 3 ระยะ ตามวัตถุประสงค์ 3 ข้อ ใช้การพูดคุย สอบถาม ตั้งข้อสังเกต เพื่อเสริมข้อมูลที่ค้นพบ แต่ต้องการความกระจ่างยิ่งขึ้น จากการทบทวนวรรณกรรมและออกแบบตามวัตถุประสงค์โดยคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษาและตรวจสอบความตรงด้านเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน ทั้งนี้ เมื่อได้รับข้อแนะนำแล้ว ผู้วิจัยได้ดำเนินการแก้ไขปรับปรุงแบบสอบถามให้ถูกต้องตามคำแนะนำ แล้วจึงดำเนินการในขั้นตอนต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์เชิงอุปนัย (Analytic Induction) ใช้การวิเคราะห์ตีความข้อมูลเชิงพรรณนา โดยทำการวิเคราะห์เนื้อหาอย่างเป็นระบบตามประเด็นความสัมพันธ์ของเนื้อหาที่ศึกษาตามวัตถุประสงค์ในข้อ 1 - 3 มุ่งจับประเด็นวิเคราะห์รูปแบบการจัดการการสื่อสาร โดยใช้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ มาแจกแจงและจัดหมวดหมู่ตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา การตีความ การสรุปหรือการโยงเข้าสู่กรอบความคิดทฤษฎีแล้วอธิบายตามวัตถุประสงค์ แต่ละข้อเกี่ยวกับ การสื่อสารเครือข่ายการท่องเที่ยวเมืองซูริคประเทศสวิตเซอร์แลนด์และเครือข่ายการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร การวิเคราะห์ข้อมูลทุติยภูมิ การจัดระเบียบข้อมูล การแสดงข้อมูล การหาข้อสรุป การตีความโดยสร้างข้อสรุปจากข้อมูลที่เป็นรูปธรรม หรือปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น สามารถมองเห็นได้ เช่น ระหว่างองค์กรในเครือข่ายการท่องเที่ยวเมืองซูริคประเทศสวิตเซอร์แลนด์ มีการดำเนินการ อะไร อย่างไร มีความหมายอย่างไร เป็นต้น โดยจะมุ่งพิจารณาที่ กระบวนการสื่อสาร (Process) และวิธีการ (Method) การจัดการการสื่อสาร กิจกรรม (Activities) ของเครือข่าย เพื่อนำสู่การประมวลข้อมูลเพื่อวิเคราะห์ว่า ประเด็นต่าง ๆ เหล่านี้มี รูปแบบอย่างไร มีผลกระทบอย่างไรบ้าง ตามบริบทที่เกิดขึ้น เมื่อได้ข้อมูลจากปรากฏการณ์ต่าง ๆ แล้ว จึงนำข้อมูลดังกล่าวมาตรวจสอบความถูกต้องตรงประเด็นของผลการวิจัย หาข้อสรุปเชิงประยุกต์กระบวนการวิเคราะห์ (Mile & Huberman, 1994) ก่อนนำมาสรุปผลการศึกษา พร้อมเสนอข้อเสนอสำหรับการจัดการการสื่อสารเครือข่ายหรือการสร้างข้อเสนอสำหรับการจัดการการสื่อสารเครือข่ายที่มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นต่อไป

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยเรียงลำดับตามวัตถุประสงค์แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 การจัดการการสื่อสารเครือข่ายการท่องเที่ยวเมืองซูริคประเทศสวิตเซอร์แลนด์

เครือข่ายการท่องเที่ยวเมืองซูริคประเทศสวิตเซอร์แลนด์ สามารถจัดการการสื่อสารเครือข่ายการท่องเที่ยว ตามองค์ประกอบดังนี้

1.1 นโยบายการสื่อสาร มีการกำหนดนโยบายการสื่อสารที่มุ่งเน้นนโยบายที่ตอบสนองต่อการร่วมกันอย่างมีความสุข เกิดความเข้มแข็ง โดยประยุกต์เอานวัตกรรมที่ทันสมัยเข้ามาช่วยในการสื่อสารเครือข่าย เพื่อให้เครือข่ายเกิดความทันสมัย มั่นคง ยั่งยืน ยาวนาน จากการร่วมกันของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง

1.2 พันธกิจการสื่อสาร มุ่งเน้นให้เกิดการตระหนักในการรับรู้ของทุกภาคส่วนที่เข้ามาร่วมกันสร้างการมีส่วนร่วมของทุกฝ่าย ด้วยการประยุกต์เทคโนโลยีที่ปลอดภัย เพื่อกำหนดการท่องเที่ยวที่น่าสนใจและมีประสิทธิภาพ

1.3 การกำหนดโครงสร้างเครือข่าย มีการนำเอานวัตกรรมเทคโนโลยีที่ทันสมัย มาใช้เพื่อสร้างความเชื่อมั่น ให้เกิดโครงสร้างความร่วมมืออย่างยั่งยืน มีคุณภาพ มีการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี โดยรับฟังความคิดเห็นจากทุกส่วนที่เกี่ยวข้อง แม้ว่าสมาชิกมีความหลากหลายแตกต่าง แต่สามารถสร้างโอกาส สนับสนุนความร่วมมือและความเท่าเทียมให้เกิดขึ้นในเครือข่ายได้

1.4 การวางแผนการสื่อสาร มีการดำเนินการแบบมีขั้นตอนอย่างมีประสิทธิภาพ ร่วมกันกำหนดระยะแผนหลายระยะเพื่อกระจายความเสี่ยงของการล้มเหลวของแผน เมื่อทราบจุดบกพร่องจึงร่วมกันแสดงความคิดเห็นในการปรับปรุงเพื่อให้ได้แผนการสื่อสารที่ดีขึ้น ทำอย่างสม่ำเสมอ วิเคราะห์ตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้สามารถกำหนดแผนการสื่อสารได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ

1.5 การปฏิบัติการสื่อสาร เน้นเนื้อหามีความน่าสนใจและมีคุณค่าสำหรับกลุ่มเป้าหมายแล้วเลือกวิธีการที่จะสื่อ หรือเลือกผู้ปฏิบัติการสื่อสารที่มีความเชี่ยวชาญและเข้าใจลึกลงในกลุ่มเป้าหมาย เลือกทีมที่มีความสามารถในการสื่อสารอย่างสร้างสรรค์และสามารถเสนอแนะวิธีการสื่อที่เหมาะสม เช่น สื่อป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ที่เหมาะกับชุมชนผู้สูงอายุ มีการติดตามและการวัดผลเพื่อตรวจสอบความสำเร็จของการสื่อสาร รวมถึงการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อดูผลส่วนได้เสีย นำมาปรับปรุงการสื่อสารและแผนในอนาคต สร้างโอกาสในการสร้างความร่วมมือระหว่างสมาชิกในเครือข่ายด้วยกันและระหว่างนักท่องเที่ยว เพิ่มเวทีหรือช่องทางในการสื่อสารให้ครอบคลุมและมีประสิทธิภาพเพื่อการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกลุ่มเป้าหมายและสมาชิกในเครือข่าย ใช้ข้อมูลที่ได้จากการติดตามและประเมินผล เพื่อปรับปรุงการสื่อสารตามความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นและตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

1.6 การติดตามประเมินผลการสื่อสาร มีการร่วมกันรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารและข้อมูลเกี่ยวกับประสิทธิภาพของสื่อที่ใช้ นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เพื่อตรวจสอบว่าแผนและการปฏิบัติการสื่อสารได้ผลตามเป้าหมายหรือไม่ นำเสนอโดยการจัดทำรายงานผลการสื่อสารข้อมูลที่รวบรวมได้ แสดงผลและสรุปผลการสื่อสารอย่างชัดเจน ระบุความสำเร็จ ความผิดพลาด และแนวทางการปรับปรุงที่ต้องการเสนอแนะนำผลการวิเคราะห์ทั้งหมดไปปรับปรุงการปฏิบัติและปรับแผนการสื่อสาร ปรับปรุงเนื้อหาและวิธีการสื่อสาร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ และทำการตรวจสอบประเมินผลการปฏิบัติการและแผนที่ปรับปรุงใหม่อยู่เสมอ สะสมประสบการณ์ในการสื่อสารเพื่อการวิเคราะห์ผลที่แม่นยำ

1.7 การสร้างความสัมพันธ์เครือข่าย มีการกำหนดแผนตามกรอบนโยบายและพันธกิจ สร้างความร่วมมือกับองค์กรที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวที่หลากหลาย มีการแบ่งปันแลกเปลี่ยนข้อมูลที่มีประโยชน์ระหว่างกัน เชิญชวนเพื่อร่วมกันสร้างแนวคิดใหม่ ๆ ออกแบบและพัฒนากิจกรรมที่ตอบสนองต่อความต้องการด้านการท่องเที่ยวอย่างน่าสนใจและมีคุณค่า ตรงตามความต้องการและคำนึงถึงประโยชน์ต่อนักท่องเที่ยว โดย

ประยุกต์เอาเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาร่วม และสร้างแรงจูงใจให้สมาชิกเข้ามามีส่วนร่วมเพื่อรับประโยชน์ร่วมกัน

1.8 การรักษาความสัมพันธ์เครือข่าย เน้นหลักความโปร่งใสและความซื่อสัตย์ในคำมั่นสัญญาหรือปฏิญญาที่มีต่อกัน แลกเปลี่ยนข้อมูลที่เป็นประโยชน์ระหว่างกัน เพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกัน เปิดเวทีรับฟังความคิดเห็นจากทุกภาคส่วนที่มาจากหลากหลาย เรียนรู้เข้าใจกันเพื่อให้สามารถปรับตัวและเปิดโอกาสให้สามารถปรับปรุงความสัมพันธ์กันอย่างต่อเนื่องและยืดหยุ่น เป็นหลักการสำคัญในการรักษาสานสัมพันธ์โดยเห็นประโยชน์เครือข่ายและส่วนรวมเป็นหลัก

ตอนที่ 2 สภาพปัญหาและความต้องการการจัดการการสื่อสารเครือข่ายการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร

เครือข่ายการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร มีสภาพปัญหาและความต้องการจัดการการสื่อสาร ดังนี้

2.1 ด้านนโยบายการสื่อสาร มีความต้องการเร่งบริหารความร่วมมือจากทุกภาคส่วน เพื่อให้สามารถร่วมกันกำหนดนโยบายที่สอดคล้องกัน โดยเป็นโนยบายที่มาจากข้อมูลที่ชัดเจน มีความแม่นยำ มีความถูกต้อง ไม่ขัดแย้งกับนโยบายอื่น ๆ ลดปัญหาความขัดแย้งทั้งภายในและภายนอก ให้ความสำคัญกับการสร้างความร่วมมือเพื่อสนับสนุนกิจกรรมที่ตอบสนองต่อความต้องการ สร้างความเชื่อมั่นและความพอใจแก่นักท่องเที่ยว

2.2 ด้านพันธกิจการสื่อสาร มีความต้องการกำหนดพันธกิจจากวัตถุประสงค์ที่มีนโยบายที่ชัดเจน ลดปัญหาการสับสน ความเข้าใจผิดในข้อมูล นักท่องเที่ยวสามารถใช้วางแผนการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ สามารถสร้างความพอใจและสร้างความร่วมมือระหว่างหน่วยงานร่วมกับการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี

2.3 ด้านการกำหนดโครงสร้างเครือข่าย มีความต้องการในการสร้างการมีส่วนร่วมระหว่างทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อลดปัญหาการแข่งขันระหว่างกัน เปลี่ยนเป็นการสนับสนุนซึงกันและกันแทน โดยดึงเอาภาคเอกชนมาเป็นผู้สนับสนุนท่สำคัญและให้ความสำคัญกับการร่วมมือกับภาคท้องถิ่น โดยกำหนดนโยบายและพันธกิจที่สอดคล้องกัน ภายใต้ความเท่าเทียม

2.4 การวางแผนการสื่อสาร มีความต้องการการวางแผนที่ถูกต้อง โดยการประยุกต์เทคโนโลยีที่ทันสมัยมาช่วยในการวางแผนเพื่อให้สามารถสื่อสารการดำเนินการตามเป้าประสงค์ได้อย่างแม่นยำ สร้างความเข้าใจตรงกัน มีความสัมฤทธิ์ผลด้านความร่วมมือ ลดปัญหาความขัดแย้งระหว่างหน่วยงาน สร้างความเท่าเทียมของการได้รับข้อมูล เกิดการสนับสนุนกันในทุกด้าน ขจัดปัญหาด้านงบประมาณ สามารถรับมือกับทุกสถานการณ์หรือวิกฤตได้อย่างทันท่วงที

2.5 การปฏิบัติการสื่อสาร มีความต้องการในการเลือกช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสม สร้างความชัดเจนในการกำหนดข้อความและการรับข้อมูล ป้องกันข้อมูลสูญหาย แก้ปัญหาหรือวิกฤตได้อย่างทันท่วงที ลดความผิดพลาด เพื่อไม่ให้กระทบกับความพึงพอใจและประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว สร้างความเชื่อมั่น ความไว้วางใจ ร่วมกับการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาร่วมปฏิบัติการ เพื่อให้ได้รับข้อมูลที่เป็นปัจจุบันนำไปปรับปรุงแผนให้ดียิ่งขึ้น

2.6 การติดตามประเมินผลการสื่อสาร มีความต้องการแก้ไขปัญหาความผิดพลาดในการสื่อสารที่ขาดความชัดเจนและไม่ตรงกับความต้องการสมาชิกและนักท่องเที่ยว โดยประยุกต์เอาเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาช่วยในการติดตาม ประเมินผล ให้ได้ข้อมูลย้อนกลับนำไปปรับปรุงพัฒนาการปฏิบัติการ แผน พันธกิจ และนโยบายที่ตรงกับความต้องการ ลดปัญหาการขาดการรับรู้จนเกิดความผิดเพี้ยนเปลี่ยนแปลงไปจากข้อมูลที่ต้องการสื่อสาร

2.7 การสร้างความสัมพันธ์ มีความต้องการในการลดปัญหาความขัดแย้งและความไม่สอดคล้องกันระหว่างหน่วยงานการท่องเที่ยว สร้างความสัมพันธ์กับธุรกิจท้องถิ่นและชุมชน มีการดึงเอาภาคเอกชนร่วมลงทุนเพื่อให้เกิดประโยชน์ในส่วนรวม สร้างการมีส่วนร่วมกับทุกฝ่าย เพื่อตอบสนองความต้องการด้านการท่องเที่ยวอย่างตรงเป้า เกิดการบริการที่มีคุณภาพ สร้างความน่าเชื่อถือ ความไว้วางใจ ในการเข้าร่วมเครือข่ายและการใช้บริการด้านการท่องเที่ยว ลดปัญหาด้านการประสานงานที่มีลำดับขั้นตอนมากเกินไปจนเกิดความล่าช้าในการแก้ไขปัญหาทุกมิติ

2.8 การรักษาความสัมพันธ์เครือข่าย มีความต้องการที่จะเห็นรูปแบบความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นแข็งแรง ลดปัญหาการแสวงหาประโยชน์ส่วนตนมากกว่าประโยชน์ส่วนรวมเป็นที่ตั้ง สร้างการสื่อสารที่เพียงพอเพื่อสร้างความร่วมมือและความเข้าใจในทิศทางเดียวกัน เพื่อให้ได้เครือข่ายที่มีประสิทธิภาพสามารถตอบสนองต่อความต้องการด้านการท่องเที่ยว สร้างความน่าเชื่อถือ สามารถสร้างความร่วมมือในกิจกรรมที่มีคุณภาพเพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันและสร้างการเติบโตด้านเศรษกิจได้

ตอนที่ 3 ข้อเสนอรูปแบบการจัดการการสื่อสารเครือข่ายการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครโดยพัฒนาจากต้นแบบการสื่อสารการจัดการการท่องเที่ยวเมืองซูริคประเทศสวิตเซอร์แลนด์

เมื่อศึกษาการสื่อสารการจัดการการท่องเที่ยวเมืองซูริคประเทศสวิตเซอร์แลนด์ สภาพปัญหาและความต้องการการจัดการการสื่อสารเครือข่ายการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครแล้ว จึงนำมาจัดทำข้อเสนอการจัดการการสื่อสารเครือข่ายการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร โดยมีองค์ประกอบ ดังนี้

3.1 นโยบายการสื่อสาร หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรร่วมกันกำหนดนโยบายการสื่อสารที่มีคุณภาพ ครอบคลุม ชัดเจน จากข้อมูลที่ได้คุณภาพ ให้ความสำคัญกับนโยบายสื่อสารการเดินทางเพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถวางแผนท่องเที่ยวได้อย่างแม่นยำ ตอบสนองความต้องการ สร้างความพึงพอใจและความเชื่อมั่นแก่นักท่องเที่ยวและองค์กรที่จะร่วมเครือข่ายให้นโยบายสอดคล้อง เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ลดการแข่งขันภายในเครือข่าย สร้างการมีส่วนร่วม ให้ความสำคัญกับภาคท้องถิ่น ดึงภาคเอกชนร่วมสนับสนุน ประยุกต์เทคโนโลยีร่วมเพื่อสามารถรับมือกับปัญหาหรือวิกฤต กำหนดมาตรฐานคุณภาพและความปลอดภัยร่วมกันได้ โดยคำนึงถึงประโยชน์สูงสุดที่จะได้รับร่วมกันทุกภาคส่วน

3.2 พันธกิจการสื่อสาร ควรร่วมมือกันกำหนดพันธกิจที่สอดคล้อง ชัดเจน ประยุกต์เอาเทคโนโลยีเข้ามามีส่วนทั้งด้านสาธารณูปโภคและด้านการสื่อสาร ลดความสับสนมุ่งเน้นการตระหนักรู้ในข้อมูลจากวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน มีข้อมูลที่ครอบคลุม เพียงพอ เกิดการมีส่วนร่วมสนับสนุนวัตถุประสงค์ร่วมกัน

3.3 การกำหนดโครงสร้างเครือข่าย ควรมีการจัดการสื่อสารเชื่อมโยงความร่วมมือโดยใช้แนวทางนโยบายและวัตถุประสงค์ที่สอดคล้องกันเพื่อสร้างความร่วมมือภายใต้การตอบสนองความต้องการด้านการท่องเที่ยวในทิศทางเดียวกัน ลดขั้นตอนการประสานงาน สรรหาบุคลากรที่มีคุณภาพที่สามารถเชื่อมโยงประสานหน่วยงานได้เป็นรูปธรรมผ่านการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย มีความเข้าใจ สามารถสนับสนุนกันให้สามารถสร้างประโยชน์ได้รับร่วมกันอย่างเท่าเทียมทุกฝ่าย

3.4 การวางแผนการสื่อสาร ควรร่วมกำหนดแผนให้ชัดเจน กำหนดกรอบการสื่อสารได้อย่างแน่ชัด แม่นยำ มีความเป็นปัจจุบัน ทันต่อสถานการณ์และวิกฤตที่เกิดขึ้น สามารถลดความขัดแย้งด้านวิสัยทัศน์และการกำหนดแผนงานระหว่างหน่วยงานได้ ได้เป้าประสงค์ที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน สอดคล้องกัน ทุกฝ่ายได้ประโยชน์สูงสุดอย่างเท่าเทียม ได้รับข้อมูลครอบคลุม ครบถ้วนตามจริง มีแผนหลายระยะเพื่อลดความเสี่ยง ติดตามประเมินผลสม่ำเสมอเพื่อได้ข้อมูลย้อนกลับนำมาปรับปรุงแผนให้เป็นปัจจุบันเหมาะสมกับสถานการณ์

3.5 การปฏิบัติการการสื่อสาร ควรเลือกช่องทางในการสื่อสารที่เหมาะสมกับผู้รับสาร โดยพิจารณาจากแผนการสื่อสารที่มีการกำหนดนโยบายและพันธกิจการสื่อสารจากข้อมูลที่ถูกต้อง เลือกใช้สื่อที่แม่นยำ เหมาะสม ช่วยลดความผิดพลาดและการสูญหายของข้อมูลที่จะปฏิบัติการสื่อสาร มีความชัดเจนในการ

สื่อสาร ทุกฝ่ายสามารถร่วมกันแก้ไขปัญหาหรือวิกฤตที่เกิดขึ้นได้อย่างทันท่วงที สร้างประสบการณ์ที่ดี สร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจให้กับนักท่องเที่ยว โดยประยุกต์เอาเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามามีส่วนในการปฏิบัติการสื่อสาร ร่วมกับการเลือกผู้ปฏิบัติการสื่อสารที่มีความเข้าใจความต้องการด้านการท่องเที่ยวอย่างลึกซึ้ง เพิ่มช่องทางการสื่อสารและการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกลุ่มเป้าหมายและสมาชิกในเครือข่าย เปิดโอกาสในการสร้างความร่วมมือระหว่างกัน

3.6 การติดตามประเมินผลการสื่อสาร ควรปรับการเข้าถึงข้อมูลของสมาชิกเครือข่ายและนักท่องเที่ยวให้สามารถรับรู้ข้อมูลที่สำคัญด้านการท่องเที่ยวทั้งหมดได้ ประยุกต์เอาเทคโนโลยีที่ทันสมัยร่วมผ่านการถ่ายทอดข้อมูลที่เพียงพอ ครอบคลุม ชัดเจน ผ่านช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสม เพิ่มช่องทางหลากหลายในการแสดงความคิดเห็นในการปรับปรุงพัฒนาและสามารถติดตามผลการประเมิน เพื่อให้ได้ข้อมูลย้อนกลับในการนำมาปรับปรุงและพัฒนาการการสื่อสารเครือข่ายให้มีประสิทธิภาพ

3.7 การสร้างความสัมพันธ์เครือข่าย ควรให้ความสำคัญด้านความรวดเร็วในการตอบสนองต่อคำติชมและคำแนะนำ เพื่อได้ข้อมูลมาวิเคราะห์ในการสร้างกิจกรรมที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและสมาชิก สร้างการรับรู้ให้สมาชิกสนใจเข้าร่วมเครือข่าย ดึงภาคส่วนท้องถิ่นและเอกชนร่วมสร้างแนวคิดใหม่และพัฒนาการท่องเที่ยวให้น่าสนใจ มีคุณค่า พัฒนาบุคลากร ประยุกต์เทคโนโลยี ติดตามผลเชื่อมโยง สร้างแรงจูงใจให้เข้ามารับประโยชน์ร่วมกันในลักษณะ “พันธมิตร (หุ้นส่วน) (Partner)” ร่วมเป็นเจ้าของ ร่วมคิด ร่วมดำเนินการ ร่วมรับผลประโยชน์ร่วมกัน ลดลำดับขั้นตอนที่มีอยู่มากในการประสานงาน เพื่อความรวดเร็วในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและสมาชิกเครือข่าย

3.8 การรักษาความสัมพันธ์เครือข่าย ควรสร้างข้อตกลงร่วม โดยพิจารณาประโยชน์สูงสุดร่วมกันและยึดหลักประโยชน์ส่วนรวมเป็นที่ตั้ง ปรับการสื่อสารระหว่างสมาชิกในเครือข่ายให้เพียงพอ สร้างความเข้าใจในแนวทางเป้าประสงค์ที่จะดำเนินการร่วมกัน แชร์ข้อมูลสำคัญระหว่างกัน มีการสนับสนุนในทุกด้านเพื่อให้ความสัมพันธ์ยืนยาว เมื่อเกิดสถานการณ์หรือภาวะวิกฤตที่ต้องร่วมกันแก้ไขจะสามารถร่วมกันเสนอแนวทางแก้ไขจากความสามารถของสมาชิกแต่ละองค์กรในเครือข่ายได้ ร่วมกันสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ สร้างความประทับใจและประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ดีแก่นักท่องเที่ยว ยึดหลักความโปร่งใสและความซื่อสัตย์ในคำมั่นสัญญาหรือปฏิญญาที่มีต่อกัน เป็นหลักการสำคัญในการรักษาสานสัมพันธ์โดยเห็นประโยชน์เครือข่ายและส่วนรวมเป็นหลัก นำเอาเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาร่วม รับฟังความคิดเห็นจากทุกฝ่ายอย่างเท่าเทียม เปิดกว้างและซื่อสัตย์ เรียนรู้จากกัน สร้างโอกาสและปรับตัวให้พร้อมรับการเปลี่ยนแปลง เพื่อก่อให้เกิดการท่องเที่ยวที่ดี เศรษฐกิจการท่องเที่ยวดี และเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวให้ดีขึ้นให้ทัดเทียมแข่งขันกับนานาประเทศได้

อภิปรายผล

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยเสนอประเด็นการอภิปรายผลที่สำคัญตามข้อค้นพบจากการวิจัย ดังนี้

รูปแบบการจัดการการสื่อสารเครือข่ายการท่องเที่ยวเมืองซูริคประเทศสวิตเซอร์แลนด์ สามารถจัดการการสื่อสารเครือข่ายการท่องเที่ยว โดยมีนโยบายการสื่อสาร ที่มุ่งเน้นทุกภาคส่วนร่วมกัน ประยุกต์เอาเทคโนโลยีที่ทันสมัยร่วมช่วยในการสื่อสารเพื่อสร้างความสุขมั่นคงยาวนาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุรพงษ์ โสธนะเสถียร และวัลลีย์ ศรีประภาภรณ์ ในประเด็น การนำเอาเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ต่อนโยบายช่วยเพิ่มความสะดวกในการเรียกดูข้อมูล และเพื่อรับมือกับผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงของระบบสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพ (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร และวัลลีย์ ศรีประภาภรณ์, 2553) พันธกิจการสื่อสารที่สร้าง การตระหนักรับรู้ มีการกำหนดโครงสร้างที่มีคุณภาพ รับฟังความคิดเห็น สร้างโอกาสทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องอย่าง

เท่าเทียม ตามแนวคิดของ เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ ที่กล่าวถึง เครือข่ายควรได้รับผลประโยชน์จากกันและกันในลักษณะที่เท่าเทียมกัน (เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์, 2543) ร่วมกันวางแผนการสื่อสารโดยกำหนดหลายระยะเพื่อกระจายความเสี่ยง นำจุดบกพร่องไปปรับปรุง พัฒนาอย่างสม่ำเสมอ ทำให้ได้แผนที่มีประสิทธิภาพ เลือกวิธีการสื่อและผู้ปฏิบัติการสื่อสารที่เหมาะสม เพิ่มเวทีหรือช่องทางสื่อสารที่ครอบคลุม ติดตามและประเมินผลอย่างต่อเนื่องเพื่อนำข้อมูลมาปรับปรุงพัฒนาแผน พัฒนาความสัมพันธ์ แบ่งปันแลกเปลี่ยนข้อมูลที่มีประโยชน์ระหว่างกัน มีความยืดหยุ่น สร้างความเข้าใจร่วมกัน สร้างแรงจูงใจให้มีส่วนร่วมในการรับประโยชน์สูงสุดร่วมกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ บุษบา สุธีธร ในประเด็น การเปิดพื้นที่เพื่อนำเสนอข่าวสารด้านการจัดการการศึกษาในทุกสื่อและทุกรูปแบบ ร่วมสร้างภาคีเครือข่ายสื่อมวลชนในพื้นที่ จะช่วยกระตุ้นความเข้าใจและเกิดการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในการแก้ไขปัญหาอย่างแท้จริง และได้มาซึ่งข้อมูลที่ชัดเจน ครอบคลุม ผ่านช่องทางสื่อมวลชนทั้ง วิทยุหนังสือพิมพ์ และสถานีโทรทัศน์ในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค ช่วยให้การติดตามประเมินผลประสบความสำเร็จและเกิดประโยชน์ร่วมกัน (บุษบา สุธีธร, 2560)

สภาพปัญหาและความต้องการการจัดการการสื่อสารเครือข่ายการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร ในนโยบายการสื่อสารมีความต้องการเร่งบริหารความร่วมมือจากทุกภาคส่วน เพื่อให้สามารถร่วมกันกำหนดนโยบายที่สอดคล้องกัน พันธกิจการสื่อสารมีความต้องการกำหนดจากวัตถุประสงค์ที่มีนโยบายที่ชัดเจน ลดปัญหาการสับสน ความเข้าใจผิดในข้อมูล สอดคล้องกับงานวิจัยของ ขวัญฤทัย สุริยะ และบวรสวรรค์ เจี่ยดำรง ในประเด็น การร่วมกันกำหนดนโยบายให้ชัดเจน ทั้งภาคส่วนภายใน คือ เครือข่ายแพทย์แผนไทยในจังหวัดจันทบุรี และภาคส่วนภายนอก คือ ผู้รับบริการ ประชาชนทั่วไป ภาครัฐ และภาคประชาสังคม จะได้นโยบายที่เป็นแนวทางในการยกระดับเครือข่ายให้ก้าวไปสู่ความเจริญก้าวหน้าทางการแพทย์ นำไปสู่การวางรากฐานให้เครือข่ายสมาคมมั่นคงและยั่งยืน การพัฒนาพันธกิจการสื่อสารโดยการมีส่วนร่วมจากทุกฝ่าย มุ่งไปสู่การพัฒนา ความก้าวหน้าและเติบโตอย่างยั่งยืนร่วมกัน (ขวัญฤทัย สุริยะ และบวรสวรรค์ เจี่ยดำรง, 2564) การกำหนดโครงสร้างเครือข่าย มีความต้องการในการสร้างการมีส่วนร่วมระหว่างทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อลดปัญหาการแข่งขันระหว่างกัน เปลี่ยนเป็นการสนับสนุนซึ่งกันและกันแทน การวางแผนการสื่อสาร มีความต้องการการวางแผนที่ถูกต้อง โดยการประยุกต์เทคโนโลยีที่ทันสมัยมาช่วยในการวางแผนเพื่อให้สามารถสื่อสารการดำเนินการตามเป้าประสงค์ได้อย่างแม่นยำ ลดปัญหาความขัดแย้งระหว่างหน่วยงาน สร้างความเท่าเทียมของการได้รับข้อมูล ขจัดปัญหาด้านงบประมาณ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฏฐินี ทองดี และคณะ ในประเด็น การสร้างการมีส่วนร่วมในการร่วมกันจัดทำแผนการสื่อสารเครือข่ายโดยชุมชนในแหล่งมรดกทางวัฒนธรรมลุ่มน้ำโขง ชี มูล ช่วยพัฒนาให้เกิดเครือข่ายวิสาหกิจท่องเที่ยวโดยชุมชนและพัฒนาศักยภาพและความสามารถของทรัพยากรมนุษย์เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวได้ (ณัฏฐินี ทองดี และคณะ, 2560) การปฏิบัติการสื่อสาร มีความต้องการในการเลือกช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสม สร้างความชัดเจนในการกำหนดข้อความและการรับข้อมูล ป้องกันข้อมูลสูญหาย แก้ปัญหาหรือวิกฤตได้อย่างทันท่วงที ลดความผิดพลาด การติดตามประเมินผลการสื่อสาร มีความต้องการประยุกต์เอาเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาช่วยให้ได้ข้อมูลย้อนกลับที่ชัดเจนนำไปปรับปรุงพัฒนาการสื่อสารเครือข่าย สอดคล้องกับแนวคิดของ สุรพงษ์ โสธนะเสถียร และสถาพร สายเชื้อ ที่กล่าวว่า การเลือกใช้สื่อที่ดีในกิจกรรมการสื่อสาร ช่วยผลักดันให้การดำเนินการขององค์กรบรรลุเป้าหมายตามที่ตั้งไว้ (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร และสถาพร สายเชื้อ, 2549) การสร้างความสัมพันธ์ มีความต้องการสร้างความสัมพันธ์กับธุรกิจท้องถิ่นและชุมชน มีการดึงเอาภาคเอกชนร่วมลงทุนเพื่อให้เกิดประโยชน์ในส่วนรวม สร้างการมีส่วนร่วมกับทุกฝ่าย ลดปัญหาด้านการประสานงานที่มีลำดับขั้นตอนมากเกินไปจนเกิดความล่าช้าในการแก้ไขปัญหาทุกมิติ ตามแนวคิดของ กาญจนา แก้วเทพ ที่กล่าวว่า คนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ เป็นส่วนสำคัญในการกำหนดคุณภาพการสื่อสารด้านการท่องเที่ยว (กาญจนา แก้วเทพ, 2557) การรักษาความสัมพันธ์เครือข่าย มีความต้องการที่จะเห็นรูปแบบความสัมพันธ์ที่

แน่นแฟ้น แข็งแรง ลดปัญหาการแสวงหาประโยชน์ส่วนตนมากกว่าประโยชน์ส่วนรวมเป็นที่ตั้ง สร้างการสื่อสารที่เพียงพอเพื่อสร้างความร่วมมือและความเข้าใจในทิศทางเดียวกัน สามารถสร้างความร่วมมือในกิจกรรมที่มีคุณภาพเพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันและสร้างการเติบโตด้านเศรษกิจได้ สอดคล้องกับแนวคิดของ วิทยาธร ท่อแก้ว ที่กล่าวว่า การพยายามร่วมกันปรับการจัดการการสื่อสารให้มีความคล่องตัวทันสมัย สามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันได้ (วิทยาธร ท่อแก้ว, 2548)

ข้อเสนอรูปแบบการจัดการการสื่อสารเครือข่ายการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครโดยพัฒนาจากต้นแบบการสื่อสารการจัดการการท่องเที่ยวเมืองซูริคประเทศสวิตเซอร์แลนด์ โดยนโยบายการสื่อสาร พันธกิจการสื่อสาร หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรร่วมกันกำหนดนโยบายและพันธกิจการสื่อสารที่มีคุณภาพ ครอบคลุม ชัดเจนจากข้อมูลที่ได้คุณภาพ ให้ความสำคัญกับนโยบายสื่อสารการเดินทาง สอดคล้อง เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ลดการแข่งขันภายในเครือข่าย สร้างการมีส่วนร่วม ให้ความสำคัญกับภาคท้องถิ่น ดึงภาคเอกชนร่วมสนับสนุนประยุกต์เทคโนโลยีร่วมเพื่อสามารถรับมือกับปัญหาหรือวิกฤต กำหนดมาตรฐานคุณภาพและความปลอดภัยร่วมกันได้โดยคำนึงถึงประโยชน์สูงสุดที่จะได้รับร่วมกันทุกภาคส่วน ประยุกต์เอาเทคโนโลยีเข้ามามีส่วนทั้งด้านสาธารณูปโภคและด้านการสื่อสาร ลดความสับสนมุ่งเน้นการตระหนักรู้ในข้อมูล จากวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนเพียงพอ เกิดการมีส่วนร่วมสนับสนุนวัตถุประสงค์ร่วมกัน สอดคล้องกับแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ด้านการท่องเที่ยว (2561 - 2580) ข้อที่ 5 ที่ต้องการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวภายในภูมิภาค การให้เกิดความร่วมมือกันในภาครัฐและมิใช่ภาครัฐและกล่าวถึงการสร้างความสามารถด้านการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวบนพื้นฐานการสนับสนุนการสร้างการมีส่วนร่วม เกิดความร่วมมืออย่างเสมอภาคเท่าเทียม (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2564) การกำหนดโครงสร้างเครือข่าย ควรมีการจัดการสื่อสารเชื่อมโยงความร่วมมือโดยใช้แนวทางนโยบายและวัตถุประสงค์ที่สอดคล้องกัน ลดขั้นตอนการประสานงาน สรรหาบุคลากรที่มีคุณภาพที่สามารถเชื่อมโยงประสานหน่วยงานได้เป็นรูปธรรม มีความเข้าใจ สามารถสนับสนุนกันให้สามารถสร้างประโยชน์ได้รับร่วมกันอย่างเท่าเทียมทุกฝ่าย สอดคล้องกับงานวิจัยของ อนวัช มีเคลือบ และคณะ ในประเด็น การกำหนดโครงสร้างเครือข่ายที่ชัดเจน มีส่วนช่วยในการพัฒนาความผูกพันต่อองค์กร ทำให้มีรูปแบบความผูกพันด้านความรู้สึกที่ดี มหาวิทยาลัยควรสนับสนุนการดำเนินการ เพื่อปลูกฝังให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อมหาวิทยาลัย ควรกำหนดรูปแบบกิจกรรมร่วมกันแบบบูรณาการ เพื่อสร้างความผูกพันที่ดี (อนวัช มีเคลือบ และคณะ, 2560) การวางแผนการสื่อสาร ควรมีความเป็นปัจจุบัน ทันต่อสถานการณ์และวิกฤตที่เกิดขึ้น สามารถสร้างความเข้าใจ ลดความขัดแย้งด้านวิสัยทัศน์และการกำหนดแผนงานระหว่างหน่วยงานได้ มีแผนหลายระยะเพื่อลดความเสี่ยง สอดคล้องกับงานวิจัยของ อรรถพล ยุสุวพันธ์ ในประเด็น การวางแผนการสื่อสารต้องตรงกับความต้องการของประชาชน ให้เกิดความเข้าใจง่าย มีข่าวสารที่ถูกต้อง มีความประหยัด คุ้มค่า มีการนำเอาสื่อออนไลน์ร่วมกำหนดแผนจากเนื้อหาที่ชัดเจน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการท่องเที่ยวของเทศบาลเมืองสตูลให้ดียิ่งขึ้น (อรรถพล ยุสุวพันธ์, 2564) การปฏิบัติการการสื่อสาร ควรเลือกช่องทางในการสื่อสารที่เหมาะสมกับผู้รับสาร มีความชัดเจนในการสื่อสาร ทุกฝ่ายสามารถร่วมกันแก้ไขปัญหาหรือวิกฤตที่เกิดขึ้นได้อย่างทันท่วงที สร้างประสบการณ์ที่ดี สร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจให้กับนักท่องเที่ยว เลือกผู้ปฏิบัติการสื่อสารที่มีความเข้าใจความต้องการด้านการท่องเที่ยวอย่างลึกซึ้ง เพิ่มช่องทางการสื่อสารและการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกลุ่มเป้าหมายและสมาชิกในเครือข่าย เปิดโอกาสในการสร้างความร่วมมือระหว่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ เณริศา ชัยศุภมงคลลาภ และปาริชาต สถาปิตานนท์ และพรรัตน์ ทองเลิศ และปาริชาต สถาปิตานนท์ ในประเด็น ผู้นำเป็นผู้มีความสำคัญในการสื่อสาร เรียกว่า ผู้นำการสื่อสาร มีส่วนในการสื่อสารกระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติการสื่อสารและสามารถสื่อสารไอเดียใหม่ ๆ ออกมาได้เสมอ ทำให้สามารถประสานงานกับพาร์ทเนอร์ภายนอกได้อย่างมีประสิทธิภาพ (เณริศา ชัยศุภมงคลลาภ และปาริชาต สถาปิตานนท์, 2556); (พรรัตน์ ทองเลิศ

และปาริชาต สถาปิตานนท์, 2556) เพิ่มช่องทางหลากหลายในการแสดงความคิดเห็นในการปรับปรุงพัฒนาและสามารถติดตามผลการประเมิน ทำสม่ำเสมอเพื่อได้ข้อมูลย้อนกลับนำมาปรับปรุงแผนให้เป็นปัจจุบันเหมาะสมกับสถานการณ์ประยุกต์เอาเทคโนโลยีที่ทันสมัยร่วม การสร้างความสัมพันธ์เครือข่าย ควรให้ความสำคัญด้านความรวดเร็วในการตอบสนองต่อคำติชมและคำแนะนำ สร้างการรับรู้ให้สมาชิกสนใจเข้าร่วมเครือข่าย ดึงภาคส่วนท้องถิ่นและเอกชนร่วมสร้างแนวคิดใหม่และพัฒนาการท่องเที่ยวให้น่าสนใจ มีคุณค่า พัฒนาบุคลากรประยุกต์เทคโนโลยี ติดตามผลเชื่อมโยง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Daiva Labanauskaie, Mariantonietta Fiore และคณะ ในประเด็น การนำเอาเทคโนโลยีเข้ามาประยุกต์ใช้มีความจำเป็นในการประเมินที่เป็นระบบสามารถช่วยเพิ่มศักยภาพในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้ (Daiva Labanauskaie.et al, 2020) สร้างแรงจูงใจให้เข้ามารับประโยชน์ร่วมกันในลักษณะ “พันธมิตร (หุ้นส่วน) (Partner)” ร่วมเป็นเจ้าของ ร่วมคิด ร่วมดำเนินการ ร่วมรับผลประโยชน์ร่วมกัน ลดลำดับขั้นตอนที่มีอยู่มากในการประสานงาน เพื่อความรวดเร็วในการรับมือสถานการณ์ฉุกเฉิน และตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและสมาชิกเครือข่าย ควรสร้างข้อตกลงร่วม โดยพิจารณาประโยชน์สูงสุดร่วมกันและยึดหลักประโยชน์ส่วนรวมเป็นที่ตั้ง สอดคล้องกับงานวิจัยของ StrA·h Ursula & Jaatinen Miia และงานวิจัยของ พัชรินทร์ รัตนวิภา และคณะ ในประเด็น การสร้างความสัมพันธ์เชิงบวกกับผู้ที่เกี่ยวข้องในหน่วยงานช่วยปรับปรุงการทำงานและสามารถมีแนวทางรับมือกับภาวะฉุกเฉินได้ (StrAh Ursula & Jaatinen Miia, 2002); (พัชรินทร์ รัตนวิภา และคณะ, 2566) ปรับการสื่อสารระหว่างสมาชิกในเครือข่ายให้เพียงพอ สร้างความเข้าใจในแนวทางเป้าประสงค์ที่จะดำเนินการร่วมกัน แชร์ข้อมูลสำคัญระหว่างกัน มีการสนับสนุนในทุกด้านเพื่อให้ความสัมพันธ์ยืนยาว ยึดหลักความโปร่งใสและความซื่อสัตย์ในคำมั่นสัญญาหรือปฏิญญาที่มีต่อกัน เป็นหลักการสำคัญในการรักษาสานสัมพันธ์โดยเห็นประโยชน์เครือข่ายและส่วนรวมเป็นหลัก เปิดกว้างและซื่อสัตย์ เรียนรู้จากกัน สร้างโอกาสและปรับตัวให้พร้อมรับการเปลี่ยนแปลง เพื่อก่อให้เกิดการท่องเที่ยวที่ดี เศรษฐกิจการท่องเที่ยวดี และเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวให้ดีขึ้นให้ทัดเทียมแข่งขันกับนานาประเทศได้ สอดคล้องกับแนวคิดของ เสนาะ ติเยาว์ ที่กล่าวว่า การรวมตัวของสมาชิกที่มีความคิดเห็นตรงกันมีเป้าหมายร่วมกันชัดเจน เพื่อดำเนินกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งร่วมกัน สามารถใช้พลังของกลุ่มผลักดัน ให้เกิดการพัฒนาที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการท้องที่และทรัพยากรได้เป็นอย่างดี เป็นการเพิ่มความสามารถ เพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันในทุกด้าน (เสนาะ ติเยาว์, 2538)

องค์ความรู้ใหม่

การจัดการการสื่อสารเครือข่ายการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครโดยพัฒนาจากต้นแบบเครือข่ายการท่องเที่ยวเมืองซูริคประเทศสวิตเซอร์แลนด์ ในการบริหารจัดการองค์กรที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ให้ได้ผลลัพธ์ที่เป็นเลิศในการจัดการการสื่อสารเครือข่ายการท่องเที่ยว ที่ร่วมเป็นเจ้าของ เป็นหุ้นส่วนความคิด หุ้นส่วนดำเนินการ หุ้นส่วนผลประโยชน์ที่ได้รับสูงสุดร่วมกัน เพื่อประสิทธิภาพในการร่วมเป็นเครือข่ายการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว

ภาพที่ 1 หลักสำคัญในการจัดการการสื่อสารเครือข่ายการท่องเที่ยว ด้วยการสื่อสารแบบมีหุ้นส่วน (PARTNER Communication)

สรุปและข้อเสนอแนะ

เครือข่ายการท่องเที่ยวที่มีนโยบาย พันธกิจและการจัดการสื่อสารที่เน้นสร้างความร่วมมือ มีความยืดหยุ่นในการปรับตัว สามารถสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อกันเพื่อประโยชน์สูงสุดร่วมกัน มีการประยุกต์เอาเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ร่วม เพื่อให้ได้เครือข่ายที่เชื่อมโยงเป็นหนึ่งเดียว สามารถสนับสนุนซึ่งกันและกัน เพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสาร การบริหาร การร่วมมือปฏิบัติการ สามารถติดตามประเมินผลความสำเร็จ และนำข้อมูลย้อนกลับมาปรับปรุง พัฒนาแผน พันธกิจ นโยบายให้ตรงกับความต้องการ สามารถเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันยกระดับเศรษฐกิจการท่องเที่ยวที่ดีได้ โดยข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ควรมีการจัดประชุมกำหนดนโยบาย พันธกิจร่วมกันระหว่างหน่วยงานหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร โดยอาจให้ภาครัฐเป็นเจ้าภาพและภาคเอกชนเป็นผู้สนับสนุน เพื่อหาแนวทางในการร่วมกำหนดนโยบาย พันธกิจเครือข่ายร่วมกันหน่วยงานหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ควรร่วมวางแผนการสื่อสาร และสามารถนำไปสู่การปฏิบัติการสื่อสารอย่างเป็นรูปธรรมร่วมกัน ผู้นำของหน่วยงานหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยว

ในกรุงเทพมหานคร ควรศึกษาแนวปฏิบัติเพื่อนำมาเปลี่ยนแปลงทัศนคติในการกำหนดโครงสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครร่วมกัน ควรพิจารณาให้ความสำคัญกระบวนการประสานงานที่เป็นประโยชน์ด้านการท่องเที่ยวร่วมกัน เช่น ขั้นตอนการประสานงานกันที่ซับซ้อน ยุ่งยาก เข้าถึงยาก เพื่อให้สามารถรับรู้และรับฟังความคิดเห็นจากทุกส่วนได้อย่างรอบด้าน ครอบคลุม ความขัดแย้งกันในระดับนโยบาย กรอบระยะเวลาการดำเนินการที่ใช้เวลานาน เป็นต้น ควรจัดเวทีประชาคมความรู้ เพื่อถอดบทเรียนการสื่อสารเพื่อการจัดการเครือข่าย อันเป็นส่วนสำคัญที่จะสามารถสร้างความสัมพันธ์ให้เกิดเครือข่ายขึ้น ด้านข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาการสื่อสารเพื่อการจัดการเครือข่ายการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครที่เกิดขึ้น ควรศึกษาการสื่อสารด้านความรู้ ทัศนคติ และการปฏิบัติ (KAP Theory) สำหรับการสื่อสารเครือข่ายการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร ควรศึกษาการสื่อสารเชิงพฤติกรรมการเข้าและถอดรหัส (ABX Theory) สำหรับการสื่อสารเครือข่ายการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร เพื่อประสิทธิภาพในการการสื่อสารที่จะให้อีกฝ่ายเข้าใจในความคิดและความต้องการของตน ควรศึกษาการจัดการการสื่อสารเครือข่ายการท่องเที่ยวในระดับประเทศ เพื่อพัฒนาคุณภาพและยกระดับขีดความสามารถทางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวให้สูงขึ้น เมื่อมีการศึกษาจนครบทั้งสี่ขาแห่งกระบวนการสื่อสารเครือข่ายการท่องเที่ยว (การจัดการการสื่อสาร การสื่อสารเพื่อการจัดการ การสื่อสารความรู้ ทัศนคติ และการปฏิบัติ และการสื่อสารเชิงพฤติกรรมการเข้าและถอดรหัส) ควรศึกษาการเปรียบเทียบทั้งสี่กระบวนการนี้ ทั้งในระดับภูมิภาคและระดับประเทศต่อไป

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). 5 ขั้นตอนพลิกโฉมตัวเองพลิกโฉมประเทศไทย. เรียกใช้เมื่อ 26 มกราคม 2565 จาก https://www.mots.go.th

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2564). แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี. เรียกใช้เมื่อ 26 มกราคม 2565 จาก https://www.mots.go.th

กาญจนา แก้วเทพ. (2557). เรื่องสื่อสาร การท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร: ภาพพิมพ์.

เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. (2543). การคิดเชิงบูรณาการ. กรุงเทพมหานคร: พิมพลักษณ์.

ขวัญฤทัย สุริยะ และบวรสวรรค์ เจี่ยดำรง. (2564). การจัดการการสื่อสารเครือข่ายสุขภาพของสมาคมการแพทย์แผนไทยในจังหวัดจันทบุรี. วารสารวิทยาการจัดการและการสื่อสาร, 1(2), 57-90.

ณัฏฐินี ทองดี และคณะ. (2560). การยกระดับขีดความสามารถทางการแข่งขันและกลไกการจัดการตลาดการท่องเที่ยวโดยชุมชนแหล่งมรดกทางวัฒนธรรมลุ่มน้ำโขง ชี มูลในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย. วารสารวิจัยเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่, 9(2), 122-137.

ณิชาภัทร สุรวัฒนานนท์. (2562). การท่องเที่ยวกับบทบาทขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย ฮีโร่จำเป็นหรือฮีโร่ตัวจริง. เรียกใช้เมื่อ 28 พฤศจิกายน 2563 จาก https://www.bot.or.th/ Thai/Rese archAn dPub lic ations/articles/Pages/Article_29Oct2019.aspx

เณริศา ชัยศุภมงคลลาภ และปาริชาต สถาปิตานนท์. (2556). รูปแบบการสื่อสารเพื่อการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนตลาดน้ำยามเย็นอัมพวา. วารสารประชาสัมพันธ์และการโฆษณา, 3(2), 36-56.

บุษบา สุธีธร. (2560). การติดตามและประเมินผลโครงการการสื่อสารเพื่อการจัดการศึกษาโดยใช้พื้นที่เป็นฐาน. วารสารการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา, 10(2), 1-14.

พรรัตน์ ทองเลิศ และปาริชาต สถาปิตานนท์. (2556). การสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของสถานีเกษตรหลวงอ่างขาง. วารสารประชาสัมพันธ์และการโฆษณา, 6(2), 72-87.

พัชรินทร์ รัตนวิภา และคณะ. (2566). การจัดการการสื่อสารเครือข่ายร่วมปฏิบัติงานของสำนักงาน กกต. วารสารสังคมศาสตร์และวัฒนธรรม, 7(1), 146-166.

วิทยาธร ท่อแก้ว. (2548). “การประยุกต์นิเทศศาสตร์ด้านการพัฒนาองค์การ”. ใน ประมวลสาระชุดวิชาการประยุกต์นิเทศศาสตร์เพื่อการพัฒนา หน่วยที่ 1 (หน้า 1-66). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช บัณฑิตศึกษา สาขาวิชานิเทศศาสตร์.

ศุภลักษณ์ ศรีวิไลย และรุ่งเรือง ทองศรี. (2564). การแพร่ระบาดของโควิด 19 ส่งผลต่อการท่องเที่ยวของประเทศไทย. วารสารบริหารนิติบุคคลและบริหารท้องถิ่น, 7(8), 405-416.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2562). ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561 - 2580). (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: สำนักงานเลขานุการของคณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.

สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2562). สถิตินักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้ามาประเทศไทย 2552 - 2561. เรียกใช้เมื่อ 17 มกราคม 2563 จาก http://statbbi.nso.go.th/st aticreport/page/sector /th/17.aspx

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร และวัลลีย์ ศรีประภาภรณ์. (2553). การจัดการทางการสื่อสารในคณะแพทย์ศาสตร์ศิริราชพยาบาล. เวชบันทึกศิริราช, 3(1), 31-39.

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร และสถาพร สายเชื้อ. (2549). การสื่อสารเพื่อการจัดการในองค์การธุรกิจ. ใน รายงานการวิจัย. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

เสนาะ ติเยาว์. (2538). การสื่อสารในองค์การ. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อนวัช มีเคลือบ และคณะ. (2560). การจัดการการสื่อสารเพื่อพัฒนาความผูกพันศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัยรัฐในประเทศไทย. วารสารบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร, 12(1), 163-177.

อรรถพล ยุสุวพันธ์. (2564). การจัดการการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของเทศบาลเมืองสตูล. วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, 13(2), 320-335.

APAC Snow Brand Study. (2019). Asia-Pacific (APAC) Snow Brand Study 2019. Retrieved October 24 , 2021 , from https://www.clubmed.com.sg/l/press-room/apac-snow-survey-2019

Business Traveler Asia Pacific. (2022). Business Traveller Asia-Pacific Awards 2022 results. Retrieved March 4, 2023, from https://www.businesstraveller.com/awards/business-traveller-asia-pacific-awards-2022-results/

Daiva Labanauskaie.et al. (2020). Use of E-marketing tools as communication management in the tourism industry. Tourism Management Perspectives, 34(2020), 1-8.

Mile & Huberman. (1994). An expanded sourcebook qualitative data analysis (2ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.

Srisawa, T. (2021). IMD World Competitiveness Yearbook 2022. Bangkok: Bangkok.

StrAh Ursula & Jaatinen Miia. (2002). New approaches to communication management for transformation and change in organisations. Journal of Communication Management, 6(2), 148 – 165.

Tanakorn. (2021). Keep an eye on the outstanding features of Switzerland. Amidst the COVID-19 crisis. Retrieved July 24 , 2021, from https://globthailand.com/switzerland-251021/

World Economic Forum. (2021). Travel & Tourism Competitiveness Index Report. Retrieved June 5 , 2021, from https://reports.weforum.org/

Zurich Tourism. (2023). About Us. Retrieved April 2 , 2023, from https://zt.zuerich.com/en